

驻场演出、实景演出、主题公园演出等演艺精品抢滩海南旅游市场

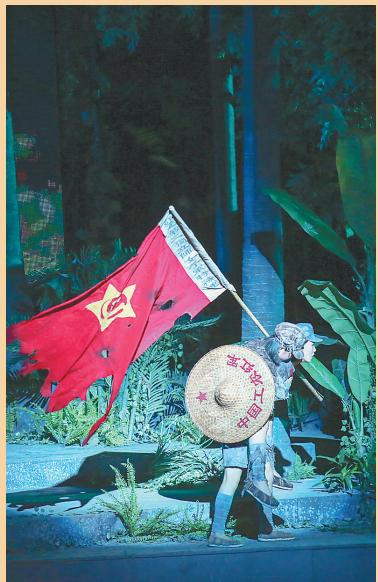
## 旅游演艺：文旅融合绽放异彩

■ 本报记者 林诗婷

来自10余个国家的数百名舞者打造海口长影环球100奇幻乐园狂欢秀；三亚千古情景区驻场演出讲述琼岛传奇；三亚水稻国家公园巧妙运用自然山幕、稻田花海、黎族村寨风光推出《田野狂欢》山水实景演出……如今，随着文化消费需求转型升级，结合琼岛自然风光与人文历史等特点，一系列特色旅游演艺项目相继登台亮相，渐成文旅市场中的重要组成部分，有力补充、延伸和提升着旅游体验，推动观光休闲向深层次、沉浸式、立体化旅游互动体验模式发展，成为海南旅游消费新增长点。



《田野狂欢》大型实景演出  
本报记者 武威 摄



《红色娘子军》实景演出。  
本报记者 武威 摄



三亚海昌梦幻海洋不夜城的风  
情演艺。  
本报记者 武威 通讯员 刘媛媛 摄

## 打造沉浸式旅游新体验

以深蓝色为主色调的舞台上闪烁着炫目的灯光，声、光、电高科技手段营造出烟雾和水面相结合的神秘幻境，水中芭蕾、花式跳水、空中艺术、杂技等多种表演形式巧妙融合……今年春节黄金周，海南旅游市场又添新产品，复星旅游文化集团推出我省首个采用海陆空3D立体水舞台剧场剧目——大型原创驻场秀《C秀》，以奇幻的舞台、精彩的剧情、精湛的表演赚足游客的眼球。春节开演7天，接待游客1.8万人次，平均上座率近80%。

“作为传统老牌景区，面对旅游市场不断推陈出新，我们也开始逐步探索推出旅游演艺产品，促进转型升级。”三亚鹿回头景区相关负责人介绍，近年来景区通过引进本土及国际演出团队，在园区重要观景点设置黎乐演奏、魔术表演、乐队演出等特色舞台，让游客从被动观看主动参与互动，实现从“坐着看”到“走着看”或“边走边看”的旅游演艺新体验，感受鹿城文化的独特魅力。

## 带动旅游产业联动发展

春节7天，揽客近12万人次。今年春节黄金周，于节前新开业的三亚海昌梦幻不夜城接待数据令人惊喜，游客接待量与三亚不少传统景区持平。

在激烈的春节旺季旅游市场中，新晋景区如何抓住游客的心？“景区打破了以往的主题公园‘大门票’经营模式，采取开放式街区的形式，春节期间每天推出30余场环球风情演艺，全天候制造不同的惊喜点，吸引游客驻足，刺激旅游消费。”三亚海昌梦幻不夜城工作人员王媛媛说，旅游演艺在一定程度上增强了游客粘性，逗留时间延长，推动在旅游餐饮、游乐设施等方面的消费升级。

据中国演出行业协会于日前发布的《2017—2018中国旅游演艺发展研究报告》显示，旅游演艺项目的观众构成以全年龄段游客为主，其中，20—40岁人群是旅游市场最大消费群体，80后、90后新生代父母对个性化、主题化亲子游产品的消费需求旺盛。因此，通过打造旅游精品项目，对旅游消费主力军的精准把握，将有力推动旅游消费升级，带动旅游产业联动发展。

“《C秀》是我们继引入舞台剧《阿凡达前传》后在三亚推出的又一旅游演艺项目。不同的是，此次《C秀》与亚特兰蒂斯酒店、水世界、水族馆、国际会展等业态实现巧妙融合，能让游客感受到一站式旅游度假体验。”复兴泛秀演艺总经理陈丹说。

## 让琼岛文化品牌“活”起来

今年初，由陕旅集团与北京春光集团共同打造的大型红色演艺作品《解放海南岛》面向全球征集方案，《梦幻三亚》《船》《鸟秀》《海岛精灵》等4部实景演艺作品同步启动策划，将通过打造具有国际水准的优秀实景演艺作品，助力海南实景演艺发展。

“这是继我们推出实景演出《红色娘子军》后的又一大动作，将探索打造三亚文化旅游区，建设占地120亩的演艺主题公园，推动资源融合、跨界聚合，促进文旅深度融合，打造精品，进一步带动琼岛文化发展。”陕旅集团副总经理赵月望说。

同时，针对旅游演艺市场面临的演出内容缺乏个性、同类扎堆引发恶性竞争等突出难题，不少涉旅景区开始探索延伸拓展产业链条，提升游客转化率。“根据海南自然风光、黎族风情、稻田文化等特点，我们以‘稻文化’为核心，打造山水实景演出《田野狂欢》，实现差异化发展。”三亚水稻国家公园工作人员王身专说，旅游演艺项目在定位上应既满足外地游客，同时也兼顾本地需求，提升本地游客观看演出的转化率也很有必要。

“品牌化是未来发展的必然，演出定位差异化、内容精品化、产品多元化是树立品牌的关键，未来三亚旅游演艺项目将更注重提升艺术品质，让观众既观看了高水平演出，又能受到琼岛文化的陶冶，提升旅游体验感。”三亚市旅游和文体局相关负责人说。

## 海南味更浓，国际范更足

## 用旅游商品讲好海南故事

■ 本报记者 赵优

“没想到免税店旁的‘海南礼物’店有这么多宝贝。”马上要离岛了，来自浙江的游客李诗琪来到海口日月广场，在购买免税品之余，又为亲朋好友带了不少伴手礼。

把文化做深做透，使得我省旅游商品逐渐告别“纪念品”时代。菠萝蜜变成果味起泡酒，红米糟和信封饼有了新包装，黎锦成了领带结和耳环项链，海南话跑到了零钱包和冰箱贴上……依托丰富的物产资源和独特的工艺，具有创意性、精细化、产业化的本土特色旅游商品不断涌现，越来越多的“海南礼物”装满游客行李箱，成为旅游消费新亮点。

## 旅游商品提质升级

咖啡浓香，音乐悠扬，位于海口市城西路的兴隆咖啡（海口）旗舰店内环境典雅而不失温暖，不少游客专门为“兴隆咖啡”而来。“还是老味道，却是新体验。”来自上海的游客王珂每次来海南，总会买上一些兴隆咖啡带给亲朋好友，而在这个海南首家兴隆咖啡品牌店里，从门口的咖啡树到咖啡豆拼成的艺术墙，再到独特焙炒方式展示，让她充分感受到兴隆咖啡的文化魅力所在。

近年来，我省旅游商品发展可谓迅猛，呈现出“百花齐放”的态势。目前海南省专业旅游商品企业已超过170家，旅游商品品类发展到包括旅游食品、旅游茶品、旅游饮品、旅游化妆品、旅游工艺品、旅游纺织品等20大类。当几十年不变包装的椰子粉装进奶茶杯、诺丽果成为面膜、连感觉昂贵的沉香也成为肩颈贴……越来越多具有实用性的海南旅游商品获得业界认可，也逐渐走进游客视野。在2018中国特色旅游商品大赛

上，我省参赛商品再创佳绩，金奖总数及获奖总数均列全国第二；2018年1—10月，我省大力推动的“海南礼物”旅游商品平台线下累计实现销售收入逾1亿元，同比增长43%，椰油膏和椰壳餐具成为人气产品，地域特色更足、实用性更高的旅游商品倍受欢迎。

## 产业发展动力十足

与此同时，越来越多本土企业的参与使得我省旅游商品逐步迈向市场化、品牌化，产业发展焕发出强大的生命力。

扇贝造型的风味巧克力、菠萝蜜加工制成的起泡果酒、冻干水果豆系



颇具海南特色的小礼品。本报记者 王凯 摄

列婴儿辅食……万宁兴隆热带植物园科技产品展销厅的12个系列140多种旅游商品琳琅满目，让游客尽兴“买买买”。“我们结合海南物产和市场需求，每年都会更新3至5款旅游商品。此次中国热带农业科学院香料饮料研究所兴科公司在海口开设兴隆咖啡旗舰店，进一步打造兴隆咖啡品牌，便利游客购买心仪的伴手礼，为游客提供更具体验感的旅游产品服务。”万宁兴隆热带植物园相关负责人表示，2018年该园区旅游商品销售额近6000万元，春节期间更是销售火爆。

在机场和一些酒店，包装精美的鹧鸪小青柑颇受欢迎。其研发者尚南堂海南生态农业科技有限公司从农民手中以7—15元每斤的价格收购鹧鸪茶青，并在万宁的工厂实现标准化生产。2018年1—11月，该公司销售额达到800多万元。尚南堂海南生态农业科技有限公司产品经理吴兆佑告诉海南日报记者，公司正计划推广鹧鸪茶的人工驯化和规范种植，以保证产品的原料供应，鹧鸪茶系列产品也将拉长产业链，成为农民脱贫致富的一条门路。

## H旅讯

文创融入餐饮消费新场景  
故宫火锅店咖啡店  
一座难求

据《北京日报》报道，宫墙外，角楼下，有250多年历史的红色围房，如今摇身一变，成了新的“网红打卡地”“朕的火锅”“三千佳丽”奶茶、“康熙最爱巧克力”……随着故宫在家门口开设火锅店和咖啡店，一向网上卖萌的故宫文创也跟着来到了线下，融入到餐饮消费的新场景。

刚开张不足一月的故宫角楼餐厅，在大众点评网上已跃居京城火锅热门榜榜首。虽然店里在晚上5点半后才供应火锅，白天只提供快餐，但不少为火锅而来的食客下午就在门口排起长队。工作人员说，3月10日前的电话预约餐位已经全部订满，要想吃火锅只能现场抢号，目前一晚只有30锅，先到先得。

“在查阅清宫膳食底档后发现，历代帝后食谱均有不同，但相同的是都喜欢火锅。尤其是乾隆皇帝，对火锅已达到痴迷的地步，一年365天竟然吃200多顿火锅，而慈禧太后不仅爱吃火锅，还发明了新颖吃法‘菊花火锅’。”故宫角楼餐厅在官方微博里介绍了故宫火锅的灵感来源。

在火锅店不远处，故宫新开的咖啡店也同样一座难求。“三千佳丽”奶茶、“一骑红尘妃子笑”荔枝红茶……店里有30多种饮品供选择，还有“千里江山卷”等高颜值甜品。

在故宫火锅店和咖啡店，文创与餐饮消费融合成为一大特色。角楼餐厅里设有文创产品展示区，主要展示餐具等与饮食相关的产品，顾客吃完火锅可以到文创区获得一张角楼专属明信片，同时可以集印章。角楼咖啡店也设置了文创区，故宫手账、笔记本、茶具、团扇等产品可在店内购买。旁边还有书架，可在店里阅读和故宫相关的书籍。

如果这些文创展示售卖还不过瘾，咖啡店隔壁，刚亮相不久的故宫淘宝体验馆可以让你逛个够。“以前只能在故宫里面买这些纪念品，或者在网上买，现在终于在宫外也能逛了。”一名故宫文创的粉丝说，实体店最大的好处是可以眼见为实，选到最合适的产品，同时也有了更多购物的乐趣。

上海酒店行业  
不主动提供“一次性”用品

据《解放日报》报道，酒店餐厅及客房内原本提供的塑料吸管，全部替换为生物降解纸质吸管；客房内一次性拖鞋试行不主动提供；轻度使用的肥皂回收利用……《上海市生活垃圾管理条例》将在申城全面推行，上海多家酒店已积极践行减少使用一次性产品，实行垃圾分类等措施。

国家会展中心上海洲际酒店有关人士说，酒店从去年下半年已停用塑料吸管，改用条纹式样的纸质生物降解吸管。服务人员在客人点单时会询问是否需要吸管，只有客人确定需要才提供。

此外，酒店还加入奈斯派索(NESPRESSO)咖啡胶囊回收计划，在酒店大堂酒廊、宴会厅及客房等分别放置回收装置，由酒店员工按种类回收，再定期由咖啡专员收取再利用：咖啡渣回收后经重新收集、处理，会制成营养丰富的混合土，为蔬菜提供天然健康肥料；胶囊包装材料铝通过回收处理，能无限循环使用制作全新铝制产品。

除高星级酒店外，锦江之星、华住集团、智选假日酒店等中档及经济型酒店也在减少一次性用品。如在客房引入大瓶装洗浴用品，降低塑料废弃物产生；部分酒店客房不主动提供一次性拖鞋，住客有需要可向酒店索取；一些酒店职工食堂配置小型处理设备，就地处理本单位餐厨垃圾、湿垃圾等，把对环境的影响降到最低。为了让更多住客参与绿色低碳行动，锦江之星还曾推出活动，入住宾客放弃使用客房一次性清洁用品的，可在住宿费上享受优惠。

贵州体育旅游研究院  
挂牌成立

据中新网报道，贵州体育旅游研究院2月25日在贵阳挂牌成立。该研究院主要承担贵州省范围内的体育旅游资源梳理、项目策划、产业发展规划、民族体育、人才培养等相关业务。

国家体育总局体育科学研究所博士、研究员邱雪，南开大学博士、教授、中国未来研究会旅游分会副会长刘思敏，北京师范大学博士、教授、国家体育产业基地评审专家王兆红等20名学者成为贵州体育旅游研究院首批特聘专家。

贵州省正积极创建全国体育旅游示范区，为整合高校和企业资源，创新体育旅游运行机制，发挥政产学研多方优势，致力于体育旅游政策研究、理论创新、产业培育和人才培养，由贵州省体育局、凯里学院、多彩贵州文化产业集团共同组建成立了贵州体育旅游研究院。

(李洁)