

精致露营真的不火了吗？

□ 本报首席记者 王玮

随着姹紫嫣红的春天到来，今年你还会经常去露营吗？“会，虽然可以长途旅行了，但周末到城市周边‘安营扎寨’，看春天的颜色由浅到深的想法是不会变的。”95后户外运动爱好者易男说。“不会，即便是平日，我们也想带孩子去参与室内活动，毕竟这3年受疫情的影响，孩子在这方面的体验少了很多。”6岁孩子的母亲李妮回答道。对于记者提问，两位露营达人给出了不同的答案，由此也反映出，随着旅游市场的恢复，曾被“帐篷客”追捧的精致露营面临着新的消费变化。接下来这个市场的空间究竟有多大？业界正在密切关注。

市场热度会消失吗

“在星空下入睡，在晨光中醒来。”精致露营的美好在这几年让很多因为疫情不能出远门，又减少了大量室内娱乐活动的人们着迷。在去年多个重要旅游节点的OTA数据报告中，“露营”一直占据C位。但是，今年春节，包括天气等多重因素的影响，该市场的数据已在多份报告中隐身。当前业内出现一种声音：精致露营热是疫情冲击下的市场“催生”出来的，因此，跨省旅游的开放以及境外旅游的逐渐恢复会对精致露营市场产生很大的分流影响。事实真是如此吗？乡伴文旅集团野邻负责人何杰莹向记者坦言，目前，江浙沪地区气温仍未回升，精致露营市场的仍处于相对淡季。作为一种户外生活方式，露营一直以来都会受到天气和环境的较大影响。不过值得注意的是，虽然近段时间游客精致露营过夜需求不高，但对于不过夜的套餐产品、游玩项目等依然保持热度。

携程数据显示，进入2月，通过携程平台预订南方温暖地带露营产品的订单，同比增长75%，超六成是本地周边的预订。也有从业者向记者透露，高校开学前夕，海南多个热门冲浪目的地的营地依然火爆，聚集着来自全国各地的户外运动爱好者。但疫情防控措施进一步优化后，旅游选择肯定会越来越多，由此对精致露营的需求适度降低也是符合市场规律的。

北京第二外国语学院旅游科学学院副教授邓宁认为，当前旅游市场回暖的趋势比较明显，游客的选择更趋多元，旅游产品的丰富性也有望恢复到疫情发生前的水平。“很显然，关注精致露营的群体肯定会因此减少，但由于露营在这两年已经深入人心，且成为周边游的一个

重要业态，具有一定的市场规模，市场会趋于理性，比拼服务和品牌的阶段即将来临。”邓宁说。南开大学旅游与服务学院教授马晓龙同样认为，原本受到限制的跨省游、出境游市场的复苏，可能会导致精致露营市场的游客流失，但不代表传统旅游业态的复苏将在中长期挤压并取代该市场的生存空间。“精致露营以较低的成本满足人们回归自然、返璞归真的需求，迎合了现代人在紧张工作之余得到短期的休闲、娱乐、调养身心的愿望。随着社会经济的发展，人们的旅游消费需求升级，露营旅游，尤其是以舒适性、一站式、有氛围、强社交为特征的精致露营会更加契合大众休闲需求。从精致露营已在欧洲、北美、澳大利亚、新西兰等市场迅猛发展了这

一顶帐篷的魅力何在

内。烟花绽放时的告白、天幕下的咖啡香、漫天飘舞的樱花……都是这款营地产品的“爆点”。

在朱显看来，要做爆款的逻辑去设计每一个产品，充分考虑如何提升消费群体的户外空间体验感，再根据供给侧的资源丰富度调整产品内容，然后听取消费者的反馈，持续迭代产品。“说白了就是这个营地要在什么时间满足消费者的什么需求，如果把这一点想清楚了，剩下的就是把安全性、舒适度、性价比做好。”在朱显的经验中，精致露营的产品也是分区域的，在旅游目的地营地产品更偏向定制游，在城市周边的产品更讲求休闲娱乐体验。

马晓龙认为，在精致露营产品设计上，可以有两条思路：立足于当前国内大众露营的消费趋势，注重精致露营与其他户外活动或旅游消费业

态的融合，通过开发组合性产品，努力成为游客度假体验过程中具有新鲜感的延伸；或是专精于小众市场，以高品质、专业化方向发展。于是，他们根据不同群体的兴趣爱好，做出不同主题的产品，包括音乐主题营地、艺术市集、户外潮流运动聚集地等，同样一个营地每个月也可以有不同的主题，吸引不同类型的人群。

此外，郭珈铭还提到人群拓展的重要性。“精致露营也可以理解为用帐篷搭建出的美好场景，里面有很多

回归理性的N种可能

力更强的营地出现。”郭珈铭判断道。

“目前来看，精致露营可能不会像前两年那么火了，但是大城市的需求量还是在的。”郭珈铭告诉记者，今年他们旗下的精致露营品牌——乐游部落会在部分一线和新一线城市周边继续落地新营地项目，不过与前两年相比，在选址等方面的考量会更加谨慎，比如，会选在距离城市中心1—2小时便能到达的地方建设营地。营地所处的地理位置不仅要自然环境优美，更要符合做长期精致露营项目的条件，如远离森林防火区、防洪区，周边还要有年轻群体或亲子家庭的聚集地。另外，所在地的基础设施一定要比较完善，特别是水、电、排污系统等基础设施，这是营地服务保障的关键，也能成为营地建设节约一部分成本。

对于“精致露营发展有望回归理性和专业”的判断，邓宁表示认同。在

他看来，术业有专攻，未来精致露营品牌会更专业化，产品设计也会更具内容属性，精致露营甚至会以旅游产品的身份成为旅游线路中的一个组成模块，或是成为目的地提升业态丰富性的嵌入产品形态。“旅游市场整体回暖可能对精致露营是一个新的机遇，入局者需要研究的是如何融入旅游目的地的整体流量市场，在整个产业链中找到合适的位置。”邓宁建议。

在朱显看来，越是这样的时候越应该用良币驱逐劣币。因此在继续开发自营营地的同时，大热荒野也在尝试做品牌管理公司。“我们踩过的坑比较多，做过的营地数量也比较多，在产品曝光和流量转化上也有比较充足的经验。因此，我们想把这些产品、经验、能力拿出来，形成一个整体运营方案，让更多的营地运营方不走弯路。”

么多年便能看出端倪。”马晓龙说。

“精致露营真的可以离我们的日常生活很近。”前不久，网友樱桃在社交平台分享了她和朋友在云南昆明一个商业综合体的顶楼平台露营的体验，颇有在钢筋水泥间找到世外桃源的反差感。樱桃和朋友在“顶楼营地”品着咖啡，聊着天，晚上还可以看一场户外电影，累了就到帐篷里躺一躺，这份偷得浮生半日闲的惬意，让不少网友跟贴表示找到了精致露营的更多可能。

“从某种角度来说精致露营是本地游和周边游市场的升级补充。”在大热荒野创始人朱显看来，精致露营有着传统旅游项目没有的魅力。“从互联网的角度来看，精致露营是让游客在户外空间里的在线时长增加了。他们可以一个在一个地方一坐就是一天，享受鸟语花香，静看云卷云舒。就像一个APP，只有在线时长越长，商业价值才会越高。”

的想象空间，包括承接企业的团建活动、品牌活动。因此，营地不需要把目标受众只锁定在旅游休闲人群和户外运动爱好者中，可以寻找更多的客户群，这样才能激发更多有生命力的产品出现。”

“总之，维持精致露营的长效发展，需要在配套产品的内容上做出更多创新延展。更加关注一站式的露营体验设计，在‘新、奇、特’上做产品升级，实现场景创新。”何杰莹说。

“露营市场去年的火爆，背后的因素很复杂，但也在一定程度上契合了当下‘旅游+’的概念。精致露营想要继续维持热度，需要在内容创新方面下功夫。”邓宁认同道，未来精致露营的卖点是其作为载体，提供给人们亲近自然、休闲放松的感觉，所以围绕精致露营所打造的亲子、教育、游学、美食、户外、野奢等主题性质的内容产品才是精致露营的灵魂，因此，未来产生具有影响力的项目品牌，可能更多的来自跨界属性突出的企业。

“精致露营是碎片化的产品，其营销和触达用户的方式与传统住宿类产品的逻辑不一样，更多是通过社交平台，或者俱乐部等私域流量运营机构来实现触达，因此，口碑营销是非常重要的。如果在这个市场变化的关键期，因为营地的不专业，导致消费群体产生厌倦，生态会越来越差。我们需要更多的办法，让更多的优质供给出现。”朱显说。

“在消费升级的当下不断投入，对资源进行‘精致化’升级是露营市场稳定客源、可持续发展的基础。”马晓龙提醒，目前国内精致露营的发展仍然处于起步探索阶段，距离大规模运作还有一定的距离。当前，扎堆进入还出现过度竞争、产品同质化等问题，危害市场的长久发展。对于企业来说，应当在维持原有业态基础上，根据实际情况，决定是否进行该市场或进一步深度开发，绝对的“扎堆进入”“放缓探索”均不是合理的战略取向。

相关案例

安徽合肥：围绕“露营+”延伸产业链

□ 朱文文 姚庆洋

近期，安徽省合肥市文化和旅游局印发《全市帐篷露营地规范化管理提升行动实施方案》(以下简称《实施方案》)，从规范运营主体、营地设置、营区管理和服务行为等4个方面提出23条具体举措，旨在进一步推进全市帐篷露营地规范化、标准化、景区化建设。

近年来，合肥露营旅游持续升温，帐篷露营成为其中一个细分市场，随着露营消费日益火热，该市场展现出蓬勃活力。据不完全统计，截至去年6月底，合肥市帐篷露营地数量已超70处，涵盖旅游景区、城市公园、乡村旅游点、环城游憩带等各类场所。帐篷露营已成为合肥培育文旅消费新动能、激发消费新潜能的强力引擎。

提质升级 消除各类隐患

随着帐篷露营火爆“出圈”，合肥各地露营地数量不断增加，露营人群不断壮大，也吸引了越来越多“露营小白”参与其中。在露营旅游蓬勃发展的背后，也出现了生态环境、消防安全、人身安全等各类问题和安全隐患。“帐篷露营旅游作为一种新业态，满足了大众旅游的新需求，但在发展过程中也存在一些风险。”合肥市文化和旅游局党组成员、副局长俞晓华表示，当前，合肥市帐篷露营地发展暴露出了5个典型问题：一是营地数量不足，供需矛盾较为突出；二是营地配套设施不全，特别是非景区营地厕所、停车场、垃圾桶等公共服务设施短缺；三是营地安全存在隐患，部分游客缺乏安全意识；四是营地管理不善，部分营地缺乏明确管理主体，存在垃圾随意丢弃、乱停车等不文明行为；五是露营经济尚处于萌芽状态，露营产业链运转滞后。

那么，如何才能让帐篷露营市场发展既具经济效益又在规范的轨道上运行呢？俞晓华建议，应不断完善营地配套设施建设，进一步强化主体管理，重点突出安全管理，通过多部门协同管理；积极引导“帐篷客”文明旅游，增加文明行为的“一现”；推出一批规范、优质露营地，并纳入旅游精品线路进行推介；抓住发展机遇，围绕“露营+”，打造露营延伸的旅游产品，全面拓展露营产业链。

“新业态的产生需要为其立好规矩，‘量身定制’管理方法，从政策层面上加以引导和规范。”俞晓华认为，帐篷露营旅游热并非“昙花一现”，只有不断健全规范产业发展行为的制度、标准，从全产业链着手进行科学规划、精准布局，才能更好地满足市民和游客需求，实现帐篷露营市场健康可持续发展。

树立标杆 规范引领发展

《实施方案》印发后，得到了不少旅游业界人士的肯定。有从业者表示，这是合肥帐篷露营市场由无序化走向有序化、粗放式走向集约化、同质化走向差异化的转折点，充分感受到政府部门推动帐篷露营市场健康有序发展的坚定决心。下一步，各市场主体应尽快对标《实施方案》各项要求，进一步完善基础设施、创新产品供应、提升服务质量。

合肥市庐江县竹溪·乔冲乡野度假营地总经理张拓臻表示，《实施方案》为刚刚起步的竹溪·乔冲乡野度假营地项目提供了规范化和标准化的指引。下一步，营地将以保护生态环境、维持自然资源、保障游客安全为重点，加强营地员工培训，进一步规范营地管理和服务行为，打造优质露营地项目。

“目前，帐篷露营市场门槛较低，

服务水平参差不齐。”在合肥北乡双河景区负责人张宾看来，《实施方案》出台如同“大浪淘沙”，有助于进一步规范和提升帐篷露营地设施和服务水平，开发出一批运营水平、环境水平更加优良的帐篷露营地，让更多人感受露营的乐趣。

《实施方案》紧紧抓住了旅游业当前发展的重要风口，对推动合肥帐篷露营市场有序发展来说很及时，也很有必要。“合肥市肥东县山野见露营地负责人朵增月表示，帐篷露营地的品牌化、规范化、可持续发展离不开政府的指导，各部门协作才能共同营造出规范有序、健康稳定的市场环境。

合肥市巢湖市半岛花溪·花式露营项目主理人王雪认为，《实施方案》的出台，能够有效避免市场的“野蛮”竞争，有利于提振市场发展信心，推动市场健康有序发展。

谋划长远 做好“露营+”文章

近年来，随着个性化的休闲度假需求增加，游客的消费需求不断升级，露营方式也越来越丰富，单纯帐篷露营已不能满足游客的需求。拥有多服务、多产品、多业态的精致露营项目逐渐成为主流，赢得市场广泛认可。如何让帐篷露营地激烈的市场竞争中脱颖而出，成为萦绕在合肥营地管理者心中的头等大事。

“露营旅游不能只为追求短期经济效益，而忽视生态环境保护。作为运营管理者，要注重可持续发展，做好长期思考。”张拓臻表示，下一步，竹溪·乔冲乡野度假营地将着力打造“露营+民宿+景区+田园+玩乐+教育”的多业态经营模式，重点提升消费者在自然和乡村生活的体验感。依托当地自然资源禀赋，延长露营产业链，带动当地农业创收。同时积极打造帐篷露营地项目品牌和周边产品品牌，实现经济效益与品牌效益双丰收，形成政府、企业、村民三方参与互惠共赢的局面。

“发展帐篷露营市场不是要‘占山为王’，而是要先搞清自己的核心竞争力。”张宾介绍，近年来，合肥北乡双河景区营地围绕“露营+”，大力发展研学、农耕教育、红色教育、国防教育，通过“+文化”，精耕细作当地稻虾文化、莲虾文化。下一步，将把营地发展与乡村振兴结合起来，围绕红色旅游和农耕两大主题，丰富帐篷露营旅游内容，提升体验感。通过项目带动当地经济发展，百姓增收。

朵增月说：“作为旅游景区内的帐篷露营地，下一步将充分利用好景区自身优势，围绕营地项目建设把乡村旅游、民宿、研学以及青少年户外教育等结合起来，打造多元产品生态圈，产生多业态经营效果，在内容供给上做精做细、在内容创意上做精妙，才能在市场中脱颖而出。”

王雪表示，他们将在《实施方案》的指导下，进一步提升公共营地建设水平和服务品质，完善各类公共设施和公共服务，进行更加深度的跨界融合，创新产品，创新服务，创新盈利模式，打造自身品牌，把“露营+游乐”“露营+活动”“露营+共享菜园”“露营+休闲”做大做强。

俞晓华表示，帐篷露营市场要想更持久更健康发展，标准化、品牌化、差异化、精细化是关键。下一步，合肥各帐篷露营地应瞄准年轻群体关注的热点，打造自身品牌特色，不断丰富产品体系，优化产品结构，将更多新产品、新玩法融入场景体验当中。加强精细化管理，为游客提供更加贴心、细致、人性化的服务，让露营旅游具有持久的吸引力和生命力。

专家观点

精致露营已成为一种生活方式

□ 刘汉奇

精致露营热并非完全是疫情冲击市场后产生的业态，其热度是逐步形成的，是人们休闲生活多样化、个性化、场景化的追求所致，也可以说是市场需求理性选择下形成的。

不仅90后、00后年轻人喜欢精致露营，一些80后“遛娃族”也选择了这一休闲方式，体现了精致露营市场旺盛的生命力。

为推动露营旅游休闲业态健康发展，2022年11月文化和旅游部等14部门联合印发了《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》(以下简称指导意见)。指导意见从扩大露营旅游休闲市场的有效供给或者说扩大

露营地有效供给，提出了如下意见：科学布局营地建设，保障各类营地供给，结合国家旅游风景道、国家步道体系、体育公园等建设，构建全国营地服务网络体系，形成露营旅游休闲精品线路，满足露营旅游休闲需求；鼓励有条件的旅游景区、旅游度假区、乡村旅游点、环城游憩带、郊野公园、体育公园等，在符合相关规定的前提下，划出露营休闲功能区，提供露营服务；加强露营地用地保障；鼓励各地根据需求，因地制宜建设一批公共营地。这些加强露营旅游休闲市场有效供给的利好措施，随着各地落地实施指导意见，将持续释放

其能量，有效促进露营旅游休闲业态快速发展。

随着旅游业快速复苏，远程旅游也将随之复苏，这对精致露营或多或少将产生冲击。但露营休闲依然有着广泛的市场需求。人们在户外环境下开展旅游休闲活动的需求依然强烈，露营旅游休闲有其不可替代优势。正如前面讲到的，露营热是露营休闲生活多样化、个性化、场景化的追求所致，已经成为很多人习以为常的生活方式之一。

按照中国旅游车船协会连续多年对自驾游在国内旅游占比的分析，自驾游连续两年占比超过国内旅游总量

的70%，连续5年超过国内旅游总量的60%，已经成为人们主要的出游方式。自驾游旅居车营地是对自驾游市场需求而产生的露营地，其中不少营地顺应消费者需求，增加了精致露营项目。由此可以看出，自驾游的刚性需求，也会支撑精致露营市场长期存在。

特别是更多的旅游休闲业态纷纷布局露营市场，更多“+露营”和“露营+”的产品会相继出现。也许今年业界就会看见，露营方向朝着更有品质、更有生活气息的方向发展。

(作者单位：中国旅游车船协会自驾游与露营房车分会)



山野见露营地 营地 供图