

# TTG BT mice

Business Travel • meetings, incentives, conventions & exhibitions

企业旅游报 C H I N A

## Special Report

实现可持续性  
成本控管

6~9

AIRLINES 打破对低成本航空的迷思	12
EVENT MANAGEMENT 如何筹办空前成功的活动及研讨会?	14~15
DESTINATION-MACAU 深耕·激励 澳门新体验	16~18
DESTINATION-SEOUL 首尔MICE特别之「处」 打开会奖无限可能	20~21
DOMESTIC REPORT-GUANGDONG 广东旅游业者为会奖团体创造更多	22~23
CASE STUDY 舞台剧婚礼秀 这就是创意!	24~25



July/August 2016

# VOL. 80

## 善用游戏化机制应对千禧世代商旅

[刘霏芯—采访报道]

商旅市场主流消费人群已逐渐转变以千禧一代,或者说以1985后和1990年出生的这一代人为主流。该世代人群最大的特点就是计划赶不上变化,通常他们都是在最后一分钟做出他们的出行决策。作为在公司中商务旅行管理者,应该有一个适应他们的变化,并根据他们一定意义上的快速变化风格,来制定相应的动态规则。

近期流行以游戏化为差旅开支管理取得优化,埃森哲全球咨询公司全球商旅及活动管理的Siobhan Foley女士解释道,埃森哲全球咨询公司几年前率先开始执行此政策,整合到公司全球差旅管理当中,这个执行政策是像游戏化的技术,类似社交网路和社交媒体,按照竞争性原则建立,目标是降低差旅项目的运营成本。

埃森哲分享差旅间的航空差旅信息,它像一个资料榜一样,每个员工都可以见到公司所有成员的差旅情况,当你登录这个门户之后,你有自己的差旅汇总信息,如有任何不合规的地方就会在系统显示,而一般人都不希望显示不合规的信息,所以如果有红色记号的话,可能就会有员工提出来说,我做错了什么?通过差旅汇总,可以为公司很大的节约成本,因为员工不希望看到在汇总里面显示任何负面信息。

另外,通过社交媒体进行工作,这对千

禧世代的人很重要。埃森哲全球咨询公司开发了「智慧旅行者认证项目」。当差旅人士预订旅行的时候,你可以选择想要分享这些信息的人,比如朋友等关注你的人。比如你要去澳大利亚出差,接下来关注你的人就会看到分享信息,可以及时互动,这是非常流行的工具和项目。

此外,企业还可以使用徽章来鼓励人们分享信息。埃森哲在正在进行的研究模式就是尽量把社交元素整合到企业差旅管理的目之中。

游戏化怎样可以给人更多的奖励?埃森哲做的一个事情是推出了徽章系统,透过游戏化的技术,人们可以得到奖章或者奖励。所以研发该徽章系统,企业内部每个员工都可以在系统中看到自己得到多少徽章、因为某种行为得到徽章。如果是经常性的旅行者,而且使用提前预订系统,员工就可以得到一个徽章作为奖励;如果使用联动系统、合作系统,也可以得到徽章。以此类推,企业有许多不同的方法来鼓励员工,让他们获得徽章,给他们奖励。

另一个埃森哲公司采用的「智慧采购项目」,利用所有的资料,公司差旅管理部门会知道公司差旅人员出差付款信息,也会通知相关部门或者是把它分解到旅行者的级别。如果一个差旅人士在最后一分钟预订的话,系统会计算此人为差旅付了多

少费用,然后会跟公司其他差旅出行的同事预定信息和付款信息进行对比;往往越早预订差旅票务的人,其差旅成本价格会比最后一分钟预订的人更加便宜。对企业来说,不同差旅人员因为不同时间节点预订机票就可能产生价差和增加成本。

「因此,改变消费者行为最有效的方式,是通过对比。如果你在一个群体当中

进行对比和竞争的话,你会知道自己做错的事情、同事那些行为做得比你更好,这会带来很好的影响及改变。」

它对商业对企业有什么样的影响呢? Siobhan Foley女士表示,从2009年至今,持续看到企业差旅成本的降低,通过先进技术确保差旅成本节约以平局每年降低2%的数字持续运营。

### 获享更多 完成更多

只需在2016年8月31日前确认预订, 如下专属礼遇可获享其一:

- \* 会议室内为所有与会代表提供Wi-Fi无线网络: 时刻在线
- \* 订满十五位及以上与会套餐, 将获得九折优惠: 节省更多
- \* 双倍荣誉客会活动策划人奖励积分: 更快赚取和兑换积分, 奖励您的忠实惠顾

详情请浏览: [www.HiltonWorldwideMeetingsAPAC.com](http://www.HiltonWorldwideMeetingsAPAC.com)  
预定期间: 即日起至2016年8月31日

入住希尔顿 行遍全世界

Hilton  
SHENZHEN SHEKOU NANHAI  
深圳蛇口希尔顿南海酒店

中国广东省深圳市南山区望海路1177号 | 邮编 518067  
电话: +86 755 2162 8888 | 电邮: [shenzhenshekou.events@hilton.com](mailto:shenzhenshekou.events@hilton.com)

©2015 Hilton Worldwide

## Expo 空前规模亚洲景点博览会上海开展

[刘霏芯—采访报道]

由全球规模最大的永久性游乐设施和景点国际行业协会—国际游乐园及景点协会(International Association of Amusement Parks and Attractions, 简称 IAAPA)主办的亚洲景点博览会(Asian Attractions Expo)日前在上海新国际博览中心展开为期3天活动,也是此展会历届规模最大的一次展会。

亚洲景点博览会2006年曾在上海举行,当时净展览面积为2,528平方米,而参展商只有



128家,本届博览的规模远超上次,足以反映亚太地区景点行业的飞速发展。

根据IAAPA释出的《2015—2019年全球主题公园及游乐园展望报告》,2014年,亚太地区已首次超越北美,成为全球最大的游乐园及主题乐园市场,接待超过3.9亿人。

## Australia

## 最佳合作伙伴计划发掘潜在企业客户

[刘霏芯一采访报道]

澳大利亚旅游局大中华区商务会奖旅游部(Business Event Australia, Great China)近日加大力度推广旗下澳大利亚商务会奖「最佳合作伙伴计划(Best Partner Program)」,计划未来从城市上、伙伴类型方面拓展更多合作伙伴,根据不同合作伙伴需求,深入不同国内城市,助力为不同合作伙伴安排澳大利亚不同区域会奖局的活动,对有意愿赴澳大力要举办会奖活动的潜在客户更具针对性的提供资源。



澳大利亚旅游局  
北亚区商务会展旅游  
总监陈俐呈女士(LC  
Tan)向记者介绍,

澳大利亚商务会奖旅游「最佳合作伙伴计划」至今已经开展了四年多,加入计划的合作伙伴与澳大利亚旅游局共同投入经费,有针对性的向自身具有潜在出行计划的企业客户开展推广活动,包括直销、保险、医疗、汽车、IT、广告、快消品等行业客户,分享澳大利亚的会奖旅游产品资源,协助企业客户了解澳大利亚成为企业首选会奖旅游目的地之一的原因。澳大利亚旅游局商务会奖旅游部联合各个城市会奖局和最佳合作伙伴,共同建立与企业客户的关系。

## 与经营MICE旅行社合作

而澳大利亚旅游局的最佳合作伙伴主要以业界经营MICE业务的旅行社为主,目前在国内陆续开展合作的有携程旅行网商旅事业部、广之旅出境游奖励旅游中心、国旅(北京)国际会议展览有限公司、北京



↑澳大利亚旅游局、黄金海岸会奖局携手众信商务会奖首次在青岛举办「携手众澳, 共赢共赢」高端会奖旅游体验活动。

众信国际旅行社股份有限公司商务会奖公司等业者;此外,今年也与酒店集团合作举办业界活动,比如洲际酒店集团大中华区,已先后于丽江、西双版纳举办过活动,由酒店集团提供场地和酒店入住系列体验,澳旅局则邀请适合的旗下城市会奖局合作推广澳大利亚作为商务会奖旅游目的地的相关活动。

新加坡航空作为澳旅局年度战略合作伙伴,也会共同给予企业客户更多航线方面的支援。

## 专场活动提供深入体验

据介绍,近期与旅行社合作开展的业界活动包括今年5月分别在无锡举办的携程商旅会奖和悉尼会奖局专场,以及在青岛由众信会奖(北京)和青岛分公司举办黄金海岸会奖局专场;6月份分别在广州和北京举办众信会奖(广州)和黄金海岸会奖局专场以及国旅会奖和凯恩斯会奖局专场

等活动。

以携程旅行网商旅事业部和悉尼会奖局专场为例,两天一晚的活动,来自美妆、医疗设备、保险等行业的代表参与,除了目的地案例分享及产品推介外,还特别主办厨艺大师比赛展示活动,以此增进会奖大家庭的深厚情谊,让大家在感受澳大利亚美食佳酿的同时,更加体会到悉尼会奖旅游的别样情怀。

此外,活动主办方还巧思借助无锡宝地,将素有小苏州美誉的中国历史文化名镇荡口古镇与澳大利亚会奖资源相结合,开展丰富多彩的古镇寻宝别样团建活动,为参与活动的企业客户带来更多乐趣及鲜活团建体验。

「澳大利亚旅游局大中华区商务会奖旅游部有针对性地与业界伙伴紧密交流,实际上已促成企业成团赴澳大利亚举办会奖旅游活动。」陈俐呈女士(LC Tan)告诉记者,以会奖旅游的企业客户来说,平均每两

年实际有会奖团成行多达90%,而潜在的企业客户通过活动参与了解澳大利亚商务会奖旅游资源,两年内有企业会奖团成行也多达70%。这也是为何澳旅局商务会奖旅游部会持续扩大合作推广的主因。

预计,明年澳旅局计划至少将与10个合作伙伴开展推广活动,比如在成都、武汉、青岛等地,深入更多不同二线城市进行交流;借与酒店集团的合作也挖掘国内更多不同特色的活动目的地。

## 整合资源、致力双赢

此外,国内MICE市场这两年又以直销类企业会奖团队出行规模最大,目前国内注册成立的直销公司就多达78家,除了团队规模大外,这两年直销类客户也开始改变出行模式,有些选择将一般奖励团安排在东南亚出游,相对高端的团队安排长线旅游目的地主题线路,比如此前就有大约7天6晚、人均5~6万的高规格VIP会奖团赴澳大利亚。

而在台湾、香港地区的企业客户团队,这两年除了直销行业,保险类客户也是澳大利亚商务会奖旅游的重要客群,未来两年已有至少三个超过1,000人的保险类会奖团将赴澳旅游。

「澳旅局商务会奖旅游部是非营利机构,可以为业者和企业客户提供一切他们所需的资源整合,对合作伙伴、企业客户来说都是双赢,最佳合作伙伴计划(Best Partner Program)就是最佳案例。」

她举例说到,一般来说,会奖旅游团超过1,000人以上的规模,澳旅局可以协助其操作出行安排,比如与澳大利亚当地酒店的住宿、航空公司和机票的直接采购洽谈,使大型会奖旅游团在产品采购上可以有直接话语权,澳旅局也可以提供当地特色线路建议,和企业客户共同与旅行社三方沟通,为会奖旅游团提供最合适且完善的澳大利亚出游体验。

## Southeast Asia

## 多城市活动为东南亚带来庞大商机

[张广文一采访报道]

东盟会员国家的邻近性和多样性,意味着整个地区可以为不同类型的商务活动,从贸易会议,到企业奖励旅游和团队建设,打包成一个一站式目的地。到底在东盟,要怎麼将多个目的地结合在同一个计划中?东南亚近期又有哪些MICE新发展?

目的地亚洲集团(Destination Asia Group)副首席执行官兼目的地亚洲(Destination Asia)泰国董事总经理Pornthip Hirunkate(Addie)表示,东盟其实可以打造成为一个MICE的一站式仙境。现在越来越多长途客人喜欢选择结合多个目的地的奖励旅游,尤其是从欧美大

老远地区过来的人,通常会想要去越多目的地越好,因为奖励旅游通常不会重新回到一样的地方,甚至同一个地区来举行活动。因此,这些欧美客人往往选择泰国、缅甸、柬埔寨,或是新加坡、巴厘岛,亦或是新加坡、马来西亚的组合行程。

以奖励旅游为例,Pornthip Hirunkate说明到,2017年七月计划接待一个78人的8天7晚奖励旅游,行程覆盖泰国和缅甸,当中除了有奢华交通和美食,还包括欣赏历史文化景点和表演,感受贵宾级的欢迎仪式,并在历史古迹景点举行晚宴,也有走访乡村搭船坐卡车的亲近大自然体验,更有在城市最高楼的旋转餐厅享受顶级自助餐美食

的过程,而且还入住曼谷文华东方酒店和仰光贝尔蒙德总督府,参与佛教捐款仪式,品尝Le Planteur餐厅精致美食,游览仰光市中心、Amarapura、Mahamuni、蒲甘等地的历史景点,同时运用自行车、马车、吉普车、热气球等方式游玩。

Ovation Global DMC战略合作总监Hugo Slimbrouck指出,就企业会议而言,当有选择性展前或展后活动时,多个目的地的行程是可能的,也就是说,许多东南亚的目的地有潜力可以接待结合多个城市的商务活动计划,尤其是已经安排了选择性的展前或展后活动的小型奖励旅游和会议团体。不过,主要的核心活动则不太

可能会在东南亚超过一个目的地举行,尤其是现在会议更短,往往仅一天半至两天而已。

## 重点在会议目标

另一方面,虽然东南亚的许多目的地可以提供丰富的文化和历史魅力,而且也都在积极打造与发展全新的旅游基础设施,不过,企业或是协会在选择目的地时,往往以会议目标为主要考量,而非目的地的旅游吸引力。

回顾自己在摩根士丹利等大型全球企业担任活动管理者的经验,Centara酒店酒店及度假村MICE服务负责人Sarah Randall也认为,目的地的选择是根据个别细分市场和活动目标而决定,如计划需要安排团队建设活动、加入企业社会责任元素,或是只看纯经济效益。其实,会结合一个地区许多目的地的商务会议,更有可



商务休闲  
惬意共融



**Sheraton  
Grand**

MACAO HOTEL  
COTAI CENTRAL

澳门喜来登金沙城中心大酒店

位於路氹金光大道之澳门喜来登大酒店与澳门瑞吉酒店, 奢华体验紧扣相连, 打造一体化的会议中心, 带来前所未有的会议活动新标准。

我们的专业活动策划师拥有丰富经验, 悉心照顾每个细节, 确保各式大小商业会议活动流畅无瑕。

澳门喜来登大酒店为全球最大的喜来登酒店, 拥有超过4,000间客房和宽裕的多功能会议空间; 而澳门瑞吉酒店提供高雅精致的会议场地, 落地窗引进自然光线, 更让宾客鸟瞰路氹金光大道之壮丽景致, 各具特色, 定必让您的宾客留下深刻的印象。

全新「澳门会议多重赏」提供一系列的特别优惠, 预订越多, 享有的优惠越多! 于2016年12月31日前签署会议合同并于2017年12月22日前举行会议活动, 可享高达五项以下尊贵礼遇\*:

- 总账单九五折优惠
- 每预订25间客房可获1间免费客房及升级套房
- 影音设备八折优惠
- 免费三十分钟互动娱乐表演
- 买一送一船票

\*受条款及细则约束

立即预订「澳门会议多重赏」, 详情请致电+853 8113 0700联络我们的销售代表, 或电邮至 [sales.macao@starwoodhotels.com](mailto:sales.macao@starwoodhotels.com)

spg.  
Starwood  
俱乐部 Preferred  
Guest

SPG® 荣誉成员

©2016 Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. (喜达屋酒店与度假村国际集团), 保留所有权利。喜来登 (Sheraton) 及其相应徽标均为喜达屋酒店与度假村集团及其附属机构的商标。

能举办路演活动，而针对特定客户的行业，往往选择停留在某一目的地而已，如金融行业的客户，偏好聚焦于新加坡、曼谷、雅加达等商业中心。

## 酒店应主动协助

如果多个目的地的计划，需要面对复杂的物流问题，活动策划者便会另作考虑。为

了减少这些挑战，Sarah Randall表示，酒店业者应该协助活动策划者，提供他们一个单一的联系视窗。东南亚地区的酒店业者同时也必须协助营销目的地，透过教育自己的客户，告知他们除了酒店和其会议设施之外，当地还提供哪些场地与体验。

一家酒店有宴会厅，旁边的酒店一样有，但是如果能够指导客户，让他们熟悉目的

地，了解在曼谷举行一场会议，还可以搭配一个会后活动计划，前往像是华欣这种度假目的地游玩，便更能吸引客人到访城市。

## 奖励旅游贵宾接受低成本航空？

另一方面，东南亚地区许多目的地，都

必须面对区域内有无方便航空网络的问题。虽然东南亚许多目的地之间都有非常多的低成本航空公司连结，但是，Pornthip Hirunkate强调，这些低成本航空公司的航班与线路，目前还不被商务旅客偏好，尤其是奖励旅游的贵宾，全方位服务的区域运营商才受到青睐。

## APP Service

# 中航嘉信落实本土化 推微信虚拟助手

【钟韵一采访报道】

中航嘉信将在近期把已在其他市场推行成功的虚拟助手服务带到中国市场，借微信平台即时回应中国客户的差旅问题。

为了让商务旅客旅途更有效率、确保客人旅行过程中产生的问题得到解答，嘉信力旅运专为商务旅游者设计了虚拟助手APP“CWT Carla”，并已在全球市场成功推

行。为了让中国商旅客人关于商旅政策和目的地信息的疑问也能随时找到答案，中航嘉信将利用微信平台引入中文版的CWT Carla服务。

嘉信力旅运全球产品创新高级经理



(摄影：钟韵一)

Régis Pezous介绍，「虚拟助手」工具的设计初衷并不是为用户「解决难题」，而是作商旅者在路上的信息中枢。

比如，客人若要前往巴黎出差，可在微信上询问「巴黎酒店」，这时CWT Carla会根据客户公司的差旅政策，罗列巴黎的首选酒店及其距离和房价；若询问「是否能乘商务舱」或「能预定何种车型」，虚拟助手

会回覆该公司关于飞行舱等或当地用车的规定；若键入「签证」，助手会提供目的地签证信息，或是该公司签证业务负责人的联系方式；如询问「我要从上海到广州」，虚拟助手会提供上海到广州的飞行时间和航班平均价格，并提供CWT APP的预定连结。

Régis Pezous强调，提供虚拟助手服务的目的并不是改变客人的旅行习惯，而是在客人的习惯场景中提供问题的解决方案。目前虚拟助手已有beta版本，完成汉化及与APP的整合之后，预计明年能正式推出。

## China MICE

# 保健十年领衔中国MICE发展

【钟韵一采访报道】

随着中国进入老龄化社会、对保健品的需求不断提高，保健行业将持续领衔中国奖励旅游乃至MICE市场的总体发展。

CIBTM高级项目经理陈兮说道，普华永道国际会计事务所2014年时出了一份关于保健品市场的深度行业报告，报告中指出，中国在面临老龄化社会的同时，保健

品市场的需求将随着人民对生活品质的提高而不断上升。也因此，中国MICE行业普遍认为至2024年，在为摆脱社会对「传销公司」不良印象而刻意进行宣传的助推下，保健品直销行业将会领衔中国的奖励旅游市场发展。

而从天狮集团去年组织前往法国尼斯的6,500人团、近期在澳洲悉尼开展了奖

励旅游活动的如新4,000人团，到2018年将访新西兰皇后镇的安利万人团，一个又一个的案例不断证实着「保健十年」的说法。

也因为奖励旅游季节性低且利润高的特点，该业务板块已成为国内MICE企业的重要收入来源；据了解，奖励旅游目前甚至已占到某大型国企MICE整体收入的40%。

在商务旅行方面，受国八条影响，政府和大型国企的差旅费用在可预见的未来内虽将持续缩减，但GBTA预测2016年中国商务旅行消费增长将达16%，市场前景依

旧乐观。会议和大会方面，IAPCO（会议专业组织者协会）2015年的年度调查显示，其会员单位去年的会议收益皆有所增长；放在2010年全球会议数量为2,153场的背景下，去年的3,111场反应出明显的市场发展趋势。

在此之上，AIPC（国际会议中心协会）相关调查也显示了强劲的市场发展态势：2014年，全球会议中心收入平均上升了3.1%，2015年又进一步增长了5.8%，其中，增长最快的地区是欧洲，中国还有追赶空间。

## USA

# 看好中国出境会奖市场潜力 加州橙县成立中国MICE团队

【钟韵一采访报道】

美国加州橙县观光协会日前于北京宣布正式成立中国MICE团队，借势增长的中国出境MICE市场潜力和中国至美国西岸的航班数量，聚焦中国会奖市场开发。

美国加州橙县观光协会成立中国MICE团队，成为领先专注于开发中国会奖市场的美国目的地推广机构之一。橙县观光协会首席执行官富毅荣(Ed Fuller)说道，自三年前进入中国市场，到访加州橙县的中国客人逐年增加；因拥有独具优势的会奖



(摄影：钟韵一)

↑橙县观光协会中国MICE团队 / 首席执行官富毅荣(右2)。

资源，橙县今年起将积极开发潜力巨大的中国出境MICE市场。他介绍，橙县的气候

和景观、迪士尼和诺氏果园(Knotts Berry Farm)等主题乐园、到圣地亚哥和洛杉矶的便捷交通、优越的会奖设施和服务能力，都是橙县应作中国出境MICE团首选的原因。

他表示，橙县拥有美国西岸最大的会奖中心安纳海姆会议中心、足以承接万人团的酒店客房数量、近在咫尺的美丽海滩及大型购物目的地，且极高的华裔居民占比，意味到访的中国客人不必为找不到地道中餐而担心。他指出，2014年成功接待7千人

「完美」团，是橙县拥有接待中国会奖团队能力的绝佳案例。

事实上，自「完美」以来，橙县一直陆续接到大小不等的中国MICE代表团；利用当地风格、规模和价格都多元化的丰富设施及中国至美国西岸不断增长的航空容量，新成立的橙县中国MICE团队将与中国国内企业、旅行社MICE部门及媒体密集接触，更快速、有效地为橙县MICE资源进行展示和对接。

## Industry Updates

### 会唐网首次引入国际标准《会议圣经》

会唐网日前于北京召开成立九周年暨融资新闻发布会，并在发布会上宣布获得第三轮上亿元融资，及国内首部专业会议管理操作指南《会议圣经》开始预售。

会唐网联合创始人及CEO唐亮于会上说道，会唐网第一轮融资方已继续增持，第二轮投资方春晓资本也选择跟投，本轮融资领投方是稼沃资本。此轮融资成功使会唐网成为业内首家获得三轮融资的平台企业，鞏固其业内领头羊地位。

他表示，接下来会唐网会继续遵循企业客户的市场需求，通过开放平台将会唐商旅链条打通，帮助传统MICE公司互联网化、企业

客户通过系统进行会议资源直采、酒店进行直营，打造会议商旅市场互联网生态系统。

### TCEB与中国国际商会签署MOU

泰国会议展览局(TCEB)和中国国际商会(CCOIC)日前于京交泰泰国馆，基于中泰两国加深相互了解和友谊的理念签署了备忘录，旨在提高和改善两国会展行业发展。

根据协定，泰国会议展览局和中国国际商会将基于会展平台建立长期合作伙伴关系，改善和扩大贸易促进、定期交换信息资料 and 回顾成果，为通过使用会展平台推出和参与成功举办的贸易展览及两国企业贸易考察团提供支持和鼓励，为MICE活动提供相互协助，及增强和发展会展行业知识。



# 创意会奖 心享狮城

便捷的国际航空网络,多样化的会议场地设施,丰富多彩的会奖体验项目和优质贴心的专业服务,新加坡以开放进取的创新活力引领会奖旅游行业新趋势,通过定制化会议解决方案,令中国会奖游客的每一次来访都能感受难忘的‘新’式体验。

[YOURSINGAPORE.COM/MICE](http://YOURSINGAPORE.COM/MICE)



在环境变化快速、产业竞争激烈的时代，成本管理肯定是各个企业紧密关注的课题；其中，差旅管理及会议采购堪称影响企业活动支出的重要关键。因此，为了实现可持续性的有效成本控管，掌握6大差旅管理要素及7大会议采购策略，应是每家企业必要的功课。



[张广文—采访报道]

但其实差旅管理计划不只是跟航空公司与酒店谈价格这么简单，因为其整个流程的管理，这几年在差旅管理公司的目标可能是要建立一个很好的平台，下一个目标是要跟航空公司、酒店建立一个专属价格，再下一个目标可能是提高管理水平、企业员工行为状况，企业政策与实践情况。原来都是人盯人的情况下，现在有开放的技术、好的系统在市场运营，通过技术与系统让旅客行为达到一定的水平，实现进一步考核的目标。

## 付款

就付款而言，差旅管理公司在2012年刚刚进入中国市场时，环境较为恶劣，市场客户习惯用60天发票付款，30天至90天的发票付款都很常见。现在市场在支付上更加多元，支付卡、企业信用卡也越来越流行。企业根据付款情况不同，整个计划会有所区别，尤其在前端做差旅管理的时候，如果是发票付款，或是公司责任支付，P2P过程要做到前端批准，尤其是在产品批准的流程，而如果是信用卡支付，则管理比较简单，批准后在后端。

付款和批准对差旅管理的区别在于在前端做批准时，会影响自己在采购机票时的价格，因为现在市场机票往往是海鲜价，3天前和28天前买票的价格是不同的；

# 实现可持续性成本控管

## 什么是6大差旅管理要素？

西门子(中国)有限公司区域采购经理 Jie Li(Jelly)在分享西门子于差旅管理方面的作法时表示，差旅管理不只是跟航空公司、酒店砍价，跟航空公司和酒店采购之余，更是操作一个由六大差旅管理要素构成的差旅管理闭环流程，也就是：

(摄影：张广文)



西门子(中国)有限公司区域采购经理 Jie Li (Jelly)

### 6大差旅管理要素

- ▶ 差旅政策
- ▶ P2P 流程
- ▶ 平台—差旅管理公司
- ▶ 二级供应商的价格，包括航空公司、酒店、租车等
- ▶ 付款，包括信用卡和发票付款
- ▶ 规划，包括数据分析

### 差旅政策

其中，差旅政策是企业实现差旅管理的基本框架，影响后期所有流程与供应商谈判基础。每个企业不同背景与文化，对差旅管理也都有不同目标，差旅政策也是完全基于这些构架而成，而最后实现差旅目标时，也是通过政策达到最基本的基础。

### PSP流程

而P2P过程是采购行业用语，也就是从采购(Purchase)到付款(Payment)的过程。在机票、酒店、租车、

样的差旅管理公司适合自己。不是哪一家最知名或是哪一家最低价就是最好的，而是要适合自己的差旅管理公司，才是最好的。

事实上，没有任何一家差旅管理公司可以解决一个企业的所有问题，一定是共同的成长与磨合，一起面对市场成熟的过程。

### 供应商价格

价格方面，一级供应商为企业的差旅管理公司，企业透过差旅管理公司的平台购买机票、预定酒店和租车。其他平台就是提供企业产品的二级供应商，包括航空公司、酒店、租车公司等差旅相关服务商，是企业真正在成本里可以产生最高限制以形成产品的最大部份。这也要看企业差旅管理的成熟度，如果没有管理过差旅的公司，最容易产生成本最高限额之处就在此，管理表现也就能立刻展现。

只要企业有差旅管理计划，航空公司和酒店都会很高兴，企业也能针对量，有的放矢地去采购。对于已经运行很多年的差旅计划来说，单独去和航空公司或酒店去谈判，找出一个很高的限额很难，市场和空间都已固定，该砍的价格都砍完了，计划也变得很成熟。

### 差旅管理公司

签证的差旅采购中，都适用于采购到付款(P2P)的管理流程，每个服务部分的预定部分都牵扯到不同的平台与供应商，最后支付的流程决定了整个过程，以及旅游批准流程的运行。

另外，产品购买和服务管道，也就是平台，等于差旅管理公司。企业之间都会互问彼此差旅管理公司的服务与价格，但其实，真正差旅管理公司的价格，主要部分可以由企业决定，因为是企业与供应商之间谈判出来的价格。差旅管理公司的成交经费、服务费用等，不是企业协商的重点。

再者，差旅管理公司的好坏，以及价格好不好，在于企业在项目中的目标为何、自己的采购量多少，以及什么

放在前端做批准往往就错过了好价格，很难实现最低票价。批准放在后方，挑战在于员工对差旅政策遵守的考验，以及对员工行为的培养。

## 规划

而规划，也就是数据分析整合。最近市场上流行讨论大数据，差旅管理公司最大的优势，在于提供企业真实数据，让企业有的放矢的跟航空公司和酒店去谈判，以及让企业有机会进行数据追踪与数据分析。除了能事后追踪成本，数据也对前端年度预算规划具有影响力。

由六大差旅管理要素构成的差旅管理闭环流程，虽然为闭环，但是在不断的循环，循环中互相有交叉、交集，而且互为影响。

以西门子为例，差旅管理已经运行多年，全球团队多达20个成员，每个国家中也有相应的采购经理，更有当地的差旅管理者。其世界级的差旅管理标准，就六大差旅管理因素来看，统一了公司在全球的差旅管理政策，包括付款方式、预定管道、最低票价的使用、强制酒店政策等，进一步做到员工差旅行为的控制。除了差旅政策，也包括了付款部分的P2P过程，以及

前所未有的  
马来西亚

发现一个全新的马来西亚



# 感受亚庇的 自然脉动

体验前所未有的身心释放

壮观宏伟的自然生态探索  
原野豪华露营 | 盛大部落晚餐  
专为激励优秀员工量身定制

发现其他激动人心的体验

请登陆  
[www.likeneverbefore.my/cn](http://www.likeneverbefore.my/cn)

徜徉于  
兰卡威的海岸线

灿然一新的派对

沉浸于  
乔治城的文化盛宴

给您得未曾有的味觉之旅

探索吉隆坡的  
城市丛林

给您耳目一新的购物之旅

纵情于  
古晋壮丽的丛林

给您活力焕然的  
放松之旅



预知更多详情，请联系：

马来西亚会展局 | 中国代表处

北京

Grace Qu 业务发展经理

邮箱: [beijing@myceb.com.my](mailto:beijing@myceb.com.my)

电话: +8610 6430 1838

广州

Janet Huang 业务发展经理

邮箱: [guangzhou@myceb.com.my](mailto:guangzhou@myceb.com.my) 电话: +8620 8735 6717

上海

Cloris Zhu 业务发展经理

邮箱: [shanghai@myceb.com.my](mailto:shanghai@myceb.com.my)

电话: +8621 6385 8586

成都

Freda Hua 业务发展经理

邮箱: [chengdu@myceb.com.my](mailto:chengdu@myceb.com.my)

电话: +8628 6132 6793



# SPECIAL REPORT

差旅管理公司平台。

西门子和特定差旅管理公司合作已经超过十一年，不管是航空公司还是酒店业，都有固定合作伙伴。公司还会规定要运用线上的预定工具，以及使用系统化供应商管理的采购工具，同时，每年跟供应商讨论预定工具、调整价格，并回顾及设定下一年度的共同目标。

西门子在中国有七十多家投资厂，能实现整个差旅管理计划的世界级差旅管理标准，是通过旅游需求委员会，其如差旅管理团队虚拟版，每年三四次固定的委员会会议结合了采购经理、营业公司代表、部门代表、枢纽代表，是一个分享信息与交流的平台，传达今年和未来几年的差旅管理计划策略，包括要如何管理差旅计划，接

下来有哪些项目陆续启动，以期达到相互之间的了解，进而将相同的信息从每一家采购经理传递到各公司与部门中。

同时，也会回顾上一年度的策略、目标和差旅花费，讨论实现与否的原因，以及未来如何实践的方法。策略的建立当然是基于分析公司上一年度消费数据和表现情况，但是公司也需要去收集差旅管理团队的需求，以及了解他们对于差旅管理计划的期待是什麽，以及有没有新的想法，或是新的建议。

也就是说，开会除了能增进交流，更可以了解、预测部门/营业公司需求，分享公司现在和未来的与规定，获得东北亚和中国的完全透明花费细节，从最佳实践和交换信息中学习，讨论可能的阻碍和需要的实际支

援，为公司需求和市场供应之间搭桥，以及通过行动规划辨认出东北亚策略。

**简单说·透过旅游需求委员会·差旅管理变得更简单也更优化·参与者也就更能了解市场趋势。**

另一方面，企业和差旅管理公司一起实施差旅管理计划，多年合作确保长期策略合作关系的成功性。从传统的企业成立、服务整合，发展到统一公司差旅活动计划实施、运用OBT的比例达到76%，以及创新的启动移动终端应用程序式，并推出国际机票OBT和最佳采购价格，持续加大控制

旅客遵从度。

在现在旅游行业环境中，企业差旅管理，尤其是从买家角度来说，要面对的挑战众多，除了行业和管道压力，还包括：

**挑战**

1.航空公司的承载力成长速度慢于旅客的出游成长速度，属卖方市场，休闲旅游出现强劲需求。

2.酒店业聚焦于客户集成，虽然对企业较友善，但是市场复杂，有各种品牌和管道，选择多元。可喜的是，差旅管理公司高支持、更加接受创新，并且也更具弹性。另一方面，管道平台上的系统也在持续发展，未来期待可以更创新、更集成和更开放。

## 7步骤打造旅游需求委员会

**1 建立虚拟团队在旅游社群中。**是所有参与者的连接桥梁，同时，也可以促进交流，以及所有代表之间的社交活动。

**2 了解营业公司的需求和期望。**为个别的营业公司设定适当的行动计划。基于需求识别优化差旅管理策略。

**4 优化省钱方法。**和营业公司分享省钱方法和计划方式。探讨进一步的省钱想法。

**3 推广差旅计划。**介绍航空公司、酒店、差旅管理公司等企业协议和线上预定工具。同时，根据需求提供线上或官网训练和信息课程。

**5 强化差旅规定遵守程度。**一个公司的统一差旅规定是最后的目标，辨别出控制点以改善员工遵守程度。

**6 分享意见、经验和最佳实践。**后续行动或可实行的解决方案将逐渐成形，并一一被实施。

**7 让差旅花费透明。**提高差旅成本透明度，使得差旅分析可以进一步优化差旅管理。



# 生态会议，轻松成就

——地处广州长隆旅游度假区内，毗邻世界顶级主题乐园，同时容纳3,000人的震撼空间，大于您想象。








- 30,000 m<sup>2</sup> 国际会展中心，大有所为
- 6,000 m<sup>2</sup> 无柱超高层宴会厅，宽无拘束
- 39间豪华多功能会议厅，超凡体验
- 9个高级餐饮消费场所，荟萃全球美食
- 配备最先进多媒体试听、通讯设备

长隆野生动物世界 Chimelong Safari Park

长隆欢乐世界 Chimelong Paradise

长隆水上乐园 Chimelong Water Park

长隆国际马戏大剧院 Chimelong International Circus

长隆飞鸟乐园 Chimelong Birds Park

长隆酒店 中国广东省广州市番禺区番禺大道长隆旅游度假区内

邮编: 511430

电话: chimelonghotel@chimelong.com

www.chimelong.com

订房热线: (8620)-84786838




长隆集团旗下机构

## Meeting Purchase

# 完善会议采购7策略

【钟韵一采访报道·摄影】

对会议成本的控制及其有效性的要求，正使得国内企业对内部会议采购流程管理越趋精细，如何通过「会议采购策略」控制成本、提高会议效果，也是众多企业面临的问题。

**策略1 细分公司会议团队内部职责：**汇伯会展咨询区域副总裁Annie Wang建议，首先，应审视公司内部会议团队职责。很多公司，她指出，会要求员工提供一条龙的服务，超负完成所有会议组织工作。但若能将公司会议团队部门的职责进行细分，比如：「采购专员」专注于会议场地选址和合同的审核与签署，「会议策划专员」专注于会议前期策划，「后期执行专员」专注于会议具体细节执行；那么每个人都能将专注点放在指定范围内，从而发挥其独特性，高效完成各自任务。

**策略2 明晰会议采购需求：**会展咨询公司常收到客户这样的要求：「我四月份想在上海的五星级酒店办场500人的会议，请给我报价。」

以这种方式询价，有两种可能性：采购专

汇伯会展咨询区域  
副总裁  
Annie Wang



员不专业，或者太忙、没时间名列会议采购需求。很显然，这将会耗费更大的时间成本。如果能将采购需求与供应商一次沟通清楚，不仅能大幅降低时间成本，也会获得供应商对询价的认真看待。

从会展公司的角度，可以引导客户提供当此活动的信息，比如：举办时间和周期、参会人数及国内外参会者比例、对酒店星级标准和地理位置的要求、为外部展会抑或内部奖励、对会议场地设施或平行会议室的需求、整体预算等等。

基础会议需求清单应包含以下十点：具体时间、参会人数、酒店星级、位置需求、终端客户、是否参加当地展会、会场的需求、餐饮需求、音响设备、整体预算。

**策略3 集中采购原则：**将公司内部分散的会议需求统一由一个部门负责采购，一方面可借「大订单」将公司身份提升为「大客户」，博得供应商更多支持；另一方面，压

低供应商数量，也能减少与众多供应商反复沟通的麻烦。

Annie Wang举例，曾有公司将供应商数量由2,000多家缩减到100多家，减少供应商后，该公司不仅争取到向酒店集中付款，更获得了价值服务，比如房型升级、部分会议室免费使用、VIP免费接送、客房内赠送鲜花、水果等。可见，集中采购不仅能提高企业会议采购效率，更能增加合作筹码。

**策略4 提前预定原则：**国际会议采购市场正出现一系列新的趋势。重要现象之一，是许多地方的需求已远远大于供应。很多时候，国内企业在进行酒店采购时，由于对目的地市场了解不透彻且询价时间特别晚，会导致团队出境举行会议期间完全找不到合适酒店的情况。

因此，最好为会议酒店保留一到两年甚至更长的预定周期（现在就可以开始预定2020年的酒店了！），避免会议在即，参会者却无处落脚的窘境。Annie Wang建议，以开放心态与供应商保持良好关系，做好中长期会议采购计划。

**策略5 标准合同条款：**在主办方与酒店和会场签订的合同当中，常能发现会议主办方无法接受的条款。如果在与供应商沟通之初，便将必要条款需求提出，可省去后期反复沟通的时间。

以客房取消政策为例：若在与供应商沟通之初便以此为硬性条款提出（比如会议开始前5天，酒店将取消剩余额的10%，主办方无须承担任何违约金），酒店为了争取团队客户，多会尽力配合。反之，若在合同谈判过程才提出此类要求，供应商为保证自身利益最大化，往往会花大量时间与客户周旋，最终结果也未必令双方满意。

**策略6 同会奖局、行业协会保持好关系：**举行境外会议时，由于对目的地陌生且缺少供应商，很容易有无从下手之感。若能与当地会奖局及相关行业协会保持好的合作关系，不仅能获得更对称的信息，还能得到会奖局的政策支持，如资金补助、赠品、提前考察的机会等。

但就会议活动本身，透过协力厂商（如有国际网络的会展公司）会比单独与酒店及会场进行沟通更有效。

**策略7 外包专业会议采购公司：**在网络化时代，通过专业会议管理公司线上发出采购需求、获得个性化采购服务，可大幅节省时间和业务成本。

Annie Wang举例，去年4.2万会议团透过汇博会展1,200余位会议顾问完成了酒店直采，金额达10.75亿美元；汇博会展不仅为客户节省了时间，更节省了30%的成本（共约3亿美元）。 B



图说：君悦酒店名称及所有相关标识均注册为君悦酒店集团，其子公司及联营公司的注册商标。©2016 君悦酒店集团。君悦酒店集团版权所有。

GRAND | HYATT

乐君之事  
更为君缔造盛典

领略周到细致的贴心服务，品味层出不穷的主题风格，无限精彩尽在成都群光君悦。即刻起打造您的下一场瞩目盛事。畅享#与君同悦#之快。

关注官方微信获取更多详情  
成都群光君悦酒店 GRAND HYATT CHENGDU  
中国成都市锦江区春熙路南段8号群光广场 610021

更多详情请至酒店官网 CHENGDU.GRAND.HYATT.COM  
或致电 +86 28 6666 1234  
君悦诚挚期待阁下光临



## 进军中国初期 你可以怎么做？

中国市场很大，商机无限，但可能不知如何下手，或有了初期成果后，下一步该往那里去，才能成功迈向成熟之路？借镜他人，找出适合自己的路。

[钟韵—采访报道·摄影]

### Approach A 推动旅游部门合作促进市场发展

随着捷克旅游不断升温、中捷商贸往来日趋紧密，捷克政府盼中国国家旅游局成立驻捷办事处，以利于两国在旅游领域进行更深入的交流与合作。

捷克地方发展部部长卡尔拉·什莱郝托娃说道，得益于中、捷两国政府间良好的关系及旅游局对市场的推动，赴捷克旅游的中国游客不断增加。除了捷克古老的城堡、教堂，饮用级的温泉也非常受中国客人欢迎；此外，电影《有一个地方只有我们

知道》也带动了大量中国游客前去布拉格探访电影拍摄场景。

心知中国旅游者有特殊的需求与习惯，捷克地方发展部特意与捷克旅游局合作进行市场调查，了解中国游客的兴趣点和要求。但作为中国—中东欧国家合作(16+1合作)项目中接待中国游客数量最多的国家、也是最重要的成员国之一，在了解客源文化和游客预期之外，卡尔拉·什莱郝托娃认为，建立两国旅游部门间的紧密合

作，对促进旅游市场发展同样至关重要。

今年三月份习近平主席对捷克进行国事访问时，双方建立了战略伙伴关系，在此框架下，双方将加强旅游等领域的交流合作，鼓励民间机构积极参与推动双边关系，并致力提供一切可能的签证便利措施，以扩大当前双方人员往来和旅游业发展规模。但在此之上，两国旅游局也应进行更有效率的沟通。目前，包括中国银行在内的多个中国企业机构已在捷克开设办



捷克地方发展部部长  
卡尔拉·什莱郝托娃

事处，因此，她已建议中国国家旅游局也在捷克成立办事处，以利双方的交流与合作更加紧密。

### Approach B

## 相互学习理解中国市场

柏林旅游会议局过去十年在中国乃至亚洲市场上都非常活跃，但休闲旅游一直是重心；直至几年前新加坡的ITB Asia以及去年上海的IT&CM China展会，柏林的触角才开始向亚洲MICE领域伸展。因为中国市场有其独特之处，「相互学习」为柏林进军此地必要的态度！

柏林会议促进局总监Heike Mahmoud介绍，今年，柏林第二次参加了IT&CM China，主因是此展会70%~80%的买家来自中国国内，有助参展商和企业、协会、PCO等客户及潜在客户保持密切联系、分享信息及相互教育。「毕竟除了推介目的地，我们也希望从客户回馈中了解中国客人对欧洲、德国、柏林的预期和需求是什麽，以及如何将新的创意融入会计计划当中。」去年到访德国的中国游客上升了32%，至20,000人次，中国作为新兴市场的重要性显而易见。

### 量身定制

中国客人对柏林有哪些MICE需求？「量身定制」不在话下。较特殊的是，首先，了解历史虽不能少，但客人更重视透过参与度高的活动探索城市。其次，中国MICE客人非常乐于利用在德国企业「见习」，提升和创新本企业的生产技术及服务水平。

她指出，西方国家的奖励旅游行程中虽然也有培训和会议，但「娱乐」才是重点；



柏林会议促进局总监  
Heike Mahmoud

很少有客户提出参访当地企业的要求。柏林有很浓的创业氛围，时尚、音乐、医药产业都非常发达，旅游会议局因此会着力挖掘这些领域的商业资源，为中国MICE团提供参访机会。

医药方面，Heike Mahmoud提到，许多医院会根据国际客户不同的医疗、文化和语言需求提供量身定制的服务，柏林会议促进局也在过去两年把所有医药及康美领域的研究和制造机构整合到了网上资料库，让客户更轻易地找到所需资源。将更符合中国市场预期的信息添入资料库，也是柏林来华参加展会、获得中国客户回馈的目的之一。

行程规划方面，会奖团除了企业考察，在柏林「玩乐」的选择也很多，尤其是利用市内大量水道举行的水上竞赛；柏林会议促进局也依建筑历史、时尚、美食等主题设计了可为参考的特色旅游线路，线路的

核心是借触觉、嗅觉、味觉等建立客人与城市之间的情感联系，使旅游经历深深烙印在已经见多识广的客人心里。若想结合其他城市，不远的汉堡、慕尼黑、布拉格甚至与「年轻」的柏林有对比的「古典」的巴黎，都是不错的选择。

这对于航空仍是挑战的柏林甚至是有利的：目前海南航空提供北京—柏林直飞服务，但由于柏林新机场建成时间一直遥遥无期（最新说法是2018年底完工），航空容量很难提升；也因此，Heike Mahmoud建议体量较大的团经其他城市中转至柏林。对于城市相对聚集、铁路网路发达的欧洲来说，这确实也不难。

### 365/24 Berlin

为更好地展示柏林充满选择的「开放性」，柏林会议促进局在今年柏林ITB展会上推出了象征「365天，24小时」的“365/24 Berlin”计划，旨在不以单一主题（比如博物馆或美食）贯穿全年，而让这个24小时不停跃动的城市每一天都有吸引游客的理由。此计划不仅为会奖局与体育赛事、餐馆、艺术等领域伙伴提供更多合作机会，合作伙伴更能随着产品的发展，在未来几年不断使推广内容更加丰富，避免「全年单一推广主题」周期结束后，就无处发挥的问题。

此计划主要透过每日更新的www.365-24.berlin网站向市场传送信息，在中国并会借微信等社交媒体以及与德国国家旅游局的合作，扩大传播效果。

从MICE的角度，365/24的目标是让潜在客户看到柏林丰富多样的选择，同时获得

不断更新的信息，比如将接连开业的多家新酒店：未来两年，柏林将有35家新酒店开业（约10,000间客房），多数为中档，具备完整的会议设施。值得一提的是，因地质原因，柏林过去并不允许建造摩天高楼，但近年该法规已因技术进步而调整。明年，欧洲最大的“Motel One”（708间客房）以及将随柏林最高楼Estrel Tower建成而在1,125间客房基础上新增814间的Estrel Hotel会相继开业，位于西柏林地标性高楼的华尔道夫酒店则已开业三年。

「这不仅反映柏林的多样性，」Heike Mahmoud表示，「也为柏林的天际线带来日新月异的变化。」

关于酒店以外的场地，她介绍，即将彻底重建的许多旧工厂是近期客户追捧的特殊会议场地，一方面因为时效性，另一方面也因为旧工厂很好地体现柏林的历史轨迹；还有一个已建成的地下火车站，因与新机场相连迟未开放，现也加入特殊场地的队伍。「市政府在这方面非常灵活，」她笑道。

### Meeting Guide Berlin

不满足于看家宝典「会议指南」与其他会展局的同质性，柏林会议促进局在今年4月法兰克福IMEX展会上，以全新概念推出了升级版柏林会议指南（Meeting Guide Berlin）线上平台。

全新升级的柏林会议指南囊括了比原版本数量多一倍的合作伙伴，客户并能轻易利用平台创造自己的资料库及联系供应商，不必每次上网重新寻找或列印。透过客户足迹，旅游会议局也能更好地了解市场需求，进一步优化网站。

## 与客户沟通

Heike Mahmoud认为，中国市场的挑战源于其规模。除了一线城市之外，中国各地的潜在客户都有自己的想法，也有去到亚洲以外目的地的意图。柏林作为德国首都虽为人所知，但其旅游和MICE资源还需透过更多宣传和沟通来让客户了解，而以微信为首的中国社交媒体又与欧洲所通行者不同，故旅游会议局目前已请人专责微

信运营，并与德国国家旅游局及德国会议促进局密切合作。

在中国的企业市场，Heike Mahmoud表示，柏林看到非常大的发展空间。需求和运营方式完全不同的协会市场则是未来的发展目标，「但不是现在。」

她指出，柏林实际上每年已接待大量的国际协会会议（尤其科学和医学大会），但要进入中国协会市场，还需要更多时间认识本地协会面临的挑战。「比如，在

IT&CM China的协会日中我了解到许多协会并不向会员收年费，因此即便是有十万会员的庞大组织，也很难激励会员自付费出国参加会议。所以从目的地的角度，中国的协会要先理清自身对会员的价值及如何创造对会员有价值的平台；而在他们踏出国门之后，首先受益的会是亚洲目的地，其后，长线目的地如柏林才能找到机遇。」

现阶段，柏林希望吸引中国的代表团赴

柏林参加国际科学或医学大会，柏林会议旅游局再与中国代表取得联系、提供背景资料，鼓励他们向本地协会推荐柏林作为未来大会的国际目的地。

「不能指望所有市场以一致的系统运行，所以“相互学习”才如此重要。将人们聚在一起、发展商业机会正是会议旅游局的重要目标，因此这是非常有价值的课题。」

## Approach C

# 积极进行产品更新提供差异化体验

随着越来越多中国客人到访皇后镇，当地产品也正迅速进行更新；在接待了安利万人团之后，皇后镇将能向MICE市场传递「小，也能把大团接待好」的正面信息。

新西兰皇后镇旅游局亚洲市场经理张家鸣说道，皇后镇本身居民只有2万8千人，每年接待的游客却达300万以上。为适应近两年的市场变化，当地供应商也开发了许多适合亚洲尤其中国游客的新产品，比如短途的徒步、自行车骑行和更新的冬季活动等。

随着中国FIT客人越来越多，皇后镇旅游局接下来几年会在管道宣传、业界合作等方面进行政策调整，在与传统旅行社持

续维持良好关系的基础上，旅游局也会与OTA进行深度合作。

她介绍，皇后镇作为新西兰南岛南端的门户，其国际机场主要接待来自澳大利亚悉尼、布里斯班、黄金海岸和墨尔本的航班；随着南航开通了广州—基督城直航，中国客人到达变得更为容易，南岛旅游业和经济也得到了促进。近期，皇后镇机场投入两千万新西兰元提升基础设施建设，使其得以执行夜间航班。对于冬季下午4点就天黑的皇后镇来说，这无疑意味接待量的提升。

皇后镇即将接待安利中国万人团，当地旅游基础设施建设是否能够负荷？张家鸣表

示，皇后镇虽是小城市，因旅游业发达，其酒店床位仅次于常住居民140万的奥克兰，达约1万3千张。即将到访的安利万人团将会分批前往皇后镇，每批约500人，因此不会出现资源紧缺的情况。同时，安利公司也认识皇后镇的现状且认为这是一种「特色」并非弱点，因此会相应的为每个团队组织更有差异化和亲密感的活动，让不同级别的参会者分别体验高端、大众、极限等各种类型的产品。

张家鸣说道，曾有人做过统计，如果每天体验一种皇后镇产品，需要在皇后镇住4个月以上的时间才能完成任务。可见皇后镇旅游产品之丰富。



新西兰  
皇后镇旅游局  
亚洲市场经理  
张家鸣

她表示，许多参加此次奖励旅游的销售代表将有可能在当地延住，皇后镇旅游局也正与航空公司和新西兰旅游局合作进行大量筹备工作。「成功接待此次活动，将会为供应商、旅游局、市政府和业界传达很好的信息：皇后镇‘小有小的特色’，即便是万人团，也可以接待得很好。」

## 来自五星级酒店的专业外卖，竭诚为您服务！

作为上海市黄浦区第一家通过团队膳食外卖资质审核的五星级酒店，上海威斯汀大饭店以经验丰富的厨师团队、严格的食品安全管理体系，竭诚为您提供专业的的外卖餐饮服务。

更多详情及预订，请致电 8621 63351888  
或邮件至 daisy.zhang3@westin.com

**THE WESTIN**  
BUND CENTER  
SHANGHAI

上海威斯汀大饭店

spg.  
Starwood  
Preferred  
Guest

©2016 Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. All Rights Reserved.  
For full terms & conditions, visit westin.com/shanghai



设备先进的全新外卖厨房

# 打破对低成本航空的迷思



除了印度、印尼，目前在市场上使用低成本航空公司的企业单位依然算是少数，香港也不例外，主要原因是因为市场上对低成本航空公司依然存有许多迷思，以为低成本航空公司所推崇的低价格，代表了劣质服务、不舒适的体验等。但其实，使用低成本航空可为企业带来好处。

[张广文—采访报道]

事实上，很多企业并没有深入研究低成本航空公司，没有分析公司员工本身是否适合使用低成本航空进行商务旅行。

对企业来说，当重要客户要求自己预定机票时，第一个想到的就是预定全服务航空比较保险，不会想要冒险使用低成本航空。其实，现在企业单位面对的趋势不是在追求更高的商务旅游性价比体验，就是旅游预算越来越少。低成本航空公司正好可以为这些限制预算的商务旅游，提供解决方案。低成本航空公司所能提供的服务，聚焦于对价格敏感或是没有太多预算的旅客，让不管是商务人士还是休闲旅客都可以省一些钱，留到抵达目的地再消费。

分享低成本航空公司最新趋势的香港快运航空行政总裁兼优行联盟行政总裁安浩恩(Andrew Cowen)表示，低成本航空公司对于企业旅游可以带来的好处，主要有五。

- 1. 提供真实的客户选择。**一方面低成本航空公司不断扩展目的地网络，让客户有机会直飞或转机抵达理想目的地。二方面，低成本航空公司可以让客户根据菜单选择，自由的打造行程，包括：选择座位、选择餐饮等。
- 2. 很容易进行生意往来。**客户不管是透过网站、应用程式、客服中心、旅行社业者，价格都是一样的。
- 3. 正向的客户体验。**展现强劲、统一品牌、安全、保障，而且有品质的标准，以及准点率高，还提供绝佳的机上体验。
- 4. 客制化旅行体验。**低成本航空公司不断打造不同的价格选择和多元产品，以便让客户有机会为自己的商务旅行进行客制化体验。
- 5. 最重要的是，价格低。**而且价格低，还提供很好的客户服务。香港快运航空在飞机上会进行匿名调查以统计客户平



(摄影：张广文)

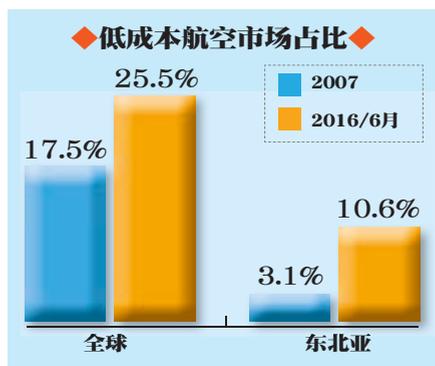
香港快运航空行政总裁兼优行联盟行政总裁安浩恩

均满意率，结果皆达91至93%。而且香港快运航空会统计所有客诉，包括来自微信、微博、评论网站、推特、脸书、电邮、旅行社、公司员工、消费顾问等任何管道，平均客诉率也仅0.1%。

其实，低成本航空公司在亚洲日渐普及并迅速扩张，特别是在东盟国家。根据东盟秘书处报告，在2016年，低成本航空公司在东盟的总座位容量份额上升近70%。亚洲航空、酷航、香港快运、欣丰虎航、乐桃航空、香草航空、春秋航空、靛蓝航空、香料航空、狮子航空、济州航空等均是在亚洲市场中最新低成本航空公司。光是香港，现在就有17家低成本航空公司提供航班服务。

以香港快运航空为例，光是2016年，全新启动的目的地就有8个，分别为日本的高松、石垣、鹿儿岛，越南的仰光、曼德勒，美国马里亚纳州的关岛、塞班，以及的老挝琅勃拉邦。接下来，还将继续争取开通日韩新航点，满足市场需求，预计到2018年，航点将达80个。而且香港快运航空不断增加客机数量，到今年年底，将拥有21个客机，而到2018年，数量则将增至50个。随着网络的拓展，客人能够享受的连结性也就越大。简单说，低成本航空公司遍布的范围越来越广，而且载客实力也越来越强。

随着可支配收入的增加，整体航空运输市场的需求持续成长。就航空公司产业而言，快速增加的飞机订单，是为了确保掌握市场商机。根据统计，在新兴国家中的2/3人口将于2032年进行一场旅行。印度现在的人均出游次数达5趟、在2032年的人均出游数量达25趟，中国现在的人均出游次数达26趟、在2032年的人均出游次数达95趟。可以看到印度和中国的数字，远高于美国现在



份额从2007年的3.1%已经成长至2016年6月的10.6%，未来发展潜力依然巨大。值得注意的是，在东南亚市场，低成本航空公司的市场份额已经达到55%。

放眼现在，市场上出现越来越多低成本航空公司，低成本航空公司的市场竞争已经越来越激烈，每一家都不断在增加全新航点，扩展网络版图，同时，推出更细分的服务与产品。越来越多低成本航空公司彼此之间亦抱持开放的态度，全新的低成本航空联盟不断出炉，而且未来低成本航空公司也有可能和全服务航空公司合作，提供更多元的产品给旅客选择。

**简单说，低成本航空公司的发展，将使得飞行更容易，更多选择，而且激发竞争下的更好服务。**

没有隐形成本的低成本航空公司，给予客人更多自由，让客人可以决定自己是不是要在飞机上用餐、要在飞机上哪个位置坐、要不要提前登机、要在哪里往返等。以飞机餐为例，全服务航空公司的飞机餐都是包在票价内的，在飞机上往往会有80%的客人选择吃，没有人吃的餐点最后也被丢入了垃圾桶。而低成本航空公司的飞机餐，是要买才会有，只有15%的人选择吃，没有餐被浪费。对客人来说，这是一个省钱的好例子。

一名旅行经理表示，企业增加使用低成本航空，可以让员工和客户以较低价格前往多个目的地，不过，也要面对员工和客户对使用低成本航空公司促使风险加大的质疑。未来，随着越来越多低成本航空公司加大版图，可以预期的是，很多人会在休闲旅游时，选择尝试一下低成本航空公司，尤其是不断增加的自由行市场。一旦使用了并留下好印象，就会在商务旅行时，有信心继续使用低成本航空公司。

**2012~2032，以亚太地区的飞机订单数量最多，低成本航空公司的飞机订单非常大，占到总体2/3**

航空成长幅度将达到约4.7%。看到市场的庞大商机，许多航空公司都在积极增加飞机订单，以满足市场需求的成长。当中，以亚太地区的飞机订单数量最多，其次为美国，接着为欧洲和中东地区。不过，有趣的是，虽然大部分的飞机订单在亚洲，低成本航空公司的飞机订单非常大，占到总体2/3，并集中在亚洲、欧洲和北美。从数据上也可以看出，低价格和客人需求，正在东北亚推动低成本航空公司的成长。

因此，企业应该思考如何调整自己的业务，以掌握低成本航空市场之成长所带来的商机。从全球低成本航空公司的市场占比来看，从2007年的17.5%已经成长至2016年6月的25.5%，并多年维持在1/4左右的水准。而东北亚地区的低成本航空公司市场

**在2016年，低成本航空公司在东盟的总座位容量份额上升近70%**



# 雅高会议 乐在其中

于任何参加活动的雅高酒店中举办15人或以上的会议，  
 即可乐享一次免费茶歇。

优惠时间

2016年5月1日至8月31日



联系人电话为

周小姐 +86 21 6119 9861

陈小姐 +86 21 6119 9866

- 优惠仅适用参加活动的雅高酒店，并于2016年8月29日前完成预订
- 优惠仅适用于15人或以上的会议规模
- 预订需含不少于与参会人数相当的一晚住宿方可使用本优惠

需含至少一晚住宿

销售条款与条件只限于参与活动酒店

[meetings.accorhotels.com](http://meetings.accorhotels.com)



成为会员，乐享多重礼遇

## 如何筹办空前成功的活动及研讨会?

[张广文—采访报道]

要如何筹办空前成功的活动及研讨会?除了统筹各类活动的成功元素、留意各类活动的常犯错误,还要在活动统筹的不同环节上打动观众,包括题目设计、场地选择、现场安排、流程及节目进行、观众体验及活动后的跟进,并且处理活动中的危机和突发事件。

统筹经验的渥路传讯服务有限公司董事及首席策略顾问黄文汉表示,任何活动,包括商务会议、产品展示、年度庆典、营销和公关活动、展览、派对和晚宴、奖励旅游等,都必须掌握场地、客人、表现、参与人数四大基本条件。也就是说,企业单位必须掌握七大重点,即目标、目的、预期成果、内容、信息和角度、风格、独特性和附加价值。掌握了这七大重点,活动离成功也就不远了。

首先,要确立好目标与目的,并且让所有参与者都知道,之后针对自己想要的预期成果,去设计活动内容以及活动中所提供的信息,过程中,要注意避免可能伤害自己的发展方向,同时,要确保活动具有独特性,并且能提供参与者附加价值。



**LE MERIDIEN**  
HUIZHOU  
惠州艾美酒店  
T +86 752 555 6000  
lemeridien.com/  
huizhou

邂逅灵感  
活动全新视角

伴以南中国海的碧蓝美景,惠州艾美酒店将为您全新演绎非凡卓越的会议及活动,2368平米的活动组合空间,领先的会议设施、花园及沙滩等户外场地开启无限可能...

**启幕团队优惠 990元** 元净价/人起

- 含海洋豪华客房一间一晚入住及次日早餐
- 特色欢迎饮品及8小时会议场地使用
- 优惠仅适用于十间以上的团队,有效期至2017年1月31日
- 优惠需提前预订,视酒店实际情况而定

**Le MERIDIEN**  
艾美酒店及度假村

N 22° 79' E 114° 68'  
DESTINATION UNLOCKED

spg.  
Starwood  
Preferred  
Guest

©2016 Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. All Rights Reserved. Preferred Guest, SPG, Le Meridien and their logos are the trademarks of Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. or its affiliates.

软性知识。

在品牌形象上,可以在所有安排中,加强强调品牌内容,包括场地、布置、新闻资料、PPT演讲稿等。而要打造团队精神,首先需要分派任务给不同人,再来要举行说明会和总结大会。在过程中,更要不断回顾与检讨,也要积极刺激贡献与分享,并且表达感谢与鼓励,以及持续维持氛围。而且要在活动前,事先设定成功标准。

一个好的组织,会有活动的核对表和管理工具,也会启动电话会议,并且持续透过电话会议进行调整,才会确定最终的核对表,而且一切都会在事前进行,也会事先到达准备迎接活动。

在危机处理方面,组织者首先必须认清,没有完美的活动,只能尽可能的事前规划,并在现场积极应对各种临时状况。无论如何,活动必须持续推进,维持灵活的态度和处理方式,是危机管理的关键。

## Technology

# 不是适不适用,而是如何运用新科技

[张广文一采访报道]

科技是否真正能够帮助组织者降低活动的成本、提高整体效益?对于组织者,组织活动时,什么技术或方案又是必须的?随着破坏性创新技术不断出炉,谁在活动中,积极迎接和使用新科技,谁就能在活动行业处于领先地位。



**Y Us私人投资有限公司首席执行官 Yusno Yunos**表示,科技的应用,比想像中还要渗入活动行业领域。根据全球活动专家改变调查,94%的活动专家会购买活动科技以提升参与性。75%的活动专家会购买移动终端应用程序(APP)以提升参与性。25%的活动专家,也就是四人中有一人,会使用平板电脑管理注册过程。50%的活动专家,也就是两人中有一人,尝试使用过活动应用程序、电子化触控萤幕、Photo Booth小型应用程序、观众反应系统。

然而,事实上,在活动行业中,依然处处可见手动作业、缺乏综合处理的机制,以及缺乏实时分析和报告。很多组织者成员,也都会在同一时间管理多个活动。而且组织者面对资源无法有效使用的问题,对时间的掌握尤其难以拿捏。

其实,科技是一种赋予自己能力的机会,不应该被讨论适不适用,而是应该聚焦怎么用。在活动前、在活动当天、在活动之后,取代传统方法的科技,可以使活动利益相关者有能力执行一个史诗般令人难

以忘怀的活动。

现今活动行业可以采用的新科技,包括:参展商/出席者管理、提前预约和注册、演讲和大会规划、场地管理和摊位预定、线上调查和反馈、实时报告/结果,以及活动即时播放和每观赏一次收费多少的机制。以摊位预定管理为例,可以用不同颜色展示不一样的价位和摊位类型。组织者也可以透过应用程序,实时展示楼层规划设计和摊位安排,以及客户确定出席更

新情况。

另外,商务配对(B2B)和演讲者管理,也可以透过科技应用,提前进行规划与安排,同时,在网络上收集信息,以便寻找符合价位又熟悉主题的合适演讲人选,或是安排业务有交集、个人又有兴趣的买卖双方进行会面。

就连场地管道,也可以在特定网站上,事前了解其价位、优势与合适活动。而电邮邀请、网络营销、线上注册与票务、自助登

记、脸书等社交平台的实时播放,也越来越普及。

展览中也越来越常看到让人轻松下载信息的射频识别技术或近距离无线通讯、供人扫描的QR码和条码,以及透过近距离无线通讯的付费机制。当中,近距离无线通讯技术也常透过手腕环和可穿戴器具展现。

活动中,很多组织者也开放社交媒体平台,让参与者能够即时分享想法,同时,与其他参与者交流互动。

## 2016年PATA旅游交易会

9月7日 - 9日  
印度尼西亚会展中心  
雅加达  
印度尼西亚万丹省

**与业内一流买家对话**  
这里是与来自300多个具有优秀资质的业界国际买家直接沟通洽谈的绝佳平台。

**发现世界**  
与来自全球超过六十个目的地逾千位参会者共同参与这一盛会。

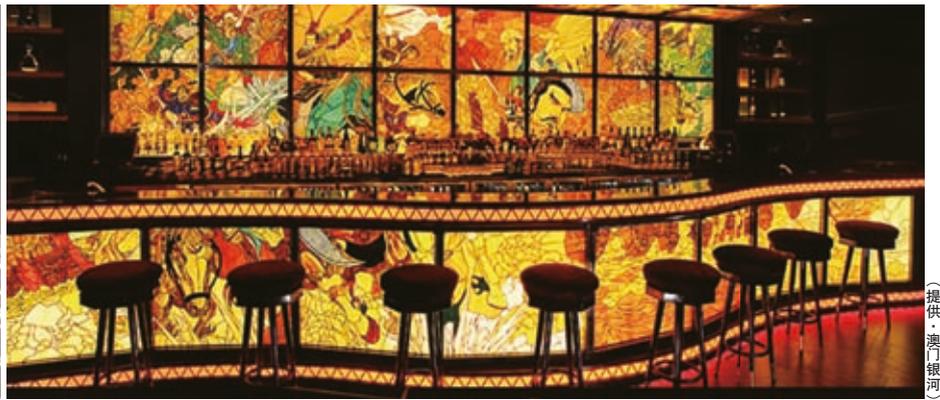
**获知新事物**  
展会将通过创新论坛、博客论坛、PTM对话以及数据中心等平台为您传递最新资讯,分享前沿视角。

**您直通亚太旅游业的大门**

展商/买家/媒体 即刻报名  
[www.PATA.org/PTM-2016](http://www.PATA.org/PTM-2016)



(提供·Grand Hyatt Macau)



(提供·澳门银河)

## 深耕·激励 澳门新体验

尽管今年第一季澳门在会议及展览的成果同比略显下滑,但相关单位仍持续投入各项资源,丰富与会者的体验,并加深对教育训练的耕耘,搭配新酒店及新旅游项目的出炉,未来的发展仍不可小觑。

[张广文—采访报道·摄影]

澳门还可以提供企业团体不一样的体验吗?

### 丰富会奖新体验

澳门特别行政区政府旅游局香港代表郑和强表示,除了原有的奖励旅游资源,

来到澳门举行奖励旅游的企业团体,还可以选择近期推出的全新丰富体验,包括水舞间的发现之旅,如水下探险,以及澳门悦榕庄的芳香蜡烛或精油工作坊,还有澳门银河红伶的展示间、VIP间和阁楼场地运用,或是新濠影汇的派驰Pacha夜店。

从博物馆的独特体验来看,葡萄酒博物馆除了可以品酒,也能举行80~100人的晚宴,同时,大赛车博物馆也能举行200人次的鸡尾酒派对。另一方面,澳门亦能提供充满惊奇的独特体验,如凯萨高尔夫,除了有V1高尔夫软体,并可为企业团体设计高尔夫比赛。另外,澳门还有充满笑声的独特体验,如澳门喜来登金沙城中心酒店的酒店小达人、澳门科学馆的「恐龙活现濠江」特展。

全新酒店发展方面,澳门在不久的将来陆续将拥有微型埃菲尔铁塔(50%比例)、购物中心、酒店大楼、宽阔泳池甲板、华丽大堂等设施的澳门金沙巴黎人度假村酒店,拥有面积约185平米入门级别墅式套房伯爵第的路易十三酒店,拥有空调观光缆车的

永利皇宫酒店,拥有首家Nikkei美食的美高梅路氹项目,由扎哈哈迪德(Zaha Hadid)设计的新濠天地全新酒店大楼,及上葡京渡假村、好莱坞罗斯福酒店、励宫酒店、励骏酒店等等,企业团体的选择越来越多。

### 奖励旅游激励计划

就澳门旅游局对企业奖励旅游的支援而言,奖励旅游激励计划共有四种。

一、适合25至39人次,包括旅游信息包和纪念品。旅游信息包和纪念品当中,有50澳门元余额的澳门通,上有「澳门旅游局」标志的行李扣带连密码锁、旅行气枕、上有「澳门旅游局」标志的旅行用电源插头转换器、磁石贴套装「澳门情景」等。

二、适合40至100人次,包括一场最多三十分的文化表演,以及旅游信息包和纪念品。文化表演,如葡萄牙传统舞蹈、舞龙、舞狮、舞醉狮等。

三、适合101至300人次,包括最多四小时的半天历史之旅,以及旅游信息包和纪念品。

四、适合超过300人次,包括一场文化表演、半天历史之旅,以及旅游信息包和纪念品。

想要申请澳门奖励旅游激励计划的企业,可以浏览澳门旅游局官方网站以进一步了解详情。此外,澳门贸易投资促进局也拥



澳门会奖盛事协会  
副理事长飞南迪  
(Filipe Senna Fernandes)



澳门贸易投资促进局  
主席张祖荣



澳门会奖盛事协会  
副理事长蔡美宝



澳门会奖盛事协会  
秘书长潘俊安  
(Bruno Simoes)

有一系列的会展支援计划,分别有「会展活动激励计划」、「国际性会议及专业展览支持计划」及「会展专业培训支援计划」。今年一月至六月,贸促局已经收到63份上述会展支援计划的申请,当中36份已经审批,其余27份正进行个案分析。

### 盛事指南及交流研讨

再者,澳门会奖盛事协会(MISE)亦积极推动交流及研讨活动,日前并宣布即将编篡《澳门盛事策划指南》(Macau Event Planner's Guide 2016-2017),及预计今年9月举行协会主办的第一个教育研讨会—CIS会奖专家认证课程。

澳门会奖盛事协会副理事长飞南迪(Filipe Senna Fernandes)表示,澳门会奖盛事协会自今年三月成立以来,一直积极迈向协会的两大目标,也就是打造活动策划者的指南,以及MICE教育课程。协会有意为澳门精心制作一本综合性的盛事指南,为会员和准会员参与盛事策划活动提

供帮助。

因此,在澳门会奖盛事协会举办的第二场活动上,即宣布由画册中标机构的Conde集团来制作《澳门盛事策划指南》。接下来,澳门会奖盛事协会计划积极扩大中小型企业 and 大型公司的会员数量,持续推动业界交流,并与澳门贸易投资促进局、会奖盛事业界一起携手,致力于将澳门进一步推向会展旅游目的地的目标。

### 推出专家认证课程

另外,澳门贸易投资促进局主席张祖荣指出,澳门会奖盛事协会也将于今年开办「Certified Incentive Specialist (CIS)认证课程」,为澳门会展相关从业人员在设计和筹办奖励会议/旅游项目方面培养人才。展望未来,贸促局希望能够和澳门业者携手合作,共同推广澳门作为会展目的地的优势,力图推动澳门会展业的发展,呈现「澳门—盛会之都」的魅力。

澳门会奖盛事协会副理事长蔡美宝进一

### 澳门2016年第1季会议及展览统计

#### 会议

2015/Q1  
201

2016/Q1  
187

-7%

会议与会者  
15,457 -28.7%

#### 展览

2015/Q1  
10

2016/Q1  
4

-60%

展览与会者  
109,503 -52.4%

展览收入 544万澳门元

参展商 267名 (77.5%来自香港)

专业观众 420名 (52.4%来自本地)

#### 参展商满意度

✓ 76.8%对展览场地管理表示满意

✓ 64.5%对展览策划与筹办方面的组织安排表示满意

✓ 35.8%对宣传及推广表示满意

✓ 68.6%对人员的工作效率及态度表示满意



澳門·盛会之都

MACAO

MEGA Events City

澳門擁有完善的會展設施，可配合各種規模商務活動所需，是亞洲地區大型會展活動的理想舉辦地。

占地30多平方公里的澳門，可提供超過18萬平方米的會展活動場地及32,000間客房，並連通兩個國際機場。

不管展會規模大小，澳門就是您舉辦活動的明智之選！

步说明到,今年9月13至14日将在澳门举行协会首个教育研讨会,也就是与SITE合作的CIS会奖专家认证课程。此课程是为奖励旅游行业设计的顶级入门阶级证明。对奖励旅游行业的所有新兴专家、大学成员和学生来说,此课程是达到更高阶级专业程度的踏脚石。由SITE设计的课程,除了提供专业能力、知识,以及私人关系,还将维持专业成长,协助打造额外激动人心的体验价值。

他表示,会推出此课程的原因有四,一来

要吸引国际活动,并透过全新网络推广澳门作为会议与活动目的地。二来要吸引更多的高端商业业务消费群体。再者,要刺激当地SME和其他行业的全方位发展。并且要提升奖励旅游行业、团队建设、激励体验等专家的品质和数量,使得整体能力和竞争力成长。两天12小时的教育课程将以英文进行,也将在课程最后给予参加者一个考试。

澳门会奖盛事协会秘书长潘俊安(Bruno Simoes)介绍到,澳门会奖盛事

协会将继续推广澳门作为MICE目的地,为MICE行业制作报告,推广综合解决方案,为其会员打造更多商务机会,同时,吸引更多国际活动到访澳门举行,并且为其会员和整个MICE行业提供教育和培训机会,以及为MICE行业的年轻人提供职业训练。今年,澳门会奖盛事协会的规划举措有四,分别为针对国际市场的目的地营销、举办有应邀发言者的两至三个商务/网络活动、MICE教育课程(职业训练、CMP活动、SITE)及澳门MICE行业的白皮书(呈现活动

可用的交通工具、MICE统计资料、特殊场地)。

贸促局也将持续承担促进澳门成为会议、大型会议和展览目的地的责任,提供会展竞投及支援「一站式」服务,为主办单位提供会展场地和服务供应商等信息,以及协助主办单位与澳门相关政府部门进行协调和联络工作。截至今年六月,贸促局已经跟进224项会展项目,包括153项会议、39项展览、32项会议及展览。

## New Landmark

# 南湾·雅文湖畔 澳门文创休闲全新地标

澳门特别行政区政府社会文化司辖下四个部门:澳门特别行政区政府文化局、体育局、旅游局及旅游学院,协同打造、联合推出的文创休闲全新地标「南湾·雅文湖畔」于6月3日起正式对外开放。

社会文化司司长谭俊荣表示,「南湾·雅文湖畔」重新利用南湾湖畔的滨水空间,汇集了水上游乐设施、特色餐饮、文创商店、艺墟、展览、表演及工作坊等丰富元素,不单为社区注入活力,更令市民及旅客都能够放慢脚步、乐享休闲、感受澳门。

谭俊荣强调,要将澳门建设成为「世界旅游休闲中心」,旅游业必须朝着多元发展的方向迈进。社会文化司一直强调善用资源,发挥协同效应,透过政策扶持与多方协作,促成文化展演、文创产业、体育竞



赛及休闲旅游等方面互补互惠、紧密衔接。

「南湾·雅文湖畔」作为一个创新项目,一项跨部门合作的成果,希望这类项目可以由此起步,不断发展,得到更多市民和旅客的喜悦。

「南湾·雅文湖畔」设有文创商店、艺术展览馆、室内手作艺墟及书墟、周末手

工作坊、艺墟及涂鸦创作展示区等。别具澳门特色的文创产品在现场展示及销售,在推动澳门文化创意产业发展的同时,亦方便市民及旅客搜罗具澳门特色的心头好。同时,拥有浮台码头的「南湾·雅文湖畔」特别设置水上单车,推动飘浮湖中乐享休闲的独特体验,让游人享受湖中漫游

的休闲写意,透过南湾湖畔的优美景色,打造令人心旷神怡的体验。

由文化局与澳门美术协会合办的《奔向蓝环狐—澳门美术协会青年委员作品展》亦同时正式开幕,展出澳门19位青年艺术家以南湾湖环境创作的绘画作品。另一方面,经典服饰巡游、「传统葡萄牙电车」木偶表演、葡萄牙法多音乐、爵士乐、脸部彩妆绘画、高跷表演、小丑玩乐及扭扭气球等特色表演及活动,亦将于周末免费上演,为大人及小朋友送上无限欢乐。

另外,旅游学院咖啡廊由6月4日至2017年初以学生实习培训场所方式临时运作,将提供高质素的欧式休闲轻食餐饮服务,让游人在湖边写意地品尝美食,享受慢活的滋味。

此外,为配合整个区域的发展及善用空间,「南湾·雅文湖畔」计划于今年透过公开竞投方式招揽商户进驻,提供更丰富的餐饮服务及开设更多文创商店,不断提高本身的吸引力。

## Hotel Opening

# 永利皇宫 将于8/22盛大开业

近日,永利澳门有限公司宣布,其位于澳门路氹地区的全新渡假村永利皇宫,将于2016年8月22日盛大开业。该公司预期,永利皇宫的开业将为澳门开启一个繁荣昌盛的新时代,吸引更多来自世界各地的旅客到访澳门,并进一步支持澳门发展成为世界旅游休闲中心。

巨额斥资41亿美元兴建、以花卉为主题的永利皇宫,楼高28层,共提供1,706间客房、套房和别墅、大型华丽的花卉布置、多功能会议设施、顶级水疗及美容中心、国际知名品牌商店及尊尚星级食府于一身。宾客可将乘坐设有冷气的观光缆车进入永利皇宫,把占地八英亩的湖光山色尽收眼底。

**住宿方面**,客房设计宽敞舒适,饱览表演湖及路氹的迷人景色。客房设施,包括:独有舒适睡床,采用507针埃及棉织床上用品及义大利品牌Frette的800针床上用品,同时,独家提供Molton Brown为永利皇宫特配的“Coco and Tonka Bean”沐浴

用品。

**从购物来看**,占地18,500平方米的永利名店街汇聚逾50间举世知名的顶尖名店,提供最新的高级时装、名贵饰品、珍罕珠宝、高级钟表,让宾客尽享尊尚奢华的购物体验。

**就会展设施而言**,永利皇宫拥有占地2,440平方米的多功能会议场地,适合大小规模的会议展览活动。当中,宴会厅占地1,620平方米,同时,采用无柱式设计,楼高达8米,并提供剧院式舞台,举办宴会最多可容纳960人。

**从娱乐来看**,重点有观光缆车、表演湖,以及艺术瑰宝。观光缆车每辆可承载六名乘客,宾客沿途可于空中欣赏坐落表演湖两旁、威武慑人的巨型金龙,同时,可俯瞰声色动感的表演湖和路氹的璀璨美景。而占地八英亩的表演湖提供精彩万分的动感表演,以高耸入云的水柱配合七彩耀眼的灯影效果,随着经典名曲悠扬起舞。宾客无论身处永利皇宫的客房、餐厅或入口,皆能饱览无遗。

而且永利皇宫随处可见珍罕非凡的艺术瑰宝,如由名师Jeff Koons创作、气势磅礴的大型钢铁雕塑《郁金香》,以及出自嘉庆年间的巴特勒公爵花瓶。

# 澳门巴黎人度假村 9月中旬问世

澳门金沙度假区的全新度假村项目—澳门巴黎人,计划于2016年九月中旬盛大开幕。澳门巴黎人开幕后,综合度假村旗下七间酒店共提供近13,000间酒店客房及套房、超过850间免税购物商店、一系列环球美食佳肴、以及总面积达15万平方米的会议展览场地。届时,澳门巴黎人将呈献源自巴黎之典雅及迷人的浪漫气息,为澳门带来与众不同的巴黎魅力、奇观及华丽。

全新的路氹综合度假城,将推出全新的3,000间时尚客房及套房,房间以法国城市命名,面积由33至396平方米,其中超过三分之一的套房坐拥巴黎铁塔景观迷人景致。

澳门巴黎人还拥有逾5,200平方米之非凡的会议空间和设施,包括占地超过3,400平方米的巴黎人宴会厅,其楼高八米,可容纳2,600人的晚宴,是举办婚礼以及会议最合适的场地。其余七间会议室则适合用作举办商务会议及新闻发布会等活动。

另一方面,座落在澳门巴黎人正门的巴黎铁塔,是按原建筑物1/2的比例兴建。摄人心魄的建筑物,除了营造浪漫氛围,可让旅客在现场感受到法国人口中那无法抗拒

「悦享生活之艺」的法国人传统独有特质及理念。象徵澳门巴黎人的巴黎铁塔,还将化身成「光之城」,上演幻彩灯光秀,每晚呈现震撼夺目的3D光效投射汇演,为澳门金沙度假区增添特色。到访澳门巴黎人的旅客,将犹如置身于巴黎。

登上巴黎铁塔,旅客可俯瞰金光大道壮丽景色,远景更达至邻近的中国大陆,再到铁塔上的泛亚洲风格特色餐厅,品尝中西融合的各款特色佳肴,如法式甜点、法国美食、顶级美酒等,享受无可比拟的难忘体验,体验巴黎迷人城市最极致的度假及娱乐体验。而巴黎铁塔7层和37层观景台,提供绝美的景观,在夜幕降临时,还可欣赏目眩神迷的缤纷闪亮灯光表演。

## 《Agent's Talk》

许多澳门旅行社业者认为,澳门巴黎人独有的设计及建筑,应能提供到访者拍照留念的最佳背景。度假村浪漫及精致的外观及装潢,更将成为成就梦想婚礼的理想之地。当中,酒店25米高玻璃穹顶及喷泉,以及丰富的非博彩娱乐选择,包括:法国主题娱乐活动、150间奢华商店、20间中西式料理、法式咖啡厅及蛋糕店等特色餐厅,以及众多户外设施,如Q立方王国儿童地带—儿童地带、户外泳池设有大型飞船水上设施,预计可缔造娱乐及休闲的家庭体验。



GRAND | HYATT  
君悦酒店

## 卓越会议尽在君悦

澳门君悦酒店悉心打造城中尊贵会议的完美之选。无论是愉悦优美的午餐会、华贵典雅的主题晚会、或是满载激情的舞会派对，无柱式大型宴会厅、澳门唯一拥有开放式厨房的盛会厅Salão do Teatro和八间多功能沙龙厅定必能为您带来卓越非凡体验。酒店不仅提供专业服务和尖端设施，更创新推出会议管理应用程序，实现创意会议互动，全方位满您所需。

如需查询详情及预定，敬请致电+853 8868 1234或电邮至  
MACGH-Sales.and.Events@hyatt.com与营业及会议宴会业务部联络。



请扫描此二维码预订  
「商务会议住宿优惠」

澳门君悦酒店  
澳门路氹连贯公路新濠天地





## 首尔MICE特别之「处」 打开会奖无限可能

[张广文—首尔采访报道]

首尔MICE联盟将特别之「处」以江边、传统、现代、表演厅、体验、博物馆与艺术中心为分类，每年新增更多的特别之「处」，去年五个场地被授予了特别之「处」的定位，包括可容纳150人开会的传统韩国房屋Arumjigi，以及两个Gangnam相关的现代活动场地：可容纳180人的竹屋和可容纳600人的Villa de Bailey，还有两个与文化空间结合的ARA 艺术中心(可容纳200~440人)和首尔博物馆(可容纳2千多人)。

### 首尔东大门设计广场DDP

其中，首尔东大门设计广场DDP于2014年开幕，尤其适合举办设计相关的活动，如时装周、时尚奢侈品品牌展等。其拥有两个展览厅(共3,108平方米)，以及两个会议厅(共4,540平方米)，还有一个发布厅(414m²)，以及一系列的设计师店铺与精品商店。

### 浮游式岛会议中心



此外，浮游式岛会议中心总监Lee Kyung-Jin表示，位于盘浦汉江公园内、邻近盘浦大桥月光彩虹喷泉的三岛是建于水面浮体上的浮游式建筑，分别由代表种子、花骨朵、绽放的花朵三个发光岛组成。三岛中佳岛内的浮游式岛会议中心被设计成会议中心，可承办国际会议、文化公演等多样活动，接待人数可达4,000人次。762平方米的主宴会厅，被设计成拱形，可供550人坐着用餐或1,000人的鸡尾酒派对。18米长的大萤幕和1,600 ansi的音响系统，可供举办汽车展示会使用的升车机完备，活动结束后或用餐时，拉开舞台正面的窗帘，就会看到美轮美奂的汉江景致。二楼的Vila de Noche宴会厅，共321

平方米，并建有独立露台，室内展现着中世纪欧式风格，是活动开始前的聚会点，可容纳约300人，到访者也能在此享用香槟和茶点。

另外，三楼还有其他可容纳300人的活动场地，不但可以看到世界上最常的桥与瀑布，而且场地外的玻璃可以配合组办方调整颜色，如为美国大使馆举办活动时，换成红白蓝三色。而四楼与五楼有许多户外花园场地可以运用，可分别容纳300人和250人，非常适合举办BBQ派对与婚礼仪式。

三岛的亮点包括：水上会议空间、活动中可欣赏汉江景致、最尖端影像、照明、音响设备及设施完备、拱形棚顶上可播放全景影像等。特别的是，浮游式岛会议中心外围很多旗帜，也都可以配合活动而设计广告布条。

到访浮游式岛会议中心举办的活动众多，包括：香奈儿/芬迪时装秀、全美超模大赛决赛、《复仇者联盟》电影取景地、现代汽车海外销售商招待欢迎晚宴、自然哲理发布会、国际妇产科学会学术会议、卢森堡经济使节团经济协作签字仪式、世界女性经济论坛等。而到访者也可以在会议中心开会后，前往其他两个浮岛游玩，体验众多娱乐、文化项目，如餐厅、商店、水上媒体艺术画廊、码头，以及常常举办各式音乐与表演的多功能厅。

### 首尔博物馆



再者，首尔博物馆馆长Jinwoo Ahn指出，企业团体到访除了可以运用可容纳1,700人左右的两个展览厅，在画作和艺术品之间举办活动之外，也可以使用三楼的多功能场地，进行演讲、会议或是产品发布，此场地可容纳650人左右。

不过，博物馆以屋顶户外花园最出名，花

园草坪上不但可容纳250人，还可以看到汉江和北岳山，四季景色都非常美丽，尤其适合举办傍晚开始的企业聚餐与鸡尾酒会。而花园不只是一个平台，还可以沿着山路与小溪，穿越森林一路向上，不到五分钟就能抵达宽平岩，感受完全不一样的空间氛围，在磐石区尤其适合举行250人规模的各式汽车展、摩托车展，以及艺术展。

另外，森林当中，还有一间1974年建造的三栋韩国传统房屋，可容纳20人，还配有现代厨房，适合举行奢华品牌产品发布，以及贵宾晚宴。此石坡亭厢房搭配前院，可容纳430人左右。特别的是，由于博物馆附近没有地铁，很多韩国当地人都不知道在城市中有这么一个难得的幽静场地。

其实，此韩国最大规模的私立美术馆，被首尔市评选指定为「治愈名所」和「思考空间」，已经举办过的活动包括：第49届国际保险社会年度大会、香奈儿80周年纪念发布会、2013年韩日马格利米酒日公告仪式、希望商店10周年纪念支援之夜、工作方式文化改善运动宣告仪式、外国公司税制指



导会议等。

另一个文化空间是The Raum。首尔江南区驿三洞社交场地The Raum艺术中心会议部门助理经理Kim Jae Woo说明

到，期待更多中国游客前来挖掘此花费四年企划、三年施工、2万亿韩元资金打造的文化艺术空间，并举办公演、展示、宴会等活动。

The Raum共有35万平方米的面积，共可容纳3,100多人，室内外的造型都像欧洲中古世纪的城堡，并且常被选为高端会议、宴会、艺术展示、传统音乐表演、城堡或花园婚礼的活动举办场地。其拥有大宴会厅(1,041平方米)、大型户外绿地花园(1,322平方米)、艺术画廊(722平方米)、水池花园(437

为了吸引更多到访首尔的企业团体回流，首尔打造了首尔MICE联盟，并积极推广当地众多适合举行MICE活动的特别之「处」，如备受中国奖励旅游团体喜爱的首尔东大门设计广场DDP、韩国之家、韩国乐天世界、三清阁等。今年预计还将有10个场地加入首尔MICE联盟特别之「处」推荐名单。

平方米)、露天咖啡厅(208平方米)，以及议院厅(485平方米)。外观就像是巴洛克风格的皇宫建筑，身在其中，整个环境高雅华丽，大面积的白色墙壁加上纯金色的天花板，搭配上红丝绒布料家具，以及美丽的水晶吊灯、花卉、树木点缀，让人有如是在法国凡尔赛宫，好像走进了一幅画，到了梦想中的仙境。

目前The Raum以音乐演奏表演和婚礼居多，并是许多电视剧与广告取景地。值得注意的是，议院厅的天花板能够让自然光透露，搭配上石头般的墙壁和圆形拱柱，尤其让人觉得像是在欧洲的教堂内，肃穆庄严的氛围，尤其适合举办婚礼。艺术中心内还有两间套房，专门适合举办韩国传统家庭聚会，如成年礼、生日周年庆、订婚宴等。

目前在The Raum举办过的活动包括：荷兰VIP欢迎酒会、波斯尼亚和黑塞哥维那总统晚宴、国民银行VIP音乐会、宝格丽贵宾晚宴秀、KCR VIP晚宴、Santa Maria Novella开幕活动等。

### 全新打造乐天世界塔

近期韩国正在打造的全新MICE特别之「处」，就是还在建设中的乐天世界塔。其楼高555米，以韩国传统陶器毛刷和写字毛

# DESTINATION-SEOUL

笔为设计源头,同时以成为全球购物、旅游、文化目的地为目标,预计今年年底落成开业,包括了一家全新的六星奢华乐天酒店、表演厅、购物商场、免税商场、水族馆、电影院、观景台、天际咖啡厅、旅游服务中心、健康保健中心、金融中心、办公场地、休闲工作室,以及众多餐厅和大型超市等。

此地标性建筑势必将吸引更多喜爱精致美食、时尚潮流、顶级生活的旅客到访。



## Hotel

## 首尔酒店业者强调特色场地

记者走访首尔发现,许多酒店业者近期都聚焦于宣传本身特色场地,不管是看得到南山与首尔N塔的露天酒吧、俯瞰汉江两岸美景的总统套房,还是比邻会展中心的宴会场地,每个空间都积极争取企业团体到访,使之有机会亲自体验场地优势。

### 时尚设计

L7明洞酒店总经理Clara Bae表示,这是家充满时尚元素与设计感的酒店,除了245间客房,还拥有非常多别具特色的场地,如客房中的Locomix套房、Loasis套房,以及屋顶浮吧、汽泡酒吧等。当中,

Locomix套房是由Momot角色设计团体打造的,室内布满了色彩艳丽的图形艺术,还有浴缸可以泡澡。而Loasis套房则提供户外花园,还提供私人派对与BBQ套餐服务,让客人即使在客房中,也可以举办各种小型客制化活动。

位于酒店21楼的屋顶浮吧,除了针对住客提供24小时热水泡脚放松的免费服务,宽敞的露天场地在白天、晚上景色完全不同,还有大型投影可以使用,适合举行400人规模的产品发布会、时装秀、电影分享,以及鸡尾酒派对。而三楼的汽泡酒吧,有约50个沙发座位、K pop相关的贩卖机,以及一个

DJ台,适合举办各种私人派对与聚会。

另外,L7明洞酒店还提供变装服务,让客人可以从服装、化妆、发型,从头到脚都被改造,展现全新的K pop美丽造型,并且留下纪念性十足的照片。喜欢唱歌跳舞的客人,还可以体验一场训练课程,让自己可以像明星一样的录制一个专属MV。

据了解,今年一月开业的L7明洞酒店,是乐天酒店集团的首家全新L7品牌项目,也是第一家时尚生活酒店。L7明洞酒店聚焦于20~40岁的女性客人,尤其是喜爱时尚、缤纷色彩与品味生活的人。目前酒店目标客群中,中国游客占到28%的比例,而香港、新加坡、台湾游客共占10%,其他62%则由日本、韩国游客组成。未来,酒店将聚焦于奖励旅游团体,并宣传本身每两个星期定期举办的大型派对。乐天酒店集团还将于明年年底在韩国推出2家全新的L7品牌酒店。

### 特色套房

位在南山上的首尔君悦酒店市场营销总监Gloria Lu指出,601间客房的酒店,除了拥有10间餐厅与酒吧,在会议设施方面,有两间宴会厅面积共达2,167平方米并可容纳2,000人,以及最新翻新完毕的5个可灵活运用又有全景景观的活动场地,还有10间私人会议室共590平方米,可容纳6~16人。当

中,大宴会厅有瀑布景观,共1213平方米,六米高,无柱,并可容纳1,000~1,500人,还可分割成三部分。

此外,首尔君悦酒店拥有众多别具特色的套房,如行政套房、外交套房、大使套房,以及总统套房,非常适合企业团体举办小型活动和私人派对。以大使套房为例,其位于20楼的最里面一间,共200平方米,不但有美丽白色拱形造型的室内装潢,客厅和餐厅也有大片玻璃窗,还有一个董事间可以欣赏汉江和首尔西部的美景,以及一个充满设计感的奢华黑色大理石浴缸。而总统套房面积超过335平方米,一样位于20楼,整个环境氛围像是欧洲皇宫,充满了各式各样艺术品与画作,打造出回家般的感受。

### 便捷、翻新

首尔COEX洲际酒店和首尔帕纳斯洲际大酒店总经理Darren Morrish则说明到,中国游客对于IHG品牌很熟悉,因此每当假日一到,就会很多人前来入住。酒店2014年经历的翻新工程,拥有1,200间客房、10间宴会厅,当中包括全首尔最大的1,500平方米宴会厅。而且酒店周边则在推进众多全新项目,包括会议中心、地下商场、购物中心,以及商业大楼,使得会展面积翻倍。未来,冬季奥运开幕后,酒店附近将开通高速铁路,让游客直达奥运比赛场地。



## 坐拥王府赏生态之城,享高端设施成就完美商会之旅

天津生态城世茂希尔顿酒店坐落于世界上第一个国家间合作开发的生态城市 - 中新天津生态城的核心区域,位于天津滨海新区中央商务区 and 天津经济技术开发区之间,周边交通便利,远离城市喧嚣,不啻为一方安宁的城市绿洲。酒店以清代王府为设计蓝本,301间客、套房古雅别致,房内透明大落地窗,可将娴静的庭院景观一览无余。4间餐厅及酒吧各具风格,是商务宴请和休闲聚会绝佳之选。

1500平米无柱式的世茂宴会厅,可容纳多达1400人,8\*11米的超大LED屏,确保您的会议及活动信息传达的更清晰准确。专门的汽车进场通道、独立的宴会区域入口、1200平米的宴会前厅区域,可满足各类商旅会展活动需求。9间多功能会议厅可随意组合,董事会议室则体现了极佳的私密性,是公司决策会议的最佳选择。所有房间都设有无线或高速宽带接口及先进的影音器材。酒店专业会议服务人员和影音设备技术人员,与会议组织者一对一服务,解决您的一切后顾之忧,确保每项活动的圆满成功。

¥398 净价起 每人/每天

- 会场全使用(8:30-17:00)·全天无限畅饮咖啡及茶·上、下午茶歇·场地指引·茶歇期间饮品·丰盛自助午餐
- 高流明投影仪及幕布·麦克风·翻页板及马克笔·会议室内铅笔及垫板·本地瓶装矿泉水·清新薄荷糖

天津生态城世茂希尔顿酒店

中国天津市滨海新区中新生态城动漫中路82号 邮编:300467 电话: +86 22 5999 8888 | 传真: +86 22 5999 8889 | 电邮: tianjinecoity.info@hilton.com



## 广东旅游业者为会奖团体创造更多

广东旅游业者持续打造全新设施与亮点，不管是广州还是深圳的酒店业者，都有争取更多MICE团体的新项目出炉，同时，广东地区多处都在打造全新旅游景区，以及举办更多元的主题活动，让到访的MICE团体，有更多地方可以去、更多场地可以选择，并有更多活动可以参与。

[张广文—采访报道]

### 广州市市场



(提供·广州白云机场铂尔曼大酒店)

广州市场方面，广州白云机场铂尔曼大酒店销售副总监刘显颖表示，广州白云机场铂尔曼大酒店新行政翼，连通铂尔曼大酒店，按五星级酒店标准设计建造，于2015年秋天开幕。新行政翼总建筑面积约2.5万平方米，并拥有一个1,500平方米可容纳车展等大型活动的多功能宴会厅、

118间行政客房及行政套房，面积由45~135平方米不等。

同时，配备200平方米健身中心，及150个地下停车位，还有10间88平方米的贵宾房，提供愉悦尊贵的用餐享受。由于新添了多功能宴会厅，酒店现在非常适合争取想要举行大型活动的企业团体。从销售大会到年度会议，从汽车展示到快速消费品行业活动、户外团队建设，酒店都能够聚焦于客户需求，分派特定的专业人才，满足客户的不同要求。

而且由于酒店与广州国际机场相连，非常适合举行参与者要透过飞机到访的活动。任何想要出境的MICE团体，也是酒店

目标客群，这些MICE团体可以先在酒店会合，举办一个会前活动。

就景点而言，长隆集团于七月正式宣布全国最大的生态湿地公园「广州鳄鱼公园」，更名为「长隆飞鸟乐园」。已开业12年的广州鳄鱼公园转变成以鸟类为主题的公园，展示数百种上万只飞禽以及蜥蜴、变色龙、鳄鱼、龟等爬行类动物。园中也增加了不少展示项目和景观。在保留原有项目的基础上，乐园新增了「百鸟飞歌」等项目，目前园内还有不少新项目正在建设，比如明年将开放的火烈鸟湖，下一步还将引入更多品种的飞禽，打造国内最强鸟类保护、繁育、科研及展示中心。

另外，7月1日到8月31日，国际小丑节「欢乐小丑总动员」再次登陆广州。由长隆集团邀请的全球顶尖百名小丑大师，将于长隆欢乐世界的各个角落，以汇演、独立舞台、巡游等方式与游客互动，以魔术、杂技、默剧、乐器、肢体艺术等表演形式，让游客享受全球顶级的小丑文化盛宴。

其中，在欢乐剧场，数百名观众每天有两次机会可以看到小丑大师们的集体汇演，每场演出30分钟。而每天15:30是长隆欢乐世界的「欢乐总动员大巡游」时间，小丑节期间的巡游以幽默为主题，花车等布景都有主题包装，小丑大师们也会倾情加入，并沿途与游客互动。

### Insight

针对广州市市场，刘显颖指出，目前广州展览以传统产业为主，包括：医药、纺织、化妆品、快速消费品、汽车、制造和家俱。虽然传统行业的企业生意在缩减，但是广州第三产业越来越流行，而且近期广州

也出现越来越多有影响力的展览，如国际LED展、家俱展、国际包装机械及材料展、中国美容博览会等。这些展览对于酒店需求也带来了正面影响。

刘显颖认为，广州MICE产业，除了应该联合场馆和酒店，也可以结合运动，如天河

体育中心举行恒大足球俱乐部比赛、越秀山体育场举办富力足球俱乐部的比赛等，以及旅游和休闲活动，如珠江夜游、广州塔观光、水疗、团队建设活动等。以广州白云机场铂尔曼大酒店为例，除了和周边服饰工厂、化妆品工厂、汽车工厂等企业维持紧

密友好的关系，酒店积极突破机场酒店的形象，持续宣传其现代化设备与全服务酒店配套，包括：大型宴会厅、健身中心、泳池、篮球场、网球场，以及适合各种团队建设或烧烤活动的天台花园。

### 深圳市市场



(提供·深圳蛇口希尔顿南海酒店)

在深圳市场部分，深圳蛇口希尔顿南海酒店销售副总监徐晓玺表示，深圳蛇口希尔顿南海酒店于2017年1月起，将新增全新的南海楼。有了这个全新的建筑，酒店在深圳市场的MICE业务上，无疑更具竞争力。现在深圳蛇口希尔顿南海酒店正缺乏分会场和拥有两张单人床的单人房，有了全新的南海楼，酒店将新增218个客房，并且也将推出1,000平方米会议空间。另外，酒店还将增加一个全新的运动和时尚生活元素，非常适合MICE团体，以及团队建设活动。

其实，酒店自2013年12月开业以来，一直在MICE市场极具竞争力，这是因为拥有希尔顿品牌知名度、地理位置、独特宴会设施等优势。酒店位于深圳西部海滨带，向西面对深圳湾，向东面对珠江口，对面看得到香港，而且距离海上世界、深圳客运码头近。

未来，酒店将聚焦更中型至大型的MICE业务，同时，确保会议产品最优化，而且每次都能超越客户的期待。

另一方面，由华谊兄弟传媒、珠江投资集团和坪山城投联手打造的影视文化产业综合体「华谊兄弟文化城」，计划将于2016年年底在深圳坪山新区开幕。此世界级影视文化体验目的地，作为未来五年深圳重点文化产业项目，项目总占地面积约115万平方米，总建筑面积约260万平方米，总投资130亿元，是集影视、手游、旅游、文化、居住等为一体的大型影视创意文化产业综合体。文化城将采用好莱坞发展模式，共分三期开发建设，将影视及手游产业与主题旅游有机结合，拥有国际一流的摄影棚、影视文化主题商业街、影视博览馆、手游竞技中心、演艺中心、动漫公园、水上乐园，以及约11.8公里地下矿洞主题乐园。

换言之，「华谊兄弟文化城」将被打造成为中国影视文化产业「新航母」，成为世界级影视文化体验目的地。

其中，一期为影视创意版块，总建筑面积约50万平方米，投资金额约1.6万亿元，包括了摄影棚、创意基地、影视主题商业街、影视文化主题精品艺术酒店、创意公



(提供·深圳蛇口希尔顿南海酒店)

明年起，深圳蛇口希尔顿南海酒店将新增会议空间。

寓、专为高端人士及企业定制的大师工作室，以及影视体验中心。一期除了预计可吸纳300多家影视上下游企业进驻，还计划引入华谊兄弟旗下知名导演、明星进驻。

二期为影视游乐版块，总建筑面积约112.4万平方米，包括了影视博览馆、影视文化公园、手游竞技中心、矿洞主题公园、水上乐园、动漫公园、岭南文化街、演艺中心等。

三期则为居住教育版块，总建筑面积约101.2万平方米，包括了国际社区、特色学校、乐高益智中心。

影视文化主题商业街将融入电影经典场景，引入影视主题餐厅、电影道具、影视精品、蜡像馆、大型影院等。另外，二期当中，全球罕见占地11.8公里大型地质矿洞公园，包括了原鹏茜矿国家一级地质公园，深入地下100至150米，地下总长度达15公里，可容纳15万人同时参观。地下部分结合电影+游戏+实景的娱乐主题，提供三位一体、持续更新的娱乐体验。其将设计天幕电影、魔法王国、极地世界、穿越通道等多项沉浸

式的游乐体验项目,是集体验、展示、休闲于一体的地下主题游乐园区。

华强兄弟文化城将被打造成中国定位最

高端、产业链最齐全、配套最完善的影视文化产业基地,根据预测,完工后,将每年创收约70亿,可同时满足6部国际大片拍摄与

制作,每年输出电影12至15部,庞大的影视文化产业链带动周边商业,可提供约6万个就业机会。目前已有5部前期筹备阶段的大

片和华谊兄弟文化城洽谈预约进驻拍摄有关事宜。同时,依靠项目独特的影视文化旅游,每年可吸引约300万的旅游人群。

## Insight

针对深圳市场,徐晓玺认为,深圳是可以快速发展的城市,吸引着众多行业,包括网络、投资金融、房地产、科学和技术等。而且政府不断推出支持当地企业成长

的政策,以吸引更多投资客的目光。除了苹果在蛇口网络谷设定其第三管理中心,世界级V&A博物馆也将与招商局合作,展示着来自全球的丰富艺术品和设计品。而且蛇口和前海已经被设定为深圳自由贸易区,

未来将与香港在贸易上紧密互动。

同时,太子湾国际邮轮母港将有综合性功能,如交通枢纽、艺术展览、大会与会议空间、酒店、办公大楼、公寓、娱乐场地等。也因为深圳发展快速,市场针对大型会议

和活动的需求越来越大,深圳也启动了全新展览中心的建设,等到2018年9月,深圳就将新增50万平方米的全球最大展览中心。届时,每日旅客数量将达到20万人次。

## 珠海市场



提供·长隆集团

除了广州和深圳,广东其他地区,珠海的快速发展,也不容小觑。从珠海来看,长隆集团酒店管理副经理兼长隆横琴湾酒店总经理吴宣林表示,

珠海横琴湾国际会展中心自2014年初开业以来,凭借主题公园的人流聚集效应、广泛宣传,以及独特的产品优势,吸引了世界五百强及国内众多品牌企业合作,打破了珠海MICE市场多年来缺乏大型品牌企业

会议进驻的僵局,逐步形成了以会议、会奖旅游、大型活动接待为主,会展及展览为辅的市场格局,整体市场表现呈现逐年上升的态势。

2016年7月8日,位于珠海横琴新区的长隆迎海酒店公寓正式开业,这是珠海横琴新区首家酒店式公寓。其以简约时尚的现代欧式设计风格为主基调,并契合珠海横琴长隆国



2016年7月8日,位于珠海横琴新区的长隆迎海酒店公寓正式开业。

提供·长隆迎海酒店公寓

际海洋度假区的基调,融合了海洋、海龟元素,同时,总建筑面积达近53,431平方米,拥有不同形态的728间客房,提供长租房与短租房的酒店公寓管理模式。

## Insight

谈到珠海市场,吴宣林表示,近年来,珠海已承办了很多大型展览会包括:中国(珠海)国际列印耗材展览会、中国国际航空航太博览会、中国国际马戏节等、世纪经济发展宣言大会、珠海汽车产品展销会等,其他皆为小型会议或是产品推介展销会。而随着航展中心的全新升级改造,珠海会展业进入全新发展阶段。现阶段,

公寓的开业,使长隆集团在珠海建成的酒店矩阵得到扩大,加上珠海横琴长隆国际海洋度假区内的3家全球独领风骚的主题酒店,客房总规模超过5,000间,提供给游客不同层次的价格和风格选择。

珠海城市会展总体容量有限,展览、会议的规模及国际化程度有待进一步提升。而珠海市港澳台侨与外事委员会于今年初,联合发布以「加强珠澳合作,共同推进两地会展业融合与发展」为主题的调研报告,就建议「争取将会展业明确纳入横琴新区企业所得税优惠政策及优惠目录」,这一举措或将成为珠海会展业发展的新引擎。



拥有“长隆国际旅游岛”美誉的横琴岛,是您开启完美会议体验之地,珠海横琴长隆国际海洋度假区将为您呈现天衣无缝的商务会议及活动体验  
Zhuhai Hengqin Chimelong International Ocean Resort is the perfect destination for team building programmes, incentives or great entertainment after a hard day's work



珠海横琴湾国际会展中心自设计之初,便充分考虑了会议策划者及参会者的需求。这里的各式场地具有非凡的灵活性,是您不容错过的一站式会议活动之选  
Zhuhai Hengqin Bay International Convention Center has been designed from the ground up with the requirements of meeting planners and delegates in mind. It's a one-stop-shop with extraordinary flexibility and convenience

- 总面积约 16,000 平方米,共有两层,其中两个超大宴会厅可同时容纳 3,500 人  
With a total area of 16,000 square meters, the Convention Center has two floors featuring two large ballrooms that can accommodate maximum 3,500 guests
- 可灵活分割为五个独立区域的超大无柱宴会厅 - 海洋殿 (3,000 平方米)  
Pillarless Ocean Palace that can be separated into 5 individual areas (3,000 square meters)
- 连接景色迷人的户外花园及露台的无柱式宴会厅 - 水晶殿 (1,200 平方米)  
Pillarless Crystal Palace with direct access to the impressive South Garden and outdoor terrace (1,200 square meters)
- 28 间设备先进的多功能厅  
28 well-equipped meeting rooms
- 两大室内环形剧场,顶尖音响灯光舞台  
Two large circular theatres are both equipped with state-of-the-art lighting and audio-visual equipment
- 拥有近 10,000 个泊位的停车场  
Well-equipped Car Parking that can accommodate 10,000 vehicles

垂询及预订 Enquiries & Reservations  
电话 Tel +86 756 299 8888 转销售部 (call transferred to Sales)  
传真 Fax +86 756 299 8800

中国广东省珠海市横琴新区富祥湾 邮编:519031  
Fuxiang Bay, Hengqin New District, Zhuhai City, Guangdong 519031 People's Republic of China  
www.chimelong.com



## 舞台剧婚礼秀 这就是创意!



(提供·郑州希尔顿)

暑期旺季, 不仅一个月近十场婚礼秀会令消费者感到疲乏, 酒店和婚庆公司的潜在合作伙伴也会觉得应接不暇。利用全新的创意、缜密的策划方案和完整的宣传周期, 郑州希尔顿酒店于今年七月的婚礼秀中在预算把控、市场关注、品牌营销三个方面收到了令人满意的效果。

[钟韵一采访报道]

郑州希尔顿酒店携手高端婚尚品牌共同打造【唯爱·洛神】首创舞台剧婚礼秀今年7月完美落幕。该场婚礼秀以中国传统神话「洛水之神」传世轮回的爱情故事为创意起源, 用舞台剧的表现手法呈现人类对爱情的永恒追求。最终, 婚礼秀吸引了数百位准新人和一线媒体代表参与, 成了郑州热点事件。

郑州希尔顿酒店市场传讯经理孙胜楠介绍, 舞台剧方案的定下, 事实上花了很长的时间。主因是在酒店决定举办婚礼秀的临近一个月内, 包括四、五星级本土和国际酒店在内在有将近十场婚礼秀接连举行, 形式、内容场合大同小异, 无论婚庆供应商或寻找结婚场地的客人, 都难免选择困难。酒店因此决定为婚礼秀市场注入新的创意。

从室内、室外到各种主题, 酒店团队做了多种活动方案, 最终, 可借灯光、音效和场景切换让客人身临其境地感受不同婚礼风格的舞台剧形式, 被拍板定案。该舞台剧以洛神传世轮回的爱情故事贯穿三个篇章。第一篇场景设在古代, 描述爱之轮回; 第二篇表现知青年代的爱之永恒; 第三篇是现代的爱之狂想。

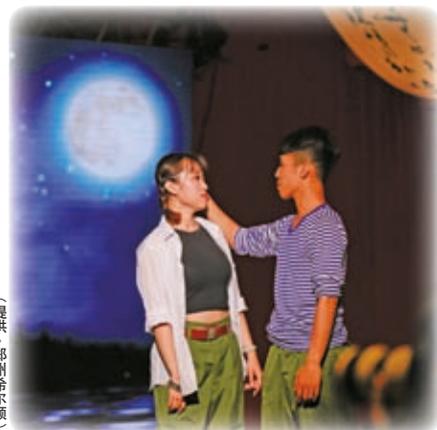
### 整合数个合作伙伴

得益于十余家合作伙伴的脑力激荡和资

源支持, 这场婚礼秀经过两个月的市场宣传, 逐步被推向关注高峰, 活动结束后余温不断并非偶然。但在初期, 酒店敲定合作品牌并不容易: 在婚礼秀扎堆举行的时节, 当顾生意的同时还得在一个月内支持多场活动, 即便与酒店关系良好, 供应商也会应接不暇。

因此收到希尔顿的邀请时, 供应商多有迟疑; 直到酒店将完整方案呈现, 14家核心伙伴受到创意吸引, 毅然从紧张的日程抽出时间和精力参与其中。而随着宣传自5月初启动后力度不断加大, 酒店结识新伙伴的同时, 诸多供应商也主动寻求合作。

优步(Uber)是一个例子。在和希尔顿酒店接触时, 甫入郑州市场两周的优步正在寻找与国际市场话题性一致的创意宣传机



(提供·郑州希尔顿)

### 中国首场舞台剧婚宴秀【唯爱·洛神】

活动日期 2016年7月2日

活动地点 郑州希尔顿酒店

活动效益 整合多方资源, 以最少资源发挥最大营销效益, 提高婚宴服务关注度

活动挑战 初期宣传效果不如预期, 现场直播操作困难, 现场座位不足

会; 碰到舞台剧婚礼秀的新颖构思, 双方一拍即合, 优步为活动观众提供专享特惠。

直至临近婚礼秀的六月中旬才达成合作的宇通房车, 则成为前期预热的一大亮点。作为其固有合作伙伴之一, 郑州希尔顿偶然中得知宇通房车不仅享有高知名度, 产品在国内更是供不应求。筹备团队因此萌生了「移动婚礼秀」的想法, 目的是让民众提前感受这场秀的特点, 同时借勾人注目的房车在市里穿梭, 扩大活动的传播。于是配合舞台剧的三个篇章, 宇通将内饰豪华、空间宽敞的三辆房车分别以传统、知青和现代主题进行布置, 连续三天供市民免费乘车。

其中, 一辆房车的服务人员穿了华丽的中式服装, 和客人拍照、互动; 另一辆房车由高端婚纱品牌入驻, 让客人试穿最新高订婚纱及试化新娘妆。

为了精准吸引更多潜在客户报名, 酒店的市场传讯和餐饮销售团队还参加了房地产开盘活动。孙胜楠解释, 线下推广虽不见得能吸引观众立即报名, 但却是接触潜在客户、了解对方具体需求的好方式。此房地产商作为酒店签约客户, 恰于六月份举行某高端项目三期开盘兼端午联谊活动, 所邀请之新老业主与酒店自身目标市场颇为相符, 因此在包括咖啡拉花大赛等各项有趣的活动中, 希尔顿也以合作伙伴的身份到场为婚礼秀进行宣传, 并确实吸引到参会者透过二维码当场报名。

六月下旬, 酒店在人流相对大的本地商场户外区域又做了一场落地活动。「线下宣传对我们是新的尝试, 也达到了酒店平时利用线上自媒体达不到的推广效果。」孙胜楠说道。

除了预热活动, 婚礼秀本身也得到了合作伙伴的大力支持。首先是合计价值15万元的现场订单大奖; 其中, 万宝龙和纪梵希加起来就提供了价值16,800元的礼包。其次是表演正式开始前的娱乐活动。为有充分时

间准备、不影响舞台剧效果, 酒店邀请客人当天14:30就到达酒店, 15:30再集体进场入座。一小时的时间里, 客人乾等必会无聊, 因此酒店邀请了本地著名翻糖蛋糕师傅、资深花艺师、知名护肤品牌代表, 在布置得别具心思的宴会厅前廊, 为准新人进行翻糖玫瑰花和插花教学及做肌肤测试等; 纪梵希和万宝龙则为新郎西服、腕表等做现场展示, 为舞台剧充分暖场。

孙胜楠指出, 万宝龙、纪梵希等奢侈品牌此时正试图以更丰富的管道打开郑州这样的二/三线市场; 因为有「高端客户」的共同目标, 酒店提出婚宴商家联盟想法的时候, 他们都表现了高度的兴趣。

值得提到的是, 丰富的活动内容之外, 此次婚礼秀还融入了公益行动。这个灵感来自数月前, 新闻里对英国类似行动的报导, 旨在将婚庆结束即废弃的鲜花重新利用, 减少浪费的同时也向社会传递美好。孙胜楠指出, 鲜花在会场布置中几乎必不可少; 一场婚礼光在鲜花上就费资数十万甚至近百万元, 并不少见。然而, 对于习惯中午举行婚礼的郑州市场而言, 往往鲜花到了下午就会全数丢弃。借鉴英国的「鲜花再利用」行动, 酒店借婚礼秀的机会号召有意把花捐出的新人联系酒店或婚庆公司, 将鲜花回收并重新包装后送给亲朋好友, 甚或做成乾燥花, 以为纪念。

「以这种方式传递温暖虽不像食品或衣物般对人们“生存”有直接的帮助, 却非常有爱, 很有感染力。」

### 舞台剧的组成

表演形式定下来之后, 酒店联系了电视台, 请教如何真正打造一台舞台剧。剧团因受预算限制, 无法完全由专业演员组成, 故酒店与供应商一同通过各种关系及朋友推荐, 最后请本地电台和电视台的主持人分别担任男女主角, 另请12位酒店前厅、餐饮、安全部等一线员工担任剧中演员; 在剧本的第三篇章, 则有专业DJ及舞蹈演员做打碟和街舞表演。

剧团组成后, 酒店请了舞蹈老师进行教学, 并请电视台专业导演协助排练。然而, 付费演员的时间虽相对好安排, 出任演员的酒店员工在日常工作之外另拨时间投入彩排却成了一大挑战。幸运的是, 经过与各部门经理的协调, 为了活动顺利举行, 酒店管理层即便在入住率高、大型活动也多的六月份, 依然给予了充分的支援。

“线下推广虽不见得能吸引观众立即报名, 但却是接触潜在客户、了解对方具体需求的好方式。”

# CASE STUDY

(提供·郑州希尔顿)

郑州希尔顿酒店  
市场传讯经理  
孙胜楠



不用说，剧团全体都付出了极大的心力，但酒店也得到了「凝聚力」的意外收获。孙胜楠说道，彩排过程中，员工有几次甚至下班后还留下排练到深夜十二点。虽没有加班费，但一方面，同事们看到对方卸下工装、穿上华丽礼服的另一种样貌都特别开心，另一方面，酒店也通过手写卡片以及希尔顿集团对内推行的“Catch me at my best”认可系统，表示了对员工付出的肯定。

**更重要的，发挥业余兴趣、与同事协力完成一项重要任务，为参与演出的酒店员工们带来了极大的成就感。可见除了「现金奖励」之外，刺激员工热情的方式多种多样。**

## 活动过程的挑战

预热过程中，酒店团队遇到的一个瓶颈是「房车宣传」初始效果未如预期。酒店虽已提前通过官微、招募海报及供应商的转发，邀请有兴趣免费搭乘房车的市民提前报名，然而或许是因为活动具体内容、形式和目的未表达清楚，房车第一天上路时，实际招手拦车的客人非常少。跟随房车进行直播的网易团队于是建议加强线上互动，勾起市民兴趣；同时，房车团队也刻意停在商圈附近，主动向路人介绍活动和送舞台剧门票。此举成功吸引到几对新人上车体验，其中一位准新娘更是在车上试化出了非常美的妆容。

### 挑战1

有了「动静」之后，网易直播的网上跟帖旋即破万，第二天、第三天房车在街上行驶时，市民也迅速认出「这就是大家在讨论的那辆车！」，积极体验。

**婚礼秀的现场直播是另一项重大挑战。**

由于负责执导此次婚礼秀的是曾多次操盘大型表演、专做电视台大型直播节目的专业导演，对舞台剧达到电视现场直播效果有着苛刻的要求（比如杜绝摄像团队为了抓到最好效果上到舞台拍摄演员，忽略现场观众的视觉感受等），因此从音响、音效、大屏及短片等各方面，婚礼秀团队都做了大

量的前期沟通和演练。

「结果排练了那么多遍，都不像Live的那一刻达到的巅峰。」孙胜楠说道。

### 挑战2

至于活动现场的问题，孙胜楠思考后表示，由于准备充分，现场并未有何纰漏；**唯一需要解决的问题是座位不足。**由于现场比预设中火爆，因此宴会厅内为媒体、工作人员和100对左右新人准备的270个座位之外，仍有许多人站立；由于场内架设了灯光和音响设备，为避免安全问题，酒店加了30多把椅子。

## ROI

虽然做了大量宣传和预热活动，这场婚礼秀的预算把控却出奇的好。关键在于，新颖的想法打动了各方拨出自己的时间和资源给予支援。比如，「移动婚礼秀」中，房车、油耗和司机皆由字通全程赞助；订单大奖由婚礼秀的核心合作伙伴赞助；演员由电台和电视台赞助等等。

### 挑战3

独到的创意更是为这次活动赢得了大量的免费曝光。除了20多位省内知名一线主持人免费出席之外，对城市事件较敏感的网易出于呈现更多有意思的内容的愿望，也无条件的派了技术和工作人员参与报导，体现出活动本身的故事价值。

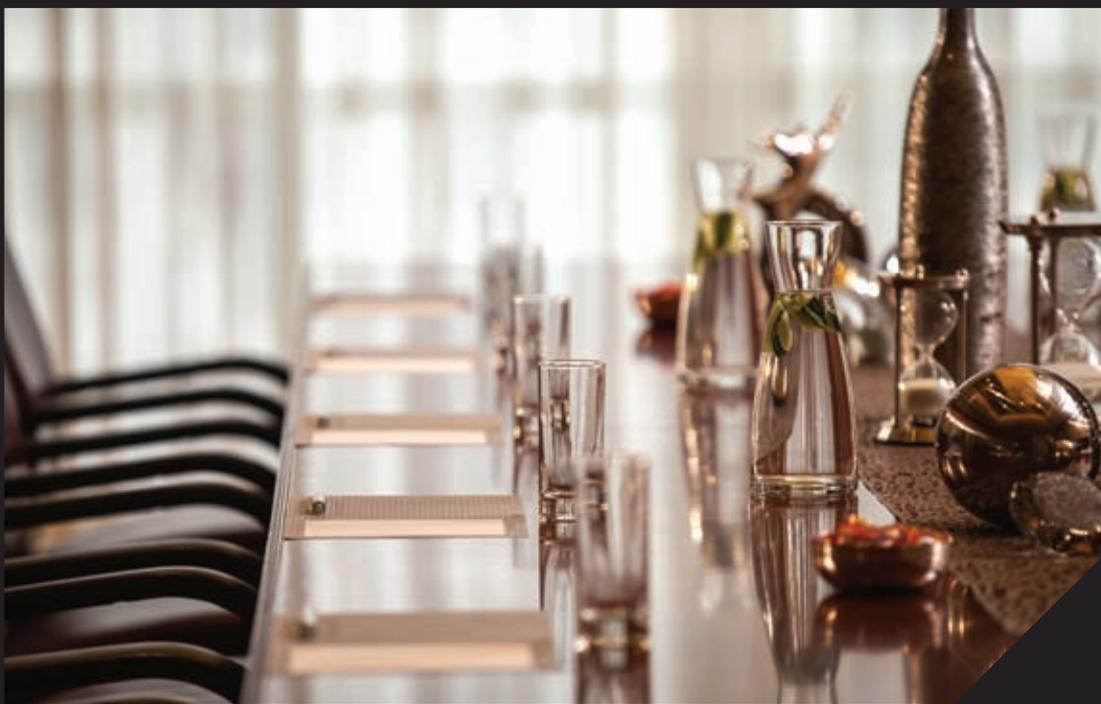


(提供·郑州希尔顿)

**「因为创意和想法，酒店得以携手婚庆公司及其他合作伙伴将各自资源整合打包，以最低的投入，一同达到最好的效果。」孙胜楠表示。**

而婚礼秀最直接的目的，无疑是让潜在客户对酒店婚宴设施、服务和新的促销方案有更好的了解，由此增加婚宴预定，刺激酒店生意。

但除此之外，婚礼秀也可以是酒店塑造品牌形象很好的舞台。孙胜楠指出，希尔顿向来予人「传统、商务、经典」的印象；通过这次活动，酒店团队很好地展现了这个品牌创意、新颖、年轻的一面，让客人体验到希尔顿酒店所具备的更多感受和选择。 B



## 聚焦会议 更多精彩

想让您组织的宴会或会议更加丰富多彩和卓有成效吗？

上海淳大万丽酒店完善的宴会设施是您的不二选择。1500平方米装修典雅豪华的宴会场地配有最新的视听设备以及资深的宴会服务团队，适合举办各种规模的宴会和会议。无需额外分心，我们提供全程策划，让您的会议圆满成功。

垂询或预订，请致电：8621 38714888转宴会销售

中国上海浦东联洋新社区长柳路100号，邮编：200135  
电话：86 21 3871 4888 传真：86 21 6854 6378  
cn.renaissancepudong.com



**R**  
**RENAISSANCE**<sup>®</sup>  
SHANGHAI PUDONG HOTEL  
上海淳大万丽酒店

## 应对萌宠 思考大不同!



提供·三亚美高梅

日前，三亚美高梅度假酒店携手狗狗去哪儿APP共同举办的「爱犬日」活动在三亚圆满落幕，活动当天，海南三亚及全国百余位宠友携爱犬参与，并通过媒体全程直播，吸引了全国数百万网友线上观看，打造出中国互联网+时代首个宠物界海天盛筵。

活动当天，狗狗去哪儿的明星达人鹧鸪动物园、Albee、小片片说大片、尖牙西西、笨柴兄弟等养宠网红共同亮相三亚「爱犬日」现场，共同参与这场宠物盛会。与以往活动不同的是，此次盛会的主角是来自全国各地的百余位养宠达人及他们的爱犬。神态各异、憨态可掬的萌宠在主人的陪伴下，共同参与了为狗狗专属定制的「宠物跳蚤市场」和「萌宠挑战赛」等精彩活动。

同时，「爱犬日」邀请到来自全国的众多知名宠物品牌、宠物美容师及专业宠物医师，向参与的家庭现场分享科学养宠经验。酒店也特别组织一系列趣味横生的比赛和活动，让携犬家庭体验到携犬度假的趋势及三亚美高梅作为宠物度假目的地酒店的细致服务。

爱犬日现场，全天候的「萌宠跳蚤市场」让爱宠人士可以挑选各种宠物玩具、服饰

和宠物周边产品，也可以现场在专业美容师的指导下打造宠物时尚造型。值得一提的是，宠友们带爱犬挑战了拔河、跳高、跨栏、灵动车接力赛等趣味比赛，胜出选手还赢得了各项奖品及自助晚餐名额。

抓人眼球的还有在临海草坪举行的「萌宠挑战赛」，参赛犬依据大小、体型分组，分别参加团体赛和个人赛，趣味新颖的游戏考验宠物和主人的配合，以及狗狗们穿越障碍的能力。

三亚美高梅度假酒店行政助理经理-市场销售邓湘黔表示，宠物活动日酒店邀请了在宠物行业内非常资深的美容师、宠物医师和训犬师一同参与活动，使得现场更加贴近宠友们的需求，更能吸引宠物狗的注意力。宠物狗互动的环节，酒店则交由专业的训犬师主持、宠物主人协助，能最大限度的保障活动达到预期效果。宠物活动跟

### 三亚美高梅度假酒店「爱犬日」活动

- 活动日期 2016年6月26日
- 活动地点 三亚美高梅度假酒店
- 参与人数 大涵盖客人和参与活动相关人员约200人、120只宠物狗
- 场地面积 2,000平方米彩蝶大草坪
- 活动亮点 狗狗跳蚤市场、狗狗现场美容、科学养宠咨询、萌宠挑战赛、宠友交流

其他户外活动相比可控性会更低，面临的问题和预案会需要增加很多，而且会需要运用更多的精力在控制和协调方面。

他也进一步举例，如比赛看似简单，但执行起来却不容易；比赛开始后，不少参赛者被第一项就难住了，无论如何「威逼利诱」，狗狗就是不执行指令。不少狗狗由于缺乏相应的练习，不是不敢跨栏杆就是不会绕障碍物，甚至在美食诱惑的环节，直接就停下来享用起来。

### 新旅游生活方式：带狗住五星酒店

邓湘黔表示，长久以来，中国宠友的养宠生活仅限于社区周围，狗狗的生活半径被出行难题大大缩小。现在，随着养宠环境的改善，养宠人群素质的提高，越来越多的宠友有了新的携宠出行消费需求。三亚美高梅酒店也希望通过这次酒店与知名平台狗狗去哪儿的合作，让更多消费者知道酒店是欢迎宾客携宠入住的酒店，除了酒店为宠物主提供的专属房间外，还有多项个性化服务，客人在体验温馨奢华的宠物客房的同时，狗狗也能享受到酒店准备妥帖的舒适寝具、餐具、精选的点和宠物床等贴心必需品。

「实际上，作为酒店更希望是提倡一种新的旅游生活方式，现在很多宠物作为家庭成员之一，在家庭中的影响力和比重也越来越重要，就算是家人出游或者离开寄养宠物时，不仅主人在出游时会惦记宠物，有些宠物在寄养过程也会有不适应情况，所以很多带宠物入住出游的消费者便不断寻找合适的、相对舒适的环境。」

### 面对宠物活动的挑战

在举办本次爱犬日活动的筹备过程中，酒店团队在策划活动的动脑环节上也遇到很多思想挑战。比如，同时间接待超过100只狗在酒店，如果这些动物不受控制，有随地大小便或者狗与狗之间打架导致场面混

乱怎么处理？万一现场有狗咬伤客人的情况怎么处理？同时间酒店也有其他度假客人，万一有客人不喜欢或遇到害怕动物的客人怎么安排？等各种问题，但很幸运的是，这些各种可能发生的假设性情况，当天都没有发生。

事实上酒店经由这次活动发现现在养狗人的素质普遍都很好，加上愿意带宠物出游旅行的客人的生活层次也相对高，现场次序无论是参加活动的宠物家庭还是携带出席的宠物，彼此都很遵守酒店的指示，也彼此会帮忙留意宠物之间的互动；当然，可能是此前团队的考量和预备方案都思考相对周全，促成活动顺利进行。

### ▶须避免对其它入住客人造成影响

当然酒店不排除有些客人对宠物狗有略微的惧怕心理，故在活动开始前一天，酒店就通过客信及前台服务人员告知，提醒入住客人相关活动。并针对有疑问的客人准备了一些模拟问答，方便随时解答客人的疑虑。而为了不影响酒店正常运营，酒店对宠物狗活动区域进行了一个规划，且建议携宠客人在酒店指定区域进行活动，以免对其他客人造成影响。

### ▶须确保参与活动之宠物符合条件

在最初活动开放在微博、微信上的报名针对报名的宠物基本资料与照片等都一一分别再进行筛选，对可参与活动的宠物基本条件也有设限，基本上入住宠物并不涵盖超过16公斤的狗、具攻击性的狗种类以及其他基本宠物的健康情况都一一进行调查筛选，以确保在活动不必要发生意外情况发生。

### ▶须培养服务人员具备与宠物互动能力

在筹备过程时，酒店团队就一个一个针对可能发生的突发情况进行沙盘推演的Q&A环节，同时酒店内部有多年养宠物经验的员工，也都加入活动准备工作中，活动前的预演还特别邀请酒店员工的宠物实地到酒店尝试，看看活动准备工作中是否还有那些要调整的环节。

甚至活动当天的酒店服务人员事先均接受了训犬师的基本培训，内容包括如何简单地控制宠物狗、如何正确与宠物狗接触、如何建立活动规则等，以确保当天在现场的服务人员对宠物可能产生的问题都有一定应变能力。现场也为了预防可能产生之动物间的冲突预备了KT板，一旦有任何宠物吵架，可以快速阻隔动物。

### ▶须为当地气候备妥因应方案

而一般户外的活动首要考虑的备案就是天气因素，这次活动前一周，三亚都是有雨的天气，同时夏季时间三亚白天天气非常炎热，因此酒店当天搭建一个带有大型空调的棚子，让参与活动的客人在户外也有凉爽舒适的活动休息空间。

另外，酒店在户外活动空间均设置了宠物饮水装置和宠物零食等，并为宠物家长准备了拾便器和干湿纸巾，还特别设置宠物专属淋浴区和浴巾，因为有些宠物在海滩边会冲进水里玩耍。



提供·三亚美高梅

## Meeting Package

### 西安凯宾斯基酒店秋季会议臻享专属优惠



西安凯宾斯基酒店, 作为欧亚经济论坛永久会址, 是中西部地区最佳会议酒店之一。大规模的多功能厅将满足不同需求, 专业的会议团队将为企业妥善安排所有细节, 确保活动圆满成功。即日起至2016年9月30日, 凡会议用房宾客可尊享以下优惠政策:

1. 周一至周四延迟退房至下午4点

2. 六岁以下儿童可享受免费加床服务及免费早餐

3. 可在酒店园区内免费采摘水果

以上所有优惠政策至2016年9月30日。详询或预定请致电+86 29 8355 0000或电子邮件至reservations.xian@kempinski.com。以上所有优惠不可与其他优惠同时使用。亦不可折合为现金抵用。

### 全港5间万豪酒店商务团体住宿免费尽享4款礼遇

香港区5间万豪酒店, 包括JW万豪酒店、万丽海景酒店、天际万豪酒店、万怡酒店及沙田万怡酒店特别呈献夏日商务团体住宿优惠, 让会议策划单位尽享4款免费礼遇, 为与会者带来丰富难忘的住宿体验。

由即日起至2016年7月31日于任何一间香港区万豪酒店预订最少10间客房, 并于2016年9月30日前入住, 会议策划单位即可于10项精彩礼遇中选取4项免费享用, 让每个举行的会议及活动将更圆满。



(选择4款免费礼遇)

- 免费鸡尾酒会
- 会议套餐免费升级至下个更高级别

- 免费团队建立 / 娱乐消闲活动
  - 免费活动摄影服务
  - 5间客房免费升级
  - 每入住20间客房即获免费客房1间
  - 会议室内免费高速宽带上网
  - 双倍「万豪礼赏」积分
  - 3% 回赠予主账户
  - 同时预订两个会议, 第2次会议即享95折优惠
- 欢迎浏览 [meetingsimagined.com](http://meetingsimagined.com) 为筹备即将举行的会议寻找更多灵感。

## Room Promotion

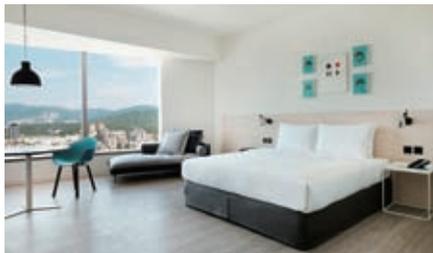
### 台北松山意舍酒店推出开幕惊喜优惠价

台湾意舍酒店品牌持续展店, 跟随台北西门町与中山脚步, 台北松山意舍酒店 (amba Taipei Songshan) 于2016年7月1日盛大开幕, 第三间意舍酒店座落于松山、南港、信义区交会点, 不仅集结周边夜市美食、人文古迹及商圈购物, 高楼层的地理位置更主打「双重美景享受」, 可同时欣赏基隆河岸及台北101城市天际线美景; 想探索松山区新旧交融的人文轻旅行, 于 [amba-hotels.com](http://amba-hotels.com) 预订, 可享开幕惊喜优惠价。

现在透过意舍官方网站 ([amba-hotels.com](http://amba-hotels.com)) 预订入住台北中山意舍酒店, 可享最优惠价保证。凡是于2016年9月29日前入

住的旅客, 均可享有开幕优惠价, 例如双人房房价为新台币3,500元起。

自2016年7月1日起至8月31日止, 只要在官方网站 预订「发掘松山开幕专案」, 不仅可以享有特别的开幕优惠价, 更能免费体验松山区文创漫步导览行程, 探索充满各种韵味的松山街区, 体验新旧交融的趣味。独家推出的导览之旅, 专为意舍旅人而设计, 行程内容包含松山历史街区的趣味故事, 以及在地特色景点, 像是松山慈佑宫、成美河滨公园、彩虹桥等, 最后在饶河夜市品尝台北著名的传统夜市小吃, 划上完美的句点。此外, 21天 (含) 前预订最佳优



惠价格, 可享额外88折优惠。

所有价格均加收15.5%服务费及税金。优惠价每日保留房有限, 需视实际房况而定。若要查询台北中山意舍酒店和开幕优惠价的相关讯息, 请点选官方网站: [amba-hotels.com/tc/songshan/](http://amba-hotels.com/tc/songshan/)。

## Retreat

### 神山以西, 那一抹22° 清凉 满足精英人士度假需求

长白山国际度假区是万达集团投资230亿元打造的中国唯一高端山地度假体验地, 2015年被国家旅游局评为首批首席国家级度假区。度假区集滑雪、山地度假、高端酒店群、度假小镇、娱乐、温泉于一体, 用以满足新精英人士的度假需求。

夏季, 这里拥有22度的专属清凉, 是避暑度假的理想天堂。自然美景之余, 度假区凭借长白山地势特点, 打造系列山地度假项目——山地世界, 分为山地大本营、山顶观景台、征西度假农场三大主题, 共计30余个娱



乐项目。其中, 征西滑道、征西栈道是夏季游客最钟爱的选择。

九家国际品牌酒店各抱地势, 依山纡回, 从准四星至白金五星级共有3,000余套客房, 加之度假别墅与公寓, 可容纳近万人同时度假。其中, 长白山柏悦酒店与长白山凯悦酒店

是凯悦酒店集团在美国以外地区首次推出的高尔夫及滑雪度假酒店。两家酒店毗邻而居, 位于长白山国际旅游度假区内的黄金地理位置, 游客在这里可以体验到便利的娱乐休闲活动、两大高尔夫球场及长白山国际滑雪场, 距长白山机场, 长白山天池西坡及松江河镇火车站仅20分钟车程。

为了提供更高品质的度假服务, 度假区从各大高校遴选了几百名优秀毕业生, 经过严格培训, 打造出一支拥有权威技术、服务心态的度假助理队伍。从行程确定开始, 为客人提供专业度假服务: 提前发送天气预报及穿衣指数、前往机场接机、协助办理check-in、预订行程与餐厅、全程陪同、运动技术分享、解决一切度假问题。

总编辑: Penny Chang  
电话: 886-2-2727 0050 传真: 886-2-2727 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 7575 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/Shirley Tan  
电话: 65-6395 7535 电子邮件: shirley.tan@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.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 6600, fax: 94-11-281 6511,  
email: vyadvvt@gmail.com, vyadvvtin@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 Rebor, 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: cgarcia@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: 香港上环德辅道中166-168号E168大厦8楼全层  
(电话: 852-22377272 传真: 852-22377272)

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  
本刊物为月刊, 由TTG ASIA MEDIA PTE LTD 制作发行。

# 高水准盛会 开启全新高度

优惠适用于即日起至2016年12月31日前的预订  
并于2017年12月22日前使用

会议进行中

## 预订即享“澳门会议多重赏”礼遇

于我们旗下任何一间酒店预订会议，可尊享以下各项优惠\*

▪ 全单95折 ▪ 免费客房及客房升级 ▪ 8折租赁视听设备 ▪ 免费30分钟互动娱乐表演 ▪ 船票买一送一



澳门金沙度假区  
**Sands**  
RESORTS  
COTAI STRIP MACAO

[SandsResortsMacao.com/meetwithmore](http://SandsResortsMacao.com/meetwithmore)

\*受条款及细则约束