



新加坡商旅会展业持续领跑亚洲

业内快报

西藏文化旅游创意园区开工建设

投资逾300亿元的中国西藏文化旅游创意园区日前在拉萨市城关区蔡公堂乡次角林村举行开工仪式,建成后的园区将成为西藏又一文化旅游“名片”。

中国西藏文化旅游创意园区总投资逾300亿元,规划土地面积12000亩,建设周期为3至5年。该园区将以文化旅游为主导产业,打造集民俗文化展示、民族手工艺品产销、演艺娱乐、酒店休闲、商贸观光于一体的文化产业聚集区。

据拉萨市副市长马新明介绍,该园区将依托藏族深厚独特的传统文化底蕴,以项目建设为载体,将西藏民族建筑、民族音乐、民族歌舞、民族绘画、民族服饰、生活风俗、民间故事进行全面展示,成为藏文化“鲜活的博物馆”。

马新明说,园区的规划将按照“一园两城三区”的思路进行构架。“一园”即文成公主主题公园,以大型实景剧《文成公主》演出平台建设有机融入主题公园,以实景演出为中心,建成融教育性、观赏性、游乐性、休闲性为一体的主题公园。

“两城”即艺术城和民俗城。艺术城具备“工艺美术产品展销、藏医药产品营销、高原户外文化展示”等功能。民俗城以高原生态农家体验消费、高原民俗商品试用销售、民间艺术观摩为主线,建设成以现场体验为主导模式的西藏原生态民俗文化展示城。

“三区”即文化创意产业区、生态休闲商务区和文化名流居住区。文化创意产业区突出园区产业提升功能;生态休闲商务区突出园区游客接待滞留功能;文化名流居住区突出园区文化元素聚集功能。

马新明表示,建成后的园区将有助于丰富藏文化旅游产品,树立西藏文化产业的特色品牌,舒缓老城区游客压力,整体提升西藏旅游产业发展。

海南启动旅游市场专项整治行动

从近日召开的海南旅游市场专项整治工作会议获悉,为规范海南旅游市场秩序,提升旅游服务质量,海南省从本月起将针对旅行社、导游人员、购物点、景区景点、旅游团队用餐、旅游潜水市场开展为期3个月的专项整治。

据介绍,此次行动在餐饮方面将重点整治餐标低、餐质差以及食品存在安全隐患等问题,并力争在今年10月前推出新餐标,成立旅游团队餐饮协会。此外重点整治旅行社服务意识差、胡编胡导、强迫旅客购物和参加自费项目、擅自改变行程等行为。同时,还要解决水果店、竹炭店,特产店等购物点以次充好、以假乱真、价格虚高和高额返佣以及解决景区景点门票价格欺詐、价格虚高和差别团体票价的问题。

海南省旅游发展委员会主任陆志远说,海南旅游业的发展,不能一味追求游客人数的增长,应当建立起健康长效的管理机制。近日安徽旅客在海南旅游遭遇消费陷阱事件已经给海南的旅游形象带来了严重伤害,因此必须在旅行社、导游等多行业开展整改,采取多项措施,使海南旅游市场走上健康、可持续发展的道路。

(本报综合报道)



■ 本报记者 傅立钢

新加坡享有“国际会展之都”的美誉,是亚太地区举办会展和进行商务、休闲旅游的首选地。商务旅行、会议、奖励旅游、会展收入是新加坡旅游收入的重要组成部分。根据新加坡旅游景点协会发布的调查数据显示,2010年,新加坡吸引了310万商务旅行人士到新加坡进行商务旅行,占到了新加坡总游客数量的27%。2011年,新加坡吸引了近400万商务旅行人士,占到新加坡总游客数量的三成。

为何选择新加坡

提到为何选择新加坡,新加坡旅游局大中华区署长周振兴表示,新加坡的战略性地理位置,提供了交通便捷的先决条件。同时,新加坡以资讯和网络发达著称,能为商务旅行者提供一个非常有利的平台,这里的商务环境充满活力,生活快捷便利、又不乏乐趣,有助于商务人士取得成功。更重要的是,新加坡提供一系列世界级的会议中心、展览馆、会议场地、功能性建筑,能够适合于各种需求和预算。并且,政府致力于不断优化现有的基础设施,以确保已建成的活动设施仍然具有竞争力。此外,新加坡也是诸多国际机构的总部和秘书处,如APEC(亚太经合组织)的秘书处等,全球会议、展览筹办者也把这里作为其商务、会展与奖励旅游的首选地,新加坡每年举行约6000场商务会议,占亚洲会议总数的25%。

政府高度重视会奖旅游业

新加坡会议与展览管理服务有限公司董事长爱德

华在参加近期举办的北京国际旅游博览会期间告诉本报记者,新加坡会展业发展始于20世纪70年代,较高的国际开放度、有利的地理区位优势、完善的城市基础设施以及高水平的服务业水准等诸多因素令新加坡会展旅游业蓬勃发展。新加坡政府虽不参与举办展览,但在展览馆、酒店建设等方面都给予了大力支持。新加坡贸易与工业部所属旅游局专门设立了商务会展奖励旅游司统筹MICE的各项发展事务。“新加坡对举办展览会不实行申报审批制度,无论本地的或国外的展览公司在新加坡举办展览会都不需要向政府部门登记,如果展览公司需要政府提供认证或帮助,则必须要向政府提出申请和提交举办展览会的详细资料,包括统计报表等。”爱德华表示,为了推动本地会展业的发展,政府对会展业提供一定的财力支持。如对去海外参展办展的企业由新加坡贸易发展局给予支持;对外来办展的企业由新加坡旅游局有条件地给予赞助,具体金额一般按一个展览会海外宣传费用的30%计算。

据爱德华介绍,早在2005年1月,新加坡政府就在出台“新加坡旅游业2015年愿景”时宣布,设立旅游业发展基金,以吸引更多海内外业者发展新加坡的旅游业。在今后5年内,这笔旅游业发展基金将吸引更多高端新兴行业从业者到新加坡来举办商务活动。届时,新加坡旅游局还将利用这笔费用吸引更多国际组织把亚太总部设在新加坡,以期这些国际组织协助新加坡业界吸引更多国际性展会,扩大新加坡在展览方面的国际影响力,同时也为新加坡带来更多的商务旅客。这些会议、展览和奖励旅游活动不仅会为新加坡赚取直接的旅游收益,更能间接带动高端行业的发

国际商务旅客青睐新加坡

新加坡旅游局大中华区前任署长许文威告诉记者,“一直以来,新加坡精准地定位自己必须借力亚洲持续增长的经济,并利用投资者对新加坡稳定商业环境和连接东西方文化战略地位的独特优势来巩固这一地位。”的确,新加坡友好的商业氛围和整个城市的综合魅力也不断地吸引着商务游客的到来。目前,已有超过7000家跨国公司和国际组织将亚太总部设在了新加坡,全球会议、展览筹办者也选择把这里作为其商务、会展与奖励旅游的首选地。

许文威介绍,新加坡旅游局专门的奖励旅游部门可以为奖励旅游的实施提供各种客观的信息、建议、帮助和协调,以确保各种活动的顺利进行。有关部门还可以根据客户的需要度身定制各种充满创意的活动,让每个公司的员工都能享受到具有自己公司特色的独一无二的奖励旅游体验。同时,新加坡专业从事奖励旅游服务的目的地管理公司,能够承担从策划到组团旅行的所有业务,凭借其专业经验,为不同规模的公司提供新颖周到的奖励旅游服务。

会奖旅游业作用突显

新加坡旅游局负责商务旅游和会展的助理执行经理玛丽莎告诉记者,目前,新加坡每年举办约6000个商业会展项目,占全亚洲举行的会展总数的近1/4。在新加坡旅游业2015年蓝图里,新加坡旅游局计划将MICE产业的收入增加至105亿新元,同时维持这个领域在总旅游业收入中所占的比例,争取到2015年每年吸引1700万游客,让旅游业收益增加两倍,达到每年300亿新元,并为旅游业创造10万个就业机会。为此,新加坡政府已经专门拨款20亿新元作为旅游业发展基金,其中一部分基金将被用于开发新景点,以便改善旅游基础设施,提升旅游业综合实力,并吸引更多、更大规模的商务活动。此外,新加坡滨海湾金沙及圣淘沙两处综合度假胜地已建成,不仅包括了酒店、娱乐休闲设施、购物商场等场所,还融入了世界顶级的MICE设施。据圣淘沙名胜世界MICE销售与活动服务副总裁施托克尔透露,今年确定会在圣淘沙名胜世界举办的活动已多达1100项,估计订单有望增加至少20%,其中包括大东方控股的人寿保险大会,以及东南亚区域大会等。到2015年,两个综合度假胜地将分别创造经济收益27亿新元。

会奖城市

景区酒店应创新经营



788件之多。服务质量低难题困扰景区酒店业发展。

景区酒店要规范经营更要创新经营

城市酒店业制定有严格的行业标准,包括硬件设施和服务标准等等,但景区酒店业由于在规模上层次不一,硬件投入和服务标准无法做到统一,加上各个景区酒店之间存在竞争关系,在业态管理上更是困难重重。

对此,江西五悦酒店投资管理有限公司董事长姜光亮认为,“景区酒店由于受旅游淡季的影响,在硬件投入和服务质量上存在许多不足的地方,这一点,可以借鉴城市酒店的连锁经营模式。”

由于经营规模和档次上以中档经济性酒店为主体,这就为景区酒店的经营管理趋向规范化找到了方向。姜光亮认为,“以城市酒店业为例,如家、7天、锦江之星、海航旅业等经济性城市酒店连锁模式,就有效地解决了酒店服务标准统一化的问题,这为景区酒店的发展提供了有效模式借鉴——景区酒店连锁。”

■ 本报记者 静安

在经历了“奥运年”、“世博年”等旅游大年之后,中国旅游业已经得到彻底的激活,特别是三大旅游市场之一的境内游市场依然保持较高的增长态势。据中国旅游研究院统计数据显示,2011年国内旅游人数约26亿人次,同比增长12%;国内旅游收入高达1.9万亿元,同比增长21%。预计2012年我国国内旅游人数28.6亿人次,同比增长10%;国内旅游收入2.1万亿元,同比增长11%。

旅游业的持续旺热,也促进了相关产业特别是景区酒店业的迅猛发展。各个热门景区周边的酒店如雨后春笋般扩张,既有家庭旅馆、农家乐等小型旅店,也有五星饭店、会所等高档酒店。然而,旅游业蓬勃生机并没有带动景区酒店业的“发展”,与此相反的是,由于存在恶性竞争和无法避免的景区季节性特征,国内景区酒店业面临发展困境。

服务难题困扰景区酒店业发展

中国酒店业从1991年开始连续20年保持高速增长态势,平均增速达到22.1%。旅游产业发展所带来的巨大市场商机,吸引了更多的资金和人力投入到景区酒店行业,但由于缺乏有效的经营管理和创新机制,导致景区酒店出现选址扎堆、重复建设、硬件设施不完善、服务质量跟不上等各种问题。

由于受景区淡旺季的影响,景区酒店出现旺季客房爆满、淡季无人问津的局面。据调查,将近七成的景区酒店,在淡季的入住率低于30%。多数景区酒店采用提高旺季房价以弥补淡季损失的做法维持经营,而高房价低服务的情况也随之出现。

从国家旅游局旅游质量监督所发布的2011年国内旅游投诉案件情况来看,一直占据投诉首位且居高不下的是服务质量的下降,达2504件,占各类投诉总量的25.03%;而其中涉及酒店业的服务投诉超过三成,有

“由于景区旅游并非日常性消费,所以传统景区酒店往往注重一次性的暴利收益,却疏于酒店的服务质量。”姜光亮进一步表示,“景区酒店连锁模式则通过品牌化的方式,可以在解决服务质量等问题的基础上,有效地联合景区具有一定经营实力的单体酒店,逐步避免恶性竞争,真正做到‘统一管理、服务有保障’精品酒店服务。”

此外,对于景区酒店的经营管理,上海财经大学旅游管理系主任何建民表示,旅游市场细分有很多种,如自然旅游、生态旅游、探险旅游、蜜月旅游等,而酒店业更应注意专项旅游产品的开发。景区酒店需要结合景区开发有特色的产品和服务,才能吸引更多的游客,逐步减弱淡季的影响。

商旅关注