

TTG BT. mice

企业旅游报 CHINA

“袋”来激发灵感的 野味饕餮



BUSINESS EVENTS
AUSTRALIA



选择南航，逐梦澳大利亚商务会奖旅游

登录 BE.Australia.cn，或扫描左侧二维码
策划您的下一个商务会奖旅程



中国南方航空
CHINA SOUTHERN

在这里 体验商务会奖的“澳”世无双



2018大中华区商务会奖洽谈会



澳大利亚旅游局商务会奖总经理
Penny Lion 女士

2018年11月26日，由澳大利亚商务会奖部主办的2018大中华区商务会奖洽谈会于墨尔本正式开幕，这也是该洽谈会首次在中国以外的地区举办。

澳大利亚拥有广袤丰富的风光、妙趣横生的活动和新鲜优质的美食，完善的会奖旅游设施和服务能够让会奖企业获得更加个性化的体验。一年一度的大中华区商务会奖洽谈会，就是为了让中国的企业客户深入了解澳大利亚丰富的商务会奖旅游资源，从而获得更多创新的商务会奖选择。

2018年11月26日早晨，作为洽谈会的首个行程，官方开幕仪式在墨尔本南岸的 Showtime Events 活动中心举行。此次活动行程为来自大中华区的会奖活动策划者、企业决策者以及媒体工作者量身定制，以便他们获取第一手澳大利亚会奖旅游产品及目的地资讯。

本次大中华区商务会奖洽谈会共吸引到60家大中华区优质买家和媒体出席，他们与50家澳大利亚会奖服务供应商进行一对一的洽谈。深入了解各会奖产品的特色与优势。此外，与会者还将有机会探索墨尔本及周边地区。

洽谈会还安排了社交活动环节，为中澳双方与会者搭建了良好的沟通桥梁，供应商们能够有更多机会与大中华区的企业决策者及媒体进行沟通。

在接下来墨尔本的行程中，大中华区的买家和媒体将会前往其他地区继续探索更多澳大利亚的丰富体验。想了解活动的最新动态和澳大利亚精彩体验？请继续关注我们吧！

如您需要专业的当地代表给您最可靠的意见，请与下方人员联系：

澳大利亚旅游局大中华区高级商务会奖旅游经理
杨悦健（Jenny Yang）
Email: jyang@tourism.australia.com

澳大利亚旅游局商务会奖合作伙伴经理
赵光宇（Gordon Zhao）
Email: gzhao@tourism.australia.com

洽谈会的热烈现场



TTG BT. mice

企业旅游报 CHINA



March/April 2019
VOL. 96

Special Report

打造会议目的地
深挖目的地特色

6~9

MICE MARKETING 翻转与目标客户的互动	10~11
DESTINATION-MACAU 扩大澳门会展影响力 投资未来发展需求	12~15
BREXIT 英无协定脱欧可能性仍高 商旅客应对不确定性做好准备	17
PAYMENT 企业差旅付款方式正在加速改变	18~19
CASE STUDY 落实同心一致、共同进退的精神	20

多数机构会议风险管理仍存改善空间

[钟韵一编译报道]

据全球商务旅行协会 (GBTA) 日前与 Worldware 联合发布的最新研究显示, 多数商旅买家 (62%) 表示, 会议和活动的风险管理正日益受其机构所重视。然而, 企业仅「时然时不然」地会在筹划会议时进行正式风险评估, 显见其努力现仍不足。这现象值得中国市场关注。

GBTA 执行董事兼首席运营官 Michael W. McCormick 表示, 「各个组织机构在会议风险管理领域确已取得了长足的进步。不过, 目前的努力仍旧不足。」「好的风险管理, 很可能就是打造成功活动和造成巨大灾难之间的差异性因素。虽然有越来越多机构开始评估会议地点风险的现象令人鼓舞, 但研究表明, 很多企业仍需努力。」

「要做到成功的会议和活动风险管理, 组织机构须将风险管理职责明确分配给个人或团队, 且职责须具备全面性,」WorldWare 战略合作关系高级副总裁 Theresa Thomas 说道。换言之, 负责风

险管理的人员必须拥有评估与城市及邻近地区、场馆本身及地面交通 (包括公共交通和私人交通) 相关风险的权利。

这项研究调查了企业如何处理会议参会者及会议、活动和奖励旅游 (MICE) 旅行者的安全问题。在筹划会议时, 有 1/4 的组织机构从未或很少对特定场所进行正式风险评估。同样, 24% 的受访者表示, 他们的组织机构从不或很少评估会议地点 (如特定城市或街坊) 的风险。

虽然大多数旅行项目都有风险管理方案, 但只有不到一半 (49%) 的项目包含 MICE 资料。缺少的行程资料可能会使企业难以追踪旅行者位置, 进而确保他们的安全。有 1/3 的旅游买家表示, 跟进会议旅行者的行踪, 要比追踪短暂出行 (如销售旅行) 者的位置要困难得多。

由于旅游管理公司、会议平台和会议管理公司等预定渠道多种多样, 企业商旅项目要从多个来源收集 MICE 资料, 也是一种挑战。因为, 这会限制其可视性, 造成企业

难以执行关键安全相关责任, 如行前批准或旅行者追踪等。

在紧急情况下, 会议主办方很有可能会需要能够与参会者沟通的方法。绝大多数 (80%) 的受访者说, 他们有时有会议危机沟通计划, 但只有 36% 的人说, 计划总是到位。

这些弱点应当不会持续很久, 因为大多

数旅游买家都同意, 会议和活动风险管理日益重要。尽管一些旅游买家目前尚未有包含 MICE 资料的风险解决方案, 但也有可观的份额 (28%) 计划明年开始采用。

该研究在 2018 年 11 月 8 日至 2018 年 11 月 29 日之间, 对 126 名美国和加拿大的旅游买家进行了线上调查。差旅经理、差旅买家及采购专业人士具备受访资格。



中国东海岸最佳度假港湾 & 旅游会奖目的地 ——上海北·恒大海上威尼斯酒店·温泉·度假区

- 3.5 公里私家蔚蓝海岸, 打造中国东海岸最佳度假港湾, 被誉为北上海度假天堂;
- 56,000m² 国际会议中心, 11,000m² 宴会及会议场地, 61 个各类大小会议室, 满足不同会议需求;
- 3,700m²、层高 14 米无柱宴会厅气势恢宏, 满足 3,000 人同时开会、1,500 人同时用餐宴会需求;
- 360 人圆形阶梯国际会议厅, 配置 24 国语言同声翻译系统;
- 1,200 间舒适典雅豪华客房, 客房面积 62m², 拥有 10 m² 观景阳台, 足不出户便可尽享无敌海景;
- 距上海浦东机场 80 分钟车程, 距上海市区 100 分钟直达酒店园区。



即刻致电, 尽享更多专属礼遇: +86 513 6803 8888

上海北·恒大海上威尼斯酒店·温泉·度假区
中国启东市寅阳镇恒大路1号恒大海上威尼斯 (邮编: 226200)
电话: +86 513 6803 8888 传真: +86 513 6803 6666
网址: qd.evergrandehotels.com.cn

恒大酒店集团
EVERGRANDE
HOTELS & RESORTS
A MEMBER OF

全球预订中心: 4008 408 006
上海北·恒大海上威尼斯酒店·温泉·度假区是恒大酒店集团旗下成员之一。
恒大酒店集团秉承“完美每一个细节, 惊喜每一位顾客”的待客之道, 规划“百年酒店”, 致力于打造世界级名连锁集团。
广州 | 上海 | 南京 | 天津 | 成都 | 武汉 | 重庆 | 海口 | 林芝

Partnership

Skyscanner宣布 支援星空联盟多营运商行程

旅游搜寻引擎skyscanner.com.hk日前宣布与全球航空公司联盟星空联盟合作, 让旅客可直接在星空联盟的网站搜索旗下共 28 间成员航空公司的航班及票价, 并进行预订。

此项功能运用了Skyscanner的全球航班搜寻技术, 能直接连接至联盟成员营运商的网站进行交易。Skyscanner 战略合作高级总监 Hugh Aitken 表示:

「Skyscanner所做的每件事均以旅客为中心。我们锐意以专利技术及功能, 简化旅游搜索程式。我们与星空联盟合作推出的此

项全新功能, 引证了我们致力通过协作来为顾客的旅游规划和体验过程带来更大效益。」

星空联盟数码服务总监 Jeremy Drury 说道: 「为回应顾客给予的宝贵意见, 我们与Skyscanner合作推出此项联盟营运商票价的搜寻功能, 让我们成员的飞行常客可更轻易地向联盟成员航空公司进行预订, 并同时享用星空联盟的福利。所有可以在我们成员网站上预订的项目, 现都已经适用于我们的网站。未来, 我们期待有更多机会继续与Skyscanner合作。」

Hotel

凯悦携手如家共创全新酒店品牌 聚焦中高端商旅市场



凯悦全球营运大中华区总裁何国祥先生(左)、首旅如家酒店集团总经理兼如家酒店集团董事长暨首席执行官孙坚先生(右)

[刘霏芯一采访报道·摄影]

凯悦酒店集团与北京首旅酒店(集团)日前正式宣布,凯悦旗下关联公司将携手如家酒店连锁(中国)有限公司(北京首旅酒店集团下属全资子公司)共同打造合资酒店管理公司,并创建全新酒店品牌。即将面世的新品牌将面向中高端市场,期为蓬勃增长的中国年轻商旅出行人士提供优质旅行服务。

全新的合资公司将借重双方所长,充分利用首旅如家酒店集团作为国内最大连锁酒店品牌之一的规模和实力,同时融合凯

悦为宾客提供优质入住体验的雄厚经验,共同开拓中国不断增长的旅游市场。

通过新创立的合资公司,凯悦和首旅如家将共同打造一个面向中高端市场的全新酒店品牌。调查显示,国内中高端市场正在蓬勃发展,但与之相应的服务尚且不足。为更好地满足中国宾客的需求,这一全新酒店品牌将根植于中国,并满足中国年轻一代游客不断变化的需求,使其获得无缝、舒适和便捷的旅行体验的期望。

首旅如家酒店集团总经理兼如家酒店集团董事长暨首席执行官孙坚先生表示,

「本次合作将是我们在中国中高端酒店市场重要进程,结合凯悦在高端酒店方面的优势、服务品质与如家在中国市场的庞大网路及快速开拓能力,由双方形成合力在成长中的中国旅游市场继续开拓,将为中国消费者乃至整个酒店行业带来机遇。」

凯悦全球营运大中华区总裁何国祥先生表示,「凯悦进入大中华市场已有50年历史,目前在大中华地区已有70家已开业酒店,并与其他100余家酒店正在筹建中。此次与首旅如家的合作,也将帮助凯悦进一步加深对中国的洞察和理解,扩大其品牌影响力,并获得更多宾客的青睐。」

加强高端市场的布局

何国祥先生进一步说道,「凯悦旗下的所有品牌在各自细分市场均为高端定位,为各自的消费客群提供高品质服务;即将推出的新品牌也不例外。目前中高端酒店市场仍有巨大发展空间,特别是商务部分,我们希望通过加强在这一市场的布局,进一步践行我们对中国的承诺。」

预计2020新品牌项目问世

「目前合资新品牌独立公司已运作近8个月,未来首先将以一线城市北京和上海为

主,项目涵盖新建以及原有酒店项目改造,期待能为更多中国客人带来个性化的酒店服务,预计最快2020年能向业界呈现全新酒店品牌项目。」

融入年轻商旅新元素

孙坚先生也在发布会上表示,「新品牌定位介于和颐至尊和凯悦集团旗下品牌凯悦嘉轩之间。中国酒店市场变化太快,必须紧跟市场动向转变,基本上在这之间的中高端市场还有很多细分的空间,未来新品牌以现有的中高端酒店品牌配套设施做减法不断完善,并融入趋势新元素,包括年轻化主题、空间打造、社交活动、黑科技等年轻商旅人士所喜好的软硬体服务。同时,必须兼具考虑市场回报价值,以吸引更多国内开发商业主。」

孙坚先生进一步表示,「此次成立的合资公司由双方共同注资,共同发展全新品牌,形成最具战略意义的合作伙伴模式,以投身于竞争激烈而复杂的酒店市场。我们的最终目的是开创一个拥有国际支持的本土酒店品牌,这不仅是此次合作的独特之处,也将是我们最重要的竞争优势。我们相信,无论对首旅如家还是凯悦,以及中国消费者,都将通过此次合作达成共赢。」

另据透露,未来新品牌在忠诚会员计划方面,消费者可以在双方现有集团旗下预定管道进行预订,并在首次入住时可以选择加入其中之一会员进行积累。作为中外酒店集团又一合作案例,对于未来是否有机会布局海外市场?双方都表示先在国内市场扎根试水,一旦市场取得良好成绩,首旅如家也将借凯悦酒店集团在全球市场平台考虑将新品牌往外发展。

Airport

迈阿密国际机场携手SITA 部署生物识别离境技术

国际航空电讯集团(SITA)近日宣布,迈阿密国际机场正式部署SITA生物识别离境技术。从迈阿密国际机场搭乘德国汉莎航空461次航班飞往慕尼克的旅客可快速「刷脸」登机,无需出示登机牌或护照。

迈阿密戴德市长Carlos A. Gimenez表示,「迈阿密国际机场一直以来都在探索简化和提升旅客出行体验的创新方案。我希望生物识别离境技术能在整个迈阿密国际机场得以充分利用,提高旅客服务水平。」

识别验证流程耗时不到2秒

迈阿密国际机场、汉莎航空、美国海关和边境保护局(CBP)以及全球航空运输业领先的IT服务提供商SITA展开精诚合作,在

汉莎航空登机口通过摄像头扫描确认旅客身份和授权旅行。CBP表示,面部识别验证流程耗时不到2秒钟,匹配率高达99%。预计今年,迈阿密国际机场也将与其他航空公司合作部署生物识别登机技术。

改变所有旅客的出行方式

「每天入境的国际游客高达近百万人次,CBP在欢迎游客到访美国的同时,利用各种技术确保全球旅游业的安全与增长」,CBP迈阿密港口总监Christopher Maston指出,「我们与迈阿密戴德、汉莎航空和SITA密切协作,切实提升了旅客在迈阿密国际机场的安全性和便利性,有助于推进生物识别出入境系统项目的开展,并改变所有旅客的出行方式。」

汉莎航空集团产品管理地勤和数字服



(提供: SITA)

务部高级总监Bjoern Becker博士表示,「汉莎航空是数字化和创新领域的行业先驱和潮流领袖,我们为此十分自豪。生物识别登机技术是该领域的重要组成部分,它打造了一种高效、轻松的旅行方式,可加快登机流程、改善安全性。我们很高兴能成为在迈阿密国际机场率先引进这项先进技术的航司。」

2018年2月,迈阿密国际机场在中央大厅E区部署了美国首个生物识别入境设施,通过面部识别对所有国际抵达旅客进行检

查,生物识别离境技术则紧随其后。使用生物识别入境设施的航空公司旅客处理时长降低了80%,该设施还从全球80项提名中脱颖而出,斩获2018年国际机场评审奖旅客体验和无缝旅行大奖。

迈阿密国际机场总监兼首席执行官Lester Sola表示,「与CBP和SITA携手合作,为迈阿密国际机场的汉莎航空旅客提供这项尖端技术,我们倍感自豪。生物识别技术是我们为实现机场基础设施现代化并打造无缝旅行而采取的重要方案之一。」

SITA和迈阿密国际机场已合作研发了多项创新旅行体验解决方案,其中包括机场移动App: Mobile Passport Control和MIA Airport Official。

SITA美洲区总裁Diana Einterz表示,「我们通过创新合作改善了旅客体验,这是我们在迈阿密国际机场取得的另一项巨大成功。我们与美国CBP、各大航空公司和机场紧密合作,旨在设计一个可满足各方需求的无缝生物识别离境解决方案。SITA Smart Path™ 是一种基于行业标准的通用登机口,可支援迈阿密国际机场的其他航司使用。」

立足圣淘沙, 远东酒店集团倾情打造旅游新地标

圣淘沙岛汇聚多个世界级旅游景点, 往返新加坡中央商业区交通方便, 是亚洲最受欢迎的旅游胜地之一, 商务休闲两相宜。岛上的中档住宿向来供不应求, 远东酒店集团的三间新酒店希望能填补这个市场空缺, 满足精明旅客与本地人住酒店度假的需求。



远 东酒店集团呈献悦乐圣淘沙酒店、邀堡圣淘沙酒店、百瑞营圣淘沙酒店及会都里, 预计从2019年4月起分阶段投入营业。新度假地段将包含一系列崭新设施与活动, 从精彩餐饮概念到阳光沙滩, 让所有宾客都能乐在其中, 各取所需。

全新方式体验圣淘沙

悦乐圣淘沙酒店提供别具一格的住宿体验, 适合休闲与会议团体或家庭住客, 在酒店里促进感情, 探索周边环境的丰富文化传统。酒店共有606间客房, 设计走阳光海岸的大自然风格。向往时髦岛屿假期, 邀堡圣淘沙酒店提供在地体验, 193间客房以时髦手法诠释殖民风情的黑白设计。酒店的天台泳池与酒吧景致怡人, 为黄昏鸡尾酒会与社交活动铺设完美场景。百瑞营圣淘沙酒店则提供一系列贴心服务, 带领宾客沉浸于浪漫迷人的美好时光。酒店拥有40间高级客房, 部分可连接泳池, 方便宾客下水畅游或在池畔松懈身心, 享受历史建筑的宁静私密氛围。

毗邻的Mess Hall提供国际餐饮选项, 这个前军事基地重新打造为环球村, 提供多样化的共享设施, 新颖零售与餐饮概念精彩纷呈。

探险与浪漫无所不在

泳池区设在升起的平台, 呈献特色主题的泳池体验与各种户外空间, 供所有住客使用。The Pamukkale Pool设计灵感来自土耳其棉花堡的梯田造型水池, 将成为岛上观赏夕阳的最佳地点。面向大海景观或自然绿意, 是举行各种活动的理想场地。

会都里 (Events Centre) 历史建筑经细心修复, 连同悦乐圣淘沙酒店新建的悦乐广场 (Village Square), 提供超过800平方米的灵活空间, 可承办小型至中型活动, 从企业发布会到私密庆典都很合适。精心设计的欢宴堂, 彰显独特地点的迷人风貌, 无论举行婚礼、庆祝会或社交活动, 都是最理想的选择。



远东酒店集团是一家国际酒店所有者及运营商, 拥有10个独具特色、相辅相成的品牌, 涵盖酒店、服务式公寓和公寓式酒店, 并经营着横跨七个国家90家以上的酒店和服务式公寓, 房间总数超过约14,000间, 并仍有项目在建。旗下管理品牌分别为: 豪亚 (Oasia)、锦禧 (Quincy)、龙都 (Rendezvous)、悦乐 (Village)、远东精选 (Far East Collection)、艾迪娜公寓式酒店 (Adina Apartment Hotels)、麦迪娜服务式公寓 (Medina Serviced Apartments)、旅客之家酒店 (Travelodge Hotels)、艾博酒店 (Vibe Hotels) 和TFE 酒店精选 (TFE Hotels Collection)。

更多详情请浏览网站: www.StayFarEast.com/Sentosa
任何询问, 请拨电 +65 6512 2202 或电邮至 sales.sentosa@fareast.com.sg



Cost Management

跨国企业须重视差旅和税务费用成本管理

[刘霏芯—采访报道·摄影]

在全球化和数字化成为经济发展关键字的当下，中国跨国企业需要更加敏捷地对跨国业务相关法规和政策有所理解，推动企业数字化转型，进而提升企业运营效率和员工效率，降低总体成本，这已成为中国企业在全球舞台上赢得竞争的重要要素。

「从成本管控的角度看，作为企业最首要的可控成本之一，全球化和数字化背景下的员工薪酬和税务管理亟待得到更好的优化和调整。」SAP Concur大中华区总经理林星华先生表示，展望2019年，企业需要把握全球税务政策尤为关键，从而紧密把握未来发展趋势。

他进一步解释，面对经济全球化的市场趋势，每个国家对入境长期工作的外籍人员采取不同的工作签证和跨境税收规则，这就给开展跨国业务的中国企业带来了更多挑战。因为跨国家的长期工作签证和跨



↑SAP Concur大中华区总经理林星华先生

境税收的政策不同，如果公司无视这个问题，可能会对员工个人和公司造成巨大税务负担。最糟糕的情况是，公司还可能因违反签证规定而面临巨额罚款，造成金钱和信誉的双重损失。另一方面，企业如果掌握员工海外差旅的跨境增值税退税的能力，也将获得可观的退税收益。

2019年，中国企业要比以往任何时候都需要更智慧地应对跨境工资税、增值税退税等复杂性问题。

SAP Concur在自有的差旅生态系统中集成了全球领先的增值税退税企业VAT IT，可以提供专业的退税可行性分析，编制退税申索资料并将其提交给相关的税务机关。同时，借助全球25年的经验和成熟稳定的云架构系统，SAP Concur可支援多语言，并熟知多国税务政策要求，全面满足中国企业进行全球差旅和费用管控的需求。

加强财务和IT部门的紧密合作

与此同时，他也建议，在数字化转型的驱动下，会推动企业内部加强财务和IT部门的紧密合作，以进一步提高效率、节约成本并支援业务发展。

SAP Concur曾与Forrester咨询公司共同调研，报告显示超过70%的财务管理人员正在或计划将云计算等IT技术应用到差旅费用管理系统，这也是其推动财务数字化转型的重要步骤之一。

举例来说，在新的IT部门希望公司增加IT预算，提供更多投资以支援包括云部署、人工智能、机器学习在内的自动化技术专案，这就离不开财务部门在预算决策上的平衡和协助；同样，随着企业对于保护资料隐私的重视性逐步攀升，IT部门将更紧密地与财务部门合作，提供可靠有力的技术支持，为财务的各项资料安全和资料隐私保驾护航。

他总结指出，企业不仅要实现自身业务升级去应对激烈的市场竞争，还要周全地在差旅和费用管理方面多维度、多视角的全面布局。具有现代思维的企业管理者，不仅要关注更具便捷性和洞察力的差旅生态系统和基于大数据的机器学习技术，还要全面熟知国际市场中的资料安全法规和跨境税费政策，以及细致地考虑员工满意度和履行员工关怀责任，这样才能真正将高效的差旅和费用管理落到实处。

Venue

瑞士食物博物馆探索吸引中国客人的元素

[钟韵—采访报道·摄影]

30年前面世的食物博物馆利用展览和活动从个人和世界角度探讨食物的各种面向，同时也为以瑞士为目的地的MICE市场提供有意思的场地和活动选择。目前正逐步拓展中国市场。

日内瓦湖上有一个著名的照相景点：插在湖里的一支八米高叉子雕塑，雕塑后面，就是其所属的「Alimentarium食物博物馆」。这也是全球唯一一家专注于餐饮和营养的博物馆。食物博物馆除了展览之外，也提供针对FIT、家庭、学校和小团的体验活动，以及能为MICE客户量身定制的活动和场地。



Alimentarium
营销及传讯总监
Laurène Weguener

介绍，食物博物馆展览的第一部分以食物为主题，利用展品（比如古埃及消化未完的蛋糕）和互动科技表现出食品从诞生到到肚的旅程，及其对环境所造成的影响。第二部分聚焦社会，以观、听、尝和实验的方式，从文化角度分析食物在世界不同角落的社交功能及其与宗教的关系。第三部分的主题是身体，以幽默的风格呈现食物消化的过程及其对脑、五感和身体造成的影

响、不同的人体须运动多久才能燃烧掉食物的热量等科学知识。紧接着是成人、儿童都能玩得很开心的增强现实游戏室；从玩乐中，客人总会学到新知。

此外，博物馆也有专烹调应季菜品的餐厅及种植蔬果、香草的花园，以及可为大团或企业活动量身定制的厨艺课程和烘焙坊，让客人真正透过学习、玩乐和动手，全方位了解博物馆的内容。除了包括中文在内的多语言导览，博物馆今年起也会推出中文语音导览。

针对MICE客户，她举例，食物博物馆可举行150到200人的主题性企业晚宴和精致鸡尾酒会；参会者可和现场烹调的大厨互

动并用餐。为保证品质，人数较多到活动可分成数个小组，轮流参加15到18人到工作坊、参加会议和参观博物馆。博物馆现场有会议室、活动空间、许多营养专家及专注于历史、文化和科学的策展人。出于博物馆自身的特质，除了家庭游客之外，近年它对想研究特定主题的专家和科学家的针对性吸引力也越来越大。

另一方面，对于想接触一些新鲜话题的企业活动来说，博物馆将食物与情感做连结的特殊举措也使其成为很好的场地选择。Laurène Weguener说道，中国尽管已是食物博物馆的亚洲最大客源市场，但游客人数其实仍不多；博物馆正在探索将更多吸引中国客人的元素，并会逐步拓展中国市场。她笑道，目前已有许多中国客人会去日内瓦湖的「大叉子」拍照，所以第一步是让客人知道食物博物馆就在叉子后边，且是有意思的企业活动和团建场地。

Detroit

底特律车展转于夏季举行 带动夏季总体旅游市场

[钟韵—采访报道]

第三十届北美国际车展日前在美国底特律拉开帷幕。今年为该展最后一次在冬天举行。明年起的六月新展期将为包括中国展商在内的参会者带来更多便利，同时也为底特律市旅游发展创造新机遇。

固定于每年一月举行的北美国际车展（或称底特律车展）日前在底特律拉开帷幕，但为重振昔日光辉，该展会2020年起将转于夏季举行。据了解，底特律车展曾经是大小车企不可错过的重要展会，但随着高

端品牌纷改在洛杉矶或者同期举行的拉斯维加斯消费电子展进行展示，该展会近年不断缩水。很多人将此归咎于底特律冬季的冰雪和严寒。

展会明年挪到夏季举办，除了展商布展成本和时间将因避开年底数个假期而降低，展场还可扩至户外，并提供试驾。这些都为包括中国车企在内的展商提供了友好度大幅提升的参展环境。此外，据悉，参会者更是纷纷对于在温暖、清朗的时节中在参展之余探索底特律的旅游资源和美食美

酒表示兴致盎然。底特律本身近几年正经历一场城市复兴；这将很好地由MICE带动底特律夏季总体旅游市场，为底特律旅游发展带来新的机遇。

对于这场重要展会的新变化，底特律会议及旅游局执行副总裁兼首席运营官Michael O'Callaghan指出，中国市场也将受到影响。一方面，目前中国的汽车销量达到每年2,800万辆，世界主要车企都已进入中国市场；通用、别克和福特汽车也都非常依赖中国市场；中国对于底特律的汽车公

司非常重要。另一方面，底特律车展对于中国的汽车厂商也意义重大；特别是计划近期内进入美国市场的广汽集团，在该展中也占有极大的展位面积。

从这些角度来看，展期调整，将有利于底特律的中国MICE市场发展。Michael O'Callaghan说道，底特律会议及旅游局一直以来都和密西根旅游局及密西根州政府一同在中国开展营销活动及参与其贸易代表团；未来将进一步向中国游客宣传密西根州和底特律旅游资源。

This May, we celebrate **45** years of being the leader in the Asia-Pacific travel trade industry with our special Bumper Issue!

TTG 45G

A S I A

45 Views of the future

45 Industry trendsetters to watch

45 Most innovative tourism products

45 Ways that hotel chains and groups are making a difference in the industry

45 Things we didn't know about cruises in Asia

All this and more, in **May 2019!**
Book By 10 April 2019 To Be Part of This Bumper Issue.



ttgasia.com



e-Daily



DIGITAL



A Business Group of TTG Asia Media



To advertise, contact traveltradesales@ttgasia.com or +65 6395 7575



打造会议目的地， 深挖目的地特色

“如何成功打造会议目的地并且形塑出独有的特色？答案是必须从中国各地城市去深挖与了解，每一个地方的作法和关注点不同，要找到适合目的地的优势，才能真正打造出会议目的地的特色。”

[张广文—采访报道]

任何一个目的地拥有了完善的基础会议服务，就会让会议主办方愿意勇敢的将活动选择在该目的地举行。但要凸显目的地的特色，是要经过挖掘，不是经过打造；只要目的地挖掘内在文化，吸引外地人感受到政府与城市的热情，并体会到当地文化，就能成功。

要打破等级观念

欣欣翼翔国际会议与奖励旅游公司创始人刘平认为，目前中国各城市举办会议差别不大，不缺技术、灯光效果，但是缺的是特色。要有特色，首先要打破等级观念，如此才会改变发言者的顺序，也会调整仪式内容，与其一个局长发言推介目的地，不如找当地作者介绍目的地，让人热爱城市。经济、文化，甚至候鸟聚集地，都是可以成为推动一个地方会议的引擎。

参会者更关注的是内容

长沙市会议产业协会会长黄芳强调，举办会议重点不在于请了多少大的领导，没有开场音乐、没有主持人、灯光效果很简单



欣欣翼翔国际会议与奖励旅游公司创始人刘平



杭州远成会议服务有限公司总经理陈文耀



杭州市会展协会秘书长舒涛

都没有关系，只要内容丰富，会议更有意义。与其讨论怎么做，不如找目的地直接分享最近做了什麼。所有参会者更关注的是内容，有收益就会再来参加。

要找到一个感动点

杭州远成会议服务有限公司总经理陈文耀指出，要打造一个会议目的地，必须要有一个感动点，不管是国际会议周、一首歌、一本书、一场音乐会，还是一个新颖的推广策略，只要目的地挖掘内在文化，吸引外地人感受到政府与城市的热情，并

体会到当地文化，就能成功。

杭州市会展协会秘书长舒涛补充道，会议目的地的打造，是一个综合过程，也离不开四个层面，也就是政策、服务、设施、产品。而过程当中，政府、企业、会议主办方都会有不同的定位和角色，但有时三方的需求是一致的，如高标准、高质量的服务，这是整个行业共同面对的问题；任何一个目的地拥有了完善的基础会议服务，就会让会议主办方愿意勇敢的将活动选择在该目的地举行。

特色要经过挖掘，不是打造

目的地的特色如何凸显？答案是要经过挖掘，不是经过打造。以杭州为例，杭州会议口号，不像其他城市以宏观角度定位，而是聚焦在「杭州会不同」，争取想要追求独特体验的主办方。目的地需要以客户群、市场群为主要需求方，来制定当地应该打造什麼样的形象牌和介面。

这样的营销价值对会议组办方是一个虚拟的价值，像是杭州举办过G20，会议有背书，在当地举行活动会一样的高大上。杭州建立会议大使、成立竞标中心都是具体的作法。

建立标准行业才能向前发展

CCBA中国会议会展联盟会长李建明表示，要打造会议目的地，要思考几个问题，政府会议如何制定标准？国际会议如何制定接待标准？半政府的行业协会会议如何制定标准？科协与分会标准又如何？学术会议的标准为何？MICE行业世界五百强企业的会议，以及国内企业的会议，这些如何制定标准？而体育赛事、节庆、服务行业的培训市场，以及服务商如何制定标准？各省特色不同，因此标准因地制宜。会展相关的政府单位要知道当地的旅游资源和地方特色，才能打造会议目的地的特色。

整体来说，会议细节决定成败，会议目的地的接待标准细化的事项太多，标准建立出来才能真正让行业向前发展。中国现在很多城市都在大力推广会展，投入大量资金，但是在标准上仍很空泛，因为很多接待行业人员都是从旅行社转型而来，连PCO的收费标准到底怎麼制定都不清楚。MICE产业都是以服务为收费关键，行业协会被推向市场要生存也很难，没有政府支持更难。因此，未来整个行业都需要接受培训，如果能领证更好。



长沙市会议产业协会会长黄芳



CCBA中国会议会展联盟会长李建明

聚长隆 连四方

大湾区会展目的地

会务度假多元一体



广州区:  长隆酒店
CHIMELONG HOTEL

长隆
熊猫酒店
CHIMELONG PANDA HOTEL

 长隆香江酒店
Chimelong Xiangjiang Hotel

珠海区:  长隆
横琴湾酒店
CHIMELONG HENGQINWAN HOTEL

长隆
企鹅酒店
CHIMELONG PENGUIN HOTEL

 长隆
马戏酒店
Circus Hotel

 长隆
长隆迎海酒店公寓



长隆
CHIMELONG

广州长隆度假区 · 珠海长隆度假区

长隆 百度一下

全国客服热线: 400-883-0083

隆连四方

大湾区会展目的地



SPECIAL REPORT



青岛与城市发展主题相结合

>青岛西海岸新区会展办副主任丁善宝

青岛西海岸新区获批4年多来,通过打造「啤酒之城、音乐之岛、影视之都、会展之心」四张城市名片,不断提升城市软实力和综合竞争力。

青岛西海岸新区会展办副主任丁善宝认为会议目的地的发展有两个方向,一是要跟城市发展主题相结合,青岛西海岸新区重点发展海洋经济、军民融合;二是硬实力和软环境的打造,要确保当地有设施才能拥有接待承载能力,同时,要有行业的规划,才能引导会议行业的健康发展。

他指出,今明两年将有超过40个全国大型展会,以及各类展览、会议、论坛、城市节庆活动在西海岸新区举行。聚力节庆展会,可以形成城市品牌宣传打造的爆发力。近年来,东亚海洋合作平台青岛论坛、青岛国际啤酒节、金凤凰颁奖典礼、国际海

洋技术与工程设备展等一系列国际性节庆展会的成功举办,成为西海岸新区招商引资和对外宣传的视窗,极大地提升了新区的软实力。

青岛世博城建成后争取每年举办展览50场以上,总展览面积100万平方米以上,参展人数超过300万人次。提供长期直接就业岗位1万个,间接增加就业岗位5万个。预计每年实现行业收入30亿元,拉动青岛新增GDP 200亿元。

200亿元

青岛世博城建成后,预计每年实现行业收入30亿元,拉动青岛新增GDP 200亿元。



厦门不适展览,举办会议独具优势

>厦门会展协会会长郑智

厦门会展协会会长郑智介绍到,建设会议目的地,要重视协会,也要让协会发挥作用,因为协会是最接地气的,并与产业密切结合,更能提供政府单位在制定标准上专业与符合城市的意见。

厦门是最早提出会议扶持政策的城市,当地产业基础弱,不适合做展览,腹地与市场较小,但举办会议具有独特的优势,包括城市繁荣、环境优美、交通发达、高开放度等。另一方面,建设会议目的地必须发挥三个积极性:要发挥政府的积极性、要发挥企业的积极性,要发挥行业协会的积极性,让行业协会作为政府和企业之间的交流桥梁,代表企业提出一些建议,推动举办一些活动,在政府支持下,组织企业参与活动。

厦门另通过「国际会展

周」打造厦门作为会议目的地,并且借此学习境内外最佳实践方法与先进经验,以规划目的地的建设。「2018年厦门国际会展周」主要由厦门国际会展高峰论坛暨海峡会展合作论坛、金砖暨一带一路中外会展合作论坛、亚洲高校会展教育合作论坛暨第十届中国会展教育年会、厦门国际会展周项目对接洽谈会、国际奖励旅游精英协会(SITE)中国高峰论坛等五大板块组成,而且参会嘉宾国别、地区超过30个,有近两百家企业、协会,300位专业专家,超过

1,600名中外嘉宾参会。

此外,厦门已建立了会议型酒店成立的评价条件,这对打造会议目的地城市很有好处。未来希望城市对于会议服务标准作更多细致的调研,推出来的规则能切合实际需求,并没有执行困难。



Traveller's View 商业、设施、休闲体验须达到完美平衡

会议离不开休闲,随着会议商务旅行在亚太地区的兴起,「商务休闲」这一概念也受到了越来越多的关注,这促使亚太地区的会议城市更加努力将休闲娱乐的机会与繁忙的商务旅行结合起来。根据经济学人智库所发布的《2019年商务休闲风向标:工作娱乐两相宜的亚洲顶级城市》报告显示,在亚洲的顶级会议商务休闲城市中,蓬勃的商业活动、高品质的基础设施和一流的休闲体验达到了完美的

平衡;与此同时,一些较为不起眼的城市也表现突出。

亚洲会议商务休闲环境最好的城市并不一定是最宜居的城市,这是本调查的一个重要发现。虽然本项调查的具体调查问题受到了「全球宜居城市指数」(Global Liveability Index)的启发,但一些调查发现却大相径庭。例如,新西兰的奥克兰和澳大利亚的阿德莱德作为比较富裕的城市,在宜居城市排名中遥遥领先,但



昆明围绕建设区域性国际中心城市

>昆明市博览事务局局长李华生

昆明市博览事务局局长李华生表示,当前,发展会展业综合优势和机遇凸显。昆明非常重视会展业的发展,并将围绕「一个中心,两个高地」来打造会展产业,即围绕昆明市建设区域性国际中心城市这个中心,打造国际会展之都和会议目的地城市。

他指出,昆明会展业发展的优势日益凸显:

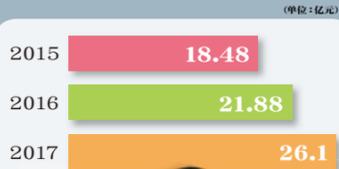
- ▶政策优势方面,一系列关于扶持企业发展、政策资金支持等条例的出台,为昆明发展会展业营造了良好的政策环境;
- ▶气候优势方面,适合一年四季举办会议和展览,显现出会展「淡季不淡」的特点,也展现出春城花都的特色;
- ▶文化优势方面,历史文化、民族文化、都市时尚文化、边疆异域文化在此交汇交融,为会展业发展奠定了深厚的文化底蕴;
- ▶区位优势方面,随着国家「一带一路」建设的深入实施,昆明从开放末端转变为开放前沿与辐射中心,面对南亚与东南亚庞大的市场;
- ▶交通优势方面,昆明航空、铁路、公路交叉的现代化综合交通体系建设发展迅速,交通立体网络正在逐渐形成。到2020年末,全市展览面积增长到500万平方米,力争实现昆明市会展业的产值从「十二五」末的18亿元增长至41亿元,年均

增长率达到18%;会展业对全市相关产业的拉动效益从「十二五」末的160亿元增长至400亿元。昆明市博览事务局将落实「三个推进,四个实现」,即推进世博联盟大会、绿色产业大会、永不落幕的南博会会展项目的策划和打造,全面实现「会展旅游」、「会展大健康」、「会展绿色生态」、「会展国家植物博物馆」的昆明会展模式4种形态。

全市还将整合会展场馆资源,建立现代会展产业资产管理运营体系,培育一批具有国际影响力的综合性和专业性品牌展会,形成以区域性会展为基础、国家级和国际性会展为龙头的会展业发展格局。

随着2013年11月昆明市博览事务局成立,《昆明市会展业促进条例》率先实现会展行业立法,会展行业统计监测体系建设走在全国前列,同时,会展会议管理条例也有扶持政策支持产业的发展,翻开全新的一页。

昆明会展业营业收入



长沙成立会议协会 加大扶持力度

>长沙市会展工作管理办公室副主任罗庆龙

长沙市会展工作管理办公室副主任罗庆龙说明到,长沙在会议上的名气仍与其他城市,像是海口、三亚等有一定的差距,不过,长沙这些年也在致力于打造会议目的地城市,积极参与行业展览与会议,推广当地优势。近期长沙推出了大型会展中心,待二期工程完成后,其总面积将达到26万平方米,同时,也在动工建立一个全新10万平方米

的大型会议中心。而北辰集团也在长沙打造一个10亿元的会议中心。

另外,长沙在会议扶持上的力度也是比较大的。当地成立了会议协会,整合会议资源,提升服务水平,强化行业标准,进一步达到政府与协会连动的目标。长沙的酒店也积极和会议协会互动,并致力于会议服务的提升与标准化。

报告编辑表示,「亚太地区城市应该注意:为商旅人士提供休闲娱乐体验,是从已经十分饱和的商业旅游市场中脱颖而出的关键。在我们的「商务休闲风向标」中排名靠前的一些城市,在这个方面已经走在了世界的前列。亚洲其他城市可以从这些城市中吸取经验,努力将商务旅行和休闲娱乐更加紧密结合,为商旅人士提供更加便捷而丰富的旅游体验。」

该调查亦显示,会议商务之余的休闲娱乐是扩及到文化特色的展现,目的地城市应深入思考。

SPECIAL REPORT



亚洲最佳商务休闲目的地 - 东京

东京：在亚洲地区的26个城市中，东京以其对游客的巨大商务和休闲娱乐——即「商务休闲(Bleisure)」吸引力占据榜首。

新加坡、悉尼、香港和墨尔本：根据经济学人智库(The Economist Intelligence Unit/The EIU)最新研究中的量化指标评定，新加坡、悉尼、香港和墨尔本同日本首都东京一起入选「五星级」商务休闲城市。

上海和北京：商务休闲环境排名超过了其在宜居城市指数中的排名，这得益于其不断完善的商务基础设施。

澳大利亚：一些较小的城市虽然宜居程度得分很高，但是由于提供给商旅人士探索当地文化的机会等较少，排名也并不靠前。

亚洲商务休闲顶级城市排名

排名	城市	排名	城市
1	东京	2	新加坡
3	悉尼	3	香港
5	墨尔本	6	上海
7	北京	8	大阪
9	珀斯	10	首尔

五星级会议商务旅行城市

(资料来源/经济学人智库)

城市的评分基于一项针对全球1,500位商旅人士的调查，调查要求他们就交通便捷程度、消费品和服务的供应等一些影响商务旅行体验的因素进行评分，总分为五分。城市的得分决定了城市的排名和星级评定，五星级城市高于平均水平，一星级城市则低于平均水平。

五星城市	四星城市	三星城市	二星城市	一星城市
东京	上海	大阪	台北	曼谷
新加坡	北京	珀斯	广州	阿德莱德
悉尼		首尔	吉隆坡	深圳
香港			孟买	雅加达
墨尔本			惠灵顿	胡志明市
			布里斯班	科伦坡
			新德里	河内
			奥克兰	马尼拉

Incentive Travel

奖励旅游目的地决策有5大基本考量

[钟韵一采访报道]

从奖励旅游团的组织者来看，目的地与活动成功与否同样有着密不可分的关系。相关调查显示，奖励旅游决策者对于目的地的选择有五大基本考量：交通时间、行动便利性、服务品质、性价比、安全性；满足这五大考量后，目的地特色便成为决胜关键。

C&IT Calum Di Lieto介绍，据相关调查报告显示，影响奖励旅游决策者目的地选择的第五大因素是交通时间。如果深挖，可以了解到这其实和旅游者对目的地体验对预期有关。比如，如果去塞伦盖蒂看动物大迁徙，客人多少会知道从起始地到大象栖息地之间，八成没有数小时直达到航班。这种预期会和交通时间相互抵消。但如果是去拉斯维加斯，客人就不会想全球到处转机才抵达最终目的地。虽然近年有越来越多奖励旅游团朝山顶、深林等冷门处探索，但最终让参会者舒适、有效率地抵达目的地，还是主办者的重要任务。

第四大因素是目的地的行动便利性。有相关调查总结，至2025年，身心障碍人口将占全球人口40%。这不是说未来人人都会需要靠轮椅来行动，而是说无论从视力、听力或肢体行动能力等各种角度来看，活动组织者和目的地供应商都需要加以考

虑，如何让所有参会者都能在目的地顺利活动。比如，假如酒店或活动会场连最基本的轮椅坡道都没有，目的地、组织者和供应商的品牌都会得到很大的损害。

影响力排名第三的是服务品质。无论是酒店、机场或商店，客人对目的地的第一印象会很大程度上影响其后续体验感受。要避免参会者对目的地苛刻评价，从酒店前台、活动会场到交通工具，服务水准从头到尾保持一致非常重要。

排名第二的是性价比。

至于影响奖励旅游目的地决策的第一大因素，不令人意外地，就是安全。政治稳定和目的地安全性对于奖励旅游团来说，至为关键。虽说现实情况是全球没有哪一个角落真的绝对安全，也没有哪个目的地可以永远杜绝危机，但目的地和活动组织者可以让参会者「感到」安全，感到自己被照顾得很好。以组织者为例，一定要做好员工培训，确保所有现场员工都能和参会者保持良好地沟通、发生意外时不会恐慌，这样客户才会觉得「一旦」有事发生，可以保持镇定。

交通
时间

行动
便利性

服务
品质

性价比

安全性



花园饭店（上海）--- 商务、宴请的理想之选

花园饭店（上海）拥有10间大小、风格各异的多功能宴会厅，分别位于酒店的2楼和32楼。饭店宴会团队推出全新的“大仓之味”会议包价。为了让您的会议活动更具特色，您还可以以更优惠的价格选择“花园太极班”、“寿司工坊”、“米其林推荐午餐”等特色项目。

“大仓之味”会议包价：

半天价：RMB 498元/位

全天价：RMB 598元/位

* 包含茶歇。包含宴会厅或餐厅内享用午餐

* 包含10%服务费和6%增值税

* 此价格有效期至2020年3月15日止



更多详情，请咨询宴会预约

TEL: (86-21) 64151111-5322 E-mail: bqresv@gardenhotelshanghai.com

中国上海市茂名南路58号 Tel: 6415-1111 Fax: 6415-8866 http://www.gardenhotelshanghai.com

翻卷与目标客户的互动



“对任何一个品牌来说，现在要与众不同，必须要在一切的杂乱声音之中，脱颖而出。要取得消费者的认可，不是一件容易的事情，除了要聚焦于体验型的消费，也要抓住会议组织者的目光，双管齐下才能尽可能掌握各种生意来源。”

[张广文—采访报道]

在当今快速向前迈进的时代，明天其实都可以算是昨天了。现在所有人存在于一个奇怪的组合之中，不但有石器时代的情绪、中古世纪的信仰，还有神一般的科技。简而言之，现在的时代可以用四个词来形容，变化多端、不确定性高、复杂程度高、模拟两可。

MCI亚太地区首席运营官Oscar Cerezales表示，现今社会资产、债券、汇率市场变化多，缺乏稳定性，而且难以预测。通货膨胀指数的计算、退休基金的处

理机制都可能改变，因此要看出未来会发生什麼大改变，非常困难。要厘清目前金融市场的新秩序，必须熟悉不断扩展与持续复杂化的金融工具和法律规范，加上持续复杂化的市场，这些都是专家以往没见过的；大环境下造成模拟两可的心情，让人不知道如何下手、从何下手。

适者生存 生命周期缩短

过去一个产品要达到5,000万位使用者的目光，需要花费很长的时间，像是汽车62年、电话50年、电力46年、信用卡28年、电

视22年、ATM18年、银行卡12年，但是现在的产品很快就能达成目标，如网络7年、PayPal 5年、YouTube 4年、脸书3年、推特2年，游戏Pokeman甚至只花了19天，完全体现出达尔文适者生存的理念。

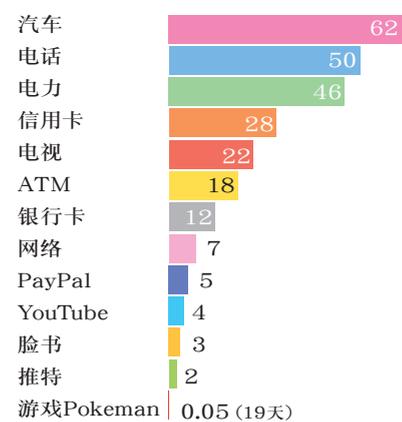
以前世界前五百强的企业，生命周期平均可以到67年，现在一个公司可能25年后就不见了；未来一个公司存活多年，不会是常态。因此，持续追求改革、面对颠覆，是任何企业都必须接受的现实。现在的社会已经超越了1784年的蒸汽革命、1870年的电力革命和1969年的电脑革命，现在要面对的是智慧革命。机器人、人工智慧已经和生活密不可分。消费者越来越有决定权，在对内营销时，要注重的是吸引、转化、使之有趣和确定生意成型，而在对外营销时，重点是要面对客户不接受电话推销、广告打岔、及其不被人理会广告与垃圾邮件。

竞争者众 强化消费忠诚

对任何一个品牌来说，现在要与众不同，必须要在一切的杂乱声音之中，脱颖而出。每个人每天接受的讯息量在1970年仅500条，到了2017年已经达到5千多条。因此要在经济层面找到重度使用的人，再从情感上下手，找出高度互动的人，这样才能聚焦到超级消费者。这些消费者往往在行动上非常忠诚，互动的消费者往往会有9成愿意频繁地采购同一个品牌，同时愿意在每一次消费上多花60%的金额。

要追踪消费者，邮件、搜寻、线上广告、网站、直接邮件、手机广告、传统媒体都是

达到5,000万位使用者目光所花费的时间(年)



不错的渠道。而社交媒体、内容营销、活动会议、网络演讲等方法皆很具挑战性。另外，要取得消费者的认可，不是一件容易的事情，除了要聚焦于体验型的消费，也要抓住会议组织者的目光，双管齐下才能尽可能掌握各种生意来源。就会议而言，会议室可以驱动经济的，每年会议对美国的影响力达到8,450亿美元，不容小觑。其实，会议产业所制造的工作机会，比汽车行业、医药行业、石油和天然气产业都还多。

整体来看，现今要面对的最大挑战，就是消费者很容易分心，产品都是在工厂中制造出来的，但是品牌必须从脑子中建立起来才行。

创新发展 优化数据智慧

创新是市场上最热门的名词，其发展阶

Social Strategy

善用FOMO情绪 为活动创造无死角营销

[钟韵—采访报道]

近期欧美社交媒体特别流行的一个词是“FOMO”，意思是「错失恐惧」，也就是在步伐快速的社交媒体时代，人们生怕自己一不留神就错过了精彩事件，与社会脱节。对于展会活动，制造FOMO实际上可以成为有利的营销工具。

缩写为FOMO的「Fear of Missing Out」，指的是因担心与社会脱节而感受到患得患失的情绪，也称为社群恐慌症。这可以说是社交媒体的产物。对于活动营销者来说，如果成功「制造」FOMO，其实可以为活动带来很好的效益。

相关调查显示，推广活动及转化注册者、现场与参会者紧密交流，是展会营销的两大挑战。据Soliman Productions总裁及首席执行官Sarah Soliman Daudin与

展会机构合作的经验反映，很多展会活动的营销推广往往都太晚开始，展会期间只求活动顺利完成，展会结束后，主办方又迟于向参会者沟通来年计划。将FOMO概念融入展会营销计划，是克服这种挑战很好的方式。

展会活动如何制造FOMO? 首先，需要

善用FOMO创造有利营销

- 视觉效果
- 数字媒体

有内容。无论是医药、零售或汽车，任何产业都有可以分享的故事。相对于「什麼」和「怎麼」，人们更关注的是「为什麼」，因此展会的责任是准确、有效的把故事传播出去。将视听与数字媒体进行融合，是很有效的传播方法。

为什麼要注重视觉效果? 相关研究显示，有65%的人是视觉型学习者。如果每周

- 传播针对性主题
- 制造期待感



↑Soliman Productions总裁及首席执行官Sarah Soliman Daudin

向潜在参会者发送大段大段文字内容的电子邮件，如何与对方产生共鸣? 再者，人们了解世界的方式有83%通过视觉、11%通过听觉，且大脑处理视频信息的速度较文字高出6万倍，故以视频方式将两者良好结合，可以很有效地将信息深植目标群众的脑海里。要注意的是，视频的视觉和声效品质都不可忽略，因为一旦人们需要费力去了解信

MICE MARKETING

段包括了理念成形、推出市场、面对市场风险等孵化阶段，以及商业化、成长等加速阶段。让客户感受到惊奇的同时，也必须追求ROI的目标。这时候，跨文化能力、社会智慧、跨学科、虚拟协作、适应性思维，以及认知负荷管理等，都是每个企业必须拥有的实力。

任何产品要成功，都不是直线一路向上的发展，而是经过起起伏伏，不断调整，才能找到最适合市场的最佳模式。未来线上到线下又回到线上的活动是被认可的渠道，每个企业都必须通过数据来增进智慧，而且要记住社区的参与能使活动事半功倍。商务活动不只跟旅游相关，也和经济增长紧密相连。所有有效的生意模式，都是可以重复的，而且可以规模化的。

瑞士旅游局首席执行官 Martin Nydegger 举例说明，瑞士通过三大方向，转变与观众互动的方式。一为持续发展自己的活动概念；二为分段导向的方法会带来更多的生意；三则是不同凡响的体验，就会导致不同凡响的结果。瑞士旅游局的目的



未来线上到线下又回到线上的活动是被认可的渠道，每个企业都必须通过数据来增进智慧，而且要记住社区的参与能使活动事半功倍。商务活动不只跟旅游相关，也和经济增长紧密相连。所有有效的生意模式，都是可以重复的，而且可以规模化的。

息，大脑很容易直接「关机」。

其次，应建立内容策略，将各种主题针对性地向目标市场传送（比如工程论坛发向工程师）；广泛搭上热门话题和关键字，成为目标受众最习惯的信息来源；善用各类社交媒体，不放过任何角落。

而且，不要等到活动临举行前才开始对外传播信息。不仅在前一年活动期间，便可借着向参会者告知来年的活动创意和计划来制造期待感（而不是等到活动都过去三个月了，才去唤醒参会者的记忆），在接下来一年的时间里，也可以不断靠文字、直播或45到60秒的视频故事等方式，将参会者带进来年展会活动的世界里——让人们觉得如果不来参加，肯定就错过了什么，也就是FOMO。

很多人会误以为视频营销的成本肯定高昂。但事实上，吸引赞助不仅有利于降低成本，赞助商更能直接为活动的FOMO营造带来贡献，在网路上制造话题扩散的良性循环。

标就是将瑞士打造成为一个度假、旅游和会议目的地，并且在全球各地和瑞士政府、旅游伙伴一起提升瑞士形象。

会议对瑞士而言，非常重要，代表了630万晚酒店客房过夜数量、19%的瑞士酒店过夜份额、每天平均345美元的消费，以及21.7亿美元的预计营业额。在2017年，德国、美国、中国、英国、法国为前五大市场。很多游客对瑞士的印象就是非常有效率、交通、美丽的风景、高品质的安全生活、乾

净、现代、进步，以及温暖的居民。旅游业对瑞士而言，占到4%GDP，是前五大出口产业，有17.5万个工作机会，并且支撑着2.5万个中小企业。酒店过夜数量达3,550万间夜，当日拜访的客人达2亿人次，整体旅客数量约3亿人次。

以往要和不同国家的旅游行业宣传，往往通过路演或是宣传活动，但是这些效果都不如预期，因此瑞士旅游局重新思考，如何宣传才能达到真正的效果，与其在同一

天中，通过背靠背的演讲、会议、交流活动进行推广，不如邀请旅游业者亲自到访当地，在奢华小屋、木工工作坊、滑雪场等不同的场地中感受场地的优势、亮点，以及多元性。同时，在一系列瑞士居民的日常作息中，感受当地人的生活，像是一边品尝典型的瑞士早午餐，一边互动交流、体验滚动起司的活动、挤牛奶比赛、在瑞士议会前丢旗子、参观景点、教堂、城堡等，感受当地的魅力。



2019年PATA 旅游交易会

时间: 9月18日-20日
地点: 哈萨克斯坦·阿斯塔纳科美展览中心

PATA 旅游交易会 (PTM) 为专业旅游人士，提供了绝佳的商务沟通平台和采购机会，并帮助他们拓展亚太地区的业务。

首次在中亚地区举办!

作为亚太地区最资深的旅游贸易展，PATA 旅游交易会拥有超过40年的运营经验。交易会通过预约配对，使高资质的买家、卖家建立紧密联系，并提供了与当地业者进行互动沟通的机会。

参加PATA旅游交易会的理由

-  使您的商业机遇得到最大化
通过PATA专业的预约配对系统，两天内将进行共计超过一万次的预约配对洽谈。
-  结识全球业内人士
与来自世界各地超过六十个目的地的逾千名代表相识，并通过多种形式的社交活动，促进业务的沟通与往来。
-  学习业内前沿信息
通过PATA旅游交易会期间举办的各种论坛和研讨会，了解旅游业的前沿资讯和动态。并从荣获PATA金奖的单位或组织的成功经验中得到启迪，PATA金奖是亚太地区旅游行业的最高荣誉，旨在表彰过去一年内，在旅游行业有杰出表现和特殊贡献的单位或组织，而获奖案例往往会成为一个地区旅游业界的品质代表和创新典范。

举办地年年焕新

与其他传统旅游展不同的是，PATA旅游交易会每年都会在不同的国家或地区举办。使参会代表有机会与新的买家和卖家进行交流，每届PATA旅游交易会都会给您带来不同目的地的独特体验，正是这些各具特色的目的地塑造了亚太地区的旅游业。

《纽约时报》将其描述为“奢华生态目的地”，哈萨克斯坦的未来城市。其风景美不胜收，人民热情好客，为游客提供了一个流连忘返的新兴目的地，该地区目前还未受到过度旅游所带来的不利影响。

阿斯塔纳国际机场提供直飞亚太地区各主要城市的航班，其中包括北京、德里、首尔、曼谷、和阿布扎比。

官方指定发行机构



享受提早注册优惠请速报名!
www.PATA.org/PTM

扩大澳门会展影响力 投资未来发展需求



“澳门政府大力支持会展业发展，以配合产业和经济适度多元。澳门会展业界普遍认为，去年行业整体发展向好，预料今年仍可吸引不同展会落户，如能充分发挥港珠澳大桥的优势并顺利解决现存的问题，投资未来发展需求，在引客来澳参展方面会有所增长。”

[张广文—采访报道]

澳门会展业一直朝会议为主、展览平稳发展的步伐迈进。澳门会议展览业协会副理事长林伟濠表示，虽然目前政府对会展行业资助减少，但政策上仍大力支持，同时通过同业自力更新，展与展紧接举行，成效不俗。纵使未来经济或「稳中有变」，但去年国际性组织对澳办展评价较高，预料今年会展业稳健发展，不会大升大跌，前景乐观。

另一方面，港珠澳大桥开通早期还未看到成果，但长远看大桥对澳门各行各业都有利，特别是交通方便，对会展吸引外国客商、内地客商都有优势，增加他们对澳门的兴趣，未来会展落户澳门举办的机会就会更大。

惟现时行业内人员少，人才十分紧张，特别是每逢年底澳门展览数量增多，人手不足唯有招聘兼职帮补，例如水电、搭建工人等。行业亦渴望培养新人入行，包括走进校园宣传推广，让学生及早了解行业。

澳门展贸协会副会长詹国铨预料，今年会展行业整体发展较去年增长，因不少内地客商、葡语系国家客户渴望通过澳门桥

梁把产品辐射至其他地方。此外，港珠澳大桥开通后交通快捷，有助澳门的会展和物流，只要澳门善用自身优势，不惧珠海、香港同业竞争；且澳门会展业不断在软硬件上作更新，相信可配合未来增长发展需求。

须解决港珠澳大桥人货通关不便

会议展览业协会理事长何海明表示，港珠澳大桥开通，有助吸引人流，特别是主要接待国际会议宾客的场地。不过，大桥开通初期国际客体验不太理想，来澳门参会几天，拿着大型行李需先从香港机场坐穿梭巴士到大桥口岸，再坐车到澳门，然后再到酒店，十分周折。目前来说，国际客有一半认为从香港机场坐车来澳门不太方便。若携带小型行李，则尚可接受。未来希望提升通关体验，早前公布「加强澳门至香港机场的跨境巴士合作」，香港机管局短期内会进行相关招标，争取尽快提供服务。相信机场跨境巴士投入运作，有助提升交通体验。

其次，大桥香港至澳门段尚未开通货物

通关，期望尽快通关，以减少时间及成本。早前向物流业了解可减少一半成本，特别是提升效率。时间上，经大桥来澳可能只需数小时，船运可能需两三天。长远来说，当香港国际机场限制区连接港珠澳大桥香港口岸人工岛的封闭行车桥落成，国际会展客可以过境性质经香港来澳门，更有利吸引国际客。如一个国际会议有印度客，入境香港需要签证，来澳门则不用，现在建议他们取道机场船以过境性质来澳，未来当封闭行车桥落成，可直接坐车来澳门。

今年将有多个国际会议在澳门举行，现已商讨包车形式经港珠澳大桥来澳门。虽然这些国际会议几年前已成功竞投，但跟着大桥的卖点，可吸引更多会议客来澳门。据估计，今年国际会议客人将有双位数增长。今年九月至十一月，部分会议场地已相当爆满。一来多了会议在澳举行，同时今年是双庆年，不少活动举办，故旺季会议场地十分紧张。澳门会展业进入提质发展、汰弱留强阶段，应坚定精准扶持，宜增场地供应拉动需求，并以「会议+展览」强化效益，促进行业良性循环。

何海明强调，长远而言会展业要成经济多元助推器：

- 一、要增会议设施、场地，以优质供应拉动需求；
- 二、解决通关问题，目前部分展品进澳以进出口标准通关，需检疫、认证，窒碍参展商参展；
- 三、重视人才，要留住人才、培养人才、引进人才，现时行业面临人手不足，且会议竞投人才多年未有增长。
- 另一方面，要令各行各业在会展业中得益才能增加其对会展业参与度，跨界合作、会展+旅游、会展+美食等，都是

增加会展影响力、提高社会参与度的方向。

目前行业制约包括场租、搭建成本高，人力资源供应不足，缺乏专业观众等。像专业观众由于缺乏产业支持，展览首日热闹，到实际洽谈阶段冷清，以致未能发挥理想效果。他认为，政府若能打造新场馆，一来助吸纳宗教、政府主办会议，利多元会展，再者助业界降低成本。

澳门的会展企业以中小企为主，而会议的规模和形式相对地较多样化。在会展业的成长过程中，食品及酒类上述展品进入内地的报关及检验检疫程式较长。而上年年底公布的CEPA《经济技术合作协议》，已明确表明要「鼓励两地相关部门简化展品检验检疫手续，并探讨进一步促进展品通关便利合作协议，便利两地展品通关」，为解决两地展品通关问题指明了方向。

接下来，澳门贸促局将继续加强政策引导、优化资源投放、提升服务水平，研究争取更多多元化的优质会议及展览项目长期落户澳门。例如，以融资租赁、酒店服务、餐饮等主题的活动，以会展业为抓手，扩大其他行业的发展空间。贸促局计划：

一、在香港国际机场或港珠澳大桥香港口岸设为来澳会展客商提供协助；

二、先行先试利用科技元素及通过广州代表处，为大湾区客商来澳参会参展提供便利服务。当中包括开发「澳门会展通」手机应用程序作为出入境「绿色通道」凭证及电子入场证；

三、巩固并提升品牌项目的成效，从多方面丰富「粤港澳大湾区」、「葡语国家」及「一带一路」等元素。

澳门贸促局代主席刘关华指出，「粤港澳大湾区」建设作为国家层级战略，是新时代推动形成全面开放新格局的新举措。澳门凭借「世界旅游休闲中心」及「中国与葡语国家商贸合作服务平台」的定位优势，从「+澳门」的角度出发，让澳门的会展业与湾区兄弟城市的优势产业有机结合，共同拓展葡语国家以至「一带一路」沿线国家及地区等国际市场。贸促局于2月27日假中土大厦举办「会展竞投策略工作坊」，借由工作坊，让组织者更了解如何竞投国际性会议落户澳门，并借此机会促进业界交流，推动会展业健康发展。培训活动由贸促局会展顾问迈克威廉士主讲，现场分享了竞投会议的策略，同时，曾成功竞投国际性会议的澳门会展业界人士，也分享了经验及心得。

PLAN

1. 在香港机场或港珠澳大桥口岸设为来澳会展客商提供协助；

2. 利用科技元素及通过广州代表处，为大湾区客商来澳参会参展提供便利服务，如出入境「绿色通道」凭证及电子入场证；

3. 巩固并提升品牌项目的成效

澳门喜来登大酒店 及 澳门瑞吉酒店

以「澳门盛会」作主题， 为活动增添旧澳门情怀

澳门喜来登金沙城中心大酒店及澳门瑞吉金沙城中心酒店一向走在商务会议潮流最前，以「澳门盛会」主题活动为活动增添澳门情怀，为商务会议团体策划增加优势，承传澳门被选为联合国教科文组织创意美食城市。

「澳门盛会」

「澳门盛会」以澳门文化及殖民地历史建筑作背景，配合富有本地元素的娱乐表演及特色美食佳肴，充分体现出澳门的传统文化精髓，为活动注入澳门情怀，更显不平凡。主题活动打破一般传统宴会体验，以有趣及互动的方式，通过味觉、视觉和听觉，带领宾客穿越到澳门的1960年代，投入非一般的胜地魅力。

整个宴会厅被布置成繁华的澳门街头，让宾客仿佛置身于东望洋灯塔、龙环葡韵、妈阁庙、大三巴等著名地标建筑物。身穿传统葡国土风舞服饰的宴会服务员会为宾客送上特色美食，如葡式辣爆谷和新鲜葡挞，而打扮成渔民的宴会服务员则挑着担子，带着载满马介休球及沙丁鱼多士等酒会小吃的竹篮让宾客恣意品尝，还有穿上澳门村民服饰的宴会服务员踏着怀旧三轮车，于盛载水果酒的陶瓦桶，以杓子为宾客舀酒，为宴会再添乐趣！

「澳门盛会」主题活动有一系列精彩现场娱乐表演可供选择，以互动有趣的形式，让宾客亲身感受旧澳门风情，包括传统中国书法家为宾客题名字，中式绳结家及剪影家亲手为宾客制作纪念品，或是命理家即场为宾客预测运势。想令宴会更精彩、更热闹的话，可选择热情的拉丁舞表演，展现澳门作为葡国殖民地时期的拉丁文化；又或者葡萄牙著名的法朵 (Fado) 音乐演出，以美妙歌声为盛会助兴。



「澳门盛会」每个细节都散发着澳葡特色的氛围。

澳门特色主题茶歇

澳门喜来登大酒店及澳门瑞吉酒店考虑到会议日程繁忙的商务客人，特意准备了两款融合澳门本地特色为主题的茶歇供会议筹划者选择，分别为「澳门特色」及「点心车」主题茶歇。与会者在充满效率地进行会议同时，也能一尝澳门风味美食，体会这座城市丰富深厚的的美食文化。「澳门特色」包含多款澳门具代表性的咸甜点心，如猪扒包、杏仁饼干和木糠蛋糕，展现出这块美食之地独有的中葡交融饮食文化；而「点心车」则以竹制蒸笼盛载多款热腾腾的精巧点心，让宾客细味广式传统。



「澳门盛会」让宾客置身于1960年代的澳门。



优雅灵活的阿斯特宴会厅。

精彩团队建设活动

从世界先进的会议设施，到细致入微的专业会展统筹团体，以至高灵活性的特大会议空间，均可满足各个要求。会议期间，还有一系列与别不同的趣味团体工作坊，包括：非凡厨师烹饪大赛、调制你喜爱的鸡尾酒、健康团队大比拼及体现自然走进路环，让团队进一步互相增进感情，加深了解。

一站式的灵活方案

澳门喜来登大酒店及澳门瑞吉酒店位处璀璨的路氹金光大道，地理位置优越且彼此邻近，两家酒店的客房均能通过电梯直达会议楼层，方便与会人士。

澳门喜来登大酒店拥有超过4,000间风格时尚的客房及15,000平方米的会议场地，其中面积达4,891平方米的无柱式喀什大型豪华宴会厅，可同时招待5,000位宾客，而113个会议室灵活多变，可配合不同会议场地的要求。

澳门瑞吉酒店拥有400间典雅精致的客房，先进的设施与传统中国建筑元素在此完美融合，628平方米的阿斯特宴会厅更是举办董事会议或盛大庆典活动的不二之选，此外，酒店还拥有5间富有自然采光的小型会议室，并提供量身打造的全天候管家服务。

凭借宽敞灵活的会议场地、豪华完善的宴会厅、风格时尚的酒店房间，澳门喜来登大酒店及澳门瑞吉酒店可以因应客人不同的要求，作出一站式的方案吸引着不同规模和需求的商务会议策划团体。

Sheraton
Grand
MACAO HOTEL
COTAI CENTRAL
澳门喜来登金沙城中心大酒店

ST REGIS
MACAO • COTAI CENTRAL
澳门瑞吉金沙城中心酒店

“超悦所想”澳门会议优惠

全新“超悦所想”提供一系列的精选礼遇，活动策划人及与会者可享双重优惠，预订越多，享有的优惠越多。

- 预订日期
由即日起至2019年12月31日
- 入住日期
由即日起至2020年12月18日

精选优惠

于推广期内预订活动，可享影音设备租赁、娱乐及休闲活动、指定场地举办之鸡尾酒会、指定餐厅、水疗及购物之优惠。

预订越多，享有越多下列优惠*：

- 每日预订25至100间客房，可享1项优惠
 - 其中一日预订101至150间客房，可享2项优惠
 - 其中一日预订151至200间客房，可享3项优惠
 - 其中一日预订201间客房或以上，可享4项优惠
1. 总账单九五折优惠
 2. 每预订25间客房可获1间免费客房
 3. 每预订25间客房可获1间免费客房升级
 4. 金光飞航船票半价优惠

*只适用于每晚至少预订25间客房及连续入住两晚或以上，并购买标准会议套餐或标准晚宴套餐的团队

如欲预订或咨询，请拨打+853-8113-0700或发送邮件至 sales.macao@sheraton.com 以联系酒店销售团队。

**受有关条款及细约束

Pain Points

为本地会展业者创造更多机会及方向

当前，一般会展业存在有五大痛点，包括人才、基础设施不平衡；前景广阔但发展较缓慢；会展业管理规范有待加速；新型技术应用不平衡。同时，在很多国家和地区普遍存在智能展馆设施不足，信息技术、新兴科技应用落后；会展业欠缺独立统筹机构；会展人流吸引力、广告投放、资金投入不足及会展从业人员的专业技能和管理水平与发达国家相比有较大差距等问题。澳门亦须对这些议题多加关注。

→ 会展物流、人流上仍有很多限制

担任澳门会奖盛事协会会展旅游课程讲师的英国MCI经验总经理基姆·迈尔(Kim Myhre)指出，近年澳门发展迅速，会展商业活动不断增多，商业酒店有很大发展空间。特别是港珠澳大桥开通后，澳门更有条件进步。但目前有关会展物流和人流上仍有很多限制，如对国际旅客入境仍有很多审查条件，加上澳门以博彩闻名，部分国际会展活动在选址上有所顾忌。

→ 会展卖点未见清晰须作出改变

而柏林营销顾问公司SooInNua管理合伙人派翠克·德莱尼(Patrick Delaney)则认为，现时澳门办展卖点未见清晰，只知澳门可提供好的酒店和设施。随着来澳参与会展的商业人士越来越多，他们在会展旅游上更愿意花钱，希望获得丰富的旅游体验，故在接待方面要作出改变，先了解商业人士的期待，再设计适合的内容，利用相关事物的背后故事为卖点，迎合高素质的旅行者需求。

→ 会展公司资源不利发展本地品牌

一名澳门旅行社业者分享到，澳门现时有不少为国际会议提供服务的机构，但当细心观察就会发现离不开的是旅行社、酒

店，真正的会议展览公司比重是最少的，因为国际会议最大的利润就在于场地租金和酒店房间，剩下来才是给会展公司的策划和制作等费用。然而，向政府申请补贴资助的会展公司往往被社会认为政府给了很多资助，其实这些资助都是转交给酒店和场地主。现在整体资助减少了，加大了办展的压力。

当然能举办一个纯商业运作的国际会议是最好的，要成功举办这类型的会议是需要有足够的内地或国际人脉及行业关系网络，因此并不是一般新的组展公司能够做到，也是因为这点，令到澳门的会议展览公司主要担当服务供应商角色，很难发展起本地品牌展会。

展览行业分成很多类别，当中最核心的就是策划展览公司，他们承受最高的风险，也可以说是这个产业的推动者，现在澳门忽略了鼓励建立本土品牌会议的政策，实则应该推动本土会展行业多方向发展，在推动政府品牌展览会议时，多给机会予本地会展公司参与。近来政府提到有展览靠售票门票便可以收支平衡的例子，这些项目并没有申请会展激励资助，其实主办单位把展览项目调整为旅游项目，吸引旅客过来参观，转去其他政府部门申请比会展激励更多的资助，这类活动不算是经贸型的会议展览。

他指出，政府未来可加大力度推动与澳门本土产业相关的经济活动，推行一产业一展会的政策，配合澳门经济适度多元，为协助各产业与海内外同行交流合作搭建平台，这样政府的资源花得其所，更有助各行业真正迈向大湾区及国际市场。

根据澳门特区政府五年规划提及，需要推动澳门会展企业数量增长，这方面实在增长比较缓慢，因此澳门会展业还在成长的阶段中，还需要更多的精准政策推动，在粤港澳大湾区会展产业中精准脱颖而出。

应演活澳门「小而优、小而精」的角色

MCI亚太区首席运营官奥斯卡·塞雷萨

莱斯(Oscar Cerezales)补充道，澳门在会展上的最大卖点，第一是优质的基建服务；第二是邻近内地、香港的地缘优势，人流及经济往来上都有很大空间；第三是澳门是个富有的城市，失业率极低，若可把有关信息带出，向世界展示澳门可用这些优势去支援会展产业的成长，相信可吸引不同的会展落户澳门。

温哥华、多伦多、墨尔本会展业非常成功，因有政府资助；西班牙巴塞罗那及奥地利则以合作方式吸引外来大型团体到当地办展。阿根廷虽然连会展主场馆也没有，但胜在政府、业界及其他组团会议机构共同合作，参与大型会展的竞投，因此效果相当好。

他表示，澳门地方虽小，但有很多机遇，小地方仍有其吸引力。但澳门会展人才培养上，宜弹性处理，建议从香港、内地引进以弥补自身不足。

同样的，记者从澳门贸易投资促进局了解到，会展业发展委员会主席、经济财政司司长梁维特于2019年1月举行的2019年第一次平常全体会议上表示，特区政府近年在以「会议为先」推动澳门会展业发展的工作上已取得一定成果，2017年本澳会展业的行业增加值总额为35.48亿澳门元，约占所有行业增加值总额的0.9%，与2015

年的14.4亿相比上升近147%。与此同时，2018年通过“会展竞投及支援「一站式」服务”引进千人规模以上的会议共28个，按年增长近五成。去年各项展会合共引导超过3.5万名会展客商到不同社区游览及消费，为本地社区经济发展带来更多活力。港珠澳大桥的开通有助澳门加速融入粤港澳大湾区发展，也有利于区域间的多向合作。

然而，在澳门延伸服务同时，临近地区包括香港、珠海，以至大湾区内的各个兄弟城市亦会加大投入力度以提升自身的吸引力，因此，澳门会展业需思考如何增强自身竞争力，包括人才竞争、客源分流、软硬件设施以及邻近地区的政策溢出效应等，至于如何更好地善用自身优势，可以从「+澳门」的角度考虑，演活澳门「小而优、小而精」和「精准联系」的角色，预先做好规划部署，与邻近地区共同实现「在竞争中合作，在合作中竞争，最终达至共同进步」，这将是澳门会展业未来发展的重要课题。

整体来看，澳门应充分发挥自身优势，包括现有的优质基建、地缘好处，并以城市富裕作为卖点，吸引更多国际性会展活动落户，逐渐提升知名度，让国际知道澳门愿意把资源投放在会展业。

澳门会议及展览统计

(提供：澳门统计暨普查局)

统计指标	单位	最新数据(年度变化%)	最新数据(月/季度)		变动(%)
年度		2017	2018第二季	2018第三季	
会议及展览数目	项	1,381 ·会议:1,285 ·展览:51 ·奖励活动:45	327 ·会议:316 ·展览:9 ·奖励活动:2	311 ·会议:283 ·展览:19 ·奖励活动:9	-4.89%
会展活动与会及入场人次	人	190.1万人次	41.1万人次	69.7万人次	69.59%
来澳参加会展旅客平均消费	澳门元	3,456 (+28.0%)	3,826	2,581	-32.54%

Intelligent MICE

新形势下 澳门构筑智能会展未来

由澳门中国国际会展集团有限公司主办的首届「澳门国际协会大会暨展览」，日前在澳门威尼斯人会展中心举行，其为针对专业协会组织与会展业界的B2B商业平台。第一届澳门国际协会大会暨展览，大会主题论坛定为「跨界创新，构筑智能会展未来」，探讨新形势下会展业发

展的一种新模式。

现场多位嘉宾分享了会展业的发展方向。大会汇聚了来自9个国家与地区的77个协会组织的百余位资深管理者；其中，展览会展展面积近4,000平方米，89家企业开展资源对接。

全国政协委员、澳门国际协会大会暨

展览组委主任刘雅煌表示，随着澳门经济适度多元化，会展业逐渐成为澳门经济新引擎，与海内外的交流合作不断加深，形成优势互补、共同发展的良好局面。「智能会展」是新形势下会展业发展的一种新模式，需要有「六力」支撑：一是市场驱动力；二是政府宏观调控力；三是地理空间

联结力；四是智能会展的创新力；五是创新会展文化的协同力；六是资本有效运作的推动力。

他指出，在新时代高科技发展大潮中，智能会展应运而生，智能会展是时代「倒逼」产物，也是产业升级的要求。未来会展主要体现在智能共用化、移动数字化。融入「互联网+」的会展就是大数据时代的「数字化会展」，而「数字化会展」的必然趋势是智能化。「智能会展」能发挥精准定位，在参展过程中获得会展以外的叠加效应。

信息技术能催化会展经济,简单来说,「智能会展」就是以信息技术的手段,为展商提供解决问题的方法和工具,包括:搭建智能平台,双线(线上、线下)互动、信息服务如展会信息、场馆位置及导航等、展会互动营销及电商服务、大数据分析应用及精准营销服务,以及互联网数据安全等问题。

而打造一个完善的「智能会展」需要「六化」思维,立足国际化视野,通过市场化的竞争、专业化的服务,引进培育品牌化会展项目,加快发展智能化经济会展,构建智能会展绿色化未来。通过「一会多地」带动「一程多站」会展旅游发展,努力将澳门打造为国际一流展览中心城市,粤港澳大湾区知名的国际会议目的地,创意城市、节庆之都,将澳门打造为中国会展产业示范城市。

去年,GED 2018会展业专题分享会上,澳门会议展览业协会、澳门展贸协会、澳门广告商会及澳门会展产业联合商会等澳门会展业界与中国银行澳门分行签订了联合备忘录,提供个性化专属金融服务,促进智能会展发展。因应现时澳门会议展览行业升级发展,结合《澳门特别行政区五年发展规划》中指出打造智能城市的政策方针,双方同意通过建立战略合作关系,加强互动沟通、发挥各自所长,针对澳门业界之会议展览业务电子支付模式的建立、推广与落地实施,双方合作互补推动,力促行业发展。

中国银行澳门分行将向会展业界四会提供各类支付清算、网上及线下银行卡收单服务,以及各类融资担保等个性化专属金融服务,为澳门会议展览行业的智能转型发展提供最大力度的支援。

智能发展 六力支撑

- 市场驱动力
- 政府宏观调控力
- 地理空间联结力
- 智能会展的创新力
- 创新会展文化的协同力
- 资本有效运作的推动力

智能发展 六力思维

- 立足国际化视野
- 通过市场化的竞争、专业化的服务
- 引进培育品牌化会展项目
- 加快发展智能化经济会展
- 构建智能会展绿色化未来

Talent Pool

提升竞争力 澳门构建国际会展人才基地

由澳门会议展览业协会主办的会展人才发展论坛,日前在澳门旅游塔举行。现场探讨澳门会展业如何配合特区政府政策,积极响应「人才培养长效机制」建议,为对澳门会展产业有兴趣之人才提供更多的交流学习平台,为澳门会展业注入新元素。

本届论坛关注多个会展人才相关议题,如「改进研究生教育 支撑创新性发展—澳门会展教育的挑战和机遇」、「与政府共建跨国企业的人才战略」、「大型综合度假村如何通过人才的多样化来驱动未来发展」及「大湾区机遇-吸引及培育年青会展人才」,从会展教育、跨国企业人才战略、人才多样化,及培育青年会展人才等方面,加以探索及分析。

澳门会议展览业协会理事长何海明表示,澳门会展业要持续得以发展,必须着重人才的培养,澳门会议展览业协会成立青委会的目的,就是要培育年轻新一代。他希望本届论坛通过各企业高管及专家的分析,促进行业人才发展,不断提升澳门会展业的区域竞争力及国际影响力。

其实,在特区政府支持下,澳门业界已把会展培训列入议程,而且澳门注册会展经理毕业生更是全国最多。另外,也深入学校普及会展课程、举行会展策划比赛等,加强人才培育。现时澳门会展从业员3,000

名,且逐年增加,惟中高端会议竞投人才、会展策划人才需求仍大,期望政府拟推出的优才科才先导计划可把业界中高端人才缺口考虑在内。

他表示,政府已对澳门成熟会议展览资助逐年减少,部分品牌展、主题已能走向市场化,国际会议资助亦由过去3~4成减至5~10%,惟面对周边地区各政府加大对行业投入,澳门政府应「扶上马送一程」精准扶持潜力项目。

出席的上海市会展行业协会副会长张敏指出,澳门「会议为先」方向成效显著,应要坚持,但以会议为中心的产业要「做大做强」必须依靠人才。会议人才门槛高,对人才的要求较展览业更高,更涉及产业研究、市场研究、受众研究等,并不简单。

培养行业领域中高端人才

澳门在会展人才培养发展领域有着先发优势,首先制度、政策调整相较灵活,其次可为葡语国、亚洲、「一带一路」国家提供个性化市场服务。倘可在澳门构建国际会展人才基地,行业自身发展过程可培养行业领域中高端人才,令其提质发展,同时亦可发挥自身优势。

他表示,澳门目前会展业的发展情况是健康的,其中在会议业方面取得较大的成就,尤其是学术会议的发展获得了全球关

“贸促局通过支持会展业界与国际会展权威组织合办国际专业认证培训和认证课程,如注册会展经理培训课程(CEM)、高级会展管理国际认证课程(EMD)等,支持会展业提质发展。”

—会展业发展委员会秘书长、澳门贸易投资促进局代主席刘关华



摄影:张广文

注。而且澳门拥有发达的服务业、完善的会展设施、高端酒店及特色餐饮,同时亦有一批经验丰富的会展从业人员,有助于澳门会展业走「会议为先」的发展策略。粤港澳大湾区的挑战与机遇,为澳门会展教育巩固先发优势、实现高质量发展提出了迫切要求,澳门有必要在服务国家战略中形成特色优势,为国内、乃至「一带一路」沿线国家培育会展业人才。

创造留住顶尖人才的环境

而励展博览集团大中华区首席运营官李雅仪认为,企业应创造吸引及留住顶尖人才的环境,其中在吸引人才方面,涉及企业品牌在市场上的声誉及影响力、招聘渠道的使用、在职工工及领导的表现等方面,并制定一系列奖学金或扶持计划;获取人才方面,要从候选人经验、明确的工作标准、高效的面试、招聘速度与流程及薪酬与整体待遇等方面考虑。

霍尼韦尔亚太区政府事务高级总监陈艳则就大湾区人才政策提建议,注重留住现有人才、以人才引进人才;打破粤港澳人才三地来往工作许可、居住许可的限制;允许在港澳外籍高层次人才申请永久居留等。

会展业发展委员会秘书长、澳门贸易投

资促进局代主席刘关华补充道,贸促局通过支持会展业界与国际会展权威组织合办国际专业认证培训和认证课程,如注册会展经理培训课程(CEM)、高级会展管理国际认证课程(EMD)等,支持会展业提质发展;至去年底已培养238名本地CEM会展注册经理和88名本地EMD高级管理人员。2018年首次预留上述课程部分名额给大湾区、葡语系国家会展从业员。同时,贸促局主办会展活动期间,均有招募本地青年担任工作人员,提供实践及培养机会。而且与会委员建议参考时间银行的做法,鼓励本地大专院校学生参与会展实习活动,并通过积分卡助业界吸纳人才;也有建议进一步优化人才培训和支援措施。

还会关注港珠澳大桥交通配套,冀做好软硬件规划和指引,进一步提升澳门会展业在高端客商方面的接待能力。

此外,会展业发展委员会本年度第一次平常全体会议于2019年1月16日在中土大厦19楼多功能厅举行。席间除通报澳门贸易投资促进局现有的会展业支持政策及措施外,还就会展业人才现况分析报告及邻近地区对会展业发展的支持举措展开讨论,并咨询委员们对澳门会展业发展的应对措施等意见,借此优化及推动本澳的会展业发展。

“澳门会展业要持续得以发展,必须着重人才的培养,澳门会议展览业协会成立青委会的目的,就是要培育年轻新一代。”

—澳门会议展览业协会理事长何海明



摄影:张广文

Vietnam

越南首座民营云顿国际机场落成启用 缩短交通时间 前往下龙湾更方便

[刘霏蕊一采访报道]

位于越南东北部广宁省(Quang Ninh)的云顿国际机场(Van Don International Airport)自2019年1月正式落成启用,这是由太阳集团(Sun Group)投资建造的首座越南民营机场,日前也随着太阳集团亮相东盟旅游论坛TRAVEX国际旅游展览会。

据太阳集团于展会现场介绍,目前越南航空已开通航线,今年云顿国际机场将进一步开通往来台湾、南韩、日本、中国、泰国、马来西亚、新加坡与柬埔寨等亚洲国家航线;越南国内航线将连接广宁、顺化、岷港、芽庄、大叻和富国岛等地,游客未来前往下龙湾等旅游景点将更方便。

云顿国际机场位于越南东北部广宁省,2015年动工兴建,面积约325公顷,投资额为7兆4,630亿越南盾(约3.21亿美元),机

场跑道长3.6公里,是越南最长的机场跑道,B777、B787等大型飞机都能降落,也期待将为越南下龙湾带来更多的旅客。

据太阳集团旗下由雅高酒店集团管理的M Gallery酒店Hotel De La Coupole市场营销总监Samuel G.GACOS介绍,云顿国际机场位于越南东北部广宁省(Quang Ninh)云顿县,广宁省与中国广西接壤,越南最有名的景点、世界自然遗产、世界新七大自然奇观下龙湾就在境内,下龙湾距离河内约220公里,从河内车程也要近3小时,但云顿国际机场距离下龙湾只有50公里,从机场至下龙湾仅需30分钟,大大缩短交通时间;除此之外,越南下龙湾的邮轮专用码头也同步自今年



M Gallery酒店Hotel De La Coupole市场营销总监Samuel G.GACOS介绍,云顿国际机场位于越南东北部广宁省(Quang Ninh)云顿县,广宁省与中国广西接壤,越南最有名的景点、世界自然遗产、世界新七大自然奇观下龙湾就在境内,下龙湾距离河内约220公里,从河内车程也要近3小时,但云顿国际机场距离下龙湾只有50公里,从机场至下龙湾仅需30分钟,大大缩短交通时间;除此之外,越南下龙湾的邮轮专用码头也同步自今年

1月开始营运,每年将可接待超过20万名旅客,将有助推动广宁省和越南东北地区经济与旅游业发展。

他进一步表示,广宁省拥有相当多的旅游资源,坐拥大海、海岛、平原、山脉、边境,广宁省又是北部经济重点区,在区域内也有多个太阳集团旗下的旅游度假村和娱乐综合体,包括各种水上乐园、娱乐设施以及连接两个海湾的大女王缆车、酒店群、会议中心、赛马场、博彩项目、高尔夫球场等资源;此外,广宁省拥有600多个历史遗迹和名胜古迹,下龙湾也在1994年、2000年两次获得联合国教科文组织认可为世界自然遗产。

另外,广宁省西部被认为是文化、历史、宗教旅游区,这里有陶瓷传统行业、安子遗迹区(佛教文化),在这里可以体验各式各样高品质旅游。广宁省东部则拥有边

FACTS 云顿(Van Don)国际机场

▶位于越南东北部广宁省(Quang Ninh),距离下龙湾只有50公里,从机场至下龙湾仅需30分钟。

▶2015年动工兴建,第一阶段甫完工,第二阶段到2030年完工。

▶投资额为7兆4630亿越南盾(约3.21亿美元),以BOT方式兴建营运。这是1975年后越南兴建的第2座机场。

▶面积约325公顷,云顿机场除了起降跑道、停机坪、空域控制塔、导航系统及航站楼等设施,还设置购物区、调度室及各部门办公室等,属军民两用机场。

▶机场第一阶段营运计划每年运载250万人次,2030年均运载量将提高至500万人次。

境口岸,这里有民族融合的文化,以及商业流动的气息,相当适合喜爱边境游的旅客。

建造商太阳集团预估接下来两年旅客数可以达到250万人次,而在2030年前希望可以达500万人。

Zhengzhou

郑州构建「空中丝绸之路」 发挥枢纽地位形成新经济动力源

[钟韵一采访报道]

近年来河南省机场集团在政府的支持下,实施货运为先、国际为先、以干为先的差异化发展战略,积极融入空中丝绸之路建设,国际航空货运枢纽在推动郑州国际航空港经济综合实验区、加快河南对外开放方面,发挥了积极的作用。

河南机场集团有限公司副总经理康书霞介绍,郑州机场有着独特的区位优势:它是河南省的省会、中国的中心、空中丝绸之路重要结点城市,也是全国重要的铁路、航空和高速公路的枢纽。目前,郑州的米字形高铁网路已经初步构建形成,城际铁路网随着高铁南站在2019年建成投

用,将形成一个小时覆盖10个省市地级市的城际圈,而此城际圈将全部通达郑州机场。

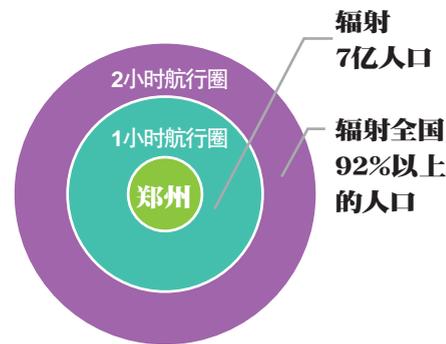
同时,郑州机场拥有非常好的空域条件:一个小时的航空圈可以辐射7亿人口,两个小时的航行圈可以辐射全国92%以上的人口。

2013年,郑州的航空港经济综合实验区成为全国第一个、也是唯一一个以航空港经济为引领的综合实验区,构建国际航空物流中心为其重要战略定位。值得一提的是,2017年,中国民航局启动了郑州国际航空货运枢纽的战略规划,规划方案进一步明确了郑州客货运枢纽未来的战略定位和

发展目标,包括:建设一个全球航空货运枢纽;建设一个现代国际综合交通枢纽;航空物流改革创新实验区;充分发挥郑州国际枢纽的优势来形成一个中部崛起的一个新的动力源。

至2035年,郑州机场将建成5条跑道、3大货运区,同时保障年货邮输送量达500万吨、年旅客输送量达1亿人次以上。

2013至2017年,郑州机场客运量和货运量均取得了快速的发展。去年,郑州机场枢纽建设的发展势头仍然迅猛,上半年客、货运量增速,分别位居全国主要机场前列。同时,郑州机场也因为枢纽建设形成了独特的竞争优势,如包括货运集中在



欧美航线、客运以东南亚航线为主的航线网络的通达能力,通关便利化创新能力,以及可说是全国仅次于虹桥的以机场为核心的综合交通枢纽,以7种交通方式满足旅客的出行便利。

康书霞说道,这几年枢纽建设的发展除了带来运量的增加,更重要是对郑州产业的拉动起到了非常重要的作用,产业集聚取得了显著成效。未来,郑州机场将建成5条跑道、3个航站楼、3个货运区、2个GTC和2个卫星厅。

Yangon 仰光国际机场加强伙伴关系 计划推动全球网路

仰光国际机场(YIA)计划通过升级设施和加强与航空公司合作伙伴关系,以进一步推动全球网路,从而积极应对缅甸自去年十月放宽入境签证要求之后,抵达乘客数目的预期增长。

在缅甸政府去年放宽入境签证的规定后,到该国的亚洲游客人数大幅增加,其中以中国游客居多。根据酒店和旅游部的统计,2018年1月至11月期间,320万国际游客(其

中38%来自中国)前往缅甸,与2017年同期相比增长了约2%。同期访问该国的亚洲游客数目为945,022,其中259,592名是中国游客。

迄今为止,YIA运营有32家国际航空公司和30家国际目的地,相比2017年增加了2家国际航空公司和5家国际目的地。

YIA运营商仰光机场有限公司首席执行官Ho Chee Tong先生表示,「由于政府新的抵达签证服务的实施和航空公司合作伙伴的努

力,YIA观察到2018年中国游客人数的显著增加。我们现在将仰光与中国的知名目的地,如杭州、西安和广州连接起来,并计划进一步扩展到该地区。」

「我们正在不断努力改善YIA的设施和运营,并正在加大营销力度,以提升我们的全球连通性,为预期的乘客需求增长做好准备。由于中国拥有促进缅甸旅游业发展潜力最大化的能力,我们愿意与政府和航空公司合作伙伴共同

努力促进缅甸旅游业的增长。」

缅甸位于印度和中国之间,距离占有世界上近2/3人口的两个国家不到6小时的航程。随着缅甸作为旅游目的地受欢迎程度的增强,YACL致力于扩大YIA对游客流量的处理能力,同时不断为乘客和航空公司提供高品质的服务体验。随着32家国际航空公司的运营以及与30个目的地连接,YIA共为全球603.5万乘客提供着高品质的服务。



虽然GBTA强调过，脱欧协议的出台对商务旅行行业至关重要，然而，鉴于英国脱欧的最新进展，GBTA担心随着2019年3月29日的英国脱欧日越来越近，无协议脱欧也变得越来越可能，因此建议商旅经理和买家开始作准备，以评估英国无协议脱欧将对旅行者可能造成的影响。 [钟韵一编译(资料来源: GBTA)]

英无协定脱欧可能性仍高 商旅客应对不确定性做好准备

英国脱欧似乎每天都有新进展，然而，人们心中所感到的不确定性却比以往任何时候都大。就在不久前的1月29日，英国议会就总理特雷莎·梅的脱欧计划进行了几项表决，并通过了其中两项拟议修正案。

第一项修正案中，国会议员就无协议脱欧投了反对票。值得注意的是，虽然大多数国会议员反对无协议脱欧，但这项修正案对政府并没有约束力，且国会议员无法单独阻止无协议脱欧发生。

在第二项修正案中，国会议员决定支持重启欧盟谈判，并以后备方案避免北爱尔兰硬边界的「布莱迪修正案」(“Brady amendment”)。然而，欧盟重申了拒绝重启谈判的立场，并再次强调必须推进无协议脱欧的准备工作。

「无协议脱欧」对于商务旅行，意味着什么？

英国和欧盟已经准备了数个指导档，说明企业为无协议情况做好准备。但GBTA仍呼吁会员，应仔细评估无协议脱欧将对商务旅行产生的影响。

航空基本连通性

尽管英国脱欧应急计划在航空领域相对成熟，但若管理不当，对商务旅行产业至关重要的航空通达性和连通效率，仍有被破坏的风险。航空业是欧盟委员会和英国政府即将出台应急计划的少数几个领域之一。欧盟承诺向英国的航空公司授予第一、第二、第三和第四航权，以便其可继续飞越欧盟、在欧盟领土上进行技术经停，并为各

自领土之间的直接航线提供服务。这些航权仅在2019年3月30日起的12个月内有效，并仅在英国对欧盟航空公司做出相应承诺的情况下生效。

幸运的是，英国已同意单方面授予许可，允许欧盟的航空公司继续在英国提供服务。但是，在无协议脱欧的情况下，这项基本空中连线协定并不会全方面涵盖当前英国与欧盟的航空关系。另外，还有其它议题有待厘清确认，包括：

■无欧盟内部航班：从本质上讲，从英国出发的飞机将能够飞越欧盟或进入一个欧盟国家并返回，但将被禁止从在欧盟国家之间飞行。因此，英国的航空公司可以运营从伦敦到巴黎的航班，但不能从巴黎飞往马德里。

■第三国航空协议和中转航班的不确定性：英国与第三国之间的航权及它因欧盟而享有的天空开放政策之适用性，未来同样不明确。尽管英国已设法与一些国家（如美国和加拿大）达成双边航空协议，但未来英国还能与多少国家达成协议，并不清楚。因此，英国和欧盟航空公司运营从英国起飞之转机航班的可能性，尚无定论。

■非欧盟航空公司所有权：欧盟规定，由超过50%欧盟投资者拥有和控制的航空公司才有资格在欧盟自由飞行。在无协定的情况下，由于英国不再被视为欧盟国家，部分航空公司（如英国航空公司、伊比利亚航空公司、IAG）也将失去航权。欧盟成员国如何为这种情况做准备，尚不清楚。

■不明确的空中交通管制系统：此外，在无协定的情况下，英国将无法再直接参与旨在提高整个欧盟空中航行服务效率的欧洲单一天空计划（SES）。这可能导致乘客航班延误。

■边境延误：在无协定情况下，边境延误会立即受到影响；对每位乘客额外进行90秒的边境检查，将转化为任何航班离港延误数小时，以及航道港口延误数天。

短期免签证旅行

欧盟已提议，豁免英国公民在前往欧盟国家旅行时的签证要求。2019年3月29日之后，英国和欧盟之间的免签证旅行将延续，但只适用于短期旅行（90或180天）。

在无协定的情况下，英国公民若想在英国脱欧后继续在欧盟成员国居住或工作，将需要申请居留或工作许可证。但是，欧盟已同意继续向所有在2019年3月29日合法居住在欧盟成员国的英国公民，授予无中断地被视为该成员国合法居民的权利（前提是英国对欧盟居民同样如此）。

Things to Do

不确定是商务旅行者唯一确定的事

脱欧形势仍在变化。谈判桌上的诸多选择包括延长谈判期限，以举办第二次全民公投；重新谈判脱欧协定；甚至是直接暂停脱欧程序，直至另行通知为止。在脱欧协议及英国脱欧本身的未来有如此多选择可考虑的背景下，GBTA警示会员，应做好应对最坏情况的准备。

准备计划

GBTA建议商旅买家开始从评估脱欧协议对旅游者影响的角度进行准备。这包括：

提取当前和未来已购的、可能因英国的航空公司无法在简单进出之外运营而停飞的航班清单；与航空公司就当前无协议脱欧应急计划状态交换信息；提取行前报告

以评估可能受影响之旅行者的数量；及时了解最新动态，并确保在无协议脱欧的情况下TMC仍提供运营支援。

告知旅行者，无协议脱欧对于英国航空旅行的潜在影响，并尽快于组织内部列出驾驶执照、护照、移动漫游、健康医疗等方面的信息。

驾驶执照

在欧盟驾驶时，您的驾驶执照可能不再有效。您可能需要获得国际驾驶许可证（IDP）才能在欧盟驾驶。IDP是一份随驾驶执照一起携带的档，意味着您可以在英国以外的地方开车，包括欧盟国家在内。欧盟内部需要不同类型的IDP。您需要哪一个取决于您驾驶的国家/地区。IDP将花

费5.50英镑。

护照

根据申根边境法，您将被视为第三国国民，因此需要遵守不同的规则才能进入申根地区并在申根区旅行。根据申根边境法，第三国护照必须在抵达申根国家的最近10年内签发，并在预定离开申根地区之日至少剩余3个月的有效期限。由于第三国公民可以在申根地区停留90天（约3个月），因此实际检查时，可能会要求护照在抵达之日至少有6个月的有效期限。

前往爱尔兰需另遵循英国离开欧盟后将继续有效的共同旅行区政策从英国旅行的英国公民，不需要护照就可以访问爱尔兰。



移动漫游

欧盟移动运营商向英国运营商收取的漫游服务费用在2019年3月后将不再受到监管。这意味着当您前往欧盟时，无法保证漫游无附加费。欧盟移动漫游的供应和定价将成为移动运营商的商业问题。不过，一些移动运营商（如覆盖超过85%移动用户的3，EE，O2和沃达丰）已经表示，他们目前没有计划在英国退出欧盟后改变其移动漫游计划。

健康保险

在没有脱欧协定的情况下，欧洲健康保险卡（EHIC）将在2019年3月后终止。如果您在访问其中一个国家时有需要，EHIC将为您在当地提供公立医疗服务。为英国公民制定某种紧急措施或与欧盟各国达成互惠协定，都有可能；但最终结果如何，当前不可能说得出来。



企业差旅付款方式正在加速改变

[张广文—采访报道]

“在当今的企业支付领域，企业客户要求能够以无缝、方便、即时和多渠道的方式交易支付。为了满足这些需求，支付技术和平台/系统提供商正在创建与数字支付解决方案相关的全新解决方案，这些解决方案将在未来几年显著地改变公司差旅部门的支付方式。这些变化也将改善旅行者体验，提高旅行计划的效率，并促进整个行业的进步，进而影响旅行者的决策和行为，提升公司照顾员工的管理机制与履行关注义务。”

为什么付款越来越重要？付款具有可审计性，能够持续满足不断改变的治理环境，而且是丰富的资料来源，让企业可以履行关注的责任，也能扩大差旅经理的角色，更必须是一个合规工具。

谈到公司差旅部门付款方式的未来，独立顾问Chris Pouney表示，对所有差旅经理来说，付款解决方案永远是最麻烦的问题，也是最需要关心的基础议题。现在随着信息科技发展，很多无现金付款方式出现在市场上，例如，支付宝、微信支付等。差旅者也许不想使用公司建议的预定工具、不想入住公司签约的酒店品牌，但是一定会想要报帐，将自己先付出的金钱收回，因此掌握合适的付款机制就可以管理好差旅，了解差旅者动向，提高差旅者对公司的配合度，同时了解差旅者花费重点在哪，以便聚焦管理重心，进一步管理与之相关的税务事宜。

挑战方面，付款成本和复杂性持续变化、不同地区拥有不一样的要求和能力、付款方式的掌握往往是权力把持的核心；而且差旅经理要改善付款管理之余，他的其他日常工作不会消失，像是九月对很多企业来说都是酒店RFP时间，寻找付款策

略、改善付款流程等，只是差旅经理工作的一小部分。另外，很多公司将付款部分纳入财务部门管辖范围，因此差旅经理要处理也不容易。而且很多公司将付款融入于后台既定的解决方案机制中，差旅经理要调整或是改变都很困难。

就机遇而言，付款方式在全球各地的习惯都不同，市场上可以看到越来越多大型企业不再处理现金，改以其他方式取代，如网络付款、公司卡付款等，像是庞大的印度市场。另一方面，货币差异和波动也必须纳入考量，英国和欧盟分开，货币变化所带来的改变也需要关注。另外，中东地区像是阿联酋引入了VAT，也开始关注电子化现金，不想再以现金为经济体主体，

而是纳入更多付款方式，让付款机制更透明、更多元。

目前流行的付款方式就是使用美元、VISA卡、万事达卡，以及线上付款。未来替代支付方式将不断出炉，而可以通过手机支付的付款方式将日趋多元，加密货币、数字资产交易平台B coin、比特币、讯息支付、微信支付、支付宝等。

就付款机制而言，用大脑思考出来的策略非常重要，但是用行动展现出来的执行也一样必须重视；就像是效率、透明、组织、准确为目标，但是也要有支持的相关解决方案来贯彻。整体来看，付款对差旅经理来说是一个机会，可以从终端的付款一路反推到旅游采购，企业不应该靠TMC在旅游资金方面给予协助，直接准时付款给供应商，实施更透明、更有效的付款方式，对企业长期发展而言，更有帮助。

安永亚太旅游全球公司卡主管兼会议和活动负责人Nicola Winchester指出，其实对公司而言，航空合作计划、酒店合作计划、TMC合作计划即使有变化，放观全球仍然大同小异，但是付款计划以及公司卡计划，会根据市场不同而改变。付款计划以及公司卡计划往往被忽视，但是其

实最需要花时间关注，因为受到付款影响的计划众多，可是唯有付款计划有效率，所有其他的计划才能顺利推进。就供应商而言，付款是名誉的代表，也是公司形象的组成要素，建立即时的付款机制，让供应商有资金可以运作，日常操作也能因此更顺畅。

虽然接下来付款方式会越来越多元，但是使用方法却会越来越简单，差旅部门不应该视付款为财务部门的事情，而是应该纳入自己范畴，认真检视、了解和管理才对。

此外，在付款领域应该要寻求专家的合作，和合作伙伴一起找出一个适合企业的专属综合解决方案。现在市场上调整最快的企业，将能吸引更多人才，消费者将越来越容易接受各种多元产品，以前新兴的革命性产品，未来也将变成普及被接受的选择。

其实如果让差旅人士用自己的卡来先付款，他们往往会选择自己想入住的酒店、想要搭乘的航班，而不会选择公司建议的酒店与航班，使得符合公司建议的占比不到一半，这对差旅经理来说，是一个很困难的管理现状。不过，快速发展的科技，可以帮忙处理付款的细节，让差旅人士可以自动的接受公司建议，也让公司更清楚了解差旅人士的消费习惯，更好管理差旅相关的事宜。

德国嘉惠国际亚太地区策略与企业并购主管Victor Cheng认为，在中国，政府日益收紧的规范，逼迫着企业单位越来越重视付款方式的透明性。酒店付款方面，企业也都在寻找更新的解决方案，例如通过公司万事达卡，纪录员工入住与退房时间，并能在高度安全的情况下付款。

从市场趋势来看，电子化和自动化是两大重点，印度去现金化是一大举措，中国用手机付款也已经成为主流，现在手机交易比率达76.4%，到了2019年，这个数据还将提升至85.2%。要在中国使用现金现在已经越来越困难，很多计程车司机根本没有零钱。这样的手机付款趋势虽然目前大多在休闲市场上看到，但是一定会慢慢影响到商务市场，差旅市场必须要准备好，无论在技术上和心态准备上，差旅经理才能全面掌握所有付款细节。

另外，差旅经理要熟悉每一个市场的挑战，像是中国，发票往往是一个很让人头疼的问题，也常常花费太多时间成本。此外，企业在找供应商时，不应该只聚焦一两家，而是应该更多元，更深入得了解每一个市场的不同点和要求，如此才更有比较

85.2%

中国用手机付款也已经成为主流，手机交易比率达到2019年，将提升至85.2%，这样的手机付款趋势一定会慢慢影响到商务市场。

付款科技化的机遇及挑战

机遇	☑ 让付款机制更透明、更多元
	☑ 可以帮忙处理付款的细节，提高作业效率
	☑ 让差旅人士可以自动接受公司建议，也让公司更清楚了解差旅人士的消费习惯
挑战	▶ 科技必须要在有组织的架构下运作，要先了解客户需求、收集信息、建立好日常运作的基础，才能很好的使用科技。
	▶ 与客人的互动还是需要仰赖人与人之间的交流
	▶ 个资保护尤其在电子付款方面会非常重要
	▶ 每一个市场都有不同的商务规则与标准，要确保全部都符合，也是一大挑战。

数据，也更好设计出完善的付款制度。同时也应该紧密的与TMC、预定供应商、信用卡供应商、花费管理工具供应商合作，打造更顺畅、更有效、更灵活、更省成本的差旅管理流程。

汇丰亚太企业和商务卡区域主管James Holt补充道，现在最大两个挑战就是日常运作的效率，以及资料获取系统的效率。科技虽然可以帮助流程更快更好，但是科技必须要在有组织的架构下运

作，要先了解客户需求、收集信息、建立好日常运作的基础，才能很好的使用科技；而且跟客人之间的互动，虽然可以通过机器人，但是还是需要仰赖人与人之间的交流。

另外，要调整自己的策略，以配合客户需求，持续提升自己，为客户提供更方便、更好使用的服务和产品，如更有效的高端自动化产品。此外，生物相关的识别科技将逐渐被普遍使用，如指纹、声音、虹膜、

脸部、照片等识别方式，这时候，解决方案将更为快速，但是个资的保护尤其在付款方面会非常重要。企业应该追求数据的收集，了解客户的需求，接受数据需要花钱取得，如此数据会更持续、也更稳定。

值得注意的是，现在批发、企业差旅相关的虚拟卡市场迅猛增长，尤其在新兴市场，未来其与航空公司、汽车、酒店、TMC等数据结合，可能成为最热门的解决方案。要发展虚拟卡必须注意旅游全程都无缝，每一个环节的供应商数据都纳入到系统之中；同时每一个市场都有不同的商务规则与标准，要确保全部都符合，也是一大挑战。

万事达卡商业支付区域主管Philip Glickman强调，在付款方面越来越多企业愿意花资金投入，当资金越来越充足，科技也就越来越进步，传统产品逐渐被取代，所有产品的成本都会慢慢下滑，所有企业都会越来越重视可持续发展，付款网络越来越大。

付款的架构建在消费者之上，不过也正在转型：B2B市场出现，小规模新兴市场也在吸引商务旅客的关注。以前人人关心

美国、英国在付款市场的进步与动向，现在中国、印度在付款方面的管理和发展迅猛，而且政府也在市场上投入资金，为付款环境营造良好基础，也让私人企业在运作上更为顺畅，全新科技亦不断加入市场。未来，付款方式将更多元，众多付款方式也会更为普及的被接受，使用不同付款方式的成本更将下滑。

中国和印度市场要面对的最大挑战就是国际化，如大家谈到万事达卡或是VISA卡不会说是哪一个国家的付款方式，而是人人都可以有机会使用的一种付款解决方案、一个提供服务的品牌，然而支付宝和微信支付现在仍与中国市场密切挂勾，还没普及到全世界，未来一旦国际化成功，将为非常多旅客提供便利。

其实，现金电子化让政府好收税，让企业好管理现金流，也让旅客在旅程中方便付款，更不用担心现金遗失，目前虽然差旅市场中还没有接受，但移动支付只会越来越普及。另外，每个地区到最后都会开放竞争，让国际和国内的玩家都一起在市场上各显本事，企业必须要准备好这样的市场发展趋势。



差旅经理付款管理新观念

- ▶ 借付款从终端的付款一路反推到旅游采购，不靠TMC在旅游资金方面给予协助，直接准时付款给供应商，实施更透明、更有效的付款方式，助益企业长期发展。
- ▶ 差旅部门不应该视付款为财务部门的事情，而是应该纳入自己范畴，认真检视、了解和管理。
- ▶ 受到付款影响的计划众多，可是唯有付款计划有效率，所有其他的计划才能顺利推进。建立即时的付款机制，让供应商有资金可以运作，日常操作也因此更顺畅。
- ▶ 在付款领域应该要寻求专家的合作，和合作伙伴一起找出一个适合企业的专属综合解决方案。
- ▶ 手机付款趋势虽然目前大多在休闲市场上看到，但是一定会慢慢影响到商务市场，差旅市场必须要准备好，无论在技术上和心态准备上，差旅经理才能全面掌握所有付款细节。



第33届香港国际旅游展(休闲)

同期举行  第14届商务会奖旅游展



ITE HONG KONG

2019年6月13-16日

[业界] 6月13-14日 [公众] 6月15-16日
香港会议展览中心 (1A-1E展馆)

- 1 综合展：亮点主题游、高端自由行
- 2 天专业日以及 2 天公众日
- 3 大客群，涵盖
 - 会奖企业
 - FIT 自由行
 - 旅业界

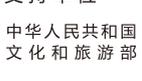
展会详情，欢迎联络我们！
 电邮：travel@tkshk.com
 电话：+852 31550600
 业界：www.itehk.com ◀ 欢迎参展/预登参观

主办单位



汇众

支持单位



中华人民共和国
文化和旅游部



加微信

CASE STUDY



落实同心一致、共同进退的精神

“1,500人在同一个时间抵达香港迪士尼，并按照一样的行程安排，于同一个时段进入乐园、畅游体验、享用餐饮、参与联欢晚会等。所以，必须把后勤工作做好，仔细考虑每一项细节，在活动策划、流程设计方面，做到一丝不苟。”

[张广文—采访报道、图片提供—香港迪士尼乐园度假区]

全联福利中心20周年大型奖励旅游活动

筹办单位▶ 翔顺旅行社

活动地点▶ 香港迪士尼乐园度假区 - 迪士尼探索家度假酒店、原野剧场、明日世界、美国小镇大街

出席人数▶ 1,500人

活动亮点▶ ①迪士尼探索家度假酒店首次包场活动；
②于原野剧场举办20周年庆祝晚会，香港旅游发展局赞助员警乐队表演；
③在主题乐园开放前，于明日世界举行早餐包场，以及在美国小镇大街进行1,500人大合照

由翔顺旅行社筹办的全联福利中心20周年大型奖励旅游活动，2018年10月24至25日在香港迪士尼乐园度假区盛大举行。

迪士尼探索家度假酒店于2017年初开业后，度假区的三家酒店客房总数增至1,750间，方便香港迪士尼可以更弹性、更灵活地调配酒店客房资源，为企业宾客提供酒店包场的选择。台湾超市集团全联福利中心组织了团队，日前浩浩荡荡启程到香港展开为期5天的大型奖励旅游活动，庆祝集团20周年，并在抵港第一个晚上入住迪士尼探索家酒店，成为全球首家在迪士尼探索家度假酒店包场的团体。

香港迪士尼乐园度假区会议展览及商务活动策划总监关嘉丽表示，奖励旅游讲求体验，越是别开生面，就越能让团员感觉

备受重视，有利于提升团队的自豪感、归属感。如果团队能同住同吃、集体投入活动，更能提升团队精神，让参加者感受「共同进退」的精神。但是，要安排一支过千人的奖励旅游团队同住一家酒店，并集体进行奖励旅游活动，酒店的接待能力、活动场地规划，以至后勤配合，皆需要细致安排。

香港迪士尼乐园度假区拥有主题乐园及三家酒店，能够回应这个诉求，安排台湾全联福利中心的团队全体入住迪士尼探索家度假酒店，并投入香港迪士尼乐园的奇妙体验，举行别具意义的全联20周年大型奖励旅游活动。

为了让一千多人同时间抵达、同时进行活动、同时用餐，然后一起去参与联欢晚会，香港迪士尼在活动其间与翔顺紧密合作，一丝不苟地筹备全联奖励旅游团的接待工作。既有穿梭巴士从香港国际机场接载宾客直达离机场约十多分钟车程的迪士尼探索家度假酒店，也有随行导游为宾客统筹登记入住，安排宾客行李直接送到客房，不必费时自行处理，方便他们把握时间，直接转往乐园投入奇妙的体验。

全联的宾客当日在乐园畅玩超过100项游乐设施及娱乐体验。到傍晚时分，宾客分别在酒店的三家餐厅或者在乐园幻想世界的皇室宴会厅，一同享用预先安排的套餐，毋须费时等候。

特别的是，全联不单包下酒店，在10月24日晚上，还在香港迪士尼乐园探险世界的原野剧场包场，举行盛大的20周年联欢晚会。为了当天在剧场的晚会，全联的人员从下午开始即前往剧场进行彩排。当晚，现场投射着全联的公司标志，并由迪士尼朋友陪同全联的高层进场，香港旅游发展局赞助香港员警乐队在现场演奏，为联欢晚会揭开序幕。现场还分别进行全联营业部、基金会演唱，以及董事长的压轴唱歌表演，其间加入了多个抽奖环节，全联的员工在一遍遍欢呼声中度过了一个愉快的晚上。

不仅如此，第二天早上，香港迪士尼在乐园再安排全联宾客独自在园内享用自助早餐，由专车接载宾客前往明日世界，现场有迪士尼朋友现身与全联宾客互动合照。早餐后，全体宾客在美国小镇大街，拍下千人大合照。然后再登上旅途，前往其他香港景点，继续余下的行程。

挑战1 1,500人共进退

提及活动的挑战和克服方案，关嘉丽指出，首个挑战是，本次全联福利中心超市集团团队共1,500人，在同一个时间抵达香港迪士尼，并按照一样的行程安排，于同一个时段进入乐园畅游体验、享用餐饮，参与联欢晚会等。所以，这次活动其中一个挑战，就是要把后勤工作做好，仔细考虑每一项细节，在活动策划、流程设计方面，做到一丝不苟，让1,500位宾客都感受到迪士尼宾至如归的服务。

从对应的克服方案来看，为确保活动行程顺畅，背后需有庞大而精密的人手支援

及安排行程。全联团体抵达香港国际机场后，即有专属旅游巴士把他们接载到酒店，登记入住及行李送到客房等整个过程迅速机动化，毋须宾客处理，避免了1,500人同时挤在酒店大堂费时等候安排入住。宾客安坐在原车，立即前往乐园并在参与集团20周年晚会前，把握时间畅玩乐园的游乐设施和欣赏娱乐表演。

同时，为了方便整个团体在同一个时段享用晚餐，并随即参与晚会，香港迪士尼安排了宾客分别在迪士尼探索家度假酒店的三家餐厅及于乐园幻想世界的皇室宴会厅一同享用预先准备好的套餐，毋须费时等候入座或点菜。

挑战2 减低对日常宾客的影响

第二个挑战就是如何减低对日常宾客的影响，因为活动中包含包下全家迪士尼探索家度假酒店，以及在乐园的原野剧场及餐厅进行专属活动，需周全安排。为此，香港迪士尼乐园的订房系统提前把迪士尼探索家度假酒店的房间在10月24日安排为整体预订(Block Booking)。

为避免对其他宾客造成不便，原来已经在酒店订房的非全联宾客，则获安排升级入住度假区另外两家酒店。另外，为减低对其他宾客游玩乐园的影响，香港迪士尼乐园进行了场地安排和节目调动，并提前于各个渠道，包括网站、手机程式等通知宾客当日的原野剧场的表演场次安排，让全联的工作人员下午可在原野剧场进行彩排，为晚上七时开始的集团20周年晚会，做好准备。

客户正面的反馈

精心的安排终获得客户正面的反馈，全联对这次奖励旅游安排喜出望外，副总经理郑大智表示，这次借庆祝集团20周年，安排公司员工到访香港迪士尼并入住在同一家酒店，实在是非常难得。迪士尼乐园多元化的娱乐设施，加上迪士尼探索家度假酒店充满异国风情的住宿体验，是这次周年奖励旅游活动的重点。近1,500位人员一同轻松畅游香港迪士尼乐园，同时入住酒店，一起享用餐饮，加上酒店客房非常宽敞，感觉非常奇妙。

「原野剧场也是非常理想的庆典场地，剧场可以容纳约2,000人，有圆形的舞台，把观众和表演者的距离拉近，这正是我们要对全联同人传达的讯息—我们同心一致，在20年历史的基础上，继续努力，再攀高峰。」

而翔顺旅行社通过这次活动，对香港和香港迪士尼的MICE活动的特色场地和体验有更透彻的了解，总经理罗丽莹指出，「通过香港旅发局安排的视察，再跟香港迪士尼的合作，我们为全联组织了一次全新的酒店包场体验，把全联的20周年奖励旅游也写进了香港和香港迪士尼的历史里。这对全联、翔顺、香港和香港迪士尼都是非常有意思的。」



高水准盛会 开启全新高度

优惠适用于即日起至2019年12月31日前的预订
并于2020年12月18日前使用



现凡于澳门金沙度假区旗下任何一间酒店预订“超悦所想”会议活动优惠，即享各种餐饮、娱乐、以及主账单折扣优惠*！活动策划人及与会者尽享双重优惠，让会议获得双倍成效。

· 全单95折 · 免费客房及客房升级 · 金光飞航半价船票 · 8折租用影音设施 · 与会者将专享更多优惠



详情请浏览 SandsResortsMacao.com.cn/sc/MeetingsBeyondImagination
*受条款及细则约束

