

SIMON SHANGHAI DESTINATIONS DELTA

立刻GET西盟购物兑换券 畅买全美



旅行社 / 旅行社如何把握机遇，进入“真零售”时代？



p2

冬季旅游 / 滑雪季将至，纽约州雪场迎来大升级

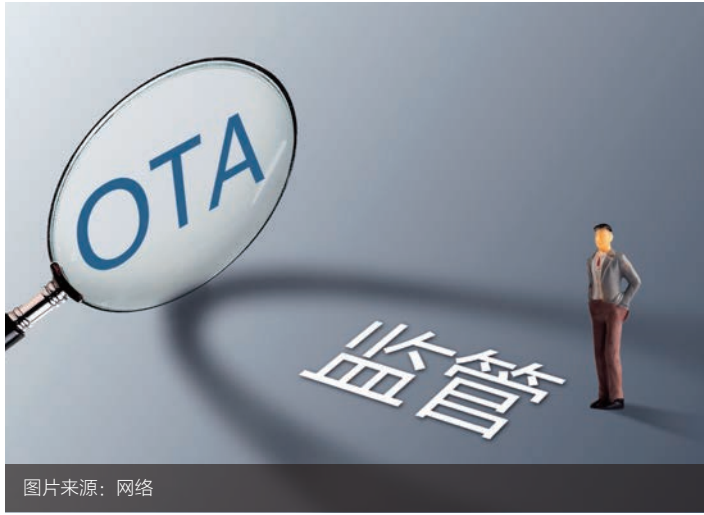
p3

目的地 / 西班牙海鲜饭，从这里诞生

p4

资讯 / 穷游网业务趋重切线下民宿上市在计划中

p5



北京文旅局首次约谈 10 家 OTA 巨头 规范在线旅游经营行为

11月28日，自正式挂牌成立后，北京市文化和旅游局首次对旅游行业 10 家 OTA 巨头进行行政约谈，规范全市的在线旅游经营行为。市文旅局行业管理处处长张靖表示，市文旅局首次采取了行政约谈的形式要求去哪儿网、中青旅遨游网、携程旅行网、马蜂窝、途牛旅游网、同程艺龙、美团旅行、穷游网、驴妈妈旅游网、阿里巴巴飞猪 10 家重点企业规范在线旅游经营行为。此外，针对此前各级政府在监管 OTA 过程中存在的法律法规依据不足问题，目前国家文化和旅游部已起草《在线旅游经营服务管理暂行办法》征求意见稿，并已完成向各省市征求意见。



2019年“中国—太平洋岛国旅游年”启动在即 “海岛新贵”新喀里多尼亚将全力以赴拥抱新机遇

2018年11月16日，习近平主席同纽埃岛、萨摩亚群岛、汤加、斐济等八个建交太平洋岛国领导人举行集体会晤，并在发表主旨讲话时提出：“办好2019年中国—太平洋岛国旅游年系列活动。”据了解，“中国—太平洋岛国旅游年”的启动将有效改善中国游客前往众太平洋岛国的可达性问题，也是太平洋岛国培养进入并适应中国市场能力的新机遇，从而实现太平洋岛国在中国细分市场上的持续性开发，并促进太平洋岛国与中国文化的互相交融。

TRUMP HOTELS

特朗普酒店策划专员
TRUMP HOTELS PLANNING SPECIALIST

立刻参与

塞班恢复国际通航 中国总领馆提醒游客防范各类风险

随着来自中国等国家的国际航班陆续恢复运营，受超强台风“玉兔”影响暂停接待外国游客的美属北马里亚纳群岛再度开放旅游服务。中国驻洛杉矶总领馆 28 日发布风险提示通告，提醒前往塞班旅游的中国游客注意防范各类风险。据悉，香港快运航空公司的班机当地时间 23 日抵达塞班，成为灾后首个恢复正常运营的国际航班。当地时间 27 日凌晨起，四川航空、首都航空、东方航空以及来自韩国和日本的航空公司开始陆续恢复运营。

泰国世界日报：落地签免费奏效 中国游客人数回升

据泰国《世界日报》编译报道，入境泰国落地签免费自当地时间 11 月 15 日正式启动后，2 周末国际观光客明显增长。据泰国旅游业协会透露，该举措唤回了中国游客的旅游信心，扭转了 4 个月负增长的局面。观光与体育部副部长威拉萨表示，落地签免费政策实施后，中国和印度旅客“爆量反弹”。要求行业者和酒店做好因应措施，尤其针对中国和印度客，必须尽力满足旅客需求。

旅行社如何把握机遇，进入“真零售”时代？



作者：Amadeus 亚太区零售旅游渠道副总裁 Champa Magesh

日前，eMarketer 在发布的一份报告中预测，到 2021 年，亚太地区消费者的线上支出将超过三万亿美元，电子商务将占零售总额的 25.4% [1]。尽管这并不能够代表实体店即将消亡，但它的确已经迫使零售商去重新思考，如何改造他们的实体店。

苹果公司是最早使用实体店推动品牌体验和销售的先行者之一。苹果商店通常采用开放式设计，配备了强大的知识型员工队伍，并定期举行店内研讨会，以便为客户答疑解惑，刺激客户消费欲望，从而让公司获得长期的用户忠诚度。

时装行业也紧随其后，他们采用一系列技术来革新门店服务顾客的方式，包括可在客户进入试衣间时提出搭配建议的智能“魔镜”，以及在购物者经过时提示店内折扣促销活动的感应型应用。

相比之下，亚太地区的旅行社在这方面已经有些落后了。然而，数据表明，当前移动旅游销售已占线上旅游销售的 50% [2]，并且随着越来越多习惯数字化购买的年轻人们已经成年，线上旅游销售势必只会继续增加，改革的时机已经成熟。

如果做得好，实体店不但不会成为负担，反而还会为旅游服务零售商带来多样化发展机会，增加交叉销售和向上销售的成功几率，并为新一代旅行者打造完全不同于以往的预订体验。

全球旅游集团 TUI Travel 便是一个很好的例子 [3]。虽然该公司的实体店在数字化竞争如此激烈的当下，仍然贡献了三分之一的销售额，但公司注意到，客户的购买过程正呈现出非线性和多渠道的特点。为此，他们在英国的实体店尝试采用了触摸屏，以增强客户的门店购买体验，并实施线上线下联动战略，帮助实现无缝购物。

通过这些措施，他们优化了每个接触点的交互体验，在采用交互技术的实体店实现了销售额总体增长，人均消费增至三倍。获得成功之后，他们还将这一经验推广到了其它一些店面。

欢迎进入“真零售”时代

所谓“真零售”，是指除了销售点之外，还要考虑从早期激发购买欲望到售后服务的其它所有品牌触点，并从各个渠道入手 360 度全方位满足客户需求，无论是通过实体店、移动端、线上或是如今日益兴起的，将三个不同渠道合而为一。

“刺激购买欲”是最重要的环节之一，但我们发现，旅游服务零售商目前并没有好好把握这一机遇。他们可以通过开设个性化的实体店打造独

特的竞争优势。

按照苹果公司的模式，店面设计是一个不错的切入点，iPad 装载的相关旅游内容、交互式显示屏和人工智能技术都可用来打造一个有趣的环境，让客户毫无购买压力地进行浏览。对旅行社来说，首要任务是关注客户体验，通过打造具有吸引力的店内环境，激发人们想要度假旅行的欲望。

自动预测，精准投资

旅行社的员工是“刺激购买欲”的另一大重要资产。他们与客户交谈的越多，旅游知识越丰富、热情越高昂，效果也就越好。

过去，由于繁锁的系统和后端流程，旅行社的店内员工通常都陷在一堆屏幕工作中而抽不开身。然而，如果采用正确的技术，许多工作现在已经可以实现自动化，只需轻触按钮，员工便可获得所需的信息，从而让他们有时间在店内走动，将精力完全放到客户服务上。

打通渠道

只有认识到预订旅游服务不再是单一的线性购买过程，才有可能拥抱“真零售”。正如一些客户在做过很多调查后进店购买，而有些客户则可能更喜欢从店内获得灵感，之后再通过其它渠道购买。对于第二种客户，零售旅行社应该继续跟进高度定制的内容，以防他们在离开后流失到竞争对手那里，或是客户喜欢的其它购买渠道。

“个性化”和“相关性”是防止客户流失的关键，因此，旅行社应当使用从所有接触点上捕获的数据，通过实际行为洞察来构建一个详细的单客户视图，而不是根据人口统计数据来进行盲目推测。

该情报信息如果运用得当，还可协助更多定制化的交叉和向上销售，从而实现更高的转化率。

售后服务

最后，要想真正 360 度全方位洞察客户需求，就要在销售之后继续开放沟通渠道。成功的时装零售商在这一方面做得很好，他们通过便捷的线上订单退货流程和高度相关的内容，例如“您可能还对以下内容感兴趣”来刺激用户的下一次购买。

这对旅游零售商来说也是一次不容忽视的良机。简而言之，旅行社应当为每个客户制定售后策略，定制化程度越高越好。为获得最佳效果，仅开设即时的售后窗口远远不够，还应该在旅行期间甚至旅行结束后提供实用的增值服务，例如延迟通知、签证信息和目的地服务折扣等等。

旅客预期正在不断地发生变化，这意味着当今的零售旅行社仅考虑预订已远远不够。对有些零售旅行社来说，这需要重大的思维模式转变，但一旦步入正轨，相信这便会带来长期的客户忠诚度，以及可观的投资回报。

[1] eMarketer, 亚太地区零售和电子商务销售: eMarketer 预测 (2016 - 2021), <https://www.emarketer.com/Report/Asia-Pacific-Retail-Ecommerce-Sales-eMarketers-Estimates-20162021/2002091>

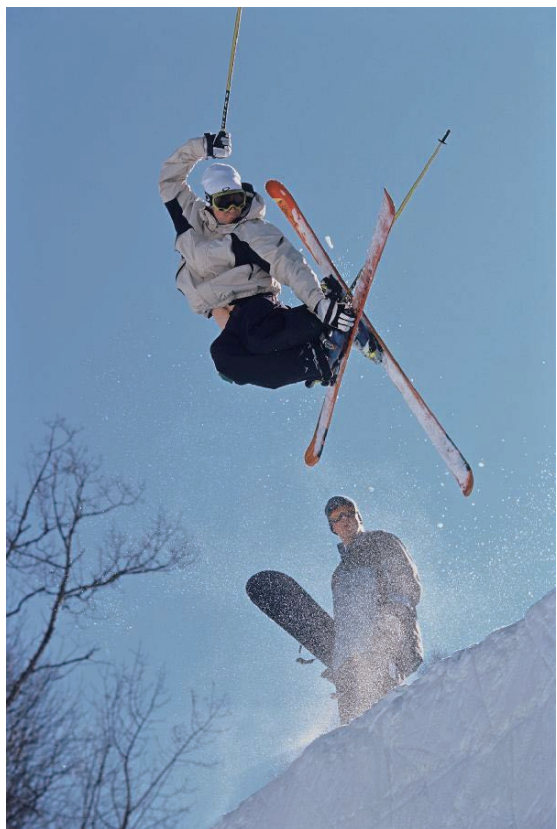
[2] Criteo, 新数字旅行者, <https://www.criteo.com/the-new-digital-traveler-in-apac/wp-content/uploads/2017/05/New-Digital-Traveler-EN.pdf>

[3] 全渠道旅游零售战略 - 新店内数字技术概念案例研究, <https://www.smartinsights.com/ecommerce/multichannel-retail-strategy/omnichannel-travel-retail-strategy-a-case-study-of-a-new-digital-in-store-technology/>

冬季旅游

滑雪季将至，纽约州雪场迎来大升级

冬天即将来临，纽约州的 50 座滑雪场已准备好迎接近 400 万名滑雪者的冰雪狂欢。州内各大滑雪场与度假村都投入了大量资金用于大规模升级与设施翻新，还增加了最先进的造雪设备，以保障游人们可以最大程度享受冰雪之趣。想知道今年来纽约州，你可以如何翻着新花样地玩雪吗？



阿迪朗达克

· 戈尔山：造雪技术革新

戈尔山是纽约州最大的滑雪场之一，有 14 部高山滑雪运输机和 110 条滑雪道，80 多年来一直为滑雪者们带来不少挑战。今年，戈尔山滑雪场将迎来大规模造雪技术革新，包括跨季节造雪等。此外，为了带给滑雪者更好的休息体验，特纳里酒吧和餐厅 (Tannery Pub and Restaurant) 的面积也将扩大一倍。

· 韦斯特山：林间冒险滑索登场

韦斯特山位于奥尔巴尼以北 40 分钟的 I-87 州际公路旁，交通便利，是与朋友度过滑雪假日的理想目的地。全新的 SMI 造雪棒和 49 个风扇式造雪机将为游客创造最佳滑雪条件，新设的缆车则可让你将哈德逊河和阿迪朗达克山脉的美景尽收眼底，而长达两英里的高空滑索和林间冒险滑索则可以让游客们尽情享受刺激体验。

· 白面山：造雪能力将提升 25%

白面山拥有纽约州东部最大的垂直地带和坡道地带 (威尔明顿雪道)。本季，这座山将在关键雪道上升级造雪能力，同时拓宽和加长人气雪道。新近翻修的 Bear Den Base Lodge 酒店则将为日益增加的滑雪者们提供温暖的歇脚之地。



卡茨基尔

· 贝尔艾尔：扩建地形公园、提升节能造雪能力

贝尔艾尔 (Belleayre) 滑雪度假村已有 50 多年的滑雪者接待历史，而大量先进技术的引入则让雪场焕发出了新活力。今年，度假村将迎来低能耗高效率的造雪机和设施升级的滑雪公园，儿童营地和滑雪学习区的建立则更有利于滑雪新手们探索雪地之乐。

· 猎人山：5 条新雪道，4 块新雪地和全新高速 6 人运输机

猎人山的游客将迎来北坡近 80 亩的全新滑雪场，包括五条新的雪道和四块新的雪地，为经验丰富的滑雪者提供了全新挑战。组队前来的朋友还可乘坐新建成的高速六人雪场运输机一起上山。

· 温德姆山：刷手机即可乘坐运输机

温德姆山是纽约州唯一提供射频识别 (RFID) 的山峰。这项新功能将使乘坐滑雪运输机的纸质票成为历史：通过手机，滑雪者们可以用更低的价格买到上山票，并可更快捷地上到山顶雪场。



· 科凯恩度假村：重新开张

在 2011 年被火灾摧毁后，科凯恩度假村将于 2018 年冬天重新开张。这个耗资 620 万美元的项目把度假村变为一个全年皆可接待游客的全方位休憩胜地：巨大的舞台可以容纳音乐会和音乐节的举办，新的滑雪运输机和山间雪道都将上线，还会配备自助式厨房、餐饮区和室内外酒吧。

· 假日谷：投入 340 多万美元进行升级

假日谷是纽约州游客最多的滑雪度假村，今年投入了 340 万美元进行升级，其中包括在初学者坡道上新建一个传送带，修建了几条供孩子们在树间穿行的“树木小径”，以及一辆接送客人往返山顶与地面的穿梭车。



五指湖

· 希腊之峰度假村：造雪和登山系统升级

希腊之峰度假村今冬投资了 150 余万美元进行升级：将迎宾中心 / 服务站搬迁至售票处，并增加了额外的指示牌，为客人提供更简洁方便的导航。登山系统进行了升级，新的造雪机则有着每分钟 1000 加仑的强大造雪能力。为了改善游客的体验，度假村在住宿方面也进行了升级，包括全新的露台和山顶观景台，以及一个带有新地板的婚礼帐篷。

哈德逊谷

· 卡特蒙特：登山设施与住所翻新

占地 385 英亩的卡特蒙特滑雪区已完成设备升级，准备好迎接新的滑雪季。200 万美元的投资将让这个有着 80 年历史的滑雪胜地拥有举办婚礼和音乐会的能力。此外，卡特蒙特还宣布将修建一处场地住宿场所，场所内将包含门票销售、滑雪用品租赁、储物柜、零售商店和休息座位等服务设施。



此外，今年的纽约州滑雪季还将为各水平滑雪者提供各种活动和折扣计划，包括：

2019.1.11- 全国学习滑雪日庆祝活动：鼓励在滑雪场提供的专业课程下学习滑雪或单板滑雪；

2019.1.17- 探索纽约滑雪日：全纽约州滑雪场提供特惠和折扣；

2019.1.26- 纽约中央公园冬季集会：由纽约滑雪场、纽约市公园和奥林匹克区域发展协会主办的年度活动，为纽约市中央公园带来免费的滑雪活动。

想要了解这个冬天在纽约州的滑雪与其他越冬信息？请戳 <https://www.iloveny.com/winter> ♥

目的地

西班牙海鲜饭，从这里诞生

纵观东西，大多数美食的形成，都归功于食材的一场场聚散离合。山野河鲜，秀色可怜，若以人情世故来看食材的相逢，不外有两类：一类让人拍案叫绝，一类让人相见恨晚。而瓦伦西亚海鲜饭却是第三类：他有种浓郁的异国情调，又带有没齿难忘的味觉体验。吻醒舌尖上的睡美人，瓦伦西亚海鲜饭就是那个不一样的美男，令人蓦然回首。

囿于昼夜，厨房与爱，一家一城，一国一味。从手到口，从口到心，以舌尖为媒介感触江湖百味，用美食做载体传承多彩文化。百年前，瓦伦西亚创造了闻名于世界的海鲜饭，而如今，海鲜饭又以其独特的魅力，将它的故乡瓦伦西亚——这座地中海上安逸而温柔的明珠展现给了全世界。



瓦伦西亚海鲜饭的“前世今生”

西餐界有三剑客——法国蜗牛、意大利面、西班牙海鲜饭。而鲜为人知的是，西班牙海鲜饭本名为“Paella”，起源于西班牙大名鼎鼎的鱼米之乡——瓦伦西亚。在最初的海鲜饭里，原料中并没有海鲜。据说瓦伦西亚人做 Paella 的习惯能追溯到一百多年前，当时海鲜鱼类无法保存，并不是家常菜，因此最早的海鲜饭是用大米、鸡肉（或兔肉）和豆角为原料，用深度不超过五公分的平底浅口大圆双耳锅烹饪而成的一种菜肉焖饭，颇受当地人的喜爱。后来，喜爱享受美食的瓦伦西亚人又基于鸡兔肉烩饭，不断衍生出包含食材的烩饭，如蔬菜烩饭、鱼肉烩饭、海鲜饭等，品种丰富。如今由于以海鲜为原料的 Paella 最受欢迎，各类 Paella 也便统称为“海鲜饭”了，而其最为准确的译法则是“瓦伦西亚烩饭”或“瓦伦西亚大锅饭”。

瓦伦西亚海鲜饭是瓦伦西亚的美食文化传统，也是世界食谱上不可或缺的一味奇珍。瓦伦西亚海鲜饭的重点在于米饭。无论是器具、食材的选取，还是制作的细节，都是为了让米饭的口感和风味达到最佳。完美的瓦伦西亚海鲜饭种，米饭只有薄薄的一层，粒粒分明饱满，口感略带咬劲，层次丰富，香气四溢，底部会有一层非常酥脆的锅巴，口感让品尝者无法拒绝。鲜嫩的兔肉和松软的鸡肉被翻炒到恰到好处，色香味俱全，可谓令人垂涎欲滴。



专属于海鲜饭的大赛与节日

往年每逢9月稻米飘香之季，瓦伦西亚的苏埃卡地区（Sueca）都会举办盛大的海鲜饭“武林盛会”——瓦伦西亚苏埃卡国际海鲜饭大赛（International Paella Competition）。这不但是西班牙历史最悠久的厨艺比赛，更是集结海鲜饭江湖各路高手的巅峰对决大赛。比赛具有极强的专业性，参赛选手必须是在职专业大厨，而专业大厨令人眼花缭乱的烹饪技巧更让大赛别具观赏性。与其说国际海鲜饭大赛是一场比赛，不如说它是一块验金石，为吃货们悉心挑选出最纯正、最地道的美味海鲜饭。

而自2018年起，瓦伦西亚海鲜饭便有了专属于自己的节日——世界海鲜饭日（World Paella Day）。2018年9月20日，瓦伦西亚作为海鲜饭创始地，以“世界海鲜饭日”之名，向全世界分享了这一融入了传统与文化的顶级美食。第一届世界海鲜饭日顺利举行，瓦伦西亚诚邀世界各地的美食爱好者来到瓦伦西亚，体验最正宗的瓦伦西亚海鲜饭。美食体验活动持续了整个九月，活动包括9月16日在苏埃卡（Sueca）举行的“国际海鲜饭比赛”以及在爱尔布菲拉湿地自然公园（Albufera Natural Park）举行的“水稻收割节”（Rice Harvesting Festival）。作为海鲜饭起源地的瓦伦西亚，再一次引起了世界各地的关注，想必通过海鲜饭的魅力，这座地中海“阳光之城”的无限精彩也将被越来越多的游客所发现。



寻找瓦伦西亚海鲜饭百年老店

美食最能刺激想象，勾起那记忆里的味道。瓦伦西亚的百年老字号餐厅在世纪交替中，依旧伫立在黄金海滨，沿袭着地中海西岸百年味蕾记忆。

La Pepica

La Pepica 创立于 1889 年，可谓西班牙海鲜饭的滥觞，在瓦伦西亚的美食历史中有着举足轻重的地位。La Pepica 的地理位置极佳，位于瓦伦西亚长长海滨走廊的南端。面朝大海，走出大门，径直走 50 米就是沙滩，不远处则是那湛蓝的地中海，坐在露台上便可感受到大海扑面而来的凉爽气息。在这里用过餐的名人众多，比如大作家海明威，大导演奥森威尔斯，影星艾娃加德纳和西班牙国王一家。前几年又推出了日语和俄语的菜单，充满国际化的 La Pepica 被当地人尊为“瓦伦那蔚蓝海岸线上的‘海鲜饭王者’”。



地址 Avenida de Neptuno, 6, 46011 Valencia, Spain
电话 963710366
营业时间 周一 - 周六 8:30 - 23:45 周日 13:00 - 16:00

Palace Fesol

Palace Fesol 成立于 1909 年。那时的中国正处于晚清时期，而在遥远的伊比利亚半岛瓦伦西亚有一对夫妇开始经营一家小饭店，百年来产业的命脉从未旁落外人，经营至今。Palace Fesol 地处闹市，毗邻 Colón 大街和老城商业区，地段竞争激烈却屹立百年不倒。餐厅门面不大，但很有纵深，古老的结构氛围糅合了现代装潢的点缀，天花板顶头高耸，墙上装绘有夺人眼目的贴砖，而更多的则是全国乃至全球各地名流的到访照片。如今，Palace Fesol 成为瓦伦西亚一个世纪岁月的见证者，新世纪来临，餐厅的菜品也不断推陈出新，以适应时代的变迁，但无论如何变化，不变的始终是那份属于瓦伦西亚的独特风味和情怀。



地址 C/ Hernán Cortés 7 (Valencia) 接近地铁 Colón 站
电话 963529323
营业时间 周一 至 周六 9.30-17.00 20.00- 23.00. 周日 9.30-17.00

（注：本文内图片全部来源于瓦伦西亚旅游局，版权归属原作者或网站所有，不得转载或用于其他商业用途。）

中消协评测住宿旅游类 App: 飞猪第一 同程、携程并列第二

根据中国消费者协会对 App 个人信息保护情况测评活动的调查结果，在住宿旅游类 App 中，10 款住宿旅游类 App 被评为四星的是飞猪；三星或三星半的是同程旅游、携程旅行、途牛旅游；去哪儿旅行被评为二星；票管家、百程旅行、天巡旅行、6 人游、居家游被评为一星。

驴妈妈：将推出“先游后付” 洪清华发布内部信

11月29日，驴妈妈创始人、景域集团董事长洪清华发布的员工内部信称，驴妈妈将在2018年第三届中国旅游IP论坛上，重磅发布创新型旅游体验IP品牌——“先游后付”，构建旅游生态命运共同体，重塑旅游信任体系，并倒逼整个供应链及旅游整体商业环境变得更好。

穷游网业务趋重切线下民宿 上市在计划中



图片来源：网络

据悉, 11月28日, 出境自助旅行社社区穷游网的第4家Q-Home在日本大阪正式落地, 与前3家不同, 这是穷游网线下项目中首次引入住宿功能。不断布局线下Q-Home意味着穷游网进一步切入线下, 公司逐渐由轻转重, 对此, 穷游网创始人肖异表示, “并不是布局越重风险越高, 从现在的情况来看, 穷游网线下获客成本比线上还低, 线上烧钱抢用户的时代已经过去了。”

悉尼会奖局庆祝成立 50 周年, 加大拓展中国商务旅游市场

为庆祝悉尼会议奖励旅游局成立 50 周年, 日前悉尼会奖局携手澳大利亚旅游局在中国大陆开展了 “悉尼会奖知识团队挑战赛” 活动, 并回顾回顾悉尼会奖局的出色表现。据悉, 为创造更多商机, 悉尼会奖局创新引入了微信平台, 进而开发更多潜在客户。基于微信在中国市场几乎无处不在的使用占有率, 相信势必会为未来一年的新业务开展带来强大的生命力。升级后的悉尼会奖局营销品牌更准确地反映了悉尼会奖局未来的战略和宣传主张。

小米集团: 将牵手全季酒店开发智慧酒店系统

11月28日, MIDC 2018 小米 AIoT 开发者大会现场, 小米发布 4 大合作, 在 AI+IoT 领域打进军商旅、汽车、家装 3 大领域。除了与宜家宣布达成战略合作外, 小米将与全季酒店、车和家、爱空间展开合作。据悉, 在全季上海虹桥中心酒店, 小米与全季共同开发了智慧酒店系统, 采用了全套小米智能家居解决方案, 顾客可以用小爱同学调节灯光、温度, 查询酒店信息等。小米相关负责人表示, 这一切还只是开始, 未来在更多领域、更多场景, 还会有更多合作和更大想象空间。

南航: 与美国航空扩大代码共享和常旅客合作

11月28日, 中国南方航空公司与美国航空公司在广州签署了代码共享合作扩大协议、常旅客合作协议以及休息室合作谅解备忘录。据悉, 南航与美航预计在 2019 年 1 月开始扩大代码共享合作、常旅客合作及休息室合作。其中, 代码共享合作将覆盖双方执飞的中美主干航线, 并延伸到中国和美国境内的更多内陆航线网络。

星梦明年进驻上海、天津、澳大利亚及新西兰母港

云顶邮轮集团宣布, 旗下最年轻的高端邮轮品牌星梦邮轮在成功运营两年之后, 将迎来第三名成员——德国制造、排水量达 75338 吨、可搭载 1852 名旅客的 “探索梦号”。明年 4 月, “探索梦号” 将正式在上海首航, 并随后进驻天津、澳大利亚及新西兰母港, 它将成为星梦邮轮在中国及亚太市场重磅推出的第三艘邮轮, 更将率先驶向亚洲以外的广阔海域, 为品牌开启全球扩展之路。

维也纳城市通票上线智能手机版 支持 iOS 和安卓系统

LPG 集团新上线维也纳通票 (Vienna Pass) 手机版, 使用者能够轻松在智能手机 (iOS 和安卓系统皆支持) 上购买通票, 并在线上浏览超过 60 个当地热门景点、博物馆及导览行程。据悉, 这项便捷的开发让用户能够在手机程序中查询维也纳特色景点的位置, 也能在购买通票后, 立即在手机上使用通票。此外, 使用维也纳通票不仅可以免费进入超过 60 个景点, 还可以在部分的合作景点入口处享有快速通关的免排队服务。

“迪士尼·中国年”2019 中美艺术巡游节展演项目启动

2018 年 11 月 27 日, 众信旅游集团携手中国文化养老领先平台建设享老有限责任公司主办的 “迪士尼·中国年”2019 中美艺术巡游节展演项目正式在京启动。据悉, 此次活动将依托建设享老和众信旅游集团广泛的客户群体, 邀请数百名德艺双馨的中国华龄艺术家, 于 2019 年 2 月 16 日—17 日赴美参加在迪士尼加州冒险乐园举行的 “迪士尼·中国年”2019 中美艺术巡游节展演。

TRAVEL LINK 旅业链接 RECRUITMENT



- Trade Executive
TLM
- 工作地点: 北京望京
- 职位亮点: 深入华北旅业市场, 多种合作方式推广目的地