



商旅资讯

智慧差旅管控电商平台上线运营

本报讯 近日,由差旅天下网络技术股份有限公司自主研发的差旅管控电商平台正式上线运营,该平台将出现将为政府、集团、中小企业带来更多、更好、更节约的差旅解决方案,并为社会创造更多价值。

吉林差旅天下网络技术股份有限公司(以下简称差旅天下)成立于2010年,是一家致力于差旅管控和服务外包系统解决方案的供应商和服务商。2014年1月24日,差旅天下在 新三板挂牌上市,成为吉林省内首家新三板挂牌公司。差旅天下坚持以软件自主研发为核心驱动力,并面向法人客户提供差旅管控方案设计 & 差旅服务外包业务,负责方案的落地、执行、实施并负责达成目标。

据了解,由差旅天下自主研发的“智慧差旅管控平台TMC Online 2.0”,“企业集团差旅管控与外包服务软件”PC客户端和苹果、安卓手机端,“中小企业差旅管控与外包服务软件”PC客户端和苹果、安卓手机端等也于近日正式上线,此举标志着专注于中国式差旅管控和服务外包的专用软件走入公众视野,并将为众多法人客户节约15%以上的差旅成本。

(宗和)

2015企业商务差旅和会奖旅游高峰论坛圆满落幕

本报讯 近日,由 Eurasia Group 下属 Travel & MICE 专业品牌ETM主办的“2015企业商务差旅和会奖旅游高峰论坛”在上海圆满落幕。

据悉,本次论坛吸引近250位来自众多行业的企业高管、业界专家来现场学习交流企业差旅和商务会奖旅游管理经验,同时实现了“帮助企业以更好方式展开企业商务会奖旅游管理,全面提升企业会奖体验”的大会宗旨。

为确保活动质量,主办方 Eurasia 做了大量的市场调查,最终精选出十几个业内关注的热点话题,并且邀请企业差旅和商务会奖旅游行业的权威国际组织、世界500强企业相关高管作为演讲嘉宾来全面解析并分享相关专业知识及管理经验。如全球商务旅行协会(GBTA)就“全球旅游市场的两极分化及其对中国的影响”的主题做了深刻解析;国际SOS救援中心就“商务旅游风险管理的趋势和新兴方向”的主题诠释了当前什么是最主要的健康风险以及如何保障商务差旅者住宿安全等问题。

论坛的一大亮点是,因受国内商务会奖旅游市场稳健增长的影响,主办方 Eurasia 邀请的众多企业用户前往旅游管理公司、航空公司、旅游保险、差旅管理公司等展台参观洽谈,企业用户热情高涨令展台工作人员应接不暇。

(吕游菊)

隐居集团撬动资本并扩张海外市场

■ 本报记者 兰馨

隐居集团(以下简称隐居)将启动海外业务,联动世界各地优质高端旅游及生活度假资源,实现国内外高端度假市场无缝对接。

日前,浙江隐居集团有限公司董事长、隐居品牌创始人黄严在隐居繁华(上海)雅集公馆举行的隐居集团4周年品牌发布会上向外界公布了上述消息。据其介绍,隐居成立4年来,已从单一的酒店式物理平台,发展成为酒店式物理平台与生活方式平台交错的全品牌体系。

简单地说,隐居是文化创意和生活方式服务商,有辨识度、有情怀。“隐世如来”是其倡导的“隐居世界,如期而来”,一如其广告语——“是时候去隐居,哪怕只有几天”。

随着隐居式哲学的丰富与充盈,隐居世界如同平行于现实生活的时空,开始滋养着“隐居人”和“悦隐族”的灵魂,这也构成了此次活动的顶层内涵——“隐世如来”。

目前,隐居已有酒店项目6个,今年在装修的项目6个,将于明年签约的项目15个。

启动海外项目

据黄严介绍,目前,隐居已完成A轮融资,按计划将于10月在新三板上市。

黄严表示,隐居正借助资本引入,进行股权完善和调整,以更好地应对未来快速的发展。在股权结构调整的同时,隐居还引入了全新的战略合作伙伴,包括永宣

资本、三特集团、浙商私董会、浙大乐创汇,以及隐居的坚定支持者晨兴资本合伙人、个人股东刘芹夫妇。

在实现整体品牌高端突围的基础上,隐居今年还将正式推出全新的“乡宿”及“小隐”这两大与“隐居”系列并行的子品牌。这两个品牌将同样以文化创意、生活美学为内核,将隐居式服务与品牌内涵同中国乡村及度假目的地相结合,打造乡野品质度假的全新标杆。

此外,隐居今年启动泰国、美国、法国的海外项目。

文化缔造品牌

为营造高端生活品质,隐居坚守自营酒店选址遵循五原则:须处清雅宁静之地,纵置身繁华市井,亦求闹中取静;窗外风景须别具风情,使人悦目赏心;酒店内设须精益求精、匠心独具;注重客人居住体验的点滴细节,时刻辅以物质与人文双重关怀;务必控制规模,精巧兼具雅致,脱俗而非大众。如获客户肯定的隐居西湖、隐居海上、隐居繁华、隐居洱海、隐居逸扬、隐居隽水等。

此外,隐居还执着地遵循“连锁不复制”、“强调文化顶层设计”、“深化综合设计”、“构建中国隐管家服务标准”等一系列“隐居信条”。

据了解,依托隐居文化的酒店物理空间,隐居通过挖掘“悦隐族”多层次的需求,同时又打造出了“食隐”、“悦隐堂”、“雅活馆”、“隐居度假”等一系列生活方式



品牌,聚焦于悦饮食养、养生理疗、雅物美器、品质度假等方面。

隐居的目标客户为“4高2有人群”,即高素质、高收入、高标准、高要求,有情怀、有品位人士。

《隐世如来》即将出版

“我是务实的理想主义者。”黄严如是说。

近期,隐居联手香港三联书店打造的创意图书《隐世如来》即将出版。据黄严介绍,《隐世如来》一书汇集了当今中国生活方式创新领域的文人雅士,将当下生活与酒店的美学理念与实践进行梳理,完美呈现“隐居世界”将要打造的丰富意向。

业内资深人士表示,隐居是以文化为

生产力的缔造者,让隐于世的生活更具品质。这不仅是一种情怀和品位,而且还能满足当下一部分生活在喧嚣世界中的新富阶层精神上的追求。

在“隐世如来”4周年发布会上,隐居遴选了20余位社会各界知名人士为“隐居神秘体验客”。其中,既有超级名模黄超燕、著名财经作家吴晓波;又有天津荣程集团董事长张荣华、三特集团副董事长曾磊光这样的商业精英。

黄严强调说:“未来的隐居世界将渐行渐远,我们不忘初心。”

商旅关注

千岛湖旅游倾力打造国内湖泊旅游典范

■ 本报记者 袁远

自从去年下半年以来,千岛湖旅游几乎每个月都留下“浓重”的一笔。在关注千岛湖旅游的业内人士看来,千岛湖旅游转型升级明显呈现出加速的态势。尤其是经过30多年的发展,千岛湖旅游已经被公认为国内湖泊旅游的典范,专家学者在研究发展模式时,甚至把淳安千岛湖与加拿大安大略省千岛湖、新西兰皇后镇瓦卡提普湖并列作对比。

打造体验式生态文化度假游地

在千岛湖,岸边,是充满当地浓郁风情的传统民居“淳安人家”;湖上,则是可以漂流的休闲度假小木屋,你可以在林中漫步,也可以借着网绳栈道、索桥溜索穿越溪谷……可以说,这是一个以体验式生态文化度假产业链为核心的“美丽乡村”产品。

“把绿道进行到底”,是淳安县委县政府打造环湖旅游产业的新口号。根据这一思路,千岛湖旅游从去年开始,就加大了将旅游方式由千岛湖景区游、千岛湖城区旅游向环湖旅游转型的力度。同时,进

一步突出环湖绿道建设,把绿道当成一个千岛湖旅游基础性的引领性产品,通过绿道把周边的旅游资源整合成一个个旅游的片区,使之形成一条环湖的旅游精品线。

来自旅游部门的统计数据显示,2014年,千岛湖绿道仅骑行俱乐部接待的游客就达35万人次。今年一季度,千岛湖农家乐游客人数快速增长,增长幅度超过了50%。

将度假型酒店引入放在首位

针对千岛湖虽然已拥有7家五星级标准酒店、8家四星级标准酒店,但大部分又都属于商务型酒店。针对这一现状,千岛湖在引进新的高星级酒店时,将度假型酒店的引进放在首位,以期实现高星级酒店结构调整。

近年来,千岛湖旅游还从岸上、岛上观景逐步向水上娱乐发展,而空中观光旅游始终还是空白。新开发的的“空中揽胜”项目所使用的直升机是由美国罗宾逊直升机公司生产的R44雷鸟Ⅱ型直升机,该直升机灵活机动,安全性高,机舱内设真皮座椅和空调,一次可载3名游客,目前已引进2架,预计今后将达到5架,并逐步开放更多航线。据了解,将在本月正式

运营的千岛湖“空中揽胜”项目,除了能让游客空中俯瞰、领略千岛湖最美的一面之外,还将结合近年来兴起的婚纱摄影旅游,推出空中婚纱旅拍。

“智慧旅游”锦上添花

近年来,全国各地、各景区开展了形式多样的智慧旅游景区建设工作。对高端旅游目的地千岛湖来说,智慧旅游也力求实现其游客随时随地获取全过程、个性化的服务,增强游客的感受,并通过宽带移动网络实现任何地点任何人都可以共享旅游感受的超凡体验,给千岛湖高端旅游锦上添花。

千岛湖旅委的余登辉曾告诉本报记者,千岛湖为实现智慧旅游专门打造了千岛湖旅游中央数据库。这个数据库包括旅游信息数据中心和数据交换系统,是整个智慧旅游建设的信息基础。旅游企业可以通过旅游云服务平台集中上传数据,也可以通过旅委提供的数据交换标准和接口,与各自现有系统实现数据同步和交换。

同时,千岛湖的无线互联网基础设施建设,为游客随时随地上网获取目的地旅游信息提供了极大的便利。尤其方便商务

游客通过自己的智能手机就可以获取旅游信息。网络覆盖区域以游客集聚的码头、咨询中心、广场、景点、酒店、休闲游船、餐馆、茶楼以及乡村旅游特色村、自驾骑行营地等场所为主。旅游企业也可实时、精准地开展移动营销及推广宣传,并与游客进行实时互动、反馈,借助良好的网络口碑实现品牌和产品的广泛传播。

由千岛湖旅委同步创建的电子地图是为游客提供导航、导游、导览服务的基础,也是景区管理的基础。通过旅游电子地图,游客可以自己安排旅游线路,在地图上获取景区、酒店、餐馆、码头、车站、农家乐、便民生活场所等全县旅游资源的精确位置,同时也可提升旅游行业的管理效率。

针对游客集中游览带来的景区拥堵现象,千岛湖旅委还专门建设了统一的旅游接待指挥中心。通过汇集各交通道路的车流量信息、风景区的游客量信息以及湖区游船艇的运力情况信息,经由游客动态监测系统分析,制定出有效的疏导方案,并把相关引导信息通过LCD/LED屏、手机、互动信息屏、数字电视等渠道发布告知游客,实现疏导和指挥。

会展业可以向Uber学点什么?



■ 唐雪

近日,随着打车软件鼻祖级APP——优步(Uber)身陷“无照运营”风波,各界讨论也甚嚣尘上。Uber的广州、成都办事处相继被查,坊间的声音却此消彼长,倒是像为其做了一个极好的推广。

都说全球最大的出租车公司Uber没有一辆出租车,全球市值最高的零售商阿里巴巴也没有一件库存,全国前三大酒店业OTA没有一间客房……

会展业也正积极拥抱“互联网+”,寻求创新发展的新思维。设想一下,若是存在一个如Uber般令展会主办方和展馆都认可的平台,并制定出相关游戏规则,让展馆盘活起来,相信也是展馆方的福音。

“让司机永远在路上多跑”,是Uber运营策略的核心。每周不同的奖励政策促成用户与司机之间的势能交接,有前提的补贴奖励,如4.8星级的门槛、80%的接单率、推荐奖励等,更是直接利用了市场化的经济杠杆原理,达到了无需直接吆喝的好效果。

众所周知,会展业被形象地称为“现代城市的面包”,业内从业人员被誉为“面包师”。Uber能够在每个城市不超过10人团队的运营下,以创新思维和政策杠杆迅速崛起。身处会展业中的我们,论及现代服务精神,还可以向Uber学点什么?

一般打车软件都是乘客给司机评分,但Uber的司机也能给乘客打分。若让司机等了很久,乘客有可能会得到低分。低分过多

时,乘客会被标注为不太受欢迎的用户。同等原则若是应用于展馆方与主办方之间的互评机制,或能在一定程度上既提升展馆服务水平,又提升主办方的办展质量。

不同的是,Uber用户一旦下单,系统会自动派单给最符合条件的司机,自动匹配无需抢单。相比较而言,会展业无论是展馆还是主办方目前仍逃不开“抢单”的命运。

我国的展馆建设方兴未艾,自2010年进入新一轮的投资周期后,始终热度不减。据中国贸促会发布的2014年度《中国展览经济发展报告》显示,不但京沪穗等核心展览城市的大型展馆正在加快展馆改扩建的步伐,二三线城市也纷纷将兴建展览中心作为推动当地会展业发展、拉动社会经济和城市建设的核心项目之一。

前不久,国务院发布的《关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》,对进一步促进展览业改革发展作出全面部署,提出了完善展馆管理运营机制的相关要求。不难发现,在激烈的展馆竞争中,如何创新运营和树立品牌,将是展馆在新常态下发展需要面对的重要课题。

过去一年,珠海会展业呈现出总量扩

大、规格提升、效益增长等特点,从拼命追赶到引领发展,珠海会展经济即将完成“弯道超车”。与此同时,珠海国际会展中心运营半年交出可喜成绩单:圆满接待世界零售业巨头沃尔玛的新年准备会议,经受了万人规模的“会议+展览+餐饮”的综合“大考”。令人振奋的是,中国会展经济研究会已确定将其2016年年会落户珠海国际会展中心。

成绩的背后,得益于创新的助推。大到规划建设,小到运营管理和服 务,甚至细微到每一个自助餐台的设计,创新理念无处不在。既强调外观设计的视觉效果,更注重内在功能的实用性,综合业态的集聚,不失为创新发展的新思维。

可否借鉴Uber等新锐“互联网+”案例,搏击长空,借以改变会展业硝烟四起的竞争格局?笔者心怀期待。

(作者系国家会议中心副总经理、珠海国际会展中心总经理)

会展红粉秀