

■ 本报记者 符王润

“这里还需要修改一下,还得注入一些新的内容……”7月24日上午10时许,在海南大学思源学堂一间为创业大学生们提供的办公室内,旅游管理专业的王艺晗正和自己团队的同学们讨论着一个项目的下一步修改工作。虽然早已是暑假,但这个项目团队的大学生们依然留在学校继续完善自己的成果。

在目前正在进行的海南首届“科创杯”创新创业大赛中,涌现出了不少旅游创新项目。王艺晗和其他几位同学一起组成团队开发的 Douquanr data 项目就是其中的一项,并引起了人们的关注。

这个项目主要通过组建几乎涵盖了吃、住、行、游、购、娱这旅游六要素的大数据平台,为海南的服务业商家以及相关管理部门提供营销、舆情监控等服务。



“互联网+”时代,大数据能为旅游提供更多的服务。

90后海大学生利用大数据服务海南旅游 青年创客探索互联网+旅游

当商家好评的“搬运工”

具有较好统筹能力的王艺晗、具有创业经验的刘哲和马延昆、具有熟练的计算机技术的曹文进……一群来自不同专业不同年级的大学生,由于共同的兴趣爱好,组建成一个团队,共同开发了 Douquanr data 项目。

“最初我们的想法就是几个志同道合的同学聚在一起做件事。海南是旅游大省,同时现在也已经进入了‘互联网+’的时代,因此我们便将项目的方向定在了旅游互联网创新项目。”下个学期就进入大四的刘哲是高尔夫管理专业的学生,年纪轻轻的他却早已有着丰富的创业经验,他所参与的项目曾经在全国大学生电子商务“三创”挑战赛中获得海南省的一等奖。

“这就是我们整个项目的基本框架,这个框架还在不断的完善当中。”打开电脑,王艺晗为记者显示了 Douquanr data 项目的基本内容。

围绕大数据平台,这个项目将能为商家和管理部门提供二次口碑服务、大数据分析服务以及舆情监控等。

扫一扫商家的二维码关注其微信,发送自己所拍的照片,发送评价,很快便能收到商家微信回复的已经编辑完毕的一条微信,将这条微信转发到朋友圈,你便能收到商家发出的微信红包或者赠送的小礼品。

“这个二维码和商家微信的海报、内容等都是我们为商家提供的。消费者只需要把微信内容发送给我们,我们通过后台自动将这些内容生成页面,发送给消费者供他们转发。通过我们提供的这种服务,店家可以通过顾客的朋友圈获得有效的二次口碑推广。”刘哲认为,通过这样的方式,消费者得到实惠,商家也达到了宣传的效果。他表示,微信、微博的传播力量是巨大的,店家通过给消费者提供各种优惠和礼品,引导消费者关注商家微信并在自己的朋友圈对店家进行评价,以消费者的“微人脉”

对店家进行宣传,会产生很好的营销效果,“套用一句时髦的话,我们是商家好评的搬运工。”

而在为商家进行二次口碑营销的同时,该项目还能通过分析后台的大量用户数据,帮助商家统计用户和喜好等情况,以便调整自身的经营和进行有效的广告投放。

让游客投诉不离岛

“我们的服务器还可以通过抓取诸如赶集网、携程、淘宝旅游等网站的用户数据,对用户评价进行分析、整理,为商家测试其在这些网站的口碑如何,以及分析问题所在,帮助他们进行调整。”刘哲表示,网友评价是一座金矿,关键在于要充分挖掘。

依据大数据模式,Douquanr data 项目还可以抓取网上数据进行分析,进行舆情监督,“比如万一有游客在网上发布了对海南旅游的投诉,我们会马上反馈给有关管理部门进行处

理,争取做到投诉不离岛。”王艺晗说。

而未来,随着后台的粉丝数量的增多,Douquanr data 项目可以拥有一个数量庞大的客户流。“在这些客户流的基础上,我们可以进行有效的数据营销。比如我们监测到有客户发布了对自己刚看完的电影的评价,就可以给他们推送一些看完电影后可以进行的活动的优惠信息,比如餐厅的推介,或者KTV的优惠活动等等。”王艺晗介绍道。

如今,王艺晗和她的队友们遇到的瓶颈,在于用户量的积累。“我们的目标是要达到10万名用户,但目前海南最火的微信公众号的粉丝量也突破不了10万人。”虽然要达到既定目标并不容易,但王艺晗和她的队友们却极有信心,“我们可以同其他微信公众号进行流量置换。和普通的微信公众号生产内容不同,我们生产的是活动。每个接受我们服务的店家,同时也是帮助我们招揽用户的助手,反过来为我们提供粉丝量。”

体验旅游的需求日益增长,潜水游迎来发展的黄金期

海南潜水如何更有“潜程”?

■ 本报记者 黄媛艳

面对浩瀚的大海,在这个充满神秘和诱惑的蓝色世界里,人们以潜水这种与自然无缝隙接触的方式,感受着大海的神奇,自然的壮美,冒险的刺激。

海南作为中国最早开发潜水旅游的地区,由于海水能见度高,海洋生态保护良好,长期以来,备受中外有着潜水梦想的游客所青睐。散客时代,随着人们对于体验旅游的需求日益增长,海南的潜水旅游迎来发展的黄金期,然而,“黑潜点”等顽疾的存在,使得整个潜水旅游行业的发展面临瓶颈。

潜水行业引客青睐

柔软细腻沙滩,保存完好的海底珊瑚礁,海南海水清澈澄莹,能见度在8米到16米,有些地方甚至可达25米左右。良好的生态环境,吸引了众多形态各异,色彩斑斓的热带鱼种,形

潜水行业隐忧不少

海南通过将潜水和旅游相结合,形成产业链。但随着潜水旅游产业的发展,随之而来的是产业的混乱,由于缺乏严格的监管,为便利益最大化,一些潜水企业缺乏安全保护措施,也没有必要的潜水培训,存在安全隐患。

打击非法“黑潜点”也是海南常抓不懈的工作。租一艘渔排、买几

规范潜水行业发展

潜水旅游市场关乎旅游安全,为规范、整顿该行业,三亚实行重新审批准入,统一调整价格,制定潜水管理办法,设定服务标准和等级评定制度。



游客在海底体验潜水的魅力。

本报记者 张杰 摄

成了海南海底绚烂多姿的景观,潜水资源丰富。而三亚也被国际潜水专家一致认为是南太平洋最适宜潜水的旅游胜地之一。

潜水达人姜军表示,三亚的亚龙湾、蜈支洲岛、万宁大洲岛都是不错的潜水胜地,一年四季皆可潜水,海水清澈,能见度高,珊瑚资源丰富。其中,

套二手潜水装备、请几个懂潜水的教练,一个投资几万元的黑潜点就可以开张营业了。没有营业执照,没有海域使用证,没有旅游接待资质、没有安全管理人员,“黑潜点”安全隐患突出。为吸引客人,“黑潜点”往往通过低价、接送等诱人的条件吸引毫不知情的游客去潜水,极易引发消费纠纷和安全隐患。

“非法潜水点的存在,严重影响三亚潜水行业的形象,甚至造成一部分

目前,三亚市所有的潜水从业人员需登记入册,从业人员除持有专业资格证书外,还需持有三亚市文体局颁发的“三亚潜水行业许可证”,方可上岗。一旦发现从业有从业人员将游客带往黑潜水点的行为,三亚将对其撤销资质,进行处罚。同时,三亚物价局对8家从事潜水活动的公司进行

蜈支洲岛硬体珊瑚居多,亚龙湾和大洲岛则软体珊瑚居多。

作为中国最早开发潜水旅游的地区,海南为八方来客打造了特色的滨海旅游方式,潜水以其神秘、体验性强等特点,吸引越来越多喜爱挑战、向往海洋的人士参与。

“现在团队客人的数量日渐减少,

游客对海南潜水的不信任感,严重制约行业健康发展。”曾先生说。

随着潜水运动逐渐进入旅游市场,国内外诸多沿海城市都纷纷争抢潜水旅游的“市场蛋糕”。国外的潜水业都是以俱乐部形式出现的,接待专业持证潜水者;我省目前的潜水几乎全部是低端的体验式潜水,与国外较为成熟的潜水产业形成较大的距离。有效的潜水员证需要CMAS(世界水上运动联合会)、PADI(国际专业潜水

价格规范。

在今年6月,三亚甚至出台了《三亚市潜水旅游服务标准》(下称“标准”),明确教练带潜的人数为1:1,潜水体验深度不超过10米,下水体验时间为30分钟,不得强制客人消费购买拍摄的影像资料。

根据“标准”,三亚要求经营潜

自由行散客的数量正在不断增加。目前,我们把摩托艇、香蕉船等近海旅游项目与潜水项目一起打包成套餐产品,丰富游客的玩海体验。同时,也积极开拓网络预定的渠道,在携程、去哪儿等网站上积极开展网络营销。”三亚大东海旅游区潜水业务负责人曾先生透露。

教练员协会)等几个世界性组织颁发,我省有效持证者数量并不多,专业性人才缺乏。行业如何从体验式走向专业化,成为我省潜水旅游发展的又一大难题。

“潜水行业的大面积发展,对海洋生物尤其是珊瑚资源的破坏是显而易见的,如何在开发中保护,是潜水行业健康发展需要考虑的问题。”海南南海热带海洋生物及病害研究所所长陈宏说。

水旅游的企业必须为游客提供清洗消毒、卫生无异味的潜水瓶,潜水前需进行必要的培训,使游客掌握必须的手势语言和紧急措施,单次培训中,一名教练的培训人数不得超过20人,培训时长不少于20分钟。培训讲解结束后,应让客人进行实际操作练习。

暑期出境游火热

海南人更偏爱东南亚游

■ 本报记者 黄媛艳

近年来,随着我国旅游产业的发展,人们不再只满足于国内游,去境外地区和国家走走成为很多国人的首选。国家旅游局的数据显示,今年上半年,我国出境游人数达到6190万人次,出境游持续火爆。暑期的来临,出境游更是迎来强势增长的黄金期,海南也不例外。

东南亚线持续火爆

每年的暑期,无论对出境目的地还是国内旅行社而言都是一年中揽客的“重中之重”。原本中国游客出境游第一大国——韩国5月底起却意外受到疫情影响,旅游一度处于停滞状态。而随着疫情趋于稳定,韩国旅游也开始渐渐复苏。但是韩国旅游恢复尚需时日,泰国等东南亚国家已一举超越韩国,成为暑期中国游客出行人次最多的国家。除了曼谷、芭堤雅、普吉岛这些中国游客耳熟能详的名字,苏梅岛、清迈等成为新宠,以泰国、新加坡为主的东南亚游,备受热捧。

“泰国、新加坡等本身具有丰富的旅游资源且旅游产品性价比高,成为中国游客热衷的海外目的地。此外,“三亚——新加坡”等直航航线的开通带来许多交通便利,近年来泰国推出的众多主题旅游,也让这个‘老牌’旅游度假目的地焕发出新的生机。”海南康泰国旅中国公民旅游中心总经理何鹏说,该公司已推出“新马泰游”、“泰国游”等5条经典东南亚游线路产品,收客情况非常火热。

“三亚——新加坡航线开通后,新加坡成为今年海南暑期境外游的热门目的地,目前预订已到下个月中旬。”何鹏透露,暑期来临,境外游学产品走俏,针对新加坡出境游需求火热的市场情况,该公司已推出新加坡游学团,游客可参观当地知名的南理理工学院,接受当地的英文课程和文化交流项目培训,目前已有4批次的游客体验该产品,反响不错。

台湾游持续走俏

作为传统的热门目的地,台湾今年暑期也备受青睐。携程旅行网的数据显示,赴台旅游热依然强劲,暑期台湾游的排名已名列第五。

“台湾游整体性价比比较高,而且台湾的传统文化底蕴深厚,文创类商品极具吸引力,饮食习惯与海南居民类似,因而备受海南游客的喜爱。”何鹏透露,目前台湾游产品的档期已排到9月,8月前的预订已完全客满。

除了常规的台湾游线路,随着旅游交流的深入,个性化的台湾游产品已经开始在我省的出境游市场走俏。

业内人士表示,随着台湾的特色民宿、特色农场、文创产业等日渐发达,省内许多涉旅企业人士都纷纷选择特色个性化的台湾游,设计的线路主要是考察台湾的知名民俗、农场、特色文创企业等,台湾“取经游”成为今年台湾游的一抹亮色。

出境游市场价格平稳

出境游属于旅游产品中单价最高的一种类别,不同目的地出游费用差距较大。暑期出境游市场火热,旅游产品的价格是否会“水涨船高”?对此,何鹏透露,今年的出境游产品价格与去年同期基本持平,4000元左右的出境游产品深受海南消费者欢迎。

出境游走俏,年轻人是主力军。途牛发布《2015上半年中国在线出境旅游报告》的数据显示,20—40岁人群占50%以上,成为出境旅游的主力军。4—6天的出行天数最受用户欢迎,出游人次占比为60%,7—10天的人次占比为16%,10天以上占到15%,4天以下以当地游产品为多,出游人次占比为9%。此外,“90后”逐渐步入职场,拥有了一定的资金储备,对于出游尤其是出境游兴趣更高。

业内人士表示,随着“90后”消费者的兴起,未来这一群体在出境游中将占到更高比重。年轻群体追求个性,将会倒逼旅行社等涉旅企业针对细分人群,并结合目的地特色,推出一系列主题游产品,如海岛游、购物游、美食游等。



泰国大皇宫