

高端访谈

■ 本报记者 袁 远

近日,记者就未来全球会奖产业竞争力的话题,对国际大会协会(ICC A)主席马丁·希克(Martin Sirk)进行了专访。马丁·希克先生在采访中,首次将会奖产业比作一个盒子,并提出会奖行业的从业者要学会“跳出盒子”思考。他将一次目标不清晰的会议比作一只空盒子,而一次外表流光溢彩、内容空洞无奇的会议则是一只包装过度的礼品盒,当然,完全没有整体设计、包装的会议也会最终失败。未来会奖产业的竞争力何在?如何打造一只充实、漂亮的会议“盒子”?如何让会议真正为会议所在城市和居民服务……语调抑扬顿挫、声音充满活力的马丁·希克道出了他的成功会奖“心经”。

打造成功的会奖目的地

马丁·希克认为,拥有丰富的旅游资源是会奖目的地成功的关键。他说:“我们会有更多的会议召开,就必须考虑到整个行业的有机的发展,如旅游产业的发展。在过去,旅游产业仅占会议产业1/6~1/8的比重,但在未来,会奖目的地的旅游资源对会议会起更大的作用。”

在马丁·希克看来,世界正变得扁平化,不仅仅是巴黎、纽约、洛杉矶这样的国际大都市,能成为国际会奖城市,印度、南非、墨西哥、卡塔尔这样的地方,也拥有最好的会议中心,许多国际会奖活动开始逐渐向二三线城市转移。例如,新加坡通过吸引各类国际协会和跨国公司把总部设在新加坡,让这些机构多在新加坡举办会议、活动,增进新加坡和世界各国的多方联系。

同时,马丁·希克认为,会奖对城市是一个很好的发展机遇,“人们或许很容易想到会议对旅游的拉动作用。但是否会想到会议对场馆利用、技术以及城市环境所起到的巨大作用呢?在一次会议

跳出“盒子”思考

——国际大会协会主席马丁·希克谈未来会奖产业竞争力

中,包括场馆租赁、技术和会场服务如同声传译等,都将得到更多的发展机会。同时,会议还能带动技术的连带发展。”在马丁·希克看来,除了刺激消费和投资,上海举办世博会更深远的意义在于可以帮助城市变得更加宜居,进一步提高城市生活质量。同时将带来更多、更好的经济合作和发展的机会。

马丁·希克还特别提到,中国的会奖城市进步很快。上世纪80年代,他来到中国时,中国的酒店给他留下了非常“恐怖”的印象,“当时恨不得马上跑到香港,去享受国际化的高品质酒店服务。”而如今,他觉得中国的很多酒店档次比欧洲的还高。

协作增强竞争力

马丁·希克认为,打造国际会奖需要良好的团队合作精神,就如同一套茶具,聚合在一起才能产生不同凡响的效果。他尤其提到要加强城市层面的合作。“一个城市如果拥有非常良好的会奖团队,无论是会议场所还是旅游景区,城市环境,都会呈现出井然有序的面貌,这是一个城市乃至一个国家产生团队效应的结果。”马丁·希克认为,ICC A中国委员会的成立,就是中国会议界进行团队合作的良好开始。它不仅更好地协助推广国内城市会展管理的经验,对协调和建立中国会奖旅游业界的合作与发展机制,共同开发中国会展旅游市场,为中国ICC A会员以及旅游行业提供更多的商机,也助益良多。他还专门提到喜欢竞争的澳大利亚人,“当他们需要推销整个澳大利亚时,会表现出‘放下一切’的协作精神来。”“只有建立起强大的合作团队,会奖目的地才能形成有力的竞争优势。”马丁·希克语气非常肯定地说。

高科技、个性化服务助力会奖业发展

在马丁·希克看来,新一代科技力量,尤其是软件技术的应用,对于帮助专业的会



创意至上

奖公司、会议中心管理客户、获取更多的行业经验和资源,作用同样不可小视。他提到维也纳在两年前对会议电脑系统进行了更新,同ICC A系统关联起来,因而使得他们的会奖系统和饭店系统紧密相连,创造出很多消费需求。

个性化服务也是提高会奖行业竞争力的法宝。马丁·希克认为,召开一个1000人的会议,并不是给这1000人提供相同的服务就可以了。与会的1000人可能有1000个不同的要求,另外,他们对同一个会议的理解和期望值都不尽相同。有的人希望通过会议和各方建立良好关系,有的人希望这次会议可以帮他解决某个问题,而另一些人可能希望通过会议创造新的销售机会……好的会议组织单位应该具有复杂的管理能力,使与会者的不同目标都得以实现。

建议把会议搬到网上举行,一时间吸引了大约三分之一的欧洲人关注,那一年欧洲的会议收入反而增加了3倍。

马丁·希克特别提出,会奖产业的迅速发展,各种会奖技术的突飞猛进,需要会奖行业人士拥有开放的心态,去学习、去创新。这也是未来会奖产业发展的一大方向。捷克有一家专业的会议组织公司,专门雇用有医学背景的员工从事管理和销售工作,还经常对这些员工进行医学知识的培训,目的是希望他们可以成为主持医学会议的专家,并能够帮会议策划者吸引到更多的医学会议。这家捷克公司的做法,就是一种出奇制胜的方法,效果可想而知。

马丁·希克还举了一个欧洲会议策划的例子:去年冰岛火山喷发之际,整个欧洲都弥漫在浓重的火山灰之中,很多打算在欧洲举行的国际会议都因此搁浅。此时,有人

建议把会议搬到网上举行,一时间吸引了大约三分之一的欧洲人关注,那一年欧洲的会议收入反而增加了3倍。

还有一些城市把自己打造成知识型城市,以吸引更多国际会议、展览的举办。最突出的例子就是美国休斯敦,由于休斯敦拥有著名的德克萨斯医学院。于是城市管理者 and 医学院商量,如何把休斯敦打造成医学之城,令整个城市都具有医学名校的风范,以吸引更多人来到这里。

此外,哥本哈根专门设立了世界唯一的联络办公室,成员全部都是各大学和学术机构代表,他们可以根据各自学术研究方向直接申请举办国际会议,提高了会议申请的成功率,也在全世界树立了哥本哈根知识型城市的标牌。目前,上海也在仿效哥本哈根,借由学术专家的力量,直接申请国际专业会议在上海召开。

2012 年最潮流商务旅游方式

■ 本报记者 慢 舟

“去哪儿网”2011手机用户调研报告显示,商旅人士占手机用户比例高达70%以上。智能手机在商旅人士中的普及度也非常高,他们已习惯好于手机上网、手机购物。“去哪儿网”无线产品总监杨昌乐对记者说,商旅人士对于出差、旅行的需求量很大,用手机客户端提供的机票查询购买、酒店预订、身边酒店与景点查询等功能,既为商旅人士的出行提供便捷的服务,也将会是下一个商旅潮流。

最新数据显示,2012年中国移动互联网用户数将突破5亿,超过互联网用户数。移动设备的普及给各个领域都带来了新的机会,其中与在线旅游的结合尤为突出。

旅游无线化

过去,商务人士安排自己的旅程,往往要依赖会议、商务活动的组织者。吃住行游购娱,该买什么东西,去哪儿玩,对于一个初

到者来说,对旅游点是不了解的。如何获取这些信息,之前不可能完全做好工作。如果组织者工作不力,本该美好的旅程就变成了走马观花式的游览。

随着“移动互联网”在商务人士中的普及,更方便的方式就是通过无线设备做准备工作。很多在线旅游的网站都会为旅游者提供国内外机票、酒店、度假和签证服务的深度搜索,还有很多鲜活、真实的旅游体验供商务游客参照、选择。

“目前移动技术最大的应用在预订阶段,即旅行前的阶段。例如,查看你的航班是否准时,查找酒店的位置、办理登机牌、出发前预订及辅助服务等。实际上,移动旅行不能提供的是你入住后的服务。”MTT创始人兼执行董事Gerry Samuels表示(MTT是一家专门把移动互联网同旅游结合起来的专门技术公司)。

使用强大的在线旅游搜索引擎

据“去哪儿网”副总裁戴政先生表示,旅游搜索引擎对消费者最大的益处就是,可以

同时搜索超过几百家机票和酒店供应商网站,获得超过千条国内、国际机票航线和近万家酒店的实时信息,包含价格、品牌和产品内容等的综合结果,帮助旅行者做出最好的选择。而且相对于传统旅游网站,旅游搜索引擎在品牌展现、用户覆盖、客观公正等方面都具有明显的优势。

国内外的在线搜索引擎一直在不断改进用户体验。非常强调搜索的智能化和精准化。去年“去哪儿网”对酒店频道的搜索系统进行了整体升级,采用了半结构化搜索,结合关键词意图识别、全文搜索、混合排序等技术手段推出了智搜索。用户可以任意输入地标、行政区划、地铁线路、环线、酒店类型等关键词进行搜索,搜索更人性化,极大地节省了用户寻找信息的成本。

聘一个酒店试睡员

“去哪儿网”酒店产品高级总监王京说,酒店试睡员是匿名入住酒店、撰写酒店点评的一种新职业。这种行业从业者在建

立一个客观公正的酒店点评系统的同时,可以帮助旅行者制定更聪明的酒店入住方案。酒店试睡员代表着互联网时代广大消费者的真实声音,酒店试睡员们透过视频、文字、图片等数字化的方式记录酒店入住的真实体验,更透过微博随时随地分享的特性,让信息传播更加透明、可信!继酒店试睡员之后,在线旅游网还推出了一个新职业——“旅游试睡员”。王京称,无论是酒店试睡员还是旅游试睡员,都是互联网分享精神的重要体现。

Last Minute(最后一分钟)酒店预订

“去哪儿网”无线产品总监杨昌乐告诉记者,Last Minute是全球闻名的酒店促销方式,既可以解决酒店的空房率,又帮助消费者以超值的价格预订到酒店房间。对于商旅消费者来说,Last Minute这种抢购的模式也十分便利,可以在很短的限定时间内,以超值的价格预订到适合自己的酒店。对于有严格差旅标准限制的消费者来说,这种模式可能更为适合,也

许能以经济型酒店的价格住上星级酒店,享受星级服务。

手机支付

MTT的第一家客户是英国的豪华酒店连锁企业Malmaison。在2006和2007年,相比航空公司,移动技术更适用于酒店。Samuels表示,“在老式手机上,想象一下,如果你想做预订,首先要输入你的姓名、以及同行人的名字,然后是你的信用卡号、地址等等,这些都需要你有足够的耐心才行。更简单的预订流程使酒店首先开始参与手机支付。”而如今,据相关分析师预计,我国手机支付市场规模年内将达28.45亿元,手机支付用户总数将突破1.5亿人。可观的市场规模加之庞大的交易量,可以预见,手机支付市场的前景十分广阔。商旅人士一部手机行遍天下也将成为可能。

商旅关注

productpilot.com

线上体验 — 展会平台

任何时候, 你都可在 productpilot.com 点击目标群组

详情请联络: 法兰克福展览(香港)有限公司 电话: (852) 2802 7728 传真: (852) 2519 6800 电邮: joyce.lam@hongkong.messefrankfurt.com

messe frankfurt