

开店4年,疫情占3年,我们如何挺过重重难关

□ 李云秀
中青报 中青网记者 朱娟娟 雷宇

“哆啦A梦的缩小灯，其实是用这个做的。10分钟在家做一个自动吃币存钱罐。在家也能做电动机，和孩子一起研究神奇的电磁学。”

受新冠肺炎疫情影响，湖北省荆门市探梦科技有限公司（简称探梦公司）暂停了线下业务，但仍坚持每周研发新品并同步推出线上免费教学视频。

公司负责人余为伟从小爱捣鼓小发明小创造。梦想点亮每一个孩子的科学梦，2013年他创办了这家公司，致力于青少年科学实验器材研发、生产与销售，同时开展公益科普事业。

截至目前，探梦公司自主研发了300多套科学实验器材，产品远销全国多个省市，以及马来西亚、韩国、印度等地；公益科普活动累计服务超一万名青少年。

80后余为伟出生在湖北宜昌一个农村家庭，童年时他就以废旧电器和玩具为材料，搞了不少小发明。家里一台收音机坏了，他反复拆装上百次，终于重新响了起来。2005年，余为伟考入荆楚理工学院电子信息工程专业，加入校科技创业协会。其间，他发明出多功能音乐伴唱伴读器，获得了国家专利。



制图 王骏扬

开店4年，疫情占3年，我们却越来越好，85后夫妻徐超和黄丹辞去浙江杭州的工作，来到家乡湖州市德清县新市镇开了一家咖啡店。如今，这家名为“企鹅咖啡”的小店，不仅是两人热爱的事业，还成了古镇的热门打卡地之一。

一二线城市职场人的刚需咖啡，来到古色古香的江南小镇上，会有怎样的奇遇？徐超坦言，刚回到古镇时他们并没有想好经营什么类型的小店，恰巧遇到巷子里有一家咖啡店在转让，我们就接手了。

因为没有相关经验，他们把20万元启动资金几乎都用在支付转让费、房租和装修上，现在看来，投入硬成本太高，对于后期店铺资金运转并没有好处。更让他们犯难的是，以前做广告设计和婚礼策划的两个人，对于咖啡相关专业知识并不了解。为了提高自己的能力，他们开始跟着视频资料、书本知识学习摸索，有机会还去找同行请教经验。

好在，一切准备就绪后，咖啡店正式营业了。

距今已有上千年历史的新市古镇，虽然堪称古老之胜、水乡之美，但与40多公里外的风头正盛的莫干山风景区相比，仍是逊色不少。徐超对中青报中青网记者说，尽管外地游客少，但古镇及周边城市乡镇的年轻人不少，因为新店带来的新鲜感，开店起初一生意还不错。

但半年后，咖啡店生意开始走下坡路了。一开始我们是甜品、咖啡、简餐等什么都

面临了困境，甚至一度考虑是否要放弃。黄丹说：如果连喜欢的事情都做不下去，那别的又能做什么呢？因为舍不得，他们又咬牙坚持了下来。

在徐超看来，他们是不破不立。景区解封后，他们再次调整经营范围：以售卖咖啡为主，也销售自己烘焙的咖啡豆和小镇周边纪念品。小镇里喝咖啡的人少，那我们就去外面寻找。于是，他们开始关注周边城市举办的各类市集，让更多人了解和品尝到他们的咖啡。

第一次参加市集活动，我们的咖啡不仅销量不错，还收到许多好评，这让我们信心倍增。

本地人游本地 越来越火爆

露营出圈,但要杜绝野蛮生长



大连高线(西郊)营地一角。

受访者供图

食,并请来专业教练,组织游客现场体验飞盘运动。

营区以“高线”为名,就是希望客人能在此体验一种远离现代都市烦恼、放松自由的生活方式。当然,这并不是说要去彻底底感受户外的艰辛,而是在自然环境中去享受露营中那些比较有美感的细节,比如煎煮咖啡的香气、篝火的热烈、烤肉的味道、露天电影的氛围,还有各类露营装备的设计感。这些细节都很“出片”,年轻人来营区,没有不拍照的。

钱强说。

强社交性也是露营的一大特点。

从住宿上来说,帐篷设施就是再精细也无法和酒店相比,那么大家为什么还愿意来露营呢?因为跨出帐篷就是自然,就是营地的公共空间,在放风筝、玩飞盘、围着篝火聊天的过程中,大家可以脱离各自的社会身份,单纯以营友相交,回归到人与人之间那种最本初的交往状态,其实这种情感需求一直都存在,我们只是从供给端为人们提供了更多可能。朱显说。

露营+ 拓宽收入渠道

天眼查数据显示,近5年来,我国露营相关企业注册数量迎来快速增长,其中2020年新增9100余家,2021年达到峰值,新增两万余家,2022年以来,已有超过5000家露营相关企业成立。

露营行业现在还处在爆发期,大家都是逐步摸索着向前走,不断探索市场的接受边界。朱显说。

钱强2020年开始露营创业时,便碰过一次“钉子”,那时我觉得露营装备很有潜力,就去代理了一家面向发烧友的国外装备品牌,一顶帐篷就要几万元,拿到产品后根本就卖不出去,这才发现搞错了定位,还是要从入门体验做起,先培养很多人的露营习惯。拿着这些装备,我们组织了很多场露营活动,攒下客群和商业资源后,才在一个营区扎下根来。

经过这次波折,钱强反而对露营的商业价值有了另一重认知,很多人觉得露营火了,只要找一片风景不错的空地、买上若干顶帐篷,就可以躺着收钱。其实露营的溢出价值更

值得重视,它可以与市集、婚礼、团建、运动项目、商业活动内容任意组合,场景适配度很高,如果能发挥“露营+”的优势,既有利于丰富营地内容,也为拓宽收入渠道提供了可能。现在我们的收入构成里,只有2%收入来自装备销售,其余98%收入中,商业活动、营地收入各占一半。

露营地的开放时间受各地天气、季节等因素影响,带有“靠天吃饭”的不确定性。在创业初期,朱显想出的应对之策,是以投入较小的分利方式,与各地酒店、景区和私人企业合作搭建多个露营地,通过人员、装备的空间腾挪来减弱气候对营地的影响。

随着露营“出圈”,朱显发现,面对蓬勃发展的市场、不断迭代的消费需求,原有的合作模式、发展布局也需要做出调整。

一方面,营地收入增长明显,有些营地分出去的利润已超过房租本身,势必要更新原有的模式。目前我们除了尝试自建营地外,也在几处新营地开始了共建模式的探索,比如在营地整体规划、基建、运营等方面,会更明确双方各自的分工和投入;另一方面,不少客人已迈过“拎包入住”的入门门槛,在自备装备、露营方式上都有了更多元的需求,也为我们指出了新的发展方向。朱显说。

据朱显介绍,大热荒野即将推出自有电商品牌,涉足露营装备、户外鞋服等门类,主要面向初次购买人群,各地营区也已减少“拎包入住”营位,归根结底,大家都在跟着消费者的需求走。

告别野蛮生长

每次露营前,王伊娜都会反复比较各处场地的优劣,将交通、营地环境、配套设施等因素一并纳入考量。

尽管如此,露营过程中,王伊娜还是能发现不少“槽点”,比如有些露营地缺乏规划,将烧烤区、玩耍区安排在一处,孩子玩着就容易跑到烤架边上,安全隐患不小,而且露营区的帐篷挨得很近,有些“邻居”离开时不带走垃圾,营区方垃圾清运也不够及时,感觉挺糟心的。

在露营行业高速发展的背后,业内也暴露出不少乱象。

近来,有媒体关注到,清明假期期间,北京

一些市内公园出现露营“一位难求”的现象,不少急于露营的游客,在禁止露营的公园草坪上支起了帐篷,与公园检查人员“打起了游击”。已划出露营区的郊野公园,停车位不足、卫生间较远等状况也为游客带来了不便。

对于游客高涨的露营需求,戴斌认为“宜疏不宜堵”,露营已是当下旅游休闲的重要组成部分,有序引导很重要。建议政府及时出台相应的规范性文件,引导有条件的户外空间增设专门的露营地,鼓励相关企业提供更为丰富的露营产品,并加强普及“无痕山野”理念。

值得注意的是,2022年元旦起,广州已推出首批24个公园绿地草坪帐篷区,深圳推出22个公园绿地草坪帐篷区。

在朱显看来,露营行业对准入标准和规则的需求已十分迫切,2021年时,北京某个营地里有条蛇钻进了游客的帐篷,游客发现后当成一件趣事,拍了照片发到网上,但我们这些从业者看到照片后,心里都捏了一把汗。这处营地的驱蛇工作明显没有做到位,而且如果当时钻进来的是一条毒蛇,一旦伤到人,营地人员有没有急救资质,能不能提供应急药物和急救设施、营地与周边医院能不能实时联动,如果这些条件都不具备,那就可能酿成事故,很可能露营这个行业就没有了。

在安全风险之外,营地的合规性也困扰着不少露营行业创业者。

露营一火,大家都抢着做,可光是拿地这一项就有很多“雷”,如果是和景区、地产商这类机构合作,在土地使用上还相对有保障,不然就会发现风险很大,不是占耕地,就是占林地,一旦被发现,营地肯定要拆除的。钱强说。

朱显在近两年的创业过程中,也踩过不少“坑”,露营本身相对宽泛模糊,如果定义成民宿的话,在公安报备、特种行业许可证这些方面又会有困难,怎么补上这些漏洞呢?政策支持很关键。

2021年10月,湖州市出台了《湖州市露营地景区化建设和服务标准》《湖州市露营地景区化安全规范指南》等4个文件,对露营营地的建设标准、安全监管等方面作出了规定。

我相信,随着政策逐步出台,露营行业也会告别“野蛮生长”,逐渐步入正轨。朱显说。



扫一扫 看视频



在荆门市仙居中心小学,余为伟为留守儿童开展公益科普活动。受访者供图

中青报 中青网见习记者 李璇

2022年的清明小长假,露营又“火”了。家住北京的王伊娜刚在社交平台上发布了一组阖家露营的照片,就在朋友圈里找到了同好,没想到这么多朋友都开始露营了,下次可以约着一起去,孩子们也有了玩伴。

大热荒野品牌创始人朱显用“爆满”来形容清明假期的营地预订情况,我们在7个城市的营地都订满了,和平时相比,接待量增加了三四倍。

大连noline离线生活创始人钱强的感受则更为直观,团队之前刚结束放假,连预订海报都是4月2日才发出去的,但不到一天时间,清明假期的露营地就全订满了。

不少旅行企业、社交平台在盘点清明假期消费数据时,也留意到露营在搜索量、产品预定量上的抢眼表现。例如,小红书数据显示,露营搜索量同比增长427%;马蜂窝数据显示,64%的旅行者选择用1-2天时间在城市周边露营、骑行或徒步;根据携程数据,露营产品预定量同比增长超3倍。

值得注意的是,露营热并非此次清明假期才出现的新趋势,新冠肺炎疫情暴发以来,远途旅行遇冷,本地游日益成为旅行常态,露营也逐渐从小众走向日常。根据艾媒咨询发布的研究报告,2014年至2021年,中国露营地市场规模从77.1亿元增至299亿元,预计2022年增速达18.6%,市场规模达354.6亿元。

露营热现象背后,究竟显现出哪些旅行新需求?面对蓬勃生长的市场,露营行业内部还有哪些难题待解?

疫情无法阻挡人们对旅行的向往

2019年,王伊娜第一次尝试住在帐篷里,带了亲子团去内蒙古草原旅行,和孩子在露营地住了一晚,当时就觉得新奇,小孩子更兴奋,和团里的小朋友在营地跑来跑去,玩得很尽兴。