

让更多“好风景”成为更美“好前景”

——透视舟山旅游新变化新趋势

□记者 黄燕玲

今年以来，舟山旅游呈现一系列新变化、新趋势。跳岛游、乡村游、赛事游成为我市新的旅游经济增长点。

从各个网络社交媒体上，人们不难发现，舟山旅游有了越来越多的“自来水”——

花鸟岛、庙子湖岛、白沙岛等岛屿的推荐帖、出行游玩攻略，大都获得了不俗的点击量；

岛城蓬勃兴起的各处乡村农场、露营地、村咖，逐渐成为市内外游客追捧的网红打卡点；

在舟山举办的各类高水平体育赛事精彩图片，展现了一座活力满满的海岛体育赛事之城。

“舟山的海，已进入Next level”“舟山旅游后劲太大了”……广大网友的“连击”点赞，反映了舟山在旅游品牌打造上的持续发力。

海岛旅游热度不减 从“网红”转变为“长红”

星巴克、悬崖酒吧、花鸟礼物、海石花糖水铺、灯塔餐车、火山盒子……一家家小而精的店铺，散布在嵎泗花鸟岛上，点缀着湛蓝的海景。

漫步在花鸟岛上，游客可以享受精品民宿，品尝特色美食。喜欢深度体验小岛特色风情的游客，可以选择休闲垂钓、帆船出海，也可以参与鱼拓、蓝晒等特色手工体验课程；喜欢安静“放空”的游客，则可以漫步码塔线，仰望星空，体验海边瑜伽等活动。在这里，每名游客都可以找到适合自己的游玩方式。



一对情侣漫步在夕阳下的花鸟岛 花鸟乡供图

依托“爱情”主题，花鸟岛以“相识一相恋一相许一相伴一相守”为链条，完成岛上特色风貌建设，打造星殿口袋公园、灯塔落日广场等浪漫体验场景，举办520、浪漫七夕等爱情主题活动，持续输出花鸟岛爱情岛品牌形象。

以主题拓展产业链，花鸟岛正成为人们心中浪漫的代名词。上海夫妻前来海边玩桨板；河南游客带着爱人前来奔赴山海，见证爱情；杭州小伙选择留下来驻场演唱情歌……浪漫攻势之下，花鸟岛游客数量不断创新高。今年暑期，花鸟岛进岛游客26170人次，比2023年同期增加7.9%，比2022年同期增加13.3%。预计今年花鸟岛游客接待总量在5万人左右。

花鸟岛探索出了依托自身资源禀赋的发展模式，将“浪漫”精致化、定制化。针对不同旅游群体，花鸟岛推出了不同的高端定制化旅游，并将营销重点放在长三角地区，推出上海、杭州等地前往花鸟岛的直达班线，以三天两晚的预约式配置作为主打产品开展旅行服务。对商家严格设定进入门槛，遏制产品同质化，招引业内头部企业落地，带动周边业态示范提升。花鸟岛的链条式效应正不断吸引影视剧和明星上岛拍摄，影视效应进一步扩大花鸟岛知名度，吸引更多投资商入驻，进而推动整岛开发，形成了一个良性循环。

有美景做底色，以品牌定基调，化业态为流量。花鸟岛，从风景起家的“网红”，走上了业态多元、定位准确的“长红”之路，并形成口碑化营销亮点。

在舟山，越来越好玩的海岛，不仅有“浪漫”花鸟岛，还有“露营”东岬岛、“追光”东福山岛、“极地”庙子湖岛、“红色研学”蚂蚁岛、“渔旅休闲”嵎山岛、“贻贝产业”枸杞岛、“军港文化”小长涂岛……一个个特色鲜明、功能明确的小岛，让舟山的主题化跳岛游成为亮眼的特色，打造主题岛、拉长产业链，成为海岛旅游发展新模式。

在前不久召开的全省乡村旅游“五创”行动暨海岛公园2.0建设推进会上，浙江发布了未来3年海岛公园2.0建设的构想，目标到2026年，十大海岛公园年接待游客总人数达1亿人次。作为浙江海岛旅游建设的“排头兵”，舟山的海岛游将迎来又一个发展机遇期。

“接下来，我们将继续实施推进山体公园、花鸟岛爱情礼堂等政府投资项目，在已建成的7座星殿公园基础上再谋划建造5座星殿公园，营造花鸟岛整岛爱情氛围，打造‘步步有情、转角有爱’的花鸟岛新风貌。”花鸟岛乡乡长白霓衣表示。随着悬崖酒店、“星屿星愿”露营基地等招商项目加快落地，以花鸟岛为代表的舟山海岛旅游，将不断为游客制造惊喜。

乡村文旅格外红火 从“性价比”转变为“质价比”

“国庆假期头三天，稻田咖啡爆单，隔壁10亩葡萄园都卖光光喽。”千年马岙旅游开发有限公司总经理俞佳逸在“十一”长假的第三天，就忍不住在朋友圈分享“丰收”的好消息。

乡村旅游，正在成为舟山文旅市场的另一个“爆点”。前有普陀展茅路下徐的成功示范，后有定海东海百里文廊的蓄势发力。

节假日期间，不仅舟山市民，就连上海、杭州等地游客也纷纷自驾前往云顶仙乡这个新晋网红打卡点，走一走海岛版的“青藏公路”，看一看古村的“诗和远方”，领略到舟山乡村的另一面美好。

一条文旅融合路，绘就乡村共富景。

身处东海百里文廊沿线的定海区马岙街道，在乡村文旅产业发展上本就小有成就，“海上河姆渡，千年稻香村”品牌已深入人心。2021年，马岙第一届稻香节为当地乡村带来了前所未有的流量。之后，马岙继续深挖稻香品牌，被评为全国乡村旅游重点村、浙江省金3A景区村，与本地企业联合开发的观音米饼等产品入选了浙江伴手礼评选，莫慎好市入选浙江省首批精品乡村培育市集。

今年，依托文廊的打造，云顶仙乡品牌的深挖，马岙文旅做深“旅游+”，在文化赋能、IP融合等方面不断取得建树。9月，“季节限定”2.0版稻田咖啡“上线”，在稻田中的一家家咖啡馆成为乡村新的引流招牌，为期60天左右的稻田咖啡，让游客可以深度了解体验水稻从秧苗到成熟的过程，亲身感受马岙5000多年的稻作文化。马岙街道还串联起马岙博物馆、千年马岙稻香村、止善亭等场馆场所，以及知否西餐厅、居山小院手作坊、卧佛山庄、一见青新民宿、塔拉蒙古部落等业态点位，丰富旅游内容。



马岙萌宠节 马岙街道供图

以乡土为特色，不断丰富旅游产品文化内涵，提升了引流项目的文化品味。如今的舟山海岛乡村，有“村咖”、有茶歇、有手作店、有网红打卡点，也有每次节假日期间不停推出的市集活动、潮流游戏，满足了游客从“性价比”到“质价比”的追求。今年以来，马岙街道已策划举办了萌宠节、青年生活节以及多场主题研学活动，累计吸引游客18万人次，带动消费180万，助农增收16万。

如同“跳岛游”中，每个小岛都有自己的特色定位一样，舟山的乡村，也在寻求“一村一特色”的差异化发展。马岙的稻香文化，双桥的福泉文化，小沙的三毛文化……让人去了一村想去“探索”下一村。

许多乡村开启了“农业+文旅”的共富新模式。双桥草莓节、葡萄节、小沙樱花节等节庆活动，让大家看到，原来农业也可以和年轻人喜爱的市集文化相结合，乡村致富手段同样可以很潮。

借乡村文旅异军突起的东风，嗅觉敏锐的旅行社也纷纷设计推出乡村旅游线路。近日，舟山海贝阳光国际旅行社有限公司设计的“重返石器时代·穿越海岛6000年——‘海上河姆渡’马岙考古主题研学游”、舟山金秋国际旅行社有限公司设计的“穿梭百里文廊，探寻木偶奇缘，品味乡村年味——舟游列岛·盐仓双桥篇”等10条线路，被列入了2024年舟山群岛旅游线路设计大赛最终入围名单。

舟山的乡村文旅，正在向规模化、系列化、特色化迈进。

体育赛事热辣滚烫 从“流量”转变为“经济增量”

今年暑期，酷热难消，热辣的还有体育赛事。

8月20日，海岛体育赛事之城再掀“篮球风暴”，2024中外职业男子篮球挑战赛在舟山市体育馆火热开赛。这是舟山小伙陆文博参加巴黎奥运会回来后的首秀。“完全不一样了，包括学校的训练环境和体育设施越来越完善了。”面对镜头，陆文博毫不吝惜对家乡的夸赞。



2024舟山群岛铁人三项赛 摄影 记者 姚凯乐

8月24日，第二届舟山东沙冲浪公开赛开赛，吸引了200多名国内外选手参赛，现场热情“一浪高过一浪”。作为华东地区首个冲浪主题公园所在地的东沙，成了继南沙景区之后，朱家尖又一个热度不减的沙滩。今年截至8月末，东沙景区累计接待游客73万人次，占朱家尖景区总游客数的32.4%，同比增长15.8%。

暑期之外，舟山根据海岛气候特点及海岛资源属性，在不同季节举办了一场场体育+旅游活动。今年4月，2024岱山海岬半程马拉松开跑，2024第四届环舟山自行车骑游大会举行；5月，浙江省第四届海洋运动会在嵎泗开幕，共有7000多名运动员报名参加；9月，2024年风筝板亚洲锦标赛暨第四届中国风筝板巡回赛岱山站开赛……

一些高规格、高水平的体育赛事和活动为何纷纷落户舟山？舟山何以能承办以海洋运动为主题的全国性体育盛会？这与舟山“赛事之城”的打造息息相关。

得天独厚的海岸沙滩，星罗棋布的大小岛屿，加之气候宜人，空气指数优异等因素，舟山与“赛事之城”的缘分早已注定。以“山、海、沙”为特色，舟山各地挖掘特色、各有侧重地发展体育赛事游。定海围绕东海云廊开展国际定向赛；普陀倾力打造篮球赛事之城；嵎泗办好海洋运动会；岱山的海岬马拉松、国际风筝节、沙滩高尔夫逐渐办出了品牌效应。

近年来，海上花园城市建设持续推进，舟山整体环境不断优化，引来了各项体育赛事，也留住了更多游客，促使体育赛事“流量”朝着“经济增量”转变。据统计，CUBAL东南赛区赛事举办期间，普陀东港区域的旅游饭店及赛事服务酒店平均入住率达74.27%，比去年同期增长了59.26%。

舟山“以海兴体”，逐步形成了“一人参赛，多人旅游；单日竞赛，多日停留；一人竞赛，多人消费”的体育旅游模式。“住宿+旅游+赛事”全套服务，创意集市、乐队演出等活动配套，进一步延长体育赛事旅游产业链，推动实现体育赛事旅游效应最大化，不断打响“独具魅力、令人向往的海岛体育赛事之城”品牌。



第六届亚洲大学生三对三篮球锦标赛 摄影 记者 姚凯乐