



打造亲子度假目的地 三亚开启旅游体验季

本报记者 胡拥军 文/图

10月31日至11月4日,三亚迎来一批来自美国、德国、英国、韩国、瑞士、新加坡等8组国家和地区的亲子度假KOL家庭。他们不远万里来到三亚,就是为了参加一场精彩的国际亲子度假KOL体验季5天4晚活动。国际亲子游达人们在三亚期间,通过对三亚的吃、住、行、游、购、娱方面的体验,深度感受三亚旅游服务,给三亚亲子度假评分并提出建议。达人们分别入住三亚local的海韵酒店和国际品牌酒店开维·凯宾斯基酒店。入住期间,达人们对客房服务、美食、亲子设施等方面都有着较高的评价。来自美国Nelly认为三亚的酒店非常舒适,价格便宜环境优美,私家沙滩也非常美,人很少,很适合和孩子在这里享受度假时光。

三亚亲子度假 Facebook 网页上线

11月1日,三亚亲子游的 Facebook 网页: Sanya Kids 上线仪式在三亚海韵酒店举行。该网页旨在为更多来三亚的国际游客提供帮助和服务,本次活动的国际亲子游达人们在三亚畅享亲子度假乐趣的同时,通过网站、微博、微信、专题页面等平台以图文形式实时分享度假体验,向目标受众推荐三亚亲子度假游,传播三亚城市形象。

据介绍,经过数年的精心打造,三亚已成为国际知名的亲子度假目的地之一,酒店、景区、旅行社等



三亚亲子度假 Facebook 网页上线。

涉旅机构纷纷与亲子教育平台、航空公司等跨界合作,推出“三代同游”、“一价全包”等多样亲子度假产品,吸引众多家庭游客关注。为进一步提升三亚国际亲子度假胜地的知名度,活动主办方三亚市旅游协会表示,未来将通过打造三亚亲子度假品牌活动,大力推广三亚优秀的亲子产品,突出三亚旅游资源的优势,让更多的游客将三亚作为全中国、乃至全世界亲子度假的首选目的地。

活动期间,国际亲子游达人们抵达槟榔谷和大小洞天进行参观体验,在游览过这两家景区后,他们表示,除了美丽神秘的热带自然风光和了解海洋文化之外,景区的亲子设施完善,带着孩子游览一点也不辛苦,徒

步或者坐游览车都可以。主办方还特地安排了海帆会亲子帆船体验活动,教练们用英语给孩子们进行帆船知识的培训。孩子们和爸爸妈妈一起畅游在三亚美丽的海滨,来自台湾的达人孙小美说:她带着孩子们去过很多国家旅行,三亚的亲子游体验是最棒的,真是亲子度假天堂,全球首选。

此外,达人们还来到了三亚刚建成的三亚市民游客中心进行参观,了解三亚知名景区、酒店、租车等旅游服务的情况。三亚市旅游委副主任王菲菲说,三亚非常欢迎世界各地的家庭来度假,通过国际亲子游达人的体验和传播,有效推动三亚亲子游产品的服务品质,让国内外的家庭都能

喜欢三亚。

酒店变身亲子乐园

亲子度假已经成为国人的生活方式,也让全年气温适合亲子游、国际酒店众多可选、海滨沙滩设施齐全、亲子服务国际化的三亚受到了游客们的关注和喜爱。

在三亚湾海韵酒店,国际亲子游达人们和孩子一起激情体验特别设计的“沙滩欢乐汇”、“蓝丝带海洋保护活动”、“古城寻宝”等丰富多彩的亲子互动。父母与孩子一起在“沙滩欢乐汇”活动中,一起制作环保创意贝壳手绘画作品,然后通过拍卖、兜售等方式,筹集资金用于海洋保护公益事业;“蓝丝带海洋保护活动”带领孩子们参观蓝丝带海洋保护宣传长廊,播放海洋保护宣传片,并授予孩子们“小小海洋卫士”的称号,培养孩子们的环保意识;“古城寻宝”透过一张特制的景区藏宝图来寻访一座充满传奇的文化古城,让孩子感受活灵活现的三亚历史与文化。

三亚旅游协会秘书长赵宽介绍,家庭亲子旅游是三亚针对游客开发的主要旅游产品之一,与婚庆旅游、会展旅游一样,是三亚近年来着力打造的特色度假产品之一,其发展在国内也处于领先地位。今年三亚的亲子游产品开始朝着多元化、人性化发展,除了有结合了海滨度假特点的产品外,同时也融合国际教育、时尚运动、度假休闲等多种受到家庭喜爱的形式。



16家中亚地区 旅行商考察三亚

本报讯(记者 胡拥军)日前,来自哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、吉尔吉斯斯坦、阿塞拜疆等中亚地区国家16家旅行社以及媒体代表考察团在三亚开展为期8天的旅游资源考察踩线。在考察期间,旅行社代表一行对三亚的大东海、亚龙湾、海棠湾、三亚湾等四大湾区主要酒店以及南山、千古情、南田温泉等景区景点,海棠湾国际免税城进行考察体验,深度感受三亚良好的度假环境与丰富的旅游资源。

三亚市旅游委负责人表示,三亚作为中国最热门的滨海旅游度假目的地,与哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、吉尔吉斯斯坦、阿塞拜疆等国家的旅游资源存在较大的差异性互补性。三亚作为海南国际旅游岛建设的排头兵,不断出台新的旅游政策、开发旅游资源、改善旅游环境,形成了较为全面的旅游产品和服务体系。目前,三亚正在向“中国一流,世界知名”的国际化热带滨海度假目的地迈进,三亚希望通过本次推介会能与中亚地区国家旅行社加强旅游方面的交流与合作,让中亚地区国家的民众了解三亚,认识三亚,喜欢三亚,并进一步创新旅游产品,优化旅游环境,更好地服务入境游客市场。

考察期间,三亚还举行了专场旅游推介会,向嘉宾们详细介绍了三亚地区酒店、景区等旅游资源和特色旅游产品。

除了中亚地区国家的旅行社代表外,三亚同时还邀请了哈萨克斯坦知名杂志《Forbes Kazakhstan》(哈萨克斯坦福布斯杂志)主编、记者2人一同考察体验。期望通过当地知名媒体的传播,将在三亚采访的相关旅游信息、拍摄的相关资料图片,回国后在杂志上刊登,这样会更加有利于三亚旅游市场的宣传,扩大三亚影响力,共同推动三亚入境市场的发展。

三亚金秋游 最美“夕阳红”

重阳节过后,中老年游客出游海南悄然升温。近日,各地众多“夕阳红”中老年团队纷纷涌入三亚,在宜人的气候中休闲度假。南山景区日均迎客1万余人次,景区内处处可见“夕阳”欢歌,中老年游客边感受长寿文化、佛教文化,边尽享迷人的热带风光。图:“夕阳红”游客在南山景区游览。

陈文武 胡拥军 摄



呀诺达景区董事长张涛 入选“2015中国年度 休闲贡献人物”

本报讯(记者 黄世峰 通讯员 曾小穆)日前,在2015中国(国际)休闲发展论坛在杭州举办,经推选委员会举荐和网友票选,海南呀诺达雨林文化旅游区董事长张涛入选“2015中国年度休闲贡献人物”。

呀诺达雨林文化旅游区位于保亭黎族苗族自治县,距离三亚市中心35公里,整体规划面积45平方公里。这里曾经是一片荒山野岭,张涛带领着管理团队利用7年时间将这里打造成为一处家喻户晓的国家5A级旅游景区,使之不仅成为中国唯一地处北纬18度的热带雨林景区,也成了国际旅游岛重要的形象窗口、全国森林旅游的典范。

据了解,本次评选活动旨在寻找我国休闲领域的领军人物,以领军人物的优秀事例和独特见解,为我国休闲事业的发展提供思考。此次入选2015中国年度休闲贡献人物,呀诺达雨林文化旅游区董事长张涛倍感荣幸。

其实早在去年七月底,张涛就曾以“生态保护者”代表“生态休闲业”入围了“中国休闲30人”。他所领导的呀诺达雨林文化旅游区,现已成为全国生态休闲、森林旅游的标杆,荣获了海南省水土保持示范园、全国休闲农业与乡村旅游五星级景区、全国旅游系统先进集体、国家文化产业示范基地等众多荣誉,是联合国教科文组织“善行旅游”项目启动点和调研点,并在2012年初被评为国家5A级旅游景区。2012年个人荣获国家级荣誉“全国五一劳动奖章”。

“中国(国际)休闲发展论坛”由中华体育文化促进会、《小康》杂志社、杭州市西湖博览会办公室共同主办,是中国最早的以休闲为主题的国家级大型论坛,现已成功举办八届,成为中国最为瞩目的休闲盛事。论坛开办初期是由中共中央机关刊《求是》杂志社批准创办的,由《求是》子刊《小康》杂志社发起主办。

景区举行 消防应急演练

本报讯(记者 胡拥军)11月2日下午,大小洞天景区组织100多名员工在该景区二号停车场举行突发性火灾应急救援演练。由该景区负责人组成的演习领导小组负责指挥本次演习,指挥现场作业,协调各部门之间的运作,部署现场救援力量。这次消防应急演练内容包括启动旅游景区消防应急预案,进行现场消防报警、扑灭火灾等,整个演练活动达到预期效果。演练前,景区保安部详细介绍了火灾现场的处置措施,紧急疏散逃生方法及灭火器的原理和具体操作步骤。演练中,景区员工模拟面对火灾,按照灭火步骤,沉着冷静地用灭火器对准火焰根部,将燃起的浓烟大火迅速扑灭。演练结束后,景区对此次消防演练进行了点评。要求全体员工继续保持高度的安全防范意识,熟练掌握有关安全知识技能,确保景区消防安全工作万无一失,切实给广大游客提供一个安全、舒适、健康、和谐旅游环境。

中国游客海外“疯购” 为何愈演愈烈

财富品质研究院发布的《中国奢侈品报告》显示,2014年中国游客人均境外购物消费达632美元,为全球最高,主要是奢侈品消费。难怪有人把“中国大妈”的购买力,作为影响黄金、奢侈品等价格的重要因素。

尽管不时出现黑店宰客、假货被骗等负面新闻,但依然难以阻止中国游客海外购物越来越疯狂。“疯购”背后有哪些推手?非理性因素又有几何?记者近几年海外旅游、购物的亲身经历或许能管窥一斑。

最疯狂的场景出现在意大利佛罗伦萨的奥特莱斯。爱马仕、普拉达、路易威登……中国游客成群结队进入各大奢侈品店,疯狂购买皮包、服装、鞋子等各种名牌产品,以至于你要付款还需排队半小时以上。

数百家茅台抢购一空。究其缘由,最初只是“国外茅台保真且价格便宜”的传言。究竟为何保真,便宜几何,多数游客却说不清楚。

意大利导游阿坚见证了中国人海外购物从“土鳖”变身“土豪”的全过程。阿坚20多年前从国内移民到意大利,现定居罗马,一直从事中国游客导游服务。阿坚说,改革开放后,来欧洲的中国游客最初主要是跟团,且商务团居多,购买的也是以纪念品和电子产品居多。后来,自由行的多了,购买奢侈品也成为一种风尚。如今,除了一些传统名牌,很多游客开始追逐设计师品牌等小众奢侈品。

毫无疑问,中国游客海外购物背后有一些理性因素。考虑价差、打折、退税、汇率等因素,在海外购买奢侈品比国内一般可以便宜30%至50%,有的甚至更多。随着国人对奢侈品的需求上升,海外消费自然“水涨船高”。

跟风、攀比等一些非理性因素也在助长国人海外购物潮。随着中

国人的钱袋日益鼓起来,除了衣食住行等必需品消费,炫耀型消费、减压型消费和跟风型消费等日益流行。在经常带团出境旅游的导游小宁看来,很多人本来并没有购买宝石、手表等奢侈品的打算,但在导游鼓动和团友带动下,往往进行高额消费,有的还没回国已经开始后悔。

更令很多“老外”不解的是,很多中国人出国旅游“吃得省”,买东西却“大方得吓人”。因为在一些国人看来,大老远去国外玩一趟,不买一些东西带回来似乎“有点过不去”。

海外豪购背后,是中国人日益快速走向世界脚步。2014年,中国出境游人数首次突破1亿,巩固了世界最大出境旅游市场地位。随着“出国玩一趟”日益变成百姓寻常事,相信国人的境外消费会逐渐变得更加理性。

(据《经济参考报》)

