



## 商旅资讯

### 第十届中美旅游领导高峰会议筹备工作启动

**本报讯** 近日,宁夏回族自治区主席刘慧主持召开主席办公会,研究第十届中美旅游领导高峰会议筹备情况。据悉,作为“中美旅游年”六项主题活动之一的中美旅游领导高峰会议,将于2016年9月在宁夏举办。

中美旅游领导高峰会议的前身为中美省州旅游局局长合作发展对话会议,是落实第二次中美战略经济对话期间两国政府签署的《关于旅游的联合声明》的具体成果,每年由中美两国轮流举办。今年9月,第九届中美省州旅游局局长合作发展对话会议在美国洛杉矶举办,中美双方组委会决定将2016年的会议放在中国宁夏举办,并改名为“第十届中美旅游领导高峰会议”,由中国国家旅游局和美国旅游推广局联合主办、宁夏旅游局承办。

刘慧指出,此会议是中美之间高层次的旅游合作对话机制,是中美两国推进旅游务实合作的大平台,一定要用好这个平台,结合产业结构调整,把前期工作做好,努力把这次会议办出特色、办出水平、办出成效,为开放宁夏建设拓渠道、添活力。

刘慧要求早着手启动会议各项筹备工作,成立领导小组,制定会议方案,分解任务、各司其职,力争使会议内容和各项活动安排得有特色、有层次、有影响。

(尹 钊)

### 海航推出商旅智选国内头等舱/公务舱套票产品

**本报讯** 近日,海南航空正式推出商旅智选国内头等舱、公务舱套票产品,旅客可购买国内指定区域航线3套或5套头等舱/公务舱往返机票,最低能以经济舱价格享受全程头等舱/公务舱服务。同时,该产品还兼具自定义飞行时间、高里程累计、退改签灵活等优点,将为一年多次往返国内固定城市的商务旅客提供一个更加贴心和人性化的解决方案。

据悉,商旅智选国内头等舱、公务舱套票产品适用于北京、广州、深圳、西安出港的大部分商务航线,目前分为两档销售:3套档包含3个往返航段,5套档包含5个往返航段。成功购买出票后一年内均可在航班起飞前订座,为旅客提供更加灵活的出行时间选择。此外,无论是3套档还是5套档,均可享受高达125%的里程累计。

以北京往返三亚航线为例,若购买5套档套票,1个往返为一套,即总共10个航段,经济舱全票价为2530元,可得套票购买价格为25300元;若同样购买10张头等舱机票,头等舱平均票价约为3770元,则需花费37700元。可见,购买套票可省下12400元。对于一年多次固定往返行程的旅客来说,一次购买就能满足多次飞行需求,商旅智选头等舱、公务舱套票产品也不失为一个便捷实惠之选。

(林家豪)

## “互联网+会奖商旅”路向何方?

■ 寿 浒

身处“互联网+”的大浪潮中,会奖商旅究竟该如何与互联网深度融合,从而实现产业转型变革以谋求更多元的发展呢?这的确是一项庞大的课题,需要我们逐步探索,细细研究。任何事物都有其共性也有其特性,谋求二者的融合发展正是找到了共性之间的契合点以延伸出创新,故而不存在谁会颠覆谁的命题,放之“互联网+会奖商旅”亦是如此。因而,我们秉承谨慎的态度,只谈变革,不言颠覆。

### 中国会奖商旅市场潜力巨大

中国会奖商旅市场的发展速度惊人,潜力巨大。目前,我国已成为全球增长最快的会奖商旅市场,规模已达到法国、德国等欧洲主要国家水平。根据艾瑞监测数据显示,2015年受经济软着陆影响,中国会奖商旅市场增长放缓,预计增幅为15.6%,将达到1260亿元。随着2016年中国经济逐渐启稳,中国经济在短期内将保持强劲增长势头。预计2017年开始,中国会奖商旅市场将回归快速增长态势。若保持目前的增长幅度到2020年,中国会奖商旅市场将增长5倍,从而成为世界第三

大会奖商旅市场,这一细分市场将成为中国新的经济增长点。

### 畅想“互联网+会奖商旅”

资源垄断的优势将不复存在。在“国八条”出台以前,业内多数企业都以资源垄断、信息不对称作为优势条件独立发展。随着互联网技术的快速发展,这种资源垄断的优势将不复存在。

比如说,酒店传统的地产式资源垄断,把酒店建在城市主要街道最醒目的地理位置上,坐等客户上门。而在互联网时代背景下,像北京建在胡同深处的正乙祠也能承接香奈儿、IBM等国际大牌的重要会议活动。主办方能找到它,源于移动互联网的作用。这说明通过互联网信息的扁平化处理,能够让很多有特色的场地得到利益最大化,从而打破行业的资源垄断优势。

会中交换名片或将成为历史。在未来的会议活动上,少数人会通过传统的方法交换名片,大多数参会人员则会通过如扫描微信二维码加好友或者加群的方式获取对方的信息。线下交流完线上再互动,将极大地促进交流合作的机会。

移动通知及基于地理位置的服务。

## 在线旅游标品市场安静了



■ 王洛宗

同程旅游于近日在上海宣布与挪威的海达路德游轮公司达成战略合作,成为后者南极邮轮包船业务在华的独家合作伙伴。极地旅游一直被认为是高端奢华旅游的一块高地,当然也是中国高端游人群的最爱。因此,该合作可以认为是同程旅游迈向高端旅游市场的第一步。

好事多磨的“去携合并”已尘埃落定,在线旅游标品市场也迎来了一个全新的“BATX”时代。

业界所认为的在线旅游标品主要是产品和服务相对标准化的酒店、机票等业务领域,原本就长期雄踞标品市场的携程,在先后吃下艺龙和去哪儿两大对手后,成为该领域无可争辩的霸主。标品市场的“大一统”格局已定,但非标品市场依然存在大量机会。这指的主要是休闲旅游市场,特别是其中的小众化细分市场,比如高端旅游,还存在非常大的发

## 高端游市场争夺战却开启了

一家来自OTA且排名相对靠后。由此可见,对于在线旅游休闲游玩家们而言,未来旅游非标品市场中的高端旅游领域大有可为。

除了同程旅游这样的主流OTA外,一些创业团队也看上了极地旅游这一面向高端人群的细分市场。2014年,探路者以3900万元战略投资极之美,后者是一家以南北极旅行为主要业务的自然主题旅行服务机构,拥有出境业务资质,也是中国第一家专业开展南北极旅行的服务机构,在极地主题旅行等高端自然旅行市场积累了良好的口碑。

除了极地旅游这样的“高冷”项目外,出境游也是超级旅行者们的最爱。据胡润调查统计,过去一年,中国高净值人群平均每人出国天数为33天,其中有20天专门用于旅行。可见,出境游将是必争之地。

事实上,除携程之外,同程旅游、途牛等均在出境游上持续发力,从价格、服务

展空间。

据胡润百富与ILTM Asia合作发布的《2015中国奢华旅游白皮书》(以下简称《白皮书》)显示,过去一年,中国超级旅行者(高净值旅游者,个人资产1亿元以上)中每300人就有100人去过南极,到南极和北极旅游在他们的旅游主题选择中占比28%,热度还在逐年上升。《白皮书》指出,包含极地旅游的体验式旅游和探险是超级旅行者们的最爱。

这些超级旅行者总人数虽不过6万多,但他们每人每年平均用于旅行的花费在20万元以上,面向该群体的休闲旅游服务费自然非常高。

总体来看,目前高端旅游市场基本上还是旅行社的天下,胡润提供的过去一年该市场经营规模和热门程度最高的11个机构排名依次为八大洲旅游、碧山旅行、德迈国际、麦轲旅行、奇迹旅行、携程、辛巴达旅行、赞那度、中国国际旅行社、中国旅行社和中国青年旅行社。其中,仅携程



■ 周宇宁

今年的立冬和记者节是同一天。而在这前一天的11月7日,约600名新闻记者在星加坡香格里拉大酒店见证了两岸领导人习近平和马英九的会面,这是66年来两岸领导人的第一次握手,这是历史性

## 等到风景都看透,则更需坚守

的一刻。当天,大陆民众纷纷通过“朋友圈”对这全球关注的重大事件进行了“直播”和点评。一向不被大众关注的记者节恰逢重要的“正事”和立冬的“节事”,显得更加冷清。尽管如此,多数新闻人在自己的节日里依然坚守在工作现场。

坚守是固执地保守,穷不思变?当然不是。从1994年中国全功能接入互联网以来,互联网所具有的新闻及信息传播的特质,为新闻传播提供了更多的介质。但在当下,“人人都有麦克风”,传统主流媒介所扮演的“船头瞭望者”和“信息把关人”重要角色,因自媒体的迅猛发展,受到了前所未有的挑战。

与媒体行业所面临的“洗牌”、“颠覆”,甚至目前媒体人也有可能被边缘化的局面相比,同处在“互联网+”背景下的会展业坚守的情况似乎好很多。尽管10多年前就曾“网上展会可能会取代传统展会”的概念被炒作得甚嚣尘上,一度也有机构躊躇满志,撒网试水,但似乎都没有

## “互联网+会奖商旅”路向何方?

在每一场会议结束前5分钟,参会者的手机收到一条通知,内容显示的是调研与回复,并可以实时参与本场会议内容的反馈。参会者的手机还会收到自己参会时所获得的积分,并可以根据积分多少领取相应的礼品、餐券等。这便是会议业发展趋势中一款全新理念的产品——移动通知及基于地理位置的服务。

通过移动技术,可以让参会者享受到更便捷的会议服务与乐趣。这便是移动技术在会议中的应用,它能起到很好的引导作用,并与会场地图服务相结合,通过地图导航,有效地把参会者带到下一个需要到达的区域。采用这种移动技术的会议服务在美国举办的一些高端商务中已有所体现。

会议中或将出现“会议宝”。在不久的将来,像支付宝一样的会议支付系统或将出现在会议产业中,且系统层级更优越。该会议支付系统会通过大数据、云计算的精准处理,记录下参会者经常参加的会议类型,并为其提供相应的建议性帮助。系统会根据参会者的缴费额度计算出更为优越的性价条件供其参考。有时,系统还会根据参会者所参加同类会议的次数,提供一次性或多批次的优惠举

措,让参会者以最省钱的方式参加更多好会议。

3D技术及机器人将在会议中应用。这项技术主要体现在会场云地图的导航服务中,3D呈现出较为直观的视觉效果图,让参会者尽快熟悉会场环境、自己的座次和其他参会者的座位信息等。在2013年美国举办的一些商务会议与论坛上,已经出现过机器人发放饮料、服务指南等,有些甚至成为引导员。这可以说具有很强的时代意义。机器取代人工,将会集中出现在以科技为主导的商务会议活动中。

使用互联网系统管理会议。针对会议管理,互联网系统已经进入到精细化时代。对于会议系统,目前国内在产品研发与制作上已取得一定成功,但仍需完善。反观美国,会议行业的系统化管理已经有30年的历史,非常成熟。值得一提的是,目前美国的会议产业已经进入到系统精细化管理时代。

## 商旅关注

## 高端游市场争夺战却开启了

到目的地资源掌控,战线正在快速铺开。就在与海达路德达成战略合作的同一天,同程旅游CEO吴志祥赴东京出席了HIS的一场新闻发布会,双方宣布将成立一家合资公司专注于中国人赴日游业务。HIS成立于1980年,在全球拥有数百家分支机构,目前已超越JTB成为日本最大的旅行社集团。与HIS的合作是同程旅游深入境外目的地的战略举措,其目的显然是强化对本地优质资源的掌控,以实现自身产品和服务的全面升级。

可以预见的是,在线旅游以及大型旅行社将在更多细分市场上展开角逐,同时,服务也将成为重要的比拼项目。所以,“去携”的合体不是结束而是开始,它使在线旅游正式告别了浮躁、野蛮的时代,行业竞争将回归旅游服务的本质。无论是对高端小众市场的大胆尝试,还是对目的地的精耕细作,对于旅游业服务水平的整体提升都是一个好的开始。



和“闭环”这些时尚新词时,会展业是否应该先冷静一下?根据自己的本质和实力,把这些词研究透了,再去实践也不晚。虽然可以用行动来试水,但是有些东西只不过是概念,不明就里地去玩,玩坏了概念事小,误了自己发展甚至玩物丧志就不值了。

回过头来说说媒体,无论传播介质怎么变,它对“内容生产”的专业性、引导正确舆论导向的使命感和责任感没变。坚守责任和专业,主动把“新媒体”为我所用,新中求变,顺势而为,才是对职业和事业真正有能力的坚守和推进。

(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。