

迪拜亚特兰蒂斯



知名旅游集团纷纷涌入三亚,一批大型旅游项目呈现新亮点——

聚焦

# 三亚旅游迎资本盛宴

## 痛点就是机会



三亚亚特兰蒂斯即将开业。

本报记者 武威 摄

## 资本引领潮流



高星级酒店云集海棠湾。本报记者 武威 摄

面向南海,拥有南繁,地处南疆,三亚有着得天独厚的旅游资源,如何

## 全域旅游新商机



海南东寨港红树林保护区。

本报记者 陈元才 摄

“白天看海,晚上睡觉”“孩子老人玩乐项目少”“三亚餐饮两个极端,有高低缺中间层”……这是很多游客对于三亚旅游的传统印象。

“三亚夜游项目、多层次的餐饮和儿童主题项目是短板,需要补齐。”兰克说。

在旅游业朝着全域全时全景全产业方向发展的背景下,作为中国唯一的热带滨海旅游城市,三亚如何适应市场变化,补足短板,直接关系到这座城市的未来发展。

实现资源价值最大化,对三亚而言,调结构、出新意成为必然之举。省委常委、三亚市委书记张琦表示,三亚旅游业转型跨越,提升优化旅游全产业链,减少低端无效供给,扩大高端有效供给,走高端化、精品化、国际化的产业发展新路子。

产业发展需要项目支撑。“亚特兰蒂斯品牌具有国际影响力,亦是复星集团国际旅游生态圈的重要项目。通过无缝对接太阳马戏团等众多国际顶尖娱乐、演艺、餐饮等项目和品牌,它将有效满足国内外家庭游客消费升级的需求。”复星集团副总裁、复星旅游及商业集团总裁、亚特兰蒂斯商旅发展有限公

“三亚不夜城项目是以一个没有门票的全天候主题公园,既关注游客,也重视市民。”兰克透露,该项目将致力于打造市民的会客厅,各式餐饮和活动方便市民接待亲朋;也将提供科技影院、惊险刺激娱乐项目和海洋秀场,室内外“吃喝玩乐娱”于一体,吸引岛内外游客。

作为全国全域旅游示范市,三亚需要寻找示范点,没有门票的公园

三亚千古情正是因为补了夜间市场的短板,短时间创造了新的亩产效益。三年前,三亚积极对接大连海昌集团,策划海洋旅游为主题的全天候旅游项目,夜色的三亚,除了舒适的高星级酒店,也将有丰富多彩的娱乐活动;

缺少儿童主题项目,深刻分析家庭游市场后,三亚积极牵线复星集团,继地中海俱乐部开业后,主打亲子市场的亚特兰蒂斯项目也将于明年开业,梦幻不夜城项目也将以主题

司董事长钱建农说,三亚亚特兰蒂斯是鹿城酒店业态转型升级的典范,将助力三亚国际精品旅游城市建设。

“三亚梦幻不夜城项目投资40亿元,经过多年的市场调研和国内外设计专家几易其稿,整个项目集娱乐、餐饮、购物等为一体,2020年建成后有望年引客600万人次。”兰克透露,该项目将与陵水海洋公园、亚特兰蒂斯项目等联动差异发展,做足海洋体验的文章,打造旅游度假综合体。

升级产业也包括对既有项目的革新。为改变传统的门票经济,三亚大手笔引进华侨城集团。华侨城将全方

告别围墙遮挡,方便市民游客24小时自主游玩,三亚不夜城等项目告别传统旅游的盈利模式,既是创新,亦带来探索的挑战。

“海棠区作为三亚旅游业发展的精品区和打造3.0升级版的先行区,将以亚特兰蒂斯、三亚梦幻不夜城等项目为抓手,大力推动‘一站式’旅游休闲项目建设,构建旅游全产业链,不断激发消费活力。”三亚

口袋的理念,为不同年龄层的游客提供多样主题旅游度假产品;

旅游文化味不足,三亚深挖崖州文脉和海上丝绸之路文化,积极对接世界小姐等时尚文化,8月底开工建设三亚当代艺术馆,引进世界手工艺理事会,打造文化旅游新典范。

三亚市有关负责人表示,旅游业态老化、同质化是三亚面临的挑战,三亚致力于优化产业供给结构,全面改造和提升旅游要素全产业链,不断提升旅游业的发展水平。

位参与三亚旅游文化项目及其配套项目的策划、建设和运营,改造东岸湿地公园、天涯海角、鹿回头、大小洞天等老景区提升改造和经营管理;参与西岛、东岛等岛屿综合开发;开发大型生态农业旅游观光项目,建设一个国内最大的水公园。

未来,以“变”为主题的三亚旅游,将持续优化旅游环境,积极拓展国内外高端市场,促进“旅游+”的发展,加快发展大型旅游综合体,力促有轨电车、旅游巴士、城市绿道慢行系统等旅游交通建设,力推会奖、邮轮游艇、低空婚庆、乡村旅游等系列新业态、新产品的稳健发展。

海棠区区长陈明透露。

以旅游全产业链为依托,海棠区乃至三亚全市不断优化旅游环境和基础设施,有望开创全域旅游“三亚模式”,构建全景化、全覆盖、全时空、全民参与的产业格局。今后,不仅是各地游客,本地市民也是重要的旅游产品消费者;三亚旅游处处是景,多元化的产品和业态让大家玩得久、乐消费。

造,低俗媚客,跟风式一哄而起,在同质化发展的同时还存在低端化问题。在全域旅游范围内,迫切需要按照“集点、连线、汇面”的思路,对旅游业的

### 存在行政化和运动化问题

全域旅游发展,必须要党委政府统筹整合推进,政府必须打头阵,必须在体制机制改革、基础设施和公共服务建设等实现突破。但全域旅游要真正持续推进,必须要坚持市场导向。要营造良好的市场环境,为各类市场主体搭建好平台,让民营企业、金融机构等在全域旅游发展中敢投资、有收益。目前,在全域旅游示范区创建工作中,各级政府的积极性调动起来了,党政主要领导抓旅游的观念转变过来了,党委政府大力推进的格局基本形成,但市场主体参与、社会参与、游客参与还有待提升,市场参与机制亟待创新,形成全域旅游的动力源和落脚点。

(石培华,中国旅游智库秘书长、委员,南开大学教授、博导)

## 旅讯

### 上海迪士尼板块 要建中俄冰雪文化中心

据《中国经济周刊》报道:上海中外文化艺术交流协会与俄罗斯博物馆日前签署在上海设立“俄罗斯国家博物馆多功能文化和展览中心(俄罗斯国家博物馆中国分馆)”项目的协议,除文化项目,中俄还将在体育项目方面展开合作,占地面积450亩的中俄冰雪文化中心即将落户上海迪士尼板块。

依托上海迪士尼乐园6万人次/天的人流量,该项目紧邻迪士尼乐园,预计至少能够吸纳迪士尼乐园客流的10%。室内滑雪场目前在江浙沪只有绍兴的乔波冰雪世界,最高日接待能力3000人。在政府“3亿人上冰雪”的政策推动下,势必会有冰雪运动爱好者需要专业的冰雪运动场馆。因此,会有一定数量的滑雪爱好者慕名而来。

### 游艇产业在中国 渐入“亲民时代”

据中新网报道:刚刚举办的首届哈尔滨游艇博览会吸引了中国、澳大利亚、法国等国内外十余个品牌参展,展会显现了中国游艇市场规模逐步扩大。有人预计,游艇产业有望成为继汽车产业之后的又一大黄金产业。

中国游艇消费2007年至2013年期间增速为33.1%,而从2013年至2015年期间增速为41.4%。在中国中产已经成为游艇消费的主要群体。近几年,中国先后制订实施了鼓励支持游艇产业融合发展的产业政策,明确提出2017年全国将初步形成互联互通的游艇休闲旅游路线网络,培育形成游艇大众消费市场。

### 今冬部分北美旅游线路 价格下跌四成

据中新网报道:广州旅游市场今年冬季出境游产品目前已纷纷上架面市,部分赴北美旅游长线产品报价同比下跌近四成。旅行社方面称,因加大了对酒店、地接服务等直接采购,加上航空公司的支持,如一款产品今年报价16999元,相比去年同期便宜近12000元,价格跌幅超过40%。

今年航空公司也不断增加中国赴北美的航线,海南航空将于今年12月开通北京直飞美国拉斯维加斯航线,为中国游客节省超过9小时的往返交通时间。北美地区每年年底的购物打折季,吸引了大批中国游客前往购物。

### 同程启动“百旅会” 瞄准老年市场

据《北京商报》报道:随着《旅行社老年旅游服务规范》的实施,老年游市场再次获得关注。同程的中老年旅游会员俱乐部日前启动“百旅会”揭牌仪式。同程旅游创始人、CEO吴志祥表示,只有提升用户体验、抓住细分市场,才能提高用户的复购率,进而提升整体企业的运营效率。

中国老龄旅游产业促进委员会与同程旅游在启动仪式上发布的《中国中老年人旅游消费行为研究报告2016》显示,在经济条件和身体条件等都具备的情况下,81.2%的中老年受访者表示愿意去旅游。同时,同程提供的数据显示,在同程旅游的6000多万消费会员中,50岁以上的占比10%,在邮轮旅游等细分市场用户中占比接近50%。不过,老年游市场存在的价格敏感、同质化严重等问题尚待解决。

### 仰光、曼德勒等地 将被限制建造新酒店

据缅甸《声音》9月18日报道:据缅甸酒店与旅游部消息,由于已有的酒店房间数量较多,而客人入住率又不高等原因,10月31日开始,仰光、曼德勒、东枝、茵莱、良瑞、格劳等地将被限制建造新的酒店,若确需新建,需获得当地省、邦政府的批准。

据缅甸酒店与旅游部联络与宣传处处长吴敏推介绍,目前相关地区的酒店房间数量已远远高于客人入住率,所以才对新建酒店进行限制,否则对投资者而言根本无法赢利,限制新建是避免出现重大损失。据了解,仰光的酒店入住率为54%、曼德勒的酒店入住率为51%、良瑞的酒店入住率为28%、东枝的酒店入住率为43%、格劳的酒店入住率为18%。(杨辑)

■ 石培华

全域旅游进展迅速,取得了前所未有的大好局面。但是,由于全域旅游是一个全新的发展战略,是一项复杂的系统工程,相关理论研究又缺乏准备,在认识上和行动上存在一些问题需要重视。通过调查研究,笔者总结了全域旅游创建和发展中要引起关注的以下五个方面问题。

#### 存在概念化和标签化问题

对全域旅游的认识和行动,存在以下突出的误区。一是对全域旅游内涵过度泛化,一些旅游规划设计机构和专家提出全域旅游的一堆“全”,“全”过多过泛,反而会偏离了全域旅游本质,形成一些模糊甚至错误认识,会误导对全域旅游的科学认知和准确定位;二是社会也存在对全域旅游过度解读的现象,全域旅游似乎成为一个包罗万象的筐子,什么东西都往里装,反而可能会让地方政府无从下手;三是全域旅游负重太大,有的将全域旅游当成解决问题的万能钥匙,忽视了旅游业的本质特征;四是需要统筹处理全域旅游与其他工作的关系,全

域旅游不是旅游工作的唯一内容。

#### 存在表面化和形式化问题

各地党委政府高度重视推进全域旅游,但也比较普遍的存在,比较重视发展,而相应的改革创新不足。特别是由于改革进入深水区,很困难,地方主要领导在一个地方任职时间都比较短,在编制全域旅游规划和实施方案时,也往往是重项目,改革创新内容不足。其次,越来越多的地方推进了旅游改革创新,但也有的还存在换汤不换药、换人不换理念、换牌子不换体制、换机构不换机制的问题。第三,在全域旅游发展中,还存在重推介、重形式而轻基础、轻内容现象。第四,各地都重视编制全域旅游规划,但究竟什么是全域旅

游规划、如何编制全域旅游规划、如何实施全域旅游规划等认识不足。第五,并不是所有地方目前都有条件推进全域旅游,也需要冷静认识。

#### 存在空心化和空泛化问题

全域旅游不是不要景点建设,旅游景区是核心吸引物,景区景点建设依旧是全域旅游的重要基础,有些人认为全域旅游就是所谓的“无景点旅游”,就是不要旅游景区了,这些都很偏颇,也会误导旅游发展。发展全域旅游也必须精准发力,要找准核心龙头和突破口,在此基础上统筹全面发展。其次,全域旅游不是遍地开花,全域旅游不是全面旅游,不能撒胡椒面,空心化和空泛化要引起关注。全域旅

游中的“旅游+”,也不是“跑马圈地”、“开疆拓土”,而是要更好的发挥旅游业的综合优势和带动作用,做大做强旅游业,各地搞“旅游+”也要有选择、有重点的去“+”,不能全方位、无死角的“+”。

#### 存在同质化和低端化问题

大家都在推进全域旅游,一些地方对自身的特色和优势挖掘不足,在旅游产品、项目、业态的策划规划和投资建设上存在简单模仿。针对的旅游市场也缺乏深入研究 and 细分,在市场上同质化。同时,对区域内各个区域的功能定位、特色分工等也挖掘不足,在区域内部也存在同质化问题。个别地区甚至存在简单复制,低劣伪