



## 一浪一风景，一湾一世界 凭借日月湾、石梅湾、神州半岛资源禀赋 万宁做好年轻客群体验游文章

# 来三湾逐浪，在万宁“上头”

■ 海南日报全媒体记者 陈彬 李关平 林博新

**C 悦客 |**  
一部手机，  
掀起一场“种草”热潮

听着海浪声，站在马路上蹦迪——这是一种怎样的体验？

6月10日晚8时许，距日月湾旅游度假区还有两三百米，道路两旁已停满来自全国各地的车辆。酒吧街外，霓虹交相辉映下，年轻游客三三两两成群。这样的画面，每天都在上演，而每一帧画面，下一秒就可能出现在小红书、抖音或朋友圈里。

日月湾酒吧街的主理人来自全国各地，他们更懂年轻人，也更擅长用社交媒体“搞事情”。“SIP碰”酒吧的主理人郭臻荣网名“土豆公主”，她的个人视频号里，几乎全是日月湾的美景、酒吧街动感爆棚的画面——没有一本正经的旅游攻略，只有扑面而来的快乐和自由。

“像日月湾这种新兴的旅游目的地，必须通过网络传播来‘种草’，才能吸引全国各地的人。”郭臻荣说，年轻人不看你说什么，只看你呈现了什么。一条几十秒的“海边蹦迪”视频，胜过十篇宣传稿。“流量在哪里，生意就在哪里。”郭臻荣坚定地认为。

不到两年时间，郭臻荣已在日月湾开了两间酒吧。为什么看中这里？她认为，这里有一条面向大海的酒吧街，并且附近没有居民区，人们可以在马路上尽情蹦迪，不用担心扰民的问题，这在国内其他地方很难复制。

在很多人看来，酒吧就是卖酒的，但郭臻荣不这么看。“年轻人要的不是酒，而是情绪出口；不是消费，而是炫耀一份独一无二的体验；不是安静，而是被看见、被释放、被治愈。”郭臻荣说，“我不做酒吧，我做情绪的中转站；我不卖酒精，我卖自由与合理释放。”

事实证明，这套“情绪价值”打法非常奏效。据介绍，“SIP碰”酒吧每天接待超1000名游客，月营收稳定在120万元以上。而这一切，几乎都是靠一部手机、一条条短视频、一张张打卡照，从0到1“生长”出来的。

如果说“SIP碰”酒吧提供的是外向的、集体的情绪释放，那么在距离日月湾不远的“伴山野青年养老院”，则是另一种安静的、私密的自我疗愈。

“不开心了就来我这里住上几天，一天200多，包住宿和三餐，和我一起享受小院生活，晒太阳，喝一杯酒，分享一下彼此的故事。”90后广东人“亮仔”在视频号上这样描述他的创业项目。一个人，在万宁开了一家“青年养老院”——这个名字本身就自带话题和流量。

青年养老院的日常其实很简单：白天晒太阳、读书、冲咖啡，喜欢运动的可以参加健身、冲浪、浮潜等；晚上围坐喝酒、弹吉他、聊各自的故事。这种“慢治愈”的调性，精准击中了都市年轻人的痛点，通过社交媒体的传播，各地青年男女纷纷来到这里体验“养老”乐趣。

无论是“土豆公主”的“情绪中转站”，还是亮仔的“青年养老院”，背后是一群懂得互联网、懂得年轻人、懂得“把体验做透”的创业者们。

在这里，年轻人不仅是游客，更是主力推介者。他们爱上万宁湾区的调性，就会自发地在社交平台上“晒”——晒冲浪的英姿，晒海边的落日，晒酒吧里放飞自我的瞬间。这形成了“游玩—分享—引流”良性循环。

全域持续向好的产业态势，转化为实打实的文旅增长数据：今年1至4月，万宁全市累计接待游客超467万人次，同比增长25.5%；实现游客总花费47.26亿元，同比增长28.1%。今年“五一”假期，全市共接待游客47.14万人次，实现旅游总收入3.03亿元，同比分别增长9.91%和10.12%。

海浪依旧日夜翻涌，但万宁的海岸早已不止于“看海”。从一块冲浪板出发，以年轻需求为锚点，以差异化布局为骨架，以情绪体验为内核，这片海湾正在走出一条不靠单一海景资源的滨海文旅新路径。各种节奏共生，多元业态共融，万宁的海岸故事，还在持续刷新。  
(本报万城6月16日电)

**A 引客 |** 一条浪板，引发一场集体奔赴

在海里“浪里个浪”，在沙滩上“躺平”，在咖啡馆里自拍，在马路上骑着小三轮穿梭……万宁日月湾，如今已成为年轻人们热衷的“快乐大本营”。

回溯十多年前，这片海岸还是一片冷清海滩，最早一批冲浪爱好者自发奔来，扛着冲浪板逐浪，在岸边搭建简易板房，兼租装备租赁与更衣需求。“早年来日月湾冲浪，氛围特别野。”一名资深浪人回忆道，彼时没有成熟配套，全靠冲浪圈层自发聚集。

海上冲浪不过瘾？还有摩托艇、帆船、浮潜等，总有一款让你上头。一家家冲浪俱乐部、民宿、咖啡馆、餐厅、酒吧沿着海岸线生长，从零星几家到一条街，再到一条完整的滨海旅游消费链。

日月湾冲浪旅游火了，企业嗅到商机。中旅集团来了——在日月湾建设占地100多亩的逐浪度假区，打造全国首个奥林匹克级人工造浪池，并配套酒店、餐饮、培训、旅拍等服务。这不仅是硬件升级，更是一次产业跃迁。从“靠天吃饭”到“科技造浪”，万宁冲浪告别了单纯的“等浪来”。

6月10日12时许，伴随着气压释放的低沉轰鸣，平静的水面顷刻间隆起一道碧蓝水墙。“1万平方米的水域之中，能模拟大约110种浪型，从0.3米的微浪到2.7米的大浪，都能精准复刻。”中旅逐浪度假区品牌营销部负责人符凌伟介绍，无论是零基础“小白”还是职业选手，都能找到适合自己的浪况。

“对于一些年轻白领和亲子家庭来说，他们更愿意选择这种能安全体验冲浪且配套齐全的酒店。”符凌伟告诉记者，很多在北广工作的国内外年轻人，经常利用周末假期，专门过来体验冲浪乐趣。近期，酒店境外订单明显增长，不少来自俄罗斯、澳大利亚的客人一住就是一个月。

与此同时，冲浪市场的规范发展也在推进。过去，无证教学、打价格战、安全隐患等问题一度困扰行业。如今，逐浪度假区的教练团队人人持有国家职业资格证书，多人兼具救生员资质。“我们要做的就是降低冲浪门槛，让更多人安全、舒适地爱上它。”符凌伟说。

万宁冲浪，不仅年轻人喜欢，业界也认可。从世界冲浪联盟积分巡回赛时隔5年重返万宁，到国家冲浪集训队等“国字号”队伍常年驻训，再到万宁入选全国首批国家级高质量户外运动目的地（全省唯一）——各方专业力量的推动，为这片湾区注入源源不断的发展动能。

一条浪板，一张名片，这离不开顶层设计支撑。“我们以冲浪为核心，构建‘海陆空’立体化户外运动体系，让体育旅游从产业链条走向生活方式。”作为国家体育总局选派来琼挂职的干部，万宁市委常委、副市长刘超见证了体育与旅游在这片黄金海岸线上的发展跃迁。

不仅要招商，更要选商。”李松瑶笑着说，现在聚集在石梅湾的，大多是一些有想法、有品位的年轻创业者，他们更懂年轻人，也善于通过社交网络吸引年轻人上门。

位于石梅湾的威斯汀度假酒店，气派的大堂面朝大海，青年男女们聚在靠海一面的廊道上，一边享受下午茶，一边尽情拍照打卡。

“目前酒店每天的人住率达到70%，店内客人以错峰游的年轻人居多。”石梅湾威斯汀度假酒店市场销售总监秦成龙说。他在这里工作了8年，不仅见证了万宁湾区旅游的兴起，也经历了威斯汀酒店从一家以商务接待为主的星级酒店，变成年轻人争相打卡的网红度假酒店的过程。

“年轻人更愿意为情绪价值买单。大家工作压力大，就想换个地方看看风景，随手拍大片，有治愈的感觉。”秦成龙说，为了迎合年轻消费者的需求，酒店在产品和服务宣传上，都尽力营造一种舒适放松的调性，触发更多人“想来看看”的欲望。

与日月湾和石梅湾不同，神州半岛则呈现了另一种调性：飒。引擎轰鸣、浪花飞溅，海上摩托艇上演速度与激情，年轻人在海面上划出一道道白色弧线，欢呼声此起彼伏。玩累了，不远处新开业的「肆海集」滨海商业综合体正好接档——集游玩、购物、娱乐、美食于一体，为游客提供一站式滨海休闲新体验。神州半岛正用越来越丰富的年轻化业态，把年轻人的“一整天”都安排得明明白白。

万宁109公里的海岸线上，日月湾、石梅湾、神州半岛串珠成链，以“年轻活力”这一核心客群为需求，实施“一湾一品”差异化发展计划，形成了湾区体旅融合新格局。

“原来我们出去招商都是‘求人’，通过租金减免等各种优惠政策请人家来。现在不一样了，石梅湾人气起来后，我们底气更足了，

自己的浪况。”

“对于一些年轻白领和亲子家庭来说，他们更愿意选择这种能安全体验冲浪且配套齐全的酒店。”符凌伟告诉记者，很多在北广工作的国内外年轻人，经常利用周末假期，专门过来体验冲浪乐趣。近期，酒店境外订单明显增长，不少来自俄罗斯、澳大利亚的客人一住就是一个月。

与此同时，冲浪市场的规范发展也在推进。过去，无证教学、打价格战、安全隐患等问题一度困扰行业。如今，逐浪度假区的教练团队人人持有国家职业资格证书，多人兼具救生员资质。“我们要做的就是降低冲浪门槛，让更多人安全、舒适地爱上它。”符凌伟说。

万宁冲浪，不仅年轻人喜欢，业界也认可。从世界冲浪联盟积分巡回赛时隔5年重返万宁，到国家冲浪集训队等“国字号”队伍常年驻训，再到万宁入选全国首批国家级高质量户外运动目的地（全省唯一）——各方专业力量的推动，为这片湾区注入源源不断的发展动能。

一条浪板，一张名片，这离不开顶层设计支撑。“我们以冲浪为核心，构建‘海陆空’立体化户外运动体系，让体育旅游从产业链条走向生活方式。”作为国家体育总局选派来琼挂职的干部，万宁市委常委、副市长刘超见证了体育与旅游在这片黄金海岸线上的发展跃迁。

不仅要招商，更要选商。”李松瑶笑着说，现在聚集在石梅湾的，大多是一些有想法、有品位的年轻创业者，他们更懂年轻人，也善于通过社交网络吸引年轻人上门。

位于石梅湾的威斯汀度假酒店，气派的大堂面朝大海，青年男女们聚在靠海一面的廊道上，一边享受下午茶，一边尽情拍照打卡。

“目前酒店每天的人住率达到70%，店内客人以错峰游的年轻人居多。”石梅湾威斯汀度假酒店市场销售总监秦成龙说。他在这里工作了8年，不仅见证了万宁湾区旅游的兴起，也经历了威斯汀酒店从一家以商务接待为主的星级酒店，变成年轻人争相打卡的网红度假酒店的过程。

“年轻人更愿意为情绪价值买单。大家工作压力大，就想换个地方看看风景，随手拍大片，有治愈的感觉。”秦成龙说，为了迎合年轻消费者的需求，酒店在产品和服务宣传上，都尽力营造一种舒适放松的调性，触发更多人“想来看看”的欲望。

与日月湾和石梅湾不同，神州半岛则呈现了另一种调性：飒。引擎轰鸣、浪花飞溅，海上摩托艇上演速度与激情，年轻人在海面上划出一道道白色弧线，欢呼声此起彼伏。玩累了，不远处新开业的「肆海集」滨海商业综合体正好接档——集游玩、购物、娱乐、美食于一体，为游客提供一站式滨海休闲新体验。神州半岛正用越来越丰富的年轻化业态，把年轻人的“一整天”都安排得明明白白。

万宁109公里的海岸线上，日月湾、石梅湾、神州半岛串珠成链，以“年轻活力”这一核心客群为需求，实施“一湾一品”差异化发展计划，形成了湾区体旅融合新格局。

“原来我们出去招商都是‘求人’，通过租金减免等各种优惠政策请人家来。现在不一样了，石梅湾人气起来后，我们底气更足了，



日月湾的金黄沙滩上，游人或漫步或嬉戏。  
海南日报全媒体记者 张茂 特约记者 王聘钊 摄



位于石梅湾的威斯汀酒店沙滩上，两位模特在拍照打卡。  
威斯汀酒店供图



日月湾深夜的酒吧街。 陈先哲 摄

“

午后的万宁石梅湾，青年情侣们相伴走在柔软的沙滩上，不时停下脚步举起手机，定格眼前的海天一色；在神州半岛的海面上，摩托艇划开一道道白色浪花，引擎的轰鸣与游客的欢呼此起彼伏；入夜时分，日月湾的酒吧街灯火通明，年轻人聚在路边蹦迪，手机屏幕的灯光和现场的霓虹交相辉映。同一片海岸线上，多种截然不同的节奏，共存于万宁的三大湾区。

当海浪、沙滩、酒吧、音乐、运动与一颗颗年轻的心碰撞，会发生什么？在万宁的日月湾、石梅湾、神州半岛，答案每天都在刷新。这里不再仅仅是“看海”的目的地，而是形成了一个从“引客”到“留客”再到“悦客”的完整消费链条。一条小小的冲浪板，正撬动一场属于Z世代的滨海消费革命，也串联起三大湾区“文体旅购”一体化的发展新格局。

深读



扫码看更多内容

执行策划：罗清锐  
执行总监：刘乐蒙  
客户端主编：苏杰德



俯瞰石梅湾。

威斯汀酒店供图

AI示意图张昕