海南环岛旅游公路万宁段。
赖明宇摄（中经视觉）

游客在万宁冲浪。
赖明宇摄（中经视觉）

迈入3.0体旅时代

本报记者 王 伟

“去做风吧，做不被定义的风。”万宁旅游公路上，人们御风骑行。置身山海间，美丽的滨海风光让人如痴如醉。

近年来，随着海南自贸港“零关税”、低税率等政策红利逐渐释放，海南省体育产业投资效应不断聚集，万宁作为新型旅游目的地，体旅消费正快速增长。

万宁市历史悠久，有着深厚的文化底蕴与独特的风土人情。绵延109公里的海岸线上分布着山钦湾、石梅湾、日月湾等10多个海湾，海面上坐落着大洲岛、加井岛、神州半岛等7个岛屿和半岛，还有2个独特的内海。海洋、海岛、海岸线、海湾、环岛风景道等共同构成了滨海一线得天独厚的旅游资源，为海上冲浪、桨板和骑行等体育旅游项目提供了优质空间。

“如果说旅游的1.0时代指观光型旅游，2.0时代是体验型、度假型旅游，经过几年努力，万宁目前已进入打造技能型、有黏性的3.0体旅时代。”万宁市旅游和文化广电体育局局长姚旺说。

“冲浪运动”热度升

近年来，万宁市以“冲浪运动”为主打特色，积极开展玩海、徒步、低空飞行等全民参与的“海陆空”新潮业态，设置有关运动证件考取项目，提高旅游黏性，吸引了许多喜爱冲浪等水上运动的年轻人来万宁游玩。

“我和朋友做足了功课才来日月湾练习冲浪。”穿着冲浪服，涂着彩色防晒泥，抱着蓝色冲浪板的游客梁冰说，因为靠近外海，日月湾年均海水温度为26.5℃，即使在冬季冲浪也不会太冷，每年10月份到次年3月份都是冲浪的绝佳时间。

日月湾位于海南省万宁市礼纪镇，是世界上拥有高质量定点浪型和沙滩浪型的海域之一，这里阳光充足，水质清澈，水温适宜，海浪绵长且有力。冬季是日月湾的最佳冲浪季节，这个时候起浪频率高，大浪高达4米，吸引世界各地的冲浪爱好者到此“浪尖起舞”。

据统计，来万宁旅游的游客中八成以上是自驾游，年龄在20岁至35岁之间。不久前，一位网络博主发帖说“自由、青春、热烈，是我在万宁这半个月的关键词，这里的旅游氛围太适合年轻人了”。打开抖音、快手、微博等社交软件可以看到海量的万宁“玩法”，比起旅游城市的快节奏，这里更适合慢节奏的深度游玩。

正是这些创意玩法，让万宁热度迅速攀升，日月湾、石梅湾、神州半岛等旅游区自驾游车辆排起长龙。今年前三季度，万宁累计接待游客总数642.64万人次，同比增长50.17%，实现旅游总收入53.78亿元，旅游市场消费活力显著。

挖掘新业态旅游资源，培育中国滨海体育旅游高地。从前，万宁因兴隆热带植物园等为世人所知；如今，随着年轻游客成为旅游主力，体验露营、冲浪、潜水、帆船、游艇等多元化场景的旅游方式，成为今年万宁旅游新的增长点。人气暴涨的同时，也带火了住宿餐饮等各类场所，实现了二次消费。

“在培育新兴产品业态方面，我们不断丰富旅游产品供给，精心打造东山羊、兴隆咖啡、体育装备、潮玩音乐等产品，举办了多项涵盖冲浪、垂钓、沙滩运动等新业态板块的省级和国家级大型体育赛事。”姚旺说。

跑出赛事“加速度”

ISA世界长板冲浪锦标赛、ISA世界桨板冲浪锦标赛、WSL世界挑战者系列赛……各种世界级冲浪赛事在万宁不断开赛。自2010年起，万宁依托自身独特的冲浪条件和资源，成功举办了12届国际冲浪比赛。全国冲浪锦标赛、全国冲浪冠军赛、全国青少年冲浪锦标赛等国内顶级赛事也在此举办，累计吸引来自40多个国家和地区的3000余名顶尖运动员参加。这些赛事有力提升了万宁体育旅游目的地品牌知名度，树立了万宁新形象。

目前，冲浪国家队与7支全国专业级省市冲浪队伍常驻日月湾训练。在品牌赛事带动下，日月湾冲浪产业蓬勃发展，由此带动周边的田新村群众收入大幅增长，构建了以冲浪俱乐部、民宿、餐饮为主的冲浪配套产业共建模式。时至今日，田新村返乡就业村民超百人，带动本村村民就近就业420余人。

“一中心+三基地”顺利布局。今年前三季度，在石梅湾旅游度假区获评国家体育旅游示范基地、国家潜水南方训练基地落地石梅湾、国家摩托艇南方训练基地落地神州半岛的基础上，万宁（神州半岛第一湾、日月湾、石梅湾）成功入选首批国家水上（海上）国民休闲运动中心试点单位，王府井免税港、艾美酒店获评省级文明旅游示范单位。万宁正走出一条新型旅游发展之路，实现了从传统休闲观光旅游向体验型、技能型旅游目的地的转型升级，向着国际滨海旅游度假城市、国际体育旅游目的地迈进。

围绕“一湾一品”体育产业战略布局，万宁在神州半岛打造海上摩托艇运动核心业态，常态化举行摩托艇冬训和各类休闲体育赛事，形成了赛事活动成熟、产业带动明显、人民共享发展的产业地标。

不久前，2023年全国摩托艇技能（初级）教练员培训班（万宁站）在神州半岛国家摩托艇南方训练基地圆满结束，来自全国各地的20多名摩托艇从业者参加培训，考核合格的学员将取得国家体育总局水上运动管理中心颁发的全国摩托艇技能（初级）教练员证。万宁冲浪、潜水、摩托艇项目的培训日趋正规化。

《极限挑战》《快乐再出发》等热门节目全方位展现了万宁地方特色，为万宁体育旅游市场“引流”。“我们还创作推出一系列玩海、踏浪等特色旅游攻略，并联合国内外主流媒体平台进行联动宣传，万宁体育旅游品牌国际知名度和影响力显著提升。”万宁市旅游和文化广电体育局副局长苏小鸣说。

打造百亿产业

构建旅游消费新篇章。万宁策划了“酷酷的海南”等系列宣传活动，推出一系列玩海、踏浪等特色旅游短视频和攻略，结合抖音露营歌会、蔚蓝新生音乐节等，发掘万宁本地的文化资源，融入侨乡、东山岭、日月湾等地域文化IP，推出特色旅游线路，受到消费者的喜爱。

同时，万宁进一步做好“旅游+体育+消费”文章，积极引导王府井免税港申报国家级旅游休闲街区，助力构建东部免税消费中心，将王府井打造成以户外体育为特色的免税港，开辟体育服饰品牌和冲浪、滑板等专业体育装备用品专区。

近10年，滑板作为一项极限运动，一直是“Z世代”证明自我、挑战极限的表达方式，玩滑板不仅是年轻人“潮酷”的标签，也是一种通过运动表达自由的方式。位于万宁王府井国际免税港西区的滑板公园，在运营初始就吸引了来自各地的滑板爱好者。“酣畅淋漓，太尽兴了！运动完还可以就近吃顿美食、喝杯奶茶。”双翘滑板选手李木子说。

“滑板公园建成后一直免费对外开放，我们致力于打造热带氛围拉满的街头运动胜地和赛事级陆冲公园，未来还将引入更多的特色免税及完税体育用品，将免税港打造成海南东海岸食住游购娱目的地，成为万宁城市新亮点、新地标。”王府井国际免税港市场部经理姜畔说。

逛夜市、赏夜景、享美食……多彩的“夜经济”丰富了人们的夜生活，激发了消费新活力。假日期间，万宁围绕体育旅游打造露营、潮玩音乐等旅游产品，截至今年9月份，滨海酒店平均入住率从2020的30.79%上升至64.18%。

苏小鸣表示，接下来，将进一步挖掘万宁优质体育旅游文化资源，积极联动免税消费释放新活力，举办各类国际知名品牌赛事，探索旅游产品开发新渠道，强化“体育+旅游+文化+消费”的产业品牌价值，培育体育旅游消费新业态新热点，着力推动旅游产业向着百亿元级产业迈进。

观澜

多元引力点亮夜经济

刘 成

日前，在“2023中国夜间经济论坛”上，青岛、福州、南京、深圳、武汉、洛阳、三亚、长沙、成都、杭州10座城市，上榜“2023夜间经济新锐十城”。

夜经济是城市拉动消费、驱动旅游经济增长的重要引擎。夜经济的繁荣与否，与气候、文化、消费习惯以及当地打造的亮点息息相关。上榜的10座城市，有的是传统的夜经济强市；有的是新崛起的夜经济新星，通过打造多元引力，让夜经济蓬勃发展。而打造多元引力的过程，对多数城市来说更有借鉴意义。

打造多元引力，核心是打造夜经济亮点。例如曾被称为“没有夜生活”的青岛，通过打造浮山湾夜景灯光秀、国际啤酒节、海上夜游以及原创音乐和演艺、大型沉浸式演艺、音乐节、景区夜场、夜间文旅消费集聚区等亮点，让夜游、夜娱、夜秀等经济业态逐步丰富完善，为“夜青岛”集聚了更多人气，成为夜经济后来居上的城市。打造亮点要因地制宜、突出特点，打造出人无我有的文旅精品，同时结合地域文化，充分整合各类优势资源，强化顶层规划、创意设计、文化挖掘，形成独一无二的“文旅大餐”，才能集聚人气，成为夜经济的流量担当。

打造多元引力，须持续加大政策扶持力度。对一些夜经济不发达的城市来说，既需要培育业态，更需要逐步养成居民消费习惯，这是一个长期的过程，如果政策缺乏持续性，往往会半途而废。政策持续发力，一方面要根据发展状况适时调整，选择有利于放大独特亮点的业态进行扶持；另一方面要让扶持后劲更足，支持从业者积极创新，吸引更多消费群体，形成夜经济发展的良性循环。

打造多元引力，须打造多元化夜间文旅业态。随着消费理念日趋多元，只有打造多元化夜间文旅业态，才能让不同的消费群体都找到适合自己的夜生活。例如，有的人喜欢追星、热闹，潮流音乐节会成为他们的首选；有的人偏重文化、品质，话剧、交响乐会成为他们的最爱；有的人享受古朴安静的环境，老建筑里的画展、小众音乐会留住他们的脚步……打造多元化文旅业态，要在政策的引导下，鼓励更多经营主体做出更多高品质、有创意的文旅精品，才能推动夜经济的发展。

夜经济繁荣与否，重点在于如何让消费者吃得安心、住得舒心、玩得开心，“吃住行游购娱”全链条都需要做到位。

本版编辑 陈莹莹 姚亚宁 美 编 吴 迪

《文成公主》演出现场。
（资料图片）

这部大型史诗剧为什么能火

本报记者 代 玲

《文成公主》演出剧照。
（资料图片）

11月11日，大型史诗剧《文成公主》第11个演出季的最后一场演出在拉萨落幕。11年来，该剧累计演出超1800场次，项目营收超13.5亿元；直接吸纳和间接带动就业上万人次。仅今年，该剧就演出了235场，项目营收超1.5亿元。

自2013年上演以来，该剧的上座率持续上升。如今，游布达拉宫、逛八廓街、观《文成公主》，已成为到拉萨旅游的标配。

一部剧为什么能持续火11年？

中国藏学研究中心社会经济所助理研究员才项多杰认为，这与西藏文旅市场的持续火热分不开。

2013年至今，西藏旅游接待人次从1200多万人次到突破4000万人次大关；拉萨旅游接待人次也从2013年的800万人次，到今年的突破2000万人次。

旅游的持续火热为《文成公主》大型史诗剧提供了广阔市场。该剧已成为拉萨旅游的“烫金名片”。才项多杰说，文成公主的故事在西藏乃至全国各地都有非常高的知名度，在西藏各地还流传着许多动人的传说。依托文成公主这一家喻户晓的文化符号，该剧与拉萨文旅产业同频共振，成为拉萨文旅融合高质量发展的典范。

文旅产业是西藏重点发展的产业之一。2013年，拉萨市大力实施包括“文化兴市”在内的六大发展战略，域上和美集团与拉萨市布达拉旅游文化集团打造了《文成公主》一剧。

作为西藏“十二五”期间重点文化产业项目，该剧以西藏历史文化为内容，以拉萨自然山川为背景，以文成公主和亲为主题，以促进民族文化和经济社会相互交流的故事为主线，融合了戏剧、音乐、舞蹈和现代舞美元素，深入展现了西藏的多民族文化、民族风俗、自然景观等，包括数十种非物质文化遗产。

璀璨星空下，浩浩荡荡的演员队伍、悠扬婉转的歌声、雄伟壮观的宫殿、漫山遍野的马牛羊……以天地山川为幕的实景演出让来自山东的游客于欢深受震撼。“大型舞美道具、百人演出、金戈铁马、气势磅礴，把文成公主进藏和亲的历史大事件与民族融合的绚丽风情演绎得淋漓尽致。”于欢说。

不仅外地游客对《文成公主》大型史诗剧赞不绝口，拉萨本地人也十分青睐该剧。11个演出季，在拉萨工作的李艳艳至少就有7个演出季观看了演出。“每一季都有不同的变化，有的时候是道具，有的时候是灯光，有的时候是细微的情节。”李艳艳说，每一年的变化和创新是让她坚持来看的原因。

为了呈现出最好的舞台效果，每一个演出季前，该剧创作团队和演职人员都精细排练、打磨。《文成公主》史诗剧艺术总监、副总导演白芨说，《文成公主》坚持守正创新的态度，在活化传承传统文化的同时，不断提升优化，使之成为与时代同频共振、与观众情感共鸣、常演常新的艺术经典。未来，团队还将把《文成公主》打造得更加精美、更有艺术表现力，为观众呈现具有文化内涵、高原特色的精品。

“现在这部剧的口碑已经形成。游客看了普遍反响都很好，还会在各种网络平台上介绍和推荐，形成了良好的持续宣传效应，旺季的时候都得预订。”西藏云端国际旅行社有限公司总经理陈长浩说。

在《文成公主》之前，西藏文旅市场上并没有如此规模宏大的剧目。西藏自治区政协经济和人口资源环境委员会副主任、西藏大学教授图登克珠表示，这是西藏首个大型实景剧，演出场面十分震撼，加之故事内容取材于家喻户晓的历史故事，很容易在文旅市场上出圈。

作为目前中国海拔位置最高、规模最大的实景剧，《文成公主》大型史诗剧通过持续产业化运作已在全国文旅演艺市场中打响了品牌。今年9月份，该剧荣登文化和旅游部发布的全国旅游演艺精品名录。据统计，11年来，《文成公主》演出及周边区域配套项目累计投资超百亿元，形成了一个面积超过5平方公里的文化园区与旅游景区。目前，100多家文商旅企业入驻发展，500多家个体商户在此经营创业，建立了“日间”与“夜间”相互承接的旅游业态体系和文化消费场景。