

三景点上榜中国最佳乡村休闲 海南乡村休闲 如何玩出海岛休闲范



兴隆热带花园一景。

谢南健摄

■ 本报记者 李佳飞 实习生 潘媚

近日，国家旅游局在其官方网站上公示了2014年全国休闲农业与乡村旅游示范县、示范点认定名单引起各界关注。其中，在上榜中国最佳乡村休闲的名单中海南占了三个名额，分别为三亚市亚龙湾国际玫瑰谷、万宁市兴隆热带花园、琼海市博鳌美雅乡村公园。

现在越来越多的游客开始走进乡村，感受海南特色的悠闲生活，海南乡村休闲期待能玩出海岛休闲范。

乡村游起步晚但发展快

海南是中国唯一地处热带岛屿省份，森林覆盖率高，海岸线长，空气清新，生态环境好，俗称中国大陆的“后花

园”，拥有全国独一无二的热带田园风光，因此，发展乡村休闲旅游优势明显。省旅游委巡视员陈耀认为，海南良好的气候优势，例如夏天凉爽冬天温暖，对外地游客有着独特的吸引力。

业界认为，海南的乡村休闲虽起步晚，但发展快，在海南得天独厚的生态资源背景下，被挖掘出来的知名景点也不少，琼海市博鳌美雅乡村公园就是其一。

陈耀认为，在发展乡村休闲点这一块，琼海市博鳌美雅乡村公园就在人文风情上做了很好的保护工作。

博鳌乡村公园传承了传统的村落式建筑，是由博鳌朝烈村辖区所属的5个相邻的村落——大路坡村、美雅村、南强村、岭头村、朝烈村共同形成带状公园，五个村庄在靠近路的一侧修建了统一的乡村步行栈道，景观道纵横相

连。路旁是一户户玫瑰色栅栏围起的淳朴农家，郁郁葱葱的绿色景致，交相辉映，此外，更有着乡村旅馆、农家乐、水塘咖啡、绿野驿站以及觅景岭头等供游客停驻、游玩。

博鳌乡村公园在住宿上不仅采用民宿，在饮食上采用古早式的烹饪方法。“阿叔农家乐”的莫叔告诉记者，“通过最古早而原始的做法作出的菜才是富有海南特色的美食，才是来这儿的游客真正想要的！”

“打造品牌必须要有自己的特色。”省旅游发展研究会会长王健生表示，以“琼海味道”为特色而发展起来的琼海小吃、琼海长寿洋、以“南海文化”为特色的工艺品以及海南传统婚庆仪式等等都很好地传承了海南独特的民俗风情。

做出特色树立品牌

那么，海南乡村休闲旅游究竟该如何玩出海岛休闲范儿呢？

“海南乡村休闲要玩出海岛休闲范就要走出不一样的特色！而这个特色必然是海南独特的人文风情。只有抓住侨乡文化、岛屿风情、少数民族风情等元素，打造出属于海南本土的民风民俗产品才能玩出不一样的海岛休闲范！”陈耀说。

因此，他建议在景点建筑上注重保留少数民族风格，尤其是黎族，在酒店建设上不要效仿国外做洋式建筑，可传承本土文化打造出饱含民族风味的民宿；景区要依山傍水，不要让房地产在周边盖楼，破坏了海南淳朴的乡村氛围；此外，可利用现代的技术和理念，打造出代表传统民俗文化的特色产品。

王健生建议：一方面，海南在乡村生态旅游开发过程中，应从实际出发，作出科学合理的规划，因地制宜，开发符合当地特色的旅游项目；另一方面，业界应保证乡村旅游健康有序发展，形成科学发展路径，整合力量支撑乡村旅游，对其共同开发、共同支持，按照省里标准作出各种产品中的精品，如以“五椰级”为评鉴做出精品，走精品之道路；此外，还要更加重视人才培育，对所有从事乡村旅游的经营者、从业人员、村民进行教育和培训，包含普通话、职业道德、民俗文化、服务礼仪等。

“海南虽为旅游大省，但海南对乡村旅游的宣传力度不够以及社会对其认知度不高，今后应加强对乡村旅游的卫生条件、交通状况、景点特色、基础设施的宣传，将海南乡村休闲推出去吸引更多的游客。”王健生说。

散客时代，海南要牢牢把握“两全”概念

■ 本报记者 侯赛

受益于云计算、大数据和移动通讯助力的智慧旅游的发展，以及80后、90后年轻游客消费观念变迁，越来越多的游客来到海南，倾向于自主作出旅行决策，自助安排旅游行程，散客化的趋势越来越明显。数据显示，2014年春节黄金周，一直引领中国休闲度假产业的海南散客与团队客比例达到8:2，接近成熟旅游目的地水平。

“随着国民旅游休闲时代的来临，越来越多人选择自驾游、乡村游、民俗游和城市休闲游等新型旅游方式。我省景区人数统计对比机场码头的进入人数，存在很大的差距，这说明传统景区遇冷，更多游客来海南是为了享受一种休闲旅游方式。”海南省旅游协会秘书长王健生告诉记者。

散客化的时代到来，仅仅靠旅游企业和政府部门来进行散客化的对接已不能满足散客的个性化需求。因为，散客时代不像观光团队时代，不仅是点和线的对接，更多的是需要全社会的参与，公共服务体系的建设要对应散客的个性化和游客作为自由人的消费方式。

海南作为国际旅游岛，旅游业发展的桥头堡和领头羊，如何把海南特色的生活方式变成散客化时代人们旅游消费的产品？业界认为，需要旅游成为全民化和全球化的旅游，打造新常态的散客化消费方式。



游客在三亚天涯海角旅游景区。

本报记者 张杰 摄

所谓全民化旅游就是我们每个人都是旅游的服务者，也是旅游的获益者，每个人都成为真正的国际旅游岛的主人。“散客到居民家里去，消费居民家的生活方式，体验一种异域感受。因此，散客化时代的到来是实现旅游富民的最大机遇。”中国旅游研究院院长戴斌一直提醒大家展示生活方式就是最好的旅游资源。

散客时代的来临，除了要让海南岛的每个居民有全民化的旅游意识，还要打造全域化咨询信息、产品服务、整体形象和安全保障系统，比如打造全域化的海口，海口的全域化旅游就不再仅仅是火山口和假日海滩，而是海口的整个旅游体系。

所谓旅游全域化首先最需要的是无缝隙的旅游咨询服务系统，任何一个到海南旅游的自由人都可以方便即时地获取所有的旅游市场和产品的信息和选择消费的地方。其次，就是要实现旅游目的地的可进入性和通达性，使信息变成可消费的产品，构建全域化的符合散客时代的交通网络和指示系统；第三，散客时代需要全域化的整体形象，目前海南的旅游形象还是点状的，构建全域化的形象体系和产品体系显得尤为重要；第四，是构建全域化的安全保障体系。

业界认为，只有四个方面的全域化的实现，海南才能真正成为自由岛和自由人岛，散客才能在海南无忧无虑地实现海南生活方式的体现，海南岛才能成为既是当地老百姓的幸福家园，又是中外游客的度假天堂。

海南礼物：平凡特产包装出时尚伴手礼



将普通海南特产包装得更吸引人的“海南礼物”。
本报记者 侯赛 摄

■ 本报记者 侯赛

苦丁茶、咖啡、椰子粉、热带果干……这些众所周知“平凡”不过的海南特产，在众多连锁特产店中千篇一律的模棱和一成不变的口味，也许很难再吸引到你的目光。

而如今，这些再平凡不过的海南特产经过“海南礼物”专业品牌打造师们的“魔术棒”一挥，又摇身一变，从内涵和外观上成为文艺小资们的新宠。名贵的海南沉香，走下“奢华”的云端，让工薪白领们也可以领略时间沉淀的芬芳。这些别具匠心的“海南礼物”让海南伴手礼于平凡处见不凡。

价位和风格都要接地气

海南礼物，作为一家海南伴手礼连锁店的名字，正如它朴实直白名片一样，这家店铺的主人打造这样的一家店铺最朴素的想法就是呈献给游客们最代表海南特色和具有现代情怀的礼物。

12月26日，“海南礼物”冯小刚电影公社店的橱窗里堆满了圣诞老人公公的礼物盒子。第一眼望去，便可断定这里一定是一个充满惊喜的地方。

走进“海南礼物”，简约低奢的店面设计风格让人印象深刻。种类繁多，包装精美的产品整齐地码在木质货架上，复古的顶灯散发着温暖色调的光线，打在墙面悬挂的油画上，烘

托出小店浓浓的文艺小资气氛。

这里大多数产品从十几元到几十元不等，从价位看，着实是一家“亲民”礼物商店，而从产品的外观设计包装上，又绝对符合现代人追求的独特品位。

“这已经是海南礼物的第三家商铺了，一家在三亚凤凰机场，一家在三亚大东海，所有店铺的商品价格都一样。”“海南礼物”的发起人之一80后女孩李经理告诉记者，并一向向记者介绍他们为追求个性化的散客们“私人定制”的特色海南礼物。

集优势资源打造良品

“这里有食品，有香产品，也有工艺品，我们还将引进黎锦、花梨雕饰和摆件等。”李经理告诉记者，他们自主研发的产品如今已经达到90多个单品品种，包括原生原味食品系列下的果干、茶和饮料等，还有尧香堂品牌系列下的各类沉香产品和椰子油护肤品等。这里的沉香产品，有的融合鲜花精油，燃起来可以散发不同的香味，也有原味沉香，还有散发稀有的珍品沉香，符合不同人群的需求。根据品质的不同和包装大小的不同，沉香产品也从几十元到上百元不等，也都是普通消费者可以承受的价格。

据李经理介绍，海南礼物的果干系列产品，都是跟台湾的顶级果干生产企业合作，采用先进的果干

生产技术制成的，产品的科技含量高，同时又保持了水果最天然的味道。海南礼物的茶系类产品，同样是采取与科研院所合作的方式，开发出既具有海南地域特色又符合现代人口味的茶品，这种集中优势资源，精心打造的经营态度和理念，也是现在旅游礼品市场所需要的。

文创产品体现品质生活

海南礼物的背后是一个非常年轻化的80后海归创业团队，很多创意和想法从国外“舶来”，从想法到前期调研，再到设计开发自己的产品，最后推广出来，每一种产品都体现一种对品质生活的追求。

“不是所有的茶都需要正襟危坐，繁文缛节的茶道也并非通向禅茶奥义的唯一。新时代的禅茶，看得懂人生浮沉，却也更知生活冷暖；登得上大师们的斗茶室，也融得下写字楼的茶水间。”这一段文字出自海南礼物茶系列产品的一张说明单，从这里可以一窥设计者们的理念。

一小盒精致的茶叶只有35克，却足以让你对它回味无穷，一小包榴莲干只有50克，却也能让你饱尝最天然的味道，一小盒沉香只有几十克，便携简单，让你开始对沉香有个初体验，海南礼物引领的是一种新的生活尝试和追求。他们更懂当代人的生活方式，巧妙地从实际出发，将现在人的生活方式融入产品，这样的产品更接地气。

卢布贬值 中赴俄边境游客数量急剧上升

参考消息网：“世界无国界”旅游协会执行主席米哈尔·维斯林表示，在卢布贬值的大背景下，赴俄购物的中国游客数量呈上升趋势，但主要集中在边境地区。

卢布贬值推动中国游客预定俄之旅，甚至是冬季。根据中国最大的网络旅行社携程网的数据，12月对赴俄旅游的需求量比11月高出1倍。

维斯林说：“我们的中国同行证实了该消息。他同时表示，在莫斯科和圣彼得堡的中国游客数量并没有增加。前往莫斯科和圣彼得堡旅游的中国游客是提前就预订好的。但是，他们比以前消费更多。之前预订前往莫斯科旅游的中国游客也要求增加更多购物项目。”

相反，俄罗斯赴华游客人数继续减少。旅行社运营证实，即使在边境地区对赴华旅游的需求也很小。



调查显示：9成受访者从未接触亲子酒店

眼见天气越来越冷，大人们讲究个“猫冬”，孩子们可不甘心，那么，萌爸萌妈们带着孩子们去哪儿玩呢？户外太冷，景区门票太贵，主题公园排队太久……如果有能让孩子吃好住好度度假酒店，萌爸萌妈会选择全家出游吗？对此，中国旅游报联合人民网旅游频道展开了调查，结果显示，仅有8.77%的受访者表示曾经去过亲子酒店，超9成的受访者表示不了解或完全不知道。

酒店试推亲子套餐

“周末带孩子去了昌平的一家温泉度假村，感觉还不错。入住后先让孩子在房间里的私汤游了一会儿泳，下午参加酒店的亲子烘焙课，晚上又去儿童温泉池游了一通。第二天睡到自然醒，一家三口去采摘草莓，孩子第一次见到草莓是怎么生长的，边摘边吃。这样的短途游有玩、有体验、寓教于乐，孩子非常开心，回来念叨了好几天，希望我们再带她去玩。”女儿刚满两岁的杨先生告诉记者，“一家三口的费用算下来大概1000元，周末偶尔休闲一下，价格还是挺合适的。”

今年起，不少京郊和北京周边的高星级酒店都推出了亲子套餐，包括“两大一小”的住宿、餐饮、儿童乐园、游泳或温泉、烘焙等亲子活动，一般还会附加酒店周边的景点、滑雪、农耕采摘等体验式活动，价格在600—1200元不等。紧邻北京南部的河北固安福朋喜来登酒店资讯经理王雨鑫告诉记者，今年酒店针对北京和周边客人推出了亲子套餐，除了住宿、餐饮外，还包括非物质文化遗产传承人教授孩子绘制脸谱、亲子DIY披萨的活动，此外还将周边的温泉、滑雪打包进产品中，800元上下的价格十分受欢迎。

网友“果果妈”认为，四、五星级酒店的亲子套餐舒适度，活动安排足够填满周末两天，不需要家长额外操心，有的酒店还可以将儿童托管给专人负责，父母则可以享受SPA或参加其他活动，“一家人都能得到休息、放松，比在城里度周末轻松得多。”

亲子酒店还需市场认知

综合记者多方了解到的信息，可以将亲子酒店的概念大致定义为：不仅拥有正常酒店的设施，还特别针对孩子增设儿童设施、游乐场地，定期或不定期推出儿童活动，甚至在餐饮、客房服务等细节上都体现出对儿童的关怀。

虽然去过的游客大多对亲子酒店评价较高，但在调查中，对于“一般会带孩子去哪儿玩？”52.63%的受访者表示带孩子去社区公园，21.05%的受访者选择旅游景区，只有26.31%的受访者会带孩子去度假酒店。具体到亲子酒店，仅8.77%的受访者表示经常去，超过9成的游客还没有在亲子酒店度假的经历。

“我担心活动不适合这么小的孩子，如果孩子在外边住不惯，玩不好，那一个周末搭进去的时间和金钱成本还是挺高的。”家有两岁宝宝的一位家长向记者表达了自己的担忧。据了解，由于存在价格、餐饮、活动是否适合小孩等考虑，不少家长还不敢尝试这种新形态的短途游。调查中，约有4成的受访者表示最在意亲子酒店的活动是否丰富，33.33%的受访者更关心价格，还有26.31%的受访者首先考虑的因素是亲子酒店的舒适度。

亲子产品持续火爆

王雨鑫告诉记者，入冬以来，固安福朋喜来登含有脸谱绘制和温泉的亲子套餐销量非常好，小朋友反响不错。小长假的亲子套餐预订量可达到200个以上，目前元旦的销售情况也较为可观。

基于北京亲子玩乐活动的分享平台“大小爱玩”的负责人介绍，从预订情况来看，每到节假日期间，亲子酒店销售就会出现井喷，例如元旦的销量就十分可观。她认为，亲子酒店的主力消费群体是观念较为新潮、收入达到城市中产水平的70后、80后，多数现代家庭都是以孩子为中心，带孩子出门旅游的时候会考虑酒店是否适合，有没有合适的餐饮、有没有好玩的亲子活动可以提供，有了这样的需求，很多亲子酒店或者酒店的亲子套餐应运而生，并日新火爆。这种市场的火爆局面还会持续很长一段时间。

(中国旅游报)