

省文旅厅印发《四川省“十四五”文化和旅游科技创新规划》 四川将出台房车露营、康养旅游等地方标准

刚刚过去的“五一”小长假，四川文旅市场回暖明显。其中，露营地、民宿订单成为“顶流”。据去哪儿等OTA平台统计，“五一”假期，成都地区乡村民宿订单量、露营热度均位居全国第二。

5月7日，记者从四川省文化和旅游厅获悉，日前，省文旅厅印发《四川省“十四五”文化和旅游科技创新规划》。规划中提出，四川将加快立项和出台房车露营、康养旅游、山地旅游、研学旅游、非遗产品等系列地方标准。

规划明确，四川将以深化现代科技在文化和旅游领域的应用为主线，坚持科技赋能、智力支撑、创新驱动，促进文旅产业质量变革、效率变革、动力变革，提升巴蜀文化影响力、四川旅游吸引力、文化旅游供给力、文旅产业竞争力，加快建设文化强省旅游强省和世界重要旅游

目的地。

其中提到，四川将完善文旅科技创新体系，推进文旅重点实验室建设。具体包括：依托和协同省内文旅相关专业高等院校、科研院所、科技优势型企业事业单位，加强文旅重点实验室建设工作，形成文旅重点实验室建设机制。依托优势技术，面向行业应用，瞄准发展重点领域、新兴领域、特色领域及交叉领域，培育一批省级重点实验室，筹建和申报国家重点实验室。制定文旅重点实验室管理办法，形成有进有出的动态管理机制。

在龙头企业培育方面，将支持创新型文化和旅游领域科技型企业和高新技术企业发展，培育一批具有国际竞争力的文化和旅游科技创新企业，鼓励一批“专精特新”文旅科技型中小企业，扶持重点行业相关企业成长为具有国际竞争

力的“小巨人”企业。支持科技咨询、技术评估、创业孵化、技术转移等文旅产业创新服务机构的发展。

在强化文化和旅游科技研发和成果转化方面，增加科技成果的有效供给，满足文化和旅游行业科技需求。在山地旅游、自贡彩灯、数字文博、旅游设备、旅游安全、景区地质灾害防治等领域加强研发，推动人机交互、数字孪生、北斗导航等技术在文化和旅游领域的创新应用和典型应用。

同时，支持自驾车（旅居车）、低空飞行、游艺游乐装置、适老化设施、移动式旅游厕所等装备设施研制。推进AR/VR增强现实、超高清视频等文化和旅游产品装备关键技术研发。

规划提出，推进全省文旅系统数字化改革，以“好用实用管用”为目标，建设

智慧协同的政务管理体系，推进与国家政务一体化服务平台和省级政务一体化服务平台的互联互通，实现“一网办通”。实现旅游景区、文博场馆身份证、健康码、门票“三码合一”便捷入园。

在完善文化和旅游标准体系方面，四川将在文旅信息化、公共服务、新产品新业态与服务提升三大领域制定标准化体系。加快立项和出台房车露营、康养旅游、山地旅游、工业旅游、自贡彩灯、研学旅游、非遗产品等系列地方标准。

在完善文旅人才培养机制方面，规划提出，将重点培养支持500名文化艺术人才、500名旅游人才、1500名乡村文化和旅游能人，示范带动各市（州）支持培养10000名文化和旅游人才。

华西都市报-封面新闻记者 杨金祝

精致露营大火背后：装备购买越来越卷

轻资产、快闪营地兴起，业内人士建议不要盲目跟风

疫情之下旅游景点遇冷，露营成了最潮流的出游方式，从朋友圈晒图到资本市场相关概念股大涨，都无疑反映出露营的“顶流”效应。

今年“五一”期间，小红书上露营相关搜索量同比增长746%。马蜂窝相关数据也显示，川渝地区露营热度涨幅最高，成都多个热门营地上榜。

近日，记者调查发现，成都周边一些网红营地上演了“一地难求”的景象。精致露营催生轻资产营地兴起，入局者又该如何抓住风口将露营持续下去？



爱好者到高原露营。



宠物户外帐篷。



成都一网红营地。



网上有各种露营装备售卖。

“由于今年国内露营热持续，目前看投入回报还是很快的，短期内就可以实现盈利。”5月7日，三夫户外披露的投资者关系活动记录表显示，为了避免营地过剩或者露营热潮过后形成投资亏损，三夫户外营地都采用轻资产、快运营的模式。三夫户外称，每个营地的投入大概在10万元-30万元之间，建设时间大概为两周左右。

相比于轻资产的营地，山地营地的投资相对较大，服务也更深。成都双流一家营地相关负责人告诉记者：“由于场地的重新打造和维护，加上自动化设备和人工，投资大概要上百万元。基于露营当前较好的形势，目前还计划打造4个新的营地。”

户外露营变精致 爱好者购买装备越来越卷

搭个帐篷、扯个天幕、摆好桌椅板凳……回归自然的露营火“出圈”，当拍摄精致照片成为露营必不可少的环节，这也给周边产品的颜值和氛围感提出新的要求。

“以前的露营是带着最轻量化的装备到大自然深处欣赏美景，拍摄的照片都是风景，现在的露营变成了聚会的一种方式，相机记录的内容也回归到人身上。”2013年就开始到各地露营的科代表（化名）感受到这些年露营概念已发生改变。

疫情防控常态化之后，科代表组建的露营群已增加到上百人，他告诉记者：“现在露营的帐篷越换越大，大家开始追求品牌，买更多周边产品。如果是一套基础露营装备1000元就能搞定，但真要舒舒服服到户外露营，1万元左右是少不了的。”

据央视财经报道，从入门级到轻奢级，光是露营装备，有露营爱好者的投入就达十几万元。记者发现，多家电商平台除了销售基础的帐篷、天幕以外，露营氛围灯、野营羽毛球、野外炊具、宠物帐篷等周边产品也层出不穷，销量火爆。

“所以现在露营很卷，因为大家在比各自的装备好不好。”露营爱好者小黑告诉记者，国产的露营装备已经很不错了，但还是有不少人从日本购买帐篷、月亮椅等，一边体验一边收藏。

轻资产、快闪营地兴起 入局者称短期内可实现盈利

伴随着露营的火热，除了露营圈的“内卷”，营地入局者也持续涌入赛道。天眼查数据显示，今年以来，我国已有超7200家露营相关企业成立。与此同时，精致露营催生“便携式”露营，意味着消费者不需要购买装备就可以拎包体验露

如何抓住“露营风”？ 专家：要注重“人货场”三要素

事实上，露营在国内发展了二十余年一直不温不火，但随着疫情“缩短”了国人的旅游距离，城市周边公园的临时性露营地及郊野专业露营地受到追捧，并持续带动相关消费。

成都野村游牧部落相关负责人骆国平认为，随着入局者越多，行业竞争会越大，“创立一个品牌背后需要足够的资金和稳定的团队，不要盲目跟风把‘露营’当成一次性生意，这样只会让卖装备的赚钱。此外，找不到差异化也很难将营地持续发展下去。”

“未来发展同样要看‘人货场’三个要素。”中国文旅创新创业智库丛书总编张德欣接受华西都市报、封面新闻记者采访时表示，精致露营人群的消费能力和消费层次相对较高，用户属性上更偏向性价比型及品质型用户，他们对露营帐篷及装备有更高的追求及要求。专业露营地更应注重露营的场景设计，包括硬件上的场景氛围及营地活动，做“适精致化”改造，保“硬”凸“软”，并形成品牌连锁体系。张德欣说：“这样的话精致露营就不会是个伪命题，而成为疫后消费及品质升级的理想试验田。同时房车露营泛户外或可成为低频旅游升维到高频日常休闲消费的突破口。”

华西都市报-封面新闻记者 朱珠

营。近段时间，投资规模较小的轻资产营地迅速崛起。

“特别是清明节、五一节，基本上是一位难求，需要提前一周预订。”位于成都邛崃的一家网红营地老板Amy最近异常忙碌，因为疫情防控常态化趋势，她选择入局露营赛道，没想到3月才成立的营地很快火爆起来。她介绍，目前营地属于快闪店，6月之后将会“打包搬走”，换地方重新营业。