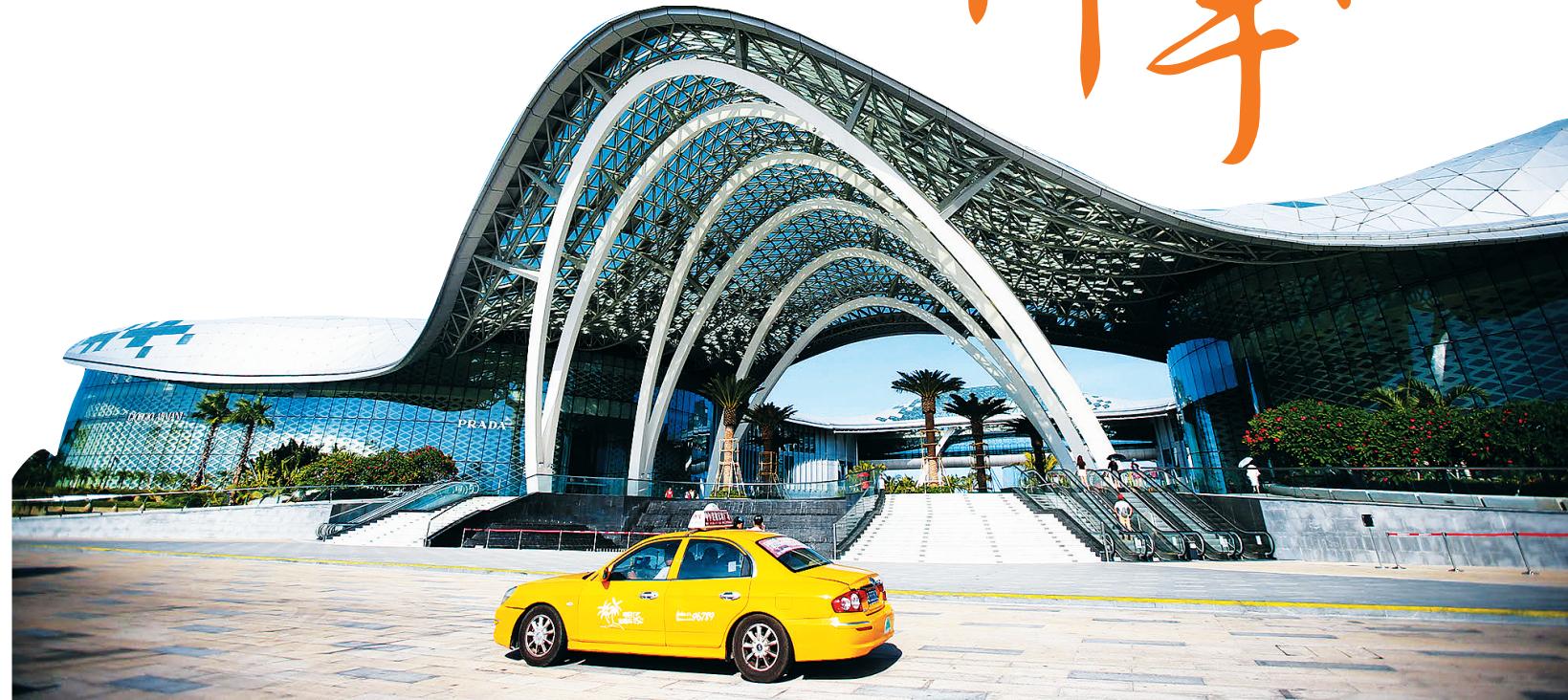


H 热点

打通海南旅游文创创新之路——

送游客一份有情怀的伴手礼

海南打造购物天堂，做好伴手礼是其中重要内容。
本报记者 张杰 摄

■ 本报记者 罗霞

在吃、住、行、游、购、娱等旅游六大要素中，旅游购物是弹性最大、最具发展潜力的一项。旅游商品的收入在旅游收入中所占的比重大小，已成为衡量一个国家（地区）旅游业发展程度的重要标志。

海南拥有得天独厚的丰富旅游资源，旅游商品开发潜力大，不过品种有限、知名品牌少等问题受到游客诟病。在近期举行的2016首届“槟榔谷杯”海南旅游商品创意设计大赛暨旅游商品评选活动中，琳琅满目的旅游商品让人感受到海南旅游商品在创新发展方面的不懈努力，从中也透露出旅游商品行业的发展期盼。



2016海南旅游商品创意设计大赛暨旅游商品评选现场。

本报记者 王凯 摄

创新产品大量涌现

在大赛活动中，我省各市县的旅游商品企业和各大专院校积极参与，大赛共征集参赛作品达到350余件之多。评委们从创新创意性、实用性、主题性、文化性、纪念性等8大方面对候选作品进行了讨论、评选，从中评选出6个金奖、10个银奖和7个铜奖。其中《黎纹春夏秋冬》壁挂系列、海南椰香礼盒、雨林紫鹃红茶、《龙腾盛世》围巾系列、兰奇迹、椰油系列护肤品等获

得金奖。

“本届旅游商品创意设计大赛是海南首次真正意义上的省级旅游商品评选活动。”省旅游商品与装备协会会长郭凯告诉记者，此次大赛征集作品的数量和品类远远超过以往其他赛事，同时参赛作品的品质比以往好，其中不乏精品和优质作品。

从创新上看，郭凯说，大赛作品在文化创意、材料创新、产品类别

等方面均有突破，选送的旅游商品不再仅限于旅游小商品和旅游工艺品，而是扩大到旅游大商品概念；选送产品在注重实用性的同时，注重文化属性的植入，在纺织品、茶、食品等方面均有不同体现；参赛作品注重本土化，从材料选择、文化植入等多方面注重凸显地域特色；产品注重科技性，比如椰制品的音箱、降压器、充电宝等。同时，参赛作品更注重品牌化建设。

作为此次大赛的评委，中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长陈斌评价道，海南的参赛类别比较齐全，这说明海南旅游商品具备一定的开发能力。大部分参赛作品海南特色明显，不仅采用海南的原材料，也体现了海南的本土文化。“海南要借助旅游商品将旅游推向全国，开发丰富的旅游商品品种，提升旅游商品品质，并向品牌化发展。”陈斌说。

仍需深入挖掘本土特色

五指山妙自然茶叶有限公司生产的雨林紫鹃红茶，在此次大赛上获得了金奖。这一注重原生态生长环境，种植于五指山热带雨林里的红茶，一经推出就受到了市场的广泛关注。“目前公司发展良好，不过在产品研发、生产等方面所需要的资金投入大，资金问题是目前发展面临的最大瓶颈。”五指山妙自然茶叶有

限公司负责人徐雪燕说。

省社科联副主席陈耀结合此次大赛的情况，对海南旅游商品发展现状喜忧参半。“海南旅游商品的发展空间、潜力巨大，但是各地对其发展的重视程度仍然不够。”陈耀说，海南旅游商品设计和生产注重融入本土元素，不过让人眼前一亮的产品少。

他呼吁，海南各市县不能把旅游商品仅仅作为一个配套，还应作为一个产业来发展，以带动其它产业融合发展。

从创新品类来看，一些业内人士指出，对照国家旅游商品的十大品类，海南有些类别产品过于单薄，对本土特色的产品开发挖掘不够，海洋

类产品、热带雨林类产品有待挖掘和打造，装备类产品明显不足。“海南南药资源丰富，可积极开发南药系列的食品。”

另外，海南槟榔谷黎苗文化旅游区等企业纷纷反映旅游商品研发力量的薄弱，希望搭建平台助力旅游商品的开发。

多方合力促产业升级

近年来，海口着力打造“海口念想”旅游商品，建立了海口旅游商品研发中心和集散中心；三亚支持三亚黎响服饰开发有限公司打造本土民族服装品牌“黎响服饰”；万宁出台扶持有关特色旅游商品发展政策，打造“万宁礼物”“万宁手信”品牌。

省旅游委有关负责人提出，希望

各市县加大对本地旅游商品支持力度，鼓励地方旅游商品研发、生产和销售，着力挖掘、培育、扶持一批创意理念新、文化内涵深、市场前景好、地域特色突出的市县旅游商品，丰富地方旅游产品谱系；旅游商品与装备企业作为旅游商品和旅游装备的市场主

体，要积极参加国内、国际重要旅游商品和装备博览会、促销会和展销会，多走出去学习；做好传承和创新工作，发现和培育旅游文化创意人才。

于近期挂牌成立的国家旅游商品研发中心海南联合研发基地，是国家旅游商品研发中心在全国范围内的第

二个省级基地。省旅游商品与装备协会副会长、海南游礼公司总经理吴忠健表示，基地落户海南，将吸收全国优势资源与研发力量联网，帮助海南旅游商品企业和景区打造富有当地特色的旅游文化商品，增强旅游文化设计和研发的力量。

2016在线度假市场将达千亿

六大关键词盘点新格局

规模

规模和市场份额决定了影响力。根据劲旅、艾瑞等机构发布的报告，2015年在线度假市场规模超过700亿。从今年各家表现看，如果按40%左右的增速，2016全年市场规模可达1000亿元左右，在我国旅行社市场中在线渗透率预计达25%。线下旅游向在线转移的趋势并没有改变，各大OTA依然可以享受到这一红利。

但几大在线旅行社的规模则拉开了差距。携程旅行网的第三季度财报显示，旅游度假业务营业收入为8.13亿元。如果按8%的毛利率，本季度的交易规模将超过100亿元。途牛第三季度跟团游和自助游的交易额为53亿元。这意味着从交易规模和市场份额看，途牛的是携程旅游的一半左右。携程在休闲度假市场的领先优势加大。

增速

从2016年的增长速度看，在线旅行社业务依然处于高速增长中，普遍

随着多家在线旅游公司(OTA)最近发布第三季度财报，2016年在线休闲度假市场格局浮出水面。规模达千亿的市场，为什么有的公司能够盈利，有的不断巨亏？未来将出现怎样的发展趋势？6大关键词——规模、毛利、增速、支出、盈利、投资，盘点出在线市场新格局。

达到30%-50%的同比增长。但部分企业出现增速放缓的趋势。途牛Q3净收入同比增长35.7%；跟团游和自助游的交易额增长34.8%，创下了近两年的最低。第四季度预期增长只有10%至15%。携程旅游业务营业收入Q3增长37%，在增长速度上实现对途牛的反超。

但在线旅行社的增长率依然大幅超过旅行社市场。第三季度，中青旅净营收同比下降10.78%。中国国旅增长6.99%。

毛利

度假业务的毛利率偏低，但2016年有提升的趋势。财报显示，第三季度途牛毛利率为5.8%，净收入为40亿元，那么季度毛利为2.3亿元。对比看，携程旅游度假业务营业收入为8.13亿元，是途牛毛利的3.5倍。携

支出

钱花在哪里，公司就向什么方向发展。携程依然把主要的钱投在产品开发上，第三季度这部分费用在支出中是最高，占总费用的47%，达到18亿元，占净营业额的27%。其次是销售与市场营销费用15亿元、管理费用5.39亿元。可见产品、技术与服务的创新研发，依然是巨头最为投入的领域，以确保竞争优势和用户体验。

盈利

盈利仍是检验企业是否成功的唯一标准。从最新财报看，携程是唯一盈利的OTA，2016年第三季度净利润为5.81亿元，是上季度净利润的10倍。携程营业利润率为18%，这是

携程合并所投资公司财务业绩两个季度后重新实现净盈利。去哪儿网也实现季度盈利。

但也有公司今年的亏损持续扩大。途牛第三季度净亏损为5.7亿元，去年同期净亏损为4.3亿元。从公开财报数据算来，最近四个季度，途牛总共亏损额度达到24.5亿元。不过值得安慰的是，比上个季度的净亏损确实收窄了不少。

投资

途牛相继引入了京东、海航集团数亿美元的投资。除了前几年收购几个旅行社之外，重点投入建设了170多个线下服务中心。另一家在线旅行社同程旅游接受万达投资，并且开始收编整合万达旗下13家旅行社。携程则与众信旅游、东航的投资合作，与去哪儿度假合并，在采购、服

务、技术研发等方面充分协同；战略投资旅游百事通，获得旅游百事通拥有的5000多家门店；战略投资“海鸥旅游”和“纵横集团”两家最大的美国华人旅行社，进一步强化出境游和国际布局。

电商分析人士认为，在线旅游市场已经分道扬镳，呈现不同的发展道路，烧钱模式实际上已经破灭，行业已面临转折点。携程这类一站式巨头公司已开启对度假市场的全面整合，效率、创新、盈利将成为2017年市场的关键词。

旅游电商积极布局市场：

途牛：_____

重点投入建设170多个线下服务中心

同程：_____

整合万达旗下13家旅行社

携程：_____

战略投资旅游百事通，获

5000多家门店

扫一扫
了解更多
旅游资讯



查找公共账号“海南日报旅游周刊”
或者搜索微信号“hnrblyzk123”

即订阅旅游周刊微信公众号了解更多旅游资讯

制图/王凤龙

H 旅讯

琼海白石岭旅游景区获评国家3A级

本报讯(记者刘梦晓)位于琼海市的白石岭旅游景区上周举行国家3A级旅游景区挂牌仪式。

仪式后，景区举行了大型实景舞蹈剧《军坡情》演出、传统琼剧表演、传统八音表演、民间木偶戏等海南特色民俗文化活动。冬季到来，阳光明媚，气候宜人的琼海已经成为候鸟族的旅游目的地之一。白石岭景区紧抓市场需求，依托周边温泉资源和自身的山地资源，积极打造健康休闲养生类度假产品，以舒适、人性化的服务为主。

据悉，根据海南省旅游资源规划开发质量等级评定委员会组织评定，海南白石岭旅游景区获批为国家3A级旅游景区。该景区位于琼海市西南12公里处，总面积约16.24平方公里，由登高岭等山岭组成。该景区周边山水相映，水库星罗棋布，万泉河像一条玉带从山下蜿蜒而过。白石岭度假村新建的别墅群、国际高尔夫球场、椰寨庄、钓鱼台以及山庄酒家等设施，可供人们休闲度假，尽情享受。

“避寒避霾”成年假主题

三亚居热门度假地之首

据《中国证券报》报道：近日，驴妈妈旅游网结合其平台大数据发布的《2016“年假游”趋势报告》显示，11月以来，驴妈妈平台上在职用户预订出游人数相比去年同期上涨近四成；三亚、青岛、舟山位列境内年假游热门目的地榜单前三位；“避寒”成为年假游主题，海岛游人气爆棚；与此同时，邮轮游也成为年假游热选之一，出游人次同比增长123%。

在年假游目的地的选择上，三亚、青岛、舟山、厦门、北京、桂林、杭州、重庆、苏州分别位列境内十大热门度假地。

榜单中国内三亚、境外长滩岛、巴厘岛、毛里求斯，这些一年四季都骄阳似火的海岛俘获众多白领和趁着休年假度蜜月的甜蜜爱侣之心。

主题公园渐成区域发展新势力

据《北京商报》报道：2016年对于主题公园行业来说是值得大书特书的一年，外有迪士尼来势汹汹，内有欢乐谷、方特、万达城等本土品牌加速区域布局，期望通过快速扩张、连点成片，形成合力出击。

根据最新行业分析报告，随着主题公园专业化程度不断提升，投资规模不断加大，大吃小、强逐弱的态势基本确立。2015年亚太地区游客量前20的主题公园中，中国就占据了13家，华侨城、宋城、华强方特等巨头占比不断壮大。2015—2020年间，国内预计还将增加64个主题公园，潜在入园人次预计达到1.66亿，总投资额达到238亿美元。

上海：
看跨年烟花秀去外环外景区

据《新闻晨报》报道：临近圣诞和年底，各种跨年活动相继登场。沪上各景点景区今年不少景点都举办了跨年灯会，受到政策限制，如果想看烟花表演，就要到外环外景区了。

出于安全考虑，去年不少景点景区的跨年活动被取消，而在今年各种跨年活动复苏，跨年灯会会成为不少景点吸引游客的流行活动。另外，受到政策影响，今年起上海外环线以内区域将禁止燃放烟花爆竹，这也让不少期待看到跨年烟花秀的市民感到失望。市民可以选择到外环外的一些景区看烟花秀，比如欢乐谷就推出了夜场活动，除了灯光秀外每晚还会举行烟花秀，让观众可以大饱眼福。

(杨编辑)