

A family of four (a man, a woman, and two children) are walking through tall, green grass under a bright blue sky with scattered white clouds. In the background, the rear of a silver car with its trunk open is visible. The scene is bright and sunny, suggesting a pleasant day outdoors.

露营+ 新能源汽车露营受众人群研究报告

百分点舆情中心

2024年8月

研究背景

研究背景

■ 行业背景

- 随着城市化加速与居民生活品质提升，户外休闲活动逐渐成为追求高品质生活的新途径。露营近年来在全球范围内迅速兴起，并带动了相关产业的蓬勃发展。在此背景下，“露营+”与新能源汽车的结合，不仅为露营活动带来了全新体验，也为新能源汽车产业开辟了新的增长点。

■ 研究背景

- 本报告以**热爱露营**的新能源车主这一研究群体为切入点，深度研究他们的行为和态度，全面深入的了解露营为新能源汽车带来的多方面影响，为新能源汽车产业更好地适应露营经济的发展提供依据和方向。

■ 研究方法

- 运用定量研究和定性研究相结合的研究方法，对微博和小红书平台发文的车主进行深入研究。

■ 研究说明

- 本报告的舆情数据来源为百分点舆情洞察系统，数据时间周期为2023年7月1日-2024年6月30日。
- 行业数据来源为政府机构网站、行业网站、第三方数据机构等，具体数据可参照图表左下方标注。

研究目的

需要解决的问题

- 露营市场现状如何？
- 喜欢露营的新能源汽车用户是哪类人群？
- 新能源汽车用户是如何讨论露营的？
- 新能源汽车露营相关功能，用户是如何使用的？

目标

对热爱露营的新能源车主深入研究，为新能源汽车产业更好地适应露营经济的发展提供依据和方向。



- 01 新消费：露营经济发展概况
- 02 新人群：新能源汽车露营人群画像
- 03 新趋势：露营用户讨论点分析
- 04 主要发现和相关建议

目录

CONTENTS





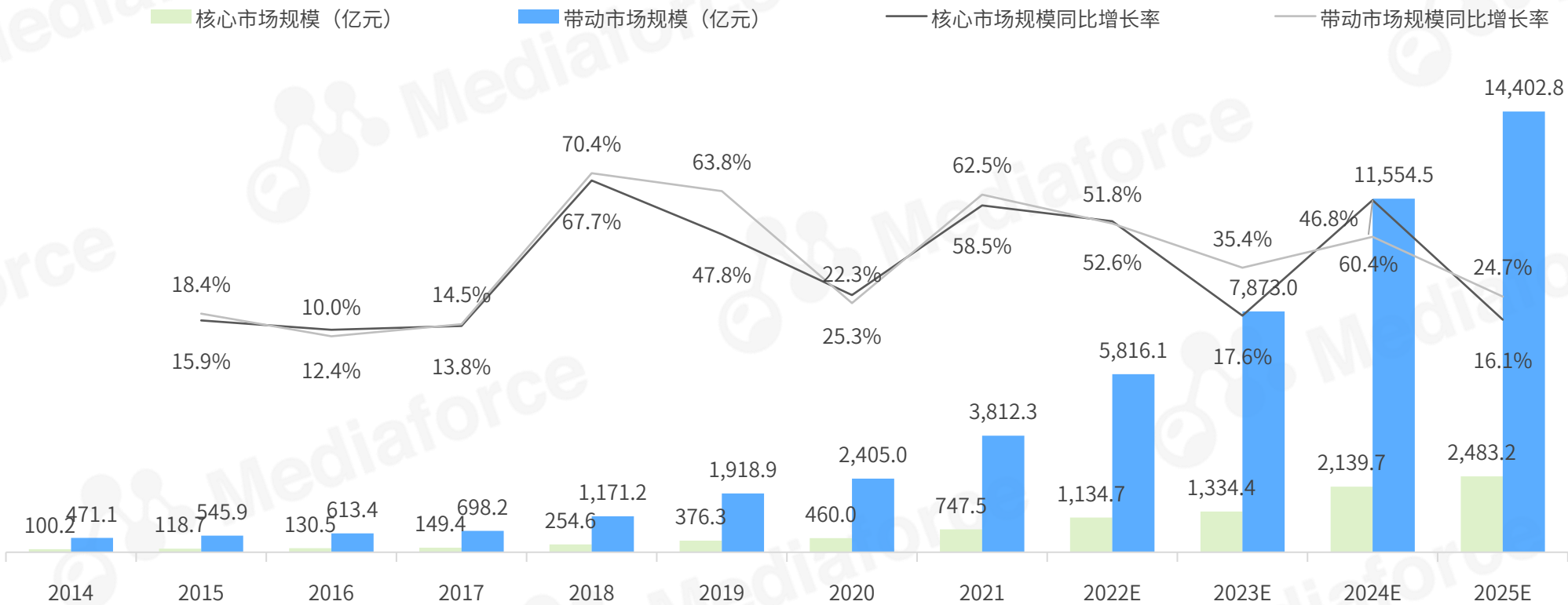
01

新消费：露营经济发展概况

露营市场规模：中国露营经济核心市场规模与带动市场规模的逐年上升趋势

- 近年来，中国露营经济展现出强劲的增长势头，其核心市场规模与带动市场规模均呈现出逐年上升的趋势，2022年中国露营经济核心市场规模达1,134.7亿元，预计2025年将上升至2,483.2亿元。这一趋势不仅反映了消费者对户外休闲活动需求的增加，也体现了露营作为一种新兴旅游方式的独特魅力。
- 疫情对传统旅游业造成的冲击，导致跨省游受限，本地游和短途旅游成为主流，中国露营经济在疫情后实现了爆发式增长，这主要得益于短途旅游的兴起、精致露营的普及以及社交媒体的推动。未来，在消费升级以及国家相关政策的支持下，露营经济有望继续保持强劲的增长势头。

2014-2025年中国露营经济核心市场规模及带动市场规模



数据来源：艾媒数据

露营之变：从探险式到精致化，驱动产业融合与创新发展的

- 露营从最初的探险式户外活动，逐渐演变成为一种休闲娱乐方式，精致露营的兴起意味着露营体验向高品质、高舒适度方向发展。这一变化的驱动因素与人们生活水平提高、娱乐方式多样化、社交媒体影响、消费升级、技术进步密切相关。
- 露营行业在经历了从传统露营到精致露营的演变后，正向着更加专业化、标准化的方向发展，并催生了“露营+”这一新的产业融合模式，为露营行业注入新的活力。



精致露营

- 更注重舒适性和便利性，追求高品质的户外休闲体验
- 设施丰富，露营者携带的装备更加齐全，如床车、卡式炉、咖啡机、星星灯等，以提供接近家庭生活的居住和娱乐环境
- 高费用，被视为奢华的露营方式



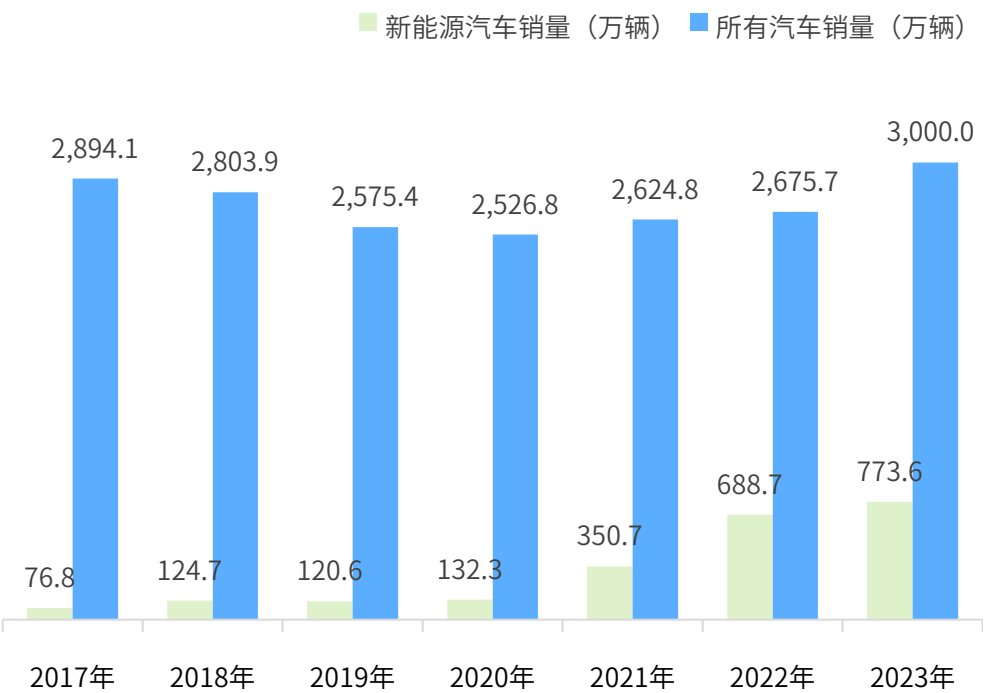
传统露营

- 注重自然、简单，实用为主
- 露营者通常携带简单的装备，如帐篷、睡袋和便携炊具，体验原始的户外生存技能，追求的是苦行僧式的旅行体验
- 探险精神：多在一些尚未开发的野山上进行，具有探险性质，强调人与自然的互动和探索

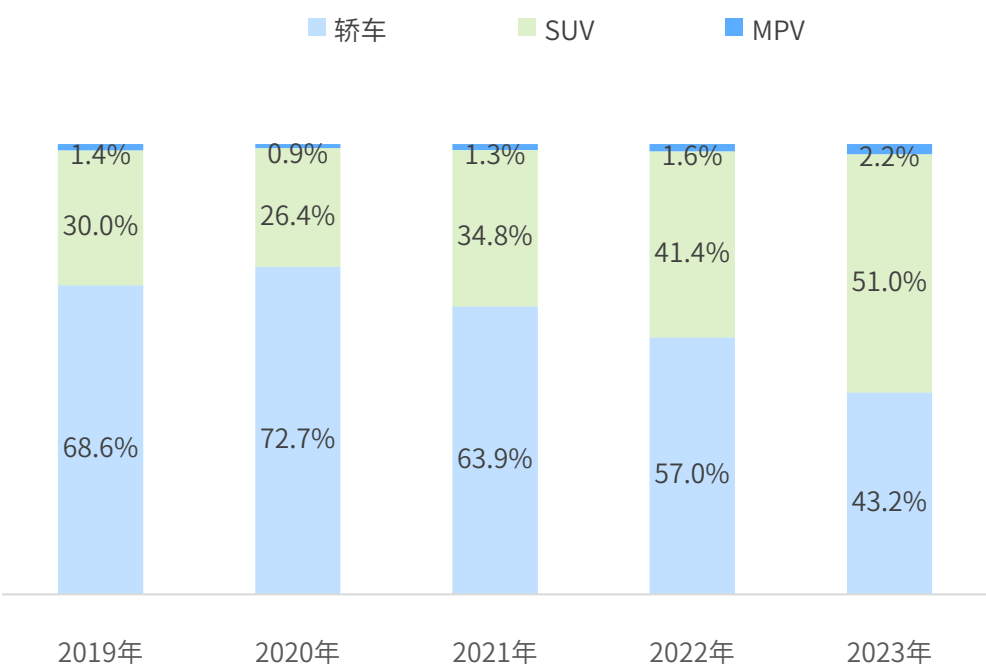
“露营+”模式为新能源汽车带来新机遇，SUV车型借势崛起，引领未来新能源汽车销量增长趋势

- “露营+”模式的兴起为新能源汽车市场带来了新机遇，近年来新能源汽车的销量显著增长，SUV更是显示出强劲的市场增长势头，其独特的优势与露营活动的多样化需求高度契合，成为露营爱好者的首选车型。在“露营+”模式下，SUV车型可以搭载更多的露营装备和物品，满足露营者多样化的需求。随着市场需求的不断增长和技术的不断创新升级，新能源SUV将在未来市场中占据更加重要的地位。

2017-2023年新能源汽车销量



新能源汽车不同车型 市场份额情况





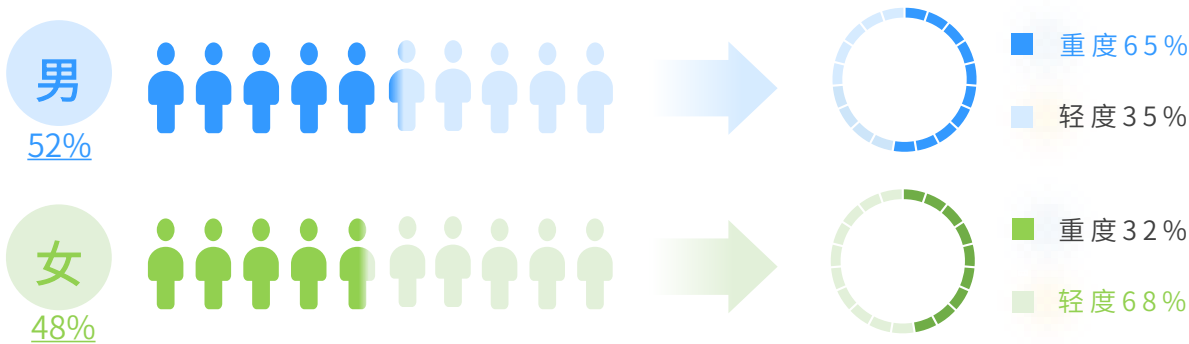
02

新人群：新能源汽车露营人群画像

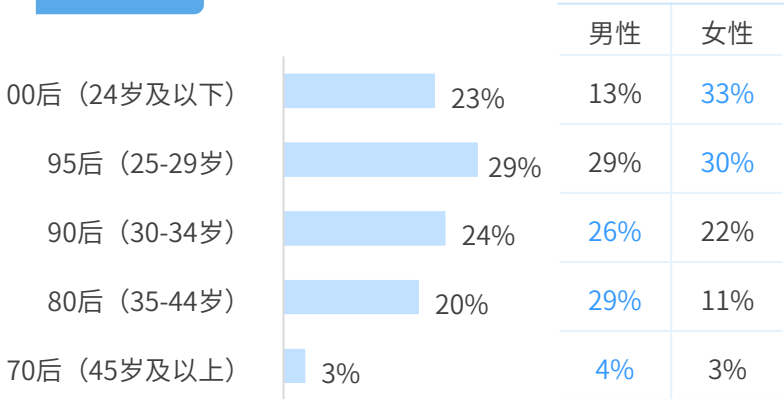
用户基本特征：露营受众中男性重度用户多，女性年轻化，集中在一线和新一线城市

- 爱好露营的新能源用户中，男性占比略高于女性，其中男性重度用户较多，女性轻度用户较多。年龄结构上，以90后和95后为主，分别占24%和29%，其次是00后和80后，其中女性用户相对更年轻，00后和95后占比较高。用户主要集中在一线和新一线城市，北京、上海、重庆等城市成为露营爱好者的主要聚集地。

性别分布

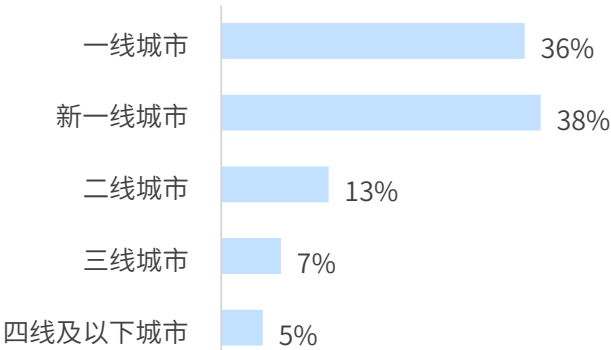


年龄分布



城市分布

城市 Top10

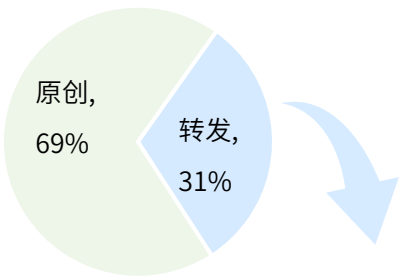


注：重度用户：带有搬家式露营、装备多且专、过夜、床车等深度露营属性的用户。轻度用户：带有初次露营、轻装上阵等轻度露营属性的用户
数据来源：百分点舆情洞察系统，2023年7月-2024年6月在社交平台发文中提及露营的新能源汽车用户

兴趣爱好：对汽车科技、财经时事、综艺娱乐相关内容兴趣度较高

- 用户在社交平台转发高峰时段集中在每日中午12时前后，这一时段用户活跃度较高。通过转发内容体现了用户群体多样化的兴趣焦点，显示出明显的群体特征分化，主要为**偏好综艺娱乐的年轻女性**与**关注汽车科技、财经资讯的高消费力中年男性**两大群体。
- 通过用户关注的综艺节目来看，才艺竞技与生活体验类综艺最受欢迎，特别是围绕乡村生活与旅行体验的节目，引起了广泛共鸣与分享。

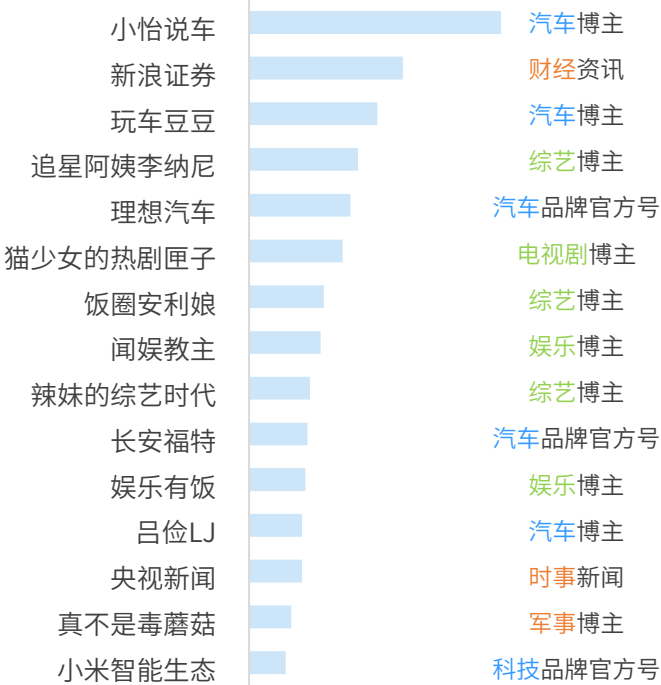
用户发文类型



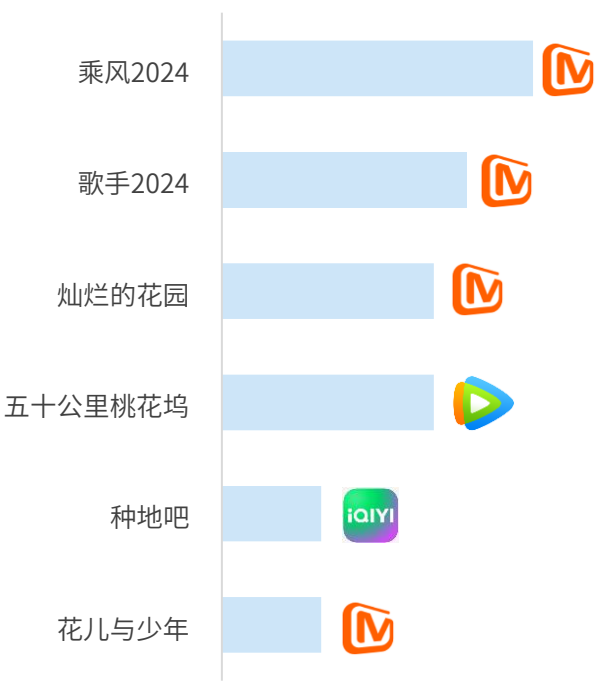
用户转发行为活跃时间段



用户微博转发作者



综艺节目关注情况

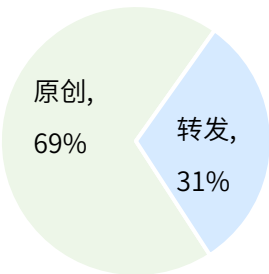


数据来源：百分点舆情洞察系统，2023年7月-2024年6月在社交平台发文中提及露营的新能源汽车用户

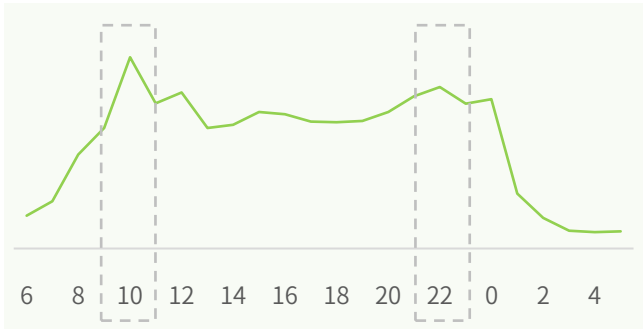
生活方式：热爱露营的新能源用户是一群热爱自然、追求科技、重视家庭与健康的现代生活探索者

- 用户社交平台原创发文高峰时段集中每日上午10时与晚上22时前后，反映出用户的高活跃度。用户原创发文内容展现了他们多元化且积极向上的生活方式，偏好户外运动与自然探索，如旅行、徒步爬山等。他们的育儿和商务属性反映出这部分用户可能是成家立业的中产阶级。用户积极融入科技趋势，涉猎广泛，包括影视、音乐、美食，并善用摄影记录生活，展现出较强的信息获取与社交分享倾向。

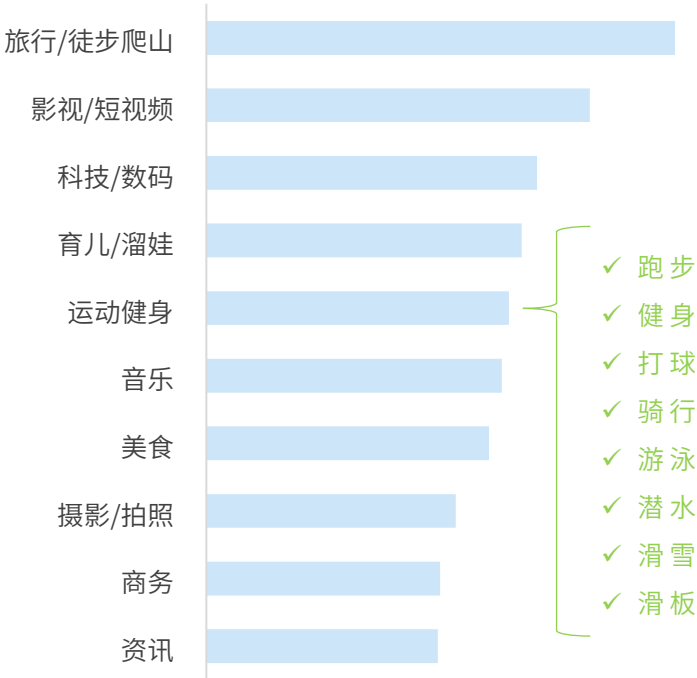
用户发文类型



用户发文活跃时间段



用户生活方式



- ✓ 跑步
- ✓ 健身
- ✓ 打球
- ✓ 骑行
- ✓ 游泳
- ✓ 潜水
- ✓ 滑雪
- ✓ 滑板

用户发文:

夜爬老岭 看日出
只有到了山顶的那一刻才能知道究竟有多美
#爬山# #风景#



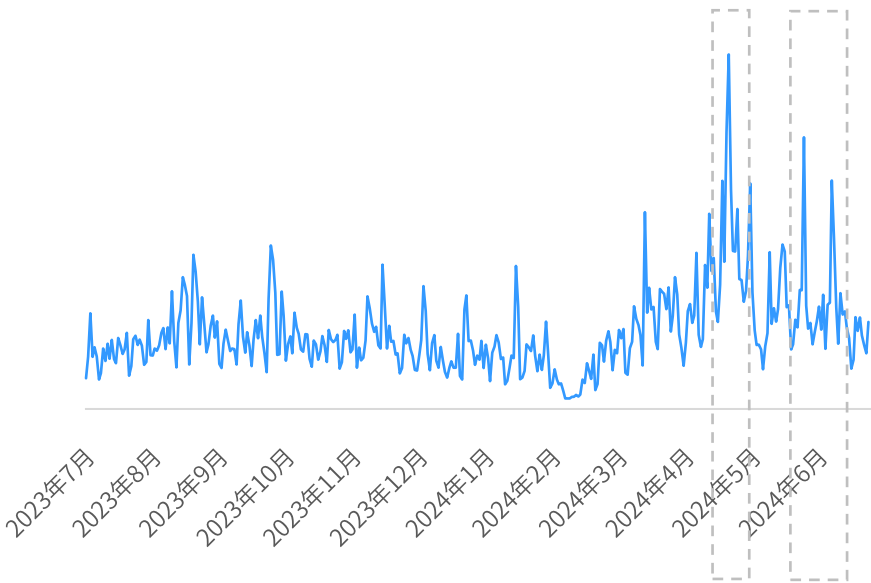
今天起得早，感觉时间好长。
上午九点四十娃出门找同学们玩了，中午也不回来吃饭（同学生日会），我和娃爸在家看了部电影出门吃午饭。
没出门不知道，走在太阳底下，只觉皮肤在燃烧，热得胃口都没了，随便吃了碗面回家。
这会娃爸午休，娃还没回来，我打算开个瓜继续追我的庆余年2。🍉



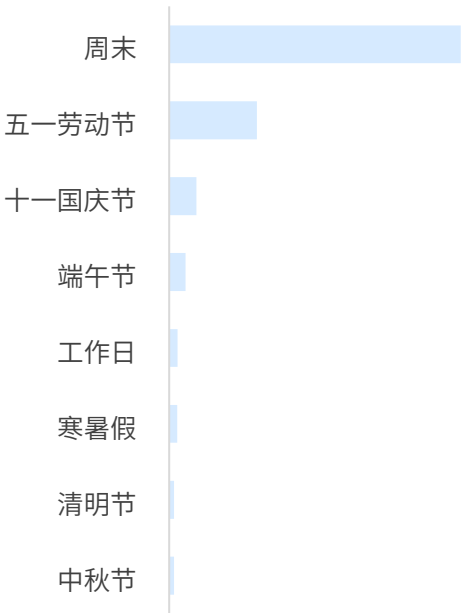
露营季：春季周末及节假日前后是露营活动的集中期

- 微博平台相关话题声量来看，露营活动的热门时段主要集中在五一劳动节、六一儿童节、端午节等节假日，且春季整体声量更高，表明春季及节假日前后是露营活动的集中期。用户发布内容进一步佐证，用户露营活动时间倾向于周末与春季的节假日。

露营群体微博平台声量趋势



露营活动时间分布



用户发文：

去露营吧 亲近大自然🌿🌿#随手拍##遇见美好##周末去哪儿##带着微博去旅行#

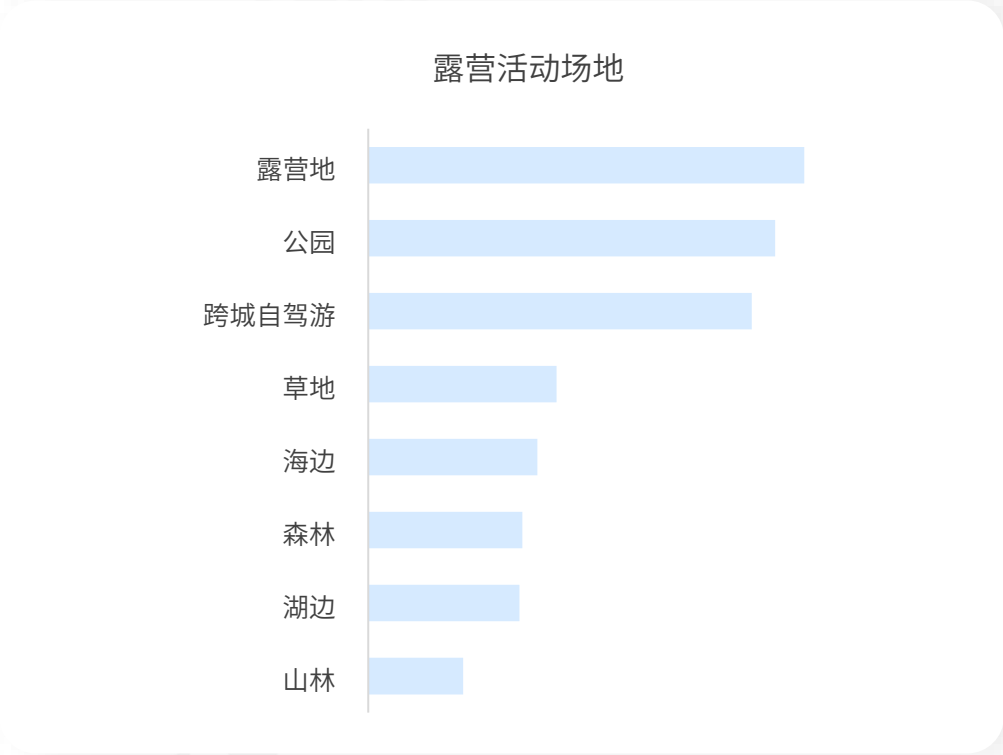


五一出游，体验雨天露营，第一次把C10作床车，安静舒适，比以前睡帐篷体验好多了，车内隔音好，把野外鸟鸣风雨声都隔绝了，遮风挡雨，很安静，以后雨天露营也不怕了，晚上躺在车上看看电影，充气床垫也很舒服，车内空间对于个子不高的两人足够友好了，只能说大空间的电车太适合露营了...



露营活动主要场地：营地、公园以及跨城自驾游露营成为众多露营爱好者的首选

- 用户露营主要会选择**营地露营**和**公园露营**，还有不少用户喜欢在**跨城自驾游时露营**。草地、海边、森林、湖边河边、山林露营也是比较受欢迎的露营场地。
- 不同需求选择不同露营场地，如追求设施完善、安全性高、离城区近的用户公园露营则是首选；追求深度体验、大自然探索的用户则更倾向跨城自驾、山林露营。



公园露营

- 设施完善、安全性高、离城区近，时间灵活性是选择公园露营的主要优势



开露营想去理想中的露营地 🌲
最近又到了重庆适合露营的季节啦
给大家推荐一个我们去了很多次的露营地
缙云山森林公园 🌲
很适合追求自然山系的露营爱好者。
森林的露营
可以享受清晨林间的清凉，也可以经历美丽的夕
阳。
最重要的是，这里因为地处偏僻，离重庆主城区很近，
风景很美，光线穿梭在林中摇曳和，拍照也很容易出
片。
导航地址：📍 缙云山
关于 🌲
这次我们开的是周末的露营，缙云山的露营形式
很棒的一点就是不用担心中途会因为找不到充电桩而手忙
脚乱。
另外它超大的后备箱空间，真是露营利器。
从重庆开车到缙云山，从新嘉坡到缙云山，路况
很顺畅，让你的露营生活丰富又舒适。

跨城自驾+山林露营

- 深度体验、大自然探索是选择公园露营的主要优势

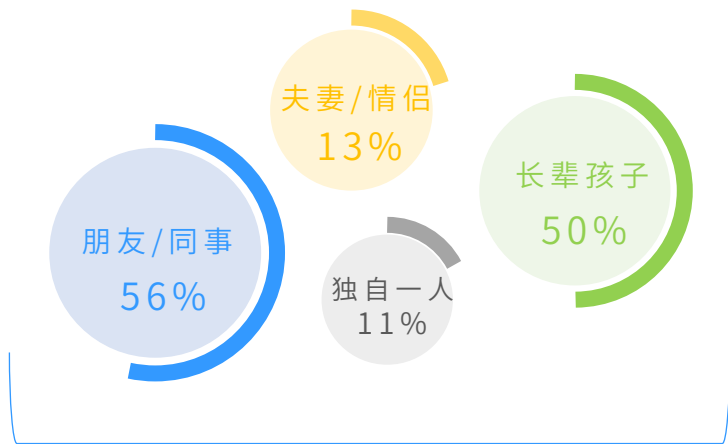


海坛山谷雨天帐篷过夜初体验 ~
作为一个热爱露营，渴望露营，但没多少时间露营的
我，终于有机会来到两年前我就心心念念要来的海坛山
谷了。
北京市区出发，100Km，两个小时车程。
📍 导航：赤城县云上四季民宿（海坛山谷国际度假区
店）导航终点就是停车场（买过夜票送停车位）
💡 费用：来之前提前加了公众号的手机号码微信，微信
找他预约的价格优惠一些（原价两人过夜票218元，找他
200元）我们是三个人，买了一张双人200元过夜票内
含两张门票，加一个人的门票38元，238元就可以一
车，一帐，三人过夜露营了！没有雨未雨这个价格太
香了！
🌲 我们自带一切露营用品帐篷、睡袋、桌椅等等（也可
在他那租赁，我看有人租用）
🔥 可明火篝火一切火烤烤，每十米一个垃圾桶，注意爱
护环境。
🚻 园区内多个厕所，厕所超干净的，有个透明建筑里面
可以洗澡。

露营参与人员与动机：促进社交互动与家庭和谐，对宠物家庭和追求自然体验的用户也有较强吸引力

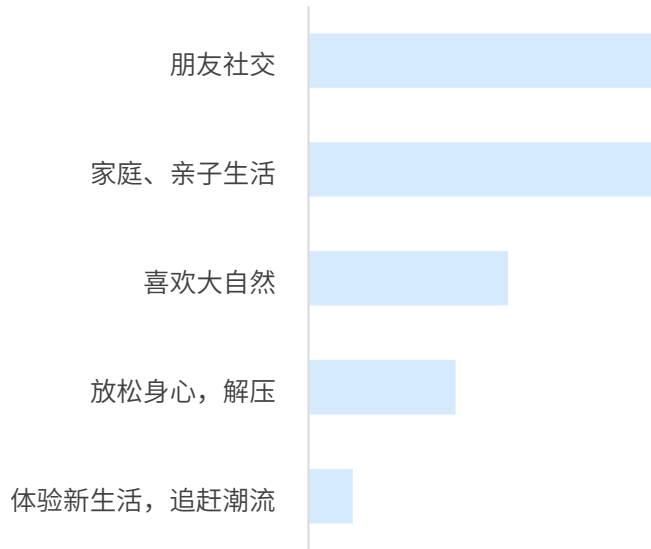
- 用户参与露营活动更倾向与朋友同事、长辈孩子共同出行，其次是夫妻/情侣二人或独自一人前往，超两成用户会携带宠物同行，这一趋势反映了露营活动对于宠物家庭有较强吸引力。
- 露营消费者参与露营的首要动机聚焦于朋友间的社交互动，强调了露营作为增进友谊、拓展社交圈层的功能；紧随其后的是享受家庭/亲子时光，体现了露营在促进家庭和谐、增进亲子关系方面的独特价值；对大自然的热爱、寻求解压途径以及体验不同生活方式，也是驱动消费者参与露营活动的重要因素。

露营同行人员关系分布



带宠物露营的占比
21%

参与露营活动的主要目的





03

新趋势：露营用户讨论点分析

用户发文内容集中在汽车、装备、美景、美食、娱乐和攻略分享方面，对车和装备的关注度最高

- 新能源汽车用户除了对汽车方面的讨论热度较高，也会重点关注所需携带的装备，另外对美景、美食、娱乐和攻略分享方面的关注也相对较多。
- 这部分人群中，男性对于汽车、露营装备和娱乐方面的讨论热度更高，而女性则在露营中更加关注景色与美食，更加乐于分享露营攻略。
- 从年龄上来看，00后对于露营地的的美食和娱乐更加关注，而80后和90后用户则对汽车和露营装备方面更加关注，90后对于露营地的美景和营地攻略的分享也相对积极。用户对不同话题方向的关注情况侧面体现出用户在露营过程中的实际需求。



车 58%

装备 56%

美景/美图 23%

美食 20%

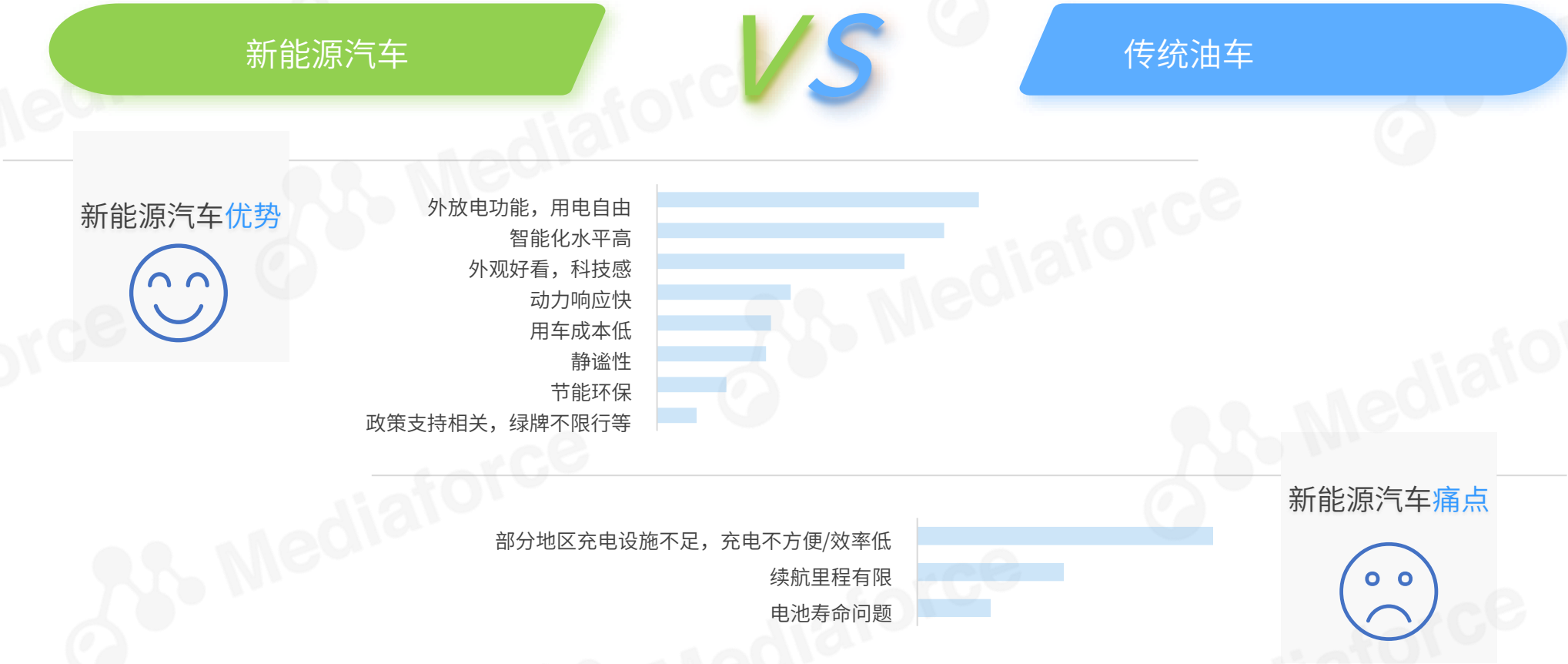
娱乐 13%

营地/攻略 13%

用户特征	男性52%	★ 63%	★ 57%	49%	48%	★ 56%	46%
	女性48%	37%	43%	★ 51%	★ 52%	44%	★ 54%
	00后23%	12%	14%	16%	★ 24%	★ 23%	16%
	90后53%	★ 58%	★ 56%	★ 58%	50%	50%	★ 60%
	80后20%	★ 27%	★ 27%	23%	24%	24%	22%
	70后3%	3%	3%	3%	3%	3%	2%

用户选择新能源汽车主要因为其在经济性、智能化、动力性能、环保性及科技感外观方面优势显著

- 通过露营用户对新能源汽车的讨论来看，新能源汽车与油车相比，具有多方面优势与不足。
- 优势：新能源汽车在**经济性、智能化、动力性能、环保性、外观**等方面具有**显著优势**，新能源汽车科技属性的外观符合现代审美趋势，吸引年轻消费群体。
- 痛点：**续航里程有限**，长途驾驶场景下存在续航焦虑；部分地区**充电设施不足**，存在充电不方便、充电效率低等问题；**电车寿命衰减**问题。



数据来源：百分点舆情洞察系统，根据微博和小红书用户2023年7月-2024年6月发文内容整理

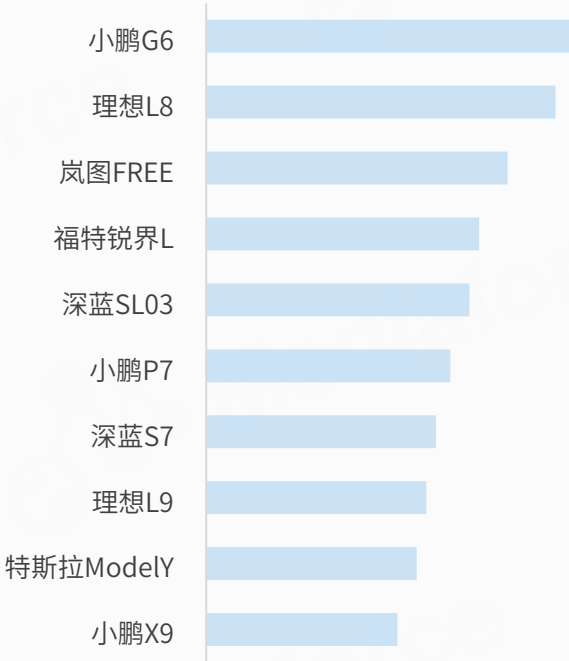
车型选择：SUV作为当前露营主流选择，理想小鹏品牌车型受热捧

- 爱好露营的新能源用户，其出行选择呈现出显著的趋势性变化。SUV凭借其出色的空间优势与多功能性，已成为露营群体首选的出行工具，稳居首位。其次是轿车，在露营出行中也占据一定份额，MPV和皮卡目前在露营出行中的占比相对较少，但也拥有其特定的用户群体，随着皮卡越野文化的兴起与普及，在国内市场份额逐增，未来露营出行中皮卡占比有望提升。
- 从具体车型来看，小鹏G6与理想L8最多，因融入露营设计与文化倡导，成为露营出行热门选择。

新能源汽车类型选择

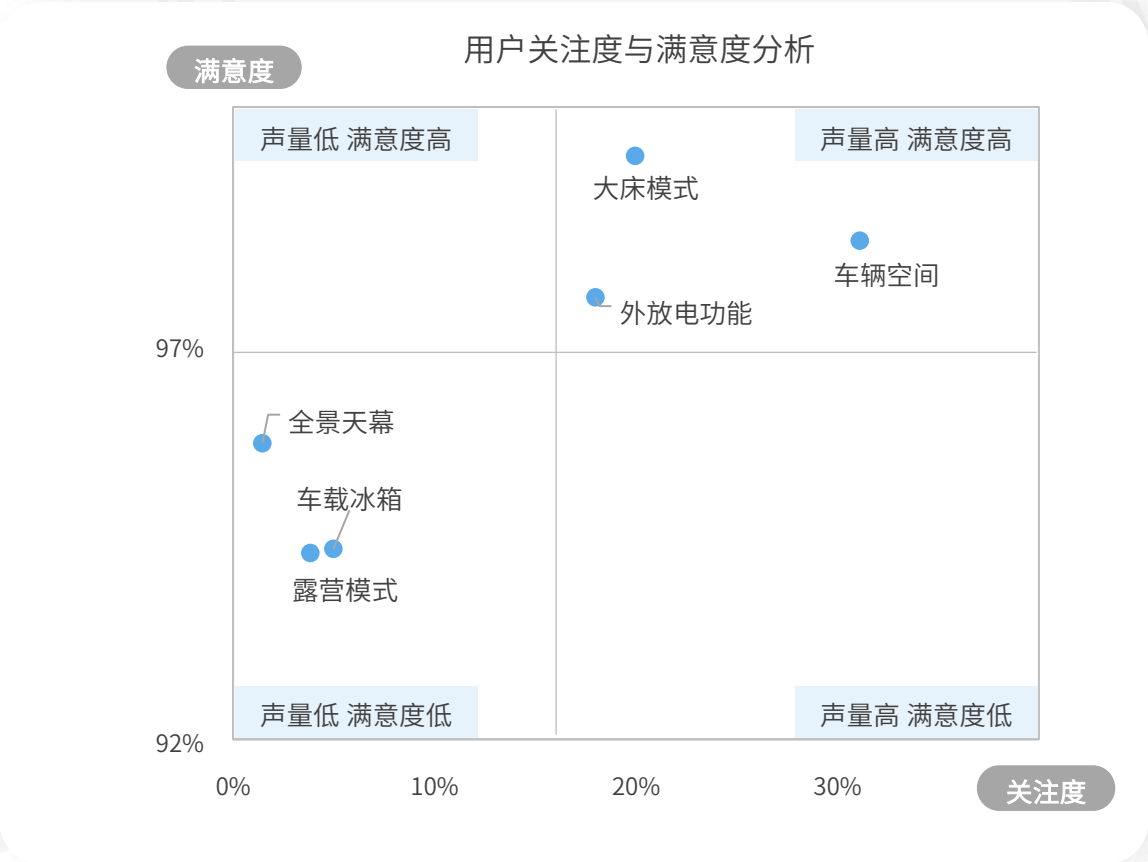
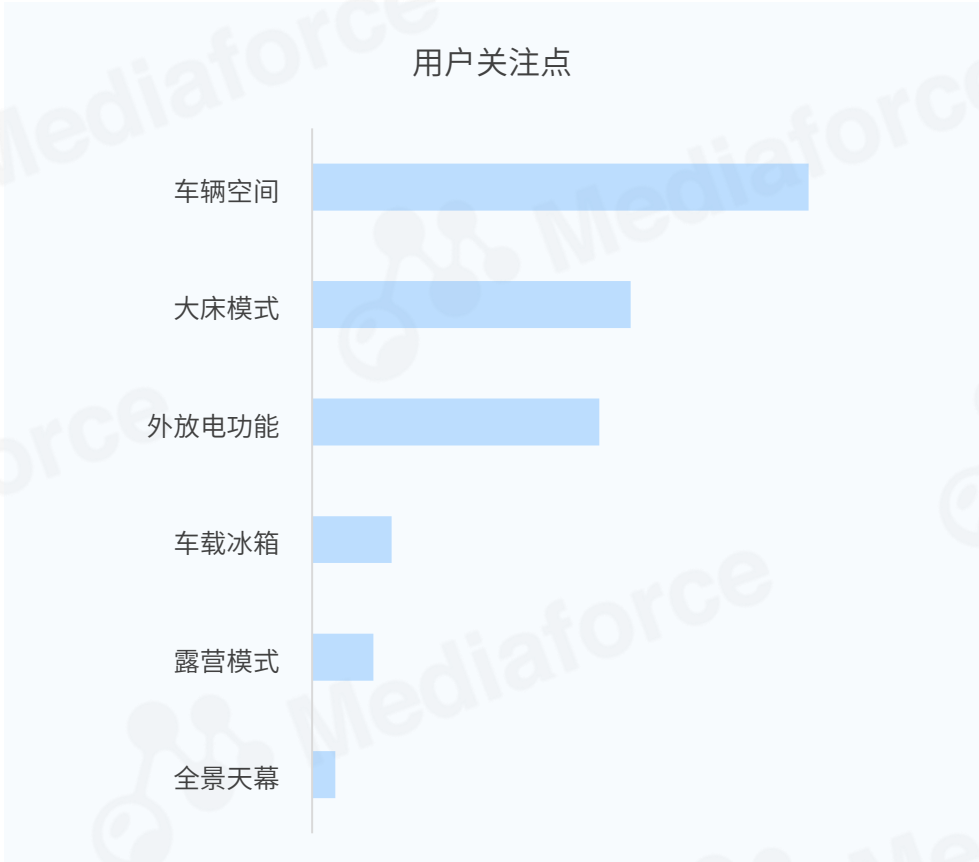


受欢迎的车型



关注点分析：车辆空间利用率、大床模式与外放电功能成为用户首要关注焦点

- 新能源汽车用户露营时，最看重车辆的**空间**利用率，其次是车辆的**大床模式与外放电功能**，这三者不仅关注度位居前列，用户满意度也较高。**车载冰箱、露营模式及全景天幕**也深受用户青睐，这些方面构成了露营用户评价新能源车辆的综合考量维度，展现了用户对智能化、多功能露营体验的强烈追求。

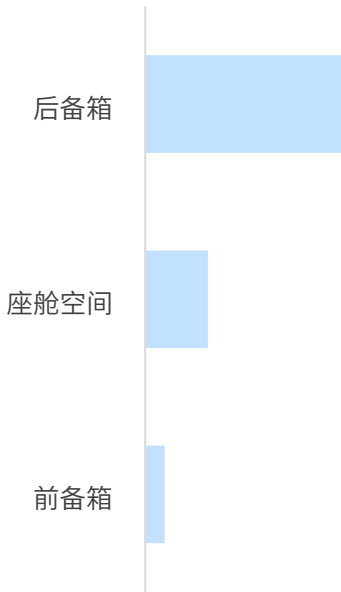


数据来源：百分点舆情洞察系统，根据微博和小红书用户2023年7月-2024年6月发文内容整理

车辆空间：用户对后备箱空间关注度最高，其次是座舱空间，少量用户分享前备箱的使用体验

- 在露营场景下，**后备箱空间**是用户最关注的部分，用户主要关注**后备箱的容积、开启方式以及座椅布局灵活性**，是否支持后排座椅放倒以扩展空间。用户对小鹏G6、问界M7和岚图FREE的提及较多，其后备箱容积均在550L以上，**大部分用户对后备箱装载能力持满意态度**。
- 其次是对**座舱空间**的关注，用户主要关注**空间有效利用率、座椅调节、腿部空间**等，用户的**乘坐体验较好**。只有少量用户提及**前备箱**，大部分新能源汽车未设计前备箱，配备前备箱区域的用户对此区域满意度高，特斯拉Model Y的超大容积最突出，用户主要关注**前备箱空间大小及布局、开启方式是否方便**等。

车辆空间关注度



后备箱

Top 3提及车型

小鹏G6 (容积571L)

问界M7 (容积686L)

岚图FREE (容积560L)

后备箱装载能力能够满足大部分用户的储物需求，用户主要关注：

- 空间有效利用率，**容积大小**
- 布局灵活性**
- 开启方式**（如侧开门、上掀门）



图例：用户发表

座舱空间

Top 3提及车型

福特锐界L (SUV, 7座2+2+3布局, 长宽高=5000mm*1961mm*1773mm)

小鹏X9 (MPV, 7座2+2+3布局, 长宽高=5293mm*1988mm*1785mm)

理想L9 (SUV, 7座2+2+3布局, 长宽高=5218mm*1998mm*1800mm)

座舱空间用户满意度较高，用户主要关注：

- 座舱空间有效利用率，**座椅调节**
- 乘坐舒适度，**腿部空间**
- 车内铺设床铺后，**剩余可用空间**



图例：用户发表

前备箱储物盒

Top 3提及车型

小鹏G9 (71L)

特斯拉Model Y (117L)

智己LS6 (32L)

大部分新能源汽车未设计前备箱，配备前备箱区域的用户对此区域满意度高，用户主要关注：

- 独立的储物空间**存放小型物品，**隔绝异味**
- 内部布局**（是否有分隔设计）
- 开启方式是否方便**

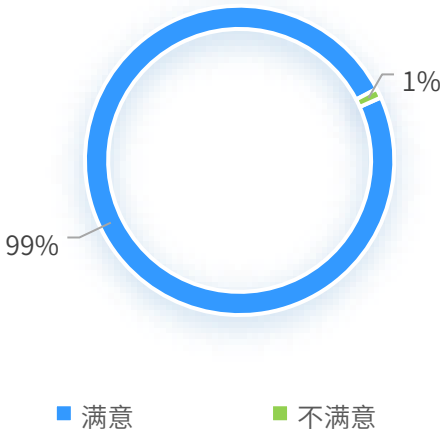


图例：用户发表

大床模式：舒适性与便捷性方面备受好评，少数用户因座椅坡度问题体验不佳

- 露营用户对车辆大床模式的讨论相对乐观，关注点聚焦于其**舒适性与便捷性**。该模式不仅限于露营场景，在午休小憩及长途旅行过夜中也备受欢迎。
- 用户对理想L9和小鹏G6的大床模式讨论声量较高，从用户体验评价来看，理想L9的大床模式因其操作简易性、大床与娱乐大屏融合带来的舒适体验而广受好评。小鹏G6用户分享的两种组合方案，在舒适度方面均受用户好评。不少品牌用户表示“二排+后备箱”的组合占用后备箱空间是一大痛点。
- 大床模式的讨论中，仅有1%的用户体验不佳，主要因为**座椅放倒后坡度不佳**，导致睡眠不适，可能与床垫和座椅适配度不足有关。

大床模式讨论情况



- 用户体验不佳主要因为**座椅放倒后坡度不佳**，导致睡眠不适
 - 蔚来ES6：没有用适配车的床垫，有点斜
 - 特斯拉Model Y：后排座椅没办法完全方平，床铺有轻微斜度导致床垫会一直往车尾滑



图例：用户发表

✓ 理想L9

露营模式操作过程：

- 打开**露营模式**——打开**大床模式**（开启前主副驾驶头枕卸掉）——10秒后开始**自动调节座椅**，前排座椅向前移动、靠背放倒，二排向后移动，与后排座椅平齐后停止——秒变1米8大床——躺在床上**看娱乐屏追剧**

体验感受：

- 床长1.8米空间足够，搭配娱乐屏便捷舒适。如果休息时间长，搭配气垫床更舒适。
- 前排放倒**不占用后备箱储物空间**



图例：用户发表

✓ 小鹏G6

露营模式1：前排放倒+二排

体验感受：

- 优点：后排可操作中控，方便观影，后备箱储物不受影响
- 缺点：使用时不能开车，且床长只有1.7米



图例：用户发表

露营模式2：二排放倒+后备箱

体验感受：

- 优点：主驾可正常驾驶，空间大，深度可达2米以上，可以接车尾帐篷
- 缺点：占用后备箱储物功能，使用前需要将物品清空

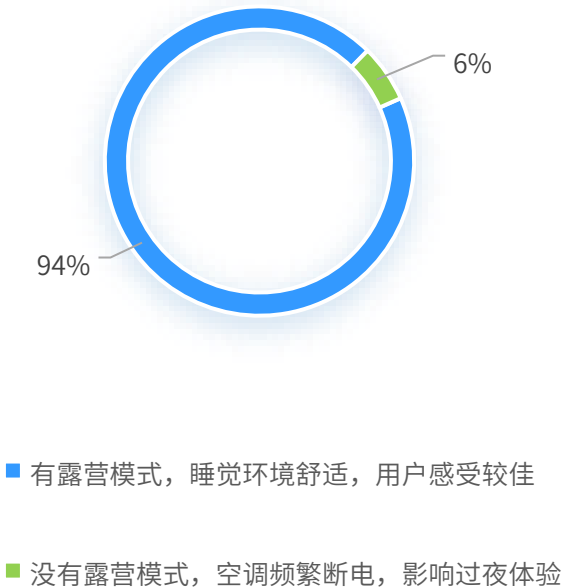


图例：用户发表

露营模式：露营场景中的关键功能，直接影响夜间休息质量

- 对于露营模式的讨论，已配置该功能的用户普遍给予正面评价，特斯拉Model Y、零跑C11、理想ONE用户对于露营模式分享较多，他们普遍反馈，露营模式下夜间睡眠环境舒适，车辆能够维持适宜的温度，且支持语音操控，增强了露营的便捷性与舒适度。部分用户反馈露营模式能耗可控，且系统智能预估剩余电量持续时间，为电量管理提供了实用参考。
- 少量用户反馈因车辆未配备露营模式而遭遇空调频繁断电困扰，影响夜间休息质量及整体露营体验。这一对比凸显了露营模式在露营场景中的重要性。

露营模式讨论情况



代表车型及使用感受

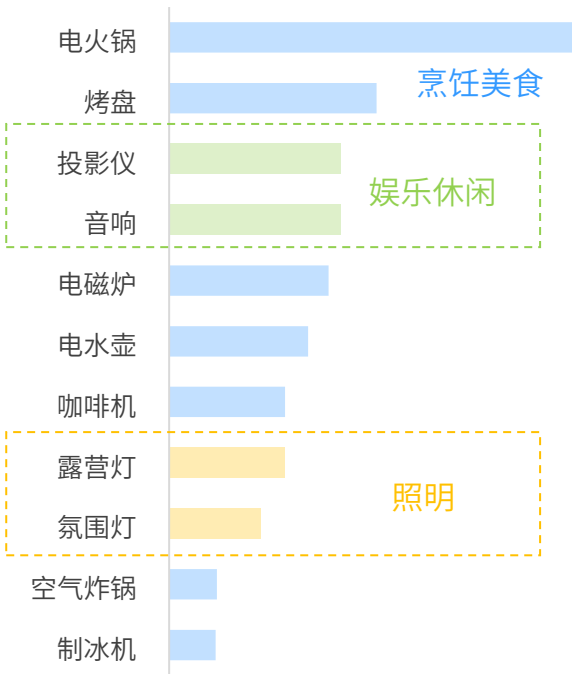
- 可语音操控露营模式，驻车状态下空调、照明等功能能够持续工作，车内环境舒适，温度适中
- 露营模式耗电程度可接受，系统会根据当前车辆所剩余的电量预估该模式剩余时长

热议车型	露营模式	用户使用感受
特斯拉Model Y	✓	特斯拉在设计的时候就有个电量20%的预警，在电量低于20%的时候，露营模式会自动停止。其实露营模式的耗电量并不高，晚上在车里睡觉，每个小时耗电量基本在2kWh左右
零跑C11	✓	经过一晚近8.5小时的消耗，露营模式结束后车机表显续航里程减少60公里
理想ONE	✓	窝在理想one里睡了一觉，露营模式，能放心开空调，美美的睡在风景里

外放电功能：为户外餐饮与娱乐方面带来新体验

- 对于外放电功能，用户通常会将车辆配备的放电枪或放电插座与车辆的慢充口连接，通过插线板或适配器将电能传输给露营所需的设备，该功能有效缓解了户外电力供应的难题，为露营用电提供便利。但仍有一些不足之处，部分车辆的外放电功能受限于低功率输出，造成电力供给不足；也有部分车型没有外放电功能，用户只能通过额外配置发电枪或便携式发电机等外置设备以实现放电，影响用户体验。
- 在露营场景下，外放电功能主要用于烹饪美食，为电火锅、烤盘、电磁炉、电水壶、咖啡机等设备供电，极大的丰富了露营餐饮选择与便利性。还主要为娱乐与照明设备供电，满足用户观看露天电影、享受音乐的需求，增加露营的娱乐性和氛围感。

外放电功能使用情况



代表车型及使用感受

优势：

- 用电自由，便利性高，无需再携带额外的电源设备
- 提升露营体验：在户外享受烹饪美食、观看电影等乐趣

不足：

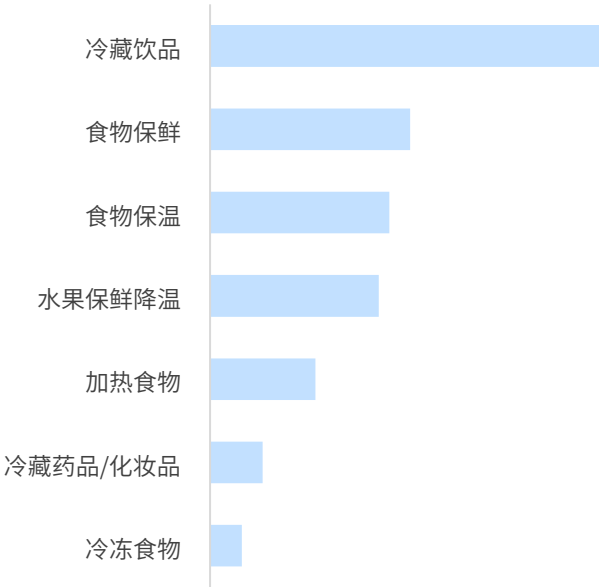
- 部分充电插头放电功率低，导致电力供应不足
- 部分车型没有外放电功能，但可使用外置设备实现放电，外置设备品质没有保障

热议车型	对外放电	放电功率	用户使用感受
深蓝SL03	✓	3.5KW	外放电功能非常实用，用电烤炉烤出的面包和香肠，直接用车子供电，省去了携带笨重的发电机。
岚图FREE	✓	3.6KW	可以对外放电真是太惬意，可以一边喝着现磨咖啡一边打牌
小鹏G9	✓	2.2kw	对外放电真的很爽，就是功率有点小，2.2kw煮个火锅勉强够用
比亚迪 元plus	✓	车辆最大3.3kw，接头2.2kw	插上电热毯完全没反应，还有真空袋抽真空的泵也带不起来
大众ID系列	✗	可使用外置设备实现放电	没有外放电功能对于露营外出不太友好。之前有一些小工作室做过大众ID的外放电设备，但是个头大价格高安全性都很难把控
特斯拉Model Y	✗	可使用外置设备实现放电	有些达人做了个“欺骗器”，让交流插口对外放电，给电器供电。但是如果对车辆损坏，是不保修的

车载冰箱：户外露营中，车载冰箱已成标配趋势，满足户外食材冷藏与保温需求

- 在户外露营场景中，车载冰箱成为提升旅行品质的关键装备，其能够即时享用冷饮、保鲜水果及调控食物温度，增强了食品携带与储存的灵活性。小鹏X9、理想L9及极氪X（后者具备三档温控功能）作为热门车型，均能够满足市场对车载冰箱集成化需求的期待。依托新能源汽车的持续供电能力，即使在车辆熄火后，也能维持食品保鲜状态。
- 车辆未预装车载冰箱的用户只能依赖物理降温手段，难以持久保障露营期间食品的新鲜度，促使部分用户选择自行加装车载冰箱弥补这一不足。

车载冰箱使用情况



代表车型及使用感受

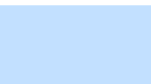
代表车型	小鹏X9	理想L9	极氪X
车载冰箱	 图例：用户发表	 图例：用户发表	 图例：用户发表
容量	• 10.8L	• 8.8L	• 5.7L
温度	• 0-50℃宽泛调节	• 制冷0-7℃ • 制热35-50℃	• -15℃极冻 • -6℃~20℃冷藏 • 35℃~50℃保温
用户反馈	“想给宝宝的奶瓶保温，想出去露营带点冰鲜的牛扒可乐雪糕，全部都可以满足。”	“第二排有冰箱支持加热和冷藏，夏天冰个奶茶可乐进去不要太爽。”	“朋友们都夸这个冰箱设计得太好了，在户外有个冰箱真的很方便，再也不用担心饮料不够凉了。”

全景天幕：物理遮阳帘、调光隔热材料及技术革新解决暴晒难题，提升用户满意度

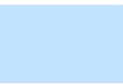
- 车辆的全景天幕显著提升了用户露营体验，主要体现在**整车氛围**、**视野开阔度**、**视觉空间感**及**外观美学**方面，较传统天窗展现明显优势，用户评价普遍积极。初期全景天幕因暴晒问题引发不少负面反馈，但通过引入物理遮阳帘、调光隔热材料及技术革新，市场形象得以修复，用户满意度回升，电动遮阳帘进一步提升了用户体验。
- 但仍有少量用户担心全景天幕的**安全隐患**，主要为事故中的结构安全性、安装车顶支架的承载能力方面。

全景天幕用户体验亮点

浪漫惬意，氛围感



视野好



空间不压抑



酷炫，颜值高

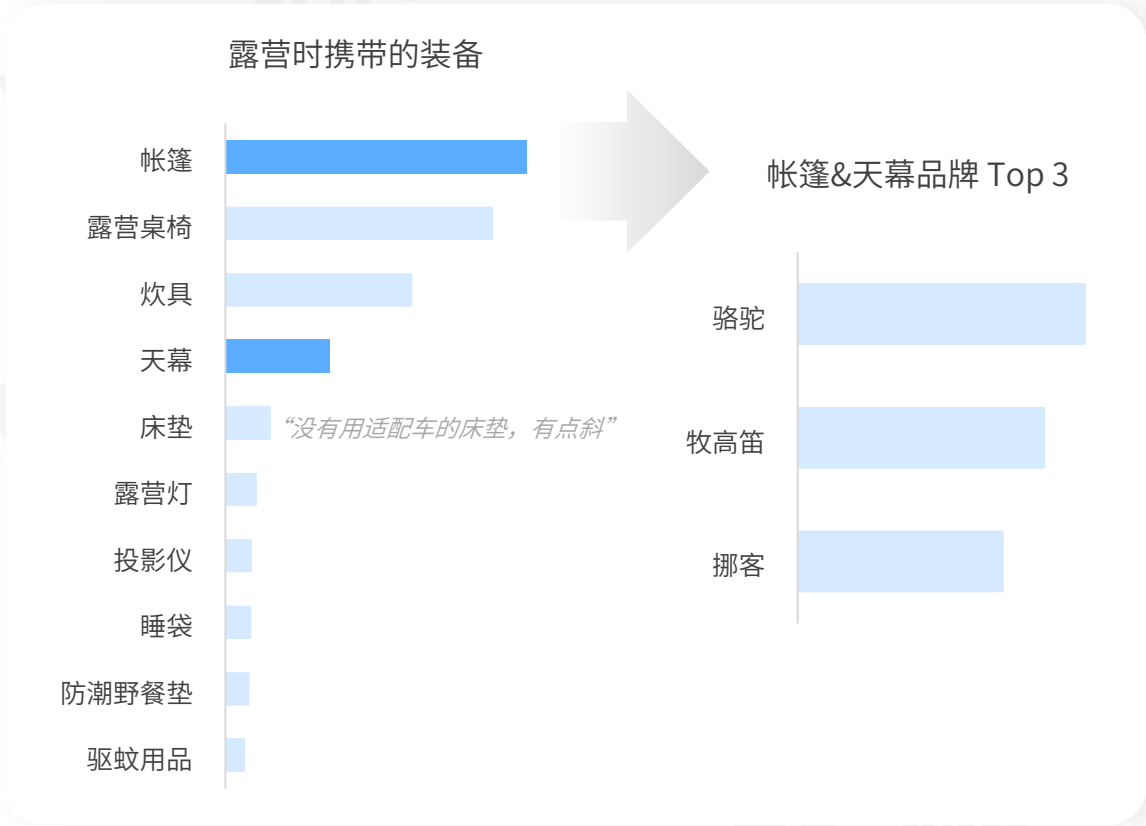


不同产品全景天幕横向对比

代表车型	特斯拉Model S	零跑C10	Smart精灵	蔚来EC7
全景天幕产品概况	 Model S 玻璃车顶遮阳帘 ¥ 900	 全视野天幕 坐享大通透 21000cm²全景星空顶带电动遮阳帘		
	- 高透明玻璃车顶 - 遮阳帘官方选配	全系配有电动遮阳帘	- 星空天幕 - 配有电动遮阳帘	- 智能调光天幕 - 遮阳帘官方选配
用户反馈	紫外线要是个车玻璃基本就会完全隔绝， 能量高的还有红外线 ，该热还是热， 没有遮阳帘夏天就是折磨	头顶的大天幕，视野上特开阔，而且 全系配有遮阳帘 ，这样在夏天车内也不会很晒了，也省去了我们自己加装手动的遮阳帘	有64色的星光天幕，不仅可以 调节亮度 ，还可以 模拟星空的效果 ，给人一种浪漫的感觉	选了 调光天幕 ，还上过央视，我看完央视主持人的体验视频后也现场做了一次 防晒效果测试 ，不错
用户顾虑	- 不少用户担心全景天窗存在安全隐患 - 认为遇到交通事故全景天窗不安全，存在安全隐患 车顶支架安装受限，一方面是视野受阻，另一方面担心玻璃车顶长期承载重物存在安全隐患			

露营装备体现露营行业愈发精致且多元，注重露营的舒适体验

- 通过用户发文了解，露营时会携带帐篷、折叠桌椅、炊具餐具、天幕的用户较多，在露营活动中具有高度的普及性和需求刚性，帐篷和天幕装备中骆驼、牧高笛、挪客品牌最受欢迎。不少用户还会携带床垫、露营灯、投影仪、睡袋、防潮野餐垫与驱蚊用品，体现了露营行业愈发精致且多元，用户对露营环境适应性与舒适度的重视。
- 用户在露营装备选购上，倾向网购外部品牌，只有少量用户会在官方购买相关装备，适配性问题影响用户体验，如部分用户购买充气床垫适配度低导致床面存在缝隙或倾斜。建议品牌方强化露营场景营销策略，关注产品兼容性与用户反馈。



帐篷主流种类

01



独立帐篷

- 独立性特征，随地可搭
- 我找到了一个适合搭帐篷的地方，搭好后我躺在帐篷里，闭上眼睛，听着大自然的声音，下午时分，我开始准备在旁边钓鱼

02



车尾帐

- 空间利用、便捷舒适
- 买了车尾帐篷之后，夏天也可以出去露营了，车里吹空调，不怕热，女儿最喜欢的就是露营

03



车边帐

- 灵活性：可独立，也可车辆结合
- 终于等到了适合MPV的最佳露营帐篷，相比现在市面上很多的车尾帐来说，MPV更看重中门的使用



04

主要发现和相关建议

主要发现：潮酷风尚、自在乐活、亲子生活、社交聚友四大主流人群成为露营“新势力”，车辆空间利用率、大床模式、外放电功能、车载冰箱、露营模式、全景天幕备受关注



新人群

- ✓ 年轻女性
- ✓ 中年男性
- ✓ 高线城市
- ✓ 城市白领，中高收入群体
- ✓ 家庭用户
- ✓ 科技爱好者
- ✓ 热爱自然、户外运动

根据受众群体特征与偏好，总结四类核心人群类型：

- ✓ 潮酷风尚
- ✓ 自在乐活
- ✓ 亲子生活
- ✓ 社交聚友

新玩法

- **装备升级**：除了基本的帐篷、睡袋、炊具外，还增加了氛围灯、折叠马桶、手冲咖啡器具、烤炉等高端装备
- **场景布置，注重氛围感**
- **智能互联、娱乐体验升级**：融入更多娱乐元素，如户外电影、音乐会等，不仅丰富了露营内容，还增强了露营的社交属性
- **露营场景新能源汽车特定功能关注情况**：车辆空间利用率、大床模式、外放电功能、车载冰箱、露营模式、全景天幕



营销建议：利用综艺节目对精致露营理念渗透，融入露营场景展示新能源露营车优势

- 与知名平台携手，通过赞助或共同策划露营主题综艺节目（如奥迪与《现在就出发》的成功案例），从主题概念、嘉宾阵容、话题打造、植入方式都为行业树立了创新标杆，此次品牌与热门IP的深度融合，增强了“奥迪Q4 e-tron纯电豪华SUV”在年轻消费群体中的正面品牌形象。
- 在综艺节目中，新能源汽车作为露营活动的核心元素，如作为露营队伍的主要交通工具、露营地的电力供应来源等，通过实际使用场景展示新能源汽车的实用性和便捷性。

- 范丞丞作为《现在就出发》充电家族成员，担任奥迪Q4 e-tron体验官，通过创意中插直击用户续航焦虑，打出“续航更准，心态更稳，全程无压力，现在就出发”的口号，也将奥迪年轻、活力、自由无限的品牌形象直观具象化，打破次元壁和原有受众圈层，推动品牌势能向Z世代扩散。

奥迪 🇨🇳

08月20日 17:36 转赞人数超过4800 来自 微博网页版

重要的事情问三遍，这是一期什么神仙节目？ X3

今晚20:00，锁定腾讯视频《现在就出发》

和#奥迪Q4 e-tron# e起打卡梦幻阿尔山

🎁即刻起GIF图片中截取车型正脸或范丞丞表情包有机会获得节目明星同款玩偶包包#

全程无压力现在就出发# #范丞丞满电出发#



1330

62



营销建议：通过体验式营销将新能源汽车与精致露营结合，将优势传递给用户

- 通过举办露营节、露营+主题车友会、试驾体验活动等方式，让消费者亲身体验新能源汽车在露营中的优势和乐趣。
- 在露营地打造特色场景和主题区域，展示新能源汽车与露营装备的完美结合，提升品牌形象和用户体验。

【零居年中露营会】

面对全国车友，零跑买单：现场游戏互动，拉近车友关系

#零居年中露营会#

百位零跑车主齐聚杭州，在青山如黛、绿草如茵的画卷中，零居们欢聚一堂，逛集市、听音乐、看璀璨烟火点亮夜空，更有零跑C16提前点映！2024零居年中露营会，车主们的快乐party！广州零零会前来报道！



“打卡零居年中露营会啦，首先官方诚意满满，机酒全包，全国各地的零居都没有后顾之忧。营地更是选择的很浪漫，户外活动也很到位，六一儿童节大朋友小朋友都能尽情欢乐~ 集卡抽奖中了一个联名保温杯，还买了零跑商家的杯子，配色超级可爱，当得起满载而归四个字啦哈哈~”

【问界车友露营会】

车友分享用车感受，提升用户体验

非常荣幸参加了问界组织的一场开生面的车主活动，是一次在室外的露营野餐活动。在这里不仅感受到了大自然的的魅力。并且结识到了来自各地的车友们，我们一起探讨用车常识，一起分享驾车的技巧。在这里欢声笑语，似乎忘记了城市喧嚣，放松了心灵，并且享受美食带来的快感，希望以后还可以参加这样的活动，也祝愿问界汽车越办越好！#趣无界·共此时#



转发

评论

1

分享这条博文

PERCENT 百分点

