



游客在万宁石梅湾海域戏浪。本报记者 张茂摄

聚焦

■ 本报记者 赵优

一场突发疫情，给旅游市场按下“暂停键”。在最初的冲击过后，旅游从业者都开始思考，如何进一步研判市场走势，探索新发展模式，捕捉后疫情时代的行业机遇。

在微博，“疫情过后想去哪里旅行”“疫情过后”的美食清单”等话题的阅读量均已过亿。强烈的消费欲望下，难掩人们对解压、放松和释放情绪的需求。

如何根据疫后市场新的追求和新的消费方式的变化，谋求旅游产品和旅游营销创新？业内人士表示，应进一步挖掘海南的资源优势，以健康旅游等“治愈系”旅游产品助产业的振振。

「治愈系」海南美出天际

迎接旅游消费需求新变化

舒压放松成为心理诉求

许多人没有想到，去年爆火的一句“我太难了”，不是对2019年的总结，而是对2020年起始的一个预言。病毒肆虐下，有离别、有牺牲、有奉献，人们门户紧闭，为苦难者心痛，为逆行者流泪。在这一场没有硝烟的战“疫”中，除了被压抑的消费，还有累积的情绪。

“此次疫情让亿万国人在消费心理、消费行为上发生变化，旅游将成为亲朋好友一起走出家门追求健康、密切感情的生活方式，游客将更在意旅游目的地健康、养生、好玩和自由自在。”省旅游发展研究会会长王健生表示，旅游不仅是身体上的放松和养生，更是一种心理诉求。

近几年，瞄准消费者对于解压和舒缓情绪的需求，“治愈系经济”应运而生。“治愈系”，指能让人感到平静、美好、舒畅的人、地点、行为或事物。除了萌宠、美食，前往环境舒适、空气清新的目的地，也成为了人们的主流减压方式之一。人们越来越愿意放慢脚步，在旅程中深入感受目的地的自然风光和人文故事，从中收获治愈的力量。

“疫情过后，需要‘治愈系’旅游产品，如山水旅游追求返璞归真，休闲度假追求自在从容，用自然和人文中最朴实的那份纯真去抚慰心灵、舒缓精神压力。这需要旅游从业者研究探索。”陵水南湾猴岛生态旅游区董事长张杰表示。

海南，天然旅游“治愈系”

3月7日下午，三亚·亚特兰蒂斯失落的空间水族馆内特别安排了白鲸表演和喂食表演的医护专场，在表演进行到尾声时，潜水员在水底缓缓拉开向医护人员致敬的横幅，向所有奋战在一线的白衣天使们送上感谢与祝福。在三亚·亚特兰蒂斯面向全国医护工作者的系列感恩活动中，每一张写满真诚祝福的卡片，每一份专属的下午茶，每一场别具意义的致敬演绎，每一间卸去疲惫的温暖客房，都让第一批来自三亚的医护人员十分感动。

疫情对旅游业的影响不会立刻消散。如何在“危”中寻“机”，谋划疫后旅游业的恢复重振，我省旅游企业希望以产品创新谋求提质升级，增加旅游消费吸引力。

当月光撒向海南陵水南湾新村渔港，在星星点点的渔家灯火上空，闪烁夺目的缆车吊厢好似梦幻的月光宝盒缓缓地在夜空中穿行，清凉的海风中，缆车里的游客可俯瞰渔排林立，可仰望头顶星空，在美酒与美食中别有一番浪漫风情……受疫情冲击，陵水南湾猴岛为游客新打造的夜间浪漫——“月光宝盒”高空跨海索道星空餐吧项目未能在春节亮相，这让张杰十分遗憾。

“虽然新项目未能如约呈现在游客面前，但我们正在结合疫情之后人们的心理诉求，进行新产品研发。”张杰表示，南湾猴岛将结合海湾和海岛资源，深挖当地疍家文化资源，探索集森林生态、海岛度假、渔家风情和美食体验为一体的“大猴岛南湾”。

与此同时，蜈支洲岛旅游区也依托海洋资源，在潜点下完善水下星球景观，希望以梦幻的水下星球主题潜水让游客享受到非凡的奇妙体验，把美好留存于游客心中。

以产品体系提升吸引力

在业内人士看来，只有根据疫后市场新的追求和新的消费方式的变化，谋求旅游产品和旅游营销创新，才是希望所在。而打造治愈系旅游产品，海南有着得天独厚的优势。

“海南拥有优良的气候、空气和环境，是人们疗养身心、舒缓压力的好去处。”阳光海南，度假天堂，这不仅是一句宣传口号，它的背后还有水上运动、高尔夫、雨林康养、游艇等一系列阳光、健康的生活方式，代表着绿水青山和椰风海韵所承载的美好生活幸福感。”观澜湖华谊冯小刚电影公社总经理叶小舟说。

面对旅游消费新需求和旅游市场竞争新形势，政企如何共同为旅游行业的春暖花开蓄力？

王健生表示，海南旅游要一改往常“各自为战、产品打头、分散营销”的做法，需统筹整合全省的资源、资金和力量，认真策划海南旅游的“新形象、新品牌、新产品体系”，进一步打造高品质的康养旅游产品和家庭游产品，满足游客需求。

蜈支洲岛旅游区网络中心总监符苏彬十分赞同王健生的提议。“海南除了打造阳光、健康、活力的整体形象之外，还可以政府牵头、企业抱团的方式，聚焦某一旅游产品，通过具有影响力的活动，打造出海南旅游的拳头产品，如潜水、高尔夫、雨林等主题游产品，增加旅游吸引力。”符苏彬说。

那一种乡愁，温暖而有力

“说走就走的旅行”成为常态，而在“望得见山、看得见水、记得住乡愁”的呼唤中，人们更期待放缓脚步，回到村野田园“偷得浮生半日闲”：爬满牵牛花的乡舍宅院里支起一张圆桌，远方的游人与村民围聚闲坐，推杯换盏间几杯农家自酿的米酒慷慨入肚……

前有水田，后靠青山，一幢幢清代传统建筑风格的老宅坐北朝南，七纵三横的巷道延伸交汇，勾勒出“探花故里”定安县龙湖镇高林村的古朴与雅致，昭示着田园风光与乡土风俗的相交相融，牵引着游人一步步寻古探幽；外是内海生态湿地，碧波连天，生态景观尽收眼底，内是干净朴素的特色民居，错落有致，田园风情惹人流连，琼海市博鳌镇沙美村集“山水林田湖”的生态景观为一体，大受游客喜爱。

寻一个周末悠然隐居于此，田间作画，地里采风，看尽月影星光与乡野趣味，再枕着蛙鸣犬吠声入睡，大概会让人顿生出解甲归田的冲动。



三亚西岛渔村民居。本报记者 武威 通讯员 赵玉顺 摄

那一片蓝，辽阔而坚定

似乎来到海南的游客，没有不被这片蔚蓝打动的。1944公里的环岛海岸线是海南的“最美资产”，漫长的海岸线上，一片海湾一方特色，细白的沙滩、婀娜多姿的椰树、湛蓝的大海，每一处都让人流连。

每到盛夏，分界洲岛、蜈支洲岛的潜水区，总能看到游客排队等待潜水的场景。这里的海水清澈透明，潜入水中的人们与成群游荡的鱼儿和身姿轻盈的珊瑚为伴，自由而快乐，仿佛回到生命最初的起源。

在万宁日月湾，总能看到许多勇敢的身影甩开一切，冲向大海，追逐着海浪的节奏，迎浪起舞，自由如风。

在被海风浓浓渲染的潭门小镇，人们总乐意在此停留。这里被称作“最具有海洋精神的小镇”，大人们靠着它谋生，孩子们与它玩耍。你可以用“赶海”这种既久远又新鲜的玩法去寻觅自然的馈赠，也可去探寻渔

“治愈系”旅游等你来赴约

■ 本报记者 赵优

旅游不仅能放松身体，更能治愈人心。提到海南疗养游，不禁让人们想到当年别斯兰事件幸存儿童在三亚疗养这一中俄两国友谊佳话。

2004年9月1日至3日，位于俄罗斯北奥塞梯共和国别斯兰市的第一学校突遭恐怖袭击，约1200名师生和家长被扣为人质，最后酿成331人死亡的悲剧。

2006年5月初，10名在2004年俄罗斯别斯兰人质事件中幸存的儿童，被接到三亚，接受一个月的中医疗养。从位于内陆的高加索山城别斯兰来到热带海滨胜地三亚，下海游泳成了最吸引孩子们的“科目”，椰林下的海风，海滩上的嬉闹，让孩子们不再紧张和恐惧。在经过针灸、按摩、理疗、汤药治疗之后，孩子们的健康状况和心理状态明显好转。

今年，将有更多人享受到海南的“治愈”。海南日报记者了解到，为致敬抗击疫情最前线的医护人员，我省景区、民宿、旅行社等近百家旅游企业向全国医务工作者发出免费游邀请，期待疫情结束后以海南的椰风海韵和人文关怀向白衣天使们致以最高敬意。

天涯海角旅游区、海南槟榔谷黎苗文化旅游景区、三亚大小洞天旅游区、鹿回头风景区、三亚亚龙湾玫瑰谷、三亚海昌梦幻海洋不夜城、陵水南湾猴岛生态旅游区、观澜湖冯小刚电影公社、海南热带野生动植物园、海南七仙岭景区等超过40家旅游景区均面向全国医护工作者推出门票免费优待以及体验项目、住宿、餐饮优惠。

“我们期待在疫情结束后，海南的优美风光和优质服务让医务工作者们放松身心、释放压力，弥补其春节期间不能与家人团聚的遗憾。”省旅游景区协会相关负责人表示。

快评

旅游业早知“水暖”抓先机

■ 张成林

俗话说，顺风时急扬帆，逆风时快破风。海南旅游如何化危为机、有效“破风”，考验着经营者的眼光与智慧。瞄准人们的心理及需求变化，深度开发“治愈系”旅游产品，正是逆境之下实现自救自强的有力举措。抢抓机遇、逆势而上，需要更多这样的应势谋变之举。

机遇潜藏在哪里？在大众的需求里。面对来势汹汹的疫情，人们切身感受到了威胁和伤害，对人与自然的关系，对健康与生命的价值，有了更深刻的认识，价值观念、生活方式、消费模式也随之发生变化。可以预见，疫情过后，人们的旅游需求必定会被激发，尤其是对“治愈系”旅游的需求会更加旺盛。能否及时捕捉旅游需求侧的变化，并据此对旅游形态、产品作出迅速调整，突出特色、个性化，决定着能否有效破局、逆势而上。

机遇还隐藏在技术的革新里。疫情之下，旅游经营是否只能被动、坐等？显然不是。3月初，一场别开生面的云直播，在南海博物馆开启，短短一个小时的时间里，竟然获得了10多万网民的关注与互动。技术的革新与发展，为旅游解锁了无限种可能。无论是旅游营销，还是旅游体验，抑或产品推介，都可以借助科技力量实现提质升级。高冷的博物馆尚且主动触网求变，热门A级景区更要及时发力，以“技”求生。

这潜藏的一个个机遇，为旅游业突围破局提供了便利。而且，海南旅游资源丰富多样、特色明显，尤其是天然的雨林及滨海风光，特别适合游客修养身心、放松休闲。同时，旅游业位列海南自贸港建设三大主导产业之首，省委明确要全力推动三大主导产业加快发展，各项支持政策也会相继出台。各种有利因素下，能否化危为机、求得突破，关键要看经营者能否捕捉需求变化，把握旅游大势，主动求新求变、提质升级。

抢抓时机才能赢得先机。疫情带来了压力、挑战，同样带来了反思的契机。旅游经营万万不能“我要我觉得”，一味坐等游客上门，而要放下身段，围着游客的需求转，认真探寻游客的所思所想，借助各种有利因素积极推动旅游业态、产品、渠道等各方面内容的提质升级。让人欣喜的是，不少企业已经开始行动起来，从完善基础设施，到组织员工培训，再到创新旅游业态，全方位升级后的旅游景区必然迎来发展的暖春。