

为 旅 游 业 者 提 供 专 业 服 务

# 旅行社 资讯

## CHINA TRAVEL AGENT



2019.10

[www.lxsnews.com](http://www.lxsnews.com)

京工商印厂登字20140035号

特别访问  
跟团游日趋弱化  
行业得资源者得天下

9年营收超83亿元  
独家控股携程取胜甚因

### 封面故事

## 我们到底是在做一家旅行社，还是用旅行社来赚钱？

——专访HIS北京新日国旅总经理 王文忠

在日本各大旅行社正为效益下降，赤字频频所苦之际，以贩卖“廉价机票”发迹的HIS如今已经迈进了第40个年头，去年HIS销售额近500亿人民币，其中旅行社业务占比89.4%。

# 极 北 卷 穹

FINLAND  
RUSSIA

## 芬兰+俄罗斯 摩尔曼斯克极光发现之旅10日

NORWAY · FINLAND · RUSSIA

### 行程特色

- 甄选星空联盟成员-中国国际航空公司  
(CA)北京直飞莫斯科往返为追光之旅提供安全舒适保障
- 北极圈内3城四晚连住探寻北极光，超高概率邂逅上帝的烟火盛宴——罗瓦涅米（圣诞老人村），伊瓦洛，摩尔曼斯克
- 全程当地三-四星级酒店及特色酒店，圣彼得堡-莫斯科搭乘俄罗斯SAPSAN高速列车（二等座），赫尔辛基-罗瓦涅米体验VR极地夜卧火车

# ENJOY YOU HOLIDAY

01月25/29日  
02月1日

**15800**元/人

11月9/16/23/30日

12月7/14/21/28日

01月4/11日

02月8/15/22/29日

**14800**元/人



优耐德微分销微信

北京市场联系人：黄照阳

☎ 13910610762

📍 北京市朝阳区朝阳公园路8号（朝阳公园西门）100125

☎ 010-64489696-61260

优耐德在中国武汉、太原、沈阳、郑州、山东、湖南、西安设有分公司

广告之制作、发布、传播均符合国家及地方相关法律法规及中国公共事业广告管理条例。L.B. ©2021 优耐德。北京优耐德旅行社有限公司广告

# 纵情Manchester 曼彻斯特

尽享“曼”妙时光

北京出发

## 英苏风采

英国一地10天

- 2019年11月15/22日
- 2019年12月6/20/27日
- 2020年1月10/20/22/27/31日
- 2020年2月7/14/21日

价格: 9599起

## 印象英爱

英国+爱尔兰12天

- 2019年11月20日
- 2019年12月4/18日
- 2020年1月1/15/20/27日
- 2020年2月19日

价格: 11999起

## 英享时光

英国一地10天

- 2019年10月22日
- 2019年11月15日
- 2019年12月20日
- 2020年1月21/27/28日

价格: 19800起

## 英伦自由爱

英国+爱尔兰13天

- 2019年11月22日
- 2019年12月7日
- 2020年1月27日
- 2020年3月20日

价格: 20800起

# 反季游正当时 南非春光无限

与北半球天气渐冷相反，位于南半球的南非此时正值春暖花开。在南非，你可以漫步花海，感受蓝花楹带来的每一份心动，也可以乘船出海，随各种鲸鱼踏上奇妙的旅程，还可以潜水观鲨；近距离接触海洋动物，乘坐越野车，与非洲五霸“相遇”，感受自然的无限魅力。现在就即刻出发，去“彩虹之国”南非领略不一样的春日风光！

## 漫步花海 感受每一份心动

春光明媚，繁花盛开，在北开普省和西开普省，橙、黄、白、紫等各种颜色汇成了一片漫无边际的花海，令人目不暇接，是不可多得的度假天堂。

南非最负盛名的赏花之地，当属那马夸兰地区。这里生长着近3000种植物，拥有着众多独一无二的植被种类。每当春天来临，这片广阔的土地就会被各种各样的野花所覆盖。据说，这种壮观的美景能让人“在游览时两次落泪，第一次是抵达那刻，第二次是要离开之时……”

而在比勒陀利亚，这座“花园城”，街道两旁种满了蓝花楹（Jacaranda）。每到10月份百花盛开时，全城都沉浸在紫色花海中，并举行为期一周的节日庆祝。



## 海边观鲸 体验斑斓海洋世界

每年10月-12月，也正值南半球观鲸的好时节。作为全球极佳的观鲸地点，南开普地区能够确定种类的鲸鱼和海豚就有37种，南露脊鲸、抹香鲸、宽吻海豚和南象海豹等海洋生物，应有尽有。

赫曼努斯被称为世界最佳陆上观鲸地点。每年9-10月观鲸节期间，吸引世界各地的游客前来观赏群鲸出没的这一海洋壮观，同时在音乐中纵情狂欢，尽情享用当地美食，参加节日期间的众多活动。

此外，位于非洲大陆最南端的厄加勒斯角也是绝佳的观鲸地点。这里非常适合观赏南露脊鲸母鲸与幼鲸玩耍的情景，如果运气好一次可以同时看到几十对鲸鱼母子，绝对不枉此行。

## 潜水观鲨 精彩与刺激同在

想要更近距离探秘海洋？那就来南非潜水吧。暗礁、船只残骸以及经常出没的各种鲨鱼和鳐鱼的迷人组合，使得南非成为一个全球顶级的潜水目的地。

想要拥有毕生难忘的经历，大可挑战惊险刺激的鲨笼潜水。在好望角，你可以穿上潜水衣，在专业教练的陪同下一起潜入深海，待鲨鱼靠向鲨笼之时，不禁心跳加速，屏住呼吸，等待与庞然大物的近距离“接触”。



## 猎游南非 与自在狂野不期而遇

除了深入海底探秘，此时南非陆地上的野生动物也正待观赏。在非洲最大的野生动物保护区——克鲁格国家公园，你可以亲眼目睹著名的“非洲五霸”——狮子、非洲象、犀牛、非洲水牛和豹，成千上万的长颈鹿和数百种鸟类。

在这里，你可以在草原上聆听狮子嘶吼和土狼狂啸，也可以看到野生动物生息的自然状态。在黎明时分，遥看清晨的第一缕阳光照亮南非壮美的山川大地，都将成为终生难忘的美好回忆。



# 走进南非 狂野本真

South Africa

新南非·新体验  
[www.southafricantourism.cn](http://www.southafricantourism.cn)

## P20

特别访问

EXCLUSIVE INTERVIEW

## 半年营收超33亿元，独家起底同程取胜基因

流量红利引领你的行动策略，行业毛利则决定了你的战略基石放在哪里。想抓住流量红利一定要快，当大家都知道的时候，红利就消失了。然而流量的迁移没有规律，任何人都无法提前预测，所以，流量红利不是技术问题，它的核心是一种经营哲学，即企业拥抱变化的能力。

## P62

案例分析

CASE ANALYSIS

境外地接社依法维权  
起诉被挂靠的旅行社获支持

对于挂靠方而言，因为旅行社掌握着财政大权，收付款都要通过人家账户，显得比较被动，而且一旦旅行社自身经营出现问题，地接社的钱付不了不说，自己的钱也结算不了，声誉和利益都会受损。

## P26

封面文章

COVER STORY

我们到底是在做一家旅行社  
还是用旅行社来赚钱？

在日本各大旅行社正为效益下降，赤字频频所苦之际，以贩卖“廉价机票”发迹的HIS如今已经迈进了第40个年头，去年HIS销售额近500亿人民币，其中旅行社业务占比89.4%。

## P30

本刊策划

SPECIAL TOPIC

## 旅行社，未来会消亡吗？

未来小型化、品牌化、专业化、主题化、精细化、深度游、私人定制等方面业务的旅行社将会兴起，优秀的旅行社还将会渠道化、平台化，将自己的流量有效的向旅游产业链进行拓展。

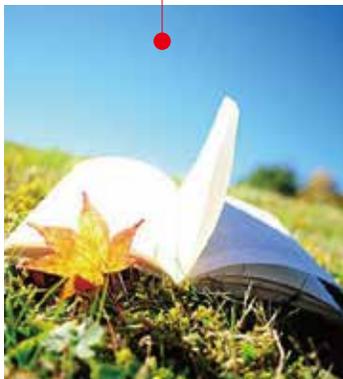
## P40

会议报道

CONFERENCE REPORT

“解锁目的地新玩法 2019海外目的地  
趋势研讨会”在京举行

8月28日，“解锁目的地新玩法 2019海外目的地趋势研讨会”在北京国家会议中心举行。汇聚了热门目的地旅游局、出境旅游服务商、在线旅游服务平台等多方企业代表，旨在为资源方与旅游服务供应商搭建充分交流互动平台，共瞻目的地玩法走向。



# 地中海辉煌号

地中海邮轮公司 三百年航海世家

出发日期

10月28日

**2599**元起

内舱双2999元起	内舱三2899元起	内舱四2599元起
海景双3299元起	海景三2999元起	海景四2699元起
阳台双3999元起	阳台三3499元起	阳台四2999元起
套房双4099元起	套房三3999元起	套房四3799元起

出发日期

11月12日

**2499**元起

内舱双2899元起	内舱三2799元起	内舱四2499元起
海景双3199元起	海景三2899元起	海景四2599元起
阳台双3899元起	阳台三3399元起	阳台四2899元起
套房双3999元起	套房三3899元起	套房四3699元起

13.8万吨 / 1637间房 / 最大上客人数4300人



纯正欧洲奢华抢先体验, 敬请极速预定!

欧式奢华设计理念

游艇会礼同国宾

独家乐高海上乐园

亚洲星厨定制美食

# 从“短线思维者”变成“长期主义者”

2019年7月,《财富》世界500强榜单如期发布,中国上榜企业数首次超越美国。30年前的1989年,中国只有中国银行一家企业上榜,而到了2019年,有129家企业上榜,首次超越美国的121家。同时,《财富》杂志也在《这是中国的世界》一文中写到:如果说20世纪是“美国世纪”,那么21世纪,至少在商业领域是“中国世纪”。

人们从各种视角去解读这份榜单,我在想,这些企业能否在长期主义的复利下,成为时间的朋友?

截止最近一个交易日,美团市值为4324.61亿港币,折合551.29亿美元,大幅超过京东、百度、拼多多与网易的442.04亿、361.05亿、359.52亿与323.62亿美元市值,已经成为仅次于阿里巴巴集团与腾讯控股的中国互联网上市企业中第三大市值的公司。

于2010年从团购业务切入的美团,其相较阿里巴巴集团与腾讯控股成立的时间更短,业务起点更低,行业竞争环境也更为红海,但在不到10年的时间里,美团也相继超越京东、网易与360等很多早期更被看好的企业,崛起成为中国互联网上市企业市值第三大的公司,在此背后到底有着什么样的逻辑?

2019年Q2财报分析师交流会上,王兴强调,“‘长期’这个词是关键”。

放眼过去10年,中国创业市场从来不缺少摇旗呐喊要改变世界的人,但是眼看它起高楼,眼看它楼塌了。无论什么“风”来了都要掺和一下,心急火燎想要达成目标,实现“财富自由”,却忘记了真正应该关注的事情。

就像古人磨豆腐一样,比“慢”、比“笨”、比扎实,日复一日、脚踏实地,让改变真正发生。

即便是股神巴菲特,99.8%的资产也是在他50岁后赚到的。巨变的时代,唯一可以超越变化的不是机会主义,而是长期主义。

国内民航业中以精细化著称的知名航企春秋航空,从上世纪80年代起以旅游行业起家,经过两代人的努力,在国内成功推行低成本航空模式。2015年1月21日,春秋航空在上交所挂牌上市,成为我国民营航空第一股。

大儿子接手春秋航空,王正华交棒只留下这两句话:“不要急于创新,不要急于做大。”

王正华说:“做一个项目,我要提前考虑五、六年。”“我经常讲,我们既然选择了这个行业,就要面对前所未有的困难,哪怕遇见再惨烈的竞争也绝不退缩,假如没有困难,还要我们春秋人干什么呢。”

今天是一个信息爆炸的时代,也是一个资本爆炸的时代。当资本爆炸和信息爆炸这两件事结合在一起的时候,资本的逐利性会加大“观念短视”的趋向,坚持长期主义也更加困难。

陈春花教授在《超越竞争:微利时代的经营模式》一书中谈到过三类企业:暂时性的胜利者是机会主义者,阶段性胜利者是实用主义者,而永久的胜利者是长期主义者。

不要只关注暂时性的胜利,因为机会永远是公平的——你得到这个机会,就意味着失去另外一个机会;不要满足于阶段性的胜利,因为实用的功能总要被时间淘汰;因此,要获得持续增长与发展,你必须成为长期主义者,才可以永久性胜利。

刘娜

旅行社资讯主编

即刻出发

9日

# 澳大利亚 新南威尔士

## 浪漫蜜月

- 婚拍

浪漫柔情：沉醉在猎人谷的葡萄酒香中，柔情满溢

蓝色爱恋：行驶在蓝色海洋路，细赏太平洋美景

活力热情：在杰维斯湾留下你们的足迹，见证过往

神秘内敛：世外桃源般的袋鼠谷，只需静静相拥、相伴

浪漫满屋：悉尼情人港Sofitel蜜月套房，一点点甜蜜却令人难忘

直客价 **21800** 元/人

杭州MU：11月12日/26日、12月10日

南京MU：10月23日、11月06日、25日

联系方式：0571-8509 0940

官方微信公众平台：VTOURSAV

欢迎个人、机构  
订阅《旅行社资讯》



全年订阅价

300元/年

优惠订阅价格，年度起订

同期向您的邮箱发送电子日报

订阅方法

银行汇款

账号：6214860101635288

户名：万晓燕

开户行：招商银行万达广场支行

快递邮寄

订阅超过三份以快递形式邮寄

三份以下邮寄挂号印刷品形式邮寄

联系人：

晓燕 Betty

手机 189 1171 5349

邮箱 betty@lxnews.com

010 | 58206265  
58206267

旅行社 资讯

CHINA TRAVEL AGENT  
Travel Trade Media

Chairman of Board 董事长	黄斌盛 Huang Binsheng
Director 董事	万子婧 Maggie Wan
General Manager 总经理	王禹燊 Max Wang
Chief Editor 主编	刘娜 Kaylee Liu 手机 13811862253 微信 liuna20087319 邮箱 kaylee@lxnews.com
Chief Editor 上海主编	张静 Jane Zhang 手机 13917036974 微信 tozhangjing 邮箱 Jingzhang@lxnews.com
Editor 编辑	白丽丽 Lily Bai
Planning Editor 策划编辑	王雪 Nina Wang 任宇飞 Vincent Ren
Project Executive 会务执行	李荔欣 Daisy Lee
Customer Service 客户服务	晓燕 Betty
Art Editor 美术编辑	孙丽娜 Yien Sun
Internship Editor 实习编辑	王颂雅 Nicole Wang
广告代理查询北京	(8610) 58206265/67
特约撰稿	林永茂 Peter Lin 金昕 Jennifer Kim

请文稿作者与本刊联系稿酬事宜 敬请关注本刊微博 weibo.com/lxnews

✉ 来稿信箱 news@lxnews.com  
旅行社资讯网 www.lxnews.com

出版方 (香港) 凯洲国际传媒集团有限公司  
电版承话 (852) 2541 0229  
地版承址 香港九龙旺角上海街638号旺角海景中心801室



旅行社资讯网微信号



旅行社全国理事会微信号

版权声明：本刊图文版权所有，未经同意不得转载或翻印。  
本刊中如果刊登某些文章未能及时与作者取得联系，欢迎随时来电。

行天下

DEEP INTO THE WORLD  
行者无疆·天下之大

一价全含

国航直飞

纯玩无购物

走进新西兰

# 新西兰南北岛12天

- ★漫步皇后镇 → 四周环绕雄伟群山，皇室般高贵端华让您流连忘返
- ★冰川直升机 → 搭乘直升飞机观赏壮丽景色，观察万年冰河奇景
- ★福克斯冰川 → 远观那泛着蓝光，晶莹剔透美得让人震撼的冰雪世界
- ★蓝企鹅归巢 → 观赏世界上最小的蓝企鹅捕鱼归家时憨态可掬的样子
- ★霍比特人村 → 《指环王》电影拍摄场景，感受如电影之中的魔幻世界
- ★摩拉基大圆石 → 自然雕琢的巨型岩石散落在摩拉基海滩，蔚为壮观
- ★基督城 → 新西兰南岛最大的城市，其散发着英伦气息
- ★怀奥塔普地热公园 → 安排新西兰最五彩斑斓的火山景观地区
- ★维多摩萤火虫洞 → 感受震撼眼球的满天星斗般迷样的蓝色萤光情景
- ★奥克兰城市风光 → 新西兰第一大城市，拥有帆船数量最多的城市



¥25500元/人  
10月21/28日

¥25500元/人  
11月05/12/19日

¥25500元/人  
11月26/30日

¥25000元/人  
12月03/09/17日

联系人：郑宇

联系电话：138 1067 8068

# 旅行社产品线路供应商排行榜榜单

## 北京口岸

### 澳新线优质供应商

北京信捷国际旅行社有限公司  
北京行天下国际旅行社有限公司  
北京竹园国际旅行社有限公司  
飞扬假期  
凯撒旅游  
全新国际·北京瀚途国际旅行社有限公司  
优耐德（北京）国际旅行社有限公司

### 欧洲线优质供应商

北京凤凰假期国际旅行社有限公司  
华程国际旅行社集团有限公司北京公司  
北京领先国际旅行社有限公司  
北京行天下国际旅行社有限公司  
北京竹园国际旅行社有限公司  
飞扬假期  
尽游天下·北京华侨行国际旅行社有限公司  
凯撒旅游  
优耐德（北京）国际旅行社有限公司

### 中东非线路优质供应商

飞扬假期  
皇家旅游-北京游够天下国际旅行社股份有限公司  
金色非洲  
尽游天下·北京华侨行国际旅行社有限公司  
沃途旅游·北京风尚国际旅行社有限责任公司  
五洲行国际旅行社有限责任公司  
中国妇女旅行社

### 东南亚线优质供应商

北京春秋旅行社有限公司  
北京凤凰假期国际旅行社有限公司  
北京捷达假期国际旅行社有限公司  
北京美嘉环球国际旅行社有限责任公司  
北京阳光假期国际旅行社有限责任公司  
北京竹园国际旅行社有限公司  
优耐德（北京）国际旅行社有限公司

### 北美线优质供应商

美华之旅·北京爱旅国际旅行社有限公司  
懿洋假期·北京青年旅行社股份有限公司第六分社  
智行国际·北京中国国际旅行社有限公司

### 北京口岸日本线优质供应商

北京春秋旅行社有限公司  
北京凤凰假期国际旅行社有限公司  
华程国际旅行社集团有限公司北京公司  
地球仪旅行·中商视野国际旅行社（北京）有限责任公司

### 凯撒旅游

日信观光  
樱花假期-中旅体育旅行社有限公司  
优耐德（北京）国际旅行社有限公司  
中国妇女旅行社

### 北欧线优质供应商

北京泛美国际旅行社有限责任公司  
北京市华远国际旅游有限公司  
北京九州风行旅游股份公司  
北京盛行国际旅行社有限公司  
友创国际

### 北京口岸俄罗斯线优质供应商

北京捷达假期国际旅行社有限公司  
北京九州风行旅游股份公司  
奇幻九州·海洋国际旅行社有限责任公司北京朝阳门分社  
优耐德（北京）国际旅行社有限公司

### 青岛线优质供应商

北京捷达假期国际旅行社有限公司  
北京九州风行旅游股份公司  
北京阳光假期国际旅行社有限责任公司  
北京竹园国际旅行社有限公司  
途牛旅游网  
优耐德（北京）国际旅行社有限公司

### 邮轮线优质渠道商

北京春秋旅行社有限公司  
北京恒信国际旅行社有限公司  
北京捷达假期国际旅行社有限公司  
北京携程国际旅行社有限公司  
凯撒旅游

## 上海口岸

### 欧洲线优质供应商

上海竹园国际旅行社有限公司  
上海众信国际旅行社有限公司  
凯撒旅游  
华程国际旅行社集团有限公司上海公司  
国旅集团上海有限公司  
北京力欧假期国际旅行社有限责任公司

### 东南亚线优质供应商

上海春秋国际旅行社(集团)有限公司  
东旅假期  
携程旅行网  
上海锦江旅游控股有限公司  
驴妈妈旅游

### 深圳市海外国际旅行社有限公司上海分公司

### 日本线优质供应商

上海竹园国际旅行社有限公司  
真旅  
同程国旅  
上海航空国际旅游（集团）有限公司  
魅力假期  
华程国际旅行社集团有限公司上海公司  
胜景国际旅行社有限公司

### 澳新线优质供应商

卓越行-上海东航国际旅行社有限公司  
杭州海外旅游有限公司  
上海同之盛国际旅行社  
携程旅行网  
上海中旅国际旅行社有限公司  
胜景国际旅行社有限公司

### 北美线优质供应商

美国海德集团  
上海众信国际旅行社有限公司  
同程旅游集团  
凯撒旅游  
携程旅行网  
上海锦江旅游控股有限公司  
（纵横美洲）美国国际旅行社有限公司  
上海起点国际旅行社有限公司（美国大黄蜂旅行）

### 北欧俄罗斯线优质供应商

北京凤凰假期国际旅行社有限公司上海分公司  
华程国际旅行社集团有限公司上海公司  
九州风行（北京）国际旅行社有限公司上海分社  
凯撒旅游  
上海春秋国际旅行社(集团)有限公司  
奇幻九州·海洋国际旅行社有限责任公司北京朝阳门分社  
北京泛美国际旅行社有限责任公司上海分公司

### 中东非洲线优质供应商

上海游派国际旅行社有限公司  
上海春秋国际旅行社(集团)有限公司  
国旅上海嘉途商旅  
途牛旅游网  
五洲行-上海市中妇旅国际旅行社有限公司  
华程国际旅行社集团有限公司上海公司

### 青岛线优质供应商

上海春秋国际旅行社(集团)有限公司  
上海航空国际旅游（集团）有限公司  
魅力假期  
上海中旅国际旅行社有限公司

深圳市海外国际旅行社有限公司上海分公司

#### 邮轮线优质渠道商

携程旅行网

江苏省中旅旅行社有限公司

途牛旅游网

上海茶恬园国际旅行社有限公司

中青旅江苏国际旅行社有限公司

## 广东口岸

#### 欧洲线优质供应商

名家之旅·广州广之旅国际旅行社股份有限公司

深圳中国国际旅行社有限公司(新景界)

华程国际旅行社集团有限公司广州公司

成功之旅·广州成功之路国际旅行社

新假期·广州西敏国际旅行社有限公司

#### 美洲线优质供应商

名家之旅·广州广之旅国际旅行社股份有限公司

深圳中国国际旅行社有限公司(新景界)

Dista钻石国际-广州风花雪月国际旅行社有限公司

成功之旅·广州成功之路国际旅行社

#### 东南亚线优质供应商

深圳美景天下国际旅行社有限公司

玩美假期

深圳海外国际旅行社南洋风情

最海岛-深圳趣旅国际旅游有限公司

深圳中华龙旅游集团有限公司

深圳市全品国际旅行社有限公司

深圳市缤纷假期旅行社有限公司

深圳航空国际旅行社有限公司

#### 日本线优质供应商

名家之旅·广州广之旅国际旅行社股份有限公司

深圳市新景界东旭国际旅行社有限公司

深圳市地球之旅国际旅行社有限公司

罗湖国旅-骏亚旅游

深圳中华龙旅游集团有限公司

#### 澳新线优质供应商

名家之旅·广州广之旅国际旅行社股份有限公司

广东南湖国际旅行社有限责任公司

深圳中国国际旅行社有限公司(新景界)

深圳市中侨国际旅行社有限公司

深圳市地球之旅国际旅行社有限公司

广东风行国际旅行社有限公司

#### 中东非洲线优质供应商

深圳市特色国际旅行社有限公司

深圳市万众国际旅行社有限公司

北京五洲行国际旅行社有限责任公司深圳分公司

深圳市卓汇国际旅行社有限公司

#### 北欧俄罗斯线优质供应商

深圳中国国际旅行社有限公司(新景界)

华程国际旅行社集团有限公司广州公司

腾邦旅游集团

广州成功之路国际旅行社.成功之旅

#### 海岛线优质供应商

最海岛-深圳趣旅国际旅游有限公司

名家之旅·广州广之旅国际旅行社股份有限公司

万里之旅·广东粤侨国际旅行社有限公司

深圳中华龙旅游集团有限公司

深圳爱旅国际旅行社有限公司(蓝海岛)

深圳市全品国际旅行社

深圳市博游国际旅行社有限公司

#### 港澳线优质供应商

深圳市港中国际旅行社有限公司

深圳市港澳国际旅行社有限公司

深圳美景天下国际旅行社有限公司

卓越国际旅行社有限公司

#### 邮轮线优质渠道商

深圳康辉国际旅行社有限公司(世界风情)

名家之旅·广州广之旅国际旅行社股份有限公司

深圳中国国际旅行社有限公司(新景界)

腾邦旅游集团

广东中旅(深圳)旅行社有限公司

深圳游侠旅行社有限公司

深圳悦海国际旅行社有限公司

## 成都口岸

#### 美洲线优质供应商

钻石达美-优胜旅行

喜悦假期·成都喜之悦假期国际旅行社有限公司

成都环球国际旅行社有限公司-草莓假期

美国钻石国际-广州风花雪月国际旅行社有限公司四川分公司

美踪国际旅行社有限公司-美踪行

#### 欧洲线优质供应商

成都和天下国际旅行社有限公司-和邦天下

华程国际旅行社集团有限公司成都公司

四川新界国际旅行社有限公司-新界旅游

北京凤凰假期国际旅行社有限公司成都分社-寰宇旅游

竹园国际旅行社有限公司成都分公司-全景旅游

四川众信国际旅行社有限公司

#### 东南亚线优质供应商

四川走遍全球国际旅游有限公司成都分公司-走遍全球

祥云假期

四川享隆国际旅行社有限公司

四川省中国青年旅行社有限公司冠城分社-群美阳光

成都春秋旅行社有限公司

四川省中国旅行社-天宇假期

成都环球国际旅行社有限公司锦江分社-领行国际

#### 日本线优质供应商

成都光大国际旅行社有限责任公司-新乐假期

东瀛假日

四川和平国际旅行社有限公司-印象之旅

四川省铭之旅国际旅游有限公司-铭之旅

#### 澳新线优质供应商

四川走遍全球国际旅游有限公司成都分公司-走遍全球

四川省中国青年旅行社有限公司顺城分社-顺诚假期

成都中国青年旅行社-七彩澳新

四川和平国际旅行社有限公司-印象之旅

喜悦假期·成都喜之悦假期国际旅行社有限公司

成都海外旅游有限责任公司-雅客行

#### 北欧俄罗斯线优质供应商

四川易飞国际旅行社有限公司-美南假期

四川省中国青年旅行社有限公司-爱心假期

成都中国青年旅行社-乐游俄罗斯

成都海外旅游有限责任公司-999新视界

四川康辉国际旅行社-风雅行

#### 中东非洲线优质供应商

美踪国际旅行社有限公司-彩虹映像

北京五洲行国际旅行社有限责任公司西南分公司

深圳市万众国际旅行社有限公司成都分公司

北京游够天下国际旅行社股份有限公司成都分公司-皇家旅游

#### 海岛线优质供应商

四川走遍全球国际旅游有限公司成都分公司-走遍全球

最海岛-深圳趣旅国际旅游有限公司

深圳市海外国际旅行社有限公司成都分公司-南洋风情

四川省中国青年旅行社外商中心分社-非常假期

成都环球国际旅行社有限公司-联合假期高端海岛中心

#### 邮轮线优质渠道商

成都环球国际旅行社有限公司成华五分社-航海梦

云南佳途国际旅行社有限公司

四川商旅国际旅行社有限公司

陕西运通国际旅行社有限责任公司

河南康辉国际旅行社有限责任公司

河南大唐国际旅行社有限公司

重庆乐美国际旅行社有限公司

# 出境产品供应商名录



## 全线供应商

凯撒旅游	400 606 6666www.caissa.com.cn
众信旅游	400 819 9898www.utourworld.com
华程国旅集团	010 59138001www.hcgtravels.com
国旅集团上海有限公司	4006008888 www.cits.cn
寰宇旅游	010 65507988 www.51tour.com
竹园国际旅行社	400 004 9900www.vitschina.com
北京中旅	400 007 1956www.cnbcts.com
上海国旅	400 650 6550www.scits.com
上海锦旅	400 820 6008www.jjtonline.com
中国康辉集团	400 614 0031 www.cct.cn
海洋国旅	010 67016401www.coits.cn

## 欧洲线路

尽游天下	400 811 6179www.bjhqx.cn
优加旅游	010 65991588
九州风行	010 56400666 www.efxgl.com

## 东南亚及港澳线路

捷达假期	010 58295859 www.jettour.cn
春秋旅游	010 65177200 www.springtour.com
南亚风情	010 84683388 www.nyfq.cn
阳光假期	010 65189966 www.sunshineholiday.net
世纪假日国际旅行社集团	0755-82132641www.travelmart.com.cn

## 澳新线路

信捷假期	010 64484158 www.xjjq.net
胜景旅游	0571 85090968 www.autourworld.com
行天下	010 58365555 www.txgl.com

## 中东非洲线路

神舟国旅集团	400 010 0808www.btgtravel.com
中国妇女旅行社	400 650 6616www.cwts.com.cn
迪拜金凤凰	010 51931366 www.gpcodubai.com
行非	010 65175368 www.feitour.net
金色非洲	010 59051180
信捷假期	010 64484158 www.xjjq.net
万众国旅	0755 25473665 www.onetour.cc
肯尼亚大象地接社	166-02-189-189

## 日韩及塞班、关岛线路

春秋旅游	010 65177101www.springtour.com
中国妇女旅行社	400 650 6616www.cwts.com.cn
任逍遥	010 51656666 www.itoo.cc
起航假期	010 85322866 www.youngdk.com

## 越柬线

春秋旅游	010 65178316 www.springtour.com
越柬行踪	400 181 1816www.yjxzs.cn

## 南亚线

春秋旅游	010 65267203 www.springtour.com
------	---------------------------------

## 南美线

拉美途	010 65175368 www.lameitour.com
中恒国旅	010 65301200 www.cepits.com

## 马尔代夫线

阳光假期	010 65189966 www.sunshineholiday.net
------	--------------------------------------

## 北美线

美华之旅 (纵横美洲)美国国际旅行社有限公司	01059796696 www.awtour.org
---------------------------	----------------------------

## 签证

百程旅行网	400 999 6666 www.byecity.com
-------	------------------------------



百程旅行网微信



北京中旅微信



春之旅



成功之旅微信



德国巴符州旅游局



歌诗达微信



公主邮轮微信



国旅集团  
上海有限公司



韩亚航空微博



寰宇旅游微信



环球漫游网站



翔龙万里行  
微信公众号



捷达假期微信



金色非洲微信



九州风行



凯撒旅游微信



康辉旅游微信



乐道旅行微信



美嘉环球微信



美国佳晨一路微信



南非旅游局官方微博



起航假期微信



胜景微信



神舟国旅  
官方订阅号



深圳捷旅假期  
微信



深圳世纪假日  
微信



同程旅游微信



泰国航空微信



泰国飞象旅行微信



行天下微信



信捷国旅微信



星途游轮



意大利环意微信



阳光假期微信



越柬行踪微信



云地接微信



竹园国旅  
亚洲中心微信



众信旅游



中妇旅微信



肯尼亚大象地接社



中商国旅微信



在路上微信



中恒国旅微信



纵横美洲



万众国旅

按公司首字母顺序排序

# 韩亚航空开通里斯本不定期航班



韩亚航空10月28日起至3月25日期间，将开通仁川-里斯本不定期航班，每周执飞2班（周一、周三）。

韩亚航空将在仁川-里斯本不定期航班使用空客A350执

飞。机上特别增设豪华经济舱- Economy Smartium。豪华经济舱不仅拉宽了经济舱座椅的间距7~10cm，增加了乘坐舒适感，还提供了登机口享受优先登机服务、免费使用机场贵宾休息室(限长途航线乘客)，提供个人用品包(限长途航线乘客)等服务。同时，为纪念不定期航班的开通，乘坐该航线豪华经济舱的乘客可享受特惠价格。

作为旅游胜地，里斯本这座河滨城市的历史悠久，到处都是丰富多彩的历史古迹。

除了靠海的一面，里斯本其他各处都是郁郁葱葱的森林和草地。这里有许多秀丽的公园、宽的广场和精美的雕塑。城市风貌古朴雅致，有记录这个城市古老文明的城堡、教堂、纪念碑等建筑。还有乌亮的碎石路和小摊上的编织、银器、皮货等，构成南欧古城独特的情调。

韩亚航空相关工作人员表示：“我们将持续扩大欧洲航线网路，进一步提升航空市场竞争力”

此外，韩亚航空将于12月起，开通直飞开罗、墨尔本航线不定期航班，为更多的游客带来便利。

## 冬季不定期航班时刻表

航线		航班号	出发 / 抵达时间	执飞日期	机型
里斯本 (10/28~3/25)	仁川 - 里斯本	OZ5175	14:30 / 18:50	周一, 周三	A350
	里斯本- 仁川	OZ5185	20:30 / 17:50+1		
开罗 (12/6~2/28)	仁川 - 开罗	OZ5575	11:00 / 16:15	周五	B777
	开罗- 仁川	OZ5585	18:00 / 11:00+1		
墨尔本 (12/26~2/20)	仁川 - 墨尔本	OZ6315	19:00 / 07:30+1	周四	B777
	墨尔本 - 仁川	OZ6325	09:00+1 / 17:45+1		

ASIANA AIRLINES  
韩亚航空



韩亚航空微信



韩亚航空微博

# 跟团游日趋弱化，行业得资源者得天下

——专访KLOOK客路旅行中国区负责人 安文

“随着大交通越加便利，体验式旅游的蓬勃发展，全球目的地旅游市场规模预计2020年将达到1830亿美元。然而，全球目的地旅游活动预订板块的在线市场渗透率仅为15%，相较于全行业61%的渗透率来说，成长空间仍十分巨大。

行业内不乏有诸多旅企将视角聚焦在目的地端的深挖与探索中，KLOOK便是其中的领军企业，在资本市场不在狂热追逐旅游行业的今天，KLOOK的融资新闻在近几年却是一波接着一波，究竟有怎样的魅力持续受到资本市场的关注？旅行社资讯有幸采访到KLOOK中国区负责人安文，一同揭开神秘的面纱。”

**Q：客路作为一站式旅游体验预订平台，为出境游游客提供目的地碎片化产品的同时深度挖掘自由行市场的需求，请您分析一下当今自由行的发展现状。**

A：来自Google Trends的一组最新数据显示，自2018年10月以来，KLOOK客路已经成为全球搜索量最大的旅游活动预订平台。KLOOK排在谷歌搜索榜单首位，印证了全球出行热潮及旅游业蓬勃发展的态势。

中国游客出境游的经验日渐丰富，越来越多人选择半自助游或自由行。特别是中国的新一代旅行者正在快速崛起，他们具备更好的语言能力，更丰富的出境游经验，希望玩得独特和深入当地，并且会将单个活动看成“元件”，DIY成更灵活个性的旅程。

他们的预订行为和旅游路径正在重塑出行方式。我们观察到，“80后90后”习惯于接收来自全球的各类资讯，对玩法体验的接受度更高，更懂得怎么玩得个性和尽兴。超过63%的KLOOK用户最先确定的是在目的地“玩什么”，之后才规划交通和住宿。许多用户并不会完整计划行程，出行相当灵活和随性，边旅行边发现。

KLOOK在源源不断地提供旅行灵感内容之外，更一站式满足大部分用户的出行需求——为旅客提供全球10万多种可预订旅游服务包括景点门票、一日游、特色体验、交通票务与地道美食。



**Q：碎片化服务是诸多服务品类里最繁杂的一种，也是最难把控的，KLOOK如何有品质的跑完落地后最后一公里？**

A：过去几年，旅游业逐步完成目的地碎片化产品的整合，有全球优势的当地服务供应方正浮出水面。从成立以来，KLOOK致力于服务旅游产品的标准化和品牌化，从而提高服务质量和效率。

KLOOK在目的地资源上的大量投入，夯实目的地服务和体验质感。我们希望在用户中形成明确的品牌认知：KLOOK的产品是好的、服务是好的、效率是高的。为此，KLOOK奉行PMF（Product Market Fit）策略，即提供的产品需要符合市场的需求——如果存在PMF错位，就会出现“坑”，进而影响品牌认知。

我们在稳扎亚太向欧美拓展的同时，继续覆盖行业深度，全面布局上下游产业链，从景区到目的地服务再到当地交通和铁路，深耕连线。依托“全球一本地”策略，上千位KLOOK团队成员遍布在世界20个城市，深入当地，精选与采购产品，开拓市场；通过垂直类目团队的中心化运营，全球客服的前线反馈，动态优化库存管理和细节。基于全球多元多渠道的市场洞察，KLOOK本地营销团队更了解用户，结合市场分析与趋势预判，联合当地开发符合用户需求的新产品。因此，KLOOK与当地供应商全面合作，持续由浅入深——从单纯的分销，到产品需求互动，到延展至线下盘活当地资源，打造更多好玩、符合全球旅客期待的体验项目。

在这个定位基础上，KLOOK跟目的地商户合作，搭建全球各景点的VIP通道、推出独家特色项目、打造“体验升级”的当地服务，提升目的地“最后一公里”的服务数量与质量，正在成为目的地生态与全球旅行者的连结桥梁。



**Q: 在海外客路主要以TO C 为主, 在国内客路以TO B 为主要业务线, 请问客路与旅行社目前合作如何?**

A: KLOOK在利用科技和平台的力量赋能全球合作伙伴, 包括多家OTA、电商、旅行社、定制游公司等。借助强大的整合非标产品和连接供应商的能力, 我们希望能更多元化的产品和更全面的服务。

KLOOK提供7大品类10万多个SKU, 覆盖全球350+目的地, 尽可能满足全流程需求。即时确认率行业内排名领先, 门票类即时预订率高达95%。通过丰富的目的地和产品品类的覆盖, KLOOK为国内B端客户提供了一个一站式全球出境游碎片化产品的供应链解决方案。

**Q: 客路一直以全球化服务活跃在行业之中, 最具有优势的目的地有哪些? 如何更好地深挖目的地? 将“全球化”做的更加深入。**

A: 从成立以来, KLOOK的愿景是拉近世界的距离——更高效地连接目的地、全球商户和旅行者, 打破信息、语言、地缘的障碍, 让每个人享受自由丰富的旅程。我们正在通过变革与创新, 与当地运营者一起改变目的地旅游的未来。

2018年, 已取得亚太领军地位的KLOOK将步伐拓展至全球, 在澳洲、欧洲及美国加大运营规模, 持续开拓目的地活动和服务, KLOOK的全球合作迈上新台阶, 完成一系列整合式合作。

目前, KLOOK用户来自全世界超过180个国家与地区。借助深度的旅游市场与领域洞察, KLOOK挖掘千禧一代的旅行需求和科技偏好, 与香格里拉酒店集团携手开拓在线礼宾服务, 提供更丰富优质的活动体验; KLOOK联合享誉全球的实景娱乐引领者默林集团, 全面提升商户和旅行者的用户体验; 目的地交通方面, KLOOK先后与欧洲铁路公司、西日本旅客铁道(JR West)达成战略合作, 精准匹配了用户对于旅行便捷性、科技偏好的需求, 帮助旅行者更好地探索目的地, 享受更顺畅安全的旅程。

KLOOK在全球设有20个办公室, “全球-本地策略”深入到资源端及需求端。在中心化的管理体系下, 1500多名本地团队成员深入当地商户, 整合全球旅行者所需的目的地服务, 同时拓展当地用户, 快速产生区域之间的联动。我们更联合几千位旅游体验师在全球发掘、选择目的地资源和新玩法, 提供丰富实用的旅行灵感。

KLOOK官网及APP提供遍布全世界350个目的地, 超过10万种当地行程与旅游服务预订——可即时预订的折扣景区门票、品质保障的一日游、“当一日巴厘岛人”、“泰拳”等独特体验、户外运动如跳伞/潜水、境内外铁路交通预订、地道美食等。KLOOK尽可能全面地覆盖旅行全流程需求, 并赋予游客选择权, 以便DIY个性化的游玩行程。

未来, 凭借国际本地基因和全球布局思维, KLOOK将不断深耕亚太区市场, 加速在欧洲、美国的拓展。同时, KLOOK继续扩大全球团队规模, 加倍投入科技创新, 深化本地运营, 通过供应链和全球用户群的联动, 打造一个全球知名的目的地服务和体验品牌。

**Q: 旅游行业近几年一直是资本市场寒冬, 客路却在寒冬下一一直不断的爆出融资新闻, 您认为客路的哪些方面在持续吸引着资本市场的眼球?**

A: 国际化的基因、本地化深度运营的战略、强悍的执行力 and 创新速度连续收获了资本的青睐——2017至2019年, KLOOK获得了包括红杉资本中国基金、软银愿景基金、经纬中国、高盛、博裕资本、TCV、微光创投及华创资本等顶尖创投机构的强大支持, 总融资金额超5亿美元(35余亿人民币)。

KLOOK在资金和视野上做到充分布局、预判和风控。向前方眺望的时候, 我们还注重两个纬度——横向我们在铺设全球的扩展, 要地缘上的广度, KLOOK在稳扎亚洲后, 开始大力拓展全球及欧美市场; 纵向我们在深入每个细分领域, 覆盖行业的深度, 从景区到目的地服务再到当地铁路和交通, 连点成线。

编者按: 随着消费升级大趋势的愈演愈烈, 跟团游势能逐渐在弱化, 越来越多的游客选择自由行、半自由行的出游方式, 这也就大大考验着各个碎片化服务商对于上游资源把控的能力, 多年前人们常说得渠道者得天下, 当代渠道分流, 还是需要更多精力着眼上游, 与资源整合平台进行深入链接, 将平台资源最大化赋能给旅行社, 只有这样旅行社前进的步伐才不会慢于客户的需求, 新的旅游时代已经到来, 碎片化甚至颗粒化资源整合平台将是打开新时代的一把崭新钥匙, 我们拭目以待。

(Max / 文)



## 马蜂窝CEO陈罡再爆新观点： 旅游平台经济的机会

“平台汇聚了客流、物流、商品流、信息流、服务流、资金流，集合成一个小小的APP，形成新的经济模式和经济形态。“平台一方面需要更完美地契合C端消费场景，一方面要像‘随风潜入夜’一般，对各行各业进行精细化、专业化、系统化的改造。”

“谁能抓住新兴人群的新兴需求，创造新的消费场景，谁能洞见新兴产业，或为传统产业的数字化赋能，谁才能抓住这一轮平台经济的机会。”

9月9日，“博鳌亚洲论坛经济学家圆桌2019”在北京召开，29位发起国代表、学术机构、论坛会员和媒体领袖近百位嘉宾出席，从宏观、微观、技术三个维度，对世界经济、亚洲和新兴市场的挑战与机遇进行了全面分析和盘点。

此次会议为博鳌亚洲论坛首次召开的经济学家圆桌，成果将成为2020年年会主题和议题的基础。与会企业代表与专家学者，从不同专业领域出发，为亚洲和新兴经济体如何应对挑战，如何为世界经济注入新动能，分享了自己的实践与思考。

在“技术与创新：找寻新一轮增长动力”分论坛上，马蜂窝旅游网联合创始人、CEO陈罡，小i机器人副总裁、研究院院长陈成才，京东集团副总裁、京东物流研发部负责人程岩，淡马锡中国区执行总经理黄喆等技术创新领域的专家与业者，就新技术如何引爆新经济、新增长，展开了讨论。

### 平台经济背后的微生态

以信息技术带动的高新科技产业，无疑是经济增长与社会进步的主要动力之一。陈罡在会上表示，技术创新推动了新经济体的发展，人工智能、5G趋势，给产业的方方面面带来了红利和机遇。平台经济是互联网经济的一个缩影，也是当下新经济的代表业态。国务院办公厅前不久下发了《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》，用三个“新”字——“生产力新的组织方式”、“经济发展新动能”、“数字经济新范式”——对平台经济做出顶层规划，平台型企业迎来重要的时代发展机遇。



“平台汇聚了客流、物流、商品流、信息流、服务流、资金流，集合成一个小小的APP，形成新的经济模式和经济形态。”陈罡在会上分享对平台经济的看法时指出，大平台的背后必定有大产业支撑，以旅游产业为例，人均GDP的增长带动了全民消费的上涨和升级，休闲度假成为国民日常生活的组成部分，中国也已成为全球当之无愧的最大客源国。

从旅游社区起家的马蜂窝，近年已发展成为中国领先的旅行玩乐平台，连接着GDP总量占比超过11%的中国旅游产业。与传统的在线旅行社不同，马蜂窝以“内容+交易”、“社区+电商”的平台经济范式，以大数据算法与人工智能技术为依托，为旅游产业供给侧赋能。

京东集团副总裁、京东物流研发部负责人程岩认为，产业互联网最好的实现方式便是平台模式，尤其对于数字化程度低、供需不平衡、高度分散的产业来说，平台能够基于互联网技术，帮助产业端建立或优化符合现代消费需求的柔性供应链。

“柔性”已经成为现代生产的必然要求，应用于各行各业。在以服饰行业为代表的制造产业中，“柔性”体现为由动辄上千件的规模化、标准化生产，向百件、十件小规模、定制化生产的转变；在旅游产业中，“柔性”则体现为由上车睡觉、下车拍照的“大锅饭式”跟团游，向高度碎片化、个性化的新型产品与服务的转变。旅游供应链上的司机、导游、地接社、旅行社等大小主体，形成一个个相互关联的小微生态，由平台串联起来。

### “C to B to C”，从新需求到新平台、新生态

“柔性”变化不仅发生在供给侧，更发生在需求端，新兴的消费需求已成为微生态变化与繁荣的根本驱动力。中国除了拥有庞大的人口基数，还有崛起的90后一代新兴消费人群，年轻人正在成为旅游及各大产业的消费主力军。

马蜂窝近期发布的《旅游账单2.0：全球旅游消费报告2019》显示，如今90后出境旅游的平均年龄为18岁，和父辈相比，年轻人的旅行方式更加先进，不仅踏足更远、更小众的目的地，还追求有个性、有品质的旅游体验，旅行是他们的标签，更是他们的人生态度和精神追求。

在陈罡看来，平台经济是“C to B to C”的过程。“平台一方面需要更完美地契合C端消费场景，一方面要像‘随风潜入夜’一般，对各行各业进行精细化、专业化、系统化的改造。”陈罡说。

据有关媒体报道，马蜂窝近期不仅持续发力短内容、短视频，开展明星入驻等主打年轻市场的品牌活动，更与供给端多次展开深度合作，强调平台赋能实力，深化产业根基。有业内人士认为，这是马蜂窝不断加强产业互联网布局的信号。

2019年8月，马蜂窝与重庆客轮有限公司达成战略合作，共同推出了重庆两江游专属微信小程序，将这一新兴旅游项目通过线上平台为广大消费者“种草”。游客可通过小程序完成查看演出信息、浏览沿途景点介绍、船上消费便捷支付、即时互动等全场景需求，马蜂窝则基于小程序完成了B端的连接和C端的服务。今年6月，马蜂窝与中华恐龙园达成战略合作，并推出“蜂巢POI管理系统”，通过赋予景区与目的地自主运营线上资产的能力，提高网络营销获客的效率与效果，中华恐龙园为该系统上线运营的首家合作企业。“谁能抓住新兴人群的新兴需求，创造新的消费场景，谁能洞见新兴产业，或为传统产业的数字化赋能，谁才能抓住这一轮平台经济的机会。”陈罡表示，随着互联网与信息化的演进，平台经济依靠无数个充满活力的、小而美的微生态，必将形成一种星星之火的繁荣，而这种生态级别的变化，将良性、持久地推动新经济增长。在互联网红利从消费互联网向产业互联网倾斜的当下，平台经济的发展将发挥越来越重要的作用。



# 半年营收超33亿元，独家起底同程取胜基因

——专访同程集团创始人、董事长 吴志祥

“竞争是创业者的试金石。那些在多年激烈竞争中取得成功的公司和创始人，无一例外，都需要经历脱胎换骨式的成长与蜕变。”

同程集团创始人、董事长吴志祥就是一位在OTA（Online Travel Agency，在线旅行社）行业15年激烈拼杀的胜者。他曾是阿里巴巴早期“中供”铁军中的一员，2004年与苏州大学的四位朋友一起创办了同程旅游。如今，同程旅游已经连续两年入选“中国民营企业500强”，其生态体系内第一家上市公司——同程艺龙2019年8月19日发布了上半年财报，半年交易额772亿元人民币，营收33.74亿，净利润7.94亿。在巨头林立的OTA行业，同程艺龙市值居全球第五，在国内仅次于携程。

值得一提的是，从创业第一天起，同程就面对着远为强大的对手，行业排名一度在50名开外，但却靠着“竞争能力”这一杀手锏，一步步脱颖而出。

士气很重要。在同程，我们每天早上都要唱歌，或者是喊“队呼”。三军可以夺气，将士可以夺心。你想打败一支军队，就要把军队的“气”给夺掉；你想把一名将军打趴下，就让他内心失去自信。反过来，早上的唱歌和晨会，会让士气有一点点上涨，工作效率会有改变，花了5秒钟时间，取得一天的收获，这很值。

企业竞争力就是这样一点点提升的。我要让大家每天早上看到我作为创始人、董事长旺盛的斗志和昂扬的激情。即使昨天被大家蹂躏，今天我依然意气风发，他们才会觉得在这里有奔头。

## 企业成功 = 战略 \* 组织能力

这是腾讯一位战投顾问告诉我的公式：企业成功=战略×组织能力。我觉得还可以进一步拆解：

1. 战略 = 流量红利 \* 行业毛利
2. 组织能力 = 创始人 \* 平行竞争 \* 借假修真

先来看看战略。

流量红利引领你的行动策略，行业毛利则决定了你的战略基石放在哪里。想抓住流量红利一定要快，当大家都知道的时候，红利就消失了。然而流量的迁移没有规律，任何人都无法提前预测，所以，流量红利不是技术问题，它的核心是一种经营哲学，即企业拥抱变化的能力。

这样，行业毛利就成了至关重要的参数。

经常听到有创业者感慨：我们这么努力、勤奋，为什么



商业上的成绩与头部企业会相差千倍、百倍，甚至万倍呢？这是因为在创业的开始，战略基石没有选好

最近，美团刚刚宣布整体盈利，股价一下子就涨上来了，为什么？美团现在一年要订出去3亿的酒店间夜，1亿张的门票。我们这些公司在中国的OTA市场里厮杀了20年，携程1999年成立，同程创立了15年，而美团才成立7年，估值已经超过携程了。这就是战略基石的重要性。

美团的战略基石是吃，或者说外卖，佣金是20%，即毛利是20%。而且美团更高频，用户在美团上一年消费大概60次。目前美团外卖一天有3000万个订单，客单价30元，未来还有上涨空间。

毛利高，你的选择就多，拥抱变化也更容易。如果你选择的业务方向只有3个点的毛利，天天忙得跟鬼一样，怎么会有冗余资源搞创新？没有一个高毛利的产品，你又谈何战略基石？

所以，战略基石决定了你的利润在资本市场上如何变现。拥有高毛利和高使用频率，哪怕一时因为竞争原因没赚钱也不可怕，一旦开始赚钱，公司估值很快就会上来；反之就会增收不增值。这就是战略选择的重要性。



再来看看组织能力打造。

怎么去培养自己的组织能力？可以分四步走：核心KPI、指标体系、平行竞争、优胜劣汰。

首先根据核心KPI建立自己的指标体系，然后在组织内开展平行竞争。只有一个业务部门也可以平行，比如销售一部、二部、三部、四部；产品一部、二部、三部、四部……干得好的发奖金，干不好的鞭策，再不行就淘汰，这其实很简单。

但是一定要先保证平行，不能是老板看顺眼的就留下来，这样就无法优胜劣汰。我今天还与同事讲，同程集团的每一个业务，并不是在同程内部做到了80分就可以做领导。以同程的体量，现在每一个业务线的老大，都必须与中国或者全世界的同行去比较，要干到80分，才可以上位。如果你认为自己没做到80分，给你一次机会，找出这个世界上有80分能力的人，请他来做你的领导。这也是平行竞争。

组织能力就是创始人乘以平行竞争。这样你会沉淀下一批既能打胜仗又相信公司价值观的人，这帮人干什么都行。这批人沉淀下来以后，你就可以去修正前面的战略。但是归根到底，一个组织最核心的战略部队还是创始人。

### 个人成功 = 个人目标 \* 持续进化

什么是创始人？我有一个定义：受最多的苦，挑最重的担，看世间最美的风景的人。

什么是创始人的进化？就是要让创始人个人的理想变成团队目标，从一个人相信到一群人相信，鼓舞人心，使众人行。

那么又该如何实现持续进化？我认为有四条原则：放下

自我、优胜劣汰、选择同伴、相信复利。

一个人如果能够创业成功，一定是他自己牛。优秀的创始人，会在世界上找到该找的人，加入应该加入的课堂。课堂、导师、投资大概能在成功中起到1%-10%的作用，创始人个人要占到90%-99%。

想清楚为什么创业，比如何创业更重要。同程遇到困难的时候，我也曾经很痛苦，把自己一个人关在屋子里，一遍遍地唱《坚持》。创始人要认识到创业是手段，不是目的；创业是过程，不是结果。这是我们自己选择的路，我们就要坚持走下去。这样才能在遇到问题的时候，能够不慌张，很坚定，然后持续地革新自己。

创始人把个人的目标变成团队的目标很关键。我在阿里巴巴时，马云只有几百名员工。我真的是吃着上顿没下顿的感觉，当时也没看出来马老师很厉害，他就反复不断告诉大家阿里巴巴一定要做一家102年的公司，一定会用互联网改变世界。慢慢地，我周围的人就相信了，我也相信了，后来我也出来做了同程。

只有一个人相信，肯定做不成，一群人相信了，这个事情本来干不成的，都能干成。所以鼓舞人心，使众人行，是创始人必须得具备的能力。

接下来是持续进化，一个公司和一个创始人，一定要保持适度的冗余。就算公司人很少，也要有一两个同事有更多的时间去思考和尝试新业务，尤其是老板，要保证大脑有20%或者30%的冗余。

进化的动力来自下层。即使现有业务的竞争再激烈，公司中也要保留一些小部队慢慢尝试新业务，这就是侦察部队。创始人不要自己往前冲，同程历史上，尝试新业务成功的都是小股部队，高层要做的是为这些侦察部队建立一个数据驱动的快速反馈机制。

如果侦察部队获得的数据与创始人的想法背道而驰怎么办？有些创始人会说“重新再看”，如果再看还是不一样，就把它放到一边——这是一定会“挂”的创业公司。好的创业者，一定要从事实和数据出发做决定。

一般来说，你派出的十支侦察部队，其中会有一到两支取得非常好的效果。一旦确认了，就要把全部的钱砸到那里，就这么简单。

这个过程中，好的主意一定不能是老板想出来的。哪怕你真的想到了，也不要跟同事们讲，你要让同事们去试，要给他们空间和成就感。创始人没必要争夺荣誉，因为公司都是你的，你要带领大家成长。

如果新业务推广遇到阻力怎么办？资本先行，先动组织，再动业务，要大幅度公司的调整。你一定要想清楚，如果手里没东西，直接做大量的调整，公司就会崩掉。

当年，我们定下战略“ALL IN无线”，最初我们在无线领域行业排名第18，在PC端是前三名，无线计划怎么推都推不动，创始人团队天天吵架。

我们的做法就是资本先行，然后再动组织。把之前非常重要的一个部门——PC端的关键部队裁掉，然后再动业务。派出5个侦察部队，用各种方法去试，最后找到了最好的方法，就是把线上和线下结合起来，推出1元玩景点战

略，汇聚人流，一下APP排名就从18名前进到第三名。

但现在回头来看，当时进化的决心和格局还是小了，如果那时再迈一步，从“1元卖景点”到“1元吃龙虾”、“1元吃鸡腿”，也许我们现在就是美团。当时账上有足够的现金，也上线了电影票业务、本地玩业务，外卖正在实验打样，可惜没有认知，没意识到美团这个业务本身是人和服务的连接，它是没有边界的。

创始人要让团队始终保持拥抱变化的能力和热情。

马云是怎么做的？“愿景使命价值观”反复讲、天天讲，不行的人都淘汰掉，留下来的就是要把这些事情干好的人。所以创始人永不满足，要不断地给大家树立目标、加强饥渴感、紧迫感很重要。

每一个优秀的企业家都会不断地在内部强调“假想敌”，当然这肯定是一个真实存在的竞争，但很大程度上也是创始人推动的结果，他们要在自己的公司里营造一种氛围，有了这种氛围，推进变革就会减少很多困难，这是人性。

“入则无法家拂士，出则无敌国外患者，国恒亡。”这是孟子说的话。如果内部没有敢对你刺刀见红的“忠臣良将”，外面没有“假想敌”，最后的结果就是“国恒亡”。

（来源：i黑马）



# 用心发现阿塞拜疆的另一面

——专访阿塞拜疆旅游局首席执行官弗罗瑞恩·斯契米德

“阿塞拜疆作为一个新兴小众的目的地出现在人们视野中，阿塞拜疆是一个有着西方展望的东方国家，在2018年共有1.3万人次中国游客进行游览，相对于中国整体出境游人数而言比重较小；2019年截止至8月底已有1.7万名游客到访阿塞拜疆，同比增长70%。这两个数据不难看出该目的地对于中国出境游而言存在着新的机遇。目前阿塞拜疆与携程旅行网、穷游网等优质平台进行深度合作，希望可以借此让更多中国游客了解并到访阿塞拜疆。”

## 从未知到熟悉

一个全新目的地进入人们视野需要不断的推进和努力。在2019年3月，两国间便完成了第一个里程碑式的合作，阿塞拜疆旅游局与文旅部签订了谅解备忘录，携手共促中国团队前往阿塞拜疆旅游。这一举动极大推动了两国间旅游事业的进展。在第二届一带一路峰会上，双边领导人均强调了中阿两国间需要更进一步的合作，通过推动旅游业的发展，达到共赢。

阿塞拜疆旅游局首席执行官弗罗瑞恩·斯契米德表示，政府间的合作对于两国间旅游行业的升级起着至关重要的作用，从到访游客数上便有一个直观的体现。对于2018年出游数据进行分析，1.3万人次中绝大多数为自由行用户，跟团游相对体量小一些。目前阿塞拜疆旅游局通过TO B和TO C两种方法在对中国游客进行宣传。对于B端，阿塞拜疆旅游局与旅游批发商、定制游企业、主题游公司等一同设计出游线路，将最原汁原味的阿塞拜疆还原给旅行社。针对TO C端，阿塞拜疆借助与携程旅行网、穷游网的深入链接，从内容入手，将阿塞拜疆好玩、好吃、好看的逐一呈现给登陆平台并有出游意愿的游客，达到精准营销的目的。

## 目的地多面性造就更多可能

阿塞拜疆与大多数出境游目的地不同，国土面积为8.66万平方公里，是东欧和西亚的十字路口，但这里的自然风光却异常出色。首都巴库作为整个国家的中心，在南部有丰富的茶叶种植；中部有火山的景观，大家可以在此感受近千年的历史发展，这也是为何阿塞拜疆国名意为“火的国家”；在北部有堪比西藏瑞士的山水景象，整个国家仿佛在



画轴中，给人无限的想象空间。

首都巴库作为抵达阿塞拜疆的第一站，是一个有着东西方文化，同时历史和现代相结合的城市，在巴库内城有着历史悠久的小巷、街道和少女塔，在外城有非常现代的建筑景观及海岸线。

无论是人文还是地貌，阿塞拜疆的多面性都带给旅游行业不同的想象，同样这里也非常适用于各类主题旅游，户外探险、轻奢徒步、历史考察、婚拍摄影等在此均有适配的旅游资源，从火山到溪流、从城市到乡村，让游客可以带着不同的心情深度探索这一充满神秘色彩的目的地。

## 通过平台打开受众视野

“阿塞拜疆旅游局在9月完成了非常重要的里程碑”，弗罗瑞恩·斯契米德告诉记者：“我们非常荣幸与携程旅行网和穷游网成为战略合作伙伴。携程旅行网是中国最大的在线旅行社。依托其丰富的资源优势，此次合作将吸引到更多中国游客前往阿塞拜疆。作为最受自由行游客关注的旅游生活分享平台，穷游网已经成为中国游客查询目的地信息的常用旅游指南网站之一。对于能与穷游网开展合作，我们深感荣幸，借助穷游网内容为王的优势，也将帮助我们更好地向中国游客展示阿塞拜疆多样化的旅游资源及人文体验。”

同时，阿塞拜疆也于今年简化了电子签证程序，中国公民不仅可以直接在阿塞拜疆共和国的在线电子签证官网上申请电子签证，入境阿塞拜疆更可以在其境内的国际机场签证服务终端机上自助申请及办理阿塞拜疆落地签证。由阿塞拜疆航空公司执飞的北京至阿塞拜疆首都巴库国际机场的航班，也都将为中国游客赴阿塞拜疆旅游带来极大的便利。

(Max / 文)



GLOBAL TOURISM  
ECONOMY FORUM  
世界旅游经济论坛  
FORUM DE ECONOMIA DE TURISMO GLOBAL

旅游休闲新方略  
构建美好生活圈

# GTEF

13-15.10.2019 ▶ 澳门·美狮美高梅

合作国家



主宾省



Argentina

BRAZIL

水韵江苏



GTE-Forum.com | #GTEF19

扫描二维码  
关注官方微信

主办单位

伙伴单位

协办单位

筹办单位



澳門特別行政區政府社會文化司  
SECRETARIA PARA OS ASSUNTOS SOCIAIS E CULTURA  
SECRETARIA DA REGIÃO ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE MACAU  
GOVERNMENT FOR SOCIAL AFFAIRS AND CULTURE  
GOVERNMENT OF THE MACAO SPECIAL ADMINISTRATIVE REGION



全联旅游业商会  
CHINA CHAMBER OF TOURISM



澳門特別行政區政府旅遊局  
DIRECÇÃO DOS SERVIÇOS DE TURISMO  
MACAO GOVERNMENT TOURISM OFFICE



GLOBAL TOURISM  
ECONOMY RESEARCH  
CENTRE  
世界旅游经济研究中心

中华人民共和国文化和旅游部  
MINISTRY OF CULTURE AND TOURISM OF  
THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA



中华人民共和国  
駐澳門特別行政區聯絡辦公室  
LIAISON OFFICE OF THE CENTRAL  
PEOPLE'S GOVERNMENT IN THE MACAO  
SPECIAL ADMINISTRATIVE REGION

中华人民共和国外交部  
駐澳門特別行政區特派員公署  
OFFICE OF THE COMMISSIONER  
OF THE MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS  
IN THE MACAO SPECIAL ADMINISTRATIVE REGION

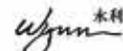


PATA  
Pacific Asia Travel Association

WTOTF  
世界旅游组织特别委员会  
World Tourism Office Ad-hoc Committee

EUROPEAN  
TRAVEL  
COMMISSION

主要赞助商



论坛主会场

官方指定酒店

欢迎晚宴伙伴

贵宾午餐伙伴

论坛交通伙伴

微信技术伙伴



# 我的颜色是中国红

## 双园同庆 快乐双享

融创乐园 融创雪世界

主题乐园 零元逛  
花车巡游 免费看

滑雪 3小时 **188**元起

生日当天 半价畅滑





**我们到底是在做一家旅行社，还是用旅行社来赚钱？**

——专访HIS北京新日国旅总经理 王文忠

“每个优秀的人，都有一段至暗时光。”

采访尚未过半，我就有了种被击中的感觉。从2002年“误打误撞”单枪匹马在北京王府井大街99号的一间办公室成立日本HIS（爱智思之旅）北京新日国际旅行社，王文忠说这18年“过得很折磨”。

“2002年下半年刚刚成立，2003年SARS就爆发了，紧接着2004年大范围出现禽流感疫情，再次波折中前进的中日关系，尤其是2012年9月‘钓鱼岛事件’之后，中国人的反日情绪总是一触即燃。几次把业务做起来，都是‘归零’收场。”

那段灰暗痛苦的时光，王文忠形象地概括说，“是一段伸手不见五指的‘人生谷底’”。

如今的王文忠笑得舒展和缓，浑身散发着一种质朴老干部的气息，亲切、温暖。多年在日企文化的浸淫中，他总是能做到用自己的能力为年龄去油，也因此成为旅行社老板中清爽中年的满分示范，清瘦、梳着小分头穿着得体西装，但凡开口，就透着真诚厚道。用现在话说，一点儿不塑料。

### 盈利要回归到人性关怀上

“8月份我们刚刚签订了办公室第18年的续租合同，房东都惊了。身边的同行、朋友更不理解，说王府井这段，每一秒都是真银白银落袋的声音，为什么要选择办公成本这么夸张的地方？”

直面竞争的本质，不就是用更低的成本，去提供比任何竞争对手更好的服务吗？“日本的服务业不是掺杂个人主观感性的、激情四射般的热情，而是充满理性、有章法的情感传递。”

“我们成立之前，到中国的日本旅游团不是没有，只是交给其他旅行社来接。一旦出现投诉，处理解决效率不高。这时候由我们北京分公司来处理，避免投诉问题扩大升级，同时也能以总部立场为客人提供本土化的安心服务。”

“另一方面，王府井大街位于北京黄金位置，又是一条具有数百年悠久历史的商业名街，到访客人必到此打卡。难免有时候客人丢个护照或者遇到一些小麻烦，这时候客人很容易找到我们，我们的员工都会日语而且还有日籍工作人员为他们提供服务。日本人很善于反复琢磨究竟哪些地方还可以再使点劲儿，做得更好。”



在对资本市场的解释中，很多同行容易将下降归结为市场大环境的不好。但放眼全球消费市场，恐怕很难找出比中国更好的市场来。

麦肯锡将中国年收入在7.5万到28万人民币的人群定位中产阶级，这个人群数从2000年的500万人，发展到今天的2.25亿人，预计到2020年会增加到2.75亿人，超过欧洲人口的总和。

“中国消费潜力一直在增加，所谓‘人口红利失效’，是因为需求得不到有效满足。即便在宏观周期的力量面前，我们只能被动接受，但是微观上我们还是能有所作为。重要的是明确一点：我们到底是要做企业，还是用企业的壳赚钱？”

“现在互联网企业增长曲线逐渐平滑，投资人对烧钱换份额的模式更加谨慎，C端市场红利逐渐见顶，很多同行举起了工匠精神大旗，追求产品和服务品质的极致。可是大家更关注所能获得的回报，这一架包机我卖完就完了，这个团我全卖了，还是为了旅游做旅游，并没有想更长远地提供服务、提升行业底线标准，实现长期主义复利。”

王文忠无比清楚，他身处的移动互联网时代下的旅游行业，上市潮和造富速度远超想象。18年来，他几近刻薄地自律，殚精竭虑地筹谋学习日本企业对于客户“间谍般”的观察理解，翻山越岭之后，他更加明白，越是在喧嚣之中，他就越需要去寻觅内心的某种坚定，这18年，也让他从一位观察者变身为亲身践行的局内人。

“不论是在行业论坛上，还是在行业内大家经常提到我们的客户缺乏忠诚度，我们也会经常会听到我们的业者在抱怨没有足够的稳定客户、我们的客户遇到比我们优惠的价格时便会离我们而去，其实这句话我不太认可，我觉得我们还是要更多的从自身去找原因。日本HIS每年服务人次在400万左右，50%以上都是回头客。现在日本出境人口大概在1300万上下，HIS就服务了1/3。所以客户不能做一个丢一个，永远在拉新。”

企业最终产出的不仅仅是产品和服务，还有具有健康价值观的人。“陈春花教授最近在一次公开演讲中说，你的能量来源于你对这个世界的善良，对这个世界心底的敬畏、关注和付出。我们做团也一样，其实大家很在意这些客户，但是缺少具体有效的维系手段。同时我们也要扪心自问，我们给客人提供了什么服务？是不是足够包容、善待第一次出境旅游的客人？我们需要给客人成熟的时间，也需要付出更多的社会贡献。”

## 今天永无相同 明天永远未知

在日本各大旅行社正为效益下降，赤字频频所苦之际，以贩卖“廉价机票”发迹的HIS如今已经迈进了第40个年头，去年HIS销售额近500亿人民币，其中旅行社业务占比89.4%。

对于中国的旅行社行业而言，HIS同样是一座闪耀着光芒的灯塔。“9月份我们北京分公司与旅行社资讯、日本国



家旅游局第四次组织了同业赴日交流考察，其中一站去考察了HIS位于新宿的夏威夷主题支店，这家店成立迄今4年半时间，每年服务近1万人到访夏威夷，年销售额20亿日元。”

“当时中国同业与这家支店负责人交流的如火如荼，话题五花八门，其实，这家支店更大的利润点在于目的地。HIS海外分公司的营业额要远远超过总公司给他们输送客源的营业额。”

王文忠强调说，日本企业做品牌唯一目的，就是在潜在顾客心智中占据一个独享位置，并持之以恒强化这个认知。“19800日元就能去趟夏威夷，人民币不到1500，一方面是我们的机票优势；另一方面，HIS在夏威夷落地了一站式消费SHOPPINGMALL，私人专属海滩、专属的铛铛车、专属的WIFI服务等等，只要是我们的客人就可以享受海滩上的BBQ，以及单资源产品的购买及服务，夏威夷是HIS最赚钱的目的地。”

多样化的视角、万花筒的思维方式，是避免刻板的最好方法，也成为HIS发展常用武器。“HIS是海外直营公司最多的企业，尤其在台湾市场，除了相关景点门票的收入是政府所得。当地HIS有30家宾馆，100多辆大巴，按摩店、餐厅、茶叶店等六要素上几乎全面布局。在印尼、泰国、越南的当地人出境市场也是名列前茅。”

近些年，我国出境人数增加，海外目的地服务需求也随之变大，目的地旅游服务一样变得愈发重要。加之其他业态利润渐小的当下，旅游企业也在不断加码目的地服务领域。

然而消费领域信奉“二八法则”，行业第一名通常拥有大约80%市场份额，第二名只有20%左右，排在后面的玩家几乎没有机会，所以HIS从来都是严防死守，追求“Number One Only One”。

“最初成立海外直营分公司主要是服务日本本国客人，大家之间是一个‘钱包’，又有这么多资源，分公司之间为什么不能互相送客？通俗地说，肥水不流外人田，不要等到对方插手，这么多分公司排列组合起来，每年一个公司送一个团，就是200多个团，那么我的入境业务就可以不断扩大。”

就像柳传志口中的“企业发动机”，他们快速融入，一起共生、成长，优势积累，并迅速成为优异的新生力量，同荣辱、共进退，以企业的成果，作为自己的成果。既避免了历史的成功成为前进的包袱和积重难返，也是企业长期主义发展的依仗。

“少点功利主义，停止追求单次努力的结果，‘善弈者通盘无妙手’。大家都知道在长崎有一座豪斯登堡，现在

已是亚洲最大的休闲度假主题乐园。2010年之前连续18年亏损，HIS接盘后第一年即实现盈利。当时置身豪斯登堡，仿佛光阴覆难，我们泽田会长用一亿三千万个灯泡把这里打造成日本最大级灯光秀，为了打造持续发展经营，HIS成立电通公司用于乐园发电，同时满足周边佐世保、长崎、北九州等居民的用电需求。”

不仅仅要给游客创造一份感动，豪斯登堡此后不断引入新的概念，比如全球第一家提供全机器人服务的酒店Henn-na Hotel，全球首个便携式球型水上酒店等。

“我常常调侃自己在同龄人中最不显老，‘出道’18年，每天都充满新鲜感。HIS的会长就是鼓舞我们向上的力量之源，认准一个行业，选择一座世界最高峰，脚踏实地、长途跋涉、孜孜不倦。”

这种精益求精也表现在王文忠18年经营中恪守本分、心无旁骛，不盲目扩大规模，而是确保在这个领域的竞争力得到持续积累。这种砥砺前行的坚守和对客人的敬畏，时刻都在传递一些东西，执着、创新、人情味、有趣。

王文忠还有一个称呼，他说只有“爱他入骨”的人才知道，我问什么称呼？“班长”，因为“一颗红心向着党，一路跟着王班长”。此言一出，王文忠开怀大笑。

( Kaylee/文)





## 旅行社，未来会消亡吗？

2018年至今，旅游界的两则消息狠狠震撼了旅游业中一个曾经的支柱产业——旅行社业。

2018年12月24日，中国国旅股份有限公司(以下简称“中国国旅”)发布公告称，中国国旅拟以非公开协议转让方式将下属全资子公司中国国际旅行社总社有限公司(以下简称“国旅总社”)100%股权转让给中国旅游集团有限公司(以下简称“中国旅游集团”)，转让价格为18.31亿元。中国国旅转让旗下旅行社业务后，实际上已经成为了名副其实的免税店上市公司，与旅行社业脱离了关系，也宣告中国三大旅行社集团(中旅、国旅、中青旅)之一的中国国旅已经抛弃了原有主流业务。

更为震撼的消息发生在2019年9月23日，全球历史最悠久的旅游公司英国托马斯库克集团宣布破产清算。这意味着全球第一家旅行社、曾经全球最大的传统旅行社企业宣告破产，而拖累它的就是两大项业务，一是旅行社业务，另一个是航空业务。托马斯库克集团的倒下，意味着旅行社辉煌时代的彻底终结，它带给业界的震动更强劲。

国内外两大旅行社巨头在不到一年的时间内，要么退出旅行社业，要么直接以破产出局结束，这给整个旅行社业蒙上了阴影，让人不禁发问：

发展至今，旅行社，要消亡了吗？

要回答这个问题，就必须回到旅行社业的产业根本逻辑，然后看这个逻辑未来是否还能支撑下去。

### 旅行社业的产业根本逻辑是什么

一个产业的持续发展壮大根本不外乎以下六个方面：一是市场的扩大，二是技术创新，三是规模效应，四是信息不对称，五是垄断收益，六是成本节约。

对于当今旅行社发展而言市场的扩大，现在也谈不上了，这一点将在下文分析。技术创新基本是不存在的，从托马斯库克组织第一次旅行开始，这个行业的技术创新就乏善可陈，最多而言就是在科技创新的背景下使用了一些新的科技产品，比如互联网等，而且还是属于被社会推动使用的那一批。

中国的旅行社曾经还有垄断收益，为什么会有中旅、国旅、中青旅这旅行社的三大龙头，就是因为当年旅游业开放的时候，旅行社业还是一种垄断性的行业，只有少数的几家拥有进入的门槛，因此它们能够迅速发展。但这种垄断至今还存在，至今国际旅行社还是不能独资进入中国内地市场。但垄断并非常态，未来终归会被打破，而且现在国内旅行社市场对国人已经全部开放，原有的垄断基本不存在了。而成本的节约方面，随着旅行社的发展，人力成本的支出越来越大，制度成本有所降低，交通成本却随着社会发展有所降低。

那么旅行社业持续发展壮大的根本逻辑在哪里？主要是三个方面：

信息不对称带来的信任、需求及价差；

规模效应带来的成本优化和议价能力提升；

社会发展过程中的各类成本优化。

### 1. 信息不对称带来的信任、需求及价差

旅行社业最初的市场需求就来自于信息不对称，因为信息不对称，以前人们不了解外地的物价、风土、人情，不熟悉当地的语言、习惯、吃喝住行娱购信息，从而产生对于异地旅游的恐慌，从而产生报团旅游的需求。托马斯·库克组织的世界上第一次旅行团队旅游，将570人的游行者从英国中部地区的莱斯特送往拉巴夫勒参加禁酒大会，就是基于莱斯特人们对于巴勒莫的未知，而产生的恐惧，但又有着强烈的好奇驱动，托马斯·库克的教父身份能够带给他们信任，同时也能够解决信息不对称，消除人们对旅游的恐惧，托马斯·库克组织的第一个旅行团就得以成行。而后来，托马斯·库克组织的团队旅游越来越多后，人们开始对于他的公司产生信任，后来来自英国各地的人们最终选择托马斯·库克的公司进行了第一次环球旅游。

国内大众旅游兴起后，很长一段时间，大家选择的都是团队旅游，就是因为当时人们对于异地旅游心存畏惧，担心在外地挨宰，担心在外地发生事情无法独自处理……诸多因素造成了人们选择信任本地旅行社，相信他们能够带领人们克服异地的未知，这就是信息不对称带来的信任，基于信任而产生的业务需求。信息不对称还会影响旅游体验，对于当地景区的了解程度、对于体验的深度，旅游者获取的信息越少，体验性就越差，就越产生对旅行社的需求。

现在旅行社做的仍然有许多是信息不对称的生意，比如出境游，仍有大量的旅游者选择报团参加，就是基于语言不通、异国他乡不熟悉会带来诸多不便，甚至危及自身安全等方面的考量。科幻一点，未来如果有星空旅游，我想最开始的一批也必然是团队旅游。

旅行社的信息不对称生意还来自于价差，正因为有不同地域的信息不对称，就有旅行社利用不同地域的价格差，从而赚取差价。

旅游产品价格差，比如住宿价格差、饮食价格差、旅游商品价格差、服务价格差等等，利用这些价格差，能够很好

的提高整个行程的利润。例如国内有旅行社曾经一度拿下大部分赴南极的邮轮船票，然后溢价30%以上进行销售，所倚仗的就是信息不对称（邮轮票必须提前半年甚至一年预订），从而获得价差。

基于信息不对称而产生的信任，继而由信任产生市场需求，这是旅行社业务产生的源头，失去这个源头旅行社业务的根基会产生很大的动摇，当然在信息不对称基础上获得的价差，也是旅行社业的盈利的重要构成。

### 2. 规模化带来的成本节约和议价能力提升

旅行社行业能够持续发展的第二个根本逻辑就是规模化带来的成本节约及议价能力提升。在产业上规模化能够带来优化效应，一方面是从产业链来看，规模化后通过统一的组织、安排，以及标准化的服务带来的成本节约，在旅行社组织的行程中，由于游客人数的增加，旅游交通、旅游餐饮、旅游住宿、旅游购物、景区游览、旅游娱乐都可以按照标准化的操作进行，标准化的流程，标准化的操作，能够修正不规范操作所产生的额外费用，精简流程，让成本下降。

规模化带来的另一个重要的产业发展动力就是巨大的议价能力，标准化操作加上足够的量级，形成的是常规性大规模采购，这种采购对于旅游线路的行游住食购娱各个环节都有强大的议价能力，能够让供应商主动将价格降下来。这让旅行社能够成为旅游产品的代理商，并且能够获取较好的产品价格，从而进行单项旅游产品的销售。例如现在旅行社的景区门票代理、保险代理、酒店代理、赛事门票代理、邮轮票务代理、航空票务代理等方面的业务就是基于规模化产生的议价能力而诞生的。

规模化带来的成本节约和议价能力，能够让旅游流程的成本降低，同时也让组合后的整个旅游产品的总价大幅度降低，这就是旅行社除了信息不对称后实际的竞争力，因为它提供的产品确实由于规模化使得整个行程同等产品组合下要更加便宜，而低价就是硬道理，就是它最大的竞争力。

### 3. 社会发展带来的各种成本下降

第三方面的发展不是旅行社本身的创新带来的，而是随着社会的发展、技术的进步，外部的变化带给旅行社各种成本的下降。比如信息技术的发展带来了沟通的顺畅，政府有意识的破除壁垒带来了制度成本的节约，软件管理系统的运用带来了管理效率的提升与人力成本的节约，高铁的普及带来交通费用的降低等等，这些旅行社以外的发展带来的成本降低给旅行社的发展带来了实实在在的成本节约，给旅行社的发展带来了新的发展。

### 制约旅行社发展的因素

信息不对称、规模化、外部性社会发展为旅行社业的发展带来了市场需求与成本降低，这是旅行社业持续发展壮大的原因，但是在新的时代下，这些为旅行社带来的持续发展的因素却都发生了变化：



### 1. 从信息不对称到信息日益透明，传统旅行社业务市场需求在萎缩

世界在第二次世界大战后，发生了一系列的变化，这些变化使得信息从不对称慢慢变得透明。

首先是随着互联网的日益发展，人们能够更加便利低廉的获取信息，以往需要多方打听咨询的旅游信息，现在只需要在互联网上轻松一查就能够轻松或许，随着智能手机设备的普及，新一代通讯技术的发展，云计算、AI等技术的运用，现在一部手机（未来可能物联网某个穿戴设备）就可以将所需要的旅游信息尽搜眼底，从详细的攻略到游后的评价，应有尽有。而且互联网的发展还让旅游产品价格公开透明，只要有心人们能够在互联网上淘到比旅行社更加优惠的单品价格，然后进行组合。这些发展在很大程度上消除了人们的未知，对于旅游产品整体把握更强，因此让旅游更具主动性。

第二是全世界范围内基础建设与保障水平的提升，在整个全世界范围内安全、救护、医疗、保障这些基础保障设施、设备及行业的水平在提升，交通、餐饮、购物、娱乐等基础设施的水平也在稳步提升，为旅游者提供了通用的社会保障，这一点能够很大程度上消除旅游的潜在危险，给了人们更多的保障，也消除了人们对于未知旅游地的恐惧。在中国这一趋势尤其明显，高水平的城市服务功能向乡村及景区扩散，游客在异地能够享受的基本医疗、救助、安全、保障已经差异不大，旅游人身保障大大增加，现在在中国国内出游已经很少要为这方面的问题而担忧。

第三是世界范围内文明程度的普遍提高、长期的和平环境、国家内部治理水平的提升，让出行变得更为宽容、轻松和自由。随着文明程度提升，世界变得愈加开明；世界范围内长期的和平环境，让世界变得更加的友善；国家内部治理水平的提升，让区域变得更加的稳定。这些都为个人出游创

造了良好的条件。

第四是随着世界范围内人们知识水平的普遍提高，人们对于新知识的摄取越来越容易，对于陌生环境的适应越来越迅速，让信息透明的接受度更高，这一点在中国尤为明显。近二十年来，随着大学的扩招，大学及以上层次学历的人群日益增加，他们善于接受新鲜事物，有较好的外语能力，能够迅速的接触到外国的咨询，能够对自己的行程做出相应的判断，他们让自由行成为趋势。

### 2. 旅行社的规模化议价能力不及在线旅游的议价能力，市场被蚕食的厉害

随着在线旅游的兴起，千亿级别的在线旅游企业，如携程、飞猪等，在用户规模、流量级别上与传统的旅行社已经不可同日而语，他们在旅游产品的购买上具有巨大的议价能力，在很大的程度上，在线旅游已经开始蚕食原本旅行社对各方的议价能力，尤其是量大的旅游产品的蚕食非常非常厉害，这让旅行社作为代理商的地位大大下降，门票、酒店、保险、赛事……等诸多方面的产品议价能力大大下降，甚至部分代理因为在线旅游企业的一次性买断而无法代理。

### 3. 社会发展带来的成本增加问题

在旅行社的发展中，社会变化对于旅游社的冲击巨大，由于旅行社主要是以来人工进行服务的产业，因为社会发展过程中，人力成本的增加对于旅行社的发展影响巨大。以中国为例，随着改革开放的深入，国家经济水平的提升，我国的工资水平也在日益提升。随之而来的就是旅行社的人力成本的大幅度提升，旅行社的应对之一就是旅行社自己全职的导游服务人员，或者淡季导游人员拿底薪，旺季导游人员按团加薪的方式，但是总体而言旅行社其他部分的人员不能轻易减少，工资上涨对于旅行社的人力成本而言是在不断上升的。社会的发展同时也带来了其他的成本增加，比如原材料成本、租金成本、交通成本……这些成本不像人力成本一样

对旅行社的发展那样影响巨大，但是也在方方面面的制约它的向前。

#### 4. 同业竞争及替代者竞争带来的行业红海

旅行社发展的第四个发展制约因素就是同业竞争的激烈以及替代者的大举进攻。

旅行社行业由于进入门槛低，而且旅行社的连接渠道广泛，已经成为了旅游创业的最佳选择，大量的旅游从业者在一一定的经验和客户之后，往往会选择旅行社作为创业起点，这也带来了旅行社同行业之间的竞争加剧。

同时整个团队游市场在萎缩，而存量的旅行社却并未大量减少，在存量市场中的厮杀日益惨烈，价格战越演越烈，团队旅游的利润一降再降已成现实。

在线旅游在景区门票代理、酒店代理、赛事门票代理、旅游餐饮代理、保险代理……等方面的攻城略地的步伐无法阻挡，热门的旅行社附属产品代理大都面临冲击。

在同业竞争加剧、在线旅游攻城略地的趋势下，旅行社行业进入发展的红海就成为了必然。

### 旅行社，会消亡吗？

从第二节的分析可以看出，旅行社的发展面临着多重困境，由信息不对称而产生的团队游的需求基础失去，由规模化而获得的议价能力被在线旅游企业所碾压，日益增加的人力成本及其他成本让旅行社的经营日益艰难，成规模的旅行社纷纷解题或者陷入亏损。

那么，未来旅行社会消亡吗？

答案是：不会。

基于以下原因：

#### 1. 信息不对称不会完全消失及对未知行程的担心总是存在

在旅游中，总有各种各样的原因，会造成信息的不对称。一是由于网络上信息冗余，过量的信息，也很有可能导致难以搜索到真实的信息，因此信息不对称就会存在。二是由于不一定有足够的时间和精力对信息进行搜索、整理和辨识，造成信息不对称。三是由于能力或条件所限，难以得到对称信息。比如现在对于网络的熟练使用人群多数还是集中在初高中学历以上，年龄在50岁以下的人群，如果要能够利用网络熟悉的对国外的旅游信息进行搜索，那就更加凤毛麟角了。即使是北京这样高学历集中之地，大学及以上的人才占全市人口比重仅为10%，可以想象，其余的90%的人如果选择出国，是会优先选个人游还是团队游？

而对未知行程的担心，不仅仅是自身能力的信息不足产生的，例如外语能力缺失从而担忧出国旅游交流不畅；也有可能是由于身体机能引发的，例如年纪越大，出游就越需要团队或专人的护理照顾。因此现在可以看到团队旅游以中老年人为主体。

所以信息的不对称，或者由于各种原因而导致的对未知行程的担心，使得旅行社的团队游业务总能够存在下去，旅行社这方面的存在基础也不会失去。

旅行社这方面的存在基础也不会失去。

所以信息的不对称，或者由于各种原因而导致的对未知行程的担心，使得旅行社的团队游业务总能够存在下去，旅行社这方面的存在基础也不会失去。

#### 2. 旅游服务业务难以替代

旅行社业务中，还有一部分是无法被VR、在线旅游之类的新技术所替代的，那就是旅游服务本身部分，这部分业务不可替代。在线旅游本质是一个旅游产品和服务销售平台，但它并不生产旅游产品和服务，在线旅游的线下发展一直没有明显的推进，因为线上的模式进入线下，它依然要面对传统旅行社业务的种种制约，它的规模化、网络化、集约化的优势得不到发挥，与传统旅行社的劳务输出并无二致，因此旅行社服务部分不可替代。

而VR技术、全息投影等发展至今，在技术上还无法突破人能达到的服务的精细度、舒适感、体贴性，加上网络、信号、流量等方面的发展对它们的呈现有着诸多的限制，因此这些技术要取代现有的旅行社团队服务，还不可能。另外即使有VR、全息等技术进入旅行社服务体系，也都是标准化服务，缺乏服务深度、缺乏服务个性，这方面在取代人的方面还是有一定的差距。

#### 3. 小众化、主题化市场需要更加专业化的服务

还有一些小众化的旅游市场，因为其市场规模小，盈利能力虽然得到验证，但是却不足以引起在线旅游的注视，也难以引发大型旅行社的重点拓展，这些市场需求由于规模小、非标准化，是它们认为的典型的鸡肋市场。

但是这部分的小众化市场，确是实实在在的存在，并且还可能发展扩大的市场。

这些小众化的市场，往往是“+旅游”的市场，需要一定的专业化知识和专业化的渠道才能够进行服务。比如北京近年来流行的“滑雪旅游”，从旅游者接送、到旅游者住宿、门票、餐饮，到旅游者滑雪课程定制、教练预约，到旅游者滑雪后的康复、休闲，已经成为一个小众化的旅行社产品。这种市场还可以扩大，但是在线旅游等却难以进入，因为需要专业人士的介入。

#### 4. 深度游的线下体验不可替代

旅行社不可替代的原因还包括，纵深化旅游服务的不可替代。

纵深化服务——深度游。浅层次走马观花的旅游信息、旅游渠道确实很容易从互联网上获得，但是纵深化的旅游却需要对当地充分了解，对当地旅游资源有更深的渠道和旅游的把握，这些服务都难以标准化，且一般人难以获取渠道进行预订，这就是深度游。

例如去日本旅游，选择美食之旅，部分日本米其林餐厅，只能在某些时间段内预约，甚至只能是本地人预约，这些体验在网上很难通过旅游自己获得机会，菜品的好坏也只有当地人最清楚，精通日本当地情况的深度游就有了存在的意义。

信息不对称永远存在、旅行社旅游服务部分难以替代、小众化主题化市场在拓展、深度游市场长存，这些因素或趋势决定了未来旅行社还不可能消亡，旅行社作为一种业态，还会继续存在。

## 旅行社未来发展的趋势分析

未来的旅行社会呈现何种状态，按照产业发展逻辑变化以及社会发展的影响，本文认为未来的旅行社会呈现以下几种趋势：

**趋势一：大型的传统旅行社集团业务将会进一步萎缩，小而精的旅行社将会兴起**

从前文已知，传统的基于信息不对称、规模化带来的旅行社业务由于信息透明化、议价能力差、人力及各类成本上升而逐渐弱化，团队旅游市场正由于自由行市场崛起后在不断萎缩，因此越是传统的大型的旅行社，越是要面对巨大的冲击，未来这些旅行社的业务规模还会进一步萎缩，这些大型旅行社集团的业务亏损也将持续。

同时，在传统旅行社中分管某些区域业务的主管们出来旅游创业，并且分润市场的行为还将继续，他们在一定程度上，会让现有的旅行社朝向小型化发展，扎根区域市场，然后做深市场。

未来是小而精的旅行社的时代。小而精，就意味着人力成本的下降，目前在各地出现了许多的旅行社夫妻店，或10人以内的主题型旅行社，这些小而精的旅行社在人力成本方面节约到极致，同时因为成本节约，又能够很好的抵抗淡季冲击，并能够穿越经济的牛熊期，也能够探索自身的特色。

**趋势二：专业化、主题化、深度游、私人定制旅游将成为未来旅行社的选择**

前文已述，标准化的、规模化的团队旅游成为旅行社竞争的红海，而专业化、主题化、深度游却还是一片蓝海，相信未来的小而精的旅行社将会越来越朝着四个方向发展。

专业化的旅行社，旅行社的人员就是专业人员或者与专业相关的人员，能够很好的打通专业与非专业之间关系、渠道，从而在市场中建立不可替代的地位。例如，体育旅游，需要真正懂体育的专业人士，能够切入到这片市场中进行专业化的运作，建立别人难以模仿和复制的线路、产品，获得别人难以超越的渠道及客户关系。类似的康养旅游、美容旅游、探险旅游、摄影旅游……都是如此。

主题化旅行社是指深入小众化市场及主题型市场，为这些小众市场和主题市场服务，通过鲜明的主题和个性赢得市场，比如明星粉丝旅游，就需要切入到明星粉丝旅游群体，对明星粉丝的需求有足够的了解、认知，然后根据他们的需求，制定相应的包括明星演出门票、明星见面会安排、明星相关产品购买等方面的服务，从而深入发展。这些深度游旅行社，就是在某些地区、某些线路、某些领域深耕，让人

们能够获得更加深入的旅游体验，着力于地区、线路、领域资源的深度挖掘和组合，让人们能够体验到更具内涵的旅游，做这一块的旅行社正在兴起。例如欧美游中，专注于美国市场的旅行社，推出专注于美国东部体验的线路获得游客认可后，市场逐步稳定并上升。

私人定制旅游旅行社，这是旅游服务个性化的潮流带来的，私人定制为某些家庭、某些小团体而进行的专门而私人的服务，需要应对每一个不同的对象，敲定相应的行程与服务，这种精细化的旅游服务很难量化，不为在线旅游所关注，但是能够大幅度的提高旅游服务的收入，能够打破现有旅游低质低价竞争的局面，却是未来一部分旅行社可以进行的选择。

专业化、主题化、深度游、私人定制是未来小而精的旅行社可以选择的方向，能够让他们在市场上活得更加的滋润。

**趋势三：新媒体新手段促进旅行社分化，个人品牌型旅行社将会兴起**

随着新技术的发展，各种新媒体及社群媒体对旅行社业务的影响巨大，旅行社又开始走向回归，基于对人的信任而参加旅行团。

因此“两微一抖”，直播平台、社群运营、BBS论坛聚集等产生的大量旅游KOL成为了人们的选择，个人品牌型的旅行社成为了这些社群运营的流量出口，基于对个人品牌的信任而参加相应的旅行会成为常态。有意识的个人将会通过直播、公众号、社群运营、粉丝群等多种方式建立自己的品牌，从而加入到新的竞争中来。

传统的旅行社目前在新媒体新技术方面的运用还比较保守，公众号、粉丝群、直播号……等等各方面的运用意识还不够，未来谁能够融进来并利用好，谁将会脱颖而出，反之则会被这种潮流慢慢淹没。

**趋势四：旅行社将分化为旅游批发商、旅游零售商、旅行社服务商**

未来旅行社在业务方面的分化将会更加明显，不同于现在在国内旅行社包团、散客、旅游产品代理都做都不精的局面，未来旅行社将会出现明显的分化，那就是旅行社旅游批发商、旅行社旅游零售商、旅行社服务商的专业化。

旅行社旅游批发商，就是将集中采购国内外旅游商品或旅游线路，将之重新组合包装，然后统一售卖的旅行社。例如极地旅游批发商，就是将极地旅游的关键性产品，例如邮轮票、定点住宿等进行垄断采购，然后加上旅游交通、购物、娱乐、饮食等便在性产品，统一进行销售的旅行社。它们的销售对象就是其他的旅行社。当然，在线旅游由于其雄厚的资本和强劲的实力，肯定是旅游批发商。但旅行社旅游批发商的产品将会更加系统、更加具有操作性，例如极地旅游，在线旅游企业售卖的可能是单个的邮轮票，但是旅行社旅游批发商售卖的就是从中国出发到极地最后回到中国的线路旅游产品。

旅行社旅游零售商，就是将旅游批发商的旅游产品进行分销的旅行社，现在在携程、同程、飞猪、微商、淘宝……在线平台上能够大量发现它们的身影，还有可能自建平台或app，它们根据自己对于本地市场或所在领域的熟悉，将旅游批发商的产品分销给自己的区域或领域，旅行社零售商是旅游产品能够达到旅游者手中的重要渠道。

旅游服务商，是接到旅游客团后实际进行旅游服务的旅行社，这些旅行社带领旅游者进行实地的旅游体验，然后通过团费及旅行二次消费获得收入，它们是旅行社行业的基础，没有它们，团队旅游、定制旅游都难以成行。

未来旅行社将会更加的专业化，旅游批发商、旅游零售商、旅游服务商将会更加明晰化。

趋势五：部分优秀的旅行社将会渠道化、平台化，将会向旅游产业链拓展

这个趋势现在已经出现，部分优秀的旅行社，因为其巨大的人流量，虽然自身的旅行社业务营利性不足，但是巨大的流量能够让这些旅行社将自己打造成为平台或者渠道商，进而在整个旅游产业链拓展。

这方面的案例非常多，例如中青旅，在拥有大量团队旅游者的情况下，首先涉足在线旅游，将自己的产品及相关的旅游产品进行网上交易。而它最有名的就是，利用自己的流量优势，收购乌镇景区和打造古北水镇景区，将旅游流量引向自己经营的景区，从而实现在旅游景区方面的盈利。中国旅游集团（原港中旅）也是如此，利用自己强大的旅游流量，然后营造海泉湾景区系列，并涉足旅游投资、旅游地产、旅游餐饮、旅游交通……诸多方面。其他的优秀旅游企业也不逞多让，将自己作为重要的旅游渠道或者旅游平台，向旅游的其他产业链进行延伸，未来优秀的旅行社在这方面的拓展还将深化。

旅行社是传统旅游业的三大支柱产业，在新的时代背景下，它原本基于信息不对称、规模化带来的议价能力受到巨大的冲击，但是这些基础在细分领域中还是有市场，因此旅行社不会消亡，未来小型化、品牌化、专业化、主题化、精细化、深度游、私人定制等方面业务的旅行社将会兴起，优秀的旅行社还将会渠道化、平台化，将自己的流量有效的向旅游产业链进行拓展。

（来源：博看文旅）



顶级假期  
NOBLE HOLIDAY

- 全国最早量最大极地包船批发商  
- 只服务同行不做直客

负责人: 吕才辉 手机: 18926228988

具体操作: 吴小小 手机: 18802017088



专注极地 只做批发 全国第一

(亚特兰蒂邮轮) 南极包船

“新”舒适性无可比拟 “大”更减压如履平地

2019/11/09 2019/12/24 59999起

11月30日前报名双人海景舱劲减

5000

(鹿洛邮轮) 南极包船

五星邮轮-黄金时段-精品行程

2020/01/27 (年初三) 119800起

11月30日前报名劲减

3000

(海钻石邮轮) 南极四岛包船

南极摄影首选南乔治亚岛60万企鹅摄影奇观

2020/02/26 116800起

11月30日前报名双人海景舱劲减

3000

(世界探索邮轮) 北极包船

五星邮轮-黄金时段-精品行程

2020/07/25

(红土邮轮) 北极包船

2019年邮轮新典范-舒适性无与伦比

2020/08/11 2020/08/18

(极地探索邮轮) 北极包船

精品行程-舒适邮轮-探索北极

2020/08/19

## 旅行社资讯第四次 组织旅游业界赴日交流考察团圆满结束



“由旅行社资讯主办、日本国家旅游局后援，第四次组织业界赴日考察活动于9月17日启程。”

旅行社业界有一句改编来的玩笑话，“在中国做旅游，是个‘捡钢镚的生意’，吃力不讨好。”

首先，旅游行业是个低频消费行业。日复一日年复一年的增长率基本靠经济增长，靠天吃饭的意味更重，缺乏模式的优化和创新。

其次，旅游行业又是低毛利的行业，服务附加值并不高。

第三，旅游行业是个重运营的行业，服务链条长，竞争激烈且壁垒极低。

相比之下，成立20年的携程仿佛已经登峰造极，基本上我们能做的只是点缀，填填缝的角色而已。过程中的艰辛自不必说，毕竟“好吃的肉都吃掉了，剩下的都是难啃的硬骨头。”

当然，一个人如果看过了星辰大海，内心便不再会沟壑尘埃。商场如战场，不能再有N年前的组织心智，去应对当下的战场。

这也正是旅行社资讯第四次组织旅行社同业赴日考察的起意，力求通过开拓认知边界，刷新领导力，重塑空间，如何精益增长、动态竞争、实现组织涌现.....做一些必要动作。



东京新地标建筑晴空塔，高度为634米，隶属于东武集团。2011年11月17日获得吉尼斯世界纪录认证为“世界第一高塔”，也是全世界最高的自立式电波塔。整个晴空塔身银中带蓝，高耸云霄，与天空背景浑然一体，非常壮观。

## 株式会社日本旅行

首站交流对象，是日本最古老的旅行社位于新宿的支店——株式会社日本旅行新宿支店，株式会社日本旅行成立于1905年，迄今114年历史。新宿支店员工11人，去年该门店营业额达13亿2千600万元，其中7月-9月营业额占比35%，国内游占比55%，海外占比45%。产品毛利率为营业额的10%，进店客人成单率达60%以上，复购率达50%。



## 东武拓博旅游株式会社

东武拓博旅游株式会社是东武集团休闲旅游业务板块的核心，成立迄今63年。在日本共有103个营业所，海外设有16个支店及事务所。其中，在中国北京、上海设有代表处，香港驻在事务所。东武拓博旅游株式会社组织访问中国最多的是公务旅行业务，占比46%，法人业务（MICE、奖励旅游、各体育团队海外远征、海外出差）占比44%，教育旅行占比10%。该社也是2020东京奥林匹克运动会指定接待旅行社之一。2016年，东武集团营业收入为5688亿日元，截至2016年底，员工人数为19514人。东武拓博集团业务涉及交通运输、休闲旅游、不动产、流通及其他等五大板块。

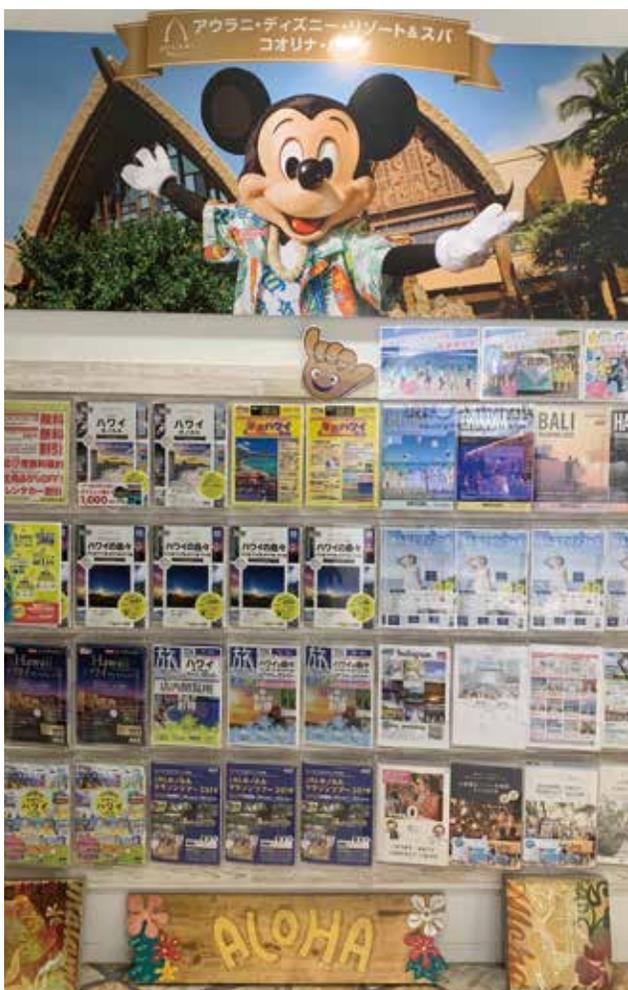


## 株式会社HIS

从两张桌子、一部电话起家的HIS已经进入第39个年头，目前已成为拥有26家集团公司，17000名员工和66亿美元（近500亿人民币）销售额，也是海外直营公司最多的企业。日本HIS不仅销售特价机票，并率先开展打包产品以及目的地服务。目前，HIS自营旅游产品占比90%，其他供应商产品占比10%，批发业务不到5%。线上销售占比40%，通过电话等电子方式邀约触达客人占比35%，法人部分占比25%。为提供更安心的服务，HIS在欧洲收购了一家全球旅游运营商“Group Miki Holdings”；在加拿大收购了“Merit Travel”来扩大出境业务，收购“Jonview Canada”扩大入境业务以及批发商、旅游电商“Red Label Vacations”等等，与这些公司的合作将进一步引领HIS在当地市场的扩张。HIS的业务并不局限于旅游，而是谋求多元化发展，像旗下运营的豪斯登堡是日本面积最大的主题乐园，不仅有日本最大级别的灯光秀，乐园还被免费用作未来各种技术发展的试验田；不管是儿童还是成人都能驾驭的日本第一款荒岛AR射击游戏“Jurassic Island”；在酒店业务方面，HIS Hotel Holding总共运营着35家酒店，拥有4个品牌，其中包括世界上第一家机器人酒店“Henn na Hotel”，此外在城市建设、电力等领域均有涉猎。



HIS的夏威夷主题门店一共有四家，位于新宿的这家夏威夷支店成立迄今4年半时间，16名员工。据该门店负责人介绍，夏威夷是日本客人最喜欢的旅游目的地，每年该门店服务近一万人到访夏威夷，年销售额20亿日元。跟团游占比60%，自由行占比40%。店内装饰大量采用夏威夷文化符号，“红云带日秋偏热，海雨随风夏却凉”的沉浸式体验带给进店客人强烈前往意愿。



在与日本旅行社企业的交流中，我们基本看不到各种眼花缭乱的商业新名词。日本企业对待新技术概念并不唱高调，而是真正将其作为一种实践应用的工具，作为一种与用户连接和互动的工具，作为一种内部挖潜的工具。

711的创始人铃木敏文曾说：不要为顾客着想，而是要站在顾客的立场上思考。为顾客着想还是服务者视角，站在顾客立场才是需求侧视角。



利他则久，利他才能让企业真正实现基业长青。所以，我们在推动企业经营发展的过程中，也应学习和秉承利他之心，坚守使命愿景，坚持做正确的事，回归经营的原点和本质，不急功近利、不机会主义，而是与利益相关方携手努力，共同构建更好的商业生态，推进产业链的持续发展。



## “解锁目的地新玩法 2019海外目的地趋势研讨会”在京举行



“ 8月28日，“解锁目的地新玩法 2019海外目的地趋势研讨会”在北京国家会议中心举行。汇聚了热门目的地旅游局、出境旅游服务商、在线旅游服务平台等多方企业代表，旨在为资源方与旅游服务供应商搭建充分交流互动平台，共瞻目的地玩法走向。”

会上，携程海外目的地营销部区域总经理邱炜俊在“大数据解码出境游现状”分享中表示，携程在出境游大潮中的游客占比今年开始慢慢趋于平稳，在20%左右。出境游非常低频，下单1单以上的客人，差不多在30%左右。目前81%的出境旅游集中在亚洲地区，如日韩、港澳台，泰国等目的地，真正的长线旅游，11%到欧洲，美洲只有4%的出境游数据，长线目的地仍然有很大的空间。

签证是目的地人数增长非常关键的要素，如塞尔维亚等地，有签证变化的目的地，都能达到三位数以上增长。90后目前在2019年占比已经接近20%，这是一个不断上涨的群体。通过年轻化策略，携程实现了35岁以下客群占到70%左右，越来越高的下单比例都是来自于这些年轻群体。



携程海外目的地营销部区域总经理邱炜俊



马蜂窝旅游网营销中心总经理赵冉

马蜂窝旅游网营销中心总经理赵冉就“未来旅游的5大趋势”发表演讲，她认为中国人正在用他们的脚步点亮全球，无论是出境游的人次，以及出境消费力上，连续几年都是稳居世界第一。中国旅游市场的庞大需求，以及高频次、高花费的特点，都值得我们深入地思考并以此总结未来的趋势。

1.出境游更加深度了。从数据来看，马蜂窝去年到今年“博物馆”这一关键词搜索热度涨幅高达41%，人们的旅行重心，开始从商品消费转到文化消费；2.中国自由行游客的出行动因发生了很大的变化。游客由之前以出行目的地为目标、以打卡为目的，到现在以综艺文娱IP体验为目标；3.自由行的目的地变得更加小众，“网红”热潮逐渐退去。从目的地搜索数据中可以看出，小众目的地搜索量增长了122%，网红目的地搜索量增长了42%，说明网红的跟风潮开始逐渐消退，越来越多消费者喜欢去别人没有去过的地方；4.出境游市场下沉趋势越来越明显。虽然一线与超一线用户仍然是当前主流用户，但小镇青年的占比正在逐步上升。从数据上来看，小镇青年特别喜欢玩短视频，这是不容忽视的现象；5.短内容成为线上主流信息获取方式。马蜂窝旅游视频攻略成为很多自由行爱好者首选的参考方式，马蜂窝拥有“内容+交易”的闭环，在马蜂窝立马就能搜到相关视频，并且有酒店信息、交通信息等，用户可以查看点评并预订，这无疑是最便捷的方式。



MagicData总经理李怡萌

海量优质资讯传入旅游业，如何更好的提高渗透率呢？MagicData总经理李怡萌在“技术升级改变目的地推广新业态”中表示当下懂目的地营销比不懂目的地转化率高

10%，毛利率提升10%。能够参加线下路演的人占据少数，目的地的知识很难下沉到一线人员的手里。

企业把最好的目的地培训知识免费带给一线销售人员手里，体现出高质量且注重细节的特点。重视细节，提供最好的用户体验，通过原生微信小程序上搭建在线课堂，实现最好的用户体验。然而目的地资源方把目的地资源传给旅游局后一系列流程最终到一线人员，整个环节下来一个月左右，在传递过程当中，五花八门，不好管理，MAGIC DATA的内容引擎以目的地商户为起点，可以直接发送核管理数据，一旦数据更新，内容引擎启动，把更新数据提供到OTA、旅行、出行者手里，按照他们喜欢的方式展现给他们看。内容引擎帮助目的地直接传送目的地生产的优质资源给到一线人员手里，一线人员有更好的资源与更好的营销方案，吸引到客户，得到了真正推广的目的，进一步增强旅游目的地资源方产生更多的内容。



嘉宾从左到右依次为：玩转南太联合创始人 俞泉

无二之旅联合创始人 蔡韵

美国旅游局中国区总监 李彦珺

瑞典旅游局中国区首席代表 李春梅

TripAdvisor大中华区CCO 付宴

荷兰国家旅游会议促进局亚洲区总监兼中国区首席代表 杨宇

在玩转南太联合创始人俞泉主持的“在中国讲好世界故事-如何打造网红打卡目的地”研讨环节，来自旅游局及旅业代表纷纷发表个人观点。

无二之旅联合创始人蔡韵认为，对于商家来讲，直接卖一个产品是最省事的方式，但客人会在很多细节方面提出各种个性化的需求。

我们做产品的时候也会给用户很多标准化的产品框架与引导。无二之旅在每年服务10万定制用户的经验中总结发现，现在从抖音、小红书、微博、公众号平台上，能看到很多碎片化的东西，包括网红目的地标签、音乐节、电音节、博物馆、米其林餐厅、极光……游客想深入当地，但是自己不知道该怎么办，这时就可以与定制师沟通交流，以满足他们的个性化需求。很多精明的消费者会对比网上渠道的信息和自己的想法，看看你给他提供的产品是不是真的符合需求。所以，用户对于产品、服务细节的要求越来越高。

无二之旅每个销售都是KOC，每天有大量官方文案、图片、文字发送，用内容不断教育用户，你在各个时间段、各个场景出现，用户会对你产生信任并进行咨询。同时利用小程序等方式，用内容触达、转化，再通过服务以及口碑效应不断带来新的客群进入私域流量，这是非常好的自循环。

TripAdvisor大中华区CCO付宴表示，TripAdvisor大数据基于两块业务，一是评论，例如大家对这些年非常流行的KOL、KOC的评论非常信服，每一分钟平台大概有255个点评进出，TripAdvisor有一个科学+算法的实验中心，处理用户点评以及POA信息，这个中心处理的点评信息达7.2亿，包括5亿全球人群的出行方式、购买产品及使用历程。二是决策领导者，出行之前已经把攻略做好，这些人非常主动，喜欢做策划，把机票、酒店、景点，自己去的地方预算做的非常清楚。三是TripAdvisor用户学历高，大学本科学历在85%，家庭收入3万以上的在85%，他们的自主权非常强烈。现在市场营销费用太高了，而且营销之后没有后劲。我们做了DEMO，DEMO就是个人目的地，目的地可以大到一个国家，小到一个城市、一个区，所有用户去过的地方，我们的AI智能库都会生成这个地方的配置。

荷兰国家旅游会议促进局亚洲区总监兼中国区首席代表杨宇认为，现在很多游客的需求表现出更加多元化的特征。这些多元化的特征和目前自由行市场的矛盾表现在大家既想去所有人去过的地方，所以有了网红打卡点，但同时希望我的旅行里有别人没有去过的地方，这两者缺一不可，即使打卡点网红也得开创新纪元。因此荷兰作为欧洲热门目的地之一，最大的一个IP就是梵高，在荷兰各个小镇都可以看到他的作品收藏、博物馆、当时绘画场景。有些地方是人迹罕至、不是大众游客涉足的小镇。因此只有拥有工匠精神才能把服务做到极致。荷兰旅游局开发了以免费语音导航为主要服务方式的小程序，比如梵高故居博物馆，用户扫码即可进入语音导航，语音导航之后可以与其他合作伙伴一起提供周边旅游信息。

瑞典旅游局中国区首席代表李春梅表示，我们的工作一方面是把目的地最大限度地推到中国市场，但另一方面我们要尊重当地业者的诉求。欧洲目的地在中国市场都是观光游，过去几年旅游局尽力想推广一些瑞典式生活方式体验类的产品，这几年我们看到了很多成效，一些网红打卡目的地，依然是一些以体验类为主的目的地。比如这几年推广比较成功的瑞典南部一个小岛，这个小岛有点像世外桃源，每年上岛的中国游客有几千个。最早这个岛上没有中国游客，都是周末邻国带着家人来野餐的。后来游客有机会向当地人一样，用当地的生活方式骑车、野餐。其他像斯德哥尔摩地铁，被称为世界上最长的艺术走廊，一共有100个地铁站，其中很多地铁站有很多艺术雕塑、艺术画廊等。对游客来讲买一张地铁票就可以看沿途的景点，还可以从高空俯瞰整个老城。旅游是一个低频的消费，通过接触其他行业（KOL），利用他们的私域领域做一些推广，也收到了非

常好的效果。

美国旅游局中国区总监李彦珺认为，KOL也好，私域流量也好，对目的地的推广都有一些帮助作用。从美国旅游局来讲，我们必须公平公正来推全美50个州，我们的推广策略是多屏，大到IMAX，小到手机。2016年拍摄了第一部电影以纪念美国公园成立100周年，因为我们的审片制度没有进入院线，我们跟优酷合作，在小屏幕上也可以看到。去年第二部电影推出，名字是“美国音乐之旅”。美国作为一个移民国家，是世界的大熔炉，把世界各个国家的音乐带来之后又发酵创新，所以很多音乐形式是源于大城小镇，比如孟菲斯，沿着密西西比河到奥尔良，有很多这样的线路，通过这样的主题把大城小镇串联起来。此外，利用数字推广的形式进行线上营销，如B2B微信小程序上有专家培训课程和在中国推广活动的预告与报告、各种各样的线路。



华程国旅集团VP兼北京公司总经理潘渤

除在线旅游服务商外，本场活动还特别邀请了华程国旅集团代表优质批发商发声，华程国旅集团VP兼北京公司总经理潘渤就“从产品端解锁海外目的地全新玩法”演讲中表示：作为产品运营商来讲，华程国旅集团更愿意做新产品的推广，从资源端来投入，这是作为一线运营商的优势，对产品运营商来讲，推广一个目的地产品方面要有自己的优势。华程国旅集团通过自媒体如官方微信、微博、抖音以及现在比较流行的推广渠道，做产品推广与运营，这对于小众目的地来讲是比较有价值的。华程国旅集团既有自己的推广渠道，也有销售渠道，最后达成销量，这是一整套服务。

华程国旅集团主推产品之一是全国统一发团的极光产品，与海达路德邮轮合作的高端产品线路。这个产品最大的特色就是极光，因为行程中有6-7天是在北极圈活动，所以看到极光可能性非常高，还有一些特色活动，像捕捞帝王蟹、哈士奇拉雪橇等。这些对于北方人是经常见到的，但是对于广东、香港的客人比较有特色；另外还有高加索产品，

作为产品运营商，华程国旅集团不只是简单包装一个产品，而是从资源端控制开始在做，对于高加索三国，比较资深的游客朋友可能去过，目前在国内推的比较少，华程国旅集团希望把产品做到从资源端控制，这样的话产品跟资源可靠度比较高。



龙途互动首席运营官李辉

龙途互动首席运营官李辉在分享中表示，TNTM希望打造一个在线旅游产品，能够帮助业内同仁节约成本，使用方便，环保与可持续。就完全在线这一点来说，不需要大家舟车劳顿，到现场来以及做展台搭建。TNTM上可以实现设计页面来搭建企业展台。我们用手机、电脑可以参与展会，旅游企业可以得到视频、文字，甚至有PDF文档的介绍，都可在线展示。参展买家可以在线预约，展商还可以在TNTM上做现场宣讲，同时可以用在线聊天的方式进行在线洽谈。最重要的一点就是后台访问数据清晰直观。此外，TNTM有双向预约洽谈功能，展商可以通过访问观众选择希望跟他进一步沟通的买家，并且向他发出邀约，助力意向买家快速创建订单，帮助卖家提高订单成交机会，希望在最后一公里上做出我们独特的地方。



嘉宾从左到右依次为：龙途互动首席运营官李辉

洛杉矶旅游局首席代表常红  
卡塔尔国家旅游委员会中国区战略总监赵超  
瑞士国家旅游局中国区副主任高鹏滢  
波兰旅游局首席代表苏珊

在龙途互动首席运营官李辉主持的“从‘连线产品’到‘一地深度’”研讨环节，洛杉矶旅游局首席代表常红，瑞士国家旅游局中国区副主任高鹏滢，卡塔尔国家旅游委员会中国区战略总监赵超，波兰旅游局首席代表苏珊分别发表了观点。

主持人龙途互动首席运营官李辉提到，最近一年无论是长线还是短线市场，都会受到近期人民币汇率变化的影响，这种变化给出境市场带来很大的挑战。

洛杉矶旅游局首席代表常红对此表示，对于目的地来讲，现在美国的确受到很大的挑战，这不光影响到了在美地接供应商，中国国内专注北美地区的旅行社也受到了影响。签证、贸易战、人民币贬值这三方面对于旅游行业带来了压力，但同时我们也看到在压力下，有很多从事美国旅游的业者用创新的想法和理念在悄然发展着全新的旅游产品。

中国最为最大的海外客源市场，未来洛杉矶旅游局会予以持续的关注和配合。洛杉矶旅游局今年推出了小程序2.0版。洛杉矶作为枢纽城市，知名度广泛。团队深入挖掘产品，把经典产品+网红产品综合起来，让游客来评价这些线路组合，最后得到TOP3的产品线路。洛杉矶旅游局也将致力于开发更好的帮助同业的产品。

定制游发展到市场的高诉求对定制师也提出了更多的需求。而洛杉矶旅游局的小程序培训与旅行社联系非常紧密，用户通过增加对目的地的了解与产品的认知，来提升自己的技能。

卡塔尔国家旅游委员会中国区战略总监赵超表示，免签制度使得汇率对我们影响不大。在现行经济情况下，为中国出境游客提供便利服务、通过卡塔尔航空以及酒店各方面合作，以促进卡塔尔冬季游的增长。

卡塔尔是非常年轻的目的地，大多数中国消费者了解这一目的地，了解它的美食文化和人文风情，但几乎没有与当地人的交流。中国团队首先做的是将卡塔尔这一中转目的地打造成为中转入境目的地，让更多的游客体验一日卡塔尔的文化，再停留大概三天两晚的时间，最后再将其转型为入境深度游目的地。

卡塔尔现在的整个基础设施的建设，包括球场、地铁、铁路等都首先保证了游客的出行体验。我们主要的目的是让更多消费者停留在卡塔尔，酒店通过会员制，以及对酒店人员的专业培训，更好接待来自中国的游客。

今年卡塔尔旅游局也在许多市场引入了会展销售的理念，从而促进业务的发展。在企业会奖旅游方面，卡塔尔对旅行社以及第三方公司有很大的奖励机制，对于不同人数范围内活动的会展，会以不同的方式给予奖励。

瑞士国家旅游局中国区副主任高鹏滢表示，美金对人民

币的汇率变化，对瑞士入境游市场影响不大。因为瑞士本身汇率一直保持坚挺，是避险货币，即世界经济越不好瑞士货币越贵。

瑞士作为消费水平较昂贵的目的地，在做旅游产品设计与推广时，会做一些更适合高端人群的细分。从而在长期的发展当中，瑞士将定位放到了目标客源的获取上。

欧洲入境游市场在中国的起源是从法德意开始的，从2004年到现在15年过去了，井喷式的快速增长在2015年画上句号。那些经典路线经过无数遍的复制，让很多批发社面临着挑战和困境。欧洲连线产品不一定就是低端的，也可以通过资源整合、精心挑选项目使产品焕发出新的活力。

从深度产品来看，瑞士受益于2008年之前的深耕，深耕市场后面面临的挑战，就是深耕主题与目标人群的细分。不管是自由行还是跟团游，都可以将行程线路的价格控制在合理范围内，让游客承受得起。

随着定制游和深度自由行的进一步发展，旅游局如何更多得帮助旅行社赋能，使旅行社提供更好的销售和创新产品给到客人？高鹏滢表示，我们并没有一个精确的数据统计过能够反映定制游占瑞士出行的百分比，但是通过我们的的旅游产品——瑞士旅行通票发现，更小的团组和更多的散客来到了瑞士。

波兰旅游局首席代表苏珊表示，在提高品牌知名度的同

时我们在竭力向中国客人推介波兰的旅游景点。波兰的旅游资源十分丰富，有山有海，有美丽的城市。历史悠久的波兰使得自己具备了非常大的潜力，旅游市场发展可观。

同时，旅游局与中国旅行社的合作非常重要，依靠旅行社介绍目的地可以吸引游客，因此波兰旅游局与旅行社保持着密切的合作。

随着ADS的下滑趋势，旅行社在寻找自己的生存方式。很多做公务团和单团的团队都转向做了定制游。虽然工种发生了变化，如计调的称呼变成了定制师，但是工作内容类似，也有新的赋能在里面。加之互联网对旅游行业的冲击，企业面对的终端获客压力，在很大程度上直接挑战从业人员的专业度。专业度则直接决定了品牌口碑和用户的复购率及留客量。

签证便利度、飞机直航以及目的地对中国游客的友好度，成为中国游客出境旅游主要考虑的三大因素。随着中国游客越来越有文艺范，不少“小众”国家和新的玩法成为“黑马”，在OTA平台和线下门店销量大增成为“网红”。不难看出，在旅游过程中更多强调游客的参与性，是非常有效的一种产品设计，游客在旅行过程中会在沉浸式的作用下全身心投入环境中，将自己时时刻刻处于第一人称的角色。

(旅行社资讯/文)



# 178年历史的托马斯库克破产！ 60万游客遇和平年代最大规模遣返

“痛苦挣扎一年后，有着178年历史的英国旅游公司托马斯库克集团，在当地时间9月22日晚正式宣布破产。”

据其官方网站的公告，托马斯库克确认集团中的所有公司都已停止交易，门店也同时宣告关闭。自当地时间9月23日起，所有通过托马斯库克预订的航班和度假产品也都被取消，而这将导致全球至少60万用户受到影响。

## 百年旅游业帝国的崩塌

据公开数据显示，托马斯库克集团一度拥有97架飞机，2900多家店铺和近22000名员工，每年为超过1900万数量的会员进行服务，在16个国家和地区经营酒店、航班和游轮。单从数据来看，这个拥有着百年历史的旅游集团堪称行业“大牛”。

然而近年来，随着折扣航空公司兴起、自由行逐渐成为潮流，加之行业季节性加强、恐怖主义和政治动荡等多重因素影响，托马斯库克的业务急剧下降，渐渐入不敷出。

过去的一年内，托马斯库克集团的财务困境不断恶化，虽然在今年8月，与来自中国的复星旅游文化集团达成再融资计划，然而其贷款银行要求公司再筹集2亿英镑应急资金。但这似乎“难倒”了托马斯库克。当地时间9月22日，该公司与贷方进行了谈判，试图获得额外资金挽救这笔交易，但最后以失败告终。

多项营销举措失效以及在英国脱欧打击的下，目前，托马斯库克的负债已经超过20亿英镑。

## 最大规模“遣返”，政府介入或将花费7.5亿英镑

随着托马斯库克集团的倒闭，除了即将失业的员工，陷入困境的还有全球成千上万的度假者。据CNN报道称，目前有60万名游客被滞留海外，迫使政府和保险公司协调大规模的“救援”行动。

英国运输国务大臣格兰特·沙普斯发布声明称，政府和民航局正在“昼夜不停地工作”，以帮助受到这次集团破产影响的人们。

他表示，政府和民航局已经雇佣了数十架包机免费将旅客运送回国，而英国民用航空局向CNN证实，这项绰号为“马特洪峰行动”的计划将花费英国政府大约7.5亿美元（合计人民币53.4亿元）。

## 脱欧是原罪？谁造成了“库克帝国陨落”

曾经旅游业的“巨头”，如今却落得破产结局，托马斯



库克的崩塌令人感到震惊。但其陨落的颓势，也能从近年人们旅游方式的改变及出行成本的考虑上略见一二。

随着外出旅游方式越来越便利、简单，人们已不像过去那般完全依靠旅行社来规划自己的行程，自由行、定制服务等已成为旅游行业的主打，游客们更倾向于自主规划行程而不是单一根据旅行社规划路线来游玩。多数游客在选择航班时，也会根据预算，青睐那些价格更为低廉的航空公司，这使托马斯库克集团也面临着与低成本航空公司的激烈竞争。

整个旅游业的变革也是大势所趋，这点阻力对于所有老牌旅游集团都是相同的。然而在托马斯库克集团无可挽回的破产局面背后，不得不提的关键背景还有英国的“脱欧”乱局。

脱欧可能是托马斯库克走向衰败的“元凶”。面对欧洲旅游市场群雄竞逐的复杂环境，脱欧给该公司业务带来的直接影响巨大：英国和欧盟各国的边境通关可能变得复杂、出行或许变得麻烦；英镑随时可能发生的大幅贬值让人望而却步，这些因素都会使度假成本不断增加，影响游客出游意愿。

在如此“动荡”的局面下，面对未来的不确定性，游客更不愿意承担这样的“额外消费”，因此英国的旅游业以及航空业都受到了不小的冲击，在托马斯库克之前，英国小型航空公司英伦航空在今年2月便已进入破产程序，而大提琴航空已经宣布破产。

托马斯库克集团的破产局面已无法挽回，但据多家外媒指出，托马斯库克集团在中国、印度、德国等国的分公司暂时不会受到过大的影响，因为这些分公司和母公司被视为独立的个体。

值得一提的是，此前复兴旅游文化集团为给收购铺路，已经与托马斯库克集团进行了多项合作。2015年，复星国际收购了托马斯库克集团5%的股权，此后复星旅文还曾将此品牌引入国内，在三亚成立了海南省首个中外合资旅行社，以及在上海成立合资旅游企业等。

提及托马斯库克集团的破产清算是否会对上述业务造成影响，复星旅文相关负责人向媒体明确表示，他们会保留中国业务。

# 中国教育电视台《研学旅行公开课》节目启动仪式暨首届北京研学旅行课程设计学术研讨会在京举行



从左至右：北京市海淀区教育科学研究院院长 吴颖惠  
北京游学网信息服务有限公司董事长 张信  
中小学信息技术教育杂志社社长 祁靖一

“由中小学信息技术教育杂志社、北京市海淀区教育科学研究院、北京德育研学国际文化交流活动中心、中国教育电视台《研学旅行公开课》节目组联合主办，北京游学网信息服务有限公司承办的中国教育电视台《研学旅行公开课》节目启动仪式暨首届北京研学旅行课程设计学术研讨会于2019年9月18日在北京八一学校隆重召开。来自全国300多所中小学校长及有关领导出席了大会。”

## 被恶性失序绑架下的研学旅行

2016年教育部等11部门发布了《关于推进中小学生研学旅行的意见》，2017年教育部颁布《中小学综合实践活动课程指导纲要》。两个重要文件的出台，旨在以立德树人培养人才为根本目的，引导学生深入理解和践行社会主义核心价值观，充分发挥中小学综合实践活动课程在立德树人中的重要作用。

教育部文件出台两年多来，各地积极探索开展研学旅行，部分试点地区取得了显著成效，在促进学生健康成长和全面发展等方面发挥了重要作用，积累了有益经验。

但与此同时，随着泛教育市场红利的不断释放，研学旅行也出现了概念不清、职责不明、良莠不齐、发展不均、标准多重、市场混乱、等待观望等普遍性问题。在家长迫切需求的导向下，研学旅行市场潜力不断增加，不少企业或机构对这一新兴市场趋之若鹜，都想来分一杯“甜羹”、吃一块“肥肉”。

也因此导致目前我国大概1.8亿适龄儿童的无限潜力市场，处在叫好不叫座的尴尬阶段。据不完全统计，日本90%

以上的学生每年都会参加研学旅行，这个比例是中国学生的18倍以上。

过去，书本是孩子的世界；现在，世界是孩子的书本。作为撬动素质教育的杠杆以及学校教育和家庭教育的有效补充，研学旅行对学生健康成长成才影响深远。因此，对于行业乱象，我们不能听之任之，必须加以规范。

## 确保“研有所得”

### 研学旅行本质是“教育+”产品

为加大政策宣传和典型引导，中国教育电视台携手北京游学网和北京大潮研学国旅等单位，共同创办了《研学旅行公开课》电视节目。通过政策权威解读、标准制定研讨、成功经验分享、案例教学分析、专家答疑解惑等电视专题节目，揭示按教育逻辑、规律和原则做好教育与旅行的科学有效融合，以达到正本清源、守正创新，促进研学旅行健康、稳定、科学发展。

本次活动邀请国内外研学旅行专家、学者和校长，就大家普遍关心的《研学旅行课程的育人价值》、《研学旅行课程设计中的关键问题》、《什么是研究性学习》、《怎样将校内课堂中教育教学重点、难点，在校外研学旅行实践课的过程中加以解决》、《研学旅行规范管理建设》、《学校研学旅行法律体系建设》等热点问题进行了研讨，借以引起社会更广泛的关注。

此次中国教育电视台联合北京游学网、中小学信息技术教育杂志、海淀教育科学研究院、出版社等单位，用先进的教育科学理念和科学技术为《研学旅行公开课》电视节目赋能，并建成“融媒体宣传团队”为全国26万所中小学校和1.8亿中小学生开展研学旅行综合实践活动提供专业指导和品质服务。

中国教育电视台《研学旅行公开课》节目组计划从即日起至2020年6月，完成第一期共15集（暂定）节目的拍摄。其中5集（访谈）节目和5集（专题）节目在今年年底前完成制作和播出。2020年上半年，完成后5集（专题）节目的制作和播出。并于2020年6月举办第一期总结表彰大会。届时，对积极参加《研学旅行公开课》节目活动的学校师生给予表彰和奖励。北京游学网信息服务有限公司特别为中国教育电视台《研学旅行公开课》节目组制作了官方网站，节目组成立了以周小峰等五人的服务团队，负责为报名参加活动的学校师生提供接待咨询服务。

办好《研学旅行公开课》节目，离不开广大学校师生的积极参与。我们将继续本着“服务第一，教育为本，磨练意志，寓教于乐”的理念，竭诚为广大学校师生做好服务工作。为各学校教育教学改革做出自己的贡献，为中国教育改革尽一份自己的责任和努力！

## 智慧赋能定制旅游业 路书助推行业挑战新机遇



“ 根据中国旅行社协会近日发布的报告显示，十一黄金周出行人数再创新高，预计将达到8亿人次。旅游产业作为国民参与度高的幸福产业，随着全国人民收入的逐渐提高，文化和旅游消费规模亦在稳步提升。旅行选择的差异化和成为了消费者在考虑旅游产品时的一个重要指标。9月24日，近100家媒体、教育机构、定制机构、旅游局以及资源方代表参与了路书科技（以下简称路书）以“开启定制游的智慧时代”为主题的品牌战略升级发布会，共同探讨旅游行业细分市场定制游产业链的智慧赋能。”

在过去三年中，定制游行业规模保持了超过100%的年增长率。主营定制旅游的机构由2016年的不足两千家增长至如今两万余家。定制旅游除了保持了原有的高端旅游属性外，同时正在向各个消费层级的消费者延展。中国旅游研究院调查显示，近年来中国定制旅游市场连年增长，客单价逐渐降低，市场在向三四线城市渗透，定制游正在变得更加大众化。根据路书平台的数据统计，定制游客群和服务机构分布最集中的为华东、华南和川渝地区。

路书CEO程小雨在发布会中表示：定制游作为一种满足个性化出行需求的方式，将逐步占到出行市场的30%。但伴随着行业的快速扩张同时带来的是优质资源短缺、专业人才缺口增加、营销和获客能力弱等普遍问题。为帮助业内机构更健康的发展，路书将在其赋能战略上进行一次全面升级，整合不同场景解决方案，为定制业务提升和定制人才发展做全方位的赋能。

路书是国内最早利用移动互联网以及信息技术为定制游行业提供后台支持的公司之一。这次发布会上，路书针对行业变化和痛点，提出了“智慧定制”体系，推出三大场景解决方案：智慧系统，智慧学习，智慧营销。本次战略升级的亮点在于，路书将依托已形成的定制师网络优势，对定制游行业进行全产业链赋能，实现行业的数据化、产业化整合。

路书旗下智慧系统“路书云”作为国内B端用户量最多的定制游SaaS系统，近期已升级到5.0版本，可以在帮助定制机构提升服务效率的同时，实现数据化、精细化管理。路

书云也将在数据库扩容，高端、特色资源对接和深度资讯、行程编辑易用性等方面持续升级。

路书智慧学习平台“定制师来了”是国内首个专业的定制游知识分享平台。以思维+技能+实战的模式，帮助定制师快速提升知识与专业技能、打造个人品牌、拓展价值人脉。“定制师来了”将在十月首次开启线上课程，扩大学习社群。预计在未来一年，路书智慧学习平台将服务10万+人次，并形成行业最大的人才数据库。

而智慧营销的拳头产品“定制师头条”则通过旅行灵感激发和大数据营销的模式，帮助定制师、目的地、品牌方实现多维营销。程小雨在发布会上公布此APP将于近期邀请定制师参与内测。同时，程小雨透露，路书在帮助定制师延展“定制游+”的品牌人设外，也为跨界渠道提供“+定制游”的合作模式。目前，连接定制师与跨界流量渠道的开放平台项目——“路书X计划”，已经与金融和汽车领域的多个平台进行了初步的合作。

伴随消费升级和产业变革，定制游不仅为旅行社行业带来了颠覆和创新，也带动旅游全产业链朝着个性化、定制化的方向升级，基于大数据的智慧定制时代正在向我们走来。路书将通过先进的技术、创新的思维，和合作伙伴共同拓展更多合作模式，共同打造业界领先的个性化出行体系。据悉，路书近期完成了一笔数千万级别A+轮融资，由前海兴旺、厦门泛泰等机构投资。本轮融资将用于“路书”定制游智慧赋能平台的战略升级以及新项目的研发推广。

## 世界旅游经济论坛呈献:广东国际旅游产业博览会买家之夜2019 鼓励大湾区旅游业界交流 善用澳门平台实现对接合作



“ 2019年9月2日，澳门）「世界旅游经济研究中心」（「研究中心」）继续在粤港澳大湾区的路演活动，刚于8月30日至9月1日在广州参加「2019广东国际旅游产业博览会」（「2019广东旅博会」），向超过 3,000 家参展商及30,000 名专业买家和行业人士推广第八届「世界旅游经济论坛」（「论坛」），开展跟业界的交流。参会的国内外旅游单位包括中国国旅、港中旅、途牛、同程旅游、云顶邮轮集团等。

今年，「论坛」与广东旅博会再度携手合作，于8月30日晚上在广州保利洲际酒店主办「世界旅游经济论坛呈献：广东国际旅游产业博览买家之夜2019」，邀请了180位旅游业领袖、参展商和媒体代表出席，旨在促进各方交流。晚宴上，世界旅游经济论坛首席运营官王硕先生扼要介绍第八届「论坛」活动，特别是会期间的商务对接活动，鼓励出席的旅游业善用「论坛」在澳门搭建的交流合作平台，寻找在大湾区的各种商机和拓展机会。晚宴也邀请了「论坛」主要赞助商和澳门综合旅游休闲企业代表分享澳门旅游业展望，包括澳门银河娱乐集团款客事务和休闲市场营销经理陆霏霖女士、澳门新濠影汇销售业务高级客户总监王颖女士、澳门美高梅渡假城业务销售区域总监张皓先生、澳门金沙度假区代表助理总监石玉玲女士、澳门上葡京品牌发展及市场部副总裁谢思宁女士、永利皇宫酒店营业高级经理苏饶生先生，以及永利澳门酒店营业总监何世贤先生。

「论坛」是顶尖国际旅游交流合作平台，利用澳门连系中国、联通世界的人文交流和伙伴合作桥梁作用，以及粤港澳大湾区旅游战略枢纽角色，致力促进当今以中国为重点的全球旅游产业持续发展。每届「论坛」精心拟定前瞻性旅游经济议题，旨在引领全球旅游持份者把握产业新趋势、捕捉

先机。

第八届「论坛」将于10月13日至15日假澳门美狮美高梅举行，以「旅游休闲新方略 构建美好生活圈」为题，从国家主席习近平提倡的「美好生活」理念出发，在世界旅游经济层面进行重点讨论，剖析不断扩大的国际旅客流如何促进旅游和休闲互补，从而提升生活质量和幸福感，最终创造全人同享的和谐美好生活。本届「论坛」合作国家为阿根廷和巴西，江苏省担任主宾省，多位体育、文化和旅游部长、全球顶尖企业领袖以及行业专家将聚首一堂，探讨最新旅游政策和趋势，启发参会者妙想新点子、新模式，以及在「论坛」的多功能平台上抓紧康乐、休闲和体育旅游的庞大增长机遇，深窥中国和拉丁美洲旅游市场的交互潜力。

如欲了解「世界旅游经济论坛」的详情，欢迎浏览 [www.gte-forum.com](http://www.gte-forum.com)，以及关注官方社交媒体频道发布的最新消息：<https://www.facebook.com/gteforum>  
<https://www.linkedin.com/company/global-tourism-economy-forum>  
<https://twitter.com/gteforum>  
<http://weibo.com/gteforum>  
微信号：GTEForum

## “新”想事“成” 新西兰商务会奖论坛首次进驻成都



“全球每年大约有350万人进行会奖旅游，它不仅强调会议或会展本身，更强调给予与会者一次独一无二的体验。中国是这一领域最大的单一市场，预计在2022年前，都将以每年6.5%的速度持续增长。”



西南商务会奖旅游市场发展迅速，2019年9月17日，新西兰旅游局商务会奖论坛首次进驻成都，携手旅行社发现新西兰商务会奖新方向及创新。新西兰旅游局大中华区商务会奖经理张庆梅，四川旅投航空旅游有限公司总经理、四川省旅行社协会会长王兆学，新西兰旅游局亚洲区商务会奖主管陈少杰，乐游旅游(上海)管理总部副总裁邱宝等嘉宾出席活动，共同探讨西南会奖市场的机遇与挑战。

活动旨在链接更多西南新西兰商务会奖旅游从业者，帮助他们在趋势中，找到更多新西兰会奖新资源，从而让更多

中国企业客户前往新西兰进行会奖旅游。

今后，西南商务会奖将加快与新西兰独特会奖资源的结合，发掘新西兰独特的会奖旅游资源——100%纯净自然、独特的毛利人文化体验、医疗健康、美景美食、冒险刺激会奖活动丰富等，加强对接MICE供应商渠道，用更加专业化、细分化的团队开辟新西兰商务会奖新局面！



## 出境游长线产品升级明显 加拿大落基山之光新推中文服务套餐线路



“ 随着我国出境游的持续稳定增长，传统单一的目的地产品已经难以满足越来越会玩的中国游客，出境游特别是长线的目的地新玩法急需升级迭代。近日，提供豪华的观光列车旅游服务的加拿大落基山之光首次在沪召开旅游同业2020产品发布会，为中国游客推出了全新的游览加拿大落基山脉的中文服务套餐。”

总裁兼首席执行官史蒂夫·萨姆特（Steve Sammut）说：“落基山之光是一种豪华的观光列车体验，宾客乘坐带玻璃穹顶的宽敞车厢，一路领略原始地理风貌，品尝当地美食，享受体贴周到的列车服务，跟我们度过一段无比美好的难忘旅程。我们很荣幸可以为更多追求独特体验的中国游客带来最豪华、地道的观光列车旅游。”

加拿大落基山之光亚太区销售总监Fiona Waston女士接受专访时透露，2017年公司开始试水中国市场，在2019年已经接待了1000名中国客人，比2018年同比销售额增长280%。2020年运力也将增长到54趟，比2019年增长34%。从中国市场统计的数据来看，集中在35岁-45岁的客人占据主流，且以小团队和FIT客人居多。除了已布局上海外，落基山之光计划今年内在北京任命华北地区销售经理，更好的服务北方市场。启动中文官方网站也在计划之中。

加拿大落基山之光中国区销售总监Miles Chen介绍，落基山之光列车只在白天行驶，晚上安排乘客入住豪华舒适的酒店。列车设有超大玻璃穹顶车厢，不让乘客错过任何流动

的美景。列车载着乘客从繁华热闹的城市出发，前往美不胜收的国家公园，途径标志性城市温哥华与落基山脉中的班夫、露易丝湖和贾斯珀。乘客到站后可以参加丰富多彩的活动，其中包括观光、购物和用餐。

2020年，落基山之光推出两条中文套餐线路，在列车上配备体贴入微的中文服务人员，提供加拿大当地新鲜食材和中国风味的精致菜肴，让宾客享受到中文的讲解服务。列车上和酒店内都有双语服务人员为宾客提供帮助。

落基山之光2020年中文服务套餐为7天6晚，含两天列车观光。这两款套餐线路均含六顿早餐和五顿午餐，含接送机，确保体贴周到的服务。

希望在2020年体验落基山之光列车的宾客可在50多趟中文服务的行程中自由选择，也可以参考英文服务列车班次表。列车在每年4月至10月期间开放运营。游客可以预订落基山之光任意一款精选度假套餐，或者选择两天的火车旅行，作为其更丰富的加拿大旅行计划的一部分。在2019年，落基山之光在中国市场也取得了卓越的成就，一共接待了超过1000名中国游客。

## 长三角一体化下民宿的未来在何方？



“ 长三角地区旅游资源丰富、人文底蕴深厚，随着以莫干山为核心向外辐射的“民宿热”的兴起，苏浙沪皖各地也在积极探索“民宿+”和“旅游+”的新模式。为推动长三角一体化背景下乡村旅游与乡村振兴的发展、实现长三角全域民宿产业的创新跨越，9月8日下午，由上海新闻报社和德清县人民政府主办、德清县文化和广电旅游体育局、德清县总工会和新闻晨报周到全媒体经营中心承办的“2019上海·德清民宿大会暨莫干山洋家乐高峰论坛”在衡山路十二号豪华精选酒店隆重开幕，上海市文旅局、浙江省文旅局、上海报业集团、湖州市文化广电旅游局、德清县人民政府等领导出席了本次论坛。”

莫干山民宿发展从最初的生活美学个案，到成为支撑起山区发展的主导产业，如何引领乡村旅游从单一民宿到业态多元、打造具有国际核心竞争力的中国高端乡村度假旅游目的地、走出一条乡村旅游向产业化、品牌化、国际化的发展道路成为了目前亟需研究和讨论的议题。此次论坛上，苏浙沪皖等地区的近百位品牌民宿创始人、行业专家与学者共襄盛会，共同探讨中国民宿新生态，探索民宿品牌连锁标准化发展之路。会上，中共德清县委副书记、县长敖煜新、上海报业集团总经理陈启伟分别致辞。

裸心集团创始人高天成（Grant Horsfield）表示，裸心一直强调“尊重自然、与自然共生”的精神和更愉悦、更健康、更质朴的生活方式。2020年，裸心集团还将分别在南京和苏州开设裸心泊（naked Water）和裸心岭（naked Hill），持续引领绿色生活方式、重新定义高端度假村。

星夜集团GSA星野美雅国际市场部总监项丽莉介绍说，星野集团擅长于“生态旅游”经营，非常注重地区的历史、文化和自然环境协调发展，目标成为“度假村经营的高手”。

针对现在大多数民宿面临的淡旺季问题，订单来了CEO沈爱翔表示，如今的乡村民宿周末与非周末、淡季与旺季收益不平衡的现象普遍存在，乡村民宿发展势头虽然好，但如何经营仍需谨慎。

华东师范大学工商管理学院院长冯学钢认为，随着长三角一体化程度逐步加深，旅游大发展格局已经形成，长三角城市群启动“主题+体验”区域专项旅游产品获得游客的普遍好评，民宿更是因其数量多、覆盖面广、投资者从业者多、调动的民间资本多而成为备受瞩目的新兴业态。

此次大会还举行了莫干山国际旅游度假区一体化运营战略合作发布仪式，发布了《莫干山民宿研究报告》，新闻报社党委书记社长黄琼、德清县莫干山民宿行业协会会长钱继良、苏州市民宿行业协会会长仲新春以及黟县民宿协会会长舒晴分别代表沪、浙、苏、皖四地民宿协会，共同发布倡议建立“长三角民宿联盟”，以更加开放的姿态链接资源、整合力量，未来莫干山洋家乐和中国民宿的路，会越来越宽、越走越远！

## 欧洲旗舰地中海荣耀号2020年6月驾临中国 中国邮轮市场进入“旗舰时代”



“ 9月3日，全球最大家族邮轮企业、300年航海世家MSC地中海邮轮在上海隆重举行了地中海荣耀号（MSC Bellissima）产品发布盛典，首次深度揭晓了地中海荣耀号的丰富产品细节，正式宣布旗下最新旗舰、17.2万吨的地中海荣耀号将于2020年6月17日开启中国首航。这也是全球性邮轮公司首次将旗舰邮轮布局中国市场，标志着中国邮轮市场即将进入“旗舰时代”。MSC地中海邮轮全球销售副总裁Achille Staiano先生、中国区总裁黄瑞玲女士、品牌代言家族——刘焯先生与安娜女士悉数莅临现场，与业界合作伙伴和主流媒体等近300位嘉宾共同见证了这一荣耀时刻。”

此次发布会开创性地为宾客带来沉浸式体验，主会场由四面超大巨幕环绕，利用闪耀的光影特效、细腻的高清影像和动态视频全方位依次展现地中海荣耀号上包括设计、奢享、居所、童趣、美食、娱乐、科技、环保等八大旗舰级亮点，颇具新意，生动展示这艘集欧式优雅与现代美学于一体

的匠心杰作。其中，最令人叹为观止的当属梦幻华美的LED顶屏，意在致敬地中海荣耀号最具代表性的标志——荣耀大道上空长达80米的海上超长LED天幕。发布会上，全球邮轮行业首个人工智能语音助理ZOE也首次现身中国并担任助理主持，通过与高管嘉宾和主持人的流畅互动与机

智对答，ZOE刷新了在座宾客对人工智能科技在邮轮领域创新应用的想象。

品牌代言家族刘烨与安娜夫妇携手出席发布会，与Staiano先生和黄瑞玲女士共同为地中海荣耀号即将来到中国送上祝福，将全场气氛推向高潮。伴随着一道耀眼的光束点亮顶屏的星海，星光汇聚形成璀璨星带，地中海荣耀号的优雅轮廓与朝阳一起出现在海平面，意境优美，象征这艘旗舰即将满载世家荣光来到中国，所到之处，光芒万丈。



Staiano 先生致辞

发布会现场，Staiano 先生首次公布了地中海荣耀号将于2020年6月17日正式开启中国首航，全年共计35个航次，将在上海、天津、青岛、深圳四大母港运营。Staiano先生在致辞中表示：“中国始终是我们的重要战略市场，

我们期待能将在国际市场反复验证的优质产品和智慧经验带给中国邮轮产业和中国宾客，地中海荣耀号正是我们积极践行对中国市场长期承诺的又一力证，也是我们对中国邮轮产业的又一珍贵献礼。”

“今年3月，地中海荣耀号在英国南安普顿正式下水并举行了盛大的‘中国时刻’庆典，在座不少同业伙伴都见证了这一时刻，并给予这艘旗舰之作充分认可和高度评价。我也十分期待将这艘‘欧洲旗舰’亲手交付给优秀的中国团队和在座各位业界精英，续写她在欧洲市场的荣耀篇章。我们热切期盼地中海荣耀号将以打破市场记录的全新姿态和优异表现为本地邮轮市场带来源源不断的新活力，与中国邮轮产业携手再创与时俱进的新荣耀。” Staiano 先生补充道。

作为MSC地中海邮轮斥巨资打造的欧洲旗舰，地中海荣耀号总登记吨位达17.2万吨，载客量达5,686人，全长316米，舱房数2,217间，届时将成为进入亚洲母港运营的邮轮中总登记吨位最大的一艘。她空前华美的外观设计和突破性的产品创新，将为亚洲邮轮市场带来惊喜，成为整个亚洲市场的旗舰。这艘集300年航海底蕴之大成的“欧洲旗舰”代表着MSC地中海邮轮全船队的最高品质和标准，将以卓尔不凡的体验为中国宾客打造旗舰级的邮轮假期。

旗舰级设计：地中海荣耀号遵循当代欧式审美和造船工艺的最高标准，将现代设计美学的精髓融合在每一处匠心独



黄瑞玲女士

的细节中。被誉为“海上香榭丽舍大道”的荣耀大道由长达80米的海上超长LED天幕覆盖。这块由1.4亿枚LED灯泡和1,450块LED屏幕打造出的天幕，每日上演昼夜不歇的海上天幕秀，带来美轮美奂的视觉盛宴。LED天幕超高的颜值和极强的延展性也成为企业个性化场景设计的不二之选，将为会奖团建活动提供更丰富多元的创新选择。跨越两层的荣耀大道两侧餐厅酒吧云集，购物名店环绕，白天是船上热闹非凡的社交中心，夜晚则可变身为派对现场，点燃海上奇幻之夜。与荣耀大道毗邻的闪耀中庭，由61,440颗施华洛世奇水晶铺就的楼梯环绕，灿若银河，美不胜收。

旗舰级奢享：在超过3,000平方米的百分百私密空间，MSC地中海邮轮首创的“船中船”地中海游艇会（MSC Yacht Club）为宾客提供仅占全船4%的尊贵套房以及24小时全天候礼宾与欧式管家服务。在这一海上私属领地，宾客可尊享专属餐厅、跃层海景酒廊和私人泳池甲板，体验尊贵海上生活。

旗舰级居所：地中海荣耀号提供包括单人间的10种房型选择，力求满足不同客群定制需求，打造海上旗舰级居所。其中包括可供多达10人入住、适合多代大家庭的超级家庭房以及带有专属露台和漩涡泳池的精致复式套房。地中海荣耀号上还隆重推出海上首个施华洛世奇水晶套房，套房内共镶嵌70万颗水晶，令人仿佛为熠熠星光所环绕，为宾客倾力打造尊贵奢华的梦幻空间。





**旗舰级童趣：**在超过700平方米的Doremi亲子乐园，备受瞩目的乐高海上乐园在地中海荣耀号上再度华丽升级，欧洲知名儿童品牌乐高与智高的加强版海上体验为亲子时光再添新意。在各具特色的5间分年龄段儿童活动室，孩子们能够在专业人员的看护下度过欢乐童趣时光；在充满未来感、应用包括3D打印机等最新儿童娱乐科技的Doremi实验室，智趣合一的体验将锻炼孩子们的动手和思维能力；而Doremi亲子影院则能让大小朋友一起观赏精彩大片，用寓教于乐的方式为亲子互动创造绝佳机会。此外，丰富的水上娱乐设施也将充分满足亲子的户外游乐需求。妙趣横生的水上世界共有4大泳池区域，包括拥有3条滑水道和1座喜马拉雅桥的亚利桑那水上乐园，带来刺激畅快的水上娱乐体验。

**旗舰级美食：**地中海荣耀号为宾客提供了多达33种餐饮体验，多位米其林星厨的倾情加盟进一步升华丰富的美食享受，开启世界顶级的海上味蕾盛宴。西班牙著名米其林两星名厨Ramón Freixa的签名餐厅Hola! Tapas Bar将带来纯正热情的西班牙风味；享誉全球的法国甜品大师Jean-Philippe Maury打造了集大师艺术和DIY新意于一体的巧克力工坊和咖啡屋，宾客还可定制巧克力伴手礼，把浪漫的甜蜜滋味与美好的邮轮回忆一起带回家；亚洲星厨梁子庚的海中阁火锅餐厅继在地中海辉煌号(MSC Splendida)上大获成功后，将再度登上地中海荣耀号，传承地道的中国滋味，用考究的选材和匠心熬制的汤底温暖挑剔的“中国胃”。

**旗舰级娱乐：**MSC地中海邮轮与世界顶级现场娱乐表演团体太阳马戏的独家合作，将呈现太阳马戏全球唯一海上

驻场表演。两部气势磅礴、专为地中海荣耀号定制的剧目《奇幻岛SYMA》和《斑斓之恋VARELIA》将在斥资2,000万欧元打造的专业剧场盛大上演。同时，地中海荣耀号配备了精彩纷呈的娱乐项目，室内多功能运动馆白天是多种运动的赛场，夜幕降临后则化身活力四射的动感舞池。此外，拥有270度海景的泰诺健身中心、可容纳975人的伦敦大剧院、沉浸式XD影院、F1模拟赛车、保龄球馆和VR迷宫等室内娱乐都为宾客的闲暇时光提供了丰富选择。

**旗舰级科技：**地中海荣耀号被誉为全球科技含量最高的邮轮之一。全球邮轮行业首个人工智能语音助理ZOE的加盟丰富了“我的MSC智能邮轮计划”，进一步升级了集导航、信息查询、行程预订、定位、聊天、付款等多项功能于一体的智慧邮轮生态体系，为宾客打造更加高效互联的邮轮新体验。ZOE除了能够使用包括中文在内的7种语言提供智能化语音服务，还可作为蓝牙音箱使用，拥有专业品质的扬声器与远场麦克风。

**旗舰级环保：**地中海荣耀号在建造工艺和船舶设计方面得到进一步提升。她配备了邮轮行业前沿的创新海洋环保科技，如废气净化系统(EGCS)、废水处理系统(AWTS)、防机油污染系统、压舱水处理系统，并可使用岸电以及从机舱回收热量的智能供热、通风和空调系统(HVAC)和高效节能的LED照明与智能装置，这些环保举措体现了地中海邮轮为宾客打造最优质海上度假体验的同时，从节能、减排和废弃物管理等多方面充分践行可持续发展的承诺。

“作为一艘名副其实的‘欧洲旗舰’，地中海荣耀号是我们按照最高行业标准倾力打造的、充分彰显世家风范的最

新力作，她从各个维度实现超越与升级，并将以超高品质刷新中国宾客的邮轮度假体验。”MSC地中海邮轮中国区总裁黄瑞玲女士为地中海荣耀号的到来感到骄傲，并对她在中国市场的表现充满信心，在进一步揭晓产品细节和亮点时，她表示：“届时，这艘世家旗舰将以欧洲超一流旗舰的姿态震撼驾临，成为整个亚洲邮轮市场的旗舰，一定会超越亚洲游客对邮轮度假的期望，成为2020年中国消费者邮轮度假的不二之选！”

MSC地中海邮轮品牌代言家族、著名演员刘烨和艺术家安娜夫妇也受邀出席了本次产品发布盛典。“我为能与MSC地中海邮轮这样一个有着深深家族烙印的品牌进行合作而感到十分荣幸。”刘烨表示，作为家族企业，MSC地中海邮轮充满温情与艺术性的品牌风格，以及对于自我突破的不懈追求，令他和安娜十分动容，这也是双方合作的根基和默契所在。作为一名实力派演员，刘烨对表演十年如一日的精益求精、不断超越自我的专业精神在国内外广受好评和

赞誉，而这点恰巧与MSC地中海邮轮不断追求卓越和品质的理念不谋而合。“我们一家十分期待早日登上地中海荣耀号。希望这份来自300年航海世家的旗舰级宠爱，能让每个中国家庭在高品质的假期里建立更亲密深厚的亲子关系。”刘烨补充道。

地中海荣耀号将于2020年3月22日从迪拜出发，沿“海上丝绸之路”来到亚洲，于4月10日率先抵达深圳蛇口国际邮轮港。她也将成为粤港澳大湾区迎来的最大邮轮，并将带来约五千名国际游客，带他们一览大湾区的风采。2020年6月17日，地中海荣耀号将在上海吴淞口国际邮轮母港正式开启中国航季。继地中海抒情号（MSC Lirica）和地中海辉煌号的优异表现后，这艘“欧洲旗舰”将为MSC地中海邮轮中国战略的“三步走”计划开启全新荣耀征程，为中国宾客献上满载新奇的旗舰级度假体验。

地中海荣耀号中国航季船票已正式开售，同时，MSC地中海邮轮中文官方网站也已升级上线。



# 开拓“新时代” 歌诗达·赛琳娜号青岛母港全新启航



青岛市委、市政府、市北区政府、市各大局领导、山东港口集团领导、青岛港领导与歌诗达邮轮代表共同开启歌诗达邮轮·赛琳娜号青岛全新启航

“ 9月10日，全球最大的休闲旅游公司嘉年华集团(NYSE: CCL; LSE: CUK) 旗下意式文化品牌歌诗达邮轮于今日在青岛母港举行了旗下歌诗达·赛琳娜号全新启航仪式。在歌诗达邮轮与青岛母港签订的战略合作协议框架下，赛琳娜号青岛母港的全新启航将进一步推动区域邮轮产业的发展。中共青岛市委常委、宣传部部长孙立杰、山东省港口集团党委书记、董事长霍高原、山东省港口集团党委副书记、董事、总经理、青岛港集团党委书记、董事长李奉利、青岛市文化和旅游局党组书记、局长李苏满、歌诗达邮轮大中华区及东南亚区销售及商务副总裁叶蓬，及其他市委、市政府领导、山东港口集团及青岛港领导与歌诗达邮轮代表、媒体及旅行社同业共同出席了本次活动。”

此次歌诗达·赛琳娜号青岛启航仪式有力地证明了歌诗达邮轮长期深耕华北市场，为当地消费者提供优质邮轮服务的决心与承诺。在山东自贸区的建设背景下，歌诗达邮轮始终坚持与青岛母港合作共赢，助力青岛及华北地区邮轮产业发展。之后，歌诗达·赛琳娜号将以青岛为母港执行16个航次，包含5天4晚和6天5晚、前往日本长崎、福冈、鹿儿岛等不同目的地的多个航线选择。



歌诗达邮轮大中华区及东南亚区销售及商务副总裁叶蓬在现场致辞

启航仪式上，山东省港口集团党委副书记、董事、总经理、青岛港集团党委书记、董事长李奉利、青岛市文化和旅游局党组书记、局长李苏满、及歌诗达邮轮大中华区及东南

亚区销售及商务副总裁叶蓬分别发表了讲话，表达了致力于让游客宾至如归享邮轮假期的决心，以及对歌诗达邮轮和青岛母港、山东省港口集团共同谋划邮轮未来建设发展的信心。

被誉为“众神之船”的歌诗达·赛琳娜号以意大利古典之美，为消费者打造了充满欧式浪漫氛围的邮轮度假体验。消费者将享受到沉浸式的文化艺术体验，以及由米其林三星餐厅主厨设计的意式美食及船上丰富多彩的休闲娱乐活动。



歌诗达·赛琳娜号停靠青岛邮轮母港

歌诗达邮轮大中华区及东南亚区销售及商务副总裁叶蓬表示，“此次赛琳娜号青岛母港全新启航，是歌诗达邮轮在中国市场发展的重要一步。歌诗达邮轮将在未来与青岛母港一同探索更多潜在机会，助力山东自贸区乃至华北地区邮轮产业的发展，为更多中国消费者带来意义非凡的邮轮假期。”



AAAAA级旅行社

神舟国旅

BTG International Travel & Tours

行业宏观动态

## 不忘初心——神舟国旅二十周年千人天津红色经典一日游纪实



今年是新中国成立70周年，江山如此多娇，到处都呈现出一派生机盎然的景象。神舟国旅继年初推出“神舟国旅二十周年大美京郊游”活动以来，群众反响极为热烈，纷纷表示这样的京郊游不仅让大家领略到了祖国的青山绿水，更是切身感受到了七十年翻天覆地的巨变给人民群众所带来的深深的幸福感。

“吃水不忘挖井人”，今天的幸福生活是奋斗出来的，是千百万革命烈士为新中国的成立取义成仁、慷慨赴死，用鲜血和生命换来的！那么生活在幸福生活之中的我们该如何祭奠这些民族英魂，告慰他们在天英灵呢？为此神舟国旅通过广泛的听取群众的建议，经过缜密的策划和周祥的安排，推出了“不忘初心——神舟国旅二十周年千人天津红色经典一日游”活动，自九月初推出以来，报名非常踊跃，团团爆满，应接不暇。之所以有那么多人踊跃参加，不是为了别的，而是为了去参观平津战役纪念馆——这次红色之旅的亮点。

众所周知，平津战役是解放战争时期彪炳史册的一场重要战役，是解放战争具有决定意义的三大战役之一。中国人民解放军东北野战军和华北军区部队将国民党军傅作义集团抑留于北平、天津、张家口地区，并予以各个歼灭

的战略决战性战役。平津战役从1948年11月29日开始，1949年1月31日结束，共64天。中国人民解放军东北野战军和华北军区部队共100万大军，以北平、天津为中心，以伤亡3.9万人的代价，消灭及改编了国民党3个兵团，13个军50个师共计52.1万人，解放了北平、天津在内的华北大片地区，这一伟大胜利，是军事打击和政治争取相结合的结果。使悠久的历史古都北平（即现在的北京）和商业大城市天津回到人民手中，并从此翻开了新的历史篇章。平津战役纪念馆就是为了铭记这段历史而建立的。聆听着纪念馆工作人员的讲解，游客们时而驻足观看展出的珍贵的实物、信件、武器装备、史料照片，时而窃窃交谈，仿佛思绪又回到了那个战火纷飞的年月，心灵得到了洗礼和升华。

参观完平津战役纪念馆，神舟国旅又带游客来到了天津著名的南市食品街，在这里游客可以参观泥人张的泥人，杨柳青的年画，还可以自行品尝天津独特的风味小吃，狗不理的包子，十八街麻花，那真是好吃不贵，口留余香。贴心的神舟国旅人还为参团的游客特别准备了每人一套天津著名的小吃——煎饼果子，在您兴犹未尽的同时，又会有齿有余香之感，为天津红色经典一日游画上了圆满的句号。

历史是一本教科书，它教会我们如何去开启积极的人生；历史同样是一面镜子，它不仅可以正衣冠，还可以映射出人的美与丑，善与恶，荣与辱；读懂历史，你会更加的珍惜现在，会更加懂得幸福的来之不易。神舟国旅会继续带您穿越历史时空，去感知有意义的、积极的人生。





## “兄弟情 旅业义 2019中国旅行社协会高尔夫 邀请赛(北京站)” 成功举办

“绿茵丰茂，盛夏未央。8月30-31日，“兄弟情旅业义2019中国旅行社协会高尔夫邀请赛（北京站）”分别在北湖9号、华彬庄园举办。旅业明星球手众信旅游集团董事长冯滨、信捷假期总经理王磊、深圳世纪假日董事长梁俊、百程董事长曾松、山西商务董事长贺志勇等近50位来自全球各地的旅业贵宾亮相果岭，一同优雅挥杆，共襄高球盛事。”

本次比赛，由众信旅游集团、世纪假日、优耐德旅游赞助，向旅业菁英及高尔夫爱好者发出诚挚邀请，以球会友。让各旅业领袖企业高管暂别工作繁冗，享受挥杆乐趣之余，完全融入了大自然。

开球仪式启动，3位嘉宾轻挥球杆，彩球在球场放飞，邀请赛正式开始。



旅业菁英各个英姿勃发，长杆击球，声声清脆，短杆吊球，驾轻就熟。





不同于惯常比赛的严肃紧张，整个比赛活动气氛融洽。漫步在敞阔的天地之间，时而认真击球，时而轻声交谈，整个活动充满轻松愉悦的色彩。

### 杯盏相织话未来

晚宴现场各个旅业球友杯盏相织，欢笑畅谈。



众信旅游集团董事长 冯滨

众信旅游集团董事长冯滨在晚宴致辞中表示，本次邀请赛主题是“兄弟情旅业义”，我们的兄弟情从十多年前就建立了，那时候都是意气风发的小伙子。如今行业整体低迷，更需要兄弟情连接关系，守望相助。用思想迎接变革，用梦想陪伴成长。

十多年来，像这样的情谊，盛满他们的江湖。真实的岁月、丰富的情感、最高的情商，共同演绎了商场好兄弟“战斗史”：少了谁，都会寂寞。



晚宴上，高尔夫邀请赛颁奖仪式由胜景总裁兼杭州海外旅游董事长李力先生主持。



胜景总裁兼杭州海外旅游董事长李力



最近旗杆奖：黄楷捷



最远距离奖：宋杰华



净杆季军：廖华锋



净杆亚军：马勇陟

竞技的赛场也是欢乐的赛场，几十年的旅业情谊在笑声中延续……

旅业领袖的小举动，折射的是整个产业的大趋势。2019年是一个考验勇气之年：不断更迭的用户需求、不断革新的应用技术、不断增加的行业品类……他们加快了进攻步伐，为下一个春天积累更多成长动力。他们就是行业的指南针！

(Kaylee/文)

# 境外地接社依法维权 起诉被挂靠的旅行社获支持

作者：北京市华城律师事务所律师 杨溢



## 案件情况

2014年4月24日，美国A旅行社与中国B旅行社签订《出境合同》，主要约定：“……第一条B旅行社同意将组织成行的旅行团交由A旅行社接待，A旅行社同意按照B旅行社所提出的接待标准，安排旅行团的旅行游览活动。第二条B旅行社应在旅行团进入美国国境之日起七天前向A旅行社确认。……第三条B旅行社应当在旅行团离开美国国境之后，把旅游团的100%旅行费交付A旅行社。旅行费用以美金（币种）支付。……第十三条本合同的订立、变更、解除、解释、履行和争议的解决均受中华人民共和国法律的管辖。……”之后，B旅行社于2014年4月24日至2015年11月2日期间陆续委托A旅行社进行41个旅行团的地接业务，团费总金额617,739.36美元。对此，B旅行社通过境外汇款方式及通过李某某支付方式付清了其中30个旅行团的地接费用计442,761.36美元。因剩余11个旅行团的费用合计174,978美元拖欠未付，A旅行社遂于2017年5月24日向B旅行社寄送《催讨函》催讨上述团费，B旅行社则回函表示“经我方未与贵方签订过《出境旅游组团社与境外接待社合同》；经我方查询操作系统上，没有贵方提供的对

账单中团号”。遂A旅行社将B旅行社诉至法院。

经法院调查发现，2014至2015年期间，李某某挂靠于B旅行社开展对外业务，所签订的《2015年经营责任合同》约定“甲方：B旅行社；乙方：C公司，委托代理人李某某，……甲方聘用乙方委托代理人李某某担任公司上海旅游中心加拿大部门经理，负责该部门旅游业务的经营和管理。经营期限自2015年1月1日起至2015年12月31日止。乙方及所负责经营、管理的部门负责公司加拿大旅游线路的游客招徕及旅游业务操作工作，负责安排好甲方所属营业部交来的游客。乙方所有销售收入应全部缴入甲方指定账户。乙方在经营期限内实行全成本独立核算。……乙方年度定额交甲方承包利润伍万贰仟伍佰元……乙方在经营活动中发生违反国家法律、法规，以及经济纠纷和旅客投诉的索赔事宜时，如甲方先行对外承担法律、经济责任的，甲方有权向乙方进行追偿……统一使用甲方标志、标识……乙方制作行程表、报价单和其他书面材料上，不得出现任何非甲方的标志、标识、品牌等……”，该合同乙方落款处由李某某签名，未加盖C公司公章。

## 法院判决

法院认为，《出境合同》系A旅行社和B旅行社自愿合意签订，合法有效，双方理应恪守约定切实履行。虽然B旅行社辩称应由李某某承担本案付款责任，但根据李某某的庭

审自认及《2015年经营责任合同》的约定内容来看，显然李某某与B旅行社之间存在挂靠关系，李某某在涉案业务发生期间系以B旅行社名义对外经营，加之，已支付的涉案地接团

费几乎均由B旅行社直接支付，故根据合同相对性原则，A旅行社要求B旅行社承担付款责任，于法有据，可予支持。B旅行社可在承担付款责任后，依据《2015年经营责任合同》另行向李某某主张。

至于B旅行社辩称的应付款金额问题，A旅行社就已付款业务提交的证据材料内容与

## 律师观点

本案是比较典型的旅行社业务部门挂靠引发的债务纠纷，李某某挂在B旅行社加拿大部，对外以B旅行社的名义负责加拿大旅游线路的游客招徕以及与地接社的业务往来，对内则具体承担旅游业务的操作工作并向B旅行社交纳一定的挂靠费用。本案中，当李某某与B旅行社发生纠纷导致不能正常对外付款时，A旅行社便根据其与B旅行社之间的合作协议以及转账记录、业务往来等证据向B旅行社主张相关权益，待B旅行社承担相关责任后，可以再向李某某追偿。

旅行社采取挂靠方式，当业务运营正常时，大家都相安无事，但万一出现危机，对双方都存在风险。对于被挂靠的旅行社而言，挂靠方对外签订协议、履行义务都是以旅行社的名义，而且收取游客的团款、支付地接的团费一般也是从旅行社的账户进出，所以当挂靠方不能履行接待义务或不能支付地接费用时，根据合同相对性原则，游客或地接社首先肯定找到旅行社，而旅行社通常都要先把责任承担下来，再依据其与挂靠方之间的协议进行追偿；对于挂靠方而言，因为旅行社掌握着财政大权，收付款都要通过人家账户，显得比较被动，而且一旦旅行社自身经营出现问题，地接社的钱付不了不说，自己的钱也结算不了，声誉和利益都会受损。

而且，采取挂靠方式经营旅行社业务，除了民事风险外，还存在一定的行政风险，因

其就诉请业务提交的证据材料内容可相互印证并一一对应，已可充分构成证据链证明未付款业务所涉旅行团已成行且对应团费已得到李某某业务团队的确认，故A旅行社主张的诉请金额，事实依据充分，可予确认。

法院最终判决，B旅行社向A旅行社支付委托团款174,978美元，并支付逾期付款利息。

为根据《旅行社条例实施细则》第二十七条规定，“旅行社业务经营许可证不得转让、出租或者出借。旅行社的下列行为属于转让、出租或者出借旅行社业务经营许可证的行为：……（二）准许其他企业、团体或者个人，以部门或者个人承包、挂靠的形式经营旅行社业务的。”另外《旅行社条例》第四十七条也有规定，“旅行社转让、出租、出借旅行社业务经营许可证的，由旅游行政管理部门责令停业整顿1个月至3个月，并没收违法所得；情节严重的，吊销旅行社业务经营许可证。受让或者租借旅行社业务经营许可证的，由旅游行政管理部门责令停止非法经营，没收违法所得，并处10万元以上50万元以下的罚款。”所以，无论是被挂靠的旅行社还是挂靠方，都可能为此付出很大的代价。

此外，本案特殊之处在于原告是一家境外的旅行社，因此本案作为涉外民事案件处理。根据笔者曾代理过境外旅行社的经验来看，当提起诉讼时，一定要准备好相关委托手续和证据，尤其是对于境外形成的法律文件，法院依法要求必须经过当地公证机构公证、我国驻当地使领馆认证以及外文的要翻译成中文。在写授权委托书时，应将代理权限的范围写得全面、具体，包括提起诉讼；承认、放弃、变更诉讼请求；参与调解；办理退费手续并领取退款等，以免因权限不清导致重新出具。



# 众信旅游集团控股子公司取得塞班军舰岛运营权 加速目的地资源布局



近日，众信旅游集团控股子公司U-Top集团与北马里亚纳群岛联邦政府公共土地部签订特许经营协议，取得塞班军舰岛独家特许运营权。

U-Top集团系众信旅游集团全资子公司香港众信国际旅行社有限公司与塞班岛最大的地接社之一Top Development Incorporation（以下简称“TDI”）共同设立的合资公司。TDI为塞班岛最大的地接社之一，拥有丰富的旅游产品运营、食品饮料销售等经验，及旅游巴士、游船等固定资产。U-Top集团主要专注在当地展开旅游项目运营与开发，并致力于旅游可持续发展与环境保护事业。

塞班岛为中国公民短程出境旅游热门目的地之一，允许中国公民免签入境。2018年，塞班岛共接待游客51.8万人，其中中国游客21.6万人，占比41.70%。作为北马里亚纳群岛联邦首府，这里气候舒适宜人，全年阳光充沛，空气清新，水清沙幼，年平均温度在27℃左右，是旅游度假天堂、世界著名潜水胜地。军舰岛位于塞班岛西侧，被称为塞班岛的明珠，是塞班岛旅游的必游景点之一。

据悉，U-Top取得的独家经营军舰岛上特定区域，包括

但不限于餐饮服务；出租/出售水上运动器材、娱乐器材、沙滩器材等相关用品；销售纪念品；岛上及离岛游览；水上水下活动项目等。

本次取得塞班军舰岛的运营权，使得众信旅游集团直接进入景区资源运营领域，是公司目的地资源的进一步布局；同时，将提高公司对上游资源的把控能力，提高公司的竞争壁垒和盈利能力。众信旅游产品运营部门也将以此为契机，进一步丰富业务类型，开发出更优质、更专业、更便捷、更具文化价值的旅游产品和服务，使广大中国游客能够享受到更加美好的旅游体验。

如需进一步了解相关情况，请联络众信旅游集团品牌管理部：

高级公关经理 季轲

TEL: 010-6448 9696-62813 MP: 15001349682

公关经理 李梦然

TEL: 010-6448 9696-60308 MP: 13910838730

## 众信旅游集团承接北京市文化和旅游局主办的“魅力北京”公众日活动走进吉尔吉斯斯坦



当地时间9月22日，由北京市文化和旅游局主办的“魅力北京”公众日活动在吉尔吉斯斯坦首都比什凯克dordoi商场成功举行。北京市文化和旅游局彭立波先生、翟承先生，吉尔吉斯共和国文化信息和旅游局副局长肯扎马托瓦·克亚勒女士，吉尔吉斯共和国国营企业吉尔吉斯旅游哈扎阔夫·达尼亚尔·波卢斯维奇等参加了活动并参加了揭幕仪式。众信旅游集团为北京市文化和旅游局此次赴吉尔吉斯斯坦推介活动提供了全程策划和执行服务，专业周到的服务能力得到了与会人士的一致肯定。

北京市文化和旅游局彭立波先生在活动上进行了致辞，推介了北京优质的文化旅游资源，并在致辞中说到中国和吉尔吉斯斯坦是友好邻邦，也是“一带一路”的重要合作伙伴，随着共建“一带一路”开放包容的经济合作倡议不断深入人心，两国人民互通有无、文明互鉴，北京与吉尔吉斯斯坦的文化和旅游交流与合作将日益密切。

此次旅游公众推介活动在吉尔吉斯斯坦市最繁华的购物中心与当地民众见面，推出了中医养生、体育赛事、展览节庆、精品文博、文化演出等专项旅游产品，展出了以世界遗产、皇城文化、现代风貌等为主题展出了40幅北京文化及旅游摄影图片，向市民及游客展示了东方古韵与时尚现代交汇融合的新北京、新风貌。

现场除了北京旅游图片展，还有包括书法艺术、手绘脸谱、手绘灯笼以及古装试穿等多种文化互动体验形式，这种通过介绍中国民俗文化精髓，与吉尔吉斯斯坦民众面对面互动的方式，更增加了他们对北京旅游的认知和了解，切身感受到魅力无限的北京，当地民众参与活动的热情高涨。

出访过程中，北京市文化和旅游局代表团一行与吉尔吉斯共和国国营企业吉尔吉斯旅游进行了座谈，就加强双方合作、共同促进两地旅游行业发展进行了交流。在交谈过程中，双方就如何提升北京旅游市场对中亚游客的吸引力、加强北京历史文化资源在当地的认知及影响进行了深入探讨。

## 曼彻斯特，一个让你热血沸腾的红砖老城

提到英国，我们大多会想到绅士淑女、哈利波特、福尔摩斯……而位于英格兰西北区域的曼彻斯特，更为大众所熟知的却是摇滚重镇、足球圣地、工业中心的标签。它见证过英伦摇滚的辉煌时代，曼城摇滚乐曾一度统治英国乐坛；它拥有当今足坛的两大豪门俱乐部，成为无数球迷朝圣之地；它是工业革命故乡，棉纺织工业在这里诞生。英格兰北方之都——曼彻斯特，带给你另一种英伦范儿！



### 从盛夏狂欢，到寒冬焰火

曼彻斯特（Manchester）这座城市有着“疯彻斯特（Madchester）”的说法，所以在这里一定要感受一把疯狂。曼彻斯特有着一年一度的旗舰音乐节——Parklife，每年都会邀请许多艺人来到现场演出。台下的乐迷们脸上涂着各种颜色，跟随音乐的节奏挥动着手臂，和台上的人一起欢呼呐喊，掀起无与伦比的音乐狂潮。



英国人从骨子里热爱音乐，对摇滚更是狂热，曼彻斯特尤为突出，它是英格兰北部的摇滚重镇。曼彻斯特摇滚兴盛于上世纪70年代后期的后朋克时代，从80年代中期开始统治着英国乐坛，在90年代初更是达到了巅峰。1978年成立的Factory厂牌在曼彻斯特摇滚史上留下了浓墨重彩的一笔。在曼彻斯特的惠特沃思西街上，有一座红砖建筑，

就是Factory厂牌旧址The Hacienda Club，如今成为无数摇滚乐迷的朝圣之地。更值得一提的是，在曼彻斯特，摇滚乐能和教堂联系在一起。相传曼彻斯特大教堂已有千年的历史，曾经在二战中被震碎了玻璃，好在教堂主体都幸存了下来，后来也多次修复翻新，但还是保留着原始的中世纪建筑风格。教堂每年都会安排多种类型的音乐会，用音乐感染着这座城市里的每一个人。在盛夏的躁动里，漫步喧闹的市中心，走进曼彻斯特大教堂，听一场摇滚乐，你一定会感受到属于曼彻斯特的狂欢。



而到了冬天，神秘复古的焰火节“福克斯之夜”又将点燃曼彻斯特。这原本是个传统的政治性节日，在英国已有400多年的历史，源于1605年的一个历史事件——黑火药阴谋。当时的罗马天主教徒盖伊·福克斯对国王詹姆士一世的新教徒政策不满，与同伙密谋企图在11月5日炸毁位于伦敦的国会大厦，但是阴谋泄露，盖伊·福克斯并没有得逞，国王和大臣们都幸免于难。盖伊·福克斯被处决后，英国民众纷纷点起篝火，庆祝这一恐怖阴谋的粉碎。后来，每到这一天，人们都会做个巨大的假人“盖伊”，把破旧的衣服里填满稻草，用纸袋充当脑袋，做成人形，再绑上面具。时至今日，人偶的面具已经不仅限于盖伊了，而是一些年度丑闻话题人物。到了夜晚，大家就会举着火把，拖着人偶，举行一场盛大的游行，最后用篝火将人偶焚烧。当绚烂的烟花在空中绽放时，曼彻斯特热闹非凡，似乎温暖了整个冬天。





## 从足球盛宴，到文化风景

曼彻斯特的足球氛围十分浓烈，在这里，“红魔和蓝月，谁主沉浮”似乎是个永恒的话题。这座城市既然有曼联和曼城这两个举世闻名的足球俱乐部，自然也就有两座举世闻名的足球场——老特拉福德球场和伊蒂哈德球场。老特拉福德球场被称为“梦剧场”，称得上是世界最美的足球场之一，庄严高贵，又充满现代感。驰骋在这片草坪上的球员似乎更像是演员，在为球迷奉上一场又一场精彩的表演，让人仿佛置身梦境一般。在这里，无论是看台，还是球员更衣室，或者是博物馆和纪念品商场，都谱写着曼联的辉煌与荣光。而在伊蒂哈德球场，你会拥有许多独一无二的亲身体验：360度环幕全景沉浸式影院，AR技术模拟的新闻发布会现场……走过球员通道时，仿佛进入时空隧道，让人不禁开始重温曼城足球的精彩时刻，探索曼城俱乐部的热血故事。每到比赛日，球迷的热情就会覆盖整座球场乃至整个城市，如果身处其中，你一定也会被这氛围深深感染。



如今走在曼彻斯特的街头，除了华丽的足球场，许多建筑也尽显典雅和精美。约翰·莱兰兹图书馆是典型的维多利亚时期的哥特式建筑，被列入英国一级保护建筑，而且还有“英国最美图书馆”的美誉。但与其说是图书馆，不如说它是一座收藏着无数书籍的博物馆，因为它真的“内藏玄机”。图书馆内部的设计相当精细华丽，每一处雕琢、装饰、点缀都精致至极。约翰·莱兰兹图书馆称得上是曼彻斯特大学学生的“阅读后花园”，漫步其中，触摸走廊精雕细琢的石柱，走进美轮美奂的阅览室，欣赏馆藏的珍贵历史手稿，感受曼彻斯特迷人的文化气息。



作为世界上第一座工业化城市，曼彻斯特至今还保留着当年的工业气息。曼彻斯特科学与工业博物馆是世界上最大的科学博物馆之一，至今仍然保持着100多年土黄色老厂房的样子。虽然外观上极其朴素，但在这里，你能感受到浓浓的工业革命的气息：不管是展出当年老式火车的实物，还是模拟那个时期的生活场景，都仿佛让人穿越到18-19世纪的英国。馆内陈列的纺纱机、蒸汽机等老机器，在工作人员的日常维护下依然可以正常运作，还原了百年以前工厂车间里的种种情景。而且随着时代的发展，博物馆还会增加新的展品，介绍前沿科技，并通过各种主题和各种手段，让参观者亲自实践科学原理，感受科技的奥秘。



## 华程国旅集团（翔龙万里行）推荐

曼彻斯特，从工业老城中华丽转身，全程90分钟的观光巴士，载着游客探索这座城市的无限风采。华程国旅集团推出英国产品线路：【印象英爱】英国爱尔兰12天，【英苏风采】英国一地10天……穿越到工业革命时代，再变身热血球迷，或是摇滚乐迷，感受曼彻斯特的狂热魅力！



## 中国非遗作品南太巡展项目启动 凯撒旅游触及文旅互动“快进键”

8月27日，凯撒旅游在北京月坛雅集召开“53天环游南太”文化讲师媒体见面会暨中国非遗作品南太巡展募集项目启动仪式。以“文化”为纽带，以“旅游”为载体，此举或为中国-南太平洋岛国间的文化旅游互动按下“快进键”。

随着2019“中国-太平洋岛国”旅游年的行进，中国与南太平洋岛国间的交流互动更加多元化。“环游世界53天—南太平洋寻梦之旅”是继2016年凯撒旅游“46天环游太平洋邮轮之旅”之后，中国与南太平洋岛国间第二次大规模民间旅游交流活动。

为助力中国文化“走出去”，增强“文化自信”，加速中国-太平洋岛国文化交流，凯撒旅游特别邀请各领域的“文化讲师”随行。“中国非遗传承人优秀作品南太巡展”项目同期开启，凯撒旅游广泛邀约中国非遗传承人，精选由传承人亲手制作、凝结中国优秀传统文化的作品，随船带去南太，作为文化礼物，送给南太友人。届时将南太文化礼物带回中国，举办文化交流展览。凯撒旅游向全国非物质文化遗产传承人发出倡议，邀请大家深度参与此次项目，共同激发中国与南太平洋岛国文旅互动的活力。

## 都江堰市政府代表团到访凯撒旅游 双方有望加强合作

8月28日，由四川省都江堰市外办副主任陈先莉带领的都江堰市外事办、市委党校、市文体旅局、市总工会等代表团到访凯撒旅游北京总部，与凯撒旅游副总裁郑丹及入境游产品研发部门座谈，共同探讨针对都江堰市发展旅游业的战略规划以及入境游等产品开发及品牌营销市场新趋势，并就加强合作等事宜进行深入沟通。

在座谈会上，四川省都江堰市外办副主任陈先莉介绍说，都江堰市是世界上少有的同时拥有世界自然遗产、文化遗产、灌溉工程遗产的“三遗”之城。如何让游客“愿意来、留得住、舍得花、还想来”；如何敞开大门，迎接入境游客，是此次向凯撒旅游取经所在。

凯撒旅游副总裁郑丹对此表示，凯撒旅游一直积极布局旅游城市目的地，不断研发新的线路、产品，将中国特有的丝路文化、茶文化、中国美食、非遗传承等旅游文化元素植入产品线路，契合当地旅游发展特色，打造旅游精品。

## “年假消消乐”解锁旅游新玩法 凯撒旅游创意规划年假出行

日前，凯撒旅游打造了“年假消消乐”系列产

品，为年假旅行一族提供自由、时尚、趣味的出游方案。

全新推出的“年假消消乐”系列产品选择每年4-6月以及9-12月“错峰出行”，以“年假拼的好 旅途嗨到爆”为理念，由拼假期的方式，拼出短途目的地“周三出发”、长途目的地“周六出发”的主题系列，充分利用年假及其他节假日搭配，游客可享受高性价比的年假旅行。产品覆盖欧美澳非亚，涵盖团队旅行、私家团、定制旅行、半自助旅行等多种旅游方式，可满足年假旅行一族对于目的地、旅游方式的多种需求。

针对休年假人群偏年轻化的特点，凯撒旅游设计了轻松欢乐的活动环节，融以当地夜生活体验，并预留让游客自主安排的时间，此外，产品还加入网红景点、网红餐厅、小资下午茶等元素，满足该类人群渴望新鲜、追求情调的需求。

## “护航”2019香山旅游峰会 凯撒旅游再现大型国际峰会服务效能

9月2-4日，由世界旅游城市联合会与芬兰赫尔辛基市共同举办的第八届香山旅游峰会在赫尔辛基召开。本次峰会主题是“智慧旅游：城市创新与发展之路”，峰会吸引了56个国家近百个城市的500多名代表参会。来自全球37位旅游城市市长以及联合国世界旅游组织和上海合作组织等国际组织的负责人出席这一全球性旅游盛会。

凯撒旅游深度参与其中，为本届峰会的会议策划、流程设计、媒体合作、商务赞助以及服务接待等提供支持，以高品质、高标准的服务护航峰会，并赢得与会嘉宾、各方代表及世界旅游城市联合会的肯定。

作为凯撒旅游重要的业务板块，凯撒会奖凭借不断积累的服务和运营经验，展示出凯撒旅游在国际会议组织、展览接待等方面的丰富经验、执行力以及临场把控能力。



## 华程国旅集团与芬兰航空公司战略合作签约发布会成功举行

9月11日，华程国旅集团与芬兰航空公司战略合作签约发布会在北京成功举行。郭东杰董事长代表华程国旅集团祝贺芬兰航空公司首批入驻北京大兴国际机场，也感谢芬航一如既往给予华程国旅集团的鼎力支持。

芬兰航空公司大中国区总经理Robert表示，这次签约是一个非常完美的时刻，芬兰航空刚刚宣布了大兴机场航班的运营。华程国旅集团对芬兰航空来说

是一个完美的合作伙伴，无论从产品还是跨地域的角度，两者都是完美契合。

华程国旅集团与芬兰航空多年来保持着良好亲密的合作关系，双方在芬兰航空执飞中国的北京、上海、广州、南京、西安、香港全部航线上展开全面合作，并先后获得芬兰航空颁发“2017-2018杰出贡献奖”、“2016-2018华南区杰出销售旅行社”、“2017-2018年度北京杰出贡献奖”、“2018年度锐意进取奖”等奖项。

## “从传统旅行社向现代旅游服务企业的转型实践”，郭东杰受邀出席2019首届互联网旅游峰会！

9月3日，“跨界·链接·创新 2019首届旅游互联网峰会”在中国贵阳举行。华程国旅集团董事长郭东杰受邀出席，并在“旅行社数字化转型之路”会场中，发表了题为《从传统旅行社向现代旅游服务企业的转型实践——以华程国旅集团为例》的专题演讲。

从2014年正式获得携程旅行网与中信产业基金的战略投资，到2019年正式更名并全面升级VI、战略、服务，华程国旅集团经历了深刻的流程化、标准化和信息系统的运营与管理变革。

历经5年耕耘，华程国旅集团从融合到发展，成功实现2014年底制订的线上+线下（O2O）双驱动业务战略转型目标。达到了营业收入3倍增长的较好成绩，名列全国旅行社利税20强的第4名；欧洲业务规模增长近3倍，2018年欧洲出团量全国第一、欧洲游OTA分销规模第一；MICE业务规模超过3倍，迈上新的发展阶段；日本业务从近乎空白，到上海、北京跟团游第一；中东非、东南亚业务重新调整后快速增长。

## 华程国旅集团 在南京、杭州举办2019冬季产品推介会

9月伊始，华程国旅集团分别在南京、杭州举办了以“跟随翔龙万里行，探寻神秘卡塔尔”为主题的2019冬季产品推介会，向华东地区的同业伙伴传递翔龙万里行品牌更丰富的产品线路及出境游服务。

推介会现场人气爆棚，卡塔尔旅游局、卡塔尔航空公司代表共同出席活动，近500余位华东区域同业伙伴到场支持。

华程国旅集团目前中东非流量王产品包括土耳其一地、土耳其+埃及、埃及一地、阿联酋一地、摩洛哥一地、摩洛哥+突尼斯系列，这些爆款产品在市场销售上表现不俗。同时，华程国旅集团针对不同消费群体，还推出了迪拜2-6人私家团产品。有适合对酒店有高要求群体的宫殿奢华产品；也有适合80/90小资群体的无尽网红产品；还有适合对产品自由度有要求的超值性价比产品。



## 众信游学获中国贸促会关心下一代工作委员会授权“天赋少年”系列国际青少年文化交流活动助力2020年迪拜世博会

8月24日上午,2020年阿联酋迪拜世博会中国参展路演(广东站)在白云国际会议中心隆重举行。据了解,阿联酋迪拜世博会是首次在中东、非洲和南亚地区举办的世博会,阿联酋迪拜不仅是最早与我国建立战略伙伴关系的海湾阿拉伯国家更是“一带一路”建设的重要参与国。国际青少年文化交流也成为本次世博会新亮点,众信旅游集团旗下教育品牌众信游学获得中国国际贸易促进委员会(以下简称贸促会)及中国关心下一代工作委员会健康体育发展中心(以下简称关工委)独家授权,成为2020年迪拜世博会“天赋少年”国际青少年交流项目承办方,为本次国际盛世提供全面的策划、执行及服务。

众信旅游集团旗下教育品牌众信游学致力于为中国学子提供无国界成长经历,作为世博会青少年国际文化交流项目独家承办单位,通过“天赋少年”大型青少年国际交流项目的舞台,以多场百人以上声乐项目演出交流活动及青少年书画艺术交流等方式,进一步彰显我国青少年在德、智、体等全方面发展的新一代精神面貌与风采;提升中国青少年国际视野,加强我国与世界各国文化、科技互动、传播与交流,为我国青少年身心健康全面发展做出积极贡献。

## 众信旅游集团控股子公司取得塞班军舰岛运营权 加速目的地资源布局

近日,众信旅游集团控股子公司U-Top集团与北马里亚纳群岛联邦政府公共土地部签订特许经营协议,取得塞班军舰岛独家特许经营权。

据悉,U-Top取得的独家经营军舰岛上特定区域,包括但不限于餐饮服务;出租/出售水上运动器材、娱乐器材、沙滩器材等相关用品;销售纪念品;岛上及离岛游览;水上水下活动项目等。

本次取得塞班军舰岛的运营权,使得众信旅游集团直接进入景区资源运营领域,是公司目的地资源的进一步布局;同时,将提高公司对上游资源的把控能力,提高公司的竞争壁垒和盈利能力。众信旅游产品运营部门也将以此为契机,进一步丰富业务类型,开发出更优质、更专业、更便捷、更具文化价值的旅游产品和服务,使广大中国游客能够享受到更加美好的旅游体验。

## 北京市文化和旅游局助力

### “2019柏林-北京新丝路老爷车拉力赛”发车活动

当地时间8月24日,由北京市文化和旅游局支持指导的“2019柏林-北京新丝路老爷车拉力赛”发

车仪式暨北京文化旅游图片展在德国柏林市夏洛滕堡区布莱特纳广场隆重举行。北京市文化和旅游局副局长王粤女士、中国驻德国大使馆文化处公使衔参赞陈建阳先生、柏林市夏洛滕堡区区长Reinhard Naumann先生等出席了发车仪式。

同期,展现北京市文化和旅游资源特色的图片作品在柏林Europa center展出。

发车仪式上,北京市文化和旅游局副局长王粤女士表示,今年恰逢北京与柏林结好25周年,车队以柏林为起点、北京为终点,成为了连通两地的交流使者。欢迎更多的欧洲游客到北京来。

德国柏林市夏洛滕堡区区长Reinhard Naumann先生发表致辞,愿意为深化两地文化和旅游交流合作发挥更大的作用。

今年10月,参与“2019柏林-北京新丝路老爷车拉力赛”的车队将沿着以古老丝绸之路为基础的“新丝绸之路”,途经波兰、白俄罗斯、俄罗斯、哈萨克斯坦等国家,行驶13000多公里后,最终抵达北京。北京正在致力于建设国际一流和谐宜居之都和国际一流旅游城市,正在高水平建设城市副中心和高标准筹办2022年冬奥会。借助此次赴友城柏林的推广,北京愿与柏林加强合作,共享机遇。

## “魅力北京”亮相柏林 海外推广传递特色旅游新理念 北京市文化和旅游局在德国首都柏林推介活动圆满成功

柏林当地时间8月23日,由北京市文化和旅游局主办的“魅力北京”北京文化旅游资源专场推介会活动,在德国柏林正式亮相。北京市文化和旅游局副局长王粤女士、中国驻德国大使馆文化处公使衔参赞陈建阳先生、柏林旅游局局长 Ralf Ostendorf先生、柏林市夏洛滕堡区区长Reinhard Naumann先生等中外嘉宾出席了活动。众信旅游集团为此次推介活动提供了策划、执行和全程服务。

德国是北京最主要的海外客源市场之一,每年从德国来北京的游客都在10万人次以上,约占北京入境游客人数的3%。此次推广活动落地德国重要的文化中心和旅游城市柏林,有助于让更多的国际游客了解北京的魅力。

出访期间,北京市文化和旅游局代表团赴柏林旅游局进行了拜访,就未来两地间的合作进行了交流。

此外,为全面打造“魅力北京”整体形象,自今年7月起,北京市文化和旅游局采用了大巴车车体广告的形式进行了城市形象宣传推广,大巴车在2个月时间里将在整个欧洲地区运营,“双奥之城 魅力北京”城市形象宣传也在德国法兰克福国际机场亮相,陆续影响数千万国际游客,有效提升北京文化旅游资源对国际游客的号召力,促进全市入境旅游发展。近年来,北京市与德国旅游交往频繁,在当地举办了形式多样的文化和旅游推介活动,2019年双边旅游人数达到20万人次,进一步拉动了德国赴北京旅游的消费增长。



## 神州国旅二十载,感恩回馈在金秋

为迎接新中国成立70周年,同时也为答谢神州国旅新老客户对神州国旅一路陪伴与眷顾。神州国旅联合北京晚报于8月24日在北京日报社报告厅举办了“神州国旅二十年金秋送爽-感恩回馈分享会”。怀着真诚感恩的心,为广大神州国旅新老客户奉献了一场精彩而耐人深情的感恩答谢活动。

三个小时的活动,就像是一场温馨的家庭聚会。大家一起观看神州国旅的视频简介,聊旅途中的见闻,分享旅途中拍摄的震撼的风景,聆听旅游专家讲解游轮上奇闻轶事;贵州的瑰丽山水;俄罗斯的独特风光;欣赏由青年艺术家带来的京剧大鼓《赵云截江》、快板书《天安门广场看升旗》,曲韵京腔,情趣盎然。抽奖环节是大家最为期待的,神州国旅为广大新老客户准备了丰富的奖品和礼品,把感恩回馈的活动推向了高潮。

## 中国旅游集团无偿划转10%股权给社保基金会

9月12日,中国国旅股份有限公司(以下简称“中国国旅”)对外发布公告称,近日公司收到控股股东中国旅游集团有限公司(以下简称“中国旅游集团”)转来的通知,国务院国资委持有的中国旅游集团股权的10%一次性划转给社保基金会持有(以下简称“本次无偿划转”),本次无偿划转以2018年12月31日为划转基准日。公告显示,本次无偿划转完成后,国务院国资委持有中国旅游集团90%股权,社保基金会持有中国旅游集团10%股权,中国旅游集团仍持有公司53.30%股权,为公司控股股东,国务院国资委为公司实际控制人。

## 中国国旅拟参股中旅财险, 瞄准旅游险蓝海需打持久战

近日,中国国旅发布公告称,拟参与发起筹建中国旅游财产保险股份有限公司(以下简称“中旅财险”),中国国旅及股东中国旅游集团形成一致行动人,合计持股33.33%。对于设立中旅财险,中国国旅表示能够促进旅游保险与其主营业务相互嵌入,同时丰富和创新旅游特色保险产品及服务。

## 指南猫收购16年老牌国旅卡迈特

定制旅游科技公司指南猫(Navi Travel)近日宣布,完成对16年老牌旅行社卡迈特的投资并购,这项并购旨在完成定制旅游资源中心的建立,继续深化为定制游赋能的战略目标,巩固指南猫在定制旅游科技公司中的领先地位。

### 西安直飞里斯本航线正式开通 每周3班

西安直飞里斯本航线由首都航空采用空客A330宽体客机执飞，每周3个往返航班，航班号分别为JD429、JD430。西安出发的航班时刻为，每周三、五、七12:10从西安起飞，19:15到达里斯本；从里斯本出发的航班时刻为，每周三、五、七22:55从里斯本起飞，次日18:15到达西安(以上时间均为当地时间)。

### 天津航空10月27日起 拓展日本航线网络布局

自10月27日起，天津至大阪的航班由每天2班往返增至每天3班往返，新增航班号为GS7975/6。天津往返名古屋航线由每周4班增频为每日1班，航班号GS7981/2。天津往返札幌航线由每周2班增频为每周4班，航班号为GS7971/2。吉祥航空将开通5条赴日航线

10月27日起，开通常州-大阪关西航线，每周4班，由A320执飞，航班号：HO1647/1648。

10月27日起，开通哈尔滨-大阪关西航线，每日一班，由A321执飞，航班号：HO1645/1646。

10月29日起，开通温州-大阪关西航线，每周3班，由A320执飞，航班号：HO1635/1636。

10月27日起，开通武汉-大阪关西航线，每日一班，由A321执飞，航班号：HO1641/1642。

10月27日起，开通无锡-名古屋航线，每日一班，由A321执飞，航班号：HO1603/1604。

### 海南航空成都—芝加哥航线成功首航

北京时间9月16日21:00，“海南航空”HU705航班从成都双流国际机场起飞，标志着海南航空成都至芝加哥直飞航线成功首航，这是海南航空开通的第二条直飞芝加哥航线。这也是海南航空继开通成都—洛杉矶、成都—纽约航线之后，在成都开通的第三条直飞北美航线。该航线的开通，将进一步完善成都至北美的航线网络，满足成都、西南地区旅客日益多样化的出行需求。

### 春秋航空新开4条西安国际航线

9月16日，春秋航空对其西安始发航线做出重大调整，新开西安飞日本茨城（近东京）、日本佐贺（近福冈）、泰国曼谷、柬埔寨金边4条国际航线，并将目前每周1班的西安至日本大阪航线加密为每天1班。经过此次冬春换季后，春秋航空在西安开通的航线将达到9条，4条国内航线，5条国际航线，建立起从西至东，从北至南的航线架构。

### 成都开通直飞

#### 德里、赫尔辛基、芝加哥航线

9月16日，成都开通了“成都-印度德里、成都-芬兰赫尔辛基、成都-美国芝加哥”3条国际定期直飞客运航线。截至目前，成都双流国际机场已开通航线349条，其中国际（地区）航线121条。

### 文莱航空10月底恢复直飞北京航线

文莱皇家航空公司近日宣布，已经开始发售文莱首都斯里巴加湾市直飞北京航班的机票，今年10月27日将首飞北京大兴国际机场。文航表示，直飞北京航线最初为每周一、三、五、日四班，2020年1月14日起将增至每天一班。

### 埃及航空公司将于11月29日开通 杭州—开罗航线

中国杭州至埃及开罗的定期直达客运航线将于11月29日开通。该航线由埃及航空公司使用梦想B787机型执飞，每周3班。来程航班号为MS953，开罗当地时间01:55起飞，北京时间18:55抵达杭州机场；回程航班号为MS954，当地时间00:05从杭州起飞，当地时间06:35抵达开罗。

### 亚洲航空12月1日开通 杭州直飞泰国清莱航线

亚洲航空正式宣布开售杭州直飞泰国清莱航线，接替杭州直飞青岛航线，该航线是杭州直飞清莱的独家航线，将于2019年12月1日正式首航，每周4班。

### 东航将开通合肥至香港地区航线

2019年10月28日起，东航将开通合肥至香港地区航线，为安徽市民的出行提供便利。

### 土航将开通“西安—伊斯坦布尔”航线

随着土耳其成为一个越来越受旅客欢迎的目的地，中土市场正变得日益火爆，土耳其航空非常希望能在市场上新开航线或增加航班班次。近日，该公司传来捷报——已获批准开通西安-伊斯坦布尔航线。

### 江苏将新开8条国际航线

近日，国家民航局公布8月份国际航线批复结果，江苏将新开8条国际航线，南京人不日将实现去巴黎的直飞梦。这次江苏新开的国际航线有：南京—法国巴黎、南京—韩国釜山、南京—韩国济州、南京—日本青森、无锡—韩国首尔、无锡—日本名古屋、无锡—日本札幌、扬州—韩国首尔。据悉，此次江苏机场获批新开加密国际航线9条，除了上面的8条新开国际航线，还获批加密1条南京—首尔航线。

### 连云港机场10月底将新增3条国际航线

预计在10月底，连云港机场至日本大阪和静冈、韩国济州岛的国际航线将开通，届时，连云港机场将拥有4条国际航线。

### 呼和浩特至乌兰巴托航线开通

9月12日11时25分，一架航班号为CA753的波音737-800飞机平稳降落在蒙古国首都乌兰巴托成吉思汗国际机场，这标志着国航呼和浩特至乌兰巴托航线成功首航。

### 青岛—迪拜航线正式开通

日前，由中国东方航空执飞的青岛—迪拜航线正式开航，成为山东省内首条直飞阿联酋的航线。9月12日晚，迪拜旅游局在青岛举行媒体推介会，随着迪拜旅游局积极推动“欢迎中国”战略以及阿联酋对中国护照实施免签，广大旅客到迪拜也将越来越便捷，说走就走的旅行又多一城。据了解，青岛直飞迪拜航线航班号为MU793/794，每周三班，班期为每周二、四、六。

### 祥鹏航空9月27日开通丽江—曼谷航线

祥鹏航空于2019年9月27日开通丽江—曼谷航线，该航线为目前两地间唯一直飞航线。航线开通后，从丽江前往曼谷的旅客无需从昆明中转，在丽江即可直飞曼谷；同时，泰国旅客也可以更方便地来到丽江。祥鹏航空丽江—曼谷航班号8L825/6，每周一、五执飞。

## 柬埔寨旅游部将正式推出手机中文旅游软件

柬埔寨政府9月21日在泰国曼谷推介手机旅游软件CambodiaTouristAssist(CTA)，为赴柬旅游的各国游客提供便利。柬埔寨旅游部副部长索克立亚表示，将于10月份正式推出的这款由政府主办的手机旅游软件，设有6种语言，其中专门设置了中文。新推出的旅游软件将提供柬埔寨各方面的旅游信息，包括景点介绍、特色旅游项目、美食指南、酒店和餐厅等的优惠信息、交通服务信息等。此外，该软件还专门设置了SOS求助按键。

## 河内中国签证申请服务中心成立

为更好服务中越人员往来，向申请人提供更快、更便利的服务，河内中国签证申请服务中心日前正式成立。该中心将承接中国驻越南使馆部分领事证件申请业务，包括受理普通签证、中国香港签证、中国澳门签证申请，以及采集中国澳门签证生物识别信息、代收签证规费（包括加急费和特急费）、发证及提供咨询等。

## 厦门将恢复受理赴金马澎个人旅游签注申请

厦门市出入境管理部门自2019年9月20日起恢复受理赴金马澎个人旅游签注申请。厦门市居民办妥赴金马澎个人旅游签注后，可向有资质的旅行社咨询办理入台许可证件，经直接通航金马澎地区的口岸出境。

## 缅甸对中国游客落地签政策将延期一年

据中国领事服务网消息，根据缅甸外交部通知，缅甸对持普通护照短期赴缅旅游的中国公民试行的落地签政策将延期一年至2020年9月30日。缅甸落地签口岸为仰光、内比都和曼德勒国际机场，所需材料详见缅甸移民网站。

## 乌兹别克斯坦将给予中国公民免签待遇

乌兹别克斯坦司法部9月12日发布消息说，乌总统米尔济约耶夫日前签署总统令决定，自2020年1月1日起，给予持有往返机票、乘国际航班抵达乌兹别克斯坦的中国公民最长停留7天的免签入境待遇。

## 俄政府：53国公民可凭电子签证访问圣彼得堡

据俄罗斯卫星网报道，俄罗斯总理梅德韦杰夫下令，批准53国公民自10月1日起，可以凭电子签证访问圣彼得堡和列宁格勒州。据报道，俄罗斯总统普京7月签署命令，决定自2019年10月1日起，在圣彼得堡和列宁格勒州施行电子签证制度。

## 斯里兰卡对华开放短期旅游类电子签证免费办理

外交部领事司9月9日消息，斯里兰卡政府在免除中国公民在斯过境电子旅行许可（即ETA，又称电子签证）费用的基础上，又新增了短期旅游类ETA免费。赴斯里兰卡的其他签证相关政策仍保持不变，即中国公民申请赴斯短期商务活动类型ETA仍须缴纳40美元及相关银行手续费，赴斯工作、学习、随居等其他访问目的者均需提前赴斯里兰卡驻华使领馆申请入境签证。该政策试行6个月至2020年1月31日。试期满后，斯里兰卡政府将根据实施情况决定是否继续该政策。

## 新加坡旅游局推出“不不不不期而遇”年度品牌新概念

2019年9月，新加坡旅游局正式宣布“不不不不期而遇”年度品牌活动的开启。作为“心想狮城”旅游品牌在中国落地第三年，新加坡旅游局聚焦90后，通过“打破常规”的全新玩法，将四大目标推广族群的旅游特色融入其中，同步以四位品牌族群代表宣言为支点，引领游客发现不期而遇的狮城面貌。

## 阿塞拜疆旅游局与携程旅行网及穷游网签署谅解备忘录 共建旅游战略合作关系

在9月20日的北京媒体午宴上，阿塞拜疆旅游局与携程旅行网及穷游网分别签署谅解备忘录，正式建立了战略合作关系。中国是阿塞拜疆最强有力的海外客源国，阿塞拜疆旅游局欢迎广大中国游客赴阿塞拜疆“探寻另一面”，感受阿塞拜疆丰富的历史和文化轨迹，体验这座“古老之城”的魅力。

## 大溪地旅游局启动“遇见大溪地群岛2019中国路演”

大溪地旅游局中国代表处于9月16日至20日在中国北京、深圳和上海三大城市举办“遇见大溪地群岛2019中国路演”，这是大溪地旅游局第6年在中国举办路演活动，过去的路演还包括中国广州以及成都。

## 泰国国家旅游局与春秋集团签署战略合作协议

泰国国家旅游局9月16日与春秋集团签署战略合作协议。泰国国家旅游局局长Yuthasak Supasorn表示，将通过与春秋集团的战略合作，推进高品质泰国游发展，为更多中国游客泰国行留下美好而深刻的印象。“泰国政府已经决议，继续延长15天落地免签证费政策直至2020年4月30日。”他表示，这项政策充分体现了泰国政府欢迎中国游客的满满诚意，泰国国家旅游局也准备好为广大入泰中国游客提供更加便利的服务。春秋航空董事长王煜表示，将集优势资源，与泰国旅局携手并肩、为游客提供更好的旅游服务，共促双边旅游市场繁荣。

## 西班牙旅游业盼吸引中国游客：需加快签证办理

据《欧洲时报》西班牙版微信公众号“西闻”编译报道，于当地时间10月7日及8日在西班牙首都马德里举行的第五届购物旅游经济峰会(Summit Shopping, Tourism&Economy)组织方提前发布了峰会主题，将亚洲游客列为重点招徕对象。组织方估计在2020年全年，亚洲游客将为全球提供3650亿旅游消费的巨大市场。对此，西班牙旅游业呼吁加快签证发放速度，大力招徕中国及印度游客。

## 2018年赴朝鲜旅游的外国游客大幅增长，破20万人次

据记者的观察，与去年相比，乘坐国际列车到平壤旅游的游客数量大幅增加。今年春季以来，每天从中国丹东到平壤的国际列车都是一票难求，旅游大巴每天下午在国际列车抵达前就几乎停满了平壤火车站的停车场。平壤市内的主要旅游景点，也总能看到外国游客的身影。大型团体操和艺术演出《人民的国家》自今年6月首演以来，每天都有大批外国游客到场观看。此外，一些此前相对冷门的旅游项目如今也十分火爆。据朝鲜国家观光总局的统计显示，2018年到朝鲜旅游的外国游客大幅增长，突破20万人次。

## 中国成为奥地利旅游业最重要的亚洲市场

2019年与其他欧洲其他目的地相比，奥地利旅游业势头良好。引人注目的是，奥地利尤其在自由行细分市场的增长速度非常快，目前中国自由行人比重超过30%。2018年中国有近98万人次到访，约有140万人过夜，中国是奥地利旅游业最重要的亚洲市场。

## 港澳导游获准在珠海横琴执业

记者从珠海市横琴新区管委会9月18日举行的新闻通气会上获悉，港澳导游、领队已获准在该区执业，目前已收到培训申请表506份。首批人员“十一”黄金周可到岗。对持该区专用导游证在此执业的港澳人员，每年度可申请奖金最高3万元。

## 9月20日起，大陆多地恢复办理赴台湾金马澎个人旅游签注

台湾金门县9月16日晚宣布，大陆出入境管理部门自20日起，恢复受理20个沿海城市居民赴金门、马祖、澎湖“小三通”个人旅游签注申请。其中，包括福建省福州、厦门、漳州、泉州、龙岩，浙江省温州等。

## 我国在线住宿领域首个团体标准《在线住宿平台服务规范》在京发布

9月23日下午，我国在线住宿领域首个团体标准《在线住宿平台服务规范》（下称《规范》）在京发布，旨在提升在线住宿服务水平，保障消费者权益，强化平台自律。《规范》的发布和实施将对引导行业发展，推动协同治理起到积极促进作用。

## 携程上线“AI导游”服务，全球8000家景区平均只需4元钱

日前携程上线的景区“语音导览”服务，一站式整合了国内多家主流语音供应商，让游客不用频繁更换APP，就能够“听”遍全球，现已覆盖全球53个国家，838个城市，近8000个景区。与此同时，每个景区都可任选3条免费试听，支付成功后，语音内容60天内均有效。

## 候鸟旅行宣布收购嗨游

2019年9月10日，候鸟旅行在其深圳总部正式宣布收购上海定制旅行公司“嗨游”，在今年略显有些波澜不惊的定制旅行行业的湖面上，投下了一块偌大的石头，激起了一片水花。在这样的前景下，候鸟旅行的此次并购，一家年营业额超2亿的定制旅行TOP级公司，和一家也有每年逾千万营收的中型定制公司的合并，背后昭示的信息会有很多。

## 同程艺龙升级“黑鲸会员” 跨界提供附加服务

日前，同程艺龙宣布全面升级付费会员产品，着力打造“黑鲸会员”体系，可以限时特惠以99元的价格享受总价值超过2400元的年度会员服务产品，覆盖行前、行中、行后全场景服务；并希望通过付费会员体系的建立，进一步完善同程艺龙会员忠诚度计划。同时，同程艺龙还与腾讯视频签订战略合作，将腾讯视频VIP权益引入同程艺龙黑鲸会员权益中，打造“出行+娱乐”的跨界合作，为会员提供更丰富的出行附加服务。

## 中国民族邮轮品牌“星旅远洋邮轮”旗下“鼓浪屿”号驶入厦门港

9月20日，历经39个日夜，航行万里，由中国旅游集团和中国远洋海运集团共同出资打造的中国民族邮轮品牌“星旅远洋”旗下首艘豪华邮轮“鼓浪屿”号远渡重洋，终于顺利抵达闽海之滨的厦门港。在短暂停留数天后，“鼓浪屿”号于9月27日从厦门母港开启盛大首航，正式亮相中国市场。至2019年末，“鼓浪屿”号将以厦门、深圳、上海为母港，运营东南亚、东北亚邮轮航线，为中国游客带来“国际化、中国味”的独特产品和服务，令人期待。

## 内河游轮推高欧洲深度游热度 维京游轮2020年持续深耕中国市场

9月20日，维京游轮在上海举办了“相会名城，邂逅小镇——2020年航线发布会”，发布了2020年欧洲内河游轮全年航线，并宣布了一系列产品升级计划，致力于带领更多中国宾客以“雅奢”的游轮旅行方式亲近“原味”欧洲，探寻当地的人文与艺术。2020年，维京游轮将继续投资，为中国市场新增1艘备有87间双人客房的河轮，总计将有6艘河轮专门服务中国宾客，提供9条航线，18种行程，37个目的地，178个航次。

## 国务院新设6个自贸区 支持发展跨境旅游

日前，国务院印发《中国（山东）、（江苏）、（广西）、（河北）、（云南）、（黑龙江）

自由贸易试验区总体方案》（以下统称《总体方案》）。《总体方案》提出了各有侧重的差别化改革试点任务，助推自贸试验区建设成为新时代改革开放的新高地，其中进一步明确，支持部分片区发展跨境旅游等产业，为来自自贸试验区开展商务、旅游等活动的外国人提供出入境便利。

## 文化和旅游部发布两项行业标准推动自驾游发展

文化和旅游部于正在天津举办的“2019中国旅游产业博览会”上发布《自驾游目的地等级划分》《自驾车旅居车营地质量等级划分》两项行业标准。标准将自驾游目的地划分为国家级自驾游目的地、省级自驾游目的地2个等级；将自驾车旅居车营地划分为5C、4C和3C三个质量等级。标准还对自驾游规划、政策支持、基础设施、公共服务、安全引导、应急管理 and 数据统计等方面提出了要求。

## 携程“聚合打车”上线百度地图 这次还是瞄准国外市场

9月19日，携程境外打车的“聚合模式”功能接入百度地图，游客在查看百度地图时可直接打车。为了解决打车过程中用户和乘客的沟通问题，携程打车还为使用百度地图打车的用户配备了7x24小时在线中文客服，以及提供司机交互界面的在线翻译功能。从今年起，聚合模式已经成为出行服务商整合运力的新玩法。

## 美团榛果民宿与马蜂窝达成合作 房源将实现直连

近日，美团榛果民宿宣布正式与马蜂窝达成合作，双方将进行房源直连，实现优质民宿供给和精准消费需求的无缝对接。据了解，美团榛果民宿首批20万房源将于近期在马蜂窝陆续上线。伴随着用户认知的提升和各地政策的助力，民宿行业在近年来取得了快速发展，且仍保有巨大的消费释放空间。美团榛果民宿此前调研数据显示，中国目前民宿行业的渗透率只有2.5%，未来五年预计将实现6-8倍增长。马蜂窝数据显示，2018年“民宿”这一关键词被提及的次数同比2017年涨幅达365%。

# 「旅行社」全国理事会

按照姓名字母顺序，排名不分先后

## 常务理事

- 仓定裕** 上海国旅国际旅行社有限公司 总经理
- 陈 荣** 中国国际旅行社总社有限公司董事长、党委书记
- 陈小兵** 凯撒中国创始人、凯撒旅游 总裁
- 陈中明** 上海锦江旅游控股有限公司 副董事长
- 冯 滨** 北京众信国际旅行社股份有限公司 董事长
- 冯彦庆** 中信旅游集团有限公司党委书记、总经理
- 高志权** 中青旅遨游网 总裁
- 郭东杰** 华程国际旅行社集团有限公司 董事长 CEO
- 郭洪斌** 竹园国际旅行社有限公司 总经理
- 韩 铁** 北京九州风行旅游股份公司 董事长
- 何国亮** 神舟国旅集团 总经理
- 胡玉川** 神舟国旅集团 副总经理
- 梅向荣** 盈科旅游 创始人
- 靳黎军** 上海航空国际旅游（集团）有限公司 总经理
- 张震宇** 北京青年旅行社股份有限公司 总经理
- 刘建进** 广东省中国旅行社股份有限公司 董事长
- 石保栋** 中国康辉旅游集团有限公司 总裁
- 王培贤** 中商国际旅行社有限公司 总经理
- 谢立新** 北京凤凰假期国际旅行社有限公司 总裁
- 杨 洋** 北京春秋旅行社 总经理
- 张 力** 携程度假板块渠道事业部总经理、旅游百事通 CEO
- 张向明** 北京捷达假期国际旅行社有限公司 总经理
- 甄 浩** 易游天下国际旅行社（北京）有限公司董事长
- 朱少东** 广州广之旅国际旅行社股份有限公司 总裁



## 北京市理事

- 蔡 韵** 北京无二之旅科技有限公司 联合创始人
- 曹进贵** 北京市首都国际旅行社有限公司 董事长兼总经理
- 陈 栩** 北京乐道国际旅行社有限公司 总经理
- 冯 琏** 北京恒泰国际旅行社有限公司 董事长
- 付 峥** 北京阳光假期国际旅行社有限责任公司 总经理
- 贺振斌** 北京游够天下国际旅行社有限公司 总经理
- 胡 杨** 中国妇女旅行社出境部 总经理
- 黄 岩** 金色非洲 总经理
- 郝艳坤** 北京华侨行国际旅行社有限公司 总经理
- 焦笑斐** 在路上旅业 VP 51BOOK 国际总经理
- 李华卿** 北京万延旅游股份有限公司董事长
- 刘海龙** 北京行天下国际旅行社有限公司 董事长
- 刘扬民** 越柬行踪 总经理
- 南龙权** 北京悦天国际旅行社有限公司 董事长
- 隋 逸** 拉美途 总经理
- 刘伟坤** 起航假期 总经理
- 唐致斌** 北京风尚国际旅行社有限责任公司总经理
- 王 辉** 北京保盛航空服务有限公司 总经理
- 王 磊** 北京信捷国际旅行社有限公司 总经理
- 徐冲宇** 北京好望角国际旅行社有限公司 董事长
- 禹 荣** 中恒嘉信国际旅行社有限公司 总经理



# 「旅行社」全国理事会

按照姓名字母顺序，排名不分先后

- 张环** 意大利环意国际旅行社 首席代表
- 赵娟** 北欧风情 总经理
- 段新中** 懿洋假期·北京青年旅行社股份有限公司第六分社 总经理
- 周旭东** 北京美嘉环球国际旅行社有限责任公司 董事长
- 张美华** 海洋国际旅行社有限责任公司 总经理
- 杨东升** 北京友爱汇众国际旅行社有限公司 总经理



## 上海市理事

- 苏剑华** 国旅集团上海有限公司 副总经理
- 蔡玉和** 上海至活旅行社有限公司 执行董事
- 葛万军** 上海华夏国际旅行社有限公司 董事长兼总经理
- 韩丽** 众信旅游上海分公司总经理
- 季卫东** 魅力假期 总经理
- 陈杰** 凯撒旅游高级副总裁 华东区总经理
- 李爱玲** 匹匹扣旅游圈 CEO
- 许知明** 华程国际旅行社集团有限公司上海公司 总经理



## 广东省理事

- 陈玉林** 深圳宝中旅行社有限公司 董事长
- 刘国平** 深圳市金冠国际旅行社有限公司 总经理
- 梁俊** 深圳市世纪假日国际旅行社有限公司 董事长
- 梁沁芳** 深圳市口岸中国旅行社有限公司 总经理
- 印书虎** 深圳市捷旅国际旅行社有限公司 总经理
- 汪永红** 深圳市中侨国际旅行社有限公司 总经理
- 吴维略** 深圳市道旅旅游科技股份有限公司 CEO
- 伍俊雄** 广州美亚电子商务国际旅行社有限公司 董事长
- 肖薇** 深圳市万众国际旅行社 创始人兼 CEO
- 张军** 深圳国旅新景界 总经理



## 河北省理事

- 白少峰** 河北省东方国际旅行社有限责任公司 总经理
- 韩连华** 河北省中国国际旅行社有限公司 董事总经理
- 刘江敏** 河北康辉旅游集团 董事总经理
- 王文玉** 河北航空集团天鹅国际旅行社 总经理
- 杨玉海** 河北省中国旅行社有限责任公司 董事总经理



## 山西省理事

- 常学峰** 山西东方国际旅行社有限公司 董事长
- 贺志勇** 山西商务国际旅行社有限公司 董事长
- 王屹宏** 山西太平洋国际旅行社有限公司 董事长
- 夏智民** 山西红马国际旅行社有限公司 总经理
- 张晓捷** 山西康辉国际旅行社有限责任公司 总经理



## 江苏省理事

- 沈敏强** 苏州青年旅行社 总经理
- 孙兵** 中国国旅（江苏）国际旅行社董事 总经理
- 潘文君** 中青旅江苏国际旅行社有限公司 董事长



# 「旅行社」全国理事会

按照姓名字母顺序，排名不分先后

## 天津市理事

- 何悍宁** 天津中国旅行社 总经理
- 孟欣** 天津康辉国际旅行社 总经理
- 赵福生** 天津大亚国际旅行社 总经理
- 赵彦明** 天津国际旅行社 总经理
- 樊进国** 北京捷达假期国际旅行社有限公司天津分公司 总经理



## 辽宁省理事

- 李晓春** 辽宁康辉国际旅行社有限公司 总经理
- 连善一** 辽宁金运国际旅行社有限公司 董事长兼总经理
- 邱雅颂** 中国国旅（辽宁）国际旅行社公 总经理
- 权香梅** 辽宁世纪国旅旅行社有限公司 总经理
- 王丽华** 大连古莲国际旅行社 总经理
- 郑学东** 辽宁大运通国际旅行社有限公司 董事长
- 倪琛善** 沈阳青年国际旅行社有限公司 董事长



## 浙江省理事

- 陈伟钊** 杭州海外旅游有限公司 总经理
- 陈岩** 浙江中旅旅业集团有限公司 董事长总经理
- 李力** 浙江胜景国际旅行社有限公司 董事总经理
- 蔡建煌** 浙江光大旅游集团有限公司 董事长
- 许亮** 中国国旅（浙江）国际旅行社有限公司 董事 总经理
- 许敏** 浙江新世界国际旅游有限公司 总经理
- 张勤** 浙江省中青国际旅游有限公司 总经理



## 安徽省理事

- 王坤** 黄山市中国旅行社 总经理
- 史军** 安徽省中国旅行社有限责任公司 总经理
- 徐华玉** 安徽万达环球国际旅行社 总经理
- 尹俊** 安徽好之旅国际旅行社 总经理
- 张剑** 安徽中国青年旅行社有限责任公司 董事长



## 江西省理事

- 傅国信** 南昌铁路国际旅行社有限责任公司 总经理
- 姜江** 江西光大国际旅行社有限公司 总经理
- 兰秀辉** 江西康辉国际旅行社有限公司 总经理
- 陶侃** 江西万达亚细亚国际旅行社 总经理



## 山东省理事

- 常德军** 山东省旅行社协会 秘书长
- 朱少康** 中国国旅（青岛）国际旅行社 总经理
- 田平** 港中旅国际（山东）旅行社 董事总经理
- 徐立臣** 中国旅行社总社（青岛）有限公司 总经理
- 油利军** 新中国国际旅行社 董事长
- 张明** 山东嘉华文化国际旅行社 董事长



# 「旅行社」全国理事会

按照姓名字母顺序，排名不分先后

## 吉林省理事

**金玉粉** 吉林省海外旅游有限责任公司 总经理



## 广西省理事

**张松辽** 桂林市和顺国际旅行社有限公司 董事长



## 河南省理事

**郭占彪** 河南省中国旅行社集团有限公司 总经理  
**黄德洲** 河南省中国国际旅行社有限责任公司 董事长  
**王文胜** 河南中原国际旅游集团有限公司 总经理  
**李力** 河南百事通旅游有限公司 总经理  
**王恒宾** 河南中州国际旅行社 总经理  
**王西堂** 河南康辉国际旅行社有限责任公司 总经理  
**周建慧** 河南旅游集团有限公司 总经理



## 湖北省理事

**姜红宝** 湖北康辉国际旅行社有限公司 总经理  
**乐爱娣** 湖北省中国旅行社有限公司 总经理  
**龙新民** 中南国际旅游公司 董事长总经理  
**周建军** 湖北省中国青年旅行社 总经理  
**陶 颀** 中国国旅（武汉）国际旅行社有限公司 董事总经理



## 湖南省理事

**黄宏桥** 湖南华天国际旅行社有限责任公司 总经理  
**蒋燕妮** 湖南海外旅游有限公司 总经理  
**朱春鹏** 湖南省亲和力旅游国际旅行社有限公司董事总经理  
**王应荣** 湖南新康辉国际旅行社有限责任公司 总经理  
**左 毅** 湖南光大国际旅行社有限公司 董事长



## 四川省理事

**崔 骥** 成都环球国际旅游公司 董事长  
**管河玉** 成都海外旅游有限责任公司 总经理  
**康 乐** 四川省中国旅行社 总经理  
**鲁 侠** 宝中旅游四川新东方国际旅行社 总经理  
**彭 涛** 成都喜之悦假期国际旅行社有限公司 总经理  
**邵 凡** 成都光大国际旅行社 董事长 总经理  
**郑 军** 四川康辉国际旅行社有限公司 总经理  
**王兆学** 四川省中国青年旅行社有限公司 总经理



## 陕西省理事

**孙金孝** 中国康辉西安国际旅行社 董事总经理  
**王安仁** 西安天马国际旅行社 总经理  
**韦 炜** 西安中旅国际旅行社有限公司 董事长 总经理  
**祝 伟** 陕西海外旅游有限责任公司 总经理  
**张小兵** 中国旅行社总社西北有限公司 总经理



## 新疆维吾尔自治区理事

**董良泉** 新疆生产建设兵团中国青年旅行社（有限公司）董事长  
**惠新茹** 新疆康辉大自然国际旅行社有限责任公司 总经理  
**郑 穗** 中青旅新疆国际旅行社有限责任公司 总经理



## 理事

### OTA

- 陈 罡** 马蜂窝旅游网联合创始人兼 CEO
- 陈 锐** 途风旅游网联合创始人兼总裁
- 韩 哲** 穷游网 首席商业官
- 洪清华** 驴妈妈旅游网 董事长
- 贾建强** 6人游旅行网 CEO
- 盖书华** 云地接 CEO
- 吴志祥** 同程旅游联合创始人、同程旅游集团董事长兼 CEO
- 于敦德** 途牛旅游网 创始人兼 CEO
- 余万成** 飞鱼旅行 CEO
- 曾 松** 百程旅行网 CEO
- 吴天斌** 北京假日阳光环球旅行社有限公司 创始人兼 CEO
- 张 岩** iGola 创始人 / CEO
- 张志金** 游您所愿 & 旅品汇 创始人兼董事长



### 旅游局

- 阿布先生** 埃及驻华使馆旅游处 旅游事务参赞
- 胡敬雯** 澳大利亚旅游局 中国区总经理
- Mansoor Mohamed** 南非旅游局亚太区 总经理
- 达里奥·波洛** 西班牙驻华大使馆 旅游参赞
- 尼 尔** 菲律宾国家旅游局 中国区局长
- 李朝晖** 德国国家旅游局北京办事处 首席代表
- 沛 琳** 泰国国家旅游局 北京办事处处长
- 钱 岗** 英国旅游局 中国区总经理
- 王盛鑫** 澳门特别行政区驻北京办事处 旅游组代表
- 杨 宇** 荷兰旅游会议促进局 中国区总监
- 李彦珺** Brand USA 美国旅游推广局中国区总监
- 王 宇** 斯堪的纳维亚旅游局 首席代表



### 澳大利亚各州旅游局

- 沈 俐** 澳大利亚昆士兰旅游及活动推广局中国大陆、香港、台湾局长
- 孙海琪** 南澳大利亚旅游局 大中华区经理
- 徐礼松** 澳大利亚北领地旅游局 中国 & 香港市场经理



### 航空

- 耿志仁** 大韩航空北京支店 总经理
- 郝 焕** 美国动力航空公司 中国区总经理
- 李 旬** 阿联酋航空中国区 总经理
- 刘 利** 芬兰航空公司 北京办事处首席代表
- 刘同义** 长荣航空股份有限公司 华北地区首席代表
- 孟仕鹏** 泰国国际航空大众有限公司 驻华总经理
- 安秉爽** 韩亚航空公司 中国地区总裁
- 罗皓明** 中华航空大陆地区 首席代表
- 周 曼** 达美航空中国及香港区 总经理
- 段 炼** 安科运达联合创始人 / CEO



### 游轮

- 刘淄楠** 皇家加勒比游轮有限公司 北亚太及中国区总裁
- 马睿哲** 歌诗达邮轮集团亚洲 总裁
- 王 萍** 公主邮轮中国区副总裁兼总经理
- 黄瑞玲** MSC 地中海邮轮大中华区总裁



### 海外地接社

- 丁庆友** 美国佳晨一路旅游集团 联合创始人兼 CEO
- 王 鹤** 泰国飞象旅行 创始人兼 CEO
- 张 凯** 迪拜金凤凰商务会展有限公司 总经理



# 「旅行社」全国理事会

按照姓名字母顺序, 排名不分先后

# 2019 旅行社全国理事会个人会员

与全国各地有抱负的旅行社业者一起分享见解  
相遇还是碰撞  
你的舞台  
为你而来

## 旅游人自己的组织，火热加入中

万 峰	喜游创始人之一、腾邦旅游集团 合伙人兼 COO
陈志刚	深圳醉美国际旅行社有限公司 总经理
盖书华	云地接 CEO
栾 杰	趣旅 CEO
崔月花	南京正大国际旅游有限公司 总经理
常 山	中航之旅旅业 董事长
王文忠	日本爱智思新日国旅 中国总经理
刘 琳	湖北易旅行旅游发展有限公司 副总经理
杭海军	路图全球旅行摄影 创始人
方 旭	河南省海外旅游有限公司 副总经理 & 监事
查 理	悦游五洲新媒体公司 创始人 & CEO
纪 伟	斯洛文尼亚惠登旅行社 总经理
刘长顺	呼伦贝尔旅业集团 联合创始人 & 总裁
孙 鹏	环球地接网 副总裁
焦笑斐	在路上大交通事业群 CMO、在路上旅业 副总裁
刘松新	道旅科技 副总裁
王凯君	五洲行国旅 副董事长
Jeffrey Chen	文景假期 CEO
吕锐	成功之旅 COO
熊倩妮	深圳市畅享国旅 总经理、乐漫者 联合创始人
陈少芳	广州木棉花旅运 总经理
王静	大连中信国际旅行社有限公司 总经理
沐文生	北京环游天下国旅 总经理、金米旅游创始人
龚政	米欧国际 联合创始人兼中国区总经理
裴建宏	甘肃兰神国际旅行社 总经理、甘肃兰神旅业 创始人
陈雪平	北京美佳国际旅行社有限公司 总经理、 北京爱特博旅运服务有限责任公司 分销总监
王光荣	辽宁普峰国际旅行社股份有限公司 总经理
尹小娟	成都和天下国际旅行社有限公司 执行董事 总经理
刘建军	想乐时光 创始人
张忠山	山姆爸比场景实验室 创始人兼 CEO
闻聪	青岛中国旅行社 国内旅游中心总经理
钟英荣	聚游会咨询（深圳）有限公司 总经理
刘 勇	青岛同城国际旅行社有限公司 总经理
吕才辉	顶级假期 极地包船 董事长
柳晓玲	江西南方国旅（出境全线批发商）副总经理

以加入先后排序

# 2019旅行社全国理事会企业会员

与全国各地有抱负的旅行社业者一起分享见解  
相遇还是碰撞  
你的舞台  
为你而来

## 旅游人自己的组织，火热加入中

腾邦旅游集团
深圳醉美国际旅行社有限公司
云地接
趣旅
南京正大国际旅游有限公司
中航之旅旅业
日本爱智思新日国旅
湖北易旅行旅游发展有限公司
路图全球旅行摄影
悦游五洲新媒体公司
斯洛文尼亚惠登旅行社
呼伦贝尔旅业集团
环球地接联盟网
在路上旅业
道旅科技
五洲行国旅
文景假期
成功之旅
深圳市畅享国旅
广州木棉花旅运
大连中信国际旅行社有限公司
北京环游天下国旅、金米旅游
米欧国际
甘肃兰神国际旅行社、甘肃兰神旅业
北京美佳国际旅行社有限公司
北京爱特博旅运服务有限责任公司
辽宁普峰国际旅行社股份有限公司
成都和天下国际旅行社有限公司
想乐时光
山姆爸比场景实验室

以加入先后排序

# 王者荣耀

## 波斯湾8晚9日荣耀之旅

七星帆船酒店 | 饕餮盛宴  
六星亚特兰蒂斯 | 午餐盛宴  
六星亚特兰蒂斯 | 失落空间水族馆  
法拉利主题公园 | 速度与激情  
乐高主题乐园 | 全球第七家乐高乐园  
哈利法塔登顶 | 俯瞰棕榈岛  
阿布扎比卢浮宫 | 沙海瑰宝  
地中海邮轮荣耀号 | 七晚荣耀之旅  
阿联酋航空 | A380北京直飞

1月24日 内舱23800元起 阳台25800元起

阿联酋+阿曼 特别安排除夕盛宴

迪拜 | 阿布扎比 | 萨巴尼亚岛 | 马斯喀特 | 海塞卜

1月31日 内舱22800元起 阳台24800元起

阿联酋+巴林+卡塔尔

迪拜 | 阿布扎比 | 萨巴尼亚岛 | 巴林 | 多哈



荣耀号  
地中海邮轮

超17万吨领航亚洲  
荣耀19年全新下水



王雷 TEL: 010-65265301 Q Q: 2567724894  
闫征 TEL: 010-65177671 Q Q: 624698270

北京春秋旅行社有限公司  
地址: 北京市东城区朝阳门内大街188号鸿安大厦A902室  
FAX: 010-65170650 P.C.100010

# 最缅甸

Myanmar

避暑圣地·茵莱湖  
万塔之城·蒲甘

缅甸第一大城市·仰光  
世界文化遗产·曼德勒



10月13日 11月08日 11月22日 12月06日  
12月20日 01月03日 01月10日 01月31日  
02月05日 02月21日 03月06日 03月20日

9880元/人

CATHAY PACIFIC CATHAY DRAGON



杨楠 TEL:010-65178307 QQ:1508165756  
李树芳 TEL:010-65178316 QQ:3512997101

北京春秋旅行社有限公司  
地址:北京市东城区朝阳门内大街188号鸿安大厦A902室  
FAX: 010-65170650 P.C.100010

Jettour®  
捷达旅游



澳门特别行政区政府旅游局  
DIRECÇÃO DOS SERVIÇOS DE TURISMO  
MACAO GOVERNMENT TOURISM OFFICE



## 澳门格兰披治大赛车

11月14日-11月17日

## 第十九届澳门美食节

11月08日-11月24日



### 精彩澳门半自助游4日

11月1-30日 天天出发 ¥3599起

### 云端喜来登·澳门珠海深度纯玩5日

11月1-30日 天天出发 ¥5899起



捷达旅游同业微信



直播最全产品计划  
特价·活动·定制

中国领先的出境旅游产品开发商  
北京捷达假期国际旅行社有限公司  
Beijing JETTOUR International Travel Service Co., Ltd.

b2b.jdjq.com.cn

本广告为邀约邀请, 最终行程及价格以双方签证合同为准  
国家特许经营出境游L-BJ-CJ00059



北京市旅游行业协会  
Beijing Tourism Industry Association

# 热烈祝贺北京市旅游行业协会 研学旅行专业委员会网站上线



北京游学网·中国  
Beijing Study & Tour · China

北京游学网提供在线服务技术支持

<https://www.youxuewang.com.cn>

## 通知

北京市旅行社协会研学旅行专业委员会，将于**2019年11月17至22日**组织会员单位赴日本研学旅行考察。行程主要内容如下：

1、赴位于日本九州地区的全亚洲最大的主题乐园豪斯登堡，考察日本最大的青少年修学旅行营地。入住全球首家机器人酒店，邀请营地负责人介绍日本青少年如何开展以“环境保护”为主题的修学旅行。

2、赴日本公立学校考察交流。

3、赴日本东京考察日本大型旅行社H.I.S株式会社总部，并请该社修学旅行部门负责人介绍日本同行如何为日本中小學生提供修学旅行专业服务。

了解具体行程和相关事项，请登录北京市旅行社协会研学旅行专业委员会官方网站，点击专业委员会通知栏【201908】号通知。此次活动由爱智思北京新日国际旅行社有限公司承办。

北京市旅行社协会研学旅行专业委员会办公室  
2019年9月25日

咨询电话：010-64811287 工作时间：09:00-17:00



# 诚邀加盟

纯平台，高回报，  
让你的服务更有价值

## ● 携程定制旅行 国内链路完备的定制游生态圈

平台成交规模近100亿  
业务需求单量3位数增长  
转化率超同行3倍以上

## ● 强赋能

- 在线抢单机会均等，多劳多得
- 日均10000+需求单，不愁流量
- 系统培训，定制师上岗证行业认可
- 严格的供应商管理标准，竞争规范
- 平台提供机票、酒店等单资源（9月起）

## ● 实现快速转型·入驻即有收益



**1万** 质保金  
境内目的地

**2万** 质保金  
境外目的地

**低门槛** 具体加盟条件请咨询  
021-3406 4880-17364



如有意向，请扫码填表