

# 从“网红”到“长红” 露营经济如何蜕变?

□记者 陈一帆 农冠斌 王楚然

山野闲坐,溯溪垂钓,随着气温逐渐升高,人们又开始搭起帐篷、支上天幕,与家人或三五好友户外相聚,尽享慢时光。近几年,从年轻人青睐的“临时乌托邦”,到全家老幼齐上阵的“周末仪式感”,露营热潮正在各年龄层涌动。

## 从“小众爱好”走向“大众生活”

4月,露营爱好者潘先生驾车前往广西大明山,从车上取下帐篷、折叠椅、卡式炉等装备后,开始露营。“近两年身边露营的人越来越多,节假日或周末天气好时,我们都会在营地相聚。”潘先生说。

近年来,露营逐渐从小众活动变为大众热衷的休闲方式。每到周末,南宁市滨江公园总是挤满露营的人。市民黄女士说,如果去得晚,可能都“没地方落脚”。

美团数据显示,清明小长假期间,广西地区“露营地”搜索量同比增长50%,南宁、柳州、北海是露营搜索热度靠前的3个城市。在社交媒体上,露营相关话题热度持续攀升;“露营攻略”“露营推荐”等内容登上热搜,社交平台上关于露营的笔记超百万篇,短视频平台上露营相关视频播放量累计达数十亿次。

华东师范大学社会发展学院教授魏万青说,不仅年轻人热衷于在露营中打卡拍照,分享生活美学,许多家庭也将露营作为亲子互动、增进亲情的新选择。

凭借户外休闲、亲友社交、绿色健康等属性,露营迅速抢占文旅市场,成为新的消费增长点。艾媒咨询调研数据显示,2024年中国露营经济核心市场规模达2139.7亿元,预计2025年中国露营经济核心市场规模将持续上升。

## “露营+”展现强劲消费推力

随着露营经济持续升温,露营装备、营地建设、活动策划等相关产业迅速发展。

在南宁风行户外用品集合店,露营野炊、登山徒步等产品销售火热。店铺主理人吕宏萍说,当前露营户外项目已从专业玩家普及到普通百姓,近3年店铺营业额保持每年30%的增长。

中国消费经济学会副理事长洪涛认为,露营消费不仅为传统户外市场注入新活力,更带动户外餐饮、露营配套租赁等周边产业发展。露营地不断拓展服务边界,构建起从基础装备、定制游



市民在南宁市滨江公园露营。 新华社记者 农冠斌 摄

乐,到预制菜、烧烤食材的一站式消费生态。

记者在某电商平台以“露营”为关键词搜索发现,防潮餐垫、折叠桌椅、户外吊床等成为热销爆款产品,不少产品销量突破10万件,24小时内超过1000人购买。

艾媒咨询报告显示,露营消费呈现明显的“装备进阶”特征。过去简单的帐篷、睡袋组合,如今升级为模块化系统:天幕搭配投影仪组成露天影院,车载冰箱保障食材新鲜……露营不再是“旅游平替”,而是满足人们户外需求的新兴休闲场景。

广西财经学院教授许露元说,露营经济作为新兴消费形态,不仅满足了人们从“打卡式”向“沉浸式”转变的休闲需求,带动上下游产业链发展,也推动旅游业从传统观光向体验式、个性化转型升级,成为提振内需、促进文旅融合的重要引擎。

## 让产业从“网红”变“长红”

众多公园和景区借助露营热潮重聚人气,但激增的游客量也对生态环境承载力提出挑战。如何在“流量变现”与“生态红线”间寻找平衡,已成为露营经济高质量发展的重要命题。

近年来,多地出台相关规范,引导露营者文明露营。许露元认为,应建立涵盖露营地标准、环保要求、安全规范等方面的行业规范,对破坏污染



在南宁风行户外用品集合店,主理人吕宏萍在打理商品。 新华社记者 王楚然 摄

环境等行为加强监管,引导行业健康可持续发展。

洪涛认为,露营经济作为“网红”,需通过差异化服务设计、政策规范引导、产业链协同优化,从“流量经济”转向可持续的“品质经济”,从而实现“长红”。

“露营经济不是一锤子买卖,不能只追求表面热度。”魏万青表示,应基于消费者的真实需求,搭建更多消费场景,推动“露营+”多业态融合发展,释放持久的产业活力。

新华社南宁4月25日电

图说  
我们的  
价值观

富强民主文明和谐  
自由平等公正法治  
爱国敬业诚信友善

# 节俭传下去 中国万年福

富强民主文明和谐  
自由平等公正法治  
爱国敬业诚信友善