



■ 本报记者 袁远 兰馨

2012年,是各国会奖机构纷纷抢滩中国、掘金中国市场的一年,而中国作为MICE目的地市场的表现,却差强人意。

据联合国世界旅游组织(UNWTO)最新数据显示,在2012年全球十大出境游支出增幅最多的国家和地区中,中国增幅最大,达到30%。

世界旅游组织的数据表明,中国出境游规模以每年20%的速度增长,今年超过8000万人次。尤为值得关注的是,长期滞后于旅游出境消费发展的中国旅游企业跨国发展,在2012年迅速改变格局。携程旅游赢得2012年度世界旅游交易会全球奖,这是入选全球旅游贡献最高奖的唯一中国企业。

而全球知名的企业旅行服务公司豪格·罗宾逊集团(HRG)预计,未来中国将成为全球最大的商务旅行市场。

澳大利亚深挖中国MICE市场

2012年年初,澳大利亚商务会奖洽谈会在广州召开,17家来自澳大利亚的商务旅游业界代表齐聚广州,为中国市场带来各具特色的专业会奖旅游产品及服务。澳大利亚旅游局北亚区总经理兼中国区首席代表倪建华很直接地表示,这次澳大利亚商务洽谈会的举办就是为了深挖中国商务会奖市场,为中国企业和买家建造与澳方业者直接交流的优质平台,力求以更多元的主题和新颖的创意产品来吸引更多的中国会奖游客前往澳大利亚。

来自澳大利亚旅游局的相关资料显示,2011年前往澳大利亚旅游的中国游客超过54万人次,较2010年增长了近20%,中国已



成为澳大利亚第三大旅游客源国。中国游客在澳大利亚的旅游消费支出超过36亿澳元,中国游客已成为在澳大利亚进行旅游消费的第一大客源,较2010年增长了15%。到2020年,预计中国游客在澳大利亚的旅游消费将达到90亿澳元。

为了吸引更多的中国商旅游客,澳大利亚还专门为中国游客提供更多的酒店房间、加强酒店和景点的建设、兴建和翻新会展场地、增设更多的中文旅游导览系统、培训更多的中文导游等。此外,澳大利亚方面还声称要增加航空运力、提高服务质量、协调签证申请程序、提升各大城市的会展服务实力,以提高接待庞大中国商旅游客的能力。

夏威夷希望成为中国人的“国际度假岛”

夏威夷旅游局驻中国代表处首席代表姚扣林也对中国的会奖市场深感满意。“目前中国游客在夏威夷平均逗留5.9天,人均花费每天382美元,是出手最为大方的国际游客群体。”姚扣林说,2012年年中,美国夏威夷州旅游局曾在杭州举办了“第三届夏威夷中国同业推介会”,热切表示希望夏威夷成为中国人的“国际度假岛”。

同样,为了将夏威夷打造成为中国游客的“度假天堂”,夏威夷观光部门也花了大力气在机场、酒店等地方准备了中文观光手册,还在一些商店配备了能讲中文的售货员。考



虑到未来中国游客多将以半自助游的形式来到夏威夷,夏威夷欲开发手机中文应用软件,以便为中国游客提供更好的数字服务。

中国会奖旅游市场仍需完善

在各外国旅游局都把目光投向中国这个世界最大的会奖旅游市场时,中国的高端旅游产品及会奖旅游市场的开发,也成为全球业界人士最为关注的焦点。尤其是借着国际奖励旅游管理者协会(Site)2012全球年会首次在中国举办,北京更是掀起了一股会奖旅游热潮。50%以上Site成员首次来到中国,似乎预示着中国会奖旅游市场即将迎

来新的机遇。而Site全球年会在京举办,也标志着北京会奖旅游将迎来转折。

从表面上看,中国会奖旅游市场风光无限。而据记者了解,涉足高端旅游产品并将其列入发展战略的还只限于一线城市及部分二线城市。中青旅(北京)国际会议展览有限公司(以下简称中青旅)总裁袁浩认为,现在国内会展业比较发达的城市要数北京和上海。三亚、成都、西安、杭州、厦门、大连、青岛这些城市也具备发展会奖旅游的条件。

而除此之外,由于受会奖旅游行业专业化程度不高、人才储备不足等多方面因素的影响,很多中国城市在会奖旅游目的地打造方面,显得后劲不足。如尽管中青旅会展公

司,打造会奖旅游城市,努力成为顶级的会奖旅游目的地城市,最基本的交通设施、城市基础设施及一系列软件服务是必须要重视的。不过,其中最重要的还是当地政府的支持。政府如何去更好地引导、扶持MICE产业,很重要。地方政府应该组织行业企业更好地营销、推广、宣传城市。同时,也要扶持行业企业发展。

袁浩还表示,尽管会奖旅游业在中国属于一个新兴产业,受到了广泛的关注。但由于国内的会奖旅游市场有些混乱,作为从事会奖旅游的企业,也要提升专业水平,让更多机构消费者了解该行业。而目前,会奖旅游这个行业企业数量不多,专业企业则更少,服务水平参差不齐,容易误导消费者。

中国国际航线相继开通

有数据显示,目前航空占中国所有商务旅行的比重为85%。近来,不少新航线已开通,如芬兰航空公司(Finnair)的重庆航线、法国航空公司(Air France)的武汉航线及其他规划航线都相继开通了。

据美国商务部旅游观光办公室近期公布的报告显示,2012年6月赴美国旅游的外国游客总人数达530万人,同比增长7.4%。其中,来自中国大陆的游客总人数为12.2657万人,同比增长47%。截至2012年6月,赴美国的外国游客总人数达3054万人,同比增长7%。而中国大陆赴美游客总计65.8756万人,同比增长46%。在美国十大客源国中,中国大陆赴美游客增幅最快,中国是唯一一个增幅超过40%的国家。

另一组来自法国旅游发展署的统计数据显,2012年到访法国的中国游客人数增加了15%(2011年中国游客数量超过100万),另外,在2012年法国旅游发展署针对法国单一目的地向中国游客推出了两大主题游系列,葡萄酒旅游和婚礼主题旅游也得到了市场的认同和良好的反馈。2013年,法国旅游发展署将会更多活动和推广重心放到中国的南方市场。

地方政府支持很重要

袁浩表示,中国城市要大力发展MICE

商旅关注

台湾贸易中心大陆设代表处

两岸经贸交流为会奖旅游提供新契机

■ 本报记者 傅立钢

继台湾地区在大陆设立的首个经贸办事机构台湾贸易中心上海代表处于2012年11月18日揭牌后,台湾贸易中心北京代表处也于2012年12月27日成立,台湾贸易中心董事长王志刚主持成立仪式。台湾贸易中心北京代表处服务辖区除北京外,还包含天津、河北、内蒙古、山西、甘肃、宁夏等地,未来将进一步协助台湾厂商拓展大陆内需市场,开拓新商机,并建立两岸企业经贸交流平台。本报记者在台湾贸易中心北京代表处成立当日对王志刚进行了简短采访。

两岸服务贸易进入新阶段

王志刚告诉记者,北京是大陆的政治、经济、文化中心,各项发展皆居领先地位,其商业发展与消费市场潜力无限。在“十二五”规划中,北京更将成为高新技术产业、现代服务业、战略性新兴产业的重要基地。2013年是两岸ECFA早收货品降税迈入第三年,早收清单中全数产品将享零关税优惠进入大陆,同时两岸服务贸易也进入新阶段。

王志刚告诉记者,在大陆的经贸办事处选择在北京设立,具有重大意义。十八大与中央经济工作会议的举行,将在扩大内需、城镇化、进口方面为两岸企业提供更大的发展空间。台湾贸易中心今后将力求扮演更加专业的角色,以专业的态度、创新的精神为两岸企业提供服务,进一步促进两岸经贸关系向前发展。台湾贸易中心设立北京代表处,显示京台经贸交流更加频繁,同时对两岸落实ECFA具有重要意义。

王志刚指出,这几年来,台北世界贸易中心所服务的对象涵盖全台湾的工商企业,并致力于推动两岸经贸交流合作,包括在上海兴建营运上海世博台湾馆、在大陆14个省市办理22个台湾名品博览会、邀请及接待大陆中央机构及各省市来台采购交流团超过百余个。但或许因名称关系,部分人误以为台北世贸中心只是为推动台北市之交流。因此,2012年两岸经济合作委员会决议,以台湾贸易中心的名义设立大陆代表处,更能切实地推动两岸经贸交流合作。台湾贸易中心北京代表处未来将持续以加强两岸企业经贸交流为宗旨,积极推动交流活动。

以办展为纽带加强两岸经贸交流

王志刚告诉记者,台湾名品博览会已经成为两岸经贸合作中一项具有标志性意义的盛会,有力地推动了两岸的经贸交流与合作。自2009年首届台湾名品博览会举办以来,台湾名品博览会已经在大陆多个地方举办过,且均大获成功。2012年4月,上海台湾名品博览会吸引了800家厂商参展,设立展位2000个,4天的展期成交额达2.5亿美元。2012年6月,成都台湾名品博览会展出面积3万平方米,展出商品3万多种,参展企业500多家,25万人次参展,成交额近3亿美元。2012年10月,青岛台湾名品博览会共有580家台湾企业参展,设展位1500个,成交额4.5亿美元。

王志刚表示,台湾名品博览会是台湾专业机构在大陆搭建的促进两岸经贸交流合作的重要平台,为台湾企业拓展大陆市场、树立台湾商品良好形象发挥了重要作用,也让更多大陆消费者对台湾商品有了更深切直观的

认识和了解,未来将积极邀请大陆工商企业采购台湾商品并持续举办台湾名品博览会。在他看来,大陆市场是全世界最大的市场,台湾的企业参展欲望很强烈,而台湾的产品在大陆颇受欢迎,每年都有许多大陆城市希望他们去办展。2013年,台湾名品博览会在原有22个的基础上,还将再举办9个,并将在安徽、河北、陕西、浙江、大连等地先期举办。

未来呈现更多合作契机

王志刚告诉本报记者,中国贸促会与台湾贸易中心作为两岸最大的贸易投资促进机构,多年来一直密切合作,有着深厚的情谊,双方通过举办经贸研讨会、互办展览、信息交流等多种方式,为促进两岸的经贸交流做出了积极的贡献。他指出,上海世博会台湾馆、台湾名品博览会等项目的成功,都离不开中国贸促会的大力协助和支持。

台湾贸易中心北京代表处的正式成立,必将为中国

贸促会与台湾贸易中心在新形势下开展合作提供更加便利的条件。中国贸促会一直是台湾名品博览会的重要支持指导单位。在双方的共同努力下,台湾名品博览会已成为两岸经贸和民间交流的平台。

王志刚表示,十八大之后,在大陆进一步扩大内需、城镇化、增加进口、全面实现小康社会的进程中,中国贸促会与台北世贸中心将有更多的合作机会。北京代表处成立后,台湾贸易中心将持续协助台商拓展大陆市场,积极邀请大陆客商赴台参观或参加台湾专业展、推广服务业合作、搜集商情、协助台商布局大陆等。

据王志刚透露,目前,除台湾贸易中心在北京及上海正式成立代表处外,两岸经济合作委员会也决议该中心陆续在其他城市设立代表处。未来,这些服务据点所形成的贸易网络,将完整搭建起两岸厂商互动合作的平台,透过更通畅的服务管道、更大的服务能量,提供多样化的推广活动服务与商情信息,为两岸企业开拓更多商机。

