



商旅资讯

Concur联手携程进入商旅费用管理新时代

本报讯 近日,全球差旅与费用管理市场领导者 Concur 宣布与中国领先的差旅管理公司携程商旅正式达成战略合作,旨在通过结合 Concur 的行业经验,并依托携程商旅在中国商旅管理行业的市场优势,共同打造差旅与费用管理行业的全新时代,为市场提供一体化解决方案,

随着全球一体化进程的推进与中国市场的不断开放,不仅大量国际企业陆续进入中国,越来越多的中国本土企业也开始在全球布局。企业员工愈发频繁的商务旅行需求,使差旅与费用管理成为企业费用支出管理中重要的部分。

据介绍,此次合作,Concur 和携程商旅也将更好地助力客户发展业务,实现创新。

携程旅行网副总裁兼携程商旅CEO 方继勤表示,携程商旅始终致力于为企业提升企业差旅管理水平,优秀的差旅管控方案在为企业节省费用的同时还兼具提高工作效率、提升员工满意度等作用。

Concur 亚洲区董事总经理侯文泰认为,企业在全球一体化进程中,需要高效透明的差旅与费用管理。此次与携程商旅进行战略合作,将帮助全球企业实现更高效透明的差旅与费用管理。

(梅 童)

世界医疗旅游与全球健康大会将关注新商机

本报讯 由世界医疗旅游协会、桂林市政府、广西壮族自治区发改委联合主办的世界医疗旅游与全球健康大会——亚太博览会(WMTCA Asia-Pacific)将于11月14日至16日在广西桂林举办,同期还将举办第3届中国(桂林)国际健康养生服务产业创新发展高端论坛。这是世界医疗旅游全球健康大会首次在中国举办。

近年来,随着旅游业的不断发展,已经从单纯的观光游览性旅游向休憩、娱乐、文体运动方向转变,也开始不断地与相关产业进行融合渗透。随着中国及全球老龄化时代的到来,同时越来越多的城市白领阶层面临职业病及亚健康的困扰,医疗旅游成为旅游新动机,这种旅游形式是未来旅游产业发展的一个重要趋势,并逐渐成为现代健康生活方式。

目前,国际医疗旅游业的发展已经初具规模,很多国家成为国际医疗旅游的主要目的地,如泰国、印度、日本、新加坡、韩国、中国、约旦、伊朗、沙特阿拉伯、马来西亚、迪拜、黎巴嫩等亚洲国家及美国、瑞士、德国、匈牙利、立陶宛等欧美国家,此外,还有拉美的阿根廷、巴西、哥斯达黎加、古巴,以及非洲的南非等国。疾病治疗类医疗旅游作为旅游市场的一种,近年来全球产值不断增加。

本届世界医疗旅游与全球健康大会—亚太博览会将汇聚来自全球的大健康领域的专家学者、知名机构高管以及买家数百人共同参与,通过探讨产业发展趋势、科技创新推广以及商业模式应用,力求将大会打造成为世界级的大健康产业高端互动与展示平台,为中国旅游经济和服务贸易带来现实效益。

世界医疗旅游与全球健康大会已举办了7届,历届均有3000余名参会者,交流网络会议参与者多达1万余人,200家医疗保健买家参加行业论坛和行政首脑高峰会议,在业界享有盛誉。

(范丽敏)

“海滩控”热捧的海岛胜地

■ 本报记者 袁 远

北方的天气已渐渐转凉,转战东南亚的海岛成为海滩控的选择。一个鲜为人知的小岛,越南芽庄的 Vinpearl(珍珠岛),逐渐成为人们关注的热点。

Vinpearl 是越南芽庄的一个离岛,因有齐全的娱乐设施,而号称芽庄迪士尼。那里不仅海水蔚蓝、椰林环抱,还有各种级别的酒店、疯狂的游乐场、盛夏人们最爱的水世界、美食村,不出岛就能满足商务人士的所有需求。

Vinpearl:芽庄的迪士尼

旅游达人兜兜表示,当朋友们得知她们要去芽庄,第一句话都是:“芽庄是哪儿?”

芽庄位于越南的东南部,是纯粹的旅游城市,芽庄在越南的地位就像三亚之于中国;而促使兜兜他们成行的原因是芽庄的 Vinpearl。Vinpearl 一词取自 Vietnam 和 pearl,意为越南的一颗珍珠。据说是越南商人在俄罗斯赚了钱衣锦还乡,买下这个岛 100 年的经营权。

她的迷人之处在于,既有碧海蓝天的自然风景,又有色香味俱佳的各地美食,还有一个集水上世界、欢乐谷于一体的大型游乐场。

Vinpearl 是一个离岛,入岛方式有两种,一是快艇,二是全长 3320 米的世界上最长跨海缆车。而这不仅是交通方式,也是游乐设施,并且住店客人有 VIP 通道不用排队。岛上各个游乐场和酒店都有接驳的 TUTU 车,按线路行驶,几分钟一班。

在 Water Park 水上世界,你能看到绚烂的水池中有一堆造型奇特、色彩鲜艳的滑梯,各种角度坡度设置齐全。漂流池环绕园内一大圈,可以漂到想玩的地方。冲浪池也是游客乐不思蜀的地方!兜兜说,那里如同数条彩带漂浮的成人彩虹滑梯,让人幻想自己变成一条自由的美人鱼。

在游乐场的海洋馆里,游客可以隔着大玻璃看潜水员上演喂食秀、梦幻的美人鱼、海豚表演、音乐喷泉,以及各种没见过的小鱼和热带两栖动物,还有各种走秀表演,美轮美奂。

美食、美食

岛上美食主要集中在 7 号、8 号酒店楼下的餐厅里,外加 coconut 餐厅。全部为自助餐。

coconut 离酒店稍远,TUTU 车不能直达,需要步行几分钟,没有早餐,主打海鲜 BBQ,而且只在节假日开放。兜兜特别提醒说,除了油焖大虾、牛排、各式传统甜点水果外,重点要品尝越南的特色菜——米粉和春卷。国内能吃到的先统统靠边站!米粉的确好吃,一般有牛肉和鸡肉两种。热气腾腾的一碗,挤上几滴柠檬汁,配上味道独特的香茅、紫苏、薄荷叶,再来上几个油条段,那味道简直无法用语言形容!

可不要小看早餐的酸奶,这里供应的酸奶品牌 Vinamilk 是越南著名的乳品品牌,还有奶粉、奶酪等,当地人也常喝它。酸奶被做成好喝的酸奶水果捞,爽口、美味,也有盒装的 vinamilk。

岛上还盛产百香果,富含维生素,还能养颜排毒,在北京不常能吃到。岛上热带水果都很甜,而且自然熟的就是味道醇厚,兜兜说她后来就直接拿水果当主食吃。

传说中的神级服务

岛上有三处酒店,分别是 7 号,8 号和 Luxury。Luxury 是山上别墅,客人多是自



带高尔夫装备的外国游客,合 4000 人民币一晚。7 号和 8 号酒店价格就亲民多了,1500 元左右一晚。

兜兜说,她们进行房间登记时已近午夜。走到房间,早有餐厅服务生等在门口,托盘里是香喷喷的饭菜和饮料,想不到在半夜这么短的时间厨师还能摆盘,真是让她领教了传说中的神级服务。

酒店干净没有蚊虫,瓷砖线干干净净,轻微洁癖的人也感觉很舒服。这里统一是美式装修风格,丝毫看不出已经开业 10 年了,可以想象当年的奢华。今年岛在水上乐园附近又新开了酒店,档次颇高,但价格亲民,适合团体出游。

热热闹闹的市区

在芽庄市区,值得流连的地方很多,国家海洋博物馆是其中一个很值得前往的地方。博物馆在芽庄南边靠近码头,因为不是大众景点,很多人不认识。不过,兜兜说,这着实给了他们一个惊喜,这里人不多,且藏品丰富,实物和标本都有,还有一只 10 吨重蓝鲸的骨架。

“四岛游”是芽庄的传统旅游项目,一天游四岛,是初步了解芽庄的好方式。其中一个岛上有个水族馆,但如果去过 vinpearl 上的海洋馆,这里就可以忽略了。在其他岛浮潜也不错。

婆那加占婆塔是吴哥风格的古老遗址。兜兜去的当日正好赶上当地人的祭拜活动,烈日下一名身穿白裙的妇女在红地毯上不停的跳舞,突然晕了过去,可能是中暑。稍微休息了几分钟后,她摇摇晃晃站起来继续跳,很是虔诚。游客也对这种跪拜仪式很感兴趣,逢庙必进,逢进必拜。



可以拼“颜值”的会展场馆,为何却要“走心”?

■ 唐 雪

无论是在竞争激烈的职场立足,还是在平凡琐碎的生活里打拼,“看脸”的压力似乎如影相随。近两天,微信朋友圈被锤子科技新品发布会上的坚果手机刷屏了——“漂亮得不像实力派”的广告语一出,叫好声不断。看来,如今在产品传播上既要强调“颜值爆表”,又要突出“实力超凡”。这和新一代全功能型的会展体“好看又实用”的号召不谋而合。

俄罗斯的 Expoforum、意大利米兰国际展览中心、德国汉诺威展览中心等场馆都是高颜值的代表。然而,光拼“颜值”还远远不够,我们依旧期盼其展馆设计创造价值,从而改变人们对一座城市的看法。

实事求是地讲,珠海国际会展中心在建设伊始便远赴海外取经,在借鉴国际先进经验的基础上,从设计规划到建设运营,始终坚持创新理念,充分考虑客户的全面需求。众所周知,在全球一体化的今天,会展经济对地方经济的拉动趋势日趋明显。通过会展项目搭建交流合作、招商引资平台,使源源不断的信息流、新知识流、技术流作用于产业升级,成为一种看得见的推动力,并逐步内化为地方经济的“芯片”和“引擎”。大致上,会展经济可分为“政府推动型”(如德国和新加坡)、“市场主导型”(如法国、瑞士和香港)、“协会推动型”(如加拿大和澳大利亚)、“政府市场结合型”(如美国)四大模式。而在新一轮的经济振兴发展中,如何紧贴经济发展的脉搏和动向,立足于产业,不断延伸会展产业链条,更好地服务于经济结构调整和产业提档升级,已成为许多地方会展经济当前的着力点和重要课题。

颜值,或许可以通过整容获得,但人生却不一定因此华丽逆转。想“走心”的会展场馆,则应从服务的根本出发,满足客户需求。而“走心”的会展城市,更要以

会展经济助推地方产业的加速发展。

作为以制造业闻名的城市,东莞在会展业的表现不俗,不仅有大量的模具、印刷、鞋业等专业类展会,更有“加博会”、“漫博会”、“海博会”、“名家具展”等国字号的品牌展,其“产地办展”的会展模式逐渐成熟。它的“第三产业消费链”和相关产业集群,已成为东莞、广东,乃至整个珠三角推进现代制造业与现代服务业融合发展的最佳对接平台,对推动经济和社会转型升级起到了积极作用。

作为毗邻港澳的宜居城市——珠海的蓬勃发展,也为珠海会展业发展带来了无限前景,也为年轻的珠海国际会展中心带来了更多机遇。自 2014 年 10 月投入运营以来,珠海国际会展中心通过机制创新、招商创新、服务创新,不断强化创新驱动战略,逐渐发展成为珠海特色产业展示窗口、全球战略性新兴产业转移对接的全新舞台。随着珠海会展辐射能力的不断增强,会展业正迈向集群化发展,“溢出效益”迅速呈现,会展生态圈已逐步建立。

近日,来自佛山、中山、江门、阳江等城市的先进装备制造业巨头因首届珠江两岸先进装备制造业投资贸易洽谈会(简称装洽会)聚首珠海国际会展中心,一个“高大上”的展馆遇上了一个“高精尖”的展会,迸发出无限的耀眼火花。首届珠江两岸“装洽会”对于投入运营未满一年的珠海国际会展中心而言,无疑是一场重量级的展会。从国际打印耗材展、中国国际游艇展、沃尔玛新年准备会议、新速腾新车发布会、到首届珠江两岸“装洽会”,自正式运营以来,珠海国际会展中心品牌展会不断,举办了多场与高端产业紧密关联的展会,迅速迈向崛起的南中国会展领域的新高地,并助力珠海会展业在专业化和国际化道路上进一步的纵深发展。

无论是高颜值的会展场馆,还是实力派的会展城市,双向的渗透和改变正在进行。会展体验趋向一个“走心”的过程。这势必倒逼场馆的管理者们,要经常叩问自己:我有什么?我能做什么?我要得到什么?同时也要走客户的心,要思考客户需要什么?能接受什么样的价格?哪个渠道是让客户认可和接受的?高颜值的会展体验,唯有在“走心”中开发,建设、挖掘、维护、平衡和取舍,才能为各自业务的成长铺路,为产业的升级加瓦。

(作者系国家会议中心副总经理、珠海国际会展中心总经理)

