

# 露营成户外游玩新热潮 露营如何搭建产业链 实现高质量健康发展？



露营爱好者共同演奏乐曲

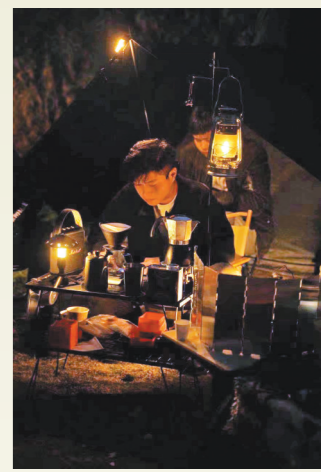
统筹策划/羊城晚报记者 陈晓鹏 马勇 文/图 羊城晚报记者 林海生



露营爱好者围炉话家常



搭起天幕，惠州市民享受起露营生活



挂上复古马灯，开始享受静谧的夜晚 余婷 摄

一到节假日，约上三五好友，驱车找一块草坪，一顶帐篷，一盏复古马灯，一张桌子，几把凳子，瓦斯炉上煮沸的咖啡，夕阳半落，手捧咖啡，围炉话家常……静静地待着，一待可以待一整天。

近两年来，游客出行的半径被缩短，周边游逐渐成为潮流，时间短、路程短、体验性强的“微度假”改变着旅游业传统的发展格局。何为“微度假”？即以本地为中心，基于兴趣爱好或某种体验，在周末或假日进行短期休闲度假。

露营作为“微度假”中的一种形式，几乎在一夜之间，席卷了整个朋友圈。作为大湾区知名旅游城市的惠州，白鹭湖风景区、亚维浓生态园、不忙农场、缤纷岛等景区抓住了这一契机，相继推出了相关配套的露营经营模式，吸引了不少游客。

作为新兴的文旅模式，它该如何运作，才能够步入轨道，朝着产业化的方向发展？

## 现场

### “露营经济”正在悄然兴起

三月黄花风铃木开，一串串黄色“小风铃”在枝头摇曳，阳光透过缝隙，给惠州带来了春天的芳菲。近日，位于惠州市惠阳区亚维浓生态园黄花风铃木木场迎来了不少游客，阿通等人在赏完花逛完萌宠园后，在黄花风铃木木场不远处的草坪上，架起了天幕，摆上了茶具，落日余晖下，茶香氤氲，惬意十足……

阿通是一个旅游爱好者，但近两年来，不少出行计划遭遇“搁浅”。一年前他在小红书上刷到别人拍摄的露营笔记，觉得很“出片”，就此进入露营圈。“旅游的意思在于给生活多点调剂，其实露营只是把距离缩短了而已。”阿通说。

打开后备箱，小板凳、天幕、帐篷、小茶壶、瓦斯炉等户外工具一应俱全，阿通说他是个喜欢折腾的人，很多时候开着车，觉得天气适合，地方适合，就会停下来露营。“就像上瘾了一样。”他笑道。

露营对阿通来说，还有社交的意义，他告诉羊城晚报记者，现在他加入了好几个露营群，总共加起来有百来号人，每到周三，各个群就会发出露营邀约：“在我们看来，动手的过程亦是社交的过程。老手教新手如何搭帐篷、烧食物，分享过往的户外露营经历，大家一起分享带来的风味各异的食物，共享劳动成果，这就是对生活的一种享受。”

一到周末，惠城区东江三路周边就停满了车，很多年轻家长带着自家小孩，面向东江搭上亲子娱乐帐篷。草坪上，碧道间，孩子们嬉戏打闹，家长们也抛开手机，在大自然间喝茶话家常，时不时喊话孩子们“小心点”，画面十分温馨……曾智鹏是一名80后的二孩爸爸，平日忙于工作，周末



惠州露营爱好者周末欢聚 余婷 摄

孩子忙于各种补习班，自己鲜有时间与孩子相处，“双减”政策下，孩子压力小了，周末也终于有了跟孩子相处的机会：“出来露营，不仅孩子放松了，我们大人的心情也舒畅了不少，也增进了亲子关系，非常不错。”

作为一名刚踏进露营圈的“新人”，90后的阿智认为露营帮助大家从手机中回归到生活里，他是在今年2月份首次受朋友之邀尝试露营，现已“沉迷”其中，“从行程安排、采购到落地，大家的沟通、执行都非常快速、舒服。露营有一种魔力，它会让很多‘低头族’自觉地放下手机，参与到社交中，这才是生活最舒服的状态。”阿智说。

由淘友联合Soul发布的《2021Z世代露营式社交白皮书》显示，在当前的露营群体中，“95后”占比最高，约占总人数的32.8%；此后分别是“75后”“80后”以及“85后”“90后”。白皮书指出，在爱露营的“95后”中，82%的人会在露营时至少展示一种技能，如做饭、滑板、玩音乐等。这表明，他们在露营中将拥有更多的共同话题，便于彼此间加深关系，开展“露营式社交”。

在惠东县不忙农场中，负责人周一（化名）告诉羊城晚报记者：“我自己也非常喜欢露营、越野等户外活动，露营爱好者一般动手能力都很强，大家因此会相互吸引。”他表示，远离城市的喧嚣，支起一个落地帐篷，与挚爱的星空对话，与家人好友谈天说地、烹饪美食，是大家享受露营的原因。

在惠州，越来越多年轻人选择在假期搭起帐篷，钻进自然，“露营经济”正在悄然兴起。



惠州露营爱好者一到周末就组团出游 余婷 摄



布置露营地 余婷 摄



露营地环境优美

## 特点

### 本地游和近程游的新玩法

2020年被称为国内精致露营元年，当时长时间宅家后的人们出行需求集中爆发，但出行半径大大缩短。露营的营地一般位于城市周边，符合游客近距离、户外出游的需求。

惠城区白鹭湖、惠城区竹仔园、惠东县不忙农场等，已经逐渐成为惠州市民露营的好去处，市民们被带领着探索身边的未知美景，在熟悉的“老地方”探索“新世界”，游客好奇的脚步带动本地游和周边游市场蓬勃发展。“现在每天都可以接到不少预约露营的电话。”亚维浓生态园负责人蔡易峰说。

社交媒体加速了露营的“破圈”。置身大自然，听虫鸣鸟叫，看满天繁星，露营符合人们对浪漫场景的想象，也适宜“出片”，放在社交媒体上特别“种草”。周一说，许多来到农场内露营的，都是在小红书上被“种草”过来的。

羊城晚报记者在小红书上

输入“露营”词条发现，平台共显示笔记95万+篇，其中惠州露营有8700+篇，与其相关的词条还有“惠州露营推荐”“惠州露营海边”这类攻略式关键词，数量分别为1400+篇、2100+篇，可见，露营热度正在不断上升，对于痴迷露营的年轻人而言，除了旅行体验本身，在线上分享露营体验、营造精致的“人设”，同样是露营的意义所在。

除了社交媒体的加速，综艺节目也是催热露营的重要力量。《妻子的浪漫旅行》《恰好是少年》《你好生活》等热播综艺中，均有露营环节，也引起了不少观众对于“露营生活”的向往。“《你好生活》是我每日的‘下饭菜’，中间一期，电视名嘴在草原上搭起天幕，烹饪，围炉夜谈，那个情景深深印在我的脑海中，现在我在露营中也可以享受到这种感觉。”惠州露营爱好者婷婷说。

中国旅游研究院近日发布

的《中国旅行服务业发展报告2021》指出，这两年的旅游休闲需求，呈现出从国际向国内、由远程至近程的显性“内”化特征；从多点打卡到多元玩法，从追求形式到探究内涵的隐性“内”化特征。寻找身边的美好，向生活场景要资源，发现并满足那些过去被忽视的需求，成为新的市场机会。旅游活动正在从体验一条完整的路线，细化为随时随地可展开的碎片式休闲。

按照中国旅游研究院院长戴斌的判断，以本地游和近程游为代表的“近出行、浅需求、低消费”已成为旅游业赖以生存的细分市场。露营作为主打本地游和近程游的新玩法，受到市场青睐不足为奇。

## 发展

### 不少景区打造“露营+”品牌活动

《“十四五”文化和旅游发展规划》提出，要推动自驾车旅居车营地和线路建设；认定一批高等级自驾车旅居车营地，推广自驾游精品线路，支持营地合理设置相配套的服务设施。

惠州作为大湾区市民热衷的旅游目的地，已有不少景区抓住露营经济这一风口。从旅游体验看，不少营地都配置了丰富的户外游乐项目，或策划音乐节、大众体育赛事等。像博罗县观音阁镇近年来几乎每年都会举办了一场帐篷音乐节，一群露营爱好者在伍号营地，享受了一把“帐篷+音乐”的狂欢，并在露营后晨起穿越柠檬种植园、水库大坝、荔枝林，完成一段12公里的田园徒步。观音阁镇已连续举办六届帐篷节，打造出乡村振兴的“观音阁样板”。

从2019年开始，亚维浓生态园着力打造帐篷节文化品牌，打造了“露营+采摘”“露营+吉他音乐节”“露营+篝火晚会”等品牌活动，一开始售票，名额很快就被抢完。2020年，亚维浓生态园还邀请了前中国女子体操队运动员、奥运冠军李珊珊加入到露营阵列，通过现场直播的方式与游客朋友交流互动。蔡易峰告诉记者，每次活动有千顶帐篷，每一场活动都满人，去年因故未能如期举行，不少游客心存遗憾，现已有不少游客前来咨询：“什么时候再办？”

去年年末，惠州首届咖啡节在惠州市白鹭湖景区举行，白鹭湖通过搭建“露营+咖啡节”的

模式，吸引了不少咖啡爱好者和露营爱好者到场交流。咖啡的香气加上优美的环境，让不少人流连忘返。

“好想去叫住在帐篷的客人起床，江边的雾快散了。”3月9日早上，周一一发了一条朋友圈，叩中不少露营爱好者的心，朋友圈视频内烟雾缭绕，盘于江上，江边的草坪上，一顶帐篷游客正在熟睡。他告诉记者，农场一天只接待一波游客露营，现露营的订单已排了很长。

“其实开农场一开始只是想自己玩一玩，精力主要是旁边的30亩火龙果，没想到却意外地达到了两者相互成就的局面。”周一说，再过十来天，火龙果将进入采摘期，按照稳定的效益，火龙果产值每年可达100万元，也直接带动了当地乡村振兴。他表示，火龙果每个月需要除草修枝6次，每次需要五六人，每人100元/天，再加上农场草坪维护，一年保守需要雇1000人次，合计支出约10万/年。

现在农场人流不断增多，周一也计划和当地政府合作，打算在农场内搭建直播带货空间，帮忙销售当地农产品，中间将与露营文化结合。“我们计划每两个月举办一次主题性质的帐篷节，中间融入文化集市和跳蚤市场，将惠东本地的音乐、文化艺术、茶艺、美食等融入其中，同时不定期还将举办公益集市，即最后商家售卖所得的一切均捐助给当地的慈善机构。”周一说。

## 探讨

### 露营如何协同构建完善健康的产业链？

天眼查数据显示，我国超六成露营相关企业成立于2020年之后，其中，2020年新增超8400家露营相关企业，增速高达86%。大热荒野、嗨KING露营等企业都获得了资本青睐。多重利好之下，我国营地数量快速扩张。

不过，从现实情况看，露营虽然火了，但我国露营市场整体发展还处于起步阶段，发展速度与市场需求还有较大差距。

“现在周边游成为主流选择，目前来讲是满足市民个性化的出游需求。”市民秋雨表示，但从长远、理想的角度上来看，露营风潮目前很大程度上仍是一场消费层面的狂欢，它是否能够作为一个长期稳定的业态存在于都市生活中，这是值得冷静思考对待的。“当下值得思考的是，如何将露营规范化，将其嵌入旅游当中，成为旅游中的一部分，这样的露营，未来才会有更多的可能性。”

当资本纷纷盯紧露营休闲这片蓝海，我们是否应更多思考如下问题：如何协同构建健康、完善的产业链？实现产业健康、高质量发展的必要条件是什么？

中山大学旅游学院系主任、博士生导师梁赞曾接受羊城晚报记者采访时表示，从企业运营角度看，当前企业对大型文旅项目尤其是回收周期较长的重资产投资比较谨慎。转向投资小、成型快、技术低、布局灵活的旅游营地开发，成为疫情下的一种生存发展调整。

未来，广东的营地旅游发展仍需要解决一系列问题。首先是量，相对于广东私家车保有量来说，目前的营地规模还远远不够；其次是质，一方面要拓宽政策适用面，例如自驾车加挂和房车驾驶等的限制；另一方面要制定各种营地规划建设标准、出台规范；最后，还要解决组织和运营问题，要培育一批专业的营地运营企业。建议政府提供部分产品甚至直接参与运营，同时鼓励、规范和监管各种自驾车俱乐部。

对于惠州而言，也是如此。蔡易峰等营地运营者表示，希望有关方面更加注重对本地品牌的挖掘与构建，以露营为例，急需政府给予支持，政企合作挖掘营地特色，宜山则山、宜水则水，让消费者在场景、活动中感受露营文化的魅力。