

商旅焦点

业内快讯

邮轮市场转向中国行

■ 本报实习记者 胡心媛

乘邮轮旅行通常被认为是奢侈游、豪华游,金融危机爆发之后,欧美中产阶层一掷千金的邮轮游市场日渐衰退,但亚洲的邮轮市场却呈现逆市上扬的趋势,在这股上扬潮流中,亚洲的邮轮市场正在崛起,而亚洲邮轮市场上升最快的当属中国。

据相关统计显示,在2010年国庆长假期间,上海港国际客运码头共迎来5艘邮轮,大多是发往日本、韩国。其中,意大利歌诗达邮轮“经典号(CLASSICA)”1月6日在上海启航,前往日本鹿儿岛、长崎、福冈以及韩国济州,千余名旅客搭乘邮轮开启海上梦幻之旅。

2011年的元旦已经过去,对即将到来的中国传统节日春节,人们都有了新的出游计划,记者从北京几大旅行社了解到,今年春节,尽量处于邮轮出游的淡季,但乘坐邮轮出游却是一项很热门的旅游项目。旅行社相关人士告诉记者,为了迎合中国游客的需求,许多大型的邮轮公司都设计了具有中国特色的邮轮观光方案供中国游客选择。和前几年相比,近些年,中国乘坐邮轮旅游的人越来越多,并且多数是经济条件较好的个人或家庭。不难看出,邮轮旅游正在走进我们的生活。

邮轮巨头目标市场转移

当金融危机渐行渐远之时,它的“余波”依旧悄然影响着世界经济的走向。其实无论是在金融危机时期还是在后金融危机时代,中国市场都为世界经济的发展增添了一丝暖意。其中,邮轮市场在中国的盛行就充分地诠释了这一点。

对外经贸大学奢侈品研究中心邮轮经济研究员王菲表示,金融危机爆发前,世界的邮轮市场一直以欧美市场为主,但在金融危机爆发后,欧美国家作为受金融危机影响最严重的地区,其邮轮市场在经济不看好的情况下必然无法保持高速发展,因此全球邮轮市场已经有全球化趋势,而非单纯依赖欧美市场。

据意大利歌诗达邮轮公司的统计数字



表明,在金融危机前,该公司在亚洲邮轮市场的运营额度仅占全球份额的5%,与欧美市场相比微不足道。而在金融危机后,各国邮轮旅游企业或需摆脱困境,或需更新开拓以求提高,于是把目光纷纷转向了亚洲和中国,他们都期待能在这些新兴市场上有所发展。

随后,国际邮轮公司的亚洲运力投放明显加快,中日韩以及东南亚地区的邮轮访问量逐年增加,全球邮轮运力转向亚洲,尤其是向中国转移和扩张的趋势日趋明显。国际“邮轮经济”在中国市场的竞争日渐清晰。

中国邮轮市场前景看好

亚洲邮轮市场正在成长中。从世界几家大型邮轮公司发布的数据显示,亚洲市场在全球邮轮市场中所占份额正在逐步扩大,与此同时,2010年亚洲邮轮乘客由2005年时的大约110万人次增至150万人次。其中,中国已经成为亚洲最大的出境游邮轮出境的市场。

中国地跨东北亚和东南亚两个大区,不仅是亚洲夏季邮轮航线重要的起始港和目的地,也是冬季邮轮航线的重要停靠点,同时还是全球环游世界航线的必经之地。优越的旅游资源成为中国邮轮市场发展的基础。王菲表示,中国的邮轮市场虽然起步晚,但发展却非常迅速,尤其是连接中国东部、日本、韩国线路的游轮发展势头非常快。随着中国人对享乐型旅游方式的不断接受,邮轮市场会有更好的前景。

在采访中,王菲还告诉记者,事实上即使同样是邮轮出游,也有性价比比较高的经济型和高端奢华型之分。全球市场中,通常以邮轮上船员与乘客的比例作为邮轮奢华程度的衡量标准之一,通常来说,一个船员对应的乘客越少,说明这个邮轮越奢华,也就越能体现一对一式的私人式服务,这是诸如酒店业在内的服务类奢侈品的共同特点。

目前,不少国外邮轮公司看中了中国市场的广阔前景,根据中国人的需求定制

旅游线路和产品,并且价格并没有人们想像的那么高。邮轮旅游开始朝着“百姓路线”延伸。比如,歌诗达邮轮公司在中国市场主要是开辟以上海为母港的旅游航线,安排到中国的两艘邮轮吨位比较小,装饰并不豪华,但可以满足中国人渴望体验邮轮旅游的需求,而价格又比较适中。歌诗达邮轮公司工作人员介绍,随着邮轮旅游市场的不断成熟,市场将进一步细分。

近日,记者获悉,国家旅游局、国标委旅游标准化技术委员会,已正式委托中国交通运输协会邮轮游艇分会(CCYIA)制订《国际邮轮口岸旅游服务规范》,这是中国第一个国家级邮轮行业标准。

相关专家表示,邮轮出游最大的亮点是其极强的舒适度。以前中国人旅游通常如赶集一般,非常疲劳,而邮轮出游更像是在享受生活和旅游带来的快乐,而非完成任务,这使旅游的休闲目的达到最大程度的发挥。旅游方式的改变,将使会奖旅游展现出更多的不同。

澳大利亚布里斯本发力中国 MICE 行业

本报讯 日前,澳大利亚布里斯本会展局总监 Annabel Sullivan 抵达上海,与中国旅游业界人士会面,介绍当地的商务会展资源。

据 Annabel Sullivan 介绍,2010年共有1920万游客到访布里斯本,其中410万都是国际游客。布里斯本目前在全球会议城市排名第65位,并曾多次被列为世界三大会展中心之一。布里斯本会展中心明年也将再次扩大,对于各种大中小型的会议团组都有非常健全的设施提供;酒店方面,从经济酒店到五星级酒店共可以提供13000间客房;另外,今年中国南方航空在广州也开通了直飞布里斯本的航线,使更多的中国游客更加便捷地来到这里。而且,布里斯本一直被《伦敦海默默旅游价格指南》列为世界上花费最低的会议目的地之一,可能比上海、北京这种大城市的费用还要低。不久布里斯本将承接亚太城市市长峰会和亚太经合组织运输工作组会议,这将为布里斯本带来超过200万澳元经济效益。

Annabel Sullivan 表示,在中国,奖励旅游是非常值得关注的一块,所以接下来他们会和中国比较大的会展公司、旅行社等洽谈一些具体的合作方式,主要集中在医药保健和金融这两个行业。

商务会议对于布里斯本的经济增长非常重要,每年能够带来1.7亿澳元的经济价值,这效益要比休闲旅游多5倍。布里斯本有非常宜人的气候、热带雨林、高尔夫球场,还有沙滩、海豚、鲸鱼,这些都是适合 MICE 团的体验项目。

遗失声明

由于本社驻西藏记者站公章不慎遗失,自登报之日起,旧式公章作废,启用新章。

特此声明。

中国贸易报社
2011年1月11日

克里托弗·海德伍：

纽约看好中国会奖旅游市场

■ 夏克余

纽约无疑是中国人最为熟悉的美国城市之一,但酒香也怕巷子深,因此纽约拟加大对华旅游推广力度。日前,纽约市旅游会展局旅业公共关系全球副总裁克里斯托弗·海德伍接受了记者采访。

2010年赴美旅游呈两位数增长

2009年金融危机重创美国,作为纽约五大支柱产业之一的旅游业首当其冲。所幸的是,2010年最新统计数据显示,到访纽约的游客规模已逐步回暖并出现反弹,其中,单中国内地及香港地区到访纽约的游客到达了24万人次,与去年同期相比增加了29%,中国市场的强劲增长让纽约会展局喜出望外。

说起中国市场,海德伍的喜悦溢于言表。他说,2009年纽约共计迎来15.1万中国大陆游客,而在2010年1月至7月间,中国游客访美人数增加了59%,纽约从中受益匪浅,至今年年底,保守预计将有20万名中国大陆游客到访纽约,同比增长33%以上。“纽约市旅游局期待这一数据在即将到来的2011年再增长10%。”

数据显示:2009年纽约共计迎来约800万人次的国际游客,中国内地外加香港地区到访纽约的游客的总数并不高,约为18.6万人次,所占比重很小。那么纽约旅游会展局缘何如此重视中国市场的开发和拓展呢?

对此,海德伍强调,我们看重的是中国市场无限的潜力和生机。“远东市场的开发空间和增长速度与世界其他地区相较,完全不可同日而语,中国作为令人瞩目的新兴市场,纽约未来两年对全球游客增量目标的期待,将主要通过拓展中国市场来实现。”据美国商务部研究,未来5年,中国作为美国入境客源增长最快的国家之一,将继续保持两位数增长的态势。

中国游客具有高消费能力

海德伍特别指出,中国游客在全球游客中的消费能力首屈一指。在2009年,尽管因公务团组的减少和住宿费用的降低,中国游客的花费同比下降了38%,但迅速反弹的中国经济和不断涌现的新贵阶层足以让纽约对中国这一“最具潜力的全球入境市场之一”充满期待。一次纽约之行,平均每位中国游客每天消费约172美元,全程花

费更高达约1300美元,购物、美食和景点观光是他们最为青睐的感受纽约的方式,这给纽约市带来了源源不断的财政收入。数据显示,中国游客在2009年共计为纽约市旅游业贡献了约2.36亿美元的收入。

据介绍,纽约在中国大陆游客访美的旅游市场份额上占30%,可谓得天独厚。除了以商务为主要目的的旅游活动,越来越多的中国游客尤其是青年人开始青睐于赴纽约休闲旅游,感受纽约作为世界时尚魅力之都的奇异文化和多彩生活。据悉,以休闲度假为旅游目的的游客已占到中国大陆和香港游客的40%,这也拉高了纽约的旅游收入。

不遗余力开拓中国市场

海德伍认为,纽约城在中国游客中的高知名度和航空交通运输上的通达性使她在吸引中国游客来访、促进产业发展的竞争中独具优势。借2007年底中美两国政府签署旅游谅解备忘录的东风,纽约在开拓中国休闲旅游市场的道路中一路绿灯,纽约市旅游会展局针对中国市场推出的各项营销策略,也不断为纽约市形象加分。

2007年,纽约市旅游会展局在上海成立了其官方代表处,这为加强宣传纽约旅游资源、传播纽约市积极形象起到了至关重要的作用。2010年11月在上海举行的国际旅交会,纽约市旅游会展局携业界代表远渡重洋,针对旅行社和出境组团社进行了现场业务交流,并举行了“纽约旅游产品推介会”,吸引了超过250家同业伙伴,借此契机,他们还移师北京,约见诸多旅游业媒体、同行及航空公司代表,继续深入宣传纽约这一旅游胜地的蓬勃生机和无限魅力。

海德伍说,冬季是来纽约体验历史、文明和多元文化的性价比最好时期,为此,纽约已准备好展开双臂热情欢迎中国游客。除了今冬启动的冬季“纽约:多多益善”之旅,纽约也准备好了第84届梅西感恩节大游行、“哈莱姆日”活动、斯塔滕岛烛光之旅等丰富的2010迎新庆典系列活动,希望与中国游客共同见证纽约独一无二的活力、激情与生机。

业者访谈

【参展类别】
组展商(包括行业协会、策划公司、专业展览公司)
展览场地地方(包括展览馆、会议中心、会议旅游度假区)
展装服务商(展览设计、展览工程师)
展览展示器材、耗材供应商(灯光音响、广告、平面印刷、研发企业)
展览运输服务商
电子商务服务商(网络科技服务和产品、电子商务)
展览相关行业服务商(旅行社、酒店、航空公司、展览运输、礼品赠品、教育培训、礼仪、翻译、速记等)
展览机构(工业行业协会、商会、贸易促进机构、会展管理办公室、会展展览业协会)
展览媒体(杂志、网站)

InterExpo 2011
第12届中国国际展览和会议展示会
The 12th China International Trade Show for Exhibition and Conference Industry

主办单位:
中国国际贸易促进委员会(CCPIT)
国际展览业协会(UFI)
国际展览和活动协会(IAEE)
独立组展商协会(SISO)
杭州市人民政府

承办单位:
中国展览馆协会
中国国际展览中心集团公司
杭州市西湖博览会组委会办公室

协办单位:
中国展览馆协会组展专业委员会
中国展览馆协会展览工程专业委员会
中国展览馆协会展览理论研究委员会
浙江世贸国际展览中心

媒体支持:
中国经济网·会展中国
《中国会展》杂志社
《中国展会》杂志社
《中外会展》杂志社
会展财富
国际商报
中国贸易报
中国经营报
中国及海外会展概览
中国贸促会宣传出版中心

预定展位 了解详情 请致电:
中国展览馆协会秘书处

联系人:郭丽 王静
联系电话: +86-10-84600953/54/56/61/62
传 真: +86-10-84600955
E-mail :caec_gi@163.com

展览日期:
2011年1月13日-14日

展览地点:
浙江世贸中心·杭州