

案例解析

荧光中舞出新卖点

萤火虫引出的生态旅游经

扩音台



萤火虫。(资料图片)

本报记者 黄媛艳

小小萤火虫究竟有多大魅力?

也许看看厦门萤火虫公园门前每天熙熙攘攘的排队人群,或是看看每年夏季台湾萤火虫专线游的火爆,人们就能知晓一二。

随着旅游产品的日渐丰富,如何开发新产品吸引游客的目光,成为各大知名旅游目的地共同的难题。萤火虫旋风在旅游业刮起,让人们从中窥见了由此撬动的生态旅游的商机。



良好的环境是萤火虫生存的条件之一。(资料图片)

观赏萤火虫追忆童年

为了让人们在城市里也能看到萤火虫飞舞,青岛中山公园日前从广西引进万只萤火虫举办展览。

中山公园此次萤火虫公益生态展示活动,初衷是向暑期到园区游玩的游客普及萤火虫相关知识,为大家提供近距离观察了解萤火虫习性的机会。然而,3天过后,由于气候

和环境不适,1万多只萤火虫死亡率超过了50%,网上谴责该公园劳民伤财或是残害小生命的言论不断,展览被迫终止。

小小萤火虫之所以能引发人们的关注,究其根源,还是源于人们心中难以抹去的童年记忆。1992年,伊能静的一曲《萤火虫》留在许多人美好的记忆里。如今,唱起这首歌就想起萤火虫一样,勾起一代人的童年回忆。

观看萤火虫某种程度上已和追寻童年记忆画上等号,厦门的国内首家萤火虫主题公园就抓住了这个商机。占地20亩的公园山水错落,丛林掩映,通过人工养殖的上万只萤火虫每晚在林间自在飞行,点点萤火虫点亮静谧的夜空。

夜晚置身于园中,仿佛仙境般,但该公园却未停留在观赏的层面,而是大打“科普牌”。在萤火虫环保教室,游客可以观看一段环保影片,了解萤火虫从卵到幼虫再到成虫的生长过程,以及环境恶化对萤火虫的影响;在生态展览馆,游客可以用手触摸水生萤火虫;随后,进入萤火虫观赏通道,可以看到树枝上、半空中、草丛里漫天繁星般的萤火虫。

萤火虫主题公园每晚开放两小时,却总是人满为患,不得不每天限额300名游客,且需提前预约。

野生萤火虫撬动生态旅游

与厦门、青岛等城市不同,在山水青水美的海南,野生的萤火虫是乡间夜晚舞动的精灵。

面对火热的夏季亲子游市场,保亭一家雨林休闲度假酒店适时推出“雨林盟主召集令”和“萤火虫找朋友”套餐。和煦阳光的照耀下,小朋友和爸爸妈妈一道,在酒店的园区内开展劳动,学校园艺植物培育;七仙岭的夏夜,小朋友在家长的陪伴下,逐一对各项目雨林活动进行闯关,提着绿色小灯笼的小萤火虫们不时飞舞在孩子们周围……

“在生态日益恶化的今天,野生萤火虫是稀缺资源,酒店地处热带雨林,6至9月正好拥有这项资源,经过初步的调研,许多家庭对此都特别感兴趣,而且搭配其他增值服务,整个套餐既有新意又实惠。”这家酒店的营销副总监透露,套餐推出后,一个月就卖出了200套,酒店的人住率提高了10%。

萤火虫是生态环境的指示物种,凡是萤火虫种群分布的地区,都是生态环境保护得比较好的地方。通过野生萤火虫这一触媒,好生态和好环境的营销牌间接传递给目标群体。对此台湾的萤火虫游做到了极致。

从每年的4月开始,从台南到

台北,萤火虫游成为台湾旅游推介的重点。桃园小精灵萤火虫馆、垦丁社顶自然公园、台北平溪煤矿博物馆、北埔萤火虫季、花莲鲤鱼潭赏、阿里山国家森林公园等地皆为游客提供目睹原始萤火虫的机会。

然而,相比国内单一挖掘萤火虫资源,台湾的萤火虫游往往将丰富的煤矿文化、原始自然生态、珊瑚礁特殊地质文化、堰塞湖景观等资源与萤火虫资源相融合,拓展萤火虫游的内涵,文化与自然相得益彰。

海南生态游优势明显

“通过科普、生态的方式叫卖萤火虫资源,这种方式比传统的营销高明。”海南旅游研究所所长杨哲昆说,通过野生萤火虫的概念来向受众传递海南生态岛的信息,符合海南岛的传播形象。

海南开发生态旅游具有先天的自然资源优势,除了野生的萤火虫资源,七仙岭的蝴蝶资源、石梅湾特有的清晨小雨前飘来祥云生态现象、松涛水库的云谷现象、尖峰岭树上钓虾米和螃蟹的奇观、五指山阿陀岭的生态谷、霸王岭的蕨类资源等自然资源,都是我省独一无二的生态财富。

“做旅游就要做特色!通过生态来强调海南的旅游特色,带动旅游产业的发展。”杨哲昆说,相比巴厘岛、普吉岛等知名度假胜地,海南具有生态的特色,可利用生态优势,融入少数民族风情和民俗,打造生态型的餐饮、住宿和景点。

杨哲昆认为,既有的酒店可恰到好处利用自身拥有的环境、空气、动植物等生态资源,用标识性的生物或是景致来突出生态优势。在下一步的旅游开发中,应侧重向生态和文化靠拢。通过将地方特色的环境、文化融入旅游设施和操作中,实现突围。

当然,在市场化开发浪潮中,杨哲昆特别提醒,开发与保护并举,在“认识自然、走进自然”的同时,“保护自然”是生态旅游的应有之义。

美国著名旅游专家、霍夫斯特拉大学罗博特·宾克曼教授——邮轮游艇将是海南未来亮点

热点对话

本报记者 杨春虹

前不久,在美国佛罗里达生活20多年的美国著名旅游专家、霍夫斯特拉大学罗博特·宾克曼教授来到海南,两周多经历两场台风,宾克曼教授笑称,把佛罗里达的飓风带到海南了。海南旅游业界在听完他的主题报告会后说,他带来的其实是美国邮轮游艇的成熟经验。

刚刚起步的海南邮轮游艇产业,如何借鉴和学习美国成熟经验?《旅游周刊》对话宾克曼教授。

三亚与迈阿密很相似

《旅游周刊》:您生活的迈阿密被誉为“邮轮的首都”,作为中国唯一的热带岛屿省份和最大的海洋省,海南正积极推进邮轮游艇发展,您认为未来前景如何?

宾克曼:与中国刚刚开始起步的海洋旅游相比,美国发展海洋旅游已经非常成熟,特别是在游艇邮轮方面的经验,我觉得有很多是可以为海南提供借鉴的。我认为海南和佛罗里达有很多相似性,邮轮游艇会成为海南旅游未来的重点和亮点。

《旅游周刊》:海南旅游界在几年前也探讨过佛罗里达与海南岛的相似性,您从专业的角度看,两地有哪些相似和不同的地方?

宾克曼:海南岛是一个岛屿,佛罗里达是一个半岛。

佛罗里达的支柱产业是旅游经济,与美国其他州相比而言,这里基础教育相对薄弱,这一点和海南岛很相似。我在海南了解到,海南岛有少数民族及后来移居岛上的居民,佛罗里达也是多种族聚集的州,有西裔人,这主要指南美洲裔的人,还有非裔裔美国人,特别是加勒比海一带的后裔。

和海南类似的还包括:佛罗里达冬季可以

避暑,吸引不少候鸟人群到这里养老。

《旅游周刊》:中国旅游界很喜欢把三亚与迈阿密比较,您觉得这两个城市有什么相似性?

宾克曼:迈阿密是我喜欢的城市之一。这同样是一个以旅游业为支柱产业的产业,人们来到迈阿密,一方面是欣赏海滩,一方面是有大片的沼泽地。

如果让我拿美国一个城市和三亚比较的话,我的选择也是迈阿密。迈阿密的著名当然是它“邮轮的首都”的地位,同时这里还是大家公认的加勒比的“首都”,来自整个加勒比海国家的人在这里购物,夜生活也非常丰富多彩。

游客冲着加勒比风情而来

《旅游周刊》:海南旅游代表团去年3月第一次参加了在迈阿密举办的年度世界邮轮游艇大会,那里成熟的邮轮、游艇产业给大家留下非常深刻的印象。

宾克曼:世界排名前三的邮轮母港都在佛罗里达,巴塞罗那排名第四,但巴塞罗那的邮轮量只有排名第一的迈阿密的一半左右。现在全球邮轮产业40%聚集在加勒比的邮轮港口,其中绝大多数又以佛罗里达各个港口为母港。这里不但母港非常美丽,而且从文化角度看,邮轮所停泊的岛屿特色非常显著,有法国风情的、西班牙风情的、荷兰殖民地风情的,我们都将其归为加勒比海风情。

《旅游周刊》:很大程度上是多变的加勒比风情吸引着大批游客到这里乘坐邮轮吗?

宾克曼:可以这么认为。亚洲人口世界第一,但目前亚洲仅占世界邮轮产业3.6%的游客量,我认为未来这里必将经历爆发式发展。我有一组数据:过去23年中,先后有两亿游客乘坐邮轮,其中40%的游客是在过去五年参加的,也就是说近五年的增长是最迅速的,这个市场非常强劲。



豪华邮轮停靠在三亚港。 本报记者 苏建强 摄

必须高度重视才能可持续发展

《旅游周刊》:美国游客为什么如此偏爱邮轮游艇旅游项目?

宾克曼:美国在这方面做了一些问卷,人们觉得最重要的原因是上面有很多美食可供选择;其次邮轮是一种简单的旅行方式,只要给旅行社打个电话,剩下的行程就非常简单和轻松了,只花一次钱所有的行程就都OK了;还有一个重要因素是经过的母港以及经停港,都有吸引游客的目的。

现在,邮轮产业每年为美国带来20亿美元的收入,产生45万个就业机会。一艘邮轮每停靠一个港口,平均消费额可以达到22.5万美元。

《旅游周刊》:您怎么看最近几年中国邮轮产业的发展?

宾克曼:毫无疑问,近几年中国是世界邮轮产

业发展最迅猛的地区之一,现在中国内地已经有包括三亚、海口的16座城市接待过国际豪华邮轮。与国际邮轮产业比较,中国目前邮轮旅游一般还是3至4晚的短途航线,一方面反映了中国邮轮消费刚刚起步,同时也说明未来发展潜力巨大。

《旅游周刊》:作为中国最大的海洋省,海南可以在中国这一轮邮轮发展中扮演什么样的角色?

宾克曼:过去几年中国人均GDP增长非常快,这是非常有利于邮轮产业快速发展的一个最重要因素。目前歌诗达邮轮、皇家加勒比、地中海邮轮、丽星邮轮等四家国际邮轮公司已经在中国投入营运,我认为未来邮轮产业在中国特别是在海南还会经历一个高速的发展。

中国发展邮轮游艇旅游商机巨大,但有一点必须清醒认识到,海南邮轮产业要实现可持续发展、长远发展、高速发展,必须高度重视对自然资源的保护。现在就必须要制定一系列相关政策,如环境保护政策、对自然资源的开发限制政策等。

何不去尝尝日月潭阿婆茶蛋?

海洋

内地人不知道台湾风景名胜地日月潭的大概不多,但不知道日月潭阿婆茶蛋的可能很多。

殊不知,近年来,台湾流行着一句新兴名言:到台湾不到日月潭等于没来台湾,到日月潭不吃阿婆茶蛋等于没来日月潭!

何谓日月潭阿婆茶蛋?在台湾日月潭玄光寺码头通往玄光寺的阶梯旁,有一个83岁的阿婆在凉亭里卖香菇茶叶蛋。阿婆在此卖茶叶蛋60多年,从18岁的少女茶蛋西施一直卖成了83岁的茶蛋阿婆。

这位从小就日月潭畔长大,名叫邹金盆的阿婆,怎么都没想到,大陆的两岸开放政策,蜂拥而至的大陆游客会将自己卖了一个甲子的茶叶蛋一夜捧红,被誉为“全台湾最好吃的日月潭茶叶蛋”。

据推算,平均每月有超过10万大陆游客造访日月潭,而来此的大陆客大都要慕名尝尝阿婆茶蛋,最高纪录据说有人当场吃了十颗,还有人一次买四百元,不少大陆游客希望她推出“太空包”,好带回给亲友品尝。

现在邹金盆阿婆全家基本都在做茶蛋,考虑到成本没有请帮工,三个人在家做蛋,三个人在摊位卖蛋,因为都是手工蛋,生产的数量有限,每天卖完就收摊。

因为阿婆茶蛋太受大陆游客欢迎,所以台湾观光局日月潭管理处特意为阿婆茶蛋设计了一个简易的木制摊位,没想到这个简易的木制摊位意外成为火爆的观光景点,以至于邹金盆阿婆如果要休假,得事先向政府“报备”,以免隔天旅客扑空观光局被骂惨。

一个极普通的茶鸡蛋,为什么会这么红火呢?细揣摩之,原因大概有六:

其一,政策效应。大陆的海峡两岸开放政策,给阿婆茶蛋带来了红火的机遇。

其二,媒体效应。央视等大陆媒体的挖掘报道与台湾媒体的跟风追捧,提升了阿婆茶蛋的知名度。

其三,游客效应。游客是衣食父母,大陆客成为捧红阿婆茶蛋的主要推手。

其四,导游效应。阿婆茶蛋的红火,台湾导游与日月潭摆渡船老大自发性的抬轿促销功不可没。一旦有大陆游客来到日月潭,台湾导游与日月潭摆渡船老大就会情不自禁地开始诸如比类的煽情“预告”：“待会就会看到日月潭之花——最漂亮的十八岁辣妹专门卖茶叶蛋……”

其五,秘方效应。阿婆茶蛋为何好吃?因其独有秘方。媒体披露:阿婆的香菇茶叶蛋是利用日月潭附近的名产——阿萨姆红茶加上香菇及独门香料慢煮六小时而成。从茶叶蛋的蛋壳就可一眼看出茶叶蛋煮得十分入味,蛋里面还有淡淡清香的香菇味。因为香菇是煮制过程中的重要添加物,所以香菇不卖。越是不卖,就有越多人认为锅里的香菇才是最美味,非卖品的神秘更添加茶叶蛋的名气。我亲口尝了阿婆香菇茶叶蛋,一剥开滚烫的蛋壳,香菇茶叶蛋蛋白嫩入味,蛋黄香松不干口,吃着真爽!

其六,价格效应。一个阿婆茶蛋卖10块钱新台币,折合人民币两块二。这对外出旅游的大陆游客来说,简直小菜一碟,人人都消费得起,不吃反倒显得小气了。

看着眼红,国家给予海南建设国际旅游岛的各种政策,怎么就没卖红个茶鸡蛋呢?海南的特产与美食小吃也不少,怎么就成不了大气候呢?

窃以为,各县市的旅游官员,切勿只盯着大项目、大工程,切勿忽视貌似不起眼的海南特产对外来游客的潜在吸引力。试想,如果海南19个县市,从现在开始,每个县市能花一个半年载,捧红一项(千万不要贪多)当地特产,那海南旅游的日子就好过了!

(原帖来自南海网阳光岛社区)

《旅游法》将实施 海南旅业投资迎来新机

本报讯(记者 杨春虹)《旅游法》将于今年国庆实施。日前,海南海之南国旅业集团整合行业优势资源,邀请省内旅游业界精英,对《旅游法》进行交流与探讨,力图将“海南品质旅游”的品牌推介给全国游客。

“作为一家新成立的旅游投资集团,我们开始整合资源,统一研发设计新的旅游产品,全力以赴迎接《旅游法》的实施。”海南海之南国旅业集团董事长江蔚表示。目前,该集团旗下包括海南海世界旅行社、时代旅行社、蓝海湾旅行社、和谐之旅导游公司等9家企业。

省旅委巡视员陈耀表示,《旅游法》的实施是中国旅游转型升级的契机,海南作为改革开放的试验区,在《旅游法》的制订中做出了重要贡献,希望省内各旅游企业在实施过程中再创新成绩。

海口香格里拉举办首届大型主题婚礼秀

近日,海口香格里拉大酒店成功举办主题为“爱·香随”海口首届大型主题婚礼秀,向来宾和准新人展示其一站式的完美婚庆服务。

在当天的婚礼秀现场,香格里拉近千平方米的大宴会厅化身时尚浪漫的喜庆殿堂,以传统红、浪漫紫、典雅香槟和奢华金色为主题的中西式摆台展现了不同格调的婚宴布置。“爱·香随”主题婚礼秀以身着台湾定制婚纱礼服的国际名模现场T台秀拉开帷幕,超大LED屏结合3D投影技术创造环绕视听震撼效果,高级定制珠宝秀让现场观众大饱眼福。

酒店还拥有海口唯一的海边婚礼堂——锦绣堂,面积达220平方米,位于酒店3万平方米私家热带花园中,可以举行教堂婚礼,以天地为证的海滨婚礼或鸡尾酒会。(尤文)