

西班牙：

滨海旅游大国成功之道

旅游发展,人才优先

作为海南旅游发展“人才优先”战略背景下的第一批海外旅游培训团,培训团在西班牙最先的感受也正是从西班牙“人才优先”战略开始。

从 1902 年就开始发展旅游业的西班牙,作为世界旅游强国的起点是 1963-1969 年,这个时期的一个标志就是,西班牙在全国建立了一大批旅游学校和培训中心,从培养人才入手推动旅游真正发展,促使西班牙旅游业产生质的变化。

在加强“软实力”建设之后,西班牙才开始了“硬件”建设,大量建设为旅游服务的公共设施,在随后的几十年发展中逐步成为旅游大国和旅游强国。

培训团团长、海南省旅游委巡视员陈耀认为,正是西班牙大力发展旅游教育和培训,为旅游产业发展建立了充足的人才基础。旅游业之间的竞争,表面是游客数量、旅游收入的差距,实际上是包括管理者、经营者以及旅游地公众等方面人的素质上的差距。所以,坚持旅游发展人才优先战略,应该成为海南国际旅游岛建设的关键。

设备设施齐全,办学针对性强和富有地方特色,是西班牙旅游人才培训留给海南省旅游委教育培训处处长吴长芳的印象。如加纳利群岛基于海岛旅游业发展需要,侧重培养海岛度假管理和服务技能人才;马拉加和瓦伦西亚则是注重培养乡村旅游、邮轮游艇旅游人才。

结合自己多年旅游培训工作经验,海南省旅游学校校长冯树祝认为旅游职业教育要结合国际旅游岛建设实际,培养大量高素质劳动者和技能型、应用型人才。一方面推进专业与课程调整更新,一方面创新人才培养模式,同时规划建设一批有规模、有特色的旅游职业教育实训基地。

国家客栈,简朴豪华

到了西班牙那些享誉世界的海岸旅游胜地考察,一看资源,培训团成员感觉似乎还没海南好,但一路感受下来,体验到的是那些地方的魅力、吸引力。“三亚有风光,没风情!”培训团一位成员在自己的微博上这样感慨道。

西班牙的风情在哪里?是享誉世界的斗牛?还是弗拉明戈舞?“在小镇、在一个个小景观中!”培训团成员说,西班牙风情其实已经完全融入到旅游开发中,一个小餐厅、一个小酒吧甚至是一条小巷,都向游客演绎着独特的西班牙风情。

国家客栈是这种演绎的高度浓缩。西班牙国家客栈外观简朴,内部装修也不豪华,主要利用古堡、古迹和有文化价值的老房子而建。但收费标准却高于五星级酒店,其理由是星级酒店只是一般的旅游酒店,而国家客栈则是体验独特古典文化和高档次酒店服务的场所,在那里游客可以享受到“简朴的豪华”,可以体现不同寻常的价值观。

“独特的建筑文化景观成为吸引游客的重要要素,也成为西班牙魅力文化的重要内容,对促进西班牙旅游业发展起到了十分重要的作用。”培训之余,海南省住建厅副厅长陈孝京从壮观的大教堂到小镇上一幢幢风格独特的建筑,都一一拍摄下来。“要将海南建设成世界一流的海岛休闲度假旅游目的地,打造独具海南热带特色的建筑与环境艺术精品应该成为一项重要任务。”培训回来,陈孝京提出了一系列如何提升海南建筑和环境艺术的建议。

品牌营销,阳光海岸

对于西班牙的阳光海岸,培训团成员早已是如雷贯耳。慕名而去,却吃了一惊:阳光海岸原来并非是西班牙的哪一个具体海岸,而是整个马拉加省都称为太阳海岸。马拉加省对外旅游营销就是太阳海岸,太阳海岸成为马拉加省的旅游品牌,而马拉加则是一个行政名称,难怪中国的旅游人几乎不识马拉加之名。

拥有了太阳海岸这张世界级招牌,旅游业自然成为马拉加省的重要产业。马拉加成立了 100 多个与旅游业相关的行业协会,并成立统一的太阳海岸协会,协会由行政首长任主席,95% 的经费来源于政府,会员每年会费仅为 100 欧元,协会的主要任务就是向全世界推广和营销太阳海岸。

安达卢西亚、瓦伦西亚等旅游胜地同样是一个旅游品牌,一个行政品牌,旅游品牌都是大名鼎鼎,游客早已熟知;而延用多年的行政品牌也依然延用,仅仅作为当地的行政名称在继续使用着。

作为中国的国家战略,海南国际旅游岛开始为国际旅游业界知晓。利用培训,9 月 1 日,培训团在世界旅游组织总部所在地马德里先后举办了两场推介和交流活动,邀请西班牙旅游推广局、西班牙酒店协会、西班牙乡村旅游协会、马德里旅游局以及当地旅游业界代表参加,希望扩大海南国际旅游岛知名度,寻求更多合作机会。

有西班牙水上世界项目表示希望参与到海南旅游发展中,当地游艇培训机构也很看好海南快速发展的游艇产业,表示可以就人才培养方面开展合作,拥有发达邮轮产业的马拉加的邮轮业人士甚至表示愿意到海南参与到当地的邮轮发展中。

旅游环境,社会营造

在西班牙期间,培训团听到导游说得最多的一句话就是:放心消费!最初,以为是当地导游的宣传而已,毕竟不懂当地语言,对挨宰也还是有一些心理准备的。

然而,两件小事彻底改变了大家的看法。晚上到滨海小酒吧喝啤酒,大家按着价格牌点了啤酒和小吃,分别是 6 欧元和 1 欧元。收款时,服务员指着小吃告诉大家,如果点了啤酒,那么小吃就是赠送的,把多收的钱都退给大家。

到一个小店消费,由于金额不多,大家各自用硬币把钱凑足放在桌上就离开了。很快,一位老者追出来,由于语言不通,费了很大劲才解释清楚原来钱多了。大家告诉他多余的部分是小费,老者才心安理得地把钱收下。

“我们的朋友到海南旅游,谁敢告诉他们放心消费?”为这两件小事,培训团成员相互间讨论了很多次。三亚市旅游委调研员冯祝昌说,语言不通、人生地不熟,却可以在西班牙放心消费,是因为那里无论是导游、商场还是小酒店,共同为游客营造了一个诚信的环境,让游客能够放心消费。

对比海南,出租车宰客、海鲜排档宰客一直是游客两大投诉热点,社会不文明现象比比皆是。“不要老说国内哪些地方也是这样那样的,现在海南的目标是建设国际一流海岛休闲度假目的地,应该要拿国际一流旅游度假地作为自己的参照!”培训团不少成员认为,旅游是一个涉及 100 多个行业的产业,需要全行业、全社会才能共同营造一个良好的旅游氛围,一个诚信的旅游环境。■

前不久,海南省旅游委与世界旅游组织合作,首次组织市县旅游委(局)负责人和旅游管理干部赴世界著名海滨度假旅游目的地西班牙开展旅游专项培训和综合营销。近 20 天时间,从马德里世界旅游组织总部开始,培训团一路奔赴大加纳利岛、塞维利亚、科尔多瓦、马拉加、瓦伦西亚……几乎一天一行程,希望能把西班牙旅游精华“一网打尽”。

听世界旅游组织专家授课、听西班牙当地旅游官员畅谈旅游开发中的得与失,到实地考察、学习和亲身感受,了解世界滨海旅游开发的前沿资讯,培训团在学习的同时,更身兼国际旅游岛推广和营销之职,在当地举办推介会、交流会,努力谋求一次出访获得多重效应。

培训归来,大家对西班牙有佩服、有羡慕、更多感慨,与同仁、业界不断分享西班牙滨海旅游开发的成功经验,希望国际旅游岛建设能够借鉴西班牙成功经验,吸取其开发教训,早日建成与其齐名的国际一流滨海旅游胜地。



西班牙风情完全融入一个个小镇、一条条小巷中。

陈耀摄

文 / 海南日报记者 杨春虹

拥有 8000 多公里海岸线、2000 多处沿海海滨和岛屿、太阳海岸等享誉世界的知名海岸的西班牙,2010 年旅游外汇收入 525 亿美元,位居世界第二,仅次于美国。

2011 年 8 月 30 日,海南省旅游委与世界旅游组织合作的首次海南省旅游培训团起程前往马德里,这是海南首个海外旅游培训团,19 名成员来自省旅游委,省住建厅,西沙工委,海口、保亭等市县旅游委(局),省旅游学校以及部分旅游企业等 13 个单位。

省长助理、省旅游委主任陆志远专程赶来送行,作为我省旅游发展“人才优先”战略的重要内容,陆志远表示,将继续加大对市县旅游干部和旅游企业负责人不同层次的旅游培训,把有限的资金用在具有“造血”功能的人才培训上。

在近 20 天时间里,通过专家授课、案例研究、实地考察,培训团学习西班牙在滨海和海岛旅游、邮轮游艇旅游、特色旅游小镇和乡村度假等方面的成功经验。同时,培训团在当地举办国际旅游岛推介会、沟通会,将旅游培训同综合营销、旅游招商等相结合,希望一次出访获得多重效应。



利用古堡、古迹等建成的西班牙国家客栈。

孙冬摄