出境游升温 年底扫货忙

■ 本报记者 袁远

目前，旅游市场正值传统淡季，错峰游爱好者和年假族却开始“骚动”。记者从各大旅游机构了解到，11月至12月，出境游价格优势明显，特别是安排了较多自由活动时间、适合自行安排消费购物行程的出境游产品预订量增长显著。

购物游火爆

途牛旅游网广州分公司负责人表示，南半球目前气候温暖，是休闲度假的好时机。近期，新西兰、澳大利亚、南非等方向的“反季游”产品成预订热门。受《爸爸去哪儿2》影响，新西兰方向预订异常火爆。

除“反季游”外，出境购物也成年底一大热门，目前主要集中在出境短线方向。其中，我国港澳、日本、韩国、新加坡等目的地最受高端人士青睐。途牛旅游网负责人表示，自助游、半自助游已逐渐成为出境短线主流方式。针对购物季，各旅游公司也推出了多款购物主题的自助、半自助产品。从预订情况来看，30岁至40岁年龄层人士是购物游主力军。价格方面，淡季价格普遍较旺季优惠30%左右，如香港迪士尼乐园3日自助游（不含机票），11月团期报价在1400元左右；韩国首尔4日半自助游，11月团期报价在3100元左右；新加坡4晚5日半自助游，11月团期报价在3700元左右。

欧洲扫货忙

一年一度的圣诞节即将来临。在西方国家，圣诞节前后也是一年一度的打折季，很多一线品牌都会有极具诱惑力的折扣，吸引众多购物达人前往扫货。相关数据显示，节日气氛浓厚的英国、意大利、法国成为圣诞购物游首选地，相关线路报名人数占欧洲游的70%。欧洲的圣诞气氛从11月中下旬渐现，各地相继举办圣诞市集、圣诞点灯仪式等。虽然圣诞节未到，但街市上已非常热闹，灯饰璀璨，对国人来说是不可多见的风景。业内人士表示，受季节影响，目前欧洲正处于旅游淡季，旅游报价处于全年最低位，部分欧洲游起步价跌破万元大关，加上汇率的利好吸引了不少年轻白领休假出游，总体报名人数较去年同期增加两成。比如安排充足自由时间逛游折扣店、价格跌至9999元的德法荷比瑞购物狂欢9天，目前报名已延长至2015年1月中下旬。

曾在法国食品协会北京办事处任职的高小姐告诉记者，从11月下旬到圣诞节前后，是欧洲圣诞打折季，不少品牌的服装、化妆品、手提包和电子产品，甚至一些大牌奢侈品，在当地可以打到3折甚至更低，能够为来这里旅游的国人节省一大笔费用。

汇率的变动也是赴欧游有所升温的因素之一。高小姐表示，从最近的汇率来看，欧元已经跌至历史低位，1欧元兑人民币约7.6244元，比上半年1欧元兑人民币约8.5482元，着实便宜了不少，正是去欧洲购物消费的好时机。比如法国百年皮具品牌某型号手提包，法国专卖店卖价约6300欧，按上半年的欧元兑人民币汇率计算约需53854元人民币，而按照目前的汇率计算仅需48034元人民币，可节省近8000元人民币。加上年底欧洲打折力度大，这时候去欧洲还能顺便去各大知名的商场淘宝，平时在国内可能几千上万的国际名牌包，在那边三四折就能买到，多买几件连团费都能赚回来。所以，她计划12月休年假赴欧旅游购物。

价廉物美美国行

据美国媒体报道，美国感恩节之后的第一天被称作“黑色星期五”，通常被认为标志着圣诞采购季节的正式开始。今年感恩节购物买气提前，不少商家都早早打出诱人折扣刺激购买，吸引民众利用周末前去购物。

一位刚从美国购物季满载而归的旅行者朱小姐告诉记者，她去之前真的没想到美国的服装类商品价格如此低廉。一件不错的棉质T恤，几美元就搞定了；一件可以穿着走红毯秀的西装，只要几千元人民币。还有孩子的衣服，有时几件加在一起才几美元。如此价廉物美，让朱小姐极为动心，打算以后要经常筹划赴美购物游。

朱小姐还告诉记者，感恩节是美国人买东西最便宜的时候，美国感恩节之后的购物潮十分汹涌，几乎每家店门前都张贴着醒目的折扣标识，消费者喜爱的手表、婴儿儿童服装、居家产品、礼物、服装、手袋等产品打折后只要十几美元。值得一提的是，很多商家还有折上折，相当诱人。

港澳路线吃香

据悉，港澳方向的旅游线路也比较吃香，受益直航的便利，只有三四日行程的自由行成为内地游客的新宠。国庆假期后，香港不少商场都纷纷开始大减价，此时也正是内地游客“下手”的好时机。LV、GUCCI等一线品牌即使是在打折季也不会打折，中档品牌如马莎、ZARA等折扣在5折至7折左右，大众化的ESPRIT、BOSSINI、GIORDANO等品牌的折扣会从2折至3折起，而且款式比内地多很多。在品牌专卖店买体育用品折扣或许不会太多，但是能买到最新最全的款式。

据了解，尖沙咀的加连威老道和名店城、佐敦的恒福商业大厦、旺角的花园街、中环的毕打行、铜锣湾的恒隆中心和皇室堡，这些地方都有各式的批发店、出口店和二手店。这些店通常店面不大，店名也不醒目，专卖名牌厂家直营、过季货品或瑕疵品，折扣低于5折甚至更低，是很好的淘货处。化妆品和护肤品也是美女们去香港必买的物品之一。如果是自己日常护肤或者日常彩妆的需要，还是选择大商场或免税店比较好。

商旅关注

商旅资讯

上海为第九批“会议大使”颁证 助推会奖旅游可持续发展

本报讯 前不久，第九批“上海会议大使”颁证仪式举行。今年接受聘任的8位“上海会议大使”分别来自医学、金融、营养学、心理学、焊接制造领域，他们是东华大学副校长刘春红、食品科学与营养学专家浙江大学教授李铎、第二军医大学东方肝胆外科医院副院长沈锋等。

“上海会议大使”制度是上海市旅游局在借鉴国际成功经验的基础上，结合上海本土优势和特色，于2006年在国内首创的会奖旅游发展促进制度，目前已经累计聘请“上海会议大使”98位。这些“会议大使”来自医学、城市建筑、社会科学等20余个学术领域以及酒店、旅游媒体、会展、商务旅行行业。他们在各自领域中都是学术精英和行业领军人物，在理论和实践上都有较高的建树，在国际交流活动中具有很强的影响力。

通过“上海会议大使”及其同行们的努力，一批专业性强、层次高、人数多的国际会议在上海召开或即将在上海召开，如2013年第16届IPNA国际小儿肾脏病大会、2014年第十二届中国介入心脏病学大会、2015年国际小儿神经外科年会、2016年城市未来大会等。

据统计，通过“会议大使”的努力，已有300多个国际性会议在沪举办。这些会议不仅促进了国际间更加广泛的学术交流，还对商业、饭店业等会议相关产业的经济增长起到了拉动作用。

（沈文敏）

三亚海棠湾 奖励旅企开拓客源市场

本报讯 日前，三亚海棠湾已出台《海棠湾2014年旅游旺季奖励旅游企业开拓客源市场的实施方案（试行）》，重点扶持婚庆、会奖和购物旅游。

为将有限资金用在刀刃上，有效促进湾区内15家酒店人财两旺，海棠湾对推广湾区酒店的旅行社，按照月总产量实行“阶梯式封顶”奖励制度，单个旅行商月奖金额不超过10万元。

婚庆蜜月游是众多旅游目的地争抢的大蛋糕，同时由于海棠湾45分钟旅游圈打造和湾区内会议室、草坪、婚礼堂等硬件设施完备，婚庆蜜月游和会奖旅游已日渐成为海棠湾旅游两张名片。

为支持婚庆和会议旅游发展，海棠湾按照单个婚庆或会议团用房量，对旅行商进行阶梯式奖励。

负责组织婚庆或会议团旅行商在婚庆或会议活动结束后，只需向海棠区筹备组进行书面申请，并提供酒店用房量证明以及举行婚庆、会议相关证明，经核实后即可领取相应的奖励，单个活动5万元封顶。

全球最大单体免税店——海棠湾免税购物中心于今年9月在海棠湾开业运营以来，已成为万众瞩目的“万人景区”，为大力推广免税购物游，促进海棠湾旅游新业态发展，海棠湾将对为海棠湾免税购物中心输送客源前10名的旅行商进行奖励。

（黄媛艳）

休闲旅游成南京经济新亮点

万人会奖旅游团频频来宁

■ 张贤 李子俊

11月12日，国内最豪华的内河游轮“世纪神话”号载着365名游客，首度抵达南京观光。作为旅游休闲时代的标志性旅游产品，高端游轮线路正在吸引越来越多游客的兴趣。南京也正着力打造游轮母港，吸引更多的长江游轮和国际邮轮在南京停靠或始发。

传统的观光游向休闲度假游转型

游轮游的发展，是南京近年来推进旅游休闲消费提档升级的一个缩影。近年来，南京从旅游设施的提升、旅游产品的升级等方面着力，推动传统的观光游向休闲度假游转型。

南京市近年来重点打造的17个文化休闲旅游片区，有的已经成为本地市民和外地游客休闲度假的“新宠”。借青奥契机推出的滨江都市休闲旅游带，今年国庆长假日均接待游客量达9.5万人次；明城墙——明外郭文化休闲旅游带，新修缮的23.3公里明城墙全面对外开放，青奥期间日均两万人次登临；老门东、长江路等街区已成为深度游客人必到之地。

在江宁“金花”系列、高淳慢城、六合“六朵茉莉”等乡村旅游景点崛起之后，下乡享受“慢生活”，成为越来越多南京人双休日和节假日的选择。近年来，南京市乡村旅游的“进账”年均增幅超过30%。今年1月至10月，江宁区接待游客超过1900万人次，实现旅游收入近200亿元，比去年同期增长约36%和18%。

旅游业增加值占比提升

不断增加的旅游看点，让越来越多的外地和境外游客在南京“慢下来、住下来”。

近两年来，一些高端的万人会奖旅游团频频相中南京。“会奖旅游消费附加值极高，对吃住行游购娱的产业拉动非常大。”中国康辉南京国际旅行社会展分公司总经理沈亮列举了几例其公司经手的大单：

今年3月，百胜中国餐厅经理年会在南京召开，当时整个会议团达到8000人，在南京停留了5天4晚，“吃住行游购娱”等直接经济效益估计达到了1亿元。

今年6月25日至26日，他们又接待了一个1.5万人的会议团，客人们均是来参加2014年天翼手机交易会暨移动互联网论坛的。除了在南京开3天的会外，他们还在南京及周边开展了1日至2日游。这个团光是客房就用了5000多间，大部分都是费尔蒙、涵月楼、玄武饭店这样的高档酒店……

今年11月19日，沈亮飞赴西班牙，参加巴塞罗那EIBTM（全球最大的会议及奖励旅游展会）。“南京展台很受欢迎，世界中医大会及NBA、微软等都对南京表示出浓厚的兴趣，希望2015年可以引进几个到南京来落地。”沈亮表示。

从南京市旅游委员会提供的境外游客数据来看，今年上半年，入境在宁过夜的旅游者达25.42万人次，同比增长5.2%。在高档酒店普遍不景气的背景下，南京市18家五星级酒店于1月至9月的客房出租率平均达到62.84%。

南京市旅游委员会主任金卫东说：“现在，南京的旅游业增加值已占到GDP的6.8%，已经成为新的支柱产业。我们的目标是打造国际知名、国内一流的文化休闲旅游胜地，争取到2020年，把这一数字提高到7.5%。”

发现传统手工艺的价值

■ 陆 地

近日，依文集团举行了20周年庆典。中国著名企业家、导演、艺术家等莅临北京园博园依文时尚欧洲园，见证了依文从文化、设计、科技三个维度打造未来生活的发展方向。作为对依文这一高级服装品牌的关注者，也作为对依文所推崇的传承手工工艺文化的爱好者，笔者有幸应邀参加本次活动，并观看了“依文中国秀”的表演，感受美轮美奂的手工工艺之美。

此次依文展示的现代时装，有的在图案上融入了中国传统嵌秀纹样，有的采用手工穿缝的缝合技艺，有的融合了苗绣、布依绣、侗绣等民间刺绣方法，还有的配有手工雕刻的纽扣……在满足观感的同时，笔者还聆听了“手工之美，传承之道”论坛，感悟中国手工工艺传承的真谛。在这里，笔者想分享几点感触：

其一，手工工艺带动多种支柱产业发展，并带来商机。随着手工艺行业的不断发展和日新月异，在新的历史时期，手工业者对作品倾注了更多的情感和想象力，不断向专业化靠拢，手工工艺也逐渐分化成独立产业，在国际市场越来越热门，成为人们追逐的热点。像瑞士产的机械手表、爱马仕的皮包和中国的刺绣，这些手工艺品的价值是流水线上的复制品无法取代的，它们所带来的商业机会也是独一无二的。以依文来讲，通过对市场渠道进行优化和调整，2014年上半年新开张8家店，销售量同比增加了24.6%。

同时，在互联网思维的推动下，互联网和电商模式为手工业打开新的窗口，使该行业面临前所未有的商业契机，现在的手工艺人不必再沿袭传统的销售方式，而是通过网络就可以把产品销往世界各地；在营销推广上，手工业者可以通过熟练地使用社交网络进行社会化营销，聚集精准用户，从而培养高忠诚度的客户群完成销售。

其二，手工业促进了国际市场，尤其是高端消费市场、文化艺术品市场及服务市场的发展。人们所熟知的一些欧洲奢侈品牌，无一不具有小众化顾客群、精湛的手工艺和高端的客户体验。著名的爱马仕定制一个Kelly手袋需要一两年时间，每款都是精选皮革，自始至终由一位师傅完成缝制，大约需要花费20至25个小时，并使用独特的“马鞍针法”，使手袋非常结实耐用，手袋扣上留有制作师傅的编号，表示这位师傅会负责该产品的售后维修。

而实际上，笔者认为，我们国家有足以媲美欧洲奢侈品的精品手工，质量一点不差，价格却比奢侈品低得多，比如北京琉璃厂的琉璃制品、天津手表厂的海鸥手表和景德镇的陶瓷，这些都是足以抗衡瑞士手表、法国名牌包和英国瓷器的精品。但是，它们的复兴之路还很长。我们的经营者应该注重品位与细节，坚持传统的手工艺、挖掘品牌背后深厚的文化底蕴、创造全新的题材，给老品牌注入新活力。

其三，手工工艺对传播中国民族文化、弘扬“中国梦”精神功不可没，也是显而易见的。作为传承传统工艺、注重文化理念的男装品牌，依文不断对传统工艺进行考察研究，成立了“依文手工坊”。它以中国刺绣、雕刻、纹饰、蜡染等传统手工艺为基础，打造传承中国传统工艺文化的平台，不仅弘扬了东方的美学文化，对传统文化进行传承和保护，还带动了中国时尚走向世界舞台，向世界传达中国的时尚态度，并成功赢得了全世界的尊重与认可。

其四，手工工艺很特殊的一点在于它的手工生产和家庭生产特性。在今天这个时代，发展手工业，尤其是偏远地区手工业、灾区手工业、残疾人手工业，更是整个社会责任的体现。上文提到的“依文手工坊”，以及笔者所知的贵州“锦绣计划”、“5·12汶川大地震”灾后恢复重建项目“羌绣帮扶计划”等，都是通过聚集深山里手工艺者，对他（她）们进行工艺新标准培训、提供就业平台，是扶助弱势女性与家庭的好项目。

笔者认为，扶助社会弱势群体，去帮助更多的老人、妇女、儿童和贫困家庭，这就是手工工艺传承的真谛所在。

会展红粉秀