

世界邮轮界一年一度最大的盛会——世界邮轮大会，日前在“邮轮之都”迈阿密开幕。位于东半球北纬18度的中国海南岛，飞越万里来到西半球北纬18度的迈阿密，首次在这一盛会上高调亮相。对于刚刚起步的海南邮轮业，到这里是学习、借鉴欧美地区发达的邮轮业经验；同时，在建设国际旅游岛国家战略大背景下，最终目标是能够参与到世界邮轮业竞争中。

北美是世界邮轮业最发达地区，也是世界旅游业最发达地区。从迈阿密到纽约、再到温哥华，海南旅游代表团在北美展开首次海南旅游推广，曾被誉为“东方夏威夷”的海南岛，希望向北美游客展示一个拥有独特东方魅力的中国热带海岛……



卖椰子的小货车也装饰得很漂亮。

『邮轮之都』迈阿密 北纬18度的 度假天堂

文/图
海南日报记者
杨春虹

阳光、沙滩、大海、酒吧、拉丁音乐、天体沙滩，邮轮、游艇、明星岛……所有元素聚集在一起，共同成就了迈阿密北纬18度度假天堂的美誉。

3月13日，邮轮界一年一度最大的盛会——2012年世界邮轮大会在迈阿密开幕。邮轮制造商、邮轮经营者、邮轮旅行商们纷纷从世界各地赶来，从不同角度感受“Cruise Capital of the World(邮轮之都)”的魅力。

三大邮轮巨头齐聚迈阿密

游客蜂拥“Cruise Capital of the World”

“全球70%邮轮从北美始发，其中70%又从迈阿密始发！”2012年世界邮轮大会中国展位前，中国驻纽约旅游办事处主任助理金宝石用一组简单的数字，向第一次组团参展的海南旅游代表团描述迈阿密邮轮业。

在大迈阿密旅游会展局，总裁威廉·塔尔伯特用另一组数字向海南同行介绍迈阿密何以被称“邮轮之都”：歌诗达、皇家加勒比、丽星三大邮轮巨头总部均设于此，聘用员工超过万人，每年仅接待邮轮游客就超过400万人次！

数字或许枯燥，来到迈阿密，当然眼见为实。

从市中心的大迈阿密旅游会展局出发，不到十分钟就到达码头区。抬眼望去，除了游艇还是游艇，或停放在自家门前，更多的则是停放在集中的游艇码头，几十艘、数百艘的游艇一艘接一艘整齐排放在平静的湾区。

迈阿密港位于一个叫比斯开因湾的小岛上，小岛有公路及铁路桥相连。在这个面积仅2.4平方公里的小岛上，岸线近6公里长，最大水深十几米。12个超级邮轮码头可以同时停泊20艘邮轮，世界最大的22万吨的“海洋绿洲和魅力号”也可以停靠。

这里是世界上最大的邮轮码头，也是多家巨型邮轮公司始发港，“皇家加勒比”、“嘉年华”、“挪威邮轮”等公司旗下数十艘巨无霸超级邮轮就是从这里出发，一年四季往返游弋在风景如画的加勒比海、墨西哥湾、南美、欧洲、远东和世界各地其他港口……

大迈阿密旅游会展局负责人有些遗憾，因为这里的邮轮几乎都是周末出发，一般行程为一周或两周甚至更长，又一个周末再回到码头，接上另一拨游客接着出发。海南旅游代表团没有赶上周末，不能亲身感受这个世界最繁忙邮轮码头的忙碌场景。

周二巨型邮轮都已出港，巨大的码头空空荡荡。但从码头矗立的12座邮轮码头大厦、接近3公里长的邮轮岸线，仍然能够感受到码头的气势。想像着在三四天后即将到来的周末，十余艘巨型邮轮搭乘着数万名游客从加勒比海、墨西哥湾等一路畅游后回港，而码头上是另外数万名游客兴奋地等待着即将开始的精彩邮轮之旅……

酒吧、雪茄、明星岛以及异域风情

成就一个“It's so Miami！”

在迈阿密每年接待的1300万游客中，其中6%专为搭乘邮轮而来。“阳光、沙滩和大海的确吸引游客，但世界上很多城市都有！”拥有20余年旅游从业经验，主政大迈阿密旅游会展局长达12年的威廉·塔尔伯特说，即使拥有了这些一流旅游资源，迈阿密仍然需要做更多努力，告诉世界这是一个很特别的地方！

做广告太贵，迈阿密选择讲故事，每年邀请媒体和旅



行商踩线。在这里，有西班牙人最早殖民历史，有上世纪六十和八十年代古巴的两次大移民潮，当然还有当地的原住民印第安人……

这令迈阿密成了一个拥有浓郁异域风情的美国城市。这里不光有吸引外国游客的印第安保护区，对美国游客也同样充满吸引力；40多万古巴移民带来的是满大街的古巴风味餐厅；受拉丁美洲族群和加勒比海岛国影响，当地居民大多使用西班牙语和海地土语；与中南美洲和加勒比海地区在文化习俗上关系密切，拉丁风情浓郁，又被戏称为“美洲的首都”。

作为移民的后裔，上世纪三四十年代，这里生活着一群希望寻找到身份认同的迷茫一代。作家海明威曾在这些酒吧里和朋友留连，酒吧里的雪茄、拉丁音乐以及明快的弗拉明戈舞，或许曾给作家带来过灵感。多年的营造令迈阿密的夜生活成为传奇，全世界最时尚的酒吧和夜总会济济一堂，经常吸引众多大牌明星和俊男美女在此狂欢。

即使是艳阳高照的中午，南海滩一间接一间的酒吧里游客依然坐得满满当当。服务生端上的饮料，会让没有心理准备的中国游客吓一大跳：饮料杯粗得如同一个面碗，份量至少有中国普通饮料的三四倍……

上世纪20年代因巨贾名流南下避寒而兴建的明星岛、费雪岛，现在依然是众多明星聚集的豪宅区。明星岛上，海明威曾经居住过的别墅也成为一处著名景点。

“It's so Miami！”如此迈阿密！

“我们需要告诉世界，这是一个如此独特的地方，这就是迈阿密！”面对有些错愕的海南同行，威廉·塔尔伯特有些得意地解释着这个不一般的宣传口号。“全世界有很多热带滨海胜地，我们需要强调的是那些不同的东西，文化当然是其中一个重要的内容，也是最有吸引力、最具魅力的。”

电影节艺术周美食月节庆过不完

全世界 Sale,sale,还是 sale！

同处北纬18度的热带度假天堂，迈阿密有着与海南岛相似的“烦恼”——每年12月至第二年3月是供不应求的旅游旺季，6、7、8三个月却又遭遇难揽客源的淡季。

“我们策划不同的主题活动，现在甚至做到每周都有活动，吸引不同层次、不同喜好的游客。”出生广州的华裔Sonia Fong依然可以说流利的汉语和粤语，专门负责大迈阿密地区会展推广的她很多时候都在各大城市飞来飞去，尤其华盛顿是一个重要的推广地。4月，一个数千人的医疗大会将在迈阿密举办，另一行业数千人的大会也将同时举行。

在全年丰富多彩的节日中，不少已经成为闻名世界的盛宴。1月有装饰艺术周末、椰林艺术节、迈阿密国际游艇展；2月有南海滩美酒美食节；3月是展示迈阿密拉丁风情的“迈阿密狂欢节”；五六月是将迈阿密椰林地区装扮成拿骚湾街的“迈阿密/巴哈马古贝斯马节”，八九月间，当地100多家顶级餐厅会参加名为“迈阿密香辣餐厅评选月”活动，为顾客提供三道招牌菜式……

“我们努力不让知名度下降，吸引游客能够住得更久！”威廉·塔尔伯特强调：Sale,sale,还是 sale！（销售、销售、还是销售！）

迈阿密在全球46个城市的推广中心和展示窗口，根据不同时期的不同重点市场，有目的地进行营销推广。如在每年夏季，正好是相临南美洲的冬季，迈阿密的一个营销重点就是吸引南美洲游客到迈阿密避寒。

面对不同的客源市场，迈阿密开发不同特色的丰富旅游产品。

如针对邮轮游客，为使游客能够充分利用登轮前和下船后的吋间体验当地旅游特色，推出包括佛罗里达沼泽地、丛林岛(Jungle Island)、迈阿密儿童博物馆、迈阿密水族馆和时尚南海滩、世界闻名的装饰艺术区等景点。

针对喜欢购物的游客，迈阿密打造了贝赛德市场旁的购物一条街，以及以奢华品牌店闻名的巴伯港商店街和梅里克公园村，林肯路和珊瑚阁区的“奇迹一英里”更是遍布各式精品商店。

针对户外运动爱好者，则推出捕鱼、航海、海底沉船潜水和浮潜等旅游产品……

在迈阿密，游艇码头随处可见。

