



客户端: 青岛观



客户端: 观海新闻

青岛日报 聚焦

责编 刘宗伟 美编 郑燕 审读 沈寒冰 排版 韩淑华

■青岛沙滩上星罗棋布的“帐篷花”。

小小帐篷撑起“诗与远方”，露营已从“小众”变成“顶流”，成为民宿、野餐的替代玩法，近千亿元的核心市场规模吸引从业者纷纷入局——

露营赛道宽阔，如何能够跑赢

□青岛日报/观海新闻记者 于 瀛 文/图

小众爱好成为“度假顶流”

背上背包，到野外探险……早期的露营是一项充满挑战的小众户外运动，而时下流行的露营则贴上短途、轻奢、户外、社交等标签，并迅速发展成为风靡全民的休闲活动。

露营究竟有多热？以2022年的端午假期为例，同程旅游数据显示，露营搜索热度较去年同期上涨超过200%，环比上涨54%；飞猪数据显示，露营订单量较“五一”假期增长超2.5倍。

“仿佛一夜间，帐篷四处开花，青岛也跻身去哪儿数据发布的全国露营热门城市前十。”青岛市自驾游与房车露营协会会长陈正清介绍，青岛本土的露营热始于2022年清明假期，并以一种超速度融入市民的休闲生活中。4月初至今，每逢周末或假期，帐篷和天幕散布在公园、沙滩、广场、郊外，就连一些绿化较好的小区空地或楼顶露台，也开出了“帐篷花”。

春江水暖鸭先知。景区、星级酒店和民宿闻“风”而动，推出众多露营产品，其中，港中旅海泉湾、金沙湾希尔顿、东方影都皇冠假日等星级酒店主打精致露营体验。“与传统露营相比，精致露营使用的帐篷、天幕、桌椅、气垫、充气沙发等装备配件和选择的露营地更具颜值、品位、潮流。此外，我们还提供餐具、炊具、咖啡机、冰箱等厨房装备，以及氛围灯、投影仪、花艺、彩旗等氛围装备。”一星级酒店项目负责人介绍说，“我们能为游客提供‘吃、喝、享、住’一应俱全的露营服务。露营费用动辄一两千元，甚至比住酒店还贵，但丝毫不影响高品质人群的热情。”

一些私人露营地提供自助烧烤器材、帐篷，同样受到游客的追捧。在崂山区沙子口的一处沙滩露营地，5月份以来，每逢周末和节假日，场场爆满。据商户介绍，该营地每天接待游客七八百人，日营业收入两万多元。

青岛森林野生动物世界的趣青野自然营地、莱西九顶葡萄庄园、青岛艾山天文台等露营地解锁露营的新鲜玩法，在“露营+”方面巧思妙想、小试身手。

青岛森林野生动物世界的趣青野自然营地以萌宠互动、动物科普讲堂、夜游动物园为亮点，推出千元不等的夜营套餐；莱西九顶葡萄庄园以民谣音乐会、葡萄酒品鉴为特色，打造了精致的庄园露营体验；青岛艾山天文台设置天文观星露营项目，面向一些研学青少年和观星爱好者提供专业的观星设备和教学指导。

“清明假期开营以来，趣青野自然营地几乎次次满营。”青岛森林野生动物世界策划部部长李焕

斌说，半月内几乎“一帐难求”，客户以亲子和年轻情侣居多。

“今年‘五一’假期3天，我们接待了600人次。”青岛艾山天文台负责人周昆对露营市场充满信心，“随着青岛旅游市场的回暖，预计艾山天文台年接待露营人数将突破5000人次。”

露营热触发全产业链脉动

顺应“凑社交话题”“打卡拍片”等潮流，露营为人们提供一种新的户外生活美学，也拓展出新的附加值和可能性。

在露营热的拉动下，与露营相关的户外用品销量上涨，线上和线下的销售渠道无不呈现火爆态势。京东数据显示，2022年4月以来，帐篷、垫子类商品成交额同比增长达229%，露营产品的搜索量同比大幅增长145%。在京东618活动中，与露营相关的户外用品销量同比增长662%，是销量增长最高的品类之一。迪卡侬中国此前公开的数据显示，今年清明假期，迪卡侬露营产品销售整体增长超200%。

近日，记者在迪卡侬辽阳路店看到，花费上千元即可选购到包含帐篷、野餐垫、露营桌椅等全套的基础露营装备。轻奢的整套装备容量更高、配套更全，报价在3000元至5000元不等。

“2022年，露营相关产品的销售量屡创新高，对比2021年，增长势头更为强劲。”迪卡侬(青岛)体育用品有限公司相关负责人说，天幕、露营手推车、便携式炊具、照明灯等露营装备和附件较以往销售量上行。从购物单可以发现，消费者倾向于一站购齐成套装备，并且追求舒适、优雅、高颜值的精致露营体验。

“露营热”触发的产业链脉动不仅仅是露营装备市场。举例说，“露营热”带动家电消费场景从室内延伸至户外，便携小家电、出行防护用品和遮阳防晒产品、外卖以及各类应急医药等“水涨船高”。美团闪购平台提供即时零售、配送服务，其发布的数据显示，2022年端午假期，与露营相关商品的整体销量较2021年同比增长超6倍。

在国内，大众旅游需求的变化，露营产业的自身积累和发展，已将露营推向风口。企查查数据显示，截至今年6月底，我国现有露营相关企业6.1万家。从地区分布上看，我省露营相关企业共有5958家，位居全国第一，其中青岛有625家。值得注意的是，从成立时间上看，省内半数露营企业是一年内新成立的，3年以上的露营相关企业仅有900家。

青岛行天下露营装备科技有限公司董事长崔增学深耕露营产业已有12年。“国内的露营发展晚



在迪卡侬，各种露营商品摆放在显眼的位置。



与萌宠互动成为青岛森林野生动物世界营地的亮点。

于欧美、日韩等国家十余年，目前处于初阶状态，但开局良好。”崔增学对国内市场给出预判并介绍了市场走向，“前些年，我们一直聚焦海外高端市场。2021年，‘北上广’在国内率先掀起‘露营热’，我们立即调整布局，紧跟国内市场，其销售占比从5%迅速提升至20%，销售总量也大大提升。”

市场如此庞大，不乏众多品牌发力露营赛道。“摸清目标消费者的需求，通过技术创新开辟和占领新赛道，才是大浪淘沙之下的企业生存之道。”即墨万水千山户外用品厂经理林太明有着自己的定位，“比照国外露营产业发展的模式，结合国内客群画像，有高端露营需求的人群倾向于‘搬家式露营’，也就是将家居生活的便利和舒适‘搬’到户外，同时注重露营的场景、氛围和仪式感。”“搬家式露营”给集成露营装备、移动厨房开辟出了新赛道。如今，我们推出的球形帐篷、太空舱帐篷、自动帐篷拖挂房车、移动厨房系统已在全国叫响。”

多家露营装备生产企业负责人告诉记者，露营终端市场的火爆给生产端带来了新的增长点，而露营业出现的“野蛮生长”之势将波及生产端。

“露营业人局门槛低，赛道过于拥挤，配套不全、建设性监管缺位等深层次矛盾愈发突出，业界的种种忧虑已经抬头。露营业如何乘风破浪，稳住高行走势，这需要相关部门和企业共谋突围之策。”一露营装备企业负责人对此表示。

告别“野蛮生长”期待行规确立

千亿元市场摆在面前，露营产业链上的岛城各商家亦是想“分一杯羹”。遗憾的是，露营地供给不足已在限制各商家的想象。

据统计，岛城目前允许露营的城市公园、广场、海滨浴场不足20处，另有各类商业营地30余家。而同样拥有1000多万人口的杭州，在城区50公里范围内就拥有248个露营地。

“相对于拥有千万人口的特大城市的露营需求来说，岛城的露营空间无异于杯水车薪。”身为青岛市自驾游与房车露营协会会长，陈正清谈了他的观点，“一边是露营需求的激增，一边则是露营空间的缺乏，这让更多的人见缝插针地寻找野场地‘安营扎寨’，衍生出污染环境、破坏植被、堵塞交通、扰民等乱象。”

供需不匹配的背景下，露营考验着旅游文明。记者在采访中了解到，“五一”期间，某环水区域出现了随地野炊的现象，餐厨垃圾随手丢弃，生态环

境被破坏；某公园明示严禁烟火，仍有游客户外烧烤，一旦酿成火灾，后果不堪设想。

从业者期待露营市场的行规尽快建立起来。短期内，可通过划定公园和户外空间露营区的方式增加供给，引导市区及市郊3A、4A景区加入营地行列，以实现从观光型到体验型的转型升级。长期看，需以规划为引导，推动专门性露营地有序建设。

目前，国内多地出台了露营地管理的相关规定。例如，上海市出台《经营性帐篷营地建设与服务规范》，对帐篷营地的经营基本条件、营地建设和游客的基本服务、特色服务、配套服务等提出具体要求；湖南省出台《露营活动组织服务规范》，规定了露营活动组织服务的总体要求、前期组织、目的地服务、安全管理、服务评价等。

“根据营地的经营形式和选址的不同，露营地的审批、建设、经营、管理涉及多个管理部门。”一露营地负责人告诉记者，“没有一个部门统一牵头，监管容易出现空白。”

采访中，业界人士表达了这样的共识：露营消费市场正在以超出预期的速度发展，就像一辆超高速行驶汽车亟须具备良好的运转性能和专业冷静的驾驶员前来掌控。

“产业有序发展的前提是具备标准化的市场规范。”陈正清期待青岛尽快出台关于露营行业有序发展地方性行业标准或指导意见，建立准入机制，明确各环节的监管责任，全面提升露营行业的合规性，避免“劣币驱逐良币”。

“国内‘露营热’因疫情开局，不应是一阵风。”岛城资深露营活动策划人徐娜表示，“告别‘野蛮生长’是露营产业的大势所趋。相关部门制定的规则与标准不可或缺，商家打造品牌力的决心和恒心更为关键。”

风起于青萍之末，浪成于微澜之间。露营市场发展空前利好，势必蕴藏着风险。然而，人们向往“诗与远方”，向往人与自然和谐相处的户外生活。作为消费体验的新载体，露营也必然将经历一个从火爆到沉浮到趋稳的过程。



■青岛艾山天文台观星营地提供专业的观星设备。