



万宁爱情海岸石梅湾，一对新人在夕阳下享受浪漫时光。本报记者 张茂 摄



国家旅游局实施“万名旅游英才计划”

据《中国旅游报》报道，7月2日，国家旅游局印发“万名旅游英才计划”实施方案。国家旅游局将以项目资助为主要手段，从今年起用3年时间分批遴选、培训万余名旅游相关专业的教师、学生，以及旅游企业拔尖骨干管理人才和高级技术技能人才。

“万名旅游英才计划”主要包括六项内容，研究型人才培养项目、创新创业型人才培养项目、实践服务型人才培养项目、“双师型”教师培养项目、旅游企业拔尖骨干管理人才培养项目和技术技能大师工作室项目。

中国赴澳游客增多 深度游或成未来趋势

据澳大利亚新闻集团报道，澳大利亚2014至2015财年共接待90.14万中国游客，照此趋势发展，预计下一财年赴澳旅游的中国游客将达到100万人次。而在五年前，中国游客赴澳的年客流量仅为47.96万人次。

随着中澳自贸协定的签署，澳大利亚对中国公民开放10年多次往返签证。首批澳大利亚打工与度假签证(WHA)也将于9月正式接受申请。政策利好和澳元贬值的大环境下，赴澳旅游的热潮难以退去，人们赴澳旅游的方式也呈现多样化趋势，除跟随旅行团外，规划自助游、找当地人做导游等成为选择。在澳大利亚，体验式深度游日趋普遍，即自己深入到当地，体验当地人的生活方式、风土人情以及户外旅行的乐趣。

六大酒店集团 组成联盟体打天下

据《中国旅游报》报道，7月6日，城市名人、华天、开元、纽宾凯、曙光、粤海六大酒店集团在北京开元名都大酒店签署战略合作协议，六方宣布成立酒店联盟体，在会员共享与联合订房两个方面展开深度合作，并创新提出投资组建第三方互联网公司，打造包括PC网站和移动社交应用的运营平台，为各方会员提供全方位的线上线下服务，共同打造酒店联盟全新时代。

据介绍，这次由六大酒店集团共同发起的联盟体将投资组建第三方互联网公司，该公司保持独立运营，打造包括PC网站和移动社交应用的运营平台，该平台以会员价值为核心，贯穿线上服务和线下门店运作流程，使会员真正感受到始终一致的服务体验。

同程获得在线旅游 单笔最大投资

据《中国旅游报》报道，近日，万达文化集团出资35.8亿元人民币领投同程旅游，共同投资方还有腾讯产业共赢基金、中信资本等多家机构，投资总额超过60亿元人民币，这也是国内在线旅游企业迄今获得的单笔最大投资。

今年以来，同程旅游是带着鲜明的导向性，踩着“鼓点”谋篇布局冲刺IPO。业内人士分析，同程旅游此轮融资为冲刺IPO进行了换挡提速，对于在线旅游市场也是一剂兴奋剂，带有“爆点”性质。

新马泰成为亚洲 医疗旅游市场主要目的地

据品橙旅游消息，受全球化以及发达国家医护成本的提升等推动，医疗旅游成为高增长行业。很多人选择到发展中国家旅游，接受治疗，以便节约成本。

每年，亚洲、美洲、非洲以及东欧的40多个国家，共计接纳数百万的医疗游客。国际医疗服务供应商都希望可以获得国际联合委员(Joint Commission International)的认证。

泰国、新加坡、马来西亚和印度是亚洲医疗旅游市场的主要目的地。在整容外科方面，泰国更受西欧医疗游客的欢迎。新加坡和印度在复杂的医学流程方面各有特点，印度占据成本优势，新加坡占据技术优势。医疗游客普遍关注的分类为整容外科、牙科、心脏内科(心脏外科)以及矫形外科。



深挖海南特色文化与互联网深度融合 海南婚庆旅游寻求升级

■ 本报记者 符王润

产品。

“我梦想中的婚纱照就是要在这样的海边拍的，现在终于实现了！”7月4日，在三亚的一个著名临海景区内，来自青岛的赵莎莎身披婚纱，正和新婚的丈夫拍摄他们的婚纱照。

到三亚拍婚纱照、举行婚礼、度蜜月，经过多年的发展，海南的婚庆旅游业逐渐成熟。婚庆旅游成为海南旅游重点培养的产业之一。然而，面临着国外马尔代夫、巴厘岛、普吉岛等海岛的竞争，以及“互联网+”带来的机遇与挑战，海南的婚庆旅游又该如何进一步获得升级，从而在国内外树立自己的品牌标杆？近日，在海南婚庆旅游产业研讨会上，海南旅游业界人士共聚一堂，共探海南婚庆旅游发展。

深挖文化打造品牌

虽然海南的婚庆旅游也在近几年得到了迅速发展，但在很多业内人士看来，要想进一步吸引更多的游客，海南的婚庆旅游还面临着诸多问题。

“全世界像海南这样的海岛还有很多，游客为什么一定要来海南岛拍摄婚纱和举行婚礼呢？”在海南天涯社区网络科技公司天涯客旅游事业部CEO助理林朝武看来，海南在游客心中的定位还不够清晰，如何才能够真正吸引住顾客的眼球？他认为，海南应该深挖海南深层文化，做出属于海南自己特色的产品。

“目前每年来拍婚纱大概有25万对左右，但真正做婚庆的只有1000对左右。这是一个很大的落差数据。”三亚天涯海角婚庆服务公司副总经理李宁坦言，虽然目前公司的业务量正在逐步上升，但现在的主营业务还是以婚纱摄影为主，主要收入是影楼，婚庆业务还没有成规模。

如何才能将单纯的婚纱摄影业务转变成婚庆业务，推动婚庆旅游的转型升级？李宁表示，做旅游产品转型要注重“四化”——第一个产业化，要把海南的品牌产品做一个整体的梳理；第二是平台化，要整合景区资源、品牌资源；第三是联盟化，各个景区和各个行业要进行合作；第四是生态化，极大的丰富了起来。

据统计，2012年，来海南拍摄婚纱的游客接近20万对，而到了2014年底则突破了25万对。海南的高星级酒店几乎都配置了相关的蜜月房和特色婚房，还推出了很多婚庆旅游组合式，

无论是单个景区还是整个海南，都要维护好自己的生态。

海南省婚纱摄影协会会长杨铭认为，要做出海南婚庆自己的品牌，还需要针对客户需求开发真正能够落地的产品。“做婚庆旅游，我们不能只做高大上的产品，还要根据实际开发出一些落地的产品。比如现在不提倡大办的婚礼，我们就开发‘微婚礼’。一场微婚礼花费在两万到三万之间。我们要把门槛降低，这并不是指服务质量降低。”

搭建平台有效对接

在业界人士看来，互联网在推动婚庆旅游方面起着十分重要的作用。

“互联网改变了海南旅游的形式。但目前，在婚庆旅游行业，互联网发挥的作用还不够大。”杨铭表示，希望政府可以帮助我们企业吸引一批互联网人才，推动整个行业与互联网的

融合。

也有企业开始着手推出“互联网+”的婚庆旅游产品。“现在很流行自媒体传播。我们现在就在建立自己的微云库，不管是游客拍摄的婚纱相片还是MV，都可以通过云库自己去上传。”苏州米廷会展公司三亚分公司总经理曾丽表示，这样方式能够吸引更多的年轻游客。

“我们现在也在推动婚礼婚庆O2O(在线离线/线上到线下)项目，建设了一个专门为婚礼筹办服务的平台。”一网婚秀总经理史炜认为，海南要发展婚庆旅游，首先要解决的一个问题就是宣传问题，“目前婚庆旅游行业内的各个环节企业还是像一盘散沙，急需要一个为婚庆旅游服务的一个大平台，整合资源，帮助商家与客户进行有效对接。如此不但可以提高海南婚庆旅游产业的公信力，还可以为各企业省去宣传所需的高昂费用，将节省下来的钱用于提高服务质量。”



琼中黎族苗族自治县什寒村的黎族和苗族传统婚礼。本报记者 苏建强 摄

政企共推产业发展

“婚庆旅游的含金量很高，为我们海南旅游带来不可估量的商机。”在海南省旅游协会秘书长王健生看来，婚庆旅游板块是涉及到家庭旅游为基本消费单位的一个巨大的市场。

“近两年，企业瞄准婚庆旅游新的商机，政府也从政策和资金上给予这个行业很多的支持。海南目前婚庆旅游产业的发展，除了企业自发的行为，政府的推动与支持也十分重要。”海南密月岛婚庆服务公司总经理苏晓说，作为海南自2013年起推出主题婚庆月的策划者和参与者，通过这系列活动的举办，见证了岛内一批婚庆旅游目的地的兴起，同时也看到一批婚庆旅游企业的脱颖而出，各种婚庆旅游产品也极大的丰富了起来。

据统计，2012年，来海南拍摄婚纱的游客接近20万对，而到了2014年底则突破了25万对。海南的高星级酒店几乎都配置了相关的蜜月房和特色婚房，还推出了很多婚庆旅游组合式，



海南各市县抢滩 “甜蜜市场”

■ 本报记者 符王润

2013年1月4日，海南省旅游委、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，逐步将海南岛打造成为受到国内外游客喜爱的婚庆旅游目的地。

看好婚庆旅游的商机，海南各县市也纷纷采取行动，抢食“蜜月蛋糕”。

作为国内首个开创婚庆旅游目的地营销的城市，早在几年前，三亚就不断投入对城市基础设施的升级改造，加大对旅游市场监管的同时，为完善婚庆旅游产业链条，进行一系列策划整合酒店景区、免税店、游艇、邮轮、直升机等，涵盖了旅游基本要素，打造各种婚庆产品体系，推动有关酒店、楼盘、公园、商城等建设婚礼殿堂、婚纱摄影基地、婚庆超市等设施，奠定了产业发展

的基础，实现了婚庆旅游市场的高速增长。预计2015年，三亚婚庆旅游市场规模将达到20亿元。

自去年开始，琼海通过推出系列小镇婚礼主题活动，将琼海小镇风情、田园风情、海洋风情贯穿于一体，凸显琼海特色的田园、幸福元素，并引发了业界的关注。

而经过2013年每月一主题的婚庆活动培育，陵水的婚庆旅游品牌也已具有一定的知名度。依托立体丰富的山海风景、独具海南特色的黎苗风情、丰富的海岛水上娱乐活动、珍珠海岸沿线的五星级度假酒店群等海岛优势资源，陵水也在努力打造陵水珍珠海岸婚纱旅拍目的地品牌。

琼中黎族苗族自治县2013年首次把黎苗婚俗在三月三庆典活动中展现，通过活动把黎苗婚俗完美融入传统节日三月三，打造一个独具特色的黎苗特色婚俗旅游主题品牌，将琼中培育成海南黎苗特色的婚庆旅游目的地。