



他是法国人,曾长期在法航担任要职,在日本、曼谷和美国工作多年,能讲四种语言,对于旅游业有着丰富的经验。1月7日,应我省邀请,鲍姆加藤先生前来签署WTTC为我省编写《海南旅游经济发展报告书》的协议,并由省旅游委安排对海南进行了他所说的“高效又有深度的考察”。

世界旅游业理事会总裁让·克劳德·鲍姆加藤： 新鲜，是海南旅游一大优势

文\海南日报记者 袁锋

“现在世界上能用来塑造一个新的旅游目的地的地区已经不多，海南是其中之一，让我们努力把海南塑造好，千万别搞砸了。”在他对海南不足4天的访问结束时，世界旅游业理事会(WTTC)的总裁让·克劳德·鲍姆加藤这样对海南日报记者说。

在记者随同鲍姆加藤先生考察海口、博鳌、万宁、三亚的几天里，鲍姆加藤先生与记者展开了多次交谈，并对海南旅游业发展提供了许多真知灼见。

为海南编制旅游经济发展报告

世界旅游业理事会是全球旅游业商业领袖论坛组织，其成员包括全球旅游业中近百位最著名企业的总裁、董事长和首席执行官。而该理事会的特色之一是为旅游国或地区提供经济、政策和投资的分析报告与咨询。因此我省选择委托该理事会编写《海南旅游经济发展报告书》，鲍姆加藤先生此次也与省委书记卫留成进行了会晤。

鲍姆加藤先生来过中国30多次，但这是第一次来海

不论是多家英文媒体对国际旅游岛的新闻报道，还是记者咨询的英语母语人士，基本上都使用或认可 International Tourist Destination 为地道的表达方式。

做好功课再来推广

车子在高速公路上疾驰，谈起对海南的印象，鲍姆加藤先生认为海南的美景是毋庸置疑的，并且海南的基础设施不错，这一点出乎总裁的意料。“特别是道路，比世界上许多旅游目的地的道路要好，另外一个热情好客的居民，这一点也很重要，因为不是每个地方的居民都那么好客，而游客们需要感觉到这种热情。”

海南旅游发展是否需要一份《海南旅游经济发展报告书》，这笔钱花得有必要的吗？鲍姆加藤先生告诉记者，报告的前期工作是进行数据的收集，最终形成的报告将是一种决策的工具，以报告中所包含的信息为基础制定战略，并且可以对未来10年的旅游业发展进行预测。报告书还将包括该地区旅游业投资指南，为外来投资者提供所需的各种信息。

造形象的绝好机会，推销得当，则海南以完美的形象出现在世界面前，形象没塑造好，则会毁掉海南旅游的前程。”

他认为，游客们需要的是独一无二的体验，所以海南要提供自己的东西，如果只是去模仿夏威夷，那么它就失去了竞争力。要找到自己独特的卖点，和其他目的地不同的地方，给国外游客一个来海南的好理由。

“比如海南有少数民族，有自己的历史，来海南之前我不知道这里有冲浪资源，海南可以办一个冲浪赛事，这样各个国家选手和观众就可以知晓海南了。现在国际上能冲浪的海滩并不多，所以冲浪是很重要的一个特色。古民居是另一个特色，下南洋的前人在海南修建了许多有南洋风格的居所，这就是海南的特色，而且这些民居可以化身成旅店、餐馆、博物馆，增加旅游的文化内涵。”

博鳌的蔡家宅给了鲍姆加藤先生对海南民居的感性认识，参观了这座建于1930年代的大宅后，他跟记者提起了全球知名的庄园城堡饭店组织 Relais & Chateaux，源于法国上流社会的度假传统，为了因应富豪贵族的旅行和度假需求，其会员为各种庄园和城堡饭店，不但美景当前，食物考究，就连建筑也各具特色。鲍姆加藤希望强调的是像蔡家宅这样建筑的独特性和不可复制性，这是蔡家宅的精髓所在，所以不论它可以发展成餐馆、旅馆，还是博物馆，保持它的独特风味是核心。

海南旅游产品比巴厘岛丰富

鲍姆加藤先生说，现在旅游推广的形式和以前有了很大的不同，最有力的推广者是亲身到过某地的游客。另一个渠道就是网络，所以一个旅游目的地要有丰富的产品来成为游客们在网上和网下的谈资，这样来进行推广。

而海南旅游产品的类型非常丰富恰恰是鲍姆加藤先生认为的海南另一个优势，“与马尔代夫和巴厘岛等地相比，它们在全球的知名度很高，而海南还不为人所知，但海南的旅游产品多样性是大大高于这些地区的。在新兴的旅游产品方面，海南有特别好的禀赋，比如观鸟、高尔夫、野营探险、乡村游、生态游等。如果是马尔代夫或巴厘岛的旅游业者来到海南，他们会很羡慕海南还有大片的区域没有开发，还有无尽的潜力可以挖掘，而这两个地方的旅游开发已经大体完成，没有太多进步的空间了。”

博鳌国际旅游论坛可引领海南

在今年3月即将举行的博鳌国际旅游论坛上，鲍姆加藤先生将发表演讲。对于国际旅游论坛，他建议把论坛办成一个高端的会议，不仅仅是对海南形象的一次活广告，可以减少一些演讲，让与会者更多地表达观点。在论坛结束时，可以形成一个路线图，对海南旅游业发展起到指导作用。

同为论坛组织的WTTC今年5月将在北京举办全球旅游旅行峰会，鲍姆加藤先生透露，到时会组织一个小型的考察团来海南考察，人员将会是旅游行业的巨头或其代表，为海南带来投资机会。

不要把海南变成第二个迪拜

规划，规划，规划，这个字眼可能是几天时间里鲍姆加藤先生对记者用的最多的词，对于海南国际旅游岛建设，他认为最重要的是有一个高质量的总体规划，并且不折不扣地执行规划。在几个场合，他都反复强调了这一点。

他还特别想就旅游地产方面提出忠告，“我已经看到海南将自己作为第二居住地来推销，建设了许多旅游地产项目，我想提醒的是，要注意保护资源，不能过度发展房地产，不能把酒店建得密密麻麻，到处都是房地产项目，因为这样最终会毁掉环境。海南还有许多未经开发的区域环境保持良好，在总体规划中就应该加以考虑，不能让建设项目遍地开花，这是一个忠告。阿布扎比是可持续发展，新酒店按照环保型酒店标准建造。而迪拜的发展模式是不可持续的，不惜破坏环境，涸泽而渔，追求更大更高贵的建筑，所以可不要变成另一个迪拜啊。”



琼海博鳌蔡家老宅让鲍姆加藤联想到全球知名的庄园城堡饭店组织 Relais & Chateaux。
海南日报记者 李幸璞 摄

南。他是法国人,曾长期在法航担任要职,在日本、曼谷和美国工作多年,能讲四种语言,对于旅游业有着丰富的经验。

在紧凑的行程中,鲍姆加藤先生观火山口,览东屿岛,游蔡家宅,还考察了石梅湾、海南热带雨林和少数民族景点、南山等。他告诉记者,很高兴看到中国政府将国际旅游岛确立为国家战略,而且将旅游业作为支柱产业来促进。现在海南已经有了好的旅游产品,设定了国际旅游目的地的目标,下一步就是进行国际性的营销推广,这也是海南面临的挑战。

国际旅游岛的英文提法是什么?

鉴于鲍姆加藤先生在旅游业界的地位,记者向他咨询了国际旅游岛的英文提法。“在国际推广中,我强烈建议不要使用 International Tourism Island 这种提法,因为它使操英语者感到不知所云。”鲍姆加藤先生说,比较接近国际旅游岛这个意思的可以用 International Tourist Destination,或者 World Destination。

这个解答与记者此前从各种渠道收集的答案一致,

“在进行市场推广之前,做好功课是最为重要的。”鲍姆加藤先生说,首先充分了解自身的情况、优势和劣势,并且根据这些情况来采取各种措施,例如改善基础设施、创新旅游产品、提高服务水平、培训人员等,如果这些功课都没做好就贸然进行推广,那只能带来灾难性的后果。WTTC与印度合作时,有一位旅游官员雄心勃勃地告诉鲍姆加藤先生,他们要花一大笔钱进行市场推广,要展开强大的宣传攻势,而鲍姆加藤先生告诉他,当务之急是改善基础设施等,否则就是浪费纳税人的钱。

新鲜,是海南的一大优势

坐在被各种热带植物环抱的咖啡厅里,鲍姆加藤先生和记者聊起了海南建设国际旅游岛的优势和制约因素。“在全世界范围来讲,海南的形象推广还处于刚刚起步阶段。海南的优势是在世界上的名气还不响,所以对国际游客来说它是一个新目的地,对那些在寻求投资机会的商人来说也是一个新的选择,而新鲜的地方对人们具有吸引力。从这一点来讲,这是海南的一大优势,一个塑