

试推更多人气旺盛的夜游专线

飞播造林还须“深耕”

海客谈 | 一叶扁舟

新城双层巴士夜游观光专线6月6日晚开启。这辆充当“流动观景台”的双层巴士可载客38人,从市政府南门停车场出发,以单向环线形式行驶,单程约18公里,全程约45分钟,沿途经过舟山海洋文化中心、新城大桥、长峙岛摩天轮、如心小镇、浙海大与揽月湖、茶山大桥与新城建筑群、小干岛露营夜市、港岛大桥、市体育馆、新城核心商圈(据《舟山日报》6月6日报道)。花45分钟就能饱览新城夜景,这条新开的夜游观光专线为舟山夜间旅游增添了新亮点。作为旅游城市,舟山应尝试推出更多人气旺盛的夜游专线,希望夜游新城成为一个良好的开端。

串联夜景点激活夜消费

岛城之夜拥有别样的浪漫和美丽,这也是宝贵的旅游资源。近年来,随着海上花园城市建设的推进,以及“点亮城市”的系统实施,舟山的夜景也愈发迷人,这一点从朋友圈里竞相晒出的美图便可见一斑。与其在屏幕前观景,不如亲身体验。顺势推出夜游观光专线,满足市民和游客观赏夜景的需求,可谓恰逢其时。开辟夜游专线,对于丰富旅游体验、拉动旅游消费的意义不言而喻。作为名闻遐迩的旅游城市,舟山虽然客流如潮,但旅游消费一直是块短

板。夜生活、夜消费相对单调,除了夜排档外缺乏更多特色项目,无疑是重要原因。以夜游专线串联夜景点、激活夜消费,有望拓展旅游时空,使全域旅游升级为全天候旅游。这就需要试推更多人气旺盛的夜游专线。舟山组织夜间旅游尚缺乏成熟经验,再好的想法也不一定能成为成功的实践,前几年曾尝试的海上夜游就未能持续。但可以相信的是,只要大胆尝试、积极探索,终将推出有人气、有效益的夜游专线。新开通的新城夜游专线营运时间暂定为今年6月至10月间的每周五、周六晚上两班次,这正是一种尝试的态度。任何一条线路都不可能满足所有人的需求,比如对于居住在定海的市民来说,与其驾车到市政府南门再购票乘坐观光巴士,不如直接自驾游览,这样还能自由安排行程。但只要目标人群适宜,这条夜游专线就有红火的可能,大家理应给予期待。未来,还应尝试更多线路、更多方式。夜游专线起步于观夜景,但最终目标应是让游客融入夜生活、参与夜消费,这都需要一步步探索和实践。

海陆并举丰富夜游供给侧

许多城市都有因城制宜的夜游项目,例如绍兴的乌篷船夜游,让游客在欣赏水乡夜景的同时,体验江南特有的乌篷船风情;再如珠海的

游船夜游,让游客领略港珠澳大桥的迷人夜色。舟山作为海上花园城市,既可海上看城、亦可城中望海,夜游专线大可海陆并举。进入大桥时代后,舟山的交通面貌显著改善,自驾游更是风生水起。如今,游客到舟山本岛旅游已无须乘船,前往普陀山也只需短暂摆渡。然而,这也带来了一些遗憾——游客在免去舟楫之劳的同时,也少了泛舟之乐。到舟山旅游怎能缺少海上体验?开辟夜游专线不应仅有观光巴士,游船夜游更应成为舟山特色。目前的新城夜游观光专线是全程乘车,或许会让外地游客觉得“不够尽兴”,而本地市民可能认为“没必要”,因为自驾游同样可以欣赏夜景。倘若能在小干岛增设海上夜游环节,整个行程将更加丰富多彩。既然是尝试,不妨海陆并举,大胆创新。相比于陆上夜游的走马观花,海上夜游可以更加悠闲自在,注重乘坐体验。在保证舒适的前提下,可尝试多种船型,例如利用闲置的客滚轮,为游客提供宽敞的活动空间;还可推出具有舟山特色的绿眉毛仿古船,为市民游客带来独特体验。夜游专线能否持久红火,关键在于游客的满意度。这就需要坚持以游客需求为导向,善于换位思考,突出服务意识,在丰富旅游体验、体现个

性特色上下功夫,使夜间旅游成为不可或缺的美好体验。若能如此,拉动旅游消费的目标自然水到渠成。“该玩的没有玩,该买的没有买”是旅途中常有的遗憾。到舟山旅游的游客也遇到过类似情况,白天忙于看景点,晚上却无处可去,最终错失深入体验当地风土人情的机会,也无暇选购土特产和伴手礼。通过精心设计的夜游,正可满足游客的个性化、多样化需求。毫无疑问,夜游专线不仅是一场视觉盛宴,还应是游客尝美食、购买特产、融入城市夜生活的过程。例如,在游船上可提供海味浓郁的特色小吃;观光巴士则可定点停靠,让游客走进夜市,零距离体验市井生活。定海古城也是不错的选择,通过灯光秀、夜市和非遗表演,定能让游客流连忘返。如此一来,城市夜游就不再只是简单的线路设计和运力安排,而是需要多方参与、全面互动的深度体验。整座城市在实施“亮灯工程”的同时,还需精心打造夜游景点和消费场景,而广大市民尤其是商户既是参与者,也是受益者。夜游专线的开辟将有效拓展全域旅游的夜间空间,在满足游客需求的同时给城市注入新的生机和活力。夜游服务吸引游客,游客带动消费,这样的良性循环值得持续探索。新城双层巴士夜游观光专线的开通是一次创新尝试,也是一个良好的开端。要推出更多人气旺盛的夜游专线,还需进一步完善顶层设计和基层落实。

文旅营销关键要输出“情绪价值”

海客谈 | 李海州

近期,舟山西高速口以“海岛狂欢邀请函”和“暖心告别卡”两种“限定皮肤”,成功刷屏社交网络。没有宏大的宣传片,没有高昂的广告费,仅凭充满人情味的语言,舟山用充满仪式感的“双向互动”,生动诠释了文旅营销的核心命题——真正的竞争力,在于能否为游客提供独特的“情绪价值”。在信息过载的社交媒体时代,只有能引发情感共鸣的内容,才可能获得自发传播。舟山西高速口海报之所以走红,正是因其精准捕捉了游客“被重视”“被挽留”的情感需

求——入口处的“热情欢迎”满足了游客的“期待感”,出口处的“温情告别”则用“专属记忆”激发了分享欲。这种“情绪共振”带来的传播效果,远胜于传统广告的单向输出。传统文旅营销以“引流变现”为终点,而注重情绪价值的营销则以“建立情感连接”为起点。美团数据显示,2024年“治愈系旅行”关键词搜索量增长210%,消费者愿意为“氛围感”“仪式感”“归属感”支付溢价。例如,西安大唐不夜城通过“盛唐穿越”营造沉浸体验,长沙文和友以“怀旧市井”唤醒集体记忆,都证明情绪价值正在成为文旅产品的核心

竞争力。当消费者与品牌建立情感认同,单次消费将升级为长期价值的持续释放。舟山本次“限定皮肤”尝试值得肯定,但若想持续输出情绪价值,还需在多个维度深化创新。首先,可将高速口的情感设计延伸至全域旅游场景,如在酒店提供“海岛手写欢迎卡”,在景区设置“情感互动点”,让游客从抵达、游览到离开的全过程都沉浸在情感氛围中。其次,激活用户共创,通过游客参与强化“情感归属感”,构建“情绪内容生态”。鼓励游客用照片、短视频、旅行手记等形式记录旅程中的感动瞬间,并将优质内容转化为线下展览、文创产品。最

后,延伸情感价值,开发“情感衍生品”,突破传统文创的实物思维,如联合音乐平台推出主题歌曲,与出版社合作发行海岛故事集,让游客将旅途中的情感体验转化为可携带、可分享的实体记忆。舟山西高速口的“限定皮肤”海报,看似是一次简单的视觉升级,实则是文旅营销从“功能满足”到“情感满足”的范式转变,从“卖风景”到“卖情怀”,从“做交易”到“做交情”理念转变。正如海报上那句“如果没有人等你,那么舟山一定会等你”。文旅的终极竞争力,或许正是让每位游客感受到“这座城市,始终为我保留着一个专属位置”。

进一步引领船员 服务船员 今年将为船员办好十件大事 市船员行业党委昨日成立

□记者 陈逸麟 通讯员 裴峰 谷宁/摄



昨天上午,舟山市船员行业党委在舟山海事局挂牌成立,市委组织部、市委社会工作部、全市有关涉海单位和海运从业者共同见证了这一时刻。市船员行业党委将聚焦引领船员、服务船员,积极构建“行业推动、属地领导、企业主体、协会共建”的船员队伍建设工作格局,强化船员队伍党建工作合力。船行四海,货通五洲,舟山依托得天独厚的深水港口资源,在全球航运版图上占据着举足轻重的地位。海洋经济的繁荣,离不开船员的辛勤工作。据统计,舟山现有注册海船船员4.29万名,占全省船员数量的55.47%,占全国船员数量的4.38%,是全国船员数量最多的沿海城市之一。近年来,我市高度重视船员队伍党建工作,积极打造“航行的支部”海上党建品牌。目前全市已有基层党组织72个,船员党员360余人,一大批优秀的船员党员在海上生产、安全、应急救援中发挥着重要作用。作为浙江省船员第一大市的船员行业组织,市船员行业党委将成为海上船员的“红色心脏”,切实加强对船员队伍的政治引领,推动构建船员队伍党建融入基层党建格局。

坚持“党建引领”,市船员行业党委将充分发挥带动作用,将党组织的触角尽可能延伸到每一艘船舶、每一条航线,建强“航行的支部”,建设覆盖船员党员组织生活、红色教育的“船员红色港湾”阵地,不断增强党组织的凝聚力和向心力。

聚焦“服务赋能”,市船员行业党委将致力于解决船员急难愁盼,增强船员幸福感,为船员提供更多职业发展空间,建好“船员驿站”阵地群,完善维权服务政策“供给链”,在维护船员劳动工资、工伤赔偿等合法权益上发挥重要作用。发力“协同共治”,市船员行业党委将合力在安全生产、船员人才培养等方面汇聚各方,为推进世界一流强港建设、服务保障大宗商品资源配置枢纽建设

等注入源源不断的红色动能。引导船员,服务船员,马上就办!今年,市船员行业党委将立即行动,为全市船员办好落实海员人才激励保障、加大“安全诚信船长”培树力度、建设“浙海枫桥·船员驿站”、打造“一站式”船员维权服务平台、提供船员优质政务服务等十件大事。“全市船员行业党委的成立是舟山船员的一件大事,接下来,我们将深入学习贯彻习近平总书记

关于党的建设的重要思想,引导全市船员落实好市委、市政府重要部署,为推进世界一流强港建设、服务保障大宗商品资源配置枢纽建设贡献力量。”舟山市船员行业党委书记、舟山海事局党委书记、局长施都光说。



观海
察山

本版署名文章不代表本报立场
每个人都应有话筒,欢迎争鸣