

热点聚焦

今年以来，“互联网+”成为一个热门词汇。在海南的旅游营销特别是针对国际旅游市场的营销中，互联网成为十分重要的一个宣传阵地。去年，通过国外自媒体 face-book、twitter 以及国外互联网媒体的宣传，海南的外国游客量开始出现大幅度上升。数据显示，今年第一季度，来海南旅游的日本游客同比增长 80.03%、韩国游客同比增长 75.07%、瑞典游客同比增长 84.95%、西班牙游客同比增长 29.72%……

业内人士预计，在新的营销模式下，海南旅游在国际市场也将迎来新的机遇。



儋州市那大镇洛南村委会力乍村游人如织。 本报记者 陈元才 摄



海南得天独厚的旅游资源离不开网络营销的推广。

本报记者 武威 摄

面向国际旅游市场，海南不断创新营销方式

海南旅游营销走进“互联网+”时代

■ 本报记者 符王润

“互联网+”现代营销

“我们今年将与英国 BBC 官方网站以及全球最大最受欢迎的旅游社区 TripAdvisor 进行合作，对海南旅游进行宣传。”让海南省旅游委副主任陈铁军高兴的是，从今年初开始筹备的国际游客网络宣传工作即将开启。

据陈铁军介绍，今后，在 BBC 官网上，将开辟出介绍海南旅游的专区，长期动态地向国际游客全面推介海南。其中，包括海南旅游资源的图文专区和视频专栏，展示海南旅游宣传片、各市县和重点景区的

旅游宣传片资源。而在 TripAdvisor 社区，也将开辟海南旅游专区，针对韩国、俄罗斯、新加坡、美国、澳大利亚等 8 个重点国家，进行以海南为旅游目的地的定向营销，针对有意出行的潜在游客定向投放海南旅游宣传广告。

各大主流纸媒及其网络版也是海南面向国际旅游市场营销的重要阵地。海南与《中国日报》、新加坡《联合早报》、韩国《中央日报》等媒体合作，连续刊登海南特刊、海南专版，并在网络版上进行宣传。

“《中国日报》是很多对中国感兴趣的外国人士了解中国发展情况的重要载体，《联合早报》和《中央日报》

是海南重点开发的市场所在地的主流媒体。在这些媒体上对海南全岛重要旅游目的地产品进行宣传十分重要。”陈铁军表示。

此外，一些驻外机构如国家旅欧局驻外办事处、海南省旅游委部分驻外推广联络处的网站，也成为宣传海南旅游的重要阵地。如在日本的驻外推广联络处网站上，就专门开辟了海南旅游内容，用日语介绍海南各个市县旅游情况和吃住行游乐购的信息。同时，该网站还会专门派工作人员来海南采访，组织网站内容。

“我们在加强网络宣传的同时，还采取了多种手段进行多方宣

传。今年我们在莫斯科、首尔、曼谷、新加坡、悉尼的机场大厅行李提取处投放广告，针对国际游客和商务人士进行宣传。”陈铁军告诉记者。

与此同时，海南本地媒体也加大力度利用互联网对国际游客进行宣传。作为海南国际旅游岛对外宣传的旅游官网，阳光海南网中文及国际频道 2013 年进行调整改版。此次改革加强了网络营销力度，网站也因此获得了新浪网 2013 年度的创新网络营销奖。在这个网站，人们可以通过 3D 游海南系统，在电脑前身临其境般游览海南各大著名景区。

目前，海南旅游市场逐步进入传统的“淡季模式”

“淡季不淡”，抄底出游正当时

■ 本报记者 黄媛艳

进入 4—5 月，我省旅游也从旺季开始走入传统淡季。面对着逐渐炎热的天气和日渐减少的人岛客流量，我省涉旅企业该如何玩转淡季市场，力争实现“淡季不淡”的目标？

深挖“小长假”市场蛋糕

进入淡季，清明小长假和“五一”小长假是涉旅商家们不容忽视的假期经济大蛋糕。在刚刚过去的“五一”假期里，省内的涉旅商家各出高招。

三亚香格里拉度假酒店主打“自然天成”套餐，以有机农产品打造绿色低碳新生活；三亚亚龙湾丽思卡尔顿酒店推出“五一美食嘉年华”；针对巨大的岛内消费市场，三亚好汉坡国际度假酒店出台“三亚人五一度假攻略”，“食宿+温泉”的产品搭配深挖本地市场；天涯海角景区则推出“夏季优惠门票”及“海南人游天涯海角”活动。

随着“互联网+旅游”的思维日渐渗透入旅游行业，今年“五一”小长假，涉旅机构不约而同地加大了“触网”的力度。亚龙湾热带天堂森林公园与国内知名旅游网站合作，借助官方微信平台开展“随手拍”活动，吸引自由行散客的关注；喜达屋海南旗下



5月2日，游客在陵水分界洲岛旅游景区探秘海底世界。 本报记者 宋国强 通讯员 董国强 摄

的 11 家酒店也从 4 月 28 日起组团开展微信限时内购促销，打包免税店购物、五星级住宿等度假产品。

海棠湾免税购物中心负责人透露，“五一”期间，该中心联合近 300 个国际大品牌，推出超低折扣、品牌专属活动体验等优惠回馈消费者。

立足本地做好岛内游

“面对淡季，我们重点做岛内游

市场，主要开发中西部的乡村旅游资源，面向岛内游客进行销售。”海之缘旅行社有关负责人透露。

目前，随着深度旅游日渐深入人心，以往已被忽视的中西部、海口北部等度假市场开始成为各家争抢的“香饽饽”，各式特色旅游线路纷纷出炉。文昌，“文昌白金海岸亲子游”主推文昌的度假市场，将红树林生态旅游、湿地绿色骑行体验和宋氏祖居文化游等度假资源强力整合，引导省

内居民前往文昌感受白金海岸的特色魅力；“醉氧白沙”重点关注白沙的特色民俗市场，通过开发当地的绿茶斗茶等民俗、体验游市场，打造白沙特色文化游；“儋州体验”之旅力推当地的东坡文化。

“我们跟携程国旅、康泰国旅、春秋国旅等多家旅行社共同推广五指山的旅游资源，不仅有大峡谷漂流的惊险刺激，也有雨林度假的清爽惬意。同时，还通过整合亚泰雨林酒店住宿、红峡谷漂流等资源，打造了丰富的特惠品质游产品。”五指山旅游局局长陈健表示。

随着采摘热热度不减，进入岛内热带水果上市的旺季，岛内游产品的开发，各家旅行社都特别重视采摘体验游产品的开发。

“儋州体验之旅的产品中特别加入采摘菠萝蜜的设计，可以让游客感受田园自然的度假气息；澄迈采摘一日游的快乐农夫产品，邀请游客一起挖地瓜、烤地瓜。”海之缘旅行社有关负责人透露，岛内游产品各具特色，实惠价格对选择周末出游的岛内居民而言具有一定的吸引力。

细分市场推出主题产品

“针对淡季市场，我们推出错峰

出游的概念，将不同等级的酒店联合打包，优惠促销。例如，针对妈妈群体，主推‘辣妈价到’产品，融合住宿、下午茶、儿童娱乐、SPA 等资源。”海南三平国旅三亚分公司副总经理陈发卿透露，在充分整合酒店资源的同时，该社还积极打包融入瑜伽等养生资源，关注都市白领健康养生度假市场。

家庭市场一直是我省淡季市场的主攻市场，今年各大涉旅机构都加大了开拓力度。“今年主要将一些设计好的家庭产品落地实施，融入直升机观光、儿童娱乐等资源。”喜达屋海南区有关负责人透露。

南山景区总裁助理耿帅透露，“五一”期间，该景区推出 2+1 亲子游优惠活动，家庭成员在 2 人正常购票的基础上，可凭有效证件带一名 1.4 米以下子女免费入园。

面对即将到来的毕业季和母亲节，涉旅机构也开始制作针对性的产品。一些旅行社设计了“孝心助力”的产品，突出孝心助力金的概念，打包住宿、餐饮、温泉、景区等资源，推出系列优惠活动；一些酒店推出毕业季的主打套餐，集合水乐园、水幕电影、特色餐饮等店内资源，通过一站式平台打造毕业季派对产品。

今年“五一”小长假，海南旅游依然火爆

旅游新常态下海南商机无限

■ 本报记者 符王润

到景区游玩、到免税店购物、到乡村赏美丽乡村……这个“五一”小长假，海南旅游就如海岛的天气一样火热。除了传统景区游人如织外，我省很多市县的乡镇，也迎来了五湖四海的自驾游客，特色小镇、美丽乡村都成了游客们青睐的目的地。随着散客化时代的到来，海南小长假的商机越来越多，逐渐从著名的传统景区扩散到海南全岛的许多乡镇。

传统景区、免税店依然火爆

“妈妈，快看，我给咱们家的咖啡树浇水啦！”5 月 2 日，在海口火山口地质公园，6 岁的陈磊磊提着白色的水桶给一棵咖啡树浇完水后，兴奋地朝着母亲喊着。

今年“五一”，海口火山口地质公园推出的咖啡树认领活动，吸引了不少游客参与。认领咖啡树的游客可以在认养牌上签名，给咖啡树命名、书写心语心愿。在一年认养期内，游客可以经常来看望树苗并浇水、除虫。

“五一”小长假期间，火山口景区每天迎来五六千人次的游客，是平日游客量的两倍。“门票收入依然是景区的主要收入。”有关负责人表示。

在著名旅游目的地三亚，游客更是人如潮涌。今年“五一”小长假期间，三亚主要景区游客接待量同比大幅上涨。七大景区共接待约 17.72 万人次，同比增长率达 31.89%。

“给我一瓶粉底液，还有这支口红。”5 月 2 日，在海棠湾免税购物中心的迪奥专柜，湖南游客吴女士在选购化妆品。吴女士笑着告诉记者，“早就听说在三亚可以购买免税商品，很早就有朋友托我给她们带东西。待会我还要给先生买一个手表。”

“五一”小长假期间，海棠湾免税购物中心生意火爆。在海南离岛免税政策“升级”后，免税店购物成为众多游客到海南旅游的一项重要行程。据统计，4 月 30 日——5 月 2 日，海棠湾免税购物中心入店人数共 44796 人，同比增长 90.72%；免税品营业收入 4075 万元，同比增长 75.59%。

散客游越来越个性化

“这个假期，我们忙得不可开交，中午饭点时客人还得排队吃饭。”5 月 3 日中午，在琼海博鳌镇美雅村的阿叔农家乐内，农家乐股东之一郑元峰正忙着给客人算账。在这家农家乐里，三四十张桌子坐满了客人，服务员奔走于餐桌和厨房之间。

今年“五一”小长假，海南许多乡镇成为很多游客到访的热门地，从西部、中部到东部，海南已经成为一个大景区。在琼海，博鳌、潭门、中原等小镇和美雅村、北仍村等美丽乡村成为热门旅游地，迎来了大批的自驾游客人。

当自驾游、乡村游成为风尚，很多旅行社也在这个假期抓住商机，推出了相应的自驾游、乡村游产品。“除了比较成熟的东部市县外，我们在‘五一’小长假期间推出的西部市县的自驾游产品受到很多游客的欢迎。”海南康泰国旅有关负责人介绍。

“随着国民休闲新常态的出现，传统的旅游景区只是游客旅游消费中的一部分。”在海南省旅游协会秘书长王健生看来，现在，全域化的旅游时代已经来临，海南许多乡镇、乡村都成为游客青睐的景点，游客的旅游方式越来越个性化，消费也越来越多元化。

政企联手推出更优质服务

“随着消费者出行愿望越来越强，出行要求越来越高，政府和旅游企业要联手打造出更多公共服务产品和公共服务设施，为游客提供优质的旅游服务。”针对海南如何抓住游客旅游方式转变出现的新商机的的问题，省长助理、省旅游委主任陆志远如是说。

业界认为，要在国民休闲旅游新常态中抓住商机，政府首先要把握海南作为一个国民休闲旅游的示范区来打造，对海南进行全域性规划。比如，琼海将全市作为一个景区来打造，在全域性打造国民旅游示范区方面先走了一步。同时，海南要提升符合国民休闲旅游需求的设施配套以及产品质量，进行相应营销，更好地进行市场对接。

同时，还要进一步丰富自身的旅游形象和旅游产品，挖掘和归纳海南新的玩法，推出更加丰富的旅游产品体系，对海南的形象和产品体系进行升级。

此外，要抓住新商机，海南还得加强管理，针对新的旅游方式，推出适合市场潮流的公共服务体系和管理体系。



乐东龙沐湾吸引游客前来观赏、游玩。

本报记者 张茂 摄