



新标准、新技术、新产品

第十一届中国国际摩托车博览会

THE 11th CHINA INTERNATIONAL MOTORCYCLE TRADE EXHIBITION
2012年10月11日-14日
重庆国际会议展览中心(南坪)

www.cimamotor.com

业内快报

第八届旅博会
九月在厦门举行

第八届海峡旅游博览会将于9月6日至11日在厦门举行,此次博览会将与第十六届投洽会整体联办,同期同馆举行。据介绍,本届旅博会将设立温泉主题展馆,以举办第二届海峡旅游温泉展及系列活动。

记者了解到,本届旅博会主要活动包括旅游精品展(旅游资源展示、旅游产品展销、民俗风情表演等)、旅游项目投资洽谈、“两岸市长带你游”活动、两岸旅游产业化合作研讨会、海西旅游局长座谈会、闽港澳旅游交流座谈会、海峡旅游“1+1”洽谈会暨温泉产品采购会以及福建旅游精品线路考察等。

组委会相关负责人介绍,以往旅博会大都以展示旅游产品为主,本届旅博会将着力实现展销合一,将“1+1”活动与温泉产品采购相合。

第七届中日韩教育旅游
研讨会在成都召开

日前,以“寓教于游、共创未来”为主题的第七届中日韩教育旅游研讨会在成都市召开。与会代表深入交流了中、日、韩三国教育旅游的发展现状和规律,分享了各自发展教育旅游的理念和经验,并就三国青少年在实际交往中所面临的困难以及需要解决的问题,进行了颇有成效的研讨。

与会代表表示,第七届中日韩教育旅游研讨会的成功举办,必将促进三国青少年在教育旅游中的交流,使之更加健康有序地发展,同时有效提升研讨会举办地——成都市在国内外的影响力和知名度。

中、日、韩三国旅游、教育、外交、航空等方面的代表近160余人参加了研讨会。研讨会期间,中国国家旅游局旅游促进与国际合作司有关负责人还与日、韩两国代表团团长,就近期的旅游交流与合作等问题交换了意见。

(本报综合报道)



伦敦奥运落幕 商务旅游接棒

■ 本报记者 周春雨

后奥运时代,伦敦或将成为会奖商务旅游的最佳目的地。“后奥运还是有余波效应的。”中青旅(北京)国际会议展览有限公司(以下简称中青旅会展)副总裁毕建文在接受《中国贸易报》记者专访时表示,对时效性要求不高的商务客户而言,奥运后去伦敦仍是一个好的时机。

针对近几届的奥运会,中青旅会展都策划了大型的商务旅游活动。此次在英国伦敦举办的第三十届夏季奥林匹克运动会(以下简称伦敦奥运会),中青旅会展承接了北京市政府在伦敦奥运会期间举办的北京文化周项目,并选择与当地同行合作,以保证服务的水准。

随着伦敦奥运会落下帷幕,伦敦的后奥运时代成为热点话题。尤其是在欧洲经济下滑时期,伦敦奥运会能否提振英国经济一直成为各界关注的焦点。

商务旅游受惠

刚从伦敦回来的毕建文介绍说,由于伦敦奥运会期间的旅游成本较高,所以中国企业在这期间进行商务推介的并不多。但并不排除后奥运时代,会奖商务客户会将伦敦作为首选目的地。

伦敦奥运会的举办让英国的旅游业受惠最大。在伦敦奥运会开幕第一周,英国政府公布全球游客在伦敦的消费为4.45亿英镑,其中,中国游客平均每笔消费达203.04英镑,比排名第二的阿联酋高出10%。为此,伦敦不少商场都临时聘请了中文导购,大百货商场几乎全部开通了银联结算业务。英国旅游局负责人称,中国游客让人爱不释手。

毕建文告诉记者,伦敦街头随处可见中国文化的痕迹,公交车身印着中国的牛奶广告。伦敦奥运会开幕前夕,由联想集团创始人柳传志任团长、20多人组成的企业家访问团,在伦敦考察期间,受到了伦敦市政府贵宾级的礼遇。

据了解,这支由王石、俞敏洪、马蔚华、朱新礼等知名人士组成的民企老板访问团,是应英国首相卡梅伦的邀请考察英国的。从企业家访问团在伦敦落地那一刻

起,就先后有多家媒体提出采访请求。其中,仅BBC一家媒体就有6路人马提出报道请求。一位东英格兰地区的记者还专门开直播车到活动现场进行直播。

此次中国企业家访问团的英国之行,是由中国企业家俱乐部组织的,参与访问的经济学家表示:“此次英国之行,主要目的是‘感受英国的制度文明与商业文明’”。

毕建文也表示,因为法律制度健全,英国的从商者只需考虑如何为客户服务,以便吸引更多的客户。这或许是吸引企业家访问团的原因所在。

政策决定机遇

不可否认,伦敦奥运会的举办,令伦敦的酒店、宴会厅、会议场所设施以及公共设施都有了极大的改善,这些无疑为会奖商务旅游提供了更为便利的条件。

更重要的是,目前英镑汇率的下滑,在一定程度上降低了客户商务考察的成本,这将吸引一些国内大型企业考虑将目的地首选在伦敦。

有业内人士分析认为,根据市场规律,在后奥运时代,伦敦市政府将会出台一些优惠政策,以吸引英国以外的商务团组或者是游客前往英国旅游。据牛津大学赛义德商学院发表的一份研究报告显示,伦敦奥运会是历史上耗资最多的一届奥运会。对于伦敦承办奥运会这样的大型项目,英国社会各层也曾发出过不同的声音,督促政府让结果向着良性、向着对市民有益的方向发展。这些都促使伦敦市政府在后奥运时代,以旅游业来促进当地经济收入的增长。

如上述人士分析的那样,靠奥运拉动旅游,在短期内促进当地经济增长,伦敦并不是第一个范本。

2008年北京奥运会结束后,北京市政府决定,出台旅游优惠政策,以延伸北京后奥运时代的影响力。当时的北京市旅游局与香港、澳门地区和日本、韩国两国签署合作协议。结果,当年北京旅游业增长超过了政府的预期。此后,北京市政府更是主打旅游牌,并以文化搭台的模式推荐北京旅游资源,此次在伦敦举办的北京文化周便是如此。

毕建文介绍说,在伦敦举办北京文化周期间,昆曲

《红楼梦》、《续琵琶》引起了英国观众极大的兴趣。此外,北京交响乐团与伦敦爱乐乐团、伦敦爱乐合唱团合作举办的“圣火一欢乐颂”交响音乐会,以及中国三大男高音音乐会等,都将吸引英国游客到中国追寻文化的根源。

伦敦吸引会奖商务客户的另一个因素是,伦敦是一座弥漫着创意的城市。尤其是当伦敦成为继北京之后举办奥运会的城市,更是吸引着中国人的特别关注。

市场竞争加剧

据毕建文预测,因为伦敦奥运会的余波还在,预计今年下半年中国的商务团体选择伦敦作为目的地的数量会有所增加。但与此同时,中国会奖商务旅游市场的竞争也势必加剧。

毕建文坦陈,目前,中国会奖商务市场还有增长的空间,但由于全球经济危机的蔓延在一定程度上影响了医药、金融保险、电子、日用品等行业的大型企业,所以这些大型企业将首先会压缩奖励旅游预算,并对同一类商务项目有所考量。

尽管表面上会奖商务市场还是在增长,但增长率不会像此前那样快。这样一来,也导致了会奖商务市场竞争的进一步加剧,客户对成本的要求会非常地苛刻。于是,行业间的价格战随之升级,不可避免地造成每单成本下滑,也将导致会奖商务旅游市场增长率的下降。

与此同时,由于中国会奖旅游只是近几年的新生事物,虽然在国际上其服务价值是被客户认可和了解的,但目前国内还需要一个客户认知的过程。

据了解,在会奖商务市场竞争进入白热化的阶段,中青旅会展实施“了大会战战略”:即融入公关策划、广告传播等创意产业,形成“营销咨询+营销策划+商务会展+公关传播+活动管理+广告”的整合营销服务模式。

据中青旅会展总裁袁浩表示,转型“大会战战略”,就是要让客户体会到服务的价值,并对服务价值的认识有所提升。

会奖关注

我的满足感来自每次会奖活动创意的成功

——专访澳卓会务大中华区总经理 Mr. David ong

■ 本报记者 傅立刚

澳卓会务服务有限公司(OSC)是1995年成立的活动策划和管理公司,总公司设在澳大利亚的布里斯本,在凯恩斯、黄金海岸、悉尼和中国上海、北京、澳门都有分公司,是全球会奖活动策划领域以严格细节控制和独特创意而著称的公司。日前澳卓会务服务有限公司大中华区总经理 Mr David ong(中文名王礼伟)接受了《中国贸易报》记者的专访。

细节是决定会奖活动成败的关键

王礼伟告诉记者,作为一个国际性的专业活动公司,自1995年起当澳卓在澳大利亚布里斯本成立的时候,他们就制定了一个高度有效的质量控制体系,以确保活动各方面都在一个完整的标准体系里得到监控和管理,这些体系也在大中华地区被采用,所有员工都接受国际质量标准的培训,澳卓的团队会严格控制整个活动的每个细节,从设计到实施再到活动后的评估。

他认为,中国的MICE产业发展很快,中国的客户也越来越有经验,他们普遍都受过良好的教育并且见多识广,除了满足他们的要求、组织特别的活动外,现今的客户需要的是可以帮助实现与传递活动目标和信息的,耳目一新的体验。在越来越多的活动中,活动质量和效果的可评估性已经成为衡量活动举办成功与否的一个重要准则。

北京上海已成为重要MICE目的地

在王礼伟看来,北京和上海已经成为一个受欢迎

的国际MICE目的地,其基础设施的完善速度惊人。许多公司在策划MICE活动时,都会考虑把北京和上海作为目的地。中国不断增长的经济也给一些本地公司创造了出境发展MICE市场的机会。许多大的、发展完善的本地公司也开始在中国以外的地方组织越来越多的会展活动,如亚太地区会议、奖励旅游等。这给许多国际企业创造了很多机会,所以澳卓会务服务有限公司在2005年决定成立中国公司。他坦言,刚成立中国分公司时面临许多的挑战,例如文化差异、语言障碍、独特的经营环境等。2009年金融危机后,业务已经迅速好转,并且在过去的2年中一直保持着积极良好的运转,收入和利润也有显著增加。

热情是激发兴趣的最大动力

王礼伟表示,澳卓会务服务有限公司主要服务对象是公司企业、会议和奖励团队。作为一个专业的高级会展职业经理人,在过去的19年中,王礼伟一直从事创意行业,并且也非常热爱设计。王礼伟是新加坡人,精通英语、普通话、粤语和闽南语的他曾经是设计师(多媒体设计),在经营自己的设计咨询公司的时候,他开始进入了会奖活动行业。“当时有几个项目需要整合,我觉得可以用我的创意和设计技术做成一个活动并使其变得更独特和有趣。”随即,他便加入了一家著名的会展活动公司,至此,他走上了会奖活动策划和组织者的职业生涯。

正是基于热情,王礼伟很喜欢这个行业也很享受。他说,在这个行业中热情是激发兴趣最大的因素,没有热情你不可能策划和组织好任何一个活

动,他也很开心可以有机会不断地使用他的创意构思和独特的想法,为客户带来耳目一新的活动体验。他开玩笑地说,这就好像是吸毒成瘾,给他带来了极大的满足感。

中国会奖创意大有可为

王礼伟认为,澳卓公司非常注重活动设计与活动规划的阶段。他们一开始就与客户一起进行深入的交流,了解整个活动的目标,并为此设计一个独一无二的活动概念。因此,项目规划对他们来说非常重要,创新能力是他们的强项,他们有完整的内部创意团队,有能力负责非常广泛地执行的能力。

王礼伟给记者举了一个他们最近策划活动的例子:“喜达屋大中华区销售和市场营销的董事在余山艾美出席为期3天的会议,接受行业标准和企业战略的进一步教育。我们公司负责活动的设计和现场管理。首先,他们创建了活动的主题,反映了喜达屋酒店及会议的目的。活动主题的灵感来自于客户端的要求,因为喜达屋有很多不同的酒店品牌集合。英文字的‘我’实际上是英文的‘我们’的反思,会议的主题是融入每一个会议细节从名称标签到PowerPoint模板,地毯、地毯、条幅与舞台。”

“其次,活动当天仍然必须克服一些挑战。天气始终是一个任何户外活动关注情况。天气预报预测当晚会下雨,幸好下午3点雨便停了,根据我们设定的户外舞台标准,舞台是百分百防水的,但如果雨水持续,团队仍然准备随时将活动转移到室内。”他们的后备地点是在酒店室内。王礼伟告诉记者:“此次活动,客户和



出席者的反馈都很好。”

谈到公司的发展愿景,王礼伟期待能够在中国成立更多的公司,在更多的领域里扩展他们的业务。他认为,在中国,活动行业是个有着巨大发展潜力的产业,他对公司的商业策略和方向很有信心,在中国,澳卓会务服务有限公司会有更大的立足点并且在将来成为顶级的活动策划公司。

业者访谈