

· 资讯 ·

2018中国-欧盟旅游年在京启动

10月26日,由欧洲旅游委员会、“欢迎中国”认证机构主办,哲意控股承办,欧盟委员会与欧洲旅游委员会成员国支持的“2018中国-欧盟旅游年”启动仪式在京举行。今年7月,在中欧峰会上,中国和欧盟双方宣布指定2018年为“中国-欧盟旅游年”。对此,欧盟将会提供多方面的商业支持协助,包括支持商业峰会,举办商业与商业对接活动、营销活动等。同时,为给中国游客提供更好的旅游体验,欧盟也将增加线上的营销推广。此外,在欧盟中国旅游年的筹备期间,实现中国与欧盟签证便利化也是一个重要目标。

欧洲旅游委员会执行董事Eduardo Santander表示,2015年欧盟接待了2%的中国旅客(约1000万人次),说明欧盟需要做更多努力欢迎中国游客,增加中国游客对于欧盟旅游目的地的积极印象。

瑞士旅游局在华推冰雪旅游产品

瑞士国家旅游局近日在京举行2016年冬季新闻发布会,正式启动2016-2017季推广主题:瑞士——冰雪家园。据了解,本次推广力推目的地为达沃斯-克洛斯特斯、圣莫里茨地区、英格堡-铁力士山、格施塔德、少女峰地区、日内瓦湖区、采尔马特、马特宏峰地区、莱克斯、日内瓦、琉森湖区、阿罗萨和雪朗峰。

瑞士冰雪旅游在华市场逐年升温。瑞士国家旅游局局长史密德表示,瑞士国家旅游局在中国开展冬季推广四年来成绩斐然。2015-2016年冬季,中国游客在瑞士山区停留达18.91万夜次,占全部夜次的44.7%。从旅行方式发展趋势来看,中国市场正在发展成为重要的自由行客源地:瑞士旅行通票在中国市场的销售成绩显示,自由行旅行方式的增长已经超越了整体市场的增幅。

乌干达旅游推介会在京召开

10月27日,乌干达旅游线路推介会在京召开。推介会充分展示了乌干达的旅游前景并对乌干达众多优美景色做了介绍。

作为一个极富特色的国家,乌干达为旅客提供了丰富的旅游产品:如非洲最高的山峰、世界最长大河的源头、世界第二大淡水湖、有超过世界一半山地大猩猩的栖息地、友好热情的人民、轻松安全的旅游环境。实际上,乌干达已于2005年被中国政府列为中国公民旅游目的地。推介会还邀请了乌干达和中国的旅游业者,双方就合作、如何方便中国公民前往乌干达旅游以及和航空公司的合作进行了商讨。

据悉,该推介会是乌干达驻华大使馆拟议在华有关城市举行的一系列向中国公民介绍乌干达为最佳旅游目的地推介活动之一。北京商报综合报道

阿里旅行需要撕掉阿里标签

——专访阿里巴巴集团副总裁李少华

从淘宝旅行到阿里旅行·去啊,再到如今的“飞猪”,阿里巴巴旗下这一旅游企业更名变化颇大,更是引起了业内的广泛关注甚至是争议。不过,按照阿里巴巴集团的排兵布阵,更名后的“飞猪”顺利加入了阿里系“动物园”,阿里巴巴集团副总裁、飞猪总裁李少华表示,之前叫阿里旅行是因为需要借助阿里这个品牌,而如今的阿里旅行规模渐长,现在是时候重新出发了。



更名 押宝“85后”

10月27日,阿里旅行迎来了第二次更名,新名字飞猪与阿里旅行差别较大,立即在圈内引发了热议,但不论如何,更名“飞猪”后的阿里旅行与阿里系的天猫、菜鸟、闲鱼、虾米、蚂蚁等一众“动物”有了明确的队列。李少华表示,如今飞猪已经成为了阿里“动物园”中的一个成员。

在李少华看来,飞猪这一新品牌的公布是阿里旅行的破茧重生。他指出,阿里旅行在两三年前就已经启动了飞猪这个品牌的注册和域名的申请,这一品牌瞄准的就是年轻人的出境游市场,如今国内的旅游市场发生变化,阿里旅行已经到了破茧重生的时候。“当初为什么叫阿里旅行?我们当初从淘宝走出来,需要一个像阿里这样响当当的名头,因为那个时候我们闯荡江湖比较势单力薄,无论是市场的影响力,还是在供给端的影响力,或是在消费者端的影响力,我们都需要有阿里为我们保驾护航。”

据介绍,这一全新的品牌将面向年轻消费者。李少华表示,年轻消费者占据主流市场,因此飞猪有这样的定位。但是对于飞猪的这一定位,有观点提出,如今市场上正在不断挖掘“有钱又闲”的中老年市场,作为平台型企业,定位年轻人是否会忽略掉有潜质的中老年用户?对此,李少华表示,定位于年

轻人并不仅仅局限在年龄,而是年轻的心。另一方面,很多中老年人的旅行计划都是子女帮忙制定的,因此抓住年轻人的心也会带动周边人的消费。

战略 布局资源端

依托阿里巴巴的集团资源,飞猪从去年3月开始便展开了一系列动作,包括“未来酒店”、“未来景区”等在内的未来系,同时也包括与目的地洽谈的资源合作,就在更名当天,飞猪还召开了海外度假(欧洲目的地)战略发布会。

不难看出,飞猪已经开始越来越多地布局资源端,尤其在出境游方面,飞猪的动作越来越多,目前飞猪已经成立了专门的海外团队。值得注意的是,飞猪也逐渐开始在境外开设服务中心。李少华介绍道,目前飞猪已经在芬兰、希腊、新加坡多个目的地开设服务中心,帮助出境游的中国游客,与当地的合作伙伴共同提供出境游服务。对于未来的开店计划,李少华表示首先会选择在比较成熟的目的地,另外,飞猪计划在几个主要目的地入境口岸开设这样的服务中心,“我们的目标就是可以踏遍中国年轻消费者去的每一个目的地,像支付宝的布局一样”。

但是对于飞猪加强在线下布局的说法,李少华表示目前已经无所谓线上和线下的区隔,飞猪的用户都是线上的。他还指出,飞猪是做一

个平台,自己并未怎么研究OTA的战略,并表示不会开设实体店。

生态 依托集团资源

李少华在采访中多次提到,阿里系生态为飞猪提供了诸多帮助,比如阿里旅行曾借助阿里的名声打品牌,通过支付宝布局交易端,此外,阿里巴巴投资的企业也成为飞猪发展业务合作的优势。

在支付宝方面,不论是未来酒店还是未来景区战略,支付宝都成为了飞猪开拓新业务的重要帮手。李少华也表示,在海外,飞猪的海外团队也与支付宝有很密切的协作。

同时,阿里巴巴还收购了不少与旅游相关的企业,比如穷游网、百程旅游等,甚至做视频内容生产的优酷也与飞猪有很密切的合作。李少华举例称,在飞猪的目的地内容生产上,阿里巴巴投资的穷游给飞猪提供了非常大的帮助,石基信息也成为未来酒店的重要构成,同时飞猪也因为阿里巴巴投资百程旅游的关系而更为信任。但他还表示,这些投资并不会影响到飞猪平台的开放性。

北京商报记者 肖玮 白帆

日前,凯撒旅游2017游学冬令营系列产品已经全面上线推出,覆盖美国、英国、澳大利亚等教育发达国家,以“世界做课堂 旅途见成长”为主题,涉及全真中学插班、英文课堂互动、多元文化探索、寄宿家庭体验等特色体验。除了学生游学产品之外,凯撒旅游还推出亲子游学,在多元文化氛围中,让家长见证孩子的成长。

凯撒旅游“2017游学冬令营”
缤纷上线

走进世界名校课堂 体验国际精英成长

凯撒旅游推出的学生游学系列产品会带领孩子们走进名校课堂,实地感受当地教育。在“美国洛杉矶全真中学寄宿家庭14日游学营”中进入洛杉矶当地学校,插班与美国本土学生一起学习,全天全真课程体验,感受不同的课堂氛围和美国老师的授课方式。而“英国伦敦英语课堂寄宿家庭14日游学营”则采用小班教学,与外国老师进行双向英文课堂互动,还可以与国内外志同道合的小伙伴建立友谊,培养团队合作精神。

“澳大利亚悉尼英语课堂寄宿家庭13日游学营”中,凯撒旅游除了让孩子们在营地学习ESL英文课程,重拾英语学习的乐趣,还可以通过悉尼、黄金海岸、布里斯班等不同城市的游览感受南半球独有的自然风光及生态环境,学习当地环保意识。

亲子相伴看世界 快乐成长在路上

除了针对学生游学的产品,凯撒旅游还推出亲子游学系列,如“新加坡趣味英语课堂与多元文

化深度探索6日亲子游学营”,家长可与当地教育专家分享如何有效地规划孩子长期英语学习与发展;当地老师组织孩子学习少儿国际英语会话及话剧班,为家长呈现英语话剧表演;原版“Animal Magic 奇妙动物世界”英语课程,有趣自然的课堂及教学模式,让孩子同时爱上学习英语及自然科学探索。

在“日本东京动漫文化探索7日亲子游学营”中,家长和孩子可实践动手制作并品尝属于自己的“独一无二”牌DIY寿司;参观东京消防厅,学习最实用的消防安全知识;到访J-WORLD博物馆、海贼王主题公园、哆啦A梦博物馆,尽情在动漫世界畅游;还可以参观东京大学、日本科学未来馆,了解科学技术,感受名校氛围。

除了出境游学,凯撒旅游还推出国内亲子游学营,如“小小骑行家-云南大理洱海苍山骑行6日亲子游学营”中,凯撒旅游会组织孩子与家长一起环海骑行、苍山徒步,不仅可以见证到孩子们超乎想象的毅力和能量,还能帮助孩子了解苍山独特的地质结构以及特殊的自然山地景观。