

从“体力活”变成“说走就走的休闲时光” 宁波年轻人爱上“轻露营”

谁还在为露营“搬家”？后备箱塞满笨重装备、搭帐篷耗掉半个下午，累到瘫在草地上，连欣赏风景的力气都没有？这样的“负重露营”，早已被年轻人果断抛弃。

如今，一场“轻量化露营”风潮正在甬城蔓延：不是不买装备，而是更偏爱轻便易携的轻量化款式；不想一次性投入过多，就花几十块租一套，到营地直接开玩，主打一个“轻装上阵、松弛自在”。

中国户外行业协会数据显示，2026年以来，轻量化露营装备销量同比暴涨超200%，大型精致露营设备销量同比下滑约65%，露营从“体力活”变成了“说走就走的休闲时光”。

1 全面“轻量化”

据艾媒咨询2026年最新预测数据，2026年中国露营经济核心市场规模预计达2919.5亿元，带动上下游市场规模1.62万亿元，行业增速回归理性但基本面依然向好。

在宁波，这场行业变革正以更具体象的方式发生。在户外装备市场，轻量化产品已成绝对主流。

记者实地走访宁波一家户外用品门店看到，露营区陈列已全面向轻量化、便捷化倾斜，几乎所有主力产品都围绕“轻、快、简”做文章。显眼位置摆放着一体式充气帐篷，气柱一体成型、无需复杂支架，店员演示单人几分钟即可完成搭建，主打“新手零门槛、拎起就走”。一旁的天幕区清一色标注“速开”，告别传统穿杆繁琐，一提一拉自动展开，收纳后体积小，专门适配年轻人“不想折腾”的需求。露营折叠椅区域更是把轻量化做到极致，每款产品都醒目标注重量：1.8千克超轻款、1.1千克便携款……可折叠至水杯大小的月亮椅随处可见，货架标签高频出现“超轻”“便携收纳”“单手可提”等关键词，精准击中懒人露营“减负”核心。从速开帐篷、轻量睡袋到口袋炉具，整套装备可轻松塞进背包，真正实现“说走就走”。

线上市场的热度同样印证着这一趋势。淘宝某户外用品店负责人在接受记者采访时表示，2025年其“轻量化露营”系列产品销量已占露营类总销量的近八成，轻量化速开帐篷、200克充气睡袋、便携口袋炉等单品成为店铺绝对爆款。2026年开春以来，店铺轻量化装备销量同比增长180%，多款轻量化帐篷、便携炊具频繁断货，足见年轻人对“轻便装备”的迫切需求。

露营装备租赁市场的爆发，更是加速了“搬家式露营”的退场。据宁波本地多家露营租赁商家及平台不完全统计，2026年一季度租赁订单量同比大幅增长，单人/双人基础套餐日租价格多在80元-150元区间。“租比买更划算、更省心”成为不少年轻消费者的共识。“我们的用户以上班族为主，周末不想花时间准备和收纳，到营地直接用、玩完就走，才是真正的放松。”多位租赁商家在受访时表示。

人群画像的变化，同样印证着露营的全民化转型。据行业观察与市场走访显示，宁波露营人群中年轻群体占比接近七成，90后、00后成为主力军，女性参与者占比同样居高不下。

消费频次显著提升，从过去的年度体验转为每月1次-2次的常态化休闲，短途微度假流行，单日露营成为主流选择，露营逐步融入日常生活。



宁波一家户外用品店内，“速搭”“超轻”成为露营产品关键词。

2 告别负重装备

在宁波某互联网公司工作的小周，是典型的“懒人式”露营爱好者，他向记者分享了3年来的露营心路：“3年前第一次露营，我跟风买了全套装备，天幕、蛋卷桌、克米特椅、手冲壶一应俱全，后备箱塞得满满当当。到营地后，卸货、搭建花了两个小时，累得满头大汗，原本期待的悠闲午后，全耗在装备上，根本没心思看风景。”

如今的小周，早已彻底告别“搬家式”露营：“现在我要么租装备，要么只带一个背包，装着1公斤的单人帐、200克的充气睡袋，再加上便携炉头，到营地后5分钟就能搭好。不用和装备较劲，下午躺着晒太阳、看湖景，晚上吹着风看星星，这才是露营的意义——轻松、自在，只感受自然，不被物品绑架。”

26岁的教师小林也有同样的体验：“我以前特别痴迷精致露营，觉得装备越多越有仪式感，但后来发现，一套装备买下来要几千块，一年也用不了几次，完全是闲置浪费。现在我更愿意租装备，一次120元就能包含帐篷、睡袋、炊具，轻量化装

备租来用，既省钱又省心。而且女生背着也不重，不用麻烦别人帮忙，周末说走就走，宁波周边随便选个地方，太自由了。”

这种心态的转变，在年轻人中具有普遍性。据国内户外行业公开调研显示，多数露营者的装备存在不同程度闲置，其中约七成露营者的装备长期处于“半沉睡”状态，实际使用率不足三成；从行业整体情况来看，中国露营者人均闲置露营装备价值超3000元，在闲鱼等二手交易平台上，不少近乎全新的天幕等露营装备，仅以几十元的低价转卖——这正是此前“搬家式露营”跟风热潮留下的后遗症。盲目跟风购买同款装备只为追求点赞热度，最终却因搭建繁琐、体验不佳而“退坑”，闲置装备也随之增多。

而轻量化露营的兴起，正是对这种“消费异化”的彻底纠偏。越来越多的年轻人践行“断舍离”，从“物品思维”转向“需求思维”，核心逻辑变成“用20%的装备，获得80%的幸福”。装备越轻，心态越松，才能真正沉浸在自然里，而不是忙着和

装备“打架”。

这种“懒人式”轻露营的普及，也让露营场景发生了根本性变化，近九成宁波主流营地主打“拎包即走”，且早已告别“干营一面”的粗放模式，“露营+”成为核心竞争力，主题化、差异化发展让露营玩法更加多元。

如东钱湖沙滩营地，结合湖光山色打造轻艺术主题营地，设置网红打卡装置等场景，来吸引年轻游客；奉化“向野而森”营地，则深耕“露营+乡村”模式。依托当地乡村文旅资源，游客在体验乡野意趣之外，带动周边农家乐、农产品销售增收；镇海秦山营地则主打“露营+研学”，针对亲子家庭，结合自然科普、动手实践等内容推出沉浸式研学课程。

与此同时，城市公园露营也成为宁波年轻人的新选择。同心湖公园、海丝公园、滨江水韵公园等城市公园，通过完善配套设施，打造“家门口的免费露营地”。无需长途奔波，30分钟就能到达露营地，享受自然与休闲的双重体验。

3 为何爱上“轻露营”？

业内人士表示，轻量化露营迅速走红，并非偶然，而是消费理念、时间成本、产业升级等多重因素共同作用的结果。

早期露营市场，不少消费者为追求“网红摆拍”效果，花费数千元购置大型精致装备，但实际使用率极低，造成资源浪费。如今，年轻人消费愈发理性，更注重性价比和实用性。

与此同时，年轻人工作节奏快，周末时间宝贵。“搬家式露营”耗时耗力，往往一天时间都花在准备和搭建上，真正享受露营的时间所剩无几。而轻量化露营将时间成本降至最低，30分钟车程就能到达营地，5分钟完成搭建，让“自然疗愈”真正触手可及。

此外，随着生活水平的提高，年轻人对生活品质的要求也越来越高，露营不再是“特殊仪式”，而是日常休

闲的一种方式，逐渐成为家庭聚会、朋友团建、企业团建的主流选择。

而营地积极转型，从单纯提供场地向“一站式服务”转变；装备企业加大研发投入，推动轻量化、便携化装备迭代，也让露营装备更加实用、美观；“装备生产-营地运营-租赁服务”的完整产业链，共同推动轻量化露营在年轻人中的普及。

记者 吴丹娜 文/摄