

亚龙湾热带天堂森林旅游区

电话: 0898-38219999 转公园营销部
0898-38238888 转度假村营销部

网址: www.ylwpark.com

三亚市召开创建文明旅游评选活动总结表彰大会

50家文明先进旅游企业获表彰

蜈支洲岛等10家企业将5万元奖金转赠贫困大学生

本报讯(记者 胡拥军)7月20日下午,三亚市创建文明旅游暨“文明旅游景区”、“文明旅游饭店”和“文明旅行社”评选活动总结表彰大会在市委党校召开。大会对三亚市文明旅游创建工作暨文明旅游企业评选活动进行了总结,并对50家先进旅游企业予以授牌表彰。当天活动出现了令人感动的一幕,获得表彰的蜈支洲岛、天涯海角、盛达国际旅行社、银泰阳光度假酒店等10家旅游企业将5万元奖金捐赠给了三亚市特殊教育学校、贫困应届大学生等单位和个人。

市委常委、宣传部长尚林出席会议并致辞。他表示,在此次“五大文明创建”活动中,当文明旅游创建的覆盖面最广、声势最强、效应最明显。通过文明旅游企业评选活动,在业界营造良好的文明旅游创建氛围,进一步加强旅游行业精神文明建设,优化旅游环境,提升三亚软实力。尚林期望获表彰的文明旅游企业要做得更好,为三亚的“创文巩固”助力,更要建立文明旅游的长效管理机制。

大会上,受到表彰的共有优秀文明旅游企业11

家,文明旅游企业39家。其中“优秀文明旅游景区”3家、“优秀文明旅游饭店”5家、“优秀文明旅行社”3家、“文明旅游景区”6家、“文明旅游饭店”26家、“文明旅行社”7家;此外,11家“优秀文明旅游企业”分别获得5000元现金奖励。

据介绍,此次表彰大会之前,获评优秀文明旅游企业主动提出要将获奖奖金用作慈善捐赠,大会特别设置了“获奖企业奖金公益捐赠仪式”环节,共有蜈支洲岛、天涯海角、南山景区、盛达国际旅行社、港中旅、康泰旅行社、银泰阳光度假酒店、喜来登度假酒店、山海天万豪酒店、京海国际假日酒店10家“优秀文明旅游企业”向三亚市特殊教育学校、贫困应届大学生等单位和个人,捐赠5万元爱心善款。

三亚蜈支洲岛旅游区副总裁杨晓海分享了他们在文明创建工作过程中的经验、收获和感悟,并表示一定坚持将文明旅游创建工作作为一项长期性常态化的工作来做,深入贯彻落实好文明旅游企业各项标准,表达了获评企业对于发挥好文明典范和行业标

杆榜样带头作用的决心。

市旅游委负责人表示,通过三亚市创建文明旅游暨“文明旅游景区”、“文明旅游饭店”和“文明旅行社”评选活动总结表彰,形成了行业标杆,树立了行业典范,文明旅游企业捐赠奖金支持公益事业的做法更令人称赞,相信未来必将带动更多的优秀旅游企业积极参与到三亚文明旅游创建工作中来,使旅游行业精神文明建设、旅游环境和公民文明旅游素质得到进一步的强化和提升,从而推动三亚“创文巩固”,加快三亚国际化热带滨海旅游精品城市建设进程,建设美好新三亚。

三亚市创建文明旅游暨“文明旅游景区”、“文明旅游饭店”和“文明旅行社”评选活动由三亚市委宣传、市文明办指导,市旅游委主办,市旅游协会承办。市委宣传部、市文明办、市旅游委、市工商局、市总工会、市共青团、市妇联、市文体局、市旅游警察、市旅游协会等单位相关负责人,以及各旅游企业代表共150余人与会。



台湾参访团在南山举行两岸和平祈福法会

本报讯(记者 胡拥军 通讯员 陈文武)近日,80余名来自台湾地区的海南参访团,在三亚南山景区举行“两岸和平祈福法会”,祝愿两岸和平发展、同胞幸福安康。海峡两岸关系协会副会长孙亚夫、中国国民党中常委、台湾民意代表黄昭顺参加。

祈福法会由智空法师主持,他在祈福文中表示,两岸本是一家,和则万世共享。祈福同胞如意吉祥,家庭安康;祝愿琼台合作,两岸和平,民族复兴,国运昌盛。

祈福法会结束后,该参访团还一起游览佛教文化胜地三亚南山文化旅游区,参观金玉观音世尊,瞻仰108米海上观音,深为南山佛教文化繁盛赞叹。

12日至15日,台湾高雄里长参访团一行,先后前往海口、琼海、保亭、三亚等市县,参访了博鳌乐城国际医疗旅游先行试验区、博鳌亚洲论坛永久会址、槟榔谷黎苗文化旅游区、南山文化旅游区等,增进对海南发展的认识与了解。此次参访团来访,应海南省台办的邀请,是海南建省以来一次较大规模的参访交流活动,希望借此增进台湾同胞对海南岛经济社会发展、城市面貌、生态文明建设的了解,加强琼、台两岛民间交流。

天涯海角景区开展党员活动日



本报讯(记者 胡拥军)为进一步推动“两学一做”党员实践活动的深入开展,7月18日,天涯海角党委组织240余名党员、职工和志愿者开展以“卫生大清洁 党员当先锋”为主题的“党员活动日”,对景区内的环境卫生进行清洁打扫。

当天上午,党员、职工及志愿者们拿着竹耙、扫帚等工具清洁景区沙滩、生态停车场、天岭公司码头、景区国道公路两旁以及亚运会点火台山体道路等区域范围的枯枝落叶、白色垃圾等垃圾杂物,由于景区受到今年第四号台风“塔拉斯”的风雨“洗礼”,景区区域内的残枝断木、淤泥、垃圾等随处可见,清洁工作量大,党员充分发挥了不怕脏、不怕累的奉献精神,不放过任何死角和淤泥痕迹,经过3个多小时的共同努力,确保了景区正常旅游秩序的快速恢复,给游客提供休闲、舒适和清新的旅游环境。

上图:员工们对景区内环境卫生进行清洁打扫。 本报记者 胡拥军 摄

呀诺达雨林文化旅游区获央视《厨王争霸》选拔赛金奖

本报讯(记者 黄世峰 实习生 雷文钰)近日,由省商务厅、省人力资源和社会保障厅、省总工会联合主办的2017央视《厨王争霸》走进海南系列活动选拔赛暨2017年海南省技能大赛(烹调项目)成绩出炉,海南呀诺达雨林文化旅游区代表队凭借精湛的烹饪技巧荣获本次厨王争霸选拔赛一枚金奖和两枚铜奖。

2017央视《厨王争霸》走进海南系列活动选拔赛高手云集,集中了海南省18个市县200多家酒店餐饮企业的300多位行政总厨(厨师长)和优秀厨师代表参赛。选手们利用海南丰富的海鲜水产品及特色农产品各显身手,烹制出各式各样别具匠心的精品美食,火热角逐海南厨王。

在强手如林竞争激烈的厨王争霸赛中,呀诺达景区代表队酒店后厨唐国森选手创新具有呀诺达热带雨林风格的作品《群鱼戏虾》和《果醋玉米鱼》以优异的成绩获本届厨王争霸选拔赛金奖,呀诺达选手陈理、王龙分别荣获选拔赛铜奖。

据了解,本次大赛于7月17日—18日举办选拔赛,选拔赛中成绩优异的选手,将于7月20日—31日在海口参加央视《厨王争霸》总决赛并进行录制。决赛于9月30日起连续十期在央视2台播出。



三亚湾生态恢复好 俄罗斯游客乐休闲

7月19日上午,三亚湾凤凰岛附近海滩,不少俄罗斯游客在整洁的沙滩上休闲漫步、晒“日光浴”。近年来,三亚将三亚湾原生植被保护及生态恢复工程纳入了城市“双修”重点项目中,使三亚湾的自然生态环境得到良好改善。如今的三亚湾,椰风海韵,风景如画,不仅是游客休闲度假的聚集地,更成为市民休闲健身的好去处。

本报记者 袁永东 摄

借势中国旅游品牌节 蜈支洲岛旅游区 全面推进知名品牌创建之旅

本报讯(记者 汪慧珊 胡拥军)如何塑造和传播旅游品牌?如何解决当代旅游产业面临的问题?7月14日—16日,2017第五届中国(安徽)旅游品牌节在安徽合肥滨湖新区召开,国内众多旅游大咖齐聚合肥,共话中国旅游品牌未来之路。海南5A景区三亚蜈支洲岛旅游区副总裁杨晓海受邀参加本次5A景区品牌峰会,代表蜈支洲岛发出品牌声音,和全国5A景区掌门人齐聚一堂,在全域旅游大背景下共话品牌,共论如何更好打造“全域旅游目的地品牌”。

作为此次品牌节10大系列活动之一,在“安徽旅游品牌峰会”上现场嘉宾面对面对话,从不同视角对旅游品牌打造进行深度解读,传授品牌突围实战经验。作为“纯海岛”旅游品牌的代表,三亚蜈支洲岛旅游区副总裁杨晓海受邀分享蜈支洲岛品牌创新发展之道。蜈支洲岛在发展中,立足于“边保护边开发”的发

展理念,以游客为本,重转型升级、结构调整,现已发展为全国最全的海上娱乐运动俱乐部,可承接大型海岛拓展运动活动。蜈支洲岛在构建海岛型旅游产品“全域化”的立体模式的同时,也在打造“智慧景区”旅游产品创新发展新模式的道路上越走越远,越走越顺利,拓展海岛型旅游产品“旅游+”的延伸空间。在随后的颁奖仪式上,该旅游区荣获“2017向游客推荐的全国十大5A景区品牌”,实现文化与旅游深度融合,品牌化的推进升级也为蜈支洲岛旅游区品牌提升注入新的元素。

据介绍,2017第五届中国(安徽)旅游品牌节内容丰富、阵容强大,办会规模、品质、创意均在业内首屈一指,已于6月16日在人民日报社召开新闻发布会,同时专注“旅游品牌”这一话题,聚焦切合旅游市场发展大势,誉为“中国旅游品牌奥斯卡”,因而备受青睐。

“城市名片”别老换

鲁云

来养生”。也有的因为提出原口号的领导“出事”了,继续用下去不光彩,巴不得去去晦气。总之,去旧换新里,多有“长官意志”的影子。

如果以十年的维度观察,“城市名片”的内涵也在变化。十年前多是千篇一律的面孔,内容是“农业稳市、工业强市、科教兴市”等语句的排列组合,踏踏实实却少有特色。再往后,变成了“某某崛起的新高地”之类,以经济为中心简洁有力。这几年,“城市名片”的个性和美感明显增强,电视上播放再配以优美画面,人文色彩浓郁。这说明,“城市名片”的口号正在淡化功利色彩,朝着更为超脱、深化和个性的方向转变。

从“一张名片”到“一个品牌”,并不是没有成本的,也不是短时间内就能树

起来的。许多地方为推广“城市品牌”,不惜开发布会、做大广告牌、在电视黄金时段“轮番轰炸”。结果挖空心思想出来的妙语,还没来得及及入脑入心,就偃旗息鼓另起炉灶,这确实很浪费。多变的“城市名片”效果适得其反,会让地方“面孔”变得模糊不清。往深了说,这折射出一地定位的摇摆和缺乏“一任接着接一任干”的笃实。若非如此,“新瓶装旧酒”的广告词,改来改去不过是一个意思,还换啥?

好的“城市名片”尊重历史着眼未来,它合乎两种人的眼光和审美:本地人和外地人。有些历史形成的、当地群众约定俗成的“城市名片”,不能别出心裁轻易动,真正要做的,是通过认真细致的工作让其名副其实。而外地人对

一个地方的称呼,比如春城、泉城、花城,恰恰是对城市发展最好的定位和诉求,更没有必要另起炉灶、缘木求鱼。其实对于品牌塑造,与其说我想怎样怎样,还不如多想想外地人怎么看你、当地人认不认你。

在城市历史的长河里,今人的想法再多,大多数也只不过是一朵浪花、一个旋涡而已。“上有天堂、下有苏杭”“天府之国”“六朝古都”等震古烁今的“城市名片”提醒我们,给一个地方“起名画像”要有敬畏之心,至少不要变来变去,否则就是热闹一时的过眼烟云。

天涯时评



暑期游升温 景区人气旺

随着暑期游升温,亚龙湾热带天堂森林旅游区游人如织,热闹非凡。游客们高兴地在景区中赏花观景,登高望远,领略亚龙湾热带天堂海天仙境的绝美风光,感受三亚夏日雨林中特有的清凉。据悉,暑假期间,该景区推出系列优惠活动。自驾游、家庭亲子游客人成为旅游人潮中的主力军。图为:游客畅游热带天堂森林旅游区。

本报记者 胡拥军 通讯员 黄庆优 摄

到某地出差,忍不住对当地朋友夸赞:你们的城市名片提得好,多传神呀!没成想对方有些尴尬,小声回答:这个提法已经换了。说完,眼睛往上翻翻,露出“你懂的”的表情。

这种“尴尬”还挺多。如今,一个地方对外宣传推介,都会有一两句话,响亮的“广告语”:千年某某,某某之都,这个高地、那个中心,描摹出一个地方一座城市的特质和梦想,可谓“亮丽的名片”。好的“城市名片”写实又传神,让人过目不忘。只不过从五十年十年看,能坚持“一张名片走天下”的地方很少,让人心生物是人非之叹。

相对于城市、地方更名的大震动,对换“广告语”的关注还不太多。换也有换的道理。因为提出“城市名片”,往往和一个地方的发展战略及目标息息相关,而目标和战略调整,换张“名片”也在所难免。如一个地方原本想发展商贸物流,后来觉得还是旅游文化合适,于是意思会从“商贸云集”转向“都