

# 让旅游商品触发『海南记忆』

## 海南观察

“择一物留一念”，一趟旅行结束，挑一样物品，作为一座城市的“打卡留念”，是不少人的旅游习惯。谈及北京，人们很自然地想到故宫文创、脆嫩烤鸭；论及杭州，会马上联想到“亚运周边”、鲜醇龙井等，那么，谈到海南，脑海中会浮现出怎样的旅游商品？近日，2023年“椰城游礼”海口特色旅游商品设计大赛启动仪式举行，海南椰雕挂件、东坡糕点等一一登台，争相成为游客对海口椰城的“一物一念”。

在心理学上，有一种神经现象——普鲁斯特效应，指的是只要闻到曾经闻过的味道，就会开启当时的记忆。延伸到旅游领域，“普鲁斯特效应”可以表现为，只要看见、品尝或者使用某样旅游商品，关于这座城市及那趟旅行的记忆便会浮现眼前。可是，遗憾的是，很多情况下，目之所及皆是同质化的旅游商品，不是没特色，就是没新意，更别谈形成触动心灵的“独家记忆”了。对景区来说，这无疑失去了让游客二次光顾的机会。

让旅游商品触发记忆点，形成普鲁斯特效应，关键要有特色、有新意。好奇心是人的天性，新奇、特的商品才能更好抓住人们的眼球，勾起人们的回忆。不管是设计，还是创意，如果只是模仿、跟风，便“泯然众人”，了无新意，很难形成记忆点。其实，作为目前唯一的中国特色自由贸易港，海南本身就具有诸多独特性，比如海南独特的气候条件、地理位置、黎苗文化等，关键是，我们能否利用新的技术、新的手段，在自然、人文、历史等方面深入挖掘，形成新的创意、新的卖点，进而树立起独有的“海南特色”，让游客爱逛、爱看、爱买。

当然，不管是求特色，还是求创新，最终的指向，都是为了满足游客的旅游需求。只注重样式创新搞噱头，不考虑游客的实际需求，注定走不进游客的心。当前，消费需求不断升级，旅游商品不能只是简单的摆设品，更应该成为好用的日用品，成为激发情感的纪念品，成为社交往来的创意礼品。比如，将海南长臂猿元素与消费需求相结合，海南长臂猿手机支架便成了中国国际消费品博览会上的“人气周边”。再如，在故宫博物院，雨伞、茶杯、口红、月饼、手机壳……故宫元素与社会流行文化相结合，产生了符合现代消费需求的文创产品，“叫好又叫座”。可见，说到底，旅游商品“走新”，更要“走心”。

“购”是旅游六要素中的一大要素，也是海南建设国际旅游消费中心的一大关键。作为旅游目的地历史、文化、生活等记忆点的载体，海南旅游商品不仅要有独特性、创新性，还要注重实用性、功能性等；不仅要“叫好又叫座”，还要“吸睛又吸金”。在“走新”“走心”上持续用力、深入挖掘，海南旅游必定会给游客带去更多珍藏心底的“独家记忆”。当人们看见、品尝或者使用海南旅游商品时，不仅会开启海南之旅的美好回忆，更会激发重游美丽海南的兴致和冲动，如此，海南才能成为流量承接地。

陈雪怡



## 图说辣论

### 贩卖焦虑不可取

“一年级的暑假很可怕，不努力差距就拉大。”暑假将至，一些短视频开始危言耸听地提醒家长，营造焦虑氛围。再往下看，还能找到二、三、四、五年级“暑假很可怕”的系列视频，文案一模一样，最后图穷匕见——推销教辅或补课。

所谓“暑假很可怕”，指的是暑假如果没有补课，就容易落后。这种恐吓式营销表面上看是在关心学生，实际上是在对家长进行责任绑架，贩卖焦虑，与“双减”政策背道而驰。日前，教育部办公厅已发布通知，严防严查违法违规开展线上培训和广告宣传等问题，监管部门应及时出手，露头就打，严查快处，赶走教育焦虑制造者。平台要加强监管，别为了收割流量，对贩卖焦虑乱象睁一只眼闭一只眼。家长也要保持定力、擦亮眼睛，别轻易被忽悠，让孩子过一个轻松快乐的暑假。

(图/沈海涛 文/魏燕)

本版言论只代表个人观点 投稿邮箱: hnrpl@163.com

## 今日热评

# 乐享暑假须做好“安全作业”

陈奕霖

暑假将至，近期，各地纷纷发布学生暑假安全提示，部署学生暑假安全防范工作，防患于未然，反映出各地对学生暑假安全的重视。

暑假，是学生肆意撒欢的时候，也是学生安全事故易发多发的时段。坚决遏制安全事故发生，是保障学生乐享假期的前提，更是呵护青少年健康成长的关键。因此，各方须共同做好“安全作业”。

做好“安全作业”，须紧盯重点时段，针对暑假易发多发的学生安全事故，牢牢守住安全防线。比如，在防范学生溺水方面，既要抓住“人”的因素，严管学生私自下水游泳，通过开展防溺水专题宣讲、发布风险提示短信等方式，加强安全知识普及，增强学生安全意识，提升学生自我保护能力；也要紧扣“水”的因素，在水库等重点水域、危险水域设立安全警示牌，配置安全防护设施，加强巡查值守，妥善做好应急处置。

做好“安全作业”，还须紧跟热点抓要点，切实加强对学生暑期安全的教育。当下，研学游、夏令营渐成暑假游新热点，但在交通安全、食宿卫生、医疗防护等集体活

动的管理标准方面仍有待完善。相关部门应加强对研学游和夏令营的监管，以及对研学基地和活动场所进行全面的安全检查和评估；活动组织机构也需安排专业人员做好安全监督和指导，建立紧急事件处理机制，以详细的安全保障措施，确保在学生安全的前提下开展相关活动。

安全大于天，责任重于山。做好“安全作业”，从来都不是个人的、一方的事，需要宣传、教育、监管多措并举，学校、家庭、社会通力合作，共同织密筑牢暑假安全防护网。

充分发挥安全教育主阵地作用，学校的教育引导必须到位。采取开展安全防范主题班会课、多形式宣讲安全知识、发放倡议书承诺书、发送提醒短信等举措，引导学生做好危险识别并主动规避危险，同时督促家长做好安全教育、强化居家监管。此外，对农村中小學生、特殊家庭学生等重点群体加强关注，以电话、家访等形式进行家校联动，及时掌握学生动向，持续做好安全引导。

当好孩子的第一责任人，家长的监护教导不能缺位。在暑假接过直接监管责任后，家长不能让孩子进入安全管理“真空

期”。一方面，要时刻绷紧安全这根弦，对孩子经常叮嘱、适当管控，确保孩子处在安全的环境中；另一方面，也要将自身掌握的安全知识，向孩子言传身教，帮助孩子提高安全意识和能力，将学生安全风险降到最低。

在“老师管不着，家长没空管”的时候，社会力量应当及时补位。暑假学生安全事故防范，仅靠学校和家庭，难免存在“盲区”，社会力量的介入，将能更有效地堵住“漏洞”。比如，有条件的社区可以组织开展暑假课堂，在丰富学生假期生活的同时，为学生提供安全有序的活动环境；志愿服务等志愿服务，提醒青少年避开危险；各类媒体可以线上线下广泛开展宣传，让安全提醒“时时能听到 处处能看到”，营造浓厚安全氛围。

安全无“假期”，时刻不能松。学生安全事关千家万户，容不得半点马虎，不能有丝毫疏忽。各方联手行动，给学生更多安全保障，定能让学学生度过一个平安、健康、快乐、充实的暑假。

# 旅游服务别做一锤子买卖

魏燕

观光车“甩客”，出景区还需步行；摆渡车分段式、按次数收费，VIP才能直达景点；在线购票必须捆绑车票，名为“自愿”，实则强制……暑假将至，夏季出游高峰也将到来，各大景区游客爆棚的同时，“差评”也开始出现。近日，媒体报道了一些景区的观光车、摆渡车在规划设置上存在问题，收费也套路满满，引发游客不满。

景区观光车、摆渡车等本是为了方便游客而产生的，但有的景区却把它们当成“创收”工具，各种“搭车消费”“捆绑式服务”，让游客不得不坐。这种不给游客留余地的行为就像“一锤子买卖”，很容易招致游客反感，不利于景区长远良性发展，与当下旅游业重视服务质量、重视游客体验的发展趋势也是背道而驰的。

大众旅游时代，旅游已经成为人们重要的休闲生活方式。人们越来越注重旅游的质量与体验感，旅游的社交属性也逐渐增强。淄博烧烤火遍全网的故事告诉我

们，流量与信誉，已经重塑了旅游业的底层逻辑。几次暖心的互动可以引爆一座城市的口碑，而同样，几个不满意的“差评”也足以损害一个景区的形象。观光车、摆渡车等虽是旅游服务的小细节，却直接影响游客对景区的观感。“搭车消费”“捆绑式服务”赚了小钱，却影响了景区的口碑，消磨了游客的热情，实在是得不偿失。

发展旅游要有大格局，要算眼前账，更要算长远账。旅游业是综合性产业，发展要义在于聚人气，人气旺了，自然能带动各种消费。例如，杭州西湖免费开放后，所带来的人气和由此产生的经济社会效益已远远高过门票价值。近年来，陆续有不少知名景区免费开放，如天涯海角、黄山、大明湖等，这些都是大格局撬动大发展的生动案例。但同时需要注意的是，人气旺了，要更加注重游客体验，少些“一锤子买卖”的狭隘做法，多从游客的角度考虑问题，想方设法为游客创造更好更丰富的旅游业态，

让游客在景区里享受到优质服务，玩得高兴、玩得舒心，对景区形成好印象，留下好口碑，如此才能为景区创造真正可持续的盈利点，促进旅游业健康良性长远发展。

一个景区，往小了说会带动当地交通、住宿等上下游产业发展，往大了说将给一个地区的经济社会发展增添动力。因此，对于景区的种种短视甚至违规行为，相关部门切不可听之任之，应该加大扶持及监管力度，及时出台有力有效措施予以制止。同时，还可建立游客回访机制和游客投诉快速处理机制，收集游客意见建议，集中解决游客反映比较集中的问题，并及时跟进、及时解决、及时反馈，为旅游发展营造良好的环境。

套路始终不得人心。当前，旅游消费方式、消费观念都在发生巨变，“特种兵”旅游、夜爬等旅游体验新方式出现，都在倒逼景区高品质良性发展。惟有始终坚持以人为本，从己做起、优化服务，才能让游客“常来常往”，形成长久的竞争力。

值班主任: 罗清锐 主编: 陈奕霖 美编: 杨干懿

# 龙湖光年积极培育夜经济，助力海口打造文旅商业融合新格局 “潮来”光年大道 遇见椰城烟火时光



六月二十二日，龙湖光年的开放式商业街区“光年大道”正式开街。

## C 一张城市新名片

夜经济是一座城市的名片，代表着一座城市的品位和形象，也是一个展现城市文化特色和发展成就的鲜活窗口。受生活习惯和气候等因素影响，海口的夜间消费十分旺盛，夜间特色消费场景建设工作也被纳入2023年海口市政府工作报告。与此同时，海口各区及街道乡镇也纷纷将特色街区、市集建设纳入日程。

在此背景下，海口各区将建设特色文化商业街区作为打造夜经济的一项重要工作，通过挖掘当地特有历史文化元素，丰富文化内涵，完善综合配套，创新商业业态，实现街区场景的整体赋能，从而激活消费活力。目前，成效已经开始逐步显现。

比如海口一些传统景区景点，在打造旅游吸引物的竞赛中，找到了“夜游”这把打开流量大门的“钥匙”——五公祠“夜游”唐宋宴舞，火速“出圈”；观澜湖休闲旅游区“夜游”里的大型沉浸式实景演艺，与观澜湖新城街区“新城夜生活”互促共进，打造夜间消费闭环。可以看到，在升级夜间新消费场景和业态的过程中，文化资源也被重新“发现”和挖掘。

夜经济不只在夜市。今年以来，海南蓬勃发展的夜间经济呈现出新变化，除了以餐饮、购物为主的传统夜市，更多涵盖购、吃、游、娱、展、演等领域的丰富业态正在兴起，夜市、夜展、夜秀、夜节、夜宿等场景逐渐被串联，催生海南消费新“夜”态。这也是龙湖集团等企业布局海南商业市场的重要原因。

在业内人士看来，如果说光年大道开街为海口提前展演了一场好逛、好看、好玩，氛围感十足的不夜生活美好体验，那么未来开业后的龙湖海南海口天街，必将成为海口新的城市名片。

“海口天街22万平方米的体量，不管是在海南的单体购物中心中，还是在龙湖天街体系内，都是少有的。这么大的体量，决定了这座天街未来拥有足够的想象空间。”上述业内人士表示，巨大的商业体量和丰富的业态，让海口天街有能力成为海口商业的迭代之作，与光年大道一起，营造一个覆盖全消费层级、全消费时段的生活体验中心，实现海口夜间消费场景所更升级，“为消费者提供更为新颖和沉浸式的体验，为海口夜经济发展提供创新发展载体，为海南国际旅游消费中心建设提供助力。”

(撰文/无为)

## A 一处潮玩的新夜市

……在这里应有尽有，市民游客能体验到十足的文艺范儿，还可以尝到“网红”美食。

晚风轻拂，吹散热气，市民游客穿行市集，或享受美食，或驻足观赏，或举起手机拍照打卡，享受着夜晚的户外悠闲时光。

“这里布置得很氛围感，美食也比较有特色，假期来这里品美食、拍照，感觉很放松。”海口市民李恬和朋友坐在休

息区，一边欣赏乐队演出，一边吃着美食惬意地聊天。从黄昏到深夜，有音乐节现场，有潮玩市集，不售票，不设座，满是城市的烟火气和休闲放松的幸福感。

龙湖光年项目负责人介绍，作为龙湖光年重要的商业组成部分之一，光年大道规划为总长超过600米的街区式商业步行街，将打造“印象小海岛、国际丽人岛、Z时代潮玩岛”三大“岛屿”主题区域。待全面建成投用

后，市民游客可以在“印象小海岛”邂逅深夜食堂，也能体验纯正的海南风情；主打“精致生活主场”的国际丽人岛，将成为展现潮流时尚的城市秀场；而妙趣横生的Z时代潮玩岛，将是海口青年一代的社交新场所。

“我们期待更多热爱生活、志同道合的品牌或商家加入，一起点亮海口的夜经济，让海口这座城市越来越精彩！”龙湖光年项目负责人说。

## B 一座“夜”态新场所

速度“放慢”，把消费过程“拉长”。

“海南正在加快推进国际旅游消费中心建设，要让更多生活方式成为消费业态的支撑点。”海口市旅文局相关负责人表示，通过市集活动打造独特文化定义和不同生活方式，将进一步满足都市多元化的消费需求。新消费场景也来自传统商业体的自我革新——不仅是龙湖光年，日月广场、阳光城、海口国际免税城等海口新老商业综合体也纷纷引入新“夜”态。

光年大道不满足于传统街区式商业步行街的模式，而是按照场景创新再造、多元体验的原则，参考新加坡乌节路，打造兼具打卡性、互动性的海南海风绿谷主题商业街区。

据了解，作为省重点项目，龙湖光年总体量超过80万平方米，涵盖约22万平方米的天街购物中心、光年大道商业街、空中商铺、写字楼、酒店、花园SOHO等众多商业业态。随着光年大道正式开街，以及将来天街的

专题

一个有温度的市集，60多家品牌摊位集结，好看、好逛、好吃、好玩！

一场有情怀的派对之旅，赶走工作的疲惫，乐享假期的轻松，沉浸在现场音乐的微醺光影里，让所有烦恼烟消云散……

刚刚结束的这个端午节，光年大道落日市集，成了不少椰城市民、游客“逛吃”的心头好。

6月22日，海口首个夜经济生活示范区——龙湖光年的开放式商业街区“光年大道”正式开街，作为集吃喝玩乐、拍照打卡于一体的椰城新晋“网红”，光年大道吸引了众多消费者的到来，也为追逐潮流的新生代们提供更多个性、趣味的消费体验，为海口人的夜生活，带来一场奇趣梦幻的“不夜之旅”。



6月22日，光年大道开街盛典上，市民游客观看表演。