

“滴!”

扫码、刷脸、入园,3秒之内一气呵成。这是我省自5月1日起启用旅游年卡后,游客所能感受到的最直接的便利。相比全年无限次畅游22家景区,旅游体验的提升,成为不少游客更为看重的因素。而这,也是我省一些传统旅游景区寻求突破的方向,从门票经济转型升级为消费经济,挖掘消费新需求,打造高品质旅游产品,为海南建设国际旅游消费中心贡献力量。

2018年底,国家发改委发布《海南省建设国际旅游消费中心的实施方案》,提出要积极培育旅游消费新业态、新热点,提升高端旅游消费水平,推动旅游消费提质升级,进一步释放旅游消费潜力。

刚过去不久的“五一”小长假,我省各景区交出了不同的成绩单。成绩单背后,有共识,有疑惑,也有更多期望。



↑三亚海昌梦幻海洋不夜城已成为不少游客晚上休闲的首选。



→三亚·亚特兰蒂斯丰富的旅游体验吸引了众多游客。

A

传统单一观光型景区吸引力正减弱,游客量增长触及「天花板」

在海边感受撒网捕鱼的乐趣,和朋友租一艘游艇出海……在今年“五一”小长假期间,越来越多的游客热衷于在海南寻找新鲜玩法和独特体验。

来自陕西的郭佳妮就是这样一位旅游达人。在她看来,景区不再是游客的唯一选择,“景区去过一次就行了,没什么新东西,动辄100多元一张的门票,一家人玩一趟1000元就没了……”

但另一面,我省各大景区在“五一”小长假中依然开启了“人海”模式。不可否认,传统旅游景区依然掌握着核心和优质的旅游资源:美丽的海岛、奇异的雨林、有价值的人文……

在业内人士看来,虽然小长假的游客数量多,但不少景区受到接待瓶颈限制,短短几天对全年的收入贡献实际较弱。

实际上,目前国内大多数景区的游客增长已经到达“天花板”,趋于平稳甚至下滑,游客再增长的空间十分有限。在2018年上市景区的财报中,也反映出了这一担忧:张家界等一些旅游景区的旅游营收和利润都出现了大幅下降。

海南也未能独善其身。“旅游者由原来以景区观光为主逐步转变为休闲度假游,旅游活动空间更大。旅游产业的内部结构也由初期以景区为主逐步转变为多业态并重。特别是随着全域旅游的深入推进,旅游活动和旅游产业的发展空间得到了极度放大,给传统单一观光型景区带来了很大的竞争压力。”中国海洋学会海洋旅游专业委员会副会长陈耀认为,海南传统景区游客数量增长已经动力不足。

据海南省旅游景区协会秘书长苏群透露,今年一季度,全省5个5A级景区中,有4个景区接待人次同比下降,降幅最大的接近20%。4A级景区中,大部分景区接待量也出现下降。

我省一些传统旅游景区已经感受到危机。2017年,南湾猴岛游客接待量逾100万人次,成功进入海南旅游景区排行榜的前十名。“但我们清醒地意识到猴岛生态旅游不仅面临着巨大的压力和挑战,而且面临着如何实现新的跨越的问题。”海南陵水猴岛旅业发展有限公司董事长张杰说,当前猴岛的发展面临诸多困境,如已经开发的生态旅游产品渐趋老化,周边新兴景区的崛起加剧了市场竞争……诸多问题亟待破解。

B

打造国际旅游消费中心,亟需更多高品质旅游产品让人艳羡的景区「黑马」

传统景区吸引力不足,但游客的消费能力却在增长。

今年“五一”小长假期间,来自西安的吴茜带着孩子在三亚·亚特兰蒂斯度过了一个愉快的假期,“我的微信朋友圈被刷屏了。”

在三亚·亚特兰蒂斯,“失落的空间”水族馆让吴茜一家人体验了一次神奇冒险之旅,“水世界”让孩子流连忘返,吴茜也完成了“海神之跃”这一“网红”项目的“打卡”。

三亚·亚特兰蒂斯由复星旅游文化集团投资建设,作为一座集度假酒店、娱乐、餐饮、购物、演艺、特色海洋文化体验等丰富业态于一体的旅游度假综合体,自2018年开业以来成绩单十分亮眼:全年营收7.52亿元,到访客人320万人次;今年春节期间(2019年2月4日至2月19日),营收约1.5亿元。

“海南自然禀赋好,区位优势好,加之政策不断开放,环境不断优化,需要引入更好的旅游产品以补充现有旅游产品的不足。如果只有中低端产品,那么打造国际旅游消费中心或将显得力不从心。”复星旅游文化集团董事长兼总裁钱建农说,“三亚·亚特兰蒂斯将开发更丰富的休闲度假内容,吸引更多旅游消费。”

除了三亚·亚特兰蒂斯,没有围墙、不收门票、24小时营业的三亚海昌梦幻海洋不夜城,成为吴茜一家人此次海南之行的另一大惊喜。

“园区内的环球风情演艺、花车巡游一下子就把度假狂欢的气氛烘托出来了,飞行影院、欢乐剧场、三亚之眼·海上摩天轮等项目,由游客自主选择消费,很多项目都排起了长队。”在吴茜看来,毗邻海棠湾各大酒店的三亚海昌梦幻海洋不夜城是游客晚上休闲的好去处,其欢乐休闲的气氛,以及将游乐、餐饮、购物、演艺等产品融为一体的形式,非常容易吸引游客消费。

今年1月才开业的三亚海昌梦幻海洋不夜城,在“五一”小长假期间,成为三亚景区中的一匹“黑马”:4天接待游客4.45万人次,仅次于千古情和南山。

“不同于其他主打自然风光、主题公园的传统景区,我们提出‘三亚是个不夜城’这个概念,将三亚海昌梦幻海洋不夜城打造成一个美食游乐世界,开启开放式街区,实行菜单式消费,满足游客全天候的休闲娱乐需求。”三亚海昌梦幻海洋不夜城总经理李洪峰说。

在业内人士看来,正是这种开放式的运营模式,吸引了巨大的流量,从而带动更多旅游消费。

这和西湖景区有着异曲同工之妙。2002年,西湖景区成为全国第一个免费开放的5A级景区,打破了以往依赖门票收入的旧模式。免费开放西湖,不但使得游客人数大幅增加,而且游客逗留时间也得到延长,综合花销持续增加,带动了景区乃至杭州市宾馆、餐饮、交通等行业的发展。

从门票经济转型升级为消费经济,正成为越来越多景区的共识。数据表明,旅游产业链效益约为门票价值的7倍。

当游客量增长已触顶,该拿什么来刺激旅游消费?

旅游年卡背后的景区考量

■ 本报记者 赵优

C

传统景区亟须转变固有思维,培育旅游消费新热点 什么才是核心吸引力?

但要打破固定思维,并不容易。

“五一”小长假期间,郭佳妮和朋友去文昌某一景区,希望在天亮之前登山欣赏海上日出,却被告知景区9点才营业。这种被拒之门外的感觉让郭佳妮十分扫兴:“比起几十元一张的门票钱,我愿意花更多的钱在山上露营看海上日出。”

“在这样的背景下,景区改革势在必行。景区的转型升级,也是旅游产业的供给侧结构性改革。”海南呀诺达圆融旅业股份有限公司常务副总经理聂世军说,如今,海南旅游景区面临同质化的现象,无外乎两个选择,要么拼价格,要么拼个性化、品质化的产品,后者无疑是更佳的选择。“培育旅游消费,旅游项目的核心吸引力是关键,这必须结合自身资源,将优势发挥到极致,同时准确把握和挖掘游客的内在需求。”

2008年开园至今,呀诺达先后推出踏瀑戏水、雨林露营、真人CS、雨林滑索、悬崖秋千、玻璃观景平台等项目,而多数项目都是根据游客需求的变化策划推出的。目前,门票收入仅占呀诺达景区总收入的30%,二次消费占比超过50%,经营业态和模式更加良性。

旅游产品和旅游服务是否具有核心吸引力,亦是游客是否愿意消费的关键。

上世纪九十年代,南湾猴岛和东郊椰林、东山岭、天涯海角一起被称为海南旅游的四大名片。原本,这些传统景区对郭佳妮并无吸引力,但因为呆呆岛的出现,让她“种草”(网络用语,意为受其他人推荐影响,也喜欢上了某事物)了南湾猴岛。

“我经常在网上看到呆呆岛,它现在是在‘网红地’,很多人专门去那拍照‘打卡’。”郭佳妮说,位于南湾猴岛景区的呆呆岛,不仅拥有蓝天碧海和洁白的沙滩,还有粉红巴士、白色老爷车、七彩沙滩椅、泡泡屋、秋千等清新文艺的道具,已成为不少人旅游“打卡”的胜地。

为打造综合性旅游目的地,2017年,南湾猴岛开始由“猴”向“海”战略转移,打造属于南湾猴岛特色的“慢生活”和“呆文化”,拥有原生态沙滩的呆呆岛成为南湾猴岛二期项目,成为又一IP(知识产权)。得益于旅游新产品的推出,今年春节黄金周期间,南湾猴岛在游客接待量同比下降10%的情况下,仍然实现了旅游收入的持平。

“打造更多可供游客选择的旅游产品,提升服务水平,增加游客多元化体验,才是推动景区旅游消费提质升级的必由之路。”苏群说,传统景区亟待转变固有思维,突出优势,打造更多高品质的差异化产品。

陈耀建议,相关部门还需进一步做好景区周边配套,提供更多社区化服务,增加游客停留时间,这也将有助于培育旅游消费新业态、新热点。

(本报海口5月16日讯)



↑5月1日,海南旅游年卡在各大景区启用。

←三亚特龙湾热带天堂森林公园推出的玻璃栈桥成为“网红打卡地”。(本版图片均由本报记者 武威 摄)

融媒·延伸

扫一扫看视频 旅游景区转型升级

