

1. 推销澳大利亚

萨拉·卡曾斯

选自莫纳什大学全国澳大利亚研究中心和“澳大利亚开放教育”
项目共同开设的系列课程笔记

在课程的第一周，萨拉·卡曾斯提出了以下几个问题：国际社会是如何看待澳大利亚的？澳大利亚是否通过大众文化树立自己的海外形象？澳大利亚如何利用像悉尼奥运会这样的重大事件在世界范围内对自己进行宣传？

萨拉·卡曾斯是澳大利亚墨尔本莫纳什大学全国澳大利亚研究中心的研究员。

1.1 澳大利亚品牌

1.2 畅想澳大利亚

1.3 旅游贸易

1.4 背包客走遍澳大利亚

1.5 二零零零年悉尼奥运会

1.6 下一次浪潮

1.7 补充参考资料

1.1 澳大利亚品牌

“‘澳大利亚品牌’着重探讨了我国那些与众不同的特色元素，将一个集开放、乐观、幽默、洒脱等个性为一体的澳大利亚展现给全世界，为人们带来各种各样的神奇体验。”——澳大利亚旅游委员会。

澳大利亚通过媒体、广告宣传和旅游推广活动向世界展现了一个什么样的自身形象呢？[澳大利亚旅游委员会](#)在一九九六年发起了“澳大利亚品牌”的宣传活动，其目的不仅仅是推介令人叹为观止的自然景观，而且还要宣传澳大利亚人民及其生活方式。这次宣传活动所选用的标志上有一只袋鼠和红蓝相间的带子，分别代表着澳大利亚内陆和沿海。像其他所有的宣传机构一样，澳大利亚旅游委员会必须找出“澳大利亚”这一产品的独特之处，来参与国际市场的竞争。于是，思想开放、真诚、友好的民族形象加上引人入胜的自然景观和稀有罕见的特色动物的标志便自然入选。

这与以往旅游宣传明显不同。过去的宣传总是与鼓励移民来澳的策略联系在一起。举例来说，在一九零零年澳大利亚联邦成立后的时期，主要是将澳大利亚描绘成“英国一隅”或“海滨避寒胜地”，而没有强调独具特色的旅游体验。然而在九十年代，保罗·基廷首次推出了“*创意之国*”策略，突出了文化旅游和开拓国际市场的战略，这与他将澳大利亚的未来放在亚洲的设想是一致的。二战后的经济改革为外国投资商敞开了大门，并加强了澳大利亚与英国以外国家在经济、外交领域的交往，特别是与美国和亚洲的联系。“大众市场”旅游业正是利用了这一大好时机而发展起来。六十年代和七十年代喷气式飞机的应用带来了航空旅行领域的一场革命，从而进一步促使游客们来到这个具有“异国情调”的旅游胜地。

1.2 畅想澳大利亚

在海外，那些广为宣传的澳大利亚形象包括悉尼歌剧院、悉尼港湾大桥、乌鲁鲁岩（亦称艾尔斯岩）大堡礁，还有可爱的树袋熊和袋鼠。随着八十年代中期宣传活动的开展，许多澳大利亚知名人士提高了澳大利亚这些特色形象的国际知名度，喜剧演员**保罗·霍根**就是其中之一。由于**保罗·霍根**，一些澳大利亚俚语在北美、亚洲和英国广为人知，如“天儿真好”和“我这就在烧烤架上为你加上一只虾。”。他在《鳄鱼猎手邓迪》系列电影中饰演米克·邓迪这一角色，表现了友好善良却又玩世不恭的澳大利亚丛林人的典型形象。大众文化在很大程度上塑造了澳大利亚的海外形象。目前澳大利亚电视节目在世界各国备受欢迎，如《[飞行医生](#)》、《[邻居](#)》和《[鳄鱼猎手](#)》。近来《邻居》已经播放到第四千集，吸引了全世界五十七个国家一亿两千万以上的观众。

为一个国家作品牌推广会产生什么样的影响呢？如果海外游客的知识和经历受大众文化的左右，他们是不是有可能欣赏不到或体会不到那些真实形象和经历呢？澳大利亚旅游委员会的“澳大利亚品牌”是否真正反映了今天澳大利亚文化的多样性呢？如果没有反映出这种特色，是否应该有所反映？什么样的营销策略才能有效地吸引五洲四海的游客？

1.3 旅游贸易

每年有近五百万的海外游客慕名来到澳大利亚。他们基本上都涌向昆士兰州沿海地区和悉尼。二零零二年来澳旅游的海外游客达四百八十万人次，大多来自新西兰、日本、英国、美国和新加坡。虽然中国游客的比例只占百分之四，但比二零零一年增加了百分之二十。

旅游业为澳大利亚出口和扩大国内就业市场作出了巨大贡献。在二零零零——二零零一年度，旅游产品带来的收益比原煤、原油和天然气的出口收入还要多。外国游客在商品和服务方面的消费达到了一百七十一亿澳元，相当于澳大利亚出口总额的百分之十一和二和国内生产总值的百分之四七。同年，旅游业为国内创造了百分之六的就业机会。国内旅游业同样发展迅速。在截止到二零零二年九月三十日的一年时间里，澳大利亚人共在外度过了二亿九千五百万个夜晚，消费总额达五百一十七亿澳元。[请阅读文章“我这就在贸易额上为你添加一只虾。”](#).....

近期的旅游统计数字显示，国外游客数量呈稳步上升趋势，但还未达到二零零零年和二零零一年的水平。恐怖主义、全球经济形势、中东地区冲突、诸如非典（SARS）类的健康威胁等因素严重打击了全球旅游业的发展。[参阅“对各产业造成影响的因素”数据表（由工业、旅游业和资源部编制）](#)

1.4 背包客走遍澳大利亚

澳大利亚旅游委员会已将“[背包客游](#)”列为国际旅游市场中最重要的发展领域之一。绝大多数来澳大利亚的背包客年龄都在十八岁到三十岁之间，男女比例持平，大多来自英国和西欧国家。二零零三年一月发表的“[背包客大揭秘](#)”一项由 TNT

杂志和大学生旅行社合作开展的调查)报告显示,每十名背包客中就有四名在澳旅游期间的消费超过了一万澳元。

对背包客来说,千万不能错过的景点包括悉尼、凯恩斯、大堡礁、拜伦湾、弗雷泽岛、降灵岛和乌卢鲁岩。为了充分利用这一旅游趋势,澳大利亚旅游委员会将澳大利亚描绘成一个“背包客”的天堂。热情好客的澳大利亚人、随意休闲的环境、温和宜人的气候、合适的汇率和丰富多彩的体验,这一切都是吸引游客的关键。

1.5 二零零零年悉尼奥运会

[二零零零年悉尼奥运会](#)可能是迄今为止用来向世界推销澳大利亚的最重大、也是效果最显著的事件了。当时的电视转播吸引了全球近三十五亿观众,观看时间长达四百亿小时。澳大利亚旅游委员会称,悉尼奥运会使澳大利亚国际旅游品牌的推广前进了十年。一些重要活动,比如奥林匹克火炬从希腊到达乌卢鲁岩后,在澳大利亚境内传递了一百天,引起了全国上下的广泛关注。

悉尼奥运会上,澳大利亚作为一个国家及其人民传达给了世人一个什么样的形象?媒体是如何构造这些形象的?开幕式上,九百名原住民表演了“走出混沌”仪式和传统的原住民烟火仪式,向世人展现了澳大利亚原住民和托雷斯海峡岛民的文化。由原住民运动员凯茜·弗里曼点燃奥林匹克圣火台之举向全球观众传达了民族和解的重要信息。[参阅奥运会原住民抗议活动的综合评论](#)。在“迎宾”一幕中,一匹澳洲骏马飞奔入场,驰骋在广袤干涸的红土地上,与悉尼交响乐团演奏的《冰河来客》主题歌遥相呼应。十三岁的小姑娘尼基·韦伯斯特躺在一块沙滩毛巾上,她对海洋的畅想,展现了澳大利亚沿海风貌和海滩生活方式。接下来,场上的马口铁皮、大水箱和其它丛林地区的象征物一起奏响了“锡铁交响乐”。此外,还有维克塔牌割草机、庞大的树枝和跳舞的内德·凯利,都通过这场气势宏大、有时却令人费解的表演展示出来。请访问[奥运会动力博物馆收藏网](#)。

晚间电视节目《梦想》是原本并不看好的出口文化产品,却出人意料地取得巨大成功。节目中充满了[脾气暴躁的罗伊·斯拉文和纳尔逊](#)(分别由约翰·多伊尔和格雷格·皮科海华饰演)对日常生活的讽刺。这个每天在黄金时段播出的节目引发了许多海外来客的浓厚兴趣。剧中那种对官方奥运商业性推销活动不屑一顾的态度吸引了很多人。奥运会开幕前,澳大利亚广播公司推出的系列节目《[奥运会](#)》讽刺抨击了悉尼奥运会的有关组织机构。一九五六年墨尔本奥运会的闭幕式上,运动员一改以往团体列队形式的入场方式,第一次非常随意地漫步走入会场。悉尼奥运会上,“不拘小节”和“藐视权贵”会怎样作为文化产品销向海外?经过这番铺天盖地的媒体报道和旅游宣传活动,澳大利亚在外国人眼中的印象是否有所改变?

1.6 下一次浪潮

奥运会后,澳大利亚的主要任务是评估自己在把一个多姿多彩的国家展示给世人的努力中取得了哪些成绩。在一个竞争激烈的全球市场上,我们的旅游业是否能够更加积极主动地对“文化旅游”进行推销?参阅[“急需重新审视旅游业”](#)一文。旅游业的发展新趋势包括开拓新颖且具有针对性的市场、发展地域性旅游业以及以

重大活动为依托的旅游业。参阅**第二届全国旅游业前景会议的有关内容**。如果不推出并营销集多种体验为一体的旅游项目，如果不走向全国而仅仅局限于悉尼、大堡礁和乌卢鲁岩，那么将会出现什么局面呢？

1.7 补充参考资料

关于澳大利亚

澳大利亚外交贸易部网站

澳大利亚简介

<http://www.dfat.gov.au/aib2001/>

今日澳大利亚网站——基本情况

<http://www.dfat.gov.au/facts/>

所有有关澳大利亚的免费信息、新闻和资源网上资料库

<http://www.australianaustralia.com/>

关于澳大利亚

<http://www.about-australia.com/about.htm>

旅游资源

澳大利亚旅游业网上数据库

<http://www.atdw.com.au/>

旅游商业

<http://www.travelbiz.com.au/>

澳大利亚旅游委员会在线

<http://atc.australia.com/>

欣赏澳大利亚

<http://www.seeaustralia.com.au/>

旅行贸易杂志

<http://www.sellingaustralia.com>

澳大利亚旅游研究局网站

<http://www.btr.gov.au/>

澳大利亚工业、旅游业及资源部网站

<http://www.industry.gov.au/>

大堡礁旅游网

<http://www.barrierreefaustralia.com/>

澳大利亚指南

<http://www.csu.edu.au/australia/tourism.html>

澳大利亚旅游委员会

<http://www.australia.com/ProcessSplashResults.aust?C=US&L=en>

国会图书馆——旅游资源网上指南

<http://www.aph.gov.au/library/intguide/econ/ectourism.htm>

旅游业联合会

<http://www.ttf.org.au/>

希望你在这里

<http://www.abc.net.au/ola/tourism/default.htm>

澳大利亚旅游网

<http://www.travelaustralia.com.au/>

澳大利亚工业、旅游业及资源部网站

<http://www.industry.gov.au/>

孤独行星——澳大利亚旅游指南

<http://www.lonelyplanet.com/dest/aust/aus.htm>

文化旅游业

澳大利亚原住民文化旅游网

<http://www.ataust.org.au>

原民事务——文化旅游业

<http://www.abtrade.com.au/>

全国原住民文化旅游运营公司目录

<http://www.aboriginalaustralia.com/>

各州、领地旅游业景点

北部地区

<http://www.australiasoutback.com/home/>

维多利亚州

<http://www.tourismvictoria.com.au/>

南澳州

<http://www.southaustralia.com/>

昆士兰州

<http://www.qttc.com.au/>

塔斯马尼亚州

<http://www.tourismtasmania.com.au/>

西澳州

<http://www.westernaustralia.net/>

澳大利亚首都地区

<http://www.canberratourism.com.au/>