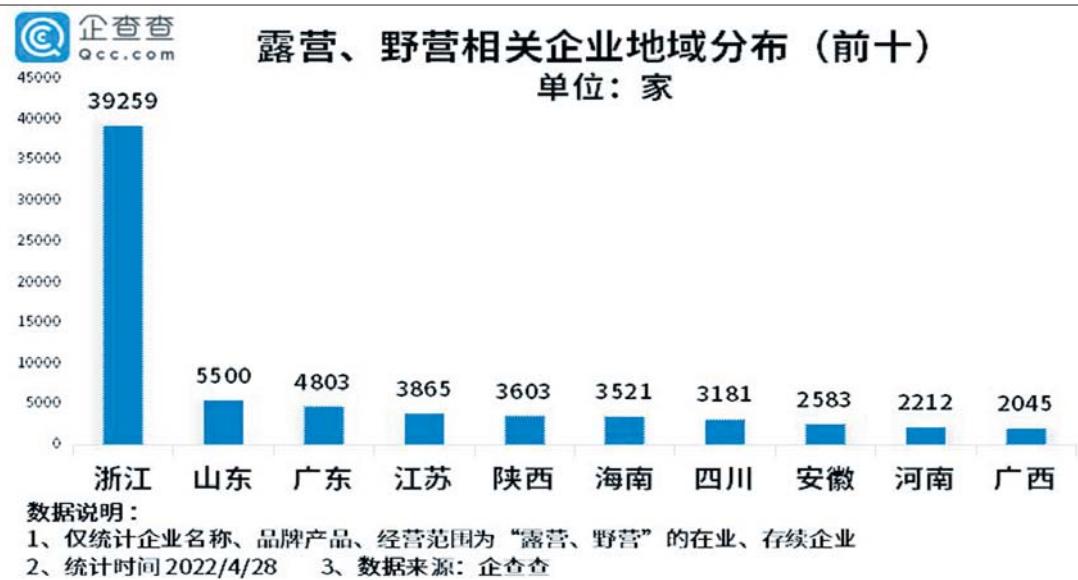


# 小小帐篷下，有个大大的产业

预计2022年中国露营地市场规模达354.6亿元



刚刚过去的这个“五一”小长假，受疫情的影响，不能远行的人们逐渐转变了出游的方式。一家人或携亲带友，驱车近郊支起帐篷，来一场追逐“诗和远方”的半日休闲时光。

露营其实也是有“套路”的，这种场景和垂钓、骑行、羽毛球等类似，一个帐篷背后就能牵动一个产业，可以横跨食、住、行、娱乐、运动等多个行业。根据艾媒咨询发布的研究报告，2021年中国露营地市场规模达299亿元，预计2022年增速达18.6%，市场规模达354.6亿元。



周末或假期，露营已渐渐成为当下年轻人出游的潮流之选。

记者 马辉

## 撑开帐篷“微度假”很多景区推出露营地

去年“五一”是野餐的天下，今年“五一”是帐篷的世界。

刚刚过去的这个“五一”假期，据文化和旅游部数据中心测算，全国国内旅游出游1.6亿人次，同比减少30.2%。“微旅游”“微度假”成为主流，“云演艺”有声有色，露营成为潮流。

据同程旅行大数据显示，2022年“五一”假期，周边露营市场持续升温，“露营”相关搜索热度环比上涨117%。同时，马蜂窝大数据也显示，近一周各地“露营”相关搜索热度平均涨幅超过130%。

为满足大众假期“就地休闲”“微度假”“慢生活”的出游需求，山东省文化和旅游厅在全省已开放景区筛选推荐一批露营地，推出“山东省景区露营地指南”，推动景区提供优美的环境，配套水电停车场设施，提供帐篷房车等服务，加强防疫防火安全保障，引导游客安全有序户外露营。据了解，“五一”期间，全省各市室外A级旅游景区共开放493家。

在山东，以济南为例，跑马岭、九如山、七星台、金象山等景区纷纷将露营作为留客的重点手段之一。青岛市文化和旅游局发布了10条乡村旅游主题线路，引导广大市民游客回归乡村，品味乡土风情。各区、市也相应推出了近郊游和乡村游线路，以及露营、骑行等特色活动。此外，临沂、威海、济宁等地也都推出了诸多露营景区。

“要买就得是一套，帐篷、气垫、天幕、折叠桌椅、预制菜，一个都不能少。”济南市民孙先生“五一”期间带着家人到近郊尝试了一次露营休闲游。孙先生说，疫情下不能远行，最好的选择就是到户外，一家人围坐在一起，畅享假期时光。当然，为了丰富露营生

## 露营装备成交额同比增幅超过两倍

受疫情对旅游市场的影响，国内精致露营市场迎来快速发展。如今，以露营为代表的户外旅游方式备受追捧，支着折叠桌、缠着小串灯、撑起复古天幕的精致露营，成了年轻人喜欢的度假方式。2021年天猫“6·18”消费大数据显示，露营、垂钓和冲浪等相关消费，已超越手办、盲盒和电竞，成为90后年轻人的消费新宠。

据日前携程发布的“宝藏露营地”主题榜单显示，自2021年下半年至今，平台上的露营产品数量已增长近十倍，2022年1月—4月上旬，通过该平台报名露营游的用户数量更是2021年全年的5倍以上。

记者在淘宝等平台搜索露营、帐篷等关键词发现，此类商品非常丰富，除了价值不等的户外用品外，各种露营周边产品更是应有尽有。除了帐篷、防潮垫、餐垫、折叠椅、收纳箱、睡袋等“刚需”，有些在露营时还会携带烧烤架、音响、乐器、厨具、便捷炉等露营装备，有些还准备好饮料、餐品等。

由于露营热的袭来，许多家庭都会想尝试一下，主要还是因为这种场景比较好实现，且成为外出旅游的绝佳替代。据天猫数据显示，大型帐篷、天幕、折叠桌椅、睡袋等露营装备成交额，同比增幅超过两倍。

企查查数据显示，我国现存露营/野营相关企业9.3万家。从地域分布来看，浙江省以3.9万家相关企业拔得头筹，山东省和

广东省则以0.55万家和0.48万家居于第二和第三。从相关企业的注册量来看，近几年整体呈上升趋势。2019年相关企业增长量达到最高，为2.8万家。2020年有所下降，注册量为1.4万家。2021年注册量再次增长，为2.2万家，同比增长了55.2%。

## 欧洲房车超600万辆 我国市场前景广阔

露营再进阶的话，就是房车了。

说起欧洲人的度假方式，就不能不说房车，每到周末，在欧洲的一些公路上，总能看到很多去往山区和湖畔的房车。而在中国，类似场景还并不常见。

根据欧洲房车工业协会(ECF)公布的数据，2021年欧洲房车市场保有量超过600万辆，全年新车注册量达到259393辆，较2020年增长9.9%。即使在疫情影响下，2021年欧洲房车市场依旧保持了增长的态势。

房车文化在中国也逐步流行，成为一部分人度假的选择。中国汽车流通协会表示，在消费刺激和疫情背景下，中国的房车市场2021年稳步增长，房车在江苏、山东和浙江等发达省份销售良好。市场研究数据显示，北美和欧洲每千人的房车拥有量分别为30辆和15辆，中国则不到0.2辆，这表明中国市场尚有很大空间。

显然，无论是露营还是房车旅行，整个露营经济在我国仍处在发展初期。浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林在接受媒体采访时表示，露营经济的发展，一方面是需要露营基础设施，提供能够露营的场所、场地，强调环境和露营行为相得益彰，不是为了露营而露营；另一方面，要有基本用户群体的培育，包括帐篷搭建、野外生存等技能培训，需要在市场培育下才会逐渐发展起来。



图片来源网络

## 推特还未易主 新旧世界首富舌战不止

近日，有关马斯克收购推特的讨论可谓一波未平，一波又起。

日前，声讨马斯克的阵营又多了一位“大佬”。微软公司创始人比尔·盖茨出席活动时表示，他对推特未来传播虚假信息的可能性表示担忧，并称“马斯克可能会使这种状况变得更糟糕”。

### 比尔·盖茨称推特不是马斯克本来的赛道

4月25日，推特董事会通过马斯克的收购方案，公司将以440亿美元出售给马斯克，从而成为一家私人公司。目前该交易尚未完成，仍需要得到监管部门和股东大会的通过。

日前，在《华尔街日报》举办的CEO峰会上，当被问及是否对特斯拉CEO埃隆·马斯克以及其收购推特平台有进一步的看法时，比尔·盖茨表示，马斯克可能做得更差劲，因为这不是他本来的赛道。

“特斯拉和SpaceX做出的成绩都特别令人瞩目，但这一次(收购推特)他的意图是什么？”比尔·盖茨表示，他对马斯克在平台上发布和倡导的很多言论都无法理解。

比尔·盖茨还提到，社交平台的拥有者应当在对抗虚假信息方面扮演一定的角色，如果人们本身就不信任平台领导者的看法，那么平台则更没有办法改变人们的看法。而据此前报道，马斯克与比尔·盖茨在接种疫苗一事上持不同观点。

实际上，这已经不是马斯克和比尔·盖茨第一次公开“争锋”。加上新旧世界首富的头衔，似乎更给这场恩怨纠葛增加了戏剧性。

上月底，一份未经双方本人证实的聊天截图显示，马斯克询问比尔·盖茨是否在看空特斯拉，截图中的比尔·盖茨表示他更想讨论慈善活动的可能性，截图中的马斯克则回复：“抱歉，当你对特斯拉做空时，我无法认真对待你在气候变化方面的慈善事业，因为特斯拉是在解决气候变化问题方面做得最多的公司。”

此外，据悉，比尔·盖茨去年接受《纽约时报》采访时曾称“埃隆在特斯拉上下的功夫，在气候变化问题的贡献上来说，是无人能及的，低估埃隆并不是一个好主意。”不过他也补充称特斯拉还应在更多领域着力为应对气候变化作出

贡献。

事件发酵后，马斯克本人在推特上发文将比尔·盖茨与一个怀孕男子的emoji表情符号作对比嘲讽比尔·盖茨。

不过，比尔·盖茨在日前的活动上依然没有正面回应是否空头持仓特斯拉的股票，但是表示马斯克的相关言论完全没有对他造成任何困扰。

在更早的2020年，比尔·盖茨曾称他为自己购置了一辆保时捷Taycan，彼时有推特用户发问：“为何比尔·盖茨买了Taycan而不是特斯拉？”马斯克回复该条推文称：“老实说我和盖茨还没有过令人印象深刻的对话。”

### 推特被收购后 商业模式或有变化

马斯克以440亿美元的天价提起推特收购后，近日他又发推文称：“对于普通用户来说，推特永远是免费的，但是对商业/政府用户来说可能会有点小成本。”

尽管收购并未完成，但这释放了推特日后可能面向机构用户收费的信号，上月他还称推特高级订阅服务“Twitter Blue”的用户应该每月支付3美元，并立即获得一个认证账户。

这些言论或许昭示着推特目前以广告为主要盈利手段的商业模式将在马斯克完成收购后发生改变，但具体走向如何，仍待观察。

据数据网站Statista估计，2022年推特将拥有3.29亿用户，推特公司2021年广告服务营收45亿美元，占公司总营收的88.7%。

目前，据福布斯网站实时数据，马斯克以2654亿美元的身价居世界首富宝座，比尔·盖茨以1319亿美元的身价居第四。

据中新社



扫码下载齐鲁壹点  
找记者 上壹点

编辑:彭传刚 美编:陈明丽 组版:刘燕