

尽管自上世纪八十年代起,因为同处北纬十八度,海南岛就被誉为“东方夏威夷”,但直到今年3月,海南岛才第一次尝试走进北美,向这里的人们展示“东方夏威夷”的不同风情。

仅仅相隔半月,4月3日,美国驻广州总领馆在海口推出“探索纽约,无限精彩”新闻发布会,美国驻华大使骆家辉亲临会场向海南人民发出热情邀约。

或许这只是时间上的一个巧合。但北美作为全球最大、也最发达的旅游市场,今年3月中旬海南在北美展开的一系列旅游宣传促销活动,或许会是海南撬动这个诱人远程市场的一个新开始。

自由女神像是中国人必游的景点。



海南尝试撬动北美市场 寻找支点，

文图／海南日报记者 杨春虹

“如果丽思卡尔顿、希尔顿、喜来登等这些一流度假酒店都已经登陆这个海岛,这里应该是一个度假胜地!”

“你们竟然拥有了 40 多家国际一流度假酒店,这令我们很震惊,当然要尽快去看一看!”

3月中旬,海南旅游促销团第一次走进北美,这个全球最大、也最发达的旅游市场,在迈阿密、纽约、温哥华等知名旅游城市举办的国际旅游岛推介会上,不少当地旅行商尽管还不太清楚海南岛的具体位置,却已经对视频中展现的那个风景优美、拥有大量国际一流度假酒店的中国热带海岛表示了极大兴趣。

中国海南岛走进北美旅游市场

尽管自上世纪八十年代起,因为同处北纬十八度,海南岛就被誉为“东方夏威夷”,但直到今年3月,海南岛才第一次尝试走进北美,向这里的人们展示“东方夏威夷”的不同风情。

在国际旅游市场,中国一直扮演着观光大国的角色。作为拥有数千年历史的东方文明古国,多年来,“北京+上海+西安”的经典中国观光线路倍受外国游客喜爱。近年来,也开始有一些外国游客尝试着在这条经典线路之外,寻找更多的中国旅游胜地。

海南岛或许就是其中之一。来自海南省旅游委的统计数据显示,最近3年,海南接待美国游客均以20%以上的速度增长,去年全省接待美国游客近3万人次,同比增长27.74%,美国已经成为海南一个重要的海外客源市场。

但在北美市场,海南岛依然是一个陌生的海岛。在纽约座谈会上,在获知美国、加拿大游客到海南可享受免签证政策时,旅行商们显得颇有兴趣,对这一已经实施多年的“老政策”表示欣喜,当地媒体也拿出大篇幅对此进行报道;在温哥华推介会上,不少已经到过中国数次甚至数十次的当地旅行商,却仍然没有到过海南岛。在看到视频中展现出的那个独具风情的中国热带海岛时,纷纷表示在下一次的中国之行中,一定要到海南岛去看一看……

“开展北美旅游市场促销,一方面当然是希望提升海南旅游知名度,吸引更多当地游客到海南度假;同时,更希望能够加强与北美旅游合作,在多方面学习、借鉴当地发达、成熟的旅游营销和管理经验。”推介会上,海南省旅游委副主任孙颖向当地旅行商们发出邀请,欢迎他们到这个中国热带海岛来考察、游览。

为北美游客呈现中国式度假

在北美的旅游促销中,海南旅游代表团或许更多感受的是北美对中国旅游市场的高度重视,仿佛谁抓住了中国游客,谁就抓住了未来的市场。

2010年,中加两国签署协议,双方互为旅游目的地;今年2月,美国总统奥巴马宣布,中国赴美签证将在原有基础上增加四成。

在纽约的海上游轮上,放眼望去几乎全是中国游客,当地导游笑称,其他国家的游客已经被中国游客“淹没”;在华尔街、在联合国总部、在时代广场……几乎随处可见来自中国的旅游团。

纽约包括喜达屋、万豪和希尔顿酒店集团在内的各大酒店,都针对中国游客推出相应的餐饮等特别活动;各大景点如帝国大厦、大都会博物馆等都推出了中文语音导游服务……

“对于年产值达320亿美元的纽约旅游产业来说,中国市场一直都是至关重要的海外市场!”纽约旅游会展局中国代表处负责人姚扣林坦言。

“我们看到的是一个美丽的中国热带海岛,我们已经到过中国很多次,我们愿意尝试更多中国新的旅游目的地,比如海南岛!”在温哥华推介会上,SINCLAIR旅行社总经理PETER HUSAR夫妇看视频、翻画册,希望得到更多关于海南岛的信息,雨林、民俗、传统节日等,都是他们感兴趣的话题。

“北美游客很喜欢海岛度假,再加上中国独特的文化和习俗,中国海南岛会对当地游客有很大吸引力。”中国驻温哥华总领馆文化领事韩宁建议,可以在冬季的圣诞假期针对当地游客推出有吸引力的主题活动。

LIFESTYLE旅行社总经理Maria Ko是推介会上唯一



裹一条中国制造的
美钞浴巾,不知道感觉如何。



到过海南岛很多次的当地旅行商,刚刚从澳大利亚大堡礁飞回温哥华,一下飞机就直奔海南推介会现场,与当地旅行商们分享自己在海南岛度假的感受和体验,从海口到琼海、到万宁、到陵水、到三亚,从亚龙湾到大东海、到三亚湾……Maria Ko说来如数家珍。

“我甚至专门给海南的省领导写信,希望利用博鳌亚洲论坛的平台更好地展现海南。”Maria Ko说,自己就是因为一个偶然的机会去参加博鳌亚洲论坛年会才到了海南岛,从此就爱上了这个美丽的东方热带海岛。

主题产品重点突破撬动大市场

喜欢归喜欢,对于海南如何撬动北美这个大市场,Maria Ko并不盲目乐观。

海南岛能否成为北美游客下一站? Maria Ko坦言,海南岛还有很长的路要走。

北美固然是全球最大、也最发达的旅游市场,但这里也同时拥有众多世界一流旅游目的地:这里有闻名世界的夏威夷海岛,有世界邮轮的中心加勒比海,还有众多一流的旅游名胜、景区景点、主题公园,以及附近的古巴海滩、墨西哥风情……

家门口就拥有如此众多的一流旅游资源和旅游胜地,遥远的海南岛似乎很难再分到一杯羹?

“澳大利亚比海南岛更远,但每年仍然吸引大批北美游客去度假,其中大堡礁就是大家非常喜爱的一个景点。”Maria Ko认为,中国崛起令人们从更多方面关注中国的一点一滴,具有中国风情的中国海南岛,只要能够针对北美游客推出有吸引力的特色旅游产品,与当地旅行商合作仍然有望撬动这个大市场。

通过与当地旅行商的沟通、交流,以及对当地旅游市场的考察,海南省旅游委国际市场处处长周平对Maria Ko的观点非常赞同。周平认为,北美旅游市场非常发达,海南岛又是一个远程市场,大众化的旅游产品显然很难在这里立足。推介会上,不少当地旅行商给出了一些非常好的建议和意见,给海南提供了非常好的信息。未来海南需要更多、更细地了解北美市场,并在此基础上进行旅游产品的设计、包装和营销推广。

海南一些特色旅游资源的确获得了当地旅行商的认可。通过视频了解到海南拥有丰富的热带雨林资源,纽约欢乐假期旅行社负责人显得很兴奋,从会上到会下一直在咨询相关信息。这家旅行社专注于瑜伽休闲产品开发,已经成功推出秘鲁等地的瑜伽主题产品。在他看来,来自东方的瑜伽,结合东方的神秘热带海岛,这样的行程可以吸引不少潜在游客。

“中国观光产品已经推出二三十年,中国式的度假生活,却还是一个全新的话题。”加拿大金宝旅游市场部经理邓恩承认,海南需要向北美游客更多展现当地独特的东方魅力,可以从每年数量庞大的北美赴中国观光游客中,推出“中国传统历史文化观光+中国海南海岛休闲度假”旅游新产品,以此撬动北美大市场。■

左右世界金融的华尔街,其实很普通,但大家还是愿意走一走,沾点财气。