



游

旅新篇

拥抱丝绒·启航

——博鳌亚洲论坛2015年年会特刊

新闻点击

省旅游委节前以2015丝绸之路旅游年为契机，推出南洋文化、老商埠行踪、三沙邮轮、潭门丝路古镇体验等7条海南南海丝绸之路旅游线路；

琼北8市县以“2015又邀请您到海南琼北过大年”为主题，推出祈福慈孝之旅、“东游”深呼吸之旅、“西游”探秘之旅、“中游”龙脉富硒之旅等四条别具风格琼北旅游精品线路。



刚刚过去的春节黄金周，作为最热的国内旅游目的地，海南旅游又收获一个“大红包”——接待游客311.57万人，同比增长近二成，揽金94.34亿元，同比增长近两成！

一大批节前刚刚推向市场的旅游新业态、新产品，搅热了这个黄金周。

“海南旅游，游客做主。”在成功举办了两届的海南大学生旅游线路设计大赛上，省长助理、省旅游委主任陆志远坦言，在旅游产品的研发、旅游线路的设计等方面，都应该广泛了解游客的需求，甚至让游客参与其中。

越来越多个性旅游产品出炉，新业态新玩法搅热精彩海南—— 海南游走进“我”时代



■ 本报记者 杨春虹

个性化产品引领市场

“过去推一款旅游产品，可能可以满足八成游客的需求，现在甚至不到两成游客会买账。”很多旅行社的产品总监发现，在散客大行其道的同时，游客的碎片化也更加明显，旅行社只有不断推出个性化产品，才能跟上市场的潮流。

今年春节期间，海南散团比达到8:2，越是高端的游客，越喜欢自己制订和安排自己的行程。

“最近一年来接待的客户，基本就是到海南睡觉晒太阳的，除了帮他们订房订车，他们打听最多的就是哪里有好吃的？哪里有不一样的玩法？”不少岛内旅行社现在不再盯着常规线路打转转，他们开始深入到海南全岛各地甚至小街小巷，找找哪里有特色的小吃、本地的美食、好玩的地方，为自己的客户提供一个不一样的海南。

2013年，海南线路产品创新设计大赛举办，省旅游委鼓励全省旅行社行业和客源地旅行社针对国内外市场需求的变化，深入挖掘海南丰富的旅游资源，创意设计出一批能反映海南旅游特色和资源优势，有效满足特色化、个性化的国内外旅游市场需求的旅游线路产品。

以“创意、创新、顾客化精准营销”为主题的这次大赛，以《海南国际旅游岛建设发展规划纲要》为指导，创意设计环海南岛热带滨海观光体验游、海南岛中线民俗风情文化体验游、热带原始雨林生态游、海洋探奇休闲游等六条精品旅游线路，形成全岛的整体线路产品。

同时，针对华南、华东、华北、东北、西南、西北六个特定区域客源市场，分别设计出不同的线路产品组合；针对港澳台市场、东南亚市场、俄罗斯及中亚市场、韩国日本市场、北欧及西欧市场、澳新市场、北美市场等七大境外市场设计不同的线路产品组合。

一批精品旅游线路获得来自各个方面的鼓励。如大赛获奖的“精品旅游线路”成为省旅游委未来三年面向国内、国际市场宣传推广的主推产品，并要求全省旅游企业主动予以宣传、推广、分销。同时，省旅游委在此后的国内外市场实施的精准化营销中，针对不同的市场推出相应的获奖线路产品及其组合，并组织该线路创新设计的旅行社作为主要成员参与该市场促销。

去年初，由省旅游协会牵头成立了海南深玩俱乐部和海南旅游达人俱乐部。其中，深玩俱乐部邀请海南骑行、登山、海钓、帆船、游艇等方面资深玩家共同参与，针对每个市县、每个季节推出相应的玩家攻略；而旅游达人俱乐部则邀请各大旅行社产品总监、资深导游共同参与，在为散客推出海南更多个性化旅游产品的同时，更将致力于海南团队产品的精致化。

玩家搜寻新玩法

这成为推动海南旅游转型升级的一种新的促进方式，一批精品线路，正引导着游客进行高档次的、精致化的、个性化的旅游消费，更好地享受海南旅游。

向游客们展现了更为个性、更为多样的魅力海南岛。

省旅游协会秘书长王健生发现，个性化产品往往是小众市场，需要时间沉淀和大渠道的推广和引导，单一的旅行社受制于对现实生存的顾虑，很难涉足其中；再就是绝大部分中国游客往往并不认可服务的价值，更关注那些有形产品的价格高低。

“这就需要行业的力量来进行推动和引导，地方政府在这方面也可以有很好的作为。”王健生说。

针对今年春节黄金周三亚市场火爆，一些旅行社负责人认为，其实海南的中线和西线同样有很好的旅游资源，如果有旅游玩家多去尝试着这类新兴旅游目的地，对市场也会是一个很好的引导，而不是像现在一说海南旅游，游客想到的就是三亚旅游。

“现在国内旅游市场面临的最大矛盾，是游客的旺盛需求与旅游产品缺乏的矛盾。”国家旅游局相关负责人在今年的国内旅游市场分析会上坦言，各大旅游目的地需要围绕游客新变化、新需求，推出更为丰富、个性、多元的旅游产品。

“海南旅游，游客做主。”在成功举办了两届的海南大学生旅游线路设计大赛上，省长助理、省旅游委主任陆志远就坦言，在旅游产品的研发、旅游线路的设计等方面，都应该广泛了解游客的需求，甚至让游客参与其中。如作为海南大学生旅游季的活动之一，海南就直接组织在校大学生设计线路，让岛内大学生为岛外大学生设计行程，这或许会比旅行社更接近大学生消费者的需求。

海南各大旅行社产品总监心里都很清楚，天涯海角景区是团队游不过去的景点——这是海南最具标志性景区。但产品总监们却只愿给这个知名度颇高的景区短短的40分钟“亮相”时间。和绝大多数游客的感觉一样，他们也觉得“到这里就是看那两块石头，40分钟足够了！”

但在2013年的首届大学生海南旅游休闲线路设计大赛决赛现场，不懂“行规”的琼州学院“情定南国队”却为这个景区设计了“两天一夜”的行程！是学生们在“象牙塔”里的闭门造车？还是不懂行的异想天开？听完大学生们的介绍后，作为评委的海南6大旅行社的产品总监被震住了：几名没出校园的大学生，居然完全“颠覆”了业界多年的经验，9位评委点评说：敢选常规景点做线路，有胆！敢从一个景点设计特色主题产品，敢做！

作为一种创新尝试，主办方的省旅游委、省旅游协会面向全国2万多家旅行社拍卖获得前10名的旅游线路，希望能够解决多年来一直困扰旅行社的创新线路的知识产权问题，鼓励创新，让创新获得承认并体现价值。

树品牌品质取胜

“无论是提出婚庆主题营销，还是举办大学生旅游节，都是希望通过旅游产品的不断创新来优化、提升产品结构，继而带动客源市场变化，实现海南旅游的转型升级。”陆志远说，让高校与业界更好地联系在一起，对推动海南旅游人才培养、更好地利用高校智力资源，都有很好的推动作用。

打造婚庆旅游新亮点推动婚庆旅游大发展是海南的一个有益尝试。2013年1月4日，因有着“爱你一生一世”的谐音被誉为“百年珍爱日”，借着这样的好彩头，省旅游委、省旅游协会共同推动成立了“海南岛十全十美婚庆产业联盟”，围绕“美丽中国幸福海南——爱你一生一世”主题，希望树立海南鲜明的“蜜月岛”、“婚庆岛”旅游新形象，逐步将海南打造成为受到国内外游客喜爱的婚庆旅游目的地。

“海南拥有一流的生态环境，深厚的爱情文化，又经过多年的品牌打造和市场推进，已经积累了发展婚庆产业的良好基础。”陆志远向媒体解释，海南围绕“美丽中国幸福海南——爱你一生一世”主题，重点向国内外旅游市场推出婚庆旅游产品，促进婚庆产品与海洋、生态、文化、康体、度假等产品的融合，希望从婚庆主题旅游产品突破，打造海南婚庆产业链，发展以美丽、幸福和爱情为元素的海南特色婚庆经济。

短短两年间，游艇婚礼、邮轮婚礼、黎苗民俗婚礼、小镇婚礼、海岛婚礼……不同类型的婚庆产品层出不穷，在客源市场掀起了一股海南婚庆旅游的热潮。

在海南婚庆旅游产业发展的风声水起之时，海南又将目光投向了更广阔的市场。去年9月19日，由省旅游委发起倡议，天津、海南、北京、安徽、河北五省将在第六届中国旅游产业博览会和北方十省市旅游交易会上共同发起“天大喜事”婚庆旅游合作组织，开发“一程多站”式婚庆旅游产品，创造我国旅游业提质增效升级的新范例。

目前，天津航空已开通“北京首都国际机场—安庆天柱山机场—海口美兰国际机场”每日往返航线，串起京津冀五大“天字号”爱情圣地：北京(天坛公园、天安门——天之佑)、天津(天津——恋爱之都)、河北(天河山——中国爱情山、山之盟)、安徽(“天仙配”传说发生地，山之盟)、海南(天涯海角，海之誓)，使五省市构成“天之佑，山之盟，海之诺”的婚庆旅游合作成为现实，并互为婚庆旅游目的地、客源地。

旅游新业态

海南已经建成包括海口观澜湖火山岩高尔夫、亚龙湾海景高尔夫、七仙岭山地高尔夫等一批别具特色的球场，形成了高尔夫球场集群。随着高尔夫世界杯、高尔夫明星赛、高尔夫女子锦标赛等一批有影响力的重大赛事落户我省，将更好地提升海南高尔夫旅游的知名度和吸引力。

而森林旅游、帆船、冲浪、海钓、山地自行车等旅游新业态、新产品也发展迅速，是海南旅游新的特色和亮点。

《海南国际旅游岛建设发展规划纲要》在空间布局上提出北部、南部、中部、东部、西部、海洋组团等六大功能组团，齐头并进，形成精品化、国际化、多元化的各具特色旅游产品和发展格局。除了以海口为首的北部组团合力营销外，以三亚为首的南部组团，也加大整合力度，抱团闯市场，以扩大海南区域旅游的整合力度。



几十名学子身着汉服，在儋州东坡书院朗读古诗文，体验古私塾的雅趣。

本报记者 苏晓杰 摄

在三沙市海边，一对新人在拍摄以大海为背景的婚纱照。

本报记者 宋国强 摄