

现场/

维多利亚州旅游局发布中国
区全新品牌及最新任命

p2



商旅/

2018商务旅行新趋势
商旅市场将面临巨大机遇

p4



TRAVEL LINK DAILY微信...

Travelink 旅业链接 Daily

Be part of our
newsletter evolution.

03/14/2018 ▶ P1

信息发布/info@tlmchina.com

Be part of china tourism evolution.

广告合作/ad@tlmchina.com



国家旅游局与文化部合并 新成立文化与旅游部



2018年3月13日，国务院机构改革方案提请十三届全国人大一次会议审议。根据该方案，改革后，国家旅游局与文化部合并，组建文化和旅游部。不再保留原文化部、国家旅游局。

方案提出，将文化部、国家旅游局的职责整合，组建文化和旅游部，作为国务院组成部门。其主要职责是，贯彻落实党的宣传文化工作方针政策，研究拟订文化和旅游工作政策措施，统筹规划文化事业、文化产业、旅游业发

展，深入实施文化惠民工程，组织实施文化资源普查、挖掘和保护工作，维护各类文化市场包括旅游市场秩序，加强对外文化交流，推动中华文化走出去等。

国务委员王勇表示，上述调整旨在“为增强和彰显文化自信，统筹文化事业、文化产业发展和旅游资源开发，提高国家文化软实力和中华文化影响力，推动文化事业、文化产业和旅游业融合发展。”

2017 旅游有效投诉同比下降 8%

据北京市旅游委发布的旅游投诉情况公示的数据显示，2017年北京市旅游委全年受理各类有效投诉 2867 件，其中，购物自费项目问题、导游领队服务问题以及服务质量问题依旧是投诉的重灾区。另一方面，随着新兴业态的发展，新的问题也随之产生，比如民宿监管、共享平台约束以及一些新兴中介产生，给消费者带来便利的同时也带来了新的烦恼。

针对投诉，消费者协会及旅游相关部门加大了旅游投诉处理的力度，2017年，北京市旅游委立案调查 91 家旅行社，行政处罚案件 106 件，查处违规运营车辆 751 台，处理非法经营商店 28 家。经过处理整顿，全年非法“一日游”投诉同比下降 44%。整体来看，2017 年有效投诉同比 2016 年 3108 件下降了 8%。

商务部：我国居民境外年均消费达 2000 亿美元

中国商务部部长钟山在此前的记者会上指出，我国已成为消费大国，消费规模稳居全球第二位且连续四年成为经济增长的第一拉动力。

我国经济增长已经由主要依靠投资出口拉动转向依靠消费投资出口协同拉动。经初步估算，目前我国居民一年去境外购物大约 2000 亿美元，购物清单中包括高档商品、日用消费品等。[点击查看更多内容](#)



维多利亚州旅游局 发布中国区全新品牌 “墨尔本，我本特立独行”

全新品牌发布 墨尔本彰显独特风格

近日，澳大利亚维多利亚州旅游局携手中国新生代男演员李现发布中国区品牌“墨尔本，我本特立独行”，宣布其中国区战略推广进入全新阶段。此次品牌发布着重于呈现一系列维多利亚州旅游产品与体验，汇聚人文、美食、佳酿、节庆、时尚、自然等多元特色，多维度呈现墨尔本与众不同的旅行体验。



维多利亚州旅游局中国区品牌发布会 Visit Victoria China Campaign Launch Event



维多利亚州旅游局密切关注中国出境游市场趋势，随着中国出境旅游市场的迅猛发展，中国游客已不满足于常规单一的旅游方式，更具个性的体验式旅行已成新趋势。维多利亚州旅游局致力于定位中国菁英自由行人群，推广定制化的个性旅游体验产品，不断加强与在线旅游服务商的广泛深入合作，利用多媒体渠道全方位触及目标人群，将维多利亚州丰富多彩旅游资源以更为全面、生动的方式带给中国消费者，期待更多中国游客以自己喜爱的旅行方式深度体验不一样的墨尔本。

对于此次品牌发布活动，维多利亚州州长丹尼尔安德鲁阁下表示：“这是维多利亚旅游局在近六年内首次针对中国市场量身定制的品牌宣传，我们想借此向中国游客展示墨尔本能够连续七年成为全世界最宜居城市的理由。”

维多利亚州旅游部长约翰·艾伦议员阁下表示，此次品牌活动会进一步增强生活在维多利亚州的华人与海外华人之间的交流与联系。部长称：“我们一直为维多利亚与中国的亲密关系而骄傲，也为墨尔本持续增长的、多元多彩的华人社区而骄傲。”

维多利亚州旅游局首席执行官 秉吉明先生

在品牌发布会现场，维多利亚州旅游局首席执行官秉吉明先生表示：“维多利亚州旅游局全新的品牌发布将会展示一系列多样而互动性极强的旅游体验，这些体验都是为了赢取中国旅游者的喜爱而特意打造。此次品牌发布旨在向中国日趋成熟的旅行者展示墨尔本是一个独特并能给游客带来灵感启发的目的地。通过这次品牌营销，我们希望加强中国游客到访维多利亚州的意愿，深度探索这座七度蝉联全球最宜居城市的多元魅力，发现与众不同的惊喜。中国是维多利亚州目前最大的国际游客来源国。从人数，游客过夜数和消费指数上都位居所有国际市场之首。我们有热情与信心让墨尔本成为中国游客在澳洲旅行的必选之地。”

维州旅游局开年动作连连 任命张晓晨先生为大中华区市场总监

澳大利亚维多利亚州旅游局国际营销总监 Carmen Smith 女士

伴随新品牌的发布，维多利亚州旅游局也公布了最新的团队任命。澳大利亚维多利亚州旅游局国际营销总监 Carmen Smith 女士说道，“本次中国区品牌推广活动，凝聚了维多利亚州旅游局墨尔本及中国团队数月来的努力。一个国际化的品牌策划及推广，要求精准的管理部署和多方的协调配合，在此感谢旅游局团队及多方的精诚合作。与此同时，我十分高兴的在此宣布：维多利亚州旅游局正式任命张晓晨先生，担任维多利亚州旅游局新一任大中华区总监。”

维多利亚州旅游局大中华区总监张晓晨先生

中国市场对于维多利亚州而言至关重要，因此旅游局在任命大中华区总监这一职位时也做了长时间的考察。据了解，张晓晨先生于 2011 年 4 月加入澳大利亚维多利亚州旅游局，并于 2017 年 11 月起担任大中华区代任总监。丰富的经验使得张晓晨先生能够顺利接替大中华区总监这一职位。在任命现场，张晓晨先生表示：“我们非常高兴地任命李现先生担任维多利亚州旅游局中国区旅游形象大使，李现先生独具活力的亲和气质与维多利亚州活力人文与震撼人心的自然风光不谋而合，是中国区品牌丰富内涵的最佳诠释。我们将借此机会打造墨尔本更深入人心、的目的地形象，吸引更多中国游客将墨尔本作为出境旅游的首选目的地。”

市场营销做进一步深化 全媒体曝光力度加强

据维多利亚州旅游局最新官方游客数据显示，截至 2017 年 9 月，维多利亚州已接待超过 598,200 名来自中国的游客，同比增长 5.7%，消费支出增加了 17.1%，中国游客消费水平占国际游客在维州总旅行消费支出的 34.9%，在维多利亚州入境的国际游客中排名第一，中国是维多利亚州最大的国际游客来源市场。中国市场在未来仍有巨大的发展潜力，预计 2020 年到访维州的中国游客有望攀升至 90 万人次。

随着中国区品牌的发布与逐步深化，维多利亚州旅游局将在中国市场通过传统户外媒体、线上视频平台、一站式定制化旅游攻略平台以及在线社交类媒体平台进行多渠道推广，不断开拓和中国旅游业者的合作，与线上线下旅游服务商共同开发以自驾游、美酒美食、节庆赛事以及文化艺术为主题的体验式旅游线路和产品，将推广重点逐步转向满足菁英自由行游客的旅游定制类产品。

全新的品牌宣传 H5

全新的品牌宣传片别具一格地以记录李现墨尔本旅行故事的崭新视角，更鲜活地展现出墨尔本别样魅力和多元化体验，身临其境地领略维多利亚州绝美风光，从联邦广场穿过弗林德斯火车站；走进霍尔涂鸭小巷与街头艺术不期而遇；在巴拉瑞特野生动物园与可爱的小动物亲密接触；从直升机俯瞰十二门徒岩，体验大自然的鬼斧神工；于晨曦登上热气球，飞跃亚拉河谷的原野、湖泊、葡萄园，以独特的视角发现不容错过的惊喜，一切美好尽收眼底。

维多利亚州旅游局中国区旅游形象大使李现表示：“我很荣幸能成为维多利亚州旅游局中国区旅游形象大使。在拍摄期间，墨尔本带给了我难忘深刻的美好回忆，我期待将精彩的旅行故事与更多中国游客分享，也希望鼓励更多喜爱个性旅行的中国游客以自己喜欢的方式，感受不一样的墨尔本。”



Beautiful
SAMOA
Experience

珍美萨摩亚

更多的信息请访问

WWW.SAMOA.TRAVEL

VISIT SAMOA
YEAR 2017

2018 商务旅行新趋势 商旅市场将面临巨大机遇

新兴市场和日益互联的全球商业格局在 2017 年为国际商业带来了显著增长。根据预测，全球航空客运量的增长将不断持续至 2036 年，2019 年的旅行支出预计将增长 6% 以上。随着旅客对商务旅行的安全性和个性化需求的不断增加，商旅市场面临着巨大的机遇和令人兴奋的发展趋势，人工智能将被运用到企业商务旅行中，企业的“员工关怀”责任也将变得愈发重要。



商务旅行中的人工智能应用

越来越多的商务旅行者使用智能手机、平板电脑、笔记本电脑对其旅行的安排和花费进行管理。2018 年，将有更多的旅行者使用人工智能 (AI) 旅行助手管理其旅行相关事务。这一创举令商旅人士在旅途中的任何时间皆可通过移动设备与聊天机器人互动，向聊天机器人咨询行程，获得旅行推荐和建议。FCM Travel Solutions 近期推出了人工智能聊天机器人 SAM，为协助在途旅行者获得旅行资讯和排忧解难提供了全新的差旅解决方案。举例某个差旅场景：旅行者动身前往巴黎的前夜，SAM 推送给他 / 她巴黎当地的天气预报，并提示他 / 她带上所需衣物或雨伞。

亚太地区的部分机场也逐渐推出使用人工智能的举措。澳大利亚政府正在权衡立法，允许旅行者在过境时凭借面部识别、生物识别技术获得身份识别。在不久的将来，旅行者将无需出示护照即可完成行李托运、安全检查、入境检验。

差旅费用管理在技术领域也呈现出了进一步的发展态势。差旅企业对于可以实时进行费用管理的 APP 需求将会增加。自动化不仅优化企业差旅费用的填写和报销流程，更可以防止差旅费用管理过程中出现的欺诈和人为错误。

商务旅行正在迅速发展的同时差旅预算并未增长

虽然经济预测令企业领导者相当乐观，但并不意味着企业计划增加差旅预算。企业继续寻求降低差旅支出的方式，却也并不等于减少差旅频次。差旅经理将更多地发挥创意，令差旅事半功倍的同时，平衡旅行者的差旅体验。在很多时候，企业领导者的第一直觉也许是自行管理差旅预订，以省去第三方费用。然而，差旅管理公司经常提供给企业或机构内部人员具有竞争力的价格，这往往并非企业的差旅经理或人力部门的员工可以实现的。

商务 + 休闲——将休闲元素融入至商务旅行

FCM Travel Solutions 一项最新调查表明，80% 的员工将商务 + 休闲视为一项企业福利。

如今，73% 的亚洲旅行者将商务旅行的行程延长，添加了个人的休闲旅行行程。更多的企业正在积极拥抱这一潮流，将商务与休闲相结合，让员工在完成公务的同时有机会探索世界。千禧一代的员工尤其热衷于利用差旅机会了解新的目的地。另外，有统计表明，将休闲纳入差旅政策的企业更能提升员工对企业的忠诚度。

企业的“员工关怀”责任

企业所肩负的“员工关怀”责任将继续在亚洲的旅游业中扮演重要角色，尤其是在中国这样的新兴市场。“员工关怀”责任意味着在员工出差或者为工作忙碌时，企业有道德义务和法律责任保障员工的安全与幸福感。英国和澳大利亚正在努力推动相关立法，而由 200 家组织和机构共同签署的全球首个员工关怀宣言也于近期出台。亚太地区越来越多的组织将加入其中，支持风险防范和执行差旅安全原则。

差旅风险与安全管理

企业必须保障出差员工的安全。只有前往偏远地区出差才需谨慎这一观念早已过时。相反，一年来曼彻斯特、巴黎、伦敦发生的恐怖袭击告诉我们，对差旅人士的安全负责至关重要。

想要领先风险一步，保证员工安全的企业或机构可以借助差旅新技术。先进的差旅解决方案不仅帮助企业 and 机构实时追踪出差员工的所在地理位置，而且通过差旅技术平台时刻刷新相关危险或暴力事件信息的动态。

2018 年，科技将进一步影响整个差旅行业。旅行者也将更有幸获得趋于理想的差旅体验。竞争，正在为专业的差旅管理公司跨上最新数字科技的列车提供了广阔无垠的想象空间。

小猪短租与 Agoda 建立全球战略合作伙伴关系

日前，小猪短租宣布与 Booking Holdings Inc. 旗下的 Agoda (安可达) 达成全球战略合作伙伴关系。据悉，双方将在房源打通、技术与服务创新、品牌营销等领域展开多项合作。

目前，双方已开始向对方平台输出优质民宿房源，首批数量预计超过 10 万套。此次合作双方旨在结合两个品牌在各自领域的优势，为消费者打造更完美的民宿居住体验，并提升优质房源供给。小猪短租联合创始人兼 CEO 陈驰表示，这是一次优势互补的共赢合作。“未来，随着出境游和入境游的快速发展，民宿平台必须具备为全球用户提供优质服务的能力。为此，小猪也正在加快与产业链伙伴的合作。Agoda 在世界众多市场的成功经验，尤其是在亚洲地区的突出成绩，将为小猪的国际化步伐注入动力。”

ofo 宣布完成 8.66 亿美元融资，阿里领投

近日，共享单车平台 ofo 小黄车宣布完成 E2-1 轮融资 8.66 亿美元。本轮融资由阿里巴巴领投，灏峰集团、天合资本、蚂蚁金服与君理资本共同跟投。

ofo 方面表示，本轮融资采取股权与债权并行的融资方式，并称“在共享单车领域开创资产盘活先例，将在众多投资方支持下独立发展。”

此前，ofo 小黄车创始人戴威先后两次通过动产抵押的方式，将共享单车作为质押物，以此获取阿里巴巴共计约 17.7 亿元人民币的融资。其中，第一笔质押发生在 2018 年 2 月 5 日，ofo 共质押北京、深圳、上海、广州四地共计 4,447,572 辆自行车，债券数额 50,000 万人民币；第二笔质押发生于 2018 年 2 月 15 日，抵押物为浮动数量的共享单车，债券数额为 126,600 万人民币。