



商旅资讯

浙江将推出境游行为问责制

针对公民出境旅游中的不文明行为,浙江省近日召开提升公民出境旅游文明素质电视电话会议,明确提出将建立“谁管理谁负责”“谁审批谁负责”的问责制,对游客在境外发生不文明行为并产生重大后果和影响的,将根据职能权限倒查责任,对主要责任人员进行问责。

浙江省商务厅党委委员、纪检组长黄克旭透露,该厅将会同有关部门,严格落实对外劳务合作管理条例和境外中资企业机构员工工资制,在加强对境内母体企业、派遣企业监督指导的同时,按照“谁派出、谁培训、谁负责”的原则,强化企业主导作用。对商务厅及下属单位组织的各类境外会展及经贸活动,明确“谁组团、谁教育、谁负责”,要求组团单位进行文明出行提示提醒。

据了解,浙江是出境旅游大省,去年全省旅行社组织出境游客160万人次,并且每年以25%以上的速度增长。为进一步落实旅行社的责任和义务,浙江省旅游局局长赵金勇表示,将完善旅游团行前教育、告知制度,制定文明出游手册和行前宣传引导规范。

桂林市加入中国会奖旅游城市联盟

中国会奖旅游城市联盟2013夏季峰会期间,桂林市旅游局作为观察员表达了加入联盟的意愿,并积极与联盟秘书处进行前期沟通,并递交了相关材料。综合考虑桂林市发展会奖旅游业的情况,经联盟秘书长单位研究同意,桂林市正式加入中国会奖旅游城市联盟。

近年来,桂林市发展会奖旅游产业成绩显著,对发展会展会议旅游十分重视,并于2012年出台了《桂林市会展业发展资金使用管理暂行办法》,提振了桂林MICE市场行业发展信心。

(本报综合报道)

会奖旅游需重新定义“游客”

■ 本报记者 胡心媛

随着中国出境游市场的快速发展,高端游市场已成为一些旅游集团争抢的“蛋糕”。相关数据显示,目前国内18%的出境游运营商旗下的高端旅游业务已超过总业务量的一半,预计5年之内,这一数字有望达到35%。对于会奖旅游市场的发展模式,业内人士认为,当前应该以优质的产品和服务来重新定义会奖市场和游客需求。

全新的旅游模式

如今,中国的高端游客早已不再满足于蜻蜓点水式的景点游与疯狂购物。太美集团执行董事郭明对《中国贸易报》记者表示,现在的高端游客更加看重旅游中的‘无形要素’,他们更在意旅行带来的体验和心灵收获,在意那些难以用金钱来衡量的东西,注重与世界高端文化生活方式的对接。

“我们也在不断思考高端旅游所需的产品精细化和经营专业化的融合之道,希望通过优质产品和服务来重新定义高端旅游。”郭明说。

据记者了解,无论是专注于高端旅游的旅行社、酒店还是邮轮产品,旅游业运营

商都在力求提供高品质与众不同的服务。

据东方快车中国区首席代表胡华明介绍,酒店拥有的多辆旅游列车都按照欧洲上世纪二三十年代的风格装修,每节车厢都属珍品。

同样,在邮轮线路上,东方快车也将高端的服务模式提供给中国游客,比如在缅甸“曼德勒之路”的邮轮线路上运行的就是东方快车的顶级河轮:该轮船拥有43间船舱,每次航程只接收82位客人,但却配备80位服务人员。

境内外一体化操作很关键

会奖旅游作为一种新兴的旅游模式,正在进入快速发展时期。业内人士指出,在世界范围内,中国的会奖旅游仍很年轻,还有很多地方需要借鉴国际先进经验。

凯撒旅游总经理陈小兵认为,由于中国会奖旅游(MICE)起步晚,因此资源有限,尽管如此,但仍有很大的发展空间。

“我们认为要提升MICE中的服务水平和服务质量,最关键的是要实施服务标准化。第一,把各种资源和产品做详细的定义和分类,在客户提出需求的时候做相

应的安排组合,形成全包价产品,用很小的专业分工获得无数的产品组合,使得成团过程变得轻松和简洁。第二,用整套严谨的流程和服务规范,以约束在整个服务过程,大到行程安排是否合理,小到让导游带电源插头给客人等细节。第三,制定导游领队手册作为导游领队的工作指引,保证在终端环节也能给客户带来标准、优质的服务。”他如是说。

在陈小兵看来,真正想把MICE做好,就必须要做到对客户有足够的了解,了解客户想要通过会奖旅游达到的目的,在策划时要把自己当做客户内部的市场部,公关部,设身处地的为客户着想;在执行时,团队要具备专业的知识,丰富的经验,对整个活动了如指掌,只有细心和热心才有可能换来客户期待的效果。

郭明也认为,MICE绝对不等于一般的会议接待或团体旅游,要有一个企业目标融汇在活动中。另外,一次会奖活动的结束绝不是以会议或活动本身的结束为标志的。

定义“游客”不容忽视

据悉,去年,我国国内旅游人数为

29.57亿人次,出境旅游人数超过8300万人次,是全球出境旅游人数增长最快的国家之一。面对如此庞大的旅游市场和旅游人群,对游客重新定义成为旅游业发展的必由之路。

“传统对旅游的定义往往有‘离开常住地24小时’、‘从事非盈利性活动’等界定。而会奖旅游的发展,让我们得以重新审视旅游的概念,思考什么是‘游客’。”云南昆明五墨文化传播有限公司总规划师朝帆说。

业内人士表示,会奖旅游就是把盈利片段与非盈利片段结合起来,把片段的旅游者拓展成完整的旅游者,把片段的旅游产业要素、产业链设施拓展成完整的旅游产业要素、产业链设施,从而提供满足客户需要的产品、服务。

“旅游不是片段性的,而是和其他行业、经济行为密切联系在一起,因此,我们要从过往割裂的旅游观向整体的旅游观转移。这样整个旅游产业才能融合式发展,旅游业才能渗透到社会经济的方方面面,同时利用社会经济的方方面面资源来支撑旅游业的大发展。”郭明说。

高端酒店生意清淡 特色精品酒店极度稀缺

■ 本报记者 袁远

据业内人士近日透露,由于竞争激烈和部分区域的酒店过分集中,导致每天有数万间高星级酒店客房被空置浪费。2011年,中国星级酒店客房共147.49万间,其中五星级酒店客房21.76万间。而当年星级酒店客房空置率和五星级酒店客房空置率都是39%,每天有57.5211万间客房空置,其中包括有4.8864万间五星级酒店客房。

竞争太过激烈

在遏制“三公消费”政策逐步深化以及经济型连锁酒店大幅扩张的背景下,中国高端酒店市场竞争压力加剧。据中国饭店业协会发布数据显示,今年一季度五星级饭店平均出租率为47.66%,较去年下滑6.08%。

据记者了解,五星级酒店与经济型酒店不同,前者平日因商务客多而生意较好,一到节假日则生意平淡,而后者则恰好相反。除了受季节性影响,过分集中式发展导致部分一线城市或旅游目的地市场的高星级酒店竞争激烈,利润集体下滑。

据统计,亚太区在未来3至5年将新增410400间客房,中国占55%,高星级酒店集中发展依旧是未来发展趋势。

另据中国酒店业协会报告显示,平均每4天就有一家国际品牌酒店在华开张。但自去年以来,在高端消费市场缩水、经济型连锁酒店规模扩张双重冲击下,高端酒店业绩呈现大幅下滑趋势,酒店成为“不良资产”被剥离的案例暴增。

改变营销模式

中国旅游研究院饭店产业研究基地主任谷慧敏告诉《中国贸易报》记者,即便是在北京、上海、广州这样的一线大都市,五星级酒店密度也早已超过了纽约、伦敦、巴黎。高星级酒店的市场供给已趋于平衡,并且略高于市场需求。同时,服务人员薪水得不到提高,导致酒店业高端职员和低端劳动力匮乏,高档酒店业的竞争加剧。

专家指出,如果继续在一线城市大力开发高星级酒店,势必造成高档酒店服务质量下降,经营效益不理想。除了少量新建项目外,建议大家把更多的精力和资源配置到中高端酒店的存量调整上来,放慢引进国际高端酒店集团的步伐。

改变营销模式也是高端酒店应对市场竞争的另一大法宝。根据Travelzoo旅游族研究显示,从政府到企业都意识到长假制度存在的种种问题,于是开始推行长周末休假,配合职工灵活安排假期,因此短假市场预期会快速增加。

“现在五星级酒店不能再像以前那样独自销售,坐等散客来,而是应该主动与周边资源联动捆绑,抓住一年数次的短假商机,将原本的淡季营销变成旺季。”皖能大厦营销总监夏锐说。

精品酒店服务要跟上

目前,中国还存在部分新崛起的商旅城市豪华酒店稀缺问题。

山东日照华美酒店顾问机构高级经济师赵焕焱表示,在当地著名品牌的五星级酒店寥寥无几,高端酒店完全可以大力扩张发展。

除了豪华高档的高端酒店,一些具有当地文化、艺术特色的精品酒店在国内也呈现供不应求的趋势。已有越来越多的中国商旅游客把目光投向这类小型豪华酒店。

这些拥有独树一帜的度假主题、风格独具的酒店设计、个性化酒店服务的“新新一族”,在和传统五星酒店的对抗中,逐渐显示出无可匹敌的竞争力。

一位经常进行商务旅行的客人告诉记者,普通的高星酒店虽然奢华,但是风格、设计大同小异,而一些设计独特、服务贴心的精品酒店颇为让人心动。无奈这样的酒店在国内很难寻觅。即使有,也和自己在国外经常旅居的精品酒店差异颇

大,不是硬件设施跟不上,就是软件服务不到位。

拥有50多年历史、誉满全球的小型豪华酒店联盟——罗莱夏朵建立了全新的中文网站,在上海、香港设立总代理,并在中国积极寻找新物业。罗莱夏朵主席Jaume Tàpies表示:“东南亚地区及中国一直是我们国际发展策略的首要地区。我们致力创造真正覆盖全球的成员网络,充分体现罗莱夏朵的价值观,呈献个性化服务及高级精致餐饮。”

“小型奢华酒店联盟”的Alison则表示:“在中国,‘精品酒店’的称号并没有什么统一标准,不像一般酒店都有1至5星级的公认评级标准,很多新酒店虽然拥有时髦甚至昂贵的硬件设施,但服务并没有跟上。”

谷慧敏认为,精品酒店是为小众市场服务的。在竞争激烈的酒店业,根据各自所在城市、地区的文化特色和地缘优势,推出一定数量、品质的精品酒店,无可厚非,但在开发上一定要慎重。精品酒店的开发模式和特点都与普通酒店不同,既和所在城市的历史遗存有关,也和特定的市场需求相联系。

业界焦点



■ 本报记者 栾 鹤

“感谢《泰囧》”,这是记者到访清迈后最常听到的一句话。影片120分钟的片长只是浮光掠影地展现了清迈的山川风物和市井生活,清迈之韵远不仅如此。清迈将清丽与奢华完美地融为一体,不仅适合手持《Lonely Planet》的背包客,还适合高端会奖商务旅游。

清迈走“豪华MICE”路线

今年上半年,清迈已经承接了一系列国内国际大型会议,如2013年泰国大

造“世界级商务会展奖励旅游中心”的目标越来越近。

泰国旅游局驻清迈办事处主任维苏·伯初对《中国贸易报》记者表示,2012年至今,清迈会奖商旅游客数量激增,强大的消费能力极大地带动旅游业和相关产业发展,旅游业占清迈GDP的30%。目前,清迈机场的年客吞吐量800万人,新的大型机场还在筹建之中。

从上世纪90年代开始,清迈的众多高尔夫球场以其独特的地形地貌和宜人的气候特征,得到众多高尔夫球场设计师及球手的青睐。其中,清迈高山高尔夫度假村原为清迈南奔LAMPHUN高尔夫俱乐部。由世界著名高尔夫球场设计师设计,举办过无数的国际职业大赛,老虎伍兹曾在此夺冠。

维苏·伯初介绍,清迈高尔夫球场配套设施完善、服务标准高、费用适中,吸引了世界各地的高尔夫爱好者,其中大部分是来自中日韩的亚洲游客。普吉岛和芭提雅的旅游资源开发较早,早已是成熟的旅游目的地,而清迈地处泰北山区,民风淳朴,原生态的东西保留得更多。

清迈是泰国著名的手工业中心,走在纸伞村庄和木雕小镇

之中,可以看到村民们仍延续着祖辈的方式,专注手中的一器一物。在大工业时代,他们仍不急不躁,将生活与艺术融为一体。

重现兰纳王朝

“有时间一定要去文华东方看看,那里是兰纳王朝宫殿的现代重现。”中国驻清迈总领事馆领事王敏对记者说。

兰纳是泰国历史上的一个曾经控制泰北地区的王国,也是泰族最早的一个强大的政权。公元1355年至公元1525年,兰纳王国达到鼎盛时期,殿宇亭台极尽奢华。清迈曾经是兰纳王朝的故都,城内的护城河和城墙,都是当年的遗址。

文华东方酒店建在古兰纳王朝王宫的遗址上,是一座以宫殿形式出现的度假酒店。五星级酒店有很多,清迈的文华东方酒店却是独一无二的,因为奢华可以模仿,历史无法复制。整个酒店就是古城再现,有皇宫区、民宅区、对外贸易的洋人区、传统工艺村落、市集村落、学校、稻田、池塘、菜园、城墙、护城河等设施。甚至酒店内有些建筑本身就是上百年的古董,是酒店老板从泰国各地搜集而来的。

传统工艺村内的村民在里面现场制作传统手工艺品,田间小路上也有农夫正用手推车推着稻草。

文华东方的SPA中心极为著名,蔡澜形容文华东方的滴油按摩真叫绝,“一滴滴热油滴在头上,让脑子里神经松弛,像在安抚灵魂,有渡过彼岸的感觉。”

还有一种方法能够“渡过彼岸”,就是沉静在清迈的古寺之中。

素贴山(Doi Suthep)上的双龙寺是清迈最著名的佛寺,每年泰历3月15日是泰国的“万佛节”,善男信女到此登寺拜佛者众多。

相传藏放佛骨的舍利塔塔址是运载佛骨的大象选定的。大象托着释迦牟尼的舍利子来到素贴山,停步不前,大叫三声,并绕行三周,四脚跪下。人们认为这是佛祖的旨意,立即在此就地动工,建造了舍利塔。大象在佛骨安置完毕之时,也倒地而死。

清迈有大大小小小寺庙300座,清迈市政府有意保留古城的天际线,古庙、梅平河周围不得兴建高楼。

古庙宇沉淀了时光轮转,享受无所事事,不为凡事所扰,才是商旅人士在清迈遇到的最美好最奢侈的事情吧。

商旅关注