

TTG BT. mice

企业旅游报 CHINA



JUL/AUG 2021

vol.109

Business Travel

正确制定策略、方法
协助员工重返差旅

4~5

Industry Recovery

环境安全、目的地准备就绪 才能成功驱动出境会奖活动复苏 ... 2~3

Destination-Macao

顺应行业服务新趋势 澳门线上线下会展融合更成熟 8

Conference

后疫情时代 协会、社团会议将面临变革 9

Exhibition

展览主办方应转向 聚焦买家品质、加大收获 10

线上双展成果丰硕 预示疫后会奖商机巨大

第二届中国（上海）国际会奖旅游博览会（IT&CM China）暨中国国际商旅大会（CTW China 2021）线上展会6月22~24日盛大举行，超过500位参会代表于活动期间举行了逾3,000场商务洽谈，90%以上的与会者皆对于展会中收获的商业机会深感满意，也预示中国会奖市场在疫后的爆发力。

本届展会是首个2.5维展览，汇聚来自22个国家地区的逾200家参展商及来自32个中国地区地区的247名买家。这些会奖行业及企业专家们，在3天展会期间进行多达24场展前预定商务洽谈（SM）与3,000场现场商务洽谈（WM）；其中，80%参会代表对现场商务洽谈感到满意，86%参会代表对展前预定商务洽谈非常满意，86%参会代表

表示在本届展会中实现了他们的目标，并有74%参展商认为买家质量高于平均水平，92%参会代表预期将在未来12~24个月内收到或发出会奖/商务旅行业务订单，93%参会代表期待参加下一场线上展会。

与会者于活动期间可尽享中国（上海）国际会奖旅游博览会暨中国国际商旅大会精彩纷呈的随享环节；在教育论坛方面，由行业合作伙伴主持探讨包括国际安全旅行保险合作、合作竞争—建立有利于区域市场复苏的联盟、以新方式制订统计资料报告、展望：未来的安全旅行，以及回到空中等众多精彩讨论环节。

此外，会奖目的地及供应商也举办了多场品牌推介会，包括：FCM Travel、京畿道旅游发展局、MEET Taiwan推动台湾会展产

业发展计划、台北市政府观光传播局、杭州市文化广电旅游局、香港旅游发展局等都为业界带来第一手信息。另一方面，与会者还可参加由受邀买家主持的买家采购专场，随时与其他参会代表进行交流对话，一起洞察行业商机。

已经多年连续参与IT&CM China的澳大利亚旅游局商务会奖部，其北亚区商务会奖旅游总监陈俐呈就说道，本次参与IT&CM China，旨在于国际旅游市场仍充满不确定期间，与中国既有和潜在买家会面、交流知识和建立业务联系。2021年中国市场已经呈现出潜力和机遇，今年全球旅游业特别需要像IT&CM China这样高效、优质的交流平台，以共同探讨新形势下中国旅游业未来发展的可能性。而此次参加IT

&CM China和CTW China 2021的澳门雅辰酒店及鹭环海天度假酒店也表示，除了积极推广澳门，也聚焦宣传全新品牌和独家体验。

IT&CM China暨CTW China由TTG亚洲传媒会展部（TTG Events）、中旅国际会议展览有限公司（CTS MICE Service Co., Ltd.）、国际展会策划集团（MP International Pte Ltd）三方共同主办，除了丰富的活动及排程，主办方还准备了丰富的买家奖励，激励买卖双方深度交流，激发发展无限商机。

自2007年以来，IT&CM China已经成为中国首屈一指的国际性专业会议，打造奖励旅游、大会和展览（MICE）行业的商务、教育及交流平台。CTW China则一直致力于为中国本土企业与在华跨国公司提供企业商务旅行管理领域，包括商旅酬酢及会议与活动业务的全面解决方案，引导本土商旅管理行业的影响者、策划者及决策者们做出最佳的商旅管理决策。在近两年疫情期间，双展仍持续从线下走向线上，为国际和中国会奖及商旅行业专业人士架起沟通桥梁，实现深度互联和资源共享。

ICCA纳入疫情影响 2020报告无排名

[钟韵一采访报道]

为将新冠疫情对协会会议行业的影响列入考量范畴，今年国际大会及会议协会（ICCA）发布的最新统计数据报告有一些新变化，其内容涵盖会议形式的演变和疫情对经济的影响，并摒弃排名。

国际大会及会议协会（ICCA）研究及市场分析高级经理Marco van Itterzon介绍，国际大会及会议协会（ICCA）6月上旬刚发布了2020年统计资料报告。过去10~20年来，ICCA报告一直把焦点放在排名上，以此展示特定会议市场领域中表现最好的目的地。但要在2020年复制此模式，意义并不大。所以ICCA决定2020年摒弃排名，改而让受众对去年本应举行的会议活动如何受到疫情影响，有更深的见解。

在2020年，中国有44%的国际协会会议延后举行，23.3%改为线上，17.7%取消，仅

7.9%如期举办（ICCA认为这些会议应是在2020年初时便已举行），另还有少部分改成实体+虚拟的混合性模式，或者更换地点举行。

同年，据ICCA所搜资料显示，全球原共计划举行8,409场国际协会会议活动，其中44%延后，30%改到线上，14%取消，9%未受影响，2%改成混合性模式，1%更换地点举行。这一共冲击到457万名原预计参加实体协会会议的参会者，并连带波及产业各方供应商。

不过，Marco van Itterzon提醒，2020年无论ICCA还是各地会议局要对相关会议活动进行统计都非常困难，因此精准度不如往年。尽管如此，从比例上还是能看出会议市场受疫情的影响情况。

从经济影响来看，据ICCA统计，2019

年共有13,252场协会会议举行，总支出1,081.7万美元。2020年，未受影响、更换地点、改以虚拟或混合模式举办的会议总支出约为166.5万美元，两者对比明显。

未来，医疗类会议因行业要求，最有可能率先回归实体。但Marco van Itterzon认为，无论何种会议，未来都必须提供实体或混合型的选项。

对于各目的地未来如何在ICCA榜单中恢复地位，他表示，会展局可从不同角度来看资料。比如，某目的地若国际协会会议数量不高，说不定企业会议市场表现良好，或者国内协会会议市场表现不错。若仅从ICCA数据来评定目的地优劣，目光便过于狭窄。因此ICCA建议各目的地都应自行搜集各方资料，以此向利益相关者展现大局。

Conference

UFI亚太会议明年澳门举行

[张广文一采访报道]

在澳门旅游及经济活动逐步复苏下，2022年度国际展览业协会（UFI）亚太区会议将在澳门举行，为澳门会展业带来新动力；为迎接展览活动回归，澳门贸易投资促进局将持续提供「会展竞投及支援「一站式」服务」。

据悉，2022年度UFI亚太区会议将透过面对面方式在澳门举办，澳门贸易投资促进局计划借着组织业界参与会议，加强澳门与亚太地区的展会管理者、专业展览组织者和国际展览相关机构的双向互动，提升行业发展，同时宣传推广澳门会展业形象和优势，吸引更多展览到访澳门举行，预计届时将为澳门会展业以及周边行业带来发展新动力。

澳门会展业者对于UFI亚太会议将于2022年回归线下在澳门举行，纷纷表示看好，期待进一步拉动澳门MICE方面的国际知名度。



“国内商旅已逐步恢复，但何时才能开始安排出境会奖活动，很多企业心中都带着问号。有业者表示，只有在多项问题都解决、出境环境安全有保障的前提下，出境会奖活动才有可能开始恢复。而有意争取中国会奖旅游团的境外目的地，也应开始进行准备工作。”

[钟韵·张广文 — 采访报道]

环境安全、目的地准备就绪才能成功驱动出境会奖活动复苏

在当前情况下，几乎没有企业在安排出境会奖旅游或展览活动。采购中国经理人协会创始人及会长云耸玉说道，对于企业采购经理来说，为企业安排出境旅游或会议，面临诸多问题。

首先，每一个国家对核酸检测和隔离的要求都不一样，而每一个国家的疫情轻重和民众对疫情的认识也各不相同。以中国为例，中国当前大力推广做核酸检测、打疫苗，且几乎全民戴口罩；但有很多国家打疫苗的速度并不快，或者没有条件做核酸检测，甚至人民根本未意识到疫情的严重性。从企业的角度来说，如果把员工送到国外去开会或参加会奖旅游，那么员工的安全如何保障？

其次，如果目的地国家要求隔离，那么出境整体时间就会拉长，此费用企业将难以承担；再者，员工出国旅游又回国后，又在国内酒店隔离21天，企业要承担员工长时间不工作又住酒店隔离的费用，会非常困难。

再次，企业若有员工在出国时遇上疫情爆发或其他突发事件，已和国际SOS达成合作的TMC可第一时间向客户发送当地员工名单。但对于国内大部分并未和国际SOS合作的TMC来说，如何即时通知企业有员工正处境危险？

第四，病毒不断变种；员工若在国外染上，就医费用谁来支付？国内是否有相应保险？若有，应个人购买，还是团体购买？是否可一次购买一年或两年的长期保险？因为就目前趋势来看，新冠疫情恐不会短期内结束。若有保险公司推出新冠保险并设计了可实时追踪轨迹的APP，那么相关资料应存在哪里、谁有资格检视、是否各国皆能认可？目前就连中国国内各城市或省份所使用的APP和微信小程序都不相同，应如何让全球民众都使用统一APP？

第五，打了不同品牌疫苗的企业员工，

出境游目的地国家是否都能认可？出境会奖市场要恢复，并非单一国家所能促成，而需由国际性组织牵头制定统一标准，让大家像对护照一样对于某种标准流程有同样的认可。

云耸玉表示，企业在相对安全的情况，才有可能让员工出境，或让境外参会者来到国内。因此，只有在上述保险、疫苗、核酸检测、全球统一数据平台等问题都解决的前提下，出境会奖活动才有可能恢复。

中国企业会奖旅游有望出现井喷

但中国会奖旅游团体仍是未来很多国家和地区目标关键客源。有专家认为，后疫情时代企业会奖旅游将出现井喷状态，会奖旅游甚至将为旅游业者带来第一波红利商机。

无极限（中国）有限公司海外培训总监石佩凡表示，一年多来，各地经济受到新冠疫情冲击，使得现阶段散客旅游呈现消费降级的状态。即使遇到长假出游、旅客数量创新高纪录，旅游业者依然生存艰难，须面对低利润窘境，因为大部分消费者都选择自助游和自由行。

相对于休闲散客，她认为，未来疫情过后，企业会奖旅游反而将出现井喷状态，这是因为出国旅游需求一直被压抑着。疫情期间已经重新启动的会奖旅游团多在国内举行，虽然活动有趣、目的地风景美丽，但参与者的中心依旧有遗憾，纷纷期待国际旅行重启。另一方面，由于会奖旅游筹备时间长，行程必须丰富和经过特别设计，未来会奖旅游甚至有望成为旅游业界第一波带来红利的商机。

石佩凡强调，中国会奖旅游团体将是未来很多国家和地区抢夺的关键客源。很多中国企业并没有因为新冠疫情而打破计划，仍然开展年度会奖旅游。近期无极限在疫情之下于海南三亚举办了六千多人大

会就明显可以看到，目前奖励旅游仍是最鼓舞人心的奖励形式。一般奖励旅游包含了会议、旅游、颁奖典礼、主题晚宴或晚会等部分，企业首脑人物往往会出面和受奖者共商公司发展大计，这对于参加者来说无疑是一种殊荣。因此，全球各地目的地，尤其是东南亚地区，在疫情过后最有望快速迎来中国会奖旅游团体。

境外目的地可从四方面做好准备

目的地要如何争取中国会奖旅游团队？加快数字化转型、优惠便捷与令人放心的旅游消费环境、独特深度的文化体验，以及最新的供应商资源为关键要点。

首先，目的地必须加快数字化转型。疫情期间，中国奖励旅游团队已经在中国各地参与过类似活动，习惯4G至5G快速网络，因此，提升网速，让中国会奖旅游团队在进行活动之际，有机会拍视频或进行直播活动，推广公司品牌、分享奖励旅游行程之际，也能宣传当地景点、美食、美景和文化。提供免费充电宝、开通免费高速网络，都是不错的方法。

另一方面，要营造优惠、便捷与放心的旅游消费环境。面对疫情随时反复，目的地政府制定应对策略、重视健康卫生之余，也要配合奖励旅游团队提供更顺心的体验，如上门流动的检测方式、几小时内出具检测结果等，让参与者即使需要排查检测，也能快速重新加入行程。另外，为了破除价格贵的形象，政府要针对当地餐饮、酒店等资源方进行倡导，强调不能宰客，营造放心消费环境。目的地也可针对奖

励旅游团体，制定专属优惠政策，提供折扣和VIP服务，进一步强化开心的购物体验。同时也要普及微信支付和支付宝等移动支付方式，以便利不习惯携带现金的中国消费者。

此外，须提供独特深度的体验产品。现在同质化的产品太多，营销渠道和策略愈发多元，会奖旅游团体不能按照以前的方式操作，目的地需要挖掘更有趣的内容，如凸显城市文化特色的产品、独特深度的文化体验等。同时，提高餐饮、酒店、景区等服务质量和卫生标准，才能迎接未来疫情之后的会奖红利。

再者，须提供最新供应商资讯。原本合作很好的供应商，未必在疫情后还有经营，许多大型会奖团队未来在举办时都必须重新寻找资源方，故目的地应在第一时间将酒店、餐饮、景点等最新供应商信息提供给企业客户，才能在第一时间吸引到团体，让大团有信心前往。而旅游协会还应与目的地联手，与时俱进地传播当地文化和旅游资源，并扮演市场监督和推动的角色。

01 数字化转型与服务

02 优惠与便捷的消费环境

03 独特深度的体验产品

04 最新供应商资讯

▲境外目的地争取中国会奖团4大准备工作

“疫情期间已经重新启动的会奖旅游团多在国内举行，虽然活动有趣、目的地风景美丽，但参与者的中心依旧有遗憾，纷纷期待国际旅行重启。”

Looking Forward

国际奖励旅游2022下半年恢复

[张广文—采访报道]

SITE Foundation日前发布了全新定性调查结果《Corporate inSITEs: 奖励旅游的变化面貌》白皮书第一版。根据白皮书, 公司领导100%支持奖励旅游的比例达到近94%, 同时, 82%企业计划在2022年进行奖励旅游, 国际奖励旅游预计在2022年下半年逐步恢复。

SITE Foundation主席Terry Manion表示, 《Corporate inSITEs: 奖励旅游的变化面貌》白皮书综合了对上百个美国财富500强企业的调查, 呈现出奖励旅游的未来面貌。第一版显示, 美国企业对旅行式奖励依然保持强大的信念。同时, 人与人之间联系的力量, 正在推动人们面对面见面的强烈渴望。许多公司也因为学到经验教训, 使得本身应对疫情后的优先事项出现了改变。

SITE Foundation内容与研究副总裁Selina Sinclair指出, 公司领导100%支持奖励旅游的比例, 达到了93.75%, 这无疑展示出公司领导对于奖励旅游的强大信心, 同时计划重启奖励旅游。从新冠疫情在2020年和2021年对奖励旅游的影响来看, 71%企业在2020年借由其他奖励代替旅行式的奖励。同时, 31%企业已经在2021年借由其他奖励代替旅行式的奖励。不过, 可喜的是, 82%企业针对2022年的旅行和规划做出了承诺, 仅2%企业想要永久用其他方案取代旅行式的奖励。

根据白皮书, 所有企业都计划到2022年第二季度全面恢复本地会议和奖励旅游, 当中, 本地会议将比本地奖励旅游恢复更快。而国际会议在2022年第一季之后, 有望开始逐步恢复。国际奖励旅游则至少要到2022年第二季或之后, 才会大幅度重启。

Terry Manion预计, 虽然国际奖励旅游将于2022年开始恢复, 但要恢复至2019年新冠疫情爆发前的水平, 大概要等到2024年。他强调, 美国市场比预期恢复的更快, 这是因为新冠疫苗接种工作快速推展。

MMGY Hills Balfour MICE总监Hamish Reid补充道, 欧洲和美国因为使用的新冠疫苗较为雷同, 因此两地之间的开放有望加速推进。不过, 欧洲很多国家都各自跟亚洲目的地有友好关系, 例如, 法国与泰国、英国与台湾, 因此, 这些各别目的地之间的旅行发展, 也有望较快恢复。

另一方面, 企业认为奖励旅游计划在疫后的关键成功要素, 前三名分别为合约和

风险管理、目的地选择, 以及更好的分析。当中, 在合约中加入包括疫情在内的不可抗力条款, 以及相关可强制执行的明确时间表, 极为重要。灵活的取消条款, 以及重新预定和转售条款, 一样备受重视。

此外, 保障员工的安全是未来企业奖励旅游计划的第一考量, 其次分别为目的地吸引力和基础设施, 而性价比的重要性, 大幅下滑。



2021年PATA 线上旅游交易会

暨四川国际旅游交易博览会

2021年9月2日—2021年9月5日

地点: 四川·乐山

为什么参加PATA线上旅游交易会?



一对一视频/语音会议:

使每一场与潜在伙伴的视频/语音会议得到价值最大化



高效传播品牌:

透过PATA的宣传活动和专属列表提高品牌能见度



高性价比展位方案:

以远低于其他同类展会成本的价格享受全功能卖家套餐

突出亮点:

交互式展会体验:

浏览交互式地图了解卖家资讯、预约线上会面、查看产品介绍并交换联系信息

视频会议:

透过视频通话、语音信息和文字信息建立会议时刻表并请求会议

优质现场演示与研讨:

透过精彩的现场演示和研讨环节获取旅游复苏的前沿趋势与见解

买家激励:

买家可通过交易会期间的活动赚取积分和奖励



www.PATA.org/PTM
立即注册成为买家或卖家!

官方数字化合作伙伴



协助媒体伙伴





[钟韵一采访报道]

正确制定策略、方法 协助员工重返差旅

“后疫情时代，旅行（特别是跨境旅行）因此变得极为复杂。对于差旅者来说，恶劣的天气条件、飞机延误、各种罢工等带来的连锁反应已令人颇为烦恼，而此次疫情造成航空公司暂停航班或各地限制入境等管制指令一直在变，致原就不稳定的出行情况雪上加霜。因此面对员工重启差旅活动，企业必须做好准备，并针对旅行新常态进行各项检视，以提升员工信心及保障员工安全。”

在全球差旅者对出行充满忧虑、企业保护职责（Duty of Care）重要性提高的背景之下，率先回归的中国差旅市场能为他国提供一定借鉴。

C世代差旅者未来旅途更为复杂

FCM Travel中国区客户管理主管郭冬峻说道，后疫情时代差旅者因与之前的世代差异较大，因此应重新定义为C世代差旅者（Post-Covid Travelers）。他指出，恶劣天气、自然灾害、航空公司罢工、政治不稳定、恐怖袭击等都曾为差旅旅途带来巨大变数，因此旅途安全并不是新的课题。然而，哪怕是常见的恶劣天气，对于多数差旅者来说，都仍算是小概率的偶发事件；可是对于C世代差旅者来说，病毒检测需求、各个国家的隔离政策规定、封闭机舱里的病毒防护等新冠疫情所带来的诸多旅行限制，已成了每一次出行都必将面临的挑战。

他表示，旅行（特别是跨境旅行）因此变得极为复杂。在此之上，除了原有护照之外，未来差旅者可能还需准备好实体或电子的健康护照，内含新冠病毒检测和疫

苗接种等核心信息，这也会在未来跨境旅行中起到举足轻重的作用。新的标准、新的需求、新的证件等，都使得C世代差旅者与前代截然不同。

在此环境下，企业或差旅管理公司的方向是一致的，即如何应对如此巨大的改变。比如，若某企业即将派员工前往纽约，却不知有何限制，而飞经欧洲也不知隔离政策为何，那么依人类天性，对不确定性肯定感到恐惧。

在人们对国际旅行不确定性的恐惧感高涨的情况下，郭冬峻认为，首先，C世代差旅者最需要的是能即时提供相关资讯的交互式平台，因这能让差旅者或差旅预定者合理规划行程，从而有愿意踏上旅途的强劲信心。此平台上的信息必须保证准确性和即时性，且越丰富越好，并能通过多渠道触达差旅者，让差旅者甚至是在没有网络、只有电话的情况下，也能随时随地了解必要信息。

其次，企业应做好供应商列表。旅行途中（特别是在高风险区域）选择可靠、安全的供应商将会是差旅者面对的另一项挑战。除了酒店、航空之外，企业还需保证员工接送服务的安全，如供应商司机须

定期做核酸检测、车辆在每一单完成后进行消毒等，这些都会成为企业建立供应商网络的新标准。

对于差旅者来说，恶劣的天气条件、飞机延误、各种罢工等带来的连锁反应已令人颇为烦恼，而此次疫情造成航空公司暂停航班或各地限制入境等管制指令一直在变，致原就不稳定的出行情况雪上加霜。为应对这些挑战，旅游供应商需结合技术与人力，打造7x24小时服务平台，线上、线下随时为客户提供紧急支持。

在旅客新的要求方面，国旅运通全球商务旅行市场总监胡新颖表示，其公司近期调研归纳出了一些趋势。比如，旅客过去出行一般会提前3到7天做预定，让成本达到最大优化。但后疫情时代，客人预定时间缩短到了1到2天，但每趟行程变得更长，例如会将三趟差的事情合并到一周解决。

另外，客人出行前也对安全、出行建议等方面有了更多要求，因此企业与差旅管理者须加强沟通渠道及通过技术和智能设备给予差旅者更多支持。

总结来看，企业、差旅公司和旅游供应商制定好即时信息与服务平台、保障差旅

者安全出行，是未来一段时间内差旅者安全进行跨国旅行的前提。

企业可从内、外着手 为新常态做准备

新常态下，企业如何做好差旅管理的准备？默沙东中国差旅会议与公司卡及车辆运营副总监王毅钧认为，可从内部和外部两方面着手。

1. 内部须审视政策及充分沟通

内部方面，首先，企业应和相关团队一同审视当前的政策和制度是否能支持新常态下的公司差旅。一方面，差旅行为已与新冠之前有了很大的改变，如预定周期缩短、差旅长度缩短等，而地面交通运输除了需要政策上的指引，也需要相关供应商提供一揽子解决方案。另一方面，驱动差旅发生的会议也出现很大的变化，比如过往500人的会议现须分成三个场地、混合远程呼入、共享一个会议平台等，这同样需要差旅会议政策和制度的调整。

其次，应在差旅启程之前，让差旅者明白旅程中可能会遇到的情况和变化及自身

应携带哪些配备等,在公司明确的指引之下做好准备。

再次,过去企业内部的跨团队演练往往仅针对火灾、地震等自然灾害,却未料想到应对疫情也需要安全部门、人事部门、财务部门、采购部门、供应商之间进行定期的跨团队演练、针对极端事件做好准备并让已在路上却遇到环境风险上升的员工能及时得到帮助和快速撤离的解决方案。

最后是恢复差旅的细致沟通。这需要差旅管理公司和外部的风险管理公司提供相关指引,让员工可以清楚知道如今的差旅与过往有何不同,通过检查清单充分做好准备,再行上路。

2. 外部须强化TMC及供应商服务

外部方面,首先,差旅管理公司和差旅安全/技术之间的不足需要弥补。王毅钧说道,一来,很多地区都是靠当地新闻发布会宣布升级为中高风险;信息不同步的情况下,企业还需对移动端政策做改进才能第一时间汇出员工资料和行程信息。二来,地面交通运输仍不在差旅经理能追踪的范围内,特别是在幅员辽阔的中国,如何靠技术支持把员工搭乘的高铁、专车等片段信息补充到航班和酒店信息当中,尤其重要。另外,个人隐私条款也须与公司需求相匹配。

其次,目的地政策变动信息由航空公司通过差旅公司传递给差旅人员和会议统筹组织者时,内容或实践上总会出现遗漏。因此,来自差旅管理公司与下游供应商全流程及时、准确的行前点对点沟通,十分重要。

再次,由于差旅员工不愿于公共场合暴露或等待时间过长,因此会希望企业能提供专车机场接送,以减少在机场出租车或大巴等候区的等待时间。这就需要差旅公司提供整合的叫车服务平台,并让员工明确知道,到了某机场后须具体于何处与司机见面。另外,员工也会希望减少在公

共场合或社会餐厅用餐,因此差旅公司也应将餐饮外卖平台整合,提供外卖送餐的服务,同时通过公对公账户减少员工因接触支付或发票而提高感染风险。当前,企业希望能看到TMC提供一体化的解决方案。

最后,企业使用航空公司协议票价的机会正越来越少,因为当前特价航班特别多,但这些价格却无法计入公司协议票价当中。若航空公司能将特价航班计入协议总量,通过两块一起考评履约情况,会更为理想。此外,企业若订到非公司协议价格的酒店特价房,那么差旅人员所拿到客房的宽带、早餐、取消周期等也都会有所不同,但差旅员工却较难辨别其中差异。

因此企业会希望GDS能将二者展示清楚,让企业能就新一年的合同协议与供应商达到更好的协商结果。另差旅管理公司平台应提高操作简易性,更多通过在线GDS预定而不是人工预定和改签,以减少人工工作量。

企业采取风险管理措施保障员工安全

国际SOS大中华地区援助服务总监李侠医生说道,在国际SOS过去一段时间为企业客户商务旅游提供辅助和支持时,会先评判差旅过程是否存在医疗或安全风险、风险是否能防范;若有风险存在,那么等级有多高、是否能通过某种措施把风险降到较低的级别,做到早期预防、早期处理。若真有风险无可规避,则会先制定好紧急应对措施。紧急预案不仅针对差旅人员,远在他乡工作的人员也同样适用,以此协助企业保障员工安全,增加员工对企业的粘合度及提升企业韧性。

据国际SOS全球援助中心2020年11月数据显示,其有84%的企业客户认为现阶段组织差旅时,一定要把疫情视为差旅重要影响因素之一。另据2020年另一份国际差旅相关调查显示,有过半受访企业认为现

阶段差旅风险对企业的影响有所增强,并考虑开始使用差旅风险管理服务商。

从风险管理机构的角度,国际SOS为企业重启差旅活动提供几点建议:

第一, **现阶段大环境在疫情影响之下变数仍多;这除了疫情波动之外,还包括各地政府的疫情处理政策和出入境政策、航班的调整及当地使馆发布信息的变动等。**因此企业有必要提前了解目的地国家和地区的健康风险如何,再行决定应派驻什么样的人、派驻多长时间、派驻方式为何等。因为假如差旅人员遭滞留,企业还需考虑到有慢性病患员工的药品是否有带足、若出现急性病情况,是否有紧急就医的可能;若当地政治局势有波动,也需把对员工造成的影响纳入考量。

第二, **差旅人员出行前,管理者最好对企业员工做相应的健康意识培训(新冠肺炎、新冠疫苗等)。**一方面,由于国内环境已较为稳定,人民的警惕性也有所降低,因此一定要提醒员工,但凡出差都必须提高安全意识。另一方面,过去一年间,许多企业员工在疫情影响之下心理波动也非常之大,致其难以正常工作,甚至是影响周围同事。因此,关乎企业韧性的员工心理健康也不容忽视。

第三, **企业应急事件预案(如员工在差旅过程中感染新冠或被要求隔离)制定得越细致越好。**

第四, **应根据差旅人员所去的国家或地区、其周围环境和停留的时间提供适当的防疫防护用品(口罩、免洗洗手液等)。**

针对出行的员工个人,李侠医生建议,应先了解行程、目的地环境、搭乘何种飞机、同航班乘客以哪个国籍为主、自己身体状况如何等。若有慢性病,一定要备足药品(如高血压药物)。此外,全程最好保留所有票据,以备后续追踪排查之需。

至六月时也仅每周不到20个航班在运营。随着留学生旅行需求增加,整体客座率应会进一步上升,今年下半年因此或有增加航班的机会。

但是形成大规模复苏,还需取决于疫苗接种率和疫情控制,因此预计还需等到明年,甚至2023年。

国内差旅已反弹,国际差旅往后推到2023

国旅运通全球商务旅行市场总监胡新颖

中国国内差旅已逐步反弹到2019年的水平,亚太地区差旅复苏速度也领衔于全球其他市场,而美国及其他地区亦陆陆续续开始恢复。接下来,中国应会开始有团队去澳门执行差旅计划,但国际差旅形成规模,依疫苗接种、疫情反弹等情况来看,有可能还会往后推到2023年左右。

线上平台、24小时电话咨询服务广度、深度相辅相成

在客人对资讯即时性要求高的情况下,线上资讯平台也成了TMC必备。那么旅行顾问提供24小时电话咨询服务,是否还有必要?

胡新颖认为,TMC虽有提供线上资讯平台的能力,但在后疫情时代提供有温度的服务,对于稳固差旅人的信心来说,依然非常重要,这尤其体现于紧急情况支援方面。有些客人除需在疫情期间出差,还会面临天气剧变或自然灾害等迭加问题。在特定时间点上,TMC若能快速接通电话,即使不能立即解决问题,也能让客人立刻得到安全感。所以,TMC在差旅顾问的培训上,绝不能忽略心理课程。

在郭冬峻看来,此二者相辅相成。有些人喜欢利用平台自助服务,因无需与他人接触便能在任何时刻利用手机查询出行讯息和目的地隔离政策。但也有客户即使能自行查询政策,仍需有声音在电话上再次对资讯准确度进行确认。平台与电话两种服务方式,各可满足不同类型客户的出行和预定习惯,但也各有其局限性。

比如平台虽可广阔搜集各地资讯,却无法给到更为深入的资讯并对即时情况及时更新;差旅顾问则虽无法立即就全球各地情况给出解答,但却能致电各地政府部门进行更为深入的了解。

因此,二者分别从广度、深度两方面相辅相成,达到好的服务效果。

Q. 跨国差旅何时才会恢复到疫前的水平?

应为2023年上半年,过程分成两个阶段 FCM Travel中国区客户管理主管郭冬峻

全球人民都在找这个问题的答案,但此问题非常难回答。如果一定要标出时间的话,他认为应为2023年上半年,且过程需分成两个阶段。第一个阶段是物理条件的满足,即把病毒确实控制住,打造出安全的环境。目前来看,唯一的方法是以疫苗接种免疫屏障,但从全球78亿人口至今年6月份接种疫苗者还不到三分之一的情况来看,此举任重而道远。

第二阶段是心理条件的满足,即信心的重塑。旅行者在出行时得到从出发地到目的地的完整信息,以对于旅程上会碰到哪

些情况心里有底;对供应商有信心,确知其绝对保障客人安全;于任何目的地都能联系上差旅顾问和公司安全团队等;差旅行业若能做到这几点,差旅者等信心便能慢慢重建起来。

但此过程仍有许多不确定性,如目前全球有十几个组织在讨论疫苗护照如何推行,却各有不同观点,最终依何标准仍是未知;又如各国施打疫苗的进度极度不平衡,且病毒持续变种,疫苗有效性如何也无定论。因此跨国差旅需较长时间才能恢复。

今年下半年航班增加,大规模复苏需等明年

美国达美航空公司中国区大客户销售总经理Judy Liu

当前国际航班运力极为受限,中美航线

Q. TMC的差旅顾问每天如何面对企业客户询问特定差旅计划「去」与「不去」的问题?

首先须核实目的地疫情实际情况

FCM Travel中国区客户管理主管郭冬峻

由于疫情时时变化,因此TMC首先需打电话给目的地的入住酒店或当地政府,为客户核实目的地疫情实际情况,因为只有前线的宾馆、酒店、防疫部门等的第一手消息才最为即时。TMC应在完整了解情况后,再回馈给旅行者。

比如客户如果希望下周从巴西飞回中国,那么从实际层面来看,无论如何紧急,这都不可能实行。但是对于确实行得通的行程,TMC就可告知客人在符合哪些条件之下可赴外参加会议活动,并将汇总信息交给客户,由客户做判断。



顺应行业服务新趋势 澳门线上下会展融合更成熟

“根据澳门特别行政区政府统计局资料显示，2021年首季参加会展活动的访澳旅客人均消费为5,504澳门元，相当于整体旅客人均消费的1.5倍。由此可见，会展活动可吸引更多高消费的商务旅客前往澳门，带动本地消费。而在全球新冠疫情的影响下，会展业逐渐以线上线下相融合的方式推动行业发展，澳门会展业界亦顺应这项行业新态势；贸促局、旅游局带动推广，酒店业者则积极回应，优化混合会议设施，整体服务品质更成熟。”

[张广文—采访报道]

在严格遵循防疫防控措施之下，澳门贸易投资促进局（贸促局）于「第25届澳门国际贸易投资展览会，25th MIF」、「澳门国际品牌连锁加盟展2020，2020MFE」、「2020年葡语国家产品及服务展（澳门），2020PLPEX」三展联动的活动安排中，打造线上线下相融合的新模式，包括搭建线上展厅及增设云签约服务，并引入线上会面洽谈工具，为未能亲临配对现场的客商提供云配对服务。

与此同时，为协助会展业界适应发展新业态，贸促局于疫情期间持续举办各类型培训课程、讲座及工作坊，并邀请业界及专业顾问担任主讲嘉宾。在国际会展培训活动方面，2020年曾邀请贸促局会展顾问（Mr. Mike Williams）共同组织四场不同主题的会展线上培训课程，内容涵盖会展业人工智能科技应用、会展活动危机管理计划等。

培训掌握国际市场趋势

今年4月贸促局再次邀请会展顾问以线上工作坊形式为会展业界提供以社交媒体策略为题的在线培训；随后7月至8月亦将举办至少两项线上培训课程，主题围绕疫情常态化下的国际会展市场趋势、会展推广技巧等。而在本地会展培训活动中，今年5月至6月期间，贸促局先后举办4场「澳门参展企业培训课程」，邀请行业代表围绕「澳门参展攻略培训」和「线上直播推广产品及服务培训」两大主题，深入讲解参展时各阶段的准备工作，以及会展直播平台上的销售技巧，期望提升澳门中小企参展成果。

面向未来，贸促局将持续携手业界，共同在目前线下服务基础上，于下半年举办

的「2021粤澳名优商品展，2021GMBPF」、「2021澳门国际环保合作发展论坛及展览，2021MIECF」、「第12届国际基础设施投资与建设高峰论坛，12th IIICF」等展会，进一步强化线上元素，如线上展厅、云配对、云签约等，发挥双线互补优势，借此提升会展服务内容及创造更多的服务价值。

MITE云系列结合线下展会

同样的，澳门特别行政区政府旅游局亦相信，在新冠疫情完全得到控制之前，线上线下融合的混合型会议与活动，将会是聚会解决方案的前进方向。其实，自新冠疫情爆发以来，旅游局也一直在组织和参与线上线下相融合的混合型活动，包括7月9日至11日以混合形式举行的第九届澳门国际旅游（产业）博览会（MITE）。其通过「云」系列和线下展会双平台，进一步满足商贸配对（B2B）和消费者现场销售（B2C）需求，同时，充分满足参展商开拓旅游+协同，以及粤港澳大湾区市场的需求，并且能够接待本地、中国内地，甚至区域内和全球范围的旅游行业参展者与运营商。

回顾去年于2020年11月6日至8日举行的MITE，其已经是一场成功汇集实体和虚拟的混合展览，包括了「云B2B」、「云推广」、「云签约」、「云直播」等「云」系列。博览会安排了约50家来自不同国家和地区旅游办事处与企业的国际特邀买家，通过「云B2B」与现场参展商进行虚拟商务预约，同时，28家澳门行业参展商注册参加「行业聚会 - 旅游商务交流会」以便与约200名海外专业买家进行线上对接。另外，超过40家国内外参展商通过「云推广」与现场展会对接、展示旅游资源、与观众互动，

还有参展商在KOL的支持下，通过「云直播」宣传产品。

此外，旅游局还参与了亚太旅游协会（PATA）等国际旅游组织发起的多项虚拟活动，包括PATA 2021年度峰会，该活动通过Zoom举行了一系列会议，讨论旅游业展望复苏所需要面临的关键问题。继去年的PATA金奖线上颁奖典礼后，旅游局将于今年9月8日再次举办2021年虚拟PATA金奖颁奖典礼，与PATA首席执行官一起公布2021年获奖者名单。

酒店让混合会议变简单

酒店方面，澳门喜来登大酒店及澳门瑞吉酒店销售及市场推广总经理陶莉娜（Daniella Tonetto）表示，过去一年已经针对混合会议进行了尝试，并取得了一些成功。他预计，即使在新冠疫情过去之后，

混合会议将成为MICE活动的常态。基于此，酒店提供所有此类专业设备，打造简化的混合会议体验，无论与会者来自何处，混合会议都变得简单、愉快和具包容性。

更重要的是，活动组织者可以向与会者和代表们保证，他们可以「充满信心地联系」，因为根据万豪国际的Commitment to Clean接待协议实施详尽的清洁和消毒措施后，所有人都能在活动期间保持适当的社交距离，并享受灵活的修复政策。

以澳门喜来登金沙城中心酒店的喀什大型宴会厅为例，其占地超过4,800平方米，可容纳多达5,000名宾客举办剧院式活动，另外还与6间小型宴会厅相连。疫情前，该场地经常接待几千名代表们在此进行三天会议或活动，经验丰富的会议专家团队期待着尽快欢迎这些活动回流。

Target

力拼今年会展活动增长两成以上

新冠肺炎疫情在澳门得到有效控制，澳门现时已是一座健康、安全、宜游的城市。但据澳门旅游业者估计，今年整体挑战仍大，期盼今年下半年澳门会展活动明显增多，力拼整体成果至少可与去年持平，更期望可有两成以上的增长。

澳门会议展览业协会理事长潘耀荣表示，今年会展业情况会比去年稍有好转，但7至12月的活动数量是否足够养活澳门各会展公司是很大的疑问，且内地团体游仍未恢复，亦未开放自由行网签，对旅游业和会展业都有很大影响，所以今年的挑战仍然很大。

自去年疫情开始后，不少会展项目都取消和延期，至去年9月份开始才陆续有活动恢复举办，且疫情至今，会议展览规模和数量均大幅缩减。业界本以为今年情况会好转，然而春节期间内地提出原地度岁，令不少正在洽商的活动均告取消，一直到5月的活动都取消或延期，令业界始料不及，直至7月才开始有大型活动。

且年底前多个大型会展项目的参展商和入场人士非以香港地区为对象，而是以内地为主，加上港澳恢复往来措施仍是有限度，还需一段时间观察，故参会者增幅不会太明显。

澳门喜来登大酒店 及 澳门瑞吉酒店

前进澳门，见证会奖之选

澳门防疫成果有目共睹，成功保护居民与游客，也为各项会奖活动的重启奠定有力基础。加上优越的地理位置、出入境便利、中西交融文化，又拥有无数国际级会奖设施，澳门会奖市场不仅全面展现乐观景象，越来越多来自内地的企业已选定澳门举行一系列活动。不久前，声誉卓著的澳门喜来登大酒店就成功接待了一团合计逾千名与会者的大型会奖团，服务质量及活动成果大受好评。

综观而言，为什么澳门能率先获得内地企业会奖活动的青睐？

1 地理位置优越，交通易达

澳门位处大湾区，与广州、香港、深圳等区内经济发达的城市紧密联系，港珠澳大桥串起区域链接，大幅提升企业于澳门举办会奖活动的方便性。此外，澳门海、陆、空交通配套完善，提供多班从内地到澳门的直达航班，如上海每周提供逾50班次等，团队移动的便捷性亦提高企业前往澳门开展多元会奖活动的商机。

2 便利的入境政策，提高到访意愿

澳门历来是东西方经贸和文化的交汇点，内地参展及与会人员办理赴澳门出入境证件及签注十分便利。澳门横琴新口岸于2020年8月18日正式开通，“合作查验、一次放行”通关模式更缩短了旅客通关时间，有助提高旅客到访澳门的意愿。更重要的是，根据最新规定，中国内地居民只要来自国内低风险地区且持有7天内新型冠状病毒核酸检测阴性证明，即可入境澳门免隔离。

3 安心参会，安全有保障

经济发达、政治稳定、澳门一向被视为安全可靠的商务及旅游目的地，加上澳门在疫情防控工作中取得卓越成效，是疫情风险低的安全城市，可让企业及会奖参与者十分安心。

澳门喜来登大酒店及澳门瑞吉酒店所属的万豪国际集团，为致力维护酒店对同仁及宾客的健康安全承诺，在面对疫情挑战及“新常态”



无柱式喀什大型豪华宴会厅可同时招待 5,000位会议来宾，会议空间灵活多变。



宽敞舒适的宴会厅，别具特色



双床豪华客房可欣赏巴黎铁塔无敌景观

的社会期待下，特别成立了“万豪国际全球卫生清洁委员会”，成员包括医疗与公共卫生专家，进一步巩固酒店的良好声誉及顾客信任。

致力开发逾200个适用全球的清洁打扫及服务规范，以确保酒店每一个空间都能安全守护宾客；无论是会议活动或休闲旅游，皆能让宾客在具科学根据的方法与技术下，得到保护。同时，酒店也配合着澳门政府的公共卫生守则，全面落实推行各项卫生安全措施。

4 感受世界，丰富节目包罗万有

澳门作为中西文化交融之地，拥有丰富的历史文化遗产与遗迹，且被联合国教科文组织评为「创意城市美食之都」，设有18间米其林星级餐厅。

澳门喜来登大酒店和澳门瑞吉酒店提供精彩而具特色的主题活动包括主题茶歇等，宾客还可在会奖活动后于酒店内或澳门金沙度假区品尝各种世界美食、尽享琳琅满目的购物乐趣和娱乐活动，区内设有超

过150间国际餐厅和850间免税品牌商店，可让您一站式尽情感受世界美事。

5 会奖设施持续升级，专业度高

澳门旅游和会奖发展从未因疫情而停止，不仅新场地、新服务持续登场，既有的酒店亦不断优化其空间设施及服务品质。

澳门喜来登大酒店及澳门瑞吉酒店位处璀璨的路氹金光大道，地理位置优越且彼此邻近，两家酒店客房均能通过电梯直达会议楼层，尤其方便大型会议活动在两家酒店同时举行，两家酒店亦可因应企业定制需求，提供一站式会议服务方案。

澳门喜来登大酒店拥有超过4,000间风格时尚的客房及14,000平方米的会议场地，113间会议室灵活多变，可配合不同会议场地的要求。其中面积达4,891平方米的无柱式喀什大型豪华宴会厅，可同时招待5,000位宾客。灵活的会议场地，配合专业会议活动策划团队及会议优惠，可满足企业的不同需求。



“豪不犹豫 会聚此刻” 澳门会议优惠

万豪旅享家将与企业及活动组织者携手合作，通过精彩礼遇及灵活条款，共同缔造精彩会议活动时刻，为会议活动开启万般精彩可能。

■ 预定日期

即日起至2021年12月31日

■ 入住日期

即日起至2022年8月31日

精彩礼遇

- 每满15个付费房晚，可获得1晚免费住宿
- 十人免一
- 万豪旅享家双倍积分
- 本地体验礼遇：挑选以下其中一项
 - 1) 由酒店健身中心提供的循环训练课程
 - 2) 增添迷你蛋塔，升级标准茶歇

马上行动

如欲预订或咨询澳门喜来登大酒店，请拨打+853-8113-0700或发送邮件至 sales.macao@sheraton.com 以联系酒店销售团队

如欲预订或咨询澳门瑞吉酒店，请拨打+853-8113-3800或发送邮件至 sales.macao@stregis.com 以联系酒店销售团队

*本优惠受有关条款及细节约束

面对今年下半年澳门将迎来多项会议展览活动，为营造更优质的会展环境，潘耀荣期望业界严格遵守卫生局防疫指引，继续落实好各项疫情防控措施，包括：进场人员需测量体温，并展示澳门健康码，任何时候发现有发热或呼吸道症状之人士，均谢绝进入场地；须要求所有进场人士全程佩戴口罩，应经常与他人保持至少1米的距离；适当控制人流，人流过多时应暂停进入，让观众或参加者在空旷地方排队；展位与展位之间的间距要符合防控要求等。

另一方面，澳门特区政府目前正与内地磋商疫苗互认制度，届时有望豁免核酸检测，方便市民和旅客往来内地与澳门之间，但前提是两地需达到一定程度的疫苗接种率。**澳门会议展览业协会会长宋晓冬**表示，疫苗互认制度有助普通旅客和商务旅客访澳，对推动会展商贸及旅游业的复苏大有助益。会展业作为现代服务业，从业人员需经常接触来自不同地区的客商。他呼吁会展业界在自身情况许可下，踊跃参与疫苗接种计划，减少会展活动的传播风险。

澳门政府日前表示将继续创设条件扶助会展业存续，潘耀荣坦言，会展业界不同于旅游业界，很难对会展业界推出例如「心出发」、「澳门人食住游」之类的计划，因会展项目要时间统筹，亦很难以现金回赠的形式支持业界，故政府不易对会展业界提供直接资助。

不过，贸促局有会展活动激励计划，这是业界举办活动的诱因，他期望当局对计划作出优化，包括在文书、申请时限、支持力度等方面都可以加强，以便会展业复苏前，业界先做好充分准备。

另外，**澳门旅游局局长文绮华**近日提到，今年「旅游+」重点会与会展业结合。过去休闲旅游与会展业是各做各的，今年则希望会展业能与休闲旅游紧密结合，随着旅游局并入经济财政司，未来将与贸促局加强合作，澳门旅游局的海外及内地的办事处除了宣传澳门的休闲旅游，亦会宣传及发掘澳门的会展项目。

潘耀荣非常认同「旅游+」政策，强调旅游一直是会展业界吸引海外客户来澳门举办会展的重要元素。他期望可利用旅游局的平台及资源，例如旅游局在里斯本设有站点，未来可担当会展业的沟通桥梁，以及便利客户等措施，让更多人认识澳门的会议展览项目，加强澳门国际会展都市的形象。澳门会展业同时亦可向客户推广澳门的旅游元素，并与旅游局合作，带动会展客户走入社区，促进消费或更深度的文化交流，发挥会展业及旅游业的联动效益。

以「杭州澳门周」为例，其为很好的「旅游+会展」推介活动，他希望政府作更多配套，让会展业界能参与配合，同时他建议，在国际客源难以来澳下，「旅游+会展」项目可聚焦大湾区旅客。

New Experiences

新场地、新体验下半年一应俱全



（澳门上葡京综合度假村 提供/澳门上葡京）

随着更多大型酒店及会议中心投入使用，澳门的会展及配套设施将陆续增加，澳门贸易投资促进局预计，未来澳门将有逾21万平方米的会展场地，以及逾4万间酒店客房，满足不同类型活动的需要。而且相关会展配套设施完善，包括会展场地、酒店、餐饮、购物、娱乐、世遗古迹等一应俱全，为活动主办单位提供更多便利、丰富的体验。

今年持续有综合度假村将加入澳门市场，包括即将开幕的崭新旅游项目—澳门上葡京综合度假村、持续扩大的澳门伦敦人项目，以及计划将于2021年下半年加入市场的澳门银河等。

当中，由SJM打造的澳门上葡京综合度假村，共设有1,900间客房及套房，其揉合了中国传统文化元素，以及18至19世纪欧洲盛行的著名「中国风」建筑特色，凸显出澳门作为中西文化交流平台的深厚历史底蕴。特别的是，澳门上葡京综合度假村还坐拥两座国际时尚品牌酒店大楼的综合度假村，共有亚洲首间「澳门范思哲豪华酒店大楼」、全球首间「澳门卡尔拉格斐奢华酒店大楼」及「澳门上葡京」三座酒店大楼。同时，度假村设有多家提供环球盛宴的特色餐厅食府，占地超过75,000平方米的购物中心「尚品汇」、提供宴会和庆祝场地的「上葡京礼堂」和多功能厅，以及其他多元休闲娱乐设施。

另一方面，**澳门喜来登大酒店及澳门瑞吉酒店销售及市场推广总经理陶莉娜（Daniella Tonetto）**表示，深受瞩目的澳门伦敦人项目将继续扩大。澳门伦敦人打造了不同的景点，让旅客可以留下难忘的一刻，包括澳门伦敦人的大堂水晶金殿、伦敦探索的士以及英伦茶叙等。接下来，酒店将在下半年开设全新餐厅—喜公馆，并推出三种餐饮体验，也就是：三、餐和TheSweet Shop，提供一系列英国风格、正宗土生葡人和中式餐饮、饮料和甜点。

澳门银河则预计2021年下半年开幕数个全新项目，包括：银河国际会议中心、银河综艺馆，以及两家世界级奢华酒店—澳门银河莱佛士和澳门安达仕酒店。其中，银河国际会议中心将推出总面积达40,000平方米的世界级会展活动场地。与之无缝融合的澳门安达仕酒店，则将提供超过700间独特客房与套房，以及安达仕休息室、酒吧、餐厅、健身中心、室内泳池，还设有专为大型MICE团队服务的登记入住休息室。另外，配备顶级科技的综合娱乐场地—银河综艺馆，可容纳多达16,000名观众，适合举办世界巡回演唱会和大型体育赛事，预计年底前有望揭晓一场万众期待的超级巨星首秀。此外，澳门银河莱佛士也将推出约450间奢华套房。

另外，最近刚刚开幕的澳门葡京人，是澳门主题公园渡假村首个以澳门为主题的项目。其位于澳门路氹城区，整体设计参考并重塑了澳门人集体回忆的经典地标，如爱都酒店、澳门皇宫娱乐场、新中央酒店等。全新四星级项目提供三大主题合共820间客房，包括葡京人、LINE FRIENDS presents CASA DE AMIGO，以及Maison L'Occitane，同时设有众多娱乐设施包括：GoAirborne室内跳伞、澳门飞索、英皇戏院、全澳首个大型室内卡丁车场及户外活动空间，还有主题式夜市、商场及餐饮空间等。

陆上海上皆有新体验

再者，除了新酒店，澳门也陆续增添陆海新体验。其中，澳门大赛车博物馆已于6月1日正式开幕。其楼高四层，总建筑面积约16,000平方米，规模相较扩建之前增加了六倍，为参观者提供澳门格兰披治大赛车相

关知识、娱乐、休闲和学习体验等。博物馆还配备了一系列互动游戏设施，包括Batak Reaction Challenge、澳门格兰披治三级方程式赛车g-force Challenge和MotoVR Race Experience等，让游客可以通过游戏体验赛车的快感。

另外，妈阁庙附近将新增一个码头，进一步提升澳门海上游的服务，通过水路连接澳门半岛、凼仔和路环，丰富游客的城市体验。目前澳门海上游包括休渔渔家乐，以及粤通船务有限公司和信德中旅船务管理（澳门）有限公司的服务。而澳门啤酒概念店也预计将于2021年下半年开业，提供简单食品和澳门品牌啤酒。其将成为澳门全新景点，并有利于社区旅游和当地商业环境。

与此同时，为丰富会展客商在澳门的体验，澳门贸易投资促进局已联同澳门特别行政区政府经济及科技发展局、澳门特别行政区政府旅游局、澳门特别行政区政府文化局、各区工商联会等建立联络机制，向会展客商推介澳门的世遗景点及博物馆等旅游文化活动，借此深入了解澳门独特的文化底蕴，亲身体验本地风土人情及中西文化汇聚的面貌，同时亦为会展客商提供社区导赏服务，探索澳门特色店铺，促进旅游+会展的协同效应。



（提供/澳门政府旅游局）



“协会及社团会议在疫情前，一直为中国会展行业带来丰沛的商机与利益。但历经这一年多来的停顿，协会及社团会议特性恐怕都将出现改变，业者须及时掌握并深入了解，以利疫后重新拿回业绩。”

后疫情时代 协会、社团会议将面临变革

〔张广文—采访报道〕

不少会展业者认为，疫情过后协会会议肯定会回归，并以面对面的形式为主体，但有专家认为，协会会议必经三大改革，才能在后疫情时代健康发展，包括科技赋能、开发健康的会展旅游产品以及注重内容导向。

国际山地旅游联盟 (IMTA) 副主任黄小弟表示，传统线下会议会创造高频次、小范围的交流机会，参会者有机会被动接受讯息，也可以主动分享经验。也就是说，深度参与会议是传统线下会议的优势。不过现阶段来看，由于新冠疫情导致旅行受限，如果举办传统线下会议不但参与人数少、单人预算高、时间成本高，而且国际旅客还有签证问题。基于此，现在线上会议成为了主流，但是其限制在于互动性低，同时，留言内容碎片化，国际参与者更要面对时差的挑战。

他指出，如果单纯从会议目的来看会议模式，线上会议可以扩大受众数量，并且提高影响力，而线下会议可以进行深度参与互动，促进成果转化。黄小弟相信，后疫情时代，协会会议还是会回归线下，因为协会举办活动，主要以深度互动为目的。不过，未来协会的线下会议活动将出现三大改革。

1.首先，协会会议要积极借助现代科技赋能，实现自我革新以迎合时代发展。

线下会议尤其需要利用线上会议平台，进一步扩大影响力，同时实践优势资源结合、互补劣势，提升整体会议质量。

2.再者，协会会议离不开旅游，未来除了需要在更广阔的空间下举行，更要积极开发健康会展旅游产品。后疫情时代，会展业可以利用自身连动性高、凝聚性好、交融性大的特点，采用围绕活动主题、积极延展产品的策略，深度整合资源，迎合后

疫情时代游客追求低密、生态、环保、健康等要素的消费需求，为市场提供更多「会展+旅游」的新产品，提升传统会展业的竞争力。

例如，借助大自然的资源，以「教学+旅游」结合，迎合青少年市场的自然教育旅行，非常适合东南亚等目的地。又如，借助「工业+科技」资源，促使展览和旅游结合，迎合商务人士和培训市场的工业科技旅行，则非常适合欧美等目的地。

另外，主办单位可以考虑举办行走的会议，或是以流动的展厅方式，拓展会展业的发展空间，达到传统会议改革的目标。而新产品开发在促进旅游繁荣升级的同时，伴随着新兴旅游业态的不断成熟，也将激发更多的主题和内容，反哺传统会展业的发展。

3.最后，协会必须注重内容导向，成为知识旅行的践行者。新时代会展业，可以利用自身导向性强、专业性浓的特点，发挥内容创造上的优势，以软建设的方式参与，并与旅游融合。同时，借助专业的线下体验平台和高效的线上传播平台，在旅游业新业态开发、传统业态赋能上，提供更多专业化、针对性的内容支持，成为旅游业转型升级的新动能。毕竟虽然会议成功与否的因素很多，但是内容成功，是会议的最核心的精髓。

黄小弟强调，会展业者还可以利用旅游业多元化的场景资源优势，拓展自身的产品线，提升自身硬实力，从旅游角度和会展相结合，实现后疫情时代传统会议的改革。

社团会议疫后凸显八大特点

近年来，社团会议因数量多、办会频繁、采用商业化运作、收益可观而越来越受到关注。专家认为，后疫情时代，社团会议

将凸显八大特点，即商业化、流动性、周期长、收益高、风险大、有规律、重传播、能共赢等。一旦了解与掌握，更好争取生意。

中国会议酒店联盟常务副会长武少源出席2021中国会议营销大会时表示，了解社团会议的八大特点，更易于争取生意。社团会议的商业化是与政府和公司会议主要的区别之一，也就是说，社团会议的与会者是自愿参加的，往往国内代表参会费用上千元、国外代表参会费用上万元，因此，「会有所值」才会使参会者愿意自费参加。推动社团会议采用商业化运作、市场化运作的实质是销售「会议产品」。

此外，有些会议的举办地点是固定的，例如，博鳌亚洲论坛。这类会议即使再有影响、再有价值，其他城市也都无缘为其服务。但有些会议，每届都在不同的地方举办，具流动性。各个城市的政府管理机构、会议服务机构与会议场地，都非常关注这类会议是否能申办至本地召开。

而收益高为社团会议的特色，原因在于活动多。相较于政府机构、企业、事业单位，社团会议收益最高，社团会议的吃住行花费往往达到19~20万元。相对较多的社会会议的活动，包括了口头报告和张贴报告等专业活动、开幕式、闭幕式和文娱活动等参会活动，以及冷餐会、宴会、茶歇和鸡尾酒会等餐饮活动，以及注册等会务活动。

另外，社团会议的筹费周期漫长，通常都要跨年度。当中，国内社团会议筹备时间1~2年，国外社团会议筹备时间2~8年。有些大型社团类国际会议筹备八年，像是1996~2004年的世界心理大会，以及1998~2006年的国际病理大会。

由于社团会议的筹费周期长，因此需要面临较大的风险：政治事件、天灾人祸，甚

至文化差异，都可能带来负面影响，像是会议改到异地举行，或是会议延期，亦是参与人数缩水。

不过，社团会议有自己的运作规律，共三条主线贯穿六个阶段，其中，三条主线分别为学术、会务和财务管理，而六个阶段则包括：申办、竞标、策划、筹备、召开和善后。所以决定运作的时效性须非常强，而且掌握时机，「不能提前，更不能滞后」。

还有，社团会议非常重营销，这是指会与组织者和与会者之间的互动。筹备中各个环节都体现出互动性。当中，录取通知有助于与会者获得参会经费。而签证邀请方便国外代表获得来华签证。近年来，电子商务极大改善了互动条件。而社团会议最重要的是能共赢，不管是注册费、赞助费、住房佣金，还是旅游，都能达到共赢。

武少源强调，市场营销是在适当的时间、适当的地点，以适当的价格，通过适当的信息沟通与促销手段，向适当的消费者，提供适当的产品和服务过程。因此，要得到社团会议的委托，就必须掌握精准营销，唯有了解，才能精准。



“社团会议的与会者是自愿参加的，往往国内代表参会费用上千元、国外代表参会费用上万元，因此，「会有所值」才会使参会者愿意自费参加。推动社团会议采用商业化运作、市场化运作的实质是销售「会议产品」”

展览主办方应转 聚焦买家品质、加大收获

“随着许多地区疫情现缓和趋势，展览活动已逐渐重回市场，活动组织者也开始为不久后重新举办的现场活动做准备。但此时主办方应将关注焦点转向买家品质及心理健康上，助其成功从展览活动中取得最大收获。”

[钟韵一采访报道]

随着展览业复苏势头增强，展会主办方和参展商开始关注下一步该何去何从，展览业研究中心 (CEIR) 建议，短期内，展会主办方应暂抛对参会人数的重视，转而把焦点放在买家品质上面。

展览业研究中心 (CEIR) 首席执行官 Cathy Breden 介绍道，展览业研究中心 (Center for Exhibition Industry Research, CEIR) 自新冠疫情爆发以来便持续研究疫情对展览产业的影响。据 Exhibitor Media 2021年3月发布的《新冠对展览行业的影响》洞察报告显示，参展商已纷纷将展览预算转向利用多元渠道来做B2B销售。众所周知，参加实体交易会对于企业与潜在客户建立关系来说非常有利，所以该项调查显示有八成以上受访企业相较于线上活动而言更倾向参加现场展会。但就现有客户而言，很多企业已通过打造产品展示设备等方式来和客户保持交流。所以，展览主办方应主动了解参展商都利用哪些渠道来接触目标客户。

此外，还有很多参展商担心展览现场为保障参会者健康安全而新增的卫生清洁流程会导致他们需要额外掏腰包，所以主办方也应考虑是否有能力自行吸收上升的清洁成本。

虚拟活动无法取代现场交易

值得指出的是，据客户关系管理平台

Bizzabo的调查显示，参加虚拟活动的参会者于活动期间平均仅会参加20%的会议，其他都会跳过；另参会者当中未能按预期于活动中进行社交活动者上升了20%，且主动与他人对话的情况减少了13%，认为前一次活动体验不佳者更是增长了26%。

Bizzabo联合创始人、首席营销官及首席财务官Alon Alroy认为，这显示虚拟活动虽在疫情期间盛行，但仍无法完全取代现场活动所有要素。因此，混合型活动应会成为未来主流。

然而，据Exhibitor Media的调查显示，多数企业认为混合型活动和交易会的价值并不高；仅不到10%的受访企业认为其效果良好。就未来实体交易会的参展率来看，Exhibitor Media的调查当中有过半受访企业认为其将稍低于过往水平。

Cathy Breden指出，展会主办方过往都极为注重参展人数，因这不仅攸关注册费收入，更因人数越多，媒体报道就越漂亮，对参展商也越有交代。但是她提醒，当此时节还去参加展会的参会者，都是品质极高、有实际购买意向的买家，参展商的参展成果因此而非常亮眼，对于展会的满意度自然也非常高。所以，在企业普遍削减预算的今年直至明年初，展会主办方应降低对参会人数的看重，转而把焦点放在通过特邀买家计划、找厂商赞助首次参会者计划等方式，尽可能把买家质量拉高。

参会者心理健康不容忽视

再者，多数买家应该有很长时间未参加实体展会及会中的各项社交活动，因此如何从心理健康层面照顾好参会者，以达到更好的活动效果，一直是受大众忽视的话题。后疫情时代，会展活动组织者更应对此加以重视。

✓ 设身处地感受其焦虑

Drive Thru首席执行官Sophie Gray介绍道，从心理健康的角度来看，专业活动组织者在筹备活动时，首先应该花点时间，设身处地为可能对社交场合感到焦虑、不知所措甚至忧郁的参会者着想。参会者有社交焦虑症，并不表示他们不敢和他人交谈；他们只是对自己的个人空间较为在意，并会在到达会场前就行动路线、何处停车、与他人如何寒暄、碰到危机时怎么办等问题想很多。

✓ 提前准备重点资讯

组织者从个人经历或他人访谈预先了解到参会者可能出现的心理状况后，其次便应提前做好重点信息（如去哪里停车、公交站距离会场多远、应提前多久抵达会场、会场出入口在何处、应携带哪些物品、场内哪里可以休息、迟到怎么办、遇到紧急情况时现场找谁协助等）甚至是会场地

图，让参会者通过小手册或电子邮件充分做好参会心理准备。后疫情时代，为参会者营造安全感尤其重要。

✓ 助其增加活动收获

再次，组织者应带着如何把参会者照顾好，让参会者从活动中大有收获的心态去筹备活动。所以除了提前向参会者发送完整的「信息工具包」之外，活动当天也应把出入口都明显标示出来（因为有些人有公共场所恐惧症）；大型活动若现场有医护人员，也应让他们穿着亮色且写着「医护」之类字样的衣服，而不是融入参会群体当中。如此，参会者才能心知随时都能出去透气或找到人帮忙，无需恐慌。

✓ 打造出开放空间

最后，不要限制参会者出入会场的权利（特别是人多的场合），也千万不要锁门，因为这会让感到焦虑的参会者愈发恐惧。活动现场除了不要锁门之外，甚至最好还敞开几扇门，组织者应与主办方及其团队商量如何打造出开放空间，让即便是最为心神不宁的参会者都能安心投入于活动当中。

在把细节都想透、获取参会者反馈并有过多次执行经验之后，活动组织者应把各环节融入常规组织流程当中，使每一场活动都能让参会者安心、自在地参会。

Industry Updates

国家会展中心（天津）启用 与法兰克福展览达成战略合作协定

国家会展中心(天津)于6月24日正式启用。同时，天津市商务局、法兰克福展览亚洲控股有限公司与及国家会展中心（天津）宣布达成战略合作协定，法兰克福展览将凭借其丰富的展会组织经验及全球网路，在天津市商务局的政府支持和引导下，与国家会展中心（天津）共同培育多场国际性品牌展览及活动项目落户天津。

国家会展中心（天津）是商务部继广州、上海之后，为全国第三个国家级现代化展馆，是中国北方展览规模最大、配套设施齐全、全球领先的绿色智慧创新型会展综合体，使环渤海经济圈与粤港澳大湾区和长三角地区相互呼应。展馆体量庞大，完全建成后总建筑

面积达138万平方米，除 55万平方米展览面积外，还包括会议、商业、办公、酒店等完善配套。预计展馆将能辐射东北亚、面向全世界，有望成为具领先能力的国际会展综合体。

商务部于今年4月发布的《天津市服务业扩大开放综合试点总体方案》明确天津重点扩大开放会展服务产业，推动当地成为具有全球影响力的会展中心城市。天津市人民政府也在市级层面奠定了市内国家会展经济片区的未来发展，本月初批复《天津国家会展经济片区规划》，纳入市、区级国土空间总体规划，进一步夯实当地会展产业的基础。

而根据天津市商务局、法兰克福展览集团

及国家会展中心（天津）合作框架，将共同加强战略合作及资源共享，透过更广泛层面的相互协作，推动天津的国家会展经济片区的不断发展。拟定中的专案将包括引进更多国际品牌贸易展会落户天津、相互促进展会活动在国内外范围的宣传招商工作，以至会展人才的交流培训等。

随着合作的落实，法兰克福展览亦宣布旗下的 AMR汽车维修检测诊断设备、零部件及美容养护展览会将于 2022年移师国家会展中心（天津），成为集团首个在天津举行的大型国际性贸易展会。

法兰克福展览集团是目前国际贸易展览会的全球主要参与者之一，拥有近800年的丰富展览经验。集团近年积极配合「国内大循环，国内国际双循环」发展格局，持续发展展会项目，目前在大中华地区已拥有42场品牌展览。自2020年初至今，已有 38场展览顺利举行。

全球IC半导体企业家 九月汇聚上海

2021第四届全球IC企业家大会暨第十九届中国国际半导体博览会 (IC CHINA 2021) 预计9月27~29日于上海新国际博览中心举行，该会展由中国半导体行业协会、中国电子资讯产业发展研究院主办，邀请美国、日本、韩国、英国、德国、法国等国家和地区知名专家及领导企业参加主题演讲及展出，其中半导体博览会使用面积高达2万平方米，集合展览、会议、活动于一体，为疫后上海会展市场带来另一波新气象，并可望带动酒店商机。

据指出，全球IC企业家大会致力于为全球集成电路领域的企业家搭建互动共赢的交流平台，将邀请半导体行业协会负责人、知名企业家和专家学者现场发表精彩演讲，是传递进一步开放合作的舞台，也是国外企业了解中国集成电路产业的视窗。

Hybrid Meeting Package

香港JW万豪酒店推出混合型活动套餐

会议活动是商业世界中不可或缺的部分, 然而受全球疫情影响, 要舉辦面对面的活动变得非常艰巨。虽然线上会议工具随之盛行, 但都只是透过传统荧幕来交流和协作, 难以用作举办活动和进行互动展示。香港JW万豪酒店作为香港最佳商务及会议酒店之一, 决心重新定义和恢复会议活动, 率先引进延伸实境 (Extended Reality, xR) 技术去构设混合型活动, 将酒店现场虚拟和实体活动无缝接合。

混合型活动让筹划者通过构建虚拟xR舞台, 同时容纳亲临会场的与会者和身处其他地方的参与者, 一同进入现实

与虚拟完美结合的世界, 并利用全像摄影 (Hologram) 让不在现场的参与者都能实时生动地在虚拟xR舞台上出现和互动。而扩展实境 (Augmented Reality, AR) 技术亦可融汇引用到xR舞台上, 让客户透过现场互动, 轻易有效地介绍公司产品的特性。此外, 一般会议所需工具, 如PowerPoint简报、视频播放和线上会议等亦可融合到xR舞台上。

香港JW万豪酒店诚邀各界率先体验这



突破性技术方案, 举办一场前所未有、影响力的混合型或全虚拟会议活动。预订设置在酒店30楼行政会议室的xR舞台套餐, 全天活动只需港币净价120, 000元, 包括:

- xR 舞台活动一天及一天前彩排 (每天最多 8 小时)
- 从模板挑选标准场景一个 (度身设计的场景和3D内容须另行报价)
- 其他配套设备, 如Panasonic 4K 摄影机、AJA Ki Pro 录像机、用于视频播放的Macbook Pro 等

有效期至2021年9月15日。如需活动场地须另行报价及视乎供应而定。另附条款及细则。 查询请致电 +852 2841 3838 或电邮 jwmarriott.hk@marriotthotels.com。

Summer Promotion

在澳门金沙度假区享受盛夏奢华住宿



夏日已至, 澳门金沙度假区旗下酒店推出一系列盛夏住宿套票, 宾客可于澳门金沙度假区尽享一系列奢华住宿, 住宿套票价格由澳门币788元起;更可凭度假区消费券于澳门金沙度假区旗下指定商户享受餐饮美饌、水疗及休闲娱乐。预订日期由即日起至2021年9月29日, 入住日期则由2021年7月16日起至9月29日。以下为摘要部分酒店套票内容

澳门伦敦人酒店

- 路易套房住宿一晚, 套票价格由澳门币2, 898元起。
- 澳门伦敦人酒店专属会所「华庭」双人全日通行, 享受优质餐饮, 包括自助早餐、英式下午茶及于傍晚时段指定特色鸡尾酒连豪华佐酒小食。

- 「伦敦探索的士」照片一张

澳门康莱德酒店

- 豪华客房住宿一晚, 套票价格由澳门币1, 038元起。

- 于丘吉尔餐厅享用双人自助早餐或澳门币400元餐饮消费额

澳门喜来登大酒店

- 豪华客房住宿一晚, 套票价格由澳门币788元起。

- 澳门币500元餐饮消费额
- 「伦敦探索的士」照片一张

澳门瑞吉酒店

- 预订及入住日期由即日起至2021年12月31日
- 豪华客房住宿一晚, 套票价格由澳门币1, 288元起。

- 澳门币600元酒店消费额
- 延迟退房至下午2时 (视乎入住时客房供应情况而定)

澳门金沙®

- 豪华套房住宿一晚, 套票价格由澳门币918元起。
- 澳门币400元餐饮礼券



凯悦酒店集团
夏日最高75折优惠

凯悦酒店集团诚意奉上夏日限时优惠, 预订即享房价低至75折或免费住宿礼遇, 随心出发, 解锁一整个夏天的美好。

即日起至7月31日, 通过凯悦官网、凯悦天地App及凯悦官方微信小程序预订凯悦酒店集团旗下酒店, 即可获享房价9折至最高75折优惠, 或享受免费住宿礼遇, 付费连住2晚, 享第3晚免费;付费连住3晚, 享第4晚免费;付费连住4晚, 享第5晚免费。此活动适用入住时间为2021年6月15日至9月30日。礼遇适用部分房型且将视酒店有所不同, 优惠详情请以酒店信息为准。

参与此次限时礼遇的酒店及度假村包括: 台北兆龙饭店、厦门安达仕酒店、重庆丽思瑞酒店、三亚海棠湾君悦酒店、成都群光君悦酒店、西安凯悦酒店、上海柏悦酒店、三亚太阳湾柏悦酒店、阿丽拉乌镇等。

酒店坐落于这一商务和交通区域的核心, 企业活动是酒店的一大亮点, 郑州航空港诺富特酒店拥有众多全面的会议设施, 并由经验丰富的专业团队协作支持。酒店内设一间无柱式大宴会厅、四间不同类型的多功能厅和一个VIP贵宾接待室, 配备专业音响及灯光和高速无线网络。

即日起至2021年8月31日, 加入雅高心悦界会员, 通过雅高心悦界微信小程序首次预订入住, 最多可享八五折优惠, 并附赠双人早餐。



雅高集团热烈庆祝郑州航空港诺富特酒店正式开业。这一诺富特旗下最新酒店屹立于活力四射的郑州航空港经济综合实验区。郑州航空港诺富特酒店闪耀在新郑国际机场主干道沿线, 以其现代、温馨的设计、创新的可持续发展理念营造热情、舒适的氛围, 备受赞誉, 为前往郑州这座澎湃都市的宾客提供理想选择。

总编辑: Penny Chang
电话: 886-2-2727 0050 传真: 886-2-2727 6592
电子邮件: penny.chang@ttgasia.com

网络主编: 李佩纯 Josephine Lee
电子邮件: josephine.lee@ttgasia.com

记者: 张广文 Yvonne Chang
电子邮件: yvonne.chang@ttgasia.com

记者: 钟韵 Nadia Chung
电子邮件: nadia.chung@ttgasia.com

编辑委员会
集团编辑: Karen Yue
电话: 65-6395 7575 传真: 65-6536 0896
电子邮件: karen.yue@ttgasia.com

销售及市场部
发行人: 郭益强 Pierre Quek
电话: 65-6395 7545
电子邮件: pierre.quek@ttgasia.com
发行人: 徐美 Chimmy Tsui
电话: 852-2237 7282
手提: 852-91821388 · 86-15000225637
电子邮件: chimmy.tsui@ttgasia.com

广告销售部
· 香港/ 徐美 Chimmy Tsui
电话: 852-2237 7282
手提: 852-91821388 · 86-15000225637
电子邮件: chimmy.tsui@ttgasia.com
· 张冰 Emily Zhang
手提: 13810116979
电子邮件: emily.zhang@ttgasia.com
· 新加坡/ Arlene Lee
电话: 65-6395 7510
电子邮件: arlene.lee@ttgasia.com
· Jonathan Yap
电话: 65-6395 7577
电子邮件: jonathanyap@ttgasia.com
· Shirley Tan
电话: 65- 6395 7535 电子邮件: shirley.tan@ttgasia.com

广告代理
South East Asia
Thailand: Anchana Nararidh, Absolute Communications Co., Ltd
(tel: 66-2 258 4423-25, fax: 66-2 258 4426, email: anchana@abcom.co.th)

North Asia
Japan: Yoshihiro Igusa, Pacific Business Inc.
(tel: 81-3-3661 6138, fax: 81-3-3661 6139, email: igusa-pbi@gol.com)
South Korea: SS Song, First Media Services Corp.
(tel: 82-2-363 3591/2, fax: 82-2-738 7970, email: fmsc@unitel.co.kr)
Taiwan: Virginia Lee/ Shirley Shen/ Kitty Luh, Spacemark Media Services
(tel: 886-2-2522 2282, fax: 886-2-2522 2281, email: smedia@ms5.hinet.net)
Sri Lanka: Vijitha Yapa/ Albadur Cader, Vijitha Yapa Associates
(tel: 94-11-255 6600, fax: 94-11-281 6511, email: vyadvit@gmail.com, vyadvitin@gmail.com, vijiyapa@gmail.com)

Europe
Spain: Luis Andrade Publicidad Internacional S.L
Barcelona: Carlos Garcia
(tel: 34-93-363 5750, fax: 34-93-410 0275, email: cgarcia@luisandrade.com)
Madrid: Luis Andrade
(tel: 34-91-441 6266, fax: 34-91-441 6549, email: landrade@luisandrade.com)

制作及行政部
广告材料收集: 香港/ 郑建华 Carol Cheng
(电话: 852-2237 7272 传真: 852-2237 7227)
新加坡/ 林佳佳 Cheryl Lim
(电话: 65-6395 7540 电子邮件: cherylilm@ttgasia.com)

发行: Katherine Leong
(电话: 65-6395 7528 传真: 65-6536 8639, Katherine.leong@ttgasia.com)

制作经理: Jonathan Wan
行政总裁: 黄汉明 Darren Ng

办事处
新加坡: 1 Science Park Road
#04-07 The Capricorn
Singapore Science Park II
Singapore 117528
(电话: 65-6395 7575 传真: 65-6536 0896)
香港: 香港九龙尖沙咀东, 么地道66号 尖沙咀中心西翼10楼1007室
电话: 852-22377272
传真: 852-22377227

印刷: 香港大一印刷有限公司
香港柴湾康民街2号康民工业中心1401-8室
本刊物为月刊, 由TTG ASIA MEDIA PTE LTD 制作发行。

GO

GRAND
GATHERING.

GRAND

澳门君悦酒店

无论是举办午餐会，华贵典雅的主题晚会或满载激情的舞会派对，酒店的无柱式大型宴会厅、澳门唯一拥有开放式厨房的盛会厅及多间多功能沙龙厅，定必为您带来卓越非凡的体验。我们不但提供专业服务和尖端设施，更切实地实现创意会议互动的会议管理应用程序，全方位提供您所需的一切。

立即计划您下一场盛事，畅享#与君同悦#之快。

预订，请浏览 grandhyattmacau.com

GRAND | HYATT
君悦酒店