

商旅资讯

南航与新西兰旅游局、奥克兰机场签署三方合作备忘录

本报讯 近日,南方航空在奥克兰与新西兰旅游局、奥克兰机场签署合作备忘录,希望由此建立紧密的合作关系,共同促进新西兰和中国两国之间的旅客增长。

南航方面表示,大洋洲是南航推进国际化进程的重要区域市场,也是提升南航国际品牌影响力最直接、最有力的支点。

奥克兰机场首席执行官表示,三方签署合作备忘录,就是要在新西兰和航空公司之间建立紧密的合作关系,共同促进新西兰和中国两国之间的旅客增长。

当天签署的合作备忘录内容包括三方要携手合作,提升各方市场的知名度,为南航“广州之路”发展创造需求;任命一个委员会研究航线发展和规划未来的计划;交流经验,协助产品发展和成长机会;互利共赢,信息共享等。

“中国对于新西兰来说是一个巨大的增长机会,很高兴地看南航通过举办客户年会,努力在推动这个市场。这一活动的积极影响是不能低估。为此,新西兰旅游局很高兴为中国南方航空公司提供支持,奥克兰机场也是一样,通过备忘录的形式,增强我们与中国的联系。”新西兰旅游局执行总裁凯文·鲍勒(Kevin Bowler)说。(宗赫)

中国游客赴韩签证办理手续将进一步简化

本报讯 据韩联社报道,韩国文化体育观光部长官崔光植于12月12日在北京会见中国国家旅游局局长邵琪伟,双方修订了《中国公民自费团队赴韩国旅游谅解备忘录》。根据原有规定,5人以上才能申请组团赴韩,而修订后,3人以上便可组团办理签证。

韩国文化部方面表示,采取该措施的目的是为了使3-4人为单位的团在赴韩时也能简化手续办理程序,该措施将给游客数的提升带来积极影响。

此外,韩国文化部还加强了对旅游市场的管理力度,对销售劣质旅游商品或强迫购物等行为加强了行政处罚力度。

另一方面,韩国文化部与韩国旅游发展局一道于12月13日在四川成都举行观光公社成都支社设立仪式。观光公社将通过成都支社,加强在中国内陆宣传韩国旅游商品。(宗和)

海航引进第三架A330全商务机将执飞北京—三亚航线

本报讯 海南航空将于12月28日引进第三架空中客车A330全商务客机,该客机将投入飞行北京—三亚航线,每天往返两班。

据悉,此前海航引进的第一架、第二架空中客车A330全商务客机已投入飞行北京—深圳航线近两周,客座率均在80%以上,旅客反响良好。

空中客车A330全商务客机上共有116个座位,其中头等舱34个,商务舱82个。头等舱座位布局为1-2-1式,座间距宽达1.8米,配备15.4英寸LCD屏幕,座椅可调节至180度完全平躺;商务舱座位布局为2-2-2式,座间距宽达1.2米,配备10.2英寸LCD屏幕,座椅可调节至155度半平躺。客舱顶级个人娱乐点播系统拥有80部电影、80个电视节目,600张音乐专辑,以及15款益智游戏供旅客选择,专用降噪音频为旅客营造舒适的听觉体验。

海航官方微博“十大选乘理由,全方位解密全商务”中详细解密了空客330全商务客机与众不同的十大机型优势:1.全新体验,前所未有的;2.优越时刻,正点保障;3.超大空间,惬意享受;4.顶级座椅,舒适休息;5.独享空间,互不打扰;6.专属插座,移动办公;7.娱乐无限,畅快体验;8.尊贵服务,省时省心;9.机上香氛,愉悦呼吸;10.高端服务,尊贵专享。(海青)

高端商务游进入“定制服务时代”

■ 本报记者 兰 馨

高端商务会奖旅游进入了定制服务时代。11月上旬,恒瑞行传播集团(以下简称恒瑞行)举办了一场商务会奖旅游高端定制服务案例的分享会。而此前,恒瑞行刚刚完成了一次“意大利、瑞士、法国精典游大城小镇”的商务旅游VIP客户的定制项目。

随着商务会奖旅游市场的逐步成熟,高端定制服务在商务会奖旅游业被看作是“蓝海”。在高端商务会奖旅游市场,还是一块尚未被瓜分掉的蛋糕。

目前,高端定制服务还只是满足“小众需求”。

提供定制式服务

近日,恒瑞行传播集团总裁曹萱接受记者专访时强调,高端定制服务最大的区别在于,客户能够抛开传统商务旅游能看到、接触到的范围和视角,享受定制式服务。

曹萱认为,恒瑞行为高端商务客户提供的“意大利、瑞士、法国精典游大城小镇”,是对高端定制服务这一概念的“兑现”。提供高端定制服务即是提供VIP管家式服务。“以客户为本”,是高端定制服务必须恪守的基本准则。

据了解,恒瑞行曾为花旗银行、IBM等客户提供高端个性化服务。此次再接手上述高端定制服务的客户,业务流程上并不陌生。曹萱表示,与传统的商务会奖旅游不同,面对高端定制服务客户,从最初策划部分就要体现与众不同。“不走寻常路”,是商务会奖旅游高端定制服务客户的宗旨。



■ 静 安

为了促进MICE市场的发展,美国夏威夷会展中心近日在上海进行了首次路演,将迷人的岛屿风光和繁忙的大型展会完美结合,打造会议、交流、观光三位一体的国际旅游目的地。

夏威夷会展中心坐落在夏威夷的首府檀香山,位于威基

商务游新趋势:个性化、定制化、深度游

■ 本报记者 袁 远

元旦、春节假期将近,形形色色的年会旅游、会奖旅游也即将迎来新的高潮。随着互联网的普及、移动互联网应用的兴起,越来越多的年轻商务旅行者都不愿再受限于旅游机构设计的传统跟团线路,而是对出游时间、行程、具体的酒店、餐厅、特定景点有着自己的个性化需求。不愿去游人如织的大众旅游景点,不愿吃食如鸡肋的团餐,不愿住昂贵而没有特色的酒店,成了当下年轻人出游的“三不”准则。为此,一些旅游机构相继推出了定制化线路、深度旅游、慢游线路等产品,力图使旅游符合当下年轻人个性化的需求。

带上“美食宝典”去旅行

旅游达人戴小蜜告诉记者,她已经很久没有在旅行的时候吃团餐了。她去泰国清迈作商务旅行的时候,抽出宝贵的时间,到清迈夜市,随意品尝路边的当地美食,感觉非常满足。“不要小看了泰国的路边摊了,要想吃到最正宗的泰国美食,必须去当地的夜市。那里的食物不仅美味而且非常便宜,是在酒店和团餐里完全没有的味道。”一般,旅行之前,戴小蜜都会通过网络查出当地最受欢迎的餐厅,到达当地之后,通过google地图,一般都能轻而易举地找到自己心仪的餐馆。她的一些美食爱好者朋友们也会经常在网上向小蜜推荐各地的风味美食,并且和她分享各地的美食体验,甚至贴心地附上美食地图。“好吃”而心细的小蜜也会一一记下,待到去那些地方旅游时当做“美食宝典”。戴小蜜告诉记者,如果是在国内旅行,她还会通过团购的方式提前购买当地餐厅的美食,以期能更省钱地享用美味。

据途牛旅游网监测数据显示,年轻人对旅游的喜爱程度远远高于其他年龄层群体,而年轻游客的出游需求越来越

在旅游业内,高端服务也称为贵宾旅游业务(VIP Business Tour),即为客户提供管家式、定制式的高端旅游服务,并依据客户的需求制定特色线路,让客户在游览之时体验尊贵享受。

团队需精诚合作

据曹萱介绍,此次“意大利、瑞士、法国精典游大城小镇”高端定制服务团其中重要一项行程是,在被称为“引擎之都”的意大利摩德纳自驾法拉利豪车体验,试驾之余参观法拉利博物馆。

按照计划,此次“意大利、瑞士、法国精典游大城小镇”,将在瑞士为客户提供乘坐直升飞机的体验,但由于抵达瑞士后,因降雪等不可抗因素,临时改为乘坐火车。而此次欧洲火车之旅,令客户获得了意外的收获和喜悦。

曹萱表示,由于在策划前期已做好的应急预案,因此,在临时出现状况时能快速反应。而这一切的背后,则需要后方一支庞大的服务团队共同来完成的。

据悉,恒瑞行设有高端事业部,近年来,这一部门承接了多个大型高端定制服务的接待项目。据透露,恒瑞行已有拓展其跨国公司CEO、BOD访华的高端定制服务项目业务的计划。

高端市场大蛋糕

据胡润《2012中国高净值人群消费需求白皮书》中的数据显示:目前中国个人资产在600万元以上的高净值人群达到270万人,旅游、养生保健、子女教育是他们最关注



的服务内容。其中,有六成人表示会选择旅游方面的消费金融服务。

业内人士表示,高端商务会奖旅游市场的份额接近15%,且尚未细分,市场潜力巨大。

据有关统计数据显示,目前已有18%的国内出境游运营商所承接的高端旅游业务已超过其总业务的一半,未来5年内,该数字有望达到35%,同时98%的旅游经销商对高端旅游有兴趣。

据《中国奢华旅游市场白皮书》的数据显示,2011年,中国高端消费者人均国内旅游3.6次,而亿万资产以上者人均国内旅游4.2次。在国外游方面,去年中国高端消费者人均国外旅游2.4次,其中亿万资产以上者人均3.4次。

上述人士表示,高端定制旅游市场的利润维持在25%上下,相较传统休闲旅游市场高出10%甚至更高。

商旅关注

夏威夷会展中心首次上海路演 强化MICE市场

夏威夷会展中心中国区代表陈晴介绍说:“每年都有许多具有国际影响力的会议于夏威夷召开,但目前中国市场主要还是以奖励旅游团占大多数,少部分也有大约100多人的参会团及参展团。作为夏威夷政府的旗下机构,我们最重要的还是希望吸引MICE团队前来夏威夷这个目的地,因此,我们除了推广会展中心外,也积极与业界争取更多大型中国会奖团前往。”陈晴也透露,明年初夏威夷将首次迎接来自安利公司(Anway)1500人的奖励旅游团6天4晚的活动,并将在夏威夷航空博物馆的机库举行其创意晚宴。

在夏威夷会展中心成立15周年庆典之际,夏威夷会展中心还特别推出了优惠补助计划。只要大于1000人的奖励旅游团队在夏威夷会展中心举办一场午宴、晚宴或者年会,每人一次性返还10美元,如果人数不足1000人,也可进行个案申请。此外,对于已经注册来参加会议的国际访客,或者来举办活动的公司团体,夏威夷会展中心也会根据客人的要求,为其提供美国使领馆的签证支持函。

温馨民宿受欢迎

“现在有很多在线旅游企业,为出游提供多重选择的空间,如经济实惠的机票、舒适的酒店、美食、景点,这样的组合显然更吻合出游者的心意。”业内人士这样表示。

据业内人士介绍,2012年之前,旅行社推出的产品大部分是侧重于旅游机构单方设计的线路产品,然后推向市场,消费者根据自己的喜爱选择其中的线路出游,只有极少数线路产品是根据消费者的特殊需求而量身定做。目前,根据年轻游客的出游需求进行归类分析之后,已打乱了原有的常规旅游产品模式重新组合,更多考虑到游客对旅游品质和个人喜好的需求,尽可能以游客为中心设计旅游产品。

的确,现在的年轻人对旅行舒适程度的要求越来越高,譬如在住宿方面,戴小蜜就有着自己的“追求”。“比起整齐划一的星级酒店,我更喜欢入住到各地的家庭旅馆里。每个家庭旅馆都有着明显的当地建筑、生活特色,而且千人千面,很适合我追求新奇的心理。”在清迈,戴小蜜入住到一家名为SK HOUSEde家庭小旅馆里,尽管这家旅馆名气不算很大,但是因为主人的女儿在新加坡做建筑设计师,她亲手设计的这家旅店便显得简洁大方又充满设计感,而且设计得不露痕迹。最让戴小蜜满意的是酒店的价格,大约合人民币100多元,比星级酒店便宜不少。更妙的是,出了酒店后门,就能抵达一所寺庙,住在酒店里,随时可以去感受泰国小乘佛教的魅力。戴小蜜告诉记者,这样的酒店在清迈很多,你只要随手招一辆“蹦蹦”车,花上100泰铢,便可以在城里到处逛游,随时在你看重的民宿前停留、观望。

业界焦点

