

①在海口天空之山,小红书明日公园主题活动现场的多元创意项目吸引众多市民游客前来体验。
本报记者 康登淋 摄

②海口日月广场以“日月赴秋·海岛丰叙”为主题,把沉浸式奇幻丰收农场“搬”进商场,吸引了不少市民游客前来打卡。
本报记者 康登淋 摄

③国庆假期,在海南长影奇幻乐园内的特色摊位前,游客正在选购美食。
本报记者 石中华 摄

④国庆假期,在海口骑楼老街,外籍游客在南洋风情浓郁的街道上沉浸式享受茶饮时光。
本报记者 石中华 摄

把“好玩”做成消费“入口”

沉浸式体验经济激活海口消费新引擎

在天空之山参与特色主题活动,到观澜湖电影公社体验“入景入戏”,去海南长影奇幻乐园观赏烟花盛宴;演唱会、大型展会带火“票根经济”,夜市街巷烟火气升腾……近年来,海口涌现出越发多元的消费场景,串联起一条完整的沉浸式文旅商消费链条。从“看景”到“入戏”,从“买一件商品”到“带走一段故事”,海口持续推动消费从“静态观赏”向“动态交互”转变,从“走马观花”向“身临其境”升级,把“好玩”做成城市消费的“新入口”。

□本报记者 祝 勇 陈钰婷

A 以景引客 以戏动人 沉浸式体验集聚十足人气

10月28日午后,走进位于海口观澜湖的电影公社南洋潮街区,骑楼长廊下,来自广东的游客程雯慧接过一张“南洋侨客手札”,跟着引路NPC,踏入一段下南洋的侨乡往事。

从踏进电影公社的那一刻起,程雯慧感觉自己已不再是一名普通游客,而是这场“全员入戏”沉浸式体验中的角色之一。近期,电影公社联动福山咖啡推出“从南洋到福山”侨乡文化主题体验线路,全园开启侨文化沉浸式游园模式,游客入园即领取“南洋侨客手札”,凭手札可打卡集章、解锁侨批书写、潮韵巡游等全域玩法。走在南洋老街上,铛铛车往来穿梭,南洋侨民NPC同游客寒暄互动,街头巷尾琼剧弹唱、南洋民俗展演轮番上演,大型沉浸式实景演艺《南洋往事》以全街区为舞台,带领观众“在演出中看演出”,沉浸式感受海南华侨下南洋、归乡兴业的动人故事。

“我们把‘沉浸’做成了整座园区的主线,让游客不再是旁观者,而是走进历史、成为故事的一部分。”观澜湖集团公共事务兼电影公社总经理许良程说。

10月25日,为期三天的小红书明日公园主题活动在海口天空之山圆满收官。活动依托海口优质滨海生态资源,为市民游客带来了一场数字化、场景化的文旅盛宴。科技玩创工作坊、海边市集、音乐舞台……精彩丰富的沉浸式互动玩法,深度链接新生代消费群体,搭建起集青年文化交流、创意展示、休闲消费于一体的综合平台,吸引了众多市民游客到场。“活动形式新颖,现场展陈创意满满,每个点位都很有记忆点。”市民孙诚说,“现场还有不少优惠活动,不仅玩得舒心,还能尽享实惠。”

以景引客,以戏动人。国庆假期,海南长影奇幻乐园全天开展NPC互动游戏“银票大作战”,接力推出近20项主题演艺;入夜后,八音湖上空连续5晚上演国庆限定烟花秀,水上光影秀《丝路奇航·幻海逐光》接续亮相,沉浸式光影演艺点亮游客夜间体验。“孩子跟着NPC满园跑,集章闯关比逛游乐场还兴奋。”市民林梅带着一家四口在乐园待了整整一天,从花车巡游看到烟花绽放,她感慨,“以前来乐园就是排队玩项目,现在从早到晚都有互动、有剧情,像是走进了一个巨大的实景游戏。”数据也印证了体验经济升级带来的吸引力——今年中秋国庆假期,该乐园接待游客突破10万人次,较去年同期增长316%。

B 场景打卡 深度游览 沉浸式体验重构消费链条

体验经济的价值,不仅在于让游客“留下来”,更在于让消费“连起来”。今年以来,海口文旅市场的消费链条正被沉浸式体验重新串联。

国庆假期的电影公社老街夜市里,红色金曲与年代老歌情景演唱在灯火中回荡,特色小吃、文创好物、南洋特产一字排开。广东游客张婉仪在夜市买了一套南洋风情明信片和两盒海南特产,她说:“本来是冲着《南洋往事》演出来的,结果在夜市又逛了一个多小时,吃的、买的、拍的全都齐了。”同期,观澜湖度假区还推出了“墨西哥狂欢美食节”,乐队Live、啤酒畅饮、快闪舞蹈等轮番登场,将餐饮消费与夜间演艺深度融合。

体验经济的拉动效应,在大型演艺活动举办期间尤其明显。9月19日,李宗盛2026“有歌之年”巡回演唱会–海口站在五源河体育馆唱响,大批岛外观演歌迷提前抵达海口,带动住宿、餐饮、免税购物等消费持续升温。五源河体育馆周边及市区核心商圈酒店预订量显著上涨,多家酒店推出歌迷专属福利。cdf海口国际免税城面向歌迷推出专属优惠,来自广东的歌迷宋梧清借着看演唱会的机会“一站式体验海口免税购物优势”,并直言“性价比十足”。

体验经济带来的不仅是消费场景的延伸,更是运营模式的深层变革。海南长影奇幻乐园的蜕变颇具代表性。截至国庆假期结束,该园今年累计接待游客超80万人次,经营收入超5530万元。园区通过免除首道门票、以体验项目付费替代传统门票经济的模式重构,实现了从“等客上门”到“引客入戏”的根本转变。

同程旅行平台数据显示,今年国庆假期,海口凭借滨海风光与日益丰富的沉浸式文旅产品,位列节中“转场”出行热门目的地榜单第五位。海口市旅文局相关负责人表示,海口将持续引入高品质演艺活动,完善配套服务、丰富消费场景,持续放大体验经济的带动效应。

C 商圈改造 内涵升级 沉浸式体验“翻新”城市业态

在消费升级的浪潮下,体验经济已成为城市商贸发展、释放内需潜力的重要引擎。海口众多商圈跳出传统商超零售模式,从单一购物消费向场景体验、文化沉浸、互动参与多元模式转型,让城市消费更具温度、更富活力、更有内涵。

场景创新是激活体验经济的关键抓手。近日,海口日月广场将田园风光“搬”进商圈,秋丰有机市集吸引市民游客前来“赶集”,让逛商场变成一次走进“田野”的趣味体验。另一边,海口万象城聚焦年轻消费群体偏好,精心打造薰衣草主题街区,带动了商圈餐饮、零售、休闲等多元业态销量稳步提升。

节假日是海口做优体验经济、释放消费活力的黄金时段,市内多家商圈深挖节日文化内涵,接连上新各类沉浸式体验活动。国庆假期,海控全球精品免税城组织“国庆热歌会”,发动市民游客共唱国歌,在互动中厚植家国情怀;中秋节,友谊·阳光城推出非遗琼式月饼DIY体验活动,邀请市民近距离感受本土美食文化;端午节期间,海口日月广场设置了蹴鞠破门、捶丸入洞等传统体育体验项目,让消费者在趣味游玩中感受传统民俗魅力。

随着消费理念迭代,注重参与感、获得感与陪伴感的亲子体验消费持续升温,成为商圈消费的重要增长点。去年,弹力梦工厂运动公园华南首店落地日月广场,为青少年提供专业、丰富的运动体验;今年,AB日月科技城堡在日月广场开业,打造集游玩、学习、成长于一体的消费体验。

“比起单纯买玩具、逛乐园,我更愿意带孩子参加科创体验,既能放松身心,又能学到新知识。”市民何子奇说,海口的商圈越来越注重文化和科教体验,消费选择更加丰富多元,群众日常的休闲选择更多了。

为抢占亲子消费市场,海口的免税经营主体还依托自身优势,在引入首展首秀方面精准发力。今年7月,“玩具总动员”IP主题活动实现海南首发首展,cdf海口国际免税城、cdf海口日月广场免税店等多家门店也积极打造沉浸式童趣消费场景,进一步丰富椰城潮流体验消费选择。



记者手记

体验经济要“入戏”更要“入心”

□本报记者 祝勇

观澜湖电影公社的年代体验、海南长影奇幻乐园的NPC互动、日月广场的“田野市集”……海口文旅商产业正在经历一场从“卖风景”到“卖体验”的转身。但从“一次性打卡”到让市民游客“来了还想来”,还有不短的路要走。

我们要看到,部分商圈的美陈精致热闹,业态配套却没跟上,容易变为“打卡拍照背景板”,热度来得快去得也快;部分沉浸式活动只发力节假日,假期一过,体验感下滑,海口本地市民日常休闲所需的、具有本土文化辨识度的体验产品仍然偏少。

体验经济的方向已被市场验证——海南长影奇幻乐园的“逆袭”就是一大案例。因此其接下来发展的抓手,是从“有”向“好”,从“节庆爆款”向“日常精品”,从“单点突破”向“全域联动”。继续挖掘体验经济的潜力,海口要深耕本土文化IP,把南洋文化、火山文化、生态文化转化为可持续的沉浸式产品,避免“千景一面”;要推动体验产品常态化运营,让“入戏”不只在假期,让市民游客在任何时候都能“有戏可看、有景可入”;还要打通体验消费的全链条,把景区、商圈、夜市、免税店串联起来,让游客的每一次“入戏”都能自然延伸到“入夜”“入购”“入宿”。

体验经济的核心不是技术堆砌,也不是场景炫技,而是让游客在参与中产生情感联结、在沉浸中留下城市记忆。这一点,海口有基础、有素材、有市场,相信椰城之旅,下一步不只是“入戏”,更是“入心”。