



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

华远国旅联合宝健中国 打造高端旅游产品

本报讯 近日,由华远国际旅游有限公司、宝健(中国)有限公司共同主办的“宝健(中国)与华远国旅希腊、法国旅游合作签约仪式”在宝健(中国)亚太区营运总部举行。

在本次签约仪式上,宝健(中国)有限公司总裁李道宣布,将组织4300多名优秀事业合作伙伴分赴法国、希腊开展高端旅游活动,并和当地居民进行文化交流。李道表示,此次活动是宝健(中国)践行搭建国际友谊桥梁、促进国际社会和谐企业愿景的一次有益之旅。其将成为展现中华文化魅力的重要窗口,对增进中法、中希人民之间的了解,推动双方经济文化的交流和发展起到积极作用。

华远国际旅游有限公司董事长兼CEO郭东杰表示,能作为此次活动的全程接待方,体现了华远国旅过硬的出境旅游资质和出众的接待服务能力。 (戴岱)

丝路沿线国家 将推进“畅游丝绸之路”活动

本报讯 6月19日,“丝绸之路旅游部长会议”在丝路起点城市陕西西安召开,会议发布了“西安倡议”。

各国旅游部部长认为,丝绸之路是沿线各国共有的宝贵财富,也是旅游发展的重要资源。加强丝绸之路沿线国家间的旅游合作,对于促进各国经济社会发展与地区的和平稳定具有重要意义。为进一步增进丝绸之路沿线国家的旅游交流与合作,各国部长达成11项一致意见。

丝路沿线国家将扩大人员交流规模,提升旅游便利化水平。推动沿线各国的市场互换和客源互送;各国将推动增加跨境航班,充分利用跨境铁路和公路资源,提升国家间的旅游交通条件,方便游客出行;积极争取各国政府对旅游业发展和旅游区域合作的更大支持,推动实施更加便利的签证政策,简化通关手续,不断提升旅游便利化水平,为各国旅游发展与合作创造良好的环境。

丝路沿线国家将开展联合推广,推进“畅游丝绸之路”活动。共同打造“丝绸之路”旅游品牌,推进“畅游丝绸之路”活动开展,将沿线国家作为整体旅游目的地对外推介,吸引更多区域外游客到沿线国家旅游;加大丝绸之路旅游产品的开发,打造“一程多站”旅游产品,丰富产品供给,不断提升区域旅游产品的吸引力,推动区域各国实现客源共享;充分利用网络和智慧旅游方式,扩大“畅游丝绸之路”活动的影响力,提升丝绸之路旅游品牌的知名度。

丝路沿线国家还将深化区域内合作,提升旅游交流品质。建立高效务实的旅游合作机制,共享旅游发展机遇;努力提升旅游交流品质和游客满意度,消除由于生活和消费习惯不同造成的负面影响,解决旅游纠纷,保障游客的安全,共同提升旅游服务保障水平。 (雷恺)

■ 本报记者 袁远

某知名旅行网的一次调查显示,旅游者对影视旅游认可度非常高,83%的观众会因为喜欢某部影视作品想去拍摄地旅游。尤其对高端商务游客而言,电影中的人文景观和风土人情,对喜爱文化拾遗的游客更具吸引力。

电影外景地成旅游招牌

无论国外和国内,由影视剧带热的旅游地不胜枚举。《指环王》的上映,让人们知道了有着“魔法风景”资源的新西兰,使新西兰的游客增加了10倍,150多个拍摄场地多数成为热门的旅游胜地。1986年获得奥斯卡奖的电影《走出非洲》,让原作者的故居“凯伦庄园”成为游人必去的景点,肯尼亚至今仍用它来招徕游客。

“每到一地,总能看到与影视剧相关的旅游内容”,这是不少高端游客近两年在旅途中感触很深的一点。到了韩国济州岛,有《大长今》的拍摄地;前往重庆武隆,张艺谋电影《黄金甲》的“唯一外景地”是当地旅游的一块招牌……

正是看到了影视在旅游宣传中存在的巨大潜力,以前“无心插柳”的意外举动,逐渐变成了“有心栽花”的旅游营销方式。比如北京市旅游局参与了电影《非诚勿扰2》的策划,片中植入了慕田峪长城、潭柘寺等多个景点。在新片正式上映前,北京旅游“非线路”业已发布。

■ 杨春虹

刚刚在香港国际会展中心闭幕的第29届香港国际旅游展,专程组团参会的海南省旅游代表团可谓阵容强大——海南省旅游景区协会、省旅游饭店协会、省旅行社协会三大行业协会由会长、副会长或是秘书长带队,组成90余人的代表团;参会企业包括南山、大小洞天等近10家5A、4A级旅游景区,美高梅、艾美、万豪等十余家知名高星级酒店,以及豪阳、康泰、南海假日、航空国旅等岛内龙头旅行社。

借鉴香港会奖经验

“海南这次带给我的完全是一种全新的感觉,当年谁都想像不到会有现在的发展。”曾在任职国家旅游局期间负责筹办过在亚龙湾举办的“1996中国休闲度假游开幕式”的中国亚洲旅游交流中心主任李建平,用“久违了,海南”作为参加“商务+休闲”海南(香港)会奖旅游推介会的开场白。

19年后,已有22家国际知名酒店管理集团、38个饭店品牌进驻海南,海口西海岸,三亚亚龙湾、海棠湾,琼海博鳌,万



■ 唐雪

经过一段时间的精心筹备,珠海国际会展中心已通过质量管理体系认证的外审,预计6月底将取得食品安全管理体系(ISO22000)、质量保证体系(ISO9001)、危害分析临界控制点(HACCP)及国际认证联盟(IQNet)四项认证书,成为率先获得四项认证书的会展场馆,也是继国家会议中心之后,第二家同时取得ISO22000和

被电影带“热”的中国大竹海

记者曾经专门赶赴《卧虎藏龙》的拍摄地中国大竹海。大竹海位于安吉县港口乡,景区总面积667万平方米,是浙江省最著名的大毛竹示范基地,有“中国毛竹看浙江,浙江毛竹看安吉,安吉毛竹看港口”之说。竹海由漫无边际的竹林组成,四周青山环抱,湖水常年清澈如镜。竹海层峦叠嶂,沟壑幽深,青竹遍布,绿浪起伏,溪水欢腾,淙淙流淌。没有了城市的喧嚣,也没有了闹市的“浮尘”,只有“云无心水自闲”的翠绿景致,沁人心脾。

风景这让记者回忆起电影《卧虎藏龙》中,男女大侠在一片碧绿的翠竹间,或飞来飞去、或立于叶梢纹丝不动的场景。该片获奖后,还专门有人向导演李安打听,片中万亩翠竹、湖光山色的壮美画面出自何处?

据记者了解,安徽木坑竹海的竹林也是《卧虎藏龙》的拍摄地之一。湖面打斗一幕,就取景于此地的翡翠谷。木坑竹海位于安徽宏村北约10公里处的木坑村。小村子只有23户人家,而翡翠谷还是黄山著名景点之一。

文化特色同样吸引游客

中国社科院旅游研究中心特约研究员、教授王健民认为,电影中融入的文化特色比单纯的自然风光展示更吸引游客。在电影《美食、祈祷和恋爱》中,茱莉亚·罗伯

茨扮演的女主人公在巴厘岛听巫医给她分析命相一段,抛去迷信成分,当地文化的那种神秘感一下子吸引住了观众。王健民还提出,针对旅游的营销可以有,但不能过于直白,直奔着目标而去、游离于情节之外的景点展示会让观众一看就觉得是广告,反而倒了大家的胃口。这就要求旅游推销者除具有敏感的意识之外,还要给制片方一定的创作自由。

中国旅游研究院学术委员会主任魏小安则表示,无论效果多好,影视剧的旅游效应终究是一次性的,要想把短暂的拉动变成较长久的旅游兴奋点,还应该有许多工作要做。在电影中的旅游宣传,实际做的是形象宣传工作,解决的是“到哪儿去”的问题。接下来应当借力使力,进行第二个层面的产品宣传,提供吃、住、行等多方面的信息,解决“去做什么”、“怎么去”的问题。第三个层面就是口碑宣传,通过满意的旅游服务,吸引更多的人来,也就是解决“要不要再去”的问题。

延伸阅读

几部令旅游地名声大噪的电影

《指环王》——新西兰
作为有史以来最为成功的魔幻三部曲,《指环王》系列除了将大家真正带入了托尔金的魔幻世界,更向全世界推荐了新西兰这片似乎只存在于魔幻中的土地。现在,每年都有无数指环王影迷来此朝拜,即使你不是指环王迷,新西兰广袤的原始

“商务+休闲”成海南会奖旅游金字招牌

宁神州半岛等已经成为中国高星级酒店最密集的区域,海南已经成为国内最著名的会奖目的地及旅游度假目的地!

李建平建议,拥有一流自然环境和度假酒店资源的海南,应该更好地借鉴学习香港在会展业方面的成熟经验。“海南需要进一步完善服务及相关配套设施,增加会奖旅游的附加值。”李建平说。

海南省旅游委党组书记孙颖说,琼港空中航程仅1小时,国家“一带一路”战略为海南发展商务休闲、会奖旅游带来新的发展机遇,相信琼港携手能够为双方创造更多商机,实现共赢。

“商务+休闲”凸显海南优势

早在2004年就在国内开创出“一程多站”旅游新模式的琼港两地,对于两地的资源和优势互补早有认同。

“香港是国际金融中心、贸易中心,而海南是一个休闲、度假胜地,琼港资源、优势互补性非常强。”海南省旅游饭店协会会长张会说,琼港旅游业界都非常看好两地的合作,而海南12家高星级酒店更为香港市场度身打造出港人专享的度假产品。

“会奖旅游将是海南旅游提质增效的重要突破口,会奖旅游不但对旅游产业有

巨大带动作用,更能够对一座城市的发展要素进行高效整合,达到效益的最大化。”孙颖表示,将更好地发挥海南会奖旅游“商务+休闲”的优势,使其真正成为海南旅游的一张金字招牌。

精准营销寻找突破

拥有两大卖点、优势明显的海南会奖旅游,在香港市场的确获得很高认可度。

在参会香港国际旅展和举办海南专项推介会的间隙,海南省旅游委专程拜访了拥有万名职员的中国银行(香港)有限公司。听完海南的酒店旅游资源介绍后,中国银行(香港)公司相关负责人当即就表示,要考虑将该行今年的员工内部奖励旅游目的地放在海南岛。一来方便,空中行程仅需半小时;再就是海南生态环境好、酒店设施好,非常适合休闲度假。

中国银行(香港)公司相关负责人坦言,银行其实一直都在为自己的高端客户寻找性价比、体验度更好的旅游产品,而海南的休闲度假产品就非常适合推荐给那些客户。孙颖表示,会推选海南岛最优秀的旅行社,打包海南最好的休闲度假产品专供香港金融界,希望与香港金融界开

森林,纯净的湖泊,高耸的雪山也是你此生不能错过的地方。

《后会无期》——东极岛

东极岛最早由摄影和海钓爱好者发现,而后便在网络上出名。但真正为大众所知,自然当归功于韩寒的《后会无期》。除了揽下近7亿元票房以外,《后会无期》还给东极岛带来了远超以往三倍的游客量,当地的旅游费用也是应声而涨。

《非诚勿扰》——西溪湿地

若不是机缘巧合地与《非诚勿扰》牵手,身处杭州的西溪湿地恐怕永远得生活在西湖的盛名之下。《非诚勿扰》原本的情节安排是为让主人公去西湖边买房,但导演一直感觉有些缺乏新意,后经推荐认为西溪景色优美且符合影片情调,所以最后也就有了西溪在影片中的新鲜出镜。随着影片的热映,西溪湿地在一夜之间被越来越多的人所探寻、了解。

《非诚勿扰2》——三亚

有了前部的成功经验,三亚成功地在《非诚勿扰2》中抢得先机,片中男女主人公的浪漫天堂,就是现实中位于三三亚亚龙湾霞岭上的热带天堂森林公园度假酒店。电影取景的房间,价格据说一度炒到一晚8000元,仍供不应求。

商旅关注



展更多合作。

工商界人士云集的全港各区工商联,是海南省旅游委在港拜访的另一个重要合作伙伴。其实,不少香港工商界人士早已是海南常客,但提到会奖旅游,不少商界人士还是坦言“没想过”。香港工商界人士希望能够更多地了解海南,尤其是海南的会奖市场。

餐饮在场馆运营中的角色定位

HACCP认证的会展场馆。有业内同仁咨询:先是国家会议中心通过ISO22000和HACCP认证;现又是珠海国际会展中心通过ISO22000、ISO9001、HACCP及IQNet四项认证,缘何如此厚爱为会展配套的餐饮?

在此,不妨先来看一组数据:根据商业地产的统计,购物中心业态经营的购物、餐饮、休闲“52:18:30”的黄金比例正在被打破,取而代之的是“1:1:1”的消费模式。2014年,万达集团在广东的收官之作江门万达广场甚至把餐饮占比调到37%至40%。购物中心增加餐饮占比的原因自然是多方面的,对抗电商的冲击,应对同质化竞争,满足“80后”、“90后”新兴消费群体的体验需求等。但在众多原因中至少有一点和会展业相通,即餐饮的聚客效应。餐饮虽不是会展运营的核心产品,但却是招徕生意、提升用户体验的最优附加产品。

餐饮的重要性在会展业尚未得到广泛认可。对于大多数会展中心而言,餐饮服务算不上一个必选项,尤其是以承接展览业务为主的场馆,一般不将餐饮纳入运营体系。随便找个角落,匆匆一份盒饭解决问题,或者是午饭期间,展会现场唱起“空

城计”,这是过去参加展会时最常见到的景象。进入体验经济时代,这显然不是一个好的选择。而对于综合性会展场馆而言,餐饮服务就显得更为重要了,该功能的缺失,将直接成为展馆运营的硬伤。面对来自星级酒店的竞争,首当其冲会损失掉公司年会、颁奖典礼等具有餐饮需求、人均消费高的复合型活动,导致不战而败。

强调餐饮的重要性,还有一个重要原因是争夺本地市场。对于绝大多数城市,会展场馆处于供大于求的状态。以往在这片竞争红海之中,尚可以依靠地方政府的行政支持和财政补贴招揽生意。经济新常态之下,市场化的大势愈发明朗。在外部市场有限且竞争激烈的情况下,发挥餐饮优势开发本土市场不失为一个选择方向。这一点,与珠海隔海相望的香港国际会展中心为行业做了表率。香港国际会展中心具有强大的餐饮接待能力,根据其官网公布的数字,2013-2014财年(2013年7月1日至2014年6月30日),香港国际会展中心共接待了1086场活动,其中宴会活动396场,占36%。除此之外,香港国际会展中心的独特之处在于开设了金紫荆粤菜厅、港澳茶餐厅、维港咖啡馆、

意日简等餐厅,除满足展会客人的餐饮需求外,还吸引了不少本地居民。

珠海国际会展中心也是强化餐饮服务的受益者。场馆设计之初,就考虑了餐饮功能配置,按照专业厨房面积与就餐区域面积1:3的标配规划,拥有近4200平方米厨房,4500平方米的大宴会厅(珠海厅),2000平方米的多功能厅(十字门厅)和共1万平方米的展厅。强劲的餐饮接待能力和专业的服务水准,让珠海国际会展中心大受裨益。自试营业以来,餐饮收入占据了总收入的45%。未来,珠海国际会展中心将开启会议餐饮的“大”时代。

当然,强调餐饮的重要性并不是说要把餐饮服务纳入场馆运营的必选项。笔者意为抛砖引玉,和业界探讨:餐饮在场馆运营中究竟该扮演一个什么角色?

但至少,餐饮在场馆运营中已不再可有可无。

(作者系国家会议中心副总经理、珠海国际会展中心总经理)

会展红粉秀