

海洋文旅“打开方式”更多元

今年上半年,全国海洋旅游业持续升温,海洋客运量、旅客周转量同比分别增长4.6%、5.4%。随着海洋旅游消费潜力持续释放,旅游方式从传统的看海观光向沉浸式、多元化体验转型。从海南零碳海岛、福建生态岸线到上海邮轮母港,沿海多地立足资源禀赋,探索高质量发展的多元路径,不断释放海洋文旅的澎湃动能。

邮轮经济开启全链升级

本报记者 唐一路

巨轮鸣笛,岸线焕新。上海市依托口岸优势,正以邮轮经济为引擎,释放海洋文旅活力。

今年6月,首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”载着4000余名游客从上海吴淞口国际邮轮港出发,标志着全国首个“无目的地海上游”航线正式落地。全程不靠泊境外港口,以邮轮本体作为旅行目的地,围绕吃、玩、购全方位升级消费场景。上海工程技术大学管理学院副院长叶欣梁说,这是中国邮轮产业首次落地“邮轮即目的地”的理念,推动邮轮从出境游交通工具转型为家门口的海上度假目的地。与此同时,“邮轮+体育”“邮轮+消费”等融合玩法层出不穷。2026上海邮轮文化旅游季打造多项系列活动,凭船票即可享受景区、酒店消费优惠;上海邮轮港帆船赛在吴淞口举行,长江口水上运动体验中心启动全球招商,水上运动产业与邮轮经济双向赋能;宝山6公里滨江岸线全线贯通,推动码头向全域度假新地标转型。高效便捷的口岸服务有效支持了上海邮轮经济突破传统模式、向全产业链升

级。“我们采用了入境简化查验模式。”浦江出入境边防检查站执勤三队副队长汪媛说,对于外籍旅客占比较高的航次,边检创新“随船查验”模式,查验小组登船作业,在邮轮靠泊前完成旅客与船员资料采集,今年上半年保障4.1万余名邮轮旅客实现“靠港即下、好来快走”。目前,上海邮轮经济已跳出单纯码头停靠的“过路经济”,向“枢纽港、总部港、制造港”三港联动方向迈进。上海国际邮轮经济研究中心高级研究员闫国东认为,枢纽港考验保供能力,总部港体现产业集聚效应,制造港彰显硬核制造实力。如今,华夏邮轮、中船邮轮等国内外龙头企业纷纷扎根宝山,免税购物、邮轮专业培训、信息服务等配套产业相继落地,滨江邮轮产业集聚区已成型。随着《上海市海洋产业发展规划(2026—2035年)》《上海市促进邮轮经济发展若干规定》相继实施,上海从政策层面明确支持邮轮航线开发、多业态产品创新和通关服务优化。如今,一艘艘邮轮从吴淞口起航,海洋文旅正持续为上海国际消费中心城市建设注入澎湃的蓝色动能。



上图 第二艘国产大型邮轮“爱达·花城号”停泊在外高桥造船5号码头,计划于11月6日在上海交付。

新华社记者 方喆摄

右图 海南三亚蜈支洲岛海滨浴场风光旖旎。(资料图片)

零碳认证再添海岛魅力

本报记者 乔文汇



海南

碧海椰风之下,坐落在海南省三亚市海棠湾的蜈支洲岛旅游区,面积1.48平方公里,犹如一颗绿宝石。

今年6月,该旅游区获颁“零碳运行区域设计证书”,正式启动“零碳智慧岛计划”,生态保护和价值转化进入新阶段。自上世纪90年代开发以来,开发者便践行“在保护中开发,在开发中保护”理念,累计投入9000多万元建设国家级海洋牧场示范区,完成约7万株珊瑚移植修复。依托扎实的生态基底,蜈支洲岛旅游区搭建起可持续的零碳运行机制,全面推行禁止砍伐树木、禁止捕捞、全域禁烟、全域禁塑。同时,创新提出“零碳单元”方法论,把宏观目标拆解为可操作、可管理、可复制的最小实施单元。“我们有专门的保洁队伍,保证可视范围内没有乱丢的垃圾,游客环保意识也明显提升。”蜈支洲岛旅游区绿化部员工董亚胶告诉记者。“我们正在打造第一条碳普惠旅游线路,串联零碳电动车接驳、海洋牧场展示馆等旅游节点,全程追踪游客碳足迹。同时,探索上线游客碳账户平台,游客低碳

出行、参与环保活动都能积攒积分兑换旅游产品。”海南蜈支洲岛旅游开发股份有限公司三亚蜈支洲岛旅游区党支部书记、综合办公室主任马骏介绍。如今,蜈支洲岛旅游区已构建起海底、海上、陆地、低空四维产品体系,升级为集高端度假、体育赛事、生态研学、公益实践等于一体的复合型国际海岛文旅运营标杆,年均接待海内外游客超300万人次。旅游区还推出特色项目,游客可在专业人员陪同下将珊瑚断枝固定到海底苗圃,后续还能了解珊瑚生长情况。“在海底种珊瑚特别有意义,让游客从单纯的观光者转变为生态环境保护者。”江西游客吴忠民说。蜈支洲岛旅游区还在谋划通过零碳认证品牌吸引客群;提供碳中和会议、员工研学等产品;推进海洋牧场二期建设,规划海底生态公园等差异化场景拉长消费链条;探索蓝碳碳汇交易,将生态资产变成真金白银。海南蜈支洲岛旅游开发股份有限公司三亚蜈支洲岛旅游区副总裁冯超表示,生态是海岛最核心的资产,持续的生态投入最终会转化为品牌价值和经济效益。

岸线修复带来生态红利

本报记者 刘畅



福建

福建省岛屿数量居全国第二,过去不少海岛受制于生态短板,产业发展受限。如今,平潭、东山等地坚持生态优先、陆海统筹,将生态短板转化为资源优势,让碧海银滩持续释放文旅价值。平潭综合实验区坚持植绿固沙、修岸护海双向发力。走进金井片区鹅头湾,曾经荒芜的坡地已是满目苍翠。自2019年启动生态修复以来,当地持续优化防护林体系。平潭综合实验区自然资源服务中心林业科副科长陈刚介绍,在稳固木麻黄、台湾相思树等防护树种的基础上,平潭科学引种南洋杉、紫花凤铃木等适生绿植,筑牢海岛绿色生态屏障。在陆域复绿的同时,平潭精准推进海岸带生态治理。君山片区海洋生态保护修复项目通过清退违规养殖设施,异地补沙固滩、补植滨海植被等举措,让侵蚀严重的岸段重现金沙伴绿林的风貌。2012年以来,平潭累计投入近20亿元用于海岸带生态保护修复。君山片区裕藩村的民宿负责人温少坤回忆道:“过去这里全是泥土路,如今民宿、中餐厅、露营

基地一应俱全,仅露营地就超过8000平方米。”生态蝶变带动平潭文旅产业跨越式增长,2025年接待游客1204.55万人次,旅游总花费达139.62亿元。修复后的龙王头沙滩、北部生态廊道等景点持续出圈,沙滩排球、自驾骑行等特色项目热度攀升,平潭先后获评国家健康旅游示范基地、中国体育旅游十佳目的地等称号。位于漳州市东南的东山岛则靶向整治养殖乱象,近两年清退1.58万亩左右违规近海养殖,升级改造标准化养殖设施,引导养殖业“向湾外拓展、向深海进军”。作为漳州市首个生态养殖村,东山县前楼镇下西坑村深耕农渔旅融合发展模式,打造网红民宿、海上观光平台、海上餐厅,推出摩托艇冲浪、海上捕鱼、夜钓、潜水等10余项滨海体验项目,2025年村集体经济收入已超200万元。前楼镇党委副书记李家益自豪地说:“如今我们不仅向海要产,更向海要景。”东山持续深化系统性生态修复,鱼骨沙洲、红树林湿地、八尺门生态公园等成为网红打卡地,叠加关帝文化等人文IP,构建起多元化滨海文旅体系。



游客在福建平潭“68海里”景区游玩。

新华社记者 杜潇逸摄

千年螺钿拓宽市场空间

本报记者 王金虎

走进位于山东青岛胶州的一处螺钿工艺展示空间,记者看到一排排展柜陈列着逾千件展品。拿起一枚螺钿车载香薰轻轻转动,薄如蝉翼的鲍鱼贝镶嵌纹样随视角流转。“螺”为贝材,“钿”即镶嵌。千百年来,这门手艺长期困在传统工艺品的圈层之中。如今在胶州,匠人们正把贝壳的美学元素融入当代生活,让古老技艺化作伸手可及的日用好物,逐步成为带动百姓增收的地方特色产业。传统螺钿多为平面镶嵌,一旦遇上曲面、圆柱形物件,贝片开裂、纹样错位几乎是绕不开的难题,很难实现工业化生产。2020年,青岛市级非遗“纪氏螺钿漆器制作技艺”代表性传承人纪正强创办青岛钿贝世家文化传播有限公司(以下简称“钿贝世家”),决心让千年螺钿更接地气。团队一遍遍调试贝材厚度、粘接工艺、开槽角度,终于攻破复杂曲面完整纹样镶嵌的难关,部分工序具备了标准化加工的可能。技术攻克之后,螺钿的应用场景被彻底打

开。除了首饰盒、折扇、茶器等传统品类,汽车内饰、车载香薰、台球杆、文创保温杯等新产品接连落地。如今,钿贝世家不仅面向普通消费者推出日用文创,而且为产业客户输出纹样、材料、工艺全套解决方案,还依托螺钿艺术馆开展展览、研学体验,把文化传播融入经营链条。2025年,企业内销额突破1000万元,出口额超200万元,营业额同比上涨约20%,产品远销10多个国家和地区。随着数字时代到来,纪正强的团队又摸索出人机协同的新模式:AI批量生成多种纹样方案压缩画稿构思周期;贝壳纹理取舍、加工可行性研判由设计师与匠人把关,选贝、调向、镶嵌等核心环节依旧保留手工。同时,团队搭建纹样、贝材、工艺参数三大数据库,把贝壳标本、传统纹样、各类贝种的韧性、厚度、适配基材以及切割粘接的实操数据一一归档,用影像完整记录传承人口述史和核心工序。成立于2008年的青岛利乐工艺品有限公司,走出了另一条差异化发展道路。车间流水线上,

贝壳经过切片、仿形、打磨,化作吉他音点、琴头贴片、护板、家具贴花。企业在引进日韩贝壳加工技术的基础上传承老工艺,自主研发贝壳切片机、打磨机、仿形机,适配大批量订单生产,成为乐器配套领域的重要供应商。一线车间工人大多是胶西本地40岁左右的农村妇女,实现了家门口上岗,平均月薪5000元到6000元。市场布局上,利乐工艺品50%产品出口海外,远销美国、日本、德国、土耳其等国家,与全球多家知名乐器企业达成深度合作;同时服务本土乐器、家具制造厂商,与国内美丽达吉他、美克家居、谭木匠等一线品牌深入合作。企业拥有“贝雨”“海贝饰语”两大自有商标,借助阿里巴巴、淘宝、闲鱼等线上渠道拓展市场,年产值约2500万元。目前,公司拥有自主专利30多项,出口订单数量持续增加。在利乐工艺品有限公司总经理徐伟先看来,真正的传承,是在守住文化根脉和核心手艺等基础上,争取在设计、市场、数字化等方面实现多重创新。

近日,国家电影局、体育总局联合印发通知,启动“跟着电影去运动”行动,推动电影与体育双向赋能。在体验消费、文化消费持续升温的当下,这场跨界牵手,既是丰富大众精神文化供给的有益探索,也是激活文体消费新增增长点的重要抓手。电影擅长叙事,体育重在参与,二者的融合价值集中体现在三个维度。其一,内容互哺,拓宽创作与传播边界。体育赛场从不缺少热血故事,电影恰好能够将赛场拼搏、体育精神转化为可感知的影像叙事。从《飞驰人生2》里的赛车、《热辣滚烫》中的拳击,到《热烈的》街舞、《夺冠》的女排,一批体育题材影片出圈,在收获票房的同时,持续带动大众对相关运动项目的关注,点燃全民参与热情。与此同时,鲜活的赛场故事、运动员的成长历程,也源源不断地为影视创作输送素材,丰富国产影片类型。

其二,场景共建,打造多元消费空间。今年以来,全国已有十余家影院试水体育赛事直播,覆盖足球、网球、篮球、电竞、斯诺克等品类。影院变身赛事“第二现场”,为体育爱好者营造氛围感十足的集体观赛场景,也盘活了非黄金时段的闲置影厅,为影院开辟新的营收渠道。沿着文体联动的思路向外延伸,影视IP还持续向线下落地:依托影片取景地设置户外运动打卡线路,打造体育主题影厅,开发联名文创、策划运动市集,打通观影人群与运动爱好者两大图层,把单次的独立消费升级为连贯的沉浸式联动体验,拉长消费链条,挖掘市场增量。其三,需求共振,精神满足反哺消费活力。当下,情绪价值、在场感、仪式感越来越受消费者重视。“电影+体育”刚好实现两种体验的互补融合:观影带来情感共鸣,体育运动带来亲身参与的畅快,一静一动之间,实现文化审美与健康体验的有机统一。银幕上的感动能够转化为投身运动的动力,多元的精神文化供给持续提升大众消费意愿;而旺盛、多层次的市场需求,又倒逼创作者打磨精品故事、运营方持续优化运动场景,双向滋养两大产业。

热度之上,一道考题摆在行业面前:如何跳出简单叠加,真正打通内容、场景、人群,充分释放文体融合的乘数效应?首先,内容创作要沉下心,拒绝标签化、流水线式的体育题材“速成品”。融合不等于给影片贴上体育标签,也不是在运动项目里生硬植入影视桥段。体育题材创作要尊重项目专业规律,扎根运动员真实的成长故事,深挖精神内核,摒弃悬浮化、娱乐化表达。唯有故事扎实、情感真挚,才能完成从“看电影”到“去运动”的转化,内容影响力持续释放。其次,场景运营要算好平衡账,兼顾商业活力与普惠属性。不少跨界项目容易陷入短期引流的狂欢,依靠打卡噱头、优惠活动快速集聚流量,热度退去后便难以为继。影院赛事直播、电影主题运动线路等新业态既要盘活闲置资源、拓展营收空间,也要守住服务底线,做好价格规范、安全保障与配套服务。面向不同群体设计差异化产品,兼顾年轻人潮流体验、青少年体育科普、中老年休闲健身,推动文体供给从追逐网红流量的短期热度,转向培育稳定持久的消费习惯。最后,机制协同要打破部门壁垒,构建长期联动的产业生态。电影、体育分属不同管理体系,资源分散、活动碎片化,是跨界融合的堵点。这就需要主管部门统筹引导,打通影视机构、影院、体育场馆、赛事运营方、户外基地的对接通道,完善版权、直播、活动审批等配套规则,培育熟悉两大领域的复合型运营主体。推动合作从单次活动走向IP共创、线路共建、品牌共推,把零散的项目升级为共生共赢的产业生态,让优质供给触达更多群体。

“跟着电影去运动”,不是为了打造爆款场景,而是希望把银幕上的热血与触动,变成普通人愿意走出家门的具体行动。文化滋养与健康生活双向奔赴,文体融合方能跳出简单相加,收获长久的发展红利。



本版编辑 林紫晓 向斯佳 美编 夏祎