

TTG BTmice

Business Travel • meetings, incentives, conventions & exhibitions

企业旅游报 C H I N A

Special Report

展台面对面接触
步步须用心!

8~9

CASE STUDY 承接国际活动 提升三四线城市影响力	10~11
CASE STUDY 回归本质, 大胆创新	12
DESTINATION-HK 携手合作, 重新树立香港会展品牌	14~16
DOMESTIC REPORT-GUANGDONG	
广东会展建设拔地而起 产业带更臻成熟	17~19
EVENT WOW! 梦幻时光 2015	20



January/February 2016
VOL. 77

商旅管理服务供应商须面对5大挑战

[钟韵一采访报道]

商旅管理服务供应商覆盖非常广泛: 如何将其服务价值精准地传递到客户决策层、实际做到并证明其为客户节省成本等, 都是现下中国商旅管理服务供应者面临的挑战。

TMC业者认为, 中国市场上, 商旅管理服务供应商面临五大挑战。首先, 商旅管理服务供应商覆盖范围非常广泛, 在TMC、商旅支付、技术等常被一揽子归总为「供应商」

的情况下, 如何卸下供应商外衣、与客户沟通其「合作伙伴」身份, 从而精准地将其服务价值传递到客户决策层, 一方面影响其决策, 另一方面也将「服务费」卖给客户—客户正视其价值, 才有可能为服务买单。

其次是如何证明并体现为客户节省的酒店成本? 业者指出, 机票节省的费用通常能通过各种数据报告体现, 然而酒店最终费用、所提供的增值服务等各种数据抓取仍比较困难; 作为TMC, 目前还没有很好的方

法来判断一年下来为客户做酒店预定所省下的成本。

再次是如何管控直接供应商的服务品质。商旅管理服务「合作伙伴」并不会直接提供客户差旅过程中使用到的服务, 航空公司、酒店、租车公司等的服务品质一般情况下也并不在商旅管理供应商的可控范围内。因此, 如何一方面让客户「区分」对直接和间接供应商服务的看法, 另一方面证明直接供应商合作伙伴能提供好的服务并

实际做到, 是项挑战。

第四是预定管道和流程的优化管理, 即将OTA、GDS、企业协议价等各种管道整合出最好的预订流程。

最后是如何将新技术融合到传统服务。从之前受欢迎的微博、近期最普遍的微信到未来可能出现的种种新管道、新技术、新平台, 如何将不断发展的新工具融合到现有产品和服务, 也是一大挑战。 [E]

北辰会展集团强化国际话语权

[钟韵一采访报道]

北辰集团旗下子品牌「北辰会展集团」日前于北京正式成立, 未来将通过「低成本扩张、轻资产运营、新经济支撑、高端服务业发展」道路和「6+4+N」模式, 力争成为中国最具影响力的会展集团和中国最大的会展场馆运营商。

凭借25年的会展业接待服务和运营经验,

北辰集团日前将涉及会展业的资产和业务重新组合, 并新设立了多家专注于创新业务的公司, 组成「北辰会展集团」。

北辰会展集团董事长刘焕波介绍, 目前北辰集团自持和管理的展馆面积已达140余万平方米; 在继续运营管理自持的六个会议中心和酒店的基础上, 北辰会展集团下一步将在四大新

业务发力, 形成6+4+N业务模式。四大新业务包括: 会展场馆管理输出业务和酒店品牌输出业务; 会展项目的主办和承办业务; 会展信息化业务; 会展业研究咨询和教育培训业务(即「北辰会展研究院」)。N是指将来北辰会展集团还将开展的新业务。

国际展览业协会(UFI)名誉主席、全国会展业标准化技术委员会主任陈先进于成立大会上说道, 中国展览业正吸引全球瞩目; 除场

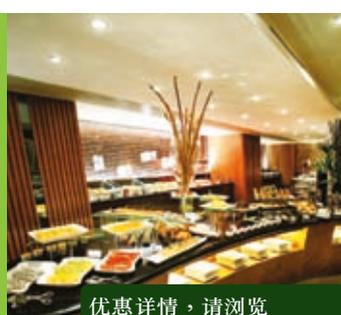
馆面积快速增加, 展会组织和服务水平也正不断提高。他认为, 「十三五」将是会展行业战略机遇期; 随着越来越多外资展览公司透过收购、兼并国内展会加快在中国发展的步伐, 他也期望中国的会展市场结构更均衡、更本土、更可持续, 让中国会展企业更有国际话语权。「希望北辰会展集团借发展和打造本土会展品牌, 在中国从展览大国转而成为展览强国的进程中, 起到排头兵和标杆的作用。」



HARBOUR PLAZA 8 DEGREES

KOWLOON • HONG KONG

8度海逸酒店



优惠详情, 请浏览
www.harbour-plaza.com/8degrees



屡夺多个国际及本地酒店及餐饮殊荣 ■ 8度视觉震撼 ■ 704间舒适优雅的豪华客房及套房 ■ 酒吧、餐厅及花园茶座 ■ 超过6,300平方尺会议及宴会场地 ■ 团队建立活动包括厨艺及咖啡拉花教室 ■ 商务、会议及休闲旅客的理想选择 ■ 设备完善的健身中心 ■ 邻近启德邮轮码头及旺角 ■ 免费酒店穿梭巴士来往尖沙咀购物中心(12分钟)、港铁红磡站(8分钟)、太子站(12分钟)及九龙湾(10分钟)

查询: +852 2126 1972
catering@hp8dcatering.com

8度海逸酒店
香港九龙土瓜湾九龙城道199号
电话: +852 2126 1988 传真: +852 2126 1900
Harbour Plaza 8 Degrees Limited
海逸国际酒店集团成员

Convention

新技术、新体验、新玩法 中国会议产业大会建立一站式平台

[李佩纯—采访报道]

第八届中国会议产业大会日前在国家会议中心开幕，本届会议以「新技术、新体验、新玩法」为主题，在三天会议时间中，举办逾30场专业活动，从不同角度解析中国会议产业未来的发展之路。

北京市旅游发展委员会主任宋宇在开幕式中致辞表示，在国际经济环境低迷、国内入境旅游市场下滑的环境下，北京市旅游委采取了一系列包括出台北京72小时过境免签政策、北京离境退税政策，完善会奖旅游奖励资金政策，加快促进文化与旅游融合发展，开发定制旅游产品，以及整合北京及全国会奖旅游资源，持续开展国际市场推广，努力提升国际会议承载力等重要举措，有力促进了北京会奖旅游市场的发展。在去年国际大会与会议协会 (ICCA) 发布的2014年接待国际会议数量的全球城市排名中，北京排名第14位，接待国际会议总量为104个，北京仍在中国和亚洲保持领先



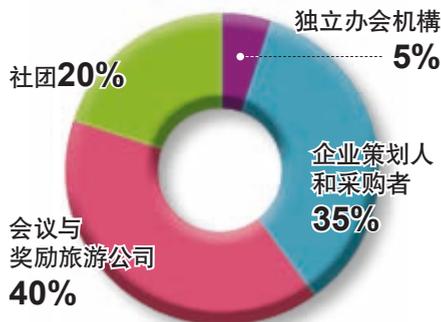
(摄影·李佩纯)

↑北京市旅游发展委员会主任宋宇

地位。

本届中国会议产业大会有来自国内外城市会奖旅游政府机构、会奖旅游企业、媒体等会奖产业链各方人士约3,000人参加。其中，邀请550名特邀买家，有75%来自北京，25%来自上海等国内其他地区；在买家构成方面，企业策划人和采购者占35%，会议与奖励旅游公司占40%，社团则占到20%，独立办会机构等占5%，突出企业买家，在采购层次、采购能力以及采购种类方面，此次买家团队是历届最强大的一次。

第八届中国会议产业大会买家分布



在供应商层面，全国主要会奖目的地城市悉数亮相，同时还有境外会奖目的地参与，在供应商类别中，会奖公司与旅行社占20%，酒店与酒店集团等会奖场所占65%，会议技术、设备类供应商占10%，国内和国际目的地占5%，类别丰富，种类多样，可实现一站式采购。

据了解，第八届中国会议产业大会以论坛、展览、推介和路演融为一体，大会会期3天，分别为颁奖酒会、业务优先日和专

业活动日，期间围绕会奖人关注热点问题举办超过30场专业活动或论坛，如CMIC差旅论坛、2016会奖采购走势分析会、社团星秀场等专场活动，通过形式创新和内容创新的方式，让活动更具吸引力。

本届大会内容充分围绕「新技术、新体验、新玩法」，会议门禁系统、洽谈系统等会议技术更新反复运算，会议现场的各类新技术展示均带给会奖人不一样的新感受。除了论坛外，会议与奖励旅游展示洽谈会为会奖供应商和买家提供了一次有效的业务洽谈平台；还有超级供应商·先锋路演活动，成为北京乃至全国极具特色的会奖供应商现场展示的平台；此外，大会展区还设置了中医养生体验区、「会」运动等多项活动，提高与会者的参会体验。

另一方面，中国会奖旅游城市联盟2015冬季推广活动也于大会同期举办，并在开幕式上推出了「城市，让会奖更美好」，展示和梳理了优质的中国会奖旅游资源和品牌。

Ningbo

成为第16个会员 宁波加入中国会奖旅游城市联盟

[李佩纯—采访报道]

中国会奖旅游城市联盟2015冬季推广活动日前在国家会议中心举办，活动以「会奖城市如何吸引更多的国际会议」为主题，会上并同时举行了宁波加入中国会奖旅游城市联盟仪式，宁波成为联盟第16个会员城市。

北京市旅游委王粤副主任表示，举办国际会议对各城市提升城市品牌，展示城市形象，提升旅游经济意义重大。随着中国经

济在国际地位上的提升，中国市场越来越受到国际会议主办者的青睐，各城市都存在巨大的发展潜力。



(摄影·李佩纯)

活动上，举行了宁波加入中国会奖旅游城市联盟仪式，宁波市旅游局向与会者推介宁波会奖旅游资源，至此，联盟已拥有北京、上海、天津、成

都、杭州、昆明、三亚、西安、南京、厦门、大连、桂林、广州、苏州、青岛、宁波共16个城市会员。

此外，国际大会与会议协会 (ICCA) 亚太区总监Noor并在会上分享了「国际会议市场趋势预测及对中国国际会议市场的意见和建议」，国家会议中心、百奥泰国际会议 (大连) 有限公司、北京联合大学旅游学院分析负责人就国际会议目的地建设中的问题、国际会议申办接待，以及城市国际营

销等话题进行精彩发言，为各城市揭开国际会议的神秘面纱。

中国会奖旅游城市联盟于2012年9月12日在北京成立，由北京、上海、天津、成都、杭州、昆明、三亚、西安8城市共同发起成立，联盟本着「加强联合、资源共享、优势互补、互利共赢」的合作原则，通过举办推广活动、交流与培训活动，优化高端旅游资源配置，强强联手，努力把中国建设成为世界一流的会奖旅游目的地。

Airlines

新航、澳旅局合作开发中国MICE市场

[钟韵—采访报道]

澳大利亚旅游局与新加坡航空大中华区达成首次合作。3年合作期间，双方将分别投资135万澳币用于大中华区内一系列的品

牌活动推广及市场营销活动。新加坡航空公司将成为澳大利亚旅游局大中华区市场推广活动的独家商务会奖旅游航空合作伙伴，主要面向商务会奖旅游机构及企业买家。

但合作之际，新航需先回答三个问题：第一，新航的价格较高，如何说服客户买单？第二，既然有直航，客户为什么要搭乘需转机的新航航班？第三，为什么对澳洲如此重视？

加坡航空提供了重要的航空支援，而对于新加坡航空，澳旅局对MICE的深度开发也为其提供了进入中国MICE市场的重要助力。

「只要回答这三个问题，我们就具备市场竞争了，」新加坡航空中国区总经理卜小英雄说道。他解释，首先，新加坡航空以位于南方的新加坡为主要航线衔接枢纽，从航线顺畅度来看，澳大利亚是新加坡很重要的一块腹地。新航长久以来也在澳大利亚下了很大的功夫：目前新航在澳已拥有七个航点，包括悉尼、墨尔本、布鲁斯版、珀斯、阿德莱德、凯恩斯和达尔文；悉尼、墨尔本、珀斯每日皆有4到5各航班，珀斯今年可能由3

班增至4班。搭配新航连同旗下全资子公司胜安航空在中国的10个航点，新加坡航空明显能为以澳大利亚为目的地的中国奖励旅游团提供足够的运力，而澳旅局多年在中国奖励旅游市场上的深耕，正为新航提供了他们需要的市场需求。

其次，澳大利亚在散客市场上与日俱增的吸引力，正吸引越来越多航空公司开通直飞航线，价格竞争也因此越来越激烈。但奖励旅游宗旨既是由公司出资邀请员工

万千华彩

约会苏州

MEETING
SUZHOU

当园林的优雅邂逅都市的繁华；
当悠悠的运河遇见金鸡湖的浪花；
过去与未来在这里交辉，
古典和现代在这里交融。
约会苏州，
约会一座你意想不到的东方威尼斯！

- 约会古城** | 领略姑苏2500年的文化底蕴，感受历史摩挲过的痕迹。
- 约会湖畔** | 体验金鸡湖的繁华与现代，体验太湖等地的烟波浩渺。
- 约会园林** | 享世界遗产苏州园林之风雅，商定政经风云大势。
- 约会文化** | 从苏绣到核雕，丝丝缕缕间品味笔触细腻的江南文化。



约会苏州



苏州市旅游局
Suzhou Municipal Tourism Administration

苏州市旅游局 <http://www.visitsz.com> 0512-65302371
苏州会奖旅游推广中心 <http://www.szmice.com> 0512-67663662

或客户获得美好体验，其特点也与散客不尽相同，包括对产品品牌的重视比散客更高、每团需求完全不同、好的服务才能满足市场等。这正为拥有品牌和服务优势的新航，提供了很好的切入点。尤其针对多种多样的奖励旅游需求，卜小雄指出，航空公

司胜出的关键在于改变思维、全心投入、全方位配合客户。

那麼，新航价格较其他航空公司高，如何说服客户选乘？沿着「服务」脉络，他指出，「只要全方位满足客户要求，客户还会嫌我们贵吗？」这是为什麼沟通这麼重要。

单看价格，客户不会知道新航愿意为客户

会与其他航空公司有太大的差距。

最后，既然从中国有直飞航线，客户有何理由经新加坡中转至澳大利亚？卜小雄说道，很多人认为中转辛苦，但实际上与一次乘机13小时相比，将航程分成6小时、7小时两段会更轻松。

Zhengzhou

建起3小时经济圈 郑州高端商务市场日益活络

[张广文一采访报道]

郑州一向是中原最重要的商务城市之一，并于近年浮现出商务旅游新契机，郑州汇艺万怡酒店总经理陈刚介绍，近几年，航空港区和郑东新区的迅猛发展为郑州经济的腾飞带来了前所未有的机遇。2015年前三个季度，郑州GDP增长约为9.6%，并且成功跻身中国城市竞争力前20强。郑州汽车及装备制造、电子信息工业、新材料产业、生物及医药产业全国领先。

他进一步表示，郑州是「丝绸之路经济带」上的物流节点城市。一个以郑州为核心的「米」型高铁辐射网路将建起，从而实现覆盖北京、西安、武汉等周围30多个城市的「3小时经济圈」，覆盖中国近10亿的人口，市场发展潜力巨大。凭借这些优势，郑州将成为海铁联运和航铁联运的综合性交通枢纽，迎来经济飞速发展。而郑州经济发展的特点也反映在酒店行业上，形成了以商务旅行为主导的产业格局。以郑州汇艺万怡酒店为例，70%的客源都是商务旅客。

高端酒店需求增长

关于郑州星级酒店市场总体情况，他说到，随着城市经济发展，郑州对高端酒店的需求量不断上升。近年来，郑州的酒店行业呈现出一种新的趋势，众多国际知名酒店品牌纷纷抢滩郑州市场。2014年年末，郑州共有星级酒店45家。高端酒店主要集中在落户于郑州的CBD — 郑东新区。

万豪国际集团也十分看重郑州的战略发展地位，2014年7月，在郑州开设了旗下的第一家超五星级酒店—郑州绿地JW万豪酒店。2015年9月，其高端商务酒店郑州汇艺万怡酒店开业，这也是万豪国际集团贡献给郑州的另一力作。

万怡品牌与郑州市场有何契合点？陈刚指出，万豪国际集团根据郑州市场的需求状况设立了它在华中地区的首家万怡品牌酒店—郑州汇艺万怡酒店。万怡品牌定位非常鲜明，就是服务商旅客人，专为那些追求成功并享受旅途乐趣的商务人士度身定制，让客人在出差途中能够善用时间，平衡工作与私人生活，享受人生。清新怡人的

服务和极具现代感的设施可以满足商务旅客的各种需求。而郑州的酒店行业以商务旅客为主要客源，因此，万怡品牌无论是在市场定位的层面还是在服务理念、设施配备方面都与郑州的市场相契合。此酒店以服务商务旅客为主，尤其是从北京、上海来郑州出差的商务客人。

从定位角度，郑州市场的「高端商务」定位酒店有何挑战和契机？陈刚认为，郑州是商贸中心城市，该市酒店行业以商务旅客为主的格局，使得高端商务定位酒店未来拥有巨大的发展潜力。他也坦言，每个市场、每个行业都有挑战；郑东新区酒店数量增长非常迅速，酒店之间不可避免存在竞争，但良性竞争才能刺激行业进步。

会展城丰富展览资源

既是以商务市场为主，那麼郑州有何MICE资源？陈刚表示，郑州地处中原，凭借独特的地理位置，成为历史上著名商埠。直至今日，郑州仍是中部地区最大的物资集散地，这里每年都会举办大型商贸活动。而且，为了促进会展业的发展，郑州规划在

航空港区建设面积达100万平方米的会展城，满足郑州日益增长的展览需求。

郑州会展中心坐落的郑东新区也有丰富的会展资源。刚启幕不久的汇艺中心毗邻高铁站，集合了酒店、国际名品奢尚街、进口商品保税店、进口汽车展示中心以及汇艺剧院等，还配备有中原首个LED巨型天幕，全面满足MICE客人的需求。

古都旅游资源再加分

除了会展资源，旅游资源也是MICE旅客考量的因素。郑州作为八大古都之一，拥有丰富的旅游资源，是发展会展旅游的上乘之选。借助郑州一小时高铁生活圈的便利，洛阳龙门石窟、世界地质公园焦作云台山、开封清明上河园等统统可以方便抵达。

除了上述自然景观，郑州这个城市本身源远流长的历史人文也值得探访。会议结束之后，客人可以去新郑市瞻仰轩辕黄帝的故里。「陈」「郑」等姓都是发源于河南，一年一度的拜祖大典便是在此举行，众多全国及海外人士都会前来祭祖，场面宏大。而且，在大典前后，商界人士也会举行各种商贸会议，以促进家乡的发展。

在结束了一天会议之后，客人也不妨去开封鼓楼夜市。华灯初上，夜幕下的古都开封更热闹了起来。从郑州乘坐高铁只需不到30分钟，品尝了舌尖上的开封过后，还可以再回来郑州下榻。

Xiamen

依托多条洲际航线开通 厦门制订会展业全球营销发展计划

[李佩纯一采访报道]

随着厦门航空近期不断开拓新洲际航线，厦门市会议展览事务局也计划依托新航线的开通，在通航城市设立会展旅游推广中心；同时，今年将制订为期三至五年的「厦门会展业全球营销解决方案」，进一步吸引国际会展客源，打造厦门成国际会展之都。



厦门市会议展览事务局副局长邱国跃先生在接受记者采访时表示，过去，厦门发展会展业有一弱项是「可进入性」较差，厦

门仅与港澳台、日韩及东南亚有多条国际直航，但与欧洲、澳大利亚及美国则缺乏直飞航线，长程通航城市的缺乏限制了厦门拓展国际会展客源市场。不过，2015年，厦门航空已经开通厦门至荷兰阿姆斯特丹航线，及福州、厦门到澳大利亚悉尼的航线。今年，厦航还将开通至澳大利亚墨尔本、加拿大多伦多以及美国纽约的洲际航线，随着更多洲际航线的开通，将有助于厦门走出去吸引更多国际会展客源。

他表示，厦门市会议展览事务局将依托新航线的开通，针对直航城市进行厦门城市旅游业及会展业的宣传。目前，厦门会展局正计划朝几大方向著手。

首先，在厦门航空开通直航的几个城市办事处，设立厦门旅游会展代表处，在当地做厦门城市及会展旅游业宣传；

第二、将组织当地会展旅游商到厦门来考察，进行各项旅游会展资源体验项目；

第三、厦门将挖掘及开发更多适合国际旅客的旅游产品，以满足国际旅客需求。

朝国际化及高端化迈进

他进一步指出，厦门会展局今年的工作重点将朝国际化及高端化迈进，随着厦门朝国际化、高端化各方条件日益成熟，今年，会展局将制订一个「厦门会展业全球营销解决方案」，在国内及海外进行厦门会

展业的全球营销推介，让更多境内外机构了解厦门，到厦门来办展、办会及举办奖励旅游活动。该方案将以三至五年为规划，每年将按照计划来稳步推动，透过会展旅游业的提升，更好地带动厦门经济收益。

提升会展旅游业接待能力

另一方面，厦门也积极提升会展旅游业接待能力。邱国跃介绍，目前，厦门正规划建设一座新的高端国际会议中心，该会议中心将于今年动工，2017年落成投入使用。此外，由于预估两、三年后，厦门会议旅客及国际旅客会有大幅度的增长，厦门正规划建设更多国际品牌酒店；目前厦门有19家五星级酒店，2016年及2017年，厦门将新增30家高端酒店，其中绝大部分是国际品牌酒店，像是厦门香格里拉酒店将于今年落成开业。

致力提升软体服务

除硬建设施外，厦门也致力提升软体服



从您的会议中 收获更多

职责会议及活动策划师，我们了解您的领域性质是一直不断演进的——您不仅旨在销售优质体验，您也渴望创造出非凡的故事，并在里头注入生命，让它们完美实现。

就因如此，所有在Worldhotels | 世尊国际酒店及度假村旗下的450家酒店都自诩各自品牌特色、独一无二，立志于为我们尊贵的客户提供量身定制的解决方案。从即日起至2016年2月15日，只需向我们任何一家酒店预订您的活动，将有机会赢取往返越南的双人机票。额外丰富奖品包括越南酒店住宿及2万Peakpoints奖励积分（价值250欧元）。

从我们这里获得更多的福利。欲知详情及参与条规，请浏览我们的官方网站 worldhotels.com/mice-rewards。

WORLD
EVENTS

务。厦门将引进更多来自北京、上海等接待国际会议很有经验及实力的公司，来对厦门会展及酒店业人员进行培训，以提升会展接待人员的实力。

邱国跃谈到，厦门本身城市特质造就厦门的会展会议发展潜力。

首先，厦门是一个国际性城市，从五口通商时期就是一个对外的口岸，加上30多年

经济特区的建设，厦门在海内外已具有一定影响力。

其次，厦门有良好的台商及侨商资源，东南亚很多祖先都来自于福建，有很好的语言及人文传承关系。

第三、厦门城市经济发达，拥有高素质的市民及城市环境。

第四、厦门旅游资源丰富，会展设施齐

全。

因此，厦门市委市政府从2009年就开始重视会展、会议业发展，并将会议与展览提升至重点扶植产业，出台了会奖业奖励政策。他表示，厦门鼓励国际会议力度超过同类国际会议几倍之多，同时政策明确，主办单位无须再透过其他管道寻求赞助。而几年发展下来，厦门的会奖业也取得不错

成效，依据ICCA统计，2014年，厦门已在全国会展城市中排名第七或第八位。

他指出，2014年，厦门接待了约1,000万的会展旅游人次，参加会议的人数大概是整体旅游人次的45%左右。会奖旅游是高端旅游业态，收益是一般常规旅游的两到三倍，厦门会展局将透过系列举措，致力发展会奖旅游业，以期更好地提升旅游业整体收益。E

Survey

促进业务发展为导向的商旅开支持续增长 科技手段将扮演重要角色

[刘霏芯一采访报道]

根据国旅运通商务旅行 (Global Business Travel) 于第十届中国商务旅行论坛 (CBTF) 中所发布的2015年度中国商旅调查报告，尽管中国经济增长放缓情况持续，公司高管们仍表示其差旅预算与前一年相比，同比增长4.79%，超过2014年调查所预期的3.1%。

其中，有45%的公司表示他们的差旅预算与往年相比基本保持一致。有43%的公司表示这部分预算相对于2014年有了34%的增长。相反，有12%的公司表示他们的差旅预算有所削减，相比前一年减少了17%。

美国运通全球商务旅行中国及香港区副总裁Macro Pellizzer先生表示，从调查发现，尽管现在中国的经济形势相对严峻，各公司仍持续增加他们的年度差旅开支。商务人士意识到差旅对业务增长方面所起到的重要作用，故随着经济形势的变化，他们会更加重视实现顶线增长，提高

差旅预算的使用效率。

据晴雨表显示，有49%的企业将差旅视为一种投资而非必要的开支，相对于前一年，这类企业数量增加了11%。另外，有74%受采访的企业表示差旅采购会结合公司的销售以及项目规划来决议。

调查还显示，国内外差旅开支分配基本不变，但纯境外商务旅行的开支较前一年同比增长6%。由于中国公司日渐开阔的国际视野以及海外扩张的持续进行，纯境外商务旅行次数在近几年内都有较为明显的增长。

受调查公司认为，一般会议、奖励性旅游、大型企业会议以及活动展览 (MICE) 仍然在公司业务发展中起到重要作用。

2015年，公司开展会展活动的数量总体有所增加：32%的公司在过去12个月开展了三个或以上的会展活动，相对于前二年的17%和前一年的19%都有所增长。这也意味着尽管过去几年经济放缓不可避免地影响了会展活动，但是会展行业还是保持缓

慢且稳定的回升趋势。

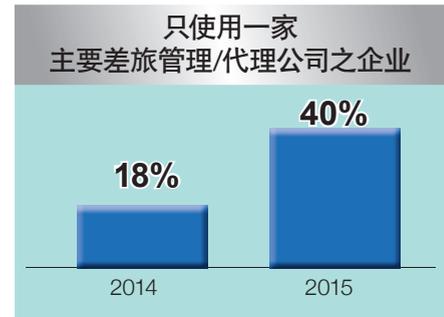
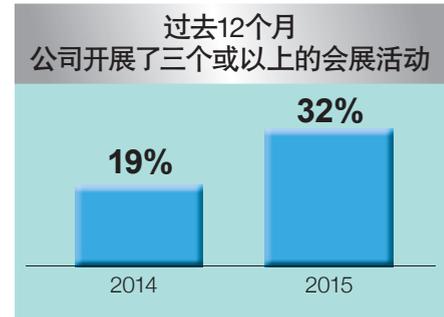
调查还显示，2015年各公司使用多个差旅管理公司或代理公司频次有所减少。40%的受访公司表示他们只使用一家主要的代理公司，与2014年的18%相比，这个数据增长幅度较大。

他进一步表示，中国本土及立足中国的跨国公司都越来越希望简化差旅管理项目的运行情况，他们认可规模经济的好处并清楚地认识到重复资源的缺陷。

调查还显示，各公司对差旅管理代理公司的期望主要有以下三点：节省开支 (73%)、最佳解决方案 (60%) 以及研究报告和洞见 (40%)。高层管理者们也更多地参与差旅项目的回顾评估。据43%的高层管理称，他们每月至少参与回顾评估一次，这个数字相较于两年前的32%也有显著增加。

调查显示约89%的公司均使用线上工具管理商务旅行，这种行为也正在变得更加普遍。但是，只有半数以下的公司 (42%) 使用专门的企业公务工具，大多数的公司仍依赖一般的旅行社网站。因此，研发更多为商务旅行定制的企业公务工具，将是一个前景乐观的商业契机。

此外，鼓励商务旅行者更广泛和频繁地使用线上工具不失为另一个机会，商务旅行者使用线上工具主要节省开支和使用便捷，仅有30%的旅行者表示他们只有半数以下的预定在网上进行。



与此同时，手机应用持续受到人们的欢迎，它已然成为现代商务旅行者们的一个重要的工具。今年，57%的公司表示他们在选择旅行社时，一个最重要的因素是考虑旅行社是否能给旅行者提供手机应用支援。

Macro Pellizzer先生总结道，来自于境内境外的因素对于中国经济以及其他亚洲各国的影响是显而易见的。我们越来越清楚地看到，中国已不再受地理界线的约束，中国的商业领袖们越来越认可差旅对公司发展的重要性。他们希望增加相关开支，同时采用科技手段使得旅行项目更加高效。此外，他们也更多地加参与到评估回顾整体旅行项目的活动，了解投资回报的情况。公司与差旅管理代理公司的关系也越来越密切，他们通过寻求专家意见和专业工具，来实现差旅项目更大的效能。E

| 关键数字 |

▶ 49%的企业将差旅视为一种投资而非必要的开支

▶ 国内外差旅开支分配基本不变，但纯境外商务旅行的开支较前一年同比增长6%

▶ 89%的公司均使用线上工具管理商务旅行

▶ 57%的公司表示他们在选择旅行社时，一个最重要的因素是考虑旅行社是否能给旅行者提供手机应用支援

Industry Updates

中青博联 开启整合营销服务新格局

2015年12月8日，中青旅国际会议展览有限公司正式完成股份制改造，成立中青博联整合营销顾问股份有限公司。中青博联将集聚中青旅会展旗下会展、公关传播、体育营销、博览会运营等专业服务，同时积极布局基于整合营销服务的行业数字化解决方案，以独特的营销生态链，为国内外机构客户创造更大的营销价值。这一举动也标志着中青

旅会展在业务整合、全产业链布局以及提升自身品牌等方面进入全新发展阶段。

成立十三年以来，中青旅会展一方面在中国核心城市开展横向的网路布局，另一方面围绕产业链条纵向拓展，发展会展、公关传播、体育营销、博览会运营等多种业态，打造贯穿线上线下整合营销服务体系。

迄今为止，中青旅会展及其旗下的中青旅联科已经分别成为中国会展及公关行业的领军品牌，为包括2014年及2015年两届世界互联网大会在内的众多全球瞩目项目提供了专业服务。

从中青旅会展到中青博联，顺应行业发展进

行业务转型与升级，中青博联将超越既往，为客户提供更专业、更优质的服务，为客户创造更大价值。

咖啡有利会议事半功倍

希尔顿全球日前发起全球咖啡推广活动，促进商务人士面对面交流的时间效益。此项推广活动缘起于希尔顿全球针对全球商务市场进行的调查报告。希尔顿全球大中华及蒙古区营运高级副总裁麦金信 (Bruce McKenzie) 解释，不同国家对会议成功与否有不尽相同的定义，希尔顿全球因此进行了「全球咖啡调查」，力求发现并理解促成会议

成功的决定性要素。

调查显示，不同国家对会议成功的定义虽有差异，但它们有一个共同点：在年龄跨度从千禧一代到65周岁以上的受访者中，超过2/3的受访者更愿意进行面对面交流，且认为咖啡或茶有利会议事半功倍。

为助旗下各酒店提升客户参会效益，希尔顿全球因此发起了全球咖啡推广活动。加入该活动的集团旗下酒店，会在所有会议第一次休息期间为宾客提供免费的咖啡或茶水服务。希尔顿全球旗下12个品牌大部分酒店都积极参与了本次推广活动，中国则有68家酒店参与其中。

雅高随心会议 欢赠双倍积分

于任何雅高旗下参与活动酒店预订会议或宴会，即享**双倍积分***。



成为会员，乐享多重礼遇。

即刻预订，请拨打电话
周小姐: + 86 21 6119 9861

* 双倍积分仅供于Le Club AccorHotels
雅高乐雅会会议策划者累计。

销售条款与条件只限于参与活动酒店

2016年5月7日
前预订

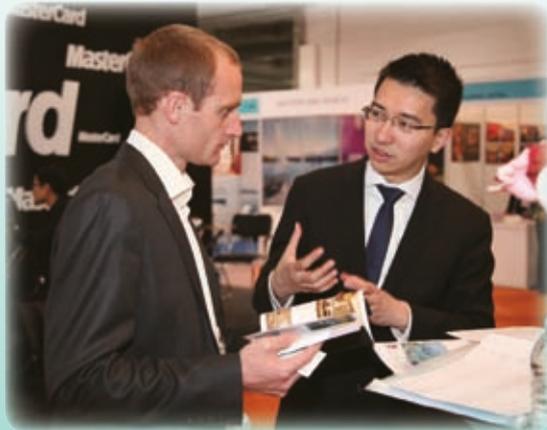
创造美妙难忘的体验!

meetings.accorhotels.com

展台面对面接触 步步须用心!

根据统计, 80%到访展台的拜访者, 会对于展台员工和企业与自己的互动, 留下印象; 且在12个月内有50%、前30天则有10%的高品质行业展览生意机会将能转为真实生意。但如果一个人抵达展台, 超过十秒没有人与之打招呼, 便会转身离去, 商机也将从此离去, 因此, 如何把握商务展会展台里的每一次机会, 至关重要。

[张广文—采访报道]



“人们在日常生活中, 往往要接触同一件事情六次才会记住, 因此在忙碌的展览上要不断提醒客人重点。一个小提醒往往可以导致销售的成功。”

极主动, 走上前去对到访者打招呼, 使用走廊的时间要比使用自己展台的时间多, 同时, 也要知道如何结束话题, 保持体面和真诚, 并考虑使用3D道具, 多多运用所有感官, 让客户能够看得到自己在形容什麼, 并停留在美好的印象中。

现场不需要太多细节说明, 也不需要太多为什麼的解释, 要聚焦于结果。其中, 透过大大的图片, 将比文字更能让人印象深刻, 也更容易使听者接受自己的观点, 并拉近彼此之间的距离。

不要急于销售, 而是要对眼前的人感到有兴趣, 只要对方有潜力, 事情就会顺利发展下去。而且交流间要为客户打造一个美梦, 如一个拥有独特性的简单体验, 而且让自己塑造的美梦, 成为客户的梦想, 如此才会开始展现自己的优势, 并且启动合作项目的形成。

准备好一个短短几分钟的介绍, 让人一下就理解合作有什麼好处。要注意, 不要一次卖所有的东西, 客户不一定都需要。从基本项目开始销售, 在第二阶段才加入其他额外项目。而且要先回应客户的需求, 之后在他们需要时, 或是想要额外好处时, 才加入新的产品。

要积极询问生意机会, 太多的预约和见面不一定是好事, 重点是要从客户那获得回应, 如保证后续联络、考虑合作、预约下一步等。在展览上很难会有立刻的生意出现, 但是可以设计客户迈向自己订出的目标, 第一步就是让客户同意可能使用自己产品。

另外, 要知道, 展览中的客人往往没有时间、非常仰赖服务, 而且身为买家会希望需求被满足。因此, 了解自己的买家非常重要。当自己了解目标客户的需要、想要、预期什麼, 就容易提供他们相应的产品和服务。现场可以快速分析潜在客户, 看看他们的立场, 观察他们下一步将如何发展, 以节省时间。

参与论坛

如果有在商务展览中参与论坛活动, 就要思考哪些重点会吸引会议组织方的关

“要微笑以吸引到访者参与互动, 但千万不要跟同事聊天, 要跟陌生人交流, 才能创造新机会。也要避免在展览时, 将所有时间花在自己已经认识的人身上。”

行业展览营销是产生高品质生意机会的地方, 仅次于销售拜访和现场考察。展览游击营销也是打造个性化品牌的有效方法, 创意互动, 才能吸引眼球、制造亮点。从布展到面对面沟通、销售技巧、线上策略等, 方方面面皆必须小心谨慎, 发挥巧思。

布展要点

在布展时, 应该打造目的地品牌, 使自己展台和桌上布置与众不同, 常见目的地的供应商都穿上同一件上衣, 或是以艳丽布置与大型图案吸引眼球, 便是此意。交流时要以当地市场进行调整, 如用当地语言宣传, 同时, 一边提供有知识性的信息, 一边供应吸引人眼球的特色小吃, 便有机会同时吸引过路者的左右脑。

而展览上的营销材料也是另一重点, 展前应该检查宣传单和名片的存货, 同时, 设计一个展览中可以询问到访者的表格, 并建立自己目的地专属的表演或是纪念品, 如巧克力、小熊等, 借此吸引人潮。

奖励机制

另外, 如果要在展览中提供特别优惠, 应该聚焦于让优惠很容易被购买, 让买家愿意花更多的钱, 但要避免他们认为会增加太多的工作。当客户得到更多回报时, 自然也会愿意付出更多。如有针对展览发展出专属的奖励机制, 应在事前透过媒体和自己的日刊发送消息, 或在展览媒体室现场提供新闻稿, 以公告周知。展览后则可在社交媒体平台或透过媒体采访, 发布活动结果与领奖照片。

要注意, 在展览中推广优惠、套餐、价格

时, 要以非常简单的方式呈现, 如用宣传单点出合适优惠价格等亮点, 并清楚列出总节省成本。另一方面, 人们在日常生活中, 往往要接触同一件事情六次才会记住, 因此在忙碌的展览上要不断提醒客人重点。另外, 要打造一个截止日期, 并在客人面前强调, 之后针对现场询问者发送相关内容, 一个小提醒往往可以导致销售的成功。

不过, 千万不要过度承诺, 要确定自己说的事情都可以被实践。

展台交流

展览中, 每个展台都像是一捆稻草中的一根针, 要抓住人潮, 必须把展台前的走廊也当成自己的展台一部分, 同时, 要微笑以吸引到访者参与互动, 并与之眼神交会。如此可把参展变成一件有趣的事情, 微笑将能打开潜在客户的话匣子, 也更能吸引其他人的目光。

千万不要跟同事聊天, 要跟陌生人交流, 才能创造新机会。也要避免在展览时, 将所有时间花在自己已经认识的人身上。

此外, 透过广告旗帜也可以吸引买家拜访自己展台, 或是与自己预定见面时间。

同时, 要在走廊工作, 不要因为自己没有客户在面前就坐下, 并且要先看客人眼睛, 才看客人名牌, 先对人表现出兴趣, 之后才对名片表现出兴趣。名牌往往以颜色区分, 因此很易于了解对方角色。适当的表现自己, 并立刻交换名片, 还要当场立即研究对方的名片, 展现出高度的兴趣。

交流时, 要先确定自己了解实际上在跟谁讲话, 并针对对方特别需求定制化的展现自己的产品和服务。要有热情、有活力, 并看对方眼睛, 身体向客户倾斜, 然后不要因为周边的人而分心, 介绍完后还要询问生意发展可能性。最重要的是要倾听, 其实销售不是告诉对方什麼, 而是询问和聆听的结果。

此外, 要记住客人的一些个人信息, 如宠物、男女朋友、运动团体、兴趣等, 因为未来聊天时如果再次提到, 便能让客人印象深刻。而且要把所有信息都打入客户关系管理中, 以便日后使用。

销售分寸

在展台上要说故事, 时时保持警惕和积



注，甚至哪些重点会吸引奖励旅游团体的注意？相关设施是否能吸引当地参与者的年龄？以及当基础设施不足时要如何调整产品使之能吸引眼球？

要演讲前，提早起床，去外面散散步呼吸新鲜空气，吃一个营养的早餐，然后检查自己携带的东西是否齐全，包括名牌、笔记型电脑、手机、名片等。接着仔细研究展览目录，检查现场厕所与餐厅位置，同时，了解名牌颜色代表什麼，包括媒体、企业、买家、供应商等。

在现场除了一边学习一边分享知识，最好透过笔电搭配Power Point演讲，因为灵活度高、易于控制、效果比桌上型电脑或CD等都好。人数过多则可以分割成几个区域，由不同人为不同组进行演讲。谈到数据时要精准，同时，会后应立即向参与者发送感谢函、Power Point档案并简单自我介绍。

知己知彼

要吸引目光，亦须看看周边的人，确认还有谁参展，以决定自己应该与谁见面。同时，试着和其他展台的同事接触，寻求推荐买家。将自己产品资料影本留在新闻室，并让媒体知道何时可以与自己约访。

尽可能参加所有交流活动，一方面了解自己的竞争对手，另一方面也可在展览现场认识其他参展商，跟他们洽谈，从他们身上学



习，建立一个国际网络，并详细分析参展的竞争者，收集他们的宣传单，以协助自己未来规划。

另一方面，要知道自己永远不是孤独的，可以与城市旅游局，或展台上的酒店业、场地、目的地航空公司、团队建设公司、AV专家、在现场销售其他目的地的同事，甚至竞争者打造合作关系。客户互享，或是一起推广同一个目的地，都是可行方案之一。

线上策略

展览时也应制定一个线上策略，除了多多利用展览活动的移动终端应用程式，还要综合所有的管道，打造线上公关，包括事前让人知道自己要参展、什麼时候会在现场，并在活动后借由公司官网、

LinkedIn、推特和脸书的照片、报告和心得进行再次介绍。

潜在买家

另一方面，要关注潜在买家，特别是在展览中他还没有询问任何事情前。故须打造专属和原创的销售，不要在展览上才开始认识买家，事前就可以以电邮联系，并在展览中和展览后，让他们知道自己有什麼特别的产品，以及这些产品对他们来说为什麼是很重要的。

也就是说，要让买家觉得他们需要你，以及你可以为他们带来什麼好处，如可以省时、省力、省钱。之后再透过定期的电邮、感谢信、活动方案、提案案例等，保持联系。同时，引导客户前往自己的网站，使之

“不要急于销售，而是要对眼前的人感到有兴趣，在展览上很难会有立刻的生意出现，但是可以设计客户迈向自己订出的目标，第一步就是让客户同意可能使用自己产品。”

有机会发现其他产品。

其它重点

如果生意不来，就要自己去争取。此外，要记得穿着舒适的衣服和鞋子，并学习如何轻巧有效的打包行李。展览后要记得把花钱制作的宣传单和册子带走，以便未来再利用。万一发生什麼事情，不用戏剧化处理，重点是要让客户知道你在意，仔细聆听客人的抱怨，诚恳的道歉，记录下重点，并向上级报告，就可以处理下一件事情了。

不要迟到或早退，而且离开前应该告知同事自己的去向。同事在演讲时，不要插话。不要在晚餐时喝醉。要积极的跟到访者聊天，并对每天的成果进行评估，详细列出所有客户细节，并在答应日期前与之联系，而且不要只是说明很高兴认识，而是要根据聊天状况，给予不太笼统又不太细节的反馈。

长隆酒店 CHIME LONG HOTEL

6000㎡殿堂级商务宴客厅，世界大有可为
长隆国际会展中心超大无柱宴会厅，精彩纷呈的商务会议首选

- 30,000㎡国际会展中心，大有作为
- 39间豪华多功能会议厅，超凡体验
- 6000㎡无柱超高层宴会厅，宽天拘束
- 配备最先多媒体试听、通讯设备

长隆野生动物世界 Chime Long Safari Park | 长隆欢乐世界 Chime Long Paradise | 长隆国际马戏大剧院 Chime Long International Circus | 长隆水上乐园 Chime Long Water Park | 广州鳄鱼公园 Guangzhou Crocodile Park

我的长隆，一手掌握 地址：广州·番禺·番禺大道 预订热线：020-84786638

CHIME LONG 长隆集团属下机构

承接国际活动 提升三四线城市影响力

广东以色列理工学院启动仪式

举办机构 李嘉诚基金会、
广东省人民政府

活动日期 2015年12月15日至17日

与会人员

中共广东省委、广东省人民政府、以色列国家政要、李嘉诚基金会及受邀嘉宾、媒体等。3天共接待活动8场次，接待人次为1,674人次。

活动场地 汕头龙光喜来登酒店、
汕头大学

活动亮点

广东以色列理工学院（筹）是由广东汕头大学与享誉全球的理工类大学——以色列理工学院合作办学，获李嘉诚基金会捐资1.3亿美元（约10亿港元），坐落于汕头市大学路，将定位为一所具有国际公认高水平教育、科研和创新能力的研究型大学，是我国9所「洋大学」中第一所冠名理工类的中外合作大学。此次广东以色列理工学院启动仪式活动是汕头近年来规格最高、综合影响力最大的活动之一，是展示汕头城市形象、提升城市影响力的重要机会。

活动挑战

1. 协调活动各主办方对服务及出品要求
2. 动员人力众多，人力资源调配不易
3. 活动期间，主办方要求须提供中以合璧的功能表及菜式，厨师团队需根据以色列的饮食习惯设计不同菜色。
4. 酒店入住率达百分之百，住店嘉宾众多，须分批进行楼层调配与划分。
5. 欢迎晚宴期间，主桌9道菜均要求同时为50人按位上菜，对服务人员素质要求严格。

由李嘉诚基金会和广东省人民政府主办的广东以色列理工学院启动仪式于2015年12月15日至17日在汕头龙光喜来登酒店和汕头大学登场，整个活动流程共分为五部分：2015年11月初，进行了活动及场地确认。2015年11月底，一共举行了3次场地视察、8次沟通协调会及试菜。2015年12月14日，进行了场地最终检查及确认。2015年12月15日，活动正式揭幕，嘉宾抵达酒店，举行了广东省人民政府欢迎晚宴。2015年12月16日，进行了汕头大学午餐及晚宴到场服务。而2015年12月17日则在酒店中举行了以色列创新推介会。

面对既存的优劣势

汕头龙光喜来登酒店总经理庄勤（Alfred Zhuang）表示，广东以色列理工学院选址汕头，本次活动主要为广东以色列理工学院举行建设启动仪式。在汕头这



（提供：汕头龙光喜来登酒店）

广东以色列理工学院启动仪式日前在汕头龙光喜来登酒店和汕头大学登场，连续三天的八场活动，共有1,674人出席。此次广东以色列理工学院启动仪式活动是汕头近年来规格最高、综合影响力最大的活动之一，是展示汕头城市形象、提升城市影响力的重要机会。

[张广文—采访报道]

样一个三、四线城市举行活动，有优势可以运用，但同时也需要面对劣势。优势方面包括：

1. 得天独厚的地理环境。汕头位于广东省东部沿海经济城市，处于「大珠三角」和「泛珠三角」经济圈的重要节点，是厦漳泉三角区（即厦门、漳州、泉州沿海经济开放区）、珠三角和海峡西岸经济带的重要连接点，拥有亚太地缘门户的独特区位优势。汕头港临近西太平洋国际黄金航道，距香港、台湾高雄均不足200海里。
2. 交通便利。继潮汕国际机场、厦深高铁潮汕站等投入使用，使得潮汕地区与外界的联系越发频繁。据统计，截至2015年12月7日，潮汕国际机场的年旅客吞吐量已突破300万。而厦深高铁潮汕站日常客流量已超2.5万人次，潮汕站出发，访汕旅客可方便到达珠三角、长三角、福建及其他地区。



（提供：汕头龙光喜来登酒店）

3. 气候宜人，空气品质佳。汕头是北回归线穿过中国大陆第一个到达的城市，属于季风气候带，全市温和湿润，阳光充足，雨水充沛，无霜期长，空气品质指数常年处于优良状态。
4. 降低活动成本。与北上广深、港澳台等一线城市相比，汕头地区物价水平相对较低，对企业的会奖旅游、路演及会议活动来说，无疑是在有限的预算内将活动办到理想的效果。
5. 久负盛名的潮汕美食。潮菜为粤菜三大分支之一，其选料考究、刀工精细，烹调方式多样，追求色香味俱全，是中国著名的高端菜系之一。
6. 商业广场及酒店的兴起。随着国际品牌酒店及商业地产巨头在三四线城市的进驻及开发，许多三四线城市已拥有许多一线国际品牌，并且政府对公共休闲设施的加大投入，这也给许多旅客提供休闲娱乐的好去处。

但在汕头举行活动也有既存劣势须克服，主要有二：

资源相对匮乏，有些较为新颖的物料需外地定制或调配。例如，原先主办方要求，长桌要用整张桌布铺好，而且要求都要西式长桌摆台，整个活动需要用到的IBM桌近五百张，但是酒店并没有这么多，且本地没有好的餐饮器材租赁的服务公司，提

供的设备也和酒店的不匹配，最终还是换成主桌长桌摆台。

知名度较低，很多旅客对大多数三四线城市并不熟悉；这也会相对加大嘉宾的邀约难度。

这次活动主要在汕头龙光喜来登酒店大宴会厅、酒店小型会议室、汕头大学新体育馆及汕头大学新医学楼举行。汕头龙光喜来登酒店作为活动的主会场之一并承接启动仪式当天的到场服务。

其中，酒店距离外卖场地汕头大学11.7公里，需要确保菜品的温度及新鲜度，这对酒店有限的设施设备来说，有一定的难度。在准备过程中，酒店与主办方进行了多次模拟试菜，通过模拟整个备菜过程、时间差、温度测量、食品口味调试、菜式选择、外送到场试菜等各个环节，并在试菜过程中对菜品拍照留档，从而确保出品的稳定性及可控性。

高端服务出品要求

在接到活动确定放在酒店时，酒店安排专人分别对接不同的参与方，如李嘉诚基金会、政府职能部门、以色列大使馆等各个方面，然后由专人汇总资料集档，每周开沟通协调会，细化工作分工，落实相应工作。另外，也通过网路、书籍等途径，获取以色列、到访嘉宾、以色列理工学院及广

CASE STUDY

东以色列理工学院的背景资料，了解以色列的饮食习惯、人文习俗等。

由于本次活动为外事接待，要求所有当天参与活动服务的员工都必须进行政审，并且要求服务的人员众多，通过酒店人力资源部的协调，动员酒店内部员工参与活动服务，对所有员工分别两次专业服务培训，总计参加204人次，人均培训小时为4小时，总计培训小时为816小时。

在筹备过程中，最为耗时的当属菜单的确认。主办方对本次活动的菜单要求是「中以合璧」，菜单需照顾到以色列与会人员的饮食习惯。由于以色列的宗教信仰不同，酒店厨师团队在查阅过以色列饮食的相关资料、了解到贵宾的口味偏好后，结合潮汕经典，经过多次修改，最终确认功能表以中西食材互以中西手法进行烹调，如：头盘为精选卤水冷拼盘（包括酱香鸡丁、卤水鹅肉、鹅肝及金菇拌木耳），主菜为红酒炖鹿肉拼普宁豆腐、法式烤羊排配土豆泥，而甜点则为潮汕水晶球拼和姜茭白果。

酒店亦提供客制化服务，如受邀出席的以色列前总统佩雷斯是从以色列搭乘飞机到香港，再从香港搭乘专机抵达汕头，15小时的飞行对于这位93岁的高龄老人确实并不简单。为了让佩雷斯能够较快地入住休息，酒店方面简化入住手续，在佩雷斯

下机时便告知其入住酒店的房号等相关讯息。并在本次活动中，为以色列前总统佩雷斯提供专属管家服务，协调以方在入住期间的一切需求。另外，每间政要和嘉宾的房间均摆放以色列与中国国旗、政府欢迎卡、总经理签名酒店欢迎卡及极具潮汕特色的酒店欢迎礼。

因应挑战发展新突破

就活动挑战而言，主要包括：各个主办方对服务及出品的高度要求。活动期间，主办方要求须提供中以合璧的功能表及菜式，厨师团队需根据以色列的饮食习惯不同，也在用餐档口提供全素食、有机蔬菜、坚果类食品等。

且酒店入住率达百分之百，住店嘉宾众多，根据中以双方要求，须分批进行楼层调配与划分，且需照顾3天内8个场次的大型活动，其中包括1个大型晚宴、2个到场服务、期间工作人员的用餐等。而欢迎晚宴期间，主桌9道菜菜品均为位上，要求短时间同时为50人按位上菜，对服务人员素质要求严格。

其实，这次活动对服务人员的需求量非常庞大，要求服务人员人数超过370人次。酒店在餐饮厨房急缺专业人手时，及时与汕头本地院校联系，最终得到粤东高级技工学校的全力支持。另一方面，活动中，接



（提供：汕头龙光喜来登酒店）

待用车车次频繁。由于本次接待贵宾人数较多，并且抵达时间不一，酒店用车无法满足频繁接待要求，通过与主办方一同协商，徵集其他社会单位用车，一同完成了接待任务。

人多就避免不了临时变动，原本晚宴时酒店方面按照原计划为以色列政要准备了以色列风味美食，但以色列却临时要求品尝一下中国美食。当时酒店正值用餐高峰，店内包括其他市民在内的流动人员有600人次之多，而中餐厅更已是爆满，要临时加餐确实有一定难度。但为了满足来宾的需求，酒店马上与以色列方面协调，根据提议为以方准备潮汕传统特色小吃以及宫保鸡丁等富有中国特色的美食。随后酒店还单独开设餐厅包间，并安排2名中餐厨师烹调。

在举行活动时，酒店为此次活动发展出新的突破。例如，在沟通流程上简化上报程式，直接由主对接人向各部门发布最新消息，并且利用微信等社交工具，让消息更有效、即时的传达给各个相应部门负责人。在保全方面，酒店专门针对总统套房楼层秘密频道口设置岗哨，对通道口进行24小时密切监控。同时，同交通部门对酒店周边及酒店正门口交通进行严格控管，并协调接待车辆停放。另外，也增加安保人员对酒店各区域进行24小时不间断巡查，以确保无安全隐患。

庄勤认为，周密而细致的前期计划、安排与准备，保证消息的准确、及时、有效的传达与沟通是本次接待成功的关键。能接待大型的国际性活动及国际政要，对酒店及酒店员工来说，都是一次难能可贵的经验。而在接待过程中，也是让酒店有不断收获并改进的机会。同时，能举办此类国际性活动更是对汕头及汕头酒店服务业的极大肯定。

以色列安全官在离开酒店之际，给予酒店最高的评价，“It's the best hotel.”（这是一间最好的酒店。）酒店高效且优秀的执行团队，确保了活动的顺利进行，主办方在活动之后还通过各种方式为酒店做出的细致周到服务，给予了肯定与赞扬。 [E]



Sheraton®
NANCHANG HOTEL
南昌喜来登酒店

南昌喜来登酒店开业特惠

会议包价：

- 350元/位全天，另加收15%服务费
- 2份免费茶歇
- 免费会议室
- 免费自助午餐
- Starpoints® 5000积分
- SPG双倍积分

请访问sheraton.com/nanchang或致电 +86 791 8222 2228 了解更多信息。

回归本质, 大胆创新

通过为期3天会议期间茶歇和三餐的不同主题展示, 不仅包括凯悦酒店集团全球行政大厨为大家呈上丰富多样的美味佳肴, 更通过顶级的用料、精心的搭配及舒适的用餐环境, 希望让凯悦集团内部员工集思广益并重新回归本质, 思考如何以更好的方式提炼出集团品牌的文化精神。

[刘霏芯—采访报道·摄影]



凯悦酒店集团亚太区餐饮峰会2015年8月在上海召开, 本次活动也是凯悦酒店集团亚太地区年度高规格内部会议, 集聚了集团高层管理团队和亚太地区各地酒店餐饮总监、总厨以及部分酒店总经理等近250人参与会议活动, 是一次对酒店行业内创新、时尚美食哲学和最新餐饮文化的研究, 并同时展现作为酒店餐饮领导者的前瞻性视野; 是凯悦集团近10年来首次举办如此大规模的内部会议活动。

在这样的主旨之下, 除了在每天主会场上以酒店餐饮作为核心主题发想出各式与酒店运营相关的话题分享与讨论外, 必须将这些会场上提到的未来趋势与内容直接于峰会活动环节中实现, 让与会者会上聆听与讨论, 会后直接实现做中学, 这也是本次MICE活动的亮点; 而其中, 最具特色的便是一场接着一场独具色香味的活动飨宴, 贯穿三天峰会, 包括每天早晨不同主题的早餐、每天会议中间的主题茶歇, 以及不同的晚餐体验, 其中又以最后一天的主题晚宴最具看头。

举例来说, 峰会每天早餐分别以煎饼(Pancake)、粥(Congee)以及法式吐



↑主题茶歇亦具创意空间

司(French toast)为主题进行创意发想, 这也呼应到凯悦集团关注到目前全球各主要城市的餐饮正在流行的一个新趋势, 就是只有十几个座位的小而美餐厅专注做一样其专长的食材, 但是可能有各种不同创意做法, 因此集团特别以早餐作为全体与会人员学习应用的环节之一。在峰会主题茶歇环节里, 还有一场以怀旧零食为主题的呈现, 现场布置成糖果乐园, 各式中西式各国的怀旧零食都摆在所谓杂货店的复古柜子上, 与会人员随时从会场走出来就可以取用, 也是一种主题式的创意发想实践。

记者实地参与了名「悦享中国(Taste of China)」的主题晚宴, 运用了各系经典名菜、中国红和传统艺术表演等中国元素, 由凯悦酒店集团全亚太区的总厨们联手创作一场集团旗下各地酒店热门餐厅、15道招牌菜的巅峰之作, 从视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉, 塑造了全方位代表凯悦集团餐饮最高水平的顶级盛宴。晚宴上汇集了集团亚太区餐饮最知名的招牌菜、最顶级的食材、最杰出的主厨的创意精髓, 这场晚宴每道菜品都是集团旗下每一单家酒店主厨的经典呈现, 因此在后台可见各家酒店大厨和金茂君悦酒店餐饮团队的事前协作安排, 还包括烹制过程的协调, 以及摆盘上桌的方式等, 方方面面都展现一个餐饮团队如何共同完成集团内部高规格以美食飨宴为主题的晚宴。

餐后甜品也改变传统按位上的方式, 改由集团餐饮高管骑着三轮车, 推着大桌, 将所有的食材和机器搬到前场, 全部现场制作, 并按照不同中西式主题分成四大中岛台呈现, 吃得新鲜, 看得有趣。Taste of China的意趣无处不在, 将味觉、视觉、听觉, 完美融合在一起, 这也是凯悦对于Comfortable food的最高定义展现。

年的上海金茂君悦酒店作为活动主会场, 有其独特原因。集团希望借由开业较多年的酒店项目主办活动, 可呈现出更多开业多年的酒店如何突破或改进酒店场地限制, 以举办出种种独具特色活动的精神, 这点亦是目前各酒店集团面临的最主要挑战之一。

举例来说, 承接这次集团内部一连三天的会议活动, 大约同时有250~270人在酒店活动, 特别是每天早餐都有不同主题, 需要一大早就有特定区域可以同时让200余人就餐及作为观摩互动分享的早餐会议。为不影响这三天住宿客人在酒店56层的早餐用餐环境, 同时又考量集团活动主要在2层会议空间, 酒店故向集团推荐了位于1层、鲜少被使用的闲置空间, 正适合作为主题早餐的独立现场演示和设计摆设, 也可以让与会代表集中在独立空间活动, 活动过后, 与会代表也仅需步行一层即可抵达主会场, 事实上这正是一种实现MICE活动的新发想。

亮点3

集团伙伴全力支持

在三天峰会主会场的座位安排也突破以往常见的课桌式、剧院式或圆桌式安排, 而是采用以舞台为中心、由低到高的座位分布, 在会场不同角度都可以零视角感受到舞台上讲演活动进行。在筹备过程中, 酒店团队还向集团其他品牌酒店借用符合活动色调调性的桌椅和设备, 及协调人力支援, 故获得集团其他团队支持, 也是活动成功的主要原因之一。

本次活动对酒店负责执行的团队, 主要挑战还包括第一天晚上的鸡尾酒迎宾酒会。酒会安排在酒店旁边的柏悦酒店, 当时按计划就是会议结束后200多人直接按照指示步行前往即可。

但没想到当天竟然下大雨, 酒店临时召集酒店其他部门共40多人作为指引人员, 分小组一人陪同3~5人从金茂君悦酒店会场步行到柏悦酒店93层, 看似两栋楼仅是一街之隔, 实际上因为雨天步行、还有柏悦酒店的内部设计, 且初次来上海的外籍外地与会人士都不是熟悉路线, 因此当天的紧急人员调动及全力配合, 终使当天的小插曲获得圆满处理。

唐泽雨宁也表示, 本次承办集团亚太区餐饮会议峰会带给酒店团队最大的启示在于, 未来要举办好一场好的活动, 除了餐饮是很好的画龙点睛题材外, 当今高成本的打造已非市场主流, 而是如何有一个好的创意协作团队; 酒店拥有好的团队人才, 这些人力成本可以创造的价值远高于客户需要付出的实物费用, 这才是酒店可持续发展的一项真正「有形资本」。



↑上海金茂君悦大酒店市场销售总监唐泽雨宁(Amane Karazawa)

亮点1

活动中大胆改变会场布置

其中, 记者认为最为成功之处除了每道菜品的色香味创意呈现外, 穿插的舞台表演正是画龙点睛之处, 而就在客人观赏演出和品尝菜品的不知不觉间, 整个活动团队将现场布置大大调整, 变身为餐后客人可以起身相互交流的四大中岛自助式甜品台, 不仅呈现一应俱全的甜点创意, 还让宾客和当晚的甜点师能互动交流, 让一场高规格的入座式西式晚宴在同一会场中以一种轻松餐后热闹Party形式继续延续, 更让本次峰会在最高潮时画下美好句点。完全颠覆一般MICE活动客户不会选择当客人嘉宾都还坐在会场里时, 大胆改变会场所有布置的作法。

亮点2

凸显酒店发展特色活动精神

作为举办集团内部活动的主要指定酒店, 上海金茂君悦大酒店市场销售总监唐泽雨宁(Amane Karazawa)向记者表示, 事实上, 凯悦酒店集团目前在上海的品牌酒店已有5家, 为何最终选择已开业16



搭乘新航，体验悉尼活力会奖之旅！

悉尼，一座生机勃勃的都市。在这里，顶级的美食与动人心魄的美景不胜枚举，让团建活动也更加丰富多彩。在悉尼开启一场奖励旅游活动，让团队这一次活力全开！

活力行程！

第一天：

唤醒冒险精神：骑乘哈雷机车抵达邦迪海滩（Bondi Beach），在此地Bucket List餐厅享用海鲜午餐的同时，还可以感受冲浪爱好者征服海浪的激情，与巨鲸沿岸迁移的壮观！接着去史特莱特拱廊商场（Strand Arcade）血拼一次，逛逛本地设计师的精品店，比如Sass and Bide。而晚餐将在Q Station的露台上，一边观赏海港景观一边私密享用。当夜幕降临，于闻名的鬼屋开始一段“幽灵之旅”，将勇敢到底。

第二天：

活力新高度：攀登海港大桥，并于134米高处拍照留念，定格这次旅行。接着探索悉尼历史开启的地方——悠久的岩石区。然后在当代艺术博物馆（Museum of Contemporary Art）的天台一边享受午餐，一边将歌剧院全景尽收眼底。餐后在环形码头（Circular Quay）和歌剧院周围尽情漫步，独享一场量身定制的幕后之旅，并与知名歌剧明星倾情互动。然后乘坐水上出租车前往鸸鹋岛（Cockatoo Island），在时髦的海岛酒吧品尝日落鸡尾酒和专享晚宴。

第三天：

感受动物活力：与充满动力的动物一起，在塔朗加动物园（Taronga Zoo）专享早餐，之后前往以冲浪与金沙闻名的曼利（Manly）。除了了解各种动植物群，还为团队准备一道“鱼与薯条”的特色午餐，而且在碧绿海波中令人难忘的独木舟之旅待你开始。此外，搭乘私人水上飞机前往悉尼，在The Star餐厅享受一场定制专享晚宴，计划充满更多惊喜。



在体验悉尼活力之前，不妨先体验新加坡航空的舒适享受！让舒适与活力碰撞，开启双感之旅！

澳大利亚作为新航尤为重要的目的地，为了让旅客感受非凡的飞行体验，新航在此航线运营上投入了高水准的设备。自2007年，新航已成为全球第一家运营世界最大宽体客机空客A380的航空公司，而现在新航已在北京、上海往返新加坡的航线上分别投入了此机型。让搭乘新航前往澳大利亚悉尼或

墨尔本的旅客，有机会全程享受A380带来的宽绰舒适飞行体验。

除此舒适乘坐，新航深谙奖励旅行团的款待之道，凭借周到的一站式统筹和全球化资源，为乘客打造MICE服务，令奖励旅行团的每一位贵宾尊享其乘。无论是考虑到奖励旅行团有先遣人员考察的需求，新航为其安排预先体验，确保奖励旅行团出行万无一失；还是针对为奖励团乘客安排贵宾休息室，令乘客在出发前即能尽享惬意时光；或者奖励团乘客享受优先值机服务以及更多托运额度；抑或在机舱内为奖励团预留特定的座位区域，便于团队内部互动；甚至可定制机上广播服务，尊崇接机服务，从中国出发在新加坡樟宜机场转机的乘客可获得价值40新币的樟宜机场消费抵用券，新加坡航空总能为飞行带来贴心服务。

*MICE服务的最终内容将根据不同团体而做具体调整，详情洽询corporate_cn@singaporeair.com.sg。



活力悉尼待你体验，即刻行动起来！



访问
BUSINESSEVENTS.AUSTRALIA.CN
了解更多澳大利亚奖励旅游项目

BUSINESS EVENTS AUSTRALIA 

携手合作、重新树立香港会展品牌



(提供: Asia World)

近来全球经济环境险峻,加上周围竞争者四起,香港会展业的各项表现不断出现挑战。业者呼籲,香港应重新树立会展之都的品牌,积极宣传会展服务,并发挥香港成熟会展运作的优势,使全球展商及买家可清楚抓到独树一帜、有别于其它城市的会展条件。

[张广文—采访报道]

香港政府对会议展览业的发展是十分看重的。

出席亚洲博览馆开幕十周年庆祝活动的香港特别行政区财政司司长曾俊华表示,商贸和旅游是香港的支柱产业,对香港的经济贡献非常巨大,会议和展览业更是其中重中之重的一环。香港各类型的商务会议和产品展览,一直联系各地商界为香港本地和海外企业提供有效的商业配对平台,并且吸引大批的过夜商务旅客。香港特区政府非常重视商贸和旅游业的发展,未来将会与香港旅游发展局和会展业界继续携手合作,推广香港的会展业务和会展旅游,从而吸引更多高增值的会展商务旅客到访。

另一方面,香港旅游发展局副局长干事叶贞德强调,近期出席中国旅游展览和商务会展旅游展览的香港供应商数量特别多,业者就是想要向内地游客表达「香港真心地欢迎您」,连以往香港展馆由多个电视萤幕组成的展台背景,都显示着引人注目

的「香港爱你」字样。

她指出,香港不希望过去的一些不愉快影响了两地的感情。为了吸引更多的游客前往香港游览、让到访商务旅客有更多活动选择,更让到访游客可以从更多角度熟悉香港旅游目的地,香港每个月都推出不同的主题活动与庆典盛事,同时,香港旅发局连同香港旅游业者,也对旅游资源进行了新的开发和调整,例如,当地旧员宿舍舍改建成了一个创意品牌大本营—PMQ元创方;又如,昂坪360景点专门针对自由行旅客推出了一系列探索大屿山套餐等。

近期面临严峻挑战

记者从多家旅行社业者了解到,近期香港贸易展览业人气不算旺,究其原因受到综合因素影响,包括:环球经济不稳定、港元强势、买家减少来港采购、香港作为亚洲会展之都的地位受到动摇、展览业规模吸引力降低、大型展览场地不足、缺乏优惠政策、较高的参展成本等。加上与香

港毗邻的深圳、广州等地,硬体及软体配套不断提升,展览场馆大,而且纷纷推出租金减免、宣传补助、送酒店住宿及机票等优惠政策,吸引买家进场,抢走不少香港客源。

同时,欧洲货币贬值,连带油价下跌,拖累欧洲及中东买家的购买力,也使得所有非美元地区的买家购买力普遍下跌两三成,而香港之前的占中行动、反水货客事件都使得到访香港的中国内地旅客数量减少,高消费客转到其他国家,会展业或多或少受到旅游业及零售业不景气的影响。有些参展商认为香港营商环境不稳定,便转去其他地方参展。

此外,从外地到香港的买家,不论人数及逗留日数,均持续下滑中,买家团队由以前的五、六人,减至现在的两、三人,而且各个讲明要招紧预算。就连参加珠宝及钟表展和国际美酒节的一些香港本地供应商,都因为展览人气弱、接不到订单、展览



(提供: Asia World)

成本昂贵、2015年生意下跌,决定2016年从以往一年最少参与五个本地行业展览,并出席澳门及台湾的展览,改成只选择参与两个本地展览。有些中小型展览被叫停,因为每个公司都在避免增加额外开支,宁愿集中资源参加大型展览。

须重塑会展之都品牌

一名香港旅游业者建议,香港会展业要在亚太地区重新树立会展之都的品牌,必须积极宣传当地会展优势。虽然中国内地展览不断增加、展馆不断兴建,但香港会展业依然比中国内地的成熟得多,在会展的市场化运作方面有着得天独厚的优势。而且香港是世界著名经济、金融、贸易中心城市,电子、珠宝、文具、钟表、服装、物流、通讯等多个产业在香港举办会展,都极具吸引力。加上香港拥有四通八达的交通、自由充足的资金、完善的服务与法律体系、自由港等众多会展所需的基本条件,这些都是其它城市无法立即赶上的条件。

同时,香港会展服务又十分严谨规范,参展商在香港参加展览,产品被同行抄袭的几率很小。在香港,任何人士未经允许不得在展览中摄影。香港贸发局还有一套严密的处理展览现场侵权投诉的程式,领先全球聘请律师在展览会驻场,保护参展商及其产品的智慧财产权,接受及处理侵权投诉。但未来香港要积极培养及留住人才,以应对中国内地会展业的抢人态势。

香港2016年旅游行业重要会展活动列表

活动名称	活动日期	场地
香港游乐园及景点协会(HKAAPA)三周年庆典	2016年1月20日	天际100香港观景台
首届酒店行业论坛(Web In Travel主办)	2016年3月22日	Hotel ICON
第30届香港国际旅游展暨第11届商务会奖旅游展(ITE & MICE Hong Kong)	2016年6月16-19日	香港会议展览中心
亚太酒店投资论坛(HICAP)	2016年10月19-21日	Intercontinental HK

Quality Product

全力聚焦优质诚信香港游

据了解,香港特区政府计划将额外拨款五百万予香港旅游发展局,以加强「诚信旅游」的宣传,进一步推动「优质诚信香港游」项目。优质诚信产品的标准为:不进行定点购物点、无强制性自费观光项目、明码实价。

同时,香港特区政府也计划严打旅游托与低价团,积极争取中国内地游客回流。

除了要求香港地接社向香港旅游业议会登记接待内地入境旅行团时,必须事先提供团队名单(包括领队姓名)供议会抽查,还将对香港地接社与内地组团社之间的合同进行抽查,被抽查的香港地接社须于指定时间内向旅议会提交合同,违反规定的旅行社将被处分。而且香港旅游业议会将研究与提供内地入境团招待费用的信息,

增加市场透明度。

香港特别行政区政府旅游事务专员朱曼铃指出,针对低价团、旅游托等现象,香港将建立团队旅游的游客名单,对于频繁跟团进出香港的游客重点排查,一旦确认是旅游托将依法处理。而鉴于大部分内地参团来港的旅客,特别是参加超低价或零、负费团的旅客大部分来自华北、东北及华西地区,香港特区政府已要求香港旅游发展局加强推广优质诚信旅游。

另一方面,今年起,香港旅游业议会对业界开始实施新指引,除了加强规管「定点购物」、要求佩戴导游证,假日期间还将

增派两倍人手到景点和「定点购物」店铺巡查,若店铺被法庭裁定违法而且案情严重,香港旅游业议会可将该店除名,同时,一经发现会员违反业界指引,便会加以惩处,不排除会扣分,甚至停牌。

香港旅游业议会主席黄进达表示,新发出的定点购物点指引,是为了保障旅客权益购物权益,挽回信心,当中,《商品说明条例》等条例纳入了购物保障计划。香港旅游业议会规定旅行社必须先向旅游业议会登记,才可安排内地旅行团旅客到登记会员店铺「定点购物」。内地旅行团旅客到这些店铺购物后如有不满,6个月内只要

货品没有损坏,也没有因使用而导致损耗,凭单据正本可获全数退款。

部分业者反弹新指引

然而,在访港旅客下降、经营环境困难之际,香港旅游业议会又实施新指引,尤其是限制旅行社不能带团到涉嫌违反《商品说明条例》的指定店舖购物,惹来部分香港旅游业的反弹,连日来香港旅游业界更闹出内讧,不满情绪更进一步升温。多间在香港旅游业议会指定购物名单的店舖,已经表明不再参与。代表导游、司机等前线工作者的香港旅游从业员联会及导游总工会,1月1日起更是发起退出登记商店、不佩戴导游证、旅巴不贴「车头纸」等不合作行动。同时,发起千人到香港旅游业议会已登记店舖外派传单,呼吁旅客不要到旅游业议会指定的店舖「定点购物」,借此对抗香港旅游业议会。

香港旅游从业员联会荣誉会长林少麟表示,香港旅游业议会多年来制订的种种监管措施,才是窒碍香港旅游业发展。例如,要求登记店舖为内地旅客提供180日退款保障,店舖只能将退货成本风险计算在售价上,且时限特长,相比其他地区旅客仅获14日退款保障,恐涉歧视。

面对「浪接浪」的不合作运动,许多旅行社业者担心将进一步打击香港的旅游业形象。香港特区行政长官梁振英表示,旅游业对香港十分重要,香港特区政府重视、支持旅游业发展。过去不时出现一些不良经营手法,甚至违法行为,影响旅游业声誉,也影响香港的声誉。香港旅游业议会有权调查业界违规行为和作出惩处,希望业界团结一致,为香港旅游业的整体发展,跟从旅游业议会制订的工作守则。

香港旅游处于调整期

香港旅游业议会主席黄进达认为,香港旅游业正处于调整期,但不应该对2016年感到悲观。不能说调整就是不好,正好有机会让业界整理思路,使香港旅游业向着健康长远的方向更好地发展。香港应积极应对,强化和提升香港的吸引力和优势。旅游业是香港四大支柱行业之一,占本地生产总值的5%,对香港经济的重要性不言而喻。不过,香港是一个小地方,接待能力有限,因此,需要寻找一些方法,多开拓一些景点,分流游客,找一个平衡。未来香港旅游业议会、香港旅游发展局以及香港其他政府机构将积极促使香港减少定点购物的旅行团,增加文化深度游及绿色旅游的特色旅行团。同时,正在考虑制定来港旅游的「指标价」,让游客特别是内地游客了解香港不同旅游产品和酒店的正常价格水平。

据统计,访港旅客数量自2015年6月连续半年下跌,1到11月,整体访港旅客人次合计同比下降1.7%;消费能力较高的过夜旅客下降3.8%,其中内地旅客下降5%。与旅游业息息相关的香港零售业同样表现欠

佳,总销货价值连续9个月下跌,2015年前11个月合计的零售业总销货价值同比下降3.1%。

据估计,全年旅客数字下跌1%~2%,这是自2003年开通内地游客赴港个人游以来的首次下跌。

成立独立旅游监管局?

香港导游总工会理事长黄嘉毅曾表示,

虽然去年内只有10%左右的内地游客通过旅行团来到香港,但是这一群体中90%的团都是采用零团费乃至负团费的方式运作。许多香港旅行社业者都认为,香港要解决旅游行业的根本问题,必须要设立香港旅游监管局,以取代没有执法权力的香港旅游业议会。香港旅游监管局成立后,可将发牌、监管等权利集于一体,并让香港旅游业议会回归商会性质。

他指出,至今香港始终没有独立的旅游业监管局,香港旅游业目前实行的是议会自律监管为主的双层监管模式,其主要监管部门是香港旅游业议会,类似于旅游业的行业协会。业界组织的香港旅游业议会根据《旅行代理商条例》,正在负起监管外游旅行代理商及到港旅行代理商的责任,执行监管上本来就需要面对很大的挑战。



理想会议 非凡体验

帝京酒店的喜宴堂宴会厅面积达5,476呎,全落地玻璃及无柱设计突显偌大的空间感,最多可容纳多达600人,是您举行宴会或活动的理想地点。现凡于帝京酒店举办商务会议及订满10间客房,即可享以下精彩礼遇。

- 优惠 A**
- 两间客房免费升级至高一等房间级别
 - 每间客房均获赠印有贵公司商标的迎宾曲奇
 - 会议期间无限量供应咖啡、茶及汽水

- 优惠 B**
- 免费1小时迎宾鸡尾酒会
 - 两间客房免费升级至豪华行政客房并尊享行政贵宾廊礼遇

- 优惠 C**
- 每订满50个付费房晚,可额外获赠2个免费房晚
 - 会议期间额外免费茶点小食乙次

凡预订10-29间客房可享优惠A
凡预订30-49间客房可享优惠A+B
凡预订50间客房或以上可享优惠A+B+C



优惠有效期至2016年12月31日止·受条款及细则约束·如有任何争议,帝京酒店保留最终之决定权



 Sun Hung Kai Properties
HOTELS

ROYAL PLAZA HOTEL
帝京酒店

香港九龙太子道西193号
电话:(852) 2928 8822
电邮:rpsales@royalplaza.com.hk
www.royalplaza.com.hk

New Development

大屿山将变身为康乐及旅游目的地

大屿山发展咨询委员会近日首次发表了第一届工作报告，确认大屿山发展规划大纲，大屿山会按五个康乐及旅游为主题，打造14个全新康乐及旅游景点，并从国外引进新颖刺激「上天下海」的户外游乐设施，

使大屿山变身为「多采多姿的康乐及旅游目的地」，成为一个新一代年轻人的消遣热点、聚脚点和娱乐岛。

成立两年的大屿山发展咨询委员会，共举行了7次会议和19次小组会议，就大屿山

的规划、环境及保育、康乐及旅游等多个议题进行讨论及研究，同时，参考世界各地的个案研究，归纳出五个主要康乐及旅游发展主题，分别为「康乐与户外活动」、「品味与享乐」、「悠闲」、「文化与历史」和「生

态」。

其中，「康乐与户外活动」主题，建议提供刺激的游乐体验和另类历险活动，例如，户外或极限运动及主题乐园或纾压活动，像是在欣澳发展青少年室内探险乐园，有室内滑浪场、4D电影院和室内跳伞iFly等。另建议发展多元化的户外活动，包括户外探险乐园，有空中飞人滑翔之旅、山坡滑梯和漆弹射击等，为当地居民和到访旅客提供消费购物以外更多的游玩好去处。

「生态」主题方面，报告建议在港人热门观赏日出、日落的大东山研究便利游人到大东山观景的措施，并探讨提供观景、观星设施及露营场地等康乐设施，在近年开始复耕的二澳，报告亦建议考虑增加农场体验活动，如收割、农田野餐等，让市民一尝回归田园的滋味。

在「文化与历史」主题中，报告建议将昂坪、鹿湖、羌山、地塘仔和灵会的大屿山「五大禅林」，发展为重要的宗教圣地，并建议维持现有寺庙之旅，提供有限度的禅修班或心灵静修活动，以及静修设施等。

在「悠闲」主题中，报告建议在索罟群岛发展水疗及休闲度假村。

目前建议中，不涉开发郊野公园，不过，未来大屿山有计划发展绿色旅游。大屿山发展咨询委员会认为创造和结合新的或现有的康乐设施及景点，达致协同效应，可增加停留在大屿山的过夜旅客，并建议探讨整合及重置大屿山和喜灵洲10个惩教设施，释放用地作住宅、康乐等用途。

另一方面，大屿山发展咨询委员会期望于2016年下半年综合更新及完备资料，推出最新大屿山发展蓝图。在获市民支持的大前提下，综合全港发展需要，进一步研究各项建议可行性，订定长远发展的概略时间表。香港特首梁振英呼吁各界人士继续积极提出意见，共同规划、发展和保育好大屿山。

B



wonderful indonesia

PATA Pacific Asia Travel Association

2016年PATA 旅游交易会

9月 印度尼西亚雅加达

为什么要参加PATA 旅游交易会?

- 商务机遇最大化**
PATA定制的商务匹配软件可于两天内提前匹配超过10000个磋商机会
- 与行业前线买家见面**
独享渠道接触300家以上国际优质买家社群
- 精彩活动增进社交**
通过观光团，晚餐，夜间活动和互动休闲区进行设计
- 高性价比**
所有参会贵宾都可以享受特别的航空和住宿优惠
- 我们把世界带到你面前**
和来自全球61个旅游目的地的1000名商家接触
- 学习新知识**
本次活动通过PATA旅游交易会论坛和会谈，与参会者分享行业热门议题的新鲜见解

现在就预定参加，亚太地区首要旅游贸易交易会，39年行业经验为您提供多层次交流和签约机会。

加入我们，加入印度尼西亚雅加达——文化底蕴浓厚的世界金融中心，繁华都会。

详情请浏览网址或联系邮箱
PATA.org/PTM-2016 china@PATA.org

Local Update

香港计划推出全新景点

为了让游客有更好的体验，香港计划推出多个全新景点和活动，包括由中环警署改造而成的博物馆、升级版的香港维多利亚港灯光汇演、2019年落成的西九文化区，以及在中环新海滨区域举办表演和游乐等。

TVB港剧中经常出现警察局、法院等地点，当中，「西九龙重案组」、「油麻地警署」更是高频率出现，借着TVB港剧在中国市场越来越受到关注的趋势，香港计划将中环警署改造成博物馆，以满足TVB影迷追剧需求。同时，香港也将加强香港维多利亚港的晚间灯光汇演，并计划在文化中心外，于节日期间演出3D mapping效果。

而香港西九文化区则计划于2017至2019年重新打造，落成后，将会成为香港在文化旅游方面的焦点。另外，香港将把中环新海滨的土地变成旅客的新落脚点，划出土地举办大型活动，包括马戏表演及荔园的游乐活动，让到访游客能够一边游玩海旁的巨型摩天轮，一边欣赏各式表演。



Guangzhou

打造广州 成为洲际会展 中心城市

记者从广州市质监局了解到，广州计划于2016年打造成洲际会展中心城市，2020年则将建设展览、会议、数字会展三大会展功能中心。近期广州还获批筹建「全国会展产业知名品牌创建示范区」。

广州市经贸委副主任杨勇表示，广州处于从国家级会展中心城市向洲际级会展中心城市快速迈进的阶段。从国内来看，广州目前与北京、上海并列国内三大会展中心城市，广州会展业对广州经济社会发展具有显著的带动效应。从国际来看，与国外众多知名会展城市相比，广州会展业的发展规模、市场基础、产业支撑、功能配套优势明显，但明显存在着会展业的国际化水平不高、会议和节事活动发展相对滞后、会展与其他产业的融合尚不充分、会展业服务水平和商务环境亟需改善等差距。

2014年，广州市政府常务会议审议通过《广州建设国际会展中心城市发展规划

广东会展建设拔地而起 产业带更臻成熟

广东省的会展行业不断成长，为了满足市场需求，深圳、佛山、东莞、江门、阳江等地纷纷计划推出全新会展中心，广州亦积极朝会展中心城市迈进，这些举措都将有利于珠江三角洲会展经济产业带的均衡发展。

[张广文—采访报道]



无锡苏宁凯悦酒店 商务至选

无锡苏宁凯悦酒店拥有面积达1880平方米的宴会及会议场地。位于酒店8层的800平方米的无柱式大宴会厅，雍容大气，层高达6米，更可分割成3个宴会厅；面积为300平方米的悦木厅可举办各种中型商务会议宴会；沙龙I, II, III, IV及V，面积由56平方米至120平方米不等，灵活多变；此外，位于酒店67层云阁I和II直耸云端，面积分别为200平方米及120平方米，是锡城高端会议场所。

- 会议期间提供瓶装矿泉水
- 上下午两次（上/下午一次）精美茶歇，包含精美小点
- 自助午餐/中式圆桌并提供软饮
- 标准会议所需文具
- 白板，翻页板及马克笔
- 站立式讲台及麦克风1套
- 固定投影仪及幕布1套
- 无线上网
- 指定数量的车位
- 专属的会议宴会服务人员为您服务

如需预订请致电 +86 510 8989 1234



HYATT
REGENCY
凯悦酒店

无锡苏宁凯悦酒店
HYATT REGENCY WUXI
中国江苏省无锡市崇安区人民中路109号 邮编214000
109 Renmin Middle Road, Chong An District, Wuxi
Jiangsu Province, 214000, China

■广州会展功能整体格局



(2013-2020)》，从现实基础、发展路径、建设格局、实施策略四个方面提出具体设计思路，推动广州会展业实现「三年品质提升，八年国际一流」。根据《广州建设国际会展中心城市发展规划(2013-2020)》，广州正稳步大力发展会展业，按照广州新型城市化的总体部署和「123」城市功能布局，逐渐实现「1334」的国际会展中心城市功能定位，推动广州从国家级会展中心城市向立足华南、辐射长三角、环渤海，服务全国、面向世界的国际会展中心迈进。

广州除了将突出会展业的经济先导、产业联动和集聚辐射三大功能，还将坚持会展与贸易相结合，会展与产业相结合，会展

与城市功能相结合，实施两步走战略；至2016年，打造成国际会展中心城市；至2021年，促进会展业实现「五个转变」。建设展览、会议、数字会展三大会展功能中心，构建以展览业为主导、会议业为增长点、节事活动为亮点的「3+9」广州会展特色产业体系，进一步增强广州会展业对国际贸易的引领力、对产业转型升级的推动力、对城市品牌建设的带动力、对创新驱动要素的集聚力。

“简单说，按照广州城市功能总体格局，坚持「一次规划、分步实施」的原则，打造「一主三副」的广州会展业空间格局，建设以广交会和国际专业展为核心的琶洲会展总部功能区，与中心城区联动形成全市会展产业中枢。”

而周边城区则将按照区位优势、资源禀赋、产业特点和配套能力等进行特色化、差异化引导，同时分步建设空港、番禺、增城三个特色鲜明、展贸结合型会展副中心，并且加快发展越秀时尚消费展集聚区、白云新城国际会议集聚区、南沙临港会



↑琶洲拥有毗邻港澳的地缘优势和「中国第一展」广交会的核心优势，综合实力雄厚，功能定位清晰。

展集聚区、珠江新城-天河北商务会议集聚区、新城市中轴线节庆活动集聚区、从化度假会议集聚区、体艺赛事集聚区、荔湾医药港会展集聚区、中新知识城学术会议集聚区等九个特色会展集聚区，促进周边城区与中心城区会展功能的协调发展，形成定位合理、区块特色明显的会展发展格局。

近期发展还包括，2015年5月，国家质检总局正式批准广州市海珠区筹建「全国会展产业知名品牌创建示范区」。琶洲国际会展中心城市主要依托三个优势：

一、**功能定位清晰。**作为广州会展业发展的最重要载体和区域，琶洲拥有毗邻港澳的地缘优势和「中国第一展」广交会的核心优势，综合实力雄厚，功能定位清晰。

二、**集聚效应凸显。**琶洲依托广交会「龙头」效应，坚持国际化、集群

化发展，形成了以资源丰富的展馆、高度集中的展会、品牌集聚的会展企业、配套齐全的商务服务、强有力的产业辐射为特色的会展产业格局。

一、**扶持政策优厚。**琶洲会展区不断加大扶持资金、土地政策、法律保障、税收优惠等方面的扶持力度，为吸引、培育地区会展企业提供了政策支撑。

而广州增城除了将建设东部交通新枢纽，更将建设会展副中心。凯达尔集团有限公司常务副总裁蔡瑞雄介绍，目前凯达尔枢纽国际广场项目建设工程按照与城际轨道交通等计划进度顺利，预计2019年全部交付使用，并整体运营。广州东部交通枢纽中心的凯达尔枢纽国际广场，是国内首个真正的TOD枢纽综合体，该项目将带动整个4035亩东部交通枢纽规划片区，形成东部枢纽新中心。东部交通枢纽中心将建设国内首个集铁路、城际轨道、地铁多种轨道交通及计程车站、汽车客运、巴士等多种公共交通方式的枢纽型城市综合体，辐射范围甚至包括整个珠三角地区。

凯达尔枢纽国际广场项目的规划建设用地为38697.1平方米，总建筑面积为352,900平方米，预计建成后将带来1.23万个就业机会，带动GDP年增量13亿元，每年增加1.8亿元税收。在该项目规划建设范围内，还将建设广州会展副中心，该中心的建成将使得本土企业及东莞、深圳等地企业拥有长期对外展示的机会，对增城传统产业转型升级具有较大的推动作用。

Agent's Talk 面对五大问题、成立会展局

一名广州会展业者表示，目前广州会展业发展面对五大问题。

- 1. 环境问题，**包括：会展管理机构力度有待提高、政府的扶持管理不到位、硬体设施交通配套上存在差距。
- 2. 项目问题，**包括：政府主导型展会比例过高、世界性品牌展会较少、展会的国际化程度比例较低。
- 3. 企业问题，**包括：缺乏大型会展领军企业、企业国际开拓和创新能力不强。

4. 服务问题，包括：公共与配套服务不足、会展服务水平难以满足高层次发展需求。

5. 人才问题，包括：会展专业人才培养方面的投入不足、缺乏吸引和留住人才的良好机制。

他认为广州要发展会展业的首要之务，就是成立广州市会展局。如此广州市会展局将负责全市会展业的统筹协调、宏观规划、综合管理和引导促进工作，同时把会展业发展的各项工

作目标、任务进行分解，纳入各相关部门的重点工作目标，并建立定期督办考核制度。

改革了管理体制，才能推动创新发展，强化展览主体机构力量、引进品牌展会项目、优化会展业发展市场环境，以及投入人才培养，建立一个完善的市场化服务体系，同时打造会展制约机制（如动态评估、保证金制度等）和行业规范（如行规行约、评估细则、操作规划）等。

Shenzhen

深圳新会展中心2016年开建!

据了解，将分期建设的深圳国际会展中心规划建设室内展厅50万平方米，建成后的深圳国际会展中心将超过目前全球最大的展馆—德国汉诺威展览中心（面积达49.6万平方米），成为全球最大的会展中心。

2016年开工建设一期工程，计划建设30万平方米的室内展厅和基本配套设施，预计总投资为80亿元，2018年完工投入使用。一期的规模在全球已建成的会展中心中，就已将排名第六。二期预留20万平方米备建，将根据展馆实际运营情况确定再建设。规划中的深圳国际会展中心展厅面积，将为目前深圳会展中心的5倍。深圳国

际会展中心建成后，预计展会期间日均人流量高达20万人次。

预计投资规模将超过100亿元的深圳国际会展中心项目，规划会展核心区用地137公顷，配套设施用地42公顷，而拓展可选建设区面积达246公顷。其将采用综合开发模式，融入酒店、办公、餐饮、商业、会议、展览等功能，同时，将按照市场化运作方式和开放性原则，面向国内外引进有实力、有丰富经验的社会主体，进行一体化的投资、建设和运营，计划以「一流的设计、一流的建设、一流的运营」打造国际一流会展中心。一期建设30万平方米会展中心室内展厅的同时，将按照1:1的面积配套

另外建设30万平方米的综合体，吸引社会投资建设会展中心。

地理位置突出

就地理位置而言，位处宝安空港新城的深圳国际会展中心，区位优势突出，地处珠三角中心和广东自贸区中心，是珠三角、广深港核心发展走廊与东西向发展走廊的交汇处，以及广佛肇、深莞惠、珠中江三大城市圈交汇处。同时，大空港地区处于粤港澳大湾区湾顶，虎门大桥、深中通道、深茂公铁两用大桥等跨江交通设施都由湾顶部位过江，具有突出的战略区位优势。再者，大空港地区紧邻前海，是前海未来发展天然的延伸区，是前海空间拓展关键节点。简单说，大空港地区定位为国际一流的空港经济特区，是深圳未来发展的重要「战略机遇区」，且具有得天独厚的区位优势。

深圳国际会展中心概览

► 面积：室内展厅50万平方米；会展核心区用地137公顷，配套设施用地42公顷，而拓展可选建设区面积达246公顷。

► 完工使用：2018投入使用一期程(30万平方米)

► 预计日均人流：20万人次

► 投资规模：100亿元

► 交通优势：距离未来宝安机场新航站楼T4枢纽只有3公里、距离T3航站楼仅7公里

紧临陆空交通枢纽

交通方面，深圳国际会展中心紧邻沿江高速公路、海滨大道、广深高速、地铁1号线等陆上交通网络，同时，距离未来宝安机场新航站楼T4枢纽只有3公里、距离T3航站楼仅7公里，而且已规划将与地铁13、20号

线和公交线路实现无缝接驳。另外，未来规划的T4枢纽中心，恰好是地铁11号线、穗广深城际线上的一个网站。而且未来深茂铁路也将在此交会，必将成为深圳西部重要交通节点。接下来，深圳除了将新修建和改造几条道路，让快速路系统方便接入会展中心，还将利用珠江口港口优势，挖掘水路交通资源，通过邻近的福永码头，以综合的交通方式，疏散国际会展中心带来的人流物流。

新旧会展中心分流

未来深圳新旧会展中心将根据区域位置、规模大小的不同，重新规划不同的差异化发展，以分散部分人流和交通流。深圳国

际会展中心开幕后，位于深圳市中心的会展中心将与之协同，打造优势互补的机制，由国际会展中心举办10万平米以上的展览，并主要做专业类会展，而市中心的深圳会展中心则将定位为消费类，容纳10万平米以下的展览。

宝安经济发展研究中心主任戚晓曜表示，国际会展中心是深圳市政府继深圳机场之后在宝安开建的第二个大工程，其明显目的就是拉动宝安西部地区的发展，带动大空港新城的建设，这个项目带来的利好也将辐射整个宝安。

他指出，除去交通、旅游、餐饮等配套外，集聚在国际会展中心周边的产业形态将与福田会展中心周边有所不同。福田会展

深圳新旧会展中心比较

福田国际会展中心(旧)	深圳国际会展中心(新)
位于市中心	位处宝安空港新城
举办10万平米以下的展览	举办10万平米以上的展览
主要做消费类会展	主要做专业类会展
周边集聚了大量金融企业	未来周边的业态将以物流、贸易、研发型企业为主，周边的业态将具有明显的空港特点。

中心周边集聚了大量金融企业，而国际会展中心由于靠近机场，未来周边的业态将以物流、贸易、研发型企业为主，国际会展中心与机场是联动发展的，又处在大空港片区，周边的业态将具有明显的空港特点，这也是与整个宝安的业态发展有关联的，具有宝安的产业特点。在大型会展中心周边，还会形成成为会展服务的文化创意企业

及相关配套企业的聚集区，包括已经开工建设的海上田园周边地区、立新湖战略性新兴产业产业园，以及2015年相继落成的泰华梧桐岛等总部园区。除了这些今后都将成为配套的商业区和企业用地，国际会展中心周边还将新增物流园、仓储、货运中心、跨境电子商务通关、结算和物流中心等设施。

13

Agent's Talk 现行展馆超负荷运转 大型展览移师他地



一名深圳旅行社业者表示，深圳国际会展中心将解决目前深圳会展中心的展听面积和交通配套困境。

近年来，深圳多个会展规模扩大，光博会、傢俱展、玩具展等大型展会纷纷登场，会展业年均增长率超过20%，2014年深圳全年展会96个，包含全市其他非专业场馆，全年各类展览总面积在350万平方米，在全国会展业一线城市稳坐第四位置，其中有11个展会使用了深圳会展中心所有展厅。

光是2014年年12月，深圳会展中心的展会数量就达到20个，多个展览首尾相接连夜翻场，展馆服务超负荷运转，展馆使用率突破极限。2015年深圳大型展会展览总面积需求更是已达到171万平方米。高交会、医博会、傢俱展、礼品展等展会都已突破展馆规模，并迫不得已挤占二楼展览服务大厅来安排展位。

受场馆限制(10.5万平方米)，近年来已有中国国际视听集成设备与技术展、中国国际体育用品博览会等一大批希望来深圳举办的大型

展会，最终选择了其他城市，而在深圳已举办六届的医博会最为急迫，2015年已移师上海举办。

在面积捉襟见肘的同时，深圳会展中心的交通状态也显得窘迫。深圳会展中心地处城市中心区，也是深圳的商务中心区，周边写字楼密集，上下班高峰时交通已不够顺畅，一旦有大型会展，车流人流猛增，交通更是不堪重负，雪上加霜。因此，每逢高交会、文博会等大型展会，有关部门就采用限行措施来管制会展中心周边交通，为城市出行带来了不便。

珠海·横琴

畅享一站式海洋主题度假会议

珠海横琴长隆三大酒店

我的长隆 一手掌握

16000平方宴会厅 尊享尊贵宴会及活动

三大酒店 5000间特色主题客房

长隆海洋王国 全球最大海洋乐园

神奇力量 长隆横琴国际马戏城 金奖马戏盛宴

25个特色餐厅 汇聚世界各地美食

一站式海洋主题会议度假酒店群

长隆酒店 中国至大的海洋生态主题酒店 | 企鹅酒店 中国至大的企鹅极地主题酒店 | 马戏酒店 中国至大的马戏主题酒店

珠海横琴长隆国际海洋度假区

地址：珠海横琴

全国客服热线：4008-830083

详情请登陆：www.chimelong.com

WOW! 梦幻时光 2015



↑ 梦幻时光2015开幕



↑ 梦幻时光2015洽谈现场



↑ 梦幻时光2015欢迎晚宴中国买家代表团

2015年12月，梦幻时光2015 (Dreamtime 2015)于澳大利亚南澳大利亚州首府阿德莱德举行。每两年举办一次的梦幻时光是一个为期五天的奖励旅游产品展示和洽谈会，首2日在主办城市（本届为阿德莱德）举行，后3日买家和媒体则前往澳大利亚另一目的地进行资源考察。会议期间，结构化的洽谈安排为来自10个澳大利亚关键市场的超过100名买家代表与澳大利亚各州的70家展商，提供了高效沟通的机会。

梦幻时光2015展商分别来自澳大利亚各地会议局、酒店、旅游景点、目的地管理公司 (DCM) 和专业会议组织者 (PCO)。本届是阿德莱德第二次主办梦幻时光，恰为正在经历巨幅转变的阿德莱德提供了向国际市场展示人文、美景、美食和会奖旅游接待能力的机会。除了阿德莱德会奖局，与澳大利亚旅游局携手举办本届梦幻时光的合作伙伴还包括新加坡航空、阿提哈德航空和维珍澳大利亚航空。

澳大利亚旅游局商务会展旅游总经理 Penny Lion 说道，不仅阿德莱德，全澳大利亚的基础建设和会奖设施都在大幅扩建，为澳大利亚吸引国际会议、奖励旅游活动提供了更有优势的条件。

据澳大利亚统计局 (Australian Bureau of Statistics, ABS) 的统计资料显示，截至2015年9月的过去12个月，澳大利亚接待了短期游客720万人次，同比上升7%，而据国际游客调查，游客消费总额达到340.8亿澳元，同比增长13%。中国依然是澳大利亚表现最强劲的市场之一。

Wow! 因数

“Wow! Factor”无疑是奖励旅游行业最被使用的词汇之一，但真正达到这个境界的活动有多少，恐怕见仁见智。在梦幻时光2015中，这个时刻降临了两次。第一次就是在阿德莱德——不是鸡尾酒会，也不是欢迎晚宴，而是一一早餐会上。洽谈会隔日早

晨七点半参会全体准时从酒店出发，可能这时有人还带着一点起床气，但从大巴车上「降落」后，所有倦意都烟消云散。就好像迪士尼影片美女与野兽中，全村唱着歌向女主角问早一样，封起的整条Vardon大道早有各式各样的早餐摊位恭候客人大驾，包括新鲜水果、麦片和优格，以及现切帕玛火腿法式三文治，鲜榨排毒果汁，培根煎蛋汉堡，刚出炉的面包、麦粉和蛋糕，澳洲不能错过的咖啡 甚



← Vardon Avenue 的早餐

至还有对着画板作画和拿着吉他弹唱的艺术家、穿着古装和来宾开玩笑的历史人物。这场街头派对完全超出了常人对「早餐」的所有想像。

参与的商家私下表示，恰好参与此次活动的客人与他们的目标市场有所重叠（尤其是关注美食美酒的买家和媒体），因此在不赔的前提下，他们都非常乐于与旅游局进行合作。国际买家BI Worldwide活动总监 Marine Debatte 则说道，「作为说明客户激励员工的公司，我们的任务是知道奖励旅游目的地有哪些资源让我们达到目标。这场活动清楚展现了阿德莱德会展局的“Wow!”实力。」



↑ 黄金海岸艺术中心广场小夜市

Dreamtime 2015的第二个“Wow!”时刻发生在黄金海岸艺术中心的晚宴上。与其说晚宴，不如说那是场专为客人安排的小夜市。在新近升级的艺术中心广场上，旅游局带来了本地最流行的小吃车，包括可颂甜甜圈 (Cronut)、炒霜淇淋、比萨、墨西哥饼等等，当然也少不了香槟、啤酒及歌手现场驻唱。最有趣的是宾主正欢时，突然有舞者在透明大圆球里从岸上滚到水里去 形式、创意、美食、氛围，这场活动都打100分。 [E]

Adelaide

节庆之都挟美食美酒吸客

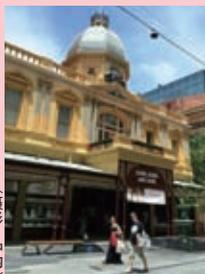
依山傍水的阿德莱德在海鲜、农产品和葡萄种植方面拥有无可否认的优势，数百年来，来自世界250种文化的移民更各带来了风格迥异的家乡厨艺，比如南澳州总督 Hieu Van Le 阁下所介绍，传承了近400年、揉合广东和越南传统的手工面店，至今香港、新加坡的官要都会指明一饱口福。

阿德莱德青年创业者的活力也反映在餐饮业上面，如同收到多个国际奖项的融合餐厅 Africola 的南非老闆 Duncan Welgemoed 所说，「住过无数国家之后，我在这里落脚，因为全球没有哪里比阿德莱德更适合开餐厅。」

不过要说哪一家餐馆绝对不可错过，应该是明星大厨 Jock Zonfrillo 开的 Orana。Orana 不会合每个（尤其中国）人的胃口，但会是外地人南澳州旅程中与本地食材最亲密接触的时刻。功能表上能看到的包括袋鼠

腱和塔斯马尼亚山胡椒、本地覆盆子和绿蚂蚁（是的，蚂蚁是食材）、原生樱桃和前不久才准合法猎杀的本地鸸鹋、当日上午捞到的明虾和扇贝等。

近些年讨论到令人麻木的葡萄酒，到了南澳却令人人为之一振。从品味象征的奔富 (Penfolds) 到7-11总能见到的杰卡斯 (Jacob's Creek)，澳洲50%的葡萄酒都产于南澳大利亚。从阿德莱德驱车1小时到巴萝沙山谷，参会者能在奔富玛姬尔庄园 (Penfolds Magill Estate) 上一堂首席酿酒师 Peter Gago 的专业品酒培训、举办「爱丽丝梦游仙境」主题鸡尾酒会；到杰卡斯传统葡萄园 Jacob's Creek Heritage Vineyard 举行小型宴会和团队建设；或花一整天上午在沙普酒庄 (Seppeltsfield Winery) 骑摄位车 (Segway) 穿越葡萄园、搭直升机环绕山谷、和磨刀师傅聊聊（酒庄里有刀厂是个谜）、到酒窖里喝一杯自己出生年份的波特酒



↑ 阿德莱德市中心



↑ 沙普酒庄骑摄位车穿越葡萄园



↑ 奔富玛姬尔庄园的欢迎鸡尾酒

(Tawny) 后享用新鲜午餐。

澳大利亚艺术领军者

悉尼歌剧院落成之前，阿德莱德庆典中心 (Adelaide Festival Centre, AFC) 便已开业。有些人会问：「所以呢？」重点是，视己为澳大利亚艺术领军者的阿德莱德是一个充满创意的城市。

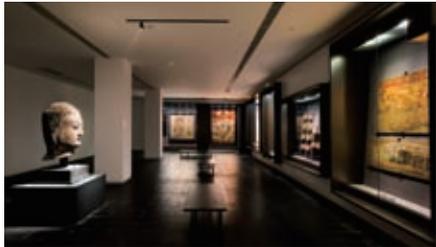
阿德莱德庆典中心首席执行官及艺术总监 Douglas Gautier 介绍，作为节庆之都，其地位相当于爱丁堡之于英国、巴塞隆纳之于西班牙或蒙特利尔之于加拿大；而阿德莱德庆典中心是全年庆典的主要举办场地。除了阿德莱德

节，AFC 过去50年来也创造了歌舞节、音乐节、「出来」儿童节、澳亚艺术节和阿德莱德艺穗节等。每年2-3月，阿德莱德会有一场3节并行的「节庆集群」，数十家艺术展商、数十个艺术表演和近百万名9~90岁的观众都在这一个月间同时往AFC聚拢，把阿德莱德完全转换成另一个世界。

目前庆典中心周边的重建计划正在进行。河滨区已吸引大量投资注入新的娱乐和运动设施，可举行板球和足球赛事的球场将进行升级，广场区域将全面翻新，步行距离的阿德莱德会展中心则已扩建。AFC 致力成为亚洲和澳洲文化沟通的桥梁。

Room Promotion

提供个人名片 立享西安威斯汀住房优惠



现只需提供个人名片即可享受面对大雁塔最美景观豪华客房体验。西安威斯汀大酒店推出限时优惠价：豪华客房住宿含单人早餐每晚仅需860元（另加15%的服务费）；含双人早餐每晚960元（另加15%的服务费）。

西安威斯汀大酒店位于国家5A级景区曲江新区，直面千年大雁塔，毗邻多个旅游名胜景区，周边交通十分便利，距西安高新技术开发区只需15分钟车程。针对本次优惠，预订时只需提供公司名称，及个人邮箱地址及名片。此价格需提前1天预订，活动有效期至2016年3月31日。

博舍服务式住宅隆重揭幕 推出买一赠一优惠



为了让更多的客人能体验服务式住宅的舒适便捷，博舍特别推出开幕优惠。即日起至2016年2月28日，服务式住宅可享受住一晚送一晚优惠，Residence 90房型人民币2,509元起。

预订可致电+86 28 6366 9999 或电邮 reservations@thetemplehousehotel.com

全新都市风尚酒店博舍 (The Temple House)于2015年7月18日在成都正式开业，开业后酒店独具匠心的设计风格，时尚潮流的餐饮设施及温馨友好的服务方式赢得了各界客人的一致好评。11月初，酒店内另外一个重要设施 - 服务式住宅正式揭幕，为长期旅居成都的时尚旅客和商务人士提供豪华舒适的生活空间。

Anniversary Promotion

北京新世界 开业二周年 乐享第二晚免费



开业两年来，无论是住宿还是餐饮，北京新世界酒店都屡获殊荣。为此，北京新世界酒店热力推出的「特惠礼遇」，只为答谢新老客户对酒店一如既往的支援。2015年11月1日至2016年2月29日期间，以门市价格预订酒店客房，乐享第二晚免费。如需垂询，请致电您的旅行顾问或浏览酒店网页

newworldhotels.com。

北京新世界酒店建有309间客房，毗邻天安门广场、故宫及王府井商业街等文化旅游胜地，是距离天坛最近的一家豪华酒店。酒店餐饮设施包括全日餐厅天坛街、中餐厅祈年八号、大堂酒廊堂以及屋顶露台酒吧「印」。

其它设施包括健身中心、水疗中心及室内游泳池，另设有1,542平方米的会议和宴会设施，其中包括一个大宴会厅及7间多功能厅。

香港迪士尼十周年 业界尊享住宿及门票双重礼遇

香港迪士尼乐园度假区诚邀旅游业界携手庆祝度假区10周年，再度推出「向旅游业界致敬」酒店住宿及门票礼遇。旅游业界包括旅行社、航空公司、邮轮公司、香港及澳门酒店员工，以及香港旅游业议会核证导游，可尊享住宿及门票双重优惠，亲身感受乐园10周年庆典一系列全新演出及游乐设施，揭开「Happily Ever After」的幸福序幕。

优惠项目	优惠详情	购买方法
酒店住宿优惠	即日起至2016年12月21日 ^① ，合资格宾客可以低至6折优惠价 ^② 预订香港迪士尼乐园酒店及迪士尼好莱坞酒店客房 ^③ 。 ● 星期日至星期五，低至6折优惠 ^② ● 星期六，低至7折优惠 ^②	致电香港迪士尼乐园订房中心热线+852 1-830-830，或于下列指定网站预订。 旅行社员工：www.hongkongdisneyland.com/offers/ta 航空公司员工：www.hongkongdisneyland.com/offers/airlines 邮轮公司员工：www.hongkongdisneyland.com/offers/cruise 香港及澳门酒店员工： www.hongkongdisneyland.com/offers/hoteliers 香港核证导游：www.hongkongdisneyland.com/offers/guides
乐园门票优惠	即日起至2016年12月31日 ^④ ，合资格宾客可登入指定网站以9折优惠购买正价香港迪士尼乐园的1日门票或2日门票(适用于标准门票及小童门票)。	只限于上述指定网站购票。

①不适用于2016年2月6日至14日、4月3日、4月30日、9月16日、9月30日及10月1日至2日。
②折扣房价另付10%服务费。③合资格宾客每次最多可预订1间酒店房间。
④合资格宾客于有效期内可享用此优惠购买优惠门票5次，每次可购买最多4张优惠门票。

Year-end Party Package

天津万达文华酒店推出年末盛会套餐



在总结收获、回顾成绩的年末，一场精彩的年会有助于企业激扬士气、展望未来。天津万达文华酒店提供华丽高雅、不同规模的宴会和会议场地，以及一站式专属会议管家服务，现在特别推出多款精美的年会套餐¥2,888元净价/桌起，尊享专属活动场地、定制晚宴功能表、体贴入微的会议管家服务、免费无线网络和顶级视听设备等等，是企业举办年末盛会的理想之选。有效期自即日起至2016年2月29日。垂询详情或预订，请致电：(86 22) 2462 6888，也可发送电邮至：sales.tianjin@wandahotels.com。

制晚宴功能表、体贴入微的会议管家服务、免费无线网络和顶级视听设备等等，是企业举办年末盛会的理想之选。有效期自即日起至2016年2月29日。垂询详情或预订，请致电：(86 22) 2462 6888，也可发送电邮至：sales.tianjin@wandahotels.com。

总编辑: Penny Chang
电话: 866-2-2727 0050 传真: 866-2-2727 6592
电子邮件: penny.chang@ttgasia.com

网络主编: 李佩纯 Josephine Lee
电子邮件: josephine.lee@ttgasia.com

记者: 刘露芯 Jessie Liu
电子邮件: jessie.liu@ttgasia.com

记者: 张广文 Yvonne Chang
电子邮件: yvonne.chang@ttgasia.com

记者: 钟韵 Nadia Chung
电子邮件: nadia.chung@ttgasia.com

编辑委员会
集团编辑: Karen Yue
电话: 65-6395 7575 传真: 65-6536 0896
电子邮件: karen.yue@ttgasia.com

销售及市场部
集团发行人: 邵义利 Michael Chow
电话: 65-6395 7557 传真: 65-6536 0896
发行人: 徐美 Chimmy Tsui
电话: 852-2237 7282 手提: 852-91821388
电子邮件: chimmy.tsui@ttgasia.com

广告销售部
· 香港/徐美 Chimmy Tsui
电话: 852-2237 7282
手提: 852-91821388 · 86-15000225637
电子邮件: chimmy.tsui@ttgasia.com
· 蔡芳 Angela Cai
电子邮件: angela.cai@ttgasia.com 手提: 86-13671742417
· 张冰 Emily Zhang
电子邮件: emily.zhang@ttgasia.com 手提: 13810116979
· 新加坡/ Mervin Lee
电话: 65-6395 7510 电子邮件: mervin.lee@ttgasia.com

广告代理
South East Asia
Malaysia: Gerald Saw, Raffles International Media Sdn Bhd
(tel: 6019-229 6484, fax: 60-3-7804 2285,
email: gerald.saw.raffles@yahoo.com, gerald.saw@gmail.com)
Thailand: Chover Narula/Anchana Narandh, World Media Co. Ltd
(tel: 66-2-641 2693-6, fax: 66-2-641 2697, email: chover@worldmedia.co.th, anchana@worldmedia.co.th, media@worldmedia.co.th)
The Philippines: Eduardo S. Bassig, ESB Marketing Services
(tel: 63-2-448 5848, email: ed.bassig@yahoo.com, edbassig@hotmail.com)
Indonesia: Sarah G Hutabarat, Media Mandiri
(tel: 62-21-835 5510, fax: 62-21-829 3563,
email: sarah@mediamandiri.co.id)

North Asia
Japan: Yoshihiro Igusa, Pacific Business Inc.
(tel: 81-3-3661 6138, fax: 81-3-3661 6139, email: igusa-pbi@gol.com)
South Korea: SS Song, First Media Services Corp.
(tel: 82-2-363 3591/2, fax: 82-2-738 7970, email: fmsc@unitel.co.kr)
Taiwan: Virginia Lee/ Shirley Shen/ Kitty Luh, Spacemark Media Services
(tel: 886-2-2522 2282, fax: 886-2-2522 2281,
email: smedia@ms5.hinet.net)
India: Meena Chand, Adcom International
(tel: 91-11-2576 7014/2576 0665, fax: 91-11-2574 2433,
email: adcomint@rediffmail.com)
Sri Lanka: Vijitha Yapa/ Albadur Cader, Vijitha Yapa Associates
(tel: 94-11-255 6800, fax: 94-11-281 6511,
email: vyadvt@gmail.com, vyadvtvin@gmail.com, vijithayapa@gmail.com)

Australia: Keith Sandell, Sandell Strike Skinner Whipp Pty. Limited
(tel: 61-2-9873 2444, fax: 61-2-9873 3555, email: keith@sssw.com.au)

Hawaii & USA
Hawaii: Debbie Joseph Anderson, Destination Marketing Hawaii
(tel: 1-808-739 2200, fax: 1-808-739 2201,
email: debbiejoseph@dmhawaii.com)

Europe
UK & Continental Europe: Sheryl Makin, TTG Media
(tel: 44-20-7921 8025, fax: 44-20-7921 8034,
email: sheryl.makin@ubm.com) ;
Germany: Wolfgang Jaeger, IMV Internationale Medien Ver
(tel: 49-8151-550 8959, fax: 49-8151-550 9180,
email: w.jaeger@imv-media.com) ;
Italy: Barbara Rebora, TTG Italia
(tel: 39-011- 436 6300 ext 228, fax: 39-011-412 1793
email: rebora@ttgitalia.com) ;

France: Colin Murdoch, Ray Lampard International Media
(tel: 33-4-9468 5778, email: intmedia@aol.com)
Spain: Luis Andrade Publicidad Internacional S.L
Barcelona: Carlos Garcia
(tel: 34-93-363 5750, fax: 34-93-410 0275,
email: cgarci@luisandrade.com)
Madrid: Luis Andrade
(tel: 34-91-441 6266, fax: 34-91-441 6549,
email: landrade@luisandrade.com)

制作及行政部
广告材料收集: 香港/郑迦华 Carol Cheng
(电话: 852-2237 7272 传真: 852-2806 0646)
新加坡/林佳佳 Cheryl Lim
(电话: 65-6395 7540 电子邮件: cheryl.lim@ttgasia.com)

发行: 黄颂晴 Carol Wong
(电话: 65-6395 7508 传真: 65-6536 8639)

制作经理: Tony Yeo
行政总裁: 黄汉明 Darren Ng

办事处
新加坡: 1 Science Park Road
#04-07 The Capricorn
Singapore Science Park II
Singapore 117528

(电话: 65-6395 7575 传真: 65-6536 0896)
香港: 香港湾仔港湾道1号会展广场办公大楼3003室
(电话: 852-22377282 传真: 852-22377227)

印刷: 香港大一印刷有限公司
香港柴湾康民街2号康民工业中心1401-8室
本刊为月刊, 由TTG ASIA MEDIA PTE LTD 制作发行。

TTG CHINA 旅游大奖 2016



表彰大中华地区 旅游业卓越成就

迎接第九届TTG中国旅游大奖！
大中华旅游业界最负盛名的年度颁奖盛典即将拉开帷幕！TTG中国旅游大奖持续表彰在激烈的大中华区旅游业竞争中表现超乎预期及取得杰出成就的优秀业界机构。

请您为大中华区旅游行业的 卓越业者投下神圣的一票！

即刻登陆以下站点投票：
www.ttgchina.com/ttg-awards

投票日期：
2015年12月15日至2016年2月5日

荣誉创办：



主办单位：



TTG Travel Trade Publishing is a business group of TTG Asia Media

联合协办：TTG-BTmice China, TTG Asia, TTG India, TTGmice, TTG Asia Luxury, TTGassociations

2016年TTG CHINA 旅游大奖评选表格

投票者资格:

TTG旗下刊物TTG China、TTG-BTmice China、TTGAsia、TTG India、TTGmice 和TTGassociations and TTG Asia Luxury的读者都将受到邀请投票。作为旅游机构的客户及密切合作的伙伴, 业界的桂冠授予谁,他们最有发言权。

投票方法:

两种方法: 网上投票和印制的选票表格可通过下列渠道获得:

- 网上投票网址:

www.ttgchina.com/ttg-awards

- 印制的选票表格将附在 TTG China 和 TTG-BTmice China 旗下的刊物中。

如何评选:

鉴于各奖项均无预先提名的候选人, 投票者只需按照规定的评选标准推选自己心目中的最佳机构。

投票鉴定、规则和规定:

- 每人限投一票: 填写选票表格或网上投票。双重投票将被视为无票。
- 需提供完整的投票者个人资料、否则投票被视为不合格。
- 根据投票者个人资料进行随意抽查、以确保投票者身份的真实性。
- 所有的选票均保密,投票结果为最终结果。

请参照对页下的评选标准投票

参选规则

1. 每人限投一票: 填写选票表格或网上投票。
3. 主办机构不承担任何因邮寄而导致的表格丢失、延迟或破损的责任。
4. 2016年TTG旅游大奖的投票结果将被视为最终的结果、不受其它因素所影响。
5. 截止日期为

2016年2月5日。

任何进一步的资料、请联系
Stephanie Toh
E: stephanie.toh@ttgasia.com
T: (65) 6395 7531.

您也可以在网上投票! www.ttgchina.com/ttg-awards 截止日期: 2016年2月5日

航空公司奖

1. 最佳中国航空公司
2. 最佳亚洲航空公司
3. 最佳欧洲航空公司
4. 最佳美洲航空公司
5. 最佳中东航空公司

连锁酒店奖

6. 大中华市场最佳国际连锁酒店
7. 大中华市场最佳本地连锁酒店
8. 大中华市场最佳豪华品牌酒店
9. 大中华市场最佳中档品牌酒店
10. 大中华市场最佳经济型品牌酒店

个别酒店奖

最佳豪华酒店

11. 北京
12. 上海
13. 广州/深圳
14. 香港
15. 澳门

最佳中档酒店

16. 北京

17. 上海
18. 广州/深圳
19. 香港
20. 澳门

最佳商务酒店

21. 北京
22. 上海
23. 广州/深圳
24. 香港
25. 澳门

最佳会议接待酒店

26. 北京
27. 上海
28. 广州/深圳
29. 香港
30. 澳门

最佳新酒店

31. 北京
32. 上海
33. 广州/深圳
34. 香港
35. 澳门

中国其他地区酒店奖

最佳商务酒店

36. 东北地区
37. 华北地区 (北京除外)
38. 西北地区
39. 华东地区 (上海除外)
40. 中南地区 (广州及深圳除外)

41. 西南地区

最佳城市酒店

42. 东北地区
43. 华北地区 (北京除外)
44. 西北地区
45. 华东地区 (上海除外)
46. 中南地区 (广州及深圳除外)
47. 西南地区

度假型酒店奖

48. 中国最佳度假酒店 (海滨)
49. 中国最佳度假酒店 (非海滨)
50. 中国最佳新度假酒店
51. 中国最佳Spa度假酒店

其他酒店奖

52. 中国最佳主题酒店

酒店式公寓奖

53. 中国最佳酒店式公寓运营商

其它旅游服务奖项

54. 中国最佳旅行社
55. 中国最佳旅游城市
56. 中国最佳会议商务城市
57. 中国最佳邮轮运营商
58. 中国最佳特色旅游邮轮运营商
59. 中国最佳主题景区
60. 在华最佳海外国家旅游机构
61. 在华最佳海外国家旅游机构 (会议商务推广)

投票者个人资料

姓名: _____ 身份证 / 护照号码: _____
头衔: _____ 公司名称: _____
地址: _____ 国家: _____
电话号码: _____ 传真号码: _____
电子邮件: _____ 签名: _____

各奖项评选标准

航空公司奖

最佳航空公司评选条件:

- 提供最佳服务、网络系统及航线计划。
- 在预订、确认和佣金支付方面为旅行社最佳合作伙伴。
- 在理念创新、奖励计划和服务方面拥有最具专业水准的市场营销团队。

连锁酒店奖

最佳连锁酒店评选条件:

- 统一标准化管理的最佳产品及服务质量。
- 在理念创新、奖励计划和服务方面拥有最具专业化水准的市场营销团队。

个别酒店奖

最佳豪华酒店评选条件:

- 服务于高端市场顾客, 拥有高端市场品位的最佳视觉效果和环境。

最佳中档酒店评选条件:

- 其服务和设施最为迎合寻找三星级到四星级的质量和舒适的旅行者。

最佳商务酒店评选条件:

- 服务于商旅人士的最佳酒店。

最佳会议接待酒店评选条件:

- 接待会议的最佳酒店。

最佳新酒店评选条件:

- 于2015年开张营业的最佳新酒店。

最佳城市酒店评选条件:

- 以高水平服务及设施, 接待城市各项旅游活动之卓越酒店

中国其他地区酒店奖:

中国东北地区:

- 包括辽宁省、黑龙江省、吉林省

中国华北地区 (北京除外):

- 包括河北省、山西省、天津市、内蒙古自治区

中国西北地区:

- 包括陕西省、甘肃省、新疆维吾尔自治区、青海省、宁夏回族自治区

中国华东地区 (上海除外):

- 包括江苏省、山东省、浙江省、福建省、安徽省、江西省

中国中南地区 (广州及深圳除外):

- 包括广东省、广西壮族自治区、湖北省、湖南省、河南省、海南省

中国西南地区:

- 包括四川省、云南省、重庆市、贵州省、西藏自治区

度假型酒店奖

中国最佳度假酒店评选条件:

- 该酒店须拥有反映当地风情的最佳视觉效果和环境。

中国最佳新度假酒店评选条件:

- 于2015年开张营业。

中国最佳Spa度假酒店评选条件:

- 提供最佳Spa设施、环境及服务。

其他酒店奖

中国最佳主题酒店评选条件:

- 主题特色明确, 提供住客有别于一般酒店的住宿体验, 并具备专业优质服务理念与表现。

酒店式公寓奖

最佳酒店式公寓运营商评选条件:

- 服务于中长期住客。

中国最佳旅行社奖

最佳旅行社评选条件:

- 具备专业及优质人才、善用科技新知、为客户提供超值服务。

其它旅游服务奖项

中国最佳旅游城市评选条件:

- 该城市拥有丰富的旅游资源及便捷的旅游设施, 并辅以专业的服务人员及营运商, 可充分满足游客休闲观光之需求。

中国最佳会议商务城市评选条件:

- 该城市应极具亲和力, 最令商旅人士青睐, 是MICE策划者理想的会展举办地。

中国最佳邮轮运营商评选条件:

- 提供最佳设施、服务、路线、航程及节目计划。
- 在预订、确认和佣金支付方面为旅行社最佳合作伙伴。

中国最佳特色旅游邮轮运营商评选条件:

- 设计并提供多样化且具特色的旅游路线及产品
- 服务品质和整体营销计划皆深获业界认同、具备市场长期发展之优异条件

中国最佳主题景区评选条件:

- 最佳环境气氛及设施
- 拥有优质专业营销团队, 提供深具创意之规划与服务。

在华最佳海外国家旅游机构评选条件:

- 在答疑和信息咨询方面提供最亲切、详尽及灵活的服务。
- 在政府和社区层面最有效地提高对其旅游目的地地的认识。
- 在理念创新与服务方面拥有最具专业化水准的市场营销团队。

在华最佳海外国家旅游机构 (会议商务推广) 评选条件:

- 提供迅速、详实的当地会议商务信息。
- 协助业者及企业善用当地资源, 以获得最舒适之绝佳会议商务活动。
- 具备会议商务的专业营销团队, 不断创新产品设计及培育多元人才。

探索没有围栏的动物园 激发无限灵感



BUSINESS EVENTS
AUSTRALIA



马上登陆BUSINESSEVENTS.AUSTRALIA.CN 策划你的下一个商务活动

搭乘新航畅游澳大利亚 每一处体验都至臻完美

自中国10个城市出发，经由新加坡飞往澳大利亚7大主要城市，更可与维珍澳洲联运抵达境内近50个目的地。新航与胜安航空为您带来尊崇会奖之旅，乐享优先值机，尊崇接机，机上专区，机上定制广播，40新元樟宜机场消费券，贵宾转机休息室等多重礼遇。

详情敬请洽询 corporate_cn@singaporeair.com.sg



更多优惠，请访问
singaporeair.com



新加坡航空公司
SINGAPORE AIRLINES



A STAR ALLIANCE MEMBER

