

火出圈的露营 如何撑起都市人的“诗和远方”

业内人士认为,精品化、分级化是未来的一个发展方向

记者 董惊鸿 通讯员 肖芸芸

6月17日至19日,一场以露营为主打,融合瑜伽、滑步车、飞盘、皮划艇、手作等元素的伴野露营节将在象山石浦半边山旅游度假区拉开帷幕,旨在给游客打造一种独特的沉浸式山海旅居体验。

要说现如今最出圈最潮流的度假方式,非露营莫属。海边瑜伽、骑马踏浪、篝火烧烤,一张天幕,几把桌椅,再邀三五好友,煮酒论英雄,岂不美哉。

露营也早就过了那个搭帐篷、观星象、喂蚊虫的“野外生存”时期。配备烤架、音响、咖啡机,像搬家一样的“精致露营”渐渐成为主流。露营,正从一个小众项目,变成越来越多人的度假选择。



▲象山饭桶山露营地。(章曙辉 摄)
▲象山墙头海山崎精致露营地。(李红芳 摄)



1 宁波各营地火爆出圈

“3、2、1,茄子。”90后杨金秋带着两位朋友驱车一个小时到位于江北区慈城古县城的“撒野露营”营地,对着手机镜头开心地记录着自己的露营生活。

“露营最近太出圈了,一打开朋友圈,有不少小伙伴在分享自己的露营经历,看他们玩得那么疯,很难不心动。”对杨金秋来说,露营是自己之前从未体验过的度假新方式,在社交媒体上反复刷到记录露营的帖子后,追求新奇事物的DNA一下子就动了,火速被“种草”。

该营地主理人卢勇平告诉记者,一到周末,只要不下雨,营地往往一早就被预订一空。“我们这个营地于去年底才发展起来,平日里的营业额就有两三千元,周末甚至有七八千元,还有效带动了景

区的夜经济。”

作为业内人士,卢勇平敏锐地观察到露营行业“反客为主”的新变化。“以前,露营地往往只是旅游的配套产品,而现在,露营地不但成为很多旅游活动的主体,甚至还带动了周边其他业态的发展。”

与卢勇平有相同感受的业内人士不在少数。在露营度假方式火爆出圈的同时,新的商机也在不断酝酿。“露营+景区”“露营+音乐”“露营+研学”等模式如雨后春笋般涌现,越来越多的项目搭上露营的顺风车,相互捆绑,以增强声量级。

在“露营+”跨界游的玩法探索方面,象山是其中的佼佼者。“我们这次跨界举办伴野露营节,就是为了培养大众露营的消费习惯,创造新的消费场景。”象山石

浦半边山旅游度假区“伴野露营”主理人史静波表示,以前宅在家里,受空间限制能做的无非就是看看书、喝喝咖啡,如今露营将家的概念延伸到户外,场景变了,能玩的自然就多了。

离半边山不远的晓塘乡海之湾户外大本营近期也开启了星空露

季,游客不仅可以享受“轻奢、新时尚”的露营体验之旅,还可体验热气球、滑草场、小火车、萌宠乐园等20余项休闲运动项目。“很多露营小白来了之后不知道玩什么,我们就将乐园、徒步、演艺等场景打包在一起供他们选择。”史静波说。

2 短途游激活“露营热”

宁波本地露营爱好者“爱露营的小野兽”是一名探访过宁波几十家露营基地的露营博主,她的感受非常直观,在她看来,露营这种旅游方式从去年开始就明显升温。“不少营地开始出现高峰期预订难的情况。”她说。

露营这阵风,为何吹得如此猛?对于这个问题,露营爱好者、露营地经营者和户外装备经销商不约而同地提到了疫情的影响。

“疫情虽然阻碍了远途旅行,但居民的休闲需求一直存在。”撒野露营”营地在满足新消费需求的同时,也见证了行业的飞速发展。“去年,宁波市的商业露营地只有9家,而到今年5月,已发展到近50家,客源也从传统的户外爱好者拓展到公司团建、家庭聚会、生日派对等新兴客群。”

的确,在疫情影响仍未消散的当下,露营地满足了一些人沉浸式吹海风、听鸟鸣,拥抱回归自然的内心需求。有的营地还提前准备好了帐篷、桌椅等,游客无须携带繁重的装备即可感受家门口的幸福,进一步降低了露营的门槛。

浙江大学管理学院旅游与酒店管理系副教授林珊珊分析认为:“露营作为一种新兴活动,自带短途、轻奢、社交、娱乐等属性,满足了当下人们想体验多元新鲜的休闲方式的需求,受到追捧自然在情理之中。”林教授还提到,近几年自驾的普及,以及城乡道路等基础设施建设的完善,也为露营热的兴起打下了良好的基础。

除了受疫情影响,户外用品不断出新更是为露营的火爆添了把柴。北仑挪客户外用品有限公司是一家主营户外和露营装备的企业。

“2022年一季度我们的销售额同比增长160%。”该企业销售总监洪晨介绍,他们公司预计2022年销售额将突破10亿元。“我们现在对市场持相对乐观态度,拿前段时间上新的一款升级家庭充气床举例,因为自带可充电充气泵,省去了烦琐的准备步骤,虽然售价不便宜,但上架第一天就卖断了货。”

之前带家人体验过露营生活,已拥有帐篷、天幕的宁波市民沈先生近期又网购了折叠桌、烧烤炉、烤盘、咖啡机等更加专业的装备。“只有帐篷的露营已经满足不了我了,我现在追求的是更有气氛、更有质感的露营体验。”沈先生告诉记者。

作为露营生活品牌大热荒野的创始人,朱显比一般人更早嗅到“精致露营”的商机。在朱显看来,露营能火出圈,除了消费升级的带动,内容传播的力量也不可小觑。“以抖音、小红书为代表的平台在近几年迅速崛起,流量巨大,户外露营地营销一旦铺开,很容易掀起露营热潮。”朱显说。

各平台数据也证实此言非虚。近两年,露营在小红书等社交平台持续发酵,今年更是一跃成为“顶流”。数据显示,“小红书”近三年“五一”假期露营相关搜索量呈爆发式增长,今年“五一”期间露营相关搜索量更是同比增长746%;携程发布的报告指出,今年“五一”假期首日,露营在平台的访问热度达历史峰值,搜索热度环比此前一周增长90%;同程旅行大数据显示,今年“五一”假期,露营市场持续升温,“露营”相关旅游搜索热度环比上涨117%……

3 露营行业需练好“内功”

随着露营的火爆,对于行业能否可持续性发展的担忧也在逐渐显现。

同程研究院首席研究员程超功一针见血地指出,目前露营行业的问题主要集中在露营经济火爆致使短期内大量新人入局,但商家资质、配套卫生设施、餐饮品质和服务质量参差不齐;露营产品单一,参与性、互动性不强,容易让露营者产生审美疲劳;露营造成的环境污染问题日渐凸显等。

记者在露营体验过程中发现,露营游存在“买家秀”与“卖家秀”差异大的问题。部分露营地经营者在小红书等平台上,发布添加滤镜的照片吸引游客前来,实际情况却大相径庭,未能达到游客的心理预期,只得扫兴而归。

记者通过观察进而发现,露营的“自身缺陷”也为行业发展带来不确定性。一方面,露营天然受困于季节和天气;另一方面,过惯了都市生活的游客,由于缺乏野外生存经验,很容易因新奇而高估自己对户外过夜环境的忍耐力,以至于不愿意再体验第二次,较低的复购率也会影响商家的利润空间和发展前景。

但对于未来发展前景,业内普遍表示乐观。“从中短期看,在疫情防控趋于平稳、跨省游放开后,露营作为一种在疫情下催生的休闲旅行方式,必然会受到其他较为成熟的旅行方式的冲击,行业风口可能会降温。但同时,露营作为一种新的生活方式,已经走到了大众面前,培养了一批忠实消费群体,长期向好的发展趋势会继续保持下

去。”史静波在谈到未来发展方向时这样表示。当然,他也坦言目前露营地环境保护、安全监管等相关标准仍不健全,经营资质管理也不规范;专业的行业管理人才培养也迫在眉睫;此外,“无痕山野”的理念还需要继续普及,以提升公众的环境保护意识。只有多方合力,才能促进行业健康发展。

朱显也对露营行业的未来持积极态度,他认为大众想要回归自然、释放自我的需求是始终存在的。露营日后可以跟咖啡、集市等业态相结合,预计国内露营市场在经历短暂爆发期后会进入平稳发展期,成为非常普遍的户外活动方式。

为了让一路狂奔的露营经济不再“裸奔”,朱显认为,可以针对初级、中级、高级玩家的不同诉求,提供差异化的特色服务。

在这一点上,程超功也提出了类似的见解,他认为,看似门槛不高的露营行业,其实需要很强的产品迭代能力。在他看来,目前给露营行业的未来下判断还为时尚早,但可以肯定的是,精品化、分级化会是未来的一个发展方向。露营经济要健康长远发展,最终还是要练好“内功”。露营地管理流程要规范化、标准化,不断提高露营设施的智能化便利化水平,以建立正规的露营地。“希望未来露营地管理者能根据自身条件找准品牌定位,出现公园型、森林型、海岛型等多种露营风格,为不同露营需求的人群提供更精细、更高质量的产品。”程超功向记者描述了未来的露营场景。

图 示



外出露营 牢记“六条”

选好营地

如在野外露营,一定要选择近水、背风、背阴的地方,尽量远离湖泊、斜坡、悬崖峭壁位置。

做好防火工作

不要在帐篷中使用明火,包括蜡烛、烟头烟蒂。

建设用火就餐区

就餐同用火区域要与帐篷区有一定的距离;拾来的柴禾应堆放在区外或上风处;烧烤场地清理出最少10平方米以上的面积作为用火专区。

避免篝火

尽量不要在山野间点篝火;蚊香最好装在铁盒中,用透气孔来散发蚊烟,不要露火种于外。

严防余烬复燃

离开时务必彻底灭火,确保所有的火苗与火星都已经弄灭变冷才可以离开。

遇火处置

火势较小时,用水浇、防火隔热手套扑灭、土掩等方式灭火;火势较大无法控制时,拨打119报警,逆风逃生。

韩立萍 制图



江北区慈城镇一处露营地。(新华社发)