



商旅资讯

在线旅游
放弃价格战转攻细分市场

本报讯 国家旅游局最新出炉的数据显示,国庆期间,纳入监测的在线旅行商交易总量平均增长134.7%。业内人士认为,OTA(在线旅行社)已逐渐从去年大打价格战模式中抽身,面对大众点评和团团的隐形威胁,它们必须在差异化服务上发力,转攻各自细分市场。

根据途牛《2015年中秋国庆出游报告与排行榜》,今年国庆黄金周出境游与国内游的比例为3:2,出境游同比增速超过200%。

易观智库发布的《2015中国在线旅游市场年度综合报告》中指出,去年中国在线旅游市场规模达2798.2亿元,增长率为28.3%。2017年预计将达到5000亿元,增速放缓,市场逐步成熟。因此,面对美团和大众点评合并及众信旅游等开始涉足电商的线下旅行社的挑战,不计成本地烧钱打价格战已经不是明智之举,各家OTA开始通过互联网积累的数据发现更为精准的需求。去哪儿发力高质量亲子游,携程推出主题游频道,途牛则将旅游和金融场景化融合,推出“首付出发”、“出境保”等理财产品。途牛CEO于敦德表示,主题游、深度出境游领域的市场将进一步细分和深入。其中,体育、户外领域的发展迅速,用户关注度和参与热情非常高。因此,未来OTA除了会上线一些深度定制的产品外,也会考虑跟专业的运营机构合作,共同开发“观赛体验游”等特色线路。

对于大众点评和美团合并给在线旅游行业可能带来的格局改变,业内人士认为,深度游设计从出发地到目的地的多个环节,运营所涉及的链条很长,服务也比较专业。从目前来看具有一定的门槛。团购网站对出游形式较为简单的短线周边游的市场冲击则会比较大。 (郭晓昊)

西双版纳万达国际旅游度假区高端酒店群开业

本报讯 日前,万达酒店及度假村对外宣布,由万达文华度假酒店、万达希尔顿逸林度假酒店和万达假日度假酒店组成的高端度假酒店群已在云南西双版纳万达国际旅游度假区开业。

该度假区设有主题公园、雨林体育探险公园、商业中心、傣秀剧院等。而高端度假酒店群位于度假区东翼,包括超五星级的西双版纳万达文华度假酒店、五星级的西双版纳万达希尔顿逸林度假酒店和四星级的西双版纳万达假日度假酒店,每家酒店各具特色,可以为旅客提供不同的酒店住宿选择。

西双版纳万达文华度假酒店,是万达文华品牌旗下的第11家酒店,也是首家度假酒店。酒店整体占地16万平方米,共设26栋建筑。

设有412客房的万达希尔顿逸林度假酒店,是该品牌在云南的首家酒店。傣味浓郁的建筑风格掩映于充满热带风情的雨林繁花之中。

西双版纳万达假日度假酒店是傣族传统文化与现代酒店功能的完美结合,拥有极具傣族风格的大堂、庭院、花园、2300平方米的会议场地、超大大户外T型泳池和健身中心等。

西双版纳万达国际旅游度假区借助三家酒店打造独特的度假体验,配合度假区内多样化的活动和设施,将成为西双版纳新的国际旅游目的地。 (王洛)

不一样的布拉格,不一样的会奖旅游

■ 本报记者 袁 远

近年来,随着中国与捷克之间商务贸易和文化交流活动日益频繁,中国出境旅游热不断升温,以及人们对古老欧洲文化的深挚向往,捷克逐渐成为国人心目中的会奖旅游胜地。根据国际会议及奖励旅游权威组织发布的全球城市排名数据显示,捷克首都布拉格曾经以一年接待112个国际会议而位居排行榜第11位,商务会奖产业逐渐成为捷克国家经济的重要支柱产业之一。

会展服务性价比高

捷克刚刚踏入会奖旅游市场就表现出了迅猛的发展势头,其优势除了悠久的历史 and 独特的自然文化景观之外,还包括其国内完善的、高性价比的会奖旅游服务。捷克首都布拉格作为旅游资源丰富并集中的旅游目的地,十分适合举办会奖活动。

在捷克当地,有众多举办会展活动的专业公司及目的地管理公司。布拉格会议中心曾经承办了美国旅行社协会的国际旅游展览会会议。捷克有超过5000个适合举办会议的场所,会议中心覆盖全国,可满足不同需求:无论是小型会议、系

列课程、国际论坛等都可找到合适的场所。先进的设备、专业化的服务,可满足全球高端商务客人的需求。捷克会议空间累计容纳量可达到5万名。布拉格会议中心可提供最大场地面积达1.3万平方米,内设20个具有高级设备的会议厅以及50间会议室。捷克众多的宫堡同样是举行会议的良好地点。

由于大型会议展览参与人员众多,因此安全因素是MICE团队首先关注的。捷克举办过的最大规模的两个会议是北大西洋公约组织大会以及国际货币基金会议。这两大会议得以安全地举办,证明了捷克在会议治安维护方面经验丰富。

古建筑为会奖活动增添文化气质

布拉格历史悠久,古迹众多。在布拉格旧城区的每条大街小巷几乎都能找到13世纪的古老建筑。曾经亲赴布拉格参加过会奖旅游活动的天奇告诉记者,老城是布拉格的灵魂所在。对会奖游客来说,老城是一个十分直接、十分奢侈的建筑实景博物馆。走在人群当中,一仰头、一转身、一眨眼,都会有一个关于古老建筑的新发现。市内有很多塔式古老建筑,罗马式、哥特式、巴洛克式等文艺复兴时期各

种建筑类型给布拉格增添了很多文化气质。捷克还拥有超过500家的美术馆以及500家主题博物馆,会让游客欣赏到不同历史时期的视觉艺术作品。

天奇告诉记者,旧市政厅是布拉格建筑的典范,也曾因为其浪漫的文艺复兴风格而接待过来自世界的会奖游客。最受会奖客瞩目的旧市政厅是布拉格建筑中非常著名的新艺术风格的典范,很好地结合了新巴洛克风格和新文艺复兴时期的风格。虽然是有些年头的建筑,但是内部却拥有很完善的现代技术设施,比如暖气、空调、中心电梯等。无论是外部还是内部都装饰得色彩斑斓、异常美丽,尤其是大楼里大量的玻璃彩绘把整座楼映衬得格外华美、炫目。

布拉格给天奇另一个印象深刻之处是:走在布拉格大街上,一切都是多变的。城市的颜色在一天当中变化多次,从清晨的玫瑰色到正午的明黄色,再到傍晚的金黄色,以及华灯初上的灰蓝色,色彩的转换令会奖游客感觉美不胜收。同时,伴随着色彩变化的还有布拉格的声音,无论是教堂的音乐演奏声,还是老城广场中的大型超豪华阵容的古典音乐会,无论是街心花园里的乐手弹唱,还是国家剧院正

在上演的威尔第的歌剧,都让人感到这是一个仙乐飘飘的城市。可以说,布拉格是音乐的家园。

许多奖励项目可供选择

在捷克,有很多奖励项目可以选择,比如去城堡和宫堡参加长袍化妆舞会、到旧工厂厂房里看一场工业秀、去牧场参加凯尔特人的家庭聚会等。捷克作为会奖旅游目的地,与其他地方相比,还有着无可争辩的优势,那就是捷克可以让你在同等的服务品质下享受更多的优惠,物超所值。

“在布拉格,不能拒绝的是美食的诱惑。这里的食物精致而营养丰富,特别适合中国人的口味,饭间要来一大杯著名的捷克啤酒,那实在是太享受了。”天奇表示。

捷克已经连续3年在中国大幅度推荐旅游资源,而且捷克针对中国游客已作出很多有效工作。过去,中国游客办理捷克入境签证,在材料准备齐全的情况需要两周时间,而现在只需5个工作日。

商旅关注

浙江普陀山探索节庆之下的文化旅游升级之路



■ 本报记者 季春红

从朱家尖乘坐20多分钟渡轮,便到了满山树荫、一尘不染的普陀山。为了提高朱家尖到普陀山的通行速度,早些年,曾有人提出建设跨海大桥和海底隧道的规划方案,以此提升普陀山旅游经济的发展节奏。令人意外的是,该建议却因为地方政府出于生态保护和资源匹配的战略考虑,最终不了了之。

时隔多年,如今的普陀山年旅游接待量达到625万人次。若按照普陀山2015年的接待目标,游客接待量将达到

638万人次。这对于一个不足13平方公里的小岛来说,旅游资源的负载压力远在这个数字之上。说起陈年往事和普陀山目前的旅游现状,中国旅游景区协会副会长、普陀山风景名胜区管委会党委书记蒋志伟饶有兴趣地打开了话匣子。在蒋志伟看来,发展旅游的关键在于生态环境的保护,以及对资源承载能力的超前评估和旅游文化内容品质、服务水平的把控。抓住“青山绿水和人文资源”这条主线,并加以举办重大节庆活动来提升品牌影响力,普陀山的旅游就是酒香不怕巷子深的“宝贝”。

创意城市下的节庆活动趋于高端化

■ 周春雨

随着创意产业的快速发展,建设创意城市成为城市间新一轮拼杀焦点,各地方城市在宣传地方特有文化的背后,则意在筹谋最大的经济利益。这么说,并不过分。仔细观察,不难发现,创意城市仍然在深挖文化底蕴,并转嫁到节庆活动上来。这意味着城市节庆脱离了传统模式,开始向高端化转型。

在此引用业内人士的观点:在节庆本身这一节日文化维度之外,伴随着当代社会文化经济化和经济文化化的历史进程,节庆作为一种创意型的产业资源在城市发展和转型中正越来越多地发挥着驱动作用。

就是这个驱动作用,成为城市发展节庆经济的最好支撑。创意城市随之成为当下城市发展的目标。那么,创意城市是怎样的概念?

根据英国学者理查德·兰德利曾经预言:创意城市是一种崭新的策略性的都市规划法,21世纪的城市功能与社会组织变化太大,以致我们无法依靠20世纪的心态与方法来规划城市建设。人口拥挤、交通堵塞、资源匮乏、就业困难、住房紧张等“城市病”,使得城市发展不得不摆脱传统

城市所依赖的煤矿、钢铁、石油等资源,转向文化资源。

而根据创意城市的术语解释:创意城市不是严格的学术概念,而是一种推动城市复兴和重生的模式。

在稍早前推出的全球十大创意地排行榜中,中国的北京和上海分别位列第六和第九。其中,北京入选的理由是,798(工厂)已是世界上炙手可热的艺术区,并被列入第一批优秀近现代建筑保护名录,成为中国文化艺术的展览、展示中心,是国内外具有影响力的文化创意产业集聚区。来自世界各地的艺术文化在这里呈现,无数场艺术盛宴在这里掀开帷幕。而上海的入选理由,是M50(藏在仓库里的酷炫时尚)创意园是上海最早的创意产业集聚区之一,也是目前上海最具规模和影响力的创意产业园区之一。还被美国《时代周刊》杂志贴上“上海时尚地标”的标签,被列为“推荐参观之地”。在这里成功举办过2005上海国际服装文化节、2005时尚之夜、法国工商会、宝马车展、诺基亚及西门子产品推广等一系列时尚活动,使之成为苏州河边独特的人文景观和上海时尚文化新地标。

由此不难看出,创意城市是推动文化

经济的关键。

那么,问题来了。中国有那么多城市,不能只有北京和上海发展创意城市,进而发展新一轮的节庆经济。按照近年来会展经济的发展规律,其他城市也要打破头抢得一张“车票”,搭上创意城市新节庆经济的这班车。

有观点认为,这一轮创意城市的节庆经济竞争系数在加大。打造创意城市,必须吸引文化创意人才与团体,通过创意产业的兴起赋予城市以新的生命力和竞争力,以创意的方法解决城市发展的实质问题。尽管此前举办的节庆活动的成本低、影响力大,是只赚不赔的生意。但是趋向高端化的节庆活动,“玩”的是文化,尤其是要在城市特有的文化基础上进行深耕,没有深厚的文化积累和把握现在市场需求的能力,将力不从心。

坊间流传一份具备发展新节庆经济的城市名单:依次是北京、上海、广州、深圳、长沙、昆明、苏州、杭州、丽江、三亚、珠海、重庆、成都、厦门和西安。其中,部分城市都曾举办过创业文化产业博览会或创意城市文化论坛等活动,而业内人士认为“曾经是世界中心的西安,具备强大的文化竞争力”。在一份调查中,中国城市



的创意行业在第一产业中所占比例排名,西安占18.83%,排在第五;而核心创意行业占国家基建投资的比例中,西安为3.42%,仅在北京之后。

由此,会展业的竞争迈向了新高度,而这一次竞争是拼文化、博创意。其他城市,你们也准备好了吗?

(作者系《中国贸易报 会展周刊》主编)

会展红粉秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处。