



## 商旅资讯

### CIBTM 首现旅游保险服务区

本报讯 日前,第十届北京国际商务及会奖旅游展览会(CIBTM)在北京国家会议中心举行。来自新西兰旅游局、泰国会议展览局和斯里兰卡会议局等400家国内外供应商参展。

据介绍,该展会是针对中国及亚洲市场的商业平台。CIBTM作为首个推出“旅保结合”概念的会奖旅游展会,旨在深化旅游与保险的“跨界合作”,保障中国保险用户出境的保险及救援需求。

记者从现场了解到,此次展会新增旅游保险服务区。展区共有太平洋保险、天安人寿、美亚财险等保险公司参展,并推出与旅游相关的产品及服务,如旅行相关保险保障产品、游客出险救援服务等。

展会期间,中国保险行业协会与北京市旅游委还共同举办了“旅保合作,守护权益”旅游保险发展论坛。来自中国保险行业协会、北京市旅游委、保险企业、旅行企业的近100名嘉宾参加了论坛。

中国保险行业协会副秘书长王敏表示,近年来,我国旅游业蓬勃发展,对风险控制和强化管理的需求不断增强,这为保险业提供了重要发展机遇,但目前旅游保险的实际情况并不尽如人意,保险公司应该与旅游公司信息互通有无,搭建互联网平台,推出有针对性的定制化产品。

业内人士认为,随着中国出境游、自助游、个性游人数的大幅度增长。标准化的旅游保险产品已经不能满足自助游、户外游等新兴旅游方式,保险公司要想在旅游保险市场取得突破,就需要向一个更加细分的市场发展,保险公司需要通过与旅行社、互联网平台等合作,对游客的需求进行大数据分析,推出有针对性的产品。

近年来,旅游保险的投保率不断提高,但购买率仍然处于较低水平。

(春 雨)

### 150座希腊国有岛屿上架销售可改造为高端旅游场所

本报讯 记者近日获悉,为还债,希腊政府已经将150座国有岛屿正式上架销售,希腊国内或国外有意愿者可以直接购买岛屿所有权,或通过租用99年的方式进行投资。

希腊境内有岛屿2000余座,其中约230座无人居住。再加上数千个面积最小仅为几平方米的礁屿,希腊实际可利用海岛资源超过6000座。此次被挂牌出售的150座岛屿均为雅典市政府所有。

雅典市政府表示,这150座岛屿大部分为“无人岛”,面积从数百平方米到数万平方米不等,未来开发前景十分看好,可改造为高端旅游场所或自建度假设施。由于急于脱手套现,不少岛屿的售价甚至在200万欧元以内。如果按照单位面积售价计算,这些岛屿甚至比伦敦、罗马等欧洲高价城市的许多中高档住宅还便宜。雅典市政府还将通过立法简化审批手续,以及在移民问题上给予特殊照顾等优惠手段,以便吸引全世界投资者购买这些岛屿。

早在2010年希腊债务危机爆发之初,希腊政府就曾采取过类似手段,通过出售国有岛屿筹资,但贱卖岛屿获得的资金显然难以为解决其超过3000亿欧元的债务贡献足够力量,因此有人认为这是希腊政府的“短视”举措。

(任 民)

# 泰会展局发力中国 MICE 市场 推介新兴目的地考艾

■ 宗 和

为适应日益增长的中国 MICE 游客需求,泰国会展局(TECB)近日在北京宣布新的计划,向中国企业会奖旅游市场推出考艾国家公园这一最新的泰国 MICE 目的地。

### 中国是泰国 MICE 产业头等核心市场

2014年,中国是泰国最大的客源国,共有120684名中国 MICE 游客前往泰国,为泰国带来18.14亿元的利润。2015年上半年,泰国共计接待了32149名 MICE 游客,第一季度接待12563名游客,第二季度这一数字上升至19586。泰国会展局对来自中国这个重要的战略市场游客数量持续增长充满信心。

近年来,泰国 MICE 产业一直在变革,在建设世界一流场馆和提供高标准服务方面进行了巨大投资。从2014年10月到2015年3月,泰国共计接待476079名商务访客,为泰国经济创造了73.5亿元的利润。泰国十大客源国分别是中国、印度、新加坡、马来西亚、越南、美国、菲律宾、韩国、印度尼西亚以及法国。

泰国会展局主席诺帕拉特·梅萨维库柴先生说道:“中国是泰国 MICE 产业的头等核心市场,我们期待未来这一块市场

表现会继续增长。

“我们相信中国 MICE 市场会持续增长,为进一步带动 MICE 产业发展,我们重新制定了核心策略,将高质量企业顾客作为目标,尤其是企业会奖旅游这一块,同时会继续加强展览业间的合作。”

### 力推新兴目的地考艾

泰国位于东南亚中心,与东盟和大湄公河次区域相连,基础设施建设网络完善,交通系统发达,设施齐全,是中国 MICE 游客的理想选择。作为全球生产基地,泰国能满足东南亚地区和其他地区核心企业高速增长需求。更重要的是,泰国政府正推进国内外战略同行展开公私合作以推动 MICE 市场发展。

为突出曼谷优质的 MICE 景点,泰国会展局和拉差帕颂广场协会(RSTA)和曼谷河畔区域合作组织展开合作。拉差帕颂广场位于曼谷中心,是世界十大购物娱乐中心,而曼谷河畔区域合作组织是由位于湄南河沿岸的8家高端酒店组成,湄南河是曼谷的主要景点。8家酒店共同提供了完善的设施,有4251间客房和套房、112间会议室、15艘免费客轮、42间餐厅、20个码头、13间宴会厅、多个 SPA 中心等,能满足各种商业活动。

## 暑期出游：亲子游、综艺游受追捧

■ 本报记者 袁 远

近日,一家国内在线旅游网站发布了《2015年暑期出游报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,短期周边游和出境游持续增长,亚洲目的地仍占主流八成以上。其中,泰国、日本、中国香港成为热门出境游目的地。

### 亲子游热度暴增

暑假一到,孩子终于迎来了和父母去旅游的机会。芒果网呼叫中心在服务回访时调查发现,暑期出行人群以亲子、恋人、朋友为主,其中亲子占比高达50.1%。

记者在采访中发现,暑期和孩子外出亲子游和参加夏令营的商务团体,几乎清一色好爸爸、好妈妈的形象。由于平时公务繁忙,暑期亲子游成为商务人士必须留下的“家庭时刻”。因为是亲子主题,在旅游地的选择上,孩子的兴趣和爱好就成了他们主要考量的标准。如好玩又充满边塞风情的蒙古草原,一度成为家庭暑期游的热门选择。在那里,家庭成员们可以感受沙漠特有的辽阔,体验梦幻沙漠所带来的无限惊奇,欣赏“沙中有湖、湖中有沙”的独特风光。

父母普遍认为,暑期出游既能增加亲子感情,也能锻炼孩子的能力,而《爸爸去

哪儿》、《爸爸回来了》等热门综艺节目也在一定程度上催生了亲子游热度,许多景区和旅行社都纷纷推出了亲子游主题产品,并注重融入科普性、教育性、参与性。

### 海岛避暑闲

芒果网《报告》显示,以避暑为目的的旅游占比高达55%,远超蜜月游和游学游。芒果网旅游专家表示,一方面,由于暑期气温高,对于很多人来说,周边一些自然风景较好,气候凉快的地方便成为其短期避暑的选择,而且价格不贵;另一方面,蜜月游和游学游有着特定的目标人群,而且费用较高。

出境游市场持续火爆发展,但目的地变化明显。《报告》显示,2015年暑期出境游五大旅游热门地点分别是泰国、日本、中国香港、美国、中国台湾。由于日元对人民币汇率最近两年持续贬值、日本放宽对华人游客3年多次往返签证的申请条件,促使日本游趋热。其他方面,东南亚持续走俏,海岛依然是出境游的热门选择,如巴厘岛、普吉岛、毛里求斯、宿雾薄荷岛等地方依然需求旺盛。

### 国内游目的地多样化

《报告》显示,今年暑期周边游相比去年提升了28.7%,增幅明显。这是由于长线旅



除曼谷外,泰国其他地方也能满足中国 MICE 游客的需要。除开泰国五大 MICE 城市之外,泰国会展局正努力为中国游客尤其是会奖旅游创造更多的选择。

谈到中国 MICE 主办方和商务游客机会增长时,诺帕拉特先生补充说:“泰国会展局致力于通过突出五大 MICE 城市曼谷、芭提雅、普吉岛、清迈以及孔敬的能力以及准备情况来推动泰国商务旅游的发展,介绍其他商务旅游活动目的地比如考艾,将会给中国 MICE 游客在组织活动时有更多的选择,为商务游客和主办方提供无与伦

比的机会以享受泰国保存最好的景点。

考艾国家公园位于曼谷东北部205公里处,交通非常便利,生态原始,提供多种住宿选择和娱乐活动,能为企业会议、会奖旅游、团队建设、展前或展后游玩提供场所。

据泰国旅游局统计,2014年全年,考艾国家公园共计接待3808476名泰国本地游客和359953名国外游客。

## 商旅关注

区等,游客置身这里,度假+休闲+观光让游客的岛上生活丰富多彩。塞班岛拥有多种多样的水上活动,诸如海底漫步、潜水、钓鱼、风帆、冲浪等,让游客在海边的生活丝毫不单调!

而《花儿与少年》则带热了土耳其旅游。根据新西兰旅游局提供的数据显示,得益于《爸爸去哪儿》的影响,今年6月份赴新西兰的中国游客量比同期增长了27%。在新西兰,爸爸们的山地自行车挑战赛是在法卡雷瓦雷瓦红木森林进行的。骑着山地自行车,沿着弯曲和起伏的小路,穿梭在充满银蕨等各种树木的树林中,呼吸着清新的空气,可以尽情享受融入新西兰大自然的美好。

### “90后”成旅游新主力

当“90后”逐渐步入职场,拥有了一定的资金储备,以前那些只能想想的旅游目的地便成了他们出游的动力。而且“90后”更加喜欢追求新鲜和个性化生活的特点,也更加符合旅游群体的定位。

暑期过后,2015年下半年国内旅游市场将迎来七夕、中秋、国庆等热门节假日,沉默已久的长线出境度假游将大幅度提升,“90后”将成为旅游新主力,旅游产品更加多元化和个性化,家庭游、蜜月游等主题游产品将走俏。

## 冬奥会将给会展业带来什么？

的“新闻”,更何况是全民关注的奥运话题。于是,投资商看到了概念——《北京冬奥会投资主题升温 关注八大受益股》;旅游业看到了机会——《冬奥会里的7大旅游商机》,有的媒体也在第一时间替老百姓总结了《北京成功申办冬奥,将如何影响你我的生活?》。根据申办报告,北京2022年冬奥会拟安排在2022年的春节期间举办,到时候极有可能出现这样一幕奇妙的场景——大家边吃着过年的饺子,边看着精彩的冬奥赛事。这么特别的春节活动,让春晚怎么想?

有媒体称,“通吃”冬夏奥运会,将为北京印上奥林匹克的城市名片。2008年北京奥运会后,北京市提出了“打造赛事中心和建设国际化体育中心城市”的战略总体目标,相继举办了NBA中国赛、世界田径锦标赛、中国网球公开赛、世界斯诺克中国公开赛、北京国际马拉松赛等一批高水平赛事,这座奥运之城倾力将自己打造成国际体育之都……而且2008年北京奥运之后,多座主要场馆已成为地标性建筑,至今游客络绎不绝;当年的奥运会中心区域,已成为以奥林匹克命名的大型城市森林公园,是北京市民户外运动的核心区域之一。

从各类与冬奥会相关的消息看来,

似乎没看到这种集人流、物流、资金流和信息流等会展要素为一体的国际大型“会展活动”和我们身处的会展业有什么直接关系。就像这次申办冬奥会的城市,明明是北京和张家口,但在绝大多数相关新闻中,还是称北京申冬奥成功。但这并没有影响到张家口人民成功的喜悦,当国际奥委会主席巴赫念出“北京”后,张家口人民群众情绪同样高昂。《冬奥会带来民生利好 张家口市民盼多建公厕》……其实,无论是夏奥会还是冬奥会,对会展业的影响还是非常大的:有些运动场馆后续可为会展活动所用,国家会议中心就曾是2008年北京奥运会的击剑馆和新闻中心,而其之所以成为目前中国会展场馆的标志品牌,与其在奥运会期间形成的国际化服务“基因”也有直接关系。这次,北京将在市区新建速滑中心、在延庆为冬奥会新建雪场。张家口的基础设施、交通和酒店等硬件设施的建设也将全面提升,并与国际接轨。可以畅想,在冬奥会的概念下,张家口应该有信心成为代表河北省成为在华北乃至中国有作为的“会议城市”,多年来一直在全国会展业中“低调行事”的河北省将脱颖而出……

从2008年北京奥运会到2022年北京+张家口冬奥会,时间跨度近15年,目

前正处在中间的时间节点上。无论是“大会展”、“活动平台”的概念如何定义,还是“体育赛事算不算会展活动”的争论,甚至“互联网+会展”、“会展+N”等当下种种的“会展新思维”,最终都离不开会展活动的本质:服务为王。举办奥运会、世博会、国际会展活动,其实就是检验一个国家、一个行业所有参与其中的机构和人员的服务能力。从观念到行动、从宏观到微观、从硬件到软件,服务无止境。无论是京津冀一体化还是中国会展业真正实现国际化,理念和服务一体化水平提升至国际水平,才是核心。北京+张家口联合办冬奥会也一样,以国际赛事促进环北京经济圈全面提升对国际赛事及相关活动的服务水平,这才是王道。然后,再用国际化的服务+会展等N种“第三产业”,才是冬奥会带给这个地区真正的经济价值。

(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。