



### 03 市场

#### 3小时108元,City Walk在长沙走红

西园北里历史陈列馆city Walk路线,3小时收费108元……最近,长沙“GO哪儿社群”发布了一条City Walk付费线路。“包含专业领队讲解费,不超过12人精品小团游,赶紧上车!”消息一发,负责人肖依依赶忙在微信群补充关键信息,希望吸引更多游客、爱折腾的长沙老口子报名。

今年夏天,一场场与“城市漫游”有关的探索类活动,在小红书、微信小程序、微博等社交平台走红。在“粗门”微信小程序中,“City Walk长沙”俱乐部仅8月就发起了三场以摄影、看江边日落为主题的社群活动,最多的一次有24人参与;“灿哥徒步”微信群发起的8月27日岳麓山徒步活动,8月25日便有超50名群友接龙参与。

“岳麓山原来有这么多走法,还是要多跟年轻人一块儿出去玩。”上周六,有十余年登山、徒步经验的长沙市民吴先生在女儿的带领下,参加了一次岳麓山“心形线”徒步,女儿教他打开运动软件上的轨迹记录模式、同行人分享饮用水的方式,让他对徒步、对岳麓山有了全新的认识,“有些小路和风景是以前从未注意到的,下次可以喊上弟兄们一块儿来玩玩。”

“岳麓山徒步是非盈利性质的,9.9元有一瓶饮用水,还得提前给群友买人身意外保险。”岳麓山“心形线”徒步发起人龙哥提到,“心形线”是长沙徒步爱好者研究并免费分享的线路之一,尔后又开发出枫叶线、中国地图线、北极熊线等线路,“心形线”是耗时最长、路程最远、爬升难度最大的一条线路,不太建议新手体验。

City Walk有多火?《2023小红书City Walk趋势报告》提到,今年上半年,平台City Walk检索量同比增长超30倍。巨量引擎城市研究院发布的数据显示,2023年5月至6月,抖音上“City Walk”类视频量增速同比增长2636%,远超水上乐园116%、游乐园24%,成为游玩类增速最快的栏目之一。

刚刚过去的这个暑期,深入城市肌理、探索城市脉搏的City Walk成为年轻人钟爱的旅行形式之一。数据研究型媒体DT财经发布的《2023旅游调研报告》提到,82%受访者有意城市漫步,在走街串巷中了解城市的发展与变迁、历史与文化;《2023小红书City Walk趋势报告》显示,今年上半年,平台City Walk检索量同比增长超30倍,“City Walk+长沙”相关笔记成为爆款,被成千上万的网友收藏。

强调从容、休闲、慢节奏的City Walk,早已被有心人嗅到商机。在小红书、微信小程序“取伙”以及微博上,长沙热门City Walk路线被做成了69.9元、108元一日游的付费项目,网红打卡地铺面租金持续上涨……

■三湘都市报全媒体记者 黄亚苹 通讯员 郭丁瑞 彭雅清

## 旅行新玩法,“慢生活”酿商机 付费“遛弯”、热门线路商铺抢手,City Walk背后的生意经



慢下来感受城市烟火气,长沙市开福区丰盈里成为新晋网红打卡地。 刘丰 摄

#### 座位需预约,热门打卡地“一铺难求”

“生意确实好,有点忙不过来了。”8月24日下午,长沙市开福区永兴街,一家精品咖啡店创始人易先生忙着向进店客人介绍咖啡豆及烘焙方式,口袋里的手机一刻不停地响着。三湘都市报记者注意到,即便是在工作日的下午,可供六人围坐的吧台位已全部坐满。

常常约上三五好友到这休闲的胡小姐提到,这家闹中取静的咖啡馆,哪怕到晚上9点、10点也经常是满座状态,“过年之前,这里还挺适合办公的,这一块儿成了网红打卡地之后,嘈杂了很多,吧台的位置甚至需要提前预约。”

三湘都市报记者走访了解到,City Walk走红背后,热门线路上的沿街底层商铺租金应声上涨。“过完年到现在,来找铺子的人比疫情前都多。”长沙潮宗街附近的一名房车中介表示,共悦城市公园、北正街的改造,让很多老巷焕然一新,“房东不愁租,相比前两年,部分商铺价格还在往上涨。”

此后,记者又以创业者身份咨询长沙西园北里、文庙坪、麓山南路等地临街铺面租赁情况,几名房产中介都给出类似回答:“好铺子都是抢着要,容不得一点犹豫。”

不过,新店频开也引发了一些质疑。住在长沙麓山南路的陈小姐称:“游客真的需要这么多咖啡店和外地小吃吗?有的店只在开业大促时有人排队,有些铺面一年就换了两三个品牌。”陈小姐提到,热衷创业的年轻人会首先在市中心、聚集街区寻找机会,“加盟入行门槛低的奶茶店、咖啡店似乎很容易,是不是忽略了高昂的转让费和换手率呢?”

花上百元只为遛弯? City Walk如何持续?

三湘都市报记者了解到,长沙本地的City Walk大多是自发组织,没有形成商业规模和体系。有网友质疑,City Walk“形式大于内涵”,且不论自发组建的导赏团专业程度如何,“网络一线牵”背后也存在“被坑”的隐患,“披个马甲的‘遛弯’,收费却贵得离谱。”

龙哥认为,免费景点如岳麓山、乌山组团收取少量的活动经费,是出于害怕参与者临时爽约、提升组织方参与感两方面考虑,“发起人希望有良好的社群运营氛围,参与者也想‘花最少的钱,获得最大的快乐’,收费是一种互惠互利的行为。”

“从大理喜洲到新疆喀什、西藏拉萨再到长沙,团队已相继开发4个城市的City Walk线路。这种类似一日游、半日游的旅行产品线路,首先在上海、北京火起来,2023年进入长沙,成为一种新的消费模式。”肖依依认为,City Walk绝不是带着一帮人遛遛弯、拍拍照、打打卡,而是融入城市底蕴和市井生活,“一次付费行为,我们希望顾客绝不仅仅只感受到吃喝玩乐。”

肖依依坦言,City Walk单次收费较高,也取决于带团老师的文化底蕴,单靠City Walk这一条产品线养活一个团队或一个组织非常困难,“我们更偏向于将City Walk插在旅游产品3日游、4日游路线中,成为其中一个环节。从游客反馈来看,如果旅行途中‘顺便’去看看人文风光,他大概率是愿意的。”

“整个行业,在未来应该做更多延伸。如,与当地文艺机构、博物馆或艺术馆等开展异业合作,探索城市新玩法;或与城市联动,开展跨城市的旅行活动,进一步实现City Walk价值,探索盈利的可能性。”长沙首个City Walk组织“久贰Studio”主人肖萧在接受媒体采访时表示,从市场的发展趋势来看,这种半天或一天的旅行方式,可以丰富城市居民的周末生活,会被越来越多的人接受和喜欢。

有专家认为,城市无疑是City Walk的核心,眼下火热的路线图大多以围绕城市老城区、体验文化与城市风情为主。以长沙较受欢迎的“西园北里—潮宗街—都正街”为例,就兼具人文景观、名胜古迹游览等内容,这更考验城市对自然资源、人文资源的保护利用能力。



CHANG SHA

