



推出特色产品、提供碎片化服务、培育新业态

海南,迎接个性化旅游时代到来

■本报记者 许春媚

今年的国庆黄金周,在强台风“彩虹”的扰局下,海南全省的游客接待量为175.95万人次,同比下降了19.6%。但是,这又是个“含金量”明显的黄金周,游客接待量下降了,旅游总收入却上去了,“35.66亿元、同比增长13.6%”的成绩令人欣喜。省旅游主管部门综合分析认为,这是由于游客质量提高和我省旅游消费环境改善,加上各地旅游企业推出大量刺激消费的措施和个性化的旅游项目,才让这个黄金周“量降质不降”。

而这个黄金周,海南旅游市场中选择不跟团、不逛景点的休闲度假游客增多,多元化、个性化需求的旅游新产品受游客青睐,甚至带旺了整个黄金周市场。海南旅游市场呈现出的这种变化,恰恰是当下中国旅游市场变革的一种映射。当前,中国旅游迈入一个全新的时代,旅游成为每一个中国人的生活方式,从城市白领到农民、新生代农民工,“说走就走”成为常态,看世界、游中国成为中国人一生必做之事。

在此背景下,旅游业出现了新的变革趋向,旅游需求日趋多元化、个性化。《旅游周刊》记者与省内相关旅游主管部门、从业人员、专家学者进行交流时了解到,为了应对新时代浪潮的冲击,目前海南正尝试着通过特色产品、碎片化服务、培育新业态等手段,迎接个性化旅游时代。

为了吸引更多的客人,海南许多酒店也开始在推出产品时拼起个性。

本报记者 张茂 摄

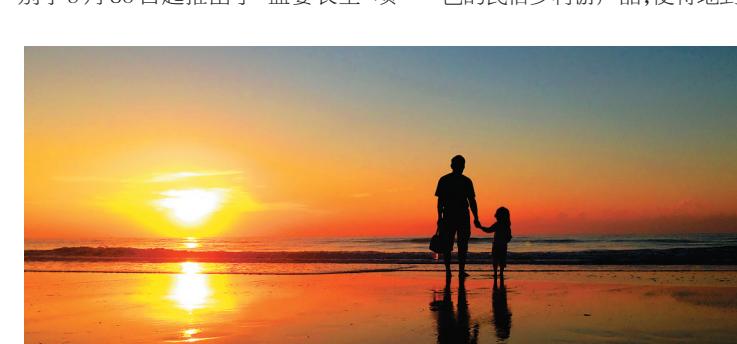


细分市场拼个性

随着移动互联网的不断发展,随着80后、90后成为整个市场消费的主体,传统的旅游产品已经不太受这些消费主体们的“待见”。做为最一线接触旅游客户群体的群体,我省的旅游企业在“春江水暖”之时及时应对,切入细分市场设计开发出一系列个性化的特色旅游产品。

“你有哪些与别的景区景点不同的地方可以吸引游客,来了你有什么项目让他们觉得好玩能留住,乃至形成口碑效应扩散开后吸引更多的游客到来。”海口观澜湖旅游度假区的相关负责人认为,像以前那种针对所有游客提供的“一年到头没什么变化”的旅游产品已经不适应目前的市场需求,只有根据不同的群体,拎出景区“与众不同”之处设计并定期推出特色的产品才能吸引游客的眼球,“比如今年我们主要针对亲子度假游这个市场分时段设计了一系列的个性化旅游产品,很受游客欢迎。”进入夏季以后,海南各市县度假区、星级酒店争相推出玩水项目,海口观澜湖根据自身特有的高尔夫、温泉、电影公社等资源,特别设计了亲子型的“观澜湖夏日冰海水世界”、“体验观澜湖·探秘水世界”、“一日畅游观澜湖·户外拓展能量营”等特色旅游产品,吸引了许多家长纷纷报名参与。

“我在来海南游玩之前特地做了旅游攻略,很多网友说罗驿古村是比较具有海南火山文化的古村落,今天一来果真名不虚传。”来自广州的游客刘先生是一名民俗文化爱好者,每到一处地方旅游都喜欢到当地民俗文化浓郁的景区和村落游玩,国庆期间听说澄迈有推出特色的民俗乡村游产品,便特地到此一游。



国人的旅游需求日趋个性化。图为一对父女在海边观日落。本报记者 张茂 摄

培养“旅游+”跨界整合新业态

近日,人民网公布了《2015黄金周部分省市旅游总收入排行榜》,海南在去年还居第15名,今年这个位置被甘肃以54亿元的收入给挤掉了。“作为全国唯一的‘国际旅游岛’,海南纵向的旅游成绩同比上升,确实值得高兴,但是,同时我们也要横向进行比较,找出差距,取长补短。”陈海洋说,国庆黄金周期间,人民日报点赞了三亚在黄金周期间及时有限的整顿旅游市场秩序的措施,“这给咱们海南的旅游业增了光,但

我们在欢庆的同时也应该继续冷静思考,整顿旅游秩序是手段不是目的,海南需要从观念、心态、政策、产品、业态等领域做出全方位的应对,才能真正迎接个性化旅游时代。”

海口、三亚旅游主管部门的2015国庆黄金周旅游情况总结报告表明,今年国庆长假旅游+婚庆、旅游+购物、旅游+农业等新型整合式的旅游方式更受欢迎。以旅游+农业为例,这个国庆黄金周乡村旅游继续拥有高人

气,省内各市县纷纷根据自身的特点,推出了一系列乡村旅游线路和乡村旅游产品,受到游客热捧。据统计,全省乡村旅游接待达62.33万人次,同比增长了7.91%。

“海南需要围绕个性化的趋势来调整业态。”海南旅游文化专家陈海洋说,目前旅游消费出现了“代季”的变化,80后、90后,甚至00后已经成为市场的主体,“他们的消费需求会影响旅游产业的结构、方式、产品等。”因此,培养“旅游+”跨界整合的新业态,才能更好地迎合这些新的旅游市场消费主体的个性需求。

《旅游周刊》记者了解到,近几年

海南在跨界整合新业态的培养上不遗余力。比如“旅游+农业”,去年底出台的《海南省休闲农业发展项目规划》,就提出了将分散的休闲农业景点串连成线,打造出6条精品路线;“旅游+婚庆”方面,不但在岛内举行丰富多样的婚庆活动来推动市场,还走出岛外举办各类活动打响品牌,同时海南的星级酒店也几乎都配置了相关的蜜月房和特色婚房,推出了很多婚庆旅游组合式的产品;“旅游+购物”方面,全力打造海口、三亚免税品牌,这个黄金周两地的免税店销售收入同比增长了28.31%。

我国在线旅游市场交易规模突破3000亿元

据新华网消息,中国旅游研究院武汉分院近日在武汉发布《2015中国旅游业发展报告》显示,2014年我国在线旅游市场交易规模达3077.9亿元,较上一年增长38.9%,未来几年仍会保持较快增幅,在线旅游业市场发展前景看好。

中国旅游研究院武汉分院院长胡静分析认为,“互联网+”助推传统旅游业转型升级,在线旅游发展持续升温,2014年成为旅游业互联网化的一年。

研究报告显示,在线机票稳居第一,度假旅游市场规模占比持续上升,在线酒店市场发展迅猛。航空公司与互联网平台合作,建立网络直销平台;传统酒店业纷纷通过触网提高市场占有率和提升入住体验;5A级景区和传统旅行社注重应用网络新媒体进行营销。

5A级景区官方微博开通率达到96.91%,微信公众号开通率达到90.22%,多数5A级旅游景区依托微博、微信等新兴媒体,开展了丰富多样的营销活动,已有55家5A级旅游景区在淘宝商城平台注册了官方旗舰店。全国百强旅行社中,采用微信平台营销的68家、第三方平台有63家、微博平台50家;官方APP发展尚缓,共计31家,但面对手机网民巨大客户市场,旅行社开发官方APP进行营销势必成为一种趋势。

农家乐发展有了明确的用地政策

据《中国旅游报》消息,近日,农业部下发《关于积极开发农业多种功能大力促进休闲农业发展的通知》(以下简称《通知》),提出将“明确用地政策”,在实行最严格的耕地保护制度的前提下,对农民就业增收带动作用大、发展前景好的休闲农业项目用地,各地要将其列入土地利用总体规划和年度计划优先安排。

《通知》明确鼓励利用“四荒地”发展农家乐。《通知》提出,在实行最严格的耕地保护制度的前提下,对农民就业增收带动作用大、发展前景好的休闲农业项目用地,各地要将其列入土地利用总体规划和年度计划优先安排。支持农民发展农家乐,闲置宅基地整理结余的建设用地可用于休闲农业。鼓励利用村内的集体建设用地发展休闲农业,支持有条件的农村开展城乡建设用地增减挂钩试点,发展休闲农业。鼓励利用“四荒地”(荒山、荒沟、荒丘、荒滩)发展休闲农业,对中西部少数民族地区和集中连片特困地区利用“四荒地”发展休闲农业,其建设用地指标给予倾斜。

印度继续简化对中国游客的签证政策

据《环球时报》报道,自印度政府开始向中国公民发放电子旅游签证,现在日申请量已近300人。印度内政部决定简化安全审查流程,情报部门将在在线审查申请资料,以确保中国公民3日之内可以拿到签证。

印度一名内政部官员透露,情报部门之前就放宽对中国人的签证审查持保留态度,他们除进行黑名单比对,中国公民的其他身份背景信息,比如入境巴基斯坦等情况都在审查之列。因此,3天之内通常不能决定是否批准签证。《今日印度》援引消息人士的话说,印度情报部门认为,由于电子签证全都在网上完成,很可能存在安全漏洞,部分国家还是适用“严格的电子签证系统”。

不过,印度外交和旅游部门在积极推动对中国公民更便利的签证措施。自从实行电子旅游签证服务后,赴印旅游的中国游客增加了两三倍。印度政府官员表示,印方期待更多中国人到印度旅游,希望明年可以超过美德等印度旅游主要来源国。

印度的旅游资源很丰富,但旅游业潜能没有完全得到开发。事实上,对印度旅游业而言,最大的问题并非签证,而是社会治安太差,一般女性不敢单独前往。除了改善治安环境,印度还需提高旅游接待能力。现在,很多景点的公共交通系统和酒店资源都不充分,特别是在旅游旺季时。

