

假日经济对各国经济增长贡献显著

编者按

根据消费理论,居民假日休闲消费能够带动相关的铁路、民航、公路客货运、餐饮、酒店、零售业、广告业、通讯产业、银行业等12个产业的发展。与产业结构调整、基础设施建设和技术升级相比,假日经济释放的是已有消费潜力,拉动经济增长的短期效应明显。在全球经济复苏缓慢的形势下,各国争相发展假日经济吸引消费者。

近年来,中国游客已经成为各国入境游客的“香饽饽”。根据我国旅游部门的数据,2016年春节有600万人出境过年。有研究数据显示,近年来,中国居民出境旅游购物消费额约为1000亿美元以上,对旅游目的地经济增长作出了较大贡献。

当前,我国法定节假日和休息日总天数已经达到115天,人们的休闲购物需求远远没有饱和。海外各国发展假日经济的做法也为我国旅游业提供了借鉴。

印度尼西亚

入境游客翻一番 假日文化渐成风

本报驻雅加达记者 田原

旅游和购物——说起印尼发展假日经济,就不得不提这“两大法宝”。

巴厘岛、龙目岛、四王岛、婆罗浮屠……这一个个国内游客耳熟能详的知名景点,既是印尼的“国家名片”,又是印尼促进假日消费、刺激经济增长的“撒手锏”。根据印尼《2015—2019年国家发展规划》中期目标,2019年前印尼旅游业创造了2000万美元外汇收入和700万个新增工作岗位。为此,增加旅游免签国、服务外国游客度假的措施,成为印尼接连推出的“刺激经济政策包”的重要内容。2015年印尼对包括中国在内的总计75个国家和地区的游客实施30天免签入境。据印尼法律和人权部移民事务总司发言人海鲁·桑托索介绍,去年外国游客数超过510万人,其中,有90个国家和地区的326万游客免签入境,比2014年翻了一番。

为了解免签政策对印尼假日经济的促进作用,猴年春节前记者还是专门赴巴厘岛采访。此时,当地一些中档酒店已开始呈现“一房难求”的局面,凯悦、洲际等高档酒店也需提前一周甚至十几天预订才能保证有房。记者下榻的宜必思快捷酒店,由于房价相对较低,从早到晚都能看到满载中国游客的大巴车一辆接一辆地进进出出。一位名叫布恩的司机这些年来通过接待中国游客练就了一口流利的“东北普通话”,他对记者表示,“政府规定春节放假一天,休息?哪能啊!白天带着中国游客看看景儿、买买东西,晚上拉上他们上咱自家开的饭馆儿尝尝烤乳猪,媳妇儿数钱数得哟,那叫一心里美!”

如果说发展旅游业主要盯着“老外们的钱袋子”,那么各大商场则瞄着本国广大的消费者。别看印尼没有地铁、城铁,公交车也多以门都关不上的小巴士为主,整体基础设施发展水平有待提高,但印尼的商场绝对算得上国际一流。在品牌引入、设计装潢、配套设施、主题活动、消费服务等方面,雅加达的购物中心丝毫不逊色于北京的新世界和上海的新天地,如果再算上商场内好几层的免税旗舰店这个福利,与国际水平相比,丝毫不逊色。

国际一流的商场自然培育出了印尼十分发达而独特的“假日文化”。记者初到印尼时,曾被这样的画面所震撼:每逢节假日,爷爷奶奶、外公外婆、爸爸妈妈、五六个孩子,一家老小十几口人能在商场热热闹闹、叽叽喳喳地逛一天、买一天、玩一天。当你结束一天的“血拼之旅”,工作人员早已联系好出租车静静地等在商场出口,还帮你把大包小包裹妥当地在后备箱码好。虽然你满意地离开了商场,但是商场提供的服务并未结束,下一个节假日还没到,工作人员已经通过电子邮箱或社交账户将新一轮促销活动的信息发到你的手机上,并且根据上一次消费记录了解到你牙口不好,因而特意为你推荐了某品牌的口腔护理用品,并给出提示:“鉴于您对本商场的信任和忠诚,您在购买上述推荐产品时有折扣哟!”

澳大利亚悉尼

夜间消费真丰富 贡献三成新岗位

本报驻堪培拉记者 翁东辉

悉尼是座美丽的海湾城市,也是繁华的商业都市,每年都会吸引到多达3000多万全球各地的游客,其多彩文化和旖旎风光,造就了悉尼“世界旅游之都”的美誉。

悉尼正是依靠一系列文化、教育和创意产业的推广和创新,多姿多彩的餐饮、旅游观光、会展、金融服务等配套服务,让人们切身感受到了一流现代都市生活和自然风光。

近来,悉尼市开始实施夜间经济发展战略,计划在未來20年内完成。该计划以鼓励多元化的悉尼夜生活为主题,与文化机构合作,开展悉尼首届不眠之夜活动,每年挑选一个晚上,让众多的艺术馆和博物馆延长营业时间直至深夜,悉尼市图书馆则开通了夜间网络服务项目。

悉尼市已经连续7年举办“活力悉尼”灯光音乐节,为期18天,通常是在5月最近一周举行,这是历史建筑、艺术和科技的汇聚,主要表现夜晚悉尼的美丽。“活力悉尼”带给人们很多惊喜,已经成为世界上类似艺术节的佼佼者,成为澳大利亚主要的艺术活动品牌。

餐饮业更是夜间经济的急先锋。市政当局为悉尼街头的食品夜市和流动餐车提供优惠政策,吸引更多人参与到这项计划中来。比如,著名的悉尼鱼市每年都会在圣诞节前夕举办36小时海鲜马拉松活动,去年就曾吸引10万多人前往采购海鲜,人气爆棚,两天之内海鲜销售量接近700吨。对中国游客来说,到悉尼鱼市场品尝地道澳洲生猛海鲜,已经变得和参观悉尼歌剧院和海港大桥一样重要。

据统计,近年来,每年悉尼的夜间消费为本地经济贡献150亿澳元,并且创造了全市近三分之一的新增就业机会。

特别值得一提的是,连续举办了19届的悉尼农历新年庆典是中国以外规模最大的春节庆典活动,每年吸引60多万游客光顾悉尼市区,也是悉尼最为隆重的文化活动之一。刚刚过去的猴年新年,悉尼市投入了200多万澳元准备春节庆祝活动,今年一共举办了70多场农历新年庆祝活动,连续9天9夜向公众免费开放。

悉尼市长摩尔说,中国年庆典活动意义重大,我们从中获得了多元文化的有益价值。目前华人占到悉尼市总人口的16%,保持了他们与故乡的联结,增强澳大利亚与亚洲各国,特别是中国的联系是保持悉尼国际化都市地位的关键。

如今,悉尼市政府已经启动唐人街再升级改造计划,旨在使其成为悉尼黄金商业地带最具特色的休闲购物场所。

也许这就是悉尼的魅力所在,不断进取,不断创新,因此也吸引着成千上万的人们纷至沓来。假日经济不是简单的一个草台班子,搭台就能唱戏。悉尼努力打造国际化大都市,正是依靠综合竞争力,世界上最宜居的城市生活环境,多元的文化吸引力,才使得假日经济春华秋实,水到渠成。

本版编辑 刘亮

商务部数据显示

2015年中国游客境外消费约1.2万亿元

财富品质研究院根据品牌库中2万多个品牌的营业收入估算发现



上图 这是2月21日在马来西亚吉隆坡拍摄的2016丙申年全国挥春比赛现场。

当天,由马来西亚雪隆海南会馆主办的“2016丙申年全国挥春比赛”在吉隆坡举行,千余名书法爱好者参加了此项活动。

(新华社发)

左图 2月19日,舞者冒雨在妆艺大游行中表演。当日,新加坡妆艺大游行在新加坡F1赛道举行第一晚的表演。

(新华社发)

拥堵浪费时间,避免景点的熙熙攘攘中见人不见景,商家、旅馆的客源也可以保持均衡。

近年来,日本下大力气吸引外国游客,视外国游客为振兴日本经济的重要力量。特别是近几年日本放宽入境旅游签证条件,努力吸引外国游客。据日本政府观光局近日发布的访日游客人数统计,今年1月份接待外国游客同比增长52%,达到185.1万人次,为史上单月第二高水平。其中,中国游客的贡献最大,达到47.5万人,增加了1.1倍。2月份日本的春节更加火爆。日本观光厅日前在记者会上公布数据显示:按1月份的游客人次换算全年,约达到2200万人。

日本促进旅游的特色分别为购物和体验型旅游。日本商家在春节、五一黄金周、暑假等旅游旺季准备了各具特色的商品,同时日本各地方城市也打出了温泉、饮食、海景、休假体检等特色旅游产品。

日本正在全力以赴解决接待能力不足的问题。近两年的高峰期内,大巴车一车难求,据说生产大轿车的日野汽车公司收到的订单已经排到了两年之后。为解决旅游高峰期的旅馆不足,日本设立的国家战略特区中,东京都大田区今年初颁布条例,允许达到一定条件的民宅可以改为家庭旅馆“民宿”经营,为想体验日本社会风情的游客提供了便利。而且,“来的都是客”,日本服务行业的待客规矩和礼貌也为日本社会赢得了好评。日本的商业意识在开发旅游、发展假日经济方面得到了较好的体现。

英国

境外游客消费多 境内零售利润高

本报驻伦敦记者 蒋华栋

自金融危机以来,消费一直是拉动英国经济复苏前行的重要动力。如何利用好各类节日刺激海外和本国消费者的消费需求,成为了近年来英国政府和零售业企业的重要关注点。

2015年12月,圣诞假期旅游入境的游客数量相比于2014年12月上升了8%,2015年因假日旅游入境英国的游客数量相比2014年增长了1%。

英国政府着力在吸引海外游客在英消费上做文章。方法之一就是建立便利各国消费者的支付渠道。近两年来,无论是哈罗德百货、西田百货等伦敦室内购物中心,还是摄政街、牛津街沿线的各家门店,几乎所有商家都一改以往只接受万事达卡和维萨卡的局面,开始陆续接受美国运通卡和中国银联卡支付。英国伦敦订香定制旅游的总经理介绍,中英两国政府间关于金融合作的不断推进为英国零售业带来了更为便捷的支付通道,成为吸引中国游客赴英消费的重要亮点。

方法之二就是不断放松和拓宽签证政策。为了减少中国游客申请签证的成本和简化程序,英国内政部已经将中国游客访英原来的6个月旅游签证,在价格不变的情况下被延伸为两年多次往返签证。

在常规措施下,英国政府还经常出奇招吸引各方游客利用假日赴英旅游。针对中国游客,2014年英国政府斥资160万英镑,发起一场为英国重要旅游消费地点征集中文名称的活动。其中,英国重要的购物地点“碎片大厦”“萨维尔街”“骑士桥”“卡纳比街”等被分别命名为便于中国消费者接受的“摘星塔”“首翁定制街”“雅士博界”“咖乐比精品街”等。

英国政府和商家针对假日旅游消费的战略收到了成效。以2015年圣诞节假期为例,英国旅游局数据显示,在英镑的强势和低通胀率,人均消费有所下降的情况下,12月份英国入境游客本地消费同比上涨1%至17.4亿英镑。受12月份入境游客消费的强大拉动,2015年境外游客旅游消费总体上升至218亿英镑,为历史最高水平。

英国政府在频繁出招吸引海外游客假日消费的同时,英国零售商家则积极打出“感情牌”和“打折牌”吸引本国消费者。擅打“感情牌”是英国传统百货公司相对于新兴电商的优势所在。每年圣诞季到来之前,各家传统老店都要在电视和网络上传放斥巨资制作的圣诞宣传片。当地朋友告诉记者,如果哪一年缺少了百年老店约翰·路易斯百货温馨的圣诞短片,人们甚至觉得圣诞节不再完整。以温馨家庭、邻里互助为主题的圣诞短片吸引了人们抢购短片同款的各类礼品。

英国零售业企业更为一致的主打策略是“大规模打折”。市场研究机构捷孚凯负责人乔·斯特顿说:“对于英国人而言,圣诞消费是一件非常重要的事,太多的英国人希望围坐在新购买的厨房家具周边,一边吃着圣诞火鸡,一边在屏幕更大的电视上收看《唐顿庄园》。”

随着网络购物对于传统零售模式的冲击不断加大,英国各大零售企业也开始同时推行线上线下打折销售。英国商家圣诞节前和节日期间吸引消费者如此成功,以至于即使在去年12月英国经济前景不及预期的背景下,消费者消费信心指数仍空前高涨。捷孚凯消费者信心报告显示,2015年12月英国民众对于未来12个月的经济景气看法为两年多以来的最低水平。然而,消费者对于圣诞节期间大笔消费预期更为明显。调查显示,节日打折力度成为吸引消费者购买大件消费品的最重要因素。

以2015年第四季度为例,德国英国公司零售业主管伊恩·葛迪斯表示,此次圣诞节期间的打折力度是前所未有的,同时从利润增长的角度来看,零售业企业也取得了巨大的成功。英国第四季度总体零售消费额上涨了1.1%;受此拉动,2015年的销售额增速也是近11年来最快的一年。

日本

假期刺激消费欲 特色旅游引客来

本报记者 苏海河

日本的假日也很多,除新年、5月黄金周、暑期盂兰盆节等大型假期外,春分、秋分、敬老日、文化日、感谢勤劳节、大海之日、山岳之日、绿色之日等假日也很多。据日本劳动政策研究机构2010年对主要国家的统计,日本全年假日达到136天,与英国相同,仅次于144天的德国、141天的意大利、139天的法国,日本已经进入休假大国行列。

自2000年以来,日本也把发展假日经济当做发展重点,希望通过假日消费带动零售、餐饮、住宿、娱乐、旅游等服务产业的发展。目前,这些消费产业已经成为日本经济的重要支柱。

日本GDP的六成以上靠国内消费,其中假日消费成为拉动居民消费的重要动力。休假带来的消费刺激显而易见,大型商业企业伊势丹公司统计,假日顾客流量增加60%,日本旅行社发现三连休时外出住宿旅游的人数明显多于周末。据日本观光振兴协会常务理事丁野朗介

绍,日本每增加一天假日的经济效益约为3000亿日元。

日本庆应大学教授櫻本光研究发,日本虽然法定假日很多,但企业员工的带薪休假落实率并不高,仅为50%左右,如果全部享受假期,那么给社会带来的经济效益将达到16万亿日元以上。

日本政府为支持假日经济,采取了多项措施。一是增加带薪休假的国民纪念日,如增设“大海之日”“绿色之日”,政府、企业、学校一律放假。二是将一些原来固定日期的假日调整为最近的周一,如2000年将“成人日”“体育日”,2003年将“大海日”“敬老日”调至周一,人们可以与周末连接实现三连休,便于出门休假等消费。这些措施被称为政府“不用财政支出的经济对策”。

同时,对于集中休假造成的交通拥堵、客房紧张、价格上浮等消费者的不满,日本政府开始倡导错峰休假,即不同的地区或企业,可以根据自身情况调整休假日期,或允许员工在一定范围内自行调休。这样,可以避免交通