



制图/许丽

我省入境旅游
今年前3个月
全省累计接待
入境游客
17.33万人次
同期对比
累计增长
44.1%

我省入境游瓶颈

境外航班不足

海南目前每周只有59个境外航班
泰国普吉岛每周有境外航班402个
韩国济州岛每周有境外航班310个
印尼巴厘岛每周有境外航班840个

缺乏不同层级的产品,旅游价格不稳
营销手段单一,没有其他国家那么市场化

破解之策

- 1.分析消费特点,制订特色产品
- 2.推出多元化组合产品
- 3.加大目标市场的营销力度,按照国际惯例做好渠道营销

- 今年前3个月,我省累计接待入境游客17.33万人次,同期对比累计增长44.1%
- 自2012年以来持续下滑的俄罗斯客源市场今年3月份终于“止跌回升”

入境游市场回暖的背后……

■ 本报记者 侯赛

俄罗斯客源市场终于“止跌回升”

政企合力创新联合体模式,力挽俄罗斯市场

这些日子,住在三亚龙湾附近的市民会发现,海边金发碧眼的外国游客突然又多了起来,连海边卖丝巾的阿姨脸上也浮现出久违的笑容,重新操起有点生疏的几句俄语招徕俄罗斯客人。今年春天,对于我省旅游业界来说,最欢欣鼓舞的事情,莫过于俄罗斯直飞海南航班的复航。

俄罗斯曾是海南第一大境外客源市场,2011年达到22.76万人次,占当年入境游客近30%。后来由于东南亚等其他相似客源地的竞争加剧,以及俄罗斯卢布贬值影响人们出游欲望等,俄罗斯入境人数开始不断下滑,2013年跌到12.48万人次,2014年跌到9.33万人次,2015年,更由于俄罗斯直飞海南航班的停飞,入境人数跌到3.74万人次,只占当年入境游客的6%。而今年3月5日开始,俄罗斯直飞海南航班复航带来了

俄罗斯客源市场近4年来的首次“止跌回升”。

“一旦夺回了俄罗斯市场,就等于夺回了入境游市场的半壁江山。”这是业界人士的共识。

直航包机业务的运输代理公司北京隆兴达国际运输代理有限公司总经理于浩介绍,截至4月16日,已有13架次航班飞到海南岛,而且上座率很高,占到九成以上,已为海南带来近3000名俄罗斯游客。

“目前航班销售依然保持着良好的势头,说明俄罗斯客人并没有忘记海南。”于浩告诉记者,在良好的运营态势下,接下来随着俄罗斯直飞海南航班将不断增多增密,航空公司有计划陆续开通俄罗斯新西伯利亚、多哈、伊尔库茨克、秋明、圣彼得堡到海南的航班,届时有望运送更多俄罗斯游客到海南。

三亚前程国旅总经理葛剑告诉记者,此次俄罗斯恢复航班一方面是因为2015年下半年,受坠机等突发事件的影响,俄罗斯中断赴埃及的航班,并停止与土耳其的旅游往来,上百万曾青睐于埃及和土耳其旅游的俄罗斯游客转而来到海南,使海南迎来新的发展机遇。而另一方面,俄罗斯直飞海南航班的复航也离不开政府政策支持,旅游主管部门的大力推动,以及业界抓住机会,重新整合资源,主动出击市场。

2015年9月份,在海南省旅委的指导和推动下,俄罗斯组团社和航空公司开始洽谈俄罗斯航班的复航事宜。为了保证海南的地接服务,经过多方研讨,选定了三亚前程国旅、百顺国旅、鸿翔旅行社、四海旅行社目前俄罗斯市场实力较

强的四家公司,积极整合资源组成经济联合体,最终促成直航航班复航。

“以前各家地接社各自为战,报价各方面也没有统一规定,形成一个联盟后,大家统一对外,把我们的资源优势进行整合。”葛剑分析了联合体的优势并表示,“联合体的模式是完全可以复制的,不仅适用于俄罗斯市场,也同样适用于其他客源市场。”

从联合体模式的推出和市场反馈来看,游客的满意度较之前大大提高了,让于浩也对未来的俄语系市场抱有很大信心,他表示,2016年,联合体将打算增开6—7条俄语系国家赴海南的新航线,预计可以每年为海南至少带来4万左右的游客量。2017年,预期目标是6万人,2018年预计达到10万人,到2020年,“十三五”的收官之年,将形成每年15万—20万的稳定俄罗斯入境客源。

我省入境游市场仍“羁绊”重重

要完全扭转入境游持续下跌的颓势,破解四大问题势在必行

国际航班不足

虽然,第一个季度我省入境游市场表现出的回暖态势让人欢欣鼓舞,但业界人士认为,要完全扭转近年来海南入境游持续下跌的颓势,必须重点解决一些一直困扰业界的主要问题。

航空大交通和旅游是一对命运共同体,没有航班,哪来游客?而没有游客,航空也不会繁荣。业界所周知的是,航班不足一直是扼住了我省入境游“咽喉”的大问题。据了解,与相似岛屿旅游目的地相比,我省境外航班严重不足。那么,“不足”到底有多不足?只要与这些年来一直跟海南竞争客源的其他海岛目的地对比,就可以看出差距。

今年3月10日召开的2016年全省旅游市场工作会议透露,我省目前每周只有59个境外航班。而泰国普吉岛每周有境外航班402个,韩国济州岛每周有境外航班310个,印尼巴厘岛每周有境外航班840个。从数据可以看出,与巴厘岛相比,我省的境外航班竟还不足其十分之一。

航班不足只是一方面,省旅游委副主任周平还在会议上透露,随着全国及海南出境游市场的井喷,目前所补贴的国际航班从客源国飞回海南的机票几乎被组织出境游的企业占用,导致组织入境海南的有些企业拿不到机票。

除了航班不足的困扰,记者在采访中了解到,在航线申请上企业也存在不小的难题。就拿此次俄罗斯飞海南的直航包机举例,对于很多俄罗斯游客来说,3月份海口温度相对仍然较低,大部分游客都是奔着三亚的海滩和阳光而来。而因为航班时刻的问题,俄罗斯飞海南的航班只能安排飞海口。

于浩算了一笔时间账:游客从莫斯科飞海口需要近12个小时,已被劳无比,却还要从机场上大巴,增加3个小时到三亚的行程,造成客人的二次疲惫。

“再好的地接服务,客人心里还是有怨言的。”于浩表示,这种转运不利于旅游服务质量的提升。

航空补贴力度不够

其次,航空补贴力度不足和补贴周期过长的问题,也是制约入境游市场的主要问题之一。据了解,近5年(2010年—2014年)省政府国际国内航空补贴资金累计为1.9亿元,与其他旅游目的地相比远远不足。而且,对于不定期航班(包机)的补贴远低于定期航班,也困扰着市场的进一步拓展。

此外,相对其他省份来说,我省航空补贴周期过长,也给航空代理企业带来了不小的资金压力。于浩告诉记者算了一笔资金账:企业一个航班的垫付资金就是50万元,如果6条航线同时开,一周的垫付资金就近400万元,那么一个月就近1600万元。3个月就有近5000万元的资金垫付进去。

于浩告诉记者,今年1月15日,业界收到了海南省整合和调整有关民航客运财政补贴政策条款的实施办法(征求意见稿),但到现在为止,3个多月过去了,还没有新的补贴政策出台。于浩表示,“对于任何一家民营的航空代理公司来说,这样庞大的流动资金压力都是巨大的,希望新的航空补贴政策尽快出台落实,缩短补贴周期,给企业吃上‘定心丸’。”

旅游价格不稳

“10年前泰国来海南学习如何做入境游客接待,而如今10年过去了,他们的入境游客数量是我们的几十倍。”三亚百顺国际旅行社有限公司总经理周凯表示,与泰国相比,海南在气候,中医理疗等方面都有明显优势,但是却在在地接成本和城市宣传上存在很大劣势。

“以前同等水平的旅游产品,泰国卖500美金,而我们却卖到1000美金。”周凯表示,此次俄罗斯包机组成联合体,就是希望通过风险均摊,整合资源,在价格上提高竞争力。对于产品价格过高的问题,海南省旅游发展研究会会长王健生认为:我们目前缺乏的就是打造不同层级的产品。

除了旅游产品较为单一,价格不具优势外,旅游价格不稳也成为国外游客的“一块心病”。“越南、泰国、土耳其等国家没有旅游淡季旺季价格,全年的价格可以保持一个平稳、固定的态势,而海南旅游淡季和旺季价格波动幅度较大。”海南省社科联副主席、原海南省旅游委巡视员、旅游业界专家陈耀透露,一些酒店到了旺季迟迟不肯报价,有时甚至给组团旅行社的房价往往比散客在网上直接预定的高。

营销手法单一

“专业旅行社已经非常了解海南,我们需要在城市形象宣传上下工夫。”周凯认为,入境游下降的原因还与我省在国外的营销有很大关系。

周凯表示,我省对入境游出台了太多政策和措施,也做了一些海外营销,以此来吸引海外游客的目光。比如,在不少主要客源国的机场以及主流媒体投放海南旅游广告,奔赴主要客源国组织推介会等,但总体而言,海南与国内其他省份一样,营销手段还是显得比较单一。

而境外旅游机构的营销则比较活跃。比如,在北京,一些海外重要目的地的推广力度比较大。国外的做法一般都是旅游局牵头,由于旅游局多是政府性质,一般会委托专业机构去做。例如,以市场推广代表、国家旅游局为头名的境外机构有三四十家集中在北京,推广当地的旅游资源。他们三天两头地拜访旅行社、组织推广会,营销手法比较灵活,完全市场化的运作。

业内人士也表示,未来要把入境游提上去,营销手法应该向国外学习。首先,由政府牵头,委托专业的市场机构去运作,政府按预算,通过指标来考核他们,提升营销推广的专业化水平。



欧洲小游客在三亚与家人感受假期乐趣。 本报记者 张杰 摄



外国游客在享受中医理疗。 本报记者 武威 摄

核心提示:

我省入境旅游今年第一季度迎来开门红,前3个月,全省累计接待入境游客17.33万人次,同期对比累计增长44.1%。最可喜的是,自2012年以来持续下滑的俄罗斯客源市场今年3月份终于止跌回升,实现累计对比8.73%的增长。

喜人成绩的背后,是旅游界界的不懈努力,但持续存在的阵痛依然困扰着市场的进一步发展。记者调查发现,目前,我省入境航班对比其他岛屿目的地依然严重不足;旅游企业迟迟没有吃到航班补贴新政的“定心丸”;我省旅游产品组合程度低,跟不上国际市场的脚步……

要想完全扭转近年来入境游持续下跌的颓势,我省还需要在哪些方面寻找突破?本报记者走访了业界人士。

专家建议

加大市场调查 推出组合产品

王健生认为,做国际市场不能“守株待兔”也不能“打鸟枪”,不管什么样的客人都用同样的旅游产品来招待。首先要明确海南的国际客源市场在哪里?要把海南放在全球旅游的盘子里,看海南能够争取哪些客源?能争取多大的客源市场?要找准主攻市场,也要知道细分客源市场在哪里。

此外,还要弄清楚目标市场的不同阶层的平均收入是多少,他们有多少钱可以花,甚至要知道他们愿意把钱花在哪里。不仅对这些潜在市场了解他们喜欢看什么,玩什么,吃什么,买什么,而且等他们到了目的地成为现实市场的时候继续跟踪,分析他们偏爱什么,怎么玩,怎么买,哪些满意,哪些不满意。然后,将前期的调查和事后的结果相比较,综合分析得出一段时间里旅游市场的消费特点,并根据这些特点制订特色的产品,详细的营销方案和实施计划。

“市场营销战略的基础是市场调查,市场营销的对象是目标市场,通过市场调查来选择目标市场,目标市场明确才能做到有的放矢。”王健生认为,一个地区旅游发展的初始阶段,重点在于整个地区的形象宣传,可以进行大规模的宣传造势,但是,当旅游发展到一定阶段之后,旅游部门必须突出市场细分,加大目标市场的营销力度,按照国际惯例做好渠道营销。

“目前海南还是很缺乏组合化的产品,应该按照不同时间段,不同的旅游要素,进行不同的产品组合。”王健生认为,时下我们谈海南入境游的瓶颈之一是航班问题,而旅游产品和航空产品本来就是孪生姐妹,是命运共同体的关系。如果换一个思维来做产品组合,那么可能会收获意想不到的效果。就拿此次俄罗斯复航来说,目前受航班时刻限制,只能飞海口,那么可以考虑,能否将海口适合俄罗斯客人的旅游产品打包进来,推出一程多站的组合产品呢?让游客去观澜湖泡温泉,或者在海口做做中医理疗,然后再去深度体验三亚的大海和阳光。

“海南应该加大力度开发一程多站的旅游产品,而在这方面,我们在以前就积累了不少经验,比如开拓英国市场,我们利用英国人对中国香港的特殊情结,推出香港购物+海南度假的产品,深受英国游客喜欢。”王健生表示。

他山之石

打造旅游集团

当我们在思考为什么自己的入境游市场做不大时,不妨看看我们的竞争对手都是怎么做的?

就拿曾与海南争夺俄罗斯客源市场的土耳其为例。

为什么土耳其可以每年吸引近百万的俄罗斯游客?葛剑告诉记者,首要原因就是土耳其的旅游企业比我们掌握了更多的旅游资源,拥有更多的市场话语权。“土耳其的资本已经渗透到旅游业的各个领域,比如他们的航空公司是旅游公司控股,当地的组团社也是旅游公司控股,从组团社到酒店,再到航空都是一条龙的产业链条,而目前我省的入境游旅行社呈现出‘小、散、乱’,所以跟土耳其的竞争,我们只能是拼价格。”葛剑表示。

“拼价格永远拼不过拼资源的,因为他们有市场掌控力,而这正是我们目前所欠缺的。”葛剑打了一个形象的比喻,就如同我们现在所掌握的资源,只能允许我们在岛屿周边打渔,如果我们拥有了自己的旅游集团,有了更多的资源优势,就可以去更深远的海域。

葛剑认为,要实现旅游市场的强大,就必须依照国际经验,打造大型跨国的航空、旅行社、酒店多方位一体的旅游集团。而这样的经验,其实在国内也有不少省份已经先试先行,比如四川、云南、上海、北京都有大的旅游集团。

(本报海口4月20日讯)



俄罗斯游客品尝澄迈桥头富硒地瓜。 本报记者 张茂 摄