

在乡村打造露营主题咖啡馆、随走随动的移动式露营咖啡……

# “露营+咖啡”，解锁帐篷下的新商机

这两年最火的出游方式，非露营莫属。随便打开一个社交软件，都能看到满屏的露营打卡帖。露营经济的迅速升温，也演变出多种“露营+”玩法与形态。

其中，记者注意到，“露营+咖啡”的组合蛮“出圈”，小红书等社交平台上的打卡帖比比皆是。在台州，同样掀起了“露营+咖啡”风潮，有人开起露营主题咖啡馆，有人远离城市，去到大自然卖咖啡……

## “露营+咖啡”玩法挺多

石头垒砌的墙体、大面积的玻璃窗、天幕、帐篷、沙滩椅、柴火……这是位于路桥蓬街镇的一家“露营风”咖啡店，店名很直白，就叫嘿GO露营咖啡(蓬街店)(以下简称“嘿GO”)。

张崇是“嘿GO”的店长，曾从事旅游业多年，对露营装备市场很是熟悉。她告诉记者，咖啡店的母公司涉足咖啡豆烘焙加工。在露营成为不少人新的社交和生活方式后，公司着手打造“露营+咖啡”的新生活方式，目前椒江万家华庭小区的核心城市店、路桥蓬街镇的山野店已对外营业。

“我们在室内配备上帐篷、天幕等露营设备及相关元素，来实现空间上的露营氛围感，给消费者营造一种沉浸式露营的感觉。”张崇说，消费者不用出远门，不用带装备，就可边喝咖啡边享受

露营的快乐。

露营主题咖啡店，只是“露营+咖啡”组合中的一种。还有些人，带上露营装备，带上咖啡，去到山里或草坪等地，卖起咖啡。

出于对露营和咖啡的喜欢，今年3月，椒江人高高和男朋友带上摩卡壶、咖啡豆、露营装备等器物，支起移动式露营咖啡摊，还给咖啡品牌取名“十也一”。

“我们通过无须用电的摩卡壶为大家做咖啡。”高高说，他们的小摊，在椒江和合公园、太平山、金洋湿地公园等地都出现过。

还有一种模式，更显灵活，一辆车就是一个咖啡店。这些咖啡车随走随动，只需开到一些公园等附近，摆上桌椅，就能轻松呈现露营氛围。



露营主题咖啡店一角

## 500人的微信群全是消费者

咖啡融入露营元素，这种模式会被消费者认可吗？答案是肯定的。大众点评联合咖门发布《2022咖啡潮流10大趋势》显示，今年10月，点评“露营咖啡”搜索量同比增长1341%。

在台州，“露营+咖啡”也广受消费者青睐。李响就是露营咖啡的忠实粉丝。周末或者节假日，他会去小红书上搜索露营咖啡的店或摊位，然后打卡。

“图的是一种轻松、方便。”李响说，他喜欢露营，但每次露营光是带设备、搭帐篷，就要耗费不少精力，挺麻烦。露营咖啡的出现，解决了这一烦恼，性价比也高，“点一杯咖啡，就能享受露营的快乐，这可比买或者租设备划算多了。”

和李响有一样想法的消费者，进一步带动了“露营+咖啡”的人气。高高告诉记者，他们有个微信群，是为消费者开的。每次出摊前，他们会在微信群里发布消息，告知地点和时间。如今，这个500人的大群已经满员，还有不少消费者希望他们多开几个群，“人一多，我们精力跟不上，消费者体验就得不到保障，想想还是算了。”

高高还记得，人流量最多的时候，他们根本来不及手工磨咖啡豆，当天就紧急下单了一台磨豆机。

在“嘿GO”，来打卡的消费者也是络绎不绝。张崇说，假期的时候，店里常常爆满，“记得有一个顾客，是从杭州来台州办事，在了解到有我们这么一家店后，专门来喝咖啡。”

## 火爆出圈背后也有局限

露营风带火的“露营+咖啡”火爆出圈，但也存在不少局限。以移动式露营咖啡摊来举例，装备多就是一个大麻烦。

“每次出摊，都挺累的。”高高说，他们带的装备多，有的时候一车都装不下，而且准备时间比摆摊时间都长，“我们到目的地，再整理设备，一上午就过去了。开张几个小时，等到天黑，又得花很长时间收摊。”

物资储备有限，也是个难题。“我们是移动式摆摊，能带的东西毕竟有限。有时候客人太多，咖啡都不够卖。”高高说，有不少人一开始对移动式“露

营+咖啡”挺感兴趣，来取经，一听说麻烦，就都退缩了。

今年10月，高高开启“咖啡巴士”项目，把设备装进一辆大巴里，固定停在椒江信仰公园。不过，她还是保留一些露营元素。“附近有一块草坪，我们会放一些椅子。”

对于“嘿GO”(蓬街店)来说，地理位置是特色也是短板。“为打造露营氛围，我们特地远离城区，在农村选址。不过，也有一些消费者会嫌远。”张崇说，来店的消费者，有一半都是冲着打卡来的。回头客里，也以路桥本地的居多。

## 拼的是差异化发展

当下，“露营+咖啡”的话题度的确很高。风口之下，只有做出特色，呈现出足够好的产品与模式，才能在“露营+咖啡”这种模式中脱颖而出。

用户体验，是“露营+咖啡”入局者都在拼的。高高说，之前摆摊时，他们会和消费者聊天，听取反馈。如果消费者感兴趣，他们也会邀请消费者体验磨咖啡豆，增强互动。

产品，是“嘿GO”的优势。“我们深入咖啡供应链，在产品质量、性价比方面，我们很有优势。”张崇说，同价的情况下，他们店的咖啡会比其他咖啡店的出品量要大。此外，他们的咖啡师都经过专业培训。

张崇还表示，对于“嘿GO”来说，卖咖啡是宣传手段，是引流工具，其背后是为了承接团建活动。店里也提供

露营装备租赁等服务，走的是差异化竞争路子。

“以露营装备租赁服务为例，我们提供了价格在几百到上千元的套餐，可以满足不同消费者的需求。消费者有需要，我们还可以帮忙搭建。”张崇说，他们也和临海、温岭等地的一些露营基地达成合作，为消费者提供定制化露营服务。

拼差异化，为“嘿GO”带来不错的流量。张崇说，到他们这团建、租设备的人还挺多，“有一次团建，来了150多人。不仅是店里，店外面的走廊、凉亭都坐满了人。”

张崇还告诉记者，他们准备将“露营+咖啡”这种模式带到更多乡村。目前，已经在接洽临海等地的乡村振兴项目。

记者 邱琳敏 文/图

讲文明 树新风

## 做好新冠疫情常态化防控 + 良好习惯要保持



1 勤洗手。要用肥皂(洗手液)和流动水或含有酒精的免水洗手液洗手



2 不要用脏手触摸眼睛、嘴巴、鼻子



3 咳嗽或打喷嚏时用纸巾或用臂肘遮挡住口鼻



4 提倡分餐 使用公勺公筷



5 室内经常通风，定期进行清洁消毒

中宣部宣教局、国家卫生健康委宣传司 指导

中国健康教育中心 制作