

# TTG BT. mice

## 企业旅游报 CHINA

### Special Report

探索会议活动服务的  
7大发展要点

6~9

MICE SHOW-IT&CMA 巩固首屈一指展会地位 MICE产业归属成热点话题	10~11
DOMESTIC REPORT-BEIJING 政治环境、互联网产业 推动北京会奖市场回升	17~19
CASE STUDY 主导VIP服务 提高最终满意度	20~21
CASE STUDY 心意与收获 远超乎马卡龙塔的高度	22
SURVEY 40%中国企业制定扩大预算开支相应计划	23



November/December 2017

**VOL. 88**

# 简化商旅计划为商旅经理首要工作

[刘霖芯—采访报道]

随着新技术的快速发展以及商旅人士需求和期望值的提高,商旅经理正在努力面对更为复杂、多层面的商旅。商旅管理人员总会 (ACTE) 和HRS共同合作的最新研究结果表明,商旅经理已意识到这一挑战,也了解简化商旅计划可能会带来的益处,但具体简化工作在优先顺序问题上,却存在诸多分歧。

最新的「简化商旅管理」研究结果显示,商旅人士的出行安全排在首位:94%的采购商表示员工关怀是他们工作中优先关注的重点;82%的采购商表示这是他们的首要工作。72%的采购商将简化商旅管理作为其首要工作,排在成本降低(88%)、资料安全(84%)和提高商旅人士满意度(75%)之后。

但是,商旅经理已意识到简化商旅管理可以为其他战略优先工作提供支援。举例来说,47%的商旅经理表示,简化商旅管理将会促进企业员工关怀任务的执行,有39%的商旅经理则认为这将会降低企业商旅的总成本。

ACTE执行董事Greeley Koch表示,「商旅经理和商旅人士都期待更为简化的商旅系统。因为在旧技术还没来得及被市场淘汰就开始涌现出新技术的情况下,了解商旅政策、流程和使用过时的工具,这些已经超出了许多人的工作负荷。值得一提的是,简化商旅计划将有助于企业实现更为重要的商业目标。赞同此主张并利用简化商旅计划来解决其他问题的商旅经理,可

能会成为其所在企业中真正的领导者。」

然而,尽管商旅经理已意识到简化商旅计划的重要性,他们也同样了解到简化的构想与执行之间还存在一定差距。

比如,商旅采购部门将员工关怀义务作为简化商旅计划中的首要工作,这直接显示了商旅人士出行安全的战略重要性,大多数受访者(83%)表示员工关怀义务需要立即采取行动(62%);此外,资料安全在采购部门的简化目标清单中居于第二位。

但是,采购商的商旅简化优先工作与其实际行动之间却存在断层,这就表明了为实现商旅简化的战略目标方面仍存在阻力。员工关怀义务和资料安全在执行方面的不足,实际上与其他优先工作之间存在很大关联,超过20%的采购商表示目前尚未将其商旅人士出行安全(23%)和资料安全(24%)问题转化为行动。

HRS首席执行官托比亚斯·莱格(Tobias Ragge)补充说,商旅管理对于公司的价值正日益在优化流程和跨部门协作过程中被凸显出来,研究表明,供应商和企业内部利益相关方必须在简化商旅工作中成为合作伙伴并紧密协作非常重要,领先企业依赖于其内部利益相关方网路的同时,还需依靠外部合作伙伴的资料、建议和支援来实现其战略目标。

复杂的商旅计划涉及到企业内部和外部多方合作伙伴和利益相关方。要提高简化计划的效率,通常也需要这些相关方的支援。尽管将近20%的采购商未获得其他部门同事的支援,大多数受访者仍认为企业内部

相关部门是支持简化商旅计划的。

托比亚斯·莱格(Tobias Ragge)也指出,协力厂商可以提供相关工具和专业技术为商旅采购商的简化计划提供支援。采购部门也对这种协助持欢迎态度:目前超过半数未获得商旅服务供应商说明的采购部门表示需要这种协助。研究资料表明,将简化计划作为其首要战略工作的商旅经

理,能够更好地在企业内部及外部开展协作,从而实现其商旅简化目标。

简化商旅计划是商旅经理实现其业务目标的主要途径。但是,面对有限资源的阻碍,以及内部和外部利益相关方不同程度的支持,采购部门必须加强与供应商、公司内部其他部门以及商旅人士自身的沟通。

**PRIMUS HOTEL**  
铂瑞酒店

上海新中心, 逸享个性奢华  
现已开幕

上海虹桥绿地铂瑞酒店  
开业钜惠, 人民币750元每晚起  
有效期至2018年2月28日

IDEAL LUXURY IN NEW CENTER OF SHANGHAI  
Now Open

Primus Hotel Shanghai Hongqiao  
Opening Offer for One Night Stay from RMB 750 net  
Valid until 28<sup>th</sup> February, 2018

电话 Tel: +86 21 3979 6666  
邮箱 E-mail: resv.hongqiao@primushotels.com  
www.primushotels.com  
地址 Add: 中国上海市青浦区徐泾镇诸光路1488弄100号  
邮编: 201702 (英商国家会展中心)  
No. 100 Lane 1588, Zhuguang Road, Xujing Town, Qingpu District, Shanghai, P.R. China 201702 (Next to NECC)

## 新公务机交付量十年将达8,300架

复杂的经济环境以及极具竞争力的二手航空市场影响着公务航空产业,公务航空领域订单量在近期也将放缓步伐。霍尼韦尔(纽约证交所代码:HON)日前发布第26期年度全球公务航空展望报告,预计从2017年至2027年,新公务机的交付量将达到8,300架,总价值2,490亿美元,较2016年的预测下降2-3%。

巴西、俄罗斯、印度和中国(金砖四国)中,中国和俄罗斯的采购计划相比去年明显降低,使得金砖四国的整体采购量下降。欧洲地区的运营商们尽管仍在努力应对增长低迷、英国脱欧不确定性、难民和移民激增以及恐怖主义的持续威胁,今年的新机采购计划仍有显著的降低。

# 中国国际商旅论坛深度预热CTW China 2018

[钟韵一采访报道]

中国国际商旅论坛暨2018中国国际商旅大会前站日前于北京举行。论坛通过一天的日程探讨了包含差旅及费用管理、商务旅行人士的满意度提升、资料分析和资料安全,以及中国企业国际化进程中的差旅管理在内的时下热点商旅话题。作为2018国际商旅大会的前站,本次论坛为即将于2018年3月到来的大会提供了前瞻性话题预热与高效优质的商旅行业人脉拓展,从中亦可窥见2018中国国际商旅大会将带来的巨大价值。

由TTG亚洲传媒会展部和中航嘉信商务旅行管理有限公司主办的中国国际商旅论坛暨2018中国国际商旅大会前站,日前于北京西单美爵酒店举行。本次论坛将来自商务旅行管理公司、企业商旅采购部门及航空、酒店、商旅支付和网路科技领域等行业超过50位的专家共聚一堂,探讨成长中的趋势和新的全球化标准。

本次论坛涉及诸多议题。上午的主题演讲谈到企业如何对差旅及费用管理采取更为有效的策略,从而为企业和出差员工谋取最大化的利益;对话环节以旅行者的效率和满意度对差旅ROI的重要影响为出发点,探讨如何利用大数据和移动技术为旅行人员提供全程服务保障,有效结合差旅



合规与用户体验。

下午的主题演讲以企业对资料依赖性逐日递增为背景,谈到资料安全意识的重要性、如何优化大数据从而改善商旅项目,以及商旅人士行为分析所能为企业日常商旅管理提供的有利信息;对话环节聚焦中国国内企业转战国际市场,探讨新的企业需求与行业挑战、企业为使商旅项目适用于不同市场所需考量的注意事项,以及商旅人士满意度与商旅项目成效的关键考核指标等。

与会代表爱立信采购经理王萍女士高度评价赞扬了本次论坛,认为论坛有效帮助了

与会嘉宾更好地了解了商旅市场的变化趋势,并借由业内专家的解析理解了变化趋势背后更深层次的原因和推动力。

「论坛对于优化差旅费用的成本效率,也给了我们公司差旅管理人员新的思路,从新角度来分析差旅费用的利用效率,并且给出了资料分析支撑。新的视角有利于改进目前可能忽略的费用支出误区。同时,参与CTF这一类型的论坛能让我们学习分享到其它同类型企业目前所采用的商旅战略。尤其是我们想要尝试的新方向。通过他们的经验,我们了解到新模式新方案可以为公司带来怎样的效益,以及可能产生

的潜在问题。很感谢中国国际商旅论坛营造了一个很好的氛围,让业内人士得到了更好的了解和沟通。」

来自北京西单美爵酒店的演讲嘉宾德飞先生则表示,通过现场讨论将买家与供应商紧密联结起来。许多与会嘉宾还在会后相互探讨了技术高速发展的时代背景下,酒店该如何融入商旅市场,以及分享了彼此的心得体验。总而言之,这是一场收获颇丰的商旅论坛。

通过来自北京西单美爵酒店(官方场地赞助)、美国航空(铂金赞助商)、中国南方航空(金牌赞助商)、新加坡航空(金牌赞助商)、土耳其航空(金牌赞助商)以及途宝网路(金牌赞助商)各大赞助商的协力支持,2017中国国际商旅论坛携手行业精英们深度解析了商旅市场趋势与需求。

本次论坛为将于明年三月于上海举行的2018年中国国际商旅大会(CTW China)研讨与交流的一次前站;未于日前完成探讨的议题届时将再被提出。中航嘉信商务旅行管理公司总经理钟明凤说道,明年的CTW China已将场地调整至上海新发展亚太 JW 万豪酒店,为参会者提供更好的研讨环境和交流平台,期望商旅管理精英一同参与大会。

## Hangzhou

# 杭州推出首部会议服务行业地方标准

[刘霏芯一采访报道]

近日,杭州市品质技术监督管理局正式发布《会议服务机构管理和服务规范》,该标准由杭州市旅游委员会提出,杭州市商务会展旅游促进中心、杭州市会议与奖励旅游行业协会起草,规范自11月起正式实施。

《规范》在基本要求、服务要求、管理要求等多方面都对国际化建设有回应,如5.6.4 现场注册应设置咨询台或咨询视窗,安排专人解答与会代表的咨询,咨询台和工作人员应保留至会议结束,对国际性会议应提供1种以上的外语咨询服务等。

《规范》也深入调研和总结了行业企业实际工作流程,以会前、会中、会后涉及的十二项工作为主线,制定了95项标准,使《规范》条理更加清晰,对照更为方便,相较于国家旅游局标准,《规范》在服务要求和品质上有更精细的要求。

另外,在场所选定、宣传推广、注册管理、资料收集、现场保障等多处增加了新媒体新技术应用条款,比如,宜提供网站注册、邮寄注册、传真注册、微信注册等形式多样的注册服务,并及时提供注册成功



凭证、宜提供WiFi密集性接入、大萤幕拼接、视讯会议、现场直播等信息化服务等。在管理要求中还单列信息化管理,提出体现行业前沿和发展趋势的信息化条款,引导服务机构加强新媒体新技术的运用。

针对会奖旅游业服务机构业务链和实际运营的情况,创新性地提出了会议服务机构应在会议旅游策划、组织、执行和保障方面达到的要求,反映了行业运作的实际情况,对会议服务机构服务完善具有积极的引导价值。

在国家旅游局标准基础上,《规范》在安全报备、绿色会议、医疗救护、旅游服务、评估报告等诸多方面进行了补漏,弥补

了国家旅游局标准的短板。同时,《规范》在信息收集与回馈部分等条款上进行了完善。

## 中国第三会议目的地城市

根据国际大会及会议协会(ICCA)发布的全球会议目的地城市排行榜,在中国内地,杭州已位列第三,仅次于北京和上海。

杭州市商务会展旅游促进中心副主任杨保福表示,「杭州的会议服务、会议产业也正在日趋完善。借后峰会、前亚运的契机,推进城市国际化与国际会展的深度融合,在现有基础上推进‘1+X’(一个重点场馆、X个酒店配套)的设施建设,引导形成会议总部经济聚集区,其中环西湖、西溪、钱江新城、武林-黄龙、滨江、萧山、千岛湖等高端酒店+会议中心集群基本形成,为落地杭州的大型国际会议提供了专业的基础设施和多元化的创意空间。」

据介绍,近年杭州本地会议的国际影响力在不断扩大,首届世界工业设计大会、中国国际茶叶博览会在杭州永久落户;杭

州成为全球首批、亚洲首个加入全球学习型城市网络的城市;第三届杭州全球华人遗传学大会,吸引了500多位国内外一线科研工作者参加,推动并提升杭州生命科学领域的国际地位;2016年的云栖大会,来自全球58个国家和地区的4万名科技精英现场参会,超过700万人线上观看大会直播,成为全球规模最大的科技盛会之一。

他进一步表示,从每年国际协会会议的资料来说,杭州一直是北京、上海之后二线梯队的领头,不过西安、成都、厦门、南京这些追兵跟杭州差距不大。从总体会议数量来说,市场对于华东区域的会奖旅游需求一直很旺盛。今后,杭州将会致力于打造国际会议目的地的城市定位需求而加倍努力。

此次推出杭州会议服务业推出地方性标准,弥补了产业指导和管理等方面空缺,覆盖面广,适用性强,有利于进一步提升本市会议服务业的整体服务品质,引导会议服务行业的品牌化、国际化、标准化,助力杭州打造会展之都、赛事之城。

# 卓越会奖 心想狮城

新加坡是一个充分融合商务与休闲娱乐的理想目的地。她拥有全球领先的专业会议设施,特色鲜明的会奖场地及丰富的休闲娱乐选择。

突破局限、创造可能,我们以新加坡成功发展背后的精神为依托,为您打造丰富的会议内容和定制别出心裁的体验。让新加坡成为您的创新平台,将您的企业文化和价值观在会奖体验中进一步传递和延伸,使您的团队迸发出极致的热忱和匠心精神。

在新加坡,我们和您一同成就无限可能,心想狮城。

更多新加坡商务会奖旅游详情,请关注新加坡商务会奖旅游服务号或查询官网: [VisitSingapore.com/mice](http://VisitSingapore.com/mice)



## Seoul

# 首尔会展联盟增38新成员 提升商务活动竞争力

[张广文—采访报道]

据首尔国际会议展览局指出,近日首尔会展联盟新增了38家新成员,使得首尔会展联盟整体成员数量达到260个,进一步提高了首尔商务活动支持力度,也加强了当地商务活动竞争力。首尔会展联盟整体成员接下来将启动首尔作为商务活动目的地的推广计划。

自2010年创立,并由首尔市政府和首尔观光公社运营的首尔会展联盟,是一个结合公营与私营部门的平台,让政府代理商与商务活动服务供应商能够一起合作,为企业团体提供特殊会议场地、住宿、DMC,以及其他会展产业的组织者。会议规划者只要使用首尔会展联盟成员场地举行商务活动,就可以获得众多好处。



从47个成员发展至今,在七年期间成员增长了453%。未来,首尔会展联盟将继续驱动首尔会展产业的成长,以及各种推广合作计划,致力于打造政府和私营企业之间的友好合作关系,以提升首尔会展竞争力。

新成员将与首尔观光公社在招标、吸引客源、举办国际会展活动,以及公关活动上

进行合作,包括:海外媒体/买家考察行程、海外杂志联合会展广告、网络营销、网路杂志和通讯发行等,以提升首尔的会展竞争力。此外,各种官方活动,如首尔会展联盟成员会议、商务会议、首尔会展联盟年会等还将持续举办,以促进成员间的联系。

特别的是,新成员在今年8月28日已经于COEX举行了首尔会展联盟咨询会,当中,介绍了首尔会展支持计划,以及首尔会议局最新推出的「首尔加」套餐指南,展示许多吸引全新活动的成功案例,以及如何提高成功的投标率。首尔观光公社预计将通过为首尔会议联盟成员提供赞助性咨询服务,推动区域经济发展,而这些会员将于今年及不久之后举办国际活动。

新成员来自不同行业,包括:五家酒店、

四家PCO、七家旅行社、两家交通供应商、两家服务供应商、三家娱乐供应商、两家购物旅游运营商,以及十五家独特场地。其中,酒店包括:首尔皇家酒店、世宗酒店、首尔Signiel、龙山雅高大使酒店、Tmark大酒店。

而十五家独特场地则包括:韩国国立国乐院、现代和当代艺术(MMCA)国家博物馆、南山谷韩屋村、首尔黄金酒店金观空中花园、首尔路7017、韩国石头艺术博物馆、复合型餐厅「SMT首尔」、以28个白色货柜组成的SJ Kunsthal文化空间、康莱德酒店Vertigo、七度空间、天空农场(全日新鲜厨房和韩国艺术美食),以及Marine Island、Hanam Pig梨泰院餐吧、Heritage by H等场地。

## Hotel

# 皇冠假日酒店品牌新概念:关注商旅体验

[刘霏芯—采访报道]

洲际酒店集团日前发布了旗下皇冠假日酒店及度假村一系列的品牌新概念,旨在为新时代的有志之士提供更好的商旅体验,让他们能够驾驭工作与生活的融合之道,具体包括包括新一代的酒店客房设计、早餐同步退房以及酒店全覆盖免费WiFi服务等。

作为皇冠假日酒店及度假村品牌全球焕新计划—皇冠假日的「摩登时代」的主要内容之一,全新的“WorkLife”客房以极具突破的新现代风格将引领酒店客房新风尚,成就高效商旅、升级入住体验。

设计著眼启动灵感、养精蓄锐和专业高

效三个层面,从灵活性、私密性及高效性满足商旅客人的不同需求。启动灵感层的设计灵巧而有趣,保证商旅客人的入住体验充满趣味和生活灵感;养精蓄锐层在满足宾客休闲放松的同时更具私密性,确保无论单人差旅还是双人差旅,都拥有较为私密的个人空间;此外,“WorkLife”客房还将高效性发挥至极,完美的功能分区合理利用每一寸空间,无论何时何地都能随时随地办公、休闲。

洲际酒店集团大中华区品牌管理及市场营销副总裁王蕾表示,「我们始终致力于为客人在差旅途中提供兼顾工作与生活需求的便利设施及服务。皇冠假日及

度假村敏锐洞察宾客所需,不同国家因地制宜,并追求设计与科技的完美融合。此次的品牌焕新,将确保我们始终走在引领新一代商旅趋势的前沿,特别是洲际酒店集团近两年聚焦于对商旅年轻化的千禧一代客层的需求,全面提升宾客喜爱度,推动酒店业绩增长,并提高业主投资回报。」

她进一步表示,现今科技与通讯的发展使得工作与生活的交织愈加紧密,商旅人士愈加希望在差旅中兼顾两者,以最佳状态面对挑战。皇冠假日陆续在旗下酒店推出了满足客人随时随地高效办公的「以电助力」项目、免费WiFi、早餐同步退房服

务,在会议方面持续推动提升会务管理效率的皇冠会务总监项目,从细节呵护宾客的需求,提升他们在商旅中的高效与便捷。

皇冠假日全新品牌推广活动「商旅成就事业,也能成就生活」已于2017年6月正式启动,借此机会希望将目标宾客从专注工作的「有志之士」转向懂得工作生活融合之道的「新时代有志之士」,推出新现代风格的设计理念是皇冠假日酒店及度假村在全球焕新旅程中的重要里程碑,也彰显品牌赋予商旅人性关怀的承诺。

## Hot Topic

# 成立CVB有利MICE市场发展

[钟韵—采访报道]

有人认为,中国作为国际MICE目的地的潜力仍待发挥,很重要的一个原因是CVB(Convention and Visitor Bureau,会议旅游局)的缺乏。而中国应该从国家层面设立这么一个机构吗?

ASAE美国社团管理协会中国代表童英认为,从国家层面设立CVB,有利于突出国内不同地区的特色和亮点,主动推广国家整体作为国际MICE目的地。在此之上,目的地成立自己的CVB,对其发展MICE市场也能提供非常好的帮助。

她指出,很多国际协会在选择大会目的地时,无论是哪一个国家,都会避开一线城

市,因为一线城市的生意已非常兴隆,对于各个客户的接待反而没那么上心。相反,二线城市为争取更多市场份额,从财务上也会提供更大的支援。比如近期一个大型协会会议落地美国,便选上了美国的「复兴城市」(Comeback city)底特律,因为当地CVB主动地去接触协会、推广底特律的全新形象和优势、充分考虑协会大会的需求并提供相应支援。

同理,中国的城市成立CVB,也有利于各地发展MICE市场。不过,在发展市场至于,自身的接待实力也需考虑;除了要有好的会展中心、酒店等硬体,具备足够组织能力和服务水平的人才也很重要。



ASAE美国社团管理协会中国代表童英

要成功拓展MICE市场,她认为,首先需成立目的地CVB,有专门的团队投入业务发展,敞开心胸、向国际市场主动进行营销推广;其次,要积极参与各类协会会议,接触协会内的决策者,了解不同协会的运作模式和需求;再次,完善包括语言能力、组织和接待能力等在内的软、硬体设施。

## Airlines

# 新加坡航空推出全新客舱

[张广文—新加坡采访报道]

11月2日,新加坡航空公司在新加坡举行全球发布活动。现场全新客舱产品亮相,覆盖了新航套房、商务舱、优选经济舱和经济舱,并将被率先配备于新加坡航空五架全新的A380客机上,于12月18日在新加坡—雪梨航线中正式启用。

新加坡航空公司首席执行官吴俊鹏(Goh Choon Phong)表示,全新客舱产品是新加坡航空公司广泛参考乘客回馈、历经四年研发的成果,不但耗资8.5亿美元、重新定义顶级航空旅游的标准,打造全服务航空行业标杆,也将以「空间个性化,体验不同」为主题,提供更宽敞和私密的空间,以及多个专属定制的贴心设计。

为了确保A380客机产品的一致性,全新客舱产品也将自2018年下半年陆续配备于现有的14架A380客机上,计划于2020年全面完工。

# 会聚长隆，“议”义非凡

Getting You Prepared for the success of your business



## 预订即享会议多重礼遇 Meeting Special Offers

- 免费客房升级 • 特色主题餐厅自助早餐 • 8折租赁多功能厅及设备 • 免费穿梭巴士往返酒店园区 • 8折畅游主题公园
- free hotel room upgrade • enjoy breakfast at our signature restaurants • 20% off rental for meeting room and audio-visual equipment
- free shuttle bus service between hotel and theme park • 20% off for theme park tickets

### 广州长隆 Chimelong Guangzhou



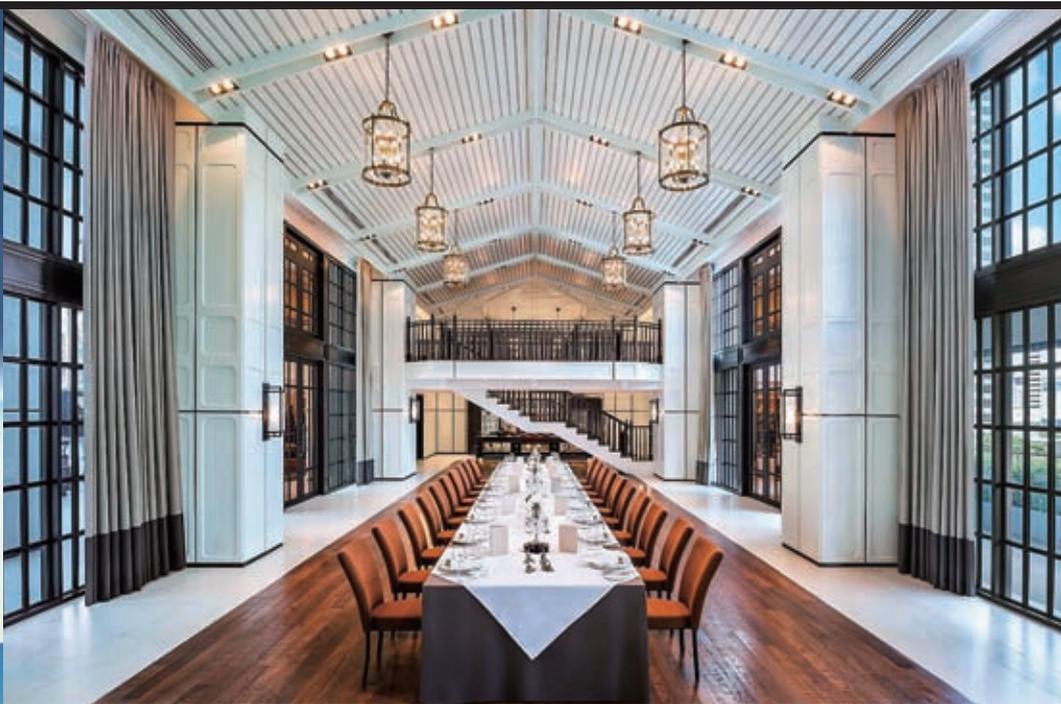
### 珠海长隆 Chimelong Zhuhai



广州长隆 中国广东省广州市番禺区番禺大道长隆旅游度假区内  
Chimelong Guangzhou: Chimelong Tourist Resort Area, Panyu Avenue,  
Panyu District, Guangzhou, P.R.China  
电话 Tel: 86-20-8478 6838

珠海长隆 中国广东省珠海市横琴新区富祥湾  
Chimelong Zhuhai: Fuxiang Bay, Hengqin New District, Zhuhai City,  
Guangdong, P.R.China  
电话 Tel: 86-756-299 8888

尽管经济前景不甚明朗，中国会议活动市场仍旧红红火火、方兴未艾，到底这其中存在那些现象与走势？永远看重成本的企业又有那些方法达成设定目标？什么样的机遇又吸引着新竞争者加入战局？



(提供·雅典)

# 探索会议活动服务的 7大发展要点

[张广文·钟韵—采访报道]



(提供·Oakwood)

## 1. 分享经济影响力扩大

就现况而言，嘉信力旅运会议与活动亚太区高级总监Michael Chiay表示，从分享经济所造成的影响来看，大型会议需求没有受到影响，但是小会确实有被影响，爱彼迎的普及，也使得预定房间更容易，要开会也更简单。未来方向还是往分享经济为发展主流，所有人只要会用好此平台，就能降低会议成本，而且拥有多样性的选择，也能享受更有弹性的场地，传统组织公司势将越来越不受宠，这对整个会议行业来说，将是一大促进，惟大型客户尚且用不到。

游迺咨询创始人李雷也提到，现今大型企业都很关注「关心责任」，所以即使爱彼迎很关注他们，大企业在未来几年仍然无法被爱彼迎吸引，因为安全考量、付款机制、缺乏发票等顾虑，但是分享经济知道自己要面对这些挑战，现在也启动了安全检查机制，推出证明系统，未来大企业还是有可能使用的。

## 2. 小型会议持续成长

在每年会议行业中，约有60~80%的会

议为小会，花费在5~10万人民币。对会展公司来说，管理小会或是中会，所要付出的成本差不多，但是两者产生的利润差很多。小会议往往在两个星期前才会开始找酒店预定场地，对酒店来说，是一大难题。虽然运营宁愿自己操作，但公司规定要交给协力厂商。

中青博联整合营销顾问股份有限公司副总裁张军也表示，现在会议的数量变多了，但是会议的规模变小了，如此一来，市场上更多商机了。

众所皆知，要维持竞争力，必须要拥抱互连网，透过系统性的持续沟通与配合，酒店才能脱颖而出，争取到生意。即使是小公司开小会议，会议也要高效运营，必须有系统的管理。而创新的举措，一直是企业所乐见的。每个人都要学会在行业中找寻新的需求，洞悉新的趋势，即使是同一个市场、同一地方，也能找到需求。

惟现在的情况是，要合规又要满足客人要求，这确实对旅行社是一个挑战。要用技术手段，同时，自己也要规范，自律需要落地，在客户、酒店、会展公司之间的连接要做到透明。其实，要合规还是要业绩很为难，不过张军呼吁，同行要自律。现在很现实的问题，就是须按常规来做，否则没办法活。小会至少也要两个星期的沟通与协调，还要应对想做出差异化的同行，很多会展公司干脆就不做了。而对想大范围发展的公司，往往就是选择走技术的道路，因为要满足大批B2B客户的系统，很难提供一个定制化的开发。一个系统往往会涵

盖所有的小型B客户，其实，小型的B客户类似C客户了，会因为喜欢就选了。

相较之下，大型企业诉求多，财务要求、政策要求、首席执行官要求等定制化的开发必须存在。如果要利润、要服务，又要预算三赢，就必须以技术模式创新才行。

未来，小会将长期存在，行业要聚焦于相互主动、学习配合，并要一起解决痛点。

## 3. 看好保健、直销、保险产业

今年乃至往后的机会，张军指出，就要看市场的变化。要仔细看哪些产业的会议数量增加了，例如，与一带一路相关的、与健康产业相关的，这些都是机会。2016年，《「健康中国2030」规划纲要》落地，把健康融入所有政策，医疗、中医、养生、养老都聚焦于保健，鼓励提前做好工作，而不是生病了才去看医生，同时，各地区政府都关注着新政策，整个产业都受到影响。从企业角度来看，医药合规对产业产生较大改变，但是医疗业未来的发展依然可观，尤其规范改变以后，很有机会展现双位数成长。

另一方面，直销行业也会增加，呈现几倍增长，直销执照也不断成长，目前已经从54家增至了87家，提供很多就业机会。这时候就会有大型会展的需求，对酒店来说，

这就是机会。5千人到3万人的会议，只要场地合适，就特别有吸引力。此外，保险行业也可以关注，今年保险产业成长幅度在30至50%之间。

整体来看，哪些行业增长快速，就是MICE需求最多的地方，更是需要被关注之处。不过，能源产业虽然很大，但是需求很少，还得不到太多关注。

## 4. 须重视最终用户的喜好

仲量联行印度公司亚太地区采购事务主管Pulak Bhaumik认为，除了要有清楚的公司政策，事前规划也很重要，而且要拥有一个合适的差旅经理。2017年的会议行业很乐观，成长稳定，数字都在增长。现在很多企业都将旅游的消费提升了25%，而且重视合规。值得注意的是，要记得最终用户的行为表现，以及他们所偏好的事物细节，使用同一个视窗和客户联系，才能有连续性，也不用从头到尾学习调整。

另外，很多政策都是有弹性的，即使需



大受欢迎的商业城市也是世界最具创新精神的城市之一。

迪拜是一座拥抱全新、先进商业模式的现代化城市。这一开放的环境不仅促进传统行业和新兴商业之间不断互相学习知识和专业技能，而且造就健全的投资。前往我们的官网 [dubaibusinessevents.cn](http://dubaibusinessevents.cn)，探索迪拜无限可能。

دبي

要应对,也可以根据政府随时调整。例如,印度的通货膨胀率约7-7.5%,远高于世界平均通货膨胀率4~4.5%,但远低于印尼的50%变化,如果通货膨胀率变化,要更正现有的政策,必须要与酒店供应商洽谈,沟通利润下滑,如果无法取得共识,就得找其他合适的酒店,一起找一个大家都能赚钱的方法。

## 5. 酒店价格仍是主要关键

游迺咨询创始人李雷指出,2017年酒店价格稳定,各大市场不断地有全新客房加入,有些品牌甚至每小时都在开全新酒店,上百家全新五星级酒店出现在市场中也不足为奇。供应商的增长,导致市场竞争激烈,不过,二三线城市的酒店数量不多,酒店拥有较大的话语权。

另一方面,越来越多企业会直接跟酒店签合同,接下来几年,专业会议组织商等中

间人的角色将越来越弱化。酒店其实也很喜欢直接跟客户谈价钱。目前很少企业会谈服务,多数人都是在乎价钱,只问价格不问服务好不好,是市场现状。价格比服务重要太多。

## 6. 重视服务的企业逐渐增加

惟随着市场透明度越来越高,少数企业开始转而聚焦于服务,这对行业来说是一件好事,酒店现在也应该发展多元化的产品,专注于增值服务,如交通配套、娱乐套餐、客房内的详细贵宾服务等,以因应未来越来越多重视服务的企业数量。

Pulak Bhaumik指出,事实上,酒店投资应趁现在。作为一名买家,重点放在:如何省成本。同时,要带给参与者舒适、轻松和弹性。其实,增值服务是企业决定要不要去的关键原因。如果到访者可以更加舒适、享受更多免费服务,那被选中的机会

也就越高。酒店可以考虑增设书店、瑜伽室,给予到访者多个空房,并且看顾参加者的伴侣与家属,让家属的安全受到重视。整体来看,关注四点最重要,也就是安全、舒适、轻松、合规。

另外,可以询问买家,一年预计要举行多少会议,如果他们愿意和供应商分享,就很有机会争取到这些会议。其实,会议后,没有人会理会合约了,这点需要注意。而在提供场地时,至少要花两小时展示给现场的到访者观看,这样才能明白地表达自己所能提供的服务与设施。

李雷表示,酒店行业应该注意两大重点,一是要加速行动,不要发出十页的繁琐合约,让客户看一堆法律条款,应该要快速调整,发放精简版的合约版本。另一方面,要理解到销售工作者的压力在不停加大,以前争取到一个大型团体,就可以高兴一个月,立刻达成目标,现在没有会议了,而且从市场趋势看,团体规模越来越小,销售工作者需要更积极,透过不同管道,如线上、MICE特定平台等,尤其目标如果还放在大型企业,更是不能等大会上

门,要随时保持敏捷,时时警惕自己。

## 独特空间、当地元素受青睐

其实,就市场上的会议而言,如果会议场地不在酒店内,客户是很喜爱的,因为在宴会厅永远是一样的感觉,很多企业对此模式已经感到无聊。很酷、很有设计感、很另类的场地,或是位处独特的景观,如湖边等,反而更受青睐。因此,酒店在设计会议场地时,应该要设计一些独特的空间,充满设计感或是展示前瞻性设计的场地都不错。即使面对客户不想在酒店内开会,酒店应该也可以灵活处理,提供员工、餐饮、服务,将整个团队带去特定场地为客户提供服务。

此外,住宿方面,酒店应该跟爱彼迎学习,学会如何将当地体验和酒店做结合,应关注改变,在客户体验中加入一些当地的元素。



另外,市场上也的确还看到几个明显现象,值得业者持续观察,包括:

- ✓ 增长较多的会议类型为**培训活动**。这显示世界的经济开始复苏,各地的企业又再度开始积极训练员工。
- ✓ 会议中纳入**高科技**。例如,会议管理软件、会议中运用手机应用程序、混合型会议科技、虚拟会议,以及社交媒体平台等。很多会议中都会透过手机应用程序和社交媒体刺激到访者参与度,并提供一个发言、讨论窗口。
- ✓ 企业倾向选择**中档酒店**。要举办会议的企业现在都偏向选择4至4.5星级的酒店,而不是五星级酒店举行,使得全球中端酒店需求增长。
- ✓ 同时,企业也聚焦于**星期一到五举办活动**,避开周末高峰常态。
- ✓ 就会议地点而言,大部分的会议都会在当地或本身国家举行,如果出国,则一般会选择大型交通**枢纽城市**,新加坡、香港、纽约、悉尼等,以方便全球参与者到访,并减少成本。
- ✓ 且越来越多企业现在针对搭乘同一个飞机的员工数量打造限制规定,宁愿多花些天数**分批**将员工送达开会地点,也不要将全部的员工都安排在同一架飞机上。

## Survey

### 32%企业拥有策略会议管理机制

根据近期一项覆盖超过20个行业类别、110家企业的调查(代表了超过30亿人民币年度旅游花费,80%的中国企业总部位于上海或北京,回应者多半职能为管理人员、会议和活动经理、采购人员、旅游经理),2017年会议和活动的主要驱动依序为:经济背景、监管和合规、整合会议支出、在营销组合中

增加的活动占比、可持续性、运用科技。相较于2016年,今年的会议和活动预算大部分企业都维持不变,在10%的幅度内增减。而预算增加10%以上的企业比减少预算10%以上的企业数量多6.4%。另一方面,前三名采购考虑要素,分别为:建立一个正式的规划流程、紧抓和分析会议与活

动花费,以及设计一个会议和活动采购策略和政策。此外,拥有一个策略会议管理机制,逐渐成为企业的目标,已经拥有策略会议管理机制的企业达到32%的比例。预计今年完成建立策略会议管理机制的企业,达到26%的比例。



## Cost Saving

# 技巧性下压会议成本

检视花费细节、提高与供应商的谈判筹码、进行季度业务回顾等,都是节省会议成本的好方法。

如何下压会议成本? Bondurant Consulting总裁Betsy Bondurant介绍,首先要知道钱的去处。集中管理所属组织的会议和活动花销可使所有会议和活动话费透明化,从而节省成本及降低风

险、维持稳定的会议品质及提高与供应商谈判的筹码。

会议经理人必须把握关键资料,包括:会议数量、每次会议的花费和所节省的成本、会议类型、最常使用或支出最多的酒店及其他供应商信息。

其次应研究**采购策略**,包括推出首选酒店(Preferred Hotels)计划,利用重复预定、

无竞争等条件积极争取房价下降、客房升级、免费项目或增值优惠。

再次,应记录**成本节省空间**:针对酒店,住宿方面包括房价、免费上网、免费使用健身房、免费早餐、免费房晚等,视听方面包括免费使用设备或设备租赁折扣,餐饮方面包括价格优惠或附赠饮品,交通则包括免费VIP接驳。

接着是**需求管理和提高效率**。会议经理人必须了解每次开会的目的,决定是否可减少面对面开会的次数,或者利用电话、视频、区域性会议作为会议的替代方案;增加会议的科技含量、重复使用供应商、

完善会议策划流程等则有助提高开会效益。

最后,要记得做**季度业务评估**(Quarterly Business Reviews, QBR),包括检视会议量和花费细节、对未来业务和趋势进行预测等。

再者,商务卡除了在差旅广泛受到使用外,凭其所提供的便利性和透明性,商务卡在会议活动方面体现的优势也逐渐受到企业认可。

一家美资生物制药公司的商旅经理分享到,该公司2007年就开始使用商务卡;一开始,其使用逐步落实在差旅机票和酒店

之预定，随后公司政策明定不使用商务卡便无法报销，故商务卡得到普及。但在差旅之外，商务卡在MICE方面体现的优势更为明显。

她介绍，该公司从2009年开始将商务卡应用于小型会议(Symposium)——这些会议虽然规模不大，但仍包含场地设计、地面交通、餐饮和少量的住宿——此后，小型会议的花费越来越多地转向商务卡。

这有很多好处。首先是节省PCO的服务费，因为只要请PCO代为预定，对方便会以银行利息为由收取服务费；其次，服务费

虽然并不是一笔特别大的金额，但至少商务卡能解决消费透明度的问题，因为得益于科技，使用信用卡进行的所有消费在何时、何地、哪一台POS机所刷，乃至POS机由哪一家商户注册都可以轻易查出。而该公司的报销系统供应商也正在开发产品，使未来所有消费在进入系统时便直接显示商户名称；未来任何消费异常情况都会迅速抓取财务的注意。目前该公司已开始「建议」员工，只要非过于复杂的会议，都应尽量使用商务卡，减少PCO使用量，如此报销流程也会相对简单。



## Biz Opportunity

# 釜山挖掘中国协会会议市场商机

[钟韵一采访报道]

受到局势影响，今年釜山的奖励旅游市场不若以往，但因此发现到中国会议市场潜力相当大；今年釜山已开始接触这块市场，未来并将逐步加强发展力度，为迎接中国协会主办的国际会议做准备。

韩国釜山是韩国最大的港口城市、第二大城市和经济重镇，同时，据UIA报告，釜山是亚洲第五、全球第十大国际会议目的地。此外，釜山是一座庆典城市，全年不

断的节庆活动包括釜山电影节、釜山烟花节、亚洲文化节等，而作为海洋城市，釜山还拥有丰富的海洋活动。

釜山与首尔、济州之间，既有共同点，同时又存在竞争关系。与首尔一致的是，釜山有大型百货商场、免税店、奥莱等，是购物天堂；和济州相同的，则是它有非常好的自然风光。这些优势足以使其以独立目的地立足，并且以连线目的地吸引到访韩国其他目的地的游客去釜山体验不一样的自

然和文化面貌。

在MICE市场里，釜山于会议领域对欧美协会的吸引力较大，在中国则一直主力发展奖励旅游。然而今年由于两国关系紧张，直至九月份，釜山一个中国奖励旅游团都没有接待到。所幸，釜山会议局副局长Yi Kyung Hong指出，



(摄影：钟韵一)

釜山并未如济州般依赖中国市场，因此打击并不是那么大，釜山的市场发展力量在此情况下正主要投向欧美市场；但随着紧张局面持续，釜山感受到的市场影响也逐渐上升。

接下来，在中国的MICE市场中，除了期待奖励旅游市场回复，釜山还将开始探索协会市场的机会。Yi Kyung Hong说道，随着中国改变了关于协会的相关政策、促进协会自行发展，釜山也已开始为迎接中国协会主办的国际会议做准备。Yi Kyung Hong说道，中国的协会数量非常多，会议市场潜力相当大；今年釜山刚刚开始接触这块市场，未来并将逐步加强发展力度。

## 上海环球港凯悦酒店

婚宴与欢聚殿堂 会议与派对地标

上海环球港凯悦酒店位于上海苏州河畔充满活力、四通八达的商务与交通枢纽，是沪上令人向往的欢聚、会务、饕餮之地，适合举办各种商务会议、时尚派对、梦幻婚礼。酒店拥有超过2600平方米的绚烂室内与露天活动与会议场所；既壮观气派，又精致灵活；为客人构筑充满创意、和谐、喜庆的动人时刻。

位于酒店7层的凯悦大宴会厅为客人提供900平方米的无柱空间，是各种创意活动的理想举办场所。凯悦大宴会厅的一大独特之处就是可以与前厅融为一体，从而扩大至1500平方米，最多能够容纳1000名客人。大宴会厅的前厅通向屋顶花园，这里花草修剪精致，适合举办小型的露天鸡尾酒派对或分组会议。

大宴会厅层高6.8米，一盏盏金碧辉煌、珠宝宝气、层层环绕的水晶大吊灯瀑布般倾泻而下，宛如富丽堂皇的华盖，为各种充满灵感的活动渲染出宏大的气势。值得一提的是，大宴会厅一侧的观景窗台把充沛的自然光引入室内。整个空间可以分割成三个各自独立的单元，适合规模稍小或更加私密的活动。大宴会厅进出便捷，直通停车场；也可以从商场搭乘电梯直达。

上海环球港凯悦酒店承办的活动与会议，以个性策划、缜密细节、新颖风格著称。酒店敬业高效的会务专家和充满创意的餐饮团队，为活动组织者与客户提供一站式服务，随时待命提供协助，确保每个细节的落实。



悦相遇  
悦心动

总有不期而遇的际遇  
直达心灵的体验

咨询及预订: inquiry.shapr@hyatt.com  
上海环球港凯悦酒店  
中国上海市普陀区宁夏路718号  
+86 21 6215 1234  
shanghai.globalharbor.regency.hyatt.com

Advertorial

# MICE SHOW-ITCMA



## IT&CMA·CTW Asia-Pacific 巩固首屈一指展会地位 MICE产业归属成热点话题



IT&CMA及CTW Asia-Pacific今年已堂堂分别迈入25及20周年,双双以全球标准为基准,与行业一道向前推进,并见证亚太MICE产业发展的里程碑。由于迅猛发展,MICE产业究竟应被归于旅游业、知识经济抑或创意产业,今年在会中引起广泛讨论。虽然长久以来都没有定论,但不少业者认为,MICE市场因其横向特性,真正需要的是跨部门的合作;锁在旅游部门这样的直线性平台时,很难发挥它应有的价值。

[钟韵—曼谷采访报道]

第25届亚洲奖励旅游及会议展 (IT&CMA) 暨第20届亚太国际商旅大会 (CTW Asia-Pacific) 日前于泰国曼谷开幕。本届「周年纪念版」展会从会议与培训、展前和展后考察乃至娱乐活动,涵盖了一系列令人难忘的亮点。为期三天的大会期间,超过100场的商务会议、交流机会和培训课程共迎来超过2,900名代表参与,进一步巩固其作为亚太地区领先MICE和商旅管理大会的地位。

TTG亚洲媒体有限公司董事总经理黄汉明(Darren Ng)介绍,本届展会除持续吸引大量亚太地区CVB参展,也得到了酒店和邮轮业的强力支持;许多参展商在搭建展台之外,更利用协会日(Association day)的机会进行目的地推介。同时,赞助活动和独家品牌活动也更加热门,社交活动更是延续到了展会之外。

包括主旨演讲、东盟MICE会议、协会日的各个论坛、篝火知识会、商旅论坛等在内的超过20场教育活动依旧是IT&CMA和CTW Asia-Pacific重中之重的内容,来



↑TTG亚洲媒体有限公司董事总经理黄汉明(右)、泰国会议展览局局长Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya(左)。

自政府机构、学术界、行业专家和协会的50多位行业领袖,分享经验并传授知识,助参会者持续与全球标准接轨。

黄汉明强调,「我们在意识到亚太地区MICE和企业旅游市场缺乏专业化时,启动了这一系列的活动;自IT&CMA于1993年、CTW Asia-Pacific于1998年启动至今,我们以全球标准为基准与行业一道向前推进,并以客户对我们的信任和承诺为亚太地区下了有竞争力的定位。与参会代表们

共同见证这一里程碑,我们深感荣幸和感激。」

泰国会议展览局(TCEB)局长Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya说道,TCEB在过去16年与TTG Asia建立了良好的合作关系,并一同将IT&CMA和CTW Asia-Pacific培植成了亚太地区不可错过的MICE旗舰展会。今年,TCEB再次为展会提供了重要附加值,其中包括为来自超过50个国家和地区的550位潜在买家提供参会和商务对接的协助服务、在展会的泰国展台中聚集了63家积极与参会者交流的泰国展商、组织一场令人经验的开幕晚会、带领游客探索全新体验的会前和会后考察行程等等。

他表示,「过去十年,IT&CMA通过为当地供应商创造机会、延伸TCEB推广活动的触角及让访客在考察活动中亲身体会泰国产品,使泰国吸引到的MICE访客、活动和兴趣不断翻番。IT&CMA和CTW Asia-Pacific对于展现泰国的潜力,是为一股关键力量。」

### Buyer's Talk

听到更多元的声音

中国电子商会  
副秘书长乔雨



今年是我们第二次来曼谷参加IT&CMA展会,主要是为了看更多未来组织会展能运用到的资源,比如酒店、目的地会展局等。总体而言,展会感觉很好,尤其今年我参加了很多协会日的论坛活动,非常有用。

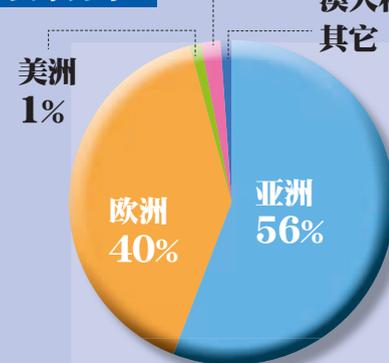
中国的协会和其他国家的协会市场状态不太一样,所以确实有些内容很难应用于中国市场,不过今年也可以看到一些中国的演讲嘉宾进行分享,听到更多元的声音其实也是好的。

就本次展会的供应商而言,我们还是希望看到更多目的地CVB,因为我们的资料库里已经存有大量的DMC等资源。CVB可以让我们在组织会议活动时多一些灵感、激发更多的创意。

## IT&CMA 2017

展区面积	6,000平方米
展商数量	807个展商,分别来自299个国家地区
新参展目的地旅游局	澳门、泰国兰纳、大阪、珀斯、韩国水原市
新参展企业	Bangkok Marriott Marquis Queen's Park, Buy The Sea, Dream Cruises & Star Cruises, Frasers Hospitality, Pan Pacific Hotel Group, PIGS DMC, Pullman Putrajaya Lakeside, Silversea Cruises
买家数量	来自超过50个国家和地区的550位潜在买家
新买家	分别来自巴西、丹麦、埃及、日本、墨西哥、摩纳哥、秘鲁、罗马尼亚

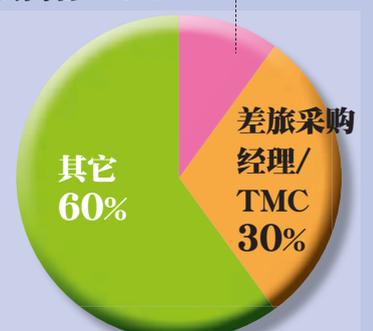
### 买家分布



澳大利亚 2%  
其它 1%



协会高管 10%



## Position

# MICE是否更接近知识经济?

从主旨演讲到分论坛, 强调「MICE不应被归于旅游产业来管理和发展」, 是本次大会不断出现的主题, 各地政府如新加坡和迪拜一般予MICE产业更直接、更大力的发展支持, 也不断被呼籲。

## YES

有人以较温和的态度看待MICE的归类。ICCA亚太区主席叶泰民(Jason Yeh)在开幕式中即说道, MICE产业究竟应被归于旅游业、知识经济抑或创意产业, 长久以来都没有定论。单从业者多数是服务供应商的身份来判断, 旁观者很容易认为MICE只是旅游业的一种。但分析MICE活动成果的价值, 它又与知识经济比较接近。

- 不过, 无论归入哪种产业, MICE都对城市经济发展有助益。在吸引活动落户的共同目标之下, 也已经有许多城市结盟进行不同程度的合作。由阿布扎比、德班、伦敦、三藩市、首尔和多伦多发起的Future Convention Cities Initiative (FCCI) 是很成功的例子, 由布鲁塞尔、迪拜、新加坡和华盛顿特区所组成的Global Association Hubs Partnership (GAHP) 则是在帮助国际协会发展会员和知识的同时, 协力把大型协会会议吸引到这四个目的地。另外, 维也纳和巴赛隆纳、西雅图和奥斯丁, 也从城市层面进行MICE推广合作。所以, 在目的地竞争越演越烈的国际形势中, 所有CVB都可以考虑看看, 是否有其他合适的城市伙伴可以携手合作。
  - 其次, 除竞标然后等3到4年才承办活动之外, 城市其实也可以创造自己的活动, 强化自身MICE定位的同时, 也更快带来生意。比如台湾高雄去年就打造了国际海港论坛, 有25座城市的代表参与。
  - 最后, 会议活动除了当下带来经济影响, 更会留下助力城市未来发展的遗产。比如去年台北的一场活动不仅开启了当地的自行车共用市场, 还为台湾的高端自行车制造产业带来了发展动力。
- 总结下来, 柳丁或苹果都有丰富的维生素, 对健康有益; MICE也是这样。无论如何归类, 它对目的地的发展都是有好处的, 因此值得深耕。



↑The Iceberg on behalf of The Joint Meetings Industry Council (JMJC) James Latham (左2)、ICCA 亚太区主席叶泰民(左1)。

## NO

然而, 激进一点的看法似乎才是这次大会的主流。有人甚至认为, MICE产业发现自己的源头是旅游业, 且去哪都被归到旅游堆里, 是「很不幸的事情」, 因为旅游业是直线的, 但商务活动可以横向地、策略性地分别推动中央政府所认为有价值的所有产业发展。

其论点是, 在政府管理体系中, 当MICE被归于旅游业时, 任何活动要从其他部门寻求资源都会被当成皮球踢回旅游部。但MICE领域做得好且真正善用它所带来的机遇者, 是完全理解它应由政府直接主导的那些国家, 比如CVB直接向总理汇报的泰国。

## WHY

首先, 种种资料和趋势都显示, 制造业的就业机会正在一步步萎缩, 各国政府也开始意识到拓展知识和创意经济的必要性, 而知识和创意岗位需要受过良好教育的劳动人口来填充。所以如果不引进知识和创意、提升劳动力水平, 这个国家很快就会在国际竞争中落后, 并面临高失业人口的压力。

其次, 在强调终身学习的当前社会中, 协会一方面是职业进修的主要驱动力和供应源, 另一方面, 协会在壮大的同时, 其他经济领域也会跟着成长, 比如有更多的专业人士、发展全球范围的贸易和知识交流网路、建立本土的科研社群等等。随着越来越多国家开始认清眼前的现实并进行投资, 目的地之间的协会会议落地之争将会直线上升。

## SO

The Iceberg on behalf of The Joint Meetings Industry Council (JMJC) James Latham说道, MICE活动确实能为旅游市场带来直接且明显的效益。但MICE市场因其横向特性, 真正需要的是跨部门的合作; 锁在旅游部门这样的直线性平台时, 很难发挥它应有的价值。

随着知识经济崛起, 15年后, 人类社会当前40%的工作都会消失不见; 要维持一个可持续发展的社会, 政府真的要开始思索如何替换这些将不复存在的工作、如何利用商务活动产业来刺激经济增长、吸引投资以及能帮助国家在知识和创意社会中提升竞争力的恰当的人才。

而在找到自己的优势和发展潜力在哪(比如数字科技、先进医疗或精密制造业)之后, 政府可以在竞标活动时往那个方向发力, 或者在那快领域加强基础设施建设, 提升自己对这些活动的吸引力。

不过Gaining Edge高级合伙人Mike

Williams比较担心的是, 亚洲的会议市场虽正迅速扩张成为仅次于北美的第二大市场规模, 然其营销动力和执行力的成熟度以及协会市场的发展仍落后于欧洲, 因此ICCA, PCMA, ASAE等协会进入填补这处落差、协助亚洲协会成长并与全球相关社群建立联系的需要, 非常迫切。

然而由于多数国家的MICE产业根植于旅游产业, 而政府旅游部门无法理解「协会」和他们有什么关系, 因此这种发展思路其实很难在现实中落实。

另一方面, 这些「外来」的协会想进入亚洲市场, 也必须了解到西方有西方的做事方式, 亚洲有亚洲的; 而在亚洲, 泰国、中国、韩国乃至各国的协会形成、目标和行事方式也各不相同。因此从根扎起, 让协会在新的市场上有机的成长, 会比当前多数国际协会在新市场上偶尔办个论坛或培训会这种方法, 要有效得多。

15年后,  
人类社会当前40%的工作  
都会消失不见



## 武汉汉南绿地铂瑞酒店 11月24日盛大开幕

### 下榻·心灵驻足

每一扇窗外都是风景, 每一刻都让心灵驻足。酒店308间欧式风格客房及套房, 处处洋溢着典雅的贵族气息, 与美轮美奂的小镇风情相得益彰, 为您带来卓尔不凡的下榻体验。

### 赏味·流连忘返

品甄选美食, 享轻松慢生活。酒店餐饮服务融汇了中西方特色美食, 提供自助、零点及专属服务, 为您的用餐与小憩带来多样化选择。无论是地道的东方美馔, 还是精致的西方料理, 当味蕾与诱人的美食邂逅, 定会令您流连忘返。

### 悠享·无限惬意

释放身心活力, 回归生活本真。酒店室内外休闲娱乐设施应有尽有, 您和您的家人朋友可尽情沉醉于宜人的氛围中, 感受心灵的极致放松。除此, 您还可漫步欧镇, 享受更多精彩与欢乐。

### 幸会·弥足珍贵

时光弥足珍贵, 幸而有缘相会。酒店会议场地总面积逾2000平方米, 配备高科技会议设施, 为各类会务活动或婚宴提供开阔、灵活多变的空间。我们专职的宴会及会议服务团队将悉心为您打理每一个细节, 确保每一次活动都能超越您的期望。

### 叩响·时光之门

酒店优越绿地城欧洲风情小镇中心。地理位置得天独厚, 四通八达的交通网络, 方便您轻松出行。

此刻, 请跟“铂瑞”一起叩响时光之门, 开启魅力江城之旅吧!



武汉汉南绿地铂瑞酒店微信公众号



武汉汉南绿地铂瑞酒店微博公众号

武汉汉南绿地铂瑞酒店  
湖北省武汉市汉南区东荆街太白路99号 邮编: 430090  
邮箱: rsvn.whnn@primushotels.com  
总机: +86 27 6308 8888 传真: +86 27 6308 8889

“多数国家的MICE产业根植于旅游产业, 而政府旅游部门无法理解「协会」和他们有什么关系。MICE领域做得好且真正善用它所带来的机遇者, 是完全理解它应由政府直接主导的那些国家, 比如CVB直接向总理汇报的泰国。”

## Paris

[刘霏蕊—采访报道]

# 没有丽都，就没有巴黎的夜生活

在巴黎极具历史和知名度的巴黎丽都秀，自2015年全新升级翻新场地和内容后，也开始向中国市场推广真正地道巴黎夜生活体验，特别面向越来越多选择自由行的中国高端客人，除了丽都秀网页已有完整中文版介绍和预订途径外，亦设置中国市场经理专门面向中国市场推广景点巴黎高端旅游体验项目；业主公司除了极具盛名的巴黎丽都秀外，还有塞纳河游船晚宴和艾菲尔铁塔观景楼层晚餐，都可以按照客人想法定制安排。

巴黎丽都秀场位于香榭丽舍大街，拥有近70年的历史。克莱里科(Clerico)兄弟于1946年买下位于香榭丽舍大街的巴黎丽都夜总会。丽都经过改建和豪华装潢，所有演艺节目品质大大提升，也更加奠定其在巴黎人夜生活的地位。丽都秀首开餐饮与观赏节目相结合的娱乐模式，后来在全球广为仿效复制。此外，丽都秀更是全球首创冰上舞池、游泳池、溜冰场及瀑布喷泉等水景效果、直升机在演艺大厅内飞行

等，都是当时闻所未闻的创举。

这里名副其实是全球最漂亮的演艺大厅之一，即使是当今也只有拉斯维加斯的少数夜总会可以在观众人数上与之媲美。大厅的一部分下沉了80厘米，以便所有观众均能看到舞台。一个储有80吨水的游泳池、一个滑冰场、每次表演最多使用6万升水的若干喷水柱，这些都是丽都的创意。

歌舞演艺史上的著名团体蓝铃女孩(Bluebell Girls) 1948年诞生于丽都。1959年，蓝铃女孩就已骑在小马驹上大放异彩。50年代末原计划在拉斯维加斯演出6个月，因为空前绝后的反响一直将演出协议延续了32年。

### 投巨资升级表演厅设备

2014年12月丽都歇业数月，耗资2,500万欧元升级表演厅设备、器材、灯光和门面并重新设计演出内容，而距离上次推出新节目，已有11年之久。2015年4月，开始最新一轮的演出，由舞台表演专家德拉贡(Franco Dragone)的公司设计，其曾为美国太阳剧团(Cirque du Soleil)导演多场演出。

在场地方面，也全新装修2,000平方米全景舞台，加上300个投影灯，方便观众欣赏节目；舞台上5米高的枝形吊灯上悬挂着40,000个亮珠，全场设计超过200万颗水晶，体现巴黎贵族奢华。

### 技艺、创意均耳目一新

让观众印象深刻的不仅在于形式，还在于各种技艺，现在上演的巴黎丽都秀大量采用Franco Dragone的新创意，一个个节目让观众耳目一新，比如吞下佩剑的女演员、街舞者、特别技艺的天鹅舞群演出等，



演员全数600套精美服装、250双鞋、200顶帽子和原创头饰等均由年轻的天才设计师Nicolas Vaudelet负责制作(其与Jean-Paul Gaultier和Christian Lacroix合作)，舞团服装配件更使用超过200公斤羽毛，演员视觉效果极具丰富。

所有工作人员均著新制服，由Lenôtre供应精选菜单，现场乐手和45人大型乐队在晚间演出第一场次前，即开启精彩纷呈的晚间娱乐秀。

### 受到本地人认可的夜生活

巴黎丽都大中华地区市场销售经理焦曷鑫向记者介绍，没有「丽都」就没有巴黎的夜生活，这说法一点都不夸张。巴黎丽都在法国人的心里更代表一种精神，一种巴黎人的精致和不朽的羽毛装饰的传统。喜爱舞台表演的客人，到巴黎不应错过各有千秋的三大秀，除了巴黎丽都外，还有疯马(Crazy Horse)、红磨坊(Moulin Rouge)。但巴黎丽都秀实际是法国本地人非常认可的夜生活演出，一直以来超过50%的观众都是法国本地人，甚至有很多法国人会选生日庆生、结婚周年庆祝等，到巴黎丽都晚餐和观赏演出。

他表示，现在演出的巴黎丽都秀呈现出淘气巴黎风貌，并加入巴黎常见的艺术风格，也同时展现巴黎丽都的历史，制作团队从丽都精神和巴黎美妙夜晚中汲取灵感，融合现代元素，顺应科技潮流，加入特效、可移动的LED萤幕、运用新型布景，盼吸引年轻观众，特别是现在演出导演的名气，实际上不需要太多著墨，对已有多次出境游经验的中国游客来说，已是一大卖点。

此外，现在越来越多中国游客选择到巴黎自由行，甚至赶上每年的巴黎打折购物季，这也是巴黎丽都秀进入中国市场的最佳机会，因为演出票价相对高，加上用餐及观赏演出，大约在150-280欧元，但也可以选择安排晚间塞纳河游船晚餐后再到巴黎丽都观赏演出。

丽都全年营业365天，每晚两场，单人票价自100欧元起跳，巴黎丽都秀公司旗下的旅游项目也可安排不同组合、按照不同团体预订给予定制化服务和一定优惠。对中国游客来说，游船晚宴加上丽都秀的安排相对丰富，真正体验巴黎夜生活文化，无论与旅行社或线上旅游业者合作，都会是巴黎旅游相当好的体现项目。



## France

[张广文—采访报道]

# 法式体验型产品适合想尝鲜的中国游客

法国近年新增了多项全新产品，尤其聚焦于体验型产品，覆盖范围包括：滑雪课程、游船、驾船、百货公司、奥特莱斯等，期待借由更多元的活动，吸引更多中国游客前往体验。

从体验来看，滑雪学校S.N.M.S.F.公共关系委员会主席兼市场拓展委员会主席Dominique Galletti介绍到，法国滑雪学校秉持安全与技巧两大基本理念，从三岁到成年、从个人到企业团体皆有服务，在法

国250家高山滑雪场，共有17,000个教练，每年培训250万名学生。近期开始与Club Med合作，分派教练前往亚布力和北大壶三个月学习中文。

接下来，滑雪学校将积极向中国客人招手，并抓住冬奥会的机运，让更多中国游客了解到法国学习滑雪的高性价比体验，同时，普及滑雪是一种运动、需要教练指导后才能真正享受的观念。目前中国游客大多以体验雪为主，选择三小时的短期课程。



法国滑雪学校

DANIEL  
白金会员

CAROLINE  
白金会员

“精明的会议策划者深谙  
选择之道”

在雅高酒店举行  
您的下次会议  
即有机会获得 **10,000**点  
奖励积分\*

更有会员专属礼遇供您选择

LE CLUB ACCOR  
HOTELS  
MEETING PLANNER

立即加入

Le Club AccorHotels 雅高乐雅会  
Meeting Planner 会议策划者计划  
[accorhotels.com/powerofchoice](http://accorhotels.com/powerofchoice)

SOFITEL  
LEGEND  
索菲特传奇

SOFITEL  
索菲特

M  
GALLERY  
美憬阁

PULLMAN  
铂尔曼

GRAND MERCURE  
美爵

THE  
SEBEL  
诗铂

NOVOTEL  
诺富特

Mercure  
美居

ibis  
宜必思

ibis  
STYLES  
宜必思尚品

如  
七

\*此项奖励积分回馈活动适用于在2017年12月31日前预订，且于2018年6月30日之前举办的活动，并受相关条款约束。请前往[accorhotels.com/powerofchoice](http://accorhotels.com/powerofchoice)了解活动详细规则。



在

# 澳门

## 举办会议活动的 8大理由

**澳**门会展业发展迅速，会展软硬件配套设施正在不断完善，会展场地配套、人员的专业化程度日益提高，目前拥有超过19万平方米的会展场地，3万7千间酒店客房，办会办展和接待能力已达到国际级水平。同时，澳门的会展数目、规模、层次和本地业界团队等也不断提升和成长，多个大型会展场地相继落成，近年在澳门举办之会展活动及相关参与度均呈量到质的转变。

为了让各参会者带来新体验及注入新元素，国际会展组织者每年都寻找新的目的地举办会展活动，澳门正为他们提供一个新选择。澳门过去几年成功吸引多项会议及展览在澳举行，尤其在大型会议方面，不少还重复在澳举行，原因是在亚洲地区可同时容纳成千上万人的场地不多，而澳门正满足了这方面的需要，例如：第十一届世界华人保险大会暨2016国际龙奖IDA年会(7,000人)、第三十九届亚太牙医联盟大会(2,500人)、以及一系列成千上万人的知名企业会议等。

## 会展优势，尽在澳门

澳门会展业发展具有一系列的优势，也有多方面的支持和鼓励措施，以协助海内外的广大客商拓展商机。

### ● 便利的会展环境

澳门拥有亚洲最大的会展场地及设施，可以满足不同类型活动的需要，包括能同时容纳成千上万人的会展场地及酒店、寰球美食、免税购物、多元化的娱乐设施、中西合璧的世遗古迹等一应俱全，彼此近在咫尺，满足会展活动的每一项需要，为活动主办单位提供一个

便利的环境，如：不用担心天气问题，更不用把团队分散到不同酒店入住，省回更多的交通时间及成本。参会者在完成一整天的会议后，可在澳门享受多种娱乐选择，包括免税购物、美食、表演(如水舞间等)、参观世遗景点(共20多座历史建筑)等，满足不同需要。



## ● 节省交通时间及成本

澳门面积约30平方公里，无论到那里最多都是20分钟的车程(如：由澳门国际机场到主要的会展场地只需约10分钟的车程)，为会展团队省却更多的交通时间及成本，以安排更多精彩节目。

## ● 优越的地理位置

澳门位处大珠三角地区,具有自由港、单独关税区、简单低税率制度等优势，并透过「一中心一平台」(世界旅游休闲中心、中国与葡语国家商贸合作服务平台)的发展定位，积极推动会展业的发展。

## ● 美食之都

联合国教科文组织 (UNESCO) 最近把澳门评为「创意城市美食之都」，成为全球18个美食之都的其中一员。在澳门，会展团队每天都可品尝不同的美食佳肴，包括出色的葡萄牙菜、中菜、澳门特色的街头小食等。在只有30平方公里的澳门共有19间米其林餐厅，是一非常惊人的数目。

## ● 中西合璧的文化

澳门文化底蕴、旅游资源丰富，成为发展会展业独有的优势。澳门在四百多年前就成为中国与西方国

家的商贸中心，四百多年来，华洋共处，东西文化交流融汇，创造出独特的美食、节日、建筑及生活方式，是一个真正中西合璧的城市。澳门于2005年获列入世界文化遗产名录，澳门历史城区是中国境内现存最古老、规模最大、保存最完整和最集中的东西方风格共存建筑群。

## ● 安全的城市

澳门是全球安全城市之一，犯罪率及受恐怖主义威胁的级别也较低，让会展组织者和与会者安心。

## ● 多国开放免签

澳门特区政府为多国提供免签证入境待遇，全球约80个国家及地区的国民无须申领签证，便可在澳逗留7至180天。

## ● 澳门政府提供的多项扶助计划

澳门贸易投资促进局提供「会展竞投及支援一站式服务」，为活动主办单位提供免费咨询及支持，制定完整的活动方案，服务范围包括按照主办单位的要求和预算提供酒店住宿数据、协助寻找特色景点举办活动、在各出入境口岸设立特快专用入境柜台，以及為在澳舉辦的會展活動提供財務支持。



# MACAO

澳门  
总面积  
**30平方  
公里**

**30亿人**  
在距离澳门  
5小时  
飞行圈内

超过  
**3千万**  
游客每年  
到访澳门

超过  
**190,000**  
平方米  
会议及  
展览空间

超过  
**37,000**  
间酒店客房

**19间**  
米其林  
餐厅

距离  
香港国际机场  
**1小时**

距离  
中国大陆  
**1公里**

超过  
**75个**  
国家  
享有  
免签入境

**25个**  
联合国  
教科文组织  
澳门文化遗址

## 澳门贸易投资促进局

详情可浏览  
[www.ipim.gov.mo](http://www.ipim.gov.mo)

电话  
+853 87989292

电邮  
[mice-onestop@ipim.gov.mo](mailto:mice-onestop@ipim.gov.mo)

欧西塔尼亚/南部-比利牛斯大区旅游委员会商务推广经理Nicole Pradines则推荐体验开船,最近全新的体验是提供船舶让游客租借,自行开船,此项产品不需要驾照,而且船上有四间客房,还有厨房,非常适合想要尝鲜的中国游客。

另外,巴黎塞纳河游船Bateaux Mouches总经理德尔菲娜·贝尔图(Delphine Berthou)指出,除了在中国市场启动微信营销,为了配合中国游客吃晚餐的时间习惯,其也专门推出一款晚上六点的晚餐游船产品,四艘设有顶层露天甲板并可容纳50-150人的船舶,将为游览巴黎的中国游客带来另一番体验。游船全程1小时10分钟,还有现场配乐,尤其适合想要浪漫求婚的情侣,或是到访巴黎渡蜜月的准新人。

## 提升购物服务

除了强化体验,法国在购物服务的优化上也是不遗余力。巴黎老佛爷亚洲市场及商务旅游推广总监Delphine Komorowski表示,从2017年1月8日开始,老佛爷成为法国第一家所有星期天都照常开门营业的百货公司。中国游客即使是过年期间到访,也一样可以享受购物体



↑巴黎老佛爷百货公司

验。

另一方面,为了更好的接待团队客人,由主馆、男装馆及家居馆组成的巴黎老佛爷,于2017年3月推出全新的一个馆,新馆空间达2,500平方米,共有四个分割隔音的接待区,同时,集合了众多中国游客喜爱的中端品牌。特别的是,新馆还推出全新的药妆店,集合中国游客偏好的美白、保湿、美容产品,以及深受中国市场欢迎的品牌,让中国游客一站购尽,买完直接可以退税。

巴黎老佛爷亚洲市场推广经理贺颖超补充到,为了改善接待质量,巴黎老佛爷大大提升了本身的退税能力,现在共有24个人工退税窗口,以及14个智能退税窗口。另外,中国游客现在也可以透过手机应用程序或是微信直接预定产品,到了现场用二

维码提货,就可以直接前往退税,过程非常方便。

此外,巴黎老佛爷的免费VR系统越来越受到中国家庭游客的青睐,通过手机即可欣赏不一样的百货景色,还可以寻找小熊、看雪景,尤其适合小朋友。

亚瑟格兰名品奥特莱斯中国市场开发总监张惠玉说明到,位于普罗旺斯的亚瑟格兰名品奥特莱斯于5月开业,设有120家品牌、七家餐厅和咖啡馆、一个儿童游乐场,同时,春天百货也进驻于此。未来,亚瑟格兰名品奥特莱斯还计划推出多家商店累积消费金额共同退税的方案。

## 提升酒店服务

再者,法国多个酒店品牌正加大力度打造全新项目,不但积极提升当地接待能力,更是聚焦于吸引中国游客到访,以及在中国市场增加知名度。全新酒店包括:全球精选、索菲特、Nomad等品牌项目。

雅诗阁有限公司国际市场销售经理赵博介绍到,去年四月推出全球精选品牌,这一新品牌都位于城市中最好的位置,并且是雅诗阁最奢华的代表,全球目前仅三家。2018年年初,全新的全球精选品牌酒店将于巴黎香榭丽舍大街开幕,成为巴黎

第三家全球精选品牌项目。

索菲特、铂尔曼、美憬阁奢侈及高端品牌商业拓展高级经理Cristina Sirinelli表示,2017年4月推出全新的巴黎巴尔的摩铁塔索菲特酒店,酒店拥有103间客房与套房、4间可容纳120人的多功能会议室、大堂、健身中心、酒吧等设施,并提供法式美食。

他指出,目前中国游客的住宿选择,大部分仍集中在著名的景点与购物周边区域,如拉德芳斯区、埃菲尔铁塔区、剧院区、香榭丽舍大街区等。特别的是,贝尔西地区虽然是住宅区,但是由于当地餐厅、酒吧选择多,加上交通方便、性价比高,以及河边娱乐多元,包括葡萄酒庄、夏天表演等,近期也吸引了越来越多的中国游客到访停留。

另外,Oceania酒店国际市场及休闲游销售主管Sadaf Le Duff补充到,目前巴黎和Djon的中国游客较多,接下来将聚焦于推广2014年推出的三星品牌Nomad,让更多中国游客享受此以高科技、绿色环保与灵活自由为亮点的品牌,如大面积大堂为共同工作空间、客房有平板和投影设备、透过二维码办理登记入住、自由调节卧床方向与台灯位置等。

## Germany

[钟韵一采访报道]

# 经济、科研专业优势 力助德国稳抓中国市场机遇

德国会议促进局持续强调德国在基础设施建设、高性价比、专业知识和技能等三大MICE优势。

德国会议促进局局长Matthias Schultze说道,自德国会议促进局两年前在中国设立代表处以来,德国的中国MICE客人一直稳健增长。据德国国家旅游局资料,2017年1至7月,中国客人在德国的过夜数超过150万人次,同比增长11.8%,中国会议和奖励旅游行业为此做出了巨大贡献。他认为,同有前沿思维,是中国与德国合作良好的重要原因。

Matthias Schultze说道,过去十年间,德国的国际会议数量不断增长,国际参会者翻了一番。据ICCA统计报告显示,2016年全球国际协会会议数量排名中,德国位列第二,其中首都柏林举办的会议最多。

他强调,德国MICE产业能保持不断发展因其拥有良好的基础建设和好的性价比,更重要的是,德国在经济和科研领域拥有领先的专业优势。据相关调查,74%的会议组织者都希望会议活动能引进新的技术和专业知识,而德国正能满足这样的需求,也盼以此优势携手中国迎来光明的未来。

### ★法兰克福

法兰克福市旅游局局长尤塔·海因里希(Jutta Heinrich)介绍,位于德国心脏位置的法兰克福作为一座会议之城,拥有全欧洲

与中国最为频密的直飞航班,这也使中国成为法兰克福会议行业最重要的客源国之一。中国游客数量及其创造的过夜数,已经使得中国跃居法兰克福海外第二大客源国。在IMEX及ibtm world等会奖类展会中,来自中国的专业买家与法兰克福会议局的交流次数也呈上升趋势,显示出中国业者对于这座城市的兴趣日渐增长。

她指出,法兰克福受到中国活动策划者偏爱的一个重要原因,就是这里交通便捷。法兰克福机场是欧洲最大机场之一,而近期一项最新的法兰克福机场官方APP应用更使客人的旅程变得更加轻松,如提示如何到达市中心等,该APP提供德语、英语与中文服务。

她并介绍,法兰克福市区及周边拥有八十多家四星及五星级会议酒店可供选择。未来还会有更多适合中国客人的酒店出现。2016年

初,中国开元酒店集团位于与法兰克福相邻的奥芬巴赫的四星级酒店开业,而法兰克福城区Niederrad华荣集团也正在投资新建一家最新五星级酒店,这家酒店将由中国钓鱼台国宾馆与美国企业MGM集团共同运营,预计2018年年底酒店建成。

### ★柏林

柏林旅游局CEO布克哈德·基克(Burkhard Kieker)介绍,2017年上半年,柏林共迎来参会者及专业观众496万人次(同比增长1.8%),共举行64,000场活动(同比增长1.9%),商旅客人在柏林的过夜数达到390万,同比增长8%。参会者的过夜数达到了酒店总过夜数的四分之一。国际大会及会议协会ICCA提供的最新资料表明,柏林在2016年成功举办176场活动,世界排名第四位。

值得提到的是,柏林的古老工业建筑经过改建后正逐渐获得新生。最新案例是位于柏林市中心、前身为古老货运站的von Greifswald。其室内活动场地面积达800平米,另有4,000平米的室外场地。柏林广播大楼则以裸露的混凝土墙和钢支架突出工业魅力。其4,500平米场地可容纳8,000人。另外,以出色声效而闻名的广播大厅Sendesaal也可作为活动场地使用。

布克哈德·基克透露,柏林新机场预计明年年底前将建完并开放使用,届时前往柏林举办会议活动将会更加便捷。

### ★杜塞尔多夫

杜塞尔多夫会议体育及活动公司负责人Hilmar Guckert介绍,五千多个国际性公司都将其驻地设立于杜塞尔多夫,而作为北威州的首府,也有越来越多的中国企业享受这座城市为外来投资者带来的福利和便利措施;中国企业拥有优势商业地位,且在当地具有强烈的

投资意愿。

他表示,杜塞尔多夫为各类活动提供适宜的场地。除传统会议中心外,还拥有现代多功能展厅及体育场、特殊活动场所以及可容纳上万名观众的世界最大活动中心HORISUM。此外,杜塞尔多夫会议中心(CCD)经过扩容,已焕然一新,与会议中心相连的一号和二号展馆的全新建筑将在2019年夏季落成。

他指出,「通过扩建会议中心及一号展馆,可以让活动组织者拥有了更多的选择。无论是公司活动、员工活动,还是公众活动或颁奖晚会,都适合在这里举办。灵活的活动空间、现代科技设备和明亮的前厅,这些为举办一场成功活动提供了无限可能。」

### ★汉诺威

汉诺威会议中心总经理Joachim König介绍,汉诺威会议中心(HCC)是德国独立于展览中心之外的最大会议中心,活动和门厅面积达23,000平方米。其中,建成于1911-1914年间的圆顶礼堂,是德国下萨克森州首府汉诺威最有名的建筑之一。2016年初,HCC投资近700万欧元完成了圆顶礼堂的改建,优化了场地的视觉和听觉效果。

今年三月,汉诺威会议中心又投资50,000欧元以可根据时间段调控的现代化设备取代圆顶礼堂南区过大的旧式热水系统,由此降低汉诺威会议中心的能源消耗支出。「这证明了,生态和经济是同一问题的两个方面,」他表示。

HCC是来自不同行业的企业举办大型活动的热门地点,每年都会举办大约1,000场活动,活动类型包括会议、大会、专业展览以及音乐会等。

74%会议组织者  
都希望会议活动  
能引进新的技术  
和专业知识

# 政治环境、互联网产业 推动北京会奖市场回升

[钟韵一采访报道]

北京的会奖市场在今年略显沉寂，酒店近年明显感觉到会议询价越来越少，导致各个酒店会议报价竞争更加激烈。不过随着大型会议重返北京、政治环境的推动，以及一带一路所带动的各项利好，不少业者对明年的形势，仍有非常积极的预期。

## 2017年

### 挑战 市况不若以往

今年北京MICE市场景气不若前两年。首先是暂时性的原因。北京华尔道夫酒店宴会销售总监尹新指出，由于习惯将推广活动在北京和上海两大一线城市之间进行论题的**汽车、奢侈品等行业**，今年的推广重点恰不在北京，因此

此上海的活动明显更集中，北京则相对没有那么活跃。不过，随着明年北京再度成为舞台，形势会再好转。

其次，北京凯宾斯基饭店会议及宴会销售总监胡小红说道，以往占据高星级酒店会议市场重要份额的**医药行业或因政策和**

预算影响，今年市场下滑尤其明显。加之客户对活动体验的期望日益多元，因此越来越多企业为了突破市区酒店传统的宴会厅和会议室场地局限，开始青睐空间、价格和活动选择都颇具优势的郊区酒店，为市区酒店带来了更多压力。

再次，北京金融街丽思卡尔顿酒店市场销售副总监李娟表示，北京「政治文化中心」的定位正促使很多**大型活动和展会从北京转到上海、香港、三亚等其他城市**；北京的酒店近年明显感觉到会议询价越来越少，导致各个酒店会议报价竞争更加激烈。

对于高端酒店来说，不占优势的价格使竞争更有挑战性。

除了景气不若以往，会议询价时间越来越短也是北京酒店面临的问题。李娟指出，如今很多上百人的会议都在当月才进行询价；在以前，客户至少会提前两到三个月。这也侧面说明，北京会议场地设施供应充足，会议组织者并不愁在北京找不到会议活动场地。

(提供·北京华尔道夫酒店)



店宴会销售总监尹新指出，由于习惯将推广活动在北京和上海两大一线城市之间进行论题的**汽车、奢侈品等行业**，今年的推广重点恰不在北京，因此

(提供·北京凯宾斯基饭店)



其次，北京凯宾斯基饭店会议及宴会销售总监胡小红说道，以往占据高星级酒店会议市场重要份额的**医药行业或因政策和**

(提供·北京金融街丽思卡尔顿酒店)



对于高端酒店来说，不占优势的价格使竞争更有挑战性。除了景气不若以往，会议询价时间越来越短也是北京酒店面临的问题。李娟指出，如今很多上百人的会议都在当月才进行询价；在以前，客户至少会提前两到三个月。这也侧面说明，北京会议场地设施供应充足，会议组织者并不愁在北京找不到会议活动场地。

## 北京全新会议目的地

北京日出东方凯宾斯基酒店会议设施总面积达2866平方米，包括1个1850平方米的宴会厅和12个会议室；雁栖酒店会议场地面积达1001平方米，包括1个面积为590平方米的宴会厅和5个宴会厅；北京雁栖湖国际会议中心拥有8277平方米会议空间，是迄今为止中国大陆地区所有国际品牌会议度假酒店中综合型高端会议场所之一。

+86 (10) 6961 8888 | sales.yanqilakebeijing@kempinski.com  
kempinski.com



Sunrise  
Kempinski Hotel

BEIJING

北京日出东方凯宾斯基酒店



Kempinski  
HOTELIERS SINCE 1897



(提供·北京瑰丽酒店)

## 蕴酿 一带一路提供利好

「一带一路」是关键字。



(提供·北京瑰丽酒店)

北京瑰丽酒店宴会总监黄振强(Jeff Wong)认为,「一带一路」为酒店带来了包括金融业、跨国贸易公司等许多新的高品质客户,其利好在2017年无疑已经开始有所展现。

李娟也说道,随着中国外交实力的不断壮大,一带一路概念的提出与开展,北京也迎来了很多来华访问的高级别外国代表团和会议;如金融街丽思卡尔顿酒店今年年初便成功接待了沙特王子代表团,期间有二十几位沙特王子和几十位高官下榻该酒店。

另一项好消息是,医药和快消行业需求

虽正下滑,但与此同时,北京大量的创业公司及强大的IT和互联网产业之会议需求已然窜起。

胡小红说道,从发布会、合作签约仪式到颁奖仪式,他们对酒店空间的需求正不断上升,而由于互联网行业本身具有范围广泛的特性,且各行各业都想「搭上互联网的车」,因此跨行业合作非常普遍;这为酒店带来了大量的、全新的机遇。

她提到,在不久前举办的2017凯宾斯基中国路演当中,许多互联网公司便主动找到酒店寻求合作,与往年不同。

尹新新更指出,很多本地新型创业公司为打开市场格局,更青睐高端国际品牌;这些公司活跃的跨行业合作对其他行业活动的带动,正使酒店会议市场涌现更多机遇。

## 2018年 商机 市场整体看好

明年,医药和快消等传统会议客源虽仍为未知数,但业者对市场整体看好。



(提供·北京金融街丽思卡尔顿酒店)

首先,北京金融街丽思卡尔顿酒店市场销售总监徐朝晖表示,2018年预计奢侈品、汽车以及IT互联网等行业的会议需求会进一步加大,例如

互联网企业的新产品发布、推介等活动会更加频繁。此外,2018北京车展等大型会议活动明年会为北京市场带来可观的生意来源;若将在中国召开的上海合作组织2018年峰会选在北京,也会给北京的会议市场带来更多活力。

其次是政治环境的推动。徐朝晖举例,随着美国总统日前访华,中美之间经济和文化交流预计会趋于活跃,从酒店的角度,也期待有更多跨国型会议展会等活动在北京举行;另由于2017年下半年十九大顺利闭幕,国内公司、企业或将围绕新政策、新形势等在2018年进行一些战略调整、架构演变等活动,较多的会议和团队活动需求也会因此产生。

黄振强则看好一带一路的持续推力。他表示,随着「一带一路」顺利开展,可以预计沿线国家会加大在北京的投资,酒店行业势必也会受到积极影响,因此瑰丽酒店对明年的形势持有非常积极的预期。

## 隐忧 分食者众竞争激烈

不过,虽然前景看好,仍有隐忧存在。

首先,更多高端品牌酒店近期在京相继开业,同时老旧酒店积极翻新升级,高端酒店会议市场竞争会进一步激化。对此局面,业者多盼从酒店特色和服务品质著手,保住与自身定位契合的客户,同时不放弃任何一块新市场,避免价格战的发生。

其次,在市内酒店会议设施选择越来越多的同时,呈现出瓜分者众的情况。不仅郊区酒店,非酒店的大型场馆例如国家体育馆、五棵松体育馆等,传统景区如长城、太庙,甚或民宿和社会餐厅等,都瓜分着会议市场蛋糕。

徐朝晖表示,这都对单体酒店的会议业务形成一些冲击。有意思的是,为在「空间局限」中找到突破口,北京凯宾斯基已开始考虑为外卖品牌「凯宴精选」从餐饮向MICE品牌转型,以体验而非餐饮的角度抓住考虑其他场地的MICE客户。

北京望京凯悦酒店市场销售总监Ivan

Seet则指出,中国的超高净值人群正在寻求更加个性化和独特的体验。在消费上他们变得更加挑剔,已经从注重产品数量向品质和体验转变。为传递可持续发展理念,酒店拟计划与有机农场合作,把有机市集搬到酒店,将有机食物搬上宴会餐桌,用以打造绿色会议。

最后,徐朝晖认为,延续2017年的趋势,会议询价时间仍在缩短,很多会议的询价时间都趋于当月,或者仅仅提前1-2个月。

北京市旅游发展委员会宋宇主任日前表示,北京目前已进入全面建设国际交往中心的新阶段,每年有非常多的国际会议在北京举办。北京集历史与现代于一身,文化活动和体育赛事精彩纷呈,市井文化与民俗生活充满东方风情。北京拥有170多家公立博物馆,此外还有众多私人博物馆,文博旅游资源非常丰富。此外,北京在不久将迎来144小时过境免签政策,这将对国际商务旅客有很大的吸引力。

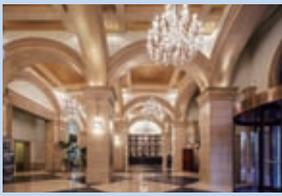
### 北京会奖市场形势有望好转



### 2017年1-10月主要客源市场赴京人数及成长情况

主要客源国(地区)	十月		十月止累计		地区	增长率
	赴京人数	同比增长%	赴京人数	同比增长%		
合计	375,077	-9.7	3,293,146	-6.2	亚洲地区	-11.9%
台湾	18,814	-11.4	206,350	-0.4	欧洲地区	-4.9%
澳门	1,100	-31.1	10,883	-7.3	美洲地区	-4.7%
香港	26,764	-7.8	280,345	-4.3	大洋洲地区	-3.3%
外国人	328,399	-9.7	2,795,568	-6.8	非洲地区	+4.0%

### 北京酒店年会套餐参考

酒店名称	北京金融街丽思卡尔顿酒店	北京诺金酒店	北京瑰丽酒店	北京华尔道夫酒店
期间/价格	周日至周三:人民币598元/位净价起 周四至周六:人民币698元/位净价起 ●有效期: 2017年12月1日至2018年2月28日	套餐A RMB788/人 套餐B RMB688/人 套餐C RMB588/人 ●有效期: 包价有效期至2018年2月28日	大宴会厅 周日至周三:每位758元、周四至周六:每位828元 150人及以上起订 丽府 每位1,188元/80人及以上起订 ●有效期:2017年12月15日起至2018年3月30日	●每位人民币588元起,另加16.6%服务费及增值税 ●50人以上适用于画意厅1+2(128平米)、100人以上适用于华尔道夫宴会厅(286平米) ●有效期:此价格仅适用于2018年2月28日之前的预订
特惠内容	●主厨精选特级中西式或自助新年菜单 ●提供席间三小时的橙汁、汽水及啤酒无限畅饮 ●每席上由资深专家设计之专属新年装饰 ●免费提供一间化妆间 ●免费搭建舞台、T台及签到台 ●免费高品质音响设备及4个无线话筒 ●免费配置一套内置投影机及幕布 ●免费3小时停车 ●提供酒水优惠折扣 ●酒店将提供幸运抽奖券(价值人民币800元的北京金融街丽思卡尔顿餐饮消费券)	 以上套餐均包括: ●量身定制中/西式菜单 ●幸运抽奖:诺金豪华客房周末入住 ●免费音响视听设备使用 ●软饮、本土啤酒、店酒无限畅饮2小时 ●免费停车服务(30辆以内) ●免费4小时场地搭建	大宴会厅 ●精选中/西式自助佳肴 ●无限畅饮酒水,含软饮、果汁、啤酒及精选葡萄酒 ●桌花装饰、更衣室使用 ●贵宾室使用,含无限畅饮咖啡及茗茶 ●宴会厅内置LCD投影机、萤幕及两支无线麦克风 ●20张两小时免费停车券 丽府 ●现场制作中/西式桌餐或精选自助佳肴 ●鸡尾酒会及精美小食 ●无限畅饮酒水,含软饮、果汁、啤酒及精选葡萄酒 ●宴会厅内置LCD投影机、萤幕及两支无线麦克风 ●魅酒吧饮品礼券(限活动当日使用) ●50张两小时免费停车券	●中式/西式/自助宴会菜单 ●果汁及冰鲜果汁3小时畅饮 ●桌面鲜花/自助餐桌装饰 ●现场基本音响设施及背景音乐 ●60分钟华尔道夫水疗体验券一张 ●5张地下停车场停车券

## New Opening

### 宝格丽桂冠点亮北京高端风华

[李佩纯—采访报道]

中国首家宝格丽酒店日前盛大举行开幕晚宴，北京宝格丽酒店成为继米兰宝格丽酒店、巴厘岛宝格丽度假村及伦敦宝格丽酒店后，宝格丽品牌在全球的第四家酒店，为宝格丽桂冠再添一枚璀璨宝石，也为北京的酒店及高端商务市场激起新火花。

在开幕新闻发布会上，宝格丽集团首席执行官Jean Christophe Babin先生表示，宝格丽是全世界知名珠宝商，集团希望带给中国客人对于珠宝品质般要求的酒店。

「珠宝一般给人珍贵、有价值、奢华或充满记忆的感觉，宝格丽酒店希望带给宾客如珠宝壹般的非凡感受。」他说道。

#### 锁定北京高端客群

宝格丽集团执行副总裁Silvio Ursini先生在谈到酒店运营策略时则强调，宝格丽是珠宝集团而不是酒店集团，宝格丽酒店就像珠宝壹样珍贵，因此，集团不会大量开设酒店，只会世界精华地区打造极少数的精品酒店，把最精华的部分保留在最精华的城市当中。宝格丽酒店的目标客群，主要锁定充满都市情怀、智慧及知性兼具的旅行家，及北京高端客群。

他并表示，宝格丽酒店对于材质及细节相当讲究，集团聘请世界知名室内设计师、景观设计师、艺术设计师做专业规划，因此，不论是哪家宝格丽酒店，集团对于全球酒店都采取高标准要求，对于所有细节要求都是一致的。在软体服务方面，宝格丽酒店充满热情与能量的服务人员能带给宾客细致的服务，而由于酒店房间数量不多，能达到一对一高服务标准。



(提供：北京宝格丽酒店)

据介绍，位于亮马河畔的北京宝格丽酒店拥有绝佳地理位置，酒店座落于朝阳区启皓北京城市人文社区，启皓北京社区设置有高端写字楼，启皓艺术基金会以及充满活力的共享社区空间。北京宝格丽酒店同样选择了意大利最负盛名之壹的建筑事务所Antonio Citterio Patricia Viel，设计师们从宝格丽独特的珠宝制作工艺中获取绝妙灵感。在酒店参观过程中，处处可见意式建筑和设计风格的精髓，同时又巧妙融入北京地域风情。

例如，在酒店入口处，可以见到著名画家严培明先生为宝格丽品牌创始人Sotirio Bulgari先生所绘制的肖像画，该画作成为北京宝格丽酒店的特色之一。

在酒店客房方面，酒店拥有119间典雅的客房及套房，套房比例达到34%，其中包

括壹间宝格丽套房，所有房间均由意大利奢华家具品牌如Maxalto和B&B Italia打造而成。独特的宝格丽套房内部设计兼具意式典雅与当代气息，近400平方米的占地空间，使其成为京城最大的套房之一。

此外，围绕酒店的花园景致由瑞士著名

园林景观建筑师Enzo Enea设计而成，在城市中心打造壹片静谧怡人的绿洲。融合了古典高贵意式风格园林和中式传统雅致园林风格，并确保酒店内外的和谐与平衡。

#### 切中私人商务活动

而宝格丽酒店的意式珍馐向来受到饕客喜爱，北京宝格丽酒店亦成为首家与米其林星级名厨Niko Romito合作的宝格丽酒店及度假村。Il Bar窖藏丰富，在品尝Niko

Romito的当代意大利美食饕宴时，将配有种类丰富的佐餐美酒选择，以确保每位宾客都会有一个难忘的用餐体验。

位于北京宝格丽酒店二层宽敞的宝格丽宴会厅则配备一流的个性化设施，将会是商务及私人活动的理想场地。

继北京宝格丽酒店开幕之后，迪拜宝格丽酒店亦于今年10月开业，上海宝格丽酒店将于明年初开门迎宾，2020年莫斯科宝格丽酒店也将面世。



## 缔造非凡之感！ 为您冬季会议锦上添花

北京新世界酒店为您的会议缔造非凡之感。2018年2月28日前，全天每位需人民币468元，半天每位仅需人民币408元。您还将享受更多特权，如欢迎抵达简餐早餐一次，上/下午冬季主题茶歇，会议期间饮品服务，免费白板、活页板、讲台、投影机及幕布、电子指示牌等设施使用，五折酒店私人包厢餐饮低消，更有天坛街午餐自助或祈年八号中餐厅点心自助（含软饮无限畅饮或茗茶）。同时，连续预订三天以上会议附赠抵达日的欢迎酒会或最后一天的欢送酒会。

如果您正在寻找一个独特的户外场地，您还可以选择十层露台的私人烧烤自助晚餐，还有屋顶露台酒吧印的独家电影之夜或定制晚餐。

让您难忘的活动场地，一定会是北京新世界酒店！

更多详情及预订，请致电 5960 8983 或发送邮件至 lia.liu@newworldhotels.com

#### 细则条款

\* 会议人数不少于 20 人

NEW WORLD  
BEIJING HOTEL

北京新世界酒店

中国北京市东城区崇文门祈年大街8号 邮编 100062

newworldhotels.com/beijing/sc



北京新世界酒店保留对此礼遇条款的最终解释权。

## 主导VIP服务 提高最终满意度



(提供·EETS)

越来越多在中国的大型国际企业，会选择将其年度销商大会和顶尖员工奖励旅游团安排在欧洲国家，除了欧洲文化底蕴结合体验式本地活动外，更重要的是，越来越多目的地旅行社已更好的理解中国市场，并能够为其安排独特会奖活动体验，获得最终的高满意度。

[刘霖芯—采访报道]

### 联合利华中国区经销商大会 奖励旅游团

活动时间 2017年8月19-25日

活动地点 德国慕尼黑和巴登巴登地区

#### 活动挑战

- ▶ 东西方存在文化差异，节奏不一致
- ▶ 客户对餐食品质要求高，提高操作难度
- ▶ 出发当天遇到上海雷暴，航班严重晚点

本次活动从世界知名的温泉疗养小镇巴登巴登开始行程的第一站，让客人可以休息和调整，也比较适合公司会议，G20财长会议就是在巴登巴登举行，对中国会奖旅游团来说，深具参访意义；随后途径自己的工厂到达慕尼黑，以慕尼黑为基地，并利用几天时间游览周边的新天鹅堡、楚格峰等知名景点。

据了解，一开始这次会奖团队的公司考虑选择匈牙利作为目的地，故当地旅游服务商推荐首都布达佩斯搭配超豪华温泉小镇萨瓦尔；随后该公司又考虑德国是企业总部工厂所在地，再加上德国在中国人的心目中比较发达，新天鹅堡的凄美故事和雄伟壮观也深受中国游客的追捧，更有所谓没去过新天鹅堡就相当于没有去过欧洲的说法，所以客户最终选择德国的慕尼黑，

作为这次奖励旅游的最终目的地。

EETS欧洲之星中国区总经理萧百均表示，EETS欧洲之星扎根中东欧30年，为客户量身推荐了很多特色体验项目，例如汉莎飞行中心驾驶模拟仓体验、F1赛道试驾、乐队漂流、制作巴伐利亚传统花柱、制作木筏、户外活动团建、慕尼黑电影制片厂短片拍摄、安联球场VIP参观、慕尼黑有机农场参观并制作香肠起司、然后BBQ等结合当地文化体验的活动设计。这些都可以作为会奖旅游的参访行程结合团队建设项目，但该企业团考虑此行参加的成员平均年龄较高，一般来说还是比较喜欢传统游览项目；在行程安排时间紧凑的情况下又希望大家都能充分体验，最终选择了安联球场的VIP参观。

通过目的地旅游服务商在当地的旅游资源及关系，安排了整个团队在特别时间段里独家参观安联球场，包括VIP房、球员通道、更衣室，甚至大家可以走到教练席和球场边近距离体验，同时球场也为到访的每个人都准备了简单的香槟酒互动时间。

### 安排特色服务

对会奖旅游团来说，一个目的地可以提供的服务支援，也是其最终决定哪个目的地的考量因素之一。据介绍，目的地旅游服务商EETS欧洲之星特别为此次奖励旅游团安排了一些特色服务。

首先在团队抵达德国慕尼黑机场时，有专门的VIP接待，提前安排了导游和机场工作人员进入到飞机闸口（不是接机口），有穿着巴伐利亚传统服饰的德国人欢迎客人下机，旁边更加有印有客人公司LOGO的X散架，同时这些欢迎队伍的德国人也为每位客人颁发一个印有客人公司Logo的巴伐利亚特制姜饼，以示欢迎，让长途飞行抵达的团队客人们一下机就感受到当地热情洋溢的接待服务，并有专人指引他们快速通关领取行李，前往酒店休息。

另外，在行程的第二天晚上在巴登巴登知名的Kurhaus选择 Runder Saal & Wintergarten这个场地举办本次的主题晚宴，这是巴登巴登最大、最专业的Event场地，距离客人的酒店非常近，客人可以在酒店里好好装扮后再步行前往参加当晚晚宴活动即可。

此外，主场地和室外的花园和室内场地相连，可以让客人在室外举办一些游戏和仪式，特别安排了以德式菜为主、辅以部分大众西式菜的自助餐用餐形式，满足基本上所有客人的口味。

客人进入花园可以先享用准备好的欢迎酒和开胃小食，随后以德国最传统的开啤酒桶仪式开启整场最重要的环节，并带出当晚活动主要领导讲话环节，紧接着为客人准备了6项竞技类的德国小游戏，最后在主厅圆厅用餐，用餐的同时还安排了Happy Tour表演团队为客人奉上了一场精彩绝伦的演出；当晚还准备了长达4小时各类酒和饮料的畅饮。

这场在巴登巴登举办、完全以德国传统文化为主题的晚宴活动，也是首次为华人举办的别开生面的啤酒节，再加上每位客人都穿著特色的巴伐利亚传统服饰，可以说当天在巴登巴登这个小城引起了巨大的轰动，客人们也玩得非常开心，并让客户公司获取了很大的自豪感。

### 中东欧独具优势

中东欧相比较西欧以及美国、澳洲等目的地，有着一些得天独厚的优势：艺术和文化底蕴深厚；比如在一个具有悠久上百年历史的城堡宫殿里安排主题晚宴，会让企业会奖团感受特别高端大气上档次。此外，从北上广飞行时间来看，相比美国和西欧地区，距离稍短，航班选择也多，整体地区局势在近几年相对还是很稳定，空气、水和食品也都很安全，不容易发生集体意外事件，最重要的是物价相对于西欧、美国等地，性价比算非常高。

### 活动挑战

①东西方文化差异

这些综合而成的因素，是促使越来越多中国的差异化高端会奖旅游团，开始青睐中东欧国家作为长线目的地首选的主因之一。

说到挑战难点，萧百均则指出，首先还是在于东西方文化的差异，客人把在中国做奖励旅游的经验套用在欧洲，缺乏考虑德国人做事的严谨和做事方式。

举个例子，德国的新天鹅堡和楚格峰或者宾士博物馆，每天的接待人数都是爆满，作为目的地旅游服务商在行程设计时，就需要和客户尽早确定行程，越早确认才有充裕的时间可把最难预定的几个景点提前预订好，也能更好和这些景点进一步沟通参访过程的环节安排或者更多VIP服务。

但中国会奖团队多数在行程设计过程中，仍习惯一直不停改动行程，导致很多东西无法及早预定，给DMC带来了很大的操作困难，同样的问题发生在晚宴场地的预订以及其他当晚活动更多细节的筹划等方面，比如一系列和会议背景板等相关场地布置所需的输出品制作等细节安排，时间都非常紧迫。

②对餐食品质高度讲究

第二个难点是会奖团企业属于食品行业领域，因此对每一顿饭的安排都要经过客户公司营养专家的认可，而且每一位客人对餐的要求都非常高，这为接待业者的专业度带来很大挑战。

③出发遇雷暴搅局

第三则是临时遇到的问题，比如出发当天遇到上海雷暴，近一半的客人航班严重晚点，作为目的地旅游服务商临时需在现场协调机场接机，分多批次安排路上交通、早午餐的安排，还有对原先抵达当



(提供·EETS)

# CASE STUDY

天活动时间的临时调整等，这些都需要很强的临场协调能力。

最终分批次安排早到的客人慢节奏的享受早餐，且中途增加不同的参观项目，让客人不知不觉地「等待」了晚点的客人，也让整个大部队会合时，彼此都在自身行程上妥善获得安排。

## VIP服务的操作原则

所谓企业的奖励旅游活动，是应该要让客人感受到每一位都是超级VIP，才会有强烈的公司自豪感，进而才能达到奖励旅游的目的，所以本次企业要求酒店一定要选当地最好的酒店，大巴一定要用欧洲最豪华的大巴，餐食一定有营养、有特色、有氛围又美味，因此最终安排了极少中餐，以特色餐为主，每一餐几乎都是酒水畅饮，更加安排了米其林餐厅，另外还在长途拉车中准备了小食和水果。

此外，虽然客户没有提及，业者也提前跟酒店沟通，在早餐安排中国粥、日式汤，东南亚肉串等亚洲食物，让客户的味蕾慢慢适应欧洲。

### ●主动挖掘客人潜在需求

为了做好本次安联球场VIP参观的相关工作，目的地旅游服务商首先一定要了解客人背景，包括年龄，文化程度，行业特色，男女比例等等，然后去挖掘客人的潜



(提供: EHS)

在需求，这往往也是作为目的地旅游服务商最大的困难点，因为目的地旅游服务商通常只能面对组团社的操作，中间还有组团社的销售以及客户公司的代表，太多沟通层级导致信息的不准确以及滞后，且往往会被客户引导到错误的方向。又或者是客户提出天马行空的想法。

作为专业的目的地旅游服务商必须要拿捏得宜，适时有效率地提出最折衷的活动方案，所以专业且了解目的地资源的目的地旅游服务商一定要起主导作用，挖掘客人的潜在需求，一举中的，然后用耐心的沟通以及丰富的专业能力来打动客人。

### ●必须提出可行方案

再者，现在的企业奖励旅游团通常会

区分不同层次的奖励，及设计出不同的奖励旅游行程，目的地旅游服务商必须提供各种不同规格等级的行程选择，让客人们有不同于普通团体的内容和体验，这样客人们才有强烈的公司自豪感。

以本次企业团队为例，客户就提出过很多特别的要求，比如，全员一起体验一次热气球项目、或者参观德国知名汽车公司宝马的汽车工厂、在德国一些公共区域举办团队型活动，但这些活动想法都是以体验特殊项目为出发点，在某些国家目的地可能轻易可以安排，但德国甚至整个欧洲是一个讲究公民平等、公众安全的目的地，这几项要求在德国境内都有一定安排难度。

比如热气球非常需要依赖天气，也存在安全隐患，在德国是不被允许一般旅游团队任意安排此类活动；另外，宝马的工厂面向全球所有相关企业参访，都需要提前很久预约才可以入内参观，也要看当天工厂是否开放。在德国，公共区域更是不能被随便拿来作活动，需要提前跟政府申请，审批流程也非常缓慢而且被批准的可能性也比较小。这些都需要跟客户耐心的解释，同时给出一些可行的建议，才得以取得客户的认可。

### ●以客户最终满意度为依归

总结整体经验来说，萧百均表示，作为专业的目的地旅游服务商，不能一开始就为了竞标成功，没有底线的降低价格和标准，有时候客户可能对一趟奖励旅游的行程认知度存在落差，但是价格的差别必定带来体验的差别，最终影响团队的满意度。

他指出，业者要做的是在客户的预算范围内，100%满足客人的显性需求，及尽量满足客人的隐形需求，最好有一点高光或者惊喜的点；其次在操作过程中，如果发生有意见分歧的地方，一定要坚持自己专业的眼光，不厌其烦地说服客人，不能因为要迎合客人而放弃更好的选择，一切都要以客人最后的满意作为唯一的操作准则。

MAGNIFIQUE MEETINGS  
索菲特精彩会议

SOFITEL  
HOTELS & RESORTS

昆明索菲特大酒店  
KUNMING

## 会议设施概览 SUMMARY OF FACILITIES

会议室 MEETING ROOMS	面积 (平方米) AREA (SQM)	高 (米) HEIGHT (M)	课桌式 CLASSROOM	剧院式 THEATRE	U-型 U-SHAPE	董事会 BOARD	宴会 BANQUET
大宴会厅 1 Grand Ballroom 1	414	6.9	308	471	128	149	270
大宴会厅 2 Grand Ballroom 2	368	6.9	273	416	113	132	230
大宴会厅 1+2 Grand Ballroom 1+2	782	6.9	581	887	241	281	500
云南 1 Yunnan 1	168	4.1	122	186	51	59	125
云南 2 Yunnan 2	168	4.1	122	186	51	59	125
云南 1+2 Yunnan 1+2	334	4.1	244	372	102	118	250
玉溪 1 Yuxi 1	81	3.7	60	80	25	29	60
玉溪 2 Yuxi 2	81	3.7	60	80	25	29	60
玉溪 1+2 Yuxi 1+2	162	3.7	120	160	50	58	120
曲靖 1 Qujing 1	81	3.7	60	80	25	29	60
曲靖 2 Qujing 2	81	3.7	60	80	25	29	60
曲靖 1+2 Qujing 1+2	162	3.7	120	160	50	58	120
昆明 Kunming	155	3.7	60	90	25	29	80
红河 Honghe	54	3.7	-	-	-	20	-
红河贵宾厅 Honghe Salon	60	3.7	-	-	-	20	-
大理 Dali	99	3.7	73	110	30	35	80
昭通 Zhaotong	99	3.7	73	110	30	35	80

昆明索菲特大酒店  
SOFITEL KUNMING

中国云南省昆明市西山区环城南路777号 邮政编码 650034  
777 South Huancheng Road, Xishan District, Kunming 650034, Yunnan, P.R. China  
电话T: +86 871 6863 9888  
www.sofitel.com/8529

## 心意与收获 远超乎马卡龙塔的高度



（提供·北京华尔道夫）



（提供·北京华尔道夫）

「岁月鎏金，奢华永驻」  
2017年度北京华尔道夫慈善舞会

活动时间 2017年10月28日  
周六晚6时至10时

活动场地 北京华尔道夫酒店

参会人数 约170人

活动挑战

- 1.能否成功挑战世界最高马卡龙塔2.12尺的高度？
- 2.如何有效利用有限空间、疏导人流？

自2014年开业起，每年年底都会举行的北京华尔道夫舞会，今年已办至第三届。今年，因舞会时间正巧赶上希尔顿集团的企业社会责任周，因此酒店团队便兴起了为活动添注慈善元素的想法。盼借出彩的活动和精致的美食，为两个公益组织提供力所能及的说明。

【钟韵一采访报道】

整个活动分成几个部分。一是挑战世界纪录的马卡龙塔。最终，没有运用任何粘合剂的马卡龙塔，达到了1.62米的高度。二是华尔道夫舞会，其中包括现场乐队表演、多家华尔道夫酒店房券抽奖以及奢侈品牌所赞助产品（如礼服、LV项链等）的拍卖。

为了这场十月下旬的活动，酒店刚刚入夏就开始进行筹备和门票销售；除了在微信公众号上进行大力的宣传，也借媒体的力量扩散消息。其销售管道包括酒店自己的微信商城、销售人员拜访客户时对活动的介绍以及大企业的慈善投入。舞会开始前几天，门票全部售罄，销售过程颇为顺利。

挑战1

### 挑战世界最高马卡龙塔

北京华尔道夫酒店宴会销售总监尹新说道，马卡龙塔的每一块马卡龙重量都经过严格控制，但由于搭建过程中遇到的几次塌陷对时间造成了损耗，导致团队未能在预期的时间内达到超越2.12米的高度。当天，经认证的测量机构和吉尼斯机构的见证者以及酒店的厨师团队早上6点便已到位，然而最终马卡龙塔还是没有打破世界纪录，是这次活动美中不足的小遗憾。

憾。

不过，最终马卡龙拍卖筹善款的任务还是完成了，而当日搭建马卡龙塔的尝试本身也吸引到了许多公众前去观看，为活动一大亮点。多余的马卡龙，酒店除了赠予兴趣被勾起的住店客人，也在活动结束后由酒店管理者和赞助活动的非营利机构亲自带到北京丰台妇幼保健院，慰问住院自闭症儿童。

北京华尔道夫酒店公关经理李玥说道，由于马卡龙的用途早已提前规划，因此在慈善目的达到的情况下，塔是否达到了预期的高度，其实也只是一种象征；厨师团队在为了共同目标付出一天的努力之后，是否真的打破纪录，其实也不再重要。

挑战2

### 空间运用效能最大化

由于北京华尔道夫酒店的场地相对较小，有效地综合利用所有空间非常关键。

当时酒店一层酒廊「羿庭」被清空，搭建红丝绒马卡龙塔；其灵感来源于前几年日本创下的最高马卡龙塔世界纪录以及华尔道夫品牌中经典的红丝绒蛋糕。

西餐厅「荣尊1893」招待媒体晚宴。这是因为，当天活动到场人数约为170人，然而

宴会厅仅能容纳约10~12桌。为化解空间问题，酒店为媒体和购票客人做了不同规划。多数媒体被安排在一层的法餐厅用餐，主秀则在二层大宴会厅进行，现场并约有100名客人落座。但为避免媒体错过舞会重头戏，酒店请了「小脉直播」在一层进行了同步直播，让媒体身临其境。

「北京-纽约时光隧道」搭建在酒店二层foyer。时光隧道里，北京戏台和纽约百老汇舞台上表演着京剧与百老汇歌舞，是当此活动的一大亮点。

选择布置这样的主题空间，李玥说道，是因为纽约华尔道夫在整个品牌当中占有重要地位。不仅红丝绒蛋糕和华尔道夫招牌鸡尾酒起源于此、许多经典电影以此为背景，李鸿章作为中国第一位访美的重要政界人士，当时也下榻在纽约华尔道夫，而北京华尔道夫正是李鸿章北京故居。因此这次活动希望利用时光穿梭的概念，在连接品牌经典元素的同时，呼应两家酒店之间地理位置和品牌背后故事的密切关系。

嘉宾入场的动线也经过相应设计。在客人走到宴会厅需经过的旋转楼梯口，酒店放置了美丽的水雾门，真正营造出穿梭气氛：从客人走进酒店感受到的别有洞天，到经过水雾的朦胧感，再从翻开时光隧道的

帘子走到活动主场，步步都有小惊喜。

不过没有预料到的是，当时时光隧道占据了很大的区域，而原分流至一层用餐的媒体又希望体会北京到纽约的穿梭概念，导致foyer的人员越来越集中。发现了这个问题后，酒店迅速把原留为工作间的会议室布置成了鸡尾酒区，疏散人流。

主场在宴会厅，爵士乐队等各项表演以及拍卖环节都于此举行。主场中，酒店也遇到了一些小插曲，但因为选择了「对」的主持人，这些尴尬得以化解。一是，为方便客人签到时将抽奖券投入箱中，抽奖箱临时从宴会厅门口被放置在foyer的签到处，而酒店团队因过于专注于现场服务，导致当主持人在进入抽奖环节时，却发现抽奖箱被遗忘在了签到处。幸好主持人和合作伙伴都有良好的应变能力，让酒店员工在临时的互动环节过程中，将抽奖箱带到舞台。

二是，星厨Olivier Elzer虽然知道现场会有与客人互动的环节，但由于所有精神头都投注在后场准备和菜品呈现，因此演讲略显不够丰满。但主持人成功维持了现场气氛，借公关部团队为舞会做的定位及对外界人员的说明，客人也很好地了解到这次舞会的重点在于慈善，因此对星厨演讲、马卡龙塔的搭建等都有很好的配合和接受度。

### 这次活动为酒店带来了什么好处？

►首先是可借鉴的经验。尹新新说道，今年是北京华尔道夫舞会首次尝试新的主题；明年如果还是运用类似主题，酒店团队会知道如何更好地协调和安排时间，使所有环节的准备工作做得更加充分。

►活动当天，酒店为舞会进行了直播，让未能到场的观众通过微信平台感受到实况；活动之前两个公益组织及酒店总经理做的预热直播，尤其推动了当天观看直播的观众人数——仅预热直播的观众便达到2,000~3,000人，活动三天共计访问数量15,059——为酒店的形象宣传起到很好的效果。结束后，酒店公关团队也发布了新闻稿，由此得到很高的公关价值。此外，米其林星厨菜品的加入，也带动了活动参与者积极分享对酒店餐饮的高评价。

值得一提的是，当日所有参会者都清楚地了解此次舞会的定位，认真按照邀请函的要求穿上西装和晚礼服，在活动上认识了很多层次相近的新朋友，并带着满意的笑容离开——包括媒体在内。

说服媒体穿着正装，并在北京降温的寒冷傍晚依约到场，关键是在邀请时便一对一地与受邀者清楚描述活动内容。李玥说道，当时酒店邀请了75位媒体，预期实际到场的人数约50人——这类媒体活动，中国媒体的出席率通常会流失30%——但令人惊讶的是，当天到场的媒体达到70人，另5人是因为较严重的事故等问题才未出席。能得到包括媒体在内的参会者对这次活动的认可，颇令人惊喜。

# 40%中国企业 制定扩大预算开支相应计划

由国旅运通全球商务旅行发布的2017《中国商务旅行晴雨表》显示,「一带一路」倡议带来的发展机遇,成为企业增加商务旅行预算的一项重要因素,40%的公司在接受调研时表示,已经制定了扩大预算开支的相应计划。

2017年10月17日,国旅运通全球商务旅行在上海举行的第十三届中国商务旅行论坛(CBTF)上,发布2017中国商务旅行调研报告(简称晴雨表)。报告披露,31%的中国企业预计在未来十二个月内将会增加商务旅行预算,反映了中国企业的商业信心正在不断提振;去年同期该资料仅为17%。

中国在2016年超越美国,成为全球最大的商旅消费支出国。目前,中国75%的商务旅行消费发生在境内,但中国在全球贸易中日益扩大的对外开放交流举措,将带来更多的国际商务旅行业务机会。

例如,由中国在2013年发起、蕴含了巨大国际投资机遇的「一带一路」倡议,将为具有国际商务差旅计划和区域商务差旅计划的中国企业带来收益和机遇,这两类企业在调研中的占比分别为43%和21%。

国旅运通全球商务旅行副总裁及总经理谭浩凌先生表示,今年的中国商旅晴雨表调研结果非常积极,极其有力的凸显了中国企业在国内和全球经济发展中所发掘出的众多机遇。与此同时,虽然研究表明企业在明年有增加商务差旅预算的意图,但当更深入地进行分析时也发现,预算的增加伴随着对其战略性的再分配。那些表示将减少内部会议开支计划的企业,对这一点尤其关注。

但很明显,企业依然非常认可未来与客户进行面对面会晤的商务旅行的重要性。

## 商务旅行的财务回报 清晰可衡量

今年的晴雨表凸显了商务旅行对于企业营收增长的重要驱动作用,90%的企业表示更多的与客户实现实际会晤的商务旅行,很可能会促进收入增长。此外,超过一半的受访者(53%)认为增加与客户有关的旅行,将为企业收入带来10%-20%的提升。开发新业务和维护现有客户,也被列为是商务旅行最重要的两大因素。

除了明确认可商务旅行对公司整体盈利的价值之外,大多数中国企业还表示已经建立了衡量商务旅行投资回报率的体系。目前,有41%的企业会每月跟踪签署新业务协定所需的商务差旅支出水平。超过一半的



公司声称会运用多种手段来衡量商务旅行的投资回报率,如将商务旅行花费和公司收入相联系,定期与公司最高管理层级对差旅酬酢费用(T&E)计划进行评估,依据企业策略定期调整差旅计划,将商务旅行支出与开发新客户、维护现有客户关系相关联。

有趣的是,在今年的晴雨表中近一半的受访者(46%)表示,如果有更好的预算管理,其公司可以节省10%-20%的总差旅预算。20%的较大规模企业还表示,在明年,其近一半的内部会议可能会被视频或电话会议形式取代。

除了从更好的预算管理中节约资金外,许多公司还将间接成本和机会成本管理确定为重点领域。例如,40%的公司报告称,与自动化流程相比,通过书面档或电子邮件进行事前差旅审批,会导致效率低下。

谭浩凌先生指出,这项调研告诉我们,中国企业相信在其目前的差旅预算管理体系中仍然存在成本节约空间,许多企业打算在明年采取措施来实现不同程度的节余。



不过考虑到许多企业相信与客户实际会面的商务旅行有助于收入增长,企业是否会将这些商旅节余进行战略性再分配、投入到商务旅行的其他领域中,这将值得关注。

## 公司目标与差旅人诉求 需取得平衡

今年,差旅人在商务差旅事务的话语权似乎在继续变得更加重要。晴雨表披露,中国企业目前认为差旅人的舒适和健康与差旅成本同等重要,而安全则是最重要的考虑因素。

据调研,不灵活的差旅政策(30%)和复杂的报销程式(23%)是差旅人的两大不满之处。鉴于有30%的受访者声称,公司的差旅业务与差旅政策相比合规率不足75%,所以整体上任何改善旅客体验的措施,都有助于提高合规性并降低总体成本。

谭浩凌先生表示,那些在差旅人的顾虑与适当的成本节约措施之间取得平衡的公司,最有可能收获显著的财务效益。晴雨表的调查结果表明,如不灵活的差旅政策等严格的成本节约措施,由于导致的合规程度较低,所以可能只会产生虚假的成本节约表象。

## 新技术应用与业务现实 须取得平衡

许多中国企业(58%)已经确定了用于实现商务差旅成本节约的新技术和工具。中国企业确定的其它成本节约战略还包括通过加强与供应商谈判以精简成本(60%)

中国企业相信在其目前的差旅预算管理体系中仍然存在**成本节约空间**,许多企业打算在明年采取措施来**实现不同程度的节余**。不过考虑到许多企业相信与客户实际会面的商务旅行有助于收入增长,企业是否会**将这些商旅节余进行战略性再分配**、投入到商务旅行的其他领域中,这将值得关注。

以及加强对差旅政策的内部沟通(59%)。和大公司(43%)相比,更多的小型公司(70%)把通过加强与供应商的谈判来节约成本作为优先策略,这表明他们有较大可能通过使用专业的差旅管理公司,来代表其进行协商而受益。

谭浩凌先生表示,新兴技术使企业能够重新考虑他们组织和管理商务旅行的方式。虽然视讯会议等工具带来了新的机会,但这无法取代面对面会议的价值。每家公司都各不相同,企业需要确保他们的商务旅行计划符合公司的具体需要。

中国商旅晴雨表是一份汇聚市场现状、昭示未来发展趋势的中国商务旅行市场年度报告。2017年年度报告对来自150家中国企业的高管进行了调研,企业规模涵盖从员工数量少于200人的小型公司到员工总数远超过1,000人的大企业。这些企业来自于北京、上海、广州等中国主要经济活跃区域以及二、三线城市。

## 《中国企业作法与观点》

- 20% 较大规模企业,明年其近一半的内部会议可能会被视频或电话会议形式取代。
- 40% 已制定了扩大预算开支的相应计划
- 41% 会每月跟踪签署新业务协定所需的商务差旅支出水平。
- 46% 表示如果有更好的预算管理,其可以节省10%-20%的总差旅预算。
- 53% 认为增加与客户有关的旅行,将为企业收入带来10%-20%的提升。
- 58% 已确定了用于实现商务差旅成本节约的新技术和工具。
- 90% 表示更多的与客户实现实际会晤的商务旅行,很可能会促进收入增长。

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: 郭义利 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 - 86-15000225637  
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  
电话: 86-13671742417  
电子邮件: angela.cai@ttgasia.com  
张冰 Emily Zhang  
电话: 13810116979  
电子邮件: emily.zhang@ttgasia.com  
新加坡/ Arlene Lee  
电话: 65-6395 7510  
电子邮件: arlene.lee@ttgasia.com

广告代理  
South East Asia  
Thailand: Chowder Narula/Anchana Nararidh, World Media Co. Ltd  
(tel: 66-2-641 2693-6, fax: 66-2-641 2697, email: chowder@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: edbassig@gmail.com)

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: vyadvit@gmail.com, vyadvitn@gmail.com, vijitha@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)

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: 852-2237 7227)  
新加坡/林佳佳 Cheryl Lim  
(电话: 65-6395 7540 电子邮件: cheryl.lim@ttgasia.com)

发行: Katherine Leong  
(电话: 65-6395 7528 传真: 65-6536 8639, Katherine.leong@ttgasia.com)

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: 852-22377227

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1401-3室  
本刊物为月刊, 由TTG ASIA MEDIA PTE LTD 制作发行。

# DEALS

## Meeting Packages

### 成都群光君悦定制会议套餐

成都群光君悦酒店拥有超过3,000平方米的会议及活动空间, 包括8米层高的宴会厅及9间会议室。专业的会务团队将提供全方位服务, 无论是宴请同僚或是接待客人, 都务求给您及宾客留下满意难忘的印象。现在酒店推出会议团队礼遇 (至多两项):

- 双倍积分
  - 悦享总帐单金额5%折扣优惠
  - 每预订20间房, 即可悦享1间免费房
  - 会议负责人将享有嘉宾轩行政楼层待遇
- 以上适用于每晚10间房以上的会议团队, 优惠截止于2017年12月31日。



### 千禧新世界香港酒店2018会议早鸟优惠

千禧新世界香港酒店现推出2018会议套餐早鸟优惠, 只需于2017年11月30日前确认预订和缴付订金, 并于2018年1至4月期间举行会议, 即可尽享早鸟优惠。

会议策划者可以早鸟优惠价预订新装修的荟宴厅或自然日光充沛的花园厅或主席厅, 半日会议套餐由每位港币570元起, 包

括一节茶点时段及一顿商务午餐; 全日会议套餐则由港币680元起, 包括两节茶点时段及一顿商务午餐。

如会议策划者欲选择於呈扇形、无柱式的大宴会厅举行会议, 现以2018年标准价目预订, 即可获免费供应迎宾咖啡/茶, 或迎宾 / 欢送鸡尾酒饮料, 半日会议套餐每位港币670元, 全日套餐每位港币780元。



## Room Promotion

### 澳门瑞吉酒店呈献优雅留宿套票

澳门瑞吉金沙城中心酒店推出「优雅留宿套票」, 诚邀宾客享受一个优雅悠闲的假期, 体验奢华新定义, 有效期由即日起至2017年11月30日。

「优雅留宿套票」价格由港币1,898++元起, 内容包括:

- 双人入住豪华客房一晚
- 于酒店特色餐厅「雅舍」免费享用每日双人早餐
- 于瑞吉酒吧享用迎宾血腥玛丽两杯
- 在瑞吉酒吧享用特色双人下午茶套餐一次
- 客房内迎宾礼遇



- 夜床服务
- 金光飞航澳门至香港头等舱单程机票两张, 或价值300元港币的酒店消费代金券

(每次入住计算)  
「优雅留宿套房套票」价格由港币3,188++元起, 内容包括:  
• 双人入住瑞吉套房一晚  
• 尊贵轿车接送往或返澳门瑞吉酒店  
• 于酒店特色餐厅「雅舍」免费享用每日双人早餐  
• 于瑞吉酒吧享用迎宾血腥玛丽两杯  
• 在瑞吉酒吧享用特色双人下午茶套餐一次  
• 客房内迎宾礼遇  
• 夜床服务  
• 金光飞航澳门至香港头等舱单程机票两张, 或价值300元港币的酒店消费代金券 (每次入住计算)

### 布拉格文华东方酒店 魅力文化周末礼遇

布拉格文华东方酒店特别推出布拉格魅力文化周末礼遇, 引领宾客一探布拉格丰富多彩的城市文化。预订礼遇的宾客可获赠各大艺术活动门票、VIP购物卡一张和时尚的城市指南一本。



布拉格魅力文化周末礼遇全年有效, 详情如下:

- 奢华住宿
  - 在Spices餐厅享受每日双人早餐
  - 国家大剧院(National Theatre)芭蕾舞或戏剧演出、坎帕博物馆(Museum Kampa)现代艺术展, 或Jazz Dock酒吧现场表演门票两张
  - 时尚指南《Prague by Artě》
  - 购物天堂-Pařížská Street的专属VIP购物卡
  - 免费互联网连接
- 礼遇以二人最少入住两晚计算, 价格315欧元, 不包括15%增值税, 视客房供应情况

而定。布拉格魅力文化周末礼遇可于网上预订 [www.mandarinoriental.com](http://www.mandarinoriental.com)。

### 万豪旗下三大常客计划 推出全新促销活动

万豪国际集团旗下三客户忠诚计划——万豪礼赏(含丽思卡尔顿礼赏)和SPG®俱乐部宣布为会员推出全新的奖励促销, 适逢即将到来的商务出行与度假旅游高峰期。

- 促销注册日期: 2017年9月6日~2017年11月30日
  - 奖励赚取日期: 2017年9月12日~2018年1月15日
- 会员只需注册参加此次促销, 并在促销期内任意于全球参加活动的酒店或度假酒店完成两次付费住宿, 即可赚取一晚免费住宿, 并有机会获得更多优惠。

此次促销活动囊括了万豪礼赏旗下大部分品牌, 其中包括EDITION®, JW万豪、傲途格精选酒店、万丽酒店、万豪酒店及度假村、德尔塔酒店、万豪酒店及度假酒店、盖洛德酒店、万豪AC酒店、万怡酒店、Residence Inn®、SpringHill Suites®、万枫酒店、TownePlace



Suites®, Moxy酒店、Protea酒店、万豪度假会以及丽思卡尔顿酒店(丽思卡尔顿酒店是万豪礼赏的独家豪华酒店伙伴)。

此外, 在完成会员注册后, 并在规定日期内于全球参加活动的酒店或度假酒店完成符合条件的住宿, 即可参加此次促销活动赚取Starpoints奖励积分。每次入住瑞吉、豪华精选、W、艾美、威斯汀、喜来登、臻品之选和Design Hotels™酒店或度假酒店, 可赚取1,000点奖励积分; 每次入住雅乐轩、源宿、福朋酒店或度假酒店, 可赚取500点奖励积分。此外, 在促销期内, 注册参加促销的会员于SPG俱乐部参加此活动的酒店与度假酒店累积完成25晚或更多符合条件的住宿, 更可一次性赚取一笔额外的10,000点Starpoints奖励积分。

20 - 22 March 2018  
Shanghai • China  
Shanghai Convention & Exhibition Center of  
International Sourcing

**IT&CM** 中国(上海)  
**CHINA**  
国际会奖旅游 | Incentive Travel &  
博览会 | Conventions, Meetings

# 全世界都在中国采购会奖旅游服务和产品 您是否紧跟潮流?

THE WORLD IS BUYING MICE IN CHINA  
ARE YOU?

参与IT&CM China, 从令人目不暇接的目的地与解决方案中选择契合自身需求的服务和产品—无论是入境、出境还是国内业务, 应有尽有, 无所不包。

Source IT&CM China's wide range of destinations and solutions on us!  
Whether it's for inbound, outbound and domestic business, it's all here.

**会展现场达成采购订单总额高达2.12亿美元!**  
Estimated USD212 million procurement value generated on the show floor!



## 专注于中国市场 FOCUS ON THE CHINA MARKET

从量身打造的国内外  
会奖旅游目的地、产品  
以及服务中物色所需。

Source ready MICE destinations,  
products, and services from across  
China and around the World.

## 社交机会 SOURCING EFFICIENCY

高达100%的商务会谈均  
可事先排定计划, 最大程  
度地提高现场会谈效率。

Up to 100% of business  
appointments can be scheduled  
ahead to maximise your discussions  
on-site.



## TTG BTmice China 读者可申请特邀买家权益! PRIORITY HOSTING CONSIDERATION FOR TTG BTmice China READERS ONLY!

申请成功后, 读者的机票与上海住宿费用将由主办方负担, 并享受所有买家权益。  
Successful applicants enjoy hosted flights and accommodation in Shanghai, and full buyer privileges.

**点击此处申请 APPLY AT [www.itcmchina.com/hostme/ttgbtmice](http://www.itcmchina.com/hostme/ttgbtmice)**



## 收获专业知识 KNOWLEDGE GOALS

参加精心策划的主题  
演讲、协会日论坛、  
知识讨论会等活动,  
并从中获益。

Benefit from our curated  
keynote address, Association  
Days Forum, Campfire Knowledge  
Sessions, and more.

## 社交机会 NETWORKING OPPORTUNITIES

从特邀午餐/晚宴、鸡尾酒  
会、展前与展后考察游览  
及买家专属休息厅获得  
多样体验。

From hosted luncheons, dinners,  
cocktails, to pre- & post-event tours,  
and buyer-only lounges, benefit from  
the ultimate IT&CM China experience.



### 联系我们

国际代表 International Delegates  
buyers.itcmchina@ttgasia.com | (65) 6395 7575  
国内代表 China Delegates  
itcmchinabuyers@citsmice.com.cn | (86) 10 8526 5553

WeChat  
ID: ITCMCH

[www.itcmchina.com](http://www.itcmchina.com)



Organised By 主办单位:



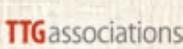
Supported By 支持单位:



上海市旅游局  
Shanghai Municipal Tourism Administration



Official Media 官方媒体:





# 表彰大中华地区 旅游业卓越成就

迎接第十一届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大中华区旅游业中表现超乎  
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！

立即登入以下网站投票：  
[www.awards.ttgchina.com/cn](http://www.awards.ttgchina.com/cn)

投票日期：  
2017年11月10日至2017年12月31日

荣誉创办：

主办单位：



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

# 2018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.awards.ttgchina.com/cn](http://www.awards.ttgchina.com/cn)  
• 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效。  
• 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。  
2. 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。  
3. 2018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。  
4. 截止日期为  
**2017年12月31日**

任何进一步的资料，请联系  
Carol Cheng  
E: [carol.cheng@ttgasia.com](mailto:carol.cheng@ttgasia.com)  
T: (852) 2237 7272

您也可以通过网上投票： <a href="http://www.awards.ttgchina.com/cn">www.awards.ttgchina.com/cn</a> 截止日期: 2017年12月31日	<b>航空公司奖</b>	17. 上海 .....	<b>最佳城市酒店</b>
	1. 最佳中国航空公司 .....	18. 广州/深圳 .....	39. 中国华东及东北地区最佳城市酒店 .....
	2. 最佳亚洲航空公司 .....	19. 香港 .....	40. 中国华北及西北地区最佳城市酒店 .....
	3. 最佳欧洲航空公司 .....	20. 澳门 .....	41. 中国中南及西南地区最佳城市酒店 .....
	4. 最佳美洲航空公司 .....	<b>最佳商务酒店</b>	42. 中国最佳度假酒店 (海滨) .....
	5. 最佳中东航空公司 .....	21. 北京 .....	43. 中国最佳度假酒店 (非海滨) .....
	<b>酒店集团奖</b>	22. 上海 .....	44. 中国最佳新度假酒店 .....
	6. 大中华市场最佳国际酒店集团 .....	23. 广州/深圳 .....	45. 中国最佳Spa度假酒店 .....
	7. 大中华市场最佳本地酒店集团 .....	24. 香港 .....	<b>度假型酒店奖</b>
	8. 大中华市场最佳豪华酒店品牌 .....	25. 澳门 .....	46. 中国最佳主题酒店 .....
9. 大中华市场最佳中档酒店品牌 .....	<b>最佳会议接待酒店</b>	47. 中国最佳酒店式公寓营运商 .....	
10. 大中华市场最佳会议接待酒店品牌 .....	26. 北京 .....	48. 中国最佳酒店式公寓 .....	
27. 上海 .....	<b>最佳新酒店</b>	<b>其它旅游服务奖项</b>	
28. 广州/深圳 .....	31. 北京 .....	49. 中国最佳旅行社 .....	
29. 香港 .....	32. 上海 .....	50. 中国最佳旅游城市 .....	
30. 澳门 .....	33. 广州/深圳 .....	51. 中国最佳会议商务城市 .....	
<b>个别酒店奖</b>	34. 香港 .....	52. 中国最佳邮轮运营商 .....	
<b>最佳豪华酒店</b>	35. 澳门 .....	53. 中国最佳特色旅游邮轮运营商 .....	
11. 北京 .....	<b>中国其他地区酒店奖</b>	54. 中国最佳邮轮 .....	
12. 上海 .....	<b>最佳商务酒店</b>	55. 最佳主题乐园(本地) .....	
13. 广州/深圳 .....	36. 中国华东及东北地区最佳商务酒店 .....	56. 最佳主题乐园(海外) .....	
14. 香港 .....	37. 中国华北及西北地区最佳商务酒店 .....	57. 最佳海外国家旅游机构 .....	
15. 澳门 .....	38. 中国中南及西南地区最佳商务酒店 .....	58. 最佳海外国家旅游机构(会议商务推广) .....	
<b>最佳中档酒店</b>		59. 最佳机场(本地) .....	
16. 北京 .....		60. 最佳机场(海外) .....	

**投票者个人资料**

姓名: ..... 身份证 / 护照号码: .....

职务: ..... 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

<b>航空公司奖</b> <b>最佳航空公司评选条件：</b> • 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营销团队	<b>中国其他地区酒店奖</b> <b>中国华东及东北地区：</b> • 包括辽宁省、黑龙江省、吉林省、江苏省、山东省、浙江省、福建省、安徽省、江西省 <b>中国华北及西北地区：</b> • 包括河北省、山西省、天津市、内蒙古自治区、陕西省、甘肃省、新疆维吾尔自治区、青海省、宁夏回族自治区 <b>中国中南及西南地区：</b> • 包括广东省、广西壮族自治区、海南省、湖北省、湖南省、河南省、云南省、重庆市、四川省、贵州省、西藏自治区	<b>酒店式公寓奖</b> <b>最佳酒店式公寓营运商评选条件：</b> • 服务于中长期住客 <b>中国最佳酒店式公寓</b> • 服务于中长期住客的最佳酒店式公寓	<b>最佳主题乐园(海外)评选条件：</b> • 多元设施为海外市场提供优质的最佳娱乐环境 • 专业营销团队提供深具创意之活动规划及服务 <b>最佳海外国家旅游机构评选条件：</b> • 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的认识 • 在理念创新与服务方面拥有最专业化水准的营销团队
<b>酒店集团奖</b> <b>最佳酒店集团评选条件：</b> • 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营销团队	<b>度假型酒店奖</b> <b>中国最佳度假酒店评选条件：</b> • 该酒店须拥有反映当地风情的最佳视觉效果和环境 <b>中国最佳新度假酒店评选条件：</b> • 新开业的最佳度假酒店 <b>中国最佳Spa度假酒店评选条件：</b> • 提供最佳Spa设施、环境及服务	<b>其它旅游服务奖项</b> <b>中国最佳旅行社评选条件：</b> • 具备专业及优质人才、善用科技新知、为客户提供超值服务 <b>中国最佳旅游城市评选条件：</b> • 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 <b>中国最佳会议商务城市评选条件：</b> • 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 <b>中国最佳邮轮运营商评选条件：</b> • 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 <b>中国最佳特色旅游邮轮运营商评选条件：</b> • 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 具备市场发展之优异条件 <b>中国最佳邮轮评选条件：</b> • 新推出，受市场肯定且深具发展潜力的最佳邮轮	<b>最佳主题乐园(本地)评选条件：</b> • 多元设施为本地市场提供优质的最佳娱乐环境 • 专业营销团队提供深具创意之活动规划及服
<b>个别酒店奖</b> <b>最佳豪华酒店评选条件：</b> • 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 <b>最佳中档酒店评选条件：</b> • 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 <b>最佳商务酒店评选条件：</b> • 服务于商旅人士的最佳酒店 <b>最佳会议接待酒店评选条件：</b> • 接待会议的最佳酒店 <b>最佳新酒店评选条件：</b> • 新开业的最佳新酒店 <b>最佳城市酒店评选条件：</b> • 以高水平服务及设施，接待城市各项旅游活动之卓越酒店			<b>最佳机场(本地)评选条件：</b> • 提供便捷，多元，满足休闲及商务旅游需求的国际航空运输服务 • 各项软硬件设施与时俱进，在本地市场具有领先地位 <b>最佳机场(海外)评选条件：</b> • 提供便捷，多元，满足休闲及商务旅游需求的国际航空运输服务 • 各项软硬件设施与时俱进，在国际市场上具有指标地位

# “袋”来激发灵感的 野味饕餮



在澳大利亚举办商务奖励活动，  
体验“澳”世无双



BUSINESS EVENTS  
AUSTRALIA

体验南澳大利亚袋鼠岛，马上登陆BE.Australia.cn策划你的下一个会奖之旅