



商旅资讯

中国游客欧洲购物 可用支付宝退税

本报讯 支付宝公司4日向记者证实,已于近日与海外购物退税机构瑞士环球蓝联达成合作,7月中旬起,中国游客在法国、德国等欧洲国家旅游购物,将可以通过支付宝退税。至于具体操作流程,支付宝方面称将稍后公布。

在去年国庆节期间,支付宝已经开通中国游客在韩国旅游购物的退税服务,具体的操作流程是:消费者在退税单上填好绑定支付宝的手机号,以及护照号和英文名。随后在离境前把退税单交给海关检查盖章,并投递到机场指定的信箱。最快7个工作日,退税金额会兑成人民币到账,消费者的支付宝账户,短信通知消费者确认。退税应收款的2%将被支付给商诚(上海)商业保理有限公司。

目前,全球共有超过50个国家和地区施行了购物退税政策,传统的退税方式有现金和信用卡退税等,现金方式可将应退税款当面兑现带走,但准备单据、排队需要花费时间,并通常需要扣除一定比例的手续费。信用卡退税到账时间较长,一般要1到3个月。(张 遥)

黑河开通俄罗斯阿穆尔州乡村游线路

本报讯 记者从中俄边城黑龙江省黑河市政府部门了解到,黑河市近日开发了两条极具俄罗斯文化特色的阿穆尔州乡村旅游线路——伊万诺夫卡村和伊格纳季耶沃村乡村旅游线路。

据介绍,俄罗斯传统古木屋、教堂、博物馆、纪念碑都反映着当地独特的历史文化。游人可参观伊万诺夫卡区历史地志博物馆、卫国战争英雄纪念碑及雕像,欣赏到当地居民身穿民族服饰带来的精彩表演,品尝可口美味的俄罗斯饮食;还可以走进民居,了解俄罗斯普通农户家庭的日常生活和文化习俗;拜访俄手工纺织匠,欣赏精美艺术作品。伊格纳季耶沃村附近的远东航天航空博物馆也将面向游客开放,游客可参观各种大小机型,进入机舱体验模拟驾驶。

黑河市旅游局表示,将深入挖掘俄罗斯传统文化,增加旅游线路对游客的吸引力,为广大游客制定合理的参观行程及市场报价,打造特色文化旅游品牌。(王建威)

昆明成立会奖旅游行业协会

本报讯 近日,由云南泰平投资有限公司等10余家企业共同发起的昆明市会奖旅游行业协会成立并召开第一次会员代表大会。

昆明市旅游发展委员会副主任付一民及市民政局民间组织管理处处长念正华分别阐述了会奖旅游行业的形成、现状及良好发展前景,为昆明的会奖旅游行业发展指出了方向。

目前,入会的会员单位有斗南花卉产业园、星耀水乡、云安会都、滇池春天温泉会馆、杨丽萍文化传播、新纪元大酒店、假日国旅、友好旅游汽车公司等多元业态综合配套的30多家企业。协会将有机整合昆明市会议、会展、旅游等资源,联动各会员单位,引入全新理念,举办国际、国内中高端商务会奖旅游活动,着力把昆明打造成个性之城、特色之城,会奖旅游目的地城市,为加快推进世界知名旅游城市建设做出积极贡献。(向星权)

喝英式下午茶 体验商务礼仪和西方文化

■ 本报记者 袁 远

英国下午茶闻名遐迩,到伦敦旅游的高端游客都对之心驰神往。很多商务人士也渐渐意识到,与英国人做生意或者到英国参观访问,不懂他们的下午茶文化可不行。据悉,著名国际一线品牌CHANEL在他们的店内装饰出一间优雅迷人的下午茶室,只为让顾客感受地道的英式下午茶文化。不仅如此,越来越多的国际大都市也都流行起喝下午茶来。

繁琐的礼仪

一说起下午茶,人们想到的通常是繁琐的英国礼仪——只有如此礼仪隆重、繁复的国家,才会出现这种需要多年训练才上得了茶桌的饮茶男女。

英式下午茶一般耗时至少1个小时,但往往由于环境幽雅,客人常常逗留两三个小时才尽兴而归。伦敦人喝下午茶并非随意地吃些点心,通常会搭配成套,包括一壶茶及一份点心。点心有三明治、奶油松饼或是小蛋糕。但有的时候,喝什么、吃什么都已经不再重要,重要的是和谁一起。

台湾美食评论家张念平(Raymond)告诉记者,不少法国人嘲笑英国人是为吃而吃,认为英国只有好的餐桌礼仪,而法国才有好的食物。但是,英国人即使是进食最简单的食物,也必须遵循餐桌上的礼貌和规矩。

张念平介绍,参加一场正式的英式下午茶首先要遵守着装上的规范,邀请或是被邀请喝下午茶,对主、客双方都是一件相当郑重的事情,主人会提前一周向客人发出邀请,不少邀请信的信封和信笺都是特制的,上面压着浮雕花纹,信封用古老的蜡制封泥封上。邀请信的内容除了有下午茶的日期、地点,还会格外注明本次下午茶可能会讨论的某个文学、社会或艺术话题,以示这并不是一个人们在一起

家常里短、闲言碎语的无聊聚会。

陈丰曾经担任英式下午茶连锁店“古典玫瑰园”的总经理,他告诉记者,下午茶室的环境非常关键,直接决定一场下午茶会的成败。喝茶的椅子也很有讲究,那是一种有着高高直直椅背的软制家庭椅,绝不会是那种一坐下去就整个人陷进去的沙发椅。古典音乐也是下午茶室必不可少的“佐料”,悠扬的音乐会营造出令人愉悦的氛围。

吃喝的艺术

陈丰介绍,正宗的下午茶桌上一色摆开的是丰盛的冷热点心和高档的茶具——细瓷杯碟或银质茶具,茶壶、过滤网、茶盘、茶匙、点心架、饼干夹、水果盘,切柠檬器,全都银光闪闪,晶莹剔透。据说在缺乏阳光的英国,银质茶具往往透着人们对阳光的渴望。

不过,这一桌精致的家什可不好对付,张念平告诉记者,茶壶要放在自己的右侧,壶柄与自己的位置呈45度角,这样拿起茶壶的姿势最自然。杯子要放在自己正前方,杯子的手柄与杯托上的茶匙也要呈45度角摆放。糖罐要置于正前方,奶盅在左边。一个小小的差池,代表的可是基本礼仪的缺乏,对于一个绅士来说,是万万不能犯的错误。

张念平表示,一餐正统英式下午茶,所使用的茶以“红茶中的香槟”——大吉岭红茶为首选,或伯爵茶、火药绿茶、锡兰茶等传统口味纯味茶,演变至今还有了加味茶。正统英式下午茶的点心用三层点心盘装盛,最下层放三明治,中间层放传统英式点心司空饼,有时还有家庭做的松饼,最上层则放蛋糕及水果塔(甜点心);由下往上开始吃,口味由轻到重,不能乱了顺序。

“其实,用来配茶的点心大多制作简单,如同用最复杂的礼仪消受最简单的食

物,像松饼、司空饼一类的食物,在英国寻常的如同中国人家自己烙的饼,即使是英国女王的下午茶桌上,也不过放着些焖虾、烤饼、黄瓜片、三明治之类的玩意儿。而且这些点心做得也不太精致,透着随意、朴素的劲儿。他们真正追求的是那股子家庭气息,最好是家里的女主人亲手烹烤出来的,绝不借女仆之手。”张念平表示。想必那些贵族出身的妇女也很难做出什么地道的美味,但毕竟是亲力亲为,反而显出主人待客的殷勤。到现在,凡是正宗的下午茶店,配的点心还是这些老掉牙的糕饼,很难说人们是真的喜欢吃这些食物,其实还是怀旧心理在作祟。

喝茶不简单

如此繁复的餐桌礼仪,放在贵族整日无所事事的维多利亚时期的英国,还可以被接受,这或许是有钱人炫耀他们悠闲、富足、礼仪完备的最好形式。然而,现在最爱享受下午茶的人,竟是大都市里最忙碌的一群人。欧洲人自不必说,他们一直将喝下午茶的传统沿袭至今;在亚洲的很多大都市,像北京、上海、台北、东京,下午茶之风也日益兴盛起来。在台湾,下午茶店的数量甚至超过当地最火的快餐店。上海最繁华的街道上,人们甚至需要提前数小时预订一个下午茶座位。

心理医生漆红告诉记者,任何经济高速发展的时代,人们都醉心于追求艺术文化内涵及精致的生活品位,虽然整日为工作所累,但是他们的内心还是充满了对艺术和美好生活的向往,并把它们看作是都市人生活的终极目标。下午茶作为一门综合艺术,可以提供给人们一个心灵休憩、滋养的环境。走进任何一家正宗的下午茶店,迎面而来的是高雅的室内装修,随处可见动人心弦的艺术品,当静谧的古典音乐响起,人们疲惫、干涸的内心便深



深地被浸润了。坐在临着喧嚣街道的大玻璃窗边,听茶杯与茶盘悠长清亮的撞击声,连空气也会变得精致起来,更不消说那沁人心肺的阵阵茶香了。

“喝下午茶可不是一件简单的事,其中涉及的礼仪繁复,对客人着装、餐桌礼仪、艺术品位都有很高的要求,成为一个合格的下午茶客人,决非一朝一夕可以实现。通晓必要的礼仪常识,对于现代人来说,如同一张无形的通行证,让人们在社交场合游刃有余、从容不迫。他们一旦来到下午茶店,如同来到一个绅士礼仪的训练课堂,耳濡目染的都是高尚人士举止有度的礼仪规范,日日浸淫其中,出身再普通的人都能发现很多上流社会人群举止优雅的秘密。”陈丰表示。

商旅关注

南京会奖经济蓬勃发展 旅行社高薪挖人才

■ 李子俊

记者了解到,近年来,南京的会展经济蓬勃发展,高星级酒店竞相落户,新的城市景观层出不穷,使得不少境内外会奖旅游团相中南京,其中不乏数千人的超大团队。

大团频现 效益上亿元

“早在2012年,我们就和江苏金陵商务国际旅行社一起,承接了台湾富邦人寿公司一个3000人的大型会奖旅游团队。”南京中北友好国际旅行社相关人士告诉记者,当时南京市还专门为客人们开辟了“绿色通道”,从交通、餐饮、住宿、出入境等方面给予细致入微的服务。

“前年我们一共接待了近6000名来宁

的会奖旅游客人,去年大约增加了10%。”南京市中旅商务会奖中心总经理施晓东说,这其中不乏规模庞大的千人团,比如他们曾经接待的一个团就有1700人,是某保险公司组织的,成员们在南京集结开会,然后拆分成数十个小团游览观光。

中国康辉南京国际旅行社会展分公司总经理沈亮表示,今年3月,他们和两家同行一起,为在宁召开的百胜中国餐厅经理年会提供地接服务,当时整个会议团达到8000人,在南京停留了5天4晚,光是盐水鸭就买了8000只,“吃住行游购娱”等直接经济效益达到了1亿元。他说:“这几年业务增加,公司规模也扩大了。我们刚搬了新家,办公面积是原来的3倍。下半年还要接一批国际性、高规格的学术型会议团,眼下要招近20名员工。”

“蛋糕”巨大 人才急缺

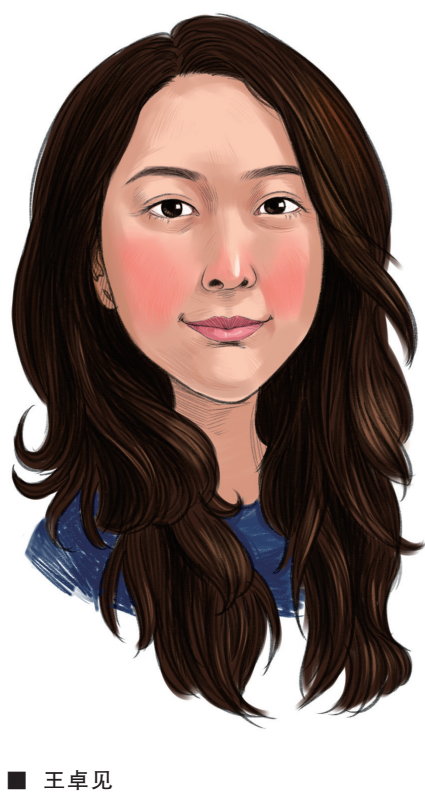
业内人士称,南京的会奖旅游虽然起步不久,但后劲十足,市场潜力巨大。记者了解到,前不久,国际大会及会议协会(ICCA)发布的2013年全球国际会议举办城市排名中,南京凭借17个会议总数与杭州并列第三,在国内城市中仅次于北京和上海。

“我们的会展场馆、酒店等硬件设施已经很不错了,有近20家五星级酒店,接这种动辄几千上万人的团队,问题都不大。”沈亮说,让他头疼的是缺乏国际化的专业人才。“面试了不少人,都不是太满意。有大型国际性会展组织管理经验,英语流利的人才很难找。”他说,后来公司开了20万元的年薪,终于从上海“挖”回来一名高级会务经理,英语专业8级,从业经验

丰富,“办国际性会议需要邀请重量级的嘉宾,他手上就有这样的人脉资源。”

南京市旅游委相关负责人告诉记者,会奖旅游消费附加值极高,在旅游市场中处于“金字塔”顶端,利润是普通团的好几倍,对当地“吃住行游购娱”的产业拉动作用也非常大。“我们会借青奥会契机,向世界各地的嘉宾推介南京会奖旅游资源。目前正在酝酿筹建一个全市性的会奖旅游联盟,另外还将针对从北京、上海等城市入境后中转到南京的会奖团,提供行李接驳服务、赠送地方特色旅游纪念品、增加文化演出等,以此来提高南京的吸引力。”

会奖城市



■ 王卓见

自国务院明确提出大力推动文化创意产业发展以来,部分城市陆续推出了相关政策支持。与此同时,文博会、艺博会、创博会、文交会、设博会等文化类展览会如雨后春笋般涌现出来。

文化创意类展览会和其他经济贸易类展览会不同,经济贸易类展览会展示的都是有形产品,展览会的目的非常明确,就是要为产品搭建贸易交易的平台。而

文化创意类展览展示的多是设计、艺术、服务等无形产品,目的是推广文化、欣赏艺术、鼓励创新。因此,目前除非有国家大力补贴的文创类展览会具有一定规模之外,其他文创类展览会多面临招商难、规模小、效果差、难以维持等情况。

文创类展览会要持续发展,在保持传统赢利模式的基础上,必须要打造适合自身的赢利模式。作为北京国际装饰创意设计产业博览会(简称创意设计展)的主办方和承办方,我们从以下几个方面对展览会的赢利模式进行了尝试和创新:

产品多元化赢利模式。文创类展览会不能仅仅是单一的展览会,要丰富展会内容,突出展览会的亮点,借助媒体效应,提高展览会在行业中的影响力。比如同期举办行业内高规格会议、论坛、趋势报告发布等。今年的创意设计展将和世界绿色设计组织(WGDO)、国际设计联合会(IDF)、北京光华设计发展基金会(DDF)联合举办设计峰会,通过国际和国内有影响力的业内资深人士、专家学者发出带动行业发展的强音。还可以借助评选活动增加展览会的影响力,不过,现在很多展览会组委会颁发的奖项水份很大,要培育行业内的权威奖项,促进企业品牌化发展。当然,多元化的同时更要注重展览会的核心竞争力,很多展览会为了追求规模,展品内容过于丰富,没有核心产品,目标观众不明确,很难持续下去。

创意设计展经过三届的探索,从最初的没有核心内容发展为以创意设计为核心、以搭建设计交易平台为目的的展览会。其实,创意设计包括的内容很广泛,而目前展览会的创意设计仅局限于装饰设计和材料创新领域,未来是否包括所有创意设计,还需要不断思考和尝试。威尼斯双年展、巴塞尔艺术博览会、巴西圣保罗双年展、卡塞尔文献大展等很值得我们学习和借鉴。

产业链模式。寻找产业链条中关联性强的行业,通过展览会平台进行流动和互融,例如艺术品市场和金融市场通过展会活动的逐步衔接,虽然仍有不完善之处,但这是艺术博览会竞争力的一个重要体现,保利春/秋拍展览会就是比较好的成功范例。还可以增加产业链条上的展览会活动内容,挖掘背后的赢利点。今年的创意设计展将城市规划部门、业主、地产商、设计机构、装饰材料商等集中在一起,对推动整个行业的发展会起到很好的促进作用。

附加值模式。比如结合虚拟网络,增加展览会的增值服务优势。网络展览会完全代替传统展览会是不可能的,特别是对文创类展览会。不过,一些创意设计类展览会,可以通过线上会员活动、网络互动、销售平台构建等一系列服务,让创意设计产品更快进入市场,适应市场需求。这种方式势必会增强展览会的生命力。当然,好的虚拟网络需要投入相应的人力、物力、财力,才

能更好地体现网络的实时性和实效性。

新业务模式。通过分析展览会平台积累的行业讯息,开发新业务。因为展览会是整个产业的平台,对行业上下游资源非常熟悉。而且文化创意产品更需要具备市场的敏锐度、丰富的信息资源和行业整合能力。展览会组织者在推动文创类产品销售上会更有优势。所以对一些有市场潜力的产品,展览公司完全可以介入。从去年开始,我们就尝试协助一些绿色创新材料企业开拓业内渠道,这个赢利模式是不可忽视的。

文化创意类展览会作为近几年发展迅速的展览会,国内还没有特别成熟的模式可以借鉴,还需要在实践中不断完善。不能盲从形势办展,只想用财政补贴赚钱肯定是不可行的。而且,文创类展览会根本目的还是要推动和促进文化创意产业,与产业同步发展,所以要有自己的核心竞争力,如果流于形式,只能是做表面文章。

写此文章的时候,刚好看到一篇关于文化部文化产业展会转型升级交流研讨活动的报道,其中很多观点值得我们学习和探讨。(作者系北京清尚国际展览有限公司总经理)

会展红粉秀