

附件

2026 年三亚境外旅游营销推广活动方案 (中东欧站)

一、活动背景

为更好地响应国家入境旅游发展战略，契合国家“恢复、扩大入境旅游”政策导向，市旅发局将紧抓境外航线拓展和入境游市场协同开发，秉持着“航线开到哪，营销做到哪”“精准营销、多元推广”双策略持续深耕三亚入境游市场。

2025 年，三亚已实现德国与捷克两国航空通航“零的突破”，开通第五航权客运航线“三亚=法兰克福”及第七航线客运航线“三亚=布拉格”等对海南自贸港建设具有特殊意义的航线。结合上述国际通航航点营销推广工作情况，市旅发局拟以第 60 届柏林国际旅游交易会（ITB）为契机开展 2026 年三亚境外旅游营销推广活动（中东欧站），通过“走出去”“请进来”双向发力，拓展本次国际营销推广活动广度和深度。一方面，借力德国法兰克福、捷克布拉格两大通航中转枢纽，稳定并扩大欧洲客源市场入境客流规模，强化“航旅融合”效应。另一方面，德国、捷克作为欧洲重要旅游客源国，德国长期位居全球出境游支出前列，而捷克作为中欧枢纽国家，是连接东欧与西欧的重要节点。在欧洲客源市场增长动力不足的背景下，依托德国、捷克布局欧洲客

源市场营销推广，将有助于进一步提升三亚国际旅游胜地品牌形象，深化与欧洲国家旅游合作，为有效促进客源市场发展探索新途径。

二、活动基本信息

（一）活动名称：2026年三亚境外旅游营销推广活动（中东欧站）

（二）活动时间（拟）

1. “走出去”推广活动：2026年3月份
2. “请进来”考察活动：2026年5月份

（三）活动地点（拟）：德国柏林及捷克布拉格

（四）活动预算：650,000元人民币（含税，大写：陆拾伍万元整）

三、活动策划（拟）

（一）2026年三亚境外旅游营销推广活动（中东欧站）

— “走出去”推广活动

1. 整体行程安排

行程安排为三亚—德国柏林—捷克布拉格—三亚，为期7天（境外停留6天）。

2. 具体活动安排

（1）2026年三亚境外旅游营销推广活动（德国站）：以2026年第60届柏林国际旅游交易会（ITB）为契机，在德国柏林重点联合 DRV（德国旅行社和旅行经营者协会）开展 B 端研讨会或沙龙活动。活动将聚焦深化与德语区旅游市场的合作，精准邀请

如 TUI Group、FTI Touristik 等当地头部旅行社、主流媒体及重点采购商代表30-50人参会。同时，本次活动将同步启动“2026年欧洲旅行商三亚旅游资源考察团”招募计划，面向现场嘉宾征集意向旅行商，并以抽奖的方式选中4~6名优质旅行商，其余根据旅行商业务情况，邀请其于2026年5月份赴三亚实地考察，进一步夯实合作基础、培育长期客源。

2.2026年第60届柏林国际旅游交易会（ITB）：该国际性展会拟于2026年3月3日至5日在德国柏林举行。市旅发局将借此国际性专业展会，面向来自170多个国家的5,800余家参展商和1,300余名高质量专业买家，全面展示三亚热带滨海度假、康养旅居、及水上等优质旅游资源。展会期间，将重点推介“法兰克福—曼谷—三亚”第五航权、“布拉格=三亚”第七航权航线联程产品，联合航司与旅行社开展现场洽谈，推动产品上架与预订转化，切实提升消费转化率。

同时，在展会期间，市旅发局代表团还将主动对接中亚、东亚、东南亚各国旅游机构，以“亚沙会”为契机向各旅游目的地组织推介三亚，建立联系。进一步深化与泰国国家旅游局、马来西亚国家旅游局、柬埔寨旅游局联动合作，参加并有效利用其主场推介活动，扩大合作网络。主动拜访欧洲各地旅游局、法兰克福会展局等官方机构，约见西欧、北欧等旅游运营机构，利用三亚独家气候优势拓展国际“朋友圈”，探索航线开拓机遇，为三亚建设具有全球影响力的国际旅游消费中心夯实多边合作基础。

3.2026年三亚境外旅游营销推广活动（捷克站）：柏林国际旅游交易会结束后，拟在捷克首都布拉格重点举办一场workshop，并配套组织定向商务拜访。活动聚焦“亲子研学+自然体验”核心卖点，拟邀请 Fischer Czech、Exim Tours 等当地主流旅行社、研学机构、MICE 策划公司及 Idnes.cz、Czech Tourism 等媒体代表共计约30-50人参会。同时，在会场以抽奖的方式选定4~6名优质旅行商，其余根据旅行商业务情况，邀请其于2026年5月赴三亚实地踩线，深度体验酒店接待、景区服务及研学设施，为后续客源输送和长期合作奠定坚实基础。

（二）2026年三亚境外旅游营销推广活动（中东欧站）
——“请进来”考察活动暨“PHOTO SANYA”全球摄影类达人博主计划中东欧首站

“2026年欧洲旅行商三亚旅游资源考察团”招募活动是三亚深化德国、捷克市场合作的关键落地举措，旨在将前期境外推介成果转化为实际产品与客源输送。本次活动将携手“PHOTO SANYA”全球摄影类达人博主计划中东欧首站项目联合开展，旨在邀请全球摄影类博主达人拍摄关于三亚的精彩风光、美食视频，并在海外社交媒体中发布。

1.精准招募阶段：该考察团成员由柏林、布拉格两场推介会中遴选的15名有带货能力的达人博主，10名欧洲旅行商代表（如TUI、FTI Touristik、Fischer Czech 等涉旅机构代表），计划于2026

年5月赴三亚开展为期5天4晚的深度踩线与产品共创活动。

2.实地考察阶段：该考察团活动行程将紧扣欧洲游客对“高品质、强体验、重文化”的需求，覆盖四大主题场景，如“旅游+康养”“旅游+文化”“旅游+运动”等，重点考察海棠湾、亚龙湾国际酒店集群及会奖设施，全面展示三亚作为国际滨海度假目的地的接待能力与产品多样性。

为强化实效，活动拟采用“任务导向+小组共创”模式，参访人员分为5人小组，每组需基于本国市场特征，设计一条可落地的三亚精品线路（如“冬季避寒康养7日游”“家庭自然研学5日游”），并制作1条3分钟多语种宣传短视频。行程最后一天，市旅发局将牵头组织专场对接会，根据参访旅行商的客源结构、产品定位及合作意向，定向匹配本地景区、酒店、旅行社及航司等涉旅企业，提供多语种支持，推动双方就线路设计、价格政策、预订流程等细节开展实质性磋商，促成精准、高效的一对一洽谈。为三亚与欧洲涉旅企业搭建面对面、点对点、可落地的合作桥梁，助力三亚优质旅游资源与欧洲市场需求有效衔接。

3.消费转化阶段：推动合作旅行社销售三亚旅游相关产品，同步联动 KOL 在其本土平台（Instagram、TikTok、YouTube 等）发布内容，形成“考察—创作—销售—传播”闭环。

（1）策略打造（拟）

内容类型	执行要求	转化路径设计
1.风光美景、美食主	对照：INS 风格视频（10部）	在视频中嵌入产品链接，点击直

内容类型	执行要求	转化路径设计
题 Vlog（主推）	嵌入要求：Trip.com 三亚产品页专属链接。	达产品页。
2.线下优惠券发放	向指定旅行商分发三亚旅行产品消费券。	游客在收到消费券后用于购买三亚旅游产品享受立减优惠。
3.用户共创挑战	发起#PHOTO SANYA 挑战：邀请全网挑战该话题。	全网共创、话题挑战设计
4.专属产品设计	旅行商需设计两款符合中东欧市场需求产品，产品主题参考： -德国站：碳中和主题产品 -捷克站：文化性价比主题产品	产品线下售卖或上线 OTA 平台如 Trip.com 售卖以促进三亚旅游产品销售额。

（2）奖励资金池设计（拟）

奖励类型	规则	最大额度金额（元）
1.线上产品销售奖励	每售出1份 ≥ 500€产品（通过嵌入链接下单），奖励50€（可累计，约400人民币） 依据：Trip.com 平台或其他平台销售数据	70,000
2.线下产品兑付奖励	游客赴三亚旅游后，可通过指定旅行商兑付，可获得奖励50€（每人获1次兑付资格，约400人民币）。 依据：产品兑付机制	90,000
3.播放量奖励	100万播放：80€（非累计）；500万：280€；1000万：500€ 注：非累计获得	20,000
合计	180,000	

四、宣传执行方案

依托德国、捷克客源市场，深化三亚国际旅游胜地品牌形象；推动“PHOTO SANYA”全年计划首站落地，实现中东欧市场客

源转化，为 2026 年全年营销活动（东南亚、中亚站）积累可复用运营模型。

（一）2026 年三亚境外旅游营销推广活动（中东欧站）

——“走出去”推广活动

为了扩大活动宣传效果，拟邀请不少于 50 家国内外媒体对德国站和捷克站的活动进行报道。

（二）2026 年三亚境外旅游营销推广活动（中东欧站）

——“请进来”考察活动暨“PHOTO SANYA”全球摄影类达人博主计划中东欧首站

本次 2026 年欧洲旅行商三亚旅游资源考察团成员需积极参与社交媒体内容创作与推广，利用自身影响力扩大三亚旅游的声量。其中，每位成员在考察过程中需在个人境外社交媒体平台账号上发布不少于 5 条图文推文或推广视频，分享在三亚的旅行体验并通过 TikTok、Facebook、Instagram、YouTube 等境外社交媒体平台进行分享，并添加#VisitSanya 等三亚境外社交媒体官方账号的标签，以便追踪和扩大传播范围。

实地考察采用“1 个核心主题+3 天沉浸体验”的结构。第一天以抵达与环境感知为主，安排标志性景观、酒店与自然风光体验，完成第一轮拍摄。第二天为主题深度体验日，围绕当季主题设置完整内容线索，支持达人集中创作。第三天以生活方式与自由创作为主，补充差异化内容并完成素材收尾。全程配备基础执

行支持，包括交通、拍摄协调、英文或双语沟通人员，但不干预达人个人创作风格。

五、活动预算列表（拟）

项目板块	子项目	明细	预算（万元）	合计(万元)
2026 年三 亚境外旅游 营销推广活 动（中东欧 站） ——“走出去” 推广活动	2026 年三 亚境外旅游营 销推广活动 （德国站）	宣传费用（媒体宣传渠道、 摄影摄影服务、视频剪辑服 务）	3	16
	2026 年三 亚境外旅游营 销推广活动 （捷克站）	宣传费用（媒体宣传渠道、 摄影摄影服务、视频剪辑服 务）	3	
	人员差旅费用（3 位）		10	
2026 年三 亚境外旅游 营销推广活 动（中东欧 站） ——“请进来” 考察活动	2026 年欧洲 旅行商三 亚旅游资源考 察团	考察团成员机票、市内出行 和食宿费用，景区门票、项 目体验、意外保险等	20	42.5
		项目相关宣传物料设计和制 作（宣传海报制作、海南特 色伴手礼等），相关物料/文 字等翻译工作；摄影摄影服 务、视频剪辑服务	2	
		媒体宣传费用	2.5	
		奖励资金	18	
服务费				6.5
总计				65
*备注：2026 三亚境外旅游营销推广活动（中东欧站）总预算不超过 65 万元（含税及活动服务费用 10%）；本次活动费用据实结算，各子项目费用在预算内可视情况灵活调整。				