

中国游客春节境外“血拼”

日本马桶盖电饭煲热销 西班牙酒店改菜单吸引中国游客



日本

马桶盖几乎断货

日本《每日新闻》2月22日发表题为《“中国资金”春节期间席卷日本列岛》的文章称,百货店的销售额出乎预料地创新高,日本列岛因“中国资金”而沸腾,但酒店和机场的接待能力已经达到极限。

在家电方面,电饭煲等“招牌”商品依然畅销,今年人气大增的是温水洗净马桶盖。秋叶原一家大电器店销售人

员说:“马桶盖几乎处于断货状态。”生产厂家驹住集团的工作人员说,面向海外市场的商品销售今年增长了一倍以上,现在扩大了生产。

另外,美国《华盛顿邮报》网站日前发文称,中国游客来到日本享受寿司和购物,但越来越多的中国人来这里也是为了享受一样金钱买不到的东西:新鲜空气。

日前,大批中国游客来到北海道首府札幌参加冰雪节。在这里,几乎在每一座冰雕和每一个拉面摊前都能听到讲汉语的声音。

常有人抱怨中国游客说话声音太大,不考虑周围人的感受。但一位不愿透露姓名的日本餐馆老板说:“如果没有中国游客,日本旅游业就无法生存,所以我们不想抱怨什么。”

数说

三越百货公司东京银座店春节前3天免税品销售额同比增长2.4%,增加免税商品是原因之一。银座店员工说:“售价将近100万日元(约合5.3万人民币)的首饰等高价商品销路很好。”

去年赴日本旅游的中国游客数量比前一年增加了83%,使中国大陆成为仅次于台湾和韩国的日本第三大旅游客源地。

西班牙

推“中国友好型”酒店

为了让中国游客逛得开心、吃得舒心、住得顺心,西班牙的各大商家和酒店同样用尽心思。

西班牙最大的百货连锁公司英格列斯百货公司位于马德里的旗舰店推出中文导购

服务。不少五星级酒店为迎合中国顾客口味而调整菜单,推出鸡肉面、中式点心和米饭等早餐,接入中国电视台信号,提供中文导游服务,还在中国顾客入住的房间

提供电茶壶。

一家高档连锁酒店的发言人莎拉·迪亚斯说,西班牙不少亚洲酒店如今都成为“中国友好型”酒店,在中国消费者中口碑不错。

数说

过去10年间,中国已经成为全球游客数量增长最快国家。现阶段,只有中国国际航空公司提供每周7次的中国至西班牙直航服务,西班牙政府眼下正与亚洲多家航空公司磋商,希望以降低机场费用等手段增加亚洲直飞航线。

洛杉矶

开培训班了解中国

中美两国去年达成旅游和商务签证10年有效的协议,新签证政策实行后,随着中国访美人数进一步增长,消费额很可能继续上升。

玛丽安是亨廷顿朗廷酒店的团体销售部经理,为更好地了解中国客人的习惯,她参加了“中国,我准备好了”培训班。通过学习,她了解到中国客人的房间最好配备烧水壶、方便面和筷子,酒店还应该为中

国客人准备中文地图,中国人用微信而不是推特和脸书,中国人用百度而不是谷歌……

位于大洛杉矶地区的南岸广场购物中心推出了刷银联卡1000美元以上可返券50美元至100美元的优惠措施。南岸广场还在春节前后十几天推出一系列庆祝活动,现场演出、图片展览、抽奖等活动搭配着金羊、红灯笼等中国新年传统装饰。

数说

中国游客购买力强,被戏称为“会走路的钱包”。据美国加利福尼亚州旅游部门统计,2013年中国游客在加州的消费总额达19亿美元,2014年预计有所上升。新签证政策实行后,随着中国访美人数进一步增长,消费额很可能继续上升。

新加坡

商场舞狮发红包

对于华人人占七成的新加坡来说,农历春节是一年中最重要的节日。走在商业中心乌节路,有些游客熟知的购物中心如义安城仍然遵循传统在初一初二关门歇业,而更多的商业中心则坚持春节不打烊,喜迎八方客。

在游客聚集的滨

海湾金沙商业区,人流熙攘,热闹非凡,与平日上午的冷清截然不同。各大品牌的橱窗都打出春节招牌,展示的服饰也大多运用了红色等喜庆元素。商场为烘托过年气氛,不但请来“财神爷”给用餐的民众派发红包,还邀请舞狮队驻场表演。

数说

2013年,中国游客超过印度尼西亚旅客,成为在新加坡花费最高的外国游客群体。2014年中国游客人均消费额大幅上涨29%,达到1600新元。中国游客在新加坡购物开销约占国外游客购物总开支的一半以上。

(据《北京晨报》)

春节长假是不少中国人与家人团聚的好机会,但也有不少人趁这个假期出国旅行。春节长假期间,中国游客“席卷”日本、新加坡、西班牙、洛杉矶等地,不仅带来“购物潮”,使一些商场销售额创下纪录,也使得不少宾馆和机场达到饱和状态。