

营业额大幅缩水 看好中低端市场

高端酒店面临平稳转型

本报2月28日讯(记者 刘振)“杜绝舌尖上的浪费”、“光盘行动”……年前的节俭风让市区不少高端酒店很受伤,营业额普遍下降了六七成。28日,记者调查了解到,不少高端酒店放低身段,瞄准中低端消费市场,开发大众餐品,抢占婚宴市场,转型之势迫在眉睫。

28日,记者从山东美食休闲季电视动员会议上获悉,随着公务接待量的大幅缩减,如今星级酒店都面临着“不转型就关门”的危机,春节期间

不少高档酒店的营业额较往年直线下滑,德城区一家星级酒店的营业额下降了38%,开发区一家高端酒店甚至出现了裁员的情况,与之相反,中低端酒店大多“平稳”过年,一些商务型酒店的营业额较往年小幅上升。

记者了解到,除了缩水的公务接待订单,不少高端星级酒店的人均消费标准也在下降,从原先的100元/人降低到50-80元/人,最低消费标准和房间费也被取消。“春节期间没

接到一个公费订餐,基本上都是家庭聚餐,加上人均消费的减少,营业额下降了四五成。”德城区一家高档酒店餐饮部负责人说。

“让饭店产品走到老百姓身边。”28日,省旅游局局长于冲提出破题之举。据了解,开发大众餐品、开拓中低端市场已成为市区多数高档酒店的共识。“没有房间费和最低消费,客人只点一盘土豆丝也会做,有一次一个大锅里就煮了3片带鱼。”贵都大酒店餐饮部负责

人刘女士告诉记者,降低消费门槛吸引更多普通社会顾客进来,目前在窝窝团等网站上开展了网络营销以及外卖业务,下一步将抓紧开发婚宴市场。

“过去老百姓对星级酒店有一定的心理障碍,担心高消费不敢进门,今后将走更加大众化、平民化的营销路线。”28日下午,凯元温泉度假村宣传负责人于女士说,如今筹划依托酒店的温泉资源,推出泡温泉和餐饮“绑定”消费项目,并向中低端消费市场发力。

美食休闲季4月启动

本报2月28日讯(记者 刘振)记者从28日召开的“山东美食休闲季”活动电视动员会议上获悉,“山东美食休闲季”活动将于4月1日至6月30日举办。届时,德州各县市将举办美食嘉年华、美食月、美食周等活动,推出一批适合大众消费的招牌菜、特色菜和风味小吃,同时扩大店外餐饮经营。

“如今公款消费少了,星级酒店要调整产品结构,面向普通老百姓,开发德州宴、德州菜、德州美食,形成德州制式美食产品。”28日下午,德州旅游局局长扈建军介绍说,“美食休闲季”期间,各县市区要根据当地餐饮文化特色,策划组织美食嘉年华、美食月、美食周等活动,组织各星级酒店、会员单位等旅游餐饮企业参与进来,并组织当地及各地内外特色小吃展卖、品牌农副产品(食材)直销等活动,惠及民众和游客。

市旅游饭店协会、市烹饪协会相关负责人称,将协调各会员单位与各星级酒店、餐馆等餐饮企业一同,推出1至2款特色鲜明的招牌菜,3至5款具有浓郁地方风情的特色菜。创新制作家常菜、廉价菜和季节菜,设立小份菜、半份菜,丰富菜品种类。

服务业税收占近五成

本报2月28日讯(记者 张晓琳 通讯员 田卫东) 28日,记者从德州市发改委获悉,在元旦、春节假期消费和耕地占用税、契税两税集中入库的带动下,1月份全市服务业税收占全部税收收入的比例达到48.1%,税收额和增幅均创近年来新高。

据统计,1月份全市服务业累计实现国、地税收入9亿元;服务业税收占全部税收收入的比例达到48.1%,比去年同期提高4.5个百分点。

从行业看,受元旦、春节假期消费增长的影响,批发零售、住宿餐饮、交通运输等行业营业税分别增长41.6%、28.3%、23.3%;耕地占用税、契税1月份集中入库,增长360%。其中,齐河县、乐陵市、运河经济开发区、武城县、平原县、宁津县等6个县市区服务业税收增长速度超过40%。

吃炒豆啦

“二月二,剪龙头,吃炒豆,人不害病地丰收。”临近农历二月二,大学路一家超市内开辟了“二月二龙抬头”炒豆专柜,十几个品种的炒豆等待市民选购。

本报记者 孙婷婷 摄影报道



市教育局发“校园节俭”倡议书

公务接待首选学校餐厅

本报2月28日讯(记者 常学艺) 28日,德州市教育局向全市教育系统发出“勤俭节约办教育 建设节约型校园”倡议,并下发通知。

德州市教育局要求各级各类学校要因校制宜,制定针对性强、操作性强的办法和措施,大力推动节约型校园建设。要

在教学实验、科学研究、行政办公、基建后勤等方面,建立严格、科学、合理的管理制度。在节约用水、节约用电、节约办公用品、节约经费等各个环节制定具体实施办法。完善评价、监管措施,形成有利于节约的制约和激励机制。

另外,要严格开支标准,

控制各项经费支出。按照朴素、实用、适用和节约资源的原则建设学校校舍,严格控制校舍建设项目的造价标准,坚决杜绝各种浪费。公务接待一般在学校餐厅安排工作餐,要减少会议数量,控制会议规模,降低会议成本。要严格控制各类剪彩、奠基活动和庆祝

会、纪念会、表彰会、研讨会及各类论坛。

“我们倡导吃完所购食物,不留剩菜剩饭的“光盘行动”。”市教育局工作人员说,加强校园采暖、空调、照明灯主要用能设备维护管理,强化节能措施并广泛开展节水、节电、节纸活动,以实际行动降低能源消耗。

安利万人团3月再赴台湾 将带去11亿新台币商机

2013年2月26日,安利“心动台湾万人行”新闻发布会在沪举行,宣布从3月12日-4月1日期间,分5个批次安排12,000名安利绩优营销人员,先后从大陆19个城市出发,直飞台湾举办2013安利(中国)营销菁英进修研讨会。这是继2009年安利万人邮轮游之后,安利再次将海外研讨会选址在宝岛台湾。据悉,此行在继续推动两岸民间交流的同时,也将带去11亿新台币商机。安利(中国)总裁黄德荫、安利大中华区副总裁刘明雄、中国旅行社社总副裁张士刚、中旅会展公司副裁张士京、台湾海峡两岸观光旅游协会上海办事处主任李嘉斌等出席新闻发布会并致辞。

据安利大中华区副总裁、安利(中国)培训中心院长刘明雄介绍,2009年,“安利心动台湾万人行”作为两岸三通以来第一个邮轮直航团,曾在两岸引起极大反响。事隔四年,“安利心动台湾万人行”重返台湾,不同于上次吃、住、培训在邮轮,上岸只游览重点景点的模式,此次承办方中国旅行社精心设计了10条深度游线路,供每批次安利营销青

英自主选择,将到访日月潭、阿里山、花莲、高雄等著名景点和城市,保证此行是团体游规模,自由品质。此外,主办方还为每人准备了自行车、出租车代金券,以方便大家深度了解台湾的风情文化,与台湾同胞更深入地沟通交流。同时,安利公司还将在台北“华中露营地”举行盛大的嘉年华游园会和特色晚宴,并将邀请台北市民光临同乐。

据测算,除去大陆和台湾之间的往返交通,仅在台湾的酒店住宿、各类宴会、游览观光等,安利将为每位营销人员支付近7.5万新台币,总计直接花费将达9亿新台币。同时,为发挥刺激经济的乘数效应,台湾地面接待所用食材、礼包、甚至鲜花和饮用水等,均为台湾本地生产。加上估算安利营销人员的个人消费1亿新台币,以及支付给台湾各航空公司的机票费用约7,200万新台币,此行将为台湾带去11亿新台币商机。此外,在嘉年华游园会期间,安利还将举行“台湾希望工场”爱心商品义卖,组织营销人员现场认购残障人士参与制作的手工艺品和万能洁布。安利预估此次慈善销售金

额将达400万新台币。

安利(中国)总裁黄德荫在致辞中感谢两岸有关部门为促成此行付出的巨大努力,并表示,这次进修旅游活动不仅会开阔安利营销人员的眼界,也会进一步促进海峡两岸经济和文化交流。

中国旅行社社总副裁张士刚表示,此次活动得到了海峡两岸旅游部门的高度认可和大力支持,是经国家旅游局特案批准的2013年度中国大陆赴台湾最大规模的旅游团组,相信会对繁荣台湾市场,增强海峡两岸的交流有深远的意义。

台湾海峡两岸观光旅游协会上海办事处主任李嘉斌表示,感谢安利继2009年后再次选择台湾作为旅游目的地。台湾观光局今年致力提升陆客赴台旅游质量,安利公司给了最实际、最直接的支持。此次以极具创意的行程规划与用心安排,让旅程深入体验台湾的自在生活型态与台湾自然之美,更确保旅游安全与质量。此次活动获得台湾各界极大回响,也是首次获官方支持的活动。

据悉,安利营销菁英海外进修



(从左至右)中国旅行社社总副裁张士刚、安利(中国)总裁黄德荫、台湾海峡两岸观光旅游协会上海办事处主任李嘉斌、安利大中华区副总裁刘明雄。

研讨会,是安利面向绩优营销人员的年度培训项目,近年来已先后在我国台湾、悉尼、洛杉矶、普吉岛等地成功举办。该项目将业务会议、培训研讨、沟通联谊与海外旅行相结合,在总结部署工作,提升人员素质的同时,也开阔其眼界,提高其士气,是安利整个培训体系中最具特色的部门。安利培训体系依托安利

(中国)培训中心和安利(中国)教育网,对营销人员开放必修、选修、进修等线上线下培训科目,截至2012年6月底,安利(中国)培训中心共培训营销人员超过800万人次,安利(中国)教育网系统培训营销人员15.5万人,是安利(中国)提升全面广大营销人员专业知识、业务技能、综合素质,商德商道的重要渠道。