

露营持续升温观察

文/新华社记者 宋 佳 吴文诩 薛 晨 周 晔

“音乐会+露营”“景区+露营”“集市+露营”……这个暑期,许多地方举办多种形式的露营主题活动引爆夏日消费热潮,成为令人瞩目的市场亮点。

露营热度持续攀升

7月中旬,北京世园公园举办露营文化节,开辟出28万平方米营地,提供1000多个露营营位,让人们玩转仲夏;8月初,各地一些房车旅游爱好者们齐聚新疆特克斯县喀拉峻草原露营,感受星空下天山里别具一格的浪漫;上周,吉林省首届露营生活节开幕,各大品牌露营产品集中展览,60多项丰富多彩的露营相关活动陆续推出……

近期,各种形式的露营主题活动在全国多地开展。资深露营爱好者张丹感慨:“露营越来越火,人越来越多。”

自2020年以来,露营热度持续攀升,并在今年呈现加速爆发的态势。大众点评数据显示,今年上半年,露营搜索量较去年同期上涨447%,被分享过露营相关评价的线下商户数量同比上涨240%。

旅游运营商中山考拉负责人介绍,今年以来,受疫情影响,1月至5月“酒店+景点”组合商品的销量仅为去年的二至三成,露营商品的销量同比增长了3倍以上。

同时,随着露营走热,“露营+”的创意概念顺势而生。“露营+景区”“露营+美丽乡村”“露营+亲子活动”等不断涌现,露营与更多场景、活动结合起来。

河北涞源以“星空”“云海”等景观为特色,推出系列露营项目;贵阳市天河潭旅游度假区举行荧光跑+露营嘉年华;青岛、厦门等城市举办“潮人露营音乐会”。同时,



7月2日,游客在河北省保定市涞水县的野三坡景区露营基地休闲玩耍。摄影/新华社记者 高 博

剧本杀、相亲、研学等也被纳入露营活动内容。

拉动上下游产业发展

企查查数据显示,我国现存露营相关企业6.06万家。其中,2020年新增9690家,2021年新增2.19万家,2022年至7月末,新增1.78万家。

配套装备产品市场随之火热。今年“618购物节”期间,多个购物平台露营装备销售火爆。《百度×京东618消费趋势洞察报告》显示,便携桌椅床、救援装备、帐篷/垫子、野餐用品成交额同比分别增长541%、227%、165%、142%。天猫“618”第一波,包括帐篷、天幕、防潮垫、营地车在内的露营相关商品销售额同比增长超2倍。6月1日至7月31日,美团上露营相关商品的整体订单量比去年增长超30倍。

多位露营爱好者告诉记者,如今的露营更追求精致,强调形式和氛围,拍照要好看。“原来只带帐篷、睡袋、必备的食物和水。”张丹说,现在从天幕、投影仪到咖啡机、氛围灯、鲜花等,仪式感拉满。

户外品牌牧高笛近日发布的2022年半年度业绩预增公告显示,国内露营装备市场需求旺盛,公司自有品牌的露营装备及周边线上自营渠道上半年收入同比增长248%左右,线下渠道同比增长338%左右。

“目前多家生产露营装备的企业产能已经饱和,订单排到了6至8个月以后。”户外品牌自在之地负责人杰瑞透露。

随着房车露营爱好者增多,房车销售市场一路升温。中国汽车流通协会发布的数据显示,2022年一季度全国房车市场销售2425辆,同比增长17%,销量为近5年同期最高。今年“五一”假期,深圳等地房车营地火爆。“营地30多台房车位全部订满,以往没有这种情况。”一位房车营地负责人说。

根据艾媒咨询发布的研究报告,2021年中国露营经济核心市场规模达到747.5亿元,同比增长62.5%;带动市场规模3812.3亿元,同比增长率为58.5%。预计2025年中国露营经济核心市场规模将上升至2483.2亿元,带动市场规模将

达到14402.8亿元。

引导露营产业规范健康发展

中国汽车流通协会房车分会副会长廖红斌认为,国际露营市场上80%的装备都产自中国,我们的露营装备产业具有优势。

成都大牧户外露营装备一站式体验馆负责人沈健表示,未来大家对露营的诉求可能会有所不同,定制化、专业化增强,与其他场景、行业组合的“露营+”模式越来越多。

露营品牌大热荒野创始人朱显认为,大众回归自然、释放自我的需求始终存在。露营是包容性很强的业态,咖啡、集市等各种业态都能与其融合。预计国内露营市场经过目前的爆发后会进入平稳发展期,成为较为普及的户外活动方式。

随着持续升温,露营也暴露出一些问题。部分露营者选择不具备基础条件的地点活动,造成植被破坏、环境污染等。

对此,多个城市出台举措,开辟专属露营区域。例如,广州在年初推出第一批24个绿地草坪帐篷区,在符合条件的公园内划定专门区域供游客搭设帐篷;前不久,成都市公园城市建设管理局出台《成都市公园(绿地)阳光帐篷区开放试点方案》,在市内各个公园绿道划定22个帐篷区,供市民露营;北京市园林绿化局日前印发《北京市公园绿色帐篷区管理指引(试行)》的通知,引导公园开展露营活动。

去年10月,浙江省湖州市出台《湖州市露营营地景区化建设和服务标准》《湖州市露营营地景区化安全防范指南》等多个文件,对露营营地的建设标准、安全监管等方面做出了规定。最近一段时间,武汉、济南等多地发出“无痕露营”倡议。

浦发银行提升支付服务适老化改造力破“数字鸿沟”

在新技术、新产品不断涌现,信息手段迭代发展的当下,不少老年人感到无所适从。为切实解决老年人在支付结算时遇到的难点、堵点问题,浦发银行呼和浩特分行始终秉承“更周全、更贴心、更直接”的服务主张,积极落实《中国人民银行办公厅关于提升老年人支付服务便利化程度的意见》相关工作要求,大力推进营业网点“适老化”服务改造,合理科学进行网点布局。

一、贴心爱老 设施更完善

网点购置多项服务设施,推进“适老化”改造。从老年人的需求出发,在大堂提

供老年人服务工具箱,如放大镜、老花眼镜、手写板等,还购置了爱心轮椅、按摩器、医疗箱等服务设施,为前来办理业务的老年人提供便利;设置“老年人优先窗口”,减少老年人办理业务的等候时长。

二、暖心助老 流程更便捷

网点聚焦老年客户群体因身体原因无法到网点办理业务等“急难愁盼”问题,依据总分行特殊客户上门服务流程,在风险可控前提下,针对年龄较大、行动不便等特定老年人群体采取上门服务方式,为老年人提供足不出户的金融服务。“只要

能让我们跑,就绝不让老年人跑”,将高效优质的银行服务暖在老年客户心坎里。

三、用心护老 支付更安全

面对老年客户金融知识相对匮乏,可能陷入电信网络诈骗的现状,网点员工深入社区开展宣传活动,与“银发族”面对面讲解金融知识、深入剖析跨境赌博、电信网络诈骗常见手法、基本套路和典型案例,帮助老年人提升支付结算安全意识。在厅堂,通过网点电视机播放视频、印发宣传手册、员工现场讲解等手段,积极承担老年人服务职责,让老年人了解支付结

算知识,保障老年人合法权益。

四、慧心教老 体验更美好

网点利用手写板为老年人制作了智能手机使用指南,切实解决了他们“不会用、看不清、找不到、打字难”等问题,银行工作人员详细给有需要的客户讲解手机银行使用技巧,线上线下一体化,助力老年人消除支付领域面临的“数字鸿沟”,进一步提升老年客户的金融服务体验。同时大堂经理在VTM自助设备上增设了“一键唤起人工客服”功能,及时发现问题解决问题,为老年人提供更贴心的专属服务。