

重庆“露营经济”三问

露营经济，能不能成为撬动可持续消费的一个支点？

重庆大学经济与工商管理学院教授廖成林开门见山说，仅靠一顶“帐篷”撑起的“诗和远方”注定走不远，如何延长时间线、丰富产品矩阵、拓展产业链是关键。

2020年以来，露营经济热度持续攀升，今年更是呈现加速爆发态势：大众点评数据显示，今年上半年露营搜索量同比增长447%，“分享”“评价”露营的线下商户数量同比增长240%；在飞猪等平台上，重庆稳居露营热门客源地城市全国TOP10；在京东上，以露营经济的直接关联产品——帐篷/野炊用具等为例，重庆市场的成交额同比增幅居全国第二。

6月底，重庆启动“2022重庆露营文化节暨休闲旅游展”，石柱、万州、梁平、彭水、南川等区县持续发力，露营经济进入高潮。

当前，露营经济虽然火爆出圈，但重庆并非就能“躺赢稳赚”，如何避免“冷热不均”“大热之后，一地鸡毛”的局面，还需要冷思考。廖成林认为，把握露营经济新风口，实际上就是持续、深挖长期价值和可持续发展的价值。

6月18日，江北区江北嘴，市民正在公园里露营，享受周末休闲时光。重庆日报记者 龙帆 摄



如何延长时间线？

一直以来，很多人对露营经济有一个误解：这是夏季专属。

事实上，从更长的时间维度看，露营经济虽然在我国风行的时间不长，但也并非一种“新经济”——

最早在欧美出现的“户外野营”，可以说偏于“苦行式露营”，不分寒暑，也没有复杂装备，带着帐篷和睡袋就出发了，体现的是一种探险精神；后来，日本风行“搬家式露营”，装备升级到帐篷、天幕、桌椅、充气床垫等，同样可用于一年四季，更加强调舒适性；眼下，国内流行的可称为“精致露营”，即以露营地为基础，大多可“拎包入住”，休闲和社交的属性明显增强。

廖成林认为，正是因为露营门槛的降低、灵活度增高，对时间的要求限制得以削弱，不管是短暂的周末还是国庆、五一等长假，不管是艳阳高照的白天还是星光灿烂的夜晚，人们随时可以“说走就走”。

廖成林提出，延长露营经济时间线，是深度挖掘露营经济价值和效益的有效途径。重庆可以在三方面持续发力——

加强服务设施建设。露营是带有一定风险性的项目，比如烹饪食物易引发火灾，夏季容易遇到暴雨或山洪泥石流等灾害，荒野地面临防蚊防蛇等问题，这也是过去多年露营一直局限在“专业玩家”圈子里的原因。而当下，随着露营基地建设的升级，烹饪、水源、厕所等设施更加到位，应对恶劣天气的能力进一步提升，规范管理使得露营安全性能大为提高，露营没有了安全后顾之忧之忧，普通玩家一年四季也可以轻松入局。

强化特色资源开发。重庆属于亚热带季风性湿润气候，一年四季气候特征明显，自然景观丰富多变，春可赏花、夏能避暑、秋观红叶、冬玩白雪。此外，重庆山水资源众多，山上有滑雪、滑草、骑马等项目，水上有摩托艇、独木舟、皮划艇等要事。重庆打造露营经济，要充分把一年四季的山水资源用足用好，让游客看不够、玩不完，让春夏秋冬都拥有露营“黄金时段”。

升级露营装备性能。可以说，露营装备性能的好坏，直接决定了人们出发的自由度和底气。比如，防风、防雨、防潮性能好的帐篷，就帮助人们减少对于天气的依赖；可移动式电源，不仅解决夜晚的照明问题，还解决现代人对电子设备充电的焦虑；而便携式冰箱，就更好帮助人们储存食物，改变露营只能“短线作战”的现状，对拉长跨年度立竿见影。

如何丰富产品矩阵？

“露营从来都只是亲近自然的手段，而不是旅途的目的。”廖成林提出，要让露营真正具有持久的吸引力和生命力，丰富的产品矩阵才是硬核支撑。

特别是当前，受制于客流量不均、前期投入成本大、复购率低等因素，一些露营地若仅靠卖“帐篷位”，大多难逃“赔本赚吆喝”的窘境，不仅客流量非常有限，收益更无法保证。

为了提高人气、拓展价值链，“露营+”的概念顺势而起，新产品、新场景不断涌现。

比如，石柱推出“2022重庆石柱干草场七夕不落单计划”，主打“露营+爱情”，草场布局多个拍照打卡点，情侣可选择场景与所爱的“Ta”录制短视频，并参与一系列趣味游戏，让仪式感拉满。

彭水则发布“2022武陵山国际森林音乐节”，打造“露营+音乐”的露营主题，通过户外音乐会的形式，将交响乐、流行文化与民俗歌舞传唱融于一体，为游客献上一场沉浸式、体验式的视听盛宴，氛围感爆棚。

梁平则在海拔1221米的高山草场启动了“明月之夏·露营蟠龙”首届美丽乡村露营节，“露营+乡村”成为避暑游的招牌。依托溪流稻田、崖泉瀑布、蟠龙洞景区，时令蔬菜瓜果等特色资源，让田园风光成为市民触手可及的“诗和远方”。

廖成林分析，当前露营正着力摆脱同质化的“颜值”审美，五花八门的“露营+”场景更强调沉浸和体验。而重庆想要做好露营的产品供给，要盯住三大主要群体，依托当地优势文旅资源在关键环节寻求突破——

盯紧家庭客群，深度开发亲子游产品。数据显示，露营大军中超过一半以家庭为单位，“亲子游”占据半边天，现代人对于“亲子时光”的需求正呈现井喷。由此，适合父母与孩子共同参与的农耕体验、瓜果采摘、生物研学课程、儿童益智游戏乐园、星空观测、萤火虫捕捉等项目深受游客欢迎。可以说，既能让孩子们在附近奔跑玩耍的露营地没有人会拒绝。

盯紧年轻客群，创新打造体验场景。重庆人爱玩儿、会玩儿，是引领时尚潮流的弄潮儿，特别是“90后”“00后”作为露营主力军，户外文化的边界就是“没有边界”。比如，如果露营只有垂钓、烧烤和露天卡拉OK，那在他们看来和几十年前的农家乐没啥区别。当前，年轻人的露营已经玩出攀岩、骑行、飞盘、剧本杀、音乐会、酒会、夜市、篝火晚会等各种形式，追求新奇刺激、回归自然、释放自我始终是其中的关键逻辑，这对露营地的项目开发提出了更高要求。

盯紧外地客群，打造露营网红打卡地。当前，重庆正加快打造国际知名旅游目的地，收获亚洲旅游“红珊瑚”奖十大最受欢迎文旅目的地、中国城市旅游品牌第二名等荣誉，对外地游客吸引力持续在线。未来，重庆要充分展现山水之城、美丽之地的独特魅力，创造性开发“都市露营”等新场景，打造具有现象级传播和吸引力的露营打卡点，让露营成为“重庆游”的必选项。

如何拓展产业链？

根据艾媒咨询发布的研究报告，2021年中国露营经济核心市场规模达到747.5亿元，同比增长62.5%；带动市场规模3812.3亿元，同比增长率为58.5%。预计2025年中国露营经济核心市场规模将上升至2483.2亿元，带动市场规模将达到14402.8亿元。

“重庆露营经济表面的火爆，并非意味着市场吸金能力就强。”廖成林指出，重庆现有“露营地”相关企业1500多家，想在露营市场分一杯羹，要持续拓展露营经济产业链，拉动上、中、下游市场主体一起发展——

发挥制造优势，做强露营装备供应产业。当前，露营装备已经从帐篷、睡袋发展到天幕、便携桌椅到投影仪、咖啡机、氛围灯、户外炊具等，预计到2027年，中国露营设备市场将达到159亿美元的规模。重庆应当发挥制造业基础雄厚的优势，在露营产业上游供应链占据一席之地。比如，力帆科技就凭借自己的技术优势和储备，率先抢滩户外电源市场，逐步推出5款户外电源和多款静音变频发电机，未来还将联合开发户外电源相关的延伸品，如汽车搭电线、充气泵、洗车器、灯具等，市场前景看好。

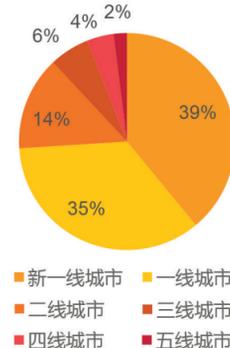
发挥品牌效应，推动露营地建设提档升级。当前，重庆已打造出秀湖汽车露营公园、武隆归元小镇凤鸣谷、长寿湖露营地等热门露营地，但节假日市民仍面临“一篷难求”的情况，露营地数量和质量都有待提升。本月初，国内品牌露营地“春野秋梦”落地重庆，在中梁山打造田园风情的精致露营地，开发家庭露营、拓展团建、亲子研学、主题活动四大板块，为市民带来时尚新体验。未来，重庆要引入更多知名品牌和社会资本共建功能复合型的露营地，充分用好自然、文化资源，破解感情、文化、社交等露营消费“密码”。

联动特色产业，共同做大露营市场蛋糕。露营经济对产业的吸附力、包容性极强，比如，服装、鲜花、咖啡酒水饮料、烧烤餐饮等，都可以囊括其中。以餐饮为例，除了带动烧烤、外卖的井喷，预制菜也因为其烹饪的简单、便捷、美味而迎来重要商机。作为美食之都的重庆，当前梁平、渝北等区县纷纷进军预制菜赛道，前景值得期待。

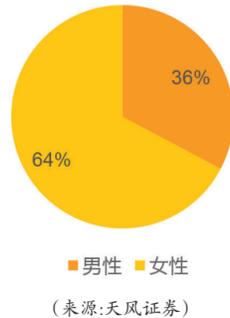
“我们有理由相信，露营经济并不是新形势下‘诗和远方’的替代品，而是新生活方式的刚需，是户外休闲的常态。”廖成林认为，未来露营经济将进入更成熟的发展模式，形成更完整的产业链，成为带动文旅消费市场的重要增长点。

据两江观察

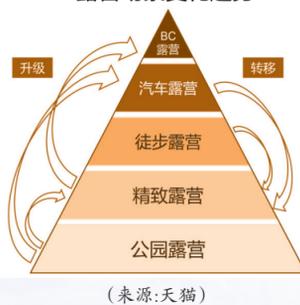
2021年露营消费者客源地城市水平分布



2021年露营消费者性别分布



露营场景变化趋势



观点

露营发展 看看他们怎么说

8月6日，“2022四川首届露营季”之“露营与当下旅游发展”研讨会在四川德阳举行，相关行业专家、企业代表对露营产业进行了探讨、分析。

四川旅游学会副会长、成都大学旅游与文化产业学院院长、教授诸丹认为：露营是精品化的发展方式，对应的是人们追求精致化的生活方式。这种精品化，主要是追求装备的水准，追求情调要高雅高尚。第二个是社交化的发展方式。露营也是一个社交平台，它有社交的功能，大家享受的是露营的过程和中间的社交化，拍照、刷朋友圈，刷存在感，这是它重要的功能。第三个是绿色化的发展趋势，现在露营也讲究绿色发展，如果露营要绿色发展的话，它有一个瓶颈，就是它的能源问题。能源问题是我们未来露营发展的一个重要突破口。如果把这个问题解决了，露营的空间更广阔。

江苏熊猫国际联合创始人、中国旅游集团定制游总经理孙衍华认为：露营要紧紧地去拥抱景区。像露营这种轻量化、门槛很低的业态，完全可以在自然景区去给自然景区带来它的流量，促进整个景区的发展，同时景区又缺少这种配套，如何将露营作为景区发展的补充，尤其是旺季的缺口补充，这是一个值得思考的方向。此外，可以将露营发展与乡村振兴结合起来，打造新的消费场景，通过营地的私域流量，把乡村振兴真正做到既有产业又有产品又有消费场景，又有人流量。

四川乐途旅游管理有限公司董事长黄瑞表示：露营经济这两年迅速发展，形式上已经多元化，“露营+”的魅力无法阻挡的同时，也对它的配套和专业性提出更高更强的要求。所以，出台露营行业规范非常迫切。北京、浙江，包括广州、福建等等发达地区露营标准已经出来了，但都是试行标准，没有统一标准。所以，出台一个行业规范非常迫切，它能给从业者一个标准化指导意见，促进露营行业更好、更加规范地发展。



6月5日，铜梁区奇彩梦园景区，市民带着孩子前来露营游玩。重庆日报记者 齐岚森 摄