

## 芬蘭「用聖誕傳說賺全世界的錢」

旅遊風情

潛”釜 vitaiwan

搭藤票 : 2011/12/11 0:00:00

聖誕老人的故鄉在哪裡？現在全球公認，就在芬蘭最北方的拉普蘭省。用專業 + 科技，創新古老傳說，這個「世界的盡頭」，年賺超過兩百億台幣。

在這個地方，每一天都是聖誕節。一走出羅瓦涅米機場，第一眼看到的就是晶瑩剔透的馴鹿標誌。空曠冰冷，聖誕老公公的家到了。在芬蘭最北方的拉普蘭省，佔去三 % 國土面積，足足有兩個半台灣大。人口不到二十萬，比台東縣還少。在這裡，遇到馴鹿的機會比遇到人的機會還要多。

拉普蘭是北歐少數民族薩米族的原鄉，向來以森林和礦業為主要經濟活動，是芬蘭較窮困的省分之一。在一則全球都買帳的聖誕傳說加持下，拉普蘭從此改觀。八十年前，芬蘭廣播指稱，聖誕老人的故鄉就在拉普蘭；此後，冰島、瑞典、丹麥、挪威、俄羅斯等極圈國家，為「聖誕老人是哪裡人」相持不下。

十五年前，芬蘭在北極圈上的羅瓦涅米創設全球第一座聖誕老人辦公室，終於為這宗國際公案拍板定調。他領的是芬蘭護照。台階上，他像個教宗，坐在舒適的單人沙發椅上，等待一個個「信徒」排隊朝見。壁爐裡的木炭燒得正旺，劈啪作響。距離聖誕節還有一個多月，從波蘭、俄羅斯、英國來的遊客，已經迫不急待先來報到。



聖誕老人也來過台灣

一聽說是台灣來的訪客，聖誕老人立刻從英文切換到中文，用他招牌的低沉嗓音說：「台灣來的？我

去年去過，去了台北、台中、台南、高雄、花蓮，前年也去過，大前年也去了，我年年都會去。」他態度認真，不像在開玩笑。六十坪大的辦公室，橫跨在北緯六十六度三十二分的北極圈上。

來一趟拉普蘭不容易，要先到芬蘭首都赫爾辛基，再轉飛機或火車，至少得花上一天，才能到達這「地球的盡頭」。路途再漫長，每年還是有兩百萬旅客到拉普蘭，滑雪、狩獵、等極光、看聖誕老公公，為這個人煙稀少的極地，創造超過兩百多億台幣的收入。拉普蘭能在激烈競爭中，打敗強敵，穩居聖誕老人故鄉寶座，靠的是聰明的產業發展策略。

在九十年代中期，芬蘭國家貿易與工業部就鎖定拉普蘭經營體驗經濟，並成立拉普蘭體驗產業專業中心（LEO, Lapland Center of Expertise for the Experience Industry），專門研發各種和體驗經濟有關的產業與活動。「我們有一個聖誕老人就夠了，」當初參與LEO研發團隊的奇拉寧（M. Kylanen）說，這個傳說就足夠讓拉普蘭啟動一系列感動旅客的難忘經驗。



### 聖誕老人「標準化」

專業，是LEO再造聖誕老人傳說的重要態度。首先是讓聖誕老人「標準化」，從服裝穿著、鬍子長度、戴的眼鏡，到聲音、笑聲、高度、身材，全部都要符合標準規定。

同時，聖誕老人也必須接受各種訓練，例如學習外語、地理、歷史、心理學等知識。「最重要的是，必須要相信世界上『真的只有』一個聖誕老人，」LEO專案經理塔薩寧（S. Tarsanen）說，無論何時何地，你只會看到一個聖誕老人。在這裡，聖誕老人沒鬧過雙包；同業之間，也不會流血殺價惡性競爭。

「大家的共同目標，是讓顧客願意再回來體驗；一家好，大家都會好，」塔薩寧說。拉普蘭商家甚至聯合行銷，舉辦國際論壇，確保拉普蘭是體驗產業重鎮的地位。不只是瑞典聖誕老人村曾前來取經學習，連體驗經濟代表作《體驗經濟時代》的作者派恩（B.J. Pine II），都選擇拉普蘭當作經典案例。每到十二月，白天日照不到兩個小時、零下二十幾度的羅瓦涅米市像是燒開的滾水，熱鬧鼎沸。

聖誕老人辦公室外每天有兩、三萬人排隊等待，為了讓旅客留下美好印象，辦公室在今年特別斥資兩百多萬歐元擴建四倍，並利用射頻辨識技術（RFID），發給每位旅客一個名牌，一進入等待區，即可自動掃描。不待旅客開口，聖誕老人就能夠先一步說出他的姓名、從哪裡來，讓旅客驚喜。



### 結合科技，創新古老傳說

此外，LEO還結合學界、旅遊、新媒體和娛樂產業，共同營造想像世界，維繫聖誕傳說不墜。以拉普蘭大學為例，雖然是芬蘭最年輕的大學，卻是唯一擁有旅遊專業學系的大學。今年，LEO和拉普蘭大學合作，成立一組集合藝術、設計、媒體、科技和戲劇的專業團隊，要推出兩種聖誕老公公的動畫影集，傳送全世界。

科技，是拉普蘭體驗行銷的重要工具。每年聖誕老人會收到六、七十萬封信，在聖誕節前後，每天更達兩萬多封。辦公室精心設計「精靈」，充當聖誕老人的助手，用電腦、手機、視訊來處理，並將所有信件輸入電腦，以十幾種不同語言回信。

除了朝「聖」，也有不少旅客是專程到拉普蘭來看神秘極光，尤其是日本遊客，每年一、二月都會包機到此追尋極光。極光出沒不定，為不讓旅客敗興而歸，LEO還利用行動通訊科技，只要登錄手機號碼，一有極光出現，會立刻以簡訊或電話通知。

「利用科技，創新古老傳說和神秘磁場，這是『新瓶裝新酒』的體驗產業，」在拉普蘭大學攻讀經濟學博士的奇拉寧分析。在專業與科技兩股推力驅動下，拉普蘭體驗產業產值在十年內成長了一倍，並成為當地第三大產業。據統計，目前拉普蘭新成立的中小企業，幾乎都是體驗產業，有六五%人口從事體驗產業相關工作。

「結合旅遊和體驗的創新產業，將會是芬蘭的下一個諾基亞，」對於團隊的心血結晶，塔薩寧深信不疑。下一個諾基亞傳奇九月初，流過羅瓦涅米的凱米河還沒冰封，藍悠悠的。沿岸馴鹿場裡，穿著傳統薩米族服飾的牧場工作人員，在帳篷裡生起爐火，用他低沉懸疑的嗓音，吟誦薩米的古老傳說。

沒有極光的夏天，可以聽故事、泛舟狩獵，還可以到北極打高爾夫球。在這間原木建造而成的道地拉普蘭曙U，木椅披著馴鹿皮，木牆上掛著幾隻馴鹿角，蒼涼的薩米音樂，帶點天蒼蒼野茫茫的空靈。面對一大盤馴鹿肉、熊肉前菜，拉普蘭省消防救援署長桑頓薩理（M. Soudunsaari）永遠記得，一九九九年的二月，連續好幾天零下四十八度，「這是我這輩子最冷的記憶，」在拉普蘭出生、成長的桑頓薩理，啜飲由冰山雪水釀成的Lappi啤酒說。



冰凍，也是拉普蘭夢幻歷險的獨特體驗。桑頓薩理已經在這裡生活了五十年，由他管轄的一百五十輛消防車，每一輛都貼上聖誕老人圖像，成為絕世僅有的消防標誌。「拉普蘭商人真的希望一整年都是冬天，」穩重寡言的桑頓薩理形容，拉普蘭冬天比夏天人多，永夜比永晝熱鬧。能夠靠黑暗、寒冷賺錢，這就是芬蘭的過人之處。

作者：蕭富元

文章來源：[天下雜誌](#) 385期

[相片來源](#)