

海南岛：

**3S蜜月海岛
国内受青睐**

本报海口11月6日讯 (记者杨春虹)今天的“二杨”超浪漫婚礼，再次向世人展现了海南岛的独特魅力。记者从昨天举行的有关蜜月旅游产品的专题研讨会上获悉，受国庆婚庆时尚影响，以海滨度假为主题的“新婚蜜月游”市场近年来逐年升温，符合“3S”标准(“阳光 sun、大海 sea 和沙滩 sand”)的海岛游线路成为最受国内新人青睐的地方。而海南岛作为中国唯一的热带海岛，是中国当之无愧的蜜月岛。

来自岛内旅行社的信息显示，不少新人都向往在风光旖旎的海岛演绎蜜月的浪漫，在北京、上海、广州等地，到海南岛度蜜月、拍婚纱照已经成为一种新时尚。

尽管市场潜力巨大，但业界人士提醒，虽然海南岛是中国唯一的热带海岛，但已有越来越多的境外度假海岛产品进入我国消费市场，包括塞班、马尔代夫、巴厘岛、夏威夷等在内的数十个度假岛屿产品都希望分享中国这一巨大市场。

业界认为，目前海南岛极需在国内打出蜜月岛品牌新形象，加大宣传和推广力量，整合各种力量共同打造海南岛蜜月岛新形象。

**开发好一个蜜月旅游产品，
可带动43个关联行业**

**蜜月市场很甜蜜
大多商家仍冷淡**

本报海口11月6日讯 (记者杨春虹)

在昨天举办的海南旅游新产品开发——蜜月



杨成和杨云今天在三亚的超豪华婚礼，成为今天最吸引人的新闻。追你到天涯海角，爱你到海枯石烂……三亚，似乎天生就是一个吸引新婚蜜月的浪漫之地。

旅游界人士嗅到了这个诱人的商机。

昨晚，省旅游发展研究会与海口市旅行

社协会就如何开发蜜月产品举行专题研讨

会。省旅游发展研究会副会长、秘书长王健生认为，海南作为中国唯一的热带海岛，利用好明星效应并做好市场推广，完全有条件成为中国人的蜜月岛。

**中国蜜月岛——
花一样的钱，得两样**

每次看韩剧婚礼中男女主角几乎无一例外地选择到济州岛度蜜月，泰国旅

游市场总监周少鹏就希望，中国人结婚时也能想到海南岛，海南岛能够成为中国的蜜月岛。

“蜜月产品推出三年，市场一直非常好，仅10月就组织了4期，最多的一期达到八九对。”在周少鹏看来，海南岛的阳

光、大海、沙滩、椰树，以及与中国传统婚恋文化非常吻合的天涯海角、鹿回头等浪漫元素，使海南岛丝毫不比马尔代夫、西班牙蜜月岛逊色。

在省内主推婚庆产品的4家旅行社中，产品都很受欢迎。如海南完美假期旅行社推出的高达近8000元/对的美人鱼海底婚

礼，去年每个月组织20多对新人。“这个价

位传统旅行社很难接受，我们的订单主

要都来自网络。”销售策划部经理符华认

为，如果能有更多的旅行社参与市场推广，

前景会更好。

E假海南去年推出甜蜜时尚婚纱旅

游产品时，推广口号是：花一样的钱，得两样。

渠道部经理涂鹏说，对北京、上海等地的新

婚夫妇来说，他们在当地拍一套婚纱的钱，

可以在海南度假+婚纱照，而且海南岛以大

海、椰树等为背景的婚纱照，显然不是当地

影棚可比。

**最浪漫的事——
在天造“影棚”中留影**

“在西安市场，我们就发现吸引客户的不是行程，而是婚纱照。”周少鹏说，当初在设计产品时，根本没想到专门留一天拍婚纱照会对客户有那么大的吸引力。所以在康泰最新的产品里，拍婚纱成为一个重点。

不少影楼也看好这个市场。总部设在海口的小雅摄影，现在的名称是：小雅旅游婚纱摄影，增加的“旅游”二字，或许透露出一些公司的未来战略。门市经理小君说，海口本地消费者的婚纱照消费一般在1000-3000元，而岛外发达地区的消费基本在3000元以上。正是借助蜜月市场，小雅设在亚龙湾的婚纱工作室，报价均在5000元以上。

除了增加婚纱照这样的有形产品，营造氛围也很关键。导游肖劲春专门负责带蜜月团，在他看来，情侣派对、烛光晚宴、海底婚礼是最能吸引这些80后新人的。在海岛结婚殿堂，大大的喜字立在海中央，新人们在教练的见证下，互换信物，用刚刚学会的手语表达“我爱你”，场面感动很多人。

“细节是关键，做好细节才能感动客人。”周少鹏说，仅仅是晚上10点增加一份宵夜给客人，钱不多，客人却很感动。而主要通过网络联络客户的完美假期，有时甚至提前一年就会与客人沟通蜜月行程，客人有任何想法和需要，随时可以在网上与旅行社提前沟通。

图①②③④：每年超过1000对岛外新人举行的各种个性化婚礼，为美丽的三亚注入更多的浪漫元素。

本报记者 张杰 特约记者 孙清 摄

图⑤：拍摄婚纱照已成海口西秀海滩上一道引人注目的风景。

本报记者 陈德雄 摄

**包装新元素——
让传统产品成新卖点**

景还是那些景，通过重新包装和整合，可以让浪漫元素集中展现在蜜月产品中。在主推蜜月产品的4家旅行社，山盟海誓、海底婚礼、雨林婚礼、黎族婚礼、海上婚礼等成为主打产品，婚纱照、烛光晚餐、情侣派对，让蜜月客人享受尽浪漫。

“其实一些与主题不相符的行程完全没有必要安排。”导游库雨庭也是专门负责蜜月团，她认为，应该给蜜月客人们留下更多单独相处的时间。现在每遇旺季，酒店、餐厅都是人山人海，根本没有蜜月气氛。而且现在的酒店、餐厅千店一面，几乎没有特色，一些酒店、餐厅是否可以考虑增加一些针对这个市场的主题。

对于旅游界一直讳莫如深的旅游购物，海之缘质量监督员陈近宜有不同看法，她认为，购物是蜜月旅游的一个重要元素，但绝非传统的旅游购物。如海南的珍珠、水晶等特色产品，可以考虑如何对接婚庆市场，水晶就可以围绕水晶之恋大打婚庆牌。

作为旅游界资深人士，王健生建议，业界可以通过主动设计活动或挖掘地方文化，来提升蜜月产品的吸引力和品牌。比如可以评选全岛最浪漫的酒店、全岛最有婚庆氛围的餐厅，在婚庆中突出当地民族传情的特色等，在旅行社的产品中，这些都会成为新的卖点。

**分享新蛋糕——
抢占中国婚庆市场**

“这个市场正在迅速膨胀。”省旅游发展研究会执行会长杨哲昆教授说，现在无论是旅行社、景区还是影楼，已经从各自的角度发现了这个大市场。但这个市场如果不能很好把握，机会也是稍纵即逝。不要把这个产品作为普通观光产品来包装，而是要作为短期度假产品来开发，营造一个浪漫的环境给蜜月客人。

旅行社方面则希望，能够集各方之力共同打造蜜月岛品牌。“单个企业很难进行这样”的推广。”符华认为，虽然现在三亚有每年一届的婚庆节，但仅仅是作为一个活动来做，平时很少有这样的宣传，市场认知度很低，应该作为一项特色产品进行常态化宣传、推广。

但国外不少海岛却已经盯上了中国巨

大的婚庆市场，去年，济州岛、夏威夷等地纷纷以国家旅游局的名义进入北京、上海和广州等发达地区抢占市场。“法国推出的古堡婚礼，就吸引了不少中国人。”王健生

认为，海南岛作为蜜月岛的形象已经具备，现在是进行整合推广的时候了。

海口市旅行社协会会长房新海表示，开

发好婚庆等深度旅游产品非常有意义，

协会将对开发婚庆等新产品的企业给予重

点关照，希望通过新产品开发，让整个行

业能够跳出低价竞争的怪圈，大家共存共融，

推动整个行业发展。本报记者 杨春虹

(本报海口11月6日讯)

**中国移动通信
CHINA MOBILE**

**中国手机小说流行榜
第四届e拇指手机阅读大赛**

風，吹向何方？**第四届e拇指手机阅读大赛精彩落幕
十部小说荣登“中国手机小说流行榜”**

中国移动e拇指主办，12家文学期刊、网站和出版机构鼎力合作，986部热门小说参赛，200多万手机用户阅读检验，步非烟、路金波、胡彬、慕容雪村等知名作家评定，《风

吹向何方》、《拿什么拥抱你，我的情人》、《绝恋：代嫁王妃》、《如果可以这样爱》、

《雪亮军刀》、《合欢令》、《我的床》、《禁书》、《幻剑销魂》、《战魂》十部小说

荣登2008年度“中国手机小说流行榜”。

登录e拇指，把握手机阅读风向标：

wap.emz.com.cn (手机登录) 或www.emz.com.cn (电脑登录)

大赛主办方：

**中国移动通信
CHINA MOBILE**

**天涯社区
www.tianya.cn**

杂志社

大赛合办方：

**红袖添香
www.redxiu.com**

**中文在线
www.chinaonline.com**

**起点中文网
www.qidian.com**

**逐浪
www.zulang.com**

**酷读文化
Xiron**

安徽文艺出版社

小说月报

故事会

小说连环画

本公司承销中国移动通信有限公司

客服热线：10086 www.hi.chinamobile.com

中国移动通信集团海南有限公司