

我省旅游促销团走进德法西三国开展系列推广活动 欧洲推介会 最炫海南风

热点

■ 本报记者 赵优

当莱茵河畔的古典音乐与欢快的黎苗山音产生共鸣，当巴黎铁塔下的浪漫与东方海岛的热情相互叠加，当弗朗明哥舞者的裙摆摇曳出海浪般的美丽姿态，海南和欧洲，相遇了。为进一步提高海南旅游在欧洲客源市场的知名度和美誉度，推动欧洲主要客源国到海南直达航线的开通，促进欧洲客源市场旅琼人数快速增长，5月16日—25日，由省旅游委带队，海口三亚参加，省旅行社协会、旅游饭店业协会、景区协会和会议及奖励旅游协会相关会员企业组成的47人促销团赴德国、法国、西班牙，参加法兰克福世界会议及奖励旅游展，并开展了系列促销推广活动，为我省进一步开拓欧洲市场夯实基础。

——发力旅游推广—— 提前谋划、“立体式”互动

此次欧洲推介活动是我省推动境外客源可持续增长、入境旅游客源结构进一步优化的重要举措。“为了保证活动取得实际效果，省旅游委提前半年就开始了策划、邀约和发动工作。”省旅游委国际与港澳台市场推广处处长王可告诉记者，由于邀约工作开展得早，三场推介会到场人员规模都超过120人，特别是巴黎推介会到场嘉宾超过190人，创下我省欧洲推介会之最。

如何给海南入境游带来实实在在的提升，关键在于推广内容和手段的实用化。在海南旅游促销团的推介中，多种途径“立体式”的互动提升了海南的欧洲“人气”。

在德国举行的法兰克福世界会议及奖励旅游展上，海南以充满椰风海韵和独特风情的展馆惊艳亮相，引起各类专业专家的强烈兴趣。借展会契机，省旅游委在展会现场通过午餐会的方式向世界会展行业重要协会组织领袖和业内影响力较大的专业公司推介了海南会奖旅游资源。

对喜爱文化艺术的法国人，巴黎推介会上则推出充满浓郁海南风情的精彩演出和琼歌琼舞《定安娘子》等节目，受到观众的高度评价，赢得现场掌声、喝彩声不断。“海南真是个神奇的地方，艺术这种国际通用语言展示出海南传统文化的独特魅力。”法国酒店及旅馆杂志主编卡罗琳·科瓦西耶女士表示。而在西班牙马德里的推介会上，由西班牙旅游“网红”霍天杰及夫人梓涵对海南十大旅游产品、海南欢乐文化进行推介，生动地介绍了海南滨海休闲、海上运动、中医药养生等海南特色产品。

——推介成果丰富—— 展示形象、深化联系

高层会见、专题推介、视频展播、资料发放、产品销售以及媒体宣传……得益于推介内容的多元化和推介手段的具体化，此次“海南旅游推介欧洲行”有效地展示了海南旅游新形象。欧洲三国旅游界人士一致认为，海南旅游资源丰富，十分有吸引力。正如德国途易集团公共事务部部长弗朗克·普特曼表示：“途易集团很看重海南这个市场，期待与海南在旅游产品升级、客源输送、航线开通等方面加强合作。”

德国中国之旅旅行社、法国杨江旅行社、地中海俱乐部、全法自行车旅游行业联合会等旅行社当场与我省和相关旅游企业达成送客意向协议。通过与三国旅游企业的沟通，我省也与开展中国市场业务的旅游渠道商和批发商初步建立起了销售渠道合作共识，在旅游宣传促销、航线开通和送客计划等多方面达成了初步共识。

三亚旅游委在对欧洲风情街进行现场招商后，德国民间手工艺者团体表示将在今年10月组织民间手工艺艺术家到海南采风；全法自行车旅游行业联合会秘书长克里思谦表示，很关注环海南岛国际自行车赛事，近期将会到海南与相关部门和企业进行更深入的合作洽谈；海南的高尔夫资源优势也吸引不少法国旅行商的关注，他们与省饭店业协会的会员进行商谈，希望通过“机+酒+高尔夫”的产品组合方式输送更多法国高尔夫游客到海南；西班牙旅游有限公司经理张乃安表示，将加强和三亚市旅游的对接工作，针对西班牙市场实际共同创新航线和旅游产品……

——围绕欧洲市场练内功—— 开拓航线、加大国际化改造

“围绕欧洲市场‘今年打基础、明年大启动’的工作目标，我们将进一步推动集中接待欧洲游客的国际化改造示范区的创建工作，加强对海口观澜湖和陵水清水湾作为集中接待外国游客示范区国际化水平提升的指导，在旅游人才培训、旅游服务质量提升、旅游标识标牌改造、旅游交通、旅游公共化服务等方面，围绕欧洲游客需求，加大工作力度。”省旅游委主任孙颖表示，同时还还将加强旅游套餐产品研发，推动景区、酒店、交通等业界进行产品组合，并围绕“康体养生、滨海度假、热带雨林和黎苗风情”等主题进行套餐包装，加大特色旅游产品对欧洲游客的吸引力。

本次欧洲促销对海南免签证政策和民航补贴政策进行了广泛的宣传。当地旅行社纷纷表示直航航线的开通对利用海南独有的签证政策来撬动欧洲客源市场具有至关重要的作用。省旅游委也将推动直航开通和加大香港中转航线宣传力度，双管齐下打通空中渠道，加大客源引进力度。

德、法、西为主的欧洲市场是我省重要的战略性客源市场，需要长期开发和高频率促销。业内人士建议，我省每半年至少参加当地的国际旅游展或举办海南旅游专题推介会，以巩固和维护客源地旅行商的关注和产品投放力度。同时，进一步加大在欧洲市场的广告投放力度，比如在法国、德国游客喜爱的电视频道和纸媒上播放刊发广告；有针对性地在汉莎航空、法航、英航和荷兰皇家航空等欧洲大型航空公司机载杂志投放广告，提高海南的世界“能见度”。



参加推荐会的外国嘉宾。



在德国举行的推荐会。

海南发展健康旅游正逢其时 要想身体好 请来健康岛

观察

■ 本报记者 赵优

近日，国家旅游局、国家卫生计生委、国家发展改革委、财政部、国家中医药局五部门联合印发《关于促进健康旅游发展的指导意见》指出，到2020年，建成一批国际健康旅游目的地，到2030年，基本建立比较完善的健康旅游服务体系，满足群众多层次、个性化健康服务和旅游需求。这是继全国卫生与健康大会和《“健康中国2030”规划纲要》发布之后，我国出台的又一个具体指导医疗和健康服务业与旅游业融合发展的重要文件。海南发展健康旅游正逢其时。

海南优势得天独厚

怡人的气候、良好的环境、清新的空气、新鲜的物产……海南可谓天生丽质，备受国内外游客青睐。2016年我省全年接待游客超过6000万人次，其中冬季“迁徙”海南休闲、养生、养老的“候鸟”人群数量庞大。

近年来，随着解放军301医院海南分院落户三亚海棠湾、海南省肿瘤医院建成开业，一批优质医疗资源丰

富了我省旅游的医疗、养生功能。而博鳌乐城国际医疗旅游先行区手握国家九项支持政策，已达成意向项目涵盖肿瘤防治、干细胞应用、再生医学与抗衰老医学等领域。三亚市中医院提供优质的中医康复疗养服务，受到国外游客的高度评价。

旅游与健康密不可分。有数据显示，2013年全球医疗健康旅游的

产值已经达到了4386亿美元，全球医疗健康旅游产业平均增速9.1%，预计2017年全球医疗健康旅游的产值有望达到6785亿美元。日本体检、韩国美容、瑞士抗衰老、美国治癌症等，已经成为当地医疗旅游的品牌。

专家认为，健康旅游既是医疗和健康服务业发展的一个新方向，也是

其与旅游业融合发展产生的一种新业态，从旅游业自身发展的阶段性特征上看，也是旅游业供给侧结构性改革在产品和业态领域创新发展的重要方向。

“海南有健康岛的品牌，有着丰富的健康资源，是发展健康旅游不可多得的条件。”省社科联副主席陈耀表示。

盘活资源细分市场

有着得天独厚的条件、规模巨大的游客市场、逐渐成型的产业基础，海南如何盘活这些资源，发挥联动作用？

在陈耀看来，我省健康旅游产品大都是医疗企业或是旅游企业顺应市场需求，自觉自发地开发形成温泉康养、中医疗疗、户外运动等不同类型的健康旅游产品，但目前仍停留在对环境资源的简单化利用上。“这就需要我们有针对性地细分市场，根据不同人群开出健康旅游‘药方’，通过精细化的策划、包装，把资源打造为健康旅游产品，形成健康旅游产业体系，发展健康经济。”陈耀说。为此，要在充分的市场研究基础上，将医学治疗和康复疗养与日光、温泉、地热、海滨、森林等旅游资源进行有机结合，形成健康观光旅游、健康休闲旅游、健康养生旅游、健康体验旅游、健康

度假旅游、健康养老旅游等系列化的创新型旅游产品，把健康旅游真正融入旅游生活。

健康旅游，规划先行。为此，专家建议我省出台相关指导意见开发“大健康”产业，把健康旅游作为重要内容纳入其中，在体现海南优势的同时进行全省合理布局，培育开发健康旅游产业的基地、设施、产品、服务等。同时，出台相关扶持政策，以引导产业发展，促进资源整合。

省旅游发展研究会会长王健生认为，海南健康旅游发展需要有地域特色的“品牌标签”，打造具有海南特色的拳头健康旅游产品，并可进行国际输出的“海南style”，以增强产业竞争力。“养生、养老、保健等健康旅游方面的人才培养也至关重要，应纳入议事日程。”王健生说。



外国游客在三亚享受中医疗疗。本报记者 武威 摄

旅讯

亚太最大国际邮轮 在青岛全球首航

据《经济日报》报道：6月3日，亚太最大邮轮诺唯真“喜悦”号在青岛国际邮轮港开启全球首航。

据介绍，诺唯真“喜悦”号是首艘专为中国市场打造的最新型豪华邮轮，总吨位16.8万吨，是目前以中国为母港出发的最大吨位邮轮。青岛国际邮轮港现建有3个邮轮专用泊位，岸线总长度966米，设计最高通关能力每小时3000至4000人次，规划年游客吞吐量可达150万人次。先后与皇家加勒比、嘉年华、地中海等7家邮轮公司合作运营航线达15条。今年，邮轮靠离泊总量将超过100航次。青岛国际邮轮港致力于打造高端服务品牌，先后推出“零散验放、快速通关”“四位一体”查验作业法等邮轮作业通关新模式，每次邮轮作业保证1.5小时内完成。

俄旅游署：将延长 中国游客免签停留期限

据环球网报道，俄罗斯联邦旅游署在“俄罗斯和中国：向新型双边关系迈进”国际会议结束后表示，正在准备签署新版协议，相关决议将成为俄中两国间旅游人数增长的新动力。

俄罗斯联邦旅游署表示，正在准备签署新的协议，涉及缩小旅游团体最小规模以及延长游客在俄罗斯和中国境内免签停留期限。去年，俄中就更改游客停留期限和中国游客团体免入境俄罗斯的数量进行了协商。经协商，免签团体游客数量由5人减少至3人，免签旅行停留时间从2周变为3周。

俄媒称，为了扩大从中国向俄罗斯旅游的人数，两国间现行团体互相免签的协议。根据互相免签渠道来俄罗斯旅行的中国游客数量持续增长。去年来俄的中国游客量超过76万人，比2015年增长了41%。

每年近600万中国人 赴欧洲旅游 消费1500亿元

据中新网消息，携程旅游最新发布的《2017—2018年中国赴欧洲旅游趋势报告》显示，未来两年，中国赴欧旅游规模有望每年达到550万至600万人次，人均消费将超过2.5万元（人民币，下同），旅游消费总额预计达到1500亿元。

报告显示，今年中国赴欧洲旅游全面回暖，第一季度，从携程旅游订单分析，中国赴欧洲旅游人数增长超过100%。其中，跟团游实现113%的高增长，目的地跟团游增速超过200%。预计全年中国赴欧旅游规模有望达到550万人次。

报告显示，中国游客将是欧洲最为主要的消费群体之一，特别是对奢侈品市场十分看重。越来越多中国游客对欧洲的博物馆、文化遗产、美酒美食、乡村旅游等发生兴趣。

从产品选择看，中国人更加追求舒适的体验旅游。中国人的旅游方式一改过去欧洲多国观光的旅游模式，正从“九天十国游”逐渐转向自由行和深度体验游。传统的法意瑞线路仍是主流，占比达38%；一国、两国深度游占比提升到33%；只有12%的中国游客选择四国以上的产品。

报告还发布最受中国游客欢迎的欧洲城市，罗马、伦敦、法兰克福、巴黎、巴塞罗那排名前五，俄罗斯的莫斯科居第六位，东欧的维也纳、布拉格、华沙以及北欧的阿姆斯特丹、赫尔辛基正成为受中国游客青睐的欧洲新兴目的地城市。

76.8%受访者： 景区商品标价虚高

据《中国青年报》报道，上周，中国青年报社社会调查中心联合问卷网，对2002名今年“五一”假期和端午节假日期间出游的受访者进行的一项调查显示，53.8%的受访者认为景区宰客现象和以前一样，32.5%的受访者认为有所好转；76.8%的受访者表示景区内商品标价虚高问题仍普遍，74.1%的受访者表示景区宰客现象会直接影响下次的出行选择。

南京某高校硕士研究生李旸（化名），有一次在景区内购买了号称“打五折”的纪念品，出了景区才发现，外边的原价比里面五折的还便宜一半。

李旸认为，景区内商品价格略高是正常的，但不该由商家随意提高，甚至出现“天价”，“主要是景区管理部门工作不到位。一方面，对景区内的商家审核监督不够。另一方面，游客投诉后景区管理部门并没有积极地去解决相关问题”。

河北省海外国际旅行社总经理王亮（化名）表示，被大家普遍诟病的景区内商品价格高，主要原因不外乎商品经营者需要缴纳一定的进门费或摊位费，导致经营成本高，同时认为游客的钱容易赚，追求较高利润。（李辑）