

三亚城市营销锁定沃帆船赛五个经停港

赛事船队明年春节后抵鹿城期间,三亚将举办全国中学生帆船体验训练营等系列活动

本报记者 吴钟斌 通讯员 文琼云

引人注目的 2011—2012 年沃尔沃环球帆船赛将于今年 10 月 29 日在西班牙阿利坎特开幕,作为大赛的第 4 站,预计船队明年 2 月 4 日到达三亚。三亚市委、市政府日前联合印发了《2011—2012 年沃尔沃环球帆船赛三亚站工作执行方案》,启动新一轮城市全球营销战略,欲借“沃帆船”再提升三亚城市的国际知名度与美誉度。这是海南日报记者今天从三亚市委获悉的。

途经 10 个城市
船队全球航行约 7.2 万公里

按照大赛赛程,船队将于今年 11 月 5 日正式从西班牙阿利坎特出发,而后经南非开普敦、阿联酋阿布扎比,于明年的春节期间到达中国三亚。船队在三亚停留半个月,再从三亚出发,经新西兰奥克兰、巴西伊塔雅依、美国迈阿密、葡萄牙里斯本、法国洛里昂,最终到达爱尔兰的戈尔韦。根据赛事规程,总航程 39270 海里(约 72728 公里)。

沃尔沃环球帆船赛管理公司估计,参赛船队约 7 至 8 支,船员及陆域工作人员约 800 人,赛事持权机构官员及赞助商代表、各参赛国政要、嘉宾约 1000 人,世界各国航海爱好者与游客预计不低于 35 万人次。

经过不懈努力,三亚最终将自己纳入“沃帆船”的全球版图当中,也为三亚进行全新的城市营销提供了一次良好的契机。三亚市委常委、宣传部长孙苏认为,举办沃尔沃环球帆船赛,是三亚城市发展史上的一件大事,做好赛事新闻宣传工作对进一步提升三亚的国际知名度意义重大。

据统计,大赛期间三亚将迎来上百家全



2011—2012 沃尔沃帆船环球帆船赛三亚经停港加紧建设中。本报记者 苏晓杰 摄

球各地的媒体。如何借力“沃帆船”营销城市?三亚已初步形成了宣传实施方案,一个专门为此而成立的新闻宣传指挥部已成立,相应的外宣工作也启动,帆船赛筹办进展、帆船赛知识普及、三亚对外开放的新经验新成就等均纳入其中。

孙苏表示,三亚作为“沃帆船”全球十大经停和接待港之一,对正着力打造国际旅游岛的海南,三亚来说是个绝佳机遇,借机增强三亚作为全球顶级旅游目的地地的软实力、关注度和影响力,机会难得。

由于此次城市大营销活动时间较长,将

持续到明年 8 月。三亚市委日前专题与驻市媒体座谈,商谈如何广泛合作,寻求共赢。

政企联袂合作
12 专设部门全力保障赛事

根据刚刚印发的《2011—2012 年沃尔沃环球帆船赛三亚站工作执行方案》,三亚已成立了“沃尔沃环球帆船赛三亚站执行委员会”,并发动相关企业、政企联手共同组建了 12 个部门,全力保障“沃帆船”。

三亚市政府负责人表示,这是一个临时

性、开放式的组织管理机构,领导挂帅、政企联合、专职与兼职人员结合的运行模式,将举全市之力,集各方之智,全面推进三亚站的赛事活动组织、筹备及运行工作。据透露,“沃帆船”三亚站赛事活动所需资金通过政府支持、企业参与、市场运作等多渠道筹措的方式实现。

启动全球营销
内外系列活动“叫卖”三亚

三亚从来就不缺乏大活动、大赛事。但市委宣传部门负责人认为,“沃帆船”是迄今为止规模最大的国际性城市营销活动之一。

除了利用走进来的新闻媒体的传播效应扩大城市知名度外,三亚正积极策划走出去的城市营销。一项针对赛事经停港的三亚城市品牌国际推介大营销策划正着手进行中,拟重点锁定西班牙阿利坎特、阿联酋阿布扎比、新西兰奥克兰、美国迈阿密、爱尔兰戈尔韦等 5 个城市。大营销的重点是:国际经停港的营销与推介、主要客源国和周边国家推介、借助参赛的“三亚号”展示城市品牌等。

此外,在三亚本地也将配套举办形式多样的活动,包括沃尔沃环球自然信使·蓝丝带海洋环保中国行、全国中学生帆船体验训练营、“海洋、自然、帆船”主题的中小学生绘画大赛、赛事村开村仪式、2012 年元宵节音乐烟花晚会、港内赛等等。

三亚市委负责人说,现在离船队抵达虽然还有半年时间,但要做的事非常多,任务非常艰巨。只有充分调动社会各界积极性,才能办成一届圆满、成功的赛事,以期加快三亚的旅游产业转型升级。

(本报三亚 8 月 8 日电)

三亚挂牌出让七个选区采矿权

本报讯 (记者刘贞 实习生林诗婷)近日,三亚市国土环境资源局委托海南省土地储备整理交易中心承办挂牌出让七个选区建筑用花岗岩采矿权。

为了做好三亚市建筑用花岗岩采矿

权出让工作,三亚市国土环境资源局委托海南拓新矿业咨询评估事务所对三亚市拟出让的七个选区采矿权进行评估。日前,其结果通过该局的网站进行公示。

七个选区分别位于凤凰镇北罗岭、凤凰镇荔枝岭、立才农场十队、南田农场龙楼队、田独镇荔枝沟抱坡村、崖城镇大出水村、崖城镇坡加村。可利用储量从 90.11 万立方米至 400.03 万立方米不等,服务

唱响海南
动感地带
环岛音乐巡演季

和音乐一起感动

“唱响海南——动感地带环岛音乐巡演季”完美收官

让全岛乐迷都能近距离感受音乐的魔力

海南的乐迷很多,但观看明星演唱会的机会很少,对市具乐迷更是如此。在设计巡演线路时,主办方中国移动海南公司颇费了一番心思:一定要让中线、东线和西线的乐迷都能近距离地观赏到演出。演出群聚,区域跨度大,给转场工作带来不小的难度,也让歌手们倍受辛苦,但看到现场热情的歌迷和欢乐的气氛,大家都觉得:这一切付出值了!

在海南蓬勃的夏季里,卻正宵与海风联袂奔波在文昌、万宁、五指山、陵水、东方、昌江、临高、屯昌八个市县。难耐的高温,瓢泼的暴雨,都无法驱散歌迷的热情,也让歌手为之感动。在五指山站,演到中途大雨如注,台下观众却无人离开,相反,掌声、呐喊声更为热烈,雨中的卻正宵直言:面对这么多可爱的人唱歌,是最开心的事情。动力火车则携手钟舒淇在海口、儋州、琼海、三亚完成了四场巡演。过去只有在大城市才能看到的明星突然降临自己身边,怎会不让乐迷动容?拿着门票进入熙熙攘攘的现场,看到台上夺目的灯光点亮,熟悉的身影出现,才相信动力火车真真切切来到了面前。《第一滴泪》、《志在四方》、《走开》,亢奋的是那个年代的摇滚乐风,轻易就掀起大家的情绪。唱完海南——动感地带环岛音乐巡演季的三亚站,还特别邀请了重量级嘉宾陈楚生,与动力火车、钟舒淇一起,这样梦幻的晚上,并不多见:陈楚生在台上看着“花生”们,真切地感到,回到家乡很开心,感谢中国移动举办的这次活动让他再一次感受到家乡“花生”们的热情。最终,在温暖如初的《有没有人告诉你》的歌声中,完美结束整个巡演。曲终人散,但是有没有人告诉你,留下的美好会在岁月中细水长流,未来还很长。

7月31日晚,三亚凤凰岛广场成了不夜城。炫目的灯光,欢快的声浪,沉浸在海天夜色当中。“唱吧海南——动感地带环岛音乐巡演季”最后一站在三亚唱响,动力火车、钟舒淇,再加上三亚人为之骄傲的陈楚生,用各自激情的演绎为巡演划上了圆满的句号。

“舍不得,觉得心里空了!”从海口回来看演出

让所有乐迷都能尽情表达对音乐的爱

海南七月,我为乐狂。该怎样让真正的乐迷免受入场难?又该通过哪些途径让乐迷们表达自己的感受?主办方同样花了不少的心思。于是,我们看到了围绕音乐巡演展开的一系列互动,移动数据新业务在这里派上了用场。

活动初期的“呼声大比拼,快来抢明星”,吸引歌迷发送市县地名表达呼声,主办方根据呼声大小制定巡演路

线;活动中期的“热力大比拼,假如遇见你”,歌迷们将家乡的美景美食用“遇见你”的方式推介给明星,表达自己的热情;到后来的“速度大比拼,抢票进行时”,客户在每个环节都有机会得到免费门票。面对热情的歌迷,不少市县分公司还在营业厅、代办点等地方通过办理业务赢取门票等形式回馈客户,二万多张门票被一抢而空。有的还临时增加了席位,尽量全力满足大家的需求。

为了让歌迷们与偶像更进一步紧密互动,中国移动海南公司还创新地在巡演现场设立了139说客现场微互动。只要把想对偶像说的话编成短信或彩信发送到指定端口,即可立即在舞台两侧的大屏幕上显示,这下大家可热闹了,你一言我一语地沸腾起来,手机尾号为135****8898的观众说:“感谢中国移动!给我们带来视觉盛宴!超给力!期待能有更多类似活动哦!”。立即得到大家的共鸣,手机尾号为135****5675的观众说:“确实,要感谢中国移动,以后都要支持中国移动!”。

说的好,还有大奖拿!主持人不时地来微博墙上的内容念给明星听,赢得台下的观众连连尖叫,写的好约微博可以中神秘大奖,有的玩又有得拿,真是尽兴!

迷,不少市县分公司还在营业厅、代办点等地方通过办理业务赢取门票等形式回馈客户,二万多张门票被一抢而空。有的还临时增加了席位,尽量全力满足大家的需求。

为了让歌迷们与偶像更进一步紧密互动,中国移动海南公司还创新地在巡演现场设立了139说客现场微互动。只要把想对偶像说的话编成短信或彩信发送到指定端口,即可立即在舞台两侧的大屏幕上显示,这下大家可热闹了,你一言我一语地沸腾起来,手机尾号为135****8898的观众说:“感谢中国移动!给我们带来视觉盛宴!超给力!期待能有更多类似活动哦!”。立即得到大家的共鸣,手机尾号为135****5675的观众说:“确实,要感谢中国移动,以后都要支持中国移动!”。

说的好,还有大奖拿!主持人不时地来微博墙上的内容念给明星听,赢得台下的观众连连尖叫,写的好约微博可以中神秘大奖,有的玩又有得拿,真是尽兴!

感动之外的意义

“唱吧海南——动感地带环岛音乐巡演季”从7月9日开始,到7月31日结束,穿越全岛十二个市县,行程两千多公里,吸引了五十万中国移动手机用户各种方式的关注和参与,现场有三万多名用户观看演出,掀起了近一个月的音乐狂飙。巡演结束了,音乐还在,快乐还在。

