

“露营热”还能热多久？

◎高舜礼(中国社会科学院研究中心特约研究员)



近几年的“露营热”，主要是在新冠疫情疫情影响下，由于人们苦封闭、怕聚集、忧远行，被迫选择在居住地的周边，或能够企及的城郊乡村露营，权作满足旅游需求的一种“替代品”“补偿品”。换言之，为防控疫情而出台的诸多限制出行措施，化作了近距离露营业态快速崛起的一种“助力”，让很多难以能够假日出游者，改为以帐篷和露营休闲。

有的研究者据此称之为“歪打正着”“误打误撞”。由于这个特殊阶段的“捂热”与“烘焙”，露营休闲得以快速生长，迅速由小众变为大众、由零零星变为连线成片、由半温不火变为全线升温，一跃而成升国民休闲的主流业态。

而随着旅游出行全面恢复，露营热潮迅速降温，网上出现不少露营地关停倒闭、低价转让的现象。业界内外不禁都产生一个疑问：露营行业是否将迎来“大洗牌”？

快速崛起 具有多方面的现实意义

推动了露营业态的大众化。以前“玩儿”露营的多是“小众”人群，新一版的国民旅游休闲纲要(2022~2030)，也仅把露营作为诸多需要引导培育的休闲业态之一，倡导加快发展“自驾车旅居车露营旅游”专业概念下的旅游包括观光、休闲、度假等，业界长期呼吁大众转变旅游消费理念，要由传统的走马观花式游览，向放慢脚步的居家休闲、周边度假转变。露营帐篷客在疫情期间的一夜走红，表明旅游消费已加速开展这种变化，快速地迈向大众休闲业态的目标。

促进了大众旅游的转型升级。业界主流观点认为，我国旅游产品的观光比重过大，急需丰富类型、增加品种、优化结构。露营业态的快速勃发，将走马观花、蜻蜓点水的观光队伍，分化出一批从容、闲适、慢享的人群，或是近郊扎帐篷休闲，或是自驾车往稍远处露营地度假。广大民众通过露营更广泛接触了大自然，晒太阳、接地气、赏美景，体现了“天人合一”，拉近了人与自然距离，舒展了置身天地间的天性。这一新兴的变化，相当于向原有结构的旅游产品体系注入稀释剂，逐步减少观光游的天秤砣码。大众旅游市场需求的这一变化，有助于促进旅游产品结构的转型升级。

开启了拉动国民消费的新风口。露营的直接与间接关联产业很多，对上下游产业要素具有明显拉动作用。以自助露营的基本配备为例，就需要帐篷、床垫、睡袋、炊具、气罐、野餐垫、折叠桌椅、预制菜、方便食品、饮用水等，把这些设备弄齐至少需要上万元，若再讲究一下品牌和档次，就得少则数万、多则十数万元，远高于普通旅游者的装备花费。业界人士曾估测，2023年我国露营市场核心规模可能将达1500亿元，未来发展前景更不可限量。

照此趋势发展，我国露营与国际水平的差距也将加快缩短。

个体行为 促进业态发展的基本走向

不管媒体预言和判断是否准确，不管露营未来怎么样的发展，到底是可持续的蓬勃兴旺，还是蹉跎、徘徊、困顿，都值得业界予以关注和研究。

露营发展势头将“降燥去火”。就今年我在各地的差旅所见和参加露营研讨的体会判断，露营未来的发展态势将经历“降燥去火”、“去虚存实”，再逐步走上更加扎实和规律之路。这种自然降温的过程，也是理性和规律的回归。2023年“十一”黄金周期间，北京东南郊的鹿圈桥凉水河沿岸只有稀少的几顶帐篷，就实证了这一现象的发展。当然，回归并不意味着重回疫情之前，许多家庭已购置露营设备，不可能完全闲置起来；一些人已体会到露营的乐趣，也不可能停下露营脚步；经营企业已认定露营的发展前景，也会陆续而坚定地实施下去。因此，未来一个时期的露营，整体上与疫情期间相比，将呈现向上、稳健和韧性的发展走势。

露营的落地空间将逐步拓展。近几年露营发展所显现的瓶颈制约，最明显和实质性的问题就是缺乏落地空间。2022年14部委联合印发的111号文件所要破解的一大堵点，也就是明确用地的思路和政策。意见指出，将营地规划纳入国土空间规划，保障各类营地供给，合理配置配套设施，积极拓展营地利用空间，并指明可以利用土地的方向和范围。在符合相关规定的前提下，划出露营休闲功能区，提供露营服务；鼓励城市公园利用空闲地、草坪区或林下空间划定非住宿帐篷区域，供群众休闲活动使用。上述意见，有利于为露营发展创造

相对宽松的落地环境。

露营业态将成为旅游开发重点。在疫情之前的旅游投资开发中，业内对露营业态没有充分认识，觉得它尚属于小众阶段，或发展远未成熟；疫情期间露营业态的一路上扬，快速扭转了业界的固有观念。在未来的旅游资源开发中，露营将成为各地重视和选择的业态，不仅把它视为休闲度假的必备业态，而且往往会与自驾、户外活动统筹考虑。尤其是在原生态的自然环境和公共设施尚不配套的西部地区，露营地开发建设将成为普遍性的选项。今年“5.19”前夕，南疆和田市昆仑山下的一场活动，高端对话的题目就是如何策划建设昆玉市第一牧场的露营地，说明远在边疆地区的人们已对露营业态高度重视。

露营产品建设 将专业化发展

露营热所展现的市场前景，引发业界对露营发展之路的思考，投资者、规划者、运营者尤其重视现实问题的破解，大家共识性的认识是应尽快告别发展的初级阶段，尽快向更高发展阶段跨越。



较高发展阶段的露营地，应该注意以下方面：一是尽量强调主题化，从游客心理出发，根据环境和目标，确定不同的主题和场景下的露营，如雪山下、湖水畔、牧场里、庄园边、景区内，再加以专业的论证和策划，让露营地本身就是一道美丽的风景，让游客有流连忘返之意。二是充分考虑在地文化，把露营的业态呈现与在地文化充分融合，不仅露营设施本身可充分吸纳在地文化和民俗生活，例如，藏区的黑色牦牛毛的帐篷，既防雨又保暖，就比工厂化生产的帐篷有温度、有温情，也可把在地文化相关生活元素直接引入露营者的生活，如饮食、民俗、节庆等。三是丰富露营地活动安排，体现游客的充分参与性与选择性，如安排骑马、放牧、打草、劳作、挤奶、做饭，让游客尽量体验民俗生活，也可组织参与当地民俗活动，如云南大理剑川县的白族“三月街”、青海果洛藏族自治州的年保玉则自然保护区的圣湖喂鱼。

露营引导与监管日趋规范化。随着14部委111号文件的贯彻，有关地方应清理不合理的设定，撤销泛泛禁止露营的规定，参照国际通行的露营规则，凡没有必要设限的地方都应该允许露营，也可以做出分等定级的限定，但监管与服务应保持对等，并以提供服务为主。收费性的露营地，则要依法依规取得开展露营旅游休闲服务所需营业执照及卫生、食品、消防等相关证照或许可，加强治安、消防、森林草原防灭火等管理，切实保障露营者的安全；也要完善配套性

服务项目，有明码标价的收费标准、游客须知，提供真实准确的宣传营销信息，真正保障好对露营者的全方位服务。

推动露营业态 健康发展的建议

譬如，文件明确公共营地与经营营地的发展导向，就是“推动公共营地建设，扩大公共营地规模，提升服务质量。鼓励支持经营性营地规范建设，提高露营产品品质”。加之，文件明确有条件的“环城游憩带、郊野公园、体育公园等，在符合相关规定的前提下，划出露营休闲功能区，提供露营服务”。那么，对于城市居民来说，如果依旧感觉缺乏露营地，或发现郊野公园仍旧固守“几不准”（不得露营、不得扎帐篷、不得聚会），就可以向省市市政府、有关部门反映，努力争取公共露营空间的扩大。

加强开发有市场前景的露营产品。按照111号文件的精神，各地既要认真贯彻《休闲露营地建设与服务规范》（国家标准），又要积极应对市场需求，突出露营业态的个性特色、地域文化、参与功能，努力打造露营休闲的核心产品；可结合既有的户外场地建设，加强与国家旅游风景道、国家步道体系、体育公园等建设结合，构建全国营地服务网络体系和露营旅游休闲精品线路；可积极推动营地与相关方面加强协作，推进文旅深度融合，如与文博、演艺、美术等相关机构合作，与音乐节、艺术节、体育比赛等群众性节事赛事的合作，与户外运动、自然教育、休闲康养等密切融合等。

努力推动露营业态向产业化发展。把露营培育为一种业态或一大产业，不仅要做好帐篷等必要设施的加工生产，培育发展露营的龙头企业，还要做大做强露营旅游休闲上下游产业链，提升全产业链整体效益。同时，露营发展正处于上升时期，露营者文明素质也正在养成之中，需要大力倡导文明与绿色。除了加大宣传教育力度外，还应加大引导、监督和惩戒力度。一是借鉴发达国家的通行做法，在文明尺度上缩小与国际差距，如积极推广“无痕露营”，相应减少垃圾桶配置，倡导自己的垃圾自己带走；二是建立必要的责罚或追偿机制，唤醒民众的文明露营意识，对于随意丢弃垃圾、破坏生态环境的，可启动文明旅游黑名单制度，责令其承担打扫或清理费用，也可进行罚做一定时长的义工等探索；三是对具有典型教育或警示意义的不文明行为，可鼓励发起环保公益诉讼，通过法制手段和法制教育，提升民众维护生态环境的自觉意识，树立文明旅游的新风尚。

对于浙江省来说，除了做好露营发展的一些共性工作，重点应研究好北京露营客源市场的特征，针对性地开发适销对路的露营产品，确保广大市民自助性露营有场地、有规范、有服务，经营性露营有特色、有档次、有魅力，保持露营产品开发和规范走在全国各省市的前列，为谱写更加壮丽的天人合一、人与自然和谐共生的美丽画卷而做好引领和示范。