

专访/
多维深挖市场 新西兰旅游局
携“新”来袭



p2

营销/
一年一度“双十一”
旅游业引爆怎样新风潮?

p3

资讯/
俄媒:各国最期待中国
游客 俄将更适应中国
市场

p4



TRAVEL LINK DAILY微信...

Travelink 旅业链接 Daily

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

11/13/2017 ▶ P1
信息发布/info@tlmchina.com
广告合作/ad@tlmchina.com

新加坡 旅游业「新享家」培训计划

SG 新加坡 心随翼展

CHANGI 新加坡樟宜机场

扫码注册, 参与学习即有机会亲赴新加坡考察

2017 年德国国家旅游局年度推广会 在京拉开帷幕



2017年11月13日至16日, 德国国家旅游局将分别在北京、上海、成都、广州举办年度推广会。此次, 德国国家旅游局携手25家德国旅业伙伴, 为中国旅业朋友带来更多更丰富的德国旅游资源, 促进中德旅业间的交流, 推动德国旅游继续不断的发展。北京站作为推广会的首站, 由今日上午的一对一洽谈和下午的大型业内洽谈会组成。在一对一洽谈上, 德国旅业伙伴通过提前在

线预约的形式与28家在京欧洲出境游旅业代表进行洽谈, 获得更多新鲜、准确的目的地资源及信息。

据了解, 针对中国市场, 德国国家旅游局将在2018年推出特别主题: “卡尔·马克思诞辰200周年”和“德国自驾购物”。值得一提的是, 2018年是中欧旅游年, 德国国家旅游局也会推出系列活动, 将德国打造成为丰富多彩的品质旅游目的地。

2018 中美旅游高层对话将于明年下半年在杭州举办

日前, 经中美双方商定, 2018 中美旅游高层对话将于 2018 年下半年在中国杭州举办。2007 年, 中美双方共同发起并建立了中美旅游高层对话机制, 每年在中美双方轮流举办。2016 年 9 月 8-12 日, 中美旅游高层对话以“互学互鉴、共谋发展, 开创中美旅游交流新时代”为主题在宁夏银川举办, 成功激发了美国与会代表对中国西部省份新的认知。今年 9 月 20-24 日, 2017 中美旅游高层对话在美国亚特兰大成功举办, 中美旅游各界围绕“旅游+”, 全域旅游等热点话题展开深度交流, 达成了多项共识, 中国倡议、中国理念在中美旅游合作中正日益发挥重要的引领作用。

法国国家古迹中心推出微信购票系统方便中国游客

法国国家古迹中心日前发布公报, 宣布将于 11 日推出微信购票系统, 以方便中国游客在法游览。根据这一公报, 将有 8 处法国古迹首批登录购票系统, 分别为圣米歇尔山修道院、阿宰勒里多城堡、卡尔卡松古城、伊夫堡、巴黎凯旋门、巴黎古监狱、先贤祠和巴黎圣礼拜堂。游客在关注法国国家古迹中心微信公众号后, 可点击“门票预订”选择想要参观的古迹并通过“微信支付”付款, 即可购得电子门票, 凭票参观。

SWISS 瑞士国际航空公司

欧洲

起售价人民币 3690*

A STAR ALLIANCE MEMBER

Made of Switzerland.

*须遵守有关条款及细则

翔龙万里行 ETI HOLIDAYS 出境旅行专家

GREECE

自由希腊 希腊8日 Santorini

多维深挖市场 新西兰旅游局携“新”来袭

2017年11月10日,由新西兰旅游局主办的第六届“新西兰大中华区旅业洽谈会”(Kiwi Link Greater China,以下简称洽谈会)圆满落幕。据了解,为期3天的洽谈会吸引了112家来自中国大陆、香港及台湾地区的旅行社,以及56家新西兰地区旅游局、旅游产品供应商和航空公司参会,其中位于新西兰中部地区的马尔堡(Marlborough)、尼尔森塔斯曼(Nelson Tasman)地区旅游局,以及北岛的霍克斯湾(Hawke's Bay)地区旅游局更是首次加入。

中部地区为新西兰旅游局推广的重要区域,此外,震后成功重建的凯库拉(Kaikoura)重磅回归……面对新西兰旅游局隆重推出的新鲜旅游产品推介活动,《旅业链接》(Travel link daily)记者在洽谈会现场对新西兰旅游局亚洲区总经理华夫先生(Gregg Wafelbakker)以及地区相关旅业负责人进行了独家专访,探讨接下来针对中国市场的推广计划及展望。

深耕中国市场:力推新地区,鼓励错峰出游

Q1: 您能否分享一下近期探访新西兰的中国游客的数量?另外,数字变化趋势是怎样的?

A: 中国市场是新西兰第二大的客源国。根据新西兰统计局的最新数据,在截至2017年9月的一年内,中国公民造访新西兰旅游的人数为407,744人,比去年同期增长0.6%,同时中国游客平均逗留时长也进一步增长,已经达到了18.3天。仅今年7-9三个月的数据显示,中国市场的增长率达到11-13%。得益于中国的“十一”黄金周长假,这一段时间中国游客的增长极为强劲。截止到今年10月15日,为期四周的临时数据显示,中国游客人数预期将增加高达18.8%。

Q2: 对于中国市场,您观察到了哪些与众不同的变化和趋势?

A: 可以肯定的是,中国市场异于任何一个旅游市场,这里的变化日新月异,旅游客群的消费能力很强,在玩法儿上也逐渐趋于多元。通过数据分析,我们发现中国自由行游客的数字持续增长,在新西兰的中国访客中约三分之一的游客是自由行群体。自由行客群会更渴望得到相较常规路线外与众不同的目的地体验。为了满足中国游客渴望打破常规、探访新路线寻找独特经历的需求,近几年,新西兰旅游局在中国市场着力推广新西兰中部地区(惠灵顿,马尔堡和尼尔森塔斯曼地区)。这里交通便捷,汇集了最独特的电影、美食和区域文化。此外,为了鼓励更多的中国游客在旺季以外的春秋两季到访,我们增强了四季体验的宣传力度,让更多游客了解并爱上一年四季的新西兰。

Q3: 您认为中国华东、华南以及华北市场的旅游市场有怎样显著的区别?

A: 我们在全各地市场都有明显增长,其中华东地区是推广新西兰旅游最早的地区,所以市场更成熟,游客对新鲜事物接受很快,所以我们推广新地区很受欢迎,增长也最为明显,而且游客消费能力很强;华南地区随着直航的开通紧随其后,涨势明显;华北地区的游客会相对选择传统一些的旅游目的地,但是团队游和自由行的增长很快。我们非常重视中国市场,很早就开始耐心耕耘,现在市场逐渐成熟起来,游客当地逗留的时间也显著增长,有更多时间深入新地区尝试新体验。

Q4: 新西兰旅游局推出过哪些有利于中国游客的相关举措,请问您能为我们做具体的介绍么?

A: 为提升中国游客在新西兰的旅游质量,新西兰旅游局在中国市场与旅行社合作推出新西兰首选合作伙伴计划,将主打优质团队游的PKP(Premium Kiwi Partnership)和主攻自由行的线上合作伙伴OTP(Online Travel Partnership)模式相结合,充分挖掘和利用旅业伙伴的资源优势,提升游客的旅行体验。

此前,新西兰移民局调整了签证政策,以方便和鼓励中国游客前往新西兰,2017年5月8日开始,将中国游客个人多次往返的旅游签证有效期从三年延长到五年。

此外,为中国游客挖掘新的目的地,呈现不同的旅游体验,今年6月,新西兰旅游局发布了“长白云之心”系列宣传影片,让观众跟随中国电影导演乌尔善和作家、美食工作者艾俏,到访惠灵顿、尼尔森和马尔堡地区所在的中部地区,与新西兰电影人、美食家、艺术家交流,从电影、艺术、人文、美食、美酒等多维度,展现一个多样魅力的新西兰。

Q5: 2019年被设立为“中国—新西兰旅游年”。对此,新西兰旅游局有哪些针对中国市场的动作?

A: 我们对于即将到来的“中国—新西兰旅游年”感到非常兴奋和期待,可以进一步加强两国人民的交流和了解,促进两国新的关系和合作机会,使两国都能实现旅游目标。新西兰政府相关部门正在准备与中国国家旅游局于今年末在北京举行会议,以确定该项目的预期目标。之前已经出台了签证政策的调整,将中国游客个人多次往返的旅游签证有效期从三年延长到五年。相信未来一段时间,我们将会会有更多的活动出台,请大家拭目以待。

中部地区:多元文化、美食美酒 这里适合中国游客的多次造访

受访人介绍:

Ms Jo Heaton

惠灵顿地区经济发展局

目的地及市场营销部旅游贸易经理

Mr Taylor Tian

马尔堡旅游公司

大中华区市场经理

Q1: 新西兰中部包括惠灵顿,马尔堡和尼尔森塔斯曼地区个性鲜明各异。他们的主要优势有哪些?您能再举例说明如何在这些地区深度游玩吗?

A: 惠灵顿位于新西兰北岛最南端,被誉为“最酷小首都”。游客在这个地区不但能享受著名的咖啡、手工啤酒等美味,同时也能感受到多元文化。这里拥有众多美术馆、博物馆和剧场。适合喜爱文化艺术的旅游者。

马尔堡是海鲜和美酒的圣地,盛产绿壳青口贝。新西兰地区约3/4的绿壳青口贝产自这里。马尔堡是新西兰最大的葡萄酒产区,也是著名的“长相思之乡”,适合美食美酒爱好者。

尼尔森塔斯曼地区拥有三个国家公园,风景如画,也是新西兰阳光最充足的地区,适合喜爱户外活动的游客。

Q2: 针对中部地区,您认为如何突破传统的线路推广方式以打开中国的2B与2C市场?您的营销推广计划是怎样的?

A: B2B: 从数据中显示,中国的自由行出行数量在持续增长,针对于此,我们的推广计划主要集中和线上旅行社建立合作,同时也和自由行旅行社建立更密切的联系,例如Kiwi Link就是一个很好的平台,通过这次活动接触到全中国各地区的旅行社,让我们了解中国的旅游需求,也让中国业者了解我们的产品动态和特色。



新西兰旅游局亚洲区总经理华夫先生

B2C: 此外,之前的宣传项目,比如黄磊夫妻的相爱20年新西兰之旅,以及“长白云之心”系列宣传片等,也给中部地区带来很好的反响。

Q3: 面对中国消费者不断提升的需求,你们将通过哪些方式来进一步满足?

A: 新西兰的很多旅游产品供应商已经开设中文网站,方便中国游客。另外在产品方面,我们会根据中国游客的需求制定产品,比如西方游客拥有很好的体力,他们会喜欢户外运动体验项目,而对于中国游客,我们会把行程做得休闲适宜一些,结合徒步和游船,品酒和美食,同时配备中文导游让游客更深入地了解当地文化。

凯库拉及南部地区:震后重磅归来

小众目的地不容错过

受访人介绍:

Mr. Scott Callaway

基督城机场

旅业发展总经理

Mrs Swallow Wang

基督城机场

亚洲市场销售总监

Mr Kauahi Ngapora

凯库拉观鲸公司

总经理

Q1: 访问新西兰时,南岛绝对不容错过。其中,凯库拉是震后重建重磅回归的旅行目的地,您能为我们介绍下凯库拉及其不可错过的体验吗?

A: 凯库拉在毛利语中为Kaikoura, Kai的意思是食物,Koura的意思是龙虾,顾名思义Kaikoura是享用龙虾的天堂。同时这里也是海洋生物栖息地。奇特的地理环境让这里的海洋生物物种特别丰富。在凯库拉,你可以看到海豚、毛皮海狮、信天翁、企鹅和多种远洋海鸟。凯库拉更是一个世界少有的可以一年四季都观鲸的地方,有抹香鲸长期居住在这片海域。在遭遇地震之后,凯库拉已重新开放,希望这里的独特动植物能为游客留下深刻的旅行体验。

Q2: 如果要为这个地区拟一句宣传标语,您想说什么?

A: 凯库拉是“大海遇见雪山的地方”,坐落在南阿尔卑斯山脉与太平洋之间,是新西兰少有的同时拥有海底深谷和雪山的地方。在冬季,山上白雪覆盖,远远望去,好似浮在纯净的大海上,更增奇伟,在如此美景中搭乘游船游览,庞然的鲸鱼游弋水下,让人感觉到自然的壮观。

Q3: 对于市场推广者而言,您认为南岛与皇后镇、基督城等受欢迎的目的地相比,还有哪些不容错过的体验?

A: 南岛拥有崎岖的海岸与连绵起伏的平原,从12月15日起,连结Picton - Blenheim - Kaikoura - Christchurch的1号公路(State Highway 1)再次开通,在这条著名的海滨之路上,游客不仅可以沿途欣赏美景,还可在此邂逅野生海豹等生物上滩小憩。除了自然景观和珍稀野生动物,南岛还盛产全球最顶级的生蚝——布拉夫生蚝,每年新西兰秋天3月开始至6-7月结束,是品尝生蚝盛宴的最佳时节。当然,品尝顶级的葡萄酒也是这里的趣味之一。

Abercrombie & Kent 发布 2018 年中国区发展策略多元化产品组合打造高端旅行首选品牌

世界高端旅行品牌 Abercrombie & Kent 中国近日宣布其 2018 年旅游产品线路和市场策略,将成为国内首家推出私人飞机服务“Wings Over the World”的旅行机构,为中国旅行者打造至臻完美的一站式出行计划。此外,A&K 中国更精心为中国游客量身设计约 50 条固定出发精品小团线路及横跨全球 100 多个目的地的专属订制定程,遍布世界七大洲,选择更加丰富多样,更好地满足不同人群多元化的出行需求。

沙巴将于 2018 年 2 月前新增 4 条直飞中国航线

沙巴州旅游事务助理、文化和环境助理部长拿督 Pang Yuk Ming 先生在亚庇市中心美居酒店主开幕式新闻发布会上宣布,沙巴政府预计将在 2018 年 2 月之前迎来新增的 4 条中国直飞航线。从 11 月 15 日开始,马印航空成都航线启航,12 月有长沙直飞。2018 年农历新年前,马印航空还会开辟天津以及广州航线。他预见未来数月内会有更多中国游客到沙巴。目前赴沙巴的国际航班达到 171 趟,其中来自中国的有 80 趟航班。

一年一度“双十一”旅游业引爆怎样新风潮？

周末巧遇“双十一”，这让不少消费者憋足了劲儿来一场“掏空钱包”的潇洒之旅。当然历经 9 年的线上购物狂欢节早已没了“关注单身”的意味，更多的是以屡屡刷新销售数字震惊全球。



正如当年“双十一”的发明者阿里巴巴所显示的，11月12日零时，阿里巴巴“双11”最终交易额定格在 1682 亿，无线成交占比 90%。在消费升级的当今，网购早已成为街头巷角最为常见的消费方式，而伴随这场热辣的全国购物狂欢上演，旅游行业又搭上哪辆车？引爆了何种风潮呢？

“亲爸爸”扶持下的飞猪：别人家勤奋的“富二代”以 IP 概念布局全国旅游市场

伴随阿里巴巴整体全球化战略升级过程中不可缺少的一环，“飞猪”品牌这一年的成长可谓可圈可点。“含着金汤匙”诞生的飞猪，在去年 10 月底由积淀颇深的“阿里旅行”升级而来，自带 2 亿会员的体量，日均访问用户达上千万，“亲爸爸”雄厚的资源与流量，推进了飞猪与原本就跃跃欲试的中外旅企更坚定的合作模式。

万豪、悦榕庄、凯悦、希尔顿、ClubMed、雅诗阁等著 30 余个品牌酒店纷纷入驻飞猪平台；香港航空、国泰航空、汉莎航空等也是隔三差五爆出商户入驻；加拿大、斐济、关岛等旅游局也均与飞猪签订合作协议……这个“别人家”的孩子正在以最快的速度整合全球旅游资源，拿出互惠互利的诚意，争夺每一块可以做大做强的板块，相比其他 OTA，这样的力度与速度绝不亚于任何劲敌。

如果说站在巨人肩膀上整合资源是飞猪靠的是天生优势，那么于此同时推出目的地 IP 战略可谓独树一帜。此前，飞猪品牌负责人表示，度假 IP 的打造，是飞猪巩固其出境游领导者地位的主要策略。从 2016 年的“极光专线”双十一战绩来看，聚集 5000 多消费者购买芬兰的极光类产品不光带火了芬兰这个偏小众的目的地，也让飞猪看到了针对年轻群体打造创新类、挑战类产品的市场大有可为。随即，2017 年飞猪陆续推出多个度假 IP 商品，“法国专线”、“贝加尔湖”以及“南极专线”均在市场中掀起波澜，并取得优异成绩。据了解，覆盖全球具有主题性和内容性的旅行目的地将成为飞猪品牌的发力重点。

加强布局和深度创新的全球游理念下，飞猪在今年的“双十一”交出了优异的答卷。双 11 当日，飞猪境外游人次超过 110 万，签证 15 万本，预定机票 100 万张，国际航段 35 万，欧美澳公务舱商品单品销售破千万，高星级酒店预定 50 万间夜，五星自助餐超过 10 万份，超 10 万人涌向三亚高星级酒店度假。飞猪双 11 充分呈现出全民消费升级的特点。

当然，全球游也令 2017 飞猪双 11 成为旅行业的一次全球空前大协同。近百家航空公司、16 大国际酒店集团旗下 61 个高端酒店品牌的千余家酒店、千余家景区景点倾力参与飞猪双 11，共同全球飞、全球住、全球玩。马云提出的“五个全球”不但帮助中国商家、消费者走向全世界，也令全球的旅行商家得以全情拥抱中国狂欢，分享中国增长带来的消费热情。

中青旅：借力营销 品质保障

万众瞩目的双十一网购狂欢于周末落下帷幕，在旅游服务品类中，中青旅旗舰店以 7084 万元的成绩，再次夺得飞猪旅行旅游服务行业第一名，充分彰显旅游网购巨大的市场空间和中青旅旗舰店强大的节庆运营能力。作为与时俱进的品牌，中青旅借助飞猪平台，依靠品质和口碑赢得了消费者的认可。

人民对美好生活的向往催生旅游度假巨大市场空间

十九大报告指出，“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不

充分的发展之间的矛盾。”在中青旅控股总裁张立军看来，“旅游消费是人民日益增长的美好生活需要的重要组成部分，旅游产业是幸福产业，旅游消费是提升国民幸福指数的重要载体。”

需求创造了巨大的市场空间。近年来，网购旅游产品和服务已进入寻常百姓家，网络支付、诚信服务等体系的搭建，为旅游网购提供了肥沃的土壤，也为双十一旅游网购提供了火热的氛围。

砥砺前行，锻造中青旅旗舰店双十一网店王牌口碑

为用户提供长期价值是中青旅一贯坚持的价值导向。在中青旅旗舰店的打造上，中青旅以持续创新的激情，创造了旅游度假行业双十一销售的一个个第一：首个突破千万的旗舰店（2013 年）、首个突破亿元单日销售额（2015 年）、首个蝉联双十一品类冠军的企业（2013、2014、2015、2017）、首个全面实施全国联运的旗舰店……

成绩的取得，在中青旅旅游网首席销售官韩杰看来，资源采购、产品创新是前提，技术服务、营销创新是保障，销售团队全力冲刺是支撑，更重要的是，中青旅多年来持续以多样完善的消费者保障措施，使消费者对中青旅旗舰店给予了充分、持续的信赖，才使我们登上冠军的宝座。

以 2017 年双十一为例，中青旅旗舰店以“不凡价格、不凡品质”为主打，从今年七月开始便规划产品准备库存，所推出的香港 1899 元/人起、日本 2999 元/人起、澳大利亚机票 2999 元/人起、马尔代夫 7599 元/人起、大溪地 12999 元/人起等爆款产品，以及同步推出的单笔订单满 7000 元参与砍价最高立减 1111 元、海岛游满万减 500 等活动，在全渠道完全由实际真库存显示，从而与部分商家低价噱头显著区隔开来，为消费者带来更便利的购物体验。

同时，中青旅旗舰店由首席销售官担任双十一专项服务质量监督员，严格监控售前、售中、售后各个环节，将细微服务渗透到每一个触点，确保服务品质不打折。

面向未来，韩杰表示，中青旅旗舰店双十一再次夺冠，只是中青旅旅游网多年来蝉联飞猪旅游度假品类冠军的注脚。对中青旅旅游网来说，成绩只代表着客户既往对我们的信任和肯定，服务至上、品质至上、消费者至上，始终是我们永远坚守的初心。我们也将牢记使命，为广大游客创造更多的美好旅游体验。

阿联酋航空集团公布 2017-18 财年半年报

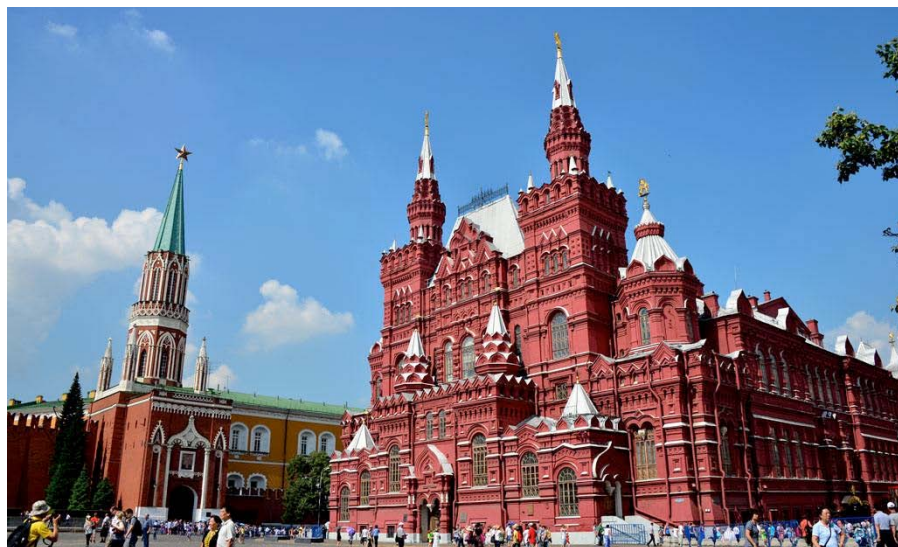
阿联酋航空集团于 2017 年 11 月公布 2017-18 财年半年报（2017 年 4 月 1 日至 9 月 30 日期间）。尽管面临利润率持续下行的压力、油价上涨以及航空业和旅游业现存的种种挑战，与去年同期相比，集团业务仍实现了收入稳健增长，利润率整体回升的佳绩。该年报对阿联酋航空集团及下属公司的业绩进行详细的公布和分析。

据 2017-18 财年半年报显示，集团净利润达 23 亿迪拉姆（约合 6.31 亿美元），增长 77%，与去年同期相比，利润率实现低位回升，这得益于集团在优化运力和提升效率方面的一系列举措，同时也得益于稳健增长的集团业务，和较去年同期相比更有利的外汇形势。

阿布扎比卢浮宫于 11 月 11 日向公众开放

历时近十年修建的阿联酋定于 11 日正式向公众开放，成为第一座把法国“卢浮宫”盛名带进阿拉伯世界的博物馆。为了庆祝阿布扎比卢浮宫开放，当地时间 9 日，在阿联酋的阿布扎比举行了包括烟火表演、灯光秀等在内的一系列庆祝活动。阿布扎比卢浮宫位于萨阿迪亚特岛，占地约 2.4 万平方米。据了解，为了提高自己在艺术世界的地位，盛产石油的阿联酋希望能在本国阿布扎比“复制”一个卢浮宫。富有盛名的卢浮宫将会在阿联酋开设分支机构，向其出借展品并允许其使用“卢浮宫”的名号。新博物馆的场馆由法国最著名的建筑师之一让·努埃尔设计。

俄媒：各国最期待中国游客 俄将更适应中国市场



据日前俄媒报道，根据俄旅游署统计，今年前 9 个月中国赴俄旅游客流量增长 24%——达 84 万人次。而且这仅仅是免签游客。报道称，俄总理梅德韦杰夫表示，签证规则很快将更加自由：最少成团人数从 5 人减至 3 人，团体签证允许停留期限从 15 天延长至 21 天。姆斯基斯拉夫斯基还告诉俄媒，中国游客现在是世界任何国家期待的客人。为了迎接中国客人，俄罗斯需要对基础设施进行投资，并培训旅游专业人才。

英国航空计划斥资 45 亿英镑提升旅客飞行体验

英国航空公司（下文简称“英航”）首席执行官高志翔在伦敦世界旅游交易会(World Travel Market)上宣布，公司推出全新投资方案，斥资 45 亿英镑，致力于提升旅客飞行体验。高致翔指出，英航是一家致力于满足旅客需求的优质航空公司。在激烈的市场竞争下，英航将成为更卓越的国家航空公司，始终引领世界航空业最前沿，为旅客提供最佳服务。公司的发展战略旨在加大投资用于提升旅客飞行体验，并推出更多更超值的票价供旅客选择。

Airbnb 投资 200 万美元支持亚太区

在此前越南岘港举行的亚太经合组织（以下简称 APEC）工商领导人峰会(APEC CEO Summit)上，Airbnb 爱彼迎联合创始人、首席战略官兼中国区主席内森·布莱卡斯亚克(Nathan Blecharczyk)宣布，将于 2020 年前累计投资 200 万美元，用于推广和支持亚太地区的创新型旅游项目。布莱卡斯亚克表示，Airbnb 爱彼迎希望借助可持续的旅游项目为亚太地区的共享住宿从业者创造更多机遇。该项目资金将面向包括目的地营销机构、公益组织、非营利机构和社区社会团体等各类机构，为它们开展创新型旅游项目提供必要的财务支持。

电子签证助力巴西旅游业中国游客数量上涨 55%

据巴西南美侨报网编译报道，世界旅游组织 (UNWTO) 近日公布的统计结果指出，国际游客数量一直在增长。他们预计，2017 年全球游客数量已经连续第 8 年出现增长了。巴西旅游部门则称，实施电子签证办理，使得到巴西的外国游客数量出现了大幅增长。前往巴西的外国游客在仅在过去一年内增加了 35%，而到巴西的中国游客数量上涨幅度达到 55%。巴西旅游部部长马克思 (Marx Beltró) 表示，电子签证的出现，有助于减少签证办理的繁杂过程。

Visa 助力 2018 年平昌冬奥会现场提供可穿戴支付设备

作为奥运会和残奥会的独家支付技术合作伙伴，Visa 在 11 月 8 日推出三种可穿戴支付设备。以传播冬奥会的精神为契机，Visa 开发了支持 NFC 支付的手套、纪念贴纸和奥运纪念章，让体育迷和运动员可以在任何受理 Visa 的非接触式支付终端轻轻一拍就能流畅安全地完成支付。除了提供可穿戴设备之外，作为奥运会的独家支付技术合作伙伴，Visa 还推进和管理覆盖冬奥会所有场馆的支付系统基础设施和网络建设，包括在各销售点配备超过 1,000 台非接触式支付终端，可以受理移动支付和可穿戴设备支付。

猫途鹰联手南非旅游局、天使和坚果派举办“精彩南非小小海洋守护者”家庭项目制游学分享会

猫途鹰 (TripAdvisor) 日前联合南非旅游局举办“精彩南非小小海洋守护者”家庭游学项目分享会，该项目由专业儿童素质教育机构天使和坚果派倾力研发，旨在将南非独特的海洋资源和教育旅游项目推广至更多中国家庭，开创全新的亲子项目制游学模式。

参与该项目的首批家庭的家长和孩子分享了此次游学的心得体会。家长和孩子现场分享了南非独特的自然人文风光，游学期间丰富多样的以海洋守护为核心的课程及活动。活动现场南非旅游局与猫途鹰还授予参与本次旅行中的小朋友们“南非海洋文化传播小使者”称号，并鼓励他们本次南非行程中的各种亲身体验及所学知识、技能分享给更多同龄人。

2017 财年迪士尼营收达 551.37 亿美元

华特迪士尼公司发布了截至 2017 年 9 月 30 日的 2017 财年第四季度及全年财报。报告显示，本财季，华特迪士尼公司营收 127.79 亿美元，稀释每股收益 (EPS) 同比增长 3% 至 1.13 美元。本财年，公司全年营收达 551.37 亿美元，净利润为 89.8 亿美元。在迪士尼乐园和度假区方面，第四季度营收同比增长 6% 至 47 亿美元，全年营收同比增长 8% 至 184.15 亿美元。其中，巴黎迪士尼乐园和上海迪士尼度假区的业绩出色。

诺唯真喜悦号针对银龄游客推出三大主题行程

诺唯真游轮 11 月 8 日宣布，旗下专为中国游客量身定制的喜悦号游轮将推出三大主题行程，为银龄游客打造更加流光溢彩的海上休闲娱乐体验。三大主题行程包括海上广场舞比赛、越剧和评弹曲艺表演，届时，知名越剧表演艺术家方亚芬和评弹表演名家程瑜等将在喜悦号上登台献艺。自喜悦号今年夏季从母港上海首航以来，精心安排的行程和海上娱乐体验深受多代同游家庭游客的青睐。此次主题行程的推出将为游客提供更加丰富多样的娱乐选择，吸引更多中老年游客在喜悦号上畅享自由闲逸的海上假期。