



商旅资讯

第十届中国出境旅游国际论坛将在京举办

中国出境旅游国际论坛组委会近日宣布,第十届中国出境旅游国际论坛(IFCOT2014)将于6月30日在北京富力万丽酒店举办,届时将有约300名旅游业内精英、中外旅游机构的高级官员、出境旅游组团社负责人、国际领先的旅游企业和优质旅游服务供应商经理将应邀出席。

第十届中国出境旅游国际论坛的主题为“市场转型:新模式的机遇与挑战”,各分项议题包括:2014-2015年中国出境旅游市场趋势与特点,《旅游法》实施后的出境旅游运营方式,高端奢华旅游目的地专题,出境旅游产品分销,定制化旅游的特点及趋势,新海岛高端度假旅游,出境旅游优质供应商专题等诸多热点议题,届时将有20多位权威专家、旅游机构高级官员、资深业界精英和企业领袖现场分享他们的经验和真知灼见。

(木子)

高端酒店呈现数字化发展趋势



■ 本报记者 袁远

在近日于孟菲斯举办的第16届住宿行业年度发展大会上,很多国际一线商务酒店品牌都对今后高端酒店业将发生的变化做出了预测。酒店服务智能化、减少服务人员的全服务酒店、更多中国游客的光临成为业界公认的趋势。

中国游客激增

希尔顿酒店集团的全球品牌执行副总裁Holthouser在1月时的美国住宿业投资峰会上表示:“对于我们行业来说,

2013年是非常重要的一年。国际旅客人数首次突破了10亿人次。尤其是中国多达3.25亿的中产阶级是致使全球酒店业变化的重要因素。这几乎是整个美国人口的规模,而且他们具备旅游的途径和兴趣。”他表示,2013年,中国出境旅客达到了1亿人次,在接下来的10年里,这个数字预计将会以每年2500万的速度增长。“用不了几年,中国游客的出境游需求将与美国游客境内游需求持平,而中国也将成为全球需求量最大的一块市场。中国游客还会想办法到欧洲去玩,到美国去玩。”

数字化消费

随着时代变迁,酒店住客也发生了变化。有酒店业人士概括道:消费者今后将是变革的主导。他们是3D化的:有洞察力的(discerning)、具备相关经验(disciplined)且数字化(digital)的。此外,在线办理入住手续也开始在业内风靡起来。消费者可以在网络上就见到被你挑选中房间的酒店地图、酒店内部结构图。这有现成的科技支持,只是目前还未被广泛运用。皖能文星阁大酒店总经理夏锐对记者表示,相比前几年,他所在的酒店通过网络直接预订、入住的客人占到酒店日常预订额的30%。

除了网络预订酒店房间,顾客对增加带宽的需求也越来越多。因为手持式移动设备的普及,就需要酒店为顾客提供更大的带宽和更多的信号服务点。IT界人士表示,很多酒店客人都把这看作是公共类服务。他们希望有很好的网络服务,并且希望它是免费的。酒店方面的困惑在于,对基础设施进行更多投资,满足顾客对带宽的一切需求并不现实。顾客不会为无区别的全套服务买账,但对酒店来说区别性的服务又不是那么容易实现。免费模式并不是一种可持续的发展模式。折中一些解决方法是:酒店为顾客提供可支持邮件收发和普通网页浏览的带宽。但假如你想要更大的带宽,想要看电影或者想下载视频,就需要支付一点费用。

人力资源投入减少

有趋势显示,美国的全服务酒店将会减少人力资源投入。而在欧美地区,人力资源成本最多可能会占到运营费用的65%。为了提高利润,像行李服务、夜床服务和礼宾台都是很有可能被削减的

部门。“对于亚洲的酒店经营者来说,人力不是一个问题。但是未来有可能会是一个问题,只是目前还没有到那个程度。”业内人士表示。

“礼宾服务曾非常流行,可是我们现在觉得,一旦行李放上推车,就不需要那么多人了。现在手机才是我的礼宾服务人员。我有可能用比你更快的速度完成预订。”一位酒店经营者表示。记者走访一些北京的星级酒店发现,不少酒店的前台都在“缩水”,过去那些长长的、气势恢宏的酒店前台,都被一些如同公司前台一般“短小精悍”的接待处取代,前台的服务做了更细致的划分,例如贵宾、会员客户有了专门的接待处,客人询问事件的等待时间大大缩短。如果在线办理入住手续的能力进一步得到普及的话,可以想见,那些小小前台后面的接待员将更有精力腾出手来处理客人遇到的棘手问题。

对于想要获得财务成功的全服务酒店来说,不断完善房间服务概念是关键之一。业内人士表示,在一些最成功的品牌酒店,酒店高层开始测试更多的房间类型,以跟上旅客需求。今后你会看到更多的套房,更多的高级房。消费者愿意为这些类型的房间多支付15美元、20美元、30美元。在一些非全服务酒店里,管理者专门打造出美丽的大堂,一些大堂甚至充满了迷人的异域风情。这让很多消费者欣喜若狂,他们愿意花更多的时间在这里流连。无论是白天的商务会谈,还是晚间和朋友们的轻松小酌,在一杯啤酒或红酒的陪伴下,客人会收获到他预订酒店前想象不到的惊喜。所以,不少酒店开始在夜晚售卖啤酒和红酒,有时为了符合本地习惯,还需要提供一些地方风味小吃。

女红与会展的融合

■ 周宇宁

衣画而裳绣,是中国古代服饰文化的重要标准和生动体现。谁是第一个拿起针线的女性已无从可考,传说是黄帝的妻子嫫祖发明了养蚕缫丝织帛,并悉心向部落里的女性们传授技艺,由此也就开始了以纺织、刺绣、缝纫技艺合称的中国女红的历史。从养蚕栽棉到纺纱织布,从穿针引线到缝衣绣服,这是人类文明的一大进步,也承载着中华文化的内涵。

当出自女子之手的闺阁刺绣技艺“跃然衣上”时,所呈现的不仅是穿着者的品位和绣者的工艺,在作为社会最高和较高阶层的“正装”时,还是涉及“章服制度”的身份标识,即帝王和百官公卿所穿的衣服,底色和花纹是不一样的,都有一定的规定,以此区别身份等级。可见在男耕女织的社会,女性在以女红解决了“穿暖”这等重大民生问题的同时,还承担了为封建建制阶级绣制等级官服的“政治任务”。

那么在走向现代社会的进程中,当纺织、刺绣技艺已实现产业化、机械化,中国已成为世界最大的纺织品服装生产和出口国时,女性也早已从传统女红劳作中解脱出来,可以和男性一样,在现代社会中的任何领域靠自己的劳动收入自食其力,而不再像古代遭遇家庭变故、要独自承担养家糊口任务的孤苦女子那样,只能靠“卖针线”度日。

虽说女红已不是现代女子的“必修课”,但对诸如时装这类高品质的追求、对传统技艺“女红艺术品”的鉴赏能力,都体现出了现代女性精致的生活态度。如果说亲手为心爱的人、自己的宝贝织一件毛衣还是60、70后女子的“爱心女红”,那么当今大多只能出现在风情古镇上的老式织布机、蜡染坊、手工绣坊,也依然令80后、90后“文艺女青年们”心动。可见,无论社会如何发展,女红对女性都有着特殊的吸引力,“女红”把女性的细腻、柔韧、情致和审美都绣入或花或鸟或诗或词的意境中,它展示的不仅是技艺,还寄予着对家的热爱和对美的追求。

既然女红是中华文化中带有女性“职业基因”的技艺,对它的继承和发展也不能仅限于现在只有小小众才能实操的“针黹业”。完全可以在任何女性热爱并容易大显身手的行业中彰显出其“职业精神”。比如



会展业,女性在会展业中的高从业率和作用是这一行业同道中人的共识。女会展人用她们的灵感创意出展会的主题,用她们的细腻理顺了展会的千头万绪,用她们的审美提升了展会的品质,用她们的执着培植着展会的规模。这个过程就如织绣一件华美的锦袍,从定底稿到漫长的操作,以一针一线勾勒着细节、之美,最终呈现出一件专属于行业文化的心血之作。而锦袍就是“穿”在展会所属行业身上的必须品和装饰品,展示行业最新的趋势、技术、品质,体现出具有中国特色的服务贸易的魅力。

办大展如绣小花,做事业如同做针线,可简可繁,可上至国家战略,下至民间技艺。尽管“针法”相近,“工时”相近,可是手艺、心思和效果却各不相同,所呈现出的不仅是完整的作品,还可以是艺术品、收藏品。女性的特质决定了她们向爱而生,向美而行。可谓:做展会犹如做女红,都是因为深爱,才专注,才倾心,才会举重若轻。

(作者系中华会展精英女性俱乐部秘书长、中国国际食品安全与创新、技术展览会总监)

会展红粉秀

浦发银行
SPD BANK

浦发创富
Corporate Wealth Plus

新思维·心服务

融通财富智慧
恒久动力支持

供应链金融业务解决方案

- 在线供应链金融支持方案
- 绿色供应链金融支持方案
- 1+N 供应链金融支持方案
- 跨境供应链金融支持方案
- 供应链金融平台支持方案

上下联动的齿轮,融通的发展动力,为供应链同盟提供恒久不断的金融支持。浦发银行公司金融服务—浦发创富,因需而动,全面推出专业供应链融资解决方案,在企业投标及订单取得、采购、生产及销售等各个经营环节,提供优质高效的金融支持,为企业注入强劲发展动力。

创造·分享 共同成长

客服热线 95528 www.spdb.com.cn