



商旅资讯

大韩航空首尔至斯里兰卡及马尔代夫直达航线开通

近日,大韩航空斯里兰卡及马尔代夫至首尔仁川的直航航线正式开通。至此,大韩航空已将航线网络拓展至印度洋周边国家。

大韩航空直航航线每周运营3班,飞机从马尔代夫首都马累起飞后,会先抵达斯里兰卡首都科伦坡,然后再从科伦坡飞抵韩国的首尔仁川机场。马累—科伦坡—首尔仁川的航班将于每周二、周四和周日运营。

大韩航空 KE474 航班将于马累时间下午 15:30 分从马累国际机场出发,于当地时间 17:30 分抵达科伦坡;然后于 18:50 分从科伦坡出发,次日凌晨 06:10 分抵达首尔仁川。返程航班 KE473 将于韩国当地时间 22:40 分从首尔仁川起飞,并于次日 04:10 分抵达科伦坡,从科伦坡起飞的时间为 05:40 分,于当日凌晨 06:40 分抵达马累。

大韩航空马累及科伦坡至首尔的直航航线的承运机型为空客 330-300,座位数量为 276 座。

大韩航空新航线确保了斯里兰卡及马尔代夫的游客可以轻轻松松到达首尔仁川机场,并在此转机去往美国、日本、中国和亚洲其他国家。此外,来自金奈等印度南部城市的游客也可以方便地从科伦坡飞往首尔仁川,再转机去其他目的地。

度假天堂塞班推出系列优惠活动

自 3 月 12 日开始,世纪旅游公司与 DFS 全球免税店联合在中国北部和东部地区开始进行为期 3 个月的美国塞班旅游推介会,详细介绍最新旅游信息及近期推出的一系列优惠活动。北马利亚纳群岛的首都—塞班岛,位于西太平洋,风景秀美,景致独特,宁静浪漫,社会秩序良好,是世界著名的旅游度假胜地。

目前,北京至塞班的直航包机使用中国东方航空 A333 大型宽体客机共 291 座,每周两班,周四、周日 19:40 直航塞班。从北京飞往塞班只需约 5 小时,大大节省了游客的时间。

所有前往美国塞班旅游的中国游客,只需出示有效期为 180 天以上的中国护照,都享有免签证入境的待遇。对于中国公民来说,塞班是唯一不需要申请美签的美国口岸。

此次推介会在北方市场特别推出了几大优惠活动,活动时间截止至 6 月 30 日:新婚夫妇凭结婚证,在注册登记后 6 个月内报名参加塞班旅游,即可享受现金 2000 元新婚祝福礼金。学龄前儿童(6 周岁以下),跟随两位家长同时报名,即可享受“宝宝免费游塞班”。50 周岁以上退休或在职人士,通过中旅总社各门市报名,即可享受 6 折优惠。

据马利亚纳观光局的官方数据显示,截止到 2012 年年底,塞班接待中国游客 8.6 万人。仅上半年,从中国前往塞班岛的游客与上年同期相比,增加了 83%。

据预测,今年的年增长幅度也将达到 83% 以上。近年来,塞班已逐渐成为很受欢迎的会议会奖目的地。很多跨国公司都把塞班作为他们的会奖旅游目的地。

国旅出境游嘉年华让利游客

日前,中国国旅总社联合澳大利亚旅游局、西班牙旅游局、北欧旅游局、加拿大旅游局等 20 余家海外旅游局、酒店、航空公司,在京举办 2013 出境旅游嘉年华。欧洲、美洲、澳洲、亚洲、非洲等 50 余条出境旅游线路向公众特价促销,优惠额度最高可达 2000 元,产品出发日期从 3 月中旬延伸至 8 月下旬,涵盖观光游览、休闲度假、探险猎奇、浪漫温馨等多种主题游。

(本报综合报道)

中档酒店逆市而上 市场消费或将回归理性

■ 本报记者 袁远

在经历了 2006 年、2007 年前后的一轮经济型酒店的投资热后,国内酒店行业增速有所放缓。但最近半年以来,私募股权投资(PE)频繁在酒店行业逆市布局,各路资本与企业纷纷转战中档酒店领域。与此同时,高端酒店品牌和经济型连锁酒店也在积极发力中档酒店市场。比如,雅高、洲际、戴斯等外资品牌以及开元酒店、首旅集团等国内高档酒店动作频频,剑指中档市场;经济型酒店品牌也纷纷转移市场,加快中档酒店的布局。

受高星级酒店和经济酒店两头挤压

目前,我国中档酒店发展较缓慢,规模和数量不如高低档酒店,国内酒店行业形成了“两头重、中间轻”的格局。皖能文星阁大酒店总经理夏锐告诉《中国贸易报》记者,这几年,他所在的酒店在高星级酒店和经济型酒店的两头挤压下,市场份额下降严重,“日子一直不算好过”。再碰上今年中央倡导勤俭节约的政策新风,对其经营的这家典型的中档酒店冲击更大。

夏锐介绍说,高档酒店在一线城市一直拥有很高的房间出租率,而在二线城市,唯有通过降低房价来吸引更多的消费者。降价之后,一间高星级酒店客房 300 多元就能拿下,与中档酒店价格相差无几,客人当然愿意住在性价比更高的高档酒店里。与此同时,低档的经济型酒店由于房间陈设新颖、性价比很高,一间房 100 多元就能

拿下,因此抢了 200 多元一间房的中档酒店的“饭碗”。

十八大之后,中央倡导的节约风气在地方上得到了更具体化的实施。“什么规格的会议不能在什么级别的酒店召开和吃饭,都有了明确而具体的规定,这对我们酒店的冲击很大。过去,公务消费是我们酒店消费的主力;而现在,公务消费的直线下降让我们的日子大不如前。”夏锐不免苦涩地对记者说。

发展空间值得期待

与此同时,在中档酒店市场,竞争主体由大量传统单体酒店构成,品牌集中度极低,这使连锁品牌拥有巨大的成长与整合空间。

据中国旅游研究院的研究数据显示,2011 年,中国全部三星级酒店超过 4 万家,而其中中档连锁酒店约为 800 家,仅占市场的 2%。

“当一个行业出现拐点,有一些不确定情况出现的时候,对我们来讲往往是投资的好时候。”凯雷董事总经理张弛介绍说,去年 7 月,凯雷注资桔子酒店集团,获得 49% 的控股权,成为最大股东。桔子酒店是定位于中档酒店的特色品牌。

目前,这段“艰难岁月”对中档酒店来说,是一个很好的过渡阶段。“利用这个低潮时期,他们正好可以改善硬件条件、培训员工、提高服务水准。等我们酒店的硬件环境改善了,而房间价格不上涨,还是能让

很多原来流失的客人回头的。怎么说中档酒店也是设施相对完善、有一定档次与规模的酒店。很多经济型酒店停车很困难,房间使用的是分体空调,外面热里面冷,开会也只能提供简餐。而大多数中档酒店内部都采用中央空调,可以提供正规的桌餐。”夏锐对记者说。

据记者了解,中档酒店在市场营销策略方面更为灵活,如可以为会务组人员提供免费的客房、实行会场免费使用、来酒店开会就可以延长退房时间等一系列营销措施。

尽管政府会议减少了,但是来自企业尤其是民企的商务消费并没有减少。如何为这部分群体服务好、提高他们消费的性价比,是很多中档酒店可以做的功课。

酒店界人士表示,一些国企投资的中档酒店状态相对从容,不像私企这几年承受资金链压力太大,没有多余的钱进行投资改造,翻身应该更容易。

PE 青睐中档酒店

据 China Venture 投中集团统计:年初至今,国内共有 5 家酒店获得融资,累计融资规模达 2.88 亿美元,在近 10 年酒店行业融资规模中位列第二,仅次于 2007 年的 3.11 亿美元。

资本大举进入中档酒店领域,很大程度上是看重其庞大的消费群体。有酒店业人士认为,随着中国中产阶级的逐步形成,

国人的消费力将在中高端市场呈现爆发性增长,其消费潜力要远大于经济型酒店的消费人群。而一旦进入中档酒店市场,其投资回报要远高于经济型酒店,这也是为什么 PE 投资中档酒店要多于投资经济型酒店的原因。

夏锐也对记者表示,尽管一个城市消费有高端和低端之分,但是中国迟早也将过渡到以中产消费为主流消费的国家,中国的中产阶级也将和西方中产阶级一样,是以理性消费作为主要消费模式,而中档酒店正好符合这部分消费群体的需求。“高档酒店由于运营成本很高,价格无论如何也不可能降得太低。而中档酒店经过整改,硬件和服务设施不断向高星级酒店靠拢,消费价格却不上升。这对中端消费群体而言还是有很大吸引力。”夏锐说。

中投顾问酒店餐饮行业研究员严明航也表示,PE 之所以青睐中档酒店,一方面,现阶段国内经济不景气,高收入人群的收入有一定幅度缩水,对中档酒店的消费增加;另一方面,国家政策鼓励扩大中等收入人群,中档酒店市场潜力巨大。由此可见,在我国发展中档酒店的市场前景良好。

商旅关注

业界焦点

美国西雅图旅游局全新战略定位中国市场

■ 钟桦

为了在 2013 年吸引更多的中国游客及会奖旅游团体前往美国西雅图及其周边地区观光,西雅图旅游局日前推出了一系列具有针对性的推广计划。

据官方数据统计,2012 年,共有来自全球各地的 1020 万客人前往西雅图及其周边地区旅行或参加各类会展活动,当地各类酒店客人入住率不断创新高。这一市场变化也为当地的旅游行业创造了超过 60 亿美元的经济效益。2012 年,几件发生在西雅图地区的重要事件使得游客数量大幅增长,其中包首届西雅图世博会

举办 50 周年纪念庆祝活动、奇胡利玻璃艺术博物馆对外开放、太平洋科学中心图坦王历史文化展览和飞行博物馆中的航天飞行器展出。

“近些年,来自中国、日本、欧洲的海外游客数量始终保持逐年的稳定增长。尤其值得一提的是,在西雅图旅游局及合作伙伴的共同努力下,来自中国地区的会奖旅游客人增长率较上一年超过了 35%。”西雅图旅游局 CEO Tom Norwalk 先生感慨道:“在全球经济衰退期间,西雅图旅游局依旧在 2012 年花费了 1600 万美元用于在全球的推广宣传活动。鉴于国际旅游市场积极的一面,今后西雅图旅游

局将采取更广泛、更多样的推广方式吸引游客前往。”

不久前,西雅图旅游局面向全球推出其最新形象“Visit Seattle”,且推出“西雅图精彩 2 日文化游”产品,从而吸引更多游客来到美国西海岸,体验西雅图。

众所周知,西雅图是许多国际知名公司的总部所在地,长期以来,当地旅行社对于接待商务团队有着成熟的运营经验,对于接待前往西雅图进行考察的众多世界 500 强公司团队已经得心应手。对当地不同种类的酒店、餐厅、不同车型的巴士等资源实现了灵活的把控,与各方伙伴都有着良好的合作关系。

Tom Norwalk 最后说道,对于中国市场,伴随着北京—西雅图直航航线的开启、ADS 的开放及 2012 年西雅图世博会 50 周年各类庆祝活动的召开,对中国游客前往西雅图提供了极为便利的条件。

近些年,越来越多的中国客人前往西雅图,并对这座魅力之城有了更加深入的了解。由此,当地旅行社也掌握了更多针对中国客人的接待经验,可以根据每个团队甚至每位客人的不同需求,设计定制产品。

西雅图有很多闪光的细节等待游客去发现。

女性出境游:八成自由行 五成预算逾万元

■ 蔡华锋

旅游是女性生活必不可少的内容,女性出境游已成为业界关注的热门细分市场。

重庆君临盛世国际旅行社老总唐佑金等业内人士表示,女性消费容易受感性支配,旅游消费时也一样。近年来,女性游客数量明显上升,商家争先抢夺女性游客。

八成女性选择自由行

据去哪儿网发布的《2012 年女性出境游趋势报告》(以下简称《报告》)显示,去年一年,我国白领女性出境游频次很高。在受访者中,89% 的女性出境游 1 次至 3 次,9% 的女性出境游 3 次至 5 次。其中,近一半女性年均出境游花费在 1 万元左右;约 30% 的女性年均出境游花费高于 1 万元;约 20% 的女性出境游支出占生活开支比重的 30%。今年,98% 的女性表示将有至少一次以上出境游计划,近半数预算 1 万元以上,有 4% 的女性预算超过 5 万元。

在出境旅行方式上,八成女性选择自由行,其中六成表示自己最常邀请 1 位或几位好友一起出国玩,近三成选择与男友或丈夫出国玩,约一成人会带着父母、孩子全家出游。

“国内女性最想去哪些地方旅游?”调查显示,2013 年,女性出境游最热门方向扎堆东南亚地区——超过 40% 的女性选择前往新马泰,36% 的女性选择前往越南、柬埔寨、尼泊尔、印度等其他东南亚国家,其他热门方向依次为欧美、港澳台和日韩地区。

六成女性在线预订国际机票

“女性在价格方面更敏感。”去哪儿网国

际机票高级产品总监蒋文利称,在受访者中,有半数以上女性表示经常通过微博、网站等关注旅游打折优惠信息,并愿意跟朋友分享。

随着在线旅游的发展,更多消费者开始偏好线上选购旅游产品。在受访者中,约 83% 的女性选择通过在线旅游网站了解出境游信息和产品。半数以上的女性表示自己喜欢微博平台推荐的旅游信息,她们非常关注旅游营销账号,并愿意与朋友分享出境游信息。

对于航空公司而言,在线分销所占的比重将越来越大。在受访者中,约 60% 的女性表示主要通过在线旅游网站购买国际机票,34% 的女性表示在航空公司官网上购票。约 50% 的女性会提前 1 个月购票,23% 的女性甚至会提前 3 个月购票。此外,约 77% 的女性表示不排斥廉价航空,约 67% 的女性最希望购买打包的往返特价国际机票,20% 的女性喜欢购买“机票+酒店”的套餐产品。值得注意的是,如果通过手机客户端购票可以享受优惠,约 6% 的女性愿意尝试。

女性偏爱异国美食观光游

“你更喜欢什么内容的出境游?”排名前三位的是美食、景点观光和文化,分别占 81.23%、77.31%、69.6%。“品尝世界美食、欣赏海外风情、体验异国文化,是女性游客的主要目的。”蒋文利分析说,对旅行产品提供商来说,女性消费者有很大粘着力,吸引到 1 位女性消费者,往往会同时收获两位或多位消费者。

超过五成女性选择在旅游时参与本地特色节日和活动,这表明很多女性乐于在特色节日期间去目的地旅游。一名

女士表示,在春暖花开的三四月,类似泰国曼谷泼水节、日本赏樱花、韩国观油菜花、荷兰赏郁金香等线路就不错,如果旅行提供商能在这些线路上涵盖当地的美食及景点观光内容,一定备受女性消费

者的欢迎。

在旅游过程中,女性的消费力比男性更强。女性与男性在出境游时最大的差别是,约 60% 的受访者认为女性出国玩购物居多,而男性则多以观光为主。

