



去不了远方 到郊外露营可好？

今年市民户外“扎帐篷”的猛增 露营渐成旅游新业态

□本报记者
万佳

天气正好，露营正当季。约上三五好友，带上户外咖啡壶、折叠桌椅，体验全新的休闲时光。同时，一些精明的商家在城市公园、河边打造各种网红露营地，并在平台极力推介。

同程旅行发布的《2022“五一”假期旅行消费数据报告》显示，家庭组团式采摘、烧烤、野炊等休闲方式明显增加，“赏花+露营”“房车+露营”“露天音乐会+露营”“旅拍+露营”等众多极具特色的露营产品受到游客追捧。据企查查数据显示，目前我国现存露营/野营相关企业9.3万家。露营也成为这届年轻人当下最流行的休闲娱乐方式。



品牌露营地。

1 帐篷桌子椅子都有 去露营快赶上搬家了

在太阳岛国家湿地公园里，沙滩上三三两两支着帐篷，孩子们兴奋地拿着铲子堆着沙堡……事实上，在松花江哈尔滨段沿江两岸，像这样的野营地为数众多。资深户外驴友老韩说，来玩的年轻人装备都可全了，帐篷啊，桌子椅子都有，快赶上搬家了。

被驴友戏称为“搬家式露营”的新式露营确实在今年大火了一把。网络平台上搜索“哈尔滨露营地”，即可弹出超百条相关视频。除了旅游爱好者自己发现的“宝藏好地儿”，也有商家打造的“网红小镇”，一天的使用费近千元，依然阻挡不了人们的热情。

露营现在为什么这么火？全国经营连锁露营品牌的哈尔滨创业者崔连波认为原因主要有两方面。一是受疫情影响，景区景点关闭，人们休闲娱乐的热情无处排遣，而露营恰好满足了人们的需求。另一方面是人们生活水平提高了，即便是在野外休闲，也希望保持既有的生活品质。比如，露营的时候不再满足小小的帐篷，而是面积可达几十平方米的天幕、金字塔式帐篷，足够十几人使用，不仅可以过夜，天冷时还能取暖。此外，还要有咖啡壶、蓝牙音响、取暖炉等小资用品享用，这感觉一下就上来了。



露营+丛林穿越。

2 哈市户外露营人群猛增 资深玩家这样带“新手”

如今，在一些南方城市，一到周末，一些人就会三五成群，拿着帐篷等装备开车到郊外露营过夜，过足两天一晚的周末时光。随着露营爱好者越来越多，这种休闲娱乐逐渐成为年轻新锐消费群体的一种生活方式。“今年是哈尔滨户外露营的爆发年。”伍子说，其实从去年开始，各种露营就有了，今年明显感觉参与的人多了。

1990年出生的伍子是哈尔滨资深户外玩家，伍子全名叫郭芊良，由他创建的户外露营群有成员1000多人。伍子“入坑”早，在四五年前他和朋友热衷玩越野车，在四五年前他和朋友热衷玩越野，而且一玩就玩一整天，中午吃饭就成问题了。”伍子说，最开始就对付点面包，后来就自带炊具和一些户外装备，发现在这些地方逗留一下，玩一会儿也挺好。因为每次总去不同的地方，也探索出许多户外露营的好地方。

从去年开始，伍子就把一些活动的照片和视频发布到网络平台上，今年露营火了之后，关注伍子的本地人更多了，关注人数涨到27万多，他们都在平台上私信问在哪里？能不能组织点活动？后来，伍子创建了户外露营群，由最开始的一个群扩大到3个，成员1000多人。

怎么能让原本不认识的人玩得尽兴，更有感觉呢？“我给群取名叫‘集野村’，做成部落的感觉。”伍子说，在我的群里，每个进来的人会有两个“马甲”，一个是新手村民，就是那些刚接触露营，不是很专业的人群。另外一种叫“土著村民”，指那些有一定的露营经验和装备的玩家。在群里，“土著村民”会不定期分享自己出去玩的心得，目的就是让“土著”带“新手”，形成“老带新”的模式。这样就能在短时间内迅速提升“新手村民”的户外经验，避免户外路上“踩坑”。

3 露营市场“大蛋糕” 谁能分上一杯羹？

围绕着露营热潮，一条完整的产业链渐成规模。露营装备生产厂家、露营经营者以及周边产品都跟着火爆起来。

“第一个嗅到露营市场商机的是露营装备生产厂商们。”崔连波说，他们是第一波受益者。因为长期在义乌厂家购买露营装备，我跟好几家生产厂家的老板都很熟。他们早在两三年前，就敏锐地发现了市场商机。打开一些网购平台，可以看到帐篷、地垫、折叠桌椅、睡袋、投影仪等各种露营装备的销售量都能够达到几万件/套。“许多国内有名的露营商品品牌不仅已经成为上市公司，而且股权也上升了一倍多。”崔连波说。

全国各地如春笋般出现的各种露营地也成功抢占了露营市场风口一角。“目前哈尔滨的网红露营地至少有十多个，收费也从几十元到几百上千元不等，提供水电、卫生间、烧烤炉等基本设备。”伍子说，这些地方离市区近，条件相对好一些，适合家庭特别是有孩子的家庭露营。

随着市场热度提升，投资者也闻风而动，融资热钱不断涌入。今年3月初，崔连波成立不足两年的上海享驭文商体育文化有限公司获得1000万的天使轮融资。他的精致露营品牌嗨KING野奢营地被国内知名轻奢帐篷厂家——义乌博庭旅游开发有限公司相中，成为国内目前获得天使轮投资的两家露营公司之一。

从2020年5月开始，崔连波和其他两位合伙人先后在哈尔滨、杭州、西安等城市做精品露营项目，如今已经形成非常完备的管理模式。

4 露营就是简单吃点、喝点？ 露营+模式正不断探索中

“露营就是简单吃点、喝点？实际上，它的玩法很多活动更多。”崔连波说，做露营其核心是输入一定的活动，这些活动既包括品牌活动，也包括各种跨界合作。就在不久前，崔连波的露营项目拿到好几家大品牌厂家的露营活动订单。“某汽车品牌和某啤酒品牌，以露营活动回馈客户，活动在全国范围内同时展开，只要有营地的城市，都可参与这次活动，这不仅让更多客户享受到品牌服务，同时也能给营地导入更多流量。”崔连波说。

如今看来，由露营延伸出来的周边产品越来越多，针对孩子的露营+研学，针对家庭的露营+环保，针对年轻人的露营+探险、露营+穿越、露营+剧本杀……露营场景多样化，意味着复购频率的提升。露营市场的火热甚至刮到了预制菜、汽车等领域。理想、小鹏、蔚来、特斯拉等车企，尤其是新能源车企开发出露营模式，并将其打造成一大卖点。



资深玩家的专业露营设备。