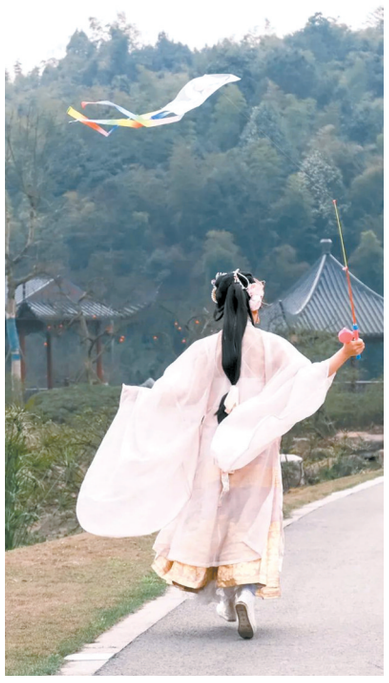
城玩 玩到了城外

露营升温



A

“野性的呼唤”让城里人回归自然

国内的很多人把2020年称作“户外元年”，而引发新一轮露营风潮的是社交媒体。在很多城市居民的眼中，露营既是一种脱离传统旅游的潮流文化，又像是一个古老概念的复兴——不管给露营贴上怎样的标签，人们想要的其实只是一种自然的回归。

这几年来，在森林、在草原、在湖畔、在山野、在河湾，甚至在沙漠之中，无数的露营地在城市边缘生长，城里人的生活美学向野外延展，在自然中提取新的精神体验。

很多人的朋友圈里经常点缀着一些户外元素：广大的草坪、深邃的天幕、帐篷、野外烧烤、煤油灯。夜幕降临时，他们燃起篝火与朋友促膝长谈，然后在简易床上安静睡去，旷野之上繁星满天……

旅游产业发展数据表明，全球传统旅游产业因为疫情影响大幅萎缩，而在此期间人们对旅行的需求很可能会催生新型的旅游形式。目前，露营市场规模不断扩大，露营旅游将在未来一段时期内保持着快速增长的态势。

艾媒咨询分析师认为，露营营地市场规模受到整体旅游市场增长带动以及消费者对短途旅游和更贴近体验自然的倾向，预计未来将持续增长。

业界预测，未来5-10年市场规模将达到2万亿元。根据天眼查数据显示，我国目前有超过5万家露营相关企业，近3年露营相关企业注册总量持续猛涨。在露营消费群体中，“90后”年轻用户和“80后”亲子人群成为主力，占比近九成。由此推断，承载社交需求仍然是露营方式火爆的源动力之一。

城里的人纷纷走出城市在野外扎营。这些构建在城外的“新社区”，为城里人提供了一种真实存在的“梦幻生活”，这样的生活纵然短暂，也会让人在回归现实生活时重新找回状态。现在的露营比过去的门槛要低很多，只要你愿意走出去就足够了。有专家甚至认为露营或许会取代传统旅游，这也许并不是玩笑。

截至2022年底的数据表明，露营产品已累计覆盖国内152个城市，除一线城市外，也在低线城市加速渗透。携程平台的数据显示，2022年新签露营地数量排名前十位的城市分别是：广州、北京、杭州、上海、惠州、成都、昆明、深圳、清远和湖州。

暑假到了，暂离校园的学生，以及他们的家长，都会切换到一种生活方式。看景点、同学聚会、上兴趣班、去博物馆……暑假的生活会很精彩。

但是也不要忘了去野外走走。

曾经创下单人不间断飞行跨越大西洋纪录的林登伯格（Charles Lindbergh，又译林白，1902年-1974年）说过：“真正的自由并不在文明生活之中，而在于野外。”“城市化的大……在中国大地上……展开。无论世事如何变迁，在城市中生活和奋斗的人群依然难以割舍亲近大自然的那一份情怀。城居生活或许更现代、更精致、更加方便，但在同时也让人们与这个世界更加疏离，也让他们时常难以遏制“逃离城市”的欲望。

值得庆幸的是，交通便利和周边环境生态的显著提升，正好为他们创造了满足这种欲望的条件，而“露营”的火爆，正是这种情形的生动写照。

去成都周边露营，和雪山“打个招呼”

B

“露营+”开启新“玩法”

从延展性来看，露营发展呈现出多样化的“露营+”模式，如“营地+景区”“营地+乡村”“营地+研学”“营地+体育”“营地+休闲”“营地+演艺”等多种融合发展模式，形成了多样化的组合。

几位业内人士认为，目前前往营地消费的顾客需求也在变化，产品和服务同质化的问题让很多想要“圈地挣钱”的营地变得有些鸡肋。在NICE户外露营品牌负责人张加祖秀看来，露营已不再只是一种网红产物，更多是成为一种户外生活方式。如何在体验上做“加法”，在细分市场找准定位，将露营打造成为场景化更丰富的项目，将是露营经济发展的课题。

遛娃与社交两不误，是众多家长选择周末露营的一大原因。北京的磊哥一家，在露营季几乎每周都出去露营，而且一定要和朋友一起，每个家庭都有小孩。对他而言，露营既拉近了同事和朋友们的距离，也成为了集体遛娃的一种方式。

“主要是以小朋友为主，买了飞盘、剧本杀，小孩子们玩得也很开心。”

Roger自从养了一只柴犬后，他们夫妻二人露营时都会带上它，也更偏向于选择人少或者有独立空间的营地，而配套饮用水池和洗涮水池，还有淋浴间、厕所等公共设施的商业营地。这对于他们来说则会更加方便和轻松一点，只需要自己带上装备，帐篷、锅碗瓢盆、桌椅板凳即可。

“现在来营地的‘小白’越来越少了。如果是新手，他们要么是带的装备不够，要么就带了太多东西……老玩家能够比较清楚自己的需求。”

已经形成差异化特色的营地一般都维持着较为理想的运营状态。北京的NICE户外露营将露营和体育活动相结合，很受家庭的欢迎。

“NICE的营地基本都分布在北京近郊，通常周五孩子放学休息后一家人就会带上装备到营地去放空自我，已经构成他们生活的一部分。我们也会有各种各样的活动，比如说我们的NICE四季露营大会。”NICE户外露营品牌负责人表示。

种种迹象都表明：露营市场正在从之前相对“野蛮生长”的阶段向规范、成熟期转变。

对于公共性露营地来说，在运营模式上也有更多玩法。NICE将露营嵌入到更多户外拓展、户外生活中，同时积极发展体适能教育、营地研学、文化艺术、乡村民俗、体育赛事等活动，形成以露营为主体，体育活动为主题的特色经营模式。

去年年底，文旅部等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》，明确提出要鼓励通过推动营地+文博、演艺、美术、体育比赛、户外运动、自然教育、休闲康养等形式，创造新业态，满足新需求，并提出要推动公共营地建设，提升服务质量，提高露营产品品质，有序引导露营旅游休闲发展。

同程数据显示，森林露营、海岛露营、公园露营、星空露营和亲子露营等成为“五一”假期最受关注的露营主题。除了常见的“露营+野餐”方式外，露营与文创集市、音乐节、剧本杀等元素的结合逐渐成为年轻消费者探索露营新玩法的丰富选择。

C

露营经济拓展消费市场新赛道

“露营经济”在全球各地都出现了持续升温的态势。今年3月，“露营”相关搜索量同比上升450%，不仅是国内露营市场如火如荼，相关户外用品出口也维持高增长，一些海外订单甚至排到了5、6月。业内人士预计今年一季度跟去年一季度比，销量增长会在50%到60%。

数据显示，从今年2月底开始，露营地订单便开始异常火爆，周末都提前订满。其中，成都、广州、深圳、上海成为全国露营热度较高的城市。

露营尤其是精致露营的发展，给人们出游带来新的选择，满足了人们社交和出行生活的需求。目前国内露营尚处在初级阶段，产业供需两端都有不错的发展机会。

在“露营+”模式的推动下，消费者对露营装备与体验的追求，催生了其背后的露营产业链。从露营带动的经济增长点来看，露营不仅带动旅游领域飞速发展，还带动了帐篷、睡袋、天幕等配套装备的蓬勃发展。

在种种因素的叠加下，露营不再只是单一的消费行为，而是形成了多样化、组合化的特点，更加有利于实现规模化扩张。露营成为了旅游新风口，必然开辟“露营旅游”市场，催生出“露营经济”。

根据天眼查数据显示，我国目前拥有33000余家帐篷相关企业、1100余家天幕相关企业、5000余家睡袋相关企业、1200家折叠椅相关企业。

“露营经济”的风口之上，一批餐企也开始盯上这块“大蛋糕”，通过上新露营外卖产品和与户外露营品牌联名的方式，进一步挖掘餐饮的户外消费场景。比如，武汉的很多餐饮企业推出了露营餐饮套餐，配送至公园或露营基地，游客稍微加工即可享用美食。

常用的露营装备

海底捞在去年宣布开启烧烤食材外送业务，目前已在北京、成都等部分外送门店上线烧烤食材产品，包括生肉串产品、烤锡纸菜品、烧烤小料、烧烤工具等。同年4月，大龙燚火锅推出了露营主题礼盒套餐，并将此套餐在微信公众号和直播间进行售卖。

另外，必胜客与户外运动品牌MOBI-GARDEN牧高笛推出了三款联名套餐。据悉，只要购买必胜客指定的比萨套餐，就能有机会获得LINE FRIENDS的露营装备。棒约翰也紧随其后推出野营套餐，解锁户外场景。

有业内人士认为，“餐饮争相布局露营餐，实际上是看中露营的话题性。”

中国食品产业分析师朱丹蓬对中国商报记者分析称，露营餐的火爆是餐饮市场进入高速发展、高速增长、高速扩容下的一个细分结果。随着消费升级的深化，这一类的细分赛道，必将迎来新一波的增长。

D

露营 不要失去“诗和远方”

露营由于其“近出行、浅需求、低消费”的特点，满足人们放松心灵、亲近自然、休闲娱乐的需求。

一种流行现象的产生，往往都有着深刻的内部和外部原因，趋势一旦形成就很有可能常态化地发展下去。露营游也是如此，不会昙花一现，而是会以一种更茁壮的状态生长下去，乃至深刻改变旅游生态，成为旅游经济的重要组成。

露营经济要长期稳定发展，还面临着诸多挑战。目前的问题主要包括软硬件设施不完善、公共绿地供给有限、露营知识尚未普及，以及行业标准缺失、人才储备不足，严重制约着露营经济的发展。

专业分析人士认为，目前露营经济消费市场还停留于传统旅游阶段，有必要加大对露营经济的研究，积极发展、优化和盘活闲置的公共资源，合理规范用地，利用水域、森林等自然资源优势建设露营地以增加供给。目前露营游的卫生、文明等状况，还不那么乐观，对环境生态造成一些不利影响，甚至可能造成环境灾害的隐患。

因此，有必要出台不同类型的露营行业标准，对卫生条件、旅游安全、配套服务等进行规范。同时，加大不文明行为惩戒力度，对个别有损环境卫生、有害文明形象的行为，及时进行约束和管理。露营经济的健康发展，最终必须落脚于提高管理和服务上，使其成为一个长期稳定的业态。

2021年11月，小红书联合多方力量推出国内首份《无痕露营倡议》，呼吁避免露营中的不文明现象；2022年6月，“小红书露营季西安站”启动，小红书推出“露营品牌扶持计划”，同时落地“露营学堂”，邀请小红书露营地运营专家、国内优质露营地运营商、露营博主等，为本地露营地从业者提供培训，助力露营地品牌发展。

延伸阅读

成都青龙湖湿地公园

成都，得天独厚的露营胜地

马蜂窝《2022露营品质研究报告》显示，成都位列露营热门城市第二位。露营在成都格外受欢迎，同成都的“地利”优势密不可分。

四川大学旅游学院教授刘俊认为，对于成都而言，绿地覆盖在增加，气候条件也适合户外活动，“市民有需求，户外又有这个条件，所以露营逐步走进大众的生活，以后这种方式应该会有一个比较稳定的发展。”

《成都市建设践行新发展理念的公园城市示范区行动计划（2021—2025年）》提出，至2025年，中心城区公园绿化活动场地服务半径覆盖率不低于90%。同时，为了便于平衡居民露营需求和公园方的管理问题，成都市公园城市建设管理局针对成都公园和绿道范围内的露营活动出台相关措施，划定指定区域设置阳光帐篷区，供市民露营搭帐篷使用。以规范市民露营行为，在方便公园管理的同时，也能为市民营造方便、舒适的露营环境。

以环城生态公园为例，目前共规范了18处露营区域可供居民选择，其中在青龙湖湿地公园还有一处房车宿营区域。

目前，成都市内著名的露营地包括青龙湖、玉石湿地、江家艺苑、白鹭湾湿地公园、锦城湖、中和湿地、桂溪生态公园等，成都周边可以露营的景点更是星罗棋布美不胜收。“雪山下的公园城市”在给市民带来美好生活体验的同时，也为露营经济的发展提供了天然动力。

成都日报锦观新闻记者 刘鲁 余力

本版稿件未经授权严禁转载