



游客在三亚蜈支洲岛旅游区潜水。(受访者供图)

来海南旅游不是只有打卡拍照

@八方的游客 准备好一起“造景”吧

清晨的三亚蜈支洲岛,游客戴上面镜潜入海底,亲手把一株珊瑚苗固定在礁架上;夜晚的海口骑楼老街,游客一边喝老爸茶、看琼剧快闪,一边漫步至老街深处。

“好山好水好无聊”,这句流传已久的调侃,折射出传统观光型景区的共同困境。如今,海南正以一场系统性的景区强基焕新行动,尝试改写这一印象。

随着《海南省旅游景区强基焕新升级三年行动计划(2025—2027年)》深入推进,海南正经历从“看景”到“造景”的深刻变化。游客不再只是匆匆打卡、拍张照片就走,而是越来越多地成为生态的参与者、文化的体验者、故事的共创者。

□南国都市报记者 丁文文

升级

景区从卖风景到造场景

海南景区的升级,正在把“看风景”变成“进场景、玩体验、留下来”。

在三亚,蜈支洲岛旅游区的升级,首先是从“看海”走向“造海”。“过去游客上岛多是看沙滩、拍海景,体验停留在观光层面;如今,景区以海洋牧场建设为基础,持续投放人工鱼礁、修复珊瑚礁,使近岸海域活珊瑚覆盖率从不足15%提升到37.08%,记录礁栖鱼类增至265种。”三亚蜈支洲岛旅游区企管部负责人陈宏介绍,围绕修复后的海底生态,景区推出“珊瑚宝宝”移植体验、“珊瑚保卫营”亲子研学、水下写真、海洋科普等产品,让游客从单纯观景者转变为生态参与者、研学体验者和深度度假者。

在此基础上,蜈支洲岛进一步用科技、夜间消费和精细化服务延长体验链条。景区构建海底、海上、陆地、低空四栖产品体系,发展海上夜钓、夜间水上飞人等夜游业态,引入人形机器人互动,丰富科技文旅场景;并推进零碳智慧岛建设,把生态修复、蓝碳治理与智慧管理嵌入旅游产品。

海口骑楼老街的升级,则是从看南洋建筑到造南洋生活场景的转变。近年来,街区按修旧如旧的思路修缮骑楼,保留灰塑、壁画、廊柱等建筑细节,同时把原住民、中药铺、婚庆店、老爸茶等市井生活留下来,让老街不是被围起来的景区,而是仍在呼吸的城市社区。

通过差异化布局中山路、水巷口、博爱路等街巷,引入老字号、非遗工坊、文创品牌、精品民宿和老爸茶演艺,推出夜游亮化、琼剧展演、爵士市集等活动,骑楼老街正从历史街区升级为集文化、旅游、商业、社区于一体的自贸港城市会客厅。2026年1月至7月,骑楼老街接待游客1200多万人次,同比增长35%。

海南热带野生动植物园则把“看动物”变成“养IP”。

2018年大熊猫“贡贡”“舜舜”落户海南后,园区持续深耕热带大熊猫本土化饲养课题,从膳食研发、生态适配到丰容保育,逐步构建起精细化保育体系,使这对熊猫兄弟成为全国独一无二的“热带大熊猫”文旅IP。

陵水南湾猴岛正以“故事”为线,重构老牌生态景区的游玩逻辑。景区不再依赖“单纯看猴子”的观光老路,而是把体验起点前移到游客抵达之前:原创AI漫剧《猴岛六六》在线上铺陈猕猴王国的故事与人物,游客上岛排队时扫码即可续追剧情。园内,《猴岛传奇》天幕秀以穹顶投影、裸眼3D演绎故事高潮,与线上漫剧相互呼应;猴王宝座、猕猴幼儿园、猕猴法庭等主题装置,则把猕猴习性、族群传说译为可游可感的实景,让科普讲解、安全提示自然嵌入剧情。

短板

好资源为何体验仍不足

尽管海南景区资源禀赋优越,但在从“看景”向“造景”转变过程中,部分景区仍存在体验供给不足、服务细节不够完善、国际化接待能力偏弱等问题。

事实上,传统景区之所以显得“无聊”,本质上是发展模式跟不上旅游业升级节奏,也难以满足游客日益个性化、体验化的需求。

然而,升级之路并非坦途。

记者在走访中发现,从游客反馈看,部分景区仍存在“风景好看、体验打折”的情况。有的游客反映,旺季热门项目、接驳车、上下岛船票排队时间较长,现场遮阳、饮水、休息等配套不足;部分景区门票与观光车、索道等交通票衔接不够顺畅,游览路线指引不够清晰,影响游览节奏。

也有游客提出,个别景区餐饮、零售价格偏高,个别项目存在诱导消费或二次推销现象,消费透明度仍有提升空间;一些街区、景区在节假日人流密集时,机动车、电动车与行人混行,卫生保洁、厕所服务、无障碍设施等细节体验还需加强。

传统景区如何破局? 海南省旅游景区协会原秘书长苏群认为,海南旅游景区对标国际旅游消费中心建设,仍存在三方面突出短板:一是涉外服务人才不足,景区一线从业人员外语能力偏弱,多语种接待能力难以匹配境外客源增长;二是多语种标识和基础设施不完善,部分景区外文标牌翻译质量参差不齐,厕所保洁、导览指引等细节仍有差距;三是无障碍、适老化环境不足,面对老年和残障游客比例较高的入境市场,包容友好的服务环境仍需提升。

苏群给出的方向是“赋能”与“融合”:推进文化与旅游深度结合,用更丰富的文化内涵、更科技化的场景营造、更强的体验感,打造“可玩、可感、可停留”的景区。但他也坦言,海南景区要避免同质化竞争,不能简单复制他人模式;当前不少景区仍面临创新能力不足、资金投入不够的两难。



俄罗斯网红博主打卡海口骑楼老街。(省旅文厅供图)

破局

以强基焕新重塑体验新赛道

“补齐短板、推动升级,海南应坚持试点先行、分步实施。”苏群建议。

具体而言,面向一线人员,海南可围绕接待场景开展英语、俄语等实用口语培训,建立激励机制,旺季引入外语专业志愿者;统一多语种标识规范,优先在游客中心、核心景点更新标牌,并上线多语种电子导览;持续推进厕所提质和无障碍设施改造,配齐轮椅租借、扶手等配套。选取重点景区打造样板,将国际化配套纳入景区考核,结合入境客源变化动态优化软硬件,全面提升海南景区国际化接待水平。

海南大学国际旅游与公共管理学院副教授谢祥项认为,从“看景”转向“造景”,不是简单造人造景观,核心是造场景、造体验、造价值。海南景区强基焕新,要立足自贸港资源本底,跳出单一观光思维:首先夯实生态、安全、服务等基础底盘;其次围绕海洋文化、研学、康养、体育运动等新业态,把静态资源转化成可参与、可沉浸的体验场景;最后用好数字化手段,用数字叙事赋能文旅场景,同时兼顾社区共生,带动本地居民共享发展红利。

他强调,景区升级切忌重硬件轻内容、重网红短期流量轻长期运营,要真正把海南独特的生态与文化资源,转化成可持续的旅游竞争力。

“下一步,海南还应继续丰富差异化、沉浸式、全年龄段旅游产品供给,兼顾普通游客与高端定制需求,提升景区二次消费占比。”海南省旅文厅相关负责人表示,将发展特色民宿,擦亮“百道海南菜”品牌;完善多语种、信息咨询、外币兑换等服务;规范旅游消费市场秩序,推行海南特色服务质量标准;优化“海南放心游”投诉先行赔付机制,持续提升投诉处置效能。

眼下,海南景区的“造景”之路,正从单一的景观展示,走向生态、文化、科技与服务的深度融合。这不仅是一场旅游产品的升级,更是一次对旅游本质的重新定义——让风景可参与,让文化可触摸,让体验可延续。