2023年6月8日 星期四
CHINA TOURISM NEWS 中国旅游报

这几家营地为何能成为新一批5C级

□ 本报首席记者 王 玮

“新疆有两家营地同时获评5C级，都值得去打卡。”“秋天开车去看胡杨林，一定要再到阿拉善大漠胡杨林自驾车露营地住一晚。”“暑期正好租个房车带孩子去南京半城大山房车营地找萤火虫去。”……日前，第三批全国自驾车旅居车营地通过了质量等级认定，在逐一翻看营地名单后，几位自驾游爱好者不仅找到了自己熟悉的营地，还看到了一些想去“拔草”的地方。在他们看来，这些营地各具特色，尤其是新晋的几家5C级自驾车旅居车营地（以下简称5C级营地）值得“停泊”一下。

事实上，要想成为5C级营地并非易事，有严格的认定标准和程序。因此，既能被爱玩的消费者喜爱，又能被严格的评审专家认可，是很多营地想要实现的目标。那么，这届5C级营地究竟有何秘诀？

独库公路国际自驾车营地 营地 供图

特点尤为突出

“第三批全国自驾车旅居车营地质量等级认定工作从去年9月开始，经过省（区、市）文化和旅游厅推荐、初筛、现场验收、公示公告4个阶段。最终，从21个省（区、市）推荐的47家营地中认定了22家为全国自驾车旅居车5C、4C级营地，其中7家为5C级营地。”中国旅游车船协会自驾游与露营房车分会秘书长刘汉奇介绍，此次营地质量等级认定工作，是在文化和旅游部资源开发司指导和监督下，中国旅游车船协会、全国旅游标准化技术委员会全程参与完成的。这个过程中，评审专家组严格按照《自驾车旅居车营地质量等级划分》（LB/T 078-2019）与《自驾车旅居车营地质量等级划分认定细则》的要求对营地进行全面系统的考察与核对。

全国自驾车旅居车营地质量等级认定工作已经连续开展了3年，新一批5C级营地有何突出特点？

在多次担任评审专家的美学内阁（北京）信息技术研究有限公司董事长莫克力看来，最大的不同是分布区域的变化。前两批的5C级营地分布总体还是以东南部沿海地区为主，第三批5C级营地分布以中西部地区为主。此外，不同区域的5C级营地的占地规模、硬件建设等质量水平差距在缩小。

“自驾车旅居车营地的行业标准已经成为我们从建设到升级再到运营的对标规范。”在分享成为5C级营地的成功经验时，几位营地运营者都向记者提到了这一点。克拉玛依市独山子区天鼎投资集团有限责任公司副总经理王涛介绍，他们的营地就是参照5C级营地的各项标准建造的。

虽然今年独库公路的通车时间还未确定，但位于新疆维吾尔自治区克拉玛依市独山子区独库公路零公里起点处的独库公路国际自驾车营地已经聚集了不少从全国各地自驾而来的客人。

“我一路上去过多个自驾车营地，这个营地的设施最完善、环境最好，充电补水都方便，汽车维修维护站的服务也很专业。”来自杭州的步先生在接受记者电话采访时说。此时，步先生的妻子正在忙着编辑要在小红书分享的内容。前一天，她带着5岁的女儿把营地儿童游乐区逛了一遍、还去萌宠娱乐区转了转，坐在营地中心的摩天轮上，将整个独山子区的景色风光尽收眼底的感受最让母女俩难忘。“露营、烧烤，耳边是鸟鸣虫唱、抬头是满天星辰、在最美的风景中醒来……这大概就是大多数自驾游爱好者所向往的营地度假生活。”步先生的妻子用了这段话作了分享内容的结尾。

打动客人的，也会打动评审专家。采访中，记者注意到“硬件设施完善且有特色”是一个关键的加分项。当然，作为5C级营地，单做到这一点是不够的，服务标准的规范化也是不能忽略的“硬指标”。

“南京半城大山房车营地的运营负责人和初始团队成员，有很多是从国际品牌的高端酒店出来的。”南京旅游有限公司董事长、总经理张敏说，他们把酒店的一些服务标准和服务要求融入营地的运营管理中，让这个非标项目有了标准化运营的方向，形成了自己的规范体系，让消费体验有了保障。

记者在采访过程中发现，营地优势突出、区位位置优越、交通便利是每位受访者都会提到的关键性要素。此外，把营地打造成周边城市居民休闲好去处也是这几位营地运营者不约而同在做的事。比如，位于内蒙古额济纳旗城区南1.2公里处，与国家4A级景区大漠胡杨林景区毗邻的阿拉善大漠胡杨林自驾车露营地，在打造集自驾服务、胡杨林观光为一体的高端营地时，就把如何成为周边居民日常打卡休闲地的因素考虑了进去。

“营地看似有发展的局限性，但如果能与周围的优势资源有机组合、深度嵌入，就有可能成为让游客‘住下来玩’的目的地，而非仅是歇脚的驿站。”大漠胡杨林自驾车露营地总经理助理彭永飞的这番话，也是其他受访者提到的。记者注意到，这几家5C级营地在努力突出运营标准化的同时，经营模式也更加清晰。

操作更懂市场

“如今的客人变了。”进入6月，各区域的营地逐渐进入旺季，在为市场做“倒计时”准备的几位营地运营者观察到了消费的新特征。

“如今，自己驾车前来游玩的客人变多了。而且多半是带着孩子一起来的。”在接受记者采访前，王涛到营地转了转。他发现，非节假日的上午8时，营地周围百余个车位快要停满了。从车牌号来看，大部分是从其他省市过来的。“以前来独山子旅行的客人，大多是跟旅行团来的。即便是为了要体验自驾独库公路的乐趣，也是先跟团到独山子再换车，但是现在情况不一样了。而且，就算目前独库公路还没有通车，大家也会到周边的景区、博物馆去打卡。”

彭永飞也注意到自驾的群体越来越多了。“额济纳旗是世界上穿越沙漠最长的高速公路——京新高速的必经点，尽管驾驶体验不像短途亲子自驾游那样轻松，但深受自驾游爱好者的喜爱。从营地客群来看，一直是以30—45岁的客群为主，45—65岁的客群为辅，从出游频次来看有明显的提升，而且多以朋友或家庭组合为主，往往是8—10人驾驶2—3辆车相约出行。”彭永飞介绍。

与这两个西部地区的5C级营地不同，位于南京高淳椑溪国际慢城核心区的南京半城大山房车营地，前两年深受本地居民的喜爱，但是今年的客群有明显的变化。张敏注意到，游客偏爱跨市域，到距离城区300公里至500公里的目的地去旅游。而且，与在乡野观景相比，体验都市人文是许多游客更偏爱的。“随着供给越来越丰富，游客选择空间越来越大，每个项目想出彩也越来越难了。”张敏坦言。

面对不同区位、不同特色，不同目标客群需求，营地生意究竟要怎么做才能越来越旺？

记者发现，按需升级设施、丰富业态是这几家5C级营地都在做的。

“营地中，适合五六口人同住，带露台的别墅房型已经预订到7月份了。”王涛告诉记者，一旦独库公路公布确切的开放时间，预订量还会继续上涨。“我们不想只做一条网红公路起点的驿站，所以接下来会推更有特色的内容出来。”

王涛准备带领团队把营地的业态再丰富一下，他们已经着手与当地的一些演出团队合作，将新疆特色民族舞蹈和歌曲带到营地，并把会烤全羊、做大盘鸡的师傅也请来。在营地的篝火晚会上，来自五湖四海的游客，可以一起唱歌跳舞，品当地美食、喝特色饮品，感受新疆独有的夜市文化。“营地越来越好玩了，也能吸引本地的居民到这里消夏。”王涛说。

张敏已经意识到，如果现在不做产品创新和升级，经营会面临更大的挑战。虽然在硬件上做大的提升不太容易，但是围绕着软件服务和产品内容下功夫，还是有较大的突破空间。当然，这一定是结合自身优势和目标受众需求来做的。

比如，南京半城大山房车营地结合具有慢城特色的携萌宠旅行，打造了与宠物相关的主题活动；将专业摄影师请到营地，满足游客旅拍的需求，并打造“烟花主题日”；与专业运动培训服务机构深度合作，推出“半城国际运动营地”，开展多项户外运动项目；增加营地趣味性，从寻找萤火虫的活动开始，激发小朋友野外探索的兴趣；升级美食体验，不断研究时令菜谱，丰富营地餐饮业态；设计更多院落式特色住宿产品，提供更多社交空间。张敏说：“旅游就是一个消费时间的过程，怎么让人在营地心情愉悦地消费时间是我们要不断思考的。”

营地生意不好做的另一个难点在于淡旺季过于明显。因此需要用不同的策略来应对市场的变化。

彭永飞的经验是在旺季的时候，通过多种渠道的宣传主攻外地游客市场，用大漠胡杨林自驾车露营地所处的区位优势来吸引他们，也可以考虑与专业的自驾俱乐部合作，同时更加严格地保证服务质量和硬件设施品质。淡季的时候，主攻本地及周边市场，强化与当地行业协会、企业、院校的合作，做定制化活动，包括企业团建、年会、品牌推介会、本地研学类产品等。

事实上，营地投资回报率大多要低于普通的商务酒店。但是，在几位营地运营者看来，并不等于其没有市场升值空间，相反很多营地正在成为旅游目的地品质提升的一个重要载体。

力求精耕细作

“与前两批相比，各地对这一批等级营地的申报更加积极，但一些营地在土地使用、住宿许可方面依然存在资质不够完善的情况；也有营地对申报资料填写不够完善的情况，造成入选的比例不够高。”刘汉奇认为，这其中对标准的理解把握不到位是主要原因。因此，急需有关部门对营地企业和各地分管露营业态的文旅部门相关机构人员进行培训，增加合法合规，项目特色突出、服务到位，游客满意度高的营地项目，以适应露营业态快速发展的需要。

的确，目前自驾车旅居车营地的建设还有不少需要改进的地方，发展也面临着不小的挑战。对此，几位受访者也有着相应的观察。

一部分营地工作人员服务专业性不够是几位5C级营地运营者都注意到的问题。“对于一些区位比较好的营地来说，在旅游旺季也会遇到‘一房难求’‘一位难求’的情况。那个时候营地的接待中心往往会比较混乱，入住和退房的客人排了很长的队，如果服务人员的专业度不够很容易引发投诉或游客的不满情绪。如果遇到当地旅游业整体起步晚，季节性强的情况，还会出现用人荒的问题，高质量的运营服务人员流失严重，短暂培训上岗的人员达不到服务要求。”王涛说。

对此，王涛的经验是，除了加强员工的培训、提高工作效率、做好营地的人才引进和灵活用工外，做好应急预案也是非常重要的。比如，在旺季的时候在营地接待中心设置临时休息区，缓解集中排队的情况。

“产品供给良莠不齐，恶性竞争一触即发。”这也是采访中几位营地运营者所担忧的。事实上，即便是品质较好的营地也面临着产品迭代不够快、推广渠道不给力的压力。而这两年人们对露营需求的爆发式增长，让这个市场一下涌现出大大小小的营地，因进入门槛较低而鱼龙混杂。游客也开始出现对市场信任度下降和对同类产品审美疲劳的趋势。

在张敏看来，想要在较为激烈的竞争中站稳脚跟，主要看产品是否能跟客户的需求产生强关联。“不要总想着‘一夜爆红’，这往往是需要牺牲一些方面才能实现的，而这部分可能正是真正来体验的游客所看重的，所以坚持做优品质永远是第一位的。”张敏认为，这个市场还是需要进一步做消费引导，现在的游客中有不少露营知识“小白”，需要营地方在游客进入的时候，花一些时间对其进行专业培训，包括如何保障自身安全和提升消费体验的舒适度。如果消费者过于盲目，反而热度会很快消失。

很多营地在大交通环线内和周边城市内的标识引导和相关宣传比较少，这在一定程度上限制了营地的良性发展。彭永飞建议，营地作为城市配套的一部分，地方行业主管部门对营地应有专业的发展规划。

“我国的自驾车旅居车营地承载了一部分休闲度假产品的功能，所以很多高端营地在建设规模、建设质量等硬件条件上不次于国际一线水平。但是也确实存在差距。一方面，住宿、餐饮、卫生等传统旅游服务的基本功不够扎实；另一方面，对比国际一线营地发展比较成熟的户外活动、体育运动，我们在安全管理和专业运营上的差距还比较大，还属于一个由兴趣爱好、‘小散经营’驱动的自由发展状态，常有内容丰富但规范不足的问题出现。另外，不同营地的体验可能差距巨大，无法像某些国际一线的连锁营地一样，形成一个比较稳定的、可预期的营地服务质量。”莫克力总结道。

“对比前两批等级营地，第三批等级营地在管理公司方面出现了全国性和区域性的连锁运营品牌，专业化的连锁运营是未来营地管理发展的一个方向。”莫克力分析，新的市场变化和挑战，出现了更多的营地种类和营地内更丰富的内容业态，如果企业在商业模式和发展战略上规划得当，那么细分化、主题化、专业化的营地也会越来越多。包括以研学为主的、以户外运动为主的、以儿童娱乐为主的、以休闲度假为主的、以景区的住宿配套为主的各种专业营地，还有以目的地的综合服务为主的，甚至乡村旅游配套的综合营地等。营地种类的分化，不仅是未来的一个发展方向，也是让营地提升品质的关键。

观点

浅谈旅游客运转型与发展

□ 曾博伟

近年来，国家大力支持交旅融合发展，2017年，交通运输部等6部门联合印发《关于促进交通运输与旅游融合发展的若干意见》；2022年，文化和旅游部等14部门发布《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》；今年交通运输部、文化和旅游部联合发出的《关于加快推进城乡道路客运与旅游融合发展有关工作的通知》，有很多内容都与旅游客运紧密相关。由此可见，多部门对旅游客运的关注明显强化。

在交通立体化的大背景下，虽然交通的大蛋糕总体在增长，但是旅游客运要分一杯羹却越来越难。根据交通运输部的数据，今年五一假期，铁路、公路、水路、民航发送旅客2.7亿人次，日均发送5404万人次，比2019年同期下降19.3%，其中，铁路日均1817.6万人次，比2019年增长22%；民航日均188.3万人次，比2019年增长4%；公路日均3261.8万人次，比2019年下降29%。可以看到，高铁正在成为人们出行主要的增长点，传统的公路客运正在进入下行通道。

事实上，旅客对公路客运需求是长期存在的，但越来越多的是从功能性的需求向体验性需求转变。过去客运市场比较单一，长途客运车仅被视为交通工具。如今的客运市场供给变得更丰富了，对应的市场更加细分，旅游专线车、景区直通车等的出现让客运产品更加多元。此外，客运客车开始从单一运输向场景化发展转型。

因此，旅游客运需要创新，需要在市场、产品体验、服务模式、技术运用等各方面不断创新。

首先是市场创新。要去探寻旅游客运可以拓展的新空间和新市场。这里面有几个领域可以关注。一是城市面向旅游景区、旅游度假区的客运专线。二是“门到门”“点到点”的定制客运服务。传统的客运服务其实是比较刚性的，通常是滚动发车。未来需要有定制服务，就像工业领域的柔性生产。如果旅游客运能在柔性生产和定制化服务方面有所突破，就能拓展一些新的市场。三是在旅游风景道开通观光客运项目。虽然体验旅游风景道可以用自驾车，甚至还可以骑自行车，但坐着旅游大巴去体验风景道有它的独特性，所以在具备条件的旅游风景道上可以拓展相关业务。四是旅游景区、旅游度假区内部的客运服务。目前，很多景区和度假区都在做这项服务，特别是A级旅游景区，开始提供景区内部的客运服务，在方便游客出行的同时，也成为景区增收的一个重要渠道。五是重要旅游区点连接的客运服务。现在很多客运服务，基本上是从城区到景区，但重要景区点之间的连接较少。从旅游习惯来讲，并不是每次都需要从一个景区回到城里面再去另外一个景区。如果有两个景区之间的连接服务，游客就不用回城区倒车，可以节约不少时间。这类客运服务，虽然是很小的利基市场，但小的市场做起来也会有大机会。

其次是体验的创新。就是不能将旅游客运仅仅视作旅游六要素中“行”这一要素，而应丰富旅游客运的体验，提高旅游客运的吸引力。一是与住的融合。旅游房车其实就是和住的结合。传统观念会认为客车就是单纯的交通工具，但旅游卧铺客车有住的功能。大多数旅游卧铺客车价格不高，服务有限，可以借鉴火车上卧铺分为硬卧、软卧和高级卧铺不同等级，改造旅游卧铺客车，实现市场分层。此外，有部分新型旅游客车在舒适度上已有所变化，比如座椅空间增大，可以近于放倒，便于让游客长途旅行中休息。二是与食的融合。比如成都推出了火锅巴士，就是很受市场追捧。虽然人们可以在大街小巷吃火锅，但在大巴车上吃火锅的感受是完全不一样的，这就是场景的思维。单一的体验并不新鲜，但不同的体验组合在一起，就会产生全新的感觉。三是与游的融合，即旅游客运的“邮轮化”。过去经常说旅游要“旅速游缓”，就是在旅途的过程中快一点，以便尽快到达目的地，给游览留有更多时间。但是实际上，换个思维，旅途的过程本身就是体验，最好的例子就是邮轮。如果把旅游客车体验的内容做得更丰富一些，这样在客车行进的过程中，游客也可以将其作为旅游体验的一部分。四是与购的融合。即在旅游客运中植入购物体验。比如飞机上就有空姐卖免税品，一些城市的文创商品一定程度上也可以放到旅游客车上进行销售。五是与娱的融合。比如沉浸式体验，剧本杀之类，其实都可以旅游客车作为场景。

再次是技术创新。总体来看，旅游客运的技术运用不足，未来需要从传统行业向现代行业演变。一是数字化技术的运用。比如在旅游客运中，通过人脸识别和大数据，可以精准知道每个旅客的需求，这样就可以有针对性地提供个性化服务。二是元宇宙技术的运用。三是物联网技术的运用。四是无人驾驶技术的运用。在有条件的景区内可以推出无人驾驶的摆渡车。这样一方面可以丰富游客体验，为游客提供交通便利，另一方面，其本身也成为景区的吸引点。

最后是模式创新，即改变旅游客运单一售卖的模式，开辟更多的商业模式，拓展盈利空间。一是旅游广告在旅游客运的植入。在城市大巴当中可以看到很多快消品广告，其实旅游大巴车也可以做，但不是一辆旅游大巴车做，而是要让更多旅游大巴同时做，这样才有效果，而且广告应以城市旅游宣传广告为主，既符合旅游客运车的定位，也能拓展旅游目的地政府市场。二是旅游客运与游客集散中心的整合。现在，传统的旅游集散中心面临转型，这也给旅游客运提供了新的机会。比如广州高铁南站的旅游集散中心，就将高铁和公路联运很好地结合起来，一定程度上解决了传统高铁客人和自驾车客人的出游痛点，这同样为旅游客运带来了新的机会。三是旅游客车投资的经营性分成。就像索道建设，如果需求方没有资金投资买旅游客车，那旅游客车公司也可以用车辆投资，与需求方进行利润分成。

虽然旅游客运已经从早期的高速增长期进入到成熟发展期，但旅游客运依然还有很多发展机遇。未来需要做的就是优化传统市场，拓展新兴市场；挖掘潜在需求，强化供给匹配。

位于北京前门附近的旅游集散中心 本报记者 陈晨 摄