

闹热之外，海岛露营生命力几何？

□记者 周杭琪

“见山海”露营基地，1岁；珍珑·青石子度假庄园，1岁半；野了个营，2岁；诺漫营刺山岛营地，5岁……

翻开舟山各大露营地的“成长笔记”，绝大多数诞于被疫情裹挟的“那三年”，当然几乎每一家营地都持续迎来过“一帐难求”的高光时刻。如今，行业洗牌加剧，业内人士希望露营可以像以往那样闹热下去，同时也忌惮背后潜藏的误解与风险。

他们在认真思索，海岛露营生命力究竟如何？

“一个月内国家部委连发两文力挺”“海岛露营地开发管理有了舟山标准”“‘跟着音乐去露营’霸榜社交媒体”……一个接一个新的信号，如同一双大手，把有关舟山露营的各方力量都向前推了一把。

未来，留给他们的机会，或许还有很多。

精致露营真赚了钱，还是干赚了吆喝？

闲了，趁着落潮赶滩涂；饿了，海鲜、烧烤、啤酒、水果任选；困了，洗完热水澡在乳胶床垫上躺平……

“你和朋友们对露营有多少憧憬，这里就有多少乐趣。”多年前，在诺漫营刺山岛营地，国内首席“酒店测评师”、SuperL自媒体创始人鲁超首次接触露营后，就对“如此舒适”的精致露营体验直呼“压根没想到”。

相较传统意义上的户外露营，精致、舒适往往也意味着高成本。“创去营地开荒，公共卫生间、淋浴间、水电网建设等必要支出，仅凑齐包括帐篷、天幕、折叠椅、蛋卷桌、摩卡壶、挂灯等物料的一套精致露营装备，少则四五千，多则数万甚至几十万元。”作为露营“发烧友”，网友“默默默尼卡”在2018年刺山岛营地开业之初，就去“领过市面”，也对投资成本有了更加直观的了解。

同为海岛露营地，被称为“国内先行的轻奢露营地”的嵊泗洋山镇薄刀嘴岛露营营地，在前期投入上也扔了“血本”。先前接受本报采访时，营地负责人“骆驼”表示，从2017年团队正式上岛做规划设计、道路修整，到2020年正式启动轻奢露营地项目，再经过1年半推广运营，至2021年7月，营地累计投资超500万元。

高投入之下，主打高端的露营地日渐规模化，但后期的营收是否就能“一本万利”？

据“红星资本局”报道，精致露营的客单价在200～500元之间，毛利率在60%～70%，投资回报周期也比民宿要短，旺季时2～3个月就能回本。

“这组数据缺少客流量，没这个量，都是空谈。”六横一位海岛露营投资人并不认同以上数据。“去年我们投了200多万元，营地才稍稍像个样子，但由于当地客源有限，一年多过去了，还是亏，这显然和报道描述的回本时间相悖。”

他告诉记者，营地其实也是“看天吃饭”，淡旺季分明，夏天一遇上台风只能停摆。此外，仅从帐篷损耗率而言，陆地营地能用上3年，但用在海岛，只能撑上2年。这也意味着物料成本就要多支出50%，遑论海岛基建、用工等开销都相对较贵。

考虑到海岛特殊地理空间，我市不少高端露营地的客单价也随成本走高。记者查询发现，目前我市十多家露营地中，一些营地的体验价格，几乎和高端民宿、星级酒店持平。例如成人单人两天一夜、吃住玩一价全包，价格近1000元；不过夜，有下午茶、烧烤等服务的白天单人露营价格超150元。

被问及投入产出比，接受记者采访的4家营地负责人均选择了回避。但放眼本地市场，自2020年初定位“精致”的“诺漫营”刺山营地打响舟山露营市场后，朱家尖东沙景区内“野了个营”、岱山海岬公园、东海郊野公园、珍珑·青石子度假庄园、朱家尖阿德哥房车露营地等雨后春笋般出现。记者也从市市场监管局了解到，眼下，全市与露营相关的服务企业已超过100家。

“营地收费标准是根据场地建设、设备维护、人员工资等来定的，若收费过低，露营地将难以为继。”一位旅游业内人士坦陈，相对于普通景区，走高端线的露营地收费标准的确不低，但若营地资源、专业性、服务能力跟不上消费者需求，当下讲求体验感的客群也乐意为此买单。



本版照片由受访者提供



尝试“露营+”破题海岛露营产业发展同质化

“营地很有氛围，拍的照片也制霸朋友圈，但体验过一次就够了。”不久前，带着丈夫、儿子打卡过一家海岛露营地，市民“岁岁又年年”坦言“第二次不太会去了”。她看来，对比快捷酒店，精致露营地的住宿条件仍有差距，且配套的活动也不是“非玩不可”。

随着疫情防控政策优化，消费休闲模式增多，跨省、跨国游重启，露营也由曾经的“必选项”变成了“可选项”。“另一方面，市内各大营地也存在同质化问题。”市体育产业联合会相关负责人直言不讳，大多是帐篷、天幕、餐饮、特色活动的组合，这也表明多数营地尚不能满足细分客群的需求。

对此，浙江舟山群岛新区旅游与健康职业学院旅游学院院长杨奇美也有同感。去年，她带领市海岛露营地建设与服务工作团队，开展了为期两个多月的走访调研，发现当时全市十多个露营地更偏向于体验式场景消费。“它们功能定位不一，有的偏向住宿，有的以活动策划为主，有的只是在场地内搭了帐篷但并不属于真正的露营。”在她看来，各类投资方引入露营，大多是将其作为一个用于引流的产品。

如今露营行业回归理性，90后年轻用户和80后亲子人群仍是两大支柱产业客群。但他们不再满足于“圈好地、搭好桌椅就拍照”的露营模式，对营地环境、营地个性化活动、营地专业服务等有了更高、更细的要求。比如宝妈客群建议亲子露营地的工作人员能陪着孩子一起

玩，或者设置探索自然的公益课，使亲子露营地不那么“费妈”。

行业洗牌加剧，赛道上的玩家们又该如何站稳脚跟？

“露营现在已经不是一个单独的点了，要想‘活’得长久，必须做好联动，进行资源互动。”虽然当下营地“钱难赚”，但看中未来六横大桥通车后的人流，六横一位海岛露营投资人决定“赌一把”。“想再给自己、给营地3年时间，计划借助‘露营+赛事’吸引舟山、宁波等地的体育爱好者前来，让营地变成赛事的一个打卡点。”说这话时，“二哥”很坚定。

“诺漫营”刺山岛营地负责人“六爷”，则忙着谋划扩建营位、营地整体提升等事宜，欲下一盘更大的棋。

5年前，刺山岛营地建设之初，“六爷”团队就明确，营地并不是一个独立的空间。“营地是盐仓黄沙村年轮公园‘非岛’的重要配套项目，主打荒岛上的轻奢生活体验。”他认为，作为连接全乡村农旅融合的载体之一，营地本身可以容纳不同的主题、内容和玩法。

“非岛”孵化期间，刺山营地开始运营，靠着舒适体验、海味活动，曾在三年内两次登上《三联生活周刊》，也累积了相对稳定的客群。“下个月，‘非岛’将正式对外开放，客人在刺山露营后，还能乘船到黄沙纵享乡村生活。”在“六爷”看来，这或是对海岛露营业态从“点”到“线”再向“面”拓展的又一次探索。

政府“铺路”，海岛露营经济赋能文旅体深度融合

花4.2万元购置了帐篷、天幕、蛋卷桌等一批露营设备用于出租，2年后，净赚了8万元。

“这的确是一个蛮好的副业！”家住普陀的“C”在舟山露营玩家里有不小的名气，也组建起一个群员超400人的“舟山户外露营”微信群，自家10多平方米的车棚里塞满了各式各样的露营设备。“2021年6月，我开始做这个，这3年感觉租设备来玩的人越来越多了。”他告诉记者，今年以来每个周末、节假日，只要天气好，装备几乎全都能租出去。“尤其是今年‘五一’假期，进账了1万多元。”他补充。

当露营日渐成为市民日常，我市文旅业内人士清醒地认识到，其实这不仅是流量密码，露营完全可以成为文旅业态操作的“开源”系统。

去年10月25日，体育总局、发展改革委、文旅部等8部门联合制定的《户外运动产业发展规划（2022-2025年）》中，共有14处提及“露营”；

去年11月13日，文化和旅游部、中央文明办、发展改革委等14个部门联合印发《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》，提出在多种场所建设营地、发展休闲露营服务，鼓励露营“多点开花”。

“不到一个月，国家部委连续发布两个与露营产业有关的文件，足见其对露营的重视程度，也是对露营业态的一种肯定和支持。”立足海岛特色，一位从事文旅产业招引的负责人对海岛露营十分看好。但他认为，要引导舟山海岛休闲露营地建设和服务向高水平、高质量

发展，必须源头打击“野蛮无序”的露营投资经营模式。

今年5月，我市发布《海岛休闲露营地建设与服务规范》，对营地选址与规划、生态环境保护、安全与救援、功能区设置、标识系统等明确提出了基本要求，海岛露营地开发管理自此有了“舟山标准”。

“我们正实施高标准业态导入，目前对接上了深耕露营14年的行业翘楚‘猎户座’，由他们打造的舟山元棋马术田园综合体项目，主打‘露营+马术’，将赋能文旅体深度融合。”该负责人介绍，该项目总投资近1亿元，占地面积约13.3万平方米，计划明后年对外营业。

既要引进来，更要走出去，市文广旅体局市场开发处负责人一直在思索。

今年我们在东岬岛“见山海”露营地、新城市民广场、嵊泗县五龙乡连续开展了3场‘跟着音乐去露营’活动，现场除了露营、音乐，还有潮玩、集市、电影等，向全网‘种草’舟山露营新玩法。”该负责人介绍，“5·19”中国旅游日当天，专业露营爱好者在新城市民广场搭起近200顶帐篷，吸引上万名普通玩家“围观”，“舟山海岛音乐露营才是露营天花板”词条还同时霸榜微博全国热搜主榜、同城热搜榜、微博要闻榜，讨论量近1800万次。“这说明舟山露营市场潜力巨大！”她说。

海岛露营方兴未艾。一个接着一个的新信号如同一双大手，把有关舟山露营的各方力量都向前推了一把，他们彼此都期待着，能在不断联动、探索、磨合中，迎着海风，走得更远。