

数字/

Club Med地中海俱乐部联合
猫途鹰发布2017中国滑雪
消费者市场深度调查报告

p2



分析/

旅游行为痛点该怎样
正确引导旅游消费升级?

p3

资讯/

维也纳旅游局携手奥地利
航空带来维也纳2017秋冬
奢华体验

p4



TRAVEL LINK DAILY 微信...

Travelink 旅业链接 Daily

Be part of our
newsletter evolution.
Be part of china tourism evolution.

09/12/2017 ▶ P1

信息发布/info@tlmchina.com

广告合作/ad@tlmchina.com



葡萄牙旅游局与重点旅业伙伴 签署合作备忘录 发力中国市场



2017年9月11日，#冠军激情，纵享葡萄牙#主题活动开幕仪式在葡萄牙驻华大使馆举办。葡萄牙旅游部副部长 Ana Mendes Godinho 女士率领代表团出席该活动。活动现场，葡萄牙旅游局与中国9家旅行社及

OTA正式签署战略合作协议，葡萄牙旅游局将与多家旅业合作伙伴一起开展针对性的市场推广活动、推广高质量的旅游产品，以满足中国消费者日益增长的出境旅游需求。

英格兰旅游局：开展多项活动 鼓励年轻人在英国享受假期

近日，英格兰旅游局（VisitEngland）投入250万英镑的“与世界接轨——发现英国”（Join the World - Discover the UK）的数字社交媒体活动，他们将“迷惘的一代”作为目标，利用海外社交媒体红人和游客向同龄人展示那些只能在英国国内度假才能获得的绝妙时刻和经验。

[点击查看更多](#)

泰国国家旅游局任命沛琳为北京办事处处长

日前，泰国国家旅游局宣布任命沛琳（Auchalee Kumwong）女士为泰国国家旅游局北京办事处处长。

沛琳女士出生于1964年，毕业于泰国蓝康恒大学，自2011年起历任欧洲、非洲、中东及美洲地区市场组处长；2015年起历任欧洲、非洲及中东地区市场处处长。

据悉，泰国国家旅游局（以下简称TAT）成立于1960年3月18日，是第一个在泰国专门负责促进旅游业的机构。泰国国家旅游局向公众提供旅游区的信息和数据，通过宣传来鼓励泰国和国际游客在泰国旅行，为旅游目的地制定发展计划而进行研究，在旅游领域不断合作、维系经营并发展人员。

如何保障旅行产品品质，让游客玩好还要好玩？

NO FASHION, NO TRAVEL

无时尚，不旅游

意大利环意国际旅行社张环女士在受访时提出：设计产品，不是设计游客，要进入游客的内心，感受他们的喜怒哀乐。以游客身份不断体验和感受目的地，用专业操作方式序化游客体验，从而形成有品质的旅行产品。这也是环意19年始终如一的服务理念。

环意

意大利单团地接
Voglia d'Italia Tour

北京服务中心:010-59648686

与卡塔尔航空一起漫游布拉格

卡航环球旅行精品汇与您一同打造个人旅行风范。

即日起至2017年9月19日，通过卡航官方网站预订旅行日期至2018年5月31日的机票前往遍及世界的150余个目的地，尊享高达70%优惠折扣，畅享多种惊喜大奖*。

登录 qatarairways.com 即刻预订

QATAR AIRWAYS 卡塔尔航空
GOING PLACES TOGETHER

Club Med 地中海俱乐部联合猫途鹰发布 2017 中国滑雪消费者市场深度调查报告

Club Med 地中海俱乐部联合猫途鹰 TripAdvisor 发布《中国滑雪消费者市场深度调查报告》，这是首次针对中国消费者滑雪习惯的深度调研，由全球“精致一价全包”度假品牌和首屈一指的在线旅游信息平台联手开展，于近日在 2017 国际冬季运动(北京)博览会上重磅发布。



随着近几年中国滑雪市场的快速发展和 2022 年冬季奥运会即将在北京举办，中国旅行者对于滑雪旅游的需求正在迅猛增长，此次 Club Med 与猫途鹰联手调研 3000 余人，首次深入分析中国滑雪消费者市场，包括对单双板以及滑雪假期的总体认知，并揭晓其趋势和变化，旨在为旅游行业提供每年一度的参考信息，引领中国滑雪旅游市场的对话和交流。

调查报告显示，近三分之二(62%)的受访者曾有过滑雪经历，其中 60% 的受访者表示一定会在三年内再度滑雪。Club Med 地中海俱乐部与猫途鹰同时发现，37% 的中国滑雪者曾前往异地滑雪；18% 的受访者曾前往海外滑雪，三大首选海外目的地分别为日本、韩国和瑞士。

超过一半(55%)的受访者在近期滑雪经历中于滑雪度假村入住至少 1 晚；其中，携带儿童的家庭滑雪者(68%)更有可能在度假村入住 1 晚及以上。滑雪旅行者的人均消费也显示出巨大潜力：目前每次滑雪旅行人均消费 2,000-5,000 元的旅客约占 23%，10% 的受访者达到 5,000-10,000 元，而 6% 的受访者更是超过人均 10,000 元。调查发现，中国旅行者通常结伴出行滑雪；43% 的受访者表示近期滑雪经历中与朋友同行，小家庭出行(包括伴侣和孩子)以及和伴侣出行的受访者比例分别达到 20% 和 16%。

参与调查的中国旅行者指出，他们选择滑雪场地时的主要考量因素分别为：场地及设施的安全性(43%)；配套设施的便捷和舒适程度(41%)以及交通便捷程度(40%)。选择滑雪度假村时，中国滑雪者们通常会结合度假村是否直通雪场(50%)，在线口碑，例如在猫途鹰和相关网站上的评价(46%)，以及配套的酒店服务设施(43%)等因素加以考量。受访者表示价格并没有那么重要，选择滑雪度假村时以价格为衡量标准的受访者比例仅为 34%。

调查同时发现，83% 的中国滑雪旅行者在滑雪时的装扮，主要通过滑雪服及手套(80%)、雪镜面罩(68%)以及雪板雪鞋(44%)的方式进行提升。此外他们会根据以往的滑雪经历，以多种不同的方式选择订购滑雪旅程。滑雪经历较少(仅有过 1-2 次滑雪旅行)的受访者更倾向于通过旅行网站在线预订，滑雪经历较丰富(3 次及以上)的受访者更倾向于直接通过滑雪度假村的官网预订。

60 年前 Club Med 在瑞士建立了第一座滑雪度假村，自此开启了独特的冰雪假期体验。伴随

欧洲历史悠久的滑雪文化及冬季奥运会的盛行，Club Med 冰雪度假村持续发展壮大，如今足迹已遍布欧亚大陆的 22 座度假村。目前，Club Med 已在中国开设两座滑雪度假村，分别位于黑龙江亚布力和吉林北大壶，后者曾举办过 2007 年亚洲冬季运动会。Club Med 北大壶度假村在开业首季就创下了 81% 的入住率，令人叹为观止。

除此之外，Club Med 全球知名的冰雪度假村还包括位于日本的北海道札幌 Club Med 度假村(Club Med Sahoro Hokkaido)，以及位于法国的阿尔卑斯山多雷斯 Club Med 度假村(Club Med Les Deux Alpes)、美丽堡安塔丽斯 Club Med 度假村(Club Med Meribel L'Antares)、和瓦尔莫雷尔 Club Med 度假村(Club Med Valmorel)、瓦托伦斯 Club Med 度假村(Club Med Val Thorens Sensations)以及位于意大利的普拉格拉托 Club Med 度假村(Club Med Pragelato Vialattea)。

Club Med 将在未来一年内新增三家滑雪度假村，其中位于法国阿尔卑斯山的 Grand Massif Samoëns-Morillon 和日本星野(Tomamu)的两家滑雪度假村将于今年 12 月盛大开业，同样位于法国的另一家酒店 Arc 1600 将于 2018 年冬季筹建完毕。截至 2020 年，Club Med 将致力于成为全球山林滑雪度假村行业的领军品牌，凭借其独有的“精致一价全包”度假理念融入法式元素，加上来自世界各地的 G.O 团队和国际级的专业滑雪教练，竭力为旅行者创造一次难忘的冰雪假期。

Club Med 诸多酒店在猫途鹰网站的各项评选中屡获嘉奖，其中不乏知名的“旅行者之选”和“卓越奖”。猫途鹰网站的数据亦彰显滑雪旅游市场的巨大潜力：2015 至 2016 年期间，用户评论数量逐级增加，谕示着滑雪旅行者的人数正在不断增长；此外，网站用户对滑雪度假酒店的评分也呈现了普遍上升的趋势。

交通公社新纪元国旅获日本最佳会奖旅游方案大奖

日前为表彰访日的会奖旅游团体，开发及活跃的新鲜会奖旅游市场，由日本国家旅游局(简称 JNTO)主办的“日本最佳会奖旅游奖 2017”公布了获奖名单。主办方通过招募全球旅行社、会将策划企业及个人，在新线路的开发、独特景点的策划和环保线路等多重标准的选拔后，宣布来自中国交通公社新纪元国际旅行社有限公司荣获此次活动的头奖，主办方还对其作品做出高度评价：该公司通过以“匠”为主题的旅行，使车企邀请的团员感受到日本制造业的匠心所在，通过与产业的结合，也使客户对日本的 MICE 品牌理念更加了解。

《会奖与活动服务机构评价规范》正式发布

中国贸促会商业行业分会近日和亚太会奖与活动协会(ICESAP)共同确立了《会奖与活动服务机构评价规范》，并在第四届亚太会奖及活动协会年会上正式发布该标准。

中国国际贸易促进委员会商业委员会秘书长姚歆先生表示，目前中国会议服务标准与国际标准的差异较大，此次团体标准的制定和实施将给未来的会奖行业带来很大变化，实现行业内的良性竞争，有利于国内会奖行业与国际接轨，也有利于中国企业走出去。

抓住哪些行业痛点才能有效引导旅游消费升级？

此前，根据国家旅游局发布的数据显示，今年上半年我国国内旅游增速明显，旅游人数超 25 亿人次，人均近两次；旅游收入增速是 GDP 增速的 2.28 倍，是居民人均消费支出增速的 2.5 倍。旅游专家分析认为，上半年国人消费支出的近十分之一都花在旅游上。

也正因如此，旅游业被更多人认定为“最具发展前景的行业”。经过多年的发展，旅游行业自 2016 年开始井喷式增长，无论是从旅游人数总量还是从旅游收入来看，均创历史新高。

全民皆旅游的盛况让全世界的旅游业同行都在紧盯中国这块大蛋糕，更有人戏称中国才是未来 10 年旅游发展的“主舞台”。可就是在如此风光的一片大好前景下，中国旅游从业者却被一些数据所震惊，不得不反思旅游消费升级的最新出路。



日前，国内知名大数据调研机构上海大正市场研究公司采用互联网数据抓取和搜索技术，覆盖了全国范围内 190 个城市的 792 个旅游景点，抓取了 2016 年 7 月 1 日 -2017 年 5 月 31 日消费者在携程、驴妈妈、百度旅游、同程、去哪儿、蚂蜂窝、猫途鹰、途牛等八大在线旅游航空公司、旅行社等旅游产业各方的体验和认知评论文本数据，得出了一份消费者趋势洞察报告。

讲概念：消费升级

都在讲消费升级，到底何为消费升级？各方说法比较共通的一点是：收入提高，更愿意花钱了。

看起来是这样，整体而言消费者对景点价格的吐槽在过去一年里下降了 5%。但是，我们看看消费者是怎么说的呢？

“联票 200，买的时候觉得挺贵的。但一天逛下来还是觉得挺值的。里面有旅客服务中心，免费提供开水、图书、充电冲，摆渡船免费坐，接驳大巴免费乘，wifi 全覆盖……门票起来是贵，但整个游玩的过程很舒服啊。”

“门票不贵就 10 块而已，但二次消费让人感觉很不爽，里面就一个湖，如果泛舟湖上的话船票 50！不坐船吧也根本没有什么可玩的了。”

可见，我们愿意花钱，但我们更关注消费体验。消费者愿意为好的消费体验(产品品质)支付一定的溢价。

游客神吐槽的背后痛点究竟在何方？

很多事件发生后，小编最关注了其实是“网友”们的吐槽，视角多样，剖析准确。而正因为有了这些吐槽，才让业者了解到一些不寻常的旅游痛点正急需改变。

1、景区“最后一公里”，我要“便捷”——直达，充裕的/免费的接驳交通

这里的“最后一公里”指的是消费者离开公共交通工具或私家车以后，到景区入口的那段路，或景区内，不同景点之间的那段路。从消费者体验来看，目前消费者在景区“最后一公里”上面临如下问题：

--- 到达难：景区出入口与停车场、公共交通站点之间距离远，没有衔接交通。

“售票口与停车场有 2 里地，景点入口距离售票口 4 里地，一个字，累！”

--- 流动难：同一景区不同景点之间交通衔接不力。

“景区景点分散，一般游客至少要逛两个以上的景点，频频遭遇换乘难、摆渡难。”

--- 服务差：有衔接交通的，管理、调度的又不到位，接驳车延误、等待、收费贵等情况频出。

“去入口的大巴不是按时间发车，而是坐满了才发车，运气不好等半天。”

且看乌镇的成功案例：

“摆渡船免费坐，东西栅之间接驳大巴免费坐，虽然旺季的时候等车会排队，但服务很好。不想等也有收费的车可以做，也都很规范的。200 的门票看似贵其实值当。”

2、景区外导视，我要“省心”——实时动态导视系统，含路况导航及景区导览

随着自助游、自驾游的日益流行，景区外(目的地)导视需求攀升，即使非自驾游游客如若未做详尽的出行攻略，都很容易遇到类似于“岔路口没有指示牌，还要找个地方停车导航，有些景点偏新或较偏远的时候导航还不一定对的，就有可能跑冤枉路”或“出租车司机绕路，景区小公交不报站也不停站坐过了司机还怪我为什么不说”等糟心事。总结而言，在景区外导视环节，目前主要有以下两大问题：

--- 没有导视，或导视精准度不足，给出行带来困扰

--- 缺少实时信息提醒服务，增加了用户的出行过程中的不确定性

“就是冲**(景点)去的，结果该景点施工不开放……而门票售出概不退票……虽然景色还

不错，但这服务太差了，以后也不会再来了。”

实时信息提醒，是指基于用户地理位置变化和时间推移的实时导视服务，如前方路况、当前人流量，建议参观顺序等等。它不仅可以帮助游客更科学合理地安排游览路线和分配时间，还可以避免因信息到达不及时而给游客带来直接损失。

随着技术进步，这些都已可实现，即使在技术不成熟的时候其实我们也可以通过更多的细节尽可能的提供给游客更有效的指引，让游客满意而归。

且看斯里兰卡的成功案例：

“一路上每个休息站都有公告牌告诉你从这里出发可以到达的景点有哪些，以及景点的介绍、当前距离，据此我就可以判断要不要去某个景点，先去哪个景点……”

3、景区内导视，我要“省力”——清晰、明确，自成一景

自助游、自驾游日益盛行，也对景区基础服务设施提出了更高的要求——景区需提供给游客即使在无导游的情况下也可轻松游览，满意而归。此时，景区内导视系统的导向、解说及警示等内容就显得尤为重要了，而纵观消费者旅行体验来看，当前景区在这一系统的建设上至少还存在以下两大问题：

--- 景区内标识设置不齐全

“里面也没有指示牌，很多时间都浪费在找景点上。”

--- 导视系统维护管理不到位，造成错误指引

“美食街的活动结束了，结果指示牌还一直立着，跟着指示牌，结果指引到一处废墟。”

诸如此类问题的存在，让景区标识不仅没有起到原本的指示引导作用，反而干扰了游客的视线，妨碍了有效旅游信息的传达，造成风景旅游区的景观质量下降。

而结合成功案例来看，好的景区导视系统，不仅需要清晰、明确，还要自成一景，如厦门：

“厦门市街头林立着很多以海洋元素设计的指示牌，清新亮丽、指示清晰，已然成为厦门一景。”

[点击查看更多](#)

旅游消费升级的实质是什么？

反观数据，旅游消费升级的实质是什么呢？

旅游消费者更加关注“特色”、“体验”、“省时省力”、“导视/指引”、“价值/性价比”、“文化底蕴”、“风格”、“趣味”、“规范”、“亮点”、“风情”等。这些关注点实在上要求旅游目的地要从“体验”出发，主动打造自己的特色和亮点，注重体验设计。

我们认为旅游消费升级的驱动因素是消费者在满足了基本物质需求的基础上，对精神和文化追求的体现。同时，消费者审美意识觉醒，出国旅游见过更好的产品之后，对国内旅游环境和旅游产品提出了更高的要求。

因此，在旅游消费升级背景下，一个好的旅游产品应该具备：良好的服务体验(便捷、舒适)+ 优秀的景观设计(有品质的内容，包括文化+精神)+ 价值优势(高价值！)

维也纳旅游局携手奥地利航空带来维也纳 2017 秋冬奢华体验



近日，维也纳旅游局携手奥地利航空在外滩华尔道夫酒店为沪上媒体呈现尊贵下午茶，展现来自于维也纳的奢华与典雅。维也纳旅游局与媒体分享了秋冬季节在维也纳的五大奢华体验，显示出这个城市与众不同的魅力。近年来赴维也纳的中国游客呈逐年上升趋势，2017年上半年在维也纳逗留过夜的中国游客达到了约 175,000 人次，同比增长 45%，中国一跃成为维也纳第八大海外客源地。为满足前往奥地利的出行需求，奥地利航空在 9 月开设每日从上海直飞维也纳的航班。

上海迪士尼快速通行证将于年内升级电子版

近日，上海迪士尼度假区宣布，上海迪士尼乐园内备受欢迎的迪士尼快速通行证服务将进行电子版升级。届时，游客入园后无论身处何处，都能通过手机等移动设备预约并查看迪士尼快速通行证，且无需额外付费。

上海迪士尼度假区的电子快速通行证服务将在今年秋季启用。启用后，游客只需提前下载最新版本的度假区官方手机应用程序(APP)，即可在进入主题乐园后，随处在手机上预约提供迪士尼快速通行证服务景点的电子版通行证，而无需前往指定地点领取。

亚洲航空发布 Freedom Flyer 会员忠诚计划

连续 9 年获得世界最佳低成本航空公司称号的亚洲航空近日发布 Freedom Flyer 计划，该优化的会员忠诚计划，旨在让乘客能更轻松及快速地赚取亚航 BIG 积分。

由亚航 BIG 忠实计划启动，该 Freedom Flyer 计划独特的全新会籍状态根据乘客的飞行次数奖励乘客，有别于一般根据票价进行奖励的忠诚计划。只要更频繁地搭乘亚航航班，就能更快地赚取 BIG 积分。

捷星航空将开通郑州至墨尔本、胡志明、河内航线

捷星将于年底前在郑州开通三条新航线，直飞澳大利亚墨尔本、越南胡志明及河内。越南航线由捷星太平洋执飞，计划于 9 月开通；墨尔本航线由捷星航空执飞，计划于 12 月份开通。捷星三条新航线的开通，不仅每年可以输送 6 万名中国旅客出境旅游观光，也可以为河南带来更多国际旅客。墨尔本航线将由波音 787 梦想客机执飞，每周两班，将每年为澳洲带来 3.5 万名旅客。

Relux 与 Airbnb 展开订房业务合作

Loco Partners 株式会社运营的日本高级温泉旅馆·酒店在线订房网站 Relux 将与 Airbnb 展开日本国内旅馆的订房合作业务，11 月后日本传统旅馆将开始正式登陆 Airbnb 的订房平台。

Relux 向 Airbnb 提供自身采用的住宿预约引擎相同的技术平台，因此，全世界的 Airbnb 用户可以从 Relux 住宿设施中预订到符合 Airbnb 理念的独特的旅馆。

9 月 11 日起 华航台北—长沙航线将增班

9 月 11 日起，华航将新增台北—长沙 CI577/CI578 来回航班，每周一飞，加上华航航空台北—长沙 AE977/AE978 与高雄—长沙 AE953/AE954 航班，华航集团每周五班由台湾往返长沙，提供两岸洽商或旅游的旅客更便捷多元选择。

台北—长沙去程 CI577 航班于 15:20 自台北起飞，晚间 18:00 抵达长沙；回程 CI578 航班 19:10 长沙起飞，晚间 21:50 抵达台北。华航台北—长沙经济舱来回机票未税价 9800 元台币起。

万达集团在兰州投资建设大型文旅项目

近日，万达集团董事长王健林赴甘肃兰州考察，在考察结束的发布会上，当即宣布要加大投资力度，在兰州市投资建设一个大型文化旅游项目，同时选择甘肃其他城市新建设 10 个万达广场项目。

众所周知，万达集团在 7 月 19 日的惊天大交易中，抛售了 13 个文旅城项目，整个行业内都一直认为，万达已经在文旅争斗中急流勇退了，从台前转到幕后，但兰州项目这一回马枪回马枪，另行业惊讶。

中青旅遨游盒马鲜生店开业 旅游业首个新零售门店诞生

9 月 8 日，中青旅遨游旅行首个新零售门店正式落户北京十里堡盒马鲜生超市。分析人士认为，中青旅盒马鲜生店的开业，让消费者吃新鲜的海鲜，享受高品质的旅游，或将开启旅游门店步入新零售浪潮的新篇章。

在中青旅遨游首席销售官韩杰看来，新零售是机会也是挑战，更重要的是站在风口顺势而为。旅游从电商烧钱时代回归本质，体验、创新、品牌，已成为消费者越来越重视的三大要素。