



商旅资讯

奖励旅游 2011 年
恢复活力

本报讯 世界知名的酒店联盟 Great Hotels of the World 近日预测,2011 年以及今后更长时期内,奖励旅游将逐渐恢复其活力。

近年来,为了减少成本支出,很多企业都减少了奖励旅游安排。统计显示,2010 年第四季度的奖励旅游相关咨询同比出现显著增长;2011 年及今后更长时期内这种增长还将加速。

“过去几个月,针对世界豪华酒店组织的奖励旅游咨询数量明显增加。” Great Hotels of the World 会议及奖励旅游销售经理阿尔芒·吉耶莫(Armand Guillemot)说。

“奖励旅游的平均逗留时间有所延长,周期变短。业界认为,目前的奖励旅游活动主要来自零售、汽车及银行几个行业。”

“一些城市的奖励制度又开始恢复。我们现在开始感受到过去几年行业面临的困难正在消弭。我们发现了一些趋势,其中之一就是:对很多企业来说,企业社会责任的重要性日益突出。很多企业都在他们的奖励旅游中或多或少地融入了慈善因素。”

奖励旅游是企业激励员工和增进团队意识所采取的一个流行的方式。对雇主来说,奖励旅游是激发员工士气、发挥员工潜能的有效手段之一。近来,不少睿智的企业家认识到奖励旅游在留住和吸引优秀员工方面的激励作用。奖励旅游市场开始迈上复苏的道路。(陈 敏)

杭州春节旅游收入
超 20 亿元

本报讯 2011 年春节黄金周七天,对于杭州来说,可谓赚得盆满钵满。“滑雪”、“温泉”携手古韵盎然的西子湖,为中外游客献上了一道更为多元化的旅游拼盘。记者从杭州市旅游委员会获悉,杭州共接待游客 661.44 万人次,同比增长 37.9%。旅游总收入达到 23.55 亿元人民币,同比增长 43.2%。

日前,中国旅游研究院和携程旅行网发布了 2011 年春节黄金周人气城市排行榜。杭州同时入围春节人气最旺出发城市、春节人气最旺到达城市、人气城市综合排行榜三大榜单。

杭州市先后推出了 34 项特色旅游项目,14 个杭州主打旅游产品,11 条推荐旅游线路。这些项目让来杭游客感受到不同的过年过节氛围。余杭超山赏梅、临安大明山滑雪、建德新安江温泉等成为今年春节黄金周旅游市场的大热点。

2011 年春节期间,杭州整合推出了“幸福杭州过大年”特色旅游活动,让中外游客、长三角地区游客领略了杭州“东方休闲之都·生活品质之城”、“中国最佳旅游城市”的魅力。特别是灵隐景区新春佛教旅游活动、玉皇山登高祈福、香积寺新春佛教文化活动、杭州东方文化园“福慧吉祥”祈福节等佛事活动吸引了络绎不绝的香客,源源不断的香火寄托了人们对兔年的美好憧憬和期盼。

西溪年俗、河坊街百家宴、南宋御街百姓祈福大典、宋城新春大庙会游客爆棚,也让今年的杭州年味十足。(李家田)

2010 年赴新加坡
中国游客数量达 117 万人次

本报讯 新加坡旅游局 2 月 10 日公布的数据显示,去年中国内地赴新加坡游客数量达 117 万人次,比上年增长 25%。

数据还显示,去年赴新加坡海外游客总数达到创纪录的 1160 万人次,增加 20%;其中 12 月份达到 113 万人次,连续 13 个月创新高。海外游客在新加坡共消费 188 亿新元(约合 147 亿美元),增长 49%。新加坡旅游局表示,去年海外游客数量的增长主要是由于亚太地区经济强劲复苏,此外,滨海湾金沙和圣陶沙名胜世界投入运营,也是吸引游客的因素。

2010 年,新加坡酒店客房收入增加 21.8%,达到 19 亿新元;客房入住率约为 86%,比 2009 年增加 9.8 个百分点;客房日均房费为 212 新元,上涨 12.2%。

(郑 超)

■ 本报记者 傅立钢

“故人西辞黄鹤楼,烟花三月下扬州”,这是唐代大诗人李白家喻户晓的名句,因着这千年前的诗,扬州策划制作了“烟花三月”这首歌。2000 年,扬州开始举办烟花三月节,到 2002 年正式更名为烟花三月国际经贸旅游节,成为扬州春季最响亮的品牌活动。但很多专家称,扬州不能只打“春天牌”,扬州不仅仅要令人“烟花三月下扬州”,更要让游客一年四季下扬州。扬州又是唯一与中国古代大运河共生共长的城市。2007 年至今扬州举办了首届世界运河名城博览会,已经举办了 4 届。

“城市旅游”效应凸显

扬州外办礼宾新闻处处长曹育新告诉记者,扬州旅游不再只是“瘦大个”(即瘦西湖、大运河、个园),一批特色旅游产品正在成为吸客新品牌。如建成万花园、傍花村、宋夹城遗址公园等一批特色景点,蜀冈—瘦西湖风景区提档升级,创成全国唯一的国家文化旅游示范区,并成功升格为国家 5A 级风景区。围绕古城保护,复建修缮了阮家祠堂、小盘谷、花局里、吴道台宅第等文保建筑,利用名居旧宅开发了精品客栈、精致餐饮等特色产品,丰富完善“双东”、教场休闲商贸旅游业态,东关街成功创成“全国十大历史文化名街”。扬州水上旅游资源得以挖掘,叫响运河水上游品

牌。扬州精心构建以 5.09 平方公里明清古城为重点的古城保护体系,对东关街、东圈门、南河下等历史街区实施了全面保护,整修了吴道台宅第、卢氏古宅、汪鲁门故居、壶园等名人旧居。与此同时,将古运河的运输功能转变为旅游功能,两岸建起亲水步道并推出古运河水上游。

扬州旅游业近年来的发展,是有目共睹的。特别是连续两届入选全国“十大休闲城市”,也证明扬州旅游业从过去的“景点游”时代进入了“城市游”时代。“城市游”不只是把整个城市打造成一个景点,而是实现扬州旅游业的“主板”芯片升级,其对整个产业发展带来的驱动力更强劲。扬州旅游正在从一般观光旅游向休闲度假旅游转变,从旅游城市向城市旅游转变。

积极拓展海外资源

扬州市旅游局局长汤天波告诉记者:每个发展旅游的城市都非常重视高端市场,去年国内游客达到 2260 多万,但境外游客只有 50 多万,这和扬州发展的速度是不相称的,希望通过几年的努力把扬州打造成重要的国际旅游目的地之一。围绕这个目标目前也在积极做一些工作,譬如说一方面改善扬州的旅游服务设施,像今年的瘦西湖风景区受到国家 5A 的授牌,包括游客服务中心、洗手间这些都是按照国际标准打造的。另外扬州的接待能力也在积极提高,一家五星级酒店正在向国家旅游局

申报,正在申请的还有两家,香格里拉饭店在扬州落户以后也在积极建设,扬州的旅游有一定的知名度,但是在境外他的影响力还需要通过宣传得到进一步提升。

“开放”一直是扬州的城市特质。2010 年上海世博会迎来五洲四海的宾客汇聚华东,未来几年内,扬州还将召开世界运河大会、国际盆栽大会等一系列国际会议,这些都为扬州旅游开拓国际市场带来了千载难逢的机遇。

一年四季下扬州

烟花三月下扬州,这是扬州旅游的金字招牌,据汤天波介绍,在扬州,一个是唱四季歌,一年四季到扬州来旅游都有东西可看,都有休闲项目可以体验。在扬州,春天有经贸旅游节,夏天有扬州的夏日活动,秋天有世界运河博览会,冬天计划,搞一个沐浴养生节,同时围绕国际化扬州打出了四张牌,一个是鉴真牌,这个向日本市场推荐。第二是韩国的崔之元,他在扬州当过官,崔之元在韩国的影响力非常大,扬州专门设



扬州瘦西湖雪景

有崔之元旅行馆。第三是马克波罗,他也在扬州当过官,并在游记中着墨写了扬州。第四是有一个普哈丁园,普哈丁相传为穆罕默德的十六世裔孙,他最后安葬在扬州,这四旅游项目分别针对日本、韩国、欧洲和中东市场,这也是扬州和世界的缘分。

会奖城市

中国已成为
世界第三大旅游目的地

本报讯 联合国世界旅游组织日前发布的最新统计显示,2010 年全球旅游业全面恢复增长,全球国际旅游达 9.35 亿人次,同比增长 6.7%。中国超过西班牙成为继法国、美国之后世界第三大旅游目的地。

该机构报告称,去年全球各大洲接待的国际旅游者均出现增长,其中以新兴目的地增速最为明显。游客接待量排名前 4 位的国家是法国、美国、中国、西班牙,游客量分别为 7895 万人次、6088 万人次、5598 万人次和 5300 万人次。按地区统计,增幅最大的是中东地区,为 14%,其次是亚洲地区,为 13%,美洲位居第三,为 8%,非洲位居第四,为 6%。

统计显示,去年各目的地旅游收入增幅仍低于游客接待量的增幅。在出境旅游消费方面增幅最大的是巴西,为 52%,其次是沙特阿拉伯,为 28%,俄罗斯联邦位居第三,为 26%,中国位居第四,为 17%,位居第五至第十的分别是澳大利亚、加拿大、日本、法国、美国、德国。

(龚立仁)

业内快讯

南非看好中国市场

访南非旅游局亚太区总经理白文博

■ 王 波

近日,南非旅游局亚太区总经理白文博(Bradley Brouwer)就南非旅游业在中国的推广情况接受了记者采访。

记者:2010 年对南非来说意义重大,世界杯的成功举办让南非的旅游业成为最大受惠者,您一定也如此认为吧?

白文博:是的。2010 年世界杯的成功举办使南非成为世界关注的焦点,同时也让更多的人认识了神秘的南非。世界杯期间共有 100 多万各国游客和球迷来到南非;2010 年 1 月至 10 月,入境南非的海外游客为 181 万人次,比 2009 年同期上升 20%。世界杯直接和间接为南非经济带来了 36 亿兰特(约合 36 亿元人民币)的巨大收益。南非 2010 年全年接待外国游客总人数将超过 1000 万人次,旅游总收入达 42 亿美元。

世界杯期间入境南非的超过 36%的亚洲游客来自中国;2010 年 1 月至 10 月,入境

南非的中国游客比 2009 年同期上升了 65.5%。中国已成为南非在亚洲客源市场中增长最快的国家之一。越来越多的中国游客前往南非,体验非洲大陆的别样风情。

记者:2010 年 5 月 24 日,南非旅游局北京办事处正式成立,此举对南非旅游业有怎样的重要意义?

白文博:北京办事处的成立,显示了南非旅游局开拓中国市场的巨大决心。2009 年,入境南非的中国游客比 2008 年上升了 12.4%;2010 年,这个数字就翻了 4 倍。最近,Visa 公布了一项最新调查:2010 年中国台湾和大陆消费者平均网上消费额为 4041 美元和 2557 美元,分别居 6 个被调查市场中的第一和第二;而其中在旅游方面的消费最多,平均花费达到 550 美元。可见中国旅游市场潜力巨大。北京办事处的成立,有利于南非旅游局更好地开拓中国市场,提高南非旅游局品牌在中国市场的认知度,吸引更多的游客了解南非、走进南非。

南非有被列为世界文化遗产的豪登省人类文明摇篮遗址和西开普省的罗本岛,德拉根斯堡国家公园和圣路西亚湿地国家公园,布莱德河峡谷和太阳城等世界著名旅游景点。2010 年,南非旅游局大力开拓中国市场,成效显著,南非在中国市场的认知度也得到了提升,荣获“年度最具影响力旅游目的地”、“年度最受欢迎长线旅游目的地”和“十大海外最佳旅游目的地”等多项大奖。

南非有着友善、好客的国民,他们就和我一样,总是面带笑容,让您在异乡也会感到格外亲切。过去到访南非的游客都对南非人民的热情留下深刻的印象,2010 年的南非游客调查数字就是最好的证明:72%的人表示对行程极为满意,90%以上的人认为此次旅行大大超出了他们的期望。更重要的是,90%的旅客表示希望重游南非,96%的人表示会向自己的家人和朋友推荐到南非旅游。

记者:目前,南非旅游局正在借“后世

界杯”效应继续开拓中国市场,这方面有何具体措施?

白文博:权威调查表明,世界杯后南非的国际形象显著提升,令世界对南非另眼相看。日前,南非旅游局在北京、上海、成都和广州举行“超越平凡,绿享南非”路演,开展“2 周免费南非旅游,20 种特殊旅途体验,就等你来”全球性演员招募活动以及“南非旅游产品销售英雄征集令”系列活动,希望借“后世界杯”势头,再度影响中国出境游市场。

实际上,已经有越来越多的游客开始来到南非。与 2009 年同期相比,2010 年 12 月,南非的旅游出入境人数增长了 14%;截至 2010 年 12 月 30 日,出入南非的游客有 350 余万人,与 2009 年同期相比上升了 14%;仅 2010 年 12 月 30 日当日,就有 110254 名旅客出入境。

业者访谈