

· 巅峰之旅· 声音 ·

“国家级风景名胜区应逐渐降价”

中国旅游研究院区域所负责人 马晓龙



旅游景区过高的门票价格不但引起民众不满,而且在很大程度上制约了中国旅游市场的平稳发展。值得一提的是,国家级风景名胜区的管理部门已经意识到了这个问题,并做出将规范管理、加强监督的表态。

从中国旅游景区发展的现状来看,尽管景区不可能在短期内实现全部免费,但联想到国家发改委分两次公布80家和94家景区景点降价和免费名单的做法,人们还是有理由相信,旅游景区,特别是国家级风景名胜区作为公共资源的根本属性已经得到了全社会的认同。希望景区景点降价、免票从国家级风景名胜区做起。

“搜索引擎对在线旅游至关重要”

携程旅行网CEO 范敏



旅游市场上,每一家公司的定位都不尽相同。但是有一个数字大家一定要知道——26.4亿,一年中全国出游或者商务旅行的总人数26.4亿。这也使我们感觉到,我们做旅游很幸福,二十几亿人是我们非常大的目标市场。这会产生多少营收呢?按照国家的统计是2000亿元,我想不止2000亿元。

消费者对在线预订有什么需求?对信息的搜集、对资讯的筛选,如何有效地交流?如何提供一个精确的预订信息,友好的预订界面?从我们自己做网站来说,如何去做一个最有效的推荐引擎和搜索引擎是非常重要的一个法宝。同时从在线引擎来看,它会对你品牌的保证非常看重,对诚信的购物环境也非常看重。

“酒店应有清晰定位和细致服务”

北京华彬费尔蒙酒店总经理 Michael Ganster



随着酒店业的不断发展,北京的酒店不断增多,因此对于各个酒店来说都应该有清晰的定位、专注点以及更加细致到位的服务。从我们酒店来说,主要是专注于在个性化服务方面,将目标瞄准高端商务客人。目前,由于酒店所在地理位置的原因,商务客人是构成我们酒店最主要的客源。

以华彬费尔蒙酒店为例,我们酒店的会议空间效仿北京著名的胡同建成,并以此向老北京宫廷文化致敬。同时,酒店会议空间由安装有最新设备的会议室、会务助理、个性化服务以及主题餐室组成。

栏目主持:周妍

· 数读旅业 ·

225处 住房和城乡建设部日前在北京发布《中国风景名胜区事业发展公报》(以下简称《公报》),《公报》显示,截至目前,国务院共批准设立国家级风景名胜区225处,面积约10.36万平方公里;各省级人民政府批准共设立省级风景名胜区737处,面积约9.01万平方公里,两者总面积约19.37万平方公里。据介绍,目前225处国家级风景名胜区共有管理人员4万余人,其中专业技术人员约1.3万人,占总数的32.5%。

180万 内地居民赴台旅游呈现快速增长态势。国家旅游局数据显示,今年前11个月,内地居民赴台旅游总人数已超过180万人次,同比增长60.6%,约占台湾入境旅游总人数的35%,再创历史新高;其中团队旅游人数164.2万人次,个人游人数15.9万人次,均保持了快速增长势头。据悉,赴台个人游经过一年多的发展,有效扩大了赴台旅游经济效益的普惠面。

栏目主持:周妍

巅峰之旅·大事速览

欧洲四城加入世界旅游城市联合会

随着雅典、威尔士、伦敦、爱丁堡先后成为世界旅游城市联合会的新会员,刚刚成立两个多月、总部设在北京的世界旅游城市联合会会员总数达到62个。12月7日-12日,受世界旅游城市联合会理事会主席、北京市代市长王安顺委托,世界旅游城市联合会秘书长鲁勇一行前往上述城市举行了新会员接纳仪式。

据悉,世界旅游城市联合会是由北京率先倡

导、多个国际旅游城市共同发起设立的非政府、非营利性的国际组织,是世界上第一个以城市为主体的国际旅游组织。2011年9月,时任北京市市长的中共中央政治局委员、北京市委书记郭金龙向国内外部分城市发出了共同发起成立世界旅游城市联合会的邀请。今年9月,在北京市委书记王安顺主持下,世界旅游城市联合会成立大会在北京举行,47个国内外城市和11个非城市机

构成为首批会员。消息一传出,即引起了国内外旅游城市及相关机构的广泛关注。

雅典市市长卡米尼斯、副市长普诺维塔斯表示,旅游是雅典的主导产业和重要资源,雅典期待通过加入这一组织加强与各会员之间的合作交流。威尔士旅游局局长玛伦表示,威尔士将积极参与联合会各项活动。伦敦发展署主管旅游的副署长卡佩尔表示,伦敦之前是观察

员城市,如今作为会员加入世界旅游城市联合会倍感荣幸。爱丁堡市市长唐纳德·威尔逊表示,爱丁堡市很高兴加入世界旅游城市联合会。

记者了解到,获悉世界旅游城市联合会出访欧洲信息后,瑞士的日内瓦和苏黎世两市政府也对加入联合会表示出浓厚的兴趣。日内瓦相关负责人明确表示明年将正式启动加入联合会的程序。

商报记者 周妍

第九届“北京礼物”评选大赛结果出炉

由市旅游委会同市发改委、市科委、市经信委、市商务委、市文化局、市文物局、市公园管理中心、市妇联等主办,由北京工业设计促进会及各区县旅游委共同承办的第九届“北京礼物”旅游商品大赛评选日前在天坛工美大厦举办。参加终评的600余项3718件商品中,最终脱颖而出11名金奖、21

名银奖、40名铜奖和230名优秀奖。

据悉,大赛吸引了来自广东、福建、浙江、杭州、贵州、上海、深圳、北京等多个省市的472家企业、设计师和院校参赛,征集商品相比历届数量最多、品种最全。参赛商品水平普遍高于历届,各类别中出现了一批纪念性强、品牌影响力大、自

主创新的商品。如:密云黑谷杂粮、怀柔红瓷、平谷桃木、房山石雕、门头沟紫石砚、海淀皇家京西稻、昌平苹果、大兴黑陶制品等。

参赛商品特别关注了旅游者的购物需求和“北京”特色有机结合,王致和、红星酒、张一元、北京牌手表、内联升等均有新产品推出。此外,参赛商品

着眼于“北京礼物”的理念,90%以上都具有批量化、市场占有率高等特性。业内人士表示,“北京礼物”潜力巨大,但商品旅游购物特色不突出,品牌力度不够强。未来,该类商品的包装设计须大力提升,结合旅游、科技、文化等,促进其适应市场转型的潮流。

商报记者 周妍

北京入围“2012世界特色魅力城市200强”

全球战略经济发展委员会等17日公布“2012世界特色魅力城市200强”,北京、上海、香港、天津等28个中国城市入选,纽约、华盛顿、伦敦、新加坡等城市榜上有名。

据悉,“2012世界特色魅力城市200强”由全球战略经济发展委员会、世界城市世界企业研究

会、世界品牌组织、欧美亚工商界投资开发联盟、中国著名品牌发展研究会和中美经贸投资总商会等机构联合推选。该评选自2007年开始至今已有六届,评选旨在提高中国城市被世界认可度,拉动投资、推动旅游,提高城市核心竞争力。

全球战略经济发展委

员会主席周泓钊表示,无论是城市招商引资,还是企业上市融资拓展市场,城市和企业越来越重视自身品牌的建设,品牌不仅是影响世界经济复苏和持续发展的重要元素,而且是改变生活影响世界的特殊力量。

据介绍,评选通过公众问卷调查、统计数据分

析、实地考察调研、网上公众推选和权威专家函评等程序进行。评选标准主要涉及城市国际特色、规划管理特色、历史风貌特色、文化活动特色、生态文明特色、环境友好特色、经济发展特色、投资环境特色、城市形象特色、金融生态特色10个方面的12项指标。商报记者 周妍

巅峰之旅·观察

城市旅游海外推广不妨因地制宜

季鹏洋

在最近的采访中,一位来自南美的入境游客来到北京后的感觉让人印象深刻。在旅游过程中,他的“惊讶”多于“感叹”,因为在来到北京之前,他并不知道自己心里的北京是一个这样现代化的都市。据一家接待入境游客的旅游公司介绍,这种情况相当普遍,并非个别。这也让人想起印度做旅游推广的经验和成绩。

十余年前,印度给西方人的第一印象多是“人口多”、“卫生状况差”,而现在则通过因地制宜的推广策略向各国展现多元化

的旅游资源,不单成功打造出“ Incredible India”的新概念,而且在国际宣传中,大胆使用目标客源地的广告公司创意,从而在越来越多的西方游客心中树立起一个“五彩斑斓”的新的旅游目的地形象。这样做的高明之处在于,专业人士更容易找到兴趣点,目标客源地比旅游目的地的人更了解本地人,更助于宣传目的达成。

目前,以北京为代表的中国入境旅游已经有了足以让入境游客“惊讶”的资源,但是如何将游客的“惊讶”转化为其出行的动

力呢?印度在国际宣传上的“对口下菜”或有我们可以借鉴的地方。北京在国际上已经到了从“城市品牌推广”过渡到“城市资源推广”的阶段。而这里的城市旅游资源,既包含文化遗产,也包含酒店、服务等休闲度假资源。

不同客源地对游客的需求各有侧重:来自于法国、意大利的游客更多关注具有传统文化承载的景区和古建筑等旅游资源;而来自于美国的游客则对国际化的星级酒店服务、菜肴精致的高端餐厅及高尔夫、酒吧等休闲元素更感

兴趣,因为在他们的旅游习惯中,旅游是一种生活方式。我们有必要让抱着各种期望的游客在北京“各取所需”,但前提是,他们要知道这里有他们感兴趣的目标。

对有些人来讲,观赏意大利歌剧并不能勾起其对去罗马旅游的向往,同样,北京或者中国旅游在国际上推介资源的过程,除了对天坛、京剧等文化符号的浓墨重彩,或许需要“功利”一些的心态,着手制定一些更具体、更全面、更具针对性的宣传策略。让北京旅游资源有的放矢地去展现。