



扫码看视频

“懒人”如果要出门露营,会选择什么样的装备?春季露营升温,今年,露营设备“极简风”盛行,公园野餐、近郊徒步等靠近城市、门槛较低的户外生活受到青睐,成为年轻人的新时尚风向标。

在这一背景下,过往,家家必备,搭建起来极其费劲的帐篷、天幕没有了往日的畅销。而城市露营装备,如折叠椅、充气沙发、卡式炉、便携咖啡器等装备成为人们户外出行的心头好。同时,消费者进行户外运动的心态也从追求挑战向身心放松悄然转变。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 仝若楠

## 轻户外畅玩,装备盛行“极简风”

帐篷是免搭的、折叠桌做成蛋卷样,连铁锹都可折叠……



长沙一超市内,顾客正在选购充气沙发等户外产品。

全场景适用,轻户外服饰成时尚单品

近几年,轻户外的风更是刮到了服装市场,成为一种时尚潮流。3月25日,记者在万象城负一层看到多家服饰品牌上新了轻户外系列产品。其中acmeitem爱棵米(万象城店)特意在门口的展示区域设置了“骑友交头点”宣传单车骑行户外运动。不远处的蕉下(万象城店)内随处可见“轻量化户外化”的标语。据了解,2023年蕉下开拓出“轻量化户外”全新品类,精准切入一公里生活圈、城市户外、城郊户外以及山野户外等场景。

作为专业的户外攀登品牌,凯乐石近年来也加入轻量化赛道,3月25日,记者在凯乐石(万象城)看到店内的仿造岩石肌理墙壁、艺术装置等设计均围绕登山户外场景,店员正在为顾客推荐一款入门级硬壳冲锋衣,“这款设计更修身,虽然轻薄,但防水防刮的功能毫不逊色。”店员说。据现场一顾客反馈,冲锋衣轻量化设计后四季可穿,户外活动时更舒适,无束缚感,很适合入门新手。记者在其天猫旗舰店看到,其中一款轻量升级的LT冲锋衣,全网销量4万件,远高于店内其他冲锋衣款式销量。

说走就走,轻户外“拿捏”年轻人

轻户外是如何轻松拿捏年轻人的呢?相较于“硬核户外”,轻户外不必远行,家门口的公园、城市周边的田野都能成为目的地。装备无昂贵的投入,简单轻便的行头就能满足,行程安排也不必详细制定计划,带上一份“说走就走”的松弛心态,即可出发。

90后的小樊(化名)告诉记者,在轻户外出现前,她一度认为自己属于“不爱户外运动”的群体,“后来我认识到运动的目的一方面是为了强健身体,另一方面则是吸氧洗肺、放松身心,那么只要朝着这个目标走,怎么方便怎么来”。

“无需驱车前往山地,在家附近的公园简单搭个桌子,再带两个躺椅就很舒服了,如果选择阴凉处,甚至不需要再买帐篷。”郭女士自从工作后会定期和朋友户外露营,让她觉得有意思的是,随着对露营的了解更深入,他们的装备没有变得更复杂,反而逐渐从简,同时在心态上发生了较大的改变,“从最开始的追求难度和挑战,到现在更多的是注重自己体验后的感受。”在随机采访中,不少市民都认为轻户外是为自己精神“快充”的一种便捷方式。

从征服自然到治愈自我,轻户外还发展为年轻人的新型社交货币。市民周先生坦言:“每次和朋友周末约徒步更像一场聚会,走累了就歇歇,徒步时聊聊,无需有突破任务的压力。”在他看来,轻户外除了通过美景舒缓心情,还能满足他的线下社交需求。

轻户外人群占比高达九成  
运动场景向城市靠近

伴随全民运动意识提升和户外运动类型的多元发展。“户外运动”被赋予了更为广泛的意义,并呈现出鲜明的轻型化走向。艾瑞咨询《轻量化户外行业白皮书》数据显示,当前户外人群总量共约5.4亿,其中轻量化户外人群占比高达93.2%。

一位从事户外用品销售十余年的业内人士指出,“轻户外”是指融合休闲运动的活动形式,对体能和专业技能要求不高,“适合刚入坑户外的新手,提倡轻装上阵,一方面降低了出行的成本,另一方面也减轻了消费者在户外游玩时的负担,同时还能帮助大家探索更多户外活动的范围”。

轻户外背景下,人们的活动范围逐渐靠近城市,在小红书平台,话题#城市轻户外#已有超3000万的浏览量,许多网友在社交媒体平台晒出自己的户外活动,“无论是一次绿道骑行、爬山徒步、公园露营,还是一场短途周边游,只要走出门吸氧就可以视为户外。”网友波姐(化名)说。

因此,距离不再成为人们探索自然的束缚。马蜂窝发布报告指出,超过80%的年轻人认为周末短途出行比远行更重要。此外,美团和大众点评数据显示,2024年“徒步”搜索量同比增幅近100%，“徒步一日游”“爬山徒步”等关键词增幅均超过400%。

化繁为简,户外装备兼具多样功能和轻量设计

3月25日,山姆超市一进门区域的货架上整齐摆放着多种户外商品,并在墙上立体展示了帐篷、手推车和充气沙发等产品实物。记者注意到,除了常见的天幕帐篷和折叠椅,更为细致和体贴的户外用品逐渐增多。首先是功能呈现细分化趋势,例如野餐用具中的多功能煎煮锅套装和拉杆带轮保温箱吸引不少顾客驻足,桌子和椅子都升级为多档调节。同时,多款产品功能设计贴心,更有专为“懒人”设计的产品,如折叠桌为方便携带做成了蛋卷样式,野餐垫直接升级为了懒人充气垫……“感觉这些产品就是为年轻人设计的,主打一个省心省力。”现场一对情侣说。

虽然功能变多了,但装备的设计却越来越简单。3月25日,开福区万达和梅溪新天地的迪卡侬在入口处或结账区域搭好帐篷,放置好小桌子和躺椅,模拟露营场景,以此吸引顾客目光。在这里户外产品种类齐全,其中不乏各种“宝藏”户外单品,从简易快捷的烧烤炉到多种形态的小照明灯,就连铁锹都是可折叠的。“折叠的当然方便,小小一个,一拎即走。”长沙市民周先生告诉记者,由于车后备箱空间有限,他今年选购的产品中许多都是便携折叠款。

嫌搭帐篷麻烦?为此,商家们使出浑身解数帮年轻人解放双手。走访发现,迪卡侬售卖的帐篷已由搭建式升级为充气式和速开式,“速开帐篷是自立式结构,搭建和拆卸都更快速。另外一款还不用穿杆,一充就好,堪称‘移动城堡’”长沙市民郭女士分享。此外,牧高笛品牌也推出全自动免搭、充气式易搭和轻量化铝杆等新型露营帐篷。

在线上平台,记者看到不少商家在商品图片中标注“轻装”“轻量”和“超轻”等形容词,不少露营产品强调低成本、易携带和好收纳,覆盖背包、登山杖、折叠椅、小桌板等热门产品。部分店铺在商品分类栏中,将“轻量化徒步”“城市户外”等类别单拎出来,铝合金、碳纤维等复合材料正在取代传统的金属和厚重塑料。可见,“轻量化”正成为户外用品市场不可阻挡的发展趋势。

