

业内信息 仅供参考

# 杭州會奖信息

第2期（总第2期）

2015年2月20日

杭州市会议与奖励旅游业协会编印

---

## “杭州旅游护照”启动，“0首付”游杭州

2015年1月29日，“杭州旅游护照”新闻发布会暨新春推广活动在南京举行，杭州市旅游委员李虹主任向全国首次发布“杭州旅游护照”项目。会上，阿里巴巴集团航旅事业群总经理李少华向大家介绍了“杭州旅游护照”新春活动——“零首付游杭州”相关内容。杭州、南京两地旅行业界代表、媒体代表参加了发布会。

2013年，杭州市政府与阿里巴巴集团签订战略合作框架协议，谋划围绕“智慧杭州”建设，开展全方位、多领域合作。杭州作为中国最佳旅游城市，国际重要旅游休闲中心，借助阿里巴巴强大的数据信息和成熟的运营体系打造集“智慧服务”、“智慧营销”于一体的“智慧旅游”平台，推动杭州旅游经济产业发展，可以说是势在必行、水到渠成。此次，杭州市旅委与阿里巴巴集团签订了合作备忘录，首推“杭州旅游护照”项目，是杭州旅游打造“智慧化旅游城市”、打造“名城名企共荣共兴”的创新性实践。根据合作备忘录，未来，杭州旅游将与阿里巴巴深化合作，按照杭州智慧旅游建设的总体要求，打造杭州旅游大数据产业链，深度挖掘杭州旅游数据资源的潜在价值，力求把杭州打造成为更具吸引力的旅游目的地。

“杭州旅游护照”包含线上服务窗和线下快捷支付两大板块。线上服务窗由

“预订、畅游、我的护照”三块功能构成，初步实现杭州旅游信息查询、旅游产品在线预订、旅游商户信息展示互动、优惠活动发布以及高德导航、快的打车等多种功能。线下快捷支付是通过支付宝钱包的“当面付”功能，实现游客手机扫码消费。简言之，“杭州旅游护照”浓缩了最新最全的杭州旅游信息、商户优惠折扣，实现了最便捷的预订、支付，关注它，让您“一只手机游遍杭州”。

“杭州旅游护照”从本质上说，是一个杭州旅游智慧营销平台和智慧服务平台的集成，也是创新旅游消费的有效手段。杭州市旅委搭建这个平台，终极目标是为了方便游客、促进消费，实现企业、旅游者双重受益，杭州市民、外地游客便利共享。目前，杭州市区已有 7125 家酒店、135 个景点、60 家杭州特色餐饮店实现了在线预订、支付，其中包括西湖游船、印象西湖、西溪湿地等知名景点；有 898 家旅游商户实现了“当面付”，包括青藤茶馆、万事利等知名旅游商户。

未来，杭州市旅委将与阿里巴巴集团联合，继续深化“杭州旅游护照”项目。主要做好三件事：一力推活动，首推“零首付游杭州”活动之后，护照将整合更多的优质商户和产品，阶段性推出形式多样的优惠活动，让“杭州旅游护照”用户时时有惊喜；二广拓商户，目前，护照签约商户还未能覆盖旅游全领域，下一步，杭州市旅委将大力拓展护照签约商户，扩大手机支付宝支付门店，真正实现“一只手机游遍杭州”；三构建平台，通过不断完善“杭州旅游护照”服务窗功能、逐步实现商户资源互通、数据共享，将“杭州旅游护照”打造成一个功能多样，精准营销的官方营销平台。相信通过政府主导、名企参与、多方配合，“杭州旅游护照”将被打造成为多元化、全覆盖、惠民生的好项目，成为杭州旅游的又一张金名片。

## 2015 孟中印缅商务论坛在杭州举行

1 月 14 日—16 日，2015 孟中印缅商务论坛在杭州举行。15 日上午，论坛启幕，中国贸促会副会长张伟、杭州市副市长谢双成出席开幕式并致辞。

2015 孟中印缅商务论坛由中国贸促会、杭州市人民政府等共同主办，杭州市贸促会具体承办。本次论坛邀请了来自孟、中、印、缅四国政府、商协会、贸促机构、工商界、学术界人士约 200 人参会。据悉，此次论坛对企业十分具有吸引力，报名火爆程度超出预期。会议邀请发出短短一个月，就吸引了来自孟加拉、

中国、印度、缅甸 4 个国家的 350 余位政府官员、机构及企业代表报名参会。截止会前，中方注册机构共 117 家，代表 240 余名。外方注册机构 92 家，代表 100 余名。从杭州市贸促会目前获取的信息看，不少外方企业家此次都是第一次来杭州，甚至第一次来中国，他们讲带着采购需求和项目前来参会，希望能结识中国的企业和商协会组织。论坛将积极帮助有意向的中外方企业配对洽谈，促成合作。

## 杭州多家酒店引进“微公交”，公益与绿色并进

近日，杭州香格里拉饭店进行了引进微公交项目的剪彩仪式。微公交既有传统出租车的灵活、私家车自由行的乐趣，又有类似公共自行车通租通还的便捷，胜在低能耗、低成本、高效率。酒店引进了左中右纯电动微公交，方便酒店住客租车绿色出行。住店客人可以在香格里拉饭店租用微公交出行畅游杭州，也可以开到机场、车站等直接还车。

外地游客一到杭州，急需解决的是交通问题。如果酒店配备有绿色环保的汽车供游客租车使用，整个旅游体验将得到很大提升。据了解，住店客人可以在香格里拉饭店租用微公交出行畅游杭州，也可以开到机场、车站等直接还车，充满电后续航里程可达 160 公里。据悉，杭州目前已有包括香格里拉饭店、黄龙饭店、雷迪森大酒店、龙禧福朋喜来登等 16 家高星级酒店引进了微公交。

## 中国国际会议及奖励旅游论坛 2015 将于 3 月开幕

由上海麦瑞赛商务咨询有限公司主办，杭州市旅游委员会，全球商旅管理者总会(ACTE)，美国社团管理者协会(ASAE)以及世界专业会议组织者联盟(WPCOA)等国际会奖领域知名机构支持的“中国国际会议及奖励旅游论坛(CCMIT 2015)”即将于 3 月 19 日~20 日在杭州海外海皇冠假日酒店隆重召开。届时邀请领先企业的会议与奖励旅游策划者，分享和介绍他们在企业会议、活动、奖励旅游中获得的宝贵经验，同时将邀请国际领先活动组织者、技术提供商们介绍国内外最新的理念、产品、趋势。帮助活动策划者们提高自身组织能力，达到甚至超越企业预算支出的预期效果。

## 杭州交通新发展，来杭办会将更加便捷

城市交通的发展，对旅游市场无疑是很大的利好消息。随着杭州地铁 2 号线、4 号线的建成以及秋石高架的开通，将会给来杭举办会议和奖励旅游的活动者提供更多交通上的便利。

### 1.杭州地铁 2 号线

杭州地铁 2 号线一期工程计划于 2017 年建成，全部为地下线。二号线西北延伸段施工期到 2018 年结束。2 号线东南段自去年十月开通以来，运营状况良好。从萧山区的朝阳村站出发，向北沿市心路，经钱江世纪城，穿越钱塘江后至终点钱江路站，线路总长 18.338 公里，一共设 13 座地下车站。

杭州地铁 2 号线西北段工程计划于 2016 年底建成通车。

### 2.杭州地铁 4 号线

杭州即将迎来第 3 条地铁线——4 号线首通段(近江-彭埠)力争春节前开通试运营。4 号线首通段除了连接 1、2 号线这一特殊的使命外，还有不少是以杭州人耳熟能详的住宅区而命名，可谓是一条家门口的专线。地铁 4 号线“小环路”的开通为城东新老城的居民们构筑了一条便捷、快速的出行之路。

途径火车东站站的 4 号线重要性显而易见，而首通段还首次将汽车南站、杭州城站、杭州东站以及客运中心四大站点连接成网，极大地节省了市民游客出远门所花费的时间。

4 号线首通段北止于彭埠站，虽然不如主城区般繁华，但两公里的距离内沪杭、杭甬高速尽收眼底，北至上海、南抵绍兴，交通便捷的优势可以说非常明显。

未来的 4 号线下行还将一路要穿过复兴路，西湖景区中的凤凰山景区、临安城遗址的边缘地带，下穿京杭大运河，坐着地铁可以游览西湖的八卦田景区。

### 3.杭州秋石高架

秋石高架的开通，大大缓解了秋涛路的交通压力。秋石三期高架，为双向 6 车道，设计时速 80 公里。从半山到钱塘江边，走秋石高架最快只要 10 分钟。秋石高架将大大分流秋涛路地面道路的车流量，很多走中河高架去滨江的司机，可能也会选择秋石高架，对缓解中河高架的通行压力也大有益处。

秋石三期开通后，等到 6 月底，秋涛南路提升改造工程高架部分建成通车后，杭州就会在市中心形成一个内环快速路网。即德胜快速路——秋石快速路——秋

石四期高架——中河高架，大约有 40 公里长。

除了秋石三期外，杭州还将有几条重要道路即将开通或者建成。其中包括东湖快速路一期(萧山段)、余杭塘路二期(丰潭路-古墩路段)地面道路、紫金港路隧道。整条东湖快速路南接萧山，北通余杭。一期工程，从东德立交(与德胜快速路相连)到九堡大桥段。

#### 4.杭州未来交通蓝图

正由“西湖时代”振翼飞向“钱塘江时代”的杭州，亟需要一张“交通导航图”。它可以成为城市发展中的一种保障，但更将是一种推动。

目标在规划期内，杭州人可以通过合理选择轨道交通、机动车、公交车、自行车等不同的交通工具（或交通组合），实现“从市区中心至都市圈内各城市中心的交通时间不大于一小时；市区任意两点的交通时间不大于 40 分钟；以新行政中心为起点，20 分钟内可以到达市区的任意一点”。

杭州城市基础设施建设和区域交通枢纽的发展，无疑为杭州会奖旅游发展打下了扎实的基础，为杭州带来更大会议和奖励旅游市场。

### 杭州 3 月会议预览

序列	时间	地点	会议名称
1	2015.3.9-10	杭州	2015 危化品物流高峰论坛
2	2015.3.9-10	西溪悦榕庄	2015 sHero 国际女性论坛
3	2015.3.12 -13	杭州	2015 旅行社行业发展高峰论坛
4	2015.3.13	杭州	(第五届)深基础工程发展 2015 论坛
5	2015.3.18 -20	杭州	2015 年第 20 届中国液化石油气 (LPG)国际会议
6	2015.3.19 -20	海外海皇冠 假日酒店	2015 中国国际会议及奖励旅游论坛
7	2015.3.25-27	龙禧福朋喜 来登酒店	2015 年中国涂料、颜料行业工作年会
8	2015.3.26-28	天元大厦	2015 浙江心脏论坛暨第五届浙江省生物医学工程学会心脏医学分会
9	2015.3.26 -28	杭州	2015 年造纸行业技术及发展战略研讨会

10	2015.3.26-28	阿 里 巴 巴 (总部)	问道阿里巴巴·掘金互联网时代-企业互联网化转型(课程)
11	2015.3.26-28	三立开元名 都大酒店	2015 第七届全国鼻咽癌学术大会
12	2015.3.26-28	杭州	IEEE 网络数字技术国际会议
13	2015.3.27-28	金马国际酒 店	2015 中国水泥网年会
14	2015.3.27-29	杭州	第七届全球供应链管理会议
15	2015.3.31-4.1	杭州	2015 第 14 届中国餐饮业连锁发展战略研讨会

## 当下 MICE 市场的创新分析

2014 年中国在线旅游业持续火爆，融资、并购事件不断，中国会展旅游市场也出现了许多有意思的创新形态，首先是围绕着“合规”题材。“合规”是对会展从业者最基础的要求，建立合规操作制度、在活动中做到透明、自律、遵守规则是会展公司的本职所在，当下会展公司拿“合规”这个噱头做文章，反而映射出之前粗狂的生长形态以及淡薄的规则意识。“合规”不应该是某几家会展公司的竞争优势，而应该是所有会展公司在作业中所遵守的红线。

另一个创新题材是在移动端上对于会场和酒店资源的整合，时髦的称呼叫 O2O。这种创新解决了两个问题，第一，可以帮助需求方迅速找到合适的场地。第二，可以做到成本相对透明。会展活动的需求方大多是企业，我们从 User 的需求角度来分析，会展旅游的需求首先是综合性的，通常是由供应商提供一站式服务。寻找场地的需求仅仅是一个环节中的一点，如果将这单一需求拆分出来进行采购，还要和其他环节（晚宴、签到、搭建、制作）对接，会不会增加额外的沟通成本？其次，User 的痛点未必是如何迅速地找到场地，有可能是如何实现场地的功能、进行配套的搭建，甚至是和场地方进一步议价……，User 是需要获取整个场地环节的完美解决方案，而不是仅仅找到场地。最后我们从 User 的采购渠道分析，很多大中型企业都已建立自己的采购渠道，比如通过酒店集团，通过供应商（大型的旅行社和会展公司）会场的需求通常从现有的采购渠道去落实。为寻找场地发愁的是否仅仅是一些缺乏采购渠道的小企业？在移动端上整合

会场和酒店资源，方便了客户时时查询并能迅速检索到相关信息，这是值得肯定的，但能否成为一种有生命力的新业态，需要在接受市场考验的同时，不断进行思考和调整。如果可以提供一站式会场服务，前景还是值得期待的。

第三种创新形态是活动、会议管理系统，凭借移动端的 App，活动管理系统可以起到邀约、签到，以及分房、分车安排、下载会议资料等功能，从而提升参会者的会议体验。但因为 MICE 各行业会议的特点不同，公司内部会议、外部会议性质也有别，且所关注的重点又有差异，单一的会议管理系统仅能解决参会者的同性需求，无法提供极致的会议体验。所以很多大公司都要求对活动、会议管理系统进行二次开发，使之能配备自身活动的具体需求，甚至很多公司都会为自己的大型年会量身定制一套系统。活动、会议管理系统是会展操作方面必备的工具，它能利用移动互联网技术将线下的手工操作线上化，并实现每一部终端信息的同步，但对于 MICE 行业颠覆性创新的力度还不够。而且从技术层面讲，基于移动端的活动、会议管理应用的开发并不复杂，不存在任何的技术壁垒。会议管理系统的升级形态是把 User 引入到系统之中，可以从 User 的角度监控各个环节，从而做到采购透明、成本精确，迎合了合规的潮流。但数据安全问题以及 User 使用习惯的培养仍然有待市场检验。

合规系统、用移动端整合酒店与会场资源、以及活动、会议管理系统都是 2014 年会展市场发展的亮点，也反应了在移动互联网的风潮下，MICE 行业也加快了触网的速度。传统的 MICE 市场拥抱移动互联网后是否也会延续这种风光？在现阶段，无论是合规系统、移动端整合会场酒店资源、还是活动管理系统的创新都是技术革新，本质上是把线下工作线上化的革新，可以简称为“术”，并没有触及到 MICE 行业的本质革新。具体到会展行业，只有知道自己在 MICE 行业中核心积累是什么的公司，才能更好地拥抱移动互联网；只有真正触及到 MICE 活动本质与规律的创新企业，才能在真正风云际会之时腾飞起来。

MICE 行业中的会展公司、旅行社存在的根本价值是什么？不是简单的打包、把资源组合在一起，而是能做到：在客户端熟悉 User 的使用习惯，精准地解读 User 的需求，在资源端能对于供应商的优势、独到之处做到如数家珍，从而在每一次活动中为 User 精确地重新配置资源、将资源打散之后再融合。举一个生动的例子说，就像是日本家家户户必备的“烹调神器”水波炉，蒸、煮、烤、

炸样样在行，各种食材放入其中，出来之后就是芳香四溢的美味料理。水波炉之所以能成功，是因为它的系统上预先设定了上百种食谱。MICE 公司也要从搭建内部的系统做起，从资源的评估，到客户的管理，打通自身的这两条任督二脉才是真正的革新。

重新配置资源，实现资源的融合是会展公司的竞争之道，也是立足之本。资源评估和客户管理的重要性，也不绝是空穴来风。联想的 EC3.0 系统是一套完善联想和经销商店面的全新管理系统。这套系统的精髓就是通过对于经销商（渠道）和客户的精准管理，从而能有效地解决客户的痛点，并实现个性化服务。联想的经销商不仅仅是渠道，同时也直接输出服务，就相当于在 MICE 产业中处于下游的供应商资源，他们包括地接社、酒店、航空公司。联想的经销商（渠道）也好，MICE 中的地接社也好，他们直接面对客户，是完成从销售到服务这一闭环的重要环节，所以只有做到对他们进行精准管理和重新配置，并在客户端做到经营客户，而不仅仅是服务客户，才能完成资源与需求的完美对接，给客户呈现出绝佳体验的 MICE 产品。这样的产品一定是惊艳的，是令客户尖叫的。

MICE 市场的细分领域很多，比如展览、培训、奖励旅游、公关、会议管理等等，会展公司通常在自身优势领域首先实现资源的配置与融合，并依靠这一细分领域的竞争优势横向整合客户的其他需求，进而提供一站式服务，增强客户的黏着度。这也是目前会展市场通行的模式之一。至于在形成一定规模和品牌后，进一步如何发展？很多前辈在多年前就提出了 MICE 向高端旅游过度的想法，依靠在 MICE 市场中沉淀的大量中高端用户，进而进军高端定制市场，加之近年来“大数据”的概念又满天飞，MICE 客户群加上高端定制，顿时又点燃了无数业者和投资人的想象空间。然而现实情况却是，连百度也只能称得上是“数据大”，真正能在 MICE 领域里运用大数据并产生价值，是既需要时间的积累，还需要对行业规律的深度感知和不断地自我否定。（文/韩泽）

---

编辑部：杭州市会议与奖励旅游业协会秘书处  
地址：杭州市中河中路 168 号浙江国贸大厦 707  
电话/传真：0571-87204909  
杭州会奖官网：www.micehangzhou.com

微信公众号：hangzhoumice

