

# “疫情防控常态化背景下海南旅游业发展与振兴研讨会”发言摘登

2020 年海南省社科联“社团活动月”系列活动之“疫情防控常态化背景下海南旅游业发展与振兴研讨会”近日成功举办。研讨会上,十多位旅游专家和行业人士坐而论道,为疫情防控常态化背景下海南旅游业发展与振兴积极建言。  
本次活动由海南省社会科学界联合会指导,海南省旅游发展研究会主办,海南境界旅游规划设计研究院协办。一年一度的“社团活动月”是海南省社科联创新推出的社团活动品牌项目。

## 突出“六康”,创新发展海南健康旅游

陈 耀(原海南省旅游委巡视员、海南省社科联原副主席、海南省社科院研究员、中国太平洋学会海洋旅游专业委员会副会长)

以旅游促进身心健康,是一种传统也是一种时尚。作为健康和旅游融合发展而成的特色业态,健康旅游不仅是“健康中国”等多项国家战略的特别载体,更是新冠肺炎疫情防控常态化背景下人民群众的特殊需求。

海南旅游在全国较早打出健康牌。为了突出旅游资源的比较优势,2000 年提出“要想身体好,常到海南岛”宣传口号;2003 年在抗“非典”中海南打造了“健康岛”品牌,之后提出“常居型旅游”并发展为“康养旅居”,在推进健康旅游方面进行了多方面探索。

当前,健康旅游成为各地疫情防控常态化恢复旅游的新热点,还成为各类资本看好的新的投资风口。这种新的形势对海南发展健康旅游既带来良好氛围,也形成市场竞争上的挑战。如何充分发挥海南自贸港政策、热带海岛地域和良好生态资源等比较优势,以健康旅游为突破口促进旅游转型升级,须从多方面创新推进。

一要创新发展理念。对接国家战略,紧扣市场需求,突出地方特色,将具有鲜明海洋、海岛特点的健康旅游培育成为海南自贸港、国际旅游消费中心的重要引擎,在海南打造国际档次的健康

旅游目的地。

二要创新产品和产业。围绕“康疗、康复、康养、康健、康美、康寿”六大环节、结合旅游吃、住、行、游、购、娱六大要素开发系列健康旅游产品,构建健康旅游产业链,培育健康旅游产业体系。

三要创新标准和品牌。结合产品开发和产业打造,以能够充分发挥海南比较优势的“康养旅居”为切入点,制定一批地方和行业的健康旅游标准,在健康区域、健康产业、健康产品不同层次打造特色品牌。

四要创新运作模式。在优化相关设施、专业服务、支撑网络等硬、软环境基础上,通过科学布局构建内容差异、特色不同、相互支撑的体系化健康旅游中心、社区与基地;通过多渠道、多形式、多方面的合作,吸引国内外投资者打造海南健康旅游的消费平台;通过充分发挥各类专业机构、行业组织的作用,营造健康旅游发展的良好氛围,形成政府、社会、行业的合力。

基于以上创新发展健康旅游,促进海南健康经济的繁荣,形成独具特色的海南健康文化,则海南健康旅游可以独树一帜,体现出海南旅游的核心竞争力。

## 海南旅游化“危”为“机”之策

王健生(海南省旅游发展研究会会长、海南境界旅游规划设计研究院院长)

疫情防控常态化背景下旅游市场发生重大变化,对于素有“健康岛”“长寿岛”“旅游岛”美称的海南,把握新市场、塑造新形象,创新新产品,对接新需求,实施新营销,就能化“危”为“机”。

首先,要深刻认识到:疫情防控常态化背景下旅游市场发生重大变化,旅游成为亲朋好友一起走出户外追求健康、密切感情的生活方式,游客将更在意旅游目的地健康、养生、好玩、自由自在——

疫情防控常态化背景下旅游市场发生重大变化。以家庭为核心,以亲情、友情为纽带的出游“群体”,将成为旅游客源的主流;这种出游“群体”,在消费心理、消费行为和内容及结构上发生变化:旅游成为亲朋好友一起走出户外追求健康、密切感情的生活方式,游客将更在意旅游目的地健康、养生、好玩、自由自在——

吃的方面:更注重吃出健康、吃出养生、吃出文化、吃出氛围;住的方面:不仅注重住得卫生、安全,还注重住处要小体量、精致化、主题化、内容丰富,成为“欢乐之家”;行的方面:追求自由自在,构建目的地无障碍的交通体系和多元化的交通工具选择以及安全、便捷的交通服务工具是关键;游的方面:注重“深玩”“乐游”,创新的产品、主题的体验、康养的功能、丰富的资讯、多样的选择、优美的环境、欢乐的氛围、安全的保障是关键;购的方面:注重特色、健康、文创、实用的旅游商品,不仅自己需要而且与人分享;娱的方面:注重目的地文化、

民俗特色与现代时尚相结合,小众、主题、互动、体验、沉浸、欣赏、熏陶。

显然,疫情防控常态化背景下旅游市场的重大变化更加符合海南“健康岛”“长寿岛”“旅游岛”比较优势的发挥。

其次,要不失时机地彰显海南旅游的比较优势,把握新市场,塑造新形象,创新新产品,对接新需求,实施新营销,实现海南旅游化“危”为“机”。

疫情防控常态化背景下的国内外旅游市场竞争日趋激烈,首先是目的地之间的竞争,目的地品牌重塑是旅游业危机管理的重要环节。面对当前的旅游市场新形势、竞争新格局,海南旅游要充分利用自贸港政策、特别是“免税购物”政策,凸显“健康岛”“长寿岛”“旅游岛”的竞争优势,认真策划以海南“健康岛”“长寿岛”“旅游岛”作为一级旅游目的地,若干重点旅游市作为二级旅游目的地,若干主题性区域旅游区、度假区作为三级旅游目的地构成海南“健康旅游岛”“目的地体系”,并通过实施线路统筹、加快产品创新,将海南特有的健康、生态、文明的生活方式贯穿到吃住行游购娱全过程,让游客在海南旅游活动中热爱海南、拥抱自然、享受健康和快乐,由此形成与之匹配的“健康旅游岛”“长寿养生岛”“免税购物岛”“国际旅游岛”等等主题鲜明、品牌突出的“新产品体系”,在此基础上实施海南健康旅游创新营销,积极参与国内外客源市场的竞争和瓜分。

## 创新培养旅游人才,服务海南国际旅游消费中心建设

陈 才(海南师范大学旅游学院院长,教授)

海南省建设国际旅游消费中心对旅游专业人才提出了更高要求,体现在以下三点:一是具有国际视野,能及时了解世界旅游业发展态势,掌握旅游市场需求变化以及各种旅游新业态。二是具有跨文化交流能力,外语能力较强,尤其是口语交流能力,熟悉主要客源国的文化习俗和思维方式。三是具有超强的服务意识和专业能力,能提供高质量的高游服务。

海南高校在旅游人才培养中存在的问题主要有:一是以学历教育为主的培养模式,没有做到产教融合,导致学生没有形成良好的职业意识,实际动手能力不强,很难适应旅游业发展。二是对国际化重视不够,学生外语能力不强,缺乏国际视野。三是不重视旅游新业态发展,市场定位不准确,无法更好地实现人才培养。四是办学思路大同小异,课程设置不合理,教学内容严重滞后。五是师资力量失衡,缺乏双师型教师队伍。

为适应海南国际旅游消费中心建设需求,海南高校要创新旅游人才培养

模式,必须注重以下两点:一是强调以“能力结构优化”为导向,创新人才培养模式。旅游管理专业应用性强,因此旅游本科专业教育应以“能力结构优化”为导向,设计人才培养模式,优化课程结构,改革课堂教学。以“能力结构优化”为导向并不意味着弱化理论教学,而是通过理论教学在内的教育手段,改进和提升学生的认知思维能力、研究创新能力、实际操作能力和社会适应能力等。要实现这一转变,需要在师资队伍、课程设置、教材建设、教学方法、实践教学等方面进行创新。二是充分借鉴国际先进的人才培养模式。针对酒店业高层次人才不强,要积极借鉴以店校合一为特征的瑞士洛桑模式和以实践导向为特征的德国 FH“企业主导型”模式,既在学校接受理论知识教育,又在企业里接受职业技能培训,将学校和企业、理论学习和技能培训密切结合,以培养高水平专业技术人才为宗旨的职业教育制度。针对旅游规划和策划类专业,要积极借鉴以产学研一体化为特征的美国康奈尔模式。

## 自贸港政策下,国际旅游消费中心建设新机遇

郭 强(海南大学旅游学院院长,教授)

旅游业是海南省的支柱型产业,在国家关于海南自贸港建设整体方案中,更是将旅游业放在了三大产业之首。海南旅游业的发展如何利用好海南自贸港政策,在此提出四个关键词。

第一个关键词,是“高端”。走高端化旅游路线的原因,要想享受自由贸易港政策的红利,走低端的旅游市场与产品的路线是很难做到的。例如人才,作为生产要素中最重要的一环,引进的高端人才可有机会享受仅 15% 的个人所得税。但在旅游产业的人均劳动生产率较低,能享受到这一政策的从业人员寥寥。海南旅游业从业起薪之低,让很多本科应届毕业生不愿意在旅游企业工作,造成旅游业人才流失严重。旅游交通方面,现在自贸港的政策很好,企业自用的由国外引进的优质交通工具,比如邮轮、游艇都算在免税范围内,企业的高端化发展将会更有保障。

第二个关键词,是“品质”。这要求我们一定要打造高品质的旅游产品,对产品的定位也要提高。在这其中,也隐含着诚信的问题。如果说整个海南旅游业的大背景还不足以与国际接轨,一些企业仍需要靠吃回扣来赢取利润,这将会是非常低端的发展模式,难以获得

自由贸易港的福利。

第三个关键词,是“小众”。经济学上有个“长尾理论”,尽管小众的旅游产品选择的人不多,但将所有的小众聚集起来,所占有的市场份额也可与主流旅游产品旗鼓相当。越是小众,可获取的消费者剩余就越大,越可以将其转化为企业的剩余。小众旅游的案例,便是基于苏东坡海南足迹考古的研学旅游。此外,将小众旅游聚集起来,也能够为旅游业提供创新的热点,在当前疫情的情况下更是如此。

最后一个关键词,是“创新”。旅游业正在面临行业变革这一大的时代背景,旅游业必须依靠创新来升级换代,这也是解决海南旅游业“小散弱”、国际化高端化不够的问题,帮助整个产业体量提升的终极解决方案。旅游的创新,要依靠两个“翅膀”,一个是文化,海南即将建设对外文化贸易基地,这将是文旅融合发展的新动力;另一个是科技,海南省的科技发展,讲究的是陆、海、空。因此不论在科技还是在文化方面,都有很大的潜力值得挖掘。

总之,海南旅游业只有高端发展、不断创新、延长产业链,打造出高质量旅游产品,才能充分享受到自贸港政策的红利。

## 海南文化旅游产品亟需转型升级

勾四清(海口经济学院经贸学院副院长、海南省旅游发展研究会副会长)

海南文化体系包含但不限于黎族苗族文化、海洋文化(南海文化、海洋渔耕文化)、热带山地雨林文化、热带山水田园文化、历史文化、红色文化等。对于这些文化体系的旅游产品开发,多数仍处于浅表型、观光型的跟风开发阶段,急需转型为体验型、复合型、差异化开发。

一、黎族文化的浅表型、同质化开发,转型为体验型、差异化的复合型开发。

海南黎族祖先路经一族从祖国大陆南迁海南,自力更生、艰苦奋斗,黎族的历史,就是一部奋斗史。建议挖掘黎族人民的苦干巧干、适应环境的精神进行挖掘,在一个旅游区内开发设计黎族劳动生活体验复合型旅游产品,有机融入甘工鸟、大力神外显形象、竹竿舞、长桌宴、黎锦、山兰稻和山兰酒等元素。亦即开发成为集中于一个区域内的全体验型的黎族文化生活体验旅游产品。

二、红色旅游从浅表型开发,转型为深层次挖掘红色基因、开发革命生活体验与产品。

海南现实的红色旅游点,基本都是穿红军服拍照、革命遗址遗迹瞻仰观光等,缺乏对深层次精神的传承弘扬,及红色革命及建设的体验生活旅游产品。

## 创新发展海南乡村养生度假

黄 丽(海南职业技术学院旅游学院副教授)

乡村养生度假是中国乡村旅游转型升级的突破口,是海南滨海度假的重要延伸,也是海南建设国际旅游消费中心战略背景下调整旅游产品结构的选择、扩大海南旅游承载力的选择、满足游客多层次消费的选择、弘扬本土特色文化的选择及打造幸福家园的必要选择。通过打造乡村养生度假从而建设国际乡村旅游消费中心,推动海南自贸港、国际旅游消费中心战略在海南广大乡村区域落地,从中体现乡村振兴战略亦是海南加快建设高水平的中国特色自由贸易港的重要内容。尤其在疫情防控常态化背景下海南旅游发展与振兴研讨会,如何创新发展海南乡村养生度假更为关键。

通过制度分析,海南乡村养生度假未来需要解决的问题主要在“突破”与“创新”方面。

在体制机制建设上,海南乡村养生度假旅游要以农民为本,设计让农民参与并持续稳定获益的系列消费形式;要以企业为用,让相关企业和机构形成乡

## 导游转型+产品创新=旅行社振兴之路

郭 炬(海南省旅行社协会秘书长、海南省旅游发展研究会副会长)

为推进海南旅行社疫情防控常态化背景下的发展和振兴,海南省旅行社协会重点抓了两件事:导游转型+产品创新。

导游转型:受海南省委宣传部、省文旅厅的委托,协会组织开展“海南 400 名导游网络旅游宣传培训活动”,通过培训新媒体平台视频制作,在线直播等线上技能,结合线下环境采风实操考核,在海南导游队伍中培养和孵化一批有潜质的“海南直播 KOL 导游”,培养他

们挖掘旅游产品亮点、打造旅游产品品牌的能力,全方位、多角度展示海南旅游优势资源,更好满足游客多样需求,展示海南国际旅游岛新形象。

产品创新:协会组织 20 余家专门从事海南短途旅游及周边游的旅行社派出线路及产品设计师人员前往文昌市考察踩线;组织海南骨干旅行社企业参观调研博鳌乐城国际医疗旅游先行区,创新设计“专项医疗+旅游”“旅游+旅居”“旅游+高端精准体检”等等健康旅游产品。

## 加快推进海南旅游景区发展与振兴

苏 群(海南省旅游景区协会秘书长、海南省旅游发展研究会副会长)

一场疫情改变了世界。旅游行业首当其冲,景区自然不可能置身事外。所幸海南很快就从低风险地区进入到了目前的低风险地区。尽管外部输入的风险仍然存在,但目前以免税购物带动的海南旅游,已经成为全国旅游市场的新亮点,并已产生了极大的广告效应。随着自贸港政策的逐步落地,相信海南旅游的魅力将会更加显现。

就目前来说,免税购物首先受益的是海棠湾周边的星级酒店,景区能够从中分享的游客资源非常有限。这一方面与游客的结构有关,前来购物的游客往往是一些有消费实力的客人,这些人对于海南并不陌生,他们只是单纯的购物和住店,并不愿出门旅游。但随着国内疫情的逐步好转,游客结构会越来越丰富,相信海南旅游全面复苏也为期不远。

海南旅游景区目前面临的问题为:1. 产品老化,创新能力不足;2. 游客体验较为单一,吸引力有限;3. 景区服务有待

提高;4. 部分景区面临严重的资金压力。鉴于此,建议在以下几个方面给予高度重视:

一是加快产品创新步伐。除了要开阔眼界、开拓思路、深入研讨,适时引进符合景区文化定位的新产品,还要用好用足国家给予海南的自贸港政策,从中找出产品创新的思路。自贸港政策含金量很高,但对于大多数旅游经营者来说,还没有学好吃透,大胆创新的勇气还不够。另外,还要放眼未来,在体育旅游、娱乐休闲、旅游康养、研学旅游等新业态上给予足够重视,提前为未来谋划新的亮点。二是深挖文化内涵,丰富游客体验。景区要从文化的高度在每一个细节上下功夫,为游客提供动静结合、身心愉悦的旅游体验。三是加强行业培训,提升员工素质。要在服务标准化的基础上提升到人性化个性化服务。四是对于少数资金链出现严重问题的景区,要积极寻找合作对象,及时进行战略调整,争取走出困境。

## 旅游行业协会助推海南旅游业发展与振兴

葛明明(海南省旅游协会副秘书长)

旅游行业协会要主动应对疫情防控常态化背景下的新变化,积极调整思路,满足人民群众日益增长的健康旅游需求,推动旅游业高质量发展。

一是推进区域旅游协同发展,构建多元化旅游目的地。首先,由海南省旅游协会牵头整合各地旅游资源,共同推出面向不同消费群体的旅游产品及线路,形成区域特色鲜明、需求层次多样的文化旅游产品供给体系,构建多元化旅游目的地。其次,积极发挥旅游协会作用,支持旅游企业建立旅游合作联盟,积极开展市场营销活动和搭建旅游合作平台。

二是多渠道推出新意的“产品+服务”。疫情防控常态化背景下,个性化、品质化、智慧化成为旅游产品和服务升级的主方向。海南省旅游协会将积极引导海南旅游企业逐步推陈出新,对产品、服务积极开展多渠道探索,多维度推出新意。尤其加强推动旅游与健康医疗、生态发展之间的合作,推进医疗旅游、康

养旅游和生态旅游等融合发展,培育旅游产业新业态,精准迎合消费心理转变。

三是创新旅游服务营销方式。海南省旅游协会充分发挥互联网、5G、VR 和 AI 等技术旅游宣传营销的广泛应用,同时发挥旅游媒体联盟和新媒体在旅游宣传的重要媒介作用,为旅游企业、行业相关需求进行全方位宣传报道并举办旅游行业新媒体直播技能培训,构建起“政府主导、协会主推、企业参与、媒体宣传”旅游联合营销新机制。

四是营造放心安全旅游消费环境。首先,大力推进旅游诚信体系建设,建立海南旅游诚信平台,完善旅游信用体系,加强旅游行业自律与诚信经营,做好旅游企业信用等级公开工作,推进优质旅游。其次,海南省旅游协会成立海南旅游仲裁中心和海南省旅游消费纠纷人民调解委员会,创新建立“调、仲、诉”三位一体纠纷化解机制,拓宽海南全域处理旅游纠纷的绿色通道,维护和保障旅游经营者和旅游消费者的合法权益。

## 三亚旅游业的发展与振兴

陈卡雷(海南境界旅游规划设计研究院副院长)

在疫情防控常态化背景下,三亚旅游产业呈现出以下特点:一是在国外疫情依然严峻的情况下,三亚已经成为国人出境旅游的重要替代品,众多游客选择三亚作为必来的热带滨海旅游目的地进行休闲度假,实现了替代国人中高端出境旅游的“内循环”;二是免税政策调整后,免税购物成为三亚旅游乃至海南旅游的新核心吸引物,带动了周边酒店和相关产业的快速增长,三亚免税购物逐渐替代海外购物;三是旅游新业态成为三亚旅游产业发展的新亮点,邮轮游艇、婚庆旅游、康养旅游、会展旅游、研学旅游等旅游新业态深受游客喜爱。

如何进一步实现三亚旅游业的发展和振兴,建议从以下方面进行提升:

一、建设国际级的旅游目的地,满足出境旅游“内循环”的中高端游客需求。三亚作为海南国际旅游消费中心的“引领区”和“核心功能区”,需要调整自身定位,完善和提升三亚的旅游吸引物、旅游基础设施、旅游服务,从而满足

游客日益增长的国际化休闲度假和体验需求,进而打造中国旅游的三亚名片,世界旅游的三亚风采。

二、打造“国际领先,国内顶尖”的免税购物体系。一是丰富和完善当前三亚的免税购物产品体系,为游客提供更多、更好、更新的免税产品和更优质、更便捷的服务;二是打造优质的中国品牌纳入免税购物体系,既是免税购物平台,也是中国品牌展示窗口;三是树立起“来三亚免税购物,就等于到国外免税购物”的消费者认知。

三、做好营销推广工作,将三亚旅游新业态和产业创新融合产品推广到目标市场。一是建立超高效的旅游营销推广机制,并进行针对性营销;二是鼓励和支持三亚的旅游新业态和产业创新融合产品发展,对发展空间巨大的产业予以重点营销推广,充分利用新媒体营销、事件营销、节庆赛事营销等,打造优质的品牌知名度和认知度。

## 发展一村一品 推进海南乡村振兴

汪 超(海南省一村一品发展研究会秘书长)

疫情防控常态化背景下,海南发展乡村旅游、促进乡村振兴的一个重要举措,就是发展“一村一品”:根据一定区域的资源禀赋和特点,通过大力推进农业专业化、特色化、品牌化建设,使一个村(或几个村)拥有一个(或几个)发展水平高、特色优势明显的农业主导产品或特色品牌,从而大幅度提升农业经济效益和综合竞争力。具体而言,体现在以下方面:

一是提质增效、差异化竞争。疫情激发了人们对健康、自然的需求,乡村生活方式成为都市人群的理想。过往一些地方的乡村旅游同质化严重,基本都是“吃饭、住宿、采摘”,服务产品远远不能满足城市消费者求闲、求趣的需求。因此,乡村旅游与乡村振兴发展,需要创新思路,改变千村一面、千店一面的负面形象,提质增效、获得重生。

二是讲好“一村一品”故事。打造或修整出乡村的差异化、独特性和文化属

性,挖掘历史沉淀的民俗风情、代代相传的风土人情和流传的故事,充分利用好新媒体平台进行宣传营销。

三是打好健康养生牌。抓住疫情防控常态化背景下消费者追求健康的心理,发展以康养为主题的乡村旅游与以精细优质为特色的热带高效农业,提高农产品附加值。特别是,要充分发挥南药资源禀赋,联合组织包括热带作物、中医在内的多方面专家,优先培育食药功能兼具、适宜海南大范围推广栽培的优质农产品。

四是以人为本,充分发挥农民的主体作用。乡村旅游关乎当地政府、开发商、市场运作方、原住民等多方利益。其中,当地原住民是乡村旅游可持续发展的力量,应让乡村人才为乡村振兴助力,应建立利益共享机制,形成多方合力,带动原住民就近就业,应让文化得以延续,让乡愁得以守护。