

这个国庆黄金周

新亮点闪耀海南旅游市场

核心提示：

今年十一黄金周，海南自驾游、家庭游、度假休闲游依旧表现抢眼，全域旅游产品不断丰富、“旅游+”提升假日热度、新业态新产品受热捧。海南日报记者注意到，得益于琼乐高速开通、景区项目推陈出新以及丰富的文化旅游产品，我省全域旅游多“点”发力，涌现出旅游消费新亮点。

琼乐高速通车带旺中部旅游 旅游“洼地” 注入新客流

■ 本报记者 赵优

“国庆黄金周接待游客量超1.3万人次创下新高，在中部景区中表现亮眼。”对于景区取得的突破性成绩，五指山红峡谷景区副总经理李雄发觉得是意料之外，情理之中，“可以说，是新开通的琼乐高速带来了更多客流。”

雨林、山谷、梯田、云瀑……海南中部地区拥有得天独厚的旅游资源，多年来由于交通不便，游客较少，成为我省旅游“洼地”。

对此，李雄发深有感触。“之前，从海口来的游客要走东线高速再经琼中走山路翻越阿陀岭来到景区，路上就要花费4个小时。”他告诉记者，如今，琼乐高速通车，游客只要2个小时就能到达景区，既省时又方便。

今年的国庆黄金周，正值琼乐高速开通后的第一个节假日，五指山漂流爬山探险项目、红色旅游田园观光路线格外受游客青睐，自驾游、家庭游增长迅速，全市旅游业各项指标再创新高。

假日期间，为更好地体现游客参与性和惠民性，五指山红峡谷开展了异彩纷呈、



牙胡梯田。李树林 摄

形式各异的节庆活动，成为游客、市民嬉水玩闹的好去处。10月3日，景区不仅迎来了五指山的吉祥物“仙萌大圣”，也迎来了客流高峰，单日接待游客人数2356人。“很早以前就听说过五指山、听说过红峡谷，但因为路途较远，一直没有机会过来玩。”海南大学大三学生李泊声和同学趁着假期第一次来到五指山，享受山谷间的漂流之旅。景区新推出的“勇者之路”项目设计十个关卡，每一关都给游客带来挑战的快感。

海南日报记者了解到，黄金周期间，五指山红峡谷景区散客量占游客总量7成，岛内游客特别是海口市民自驾游成为主力。“针对岛内自驾游客，我们围绕新开通的琼乐高速策划宣传活动，比如游客在朋友圈发布琼乐高速上的沿途美景，就有机会获得抽奖机会等，希望琼乐高速这条旅游路发挥更大效益。”李雄发说。

借助琼乐高速，牙胡梯田也正在走出深闺。被誉为海南第一梯田的牙胡梯田成为此次黄金周里五指山乡村旅游的一大亮点，“稻浪”翻滚的梯田深受游客和摄影爱好者欢迎，国庆期间游客爆增。据统计，10月1日至10月7日，五指山市共接待游客10.52万人次，同比增长15.84%，实现旅游总收入4070.43万元，同比增长16.92%。

业内人士表示，琼乐高速极大缩短海口、三亚等地到我省中部地区的时空距离，从而吸引大量游客到中部地区旅游休闲度假，促进中部地区旅游资源的开发，助力海南全域旅游发展。

“受益于大大缩短的路途，海口已有不少旅行社将五指山红峡谷漂流产品从周末发班改为每天发班。目前景区正在建设山体观光栈道，‘勇者之路’项目也将更加丰富，我们将加大景区在我省一日游市场的宣传，充分抓住琼乐高速开通的利好。”李雄发表示。



10月5日，游客在五指山红峡谷漂流景区体验山地漂流的乐趣。 本报记者 武威 通讯员 刘培远 摄

我省新晋多个“网红打卡地” “爆款”景点催生旅游新热度

■ 本报记者 赵优

“就是奔着这个悬崖观海秋千来的”“打卡网红酒店的天际无边泳池”……这个国庆黄金周，我省多个景区和酒店成为网友的短视频主角，形成了滚雪球式的传播，一个又一个的“爆款”景点在吸引了众多游客前来“打卡”的同时，也带动重点旅游景区再升温，催生了旅游新热度。

设在离地面300米高的悬崖之上，8道保险锁扣、9重保险、150°最大摆弧、高度8米，最大摆径20米……“呀诺达雨林文化旅游区的悬崖观海秋千在假期受到网友追捧。“我们在网上看到视频就特意从海棠湾赶过来体验，拍了不少照片和视频，马上发出去分享了！”来自重庆的游客李濛说，秋千荡到最高点时身体完全在悬崖之外，仿佛冲上云霄，十分刺激。

除了三大主打项目“踏瀑戏水”“高空滑索”及“丛林穿越”外，景区新增设的悬崖观海秋千、雨林探险魔屋、喊泉等体验项目齐上阵，其中网红悬崖观海秋千成为不少游客必体验项目，像李濛一样专门来打卡的游客不在少数。

在多样化、碎片化和视听化的网络时代，短视频新媒体成为我省景区营销新形式。“在新媒体营销互动性日趋强化的客观要求下，景区时刻鞭策自身做好内容，不断提升服务质量打造独具特色的高标准服务团队，结合自身特色资源以及市场创新趋势挖掘开发新产品。”呀诺达雨林文化旅游区市场宣传部经理曹传佳说。

国庆期间，槟榔谷黎苗文化旅游区非

遗村、甘什村、田野黎家等七大文化体验区以及“赛隆奥”旅拍项目不断丰富民俗体验度，亲子、情侣、老年游客群体纷纷穿上黎族服饰，在专业摄影师的指导下，一边感受黎族春米、挑山栏、爬槟榔树等特色民俗，一边拍摄不同风格的艺术大片，享受“做一回黎家人”的乐趣。

除了游客喜爱拍摄短视频，景区的讲解员也热衷于上传景区内好玩有趣的景点和项目，让更多的游客了解海南之美。“我们景区有180多名讲解员，90后占70%，几乎人人都玩抖音。也正是因为这个平台让我们景区近20多名讲解员爆红，深受游客喜欢。”海南槟榔谷黎苗文化旅游区负责网络宣传的潘达强告诉海南日报记者，景区讲解员的视频一开始是被游客上传到网络上，没有想到有些幽默风趣的讲解员一下就火了。小吴就是槟榔谷黎苗文化旅游区的“网红”讲解员。“起初，我拍短视频仅仅是为了娱乐，没有想到竟然受到网友追捧，目前关注度最高的一条视频不到7天就有3356万的观看量，77.8万的点赞量。”能够参与景区营销当中，小吴十分开心。

在三亚亚龙湾热带天堂森林旅游区，该景区新开辟的大佛石全景玻璃栈道备受游客热捧。游客漫步在海拔450米高的玻璃栈道上，可尽揽亚龙湾山海连天的美丽风光，不少游客到此感受凌空而行的浪漫与刺激，该景区也成为我省又一个“网红打卡地”。据悉，受益于新项目带动，国庆黄金周期间，该景区接待中外游客9.96万人次，同比增长达95.11%。



国庆黄金周期间，游客在三亚亚龙湾热带天堂森林旅游区玻璃栈道游览。 本报记者 武威 通讯员 黄庆优 摄

尽显多元文化特色 海南文化旅游 很“走心”

■ 本报记者 赵优

品文化历史、享休闲生活。这个黄金周，深度民俗文化体验成为我省旅游的亮点之一。从出游时间来看，我省短线产品呈现明显的散客化趋势，自驾游、家庭自助游、探亲访友等成为主流。同时，游客出游观念从观光游览向休闲度假转变，更加注重身心放松、休闲体验，而不是紧锣密鼓地走马观花。丰富多样的文化体验，让旅游很“走心”。“这条街历史悠久，建筑很有特色，我们特意跑过来感受一下。”10月5日，海口骑楼老街受到央视《朝闻天下》的关注报道，来自湖北的游客周先生在镜头中展现出对骑楼老街的喜爱之情。现场，“海南八音”民俗表演的演出队伍，演员年龄上到80岁下至8岁，引得许多游客驻足观看。

观澜湖电影公社也推出了“盛世庆典，乐游公社”活动。1942街、南洋街、芳华小院内轮番上演街景魔术、川剧变脸等各种街头表演，还有“大师巡街”等巡游活动，游客可以和演员互动合影，也可以在“芳华小院”为祖国书写祝福。大至一街一院、小至一砖一瓦，皆按照历史资料复原，呈现出二十世纪百年间中国城市街区的变迁，给游客打造“穿越”感十足的沉浸式体验。黄金周期间，电影公社接待游客5.5万人次。

以独特地质地貌闻名的海口火山口也打出了文化牌。随着来自海南各市县、各高校、武术馆和龙狮协会的15支代表队激烈角逐，“火山口公园杯”2018海南省舞龙舞狮公开赛暨龙狮争霸赛在黄金周落下帷幕。舞龙舞狮作为中国历史悠久和文化底蕴深厚的民族传统体育项目与火山文化和民俗文化相结合，让游客感受到海口旅游、文化的独特魅力。

骑行感受千年火山古村落，万年火山溶洞在美丽乡村的掩映下散发着古今穿越的独特气息；漫步老街时光，游遍水巷口、老街戏院、天后宫、时光回廊和海南票证博物馆等知名景点，逛庙会、烧香祈福，品市井百态，追寻老海口人斑驳的记忆……越来越多的游客趁着假期休闲度假，了解本地文化。

既有走秀，又有歌唱；既有摄影展画展，又有文创市集……琼海市博鳌东屿岛旅游度假区“嗨岛文创市集”10月1日开集，包括博鳌之美摄影展、博鳌传奇手绘展、海南风情插画展、黎锦文化产品展及本土文化产品展等6大展区。“博鳌东屿岛艺术展”展出艺术作品的同时，请艺术家现场创作，文创市集、艺术展、文艺演出等活动吸引了大批游客前往。

逛了博鳌，一些游客选择住在潭门。“在这里，有千年渔港，有耕海故事，别有情趣。”游客陈琳选择入住潭门镇石碗村的民宿，感受别样的渔家体验。

“假日期间，民宿一直是满房状态，房间早早就被预定完了。”民宿“无所·归止”老板符名林度过了一个十分忙碌的黄金周。

■ 案例分析

应对游客减少挑战，内外结合出新招，优化客源结构 传统景区求新求变

■ 本报记者 苏庆明

刚结束的国庆长假，陵水黎族自治县分界洲岛旅游区共接待游客4.06万人次，同比减少约2万人次；但其中散客3.3万人次，同比增长20%，占比超过八成。

国庆长假的表现，折射了分界洲岛近来的发展状况。近年来，该景区遭遇市场挑战，但从去年来实施的一系列举措，优化了客源结构，提升了发展效益。景区方面认为，从国庆长假客源情况看，景区此前做的调整是科学有效的。

“走出去”提升知名度美誉度

今年上半年，分界洲岛上岛游客为94.95万人，与去年同期相比减少22.2万人，减幅为18.95%。

分界洲岛旅游区总经理符胜说，与三亚海棠景区相比，分界洲岛所处的陵水知名度不高，客源有限，成为景区的困扰。因此，分界洲岛积极主动融入“大三亚旅游圈”，走出去揽客。

首先是解决交通不便的问题。景区自购多辆大巴车开通往返三亚市区、陵水动车站、陵水县城的专线。去年12月，该景区又配合三亚市公共交通集团开通三亚火车站至分界洲岛的“城际3号”旅游公交线路。

为更全面展示景区资源和形象，分界洲岛主动寻求媒体、旅游机构等大平台合作，积极参加国内外的各类旅游推介会，借力各类大型活动赛事及影视节目的影响力，提升景区的知名度美誉度。

在不久前由人民网舆情数据中心发布的“2018上半年全国5A级旅游景区综合影响力排行榜TOP50”名单中，分界洲岛榜上有名。

标准化管理强化“内功”

“如果游客体验不好，知名度再高，未来发展也难以继。”分界洲岛旅游区副总经理彭雄康说，以前景区运营没有标准化，服务流程减少走样时有发生，遭到不少游客抱怨。为此，分界洲岛下定决心用旅游景区5A标准及旅游标准化来规范运营管理。

据了解，该景区在国内率先制定《潜水服务标准化流程》，切实做到使潜水服务有标准可依。这种主动加“紧箍咒”、方便游客监督的流程，使得潜水服务投诉明显减少，在今年春节黄金周及这个国庆长假，该景区潜水项目的游客投诉基本为零。

据介绍，在日常管理上，“让标准成为习惯，让习惯符合标准”成为景区的一个重要的行为管理准则。该景区自2017年12月全面启动标准化创建工作以来，通过专家组授课、旅游标准化示范单位考察学习、员工标准化培训与考核等方式，进一步强化了景区员工服务水准。

求质胜于求量

从去年5月1日起，分界洲岛主动大幅降低散客门票（含过渡船费）价格，淡季价格为128元/人次，旺季价格为132元/人次。

今年上半年，分界洲岛接待游客量虽大幅下滑，但散客比例明显上升，散团比例为4:6，客源结构得到进一步优化；同时主营业务较去年同期增长8.51%。

“我们正从高速发展逐步调整为高质量发展。”符胜表示，分界洲的运营结构持续优化，运营的稳定性、协调性及抗外力的韧性在增强。

国庆黄金周，分界洲岛推出“鲎鱼互动”项目，成为长假旅游市场的新亮点，吸引了不少人气。这是该景区主动创新业态的一次尝试。

“市场变化和自身的调整，都给景区带来了一定的挑战。”符胜表示，提升服务质量、创新业态模式，从来都是旅游的发展之道，分界洲将持续在这方面下功夫。

■ 旅讯

黄金周出境游有变化 泰国最火美国遇冷

据中国旅游新闻网报道，随着国庆假期的结束，中国出境游的游客们纷纷返程。虽然只有短短七天，但他们已经为世界不少国家和地区的GDP做出了不小贡献。

8日，携程发布报告显示，国庆有来自全国100多个出发城市的旅游者，通过预订各类出境游度假产品，到达全球近100个国家、1000多个目的地城市。中国“十一”国庆变成了全球黄金周。

携程报告显示，2018国庆长假假期人排名前十的出境目的地国家和地区依次是：泰国、日本、中国香港、越南、新加坡、中国台湾、韩国、印度尼西亚、马来西亚、美国。受台风“潭美”影响，此前预测排名第一的日本被泰国赶超。

值得注意的是，相比去年国庆，排名前两名的泰国、日本没有变化，中国香港排名从第6名上升到第3名，而美国从第5名下降到第10名。

据了解，香港排名上升主要受广深港高铁开通的利好。中国铁路12306消息，广深港高铁票开售仅一天，多地“十一”黄金周首日赴港票已售空。而随着广深港高铁的开通，多地赴港也更加便捷。