



商旅资讯

国务院对旅游业改革发展工作做出部署

本报讯 近日,国务院办公厅印发《〈国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见〉任务分解表》,就《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》落实过程中各部门的主要任务进行分解。

2014年8月9日,国务院印发《关于促进旅游业改革发展的若干意见》(以下简称《若干意见》),对当前和今后一个时期旅游业改革发展工作做出了部署,并在附件中对其中较为紧迫的23项重点工作直接明确了责任部门和进度要求。此次国务院办公厅印发《〈国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见〉任务分解表》(以下简称《任务分解表》),在《若干意见》的23项分工基础上列出44条工作任务,对各项任务的负责单位、牵头部门和时间进度提出了新的要求。

《任务分解表》根据不同任务,牵头单位涉及外交、财政、发改、住建、环保、旅游等20余个部门。在完成时限上也做出了“持续推进”和“按时限取得成果”等不同安排,使各项工作更有针对性、操作性和时效性。

从工作内容看,《任务分解表》既对《若干意见》中的建立景区门票预约制度、景区最大承载量控制、统一国际国内旅游服务标准、加强旅游双边合作、发展邮轮游艇旅游和低空飞行旅游、灵活安排带薪年假等社会关注的旅游业发展热点问题进一步明确了责任单位和进度安排,也对《若干意见》中的设立出境免税店、特色景观旅游名镇名村建设、加强旅游场所安全检查等涉及多部门协作的工作,进一步明确了牵头部门,进行了任务细分。

《任务分解表》出台后,各部门的分工总共达到了67项,除地方事权外,涉及中央部门的任务基本上都进行了分解,将更有助于充分发挥部门职能,迅速形成部门合力,突出重点,形成突破,切实推动《若干意见》的贯彻落实。

按照《若干意见》要求,《任务分解表》印发后,国家发展改革委、国家旅游局将继续定期检查各有关部门贯彻执行情况,持续推动《若干意见》各项工作的进展,为旅游业改革发展创造更好局面。

（辛 华）

曹 莹

2014年会议市场最大的特点可以概括为一个“变”字。前几年,会议业主动迎

喆·啡酒店:根植于咖啡馆文化

■ 本报记者 邢梦宇

本以为自己走进一家咖啡馆,原来是到了一家酒店。这是许多人第一次到喆·啡酒店(James Joyce Coffetel)的感觉。作为铂涛集团旗下中端酒店品牌,喆·啡从设计之初就承载了集团高层们的太多设想。

此前,7天连锁酒店经过在国内全线扩张,迅速覆盖一二线甚至是三线城市,获得巨大成功。2013年7月,身为7天连锁酒店原有大股东的郑南雁、何伯权等,联合全球投资基金凯雷和红杉资本共同组建铂涛酒店集团,并完成了对7天连锁酒店的私有化收购。

近两年,随着行业竞争加剧,平均单房收益下降,经济型酒店率先进入行业竞争白热化阶段。对于铂涛集团来说,在新品类酒店上实现增长至关重要,所以中端酒店就成为其重要切入点。

商务+咖啡

2014年初,第一家喆·啡酒店在广州正式开业。截至目前,喆·啡在全国范围内已有50多家分店、30个在建项目。未来,其发展重点将锁定国内一二线城市。

“做喆·啡这个产品的时候,我们很清晰地将它定位为中高端精品酒店。现在,国内很多连锁酒店品牌涌现出来,大家会有一个很直观的想法:中间嘛,就是把高的砍掉一些,低的加一点进去。也就是说,按照原来的惯性思维,中端酒店就是把五星级酒店的附属设施砍掉,或往经济型酒店里面加一些东西。”喆·啡酒店副总裁马建仑对记者表示。

然而,简单地做些加减法并不是他们做喆·啡酒店的初衷。“在设计这款酒店产品的时候,我们主要从两个角度去想:第一个角度是产品是卖给顾客的,顾客接受的产品才是好产品。我们追溯到消费式

酒店,怎样才能做出一个好的中端酒店产品,以适应当代的中端商旅人士。第二个角度是我们做跨界,追求差异化,而不是单纯地加减。这个年代跨界非常时尚,现在银行都和咖啡厅做跨界,为什么酒店不能?”马建仑表示。

按照这一思路,喆·啡酒店最终呈现给公众的是一个咖啡馆文化跟酒店结合的全新中端酒店产品品类。

据了解,喆·啡(James Joyce)是一个爱尔兰作家的名字,酒店设计者想借这个名字来展现酒店高雅、和谐的调性。而在中文里,“喆”和“哲”同音,酒店管理者将目标客人锁定为睿智沉稳,又有浪漫气息,集理性与感性于一身的一群人。“无论是商务客还是旅游者,我们都希望客人在旅途中慢下来,去真正享受工作中或者是旅行中的乐趣。我们将这称作‘醇享生活’。”马建仑说。

顾客一走进酒店大堂就能够感受到它与高档以及经济型酒店的不同,迅速感受到一种浪漫气息。前台和传统咖啡吧结合在一起,24小时营业。咖啡厅内配有书吧、火炉等,整个大堂被营造出充满温馨舒适的人文社交氛围。

据了解,喆·啡酒店大堂不仅仅提供给酒店住客,同时也向非住客开放。就是说,即便你不入住酒店,也可以约上三五个朋友到此小坐一下。

“除了大堂之外,我们每个客房都标配了一个迷你咖啡吧和书吧,客人除了可以满足基本住宿需求外,还可以享受一下完全的私密空间生活。”马建仑说。

门店数量增长迅速

据了解,按照目前喆·啡酒店项目的发展速度,预计到2017年会有超过300家分店落地中国各大一二线城市。

与银泰、万达等商业集团旗下酒店业



务不同,铂涛集团以经营轻资产类酒店品类为主。对于业主来说,能否取得高额回报成为其选择酒店集团以及酒店品牌的一大关键因素。

“喆·啡酒店单房面积是25平方米至30平方米左右,加上公共分摊面积是40平方米至50平方米左右,装修成本大概是8万元到10万元/间。目前,酒店客房均价为350元/天,业主用3年至4年的时间即可收回成本,投资回报率在30%左右。”马建仑说。

与其他酒店集团相比,铂涛更重视自有销售渠道的建设。该酒店集团拥有国内最大的酒店业会员体系平台,涵盖8000万名会员,这一平台对旗下所有品类酒店开放,也包括喆·啡酒店。

“未来,在国内做中端酒店,其实有一点跟经济型酒店是相类似的,就是经营者

不再想把过多的利益贡献给OTA。铂涛集团旗下品类酒店更是如此,我们并不想帮OTA打工。在过去将近10年的时间里,我们一直都非常重视会员体系平台的建设,现已汇集了大量会员,原因就是想做自己内部体系的直销。未来,铂涛集团会员数量将以每年超过500万人次的速度增长。”马建仑说。

据马建仑透露,未来,喆·啡酒店将凭借会员资源优势与国内外很多中高端连锁酒店品牌合作,合作的主要内容包括分享整个酒店预订平台和会员资源。“也就是说,我们集团在未来不超过3年到5年的时间里会建成全球最大、最专业的酒店订房平台。这一平台囊括的会员含金量是非常高的。我们既做线上也做线下,好的产品更需要有畅通的销售渠道。”马建仑表示。

慕尼黑机场释放巴伐利亚式热情

■ 本报记者 叶灵燕

与首都国际机场成为姊妹机场

“成为五星级机场是我们2015年的目标,我们希望用巴伐利亚式的热情欢迎每一位旅客的到来,为他们提供更加舒适整洁的环境、更加便捷的服务、更加清晰的标志和更多的机场信息。”近日,造访北京的德国慕尼黑机场首席执行官 Michael Kerkloh如此说道。

为此,德国慕尼黑机场尝试各种改变,其颠覆性革新令人刮目相看。此次北京之行,Michael Kerkloh就在欢快的音乐声中舞动着不太曼妙的身姿轻松地与中国媒体记者见面了。

事实上,德国慕尼黑机场很早就开始朝着五星级机场的方向努力。

据英国媒体最新报道,总部设在英国的航空信息机构OAG统计了全球4000多个机场和900家航空公司的4350份航班记录,德国慕尼黑机场以平均89%的准点率在每年提供超过2000万个预订机位的大型机场中排名第一。

根据2014年第三季度统计结果显示,慕尼黑机场再次创下新的历史纪录:机场在2014年第三季度首次成功接待超过3000万旅客。

现在,越来越多的旅客选择慕尼黑机场作为中转站或终点站。

展开更多合作,以加强双方在互相不承担财务责任的情况下开展丰富多样的、专业的社会文化交流活动。”

连接中国与巴伐利亚的重要枢纽

Michael Kerkloh表示,全球贸易日渐繁荣,促使旅游业尤其是会奖旅游业获得更大发展。目前,已有1454家巴伐利亚公司与中国建立了贸易关系,中国已经超过美国成为德国南部除欧洲以外最大的贸易合作伙伴,作为连接中国与巴伐利亚的重要枢纽,越来越多的旅客选择慕尼黑机场作为中转站或终点站。慕尼黑机场已成为全球重要的航空枢纽,在全球机场管理公司中排名第十二位。

Michael Kerkloh还提到,慕尼黑机场作为欧洲客流量第七的机场,是欧洲最独一无二的航空枢纽,在全球航业发挥着非常重要的作用,连续7年荣膺“欧洲最佳机场”,在全球排名第三——获得4个单项第二名的殊荣,分别是“机场餐饮”、“舒适度与便利性”、“机场贵宾服务”以及“机场酒店”。

目前,慕尼黑机场拥有74条航线,服务全球68个国家、193个目的地。截至2013年,共接待商务旅客3870万人,预计到2025年,这一数字将达到5820万人以上。从1992年至2013年,商务旅客流量年均增长率达到5.7%,普通旅客流量增长

速度超过平均水平,洲际旅客更是一直以年均7%的速度增长。

有人说,德意志的灵魂和精髓在巴伐利亚,巴伐利亚的心脏城市则在慕尼黑。现在,越来越多的游客选择在慕尼黑这座机场城市体验舒适的购物之旅、啤酒美食之旅、休闲放松之旅。

据Michael Kerkloh介绍,慕尼黑机场不仅设有150多家商店,还拥有全世界唯一一家设在机场的啤酒厂,能为商务旅客提供颇具贴心的VIP服务。他还介绍说,慕尼黑、巴伐利亚各具特色的旅游胜地会让游客流连忘返。慕尼黑的绿化中心、世界最大城市公园之一的英国公园,专为游客设计了步行道、日光浴场和4家露天啤酒厂;王者之地——宁芬堡皇宫是维特尔斯巴赫王朝历代的夏宫,给游客以穿越时空的感觉。此外,有着“童话城堡”之称的新天鹅城堡、白雪皑皑的楚格峰、德国保存最完好的中世纪城市——雷根斯堡、基姆湖地区……均是休闲度假的理想场所。

你想去哪里? 处于欧洲中心位置的慕尼黑机场都会用巴伐利亚式的热情迎送你。

业界访谈

在会奖市场上有更切实的解决方案。

2015年,恒瑞行的市场布局 and 战略将迎合行业变革。我们在这场互联网大潮中深有感悟,互联网的“专注思维”正与恒瑞行一贯的企业精神契合。所以,恒瑞行在2015年将更深入地挖掘现行环境下的会议市场,凭借多年的会奖运作策划经验,通过新技术的落地,帮助客户实现更便捷和互动效果更强的会议体验。我们另一个专注点就在于高端业务的发展,力求通过努力来填补这一市场空白,并与更多同行一起深度开发会议市场的这片蓝海。

（作者系恒瑞行传播总裁）

2015年会议市场的变革

技术也可以给客户提供更好的会议体验。有鉴于此,对于客户的需求,我们能够提供更多样化和匹配度更高的解决方案。

同时,如何学习和获得这些新技术,然后将之落地在一个适合的应用场景里都需要斟酌。此外,新技术与传统管理的衔接与融合也是企业要面临的挑战。当然,随着时代的发展,有一些新的企业也加入到会议行业中,他们拥有全新的理念、管理方式,用互联网精神把客户牢牢地“网住”,并通过互联网把客户放在最核心的位置上。在互联网时代,如果在消费者这端没有取得真正进展,没有真正意义上满足消费者,只是自己一味地以传统方式做会议,往往得到的结果是失败。所以,真正成功的会议注重体验者,从体验者的角度出发,无论是产品的推

出、信息的展示还是营销方式的改变都以用户体验为核心。

如此一来,可以得出互联网时代的会议有以下几个特点:第一,“去中介化”。跳出低价竞争的怪圈,为客户提供创意、会议管理、线上线下的整合服务,提高服务含金量和不可替代性。第二,新技术应用。把握时代脉搏,采用多种技术手段呈现精彩绝伦的会议。

2015年的会议市场在技术等方面将呈现新趋势:移动互联网技术将会进一步发展,基于微信的轻应用还会被深度开发,而帮助会议实现便捷化、定制化、平台化的新技术有望受到青睐。还有就是基于大数据的分析和应用类的产品有很多新的概念正在被提出和尝试,2015年也期待这些技术

会展红粉秀