



商旅资讯

北京定点会议场所318家
市级单位禁入五星酒店

本报讯 近期,北京完成了市
级行政事业单位本年度会议定点
政府采购项目,确定了318家会
议定点单位,其中包括“节俭版”
纯会议场所19家,而全市27家
五星级酒店等高档场所均被排除
在外。

据北京市财政局有关负责人
人近日表示,按照中央八项规定
和北京市委、市政府有关要求,
本市近期完成了市级行政事业
单2014-2015年度会议定
点政府采购项目。通过公开招
标,确定了318家会议定点单
位,其中具备接待大型会议能
力的39家,具备接待中小型会
议能力的260家,只提供会议
场所而不安排食宿的“节俭版”
纯会议场所19家。

严格限制会议定点场所档
次,是本次招标的一大变化。
进入会议定点范围的只有四星
级以下的饭店或会议场所,全
市27家五星级酒店等高档场所
禁入。

北京市政府采购中心有关
负责人介绍,全市最高档次的
“第一包”定点单位标准最高只
到四星级,五星级酒店不再纳入
会议定点政府采购招标范围。

而对比去年和今年的会议
定点名单可以发现,依旧在列
的四星级及以下酒店,也将开
销较贵的豪华套间、商务贵宾
房等取消,只提供双床标准间。

此外,此次招标的项目也
做出了一些调整。为鼓励市级
行政事业单位带头践行绿色出
行,招标新增了“会议场所与公
交、地铁站距离”作为加分项,
鼓励参会人员公交出行。而以
往一些高档饭店里免费附带的
桑拿、健身、保龄球等“加分”
娱乐项目,则被取消。

(宗 和)

入境旅游服务平台
Jetbay 上线

本报讯 一直以来,中外旅
游信息不对称、国外游客不能
找到有帮助的旅行信息。日前,
入境旅游服务平台Jetbay正式
上线,搭起国内外智能旅游桥
梁。

Jetbay 专注于中国入境旅
游市场,打造入境旅游服务预
订平台。目前提供的服务已涵
盖全国4万多个景点和600多
座城市。

Jetbay 负责人潘国章表示,
Jetbay 将通过对本地旅游资
源的模块化整合,提供更多本
地旅游资源组合服务,帮助更
多外国游客到中国旅游,帮助
他们获得更好的旅游服务和体
验,简化他们预订中国本地服
务的难度,保障他们的利益。

此外,Jetbay 将为更多国内
中小旅游服务机构提供订单来
源。只要有涉外能力的旅游机
构,都可以通过Jetbay 直接
把商品展示到游客面前,简化
流程。

潘国章强调,Jetbay 的目标
是做成全球公认的中国入境旅
游服务预订平台。

(周 音)

“高大上”酒店主动降星 抵御市场严寒

■ 本报记者 袁 远

据中国旅游饭店协会方面消息,在开展2014年度星级饭店评定工作时,全国范围内共有50多家星级酒店主动降星,像北京锦江富园酒店甚至直接放弃了五星级酒店资格。

效益断崖式下降
我国现有约1.35万家星级酒店,其中有五星级酒店850余家、四星级酒店2400余家。数据显示,2012年星级酒店曾实现50多亿元的行业利润,2013年全行业却吞下了超过21亿元的巨额亏损。国家旅游局副局长吴文学表示,部分地区高星级饭店扩张过快,“高大上”供给与大众化的需求存在脱节,加之当下“从俭、从简”的政风和社会风气,使困扰高星级酒店业的结构性矛盾凸显出来,行业经营效益呈现较为明显的下滑态势。
由于经营艰难,有些高档酒店则走上了“被出售”之路。2014年年初,锦江集团以12.6亿元一举出售了上海老字号银河宾馆。而作为浙江省首家五星级酒店,宁波南苑宾馆也未能逃离“被出售”的命运。
中国旅游饭店业协会会长张润钢表示,2014年中国酒店业基本延续了之前的态势,收入、利润持续走低,两年来亏失最多的是大量依赖高端政务消费的饭店,行业整体效益出现断崖式下降。
走平民路线
北京金融街丽思卡尔顿酒店市场销

售总监茅毛充满遗憾地对记者说,高档酒店目前整体存量过剩,普遍的弊端对政务消费过度依赖,这也是当前中国星级酒店走入困局的症结所在。现在酒店业很难再看到大笔公款消费,各种官方会议和峰会论坛也鲜少进驻,中央颁布“国八条”之后,高端酒店分分钟都有裁员的事情发生。“每次上头给我们开会,会场的沉闷气氛几乎能引爆会议室,而这样的压力,我还不能击鼓传花般往下一级员工身上传。作为中层‘转换头’,我需要把压力去情绪化、使任务具体化,再做糖衣炮弹似的包装,才不至于把下面的员工吓得要立马跳槽。既然我是酒店的中流砥柱,就该承担这个岗位的一切责任,而不能仅仅享受它的待遇和光环。”茅毛表示。

还有越来越多的高档酒店不得不放低身段,开始走大众平民路线。由于这两年酒店餐饮消费额一直往下掉,靠大幅降价或团购来维持已经成了普遍使用的手段。一家三星级酒店总经理艾某说,酒店从2013年年中开始裁员并降低餐费标准。2012年年初589元的标准间价格,现在降为238元。记者在承德入驻酒店时发现,即使是在旅游高峰期,一四星级酒店的房价竟然每天只需200元,其中还包括了一顿颇为丰盛的早餐。早餐时间,酒店的工作人员忙着拍卖不知从哪里引进的国画,很多精美的国画竟然以100元的“跌破价”就出售了,引得现场气氛极为热烈。似乎,拍卖廉价国画已经成为该酒店的一个重要营收来源。还有一位北京四星级酒店的合伙人表示,政府公务会议和

活动现在管理严格,时长有限定,消费太少赚不到钱,酒店已经开始主做婚宴。

理性消费比例上升

中国旅游饭店业协会的报告显示,近两年来,星级饭店中公款消费的比例明显下降,私人消费的比例则明显上升;畸形消费的比例明显下降,理性消费的比例在明显上升;中老年人消费的比例明显下降,年轻一代的消费比例明显上升。

中国旅游研究院饭店产业研究基地主任谷慧敏告诉记者,即便是在北京、上海、广州这样的一线大都市,五星级酒店的密度也早已超过了纽约、伦敦、巴黎。高星级酒店的供给已趋于平衡,并且略高于市场需求。随着酒店业的人工和能源成本继续推高,而从从业人员薪水得不到提高,酒店业高端职员和低端劳动力匮乏,高档酒店业竞争加剧。“现在五星级酒店不能再像以前那样独自销售,坐等散客来,而是应该主动与周边资源联动捆绑,捉住一年数次的短假商机,将原本的淡季营销转变成旺季。”皖能大厦营销总监夏锐告诉记者。

中国旅游饭店业协会会长张润钢表示,在扭曲的、非理性的、畸形的所谓高端消费需求泡沫消失后,有理由期望中国星级酒店结构得以优化,实现“弯道超车”,成功转型。

精品酒店引来“高端客”

就在五星级酒店遭遇“寒冬”的同时,一批具有当地文化、艺术特色的精品酒店在国内却呈现供不应求的趋势。已有越来越多的中国商旅游客把目光投向这类小型

豪华酒店。这些拥有独树一帜的度假主题、风格独具的酒店设计、个性化酒店服务的“新新一族”,在和传统五星级酒店的对抗中逐渐显示出无可匹敌的竞争力。

例如北京利用其独有的胡同和四合院建筑,建起了一批四合院酒店,受到不少国内外高端游客的欢迎。坐在一株枝繁叶茂的枣树下,品一壶香气浓郁的茉莉花茶,和三五好友说笑、闲聊,不啻为一种特别又闲适的生活体验。飘满枣花香的院落里,不时从外面传来老北京商贩的吆喝声,声声入耳。这可是人住一般大酒店完全感受不到的当地文化、市井氛围啊。一位经常进行商务旅行的客人告诉记者,普通的高星级酒店虽然奢华,但是风格、设计大同小异,而一些设计独特、服务贴心的精品酒店颇让人心动。无奈这样的酒店在国内很难寻觅得到。即使有,也和自己在国外经常旅居的精品酒店差异颇大,不是硬件设施跟不上,就是软件服务不到位。

记者曾经造访的绍兴一家精品酒店,把绍兴的主要景点和重要的环境特色都搬到了酒店里,让你足不出户,就如同来到了绍兴水乡,不仅能品尝到地道的绍兴美食,还能欣赏到精致的绍兴美景。

不过,谷慧敏表示,精品酒店是为小众市场服务的。在酒店业竞争激烈的今天,各地根据各自所在城市、地区的文化特色和地缘优势,推出一定数量、品质的精品酒店,无可厚非,但在开发上一定要慎重。精品酒店的开发模式和特点都与普通酒店不同,既和所在城市的历史遗存有关,也和特定的市场需求相联系。

新西兰在华首创“商务会奖签证”便捷流程

1月29日,新西兰移民局副部长克雷格·福斯(Craig Foss)出席由新西兰旅游局、新西兰移民局主办,12家商务会奖公司代表参加的《关于商务会奖类访问签证申请备忘录》签字仪式,标志着新西兰在华推广商务会奖的进程加速。

该备忘录将于3月2日正式生效,首先在华北、华东市场试点推行,来自北京及上海的20家商务会奖公司成为首批“新西兰商务会奖合作伙伴”。此次推出的签证便捷流程,涵盖了送签材料、受理地点、受理时间等多方面的便捷措施,新西兰也开创了海外目的地对华商务会奖政策的多个“第一”。

克雷格·福斯表示:“很高兴看到这一便捷流程的推出,这将使人们前往新西兰进行商务活动更加便利。新西兰拥有世界一流的商务会奖设施及丰富多样的活动体验,令每段商务旅程精彩难忘。我相信这次的签证新策将会进一步加强中新两国间的商务交流活动。欢迎更多中国商务游客前往新西兰。”

自3月2日起,通过“新西兰商务会奖合作伙伴”申请前往新西兰的商务游客将

享受到四大便捷措施:一是一地送签。即无论申请者户籍归属哪里,只要通过20家商务会奖公司的任何一家申请,即可统一至就近的新西兰签证中心办理签证。二是专员服务。新西兰移民局设专员负责20家商务会奖公司所有关于商务会奖签证的咨询工作。三是手续简化。通过20家商务会奖公司递签,申请人所需准备资料清单得到很大程度上的简化。四是快速出签。在申请者本人同意并签字、材料准备齐全的情况下,新西兰移民局的审理时间仅为3个工作日。

新西兰旅游局亚洲总经理大卫·克雷格(David Craig)说道:“新西兰是世界一流的商务会奖旅游目的地,但并不为人熟知。我们于2013年7月在中国正式成立了商务会奖部门,尽管时间并不长,但成效显著。我们非常看好中国市场的巨大潜力。此次签证新策的推出只是众多计划之一,接下来我们还会与业内伙伴进行更多合作,将新西兰打造成为中国商务人士举办会议及奖励旅游的首选目的地。”

商务会奖旅游已被确立为新西兰旅游产业的重要组成部分,新西兰政府不遗



余力地建设相关基础设施。自2013年以来,加大投资扩建奥克兰、惠灵顿、基督城和皇后镇的会务基础设施。

中国是新西兰旅游局发展全球商务会奖旅游的关键市场,自2013年商务会奖部门成立以来,新西兰旅游局已成功吸引2631名中国商务会奖游客前往新西兰,为

新西兰旅游业带来超过1900万新西兰元(约9500万元人民币)的经济效益。

(辛 浪)

商旅关注



■ 周春雨

2月1日,新华社连发三文《微信公众号:“1人原创,99人抄袭”缘只为抄成“大号”挣钞票?》、《原创者:面对“李鬼”,只能一声叹息》、《微信,你真的拿“抄袭”没办法?》,以此引发公众对微信公众号抄袭状况的关注。

自2015年开年以来,微信上便是一片由抄袭问题引起的“道歉潮”。《罗辑思维》因“盗版”原创者王路的稿件而道歉;《中国企业家》杂志因未按规定使用《财新》的稿件而道歉,且要求《每日经济新闻》就不

聊聊会展微信公众号的“娱乐”现象

署名使用自家稿件而道歉,等等。

赘述了以上多个范例,也想藉此来聊聊自2014年下半年以来会展微信公众号的“娱乐”现象:一是信息推送快速自是不用再说的,二是信息量大给关注对象带来了困扰,三是不标明信息来源侵犯了原创的版权。

关于版权问题,相信会有相关的法规出台,自是无需多说。那么,来看看信息快速的优势。比如一家会展企业在新三板挂牌,出于种种原因,企业回绝媒体的采访,但却可以通过其微信公众号,在第一时间向外界宣布在新三板挂牌敲钟的信息。但前提条件是,只有关注了该企业微信公众号的个体才能看到。

再来看看信息量大的后遗症。之所以这么说,是有的会展微信公众号为了吸引更多关注,加大推送的信息量。按说,这不是一件坏事。但关键是,推送信息的时效性如何?也就是说,如果送出的不是“盛宴”而是“过期食品”,不仅是对关注个体的不尊重,也是对自身信誉度的一种消耗。

当然,微信公众号间的吸睛大战,不只是会展微信公众号间才有。为了博眼球,各微信公众号的“娱乐”精神可谓是被

演绎到了极致。如近一段时间以来,余秀华的《穿过大半个中国去睡你》在多个微信公众号被演绎和娱乐,认真看过之后会发现,原创者并没有演绎成份,不过是强调了其是一位脑瘫患者。但是,这却成了微信公众号们的“料”。为了吸睛并提升阅读数量,有的微信公众号甚至直接以“脑瘫诗人余秀华……”为题,来消费一位女性诗人的病痛,随即在后台窃笑并等待着阅读量的快速攀升。而当余秀华的诗集——《月光落在左手上》出版时,又有一堆的微信公众号们攒足了力气“候着”,期待其事早已设计好的诗人对白再就势博一回眼球。但令诸多微信公众号们没有想到的是,背负着病痛已有了年纪且机智的女诗人淡定地说:“对不起大家,我没有欣喜若狂。”想是落在左手上的月光打在了他人的右脸上,微信公众号们暂时安静了。

或许,关于余秀华的娱乐话题就此落幕。但会展业的“娱乐”要何时才能不再娱乐了?同一个新闻事件,不同的微信公众号演绎着各自的版本,细心的读者会发现,新闻事件的来源是同一个,有的甚至不标明出处,便任意使用,且随意更改。

新闻事件与广告本质上的不同在于:前者尊重客观事实,实事求是;而后者则可发挥创意和想象。前者体现的是新闻价值,后者要得到的是商业价值。

这也是新华社缘何发文直指《微信公众号:“1人原创,99人抄袭”缘只为抄成“大号”挣钞票?》的弊病。作为自媒体的微信公众号实现创收无可厚非,但不能做了“李鬼”,还暗地里拿走了原本属于李逵的酬劳。会展微信公众号的出现,极大地丰富了同业间的信息交流。但它作为高效平台的一面却被“玩坏”了!就像微博一样,它曾经给会展活动组织方的增值服务提供了便利条件,曾一时风光无二。尽管微信公众号的出现,一定程度上取代了微博的自媒体功能,但用好微信公众号这个自媒体工具,需要的不是“娱乐”精神而是专业精神。

在商业社会,拥有一些“娱乐”精神,是被允许的。但会展经济是一项严肃的事情,除了娱乐,更需要的是社会责任感。

(作者系《中国贸易报·会展周刊》主编)

会展红粉秀