

1 体验最地道的当地生活 年轻人更倾向于自由行

在过去,旅行往往被定义为打卡式的观光,人们匆匆忙忙地穿梭于各个景点,拍照留念后便离开。但如今的旅行者更加注重“体验”,他们不再满足于走马观花式的游览,而是渴望深入当地,感受风土人情,体验最地道的生活。人们开始关注那些小众的、未被过度开发的旅行目的地,希望在这些地方找到属于自己的宁静与美好。

与之相对应的是,打卡式的跟团游正在年轻人中淡出,越来越多人倾向于选择自由行。自由行给予旅行者更大的自主性,他们可以根据自己的兴趣和时间自由安排行程,深入探索每一个角落。

社交平台的旅行笔记中,关于自由行的攻略和分享占据了很大一部分。从如何规划行程、预订机票酒店,到当地的交通指南和美食推荐,网友们毫无保留地分享着自己的经验。这种分享不仅为其他旅行者提供了便利,也为自由行的发展提供了有力的支持。

自由行的兴起,也促使旅游市场更加多元化。旅行者开始关注一些小众的、个性化的旅游项目。如参加当地的徒步旅行团,深入自然,感受大自然的魅力,或者选择在当地的民宿中居住,与房东交流,了解当地的生活方式。

放慢旅行步伐 深度游受追捧

2 中年人追求平静放松,年轻人爱追踪热点

当旅行从标准化产品演变为个性化生活方式,不同人群喜好不同的旅游方式。

根据小红书数据,注重舒适体验的“轻松舒心派”旅游人群更倾向选择旅游业态完善的区域。40岁的上海金融从业者黄先生坦言,完成重大项目后总会预订高品质的度假酒店来一场休闲之旅。在他看来,私人海滩下午茶与山谷温泉,远比景点打卡更能修复身心。这类人群对旅行体验的舒适度有较高要求,玩累了就在室内待上一天,享受风景、游泳、温泉、精油按摩,通过身心的彻底放松和愉悦,远离压力与烦恼。

追逐热点的年轻群体则展现出截然不同的行为模式。28岁的北京产品经理周先生以“制霸网红目的地”为目标,从淄博烧烤到哈尔滨冰雪大世界,从天水麻辣烫到榕江“村超”,他的社交平台账号如同当代旅行热点年鉴。这类30岁以下的“热门追踪党”可以在72小时内完成订票,行程中“同款机位打卡”出现频率远高于普通游客。

家庭出游正在被赋予情感联结的新内涵。带着退休父母自驾环游洱海,那些在服务区共同研究路线、在民宿阳台分食鲜花饼的瞬间,比苍山洱海的美景更令人难忘。子女们会特意安排父母擅长的活动,例如摄影爱好者父亲担任旅拍摄影师,厨艺精湛的母亲主导农家乐点餐,以此重构代际对话场景。

忙碌的上班族则试图在自然中重建生活秩序。到后山上转一圈,在海边看落日,“野趣”不一定要身临险境,“轻”体验就很好。

他们认为,在远离人烟的自然美景里,能够较为轻松地体验自然野趣,进行沉浸式放空。



旅游卷

在快节奏的现代生活中,旅行已成为越来越多人追求心灵放松与生活品质的重要方式。而旅行的意义不再是仅仅看风景,更是体验生活、感受文化,深度游正在成为旅行的主流趋势。



3 小众城市崭露头角,网红城市凭新玩法“长红”

曾经,热门旅游城市如北京、上海、广州等一直是人们出行的首选。但随着旅行者对个性化体验的追求,一些小众城市逐渐崭露头角。2024年全年,小红书平台搜索同比增幅最快的国内城市中,贵州毕节、甘肃天水占榜一榜二,增幅均超过三倍;江西景德镇、山西运城、山西大同紧随其后。一些曾经被低估的小城,如今正以其独特的历史文化、美食美景吸引着越来越多的游客。

小城出圈与市域交通设施的完善有着密切的关系。比如2024年开通的杭温高铁,串联起浙江省内游山玩水“天花板”景点,浦江仙华山、横店影视城、台州神仙居、永嘉楠溪江……都被纳入杭州出发的“一小时高铁旅游圈”。此前从杭州去横店影视城,自驾需要两个小时左右,现在可以坐高铁直达横店站,然后换乘轨道交通,一站地即可抵达景区。曾因“无痛爬山”火上热搜的神仙居,如今也可以乘高铁直达,想去“梦中情山”的游客免去了中转之苦。

另一方面,小城玩法升级也是吸引年轻群体的主要原因。比如贵州毕节的织金洞景区就凭借“玩溶洞”成为今年春节期间贵州省的热门旅行地。由于洞穴的恒温效应,冬天的贵州溶洞充满暖意,温度通常在16℃左右。除了步行游览,还可以开启洞穴轻探险、洞穴民宿、洞穴音乐会等新鲜玩法,无论是普通游客还是资深的户外爱好者,都能展开一场自己心仪的溶洞之旅。

再如去年的网红城市甘肃天水,靠麻辣烫火出圈后,努力做大做强文旅产业保持“长红”。

4 按爱好选择游玩方式,放慢节奏深度体验

爱好也影响着人们选择不同的游玩方式。

深度文化探索者试图打破旅行与生活的界限。在福建泉州旅行时,跟着蟳(xún)埔女学习编织渔网,在德化陶瓷作坊体验拉坯,或者用三天时间观察开元寺古榕树的气根生长轨迹——“求索漫旅人”生活节奏较慢或工作弹性较强,追求旅行的深度而非速度,希望能够深度参与当地的生活。比如旅行攻略,他们更依赖本地菜市场摊主和出租车司机的推荐,“巷弄”“手艺”“在地饮食”成为他们的游记高频词。

冒险爱好者将不确定性转化为旅行魅力。杭州自媒体人陈女士的团队曾在四川贡嘎徒步时遭遇暴风雪,在亚马孙雨林经历独木舟倾覆,但这些经历反而成为他们内容创作的珍贵素材。“远地探险家”以30岁以下,精力、体力较为充足的年轻人为主,他们的行前准备清单充满硬核装备:卫星电话、净水药片、应急医疗包——能应对昼夜温差,能适应目的地的各种情况,历经“千难万险”所见证的极致风光,才能够被完美地记录下来。

“情怀旅人”通过空间抵达完成精神共振。网友“娜姐”在英国旅游时专程前往利物浦安菲尔德球场,站在看台时,她想起初三深夜偷听球队夺冠广播的悸动。日本动画《灌篮高手》取景地镰仓高校前站、《哈利·波特》伦敦片场等地,常见影视、动漫取景地探访者比照影视画面调整自拍角度的身影。

偶像经济正在重塑城市旅行地图。24岁的上海文员庄女士与“同担”(同一偶像粉丝)结伴赴韩,按团体综艺线索打卡娱乐公司大楼,在偶像拍过写真的咖啡馆点同款饮品。各地文旅数据均证实,演唱会能够带动目的地旅游消费大幅增长,粉丝们用脚步丈量偶像上下班路线,探索演出场馆周边好去处,然后复刻偶像穿搭完成打卡。