

特别策划

2012北京高端旅游十大关键词

本报记者 周妍 季鹏洋

No.1 “72小时过境免签”

事件回顾:2012年12月5日,北京市政府新闻办发布消息称,明年1月1日起北京将对45个国家或地区部分持有第三国签证和机票的外国旅客实行“72小时过境免签”政策。这也将成为未来促进入境旅游人数和消费快速增长的重要手段之一。

新政范围具体包括奥地利、比利时等24个欧洲申根签证协议国家;俄罗斯、英国等7个欧洲国家;美国、加拿大等6个美洲国家,澳大利亚、新西兰等2个大洋洲国家以及韩国、日本等6个亚洲国家。“72小时过境免签”的外国人只能在免签准许的时间内在北京停留,不能够中途离开北京。同时,其还必须从北京口岸离境。如遇不可抗力等原因需在北京停留超过72小时或离开北京的,需要向北京市公安局出入境管理部门申请办理签证。

意义展望:

免签新政实行后,三年内北京入境游客将从每年500万人次上升到1000万人次。受世界经济低迷影响,自今年6月以来,北京接待入境过夜旅游者人数一直呈下滑趋势。事实上,全球为应对金融危机都在改进入境签证措施,借入境游振兴国内经济。目前,日本、韩国、新加坡、阿联酋等地均实施较为宽松的签证政策。以韩国济州岛为例,其对中国个人及团队开放免签后,中国游客占其游客总量的99%,达历史同期的5倍。新政实施后,将带动旅游交通、餐饮、购物、住宿、休闲等消费以及会议、会展、会奖、商务、航空业等的发展。



“北京礼物”天坛储物罐



首都机场“72小时过境免签”服务台

No.6 北京礼物

事件回顾:2012年5月,北京数十家“北京礼物”店亮相于景区、商业区。“北京礼物”的运营模式是将商品设计、生产、营销打通。这种模式将有利于北京旅游商品的发展。同时,有关部门继续延伸用于扶持北京旅游商品开发的奖励办法,将奖励范围延伸到了营销、商品孵化环节。符合“北京礼物”标准的商品,通过公开征集、专家评审得到奖励资格,将获得不超过研发投入总额30%的奖励资金,每项最高可达200万元。

意义展望:

数据显示,去年北京入境游客人均消费达1100美元(约合人民币6966元)。要继续提高旅游消费,旅游商品是重中之重。目前,北京礼物旗舰店已成为全国第一个探索纪念品开发的新焦点。北京礼物专营店已在八达岭、圆明园、世界公园等著名景区内落户。在未来的商品开发和销售过程中,“北京礼物”将继续深挖北京特色。

No.2 高端旅游买家联盟

事件回顾:2012年8月31日,“2012北京高端旅游资源推广活动暨北京高端旅游与会议产业联盟夏季峰会”在京召开。期间,首个高端旅游买家联盟——北京高端旅游与会议产业联盟买家分会成立,北京高端旅游产业供需双方实现了第一次“零距离接触”。此后,北京高端旅游产业链的各环节将可以借助这一平台实现更有效率、更具针对性的市场开拓。

2011年12月,北京市旅游发展委员会发起成立了“北京高端旅游与会议产业联盟”,现在已发展到近200家会员企业,涉及北京地区会奖旅游公司、会议与活动场所、会议组织机构、跨国会议公司、旅游教育机构、旅游专业媒体及中医养生、邮轮修学等专业机构。买家分会的成立将让这一业界的交流平台更加完善。

意义展望:

目前国内高端旅游产业正处于发展的初级阶段,还有很长的路要走。成立高端旅游产业联盟买家分会,能在一定程度上整合景区、酒店、航空公司、会所、旅行社等资源,理清北京高端旅游整体发展脉络,为高端旅游产业发展建立良性循环的资源整合平台。北京在高端旅游与会议产业方面取得了一些成绩,但与国际上重要的高端旅游与会议城市相比还存在差距。北京不缺资源,缺的是创意和市场。而开发有创意和市场需求的产品需要高端旅游与会议产业供需双方的密切沟通,买家分会的成立将有利于推进这种对接。



世界旅游城市联合会新晋城市英国伦敦

No.7 《高端旅游》周刊

事件回顾:2012年3月29日,北京市旅游发展委员会与北京商报社签署战略合作协议,双方共同搭建了以《高端旅游》周刊为基础的高端旅游产业资讯服务平台。

4月25日,《高端旅游》周刊正式与读者见面。根据战略合作协议,北京市旅游发展委员会与北京商报社以加快北京“打造国际一流旅游城市、把旅游业建成重要的支柱产业”为目标。高端旅游产业资讯服务平台围绕《高端旅游》周刊,建立高端旅游网站、产业信息资讯数据库,并开发相应衍生产品、举办高端旅游的相关活动。

意义展望:

《高端旅游》周刊是北京首份专注于高端旅游产业和消费的官方刊物,是北京高端旅游产业发展道路上的又一个里程碑。它将继续为加速北京高端旅游产业的资源整合、加快北京旅游产业结构升级、提升北京旅游消费水平出一份力。

No.3 世界旅游城市联合会

事件回顾:2012年9月14日~16日,北京、巴塞罗那、柏林、迪拜等59个城市与旅游机构代表齐聚北京,见证全球首个以城市为主体的国际旅游组织世界旅游城市联合会的成立。在全球经济危机的大背景下,旅游成为拉动世界经济发展的支柱产业之一。世界各国视旅游为实现国家经济复苏的救命稻草。从举办万世瞩目的奥运会,到全球首个以城市为主体的国际旅游组织在此诞生,北京逐步承担起推动世界城市旅游和经济发展的领头责任。

北京市代市长王安顺当选为WTCTF首届联合会理事会主席。59个会员共同签署了《北京宣言》和《合作备忘录》。同期举办的世界旅游城市博览会、北京香山旅游峰会、世界旅游城市电影展、世界旅游城市北京美食汇等吸引了全球目光。

意义展望:

1950年世界旅游人数只有2500万,而去年仅北京流动旅游人次就突破2亿。一个地区人均GDP超8000美元,旅游业将迎来大发展。而北京去年人均GDP已超1.2万美元,中国旅游产业进入飞速发展时期。

世界旅游城市联合会的成立,将推动会员城市间的交流合作、共享旅游业发展经验、探讨城市旅游发展问题、加强旅游市场合作开发、提升旅游业发展水平、促进世界旅游城市经济社会协调发展。其总部永久设在北京,将促使北京把历史文化优势转化为发展优势,推动全国乃至世界旅游业发展。



Site年会上各国旅界人士齐聚北京

No.8 会奖奖励条例

事件回顾:2012年6月26日,北京市旅游发展委员会发布《北京市会奖旅游奖励资金管理办法(试行)》,配套总额2000万元资金,推动北京会奖旅游业发展。北京首批获奖项目涉及申办、举办国际会议类等六大类59个项目。会奖市场运营主体指标综合排名前十的企业中,1~3名奖励20万元,4~6名奖励15万元,7~10名奖励10万元。此外,北京每年还将选择不超过20个重要国际会议,给予不超过项目申报金额总额30%的奖励。

意义展望:

随着会奖旅游新政的出台,更多的会奖旅游机构会意识到品质与品牌的重要性,他们将会主动延伸自己的业务范围,并打开国际窗口。《办法》针对入境旅游、会奖旅游、旅游商品三大北京旅游产业的支柱板块给予奖励。瞄准中小企业,将入境游外联、入境游接待、入境游增幅、包机邮轮等产业细化,分别设立单项奖项,让不同分工的旅行社都能找到自己的定位。

No.4 Site2012

事件回顾:2012年9月14日,被誉为“世界会奖旅游业的奥运会”的Site全球年会在北京开幕。来自航空、奖励旅游公司、旅游批发商、研究机构、景区、餐饮等与商务会奖旅游相关的专业领域的精英首次齐聚北京。越来越多的国际买家和管理者认为,北京正成为会议和奖励旅游的新大陆。北京乃是中国会奖旅游面临前所未有的机遇,国际会奖产业将迎来新的力量。

意义展望:

Site成立近40年来首次在中国举办全球年会,将提升北京高端商务会奖旅游之都的地位,并给北京带来积极影响“如何在恰当的时间,在适合的地点,与正确的人创造绝佳的体验”、“如何设计令人难忘的团体会奖旅游经历”……内容丰富的专题论坛和分会场会议以及国际会奖旅游行业高水平的演讲嘉宾构成了会议的最大亮点。全球会奖旅游产业的400余位精英通过专题论坛和多个不同主题的分会场会议,探讨了国际会奖旅游发展的方向和趋势,学习了国际高端会奖组织机构的先进理念。Site年会成为北京展示会奖旅游资源的舞台。



高端酒店民族品牌诺金在天坛发布

No.9 京沪携手

事件回顾:2012年4月,北京、上海两城市签署了《关于共同促进高端会奖旅游产业发展的战略合作备忘录》。根据备忘录,京沪两地将建立高层互访制度,设立固定的联络和工作机构。此外,双方将支持对方或共同申办、联合举办ICCA全球年会、Site全球年会等大型国际会议;参与对方城市主办的IT&CM、CIBTM等高端会奖旅游活动。同时,京沪还将整合政府和业界资源,开展国际高端会奖营销;共同开展有关高端旅游调研、统计、促进政策、认证等方面的研究;共同支持企业开展跨地域高端会奖旅游项目。

意义展望:

近几年,北京的会奖旅游业增长速度保持在30%以上。会奖旅游带动产业结构、旅游观念、市场运作机制等各个方面的提升。北京和上海是中国两座重要的高端会奖旅游城市,有必要在政府层面达成协调与相互支持;随着航空、铁路交通等基础设施的改善和旅游项目的升级,京沪两地在携手促进高端会奖旅游产业方面的合作具有更广阔的空间。

No.5 高端酒店民族品牌

事件回顾:在国内高端奢华酒店领域,众奢华酒店虽多由国内投资商建造,但几乎都挂外资品牌,传统民族品牌长期缺位。早在2007年,首旅集团就已瞄准奢华五星级酒店这一市场,筹建高端奢华品牌“诺金”。2012年9月20日,首旅集团正式向全球推出高端酒店民族品牌“诺金”,这是中国高端旅游产业和饭店行业的又一个里程碑式的事件。

眼下,除雅高、万豪、喜达屋、香格里拉、凯悦等外资品牌外,国内高端酒店行业还涌现出大量民族品牌。如海航酒店集团的“唐拉雅秀”、锦江集团的“J酒店”、绿地集团的“铂瑞”、首旅集团的“安麓”、万达集团的“万达嘉华”等。

意义展望:

国内高端商务酒店市场渐趋饱和。在业界看来,就连前几年飞速发展的经济型酒店近来也呈现竞争激烈的态势。酒店业的市场呈现更加细分的态势,高端奢华酒店、五星级酒店、经济型酒店、特色精品酒店、主题酒店等不一而足。中国本土酒店品牌意识的觉醒,意味着万豪、希尔顿等外资酒店巨头过去30年间靠资产模式布局中国的战略将被动摇。



精品酒店北京励俊酒店总统套房

No.10 精品酒店

事件回顾:近几年,北京酒店业进入快速扩展时期。无论是高星级酒店还是经济型酒店,无论是国际酒店集团还是国内民族品牌,都加快在北京酒店业跑马圈地的进程。精品酒店作为细分市场,从无人问津到成为行业里的香饽饽,经历了不小的变化。

眼下,北京精品酒店数量呈井喷趋势发展,除了凯悦集团旗下精品酒店品牌柏悦、颐园旁的北京颐和安缦等国际大型酒店集团管理的精品酒店外,还涌现出北京红墙花园酒店、北京瓷品酒店等一系列单体精品酒店。

意义展望:

精品酒店是“后五星级酒店”时代的产物。在国外,由于五星级酒店同质化严重,一些酒店集团开始另辟蹊径,开创文化体验酒店。其注重的是深层次的共鸣和持续的吸引力。目前,国内真正能达到该标准的精品酒店还屈指可数。

虽然目前国内市场上,真正被市场认可的精品酒店不多,但业内人士预测,精品酒店市场前景相当广阔。长远来看,精品酒店在由量变到质变的过程中,必然会优胜劣汰决出一批真正的高标准精品酒店。对眼下厌倦了千篇一律的商务型酒店的消费者而言,精品酒店是一块有待开辟的绿洲。