



## 海南加快旅游基础设施建设

本报记者 刘 静

海南省开启了建设自由贸易试验区和中国特色自由贸易港的征程,旅游基础设施建设的步伐正在加快。

“建省办经济特区之初,海南省没有一条高速公路,公路运输主要靠3条老国道,等级低、路况差、危桥多,混合交通严重,通行能力严重不足。从海口到三亚通常要跑上一整天的时间。”4月20日,海南省交通运输厅副厅长姚建勇接受记者采访时介绍说。

他表示,建省30年来,海南交通实现了从瓶颈制约到基本适应的跨越,从尘土飞扬的乡间土路到四通八达的高等级路网,从吱吱作响的牛车到安全舒适的环岛动车和豪华大巴,从简陋的机场和小码头到现代化的繁忙空港和海港的巨变。

“我国第一个海上机场项目——三亚新机场填海工程;全球第二座七星级标准酒店——海南海棠湾红树林费尔蒙酒店;全球规模最大的单体免税店——海棠湾国际免税购物中心;总投资额约200亿元的海南国际旅游岛先行试验区等一大批重点工程,相继‘盛开’。”参与海南旅游基础设施建设的中国铁建海南指挥部副指挥长陆强说。

2011年11月,海南省将黎安片区确定为国际旅游岛试验区起步区。那时候的陵水黎安镇还是一个贫困、闭塞的小渔村,基础设施几乎是空白。短短几年时间,如今的黎安已然旧貌换新颜。

记者在作为海南“百镇千村”建设工程和先行试验区内的重点项目之一的黎安海风小镇看到:一幢幢具有民族风情的漂亮建筑已经建成,将打造成民宿等旅游设施。

长影海南“环球100”主题公园工程,是海南省目前投资规模最大的文化旅游项目,是海南和吉林两省的重点工程。主题公园中最大的园区——中国区建筑造型独特,寓意深远,由沙漠绿洲、楼兰塔、郑和宝船、博物馆等六个区域十九栋建筑以及博物馆组成,寓意陆上丝绸之路和水上丝绸之路,充分体现了国家“一带一路”倡议。

“这个电影主题公园是建在废矿区上的。”据中国区的建设者介绍,“今年5月中国区主体工程就将完工,计划今年10月1日正式开业。”

2017年9月,海南省吊罗国家森林公园公路改造项目实施一度陷入停滞状态。在离计划工期仅剩3个月的情况下,中国铁建海南指挥部组织精干队伍火速进场,克服了山区通行条件差、施工场地狭小等困难,如期完成施工任务。

去年底,吊罗山旅游高速公路建成通车。这条路的建成不仅“激活”了吊罗山旅游资源,提升了海南热带森林旅游品质;也有效填补了海南省唯一获评全国森林旅游示范县的市县——陵水县的旅游短板,让旅游休闲与生态保护完美融合。

随着400米的路面试验段铺筑完成,连接海南省文昌航天中心和博鳌论坛会议中心的唯一一条快速公路通道——文昌至琼海高速公路全面进入路面沥青施工阶段。

据介绍,由于文琼高速跨越海南人民的母亲河万泉河,建设者们始终对环境问题零容忍,钢平台施工过程中采取增设细砂隔离油污;桩基施工过程中采取技术手段和现场措施,严格防止泥浆渗漏,并及时将废弃泥浆运至弃浆场进行环保处理。

在海棠湾国际免税购物中心,记者看到,这里的游客熙熙攘攘,络绎不绝。这个全球知名的免税购物天堂,是目前全球最大的单体免税店,也是国内外游客来琼购物的首选和必经之地,海南省的旅游新地标,这里有300多个国际品牌入驻,强力拉动海南旅游业开发建设。

姚建勇告诉记者:“十三五”期,海南省大力推进“交通+旅游”供给侧结构性改革,积极谋划环岛旅游公路建设,把沿海12个市县、1个国家级开发区及50多个旅游景区、度假区有机串联,将环岛旅游公路打造成为珍珠项链和传世之作,与国际机场、环岛高速、环岛高铁共同构建“快进慢游”的旅游综合交通网络,为美好新海南建设提供新动力。



## 海南推进港航基础设施升级工程

本报讯(记者吴雪君)记者从前不久召开的海南全省港航工作会议上了解到,未来三年海南将重点推进港航基础设施升级工程,有序推进“四方五港”整合建设和转型发展,为海南建设自由贸易试验区和推进中国特色自由贸易港,建设海运强省打好基础。

近年来,海南港航服务功能及支撑作用日益凸显,“四方五港”功能布局进一步完善,港口吞吐能力不断增强,但对标建设自由贸易试验区和中国特色自由贸易港、海洋强省等战略还存在许多不足和问题,如沿海和内河航道高等级航道缺乏,双向航道、深水航道几乎没有;港口在基础设施、集疏运体系建设等方面还比较落后,在向技术密集型 and 知识密集型港航业的升级换代方面还存在明显差距。

今后三年,海南省将有序推进“四方五港”整合建设和转型发展,推动琼州海峡港航一体化建设,今年计划投资15亿元用于加快推进马村港等港口基础设施及集疏运体系建设,全省港口货物吞吐量力争突破2亿吨大关。为适应全域旅游对水上旅游运输的新要求,提升水运发展品质,今后三年海南省将加快促进传统航运向水上旅游和高端服务业转型,推动海南邮轮游艇产业发展和海上旅游航线开发,高品质、高标准打造1000海里环岛海上旅游黄金水道。

国内旅游市场呈井喷式发展,渐成拉动经济增长的主力军,但旅游业仍面临品牌同质化现象严重、附加值低等问题

# 旅游业升级面临“成长的烦恼”

本报记者 李 国

清明小长假刚过不久,“五一节”接踵而至,不少上班族、学生党早就开始“摩拳擦掌”,5月,适逢春末夏初,天暖气清,且处于旅游市场传统意义上的淡旺季过渡期,具有相当高的出游性价比,也因此成为大多数消费者心目中的“上半年旅游黄金假期”之一。

“旅游业的发展不仅能给人们带来美好生活,更是拉动经济增长的主力军。”文化和旅游部党组副书记、副部长李金早曾表示,过去五年是中国旅游产业高速发展阶段,旅游业在推动经济动能转化方面的拉动效应明显,其不仅带动航空、餐饮、酒店各行业蓬勃发展,甚至对于制造业发展的影响也不容小觑。

价格上涨依然要出游远方

“今年‘五一’的出游价格比去年上涨了差不多两成。”日前,记者从重庆市多家旅游公司获悉,今年五一小长假期间,自由行、跟团游的预定同比增长了20%左右。

据同程旅游度假事业部销售运营部负责人介绍,目前已开始进入旅游旺季,航运紧张,因而机票价格涨幅较大,同时高铁沿线城市的火车票也比较紧张,预计旅游线路价格涨幅大概在30%左右。

仅从机票价格来看,相关数据显示,今年五一期间出境游的往返含税机票平均价格上涨了6%,比如现在购买五一期间从北京出发往返东京的机票,直飞航线含税机票价格已攀升至8000元以上。

“受签证等因素影响,目前小长假期间大部分出境游线路已停止收客,短线出境游余量也所剩不多,因此跟团游的价格有所上浮。”重庆一旅行社负责人均说,近些年来,重庆成了“网红”城市,客流量增加了好几倍,由于重庆旅游景区的接待能力并没有随之提高,因此很多景区的酒店、就餐等价格都有所上涨。他还称,由于客流量过大,洪崖洞今后或许将以收取门票的方式限流,届时,或将带动一大批“网红”景点收取门票,这也会让游客出游的成本有所增加。

“我已经做好出去旅游的准备,价格上涨也在预料之内,并且涨幅也在能够接受的范围。”多位准备外出的重庆市民坦言,自2018年元旦开始,大



的节假日外出旅游的成本均高于往年,但这并不能阻挡他们利用难得的假期去追寻“诗和远方”。

“互联网+旅游”成为经济增长新动能

“在2017年,和家庭或是朋友结伴共计旅行了11次,今年还会考虑去更多的地方。”重庆市民刘女士说,国内的热门景区基本上都走遍了,等五一节过后,她和家人会考虑国外游。

采访中,记者发现和刘女士一样爱好旅游的人不在少数。在李金早看来,当前人民已经走过吃饱穿暖的温饱阶段,向寻求美好生活的目标迈进,作为消费领域的重点产业,旅游业的业绩即是人们美好生活的指标,也是经济增长的新动能。

数据显示,过去五年是中国旅游产业高速发展阶段,2017年国内旅游人数5001亿人次,比上年同期增长12.8%,比五年前增长了69.1%;全年实现旅游总收入5.4万亿元,是2012年的2.1倍,年均增长15.1%。初步测算,全年全国旅游业对GDP的综合贡献为9.13万亿元,占GDP总量的11.04%。旅游直接就业2825万人,

旅游直接和间接就业7990万人,占全国就业总人口的10.28%。

此外,记者还注意到,在“互联网+”时代,关于旅游产业在今年政府工作报告中还有另一个表述即“2018年要发展壮大新动能,多领域推进‘互联网+’”。

“互联网与传统旅游业的深度融合发展已成为不可阻挡的时代潮流。”业界人士解读称,这一表述对于旅游行业来说,就是要实施并运用“大数据”“互联网思维”。

有数据显示,当下90%的出游游客通过网络和手机客户端进行相关数据搜索,50%以上的游客通过在线及手机客户端预订旅游产品。以出境游为例,2017年每5个中国出境游客中,就至少有1位是在网络平台上进行预订。

“随着我国旅游市场的主力消费人群转为‘80后’‘90后’甚至‘00后’年轻人,在线旅游市场渗透率会进一步提升。”重庆多位旅行社的负责人认为,现代旅游产业高度依赖大数据、人工智能等来满足大规模旅游活动的需求,未来“互联网+旅游业”也将成为推动经济增长的新动能。

时代发展驱动消费升级,旅游业从高速增长到优质发展转变

## 休闲旅游日渐兴起

本报记者 吴泽思

4月20日至22日,第十四届海峡旅游博览会及2018中国(厦门)国际休闲旅游博览会在厦门国际会展中心成功举办。本届展会除了产品热卖之外,温泉、木屋、共享汽车、游艇体验、VR体验、泡泡屋、机器人互动等各种新颖休闲业态集聚,给市民游客带来美好体验。

作为该次旅博会的重要活动之一——2018中国(厦门)国际休闲旅游论坛也在这期间举办。论坛上嘉宾指出,2018年,旅游业将迎来前所未有的变革时代,时代发展驱动消费升级,旅游业从高速增长阶段转向优质旅游发展阶段,休闲度假和体验式产品构成了增量市场。

诗和远方的选择

“只有三天的假期,不想去远方。最好找一个休闲的地方,住下来,安静地享受。”对今年的“五一”假期,福州市民罗云有着自己的盘算,“多花点钱没事,追求的就是一种品质。”

记者了解到,如今随着生活品质的提升,越来越多人在选择旅游时不再是观光旅游,而是更高品质的休闲游。在福建武夷山,迎合这种休闲游的民宿越来越火爆。“五一期间,刚好遇到采茶季,外地的许多游客选择住下来,细细品味茶山、茶园、采茶、制茶韵味。”武夷山一家民宿的老板告诉记者。

福建省漳州算闽南比较独特的一个地方,美丽的海湾,沧桑的明清老街,闲适慢生活,让人流连忘返的还有那地道的闽南古早味。而近年来,越来越多的外地游客前来休闲游,“精品民宿产业也越来越红火,假期更是生

意旺季。小而美的精品民宿,需要提前抢订”。

目前,旅游产业逐渐分化为两个方向:一是观光型旅游产业,二是以休闲度假为主的乐趣型旅游产业。在过去的几十年里,观光型旅游产业一直占据主导地位,但过于密集的旅游人口降低了旅游的舒适度,走马观花式的观赏使绝大多数游客无法享受旅游带来的乐趣。

“展望未来,我们相信休闲旅游业会走向一条更健康、更有特色、更具吸引力的发展道路。”世界旅游城市联合会副秘书长单位代表JTB集团交通公社新纪元国际旅行社有限公司董事总经理石毛二郎在国际休闲旅游论坛上指出,品质休闲游越来越受到消费者欢迎,休闲度假成为了月入超过万元人民币和出境旅游频繁人士出游的主要目的。

中国旅游协会休闲度假分会会长、世界旅游城市联合会首席专家、全国休闲标准化技术委员会副主任魏小安也表示,未来的休闲生活将是“好吃懒做”图舒服、好玩玩好求快活、娱乐刺激迫极限、共享休闲成主流。“休闲的未来,休闲生活成为主体,休闲追求无穷无尽,休闲品质不断提高,休闲文化好玩玩好。”

产业的兴起

中国会展业奖产业交易会秘书长朱立文认为,随着经济社会发展,休闲经济已进入寻常百姓家。休闲和休闲产业呈现产业生态化、个性化、包容化、生活化、服务的标准化等趋势,在以人为本的时代下,休闲是新的生活、新的生产和新的文化。

实际上,近年来,各地都在大力推进发展休闲旅游产业,有个体形式,有中小企业形式,有混合制

形式。具体表现为乡村村落形式、田园园区形式、景区形式、农家乐等形式。也涌现了一些知名的乡村休闲旅游点,如江西婺源、河南重渡沟、陕西梁家河、浙江莫干山、北京长城脚下“国际村”、四川郫县、贵州雷山千户苗寨等。

福建省着力“生态美”,深入实施生态建设战略,全省许多地方生态良好,环境优美,同时具有古朴民风的乡村,民宿休闲旅游产业发展前景十分看好。4月12日,在尤溪县汤川古溪星河休闲旅游度假区项目建设现场,挖掘机、运输车等机械往来穿梭,100多名工人正在进行古溪餐厅、室外游泳池建设,为冲刺“五一”试营业加班加点。

在福州市琅岐经济区,今年将盯住全域旅游开发这一重大项目,开创琅岐国际生态旅游岛大开发大建设的新局面。今年将开工42个项目,其中招商(产业)项目11项,基础配套项目31项目。

福建武夷山五夫镇准备投资8亿元,着力打造朱子文化生态园这一文化旅游综合体。作为文化生态园的一部分,目前朱子雕像及广场已经建成,每年举办的朱子文化节开展得如火如荼。

不少地方的休闲旅游产业已经收到不错的回报。2017年,泉州接待游客5474.49万人次,同比增长21.4%;实现旅游总收入843.81亿元,同比增长28.7%。在众多游客中,过夜游客2839.73万人次,同比增长21.4%,占全市旅游总人数比重51.9%。

敏锐抓住客户需求

虽然前景看好,但目前我国休闲旅游产业还相对落后。经营理念相对滞后,跟不上消费的需求,特别是缺乏专业经营管理人才,一些休闲旅游产品忽



略了消费者的体验,少了个性化需求,往往成为前期投资大、回报周期长的产业形象工程。

“大同化”让消费者产生审美疲劳,众多样式雷同的休闲旅游产品缺乏吸引力。对此,业内人士指出,休闲度假是顺应当前旅游产业和旅游消费升级的一种旅游新产品、新模式、新业态。休闲旅游小镇的建设,应当注重对当地传统文化的挖掘、保护、继承与发展。要抓住地方性与唯一性,打造出独特吸引核,形成富有吸引力的城市风貌与城市品牌形象。

体验学创始人、安徽工程大学体验产业学院执行院长薛保红博士指出,旅游产业要通过主题创意、活动互动、场景演绎、体验制胜创造新模式,从传统旅游思维转向体验旅游思维,从游客体验出发,以游客为中心,敏锐抓住客户的需求。

据了解,当前国内绝大多数旅游景区,仍然以门票收入作为其经济支柱,旅游商品、娱乐、餐饮等业态带来的弹性收入不高。作为升级版的休闲旅游,仍然没有实现从门票经济向产业经济的转变。因此,应鼓励大力整合区域内这些有形和无形的新资源,发展旅游新业态,有效延长游客的停留时间,拉动游客的多元化消费。另一方面,应大力加强旅游产业链各环节之间的联系互动。

福建省人大代表杨冰表示,应“求精不求急”地形成生活性服务产业链式发展。加强培训指导力度,提高专业化运营能力。开展“互联网+”运营、政策扶持等方面的培训,提升旅游产业品质,把旅游产业做强做大。

# 新电商平台发力细分市场背后

事实上,拼多多的崛起,恰恰说明了一个问题,即商品消费市场是复杂的,不同层次消费群体,都有他们的需求,不同价位的商品,各有各的市场。拿实体商家领域来说,在同一个城市内,知名品牌集中的大型商场,以及众所周知的小商品商场,都有其消费群体。在薄利多销的前提下,一家小商品商场的营业额和利润额,不见得会逊色于同等面积的大品牌商场。

但是,在消费者心中,不论是实体商场还是电商平台,一个商品品牌,皆有其定位人群。当知名电商平台品牌定位逐渐“中高档化”之后,低价市场自然会有后来者进入,攻城略地。

更为关键的是,随着三四线城市和乡镇农村的互联网消费崛起,这些地域的消费群体,对于小件低价商品的需求非常庞大,形成了新的市场蓝

海。拼多多瞄准的就是这一消费群体,中国电子商务研究中心的监测数据显示,其65%的消费群体来自三四线城市,来自一线城市者只有7.65%。北上广深人口再集中,总计也不过7000多万人,三四线城市和乡镇农村庞大的人口,孕育着巨大的消费市场,这一市场不能因为远离互联网热点城市就被忽略。

任何一个品牌,都不可能将所有层次的消费群体全面通吃,卖场亦然,不论其是在线上还是线下。拼多多的成功带来的启示是,电商平台并非完全没有新入局者的发展空间,关键在于在细分消费市场上取得优势。而对于大型互联网企业而言,最好的应对之策并非试图“通吃”所有行业,而是应该通过投资控股或内部创业等形式,发展针对不同消费市场的新品牌。毕竟,消费者不是看谁家

规模大就选谁家的商品或服务,而是看谁家提供的更符合自己所需。

其实,不只是电商平台如此,其它互联网领域亦然,阳春白雪和下里巴人各有所爱,不论其提供的是实际商品、文化产品还是其它服务,就好比同样是看视频,有人喜欢B站,有人钟情快手一样。市场瞬息万变,企业之间的市场份额竞争也是如此,如果能在自己的分类市场中深耕发力,真正了解并满足消费者需求,没有什么事情是不可能发生的。

