

— 2022 —
户外休闲
风行报告

URIDE BUS STOP



PART 01 前言



今天，你「户外」了吗？

PREFACE

从一小部分人的专属“游戏”，到人人皆愿参与的休闲玩法，后疫情时代为“户外休闲”赋予了全新的内涵。

过去，“户外运动”对大多数人来说，意味着长途跋涉、挑战自我、突破极限。近年来，放慢了远行脚步的年轻人，在致力于挖掘身边新鲜玩法的同时，也让户外变得更加“平易近人”。郊区的露营野餐、城市的探索骑行、公园绿道上的徒步……新时期的户外可以轻松融入每个节假日，每个周末，甚至每一天。

关于户外休闲的参与人群，马蜂窝数据显示，一线和新一线城市是众多户外潮流项目的发源地，二者以 65% 的比例引领着户外休闲的风向。二线及三四线城市近年来增长势头明显，占比之和达到 35%，这一部分的比例也会越来越高。我们看到，90 后们开始扛起鱼竿去征服江河湖海，骑行也可能仅需一辆共享单车，就可自由穿梭在城市的每个角落。从一线、新一线城市兴起，到如今二三线城市迎头赶上，“户外休闲”成了真正意义上的全民活动。

“微度假”的风行也让身边的户外场景被利用得淋漓尽致，以往需要奔赴海边，或在专业的训练水域才能玩到的桨板，如今成为身边护城河中的一道风景线。露营的帐篷也从森林、沙漠、草原搭到了城市周边。在年轻人们的新户外观念里，拥抱自然、放松身心、尽情享受运动带来的快乐才是第一要义。

户外场景的拓展为户外休闲市场带来了巨大的机遇，同样也带来了不小的挑战。如何在有限的身边空间开发出无限的新鲜玩法？如何吸引零基础的运动“小白”积极参与其中？随着飞盘、陆地冲浪、腰旗橄榄球等新兴潮流运动的崛起，旅游从业者在探索中不断完善解决方案。

本报告对户外休闲人群画像、户外活动的发展变化、热门玩法等相关旅行玩乐大数据进行梳理及分析，展示“户外休闲”市场的发展趋势，为新时代的“新玩法”提供有效参考。

PART
02

户外休闲进入
「全民时代」



新时期的户外——更简单、更休闲

两年前，提到“户外”这个词，大多数时候是与专业运动联系在一起——徒步、登山、骑行等对体力及装备要求较高的户外极限运动就是大家的所有想象。但随着“微度假”等旅行玩乐形式的盛行，追求新奇和个性体验的年轻一代为户外赋予了全新的定义。以往高门槛的户外运动和如今走出家门亲近大自然的户外休闲，都可以称之为一次完美的户外体验。

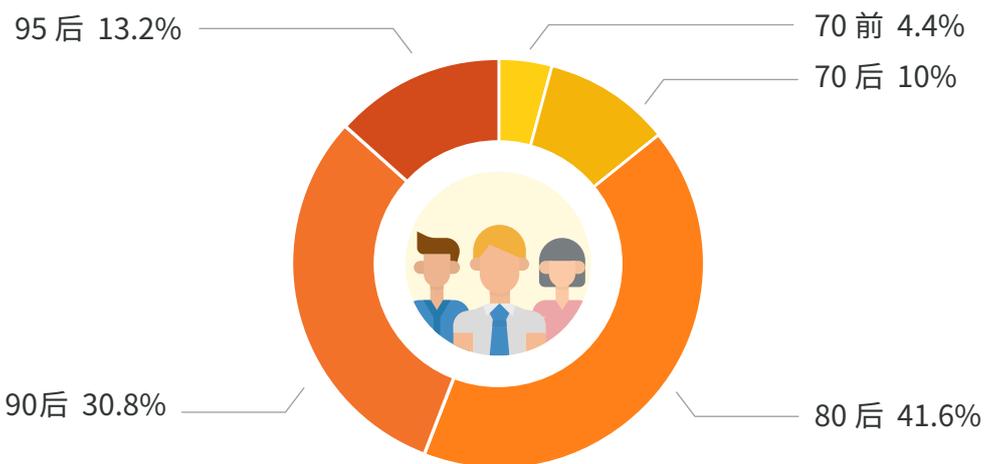


大城市的年轻人最爱户外休闲

90后新青年：户外活动“弄潮儿”，占比44%

爱玩会玩的90后和95后新青年不仅是微度假的忠实拥趸，也是众多户外休闲活动的潮流引领者，两者占比达到44%。80后作为亲子客群的主要构成部分，以41.6%的比例成为户外休闲活动的第二大群体。

近一年户外休闲人群年龄分布



户外休闲对女性的吸引力与日俱增

在传统的登山、徒步穿越等户外项目中，男性参与者比例稍高于女性，而如今的户外活动，女性则以 66% 的绝对优势占据主导。她们不仅乐于参加精致露营、桨板瑜伽、郊野徒步等休闲活动，对飞盘、腰旗橄榄球、棒球等竞技型的潮流运动的参与同样十分踊跃。

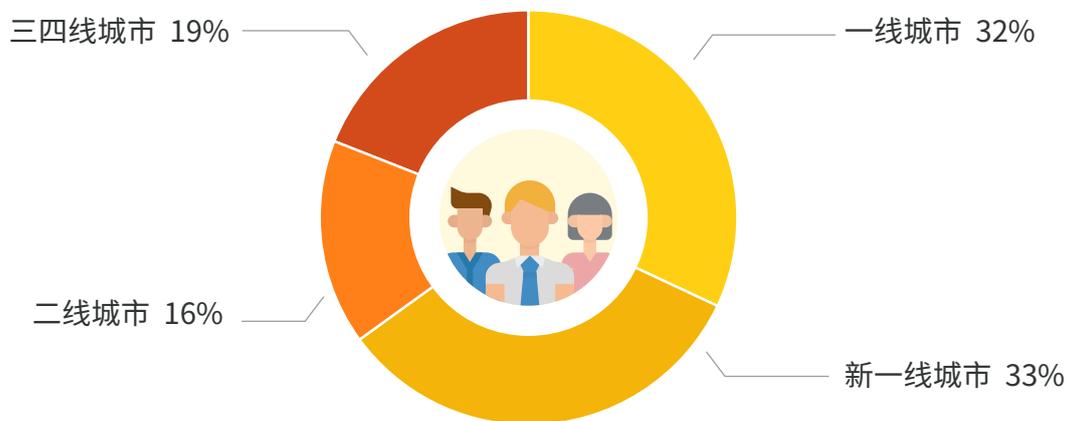
近一年户外休闲人群性别分布



一线及新一线城市引领潮流，二三线城市迎头赶上

马蜂窝关于客源地的数据统计显示，一线和新一线城市是众多户外潮流项目的“发源地”，二者以 65% 的比例引领着户外休闲的风向。二线及三四线城市近年来增长势头明显，占比之和达到 35%，与一线及新一线城市渐成鼎足之势。

近一年微度假人群客源分布

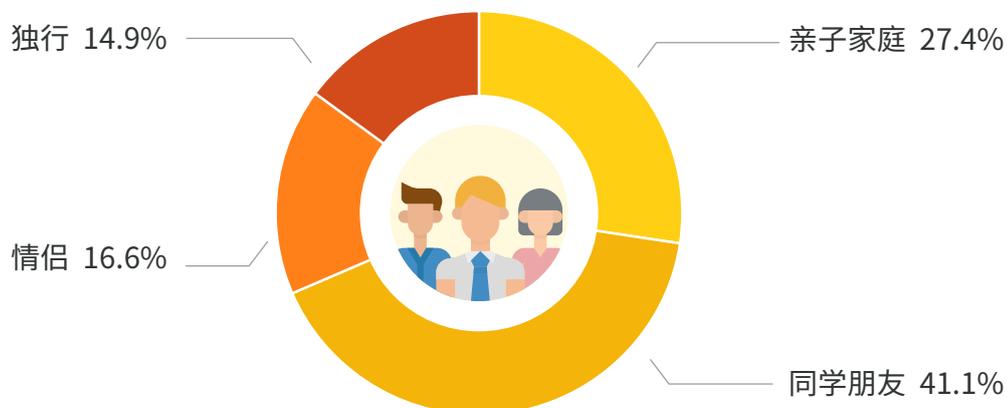




可以和志同道合的伙伴分享快乐， 也可以拖家带口共享温情时光

41.1% 的年轻人选择和同学朋友一起进行户外玩乐，各类运动在户外休闲活动中所占的极大比重，决定了他们更愿意和拥有相同兴趣圈层的同学或朋友一起乐在其中，亲子家庭以 27.4% 的比例位列其后。

2022 户外休闲人群结伴类型



户外从娃娃抓起——玩法与品质并重的亲子户外

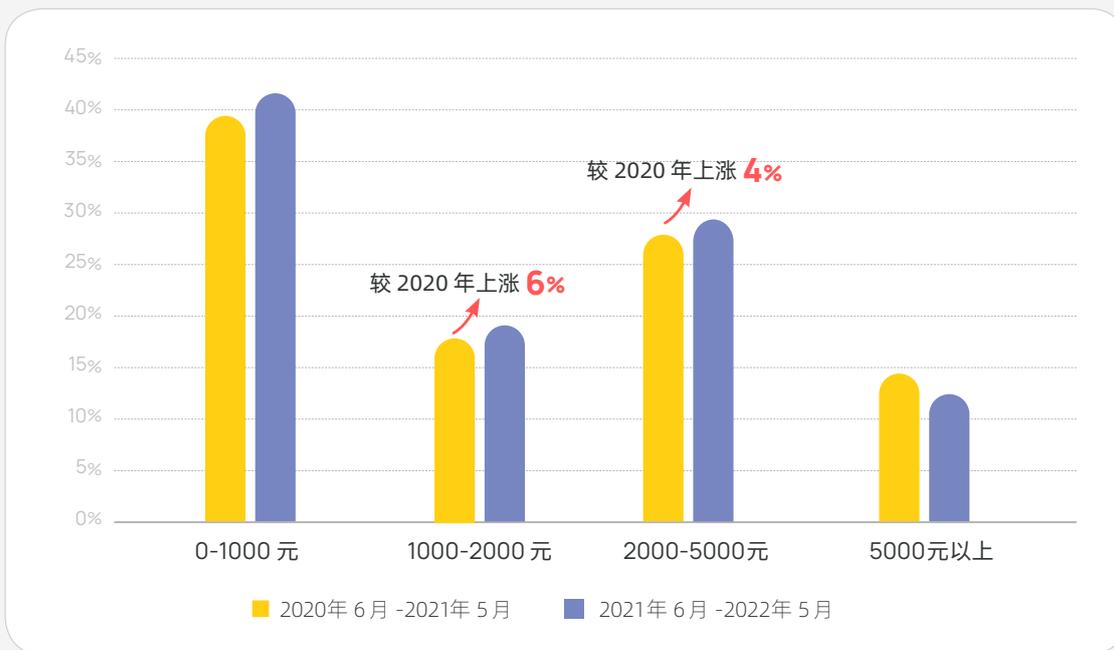
户外“遛娃”蔚然成风

疫情之后对于健康生活方式的重视，使得年轻父母的“遛娃观”发生了巨大转变，亲近自然取代了看动画片，户外运动取代了课外辅导，这些都成为了家长们的新习惯。数据统计显示，马蜂窝站内近一年以来亲子户外相关内容较之上年同期增长了47.8%，同城社区活动中的亲子类户外活动同样报名火爆、一票难求。

安全、高性价比的户外体验是带娃父母的首选

与上年同期相比，近一年，1000-2000元消费区间的亲子客群数量比去年同期增长6%，2000-5000元消费区间的亲子客群数量较上年同比增长4%。年轻家长在亲子户外项目的选择上并不盲目，除了将安全保障和活动品质放在首位，也更关注知识性与趣味性，并将性价比作为重点考量的要素。

近一年与上年同期亲子户外客群人均消费区间



PART
03

户外「弄潮儿」 都在玩什么



露营，人见人爱

从“荒野求生”到“精致享受”

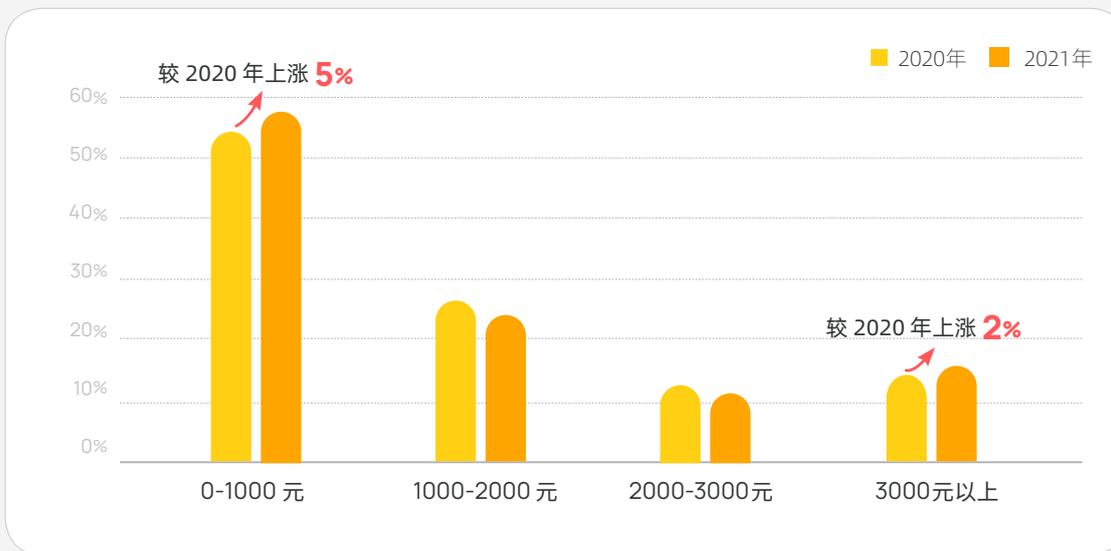
适合城市的精致露营真正进入了国民视野。露营场景从山林、沙漠、草原来到了城郊的湖畔、树林甚至是城市里的公园，露营的目的也从类似“野外生存”变成了周末短暂逃离都市的休闲放松。

触手可及的体验让露营成为名副其实的户外“顶流”。截至2022年6月，马蜂窝站内“露营”相关内容发布量已经连续两年同比增长150%以上。

可“平价”可“奢华”，提升“氛围感”的装备不断增加

露营消费可以称得上“丰俭由人”，在大自然的治愈力之下，即便没有高级的帐篷，简单的天幕装备也能让人自得其乐。数据显示，千元以内的平价露营是绝大多数消费者的选择，另一部分精致玩家或是“装备党”则愿意花大价钱升级装备，灯串、充气沙发、投影仪、手冲咖啡用具等提升“氛围感”的物品也让他们乐此不疲。

2020-2021年自由行人群露营消费区间分布

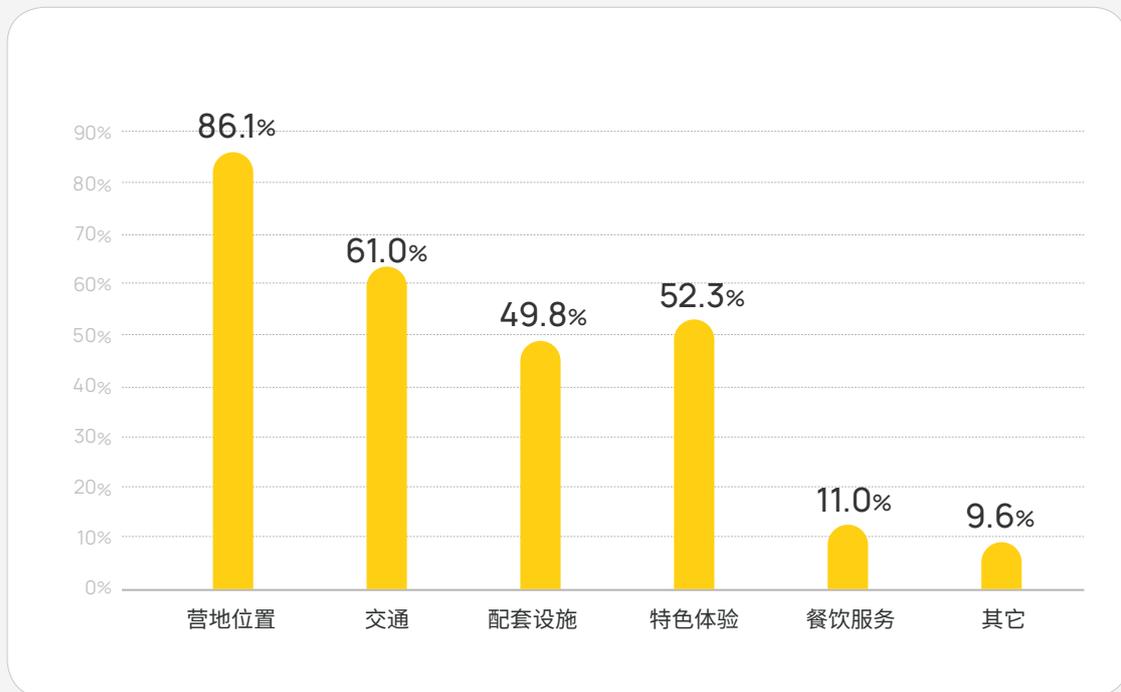


体验至上，“躺平”之余还要玩得尽兴

经过两年多的蓬勃发展，露营在中国仍旧稳坐后疫情时代户外活动头把交椅。马蜂窝对露营消费决策因素的调查显示，“营地位置”以86.1%的绝对优势成为影响露营消费对的首要因素，“交通”以61%的比例紧随其后。值得关注的是，“特色体验”以52.3%的比例超过“配套设施”等条件，成为了影响露营消费决策的又一重要因素。

年轻人对“新玩法”的追求促使露营产业不断进化，露营+飞盘、露营+桨板、露营+徒步等特色体验逐渐成为营地标配，单纯的露营已经成为过去式，对于他们来说，“露营”的尽头是“露营+”。

影响露营人群消费决策的因素（多选）



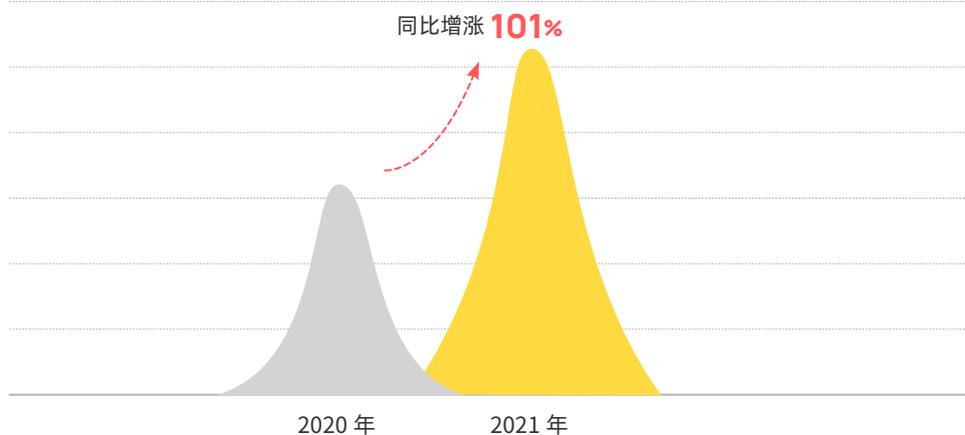
后疫情时代的徒步 “飞入寻常百姓家”

徒步新印象：门槛降低，全民参与

报告的“徒步”部分，由马蜂窝与国内极具影响力的户外资讯、旅行、装备一站式平台“徒步中国”合作完成。

根据其数据洞察显示，从专业人士参与的野外登山或是穿越徒步，到全民参与，低门槛且能够混搭多种玩法的休闲徒步，徒步概念在大众认知中的转变带来了参与人数的不断攀升。在马蜂窝 APP 中，2021 年徒步相关内容量较之 2020 年增长达 101%。

马蜂窝站内“徒步”相关内容量



徒步印象

过去

戈壁 沙漠 穿越
登山 野外露营 雨林
装备 荒野求生

现在

周末 郊野公园 赏花
休闲步道 拍照打卡
City walk 野餐 放松

90后、95后一线城市青年引领徒步热潮

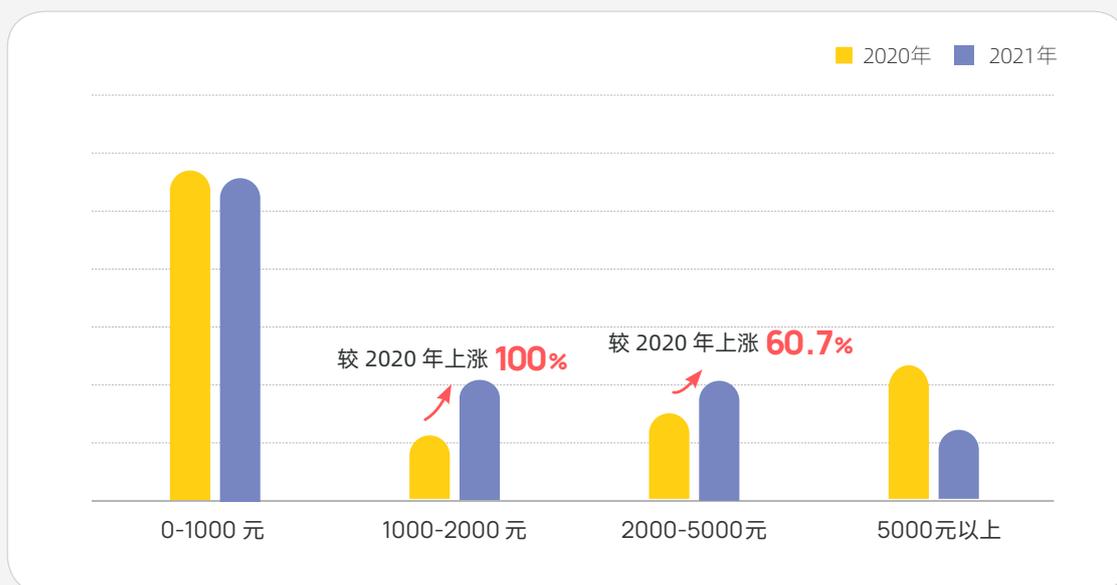
徒步中国数据显示，近年来徒步人群的年轻化趋势非常明显，90后、95后逐渐成为徒步活动的参与主力。城市休闲徒步客群主要集中在一线及新一线城市，这些城市大多建有完善的步道，可供徒步的城市公园及周边景区资源丰富，市民可以利用周末或是其它闲暇时间，轻松完成一场徒步之旅。曾登上马蜂窝“2021中国新秘境”的福道、北京雁栖湖西山步道以及广州的云路，都是深受当地年轻人关注的城市步道。

“艰苦跋涉”占比有所下降，年轻人徒步享受两不误

马蜂窝数据显示，2021年，人均2000-5000中高消费区间的徒步客群占比较之2020年增长达60.7%，其中1000-2000消费区间的客群比例涨幅超过100%。

“徒步中国”也在对徒步客群的调查中发现，年轻一代参与者不再把徒步当作一次“苦行”，他们对活动的品质要求日渐增高，会在行程中选择相对舒适的食宿环境，也愿意为更专业的装备买单。

2020-2021 徒步客群人均消费区间

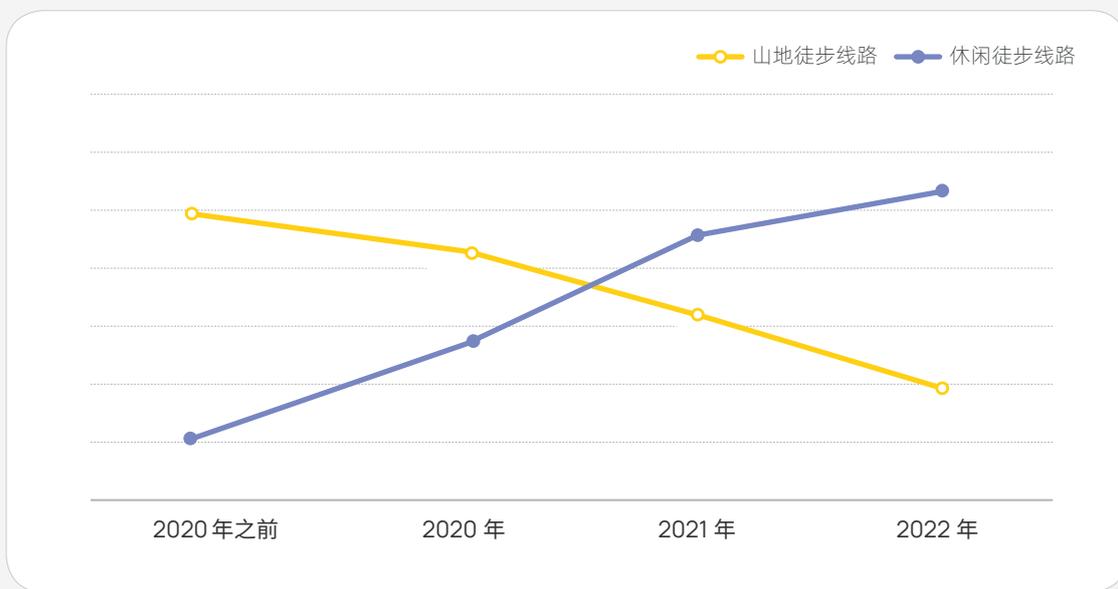


专业场景和休闲场景各得其乐

徒步之所以能够成为全民参与的户外休闲新方式，其原因主要在于不同圈层的人都能从中获得满足感。从马蜂窝用户的偏好来看，徒步玩家希望通过征服山地等高难度线路获得挑战自我的满足感，对装备和专业水平均有较高的要求；而对“非专业人士”来说，徒步也可以是“茶余饭后”亲近自然或是探索城市角落的一种轻松方式。

以“徒步中国”为代表的专业机构主要以组织经典线路徒步为主，2020年以前，山地线路占比高达95%。2020年之后，这部分线路占比在疫情影响下降明显，相对的，决策成本低，行程时间短，相对轻松的东部地区徒步线路，以及城市休闲徒步“异军突起”，成为了人们户外休闲活动的主流选择。

热门徒步线路类型对比



四季皆可徒步!

徒步活动对环境因素要求不高，几乎每个季节都有适合徒步的线路，“徒步中国”等专业组织会“因时制宜”设计线路，在该线路最好的季节前往，无论景色还是体验度都是最好的。

“徒步中国”的洞察显示，春秋两季是传统意义上的徒步最佳季节，各地的景色和气候在这两季达到最佳，为徒步增添不少乐趣。新疆、西藏、青海、四川、贵州为代表西部及西南地区是暑期的徒步热门地区，领略自然美景的同时还可避暑。冬季徒步主要集中在温度适宜的东南部地区或是海拔 3000-4000 米的西部山地。高海拔地区冬季白日阳光温和，徒步旅行者能够在体感温度上达到绝佳的平衡。



骑行的魅力：或休闲，或运动

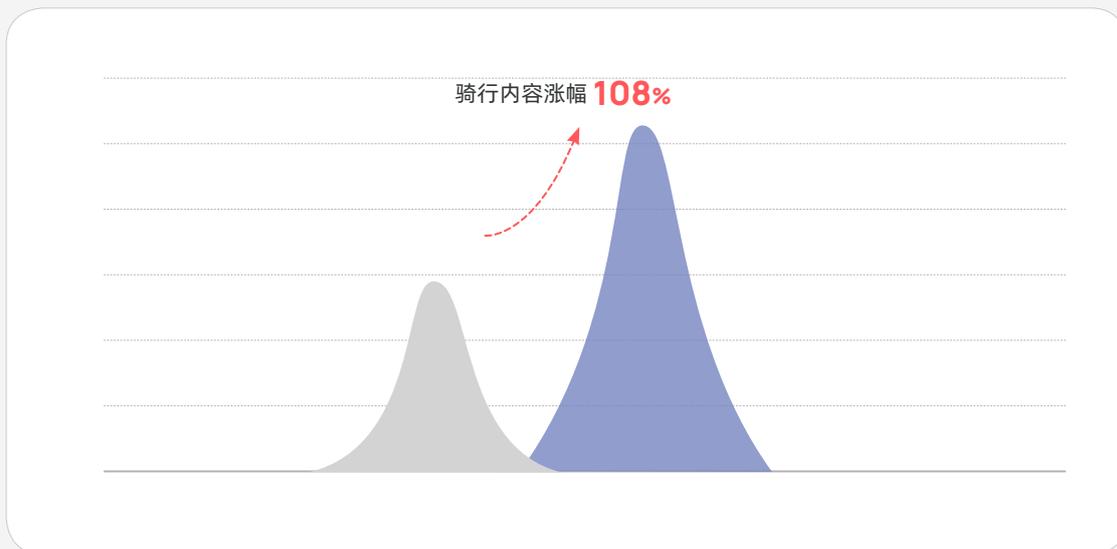
本报告的骑行相关内容，由马蜂窝与中国专业的视频自行车媒体 CLUB100 共同合作。

骑行，是一种很好的集运动、休闲和文化于一体的潮流体验。在国内，共享单车的出现，是骑行“复兴”的重要标志。最初，共享单车是为了解决上班族从地铁站、公交车站到目的地的最后一公里问题，或是短程的城市穿梭问题。逐渐地，大家对骑行的接受度越来越高，更多接驳方式开始考虑骑行。比如，周末去博物馆打卡、去网红店吃早午餐，年轻人都愿意选择骑行的方式。

CLUB100 创始人邹成认为，目前，北京和上海仍然是骑行运动的重镇，这与城市发展水平直接相关。骑行主要是休闲和运动两大类。近年来，随着经济水平的提高，骑行成为年轻人选择更多的出行方式，甚至会购买上万元的专业骑行自行车出行。与此同时，另一类人群也在增多，这类人群将骑行作为运动用心钻研，每天或者每周有固定的时间专门用来骑行。

马蜂窝旅行玩乐大数据显示，2020 年至今，平台上关于骑行的数据已经增长 108%。

近两年骑行内容涨幅





在马蜂窝的新玩法中，骑行也是最受欢迎的方式之一。马蜂窝“周末请上车”同城活动在北京、成都和贵阳均举办过城市骑行活动，相关负责人介绍道：“我们的活动提供专业车辆和领队，既可以在城市骑行，也可以把大家带到郊区穿梭在林间小道，这是城市青年减压的好方式。”

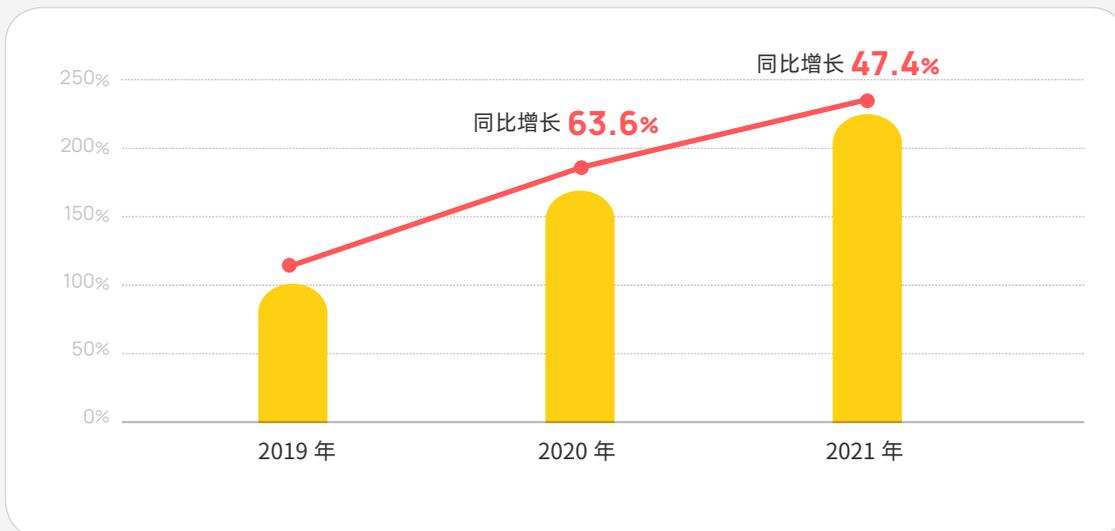
以英国经典折叠单车品牌 BROMPTON 为例，原装的 Brompton 产量少，价格高，2020 财年，Brompton 在中国的整车销量相比 3 年前翻了 10 倍，从每年的几百台卖到了几千台，疫情后，其在中国的销量大概占总销量的 10%。“如果不是疫情限制了产能，可能会卖得更多。”相关人士分析。

钓鱼也属于年轻人

后疫情时代，钓鱼这项几乎是中老年户外活动代名词的运动在年轻群体中悄然兴起。致力于解锁更多“微度假”玩法的他们，在无法远行的日子里扛起了钓竿，在城市中以及城市周边的水域里找到了既能亲近自然，又有“收获”的乐趣。

作为年轻人用的更多的旅行玩乐 APP，马蜂窝的大数据是年轻一代的玩法潮流风向标。数据显示，2020 年马蜂窝站内“钓鱼”相关内容量较之疫情之前的 2019 年同比增长 63.6%，2022 年较 2021 年又同比增长 47.4%。

马蜂窝站内“钓鱼”相关内容量

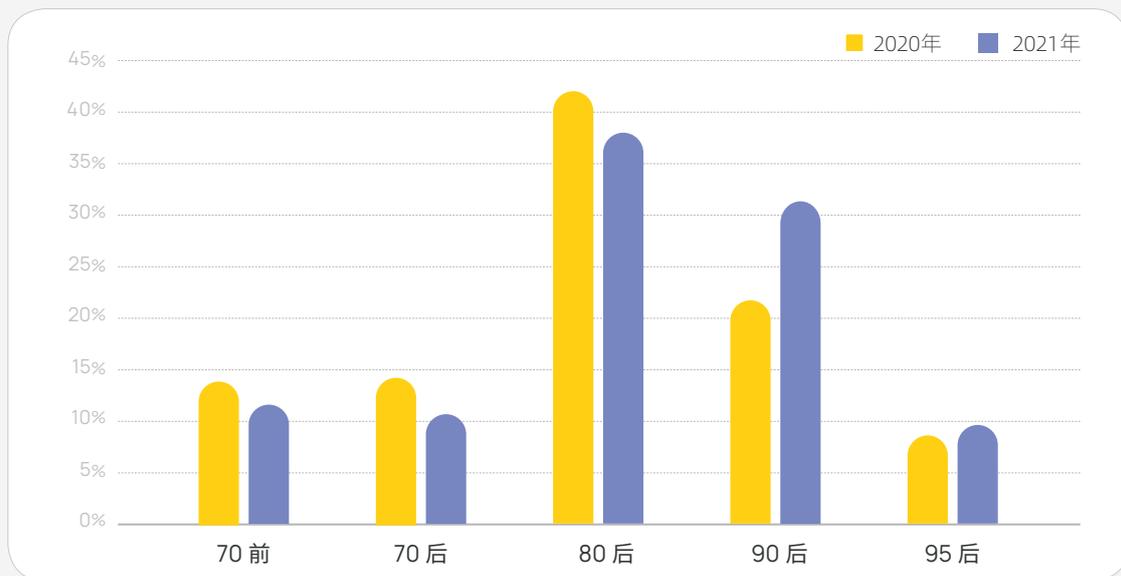




图片来自 马蜂窝用户 @ 西沙群岛小伍哥 (成都)

2021年，垂钓人群的年轻化程度较之2020年愈发明显，钓鱼大军中的90后、95后青年持续增长。数据显示，90后在2021年钓鱼人群中占比达到了30.8%，成为了这项运动不可忽视的“生力军”，较之上一年增长了8.7%。

2020、2021 参与钓鱼活动的用户年龄分布



什么是“路亚”？

在大家分享的“钓鱼”相关内容中，十有八九会提到“路亚”。

路亚来自于Lure(引诱、诱惑)一词的音译，是模仿弱小生物引发大鱼攻击的一种方法。这种钓鱼方法讲究技巧，需要竿、饵、轮的综合操作，不仅需要钓者全身运动，DIY各种吸引鱼儿的路亚产品也是年轻的钓鱼玩家们的乐趣所在。

年轻钓友把这项“静止”活动玩出了“动感”

比起传统钓鱼活动“坐等上钩”的佛系，年轻人更倾向于主动出击。于是，最早流行于欧美的路亚成为了年轻钓友们的最爱。他们用路亚等“进击的新钓法”打破了钓鱼的固有印象，将这项“静止”的活动玩成了紧张激烈的全身运动。

“路亚”中最负盛名的玩法莫过于“飞蝇钓”，即模拟飞行中落水的昆虫，拟饵多用羽毛来制成昆虫的样子。尽管对于装备和技术都有着较高要求，乐于挑战自我的年轻人仍旧为之“前赴后继”。

常见热门钓鱼玩法



户外潮流运动集体走入“聚光灯下”

户外运动休闲化 “冲浪”成日常，桨板不受限

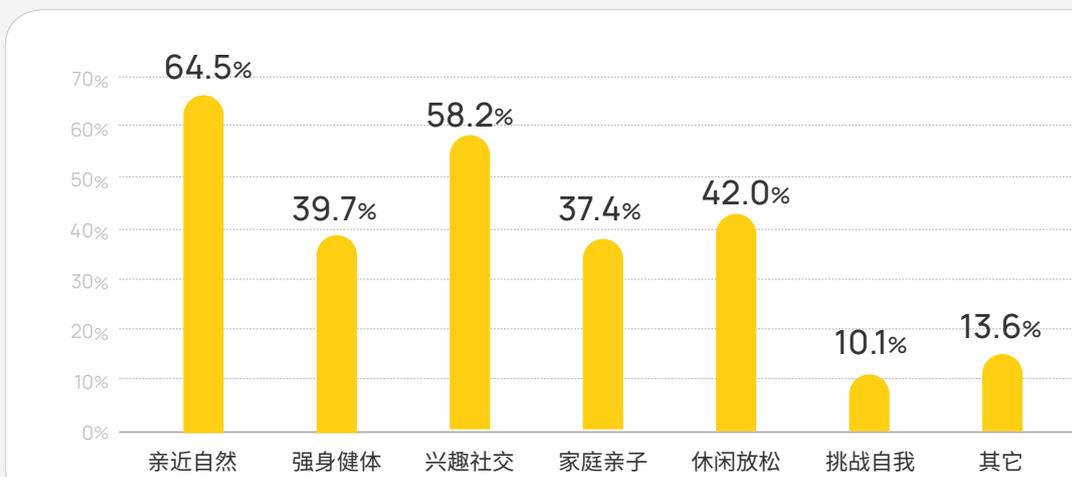
过去只有专业人士参与的小众户外项目逐渐走向大众，活动场景也在不断延伸。在2021年初见风头的桨板成为了2022年火遍社交网络的户外玩法之一。以北京地区为例，除奥林匹克森林公园、金海湖等场地之外，亮马河、昆玉河、甚至护城河都可以成为桨板青年的活动场地。

冲浪也不再意味着要奔赴海边，起源于滑板的“陆冲”（陆地冲浪）需要玩家利用身体反拧等姿态变化发力，依靠左右倾斜变换来前进，和冲浪在动作上的关联性，使得“陆冲”成为内陆青年在家门口就能享受到的冲浪“平替”，弥补他们去不了海边所缺失的乐趣。

有社交属性的户外项目更受欢迎

马蜂窝对年轻用户的调查显示，2022年，亲近自然仍旧是户外活动的主要诉求，占比高达64.5%。兴趣社交首次超过休闲放松、强身健体、家庭亲子等主流因素，以58.2%的比例成为影响年轻人户外休闲消费决策的第二大因素。越来越多的年轻人渴望通过户外活动结识同好，分享快乐。

年轻人对于户外休闲活动的兴趣点（多选）



这些潮酷小众玩法你听过多少？

新户外时代，年轻人正在身体力行地通过解锁更多“玩法”来不断丰富自己的本地玩乐生活。飞盘、腰旗橄榄球等小众且潮酷的运动之所以能够走红，主要原因在于这些活动既能满足城市青年的线下娱乐需求，又能极大地满足他们的分享欲。他们在马蜂窝等社交平台的分享内容，又能吸引更多用户关注到这些小众运动并参与其中。

马蜂窝通过“周末请上车”这一同城玩乐 IP，带领年轻人们奔跑在新玩法的最前沿。迄今为止，“周末请上车”已经在北京、贵阳、成都三个城市落地，用露营、探洞、桨板瑜伽、飞盘、骑行、Spike ball（迷你排球）、飞蝇钓、溯溪、陆冲等不同主题的周末活动引领着当地的户外玩法潮流。





飞盘



瀑降



图片来自马蜂窝用户 @ 大大大大脑斧

皮划艇



尾波冲浪



滑翔伞



洞穴潜水



PART
04

户外
趣味榜单



2022 热门露营地 TOP10

排名	露营地	城市	省份
1	小鱼洞国际露营公园	成都	四川
2	星乐度·露营小镇	珠海	广东
3	敦煌沙漠露营	酒泉	甘肃
4	风吹岭露营基地	重庆	重庆
5	太湖湾露营谷	常州	江苏
6	北迹露营 (1号营地)	广州	广东
7	密云日光山谷营地	北京	北京
8	武功山帐篷露营	萍乡	江西
9	羽曳·鸭池河营地	贵阳	贵州
10	华山露营	渭南	陕西

2022 热门骑行线路 TOP10

排名	骑行线路	省份
1	环洱海骑行	云南
2	千岛湖环湖骑行	浙江
3	桂林十里画廊骑行	广西
4	西安古城墙骑行	陕西
5	妙峰山骑行	北京
6	杭州龙井爬坡骑行	浙江
7	厦门环岛路骑行	福建
8	郭亮村壁挂公路骑行	河南
9	环太湖骑行	江苏
10	茅台 - 赤水专道骑行	贵州

2022 热门经典徒步线路 TOP10

排名	徒步线路	城市	省份
1	雨崩徒步	迪庆州	云南
2	腾格里沙漠徒步	阿拉善左旗	内蒙古
3	四姑娘山徒步	阿坝州	四川
4	贡嘎穿越	贡嘎	西藏
5	梅里北坡	迪庆州	云南
6	漓江徒步	桂林	广西
7	呼伦贝尔草原徒步	呼伦贝尔	内蒙古
8	青海湖徒步	—	青海
9	扎尔那徒步	甘南州	甘肃
10	南太行徒步	新乡	河南

2022 热门城市徒步线路 TOP10

排名	徒步线路	城市	省份
1	九溪烟树徒步	杭州	浙江
2	森林步道徒步	福州	福建
3	山城巷徒步	重庆	重庆
4	京西古道徒步	北京	北京
5	黄浦滨江沿岸徒步	上海	上海
6	云路徒步	广州	广东
7	东西涌海岸线徒步	深圳	深圳
8	平江路古道徒步	苏州	江苏
9	湘江沿路徒步	长沙	湖南
10	雁栖湖西山步道徒步	北京	北京

2022 热门攀岩目的地 TOP10

排名	攀岩线路	城市	省份
1	白山攀岩	阳朔	广西
2	白河攀岩	怀柔	北京
3	八台山飞拉达攀岩	达州	四川
4	格凸河攀岩	安顺	贵州
5	南宫山飞拉达极限攀岩	安康	陕西
6	老君山黎明景区飞拉达铁道攀岩	丽江	云南
7	春秋寨飞拉达攀岩	襄阳	湖北
8	月亮山攀岩	阳朔	广西
9	万仙山攀岩	郭亮	河南
10	南江大峡谷攀岩	贵阳	贵州

2022 热门冲浪胜地 TOP10

排名	冲浪胜地	城市	省份
1	日月湾	万宁	海南
2	后海村	三亚	海南
3	清水湾	陵水	海南
4	石梅湾	万宁	海南
5	富力湾	陵水	海南
6	双月湾	惠州	广东
7	西涌海滩	深圳	深圳
8	石螺口海滩	涠洲岛	广西
9	汕尾 88	汕尾	广东
10	石老人海水浴场	青岛	山东

马蜂窝

马蜂窝，中国最大的旅行玩乐社区，也是中国年轻一代用得更多的旅游 APP。得益于“内容 + 交易”的核心优势，马蜂窝更理解年轻人的偏好，让复杂的旅游决策、预订和体验变得简单、高效和便捷。

马蜂窝是旅游社交平台，是数据驱动的新型旅游电商。提供全球 60,000 个旅游目的地的玩乐、交通、酒店、景点、餐饮、购物、用车、当地体验等信息和产品预订服务。

基于 10 年的内容积累，马蜂窝通过 AI 技术与大数据算法，将个性化旅游信息与来自全球各地的旅游产品供应商实现连接，为用户提供与众不同的旅游体验。马蜂窝独有的“内容获客”模式，高效匹配供需，助力平台商家提升利润率，并重塑旅游产业链。

自 2010 年公司化运营以来，经大量旅行者自主分享，马蜂窝社区的信息内容不断丰富和完善，每月帮助上亿旅行者出行，成为年轻一代首选的“旅游神器”。与父辈们常用的传统在线旅游网站 (OTA) 相比，马蜂窝更潮、更酷，深谙“年轻一代的选择”，帮助他们从不同角度，重新发现世界。

出门玩之前，先上马蜂窝！



扫描二维码下载马蜂窝 APP