

在贵阳市清镇市犁倭镇的峡谷深处，一个集露营、餐饮、洞穴咖啡、溯溪探险于一体的综合性户外营地——穿溪露营基地，刚刚度过了它开业后的第一个完整年头。没有宏大的资本叙事，也没有铺天盖地的广告投放，这个由四位建筑行业出身的户外爱好者发起的小众项目，凭借一条野趣十足的溯溪路线、一杯“卖风景”“卖情绪”的咖啡和数条爆款视频，悄然实现了百万元营收，并开始探索更深度的洞穴消费场景。

5月13日，记者驱车前往这个藏在峡谷中的营地。尽管最后一段山路被游客戏称为“底盘考验路”，但当视野豁然开朗，峡谷、溪流与错落有致的帐篷便映入眼帘，一路的颠簸仿佛瞬间被抚平。这里，正是基地运营负责人王诗远和他的伙伴们倾注了一年心血的地方。

探洞、溯溪、喝咖啡 贵阳这个“峡谷露营地” 开业一年进账百万，凭什么

“综合体”打法： 不止露营，更是情绪消费

“我们的定位从一开始就不是单一的露营地，”王诗远一边带领记者参观，一边介绍：“在贵阳，做露营、做咖啡的都不少，但把露营住宿、烧烤餐饮、洞穴咖啡、溯溪探险融为一体的综合体，我们算走在前面的。”

这种“一站式”玩法，为穿溪营地带来了显著的差异化优势。亲子、团建、旅居等客群纷至沓来。数据是最好的证明：开业一年来，项目累计营收已超过100万元，并实现盈利，预计未来两三年内即可收回前期全部投资。

刚刚过去的“五一”假期是运营能力的集中体现：5天总流水约10万元，日均流水达2万元；5月1日当天客流量突破500人次，假期总计接待近2000人次；营地内的40余顶帐篷全部订满，烧烤同时开桌达到50桌。

在抖音平台上，穿溪营地积累了不少回头客。有游客评论道：“好玩，服务不错，吃的也挺好！不限量吃饱，小朋友玩的也挺多的。听着小溪流动声，很容易入睡！下次周末还去玩。”另一位游客则特别提到营地的暖心细节：“超级推荐，环境很好，帐篷里也很干净，早上要走的时候老板还给我们煮了早餐，昨天玩得很开心。”对此，王诗远表示：“我们的目标不是做网红，而是做一个能让客人真正放松、体验自然的‘峡谷里的家’。”

洞穴咖啡： 从“免费赠送”到“场景增量”

藏于天然溶洞内的“洞穴咖啡”，是穿溪营地新的核心卖点之一。目前，整个贵阳市拥有此类业态的营地不超过5家。记者到访时，洞穴内部的装饰和产品线仍在完善中。王诗远坦言：“我们今年4月才开始运作洞穴咖啡，‘五一’期间基本是免费送给客人尝鲜，原材料和品类都还在准备。”

目前，这里的洞穴咖啡仅提供制作相对简单的美式咖啡，定价30元一杯，略低于市场均价。“我们不求咖啡本身有多惊艳，及格线以上就行，”王诗远说：“更多的，卖的是风景，是情绪价值。”

然而，这杯“及格”的咖啡，被营地寄予了厚望。营地计划近期聘请专业咖啡师，完善咖啡品

类，并对洞穴内部进行深度场景化改造。“参考其他地区洞穴消费的成功案例，我们打算增加暖色灯光，增设高端大面积投影设备，利用岩壁发育的特点营造氛围。”他判断，洞穴咖啡将成为冬季和淡季的重要客流增量：“目前夏季玩水是主力，但洞穴咖啡能让游客在冬天也有来的理由。”

溯溪探险： 按需发团的“野生”王牌

如果说洞穴咖啡是未来的增长点，那么溯溪探险就是穿溪营地当下最具吸引力的“招牌菜”。

营地依托峡谷中一条经典的“野路”溯溪路线，全程3-4公里，包含徒步、速降、人体漂流等环节。这条路线并非营地专门开发，而是早已存在于户外圈。水质清澈见底，夏季体感凉爽，蚊虫极少。

“溯溪项目目前还处于‘野生’状态，没有完全商业化开发，”王诗远介绍道。该项目定价880元/人，包含烧烤、装备和专业教练指导，每日上午发团，全程耗时3-6小时。下半程在晴天时，常常能领略到绝美的峡谷风光。

尽管价格不菲且频次有限，溯溪项目已成为吸引外地游客的利器。尤其在7、8月份，不乏外省游客专门乘飞机前来，体验完又当晚返回。“他们追求的就是这种未经雕琢的户外体验。”王诗远说。

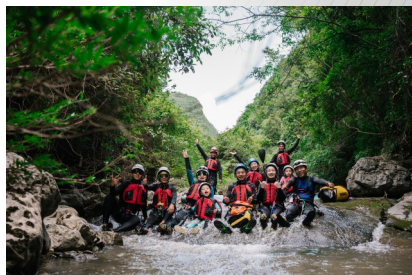
对于未来，王诗远和他的团队抱有乐观预期。随着洞穴咖啡的全面运营和溯溪项目的成熟，他们希望在第二、第三年将年营收提升至300-400万元。

记者手记： 小而美的“峡谷生意经”

从一个建筑行业跨界者的户外爱好，到一个年入百万、带动周边村民灵活就业的实体项目，穿溪露营基地的故事，是贵州山地旅游“毛细血管”中一个鲜活的样本。它不追求宏大的规模，而是深耕于独特的自然资源，通过提供“风景”和“情绪”等核心价值，在竞争激烈的文旅市场中，凿开了一条属于自己的路。

当洞穴里的灯光常亮，穿溪露营基地这个藏在清镇峡谷中的“乌托邦”，或许将迎来更多寻访者。

贵阳日报融媒体记者 许发顺
(图片除署名外由受访者提供)



游客到穿溪营地体验溯溪探险



扎在溪流旁的穿溪营地帐篷



游客在穿溪营地自拍