

亚洲奖励旅游展呈现 MICE 新趋势

■ 本报记者 傅立钢

10月上旬,亚洲国际奖励旅游及大会博览会(IT&CMA,以下简称亚洲奖励旅游展)在泰国曼谷会议中心举行。本届展会,来自全球的新展商和专业买家大幅度增长,成为一大亮点。

TTG亚洲传媒董事总经理黄汉明告诉《中国贸易报》记者,此次展会有325家企业代表与买家见面,其中87家企业为今年首次参展,展商数量较去年上升29%。另外,来自52个国家的359名专业买家参加了展会。其中,包括第一次参展的来自澳大利亚、墨西哥和秘鲁的买家,有63%的买家今年是第一次参加IT&CMA。

据介绍,亚洲奖励旅游展于1993年在香港创办,2004年开始在泰国曼谷举办。此次展会推出了专用智能手机应用程序,让参会者随时获得最新活动信息,并另设国际社交区,为来自全球的参会者提供更多交流的机会。

泰推新奖励策略

泰国会议展览局(TCEB)会议产业部代理主任韦察亚表示,作为战略合作伙伴,泰国会议展览局一直和TTG亚洲传媒紧密合作,通过举办亚洲国际奖励旅游展等活动,为亚洲的商业伙伴提供最好的展示机会。今年是亚洲奖励旅游展举办20周年,过去11年都在泰国举办,未来5年,泰国还会持续做展会东道主,这显示出泰国会奖旅游市场的潜力。

据韦察亚透露,自明年起,泰国会议展览局将加强吸引超大型奖励旅游活动,以发展战略合作方案、进行路演及推出优惠政策等策略,重点针对亚洲及东盟国家进行营销推广。据介绍,泰国会议展览局预测,从今年到2015年,因会议和奖励旅游活动到访泰国的人数每年将平均增长10%。泰国会议展览局希望2013年能吸引40万商务游客到访泰国;而到2015年,让这个数字再升至50万。为达到预期,泰国会议展览局将吸引举办超大型奖励旅游活动视为重要营销目标。

未来3年,针对企业积极吸引超大型奖

励旅游团将是泰国会议展览局最主要的工作之一。为赢得此类型活动在泰国举办的机会,泰国会议展览局将增进对泰国私企的竞标支持;和合作伙伴针对特定市场(如多层次直销、汽车、医药、银行及保险公司)分享经验、发展战略合作计划、共同进行市场营销活动等;并通过海外代表建立市场网络。超大型奖励旅游规模在1000人以上、连续住宿3晚;泰国会议展览局推出两种奖励方案。第一种是对第一次去泰国举办活动的团队给与100万泰铢(约合20万人民币)的一次性支持,而第二种是回头客,且人数较上次超过10%的团队,给与其他的优惠和福利。泰国会议展览局将几个客源国定为重点营销对象,其中包括中国、韩国、日本、人口多的印度、及新加坡和东盟等国家。

韦察亚强调,中国市场因表现抢眼、活跃,倍受重视。在2011年的会议和奖励旅游访客数量上,中国排名第二,仅次于印度;不仅有中国安利的大型团队赴泰旅游,11月,宝健公司也将组织逾1万人的团队去芭提雅。

中国为主要客源市场

洲际酒店集团东南亚商务总监马克告诉本报记者,东南亚作为MICE旅游目的地,正在发生变化。这体现在两方面:一是市场需求有所改变;二是区域内的新目的地正在崛起。在许多新型崛起的度假胜地中,中国市场位列前三甲,且增长迅速、乐于探索新兴目的地。此外,MICE客人对会议和休闲的需求比例正在调整。相较过去,人们在开会期间对户外活动和休闲放松的需求显著提高。

马克指出,东南亚的度假村接待会议的比例正迅速上升。而且,人们平均待在会议室里的时间只有一天(5年前均为3天);25%的客人要求开会期间至少有半天可以做spa或参加当地观光游,这是因为,现在人们希望在工作与生活间取得更好的平衡、让身心得到更多放松的机会。企业



高管也日益明白,要让团队表现出色,就必须对他们付出更多。这就使东南亚许多新的度假胜地获得崛起的机会。现在除了MICE传统目的地新加坡之外,新目的地如印度尼西亚雅加达、越南岘港、泰国苏梅岛,也在快速发展,东南亚成为愈加热门的旅游目的地。与去年相比,许多酒店集团也加大开拓力度。

马克告诉记者,对于东南亚区域而言,中国毫无疑问是三大客源市场之一。受中国客人欢迎的目的地包括越南河内和岘港、马尔代夫以及泰国的普吉岛和曼谷。

他强调指出,5年前,东南亚的酒店不会把中国假期太当一回事,但是现在则在规划预算、做来年收益预测时,中国的春节、“十一”等主要假期,都是他们非常重要的考虑因素。

会奖关注

反季节商务旅行力荐澳新

■ 本报记者 袁 远

今年“十一”长假,旅游旺季的热闹景象又再次上演了。

但对于注重旅游质量和感受的高端商务群体,旺季旅游不再具有吸引力,反而成为避之不及的“陷阱”。针对中国人的旅游消费心理变化,“十一”前后,国内外高端旅游机构纷纷推出反季旅游项目,以避免旅游旺季吃、住、行、游、购、娱的拥挤、嘈杂,调整生活节奏,使游客能从从容容品味旅游的乐趣。

新西兰商务游看好中国市场

在9月举办的2012中国国际商务及会奖旅游展览会(CIBTM)期间,新西兰发布了面向中国市场的最新商务会奖旅游产品。其中,新西兰一个得天独厚的优势是能为企业提供反季活动的体验。“在新西兰举办商务会议不用墨守常规,”新西兰会展及奖励旅游局首席执行官艾伦说,“我认为这是人们来这儿举办商务会奖旅游活动的理由之一。我们是世界上极少数同时拥有绝好天气、美景、设施 and 文化的国家之一。来新西兰的商务旅客绝不会忘记他们在这儿的旅程,如果他们愿意再多花几天来真正探索这个迷人国度的话。”

新西兰旅游局大中华区市场拓展经理李虎认为,随着国际商务会奖旅游需求的不断增长,新西兰旅游获得了利用该市场发展的好机会,尤其是凭借反季旅游的优势。新西兰不仅拥有世界顶级的设施和一流的食宿选择,更因其震撼人心的风景、独具魅力的文化和热情纯朴的民风而使来自全世界各地的游客都能在新西兰获得非凡的反季旅行体验。同时,新西兰也以向游客提供无与伦比的户外活动,诸如帆船出海、蹦极、高空跳伞、喷射快艇和白水漂流而在全球享有盛誉。而这些户外活动都是季节性并不强的反季旅游项目。

李虎介绍说:“与澳大利亚、欧洲等商务及奖励旅游的热点地区相比,新西兰不算是一个会奖旅游的热点国度。而且,与中国距离较远,做会奖旅游的便利性受到一定影响。但新西兰希望成为中国会奖旅

游的重要市场,尤其是新西兰的商务及奖励游产品将以小型商务会议为主要服务对象,为客户提供舒适的商务活动和休闲度假的环境,并为他们量身定做各种有趣的活动项目。”

赵先生今年8月去新西兰收获了一个非常愉快的假期,并用事实证明了反季游新西兰,其实也可以很精彩。

新西兰的冬季是6月至8月下旬,昼短夜长。虽然气候适中,各地的平均气温在2-10摄氏度之间,但是在很多山区,晚上都会下雪。赵先生告诉记者,冬天去新西兰采取舒适、车程短、游憩时间多的方式应做深度之旅,他就格外注重一路上的美食和享受。对于冬天的天气,要抱着随遇而安的心情,如果遇上下雪,就兴致盎然地欣赏雪景。

穿着短裤的圣诞老人

去年去澳大利亚定居的李彦刚告诉记者,澳大利亚也是反季旅游的绝好去处。澳大利亚的圣诞节没有皑皑白雪,没有冬日暖炉,就连圣诞老人也都入乡随俗地穿着短裤在海滩派发礼物。李彦刚建议,喜欢海岸生活的人可以前往悉尼邦迪海滩,这里不仅是冲浪爱好者的聚集地,每到圣诞便会吸引世界各国的度假者接踵而至。在恣意的阳光下享受可口美食,为家人和朋友送上精美礼物,与海浪嬉戏享受玩乐的快感,运气好的话,还能在海滩上邂逅圣诞老人,与活泼的他们来个夏日圣诞大狂欢!

李彦刚还告诉记者说,在农历新年里,澳大利亚的各个角落都散发着华人浓浓的思乡之情和浓郁的文化韵味。烟花爆竹、彩灯彩饰、花车舞龙是在澳大利亚过春节必不可少的元素。春节期间,异彩纷呈的中国文化表演给悉尼这座西方大都市增添了浓浓的中国味,悉尼街头的花灯游行、春节集市以及达令港的赛龙舟庆典,都是不容错过的看点。而墨尔本的华人社区则依循传统,在农历新年当天,举行盛大的庆祝活动。你会看到许多人身着红色的喜庆服饰,互相派发压岁钱,有滋有味地饮茶,而舞狮、书法表演和象棋比赛等传统项目也会相继登场。



无论您到哪里做贸易、在哪个领域做贸易、处于贸易的哪一个环节,中国银行都将以其百年品牌、完备产品、丰富经验、创新精神、突出技术、优质服务、雄厚资金、全球网络铸就的专业能力为您搭建畅达之贸易金融平台、铺就贸易成功之路。

中国银行 深谙贸易金融之道

银行 Banking | 保险 Insurance | 投资 Investment

了解业务详情,敬请亲临当地中国银行分支机构或登录中国银行全球门户网站 www.boc.cn 或通过客户热线 95566 进行查询

