



游客在欢乐节分会场海口火山口公园跳竹竿舞。



游客打卡欢乐节分会场海南热带野生动植物园。

8月2日,随着最后一场烟花秀在海南长影奇幻乐园的夜空绽放,2026年(第二十七届)海南国际旅游岛欢乐节(以下简称“欢乐节”)海口主会场活动正式落下帷幕。

17天的夏日狂欢,交出了一份亮眼的成绩单:海口主会场及三大分会场累计接待游客超99万人次,其中长影奇幻乐园接待21.54万人次。

这份数据背后,是海南节庆文旅模式的一次深刻重构。本届欢乐节首次将主会场“搬进”大型主题乐园,一改过往短期造势、节后沉寂的传统短板,通过“节庆赋能景区、全域联动城市”的创新打法,把短期客流转化为长期文旅竞争力,为海南节庆文旅融合探索出可复制的全新路径。

□南国都市报记者 丁文文

节庆+景区

给海南欢乐节带来了什么?

破局

让峰值流量转化为长效“留量”

本届欢乐节首次将主会场设于大型主题乐园,这不仅是场地的更换,更是对传统办节模式的大胆重构。

欢乐节开幕式上惊艳亮相的水上光影秀《丝路奇航·幻海逐光》,并未随节庆落幕而停演,而是直接转为景区常态化夜间演艺产品;3000架无人机编队与3万发烟花交织的视觉奇观,也不再是节庆专属记忆,而是成为景区夜间经济的长效引流引擎。

“一节留一景、一夜映长明”,从愿景落地为现实,打破了节庆活动“瞬时爆发、节后归零”的传统周期规律,节庆带来的峰值流量,正在平稳转化为景区的长期运营“留量”。

据统计,截至7月底,海南长影奇幻乐园今年累计入园突破60万人次,总营收同比增长238.64%。这一跨越式增长,既来自客流规模的大幅提升,更得益于夜间演艺、萌宠经济等新业态对客单价与复游率的双重拉动,直接印证了“节庆+景区”模式在流量转化与营收增长上的双重效能。

17天里,占地5万平方米的“欢乐岛”空间日夜不歇,成为观察海口夏日文旅活力的最佳样本。

除了经典的巡游、演艺与美食市集,活动特别设置“游宠无界”宠友狂欢基地,通过狗狗趣味竞速赛、萌宠气味体验站、犬种文化社群墙等定制化内容,精准切入宠物经济这一高增长细分赛道。

与此同时,“海南厨房·Hi嗨夏夜美食派对”集结60余个特色摊位,汇聚琼式清补凉、各地特色烧烤等多元风味;清凉营地戏水狂欢区、欢乐岛舞台的国风演出与乐队现场演绎,则分别锚定亲子家庭与年轻潮人两大核心客群,形成差异化体验矩阵。

这种分层设计的多元玩法,推动欢乐节从一场“看热闹”的节庆活动,升级为一场“有共鸣”的城市生活方式体验,有效激发了游客的复游意愿与自发传播热情。

共生

节庆热度持续拉长夏日盛宴

欢乐节的影响力,并未局限于海南长影奇幻乐园这一主会场。

海口火山口公园、海南热带野生动植物园、观澜湖电影公社三大分会场同步开启欢乐模式,轮番推出“奇趣狂欢周”“梦幻魔术周”“自在乐队周”三大主题内容,与主会场形成内容呼应、客流互导的联动格局,实现“欢乐覆盖全城”的办节效果。

更关键的是,本届欢乐节联动海口200余家线下商户,将节庆人气从景区延伸至免税商圈、老爸茶门店、特色夜市等多元消费场景,构建起“吃住行游购娱”全链条消费生态,真正实现“办一节、旺一城”的产业联动效应。

值得关注的是,本届欢乐节告别“节终热度止”的传统短板,实现节庆热度无缝衔接、长效释放。

目前,海南热带野生动植物园暑期特色活动持续上新,观澜湖电影公社夜间实景演艺常态化开放,海口火山口公园亲子探秘体验热度不减,三大分会场的文旅活力仍在续航。

与此同时,海口通过荣山寮开渔季、“夜游海口湾”特色游船、2026年中国女篮热身赛(海口站)、陈慧娴巡回演唱会(海口站)、第六届亚洲皮划艇海洋锦标赛等一系列旅文体活动的无缝衔接,让椰城的夏日文旅热度始终保持高位运行。

为最大化释放节庆长尾价值,海南长影奇幻乐园更将首道门票全免政策延续至8月31日,王牌水上光影秀实现每晚常态化演出,持续留住客流、激活消费,把短期节庆爆点拉长为月度、季度长效热点,探索出“节庆引领、全域联动、持续运营”的城市文旅发展新模式。

升级

老牌节庆迭代为自贸港文旅超级IP

走过27年的欢乐节,早已从单一的城市节庆活动,迭代升级为海南自贸港文旅超级IP。

“过去办节,是节庆冲高、节后人散,现在我们要做的是‘节庆造爆点、常态做支撑’。”长影集团总经理栾国栋表示,封关运作后,海南国际航线持续加密,离岛免税政策不断优化,全国乃至全球的客流都在向海南汇聚。借助欢乐节积累的势能,乐园要继续打磨核心产品,让游客来了不想走、走了还想来。

业内人士分析认为,传统节庆是“借势造势”,靠短期活动快速吸引客流,而本届欢乐节是“造势留势”,通过多元场景、全域联动,实现节庆资源的常态化、产业化。

封关运作带来的客流结构变化、消费场景升级、国际竞争加剧,倒逼海南节庆产业从“活动思维”转向“产品思维”,从“短期造势”转向“长效运营”。而“节庆+景区”的组合模式,恰好精准破解了海南文旅长期存在的“节庆与产业脱节、热度与留存割裂”的痛点。

一方面,成熟景区为节庆提供标准化运营载体、常态化消费场景,避免节庆内容“昙花一现”;另一方面,成熟节庆IP为传统景区深度赋能,帮助景区突破日常运营瓶颈,丰富夜间业态、细分业态,提升品牌知名度与市场竞争力。

而全域商户联动、多业态接续发力的打法,进一步将单点客流扩散为全城消费动能,推动文旅产业与餐饮、零售、体育、演艺等业态深度融合,拉长产业链条。

不少业内人士坦言,文旅行业早已告别“有景就有人”的时代,只有精准匹配不同客群需求、持续更新迭代文旅产品,才能稳定游客复游率,沉淀优质市场口碑,带动文旅产业长期稳步增长。海南欢乐节这次“节庆+景区”的破圈实验,不仅点燃了椰城的夏日热情,更为全国节庆文旅融合输出了可参考的“海南样本”。