

日月湾冲浪游客感知形象提升研究

王梓默

三亚学院，海南省三亚市，572022；

摘要：为解决全球冲浪旅游热潮下海南万宁日月湾游客感知分化、供需错配及发展同质化问题，本研究以日月湾为研究对象，整合网络文本分析法、文献研究法与实地调研法，构建“认知—情感—整体”三维感知分析框架，基于跨平台网络文本、半结构化访谈及参与式观察数据展开系统研究。结果显示：认知维度呈现“浪况优势显著但设施服务短板突出”特征；情感维度以“治愈、自由”为主导，但易受季节与时段影响，负向情感集中于“排队、宰客”；整体形象从“冲浪圣地”逐步向“网红打卡地”偏移，存在“文化空心化”风险。不同游客类型、人口统计特征及旅游动机群体的感知需求差异显著，问题根因在于设施容量失衡、信息透明度不足、文化产品单一及治理主体责任不清。据此从品牌形象重塑、游客体验优化、文化传播赋能及可持续发展四大维度提出提升策略，构建“试点—推广—评估”实施路径与多方协作机制，为日月湾及同类冲浪目的地精准运营提供理论支撑与实践方案。

关键词：日月湾；冲浪旅游；游客感知形象；群体差异；三维分析框架；可持续发展

DOI：10.64216/3080-1486.26.02.011

引言

全球体育旅游年均增长 7.2%（UNWTO，2023），远超传统观光旅游（3.1%），其中冲浪旅游因“高沉浸、高附加值”成为 Z 世代核心选择，冲浪者人均停留 4.8 天、消费 3200 美元（Hritz & Franzidis，2018）。国内层面，2020 年海南自贸港政策将冲浪列为重点项目，日月湾凭“全年可冲浪 280 天”（海南省人民政府公报，2020）获“中国冲浪第一湾”称号，2024 年接待游客 120 万人次、直接收入 12.7 亿元（万宁市人民政府，2025），但其游客感知分化显著（68.4%好评聚焦浪况，31.6%差评指向设施与价格问题），需系统解构感知特征。

1 研究背景与意义

1.1 研究背景

全球体育旅游产业正从传统观光向“深度参与”转型，联合国世界旅游组织（UNWTO，2023）数据显示，体育旅游年均增长率达 7.2%，远超传统观光旅游的 3.1%，其中冲浪旅游因“高沉浸、高附加值”特征，成为 Z 世代与千禧一代核心出行动机，冲浪者人均停留 4.8 天、消费 3200 美元，显著高于普通海滨游客（Hritz & Franzidis，2018）。中国冲浪旅游在政策与市场双轮驱动下快速崛起：2020 年《海南自由贸易港建设总体方案》明确打造“国家体育旅游示范区”^[1]，冲浪被列为重点项目；海南万宁日月湾凭借“全年可冲浪 280 天”“浪型稳定（A-frame 浪、右旋浪）”的自然禀赋，被誉为“中国冲浪第一湾”（海南省人民政府公报，2020），2024 年接待游客突破 120 万人次，直接旅游收入达 12.

7 亿元（万宁市人民政府，2025），成为万宁市经济增长新引擎。然而，日月湾游客感知呈现显著分化：基于小红书、抖音、去哪儿、携程 4 平台 2020—2025 年 467 条文本分析，68.4% 的正面评价聚焦“浪况优越、拍照出片、氛围自由”，31.6% 的负面评价指向“淋浴排队、储物柜不足、价格不透明、文化空心化”。这种感知分化反映出游客对冲浪旅游的多元需求未被充分回应，亟需从“认知—情感—整体”维度系统解构游客感知特征，为目的地优化提供科学依据。

1.2 研究意义

1.2.1 理论意义

（1）修正“认知主导”的传统假设。将西方“认知—情感—整体”三维评价模型迁移至中国冲浪旅游情境，在验证模型适用性的同时，发现情感维度对整体评价的边际效应显著高于认知维度，为跨文化旅游形象研究提供新基准。

（2）填补国内冲浪旅游微观市场结构空白。突破传统人口统计聚类局限，基于“行为—需求—价值”一致性原则，构建“专业—体验—观众”三维游客画像，明确不同群体的感知差异与需求痛点。

（3）创新研究方法范式。采用“网络文本挖掘+半结构化访谈”混合研究模式，通过大样本文本量化感知特征、小样本访谈深挖动机逻辑，实现数据三角验证，提升研究效度。

1.2.2 实践意义

（1）精准识别问题

锁定“淋浴排队、教练推销、价格不透明”等高频负面场景，按发生频次与情感强度排序，形成可落地的痛点清单。

(2) 优化游客体验

提出“10分钟排队工程”“分时预约淋浴”等措施，其中“10分钟排队工程”试点后，游客负面情感分值明显下降。

(3) 指导营销策略

制定分众化产品组合，如面向专业群体的“极限浪点直播+早鸟赛事套票”、面向体验群体的“一日入门套餐+社群打卡挑战”，推动营销转化率显著提升。

(4) 推动可持续发展

构建“零废弃冲浪社区”模型，2025年第三季度主滩试点共享冲浪板租赁（一定数量的板，日均多次租赁，较高使用率）、垃圾分类积分制，实现沙滩垃圾清运量明显下降、塑料大幅减量。

2 研究方法与数据来源

2.1 研究方法

2.1.1 网络文本分析法

选取小红书、抖音、去哪儿、携程4个平台为数据来源，通过八爪鱼爬虫软件抓取2020年1月—2025年5月冲浪相关文本，经去重降噪、主题筛选后，保留309条有效文本；借助NVivo14软件进行词频分析、情感极性计算与主题挖掘，构建冲浪旅游专属语料库，捕捉游客感知的高频维度与情感倾向。

2.1.2 文献研究法

以CNKI、Web of Science为检索源，设定“冲浪旅游（surf tourism）、目的地形象（destination image）、游客感知形象”为主题词，筛选2000—2025年中英文核心文献186篇；借助CiteSpace软件绘制“核心作者—高被引文献—突现关键词”知识图谱，识别“心流体验”“地方依恋”等高频构念，基于生成冲浪旅游专属量表，实现“文献—理论—测量”一体化衔接。

2.1.3 实地调研法

(1) 调研时间

2025年3—10月分三阶段调研：3月（旺季末期）开展多场参与式观察（覆盖早浪教学、午后休闲高峰时段）；5月（淡季中期）按“专业/体验/观众”三维分层开展半结构化访谈（偏差率低）；10月组织含管理、经营、环保主体的德尔菲讨论。

(2) 调研地点

基于日月湾“主滩竞技—村道住宿—山坡度假”的空间结构，按调研场景细分地点，确保覆盖核心功能区。

一是参与式观察地点：浪况观测区（主浪点“右岭”

浪区（18° 35′ 22″ N，110° 12′ 15″ E）、次级浪点“田新湾”（18° 35′ 08″ N，110° 12′ 03″ E）、服务设施区（冲浪俱乐部、主滩淋浴间与储物柜集中区）、活动场景区（日月湾国际冲浪赛事中心^[2]、田新村民宿集群）。

二是半结构化访谈地点：固定访谈点（冲浪俱乐部休息区、主滩游客休息亭）、动态访谈点（淋浴间出口、俱乐部课程结束点）。

2.2 数据来源与预处理

2.2.1 数据来源

(1) 网络文本数据：覆盖4大平台（小红书、抖音、去哪儿、携程），含攻略、点评、短视频文案。

(2) 实地调研数据：半结构化访谈转录文本、参与式观察笔记、现场测量数据（排队时长、浪况参数等）。

2.2.2 数据预处理

(1) 清洗与标准化：去重降噪（剔除无意义文本），规范时间格式，提取量化信息。

(2) 质量控制：抽样偏差率较低，编码一致性检验准确率较高，剔除少量过时数据。

3 日月湾游客群体差异分析

3.1 游客类型差异

3.1.1 专业冲浪者

核心聚焦浪况专业性，对淋浴及储物等设施服务容忍度较高；情感体验以技术进步带来的成就感为核心，整体呈现积极态势；在形象认知上被视为中国冲浪圣地，重游意愿较高，且多数重游计划与特定浪期相关联^[3]。

3.1.2 体验游客

认知焦点为“安全与社交”，对设施服务敏感度高，不少人提及淋浴排队问题；情感体验依赖“即时满足”，正向情感值在三类群体中最低；整体形象认知为“社交打卡地”，重游意愿一般，多依赖朋友邀约。

3.1.3 观众/陪同

认知聚焦“配套舒适度”，对浪况认知仅基于“肉眼观察”；情感体验以“陪伴的放松感”为主，具有较强正向情感；整体形象认知为“冲浪者的配套区”，重游意愿中等，决策依赖“陪同对象需求”。

3.2 人口统计与动机差异

18—30岁偏好新潮项目与数字便捷，关注预约通道；31—55岁注重家庭友好与消费透明；56岁及以上优先安全与慢体验。旅游动机分四类。

(1) 技能进阶：需参加专业训练营，注重教练资质。

(2) 社交炫耀：需摄影套餐，重出片率。

(3) 逃离日常：需治愈系民宿，重安静度。

(4) 观赛陪同：需亲子项目，注重安全性。

4 问题根因与提升策略

4.1 核心问题根因

4.1.1 设施容量失衡

基础服务设施供给与瞬时客流不匹配：旺季单日接待量为淡季数倍，但淋浴间、储物柜仅能满足旺季部分需求；未建立动态响应机制，导致“混流拥堵”。

4.1.2 信息透明度不足

部分俱乐部张贴完整价目表，隐性收费多依赖教练口头告知；未建立统一信息平台，浪况预报、投诉渠道等信息分散，省外首次到访游客认知偏差大。

4.1.3 文化产品单一

文化体验以“冲浪赛事+夜间酒吧”为主^[4]，黎族非遗、渔村文化挖掘不足；“冲浪+黎锦织造”“冲浪+渔村赶海”等复合产品因“商家认为耗时不赚钱”被搁置，无法满足深度体验需求。

4.2 提升策略

4.2.1 品牌形象重塑

以“中国冲浪核心目的地”为定位，强化“专业浪况”与“本土文化”双重标签。

(1) 专业维度：打造“右岭专业浪点”IP，举办ISA国际冲浪赛事，发布“日月湾浪况白皮书”。

(2) 文化维度：挖掘黎族海洋文化、渔村历史，开发“潮汐课堂（渔民主讲浪况规律）”“黎锦冲浪板DIY”产品，避免与三亚后海、陵水清水湾同质化。

4.2.2 游客体验优化

根据2024年数据（万宁市人民政府发布于2025年），日月湾旺季日均客流达数千人次，峰值超万人次。按照海南地方标准（DB46/T 550-2023），需新增大量淋浴位及配套智能储物柜。

4.2.3 文化传播赋能

设计“24小时体验动线”：上午“潮汐课堂+渔村赶海”，下午冲浪教学+“黎锦体验”，傍晚“竹竿舞快闪+冲浪纪录片放映”，夜间“零废弃市集（售卖黎族文创）”；平台端上线“日月湾打卡地图”与话题标签，引导游客分享，实现“体验触发传播、传播反哺消费”。

4.2.4 可持续发展

(1) 源头减量：推广玉米基生物蜡冲浪板、可降

解餐具，计划未来实现塑料大幅减量；过程管理：布设AI智能垃圾桶，赛事期间增设移动回收点，志愿者引导垃圾分类。

(2) 末端循环：设立废弃冲浪板回收中心，联合3D打印企业加工为纪念品，收益用于社区环境维护。

(3) 社区参与：搭建“净滩换浪时”区块链积分系统，志愿者净滩可兑换免费冲浪课程。

5 结论与展望

5.1 主要结论

本研究通过“认知—情感—整体”三维框架，系统解构了日月湾冲浪游客感知形象特征：认知维度呈现“浪况优势显著但设施短板突出”的二元性；情感维度以“治愈、自由”为主导，但易受排队、宰客等问题触发负向极化；整体形象从“冲浪圣地”向“网红打卡地”偏移，存在“文化空心化”风险。不同游客类型、人口统计特征及动机群体的感知需求差异显著，问题根因在于设施容量失衡、信息透明度不足、文化产品单一及治理权责不清。基于此提出的“品牌—体验—文化—可持续”四维策略，可为日月湾及同类冲浪目的地提供精准运营方案。

5.2 研究不足与展望

研究存在三方面局限：样本偏向中青年、未覆盖完整台风季、黎族文化挖掘不深。未来可依托海南旅游大数据开展纵向监测，对比同类冲浪目的地提炼共性规律，结合技术升级体验，推动日月湾向世界级目的地转型。

参考文献

- [1] 海南省人民政府. 海南省国家体育旅游示范区发展规划(2020-2025)[J]. 海南省人民政府公报, 2020(10): 8-38.
- [2] 王南, 周恩生, 戴敬东. 赛事活动视域下的冲浪度假区规划策略——以万宁日月湾冲浪度假区为例[J]. 海南热带海洋学院学报, 2021, 28(02): 114-121.
- [3] 陈扬乐, 崔文昕. 风险感知对冲浪旅游者重游意向的影响——以情绪和体验质量为中介[J]. 热带地理, 2023, 43(10): 2024-2034. DOI: 10.13284/j.cnki.rddl.003756.
- [4] 赵海霞, 梁仁春. 自贸港建设背景下海南冲浪赛事产业化发展路径调查研究[J]. 文体用品与科技, 2022(20): 76-78.