

我省旅游商品斩获多项全国大奖,但仍存在品种有限、知名品牌缺乏等短板

海南味儿旅游商品亟待更多突破

■ 本报记者 赵优

A 9项金奖 “海南礼物”味更浓

虽然已经过去两个多月,但海口骑楼老街食品有限公司总经理杨明哲仍记得当时的兴奋与激动。

两个多月前,首届特色旅游商品博览会与2017中国特色旅游商品大赛在内蒙古自治区包头市举行。省旅游委率各市县旅游委(局)、旅游商品企业等55家单位和企业的100余人组团参展。杨明哲作为海南省旅游商品与装备协会副会长和参展企业代表,随海南团共赴包头。

2017中国特色旅游商品大赛评选活动组委会从全国筛选出1400家企业的1504套(件)、15000余件商品参加现场评审。筛选出的商品包括食品、茶品、饮品、酒类、纺织品、电子设备、电器、陶瓷、玻璃品、金属品、合成品、竹木品、皮毛类、化妆品、个人装备品、鞋帽、首饰、玩具、工艺品、纪念品20个类别。

海南共选送70套(件)旅游商品,海口骑楼老街食品有限公司的骑楼咖啡系列产品便是其中之一。能不能从全国各地琳琅满目的旅游商品中脱颖而出,杨明哲心里并没有底。

经过近40位专家评委一轮轮认真评审,最终,海南选送的骑楼咖啡系列产品、南国椰奶、古椰皂坊手工皂创意DIY系列——皂小毛捏捏皂、黎民“海棠花影”黎银饰品套装系列、椰之情古韵椰风椰壳智能小家电系列、锦绣织贝《锦绣PU》包系列、香岛·琼脂线香系列、海中央沉香护手护颈护脚系列、画黎牌菠萝叶纤维袜系列产品共斩获9项金奖。

杨明哲有些喜出望外,但在业内专家看来,并非意料之外。

陈斌说,海南省获奖商品最大的特点是现代感与海南特色相结合。

“现代感的护手、护脚、护颈产品与海南沉香结合,现代感的电器与海南椰子相结合,现代感的DIY玩具与海南的精油相结合,现代感的服饰与海南的菠萝叶相结合,现代感的防水背包与海南文化相结合,现代感的饰品与海南的手工艺相结合等,充分利用了海南的物产特点,并将文化特色与现代生活紧密结合。海南省获得金银奖数量与浙江省并列第一,金银铜奖总数全国第一,可谓进步神速。”陈斌点评道。

在杨明哲看来,独特的文化资源是海南咖啡的最大魅力。“海南咖啡包含着华侨文化、南洋文化,是海南人的乡愁,我们就是要把海南咖啡的故事讲出来。”杨明哲在不断调配优化咖啡口味的基础上,在产品包装和品牌打造上下功夫——创建“骑楼咖啡”品牌,把充满复古怀旧气息的骑楼老照片印在包装上,同时附上骑楼故事。

对海南本土文化的挖掘利用,也是三亚黎民银坊旅游商品开发有限公司选送的黎民“海棠花影”黎银饰品套装系列在众多商品中脱颖而出原因之一。“许多民族地区都用银制品,但如何体现海南本地少数民族的文化特色?我们把大力神图腾等提炼出来设计银饰图案,并将银饰与具有海南特色的椰壳结合起来做成手链、项链等饰品,在众多银制品中显得别具一格。”三亚黎民银坊旅游商品开发有限公司总经理余贤栋说。



首届特色旅游商品博览会与2017中国特色旅游商品大赛中,充满“海南味儿”的旅游商品受到参展商追捧。 本报记者 袁琛 通讯员 王红艳 摄

B 旅游商品发展的“逆袭之路”

陈斌口中的“进步神速”,背后是我省对旅游商品不断创新开发的探索。

“景区里的小挎包、披肩、手链,是其他地方都能买到的‘同款’”“只要去海边,都是其他沿海地区也有的贝壳、海螺类商品”……曾几何时,游客的“吐槽”道出了海南旅游商品同质化严重、开发和创新不足等尴尬。

“海南拥有众多优质独特的旅游资源,具有庞大的旅游商品消费市场,在发展旅游商品方面有着独特的优势和巨大的潜力。但是,海南旅游商品的开发经营销售一直比较滞后。发展旅游商品是推进海南旅游供给侧结构性改革的一项重要工作,对拉动旅游投资、促进旅游消费、推进旅游业转型升级具有重要意义。同时,旅游商品的开发,还可以促进我省一二三产业融合发展。”省旅游委主任孙颖把我省旅游商品的提质升级作为旅游工作的一项重要内容。

在省旅游委的积极推动下,2016年,海南省旅游商品与装备协会正式成立,架起政府与旅游商品和装备企业间

的桥梁,连续两年举办商品大赛并积极走出去参加促销,为旅游商品业界构建起交流学习、资源共享的平台;同时,省旅游委还创建了“海南礼物”旅游商品平台,将海南旅游小商品整合成“海南礼物”大品牌进行整体营销宣传,扩大“海南礼物”的品牌影响力;此外,成立国家旅游商品研发中心海南联合研发基地,助推海南引进国内外丰富先进的旅游商品产业经验,并对接全国各地旅游商品的“产、学、研”进行整体研发……

省旅游商品与装备协会秘书长赵立春感触很深。“两年来,省旅游委多次举办旅游商品培训班,邀请专家走进来,极大地扩展了我们的视野,打开了我们的思路。”他仍记得专家的一句话:一切皆可成为旅游商品。

随着社会、经济、科技的发展,以及人们旅游习惯和旅游观念的转变,旅游商品早已不局限于纪念品、工艺品、农副产品,旅游过程中的消费品都可成为旅游商品,关键是看什么样的旅游商品能让游客乐于消费。

举办旅游商品大赛,无疑成为释

放和激发业界创新活力的重要举措。

2016首届“槟榔谷杯”海南旅游商品创新创意设计大赛暨旅游商品评选活动是海南首次真正意义上的省级旅游商品评选活动,此次活动中,椰子面膜、槟榔LED灯等体现海南地域特色的旅游商品令人耳目一新;中国旅游商品创意设计大赛海口主题赛中,火山石滚轴足底按摩器、火山巧克力等抓人眼球;“南国杯”2017海南省第二届旅游商品大赛暨参选首届中国民族旅游商品大赛,新品占参赛商品的大多数,黎家祖母艾草护理系列、沉香护手护颈护脚系列等产品备受关注。

“2016年旅游商品大赛共征集实物类参赛作品280件,2017年已经跃升至650余件,说明我省旅游商品开发虽然起步晚,但进步很快,旅游商品开发的产业化、组织化程度不断提高。省旅游商品与装备协会在组织企业研发、创新、营销等诸多方面都发挥了积极作用。”省旅游委开发处相关负责人表示。

C 小微企业面临发展困境

生产企业具有一定的品牌影响力外,近些年少有新的名优品牌出现。

其他旅游商品企业虽然都有各自品牌,但是知名度和影响力相对不足。这些分散在全省各地的小微企业在旅游商品的研发、生产和销售中大多处于自我摸索的阶段,难以形成优势互补和资源整合的集群效应。

海南爱心椰雕工艺品有限公司总经理张必弟已经和椰子壳打了6年交道,从椰壳雕刻做起,带动周边残疾人在家门口就业,企业逐渐发展到100多人的规模,但目前仍处于作坊式的生产模式。在公司位于琼海市龙寿洋国家农业公园的一处椰雕工作室,记者看到,在一堆堆椰壳原材料的包围中,工作室只有简单几张工作台。“由于椰子原料的特殊性,我们很难做到规模化流水线生产,大都是手工加工的方式,即便有大的订单,也实在没有能力接。”张必弟说。

和张必弟一样,余贤栋也感同身受——除了研发和生产,更难的是产品的推广和销售。

由于规模受限,在资金周转和产



海南爱心椰雕工艺品有限公司的师傅正在制作椰雕产品。

本报记者 袁琛 摄

品营销方面,小微企业都面临不小的压力,要想在激烈的市场竞争中站稳脚跟,仍显得心有余而力不足。

扫码看动深读

(见报当日8时更新)



海南日报客户端



南海网专题

视频拍摄:袁琛
视频剪辑:王诗童

