



## 商旅资讯

### 博鳌发布旅游度假“护照”

**本报讯** 近日,海南中远博鳌有限公司正式发布“博鳌时光(护照)”,凡是持博鳌护照的游客在挂有博鳌时光木牌的商家消费时,出示“护照”即可享受相应的折扣优惠,并可加盖“纪念章”。作为纪念及积章兑换礼品的凭据,“护照”具有趣味性、纪念性及实用性等特点。

“博鳌时光(护照)”旨在将博鳌区域内吃、住、行、游、购、娱等特色商家联合起来,利用“护照”平台,给消费者提供旅游攻略、商家优惠、资源联动等信息,逐渐将博鳌打造成为国内一流的旅游综合体。另外,“护照”也将为会奖旅游、产品联合发布等创建平台,从而带动整个博鳌区域的会议会奖、旅游度假。

海南省已将会展业作为优先扶持发展的产业之一,未来海南会展业将形成海口、三亚、博鳌三个主要发展区域。海南省商务厅副厅长王克强说,目前每年博鳌亚洲论坛承载大约300场各项会议,为“博鳌时光(护照)”的推广创造了稳定的客户基础。海南会展业已间接衍生出大量旅游人群,来琼旅游人群1/3强源自会展业。

(祝 勇)

### 深圳航空7月10日开通深圳至普吉岛往返航班

**本报讯** 7月10日,深圳航空将开通深圳往返普吉岛国际航班,每天一班。据了解,该深航航线将从开航起至今年10月24日结束,提前7天可买到700元往返(不含税费)的特价机票。

深圳普吉ZH9067航班,深圳出港22点30分,当地时间次日凌晨1点30抵达普吉;回程ZH9068航班,当地时间早间3点05分普吉起飞,北京时间7点25分返回深圳。该航班机型为波音787-800型,设有8个公务舱和155个经济舱。

普吉岛以迷人的自然风光和丰富的旅游资源被誉为安达曼海上的明珠,深受中国游客的喜爱。航线开通后,深圳市民前往普吉岛度假将更加方便。

(杨 涛)

### 瑞希曼酒店呈献“玩转日内瓦140分钟”礼遇

**本报讯** 为庆祝酒店开业140周年,多切斯特精选酒店集团旗下五星级豪华酒店——瑞希曼酒店(Le Richemond, Geneva)为来去匆匆的宾客呈献“玩转日内瓦140分钟”礼遇。

宾客预订“玩转日内瓦140分钟”礼遇,还可于Le Spa by Sisley水疗中心享受35分钟按摩护理,并于备受赞誉的Le Jardin餐厅享用轻便午餐。

此外,酒店礼宾团队还精心设计了多款极富特色的日内瓦观光路线,宾客可依据喜好来选择。定制日内瓦专属之旅选项包括日内瓦大喷泉(Jet d'Eau)水上之旅;寻访当地知名工匠之旅,如参观奢华朱古力品牌工场并品尝其产品;领略细腻精致的钟表制作工艺,同时欣赏利用钟表产品及机械蝴蝶打造的雕塑艺术品;或是探索瑞士军刀的历史及制作过程,并打造自己的定制军刀。

瑞希曼酒店位于日内瓦中心地段,坐拥日内瓦湖畔美景,毗邻湖中著名的大喷泉景观。1875年开年至今,该酒店已成为一众好莱坞明星、国际政要、知名作家及名人贵宾的住宿之选。

(宗 和)

#### ■ 商 烨

今夏,国内航空业刮起新一轮“免佣潮”。继南方航空之后,6月1日起,中国国航、东方航空也取消了机票代理费。至此,已有多年历史的机票代理返佣制度被改变,机票代理行业的大规模洗牌也即将来临,大批中小代理商即将随之倒闭,国内机票销售市场陷入了前所未有的动荡之中。

这一事件的背后,恰恰反映了国内商旅市场即将进行一场颠覆式的变革。

#### 商旅产业方兴未艾

近日,Amadeus和Frost&Sullivan联合发布的亚太商务旅游市场报告显示,2015年中国的商务旅游花费可达2500亿美元,将超越美国,成为全球最大的商务旅行市场;到2025年,中国商旅市场消费将达到5000亿美元。而目前在中国这个千亿级市场中,尚缺乏真正的差旅管理公司(TMC),本土TMC也多由以往的机票代理人转变而成,服务标准和水平与国际上尚存差距,且产品单一,受人员、资金限制大,服务模式也以传统线下操作居多,被管理起来的商旅企业也不足10%。

但可喜的是,随着差旅管理行业近10年的高速发展,以及国内企业规模的扩大和内部管理机制的日趋成熟,企业对规范差旅

## 商旅产业开启混战模式

管理的诉求也日趋明显。企业费用管理的关注点也已不是单纯的降低差旅成本,而是更加注重提升企业费用管理水平,更加关注较为成熟的差旅预订和出行服务。伴随差旅市场支出规模的增长及差旅管理意识的提升,中国TMC行业也势必会迎来新的发展浪潮。专业的差旅管理公司除了保证企业获得及时有效的各种服务,为企业选择最佳商旅出行方案,全程协助目标公司有效执行差旅管理政策之外,还能凭借其规模、经验、技术和资源优势,帮助目标企业进行差旅行为分析,制定合理的差旅政策、差旅流程和差旅预算,促使企业的差旅行为对业务的发展提供有效支持。

作为商旅市场的重要服务之一,航空业主动将代理人佣金下调至零,进一步压缩原有的利润空间,虽然对许多代理商而言是毁灭性的危机,却也在加速推动机票代理商从买卖机票向提升市场营销能力和创造服务价值转型,倒逼商旅行业的改革升级。而实际上,商务旅行利润率高达20%至30%,远远高于之前机票代理的利润率。由此看来,商务旅行市场也必将迎来风起云涌的竞争。

#### 市场竞争硝烟四起

经过近10年的发展,中国的商旅市场已初具规模,成了兵家必争之地,各路资

金也纷纷袭来。

作为最早在中国市场服务全球客户的公司之一,美国运通超过80%的收入与旅行相关,表面看美国运通是一家信用卡公司,实质上是一家基于商旅的垂直型金融服务公司。目前,美国运通主要有两大块业务,一是包括信用卡和旅行支票在内的支付业务,在中国共与六家中资银行合作发行了40余款信用卡产品;二是商务旅行业务,成立了中国首家中美旅游合资公司——国旅运通旅行社有限公司。自2002年美国运通公司与中国国际旅行总社合作成立国旅运通旅行社有限公司以来,HRG、CWT、BCD等国际TMC也纷纷跟进,凭借各自多年积累的服务优势,鲸吞蚕食着国内的OTA、旅行社以及大量票务公司的市场份额。

随着国内互联网跨越式的发展,本土TMC也逐渐后来居上,越来越多原本使用洋TMC的外资企业,也逐渐发现,在中国选择本土TMC是更明智的选择,洋TMC一统天下的态势已一去不返。阿里巴巴、百度和腾讯等互联网巨头,凭借各自的用户规模和数据支持,也相继出手投资在线旅游,极力推动线上商旅生态圈的建立。而包括艺龙、携程在内的一些本土涉足TMC业务的相关企业,虽然受航空公司直销提升的冲击较小,也纷纷同优质供应商进行无缝化对接,提供更个性化的

服务体验。而众多中小型商旅服务公司,本身服务资源就匮乏,服务能力欠缺,除了要面对航空业变革的外忧内患外,还要面临互联网公司和TMC的围追堵截。

面对风云变幻的商旅市场和揭竿而起的竞争对手,溢美金融清晰地知道,与其在行业成熟度欠佳的时候,以商旅资源优势直面对手,两败俱伤,不如回避竞争,另辟蹊径。溢美金融从一开始就很明确,就是要进行差旅产业链的跨界尝试,成为和美国运通一样的垂直型金融服务公司。溢美金融通过与投行、银行、旅行社、会议公关机构、会展公司、航空公司、酒店等方面的全产业链合作,通过旅游保理的手段,获取前端具有价格竞争力的服务资源,以“底价+服务费”的形式,为客户提供高性价比的差旅服务。仅在6月份,溢美金融针对TMC的垫资痛点,豪掷1亿元无息资金,就将会在2015年下半年帮助本土中小TMC重拳出击商旅市场,撬动多达几十亿元的增量市场份额。

毋庸置疑,抢夺中小型商旅服务公司转型的战役,也即将拉开序幕。而这种混战的局面将在未来两三年才会逐渐明朗,最终的结局也将是部分企业被迫退出。

#### 商旅关注

## 影响未来商务旅行发展的五大趋势



中的很多公司偏离了消费者的需求,而CWT和Egencia等公司在过去一年内已经推出了更多定制化的酒店搜索技术。

消费者还希望能够更好地了解商旅服务计划的效果,为此,CWT计划在未来几个月推出AnalytIQs平台,展示已预订和已出票的数据。

明年,他们还将增加辅助服务支出和差旅管理不合规的数据分析。

研究报告称,在商务旅行领域使用分享经济服务存在一些障碍,关于安全、数据安全、差旅报告和政策合规的担忧最为突出。

研究表明,分享经济服务中,地面交通服务比Airbnb等住宿服务更受商务旅行者的欢迎,不过住宿服务优化产品之后也将获得更多预订。

新的预订解决方案也是影响商务旅行发展的主要趋势之一,Yapta的FareIQ等价格追踪技术及配套酒店产品属于此列。

预订中止和重新预订也划分在预订技术的范围内,这其中涉及到的趋势包括移动技术、大数据和个性化。

CWT计划在美国推出一项旅行中止服务,旅游咨询顾问可以监测旅行是否中止,并为旅行者提供解决方案或进一步的帮助。

Amadeus也在其最新推出的Personal Disruption Companion移动应用中增加了

更加自动化的服务。

虚拟支付对商务旅行具有广泛的影响,预订时使用虚拟支付能使差旅费用管理更加简单,并鼓励商务旅行者服从差旅政策。

CWT的研究并没有突破性的发现,只是总结了影响商务旅行的主要技术趋势,以及这些趋势将如何演变。

差旅管理企业对未来的态度很乐观,大多数企业计划跟上主要的技术趋势,或者至少加以考虑。

此研究对4家全球化公司的1000余名旅行者进行了网上调查,采访了65名差旅管理专家,并对127名差旅管理经理进行了调查,从而得出了上述研究结果。

## 会展四大少壮派为何选择“国退民进”

股份有限公司董事长、法定代表人,中国会展经济研究会副会长。

从潘建军这位会展上市公司法人代表的工作经历来看,他属于典型的公务员辞职,当年叫下海,现在叫创业那拨儿。和潘建军年龄相近、老家不远的会展人许锋最近也颇受业界关注,刚从国企出来的他已和民营的“互联网+会场资源平台”——酒店哥哥“闪婚”,出任总裁。欲在几年内打造一个上市公司?这虽是未知数,但他和潘建军一样都是志存高远的“大叔”。既有行、动上佳的行业经验,又有智、商相融的理论水平,还有情、理皆俱的表达能力。不但会撰文、出书,还是会展业甚至贸易、旅游界演讲台上的魅力“名角”。

和许锋同在北京,从典型的会展管理部门走出来创业的代表人物还有沙克仲,他和前两位年纪相仿,从事展览相关工作20余年,分别在机关、事业和企业等不同性质的展览机构担任领导职务,具有丰富的展览和管理工作经验。担任注册会展经理(CEM)讲师多年,对“会展经济分析”、“会展营销管理”有独到见解。还多次应邀担任IAEE年会、美国独立组展商协会(SISO)CEO峰会和CEFCO等国内外大型会展活动主持人和演讲嘉宾。在《会展大咖秀》专

栏中的文章,都能切中行业要害,对问题认识深刻,行文干净利落,几乎无懈可击。

谈中国会展业仅提北京、上海是不够的,无论是会展项目、展馆还是人才,都必须要有广州(东)。姜淮,六十年代末生人,广东现代会展管理公司行政总监,同时也是中国会展经济研究会副秘书长,还是中山大学兼职硕土导师。他在中国会展人心目中的形象一如厚街,虽然隐身广东一隅,却是开放前沿,不容小觑。他时而《说说会展表面那些事》,时而有《中国会展业的杞人之忧》,笔锋不偏不倚,气质不卑不亢,实为一景。笔者在行此文前,曾向姜淮求证他所在的现代会展公司“成分”,他答道:“完全民营了。”

把以上分别来自北上广的四位会展少壮派放在一起写,实为他们有很多共同之处:从实践中来,在理论上颇有建树,事业风生水起,讲台上观点新锐,并不时激励文字、著书立说。其实,最重要的还是他们在不同时期所选择的“国退民进”,即从国家机关或企事业单位出来,选择走进民企或自我创业。

对于政府主导型展会转型,政府是否应该退出会展业界一直在争论,而与之相关的退出及介入的标准也没有定论。但

是,众多高管从有政府背景的会展机构离职却是事实,无论是前些年的“走进外企”,还是近几年的自主创业、加盟民企,都是业界有目共睹的事实。“互联网+”带来了更多机会?会展创业环境好了?会展民企更成熟、更有吸引力了?也许都是。在去年,就有学者认为:“中国新一届政府对于市场在资源配置中的作用表现出了前所未有的重视与信任,新一轮国企改革业已重启,‘国退民进’渐成趋势。”而具体到会展业,今年4月发布的《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意见》强调了“推进市场化进程”。

趋势之下,已起波澜,有勇有谋者已在水一方,你可以不试水,但不能看不到会展趋势和智者选择中的“国退民进”。

(作者系中华会展精英女性俱乐部秘书长、中国经济网·会展中国/旅游经济主编)

#### 会展红粉秀

本栏目文章涉及版权,转载请注明出处。