

业内信息 仅供参考

杭州會奖信息

第4期（总第4期）

2015年4月20日

杭州市会议与奖励旅游业协会编印

杭州市商务会展旅游促进中心正式挂牌

日前，杭州市机构编制委员会针对杭州市旅游形象推广中心增设“杭州市商务会展旅游促进中心”这一请示做出了正式同意的批复。

增挂牌子后，杭州市商务会展旅游促进中心的主要工作职责为：承担杭州旅游形象的推广和旅游市场的开发工作，以及承担全市会展、奖励旅游和商务旅游产业发展促进工作。

此次杭州市旅游委员会设立了专门的会议促进机构杭州市商务会展旅游促进中心，是杭州推动旅游升级转型的一个重要抓手。通过设施、服务、产品、政策、宣传等多管齐下，把杭州从休闲旅游城市的定位中细分出来，针对商务客人，全新打造会议与奖励旅游目的地。

杭州市商务会展旅游促进中心的设立将形成会奖旅游政府强力营销机构的形象，增强对杭州会议产业的协调力度。积极促进大型会奖项目花落杭州，为来杭举办会奖旅游的项目提供更多强有力的政府支持。促进中心将会与相关职能部门之间紧密协作，为大型会奖项目提供包括安保、交通、公关宣传、食

品卫生、服务质量监督等一系列更完善的保障工作。

杭州成功亮相中国（上海）国际奖励旅游及大会博览会

中国（上海）国际奖励旅游及大会博览会（IT&CM）于4月16号闭幕，本届展会买家数量400余人，为历届最多，均来自国内及全球专业会议组织者、企业差旅负责人及协会等，杭州在形象提升和业务引进方面均有较大收获。

今年，杭州市旅委设置72平米的特装展区，组织杭州尊蓝钱江豪华精选酒店、杭州千禧度假酒店、杭州洲际酒店、杭州世外桃源皇冠假日酒店、杭州国际假日酒店、杭州黄龙饭店、浙江世贸君澜大饭店、海外海集团、杭州国大雷迪森广场酒店、杭州新中旅行社、杭州远成会议服务有限公司共11家会奖企业一同亮相。展会期间，杭州共完成近300次一对一买家洽谈邀约。

而借IT&CM召开、买家齐聚上海的东风，杭州市旅委与大会主办方之一国旅会展深入合作，4月17—19日邀请20余位国内外买家前来杭州参加展后杭州会奖资源考察活动，对杭州会奖资源做更深入的了解。

2015 中国会议与旅游产业发展论坛顺利举办

继去年2014中国会议与旅游产业发展论坛在上海成功举办之后，由上海市旅游局、北京市旅游发展委员会、杭州市旅游委员会、南京市旅游委员会、宁波市旅游局、苏州市旅游局、嘉兴市旅游局联合主办的“2015中国会议与旅游产业发展论坛”4月16日在上海国际会议中心举行。

作为每年“上海会议周”的重要活动，论坛旨在深入探讨会议与旅游业面临的变革，加强会议旅游产业领域的交流和合作，分享国际、国内会议与旅游产业的现状与发展趋势，提高会议旅游从业人员的专业水准。来自各地旅游局、会务公司、旅行社、会议场地以及公关咨询公司的500余名代表参与了此次论坛。

本届论坛瞄准行业前沿、聚焦行业变革，着重探讨会议和旅游业发展的新

机遇、新挑战，并将在创新论坛形式、丰富论坛内涵等方面，进行积极探索和尝试。论坛首次引入了实操性强的行业专业培训和 Travel Experience Design(TED)服务体验系列演讲，并举办“智慧星”创业大赛，设立智慧会展-MICE 技术体验区，旨在展示会展行业最新技术、最新模式，给予参会者更多收获、更好体验，吸引更多的精英投身到旅游、会展、商务这个行业。

杭州火车南站将于 2017 年 6 月建成

杭州火车南站，是杭州在钱塘江南岸唯一的火车客运站。近日，杭州火车南站改扩建工程已经开工，并计划于 2017 年 6 月 30 日竣工、2017 年 7 月份以崭新的面貌投入运营。

与原先的 3 台 7 线相比，新南站要大很多，将拥有 7 座站台，21 条轨道。设东西广场，以东广场为主，西广场为辅。车站站房规划的结构为 5 层。值得一提的是，新南站衔接地铁 5 号线、11 号线，未来将建设成为集国铁、地铁 5 号线、11 号线和城市公共汽车交通、出租车及社会车辆等多样化的交通方式为一体的现代化综合性客运交通枢纽。

千岛湖 5 月可坐直升机观光，会奖产品又添一彩！

近日，杭州千岛湖首个直升飞机低空观光高端游览项目——“空中揽胜”首发成功，这意味着，低空观光旅游项目正式进入杭州市场。

据悉，直升飞机低空观光高端游览项目运营方是杭州千岛湖莫拉红通用航空公司，为游客提供空中观光旅游的直升机是由美国罗宾逊直升机公司生产的 R44 雷鸟 II 型直升机，机舱内设有真皮座椅和空调，一次可载 3 名游客。目前已经引入两架，预计今后根据市场反应会增加到 5 架，并逐步开放更多的航线。低空飞行旅游项目对外运营要在 5 月份以后。这将为杭州会奖市场带来新的产品体验，水陆空的三者结合也会吸引更多高端商务会奖团队的青睐。

中国或超美国成世界最大商务旅游市场

根据全球商务旅行协会（GBTA）最新数据，尽管中国经济增长放缓，但商务旅游仍然持续增长，并达到两位数增长。

牛津大学一项研究显示，国内游预计 2017 年中国可能将超过美国，2014 年左右境外游中国可能已追上美国市场，中国商务旅游支出达到两位数，预计 2016 年至 2017 年中国商务旅游市场或超过美国，成为世界上最大的商务旅游市场。斯坦福大学认为，短期内，中国旅游市场增长保持强劲，而商务旅游市场或将超过其他主要国家。

全球旅游业或已走出美国 2008 年金融危机影响，全球旅游业或成为经济的主要驱动力之一，接下来几年，咱们中国出境游与国内游人数或持续增长，有望在 2017 年超过美国，成为全球最大出境游旅游市场，研究报告认为，预计一个新的旅游业黄金时代或将到来，旅游业或继续细分市场与旅游服务。

看到一篇文章，大学也或属于旅游产业。大学里国际交流项目越来越多，美、德、法、英、澳等一些国家交流访问一年或半年，而且自费留学人数也呈现上升趋势，选择留学读中学、读大学人数并未减少。

境外游更别说了，出境游早已进入普通百姓家，一家三口欧洲两周游，十天美国游什么的。在 CNN 看到文章说，欧洲一些航空公司推出廉价机票，15 美元可从美国飞往欧洲，一些欧洲航空公司推出便宜机票或打折机票，希望可以促使更多游客到欧洲旅游。

东京日经亚洲商业评论文章说，日本也是如此，日本增加了一些专列旅游列车，列车还推出了美食餐车，提供各种当地美食。还启动了沿着日本海和濑户内海沿岸运行的豪华列车。陆续推出北陆新干线等众多路线，为了提振乘客人数，日本希望豪华列车能够让更多当地日本人更多地乘坐豪华列车游玩、购买奢侈品、品尝美食等，也希望吸引更多国际游客到日本乘坐豪华列车，以增加消费。

欧洲时报文章，中国已成为德国在亚洲最大的旅游市场，春节期间，德国商家欢迎中国游客到德国游玩，推进消费。春节小长假，越来越多中国家庭选择出境游，许多国家做好准备欢迎中国游客，游客的游玩不仅给旅游地带来消费收入，而且还带动旅游地国家购物消费增长。

许多国家争夺中国游客，希望游客们到他们的国家旅游，带动当地消费，并购买当地的商品，从而增加销售收入。

牛津经济研究报告说，中国和其他新兴市场将推动全球旅游业，预计未来十年会更快增长。根据这份研究报告，中国将在接下来的十年里成为全球旅游业的主要驱动力。未来十年，全球旅游业将继续保持一段时间快速增长，有数据表明，中国出境市场已超过德国与美国，成为世界第一大出境旅游市场。

想仅凭这些优势就获得资本的青睐，并不切合实际，因为风潮永远不是等来的，只有切实地聚焦细分市场，寻求模式创新才有可能抓住机会。

MICE 传播业即将崛起的未来帝国

MICE 旅行社营收的特点是流水大、利润低，收入模型类似于“集雨器”，张开一张面积庞大的薄膜去收集一滴一滴的雨水，汇流到一起形成利润，因此成功的旅行社体量都很“大”；公关活动公司正相反，流水相对小，但利润高，收入模型类似于打井，一旦钻到水就够一个村子喝的，而且效率比收集雨水高得多，但若要想扩张再打一口井还是很费力的事，所以公关活动公司基本是小而“强”，而少数像 WPP、Omnicom 等做大的公关集团都是靠收购拼凑而成的。

那么问题来了——当你想要把业务拓展成专业的自来水公司，供应整座大都市的用水时，该用哪种取水方式？显然，在预算允许的情况下，两种取水方式你都应该采用——它们明显是互补的。集雨器允许你迅速复制扩张、把账面做大，水井可以给你高利润，增加账面的深度。然而即使有了雨水和井水，成立一家自来水公司仍是不够的，你还需要一套水网系统把水送达千家万户、自

动计算水费——也就是一套 MICE 资源流通与管理的线上系统,它应该涵盖数据库、资源信息平台、会议活动管理、工具、结算、报表等功能。

至此,一个“帝国”的版图已经隐约浮现了:它必须横跨四个行业——会奖、活动、公关营销、互联网。四大版块缺了任何一个,都不能将泛 MICE 传播行业的资源彻底打通、将利润挖到最深、将协同作战的合力提至最高。未来的泛 MICE 传播市场,可能会由几个跨界的强力帝国所主导。

从甲方的角度看,会议、活动、公关、广告、数字营销、奖励旅游都属于市场传播整体战略部署下的一个个战术分解动作,其实原本就是一个整体需求,只是被供应商分工生生割裂了。当企业面对一家全角度市场传播供应商时,企业的市场战略能够得到更为统一、精确的理解和实施。而从乙方的角度出发,要想突破产业模式的天花板升级到另一个段位,似乎也只有一条路可走——全产业链占位。此时乙方可以实现产业链上探:只有当乙方具备市场全角度服务能力时,才可能以专家的身份真正参与甲方营销传播战略、战术的制定,成为客户的外脑、深度合作伙伴甚至股东,获得更高利润。而对于一个野心足够远大的玩家来说,产业链下探的好处也很明显:直接控制、入股乃至收购下游资源,可以降低运营风险、带来稳定营收,是帝国在东征西战、于各个领域冒险创新时,维持结构稳定的基石。

所以,一个 MICE 传播帝国的运转方式应该是这样的:最前端的“策略中心”负责客户沟通和咨询服务,协助客户制定策略,向其它中心发出需求;“资源中心”以线上系统为核心,一方面为响应“策略中心”服务大客户的需求来调度内外部资源,另一方面以资源信息平台、O2O 等方式打开公共流量入口,在整个资源运转的产业链条中插入一环,以获得资源市场话语权。并且,这会使帝国与全体市场资源及各类型客户建立起常态的合作、沟通机制,好比在全市场中安置了千万根探针,有利于探测微小的市场变化与机会,赋予帝国灵敏反应、快速纠错、突变进化的能力;“运营中心”整合旅行社、活动公司、公关公司的传统业务,在为大客户提供高附加值的全案服务同时,不断接收“资

源中心”的流量漏斗送来的中小型业务使其落地。

事实上,今天的中国泛 MICE 传播业内已经有至少四家企业逐渐显露出建立跨界帝国的野心和潜力。是哪几家能够最终成就霸业,不妨给出你的预测,最晚五年之后便见分晓!(文/贾子入)

Uber 在中国推出叫直升机服务

国际打车应用软件 Uber 在华的服务一项以高端著称,从来不与国内叫车软件靠价格拼低端市场。4月2日,@Uber 优步杭州 宣布将在杭州推出一项新服务,一键叫直升机。

Uber 在 2014 年就联合 Blade 公司推出了“叫直升机”服务,目前已经在美国、澳大利亚墨尔本、印度新德里和葡萄牙里斯本等地开展了此项服务,这回是首次在中国推出直升机服务。

此前,@Uber 优步杭州 已经在杭州推出了摇撻船服务,现在又推出了直升机服务, Uber 在杭州已经是水陆空三路俱全。目前, Uber 并没有透露这项服务的价格。

杭州 5 月会议预览

序	时间	地点	会议名称
1	2015.5.5-6	杭州宝盛水博园大酒店	2015 中国助产专业建设及发展国际研讨会
2	2015.5.6-8	杭州之江饭店	2015 年全国医药工业技术工作年会
3	2015.5.8-10	杭州	2015 中华医学会第五次全国数字医学学术年会
4	2015.5.9-10	杭州	第 20 届现代与经典儿童阅读专题研讨会
5	2015.5.13-15	杭州花港海航度假酒店	2015 年中国风景园林规划设计交流会
6	2015.5.14-16	杭州之江饭店	2015 年中国城市交通规划年会暨第 28 次

			学术研讨会
7	2015.5.15-18	杭州	2015 实验力学新技术应用与机械工程研讨会
8	2015.5.15-17	浙江省人民医院	2015 钱江超声医学学术论坛
9	2015.5.16-17	杭州洲际酒店	2015 全球对冲基金西湖峰会
10	2015.5.16-17	杭州宝盛水博园大酒店	2015 年中国办公空间发展大会 (COCC)
11	2015.5.21-23	杭州	第 33 届全国膜法水处理技术(春季)高级研修班
12	2015.5.22-24	杭州	第二届高科技针灸与中西医结合 2015 大会
13	2015.5.22-24	杭州宝盛水博园大酒店	2015 第六届国际神经科技大会
14	2015.5.22-24	杭州太虚湖假日酒店	2015 年浙江省麻醉学学术年会暨麻醉学医师年会
15	2015.5.25	杭州	2015 年中国城市交通规划年会暨第 28 次学术研讨会
16	2015.5.27-29	杭州	2015 年第七届润滑油及添加剂(杭州)技术交流会暨润滑油行业 O2O 战略峰会
17	2015.5.28	杭州万华国际酒店	2015 第四届微电机驱动与控制设计与应用技术研讨会

编辑部：杭州市会议与奖励旅游业协会秘书处

微信公众号:hangzhoumice

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

（关注微信号，回复您的联系地址即可订阅本刊）

