



TRAVEL LINK DAILY 微信...

惊喜 /

南澳大利亚旅游专家培训华丽来袭, 精彩抢先看

p2



旅业观察 /

做文创、开夜场, 大IP 故宫火爆背后的冷静思考

p3

资讯 /

受脱欧波及: 英国区域航司 Flybmi 宣布破产

p4



各大旅企布局粤港澳大湾区 旅游一体化商机

中共中央、国务院 2 月 18 日印发《粤港澳大湾区发展规划纲要》(下称“纲要”)明确粤港澳大湾区的合作发展方向, 其中多处明确提及该区域的旅游发展规划, 建设宜居宜业宜游的优质生活圈。据悉, 目前诸多旅游企业, 包括酒店业、在线旅游、传统旅行社、免税企业、相关科技类公司等纷纷布局粤港澳大湾区, 开展各类商机挖掘。

故宫有望在重要节气再启动夜场旅游

2 月 19 日, 故宫 94 年来首次开放的夜间旅游也拉开帷幕。据故宫博物院院长单霁翔介绍, 此次活动结束后故宫将进行全面评估, 研究哪些地方还可以继续点亮, 争取结合二十四节气中的重要节气, 例如中秋、端午、重阳等时节, 在保护古建、文物和观众安全的前提下, 推出一些活动。

香港与内地扩大航空运输安排

近日, 根据《粤港澳大湾区发展规划纲要》, 2 月 19 日香港特区政府运输及房屋局与中国民用航空局在北京签订备忘录, 双方同意根据“规划纲要”落实扩大《内地和香港特别行政区间航空运输安排》, 扩展两地陆空、海空多式联运合作, 容许香港与内地各城市的陆运及海运承运人与双方指定航空公司营运的航班进行代号共享。



英国拟增加打工签证、初创签证等新种类

据英国驻广州总领事馆处消息, 英国脱欧后签证政策将继续放开, 并且将添加新的签证类型。其中与中国公民相关的政策包括增加短期临时工签、初创签证及延长毕业生找工作时间等。此外, 2019 年, 英国的签证系统也将全面实现无纸化、自动化。

mehk 香港会议展 展览管理

安排上!
三分钟 Get
香港会奖新玩法

会聚香港 HONG KONG
香港·国际会展之都

完成挑战就有机会获得机票房券大奖, 赶快参加吧!

扫码接受挑战

生蚝农场, 艾尔半岛

欢迎加入
南澳大利亚专家培训计划
限量早鸟福利等你拿

惊喜

南澳大利亚旅游专家培训华丽来袭，精彩抢先看



南澳大利亚州汇集了丰富文化遗产和壮丽自然风光，是前往澳大利亚的全球游客不可错过的目的地。2018 年中国入境南澳大利亚州人数态势稳定，不断增长，中国游客人数稳坐入境南澳大利亚州消费额头把交椅。

值此新年伊始之际，南澳大利亚旅游局经过 6 个月精心筹备，于今天正式上线“南澳大利亚旅游专家培训计划”，旨在通过全面的旅游资源梳理，帮助旅游从业者更加了解南澳大利亚州，拓展线路，丰富产品，让南澳大利亚州相关业务再创新高。



本次南澳大利亚旅游专家培训计划共分为 7 个模块。其中，主要地区及亮点介绍、美食美酒、野生动物与大自然、户外活动和实用信息这 5 个模块包含了全面的南澳大利亚州的旅游资源，让学员在学习过程中拓宽对南澳大利亚州的认识。

而主题线路推荐模块则汇集了旅游局官方推荐的精彩线路，通过具体的行程安排，让学员对旅游资源的最佳组合有更加深入的了解。当然，在学习之余，实战运用也非常重要，线路设计模块通过简单的点选景点，即可组成当天行程，定制专属行程。



说了这么多，是不是已经摩拳擦掌的准备开始学习了呢？南澳大利亚旅游局也贴心的为大家准备了福利。**即日起，最先完成全部 7 个模块学习，获得南澳大利亚州旅游专家称号的学员即有机会获得南澳大利亚可爱的考拉或海豹玩偶哦！数量有限，先到先得。**



马上点击下方链接或扫描二维码，立即开始学习，成为一名南澳大利亚旅游专家吧。



温馨小贴士：使用电脑登陆培训系统，视觉效果及操作体验更佳哦！

<http://wx.travellinkdaily.com/event/SouthAustralia>

做文创、开夜场，大IP故宫火爆背后的冷静思考

三天一小热搜，五天一大热搜，故宫近期热度犹如“高仿上身”，忙到欢脱。

在人们眼中一向高冷的故宫博物院自单霁翔院长上任以来正在以光速向市场推进其商业化的步伐。2014年，一篇题为《雍正：感觉自己萌萌哒》的文章刷爆朋友圈，开启了故宫卖萌的“返老还童”路线。接下来以“朕”为名带货的中秋版月饼H5、与央视合作推出的《国家宝藏》节目以及今年推出的“紫禁城里过大年”还原宫廷过年场景的活动均广受关注。

故宫大IP在短短的六年时间中，从线上淘宝店到线下文创店、火锅店，逐渐形成了属于自己的文创帝国，与此同时依靠与互联网大厂网易、抖音、腾讯和天猫等多领域的战略合作，布局互联网传播，做足了“故宫+”的产业深耕与行业渗透，而这也实打实的让更多人通过科技手段直观的了解到真实的宫廷文化、历史体验，对故宫而言，拓宽了除门票之外的“二次消费”渠道。

事实也证实了故宫营销策略改革的显著成果。在2月17日的亚布力论坛上，故宫博物院院长单霁翔首次晒出了自家的账本：2017年，故宫文创的销售收入已经达到15亿元——超过1500家A股上市公司的收入。

玩文创渐入佳境的“600岁老人家”实际上除了为故宫带来了可观的利润收益，同时也像博物馆领头羊一般，将其成功经验“辐射”至其他博物馆。据悉，截止2018年底，中国国家博物馆、上海博物馆等11家博物馆相继入驻天猫平台，吸引近300万粉丝。此外，“卖萌搞怪”的推广模式也为各大博物馆的营销推广带来了参考，比如去年抖音与中国国家博物馆、湖南省博物馆、南京博物院、陕西历史博物馆、浙江省博物馆、山西博物院、广东省博物馆共七家国家一级博物馆集体创造出播放量过亿、分享超17万的《第一届文物戏精大会》短视频，除了惊叹国宝的有趣外，这样的活动也同步带动全民关注传统文化、促进历史传承。

但是，随着与日俱增的话题量与带货量，故宫在成功践行创意与文旅结合的路上，仍旧遭受到了不同程度的质疑。

故宫“夜游”遭吐槽：宫廷版千人disco了解一下

2月17日，故宫博物院发布公告称将于2月19日、20日举办“紫禁城上元之夜”文化活动，公告发出后，各路网友便晒出了“网页崩溃”的截图，而这堪比“春运抢票”的活动反而再度引发了更多吃瓜群众的关注。

元宵节当晚，随着各大平台直播的视频、图片曝光，这次吊足胃口的“94年来首次故宫灯会”展现在观众面前。大家在感叹故宫能将《千里江山图》及《清明上河图》这样的传世之作投射在金碧辉煌的古建筑之外，其实吐槽之声此起彼伏。

诡秘的红蓝灯光，交错的滚灯虚晃，如果再配上热烈的disco音乐，是不是真有点误入夜店的即视感？网友们除了吐槽灯会配色浮夸外，还普遍认为这样的活动既不能体现故宫古朴风格也不能真实体现古人“提灯夜游”的穿越感。与此同时，大红大绿的“我国普遍审美”也让期待颇高的消费者看不出“故宫夜游”与其他实景灯光秀有何不同。可见故宫多年来试图提高的美学修养还是被本次的灯会“打回三尺”。

其实，本次吐槽者的思维完全可以归结于“怒其不争”。大家本以为标新

立异多年的故宫能在这次的灯会中做到不同凡响的表现，期待着真能实现宫廷剧中从现代穿越古代的真实感，但实际上策划出的光影仿佛千篇一律的“光污染”并没有衬托出古典建筑的特色，反倒是让人“大跌眼镜”，看不到乐趣。

但不管怎样，故宫仍旧在找寻自己的差异化产品，努力开发日间活动的同时，也已将尝试的脚步踏进了“夜市市场”中来。根据居民消费习惯的相关报告显示，55%的消费行为发生在夜间，可见夜游因其独特的感官享受为各地带来了“溢出效益”。

或许是首次试水经验不足，故宫本次的灯光秀虽然得到了大量关注，但是仍暴露出与IP本身融合不足的缺陷。据单院长透露，故宫此次的灯光秀是尝试性质的，未来会慢慢常态化，在端午中秋重阳等传统节日都将开启。

期待借助夜游项目发展的故宫能够听取消费者的声音，为更多游客带来更耳目一新的视觉享受，继续做稳“景区第一大IP”宝座。

故宫文创产品质量遭质疑，品牌授权引“宫斗”

再说此前故宫推出合作版口红后引发的“宫斗疑云”。12月9日，故宫博物院文化创意馆推出6款“故宫口红”，但随后，“故宫淘宝”在其官微上称：“目前市面上见到的所有彩妆并非我们所设计”，并在双十二又上线了全套彩妆产品。而这样的孰真孰假事件引发了粉丝们的疑问：好不容易抢到的口红是赝品？

然而在梳理后，记者了解到其实两家故宫文创店都是故宫旗下的店铺，但却存在“嫡庶”之分。“故宫淘宝”的运营方是北京尚潮创意纪念品开发有限公司，隶属于故宫博物院的故宫文化服务中心，是授权开发文创产品的“庶出”；“故宫文创”则直接归属于故宫博物院经营管理处，故宫出版社全资经营，是“嫡出”。

但正是“口红”事件的发生，让从未关注过“正品赝品”的粉丝意识到了故宫文创背后隐藏的质量问题。“因为喜欢故宫才会买故宫文创，每次出新品我都会买，从没想过故宫会有假货的问题。”一位故宫的忠粉表示。

然而经过调查发现，故宫旗下文创店不止两家，在授权管理方面实际上没有统一的规定，这就意味着产品没有标准化管理。

然而宫斗事件虽然落幕，两家店铺销量普遍很高，但这样的品牌管理模式确实让喜爱故宫文创的消费者捏一把汗。对于其他博物馆或景区而言，故宫一直是大家竞相模仿的对象，但是如果肆意消耗IP的品牌含金量，或许“走下神坛”将出现在不远处。

单霁翔曾在接受央视《面对面》采访时说道，要让故宫以及文化遗产更有尊严。六年时间，单院长也通过多种模式的营销活动让古老的文化焕发出更有价值的商业魅力。但是经过几次“踩雷”，故宫IP虽然在话题量上仍没有景区能与之抗衡，但对于更多想“复制”故宫成功经验的企业也敲响了警钟。如何做到更有品质、更具内涵的景区产品，如何在授权合作、产品研发中把控品质保持口碑，仍旧是文旅融合漫漫长路中需要从业者积极探索的方向。

上海启动建设首个5G火车站

2月18日，上海第一交通门户虹桥火车站启动首个5G室内数字系统建设。据介绍，虹桥火车站的5G网络深度覆盖将于2019年年内完成。未来的5G车站除了可以满足大量人群场景下的高速上网、随时随地移动支付的需求外，还可以支持4K高清视频通话体验、超高清多路视频回传等业务，为旅客带来更美好的出行体验。

莫斯科2018中国游客逾40万人次 中文导游欠缺

据俄罗斯卫星网报道，俄罗斯莫斯科旅游委员会国际部负责人卡尔波娃表示，2018年，莫斯科接待中国游客超过40万人次，全俄接待中国游客约100万人次。也就是说，三分之一的中国客人都来过莫斯科。但卡尔波娃指出，年轻人不太受语言束缚，能接受英语导游，而老一辈不行。现在中文导游不足是个问题。

受脱欧波及：英国区域航司 Flybmi 宣布破产



图片来源：网络

2月16日，英伦航空(Flybmi)宣布停运和破产，所有航班从当日开始全部取消。这是2019年以来第二家宣布破产的欧洲航司。对于破产的原因，英伦航空归咎于燃油成本和碳排放成本激增，后者则是由于英国“脱欧”，导致欧盟最近决定将英国的航空公司排除在欧盟排放交易体系之外。

丽呈集团与远洲旅业签署战略合作

2月15日，携程旗下高端酒店品牌丽呈酒店与远洲集团旗下深耕行业20余年的远洲旅业在上海签署战略合作协议，双方将在中国开展酒店管理方面的强强合作，共建新型酒店生态圈。据悉，双方将联合打造“丽呈远洲”和“丽呈逸廷”标准化酒店品牌产品线，利用各自线上和线下优势，强强联手。

日本将迎10天黄金周假期 海内外旅游预约火爆

据日本共同社18日报道，伴随新天皇即位，日本今年黄金周将从4月27日起迎来十天连休，在此期间出发的旅游产品预约火爆。据报道，前往日本国内外的游轮旅行几乎售罄，部分产品甚至出现排队等待预约取消的情况，通常中老年人和新婚旅行的游客较多。

春秋航空进一步数字化转型：接入空客“智慧天空”大数据平台

2月18日，春秋航空与空中客车签署协议，宣布将应用空中客车开发的云端航空大数据平台“智慧天空(Skywise)”。春秋航空因此成为中国内地首家应用该大数据平台的航空公司。该公司目前运营着全空客A320系列飞机机队，机队规模超过80架。

洲际去年非一线城市开业酒店占比达七成

2月19日，洲际酒店集团发布2018年财报，在营业利润增长的同时，洲际中华区新开业和新签约酒店数量也分别再创新高，其中新开业酒店达77家，同比客房数量增长达14%。在过去的一年中，洲际在二、三、四线城市的开业酒店量已经占集团在华开业酒店总数的逾七成，而在建酒店中这一比例更是高达近九成。

飞猪联合芝麻信用，日本美食信用免押上线

2月18日，飞猪联合芝麻信用宣布日本美食信用免押上线。据悉，中国游客去米其林餐厅遍地的日本时，只要芝麻信用分达到要求，可以免押金预订日本美食餐厅。飞猪联合芝麻信用推出的信用免押系列功能，正在从国内走向海外，信用游全球逐渐成为旅行的标准姿势。伴随本次上线的美食免押预订，日本成为信用游的旗舰目的地。

TRAVEL LINK 旅业链接
RECRUITMENT



- Trade Executive
TLM
- 工作地点：北京望京 / 上海瑞安广场
- 职位亮点：深入华北 / 华东旅业市场，多种合作方式推广目的地

2019年3月19至21日

中国·上海
上海跨国采购会展中心

IT&CM 中国(上海)
CHINA
国际会奖旅游 | Incentive Travel &
博览会 | Conventions, Meetings

聚焦上海辐射全球， 共话全球最新MICE 行业热点，引领 国际会奖产业发展

参与IT&CM China，从令人目不暇接的目的地与解决方案中选择契合自身需求的服务和产品——无论是入境、出境还是国内业务，应有尽有，一应俱全。

收获专业知识

参加精心策划的主题演讲、协会日论坛、知识讨论会等活动，并从中获益

专注于中国市场

从量身打造的国内外会奖旅游目的地、产品以及服务中物色所需。

现特邀买家
已正式开放注册
读者可申请特邀买家权益！

点击此处申请

www.itcmchina.com/hostmeCH

申请成功后，读者的机票与上海住宿费用将由主办方负担，并享受所有买家权益。

寻求高效采购

高达100%的商务会谈均可事先排定计划，最大程度地提高现场会谈效率。

社交机会

从特邀午餐/晚宴、鸡尾酒会、展前与展后考察游览及买家专属休息厅获得多样体验。



联系我们

国际代表

buyers.itcmchina@ttagasia.com | (65) 6395 7575

国内代表

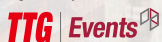
itcmchinabuyer@citsmice.com.cn | (86) 10 8526 5553

WeChat
ID: ITCMCH

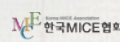
www.itcmchina.com



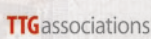
Organised By 主办单位:



Supported By 支持单位:



Official Media 官方媒体:



Media Affiliate 媒体联盟:

