

美好瞬間流量萬千 觀光5分鐘剪片兩小時

「出片遊」紅火 為了拍照忘了體驗？

焦點追蹤

正值內地國慶假期，在熱門的旅遊景區裏，人們常常看到這樣的場景：一對情侶站在風景如畫的湖邊，卻在忙着調整角度、擺好姿勢，只為拍出一張能收穫無數點讚的「人生照片」；一家人來到歷史悠久的古蹟前，便開始輪流合影打卡，直到回程車上才發覺，古蹟的名字和歷史幾乎沒留下什麼印象……伴隨着重出片、輕體驗、輕消費，對某些遊客來說，旅行逐漸變成了「鏡頭裏的狂歡」。

對此，有遊客也提出了反思：遊覽5分鐘P圖剪片2小時的「出片式旅遊」並非不可取，關鍵是要從單純打卡轉向有價值有收穫，讓「出片」成為遊客了解文化、傳承文明的紐帶。



大公報記者 丁春麗

如今在一些「打卡聖地」，人們經常可以見到這樣的現象：遊客只是忙於尋找可拍攝點，拍完之後立刻離開，並沒有更多的體驗；甚至是明明身處現場，卻不在意眼前的美景，而只是忙着修圖上傳到社交平台。

「網上形容出片遊『遊覽5分鐘、拍照3小時、P圖2小時』真的一點也不誇張，我最多一次出片是在上海迪士尼，一天拍了1000多張照片。」26歲的琪琪笑着說，這屬於正常的「出片遊」經歷，迪士尼所有能打卡出片的地方基本都沒錯過。

琪琪表示，「出片」已經成為一種普遍的現象，每次出行她都會做一個非常詳細的旅遊計劃，搜集景點信息、打卡點位、線路、出行工具、住宿酒店、美食地圖……尤其會在每個打卡點位做精心的安排。

排隊3個小時只為了等一個出片位置，在西雙版納的出片經歷讓羅鑫印象深刻，而這也是她排隊最長的一次，最後多虧攝影師替她排隊才成功站上出片位。

「能否出片」成規劃旅遊標準

「能否出片」逐漸取代「是否好玩」，成為年輕人規劃旅行的首要標準。這場從「體驗優先」到「影像優先」的轉變，是社交需求的直觀體現。

在李曉涵（化名）看來，羅鑫和琪琪的「出片遊」有點「佛系」，她曾經一天在南京打卡12個出片點，暴走3萬步，腳底都磨出了水泡。而她也毫不掩飾自己出片的一個重要目的：獲取流量。李曉涵社交平台的粉絲只有6000多人，她亟需靠出片吸引更多的粉絲，特種兵式的「出片遊」幾乎成為常態。

「我其實有點被流量『裹挾了』，每次出遊更像是一次出片KPI考核。」李曉涵坦言，這的確讓她很疲憊，出片時僅考慮拍攝角度、出片效果，根本來不及仔細欣賞身邊的美景。在期待了那麼久的先鋒書店，也

僅是留下了一張打卡照，像極了「到此一遊」。

當注意力完全被拍照佔據，真實的體驗感便悄悄流失了。眼睛緊緊盯着小小的屏幕，卻忽略了眼前廣闊風景帶來的震撼；忙着調整姿勢和濾鏡，就錯過了微風拂過臉頰的溫柔，或是當地小吃剛出爐時那陣誘人的香氣。旅行的意義，終究在於那些無法完全被鏡頭捕捉的體驗。

旅行意義藏在鏡頭外

這個國慶假期，濟南的劉女士帶着11歲的兒子自駕湖北黃州，一家三口計劃感受一下蘇軾生活過的城市。出發前，劉女士做了非常詳盡的旅遊攻略，提前帶家人觀看了相關的紀錄片，路上還給孩子做了很多的「科普」。

除了陪兒子騎共享單車，穿行在黃州的大街小巷，在景區活動中，劉女士還主動走上舞台朗誦詩歌，她希望用行動帶動內向的兒子勇敢做事。「旅行中當然渴望出片，但要時刻自省，不能捨本逐末。」劉女士認為，雖然黃州旅行沒有留下幾張照片，兒子在旅行中也沒背過幾首詩，但一家人體驗了不同的城市、不同的風景和文化，這些經歷都會成為共同的美好回憶，這就是旅行最大的收穫和意義。



▲國慶假期，濟南的劉女士帶着11歲的兒子自駕湖北黃州，體驗了不同城市的風景和文化。受訪者供圖



▲10月3日晚，市民和遊客在天津海河解放橋畔打卡遊玩，合影留念。

中新社

網民心聲

努小熊：旅行出片不可怕，自己去發現美，拍下照片很正常。那種跟風打卡熱門地點、機位，模板式的狂拍，甚至為了「出片」不守規則的，才是最可怕。

哇啦啦：有一次特地為了找網紅機位，走了很遠到一個小巷子裏，其實肉眼觀看特別普通，全靠後期，還被其他遊客以「影響她拍個人照」驅趕了，從此對網紅機位祛魅。

number：我喜歡拍，但不是非要出片，都是隨手拍，有好看的就發，沒好看的就發風景美食。我感覺出去旅遊，體驗感比出片更重要。

長崎尤淺靜：我是會記錄狀態的，因為人久了會忘記，但不會為了打卡而打卡，但是會記錄當下自己覺得美的瞬間。

巧克力兔兔：在旅行中拍好看的照片，是我旅行中不可缺少的一部分。就和到每一個城市必須citywalk，必須吃美食，共同組成我的旅行。



社交認同催生「重出片輕體驗」現象

背後成因

「毛坯的人生，光鮮亮麗的朋友圈。」琪琪笑着說，用這句話形容她的「出片遊」特別貼切。她向記者坦言，這種方式讓自己被更多人「看見」，看到一個個點讚會很开心，這個持續開心的過程令她非常享受。

李曉涵在濟南拍攝的一組打卡照片，在社交媒體上播放量突破了6萬，看到很多粉絲留言要來濟南打卡，看到照片被誇好看，她充滿了信心和力量，又在籌劃去新的城市打卡、出片。李曉涵表示，她有意成為一名社交媒體創作者。

在山東女子學院旅遊學院教授李希香看來，「出片遊」是大眾旅遊時代旅遊消費需求日趨多元化、注重個性化體驗和審美追求的集中體現。隨着社交媒體的普及，越來越多的遊客在旅行中追求「出片」體驗，滿足了身份建構與自我表達的需求。同時，通過「出片遊」之後的分享、點讚、評論等行為，滿足社會歸屬感的需求，實現虛擬社群中的價值認同。

李希香告訴記者，「重出片輕體驗」與社交媒體的算法推薦機制、現代人的身份焦慮有關。社交媒體時代，平台展示的往往是經過精心修飾的「高顏值」內容，容易引發人們的比較心理和身份焦慮。受此驅動，遊客更傾向於為具備傳播屬性的「出片遊」買單。在急於分享和傳播或追求流量激勵的情境下，「重出片輕體驗」的現象由此出現。

中▶濟南起鳳橋頭，雨
打龍的人排起了長
丁春麗記者
春麗攝



放下取景框 用心感受世界的真實

記者手記

大雨裏，濟南起鳳橋僅有兩三米長的欄杆上，依偎着四五位身裝古裝的女孩。雖然雨水打濕了頭髮，弄花了妝容，她們還是在攝影師的指揮下，擺好姿勢，露出燦爛的笑容。回頭望去，風雨中還站着十幾位撐着傘的姑娘。

這是國慶節期間記者在濟南看到的一幕。舉起手機，記者也趕緊拍攝了一張可供分享的照片，備註了文字：大雨中也要出片的女人。那一刻，記者彷彿也是為「出片」而來，忽略了起鳳橋幾百年的歷史，更未來得及瞧一眼橋下的曲水流觴。

不由的想起今年國慶節當日，在泰山「五嶽獨尊」石刻旁排隊的長龍。站定、合影、走開，前後三十秒，「流水線」拍照。記者默默地看着，排隊的遊客像走馬燈一樣，他們都會「來過」。這一刻，他們是否記得問問自己「我感受到了什麼？」

當泰山的一枚朝陽在手機取景框裏跳躍而出，記者選擇了收起手機，站在日觀峰眺望。

霞光滿天，雲海湧動，有風，有鳥鳴，有歌聲，還有一份心底湧動的溫暖。那一刻彷彿明白了，取景框「框」住了視線，這些無法被鏡頭收納的、細碎的真實，才是旅行的血肉。它不需要濾鏡的修飾，不需要文字的說明，只

靜靜地鑄刻在記憶的深處。

在起鳳橋頭，那些古裝女孩們燦爛笑容的背後，是被雨水和日程驅趕的匆忙；在泰山石刻前，那些匆匆留影的遊客，收穫的或許只是一個位置的證明。我們的「出片」，某種程度上是為了在虛擬社群中鑄定一個唯美的身份符號，卻忘記了旅行本該是一場回歸本真的修行。

《莊子》云：「天地有大美而不言」。這份大美，需要我們放下鏡頭，用全部的感官去感受。旅行的意義，從來不在那張精心構圖的照片裏，而藏在鏡頭之外，那個真實的世界裏。

大公報記者丁春麗

▶10月1日，在浙江省金華市非遺館，浙江婺劇藝術研究院演員為遊客表演提線木偶戲《鍾馗醉酒》。



讓「出片」成為文化傳播載體

「我們理解的「出片」不應該是淺薄的，而是引導遊客發現美、記錄美，進而理解美背後的文化。」山東紅葉栎岩旅遊發展有限公司總經理李鵬認為，拍照打卡與深度體驗並非對立關係，景區可以通過精心設計，將淺層的拍照需求轉化為深度的文化探索，讓遊客的淄博之旅不再僅僅是「燒烤香」，而是更沉浸的「文化遊」。比如，紅葉栎岩旅遊景區引入淄博籍小說家蒲松齡先生的《聊齋志

異》、推出開心麻花《奇幻聊齋》演出，用旅遊「復現」歷史，用文化「激活」山水。

「出片遊」激發公眾出行意願

山東財經大學旅遊管理系副教授張彥表示，「出片遊」也展現出其積極價值，通過強烈的視覺吸引力，有效激發了公眾的出行意願。同時，它還以一種更易接受的方式搭建了公眾與傳統文化之間的橋樑。張彥建議借鑒故宮「尋找神獸」模式，創造沉浸式深度體驗的「出片」場景，使文化體驗從視覺消費昇華為精神共鳴，讓「出片」成為文化傳播的載體。

山東女子學院旅遊學院教授李希香也向記者表示，「重出片輕體驗」情境下，歷史古蹟淪為一個僅供消費的「景觀」和「文化符號」，遊客與歷史古蹟的互動停留在淺表化和空殼化層面，無法深層次領略其文化內涵和價值底蘊。從長遠來看，這不利於集體記憶和文化傳承。而對於許多年輕人而言，「出片」是他們接觸歷史文化最初的、最友好的入口和契機。李希香還建議，引導他們主動去了解相關的服飾、建築、歷史背景，從而由「視覺驅動」轉向「興趣驅動」，最終走向深度探索。