

国家会议中心
CHINA NATIONAL CONVENTION CENTER国家会议中心 沟通世界的桥梁
China National Convention Center
Communicating with the World

www.cncchina.com

商旅资讯

境外旅游险可“量身定制”

出国度蜜月意外怀孕可获津贴,境外海岛游可获水上项目意外保障,非洲游可获流行疫病津贴和野生动物致伤津贴。除了常见的境外旅游险提供的意外伤害和紧急救援等保障,近日,国内多家保险公司推出新项目,将根据消费者境外游的线路,设计专属保障方案。

平安产险透露,该公司已经在全国推出5款“畅游天下”个人境外旅游系列特色保险产品,针对不同的旅游线路设计不同的旅游保险产品,特色境外旅游险包含非洲游、邮轮游、海岛游、冰雪游特色境外旅游保险计划,均含有一些首创的专属项目和责任。海岛游保险扩大了保障范围,增加了水上项目意外伤害身故、残疾等保障;对于邮轮这种时尚的高端旅游项目,则可赔偿被保险人在特定情况下紧急使用卫星电话的部分费用,提供海盜劫持保险;增加了包括流行性疾病津贴以及野生动物致伤津贴等特色服务。

希尔顿亚太地区
第100家酒店开业

希尔顿全球近日宣布,其在亚太地区的第100家酒店——曼谷素坤逸希尔顿逸林酒店开业。这家酒店的开业是希尔顿全球在亚太地区开展业务以来的里程碑事件。

“亚太地区是希尔顿全球最重要的市场。从这第100家酒店的开业以及我们在该地区可观的筹备酒店数量就可以清楚地看出,希尔顿全球对亚太市场的重视。”希尔顿全球总裁兼首席执行官克里斯托弗·J·纳塞塔表示:“早在半个多世纪以前,希尔顿全球就进入了亚太地区,我们依靠本土化的业主和团队成员,对亚太地区各个国家特色鲜明的历史传统与文化有着独到的理解。”

2012年,希尔顿全球在亚太地区的重点市场新签约了55家酒店,涵盖大中华区、澳大利亚、日本、韩国、印度、越南、泰国和马来西亚等地。这些新签约的酒店共有14600间客房,分属于希尔顿全球旗下的六大品牌,包括华尔道夫、康莱德、希尔顿、希尔顿逸林、希尔顿花园酒店以及希尔顿欢朋酒店。

“亚太地区是世界经济增长的发动机。在这片充满活力、令人兴奋的土地,希尔顿全球凭借着旗下丰富的酒店品牌组合,为不同类型的宾客提供优质服务。”希尔顿全球亚太区总裁马锐霆表示:“我们的酒店遍布亚太地区的19个国家,对这些国家的深入了解能令我们寻找到最好的发展机遇,同时,我们还与当地社区紧密合作并予以支持,为宾客提供最佳入住体验。”

据悉,2013年第一季度,希尔顿全球宣布进入缅甸首都仰光,拥有300间客房的仰光希尔顿酒店预计将于2014年开业,该酒店也是入驻缅甸的首家国际酒店品牌。另外,希尔顿全球还将旗下奢华酒店品牌康莱德酒店及度假村引入菲律宾,拥有350间客房的马尼拉康莱德酒店预计将于2015年开业。2013年4月2日,河内希尔顿花园酒店盛大开幕,这是希尔顿全球旗下屡获殊荣的高级中高端品牌希尔顿花园酒店在东南亚地区的首家分店。

(本报综合报道)

德国掀起“遗产旅游”热潮
增添商旅吸引力

■ 本报记者 袁远

近日,德国旅游局发布了2014年德国旅游主题——世界遗产游。2014年,德国国家旅游局(GNTB)将以“德国 UNESCO 世界遗产”作为其全球市场营销活动的核心,并采用“联合国教科文组织世界遗产—可持续性文化和自然旅游”作为统一主题。

有吸引力的文化旅游目的地

据德国国家旅游局介绍,在德国的诸多文化宝藏之中,最有名的是已由联合国教科文组织认可的37处自然和文化遗产。在德国,经过联合国教科文组织认定的世界遗产包括重要的教堂、修道院、宫殿、公园、古镇群、工业纪念场所以及自然景观。这些“文化遗产”是德国旅游业的一个重要组成部分,也是德国在旅游市场最具优势的项目。

根据欧洲旅游监测者论坛(ETM)的调查,在欧洲人的国际旅游计划中,德国作为文化旅游目的地排名位居第二,仅次于法国,其中一个决定因素是“文化遗产”。几乎没有其他国家能像德国一样拥有如此高密度又独特的自然“文化遗产”。

截至目前,德国拥有36处世界遗产旅游胜地。德国国家旅游局将联合德国世界文化遗产组织一起大力宣传推广这些文化自然名胜,以此来增强德国多元的旅游国度形象。

中国艺术研究院休闲文化研究中心主任马惠娣告诉《中国贸易报》记者,所谓“文化遗产”是人类社会活动中留下的具有科学、艺术和历史价值的遗存,是人民群众智慧的结晶。而“文化遗产”旅游是近年来兴起的,以文物、遗址等物质遗存和非物质遗存作为主题旅游内容的旅游形式。

马惠娣还告诉记者,早在19世纪中期,制度经济学的建立者、《有闲阶级论》的作者凡勃伦就注意到,有闲阶级群体展开了以“准学术”和“准艺术”方式进行的休闲旅游活动。凡勃伦指出,有闲阶层带了个好头,放弃了自己标志性的“炫耀性消费”行为,转而将对真善美的欣赏和享受等“非物质”行为作为自己的生活方式。所以,才有了后来欧洲城市里鳞次栉比的大学、艺术馆、图书馆和运动场。

“我们现在去德国旅游看到的这些美妙的文化遗产,是他们积累了上百年之后才营造出来的。”马惠娣说。

德国历史名城联盟

德国国家旅游局驻华机构代表告诉记者,奥格斯堡、埃尔福特、弗莱堡、海德堡、科布伦茨等13座德国城市组成了著名的“德国历史名城联盟”,它们在文化、历史、艺术和建筑方面都有着辉煌成就。

定制中国元素 南非倾力推广会奖项目

■ 本报记者 胡心媛

一直以来,受交通及地理位置等因素制约,南非旅游业迟迟未得到良好发展,但自2010年南非世界杯后,南非旅游业迅速发展,南非作为安全的旅游目的地开始为世人皆知。随着今年3月份金砖五国会议在南非的召开,作为东道主的南非更是进入旅游业发展的高峰期。

针对会奖旅游,南非旅游局采取了新的措施。目前,南非已经成为全球最佳商务及会奖旅游目的地之一。记者了解到,南非正在积极扩大其在中国商务旅游市场的业务。在日前举办的南非民主自由19周年的国庆招待会上,南非驻华大使兰加对《中国贸易报》记者表示,中国是南非重要的旅游客源国,南非的商务旅游业将尽力满足中国会议组织者和中国代表的特定需求。

紧盯中国客源市场

近年来,由于对南非在贸易领域等各方面持开放态度,加上南非特有的旅游资源,前往南非的中国游客日益增多。为此,南非旅游局和中国旅游局给予了很多支持。

据悉,在此前召开的中国国际商务及会奖旅游展览会(CIBTM)上,南非国家旅游局局长Thulani Nzima曾携多位代表来华推荐项目。他向中国媒体表示:“南非旅游局非常重视中国市场,我们此行的目的有三:一是为了表示南非进一步开拓中国旅游市场和商务会奖旅游市场的诚意和决心;二是与中国的合作伙伴见面,了解中国市场的实际需求;三是,我们为中国市场带来了更多独一无二的旅游产品,希望能借此机会与中国游客更好地沟通互动。”

记者了解到,2013年,约翰内斯堡将举办环球青年领袖大会,开普敦将举行国际航空运输协会年会暨世界航空运输峰会,这些峰会将会吸引更多的会奖游客来到南非,南非作为全球性商务活动主办国的

特里尔是德国最古老的城市,也是卡尔·马克思的出生地,老城区丰富多彩、充满情趣的生活吸引着众多周边地区的民众。沿着摩泽尔河畔的葡萄园蜿蜒前行就到了科布伦茨,它地处浪漫的莱茵河中游地区,有着40多个中世纪古堡,还有美若天仙的女妖罗蕾莱的传说。离此不远的美因茨,被誉为“德国葡萄酒之都”,在世界葡萄酒产业中占据极重要的地位。

游客可以沿着水路抵达罗斯托克,这个城市的港口迎接着世界各地的豪华邮轮,老城区内哥特式建筑风格的砖砌建筑物和波罗的海海边浴场的白色沙滩,使文化和休闲完美结合起来。明斯特和奥斯纳布吕克市政厅,德国历史上颇具重要意义的、结束了“三十年战争”的和平协议就是在这里签署的。奥格斯堡的市政厅和城市王宫内金碧辉煌的大厅及高大壮观的喷泉,让该市无愧于“文艺复兴之城”的美誉。

商务旅游市场增长强劲

近年来,德国商务旅行市场增长尤其显著。根据IPK国际旅游咨询公司 and 世界旅游监测者论坛(WTM)提供的数据显示,2012年欧洲人到德国商务旅行的人次增加到1300万左右,比上年增长12.3%。特别值得一提的是商务旅行总量中接近一半人数由促进式商务旅行,包括会议、奖励旅游、大型会议和活动(MICE)和商品交易会



发展势头正在不断上升。“南非已经成功举办了数次重要国际会议,每一次会议及活动的成功举办都为南非商务旅游业积累了经验,并且提升了南非作为商务旅游目的地的品牌知名度。在南非加入‘金砖五国’后,南非同中国之间的商务往来变得更加深入和频繁,今年年初南非航空开通约翰内斯堡与北京之间的直航线路也对南非在中国的旅游业务产生了积极的影响。不断增加的航空运力将使更多中国商务旅游及休闲旅游游客能够方便地享受到南非遍及全国的近2000家酒店和1700余座会议中心的优质服务。”会奖业内人士李先生告诉记者。

会奖体验南非特色

作为一个地处南半球的国度,无论是气候还是季节,都与北半球国家迥然不同,中青旅会展旅游策划部负责人向记者介绍道,“在南非旅行,人们所能做的不只是狩猎游,还可以在这里展开世界遗产之旅、部落文化之旅、美食美酒之旅,还有现在深受中国市场欢迎的高尔夫之旅。南非是一片神奇的土地,这里散落着很多鲜为人知的‘珍宝’。”

随着中国游客旅游体验的丰富,特别是长线旅游经验的逐步积累,越来越多的中国游客不再仅仅满足于常规的旅游项目,对于旅游方式的个性化需求越来越明显,因此,除了已被中国游客熟知的传统旅游景点和目的地,南非旅游局还鼓励旅行社为中国游客设计涵盖更多新鲜景点和新奇体验的旅游产品。

“我们特别想向中国游客推荐一些只有在南非才会有的独特体验,如普马兰加省的‘上帝之窗’,这里是南非人百去不厌的度假地,它位于南非著名的大断崖上,那里山峦叠嶂,地势陡峭,四面群山似一双巨手将大片森林拥入怀中,从山上的观景台向下望去就好像是上帝在天上

活动带来的。

“2012年,到德国商务旅行的欧洲人人数数量增长了16.5%,达到600多万人次,成为德国入境旅游增长非常重要的推动力。”GNTB董事会主席何佩雅说道。

马惠娣告诉记者,德国也是一个非常受世界游客欢迎的文化旅游目的地。据ETM统计,2012年德国以12%的市场份额保证了其在“文化遗产”旅游类别中排名第一的位置。

在GNTB和IPK国际旅游咨询公司进行的调查中,参观名胜古迹是72%的瑞士以及奥地利游客前往德国的主要旅游动机。同时,约一半的荷兰及英国游客认为德国拥有丰富的历史遗迹。

一位从德国归来的中国游客告诉记者,去德国前只想观看顶尖足球赛事,回来后才发发现最值得玩味的是他们的文化。

“联合国教科文组织的认证不仅对德国文化遗迹有重要意义。”何佩雅说,“我们将与联合国教科文组织德国委员会和德国联合国教科文组织世界遗产协会携手开展密集的市场营销活动,以提升德国 UNESCO 世界遗产的国际形象并促进德国文化旅游。”

据悉,联合国教科文组织德国委员会和德国国家旅游局已制作了一个联合标志,该标志将在2014年各项主题活动中被使用。

打开了一扇窗户。其实类似这样的‘奇景’在南非还有很多,我们希望将来能将这些独一无二的体验或景点作为新元素加入到中国游客的传统旅游线路中。”南非旅游局局长Thulani Nzima如是说。

政府举办活动助力南非会奖旅游

商务会奖活动的兴起让南非受益良多,也使更多的中国商务游客将旅途线路延伸到了南半球。

南非旅游局的相关资料显示,2012年1月至5月,中国赴南非旅游人数增长迅速,高达50963人,比2011年同期增长73%。

为了更好地推介南非旅游资源,近两年,南非旅游局在中国市场动作频繁。据悉,在2012年上半年,南非旅游局盛邀中国合作伙伴先后参加了在2月和5月举行的非洲最大的旅游展 Meetings Africa 和 INDABA,并于3月推出了开普敦国际爵士音乐节之旅;南非旅游局公布了新的宣传语——“新南非·新体验”,并于6月6日至11日在北京、上海、香港举办了一系列的旅游推介会,以宣传涵盖南非丰富的人文、自然景观及独特生活方式的旅游路线;南非旅游局还参加了包括CIBTM在内的众多旅游展览会,与7家中国旅行社签订了合作推广协议,并与中青旅联合推出了南非体验馆,体验馆将商务会谈与休闲娱乐结合,集资讯展示、互动体验于一身,在200平方米的场地内展现了南非令人赞叹的自然景观和人文风情。

南非是世界上发展速度最快的商务旅游目的地之一,并于2010年被国际大会及会议协会(ICCA)评为非洲第一商务旅游目的地,其奖励性的旅游产品、引人入胜的自然风光以及备受全世界所赞誉的野生动物资源正吸引着越来越多的商务活动和会议组织者的目光。