

文化与旅游·珠联璧合



一千个游客的眼中,或许就会有一千种不同的海南风情

现在很火的北京胡同游是谁最先发明的?旅游界人士肯定,一定不是北京人发明的!因为在北京人眼中,胡同实在太普通平常不过了。只有那些觉得胡同别具风情的老外们,才能想出这么一个旅游产品。

同样地,很多海南人也很少想到要去认真地逛一逛骑楼老街,在他们的眼里,那里交通拥堵,环境脏乱,实在不是游玩的地方。

但就是这样—个在海南人眼中不值得逛逛的地方,却成为不少欧美游客最感兴趣的。

一个澳大利亚的VIP团到海口打高尔夫,接待方安排入住喜来登酒店,安排金龙路美食一条街甜品美食,全程VIP接待。接待方回访客人时,客人回答,那五条骑街老街最有味道。再问,难道酒店不好吗?答:喜来登是国际连锁酒店,很多地方都有啊。早餐倒是很不错……

“老外的回答让我们旅游人感触颇多,我们觉得根本放不上台面的五条老街,居然会是最吸引他们的!”省旅游协会旅游饭店协会会长张会发说,这提醒我们,不同的游客其实期待和需要不同的文化体验。所以,要考虑国内游客、国际游客对海南的不同期待,针对不同的市场、游客提供给他们各有侧重的文化体验。

三亚湘投银泰度假酒店营运总经理刘凯强也有类似接待经历。在接待德国途易考察团时,刘凯强避开了阳光、大海、沙滩这些旅游资源的感受,带他们打边炉品石山羊,逛老街吃街头小吃。为了让他们印象更深刻,甚至专门租借了三轮车,带着客人在博爱路一带的老街逛了一大圈,让见多识广的途易考察团对海口留下了深刻印象。

“对于旅游从业者来说,文化的投入不是立竿见影的,需要长年不断地挖掘和积累。”刘凯强说,电影《非诚勿扰II》带火了亚龙湾的鸟巢,之前谁也想象不到一部电影居然火了一个景区,这种影响力不可小视。海南的旅游从业者需要认认真真深入到文化建设中去,从机场到酒店到街道到每一个细节一点去营造,给国内国际游客留下海南特色体验,才能不断吸引他们到海南。

正如中国人到巴厘岛的期待。那里当地人每天两次的“拜拜”随处可见,这些构成了巴厘岛最浓郁的文化体验。

一样的文化一样的历史,烹制出不一样的文化旅游大餐

“关键是要整合不同的资源,进行差异化的推广和包装。”已经在中国生活19年的海口文华大酒店总经理亚瑟布托认为,海南的生态、水果、美食,其实都对游客很有吸引力,关键是要去包装、去推广。比如文昌鸡是海南四大美食,无论是养殖方式还是品质都非常棒,需要告诉游客,到哪里去体验可以代表海南品质的文昌鸡美食。这需要政府、企业和全社会的共同推动和努力。

作为景区经营者,呀诺达景区副总经理蒋海燕认为海南不缺文化,缺乏的是对文化的提炼、包装和传播。就像老外喜欢的海口骑楼老街,那些大排档、小餐厅以及老爸茶店,其实都是最具本土特色的旅游元素,但现在由于没有进行提升和包装,让海南旅游人觉得这些东西是没法进行推介和展示的。

“文化是旅游的靈魂,海南需要什么样的文化?”南湾猴岛景区董事长代国夫认为,只有真正本土的文化才能将旅游引入百姓家中,让老百姓在旅游发展中受益。海南的优势是得天独厚的生态资源,这是吸引游客的根本,游客不会为看海南的高楼大厦而来。

代国夫认为,只有政府、企业和社会对此达成共识,才能共同营造一个本土特色浓郁的旅游氛围。“游客不是听你讲文化,而是自己去感受和体验。”代国夫说,正如槟榔谷景区的黎苗文化,南湾猴岛的猴文化、疍家文化,需要景区带动周边老百姓共同营造出这样的文化氛围,让游客感受到、体验到。

“尽管海南一流的旅游资源已经对游客有足够的吸引力,但旅游业核心竞争力的提升,离不开文化的支撑。”刘凯强坦言,或许正是因为资源的丰盛,过去许多年大家都享受着一流旅游资源带来的客源优势,过多依赖自然资源,在一定程度上造成了对文化建设的重视不够。对比国际知名的夏威夷,对比国内在旅游文化方面取得很好成绩的云南,其对文化的挖掘和包装,都值得海南去学习和借鉴。

不少旅游目的地把机场作为第一个展示窗口。在夏威夷,机场里轮流播放着的是当地人的一个个笑脸,让游客一下飞机就感受到这个热情海岛的热情;而挪威的机场则是用非常好的木材建造起来的,让游客一下飞机就知道,这是一个盛产木材的北欧国家……

“海南的机场需要向游客展示什么?”刘凯强认为,海南有海上丝绸之路的历史,有本土黎族苗族文化,以及中国古代的贬官流放文化等等,要把这些文化真正结合起来,为游客营造出一个与众不同的海南岛。“如果一味地推介阳光、大海、沙滩这些每个海岛旅游目的地都有的东西,那我们的竞争者就实在太多了!”刘凯强认为,只有独特的文化才是吸引游客的长久魅力。

海南国际旅游岛,要给游客留下一个什么样的旅游符号

“从华侨的眼中,我们又一次体会到‘只有民族的,才是世界的’这句话的内涵。”海南海之缘国旅总经理王汇说,由于该旅行社的侨资背景,所以每年都接待不少华侨。华侨们不喜欢高楼大厦,他们更愿意去感受和体验真正海南本土的东西。

在海口,游客们希望到老街吃一碗猪脚饭;到琼海,希望能尝一尝当地特色的鸡屎藤小吃;到三亚,他们更愿意到春园去感受当地打边炉吃海鲜的豪爽……“但这些最具本土特色的东西,现在无论是环境还是卫生都不如人意。作为旅行社就非常矛盾,一方面希望带他们体验与众不同的东西,一方面又希望能带客人体验到真正优质的东西。”王汇希望,能够通过旅游行业的创先争优活动,特别是全省上下开展的文明大行动,把这些特色的东西重视起来,进行包装和提升,让海南特色文化能够得到更好地呈现。

这种观点正渐渐成为旅游业界的一种共识。张会发坦言,旅游饭店业之所以提出打造“海南服务”品牌,正是基于这样的认识,这是海南国际旅游岛建设的需要,也是海南旅游业转型升级的必须趋势。通过将海南本土文化融合、融入“海南服务”中,让更多游客能够从旅游服务、旅游接待中体验和感受到海南不一样的文化,并使其成为海南独特旅游文化的一个重要载体。

现在,“海南服务”品牌逐渐成为业界的共识。业界认为,首先需要政府明确“海南服务”的定位,再经由政府牵头,制定相关行业标准,引导更多旅游企业在服务中导入“海南服务”,并借由文明大行动使其成为全社会共同参与的行动。

前不久,海南省旅游委专门召开了旅游与文化如何融合发展座谈会。座谈会上,不少在这方面有成功实践和探索的企业分享了各自的经验和认识。海南省旅游委则表示,将会把单纯的旅游行业管理提升到推动“海南服务”品牌的打造,并以此提升海南旅游业的整体竞争力和吸引力。

给游客呈现一个什么样的海南?

文/海南日报记者 杨春虹 图/海南日报记者 王凯



游客乘坐竹筏欣赏万泉河美景。

来自国内的游客,或许更感兴趣于海南岛的热带海岛风情;俄罗斯游客,更愿意到海南岛感受中华传统文化;欧美游客,却又会对那些略显“脏乱差”的小街小巷更感兴趣……



外地游客在海口骑楼里穿行,感受百年老街的沧桑与文化。

一位来自德国的游客正在用相机记录着海口老街充满特色的过年民俗。