

凝心聚力推动全域旅游发展,媒体大有可为——

向世界讲好“全域旅游”中国故事

■本报记者 李佳飞 易建阳

海岛三千余里地,花朝二十四番风。

春风拂面的博鳌,今日满座宾朋,前来参加博鳌亚洲论坛全域旅游与媒体融合峰会的嘉宾们,围绕“全域旅游”“媒体融合”这两个关键词进行深度交流,智慧的火花在这里闪烁。

大众旅游时代 呼唤全域旅游

毋庸置疑,随着大众旅游时代的到来,旅游业已经成为驱动世界经济新一轮增长的强劲引擎,成为提升全球各国综合竞争力的核心产业。

国家旅游局局长李金早给峰会的贺辞中说,在旅游全景区化、全时段化、全民化、全业化的当下,用“全域旅游”来对接“大众旅游时代”,是实现旅游业515战略的总抓手,也是提升国家综合竞争力的重

大战略举措。

今年1月,在全国旅游工作会议上,首批262家国家全域旅游示范区创建单位正式公布,海南作为首个全域旅游创建示范省,其成果令人瞩目。

海南省旅游委主任孙颖说,海南拥有生态环境、经济特区、国际旅游岛、“海上丝路”战略支点、热带岛屿、博鳌亚洲论坛、海洋资源、“多规合一”试点等8大方面的优势。近年来,已开发康体休闲度假游、文化旅游、会展旅游、乡村游等10大体系旅游产品。本月底,海南还将召开全域旅游创建动员大会,吹响创建首个全域旅游示范省的号角。

海南日报报业集团党委书记、社长钟业昌认为,“全域旅游”是一项体现五大发展理念要求、适应大众旅游时代趋势、引领经济发展新常态、推动供给侧结构性改革的创新之举,将推动社会各个领域包括媒体的进步,“融合筑就信心,转型带来希望”。

学界热议 媒体作用不可限量

全域旅游,是一篇大文章。

中国社会科学院旅游研究中心副主任戴学锋指出,海南旅游已经取得非常好的成绩,旅游业在海南的地位越来越重要。因此,“海南发展全域旅游大有可为,已成为海南各界的共识”。这其中,少不了主流媒体积极介入的影响和作用。

北京大学旅游研究与规划中心主任吴必虎认为,创建全域旅游,实际上就是打造一条更加完整完善的旅游产业链,媒体则是供应链上重要的一环,对全域旅游目的地承担着营销的责任,对旅游地品牌建设和科学架构承担着引导和宣传的义务。

如何借力媒体推动全域旅游发展?南开大学旅游与服务学院院长白长虹认为,以海南为例,媒体可以在搭建面向全国的网络化旅游公共服务平台,塑造专业化、品牌化的服

务形象,向世界传递海南声音等方面作足文章。

光明日报社副总编辑沈卫星则提到,海南创建全域旅游其实就是做一篇美文,这篇美文要从更加高远的立意上去思考和准备,不仅要微景,更要做心,即通过做全域旅游来提升岛内居民整体文化素质,“将一切力量投入到全域旅游这篇美文的宏大叙事中去,媒体的作用不可限量。”

媒体共识 扛起历史使命和责任担当

也正因如此,博鳌亚洲论坛全域旅游与媒体融合峰会应运而生,并且得到各界热烈支持和反响。

中国日报社副社长康兵说,作为媒体人,有责任有义务把海南的无穷魅力告知天下,要讲好中国全域旅游,特别是海南全域旅游的故事,就要借力不同形式的传播渠道。

向世界讲好“全域旅游”的中国故事,是媒体人的使命和责任担当。

海南日报对此做出了有益探索——

去年,海南日报和省外事侨务办联合主办“海上新丝路,寻梦万里行”大型系列采访活动;今年初,海南日报又与马来西亚光华日报社签署合作协议,借助光华日报平台推介海南国际旅游岛……这些大胆创新、走出国门的举措,得到了国务院侨务办领导的高度赞扬。

“主流媒体肩负着‘联接中外,沟通世界’的历史使命,要从国家实施‘一带一路’的战略高度,向世界讲好‘全域旅游’的中国故事,扛起主流媒体的责任和担当。”钟业昌表示,主流媒体将以高度的时代使命感和社会责任心,积极参与到全域旅游的创建中,为全域旅游发展提供舆论、智力、文化等多方位的支持。

康兵说,全域旅游与媒体的融合将形成强大的叠加效果,有利于提升中国旅游和媒体的品牌影响力和吸引力,为塑造和宣传美丽中国形象贡献力量。

(本报博鳌3月26日电)

海南实践

创新旅游发展模式 构建智慧管理体系 全域旅游的海南探索

■本报记者 侯赛

金灿灿的向日葵,粉嫩嫩的格桑花,黄澄澄的硫华菊,缤纷多彩的百日草……这片汪洋花海,简直美得让人窒息!3月24日,前来参加博鳌亚洲论坛2016年年会的嘉宾们在琼海龙寿洋万亩田野公园参观时由衷感叹到。

这是农田?是公园?还是景区?面对这个问题,可以这样回答:都是,又都不完全是。这是一片承载着多元化涵义的土地,更是我省践行全域旅游发展理念的一个缩影。

全域旅游的概念,虽然是今年1月在全国旅游工作会议上才正式提出来,但事实上,海南在发展全域旅游方面已经积累了一定的探索和创新经验。在这次会议上,国家旅游局局长李金早就赞赏了海南琼海提出的“田园城市幸福琼海”模式。

琼海模式已经成为全域旅游的全国榜样。但在海南,除了琼海,越来越多的市县也正在努力开创一条属于自己的全域旅游发展路子。比如,琼中黎族苗族自治县的绿橙熟了,果农们不再担心销路,因为“海南人游海南”正日益成为海南旅游的新时尚,每逢周末或小长假,乡村休闲采摘游成了朋友圈里最常见的状态。

在省委、省政府的正确引导下,在全省各市县的共同努力下,全社会共同参与,2015年海南旅游产业再次交出漂亮答卷:旅游总人数达5335.66万人次,旅游总收入达572.49亿元,旅游人数和旅游收入同比皆增长近两成。

一方面是旅游收入和旅游人数稳健上升,市场做出的“加法运算”;而另一方面是游客旅游投诉“断崖式”下滑,市场整治给出的“减法运算”。海南旅游作为全国旅游业的风向标,表现出了自己应尽的职责和必须的担当,也收获了社会各界的肯定。今年年初,在海口召开的全国旅游工作会议上,海南被确立为全国首个全域旅游创建省,担当起全域旅游先试先行的重任。

发展全域旅游,不光在于发展模式的创新,更在于旅游市场的智慧管理。海南不少旅游管理机制体制创新的成果,在全国范围内获得广泛点赞和学习借鉴。

作为中国旅游业的排头兵,海南在旅游法制建设方面一直走在全国前列。早在1992年,海南就制定了《海南省旅游规划大纲》;1995年,海南率先在全国推出首部地方性旅游条例——《海南省旅游管理条例》;1998年,海南再次修订《海南省旅游管理条例》,出台《海南省旅游市场管理条例》。

2001年,中国加入世界贸易组织后,面对旅游市场全面开放,借鉴世界许多旅游发达国家的经验和做法,2002年3月1日,海南正式颁布实施《海南省旅游条例》。该条例内容极具前瞻性,把海南旅游业的管理、开发建设纳入法制化轨道。

作为中国旅游业改革创新的试验区,海南旅游的改革创新中一直坚持直面发展中的难点、热点、焦点。如针对旅游法实施中的难点、热点问题,海南率先以省政府名义发布具体操作手册——《海南省旅行社经营规范(试行)》。

2015年10月10日,全国首支旅游警察——三亚旅游警察支队挂牌成立。作为国内首支旅游警察队伍,并没有经验可以借鉴。经过几个月的实践,旅游警察与三亚市其他监管部门已经建立了快速高效的联勤联动工作机制,分工合作,依法在各自职责范围内对旅游市场实施监管,加大对涉旅的违法行为打击力度,形成强大震慑作用。

(本报博鳌3月26日电)



3月26日,嘉宾在全域旅游与媒体融合峰会上做主旨演讲。 本报记者 陈元才 摄

专访

中国日报社副社长康兵: 打造全域旅游须有国际化视野

■本报记者 刘笑非

“海南要靠什么来吸引游客?”在今日举行的全域旅游与媒体融合峰会上,中国日报社副社长康兵在接受海南日报记者专访时抛出了这样一个问题。“在人们生活水平日渐提高的当下,要感受热带海滨风情,或许会选择去印度尼西亚、泰国等东南亚国家,甚至费用还更低,海南靠什么继续吸引游客?”康兵说,答案在于特色。

在此前的主旨演讲中康兵就反复提到,打造全域旅游,必须要具有国际视野,如何让更多人了解海南,媒体推介是必不可少的有效途径。“现在包括海南在内的许多省份,都

通过异地旅游推介的方式来实现传播。但必须意识到在当下媒体变革时代中,新媒体以及自媒体的影响力。”康兵说,旅游资源要有特色,推介方式也要有特色,用特色媒体推介特色旅游,才是全域旅游发展中媒体力量应该思考的问题。

“桂林山水甲天下、黄山归来不看岳,口口相传的名句曾是最原始的旅游传播方式,也成功地让诸多名山大川刻进了记忆里。”在康兵看来,媒体的推介对于旅游资源是有增值效

果的,但在当下的媒体环境中,再用传统的思维模式去做媒体推介旅游,已经行不通。

“媒体要思考,坐拥优势旅游资源的地区也要思考,全域旅游和媒体,应该是双向互动的。”康兵说,抛开“酒香不怕巷子深”的传统观念,学会用好媒体去讲好旅游故事,不仅需要媒体从新的角度去发现旅游资源的特色,也要求旅游目的地用可持续发展的方式不断迸发出新的活力,去了解、去配合当下媒体的宣传模式。

于海南而言,打造全国第一个全域旅游示范省,海南拥有得天独厚的自然资源和优越的人文条件,全域旅游发展的潜力巨大、前景良好,诸多著名的旅游品牌早已名噪一时。“从国际旅游岛到全域旅游省,海南在旅游发展中一直走在前列。”康兵说,从以往的媒体报道看,海南旅游与媒体已经有了很好的融合。

“如今是新媒体、自媒体蓬勃发展的时代,自驾游、自助游逐渐成为了旅游方式的主流,全域旅游与媒体的关系也愈加紧密。”康兵表示,琼海市“三不一就”就地城镇化的模式,已经通过媒体宣传获得了极大的成功,在未来全域旅游的时代里,也要用好媒体力量,讲好全域旅游的海南故事。

(本报博鳌3月26日电)

南开大学旅游与服务学院院长白长虹: 多元驱动打造海南全域旅游

■本报记者 赵优

世界旅游新格局是怎样的?海南又有哪些独特优势?海南国际旅游岛全域旅游战略该如何走?在今天举行的全域旅游与媒体融合峰会上,南开大学旅游与服务学院院长白长虹分享了自己的看法。

“你若无趣,我便无感”是体验经济的真实写照,在白长虹看来,随着旅游休闲消费需求变迁,跟团游、定制游、自由行多元发展,旅游已

经成为一种精神消费,成为一种常见的生活方式。“全域旅游是发展的新模式、新战略,是旅游目的地的新形态、新品牌,是新的综合改革平台和载体,也是新的复合型空间,更是新的发展趋势和方向。”对于全域旅游,白长虹连用几个“新”来总结其特点。

海南发展全域旅游优势在哪?白长虹认为,开放前沿、区位优势、海岛资源、海洋资源、产业优势、经济基础、优惠政策等都是海南发展全域旅游的优势与基础。“最大的优势,在于先

行优势、政策优势。”白长虹解释说,国际旅游岛建设6年来,有着明确的发展定位、倡导方向和规划发展模式,这将成为未来发展最强劲的动力。

经过6年的发展,海南国际旅游岛的基本格局已经形成,“全域旅游”也将成为海南国际旅游岛建设的新战略。对此,白长虹也提出了几点建议。“首先要构建具有海南特色的产业新体系。”白长虹说,所谓新体系,是新的产业构成、新的发展模式、新的技术基础、新的发展空间。“二要打

造旅游创业创新的最佳地区,即旅游产业链上的创新创业。”他认为,从旅游计划、旅游预订、到旅游出行、旅游后续等环节,海南企业大有可为。

在白长虹看来,做好“服务品牌、服务营销、服务管理”,将成为海南旅游制胜的法宝之一。“注重旅游产品的服务市场细分,以服务的差异化、个性化、有形化、标准化形成服务特色,不断强化海南旅游从业者的服务技术、技能和技艺,全面提升服务质量,向世界传递海南服务的品质。”白长虹建议。

(本报博鳌3月26日电)



琼海龙寿洋花海。 本报记者 古月 摄