在海口美兰国际机场，海口飞香港航班正在上客。 本报记者 张茂 摄

占海南总入境客源的三分之一却也面临激烈的竞争

港澳台客源这块“蛋糕”要做大

港澳台游客市场一直以来都是我省入境旅游市场的重要组成部分，特别是海南国际旅游岛建设上升为国家战略以来，港澳台入境市场客源占海南总入境客源市场的三分之一，并在稳步持续走高。然而，面临着越来越激烈的国内外竞争，海南的各级旅游管理部门也在不断探索如何进一步开拓港澳台市场，努力让港澳台来琼游客的数量继续走高。

■ 本报记者 符王润

台湾入境游客波动幅度较大

据统计，2015年上半年，海南港澳台市场入境旅游者11.7万人次，其中香港4.99万人次，澳门0.47万人次，台湾市场6.24万人次。

作为海南入境游不断增长的台湾市场，近5年来琼游客波幅较大——从2010年的6.8万人次快速增长到2012年17.77万人次，连续2年取得50%以上的增幅，之后逐年回落，去年共有12万人次台湾游客来琼，同比下降16.8%。每周往返两岸的航班也从高峰期17个班次降为目前9个航班。来琼的台湾游客年龄都以50岁以上的老年游客为主，团队与散客的比例在7:3左右。

近5年来，香港来琼游客人次一直在每年11万人次左右浮动。目前每周25个航班，近5年来航班架次比较稳定。根据旅游业界统计，香港来琼游客年龄以45岁以上中老年人为主，团队与散客比为5:5左右。

而澳门市场由于长期以来没有直航航班开通，客源市场目前属于亟待开发状况，近5年来入境游客在年均1万人次左右波动。

海南面临国内外竞争压力

近年来，海南的各级旅游管理部门和旅游企业坚持多元化宣传促销，取得了显著的市场效果。然而，但由于全球经济的多变性和复杂性，境外市场开发工作面临诸多困难和问题。港台市场由于地缘靠近大陆，文化背景相通，在市场开发工作中所面临的问题又有别于国外入境市场。

“如今，国内外市场的竞争在不断加大，与海南争夺港台市场客源的主要是日韩及东南亚国家和中国大陆其他省份。”省旅游委相关负责人表示，港台市场由于地缘原因，也是各地旅游部门及企业高密度前往宣传促销之地，而海南在两个市场促销投入的严重不足，导致港台民众对海南了解度很低。

在旅游消费价格方面，海南也逐渐丧失竞争力。冬季，高涨的大陆游客消费需求导致海南旅游价格异常高企。夏季大陆游客对海南旅游需求下降时，又因航空公司夏季航班大幅缩减导致机票价格坚挺甚至上涨。同时，港台年轻人喜欢时尚文化，他们非常愿意去日韩本土进行文化体验消费。而海南旅游文化特征长期以来坚持自然资源禀赋和民俗风情，缺少对港台普通民众和年轻群体的文化渗透，直接导致对这部分重要客源的竞争力低下。

而海南旅游大环境营造与港台游客期望差距较大，也是如今海南打开港台旅游市场所面临的难题。有专家指出，海南国际旅游岛建设以来，在旅游业加快发展的同时，社会公共服务水平发展严重滞后，旅游大环境的营造没有真正从游客的需求出发，从而导致旅游服务与游客期望的差距不断加大。

针对游客特点展开营销

按照世界银行预测，2015年台湾和香港GDP增速分别为3.7%和2.3%，持平或高于G7发达国家的2.53%和欧盟的1.67%的增长速度。省旅游委有关负责人表示，港台民众属于高活跃度旅游人群，下半年港台市场仍是提升海南入境游客数量的重要市场。根据港澳台细分市场特点，今后旅游委将针对不同的市场展开不同的营销推广模式。

台湾民众对海南还停留在十年甚至二十年前的印象、台湾年轻人喜欢创意文化、台湾旅游消费者有使用网络的习惯、台湾游客对海南旅游产品缺乏了解……针对台湾游客的种种特点，省旅游委有关负责人表示，接下来，海南将有针对性地举办一些活动，如多层次的民众文化交流活动、海南文化创意展示活动、网络红星海南主题网络营销活动等，吸引更多游客的关注。

而针对香港民众喜欢美食、偏爱文化旅游的消费习惯等，海南今后也将更多地邀请香港年轻游客体验海南特别是西沙旅游、在香港举办美食艺术展、寻找年轻作家创作海南背景小说等，以此进一步吸引香港民众来海南旅游。

针对澳门这个亟待开发的市场，海南将首先推动海南澳门直航航班的开通，提升澳门游客来海南旅游的便捷度，并对澳门市场进行考察，根据市场实际做出澳门市场客源开发方案。

2015年上半年，海南港澳台市场入境旅游者11.7万人次，

其中香港4.99万人次，同比下降8.61%；

澳门0.47万人次，同比下降18.96%；

台湾市场6.24万人次，同比增长11.43%。

三亚凤凰国际机场，边检员正在检查验放入境台胞。 本报记者 张茂 摄

轮换引进展示海南特色旅游商品、同城同价、互动式体验项目

机场“闪购”升级 海南伴手礼形象

■ 本报记者 许春媚 通讯员 冯丽文 实习生 陈奕霖 陈慧予

椰子糖、海南沉香、咖啡……种类繁多，包装精美又富有设计感的产品整齐地码在木制货架上，复古的顶灯散发着温暖色调的光线，烘托出小店浓浓的文艺小资气氛。8月1日，走过海口美兰国际机场候机楼B区的安检通道，“海南礼物”——一家充满“海南味”的店铺呈现在《旅游周刊》记者的眼前，这家特色又平价的店铺引得许多旅客纷纷“下手”。据了解，这是近期美兰机场引进的首批快闪店之一。

以时尚的“快闪”方式呈现海南伴手礼，是美兰机场这一海南国际旅游岛的旅游交通重要门户对如何提升海南伴手礼形象，推动海南旅游商品产业发展所做的探索之一。

机场“快闪”呈现海南特色

“快闪店是时下流行的一种商业形式。”海口美兰国际机场业务发展部相关负责人黄春玲告诉《旅游周刊》记者，海南伴手礼“快闪”的理念源于海外零售行业所流行的“pop-up shop”创意营销模式，主要是指在商业发达的地区设置临时性的铺位，供零售商在比较短的时间内推销其品牌，抓住一些季节性的消费者的商业经营模式。

“机场是一个空间很有限的地方，要想不断地呈现有海南特色的伴手礼，如果引进固定的品牌店家，那所能展示的有限，所以我们就专门划了一个区域引进了快闪店。”黄春玲说，美兰机场作为旅游目的地机场，旨在通过伴手礼“快闪”的形式，体现海南本土元素，彰显海南文化特色；同时也通过这样短期商业模式让旅客更好的了解丰富多样的海南特产，掌握最受旅客欢迎和喜爱的产品，并据此对商业布局进行规划调整。

据介绍，快闪店第一期以海南特色为主题，海南本土礼物为主，海南礼物、春光、海韵珍珠是机场第一批引进的海南本土特色商家。与传统商店不同的是，此次美兰快闪店的营业时间仅为10个月，即从2015年7月起至2016年4月，各种商品都将限时限量售卖，而且同城同价，不会比海口市内的特产店、超市贵。“除了价格上的优惠外，互动项目也将是我们快闪店的特色。”黄春玲告诉《旅游周刊》记者，近期快闪店将会推出以旅客体验为主的活动，比如教旅客最基本的咖啡知识以及如何品尝海南咖啡，“我们不再是简单地在店里卖东西，而是通过互动让游客更了解海南的旅游商品，真正体验海南特色，并将其做为伴手礼带回去。”

省内的旅游专家对美兰机场的这种做法很是认可。省旅游协会秘书长王健生认为，游客购买旅游商品不仅仅在于商品对其的使用价值，更在于“原产地”的“原汁原味”，而“伴手礼”则是游客在“原产地”的当地居民的指导、示范、参与下，见证了该物品的来龙去脉，使游客在增长见识中产生购买欲望，使传统摆卖式旅游商品销售行为变成游客参与、见证、品味、购买的“过程享受”。

适应市场升级“海南伴手礼”

美兰机场的统计的实际销售数据显示，目前海南特色食品、小件工艺品伴手礼是最受旅客欢迎的产品，手礼日销量超过4500件。美兰机场相关负责人表示，未来美兰机场将主要在产品的现场体验、工艺制作、新产品的宣传推广、文化展示等方面做进一步提升，持续优化伴手礼商业布局和产品结构。

很长一段时间以来，旅游购物是海南旅游业的“短腿”。通过创新商业形式拉动游客的对海南伴手礼的消费，是海南涉旅企业的一种尝试。但是，这仅仅是万里长征的一小步。

王健生认为，海南的伴手礼销售与推广更应与原产地、本地居民相结合才真正有“味”、有吸引力，当下，国家大力支持发展乡村旅游、旅游扶贫，海南应该把握机遇做好这篇文章，而且国民休闲旅游新常态正是以体验性、参与性、互动性为特点，这是市场信号和需求，我们应该适应市场新常态、把握新常态、引领新常态，海南伴手礼的市场就越做越大。

“任何能促进海南旅游商品发展的努力，都是值得肯定，美兰机场亦然。但是，美兰机场场地的局限性、排他性以及非专业性，使活动的影响其效果受到一定的限制。”海南旅游文化专家陈海洋认为，海南伴手礼发展前景很广阔，发展潜力巨大，必须从总体发展战略，品牌战略，产业化支撑，产品创意，跨行业融合，产业链整合，地域特色诸方面，下大气力，下大功夫，“这需要系统思考，全面规划，专业推进，突出重点，尤其是产业化的支撑。”

游客选购海南伴手礼。本报记者 张茂 摄

新加坡胜安航空航班降落在三亚，旅客在下机。 本报记者 武威 摄

我省多举措吸引新加坡游客

新加坡入境游市场努力“爬坡”

■ 本报记者 黄媛艳

作为亚洲地区最为活跃的经济体，新加坡备受世界各国游客的关注。随着我省加大入境游开拓力度，新加坡旅游市场的开发成为重中之重。今年6月，“三亚——新加坡”直航航线的开辟，有力促进了两地的人文和旅游交流，助力琼岛入境游市场的回暖。

直航航线开辟 促入境游市场回暖

海南与新加坡的旅游资源、旅游产品互补性强。一直以来，新加坡是海南重要客源市场，海南的休闲度假、会奖旅游等产品深受新加坡游客的喜爱。

以三亚市场为例：2004至2014年的10年间，共有9.48万人次的新加坡游客到访三亚，占三亚亚洲境外游客的10.4%，在2012年的接待高峰期，每年1.87万人次的新加坡游客到访量，有效拉动三亚入境游市场的复苏。“‘三亚——新加坡’航线的开通，每周两个航班，将为两地旅游交流搭建起一条空中的纽带，促进两地旅游产业的合作共赢。”旅游业界对此表示乐观。

数据显示，6月中旬开通的“新加坡—三亚”航线，截至7月25日，直飞共12个航班，运输乘客2550人次，客座率达65.7%。新加坡旅游市场的有效开发，使得三亚入境市场下滑局面有所收窄，6月下降值为今年上半年最低值。

新加坡旅游展刮起 琼岛热带度假风

2015新加坡NATAS国际旅游展上，海南热带休闲度假旋风再次轻拂狮城。

新加坡NATAS国际旅游展是新加坡规模及影响最大的旅游展览。现场售卖是新加坡NATAS国际旅游展的一大亮点。每届展会都吸引来自中国、新加坡、台湾、马来西亚、印度、香港、澳门、菲律宾、日本、韩国、澳州等国家和地区的旅游局、旅行社、酒店、航空公司、邮轮公司、旅游景区、汽车出租公司、旅游保险公司等旅游机构参加。

为加大海南旅游在新加坡的宣传力度，我省组团参加本届新加坡NATAS国际旅游展。

“海南旅游促销团的出现，引起新加坡国家旅行社协会及其会员的关注；展会期间，海南旅游展台热带、滨海、休闲、度假的风格，吸引众多新加坡市民的驻足关注，美丽的自然风光和休闲、浪漫的精品线路，也成为新加坡旅行社热卖的旅游产品之一，其中新加坡康泰旅游、新加坡胜安航空、中欧航空联盟等多家新加坡旅游机构，还现场推荐、售卖海南精品旅游线路。”参加此次旅游展的三亚旅游委工作人员透露，仅3天展会期间，来海南旅游展台咨询、了解和索要资料的客商和游客1.6万余人次。

参展期间，海南旅游促销人员还积极解答当地市民的咨询，主动与当地旅游企业对接，代表团与新加坡康泰旅行社、新加坡大通旅游、新加坡胜安航空、中欧航旅联盟、优亚假期旅行社、中美旅游机构、新加坡金航国际集团、新加坡樟宜机场集团、曾兄弟旅行社、新加坡传媒学院等旅游企业开展了咨询与交流沟通。“我们还拜会了国家旅游局驻新加坡办事处，就开展海南旅游宣传等有关事宜进行了交流，积极争取国家旅游局驻新加坡办事处对海南旅游的帮助和支持。”黄苗俊说。

2004至2014年的10年间，共有9.48万人次的新加坡游客到访三亚，

占三亚亚洲境外游客的10.4%。

本版制图 许丽

多元促销展琼岛风采 侨乡魅力引客来

今年以来，我省有关旅游部门积极开展“走出去、请进来”活动，致力于提升琼岛旅游的知名度和美誉度。今年6月，来自新加坡和马来西亚的媒体组成考察团，接受了省旅游委的盛情邀请。在5天4晚的行程中，媒体团成员们踩线了解三亚、琼海、万宁、海口等地的特色旅游资源。在此基础上，我省旅游部门还与企业一起，联合驻新加坡机构及当地企业在狮城开展了多种形式的旅游推介活动，推广琼岛度假。

“根据我们的调查评估，海南在拓展东南亚旅游方面有自己的独特优势，对东南亚市场有一定的吸引力，近年来随着海南在新宣传推介力度的加大，新加坡居民大部分知道海南，对海南的认知度较高。”中国国家旅游局驻新加坡办事处主任刘晓惠表示，希望海南加大旅游产品创新力度，加强宣传推介，逐步把较好的知名度转化为潜在的客户群。

“由于航线刚刚开通，目前‘三亚——新加坡’的客座率还有很大的提升空间。”海南康泰国旅国民旅游中心总经理何鹏透露，为充分挖掘新加坡客源市场，该公司目前已设计多条线路产品，既有4天、5天的滨海度假游产品，8天的环岛游产品，也有高端定制游产品，将充分挖掘海南“侨乡”特色，满足不同消费层次游客的需求。同时，由于新加坡是国际重要的空港枢纽，该公司将积极利用新加坡特殊的地缘优势，加大海外促销力度，争取吸引更多的澳洲、欧美游客经由新加坡到访海南。