

## 乘势而起火爆出圈

# 那香海景区升级滨海休闲度假新体验

夏天,怎么能不赴一场海边之旅?根据威海市文旅局统计数据显示,今年7月到威海旅游总人数比2019年疫情前增长了20.1%。其中吸客能力佼佼者那香海景区,在今年旅游季人山人海,线上线下双火爆。京师文旅作为那香海景区全程管理咨询服务单位,在调研时发现,截至目前,那香海景区今年游客接待量有望突破200万人次,刷新了疫情之前2019年150万人次的客流量。景区1100多间客房在7-8月几乎全部满房,同时带动周边酒店与民宿也一房难求。

那香海景区是如何在后疫情时代逆势飘红,爆火出圈?京师文旅经过近距离梳理,看到我国旅游市场变化的大趋势在具体景区上的映射,发现景区自身积极响应市场需求变化、主动迭代旅游产品和服务的升级新态。

### 蝶变之路 荒芜滩涂

#### 变身国际水准旅游景区

“钻石沙滩,一望无际,海风徐徐,水天一色;生态海岛,孤悬大海,鬼斧神工,风光秀丽;黑松林海,自然湿地,芦苇沼泽,滩涂浅海,生物多样性;静谧氧吧,天然温泉,养身健体。”京师文旅调研中遇到一位诗人游客,这样深情款款地描述那香海。难以想象,九年前,那香海景区所在区域还是一片荒芜的滩涂,南侧是破败不堪的几个村办小工厂,用于养殖、加工海产品。优质海岸线被浪费、破坏,附近村民收入低下,乡村振兴建设尚无起色。

2013年下半年,南京明月集团发现那香海区域拥有非常珍稀的海岸线资源,海水和沙滩品质在全国均名列前茅,这块土地具有巨大发展潜力,决定斥巨资投资开发。那香海景区从此开始脱胎换骨,短短几年,一跃成为国家4A级旅游景区。滩涂成为网红海水浴场——钻石沙滩浴场;小工厂成为游艇帆船俱乐部;黑松林中“长”出了森林温泉与探险世界;鸡鸣岛乡村建设成效显著,海岛游声名鹊起……游客纷至沓来,客源地覆盖全国95%以上省市,以及俄罗斯、韩国等十多个国家和地区,那香海蝶变成具有国际范儿的滨海特色旅游景区。

### 出圈之道

#### 践行品质为王

#### 体验为先发展理念

那香海景区坚持品质为王、体验为先的高质量发展理念,从规划到设计,从建设到运营,处处以匠人精神精心打磨。景区先后投资20多亿元,打造那香海钻石沙滩浴场、香海森林温泉、鸡鸣岛景区、那香海探险世界、香海花街、摩天轮乐园、电影院、综合商超、多座星级酒店及几十家特色餐饮,形成业态丰富的那香



海旅游产业集群。2017年,那香海成功获批国家4A级旅游景区。

那香海浓墨重彩打造、升级了鸡鸣岛景区。运营者非常重视在地文化的保护与传承,将胶东海洋文化融入到旅游产品开发和设施建设的方方面面:改造岛上的污水处理系统、生活垃圾处理系统、智能化系统、防空洞、环岛步道和观景台;建设悬崖书吧、悬崖咖啡厅、婚庆礼堂、美宿一号及二号、渔人码头餐厅等、居住塔;修缮鸡鸣岛村海草房部落,对省级非物质文化遗产进行有效保护;开辟环岛游航线,让鸡鸣岛村从一个默默无闻的海岛小渔村,成为胶东文化传承展示的代表、乡村振兴的典范。

那香海紧跟旅游市场新导向,着力完善旅游产品打造。景区将自然和人文完美融合,为全年龄段游客打造畅享微休闲、体验深度游的好去处。在钻石沙滩浴场踏浪拾贝、露营狂欢;在黑松林海中泡天然温泉、疗愈身心;在悬崖咖啡厅临海远眺、领略山海;在探险世界遛娃撒欢、享天伦之乐;在渔家乐品鲜鱼蟹

贝,尽享渔家盛宴;在文化艺术中心看画展、听音乐会,陶冶情操;在摩天轮广场看晚会,喝啤酒吃海鲜;在海岛美宿赏星空、观海上日出;在鸡鸣岛赶海、织网、打渔、放鱼灯,尽情体验渔家民俗;在英伦蓝桥携手爱人拍照打卡,赴浪漫之约……每一种度假方式都完美解锁滨海休闲的无限魅力,游客可尽享山海诗情,人间烟火。

那香海将旅游与文化深度融合,系列景区主题活动成为其独特乐章。每年5-10月期间,那香海旅游文化节都会掀起盛大的狂欢热浪,海岛音乐节、沙滩露营节、风筝文化节、啤酒美食节、音乐嘉年华、明星演唱会、花街灯会展……那香海已连续举办了十届旅游文化节,绽放着海滨文化的风情和魅力,给游客带来触及心灵的欢乐体验。

### 圈粉秘籍

#### 紧跟网红打卡

#### +自驾旅游新趋势

在那香海景区,由全国著名建筑大师操刀设计的代表性建

筑,英伦蓝桥、文化艺术中心、守望者二号、海角艺术馆、悬崖咖啡厅、悬崖书吧、婚庆礼堂,落成即蹿红,成为旅威游客必到打卡地,惊艳着各地游客的“朋友圈”。据悉,那香海投入近10亿元打造网红打卡地,并不断强化IP打造,引爆目的地品牌效应,让更多人跨越山和大海,遇见最美威海。2021年,那香海入选“好客山东”网红打卡地名单。

数据显示,今年来威海游客中,自驾游占据了主流。据携程数据统计,威海千里山海自驾旅游公路启动以来,综合搜索热度上涨197%。作为千里山海自驾旅游公路的首批驿站,那香海对自驾游游客吸引力巨大。一批粉丝大V实地打卡,发布原创攻略,成为那香海“金不换”的口碑和出圈秘籍。在小红书、两微一抖等平台上,随手一翻就能看到“自来粉”的推荐文图和视频。小红书上的一篇那香海旅游推荐,得到1万+的点赞,几张那香海的日落美图,收获6000+的收藏……

### 服务发力 高级感旅游体验 “走心暖客”

“那香海景区的服务像春风。”游客的反馈中,那香海的服务是潜在的、不打扰的、友好的,又是润物无声的、无所不在的,总能在一些细节上让人感受到细致和妥帖,治愈和安心。

那香海的服务是“五星级的”。景区里旅游核心接待设施,如香海豪生度假酒店、温德姆花园酒店是由国际酒店管理集团全盘托管的酒店,这让景区的服务理念和服务模式直接与国际接轨,达到五星级甚至超五星级标准。

那香海的服务是“人性化的”。为了方便游客在景区各景点之间游览,景区内免费观光公交车“香海花车”设有固定站点,但碰上老人、小孩或携大件行李的游客,招手即停。那香海海滨浴场更将人性化服务体现得淋漓尽致

致——它不仅有天生的海水浴场,还有“沙滩无边界海水泳池”,专为不敢下海的儿童和不会游泳的客人打造。在这样的“泳池”,游客既可以体验海的乐趣,又可以消除浪大水深的恐惧感。那香海还开设有健康学院,老年人在这里可以享受各种理疗养生服务,学习书法、绘画及音乐等,发展兴趣爱好。

那香海的服务是“一尘不染的”。走在景区的任何一个角落,都不会发现随意丢弃的垃圾。偌大一个钻石沙滩浴场,最多时每天有近十万人在活动,可却很难发现垃圾。因为景区配备了充足的清洁人员,其中很多人都是周边的村民,在解决景区的环境卫生问题的同时,又解决了村民的就业问题。

大众旅游时代,追求健康和精神享受,追求多元化、个性化的旅游体验与服务,逐渐成为人们休闲旅游的主流需求。那香海不仅打造新业态和新场景的文旅消费新载体,更在旅游体验的投入上不遗余力。那香海景区打造的是无围墙景区,游客不仅可免费进入景区游览,更可免费乘坐观光花车。那香海让一片海岸串联起多个景点,实现全域、全时的环形链接效应,打造完美旅游闭环。

京师文旅在那香海发现,虽然客流爆满,那香海却并没有出现人流拥挤、四处排队等毫无体验感的嘈杂场面。那香海切合威海提出的“旅游+”发展新格局,合理布局景点、差异化引导客流,建设智慧景区,围绕各层级消费客群需求,整合网红打卡点、星级酒店、特色民宿等,在吃、住、行、游、购、娱乐传统六要素之上增加商、养、学、闲、轻、奇等创意服务,打造具备个性、新鲜、体验感强的高品质核心产品。在防疫不放松的旅游大环境下,那香海用无围墙景区打造出“旅游+健康+文化+产业+运营”的“旅游闭环”。这样一处休闲旅游新高地,正在为精致威海、好客山东注入生动内涵和活力。

