

年产值70亿元，婚庆旅游成为海南旅游靓丽名片 深挖“甜蜜金矿” 做大幸福产业



■本报记者 赵优 林诗婷
通讯员 谢琛

日前，2017三亚全球婚礼蜜月岛屿论坛在三亚海棠湾开幕，来自20个国家及地区的近200名行业代表欢聚一堂，共襄婚庆行业这一场盛会。婚庆旅游俨然已经成为海南旅游的一张亮眼名片。

近年来，随着旅游业的迅猛发展，婚庆旅游逐渐进入大众视野并越来越受到青睐，极大激发了旅游市场活力。海南拥有得天独厚海岛资源，又有着天涯海角、鹿回头等深厚爱情文化，经过多年市场培育，早已被岛外青年消费人群冠以“蜜月岛”“婚庆胜地”的称号，婚庆旅游的品牌效应正逐渐发挥作用，在为广大爱侣收获幸福的同时，已成为我省旅游的一座“甜蜜金矿”。

海南如何在庞大的市场中深挖“甜蜜金矿”？

“将婚庆旅游放到培育旅游新业态和供给侧结构性改革的大背景下来谋划。”省旅游委主任孙颖表示，婚庆旅游是一个朝阳产业，整个行业正进入发展增长期，大力发展海南婚庆旅游应按“三步走”——

首先，以产品为纽带，扩大上、下产业链的整合，形成一个全新的产业

幸福产业掘金力强

炎炎夏日素来是我省旅游的淡季，但在三亚的海滩上、椰林里，伴随着相机的咔嚓声，随处可见情侣们相互依偎的浪漫场景。

早在2011年，我省就提出了“海南蜜月岛”的宣传口号，正式推出海南婚庆旅游的概念，此后，在全省社会各界的共同支持和努力下，婚庆旅游产业迅速发展起来，并逐渐形成了影响力。“海南蜜月岛”“去海南拍婚纱”“穿着婚纱去三亚”“此夏，两个人的三亚”“爱TA就带TA去三亚”等口

号愈发深入人心。而随着2013年三亚目的地婚礼博览会、2014年三亚婚庆旅游产品发布会、2015年三亚婚礼产业大会、2016年海南婚庆旅游产业大会等各类婚庆旅游主题节事活动，有效地整合了婚庆与旅游两大板块的行业资源、市场渠道和平台建设，使得婚庆旅游市场吸引力、品牌知名度、产业贡献度得到大幅提升。

巨大的“甜蜜蛋糕”也让企业收获

“甜蜜困惑”亟待破题

“婚纱拍摄过程太辛苦了，新娘更衣大都没化妆间、换衣间、洗手间。”业内人士的一句话道出了游客对我省婚庆旅游的高要求。海南婚庆旅游从无到有，从小到大，在产业规模、企业数量、市场效益上取得了长足的进步，但对于这个快速发展的新兴产业而言，产品供给、行业促销、市场秩序和整体

氛围建设等方面的不足也日渐凸显。“韩国济州岛每年吸引众多新人前往度蜜月，当地形成的完整婚庆产业链及成熟的婚庆文化，让该岛蜜月岛的形象深入人心。”省社科联副主席陈耀则认为，多年以来，海南婚庆旅游仍处于自发行为，在旅游行业内并未形成专门的婚庆旅游业态。

硕果，经过多年培育，海南的“爱情圣地”梦想开始照进现实，一批婚礼酒店、婚庆主题景区、婚庆旅游服务公司、婚庆策划企业、婚礼购物企业、婚纱摄影企业得到迅速发展，一大批辅助服务企业如花卉、车辆、服装、艺术设计等得到迅速发展，有效地促进了三亚、海口、琼海、保亭、陵水等旅游目的地的营销，增加了这些城市的综合旅游消费。

婚庆游品牌期待升级版

联盟。紧紧围绕创新升级婚庆旅游产品，打造品牌产品的核心目标，积极推动摄影、住宿、交通、景区等婚庆旅游产品上下产业链各环节的整合，实现整体优化升级。同时，要充分发挥产业链的协调引领作用，指导帮助企业降低运营成本，创新开发新产品。

其次，以示范点城市为引领，拉动周边市县婚庆旅游产业发展，发挥政府职能，推进行业标准化建设，维持市

场稳定。推动婚庆旅游示范点城市建设，以示范点城市为依托，充分整合周边市县特色旅游资源，加快产品升级和线路创新步伐，打造婚庆旅游城市集群，形成整体优势。另一方面，充分发挥政府的引导职能，加快推进婚庆行业标准化建设，同时强化行业运营与监管并重，促进行业可持续发展。

再者，把“走出去”和“请进来”结合起来，创新宣传推广方式，强化国际化

都是选择三亚，近两年则喜欢选择三亚以外的更加私密的地方，例如海口、万宁、陵水，对保密度和私密度提出了更高要求。而婚庆旅游市场发展不均衡显然难以满足游客需求。她呼吁，海南要充分发挥婚庆旅游资源比较优势，加快婚庆旅游产业转型升级，重点打造一系列差异化、特色化的旅游产品。

营销，打造知名品牌。在现有客源结构基础上，继续巩固京津冀、长三角、珠三角等一线客源市场，同时不断开发二线客源市场，吸引更多游客到海南体验婚庆旅游产品。同时，统筹整合全省宣传推广资源，创新宣传方式，推动实现联合营销，特别是不断提高国际化营销水平，合理运用明星效应放大营销效果，推动树立国际知名的婚庆旅游品牌形象。（本报海口7月19日讯）

H 旅游动态

台湾中天电视台
赴琼录制节目
全方位展示海南旅游资源

本报海口7月19日讯（记者赵优 通讯员潘达强）为加大海南旅游在台湾公众层面的宣传推广力度，加强海南旅游资源和产品的宣传介绍，吸引更多台湾游客来琼旅游，省旅游委联合台湾中天电视台制作海南旅游节目。近日，《毕旅去哪儿》摄制组一行来到首站海南槟榔谷黎苗文化旅游区取景，以展现海南优质旅游资源。

“这里的风景很特别，连旅游公厕都是景点！”主持人高高与小胖哥的独特的“开场白”，一下子吸引了游客的目光。为了展示海南民族文化的多样性，节目组的两位主持人以幽默风趣的“情景剧”，通过声情并茂的互动体验，详细介绍黎锦织绣、藤编技艺、竹木器乐表演等海南传统手工艺的人文内涵，用镜头将精彩的画面一一收录其中，为观众展现丰富有趣的民俗体验项目。

据了解，摄制组还将前往三亚亚龙湾热带天堂森林公园、蜈支洲岛、火山头海鲜广场、海口观澜湖度假区、骑楼老街、万宁、琼海等地进行拍摄取材，包含水上运动、特色美食、名优特产、酒店住宿等内容，全方位展现海南优美的景致、优质的旅游资源。据介绍，节目将在9月上旬通过台湾中天娱乐台、综合台、亚洲台播出，届时海南将为当地观众呈现一场独具特色的“旅游大餐”。

首批海南旅游咨询中心入驻澳门 多元化展销力拓澳客旅琼市场

本报海口7月19日讯（记者赵优 通讯员谢琛 林芳凌）日前，首批澳门海南旅游产品展示及信息咨询中心（以下简称“海南旅游咨询中心”）揭牌仪式相继在位于澳门北京街的澳门中国旅行社和中华广场的康泰旅行社举行。据了解，海南旅游咨询中心由海南省旅游发展委员会分别与澳门中国旅行社和澳门康泰旅行社联合打造，旨在展示海南旅游产品，宣传海南旅游形象，服务有意赴琼旅游的澳门民众。

澳门当地旅行商高度认可海南旅游咨询中心的桥梁作用，一致看好海南旅游市场。在澳门旅琼市场深耕多年的澳门中国旅行社董事长方立群表示，海南旅游市场潜力巨大，旅游产品张力凸显，澳门旅行商普遍认为，琼澳直航开通后，大大提高了赴琼旅游的便利性，今明年亚特兰蒂斯酒店和海花岛度假区相继开业后，将进一步放射出海南旅游影响力。随着海南旅游产品吸引力的增强，澳门旅行商将会加大对海南旅游产品的设计和推广。参与仪式的澳门旅行商还建议在澳通过多个媒介载体，拓宽宣传渠道，并提出机票配套酒店的客源输出方案，加大澳门旅琼直航的宣传力度。

全省智慧旅游培训班开班授课

本报海口7月19日讯（记者赵优 通讯员谢琛）为进一步引导和推动智慧旅游目的地的建设，促进全省旅游产业与信息产业的融合发展，提升旅游行业管理和旅游公共服务信息化水平，近日，由省旅游委举办的2017年海南智慧旅游专题培训班在保亭正式开班。各市县旅游委（局）人员及涉旅企业人员共计120人参加培训。

省旅游委一直以来高度重视旅游信息化建设，从旅游电子商务、智慧景区建设、国际推广网站建设及运营等专项重点工作都积极展开了探索和尝试。本次培训旨在引导智慧旅游城市、景区等旅游目的地建设，尤其要在智慧服务、智慧管理和服务营销三方面加强旅游资源和产品开发整合，努力提升旅游行业科技管理和服务水平，创新发展模式，提高旅游从业人员的理论素养，推动旅游业更加健康有序发展。

我省部署全域旅游示范区初步验收工作

本报海口7月19日讯（记者赵优 通讯员谢琛）为深入贯彻落实国家旅游局以及省委、省政府关于创建“全域旅游示范区”的指示和要求，全面推进我省全域旅游建设，确保我省全域旅游示范区正式验收工作的顺利完成，近日，省旅游委在海口召开创建国家全域旅游示范区初步验收工作动员部署暨业务培训大会。

会上，省旅游委副主任陈铁军系统介绍了海南自2016年初被国家旅游局确定为全国首个“全域旅游示范区”以来的创建历程，强调了本次初步验收工作对于全域旅游建设的重要性和必要性，要求各创建单位要从为省委省政府制定下一步全域旅游工作措施提供重要依据的高度，正确对待初步验收工作，切实采取措施确保验收工作落到实处，取得实效。

创新产品满足多元需求 共享思维打造产业链 我省婚庆旅游品牌谋求转型升级

■本报记者 赵优

灿烂的阳光、蔚蓝的海水、洁白的沙滩、百变的礁石、神奇的雨林……这些都是户外婚纱摄影不可多得的背景，我省依靠得天独厚的自然条件成为众多新人拍婚纱照的重要取景地。

随着消费者需求日益多元化，以婚纱摄影行业为代表的海南婚庆旅游也在产品创新和共享思维上谋求转型升级。

多元诉求促进产品创新

“消费者的需求越来越多元化。”对于从事婚纱摄影21年的三亚拓璞柯摄影有限公司总经理习焕宏来说，这是他感受到的最明显的变

化。得益于中国新人消费理念的转变和三亚得天独厚的热带滨海资源，使得以“海滩、海洋、海岛、礁石”等为主题的户外婚纱摄影市场迅速火爆。从原本“服装—化妆—拍摄—

选片—制作”一揽子的打包服务，到如今新人更加注重体验和内在感受，婚纱摄影行业也面临着消费升级和需求多元的冲击。

“如果说80后的婚礼消费需求是服务和面子，那么90后的婚礼消费需求则是体验和内在感受。”中国社工协会婚庆行业委员会总干事史康宁认为，或许有一天当00后在法律层面上领完结婚证，便会两家人亦或是请上好友一起来一场充满欢乐和仪式感的旅行，顺便拍一套结婚照、全家福、闺蜜照，然后发一条朋友圈宣布礼成。

这与习焕宏的感受大致相同：相对于“服装—化妆—拍摄—选片—制作”一揽子的打包产品，年轻的消费者更乐意与自由摄影师进行一场旅拍，玩出真个性的婚纱照。

业内人士所说的体验，不仅仅是五星级的酒店、标准化的婚纱拍摄，如何能够在体验中将情绪愉悦、情感升华才是关键，这种体验要满足趣味性、便利性、订制性、感知性等诸多内容。

以共享思维深挖产业链

摄影机构通常与酒店和景区合作，为岛外游客推出包含住宿、接送、婚纱摄影在内的旅拍套餐。由于个性化旅拍和自由摄影师的兴起，三亚也以“共享”思维建立摄影孵化基地，为赴琼的摄影师和新人提供服装、道具、办公地等。

但如何让新人在海南享受一场真正的婚庆旅游，成为一些婚纱摄影机构开始探索的方向。按照“吃住行游购娱”的旅游六大要素，有些摄影机构通过在旅拍行程中采买餐饮等第三方服务，但由于服务品质参差不齐，导致个别客户对三亚婚庆旅游整体印象大打折扣。

“婚庆旅游需要围绕各个环节的服务，打造体系完善的产业链，开展高效的联合协作，提供一站式、一条龙、个性化服务。”省社科联副主席陈耀建议，本地企业要充分合作，形成资源共享，随时以组合搭配的形式供游客选择。（本报海口7月19日讯）

业内人士所说的体验，不仅仅是五星级的酒店、标准化的婚纱拍摄，如何能够在体验中将情绪愉悦、情感升华才是关键，这种体验要满足趣味性、便利性、订制性、感知性等诸多内容。



婚纱摄影游客自下飞机后在省内的住宿、餐饮、婚纱拍摄、旅游、购物等消费，中端游客消费约12000元/对，高端游客消费约20000元/对，中高端比例约为6:4

本报制图/杨薇



服务读者需求
改善读者体验

欢迎扫描关注海报读者俱乐部