

为 旅 行 社 业 者 提 供 行 业 资 讯

旅行社 资讯

CHINA TRAVEL AGENT



2019.07

www.lxsnews.com

京工商印厂登字20140035号



本刊策划

“种草”时代下，如何通过
打造私域流量突破获客瓶颈？

封面故事

90%的旅游批发商，赚钱能力都被低估了

——专访北京春秋总经理 杨洋

原来我们是同行之间的竞争，现在是自顾不暇，最大的敌人就是我们自己。一时的风光无限，但不知道哪天就不可置信地跌入谷底，所以要想很好地活下去，就要思考如何贴近消费者的需求，不断推动创新。

一价
全含

推一
罚十

北欧四国双峡湾 +爱沙尼亚塔林+欧登塞12日

7月19日、8月17日 RMB 20800

7月25日、8月04日 RMB 21800
(25人VIP, 升级1晚五星)

8月28日 RMB 18800

9月02/07/15/18/20日 RMB 17800
10月03日

9月27日(国庆档) RMB 19800

每团前6名报名立减800元/人(除7.25/8.04团期)

- 全程精选当地四星级酒店，优雅，简约，舒适是对北欧酒店最好的诠释，“纳维亚”风格，是你爱上北欧的另一种方式。
- 中世纪古韵：世界文化遗产塔林老城保留了绝大部分的中世纪建筑，拉近了人与历史过去的距离。
- 畅游绝美双峡湾：畅游挪威经典双峡湾——壮丽的松恩峡湾和如诗如画的哈当厄尔峡湾。
- 峡湾观景游船：碧波荡漾的湖水与森林相互缠绕着，流露出不同的颜色和风情。
- 梦幻城堡：位于欧登塞的伊埃斯科城堡，徜徉其间，仿佛进入了鬼斧神工般的童话世界。
- 赫尔辛基：无论夏日海碧天蓝，还是冬季流冰遍浮，这座港口城市总是显得美丽圣洁。
- 北欧巴黎：哥本哈根在丹麦语中意为“商人港”。也号称北欧的“巴黎”。
- 波罗的海豪华游轮：精心安排诗丽雅或维京豪华游轮2人内舱，体验波罗的海海上不夜城。
- 北方威尼斯：斯德哥尔摩是一座既古老又年轻、既典雅又繁华的城市。



优耐德微分销信

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

广告为要约邀请，最终行程及价格以双方签订合同为准。国家特许经营中国公民出境旅游许可证书：L-BJ-CJ00110 优耐德(北京)国际旅行社有限公司广告



优耐德旅游
UNITED TRAVEL

纵情Manchester 曼彻斯特

尽享“曼”妙时光



英苏风采 ⁴⁺
英国一地10天

海南航空, 北京 - 曼城直飞

2019年

7月29日 8月10/17日

价格: **18599**

特惠 **英苏风采** ⁴
英国一地10天

海南航空, 北京 - 曼城直飞

2019年

8月3/14/19/26日 9月2/16/21日

价格: **13099**

印象英爱 ⁴
英国爱尔兰12天

海南航空, 北京 - 曼城直飞

2019年

7月27日 8月5/14/19/24日 9月7/23/25日

价格: **16199**

重回激情燃烧的岁月 穿越欧亚大陆十七天圆梦之旅

蒙古乌兰巴托 | 贝加尔湖 | 新西伯利亚 | 叶卡捷琳堡 | 莫斯科 | 圣彼得堡

打破常规，拒绝K3一站到底

K3+俄罗斯国际列车双重体验

7月10日 7月24日
8月07日 9月11日

26800 外
元
起
卧去飞回 四人包厢
精选酒店 四星+五星

全世界最长铁路
纵览中蒙俄三国
行程7691公里
横跨七个时区



前南斯拉夫的 社会主义记忆 巴尔干四国12日之旅

免签
塞尔维亚★黑山★阿尔巴尼亚★波黑

感怀斑斑史记
感受深远而友好的情谊
深入巡游欧洲早期的社会主义国家
感受前南斯拉夫社会主义记忆
触摸巴尔干厚重历史

2019年：06月16日
07月21日 08月11日
09月15日 10月20日

19800 外
元
起

一价全含·精致小团
免签四国·臻选体验
世遗尽游·特色美食



咨
询
电
话

张泽森：010-65210620
李晨龙：010-65137321
吴亚西：010-65179806

微信：15010353050
微信：17746556617
微信：wuyaxi1417

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

圆梦多瑙河 游轮上的欧洲

星途内河游轮·艺术号

流行两百年的贵族玩法 | 最轻松的欧洲旅行方式
多瑙河移动的四星级酒店 | 聆听多瑙河的华美乐章

多瑙河游轮携一段美好的旅程，悠闲而优雅
大城小镇点缀于美丽蜿蜒的多瑙河畔
宛如合奏浪漫的乐章，感叹年华尚好，未曾辜负
这才是真正的旅行

捷克 匈牙利 奥地利 斯洛伐克 德国+塞尔维亚

东欧六国13天 9月03日 10月16日 高级房¥17800元起

捷克 匈牙利 奥地利 斯洛伐克 德国

东欧五国10天 7月16日 8月05日 高级房¥16800元起

东欧五国10天 9月04日 10月18日 高级房¥15800元起

东欧五国10天 7月16日 8月05日 高级房¥17800元起

东欧五国12天 8月02日 高级房¥17800元起

东欧五国12天 9月01日 高级房¥16800元起

东欧五国12天 9月29日 高级房¥18800元起



扫码查看详细行程

升级法式全景阳台房 +2000元/人

升级法式全景阳台套房 +4000元/人



咨询电话

张泽焱: 010-65210620 微信: 15010353050

李晨龙: 010-65137321 微信: 17746556617

吴亚西: 010-65179806 微信: wuyaxi1417

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

2019环球旅讯峰会&数字旅游展 暨“数字旅游奖”颁奖盛典

和大咖一起
预见趋势
预见未来



孙洁
首席执行官
携程旅行网



吴志祥
创始人兼董事长
同程旅游



孙坚
总经理
首旅如家酒店集团



王煜
董事长
春秋航空



陈昱
联合创始人兼CEO
马蜂窝旅游网



Maud Bailly
首席数字官
雅高集团



Guido van Til
数字战略副总裁
法荷航集团



黄文强
营销委副主任兼电子商务部总经理
南方航空



程新华
创始人、董事长兼CEO
东呈国际集团



刘晨军
大中华区总裁
温德姆酒店集团



郭庆
副总裁
美团点评



赵颖
阿里巴巴集团高级副总裁兼飞猪总裁
阿里巴巴全球化业务总裁



立即报名

【限时优惠】

8月1日前报名
立省1000+元



报名参赛

「数字旅游奖」
案例征集ing

ibtm[®] CHINA

中国，北京

2019年8月28日-29日

汇聚亚太区会奖旅游
(MICE)行业人士
的国际盛会

13 年

亚太区会展主办经验

一对一

与优质买家和供应商预约会面

285位

特邀买家

+ 3,400个专业观众

= 无限商机

2天

展期为你带来全年业务机会

更多详情，请访问网站：

www.ibtmchina.com/zh-cn



欢迎关注我们



ibtm[®]

主办单位：  Reed Travel Exhibitions[®]

 Reed Exhibitions[®]
励展博览集团

支持单位：



ibtm[®], RELX Group 以及 RE (励展集团以及励展集团) 文字标识是 RELX Intellectual Properties SA (励展知识产权股份有限公司) 的注册商标。Reed Exhibitions 和 Reed Travel Exhibitions (励展集团以及励展旅游集团) 是励展集团的注册商标。Hosted Buyer (特邀买家) 是励展集团的注册商标。以上商标的注册权、隐私政策和保密规则均在全球范围内受到严格保护。

P36

特别访问

EXCLUSIVE INTERVIEW

野性的呼唤——聆听“彩虹之国”
如何俘获中国游客的芳心

截止2018年12月，到访南非的中国游客数量为97,136人，平均每月抵达人次8,095。目前到访南非的中国游客中自由行游客比例为20%，团队游客比例为80%。随着越来越多线上平台的发展和游客旅游理念的转变，预期未来FIT的数量会进一步增长。

P56

案例分析

CASE ANALYSIS

未与组团社签协议
地接社该如何要回欠款

当旅行社的总社与分社解除合作关系时，除了在公司登记机关办理分社的注销登记、收回分社的证照章、合同等重要文件和物品外，建议书面告知该分社的长期合作客户分社注销的情况以及与分社相关的债权债务处理原则，必要时可采取公告、公示等方式广而告之，提醒善意第三人注意的同时也是为自己减少麻烦、减轻责任。

P20

封面文章

COVER STORY

90%的旅游批发商，赚钱能力都被低估了

原来我们是同行之间的竞争，现在是自顾不暇，最大的敌人就是我们自己。一时的风光无限，但不知道哪天就不可置信地跌入谷底，所以要想很好地活下去，就要思考如何贴近消费者的需求，不断推动创新。

P24

本刊策划

SPECIAL TOPIC

“种草”时代下

如何通过打造私域流量突破获客瓶颈？

继社交电商烧了一把平台电商的火，今年私域流量概念的崛起俨然成为另一个站在传统电商门口的“野蛮人”。在公域外购流量营销成本高企的当下，企业开始重视用户运营，在各内容平台上建设官方账号，构建私域流量，沉淀自有粉丝，逐步累积掌控在自己手中的“无形资产”。

P38

会议报道

CONFERENCE REPORT

2019南非旅游局旅游推介会在京启幕
以“走进南非、狂野本真”为主题
绽放南非野性风采

未来几个月内，南非旅游局还将与南非同业伙伴紧密合作，将南非打造成一个“为中国服务”的目的地。今年年底，南非旅游局也将为南非重要的旅游运营商举办“China Ready”线上及线下研讨会。



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

高手都是抓住了“不变”的周期性变化

古希腊哲学家赫拉克利特说：“万物流转”。

佛法说：“诸行无常”。

老子在《道德经》中说：“道可道，非常道。名可名，非常名。”

这些话表达的是同一个意思，那就是：天地间唯一不变的就是变。

天地间唯一不变的就是变，这似乎是个真理，世界上永恒不变的就是所有事物都处在不断的流转之中。

同时，物理学的一个重要定律“能量守恒定律”却告诉我们：

能量既不会凭空产生也不会凭空消失，它只会从一种形式转化成另一种形式，或者从一个物体转移到另一个物体，而能量的总量则会保持不变。

所以，当动能消失，也许是转变成了势能，当势能消失，也许是转化成了热能。

能量的具体形式瞬息万变、难以捉摸，就像是不断流转的万物，总是在“变”，然而它的总量却从不改变、恒定为常。

以前，我们琢磨的是，怎样才能跟上这个时代的“变”，从互联网到移动互联网，从传统零售到新零售。

现在，我们要思考的是：在这个世界上，究竟什么才是隐藏在诸多变化背后的那个“不变”？什么才是支配万千变化的那双“看不见的手”？

追随前者会让我们疲惫不堪、彷徨迷失在不断变化的幻象中；而找到后者，则能让我们拥有一颗笃定的灵魂、坚定的眼神和长期主义的心态。

在商业这一层，很多东西都在瞬息万变，但至少有两件事永远不会变：

第一，企业为客户存在，商业的起点是客户受益。第二，人性不变。

互联网与新技术驱动下，零售业态出现了很多新概念、新名词以及新的表现形式，比如O2O、无人零售、社区团购等，但每一个零售行为中，消费者与产品的物理距离和心理距离在历次进化中都在不断缩短。

每一个细分业态的诞生，包括每一个新品牌的诞生，都是对原有用户群的重新分层，对原有消费市场的重新分配。“一米宽，一万米深”说的就是新零售时代的销售模式。

拿着旧地图找不到新大陆。更不该一味空谈模式，无论是我们看到的创新亦或业态，实质上还是用户的体验和供应链。

经营产品只是手段，经营客户才叫资产。

加华伟业资本董事长宋向前告诉我们，中国已经进入了消费者崛起的时代，所有一切的技术表达和赋能最终都是围绕人来做。我们今天讲过的所有新名词、新发现、新观察、新角度和新思考为谁来做？为人来做，不是为物，也不是为场。重建人货场，目标就是人，更好满足消费者不断崛起的品质要求、场景要求、精神要求。所以我们有技术赋能、商业文明赋能，各种各样的赋能，赋能所有的表现是满足消费者不断崛起的消费需求，以人为中心才是新消费、新零售、新商业所在。

刘娜

旅行社资讯主编

大交通解决方案提供商

SOLUTION PROVIDERS FOR TRAVEL TRAFFIC



电话:4000-610-199

网址:www.zailushang.cn

地址:北京市东城区朝阳门银河SOHO C座17层

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

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	王禹燾 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
Editor 编辑	陈都 Taylor
Planning Editor 策划编辑	王雪 Nina Wang 任宇飞 Vincent Ren
Project Executive 会务执行	李嘉欣 Daisy Lee
Ad. Editor 广告编辑	朱明月 Amy Zhu
Customer Service 客户服务	晓燕 Betty
Art Editor 美术编辑	孙丽娜 Yien
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
旅行社资讯网

news@lxnews.com
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

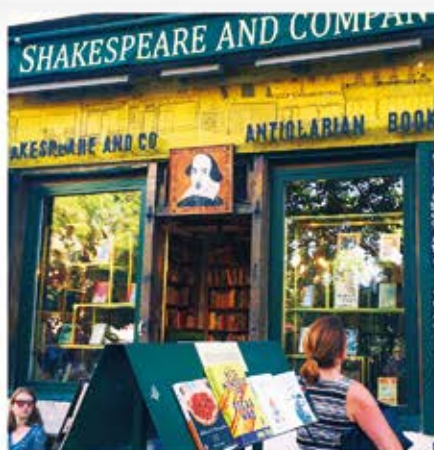
版权声明：本刊图文版权所有，未经同意不得转载或翻印。
本刊中如果刊登某些文章未能及时与作者取得联系，欢迎随时来电。

010 58206265
58206267

行天下

STEP INTO THE WORLD

行者无疆·天下之大



德法意瑞11/12天

- ★优质食宿：特别安排一晚湖畔酒店+塞纳河水上餐厅
- ★醉美双湖：琉森湖+楚格湖
- ★罗马深度：万神殿+许愿池+斗兽场
- ★巴黎深度：巴黎自由行+爱墙+圣心教堂+蒙马特高地
- ★纯净瑞士：阿尔卑斯雪山登顶+楚格小镇贵族公馆
- ★优享体验：塞纳河游船+比萨斜塔+卢浮宫讲解
- ★网红爆款：莎士比亚书店+黄金屋顶+新天鹅堡



10999元/人

9月06/10/13/17/19/24日
10月16/18/20/23/25/28/30日

12500元/人

9月26日
10月01日

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
北京市华远国际旅游有限公司
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
北京市华远国际旅游有限公司
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

海岛线优质供应商

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
华程国旅集团上海分公司
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
华程国旅集团上海分公司
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
华远国旅集团上海分公司
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
华程国旅集团上海分公司

海岛线优质供应商

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)

翔龙万里行

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)

翔龙万里行

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分公司

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-醉美阳光

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-顺成假期

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

四川易飞易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 59138001 www.hytours.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.cnbccts.com
上海国旅	400 650 6550www.scits.com
上海锦旅	400 820 6008www.jttonline.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
世纪假日国际旅游集团	0755-82132641www.travelmart.com.cn

澳新线路

信捷假期	010 64484158 www.xjq.net
胜景旅游	0571 85090968 www.autourworld.com
行天下	010 58365555 www.xtxgl.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.xjq.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.yjxztz.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



华程国旅集团微信



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

打响今夏，再下一城

“太原-莫斯科”开通直航，独家三飞产品上线！

6月17日，“太原-莫斯科”洲际直飞航线成功首航，腾邦旅游集团俄罗斯市场布局再下一城。捷达旅游上线独家品质行程，双首都+金环谢镇，三飞+软卧，区别于市场常规双飞行程，减少1晚夜火车住宿，提升旅行体验。



俄罗斯 Russia
独家三飞 太原起止

大不同：市场独家，三飞行程，减少1晚夜火车

7月1/8日	¥8999
7月15/22/29日	¥9999
8月5/12/19/26日	

行程亮点：双首都+金环谢镇，三飞+软卧，区别于市场常规双飞行程，减少1晚夜火车住宿，提升旅行体验。

俄罗斯 Russia
独家三飞 太原起止

大不同：市场独家，三飞行程，减少1晚夜火车，旅途舒适

7月1/8日	¥6999
7月15/22/29日	¥7599
8月5/12/19/26日	

行程亮点：双首都+金环谢镇，三飞+软卧，区别于市场常规双飞行程，减少1晚夜火车住宿，提升旅行体验。

捷达旅游2019暑期出境游产品发布会

天津站

6月17日，捷达旅游“2019暑期出境游产品发布会”在天津君隆威斯汀酒店圆满举办，现场发布专为天津及河北市场打造的2019年津冀口岸暑期优势产品。暑期档坚持以泰国、新加坡、新加坡+马来西亚和邮轮为核心优势；日本线主打本州全景及关西深度单品；“非凡澳新”系列则延续全国畅收、无附加费的高品质系列产品；同时8款港澳品质游集中亮相，发挥粤港澳大湾区丰富资源…发布会现场干货多、亮点多、气氛嗨，近600同业客户聆听并参与提问环节，以专业与专注打开暑期档大幕。



SUNAC RESORT
哈尔滨融创文旅城



哈尔滨融创雪世界
HARBIN · SUNAC SNOW PARK

哈尔滨融创雪世界周年庆



sunac 融创文旅
中国首家欢乐度假运营商

融创文旅城（合肥 南昌 哈尔滨 青岛 广州 无锡 昆明）
哈尔滨文旅城 | 地址：哈尔滨市松北区世茂大道99-1号 服务热线：400-630-2888
网址：harbinpark.sunacctg.com



融创乐园欢乐2周年 酷泡狂欢节

龙江亲子游首选新趣处





90%的旅游批发商，赚钱能力都被低估了

——专访北京春秋总经理 杨洋

“谷歌创始人拉里·佩奇曾在2013年《致股东的公开信》中表示：“随着时间的推移，很多公司都习惯重复自己一贯的做法，只做出很少的渐进式的改变。假以时日，这样的渐进主义会导致落伍。因为改变应是革命性的，而不是渐进的。”

北京春秋总经理杨洋也在担心，在日新月异的市场环境下，批发行业依然活在昨日世界。 ”

喜忧参半

在中国的旅游发展史上，面向不同层级分销的批发生意像一支不受管制的兴奋剂，为批发商带来了无可比拟的扩张速度和现金流。然而，人生如戏，高光时刻之后，杨洋也经历了行业内彼时“燎原之势的OTA”以及当下“不觉厉 细思极恐”的多元出行方式导致传统业务断崖式下滑的至暗时刻。

“10年前，市场间商业模式的信息差在批发业务上是个宝藏，那时候，人生都是金色的。到了2012、13年，OTA一路高歌猛进，开了挂一般在旅游行业攻城略地。原来旅行社把几万块钱、几十万块钱都当作大钱，自从OTA来了，各路资本带着资金、技术，少则几千万、多则几亿或者几十亿就生砸了。”

“比如说我们春秋一个香港自由行卖2500元才有200元的利润，OTA从我们这里把同样的产品采购过去直接在线上卖999元！而且那时候听得最多的就是类似‘OTA或将成为旅行社掘墓人’的说法。旅行社就坚持熬着，那几年绝对是魔幻一般的经历。”

卓越的语言天赋，即使是追忆起“经营信仰崩塌”的市场节点，在杨洋嘴里也可以说出单口相声的效果。

然而，曾经的明星OTA虽已相继陨落，让资本折戟之时，在线旅游企业这把“猝不及防”的火已经烧到旅游批发商的眉毛了。他们在打破信息不对称，使得信息更加透明化的同时，也意味着用户主权时代的到来。

原有供应链上的关键角色，批发商、分销商以及零售商的权力在稀释、在衰退甚至终结。价值链上的传统利益企业越来越难巩固自身的利益壁垒，传统批发商的“霸权”逐渐丧失发号施令的能力。

杨洋几乎主动拥抱了这种相互冲撞的时势，“信息对称对于批发商来说一点都不可怕，甚至更好。”

“以往我们容易对市场风向、潮流产生误读，因为与消费者隔着非常多的渠道，所以经常要组织咨询会或者发放调查问卷获取市场需求，既耗时又不能获得全貌。但现在我们有马蜂窝，有电商，通过这些平台上的攻略游记、网



红打卡地，设计出更多理解消费者以及建构他们与世界交互方式的产品。”

这也是杨洋最厉害的地方，他的想法总有执行力支撑。

“我们的越南+柬埔寨8天常规团产品，参团的人全是五六十岁的中老年人，但是我们一款越南一地深度游的产品——‘最越南’参团的几乎都是二三十的年轻人。原因是这个产品的设计完全来源于网上热点游记和攻略，高度符合消费者对于目的地的想象和期许。另外，旅行社可以给客人更多的指导，再加上价格优势、领队及导游服务、安全保证等等优势，你说他为什么还要去自由行？”

但在互联网的世界里，一年沧海可以变桑田。背靠资本的在线旅游企业在过去几年开启的史无前例的烧钱竞赛，令周边寸草不生。就连沉淀市场二十余年的批发商，直到今天也都不不得通过价格竞争获取市场，身陷赔本赚吆喝的尴尬境地。

“我最近还看到芽庄五日游才卖499元/人”。一方面，行业进入门槛低且新的玩家在持续扩容；另一方面，消费者在选择产品时决策差异点主要集中在价格，各方鏖战正酣，感觉整个行业“轴”这儿了。

“其实旅游砸价这件事儿是非常合理的。为什么这么说？中国的老百姓收入水平经历了从贫穷到小康，到富裕的转变过程，很多时候市场起初没有那么高的需求，就是靠砸钱、包机，甚至零负团费把市场拉起来，而且这么多年来一直屡试不爽。”

“当然我们也要看到，2008年的时候，中国的人均GDP超过了4000美元，超过4000美元说明旅游进入大众消费阶段。从去年到现在，中国人均GDP在1万美元之间，这时候就进入了品质旅游时代。单纯从数字上看，人均GDP 4000美元的市场跟1万美元的市场是明显不一样的。再看我们的消费群体，原来适合我们的那些消费群体都退休了，现在的市场主力客源一方面是逐渐成长起来的中产阶级，目前大概有2、3亿人。另一方面是消费力极强的80后、90后，他们有3、4亿人，所以主力消费市场合计大概有6、7亿人。你看GDP数字变化这么多，客源人群变化这么多，但我们却没改变。所以现在对传统旅行社来说两个字是最重要的，叫视野。”

这种反躬自省的态度，让杨洋从当年的激流猛进转向了“佛系”。毕竟，如今的旅游市场，已经不再是传统的旅游批发商熟悉的那方世界了，一切都在高速迭代，很难再用过去的思维解释每一个代际的消费习惯，这也让很多旅行社倒在了这种更替中。

务实的浪漫

北京春秋虽然也亲历了市场的跌宕起伏，却一直保持着优等生的前进步伐。“我们还是挺有运气的，比如说拥有春秋航空的优势，而且市场上最好的就是飞日本的包机。再一个我们一直做邮轮业务，这一块几年来一直是上升市场，包括现在

在做的欧洲内河游轮和亲子游等项目都是符合市场发展，因此都成为了我们重要的利润来源。”

被“馅饼”砸中的杨洋也意识到，尽管拿到了幸运塞到自己手上的蜜糖，却依然无法高枕无忧。

“温水煮青蛙，这比当年资金充裕的OTA来了更可怕。原来我们是同行之间的竞争，现在是自顾不暇，最大的敌人就是我们自己。一时的风光无限，但不知道哪天就不可置信地跌入谷底，所以要想很好地活下去，就要思考如何贴近消费者的需求，不断推动创新。”

“打个比方，市场上印度一地产品一般是6日游，而我们的新产品是12-13天。常规产品通常只是到泰姬陵、新德里、斋浦尔打卡，相当于北京、承德、北戴河。印度那么大，参加这样的旅游团从印度回来，朋友一问连孟买、恒河都没去，瑜伽、宝莱坞也没体验。所以，我们的新产品就把这些经典元素全部打包进来，16800元/人，一月两团，结果班班成团。”

“再比如说俄罗斯，常规产品就是看看圣彼得堡、莫斯科，通常八天就结束了。但我们在课本上就学习到贝加尔湖位于西伯利亚，天气预报中各种冷空气的罪魁祸首，所以这里保留了最天然的纯净。还有乌拉尔山、亚欧大陆分界线等丰富的资源，于是我们设计了一个17天的国际列车产品，横跨7个时区俄罗斯深度体验。去年开始发团，初见成效，到今年第一个团是6月12日就收到了23人。”

杨洋的认知里，有文理互通的诗情画意，无所不学的求知欲，某种程度上为他的“开疆拓土”画下坐标系。“市场在升级，我们的产品和服务也要升级。就像欧洲内河游轮产品就是过去欧洲大巴游的升级，开往俄罗斯的火车深度游产品就是俄罗斯包机产品的升级，全景印度就是常规精简版印度游的升级。旅游没什么复杂的，拼的还是产品，尤其是服务，润物细



无声，太重要了。”

杨洋的认知里，有文理互通的诗情画意，无所不学的求知欲，某种程度上为他的“开疆拓土”画下坐标系。“市场在升级，我们的产品和服务也要升级。就像欧洲内河游轮产品就是过去欧洲大巴游的升级，开往俄罗斯的火车深度游产品就是俄罗斯包机产品的升级，全景印度就是常规精简版印度游的升级。旅游没什么复杂的，拼的还是产品，尤其是服务，润物细无声，太重要了。”

“现在全国有几十家社在做欧洲内河游轮产品，但只有我们一家给客人提供路书。因为老年人多，这本路书的字号大小、出行信息都照顾到老年人的方便。除了基本信息，我们把客人关心的浏览到的国家、景点知识、名人伟人、经典电影、经典音乐等信息全部囊括在里面。上面还有二维码，当客人扫进去后入耳的就是代入感非常强的所在国家的著名乐曲。”

“亲子游产品上，所有小朋友到了机场我们都给他一个礼盒，礼盒里是一块绣着自己名字的手绢，我们还专门购买了绣字机，而且还有一位专门人员负责绣制。

产品的创新与迭代可能需要一个较长的周期，因为它需要资源、研发等一系列“硬功”的支撑，但从“服务精神”的视角去进行变革，它能带来的附加值将是惊人的。

如今聚光灯更多地打向了新生代旅游互联网企业，但传统批发商依然没有远离市场的中心。“从绝对值上来说，旅行社组织的游客依旧是逐年增长，这一点毫无疑问。只是比例在降低，因为旅游的方式多元化了。比如说整个市场增长了30%，可能跟团游只增长了5%、3%。其他方式无外乎如此，都被分流掉了。这几年日子虽然难过，但是很多传统旅行社还是取得了突破性的发展，比如2014年众信上市，紧接着凯撒借壳上市，我们春秋航空2015年上市，2017年腾邦收购捷达等多家旅行社，以及众多的旅行社上市新三板等等都是近4、5年发生的事情。”

“那天我看了看，在旅行社行业里，排名前20位的企业家身价都达到了10亿！你说我们在没在市场的中心？我们是不是处境堪忧？”

“中国旅行社中赚大钱的好像绝大多数都具有很强的批发属性。”说罢，杨洋噗嗤一声笑了，就像石子投进了池水，脸上漾开了欢乐的波纹。

大胆、创新、果决，杨洋需要的不是一时走高的游客数据，而是稳定的客人消费习惯的培养，这是一个艰难且长期的挑战。大道小道，进化型的杨洋会否按照既定路线图继续化蝶，未来可期。

(CTA Kaylee/文)





“种草”时代下， 如何通过打造私域流量突破获客瓶颈？

继社交电商烧了一把平台电商的火，今年私域流量概念的崛起俨然成为另一个站在传统电商门口的“野蛮人”。

在公域外购流量营销成本高企的当下，企业开始重视用户运营，在各内容平台上建设官方账号，构建私域流量，沉淀自有粉丝，逐步累积掌控在自己手中的“无形资产”。私域流量运营不仅有助于品牌宣传，调动企业新媒体矩阵一齐对外输出品牌价值观，而且能实打实地带来销售转化，达成数以亿计的销售额。

在竞争激烈、流量红利消失的当下，下一个弯道超车的机会在哪？



马蜂窝旅游电商高级总监金鹏 营销新战场 业务新视角

线上资源整合 开辟营销新战场

马蜂窝旅游网电商事业部高级总监金鹏认为，新营销与以往的营销方式相比呈现出三大特征，分别是社交媒体化、用户数字化，以及迎合用户行为变化。

首先是社交媒体化。传统营销方式主要依靠电视、报纸等媒体渠道的广告投放，信息以媒体为单一中心向用户辐射。而新营销是在用户之间点和点的串联过程中实现信息的流转，信息在由亿万用户行程的关系网络中传播。

其次是用户数字化。随着科技的发展，移动互联网已经进入大众的日常生活，大数据、人工智能（AI）等新技术不断深入产业应用领域，被人们广泛地使用。所有的用户行为都会在网络世界留下痕迹，通过大数据技术，我们可以深入了解用户的行为，并从中分析出用户特性，提炼总结他们消费的规律和趋势，并能根据用户的偏好和特征向用户展示不同的内容，有效提升信息触达效率。

最后是迎合用户行为变化。旅游和很多行业一样，经历了卖方市场到买方市场的变化，我们必须适应不断变化的用户行为和用户需求。以往，用户更习惯电视新闻、报纸文章等长内容的信息输入，今天的用户更容易消化阅读颗粒化、碎片化的内容。随着5G时代的来临，未来用户的行为必定还会发生变化，新营销则需要不断地主动适应这些变化。

马蜂窝如何通过“内容+交易”帮助企业完成新营销路径？

金鹏介绍，首先，马蜂窝是一个社交平台。上亿用户来到马蜂窝，与自己的朋友、同学、以及其他旅行者相互关注，分享旅行攻略、旅行足迹等动态，构建紧密的社交网络。线下，马蜂窝通过“未知饭局”、“蜂尚标”等丰富有趣的社交活动将用户聚集在一起。线上，我们发布了“圣地巡礼”等根据用户兴趣进行聚合的内容板块，让有着相同兴趣的用户形成密集的连接。

同时，马蜂窝也是一个数据公司，用户从寻找灵感、预订产品，到旅行途中的分享和记录，都可以在马蜂窝平台上完成，马蜂窝拥有关于用户旅游全过程的一切数据。这些数据在马蜂窝的大数据系统中形成完整的闭环，无论是B端还是C端都可以进行信息的互联互通。

通过这些数据，马蜂窝更深刻地理解着年轻消费者的喜好，并不断更新迭代，用大数据更好地服务用户，服务旅游产业。

马蜂窝更是一个交易平台。在高效的信息触达之后，可以继续完成交易的闭环，帮助用户和商家完成从品牌营销到产品交易，再继续带动营销的良性循环。这就是马蜂窝独有的“内容+交易”模式。

在这种模式下，马蜂窝的商家与合作伙伴，可以根据自身情况制定自己的营销方式。例如，一些商家会邀请达人体验特色玩法和路线，形成多种形式的用户内容，再将这些内容关联相对应的产品。

马蜂窝为商家搭建起“内容+交易”的平台机制，所有合作伙伴都能在这个机制下做自己的“内容+交易”，分享社群发展红利。

“未来马蜂窝会持续开放内容产能，携手全球合作伙伴，共同将马蜂窝打造成一个丰富多彩的内容生态体系。”金鹏说。

解决行业痛点 打开业务新视角

金鹏认为，及时察觉痛点，合理配置资源，以及高效

的运营和执行，是新营销环境下业务发展的三个关键能力。

其中，痛点包括用户痛点和产业痛点。例如，夏天景区售票口排起长队，我们能够帮助用户在线完成购票流程。用户出行需要及时可靠的交通信息，马蜂窝可以与商家合作，为用户提供及时准确的旅游资讯。

产业方面，旅游旺季很多目的地存在运营车辆供给不足、住宿供给不足等问题。企业要在新的营销环境下发展业务，就要对用户痛点和行业痛点具备强大的洞察力，并提出解决方案，去解决这些痛点。第二是合理配置资源。配置资源分为三部分：组织资源、调动资源、整合资源。公司能够组织哪些资源，有什么资源可以为我所用，如何把自己的资源和别人的资源整合起来满足现在的业务需要，这些都是资源配置的能力。第三是运营与执行。运营与执行是团队的基础也是关键所在，管理机制、团队精神、团队专业能力、人才梯队等都彰显了企业在产品开发面前的实力。

开放平台理念 与合作伙伴共谋新机遇

作为开放的在线旅游平台，马蜂窝也希望从三个能力入手，为平台商家提供帮助，与行业内的优质合作伙伴共创未来。

对此，金鹏也提到，马蜂窝对平台资源进行了整体复盘，希望通过自身的媒体属性、交易属性以及大数据和AI等先进的技术能力为平台商家赋能。

例如，一个新的优质旅游项目想要获得客源，必须要打开线上营销渠道。马蜂窝可以帮助服务能力强的目的地拉动营销端的闭环渠道，提高产品的识别度，并平台商家共享优质资源，帮助优质供应商形成源源不断的内容生产力。

近年来，马蜂窝也通过建立“马蜂窝大学”，不断帮助商家提高执行和运营能力，不断优化自身的旅游信息。

金鹏介绍，马蜂窝大学已经建立了知识仓库、超级学院和服务市场三部分的内容。知识仓库将平台所有的运营点、执行点进行结构化，分门别类地为商家提供应用指导，它既是一本教科书，也是一本词典。超级学院包括目的地学院、度假学院、商品学院等等，为细分领域的内容运营提供进阶课程。邀请平台优秀的运营人员担任讲师，传递先进的运营经验。第三部分是即将上线的服务市场，它是整个旅游垂直领域第一个第三方市场。在这里，商家可以将设计、策划、客服等外包给第三方供应商，由它们提供颗粒度小、灵活度高、性价比更高的运营服务。未来，马蜂窝大学还将为合作伙伴提供更多优质和丰富的服务。

马蜂窝作为平台企业，一直坚持开放发展的理念，不断将资源和价值赋能给产业，赋能给合作伙伴，与此同时，实现马蜂窝自身的价值，在开放中与合作伙伴共同谋求新的发展机遇。



从ClubMed代理到明星商家 “裸心游”如何成为马蜂窝平台流量小花？

裸心游创始人俞霞玲表示，具有小众调性的裸心游在产品包装上能够做到以下几点，并有效提升客户体验。

线上线下对客户需求数据的采集整理分析；目的地沉浸式的深度挖掘结合具有仪式感的体验方式，例如在摇橹船之上会为客人泡一杯自己采摘的龙井，放一段古乐“三潭印月”；产品打造核心团队的构架、培训、筛选。首先团队在打造初期对于个人审美以及创意的能力都有一定的要求，再加上由图片、视频等内容的输出以及特色活动的审美把控都有专人负责，让产品从包装到体验感的每一环节都细致入微。

讲究与产品格调一致的高粘性客户

裸心游的客户是目前旅游市场的主力军——他们不再心甘情愿去将就传统旅行的走马观花式行程，开始对旅行有一定的品质要求，渴望在目的地有一些新奇有趣的深度体验，能感受到更具当地味道的风俗人情。裸心游就是在这样的客户群体需求的大背景下，着力于人群、目的地、体验细化分类，通过规范服务理念以及客户维护实现客户的二次选择和与裸心游之间的品牌粘性。

自由行中的“奢侈品”

处于发展前期的高格调产品必然处于低流量的状态，所以对于裸心游来讲，高品质类产品的开发更像是奢侈品的品牌理念打造植入，这对裸心游的可持续发展至关重要。假以时日一旦高品质的印象和口碑累积到一定量就会量变到质变、口碑到流量。小资用户对产品的选择也很独到，而裸心游的调性恰好满足他们的需求，还可以形成长期信赖的关系。由此一定程度上可以降低裸心游的品牌推广成本。



创造只属于“市场需求”的“需求”

虽然随着互联网的发达，在自由行市场方面，大多数人能够解决基本的需求。但是随着用户素质的不断提升，对当地体验的需求会逐渐走向更加深度化和个性化。而裸心游正是扮演着这样的角色，通过时间的锤炼去挖掘并呈现给客户这些深度体验的产品。对于市场，裸心游并不是走创造需求的逆行，而是在市场大需求的基础上去创造需求，让每一位客户在裸心游平台上拥有更自由的选择权和更高水准的体验，这也是一个旅行品牌能够稳定向前持续发展的基础。

目的地品质旅行品牌“裸心游”，2017年从ClubMed的代理转型杭州地接，推出多款深度体验一日游产品，当年便成为马蜂窝华东商家大会的明星商家。其中轻奢秘境杭州1日精品线，在发现旅行上线3小时，150多人下单。





逐梦自由行赛道 懒猫旅行如何亮出利器

作为新型旅游公司的懒猫旅行虽起步较晚，但成立以来业务增长稳定，融资顺利，专注细分领域的落地服务和硬件投资，正在逐渐走向成熟。

追逐自由行跑道 懒猫旅行两大参赛资质

懒猫旅行副总裁黄崇翀告诉记者，目的地产品升级和供应链效率提高是产品打造的致胜法宝。首先在发展过程中，为实现目的地产品升级，平台软硬件升级往往同步进行。围绕安全体系和质量体系这两大核心体系，建立SOP执行标准，通过“培训-监督-优化”的管理流程来保证落地和效果。

其次，供应链的完善也是重中之重。懒猫旅行选择优质的上下游供应商，与他们建立互信双赢的合作氛围，保证双边或多边长期利益的绑定。公司内部从组织架构和人员储备上，会保证全流程的参与和把控。特别在自建资源的整条供应链上，从设计到各项资质注册、认证、上架、售后等环节，都能够保障其合法性和执行力度。在投资目的地资源时，懒猫以自主研发船型为主的自营船队于2017在普吉岛下海运营，专门针对中国游客“海岛一日游”习

惯提升软硬件服务体验，自有团队把控管理、培训、质检和品控，深受好评。2018年开始，懒猫旅行将泰国已经成熟的模式复制到其他目的地和产品类型，在开发程度还未完全成熟的马来西亚见效也很明显。

借力大平台全方位营销努力也需讨巧

懒猫旅行在营销方面选择与大平台合作，黄崇翀认为，专业的人做专业的事，懒猫旅行提供优质的产品，而大平台的流量获取方式多、来源广、转化高，无论是付费流量还是免费流量都已形成体系，增强了平台的流量聚合效应。从效果上看，付费流量ROI曾经最高可以到100。

互联网时代进行社交媒体的营销必不可少，社交媒体拥有可观的流量和覆盖面，同时参与门槛低，容易形成话题性，传播速度较快而且触及范围广。“这样的营销方法有利于企业口碑的传播，建立客户对品牌的忠诚度。懒猫旅行还积极参与跨界营销，打破行业间的界限，为更多人提供个性化的产品体验，创造更好玩的品牌活力。”

变化的客户需求 不变的评判标准

“懒猫旅行在线下资源的采购和陪玩官的选用过程中，往往要经历三点：一是对用户需求和痛点的面对面、持续地了解和总结；二是经过运营的实践，并且在实践中不断总结经验；三是付出大量的时间和精力培养搭建落地系统的能力，确保能够通过‘制定-培训-监督-反馈-优化’这一循环的检验并有效落地，而且还要具备可复制性和自我升级。”

不管在世界任何地方，不管这个地方的基础设施和服务配套水平如何，客人对服务的要求是不会降低的。懒猫旅行坚信，只有保证所有产品拥有一致的高水准，才能给予用户确定性，才能真正地形成客户粘性和口碑。懒猫旅行励志把优质服务作为习惯，保持产品标准一致，也只有这样，口碑方能延续。





旅行社越来越被边缘化？ 这家成立60余年的老牌劲旅却受到年轻人追捧

麦趣自由行创始人兼CEO谢小春表示，麦趣自由行的品牌理念是“超你所想，省心畅行”。相比其他自由行，麦趣自由行提供更多的服务和后勤保障。先说服务，麦趣出发前有旅行顾问答疑解惑，有定制师设计专属路线，在旅行途中有客服24小时待命，做到与客户及时沟通，协助解决问题，细心和贴心的服务在客户出行过程中如影随形。

出去玩，保障很重要。很多客人购买了产品后，体验很差，投诉无门，只能吃哑巴亏，但在麦趣是不存在的。因为麦趣自由行属于一站式的自由行服务平台。利用自身机票+酒店的优势，和多家供应商以及地接合作，所有资源都是一手且可控的，客人发生任何问题都能得到解决。因此，麦趣自由行提供的服务除了有质量，更有保障。

至于产品升级方面，麦趣自由行几乎每周都会召集产品经理开会，事无巨细地商讨，酒店选址的优劣势，景点选择与客人的匹配度。会站在客人的角度深挖目的地资源，根据不同的客群选择对客户而言体验感更好、更加合适的碎片化资源进行整合、优化成既具有差异化又符合客群需求的自由行产品。

麦趣目前有3个人群主题系列，趣亲子、甜蜜蜜和闺蜜GO，每个主题都做的非常细致，几乎囊括了一个人的成长轨迹和生活轨迹。举个例子，一个女性，她有男朋友，可以选择甜蜜蜜。想和朋友出去玩，闺蜜GO能满足她。等她结婚生小孩，根据孩子的年龄层，趣亲子又有不同的产品满足她和孩子的自由行需求。

聚焦客户精细化、个性化出行需求

现在是大数据时代，有许多数据可分析、追踪游客的消费需求，而网络上的许多热点事件值得参考学习，还需要“站在客人的角度”设计产品，只有充分理解客户需求，设身处地的替客人着想，才能在最大程度上满足客户的精细化需求，定制自由行产品与常规跟团游最大的区别是常规跟团游对客户而言通常是“我给你什么，你就玩什么”，而定制给的是“说出你的需求，我们来尽力满足”；当然在满足客户需求的下一步，麦趣自由行需要做的是进一步的精益求精，从细节上做到贴心，从而让客户省心，这样才能够提升出行体验。

企业社会价值如何，用“口碑”说话

麦趣自由行认为平衡社会价值、品牌树立和利润增长之间的关系是互相促进的关系。麦趣是一个品牌，一个企业。企业要生存下去，自然要有盈利。企业能生存和能盈利的原因只有一点，满足人们的需求，这也符合企业在整个社会的最原始的定位——创造价值。因为能创造价值的企业，才具有社会价值。

麦趣作为定制自由行企业，他存在的价值就是为特定人群服务的。这些人，已经不再满足跟团游，想通过定制的方式，去体验更多维度和层次的自由行体验。跟团游满足不了，机票+酒店单项相加的自由行满足不了，而定制恰恰能做到这一点，那他就会关注你，那你的存在就有价值，后续通过优质的服务和过硬的能力，赢得他的信任，品牌的口碑和影响力自然就会扩大，利润也会有所增长。利润增长后，在针对品牌做更多的投入，让更多人不知道却有需求的人知道你，那社会价值也会不断地被放大。

麦趣自由行作为新景界旗下的自由行品牌，在品牌支撑这一块给予了其极大的帮助。新景界一向以好品质在同行著称，颇有口碑，让游客在选择麦趣自由行时多了一份信心。

新景界也有200+线下门店，有销售过麦趣的门店，几乎都会有回头客。从反馈来看，麦趣有着高度的客户认可度和信赖度。



自由行如火如荼发展态势下 社交旅游品牌“游侠客”如何获取私域流量？

游侠客北京公司总经理柴芸女士认为，产品、用户和内容这三者之间有着这样的关系：平台上的用户即是“鱼儿”，给“鱼儿”种草以优质内容、IP目的地、攻略、游记、酷炫视频等作为引渠，将“鱼儿”最终引流到鱼塘里。当“鱼儿”和水融为一体时，社群就出现了，再放“鱼饵”——有调性的产品。而兴趣相投的“鱼儿”会细分出不同的池塘——群组。这些细分群组可能是某兴趣群（滑雪群）、某地区群（北京群）等。如此，平台即打造了一个用户生态体系。

“高”、“低”结合的社群运营之道

用户生态体系听起来轻而易举地就这么打造了，可运营维护起来就不那么轻松了。旅游作为大众的低频消费品，注定要与具备高频属性的社群相结合才能创造奇迹。旅游虽是低频事件，但是人们随时想要去旅行的心却是一直活跃着的。再配合以交互性强、实现方式快的社群，用户运营和拉新的目标就近在咫尺了。当然，这样还远远不够。游侠客同时还运用小程序、一些“四两拨千斤”的营销手段、线上线下的大型活动，增强社群趣味性、用户黏性。

“游小侠”就是这样一位“人物”。“游小侠”的年龄可大可小，“游小侠”的专业涉猎广泛，“游小侠”的角色既是管理员又是用户身边的朋友，“游小侠”游走在各个社群，随时为用户解决一切交友出行需求。“游小侠”很会“聊”，可以和用户打成一片，彼此成为知己朋友；“游小侠”很会“勾引”，用户裂变拉新不成问题。

用情怀打造产品

游侠客的注册用户现在以80后为主，分布在各个年龄段。柴芸女士认为，一个好的产品经理在打造产品的过程中，首先要有“先感动自己然后感动客户”的理念。这个产品经理一定是会讲故事的、有情怀的、有个性的人。而游侠客的产品，首先内容一定是优质的，感兴趣的人早晚会关注并喜欢上。摄影游、主题游、亲子游、定制游……越来越多的产品线路和越来越复杂的产品体系架构，在这个产品为王的时代，如何把控产品质量也是线上旅游要攻克的一大难题。运营多年，游侠客也将不断积累的经验，真正运用到爆款打造和产品创新上。游侠客相信用情怀打造的产品必定有助于流量的获取，必定是产品、服务高水准的口碑前提。





几经波折过后 旅游碎片化服务的未来到底在哪里？

“无待旅行自成立以来，发展相对稳健，希望为市场提供真正有用的产品、真正有价值的服务，而不只是单纯的产品搬运，更不是同质化竞争。无待旅行相信这样的公司才是有价值的公司，唯有有价值才有生存下去的理由，公司才可以发展。”

创新、创新、再创新的产品 彰显企业生机活力

无待旅行CEO刘煜馨表示，产品创新、服务创新、管理模式创新以及目的地资源深挖，是无待旅行发展最注重的几点，一直在孜孜不倦地下功夫。面对自由行游客越来越个性化、碎片化的出行需求，无待旅行深知对上游产品深挖及资源整合的重要性。

在产品设计上，无待旅行不再从商家的角度提供产品，忽略用户真实的需求，而是在理解游客不断变化的需求的同时，到上游去深挖整合资源，对旅游产品不断创新。

为了给客户提供更好的行程体验，无待旅行在细节处加入了令客户眼前一亮的元素。例如，无待旅行在海岛一日游中加入玻璃船，就是为了方便客户拍照晒美图。虽然开始地接社并不乐意这样做，但是产品卖火了就有后继者纷纷效仿。

这样的创新很容易被模仿，无待旅行对此并不感到担忧，而是一门心思将产品创新进行到底。

开发资源、优化资源、大胆创新去开发一些从无到有的产品是无待旅行的活力所在。例如，无待旅行在沙巴地区建立了可可精灵景区，开发了一整个山头，有网红款的悬崖大秋千、鸟巢、悬崖餐厅和树屋Spa。

“这些之前在沙巴是没有的，成为了游客到达沙巴地区独特的体验。在仙本那顾客可以在一个400平、360度的海上Spa的同时静静看海观鱼。这些体验对于游客来说是绝无仅有的。”刘煜馨说到。

耐得住寂寞 挖掘流量入口

在营销方面，无待旅行自创立以来，一直都是自己默默经营，暂时没有借助过资本市场的力量。无待旅行深知旅游用户忠诚度低，特别是电商，经营境外碎片化服务电商更是如此。

平台可以通过一次降价促销给客户补贴，得到客人，之后又能用什么样的服务将客户留住呢？多少有效用户能被再一次转化？这些都是值得思考的。

“旅游电商是很折腾人且辛苦的事情，无待旅行只能不断更新产品找到新的流量入口。从游记攻略到直播、短视频、短图文，无待旅行不错过每一个流量风口的尝试。”

顺畅B端和C端渠道 提升客户体验度和信赖感

刘煜馨介绍平台内部运营时特别强调，无待旅行的预定流程全都是系统化操作，不会出现错漏订单状况，地接团队也是系统化管理自己的库存、订单和账单等。通过Tvine系统将平台、地接社、资源方、分销商及顾客整合到一起。所以，顾客通过任何一个OTA平台下单后API对接就直接到了TVINE系统。地接社能够即时通过手机确认订单，修改自己的库存。

而顾客，也可以在出行前通过系统接到通知、车牌号、司机号、电话等。每一个顾客都配有专门的人工客服，以便在旅游过程中出现任何问题可以协调地方。

无待旅行第一时间为顾客答疑解惑。无待旅行要求员工必须像对待朋友一样对待客户，定期和顾客互动和沟通，自己沉淀自己的顾客，在工作中交朋友，在工作中找乐趣。无待旅行严谨的流程和用心的服务，是顾客信任感最主要的来源。



当市场下沉 甜程旅行网如何赢得二线城市自由行游客的青睐？

甜程旅行网CEO白杨向记者说到，其创立初期主推业务是周边游和签证，通过丰富的高频复购、低客单价的产品拉新，实现了迅速拓展用户，并增强了用户对品牌的认知度。“一方面，甜程旅行网在沈阳主要商圈布局智能旅行体验店，励志成为东北人身边的旅行网站；另一方面，与各大旅游局、景区、航空公司等联合，一起为甜程会员提供近百场线下旅游沙龙，不断提升旅游产品的附加值。”

提及甜程旅行网的成长，白杨认为，这归功于甜程旅行网对于市场的洞悉和努力。目前旅游市场消费需求多样，用户消费习惯向线上转变，甜程旅行网可满足市场的需求；东北地区旅游行业以传统旅行社为主，本地自由行OTA处于空白状态。而传统旅游行业向互联网转型是大势所趋，甜程旅行网作为线上交易平台，可为用户提供方便快捷的服务；甜程旅行网作为东北地区的OTA品牌，更了解东北市场态势和东北用户需求；透明消费、精选地接，甜程用心打造产品的品质：行前完备的旅行方案，行中多对一管家式服务，提升用户旅行服务体验，行后提供丰富的会员活动及福利体系，诸多细枝末节的打磨造就一个令用户体验十分满意的产品。

专业的团队做专业的事

“随着甜程旅行网在东北地区知名度和影响力的攀升，越来越多的北方业界精英慕名加入团队。同时，公司为人才培养深造提供机会，提供线上学习机会、线下考察交流机会。公司有着良好的晋升机制、完备的组织架构，为人才提供成长空间。甜程与大学生的U.U联盟项目，可以选拔培养高校人才，还独创了校园合伙人制度，架起了高校和企业之间的人才输送桥梁。”

甜程旅行网在产品打造方面运用互联网思维，发掘用户喜闻乐见的产品。在平台上用户可进行多种产品随心搭配，拥有自由选择的空间。白杨认为，只有真正做到从游客角度思考，产品的合理性和体验度才会所有提升。甜程后台数据记录可为用户画像，更加精准地获取用户需求。甜程也有着高效的监督投诉机制，例如甜程的群聊10:1服务，就是为了严格把控用户行前、行中、行后的体验度。此外，平台上丰富的攻略内容为用户提供行前参考，旅行达人入驻分享甜程旅行的体验版块，为用户提供中肯的旅行建议。

掌握优质资源 深耕市场需求

作为东三省的自由行品牌，甜程已经形成了自己的独特优势。深耕市场10余年，积累了大量优质客户群；品牌联合背书，提高了公信力，给用户留下良好的企业形象，收获旅游规模效益；甜程合作伙伴众多，长期合作的信任感更利于新模式的拓展和延伸，也可以共享旅游资源优势；甜程是东三省用户身边的旅行服务网站，更值得信赖，可第一时间解决用户的问题。

白杨认为二三线城市的自由行市场只要顺势而为，就能取得市场的胜利。随着互联网旅游公司的用户逐渐向二三线城市转移，二三线城市客源增长惊人。出行人群向多个年龄段渗透，不仅是年轻群体，年长者和学生也逐渐接受更自由的旅行新形式，家庭出游需求呈上升趋势。用户也不再拘泥于距离国内较近的东南亚、日韩，逐渐向小众偏远的国度转移。





天巡高级市场总监高崧 出境游市场 未来可期

提及中国出境游现状，其规模毫无疑问是世界增长潜力最大的。根据文化和旅游部的最新数据，去年总出境人次为1.5亿。天巡高级市场总监高崧表示虽然直观显示这个数字占我国总人口的十分之一左右，但需要关注其中常旅客人群、第一次出境游游客以及跟团出境游旅客的数量分布情况，并考虑到常旅客人群一年内的出境次数。

“据报告显示，近70%的出境游客依然集中在东南亚短途目的地，长航线目的地的自由行游客数量仍有非常明显的增长空间。据出入境管理局最新发布的报告显示，2018年全国有效的因私普通护照仅为1.3亿本，也就是说，我国还有近90%的人没有出过国，甚至超过10亿人还没有坐过飞机。这些待旅游人口转化规模以及四五线城市是未来出境游增长的主要阵地。”

此外，由于近年来旅客收入水平的提高及思想观念的转变，再加上大陆飞往境外多国的航线正在日趋成熟，直飞航线增多，旅客们的旅行成本降低，出行性价比提高，出境游保持一个良好的发展势头和发展空间。“目前出境游深受社交媒体及电视节目的影响。在移动时代，大数据与社交媒体使人们外出旅行愈加便利，旅途选择也愈加丰富多彩，一篇精美的游记和图片都有可能成为旅客出境游的契机。从中可以看出对于当下热爱旅行的人来说，‘体

验’的需求胜过了“抵达”本身”，高崧讲到。

高屋建瓴 寻找突破方向

“目前出境游存在的问题是旅行时间极其依赖法定假期，这导致了出境游现状呈现出黄金周、三连休档期并喷式现象。”根据报告显示，今年春节黄金周出境游客数量接近650万人次，同比增长13%左右。刚刚过去的五一小长假，出境游客量也接近500万人次。背后的主要原因是中国法定假期的特性和企业单位授予员工的年假构成：年假有限、请假不便、996现象都是错峰出境自由行存在较大局限性的潜在原因。

尽管如此，现在拼假出境游的潜能也很强劲。另外，从天巡的机票价格走势上经常能发现错峰出行、避开黄金周和小长假档期的情况，机票价格往往可以便宜40%，甚至更多。因此，可以错峰出游以及躲避蜂拥现象的小众目的地，都有很大的发展潜力和拓展优化空间。这一市场趋势和痛点，是旅行产品做到差异化的机会。

知己知彼 放眼全球

基于大数据分析，高崧提示到，中国大陆出入境旅游的热门目的地都为周边国家和地区，截至2019年5月排名前三的热门旅行目的地分别为日本、台湾、香港。其中出境游热度增势最快的三个城市是阿姆斯特丹、新加坡、曼谷。与此同时，有些小众国家的出行热度也大幅增加，逐渐成为境内旅行者新的旅行偏好。另外，根据出境游大数据显示，多个特色国家的旅行成本相较前年都有所降低，尤其是欧洲地区的整体出行成本呈现明显下降趋势，亚太次之。

从境外旅行者的入境来源地情况可以看出，中国大陆同样受周边国家和地区的旅行者偏爱，2018年入境旅行最热门客源地地位列前五的分别为台湾、日本、香港、英国、新加坡，这与出境旅行者最为偏爱的境外目的地基本一致。

“从入境旅游人数的增长率来看，中国境内旅游市场在各国吸引力都有所增强，法国位列增势榜第一，赴大陆旅行人数在2018年增长了1.5倍，亚欧其他各国跟随其后。境内最受偏爱的目的地仍是以北上广为首的一线城市。但是随着境内旅游产业高速发展，许多富有特色旅游资源的二线城市也在境外旅行者间变得日渐火爆，去往福州、沈阳、延吉、哈尔滨及重庆的境外旅行者数量在过去的一年中皆有较大幅度增长。”

从天巡出境游人群画像可以看出，18-29岁的年轻人已成为出境游的主力人群，占据总人数半数以上。女性旅行者占比相对较大，占总人数的55%。家庭游仍是出境游的主流，但值得一提的是，一人游也有了两成的占比。

数据导向模型 理性只是产品的一方面

数据增长模型一直是一家企业的核心竞争力，市场对于天巡的数据增长模型也充满了好奇，针对这一部分，高崧

告诉记者, Sky scanner天巡是一个搜索引擎, 基于超过1200家的航空合作伙伴, 涵盖全球的航空公司和在线旅行社的机票大数据, 每月有超过8000万的全球活跃用户使用天巡搜索和预订机票。这也决定了天巡是一家完全数据导向性的公司。在营销方式和用户获取渠道上, 天巡一直采用Growth也就是数据导向型用户增长模型。对于天巡来说, 市场即是产品, 产品亦是市场。市场和产品两个方面相辅相成, 所以天巡的市场团队都是既了解产品数据漏斗和产品实验模型, 又了解市场渠道的数据表现, 通过优化产品和不同产品落地页在不同数字渠道上的AARRR漏斗表现, 来不断优化转化率和ROI。

所谓AARRR是一个比较通用的漏斗模型, 为Acquisition用户获取, 也就是各个获取用户的渠道; Activation 用户激活, 用户从各个渠道到网站或者App上, 有多少比例的用户使用了天巡的产品搜索了机票、酒店、租车服务; Revenue收入表现, 通过对各个渠道所获取的用户, 分别产生了多少收入, 有多少比例的用户能够产生收入, 也就可以计算出不同渠道所带来用户的ROI, 另外的Referral和Retention分别追踪各渠道的引荐用户比例以及重复访问数量和表现。

“当然, 模型是一种比较被广泛应用的理论, 而在天巡的营销模式和团队技能方面, 通过Growth的模式, 让每一位员工都会使用多种数据工具, 包括最基本的Google Analytics、Appsflyer、Tableau这些数据追踪工具以及可视化数据报告工具, 也包含产品漏斗工具和实验模型数据, 比如Mixpanel和Dr. Jekyll。”

增长模型本没有好与坏, 只有适合不适合, 最佳的营销方式还是看产品本身和整体市场投放策略、多种渠道的综合应用、不断通过实验来优化投入产出比、市场团队和产品团队的紧密合作、数据部门对交叉数据的支撑和全面数据库的建立, 才能做好用户增长模型的基础。

最后, 只有数据就够吗? 高崧的回答是不够的, 就像理性与感性, 都是一个人不可或缺的性格。产品运营和市场营销也是一样的, 数据是一个产品的理性一面, 但每个产品也有性格特征和情感属性, 品牌情感的传递与品牌知名度的提升, 都会对用户好感度、用户忠诚度、产品溢价能力上得到提高, 最终也会表现在增长模型上的数据提升。

所以直接数据导向型用户增长和间接品牌导向型传播加持, 是提高短期效果和保持长期效果的双刃剑。



心动 行动 随❤️而动

金凤凰定制 让旅行更轻松

定制游

私家团

精品团

个性旅游体验 从量身打造开始
招聘广州分公司经理和销售



迪拜总部:

Mob: +971-50-4544156 +86-13601066732 (中国)

QQ: 1136422517

微信: 1136422517

E-mail: zhangkai@dubaigptour.com

地址: Office 229A, Galleria Hyatt Regency Hotel Dubai-UAE



扫码看行程

即时响应需求
免费制定方案

2019中国国际服务贸易交易会 北京国际旅游博览会精彩开幕

6月18日，2019中国国际服务贸易交易会北京国际旅游博览会（以下简称“北京国际旅博会”）在国家会议中心开幕。

作为2019中国国际服务贸易交易会的重要专业板块和国内外旅游业界的优质交易平台，2019北京国际旅博会吸引了来自80余个国家和地区、国内30个省区市的近千家旅游机构、旅游企业和特邀买家参展，展会面积2.2万平方米。展会现场，各具特色的特装展台、丰富优质的惠民产品、充满异域风情和地方特色的主题活动，以及妙趣横生的互动体验，汇聚成一场精彩纷呈的文化旅游盛会。

2019北京国际旅博会将秉持共商、共建、共享原则，继续发挥文化交流和贸易交往的平台作用，呈现更多优质的产品，开拓更加广阔的市场，创造更为立体多元的贸易合作，推动贸易畅通、文化交流，实现互利共赢、共同发展。

展商风采

6月18日开幕的BITE展会上，神舟国旅集团总经理何国亮表示，今年BITE从产品端上看明显减弱，包括一些大的民营批发商也未设展位。几家国有企业像神舟、康辉、中国旅游集团等在产品的数量上也不大。从零售端来说，预计今年不会很火热，因为各家批发商的促销优惠活动很少，产品相对集中在邮轮、东南亚国家，往年热销的东南亚包机、欧洲游产品今年几乎看不到。过去一个季度热卖的台湾自由行、南亚等产品有可能在展会上受到消费者追捧。另外，以往无论是B2B还是B2C交易，买家通常抱有淘宝心态，随着市场购买力和购买方式的变化，旅游产品的买与卖也在不断发生变化，今年非常明显的变化就是淘宝心态到淘现实的转变，产品更加实在，品质不断提升，我想这也是未来的趋势。



神舟国旅集团总经理何国亮

印度传奇假日旅行社是由印度旅游界专业人士联合成立的旅游公司，总部与运营中心设在德里，在印度及邻国设有强大的办事处网络。在澳大利亚、中国、瑞典和韩国设有海

外办事处。十余年发展中，致力于为客人提供鲜有的印度精华旅程，提供团队、自由行、定制行程以及文化及奖励旅游。



Era Tours & Travels (India) Pvt. Ltd.（印度时代旅游公司）前身是UTI旅游集团，1990年在德里成立。公司自1997年开始接待来自中国的商务考察团，总经理白瑞佳女士（Nayaal Richa）曾在复旦、南开留学，对于来自中国的公务接待团组、商务考察团组、参展观展及观光游览团组，白女士亲自设计行程，确保符合中国客人的习惯、爱好和要求。



乔尔邦旅游有限责任公司提供到萨哈共和国首都雅库特的高端定制产品，该公司经营着一个非常成功的狩猎场，拥有允许狩猎野生动物的证明文书，狩猎场内有丰富多样的大型动物，欧洲盘羊、麋鹿、熊等。此外还有寻找猛犸象牙之旅、钻石之旅等，行程通常在8-14天，客单价在2万以上。



三叶草兰卡旅行社（CLOVER LANKA）成立五年多，拥有自己的车队和中文导游，可提供私人定制服务。2018年服务了近6000名中国游客。



FAVORIT旅行社成立于93年，提供全俄旅游产品、中文司导以及旅游专家7X24小时服务，且拥有具有竞争力的资源及价格。



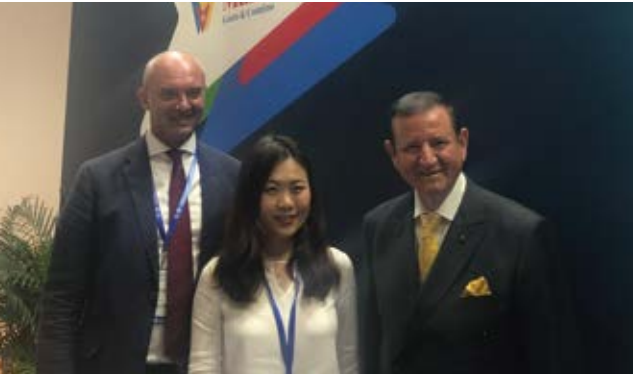
东京会议及旅游局中国地区北京代表孙波向记者讲到，东京作为日本的首都，时尚潮流、动漫游戏、美食休闲、科技金融等元素在这里交相辉映、绽放光彩。做为吸引力十足的目的地，东京无论是在硬件设施还是软件设施上面都将中国游客的体验感受放到第一位：随处可见的中文服务、品类众多的旅游产品和资源、从白天持续到深夜的生活体验，旨在让更多的中国游客体验并融入到东京的生活。

在目的地推广和宣传方面，东京会议及旅游局与众多国内优质旅行社共同携手在中国众多城市开展路演活动，希望实现与B端及C端的信息互联互通，并加强与国内业者的联系与交流。今年4月东京也被携程旅行网评为最受中国人喜爱的海外目的地和网红美食打卡圣地。随着2020年东京奥运会的举办和日本签证政策的进一步放宽，孙波相信会有更多的自由行游客去到东京体验当地的旅游服务。



东京会议及旅游局北京代表孙波

马耳他本国居民仅46万，每年却接待超过200万的全球游客。据马耳他国家统计局的数字显示，2019年第一季度马耳他入境游客就已达到667905名，与2018年同比增长3.1%，其中70%是为了度假，30%是为公务而出差。游客总消费8470万欧元，与2018年相比同期增长3%。而中国游客赴马耳他的人数也出现了逐年递增的可喜变化。马耳他旅游局正努力着手策划进入中国市场后的初步宣传和推广工作。未来将致力于进一步加强与旅行社和媒体之间的沟通与合作，让马耳他作为地中海之心的独特魅力更加深入人心。



左起：Alpine Sterling地接社董事总经理Warren Zahra
马耳他旅游局市场经理武笑龙
马耳他共和国驻华大使卓嘉鹰(John Aquilina)

野性的呼唤——聆听 “彩虹之国”如何俘获中国游客的芳心

——专访南非旅游局亚太区首席代表
Mansoor Mohamed先生

“截止2018年12月，到访南非的中国游客数量为97,136人，平均每月抵达人次8,095。目前到访南非的中国游客中自由行游客比例为20%，团队游客比例为80%。随着越来越多线上平台的发展和游客旅游理念的转变，预期未来FIT的数量会进一步增长。作为南非的海外客源国之一，中国游客到访南非的总数排名前四，其余三国分别为英国、美国和德国。对于南非来说，中国游客的增长在所有国家中处于首要地位。”

工欲善其事 必先利其器 亲民目的地打造 时刻迎接中国游客

Mansoor Mohamed先生提到，由于南非对于中国来说是长距离目的地，且是英语国家，这一定程度上影响了中国游客到访南非的频率。但是南非旅游局为了中国游客更便捷地到达南非，一直在改革签证政策，尽力缩短办理时间、简化手续步骤、增加签证的有效期……中国游客还可由北京、深圳、广州直飞到约翰内森堡，或者由中东等地转机抵达。这些努力都是为了方便中国游客到访南非。

在德班举行的南非旅游行业盛会（INDABA）上，南非总统拉马福萨先生也曾多次提到中国，由此可见中国市场对南非旅游业的重要性以及南非旅游业对中国市场的重视程度。对此，Mansoor Mohamed先生表示，“传统上，人们对南非的印象是钻石和黄金盛产地，而现在，真正的黄金是南非的旅游业。中国市场对于南非来说是极其重要的。随着南非旅游局中国办事处在宣传推广方面预算的增加，中国游客在未来势必会实现可观的增长。”

为刺激中国自由行游客的增长，南非旅游局有自己的推广策略。南非的酒店类型多样，而且在不断提升其服务水平，可满足中国游客到南非旅游的不同住宿需求，同时在机



场和主要景区建设方面，为便利中国游客也会提供相应的中文服务，政府要求旅游业从业人员积极学习中文，向中国游客传达友好、友善之情。提及餐饮行业，选择到访南非的人们随处可见中餐菜单，这也为游客提供了多样性的选择，让他们在南非体验到宾至如归的感受。“除对于资源方的诸多要求外，南非旅游局还与当地地接社合作，共同探讨游客到达南非的核心旅游需求。”

以上诸多行为间都体现了南非对中国游客的重视，希望更多的中国游客爱上南非并能够多次往返中国和南非之间。

酒香也怕巷子深 互联网数字营销 用心打动中国游客

南非什么时候最适合旅行？Mansoor Mohamed先生的答案是一年四季，南非总有其独到之处等待游客去发掘。

“由于中国和南非之间的气候差异，对于中国游客来说，到

南非是反季旅游。例如，时下正处于中国的夏季、南非的冬季，而南非的冬季天气温和，对于游客来说旅游性价比也会比较高。如果此时前往南非旅游，Safari就是一个不错的选择。与野生动物的近距离接触会让你爱上南非的狂野和自由。”

随着互联网的迅猛发展，年轻人越来越依赖于移动客户端的APP使用。不论是携程网、美团、大众点评、穷游网等旅游线上平台，还是微博、微信等社交媒体网络，通过与旅业伙伴的合作，南非旅游局中国办事处不断夯实与中国旅业的紧密联系，及时将南非旅游的最新产品、线路和活动介绍给中国游客，加强与他们的互动关系，加深他们对南非旅游的印象。例如，南非旅游中国区授予著名演员黄渤“旅游形象大使”称号，并邀请他到南非体验，体验行程在微博产生了海量话题，这对南非的宣传意义起到了积极的作用。

在市场营销方面，南非旅游局中国办事处也一直在探索与实践，不论是与马蜂窝、穷游网、携程网等线上平台的合作以吸引更多热爱自由行的游客，还是与线下旅行社的合作让更多的中国游客关注到南非的旅游产品，南非旅游局中国办事处都坚持不懈地向中国游客介绍彩虹之国的魅力与精彩。

除传统的营销模式外，跨界营销一直活跃在人们的视野，如何做好跨界这一难题却没有正确答案。南非旅游局大胆尝试跨界营销，与大疆进行深度合作，同时在路演活动中宣传其在南非拍摄的品牌大片，为中国游客展示了南非独特



的风情。“南非旅游局致力于将南非打造为中国友好型旅游目的地，十分重视与中国游客的友好关系。”

“南非作为金砖国家成员国之一，与中国一直都是友好伙伴关系。无论是中非合作论坛，还是南非政府和中国政府之间密切的关系，都有助于中国游客到访南非，” Mansoor Mohamed先生讲到。2019年南非旅游局旅游推介的主题为走进南非，狂野本真。

未来南非旅游局中国办事处将继续向中国游客介绍更多的南非体验，吸引更多的中国游客到南非这一“彩虹之国”旅游。

(Taylor/文)



2019南非旅游局旅游推介会在京启幕 以“走进南非、狂野本真”为主题，绽放南非野性风采



本次参会嘉宾从左至右依次为：开普敦&西开普新兴市场协调员Lana Carls女士、南非旅游局澳亚及中东区域产品专员Liesl de Wet女士、南非共和国驻华大使馆一等秘书（经济）Seth S. Mompei先生、南非旅游局亚太及中东区域总经理Hanneli Slabber女士、南非旅游局亚太区首席代表Mansoor Mohamed先生、南非共和国驻华大使馆一等秘书Simon Modiba先生、主持人苗珊女士

“由南非旅游局主办的2019年旅游推介会于6月24日在北京国贸大饭店拉开帷幕。本届推介会以“走进南非、狂野本真”（Wild Authentic South Africa）为主题，分别在北京、西安（6月26日）和上海（6月28日）三地举行，致力于为中南两国旅游业界打造业务交流、拓展商机的绝佳平台。推介会期间，南非旅游局还将揭晓其新一年的市场推广举措、同业考察合作活动和吸引中国游客的便捷计划。

出席北京站旅游推介会的贵宾包括：南非驻华大使馆一等秘书Simon Modiba先生、南非共和国驻华大使馆一等秘书（经济）Seth S. Mompei先生、南非旅游局亚太及中东区域总经理Hanneli Slabber女士、南非旅游局亚太区首席代表Mansoor Mohamed先生，以及开普敦和西开普省官方旅游与贸易、投资促进机构（WESGRO）和南非航空的合作伙伴代表等。

在展商洽谈区，2019年活动展商共涉及南非来华41家企业及政府机构，北京买家也达到了200余人之多。在洽谈形式方面，上半场以一对一预约洽谈为主，下半场为自由洽谈，可以在最大限度上向国内旅行社展示南非的最新产品、资源及全新政策。”

此外，近70家中国媒体、来自南非当地的地区性旅游局、当地旅行社、酒店集团、航司、交通及旅游相关服务部门的40多位同业伙伴也出席了本次推介会活动。



南非旅游局针对本次推介会推出了移动端应用程序，优化南非同业伙伴注册参会的流程，同时也便于推广会信息的分享与传播。

南非旅游局亚太区首席代表Mansoor Mohamed先生表示道：“南非以其丰富的野生动物而享有盛誉，同时‘走进南非，狂野本真’这一主题并非仅限于野生动物的狂野体验，更加深入在旅行者的自我探寻层面，在旅途中体会和释放其自由不羁的本真精神。狂野的自然猎奇、惊险刺激的户外体验、探寻不羁的内心本真，都是推介会旨在传递的理

念。与大自然的深度联系会让你的内心变得豁达、对于人生的意义产生更深刻的领悟与了解，通过在南非狂野本真的旅行方式重新认识和激励自己。”



活动现场座无虚席，气氛热烈

南非还是全球首屈一指的环保旅游目的地，积极致力于保护自然环境和文化遗产、维护世界的多样性、打造更富意义的互动联系、加强人们的文化、提高社会和环保意识，进而“为当地居民创造更宜居的环境、为游客打造更精彩的目的地”。

2018年整体表现

2018年，南非共接待了97,136名中国游客。2019年1月和3月，赴南非的中国游客数量同比增幅分别达到22%和9%。

中国客源市场也为南非的经济发展带来了积极的贡献。2018年全年，中国游客在南非的消费额同比增长了69%，其主要原因在于中国游客逗留时间的延长和对高端体验需求的增长。



南非旅游局亚太区首席代表Mansoor Mohamed先生致辞



南非旅游局亚太及中东区域总经理Hanneli Slabber女士致辞

南非旅游局2019年发展计划

2019年，南非旅游局正式任命演员黄渤先生为南非国家旅游中国区形象大使，并与三联生活周刊达成战略合作，为黄渤先生的南非之行拍摄了两支旅游宣传片，同时借助独具创意的多媒体科技手段，向中国游客展现了南非的人文魅力。

早在2015年，中国国际航空推出了北京往返约翰内斯堡的直飞航班（每周三班）；2019年1月，国航在已开通的北京-约翰内斯堡航线基础上加降深圳，以满足更多中国游客的出行需求。

2019年9月18日，南非航空将开通广州往返约翰内斯堡的直飞航线，为中国游客带来更大的出行利好。此外，南非旅游局也期待在未来与更多航司展开积极合作，为中国游客到访南非创造更多便利。

未来几个月内，南非旅游局还将与南非同业伙伴紧密合作，将南非打造成一个“为中国服务”（China Ready）的目的地。今年年底，南非旅游局也将为南非重要的旅游运营商举办“China Ready”线上及线下研讨会。

北京站旅游推介会上，南非旅游局省级合作伙伴——开普敦和西开普省的官方旅游与贸易、投资促进机构展示了他们的经典旅游产品——“人类文化摇篮”，为中国游客在南非旅游提供了一条优质的文化体验线路。WESGRO还以此次推介会为契机，向中国推广了西开普省和开普敦作为经济和旅游发展的优质目的地形象。



开普敦&西开普新兴市场协调员Lana Carls女士致辞

2019年泰国国际旅游交易会在芭堤雅盛大举行



泰国国家旅游局副局长Mr Tanes

“ 为期三天（5日-7日）的“2019年泰国国际旅游交易会”（TTM+2019）在泰国芭堤雅Ocean Marina Yacht Club盛大举行。 ”

TTM+是泰国最大的B2B旅游交易年度盛会，得到了泰国及国际旅游业的普遍认可，也是各国买家、卖家每年必出席的交易会。今年，TTM+为350家参展企业，以及来自全球60个国家300位实力买家提供了优异的交流、交易平台，尽力提供给同业更多泰国新兴目的地的合作机会。

在推广旅游目的地方面，泰国国家旅游局(The Tourism Authority of Thailand(TAT))采用简明易懂的“A-B-C策略”，旨在通过打造相互连接、主题关联的旅行路线将游客带到泰国的各个城市。

泰国国家旅游局副局长Mr Tanes在泰国媒体Thailand Mart Plus(TTM+)中讲到，2019年的TTM+以“新兴目的地的新改变”为主题，是对TAT理念多年以来的传承和延续。TAT旨在促进目的地的发展、创造新工作岗位并不断让全民分享泰国旅游业带来的红利。

Mr Tanes指出，泰国目前可为探索全新体验的境外和本土游客提供55个目的地景观，2018年的数据显示到访这些全新目的地景观的国际游客数量达到了6百多万(6,223,183)，较2017年同比增长4.95%。

Mr Tanes强调，泰国将基于“把优质的产品和服务、当地独一无二的体验提供给游客”的理念，把泰国打造成游客“最受欢迎的目的地”，同时做到旅游产品质量和数量的平衡、市场和管理的平衡。

正逢“世界环境日”，因此，“负责任的旅游”是泰国国家旅游局从现在起要完成的目标，而达到此目标的关键是管理并在整个行业内形成高度的环保意识。

关于A-B-C策略：

A—连接：连接主要城市，将它们和旁边的新兴城市结合起

来。例如：在北方从清迈到南奔和南邦，游客能够在1小时内乘车游览；东边的芭提雅能与尖竹汶府和达叻府相连接。

B—焕然一新：推广新的、具有潜力的城市。那些受欢迎的目的地之所以受欢迎，得益于它们本身较强的独特个性和优越的地理位置。例如，北方的武里南拥有着丰富的高棉文化遗迹，并且成为了地区性的、承接国内和全球体育赛事的中心。

C—联合：将新兴城市联合起来。由于新兴城市的地理邻近性和共同的历史，可以将它们联合起来组成全新的旅游路线。例如，素可泰、彭世洛和甘烹碧府的组合将成为不错的历史旅游线路，而洛坤府和博达伦府组合将为游客带来位于泰国南方的文明体验线路。

Mr Tanes表示，在过去的几年时间里，一些新兴城市已经迎来了无数的来自世界各国的游客。清莱成为了北方最受欢迎的城市，尤其是在中国游客中，这得益于清莱丰富多彩的文化和自然探险。比如说白庙和蓝庙、Phu Chi Fah。

达叻府是海滩度假隐秘性极好的目的地，受到年轻的欧洲人的喜爱，尤其是德国人。受欢迎的岛包括象岛和沽岛。

素可泰是历史爱好者必去的地方，素可泰历史公园是受联合国教科文组织承认的世界文化遗产，深受法国游客喜爱。

廊开府是湄公河上的城市，深受老挝和国际游客的追捧，它也是进入湄公河国家的门户。廊开是和乌隆他尼组合线路的城市，1992年的世界文化遗产Ban Chiang Archaeol 就位于此。

Mr Tanes讲到，将泰国这么多受大众欢迎的新兴城市宣传给全世界，TTM未来任重而道远。

泰国旅游业正从高速增长转向优质发展

“长期受佛教文化影响，民众心态平和随缘，见人双掌合一，微笑，然后一声细声慢语的‘萨瓦迪卡’，令中国游客的海外出游不约而同指向了‘微笑国度’——泰国。”

不久前在京交会开幕式上，泰国旅游和体育部副部长沃拉维特·特查苏帕库拉曾介绍表示，2018年中国游客赴泰旅游突破了1054万人，比2017年上升7.4%。为泰创收5806.99亿铢，比2017年上升11.5%。

泰国的丰富性，即使你不带着任何设想前来，曼谷的都市氛围，芭堤雅的声音犬马，清迈的烟火气，总能找到合适的一款。曾有中国的业者认为，能为各种目的不明确的中国游客提供最终令他们满意的服务，恰恰是泰国的独一无二之处。

“作为经济发展的支柱产业，泰国政府非常重视发展泰国旅游业。然而，追求数字的增长并不是我们的发力点，就像今年TTM+的主题‘New Shades of Emerging Destinations’新的旅游目的地的新体验，我们希望客人不仅仅集中在曼谷、芭堤雅或者是普吉岛这样的主流目的地，一些具有特色传统民俗的泰国二线城市目的地，同样有很多吸引游客的亮点，我们希望以一个均衡的态势发展旅游业，除了中国客人，欧美以及其他国家的客人我们也非常重视，同时会在有限的时间不断对软件和硬件做一个提升。”

在正在举行的2019年泰国国际旅游交易会期间，泰国国家旅游局东亚司司长田佩女士接受媒体采访时表示，自由行和定制游正在成为中国游客赴泰旅游非常明显的趋势，成熟的中国游客开始有了更多文化及精神层面的需求，这也赋予了出境游更多的意义，在异国他乡汲取异域文化养分，体验别样生活。

泰国国家旅游局敏锐地洞察到这个变化，据田佩女士介

绍，素叻他尼府(Surat Thani)是今年主推的一个目的地，这里是泰国南部最大的府，著名的海滩度假胜地苏梅岛就在这里。“我们做市场是把主流的目的地与一些二线目的地结合在一起，给旅游者更丰富、多元的体验，让他们更深层次地感受消费的每一个细节。”

体验式的旅游要与传统旅游形成差异化，就必须追求旅游产品和旅游服务的个性化，力图以独一无二、针对性强的旅游产品或服务，让客人感受这种特性，满足求新求异的心理。

“游客不再满足‘扎堆式’的跟团出行，更加向往休闲度假、舒畅安全的旅游体验，追求具有品质的旅游生活。因此从高速发展走向优质发展，正是化解市场供需矛盾的必然要求。”

“泰国有着丰富的历史文化遗迹，文化底蕴深厚，在此基础上，我们希望为游客创造全新的价值，塑造最优的体验，不断给游客带来新鲜的旅游感受。比如泰国颇负盛名的蜡染，在绢布或棉布上染上色彩鲜明的图案，我们根据流行趋势设计出时尚的蜡染衣服等，不断去丰富游客的触点。”

田佩女士在采访中表示，除了常规的大众旅游，亲子游也是非常具有潜力的市场，特别是二胎的开放让很多家庭开始关注亲子教育或游学。“泰国有探亲签证和游学签证的利好政策，因此家长可以陪同孩子一起，在泰国学习体验厨艺、英文课程等项目，现在泰国很多大学已经成为中国学生求学海外选择的一个目的地。除此之外，泰国的医疗旅游，像是试管婴儿的成功率非常高，所以医疗旅游也是着力推广的方向。”

田佩女士强调，旅游业是一个增进人类幸福感的高尚行业，泰国国家旅游局将持续针对中国市场，完善服务品质、提升设施品质和生态品质，为中国游客提供便利性、提高幸福感。

作为一个五光十色的旅游城市，泰国实在担得起国人出游首选目的地的美誉。在这里，古老的文化与全球的融合，轻易地就在这个城市的十字路口交汇着，总是让人目眩神迷。

(CTA Kaylee/文)



泰国国家旅游局东亚司司长 田佩女士

加拿大顶级的旅业盛会 ——Rendez-vous Canada 2019

“2019年5月28日，Rendez-vous Canada 2019 (RVC 2019)于多伦多市会展中心正式开幕，作为加拿大顶级的旅业盛会，RVC致力于为加拿大各地区旅游从业者搭建了一个与全球旅游专业人士交流的平台，展会期间发布了新的旅游产品，与业者分享旅游动态，以及与来自全球的买家双方从不同层面进行业务交流和探讨商业合作的可能性。本届RVC是一场创纪录的盛会，本届RVC共有418位来自国际的买家以及约560位加拿大本地旅游供应商参与，其中中国买家人数达84位，为最大的海外代表团。”



加拿大旅游局面向消费者推出了全新升级的品牌Logo。加拿大旅游局总裁兼首席执行官高思腾先生（David F. Goldstein）表示，希望通过全新的品牌形象，诠释旅行的真谛及激情，从而激励更多海外游客到访加拿大。



据加拿大旅游局 Destination Canada发布的数据，2018年，加拿大迎来了创纪录的2113万国际游客。其中中



国游客首次超过70万，比2017年增长了6%。去年创记录的原因主要在于签证中心的增加，以及更多新航线的开通。在越来越多的中国游客前往加拿大旅游的时候，旅游企业对于新产品开发的需求也日益增加。加拿大地域辽阔，旅游资源十分丰富，湖光山色非常吸引人。作为移民国家，各种民族文化资源在加拿大汇集，精彩纷呈。加拿大政府对于资源开发的保护，也保证了旅游产品的品质。



作为本届RVC举办地，安大略省旅游局长期以来对中国市场非常重视，针对中国市场进行了深入的研究、开发，针对业者进行相关培训，有了好的产品要让业者知道。此外每年的路演活动中，安省的旅游目的地的伙伴也越来越关注中国市场，代表团从最早的六七家到去年的多达十六家，给国内业者提供了更多的资源，加强了对二线城市的培训，增加他们产品的更新，带最新的产品到当地去，既实现了品牌形象的提升，又实现了产品推广及销售。此外，安省利用微信的资料下载平台，让业者对所有安省的旅游ppt和所有纸质资料的电子版，包括线上图片，视频实时关注、随时学习，而且那个城市都有业者群，安省会定期把信息更新给他们。新的一年安省还是主推四市旅游。

而作为加拿大最西岸，距离中国最近的省份，不列颠哥伦比亚省（简称BC省）去年接待中国游客35万，占整个入境加拿大中国游客人数的一半。温哥华作为加拿大最重要的航空枢纽和世界最宜居城市，目前和中国14个城市开通了直航航线。BC省与加拿大其他地区相较，气候宜人，旅游资源极其丰富多样。从太平洋到落基山，从繁华城市到宁静田园，BC省推出的四季多种主题旅行越来越受到国内业者和消费者的青睐。BC省旅游局这几年在中国国内推出的主题游亮点包括春季樱花，夏季户外自驾，秋季赏鲑鱼洄游和美酒之旅，及冬季温哥华过大年和冬季滑雪。BC省旅游局这几年积极拓展消费市场，利用线上及线下活动相结合的手段，让超凡自然BC省的品牌被更多的消费者所认知。今年BC旅游局也将在国内发起品牌活动，把世界上目前保存最完好的温带雨林-大熊雨林介绍到中国市场。



加拿大星辰之旅，提供可靠可信赖黄刀当地全兼地服务，拥有专业的车队前往极地观赏营地，此外公司还拥有专业的极光拍摄器材，百套5级加拿大御寒服带您去分享极光盛宴。当地一手资源，价格可控，质量绝对把握。每日控房，落地散拼天天出发。咨询电话867-444-0806 Email:info@xccanada.com



加拿大巅峰国际旅行社有着九年的地接操作经验及丰富的一手地接资源和资深的操作及地面运作团队，2007年成立以来，先后接待了从中国境内前往加拿大考察的各界人士超过10000人次。



凯美旅游/凯美教育是第一批加拿大政府批准的ADS地接社之一，于2006年在加拿大不列颠哥伦比亚(BC)省政府注册。公司总部设在加拿大温哥华，多年来与国内各大知名旅行社保持着密切的合作关系，成功接待了几千个观光旅游团组，游学团，冬/夏令营，高端商务考察团，大型会

展活动等，赢得了客户的高度认可，打造了公司优质品牌形象，使公司在业界享有盛誉。联系人：Willian Shan 邮箱：caremet@hotmail.com。



加拿大枫情假期总部在多伦多，公司拥有TIAC(加拿大联邦旅游行业协会)认证的ADS地接社资质和安大略省的TICO(安大略省旅游行业协会)的旅游公司资质。是一家专门从事加拿大与中国之间的商务旅行、文化交流、会议展览、以及中国公民赴加拿大考察观光、旅游的专业接待公司。公司设计了加拿大当地的多款产品给中国的批发商，比如自驾、亲子夏令营、体育等产品，中国的批发商根据这些产品设计出符合自己客户的产品。这也是这家地接社区别于其他家的独到的地方。联系人：张晓，邮箱：howard@maplevacations.com。



埃德蒙顿国际机场展位，机场有100家店铺、13家美食中心零售店以及Share Local's Market集市。地理位置便利，还有免费的穿梭巴士，独特的定位，热情的服务，塑就不可错过的购物体验！



加拿大航空公司以“乘客之上，技术领先和安全第一”为服务宗旨，被认为是国际航空运输市场的佼佼者。加航被全球权威调查机构Skytrax评选为北美地区唯一的四星级国际航空公司及2018年北美最佳航空公司。在中国加航每周共有35个直飞航班往返中国与加拿大，包括北京-温哥华，北京-多伦多，上海-温哥华，上海-多伦多，上海-蒙特利尔。



2019第33届香港国际旅游展及 第14届商务会奖旅游展圆满闭幕 众多主题游产品精彩亮相 主流观众热情如旧



“ 香港国际旅游展（ITE）作为香港唯一的旅游展，每年汇聚来自世界各地约680家国际参展商和来自不同地区的旅游业业界人士、行内企业新闻媒体、旅客和自由行客等超过10万人进行面对面互相交流、分享行业见闻、展示企业成果、拓展商业网络和发掘潜在合作伙伴等。

于30多年前创立的ITE，致力向亚洲展示世界旅游精华，从而推动他们更多地走向世界。本届展览很荣幸获得来自香港特别行政区行政长官林正月娥女士发来贺词，欢迎本届香港旅游展所有参会者。香港特别行政区政府商务及经济发展局旅游事务署旅游事务专员黄智祖先生于6月13日为本届香港旅展主持开幕式。 ”

今年ITE共有675家参展商(较2018年增长1.4%)来自全球56个国家及地区，来自香港以外地区的参展商达87%，可见ITE高度的国际性。ITE两天专业日吸引了超过12,000名买家和专业观众，约20%来自中国内地，约10%来自亚洲其他地区；而两天观众日也超过70000入场人次。

本届ITE将休闲和会奖游相结合并聚焦深度和主题游等，广受参展商和旅客欢迎。在众多参展商当中，约150家包括会奖旅游服务。时下许多休闲旅游产品都流行加入主题游，企业/会奖旅行也逐渐普遍。



香港国际旅游展ITE Hong Kong由汇众展览服务有限公司主办，并获中华人民共和国文化和旅游部、香港旅游发展局、澳门旅游局、香港旅游业议会，以及其他旅游局和旅业界及会展业协会的支持。



下届香港国际旅游展ITE将于2020年6月11至14日于香港会展中心举行。

展商风采



伊朗爱拓旅游（Azadi International Tourism Organization）创建于1989年，伊朗最大的旅游公司之一，有超过20年的专业经验。服务于旅游及康乐中心组织旗下，爱拓旅游与全国连锁酒店、运动康乐设施有紧密联系。目前该公司与总部位于广州的天下若比邻国际旅行社进行商务合作，共同拓展业务并致力于更好地服务中国游客。



来自哈萨克斯坦的Otan Travel旅行社，位于哈萨克斯坦的金融、教育中心阿拉木图市。作为“一带一路”沿线国家之一，哈萨克斯坦以其怡人的自然风光和友好热情的民风欢迎来自中国的游客。Otan Travel拥有多样的产品，可为游客提供细致化、全方位的旅游服务。哈萨克斯坦丰富的旅游资源也吸引着越来越多的中国游客到访。



来自马尔代夫的尚熙之旅（sun sea holidays），是Asean Link Marketing有限公司麾下的地接社。其服务范围包括：海岛假期、潜水假期及课程、海上假期、海外婚礼及婚纱摄影、蜜月游、野生猎奇、自主深度游、历险旅程、保健养生，可为自由行、定制游、团队游等游客提供精彩纷呈的马尔代夫之旅。



超量子系列首航庆典盛大举行 游轮市场调整期后重振信心



海洋光谱号

“ 6月3日，于不久前在德国迈尔船厂全新交付的“海洋光谱号”，经47天的环球奥德赛之旅，途经17座城市，于3日凌晨抵达上海吴淞口国际邮轮码头。皇家加勒比举办了盛大的首航庆典暨命名仪式，宣布光谱号正式开启中国母港首航，而她也成为皇家加勒比第三艘部署中国母港的全新游轮。在仪式现场，品牌代言人兼启航明星——著名演员黄晓明与杨颖（Angelababy）共同出席为海洋光谱号献上祝福。此外还有来自全球的主流媒体、旅业伙伴、行业领袖等近三千名贵宾，共同见证这一重要时刻。 ”

2019年是皇家加勒比国际游轮进入中国市场的第十年，自2019年以来，相继开启中国游轮市场的“大船时代”与“新船时代”，旗下在中国母港运营游轮承载客人数平均年复合增长率达26%。继量子系列的两艘全新下水游轮“海洋量子号”、“海洋赞礼号”部署中国母港并收获超高口碑与行业认可，如今，超量子系列首艘游轮“海洋光谱号”也将继续提升行业标杆，缔造中国游轮旅行的“超量子时代”。同时，皇家加勒比借助全球品牌影响力和国际营销，也将大批国际游轮客人带到中国。近5年来，由中国母港出发，乘坐皇家加勒比的国际客人总数增加了一倍。

“海洋光谱号”刚刚结束的奥德赛环球之旅，搭载近3千名海外游客乘坐游轮来到中国度假，而预计整个2019年，皇家加勒比中国母港出发的航次将总计迎来近4万名国际客人。积极推动入境游，除拉动旅游经济及完善相关产业链外，帮助中国市场培育成熟的国际游轮文化，也让更多国际客人得以领略中华文化之美。



皇家加勒比国际游轮高层与“海洋光谱号”启航明星共同出席命名仪式

皇家加勒比国际游轮全球总裁兼首席执行官迈克·贝勒 (Michael Bayley)表示:“创新与自我超越始终存在于皇家的DNA中,而中国这片充满生机与发展活力的土地,是我们的创意得以开花结果的最佳土壤。在海洋光谱号的建造过程中,我们集合了来自中国团队的智慧以及市场洞察,以及美国团队的新船制造经验,这种融合与碰撞,使得最精彩的创意能够被应用于‘海洋光谱号’。如今,我们把精心雕琢的产品呈现给中国的消费者,必定不负期望。”

目前,中国游轮行业在政府、市场、以及游轮运营商的多重努力下,正逐渐向以创新与品质为核心驱动力的发展阶段过渡。“海洋光谱号”是皇家加勒比践行对中国市场长期承诺的诚意之作,皇家加勒比希望借此进一步将游轮旅行打造成为与单纯岸上游相比肩的度假方式,推动中国游轮产业驶入下一个新蓝海。

中国游轮产业的未来在于贴近消费者需求

现在美国游轮市场渗透率达到3.6%,中国经过十年的高速发展,只达到0.5%。游轮旅游是休闲旅游市场中发展最快的行业,但也只占休闲旅游行业1%的份额,未来发展潜力巨大,潜力的挖掘在于没有坐过游轮的人。



皇家加勒比游轮亚洲区主席刘淄楠在记者采访中表示:“要打动消费者,就要在产品上下功夫。消费者的偏好是非常复杂多变的,我们要做的就是不断的探索,把船做得越来越贴近消费者的需求。当然,在提升产品和运力的同时,还需要打造品牌和营销渠道。此外,目的地的品质提升也非常关键。对中国游客来说,重复坐游轮非常看重目的地,所以我们要更多的考虑长航线,如东京、新加坡、菲律宾,目前我们的长航线占30%。但这个市场需要不断成熟的过程,长航线要做成,一定要分销渠道的改革。总结起来,中国游轮产品的发展要解决三个问题,即产品、渠道、目的地。”

皇家加勒比成功的利剑是大船,海洋光谱号的到来又开创了一个新的时代,是游轮市场调整期后重振市场信心的重磅武器。

革新性突破,超量子设施首发

“海洋光谱号”诞生于有200多年造船历史、素有“德国巨匠”之称的迈尔造船厂,共斥资12.5亿美元,其造价创当今亚洲母港游轮的纪录。秉承德国工艺标准和超高品质,结合皇家加勒比的最新科技及创意,“海洋光谱号”在软、硬件设施上均实现了革新性突破,成为高端家庭旅游度假的不二之选:



南极球 (Sky Pad)

南极球 (Sky Pad)

标志明星设施—“海洋光谱号”上设有面积为261平方米的复式完美家庭套房,面积是2018年下水的“海洋交响号”上同名套房的二倍,再次突破海上套房面积纪录。另一大标志性设施是位于15层甲板边缘,直径13米,打造VR蹦极体感游戏的南极球 (Sky Pad)。

套房尊享服务—从船头13层至16层的皇家府邸,是皇家加勒比首个套房区域。整个区域拥有36间金卡套房,106间银卡套房。预订这些豪华套房的游客将享有特制房卡,专属电梯,餐厅和酒廊。

缤纷餐饮选择—“海洋光谱号”上提供33种餐饮选择,满足游客们多元化的饮食需求。全新餐饮概念包括:皇家舰队首家川菜料理,提供鲜香麻辣川味佳肴的川谷荟;集茶吧和咖啡馆为一体,荟萃中式纯茶、经典咖啡及时尚饮品的咖语茶道,提供日式传统铁板烹饪,并与厨师轻松互动的铁板烧,紧邻儿童戏水区域,提供营养餐食的儿童戏水餐厅,以及可欣赏厨师现场趣味演示烹饪过程的味好面吧。

多维娱乐体验-巨资打造的三场全新原创娱乐大秀《丝绸之路》、《光谱奇侠》、《魅舞今昔》将在“海洋光谱号”上演,为宾客呈现融合强大表演阵容、沉浸式科技,与超凡特效的娱乐盛宴。

前沿科技应用:如何把最前沿的科技应用于游轮建造,是“海洋光谱号”从设计之初的重点考量,力求为宾客提供无摩擦游轮体验,从日常工作生活无缝过渡至度假模式。

史上规模最大斐济旅游博览会（FTE）开幕 斐济持续强化对中国市场投入



“ 斐济当地时间2019年5月23日至5月25日，历史上规模最大的2019斐济旅游博览会（FTE）在斐济丹娜努岛喜来登酒店正式揭幕。今年是该活动连续第六年举办，也是历届以来规模最大的一次，旨在为国际买家和媒体提供独特的斐济旅游体验。”



据悉，2019斐济旅游博览会（FTE）共有 172位全球买家和媒体，100个参展展位，300位展商，500多名与会者共同参与，预计有大约4297次预定会谈在博览会期间完成。斐济旅游博览会（FTE）是斐济最重要的旅游产业盛会，此次活动由斐济国家旅游局主办，为旅游业合作伙伴直接与国际买家和旅游媒体接触提供了广阔的平台。来自澳大利亚、新西兰、加拿大、中国、乌克兰、德国、印度、意大利、

日本、荷兰、新加坡、西班牙、瑞士等17个不同的国家和地区的旅游业者在斐济共襄盛举，深入了解斐济旅游资源，感受纯正独特的斐济体验。拥有333个小岛的斐济以其纯净独特的自然环境为游客营造出极致的美丽与宁静，在这里，游客们可以参加潜水、冲浪、划艇、游轮，畅享海洋带来的清爽；还可以深入古老原始部落感受斐济的神秘魅力；徒步、垂钓，抑或是单纯地闲适放松，享受周围绮丽的风景。“斐”凡快乐，相遇斐济，热情的斐济人民总是会用自己的真诚和热情感染着每一个到来的人。

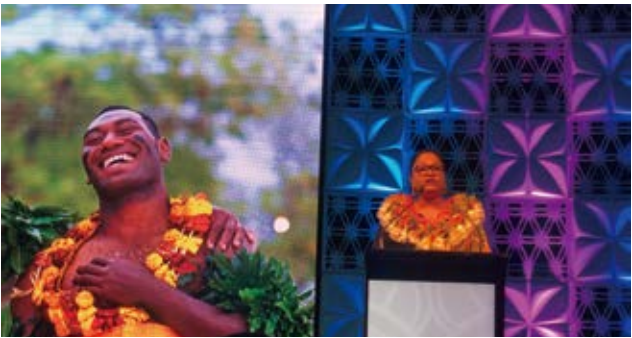
斐济贸易与旅游部长Premila Kumar女士、斐济旅游局首席执行官Matthew Stoeckel先生、斐济航空首席商务官Marc Cavaliere先生等斐济旅游界人士出席博览会并与全球媒体现场分享斐济旅游业的现状及未来策略。

针对记者提及的2018年长线海岛目的地中国市场整体表现疲软，但是斐济成为唯一逆势增长的长线海岛，斐济旅游局首席执行官Matthew Stoeckel先生表示，斐济当地的

旅游业者对中国市场的重视程度与日俱增。中国赴斐游客在2018年达到了近年来的新高——50332人次。我们斐济去年开了中国办事处，任命了斐济旅游局大中华区总监兼首席代表，建立并加强了中国团队，未来我们在中国市场还将有新的举措及投入。



斐济贸易与旅游部长PremilaKumar女士强调，我们深入了解中国市场，并用正确的方式开拓市场。我们邀请了中国厨师来苏瓦培训我们的人员，以迎合中国游客的旅游需求。



展商风采

斐济航空首席商务官MarcCavaliere先生透露，斐济航空2018营收超过10亿斐济币，比2017年增长10%，运送170万乘客，开启了日本直航航线，和英国航空、新加坡航空、胜安航空等开启了代码共享合作，加强对长线市场的覆盖。未来预计将继续保持增长，今年11月将有新宽体飞机到位，并启动斐济航空飞行学院项目。斐济航空也很期待和中国大陆的航空公司合作，实现代码共享。



南海邮轮2020年6月将开启斐济最新最奢华的帆船航行体验，船体有大型遮阳篷，游客们可以坐卧、睡床等，与电动船不同的是，帆船可以到达浅滩。船方可以接受小团队、包机和夜间活动，每天最多接待80名游客。



2019年4月，拥有236间客房楠迪湾铂尔曼度假及水疗酒店开业，辽阔海滩和无边泳池是其最大的特色，另外还有儿童游客中心。

Fun Hub Fiji 在2019年6月将开幕包括5个舞台、容纳450人，斐济文化表演秀，融合现代舞蹈艺术与斐济传统元素，节目网站www.funhubfiji.com接受预定和门票购买。



旅行社业者荣登“澳大利亚旅游专家代言人” 推动赴澳旅业品质化、定制化发展



“ 近日，由澳大利亚旅游局主办的第三届“澳大利亚旅游专家培训嘉年华”暨首届“澳大利亚旅游专家代言人”颁奖仪式于广州成功落下帷幕。来自赴澳旅业第一线的近300位工作人员、澳大利亚旅游局及各州领地旅游局代表、航空公司代表及旅业媒体出席了本次活动，共同见证两位中国地区“澳旅专家代言人”的诞生。”



澳大利亚旅游局北亚区总经理何安哲（Andrew Hogg）先生接受记者专访时表示，今年是澳大利亚旅游专家计划推出的第30年。该计划自推出以来，便受到了全球旅业伙伴的广泛欢迎。随着近年来高端消费者访澳人数的增长，中国旅行者的旅行偏好正在不断变化。澳大利亚旅游局

始终坚持探索与创新，不断加强与旅业伙伴的合作，以鼓励旅行社为中国游客提供高品质的赴澳大利亚旅游产品。

何安哲先生还透露，澳大利亚旅游局于今年3月初推出了基于微信小程序的“澳旅小课堂”直播培训服务，让广大旅业伙伴们能够通过该小程序参与在线培训并查看直播回放，继续为超过30,000名关注“澳大利亚旅游专家”微信公众号的旅业伙伴们提供跨平台、跨终端的专业目的地培训服务。这也让澳大利亚旅游局成为首个在微信小程序中为一线旅业销售提供系统培训的国家旅游组织。明年我们还会持续推出“澳大利亚旅游专家代言人”项目，并保持创新，促进行业在未来设计出更符合中国消费者的优质定制游产品。

第三届“澳大利亚旅游专家培训嘉年华”云集了来自澳大利亚旅游专家培训团队的专业培训师，活动现场就“澳大利亚旅游专家培训项目”、澳大利亚八个州领地的目的地知识、以及“道不尽的澳大利亚”推广活动进行了全面而生动的分享。“澳大利亚旅游专家培训嘉年华”作为澳大利亚旅游专家培训项目年度最大规模旅业培训会，自2017年于北京始办后，已逐渐成为一场赴澳资讯的交流盛会。

为了帮助一线业者向游客销售赴澳大利亚旅游产品，澳大利亚旅游局早在1989年就推出了澳大利亚旅游专家计划(Aussie Specialist Program)，是最早提出“旅游专家”概念的国家旅游组织。2015年，澳大利亚旅游局在全球11个主要市场上对该培训计划进行了重新调整和优化，推出了全新的在线培训网站，并在各个市场内成立了澳大利亚旅游专家培训团队。在2016/2017财年、2017/2018财年，澳大利亚旅游专家培训团队在中国市场分别举办了超过100场培训会，共计为超过4万人次的旅行社从业人员提供了专业的澳大利亚目的地培训。截止2019年5月30日，全国共有23,510名旅行社从业人员已经在澳大利亚旅游专家培训官网注册，其中13,227名业者已经通过认证成为了澳大利亚旅游专家。

同时，作为澳大利亚旅游专家计划的全新尝试，“澳旅专家代言人养成计划”(Aussie Specialist Ambassador Program)于今年3月中旬在中国市场正式启动。

首届“澳旅专家代言人养成计划”自3月11日正式上线后，便受到了国内赴澳旅业一线销售人员的热情响应，澳大利亚旅游局总计收到了来自全国41家旅行社的59位业者的申请和投稿。参赛选手们纷纷通过自己的镜头，介绍他们眼中独一无二的澳大利亚，阐释他们对于尽享“澳”世之美(There's nothing like Australia)的解读。评审团以视频中展示出的交流能力、表现技巧、创新能力以及对澳大利亚目的地的推广能力为标准，经过4轮审慎票选，于5月8日评选出了十强候选人。5月8日至5月14日，澳大利亚旅游专家微信公众号上开启了十强投票，投票通道开放期间，每位微信用户每天可以为自己支持的选手投出两张选票，最终总共收到了268,444份有效投票，公开投票成绩占到了总决赛分数的30%。

此次的参赛视频展现出了各位旅行社工作人员对澳大利

亚的了解，以独特的视角发掘了那些不为大众熟知却震撼人心的澳大利亚旅行体验，包括卓尔不凡的美食美酒、精彩绝伦的水岸风光、集现代与古典于一体的人文生活方式、独特的自然环境和野生动植物等等。在6月5日活动现场，澳大利亚旅游局北亚区总经理何安哲(Andrew Hogg)先生公布了两位最终的“澳旅专家代言人”，他们分别是来自青岛华青国际旅行社的杨晨和浙江胜景国际旅行社有限公司的李力。据悉，本次选出的两位中国区“澳旅专家代言人”任期为一年，他们将于6月下旬出发乘坐商务舱飞往澳大利亚，开启为期一周的明星级旅拍考察之旅，旅程中他们将入住地标性酒店，并用全新大疆灵眸 OSMO 口袋云台相机，亲身发现、记录、“分享道不尽的澳大利亚”。旅程结束后，两位“澳旅专家代言人”将向全国乃至全世界的旅业同仁分享考察游体验，传授销售澳大利亚的秘诀，并将以特邀嘉宾的身份出席不定期举行的直播课堂和线下培训活动，协助澳大利亚旅游专家培训团队，帮助更多人了解澳大利亚。跻身十强的另外8位优胜者也分别获得了2,000元机票抵用券和全新大疆灵眸OSMO手机云台2一台。

中国是澳大利亚发展最快且最具价值的国际客源市场，中国消费者也是所有海外市场消费者中发展变化速度最快的群体。2018年2月，中国首次成为澳大利亚入境访客人次第一大客源国，越来越多的中国游客选择了赴澳旅行。截止至2018年10月的一年内，共有超过142万中国游客前往澳大利亚旅游，比去年同期增长6.4%。

澳大利亚旅游局一直致力于探索目标旅客的需求，不断调整以契合市场变化，旨在进一步提升和改善中国游客的赴澳体验。而澳大利亚旅业人员培训一直是澳大利亚旅游局的发展重点，随着“澳旅专家代言人”的诞生，澳大利亚旅游专家计划也将不断完善，以推动中国赴澳旅游市场的蓬勃发展，实现2020年旅游战略规划的目标。



定制旅游成趋势，卓越行用心呈现阳光昆州



“ 2019年6月11-12日，“昆士兰州目的地及定制游产品趋势分享会”在无锡、上海相继开幕，吸引了昆州旅游局、景点、旅行社等两百多位嘉宾参与。澳大利亚昆士兰州旅游及活动推广局中国区业务发展经理徐燕、卓越行创始人陈丽、无锡中旅信程旅游常务副总裁毛兴华、江苏康辉国旅副总经理毛赛谔、上海悠扬国旅总经理杨勇强、龙廷国旅总经理顾险峰、指南猫销售总监刘文霞等业内专家受邀参加了分享会。”

近几年，中国依旧保持世界第一大出境旅游客源国地位。尤其出境游方面出现“消费升级、品质旅游”的特征与趋势。选择升级型、个性化的旅游产品，深度体验目的地的游客占比提升。作为最受中国游客青睐的长线目的地之一，澳大利亚昆士兰州以其丰富多彩的旅游体验，地位日渐突出。

截至2018年9月的一年内，约50.2万人次中国游客到访以大堡礁著称的昆士兰州，中国连续3年成为该州最大国际游客来源国。此次活动，在开拓一线客源城市上海的基础上，下沉到新一线城市及新的二线城市，创造更多的机会。

作为华东地区大洋洲线路前5位优质旅行产品批发商和供应商，卓越行创始人陈丽表示：“此次分享会聚焦昆州目的地及定制线路设计，探讨昆州产品升级，挖掘昆州深度游及高利润产品。发掘痛点，解决痛点，促成成长，是我们这次会议的核心和价值。卓越行会在此基础上，携手和服务旅

行社，迎接私人定制时代的到来。”

卓越行主营业务为澳大利亚、新西兰专线及斐济、大溪地等大洋洲产品，成立至今16年。卓越行充分挖掘客户需求，深耕昆州目的地并掌握大量一手高端资源，今年发布三条明星线路，包括澳洲昆州一地艾丽沙滩10日游、澳洲深度摩顿岛11日游、澳洲深度艾丽沙滩11日游。

卓越行致力于为中国游客打造专业的大洋洲旅游产品和旅游体验，享受实惠的价格。在总经理兼市场总监诸勇、品牌创始人陈丽的领导下，屡获殊荣。荣获2017-2019年度澳大利亚旅游局优选合作伙伴(KDP)，旅行社资讯颁发的2018年度优质供应商，2018年度travel zoo 旅行生活优选奖，国家旅业风云榜澳新线10大批发商。未来，卓越行将携手业内同仁共同发展大洋洲旅游事业，展现更多大洋洲的魅力。

传递泰国文化 都喜国际集团积极拓展中国市场

——专访首席运营官林汶贵

“都喜国际集团成立于70年前，以传承泰国文化为荣，向世界传递独一无二的热情好客。如今，公司在酒店管理和酒店教育方面处于领先地位，国际酒店品牌也在全球11个国家的4个品牌下经营着各具特色的酒店和度假村。”

关于未来的拓展计划，都喜国际集团首席运营官林汶贵表示：“我们最近也通过全面收购Elite Havens - 高端度假租赁在亚洲的领先供应商进入了高端度假租赁市场，这为我们品牌增加了超过200多栋在印尼、泰国、斯里兰卡和日本且人员配备齐全的豪华别墅——这对于中国高端旅行者来说非常有吸引力。”

最新的旅游统计显示，曼谷、普吉岛和芭堤雅仍然是泰国最受中国游客欢迎的旅游目的地。虽然中国旅客较去年而言有所下降，但政府一直在努力吸引更多中国的高消费游客。据亿客行Expedia.com最新报道，在过去的一年里，中国游客在其网站上预订泰国酒店超过60%都是四星级和五星级酒店。他们还透露，中国是增长最快的旅行套餐市场，需求同比飙升200%。

2020年初，随着在泰国曼谷的第一家ASAI酒店的开业，都喜国际集团的服务范围将进一步扩大，该酒店位于著名的唐人街中心。ASAI酒店是全新的生活方式品牌，旨在建立千禧一代的旅行者与世界各地充满活力的目的地之间的联系，反应真实的当地生活体验。此外，都喜国际在泰国、缅甸和菲律宾的六处酒店正在筹备中。无论在哪里，都将独特的泰式服务融入当地的风俗习惯和传统，进而创造出富有品牌特色的个性化服务，给宾客留下难忘的体验。都喜品牌的特色更能在一系列的泰式服务上体现，如泰丽豪华水疗，以及独特的餐厅——Benjarong和Soi。前者把当代风韵融入传统经典菜肴之中，而后者则提供泰国市场小吃街的风味。

从文化底蕴丰厚的城市到棕榈树环绕的海滩，还有令人叹为观止的山水景色，都喜国际酒店和度假村的地理位置优越，来此住宿的宾客必将收获难忘的泰国体验。在清迈，酒店可以俯瞰整座城市的夜景，附近有许多古老的寺庙。在热



门海滨度假胜地中，酒店位于华欣和芭堤雅，闹中取静，远离喧嚣，但仍靠近主要的餐饮、娱乐和购物中心。位于泰国南部的酒店，包括普吉岛乐谷浪都喜天丽酒店、甲米都喜天丽海滨度假酒店和甲米奥南都喜酒店，都有美丽的海滩、岛屿观光、水上运动和美味餐饮。在曼谷，我们的酒店位于主要商业中心区域，为宾客提供高标准的舒适和便利服务。在离城市仅两小时车程的考艾山区，考艾都喜酒店则有许多冒险活动和设施——如徒步旅行、自行车道，葡萄园之旅、四轮自行车旅行、攀岩和农场参观。

林汶贵指出：“都喜富都酒店集团是我们在中国的代表，目前我们在中国经营6家酒店，有28正在筹备之中。中国将继续在我们的业务占有举足轻重的地位，我们正在积极探索在全国主要地区签署更多的酒店。举措包括：向在中国举办的所有主要旅游会展，以及整个旅游业界展示我们的酒店产品。今年内即将开业的三家酒店，分别是惠州双月湾檀悦都喜天丽度假酒店、常州都喜天丽富都长江龙城酒店和苏州都喜天丽养生度假酒店。”

(Lily/文)

嘉士伯中国携手雪松文旅集团开展战略合作



“ 5月1日，嘉士伯旗下风花雪月品牌与雪松文旅在浙江西塘携手举办战略合作签约仪式，此举标志着啤酒与文旅跨界的创新。嘉士伯国际品牌华东区域副总经理刘开锦与雪松文旅集团董事长兼总裁段冬东，雪松文化旅游集团市场营销部总经理郑正敏在一众嘉宾的见证下签订合作协议。”

签约仪式上，嘉士伯国际品牌华东区域副总经理刘开锦先生表示，嘉士伯积极拓展消费渠道，引领场景式消费潮流。风花雪月啤酒所打造的“中式自在社交时刻”与特色文旅产业的领军者——雪松文旅集团，所旨在打造差异化文旅体验的初衷不谋而合。这次携手雪松文旅集团率先在西塘古镇打造的全新文旅消费场景，将为消费者带来具有中式韵味的休闲体验。未来，双方也将在全国各地携手打造啤酒与文旅产业结合的全新模式，为消费者带来更高端独特的消费体验。

草木扶疏、水乡烟云的西塘古镇吸引了厌倦都市喧嚣的人们来此“偷得浮生半日闲”。风花雪月特酿名字缘起“下关风，上关花，苍山雪，洱海月”，由年轻酿酒师传承品牌多年酿造匠心，并创新性地将“上关花”意境化为花香精粹，融入酒液之中，酒体丰盈，口感馥郁，轻盈雅淡的花香伴随于三五知己相聚谈天说地的时光，增添一份轻松与满足。这种惬意的中式自在社交时刻，被此次风花雪月与雪松文旅战略合作中共同打造的第一站——西塘项目充分诠释。

当日下午，风花雪月品牌盛邀全国三位美食美酒，时尚与旅游等不同生活方式意见领袖围坐共饮，惬意地与现场宾客一起探讨关于啤酒与美食搭配、旅行的趣事以及时尚美的发现等跨界主题。席间特意准备的风花雪月特酿啤酒，加入金桔切片，酸甜与醇香和谐融汇，愈显清爽。宾客们听着达人们分享独到的见解与精彩故事，搭配着美点开怀共饮，在五一小长假的开端便能放下繁忙的工作，尽情享受闲话叙旧的时刻，不负闲暇时光。

风花雪月品牌与雪松文旅合作项目的落成，也将在国内市场掀起更多“国风”新潮流。此次双方合作在西塘花巷打造出首家风花雪月主题酒吧，设计融合现代时尚与西塘传统中国风情，呈现全新的时尚评弹，新式相声，国民民谣中国风演出，让大众在轻松惬意的氛围下品尝风花雪月特酿的独特醇香，闲情有余而滋味丰满。接下来，风花雪月主题酒吧还将走入香格里拉独克宗花巷、丽江大研花巷多地，并与当地旅游资源、本土文化进行紧密结合，围绕“中式自在社交时刻”消费场景推出更多合作项目。

第三届“韩亚航空粉丝总部考察团”活动圆满落幕



5月26日~5月30日，为期5天的第三届“韩亚航空粉丝总部考察团”活动圆满落幕。

“韩亚航空粉丝总部考察”活动作为韩亚航空为粉丝们回馈的开放性活动，自2017年首次举办以来，目前已连续举办三年。今年4月，通过微信、微博平台最终筛选出30名幸运粉丝。参加此次考察团活动的成员来自北京、上海、广州、成都、丽江、香港等各个地区。粉丝当中有在校大学生、珠宝鉴定师、知名航空博主、彩妆博主、公司职员、公务员、美食达人等等。

· 据悉，此次韩亚航空总部拜访活动不仅安排粉丝们参观

位于首尔江西区五钁洞的韩亚航空总部以及仁川机场第二停机坪、与客舱乘务员面对面学习乘务员服务礼仪、体验B777飞行训练模拟器、参观OCC综合控制室、近距离接触机务工作人员，了解机务的工作环境及飞机维修过程等等。同时，韩亚航空特别安排粉丝们前往江原道江陵地区参观乌竹轩、安木港咖啡街、韩剧“鬼怪”取景地、防弹少年团专辑封面拍摄地—注文津海边以及南怡岛等著名景点，让粉丝们更深入的了解韩国小众美景及当地文化。

韩亚航空作为中韩航线最为密集的航空公司之一，其航线网络已覆盖中国22个国家64个城市。自2012年开始，韩亚航空积极投身于“美丽教室工程”公益活动，资助了长春、威海、南京、西安、济南、宁波等中国各地区条件困难的青少年和儿童，一直走在公益精神的最前沿。目前已在各个地区捐助了30“所美丽教室”。



韩亚航空赞助“2019光州FINA游泳世界锦标赛”



韩亚航空宣布赞助由国际泳联主办的“2019光州FINA游泳世界锦标赛”

6月11日，韩亚航空客运部部长金永宪、光州国际泳联世锦赛组织委员会赵英泽签署了“2019光州FINA游泳世界锦标赛”赞助合作协议，韩亚航空正式成为国际泳联（FINA）的官方合作伙伴。

比赛期间，韩亚航空将为参加此次赛事的选手及相关工作人员提供免费机票及特惠机票。同时，将通过机内杂志、韩亚航空官网积极宣传此次赛事。

FINA世界游泳锦标赛是由国际游泳联合会主办的世界最高级别的赛事，每两年举办一次。此次赛事将于7月12日至8月18日进行。预计将有来自200多个国家的10000多名运动员们将共同竞技，盛况值得期待。

ASIANA AIRLINES
韓亞航空

韩亚航空微信

韩亚航空微博

未与组团社签协议 地接社该如何要回欠款

作者：北京市华城律师事务所律师 杨溢

案件情况

2017年8月,C旅行社委托B旅行社上海分公司接待2017年11月3日-11月13日摩洛哥、突尼斯11+1人旅游团(以下简称“11+1人旅游团”)。双方通过QQ和电子邮件的方式确认,团款合计189,459元,团队抵达之前C旅行社支付团款计152,000元,余款计37,459元,在团队结束后一周内支付。同月,B旅行社上海分公司将前述赴摩洛哥、突尼斯11+1人旅游团地接事宜委托A旅行社进行操作,B旅行社上海分公司工作人员D与A旅行社工作人员E通过QQ和电子邮件的方式进行报价并确认行程、付款方式和团款。约定,团队抵达前两周支付80%团款计129,523元,剩余20%团款32,381.60元于团队回国一周内支付。

2017年10月30日,B旅行社上海分公司收到C旅行社支付的团款152,000元,并于2017年11月24日收到C旅行社支付的剩余团款37,459元。但是,B旅行社上海分公司收到C旅行社支付的团款后,未支付A旅行社首付款。在上述旅游团旅游行程结束后,D与E又通过电子邮件确认了B旅行社上海分公司应支付给A旅行社的该旅游团尾款32,381.60元,以及A旅行社为该旅游团在境外购买的电话卡垫付的费用1,989元。后因公司资金紧张,B旅行社上海分公司仅在2017年11月30

日支付了A旅行社该团的尾款32,381.60元,首付款和增加的电话卡费用一直未支付。A旅行社因此将B旅行社起诉至法院。

签订合同后,A游客依约交付了旅游费用,B旅行社依约组织了旅游。201X年4月

B旅行社辩称,B旅行社上海分公司早在几年前就跟自己脱钩了,但由于有一些游客尚未出团且一些供应商的款项未结算完毕,所以该分公司一直没有注销。对于B旅行社上海分公司与A旅行社之间的业务往来不是很清楚,但B旅行社对该团没有实际操作,也没有实际款项入账。另外,B旅行社上海分公司的操作不符合惯例和财务规定,一是A和B之间没有书面的委托合同,另一是付款方式不符合交易习惯,正常来说应该先付首付款而不是尾款。

B旅行社上海分公司的工作人员D出庭作证表示,A和B在该笔委托业务之前曾有过一次合作,因为是双方第一次合作,所以签过单团委托协议,但该份协议只有A旅行社盖章,提交B旅行社上海分公司走盖章程序后一直未返还给A。另外,由于第一次的委托费用已按时结清,双方合作比较顺利,所以11+1人旅游团就没有另外签协议,且双方对接人一直都是通过QQ和电子邮件进行业务往来的。

法院判决

法院认为,B旅行社上海分公司与A旅行社之间的委托合同关系成立,A已经完成B委托其办理旅游团的地接事宜,B应支付A相应费用。B旅行社上海分公司按约应于2017年10月20日前支付A旅行社129,523元,但至今未付,A旅行社主张资金占用期间的损失即

利息损失,可予支持。鉴于,B旅行社上海分公司系非企业法人,不具有法人资格,不能独立承担民事责任,所以应由其法人B旅行社承担。最后法院判令,B旅行社支付A旅行社接待费129,523元和相应利息,以及电话卡费1,989元。

律师观点

本案的争议焦点在于，B旅行社上海分公司与A旅行社之间就11+1人旅游团没有签过书面的委托合同，虽然B通过公司账户向A公司账户支付过32,381.60元，但该笔款项能否对应是B委托A接待的该团尾款，仅凭双方工作人员之间的QQ和电子邮件往来，法院认为尚不足以证明（不排除工作人员做“私单”的可能）。于是，为了还原案件事实，法院通知C旅行社作为第三人加入到本案中来，最终查明是C先委托B旅行社上海分公司，再由B委托A旅行社接待的该团，现在C不差B钱，所以B也应当跟A结清剩余接待费。

至于先付接待费的尾款而不是首付款不符合交易习惯的问题，对提供接待服务的旅行社而言，实属无奈。首先，在旅游行业中，因为组团社组织客源、地接社负责接待，所以组团社相对处于优势地位，很多应当提前付给地接社的费用，经常被组团社无故拖延；其次，在双方确认团队行程时，地接社往往已经向旅游目的地服务提供商支付了订金（比如预订酒店、旅游大巴等），且该订金一般是不能退还的。因此只要组团社不是明确表示取消行程，通常情况下地接社为了减少订金的损失，还是会选择继续接待，这也是为什么本案组团社不按双方的约定在出团前支付首付款，地接社仍没有立即解除合同的原因之一。而一旦团队行程结束，组团社什么时候能付款、先付什么款、后付什么款等，都完全取决于组团社，所以不能仅因为交易不符合惯例就否认交易真实存在。

本案如果没有B旅行社工作人员和C旅行社的介入，A旅行社的维权之路可能会更艰难，所以需要提醒和A一样的地接社，在与组团社开展业务过程中，记住以下几点：（1）

一定要和组团社之间签订书面的地接合作协议（俗称“大协议”），并及时收回对方签字盖章的版本，同时要求对方提供《营业执照》、《旅行社业务经营许可证》等与原件核对无误的扫描件或复印件；（2）如果后续的业务合作不逐一签订单团委托协议的话，建议双方在大协议中明确约定后续旅行团委托接待所采取的方式，比如对接人可以通过电子邮件询价下单、回复确认等；（3）判断对接人的某一行为是否为组团社授权作出的至关重要，所以应当在大协议中写明双方对接人以及他们的联系电话、电子邮箱、微信或QQ号等具体联系方式，凡是未通过约定联系方式作出的指令，地接社都有权要求对接人重新下达或与组团社进行核实；（4）组团社在支付接待费时如不是通过其公帐付款，地接社也需提高警惕，可与组团社确认其是否曾委托第三方代为付款，比如要求组团社提供代付委托书等证明文件，必要时还可以与第三方进行核实，以防第三方以不当得利或其他理由要求地接社返回。

此外，拖欠接待费的虽然是B旅行社上海分公司，但其不具备法人资格，所以全部责任都由作为总社的B旅行社来承担。本案也给类似B旅行社的总社敲响了警钟，当旅行社的总社与分社解除合作关系时，除了在公司登记机关办理分社的注销登记、收回分社的证照章、合同等重要文件和物品外，建议书面告知该分社的长期合作客户分社注销的情况以及与分社相关的债权债务处理原则，必要时可采取公告、公示等方式广而告之，提醒善意第三人注意的同时也是为自己减少麻烦、减轻责任。



布尔诺和南摩拉维亚——封存在老相册里的风景



“前段时间，在各大音乐上有一首非常火爆的歌曲，歌词是这样的，跟我走吧，我们去巴黎铁塔，我们去布拉格桥下，我们去最浪漫最动人但别人不知道的地方啊。”

遇见布尔诺

与全球闻名的捷克首都布拉格相比，布尔诺就是这样一座鲜为中国游客知道的城市，凭借斯夫拉特卡河和斯维塔瓦河守护，伫立于捷克南摩拉维亚州。布尔诺也是一座述说科学、艺术和历史的千年中欧古城，自由广场、圣彼得堡与圣保罗大教堂、绿色广场，圣雅各布教堂、欧洲第二大的地下墓穴、摩拉维亚博物馆等许多珍贵文化遗迹，默默在众多山丘城堡、教堂和博物馆中，与历史一并见证着其辉煌的岁月。

布尔诺的哥特式市政厅现在是旅游信息和展示中心，传说中的布尔诺龙，一只全尺寸填充鳄鱼，挂在市政厅门厅的天花板上。而在市政厅正中入口处的哥特式石雕装饰中，最中央的一根雕塑做成了扭曲状，据说是雕刻设计师没有得到许诺的报酬，泄愤而为。

老市政厅面临的卷心菜市场每周一到周六开市，是布尔诺老城居民采购东西的地方，蔬果新鲜，商贩都是自产自销，小型种植，品质上乘。不过最让人难以割舍的，恐怕还是买菜时候的那份温情，这种蔓延着温情的早市传统，一传就是700年。

沿着卷心菜市场走上山坡，布尔诺最显著的地标圣彼得

与圣保罗大教堂映入眼帘，其实在城市的每一角都可以清晰的看见它，两个高耸的塔尖是其新哥德式建筑的最佳标记。尤其特别的是，圣保罗教堂每到上午11点就会敲响12下钟声，这样的传统已经延续了好几个世纪。



传说中的布尔诺龙



市政厅正中入口处的哥特式石雕装饰

现实版伊甸园

布尔诺的艺术和文化像是封存在老相册里的画面，一切都美得凝固，没有多少惊心动魄，却似涓涓流水，缓慢地、安静地、不会停止。

被公认为是欧洲规模最大的人造景观——南摩拉维亚的莱德尼采-瓦尔季采地区（Lednice-Valtice Cultural Landscape），拥有两座城堡，一座为巴洛克式，一座为新哥特式。法式的花园、石墙、城堡与开阔的乡村融为一体，是捷克唯一一个令人叹为观止的国家公园。人类的最大梦想——将地球变成伊甸园，在这里得到了极为完美的实现。漫步其中，不经意间突然冒出的巨大凯旋门，幽雅的夏宫，人工建造的中世纪古城堡废墟和土耳其清真寺尖塔，似磁铁一般吸引着游客的眼球，震撼着游客的心魄。该景观于1996年被联合国教科文组织列入世界文化遗产。



Lednice Chateau 莱德尼采城堡

其中最值得细细欣赏的是建于1830年的温室，是世界上最早使用铁框的温室，在当时可算是一种超时代的建筑结构。据说当年列支敦士登大公为了打造完美的温室特地聘请了植物学家，而这些专家们游遍了南美，并从那里带来了适合的植物种子，以实现大公的宏伟计划。他们选种的关键就是让每个季节都有花开，而温室内最古老的树也有300-400年左右，成为一大看点。

莱德尼采城堡的设施和装饰以及藏品和大量的物品足以和18世纪的维也纳皇家法院相媲美。城堡内部装潢华丽，大厅，木刻的天花板，楼梯，家具和狩猎的战利品，都显示出当时皇室家族生活的优渥。

如果来到这里，最好的休闲方式是在这座秀雅的庭园里徒步，乘马车或者骑行探索；在绿树、草坪和池塘间轻松徜徉，寻访几座逸趣横生的建筑，包括位于湖畔的摩尔式尖塔。

瓦尔季采也是摩拉维亚最重要的葡萄酒产区，这里的国家葡萄酒中心常年举办品尝来自捷克最受好评的葡萄酒品酒活动，这些葡萄酒是从1200个参赛的酒中评选出100个，评选出的酒或者拥有迷人的矿物质感和美妙的质地、或者饱满清新、丝绒般顺滑，每一款都令人回味无穷。据悉，捷克人每人每年要喝掉20公升葡萄酒。



国家葡萄酒中心



公爵城堡

时光定格的童话小镇

除了CK、卡罗维发利这些世人熟知的小镇，捷克还藏着许多鲜为人知的小众村镇，没有人山人海，没有浓厚的商业气息，仿佛有一道屏障将城市的繁华与喧嚣悉数留在了彼岸。这些小镇不大，却有着深厚的历史和文化，无论是探寻

古堡里的历史，还是漫步在小巷，浓浓的波西米亚风情总会给你一种时空上的恍惚感，仿佛穿越到中世纪，让人久久不忍离去。

米库洛夫（Mikulov）位于捷克东南部的南摩拉维亚州，是奥捷边境知名的葡萄酒乡。它在历史上曾是摩拉维亚的犹太人聚集中心，如今，这里已经没有犹太人居住，却日益成为年轻人热衷的朝圣地。

地处酒乡的迷人地带，被誉为“上帝将意大利的一部分搬到了摩拉维亚”。这座被时光定格的童话小镇，藏于山明水秀间，被一片片葡萄园与白岩石环绕着。当你漫游南摩拉维亚地区时，米库洛夫是一个千万不能错过之地。

一座座古老神秘的酒窖内，灯光昏暗，幽香袭人，巨大的橡木桶排列得整整齐齐，时间酝酿着葡萄酒的秘密。在这里，南摩拉维亚的热情和浪漫，就在觥筹交错间映红每一张沉醉的笑脸，而这正是最真实又华彩的一笔了。尤为值得一提的是在战火中躲过一劫的米洛库夫城堡地窖，使得那只1643年建造的欧洲第二大酒桶得以保存至今，101,000升的巨型酒桶横卧在面前，这种震撼的视觉体验可不多见。

这里是布尔诺，一座初见之下感觉平淡无奇的小镇，就像是醒过来的“睡美人”。它拥有城堡和鹅卵石街道，看起来非常“捷克”。她有的远不止此，绝对值得你专门为她而来！



欧洲第二大酒桶



Boskovice Chateau 博斯科维采城堡



布尔诺铸币工厂

神舟国旅全新亮相 第十六届北京国际旅游博览会

第十六届北京国际旅游博览会于6月18日-20日在北京国际会议中心隆重举行。神舟国旅携旗下北京中旅作为参展商全新亮相北京国际旅游博览会，此次展会神舟国旅通过政府搭建的国内外旅游业界交流交易的优质专业平台，把优质的旅游产品推荐给广大的新老客户，用实际行动践行首旅集团倡导的“中国服务”的理念，收获颇丰。本届北京旅博会为期三天，来自82个国家和地区、国内30个省区市的千余家旅游机构、企业和特邀买家参展，市场交易活跃、公众参与踊跃，展会成果丰硕。



为了筹备好此次旅博会，神舟国旅提前两个月就开始了积极的准备工作，包括展台的设计搭建、物料的准备、宣传品的印刷、产品的筛选、人员的要求与培训、团队的合作与分工等等，事无巨细，都做了精心的准备。神舟国旅的领导对此次展会也非常重视，多次做出明确指示，要求聚齐合力，服务好消费者；参与其中的神舟国旅公民公司和北京中旅，谋先而后动，组织精兵强将，制定销售计划，准备旅行箱、数据线、手机扣等抽奖产品，为展会现场售卖做好了充分的精神和物质上的准备。

展会期间，神舟国旅特别邀请了嘻哈包袱铺的演员现场表演中国传统曲艺快板，妙语连珠，板声清脆，不时吸引顾客驻足；通过现场“十分有礼，清凉伴你”等活动吸

引客人关注首选付，结合神舟国旅20年系列活动助力企业销售。今年的又一亮点，就是神舟国旅机关党支部的全体党员干部，亲临展会现场，为奋战在一线的员工送去了矿泉水、短缺的物料等急需用品，并在现场积极投入展台布置和产品宣传，用实际行动诠释“党建助力经营”，为一线员工带来了党组织的关怀和温暖，使得大家干劲倍增。

今年恰逢神舟国旅成立20周年。20岁对一个人来说，正值才情勃发，激情涌动的青春韶华。对神舟国旅来说，也正是海阔潮平，风帆正举的大好年华。神舟国旅会继续秉承“热心，诚心，耐心，细心”的服务宗旨，为广大神舟国旅新老顾客奉献更多、更丰富的高品质的旅游服务产品。让我们一起驾乘神舟，畅游天下！



发现你未知的伊利诺伊州 ——不只是66号公路

“ 2019年6月6日至11日，受伊利诺伊州旅游局邀请，本刊记者搭乘美联航班机从上海前往伊利诺伊州，深入考察了芝加哥、首府春田市等伊利诺伊州的主要景点，在66号传奇公路的发源地，挖掘大众旅游者不为熟悉的伊利诺伊州。”

酒店设施

Palmer House Hilton Chicago 芝加哥帕尔马希尔顿酒店

以酒店创始人波特·帕尔马曾经生活过的方式体验芝加哥叹为观止的建筑、现代典雅、传奇宾客珍闻轶事，这一切在芝加哥帕尔马希尔顿酒店都不是难事。作为标志性的、历史悠久的芝加哥市区酒店，只需短短几步便可抵达千禧公园、芝加哥美术馆以及华丽一英里大道。酒店最为特别的是拥有自己的小型私人博物馆，这里即展现了酒店伴随着芝加哥城市发展的烙印，更有着芝加哥过往不为人知的历史。



亚伯拉罕林肯总统斯普林菲尔德希尔顿逸林酒店

酒店坐落在历史悠久的斯普林菲尔德市中心区域，是距离亚伯拉罕·林肯总统博物馆与图书馆最近的酒店，同时距离贺拉斯曼公司、州府大厦和Prairie Capital会议中心只需几分钟的路程，距离圣约翰医院和纪念医学中心只有几个街区之遥，酒店提供免费的班车服务方便客人前往的Amtrak车站与亚伯拉罕林肯首都机场。我们早起参观旧州议会大厦只需要几分钟路程。酒店房间以林肯总统各种抽象艺术照片作为背景装饰，从房间玻璃遥望出去，博物馆和议会大厦尽收眼底。



芝加哥玫瑰酒店

最为刚开业半年的酒店，一直保持着满房，不得不说酒店有其独到之处。首先，酒店的设计风格简约而不简陋，务实却又洋气。进入大堂后，墙壁上黑白线条的装饰画以及人形雕塑，颇有几分芝加哥艺术博物馆的格调。酒店会议室外的公共区域也颇为吸引眼球，可以遥控控制颜色的伞灯，使人很容易忘记会议的压力和疲劳。酒店拥有165个房间，除了几间套房外，绝大部分是大床房和双床房，迎合机场附近的住宿需求。房间内饰时尚并充满了艺术感，床头提供USB充电设备。



亚伯拉罕林肯总统博物馆和图书馆

亚伯拉罕林肯总统博物馆和图书馆位于林肯故乡，参观者可以近距离看到美国历史上第16任总统是如何走向通往白宫道路的。必须推荐的是博物馆的两个演出，一个展示了他从出生到在斯普林菲尔德的生活；另一个是关于他在白宫的日子。这里还呈现了林肯总统任期中的各种场景，包括白宫内阁和福特剧院的复制品。



芝加哥艺术博物馆

芝加哥艺术博物馆展出作品8000多件，馆内拥有莫奈、雷诺阿、修拉和梵高等大师的作品。博物馆对中国游客十分友好，提供中文地图方便游客探索馆内的精华藏品。地图上带有耳机图标的展厅里，部分展品有中文语音导览。值得一提的是Journey Maker，从超级英雄到奇珍异兽，使用数字化互动工具Journey Maker，游客可以根据孩子的喜好制定家庭行程。从Ryan Learning Center的家庭活动室出发，开启全家在芝加哥艺术博物馆的探险之旅！提供英文、西班牙文和中文版本。



威尔士大楼

威尔士大楼有110层，一度是世上最高的办公楼。它距地面442米，天气晴朗时可以看到美国的4个州。在第103层有一个供观光者俯瞰全市用的观望台。Ledge的巨大玻璃盒从摩天大楼的侧面延伸出去，享受您从未体验过的景色。103层不仅是观景台，更提供众多活动创意，实现无限可能。比如，开辟专门的早餐区域，迎着芝加哥第一缕阳光，喝着美式咖啡欣赏密歇根湖上碧波荡漾的帆船，开启一天的完美旅程！



千禧公园

千禧公园是坐落于美国芝加哥洛普区的一座大型公园，千禧公园最热门的拍照地——云门，该雕塑由英国艺术家安易斯（Anish）设计，整个雕塑由不锈钢拼贴而成，虽体积庞大，外型却非常别致，宛如一颗巨大的豆子，因此也有很多当地人昵称它为“银豆”。千禧公园门口的皇冠喷泉是游客们休息、嬉戏的好去处，它是两座相对而建的、由计算机控制15米高的显示屏幕，交替播放着代表芝加哥的1000个市民的不同笑脸，欢迎来自世界各地的游客。每隔一段时间，屏幕中的市民口中会喷出水柱，为游客带来突然惊喜。



Garrett Popcorn Chicago 根本停不下来的爆米花

好吃到爆的Garrett Popcorn创立由来于一个浪漫的故事，丈夫知道妻子的爱好之一是爆米花，于是买下来了四家爆米花店，使得爱人可以尽情享受，后来随着业务的发展拥有了Garrett Popcorn全部的店铺。我们有幸见到了故事中的女主人，得到了求证。位于芝加哥的这家店客人络绎不绝，老板娘热情的邀请我们参观了密不示人的厨房。厨房不出所料的干净且香味扑鼻，这里选用的芝士都是新鲜且不过夜的，当天销售不了的爆米花也统统销毁，保证新鲜美味。我们幸运的品尝到了最新开发的辣味爆米花，亚洲客人可以大快朵颐了！



芝加哥湖Odyssey游轮之旅

来到芝加哥旅游，至少要坐一次游船在芝加哥河或者是密歇根湖上一览芝加哥。这次我们考察团乘坐的Odyssey游轮是刚刚建成下水的，船体设计简约时尚，当晚上船晚餐的客人即有热恋的情侣，也有结婚多年重温爱意的老夫妻，还有年轻活力无限的闺蜜团，我们不禁感叹，芝加哥湖的游轮的确适合各类人群。乘坐游轮前，船员会邀请游客和船体拍照留念，下船时即可领取照片，费用包含在晚餐中。首先推荐的是芝加哥的历史和建筑之旅，上船之后可以了解芝加哥火灾后重建的故事，以及河两岸的各种不同风格的建筑是再好不过的选择，或者只是在船头吹吹芝加哥湖的风，感受城市的现代之美，也是很惬意的。



乔利埃特地区历史博物馆 Joliet Area Historical Museum

该博物馆主要针对美国热爱66号公路的人们开设，博物馆大堂里面是著名的布鲁斯兄弟的造型，走入博物馆里，宛如进入了汽车的博物馆，各种有关66号公路和汽车元素琳琅满目。博物馆的玻璃尤为特别，是彩色珐琅玻璃，与博物馆的历史氛围浑然一体。其中美国著名宇航员 John C.Houbolt的故乡也来自与乔利埃特地区，博物馆里也展出了他的照片和登月雕像。



乔利埃特监狱

说起监狱的中文名字，游客们都会很好奇为什么安排这个行程。当导游告诉大家这里是著名的美国电视剧《越狱》拍摄所在地，每个人都显得非常期待和兴奋。监狱一直保持着当年建成的设施和样子，对面还有个女子监狱。现在的监狱已经废弃不用了，除了《越狱》拍摄外，这里还经常接待来自其他剧组的场地租赁，当天我们考察时正好场地被征用。



庞蒂亚克66号公路壁画博物馆

来到66号公路壁画博物馆，开始你会被这里狭促的地方感到些许失落。然而，进入博物馆后，中文导游讲解的66号公路多姿多彩的冒险故事，五颜六色的汽车车牌，以及最为引人注目的汽车主题壁画，瞬间将你的好奇心点燃。这里的壁画题材多样，形式夸张，将美国人历险、张扬、充满自由的特征展现的淋漓尽致。参观完博物馆，工作人员照例欢迎大家来到博物馆的必须打卡地，66号公路标记的壁画前合影留念，并且会在征得同意的前提下，发布在博物馆的官方社交媒体上。



最原始的66号公路老路

来到芝加哥，随处可见66号公路的标记，然而，来到这里，才能真正领略什么是当年黄金时代的66号公路。老路非常干净，砖红色的地面隐隐透着那时的辉煌与沧桑。蓝天、白云、草丛与我们驾驶的汽车融为一体，瞬间有种穿越回工业时代的感觉。赤脚踩在公路上，体验着从结实的路面感受到的务实、勤奋的美国精神，这次是人们无比仰慕、怀念66号公路的根本精髓吧。



芝加哥小狗队棒球比赛

风靡美国的棒球文化，只有你深入当地和居民们一起观看现场的比赛才能完全理解。进入赛场外，早早的就有爱好棒球的年轻人拿着啤酒等候着比赛开始，与国内不同的是，这里还有不少年轻的夫妻带着孩子们来领略体育的魅力。球场有场外观众席，有VIP包厢等不同规格的门票。啦啦队文化是美国棒球比赛不可或缺的元素，每次换位时，球赛都会组织内容不同的场外观众互动，有大人猜地名，小孩扔圈，比赛双方粉丝小竞赛等，观看比赛也是娱乐生活，这大概才是美国人热爱体育的真正原因吧。





奇 迹 | 旅 行
MAGIC TRAVEL

俄罗斯联邦政府旅游机构和企业考察团到访众信旅游集团 中赴俄旅游市场将现新增长点



近日，由俄罗斯联邦旅游署驻北京代表处首席代表亚历山大·福尔科率领的俄罗斯联邦政府旅游机构和企业考察团到访众信旅游集团总部，与众信旅游集团高级副总裁林岩女士、优耐德旅游俄罗斯产品研发部门座谈，共同探讨中国赴俄罗斯旅游市场新趋势，并就加强交流合作等事宜进行深入沟通。



此次考察团成员包括鞑靼斯坦共和国国家旅游委员会、克里米亚共和国旅游度假部、阿尔泰旅游中心、列宁格勒州旅游信息中心、斯维尔德洛夫斯克州发展中心、俄罗斯S7航空公司、贝加尔湖区卫星国际青年旅行社等10余家联邦政府旅游机构及企业。他们希望此行能够更多地了解中国游客赴俄罗斯联邦旅游的新需求，并把当地更具特色的

旅游资源通过众信旅游集团及优耐德旅游推广到中国市场，从而吸引中国游客前往俄罗斯联邦更多目的地旅游度假，获得美好、独特的旅行体验。

优耐德旅游俄罗斯产品经理李燕女士介绍说，俄罗斯是最受中国游客欢迎的旅游目的地之一。随着两国关系不断迈上新台阶，中国游客对俄罗斯的认知进一步丰富、深入，许多新兴的旅游需求正在不断涌现，差异化、个性化、高品质的俄罗斯旅游产品正在成为市场主流趋势。优耐德旅游2019年将重点推广海参崴、哈巴、堪察加远东地区的旅游产品，并在俄罗斯全线产品中增加叶卡捷琳堡以满足游客的新需求。考察团的来访为我们的产品创新打开了更广阔的视野，相信很快能够结出丰硕成果。

众信旅游集团高级副总裁林岩女士表示，众信旅游集团作为中国领先的出境综合服务运营商，近年来一直积极布局“一带一路”沿线旅游目的地，尤其重视赴俄罗斯各旅游目的地资源开发、产品创新及服务提升。众信旅游集团愿意与俄罗斯各级政府旅游推广机构及各大旅游企业加强沟通、密切联系，积极探索合作可能性，进一步提升赴俄罗斯旅游产品的品质和丰富性，为中俄双边文化旅游合作进一步发展贡献自己的力量。



泰国国家旅游局&捷达旅游&艺鼎传媒

强强联手打造影视主题游



日前，由泰国国家旅游局、捷达旅游与泰国艺鼎传媒等多方联手打造的“泰国慢调生活私享会”系列活动在上海圆满举办。捷达旅游现场发布泰国旅游新玩法及泰国体验式多主题产品架构，为现场幸运嘉宾提供“全泰天天”6天5晚泰国游等丰富奖品；同时助力泰国顶级流量明星“Bie定相遇”粉丝见面会，打造文化旅行之泰国影视主题游。

随着欧美国家对外籍投资限制政策的出台，投资风向转向东南亚。泰国以“距离近、环境好、旅游资源丰富、经济环境稳定”等特点成为东南亚最为理想旅游和投资的目的地。本次活动中，捷达旅游现场发布了包括：全国出发、落地成团的“全泰天天”系列产品、今夏全新上线的“全泰天天-8人派”及“宝贝+游”亲子度假游、豪华游艇-海上派对主题游、“喜行于摄”婚纱摄影主题游、“丽人行”医美抗衰主题游、“高端派对”房产主题游等泰国多主题结构产品。

在刚刚圆满落幕的“亚洲文明对话大会”中，亚洲国家间的影视主题互动获高度重视，“影视+旅游”将成为打造文旅市场新引擎。随着泰国热播影视剧在国内播出的频率和热度不断提高，越来越多的泰国演艺界明星被中国观众所熟知喜爱。作为深耕泰国旅游二十余载的“老牌”旅游企业，捷达旅游再次与泰国国家旅游局、艺鼎传媒联手，打造集旅游文化于一体的泰国影视主题游产品。

活动当晚在上海花园饭店举办了“Bie定相遇”粉丝见面会，泰国顶级流量明星素格力·威塞哥(Bie)现身会场，与现场200多名粉丝热情互动。作为《铁石心肠》、《爱在旅途》、《命中注定我爱你》和《命中不注定》等多部热播泰剧的男主角，Bie在中国圈粉无数；同时在“2019上海电视节泰国盛典”获颁“泰剧传播杰出贡献奖”。泰国影视剧的感染力和中国粉丝的热情，都为发力打造泰国影视主题游鼓足了信心。捷达旅游与泰国国家旅游局、泰国艺鼎传媒强强联手，为Bie中国粉丝定制“与Bie同行，重走《命》景”泰国主题游！走进《命中注定我爱你》，《命中不注定》两部热播代表剧取景地，重温经典剧情；为Bie庆生，回馈Bie粉丝；打造Bie及粉丝团公益事业；推广泰国礼佛文化、推广泰国主题旅游。





2019泰国旅游交易会(TTM+2019)

聚焦泰国新兴目的地合作

6月5-7日，2019年泰国国际旅游交易会(TTM+2019)在芭堤雅举行。作为泰国最大规模B2B旅游盛会，TTM+获得国际旅游业的认可，为350家参展企业及全球60个国家的实力买家提供交流、交易平台。捷达旅游连续多年受泰国国家旅游局邀请参加，寻求创新型、体验型泰国文化旅游项目的同时，聚焦开发新兴目的地合作机会。

泰国国家旅游局副局长Mr. Tanes讲到，TTM+2019以“新兴目的地的新改变”为主题，是对泰国国家旅游局(TAT)理念的传承和延续。TAT旨在促进目的地的发展，基于“把优质的产品和服务、当地独一无二的体验提供给游客”的理念，把泰国打造成“最受欢迎的目的地”。





官宣！2019“中国-爱尔兰青少年高尔夫球对抗赛”中国国内选拔赛拉开帷幕

5月28日，由中国高尔夫球协会主办，众信博睿整合营销咨询股份有限公司、爱尔兰中国文化交流旅游协会承办，爱尔兰国家旅游发展局、爱尔兰高威市政府协办的2019“中国-爱尔兰青少年高尔夫球对抗赛”竞赛规程对外发布，先行在中国国内的四场选拔赛拉开帷幕。

据悉，2019“中国-爱尔兰青少年高尔夫球对抗赛”中国国内四场选拔赛举办地分别为海南博鳌亚洲论坛国际会议中心高尔夫球会（2019年6月7-10日）、湖南桃花源国际高尔夫俱乐部（2019年6月15-18日）、天津盘山高尔夫球会（2019年6月19-22日）、青岛嶺海温泉高尔夫俱乐部（2019年6月28-7月1日）。

众信旅游集团副总裁王春峰表示：众信旅游积极践行“旅游+”、“+旅游”融合发展模式，努力创新与时俱进的业务形态。体育可以强身健体，旅游可以修身养性，“高尔夫球+旅游”促进两个不同领域的资源共享、优势互补、协同并进。

2019中国-爱尔兰青少年高尔夫球对抗赛中国国内第一场选拔赛在博鳌举行

6月8日，2019中国-爱尔兰青少年高尔夫球对抗赛中国国内第一场选拔赛，在博鳌亚洲论坛高尔夫球会举行。中远海运博鳌有限公司博鳌亚洲论坛高尔夫球会副总经理杨坚、爱中文化交流旅游协会会长蔡梁、众信旅游集团副总裁王春峰，以及参赛选手和家长出席了开球仪式。

“中国-爱尔兰青少年高尔夫球对抗赛”是中高协主办的高级别国际赛事之一，旨在促进中国青少年运动员进一步的锻炼和成长。博鳌亚洲论坛高尔夫球会为本次选拔赛给予了大力支持，精心安排各项赛事活动，提供了一流的球场服务，博鳌亚洲论坛高尔夫球会具有丰富的青少年赛事举办经验，设施设备优良，且拥有一支高水平的精英管理团队。

博鳌亚洲论坛高尔夫球会多年来一直关注和支持中国青少年高尔夫球赛事，为推动中国青少年高尔夫球运动的普及和提高做出了积极的贡献。

俄罗斯联邦政府旅游机构和企业考察团到访众信旅游集团 中赴俄旅游市场将现新增长点

6月24日，由俄罗斯联邦旅游署驻北京代表处首席代表亚历山大·福尔科率领的俄罗斯联邦政府旅游机构和企业考察团到访众信旅游集团总部，与众信

旅游集团高级副总裁林岩女士、优耐德旅游俄罗斯产品研发部门座谈，共同探讨中国赴俄罗斯旅游市场新趋势，并就加强交流合作等事宜进行深入沟通。

他们希望此行能够更多地了解中国游客赴俄罗斯联邦旅游的新需求，并把当地更具特色的旅游资源通过众信旅游集团及优耐德旅游推广到中国市场，从而吸引中国游客前往俄罗斯联邦更多目的地旅游度假，获得美好、独特的旅行体验。

优耐德旅游2019年将重点推广海参崴、哈巴、堪察加远东地区的旅游产品，并在俄罗斯全线产品中增加叶卡捷琳堡以满足游客的新需求。考察团的来访为我们的产品创新打开了更广阔的视野，相信很快能够结出丰硕成果。

众信旅游集团助力兰瑟品牌马来西亚沙巴千人“瑟彩之旅”圆满落幕

近日，国内知名彩妆品牌兰瑟千位渠道商共聚马来西亚沙巴，共同见证兰瑟植物彩妆的色彩魅力，优享彩妆流行趋势。一贯秉承植物彩妆定位的兰瑟用最具色彩、最具植物元素的彩妆秀场给来宾呈现一场独具色彩美学的视觉盛宴，兰瑟第一届“瑟彩之旅”暨色彩流行趋势报告由此开启。众信旅游集团作为此次“瑟彩之旅”的旅行服务供应商，为一千余名客人全程提供了优质周到的旅游服务，并策划执行了别具特色的晚宴接待服务，从而保障活动圆满落幕。



凝聚力量，夯实中坚 ——华程国旅集团举办首次梯队干部培养集训

近日，由华程国旅集团人力资源部组织的梯队干部培训活动，在江苏昆山完成了第一次线下集训。本次培训集结了华程国旅集团各分子公司的5位导师、10位核心骨干，培训还得到携程集团大力支持，特别邀请携程集团培训高级总监许桂丽进行专题辅导，携程华北区总经理李阿红、携程顾问施奇也一同参与了培训。

华程国旅集团“团队共创”的体验式培训，通过认识我和团队，以及共识、联结、勇气、共创，开启改变之旅，让团队看到个人，让个人为团队自豪，最终达成了统一目标、统一战略！华程国旅集团董事长郭东杰先生对所有学员们提出殷切期许：宏伟的愿景，开阔的视野；科学的精神，持续的学习；缜密的思考，务实的作风；坦诚的合作，谦逊的风范！

华程国旅集团参加“2019挪中商务服务研讨会”，与海达路德达成全新深度战略合作！

5月30日，“2019挪中商务服务研讨会”在中国国家会议中心召开，华程国旅集团首席商务官 Tony Ong、华程国旅集团北京公司副总经理徐妍应邀出席。会上，华程国旅集团携手海达路德游轮、海南航空，强强联合重磅推出挪威沿海美食+峡湾+北极光的全季深度海岸之旅——365天，天天出发！

据悉，挪威西海岸10天行程，从北京出发直飞奥斯陆，转机卑尔根或者希尔克内斯登船，可体验挪威7天6晚北上航程（卑尔根-希尔克内斯）、北极6天5晚南下航程（希尔克内斯-卑尔根）或全程12天11晚经典航程（卑尔根-希尔克内斯-卑尔根）。

广之旅发布“献礼70周年华诞系列”主题旅游产品

岭南控股广之旅近日宣布，在新中国迎来70周年华诞之际，正式发布“献礼70周年华诞系列”主题旅游产品。据悉，该系列主题产品以国内游为主线展开，同时兼顾出境游和港澳游，目前第一波的主题产品已经全线上架，主要覆盖7-8月暑假亲子旅游旺季。岭南控股广之旅副总裁文爽表示，目前市面上爱国主义旅游线路大多以“红色旅游”为主，内容单一且枯燥，而有关“大国崛起”、“树立中华民族文化自信”等系列产品又缺乏统一宣传。“我们希望籍着祖国70周年华诞为契机，以旅游的方式献礼国家，让参与者感受到中华崛起的震撼和中华民族丰富的文化底蕴，重新定义爱国游。”文爽说。

广之旅西南运营中心启动 岭南控股战略布局再添增长极

6月14日，岭南控股广之旅与四川新界国旅共同在四川成都召开新闻发布会，宣布西南运营中心正式启动，该运营中心逐步嫁接广之旅整体运营体系，依托广之旅覆盖全球的目的地服务能力、产品品质与服务体验方面的卓越经验，通过整合西南区域云贵川渝“三省一市”的网络分支机构，以出境游批发业务为动能，支撑新界国旅在西南区域各出境业务单元的转型升级，为西南旅游市场供给更丰富的旅游产品与更优质的旅游服务；同时，持续提升西南运营中心在本地资源的集成能力以及作为旅游目的地服务响应能力，挖掘地方特色旅游资源，通过广之旅在全国的营销驱动，助力西南区域旅游形象的进一步推广，持续为西南地区导入客源流量。



凯撒旅游战略合作国投源通 优势共享蓄力康养旅游

凯撒旅游日前宣布与国投源通网络科技有限公司（下称“国投源通”）达成全面战略合作，为实现优势互补、共同发展的合作愿景，基于国投源通在旅游、酒店、医疗、养老服务、用户等多方面的资源优势，以及凯撒旅游在旅游资源开发、产品设计、渠道推广、团队服务等方面的行业优势，前期以康养旅游为切入口，展开全面合作。

凯撒旅游相关负责人指出，基于此次合作，凯撒旅游将依托自身优势，进一步挖掘并整合各类旅游资源，为之打造符合个性需求的旅游产品及项目，助力国投源通为会员单位提供更好的服务。而国投源通的用户资源也将助力凯撒旅游进一步开拓市场。

未来，双方还将基于不同用户的个性化需求，研发并设计特色旅游主题及项目，在产品与渠道等方面实现合作共赢，共同为全国各地的客户提供优质服务。

凯撒旅游入股邮轮母港免税店 抢滩百亿旅游免税市场

近日，凯撒旅游与中国出国人员服务有限公司（以下简称“中出服”）达成合作，入股天津国际邮轮母港进境免税店。根据合作内容，凯撒旅游及中出服将共同组建天津中服免税品有限公司，主营免税品、卷烟、食品的销售等业务，公司全资子公司凯撒同盛及中出服将分别持股49%、51%，双方将共享在免税和旅游方面的丰富资源及运营能力，实现优势互补，打造全新的旅游免税新生态，共同缔造各自领域的卓越品质与业界标杆。

凯撒旅游与中出服的联合，有望使双方未来在发展布局、市场协同、品牌联合等方面建立深度合作，有助于快速获得互补性的资源和能力，提升双方内部控制和组织协调效率，从而降低运营成本，使企业能在市场竞争中提升充足的掌控优势。同时也意味着，凯撒旅游产业、产品体系的全面化，为用户带来更为全新和完备的消费体验。

坚定“出海”步伐 凯撒旅游全球布局敲定日本

凯撒旅游日前宣布，全球布局再下一城，进驻日本东京。此举迈出了凯撒旅游拓展全球市场、发展

日本旅游的新步伐。据悉，凯撒旅游已于6月6日获得由日本东京市政府发放的“旅游行业经营许可证”。日本分公司已成为凯撒旅游在海外开设的第8家分支机构。

凯撒中国创始人、凯撒旅游总裁陈小兵表示：“为海内外游客提供优质的旅游生活服务，是凯撒旅游的长期发展目标，而拓展全球布局则是凯撒旅游实现这一目标的必经通道。选择日本开设分公司，一方面是基于地缘优势，另一方面则是基于当前中日关系以及即将到来的2020年东京奥运会。”

据透露，以日本分公司为依托，凯撒旅游将在“出境游”及“入境游”两大市场上协力发展，助力中日民心相通。

内蒙古联合中青旅推出“少年那达慕” 亲子研学文化旅游产品

6月19日，由内蒙古自治区文化和旅游厅主办的2019年“少年那达慕”内蒙古亲子研学文化旅游产品发布会在北京召开。

中青旅联盟已将“少年那达慕”亲子研学文化旅游品牌定为2019年集智盟动项目，举全联盟之力，推动产品的市场化。目前已成立集智盟动少年那达慕项目沟通组，来自全国近40家成员单位针对“少年那达慕”进行了产品上线发布及推广。其中中青旅联盟成员山东交运旅游集团有限公司、山东广播电视台和内蒙古众信国际旅行社有限责任公司，呼伦贝尔交通旅行社有限公司和父母邦（北京）旅行社有限公司现场签署少年那达慕产品合作协议，并计划于七月份发团体验。

中青旅:包价旅游与旅行社旅游产品国家规范出台

《包价旅游产品说明书编制规范》（LB/T 072-2019）和《旅行社旅游产品质量优化要求》（LB/T 073-2019）两项旅游行业标准，日前由文化和旅游部正式发布，并将自2019年8月1日起实施。

这两项行业标准，均由中青旅控股股份有限公司作为受托单位编制起草。两项行业标准均是中青旅的企业标准为基础，并参考国内外类似文件和模版，广泛征求旅游消费者、旅游企业、旅游主管部门、专家学者的意见，在文化和旅游部、全国旅游标准化技术委员会等单位的指导和帮助下编制而成。

相信这两项行业标准的出台，将有助于推动旅行社服务质量的提升、产品质量的改进，也更加有助于旅游者合理评估和选择旅游产品。有利于促进旅游市场秩序的进一步好转。



应邀出席“海洋光谱号”游轮首航仪式

6月3日，春秋国旅应邀出席皇家加勒比游轮公司的“海洋光谱号”，在上海的首航仪式。“海洋光谱号”是第一艘皇家加勒比游轮公司建造的“超量子系列”豪华游轮。“超量子系列”是在“量子系列”的基础上进一步提升拓展，增加高科技含量的系列游轮。目前“海洋光谱号”游轮在上海运营接待，它将成为亚洲最大最昂贵的游轮。

携手北京国旅、中旅体育旅行社举办产品推介会

6月12日下午，春秋国旅携手北京国旅、中旅体育旅行社共同举办的门店推介会在北京东方花园大酒店举行。大会到场门店人员100余人，会上春秋国旅推介的高端旅游产品得到了到场来宾的一致认可，大会也为双方进一步合作奠定了坚实基础。

与斯里兰卡旅游部进行友好洽谈

2019年北京旅游博览会于6月18日-20日在国家会议中心开幕，北京春秋旅行社有限公司杨洋总经理18日当天与斯里兰卡旅游部部长MR.Minister Speech 一行就重启斯里兰卡旅游计划进行友好洽谈，斯里兰卡旅游部充分肯定北京春秋对推动斯里兰卡旅游作出的贡献，希望在合适的时机与北京春秋共同组织赴斯大型活动，重启中国公民赴斯里兰卡旅游。

飞扬旅游港股主板上市，成为中国内地旅行社行业赴港上市第一股

6月28日，飞扬集团（股票代码：1901.HK）在香港联交所举行敲钟仪式，实现港股主板成功上市，从而成为中国内地旅行社行业赴港上市第一股，填补了内地旅行社港股空白。

飞扬集团本次发行以红筹架构登陆香港资本市场，其中10%作公开发售，90%作为国际配售。6月21日飞扬在港完成IPO，市场反响热烈，国际配售于公开招股第二天即告足额，公开发售更获超额认购直达19倍。最终飞扬IPO以联交所规定的发行上限额度（超发15%）实现超募发行，并藉此同时设立了“绿鞋”股价护盘机制。这意味着在当前行情波动并不明朗的港股市场，飞扬集团仍然获得了投资者的极大认可，实属不易。

香港快运航空宣布 即将开通航线直飞那霸

建基于香港的航空公司香港快运航空宣布即将推出直航航线来往香港及冲绳首府那霸。该航线预计将于2019年9月26日正式投入服务，为每天往来香港与冲绳的旅客提供灵活且便捷的直航服务。

随着冲绳航线的加入，香港快运航空将能为旅客提供更便捷的飞行服务，方便他们计划一行多站之冲绳群岛游，轻轻松松地遍游于群岛之间。该条航线于9月底开通后，香港快运航空便将一共提供3条飞往该区之直航航线—冲绳（那霸）、宫古（下地岛）及石垣岛，使旅程既能饱览那霸市内风光，亦可用于各群岛亲尝浮潜、深海潜水 and 日光浴等体验。

吉祥航空上海—西哈努克航线成功首航

2019年6月15日，由吉祥航空空客A320执飞的HO1319航班由上海浦东国际机场启程，经过约四个小时的飞行，于当地时间21点14分顺利降落在柬埔寨港口城市——西哈努克市，标志着上海—西哈努克航线成功开通，这也是吉祥航空开通的首条柬埔寨航线。由柬埔寨政府安排的宪兵部队、公安局领导于西哈努克机场迎接首航航班；同时，摩根蓝波湾、金银湾各企业集团领导也亲赴机场欢迎首航，共同庆祝此条航线的开通。

该航线的开通不仅扩大了吉祥航空在东南亚地区的航线网络，也是吉祥航空积极响应“一带一路”的倡议，促进中柬两国经济、文化等发展的重要举措。西哈努克市为柬埔寨第一大港口，并建设了中柬两国企业共同开发建设经济特区；该航线将大大加强我国长三角地区与柬埔寨西哈努克的商贸联系，从而提升两地经贸合作。

南航开通广州—长沙—内罗毕航线

6月12日凌晨，中国南方航空公司首班广州—长沙—内罗毕CZ6043航班，在经停长沙黄花国际机场后再次起飞，前往肯尼亚内罗毕乔莫·肯雅塔国际机场。这是在首届中国—非洲经贸博览会举办前夕开通的最新一条中非航线，也是南航于2015年开通广州—内罗毕直飞航线之后的第二条飞往非洲内罗毕的航线。

执飞广州—长沙—内罗毕航线的客机机型为空客A330宽体机，去程CZ6043航班每周二、六执飞，广州起飞时间是21时35分，22时55分到达长沙，再于次日零时50分从长沙起飞，当地时间7时30分到达内罗毕。回程CZ6044航班每周三、日执飞，内罗毕起飞时间为当地时间12时50分，次日北京时间6时5分到达长沙，再于8时10分从长沙起飞，9时45分到达广州。

国航开通杭州—意大利罗马直飞航线

6月12日0点35分，一架搭载着188名旅客的空客A330-200飞机从杭州萧山国际机场腾空起飞，在经过约12小时飞行后，于罗马当地时间6点37分平稳降落在罗马国际机场，至此，中国国际航空公司杭州直飞罗马航线正式开通。

据悉，此次国航杭州直飞罗马航线的航班号为CA731/732，每周3班，班期为周三、五、七。最新的航班时刻为：去程北京时间00:25从杭州起飞，罗马当地时间06:55抵达；回程航班罗马当地时间13:05起飞，北京时间次日06:30抵达杭州。

6月20日起，合肥机场每周新增一班至莫斯科航班

自2019年6月20日起，至2019年10月26日，合肥机场将新增一条直飞莫斯科国际定期航班。

该航班由俄罗斯伊尔航空公司执飞，机型为波音777-200型，拥有361个普通舱和10个商务舱，每周四执飞一班，合肥起飞时间为北京时间14:00，返程合肥为北京时间04:00，空中飞行时间约为7.5小时。莫斯科与北京之间的时差为5小时。

目前，乌拉尔航空公司在合肥机场每周五执飞一班合肥-新西伯利亚-莫斯科航线，该航线于2018年12月7日首航，机型为空客320。自执飞以来，客座率均佳维持在95%以上，市场需求旺盛。据安徽某旅行社负责人介绍，俄罗斯最佳的旅游时间为5月-10月，此时的俄罗斯凉爽宜人，最适合前往避暑度假。目前赴莫斯科8天的旅游团队价约为5999元，预计暑运期间将更为火爆。

川航贵阳直飞墨尔本洲际航线成功首航

当地时间6月12日13时许，3U8417航班平稳落地墨尔本机场，标志着四川航空贵阳-墨尔本洲际航线成功首航。这是贵州省第一条直飞澳大利亚的航线，此前，贵州旅客前往墨尔本需经其他城市转机，行程至少需要13.5小时，这一直飞航线开通后，仅需10小时即可飞抵墨尔本，能为旅客“省下”小半天时间。

该航线每周三执飞，去程航班号为3U8417，01:00从贵阳起飞，13:00抵达墨尔本；回程航班号为3U8418，21:35从墨尔本起飞，次日06:00抵达贵阳（以上均为当地时间）。

成都至印度德里直飞航线9月正式开航 每日一班

6月12日，印度靛蓝航空（IndiGo）与成都双流国际机场共同召开新闻发布会，宣布将于今年9月

15日起，开通“德里—成都”定期直飞航线，每日一班。9月16日，成都至德里直飞航线也将正式开航。

作为印度最大的航空公司，靛蓝航空以“低票价、准点、宾至如归服务”为经营理念，目前机队数量已超过200架，每天有超过1400个航班飞往54个国内目的地和18个国际目的地。“德里—成都”定期直飞航线开通后，成都将成为其第19个国际目的地，也是其在中国大陆的首个目的地。

祥鹏航空6月11日开通成都=西哈努克港航线

云南祥鹏航空有限责任公司（以下简称“祥鹏航空”）于2019年6月11日正式开通成都直飞柬埔寨西哈努克港航线。该航线开航后正值暑期，将为成都地区假期出行的旅客提供更多选择。

成都—西哈努克港航班号为8L865/6，每周二四六执飞。

柬埔寨作为“一带一路”沿线的重要国家，是东南亚贸易的重要交通节点和目标市场，也是近年来经济发展迅速、市场潜力巨大的东南亚国家之一。西哈努克港位于柬埔寨西南海岸线上，是柬埔寨最大的海港，简称“西港”；同时也是柬埔寨国内比较重要的旅游城市，与金边、吴哥齐名，是柬埔寨著名的三大旅游胜地之一。祥鹏航空成都—西哈努克港航线的开航，为四川省与柬埔寨的经贸、旅游往来提供了极大便利。

南京—名古屋航线即将开通

6月15日起，南京禄口国际机场将开通南京—名古屋航线，由吉祥航空执飞，每日1班。这是继东京、大阪、冲绳、札幌之后，南京禄口国际机场开通的第五条直飞日本航线。

南京—名古屋航线采用空客A320执飞，去程航班HO1601，每日上午11:00从南京禄口国际机场起飞，下午14:40抵达名古屋中部国际机场；返程航班HO1602，当地时间每日下午15:40起飞，下午17:50抵达南京。

乌克兰国际航空开通三亚-基辅定期直飞航班

6月4日晚，由乌克兰国际航空执飞的三亚-基辅定期直飞航班在三亚凤凰国际机场顺利开通，共有235名旅客搭乘该航班抵达三亚。

据悉，由乌克兰国际航空执飞的三亚-基辅航线每周二执飞1班，机型位波音767-300ER。进港航班号为PS7877，11时50分从基辅起飞，22时20分抵达三亚；出港航班号为PS7878，周三0时20分从三亚起飞，13时抵达基辅（以上时间均为北京时间）。

以色列驻华使领馆暂停签证办理业务

以色列签证受理中心官方网站首页显示，以色列驻华使领馆日前发布重要通知，表示自2019年6月26日下午起，以色列驻华使领馆将暂停受理任何签证申请业务（A/2留学签证申请除外），恢复时间另行通知。

通知还表示，在6月26日下午前递交的签证申请使领馆继续受理，但受理时间会延长。申请者可以选择继续递交签证申请，但申请材料暂无法递交至使领馆。申请者也可以选择在签证受理服务恢复后递交。

美国关岛观光局首个旅游专家培训系统正式上线

美国关岛观光局正式宣布上线其首个在线旅游专家培训系统。关岛旅游专家在线培训计划是将中国市场的特点，以及关岛旅游资源的情况和动向结合在一起，为中国旅游从业者提供的有针对性的线上培训。

线上培训系统包括电脑端和手机端，方便适应多种终端需求。培训课程则共有7章：“抵达关岛”、“畅游关岛”、“住在关岛”、“关岛美食”、“关岛购物”、“历史文化”、“会奖政策”。涵盖了关岛吃、住、行、游、购、娱全方面的旅游资源。

西班牙：马德里机场免税店开通微信支付

据《欧洲时报》西班牙版微信公众号消息，西班牙马德里机场免税店Dufry从本周起开始支持微信支付。西媒报道称，近年来到西班牙旅游的中国游客数量增长迅猛。由于他们的购买力非常强大，预计未来将有越来越多的西班牙商家加入微信支付的行列。

西班牙BBVA银行新电子商务发展负责人Carlos Laita表示，微信希望将中国的购物体验带往世界各地，这样中国民众就能在境外旅游时也享受到其便捷性。“我们向商家提供技术解决方案，与他们签署标明微信支付条款的合同，以便商家接受中国游客的支付方式。”Laita解释说。

比利时网红城市布鲁日开始“限流”

据《欧洲时报》18日报道，自2018年新市长上台以来，比利时热门旅游地、“中世纪城市典范”布鲁日采取了各种限流游客的措施，以减少超负荷的游客数量对该城市的影响。

为了遏制人流的大量涌入，停靠在布鲁日港口的邮轮上限将从五艘减少到两艘，并鼓励邮轮在工作日而非周末停靠，以更好地控制客流量。当地旅游局

还将停止在巴黎和布鲁塞尔等附近城市开展推广活动。

简化外国人出境手续 日本机场将实现“刷脸”出境

日本法务省将在主要机场简化访日外国人的出境手续。据《日本经济新闻》6月12日报道，2019年度内访日外国人可以在羽田、成田、中部国际、关西国际和福冈5机场，使用通过面部识别技术进行出境审查的通关门。除了上述5个机场外，预计已经引入面部识别门的机场也将随时解禁使用。此举将缩短出境的等待时间，给访日外国人带来更多方便。

日本法务省将扩大使用面向日本人的面部识别门而修改省令，计划最早7月在已完成系统等准备工作的机场，使外国人出境时也能够使用面部识别门。

使用对象为以旅游等90天以内短期停留的在留资格前往日本的外国人。通过比对护照IC芯片中的面部照片与当场拍摄的照片，确认是否为本人。出境人无需事先注册，游客使用起来也很方便。

新西兰7月1日起征收外国游客税 每人约35新西兰元

据新西兰天维网报道，一项旨在向外国游客征收游客税的议案6月1日在新西兰国会获得通过，该法案将从7月1日起正式生效。据悉，每位外国游客都将因此支付35新西兰元，用于支持新西兰的基础设施建设和环境保护。

根据该法案，在新西兰居住时间不超过12个月的国际游客，大部分都将被征收35新西兰元的游客税，其中澳大利亚及太平洋岛国游客可获得税收豁免。

坦桑尼亚在中国4城举办旅游推介会 电子签证系统8月上线

坦桑尼亚旅游局和坦桑尼亚驻华大使馆联合举办的“第二届坦桑尼亚旅游推介会”于2019年6月19日在北京启动。本届路演旨在向中国广大旅游业者和游客宣传坦桑尼亚丰富与独特的旅游资源，促进中坦双方在旅游领域的合作。本届推介会路演将先后在北京、上海、南京、长沙四个城市举行。

坦桑尼亚驻华大使姆贝尔瓦·凯鲁基阁下（H.E MBELWA KAIRUKI）表示：“秉承贯彻落实中非合作论坛北京峰会成果的精神，坦桑尼亚驻华大使馆携手坦桑尼亚旅游局，联合举办了此次推介会路演，致力于构建文化昌盛的中非命运共同体，推动民间交流计划的发展。”

为了方便更多的中国游客和投资者前往坦桑尼亚，电子签证系统将在今年8月正式上线，坦桑尼亚航空计划于下半年开通达累斯萨拉姆至广州的直飞航线。

巴西正式对四国免签:或将向中国游客发电子签证

据南美侨报网报道，6月17日，巴西正式对来自澳大利亚、加拿大、美国和日本游客单方面免签。巴西旅游部长在评论此事时提到，将会采取更多措施来促进巴西旅游业的发展，并提到了对中国、印度游客发放电子签证的可能性。

据报道，今年3月份，巴西总统贾伊尔·波索纳罗(Jair Bolsonaro)签署了对这四国游客免签的法案，并于6月17日正式生效。在被问到是否还有其他国家的游客可以获得类似的福利待遇时，马塞洛指出，下一步可能会对中国和印度游客发放电子签证。去年，巴西政府开始向加拿大、美国、澳大利亚、日本游客发放电子签证，推动去年这四国来巴西的游客数量增长了15.73%。

泰国国家旅游局与支付宝正式签订合作意向书

泰国国家旅游局与支付宝(杭州)信息技术有限公司于近日在泰国曼谷正式签署关于结成长期战略合作关系的合作意向书(LOI)，将为赴泰旅游的中国游客提供更多的产品和服务选择。

泰国国家旅游局局长育塔萨先生表示，根据中国旅游研究院和携程的报道，泰国是2018年最受中国游客欢迎的海外旅游目的地。去年，泰国迎来了1050万人次中国游客(国际游客总人数达3800万人次),是泰国的第一大客源市场。因此，泰国国家旅游局一直努力创造更多渠道来加强泰国旅游的产品品质和服务多样性，来满足中国游客的需求。

伊朗宣布将对中国游客免签，伊朗驻华使馆：具体日期尚未确定

据伊朗迈赫尔通讯社、《德黑兰时报》等媒体6月29日报道，伊朗文化遗产、手工艺和旅游组织负责人瓦利·泰穆里表示，伊朗内阁已批准对中国游客实行免签入境政策，今后访问伊朗的中国游客将“不再需要事先获得签证”。评论称，此举旨在吸引更多中国游客，增加收入，助力受围困和西方制裁的伊朗经济。不过，这是一项单边措施，即访问中国的伊朗游客仍需要事先得到中国颁发的相关签证。伊朗驻华大使克沙瓦尔兹扎德30日回应《环球时报》记者说，针对中国游客的免签政策将于近期实施，“实施后，中国游客可以免签访问伊朗，享受伊朗的好客”。伊朗驻华大使馆表示，免签政策落地的具体日期尚未确定。

文化和旅游部：公布系列管理办法和行业标准

近日，文化和旅游部公布了系列管理办法和行业标准。其中旅游人颇为关注的是旅游行业标准《旅游规划设计单位等级划分与评定条件》（LB/T 076-2019）和《文化和旅游规划管理办法》。

文旅部此次印发的关于《文化和旅游规划管理办法》的通知，是时隔近20年，继《旅游发展规划管理办法》后，旅游行业第二次就规划管理办法出台的相关制度，也是10月实施的《旅游规划设计单位等级划分与评定条件》的依据，是文旅合并后文化和旅游部首次就文化和旅游“规划”发布的管理办法。

《文化和旅游规划管理办法》（以下简称《办法》），是为进一步统一规划体系，完善规划管理，提高规划质量，提升文化和旅游规划工作的科学化、规划法、制度化，充分发挥规划在文化和旅游发展中的重要作用，结合文化和旅游工作实际，文化和旅游部制定并于近日印发自2019年6月1日起施行实施。

皇包车旅行完成5000万美元C+轮融资

6月25日，皇包车旅行正式发布C+轮融资消息。今年一季度完成的5000万美元融资，由深圳市创新投资集团有限公司（简称“深创投”）领投，其他投资机构跟投。

皇包车旅行致力于让体验世界更容易，自2014年12月成立以来，已累计服务1000万出境游人次，皇包车旅行聚集了全球90多个国家、1800多个城市的十万名当地华人，为出境旅行用户提供从基础的接送机产品到深入当地、独具特色的包车游服务；每一位当地华人都会像接待自己的朋友一样迎接每一位客人，让每一个他乡总有故人。

7月1日起普通护照往来港澳通行证实施降费

根据《国家发展改革委财政部关于降低部分行政事业性收费标准的通知》（发改价格〔2019〕914号）规定，自2019年7月1日起，全国公安机关出入境管理部门降低普通护照、往来港澳通行证收费标准，普通护照由每本160元降为每本120元，往来港澳通行证由每张80元降为每张60元，7月1日前已受理的证件仍按原标准执行。

此次降低证件收费标准是国家移民管理局贯彻落实中央经济工作会议精神、全面深化“放管服”改革的重要举措，是今年以来继出入境证件“全国通办”、互联网政务服务平台上线启用、“一带一路沿线国家人员享受出入境便利”等后实施的又一项惠民

政策。为使出入境证件降费政策受惠面最大化，国家移民管理局研究确定降低中国公民出入境证件中申领总量最多的普通护照和往来港澳通行证的收费标准，每年预计将有6500万人受益，减少人民群众相关费用支出约20亿元。

出境旅游组团社签证专办员管理系统启用

6月12日，文化和旅游部“出境旅游组团社签证专办员管理系统”启动仪式视频会议召开。文化和旅游部副司长张旭出席会议并讲话。

张旭指出，启用新的“出境旅游组团社签证专办员管理系统”是文化和旅游部全面落实党中央、国务院深化“放管服”改革重大决策部署，服务旅游市场、便利旅游企业经营的优先举措；是落实国务院推进全国一体化在线政务服务要求，提升政务服务公开化、电子化、规范化、便利化、快捷化水平的具体措施；也是文化和旅游部第一个正式启用和开展业务培训的政务服务事项。各地要高度重视旅游签证工作，保障出境旅游有序发展；要严密组织实施系统启用，便利出境旅游组团社业务开展；要牢固树立大局意识，发挥好我出境旅游的综合效应。

同程艺龙携手南航推出基于NDC技术的国际机票在线选座服务

日前，同程艺龙联手南航，推出了基于NDC的在线选座服务，旅客在同程艺龙小程序或移动客户端成功购买国际机票后，可通过在线值机入口办理付费预约座位。目前为止，同程艺龙是首个推出基于NDC技术在线选座服务的OTA。

旅客通过同程艺龙平台上的“南方航空官方旗舰店”成功购买国际机票后，即可优先选取南航经济舱靠前排的座位或者经济舱腿部空间较大的座位（含紧急出口座位）。该项服务为收费服务，收费标准因具体航线而异，价格在100元至600元之间。目前为止，同程艺龙是第一个接入南航NDC在线选座服务的OTA，此前，仅南航官方网站、客户端可提供该服务。

北京市旅行社协会研学旅行专业委员会成立 大潮董事长张信当选研学旅行专业委员会主任

行是知之始，知是行之成。为贯彻落实教育部等11部门印发的《关于推进中小学生研学旅行的意见》精神，推动研学旅行行业健康发展，引导研学旅行社按照教育规律、逻辑、原则做好教育与旅行的融

合，提高研学旅行的服务水平，保证研学旅行的品质与效果，经过北京市旅行社协会研学旅行专业委员会筹备组两个多月的紧张筹备，北京市旅行社协会研学旅行专业委员会成立大会于6月28日在京召开。特别值得一提的是，北京大潮研学国际旅行社有限公司董事长张信当选研学旅行专业委员会主任。北京大潮研学国际旅行社有限公司（以下简称大潮）前身是西城区的校办企业，成立于1993年6月1日，致力于为全国中小学青少年提供专业的校外活动服务。20多年来，先后获得了首都精神文明建设标兵、首都窗口行业奥运培训先进单位、首都文明服务示范窗口单位等称号，并斩获旅游行业最高荣誉——“紫禁杯”，多年来一直保持年组织、接待人数十万人次以上，零事故、零投诉的优秀品质记录，成为研学旅行领域的领头羊。

携程签约彭于晏：瞄准年轻客群推进下沉战略

6月6日，携程通过官方微博宣布签约彭于晏为代言人。据了解，由彭于晏拍摄的携程最新TVC广告片及平面广告将于6月6日起在全国机场、高铁站、携程旅游线下门店等场景同步投放。同时，彭于晏也将作为携程国际品牌Trip.com港澳台地区代言人在这些区域向公众正式亮相。

对于这次启用新代言人，携程相关负责人表示：“彭于晏的形象阳光时尚、自律励志，同时，也被粉丝亲切地称为‘热心旅游博主’，是爱旅行、爱生活的典范。”据携程相关负责人介绍，携程希望通过新代言人的启用为品牌注入新的活力，并和用户一起探索属于自己独特的旅行和生活方式。

昆明市发布5月旅游“红黑榜” 4家旅行社被吊销证照

近日，昆明市文化和旅游局发布5月旅游“红黑榜”，共有10家旅行社登上“红榜”，10家旅行社、2名导游、1名从业人员被列入“黑榜”。

红榜：石林光大国际旅行社有限公司、云南天喻国际旅行社有限责任公司、昆明乐景旅行社有限公司、昆明翔好旅行社有限责任公司、昆明乐美旅行社有限公司、云南云途国际旅行社有限公司、昆明康辉旅行社有限公司、昆明唯美旅行社有限公司、昆明游家国际旅行社有限公司、云南琳达假日国际旅行社有限公司。

黑榜：被吊销旅行社业务经营许可证：云南滇越国际旅行社有限公司、云南乐畅国际旅行社有限公司、昆明悦行国际旅行社有限公司、海外国际旅游集团云南有限公司、云南亮利国际旅行社有限公司、云南低碳国际旅行社有限公司。被撤销行政许可：云南凯越国际旅行社有限公司、昆明康辉永恒旅行社有限公司、昆明畅旅旅行社有限公司、云南昆旅国际旅行社有限公司。

「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	探路者集团高级副总裁 & 旅行事业群总裁 & 易游天下创始人
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
冯彬彬	撞见旅行 项目创始人
冯 璘	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
王 政	易飞国旅 首席执行官
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 华程国际旅游有限公司上海分公司总经理



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



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
- 孙海瑛

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 旅行社全國理事會個人會員

與全國各地有抱負的旅行社業者一起分享見解
相遇還是碰撞
你的舞台
為你而來

旅遊人自己的組織，火熱加入中

萬 峰	喜游創始人之一、騰邦旅遊集團 合夥人兼 COO
陳志剛	深圳醉美國際旅行社有限公司 總經理
蓋書華	雲地接 CEO
栾 杰	趣旅 CEO
崔月花	南京正大國際旅遊有限公司 總經理
常 山	中航之旅旅業 董事長
王文忠	日本愛智思新日國旅 中國總經理
劉 琳	湖北易旅行旅遊發展有限公司 副總經理
杭海軍	路圖全球旅行攝影 創始人
方 旭	河南省海外旅遊有限公司 副總經理 & 監事
查 理	悅游五洲新媒體公司 創始人 & CEO
紀 偉	斯洛文尼亞惠登旅行社 總經理
劉長順	呼倫貝爾旅業集團 聯合創始人 & 總裁
孫 鵬	環球地接網 副總裁
焦笑斐	在路上大交通事業群 CMO、在路上旅業 副總裁
劉松新	道旅科技 副總裁
王凱君	五洲行國旅 副董事長
Jeffrey Chen	文景假期 CEO
呂銳	成功之旅 COO
熊倩妮	深圳市暢享國旅 總經理、樂漫者 聯合創始人
陳少芳	廣州木棉花旅運 總經理
王靜	大連中信國際旅行社有限公司 總經理
沐文生	北京環遊天下國旅 總經理、金米旅遊創始人
龔政	米歐國際 聯合創始人兼中國區總經理
裴建宏	甘肅蘭神國際旅行社 總經理、甘肅蘭神旅業 創始人
陳雪平	北京美佳國際旅行社有限公司 總經理、 北京愛特博旅運服務有限責任公司 分銷總監
王光榮	遼寧普峰國際旅行社股份有限公司 總經理
尹小娟	成都和天下國際旅行社有限公司 執行董事 總經理
劉建軍	想樂時光 創始人
張忠山	山姆爸比場景實驗室 創始人兼 CEO
閻聰	青島中國旅行社 國內旅遊中心總經理
鍾英榮	聚游會諮詢（深圳）有限公司 總經理
劉 勇	青島同城國際旅行社有限公司 總經理
呂才輝	頂級假期-極地包船 董事長

以加入先後排序

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

8人派 暑期亲子狂欢季 全泰·天天

全国出发
落地成团

1人成行
8人小团

0 购物
自费

专业导游+微管家
线上线下无盲区

神奇泰国
amazing
THAILAND



曼谷芭堤雅 网红尊享版5晚6/7天

【奢华五星】国际连锁五星曼谷JW万豪, 芭堤雅铂尔曼G酒店
【网红同款】安帕瓦水上市场, TERMINAL21, 美功铁道市场,
古法船面叠叠高, 拉差达火车夜市

¥3899起
曼谷成团 不含机票



普吉岛 网红畅享版5晚6/7天

【出行便捷】保证入住芭东闹市区国际四星酒店, 5晚连住
【网红同款】海景骑象&ATV越野车, SweetTalk甜品店赠
送网红冰激凌, 丛林云端漫步, VIP帆船出海
西蒙人妖show

¥2399起
普吉成团 机票自理



曼谷+普吉岛 网红精华版5晚6/7天

【精选酒店】曼谷网评五星酒店+普吉芭东区国际四星酒店
【出行便捷】酒店位于曼谷闹市区、普吉芭东区
【网红同款】丹嫩沙朵水上市场, 火车游美功铁道, 丛林云
端漫步, SweetTalk甜品店赠送网红冰激凌,
VIP帆船出海, 海景骑象&ATV越野车

¥3799起
曼谷成团 机票自理



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订合同为准
国家特许经营出境游L-BJ-CJ00059



游

畅游东京、京都、大阪等各大城市.行程丰富多彩
带你体验不一样的景点,给你一个难忘的日本之旅

吃

全程享用各式东瀛美.独家安排日本地道店酒屋、日本特色
料理、特色火锅等正宗宴金料理,体验日本饮食文化。

住

全程入住日本特色酒店。

行

自由行 车务



多彩旅行

COLOURS LVXING

日本地接/商务考察/国际会议
医疗体验/导游翻译/不动产投资
自由行车务/中日学生交流/定制行程



カラース商事 株式会社代表 赵恒啓

电话: 03-5816-6642 传真: 03-5816-6643 QQ: 85507676

手机: 080-3599-7983 Email: zhq@coloursourism.com

网址: <http://www.tokyocolours.com>

地址: 东京都台东区台东4-31-7 御徒町302室



扫一扫记我微信



扫一扫记我微信



关注公众号



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

<http://whlyj.beijing.gov.cn>

Email:bjslxsxh@qq.com

Tel:010-85157038

