

现场 /

“会”聚海上新趋势 -
CIBTM 邮轮会奖主题论坛
在国家会议中心圆满举办
p2



译文 /

在线旅游不要哭, 资本寒冬
或许只是四季之一

p3

资讯 /

童游: 综合亲子游平台完成
千万级 Pre-A 轮融资

p4



TRAVEL LINK DAILY 微信...

Travelink 旅业链接 Daily

Be part of our newsletter evolution. 14/09/2016 P1
信息发布/info@tlmchina.com
Be part of china tourism evolution. 广告合作/ad@tldchina.com

毛里求斯旅游专家·奖励培训计划

好好学习 赢取豪礼

It's a pleasure Mauritius

全球机场客流量创六年最大增幅

据国际机场协会最新发布的数据, 去年全球机场客流量创下 2010 年以来最大增幅达 6.4%, 客流总量为 72 亿人次。全球六大区域客流量均出现增长。

国际机场协会称, 2015 年新兴市场和发展中国家的客流量上升 8.1%, 而在增长缓慢的成熟市场, 客流量上升了 5.2%。目前, 新兴市场客流量已经占全球客流量的 44%。金砖国家(巴西、俄罗斯、印度、中国和南非)的客流量每年上升 8.2%, 客流量已经占到全球客流量的 21.4%, 达到 15 亿人次。亚太和中东地区的国际机场的发展显示出, 全球客运中枢正在逐渐东移。

英国旅游局推出数字营销活动“邂逅英伦发现惊喜”

9月12日, 英国国家旅游局在中国推出大型活动, 带动赴英旅游新趋势。

英国驻华大使吴百纳女爵士在北京的大使馆宣布了“邂逅英伦发现惊喜”的数字营销活动。这项为期两个月的活动将在中国热门社交网络和数字渠道上进行推广, 展示只在英国才能体验到的精彩瞬间。

该活动将同海南航空, 以及中国领先的在线旅游代理商途牛网合作, 让访英旅行的预定更便捷, 从而鼓励更多中国游客赴英旅游。英国旅游局计划在 2020 年前实现中国游客在英消费额翻番, 达到 10 亿英镑的目标。

韩国发生朝鲜半岛震级最高地震



据韩联社援引韩国气象台报道, 当地时间 12 日 18 时 44 分韩国东南部庆州市发生 5.1 级地震, 随后 19 时 32 分又发生了一次 5.8 级地震, 首尔、釜山多地都有震感。韩国气象局表示, 5.1 级地震为朝鲜半岛史上第四大强度地震, 而 5.8 级则创下朝鲜半岛震级之最。据韩国国民安全处消息,

目前尚无人员伤亡报告。中国有网友称上海等地也有震感。

韩国是我国游客出境游主要目的地国家, 今年 7 月赴韩旅游人数高达 91 万人。8 月受韩国部署萨德系统影响, 人次环比下降 3.7%。庆州是韩国主要观光城市, 历史文化资源丰富。

中青博联与神州专车签署深度合作协议

近日, 面向中国企业家人群的知名高端网络社交平台正和岛主办的“2016 正和岛全球创新大集”在重庆悦来国际会议中心举办。在活动第二天的“创新发布: 全球创新风向标”论坛上, 为机构客户提供“智慧会展 + 数字营销”服务的国内整合营销领导企业中青博联与专车市场的佼佼者神州专车在众多与会嘉宾的见证下, 签署了合作协议, 并现场向与会嘉宾分别推介了中青博联的 WeMeeting 小微会议管理系统和神州专车的用车服务与 Open API 计划。

[详情点击链接查看更多](#)

TripAdvisor (猫途鹰) 公布 2016 年“旅行者之选”全球最佳博物馆榜单

全球领先的旅行规划及预订网站 TripAdvisor (猫途鹰) 近日公布了 2016 年“旅行者之选”全球最佳博物馆榜单。该榜单是根据 TripAdvisor (猫途鹰) 网站和 APP 上全球用户在过去一年内对博物馆的评分、点评内容与数量综合计算而来, 反映了世界各地的博物馆在过去一年内受全球游客欢迎的程度。

全球 619 家获奖博物馆引领文化深度游热潮, 各类型博物馆百花齐放; 美国纽约大都会艺术博物馆蝉联世界榜首, 9/11 纪念馆首次进入世界前 25; 中国西安秦始皇兵马俑博物馆蝉联亚洲和中国榜单第 1 位。

[详情点击链接查看更多](#)

不仅是通往欧洲的航班,

更是 9495 公里的瑞士品质享受。

SWISS

A STAR ALLIANCE MEMBER

Made of Switzerland.

NORDIC SURPRISES 为北欧拼惊喜

挪威·瑞典·芬兰·丹麦

手壮还能拼到惊喜红包立刻扫码

北欧 每平方米更多惊喜

VisitDenmark, NORWAY, Visit Sweden, Visit Finland

现场

“会”聚海上新趋势 - CIBTM邮轮会奖主题论坛在国家会议中心圆满举办



2016年9月8日，由旅业链接与北京国际商务及会展旅游展览会（CIBTM）携手举办的“会”聚海上新趋势—邮轮会奖旅游主题论坛在国家会议中心CIBTM教育演讲厅圆满举办。论坛出席嘉宾有北京第二外国语学院经贸与会展学院院长刘大可教授、皇家加勒比游轮中国区企业客户高级销售经理孟祥曦先生，歌诗达邮轮会奖销售经理杨扬女士，公主邮轮北京代表处地区销售经理杨盛先生、星梦邮轮第二助理销售副总裁孙玮先生、安利（中国）日用品有限公司活动策划高级经理周艺桃女士，如新（中国）日用保健品有限公司大中华区飞扬峰舞台总监黄文辛先生和中青博联整合营销顾问股份有限公司大健康事业部总监杨晨先生。八位资深行业嘉宾与百余位旅业观众齐聚一堂，就邮轮会奖新趋势进行了深入探讨与交流，让与会者充分认知邮轮会奖团的最终诉求，在实际操作方面得到启发，同时了解邮轮会奖旅游的未来趋势，使得“会”聚海上变得更容易。



刘大可教授主题演讲

活动第一阶段为刘大可教授精彩的主题演讲——中国会奖旅游市场现状与邮轮市场新机遇，从邮轮为何需要关注会奖市场以及邮轮如何开发会奖市场两个方面阐述了邮轮会奖旅游在中国的发展潜力和开发路径。刘教授谈到，会奖业近年来在全球具有较快的增长态势，在主要发达经济体中产生了较大的经济影响。例如，美国会奖产业占GDP的比重已经达到2.5%左右，高于电影、录音、航空运输等行业。如果中国会奖业能够达到占GDP2%的比重，2015年中国会奖业将达到1.35万亿的市场规模，由此可以看到会奖业的未来潜力。然而，中国邮轮会奖起步晚，有关抽样调查显示，目前84.1%的会奖活动选择在酒店举办，邮轮所占份额非常小。从另一侧面看，这意味着邮轮会奖未来将会有巨大的发展空间。邮轮会奖只要抓住会奖业强调定制、个性和创意的特点，认真研究这个市场的运行规律，就一定会上一步做大做强。



圆桌论坛

活动第二阶段为邮轮会奖圆桌论坛，在刘大可教授幽默主持的氛围下，各位论坛嘉宾各抒己见，现场激起一波又一波的探讨高潮。

议题一：邮轮会奖旅游的优势何在？

皇家加勒比游轮孟祥曦先生指出：邮轮最大的优势在于它是海上漂浮的一个城市，可以把它比作一个目的地；

从大型的会议会展或出境的项目中，它能给客户带来“省心、放心”的体验，集中资源，提供邮轮一站式服务。

歌诗达邮轮杨扬女士接着细化了这一观点，从邮轮会奖区别于传统的会奖层面来说，邮轮会奖的优势在于控制预算，娱乐性休闲性突出以及更加年轻化个性化的定制服务，正是通过互动式的体验和定制服务，使得会奖团队能够实现奖励的初衷，最终达到双赢甚至三赢的结果。

星梦邮轮孙玮先生表示星梦邮轮作为首个亚洲本土豪华邮轮品牌，星梦邮轮传承区内及国际邮轮精英，专为庞大且极具潜力的中国及亚洲高端邮轮市场量身打造。星梦邮轮致力成为区内业界典范，满足自信、独立思考的亚洲富足旅游群体的需要。品牌完美融合中西元素，为宾客带来独特的豪华海上体验。

在活动上孙玮先生突出介绍了星梦邮轮的品牌形象与其在会奖服务上的优点，从设施与理念上都为迎接各种全球化、国际化的会议做了充分的准备，由于星梦邮轮是一个全新的邮轮品牌，也希望能够邀请及吸引更多的旅游会奖业者，考虑在星梦邮轮上举办会议。



嘉宾合影

公主邮轮杨盛先生从企业为何要组织会奖旅游这个问题入手，谈及商务会奖旅游的作用，旨在激励员工和凝聚企业核心力。若企业与高端邮轮品牌强强联合，一来可以迅速提升公司的品牌形象和业界的口碑，二来可以大大增加员工参与的积极性。例如，公主邮轮自1965年成立以来，一直受到中高端人群的钟爱，其中不乏政界和王室成员，英国前首相撒切尔夫人（玛格丽特·撒切尔 Margaret Thatcher）为原帝王公主号的教母，凯特王妃（凯特·米德尔顿 Kate Middleton 剑桥公爵夫人殿下）是新的皇家公主号的教母。

如新黄文辛先生从买家的角度为大家回顾了如新这几年的包船的经验，发现现在的趋势在于，很多邮轮公司的船越造越大，设施越来越丰富，具有非常的多样性，并在可移动性、可塑性和安全性上下足功夫。首先，邮轮旅游可以让你每天醒来都能游览不同的国家；其次，邮轮上综合多样的高科技设施以及不同的场地空间，使得企业客户可以根据自己的想法包装呈现定制化的活动；最后，邮轮作为交通工具以及新兴的旅游方式本身比较安全。另外，相较于其他旅游方式，邮轮受国际形势、自然灾害以及政治因素等不可抗力影响较小。

安利周艺桃女士更是代表最早开始做邮轮会奖的公司，突出邮轮能够减少旅途疲惫、可控预算和成本、适合直销会奖、方便包装包船企业形象等优势所在。此外，邮轮之所以适合做直销会奖，是因为它能够安排所有的出席者都在同一个空间，可以提供所有参加者更多进行沟通和交流的机会，这是我们最喜欢用邮轮的地方。其次，因为邮轮包船以后，船上的活动空间非常适合进行整体活动的包装，企业也可以充分地利用邮轮场地与设施做市场产品推广活动，包括邀请名人讲师到邮轮上去讲课等，这个也是我们多次选择邮轮作为我们海外的研讨会的原因。

中青博联杨晨先生：会展公司实际上在一个大的活动里面，起到的是一个纽带和桥梁的作用，要把客户的需求落在资源方，然后给客户想要的效果，甚至达到他意料不到的效果。而选择邮轮，一方面是沟通方面

的高效，第二方面是操作方面的高效。邮轮能够提供给我们吃、住、行、乐的一站式服务，一边是客户，一边邮轮方，简洁明了的关系会让沟通和操作起来是非常高效便捷的。

议题二：近年来会奖团队需求的变化以及对邮轮提出了哪些新的要求？

如新黄文辛先生提到，在包装个性化上邮轮公司应该更加重视不同企业、不同航线、不同邮轮的差异化，在装饰物和形象展示的基础上，可以更加深入，持续创新。二是作为包船方，希望在政策允许情况下，考虑未来如何能将更多的公司活动带到邮轮上去，同时将活动根据不同的邮轮产品进行细分，比如奖励旅游和公司会议。最后是餐食问题，希望在不同目的地航线能够享受到更优质的美食及更多元的餐食选择。

安利周艺桃女士表示，最大的困惑点在于岸上旅行选择缺少中文导游服务以及邮轮上WIFI带宽服务有待提高的问题，并且指出一些邮轮公司在会奖团后期执行方面可能出现的欠缺。

中青博联杨晨先生强调他们的使命就是要客户的需求和资源方完美地结合到一起，解决需求解决问题，把活动做完美，基于这一点未来应该在聚集复合型、综合性人才上下功夫，培养更多的邮轮方面的专家，考虑他们自身能为邮轮包船的项目做些什么，起到很好的上下沟通的作用。

议题三：对邮轮会奖旅游未来发展趋势的预测和展望，面临的挑战又有哪些？

公主邮轮杨盛先生对邮轮会奖旅游做出两大趋势预测，第一、公司将更加注重会奖的成本控制，因此“一价全包”的产品会更受欢迎；另外、随着直采模式被越来越多的采用，类似邮轮产品这样，可以同时解决交通、住宿、境外观光、会议活动场地等的一站式服务，将更为受到市场追捧。而2017年以及未来，各家邮轮公司如何通过自身的产品及特色，给邮轮客户带来更好的体验，将会是其面临最大的挑战。

星梦邮轮孙玮先生：希望大家有机会能够更加了解星梦邮轮，因为星梦邮轮定位为首个亚洲本土豪华邮轮品牌，专为中国及亚洲市场而设，旗下第一艘邮轮“云顶梦号”将于2016年11月首航，而其姐妹邮轮“世界梦号”也将于2017年加入船队，为宾客提供区内最高水准的服务及最宽敞舒适的海上居停。星梦邮轮主要针对中高端客群，品牌在会奖理念上的打造以及服务的特性能够在非常高的程度上满足会奖客户需求，敬请大家期待星梦邮轮，也衷心希望能在会展业务上跟大家有更多的合作。

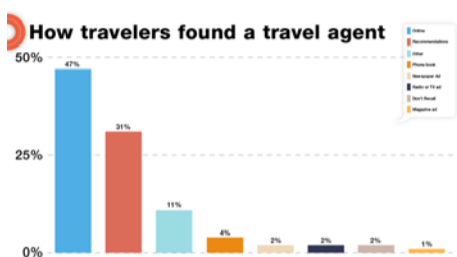
歌诗达杨扬女士：面对越来越多短途会奖团队的需求的趋势，邮轮公司可以通过阶段性的尝试短航线来迎合需求。为了更好地满足会奖客户的高要求定制需求，歌诗达亚洲的优势在于会奖服务团队在中国，定制产品团队在中国，最高决策层在中国，沟通高效，执行利落，以期能结合歌诗达自身产品特点把定制化方案的落地执行地更加优化。

皇家加勒比游轮孟祥曦先生提到，邮轮公司真正遇到最大的挑战实际上是周边国家的政治经济，或者是一些自然的突发事件会对目的地带来不确定性，这是在做大型项目的时候，包括邮轮不可避免的情况，但是另一方面，从未来发展的趋势上来讲，恰恰是这些不确定性，能让他们有更加丰富的产业线路，包括香港、越南、菲律宾和以后可能的三亚、三沙等等。简单来说，为了应对这些不确定性，邮轮公司会拿出更加多样性的产品，以更加高质量的服务让大家满意。

在线旅游不要哭，资本寒冬或许只是四季之一

游客现在通过使用互联网寻找旅行代理商的频率已经远高于传统意识上的口碑相传，尽管这在早前很长时间内被认为是旅游业的主要商务发展途径。

根据Travel Weekly游客调查显示，47%的游客表明他们是在网上找到旅行代理商的；而通过推荐做出选择的现在仅占31%；报刊、杂志等广告形式和电话黄页合计已经少于10%。



对于那些早已重视起要加强在线曝光度以及将资源收录搜索引擎优化（SEO）的商家来说这一结果完全不意外。

例如，Virtuoso的高级副总裁David Kolner表示，线上搜索的成功对Virtuoso来讲非常重要，高端代理商平台不需要再为线上广告买单，取而代之的是依靠公关努力和SEO来吸引用户使用Virtuoso.com并最终能联系Virtuoso平台上的代理商。他说：“你无法一夜之间在Google平台成为一个了不起的网站，但我们从90年代就进入互联网市场，早已被认为是权威的

平台。”

然而互联网的多层面性决定，即使游客是通过线上找到代理商，其实多多少少会有些个人推荐作用其中。

“我们在做一些评论认证功能，就是说只有真实达成交易的用户才可以发布评论来评价合作的旅行代理商，”Kolner谈到，“从中发现这些评论是决定人们是否联系相应代理商的第一要素。”

比起通过引导带来的订单数量增加，更明显的是从这些引导中所带来的订单交易额达到平均每次\$4700，同时25%的结单率相比于传统广告的4%-5%是很高的。“我们重点关注的是Agent Profiler在搜索领域的频繁亮相，同时能让Google识别到Travel Leaders在旅游专题可信度很高。”Travel Leaders Group的CEO Roger Block说到。

Block还谈到，“在市场营销和技术两个方面我们都有安排相关人员不断收集用户反馈，同时持续加强我们的SEO，从而了解哪种方法或定位会更适合公司发展。”

Customized Management Solutions的总裁Catherine Heeg告诉来参加他们培训课

程的代理商，他们的在线内容要做到“效果非常突出的同时他们从图像和文字上要让人印象深刻”。这家公司主要做旅游行业社交营销方面的咨询工作。

目前，传统的（mom-and-pop）旅游代理商仍需依赖口碑推荐来扩展市场，但他们也已经深深意识到线上传播的重要性。加州Santa Cruz Travel of Santa Cruz总裁Scott Pinheiro着重强调，他们作为一家家族式的旅游代理商，客户中不乏有最初客户的第三代第四代子嗣。他发现，虽然他们的品牌通过口口相传建立起的口碑推荐很明显，但是慢慢发现会有一些用户选择来咨询他们之前先到网上做些功课，由此让他意识到要对他们的网站内容引起充分的重视。

所以说，虽然近一年来，在线旅游巨头和创业公司都经历了不同程度的资本寒冬，很多能人被迫退出市场。但是依然要对旅游在线行业抱有信心，回暖时刻指日可待。

游遍纽约州

纽约，大家都非常熟悉，但纽约州有哪些旅游资源，相信很少有同行特别清楚。

《游遍纽约州》本期将带您了解——2016年纽约州州长杯葡萄酒大赛八月于沃特金斯格伦（Watkins Glen）圆满结束。

2016纽约州州长杯葡萄酒大赛获奖者揭晓



2016年纽约州州长杯葡萄酒大赛八月于沃特金斯格伦（Watkins Glen）圆满结束。安德鲁 M. 库默州长宣布来自五指湖地区的比尔氏波洛酒庄（Billsboro Winery）酿造的2013 西拉（Syrah）葡萄酒获得2016 州长杯葡萄酒大赛最受尊敬，最受追捧的“州长杯”大奖。“年度最佳葡萄酒庄”大奖则授予了同样来自五指湖的库克斯普林斯（Keuka Springs）酒庄。

这次葡萄酒大赛在8月9日和10日于纽约州沃特金斯格伦（Watkins Glen）召开的第31届纽约州葡萄酒和美食经典竞赛（New York Wine & Food Classic）期间进行。纽约州的经典竞赛活动由纽约州葡萄酒和葡萄酒基金会主

办，面向全州400多家酒庄开放，被称为纽约州葡萄酒竞赛中的奥斯卡奖，展示了帝国州内生产的最优质的葡萄酒、苹果酒和精酿酒类。今年的竞赛包含951项独立参赛作品：包括来自纽约州长岛、哈德逊谷、五指湖区、西部等地的893种葡萄酒、20种烈性苹果酒和38种精酿酒类。

“从长岛到五指湖，纽约州的葡萄园不断生产出美国最优质的葡萄酒”，库默州长指出，“在过去的6年间，政府不遗余力地支持这一行业，帮助并坚信它定能实现我们希望的振兴与繁荣。看到今天展出的所有产品，我们知道这些努力都已获得了回报。我想祝贺所有奖项的得主们，并鼓励所有纽约客们在购买下一瓶酒时，考虑我们的本地产品。”

纽约州葡萄酒和葡萄酒基金会主席吉姆·特雷齐斯（Jim Trezise）说：“纽约州葡萄酒和美食经典竞赛以其聘请的优秀评委、吸引的重要组织和竞赛带来的宣传价值而在全国享有盛誉。我们感谢在竞争如此激烈的竞争中获奖的公司，并感谢库默州长及政府给予这次活动和纽约州葡萄酒业的大力支持。”

目前，纽约州拥有超过900间葡萄酒庄、啤酒厂、酿酒厂和苹果酒庄。自2011年来，可供观光品酒的农场酒庄的数量增长了60%以上，从2010年的195家发展到如今的315家。此外，开设了分公司的农场酒庄的数量也增长了131%，从29家增加至67家。2014年设立的农场苹果酒生产许可也使得纽约州新添了22间农场式苹果酒庄。❤



纽约州旅游局中国代表处
trade@iloveny.com.cn
www.iloveny.com

北京：010-64301893
上海：021-63858501
广州：020-87300366
成都：028-61326792

Beijing@iloveny.com.cn
Shanghai@iloveny.com.cn
Guangzhou@iloveny.com.cn

欢迎关注微博“[我爱纽约州](#)”和微信“[纽约州印象](#)”获取更多纽约州相关信息。

迪士尼中国新一年授权计划 新渠道新内容



2016年9月12日，迪士尼在上海公布了其中国区2017年消费品授权计划，有2500名经销商参加这次授权经销商大会。

据迪士尼消费品及互动中国区副总裁及总经理林家文介绍，明年的消费品授权重点策略仍然将是内容驱动、提高年轻族群产品占比以及渠道全覆盖。2017年，增长速度有望达到四成。

和其他品牌的年轻化不同，迪士尼希望在年轻消费者中摆脱以往的幼稚感。而今年，中国市场的产品设计重点也将围绕“智能风潮”、“健康生活”和“她经济”展开。

重庆至新加坡航线增至每周 17 班

重庆航空近日开通重庆至新加坡直航航班。今年以来，重庆至新加坡航线已从每周 7 班增加至每周 17 班。这标志着中新（重庆）战略性互联互通项目在航空领域取得进展。

据了解，重庆航空公司 9 月 9 日开通的重庆至新加坡直航航班，将于每周一、三、五执飞，采用空客 A 3 2 0 机型，空中飞行时间约 5 小时。

重庆机场集团相关负责人表示，重庆至新加坡直飞航线的加密，将更好地满足往来两地旅客尤其是商务旅客的出行需求，助推两地互联互通。

航班管家收购出境游App“下一站” 火力进军出境市场作



日前，航班管家正式宣布完成对出境游品牌“下一站”的收购。这是继4月份与凯撒旅游联合成立合资公司——伙力旅行正式进军出境游之后，航班管家持续布局出境游市场的又一动作，在业内引发关注。

据了解，“下一站”是专注于出境游业务的移动旅游平台之一，成立于2011年，2012年底获得了戈壁创投近1000万人民币的A轮融资。

在当前消费升级背景下，出境游市场具有巨大市场空间及相对确定性。航班管家丰富的用户资源和流量，与“下一站”所拥有的出境游资源，形成了良好的业务互补。

厦航9月底开通厦门-深圳-西雅图航线

据厦门日报报道，厦航将于9月26日开通厦门-深圳-西雅图航线，这是厦航开通的第一条美国航线。记者昨日从厦门机场、厦航了解到，西雅图航线开通后，厦门将初步构建起连接欧、美、澳的全球空中航线网络，带动中转旅客量大幅增长，使厦门的国际中转枢纽地位日益凸显。

厦门机场全面实行7×24小时通关运营，是全国第五个实行全天候通关的机场口岸。厦门对51个国家的外籍人士开放了“72小时过境免签”政策，符合条件的外籍公民可以免办签证在厦门市停留72小时。

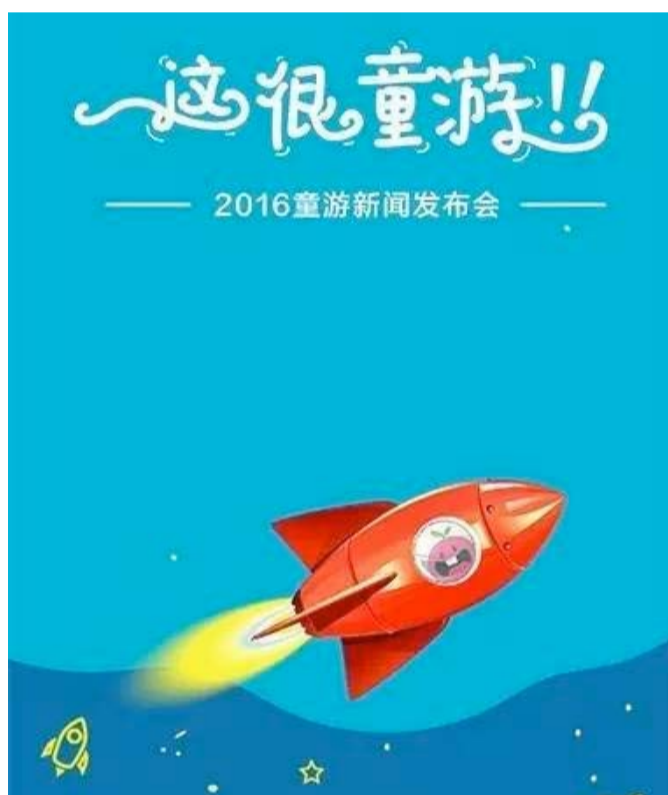
细分经济舱：与廉价航空竞争新的营销 策略



面对廉价航空公司的激烈竞争，欧美多家航空公司拿出了“细分经济舱”的营销策略，吸引愿意多付一些费用的乘客。

据美国《华尔街日报》12日报道，美国运量第二大的达美航空公司，大约3年前开始尝试这种细分策略。达美航空将经济舱机票分为三类：基础经济舱、经济舱以及悦悦经济舱。美国航空公司、美国联合美国大陆控股有限公司今年晚些时候也将引入分级机票法。美国航空曾表示，希望细分法能为公司每年带来10亿美元额外收入。

童游：综合亲子游平台完成千万级Pre-A 轮融资



2016年9月13日，亲子游平台童游已经完成千万级Pre-A轮融资，由广东本土投资机构辰途资本以及谢诺金融领投。

童游，作为综合性亲子游平台，汇聚旅游达人、导师助教来挖掘和设计好玩的亲子线路，提供从产品设计、定制服务到主题项目、投资规划等一体化亲子游产品服务。2015年5月，童游完成深圳高新投集团数百万美元天使投资。

