

· 声音 ·

承办国际会议可提升品牌价值

锦江国际酒店管理有限公司首席执行官 施乐德



伴随着中国经济发展、国际商务旅游和会展活动剧增,正需要如全球商旅协会这样的组织,以一名“指导者”的身份在差旅管理行业中树立一个实践标杆。在中国承办这样的会议可以协助中国企业提升商旅管理价值、分享世界先进差旅管理经验,并以此完善中国差旅管理的基础与环境,培育中国差旅管理市场,站在国际视野,不断为客户提供全链条优质的商旅解决方案,满足国际高端商务客户的需求。

不要刻意回避顾客歧视

国家会议中心市场总监 许峰



企业想尽办法给客户以最大的效用,其中提升产品本身的质量、提高售后服务质量、通过包括广告在内的手段打造品牌等,都是在向客户传达“效用最大”这个信号。顾客为何青睐这些顶级品牌酒店?客户为何青睐大的会奖公司?顾客为何歧视那些不知名的酒店、会奖公司?个人的专业知识、专业技能、反应速度、从业经验、礼仪谈吐等都会让我们对一个酒店或者公司产生好感或产生厌恶。顾客歧视一直都存在,只是我们很少愿意敞开心扉承认而已。

俄罗斯将加强红色旅游建设

俄联邦旅游总署署长 拉季科夫



中国访俄游客人数5年来增长近3倍,旅游者占入境中国公民总数的比例由5年前的15%提高到去年的35%。2012年俄中旅游交流人数已经达到330万人次,两国政府确定力争在2015年实现俄中旅游交流人数达到500万人次的目标有望提前实现。

红色旅游在中国非常受欢迎,俄罗斯的红色旅游线路包括与苏共历史和与列宁生平相关的景点,未来也尽可能多地向中国游客展示这些旅游资源。目前俄政府正准备将伏尔加格勒、喀山和乌里扬诺夫斯克的红色旅游景点与伏尔加河旅游线路相结合,让中国游客既能乘船游览伏尔加河美景,又能参观红色历史遗迹。

栏目主持 姜子谦

· 数读旅业 ·

15秒 近日,国内最贵的一款旅游产品“118万元环游世界”正式接受报名。从报名开始,仅用了15秒钟,原定10个席位全部被预订走。据了解,连续三年推出“环游世界”产品,60天50万元、66天66万元、80天101万元行程分别在9分钟、30秒和17秒售罄,此次的“15秒”再破去年纪录。

据悉,这次的10名游客平均年龄为41岁,最年轻的仅25岁,全部为内地客人,以夫妻出行为主。

2450亿美元 据全球顶尖的商务旅行和商务会议组织全球商务旅行协会预测,2013年中国的商务旅行开支将会达到2450亿美元,到2014年可能超过美国。

资料显示,中国经济正快速增长,但许多商务旅行管理者对在中国运营的最佳方式仍然缺乏深入了解。以前根本提不上商务旅行日程的许多二级和三级城市,现在也逐渐成为了经济增长的热点,而许多业内人士对这些地方的住宿选择和旅游安全等问题仍然缺乏了解。

栏目主持 姜子谦

大事速览

亚洲旅行消费七年内将占全球1/3

某高星级酒店集团近日与The Futures Company共同发布了一项最新的旅游业研究报告。该报告总结了未来十年影响全球旅游业发展的几大趋势,以及一些新兴的旅行者类别。

该调查研究报告显示,未来新的环球旅行者,

将主要来自经济高速发展的国家,如:中国、印度、哥伦比亚、印度尼西亚、越南、埃及、土耳其以及非洲等地。这些拥有高消费能力的旅行者通常选择传统路线并希望探访所有必游景点。该报告还预测,截至2020年,仅亚洲旅

行者的旅游消费就将占到全球旅游消费总额的1/3。

值得一提的是,对于新兴市场的旅行者来说,旅行社的作用以及人与人的直接信息交流尤为重要。以中国为例,目前仅有12%-15%的机票和酒店是通过网上预订完成。

报告同时指出,一些名不见经传的或还未建立的城市可能迎来旅游休闲的增长。约400个在新兴市场中几乎不为人知的中等规模的城市,尤其是在中国以及印度,将在未来的十年内为全球经济贡献40%的增长率。

怀柔区借培训提速渤海民俗游建设

近日,怀柔区渤海镇加速把农民创业培训与民俗旅游有机衔接。

据了解,自2003年开始,启动了农民创业技能培训工程,他们采取“走出去,请进来”的办法,先后邀请京城各地区民俗专家讲礼仪、送良方、支高招,

经过专家们潜移默化的言传身教,不仅使600多位农民实现了由一产向三产的转移,而且使更多的民俗户提高了接待水准,走上了良性循环的道路。参加创业培训之前,不少民俗户实行的是粗放型管理,住宿条件、饭菜质量等都

没有过高的要求,就连床单、被罩配备也是五花八门,更别提户主与游客的互动沟通了。

培训中,老师们把注重接待礼仪、抓好特色宣传、保持室内外清洁、提高饭菜质量的意义讲得条条是道,使大家从中意识到,

民俗接待是一项系统工程,对接待礼仪、饭菜质量、诚实守信等方面必须全面考虑。民俗技能培训,促进了地区民俗旅游业的发展。如今,渤海镇不仅是全国旅游景观名镇,也是京郊最具魅力和发展前景的旅游镇之一。

东北两省区五地市结盟进京推介

初春的北京乍暖还寒,大庆、齐齐哈尔、黑河、大兴安岭、呼伦贝尔城际旅游联盟产品推介会就在北京国际饭店举办。会上就这些城市推出了“绿色养生游,休闲度假之旅”、“民俗风情游,灿烂文化之旅”、“自然风光游,畅游生态之旅”等主题的十条城际旅游联盟精品团队推荐专线。

据了解,首都北京不仅是全国接待入境旅游人数最多,旅游外汇最多的城市,也是入境的旅游集散地和国内旅游的发生地,推介活动可以让北京

市与联盟城市旅游界双方加强了解,为多方的旅游行业提供交流和洽谈的平台。此次由齐齐哈尔市牵头,跨两省区五地市的“4+1”城际旅游联盟开创了区域旅游合作新局面,大油田、大湿地、大火山、大森林、大草原的一个“大”字道尽“4+1”联盟独特的发展优势与市场号召力。

据介绍,打造五市旅游联盟,对于进一步加强相互间的交流合作,充分挖掘旅游资源,提升旅游品位,提高市场竞争力,实现共同发展,具有重要



齐齐哈尔湿地鹤乡

战略意义。随着合作的发展、资源的整合和产品的建设,国内著名、国际知

名的生态旅游胜地正呈现在世人的面前。

栏目主持 姜子谦

观察

资源整合让高端旅游更具吸引力

季鹏洋



在本期“特别关注”板块采访时记者发现,对于相当数量的中高端消费者,短期短途旅游也往往需要更多亮点。某资深自驾游玩家表示,如果自驾游的目的地只有一个度假村,这样的行程“也没有什么吸引力”。

对此,一些高端旅游

组织者已经开始行动,为主题游的“主题”增加更多元素。对某大型自驾游俱乐部来讲,北京郊区某湖区及周边景点已经是其常规目的地。而今年开始,通过其与另一游艇帆船俱乐部的合作,玩家不但可自驾至该湖区,还能在湖区试驾游艇和帆船,之后在湖边的主题会所进行休憩。

在笔者看来,汽车俱乐部和游艇俱乐部的合作,对经营者来说,通过共享开拓了高端客户资源,减少了营销成本,提高了营销效率。是一个在增大分子的同时减小分母的高

明之举;对游客来说,多了消费选择:一次出行,除了自驾的乐趣,还可在游艇中增加掌舵的新鲜体验;在景区赏花、用餐之余,还能在主题会所欣赏京剧、昆曲。这样的旅游体验,和单一的度假村相比,对玩家也更具有吸引力。

假以时日,随着自驾和游艇俱乐部合作的成熟,或许他们也可扮演“定制化旅行社”的角色。而不同的是,旅行社做的线路后来者也能操作;而深度合作达成的线路和方式,将以他们的耕耘获得消费者对品牌的忠诚度,后来者很难再分一杯羹。

当然,在这个过程中,企业间分享客户资源时要注意方式,将自己的行为局限在“在适当的时候以适当的方式提供适当的选项”,避免给高端消费者带来被骚扰被强制的感觉。毕竟,良好消费体验的保持,是高端游客保持和增加消费的前提。对于企业来讲,由一个主题开始,以增加选项的方式为消费者提供更多选择,才能串起高端旅游的资源,形成自己难以被模仿的经营优势;对于城市来讲,这样的经营者越多,城市的高端旅游资源才能够得到更充分的挖掘。