

【阅读提示】

一片绿地、一顶帐篷、一桌美食,和家人、好友一起享受美景、谈天说地……这,就是时下最火的短途休闲旅行方式——露营。

在疫情防控常态化的背景下,近郊露营正受到越来越多人青睐,大有“火出圈”的趋势。

原本小众的露营为何突然成为潮流?露营经济带来了哪些新消费趋势和商机?快速增长的露营行业又面临着哪些新问题?

露营经济： 步步为营，才能持续“出圈”

河北日报记者 王思达

保定市涿州市野三坡景区的露营地。新华社记者 高博摄



露营火爆：有草的地方就有帐篷

“露营地的好位置得提前占，提前抢。”

6月9日，一个多云的周六，家住石家庄市裕华区的“95后”女孩靳丽丽一早就被闹钟吵醒。简单洗漱后，她拿上提前收拾好的行装，驱车和朋友赶往涿州河廊州湖畔的一处露营地。

鉴于上次露营时“去晚了没好位置”的经历，靳丽丽一行上午10时就赶到了露营地，精心挑选了一块安静、开阔、离停车场和厕所都不远的草地，然后开始扎帐篷、支桌子、摆食物、秀自拍……

当天微风习习，气温不高。临近中午，原本空旷的草坪上已“每隔几米就有一个帐篷、吊床、野餐垫”。人们在这里或谈天说地，或准备食材，尽情享受周末的轻松惬意。

“新技能get，天幕搭建完毕。”端午假期期间，保定市民孙帅在朋友圈发布了这样一条状态，文字后还附上了开心的表情。

当天上午，孙帅和家人来到市区近郊绿地。找到一块平整的草地后，孙帅把各种装备从行李包中拿出，铺天幕、系风绳、打地钉、立撑杆，忙活了20多分钟，一面六角形的“天幕”终于在头顶撑开。

“天幕”是露营中非常重要的一件装备，它可以说是帐篷的延伸，却比帐篷适应范围更广，可以为我们防晒、防风、挡雨。”孙帅介绍。

一块“天幕”，反映了人们对露营日益高涨的热情，更折射出其背后一个蓬勃发展的巨大市场。

露营经济中的“商机”，首先体现在各种多样化露营装备中。

7月6日晚，迪卡侬石家庄槐安东路店户外装备区，帐篷、天幕、折

叠桌椅、灭蚊灯、睡袋等露营装备被摆放在显著位置，前来围观和体验的客人络绎不绝。一名工作人员忙着为一批批顾客介绍这些露营产品的性能和特点。

“以前户外露营相对小众，相关产品销量一直比较平稳，没有太大波动，但今年以来，消费者对露营产品的需求出现爆发式增长。最近一段时间，每个月要卖出几百个天幕，销量几乎翻倍。”该工作人员表示。

作为一名有多年工作经验的户外用品销售员，该工作人员捕捉到了露营产品在需求端的新变化：疫情发生前，露营产品总体销量少，主要集中在容纳人数少、搭建技术要求高、性能较强的专业户外帐篷

和天幕等产品。而随着大众露营的兴起，家庭式、自动折叠式、外观好看的帐篷和天幕等产品销量开始大增。

与帐篷、天幕等销量同时增长的，还有家具类、炊具类户外用品。记者在户外装备区观察发现，一些轻薄睡袋已卖至脱销，可折叠桌椅板、不锈钢锅碗瓢盆也十分畅销。

此外，露营还带动了无人机、咖啡壶、飞盘、户外电源等相关产品的消费，组合销售的“露营包”成为不少人的首选。

“一个‘露营包’里有帐篷、一桌四椅、天幕、彩灯等，还可以根据客户需求定制。”该店员介绍，“凑齐一套入门级家用露营装备，差不多需要1000元。”

露营产品的热销，在线上也很

明显。记者在某网购平台搜索“露营”二字，天幕、户外桌椅、帐篷、睡袋等相关装备很快出现在搜索结果中，搜索排名靠前的产品，销量和评价都很多。来自京东的数据显示，5月31日晚8时至6月18日，京东小时购销售额同比增长77%，其中户外用品同比增长662%，是增长最高的品类之一。

艾媒研究院数据显示，2021年以来，我国露营地市场规模快速增长，市场规模已达299.0亿元，预计2022年增速达18.6%，市场规模达354.6亿元。

“曾经，户外露营可能只需一块野餐垫和几样简单餐食。但随着户外露营逐渐精致化，露营已呈现消

费升级态势。”专家分析，该趋势将带动户外零售业态发展壮大，零售业从业者需思考如何满足户外露营的健康消费、体验式消费以及绿色消费需求，做好供应链准备。

除了户外装备，露营地生态是否良好、风景是否优美，也直接影响户外露营体验感。针对这一需求，一批专业户外营地类产品应运而生。今年“五一”假期，石家庄趣那主题公园、涿州河高尔夫俱乐部、张家口崇礼富龙滑雪场古镇等旅游区相继推出“高颜值”户外体验产品，让游客可以更好地享受湖光山色。

“我们将短途游定位为40分钟车程内。”中传文旅运营中心主任刘李伟托管了石家庄涿州河高尔夫俱乐部，“五一”假期前，他们用15天时间升级打造了50亩的高尔夫主题露营地，实现了向“露营+高尔夫”的转型升级。

此外，经营者还应意识到，简单的露营只是初期吸引顾客的引流“神器”，要想长久发展，必须不断挖掘“露营”背后的多元化、复合型业态，比如“露营+研学”“露营+体育”“露营+娱乐”“露营+演艺”等。

除了精选场地、根据自身特点做差异化产品、提升服务外，一些受访者还提供了另一个让露营从“网红”“爆红”尽可能成为“长红”的解题思路：将露营与乡村振兴结合在一起。可以找个试点，由政府或相关机构主导，在不过多占用农村土地资源的前提下，利用闲地打造“农旅+露营”，实现乡村旅游从民宿集群向露营地转变。

文/河北日报记者 王思达

7月7日晚，石家庄市一家运动品超市内，顾客正在挑选、体验户外露营装备。

河北日报记者 王思达摄

来自小红书App的一项数据统计也印证了这一变化：继2020年“五一”期间搜索量同比增长290%、2021年“五一”期间搜索量同比增长230%后，今年“五一”期间露营相关搜索量同比增长746%，露营热度呈爆发式增长态势。

旅行网站携程发布的报告也指出，今年“五一”假期首日，露营在平台的访问热度达历史峰值，搜索热度环比前一周增长90%。

究竟是什么因素，导致露营突然“走红”？

几位受访者和业内人士都认为，在疫情防控常态化的大背景下，“非必要不出行”理念影响了很多人的远途出行计划。露营已经成为许多人远途旅行的“替代品”——不用跨城市或者跨省，也不用跋山涉水就能“偷得浮生半日闲”。

此外，私家车的快速普及，城乡公路、基础设施、移动网络和关联产业的逐渐完善，也进一步助推了露

营经济的兴起。

“和早期的露营方式相比，最近兴起的城市近郊露营呈现出大众化、精致化的特点。”石家庄市民郑超表示。

郑超是一名资深户外达人，他介绍，国内早期露营方式主要是户外野营。这种露营形式专业性强、技术性强，对露营者本身的体能、知识等有较高要求，需要付出大量时间、精力、财力等，因此比较小众。

相较传统户外野营，大众化露营更加简单、精致，降低了露营的门槛——消费者可以选择各种免费的郊外公园作为露营地；也可以自带帐篷到专业营地，只需交门票费用即可；甚至可以什么都不带，到专业营地后租赁相关用品，轻松享受露营。

“这种大众化、多元化、简单又轻松的精致休闲方式，更容易火起来。”郑超说。

对露营产业投资者来说，想要在众多露营地中脱颖而出，前期投入一般是比较大的。水电、排水、排污、草地平整都要资金，这些投入需要仔细考量。如果仅仅是在露营地弄一块地、支个帐篷，其他配套设施跟不上，导致无法满足游客的心理预期，则注定只能是“一锤子买卖”，无法长期、长久发展。

对此，一位消费者就有过切身体会：在某平台“种草”了几个露营地后，他带着朋友前往体验，没想到，“上厕所不方便、配套设施没有，和宣传的一点都不一样，我去住民宿不是更舒服吗？”

有行业专家说，露营就像店铺，能否盈利，一半以上取决于地段的选择。对于露营而言，自然要素决定了营地的生命力。露营地有没有令人舒适愉悦的景观、独特的体验，很大程度上决定着消费者的二次选择。因此，在竞争同质化严重的当下，经营者应尽量选择一些带有独特景观的区域作为基地。

此外，经营者还应意识到，简单的露营只是初期吸引顾客的引流“神器”，要想长久发展，必须不断挖掘“露营”背后的多元化、复合型业态，比如“露营+研学”“露营+体育”“露营+娱乐”“露营+演艺”等。

除了精选场地、根据自身特点做差异化产品、提升服务外，一些受访者还提供了另一个让露营从“网红”“爆红”尽可能成为“长红”的解题思路：将露营与乡村振兴结合在一起。可以找个试点，由政府或相关机构主导，在不过多占用农村土地资源的前提下，利用闲地打造“农旅+露营”，实现乡村旅游从民宿集群向露营地转变。

文/河北日报记者 王思达

7月7日晚，石家庄市一家运动品超市内，顾客正在挑选、体验户外露营装备。

河北日报记者 王思达摄

产业带动：关联产品热销

随着大众露营的兴起，家庭式、自动折叠式、外观好看的帐篷和天幕等产品销量开始大增。

与帐篷、天幕等销量同时增长的，还有家具类、炊具类户外用品。记者在户外装备区观察发现，一些轻薄睡袋已卖至脱销，可折叠桌椅板、不锈钢锅碗瓢盆也十分畅销。

此外，露营还带动了无人机、咖啡壶、飞盘、户外电源等相关产品的消费，组合销售的“露营包”成为不少人的首选。

“一个‘露营包’里有帐篷、一桌四椅、天幕、彩灯等，还可以根据客户需求定制。”该店员介绍，“凑齐一套入门级家用露营装备，差不多需要1000元。”

露营产品的热销，在线上也很

明显。记者在某网购平台搜索“露营”二字，天幕、户外桌椅、帐篷、睡袋等相关装备很快出现在搜索结果中，搜索排名靠前的产品，销量和评价都很多。来自京东的数据显示，5月31日晚8时至6月18日，京东小时购销售额同比增长77%，其中户外用品同比增长662%，是增长最高的品类之一。

艾媒研究院数据显示，2021年以来，我国露营地市场规模快速增长，市场规模已达299.0亿元，预计2022年增速达18.6%，市场规模达354.6亿元。

“曾经，户外露营可能只需一块野餐垫和几样简单餐食。但随着户外露营逐渐精致化，露营已呈现消

费升级态势。”专家分析，该趋势将带动户外零售业态发展壮大，零售业从业者需思考如何满足户外露营的健康消费、体验式消费以及绿色消费需求，做好供应链准备。

除了户外装备，露营地生态是否良好、风景是否优美，也直接影响户外露营体验感。针对这一需求，一批专业户外营地类产品应运而生。今年“五一”假期，石家庄趣那主题公园、涿州河高尔夫俱乐部、张家口崇礼富龙滑雪场古镇等旅游区相继推出“高颜值”户外体验产品，让游客可以更好地享受湖光山色。

“我们将短途游定位为40分钟车程内。”中传文旅运营中心主任刘李伟托管了石家庄涿州河高尔夫俱乐部，“五一”假期前，他们用15天时间升级打造了50亩的高尔夫主题露营地，实现了向“露营+高尔夫”的转型升级。

此外，经营者还应意识到，简单的露营只是初期吸引顾客的引流“神器”，要想长久发展，必须不断挖掘“露营”背后的多元化、复合型业态，比如“露营+研学”“露营+体育”“露营+娱乐”“露营+演艺”等。

除了精选场地、根据自身特点做差异化产品、提升服务外，一些受访者还提供了另一个让露营从“网红”“爆红”尽可能成为“长红”的解题思路：将露营与乡村振兴结合在一起。可以找个试点，由政府或相关机构主导，在不过多占用农村土地资源的前提下，利用闲地打造“农旅+露营”，实现乡村旅游从民宿集群向露营地转变。

立好规矩：规范管理杜绝“野蛮生长”

露营地使用便携燃气炉、户外烧烤炉。

对此，涿州河生态区管护中心工作人员也有些无奈，“现在露营的人很多，一到节假日，一个垃圾箱每天要清理十几次。我们希望市民能注意保护环境，不要乱扔垃圾，禁止使用任何明火、加热装置，文明野营。”

涿州河沿岸存在的这些不文明行为，是露营“野蛮生长”的一个缩影。据调查，目前很多免费景点并不具备露营条件，帐篷搭建、户外防护、应急管理知识也未得到普及。

此外，一些露营爱好者还存在其他不规范行为，比如有人为了“逃避”露营地收费，选择在风景不错的地方随意停车，或在禁止露营的公园绿地、海滨草坪露营，不仅对环境造成了破坏，还影响了当地居民的正常生活。

记者注意到，为了规范露营行业发展，避免各种乱象发生，上海、湖南等一些地区已陆续出台相关规定，对露营地建设标准、安全监管等方面作出规定。

在我省部分地区，对规范露营行为的相关立法工作也已经展开。

6月22日，《石家庄市涿州河

保护条例》经石家庄市第十五届人大常委会第八次会议表决通过，将在报省人大常委会批准后颁布施行。《条例》施行后，在涿州河绿化带和滨水公园内露营、野炊、烧烤等行为将被禁止，违者处五百元以上五千元以下罚款。

“当然，面对人们日益高涨的露营需求，政府部门在禁止一些区域露营的同时，还要合理规划用地，在有条件的区域集中规划建设露营地，通过招商引资的方式完善相关露营配套设施，进行规范化、集中化管理。各景区可以结合当地自然、人文特色，建设不同主题的露营地，吸引不同兴趣的消费人群，避免露营经济单一化、同质化发展。”中国科学院地理资源所旅游研究中心主任助理齐晓波认为。

“目前，在一些旅游业发达地区已经出现了‘营地+景区’模式、‘营地+田园’模式、‘营地+研学’模式、‘营地+体育’模式、‘营地+演艺’模式等。预计未来露营地会朝着专业化、多样化、创新化道路发展。”齐晓波说。

文/河北日报记者 王思达

7月7日晚，石家庄市一家运动品超市内，顾客正在挑选、体验户外露营装备。

河北日报记者 王思达摄



近日，露客在沙县太行红河谷一处房车露营地露营。新华社记者 朱旭东摄



河北日报记者 王思达摄