

三亚旅游将走“内外兼修”路线

●内建游客到访中心及旅游咨询点
●外施驻外品质旅游服务专柜计划

本报三亚8月18日电 (记者柏彬 郭景水)从不断加强自身素质,到开始关注国内主要客源地组团社的素质,三亚旅游业正在进行一场塑造新形象的变革。海南日报记者从三亚市政府日前召开的相关会议上获悉,该市将首次对外地组团社进行品质示范效应的试点工作。

这一试点工作称为“三亚驻外品质旅游服务专柜计划”,近日起将在每个主要客源地挑选一两家影响力大、信誉高的诚信旅行社作为三亚品质旅游指定组团社并设立专柜,颁发相关牌证。

三亚旅游部门有关负责人表示,经过近年来快速的发展,三亚旅游业正在迎来一个从量变到质变的关键时期。为了更有效地规范旅游市场,提升旅游品质,三亚将从过去对旅游品质服务的“专练内功”变为“内外兼修”,将三亚的旅游形象维护的责任和义务直接外延到岛外组团社。

在将目光放至岛外的同时,三亚更加强了对内的要求和提升。据悉,一系列的机制和措施将陆续出台,其中将包括对本地旅行社实施百分制管理、对从业人员进行整体素质的提升计划,建立旅游行风监督员制度,明年建成三亚游客到访中心及主要旅游咨询点,为游客提供全方位服务,构建畅通的旅游综合服务网络等。

国航成立 三亚营销基地

本报三亚8月18日电 (记者张祺星 通讯员王天云)今天,中国国际航空公司在三亚成立营销基地,这标志着继南航、海航之后,国内第一大航空公司也调整战略,开始谋划布局三亚国内外高端游客市场。

“15年前,三亚凤凰机场通航时的第一架民用航空飞机便来自国航。现在,海南提出了建设国际旅游岛的宏伟蓝图,正是国航进军三亚航空市场的良机。”中国国际航空公司市场部总经理张春枝表示,成立三亚营销基地后,国航助三亚旅游对接北美、欧洲等国际高端市场。

三亚迎来首个印度旅游考察团

印度至三亚包机航线预计 10 月开通



印度客人在南山考察。 本报记者 程范淦 通讯员 陈文武 摄

本报三亚8月18日电 (记者张祺星 通讯员李亨 陈文武)今天,三亚南山和大小洞天景区迎来一批特殊的游客,印度旅游界、媒体界考察团一行19人首赴鹿城考察,推动印度至三亚包机旅游航线的正式开通。

今天,印度考察团首先来到大小洞天景区,对洞天石刻、三亚自然博物馆等景点表现出浓厚的兴趣。来自CNN-IBN电视台、印度先锋报业集团、印度《今日旅行家》杂志的媒体代表还就印度游客关心的三亚旅游资源、旅游产品等问题采访了三亚市旅游产业发展局局长杜丽银以及景区的各地游客。随行人员对三亚旅游的软硬件设施赞不绝口。

“首个印度旅游界考察团的回访是对三亚首次在印度举行旅游推介会的呼应。”杜丽银介绍,今年4月底至5月初,三亚南山、大小洞天等知名景区以及天涯等高端度假酒店代表组成的三亚旅游推介团队先后赴新德里和孟买举行专场旅游推介会,让印度人民感受到了不一样的中国特色旅游产品,在该国旅游业界引起了不小的轰动。当时,印度旅游运营商协会会长高尔·

卡吉拉尔曾表示,三亚将成为印度游客新的热带旅游度假地。虽然目前到中国旅游或经商的印度游客总量并不多,但市场潜力巨大,前景广阔。

新德里、孟买、加尔各答等印度各大城市旅游界对三亚旅游产生了浓厚兴趣。“三亚旅游在印度已经有了一定知名度。”三亚假期国际旅行社负责人王东庆说,三亚的会奖旅游、婚庆度假、高尔夫度假等产品以及佛教旅游产品等对印度游客具有很大吸引力。

此后,双方旅游界与北京好运通国际运输服务有限公司合作,充分利用南航第五航权的优势,达成包机航线开通的初步协议。广州——三亚——孟买以及广州——三亚——加尔各答包机旅游航线预计今年10月开通,每周1至2个航班,每班可乘坐约200名游客。届时,印度游客可直接乘坐飞机抵达三亚度假。

据了解,8月27日,第二批印度旅游考察团也将抵达三亚,对三亚度假酒店设施等进行深入考察,并与三亚旅游界进一步磋商包机旅游合作的相关事宜。

三亚明年有望实现畜产品自给 五年内建成畜禽商品出口基地

本报三亚8月18日电 (记者柏彬)作为一个年接待国内外游客几百万人次的旅游城市,三亚多年来在畜产品的消费上不能自给,这一老问题有望在明年得到改观。海南日报记者从三亚市政府获悉,明年该市有望实现畜产品自给,并且在五年内建成畜禽商品出口基地。

据介绍,自1991年以来,三亚畜牧业生产发展迅速,出现了18年稳定增长的态势,其中养猪水平比较高,生猪出栏率为194.91%,比全国平均水平135.19%高59.7个百分点,比海南平均水平119.68%高74.5个百分点。但是,在人均占有猪肉牛肉方面,三亚为41公斤,其中猪肉为37公斤,分别

比全省平均水平低14公斤和13公斤。

2007年全国生猪规模养殖比重为48.4%,而三亚畜牧规模养殖比例为45%左右,千头以上的生猪规模养殖比重为34.1%,规模养殖比重低。目前三亚猪肉初步实现了自给自足,但档次明显偏低,禽类每年调进量为220万吨左右,仍不能满足本地市场需求。

为了尽早实现畜产品自给,三亚近年来在确定进行现代畜牧业发展方向上采取优先养猪业、积极发展养禽业和兼顾发展草食畜牧业的养殖路径,并且大力实施“十头万户”养猪工程和“百只千户”养禽工程,取得积极成效,有关部门预测,明年争取畜产品自给的目标有望实现。

一物一标签 一图案一标价 三亚出台新规监管海鲜排档

本报三亚8月18日电 (记者郭景水 柏彬)海鲜排档欺客宰客时有发生,三亚决定推行更为具体的行业监督管理办法。三亚市委、市政府日前出台相应措施,要求海鲜排档的经营者在经营过程中,在店堂的显著位置明示相关内容、对所经营的海鲜产品明码标价、点菜单上明确详细的内容等等,实行海鲜排档经营“三公开”。

由于管理不规范,三亚市的相关部门经常接到游客对海鲜排档的投诉——吃到的实物和点菜单上不一致,结账的价格和菜单上的价格不一致,等等。针对以上的种种,三亚市决定专门出台针对海鲜排档的监督管理办法。

“三公开”的内容包括:首先,三亚海鲜排

档经营者应该在店堂里显著的位置明示以下内容:12315投诉电话;《三亚市餐饮店(海鲜排档)经营规范》;《承诺书》;海鲜品名、图像对照图。其次,经营者必须对所经营的海鲜产品明码标价。经营者使用的标价牌由三亚市物价局统一监制,做到“一物一标签,一图案一标价”。第三,经营者应当使用规范的点菜结算单。点菜结算单应载明以下内容:用餐日期、菜名、数量和价格、经营单位印章。

此外,三亚市政府要求,海鲜排档经营者必须建立完善的购销货物台账制度。台账存放在店堂,留存备查时间不得少于三个月。有关监督管理部门依法检查海鲜排档台账的时候,经营者必须予以配合。

抢游客钱包嫌钱太少,竟叫游客拿钱赎回被抢证件

警方擒获 贪心劫匪

本报三亚8月18日电 (记者王虹王 通讯员李柳清)昨天下午,持刀抢劫嫌疑人得手后居然嫌包内钱物不够多,竟勒索游客1万元以赎回被抢证件。边防民警乔装打扮与嫌疑人交易,仅三小时就将这一胆狂妄的嫌疑人擒获。

8月17日下午13时30分许,从三亚市蜈支洲岛码头往林旺方向约250米处的公路上,一名身穿红色上衣的男子持刀对游客抢劫。接报后,三亚市公安局和边防支队立刻派出大批干警前往现场。巧的是,就在民警正对劫匪开展追捕过程中,犯罪嫌疑人居然利用抢来的手机与受害人取得联系,并以抢走的手机、银行卡及证件为要挟,向受害人敲诈人民币一万元,最终讨价还价至4000元。

办案民警决定见机行事,由后海边防派出所教导员蒋志川和一名民警乔装打扮成三轮车司机及受害人朋友,同坐一辆三轮摩托车,前往与犯罪嫌疑人碰面。就当犯罪嫌疑人人在海棠湾镇三合小学门口露面,被乔装打扮民警当场扑倒在地。民警当场从其身上缴获罗某被抢的红色背包,内有人民币1658元,诺基亚手机两台、银行卡四张(内有存款5万元)及身份证、驾驶证等全部证件。

经审讯,犯罪嫌疑人林某对其持刀抢劫的犯罪事实供认不讳。林某今年28岁,小学文化,三亚市海棠湾镇藤海社区人,无业。林某交代其已有七、八年的吸毒史。他承认,此次抢劫的目的就是为了弄点钱去买点“白粉”吸一下,得手后他觉得钱包内的1000多元现金太少,于是再次勒索受害人一万元。

目前,犯罪嫌疑人林某已被刑事拘留。



犯罪嫌疑人指认赃款赃物。 李柳清 摄

不惧 PK,奔腾 B70 中高级车超值首选



中高级轿车市场历来是竞争最激烈的细分市场,2009年更是如此,频繁上市的新车、轰轰烈烈的价格战搅动着中高级轿车市场喧闹不已。然而面对汽车厂商的百般殷勤,消费者却反应冷淡。以往消费者选购中高级轿车时,通过品牌特定概念了解汽车的整体形象以后,就会将消费目标锁定在一款车身上。如今消费者却变得越来越理性和成熟,“买车看价值”成为中高级轿车购车者的共识。

为打动消费者的铁石心肠,众多汽车厂商用尽了十八般武艺,结果却往往是无奈收场。然而在众多汽车厂商的喧闹中,一汽轿车却不动声色地凭借奔腾B70取得了令人侧目的优异成绩。根据最新的销售业绩显示,上市不过三年的时间里,奔腾B70的累计销售量已经突破10万台,日益凸显作为中国中高级车主流车型的地位,成为很多消费者的中高级轿车的首选。

“买得起、用得住、有尊严” 不惧 PK

上市不过3年,累计销量过10万,奔腾B70为什么能取得如此优异的成绩?一汽轿车股份有限公司总经理张丕杰用掷地有声地回答作了诠释:“一汽的追求就是要生产‘中国人买得起、用得住、有尊严’的轿车。”正是这样的造车理念一汽轿车赢得了消费者对奔腾产品及品牌的认可和信

赖;正是这样的追求,奔腾B70不惧PK,成为中高级轿车的超值首选。

中高级轿车的消费曾经带有很深的非理性色彩,一味追求奢华,讲究身份和地位。随着消费者消费心理的日益成熟,人们对中高级车的消费也日益成熟,外观、性能、安全、节能、服务都成为消费者选购爱车时反复比较的要素。笔者在对经销商和许多消费者走访后发现,许多消费者是在比较了多款车后认定奔腾B70在这些方面均有优异表现才最终选择的奔腾B70。

PK 扬比帅 外观引领“潮流之先”

奔腾B70非常符合成功男士的审美观念,沉稳大气的外观引领了“潮流之先”。散热隔栅大气略显夸张而非放纵、高档却内敛,而厚重的车体,加上宽大的侧面腰线,使奔腾B70整车尤显道劲而饱含风暴,让人一眼就能明辨奔腾B70是一款典型的、中高档商务车明星脸谱。

奔腾B70车身外形由意大利著名的汽车设计大师乔治·亚罗担纲设计,设计灵感来源于纽约华尔街上的铜牛雕塑,因此奔腾B70一眼看上去“造型犹如蓄势待发的公牛”。同时乔治·亚罗大师在每个细节的把握中,巧妙融入了东方民族特有的审美元素,设计处处彰显典雅与尊贵、时尚与科技、动感与魅力,完美演绎了力量与阳刚的融合。

PK 扬比操控 完美演绎“操控之王”

奔腾B70卓越的动力性和行驶表现成就了“操控之王”的美誉。09款奔腾B70配置了2.0L及2.3L两款不同的发动机,均采用S-VT(VVT)可变气门正时控制、VIS可变进气歧管、VTD可变进气道、VTCS可变滚流控制等领先的技术,搭配6速手动变速箱或者5速智能自动变速箱,不但保证了车辆的动力性,而且油耗也十分经济。

奔腾B70的悬挂结构采用前双横臂、后E

型多连杆的设计。车身在高速过弯和紧急变线时有很好的稳定性和轮胎的循迹性。而在通过市内普通路面时,奔腾B70不仅对震动处理出色,底盘传递的闷吭声也相当轻微,高速行驶稳定性也有高水准表现。在TCS、DSC等电控系统帮助下,奔腾B70表现出弯内极高的稳定性,每个悬挂的动作都相当结实,车身没有过分的晃动。

PK 扬比安全 全方位“安全典范”

为了达到更高的安全级别,奔腾B70采用了加强型3H高刚性车身设计。这种设计是在原3H车身的基础上,将“3H”钢构进一步加粗,并使用大量高强度钢板对车身进行加强;此外奔腾B70前舱下的副车身构造也进行了安全性优化。

如今“钢板+气囊=安全”的旧有观念已经过时,当前轿车依靠先进的设计、精密的工艺和多维的主被动安全设备,打造出全新的轿车安全环境。奔腾B70装备了ABS+EBD+EBA+TCS+DSC五位一体的主动安全电子控制系统,全方位保障驾乘人员出行安全。在被动安全性方面,奔腾B70也同样毫不含糊,预紧式安全带、防炫目内后视镜、前排正/侧面安全气囊等都一一具备,甚至还提供了侧安全气囊、防甩鞭效应前座椅、ISO-FIX儿童安全座椅固定装置等更多的安全装备以呵护驾乘人员的安全。

PK 扬比油耗 好车更省油“节能表率”

奔腾B70 6MT的燃油经济性已经得到众多车主的一致肯定,很多购车用户也正是看

中了这一点,最终选择了奔腾B70。奔腾B70 6MT在90公里等速状态下百公里油耗仅为6.0L。而在“2007中国汽车节油群英会”上,奔腾B70 6MT连战连捷,包揽全部四个分站赛的冠军,并最终以综合平均百公里3.98L的超低油耗勇夺2.0L组“节油总冠军”称号。这样的油量消耗不仅让任何一款中高级车望尘莫及,而且即便是在低一级别的A级车上也是鲜有比拟的。

PK 扬比服务 “金钥匙”的“务实之享”

奔腾B70除了自身在产品品质方面不懈地努力,实现提升外,更多的是奔腾高水平的服务征服了车主,才会得到“挑剔”用户们的普遍称赞与拥护。上市三年来奔腾B70始终秉承“用心承担责任,用爱做好服务”的宗旨,多次举办奔腾服务节,为用户免费检测保养,不定期组织新老车主联谊活动,让用户体验到奔腾一切以用户为本的管家式服务内涵。尤其是2008年,为了更快提升网络的服务意识和水平,一汽轿车在业内第一次将象征服务业最高荣誉和标准的“金钥匙”理念植入“管家式”服务体系,更全面的提升了奔腾关爱和服务用户的能力。

消费者正是在理性比较后,为奔腾B70戴上了“中高级轿车超值首选”的桂冠。

当消费者不再单纯的被精美的广告所迷惑,当消费者重新用理性的消费观念进行选择,奔腾B70最终用实在、实用、实惠赢得了消费者的亲睐。

