德国借力中国文化年 大力发展会奖旅游

■ 本报记者 胡心媛

一直以来，德国都被称作是世界头号博览会大国、欧洲首席展会与会议举办胜地。而在商务会奖旅游领域，德国同样具有极大潜力。根据欧洲会议经济研究所（EITW）的调查显示，德国境内总共有6421家可以举办会议和相关商业会晤活动的场所。欧洲旅游检测机构IPK统计数据显示，2010年，欧洲商务旅游市场12%的增长额为德国所吸纳。

另据德国国家旅游局的消息称，2012年，德国国家旅游局将大力推广商务会奖旅游，德国国家旅游局还将今年定位为“商务旅游主题年”。

文化年助推德国旅游业发展

尽管欧债危机的阴影仍未散去，但德国的旅游业却充满着机遇。日前，2012德国“中国文化年”在柏林音乐厅拉开了帷幕。据悉，“合作”与“对话”是此次德国中国文化年的两大主题。“从文化年的主题中不难看出，中国与德国的友好关系又更进了一步，随着近些年来，中国群众对旅游关注程度的加深，不难预测，中国庞大的消费群体将给德国的旅游市场带来诸多生机。”江西财经大学旅游学院教授李林表示。

的确，在欧债危机的阴影下，被称为“无烟工业”的旅游业在德国却呈现出了勃勃的生机。从2011年的游客数量上看，德国已成为欧洲仅次于西班牙的第二大旅游市场，游客人数已超过法国和意大利。这既得益于国内游客人数的增加，更得益于外国游客的增长。而此次中德文化年的举办，将使得更多的中国游客们前往德国旅游。

MICE担当德国旅游增长重任

德国是一个非常重视旅游业发展的国家，在会奖旅游者的眼里，德国是理想的商旅目的地。在过去的一年中，三分之一前往德国的人都与商务工作有关。对参展商来说，德国几乎在每个领域都有领先行业的展览会；而全球三分之二极具领导性的大型展会，都在德国举行。

由此可见，德国无论是在商务旅游或会展业上，都极具经验。时至今日，德国可以用于会议、集会和大型展览的场地已发展到6000多个，每年在德国举办的商业活动多达250万场。德国绝对是世界级商务旅行及会展的圣地。“总利润高达近660亿欧元的商务旅游业是德国旅游产业的重要经济因素之一。”德国国家旅游局主席何佩雅介绍道，“因此这一领域也始终是我们市场营销的重中之重。”

据德国国家旅游局介绍，2012年，德国旅游局将与德国会展局（GCB）针对全球重要的客源市场——欧洲境内市场以及美国、中国、巴西和日本等海外市场，共同制定了一份年度活动计划。整个计划的重要组成部分是积极参与会奖行业相关的主题展会，即在德国和美国举行的国际会展、会议及奖励旅游展，以及西班牙欧洲会议与奖励旅游展，并以此来呈现德国丰富的商务旅游资源。

名副其实的会奖国度

德国作为世界头号博览会大国以及欧洲首席展会与会议举办胜地并非“浪得虚名”。在德国博览会城市——柏林，既有柏林建筑贸易博览会这样的大型工业博览会，亦有欧洲青少年服装、体育与时尚展览会等。据业内人士介绍，柏林会展中心和短途运输网络相连，交通非常方便快捷，每年都吸引了大约150万名游客和2.3万家参展商前来参展。紧邻柏林市中心的展览中心，其建筑给人留下了深刻印象，成为世界上许多展览中心仿效对象。而著名的柏林旅展（ITB）以及国际消费电子展（IFA）每年都在此举行。除柏林外，德国还有许多城市都是各类展会的举办胜地。例如法兰克福，是世上最古老的会展城市之一。早在1240年，弗里德里希皇帝就把市集权授予了这座城市。法兰克福展览中心是世界第三大展览中心。它位于市区的正中，与法兰克福繁忙的高速公路网紧紧相连。而慕尼黑则是德国高科技中心，是IT以及通信技术、媒体经济、金融、生命科学的领导地区。慕尼黑主办大约40个消费品和新技术的专业博览会，是世界著名的会展城。

除此之外，德国的科隆以及汉堡也不可忽略。在科隆，每年举办50多场国际博览会，有来自120个国家的4.2万家企业前来参展，吸引了来自175个国家的大约200万名观众。科隆展览中心被誉为是全球第四大展览中心。著名世界食品博览会（Anuga）以及国际牙科医疗及技术展（IDS）在此举办。在汉堡，每年有多达1万家的参展商和过百万的游客从世界各地相聚于此，参加40场展览和大大小小的活动。海洋工业、再生能源、航空、美食及酒店业都是展览重要的主题。

体味会奖城市的“轻松”

众所周知，德国是一个严谨的国度，因此，德国的会奖城市不可避免地背负上了“沉闷”的气息。但如果真正置身于德国时，你会发现，情况其实并非如此。

德国的罗马古城科隆，开放给商务团体举办活动的地方，居然是十五世纪建的市民宴会厅。商务客人在那古色古香的中世纪建筑物中工作过后，还可参加当地节日，爬上高耸的科隆大教堂塔楼，在150多米高处俯览科隆全景。或者又可跟随导游，探索埋藏在市区地底的罗马遗迹；甚至闯入诱人的巧克力博物馆，开怀大吃新鲜制成的美味巧克力。

德国南部的巴伐利亚州，向来以热闹的啤酒文化驰名于世。每年秋季的慕尼黑啤酒节，万人空巷，是无数游客渴望参加的盛事。“其实，在当地还有3月的啤酒节，传统、热闹气氛一样不少，却游客较少，最适合商务团体来此工作和娱乐。人们开过会便痛饮一番，不醉无归。”德国海德堡旅游局相关负责人对记者说。而德国的纽伦堡却是一座玩具之城，它提供给人们进行商务聚会的地方也充满了童趣。该负责人介绍称：“那里有一座怀旧的车站，在那里开派对狂欢，参加者再不需要严肃紧张，大可以放下平时压力回归童真。在德国满布辉煌古典建筑的德累斯顿，让你公司的同事和你一起学习跳舞、挥剑等昔日的礼仪；又或前往汽车之城斯图加特，驾驶古董名车到处漫游。从此商务工作，也变成人生乐事！”

海南会奖旅游遭遇“成长的烦恼”

■ 本报记者 范丽敏

优越的自然条件、丰富的旅游资源、不断完善的旅游配套设施、成功的品牌推广，使海南发展成为国内知名的会奖旅游目的地。

然而，海南在发展会奖旅游的过程中正在遭遇“成长的烦恼”，诸如缺乏核心竞争力、服务质量差、人才短缺、产业链过短等。接受本报记者采访的专家认为，如果能够打破这些短板，海南会奖旅游将迎来真正的春天。

海南渐成会奖旅游目的地

继被称为三亚“史上最大规模会议团”的上海罗氏制药有限公司年会在三亚举办之后，上海大众近千人的年会紧接着又在三亚海棠湾的酒店举办。

记者了解到，从去年11月至今，海南相当多的酒店都在为全国各地的企业年会准备着。“元宵节前，我们酒店的客房已被全部预订一空。”在接受记者采访时，海南三亚亚龙湾爱琴海岸酒店销售部门负责人说，往年到了大年初七，该酒店入住率都会迅速下滑，而今年即使到了正月十五，客房依旧爆满，大有超过春节黄金周之势。

据记者了解，目前，海南亚龙湾、大东海、三亚湾等各大片区酒店入住率均超90%，银泰、万豪、天域、豪生等很多酒店甚至出现“满房”的情况。

同样，人气高涨的还有各大会展活动。2011年，海南会展重大活动达到80个以上，参观人数100万人次，展会总使用面积160多万平方米。会展业带动了旅游业的持续升温，海口市旅游委的调查显示，海口市会议接待数量和人数呈逐年递增的势头，2011年海口大中型会议超9000个，大型展会数量逼近100个，会议和展览两项收入占海口全年旅游总收入的13%左右。

“海南之所以能够吸引众多的会议与奖励旅游活动，成为绝佳的会奖旅游目的地，除了自身拥有的优越的自然条件、丰富的旅游资源外、便捷的区位交通外，还和近年来海南省的努力密不可分。”2月5日，北京第二外国语学院中国闲暇经济研究中心主任魏翔在接受本报记者采访时表示，一是近年来，海南省新建了多家星级酒店、会展中心、机场等硬件设施，一些酒店、旅行社还纷纷增加了会议服务的经营内容，设立专职从事会议与奖励旅游业务；二是在海南博鳌定期定址举办的博鳌亚洲论坛年会，在提升海南的知名度和美誉度的同时，也使海南会奖旅游业受益，会奖旅游得到快速发展；三是海南结合本地特色和产业结构特点，重点发展以旅游、热带农业、海洋、游艇和高尔夫等为主题的会奖旅游产品，并大力培育国际会奖品牌。

遭遇“成长的烦恼”

“朋友一家3口在三亚吃海鲜，3个普通的菜被宰近4000元。他说是被出租车（司机）推荐来的。邻座一哥儿们指池里一条大鱼刚问价，店家便手脚麻利地将鱼捞出摔晕，一称（秤）11斤，每斤580元，共6000多（元）。那哥儿们刚想说理，出来几个东北大汉，只好收声认栽。别说服务水平了，连最基本的诚信都做不到，遑论国际旅游岛。”春节黄金周刚过，一条与海南旅游有关的微博在互联网上被疯狂转载，引来无数网友对海南旅游服务的讨伐。

这条微博是北京风至飞扬房地产服务机构董事长罗迪发的。在不到两天的时间里，被转发4万多次，评论近两万条。众多网友纷纷跟帖晒出自己曾在三亚挨宰的经历。一时间，谴责三亚宰客的呼声风起云涌。

为此，海南省副省长、三亚市委书记姜斯宪不得不在接受媒体采访时表示，对于在春节黄金周出现的三亚富林渔村海鲜排档欺客宰客事件，三亚市委、市政府高度重视，已责令职能部门彻查此事，对交通管理、海鲜排档、海上娱乐项目等行业出现的“害群之马”实行“零容忍”。一经查实，绝不姑息。

姜斯宪说，这几年三亚市旅游业发展迅速，但也有“成长的烦恼”，有很多不尽如人意之处，发现和查找这些问题是他们的责任。三亚市委、市政府始终致力于清除旅游市场中的丑恶现象，因为这些丑恶现象有百害而无一利。这反映出建设诚实守信的市场秩序是一个艰巨的任务，也反映出旅游管理措施针对性不够强，管理队伍的素质和能力不够高，与国内旅游市场管理水平比较高的地区存在不小的差距。要虚心学习国际和国内旅游管理经验丰富地区好的做法，提高市场管理的有效性。

“一个偶发事件瞬间被‘发酵’并非偶然，海南旅游服务质量近10年来一直饱受诟病，海鲜漫天要价、出租车不打表、外地游客‘宰你没商量’、酒店节日涨价离谱等，网上还不时出现《海南旅游防宰全攻略》并受到热捧。”魏翔表示，可以说，服务已经成为制约海南会奖旅游发展的重要因素。

魏翔认为，除此之外，海南会奖旅游还正遭遇着缺乏核心竞争力、相关的服务机构较少、制作成本较高、没有形成一个大产业链条等“成长的烦恼”。

“如果要办一个大型的上档次、高水平的会展，海南缺的东西就更多了，一部分设施还必须从广州、上海等地引进，尤其是舞台演艺设施。”魏翔说。

制订并实施统一的服务业标准迫在眉睫

魏翔认为，海南会奖旅游业的核心竞争力就是开放性。他说，海南拥有洁净的空气、沙滩、海水、阳光等，设立了离岛免税店等，这都是其他省市在发展会奖旅游时欠缺的。海南应该充分发挥这些优势，建成国内外最佳的会奖旅游目的地。

“要想支撑这一核心竞争力，建设成为国内外最佳的会奖旅游目的地，海南还必须提升服务质量。”魏翔建议，提升服务质量须分两步走，一是政府应制订和实施统一的服务业标准，以达到服务质量目标化、服务方法规范化、服务过程程序化，从而使游客获得优质的服务；二是在服务规划化和标准化的基础上，海南酒店、旅行社等才能做个性化服务。

而海南省旅游发展研究所所长杨哲昆则建议，海南在政策制定上要有突破、创新，要尽快出台实施各种鼓励发展会奖旅游产业的政策法规，鼓励引入国内外知名机构和企业在海南投资发展会奖旅游。此外，海南还应积极推进会奖旅游企业与日本、新加坡、中国香港等国家和地区开展管理、人才交流合作，提高从业人员素质。同时，海南还须培育具有国际认证的会展品牌。