

## 露营旅游火爆“出圈” 在中国本土化后业态迅速创新



# 露营 旅游



据媒体报道,自今年2月底,伴随着全国天气回暖,多家露营地订单也逐步“火爆”起来,周末都是提前订满,营地老板称,“生意一天比一天好,起得一天比一天早,当前最心急的就是招聘到满意的营长。”

南开大学旅游与服务学院于海波副教授告诉记者,露营最早起源于人类狩猎、游牧、迁徙或军事需要中的户外活动和安营扎寨。1908年,英国人托马斯·海勒姆·霍尔德(Thomas Hiram Holding)写的一本《露营者手册》,被许多人看做是现代露营史的开端,1993年,世界露营车总会(FICC)成立,标志着露营旅游成为成熟业态,形式上经历了从最初的帐篷露营到房车露营再到多元化的转变,成为现代都市居民的一种重要休闲项目。

“欧美露营地大都位于风景秀丽的森林、湖畔、海滨、草原。”于海波说。大部分露营爱好者都驱车前往,进行营地度假或泊车休憩,露营地会为游客提供适度的设施和服务。伴随着露营旅游的逐步发展,国内外的露营旅游开始拥有专业的运营管理机构完善的露营旅游服务保障。露营地不仅配备车辆补给和泊车基础设施,还提供诸如户外装备用品租赁、食宿、娱乐、购物、运动、度假、养生等集多功能于一体的综合服务,以满足人们回归自然、享受自由、户外旅行、自驾赏景的旅游需求。

岭户外俱乐部总经理赵攀告诉记者,他们是一家从事与户外运动领域相关的俱乐部,其中涵盖了登山、露营等方面的运动。“我们是在2019年开始涉足露营旅游的。”赵攀经理说,露营地最为重要的是露营地选址,因为很多露营地装备自己已经准备齐全了,营地的安全性是他们最为关心的。

他们俱乐部每次在组织露营旅游时,首先都会提前查看露营地的相关资质,对不符合安全要求的营地,必须放弃。同时为了保证露营者的安全,他们还会提前几天到达露营地,核实营地实际位置的安全性。如果是商业营地的话,还要查看相关配套设施,比如水、电等是否安全齐备。如果是到山上露营的话,他们还要结合露营地前后的天气状况,来确定是否在此选址。

另外,如果在野外选址,俱乐部还会考虑当地的环境,比如是否会发生一些意外,是否靠近山崖等。如果夏季雨水比较多,他们要评估营地周边的路况,因为露营者来到营地时所驾驶的车型号都有,不同车辆适应不同路况的能力也不同。此外,他们还要检查露营地的位置是否有野生动物出没,或者海拔高度和环境温度是否有异常等。俱乐部会在营地里组织一些活动。比如说一些徒步、亲子游戏、体育等方面的活动。”赵攀经理补充道。

据了解,我国的露营旅游分成公园露营、郊野露营和露营拓展等。传统的自然露营、房车露营、补给点露营与生态旅游、休闲娱乐、户外运动、户外教育、营地教育、环境休息息息相关。“我国的露营旅游是从自驾游普及开始兴起的。”谈及原因,于海波解释说,随着我国私人汽车保有量的提高,自驾游越来越成为城镇居民出游的首选交通方式,这是因为自驾游出游时游客的行程和时间自主性强,携物方便,还能深入地欣赏沿途的祖国大好河山,灵活调整旅游目的地。自驾游广受欢迎自然就带动了营地旅游,而营地旅游又进一步带动了户外帐篷、野餐装备、户外服装、探险用品、户外电源、房车越野车等消费。

现如今,露营旅游的方式有了进一步的发展:都市露营、集市露营、室内露营、轻奢露营等露营+新型露营旅游受到人们的追捧。《2021—2022年中国露营经济产业现状及消费行为数据研究报告》显示,2021年,中国露营核心市场规模达747.5亿元,带动市场规模3812.3

从“天津姐姐”的故事里  
看到她们如何选择自己的生活方式

记者:您是如何开始做UP主的呢?  
王宽:我这人闲不住,除了在电视台做节目,我也在业余时间做一些自己喜欢的事。现在有个词“斜杠青年”(选择拥有多重职业和身份的多元生活的人群),我就是这样的人。工作最开始那几年,那时候还是纸媒时代,我就给很多的杂志供稿,做乐评、影评,还做过影视剧编剧。后来自媒体兴起,最开始还没有人知道自媒体会成为未来主要的媒体呈现形式,我当时就是因为工作原因,手头有一些美食类资源,认识很多餐厅厨师。我不是闲不住吗?当时我就想是不是可以通过自媒体的平台去做一些内容,然后把这些手头资源做嫁接,做一些线上线下的活动。做活动搭配了一些探店类的视频内容,那个时候新媒体刚刚开始有,大家觉得确实挺新鲜的,渐渐地就积累了一些“粉丝”。

记者:您怎么从做美食类视频,开始转向“人物访谈”呢?  
王宽:作为一个经年累月从事视频工作的人,我对这种纪实类的内容,是有个人偏爱的。哪怕是探店视频,我也并不想把它拍成一个纯粹的很商业化的模式,美食背后是人文,其实它最终的内核都是一个有意思的人。所以我才会去做一些人物访谈类的内容。我在与我拍摄的这些对象的接触过程中,发现他们每个人都有不同的闪光点,我希望让更多的人了解到他们的故事、看到他们身上的闪光点,从而去让大家对这个社会、这

个时代更有信心。  
记者:“爱上100个天津姐姐”这个专栏是怎么设定的?  
王宽:我在拍美食视频的过程中,接触了很多非常有个性天津女性,她们可能是处于不同的年龄段,她们在社会中担当的角色也都各不相同,她们每个人从事的职业也都千差万别,可是她们身上都有一些“异于常人”的地方。所以我就想我不如把这些有意思的女性给集结起来,然后就出了这个选题——“爱上100个天津姐姐”,不是真要拍100个人,它是一个修辞方式,是虚指,形容很多,类似九九归一、三生万物这种说法。

我个人一直认为天津可能是一个女性城市,女性的社会地位、家庭地位是比较高的,所以我就感觉天津的女性比男性要更有性格特点,放到全国范围来看,“天津姐姐”也是个

# 如何搭建帐篷里的“诗和远方”?

本报记者 孙瑜 摄影 胡凌云



亿元。《2022—2023年中国露营行业研究及标杆企业分析报告》显示,2022年中国露营经济核心市场规模达到1134.7亿元,同比增长51.8%;带动市场规模为5816.1亿元,同比增长率为52.6%。预计2025年中国露营经济核心市场规模将升至2483.2亿元,带动市场规模将达到14402.8亿元。

露营旅游的高峰出现在疫情之后,而且是伴随着露营旅游加创新业态的方式,逐渐受到人们追捧的。于海波分析,究其原因,这里面有一个巨大的产业链商机。在疫情之前,不少大城市就有营地住宿业态,同时这些营地通常会强调户外活动、聚会社交或与儿童教育相关的内容。一些机构把轻奢社交、自然教育、户外活动和生态体验融入到一起,形成新的业态,营地在中国本土化后业态迅速创新,从不同角度适应消费者,形成了新的旅游消费增长点。

## 市场带动多个产业链发展 露营热蕴藏着对健康生活的追求

今年的露营旅游与去年的爆火不同,“今年的露营市场进入了一个理性消费的状态,这是露营产业发展的必经阶段。”于教授告诉记者,现在的这种市场情况才是正常状态,走过发烧过热的市场非理性阶段,露营经济将更加健康。露营是广大城镇居民生态体验和户外康养的稳定内禀性需求,不仅是一种旅游休闲活动,更是一种健康生活方式,不仅有经济效益,更有良好的国民健康、生态价值、自然教育、目的地形象等综合社会效益。即便仅看经济效应,露营旅游带来的也是目的地、研学、赛事体育、汽车产业、户外装备、车载电器、设计与创意等产业链综合收益,不仅仅是营地住宿经济。

露营旅游在2022年可以说是非常火爆,也是最抢眼的一个休闲业态。露营旅游应具备三大核心:第一是用品装备;第二是活动;第三是露营地。于海波坦言:“可以说这三大核心,有的时候是叠加的,有的时候仅具备一

个突出的核心竞争力也可以独角兽式生长。”像户外用品行业,它的市场覆盖人群范围非常大,所以有一些企业,是专门的户外用品生产销售公司,比如三夫户外、探路者,他们从专注户外用品开始,早都是上市公司了。“从户外用品和装备角度说,我早在十几年前就有相应的体验了,这个露营要是想玩儿得好,装备欲望是一个无底洞。”于海波表示,露营装备花多少钱,投入是数不过来的。露营上瘾后,发烧友就会配房车,房车有两种类型,一种是自行式房车,就是房车一体型类别;另一种是拖挂型房车,是一种房式挂车,可以由私家车牵引。而且不同类型的房车在不同的情境使用时各有优势。“市场调研中,我发现有的露营发烧友是改装自有车辆,有的人特意置换四驱越野车,有的人购买房车一体型房车,有的购买拖挂式房车,还有不少人购买不止一辆房车,更有发烧友以上各类装备都置办了。”

“这些都为我们的促进内需工作注入了消费动力。露营的户外用品也是一个非常大的消费矩阵。”于海波继续说,比如旅游者要买帐篷,就会发现遮阳帐篷与住宿帐篷完全不同,适用于不同露营地的帐篷又差异很大,而且近些年来造型也越来越时尚,让人很想去买了又买。

近几年户外装备中的户外移动电源也受到了人们的青睐,户外移动电源配齐后,如果驾驶着房车来露营,不仅可以为房车里的电器提供用电,包括小冰箱、微波炉、电热壶等,而且在露营地住下之后,露营者使用电磁炉做饭、灯光照明、洗衣烘干,移动电源都有用武之地。所以说,露营它有一个非常好的经济产业的实现性,是广口径带动消费的。

不仅如此,除了户外用品和旅游装备行业,还有活动板块是可以拉动消费的。于教授分析,如果我们只是出去露营的话,有的人会觉得是没有意思的,于是,有一些专门的公司,就会打造一些活动性的露营产品,增强露营趣味,搭建社交关系。比如现在有不少亲子型的露营,还有研学型的营地活

## 【救点追踪】

蓝天碧海、椰林草地、山川溪流组成的美丽画面,吸引着人们外出游玩,享受悠闲时光。每到周末,海边、乡村、景区林地、河畔都成为乐园,露营爱好者们来到大自然里“扎寨”,与大自然来一个亲密接触。

近年来,随着出游方式的多样化,露营日益成为人们亲近自然、享受惬意生活的“新选择”,很多人用帐篷搭建起自己的“诗和远方”。作为一种新型旅游方式,露营正为复苏的文旅业注入新的活力,成为新的旅游消费增长点。

到了露营地,会有相关的培训和互动活动,或者有一些亲子party,还会有独特的新鲜户外美食体验。

当然,于海波介绍说,从趋势上来看,最为常态的露营地还将是亲近自然、重生态和适度服务的。要依托风景和生态资源、营地的基础设施,提供户外用品租赁,露营地要根据自己的基础与特色进行度假型、活动型或泊车补给型定位,提供差异化产品与服务。

## 房车旅游+露营旅游 融合创新型消费体验成“新宠”

在常态化背景下,房车露营旅游以更私密、更安全、更自由、更灵活等特点深受旅行者青睐,承载用户升级需求的房车旅行已经成为了露营旅游爱好者的全新旅行方式。露营加房车是一种联动的房车产业,是由市场推动的,已经成为一个产业助推器。于教授分析,房车加露营和单独的露营还不一样,房车加露营一是需要风景优美,二是要实现房车补给。这种补给方式,最基本的就是水电补给,一般还有一些餐饮服务以及商业设施,从国际经验来看,房车露营地实际上是一种比较温和的轻服务商业模式,因为它的重点在房车的停泊和补给,有的时候接待量不是很大,一般常态下,只有一两个工作人员驻扎在营地。所以说,营地在发展过程中,要注重两类的差异,一类是生态生活方式所产生的房车露营度假营地,另外一种是基于补给型的,房车加露营的旅途停泊补给型露营地,这两类是完全不同的。对于房车营地来说,国内和国外发展阶段还不太一样。我国要从重度度假营地建设,转为兼顾补给型房车营地建设阶段,因为便利的补给型房车营地可以不断推动房车消费,推动房车发烧友与房车大众化的双重消费市场,为我国房车产业规模发展提供助力。

房车露营在国内外尤其受到老年消费者的喜爱,这一消费特点对我们国家也是可以预期的。因为我国老年人口的比重日益增长,在这种潮流下,房车产业可以形成一个规模经济的蓝海,对于房车的相关消费来说,我们还可以形

# 王宽 讲述“100个天津姐姐”的故事

本报记者 胡春萌

## 对话UP主

王宽的本职工作是天津电视台的编导,然而生活里有很多朋友称呼他为“鱼导”。他在B站、抖音、微信视频号等新媒体平台上以“鲸鱼先生吃东西”的账号发布短视频,从品尝不同美食到品味多样人生。去年,“鱼导”开辟了一个新的短视频栏目——“爱上100个天津姐姐”,与有故事、有追求、有想法的天津姐姐对话,率真、热心、坚韧、坦诚、独立、清醒、时尚……“天津姐姐”的形象有了越来越多元的面貌。



非常突出的一个群体。  
记者:这些采访线索是从何而来的?  
王宽:说实话现在主动联系我的人挺多的,无论是身边朋友的推荐,还是各个平台上的私信,都挺多的。但是在选题的选择上还是有自己的一些衡量标准的。

记者:这个栏目的标准是什么样的“天津姐姐”?  
王宽:我们大部分的人生轨迹其实是差不多的,比如,该上学上学,该上班上班,该结婚生子结婚生子,但是有很多人没有去遵循社会框定的这样一个社会时钟。这些人是什么样的人?我相信这些人一定是非常有自我的人,他不会根据别人的情况去决定如何过自己的一生。我倾向于选择这样的一些人去采访,至少她们都是在自己的人生当中,去选择了自己想要的生活方式。

短视频市场的风向在改变  
优质内容是需要专业和沉淀的

记者:“鲸鱼先生”这个网名是怎么来的?  
王宽:因为我特别喜欢鲸鱼这种动物,它虽然是生活在海里,可它是哺乳动物;它体型特别大,但是它性格又很温柔。我就觉得它身上有这种强烈的反差,鲸鱼在海面上游的那些画面特别梦幻,很有灵性。我刚开始的QQ名字就叫鲸鱼先生,后来做UP主,就沿用了这个名字。

记者:我觉得您所喜欢的鲸鱼的特质,可能是对自己向内的追求,反映在视频作品上,其实也是有这么一种感觉的,有一种反差感,比如,在做很商业的东西,同时也会做一些很有自己想法的作品。  
王宽:我以前看到过一句话“狂于行禅于

成一些中国特色,比如建设房车式酒店,尤其是像海南这样的旅游城市,海南有很多旅居的人群,这些人中,有一些老年人注意养生与安全,他自己并不开车,但还是喜欢一些新产品,非常喜欢创新性的新型消费。这个时候我们不妨去打开思路,把房车做成房车酒店,让它驻扎在一些特色的度假地,消费者就可以有一种新颖的住宿选择,叫做房车住宿。那个时候,像体验露营一样,我们可以选择一种房车住宿接待活动的体验方式,体验一夜一晚住在房车里,不需要自购房车,就可以看繁星点点和萤火虫,还可以和游客聚在一起,通过房车酒店式的社交活动在夜晚听到海浪。

## 被需求“催化”的露营产业亟待完善 空间引导、生态安全教育、信息化服务等建设多管齐下

如果说前几年露营经济还处于市场培育期,那么想要进一步催化这一市场潜力,使之进入高速发展期,则更需要将顺露营经济产业链,进一步规范行业发展。从露营地地的选址开发、经营管理,到消费者购买的帐篷、气罐、小推车、折叠餐桌椅等露营设备的生产制造监管,再到露营相关的吃、住、行、游、娱等配套设施完善供应,都应跟上产业发展的脚步。

于海波说,露营旅游火爆的背后,同样也存在各种问题,如有些露营地存在配套服务设施不健全、安全保障缺乏、营地查询和在地导引信息不充分等问题。而且有的露营地存在冒险心理,追求冒险前往荒野地,不熟悉户外安全常识,会遇到草坪火灾、野兽袭击、洪水和泥石流威胁、气象灾害、河畔驾驶和扎营安全等问题。

面对问题,该如何应对呢?于海波建议:第一要空间引导;第二,要进行生态教育、户外安全和野外生存培训;第三,要创新营地信息化服务。营地具有要求占地大、依赖户外环境、生态景观多元的特点,且由于难以规范游客行为,在运营设置上,容易发生用地、环保、建设和安全方面的问题。《民法典》第一千一百九十八条规定,宾馆、商场、银行、车站、机场、体育场馆、娱乐场所等经营场所、公共场所的经营者、管理者或者群众性活动的组织者,未尽到安全保障义务,造成他人损害的,应当承担侵权责任。露营地直接的政策文件方面,2018年,我国出台了《全国户外营地户外营地建设规范》、《中小学生研学实践教育基地、营地建设与管理规范》,2022年国家发展改革委同文化和旅游部、中央文明办等部门联合印发《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的意见》,《意见》指出,加强露营旅游标准引领,做大做强露营旅游休闲上下游产业链,提升全产业链整体效益。引导露营地规模化、连锁化经营,孵化优质营地品牌,培育龙头企业。以深化供给侧结构性改革为主线,顺应人民群众旅游休闲消费体验新需求。地方政策法规方面,2019年出炉《贵阳市中小学生研学旅行教育基(营)地建设与服务管理办法(试行)》,2022年出台《山东省省级中小学生研学基地、营地管理办法》。总体来看,于海波表示,目前全国各级政府自上到下对露营产业都是以发展引导为主的政策推动,管理以标准和指南等技术文件供给提供专业服务,以案例警示提供安全管理经验,都是服务型管理创新,这对尚处于起步发展阶段的露营产业来说是非常重要的。

在营地发展方面于海波建议,天津可以编制推动露营产业发展五年工作计划,发展营地产业链,科学布局营地,丰富营地业态,形成重点项目,促进营地创新,也可以制定分类化的营地建设指南。在营地管理方面,天津对于各类自然保护区、火灾风险隐患区以及自然灾害易发区,要划定禁止露营区域。对于营地业态建立诚信经营信用制度,对露营安全风险案例形成警示教育,制定露营安全指南。总体来说,天津市的露营旅游发展既要紧抓产业链经济机遇,又要重政府服务,不断满足人民日益增长的美好生活需要。

心”,我是希望对外我可以去连接各种各样的人、事和力量,但是我的内心其实是一个非常自守的状态,我有相对规律的生活,然后我有相对比较稳定的喜好,我不太会去追求那些特别复杂的生活方式,我更喜欢在一个地方踏实、沉淀下去。  
记者:现在短视频市场已经发生了一些变化,比如流量计算、分账模式、商业运营形式等等。您对未来短视频的创作内容有什么计划吗?  
王宽:我现在在短视频平台上也是以发布中长视频为主,我也并不依靠流量去作为我的变现主要方式,所以我没有必要为了迎合“流量”,去改变我自己的创作方式与创作风格。我做内容创作时还会有一些任性,但是可能在细节上会有一些设计,比如选题的把控、剪辑的节奏上,我有自己的设计。但是我在整个账号内容的设计上,其实没有过多的设计。

我个人觉得,首先新媒体这种唯流量论只是一个非常短暂的阶段,最终市场会回归理性,市场还是会去做受众人群众分层。因为我们看到,公众号刚出现的时候,大家终于找到了一个新的流量出口,所有的甲方都要先问您有多少“粉丝”?单篇的阅读量多少?然后到给博主做定价分类。但是现在这些年,我们看越来越多少的品牌去关注这些超大公共流量的博主、UP主,因为没办法精准投放广告。  
我觉得未来,短视频能不能有流量、能不能有商业转化、能不能有价值,它最终还是依托于文化跟内容,这个是必需的。所以你会看到这些真正要做长线的品牌,它们都去打文化牌。对于UP主来说,不用担心市场上谁的流量好了,什么样类型的UP主赚钱了,那个事儿跟你其实关系不大。自己能干什么事自己心里最清楚。还是要有自己的专业度和自己的选择。