



“带着宠物躺在帐篷里，听潺潺溪水缓缓流过，尽情享受难得的安宁。”10月29日，聊起露营，90后岳小姐难掩激动之情，“逃离城市，远离工作和手机的束缚，就是露营最大的魅力。”如今，传统的小众运动——露营，早已破圈成为当下最热户外项目，无论是自带拖挂房车的豪华派、精致露营的轻奢派，还是“拎包入住”的体验派，都能在长沙周边找到怡然自得之所。

露营有何魅力？热潮背后，露营地运营成了新的掘金地？

■三湘都市报全媒体记者 黄亚萍 实习生 宁瑞欣

从小众到火热，露营酝酿新的掘金地？

碾压密室逃脱成95后“最爱”，露营基地涌现体验感不一，过度依赖节假日成弊端

现象

享受惬意时光

年轻人爱去郊外“打地铺”

和风煦日下、云海旁、林地间，支起一顶白色帐篷，生起一堆篝火，坐在木质蛋卷椅上喝一杯热腾腾的手冲咖啡……10月24日，长沙等来了久违的暖阳，家住恒大御景半岛的谢小姐自驾前往40公里外的“西围子”露营基地，与三五名好友围坐在木桌旁畅聊人生，享受着惬意的秋日时光。

顺着“西围子”平静的湖面看去，偌大的草坪上，米白色帐篷、天幕依次排开，户外蛋卷桌、露营咖啡壶、折叠椅、卡式炉成了野外露营人士的标配。“这个今年被小红书带火的野营基地，天气好的时候都得提前占位置。”谢小姐笑着说，别看不需要场地费好像花费不高，但配齐一套露营装备，最少也得4000—5000元。

同样火热的露营景象，还发生在长沙周边多个可“拎包入住”的露营基地内。10月28日，三湘都市报记者记者在“月亮岛星空露营公园”官方预定商城检索发现，10月30日，基地内湖景大床房、双层别墅等12种房型已全部订满；同日期，位于湘潭市的途居房车露营基地内，3种房型同样订满。

“很多游客来这里什么都不做，就是发呆、走走山路、看看星空。每逢周末、中秋、国庆等假期，营地的15个帐篷都会被提前预定完。”智峰山野奢营地的负责人介绍，目前，营地正在筹备万圣节主题轰趴，仅剩下少量可预订床位。

据了解，市场上流行的露营可分为三种类型，即，自带拖挂房车的豪华派、精致露营的轻奢派、“拎包入住”的体验派。这其中，豪华派和轻奢派更贴近原版的露营方式，露营者需自备帐篷、睡袋、便携式桌椅等全套露营装备前往郊外或露营基地，“拎包入住”的体验派则是直接享受营地提供的酒店式露营服务，单次人均消费最低也需要500元。



▲宁乡市罗仙寨风电场露营地，小孩子在风车下玩耍。
◀在浏阳大光洞露营基地，市民享受在溪流中捕鱼虾的乐趣。

市场

露营碾压密室逃脱
成95后“最爱”

受疫情影响，跨境、甚至跨省游受到一定限制，爱折腾的年轻人将视线投向国内小众短途游。以2021年“十一”小长假为例，国庆前一周，马蜂窝上“露营”的搜索热度上涨了200%；马蜂窝发布的《NEW WAVE—年轻人品质旅游报告》显示，近半年，人均消费超8000元的高端旅游订单同比增长86.2%，房车露营位列十大高端旅游项目之一。

露营也吸引了越来越多的年轻人“入坑”。淘宝发布的《2021 Z世代露营式社交白皮书》显示，36.4%的年轻人在体验户外露营后成为“露营真香党”，露营碾压密室逃脱、剧本杀，变成95后的最爱。在生活分享平台小红书上，包含“露营”关键词的笔记发布量，同比去年7月已增长334%。

市场利好，不少行业公司迅猛发展。以A股上市公司牧高迪为例，据媒体报道，其2018年至2019年期间内销渠道营收在1.5亿元左右，但在2021年上半年营收就达到1.23亿元，大增86.53%。

露营的市场规模到底有多大？行业研究报告综合提供商新思界发布的《2021—2025年中国户外露营行业市场行情监测及未来发展前景研究报告》显示，户外露营行业市场规模有望持续增长，或将于2026年达到150亿元。

体验

行业仍在初生期，表现有欠稳定

据三湘都市报记者不完全统计，若以长沙市五一商圈驱车2小时路程计算，可供选择的露营基地或露营地已超过20个。当一切都收拾妥当，踏上期待已久的露营旅程，消费者体验如何？

逼近五星级酒店的价格，却未必能买回来满意的体验。“露营听起来新奇，但营地的淋浴间、卫生间等配套设施有待完善。特别到了晚10点过后的洗漱高峰，排队沐浴可能要等上1—2个小时。”半月前到露营基地体验“精致露营”生活的胡小姐表示，高山上低温、蚊虫让“人生中的第一次露营”体验感极差，以至于最近半年内，她都没有任何户外露营的打算。

在随机采访中，未能在首次露营中收获满意体验的消费者不止胡小姐一人。不过，也有人认为，露营这项“最亲近自然”的休闲方式已经成为周末放松的不二之选。热衷于户外生活的岳小姐告诉记者，每逢假期，小红书、微博、朋友圈全是他人分享的露营视频，“第一次去露营，就爱上了。睡在帐篷里抬头就能看到月亮，运气好还能看到繁星，尽情享受离开城市喧嚣的安宁时光。”

观点

投入近百万，露营如何做成大产业？

在麋野露营合伙人郭家豪眼里，露营的风潮确实越刮越大了。作为一名职业风光摄影师、旅行博主的他，敏锐地察觉到露营背后的商机，与朋友合作在长沙黑麋峰国家森林公园内租了块面积约20亩的空旷场地，做起了露营生意。

“4—5年前，国内也兴起过一阵露营热，但最初阶段受制于场地、天气、装备等客观因素，很多人在尝试过一两次后就放弃了。”郭家豪介绍，早期的露营场所大多选在山间或者溪水旁，需要露营者有较强的野外生存能力，能应对复杂天气变化，“2020年春天，年轻人开始将目光投向花小价钱就能实现的周边游，将露营生意彻底推向高潮。”

“尽管行业发展已有多年时间，但弊端仍长期存在。”业内人士表示，露营地在时效上受限明显，过于依赖“周末经济”，节假日、周末常常人满为患但工作日鲜有顾客光顾，且受长沙天气影响，露营基地全年能营业的时间不超过6个月，这也意味着长时间空置，若周末做不到满座，营地很可能亏损惨重。

“只想着怎样布景拍照好看，却没有考虑营地的实际功能。消费者追求的露营不是草地上搭建个帐篷、拍张照，而是不受限于室内的旅游方式。”他表示，营地不仅要抓住用户的社交分享需求以个性化主题活动和摄影师，还应明确产品需要瞄准的消费者，从而进行产品创新，结合高铁、自驾等出行方式进行精准营销。

