



# 2014中国（深圳）国际旅游博览会

CHINA (SHENZHEN) INTERNATIONAL TOURISM EXPO2014

■ 时间：2014年11月6-8日 ■ 地点：深圳会展中心

## 展后报告 Facts & Figures 2014



[www.szite.com.cn](http://www.szite.com.cn)

**主办单位：**深圳市贸促会、国际休闲产业协会、深圳市福田区旅游协会、  
深圳市服务贸易协会、广东省海洋渔业休闲与垂钓协会

**支持单位：**呼伦贝尔市旅游局、惠州市旅游局、清远市旅游局、增城市旅游发展中心

**承办单位：**深圳市毅鹏会展服务有限公司

## 2014展会基本情况



2014中国（深圳）国际旅游博览会于2014年11月8日下午圆满闭幕。本届“旅博会”以“品质旅游、嘉年华”为主题，吸引了来自全球15个国家和地区的近300家企业及机构参展，展出面积15000平方米。

## 本届展会概述

本次2014中国（深圳）国际旅游博览会为期3天，共计接待了来自多个国家和地区的观众超过5万人次，初步达到了第一届“旅博会”举办的初衷，树立了深圳“旅博会”在业界的口碑和品牌地位。



## B2C 品质旅游 嘉年华

立足深圳 环游世界



### 概述

以“体验、优惠、采购”为关键词的品质旅游嘉年华是2014中国（深圳）国际旅游博览会的强势品牌，展会现场各国家及地方旅游局带来精彩的旅游文化、风俗表演，为公众提供了“一天之内，游遍世界”的最佳体验平台。本届旅博会“品质旅游嘉年华”主题，公众参观热情高涨。3天的展会迎来参观公众5万多人次

## 同期活动

### 香港婚礼管理协会 现场推介会



根据香港婚礼管理协会资料，每年香港约有55,000对新人而中国内地有一千万个婚礼，他们于婚礼上开支分别超过160亿港元和1千亿人民币，为经济带来庞大收入。由于新人人都很乐意在婚礼上花费，所以存在着很大的商机。很多热门海外蜜月旅行胜地，相关服务供货商都是旅展的参商。

### 旅游品牌表彰盛会



“2014旅游品牌表彰盛典”上发布“最具魅力旅游景点景区”公益榜单，其中：壶口瀑布、北极村、爱情天梯、天涯海角、郭亮村、桃花源、雅鲁藏布大峡谷、丹霞山、珍宝岛、飞霞古洞十处景点景区榜上有名。

### 2014中外旅游创新 传播高峰论坛



2014中国（深圳）国际旅游博览会“中外旅游创新传播高峰论坛暨旅游品牌表彰盛典”于2014年11月7日在深圳会展中心成功举行。论坛上，资深品牌策划专家梁晓刚先生发表了《超体：品牌创新从破解DNA开始》的专题演讲。梁先生针对消费形式、交易形式的变化，回答了“品牌为什么要创新？为什么要创新传播？”的问题。绿闻社创始人、帕客组织常务理事兼宣传部长冷跃进，发表了《码上旅游》的主题演讲，倡导选用“帕非帕”这种公益形式有效进行品牌传播。

### 2014环球生态旅游 小姐竞选总决赛

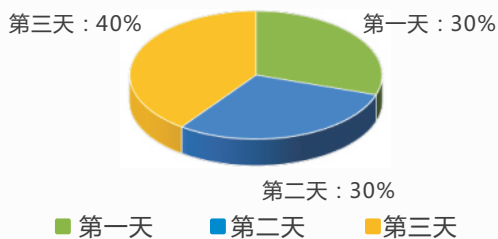


旅游成为一种时尚的生活方式，为丰富旅博会文化，组委会联合《环球选美画报》策划主办2014环球生态旅游小姐竞选总决赛，于11月8日举行。大赛传播号召绿色美、健康美和爱心美。集合美丽、智慧、博爱的青春女性去宣传旅游，创造时尚。

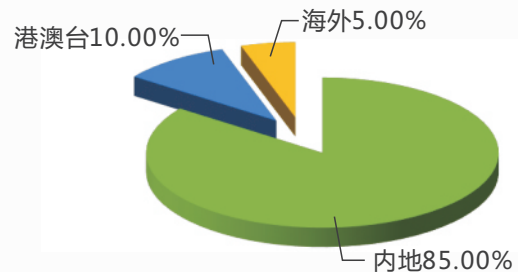
## 观众数据调查分析

据统计，本届展会对观众共接待了50000人次的专业观众及业内买家和普通观众。  
分析结果如下：

### 观众日流量分析

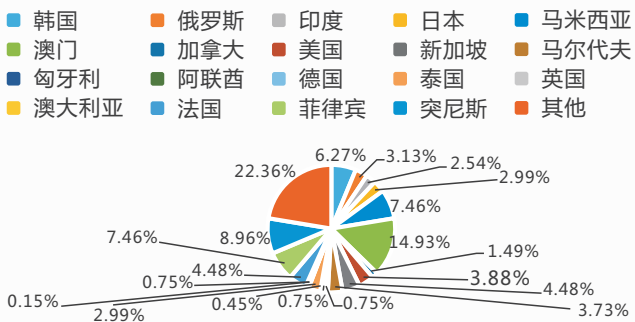


### 观众地区构成分析



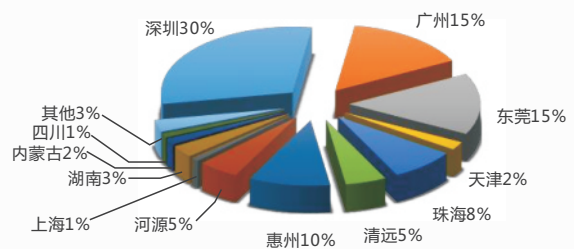
### 海外国家和地区分布

海外观众地区国家构成



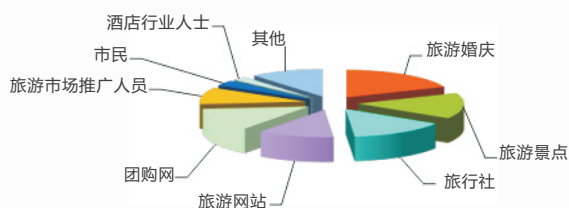
### 内地省份构成

观众数



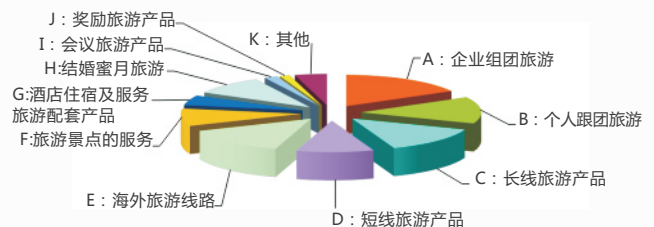
### 观众类别统计

观众类别统计



### 对感兴趣的产品的统计

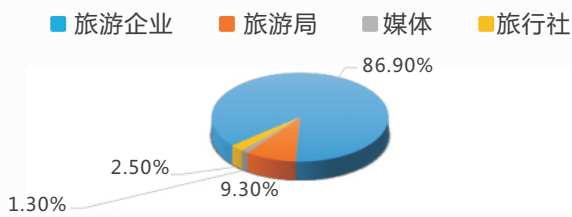
观众感兴趣产品的统计



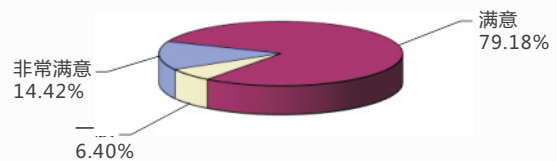
## 展商数据分析

本届展会对参展企业进行了有效的问卷调查。展商的问卷数据分析，旨在了解展商需求，提高服务水平，共发放500份问卷，收到有效反馈，分析如下：

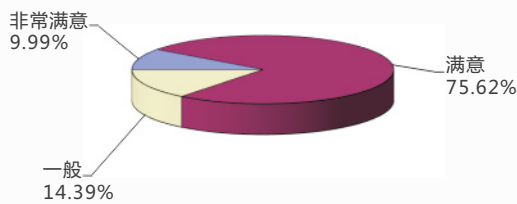
### 企业的商业性质



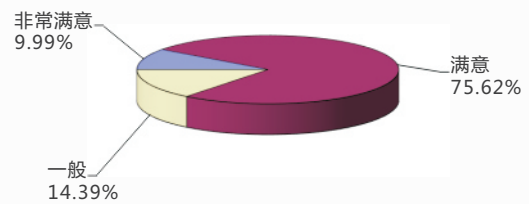
### 参展企业的度



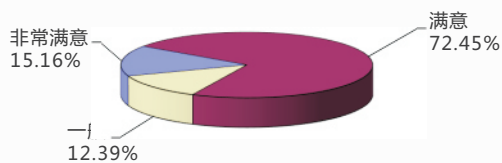
### 针对专业买家对参展商的反馈调查



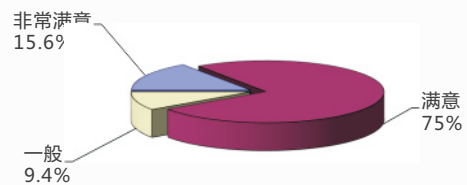
### 论坛交流经验



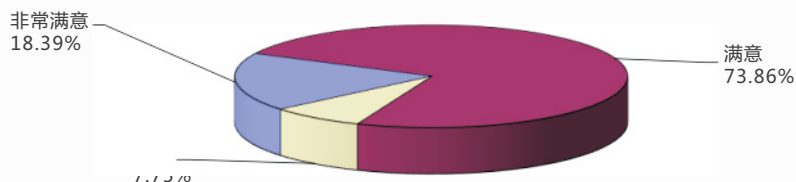
### 现场签约率



### 对本届展会的媒体宣传是否满意



### 对展会整体情况及服务的满意度



分析中可以看出展商对我们的展会还是比较满意的，而且展会现场有80%家厂商主动申请参加2015中国（深圳）国际旅游博览会的展会，有更多的展商踊跃咨询2015年的展会情况。

## 2014本届展会成功经验



### (一) 市场化运作，行业权威机构大力支持

市场化运作模式和各行业组织的大力支持是本届“旅博会”取得成功的关键因素。

#### 1、行业权威机构的大力支持，是“旅博会”品牌的重要前提

本届“旅博会”得到了中阿经济文化联合会、澳门旅游商会、中元品牌价值研究中心、国际休闲产业协会等单位的大力支持和深圳市经济贸易和信息化委员会的高度重视。中国旅游协会名誉会长王军及多个国家和地区旅游局领导出席了本届“旅博会”开幕并发表了致辞。

#### 2、市政府相关职能部门的高度重视，是“旅博会”取得成功的必要条件

深圳市贸促会、深圳市福田区旅游协会，在“旅博会”方案确定、招商招展、国内外推介、宣传策划、领导邀请、企业补贴等各环节上，给予了强有力的支持和正确的指导，相关单位领导并出席开幕式及多个论坛，充分体现了对“旅博会”的高度重视。

#### 3、承办单位扎实的基础工作，是“旅博会”成功举办的基本保证

深圳市毅鹏会展服务有限公司作为“旅博会”组委会机构，在本届展会中，充分发挥了组委会办公室承上启下、统筹协调的作用，贯彻落实了组委会各项工作部署，对“旅博会”招商招展、专业观众组织及宣传工作等进行了大量统筹和实施工作，成效显著。同时，在展览、会议分开运作的模式下，具体承办了开幕式、旅游推介会、论坛、时尚选美大赛等活动，为“旅博会”的成功举办提供了有力保障，起到了画龙点睛的作用。深圳市毅鹏会展服务有限公司作为承办单位，充分发挥了市场机制所带来的活力，为“旅博会”的市场化运作及品牌化发展探索出了一条清晰、科学的发展道路。在主办、协办、支持单位等机构的相互配合下，实现了本届“旅博会”既定目标。

### (二) 活动创新+高端论坛，实现展会双赢

本届“旅博会”以“以展带会、以会促展”的正确方针，同期举办了系列主题活动和近十余场高端会议和专业论坛。这些活动和论坛有些已举办多届，有些是首次举办，这些创新活动，以新鲜元素，给大家更多互动和眼前一亮的感觉，吸引了观众和媒体的广泛关注。组委会在组织这些活动和论坛的时候，还打出了组合拳，不仅仅是组织论坛或者是组织活动，而是将二者结合起来，既丰富了活动内容和形式，还最大限度汇聚了专业人士，为“旅博会”和相关活动及论坛带来了大量人气，提升了“展”、“会”效果，实现了“展”、“会”双赢。



### （三）全球推介+新闻宣传，打造行业盛会



#### 1、国内外推介

半年来，组委会先后在国内外20多个主要城市开展了“旅博会”推介活动，组织参加各地区主要旅游品牌展会，借展推展、借会推会。这些推介活动及招商工作与深圳旅游企业考察工作结合进行，不但节约了资源、宣传了本届旅游展，同时也对深圳旅游经济发展、深圳旅游企业的整体宣传起到了很好的推动作用。

#### 2、专业广告投放

组委会在123家国内外专业期刊和网站上投放了广告，并在深圳机场、深圳地铁、华强北LED屏、东门LED屏、户外大牌、公交车体广告、深圳公交站牌等投放了精准广告，同时群发旅博会邀请短信，并在网络上针对旅博会做了海量宣传，为旅游展招商招展、活动宣传起到了极大的促进作用，也为展会开幕营造了良好的氛围。



#### 3、新闻宣传

从8月开始在深圳特区报、商报、深圳地铁早八点每周都有投放硬广和软文广告。国内外123家媒体、杂志、专业网站投放广告至展会结束。展会现场邀请了深圳电视台、第一现场、新浪微博、腾讯微博、广东卫视、亚太第一卫视、华娱卫视、香港亚洲联合卫视等单位，对展会盛况进行现场直播，使“旅博会”成为旅游文化产业行业关注的焦点。

### （四）强化组织专业观众，体现核心价值

首届“旅博会”十分重视专业观众的邀请工作，将专业观众视为旅游展的核心竞争力。本届旅游展把邀请专业观众作为筹备工作的头等大事，成立专门团队，通过电话、短信、电子邮件和信函等方式面向全球点对点邀请企业高层参会，并充分利用国内外招商推介机会向旅游行业链上的客户进行面对面邀请。对于深圳和珠三角地区的企业及机构，组委会将进行登门拜访，邀请其前来参观交流。在组委会的邀请下，深圳市相关企业、珠三角知名品牌企业等组团前来参观



交流，寻求合作发展和产业联动的机遇。组委会为这些组团参观的企业代表团提供专车接送服务。此外，组委会通过和美国、德国、荷兰、意大利、比利时、俄罗斯、澳大利亚、日本、韩国、香港等地区的50多个相关机构及旅游展多个海外办事处通力合作，通过资源共享的模式，合力邀请国际高端专业观众前来参会，保证了专业观众的数量和质量。



### （五）提供优质服务，打造行业品牌



组委会制定了详细的工作方案和服务流程，成立了领导小组和工作小组，落实工作责任，在具体操作上注重程序化、制度化和规范化，从展位确认到展会期间的活动安排、客户邀请、展期餐饮服务、展品运输、展位搭建到展后的跟踪服务，每个参展商都指定客服专员实行一条龙服务，并通过组委会的资源优势，利用大会的官方网站、微信平台、杂志、合作媒体对参展企业及其产品进行宣传推广。展会结束后，组委会将展会会刊、专业买家采购需求及通讯录等资料发送、邮寄给每一个参展商及意向客户，并竭尽所能为参展商提供高质量的服务。为了方便专业观众参观，组委会提前将参观指引和行程安排表发放到每个参会人员手中，为展商免费配备翻译，以便参展企业和国际专业观众有效交流。

根据展后的回访，展商对组委会本届展会的服务工作给予了高度认同，并为旅游展留下了良好口碑，也为2015年旅游展招商招展工作打下了良好基础。

**第二届中国（深圳）国际旅游博览会**  
The 2nd China (Shenzhen) International Tourism Expo

■ 时间: 2015年12月4-6日 | Date: 4-6th, December 2015  
■ 地点: 深圳会展中心 | Venue: Shenzhen Convention & Exhibition Center

**旅博会与您相约·2015**

2015年·展望  
30000平方米展览面积 | 800家参展企业 | 10万国内外观众

品质旅游·嘉年华  
Quality Travel·Grand Carnival

组委会联系方式 | Organizing Committee's contact  
中国（深圳）国际旅游博览会组委会  
电话/Tel: 755-23481433 传真/Fax: 755-82540155 网址/Website: www.safte.com.cn 电子邮箱/Email: info@safte755@163.com  
地址: 深圳市福田区华强北路中洲大厦2722室  
A102 Room 2722, Changping Business Building, Hongshu Road, Futian New Trade Zone, Shenzhen

## 2015年“旅博会”展望

通过首届“旅博会”的成功举办，组委会对办好2015年“旅博会”更加充满信心。根据客户回访调查，有超过80%的客户表示将继续参加2015年“旅博会”，超过50%的客户表示将扩大展位面积。

2015年旅游展将初步定于2015年12月4-6日（周五-周日），在深圳会展中心1号馆举办，下届展会主题还拟定为“品质旅游、嘉年华”。届时，预计展览面积将增加到3万平方米、参展商数量增加到500家以上、普通观众及业内买家及专业观众数量争取超过10万人次、论坛及相关活动都将在第一届的基础上显著增加和提高质量。