

现在流行“轻户外”

中国经济网记者 赵雪霏



近年来,露营、骑行、徒步等户外运动走进大众的日常生活,成为休闲新风尚。《中国户外运动产业发展报告(2024—2025)》显示,我国户外运动参与人数已突破4亿人,行业发展潜力持续释放。

依托庞大消费需求,户外运动产业持续扩容,串联起装备制造、赛事运营、研学体验、文旅场景等多元产业链条,成为拉动内需、赋能区域文旅融合与经济高质量发展的全新增长点。

场景迭代升级

在北京南苑森林湿地公园,露营区帐篷林立,不少市民散步慢跑、野餐休憩,享受户外休闲的乐趣。相较于室内健身,依托自然场景的轻户外运动兼具强身健体、情绪治愈、社交连接等多重价值,逐渐成为大众休闲消费的主流选择。

“我感觉在这里找到了另一种生活形态的可能。”家住北京市丰台区的王先生常来这里“补充能量”,他认为户外休闲运动能够有效缓解生活压力,解锁健康、松弛的生活方式。

伴随休闲场景持续完善、大众需求多元拓展,户外运动的内涵与边界正被重塑,实现了从小众极限运动向轻量化、常态化、全民化日常休闲方式的转型。

北京体育大学体育休闲与旅游学院院长蒋依依认为,早期行业内对户外运动的认知,聚焦于山野、长距离、高挑战的专业范畴,受众参与门槛较高,而当下受欢迎的城市轻户外运动,打破了场地、装备、技能的多重限制,将运动场景延伸至城市公园、滨水绿道等,真正融入市民的日常生活。

除了增强体质、排解压力,户外运动也催生了温暖的人际联结。例如,徒步、露营、自驾等户外项目,正通过找“搭子”的方式重塑年轻人的社交逻辑。

近年来,“00后”群体在户外运动中占比显著提升。川西自驾游领队雷涛告诉记者,“00后”的自驾需求并非传统的打卡式观光,更加注重旅途的深度体验与情绪治愈,这也倒逼户外运动业态持续创新升级。

当前,各地户外文旅IP纷纷涌现。广东省肇庆市依托大湾区区位优势与多元地貌,以品牌赛事集聚客流,串联景区、民宿、餐饮业态,实现赛事流量向消费增量转化;广西壮族自治区天峨县依托特色生态景观,培育浆板体验、装备租赁、旅拍等配套产业,打造小众精品户外文旅品牌;贵州省融合喀斯特地貌、民俗非遗与神话传说,打造特色探险路线,实现自然景观与人文体验的深度



融合,走出特色文旅融合发展之路。

业态多元延伸

户外运动热潮持续升温,带动上下游产业链加快发展,形成覆盖装备产销、场景体验、赛事服务、文旅消费的完整产业生态,市场规模持续扩大。北京体育大学发布的报告显示,2025年我国户外运动消费人次超8亿,消费总额突破1万亿元。

户外用品消费规模持续扩大,推动消费需求从基础实用维度向品质化、个性化、潮流化迭代。清华大学经管学院体育产业发展研究中心主任王雪莉分析,随着消费总量的稳步增长,消费者选购户外装备时对舒适度、耐磨度和性价比有了更高要求,也更加注重装备的审美表达、个性化设计与穿搭属性。

当前,户外消费呈现清晰的两极分化态势:入门用户追求高性价比基础装备,注重实用性,资深爱好者、户外发烧友则偏向专业、高端、功能性装备,但不同群体都把更多目光投向了国产品牌。国产户外装备凭借高性价比、全场景适配的优势快速抢占市场份额,获得消费者广泛认可,成为不少户外运动爱好者的首选。

户外运动持续催生多元消费场景,露营赛道也趁势崛起。艾媒咨询预测,2026年中国露营经济核心市场规模预计近3000亿元,2030年有望逼近5000亿元。

各类经营主体纷纷抢抓机遇、创新业态。例如,锅圈食汇推出“锅圈露营”子品牌,将火锅、烧烤等特色餐饮与露营场景深度融合,让用户从“在家吃”变成“在

露营地吃”,推动户外体验业态多元化发展。

痛点亟待破局

户外运动正从昔日的小众爱好跃升为全民参与的潮流生活方式。“十五五”规划纲要提出,推进水域、空域、山地等向户外运动安全有序开放。

但在当前的开发过程中,诸多问题值得重视。以品牌活动为例,优质长效赛事IP供给仍有短板。目前虽涌现出一批特色活动,但具备长期影响力、成熟化的标杆赛事IP仍处于起步培育阶段,且照搬模仿的情况十分普遍。

王雪莉认为,要把自然资源转化为真正优质的户外目的地,需抓住“运动”与“高质量”两大关键要素。一方面要区别于传统文旅开发,立足本地资源禀赋评估场地、基础设施,筛选适配且可持续运营的项目开展针对性规划;另一方面不能只停留在硬件打造上,更要依靠高质量长效运营,结合季节气候策划赛事与特色活动,避免目的地建成后沦为闲置场地。

安全保障仍是户外运动产业发展的瓶颈。中国探险协会数据显示,2025年全国户外探险事故达473起,同比增长41.2%。虽然相关政策持续强化户外安全管控,但不少运营主体仍存在侥幸心理,在风险预案、现场保障、安全提示等关键环

节投入不足。

蒋依依认为,户外运动的规范发展需要政府、行业、平台、参与者协同发力,标本兼治。相关部门应科学划分活动区域,明确野外活动红线,杜绝违规行为;压实运营主体安全责任,严格落实资质审核、人员岗前培训、风险预案演练等制度;开展户外安全科普,提升大众安全意识,尤其要针对城市轻户外、亲子户外群体开展常态化安全宣传。

户外运动产业发展还面临生态保护与旅游开发之间的矛盾。目前,游客随意丢弃垃圾、踩踏植被、私自投喂野生动物等行为屡禁不止;部分地区重利用、轻保护,盲目扩建户外营地,造成植被损毁、水土流失、野生动物栖息地被破坏等难以挽回的损失。

对此,蒋依依认为,应持续推广“无痕户外”理念,通过宣传引导、加强现场监管、建立奖惩机制的方式规范游客的户外行为,把生态保护纳入户外行为基本准则。同时,要健全行业标准与监管体系,压实平台、运营方主体责任,推动整个行业健康、可持续发展。

王雪莉也提醒,户外目的地的建设必须严守生态环保底线,杜绝以开发为名破坏水源、动物栖息地等行为,同时要针对户外运动安全风险完善全流程安全保障体系,统筹生态保护与人身安全两大底线要求。

动漫、游戏周边商品(俗称“谷子”)深受中小學生追捧,“吃谷”也成为青少年圈层的新潮爱好。但媒体调查曝光的乱象却让人揪心不已:部分线下商销售卖的“谷子”,暗藏色情擦边、血腥恐怖、封建迷信等不良内容。更离谱的是,这些问题商品几乎零门槛售卖,悄然侵蚀青少年身心健康,亟需高度警惕、严厉整治。

不良“谷子”肆意泛滥并非偶然,而是多重因素共同作用的结果。很多不良商品外包装标注“18岁+”“12岁+”,但店员从不核实消费者年龄,抱着“学生购买很普遍”的心态随意售卖,年龄约束流于形式。此外,不少问题“谷子”以盲盒形式售卖,外包装毫无破损、大大增加了识别和规避不良内容的难度。此前,市场监管总局已发布《盲盒经营行为规范指引(试行)》,明确要求不得向未成年人销售含有不良内容的盲盒,但在个别逐利商家面前,制度成了一纸空文。

更值得警惕的是,不少商家精准拿捏青少年的兴趣心理,将不良“谷子”包装成“热爱”“陪伴”等情感符号,诱导学生盲目消费、跟风收藏。一些限定款、稀有款“谷子”价格虚高,极易催生未成年人非理性消费行为。

青少年的成长环境容不得半点糟粕。整治不良“谷子”乱象,净化青少年成长环境,需要多方联动、重拳发力。监管部门应加大文创周边、盲盒市场专项整治力度,严查售卖不良内容周边商品、违规向未成年人销售商品的行为,加大抽检曝光力度,提高商家违法成本。商场、实体店及电商平台要主动扛起责任,严格落实年龄分级、内容审核机制,常态化自查自纠,杜绝违规商品上架销售。

学校和家庭也要做好教育引导。学校可通过主题班会、日常宣讲,帮助学生辨别不良文创产品、培养健康的兴趣爱好;家长要多关注孩子的社交圈和消费习惯,及时纠正盲目收藏、攀比消费等行为,引导孩子树立理性消费的价值观念。只有做到监管严起来、商家守底线、家校共引导,才能有力守护青少年的健康成长空间。

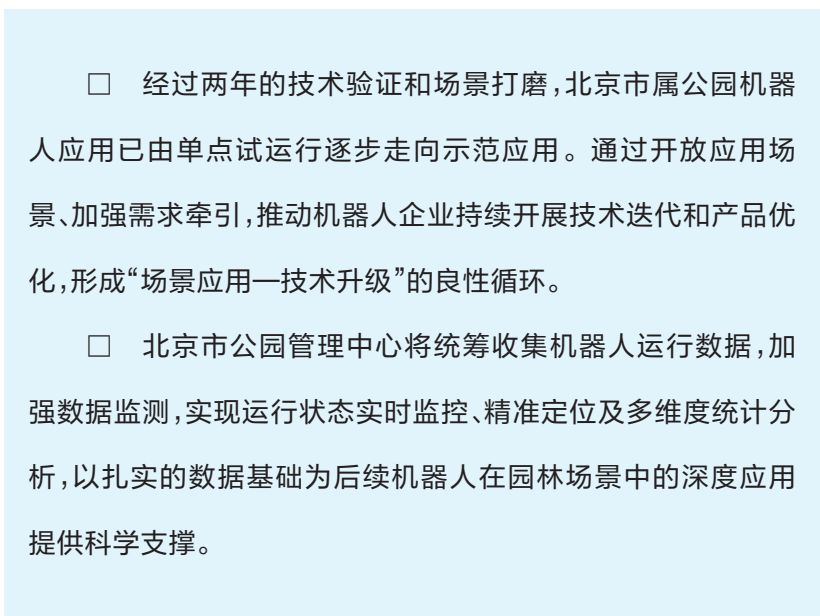
本版编辑 林紫晓 张 可 美 编 倪梦婷

吃了感冒灵为何不能开车 机器人在北京公园上岗

本报记者 杨学聪

□ 经过两年的技术验证和场景打磨,北京市属公园机器人应用已由单点试运行逐步走向示范应用。通过开放应用场景、加强需求牵引,推动机器人企业持续开展技术迭代和产品优化,形成“场景应用—技术升级”的良性循环。

□ 北京市公园管理中心将统筹收集机器人运行数据,加强数据监测,实现运行状态实时监控、精准定位及多维度统计分析,以扎实的数据基础为后续机器人在园林场景中的深度应用提供科学支撑。



今年夏天,颐和园、天坛、北海等北京市属公园迎来一批特殊的“新员工”——首批72台机器人在14家公园投入使用,标志着北京市属公园迈入“机器人+园林”的智慧管理新阶段。目前,北京市属公园机器人应用推广项目全面启动,公园管理模式和游客服务方式迎来变革。

在这批上岗的“新员工”中,有默默守护园区环境的“清洁卫士”——扫地机器人,有不知疲倦的“智能巡查员”——巡护机器人,还有通过自然交互提升服务温度的问询导览机器人,能从岸边、桥面、船上迅速投放使用的无人救援艇,实时监控和动态预警病虫害发生情况的互联网虫情测报灯,构建“声音+图像”协同监测体系的鸟类智能识别设备等。

据了解,2024年北京市经济和信息化局、市园林绿化局与市公园管理中心共同在玉渊潭公园建立全市首个“机器人+园林”创新应用场景试点,率先开展园林机器人试运行。2025年,玉渊潭公园进一步挂牌成立“园林机器人工作站”,为机器人创新技术提供实训场景。截至目前,已有18家企业的23台机器人在玉渊潭公园完成了首试首用。

“目前,我们针对六大场景共租赁了11台机器人。”玉渊潭公园副

等,厂家迅速对产品进行优化升级。”北京有路机器人科技有限公司项目负责人许林波告诉记者,在人流流量大的公园,机器人行进的流畅性是难题。“我们的机器人遇到临时出现的障碍,会自主重新规划路径,而不是在原地等待。”

经过两年的技术验证和场景打磨,北京市属公园机器人应用已由单点试运行逐步走向示范应用。通过开放应用场景、加强需求牵引,推动机器人企业持续开展技术迭代和产品优化,形成“场景应用—技术升级”的良性循环。

在充分总结试点经验基础上,北京市公园管理中心大力推动机器人应用推广工作,围绕清洁清扫、智慧巡检、问询导览、水面救援、绿化养护、生态监测六大业务场景,在颐和园、天坛公园、北海公园、陶然亭公园、玉渊潭公园等14家市属公园部署机器人。

北京市公园管理中心科技信息处副处长周子牛表示,下一步,中心将系统总结机器人在不同公园的性能表现与应用效果,不断总结经验,提升精细化工作水平。同时,统筹收集机器人运行数据,加强数据监测,实现运行状态实时监控、精准定位及多维度统计分析,以扎实的数据基础为后续机器人在园林场景中的深度应用提供科学支撑。

问:近期,国家药监局要求感冒灵口服制剂修订说明书,明确标注服药期间禁止驾车,引发广泛关注。什么是药驾?新规提出哪些硬性要求?服用哪些常用药后不能驾车?

答:所谓药驾,是指驾驶员服用会影响中枢神经、视觉感知、判断力和肢体反应能力的药品后,仍然驾驶机动车的行为。药物可引发嗜睡头晕、视物模糊、反应迟钝、注意力下降等问题,极易诱发交通事故。

世界卫生组织已明确梳理出七大类影响安全驾驶的高危药品,持续提醒各国警惕用药后驾车带来的公共安全隐

多类常用药暗藏药驾隐患

此次国家药监局的专项修订,直指大众最常用、风险最高的感冒灵制剂。感冒灵属于中西药复方制剂,普遍含有马来酸氯苯那敏(扑尔敏),该成分会抑制人体中枢神经,是导致服药后犯困、反应迟钝的核心诱因。

根据新规硬性要求,所有感冒灵颗粒、胶囊等口服制剂,必须统一标注警示:服药期间禁止驾驶机动车、船舶,不得从

事,在服用期间,应严格遵医嘱,且服药期间严禁饮酒。相关药企需在2026年10月15日前完成说明书修订备案,并同步更新全部产品包装与宣传资料。

除感冒灵外,日常生活中多类常用药暗藏药驾隐患。主要包括含第一代抗组胺成分的感冒药、抗过敏药,以及镇静安眠药、精神类药物、降压药、降糖药、镇痛止咳药等。

不抱侥幸心理

防范药驾,核心在于依规服药、理性判断、养成良好习惯。

首先,严守说明书红线。若药品明确标注“禁止驾车、不宜操作机械”,要坚决杜绝服药后驾驶,不抱侥幸心理。

其次,遵从身体真实状态。即便药品无明确禁驾提示,服药后若出现困倦、眩晕、注意力不集中等问题,也需立即停止驾车。

最后,优化用药习惯。若无特殊用药要求,尽量选择睡前服药,错开驾车时段。需长期服药的慢性病患者,就诊时可主动告知驾车需求,让医生优先开具无嗜睡副作用的替代药物。

(文/本报记者 吴佳佳)



更多报道
请扫二维码