



“冬季到宁波来看海”不可行？

宁波这个滨海旅游度假区把不可行变成可行

3月1日，宁波松兰山滨海旅游度假区迎来春日里的首个客流高峰，单日游客量破1万人次，酒店入住率飙升至93%。

然而，即便在此前萧瑟的冬季，松兰山也并不冷清。

今年春节期间，松兰山滨海旅游度假区8.6万人次的游客量不仅刷新了历史纪录，更以35%的同比增幅撕碎了在宁波“冬季无人看海”的固有标签——2万过夜游客枕浪而眠，延续着这片海湾2024年全年的狂飙之势；超180万客流中，70%是18至46岁的年轻面孔，他们的数量较往年陡增30%，过夜率较三年前翻倍。

从“季节限定”到“淡季不淡”，这场逆袭背后，有着怎样的逻辑？

1 情绪共振：从“躺平大会”到多巴胺狂欢

“我们以前带团到松兰山，就是玩两小时沙滩，现在游客来了都不愿走了。”日前，在松兰山采访时，从业10多年的象山本地导游小史告诉记者，这一变化的背后，其实是松兰山通过“青年与海”发展理念对“情绪经济学”的精准实践。

2024年“五一”假期，横空出世的松兰山“躺平大会”在小红书、B站等年轻人聚集的平台沸腾了，“反内卷”“来松兰山‘松懒散’”一下抓住了人心。

当杭州程序员小吴以58次/分钟的心率摘下“沙滩躺椅挑战”桂冠，“躺平”不再是消极符号，而是演变为一种集体行为艺术——“幽默对抗内卷，今天的躺平是为了明天更好地出发”。其衍生话题“松兰山反卷躺平”在社交媒体获上亿次曝光，松兰山用30分钟强制放松的仪式感，将都市焦虑转化为海岸线上的深呼吸，同时带动度假区46岁以

下游客占比提升至70%以上。

这种情绪共振在2024“松兰山海岸生活季”多巴胺市集实现二次裂变。彩虹餐车前直播的00后博主小林发现，DJ打碟与即兴街舞构成的场景矩阵，本质是“情绪符号的实体化编码”：荧光棒摇摆的蓝调音乐会，DIY手作摊位的创作欲释放，每个场景都在生产可供传播的“情感基因”。

亲子客群也如是：东沙滩有孩子们的专属乐园，“海上踏浪车”“非遗课堂”让渔绳结编织、渔拓创作成为家庭情感纽带；在心舟·黄龙酒店，因其酷似欧洲城堡，而被迪丽热巴、SNH48组合等众多明星点赞，在网络上收获数亿曝光量，成为淡季剧组扎堆拍摄，粉丝围观打卡的网红地……

正如传播学者麦克卢汉所言，“媒介即讯息”，这里的环境本身已成为传递生活态度的介质。

2 场景货币化：情绪价值的空间转移

松兰山的突破，在于将情绪价值具象为可消费的场景产品。

“礁石咖啡”店面三面环海，坐在这里与自然对话成为年轻人“卸下上班味”的治愈地。定制婚礼、定制浪漫的服务使其从自然场域转化为情感记忆的存储卡——冬季依旧客流如织，当空间能承载情绪叙事，季节规律便被打破。

“青年与海”观赛营地则与亚帆灯塔形成昼夜场景闭环，晨观沧海日出唤醒希望感，暮赏帆

影夕阳沉淀治愈感，篝火派对则点燃社交荷尔蒙。这种“场景蒙太奇”精准对应着都市青年的情绪节奏，使“治愈996疲惫”从口号变为可触摸的体验。

而弥陀禅寺里的“一西·不东”咖啡馆、弥陀文创则吸引了各个年龄层次的游客。来自上海的咖啡馆主理人雨兮说，很多客人和她来松兰山“落户”的心境是一样的，“就是为了找寻内心的那份宁静”。

3 情感共同体：UGC生态的裂变效应

松兰山深谙“情绪经济学”的底层逻辑——游客不仅是消费者，更是内容生产者。官方邀请旅行博主、艺术家驻留创作，用户生成的Vlog、画作二次传播形成“体验-创作-传播-引流”的闭环，吸引了杨迪等明星走进松兰山，更强化了情感共同体的认同感。

这种共创生态渗透至每个

细节：在非遗传课堂，渔绳结编织、鱼拓作画成为亲子情感编织的载体；通过南沙滩艺术中心展示的农民画《扳罾》，跃上礁石，体验现实版的扳罾捕鱼场景，非遗活化将古老技艺转化为家庭协作的情感纽带；甚至海鲜长桌宴也演变为“烹饪剧场”，游客围观象山海鲜烹制过程，实则是参与一场饮食文化的情感共谋。

4 情绪刚需：淡季破局的密钥

情绪价值的持续输出终显成效。2024年12月31日跨年夜，松兰山烟火派对和烟花晚会在“青年与海”观赛营地和太极湾、东沙滩激情上演，现场人山人海，直到新年第一天凌晨，有游客从“礁石咖啡”到喜来登酒店，短短7分钟的车程，足足开了一个多小时，“这是度假区创建28年来，在淡季从未有过的”。

松兰山验证了情绪供给的“反周期”特性。喜来登酒店春节期间的舞龙烟花秀，270间客

房连续6天满房，证明传统文化的情感唤醒力。而“星空营地”“房车影院”等产品，则将自然禀赋转化为“情感刚需”——在数字化生存时代，真实的情感连接已成为稀缺资源。

文旅产业正经历从“景观消费”到“情绪消费”的转移，宁波松兰山滨海旅游度假区的实践揭示：当度假区能系统性地生产希望感、治愈力等情绪价值，便能突破地理与季节的限制。

记者 张晓曦 通讯员 尹洁