ISSN 2523-1421

TTG BT. mice 企业旅游报 CHINA



November/December 2018
VOL.94

Special Report
一座飘浮在海上的城市
邮轮为会奖团体
创造共同目标
6~10

INCENTIVES 奖励旅游可驱动高绩效 ..... 12~14
NEGOTIATION 下工夫与酒店谈条款 为活动提前创造有利保障 ..... 18~19
DESTINATION-SINGAPORE 新加坡打造领先的会奖成功水平 ..... 20~22
DOMESTIC REPORT-SUZHOU 苏州基础建设日益完善
会奖市场面对压力不慌不忙 ..... 23~25
MARKETING INSIGHT 转变、增加与消费者的互动 28

二三线城市成为商旅市场增长关键

根据国旅运通日前所发布的年度中国商务旅行市场调查（简称为晴雨表），45%的中国企业有意在未来12个月中继续增加商旅预算，且未来三年，中国内地新兴城市的GDP增长速度将超越一线城市，这些极具发展潜力的城市将为中国企业创造众多新的发展商机。

晴雨表指出，即使在全球经济形式动荡、不确定性增加的大背景下，中国企业在本次调查中所表现出的对未来市场前景的乐观，在晴雨表创立14年来也名列前茅。参与调查的企业在国内商旅上的开支较去年同期增加18%，显示出国内二三线城市的商业活动数量在快速上升。

依据经济学人集团（Economist Intelligence Unit，EIU）的资料，未来三年中国内地新兴城市的GDP增长速度将超越一线城市。这些极具发展潜力的城市将为中国企业创造众多新的发展商机。

国旅运通全球商务旅行副总裁、总经理谭浩凌说道，「与此同时，在探讨中国商业状况的时候还有一个新动态值得注意，那就是除了内部发展之外，中国的对外投资也在重新恢复增长，显示了中国企业对国际市场业务的重视。」

「在这些新业务所覆盖的地理区域内，差旅经理们需要确保公司的商旅方案和相应政策能充分满足企业与商旅人士的各种需求。与大家熟悉的发达城市相比，新兴城市可能较为缺乏相同等级的基础设施，所以更需要我们对那些原本花费不多的开支项目给予额外关注，例如地面交通。更重要的是，管理者应该确保商旅人士能够受到充分的培训和教育，以了解和适应不同国家和地区商旅环境中的细致差异，保证业务合规和旅行安全。」

晴雨表中同时指出，中国商旅人员最关心的三大问题是：行后报销流程过于繁琐（49%），行前审批流程过于繁冗（37%），以及差旅条件限制普遍过于严格（37%），这与此前的调查结果相吻合。

这些数字展现出一个清晰且让人兴奋的机会，那就是在公司内部应建立更为精简的流程来提升商旅人员的满意度和整体效率。如果出差员工不能理解或是有效地执行公司的差旅流程，那麼势必将带来不合规行为，进而导致更高的成本损耗。

MICE Show

IT&CMA展位增长达35%

[张广文—曼谷采访报道]

第26届亚洲奖励旅游及会议展(IT&CMA)暨第21届亚太国际商旅大会(CTW Asia-Pacific)日前于泰国曼谷开幕。为期三天的大会，预计举行了超过100场的商务会议、交流机会、目的地推介和培训课程，共欢迎近3,000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亚洲传媒集团董事总经理黄汉明(Darren Ng)表示，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。今年供应商数量共达316家，而且有更多目的地参展商出席，同时MICE、协会和企业买家超过450位。

很多参展商都大大增加了展览空间，相比去年增长幅度达35%。当中，泰国国家会议展览局增长60%、芭堤雅MICE城市增长50%、世界邮轮合作伙伴(Worldwide Cruise Associates)增长50%。而日本供应商福冈、广岛、神户、长崎、大阪、札幌等6个国际MICE城市，在现场展示目的地DMC和PCO实力。另外，泰国国家会议展览局、印尼、澳门、马来西亚、槟城、台湾也透过媒体发布会和目的地推介分享近期发展和MICE计划。

论坛与演讲方面，今年推出全新的亚洲邮轮MICE大会、体验营销论坛、奖励旅游论坛，以及妇女角色分享会、体验营销主题演讲。而协会日论坛、企业差旅论坛、未来领袖论坛等活动依然持续保持吸引力，聚焦于探讨MICE行业面对的最新热点。

今年泰国会展局展位达600平方米，参与的70位供应商都带来了全新的产品与服务。



Professionals

定位「首要资源库」 MICE三大国际协会达成合作

[钟韵—采访报道]

IAEE、MPI、SITE日前于美国IMEX展会上宣布联合建立「全球MICE协作会」(Global MICE Collaborative)。未来三方将在北美以外的全球范围联合在展览、会议、活动策划和奖励旅游方面提供专业资源，促进这些领域的行业以及专业人才发展。

据介绍，虽然旅游业长期以来被视为经济发展的工具，但全球越来越多的地区和城市正在认识到会议、奖励旅游、大会和展览对经济增长所起的关键作用。据相关统计，参会代表的经济贡献较休闲游客多达4倍。这推动了各地对经验丰富的会展专业人才的需求。而在不断变化的世界和竞争环境中，会展专业人员需要专门的、可信赖的能力和资源，以帮助他们学习、适应和成长以保持领先地位。

因此，MICE业界领先的三大协会：国际展览与项目协会(IAEE)、国际会议专业人员联合会(MPI)和国际奖励旅游管理者协会(SITE)近期联合起来，未来将在美国和加拿大以外的新兴市场促进MICE人才的专业发展。

MPI总裁兼首席执行官Paul Van Deventer表示，「全球会展协作会将是全球首个转为MICE专业人士设立的综合组织；MPI、IAEE和SITE将汇集力量，提供世界级的资源，教育、推动和改造全球MICE社群。」

据了解，全球会展协作会是当前全球唯一通过能力建设、现场活动、研究、咨询和接触富有经验的专业人士促进MICE劳动力发展和目的地认知度的解决方案。这包括：

- 通过专业能力，提供全面的教育和认证，以发展人才和提高行业专业度；
- 通过现场活动，把会展专业人士聚集到一起，启发、激励和提供持续的专业发展和业务交流机会；
- 通过同行之间的联系，成为全球MICE专业人士的资源库，为专业人士的事业每个阶段传递关系价值；
- 通过目的地咨询，提供咨询、市场研究和行业教育，使旅游和目的地营销组织、场馆经营者、活动组织者和目的地达到最高水平的成功；
- 通过研究和宣传，提高社会对会展业价值的认识，并通过提供资料驱动的趋势报告和泛行业倡议，推动会展业向前发展等。

Paul Van Deventer表示，许多城市和地区正在投资基础设施以增加他们作为MICE目的地的吸引力。然而，他们往往缺乏专门技能和人力资本来按照国际标准举办会议、奖励旅游、活动和展览。通过与全球会展协作会的联系，目的地将通过提高认知度和专业水平而受益，最终吸引更多的MICE业务。

在初始阶段，全球会展协作会将以「MICE首要资源库」为主打，在亚洲、非洲和拉丁美洲启动，向美国和加拿大以外的目的地营销组织和个人进行推广。**IAEE President and CEO David DuBois**解释，这三大行业组织在不同市场中的发展程度各不相同，比如IAEE在亚洲的发展较欧洲来得成熟，而MPI在欧洲发展较好等等。通过全球会展协作会，未来这三大协会可以相互促进发展。但更重要的是，此举能同时促进新兴MICE市场的专业发展。

Research

首份会议产业经济影响报告出炉 全球商务活动支出超过1兆美元 直逼消费电子

[钟韵—采访报道]

为更全面地了解商务活动产业的具体经济效益和经济影响，活动产业委员会（EIC）与牛津经济研究院日前联合发布了研究报告。报告显示，2017年，全球逾14亿名商务活动参与者的直接支出超过1.03兆美元；亚洲以4.534亿人次成为最大市场。

活动产业委员会（The Events Industry Council, EIC）十月份在美国IMEX展会发布了《全球商业活动的经济意义》初步结果，完整版研究报告于11月上旬正式发布。该报告由牛津经济研究院（Oxford Economics）执笔，在IMEX、希尔顿集团、MPI基金会和PCMA教育基金会的合作下，史无前例地就「面对面商务活动的全球经济影响力」进行了研究。

结果显示，2017年，180多个国家的逾14亿名参会者参与了商务活动。覆盖筹划、制作、参与和接待各规模会议、展览和奖励旅游等商务活动的1.03兆美元直接支出，每位商务活动参与者平均花费711美元，使得商务活动产业作为经济引擎，在规模和范围方面与消费电子产业并驾齐驱。

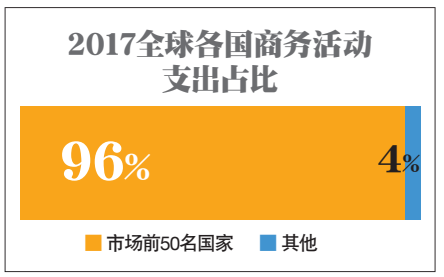
EIC主席Tina Wehmeir表示，这项研究将成为证明商务活动对推动全球所有角落成长和发展，至关重要的关键工具。

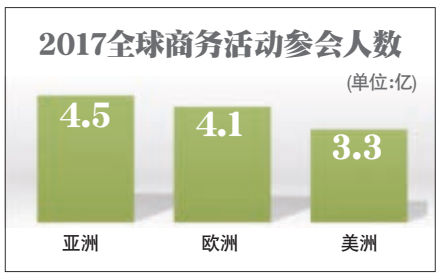
据介绍，为量化全球商务活动的经济意义，牛津经济研究院利用并扩展了近期关于商务活动重要性的研究，设计出了综合计量模型。除了初步报告中所提到的商务活动直接支出和参与者人数，完整报告也呈现了商务活动对包括就业和GDP在内的总经济影响。此为史上首次针对全球商务活动产业所进行的分析研究报告。

商务活动市场前50名国家的商务活动直接支出达0.99兆美元，占全球总额96%。当中，北美的商务活动直接支出为3,810亿美元，占全球市场37.0%；亚洲为2,909亿美元，西欧为2,660亿美元。若从参会人数的角度来看，亚洲以4.534亿人次成为最大市场，占全球总数31.3%；欧洲以4.06亿人次、北美以3.297亿人次，分别位居第二、第三。

值得留意的是，全球商务活动市场前50名国家占到总体份额的96%，约略于这些国家93%的全球GDP占比。

主持该份调查报告的**牛津经济研究院Aaron Allen**指出，若将全球商务活动产业与全球消费电子产业等各种其他产业的销售额相对比，可以看出商务活动产业的规模远远超出许多其他产业；同时，此份报告也反映出了参会者平均每次参会超过700美元的强劲消费力。在量化了全球商务活动的直接支出和参会人数之后，下一步，该研究将进一步调查商务活动所直接支持的就业机会、就业收入及其对全球经济其他方面所起到的涟漪效应。





Busan

中韩旅游回温 釜山加强奖励旅游推广

[钟韵—采访报道]

韩国釜山在国际会议市场上的全球排名一直靠前，故于此基础上加强奖励旅游市场发展，使“MICE”各方面的表现更为均衡，是釜山现阶段主要目标。但在其认知度不及首尔、签证便利性不如济州岛的中国，釜山达此目标面临着一定挑战。

2017年，韩国釜山被UIA评为全球第七、亚洲第四大国际会议之都。作为榜上少数「非首都」的城市，釜山在此领域无疑有特殊优势。也因为如此，近年釜山希望在奖励旅游领域也作出成绩，并已在针对性的推广之下，看到台湾和东南亚市场的增长。

釜山旅游发展局会展旅游处主任诸政弘说道，釜山的国际会议资源和接待能力所受到的国际认可已有目共睹，但目前仍较少人会将之与奖励旅游做联系。过去两年，因与中国之间政治形势特殊，釜山选择往台湾和东南亚市场下功夫，并已看到市场陡然攀升的趋势。

他表示，说到首尔，人们一般会想到购物，而在济州岛，人们能感受大自然。釜山既有阳光沙滩，又是购物之城，因此到访的奖励旅游客人一般会花三天享受自然风光，两天在城市购物；有的也会游览近郊城市和景点。

如今，随着与中国关系解冻，釜山也重返市场。诸政弘表示，釜山主要客源包括华北、东北、浙江和江苏等经济发达、航空便利的沿海城市，但由于釜山没有深入武汉、重庆等中国内地的航线，且釜山作为目的地在中国二、三线城市的知名度比一线城市更低，所以内陆客源较少。

因此接下来，釜山还将以提升名声为首要目标。

屡获殊荣的会议场合和亚洲式的殷勤待客之道，就在君华

MERITUS
HOTELS & RESORTS
君华酒店集团

在君华酒店集团，我们深谙，任何活动，不论规模大小，它的顺利和成功召开至关重要。君华品牌旗下多家备受赞誉的酒店位于新加坡和马来西亚，一直专注于提供个性化服务和现代化设施，包括多功能空间和无柱大宴会厅，邀您体验其亚洲式优雅、殷勤与贴心的服务。

新加坡文华大酒店耸立于举世闻名的乌节路上，近 50 年来堪称亚洲酒店业的杰出标志。酒店拥有 1,077 间客房和套房，超过3万平方英尺的高端会议空间，并有会议与活动专员提供全心全意的服务与支持。多家餐饮店面精彩纷呈，恭候您的光临，其中包括由陈建太郎主理的四川饭店，迄今为止是新加坡获得米其林星级最高的中餐厅。新加坡文华大酒店为寻求定制商务设施的客人提供行政会所式休闲场所——在位于38楼的 Top of the M 设立君华会贵宾休闲厅，高接天花板的玻璃落地窗，提供 360 度无遮挡视野，可将新加坡城市天际线的美景尽收眼底。

享有国际盛誉的**新加坡滨华大酒店**坐落于新加坡中央商务区的核心地带，与新达城新加坡国际会议展览中心和滨海艺术中心相望。酒店的位置就在一年一度的新加坡一级方程式大奖赛的赛道旁，其他人气旅游景点，比如滨海湾花园和新加坡摩天观景轮，也近在咫尺，举步可达。575 间客房各具有私人阳台，可以眺望滨海湾畔美景和城市天际线令人赞叹的景观。客人也能享受到滨海湾地区上乘的餐饮与游乐体验。

两家酒店都提供 handy 智能手机，可免费拨打本地和国际电话，享受4G网络无限流量。

如欲咨询或规划您的下一次会议会展活动，请致电 +86 21 6288 4377 或电邮至 gso.shanghai@meritushotels.com。



公司会议配套



即日起至 2019 年 6 月 30 日，在新加坡文华大酒店或新加坡滨华大酒店预订会议配套，即可选择以下多达四种* 免费特权礼遇：

- 每晚每实际入住 10 间客房，可升级至另一房型（每晚最多八间客房可享升级服务）
- 贵宾专属客房用品（每晚最多五间客房）
- 团体单程交通（19 个座位）
- 每晚实际入住 40 间客房或以上，一间客房享有免费套房升级服务
  在新加坡文华大酒店预订，最多可享两间套房升级服务
- 赠送一个房晚（每晚最多两间客房）
  新加坡文华大酒店每晚每实际入住 40 间客房，或新加坡滨华大酒店每晚每实际入住 50 间客房
- 每 30 个全天会议配套赠送一个会议配套（最多三个免费会议配套）
  在新加坡滨华大酒店预订，可享受商务中心会议配套提供的迎客茶歇（最多两天）

*预订金额达到 15,000 新元、35,000 新元和 55,000 新元（以上金额需再加上消费税和服务费），可分别选择两种、三种、四种免费特权。

价格均为新元。其他条款与条件适用。







Car Rental

租车业者加强区域业内多元合作 以应协作消费

[刘霈芯—采访报道]

在协作消费时代，蓬勃发展的共用经济正在刺激汽车租赁公司，包括安飞士租车（Avis Budget Group）在亚太地区通过与多个点对点汽车共用建立合作伙伴关系，以创造性的方式来增加规模和份额。

Avis Budget Group亚洲区休闲旅游和商业合作总监邓佩珊（Angeline Tang）表示，「这些行业相关的公司是我们的盟友，而不是竞争对手。消费者拥有的移动机会越多，不涉及拥有自己的汽车，我们就越受益。随着消费者对汽车拥有权的持续下降，未来对更多、更灵活的移动选择需求也越来越大，这也说明了为什麼整体市场馅饼变得更大，而不是缩小，或者仅仅是以不同的方式划分。」

携手共用打车企业扩大渠道

她接着说道，共用打车企业并不仅仅只是想让你使用它们的应用乘车，也希望消费者能暂缓购买汽车的欲望，比如共用打车公司Lyft一直在为减少美国私人汽车数量而不断努力。Avis今年在北美地区也与Lyft展开合作，以提升汽车租赁服务的品质和效率。

根据这一合作伙伴关系，Avis将从其60万辆车队中向北美各城市的Lyft Express Drive项目提供数千辆汽车，该计划将为司机们提供汽车租赁渠道，让他们每周都可从Hertz、Flexdrive、Avis公司租赁汽车。

安飞士租车在其他区域的合作还包括，和2017年2月被Airbnb收购的Luxury Retreats合作，作为全方位服务之高级别墅租赁公司的官方移动合作伙伴；此外，安飞士租车在2013年收购了汽车共用网路Zipcar，该网路在全球拥有超过100万名会员，这也是让安飞士租车在迅速发展的协作消费世界中立足的重要举措；通过合作，安飞士租车可以满足主要市场对交通运输不断增长的需求，并进一步让旗下资产活络应用。

国内接送机业务升温升级

此外，注重出行效率与舒适度的商旅精英人士一直以来是汽车租赁公司用车的主要消费群体。她也以中国市场为例，民航旅客井喷式的增长加上商旅市场的持续催热，接送机成为了中国最具市场潜力的专车细分市场之一，安飞士租车（AVIS）就看中中国内接送机业务的升级市场，与航班资料服务商飞常准展开战略合作，全面升级中国接送机业务市场，为商旅客人打造品质出行全新体验。飞常准的大资料处理不仅提供延误信息，还深入到机场地面运行，这也正是此次与AVIS安飞士租车合作的契机。

在台湾市场，日前安飞士租车也和台北万豪酒店合作，只要旅客入住台北万豪酒店挑选早餐指定房型，即能在住宿期间不限里程免费使用不同品牌的车型车款，为旅客提供顶级的尊荣服务，比如，全家乐游套餐包含大人和孩童各两份早餐、两晚居家式客房及48小时Audi A4不限里程租用；另外时髦漫游套餐提供一晚豪华套房、免费行政贵宾厅使用权、早餐以及24小时不限里程租用野马或宾士 CLA Shooting Brake高级车款，为商旅人士提供高规格的奢华服务。

「我们不断审视我们的整体客户体验，以确定如何才能让客户体验更加透明、更加方便、更加个性化、更加精简、更加无缝。从手机应用到联网汽车，再到新的服务和流程，我们的整体目标就是让汽车租赁成为当今按需移动出行服务行业的积极参与者。」

邓佩珊（Angeline Tang）表示，「Avis Budget Group公司在亚洲地区最近推出了培训和预订平台Beep，这是一个面向旅游业内人士的一站式门户网站。Beep旨在使Avis Budget Group的旅游合作伙伴的预订流程更简单、更高效，并让通过该平台完成的所有预订享受佣金分成，让合作伙伴获得更多益处。」

Sri Lanka

基础建设、国际服务不断提升 斯里兰卡MICE市场仍有更大发挥

[钟韵—采访报道]

在有高度通达性、基础建设快速完善且中国市场服务不断提升的情况下，斯里兰卡的中国市场正在稳步成长。但是强化MICE品牌、使中国MICE市场发挥更大潜力，还是斯里兰卡会展局努力的方向。

斯里兰卡会展局总经理Inoshini Perera介绍道，斯里兰卡将MICE视为单独、重点发展的市场领域及在中国针对性地进行推广也有非常久的时间，其举措包括在华参加MICE展会、和重点卖家沟通、推介等；随着中国市场发展，每年也有不同的供应商与旅游局在中国市场上进行合作，比如国际及本土酒店、了解中国市客户的地接社等等。

在满足中国客人购物、吃海鲜的基础需求之上，她表示，斯里兰卡近期也有很多新的、脱离传统的新线路开始浮现；通常，传统景区总是会受到大型MICE团的青睐，但对于个别的奖励旅游需求，新颖的体验也能够根据客户喜好被安排进行程当中。

同时，支援市场发展的，还有斯里兰卡的基础建设。近些年，斯里兰卡从路面交通、目的地通达性到景点服务，都获得了大量的政府投资，使其达到国际水平，让国际游客能体验到有一定标准且完全MICE-ready的服务。

去年，斯里兰卡总体接待了约28万名中国游客，而从截至今年七月其数量已经达到近20万的趋势来看，斯里兰卡今年的中国市场增长有望打破新纪录。

Inoshini Perera说道，目前中国已是斯里兰卡仅次于印度的第二大国际客源市场，而斯里兰卡的中国游客接待能力也不断在提升，这包括持续增加的中国餐馆、中国翻译员、酒店和景点的中国员工等；因此实际上，斯里兰卡还应看到中国市场更高的增长率才是。



（摄影：钟韵）

↑斯里兰卡会展局总经理Inoshini Perera

从MICE的角度而言，她认为，斯里兰卡在中国发展的主要挑战是巩固MICE的战略定位。以正确的人、正确的角度强化斯里兰卡MICE品牌，还是斯里兰卡会展局努力的方向。毕竟，在有斯里兰卡航空、中国国航、东航和南航提供每周4到7个从成都、昆明、上海、北京、广州至斯里兰卡航班的情况下，斯里兰卡的市场发展空间确实非常大。

Airlines Updates

西班牙航空 On Business差旅计划助推经贸合作

西班牙国家航空公司目前提供每周三班往返上海与马德里的直航航班，并且推出On Business公司差旅计划，助力中国与西班牙蓬勃发展的经贸合作。

通过注册加入西班牙国家航空On Business公司差旅计划的自营公司以及中小企业（SME）的企业旅客，可以享受一系列优惠及服务。

会员可以通过搭乘西班牙国家航空、英国航空公司以及美国航空公司航班或订购该计划中的其他伙伴服务，赚取On Business公司差旅计划积分，用于兑换免费机票或公务舱升舱服务等福利。

西班牙国家航空客户及忠诚度计划首席官María Jesús López表示，On Business企业差旅计划将为这些中国企业提供一个更物有所值的选择，从而支援其实现商业宏图。这一计划对中小企业颇具吸引力，并能进一步优化企业旅客的商旅开支。

新航常旅客、飞猪会员实现权益共用

继今年8月新加坡航空公司与阿里巴巴集团宣布达成全面战略合作后，2018年10月28日，新加坡航空与阿里巴巴旗下品牌飞猪的合作正式启动。

新加坡航空KrisFlyer常旅客会员与飞猪会员实现里程互通和权益共用，为双方平台的会员带来更多专享权益与出行便利。

即日起至2019年4月28日期间，旅客登录飞猪用户端绑定自己的新航会员帐户与飞猪帐户后，即可实现新航KrisFlyer里程与飞猪里程相互兑换。新加坡航空公司与阿里巴巴此次资源分享、优势互补，旨在共同为消费者提供更优质的数字体验和全球旅游服务体验。

与此同时，飞猪F2、F3会员可在飞猪用户端活动页面注册成为新航KrisFlyer会员，并报名参加「新加坡航空会员礼遇」挑战计划。报名后六个月内，飞猪F2、F3会员如果在飞猪平台成功购买由新加坡航空或胜安航空执飞航班机票并完成出行，即可分别升级为新航「KrisFlyer精英银卡」和「KrisFlyer精英金卡」会员，并在一年内保级和享受相关KrisFlyer会员权益。

会享生态
议趣横生

长隆酒店 CHIMELONG HOTEL

长隆熊猫酒店 CHIMELONG PANDA HOTEL

长隆横琴湾酒店 CHIMELONG HENGQIN BAY HOTEL

长隆企鹅酒店 CHIMELONG PENGUIN HOTEL

长隆马戏酒店 Chimelong Circus Hotel

长隆迎海酒店公寓 Chimelong Ying Hai Hotel and Apartments

地址：广州·番禺区·番禺大道 |珠海·横琴 全国客服热线：400-883-0083 详情请登陆：www.chimelong.com



一座飘浮在海上的城市 邮轮为会奖团体创造共同目标


（提供：皇家加勒比）

“随着邮轮成为一个理想性的产品，将能越来越吸引奖励旅游赢家、犒赏员工之企业、协会会议等的眼球，为会奖团体创造共同目标。亚洲拥有更多种类的船舶产品和行程，势必将成为名符其实的会奖目的地。惟虽然邮轮业能够为会展奖旅产业带来相当可观的经济价值，但目前这些价值尚在萌芽期，有关单位宜尽早多为如何因应将会展与奖励旅游发展邮轮观光产业结合的潜在机会，做好准备，以成功克服市场的挑战。”

[张广文—采访报道·摄影]

日前，首届亚洲邮轮MICE大会于泰国曼谷上演。活动主要由两个分组讨论和一个主题演讲所组成，多名邮轮行业专家齐聚，一同于现场分享真知灼见。活动发起是因为亚洲邮轮产业正在蓬勃发展，对MICE行业而言，潜力和机遇巨大。而且，亚洲邮轮MICE大会借着亚洲最成熟的MICE展会—亚洲奖励旅游及会议展(IT&CMA)暨亚太国际商旅大会(CTW Asia-Pacific)的平台同时举行，能确保合适的目标受众参与，包括：亚洲企业买家、亚洲和国际会议和奖励旅游规划者。

邮轮市场规模与机遇

Darren Ng: 根据国际邮轮协会(CLIA)最新的亚洲报告，亚洲海洋邮轮旅客的数量去年创下新高，超过400万(405.2万)人次，比2016年增长20.6%。2012年，邮轮乘客数字未达一百万，仅775,000人，因此在短短五年内，复合年增长率达到惊人的40%。

亚洲目前占全球海洋客运量的15%以上。当中，在2017年，中国大陆占所有亚洲旅客的近60%，而且大多数亚洲市场同比增长比率都达到两位数。国际邮轮协会预计2018年将是另一个增长年，而该行业势头预计将在未来几年继续发展；船舶数量、航程、运营日期以及乘客数统计预计都将持续上升。


TTG Asia Media董事总经理
Darren Ng

越来越多的亚洲人乘船感受海洋，越来越多的邮轮公司将船舶部署到亚洲，而且这些船不是旧船，是拥有最新设施设备、甚至很多令人难以置信的娱乐与亮点，更不用说一系列丰富多元的餐饮服务。在这样的势态下，邮轮对越来越多的亚洲人来说，将是一种理想的旅行方式。

值得注意的是，随着乘客和船只的增长，亚洲的港口数量也在增长，因此亚洲作为全球下一个邮轮游乐场的梦想，不再是遥远的目标，而是一个正在迅速形成的现实。

根据国际邮轮协会，预计2020年中国邮轮乘客将达450万。2018年，将有38个邮轮品牌在亚洲水域部署，接下来还将有更多船只加入。市场上将出现更多种类的邮轮产品，大型(2,000至3,500名乘客)和小型高档船舶在亚洲部署的数量，将大幅增加。

今年东南亚港口的邮轮访港数量将增加20%以上，整体亚洲的邮轮访港数量将超过7,100个，而即将迎接最多邮轮的地区为日本、中国大陆、泰国、越南和马来西亚。当中，东亚占比为60%，其次是东南亚(36%)，其余为南亚(4%)。

Angie Stephen: 亚洲的邮轮市场正在起步，不断增长的中产阶级带来了庞大的市场商机。预计光是东盟地区的中产阶级人数于2020年就会增加至4亿人次，随着越来越多人拥有可支配收入，邮轮也将逐渐成为一种普遍的出游方式。特别的是，很多亚洲旅客在体验过短途的邮轮产品后，多会选择到欧美地区体验更长途的邮轮线路。

Michael Goh: 现今亚洲邮轮的渗透率仅0.05%，接受邮轮并上船游玩的游客比率也仅占0.05%，市场发展潜力巨大。目前「私人岛屿」是邮轮当前最新兴的目的地旅游，许多国家例如印尼，皆积极寻找未开发的岛屿地区成为新的旅游度假目的地，如缅甸的Macleod。

而亚洲旅客相较于欧美旅客较偏好短程航线，约莫3至5天乃是最理想的航行天数。要争取到游客到访，邮轮公司必须积极地挖掘停靠地，同时和不同政府合作，使当地全新邮轮码头和港口能够逐渐迈向成熟，让上船的客人可以一次游玩更多的新兴目的地，也使整趟行程更具吸引力。

成为理想会奖目的地

Darren Ng: 随着邮轮成为一个理想性的产品，将能越来越吸引奖励旅游赢家、犒赏员工之企业、协会会议等的眼球。亚洲拥有更多种类的船舶产品和行程，势必将成为名符其实的会奖目的地。

亚洲邮轮MICE大会就是想让更多人深入地了解亚洲将如何发展成为一个邮轮游乐场、在船上举办MICE或公司活动的利弊，以及如何在MICE中运用邮轮等。不用再担心会不会需要花很多时间找寻适合自己客户的邮轮，也不用害怕客户会晕船、感觉被关起来等问题，企业员工在邮轮上举行活动，只会发现有太多事情要做、邮轮非常大，而且团队建设活动的丰富多元，餐饮和会议还能够将感情紧密相连，短短几天就会感觉做了很多事情。


皇家加勒比游轮公司亚太区常务董事
Angie Stephen

Michael Goh: 就MICE组织者而言，无缝的举办活动，是邮轮产品最吸引人之处。邮轮的硬体可以让多个MICE团队都能在船上各自的享受自己专属的行程，各自体验专为自己设计的不同活动。同时，邮轮上的员工往往来自世界各地，在语言方面不但不会有障碍，而且可对不同市场的文化有深度的了解，如此一来，在服务上更能根据客人需求，提供合适的服务。

Angie Stephen: 邮轮相对旅馆而言，能提供多样化且丰富的服务内容，而不仅止于提供客房服务而已，整体费用上亦相较便宜。另外，奖励旅游执行单位在一般旅游的行程规划中，常需与各个活动单位之企划人员进行着细靡遗的讨论，在联系沟通过程上也耗费大量的时间；但若**在邮轮上办理奖励旅游，执行单位仅需通过单一视窗，即可协调处理所有活动规划，在筹办时程上，效率大大的提高，免去许多繁复的过程。**

邮轮能够提供奖励旅游业者全方位的服


丽星邮轮高级销售副总裁
Michael Goh



SPEND YOUR IMORTANT DAYS OF LIFE IN DIAOYUTAI HOTEL HANGZHOU

钱塘江畔钓鱼台　旅游·会奖正当时

杭州泛海钓鱼台酒店位于钱江新城CBD核心区位，出门即可漫步江边美景，与杭州国际博览中心（G20主会场）、奥体中心（亚运主会场）隔江相望，车程仅需15分钟。

- 宴会设施总面积超过1800平方米
- 有10个面积大小不等的分会场，可配套大型活动
- 大宴会厅面积800平方米，最高挑高9米无柱宴会场地，可分隔成为3个多功能厅；最多可容纳1000人活动
- 酒店共有258间客房，房间面积60平米起，半数以上房间拥有独立的阳台，可以一览无敌江景
- 交通位置便利，离杭州东站火车站7.2公里15分钟车程，距离杭州萧山国际机场16公里25分钟车程
- 周边配套拥有来福士广场、万象城、砂之船奥莱等大型休闲购物中心，步行即可到达





浓妆淡抹总相宜的杭州，期待成为您的下一站商务会奖目的地

拨打杭州泛海钓鱼台酒店电话 +86 571 8827 8888转宴会销售中心 获得更多咨询信息。

酒店地址 Add：杭州市江干区五星路65号　网址 Web: www.dythangzhou.com



环球邮轮协会
(Worldwide Cruise Associates)
联合创始人兼主席 Steve Bloss

务，包含客房、餐宴以及娱乐活动。但一般人容易认为邮轮提供的空间与活动受到限制，其实目前邮轮上能提供的活动种类相当多，例如冲浪、滑雪、跳伞体验等，许多意想不到的活动都能够在邮轮上完成。

邮轮不仅仅是一间客房或是一栋休闲旅馆，它更像是一座漂浮在海上的城市。

另外，虽然邮轮业能够为会展奖旅产业带来相当可观的经济价值，但目前这些价值尚在萌芽期，**随着将来亚洲市场邮轮业的日渐兴盛普及，有关单位宜尽早多为如何因应将会展与奖励旅游发展邮轮观光产业结合的潜在机会，做好准备。**

Steve Bloss: 在一般奖励旅游行程中，每晚行程结束回到饭店后，大家往往陆续离开或直接解散，但在邮轮上由于所有的活动都在船上，许多人仍会在晚餐过后出来活动，或是到酒吧小酌一杯，这些对于业务上拓展、经营人际关系，都有相当的助益。

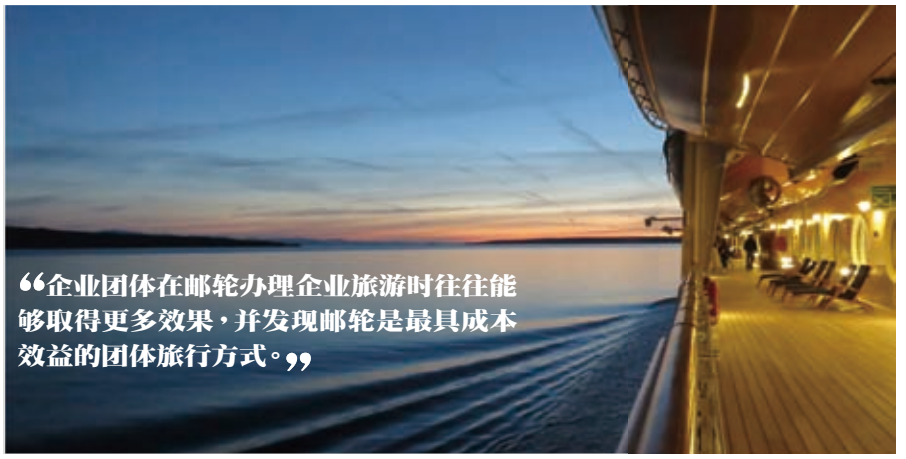
另一方面，对企业来说，包下一整艘邮轮，或包下一艘邮轮的部分，都可以跟据自己需求，打造客制化的行程及体验，没有什麼不能在船上做的，只要有创意，什麼都有机会达成。

再者，跟陆上旅游不同的是，客人到了一个新的目的地，不用找地接社挑选行程，在邮轮上，所有行程都已经被邮轮公司检查、认证过，还会搭配邮轮进出港口的时间，不但安全，也更让人放心。

此外，邮轮上的娱乐品质非常高，极具价值，对于MICE团队来说，上船后这一切都免费，是非常节省成本又能让客户欢喜的重要元素。

Farriek Tawfik: 由于邮轮已配备所有设施亦兼具运输功能之独特性，邮轮本身即已是「目的地」。旅客们仅需经历一次上、下船的程式，就能够每天在不同的景点中起床，省去搭乘其他运输工具所需的繁杂过程，有效地利用省下的时间去参与更多的活动以及体验不同的设施。

同时，岸上的行程参观安排同样为团队活动提供了另一个绝佳的机会，并且可以根据团队的特殊需求量身订制。此外，奖旅团体还可以有机会参观那些仅能通过海



路进入或难以从陆地到达的目的地。

Michael Goh: 就MICE而言，要在一个地方汇聚所有人，又是举办会议，又是举行主题活动，还要多元娱乐与餐饮，这时候邮轮就是一个综合目的地，因为在邮轮上，这一切需求都可以被满足。即使是企业团体成员携带了家庭成员，邮轮一样可以提供适合的活动，让每一位登船的人都能找到自己喜欢的体验。

另一方面，选择邮轮可以大大降低成本，一方面企业要举办MICE活动不用一一跟不同酒店洽谈协商，也不用找寻点到点的交通运输，更不用为去哪一个场地举行哪个活动而烦恼。另一方面，安全对邮轮来说非常重要，因此，选择邮轮认证与推荐的陆上行程，不但可以跟上邮轮进出港时间，还可以安心放心地体验陆上目的地，让陆上与海上行程轻松地无缝连接。

营销邮轮会奖产品

Steve Bloss: 许多邮轮公司都看好亚洲市场的发展，因此也都在积极打造全新的大船，准备部署在亚洲市场，同时亦不断更新自己本身在亚洲市场的船舶，使之更具竞争力。

值得注意的是，**亚洲市场覆盖了多个国家和地区，每一个市场都有自己独特的需求，以及消费者偏好，邮轮公司必须要有弹性，面对不同市场时要知道需要适时的调整，才能最大程度地争取到目标客源。**

JW MARRIOTT
SHANGHAI TOMORROW SQUARE
上海明天广场JW万豪酒店

轻松会务 享你所想

于2018年12月31日前预订，且于2019年2月28日前入住
上海明天广场JW万豪酒店并举行会议，可享受冬季团队特惠。

人民币1,500元净价/位起

套餐包含：
一晚豪华房住宿含单人自助早餐及网络连接；
全天会议服务
(包含上下午两次茶歇，会议期间咖啡/茶无限畅饮，一份工作简餐）；
累计30个间夜即可免费升级一间豪华房至万豪套房；
主账单房费九五折优惠；
一小时免费欢迎酒会；
“万豪礼赏”双倍积分。

*此套餐适用于高峰晚至少预订十间客房的团队；
*此套餐视酒店客房预订情况而定；
*此价格已包含16.6%服务费及税金；
*此活动不适用于已获得团队价格或已签订活动合约的团队。



HARBOUR PLAZA
HOTELS & RESORTS

完善配备、便利交通、人性化特色空间
海逸国际酒店集团呈现完美的会奖及宴会服务


九龙海逸君绰酒店

随着高铁以及港珠澳大桥的落成，香港与中国内地的交通更趋方便，鼓励了旅客来港旅游和开展会议和奖励旅游的意欲。以香港为基地的**海逸国际酒店集团**，旗下拥有海逸君绰、海逸和Rambler三个品牌，分布于香港岛、九龙和新界各地，共拥有10家各具特色的酒店，提供7,000多间客房，为客人创造出高质的会奖及宴会服务。其多功能的场地、齐备的设施、专业的团队，使海逸旗下的酒店在休闲市场和会奖市场都享有极高声誉，成为客人的首选。


港岛海逸君绰酒店


九龙海湾酒店


8度海逸酒店

坐拥无敌海景

很多客人对海景都趋之若鹜，港岛区和九龙区的两家海逸君绰酒店，为集团的最高端品牌，其无敌海景深受称誉。**九龙海逸君绰酒店**邻近黄埔港铁站，靠近大型商场，2018年底将增加一个包括了7个面积介于38至154平方米的会议室，共1,800平方米的全新大型会议中心。酒店还会在2019年上旬增加360间全新客房及套房，将房间总数提升至915间，以可容纳多达500人的大型会议及活动。

位于港岛核心，离港铁炮台山站仅五分钟步行路程的**港岛海逸君绰酒店**，其无柱式宴会厅及多个灵活多样的会议室皆适合举办不同形式的活动和会议。客人在会后更可到酒店顶层的「海天阁」观赏醉人维港景色，以从繁忙的工作中松弛过来。

各具特色，无与伦比

位于港铁红磡站及香港体育馆旁的**都会海逸酒店**，交通方便，紧贴交通枢纽，与港铁红磡站及往返中国的铁路咫尺之距。酒店也邻近尖沙咀，前往购物及娱乐地区更是举步可达。

位处鲗鱼涌商业中心地带、从港铁鲗鱼涌站仅一分钟便到达的**北角海逸酒店**，12个备有先进的视听器材及无线上网的多用途会议室，可灵活运用，举办从15到550人的董事会会议、研讨会、分组讨论会议、招待会及宴会等.

作为新界西北部其中一个最大型度假式酒店的**嘉湖海逸酒店**，坐拥1,102间客房及服务式套房和共达1,500平方米的灵活会议空间。酒店远离城市尘嚣，宁静舒适，邻近香港湿地公园、香港迪斯尼乐园度假区和香港国际机场，是会议场地的不二之选。

8度海逸酒店邻近旺角购物区及启德邮轮码头，拥有超过704间客房和630平方米多功能会议及宴会场地，还可量身定做厨艺及咖啡拉花教室等有趣的团队建设活动，为与会者增添无限乐趣。

九龙海湾酒店地点四通八达，设备齐全，距离港铁红磡站、黄埔站，以及渡轮码头仅10分钟路程。酒店以双卧室套房为基本客房类型，所有套房备有2间卧室、独立的客厅及设计雅致的精巧厨房。配合可容纳16至320位客人的宴会厅及会议厅，适合举行不同类型及规模的活动及会议。

在酒店业竞争激烈的香港，凭着对国内外市场的了解，加上自身硬件的优势和对客人贴心周到的服务，海逸国际酒店集团已自2010年连续九年成为TTG旅游大奖「最佳本地连锁酒店奖」的获奖者。



公主邮轮东南亚地区总监
Farriek Tawfik

另一方面，越来越多亚洲旅客可以接受前往欧美市场体验邮轮，因此，邮轮公司不能用单一市场的角度来思考，可以考虑跨国营销。

Michael Goh: 线上推广，尤其是通过社交媒体进行的宣传，是亚洲市场非常重要的营销管道，也是消费者最愿意接受新事物之处。

亚洲客源市场中，中国、印度、印尼、日本、马来西亚、泰国都极具发展潜力。在MICE方面，这几个市场也一样值得深度挖掘，现在选择邮轮的企业团队，已经从50至100人的团体规模，发展到了两、三千人。同时，每到一个城市，就有三、五个企业团队登船。越来越多主题邮轮产品、派对聚会、包船业务正在上演。

接下来，邮轮将持续积极争取企业团队的目光，除了深度了解每个企业的需求，也聚焦于强调成本、无缝、体验、安全、多元餐饮和娱乐等优势。

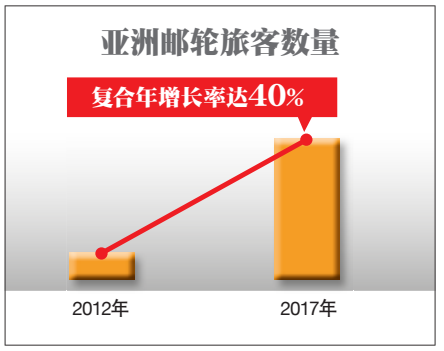
Angie Stephen: 邮轮的知名度，取决于旅行社业者的接受程度。邮轮公司对于想要进一步了解邮轮服务的旅行社，往往非常愿意让其员工体验邮轮。**只要每个旅行社都愿意推广邮轮作为一种出行的旅游方式，邮轮就更有机会被大众所知。也就是说，邮轮和旅行社之间合作的紧密程度，是接下来亚洲邮轮市场发展快慢的关键。**

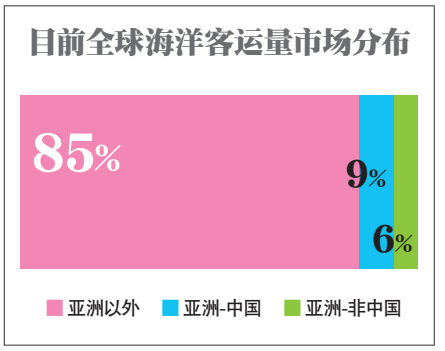
Michael Goh: 邮轮要争取企业团体回流，就必须追求新意，想办法推陈出新，不能有一个套餐人人适用的想法，每一个企业、每一趟旅程都会有不同的目的与要求，除了仔细聆听、努力达成客户需求，邮轮公司要让登船者每一次都能感觉到这次的体验是不一样的，要有趣也要让人印象深刻，如此才算是成功的。

邮轮MICE面对的挑战

Darren Ng: 登船后会不会晕船？船上这麼多餐饮选择是不是让人很容易长胖？要多久之前预约邮轮产品？船上是不是有很多无形的消费？船前、后、左、右、上、下哪一个船舱最好？邮轮安全吗？是不是人数要很多才能包船？很多企业团体一谈到邮轮，就会涌现出一堆问题。这也是每一个邮轮公司在经营MICE业务时必须面对的挑战之一。要让邮轮更为人知，长期持续的教育、培训不可或缺。

Michael Goh: 外界对于邮轮奖励旅游仍有一些常见的迷思。一般最常听到邮轮奖励旅游的评论大多为费用昂贵以及邮轮活动索然无趣。甚至有些客户认为在邮轮上举办活动不甚方便、规划不易、缺乏活动设施以及缺少弹性等。





可事实上正好相反，企业团体在邮轮办理企业旅游时往往能够取得更多效果，并发现邮轮是最具成本效益的团体旅行方式。邮轮除了能够量身订制旅游行程、参观特定的目的地、使用船上多样活动设施以及各式餐饮场所和众多娱乐设施的选择外，更重要的是，所有的费用皆已含盖在内，无须额外付费。

Steve Bloss: 在邮轮产业日渐兴盛的同时，大家也很关切邮轮产业的永续经营。事实上，邮轮产业目前针对环境保护措施做得相当完善，除了贯彻回收再利用、提倡无塑环境外，更施行废物减量措施，这些在邮轮上施行的措施甚至比现在大多数城市更有效率地被执行。

另一方面，邮轮业的营运成本并不仅仅止于邮轮本身，还有港口及航厦的营建，这些都是非常巨大且重要的投资。举例来说，由于邮轮一次就能带来大量旅客至目的地消费，当地是否有可容纳大型邮轮停泊之港口、是否具备可容纳上千人次同时上下船之航厦设施，以及目的地之交通条件是否能配合于短时间内输送大量人潮等，这些都必须要考虑。

由于邮轮每趟能为目的地带来的人潮相当可观，对于当地的经济发展确有相当大的助益。惟上述种种议题皆须有赖当地政府与邮轮业者一起协力克服，为双方创造双赢的效益。

Farriek Tawfik: 市场常见的迷思是，在客人体验过后，不管登上哪一种船、不管体验多少天数，都会一一瓦解。一般来说，凡是体验过后，游客不是很爱邮轮，就是很讨厌邮轮。因此，无论如何，想办法让客人上船，是邮轮公司争取业务最重要的第一步。

市场上邮轮公司非常多，产品选择多元，MICE团队需要了解自己客人，熟悉不同邮轮公司的优势，为自己客人找到合适的产品。最重要的是，要知道客户的偏好，例如，用餐时间、菜式偏好、起床睡觉时间、语言能力等，这样才能真正地设计出适合客人的行程。

其实，奖励旅游结合了休闲和商务，邮轮有陆上产品又有海上行程，只要加点创意，就能创造出与众不同的行程。



Q. 如何运用邮轮设计出一个完美的体验和成功的会议？为什么要在邮轮上举办会议？

邮轮会议设计者Svend Dalgaard

Svend Dalgaard: 邮轮上有很多空间和场地都可以实验，活动也能在不同空间和场地中，发挥创意，展现与众不同的魅力。邮轮也往往非常乐意配合企业团体的需求，打造专属活动，或是订制化的惊喜。

企业团体不能视邮轮为一个海上的船舶，而是要将邮轮看成一个目的地。船上有你的客人，也有其他乘客。有负责自己团队的接待人员，也有其他邮轮员工。在邮轮上举办活动的最大好处是其可以满足所有感官，最特别的是有持续不断让眼睛感到满足的各式表演，还有各种设施设备与服务，如舞台、表演者、网络等。

而且企业团体在船上，因为一直待在同一个空间中，会特别增进彼此之间的感情，因为有充分的时间可以沟通交流，同时，会一直碰到彼此，还有各种行程可以互动，而且所有人会更聚焦于同一个目标，任何活动的参与也能更加投入，更享受惊喜的出现，以及专为自己而打造的精彩表演。

没有任何一个邮轮是适合所有企业团队的，MICE组织者必须根据团队规模、客源市场、成员偏好、活动目的等，来寻找适合举办活动的邮轮。

Q. 邮轮活动仍存在有刻板印象，即邮轮仅较适合年长者们的活动？小型或偏商务人士的奖励旅游团不适合在邮轮上举办吗？

Farriek Tawfik: 根据统计，目前搭乘邮轮旅游的游客年龄层有逐渐下降的趋势，而邮轮上推陈出新的娱乐设施亦吸引不少年轻人前来体验；现今搭乘邮轮旅游已不再是豪华的旅游活动，而是一种生活方式。

Michael Goh: 邮轮可以接纳50到4,000人不同团体的活动，不同的邮轮品牌能提供不同的产品内容，不论团体的大小都能够找到合适的邮轮来进行奖励旅游，即便是10人的团体亦能拥有自己的私人会议空间。而这也需依靠邮轮活动规划者在不同性质团体之间取得平衡，并做出正确且适当的调整。举例来说，当商务人士在进行会议时，隔壁的空间就适合做较为静态的活动，例如影片欣赏；或是利用不同团体的特性来错开船上各空间的使用时段。只要通过完善的规划，邮轮业结合奖励旅游产业，就可以打造极具创意性及可塑性的发展。

马德里，
休闲与商业完美结合的城市。

马德里，因为它的热情好客，因为它如此容易地将工作和娱乐成功地结合起来，也因为它能完美兼容休闲和商务。 所以，根据最近举行的世界旅游奖颁布结果，马德里是举办会议和会议旅游的世界领先首都城市之一，**也是欧洲最佳MICE旅游目的地**。

马德里与其他城市相比， 拥有许多不同的个性，但其中一个最能识别马德里的特征，便是它极大的包容性。马德里新的城市图标，象征着拥抱， 它的通用语言跨越了世界边界，令所有游客都能强烈感受到马德里这座城市的魅力。

马德里热情好客，可谓实至名归。这座城市不断加强现代化基础设施的建设，比如马德里 – 苏亚雷斯巴拉哈斯机场，持续增长的酒店数量（在马德里拥有超过82,000个酒店客房，大多数分布在4和5星级酒店中），以及90个 博物馆和1,700个历史古迹，是无与伦比的艺术财富。 马德里拥有独特的能力，使在此举行的工作会议成为一个特殊的时刻。 **因为在马德里，休闲和商业完美结合，深情相拥**。

此外，马德里尊重传统的承诺，不忘对前卫潮流的引领，同时提供独一无二的美食，商业和休闲服务：拥有3,000多家餐厅，各种各样的商店和购物中心，令人惊叹的文化体育活动日程， 以及所有可以想象的丰富多样的夜生活选择。**马德里，这个星球上最有趣的城市之一，真可谓当之无愧**。


Prado Museum

马德里会议局（MCB）
与200家公司合作。旨在推广促进马德里城市品牌。马德里会议局（MCB）竭诚为那些希望在马德里举行商务会议或奖励旅行的人士效劳，促进工作，加深合作，助其成功。

马德里，
休闲与商业完美结合的城市。
esmadrid.com/mcb
info.mcb@esmadrid.com

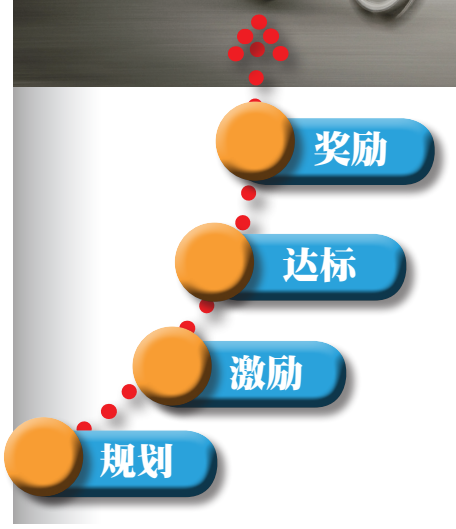

Reina Sofia Museum

MADRID
CONVENTION
BUREAU

奖励旅游可驱动高绩效

一个人改变的动力是什么?
为什么奖励旅游有其必要性?
为什么奖励旅游扮演促进忠诚度和互动程度的角色?
如何使用奖励旅游作为一种培养行为改变的工具?





[张广文—采访报道]

奖励旅游可以作为一种有效的激励工具吗? 思考这个问题前必须先从高水平绩效的动力著手。

Ovation Global DMC战略合作伙伴主任Hugo Slimbrouck在由TTG所主办的IT&CMA表示，任何员工在一家公司中，最重要的就是看他的互动程度和表现水平。要成功地看到高水平的表现，秘密在于两方面:

▶**一是先天的动力，**像是内部的刺激、工作本身驱动满足感或是可以获取快乐，属长期动力; 这类的激励包括了学习、归属感、好奇心、喜爱、有意义、掌握、自治等。

▶**二则是外在的动力，**如外部的刺激、被获得奖励或避免处罚所驱动，属短期动力。简单说，技巧和知识所构成的能力，乘上动力，就是表现。这类的刺激则包括了金钱、分数、奖励、金色星星、名牌、竞争、害怕失败、害怕被处罚等。

而人为什麼会愿意做正在做的事情? 从最基本的生理需求、安全需求、喜爱需求、自尊需求、自我实现等皆可体现。在安全需求上，包括有补偿和利益、被看重。而在喜爱需求上，当前的认可很重要。自我实现方面，职业发展机会是重点。

因此，何者可以作为有效的激励工具? 现金可以激励员工、礼物也可以让员工开心、充满异国情调的旅游体验更是可以得到员工的心。

互动程度是关键测量值

其实，互动程度是最重要的员工测量值。要拥有一个投入的劳动力，会包括有可信的领导、支持的同事、对工作和职业的满意及高水平表现的组织，如此则会带来客人的满意和忠诚、具生产力并赚钱的组织、劳动力表现水平高、员工卖力投入。

根据调查，西方和欧洲国家的企业中，高互动程度的员工占比仅14%，66%者属于不怎麼互动，另有20%属完全不互动。

据悉，拥有奖励与认可(Recognition)计划的企业达到86%，且其中70%的企业还有3~6种不同的计划: 奖励的预算从一百到上亿元美金皆有，当中46%属非现金形式的奖励。

多数员工相信，一个人会离开公司有89%都是为了钱，但其实只有12%的人会在离开一家公司后取得更多的现金报酬。另一方面，90%的人相信良好的互动策略可以带动业务，但实则只有25%的企业拥有互动策略。同时，42%的员工在找寻工作的时候会考虑奖励和认可计划。

此外，据统计，56%的人力资源管理者会担心他们顶尖的人才会在一年内离开。会辞职的人当中，75%都不是因为工作离开，而是因为老板。但企业奖励计划可以鼓励66%的员工继续留下来工作; 使用认可计划的企业，拥有低于5%，也就是很低的流动率。

41%的员工会因为正向的员工态度而维持对品牌的忠诚。而约40%的员工有被清楚告知目标和策略。在《福布斯》全球上市公司2,000强中，70%的公司会利用游戏化来刺激员工继续留任、增加互动程度，以及提高收入。来自管理者的赞赏和推荐是表现的最佳动力，因为被认可是一项很重要的心理需求。但只有14%的企业提供管理者奖励和认可必要的工具。

当一家公司愿意额外的做点什麼，整体的文化环境就会有所不同，并扮演着决定员工跑多远、跑多快的主要角色。

再者，那些因素会促成员工愿意多做点什麼?

1. **互动程度高。**大部分的员工都在情感上没有真正投入公司，和公司互动程度低，因此要他们付出110%是很困难的。对员工来说，同事情谊和同事鼓励是最大的驱动力。
2. **内心欲望想要把工作做好。**这排名第二。
3. **感觉被鼓励与认可。**这位居第三。
4. **其他原因。**还包括: 可以造成真正的影响、专业成长、满足客户需求、金钱和好处、正向管理者、相信公司和品牌等。

因此，希望员工努力就必须要让员工保持正向的态度、对公司有好感，而

管理层在打造整体企业文化上，扮演着重要的角色。而根据以上因素，将奖励旅游发展为鼓励工具，是一个很好的策略与机会。

奖励旅游是有效的管理工具

事实上，奖励旅游就是一种现代管理工具，可以被用来达成有别平常的业绩目标，在非凡的旅游体验之中，通过给予参与者奖励，可以让他们愿意为公司的策略目标而努力。因此为了创造突破性的业绩表现，企业必须找寻对参与者来说，比现金更有意义、更有鼓励性，以及更让人难以忘怀的奖励计划。

进一步来看，其实，奖励旅游是一个被证明的经验，可以提高互动程度，也是一个很有效的奖励方式。奖励旅游可以将行为和业绩目标进行连接，并可邀集大家共同庆祝成功事件。同时，催生员工对公司和其目标的投入，而且会让员工对终端客户提供更好的服务。当人们聚在一起，奇妙的事情就会发生。

综合而言，为什麼企业应该购买奖励旅游计划? 从普遍的需求来看，原因包括改善表现、认可表现、鼓励员工更努力地工作、奖励表现、提升士气、提高利润。就特殊的用法而言，奖励旅游可以和采购进行连接，注意到安全和出席率、获取改善的建议，以及刺激销售和营销，还有可以创造销售的相关活动。

此外，奖励旅游可以达到什麼目标?

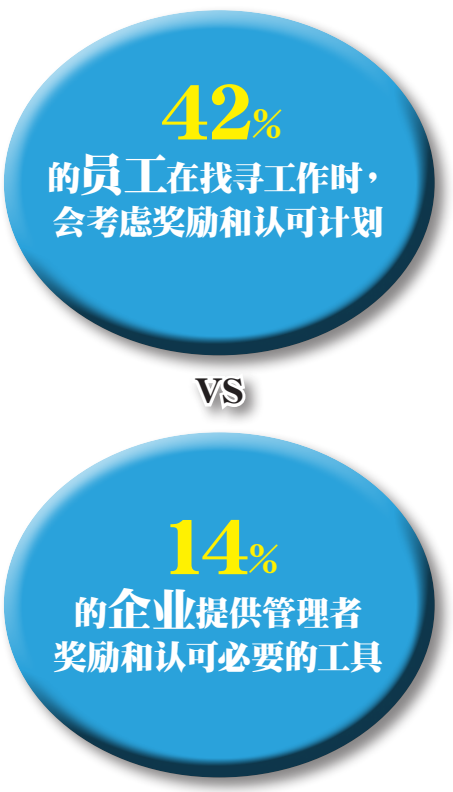
一是销售业绩目标。这类奖励旅游聚焦于销售团队，借以鼓励其推广和销售特定产品或服务。

二则为渠道伙伴的合作目标。这使得合作伙伴们可以强化互动，使得自己公司的产品或服务，可以在他们的前线被销售和被关注。

三为员工互动程度。奖励旅游可以鼓励员工并让员工有灵感，提升员工生产力，且拉高士气。

在达成业绩目标方面，奖励旅游鼓励、驱动和激励员工改变行为，提供聚焦重点和支持力度以达成目标。业绩的结果会影响运营绩效本身，奖励则使得员工获得好处。同时，提高士气和优化团队合作方面也会有一定成效。奖励旅游可以融入一个团队建设活动，让参与者放松、重新充满活力，并且释放压力。

奖励旅游因为包含了旅游，对大部分的人来说，都是有吸引力的。互动程度高的员工，会很期待一个旅游体验。通过奖励旅游，参与者体验了一个很棒的经历，并拥有了炫耀的权利。而难忘的旅游经验，会让员工觉得努力工作和付出的心血被肯定，故



北京兴基铂尔曼饭店，中国

雅高会务
冬季特惠

即刻联络雅高酒店了解详情:
+86 (0) 21 6119 9836 • Lily.Li@accor.com

- **每晚预订20间客房或以上可享会议室租金优惠8%或会议套餐优惠5%**
- **畅享会议室无线高速网络**
- **会议策划者获得奖励积分**

MEETING PLANNER
So many reasons
TO JOIN!



加入Le Club AccorHotels Meeting Planner 雅高乐雅会会议策划者计划，获得积分，享受您的专属特权。

RAFFLES 莱佛士 | Fairmont 费尔蒙 | SOFITEL LEGEND 索菲特传奇 | SOFITEL 索菲特 | GALLERY 美憬阁 | pullman 铂尔曼 | swissôtel 瑞士酒店

GRAND MERCURE 美爵 | THE SEBEL 诗铂 | NOVOTEL 诺富特 | Mercure 美居 | ibis STYLES 宜必思尚品 | ibis 宜必思

LE CLUB ACCOR HOTELS
客 户 忠 诚 计 划



（摄影·张广文）

> “在非凡的旅游体验之中，通过给予参与者奖励，可以让他们愿意为公司的策略目标而努力。因此为了创造突破性的业绩表现，企业必须找寻对参与者来说，比现金更有意义、更有鼓励性，以及更让人难以忘怀的奖励计划。”
>
> Ovation Global DMC战略合作伙伴主任 Hugo Slimbrouck

值得额外多做一些。旅游的记忆也会驱动员工愿意为未来目标而努力。奖励旅游还可以创造兴奋感，以及一股热潮，驱动着团队的努力。也因此，参与者将会是企业最棒的大使，并持续创造口碑效应。

就忠诚度而言，因为被认可和被感谢，奖励旅游可以让员工发展出对公司的深层次归属感，同时，可以驱动未来互动程度、拉高生产力，并驱动未来销售和绩效，这部份尤其重要，而且还可以留住公司最好的员工和渠道合作伙伴。

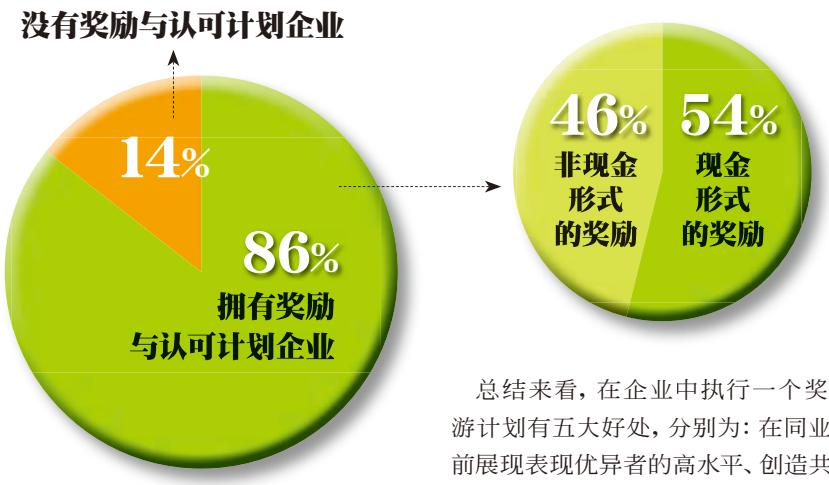
从规模和预算控制来看，奖励旅游会因为销售的增加，打平收支，其永远都不应该是一个额外的成本。奖励旅游还可以满足多元形态的需求，从演唱会到周末度假，甚至到长途旅游都可以。同时，可以根据不同年龄层和不一样成功水平的人而进行调整。

在绩效评估环节结束之后，传统的报酬系统，还没能追上企业需要鼓励和认可员工日常工作的脚步，而通过奖励旅游则可以建立员工与客人忠诚度，并提高互动程度。互动的参与者，将会更具生产力，而且对公司感到正向。

为奖励旅游打造一个梦想

在设计奖励旅游体验时，要打造一个梦想，创造出一个互动程度高，而且难以忘怀的奖励旅游体验。现在是客人说的算，品牌设计者与打造者，说话已经没有了份量。体验是奖励旅游目的地和服务供应商的全新战场。企业要打造更棒的体验，就必须提供更高的预算。员工体验等于用户体验，员工高兴了，客人也就会高兴了。奖励旅游可以将客人和参与者转变成粉丝。

那该如何实现奖励旅游的真正价值？Hugo Slimbrouck表示，驱动奖励旅游价值的关键元素包括：规则(我有什麼？)、奖励(我能得到什麼？)、沟通(我表现如何？我要怎麼了解这个计划？)、科技(我要如何互动？)。



因此，奖励旅游必须根据规范定制，使得奖励值得努力、充满挑战，但仍是可以达成的目标。同时，奖励顶尖的表现者，可以实现企业保留员工的目标，也可以达成驱动目标、让中间的表现者可以迈向更高水平的成功。

总结来看，在企业中执行一个奖励旅游计划有五大好处，分别为：在同业人面前展现表现优异者的高水平、创造共用记忆，提供吹牛的权利、培养团队的动力，以及达成双赢，公司和表现优异者皆胜利。

简单说，奖励旅游可以达成绩效，增强员工留下来工作的欲望，改善员工表现，培养一个致力于鼓励和成功的文化。企业应充分运用认可和奖励旅游来驱动高绩效。



有人说，工作和娱乐永远无法结合。但我们说，工作和娱乐时刻如影随形。

在郁锦香酒店，我们相信任何时刻都将充满妙趣。工作中、休闲时，随时感受分享妙趣时刻，探索体验当地文化。

快来开启专属您的妙趣旅程！全新体验，焕醒身心；放开心情，尽享随意。

郁锦香酒店 遍布全球逾40个国家

GOLDEN TULIP 郁锦香

GOLDENTULIP.COM

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备，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，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订制别出心裁的体验。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。

更多新加坡商务会奖旅游详情，请关注官方微信小程序
或查询官网：VisitSingapore.com/mice/zh_cn

SG 新加坡
心想狮城

#掌上狮城，智慧会奖#



享受难以忘怀的热情款待和体验令人耳目一新的各项MICE(会展)设施，

尽在济州神话世界

济州岛是韩国第一大岛。凭借其形态各异的火山地形与地质资源，济州岛于2010年10月被联合国教科文组织评定为世界地质公园。岛上共有12个地质公园，自然景观得天独厚，四季美景引人入胜。济州岛与中国大陆13个不同城市之间每周有超过100趟往来航班，多数城市的飞行时间均在两小时以内，是距离中国最近的唯一免签海外度假胜地。济州岛已成为中国旅客度假及娱乐休闲的首选目的地。

济州神话世界是韩国最大、最高端的一站式综合度假胜地，占地约250万平方米，总投资额超过两万亿韩元。商务与休闲设施兼备、老少咸宜的济州神话世界，从2017年起陆续开放。三大独树一帜的主题乐园、四家国际顶级酒店、50多家汇聚全球特色美食的餐厅、荟萃世界名品的购物商场、顶级韩流娱乐中心、超大 MICE（会展）设施等等，完美呈现了国际级度假酒店的奢华风范，为游客提供无与伦比的极致度假体验。

济州神话世界被誉为亚洲休闲娱乐新旗舰，正逐渐成为高端旅游及度假的不二之选！

世界级会议、奖励、会议与展览（MICE）活动

济州神话世界提供多元化的会展场地格局。高7米、面积达1,440平方米的无柱式蓝鼎宴会厅，可同时容纳2,000人，是举办大型会议、展览会、国际活动、商务招待会、盛大奢华宴会及车展的理想场地。配备最先进的灯光与视听系统，以及直达会场的通道，业界优选的蓝鼎宴会厅已举办过巨型“K-Pop”音乐会及SBS的超模大赛。此外，宴会厅空间布局灵活，可按不同规格分隔与组合。


神话主题公园


神话水上乐园


YG娱乐镇

实用中小型会议室配备最尖端系统

以韩国最著名的高峰命名的汉拿厅，为举办中型会议的精致大厅，可容纳250人。汉拿厅拥有八个中小型会议室，皆以济州岛远近闻名的景点命名。室内配备最先进系统，适合举办10人会议到45人讲座、50人宴会等多种活动。根据活动类型，大厅可分隔成三个独立空间，供举行商务会议、研讨会及家庭聚会。


万豪度假酒店


蓝鼎度假酒店



盛捷服务公寓

独一无二的活动场地

神话主题公园是个风格独具的活动场地。设备齐全的中央舞台，可做为K-Pop现场表演或带表演节目的晚宴场地；4D圆顶剧院则是举行演示与播放影片的理想场所。这些场地可容纳50到400人不等，并可按主题派对、奖励旅游、颁奖仪式等不同形式，为客户量身定制极具主题性与创新性的MICE服务。除了神话水上乐园可转变为奖励旅游的泳池派对地点外，济州神话世界还提供振奋人心的多元化户外场地，从节日步行道、MICE广场、日落观景天台到展现韩流文化的YG娱乐镇，为奖励旅游、鸡尾酒会，团建计划等活动提供了别出心裁的场地。

体验济州岛崭新五星级度假酒店群

济州神话世界度假酒店群是以多家酒店组成的庞大五星级综合度假设施，为原始森林Gotjiawal所环绕，秀色可餐。度假酒店群包括万豪、蓝鼎、神话及盛捷服务公寓，提供总数超过2,000间的豪华客房、适合不同旅游性质的住宿设施、一流的健身中心、水疗中心、美容会所、多元特色餐厅等。结合贴心周到的个性化服务，济州神话世界度假酒店群为宾客打造独一无二的奢华度假体验！



济州神话世界

体验济州尽在MICE首选

持中国护照免签
济州免签
中国出发，即时到达

4佳酒店，超过2,000间顶级客房

LANDING RESORT
JEJU SHINHWA WORLD
蓝鼎度假酒店

MARRIOTT RESORT
JEJU SHINHWA WORLD
万豪度假酒店

SHINHWA RESORT
JEJU SHINHWA WORLD
神话度假酒店

SOMERSET
JEJU
SHINHWA WORLD
盛捷服务公寓

企业活动

济州规模最大的无柱宴会厅





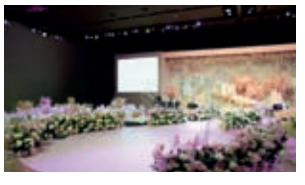




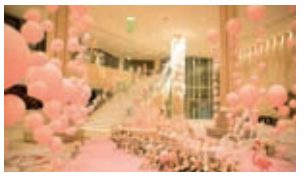
私人活动

难以忘怀的重要时刻









独一无二的场所

扣人心弦&精彩多样的会场







82 64 908 8600

地　址 大韩民国济州特别自治道西归浦市安德面神话历史路 304支路 38号 63522
预　订
电　邮 reservations@shinhwaworld.com
shinhwaworld.com.cn





下工夫与酒店谈条款 为活动提前创造有利保障

“在酒店举办会议活动时，一旦活动出了问题，是酒店该承担责任还是会议组织者？八成是会议组织者。所以说，在合同定下来之前，会议组织者最好花功夫，和酒店好好谈条件，为日后可能出的状况省下不少麻烦和成本损失。”

[钟韵—采访报道]

一、保障条款

要怎样才能在和酒店谈判时，为自己创造最有利的条件、更好地保护自己的利益？

Smithers Information营运和制作总监Alyssa Perna介绍，首先，一定要有**取消条款**；一旦间夜或场地取消，所须支付费用依取消时间远近而递加。比如活动之前一年取消，须支付全额10%；活动前两个月取消，则须支付全额90%。「改期条款」也是应放到合同里的内容。

这指的是，如果在一定时间内取消活动，那麼如果在接下来一年（通常是一年）内为酒店带来规模、利润都差不多的新活动，就可取消违约金，定金直接移转到下个活动使用。

客房方面，一定要设下**减员条款**。也就是说，假设定了100间夜，但最后参会率不如预期，组织者最多只需负担80间夜的费用，或是负担损失房晚原费用的80%。这些条款在参会率浮动的情况下，很有可能为组织者省下大笔大笔的成本。

再就是最**优惠政策**。假设组织者为参会者谈好了很棒的酒店价格，但活动前五个月发现另一个团体的价格比自己谈的还要好，那就可以回去和酒店谈，要求酒店提供与之匹配的价格，为自己或是为参会者省钱。

减员条款也适用于餐饮额下限。假如活动出席率可能不佳，可以在谈条款时就写入特定文字，让组织者在这种情况下只需支付一定额度，而不是合同中的餐饮全额。

假如办的是每年重复举行的活动，每次都有上午、下午两场茶歇，中午提供午餐，那其实可以和很多场地沟通菜单价格。比如，每次客人对午餐都只有三道式的要求，并不一定想要沙拉或甜点，那就可以跟酒店要求取消套餐中的一道，把价格从原来的每位300元压到250元，或者直接从酒店现存的外烩菜单当中做选择。

无论如何，只要合同签下去，价格就定下来了，所以在签定之前，一定要尽可能议价，提升后续的办会体验、减少「意外」发生的可能性。

不可抗力条款也不可忽略。很不幸地，有时天然灾害、战争、恐袭等不可预见也不可抗的事件就是有可能发生。如果没有提前说好条件，在发生不可抗事件时，酒店还是可能追着客户要活动全款。如果签好不可抗力条款，那麼酒店、组织者双方都会在突发事件发生时，放对方一马。

与之相似的是**赔偿条款**。假设在活动进行时，酒店吊灯突然掉下来砸在客人身上，客人日后向组织者要医疗赔偿，组织者将无能为力。赔偿条款的内容可能非常复杂，但对组织者和酒店双方都是保障，所以有必要对其进行讨论。

二、红灯！

Alyssa Perna说道，其公司利润来源于会议和活动，所以能省则省很重要。在其经验中，有几大项目在「省」这个字上闪烁着大大的警告性红灯。

第一个较适用于美国市场，即**「工会」城市**。假如中国的会议活动要在美国落地，这一点必不可忽视。美国有几大工会强势的城市，其中最需提防的是芝加哥和旧金山。目前旧金山只剩2家左右的非工会酒店，芝加哥还有15到17家，灵活性稍微高一点。

她举例，其公司固定与一家AV公司合作，一般并为其每年固定举行、AV预算2.5万到3万美元的一场大活动执行业务。有一年，这场活动在芝加哥举行，并同时使用了一家酒店及与该酒店相连的会展中心场地，也因此被迫遵循会展中心的工会规定，必须额外支付AV安装服务费用。这导致该场大会的AV预算，由原来的3万美元，一下窜到了12万美元，组织公司的利润损失不言而喻。

所以，她建议，如果要在工会城市举办活动，一定要问清楚场地或酒店与工会的关系。如果酒店只有在客房服务方面有工会费用，那对活动组织者的影响并不大；但如果涉及到活动场地的各种服务费，那就一定要提高警惕，提前把价格都说清楚。

与之相关的还有**Wi-fi条款**。当今参会者几乎100%会预期活动现场有免费Wi-fi可以使用，所以组织者最好总是向酒店或场地要求为活动提供免费Wi-fi。假如对方不同意，还是可以在合同签订前做些协商。

较常见的，是酒店会按每位参会者每日基础Wi-fi的折扣价来计费。这对组织者来说成本会比较高。比较理想的方式是，组织者在和酒店谈AV时，直接要一个Wi-fi的打包价，并且一定要在合同中写清楚，是活动全程（不是每日）且包含税费和服务费的整体价格，避免日后帐单上出现意料之外的费用。



（摄影·钟韵）

Smithers Information营运和制作总监 Alyssa Perna

组织者没有理由不往高处提，毕竟最糟的情况也只是被酒店拒绝而已，其他细节还是可以继续谈。

「包含税费和服务费的打包价」，同样适用于客房和餐饮。

三、省钱小贴士

从哪些细节可以减少成本呢？**首先是餐饮**。有时，在RFP阶段就可以要求合同最低价就包含税费和服务费；部分场地可以接受这种要求。以美国为例，通常活动预算还要再加上30%的税费和服务费才能反映活动整体的真正预算。

有时，这也可以当成讨价还价的最后手

段。假设组织者看上了稍微超出预算的某个场地，但该场地从地段到环境都非常适合其所举行的活动，那组织者可以要求酒店报价中包含税费和服务费，让活动最后成功落地。

另一项该向酒店要求的是，只要达到餐饮低消，便免除设施租赁费用。这是组织者必须要求的。

其次是回扣。以美国为例，平均每间客房应该给到组织者5到10美元的回扣。如果该活动很有竞争力，参会者又愿意多付10美元的房费，那组织者可以让酒店把房价提高，再把每间10美元的回扣返到组织者手里。

活动契约常见条款内容

- 取消条款
- 减员条款
- 不可抗力条款
- 赔偿条款
- Wi-fi条款
- 施工条款
- 优惠政策
- 附赠服务

她提到，有一次某酒店因为非常希望拿下其所组织的活动，最终给出了每间夜25美元的回扣。所以说，组织者没有理由不往高处提，毕竟最糟的情况也只是被酒店拒绝而已，其他细节还是可以继续谈。

另一种方式是**向酒店要免费房晚**。每40房晚赠送1房晚是大原则；赠送的房晚自己留着、给员工、给VIP、给演讲嘉宾，都能为公司省到钱。

再次是**使用外包服务**。在合同中的条款或优惠条件当中最好写清楚：组织者可以使用自己的外包AV、装饰及其他服务厂商，酒店不会向组织者提出任何额外费用。这如果不白字黑字的写出，酒店之后提出的上下电梯服务费、和厂商沟通服务费等等各种莫名其妙的费用，有可能砸得组织者七晕八素。

如果酒店不同意组织者使用外包服务，那也一定要在条款中就先谈好协商价并要求酒店提供各种附加服务（比如背景装饰等等），这绝对比日后使用完酒店内部AV服务后才拿到巨额帐单来得好。毕竟只要合同签了，酒店就是刀俎了。所以，组织者可以一直往前逼近，逼到酒店无法再往后退，那就是最优条件了。

餐饮方面，假设组织者今年就开始谈2020年的活动报价，那麼看好菜单后，可以要求酒店在2020年还依循2018年的报价，而且另外给出10%的折扣。当然，酒店有可能不同意，但不提白不提。重点是，能省钱的细节其实很多，不问不知道。



如果没有提前说好条件，在发生不可抗事件时，酒店还是可能追着客户要活动全款。如果签好不可抗力条款，那么酒店、组织者双方都会在突发事件发生时，放对方一马。

不能忘记的还有**施工条款**。相信很多活动都有在举办时才发现酒店竟然在同期正在进行升级改造的施工工程，为参会者带来不少无奈和麻烦。所以，在谈条件时就可以要求酒店不能在活动举办期间进行施工，或者如果一定要同期进行，那麼就必须为参会者另找等值安置处。

至于**其他附赠服务**，从会议室Wi-fi、客房升级、管家服务、免费停车、欢迎礼品、场地勘察免费房晚、展商桌椅、水站、免除运输费等，都可以向酒店索要。



新加坡结合情感、创新、服务认同 打造领先的会奖成功水平



“新加坡深知游客出行的诉求已经不仅仅停留在功能层面，更逐渐上升到情感层面。故近几年不断借由不同的人和故事、展现不同的性格与态度，让客人们感受到新加坡旅游业的内在热忱。并在既有的卓越商务环境与基础建设上，持续提升服务元素及品质，虽然外在竞争仍存在紧追不捨的压力，但一向具备长远眼光的新加坡，正紧抓关键策略向前行，尤其是应对中国市场，不断打造及突破市场的成功水平。”

[刘霈芯 · 张广文—采访报道]

中国市场作为不容小觑的新生力量，新加坡旅游局给予特别的关注和实际支持。新**加坡旅游局大中华区首席代表兼署长柯淑丹女士**表示，从2017年的整体资料及MICE行业回馈来看，INSPIRE惠聚狮城以及会奖之星M&I STAR的申请保持增长，来自新加坡旅游业者的回馈也多为正面，这都说明，在过去一年里奖励计划在中国市场的反响不错。

从去年的成果来看，2017年入境新加坡的旅客人次从前年的1,640万，增至1,742万，增幅达6.22%。2017年赴新旅游的中国旅客激增13%，达323万人次，位列新加坡海外客源国之首，赴新中国旅客带来的旅游收入年比增幅达19%。

此外，今年的表现也很不错，**截止到2018年9月，入境新加坡人次达到了1,403万，与去年同期相比增长了7.5%，其中中国入境旅客达到了271万人次，同期增幅达9%。中国赴新游客预计共产生20.88亿新币的旅游收入，与去年同期相比增长了13%，从中不难看出，新加坡购物对于中国旅客来说是具有一定吸引力的，同时，新加坡市场极具多元化特征，在商务、教育、医疗等领域也都受到了旅客的肯定。**

在BTMICE方面，2017全年新加坡共接待246万BTMICE访客，共产生约合人民币217亿的收入；2017年新加坡在接待会奖团队的规模上有了新的突破，其中最大的一个奖励旅游团接近15,000人，充分展现了新加坡会奖资源的优势及接待能力。在2018年，3家旅行社因为2017-2018年度突出的表现获得了今年的「会奖之星」大奖，而新加坡也接待了一个来自中国、超过3,000人的会奖大团。

在中国市场取得不错的成绩，新加坡针对中国MICE推广，明年会有什么主题？在这主题推广下，有哪些新鲜的会奖团队线路设计？

柯淑丹女士表示，无论会奖团队出行、还是休闲团队出行，中国到新加坡的出境游市场都在飞速发展和变化。中国团队对于深度体验的需求在逐渐增加，新加坡旅游局收到越来越多业者关于深度体验的问询，在此方面深有感受；而来自中国的公司客户和会奖旅游业者对于「企业凝聚力」在会奖团队行程中的体现，很有期待；会奖团队中，「区域串联」的趋势也愈发明显，这体现在「定制游+奖励旅游 1+1」这个越来越明显的现象中。

公司客户越来越多地为奖励旅游人士提供更多、更自由的选择，把既有奖励旅游行程定制化、串联化。通过目的地的串联，可为一个行程中增加不同的重点或主题。

针对这些新的趋势，新加坡也一直努力在做产品升级，来满足客人对于会奖旅游的期待。

具体落实升级产品

柯淑丹女士进一步表示，无论对休闲旅游还是MICE出行，新加坡旅游局都观察到，游客出行的诉求已经不仅仅停留在功能层面，更逐渐上升到情感层面。针对这一变化，新加坡旅游局在2017年全新升级了品牌「心想狮成」，在这一展现新加坡内在独特性的品牌之下，借由不同的人和故事、展现不同的性格与态度，新加坡旅游局期待以此让客人们感受到新加坡旅游业的内在热忱。

在这一主题下，新加坡旅游局联合业者，从升级品牌具体落实到升级产品，从多重体验、深度体验、独特体验和全新体验四个方面，无论是线路、景点、酒店、还是活动场地，让游客到访新加坡永远能有新的感受。

此外，针对不同的业者，新加坡旅游局一直持续推出新的活动、团建及旅游线路。在全新推出的新加坡商务会奖旅游小程式中，企业及业者客户都可以找到这些产品作为参考和选择。在最近的业者体验中，有一些产品回馈就很好。以创新行业和汽车行业为例，业者对于南洋理工大学机器人研究中心、劳斯莱斯—南洋理工大学企业研究室和空客亚洲培训中心，都有良好的回馈。

■**南洋理工大学 | 机器人研究中心：**南洋理工大学机器人研究中心（The Robotics Research Centre，RRC）总建筑面积860平方米，可以接待海外学生和研究人员进行研究和合作项目。在2009-2013年间，RRC曾经获得新加坡教育部、国防部、新加坡心脏基金会等公共和私人投资者的资助进行研发。RRC的主要研究活动包括医疗机器人、康复和辅助机器人、社会机器人和人机交互、工业机器人、自动驾驶汽车和移动机器人、仿生机



新加坡旅游局
大中华区
首席代表兼署长
柯淑丹女士

（提供：新旅局）

器人和无人机等。对于创新科技领域感兴趣的会奖业旅客到此一游，肯定会有所收获。

■**劳斯莱斯—南洋理工大学企业研究室（Rolls-Royce@NTU Corporate Lab）：**劳斯莱斯—南洋理工大学企业研究室早在2013年7月就已成立。这一项目由南大、劳斯莱斯公司、新加坡总理公署国立研究基金会共同合作而成，计划在5年内启动32个新项目。该实验室拥有一支大约300多名顶级人才的队伍，由科研人员和技术专家组成。其中包括劳斯莱斯的工作人员和南大教员，同时也将培训多达70名研究人员、40名博士生、25名硕士研究生以及一批南大本科生。对于汽车领域对创新领域感兴趣的会奖业旅客来说，这里是一个很好的参观、交流和学习的场所。

■**空客亚洲培训中心（Airbus Asia Training Centre）：**新加坡航空公司（SIA）和空中客车公司（Airbus）合资的新「空中客车亚洲培训中心」（Airbus Asia Training Centre），坐落于实里达航空园（Seletar Aerospace Park），面积9,250平方米，是空客全球第四个机组人员培训中心。这一中心拥有8架全功能飞行模拟机，覆盖A350 XWB、A380、A330和A320等多种机型，每年有能力为超过一万名学员提供培训，迎合亚太区机队增长的需求。

建立国家整体共同愿景

全新推出的不仅有以上线路和产品，还有新加坡不断更新的酒店设施。在2018年-2022年间，新加坡将建成近3,300个房间。仅2018年，就有4座大型酒店建成，包括将开在拉古娜国家高尔夫球场及乡村俱乐部之间的新加坡拉古娜都喜天丽酒店、六善养生及酒店集团旗下最新项目达士顿六善酒店以及麦士威路六善酒店，以及位于星耀樟宜的YotelAir新加坡樟宜机场酒店。

另一方面，新加坡启动了一项计划，其聚焦于加强本身作为MICE目的地的特色，如效率、丰富的经验、创新的内容和安全等。此计划被称为MICE 2020路线图，是一个国家整体对MICE目的地的共同愿景，其由新加坡旅游局领导，并受行业支持。计划的重点有三，分别是连接城市、MICE新加坡总部，以及新加坡MICE体验。

▶就**连接城市**而言，新加坡已经拥有高度有线的国家优势，在现有基础之上，让更多商务旅客可以充分挖掘大数据带来的好处，同时享受无缝的数字化体验。

▶从**MICE新加坡总部**来看，要让新加坡成为区域枢纽，打造强大的知名度，同时，支援行业的培训和发展，使得区域MICE标准都在新加坡被建立。

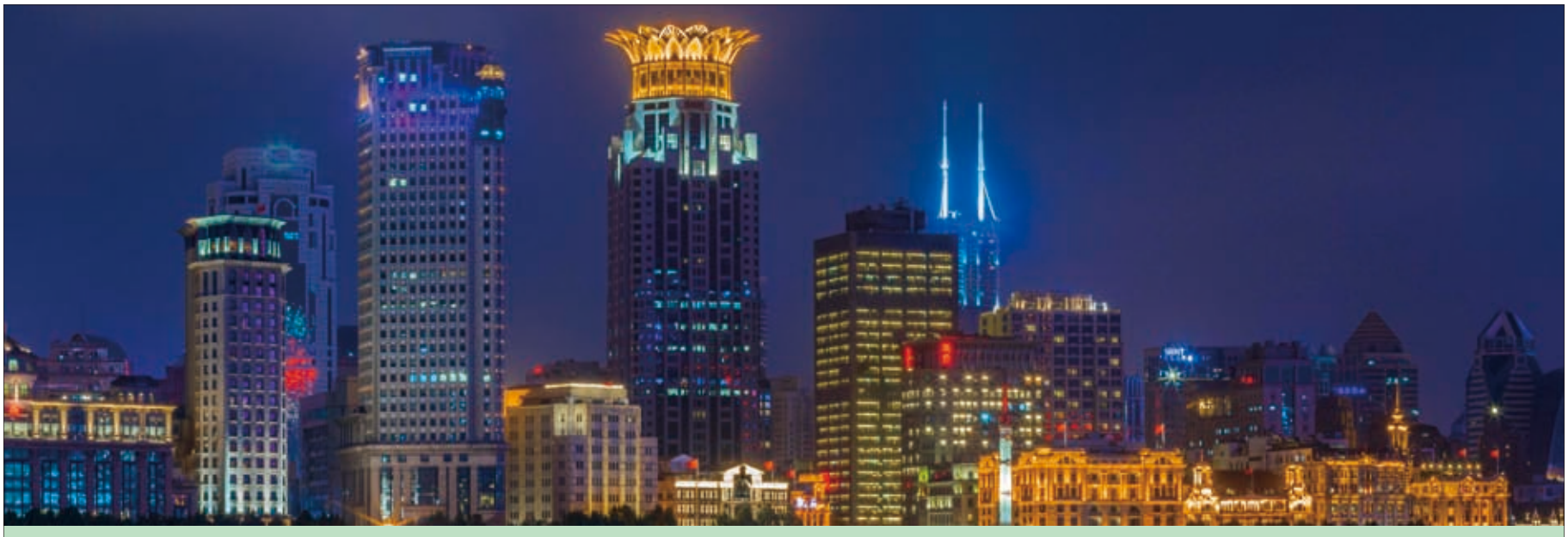
▶就**新加坡MICE体验**而言，要抓住潮流，熟悉商务客人对于实验式学习和情感互动的需求越来越高，因此将商务和休闲混合，可以鼓励他们在活动中，也感受一下新加坡真实的本地特色，以此激发更多灵感。

Hotelier's View

酒店业者：新加坡深具高效优势，但仍充满挑战

谈到2018年和2019年的新加坡MICE市场，**君华酒店集团(Meritus Hotels & Resorts)销售与营销副总经理Catherine Foo**表示，新加坡持续加强本身作为一个全球枢纽和旅游中心的定位，凭借其友好的商业环境、高效的基础设施、数字化连线性，以及其他接待能力，让当地跃升成为全球最佳MICE目的地之一。

虽然新加坡仍然需要克服一些真正的挑战，以期在激烈的竞争中保持领先，但新加坡不断通过技术和实验式解决方案，创



上海威斯汀大饭店

坐落于上海城市中心，入住上海威斯汀大饭店，即可尽享商务及观光娱乐之便利。酒店拥有18个大小各异的会议室满足与会者们的不同需要，会议管家服务使您的会务变得更为轻松有效。无论商务旅行或是会议举办，上海威斯汀大饭店是您的不二选择。

冬季客房优享：人民币900元净价起/间/晚（10间起订）
冬季会议优享：每位人民币500元净价起（10人起订）

以上优享活动有效期入住时间为2018年12月1日至2019年2月28日

预订及详情，请联系86 21 63351888转7533/7560
邮件至：sales-shanghai@westin.com/catering-shanghai@westin.com

THE WESTIN
BUND CENTER
SHANGHAI
上海威斯汀大饭店

新其产品，并追求为MICE活动创造新的成功水平，这都推动着新加坡MICE行业的发展。另外，东盟地区的经济增长势头强劲，这也将继续为新加坡带来更多的商业活动。

同样的，**新加坡乌节中心假日酒店总经理Frank Foster**补充到，新加坡拥有充满活力和动态的城市景观，不但安全，而且技术先进，是一个备受追捧的旅游中心，未来将继续成为国际会展活动的首选目的地。今年在新加坡成功举办的许多旗舰活动，如新加坡航展、亚洲食品和酒店展、亚洲通信与广播展、世界城市峰会、新加坡国际家俱展、ITB Asia等，都清楚地突显出这一事实。新加坡提供一系列最先进的会议和展览设施，可满足各种需求，并提供世界一流的餐饮、住宿、娱乐和购物景点。

不过，周边地区与国家也在大力投入MICE市场，吸引MICE客源到访，整个地区的许多城市都会继续加大力度投资，致力于吸引会展业务，这将成为新加坡的长久挑战，因此，需要不断创造和创新自己的产品。

深入探究新加坡的挑战，Catherine Foo说明到，企业预算依然很紧张，但是他们对于高品质和性价比的要求却依然在增长。这对新加坡市场来说是一个非常大的挑战，因为在新加坡做生意的成本是非常高的，尤其是相较于周边其他国家。

另一方面，持续成长的标准，加上永远在变化的要求与期待，要了解这些MICE客户，MICE行业也需要更多专业人才，以及强大的MICE公司来维持供应品质，如此新加坡才能发展成MICE首都。

此外，现今MICE客人亦在追求当地体验，他们想要到处观光、享受餐饮，以及尽情购物，简单说，他们想要工作和休闲之间的良好搭配。在这方面，新加坡非常具有优势，当地强大的综合旅游生态系统，提供商务客人和休闲客人多元的选择。不过，随着其他市场的MICE行业越来越复杂和积极，新加坡不能满足于身处领先地位，因为空间有限、成本较高，而且国内市场较小。

Business Opportunity

亲商友好的环境支持会奖成长

从经贸的角度来看，中国赴新的商旅市场现在有哪些潜在有新机会？针对这部分，新加坡是否提供了哪些利好举措？

事实上，中国赴新的商旅客户涵盖了不同的行业，针对这些无论是汽车、快消、IT还是创新领域等行业，新加坡丰富、多元的会奖体验皆为中国商旅客人提供更多可能。

柯淑丹女士表示，新加坡的亲商友好，全面体现在新加坡快速发展的产业集群、全球领先的城市竞争力、以及丰富的活动举办经验中:

1. **快速发展的产业集群:** 新加坡在全球商业舞台上的优异表现使其成为极具吸引力的商务旅游目的地。其快速发展的产业集群包括金融服务、应用健康科学、技术、高级制造业、设计、旅游、媒体、城市解决方案以及航空航太和物流。

新加坡旅游局积极与新中两地业者、企业和行业协会保持密切合作，推进和发展大规模、国际水平的展会与商务交流活动，其中包括新加坡国际水资源周（Singapore International Water Week）、新加坡FinTech等备受瞩目的国际活动。

2. **全球领先的城市竞争力:** 作为一个现代化国际都市与商业门户，新加坡为全球性机构进入快速发展的亚洲和其他地区提供了机会。2018年，新加坡被世界银行评选为「世界上做生意最容易的地方之一」，而在同年3月26日给出的全球金融中心指数（GFCI）最新版本中，新加坡位于全球第三名，这是世界在商业环境、金融业发展、基础设施、人力资本、声誉与一般性因素五大方面给予新加坡的肯定。

3. **丰富的活动举办经验:** 随着一系列亚洲顶级活动持续在新加坡举办，新加坡不断提供全新解决方案，让知识、灵感以及创意在此交汇和碰撞，并为商务出行、会议及奖励旅游、展会与展览在新加坡举办创造全新可能。在新加坡举办的活动中，组织者为与会者营造出富有创意的参会环境，与会者可以与见识广博、鼓舞人心的行业领导者们进行交流。关键性的行业活动吸引了知名的国际思想领袖、传达了前沿的行业内容。

Hotel

酒店业者紧抓维持竞争力的关键策略

不断求新求变的酒店业者，在对新趋势的掌握和新服务/设施的开发上，几乎没有松手的可能性，尤其在新加坡如此一个高度竞争的环境，必须抓好关键策略。

<策略1>
满足千禧世代的需求

关注到千禧一代正在影响差旅市场，君华酒店集团积极提升本身优势，努力提供各式策划的解决方案，并致力于结合酒店内直观的技术与更加个性化的客户体验。连通性是关键。君华酒店集团在新加坡的酒店—新加坡文华大酒店和新加坡滨华大酒店，所有客房都配备了智慧手机解决方案，让客人可以免费获取4G资料流程量、免费拨打本地和国际电话，甚至线上浏览城市指南、预定自己有兴趣的当地活动与景点门票。

集团旗舰店新加坡文华大酒店才刚刚推出一个全新的移动手机应用程式，其中一个功能就是让客人可以到店前先行登记，使得自己到酒店后可以体验一个更快速更顺畅的登记入住流程，同时，可以透过移动手机的数字化钥匙打开客房房门，还可以在手机上按些按钮，体验快速退房、快速浏览酒店最新优惠、客房叫餐等服务。

即使是硬体的部份，酒店也在持续完善设施设备，以提高客户满意度并为客户提供新体验。新加坡文华大酒店和新加坡滨华大酒店都经历了整修工程，以满足更广泛的宴会和会议要求。

其中，新加坡文华大酒店可容纳950个座位的无柱式大文华宴会厅，现在多了一个智慧照明系统，可与缤纷彩色又有灯光打灯的墙壁面板同步，接下来宴会厅还将推出更升级的定制装饰。而新加坡滨华大酒店中，可容纳100个座位的泳池花园馆，也就是一个日间拥有自然采光的会议空间，安装了全新的全玻璃推拉门，让到访者可欣赏到花园树叶和充满活力的滨海湾天际线景观，也让企业团体考虑举办鸡尾酒派对或是团队建设活动时，多了另一个半户外活动场地的选择。

<策略2>
提升对华市场的服务能力


（提供・新加坡乌节中心假日酒店）

提升中国市场的服务能力当然也是新加坡酒店业者的焦点。**新加坡乌节中心假日酒店总经理Frank Foster**以新加坡乌节中心假日酒店为例说明到，中国客人多年来都非常喜欢酒店的产品和服务，因此酒店致力于在客房、餐饮和MICE方面创新，让中国商务客人和休闲旅客都想回流。客人抵达时，会说中文的客人接待员工会协助客人，满足其需求，并且给予两张免费的公共交通卡，让客人可以便捷的游玩新加坡。客房内，客人可以享受免费的中文电视节目、Wi-Fi和瓶装水。早餐时间，酒店还提供稀饭、点心、炒饭、炒面、水煮蛋和豆浆，而且客人可以使用筷子和汤勺用餐。

未来酒店还会根据中国的长假，制定出专属套餐，让中国客人可以在游玩的同时，享受各式优惠。到访客人也可以通过银联卡，享受特别优惠价格。


（提供・君华酒店）

从中国市场来看，**君华酒店集团(Meritus Hotels & Resorts)销售与营销副总经理Catherine Foo**认为，中国旅客越来越挑剔，偏好丰富的旅行体验，以加深他们对自己访问地点的理解。同时，他们喜欢发现鲜为人知的事实、体验当地人的真实日常生活、了解当地现存的文化，以及目的地的历史。另一方面，商务旅行者也希望在出差的时候加入一些休闲时间，好去体会一下当地的原汁原味。因此，酒店除了推出令人兴奋的餐饮选择，以及一系列健康和健身设施之外，还定制了结合工作和休闲的欢迎和住宿套餐，当中包括了由导游带领的当地热点之旅、城市周边餐饮推荐和购物优惠等。

另外，市场上也可以看到越来越多会议组织者在举办更小、更聚焦的活动，不同于以往涵盖各种主题的大型活动。此外，商业活动的「节日化」也越来越流行，这些活动追求令人兴奋的体验，并具有凝聚力，还会促进组织者和参与者之间的互动。

Frank Foster表示，MICE场馆只需要提供高架投影仪的日子已经成为过去。现在MICE场馆需要提供的不仅仅是高速互联网连接，还需要虚拟助手，像是增强现实、虚拟实境、人工智慧和物联网等技术。这一切都将以某种方式影响旅行体验。这些技术，包括直播、视讯会议和网路广播，将变得越来越重要，对于MICE场馆来说，掌握这些趋势的更新非常重要，如此才能在竞争中保持领先地位。

<策略3>
提供定制套餐优化性价比

随着竞争加剧，目的地和场地都在推出定制的套餐，以新加坡乌节中心假日酒店为例，如免费开会计划，是新加坡IHG的一项独特活动，让预定10间或更多客房的代表们可以免费使用会议空间，并且使用高性价比的价格进行预定。

作为一家酒店，可以通过创新技术，以及不断发展的部落客与关键意见影响者来传送内容、激发讨论和让更多人对新加坡的相关旅游讯息感兴趣，同时，可以通过旅游能力发展计划来运用科技、改善业务和培训，并且测试与采用新科技基础设施。



苏州基础建设日益完善 会奖市场面对压力不慌不忙

“G20后，杭州一度为苏州带来巨大压力。但随着近两年大量新酒店和旅游、会展设施拔起，苏州内部竞争虽渐趋激烈，在面对外在压力时，却也底气更坚。不过，对于海外市场的开拓，国际机场的缺乏依旧是痛点。”

[钟韵—采访报道]

随着G20后杭州国际知名度大开，为苏州带来无法小觑的竞争压力，苏州愈加著眼于以好的大环境、差异化特色资源、上升的酒店数量和高性价比来吸引MICE市场。

建设方面，首先引人关注的是瞬间拔起的酒店客房和会议空间平米数。相关资料显示：2017年开业的太湖艾美酒店有285间客房，最大会场1,200平米；万豪万丽有519间客房，最大会场1,868平米；园区新开的W酒店有378间客房，最大会场813平米；2018年太湖新开的香谷里酒店客房数达768间，苏州高铁金科大酒店则有303间客房。此外，苏州也增加了重量级的赛事场地，如园区奥体中心、太湖足球运动中心等，另大陆地区首家诚品生活馆及今年开业的华谊兄弟电影世界也成了新的目的地选择驱动力，有助吸引有特色活动需求的客人。

活动方面，除了内湖城际帆船赛、龙舟赛、以及皮划艇赛事等可以很好地融合进奖励旅游中的特色水上活动，苏州也有了更为完善的太湖、金鸡湖和护城河水上会议体验，如东方水城公司推出的全新餐船服务等；此外，若航的直升机体验也是非常不错的会奖体验。

交通方面，旅游巴士苏州好行今年新开通美食专线，也可以和会议与奖励旅游做更好的融合。

关于这些发展，**苏州凯悦酒店市场销售部总监孔坚**指出，MICE作为以目的地为导向的产业，过去较多的是原始被动的销售，也就是依靠目的地本身的优势来等待、被选择；而现在，大家做得更多的是在







SUZHOU
苏州W酒店

苏州W酒店

思想碰撞处，让会议更加机智有趣

苏州W酒店以“悬浮园林”为灵感，将苏州古典园林中水、石、亭、墙和门洞都轻轻地漂浮于空中来重新诠释现代创意与古典苏州园林特质。引人入胜的酒店潮堂，尽收金鸡湖景的高层露台及落地幕墙，无处不呈现充满魔力的酒店视角。

会议与活动在此举办更具摩登风情，3000余平方米的会议空间，灵活多变的台型布置，新潮创意的服务团队让每一场活动与会议都非比寻常！苏州W酒店宴会厅打破传统束缚，顶灯以苏州园林窗花为灵感，运用多色灯带营造不同主题氛围；墙面则运用孔雀翎配色苏绣，大胆演绎经典。所有会议室均有自然采光，带来阳光活力。渐变的浅蓝色墙面与水泡造型的门洞，让客人仿佛置身金鸡湖底，感受湖底会议奇妙乐趣。

Sensory感官设置让与会者在优美动听的旋律和清新独特的芳香中思如泉涌、灵感不断，开辟新天地、构思新概念，打造更胜一筹的商务活动。根据不同活动的需求，我们还会提供各种美味佳肴，让宾客大饱口福。配备一流设施的会议室以及形式多样的室内和室外活动空间也可满足不同活动需求。W酒店致力于打破传统会议的常规，为宾客打造别具一格的活动体验。

同时，酒店也是苏州中心广场的一部分，便利的地铁交通，饱览金鸡湖美景，无缝连接湖滨公园.....都让苏州W酒店备受欢迎。酒店拥有4家餐厅和酒吧，夜幕降临之后，位于一楼潮堂的WOOBAR酒吧将摇身一变，成为别具一格的社交空间。AWAY水疗、有型健身中心、碧波泳池，让客人一直充满活力，神采焕发，感觉非凡。

苏州W酒店年会套餐

每席人民币4488元起（净价）
活动有效期至2018年12月31日
中国江苏省苏州工业园区苏州中心广场7幢（星港街与苏惠路交汇处）邮编：215021
电话：86 512 6988 7777

自己本身的优势上将资源整合打包、给予更多的配套和便利，以此来吸引更多的大型MICE活动。

他认为，苏州在现今的「1.5」线城市中可说相当成功。继2016年苏州金鸡湖国际会议中心8,000平无柱会场投入使用、今年苏州奥林匹克体育中心建成，以这两个主场馆为中心的周边酒店、游览、商场等配套设施逐渐完备和深化，苏州MICE模式也随之转化成主动整合型销售。

推广聚焦「精致」

推广方面，面对江南地区强劲的市场竞争，苏州近年特意专注于以温泉疗养、雅韵产品、传统手工艺制作、太湖和金鸡湖的船上会议等差异化活动发展市场。据了解，苏州一直致力于打造中国独有的苏式会议和高端会奖旅游品牌「约会苏州」，而其四大子品牌「约会园林」、「约会古城」、「约会湖畔」和「约会雅韵」分别能满足参会者的不同需求。

精致的苏式服务作为苏州会奖体验的特色，苏州市旅游局在推广中期望帮助MICE业者了解，客人在两千五百年的古城里、在古典园林里或时尚大气的金鸡湖、湖光山色的太湖、或饕餮美食的阳澄湖畔如何进行头脑风暴、开展有意义的会奖活动。

据**苏州市旅游局代表**介绍，就国内市场来看，随着苏州会奖推广逐步深入，广州、重庆、上海、青岛、合肥、济南、成都等重点城市的会奖客源正在扩大，当中，与上海公司合作的提升尤为明显。苏州的国际客源市场也正随着旅游局在IMEX、IBTM等展会的交流进一步打开；特别是东南亚



以及亚洲国家的PCO与苏州合作的意愿越发强烈。比如，马来西亚、韩国、新加坡等众多城市的商家已与苏州市旅游局或苏州的企业保持良好联系，彼此期待着更多的合作机会。

从酒店业的角度来看，孔坚认为，得益于苏州政府的大力扶持，近一年MICE市场整体发展越来越好。国内客人虽仍是主要客源，但随着一些国际性会议在苏州举行，国际客源市场也有明显增加的趋势。

苏州香格里拉大酒店市场代表则反映，总体而言，中国大陆客人仍为市场的主导，且近年来由于周末节假日出行的短途自驾游盛行，这部分客人占比还在进一步扩大；在此基础上，可以看出，中国大陆客人平均支付能力正逐渐升高，主因是这些客源对于价格敏感度相对低，更多地追求住宿的便捷性和舒适体验。

与此同时，外籍客源占比也不可忽视。他分析，目前苏州最主要的国籍来源为欧、美和日、韩，这是由于欧、美及日、韩大型企业均在苏州建有大量的工厂及研发基地；当中，欧、美客源支付能力最高，日、韩客人相对较低。但他也表示，国际会议客源市场当前依然没有突破；主因是，苏州没有机场，国外客人前往参会交通不便。

2018年苏州旅游接待情况

项目	单位	9月	同比 (%)	全年累计	同比 (%)
一、旅游总收入（预测）	亿元	216	12	2,067	12
二、国内游客（预测）	万人次	767	6	8,198	6
三、国内旅游收入（预测）	亿元	200	12	1,900	12
四、酒店接待过夜入境游客	人次	155,845	7.54	1,379,950	9.72
五、旅游创汇	万美元	20,079	8.70	185,429	13.60

挑战–竞争压力

短期来看，酒店近期的迅猛增长无疑将推升苏州市场内部的竞争压力。苏州香格里拉大酒店市场代表指出，尽管会议市场的需求增长前景较为积极，但一方面中短期内入市的大量新增酒店将会稀释现有需求基础，另一方面，太湖沿岸度假旅游区高端酒店的崛起也有可能会稀释以往选择市区酒店的住店会议及部分休闲旅游需求，因此酒店业在房价提升上预计压力较大。

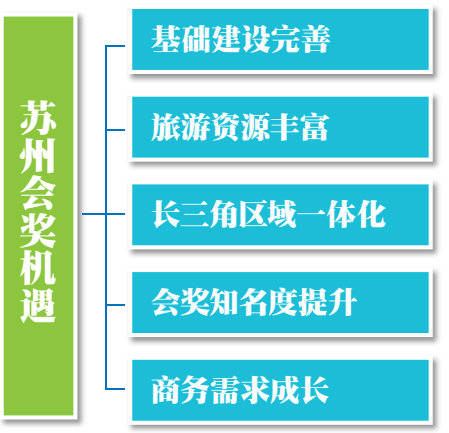
孔坚同样表示，之前客人们选择苏州的MICE活动目的地时，总是首先想到距离苏州国际博览中心最近的金鸡湖区域。但接下来，随着太湖会议中心逐渐完备、太湖新城崛起以及苏州高铁新城建设，很多大型会议也会逐渐分流。但他认为，总体而言，这些都是积极的竞争，只会让整个苏州MICE市场越来越好。

不过，若将目光再往周边延伸，孔坚也提到，随着中国各个城市都开始往MICE方面进行转型，让各个大型会议除了以往的北、上、广之外，二线城市的选择也越来越多，来自于周边其他城市的外部竞争也不容忽视。

从政府的角度而言，苏州市旅游局代表说道，除了苏州MICE资源的营销推广范围还需进一步扩大之外，苏州本地专业DMC公司的缺乏、市场需要进一步引导规范，都是苏州市场面临的一些问题。此外，会奖专业人才的培养也是比较紧迫的工作。

机遇–建设与资源

➡**首先，苏州基础建设的日益完善将为苏州赢得更多机遇**。多个文旅目的地的落成及太湖、阳澄湖沿岸度假旅游项目的进驻、苏州工业园区奥林匹克体育中心的投入使用，除将使苏州成为长三角休闲旅游目的地的热点城市、奖励旅游需求积极增长之外，孔坚表示，明年是中国建国70周年，相信一定会很多以此为原因举办的大型活动；明年的一些大型赛事和大型演出将能为苏州增加很多新的市场机会。



在此之上，更具特色及个性的酒店进入市场，也将丰富市场的住宿产品供给，诱导需求产生，从而提升苏州市场的MICE发展潜力。

➡**其次，依托苏州独特的美食文化及苏州丰富的旅游资源，苏州作为长三角重要的会议会奖目的地的地位日渐提升**。苏州有着先天优势，古典文化和现代时尚的融合在苏州本身就非常完美。作为文旅融合、全域旅游走在全国前列的城市，随着苏州会奖旅游基础越趋扎实，其面对未来挑战也将更加从容。

➡**再次，长三角区域一体化，将会给苏州MICE带来更多的机遇**。苏州市旅游局代表表示，不论是联合参展还是共用红利，苏州绝佳的地理优势都会赢得众多机遇。

➡**此外，会奖知名度的提升有助争取机会**。「苏州旅游总入口」的整体宣传、与铁路12306的官方合作，都能够为苏州会奖资源提高知名度，使国内外买家更多面地了解苏州这个目的地城市，这也将会为苏州会奖赢得更多机会。

➡**最后，商务需求的健康成长带来更多商机**。在苏州香格里拉大酒店市场代表看来，苏州整体经济发展积极乐观，园区将成为苏州的主要商务区金融区，带领整体城市与商业活动的发展；高新区和相城区也聚集愈来愈多高科技创业公司及先进装备制造领头公司，巩固苏州作为先迚产业制造基地的地位，从而推动苏州商务需求的健康增长。

Event

苏州主办世界遗产城市组织第三届亚太区大会

10月底，世界遗产城市组织第三届亚太区大会在苏州开幕。来自全球18个国家62个城市的近100名全球城市嘉宾代表，来自联合国教科文组织、国际古迹遗址理事会、世界遗产城市组织、中外遗产保护研究领域的60名高级官员和专家出席会议。这是世界遗产城市组织在中国举办的首次官方大型活动，其间发布与本次大会主题相关的「苏州共识」，并为苏州授牌「世界遗产典范城市」。

本届大会由苏州市人民政府、世界遗产城市组织主办，苏州市文化广电新闻出版局（文物局）、苏州国家历史文化名城保护区管理委员会承办，苏州市旅游局、苏州市园林和绿化管理局协办，中国古迹遗址保护协会、江苏省文化和旅游厅（江苏省文物局）支持。

本次大会以「世界遗产城市与旅游」为主题，围绕世界遗产城市的保护与利用、城市旅游的可持续性发展管理等议题展开。会议期间亦举办「世界遗产城市的可持续旅游发展」、「苏州遗产城市保护发展的实践与探索」等多场专题活动。

今年年初，苏州成为世界遗产城市组织正式会员城市，也是中国唯一的正式会员城市。文化遗产亦为苏州发展会奖市场的重要利基。大会选择在苏州举行，对苏州的国际能见度，肯定有所助益。

世界遗产城市组织（Organization of World Heritage Cities, OWHC）是由世界遗产城市联合成立的国际性组织。该组织1993年成立于摩洛哥，总部设在加拿大魁北克，由拥有世界遗产的121个国家的332座城市组成，巴黎、罗马、维也纳、莫斯科、京都等著名世界遗产城市均在其中。苏州市于2017年成功竞得世界遗产城市组织第三届亚太区大会的主办权，并于2018年正式加入该组织，成为世界遗产城市组织在华的首个正式会员城市。

Jinji Lake

金鸡湖畔艺术文化内涵吸引游客及投资

第七届苏州金鸡湖艺术节自10月中旬拉开大幕，一场场精彩的演出为苏州人的日常生活增添了全新的艺术养分。自2012年首度亮相以来，金鸡湖艺术节的规模和影响力逐年提升，成为苏州人每年下半年翘首期待的文艺盛事。

苏州文化艺术中心常务副总经理张亮表示，「与往年各单位协同办节不同，今年的艺术节重新回归艺术本体，重塑内容，让文化艺术成为艺术节的核心。同时，我们结合苏州城市特色，将文化、旅游相融合，丰富金鸡湖文化内涵，在金鸡湖畔打造璀璨的文化艺术节庆品牌。」

据了解，本届艺术节将持续一个多月，设计了「精彩剧献、光影随行、艺游湖畔、艺术时代、文化惠民」五大板块，涵盖演出、影视、展览、讲座等多种艺术表现形式。

「文旅融合」打造城市新名片

在**上海话剧艺术中心主任吴嘉**看来，区域性的艺术节往往拥有浓郁的氛围，在短时间内可以吸引大量观众。金鸡湖艺术节恰有成为这样具有影响力的艺术节的潜质。「在金鸡湖艺术节期间，相关部门、场所积极联动，整个景区都笼罩在艺术的氛围中。各项文艺活动走出剧场，走进自然、走进群众，让全民艺术的互动更热烈，这也是金鸡湖艺术节与国际接轨的体现。」

张亮指出，金鸡湖景区是开放的景区，文化的特质也是开放包容的。「虽然目前金鸡湖艺术节更多是为本地观众服务，但我们希望通过持续的创新和优化，将‘文化与旅游’以及‘艺术与生活’紧密融合，不断发散辐射艺术节的影响力，丰富金鸡湖文化旅游内涵，提升城市形象，让更多人不止为城市风貌和旅游资源来到苏州工业园区，也为令人倾心的文化内涵想来游一游。」

事实上金鸡湖地区拥有众多现代设计风格的建筑群，这与当地知名的传统苏式园林形成了鲜明对比。在过去十年内，金鸡湖已然发展成为苏州热门的商业中心，高端居住社区以及高端旅行的热门目的地。

苏州W酒店便在去年9月27日正式营业。由苏州工业园金鸡湖城市发展公司投资打造的苏州W酒店坐落于苏州工业园区内的金鸡湖畔，距离上海中心城区仅90分钟车程，距离园区景点仅一步之遥，酒店巧妙运用现代设计理念诠释苏式传统建筑风格，并融合苏州自然地理环境，打造出「悬浮园林」的全新设计理念。

苏州W酒店的设计灵感来源于被联合国教科文组织列入「世界文化遗产」的古典苏式园林。酒店由罗克韦尔集团操刀设计，通过W酒店特有的活力元素，突出苏州传统文化及自然元素。并将苏州古典园林中的水、石、亭、墙和门洞以悬浮设计呈现，用现代摩登设计重新演绎古典苏式园林。酒店在入口门廊处设置独特的金属色亚克力吊灯–水晶云，欢迎宾客抵达，通过灯光的变化营造出流动云彩的视觉效果。


（提供・苏州W Hotel）

酒店拥有379间客房和套房，提供11种不同房型，均享有金鸡湖的独特景致。房间设计囊括了这座城市的标志性元素，并展现「悬浮园林」的设计灵感，将浴缸、桌子及睡床打造成悬浮于空中的视觉效果。其中45间套房包括一间400平方米的顶级惊喜套房和两间惊喜套房，套房内的创新吧台设计为宾客打造充满惊喜奇趣的住宿体验。


（提供・苏州W Hotel）

与此同时，苏州W酒店还为入住超过30天的常住宾客推出60套服务式公寓，拥有单间，双间以及三间卧室三种房型。除此之外，酒店还为常住宾客开放二层公共社交及办公空间 – REZ。

苏州W酒店拥有3,500多平方米的多功能会议室和活动空间，配备齐全的会议设施、先进的技术和高端视听设备，为宾客带来妙趣横生的会议体验。宴会厅总面积超过800平方米，可采用剧院式会议布局，能容纳近900位宾客，也可分隔成三个独立空间，充分满足宾客的各种空间布局需求。酒店内还设有7间设施齐全、运用自然采光的会议室，能适应不同的会议需求，室内还可饱览金鸡湖美景。标帜餐厅户外花园和的Woobar酒吧花园可容纳多达230位宾客，是举办室外高端鸡尾酒会的理想之所。

广州长隆酒店群
全方位的商旅欢乐









长隆酒店 全方位商旅平台

长隆国际会展中心的超高宴会厅拥有 6,000 平方米总面积、容纳 3000 名宾客、12 米无柱高楼顶、18m*6m 超大型 LED 屏幕、场内配置两个可升降大型舞台以及高科技的多媒体视听、通讯系统等商务会议设备，任意方位都能拥有高清的会议视听享受！同时，会展中心拥有 39 个各种规格的豪华多功能会议厅，让各类型的会议都能随心定制。

配合长隆酒店自身得天独厚的自然环境和成熟的商旅设施配套，1500 间主题客房，9 大主题餐厅，便捷交通短时间直达广州热门商圈。无论是户外的商务活动，或者是室内的千人的会议，都可以让您得心应手。专业的销售、服务团队和完善的会议设施设备随时准备为您提供一流的会议、展览和宴会服务，打造一流的商务会议品牌。

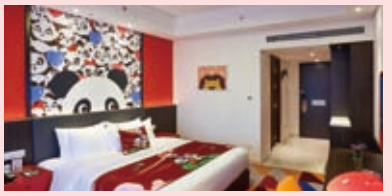




熊猫酒店 梦幻活动胜地

长隆熊猫酒店设计以熊猫三胞胎动画片为蓝本，由美国著名酒店设计团队——WATG 进行设计，最大限度还原了奇幻的童话元素。1500 间 4 大主题客房，1500 个餐位的无现金自助服务式的智慧型美食小镇和全日制供应中西风味美食的熊猫自助餐厅，更为人性化的个性服务的贵宾休息区等设施都让您的会议活动更有保障。

长隆熊猫酒店配备了 386 平方米大型宴会厅在内的 5 个多功能宴会厅，提供高规格、专业的商务会议场地，让每种商务活动有更大的发挥空间。酒店交通便利，地铁三号线、7 号线直达，距离广州南站仅 15 分钟车程，各园区与酒店间也设有免费穿梭巴服务，更有步行连廊直达长隆欢乐世界及长隆国际大马戏，欢乐一步即达！

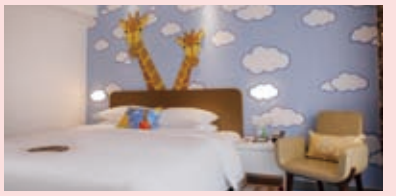




长隆香江酒店 理想宴会场地

长隆香江酒店腾龙殿拥有 800 平方米的会场，楼层高达 6.8 米，容纳 700 多位宾客，配备 50 ㎡ (10m*5m) 的 LED 大屏幕，48 ㎡ (12m*4m) 的大型移动舞台，高质量的音响灯光设备，可以独立拆分成为容纳 300 人的不同功能的两个宴会场地。三楼会议楼层，123 ㎡岭南殿，另有分别为 62-72 ㎡不等的 5 间会议室，部分会议室更是拥有视野开阔的户外露台。

333 间野生萌趣的客房，除了大床房和双床房以外，还有起居室和卧室并存的家庭房，让您的入住更舒适。新潮美食与传统美食相互融合是长隆香江酒店的餐饮特色，可以宴开 15 席围餐或 160 人的宴席粤府菜式风味的香江中餐厅，或者是 60 多个室内餐位全天候的粤港茶餐厅的独特风格的兴隆茶餐厅。





TTG CHINA 旅游大奖 2019



TTG CHINA
旅游大奖
2019

表彰大中华地区旅游业卓越成就

迎接第十二届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

投票日期:
2018年11月1日 至 2019年1月4日

荣誉创办:

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

主办单位:

TTG CHINA 旅业报

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

2019年TTG中国旅游大奖评选表格

投票者资格:

TTG旗下刊物TTG China 、 TTG-BTmice China、TTG Asia、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
- 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者,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：填写评选表格或网上投票。
3. 主办机构不承担任何因邮寄而导致的表格丢失、延迟或破损的责任。
4. 2019年TTG旅游大奖的投票结果将被视为最终的结果 、不受其它因素所影响。
5. 截止日期为

2019年1月4日

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

您也可以网上投票! www.awards.ttgchina.com/cn 截止日期:2019年1月4日

航空公司奖

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

酒店集团奖

6. 大中华市场最佳国际酒店集团 .....
7. 大中华市场最佳本地酒店集团 .....
8. 大中华市场最佳豪华酒店品牌 .....
9. 大中华市场最佳中档酒店品牌 .....
10. 大中华市场最佳会议接待酒店品牌 .....

个别酒店奖

最佳豪华酒店

11. 北京 .....
12. 上海 .....
13. 广州/深圳 .....
14. 香港 .....
15. 澳门 .....

最佳中档酒店

16. 北京 .....
17. 上海 .....
18. 广州/深圳 .....
19. 香港 .....
20. 澳门 .....

最佳商务酒店

21. 北京 .....
22. 上海 .....
23. 广州/深圳 .....
24. 香港 .....
25. 澳门 .....

最佳会议接待酒店

26. 北京 .....
27. 上海 .....
28. 广州/深圳 .....
29. 香港 .....
30. 澳门 .....

最佳新酒店

31. 北京 .....
32. 上海 .....
33. 广州/深圳 .....
34. 香港 .....
35. 澳门 .....

中国其他地区酒店奖

最佳商务酒店

36. 中国华东及东北地区最佳商务酒店 .....
37. 中国华北及西北地区最佳商务酒店 .....
38. 中国中南及西南地区最佳商务酒店 .....

最佳城市酒店

39. 中国华东及东北地区最佳城市酒店 .....
40. 中国华北及西北地区最佳城市酒店 .....
41. 中国中南及西南地区最佳城市酒店 .....

度假型酒店奖

42. 中国最佳度假酒店 (海滨) .....
43. 中国最佳度假酒店 (非海滨) .....
44. 中国最佳家庭度假酒店 .....
45. 中国最佳Spa度假酒店 .....
46. 最佳度假酒店 (国际市场) .....

其他酒店奖

47. 中国最佳主题酒店 .....
48. 中国最佳设计酒店 .....

酒店式公寓奖

49. 中国最佳酒店式公寓运营商 .....
50. 中国最佳酒店式公寓 .....

其它旅游服务奖项

51. 中国最佳旅行社 .....
52. 中国最佳旅游城市 .....
53. 中国最佳会议商务城市 .....
54. 中国最佳邮轮运营商 .....
55. 中国最佳特色旅游邮轮运营商 .....
56. 中国最佳新邮轮 .....
57. 中国最佳主题乐园 .....
58. 最佳主题乐园(国际市场) .....
59. 最佳海外国家旅游机构 .....
60. 最佳海外国家旅游机构(会议商务推广) .....

投票者个人资料

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

各奖项评选标准

航空公司奖

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

酒店集团奖

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

个别酒店奖

最佳豪华酒店评选条件:
- 服务于高端市场顾客、拥有高端市场品位的最佳视觉效果和环境

最佳中档酒店评选条件:
- 其服务和设施最为迎合寻找三星级到四星级的质量和舒适的旅行者

最佳商务酒店评选条件:
- 服务于商旅人士的最佳酒店

最佳会议接待酒店评选条件:
- 接待会议的最佳酒店

最佳新酒店评选条件:
- 新开业的最佳新酒店

最佳城市酒店评选条件:
- 以高水平服务及设施、接待城市各项旅游活动之卓越酒店

中国其他地区酒店奖

中国华东及东北地区:
- 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

中国华北及西北地区:
- 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

中国中南及西南地区:
- 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

度假型酒店奖

中国最佳度假酒店评选条件:
- 该酒店须拥有反映当地风情的最佳视觉效果和环境

中国最佳家庭度假酒店评选条件:
- 具备完善之家庭游专业服务设施及产品
- 专业营销团队不断提供创新之家庭式互动体验

中国最佳Spa度假酒店评选条件:
- 提供最佳Spa设施、环境及服务

最佳度假酒店(国际市场)评选条件:
- 在中国市场外拥有高评价、高服务水平之度假酒店
- 酒店足以深刻反映当地风情及人文休闲采风

其他酒店奖

中国最佳主题酒店评选条件:
- 主题特色明确、提供住客有别于一般酒店的住宿体验、并具备专业优质服务的理念与表现

中国最佳设计酒店评选条件:
- 酒店设计风格独具，设计理念富涵深厚之化及高端思考
- 服务水平及整体氛围与设计理念相呼应

酒店式公寓奖

最佳酒店式公寓运营商评选条件:
- 服务于中长期住客

中国最佳酒店式公寓
- 服务于中长期住客的最佳酒店式公寓

其它旅游服务奖项

中国最佳旅行社评选条件:
- 具备专业及优质人才 、善用科技新知 、为客户提供超值服务

中国最佳旅游城市评选条件:
- 该城市拥有丰富的旅游资源及便捷的旅游设施、并辅以专业的服务人才及营运商、可充分满足游客休闲观光之需求

中国最佳会议商务城市评选条件:
- 该城市应极具亲和力、最令商旅人士青睐、是MICE策划者理想的会展举办地

中国最佳邮轮运营商评选条件:
- 提供最佳设施、服务、路线 、航程及节目计划
- 在预订、确认和佣金支付方面为旅行社最佳合作伙伴

中国最佳特色旅游邮轮运营商评选条件:
- 设计并提供多样化且具特色的旅游路线及产品
- 服务品质和整体营销计划皆深获业界认同具备市场长期发展之优异条件

中国最佳新邮轮评选条件:
- 新推出、受市场肯定且深具发展潜力的最佳邮轮

中国最佳主题乐园评选条件:
- 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务

最佳主题乐园(国际市场)评选条件:
- 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

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

最佳海外国家旅游机构(会议商务推广)评选条件:
- 提供迅速、详实的当地会议商务信息
- 协助业者及企业善用当地资源、以获得最舒适之绝佳会议商务活动
- 具备会议商务的专业营销团队、不断创新产品设计及培育多元人才



转变、增加与消费者的互动

“以往世界前五百强的企业，生命周期可以到67年，现在一家公司可能25年后就不见了。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。而在不断增速变化的现代，如何增加高互动消费者的数量，已是企业运营的必要工作，因为他们正是忠诚客户及业绩的来源。”

[张广文—采访报道]

在现在快速向前迈进的时代，明天其实都可以算成是昨天了。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。因此，现在的时代可以用四个字来形容：变化多端，具有不确定性高、复杂程度高、模拟两可的特质。

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，要看到未来会发生什麼大改变，实在非常困难。要在现今了解金融市场的新模式，必须熟悉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，也让人不知道如何下手、从何下手。以前1950的婴儿潮，使得人口像三角形发展，30-54岁的人最多。但是到2060年，老年人的数量将大幅增加，人口变化将呈现子弹样。迅猛变化的发展与趋缓的死亡速度，在现今市场上随处可见。

企业及产品生命周期缩短

以前一个产品要累积达到5,000万位的使用者，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五年、YouTube四年、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。



（摄影·张广文）

MCI亚太地区首席运营官
Oscar Cerezales

以往世界前五百强的企业，生命周期可以到67年，现在一家公司可能25年后就不见了。未来，一个公司能存活多年，这不会是常态。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。

现在的社会已经从1784年的蒸汽革命、1870年的电力革命和1969年的电脑革命中一步步成长，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、不被人理会的广告与垃圾邮件。

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。每个人每天接受的信息量在1970年仅500条，到了2017年已经达到5千多条。

高信息量使消费者容易分心

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九成愿意频繁的采购同一个品牌，同时愿意在每一次消费上多花60%的金额。亦即，增加与消费者的互动，非常关键。

就会议而言，会议是可以驱动经济的，每年会议对美国经济的影响力达到8450亿美元，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、石油和天然气产业还多。但整体来看，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。

若要追踪消费者，邮件、搜寻、线上广告、网站、直接邮件、手机广告、传统媒体等都是不错的渠道。而社交媒体、内容营销、活动会议、网络演讲等方法具有一定的挑战性。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。

Oscar Cerezales指出，创新是市场上最热门的名词，其发展阶段包括了理念成形、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，也和经济成长紧密相连。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说明到，瑞士通过三大方向，转变与观众、消费者的互动方式：

1.持续发展自己的活动概念；

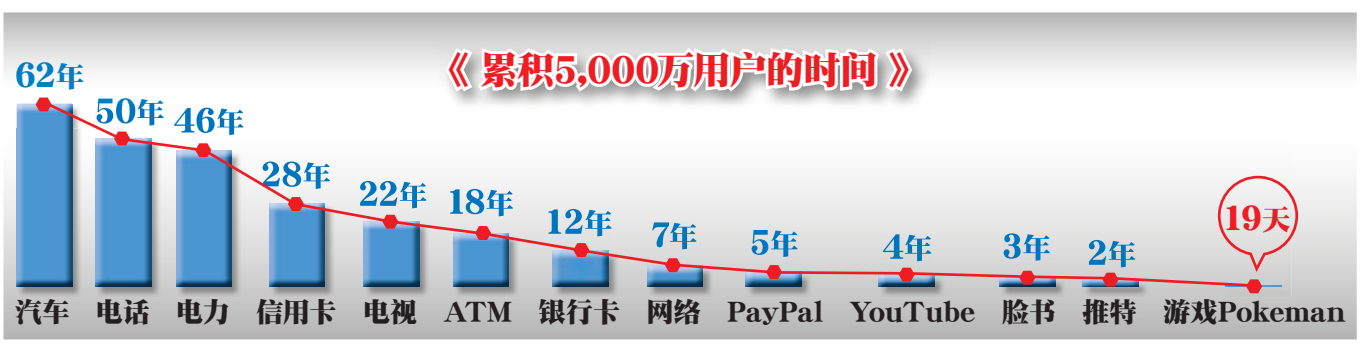
2.分段导向的方法会带来更多的生意；

3.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、法国为瑞士的前五大市场。很多游客对瑞士的印象就是非常有效率的交通、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。

以往要向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3月19至21日

中国•上海

上海跨国采购会展中心

IT&CM CHINA 中国(上海)

国际会奖旅游博览会 | Incentive Travel & Conventions, Meetings

聚焦上海，辐射全球，共话全球最新MICE行业热点，引领国际会奖产业发展

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，一应俱全。









专注于中国市场

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。

收获专业知识

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

寻求高效采购

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。

社交机会

从特邀午宴/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。

TTG-BTmice China 读者可申请特邀买家权益！

点击此处申请

www.itcmchina.com/hostmeCH

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。









联系我们

国际代表

buyers.itcmchina@ttgasia.com | (65) 6395 7575

国内代表

itcmchinabuyer@citsmice.com.cn | (86) 10 8526 5553

WeChat ID: ITCMCH

www.itcmchina.com

Organised By 主办单位:

TTG Events | CITS 中国国旅 | mp

Supported By 支持单位:

上海市旅游局 Shanghai Municipal Tourism Administration | SCEIA | IAPCO | ICCA | MPI 한국MICE협회 | PCAAE | site | PCO World PCO Alliance

Official Media 官方媒体:

TTG BT mice 企业旅游报 CHINA | TTGmice | TTGassociations | TTG 旅业报 | TTG | TTG | TTG LUXURY | TTG Show Daily

TTG BT. mice 企业旅游报 CHINA

TTG | Publishing Travel Trade

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：刘霈芯 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
发行人：郭益强 Pierre Quek
电话：65-6395 7545
电子邮件：pierre.quek@ttgasia.com
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
· 方真 Flora Beare
手提：86-13916841277
电子邮件：flora.beare@ttgasia.com
· 张冰 Emily Zhang
手提：13810116979
电子邮件：emily.zhang@ttgasia.com
· 钟惠欣 Ingrid Chung
电话：852- 2237 7262 · 852- 6287 0131
电子邮件：ingrid.chung@ttgasia.com
· 新加坡/ Ar-lene Lee
电话：65-6395 7510
电子邮件：arlene.lee@ttgasia.com
· Jonathan Yap
电话：65-6395 7577
电子邮件： jonathan.yap@ttgasia.com
· Shirley Tan
电话：65- 6395 7535 电子邮件：shirley.tan@ttgasia.com

广告代理
South East Asia
Thailand: Chower Narula/Anchana Nararidh, World Media Co. Ltd
(tel: 66-2-641 2693-6, fax: 66-2-641 2697, email: chower@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: vyadvt@gmail.com,vyadvtin@gmail.com,vijiyapa@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 Rebora, TTG Italia
(tel: 39-011- 436 6300 ext 228, fax: 39-011-412 1793 email: rebora@ttgitalia.com)；
France: Colin Murdoch, Ray Lampard International Media
(tel: 33-4-9468 5778, email: intmedia@aol.com)
Spain: Luis Andrade Publicidad Internacional S.L
Barcelona: Carlos Garcia
(tel: 34-93-363 5750, fax: 34-93-410 0275, email: 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：Jonathan Wan
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1401-8室
本刊物为月刊，由TTG ASIA MEDIA PTE LTD 制作发行。

DEALS

Year-End Party

天津瑞吉金融街酒店奢华年会套餐礼遇



岁末将至，天津瑞吉金融街酒店推出非凡奢华年会礼遇，让贵公司于天津首善之地绽放华彩，开启新年新篇章。套餐礼遇内容：

- 四小时免费搭建
- 两小时软饮无限畅饮
- 预定五桌及以上尊享酒店双人下午茶券
  预定十桌及以上尊享酒店双人自助晚餐券及免费10人贵宾休息室
- 若于2018年11月25日之前预定2018年12月至2019年2月年会，另外获赠VIP主桌店选红酒(至多三瓶)及主桌精致鲜花桌摆

以上套餐价格：人民币3,288元/桌起。销售日期：即日起至2019年3月1日。有效期：2018年12月1日至2019年3月1日。

北京诺金酒店开启冰裂纹下璀璨岁末聚首

岁末归流，北京诺金酒店中式奢华且富有文化底蕴的永乐大宴会厅为您开启一个繁华且不失内涵的盛世，成为年末聚首优选之地，同您一起回顾、蓄力、转身。北京诺金公司年会庆典包价套餐有效期至2019年2月28日，价格分别为：

■套餐A RMB788/人
■套餐B RMB688/人
■套餐C RMB588/人

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1晚
■使用酒店基础音响系统
■软饮无限畅饮2小时
■提供1个贵宾休息厅(视场地预订情况而定)
■4小时场地搭建



廊坊潮白河喜来登酒店为年会锦上添花

环境优雅的廊坊潮白河喜来登酒店大宴会厅，是您举办下一次活动的完美直选。完美的会议场地、个性化的设计配以顶尖的科技，为您留下至深印象。现推出年会套餐如下，有效期至2019年3月1日。

■**喜悦套餐：**年会中式珍馐宴席（人民币1,580元/桌）或国际美食自助（人民币158/位），仅限每周一至每周四使用。亮点包括：

* 附赠自助餐晚餐券2张，价值人民币396元
* 免费提供宴会专属私人管家
* 入住客人在店期间，尊享其它零点消费8.5折优惠

■**喜赏套餐：**年会中式珍馐宴席（人民币1,980元/桌）或国际美食自助（人民币198/位），仅限每周一至每周四使用。亮点包括：

* 用餐期间包含：每桌可乐、雪碧各一桶
* 附赠高级客房房券2张，含双人早餐，价值1,976元
* 免费提供宴会专属私人管家
* 入住客人在店期间，尊享其它零点消费8.5折优惠

■**喜宴套餐：**年会中式珍馐宴席（人民币2,680元/桌）或国际美食自助（人民币268/位），仅限每周一至每周四使用。亮点包括：

喜礼套餐礼遇

* 用餐期间包含：每桌可乐、雪碧各一桶
* 附赠高级客房房券2张，含双人早餐，价值1,976元
* 年会期间免费升级1间豪华套房含双人早餐
* 免费提供宴会专属私人管家
* 入住客人在店期间，尊享其它零点消费8.5折优惠

■**喜宴套餐：**年会中式珍馐宴席（人民币2,680元/桌）或国际美食自助（人民币268/位），为平日及节假日通用。亮点包括：

* 年会期间免费入住两间高级客房
* 年会期间享受两间高级客房免费升级套房服务
* 每桌赠送欢聚零食小拼盘
* 免费提供6小时场地布置时间
* 中式宴席用餐期间包含88元酒水套餐（本地啤酒4瓶、可乐、雪碧、果粒橙各一桶）
* 免费提供宴会专属私人管家
* 免费提供餐前茶水服务
* 入住客人在店期间，尊享其它零点消费8.5折优惠

Loyal Program

万豪三大常客计划发布全新积分促销活动

万豪国际集团为庆祝旗下三大常客计划——万豪礼赏、丽思卡尔顿礼赏、SPG俱乐部完成整合，特别发布全新积分促销活动，万豪国际常客计划会员首次可在其旗下29个参与品牌，遍布全球的6,700家酒店赚取奖励积分。

「更多目的地、更多超级奖励积分」活动为会员提供了在前所未有的强大酒店阵容内赚取奖励积分的机会。新的促销活动将为住满2晚及以上的会员提供更多住宿权益。除此之外，会员还可参与「29个品牌知多少」的限时促销游戏。参与该游戏的会员将有机会赢取奖励积分及住宿权益。积分不仅可以用来兑换免费房晚、机票，更可通过万豪礼赏专属时刻和SPG专属时刻换取尊享体验。

更多目的地、更多超级奖励积分：

- 促销活动注册时间：即日起至2019年1月7日
- 奖励积分赚取时间：2018年9月26日——2019年1月31日
- 会员可注册参与本次促销活动，万豪礼赏及SPG俱乐部会员住宿满2晚及以上便可赚取2,000点奖励积分。同时，会员从入住第二家酒店品牌开始，每入住一家酒店品牌将能额外获得1,000点积分。
- 该促销适用于所有参与活动的万豪礼赏、SPG俱乐部及丽思卡尔顿品牌酒店。
- 如需了解有关此次促销的官方条款及更多信息，请访问 Marriott.com/MorePlaces。

玩转「29个品牌知多少」：

- 游戏限时促销时间：2018年10月4日-11月1日
- 「29种入住方式」是一款记忆游戏，其内容主要是有关万豪国际集团常客计划旗下所有品牌阵容的趣味知识。参与游戏的会员每天都有机会赢得即时奖励，其中包括奖励积分和住宿权益。
- 每天参与「29种入住方式」游戏，将有更大机会赢取在参与酒店中各2晚的免费住宿。
- 点击参与游戏。
- 如需了解详细规则，请访问：https://29ways.marriott.com/。



2019年3月19至21日
中国•上海
上海跨国采购会展中心
CTW
中国 China
国际商旅大会
中国最具影响力的
商旅专业人士
齐聚一堂
无论您关注的焦点是教育、采购还是人脉拓展，我们精彩纷呈的大会日程表着眼于实际需要，帮助所有商旅专业人士达成参会目标。
本土化
大会议程切合中国市场环境，可以满足商务旅行精英的需求。
关联性
通过最新行业趋势、市场标杆和全球最佳实践全面了解企业商务旅行。
TTG–BTmice China
读者可申请特邀买家权益!
点击此处申请
www.corporatetravelworld.com/china/hostmeCH/index.html
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同时免费参加IT&CM China。
专业演讲嘉宾
与会者可以通过10余场论坛向来自各行各业的30多名专家学习请教。
互动性
与志同道合的专业人士切磋交流，同时借助商务会谈和赞助活动，结识心仪的商旅服务供应商。
中国首屈一指的商务旅行管理大会
参展商 | 赞助商 | 企业买家 | 会议代表
ctwchina@ttgasia.com I (65) 6395 7575
WeChat
ID: CTW-CH
www.corporatetravelworld.com/china
Organised By
主办单位
TTG Events
Supported By
支持单位
hsmai
Official Media
官方媒体
TTG BTmice
TTGmice
TTGassociations
TTG
TTG
TTG
LUXURY
TTG Show Daily

“澳”世盛宴
带领团队创造海阔未来



在澳大利亚举办商务奖励活动，
尽享“澳”世之美。

BUSINESS EVENTS AUSTRALIA

体验昆士兰天阁露玛，马上登录BE.Australia.cn，策划您的下一个商务会奖旅程