

创新旅游营销 丰富产品供给 规范市场秩序
三亚旅游满舵出“海”

作为新崛起的湾区,海棠湾见证了三亚旅游五年“跨越式”发展之变。图为海棠湾滨海酒店带。本报记者 武威 摄

旅游营销不断创新

“在开通新增4条国际航线航班的基础上,今年12月再次获批国际或地区航线11条,已开通3条,三亚国际航线航班增量将创历史新高。”三亚海防与口岸局负责人左正和透露,三亚目前构建东南亚航空网络基本完成,实际运营的国际航线航班将超过10个。

一个月内连续开通三条国际航线,作为一个地级市,三亚的魄力让人惊叹。而这,却只是今年三亚旅游开拓国际市场的一个缩影。

“国际旅游岛的建设,一方面是国际化、国际标准,另一方面就是国际游客。世界上著名的国际旅游目的地,都是国际游客在支撑,一个充满多元气氛的旅游城市,才能建设成国际化的精品城市。”省委常委、三亚市委书记张琦表示。

2009年海南国际旅游岛建设上升为国家战略,南部旅游城市——三亚被寄予厚望。开拓国际市场,吸引国际客源,打造国际性旅游城市,一连串的寄望环相扣。国际化,早已是三亚不可磨灭的印记。

为让更多的“蓝眼睛”感受鹿城度假之乐,“十二五”期间,三亚旅游以高端带低端,以国际带国内,以散客带团队,对准目标市场,创新旅游营销方式及手段,以日韩、俄罗斯、德国和英国市场为目标,积极构建“4小时、8小时、12小时”的近程、中程和远程市场,搞好旅游产品促销。

“十二五”期间,三亚积极创新旅游营销方式,传统媒体搭配新媒体,不断激活三亚旅游的吸引力和感召力。

“三亚将努力推进琼港‘一程多站’联合促销机制,深入推进面向东北亚和东南亚的邮轮航线及游轮旅游产品,开展海上丝绸之路的邮轮联合营销。”三亚市旅游委副主任王菲菲表示,近年来,三亚广泛开展渠道合作,创新旅游营销模式,积极搭建该市与重要客源地之间,政府、行业、企业和媒体之间,线上推广与线下服务之间的合作平台,形

成了覆盖展会、推介会、大型活动、旅行社、电商、微信微博、电视、广播、报刊等全方位的营销综合网络,有力提升形象宣传、产品促销的效果。

三亚市旅游委主任樊木透露,三亚在传统的参展促销手段之外,今后将更注重新媒体营销,加强与携程、Price-line等境内外在线旅游商的合作,加强与微信、微博等主流社交平台的合作,实现以较少的投入达到最好的营销效果。

在深化国际市场开拓的同时,三亚也积极立足国内市场,重点抓住珠三角、长三角、环渤海湾地区、西南地区、东北地区等客源地,通过深化“三亚一婚庆圣地·蜜月天堂”等大型主题产品的宣传推广,推介免税购物、邮轮南海旅游、海棠湾度假区等新产品,大力发展淡季旅游经济,不断提升国内旅游市场份额。

产品供给不断丰富

“十二五”期间,三亚积极营造山海互动、蓝绿交融的旅游格局,成立“大三亚旅游圈”与陵水、保亭等琼南市县互动,不断推出温泉旅游、森林旅游、海洋旅游等各类产品。

在强化合作的同时,三亚也在不断深挖自身发展潜力。

2009年国际旅游岛战略启动后,三亚旅游迎来快速发展的良机。5年来,三亚加快了旅游要素的国际化改造,精心打造旅游接待设施、开发新产品,持续推动旅游产品优化升级,目的地吸引力得到提升。

三亚大力推进海棠湾“国家海湾”国际休闲度假区建设,打造中国度假旅游新高地。随着解放军总医院海南分院、海棠湾国际免税购物中心、10家一线海景国际品牌度假酒店陆续开业,亚特兰蒂斯酒店综合体、海洋主题公园等重点项目按时推进,海棠湾旅游有望再次迎来腾飞。

“‘十二五’期间,三亚利用国际旅游岛政策,加快产业融合,不断培育新业态、新增长点,形成了五大类较为完

整的产品体系。”三亚市旅游委副主任郑聪辉表示,三亚既有的旅游产品体系包括邮轮游艇、低空飞行、内河观光、海上娱乐在内的海洋滨水类产品;乡村、文化演艺、特色餐饮等民俗特色类产品;温泉、森林、高尔夫、中医理疗等康体类产品;免税购物、商务会奖等时尚类产品;婚庆度假、亲子度假等家庭类产品,有效满足多样化的市场消费需求。

作为海岛型度假目的地,三亚的滨海旅游在“十二五”期间得到长足的发展。

好玩、有趣的三亚旅游,越来越成为中外游客的度假天堂。

市场秩序不断规范

收到三亚首笔有奖举报的奖金,游客陈晓(化名)还是有些意外,更让他意外的是,三亚举一反三的办事作风和效率。

针对陈晓关于“三亚特龙湾五号别墅酒店行李生为游客介绍无营运资质车辆”的举报,三亚市旅游委、交通局、公安局等多部门联动执法,次日就基本完成案件调查,并依法给予涉事司机5万元行政处罚;要求亚龙湾五号别墅酒店责令改正,并处2000元罚款。同时,三亚在全行业给予亚龙湾五号别墅酒店通报批评,形成震慑;并深入开展对酒店规范用车的调研,专项整治酒店人员违规用车的现象。

这只是三亚铁腕治旅的一个缩影。“十二五”期间,三亚持续强力治理旅游市场,严管重罚,多措并举,努力完善旅游公共服务,打造放心旅游的市场环境。

面对旅游市场尤其是假日旅游各环节暴露出的市场突出问题,三亚坚持问题导向,积极推进旅游管理体制

改革,确立由市旅游委牵头,工商、综合执法、交通等多个职能部门参与的旅游市场联合执法监管,强化假日旅游管理,成立由50家相关单位为成员的三亚市假日旅游管理领导小组,重点强化旅游服务质量、旅游市场秩序等6个方

面工作;全国首创旅游警察和旅游巡回法庭,依法打击旅游市场违法违规经营行为。

面对旅游市场“顽疾”问题,三亚建立旅游突出问题整治常态化机制,重点围绕涉海涉水旅游、旅游交通等7个方面,多次排查突出问题,明确责任单位,制定整治方案,强化整治落实,鼓励全民参与旅游市场治理等。

针对不断变化的违法违规经营行为,三亚持续改进旅游市场监管手段,如完善旅游经营者“红名单”、“黑名单”,强化旅游市场督查巡查以及对旅游问题多发行业、问题多发企业的节日行政约谈;对旅游饭店客房价格实行假日期间政府指导价调控措施,实施核准备案和网上公示制度等。

疏堵结合方能产生奇效,三亚强化行业自律规范,扶持旅游行业协会发展;正面引导市场消费,强化文明旅游宣传和消费提示,推行“诚信一日游”散客拼团旅游,打造“放心游三亚”旅游品牌,一定程度上遏制了“非法一日游”的滋长……

“我们不怕有问题,就怕有问题不能及时妥善查处。”郑聪辉说,发展服务业,政府必须转变过去的管理思维,真正从旅游者、消费者的角度来考虑。

为此,“十二五”期间,三亚持续改进旅游公共服务,让游在天涯成为一种享受。

5年来,三亚着力构建旅游公共服务体系,重点打造全天候、互联互通的公共服务设施平台。

鹿城通过设立三亚旅游微博、微信、手机APP等电子信息服务平台,开展诚信旅游产品示范推广,设立天猫三亚旅游官方商城;兴建游客到访服务设施,陆续建成11个市级旅游咨询服务站;建立12301旅游“一站式”旅游服务投诉热线,24小时提供旅游服务……

互联网时代,借力“旅游+”前行的三亚旅游业,正不断强化内功,逐步向游客喜爱、满意的专业化旅游城市迈进!

(本报三亚1月27日电)

数说三亚旅游



“十二五”期间三亚接待过夜游客年均增长 **15.1%**

旅游总收入年均增长 **21%**

旅游业成三亚支柱产业
2014年
旅游服务业税收占全市一般公共预算收入的 **18.7%**
以旅游业为代表的第三产业增加值约占全市 **GDP** 的 **66%**。

2015年
旅游业实现总收入 **300亿元**

接待过夜游客 **1496万人次**

机场游客吞吐量达 **1619万人次**

与2010年相比,分别增长 **114.8%、69.5%、74.2%**。

链接

作为新崛起的湾区,海棠湾见证了三亚旅游5年“跨越式”发展之变。去年1—10月,海棠湾滨海一线海景酒店接待旅客133万人次,免税购物中心进店人数达415万人次,酒店客房黄金周节假日入住率达90%以上,平均出租率和节假日入住率已超过亚龙湾,跃居三亚市第一。

随着海洋旅游开发的步伐不断加快,三亚邮轮旅游迎来新气象。目前,三亚凤凰岛国际邮轮港的15万吨邮轮码头已投入使用,二期工程建成后,凤凰岛国际邮轮港将成为亚洲最大的邮轮母港,能同时停靠5艘万吨级邮轮,年旅客接待能力将达到200万人次,拉动GDP100亿元以上。

■ 本报记者 黄媛艳

三亚,最火的国内旅游目的地!

日前,知名在线旅游网站去哪儿网在线监测的数据显示,三亚再次蝉联最热门的度假目的地,“猫冬”、“避霾”已成为三亚的揽客秘籍。

“十二五”以来,三亚旅游求新求变,不断创新营销方式,持续丰富产品供给,努力营造良好的市场环境,“放心游三亚”已成为海南旅游的一块金字招牌。



三亚采取系列措施吸引外国游客。图为220多名来自德国、意大利、法国、西班牙等国家的游客来到三亚南山景区瞻仰108米海上观音、拜谒南山寺,感受佛教文化和迷人的海洋风光。

本报记者 武威 特约记者 陈文武 摄



海棠湾免税购物中心为游客带来全新购物体验。

本报记者 武威 摄



三亚积极发展旅游新业态,图为亚龙通航直升机载着游客在海棠湾凯宾斯基酒店草坪起飞。

本报记者 武威 摄