



用创新智慧点亮商旅盛会

——专访国旅国际会议展览有限公司总裁李柱元

■ 本报记者 傅立钢

凡是看过老版《西游记》的观众大都会对主题曲中
长号吹奏出的那段激昂高亢的旋律印象深刻,而我们,
此次采访的主人公就是这段长号的演奏者李柱元。李
柱元来自吉林延边朝鲜族自治州琿春县,1984年大学
本科毕业后,他进入中央民族歌舞团,是团里极少的
本科毕业生。作为1990年北京亚运会的志愿者,他凭
借自己的语言优势,他与旅游业结缘,并在同年调入
国旅总社。22年后,当记者采访他时,他已是国旅国际
会议展览有限公司(以下简称国旅会展公司)总裁,并
在旅游业的高端领域MICE(商务、会展及奖励旅游)
行业做得风生水起。

创新布局推动公司快速发展

李柱元告诉记者,2009年底,由国旅总社 MICE
原班人马重新组合的国旅会展公司,成为国旅总社下
属的全资子公司,专门为集团客户提供商旅及会议全
套解决方案、承办国际会议及展览业务。公司成立时
只有50多人,而短短2年后,公司员工已发展到270多
人,可见企业业务增长之快。MICE作为一种新兴旅
游模式,起源于西方,2003年开始逐渐引入中国,目前
正处于快速发展时期,其市场为很多企业和旅行社所
看好。国旅会展公司是中国国旅上市后所有募投项
目中最具分量的一个,也是最先得以实施的,由此可
见该项目对国旅战略布局的重要性。

谈到为何要专门成立国旅会展公司,李柱元告诉
记者,2008年北京奥运会和2010年上海世博会都推
动中国有望成为21世纪国际会议及奖励旅游首目的
地,中国将成为最大的 MICE 市场,MICE 行业的发展
是与一国经济的发展休戚相关的,但中国目前这一行
业还是很不成熟,但正是由于发展得不成熟、不完
善,这个行业才更有机遇,国旅总社正是看到了这
一点,专门成立国旅会展公司,专注于组织更大
型的国际活动,做更高端的会议及展览业务。此外,
MICE 很明显的行业特征是,它的客户是集团客户,
集团客户对品牌的要求很高,比如说世界500强公
司,他挑选会奖旅游商的时候一定会注重品牌,中
国国旅作为中国国内在旅游行业的第一品牌,具有
非常大的优势。国旅总社的人才优势也是发展
MICE 的重要因素,通过近60年的发展,国旅总社
集聚了行业内最优秀的人才,凭借这一优势,国
旅会展公司巩固了自己在 MICE 市场的地位。事实
也正是如此,成立两年多来,国旅会展公司在行
业内实现了一个又一个的第一。如2011年7月,
国旅会展公司带领2000多人的奖励旅游团队,创
下了中国公民前往斯堪的纳维亚半岛团队人数最
多的记录。



李柱元(右)在2011中国商旅会奖行业年度盛典上

录。从前期策划、运作,到后期成功出行,为中欧旅
游交流创造了多项新纪录,成就了多个“第一”,同
时为中国奖励旅游业树立了新的典范。

创新思路提升公司业务

据李柱元介绍,国旅会展公司特别注重员工素
质及创新能力的培养,他把从事 MICE 行业的人
员比喻为旅游业的“特种兵”,会奖旅游的方案策
划一般都要根据客户的实际需要“量身定做”,小
到客服安排、会场布置、旅游点的参观时间设计,
大到整体策划和项目实施,都要根据企业的实际
要求“量体裁衣”。因此,会奖旅游的发展有着天
然的差异化特点。对一个会奖旅游项目来说,其
中相应的大型活动是重中之重。因为这是在旅
游的同时,对企业文化的一种最好的传导。李柱
元告诉记者,为客户策划别具一格的颁奖会、论
坛、主题晚宴、酒会、团队建设、企业文化教育
等活动,正好是国旅会展的强项,也是公司未来
最主要的发展方向之一。“主题晚宴、助兴演出、
团队精神训练等,这些活动都必须有独到的创意
和策划,并且结合目的地的地方特色,符合企业
文化或会议主题。在这方面我们有过很多成功案
例,比如在巴黎迪斯尼乐园举办的中国某保健品
公司的千人晚宴上,我们请来著名歌唱家蒋大为
登台献歌,效果非常好;又比如在马来西亚云顶
休闲星级酒店的大宴会厅举办的中国某保险公司的
年度颁奖晚会,舞台装饰极具浓郁的马来风情,
空气中流淌的是异域音乐,而公司高层则装扮成
“八仙”从天而降,这个意想不到的开场让销售
精英们惊喜得不得了。”李柱元介绍道,“这样的
精彩瞬间我还可以一口气说很多,我相信,在这样
的活动中,别开生面而又切实可行的创新是对客
户的最大吸引和回馈。我希望能够把这一优势发
挥好,向客户证明,国旅会展公司不但能够像旅
行社一样,提供优质的旅游服务,还能像专业的
公关公司一样,提供优质并且新颖的公关策划服
务。”

商务会奖旅游在中国的发展尚处于初期,李柱
元认为,国内很多客户对 MICE 的理解还不够深
刻,以为奖励旅游就是游山玩水,而这需要用正
确的方式对观念进行引导。“会奖旅游是一种概
念,作为企业对于员工的一种奖励模式,其市场
也应该越来越大。国旅会展公司服务的集团客
户中60%至70%为外资企业。这些企业发展成
熟,大多将对员工的奖励由单纯的现金提升到满
足其精神需求的层面。但随着经营理念的不断更
变,会奖旅游将不再是外资大型企业的专利,越
来越多的国内企业也开始注重企业文化建设,选
择会奖旅游的模式来激励员工。”李柱元表示,
“在我们的客户中,既有中外企业,也有政府部
门、行业协会;既有民营小企业,也有国家级的
投资集团,甚至部委级别的单位。不同级别和
不同类型的客户,就需要我们在飞机舱位、酒
店客房、地面车队、通过境外机构

发出邀请函、联系对口接待单位和导游服务等
各项服务细节上做出不同的安排,针对客户需求
提供专业化的 MICE 服务,实现旅游产品“定制
化”。即使是公务活动之余的旅游服务也颇有讲
究,要求旅行社从业人员拥有丰富知识,掌握目
的地相关资讯,根据客户预算做出安排。有的团
队是第一次出访,走马观花即可,而有的则应该
选择深度游,探访有文化品位的经典景区。总
之,旅行社必须精准地了解、领会每个团组的
出行目的,为其量体裁衣,当好他们的高参和
助手。在这一点上我认为,我们的 MICE 活动必
须不断创新,不但举办的每一次大型奖励旅游活
动都富有新意、绝不雷同,而且我们为小型的
商务会展团提供的境外旅行接待服务也没有千
篇一律的定式。”

创新合作加速公司国际化进程

“再过两个星期我们就要举办自己的 MICE 展
会了”,李柱元有些兴奋地告诉记者,他所说的
展会,就是将于不久在上海世博展览馆举办的
上海国际奖励旅游及大会博览会(中国 IT&CM)。

李柱元说,2011年7月15日,国旅会展公司
正式成为上海国际奖励旅游及大会博览会的
联合主办单位。他也对记者坦言,他们参与并
成为此次活动的联合主办方,后用一年时间
对参会买家和卖家认真考察,事实上感觉不
是很理想,但他认为,目前中国各地举办的
旅游展数量众多,而 MICE 行业的专业展却
太少了,尤其是买家和卖家可以以一对一的
形式进行约谈的展会。中国太缺少国际性
的、专业的 MICE 展,在全球化的时代,太
需要这样的 MICE 专业展作为平台来推动
中国 MICE 行业的发展。他充满信心地对
记者说:“由于我们的加入,提高了展商
和买家对于2012展会的参会兴趣。”

在记者对他进行采访结束后,他马上要
参加和韩国济州道知事签订合作协议的活
动,而当记者写就这篇文章时,看到国旅
总社与韩国济州道签署观光业务合作协
议书的报道,济州道政府期待与国旅总
社在具体业务上,特别是大型奖励旅
游团业务方面加强合作。正是这
一次次合作与创新让国旅会展公司
快速成长和壮大。在采访结束时,
李柱元对记者说:“行业领导者与
跟风者的区别在于创新,智慧是
创新的源泉。我们要打造一个
智慧的公司,以智慧求生存、求
效益、求发展,调动每一位员
工的智慧,用智慧管理企业,用
智慧开拓蓝海,并且把智慧带
给客户,不断开拓创新的服务
方式,带给客户崭新、时尚、舒
畅、绿色的体验。”

业内关注

“绿色客房”让酒店管理实现“主动节能”

本报讯 能源紧张,资源匮乏,全球性
节能减排的呼声越来越高,减少碳排放、降
低酒店运行成本的问题,已经严峻地摆
在了酒店管理者面前。在不久前举办的
“2011中国酒店五星卓越服务国际论坛”
上,专家呼吁,应不断扩大全球领先的酒店
能源管理系统在中国市场的应用程度,即
在不破坏客人舒适度的前提下,为酒店最
大程度节约能源。酒店是一个城市的固
定配套设施,就节能而言,酒店客房部分
的节能空间是非常巨大的。然而,很多高
档酒店为了保证客人的舒适度,经常24
小时开着空调,客人外出期间,空调还
继续运行,显然浪费了很多能源。也有
很多酒店采取极端做法,当客人外出时
关掉所有设备,一

旦客人回到房间,室内温度不是过冷就
是过热,客人会马上打开空调并将风
机开到高速状态,这种快速升降温
度的做法会造成巨大的能源消耗。

在酒店行业竞争日益激烈的当下,
引入高新技术会令酒店获得意想不
到的效果。作为中国最早关注客房
节能技术的企业,北京越华怡和科
技发展有限公司与全球客房管理
的领导者——美国 INNCOM 公
司率先合作,在中国北方区域推
广其酒店节能产品及系统,并取
得了较好成绩,让客房从“被动
节能”状态变为“主动节能”,
真正实现了“节能不失舒适性,
智能不失人性化,简单而不失奢
华,创新而不失个性。”

目前,该系统已经为万豪集团、喜达屋

集团、希尔顿集团、四季集团、费尔蒙酒店
集团等多家国际顶级酒店企业所应用。美
国 INNCOM 公司北方授权经销商、北京
越华怡和科技发展有限公司白新总裁在接
受记者采访时强调:“节能环保理念的深入
是现代酒店文明的体现,它不仅能为酒店
节能降耗,也能让每一个客人,在体验酒店
温馨舒适环境的同时,不知不觉成为全
球绿色环保的倡导者和执行者。同时,国
家相关部门应重视酒店能源管理,尽快
出台完善相关技术标准规范,完善的市场
规范,避免恶性竞争。” (刘远征)

商旅关注

