

2023年5月1日 星期一

本版责编 杜汶昊 本版美编 郭佳卉

“特种兵式旅游”爆火，旅业怎样迎“拉练”

中国城市报记者 张亚欣

这届大学生纷纷化身“时间管理大师”，把旅游玩出新花样。

近日，“特种兵式旅游”掀起热潮。截至发稿前，微博话题“当代年轻人特种兵式旅游”阅读量超6900万，讨论数超5000次。不少年轻人，特别是大学生利用周末时间旅游，挑战用最少的花费和最短的时间游历最多的景点，舟车劳顿之余还能按时赶车回去上课。

在业内人士看来，“特种兵式旅游”不能简单理解为“穷游”，更多的是当代年轻群体对于旅游的重新定义与理解；同时，“特种兵式旅游”的爆火对行业发展而言有一定启示作用，对于旅游产品的设计也提供了一种新思路。

关键在于“来过”

“特种兵式旅游”，顾名思义，就是强度像特种兵拉练一样的旅行，整个旅程都围绕“时间紧、任务重”6个字，时间规划详细到分钟，容不得半点差错。

这种节奏紧凑的旅行方式在大学生群体中颇为流行。去哪儿数据显示，自今年3月以来，18岁—22岁的大学生群体，周末出游的门票预订量增长明显；相较飞机，大学生更爱火车出行；周五晚出发的过夜车次更受青睐，可以省一晚酒店费用；相较去程，返程卧铺票的占比增长明显。

“30小时往返1300公里，逛个6景点，2天可以玩2个城市，紧紧抓住‘效率’两个字，把一天当成48小时来用，最后还要赶上周一早课点名。”郑州大学生王思淼告诉中国城市报记者，作为在校学生，她能用来旅游的时间只有周末和节假日。因此，喜欢旅游的她决定将周末的作用发挥至最大。

王思淼给中国城市报记者分享了她的“特种兵式旅游”时间线：周五下午5点下课，坐晚9点的火车，在火车上睡一觉，次日凌晨5点抵达北京；利用两天时间，陆续打卡了天安门、前门楼子、北海公园、鼓楼、南锣鼓巷、天坛公园，共计6个景点。“周日下午6点半踏上归途，深夜到达郑州，小睡一觉，起床还能赶得上周一的早课。”王思淼称，这样的旅游方式尽管会使身体疲惫，但精神上是满足且愉快的，今后她还会用“特种兵式旅游”打卡更多想去的地方。

除了大学生外，都市年轻白领对“特种兵式旅游”也较为青睐。北京白领张楠在接受中国城市报记者采访时称，自己由于刚参加工作不久，年假只有5天，她只能利用这珍贵的时间游览更多地方。她自嘲称：“年假时间有限，又想感受人间四月天，只能选择当‘特种兵’了，关键就在‘来过’。”

因此，张楠与男友相约，一起开启了为期5天的“特种兵式旅游”——从北京出发前往安徽省宿州市；回老家短暂探亲后，他们次日乘坐高铁抵达杭州，刚好赶上夜游西湖；第三天上午逛灵隐

寺，下午乘高铁抵达宁波，简单逛逛市区后晚上又坐大巴车赶往舟山；第四天登顶普陀山，并在周围游览；第五天基本都在返程途中，从舟山到宁波，最后再坐高铁返回北京；第六天早晨8点半则精神抖擞地出现在工位，回归工作节奏。

不同于“穷游”

实际上，无论是近期大热“出圈”的淄博烧烤，还是“特种兵式旅游”的走俏，都释放出一个讯号：人们因疫情而搁置3年的旅游需求正在加速释放，甚至出现了“报复性旅游”的行为。

农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅在接受中国城市报记者采访时表示，“特种兵式旅游”的兴起，离不开自媒体和网络传播的助推。同时，这也体现了年轻人特别是大学生的一种共情心理——用“特种兵式旅游”的方式尽情释放青春活力，用人为加速的快节奏来反抗生活的平庸面，不愿意让青春留下太多遗憾。而经济发展和交通运输的便利化则为这种拉练般的“特种兵式旅游”提供了可能。

“年轻人正处于社会认知与阅历持续增加的阶段，而旅游又是重要的拓宽视野的方式之一。”IPG中国区首席经济学家柏文喜在接受中国城市报记者采访时称，“特种兵式旅游”正好符合短时间内低成本、多景点和多目的地的旅游需求和预期，自然会受到年轻人，特别是大学生的热捧。因此，这种方式也成为当今年轻人消费与社交活动的一种时尚与潮流。

然而，业内也流传着一种说法，即这种“特种兵式旅游”其实是给快节奏

的“穷游”换了一个“马甲”，并不需要过度解读。

对此，柏文喜认为，“穷游”只是低成本旅游，而“特种兵式旅游”则不仅仅是低成本，还包括了在最短时间内游遍目标目的地的挑战性目标设定。这对于年轻人增加阅历、提高解决问题的综合能力不无裨益，是值得赞赏的。

此外，需要注意的是，“特种兵式旅游”虽然以高效率为主要特征，但是在医生看来，高强度运动再加上睡眠被剥夺，会使人体处于疲劳状态，存在健康隐患。南京市第一医院骨科主任医师孙强介绍，如果参与者平时习惯于低运动量的活动，突然加大运动量以后，可能会影响心肺功能，且对肌肉、关节、骨骼造成明显损伤。普通人不是特种兵，可能会出现膝关节半月板损伤、急性腰间盘突出等问题。因此，孙强提醒，无论出行旅游或运动锻炼需量力而行，采取适当防护措施。出行后，如出现膝盖痛以及反复发作的足底疼痛等不适症状，应及时就医。

新热度下的新机遇

眼下，“特种兵式旅游”热度正持续发酵。

中国城市报记者在小红书APP上搜索“特种兵式旅游”后，各种攻略映入眼帘。同时，记者通过对比多家OTA数据后发现，最受欢迎的“特种兵式旅游”目的地，往往是景点相对密集、公共交通便利的城市。北京、重庆、长沙、上海、南京等拥有众多标志性景点和美食的城市，是年轻人关注的热门旅游目的地。

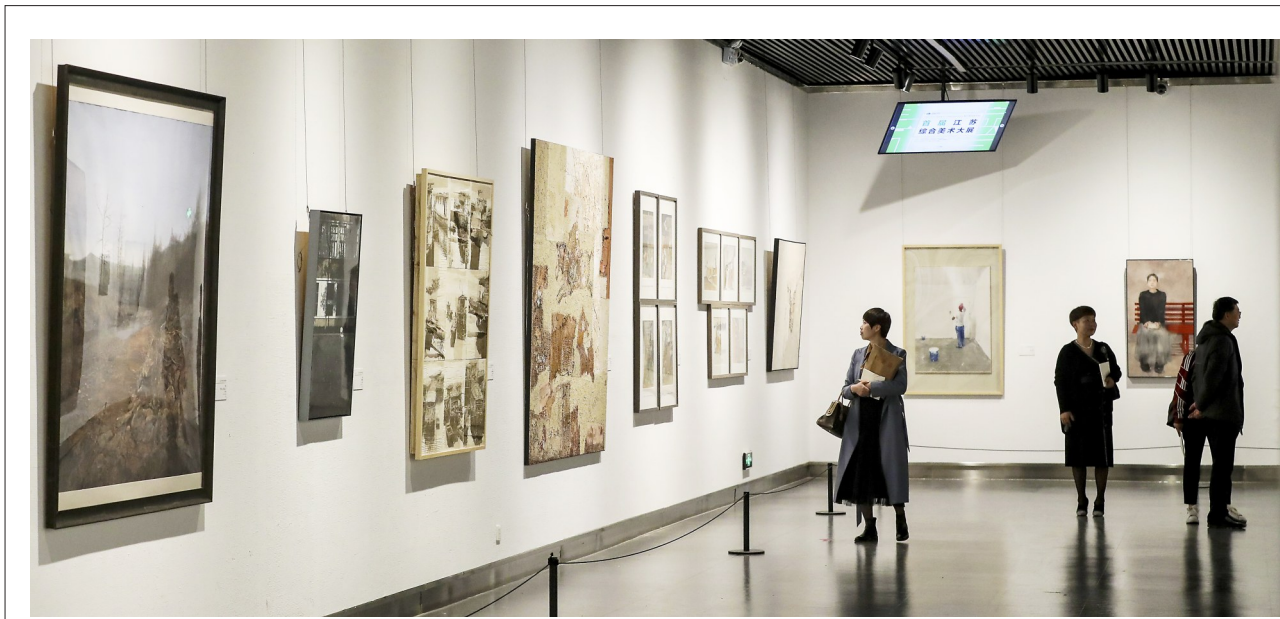
不少旅游目的地也想要抓住这波

热度，纷纷推出各式各样的大学生旅游优惠政策，比如济南青年人才来济“大礼包”活动、陕西“油菜花”定制服务旅游专列等，努力让网络走红变成业态长红，助推旅游市场持续向好。

其实，“特种兵式旅游”也在一定程度上显示出，当代年轻人特别是大学生正在重新定义旅游消费，他们愿意为了提升自我愉悦度而消费，也是具有消费能力的一代。在四川大学旅游学院教授李原看来，疫情防控政策优化调整之后，不断细分的个性化旅游业态依旧是未来趋势。这其中的关键在于旅游企业如何创新产品，激发游客的隐形消费欲望，以创造更大的消费市场。

“‘特种兵式旅游’作为一种当下兴起的年轻人旅游方式，为旅游业发展带来了新的机遇和挑战。”袁帅认为，旅游目的地的发展和经营企业需要更多的考虑和投入，不能简单地迎合游客们的打卡需求，而是要注重景区的品质提升和可持续发展，抓住机遇，实现经济效益转化。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云建议，低成本、快节奏的前提下，旅游企业可考虑在“长途交通+住宿+景点+特色餐饮+市内交通”方面进行一些探索，以组合产品、单项产品的方式为年轻人尤其是大学生的“特种兵式旅游”提供服务，改变传统的线路组合思路，将能够吸引相应群体打卡的景点或非景点纳入其中。同时，充分利用年轻人对地方旅游的传播和带动效应，考虑与地方旅游营销活动相结合，以大学生作为旅游造势群体，以优惠的组合产品吸引他们到访，以口碑传播、新媒体传播等方式实现地方旅游营销新突破。



首届江苏综合美术大展在淮安开展

近日，首届江苏综合美术大展在淮安市美术馆开展。本次大展面向全国征稿，收到来自全国各地综合美术作品投稿1033件，展出作品287件，其中包含获奖优秀作品49件。这些作品题材丰富、形式多样、个性鲜明、制作精良，充分彰显了创作者注重生活体验、锐意探索进取、颂扬时代新风的艺术创作精神。图为参观者在江苏综合美术大展上欣赏美术作品。

中新社发 赵启瑞摄