移动互联高调进入MICE行业 系统精细化管理时代远未到来

■ 本报记者 袁 远

在“互联网+”的时代背景下，移动互联网不仅逐渐渗透诸多主流行业，还高调进入MICE行业，O2O、大数据、虚拟现实、微信社交平台等新技术和模式在航空、酒店、旅游等行业产生了深入的影响，广泛应用于会展产业也将是大势所趋。据测算，数字化会议服务将在未来中国6000亿元的会议产业份额中占据5%，达到300亿元。

“互联网+会奖商旅”推动跨界融合

如何借助现代科技技术运用互联网思维与会展产业融合？会奖商旅企业如何实现差异化发展？MICE服务提供商如何紧跟步伐或者另辟蹊径呢？深圳市第十一届创意十二月系列活动之一的“2015互联网+会奖商旅高峰论坛”于12月4日下午在深圳南山科苑路科兴科学园会议中心演播厅举办。本次论坛由世界O2O组织、第二届中国(深圳)国际旅游博览会组委会和正中集团联合主办，论坛邀请企业高层和行业专家展开深入探讨，旨在增进行业交流，推动跨界融合，展望发展趋势。

线下交流完、线上再互动

在中央力推“互联网+”发展战略的大背景下，记者发现，今年不少会议主办方积极借助互联网手段创新办会方式，比如公布参会二维码和手机App已是常事，参会者可以通过会前扫描二维码报名，现场扫描二维码签到；手机App则为参会者提供全程服务，实时公布各项活动情况。这是今年参会报名、项目发布跟以往不同的地方，充分利用移动互联技术提高办会效率，为检验会议实际成效、定向化邀请参会等提供有力支撑。记者从此次“互联网+会奖商旅高峰论坛”发布的消息中，就看到了通过扫描二维码报名这种便捷、快速的报名方式。

记者还注意到，会议中交换名片的传统方式正受到挑战。在未来的会议活动上，或许还有人会通过传统的方法交换名片，但大多数参会人员会通过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。记者参加过的好几个会议，由于与会者都加了主办方或是参会人员发起的群，很多相关话题的讨论在线上还会继续激烈地进行着，这是以往会议很难达到的互动效果。

打造永不落幕的“云会议”

中国会展经济研究会副会长王青道认为，在会奖产业链中，会奖目的地是一个由多方参与的、复杂的运作体系，参与各方只是运作节点上的成员。想要加上互联网要素，让会奖目的地这个复杂的机器高效运转起来，困难是显而易见的。从另外一个角度来说，如果会奖目的地能够借助“互联网+”的发展浪潮，将相对分散的个体成员有机整合起来，为会议与奖励旅游组织者和参与者提供便捷而高效的服务，将是一件非常有意义的事情。

记者发现，在过去，酒店总是建在城市主要街道、最为人们熟识的地理位置上，方便客户找上门。而在“互联网+”的背景下，不少建在北京胡同深处的精品酒店也能承接爱马仕、IBM等国际大牌举办的重要会议活动。主办方之所以能找到它，正是移动互联网发挥了巨大作用。通过互联网信息的扁平化处理，能够让很多特色场地的利益最大化，从而打破行业资源垄断。

今年举办的第十一届海峡旅博会，在为推动“互联网+旅游”深度融合、强化两岸智慧旅游合作上做足了文章。为了力争让“互联网+旅游”成为博览会新常态，本届海峡旅博会首次设置“互联网+”主题馆，邀请两岸50家知名互联网旅游企业参展；首次开发“云端旅博会”手机客户端；搭建电商与线下企业合作平台；通过博览会官网，打造不落幕的“互联网+”网上会议。

更有甚者干脆就将有些会议改成“云会议”，完全跳脱以前的会奖概念。通过“云会议”系统，人们不仅可以随时随地开展话题讨论，还可以将相关的数据报表及文档实时与异地的合作伙伴或投资方进行共享，实现远程协作。此外，还能进行产品演示、远程招聘等，帮助企业获取更多的定向支持、远程培育项目等。

新旧模式的强烈反差

不过，王青道发现，会奖市场每次面对的都是一个个鲜活的个体，C端(个人)客户的特征很明显，但真正打交道的对象——会议与奖励旅游的采购人、策划人，却具有十足的B端客户的味道，专业、理性、规范。作为个体的参会者已经习惯使用与互联网有关的各种应用，而作为市场主体的企业却仍然按照旧有的模式运行，这之间形成了强烈的反差。

而反观美国，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。在2013年美国举办的一些商务会议与论坛上，就已经出现过机器人发放饮料、服务指南等，有些机器人甚至成为引导员。可以说，这具有很强的时代意义。

商旅关注

人民币“入篮” 刺激中国游客出境消费

■ 张允峰 刘江滢

近日，国际货币基金组织(IMF)正式宣布将人民币纳入特别提款权(SDR)货币篮子，新的SDR篮子将于2016年10月1日生效。未来，人民币将与美元、欧元、日元、英镑一道，共同成为IMF的国际储备货币。

“SDR不是一个‘高冷’的金融概念，随着人民币国际化进程的不断推进，将给中国民众带来很大便利。今后出国，我们不用兑换美元、欧元，揣着自家的钱就可以走遍天下。”中国银行国际金融研究所副所长宗良这样描述人民币的未来。

交通银行首席经济学家连平也表示，人民币加入SDR，会使越来越多的国家认可人民币，这样未来中国民众出国旅游会更加方便，将省去换汇的麻烦并大大降低汇兑成本。

从长期看，人民币加入SDR意味着越来越多的国家将认可人民币作为通用货币，将增加国际市场对人民币的信心。此后，中国民众将可以直接用人民币在境外旅游、购物，进一步刺激中国民众的出境游消费。

中国旅游研究院数据显示，我国出境游人数和购买力已连续3年居世界第一，2015年中国公民出境游人次预计将实现16%的增长，首次突破1.2亿人次，出境消费将达1.1万亿元。银联国际发布的报告显示，中国游客在境外消费占比最大的仍是购物、住宿与交通，而娱乐、餐饮及景点门票的占比也逐年增加。

虽然人民币正式“入篮”还要将近一年时间，但随着出国越来越方便，越来越多人选择一边游一边购的出境游方式。“12月销年假，出境游购物释放压力，物品价格比海淘更实惠，品质有保障。”美女白领王小姐表示，比起海淘代购，她宁愿选择出境自采。

未来20多天是传统意义上的旅游淡季，出境游价格比旺季回落2成至4成。加上欧美不少国家进入年末打折季，12月出行可谓旅游、购物折上折。“黑色星期五”之后的一个月热门出境购物目的地收客数比去年同比增长显著，日本、美国、澳大利亚、新西兰等地强劲增长，代替前几年的韩国、中国香港成为“心头好”。此外，购物季到来对欧洲游回暖起到了提振作用。

据悉，日本政府和执政联盟宣布将调低赴日外国游客的“免税门槛”，只要在一家店消费额达到5000日元(约合261元人民币)，即可享受免税待遇，打破了之前“家用电器等耐用品需满1万日元(522元人民币)，而化妆品、食品和饮料等消耗品则需满5000日元方可免税”的限制。

中国春节期间，南半球为反季节旅游旺季，气候温暖适宜出行。澳大利亚、新西兰受汇率下跌影响，物价比去年同期便宜15%左右。欧洲方面，法国、意大利、西班牙将会在未来一两个月进入冬季打折季，热门购物场所老佛爷百货、巴黎春天等在进入打折季后，将会延长营业时间，甚至在周末营业。

相关链接

啥是SDR?

SDR是国际货币基金组织(IMF)在1969年9月创设的一种记账单位，中文名叫特别提款权，它是IMF和其他一些国际组织的记账单位，也称为“纸黄金”，与黄金、外汇等其他储备资产一起构成国际储备。

二战后，世界上的货币都和美元挂钩，美元与黄金挂钩，这就是人们常说的布雷顿森林体系。SDR最初与美元等值。布雷顿森林体系崩溃后，IMF于1974年启用SDR货币篮子。自上世纪80年代开始，SDR改用美元、德国马克、英镑、法国法郎和日元五种货币定值。2015年审查前，SDR货币篮子包括美元、欧元、英镑和日元四种主要国际货币。根据2015年11月30日的汇率，1单位SDR约相当于1.37217美元。

SDR能干啥?

可以充当国际储备，可用以向IMF的其他会员国换取外币以平衡国际收支逆差，可用以偿还IMF的贷款。

会展应当关注产业而非“气候”

■ 周宇宁

雾霾又来袭了。北京市应急办于12月5日17时提前发布空气重度污染橙色预警指令，这也是今年发布的第二次橙色雾霾预警。其实，不只是北京，今年入冬全国多地频现雾霾天气。雾霾已成为比“2015年是冷冬”更令人关注的天气话题。

虽说近几年来由雾霾引发关注的话题不断，但应对这种恶劣天气的解药却一直无效。“史上最严”环保法从今年1月1日起正式实施已近一年时间，在其他方面的效果如何不得而知，但在治理空气污染方面的效果却并不明显。这几天，北京市交通委又透露，2016年将研究试点征收拥堵费。这个举措在治理交通拥堵的初衷下亦有“管空气”的本意。

雾霾既然事关全民的呼吸质量，自然也是社会问题，在媒体解读中已“把雾霾治理当政治问题对待”。既然如此严峻，它对各行业尤其是会展业的影响有哪些呢？记得上周雾霾笼罩时，曾有一行业微信表示：“雾霾持续，对哪个行业影响重大”？除了交通行业之外，非会议行业莫属了。因为这等天气，曾使在北京举办的国际赛事、演唱会的主角都很受伤。雾霾并不可怕，国际会议组织者对我们天气的质疑也不可怕，可怕的是我们还没有意识到环境对办会的影响。这不由想起上周雾霾深重那天笔者在去开会路上收到一个微信段子：“听说今天约着出门的就算聚众‘吸毒’”！

谁都不希望顶着雾霾去开会、在风雨(雪)交加的天气去办展。但多年来，会展活动似乎除了按“八项规定”慎办、减办的，还有就是遇到非典等疫情暴发和奥运会、世博会等重大活动而取消、延后的之外，真正因为天气等不可抗力因素取消、停办的并不多。

那么，“会展天气预报”指数主要包括哪些呢？笔者认为，行业景气指数是其中最重要的指数。一个行业景气与否，不但事关行业内部，也事关会议和展览这些依附于行业的“服务平台”。每个行业景气与否，相关办会办展的人冷暖自知。历来以“中国外贸的晴雨表和风向标”所著称的广交会，今年却数据“双降”。在制造业转型调整的大背景下，相关展会的规模也在缩减。

由经济日报社中经产业景气指数研究中心和国家统计局中国经济景气监测中心共同编制的2015年三季度中经产业景气指数监测结果表明，今年前三季度，工业景气指数小幅下降，“两高”及产能过剩行业运行难度进一步加大，但高技术行业依然保持强劲的增长势头，工业投资结构更趋优化，发展质量有所提升。

“产能过剩行业难度进一步加大”，且不说那“过剩行业”的行业中人，就是会展人，也应该感受到了这比雾霾更令人无耐的现状。皮之不存，毛将焉附！所以，还要把关注“会展气候”的重点回归到产业中来。产业会展和会展产业是会展人应该认真思考、严肃对待的问题。

2015年还剩20多天了，期待新的一年，产业形势好转，行业空气清新，不见雾霾！

(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。

商旅资讯

厦航开通 厦门至悉尼直飞航线

本报讯 12月5日，厦门航空有限公司(以下简称厦航)开通了厦门至悉尼航线，厦门与悉尼之间首次有了直飞航线。在该航线的首航航班上，厦航启动了空中互联服务的试运行，为头等舱和商务舱的旅客提供免费的机上WiFi。

厦门至悉尼航线使用波音787进行执飞，航班号为MF801/2，每周两班，去程为周三、周六22:30从厦门起飞，飞行时间9小时，次日10:30抵达悉尼；回程为周四、周日12:00从悉尼起飞，18:00抵达厦门(以上均为当地时间)。

在春节期间(2016年2月1日至23日)，厦航将加密厦门至悉尼航线，从每周2班增至每周4班，满足广大旅客探亲访友的出行需求，目前已全面开放销售。

厦航与澳航签署了特殊比例分摊协议，将厦门至悉尼航线延伸至墨尔本、珀斯、达尔文、堪培拉、凯恩斯、阿德莱德、布里斯本七个澳大利亚的境内航点，旅客可以从厦航直接购买相关航线的联程机票，实现“一票畅游澳大利亚”。

在悉尼航线开航之际，厦航特别推出“游历澳大利亚”公益项目，初期将投入超过1000万元，为获得澳大利亚打工度假签证的中国青年提供出行支持，鼓励更多年轻人走出国门，助力中澳文化交流。

(宗 和)

同程旅游正式上线 房车露营频道

本报讯 日前，同程旅游正式上线房车露营频道。该频道为国内首家OTA上线的房车露营在线频道。房车露营频道隶属“周边游”大频道，分为“新品尝鲜”和“精品推荐”两个产品专区。其中，“精品推荐”分为森林、山地、湖畔、乡村、海滨等几个类型，用户可以结合自身的兴趣、出游的人群，更便捷地选择目的地。

据了解，此次首批上线的露营地有40余家，基本覆盖全国所有五星级营地，以华东地区数量为多，如奇瑞途居连锁露营地旗下的芜湖龙山露营地、黄山、扬州露营地，上海东平国家森林公园营地，苏州太湖1号房车露营公园等。

据中国旅游车船协会自驾游与露营房车分会秘书长刘汉奇介绍，目前中国现有自驾车露营营地约300家，2015年规划中营地1000家。按照目前每年50%到70%的增长速度，5年后，国内将拥有营地5000家左右。未来5年内，中国房车露营市场必将迅猛发展。

基于对房车露营市场发展的预期，同程正式进军该板块。同程相关负责人表示，未来将丰富产品线，多样化发展，如结合自行式房车开发房车自驾游等业态，还将推出房车、营地包场等活动型产品。

(建 刚)