

## 追二次元 走“一条龙” 逛《繁花》景

# 申城游今年讲究“沉浸式体验”

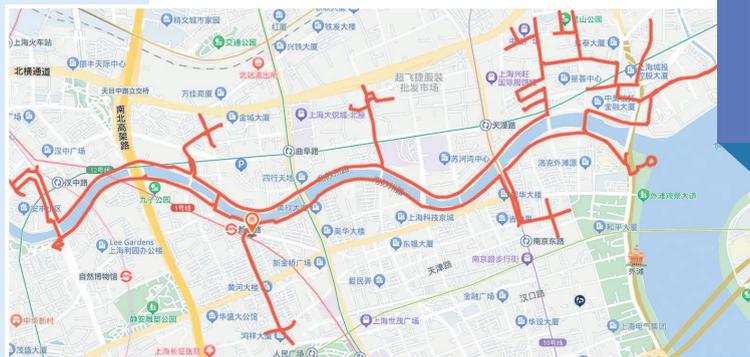


本报记者 杨玉红 任天宝

“特种兵式旅游”刚刚一波，“沉浸式体验”又起蓬头。追二次元、走“一条龙”、逛《繁花》景，创意无限，主题翻新，相比强调成本和效率的“特种兵式旅游”，关注自在和深度的“沉浸式体验”和上海的适配度更高，在年轻群体中快速走红，并成为今年的流行趋势。

新年伊始，中国文旅行业活力四射，热度持续走高。中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)日前发布最新预测：2024年国内旅游出游人数、国内旅游收入将分别超过60亿人次和6万亿元。上海不仅是入境游客的第一站，也是国内游客体验都市游的首选目的地。越来越多游客选择上海，回归享受生活的“松弛感”旅行状态，略过热门景点，以“悦己”目标直追心头好。

瞄准一个目标，自在的同时收获不同于简单打卡的乐趣，这样的“沉浸式体验”，你中意吗？



20.34 km  
14'06" 平均配速  
03:57:34 运动耗时  
2012.03 热量消耗(kcal)

▲ 在市中心徒步游，走出一条“龙”形轨迹  
▶ 百联ZX创趣场 任天宝 摄

## 旅行消费三大新趋势

同程研究院与腾讯营销洞察日前联合发布的《中国旅行消费趋势洞察白皮书(2023年版)》显示，旅行消费的三大新趋势是自在松弛、未知惊喜、深度在地。同时，距离近、花销少、不拥挤、美食多也是游客选择旅行方式的重要参考因素。

### 放松是出游首要动机

旅行的目的是什么？这一届游客的答案有些不一样，他们更倾向于通过旅游来释放压力。为了在旅途中获得松弛感，有些人喜欢选择一家舒适的酒店直接躺平，有些人则用美食和拍照来解压。

出行要放松，预订旅行产品的过程也要简单。不需打开别的App，直接可微信支付、随时可搜索的微信小程序成为“新宠”。61%的消费者使用小程序订购住宿、交通、餐饮等，一站式搞定，轻松简便，也更加符合消费者追求松弛的调性。

### “留白”成旅行新时尚

由于放松成为重要的旅游关注因素，人们对旅行计划的安排也随之改变，不少人不再追求满满当当的行程，更在意享受旅程本身，于是说走走，任性出游。

与2019年相比，有65%的消费者不做全程的行程规划，63%的人不愿意将每天行程排满，希望有一些留白空间，来邂逅不一样的惊喜。他们喜欢听当地人的建议之后，兴起而至，兴尽而返，也喜欢探索未知的乐趣。

同程旅行平台提前7天预订机票的人群占比从2019年的68%降低到了2023年的13%，同时，52%的人更愿意到达旅游地之后再预订住宿。

### 像本地人一样体验生活

虽然有人选择“特种兵式”一天狂刷10个景点，但是对于绝大多数游客的旅游模式转变为“去有风的地方”深度体验当地生活。

研究显示，有65%的旅行者更关注“深入当地”，他们想体验当地特色交通，比如乘坐地铁、观光巴士旅游，或骑共享单车游览大街小巷；想品尝当地美食，除了当地人推荐的餐厅，烟火气十足的菜市场也成为不少人的新选择；想参与当地的活动，玩一玩民俗手工，参加一次徒步游……越来越多的消费者，希望像当地人一样去生活，深度感受这方水土的魅力，留下独家记忆。

本报记者 杨玉红

## 千里而来 带妈妈逛二次元

在各类社交平台上，“上海二次元旅游”一直是热度居高不下的搜索关键词，上海也被二次元爱好者亲切地称为“中国秋叶原”。超高的二次元社区浓度是全国二次元爱好者钟情上海的理由。

第一百货C座、静安大悦城、迪美购物中心、百联ZX创趣场……上海这些商场近几年纷纷“拥抱”二次元文化，社区氛围就此形成，特别是以南京东路—人民广场—静安大悦城—美罗城的这条路线最为人所熟知。

孙振鸣是一名高二学生，趁着寒假，他特地从山东潍坊市青州市坐飞机来到上海。在此之前，他联系了因二次元手游《明日方舟》结识的上海朋友小A，小A就向他

推荐了这条“吃谷(购买周边产品)路线”。

在南京东路上的百联ZX，“次元壁”在这里仿佛被打破，一整栋楼全都是二次元相关的业态，让人不得不感慨一句“它真的太懂二次元了”。一楼最显眼的店铺是“三月兽”，线下门店集合了大量正版手办模型及轻周边类产品，涉及《航海王》《奥特曼》《龙珠》《高达》《咒术回战》《鬼灭之刃》等众多高人IP。作为一名资深二次元爱好者，孙振鸣涉猎广泛，各类二次元动漫、游戏都是他的心头好。以往只能在网上淘“谷子(由goods商品音译而来，泛指二次元周边产品)”的他坦言，线下逛店就像老鼠掉进了米缸里，氛围感特别好。在看到《明日方舟》的冰箱贴周边后，

他果断出手买下了6款，还挑选了一款盲盒产品。

5楼的Animate也被称为二次元必逛的宝藏店铺，一个个热门IP分布在不同的展位，下午2时，店内人头攒动，多是结伴而来的二次元爱好者。“腿都要跑断了还是舍不得停下来。”初中时易致远这次是和妈妈一起来的，从沈阳到上海，相隔千里，“大老远跑来是想让妈妈感受一下自己喜欢的二次元世界”。易妈妈说，她一开始并不理解儿子，“就怕二次元耽误学习，现在在线下亲身体验，慢慢也能接受了，不沉迷的话，有个兴趣爱好也挺好的”。



## 体验练摊 “少女破产一条街”

除了二次元官方店外，“民间力量”也不容小觑。每逢周末，二次元人流就聚集在大名鼎鼎的“少女破产一条街”——迪美购物中心。嫌店里的“谷子”贵？来迪美捡漏绝对是学生党的最爱。不断有身着各式二次元服饰的小哥哥小姐姐经过，每隔三五米就能碰到几位，有的身着汉服，有的穿着洛丽塔装，

或独行，或三五成群，提着大大小小印着动漫卡通的袋子。

上周六午后，宸轩带着闲置的精灵宝可梦周边摆起了摊位，作为全球第一大IP，甫一“开业”就吸引了众多顾客。宝可梦对战卡片、皮卡丘毛绒玩偶、伊布钥匙扣，应有尽有，2小时内卖出8款“谷子”，宸轩坦言，摆摊主要是为了感受二次元氛

围，不指望赚钱，净利润就50元左右。

记者在现场目测两排摊位总计有四五十家，来自山东烟台的曲多多向记者展示着这次来迪美的收获——5个红山动物园联名周边。“上海的二次元氛围特别好，绝对是国内Top1，二次元商场很多，‘吃谷’的地方也超级多，下次还会再来的！”

## 即兴徒步 走出苏河“一条龙”

1月27日，100多名市民游客跟随专业领队参加一场特别的徒步游，走出一条“龙”形轨迹。

“都市徒步游有很多新花样，年年翻新。”春秋旗下健马体育负责人史政鑫介绍，2024年是农历龙年。“苏州河蜿蜒曲折从西向东缓缓流来，穿过外白渡桥，注入黄浦江，犹如一条龙的外形。”史政鑫介绍，他们以苏州河为龙体，设计了龙头、龙嘴、龙爪形状的线路，涉及杨浦、虹口、黄浦、静安、长宁等区的滨水空间、小马路，串起一条“龙”形路线。经过几次地图推演和多次实地测试，他们设计出了一张接

近完美的龙形图。

该徒步线路以九子公园为起点，分两条线路，第一个小组为龙头组，仅完成“龙头”部分的线路，路程约10公里，带领老人、青少年、亲子家庭徒步边“阅读”上海；徒步爱好者途经黄河路、南京西路、南苏州路、河南中路、黄浦公园、乍浦路桥等路段，在地图上走出龙形图案，全程约21公里。

“为了增强徒步游的趣味性，我们还设置了3个寻龙点，3个讲解点，带领体验者走街串巷，体验都市深度游。”史政鑫介绍，寻龙点分别是黄河路乾隆食府、虹口区九龙路幼儿园、南苏州河路朱雀学馆；讲解点

则是黄河路、黄浦公园、四行仓库，多位春秋优秀导游为体验者讲解该区域的历史风俗、海派文化、红色故事等。

市民刘思宏是第一批报名的体验者。“我是新上海人，喜欢选择徒步的方式感知这座城市的魅力。”他说，徒步线路覆盖了很多地标，包括外白渡桥、乍浦路桥等。“我经常驾车驶过，却没有在桥上停留过，这次可以带家人在这些最佳拍摄点拍几张风景照。”刘思宏说，徒步游更加自由，在行走中欣赏风景，将平时工作的疲惫一扫而光，还能认识很多新朋友，在闲聊中探讨对同一话题的不同见解。

## 为剧出发 跟着剧本去旅游

本地人吕晓亮是一名旅游管理硕士，因为热爱海派文化，多年来一直从事“海派风貌街”的挖掘整理研究工作，并在旅游平台注册了“本地向导”，向更多中外游客推广“海派文化”。

“最近，跟着剧本去旅游也成为都市游的一大热点。”吕晓亮说，电视剧《繁花》热播后，他每天需要回复几十条信息，或回复讲解预约，或咨询旅游信息。“恰逢寒假旅游旺季，亲子家庭预约单明显增多，希望带着深度‘阅读’外滩建筑群，发现更多‘繁花’之外的上海故事。”

作为本地向导，吕晓亮喜欢穿西装、

戴领结出门，展示老上海人的绅士穿搭风格。参观和平饭店，吕晓亮喜欢推荐比较独特的艺术品，比如，最推荐镇店之宝——拉利克艺术玻璃灯罩，是上世纪风行欧洲的一种特殊玻璃艺术品；一处楼梯深处有百年历史的两幅异常美丽的彩绘玻璃，一幅关于海事，一幅关于农业，也是张国荣拍《风月》时飞奔而下的那幕取景点。为亲子家庭做向导时，他还会特别讲解蒋英和钱学森在上海和平饭店举行婚礼的片段。

“影视剧对于游客特别是年轻游客的影响力越来越大，跟着影视剧去旅行、打卡已经成为当代年轻人的旅行新方

式。”吕晓亮说，越来越多的人倾向于像影视剧中一样去体验、感受旅行生活，在旅行中放松自己，获得生活灵感。逛完和平饭店，他会带游客去附近的东海咖啡馆喝下午茶，带领游客体验最有特色的本地人生活。

在吕晓亮看来，热门影视作品能为旅游目的地“种草”，要真正实现影视和旅游的双向奔赴，关键还要提升旅游产品的策划能力。在不影响酒店等场所正常营业、居民日常生活的前提下，推出一些定制游产品将影视作品里的取景地巧妙地串点成线，推出新鲜有趣的线路、玩法，让来体验的人乐在其中。



黄河路乾隆食府