商旅资讯

南京搭建首个会奖旅游交流平台

本报讯 9月10日，2015南京全国会奖采购商大会暨中国企业会议采购论坛正式举办，这是南京市搭建的首个全国性的会奖旅游业交流平台。记者了解到，会奖旅游正在成为酒店、旅行社等行业转型的突破口。

“八项规定出台以后，很多高端酒店的商务客人在减少，转型势在必行。因为靠近石塘竹海、杏花村、牛首山等乡村旅游景点，我们酒店选择了会奖旅游作为突破口。”南京丽湖雅致酒店负责人张磊介绍说，他们利用酒店附属设施，打造展厅、配备了小型会议室，积极对接会奖旅游。2015年，酒店的会议客人增长了一倍。“2013年，我们的商务客人所占比例在70%以上，会议客人占20%。现在，我们的会议客人占30%至40%，对我们酒店的出租率提升有很大的帮助”。

此外，依靠会奖旅游作为转型突破口的还有南京的农家乐、旅行社等行业。据南京中北友好国际旅行社汤梦甜介绍，目前，南京专业的会奖旅行社并不多，仅有部分旅行社承担了一些大型会议、展览的订票、订车等基础工作。其实，在旅游电商平台的冲击下，传统旅行社可以积极地拓展会奖旅游市场，甚至可以考虑组织会奖旅游团。“现在旅游市场是参差不齐的，需要去发展有品质效应的会奖旅游。我们的业务也由单纯的订车、订票延伸到去配合主办方的接待，给外宾客商等提供一些专业的意见和指导。”汤梦甜表示。

（胡耀 李立立）

AHF第八届国际酒店投资峰会将在京召开

本报讯 今年，对于历经十年沉淀和坚持的亚洲酒店中心（AHF）具有划时代的意义，AHF迎来了十周年庆典，并与全球大型跨媒体组织Questex于3月底正式达成战略合作，实现平台、资源、会议的强强联合。记者近日获悉，作为亚洲酒店中心（AHF）十周年庆典的延续，AHF第八届国际酒店投资峰会暨第二届中国酒店资产管理大会将于9月22日至24日在北京召开。

本届峰会将以“开启新纪元”为主题，预计将有800多位嘉宾共同参与，并邀请超过350位酒店业主及投资方出席。本届峰会将继续关注涉及酒店资产价值的各个方面，八大主题论坛将深入探讨资产管理、投资并购、科技设计、文旅地产、金融创新、发展运营、能源工程、人力资源等重点内容。为挖掘话题深度，主题论坛下还细分环节，共设26场分论坛，齐聚各界精英，一同探讨在中国新政策和亚太经济新环境下的酒店资产管理、投资战略布局和顺应大数据时代的新发展及管理新思维等当下行业热门话题。

同期还将举办亚洲酒店论坛十周年庆典、第十八期中国酒店业主俱乐部、HAMA中国秋季会议、2015亚洲国际酒店博览展、京津精选品牌酒店参观及考察、第四期酒店资产管理及证券化课程等系列活动。

AHF将凭借对亚洲酒店业十年的感知与积累，携手IHIF这一拥有全球视野的酒店投资论坛，一起为亚洲乃至国际酒店业呈现一场专业的高端酒店峰会，同时也将借助Questex遍及整个美洲、欧洲等地区领先的资源及服务，为中国酒店业与国际深度、全方位接轨搭建一个更广阔的平台。（宗 和）

商务社交新方式：健康越野跑

■ 本报记者 袁 远

现如今，跑步已不仅仅是一种健康的生活方式，也是一种全新的“社交方式”和新鲜的旅行方式。这种别样的“运动社交”和“旅行社交”在各种运动赛事中被体现得淋漓尽致，也受到了很多商务人士的热捧。

交跑友 看风景

9月13日，长城公社越野跑赛事举行。这次长城脚下的30公里越野跑赛道，或许是最不像越野路线的越野“跑道”，但却是跑友们找回活力状态的最佳路线。而且，参与此次越野赛的朋友还有机会和潘石屹、张欣夫妇成为跑友，这从另一种角度来说，可谓是开辟了“运动社交”的先例，不仅能在跑步中体验到运动的乐趣，同时也能结交到平日里或许难得一见的名人跑友，这也是一种难得的收获。

参赛者胡子王表示，他参加的“长城脚下的公社越野跑”是有200多位跑友参与的比赛。越野赛是由“公社”的主人——SOHO中国的董事长、长跑爱好者潘石屹主办的。起点和终点都设在长城脚下的公社，途径探戈坞音乐谷的原始次森林和一段长城，参赛者可自行选择30公里或15公里的线路，赛道的总落差为570米。“赛道多为山路，还包含了我们前一天爬过的那段古长城，为跑步增加了不少难度，同时也带来了很多乐趣——沿途山花烂漫，还可看到远处蜿蜒的长城，一路的美景对跑者来说，不失为一种享受。”胡子王兴奋地表示。

体验当专业运动员的乐趣

来自华夏基金的王先生告诉记者，比赛后，会有专人帮你披上完赛毛巾，给你挂上完赛牌，把吃的塞到你手里。每个人都跟你说：“Congratulations!”让你体验到当专业运动员的乐趣。

王先生还告诉记者，在比赛现场，你会看到一张张陌生脸孔放射着异样的光彩。而当这一天过去，再回首咀嚼时，你会发现，所有的膨胀感都已远走。记忆变得模糊，但某些你认为重要且特别的细节会在你的记忆里一直闪烁。

据记者了解，此次跑步线路位于探戈坞音乐谷15平方公里原始次生林内，高森林覆盖的天然氧吧是最适合跑步的场所。在这里人们可以尽情放松身心，享受跑步带来的畅快淋漓。

完备的会议设施

长城脚下的公社，由12名亚洲杰出建筑师设计建造的私人收藏的当代建筑艺术作品，是中国第一个被威尼斯双年展邀请参展并荣获“建筑艺术推动大奖”的建筑作品。2005年被美国《商业周刊》评为“中国十大新建筑奇迹”之一。

长城脚下的公社具备完备的会议设施，可以为客人提供多种规格、级别的会议场所和专业细致的服务。无论是商务会议、主题活动、还是休闲度假，酒店都会提供完善的“一站式”服务，满足不同客户的需求。咖啡吧外的泳池长16米、宽5.5米，群山环抱中的一池碧水诱惑着每位游客，虽然面积不大，畅游几个来回却足以让你卸下疲倦、忘却烦恼。

彩色泥浆跑受欢迎

另据记者了解，9月12日上午，北京第29届卢沟桥醒狮越野跑在宛平城中国人民抗日战争纪念馆门前开跑。2000余名抗战老战士家属、市区两级政协委员、港澳人士、大中小学学生、长跑爱好者和武警战士都参加了此次活动，其中不乏平日工作繁忙的商务人士。抗战纪念馆、宛平城、卢沟桥……越野跑线路上一个个具有纪念意义的地点，让参加者重温了70多年前那场捍卫国家独立、团结抵御外侮的伟大战争。

据介绍，卢沟桥醒狮越野跑是一项以纪念抗战为主题的爱国主义活动，北京今年还将其纳入全市纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年系列活动。

彩色泥浆跑在美国、澳大利亚、英国等发达国家尤为受欢迎。在北京园博园的倾力支持和活动管理专业团队的精心组织下，彩泥跑于9月正式登陆北京，引领“快乐玩泥巴”的全民健身、休闲运动。

不分性别、不分年龄、不分种族、不分国界，参与者从出发站领取装有T恤、手环、一次性手机套、环保垃圾袋等物品的随身包，途中要经过“泡泡区”、“泼水区”和不同颜色的泥浆站。到达终点时，主持人还会带领浑身上下被泥浆包裹的参赛者做游戏、发放礼品。

商旅关注

新加坡推出“惠聚狮城2.0奖励计划” 升级MICE市场

■ 辛 阆

作为新加坡旅游局持续深耕中国奖励和商务会展旅游市场的重要举措之一，新加坡旅游局近日在其2015大中华区会奖业大会上发布了全新升级的“惠聚狮城2.0奖励计划”(INSPIRE2.0)。该计划全面升级了新加坡旅游局于2014年启动的“惠聚狮城计划”(INSPIRE)，将继续瞄准赴新加坡的中国会议与奖励旅游客群。新加坡旅游局希望基于对中国客群特征的深入分析，打造出更个性化的会奖旅游增值解决方案，为中国会奖游客提供最优的企业活动体验。

在满足会奖这一核心目标之余，“惠聚狮城2.0奖励计划”从旅游、消费、餐饮、文化等各个层次，丰富会奖游客的旅程，使会奖游客能更深度体会新加坡的品质精髓。

全新升级的“惠聚狮城2.0奖励计划”在团队准入规模、业者合作数量、奖励服务等方面内容更为丰富。新计划的团队准入规模限制进一步放宽，更多符合要求的中国会奖团可报名参加；参加合作的新加坡当地企业，也从去年的3家扩充到5家，覆盖更长的产业链。而定制化则是此次“惠聚狮城2.0奖励计划”的核心亮点。新计划将按照团队规模及停留时间细分为惊喜礼遇、超值礼遇以及尊享礼遇三个层次，只要是300访客日以上的会奖团体（或人数为100人以上，在新加坡停留至少2晚的会奖团）即可报名申请享受礼遇。针对不同客群的特点和需求，新加坡旅游局分别制定不同的体验项目，有效满足会奖团的个性化需求。

根据全球商务旅行协会（GBTA）公布的最新数据显示，中国商务旅行市场未来5年预计将增长61%，中国依然是商务旅行的全球领导者。在市场增长势头强劲的背景下，中国客群的需求日趋多元化。如今，企业会奖旅游早已不单单是目的地走马观花的游览，他们更关注根据企业特点的个性化定制、创意活动策划、团队建设、目的地文化体验、深度探访等方面内容。这就要求一个成熟的会奖目的地在激烈的行业竞争中，持续挖掘自身优势，开发出更新更富创意的服务，以满足企业旅游团体多样的需求。

此次“惠聚狮城2.0奖励计划”的全新升级，代表了新加坡对中国出境会奖旅游市场的重视度，以及对市场需求的敏感度。这具体体现在对于高端客户，新加坡旅游局与新加坡赛马公会创意携手，首次引入赛马观赏及导览项目，瞄准的是中国高端客群追求优雅态度和品质的新价值观念；新增的圣淘沙岛定制化晚宴场地设计和团队行前考察，则能有效满足高端团队对精致会奖活动的需求。在全新的“惠聚狮城2.0奖励计划”中，新加坡旅游局还进一步完善在景点观赏、购物消费、特色餐饮和文化表演上的服务。同时，对于更广泛的会奖受众而言，新加坡旅游局另设有其他的奖励计划，如Be In Singapore奖励政策，提供资金支持等一系列增值服务。

对此，新加坡旅游局大中华区署长周振兴先生表示：“中国会奖团队选择新加坡的原因，除了新加坡高效便捷、环境优美、绿色清新的特点之外，还因为参与者来到新加坡能亲身感受到这座以可持续发展为核心的城市，时刻在开拓革新的无限活力。”

新加坡凭借前沿的知识和思想领导力、庞大的资源网络、显著便利的交通和多元性的文化，成为亚洲第一会议目的地城市。随着“惠聚狮城2.0奖励计划”的推广实施，将有更多的中国会议与奖励旅行团能够体验到新加坡优质的会奖服务，以及新加坡旅游局为其打造的个性化会奖旅游增值解决方案。据悉，“惠聚狮城2.0奖励计划”将于2015年9月9日至2016年12月31日期间，向中国奖励和商务会展旅游团体开放申请。

交流是怎样的一种体验

■ 周春雨

当下，一句“是怎样的一种体验”像人们见面打招呼常说的“吃了吗”一样，可以用在许多地方。笔者在这里想说的是：“交流，是一种怎样的体验？”根据百度百科的词条解释：交流是信息互换的过程，彼此间把自己有的提供给对方，相互沟通。

交流，让行业内因为某一个意愿聚在一起的人们感觉彼此对等。日前，笔者参加了一个名为“学习型会议及展览组织者交流日”的活动，因为主办者赛诺迅方面将其定位为“交流日”，吸引了很多会展业界的同行纷纷从外地赶来北京参加。客观地说，交流会不仅是内容与别的各种会要有不同，就是现场的环境布置也要有所区别。在“学习型会议及展览组织者交流日”现场，会议桌由常见的课桌式改为圆桌式，这样拉近了与会者之间的距离，气氛轻松且融洽得多。

按说，人们惯常的心理，即便是自愿接受教育，也不愿意接受被灌输的方式，但交流的方式人们接受起来更容易。最重要的是，如果不是国家政策性文件的解读，只限于业务范围内的分享，交流无疑更有亲和力。这也是为什么当下如此多的会展培训常遭到诟病的原因。当获取信息不再是一件难事时，人们对信息本身没有太多的兴趣，反而会倾心于成功案例的分享。期待从成功的案例中获得启发，规避可能会出现的不确定性而导致项目夭折。事实上，各类会展培训一成不变地由相关领导致辞开场，再由专家学者做宏观形式分析，偶尔的案例分析像是饭后甜点，可有可无。

笔者注意到，此次参与“学习型会议及展览组织者交流日”的女性会展人的比例相对较高。在做案例分析时，女性所特有的温婉和与生俱来的亲和力，让与会者更加乐于接受。但不利的一点就是，人们也常常认为女性不具备战略性规划能力，容易对其产生质疑。好在，随着女性为社会经济发展做出更多努力，越来越多的女性被社会认可。近日在大连举办的世界经济论坛2015年新领军者年会（又称夏季达沃斯论坛），吸引了来自全球的900多名商界领袖，其中女性领导人超过320位，占到1/3强。这是一个积极的信号。

常听到会展业内人士抱怨：“各类培训太多了！”能够理解他们的怨气，因为许多会展培训确实宏观到没有实际内容。针对这一现状，有会展业内资深人士总结为：在相关的培训或论坛上，常听到的是专家学者们长篇大论却缺乏实际内容的“正确的废话”。会展业界需要培训，或者说教育，但不是拿出时间听人人都耳熟能详的“正确的废话”。

事实上，会展业内人士是愿意并且有能力付费接受培训的。笔者了解到，“学习型会议及展览组织者交流日”一天的费用在3000元左右，但仍有很多会展企业的员工从外地飞到北京来参加。甚至，深圳的一家企业来了4名员工，成都、珠海等地的多数企业都派出2名员工一起来参加。如果加上往返北京的差旅、餐饮、住宿等费用，一位员工的花销不是一笔小数目。可见，“学习型会议及展览组织者交流日”还是有“干货”，企业愿意为员工的再教育投入费用，也是市场竞争所致。

“还是内容为王！”尽管这句话放在这里有些牵强，但好的培训课程设置才是王道，才具有说服力，才会有人心甘情愿地为此付费。曾有某论坛的组织者问笔者，对他们论坛设置的内容有什么样的感受，并要求实事求是地回答。于是，笔者告诉他们真实的感受是：出席的领导（包括部委离退休人员）太多、环节拖沓、有价值的信息太少。

那么，交流是一种怎样的体验？应该就是，由专业公司针对市场需求组织活动，在一个指定的时间、地点，让与会者平等地交换彼此有价值的信息，并扩展更多的人脉资源，感觉颇有收获。此外，无他。

（作者系《中国贸易报 会展周刊》主编）

会展红粉秀

本栏目文章涉及版权，转载请注明出处。