Travelink
旅业链接Daily

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

01/16/2019 ▶ P1
信息发布/info@tlmchina.com
广告合作/ad@tldchina.com

TRAVEL LINK DAILY微信...

旅业新动态 /

“华远国旅”正式更名“华程国旅集团”后将有怎样的多元谋略?

p2

报告 /

《世界旅游经济趋势报告（2019）》：六大营销创新打造旅游新体验

p3

资讯 /

北海道：两年内实现中国大陆游客人数增长 150%

p4

图片来源：芬兰旅游局

# “2019 中芬冬季运动年”正式开幕 中芬将聚焦旅游等四大主题深化合作

1 月 14 日，由芬兰驻华大使馆、芬兰教育与文化部、芬兰国家商务促进局项目组：芬兰冬季运动管理中心及芬兰旅游局联合举办的“2019 中芬冬季运动年”芬兰年度计划分享会在芬兰驻华大使馆成功举办。芬兰希望通过此次活动的开展，正式启动芬兰与中国新一年的合作，并助力 2020 年北京冬奥会。会上，芬兰旅游局宣布由著名男演员王凯担任芬兰冰雪旅游大使，推广芬兰的冬季运动。

图片来源：南非旅游局

## 南非旅游局2019年中国媒体路演启动 今年中国游客有望增长12%

南非旅游局 2019 年中国媒体路演于 1 月 14 日在北京嘉里大酒店拉开序幕。路演为期一周，在中国三个主要城市举办，包括北京、上海和广州。南非旅游局借此次路演与媒体界朋友一同回顾成果、展望未来，同时标志其 2019 年与中国媒体在促进南非旅游发展上将拥有更为密切的合作。

## 泰国正式公布将免除落地签证费措施延长至4月底

泰国政府宪报网站 14 日正式公布，继续对中国等 21 个国家和地区游客实行免除落地签证费措施至 4 月 30 日。泰国内阁本月 8 日批准了这一延长暂免收取落地签证费的方案。该方案经泰国总理巴育签署并在政府宪报网站上公布后正式生效。据悉，此次延长免收落地签证费措施的时间将覆盖中国春节和泰国宋干节(泼水节)两大节日。

## 中国公民在加拿大被任意拘押外交部提醒谨慎前往

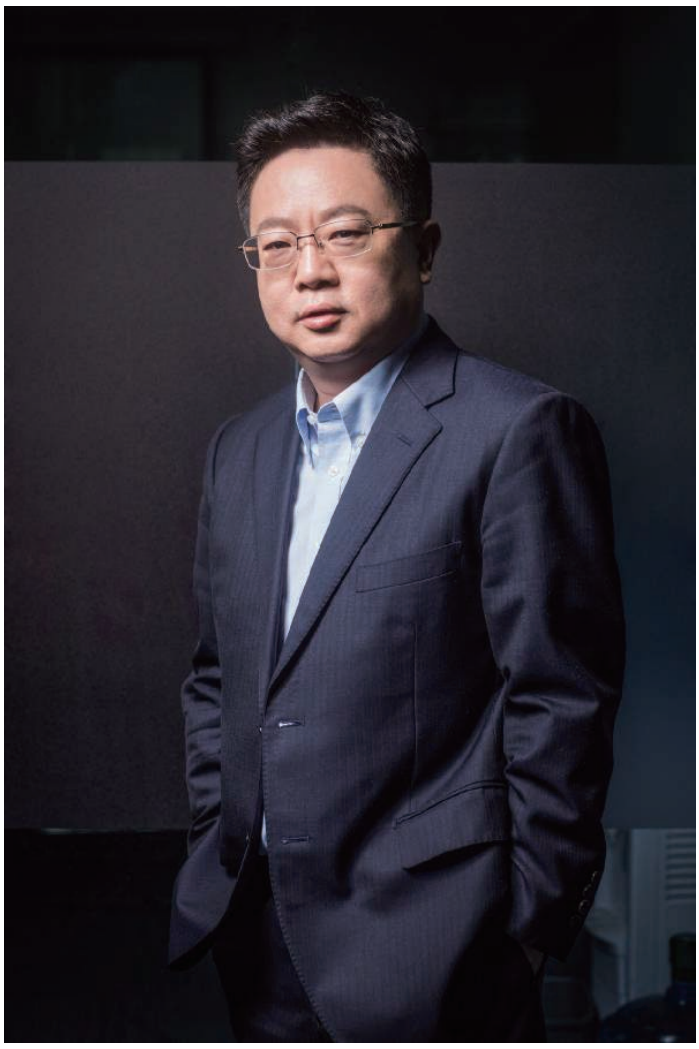
近期，加拿大发生中国公民被加执法部门以第三国要求为由任意拘押事件。外交部和中国驻加拿大使领馆提醒中国公民结合自身情况，充分评估前往加拿大旅行的风险，近期谨慎前往加拿大。如遇紧急情况，请及时联系中国驻加使领馆寻求协助。

旅业新动态

# “华远国旅”正式更名“华程国旅集团”后将有怎样的多元谋略?

岁月不居，时节如流。2019 年的悄然到来虽为旅游行业带来了一丝生机，但更多的却是弥漫在整个市场上空的“ 经济下行论 ”。旅游行业正在经历前所未有的变革，但可认定的是保持市场竞争力的最佳途径便是跳入漩涡之中，随变化而动。

就在进入新年之际，华远国旅便以更名这一大动作惊动业界，荣登 2019 年旅游大事件榜首。但在其更名背后，企业将有怎样具体的发展与规划呢?



## 更名

一直低调行事的华远国旅将新年新变化体现在了“ 改名 ”上。

“2019 年 1 月 1 日，‘北京市华远国际旅游有限公司’将启用新的商号，即正式更名为‘华程国际旅行社集团有限公司‘，简称‘华程国旅集团’。很多人会好奇华远更名的真正含义，其实有这么几层意思：首先字面上可以看出，新的公司名称去掉了北京这样极具地域性的字眼，更能凸显华程国旅集团覆盖全国 20 个省市的集团化布局；此外从行业定位上更加精准化，由从前的旅游变为旅行社服务，更能说明公司坚定的在 B 端市场做足旅游运营商的决心，”

华程国旅集团董事长郭东杰向记者说道，“ 同时，自 2014 年全新投资人进入集团，原商号并没有完全归属于当时的华远国旅，而是授权使用的状态。这也让集团每年承担高昂的授权使用费，而随着公司营收的增长，同比例支付的授权使用费也在水涨船高。综合这些原因，为了公司 2019 年进入全新的发展阶段，故更名为华程国旅集团。”

据了解，更名后的华程国旅集团内管理团队、法定代表人、业务主体和法律关系保持不变，原签订的合同继续有效，原有的业务关系和服务承诺保持不变。“ 华程国旅集团更名是为了更好的发展集团业务，坚持做好出境旅游服务运营商的角色。” 郭总补充道。

## 成长

“ 华程国旅集团拥有二十多年的发展历史，有自己独特的 B2B 运营基因，原本成熟的同业批发业务也不会被任何事件影响或取代。“ 郭总在谈到未来的发展时着重强调了企业的坚持，” 众所周知，华程国旅集团在 2014 年通过携程的入股，经过了 4 年的发展已经在产业链优化、运营模式、人才培养等各个方面有所成长。”

“4 年前，携程虽然投资了华程国旅集团并成为第一大股东，但是华程国旅集团仍旧保持独立运营的模式，因此携程与华程之间的合作是战略上一体化的结果。而经过 4 年的验证，华程国旅集团确实以自身正确的布局与携程实现优势互补，利用技术手段打开了新思路，开辟了新的营销方式，并把华程国旅集团的优势再扩大。“

郭总在总结华程国旅集团这四年的发展时表示，经历了 4 年旅游市场的动荡，截止 2018 年底，华程国旅集团仍然在出境游市场拥有了极高的市场占有率及行业影响力，盈利收入达到了 2 倍的增长；分支机构由原来的不足 10 个发展到现在遍布全国 20 个城市。其中，主营欧洲旅游接待近 30 万人次，业务规模增长近 3 倍，接待的目的地目前已经遍布整个欧洲全部国家，形成了全目的地的接待形态；用两年的时间，将零起步的日本组团业务在上海及北京口岸做到市场第一。此外，会议、会奖及公关服务的业务规模实现 3 倍增长，目前已经跻身全国前 10 的行列。第三，在航空服务板块，华程旗下航空事业部不止肩负集团采购及票务服务，还独家合作开发了济南到巴黎的直飞包机航线等业务。

旅游产业链的不断细分促使了行业的竞争不断加剧，面对竞争日益惨烈的出境游市场，曾经作为传统旅行社的华程国旅集团通过携程的加持，在业务管理方面做到全面优化，走向数据化时代。“ 一方面集中采购控制成本，加大产品研发投入；另一方面提升旅游服务质量，不断提高游客满意度：建设完善的领队导游管理体系，打造深受游客喜爱的人气导游 IP，推出游客在线评价系统‘行程助手’。”

在开展信息化建设中，郭总介绍说，华程国旅集团在这 4 年间投入了大笔资金，坚持组建完善的技术开发部门，完善运营研发体系，以提升运营服务效率。“ 华程国旅集团在尝试过市面上的不少技术平台后发现不能与企业本身达成完美结合，所以便搭建了属于自己的 ERP 技术平台，推进集成化信息管理，并计划在 2019 年一季度上线增加财务板块的全新平台，更好的服务于企业本身及各渠道的合作伙伴。”

“ 旅游服务实际上最关键的还是人，科技手段说到底仍旧是为人的服务提供更优质的平台。” 郭总在总结华程国旅集团人才培养的发展时强调，强化组织发展和梯队建设，架构起坚实的精英人才体系是始终坚持的发展方向。目前，华程国旅集团中 85 后员工占比超过 75%，中基层主管 90 后占比近 50%，为这些人才组织的“ 飞鹰计划 ”高级管理研修班和内部模拟期权，能够全面提升精英人才素质及企业归属感。

## 布局

“ 更名这一动作虽然不代表华程国旅集团从此‘改头换面’，但却可以看作是企业自身向 2.0 阶段发展的重要里程碑。” 郭总说道，“ 在企业发展的第二阶段，我们除了坚定自己原本的根植旅游同业市场这一信念外，持续的修炼内功，打磨产品才会在市场中立于不败之地。”

“ 我们的大体目标没有变化，仍旧是朝向最优秀的旅游运营服务商方向发展。但在新一阶段，除了增强业务的覆盖面，还需要支持线上线下的很多平台与渠道，并为我们的合作伙伴助力。”

比如，旅游服务除了目前的欧洲与日本，实际上 2018 年我们也开启了中东非的旅游接待，接下来的 2019 年华程国旅集团也会对中国公民出境流量大、目的地相对安全稳定的东南亚短线业务进行布局，真正做到业务的更多覆盖。此外，持续加大线上与线下渠道的开拓力度，以科技手段进一步支持目前合作的平台与渠道，用更开放的视野打造属于华程国旅集团自己的旅游生态链。

谈及对未来的布局，郭总强调称，经历了近几年市场的动荡，实际上未来的旅游市场环境是不明朗的。但唯一可以肯定的是，旅行社业务仍旧是华程国旅集团的长青产业，所以我们仍旧会加大对业务管理体系、研发体系及人才培养的投入，增强应对市场的抗击打能力。“ 即便在人人唱衰的 2018 年，华程国旅集团也完成了各项业务指标，达到了同比增长 30% 的成绩。所以我们对自己提出的目标就是公司的整体增长速度要 2 倍于市场增速，不与其他公司作比，只和自己较量。“

不谈上市，不谈称霸，“ 谦和低调 ”的华程国旅集团或许就是这样本着对市场足够尊重，对自身足够坚持，走出了属于企业的正确发展之路。或许在流量红利大势已去的当前，对于踌躇满志的传统旅游市场，华程国旅集团也用亲身经历为更多同业伙伴指出了一条“ 康庄大道 ”。

（ 本文由旅业链接平台原创发布，转载请联系后台，未经允许请勿转载 ）

报告

# 《世界旅游经济趋势报告（2019）》：六大营销创新打造旅游新体验

2019 年 1 月 16 日，世界旅游城市联合会（WTCF）与中国社会科学院旅游研究中心（TRC-CASS）共同发布了《世界旅游经济趋势报告（2019）》（以下简称“报告”）

在旅游消费需求转变与旅游目的地市场竞争加剧的双重背景下，旅游目的地营销创新愈发重要。近几年，旅游目的地营销策略的创新带来了新效率、新体验、新格局和新挑战，其中虚拟技术、全产业链合作、影视营销、视频和内容营销、精准营销、体验营销六大旅游目的地营销创新策略的影响最为关键。

## （一）虚拟技术开启旅游目的地营销新体验

一方面，VR、AR 等信息技术突破了文字、图片、视频等传统信息形式，丰富空间维度的信息，突破时空限制，使游客不仅能看到景区的各个细节，还能看到不对外开放或不定期开放的旅游资源，提供更加深入的景点讲解和多方位展示，虚实结合，增加了临场感，实现“购买前先体验”这一功能，有效地优化了用户的行前旅游决策。

另一方面，VR、AR 等虚拟技术实现了高精度的生动性、互动性，极大地提升消费者感知的幅度、深度，增强其对旅游目的地城市的积极态度和情感，唤醒兴奋点，促使游客为超出预期值的体验买单。

## （二）全产业链合作，打造目的地联合营销模式

全产业链合作营销、目的地联合营销，是指多个利益主体通力协作，共同开展目的地营销和促销。联合营销实施的主体，并不仅仅限于不同的旅游目的地之间，而且还可以包括同一旅游目的地不同部门之间、旅游目的地的上下游供应链环节之间、线上媒体和线下现场活动之间等。旅游目的地可以根据实际需要同产业链甚至产业链以外的多家企业建立合作营销关系，涉及不同的行业、地域和平台。

## （三）影视营销构筑目的地感知和情感记忆

旅游目的地影视营销是旅游目的地利用电影电视的制作地点、环境、过程、节事活动，经过营销策划宣传，将旅游目的地推向市场，以取得旅游需求满足和旅游目的地利益相一致的一种新的营销类型。

影星、外景地、或能够表达电影元素的主题，都能够诱惑一定的观众。而一些不显眼或没有吸引力的场景也可能产生意想不到的效果。

## （四）视频和内容营销提升目的地情感形象

内容营销通俗理解即是“讲故事”。优质故事的设计与开发是做好旅游内容营销的核心。当前大众文化兴起，互联网飞速发展，新媒体平台生命力顽强，小说、漫画、游戏等 IP 资源具有庞大的粉丝群体，且作为文化产业的一种形式，引入旅游行业后，其内涵和外延可得到无限延展，能够进行多元价值开发，因此成为旅游目的地内容营销的重要模式之一。

在多样化、碎片化和视听化的网络时代，短视频开辟了旅游产品营销的新模式。兼具内容入口与社交基因的短视频，年轻用户十分愿意“买账”。抖音、快手等短视频平台，也成为在线旅游平台上出现频率最高的词汇之一。在原创内容的带动下，一边旅游一边分享短视频成为旅游新常态，竞相模仿或二度创作的短视频在消费者的自主参与下形成病毒式传播，借势热点话题和平台，通过精准营销获得易感人群，找到他们的关注点，增强游客情感共鸣和忠诚度。

## （五）精准营销提升目的地营销效果和转化率

精准营销是在精准定位的基础上，依托现代信息技术手段建立个性化的顾客沟通服务体系，实现可度量的低成本扩张之路，是有态度的网络营销理念中的核心观点之一。

与精准的定位和沟通相适应，只有针对不同的消费者和消费需求，设计、制造、提供个性化的产品和服务，与游客进行个性传播沟通，才能低投入、高效率地实现旅游者需求。个性化的产品和服务在某种程度上就是定制。通过提供给游客个性化的产品和服务，节约游客在购买过程中的时间、精力和体力等，提高游客满意度，从而提高其让渡价值。

## （六）体验营销深化目的地要素构成和产业组合

旅游体验营销是指旅游目的地根据游客情感需求的特点，结合旅游产品，服务的属性，策划有特定氛围的营销活动，让游客参与并获得美好而深刻的体验，满足其情感需求，从而扩大旅游产品和服务销售的新型营销活动方式。

## 海南航空将于 2 月 2 日开通深圳直飞大阪航线

海南航空控股股份有限公司计划于 2 月 2 日开通深圳 = 大阪直飞航线。据悉，这将是海南航空在深圳开通的第 17 条国际航线，也将是海南航空在深圳开通的首条直飞日本航线。据了解，海南航空现已开通深圳 = 温哥华、深圳 = 巴黎、深圳 = 奥克兰等十余条深圳始发国际航线，率先实现了深圳对欧美澳和东南亚地区的互联互通，进一步促进深圳对外往来经贸发展。

## 中国国际游客赤字或超1亿企业呼吁签证便利化

根据携程联合 CCG（全球化智库）发布的《从出入境旅游看中国全球化发展》报告显示，在全球签证便利化的背景下，预计未来五年中国国际游客赤字将进一步拉大，数量可能超过 1 亿人次。签证类别保守，签证申请平台亟需优化，免签有待放开，签证与出入境管理需统筹，是中国签证政策现状的问题所在，也是未来主要改进的方向。

打造适合您的广告方案，请与 TRAVEL LINK DAILY 旅业链接联系！ info@tlmchina.com

# 北海道：两年内实现中国大陆游客人数增长 150%

图片来源：网络

北海道观光振兴机构海外活动宣传部副部长上田昌司透露，北海道计划在 2020 年实现赴北海道外国游客超过 500 万人次的目标，其中，针对中国大陆游客的目标是 150 万人次，而 2018 年赴北海道中国大陆游客数量为超过 66 万人次，这也意味着北海道希望 2 年内前往该地区的中国大陆游客数量增长 150%。

## 11 家公司被出售 :2019 年中小型旅行社迎“ 大考 ”

据不完全统计，在 2018 年 12 月间，全国共有 11 家旅行社被公开出售。被“ 扎堆 ”出售的旅行社，多为规模只有几人至几十人之间的中小型旅行社，其中，有 5 家位于长三角地区，占比近半。业内人士预测，随着经济增速放缓、自由行和在线旅行社的冲击，中小型旅行社在 2019 年发展将更加严峻。

## 中国在线邮轮 :2018 出游人次微增 同程邮轮领跑

根据比达咨询发布的《2018 中国在线邮轮市场年度报告》显示，2018 年度中国邮轮市场出游人次达到 488.7 万人次，较 2017 年略有下降。2018 年中国在线邮轮市场的出游人次达 213.3 万人次，同比增长 0.4%，在线邮轮市场渗透率为 43.6%，基本与 2017 年持平。OTA 平台依然是中国在线邮轮市场的主导力量，收入贡献比例为 72.2%。在线邮轮 OTA 格局方面，以收入规模计，同程邮轮以 42.5% 的份额继续领 OTA 行业。

## 北京：国内首家市内免税店有望今年落地

1 月 13 日，在市十五届人大二次会议市人大代表询问、政协委员咨询活动中，北京市文化和旅游局副局长曹鹏程透露，今年，北京将积极推进国内首家市内免税店在朝阳区落地，主要面向来京的入境游客，从空间上进一步将机场免税店延伸至市区，价格与机场保持一致。“ 未来，北京的市内免税店，在空间布局、体量、商品品类都会优于机场免税店，而且还会将国产商品纳入免税销售范围。”

## 旅悦三大酒店品牌门店突破 500 家 今年深化全球市场布局

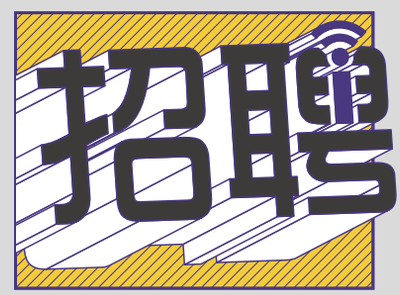
近日，旅悦集团宣布目前集团三大酒店品牌门店数量已突破 500 家，未来将继续深耕全球市场，力争 2019 年达到 2605 家门店。旅悦集团 CEO 张强表示，旅悦集团将全面铺开三大酒店品牌，深耕日韩、东南亚，扩张印度、入局欧美，布局全球化，确保 2019 年旅悦集团“ 三大品牌横跨四大洲共计 2605 家门店 ”的目标达成。

## 携程三亚租车中心开业：“ 双平台 ”战略赋能供应商

1 月 15 日，携程租车宣布三亚机场租车中心正式开业。这是继去年 12 月推出“ 租车行业信息系统解决方案 ”——“ 租车宝 ”后，携程租车在赋能国内供应商方面的又一重要举措。携程集团副总裁、租车事业部 CEO 王玉琛在致辞中表示，三亚机场租车中心的落地意味着携程租车“ 双平台 ”战略的全面实施，“ 线上交易平台和线下服务平台的联动，帮助供应商提升车辆使用率、并打造标准化的服务体系。”

## 香港机场明年启动“ 人脸识别 ”登机

香港机场一号客运大楼正扩建及翻新，香港机管局计划明年起在登机闸口引入面容识别技术，届时乘客进入禁区时，以面容识别技术核对过护照及航班等资料后，登机时就毋须再出示护照等，系统会识别乘客面容，让乘客登机，预计所有闸口在 2021 年可全面启用面容识别技术。

TRAVEL LINK 旅业链接
RECRUITMENT



- Digital Marketing Officer
  外资邮轮
- 工作地点：上海浦东区
- 职位亮点：外资稳定大平台，福利待遇优厚，办公环境好

一场静待五千六百万年的邀约
正式开启
北美最高峰德纳里山，等你攀登
登陆官方网站http://www.alaska-china.com，
或扫描左侧二维码，策划您的下一次极境之旅
TRAVEL
ALASKA
探索阿拉斯加，只等你来