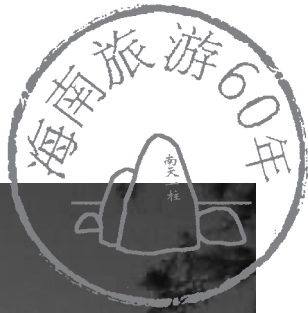




海南的标志性景观——椰风海韵。

本报记者 张杰 摄

椰风海韵醉游人

——中国最具特色的旅游促销口号

当北国千里冰封、万里雪飘时，海南岛上依然绿意盎然，暖风袭人。早在数百年前，明朝琼州知府方向就曾这样描述这里四季如春、风景秀丽的独特自然景观：海外风光别一家，四时杨柳四时花。寒来暑往无人会，只看桃行纪岁华。海南岛上集中了阳光、海水、沙滩、空气、森林、动物、温泉、岩洞、风情和田园等得天独厚的旅游资源，并形成了山、城、沙、海、港自然结合在一起的特景观。最让游客沉醉的，是这里碧波环抱，椰林掩映所呈现出的一派旖旎的热带海滨风光，犹如仙家境地……

海外风光别一家

正是因为“海外风光别一家”的魅力，海南岛从一开始就以一种独特的姿态闯入中国旅游市场。1986年1月，仍处于国防前沿尚未开发的海南岛，就在国务院召开的全国旅游工作会议上，被确定为全国七个重要旅游发展地区，是其中面积最小的一个区；随后，在全国旅游发展规划确立的八大旅游区中，海南旅游区与江浙沪区、东北旅游区、西北旅游区、西南旅游区等并列，成为面积最小也最独特的一个旅游区。

面积仅3.4万平方公里的海南岛，何以在旅游资源丰富的中国旅游市场一再被单独提出？国家旅游局在发展规划中的一段话或许能够体现出海南岛在中国旅游市场的独特地位：海南旅游区只包括海南一省，之所以要单独列出，是因为在我国旅游业发展的总体格局中，海南是惟一的、最具备建成热带海岛、海滨、度假旅游胜地的地区。《华盛顿邮报》这样告诉美国人：被人忽略的中国夏威夷，海南岛。

由于纬度相同，自然资源相似，早在建省前，就有人惊叹天生丽质的亚龙湾：不是夏威夷，胜似夏威夷。1988年，海南建省办大特区，一大批世界级商务精英蜂拥来到这个陌生的中国小岛。他们被眼前婆娑的椰林、碧蓝的大海和明媚的阳光深深吸引，来往世界各地见多识广的商人们，自然想到了这时早已蜚声国际的热带度假海岛夏威夷，认为只有把眼前这个陌生的天堂海岛比为“东方夏威夷”，才是贴切的。

当时的海南岛几乎没有什么知名度，借助夏威夷的知名度，可以很好很快地提升和宣传自己。所以，海南当时打出了这样一句旅游促销广告：到夏威夷太远，到中国海南岛！当时，大家都为能与美国的夏威夷相提并论而感到自豪而又充满信心。

海南岛打出的这一广告语，甚至在遥远的夏威夷引起了一阵躁动，不少美国旅游专家专程赶来看个究竟。加拿大一位旅游教授在研究比较了海南岛与夏威夷之后，认为海南岛的生态和旅游资源与夏威夷不相上下甚至更好，有朝一日甚至会超越夏威夷，成为东方的度假天堂。

椰风海韵唯琼岛

正是凭借着独特的自然资源禀赋，海南建省办大特区之初，旅游业获得了快速发展，从一个微不足道的小产业发展成为特色产业。有人用“异军突起”来形容1988年-1993年海南旅游的第一个“五年”发展。1993年，省旅游局通过《人民日报》、《中国旅游报》、《海南日报》等各大报刊，面向全国征集海南旅游主题口号和海南旅游标志，以加强海南旅游对外宣传促销，在国内外旅游市场树立起“热带海岛度假旅游胜地”的形象。当年，全国各地应征“标志”的稿件达到800多份，“主题口号”达1000多条。最能代表海南热带海岛特色的“椰风海韵醉游人”成为海南第一个旅游主题口号。在创意说明中，

中选者张雄耀这样写道：海南是一个如诗如画的热带滨海旅游度假胜地，明媚的阳光、苍翠的椰林、美丽的港湾、天然的浴场、细软的沙滩、习习的海风、诱人的海鲜，足以令来自四面八方游客在椰风海韵中深深地领略到一种古朴浓厚的野趣和热情情怀，如醉如痴，流连忘返，留下美好的回忆！

“椰风和海韵，是海南旅游最独特的卖点，所以时至今日，人们依然愿意这样来描述和宣传海南旅游。”省旅游发展研究会副会长王健生认为，椰风海韵在国内旅游市场是唯一的、独特的，也是最能吸引游客的。海南建省二十多年来，虽然经济经历过低谷，但旅游市场却一直呈上升势头，这也与海南拥有国内唯一的热带海岛旅游资源分不开。

或许仅仅是一种巧合，海南旅游一系列标志事件也发生在这一年。1993年，《海南省旅游发展规划大纲》获省政府通过并颁布。在《大纲》中，明确了热带海滨度假休闲这一海南旅游发展主题。与此同时，针对旅游建设资金缺乏，提出了“全社会共办大旅游”的旅游发展方针，各路投资开始关注海南旅游，逐渐掀起第一波海南旅游开发热潮，近200项旅游建设项目也从那时开始，陆续建成开业。

1995年，省人大通过并颁布实施我国第一部地方性旅游法规《海南省旅游管理条例》，海南旅游开始走上法制化、规范化轨道。

一系列国际性和全国性的重大旅游活动相继在海南举办：承办'95中国国内旅游交易会、'96中国度假休闲游开幕式、'96世界旅游日（海南）主会场活动……通过迎接和举办这些大型国内旅游活动，海南旅游业大大提高了在国内外的知名度。

海南开始走出去宣传推广旅游产品。在1996年和1997年香港国际旅游交易会上，海南连续两年分别获得“最有希望的新的旅游目的地”和“最佳休闲产品奖”。现在再看当年的奖项，颁奖者或许会为当初的决定感到骄傲，经过十余年的努力，海南已经从“最有希望的新的旅游目的地”，成为中国最知名的旅游目的地，并开始进军国际市场。

1997年，海南接待国内外游客达到790万人次，第一次超过全省总人口数；旅游总收入超过60亿元，占全省国内生产总值14.75%，旅游业成为海南名副其实的支柱产业。海南旅游形成了具有一定档次、吃住行游购娱各项设施配套成龙旅游接待体系，建设热带海岛度假旅游胜地的基本条件已经具备。

休闲度假品牌响

1996年，国家旅游局把中国旅游第一次转型升级的重任交给了海南，在海南举办的'96中国度假休闲游开幕式，正式拉开了中国旅游从观光向度假休闲转型的序幕，也为海南旅游业在新世纪能够实现跨越式发展打下了坚实基础。

1998年，面对东南亚金融危机给旅游业带来的压力，海南提出“冬季到海南来戏水”旅游专项宣传促销，省旅游局联合《海南日报》、《中国旅游报》，通过游客和全省旅游企业的参与，评选出20个优秀景区（点）和20条旅游线路，并争取国家旅游局将亚龙湾、三亚南山、兴隆热带花园、文昌铜鼓岭和琼海博鳌等5个项目确定为第一批全国优先发展旅游项目。同时，海口、三亚双双获得首批中国优秀旅游城市荣誉称号。

如今，亚龙湾已经成为中国度假休闲的领军者，成为中国高端度假酒店最多、最密集的地区；博鳌成为我国第一个国际会议组织永久定址地点，从小渔村一跃而成海南新名片……

对国际市场的开拓也紧锣密鼓展开。先后组织德国、俄国等欧洲国家旅行商来琼考察，加大对韩、日专项促销，促使韩国至海南旅游包机复航。协助新加坡丽星邮轮“狮子星号”开通香港至海南航线，组织香港警官团队海南自驾游。

2000年，海南接待游客量突破千万人次，为新世纪打下一个良好开端。

2001年，海南旅游提出新的战略目标，即努力

把海南建设成为具有国际水平的海岛休闲度假旅游胜地。

“热带海岛，度假天堂”的旅游新形象开始频频出现在国内外大型旅游交易会上。在国家旅游局举办的国际、国内旅游交易会上，穿着海南岛岛服的海南代表团8次获得最佳展台奖，海南展台甚至成为交易会上的另类景区；组织“欢乐海南大篷车旅游促销团”，分别赴东北、华南等客源地市场进行旅游宣传推广。

在旅游宣传推广中，海南不断推出新概念、新产品，引领中国旅游市场。如提出到海南旅游的十大理由，继而又推出新的十大旅游产品，同时倡导海南旅游八大体验。并通过推出健康旅游、自驾车游、高尔夫游、购房游等产品，不断激发游客旅游动机，在旅游市场形成持续不断的海南旅游宣传攻势，推动海南旅游从传统观光游逐渐向“观光+休闲度假”转变。

海南五大特色旅游产品已逐渐在国内外旅游市场形成品牌，即以热带滨海旅游为基本特色的蓝色浪漫之旅，在海南热带生态基础上开发的森林探奇、热带植物园和海岛乡村游的绿色神奇之旅，以海南各种特色的高尔夫球场为平台的高尔夫之旅，以海南温泉旅游的野、奇、特，打造的别具一格风情温泉之旅，以体验黎族苗族等少数民族风情的民族文化之旅。

国际一流应可期

正如国家旅游局指出的，海南旅游区之所以要单独列出，是因为海南是我国惟一的、最具备建成热带海岛、海滨、度假旅游胜地条件的地区。经过建省办大特区20余年的积极探索，社会各界已经形成共识：海南特殊的地理位置和资源禀赋，决定了海南不具有大规模发展工业项目的比较优势，但赋予了海南发展旅游业所需要的丰富资源，旅游业应该成为海南的支柱产业和主导产业。

正是凭借着得天独厚的资源优势，建省二十多年来，海南接待国内外游客增长了25倍，旅游收入增长了161倍，旅游业从一个微不足道的小行业发展成为引领第三产业的龙头产业。2008年，旅游收入占全省GDP的13%以上，大大高于全国平均水平。

2007年省第五次党代会上，海南正式提出国际旅游岛发展战略，并将其作为海南未来改革发展的制高点 and 突破口，目标是把海南建设成为旅游国际化程度高、生态环境优美、文化魅力独特、社会文明祥和的世界一流的海岛型国际旅游目的地。

作为我国唯一的热带海岛省份，海南旅游资源丰富独特，有灿烂的阳光、洁白的沙滩、湛蓝的海水、新鲜的空气、绿色的椰林、独特的民族风情，即使与国际著名的旅游度假目的地如夏威夷、巴厘岛、普吉岛等相比也毫不逊色。正是基于得天独厚的资源条件，海南提出要建设成为国内国际著名旅游度假目的地。

在《海南国际旅游岛建设总纲》中，提出“一海”、“两市”、“三区”新布局，一海即以国际化视野，放眼于整个南中国海乃至更大区域，以现代版“南海丝路”打造在国际上知名度大、美誉度高的“南海旅游”品牌；“两市”即以海口、三亚为中心，将海口打造为“海韵椰城、休闲港湾”，而三亚则是“美丽三亚，浪漫天涯”；“三区”将打破目前以区域为主的旅游开发模式，在海南岛东部推出中国椰树海岸品牌，中部打造海南岛国家公园，西部则为中国金色西岸，三区形成地域文化和产品各异、互补互映的旅游品牌，实现三区共进，山海齐辉。

作为我国唯一具备建成热带海岛、海滨、度假旅游胜地的地区，海南正站在新的历史起点，带领中国旅游进军国际休闲度假市场。充满中国风情、东方魅力的海南岛，将成为中国旅游向世界展出的一张独特而靓丽的名片。

本报记者 杨春虹



戏水。

本报记者 李幸璜 摄



踏浪。

本报记者 张杰 摄



东郊椰林风光。

本报记者 王凯 摄

相关链接

“一辈子的荣耀”

“那是我一辈子的荣耀，我很自豪！”十多年来，尽管这句“椰风海韵醉游人”的旅游口号被使用了成千上万遍，但每一次听到、看到人们这样介绍和推介海南时，省旅游局退休干部张雄耀的心中依然兴奋激动。“作为一名海南人，这是我对家乡做出的一份贡献。”张雄耀说，当年正是缘于对故土深深的热爱，才会由衷写下“椰风海韵醉游人”这句话。