



国家会议中心
CHINA NATIONAL CONVENTION CENTER

国家会议中心 沟通世界的桥梁
China National Convention Center
Communicating with the World

www.cnccchina.com

商旅资讯

2014世界旅游旅行大会 将在三亚举行

2014 世界旅游旅行大会 (WTTC)将于2014年4月23日至25日在海南三亚举行,该会议是旅游行业内最高级别的盛会,被誉为旅游界的奥林匹克。

为保证2014年世界旅游旅行大会在海南成功举办,同时借此机会宣传海南旅游,海南省长助理、省旅游委主任陆志远近日率各工作小组成员一同赴三亚考察会场,根据世界旅游旅行大会的日程对每一个分会场进行了考察。

世界旅游旅行大会每年云集超过1000名的各国政要和全球各大型旅游企业的董事长和首席执行官,共同探讨旅游行业对全球可持续发展和经济增长的潜在影响力。

丹麦美人鱼 100岁 点亮旅游业

8月23日,安徒生笔下的小美人鱼迎来了100岁生日。为了庆祝她的百岁生日,丹麦旅游局要让这位“老奶奶”重焕新生。

这次小美人鱼的庆祝活动是一个向童话致敬的顶级生日party。为此,小美人鱼将在世界各大首都城市与观众见面。

在中国北京的三里屯和798艺术区、鸟巢、水立方,均可见到来自丹麦的小美人鱼。自2010年小美人鱼参加上海举办的世界博览会后,今年,她出现在上海的外滩、陆家嘴、南京路步行街和人民广场。

小美人鱼喻示着两种涵义,其一是丹麦人乐于挑战和冒险的精神,其二是表明丹麦是世界上最古老也最小的王国之一。而乐于挑战的精神也不断驱使着小美人鱼走向新的童话世界。

丹麦哥本哈根——这座被Monocle杂志评为“2013世界最宜居”的城市,小美人鱼成为旅游的亮点。

哥伦比亚仿古帆船 “光荣号”首度到访香港

来自哥伦比亚,拥有45年历史仿古帆船“光荣号”于8月23日至28日期间首次到访中国香港并停泊于海港城海运码头,香港市民们可以登船参观这艘充满哥伦比亚色彩仿古帆船。

以宣扬和平及友好讯息的“光荣号”5月3日开始其第73次航程,为期7个月的旅程预定走访12个港口包括新加坡、美国、巴拿马、马来西亚及泰国等地。这是“光荣号”继1997年环球之旅途经香港后,首次正式到访香港。此次航海旅程预计行驶2万海里,共154名船员参与其中,包括26名女船员。他们分为两组,第一组74名船员与第二组78名船员将在香港会师,并由第二组船员继续完成余下航程。

另外,“光荣号”还有一位特别的船员——一只1岁大的黑色猎犬“黑珍珠”。这是它被认证为缉毒犬后首次出航。

这艘拥有45年历史的仿古帆船“光荣号”来自南美洲国家哥伦比亚,是世界上最大3桅航海教练船之一。哥伦比亚现任总统Juan Manuel Santos Calderon也曾任“光荣号”服役训练。

(本报综合报道)

中国会奖旅游基本走势： 利润高、创意新、上升空间大

■ 本报记者 袁 远

自2002年正式提出会奖业概念至今,中国正在大踏步迈向世界会奖大国的旅程。10年间,会奖旅游以其占领高端市场的独特价值被业界公认,被视为旅游行业中最具价值的细分市场。国家会议中心副总经理许锋在分析中国会议市场基本走势时表示,政府会议正在逐渐减少,而社团会议和商务会议正在逐年攀升,未来政府会议数量可能占比在10%左右,企业会议数量和收入贡献占比将越来越高。如果能成功地把挑战转化为机遇,中国的会奖旅游业将会迈上一个新的台阶。

规模大、档次高、利润丰

由于选择会奖旅游的旅游者通常为各行业的精英人士,他们收入高,具有很强的消费能力,旅游费用又往往是由公司或其他机构支付,旅游者对旅游产品价格不敏感,更重视旅游服务的品质。所以,会奖旅游以规模大、时间长、档次高和利润丰等特点,被认为是高端旅游市场中含金量最高的部分。同样,中国的会奖旅游的“吸金”能力也不容小觑。

据统计,2008年北京奥运会16天会期里,北京市累计接待中外游客652万人次,其中入境游客38.2万人次,旅游景区实现营业收入16270.3万元;2010年上海世博会期间,上海市共接待游客7308万人次,仅门票收入就达73.55亿元;2011年,西安举办世园会的半年时间里,除创下参观者1572万人次的骄人成绩外,围绕西安世园游带热整个西北地区旅游,当年西安市接待国内外游客4123.24万人次,同比增长44.5%,旅游总收入281.97亿元。

以下数据也能反映目前中国会奖旅游业的发展状况。在会展领域的国际性协会共有990家会员,分布于全球的91个国家,中国以33家会员数量居冠;在2012



全球最佳会议国家排名中,中国以311场国际会议的成绩排名第十位,在亚太国家排名第二;2013年共有278场国际会议确认落户中国。国际大会与会议(ICCA)亚太区负责人分析,中国是驱动型经济,其在经济增长速度、劳动力资源、外汇储备、可再生资源上都有绝对优势,中国未来的会奖旅游产业一定能带来无限的机遇和可能。

总体处在上升期

作为会奖旅游的资深研究者,北京第二外国语学院经贸与会展学院院长刘大可对会奖旅游的发展十分看好。他说,会奖旅游是旅游产业的一块全新市场。经过10多年的发展,目前中国会奖旅游总体上正处于上升期和补课期。

刘大可指出,目前中国会奖旅游产业与国外较成熟的国家相比,存在缺乏有效沟通的合作机制、产业基础薄弱等问题,行政分割是导致资源孤岛的主要原因,会

展市场弱化直接导致了商旅市场的脆弱,知识的僵化也制约了旅游企业的创新等等。不过,国际会议市场的竞争格局正在发生深刻变化,而国家政策和当地政府发挥的作用越来越明显。从国际会议的总体布局方面,中国的会议产业起步比较晚,在整个世界格局中仍然相对弱小,但这几年亚太地区国际会议举办数量逐年增多是可喜的趋势。

另外,受经济形势下滑影响,旅游业首当其冲。但是会奖旅游则不同,对于企业来说,经营压力越大,越需要积极参加。刘大可以说,除中国外,世界上没有哪一个国家或政府会直接拿钱针对一个会展进行奖励。中国目前的鼓励政策已经远远超出了世界水平。

追求全新创意

有分析指出,中国会奖旅游实力提升主要体现在:直销、医疗、保险、金融、汽车、IT等市场的企业主体成长迅速,会奖

金秋时节 奖励游喜迎高峰

■ 本报记者 胡心媛

伴随着暑期的结束,金秋的到来,会奖旅游迎来了每年的出行高峰期。据了解,全球每年大约有350万人参与会奖旅游。作为会奖旅游重要组成部分,奖励旅游产业已初具规模。如今,对于会奖旅游目的地和旅行方式的选择,都已开始出现了趋势化的发展。其中,出境游已成为会奖旅游团队的首选,度假型的旅行方式也越来越受到会奖旅游团队的推崇。

出境游市场涨势持续

日前,从中国旅行社协会和艾威联合旅游顾问机构联合发布的《中国出境旅游季度报告2013Q3》得知,2013年上半年出境人数增长18%,其中一季度增长16%,二季度增长约21%。在针对全国各地的旅行社抽样调查显示,87%的旅行社三季度出境旅游呈现增长态势。

在旅行社出境旅游客流量方面,83%的旅行社呈现增长,其中22%的受访旅行社组团出境人数增幅超过20%,有5%的受访旅行社与去年同期持平,另有12%的受访旅行社出现下降。

在出境旅游线路产品方面,二季度热点目的地以韩国、东南亚、海岛为主。长线目的地产品中,欧洲的深度

游、主题游产品受到欢迎。

“人民币持续升值,进一步刺激了游客对出境旅游产品消费的意愿。再者,一些目的地国家不断简化中国游客的签证手续,航空公司增开新的航班和航线,也有利于吸引更多中国游客出境旅游。”中青旅市场部负责人陈先生在接受《中国贸易报》记者采访时表示。

记者在采访中了解到,尽管新颁布的《旅游法》将从10月1日开始实施,但这对第三季度的出境旅游产品尚未形成实质性影响,加上暑期是出境旅游的旺季,绝大多数旅行社表示对三季度出境旅游组团情况比较乐观。

非洲线日趋火热

据中国出境旅游季度报告显示,在2013年二季度,赴亚洲目的地的旅游人数增长21%,赴美洲目的地的旅游人数增长13%,赴欧洲目的地的旅游人数增长14%,赴大洋洲目的地的旅游人数增长14%,赴非洲目的地的旅游人数增长49%。由此可见,中国出境旅游市场已由原来单一取向东南亚扩展到欧洲、非洲更为广阔的范围。而非洲以其独特的文化氛围、优美的自然环境、日益完善的基础设施成为中国游客热门的旅游目的地。

日前,随着非洲各国加大了在中国的宣传推广力度,非洲旅游在中国游客心目中认知度不断提高,同时各家

旅行社也增强了这些目的地线路产品的研发与推广。“非洲各国正在把关注的焦点转向亚洲市场,尤其是中国,在他们看来,中国将是一个有巨大潜力的市场。”陈先生告诉记者,“非洲国家众多,每个国家都有着不一样的特色,他们都在打造一些符合中国各类游客喜好的设施,以吸引中国游客的前往。”

以南非为例,记者了解到,近几年来,南非凭借完善的基础设施、专业的配套服务,在商务及会奖旅游方面取得令人瞩目的成绩,目前已成功地拿下2013年至2017年期间的88个重大会议项目。近日落成的波德沃克会议中心为南非的商务及会奖旅游行业注入了新的力量。“纳尔逊·曼德拉湾都市区终于有了自己的会议中心,对此我感到非常高兴。衷心感谢所有为建成波德沃克会议中心做出贡献的人们。这座美丽的建筑不仅仅是得益于我们南非蒸蒸日上的商务及会奖旅游产业,反过来也将支持和壮大旅游业的发展。”南非旅游部部长马蒂纳斯·范斯卡尔奎克日前对媒体说道。

度假型旅游方式受青睐

与公民旅游不同,奖励旅游具有组团规模大、消费档次高、季节差异小、经济效益好等特点。对公司来说,会奖旅游可以调动员工的积极性,增强企业的凝聚力;对城市而言,会奖旅游资源或成带动城市经济发展的新引擎。

业内人士向记者透露,与公民旅游相比,企业客户对会奖服务商提供的旅游计划要求更苛刻。所以虽然利润有限,但是基于能够持续得到企业项目的预期,会奖服务供应商还是会针对企业团队情况,在服务细节上尽力做好。

据了解,在会奖游客中,大部分人更倾向于休闲度假的奖励旅游方式。“现在大家的工作压力大,因此会更偏向休闲度假的方式,已达到在旅途中能够彻底放松的目的。而随着收入增加及个人出境旅游的普及,‘N天N国’的跟团游已不再受到追捧,附加人文、风俗等元素的深度游或将成为越来越多会奖游客们的需求。”陈先生如是说。

业界焦点

