

● 聚焦

# 「老景点」成「新网红」

我省传统景区推出新玩法、提供新服务、带来新体验

本报记者 李艳玫

“这不是我印象中的鹿回头。”时隔多年，4月的一天，来自海口的游客陈曦再次来到三亚市鹿回头风景区，景区新面貌为她带来了不少惊喜。赏夕阳美景，观山海风光，品特色美食，尝美味佳肴，陈曦玩到深夜12点才恋恋不舍地离开。

大众旅游时代，游客需求日益多样化，对景区品质提出了更高的要求。近年来，我省多家传统景区在“新”字上下功夫：推出新玩法、提供新服务、带来新体验，满足游客个性化需求，打造出具有影响力和吸引力的旅游产品。

“五一”将近，很多人将开启假期模式，海南是热门目的地之一。“五一”在海南游玩的朋友，不妨走进景区，体验传统与潮流兼备的多样玩法。

## 业态创新 突破单一的门票经济

T恤、雨伞、帆布袋……在天涯海角游览区内，一家特色礼品店迎来多名游客的光顾。如今，越来越多的游客喜欢在逛景点时顺便购买伴手礼，购买“景区文创”产品的消费习惯逐渐形成。

过去，传统景区大多依靠门票收入，二次消费比重非常低。所谓二次消费，是指除进入景区必需的首道门票消费外，游客在景区内进行的其他所有消费的统称。随着文旅产业进入精耕细作的阶段，二次消费的规模成为衡量一个景区活力的重要体现。

如何摆脱对门票的依赖，近年来海南多家传统景区不断在思考，也不断在实践。挖掘景区文化内涵而创作系列文创作品，是探索方向之一。我省一些传统旅游景区、景点深挖资源的文化内涵，借助文化创意，不断创新旅游产品，让公众在旅游中获取更加丰富的文化体验和感悟。

今年初，天涯海角文创店落成迎客，通过挖掘景区文化内涵而设计出的文创作品，受到游客的喜爱。例如，“浪”系列文创作品，既代表了景区的海洋文化，又彰显出年轻人无拘无束、自由自在的生活理念。产品设计中，活泼、跳跃的色彩运用，迎合了年轻人的喜好。

“对于景区来说，文化是消费的核心，每一个景区的品牌、产业、业态都将围绕自身文化来构建消费内容。我们挖掘自身文化内涵，结合现代生活开发不同类型、不同规模的创意产品，致力走出从文创产品本身到文创产品销售运营的路径。”三亚市天涯海角旅游发展有限公司副总经理文琼云说。

在景区的经济收入中，门票是硬性收入，当景区发展成熟后，恰恰需要的是弹性收入，购物、吃住、娱乐等是最大的弹性要素。“这些都需要景区经营者转变运营思路，降低门票价格，打造更多配套设施，提升文化内涵，发展二次消费。”三亚旅文集团副总经理、三亚鹿回头旅游发展有限公司董事长刘勇说。

去年11月，鹿回头风景区面向省内外国民和游客推出6种全域旅游健身年卡，包括单人（双人）1年卡、单人（双人）2年卡、单人（双人）3年卡，售价为98元至328元不等。同时，该景区加快打造鹿见咖啡、爱可觅餐吧、山顶酒吧、文创产品特色商铺，以优质产品和贴心服务，激发游客旅游消费活力。

“景区建设为游客提供优质旅游功能的同时，也要为本地居民提供一个良好的休闲空间，让景区成为主客共享的美好生活空间。”刘勇说，旅游年卡可以激发人们的出游热情，人们更乐意把节省的这部分钱用于购物、餐饮、娱乐等方面，游客停留的时间长了，消费体验满意了，旅游经济效益自然也就增长了。



游客在天涯海角游览区体验「海上秋千」项目。（景区供图）



游客在天涯海角游览区体验“天涯飞跃”项目。（景区供图）



五公祠的艺术灯光秀吸引不少市民游客前来观赏。 本报记者 封烁 摄



游客在鹿回头景区观日落。本报记者 李艳玫 摄

## 项目上新 新业态项目 让游客乐翻天

“请到天涯海角来，这里四季春常在。”多年前，一首《请到天涯海角来》唱遍大街小巷，也让天涯海角游览区成为三亚第一代“打卡地”。随着旅游的持续发展，仅有“天涯”“海角”石显然已经不能成为吸引游客的“招数”。

连日来，天涯海角游览区新对外开放的“天涯飞跃”项目吸引了不少游客前去体验游玩。他们在安全人员的指导下，系好安全带，借助索道，穿梭在茂密的丛林中，在享受与大自然亲近的同时，也体会一把惊险与刺激。

彩虹卡丁车、露营、天涯飞跃、海上秋千……去年以来，天涯海角游览区“上新”不断，游客除了在“天涯”“海角”礁石拍照留念之外，可供选择的旅游体验项目更多样，并且年龄覆盖面广，能实现“一站式体验”。

老景区，新项目；新玩法，新体验。近年来，在传统观光旅游向现代休闲度假游转变驱动下，海南传统景区不断通过引进新项目、打造新设施、完善新服务、推出新活动等，满足客群日益变化的游玩需求，同时培育旅游消费新热点。

1989年开业迎客的鹿回头风景区，有着深厚的文化积淀，见证着三亚旅游城市的发展变迁。如何实现新发展，焕发新活力？该景区以增添游客的参与感和体验感为抓手，周五至周日以及节假日，每晚6时到8时，在半山腰的观景台上演精彩节目：激情澎湃的架子鼓、风情万种的竹竿舞、昂扬奋进的歌曲演唱……山海天美景，在表演的烘托中，别具一番风味。

乘坐缆车上山，拍几张照片，再乘坐缆车下山，这是游客张雅琴过去对于白石岭景区的游玩记忆。近日，单位组织员工去白石岭开展团建活动，张雅琴发现，一样的景区，有了不一样的体验。

原来，近年来，白石岭景区立足独特的地质地貌，不断完善旅游设施建设，先后推出了攀岩、飞拉达、丛林飞跃、山顶露营、玻璃滑道等雨林运动项目，在攀爬高峰和乘坐缆车之外，为市民和游客提供了更多的游玩体验和空间。

五公祠景区在月光下焕发出新活力。2月1日，该景区启动夜景夜游活动，在艺术灯光亮化基础上，挖掘“六公”人物历史，整体打造“一个IP三大核心产品”项目特色，即“六公”形象IP和夜景夜游、文创艺术体验街、文化休闲雅阁三大核心产品，构建精细化、体验化项目价值链，让市民游客白天有得玩，晚上有得看；在光影中重温历史文化，在行游中享受探索之乐。

## 营销创新 借助热点引客流

点一壶冰滴咖啡，赏海天一色，观黄昏日落……坐落在鹿回头风景区里的鹿见咖啡店，吸引着络绎不绝的游客前来拍照打卡。这家面积不大，蓝白色调的咖啡店是三亚的新晋网红地，位列大众点评网的三亚咖啡厅好评榜榜首。

拍照打卡，已经成为不少人周末和节假日出行的主要动机之一。近年来，全国各地涌现出不少网红打卡地，既有传统知名景区，也不乏现代化的百货商场和科技感十足的体验类场景。

“大众旅游时代，游客已不再满足于单纯的景区观光，越来越注重旅行中的内在情感体验。”刘勇说，景区建设需要以优质服务为抓手，实现从卖美丽风景到卖美好生活的附加值提升。

鹿见咖啡店的运营，是鹿回头景区在厚重的历史积淀中“嫁接”新鲜业态，满足消费者求新求异心理诉求的尝试。管中窥豹，我省传统景区正尝试塑造出能够打动用户内心，符合大众审美的网红打卡地，包括咖啡馆、书店、文创店等“小而美”的精品体验场所。

随着互联网社交媒体成为人们假日出行选择的主要指南及旅游体验分享渠道，一条短视频的传播会让一个名不见经传的地方迅速走红。一段观云海赏日出的短视频，让乐东尖峰岭火了一把，老景区成为人们眼中的新晋网红景点。今年春节期间，尖峰岭接待游客1万多人，附近的宾馆、酒店、农家乐甚至出现了一房难求的局面。

业内人士表示，速度与流量为旅游业带来了一场“互联网+”革命，催生了一种全新的旅游模式，这要求从景区到游客都做出不同的应对。专家建议，景区管理者和营销人员不妨多用互联网思维进行宣传，用互联网技术运营景区，变被动为主动，主动策划特色鲜明和有趣好玩的短视频，不断获取流量，产生品牌效应。

## 「五一」打卡 景区新玩法



鹿回头景区观景台的节目表演。（景区供图）

建议15时左右进入景区，到鹿见咖啡店品尝特色咖啡，赏海天一色，观城市美景；18时左右到达半山观景台，看夕阳西下，周末及节假日还可欣赏到精彩歌舞表演；19时左右到达山顶爱可觅餐吧吃晚餐，晚餐结束后可到酒吧小酌一杯，享受现场音乐演出。

“五一”期间（5月1日至5日），海南本岛居民凭本人有效身份证件购票，可享受25元/人的优惠票价，仅限景区散客窗口购买。同时，线上OTA门票25元/位限量抢购。

景区分为“浪漫天涯”“勇闯天涯”“文化天涯”等板块，每一个部分都有对应主题玩法。在“浪漫天涯”，游客可以去到婚拍基地摆各种造型“拍拍拍”；“勇闯天涯”中，游客可以尝试覆盖“海陆空”的旅游体验项目，包括快艇、海边秋千、天涯飞跃、彩虹卡丁车、直升机等；“文化天涯”板块，游客可以倾听景区发展历史、打卡“天涯”“海角”“日月石”等礁石，还可逛一逛天涯文创园，挑选喜欢的文创产品。

“五一”期间（5月1日至5日），景区面向海南大学生和本岛居民推出门票和游玩项目优惠活动；天涯文创院中“浪”系列T恤及太阳伞、天涯故事岛服可享8折优惠；天涯深海秘境项目推出半折体验票活动。

今年，五公祠推出“琼台胜境·夜游千年”项目，在艺术灯光亮化基础上，挖掘“六公”人物历史，整体打造“一个IP三大核心产品”项目特色。景区今年还通过“冬蕴·跨年季”“春生·亲子季”“夏梦·仲夏季”“秋敛·创新季”，打造一季一主题、一月一项目的内容特色，以体验项目带动人气流量，以多元化运营发展模式满足消费客群的各类需求。

5月1日至10日晚，海口五公祠景区特邀禹州市好帅打铁花艺术队前来献艺，市民游客在海口就可以欣赏到精彩的“打铁花”表演。届时，在雾岚氤氲的泉水湖畔，游客将欣赏到空中转花、高空散花等多种类型的“打铁花”表演。

近年来，白石岭景区立足独特的地质地貌，不断完善旅游设施建设，先后推出了攀岩、飞拉达、丛林飞跃、山顶露营、玻璃滑道等雨林运动项目，在攀爬高峰和乘坐缆车之外，喜欢运动和探险的游客可一体验。

（李艳玫）