

旅游卷

1

“窝囊旅游三件套”满足游客“又怂又爱玩”的心理

“窝囊旅游”并非贬义，而是对一种“摸鱼式出游”的戏称——能坐就不站、能躺就不走、能不出汗就不出汗。在高温炎热的暑期，这类“低能耗”玩法更加赢得了游客的青睐。其中，“窝囊爬山”“窝囊漂流”“窝囊蹦极”被称为“窝囊旅游三件套”。

“窝囊旅游”的玩法中，最先出现的是“窝囊爬山”。如今，国内不少景区都修建了登山电扶梯，可以让游客无痛轻松登顶。在浙江杭州淳安天屿山观景台，全长300多米的三段自动扶梯直通山顶，扶梯两侧喷洒着水雾，游客在仙气飘飘的氛围中，不知不觉就到了山顶。过去登顶要步行3000米、耗时50分钟，现在只需10分钟。

坐电梯爬山、缓降式蹦极、躺平式漂流……这个暑期，一种被戏称为“窝囊旅游”的新型旅行方式正在年轻人中悄然兴起。“窝囊旅游”的核心特征是将传统旅游项目中的体力挑战难度降至最低，以低门槛、低强度的投入换取情绪价值体验。这种追求“最小体力消耗、最大心理舒适”的旅行模式，与传统观念中“跋山涉水、挑战自我”的旅游方式形成鲜明对比，以重在“取悦自己”的属性，成为当下年轻人出行游玩的“新宠”。

看过山顶的风景后，游客还可以滑着水滑梯返回山脚，实现全程“低能耗”游玩赏景。

游客乘坐观光电梯直达山顶，全程无需攀登一步，还能饱览沿途大好风光……在北京工作的刘添睿边向记者展示她收藏的旅行视频边说：“我刷到这种视频的时候特别心动，平时工作已经够累了，出来旅游就是想让自己心情舒畅，彻彻底底放松。虽然被大家说是‘窝囊旅游’，但我觉得没负担就很好。”

不止爬山，许多景区推出了蹦极的“窝囊版”。不同于惊险刺激的传统蹦极跳跃高度动辄40米甚至上百米，“窝囊蹦极”高度缩短至20米到30米，只有常规蹦极的一半。此外，体验者只在跳下的一瞬间有失重感，随后就被弹力绳稳稳拉住，缓慢地匀速落到地面，其间还能愉快地摆拍几张照片。

“当师傅数完‘321跳’时，我甚至能笑着摆动作！”近日，在浙江湖州，游客胡纯然体验了当地新推出的“窝囊蹦极”——通过缓降装置实现“自由落体”效果，规避了传统蹦极带来的坠落感。“这和我此前被朋友硬架着体验海上蹦极吓到腿软，形成强烈反差。”胡纯然回忆道。“我其实喜欢尝试刺激的项目，但传统蹦极要从那么高的地方跳下，需要非常

大的勇气。”在胡纯然看来，这种“窝囊版”蹦极刚好满足了她既想要体验刺激、又不用太为难自己的要求，“分泌肾上腺素的同时，也不需要我克服那么大心理障碍，所以非常容易体会到其中的乐趣”。

炎炎夏日，景区的漂流项目总是备受欢迎。今年夏天，漂流也有了“窝囊版”。在浙江安吉龙出没大峡谷景区，游客只需要穿上救生衣，然后直接在水里美美躺平，便会顺着800米的河道缓缓地漂流而下。在许多传统漂流项目中，漂流水道有十多米甚至几十米的高度落差，极速下降的过程中，游客往往要经历令人肾上腺素飙升的刺激体验。而“窝囊漂流”无需划船，更不用尖叫，甚至有游客表示“漂着漂着就睡着了”。

中国传媒大学文化产业管理学院副教授熊海峰表示，“窝囊旅游”的实质是挑战性与舒适性寻求平衡的产物。“这种形式其实长期存在，只是最近被概念化提炼出来。它反映了旅游消费的多元化趋势，是介于‘打卡式旅游’与‘探险旅游’之间的折中选择。”熊海峰说。

坐电梯爬山、躺平式漂流 年轻人爱上“窝囊旅游”

2

年轻人找到了自己喜欢的旅游节奏

胡纯然告诉记者，去年她曾尝试过一次“特种兵旅游”，一天暴走5个景点后，不仅没感受到放松，反而在假期结束后又疲惫了一周。现在，她的旅行哲学很简单——可以少去几个地方，但一定要真正放松。这种转变并非个例，在社交平台，“窝囊蹦极”“佛系漂流”等话题下，满是年轻人分享自己“又怂又爱玩”的旅行经历，反映了当代年轻人对休闲方式的重新定义——既要体验感，又不愿承受过多身心负担。

看似“窝囊”的旅途中，年轻人发展出了一套“精准节能”的旅行智慧：爬山可以坐电梯，但山顶的咖啡必须喝；蹦极可以害怕，但坠落时的表情管理必须到位；景点可以只去一两个，但每个都要拍出“看似很会玩”的效果。

刘添睿笑称：“我准备下个假期就去坐电梯爬山，都想好了朋友圈文案，就是‘当代年轻人爬山的科技与狠活’，配图就是自己坐电梯的酷炫自拍。”

不少旅游从业者敏锐地捕捉到了这个趋势。一些景区工作人员会主动询问游客是否需要帮忙拍照，蹦极项目也推出了“害怕但优雅”的拍摄服务。胡纯然说：“现在出去玩，工作人员都会主动问要不要帮忙拍照，这对我这种‘既要舒服又要好看’的游客太重要了。”

熊海峰分析认为，“窝囊旅游”的流行并非偶然，这一现象与当代社会普遍存在的压力和焦虑密切相关。“年轻人日常工作压力较大，休闲活动需要提供‘减压阀’功能，承担起某种‘修复’作用，而不是成为新的压力。”熊海峰说。

3

多元需求促进旅游业态升级

“窝囊旅游”的火爆，从出游数据上可见一斑。今年暑期，推出“窝囊旅游”体验的景区，门票热度显著增长。去哪儿旅行数据显示，“窝囊旅游”景区主要集中在浙江、广东、福建、湖北等配套完善、动线舒适的景区。其中，以“扶梯看山景”出圈的天屿山观景台和浙江台州神仙居景区，门票销量同比分别增长32.4%和36.4%。在主打“窝囊蹦极”的景区中，浙江湖州安吉云上草原门票销量同比涨了近4倍，湖北黄石天空之城同比增长2.7倍。主打“无负担漂流”的广西桂林猫儿山景区，门票销量同比增长了25%。而同时拥有“窝囊蹦极”和“窝囊漂流”的浙江湖州安吉县，今年暑期在去哪儿旅行平台的酒店预订量同比增长了43.8%。

去哪儿旅行大数据研究院分析，从“特种兵式打卡旅行”，到“轻松摸鱼式出游”，“窝囊旅游”展现了一种向“低体力消耗、高精神满足”转变的旅游新玩法。这反映了当下年轻人在旅行观念上的转变——逃离快节奏的生活之后，他们不再一味追求“打卡效率”，拒绝让旅行成为挑战体力和耐力的“第二职场”，而是更看重旅途中的舒适感。未来，这类推崇“悦己体验”的旅行方式，有望激发更多景区的创新转型。

然而，这种游玩方式并不一定为所有人理解。当“坐电梯爬山”这个概念刚出现的时候，有人调侃道：“山一步没爬，景一处不落！”对此，有人称赞设计暖心，也有人质疑：“无痛爬山，还有爬山的乐趣吗？”刘添睿在和父母聊起“坐电梯爬山”的时候，他们也表示不理解：“都坐电梯了，那还叫爬山吗？”

熊海峰认为，这种争论反映了旅游价值观的更迭——传统观光旅游带有较强的成就展示属性，而年轻人更看重自我情绪价值。熊海峰还表示，“窝囊旅游”往往伴随着更深度的在地消费，不爬山省下的体力转化成了更长时间的咖啡馆休闲、更细致的旅游体验，有助于促进旅游业态升级。

“旅游市场正在从大众化走向分众化，未来的赢家必定是那些能精准满足细分需求的产品。”熊海峰在肯定“窝囊旅游”价值的同时提醒，这只是多元图谱中的一种色彩，旅游行业真正可持续的发展还是要回归服务本质，让各类消费群体都能找到适配的游玩方式。