



全力打造会议之都

玛雅文明增色墨西哥会奖旅游

■ 本报记者 胡心媛

据中国商务部外贸发展局消息,中国商务部将于2012年12月始在墨西哥坎昆举办“墨西哥(坎昆)中国商品长年展(长年展销)”。无疑,中国商品长年展将为墨西哥的旅游以及会奖旅游行业注入全新的元素。

一直以来,中国的会奖团队多半会把会奖旅游目的地定在欧洲、北美以及东南亚地区,而中南美却是很少会被列入考虑范围,殊不知,位于中南美墨西哥的会奖旅游却别有一番风味的。

1981年10月22日,在墨西哥坎昆召开的第一次包括中国在内的由14个发展中国家和8个发达国家元首或政府首脑参加的“关于合作与发展的国际会议”——“坎昆会议”,使得坎昆这个美丽迷人的小岛受到了世人的瞩目。

墨政府协助坎昆打造国际会议之都

近些年来,世界各国城市都在积极地发展成为会议旅游之都,墨西哥的坎昆亦如此。坎昆是20世纪70年代以来逐步发展起来的新兴旅游城市,尽管有十分独特的旅游资源,并处于巴拿马运河附近,但毗邻美国这个无论是会议还是旅游等各方面都十分发达的世界大国,想要在短时间内成为国际旅游目的地和世界城市实属不易。然而,就是在这样的情况下,坎昆最终还是成为世界上近40年来发展旅游会展经济最成功的典范城市之一。

中国东盟投资贸易促进中心董事长郝锋表示,为把坎昆打造成国际会议之都,墨西哥政府积极的予以

了协助。据悉,墨西哥政府对其主要客源国(北美洲和欧洲国家)实行免签证政策。自2007年4月1日起,针对欧美以外国家投资者的长期有效签证期从原先的3年延长为5年,旅游签证允许停留时间也增至180天。办理签证工作日从原来的1个月缩短到12天。

“精准的目标定位与系统的创意设计、政府主导与多元合作的管理和开发模式、全面的人性化环境设计和建设是坎昆城市发展成功的主要原因,”商务部外贸发展局副局长贾国勇介绍道,“通过申办具有重大影响力的国际会议,构建国际会议之都,坎昆能迅速进入世界城市序列,形成以国际品牌为支撑、以度假观光为实质的国际旅游目的地。”

记者了解到,在明确了打造国际会议之都品牌战略后,坎昆一方面大力发展会议经济,另一方面大力发展度假观光旅游,以会议旅游带动度假观光旅游,又以度假观光旅游进一步拓展会议旅游的空间,发展成为墨西哥最大的旅游度假胜地,也成为全球最大的海滨度假胜地之一。据墨西哥国家旅游局的相关数据显示,墨西哥年旅游收入约占全国GDP的30%。

贾国勇表示,与中国商务部合作举办中国商品长年展正显示了墨西哥政府助力打造坎昆成为会议之都的决心。

“3S”吸引 MICE

众所周知,在国际旅游行业里,要想引起MICE的注意并非易事,而坎昆却用“3S”吸引了源源不断的会奖团队。坎昆位于尤卡坦半岛东北部,东濒加勒比海,日照时间长,由珊瑚风化而成的号称“银滩”的细沙滩尤其体量大、质地好,具备十分充裕的现代旅游“3S”要素,即

阳光(Sun)、大海(Sea)和沙滩(Sand),给人以“坎昆归来不看海”的感受。20世纪70年代以来,墨西哥政府重点建设的约21公里长、0.4公里宽的蛇形酒店区将几个岛屿连接起来,更是将“3S”发挥到极处。其中的白沙滩、珍珠滩、海龟滩和龙虾滩等的细沙柔如毯、白如玉,海水特别有利于身体健康。蛇形长堤上的库库尔坎大道另一边有尼丘特泻湖等3个淡水湖,内部种有了大片的热带红树林,与海滩共构为生态奇观。

据了解,为实现把坎昆打造成国际会议旅游之都的目标,墨西哥政府邀请了国际知名公司对坎昆“吃住行游购娱”六大旅游要素高起点、高标准、高品质和国际化统筹规划,并且力求它们同步协调发展。库库尔坎大道上的酒店除考虑住宿、餐饮、会议等功能外,还依托红树林等资源兴建了集红树林、大型水族馆、水上乐园、高尔夫球场等为一体的主题乐园,以满足入住旅客的不同需求。库库尔坎大道一侧是滨海度假酒店,另一侧则是保护完好的红树林。仅0.4公里的蛇形大堤,除去酒店、海滩外所剩无几,但机动车道边仍设置了非常人性化的游步道。市容环境整洁,有大片绿地或休闲空间,生态性建筑、人性化设施随处可见。市区公共交通则24小时开通。

“在坎昆,从别墅和五星级饭店到豪华奢侈的疗养胜地,从现代商业中心到500多家餐馆,游客可以享用国内外最好的餐饮;众多的酒吧和迪斯科舞厅使您的聚会娱乐延至深夜。”中青旅会展旅游市场部相关负责人李小姐告诉记者,“除了可以感受坎昆的华丽和清雅,在它的附近,游客们还可以游览拉里维拉玛雅,去发现卡尔门海滩、斯卡雷特、西尔哈、面对大海、唯一有围墙的玛雅文化城市以及引人入胜

的考古区。”

玛雅文明的发祥地

坐落在墨西哥东南海面上的坎昆是墨西哥的旅游胜地。坎昆是玛雅文明的发祥地,在玛雅语中,坎昆被赋予了欢乐和幸福的意义。到墨西哥旅游,玛雅遗址是不可不看的。据了解,墨西哥有三大玛雅遗址——奇琴伊察、乌斯马尔和帕伦克。这三大玛雅古城遗址均被列为了世界文化遗产。奇琴伊察在世界上的知名度甚至比中国长城还要高,而乌斯马尔和帕伦克则少有人知了。

距离坎昆不远的梅里达原是玛雅古城蒂奥的所在地。1542年,西班牙人蒙特霍率兵来到此地,发现蒂奥的石灰岩建筑和罗马风格很相近,整座城市看起来雪白纯美,于是用西班牙国内的“白色之城”梅里达来为此地命名。从坎昆前往梅里达,可途经奇琴伊察,欣赏现存较为完整的玛雅古城遗址。行走于库库尔科金字塔、千柱神庙、天文台等古建筑群中,亲身感受玛雅全盛时期的气息。

漫步坎昆街头,你会发现白色之城并非全白。紫色、橙色、鲜绿色、大红色……这些原本在童话世界里才有的斑斓就这样鲜活地呈现在眼前。晚上到充满中世纪风情的索卡洛广场酒吧小憩,品一品被称为墨西哥灵魂的世界名酒龙舌兰,来一场与墨西哥传统舞蹈和音乐的邂逅,将别具一番风味。

会奖城市

业者访谈

■ 本报记者 傅立钢

印尼是世界上旅游资源最丰富的国家之一,以旖旎秀丽的热带风光、灿烂辉煌的历史古迹及多姿多彩的民俗风情而闻名于世,除了中国人熟知的有“天堂岛”美称的巴厘岛外,美娜多、日惹、万隆、龙目岛等旅游目的地各具特色,吸引了全世界游客前来休闲进行商务旅行。日前,本报记者采访了印尼鹰航北京区总经理裴柯飒。

记者:你在航空业服务有多长时间,给你留下深刻印象的是什么?

裴柯飒:我在航空领域已经有超过16年的从业经验,之前在印尼航空公司总部工作,曾任市场营销推广部总经理,3年多前,常驻日本,担任日本大阪区

总经理,来到北京才半年。

在这些年的工作中,我有机会遇见来自不同的国家的人、去领略不同的文化、了解不同文化之间的差异,通过学习不同的文化来丰富我的知识和人生。同时,在与具有不同文化背景人的交往过程中我收获许多感动,这些是我从业生涯中最难忘的。

记者:在就任北京区总经理后,你在市场开拓方面重点是什么?

裴柯飒:我很荣幸能来到鹰航中国工作,鹰航目前处于一个快速发展的阶段。组织致力于为不同年龄层的男女顾客提供最高标准的服务体验是鹰航2012年的市场重点之一,无论从线上的微博活动,还是线下的体验活动,鹰航致力于让所有年龄层的顾客受惠。不久前,鹰航将北京往返雅加达的直飞航班频率调整至每周五班,以代替此前的每周三班。印尼鹰航自开通北京至雅加达直飞航线以来,一直位居执飞

该航线的国际航空公司前列,此次航班次的增加,预示着印尼鹰航将更好地服务中国市场,巩固印尼鹰航作为中国与印尼两国之间最为重要的空中桥梁的地位,此举为从北京及华北地区出发前往印尼的游客提供更多便捷。

记者:鹰航在亚洲航空市场的定位是什么?目前,每年有多少乘客通过印尼鹰航出行?其中有多少中国乘客?

裴柯飒:鹰航的定位是努力成为世界一流的提供全方位服务的航空公司,覆盖亚洲所有主要城市。2010年通过鹰航出行的旅客是1250万,我们的目标是到2015年达到3500万。鹰航在中国市场上一直表现活跃,两国航空的乘客每年都在快速地增长中,此次航班次的增加也将运送更多中国旅客前往印度尼西亚,进一步加强两国之间的经贸关系。我们预计到2013年会运送100万中国游客去印尼。

