

2017年全国帆船冠军赛在澄迈收帆

海南选手夺女子470级长距离赛冠军

本报海口3月14日讯（记者林永成）2017年全国帆船冠军赛今天在澄迈盈宾半岛收帆，海南省帆船队取得一金一银二铜的好成绩。在女子470级长距离赛比赛中，海南选手包揽冠军，冯惠敏/谢金莲夺冠，倪胜楠/林亚引获亚军。

冯惠敏/谢金莲还夺得女子470级赛场地赛第三名。海南队男选手陈勇/文传田在男子470级长距离赛中夺得第三名。

本次比赛共有来自全国16个省市

近200名选手参赛。比赛分场地赛和长距离赛两个竞赛项目进行，比赛为期7天，设有男(女)470级、男子激光级、女子激光雷迪尔、芬兰人级五个级别。海南共派出18名选手参与角逐，在传统强项470级比赛中摘金夺银，

同时达到了锻炼队员的目的。“此次比赛是第十三届全运会前的一次关键赛事，是对海南帆船队伍冬训的一次检验，同时也进一步增强了海南参加第十三届全运会的整体实力。”海南体育职业技术学院院长王相周表示。

浙江、江苏、山东等传统帆船强队各夺得两个项目的冠军，四川、广东、上海等队伍也有冠军进账。本次比赛由国家体育总局水上运动管理中心、海南省文体厅主办，海南体育职业技术学院承办。

《阎肃经典歌词300首》出版发行

新华社北京3月14日电 收录著名艺术家阎肃创作的经典歌词的新书《阎肃经典歌词300首》，日前由新华出版社出版发行。

这本书分为“军歌嘹亮”“军歌嘹亮”“江山多娇”“其他歌曲”四个部分，图文并茂。收入的300首歌词、60余幅照片，均由阎肃夫人李文辉提供，真实、生动地反映了阎肃生前工作、生活的情况。这些传唱不息的经典歌词，记录了阎肃对党和人民质朴的情感、为艺术拼搏奉献的激情，反映出一位人民艺术家不懈的艺术追求和崇高的人生境界。

阎肃是空军政治部文工团创作员，从艺65年，创作了《江姐》《党的女儿》《长征颂》《我爱祖国的蓝天》等一大批脍炙人口的经典作品。党的十八大以来，他以80多岁的高龄仍辛勤创作，参与策划多场重大文艺活动。2015年，阎肃被评为“红心向党、追梦筑梦、德艺双馨”的“时代楷模”。

女排联赛总决赛第三战 江苏险胜浙江夺赛点

本报讯 2016—2017赛季全国女排联赛总决赛第3回合3月14日晚战罢，江苏中天钢铁在主场鏖战五局以3:2力擒浙江嘉善农商银行，以总比分2:1在五战三胜制的比赛中抢到赛点。

五局比分为：25:18、17:25、21:25、25:22、15:10)江苏女排在第三局领先18:12时面对王娜的跳飘球遭遇卡轮，被对手连得11分，以21:25丢掉这一局。主教练蔡斌改用由沙排转室内排球的接应唐宁雅，搭档二传赵静雪，两点换三点改变进攻节奏。此后连扳两局取得整场比赛胜利。（小文）



英格兰足总杯 切尔西淘汰曼联进四强

北京时间3月14日，在英格兰足总杯四分之一决赛中，切尔西队主场以1:0战胜曼联斯特联队，晋级四强。图为切尔西球员科斯塔（前右）与曼联球员博格巴拼抢。

新华社发

《夜色撩人》缘何尴尬

■ 灯笼椒

■ 冯巍

看过以艺术片闻名的电影导演夏钢的新片《夜色撩人》，感觉真是一部不错的片子。跟影城经理一聊，她也表示“好片，故事讲得好，演员演技好，不浮夸，真实”。然而再看票房，上映5天了，全国还不到300万元，感觉真的有点尴尬。

缘何好的艺术片总是没有好的票房回报？这个问题虽然原因众多，但总归有一些规律性原因可寻。笔者试着总结了一下，其实主要还是这两大方面存在缺陷。

首先是选题，如果选择观众很感兴趣的题材，再加上适当的商业片元素，如《白日焰火》，票房就上了亿；如果选了观众面很窄的题材，就很难激发观众兴趣，等到影片上映时再想让观众掏腰包，就费力了。

其次是阵容，虽然中国过去没有明星制，但近年来明星制的影响越来越深，人气明星吸睛能力非凡，如果不愿投入而用了圈粉能力弱的所谓“明星”，对票房实际贡献不会大。

具体到《夜色撩人》，导演选取男女情感作为话题，这显然难出新意，即使你再努力，再创新，也难产生多大反响，正如曾经红火的家庭伦理剧今天都看腻了一样，这种题材的电影肯定也不会太吸睛；再说王千源和余男两位演员，都是影帝影后级别，戏演得好是肯定的，但是于能否吸引到众多影迷，那就得打问号了，起码可以肯定，他们绝非流量明星，圈粉能力一定不及人气小鲜肉。

综上所述，尽管导演带着片子在全国数十个城市跑了宣传，最后票房依然可怜，这两条关键因素，或许正是它尴尬的原因。

■ 亚冠小组赛前瞻

上港苏宁力争三连胜

3月15日，亚冠小组赛第三轮继续进行，上海上港在主场迎战浦和红钻，江苏苏宁客战大阪钢巴。前两轮上港和苏宁均取得连胜，本轮若能继续奏凯斩获三连胜，将为小组出线奠定坚实基础。

上港近期状态颇佳，亚冠联赛双线连胜，新赛季已经取得5连胜，而且进攻火力全开，5战打进16球。浦和红钻的火力甚至更猛，他们在各条战线上6战打入20球，在亚冠赛场上

以净胜球优势力压上港排名榜首。

两支球队攻击力强劲的球队对垒，看起来将是一场对攻战。但对这两支“攻强守弱”的球队来说，胜负也许要看谁能做得更均衡。从小组出线形势看，上港与浦和红钻在小组中优势明显，即便此战有闪失，也还有很大的补救空间。当然，占据主场之利的上港肯定希望能抢断出线的制高点。

苏宁亚冠两连胜后积6分高居小组榜首，不过，两场胜利都是靠超级

外援的个人能力取胜，整体表现并不令人信服。在中超联赛中，作为夺冠热门的苏宁前两轮1平1负仅积1分，还被申花4:0羞辱。看来，崔龙洙对球队整体技战术打法，仍没有一个明确的思路和套路。大阪钢巴近期的轨迹正好相反，在亚冠表现起伏，三球大胜阿德莱德后，此轮主场1:4完败给济州联；在国内联赛却起步顺利，前3轮2胜1平，打入7球失2球的净胜球数据是J联赛中最好的。

从以上对比来看，客场作战的苏宁很难被看好，能战平取1分已足可满足。但苏宁的超级外援始终让对手忌惮，或许球星的灵光一现又能带走3分。

■ 林永成

内地与香港影视合作成绩斐然

据新华社香港3月14日电（记者丁梓懿）“内地与香港的电影市场密不可分。从上世纪80年代开始，合拍项目在不断磨合和探索中稳步前进，在数量、质量和商业层面都取得耀眼的成绩。”北京电影学院管理学院院长吴曼芳在香港国际影视展的研讨会上如是说。

2016年，内地与香港合拍立项影片数量高达54部，占全部合拍片的60%以上。其中，《湄公河行动》《澳门风云3》《北京遇上西雅图2》《叶问3》四部位居2016年国产影片票房排行榜前十。

吴曼芳表示，近年来内地影

院建设如火如荼，其中不乏港资背景的影院管理公司。它们凭借专业的管理理念和良好的观影体验，吸引了大量观众，在激烈的竞争中脱颖而出。

在学术层面，内地与香港在电影方面的学术交流日益频繁。吴曼芳指出，每年很多内地电影学院的艺术生选择到香港继续深造，也有许多香港学生到内地学习电影制作和拍摄。

“不仅如此，内地与香港在资本、演员、技术、设备、管理人才等方面的合作也在进一步加强。”吴曼芳说。

香港著名电影导演、编剧及制作人王晶表示，内地电影人才



《澳门风云3》剧照

丰富，香港在摄影、导演、编剧、演员等方面人才相对缺乏，加上一些香港知名演员年龄越来越大，不利于香港影业的长远发展。他期待内地专业院校、演艺公司和电视台进一步挖掘和培养更多的香港人才。

◀上接A01版

打破了行业壁垒，实现旅游景区服务和城市公共服务充分融合，让景区内的五星服务标准在景区外得到延展和传播，促进旅游景区发展的同时，也能提升目的地城市整体的影响力。

通过新一代移动互联网技术，我省着力细分市场，深挖旅游消费需求，为游客提供个性化、高品质的定制服务，鼓励“互联网+旅游”企业跨界融合发展。例如，省旅游委与海航集团签署战略合作协议，联合开发航旅产品，发展航空旅游高端客源地市场，拓展散客落地接市场，为游客在网上订购机票的同时，提供度假、住宿、餐饮等服务，打造“线上下单、线下体验”的旅游消费模式。此外，发挥海南作为国际旅游岛的离岛免税政策优势，开设网上免税商店，游客在网上订购免税商品后可直接到机场指定区域提货，全流程简单便捷。目前，该网站在线订单销售额已超过2亿元。

多方借力创新营销模式

挖掘旅游消费潜力

互联网渗入大众旅游生活的各个角落，如何实施多渠道营销的协同效应，释放海南旅游市场新需求，从而全面提升旅游体验？我们看到了海南行动——

浏览网页，属于海南的那片碧海蓝天、椰风海韵会在不经意间跳入眼帘。早在2015年底，我省就制定了

“互联网+旅游”行动计划

“旅游+互联网”行动计划，与腾讯公司、阿里旅行、同程旅游等企业在旅游服务和营销、在线旅游营销、旅游电子商务、旅游网络金融服务等方面开展一系列合作；

为着力培育游客黏性，进一步提高营销精准度，省旅游委在全球最大的旅游综合网站“猫途鹰”投放海南旅游广告，使得该网站全球用户对海南的搜索量增长55%，其中日、韩、泰、德等4国的“猫途鹰”网站用户对海南的搜索量增长超过173%；

我省与淘宝网共建的“淘宝海南馆”入驻1200多家商户，经营商品超1.8万个，三亚芒果、乐东木瓜、琼中绿橙等知名品牌成为抢手货。借助电商平台营销，成为推广海南特色产品和旅游服务的一大利器……

随着移动互联网迅猛发展，旅游营销模式正在发生深刻变革。我省主动顺应潮流、积极借势借力，通过与互联网行业领先企业联合宣传推广，依托电商平台拓宽特产销路，利用新媒体实施精准营销，发挥多渠道营销的协同效应，释放海南旅游市场新需求。

在2016年中国“互联网+旅游”峰会上，省旅游委与腾讯公司达成合作意向，将海南旅游作为腾讯旅游板块建设

的先行区和示范区，并与腾讯公司共同策划“跟我去海南，带你深呼吸”深度游活动，通过腾讯新闻移动客户端在北京、上海、广州、太原、兰州、福州等6个城市进行宣传推介。

省旅游委也在淘宝网开设了海南旅游旗舰店，并与阿里旅行共同开展了海南旅游产品专题宣传活动。在推广海岛特色旅游线路上，推动海南椰旅集团与旅游百事通公司合作，在全省共同设立营业门店60家，为游客选购旅游产品提供便利。

将传统推介与互联网推介相结合，扩大海南旅游的宣传效果。在2016年北京国际旅游博览会上，与新浪网共同策划“旅游+互联网”新媒体网络推介活动，网络访问量达5202万人次。

营销模式的“全面开花”，也对海南旅游服务提出更高要求。目前，正在进行的“智慧海南——海南旅游综合云平台”项目建设囊括旅游资源数据中心、统计分析等功能，为旅游公共信息、服务、企业监管、市场秩序整治等工作提供了数据支撑。与此同时，借助智慧化监测体系，三亚市旅游警察支队成立以来共查处涉旅案件202宗，全市旅游投诉量同比下降近50%。

“延伸智慧”完善公共服务 全面提升旅游体验

2013年以来，我省致力于“智慧海南—海南旅游综合云平台”项目建设，该项目囊括旅游资源数据中心、统计分析云工作平台等功能，集成旅游电子行程管理、12301投诉咨询、通信运营商、航空进出港等服务系统，为旅游公共信息、服务、企业监管、市场秩序整治、投诉和目的地警示等工作提供了数据支撑。打造海南旅游官方网站—阳光海南网，集旅游行业管理、品牌宣传、公共服务于一体，全力满足不同文化背景的游客需求。2016年，阳光海南网累计浏览量超过920万人次，在全国31家省(市)旅游委(局)官方网站中综合排名第4名。

为提供更加便捷舒适的旅游体验，我省大力推动智慧景区建设。例如，三亚市蜈支洲岛景区与百度公司全方位合作，通过“百度大脑”深度分析和整理海量的有关搜索数据、微博数据，基于位置服务(LBS)数据等，为游客筛选出最优质的景区信息资源，促进智慧景区深度发展。2016年国庆假期，蜈支洲岛景区接待游客5.4万人次，日均接待9000人

次。此外，天涯海角景区实现无线网络热点和视频安防监控、高清实景、360度虚拟实景、智能导游、停车场管理等系统全覆盖，通过智慧服务、智慧管理等模式，提升旅游体验和旅游品质。

我省通过汇集机场航空进出港和移动通信运营商用户等数据，建立智慧化监测体系，推动旅游市场监管信息化、网络化。目前，已实现对各县市游客分布、热门景区游客流量等情况的实时监测。同时，积极落实国家旅游局工作要求，在重点景区出入口、停车场等区域逐步实现视频监控覆盖，为做好应急指挥调度、运行监测和维护景区秩序等工作提供了有力支撑。例如，三亚市旅游警察支队成立以来，借助智能监测技术，共查处涉旅案件202宗，全市旅游投诉量同比下降近50%。

“借网出海”开拓境外市场 扩大海南国际影响力

为充分发挥自身区位和资源优势，争当旅游对外开放排头兵，我省积极对接国际市场，顺应需求、多措并举，在便利出入境、开展海外营销、推广海南旅游品牌上施加强力，不断增强海南国际旅游岛的全球影响力，吸引海内外游

客。近年来，我省加快推进签证便利、退税优惠、旅游宣传，吸引海内外游客前来休闲度假。自2010年实施“26国免签证”出入境管理政策以来，这些国家的游客量约占全省接待外国游客总量的90%。为提升旅游购物市场竞争力，积极调整离岛免税和离境退税政策实施细则，推动我省旅游购物逐步与国际接轨。针对重点境外客源市场，我省实施旅游营销服务境外延伸措施，向重点境外客源市场派驻旅游专门营销人员，第一批驻外营销人员将分别前往俄罗斯、韩国、新加坡等5个境外客源市场，进一步扩大海南旅游品牌在海内外市场的认知度。

2016年，我省通过参加境外国际展会、与境外旅行社联合促销、举办推介会等方式，针对重点境外客源市场赴海外开展旅游宣传推广活动共计25批次，同时邀请海外旅行社和媒体记者等组团来海南考察开发旅游线路共计30余批次，加强国外市场对海南旅游资源和产品的了解，树立海南旅游国际口碑，扩大海南旅游国际品牌影响力。2016年，全省接待入境游客749万人次，同比增长23.1%，实现国际旅游收入3.5亿美元，同比增长41.3%。

“我们积极延伸智慧旅游服务体系，优化旅游公共服务、升级旅游景区设施、创新旅游监管方式，以更智慧化、人性化的公共服务推动旅游品质升级。”省旅游委主任孙颖表示。

(本报海口3月14日讯)