

随着省内游、周边游持续火热,自驾游凭借其出行更自由、更安全的特点受到越来越多游客的青睐,与之相关的产业也得以快速发展。在业界看来,作为旅游行业的细分领域,自驾游市场的发展潜力不断被挖掘,同时也出现了一些新变化和新挑战。



视觉中国供图

自驾游市场步入“高原阶段”

□ 本报首席记者 王玮

游客愿意为体验服务买单

2012年至2021年,中国自驾游市场历经了萌芽期和成长期。中国旅游车船协会发布的《中国自驾车、旅居车和露营旅游发展报告(2021—2022)》(以下简称《报告》)显示,自驾游市场已经进入成长期的“高原阶段”。

据测算,2021年自驾游人数占总旅游人数的比重为70.29%,这是“占比超过七成”的第二个。这标志着自驾游市场在2018年从萌芽期进入成长期之后,又在近两年迅速跨越至成长期的“高原阶段”,并会在这一阶段保持一段时间。当然,随着城镇化率、公路密度以及汽车产量的不断提升,未来我国自驾游人数占比有可能达到90%左右。《报告》课题组组长、美孚(北京)信息技术有限公司董事长莫克力解读道。

在这样的定位下,整个市场呈现出什么样的状态?《报告》数据表明,2021年自驾游仍然是以家庭为单位

出游。这一类型的用户占比达64.3%,同比增长18.9%。从消费者角度对自驾游的定义是:个人或团体以自己驾驶机动车为主要交通方式的旅游休闲活动。在这部分人群看来,自驾游最突出的特点是“在途”和“小群体”,他们更愿意为体验性强的服务产品买单。这让“人车一体”的自驾游市场形成了一个跨地域、跨行业的大产业生态圈,其中既包含了游客的各类旅游、体验消费,也包含了车辆的各种服务消费。

调研中,《报告》课题组注意到,2019年到2021年,自驾游游客人均消费逐年上升,2021年已经达到1257元/人次,超过国内旅游人均消费水平。值得注意的是,与2020年相比,3000元以上的消费比例上升至36.4%,1000元

以内的消费比例也上升至34.9%。而1000元至3000元的中间消费比例下降明显。由此可见,自驾游游客的人均花费已呈现出K型分布的迹象。有业者分析,市场的目标受众也可能有进一步的变化。

按年龄划分,自驾游市场整体呈现年龄越大自驾游诉求越强的特征,同时也有阶段性区别。《报告》显示,35岁以下用户的自驾游诉求随着年龄的增加而增加;35岁至54岁用户自驾游诉求因工作压力等方面的影响,呈现先降后升的趋势,55岁以上的用户陆续进入退休阶段,自驾游诉求呈现井喷式提升。此外,从调查数据可以明显看出,2021年自驾游市场开始逐步恢复到疫情暴发前的水平,一年2—3次出游的用户数量已经基本与2019年

保持一致,6次以上出游的用户数量也有大幅上升,0—1次出游的用户数量同比下降了55.5%。可以预见,2022年至2025年,自驾游诉求将成为中国车市“第一诉求”。

面对需求端的扩大,供给端是否做好了准备?

《报告》显示,从露营地、房车和露营装备、自驾服务3个自驾游领域主要产业的规模来看,年增加值不足千亿元,依然跟不上当下需求的变化和热度的增长。自驾游的旅游产品供给可以被认为是“旧产能”过剩,供给质量与需求升级不匹配。“自驾游领域的产品创新和服务升级都依赖旅游空间产品的供给。自驾游市场要想发展,既需要打通传统产能的堵点,也需要尽快培养能够快速响应小趋势的创新力。”中国旅游车船协会监事长、自驾游与露营房车分会秘书长刘汉奇说。

营地渐趋产业化规范化

《报告》显示,露营地作为自驾游领域的重点产业经历了投资高增长和服务企业注册高增长两个主要发展阶段,已经出现了明显的重资产、轻资产类型分化。

“目前来看,自驾车旅居车营地基本上属于重资产型营地,即综合露营地、户外休闲的综合体。轻资产型营地往往跟线下流行的精致露营相关联,提供帐篷、简单的游乐项目、配套服务等,自驾游客可以携带露营装备来享受大自然。”莫克力解释道。

那么,哪一种类型的露营地更有发展潜力呢?莫克力在与一些轻资产型营地经营者进行交流后发现,有一部分商家可以在半年内收回投资成本。然而,她也注意到,虽然在高涨的市场热情下精致露营的发展速

度很快,但是其市场渗透率与热度增长率并不成正比。目前,我国参与露营活动的人口渗透率不足1%。正如这几年同样突然爆发又迅速趋于平静的盲盒、地摊市集等新兴业态一样,精致露营也存在从“网红”变成“泡沫”的风险。

相比较而言,重资产型营地的投资回报率没有那么高,但发展更为稳健。《报告》显示,2021年,自驾车旅居车营地平均营业收入达到853.75万元。“重资产型营地在这一波精致露营热度的作用下也得到了更好发展,经营情况良好,预计未来能派生出轻重资产结合的露营地连锁企业。”在有一位有多年营地经营经验的观察者看来,精致露营为重资产型营地的投资和经营打开了新局面,反过来,轻资产类型

营地经营者也需要借鉴自驾车旅居车营地的发展经验,突破高增长泡沫所带来的风险。而这两种类型的营地都面临着针对细分群体和垂直市场的需求,提升经营质量和丰富运营内容的挑战。

任何业态在自由生长一段时间后都需要规范发展。细心的业者可能会注意到,《指导意见》不仅明确要加强标准引领,加大对《休闲露营地建设与规范》国家标准、《自驾车旅居车营地质量等级划分》旅游行业标准等的宣传贯彻力度,还对公共营地和经营性营地进行了比较明确的区分。“对于业界关注的经营性营地的‘土地政策’、《指导意见》从其与国土空间规划的控制边界之间的关系,作出更加明确的界定,超出一定利用范围的营地需要依法依规办理相关用地手续。从长期看,能让露营市场回归理性的发展。”有业者分析道。

线路产品仍需加快升级

能沿途品尝到藏式火锅、甜茶、马奶子等特色美食。

“但是,这条自驾线路全线多为一望无际的戈壁沙漠和无人区,公共服务设施条件有限,如果自驾游爱好者在规划行程时就能收到‘海拔较高请提前做好补给与安全防护准备’等提醒以及发生问题如何求助等信息就好了。”孙乐坦言,虽然不少公路在自驾游圈里很火,但是市面上的自驾游产品与这些公路的结合度并不是非常高。有些产品甚至是照搬旅行社的团队线路,因此,多数情况下自驾游爱好者不得不自己做规划,这就有可能因经验不足而埋下安全隐患。孙乐所提醒的也是整个市场正在关注的问题——自驾游线路产品的设计能否满足市场需求?品质该如何保障?

不久前,中国旅游车船协会发布了《自驾游线路产品设计与质量要求》团体标准。刘汉奇表示,自驾游线路产品的设计首先要有适合游客特殊需求的项目内容,要更贴近消费市场。

在团体标准中,自驾游旅游线路产品被定义为依托旅游资源 and 交通资源,整合一系列服务要素,以自驾游旅游方式形成的旅游线路产品。标准规定了自驾游线路产品的设计依据和条件、产品要素、质量要求,适用于将自驾游作为主要对象的相关机构及互联网平台。

刘汉奇介绍,团体标准明确要求自驾游旅游线路产品应满足资源组合丰富、特色突出、规划安全合理、信息真实有效,既能满足游客需求,又能促进旅游目的地的社会和经济发展的条

虽然天气转凉,但是到户外露营依然是广西人的心头好。近段时间,广西各地露营热度仍在持续攀升,不少企业也纷纷加入该赛道。对于如何充分挖掘露营经济的潜力,业界下了不少功夫。

需求升温

只要周末天气晴好,家住南宁的曾女士就会带着女儿,约上三五亲戚,自驾到周边的露营地度假,铺上一桌美食,坐在休闲椅上听歌看风景,曾女士坦言这样的生活很惬意。

曾女士从今年广西“壮族三月三”假期开始加入露营大军,之后就爱上了这一度假方式。她介绍,从挑选营地、购买装备,到现场铺设,她交了不少“学费”,也有很多收获。

与曾女士自己购买露营装备不同,南宁市民刘先生习惯选择能够拎包入住的精致露营。他在青秀区找了一家营地。“一家老小出门露营,吃喝是个大工程,这样的露营地一般会推出套餐产品,提供桌椅、炉具等露营用具,只需采购些自己喜欢的食材就可以了。”

刘先生认为,如果是露营“铁粉”,购买装备是更好的选择。如果只是一次性体验,拎包入住则更为实惠。

不仅是南宁,桂林、柳州、北海、崇左等地的露营地也受到了不少游客的青睐。

露营热还带来了行业相关产品

动,不断丰富游玩项目,增强吸引力。露营热在一定程度上也带火了房车游。上汽大通房车相关负责人陈先生表示,国庆假期,他们的房车全部租满,不少人开着房车到南宁周边的露营地打卡。

在柳州经营一家露营地,同时也是户外用品代理商的梁先生从公司的销售数据看到了露营经济迅猛的上升势头。他介绍,2021年春节前,露营装备销售迎来第一波高潮,露营热开始显现。此后的每一个小长假,露营装备销售都会迎来小高峰。梁先生介绍,今年“壮族三月三”放假前的一个月,某个热门露营品牌的产品在广西的销售额是此前全年销售额的好几倍。

理性推进

近年来,广西各地政府部门积极规划乡镇旅游发展,旅游及相关行业人士也在思考如何借助露营热潮让旅游业回暖。

崇左市龙州县上金乡积极引导外部企业,对上金村弄屯屯河岸滩涂面积2000多平方米的闲置空地进行改造,建设“上金·椿野露营”基地,探索“露营+”经营模式,为村级集体经济的创新发展提供了思路。目前,上金乡已整合了25万元资金投入露营基地项目建设,不仅带动了上金周边特色农产品的销售,还帮助30多名村民在家门口实现就业,全乡旅游收入达到15万元。上金乡党委书记侯勇

广西露营热全面开花

□ 孟萍



游客在南宁青秀山露营地游玩 孟萍摄

的热销,户外产品、烧烤食材销量激增,户外经济成为假期消费“新风口”。

在柳州,以露营为主打的户外休闲方式持续升温,夜幕降临,环江滨水大道的草坪上热闹非凡,游客还可以享用配套的自助餐饮,参与休闲活动。在北海,以露营野餐、海边烧烤、赶海拾贝等为主题的近郊游备受游客青睐。在廉州湾大道旁的草坪上,每隔几米就有市民在草地上露营。在崇左,夜间露营颇受欢迎,也带动了夜间经济的发展。

发展提速

广西的露营起步虽晚,但发展十分迅速。特别是今年以来,广西各地各景区根据游客需求,不断对露营产品和服务进行创新,已经从最初的“住帐篷”衍生出更为丰富的露营经济业态。

露营的火爆首先推动了配套设施的快速升级。来自四川的游客“山野君”暑期曾到阳朔大圩大背村狗蛋农场露营地体验,他对基地的帐篷赞不绝口。他说:“帐篷内的布局很舒服,床上用品质量考究,周边配套也很齐全,这种睡在山水画里的感觉很不错。”

如今,设施齐全的露营地越来越受游客追捧。南宁青秀山露营地里,一个个白色天幕下,腌制入味的各种美食在烤炉上“翻转”,孩子们在营地追逐嬉戏。该露营地每个营位上都配备了家庭台、电烤炉、休闲桌椅等,营地推出的户外烧烤套餐每个周末都吸引众多游客预订。

位于桂林桂海晴岚旅游度假区内的峇峇之野国际露营地今年7月开营后就一直热度不减。近期该基地举办的“洞游山月·帐篷露营”,融合了市集、音乐、运动、潮流、手作、在地文化等元素,打造多元化户外生活,提供创新式场景体验,吸引了大量游客。

从江边露营到海边露营,从星空露营到房车露营,随着露营持续火爆,“露营+”已成趋势。

南宁传佳营地总经理张小娟认为,随着个性化度假需求的攀升,单纯帐篷露营已不能满足游客的需要。因此,营地策划了研学等亲子活

介绍,下一步,上金乡将利用花山服务区汽车营地、弄屯屯椿野露营地等沿线旅游打卡点,大力发展夜经济、夜文化,探索形成文旅融合、乡村振兴同频共振、相融互促的发展新模式。

南宁市持续对邕江进行综合整治和开发利用,目前已在邕江沿岸可利用地设置了200余处休闲运动场所,打造了数十个沿江公园。今年4月印发的《南宁市生态环境保护“十四五”规划》提出,高标准打造“百里秀美邕江”,建设帐篷、房车营地。

近日,柳州市环江滨水大道沿线网红露营地“休假”的事件引发了大众关注。由于此前市民的露营频率太高,草坪不堪重负,柳州市园林绿化维护管理处便对河东大桥到鹤塘江大桥沿江踩踏比较严重的草坪进行封闭养护,预计维护时间持续一至两个月。

“野蛮生长”之后,露营衍生的卫生、安全、环保等问题也随之显露。不少游客投诉营地存在服务差、没有水源、公厕卫生堪忧、垃圾清理不及时等问题。游客曾女士说,今年她去过好几个露营地发现,大多数游客能做到“人走垃圾走”,但也有离开时留下一地垃圾,甚至将废水、残渣随意倾倒。业内人士表示,除了垃圾处置,露营带来的用火等安全风险值得警惕,这些问题需要营地经营者从硬件设施和管理手段方面下更多功夫,也需要有关部门加强监管、游客提升环保意识。

此外,不少游客自发到野外开展露营的行为也有监管难的问题。南宁市户外运动协会副秘书长李承恩提醒,游客出发前要根据行程时间和天气做好行前计划,把装备准备齐全,选择设施齐全安全有保障的正规营地,谨慎前往危险区域露营,避免发生意外。

本报常年法律顾问:

北京市岳成律师事务所

网址: www.yuecheng.com

电话: 010-84417799

微信: beijingyuecheng

地址: 北京市东三环北路丙2号天元港

中心A座7层



中国旅游报 CHINA TOURISM NEWS

欢迎订阅全国百强报刊《中国旅游报》

欢迎订阅

《中国旅游报》

服务业界 赋能发展

《中国旅游报》每周一到周五出刊
2023年全年订阅价: 360元/份
邮发代号: 1-40



订报二维码

地址: 北京市东城区北河沿大街83号 邮编: 100009 发行热线: 010-85168061