

红餐厅。整个店是从崖边突出一块的设计，看似悬浮于悬崖边，下方就是海滩。走进室内便可透过窗子看到一望无际的碧蓝色海景，整座餐厅仿佛漂浮于海面一样，“餐厅里都是自驾来的本地人，因为不是饭点，店里空位还不少，真的超级出片的”。

“一次暑假，一次长假，除了在一些非常出名的景点，游客都不多，完全没有人挤人的感觉。”在张晓静看来，日本人或许不懂中国人对“僻静”的执念，“但对于习惯在人山人海中挣扎的我们来说，在长假还能找到一片人烟稀少，但好吃好玩的净土比什么都重要”。

至于攻略，张晓静更表示大可不必担心，“这些年，社交媒体上的路线分享特别多，除了可以直接拿来抄作业，也可以综合多条路线选择适合自己的。此外，订酒店的App也很多，每次出游前也可以多订几家以做免费取消的备选”。

## 把钱花在不不一样的地方

还有一个最大的不同，张晓静表示，就是不再盲目“扫货”了，购物主打一个“顺便”，“以前基本都会花上至少两个整天买买买，日本药妆店就像是有什么魔力一样，即使自己用不到也会买

上一大堆。我还真的从日本背回过日版的电饭锅，因为要用变压器，早就在家里的角落吃灰了”。

不过，这并不意味着中国游客在日本花的钱少了。数据显示，他们的消费金额依然很高，只是花在了不一样的地方。

1983年出生的上海人汤蕊（化名）在接受《新民周刊》采访时表示，大概从两三年前开始，自己每次去日本主要就干一件事——做医美。

“在国内，我大概是从2018年开始就会定期做一些项目，主要是线雕这种面部提拉的项目。”汤蕊告诉记者，后来有朋友在日本定居，在其推荐下开始了赴日医美之旅，“一开始，医生会建议你两三个月就要去做一次，现在基本保持在半年一次。和国内做的差不多，还是线雕、童颜针等让自己保持年轻状态的项目，也会做一些营养点滴，通过注射特定成分来提升肌肤状态”。

下图：日本每个地方都有自己的特色酒，叫“地酒”。赴日旅游，品地酒、尝美食，同样是一种不错的尝试。



说到医美，很多人都会想到韩国。但在汤蕊看来，韩国医美行业过于发达后，每年被爆出的乱象也不少，“身边也没有朋友推荐，单靠自己很怕会找到那种‘流水线’的机构。更关键的是，我自己感觉韩国的技术比较激进，网上很多人说做完会很痛，恢复也慢”。

但在日本，虽然价格略高于韩国，但整体还是比国内便宜。

“日本医美注重自然无痕，技术非常细腻，原生感做得特别好，微调的同时还保持了自己的特色。我去的银座的那家机构听说很多明星也会去。”汤蕊进一步介绍，而且日本医美在安全性方面也比较有保障，很少做营销，套路也少，“都是‘客制化’的服务，更注重自己的审美，可以有多种不同的组合来满足你的需求”。

汤蕊说，做完后的当天就可以正常出门了。而她也不再像过去那样，几乎泡在商场和奢侈品店内，而是会提前预订当地一些有名的高级餐厅，吃一顿正宗的Omakase（板前料理）或怀石料理，又或者找个日式的温泉酒店，轻松惬意地享受几天静谧时光。

“当然，如果是带女儿去过暑假，那东京迪士尼就是必去之地。”

可以说，这种“花钱买体验”的消费方式，已经逐步取代了过去的“花钱买商品”。而且，年