

年轻人热衷“奔县”游，这波“富贵”怎么接

成为旅游目的地新宠的县城如何保持“原汁原味”，是道绕不过的必答题

“充满生活气与人情味，性价比高，小而美的景点，具备极强体验感。”正在走遍山东136个区县的自媒体博主姜航宁这样描述县城旅游的魅力。近两年，小县城开始接棒大都市，成为旅游目的地新宠。据《全国县域旅游发展研究报告2024》，全国县域旅游综合实力百强县2023年平均实现旅游总收入164亿元，平均接待游客总人数为1563.85万人次，同比分别增加了27.72%、21.13%。县域旅游，如何在“大火”中保留“原汁原味”？



姜航宁从事旅游行业9年，近两年的工作重心逐渐转移到县域旅游。受访者供图

胡玲玲 郭辰昊 报道

昔日“低调”县城 逆袭正在进行

董永恒以前从未想过，他儿时的足球梦会因贵州“村超”得以延续。从“卷粉王”到“射手王”，董永恒的身份转换仅用了一年。

2022年，董永恒在榕江县举行的美食比赛中获得“卷粉王”称号。一年后，他白天依旧穿着围裙，选材、备料、做卷粉。晚上，在家乡父老的见证下，董永恒奔赴“村超”现场，拼抢、射门，化身绿茵场上的“射手王”。今年，他考取足球教练证，把卷粉店交给姑妈打理，只因心心念念的足球训练营终于变为现实。

其实，不止于个人，榕江这座县城得益于文旅发展，也在发生着翻天覆地的变化。榕江县在贵州省属于比较贫困的地区，经济主要依靠农林业。2022年，榕江县GDP为92.98亿元，只有省会贵阳的1.89%。榕江县文旅局的监测数据显示，在“村超”等赛事的带动下，近一年，榕江县接待游客超760万人次，这一数字是榕江常住人口人口的20倍，旅游综合收入超过84亿元。

今年国庆假期，国内出游7.65亿人次，“奔县旅游”升温明显。根据携程发布的《2024年国庆旅游消费报告》，县域旅游日均订单同比增长40%，增速最高的前10个县域目的地，包括山西临汾隰县等，同比增速均超过4倍。

接棒大都市 县域旅游因何火热

城市出圈的故事频繁占据大众视野，但主角从大城市逐渐转移到小县城。“小城故事多”，处于城市和乡村过渡地带的县城，有着属于自己的生长脉络，也是许多人魂牵梦萦的“心事”。

“充满生活气与人情味，各方面性价比高，拥有小而美的景点，同时具备极强体验感。”正在走遍山东136个区县的自媒体博主姜航宁这样描述县域旅游的魅力。近两年，她明显感觉到，人们每天的生活像开了倍速，向她询问小众景点的人越来越多。告别“人从

众”，找一个慢节奏的目的地成为游客首选。

县，是中国最古老的行政单元，在那里长大的人们，如今渴望再次拥抱故乡。无论是餐饮还是住宿，县城游都有着极高性价比。花上10元，不仅能吃饱，还能吃得好，体验海景房也可以在200元内搞定。林沛颖在深圳的一家游戏公司从事市场研究工作，她喜欢在周末去广东和福建的县城深度旅游，她感受到，部分县城建设已经不输城市，但物价还要便宜很多。门票方面也能节省大笔支出，游人可以免费参观大多数景点。

过度开发和千篇一律的商业化，让一些景点沦为围绕游客打造的“楚门世界”。县城的景点不靠同质化的“炫技”，主打“朴实无华”和“细水长流”。姜航宁会认真阅读视频的每一条评论，“大家很惊讶的一点是，视频中出现的美食、景点，或是文化，本地人有时也不知道，县域旅游离不开对当地文化的深入挖掘。”

“山沟里的文物远离战争炮火，保存相对完整。”Ringo是古建筑爱好者，在他看来，地处城市中的古建像是将一盆植物景观置身于钢筋混凝土中，县城的古建则深深扎根于原汁原味的乡土里，历经百年乃至千年，依然维持着其原有的功能，周边的村民不时前往祭拜，游客在这里也能够目睹古建筑最初的使用场景，品味古建对于乡民的意义。

游客奔赴县城，深入地理版图上的“毛细血管”，离不开交通的支撑。光明网在谈及县域旅游崛起时提到，高铁已经把九百六十万平方公里“缩小”到几个小时以内，以省级行政区为单位，完整实现“县县通高速”的比例也达到了三分之二以上。林沛颖向记者表示，她优先选定能在两三个小时内到达的高铁站，再以此为中心，规划行程。“很多人还有误解，觉得交通不便去乡镇旅游的阻力，必须得自驾或者跟团，从我的经验来看，其实下了高铁，叫上网约车就能玩得很好。”

想要接住“泼天富贵” 还得先行修炼内功

部分以农、工业为支柱，面临着产业升级转型的县城，亟

需一套文旅叙事连接过去、现在与未来。看到一轮又一轮由短视频引爆的旅游目的地迎来“泼天富贵”，不少人自告奋勇安利家乡，还喊话文旅局“抄作业”“亮家底”，“整活”式比拼，人们津津乐道下一个流量宠儿会是哪里。

“成熟的文旅目的地需要具备三个条件：特色IP或吸引力，一站式的文旅消费配套，优质的公共服务体系”，中国社会科学院旅游研究中心特约研究员王笑宇告诉齐鲁晚报记者，如果没有过硬的产品和服务打牢基础，单纯的营销推广甚至会导致负面效果，“可能还没接到流量，就先收到了差评。”

济南大学文化和旅游学院讲师孙竞认为，县域旅游的魅力在于独特的资源和良好的体验，在此基础上注重宣传推广，相信就会迎来高光时刻，而这种自信的建立需要落实在强化内功上，流量来也匆匆，去也匆匆，不能为流量所困。

许多人担心，县城“火起来”之后，为了“火下去”，会丢失其原有的特色，成为千篇一律的商业化古城。复旦大学旅游学系教授、博士生导师沈涵表示，想要让县城保持“原汁原味”，关键在于平衡好经济发展与传承之间的关系，加强对历史遗迹及非物质文化遗产的研究与保护工作；鼓励当地居民参与到旅游活动中，让他们成为自己故事的讲述者，增强公众对本土文化的认识与自豪感；对于新进入市场的商家设定高标准，确保其符合整体定位。

“‘村超’为什么能火？除了足球，文化吸引、赛事体验、旅游消费的融合模式是关键，例如，背后的特色侗族民族文化、足球联赛参与及旅游配套。”王笑宇还强调了“主客共享”的关键性，国际上有案例证明，如果因发展旅游业，挤占到本地人的生存空间，导致原住民搬离，社区文化被破坏，这样的做法就不可持续。县域旅游的发展需要本地居民、社区、在地政府和外来开发、运营团队共同参与，保留在地特色的同时拥抱新生事物、持续创新。



不再提前好久费力搜索各类旅游攻略，而是在途中发布一条“听劝”帖，根据网友们提供的吃喝玩乐行各种相关信息计划一段旅程……近段时间来，诸如此类的“听劝式”出游正悄然流行。从“照搬现有攻略”到“听网友劝”，年轻人何以“开发”出这一旅行新模式？

王贝艺 济南报道

“听劝式旅游” 追求更深入的体验

“11月底去济南玩，我贼听劝！”10月16日，网友“大熊超甜”在社交平台发帖，“不要广告，不要网红店，求本地人给意见！好吃、好玩、好拍的都可以！”没过多久，不少网友便纷纷跟帖留言：“经六路有家苍蝇馆子，开了十好几年了，建议去尝尝”“芙蓉街有家小吃非常美味”“经三路老商埠值得一去”……就这样，在一众网友的“安利”中，“大熊超甜”开启了济南之旅。

实际上这也并非个例。“10月中旬要去济南，听劝”“这周日凌晨四点到济南，有什么推荐吗”……近段时间来，旅游主打“听劝”的博主不在少数。他们通过社交平台发帖，求助旅游目的地的“本地人”或者是“过来人”，从而避开广告、引流的信息以及易“踩雷”的网红目的地，由此带动起一股“听劝式”旅游潮流。

除了未雨绸缪、提早做准备的游客，也不乏旅游“特种兵”极限向网友“求”攻略：“还有4小时到济南，听劝”“刚到济南，准备来个2日游，朋友们给点意见”……

这股“听劝”的风潮也从网络蔓延至线下，从“听劝”演变为“打听”。“走一路，问了一路。”回想起国庆假期的南昌之行，在济南工作的某源（化名）表示，自己并没有提前特意做攻略，无论是出租车司机还是街边小店的老板，都是她临时做“攻略”的对象。

“‘听劝式’旅游，可以看做是不以现成的旅游攻略为‘基准’，边打听边做计划的旅行方式。”济南大学文化和旅游学院讲师孙竞认为，游客不受攻略的束缚，吃喝玩乐全靠当地人推荐，“这是一种追求更深入旅行体验的游玩方式”。

获得最真实的感受 避雷“网红”店

“这也不是我第一次‘听劝’了。”今年以来，“大熊超甜”已经“听劝”地游玩了青岛、喀什、西安等地，“体验感还不错。

与采用现成的攻略相比，“听劝”帖可以帮助我获得更加真实的信息，感受城市最真实的面貌。”“大熊超甜”说。

还在读大学的新一（化名）决定利用周末来济南2日游，她提前一周在社交平台发布了求助帖，“面对一个陌生城市，想要更快地了解其特点，通过互联网求助是比较好的方法。但与此同时，信息也变得鱼龙混杂，有些帖子看似是攻略，实则是广告，暗含许多‘雷’。”新一说。

“大数据的确很‘懂’你，但也给很多借社交平台传播、水分较高的广告、引流帖以可乘之机。”孙竞说，很多网红小店、必打卡地、必去景点通过滤镜“加持”，在网络中呈现出来的效果与实际情况大相径庭，不仅破坏游客旅游体验，也让许多人在面对现成的经验帖时多了不少顾虑与怀疑。

“相比于网图，本地人或者‘过来人’推荐的饭馆、景点都是他们体验之后觉得不错的地方。”旅行中，某源在几位本地人的推荐下去了南昌的几个“苍蝇馆子”，“发现真的很不错，物美价廉，比网上铺天盖地宣传的‘网红’店要好很多”。

理性“听劝” 做出专属攻略

“有意避开‘网红’、热门，表现出当下旅游者不受大数据‘束缚’，对独特经历和个人感受的重视，同时也反映了当前旅游市场的碎片化和高度的个性化。”同时，孙竞也表示，“旅游者在‘听劝’时，也要擦亮双眼，根据个人的情况采取建议，甄别各类信息，保持理性。”

“其实在发布‘听劝’帖之前，我自己先做了一遍攻略。”新一觉得，借鉴现有的攻略出游和“听劝式”旅游二者可以有效结合，“网上的攻略基本涵盖各种知名景点的玩法，同时通过‘听劝’帖‘避雷’，再根据自己的行程做出专属自己的攻略，这样一来体验感就很独特。”

每趟旅行下来，“大熊超甜”便会根据网友的“安利”以及个人喜好整理出一份旅行攻略，久而久之她也成为一名小有流量的旅行博主，“听劝帖”也变成了旅游攻略，“哪里好吃、好玩，哪里需要‘避雷’，一切都‘明明白白’”。

从照搬现有攻略到向网友求助避雷

走一路问一路，「听劝式旅游」悄然流行