

打造全新旅游形象

本栏目由澳门鉴赏级豪宅友情赞助:



澳门构建世界旅游休闲中心



示,内地旅客消费最高,其次为东南亚国家及日本。目前,澳门有150家旅行社及1477位导游,增幅分别为100%、13.3%、9.6%和9.4%。

打造世界旅游休闲中心

安栋梁表示,2008年国家颁布了《珠江三角洲地区改革发展规划纲要》,把澳门定位为“世界旅游休闲中心”,澳门正抓紧这个战略定位和发展方向,着重推动建设优质旅游城市,提高旅游产品与服务素质,以配合构建“世界旅游休闲中心”的发展策略。为达到优质旅游城市的目标,积极优化行业及行政管理、完善旅游环境及产品,推出崭新旅游推广形象并把加强区域合作作为工作重点。

安栋梁又称,澳门旅游局将继续与相关部门合作,共同探讨旅游及文化资源的利用,致力打造文化旅游品牌,使旅客从中感受到澳门独有的文化氛围。此外,澳门今年计划扩大电子服务范围,配合电子政府之推行。同时展开互动式旅游网站革新的方案,以扩大旅游宣传的成效,构建一个对旅客更友善的网上资讯环境。

特殊的历史条件以及优越的地理环境,为澳门的旅游创造了诸多竞争优势,然而面对亚太地区国家旅游产品的日益丰富多采,澳门旅游业的前景面临挑战,未来如何开设更多适合家庭的旅游设施,开发更多的文化旅游产品,吸引更多的文化旅游旅客,留住更多的过夜客,是目前澳门旅游业界需要解决的问题。

娱乐经济应成澳门文化产业核心竞争力 首届文化产业发展高层论坛在澳门举行

■ 本报记者 曲强奎 谢瑜

在知识经济日渐凸显的21世纪,通过文化产业推动经济发展已成为一大趋势。为积极推进澳门文化产业的发展,充分发挥高等院校智囊团、思想库的重要作用,澳门科技大学人文艺术学院日前举办了首届“澳门文化产业发展高层论坛”,藉此搭建一个政府、企业与专家学者共商澳门未来发展的对话平台。澳门特区政府文化产业委员会委员、澳门科技大学人文艺术学院副院长潘知常在会上发表专题演讲,他认为澳门应将文化产业的核心竞争力定位在娱乐经济上,将澳门打造成娱乐之都。

潘知常表示,澳门过去的核心竞争力就是博彩业,在寻求经济适度多元发展的今天,需要寻找新的核心竞争力。澳门目前正在积极发展会展业、文化创意产业等,可这些产业并非澳门文化产业的核心竞争力。与同样为“赌城”的拉斯韦加斯比较,目前旅客在澳门停留时间约为1.3天,拉斯韦加斯模式则可达3.4天,这中间的差异正是澳门的商机;在拉斯韦加斯模式中,博彩只占总收益的3成,另外7成来自于会展和旅游业,对比显示澳门的多元发展空间仍非常可观。

潘知常认为,转型的重点要落在澳门的城市空间及其承载力上,而不能以会展业作为核心竞争力;创意产业可以发展,但澳门本土缺乏高科技人才,内地的高科技人才也很难进入澳门。澳门的核心竞争力必须从其自身的特殊背景去考察,最好的方案是用一个比博彩经济更大的娱乐经济来提升博彩经济。娱乐经济以博彩经济为基础,但又比它更丰富、更健康、更全面。在娱乐经济中,“让消费者为快乐买单”就是其未来的主题。澳门文化产业的核心竞争力应定位为娱乐经济,包括休闲娱乐和体育娱乐等,如通过影视、音乐、演出等健康休闲活动来实现,澳门应发展成为一个东方世界的集娱乐、休闲、演出、国际会议及博彩于一身的娱乐中心。

澳门大学社会科学及人文学院院长郝雨凡表示,澳门要发展文化创意产业,不能脱离澳门自身特色,应着眼深挖澳门特有的文化内涵,围绕博彩,创造更多有文化底蕴、吸引游客的休闲娱乐产品。他进一步指出,文化可以使一个城市永恒,澳门人应深刻认识澳门独特的历史文化,因为澳门真正的文化产业生命力正好在其深厚的历史文化当中。

■ 本报记者 曲强奎 谢瑜

留宿旅客增长 拉动旅游消费

澳门旅游局日前召开年度记者招待会,回顾去年旅游业的情况并介绍今年的发展计划和市场推广活动。

澳门旅游局局长安栋梁表示,去年,澳门旅游业稳步增长。统计数字显示,全年入境旅客人数达2496.5万人次,较2009年同期上升了15%。内地、香港和中国台湾地区仍然是澳门的三大客源地,内地旅客增长20%,而香港旅客增幅为11%。印度、俄罗斯及中东的新兴市场都有不错表现,去年与2009年同期比较,分别有57%、49%及33%的增长。

去年前11个月的留宿旅客占整体旅客的48%,其中6.5成即700多万旅客入住酒店,平均留宿晚数为1.54晚。

除了泰国受国内局势影响,导致客源减少,其余十大主要客源全部实现正增长,其中韩国入境旅客增长达62%,内地旅客增加20%。酒店住客方面,韩国、印度及内地旅客增幅最大。按逗留晚数统计,来自英国、新西兰及美国三大市场的旅客最多。

数据显示,2009年旅客消费为171亿美元,增长4.9%。去年前9个月的旅客消费为182亿美元,较2009年同期增长52.2%。去年第三季度受访旅客的资料显

宏“兔”大展 广东玩具谁领风骚

■ 本报记者 曲强奎 暴飞雪儿

编者按:盘点去年的中国玩具业,订单增长、出口交易额增加,在这样“双丰收”的利好形势下,广大的玩具出口企业却愁云笼罩。在交易数据增长的背后,是利润下降的无奈。玩具出口企业正在面临着一个十分艰难的时刻,原材料涨价、劳动力成本增加和人民币汇率波动,成为压在它们身上的“三座大山”。

走进新的一年,玩具出口企业的发展态势能否焕然一新?据业内专家预测,随着“三座大山”影响面的扩大,今年,中国玩具出口企业将会面临“低增长、高成本”的困局。

这对玩具出口企业来说将是充满挑战的一年,而在这种情况下,谁又将执市场牛耳?为此,本版从即日起推出相关报道,与读者共同关注2011年广东玩具业的发展和市场情况。

玩具与文化创意 联姻开拓市场

文化创意产业被认为是21世纪最具发展潜力的新兴产业之一,在文化创意产业中,动漫占有相当重要的位置。随着动漫的深入人心,动漫玩具的市场份额也随之扩大。一部《喜羊羊与灰太郎》的热播,让中国的玩具企业看到了新的商机,也看到了动漫玩具背后的广阔市场。在国际玩具巨头纷纷抢占国内动漫市场之际,国内企业也开始在动漫玩具市场大力发展。一时间迪士尼系列、变形金刚、花园宝宝等国际知名

形象玩具,与喜羊羊、美猴王、虹猫蓝兔等本土动漫形象玩具在市场上交相辉映,造就了一片繁花似锦的动漫玩具天地。

业内人士坦言,动漫产业创造的财富背后,将是数千美元甚至数百万美元的财富延伸。延伸过程中,与玩具产品的结合是动漫形成品牌效应最重要的一步。好的动漫产品一直都在产生,动漫玩具的持续热卖也成为必然。

此外,网络游戏与玩具的紧密结合,也使玩具业有了长足的发展,逐步走向多元化。就在不少玩具企业还在考量着动漫与玩具结合的可行性时,网游元素地加入又让企业有了更多的选择空间与合作机遇,越来越多的网络游戏角色成为玩家手中把玩的玩具。网络游戏作为高速发展的文化创意产业,衍生出周边玩具制造等二级市场链条,也必定会繁荣未来的玩具市场。

与此同时,影视剧中大量出现的主题玩具也是“你方唱罢我登场”,电影、电视主题玩具的走俏市场,仍然将为国内玩具市场带来活力与人气。

传统玩具“兔”气扬眉

贺岁玩具市场是2011年玩具市场销售的重头戏。据有关专家预测,年货系列产品将占2011年玩具销售总额的30%左右,而2010年的老虎玩具产品的热销也加剧了2011年兔子系列玩具产品市场的竞争态势。

整个兔子玩具市场,从产品类别细分上,可以分为:仿真型、优化型和功能型

三大类别;从材质类别细分上,可以分为:毛绒类、塑胶类、陶瓷类等;从产品市场定位上,可以分为:礼品型的高档类和大众型的中低档类。

由于兔子玩具的原型比较可爱,并且在国人的心目中兔子还是温驯的象征,这在一定程度上拉近了玩具与消费者的心理距离,因此,兔子玩具的外观造型如果能够在传统文化的基础上再赋予人性化因素,则更会得到消费者的青睐。

成人玩具市场广阔

近年来,成人玩具的风行加速了玩具市场的多元化和专业化发展,也让人们认识到,玩具不只是孩子们的专属,大人同样“玩心”不减。

在成人的玩家群体中,有热衷仿真车模收藏的“藏车族”;有喜欢收集制作兵器、战车、大型战争场景的“军模发烧友”;有痴迷航模、车模等竞技活动的“玩模一族”;还有专爱玩具制作的“DIY”玩家以及以“领养”SD娃娃为乐趣的“养娃娃族”。这些相对较为小众的消费群体,支撑着国内高端玩具市场80%以上的消费份额。

而在这些玩具中尤其值得一提的是,以减压为目的的发泄玩具和搞笑玩具。从最初的点头娃娃到发泄蛋、惨叫鸡、捏泡机、挤毛豆、尖叫发泄壶,减压玩具一面世就受到狂热的追捧。一方面,市场上各种减压玩具购销两旺;另一方面玩具研发设计人员将这一创意发挥到极致,减压玩具新品不断推出。

搭低碳经济顺风车

随着哥本哈根气候变化大会的召开及各项提案的热议和最终确定,关注全球环境、重视环保成为世界人民的共识。这一风气也影响到玩具业,在玩具的设计和生方面,是否环保成为了一个重要因素。

作为低碳的先行者,纸质玩具、木制玩具因为天然环保,更能发挥出玩具低碳的理念。纸质玩具、木制玩具风格的设计及用料,不但给予孩子截然不同的新鲜感受,还能培养孩子的环保意识,将越来越成为玩具厂商及消费者关注的焦点。

高科技玩具受追捧

儿童玩具市场总是多姿多彩,特别是在科技飞速发展的今天,各种高科技手段也都被应用到玩具设计中,使玩具更具魅力。

在玩具市场中,遥控类玩具、智能型玩偶、机器人、电子宠物、各类中小型游戏机在内销市场广受欢迎,比起一些静态的玩具,具备了声光电功能的动态玩具在玩具市场有着明显的消费优势。特别是一些安装了IC组件的“聪明”玩具,不但可以跟玩家聊天,听从玩家的指令,有的还能回应玩家的拥抱、爱抚、吱吱等触觉和动作,让消费者感觉很新奇有趣。

电子科技的影响已经涉及到了玩具领域,融入电子芯片的科技玩具已经成为市场的新宠。鉴于当今的儿童从小就

开始接触电脑,为了能够迎合他们的心理需求,玩具也必须具有挑战性 & 创新性,传统玩具与电子技术相结合是玩具产业发展的必然趋势,也是玩具产品流行的必然趋势。

玩具进入益智新时代

我国的家长素有望子成龙的情结,因而儿童的启蒙教育被很多家长当做大事来抓,各种智力玩具就成了家长们纷纷追捧的目标。各种积木、拼图类玩具都受到家长和孩子们的偏爱。

除了积木和拼图等传统益智玩具外,可以随意拆装的多功能汽车、孩子过家家用的整套家具、厨房用具,甚至包括房屋、人及各种工具与动物的拼图玩具等等也都受到家长和孩子们的欢迎。

用“一天一个新款,一天一个新花样”来形容如今的玩具市场一点都不为过。在玩具市场日益发展的今天,新品玩具开发的速度也越来越快,玩具设计师们可谓煞费苦心。

伴随时间的流逝,玩具市场可谓千变万化:随着我国对动漫及网游产业扶持力度的加大,动漫、网游+玩具的产业发展方式为玩具这一传统行业带来了新的发展契机。新年伊始,传统贺岁玩具也将在玩具市场中掀起一股销售热潮,科技进步使玩具向智能化发展的脚步越来越快……种种趋势将使2011年广东的玩具市场呈现出前所未有的繁荣之势。

