

业内快报

萧山探索会奖旅游新模式

在杭州打造国际性会奖旅游目的地的大背景下，萧山也积极融入杭州，另辟蹊径地提出“华东会客厅”会展旅游发展模式，主动承担起杭州主城区的会展会议功能。

萧山旅游局负责人表示，结合杭州旅游经济发展形势，萧山将今后发展重点定位在探索会议会展旅游这一模式上，融入杭州主城区，更与杭州主城区错位发展。目前，萧山拥有8个千人会议场所，其中一家五星级酒店太虚湖假日酒店的金色大厅能同时容纳3000人开会，正在建设中的奥体博览中心建筑面积相当于7个杭州和平会展中心。还有，萧山有5家五星级酒店，全区星级饭店共有客房7000多间，可联合接待超大型会议。更重要的是，萧山会议会展已朝着“综合体”的大旅游方向“进化”。如去年开园的湘湖二期，音乐喷泉、金沙戏水等多个旅游景点相继开出，带动了湘湖休闲游，更带动了湘湖周边旅游综合体的集聚发展。这些旅游综合体都已成长为萧山重量级的会议会展旅游产品。

据统计，2007年以来，萧山年接待会议量增长速度均已超过20%。2011年全区成功接待各类会议超过12000多个，其中全球性、全国性会议超千个。

中俄文化旅游产业大会启幕

近日，由黑龙江省委宣传部、绥芬河市委、市政府共同主办的2012中俄国际文化旅游产业发展大会在绥芬河启幕。

本次大会以“共赏旅游发展奇葩，共享旅游互惠成果”为主题。在大会中，举行了中俄会展、旅游、文化产业发展论坛、中俄旅游“1+1”洽谈会、旅游推介会、旅游产品（线路）展销等活动。此外，组委会还邀请境内外特约买家，创新举办了旅游产品采购会，为参展商搭建起中俄旅游业界交流交易、互动双赢、务实高效的平台。大会力争打造以中俄旅游为主，其他四国（乌克兰、白俄罗斯、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦）为辅的旅游交流合作的重要平台和桥梁纽带。

（本报综合报道）



■ 本报记者 慢 舟

2012年，各种为实现“在路上”这一梦想的“高端旅游”产品纷至沓来。即使在国内旅游市场，“高端”这一概念也日渐深入人心。

高端旅行不等于奢华

“高端”是一个层次丰富的概念。如果仅从目的地的精心选择、旅行方式的极致体验、令人咋舌的旅游产品价格来看，你会发现都用了大量的“奢华”、“顶级”等词汇。旅游业界人士小文说，“这些词多少显得少了一些财富人群的低调和内敛，产品虽好但显浮躁。”

太美集团CEO胡世辉认为，“中国整个旅行的消费概念、观念都在升级，是不是只有高端人群能够享受高端旅行，我认为不一定，随着观念的升级、消费的升级，以后的年轻人，他们也会选择高端旅游产品。每一个人传递的观念、讲述的话语、产生的行为，都会像一个媒体一样在全球流动，会激发出更多的流行趋势。”

关于什么是高端旅行，中青旅市场推广部葛磊也有自己的认识，“高端旅游很难形成产品标准，五星酒店、头等舱、米其林餐厅都不是必要条件，例如说有一客户需求是“让孩子知道这世上还有许多人吃不上饭”，这种产品策划就很考验业者的智商。”

中国人旅行模式

在2011年，某旅游企业推出了66万元环游世界66天活动，前些日子推出80天101万元环游世界的产品，z这些产

挖掘商业资源的最佳方式

高端旅行在中国



品都在非常短的十几秒被销售一空。如果说这样的数据的确“高端”而曲高和寡，那么在刚刚过去的五一，市场上10万元以上的高端旅游团为数不少。

这几年来中国旅游市场的发展，经常说到的一句话是，中国旅游模式已经从观光游逐步向休闲度假转型，而且还有金字塔顶端的人群渴求个性旅游和高端旅游。胡世辉说，“十年之前做高端旅游，我估计要被人家骂。但是今天再看我们的一线城市，甚至二线城市在高端旅游方面的成长上很强劲。我觉得中国人理解的旅行，与全世界很多国家理解的旅行不一样，旅行在中国已经成为人际关系交融、商业资源挖掘、商业运作很重要的手段。所以当我们走向高端旅行的时候，实际上扩张了高端旅行的受众范围，这个市场是非常大的。”

“我们不想仅仅只是提供一个产品，我们更希望是去帮助客户实现他们的梦想。每个人这一生都是一段旅行，如何能够成就你最精彩、最有追求的旅行，有品质的旅游一定是其中最重要的一个方式和目标。”近日，在携程战略投资太美旅行，共同打造中国高端旅游市场的顶级品牌“鸿鹄逸游”的发布会现场，携程旅行网CEO范敏称。

旅游提升人生体验

环游世界50天，前往12个国家和地区，搭乘银海邮轮来探寻南极，观看北极光及巴西嘉年华，探访南美印加文明，亚马逊丛林探险等。高端旅游产品由一串梦幻般的远方目的地和眼花缭乱的环节组成。

探索墨西哥玛雅文明15天之旅，团费为20万元，打出“2012来了，探索玛雅文明”的噱头，其内容包括探索世界文

化遗产、地球标志之一的特奥蒂瓦坎古城；参观壮丽的玛雅文明遗迹奇琴伊察古城；参观特基拉龙舌兰景观及古龙舌兰酒酿酒基地的生产及品酒。途中玩家可以享受：印第安SPA水疗、加勒比海潜水、观鲸、放生海龟、墨西哥美食以及入住顶级酒店。

除了自然和人文旅游外，顶级旅游团也为富裕阶层包办节日庆典和巨星演唱会旅游。比如LADY GAGA台北演唱会的顶级旅游团就包括演唱会最高价位12800元新台币（约合人民币2726元）的门票，让粉丝可以在摇滚区近距离欣赏偶像。除此之外，吃住行娱都按照顶级标准设计安排。为了追随的巨星的足迹，行程特意安排了入住GAGA去年造访台北时住的一家针对CEO级客群的私人管家酒店，店内全部使用爱马仕的洗浴用品。还会安排前往GAGA青睐的时尚购物胜地，享受VIP购物的礼遇。这个4天3晚价值2.5万元的旅游团一上线就被一抢而光。

对高端人士来说，旅游是提升人生体验的一种方式，了解他们的人生是产品规划的前提。而更多的普通人则希望在自己寻常的日子里制造一场魔幻般的旅行，正如小文所说，“真正的旅游不在于有多少钱有多少时间，在于敢出发的心，放得下，走出去，就能看到风景。”

链接：游客声音

营造一个有共同理想的生活圈子

范敏，携程旅行网CEO
高端旅游特别重要的是，也应该形成了这样一个圈子，虽然有时候说这个圈子可能稍微有点中性，甚至贬义。但是我认为，高端旅游通过一个平台来营造一个具有共同理想的高端圈子，这样一个生活旅行圈子，会成为我们的目标客户群工作、生活中不可或缺的生存方式之一。

“不靠谱”旅行说明社会更宽容

贾西贝，30岁，央视网手机部工作人员
今年大年初一和老公去了缅甸，不算上办理签证，前后就用了3天时间准备。尽管没有任何经验，也没有做功课，但这次旅行让我印象深刻，虽然还不至于说“上瘾”，但我已经在想着怎么策划又一次假期旅行了。特别希望能够在正常的工作生活之余“不靠谱”一点，给自己一点松弛的空隙，要不然生活工作疲于奔命，实在太压抑了……我觉得这样，社会才是越来越宽容进步，有更多种可能性，旅游是最好的一种表现形式。

商旅关注

匈牙利成为中国游客赴欧旅游新兴目的地

■ 本报记者 静 安

2012年7月10日，匈牙利旅游局在北京、上海、广东启动“好匈”旅游研讨会，力推匈牙利高端差旅和会奖旅游资源。截止到2012年6月，中国赴匈牙利旅游的人数增长迅速，达37.8%，匈牙利已经成为中国游客前往欧洲旅游的新兴目的地。

据国际会议协会统计显示，匈牙利首都布达佩斯于2011年位列最受欢迎的国际会议举办城市第11位。布达佩斯具古老文化氛围浓厚的大教堂、博物馆和歌剧院等，散发出真正中古欧洲的气息；不仅有多家高级酒店，三四百年前建的皇宫也可以让游客下榻。

地下大海 温泉之城

温泉是匈牙利的一大特色。据匈牙利旅游参赞韦罗介绍，匈牙利是全世界温泉第二多的国家，有全年可泡的世界最大天然温泉湖，还有罕见的溶洞温泉。这些都是举办公司会议或party的好地方，而且价格非常有吸引力。匈牙利的温泉不仅有休闲、放松的功能，90%的水还具有医疗效果，使匈牙利成为世界水疗服务最发达的国家之一，因此也是理想的康体旅游目的地。此外，匈牙利的葡萄酒非常著名，葡萄酒庄也很适合办活动。当地人说，匈牙利并不临海，却有“地下大海”。布达佩斯是世界上拥有医疗温泉和热水井最多的首都，每天涌出的21度至78度的热水达7000万公升，

早在1934年，就获得了“温泉之城”的美誉。据统计，目前，全国开发出的温泉约1300处，其中首都就有80多处。

温泉如此众多，匈牙利人自然要充分享受这份大自然赠予的厚礼。温泉可以治疗多种疾病，也是大众交际的场所。老年人退休后在温泉消闲，延年益寿；年轻人来此谈情说爱，追逐嬉戏；亲朋好友到此聚会，叙谈家常。一些中老年人甚至把国际象棋也搬到水上，边泡边下，好不悠闲。就连布达佩斯动物园里的河马、海豚等也是在温泉“泡”大的。当地人戏称，温泉是最平等的地方，人人身着泳衣，分不出平民和老板。

发展旅游 寄望中国

匈牙利国家旅游局市场部主任介绍说，匈牙利国家虽小，但有丰富的历史文化和风景名胜，

去年，来自国外的游客约为400万人次。为了吸引更多的游客，该局每年用于旅游促销宣传的经



会奖城市