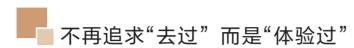
敢站上去就是勇士

来新乡宝泉"窝囊蹦极",体验心跳"微"加速;在芒砀 山挥剑"斩千愁",把KPI烦恼抛诸脑后;到栾川竹海动物 园,看能猫啃笋发呆一下午

当前,以"最小体力消耗、最大心理舒适"为核心的"窝囊游",悄 然取代"特种兵式打卡",成为年轻人文旅消费的新选择。美团数据 显示,8月以来,"窝囊漂流""窝囊蹦极""窝囊爬山"搜索量分别环比 增长133.6%、62.6%、84%,新乡宝泉、商丘芒砀山、洛阳栾川等景区的 "窝囊项目"订单量持续走高。

这种看似"窝囊"的旅行方式,既是年轻人旅游观念的理性回归,更是文旅发 展从"流量追逐"向"体验深耕"转型的生动实践——一场以情绪为锚点的文旅新 潮流,正徐徐展开。



在新乡市宝泉旅游区,"窝囊蹦 极"的热度一度超越传统蹦极。

20米高的跳台上,郑州大学生王 琳绑好安全带,待工作人员按下启动 键,她没有像传统蹦极那样急速下坠, 而是随着磁力刹车系统的匀速牵引, 缓缓向地面靠近。前2秒的轻微失重 感过后,她甚至能腾出手,拍下脚下的

宝泉旅游区负责蹦极项目的工作 人员秦凡告诉记者:"'窝囊蹦极'在抖 音平台已售出1000多单。来体验的 游客中七成是年轻人,有的很开心,也

禹州神垕古镇,"小淘器"瓷器文创 店虽在老街的最后一间,但游客络绎不 绝。店主王荟芳指导着游客"玩泥巴", 揉泥、拉坯、上釉,钧瓷泥在手中慢慢成 形,创作出一批香插、茶杯、冰箱贴等小 物件,丑萌有趣,独一无二。

"以前觉得非遗离自己很远,现在 亲手捏个碗,才知道这泥巴里藏着讲 究。"上班族刘米雪的作品是个"歪脖子

碗",她却宝贝得不行,"这是独一无二 80%,成了亲子家庭"玩山不爬山"的 的,比买现成的文创有意义多了。"王荟 芳说,体验陶艺的游客比去年多了三 成,不少人专门为"玩泥巴"来古镇,住 上一两天,慢悠悠感受钧瓷文化。

作为户外装备供应商,河南冒险 家户外装备有限公司的销售李女士也 从畅销产品上感知到"窝囊游"的流

"这款设备以前叫'快跳机',推给 景区好几年都不温不火。'窝囊蹦极' 走红后,情况彻底反转,客户主动找上 门咨询,机器加平台搭建一套十几万 元,光河南就有3家景区下单,全国订 单量比去年增长了3倍多。"她指着设 备说明书上的"磁力刹车系统"介绍, "设备能根据体重自动调速度,安全又 又怕险'的心思。"

放眼全国,"窝囊游"已成燎原之 势。长沙石燕湖景区的"窝囊三件套" (魔毯、缓降蹦极、慢速漂流)日均接待 千人;安徽明堂山的魔毯上座率 首选;辽宁本溪大峡谷的99元"窝囊 蹦极"销量破千单。

在河南,"窝囊游"早已不止"省 力",更融入了文化与情绪——商丘芒 砀山的"斩干愁"互动区,红绸布随风 飘动,"KPI愁""减肥愁""社交愁"等 16个烦恼标签贴在展板上,游客蒙眼 挥剑,劈开卡片的瞬间,压力抛到九霄 云外;南阳五朵山的民宿里,客人躺在 露台藤椅上,看山风吹动板栗树,民宿 老板笑称:"现在的年轻人,连发呆都 要选个有山景的地方。"

去哪儿网智慧旅游总经理闫兰茹 观察到一个变化:"前两年火遍全网的 '特种兵式'旅行,今年明显降温了。" 她以郑州为例,国庆期间"豫剧学唱" "黄河捕鱼"等体验型产品销量暴涨。 "更多年轻人转投'躺平式旅行',从 '泛打卡'变成'精致沉浸',愿意花一 天时间只学一段豫剧,或跟着渔民撒 一次网——他们要的不是'去过',而 是'体验过'。"



□河南文化旅游研 究院副院长 肖建勇

专家观点

需

窝

当"00后"成为 文旅市场上的新生 力量后,他们的玩法 可谓"天马行空",频 频诞生出许多新花 样,形成缕缕文旅消 费新潮流。譬如"洛 阳汉服""尔滨冻梨" "天水麻辣烫""炒八 掺"以及"窝囊游"、 反向旅游、CityWalk 等等。上海最流行 的打卡地不是迪士 尼,而是武康大楼; 开封排队参观最多 的不是"八朝古都" 的历史遗迹,而是最 会玩NPC的万岁山 武侠城;江苏最火爆 的竟然不是园林和 评弹,而是人人皆可 参与的"苏超"。这 届年轻人的消费需 求越来越多元,颗粒 度分化地越来越细, 不少城市的菜市场、

器材都可以成为火遍网络的打卡地 '跟着演唱会去旅行""跟着赛事去旅 行""跟着微短剧去旅行"等等不一而 足,"反内卷、反焦虑、反内耗"成为强 烈诉求,"解压、治愈、放空、松弛、舒 适、悦己"等切身情绪体验成为价值 追求,"窝囊旅游"正是在这一背景下 应运而生,成为年轻人热衷的另类旅 游方式。

从需求端的变化来看,人们越来 越懂得关照自己的感受,情绪消费和 品质消费日益凸显,炫耀性消费和面 子消费逐渐淡化,"冤枉钱"更是一点 儿都不花,这就倒逼供给侧加快进行 改革。近年来,河南文旅深谙此道, 不断翻新玩法,推出"在洛邑古城玩 '穿越'""在老君山金顶吃泡面""在 清园挑战'飞身上马'""在万岁山武 侠城与NPC互动""在'只有河南'体 验戏剧人生""在电影小镇参加换装 派对"等等。从本质上来看,"窝囊 游"不但是一种玩法或产品体验方 式,更推动了旅游产品的不断深化。 拿"菜市场"来说,既有农村大集一般 的初级农贸市场,也有提供玉米剥 粒、土豆削皮、海鲜去虾线等免费服 务以及代炒菜服务的南方菜市场。 在瞬息万变的市场竞争中,只有精准 把握并有效满足需求的产品才能得

近期,浏阳烟花创造的两项吉尼 斯世界纪录引起了社会各界甚至是 国际社会的广泛关注:一是世界上单 台电脑控制最多无人机同时升空 (15947架);二是世界上搭载烟花数 量最多的无人机编队飞行(7496 支)。特斯拉创始人埃隆·马斯克在 社交平台转发视频,外交部发言人毛 宁向世界分享相关内容。视频一经 发布,相关话题在抖音、微博等平台 总关注量超3亿次,人们纷纷惊叹浏 阳烟花产业的进化与精彩。个人认 为,文旅产业不但要关注"窝囊游"等 需求方面的变化,更要加快创新步 伐,用更加丰富多彩的产品引领产业 转型升级,实现高质量发展。

◀在洛阳栾川竹海野生动物园, 大熊猫灵岩以"慢节奏"收获了一众

在慢节奏中寻找情绪归处

"去年跟风搞'特种兵旅游',一天 打卡开封4个景点,回到家腿肿了两 天,照片拍了几十张,却记不清清明上 河园的演出演了啥。"河南财经政法大 学学生王敏涵的吐槽,道出了不少年 轻人的心声。

今年国庆,她换了种玩法:在开封 租套宋制汉服,坐在龙亭公园的湖边, 点一壶菊花茶消磨一下午;晚上住古 城民宿,在西司夜市逛吃逛吃。"这种 不赶时间的旅行,才真正让我觉得放 -不用跟别人比速度,不用为了 打卡硬撑,终于能好好感受一座城的

所谓"窝囊游",是指将传统旅游 项目中的体力挑战元素降至最低,以 低门槛、低强度的投入换取情绪价值 体验。年轻人对"窝囊游"的偏爱,本 质上是对情绪价值的极致追求。

洛阳文化旅游职业学院旅游管理 与乡村振兴学院院长刘志恒分析,青 年群体面临学业、工作和人际压力,渴 望通过旅行暂时逃离,而"窝囊游"的

低强度、高舒适特质,恰好为情绪找到 了出口,"这标志着年轻群体进入更成 熟的'情绪消费'阶段——从向外展示 '我过得很好',转为向内探寻'我是否 真的快乐'。"

在洛阳栾川竹海野生动物园,这 种情绪补给来得更安静。熊猫馆里, 明星大熊猫"灵岩"抱着竹笋坐在木架 上, 爪子慢悠悠地剥着笋壳。长沙大 学生李扬举着手机录了5分钟视频, 屏幕里只有熊猫咀嚼竹笋的咔嚓咔嚓 声。"什么都不用想,就这么看着它吃 竹子,感觉整个人都被治愈了。"李扬

西北师范大学城市规划与旅游景 观设计研究院院长李巍对此深有感 触:"现在的游客拒绝'玩得拼命',转 接触世界。山河不必用来征服,而是 用来拥抱。体验的价值不在于强度或 数量,而在于真实的舒适与内心的自 治。"

对慢节奏生活的向往,让河南的 觉得值。"

乡村旅居成了新宠。春天,河南发布 了"老家河南·豫乡春韵"——河南春 季乡村旅游主题线路产品,太行大峡 谷、丰乐樱花园等"村游"目的地热度 持续提升;夏天,河南推出伏牛山乡 村旅居主题旅游产品线路,主打"快 进慢出深体验",让游客在山地度假、 休闲康养中放松身心,感受美好生

务实的消费观念,也让"窝囊游" 更具吸引力。宝泉的"窝囊蹦极"88 元,比传统蹦极便宜140元;重渡沟的 "躺平套餐"包含住宿和非遗体验,人 均花费不到300元;神垕古镇的陶艺 体验仅需50元,还能把作品带回家。

河南中国青年旅行社有限责任 公司相关负责人认为,情绪消费的 而选择更可持续、更关照自我的方式 关键在于出发点而非形式,"旅游产 品应回归让游客感到真正快乐的初 心,'窝囊游'的火爆,正是因为它抓 住了舒适、安全、高性价比的核心需 求——不搞花架子,实实在在让游客

窝囊游"照见文旅市场新需求

"窝囊游"这种旅游方式的走红绝 非偶然,它像一面棱镜,折射出文旅市 场正在发生的深层价值重构:从"用脚 丈量世界"的征服欲,转向"用心感受 当下"的松弛感;从"打卡炫耀式"的外 在认同,转向"自我满足式"的内在愉

对河南而言,这既是机遇,也是挑 战:如何将短期潮流转化为长期优 势?如何让"窝囊游"与中原文化深度 融合?答案藏在差异化供给、细节服 务与多元包容的实践里。

以文化为魂,做有"河南味"的"窝 囊游",才能避免同质化陷阱。刘志恒 建议:"旅游产品设计应更注重在地文 化、慢生活与情感联结,营销叙事也需 摒弃炫耀式表达,转向更个性化、情感 化的传播。"

以细节为笔,让服务传递温度,是 "窝囊游"可持续的关键。提供"情绪 价值"的核心,从来不是宏大的项目,

而是被看见、被尊重的细节。 对许多游客而言,宠物是家人般 的存在,也是出行时放不下的牵挂。 "只有河南·戏剧幻城"推出宠物免费 寄存服务,宠物寄存处不仅温暖通风, 更配备了空调、尿垫、食水碗,让"毛孩 子"也能安心等待。郑州海昌海洋公 园将全年除了暑期之外每月第三个周 六作为宠物友好日,以跨界联动和场 景创新的方式,将萌宠元素融入景区 的演艺、活动、场景等方方面面,创新 打造沉浸式人宠共乐的体验。

这些细微的服务,恰好击中了游 客的情感需求。"项目可以'窝囊',服 务绝不能'敷衍'。"刘志恒提醒,景区 要避免"伪窝囊"陷阱——比如只加个 "窝囊"标签却不优化体验,或把"舒 适"变成新的消费门槛。未来,河南景 区可进一步细化服务,为游客想得多 一点,让"窝囊"的时光更有质感。

"窝囊游"的兴起不代表传统旅游 项目的过时,而是意味着文旅市场进 入细分时代。

以多元为尺,兼顾不同群体的需 求,才能让文旅市场更有活力。李巍 建议,河南可以构建"快慢结合"的文 旅产品体系:针对年轻人推出"窝囊 游+非遗"套餐,为户外爱好者保留 传统登山、激流漂流等项目,为家庭 游客设计"亲子窝囊游",让不同群体 都能在河南找到适合自己的旅行方

以安全为底线,守护松弛感的本 质,是文旅发展的根基。新密市已率 先行动,要求景区制订防溺水预 案,开展模拟救援演练,落实 "定人、定岗、定责"值守 机制。宝泉旅游区对 "窝囊蹦极"设置

体重与年龄双

提前告知风险;定期检查蹦极设备,确 保运行安全。"松弛感的前提是安全 感,只有把安全做到位,游客才能真正 放松。"省文化和旅游厅相关负责人表

"窝囊游"是对真实体验的追寻、 对自由边界的探索、对松弛状态的渴 望,更是对生活自主权的温柔宣示。 当年轻人在旅行中寻找松弛感,当传 统文化以更温柔的方式拥抱游客,期 待更多景区读懂"舒适体验"内核,为 游客创造真正的放松空间,让游客在 路途中与美好情绪的"久别重逢"。









粉丝。 陈家宝 摄