

TTG BT. mice

企业旅游报 CHINA

Virtual Events

线上出席率太低?

要把视讯会议当成现场活动来办!

4~5

Industry Recovery

德国发起未来会议活动 打造安全差旅计划 2

香港与内地12月小规模通关 新场地展现新亮点 2-3

Exhibition

买家对现场活动需求超出预期 6

Sustainability

融入可持续奖励旅游3要件 9

Insurance

国际安全旅游保险合作打通出境会奖环节 10

Cruise

2022年展望乐观

全球邮轮市场稳步复苏 8



NOV/DEC 2021

VOL. 111

亚太会展业迈向增长 摸索开放之路仍具挑战

[张广文 — 采访报道]

9月28日, 2021亚洲奖励旅游及会议展(IT&CMA)暨亚太国际商旅大会(CTW Asia-Pacific)盛大开幕。多名专家一致表达, 虽然现阶段亚太地区正在摸索该如何开放, 会展旅游恢复仍将面对挑战, 但是未来前景乐观, 未来六个月亚太出境商务旅行者将出现增长。

全球差旅管理公司FCM亚太销售总监 James Ellis认为, 放眼全球, 欧洲境内的夏季旅游明显成长, 冬季预定也表现不错, 同时, 加拿大旅客前往美国的数量在增长, 预计未来美国旅客前往加拿大的数量也将很快增加。

在这样的大环境下, 全球商务旅行市场可谓前景乐观。不过, 由于新冠疫情控制得比欧美较好, 亚太地区相对来说, 边境政策比较保守。

值得注意的是, 自从新加坡选择改变新冠病毒防疫策略、谋求「与病毒共存」, 重开国际旅游、打造世界枢纽以重启经济, 新加坡就开始领跑亚太地区, 甚至成为许多亚太目的地期望未来效仿的对象。由于

新加坡自9月起与德国试行双向「已完成疫苗接种者旅游通道」, 越来越多亚太企业利用此通道, 从新加坡前往德国, 以便与欧洲各地的企业在德国会面。

另一方面, 香港也积极争取开放边境, 自9月中起实施了「来港易」计划, 每天容许中国内地及澳门2,000名(各1000名)非香港居民免检疫入境。

澳大利亚和新西兰近期更开始探索如何针对已经完成疫苗接种的旅客, 开放入境, 同时计划允许以居家隔离取代指定酒店隔离, 以及减少隔离天数至七天。这对已经习惯居家上班的商务旅行者来说, 乃是一大好消息。

整体来看, 虽然速度较慢, 但是亚太旅游恢复正在朝好的方向迈进。同样的, **Fireworks Trade Media Group创始人兼集团总裁 Kenny Yong**补充道, 越来越多客户询问面对面展览的事宜, 尤其是马来西亚、泰国、印尼等地的客户, 当中, 马来西亚的客户甚至开始在为2022年六月的展览做准备。

旅游数据分析公司ForwardKeys亚太区

战略客户与合作伙伴关系副总裁 Jameson Wong则表示, 如果不积极推动开放, 会展旅游者对旅行的持续兴趣与需求, 并不一定会恢复, 会展旅游恢复仍将面对挑战。

根据ForwardKeys旅游资料显示, 就未来六个月航班销售预定量, 亚太地区今年对比2019年, 入境方面将迎来更少的商务旅行者, 以及减半的团队旅客数量。相比2019年商务旅行者占全球旅行者的5.3%, 今年仅约4.9%。团队旅客数量则在2019年占12.3%, 今年此占比大降至5.7%。而出境方面, 今年商务旅行者数量大幅提升, 从2019年的6.5%比例, 上升至10.2%。也就是说, 未来六个月将看到更多亚太商务旅行者出境旅行。不过, 出境的团队旅客数量仍维持低位, 相比2019年的17%, 今年占比仅5.6%。

由于大部分的国家都属于边境关闭状态, 今年夏季(5-8月)同比2019年同期, 亚太地区的国际入境人数, 相比全球其他地区, 下降幅度最大, 下滑了94%。面对未来, 从实际销售的航班来看, 接下来的旅游业务也仅在疫情前的8%水平。

News Clippings

国际航协: 第三季度全球航企亏损收窄

根据国际航空运输协会发布最新的财务资料调查报告显示, 2021年第三季度与第二季度相比, 航空公司的经营压力有所缓解, 随着市场重新开放, 部分国内和国际短途航线客运量开始复苏。

与2021年第二季度相比, 第三季度航空公司的总体财务损失有所减少, 部分航空公司实现了新冠肺炎疫情危机以来的首个盈利季度。参与调查的27家航空公司中, 第三季度全行业的息税前利润率为-2%。

第三季度为传统旺季, 部分国内和国际短途航线取消了旅行限制, 客运恢复复苏迹象。北美航空公司是表现最好的航空公司之一, 尽管在8月至9月也受到了新冠肺炎疫情的影响, 但仍受益于美国国内市场客流量的增多, 美国航空公司的利润也受到政府薪资支持计划的提振。欧洲航空公司强劲复苏, 得益于欧洲内部客运量的增长。

奥克伍德进驻京都

奥克伍德宣布京都尾池奥克伍德酒店(Oakwood Hotel Oike Kyoto)正式开幕, 加快实现于2025年底前将全球管理物业数量增加一倍的品牌目标。这是品牌位于日本的第12家酒店公寓, 也标志着奥克伍德于京都首次亮相。

新登场的京都尾池奥克伍德酒店位于迷人历史文化区之核心地段, 提供120间精心设计的客房, 以及附有设备齐全的厨房和洗衣设施的开放式公寓。



内附
上海迪士尼度假区
会议及活动
小册子

BREAKING

上海旅业协会会奖商旅分会成立

上海市旅游行业协会会奖商旅分会成立大会暨分会第一届一次理事大会, 在9月27日世界旅游日于上海国际会议中心举行, 并选举锦江旅游控股有限公司董事长郑蓓为会奖商旅分会第一届会长。

十四五期间, 上海深化世界知名旅游城市建设, 突出高品质旅游发展、高品质旅游生活、高水平旅游交流的提质增

能主线, 以引领重大项目、名片性重大活动、功能性重大平台形成旅游发展的高峰, 不断服务国家战略和上海城市发展, 会奖商旅市场随之不断扩大。与之相关联的会展公司、商旅公司、会展场地、酒店、科技公司、部分从事会展及奖励旅游行业相关的旅行社和企事业单位, 为商务出行、展览、奖励旅游、会议活动等业态的专业化、品牌化、国际化、产业化进程做出了重

大贡献。

上海市旅游行业协会成立会奖商旅分会, 旨在以「全域发展、提升能级、合作共赢」为服务主线, 主动融入国家发展战略, 对标上海城市发展目标, 积极搭建交流与合作平台, 立足于会奖商旅发展问题及会议市场趋势, 创新发展思路, 鼓励新产品研发、新业态培育、新技能培训, 全面助推会奖商旅行业长足发展和规范运营。

Germany

德国发起未来会议活动 打造安全差旅计划

“ 近日，德国会议促进局针对中国市场举办首场在线路演活动，期望在国际旅行仍然受限的情况下，保持德国会奖供应商和中国会议策划人之间的商业联系。现阶段德国致力在数字化转型中重塑，并发起「德国未来会议活动」、「安全差旅计划」及打造全新商务活动形式BOCOM(Borderless Communication)，期望能尽速恢复商旅市场。

[张广文 — 采访报道]

德国会议促进局局长Matthias Schultze表示，此次专门针对中国市场的首个在线路演活动，得到德国会议产业界的积极响应，柏林会议促进局、杜塞尔多夫会议促进局、法兰克福会议促进局、法兰克福展览公司、德国汉诺威展览公司、汉诺威会议中心、慕尼黑会议促进局、慕尼黑展览公司和Deutsche Hospitality酒店集团等展商回应参与，借由微信小程序和网页端，运用线上展示、直播、网络会议等，与中国的合作伙伴实现资源共享和深度沟通。其中，云端展厅将持续到2021年年终。

商业活动正进行数字化转型

业务活动有助促进国际关系。自1873年，所有国际科学会议组织和运行都选择轮流动态模式，也就是每年都在不同国家举行。德国是2019年接待最多商务旅客从国外前往另一个国家参加商务活动的国家。现阶段，德国商业活动正在数字化转型中重塑，面对面的会议要恢复仍需要时间，因此，虚拟会议或混合会议的运行是一门

必学之课。

Matthias Schultze表示，德国会议促进局的愿景，是吸引更多会议在德国举办，以数字化结合面对面的方式连接世界，连接起数字虚拟平台和现场现实世界。基于此，德国会议促进局将加大力度宣传当地创造理想的MICE活动环境，同时拥有丰富的目的地资源，包括商业中心、酒店、会议中心等最先进的基础设施，以及完善的科技和数字解决方案。

根据调查，83%的业务活动策划者根据科学和经济领域的某些集群或专业知识选择目的地；63%的规划者认为可持续性非常重要；63%的规划者更喜欢先用数字推广渠道，再举办面对面的活动。同时，线上与线下混合的形式，以及虚拟活动的形式将越来越重要，80%的商业活动策划者说新格式和新工具有助于带来更多商机。

大打「安全牌」挖掘未来新商机

当前，德国已经准备好再次举办商业活动，Matthias Schultze说明，德国企业在为

合作伙伴创造新产品和服务时，都是基于资料并以客户为中心。目前商务旅客决定要去哪里旅行，最看重的就是安全，德国在防疫上面表现优异，吸引力自然加分。而商务活动最重要的内容，以及全新沟通渠道的运用和挖掘商机的能力，都是德国商务活动的强项。这也是德国会议促进局发起「德国未来会议活动」和「安全差旅计划」的原因，接下来计划让更多企业了解到在德国举办业务活动的优势，并安心于德国当地针对商务活动运行和组织的安全性，所付出的努力。

为了创建多网站的国际会议，德国会议促进局还联手大型企业，如西门子、雅高连锁酒店等，并与欧洲最知名的研究机构the Fraunhofer Institute合作，期望打造全新商务活动形式BOCOM，即数字时代的无边界通信。简单说，设定国际会议的主要枢纽在德国柏林，后来将全球多个其他目的地与之相连接，以此创建多网站会议。此BOCOM非常注重在数字商业世界中体验无边界通信，如克服移动、语言交流、文化和工作场所的边界。未来BOCOM将持续挑战技术，聚焦有效性，以根据全球客户需求推出最佳的产品与服务。

参与活动的德国供应商则积极分享当地最新资讯。杜塞尔多夫会议促进局局长Jens Ihnen指出，杜塞尔多夫国际机场旁的EUREF园区，将从2024年起，成为当地可容纳600人的独特活动举办地，吸引青睐可持续发展与创新等议题的行业企业。

Deutsche Hospitality酒店集团首席执行官

行官Marcus Bernhardt补充，Deutsche Hospitality酒店集团于2021年10月1日以中国精选项目2.0的形式针对中国客人的服务升级，提供更为全面、更具个性化的服务。此外，相邻的歌德故居的德国浪漫主义博物馆，已于2021年9月14日在法兰克福开馆，其总展览面积约为1,200平方米，另有400平方米用于临时展览，还设有多功能场地。

▼ 商务活动策划者偏好新工具及数字渠道 (提供/德国会议促进局)

83% 根据科学和经济领域专业知识选择目的地

63% 认为可持续性非常重要

63% 喜欢先用数字推广渠道，再举办面对面的活动

80% 认为新格式和新工具有助于带来更多商机



德国会议促进局局长Matthias Schultze (提供/德国会议促进局)

Hong Kong

香港与内地12月小规模通关 新场地展现新亮点

“ 根据国务院港澳事务办公室最近发布的一份声明，内地与香港之间恢复免检疫旅行正在有序进行。香港特区行政长官林郑月娥近日表示，香港政府希望明年2月，即粤港澳大湾区发展规划纲要三周年时，能与内地展开较有规模的「通关」。有消息指出，特区政府目标是争取下月先试行小规模放宽通关。而香港视觉文化博物馆(M+)近日开幕并推出多个全新MICE场地，亦适时振奋了市场。

[张广文 — 采访报道]

针对内地与香港之间恢复免检疫旅行，中央人民政府和香港特区政府近日都发出了积极正面的信息，双方的讨论、专家的对接都已经得到良好的进展。为推进有序恢复通关，香港特区政府将继续以「清零」为目标，坚守「外防输入、内防反弹」防控策略，根据联防联控原则继续加强和贯彻落实各项防疫抗疫措施，确保「通关」不会对内地疫情防控带来额外风险，两地政府仍在就通关的「熔断机制」标准进行协

商。

逐步推行香港内地间往来免检疫、免隔离

目前，免检疫从内地来到香港已顺利落实，像是让香港居民免检疫回到香港的「回港易」计划，已安排了近30万名香港居民回香港，同时，非香港居民从内地来香港的「来港易」计划，也有超过1万名非香港居民免检疫来到香港。因此，所谓通关，是

要让香港居民能免检疫到内地进行商业、探访或其他活动。

林郑月娥认为，如果要争取与内地尽快通关，不能要求内地大规模开放所有省市让港人免检疫进入，必须小规模、有序及逐步通关，预料通关初期只限广东省地区，香港与深圳接壤的陆路口岸或港珠澳大桥可能是首批开放的口岸。

据了解，香港与内地之间的免隔离旅

行，最快将于今年12月中旬启动，第一阶段将设置配额制度，并优先考虑需要探望老年家庭成员、参加葬礼或出于商业目的而出行的旅客，初步试运行期间旅客活动范围仅限于广东省之内，通关初期有可能每日只设1,000个或以下的配额。而跨境学生由于人数太多，难包括在优先群体中。

首批免隔离边境检查站将设在深圳或港珠澳大桥。届时还将要求旅客已完成接种两剂新冠疫苗，持48或72小时内核酸检测阴性证明，同时，须上传安心出行接触者追踪应用程序记录，以及过关后使用内地健康二维码系统。

受制于新冠疫情，香港与内地之间的免隔离跨境旅行已经暂停了21个月。预计香港和内地落实免隔离通关，将有三个主要时间节点，一是今年12月落实试点性质的「初期通关」，二是明年2月北京冬奥后，

INDUSTRY RECOVERY

落实「较有规模的通关」。最后在明年6月底前落实「全面性通关」，以迎接香港回归祖国25周年等大型庆祝活动。为了争取早日通关，香港政府最近更大幅收紧多项防疫措施，包括取消大部分豁免检疫群组，加密高危群组检测，并将强制使用安心出行出入政府场所等。

此外，香港机场管理局透露，目前正考虑在离境层及抵港层分别划出2个区域，分隔来自内地及其他地方的入境人士，以为将来与内地通关作准备，因机场属高风险地区，故需作有效分隔，以减少交叉感染。

香港视觉文化博物馆推出逾20个全新场地

防疫不忘发展，香港又有新场地问世。香港标志性的西九文化区，于2021年11月12日起更活跃于香港商业活动场景，随着香港视觉文化博物馆(M+)开幕并推出多个全新MICE场地，此崭新的亚洲首间全球当代视觉文化博物馆，将进一步提升香港的MICE形象。

全新的M+拥有超过20个具潜力的活动空间，其中包括：三个电影院、一个露天礼堂，以及可欣赏维多利亚港景色的多个户

外空间。据了解，M+将聚焦于吸引MICE团体到访举办活动，像是500人的大会或是1,000人的站立式鸡尾酒会。在经验丰富的团队支持下，M+正与香港旅游发展局紧密合作，并计划参加国际贸易展览以加大力度推广本身多元的场地。

目前场馆已经接到一些关于奖励旅游和会议方面的询问，并表示M+将在博物馆开放后，接受活动日期一年内的预订。而在M+举办活动所产生的所有收入，都将直接支持香港的视觉文化和博物馆的规划和运营。

针对M+加入市场，香港会展业者和商务活动组织者纷纷表示欢迎，并对全新的场地充满期待，相信这些都将会是吸引客户的潜在活动空间。

畅游亚洲旅游管理有限公司总经理Doris Lam表示，有些M+的餐厅和餐饮场所可以转变成派对或聚会场地，这对奖励旅游团体来说，很有吸引力。另外，M+还有小型会议空间，可以吸引那些想要不在酒店场所举行会议的企业团体，一些场地上演街头表演，让商务活动融入不一样的亮点。

另一方面，澳大利亚差旅管理公司Corporate Travel Management (CTM) 会展

负责人Patrick Lam预计，许多MICE旅客会选择M+参加会议和大会，尤其是来自中国内地的银行、保险公司、医疗集团以及国际企业，因为西九文化区本身已经是一个景点。而且M+的位置靠近尖沙咀和中环，又距离机场、渡轮码头不远，也有方便前往深圳边境的交通设施，使其更具吸引力。

据了解，香港旅游发展局将会复办除夕倒数实体活动，采用崭新的形式，首次

举办「香港跨年倒数演唱会」，选址西九文化区艺术公园作户外演出。演唱会更会以电视及网上直播至全球各地，让旅客无论身处何地，都能感受倒数一刻的热闹气氛。

未来，香港西九文化区将充满多姿多彩的活动，连同全新M+，在更多游客心中持续种草。

“M+正与香港旅游发展局紧密合作，并计划参加国际贸易展览以加大力度推广本身多元的场地。”



(提供/香港视觉文化博物馆)

Thailand

边境重启，迎国际游客 泰国加大力度宣传“SMILE”

[张广文 — 采访报道]

泰国近期宣布，于11月1日起实施国际游客入境免隔离措施。配合边境开放政策的重启，泰国国家会议展览局近期在中国市场加大力度宣传“SMILE”计划的具具体措施，期望吸引更多国际奖励旅游和会议团队前往泰国举办活动。

记者从泰国国家会议展览局会议与奖励部门获悉，11月1日起实施的国际游客入境免隔离措施，要求入境游客需来自疫情低风险国家、完成全剂新冠疫苗接种，在始发国和到达泰国机场时需接受RT-PCR检测，随后即可正常前往泰国各地旅游。而疫情低风险国家名单，初步拟定至少46个国家，包括中国、美国、英国、德国、新加坡等在內，后续将于12月份、明年1月份商谈增加低风险国家名单。

自普吉岛和苏梅岛「沙箱」计划启动以来，泰国已经接待超过47,000名国际游客。从2021年10月1日起，在「沙箱」计划下，已全面接种新冠疫苗的游客前往普吉岛、素叻他尼(苏梅岛、帕岸岛和涛岛)、攀牙(拷叻和大瑤岛)和甲米(皮皮岛、奈岛和莱利)，只需要在目的地停留7天，就可以继续前往泰国其他地方旅行。

泰国国家会议展览局(TCEB)战略营销和业务发展高级副总裁Nichapa Yoswee女

士表示，SMILE就是为了热烈欢迎会议和奖励旅游回到泰国举行。作为亚洲领先的会议和奖励旅游目的地之一，泰国总是能为商务旅客带来难忘的体验。现阶段，每个人出行最重要的就是安全(Safety)，即SMILE的第一个字母S所强调。参与SMILE的酒店和所有服务提供商均为TCEB的合作伙伴，并已通过认证，符合泰国政府安全与健康管理局的卫生实践标准。从即日起至2022年8月确认的团体，将在2022年9月底之前，都可享受60多家酒店和DMC提供的独特优惠和额外服务，如免费住宿、客房升级、机场接送等。

从地理位置来看，SMILE合作伙伴遍布曼谷、普吉岛和芭堤雅，并在清邁、清萊、蘇梅島、華欣、甲米和攀牙府等地也有開展業務，凸顯出SMILE最后两个字母的含義，也就是会展目的地社區中的當地語系化體驗(Localized Experience)。

另外，SMILE還提供每組高達15,000美元的補助金。TCEB希望在各種支持下，能夠吸引更多會議和獎勵旅遊團隊到訪泰國各地社區，創造難忘的經歷，像是使用村裡新鮮食材烹製正宗當地美食，或是舉辦幫助當地人振興社區森林或海灘的團隊建設活動。



岁末团队宴会优享

年终“香”聚，上海静安香格里拉特别推出“岁末团队宴会优享”套餐，带来一站式宴会、美食和居停体验。中式套餐、西式套餐或自助晚餐每桌十位自人民币6,888元起，即刻预定可享三小时软饮及果汁畅饮及以下特惠。

满额优惠

- 消费达人民币50,000元及以上即可享指定红/白葡萄酒特惠-每瓶人民币158元(10瓶起订)
- 消费达人民币200,000元及以上即可享尊雅客房一晚入住含次日双早
- 消费达人民币300,000元及以上即可享CHI水疗单人60分钟护理一次或两张两咖啡双人自助餐券
- 消费达人民币500,000元及以上即可享CHI水疗双人60分钟护理一次或豪华阁尊贵客房一晚入住含次日双早

团队入住专享

- 团体预定二十间客房(高峰夜晚)，可额外享一间尊雅客房(每个团体最多可额外享五间尊雅客房)
- 每五十间付费客房(高峰夜晚)，可享一间尊雅客房升级至豪华阁尊贵客房(每个团体最多每天可享四间升级)
- 预定会议套餐每满二十位，在活动当日可额外赠送一位会议套餐。(每个团体每天最多可额外赠送十位会议套餐)

条款和细则

- 以上价格均为人民币，并已包含10%服务费与6%政府现行税率
- 此活动适用于2021年11月20日至2022年4月5日的新预订
- 此活动不得与其他优惠或折扣同时使用

更多详情请致电 (86 21) 2203 6341 或发送邮件至jane.qin@shangri-la.com





“ 网路视讯会议从形式到内容，往往多乏善可陈，其功用也难以发挥。专家认为，若能把小而简的网路视讯会议当成内容扎实、制作精良的「活动」来举行，增加现场才有的重要元素，就可减少人们报名又不参加的情况，吸引越来越多参会者准时参与。
[钟韵一 采访报道]

线上出席率太低? 要把视讯会议当成现场活动来办!

以网络视频会议平台举办简单小型会议，可容参会者进行更为亲近，从而更有影响力的互动，因此与大型活动一般，也能为企业创造价值。但是，Cvent营销总监 Brock Moreau说道，会议小而简，并不代表内容无聊或未经排练；主办者依旧须下足工夫才能发挥网络视频会议的价值。

他举例，大型音乐会的灯光、音响、人群和跃动固然令人振奋，但小型插电演唱会的氛围和效果有时更为令人难忘。可是无论哪种形式，表演者都必须做好充分准备，演出才有观赏价值。

他指出，会议活动组织者如果不能从每个触点和每次观众互动中了解全局，其实就很难把大型活动和混合型活动办好，因为过往成果好的小型网络视频会议举办经验，正是筹备混合型活动的最佳参照起点。而要在信息爆炸的混乱环境中让参会者与主办方成功互动，组织者应从最初的电子邮件邀请函、注册流程、现场演示直到会后跟进，都致力创造参会者难忘的瞬间。这就好比在一条汹涌的河流上铺设垫脚石，而河里挤满了争夺同批受众时间、兴趣和金钱的其他品牌商。

Brock Moreau说道，很多人认为网络视频会议不过就是不用多费精力去演示报告的场合而已；这种想法必须要改变。他坦言，其自身准时参加网络视频会议至今仅一次，而准时参加的原因是该场活动上有某个现场才有的不容错过的元素。实际上，多数人多数时候都会在收到网络视频会议邀请函时报名参加，但等结束后再以两倍速观看回放甚至直接懒得打开链接，以减少时间浪费。

所以，把网络视频会议当成活动来举行，呈现制作精良的扎实内容，让人们不愿错过现场才有的重要瞬间和当下进行互动的机会，实际参与的人才会越来越多。

避免虚拟会议倦怠 应刻意安排「闲聊」

吸引参会者出席后，下一个挑战就是如何避免其陷入倦怠。事实上，无论实体会议

或者虚拟会议，长时间开会都容易使人倦怠。然而，实体会议开始前一般都会有几分钟让参会者放松、交流的闲置时间，虚拟会议却往往直接进入正题，使参会者士气越来越低落。专家建议，线上会议可以安排闲聊时间，对会议效率、效果更有助益。

会议时间有多少要移动到正题、多少要拿来闲聊，其实在实体会议中一般都会自然达到平衡点，因为实体会议在正式开始之前，参会者一般都会有一小段时间可以先喝个咖啡，与其他参会者寒暄、闲聊。然而，线上会议却较难做到这一点，因为随着虚拟会议成为主流，会议往往在参会者视讯一打开便立即进入正题，造成参会者之间没有彼此热络、巩固感情的时间，彼此关系也逐渐冷淡，不利团队合作。

据作家Bob Frisch和Cary Greene在哈佛商业评论发表的研究显示，成天线上开会虽会令人筋疲力尽，导致人们抗拒额外花时间与他人闲聊，然而若能掌握好方法，刻意安排寒暄时间却是能促进团队向心力和提升绩效的好方法。

为充分利用寒暄、闲聊的好处，但也不造成线上会议参会者对于「浪费时间」心生排斥，他们建议：

1. **首先，应刻意把寒暄时间安排到议程里**，而不是临时要求参会者延长开会时间、大眼瞪小眼，以让参会者都对放松心情、随意闲聊做好时间安排和心理准备。
2. **其次，开会前可以先点名问参会者近期情况，或安排互动环节，让个别参会者有机会发言，为正式会议作「暖场」**。虽说经常一起开会的同一批人因过于熟悉，倾向直接忽略掉此一环节，但随着会议转到线上，简短的轻松互动，或者有趣的小游戏（比如请参会者提前发送自己童年照片，请其他参会者猜测谁是谁），都有助于参会者更快进入最佳状态。每次开会只要花上三、五分钟时间寒暄、互动就能达到更好的会议效果，如此的投资

- 报酬率其实并不差。
3. **再次，可在会议过程中安排以发表意见和预测为主的问答环节，或者先用投票功能收集参会者观点，再让参会者就投票结果随机讨论**。此种方法与「闲聊」的区别是，容参会者针对特定议题开展具创造性的「头脑风暴」，使参会者能仍旧于「业务」的讨论范围内，使探讨内容较日常议程项目更有高度。
 4. **最后，可以把天马行空的聊天时间留到会议最末尾进行**。如此，参会者可以依自己方便与否，决定是留线上与他人进一步交流，还是提前下线，处理其他工作或生活杂事，而不必在急着想走的情况下还要额外花15分钟时间盯着电脑屏幕，等他人聊尽兴了才能下线，使会议兼顾效率与效果。

利用脑部休息活动 增进虚拟会议效果

过去，大家可能误以为虚拟会议很轻松，但这两年因疫情而大量召开后，许多人终于发现，虚拟会议其实容易让人身心俱疲。前述的闲聊，正是通过所谓的脑部休息活动，让参会者能在暂时放松身心的同时提高开会专注度和学习效果，增进团队协作能力、培养个人技能，从而使会议更有意义、更有深度。

Play With a Purpose公司首席执行官Sharon Fisher介绍，脑部休息的目的在于让参会者能在紧张的会议和学习进程中有放松、分心的机会，达到四种目标。一，帮助参会者在会议过程中保持专注、投入。二，让参会者把视线从图表转移、增进血液循环。三，注入能量或放松身心。当前很

多远程上班的团队都会在紧凑的工作结束后相聚玩益智游戏、听音乐聊天等。四，帮助参会者吸收会议内容、增进学习效果。如果在学习过程中能运用娱乐、互动元素，参会者的精力会消耗得较为缓慢，学习效果也会更好。

在推出脑部休息活动之前，一定要先想清楚该环节的目的为何以及什么样的活动最适于该场会议的方向、主旨、内容、品牌、目标，并把活动设计得有趣、有互动性并能让团队发挥创意。

脑部休息活动可对照企业需求、会议目的，分成几种不同相应级别。

- 第一级是简单的交互工具。让参会者聊聊天、热热身、相互熟悉，提升参会兴致。
- 第二级是利用益智问答类的小游戏加强参会者的专注度；把参会者都拉进到圈子里。
- 第三级是培养团队协作能力和人际交往能力的活动；让参会者能更好地顺应企业文化、与同事顺畅沟通、有效合力完成指派任务、达到会议目标。
- 第四级是能实际体现会议目标的个人成长及提升技能的活动。此类活动在虚拟会议中较难做到，必须围绕会议内容来设计，让参会者能从中学习、分享、应用知识并使会议更有深度。

Sharon Fisher说道，任何能激发参会者兴趣的娱乐活动都有价值，但随着级别升高，形式化活动的重要性也跟着降低，符合会议目的和内容的活动则反之，否则只会招来白眼。无论如何，一定要让参会者了解脑部休息活动的意义为何、其与会议主旨的相关性为何，才能让参会者全心投入。

“ 过去，大家可能误以为虚拟会议很轻松，但这两年因疫情而大量召开后，许多人终于发现，虚拟会议其实容易让人身心俱疲。不妨通过所谓的「脑部休息」活动，让参会者能在暂时放松身心的同时，提高开会专注度和学习效果，从而使会议更有意义、更有深度。

VIRTUAL EVENTS

Biz Opportunity

善用虚拟活动规模和资料优势 创造新收入

随着虚拟活动科技发展,要把会展活动商机转化到线上,营销团队应和销售团队应加强合作,尽早建立好客户关系,并善用虚拟活动的规模和资料优势,创造新收入机遇。

[钟韵一 采访报道]

在虚拟展会的环境中,销售团队较难以达到实体活动中与人近距离接触的推销效果。营销团队应如何在虚拟展会中尽可能和销售团队站到同一阵线,为共同目标创造更好的效果?

从展会活动主办方的角度来看, BrightTALK创意客户高级总监Jeff Kunken指出,由于虚拟科技能为活动体验注入各种新的元素,因此主办方营销团队最好尽早和销售团队协调,拟定一致的行动计划。

他指出,当前多数情况是,参会者都已完成注册后,销售团队才尾随在后,至活动结束后再开始向经营团队认可的潜在客户做跟进。但其实虚拟活动在开始之前,主办方就已能得到很多关于潜在客户的信息,因为大多数参会者在预注册阶段就已完成注册。所以销售团队可以及早做好准备,在活动宣传阶段就担任起推广大使,并利用已到手的参会者信息,于各种线上平台主动向虚拟活动参会者打招呼并开展

一对一线上会议。

他说道,一般实体展会中,销售团队都会在展场上和各方参会者热烈接洽。若销售团队在活动开始之前就潜在客户建立好相互信任的关系,不仅能该让活动更为脱颖而出,也能为主办方创造很好的新销售机会。

从活动组织者的角度来看, BrightTALK高级销售主管及业务发展团队负责人Jill Kunkes说道,销售业务员过往总习惯带客户出去吃饭、谈业务,特别金融业客户更是仰赖以面对面、建立关系的模式来拓展。

但随着虚拟科技发展得越来越好,即便市场在后疫情时代逐步恢复开放,人们开始回到以往面对面接洽业务的旧模式,未来在活动组织上仍可把虚拟活动的优势重点放在规模上面,即利用虚拟活动广大的接触面和数据库来说服客户以两种模式并行;在面对面维护商务关系的同时,也利用虚拟平台打开更多业务渠道、拓展更多潜在商机,进而提高收入。

再者, Media site events客户经理Scott Davis说道,就算是免费的大会、研讨会、座谈会,也一定要乘机收集参会者的电子

邮件、联系方式等,以便在日后能持续向其进行营销、推广。此外,参会者并不会在疫情期间的活动就该免费的想法,所以主办方也无需以「免费」的方式让人低估活动内容的重要性。只要能使内容够好,并尽可能为内容增值,人们无论是虚拟还是现场活动,都会愿意购票参加。



在面对面维护商务关系的同时,也可利用虚拟平台打开更多业务渠道、拓展更多潜在商机,进而提高收入。

上海威斯汀大饭店 冬季会议优享

坐落于享誉盛名的外滩中心,距离著名的外滩万国建筑群和黄浦江滨仅几步之遥,上海威斯汀大饭店早已成为上海标志性酒店之一。酒店占地1,842平方米的精美宴会场地含17个小会议厅以及1个大宴会厅,上海威斯汀大饭店是会议策划者们举行会议的理想选择。

会议优享价:

每位人民币520元净价/全天,每位人民币470元净价/半天(30人起订)

客房优享价:

皇冠豪华房 每晚人民币888元起/间,含单人次日自助早餐(10间起订)

- 以上冬季优享活动有效期:2021年12月1日至2022年2月15日。
- 所有预订需根据酒店实际情况而定。

预订及详情,请联系63351888 转 团队销售 或 邮件至:maggie.li@westin.com

THE WESTIN
BUND CENTER
SHANGHAI

上海威斯汀大饭店

MEMBER OF
MARRIOTT BONVOY™

扫描下方二维码
关注酒店官方微信



©2021万豪国际集团,保留所有权利。Westin®(威斯汀)及其所有标识都是万豪国际集团或其关联机构的商标。查询详细条款与细则,请访问westinshanghai.com。





(提供:亚博馆)

展览业前景乐观 买卖双方对现场活动需求超出预期

日前,全球展览业协会(UFI)联合现场活动研究专家(Explori)共同发布了《2021年全球复苏洞察》报告的第三部分,除了强调复苏之道,最新资料也显示展览业前景乐观,参展商和参观者对现场活动需求已恢复;新冠疫情对参展商展览支出的影响没有预期严重。不过,根据另一份报告,新冠疫情的确重创2020和2021年亚洲贸易展览,预计2022年行业复苏将取决于个别市场。

[张广文 — 采访报道]

此次《全球复苏洞察报告》为展览行业的乐观前景给出很多理由, UFI首席执行官 Kai Hattendorf表示,包括消除任何可能不再选择举办现场活动的疑虑,同时,也指出哪些展览活动有望迅速反弹。在世界各地的实体贸易展览重新开始之际,希望此次报告中的发现,有助于展览行业实现快速复苏,甚至超越预期。

同样的, Explori董事总经理Sophie Holt指出,虽然有些参展商现在仍然需要节省开支,但报告已经反映展览业的乐观情绪,并凸显出现场活动将很快恢复到新冠疫情前的水平。值得注意的是,预算削减没有如2020年预测的那么严峻,预计参展商投入展览的支出,将有望在12个月内恢复到2019年的水平。另外,高品质的展览很可能会受到保护,进而维持长期发展。而展览数字化也为扩大观众范围,持续使更多原本不青睐贸易展览的企业转而愿意投入。

于2021年夏季执行的最新《全球复苏洞察报告》,对贸易展览参观者和参展商进行了一系列定量全球调查,并获得一共10种语言呈现的15,000份回复,呈现30多个国家与地区的贸易展览参与情况。报告侧重于五个关键主题,并可以与过去的《全球复苏洞察报告》研究结果比较。

是否参展将取决于参观者品质

根据报告,参展商和参观者的需求,都已恢复到新冠疫情前的水平,面对面的贸易展览作为一种渠道,没有迹象发生任何根本性的转变。有72%的现有参观者及62%的参展商表示,他们计划在未来以相同或更高频率参加贸易展览。另一方面,新冠疫情对支出的影响,远没有人们担心的那么严重,而且45%的参展商预计,预算将在12个月内恢复正常。也就是说,参展频率将恢复和增长。参展商仍将投资于重

点展会,即使削减其他领域。60%将维持对台建设的投资,67%将维持对占地面积的投资。同时,预算将恢复,要达到新冠疫情前水平,平均需要11个月。

在过去的研究中,参展商将参观者人数作为参展与否的决定因素,但这种情况已经发生了变化。86%的参展商表示,参观者品质对他们决定投资展览与否,有很大影响,而仅67%的参展商表示,会根据参观者人数决定投资展览与否。另外,现阶段仍有参展商希望节省展览开支,不过,高品质的展览似乎备受保护,因此,参展商可以利用他们过往成功经验来决定是否参展。

面对面仍是首选,数字化吸引新受众

市场上可以看到,面对面展览仍是交流互动和整体体验的首选渠道。参展商并没有将很大比例的预算转移到数字上,尽管数字模式被视为测试新展览活动的一种方式,并有望传递内容和扩大观众。报告中还凸显出参观者对线上结合线下的混合活动,兴趣有所下降。

特别的是,此次研究首次对一个全新群体进行调查,这些人来自美国或英国的高级营销决策者,他们在新冠疫情之前,没有使用贸易展览作为营销渠道,不过,疫情促使线上展览火爆,使其也开始尝试数字参与,即使是疫情后,他们将把数字活动纳入营销组合,甚至计划成为面对面现场活动的参展商。也就是说,展览行业因为疫情期间数字活动的出现,吸引更多全新受众,他们从数字活动参与演进到愿意转换为面对面参与。

疫情重创亚洲展览,中国表现相对优异

不过,全球展览业协会(UFI)另发布其委托会展业调研机构香港商业策略集

团(BSG)编制的第17版《亚洲贸易展览行业》年度报告,报告显示,新冠疫情重创2020和2021年亚洲贸易展览,预计2022年行业复苏将取决于个别市场。

UFI亚太地区总监兼BSG常务董事Mark Cochrane表示,2020年和2021年将成为活动组织者有史以来最艰难的两年。尽管对2022年的复苏寄予厚望,但许多因素持续阻碍展览行业恢复到正常状态,包括新的变异新冠病毒、各地政府政策、疫苗接种率和旅行限制。

UFI董事总经理兼首席执行官Kai Hattendorf指出,新冠疫情这场全球危机,打击了UFI每位成员。不过,展览行业最终将复苏,并将继续在亚洲经济复苏中发挥重要作用。而展览行业的完全复苏,将根据不同市场的情况而推进,接下来,UFI将联手成员提倡采取一系列措施,让行业和经济早日恢复。

根据《亚洲贸易展览行业》报告,新冠疫情导致亚洲2020年的净销售空间,与2019年相比,显著下降了63%。亚洲净销售面积从2019年的2,450万平方米,下降至2020年约910万平方米。而亚洲在控制新冠疫情方面的相对成功,导致各地政府维持着限制性的隔离检疫和旅行政策,这也将对2022年亚洲的展览行业产生重大影响。

2020年,大多数贸易展览市场的净售出空间下降了80%以上。当中包括一些较大、较重要的贸易展览市场,如香港、泰国、澳大利亚等。不过,中国相对强劲的表现,阻止了亚太区域平均水平进一步下降。2020年7月至12月,中国重点展览城市的贸易展览运行相对正常,但国际参与度大幅下降。就2020年全年而言,中国的净售出空间下降了约54%,少于亚太区域平均水平的63%。基于此,中国净售出空间的区域份额,从2019年的59%跃升至2020年的75%。不过,中国净售出空间的区域份额激增,

预计仅为暂时的状态,很可能在2022年和2023年就恢复到60%左右。

值得注意的是,在亚洲大型市场中,香港受到的打击最为严重,2020年的净售出空间,下降了约95%。预计香港疲软的表现将在2021年重演,因为其边界至今仍基本保持关闭状态。

整体来看,2021年贸易展览行业的业绩,预计将重现2020年的表现。大多数的亚洲贸易展览市场,其净销售空间仍将下降80%以上,而中国将再次成为例外。因为从2021年1月到6月,中国的主要展览城市几乎没有受到限制,不过,与2020年一样,由于边境管制,中国展览于2021年基本上没有国际参与者。

该报告同时比较了不同区域市场于新冠疫情期间的和之前的状态,也提供正在持续危机中挣扎的行业快照,分享2020年行业实际表现的最佳估计,更对2021年行业进行评论,并展望2022年的行业预期表现。

全球参展商抱持乐观情绪

62% 参展商计划在未来以相同或更高频率参加贸易展览

45% 参展商预计预算将在12个月内恢复正常

86% 参展商认为参观者品质对他们决定投资展览与否,有很大影响

亚洲贸易展览净销售空间

(单位:万平方米)

2020年 910 (-63%)

2019年 2,450



A380开始回归 高端市场需求浮现

[钟韵一 采访报道]

据OAG统计数据显示,今年12月,预计共有3,287个航班将由A380执飞,数量为2019年同期31%的水平;做此安排的有6家航空公司,分别是英国航空、中国南方航空、阿联酋航空、大韩航空、卡塔尔航空和新加坡航空。两年前执飞A380的有14家航空公司。A380在疫情期间原显退隐之势,然近期该机型所执飞的全球班次又有所增长。A380是否开始回归?

OAG资深分析师John Grant指出,全球A380班次回增的原因,除了阿联酋航空将机队规模可观的A380投入使用之外,也包括其他航空公司的一些投机性和必要性因素,比如在双边限制之下必须以较大机型执飞较少班次、以较大机型执飞枢纽间航线和旺季即将到来的邮轮始发地、因其他机型出问题而不得不改采A380执飞、随着部分边境重开而以大机型满足积压需求等。

但汉莎航空、马来西亚航空、泰国航空、法国航空等未来不太可能再让A380复出。他表示,随着A350、波音787、A321XLR、波音737MAX等越来越受追捧,A380也逐渐成为了小众机型,惟其仍能填补部分航空公司的特定空缺。

值得指出的是,过去一年来,很多航空公司在机型、航线、产品上做了许多试验。令人惊讶的是,包括宽体客机在内的高端休闲产品需求越来越突出。John Grant指出,高端经济舱在疫情之间就已展现强劲发展态势,而其势头到2022年后还将不断上升,如阿联酋航空已推出全新高端经济舱、美国的航空公司也将高端经济舱产品投入跨大西洋航线上。

他认为,社交距离规定、过往主要由商务市场所占据的前端产品如今有了更多让休闲市场消费的空间、休闲游客进行报复性消费等,都可能推动航空高端休闲市场持续升温,航空公司因此应开始对产品和收入结构进行调整,以迎合市场需求并在当前增长中的高端休闲市场中博取份额,但同时又为商务市场未来的复苏维护更加高端的商务舱产品。这有可能导致某些航空公司干脆取消头等舱,以为商务舱腾出

更多空间,提高总体收入。

阿航加快恢复A380航线网路

随着全球旅行限制持续放宽,阿联酋航空宣布自10月和11月开始,将在全球更多目的地部署其空客A380旗舰机型。11月底前,由阿联酋航空A380客机执飞的城市数量将增加到27个,相比目前的16个目的地增幅超过65%。

到11月底,阿联酋航空将在额外的11条航线上恢复启用A380客机,同时,还将在最热门的A380航线上进一步增加航班频次,预计将为乘客多提供近16.5万个A380客机座位。在接下来的六周内,阿联酋航空将在多个热门的休闲和商旅目的地重新启用其A380旗舰机型,包括:阿姆斯特丹、巴塞罗那、杜塞尔多夫、汉堡、约翰内斯堡、马德里、米兰、利雅得(待政府批准)、圣保罗和苏黎世。

此外,阿联酋航空还将在此前从未使用过A380客机的一条航线上部署这一机型,即10月1日起在迪拜往返伊斯坦布尔的航线上正式启用A380客机,这将成为土耳其有史以来第一条A380航线。

作为全球最大的A380客机运营商,阿联酋航空的A380客机总数将在年底之前达到118架,其中包括6架配备了高级经济舱座椅的四舱布局A380客机。该航空公司目前飞往120多个城市,航线网络规模已恢复至疫情前90%。同时,随着50余架A380客机重新投入运营,阿联酋航空正在稳步推进其运力恢复计划,年底前航班运力将达到疫情前70%水平。

未来六个月招募6,000名员工

阿联酋航空近日又宣布,计划在未来六个月内招聘超过6,000名员工以进一步扩充其运营团队。随着疫苗在全球范围内的广泛接种和疫情管控政策的放宽,阿联酋航空将招募更多飞行员、空乘人员、机务和地勤人员,以支持其全球航线网络的航班运营恢复,满足早于预期且快速增长的乘客需求。

阿联酋航空表示,其全球航线网络已恢

复至疫情前90%的规模,同时有望在2021年底恢复其运力至疫情前70%水平。该航空公司还将在全球多个热门航线上部署A380双层客机,进一步扩展运力。预计到11月,阿联酋航空将通过其A380旗舰机型额外提供超过16.5万个座位。

作为招聘计划的一部分,阿联酋航空还将招募1,200名经验丰富的机务,包括飞机工程师和工程支持人员加入其迪拜枢纽和各地分部,壮大其机务团队。阿联酋航空是全球最大的波音777和A380客机运营

A380虽已成为小众机型,但近期其所执飞的全球航班开始增加,显示A380仍能填补特定市场空缺。于此同时,高端休闲市场的需求越趋强劲,航空公司或应对产品与收入结构进行调整,亦为商务旅游的复苏准备更加高端的商务舱产品,以利因应未来市场的变化。

Industry Updates

11/5起国内部分航司恢复燃油附加费

自11月5日起,部分航司将征收国内燃油附加费,包括国航、瑞丽航空、祥鹏航空等已宣布此消息。这是自2019年1月航空公司取消收取燃油附加费以来首次恢复。

根据几家航空公司发布的信息,国内航线燃油附加费的标准为:800公里(含)以

下航线收取10元,800公里以上航线收取20元。燃油附加费征收以11月5日(出票日)为准,11月5日以前出票的机票,即便中途办理过改签手续,也无需额外支付燃油附加费。

法航11/5起恢复香港线客运直飞服务

法国航空近日宣布,从2021年11月5日开始重启香港航线客运服务,每周运营1个直航航班,航班将由波音777-300ER执飞。法航将根据市场情况和客户需求,逐步增加客运量。

连同法航在巴黎-香港航线上每周1个客运航班,法航荷航集团将在大中华区的5

个目的地运营15个客运航班,即上海(每周2个法航航班,1个荷航航班)、北京(每周1个法航航班)和杭州(每周2个荷航航班)、台北(每周3个荷航航班)、香港(每周5个荷航航班),成为大中国市场-欧洲航线上客运量最大的欧洲航空集团之一。

新航开通西雅图和温哥华季节性航班

新加坡航空将于2021年12月2日至2022年2月15日开通每周四班往返加拿大温哥华和美国西雅图的季节性航班。每周将有两班作为疫苗接种者旅游走廊(VTL)航班。

目前,新航集团免隔离疫苗接种者旅游走廊航线网络已扩展至17个城市,预计在未来几周内还将宣布新增航点。

新加坡在2021年9月面向文莱及德国推

出VTL计划后,继续将该计划扩展至加拿大、丹麦、法国、意大利、荷兰、韩国、西班牙、英国和美国旧金山等。首尔的VTL航班也将于2021年11月16日开始运营。温哥华与西雅图的VTL航班预计自2021年12月2日开始运营。目前,新航已在运营斯里兰卡、法兰克福和慕尼黑的VTL航班。此外,新航的姊妹航司-酷航则自10月20日开始运营柏林始发的VTL航班。



2022年展望乐观 全球邮轮市场稳步复苏

全球邮轮市场直至疫情爆发前的十年间，一直都在全速前进。2019年疫情爆发虽使其发展步伐嘎然而止，但种种迹象显示，邮轮市场未来将会稳步恢复，且2022年有望展现乐观。

[钟韵一 采访报道]

Travelyards董事总经理David Selby介绍，据国际邮轮协会 (CLIA) 的数据显示，2009至2019年间，全球海洋邮轮游客人次从1,789万人次增长到2,970万人次，十年间增长了67%，市场发展相当显著。而在疫情之前，邮轮市场的未来发展预期也相当强劲；据Travelyards推测，2031年邮轮游客原预计将达到4,850万人次，相对于2016年市场规模，接近翻倍。

从2017年至2019年的发展来看，全球邮轮游客共增长了11%。中国因禁韩令，这段期间反下降了20%，许多邮轮因此调到了美国和加拿大，使其市场增长了18%；阿拉

斯加尤其受惠。德国邮轮市场增长了19%。

75%标准床位将重回市场

2020相对于2019年，全球邮轮游客减少了81%，仅巴西因疫情扩及全球前正处于旺季，因此下滑幅度仅42%。就2020到2021年的当前情况而言，市场已有新邮轮订单，已重新运营的邮轮也正从五、六成逐步提高满舱率。据Bermello Ajamil&Partners事务所预测，至2021年12月，全球75%的邮轮标准床位将回到市场。

不过，2021年的市场总体情况估计至明年中才能得知，未来发展也尚不易预测；至少要等到2023年以后全球邮轮市场才有可

能回到2019年的水平。其影响因素包括疫苗的寿命和效力、病毒新变种、船只重回市场的时间安排、邮轮游客出游意向和需求、政策变化等。值得肯定的是，邮轮业的卫生规定和流程非常有效，今年未出现邮轮上疫情爆发的情况。

David Selby认为，2021年到2023年的邮轮市场都会有所增长，而2022年之增长将会尤为显著。

放眼未来，2022年约会有50,000个邮轮标准床位进入市场，另2023至2027年将有

50艘邮轮交付。中国的邮轮旅游市场虽不会爆发，但预计会逐步恢复。总体而言，全球邮轮市场虽无法陡然升温，但将会稳步复苏。

IT服务资源不足成挑战

惟值此邮轮业重启之际，由于疫情期间许多员工被迫休假，进而找到其他工作，同时邮轮工作也非常辛苦，因此现阶段要找

到具备足够技能的IT人才资源在邮轮上服务，很不容易。

在经历了艰难的一段时期并想重新启动市场之际，邮轮业当前要把IT运维服务做好，最关键的挑战是人才资源不足。

皇家加勒比集团卓越运营副总裁John Maya说道，现阶段要让船上IT人员回到旧岗位非常困难，因为很多人已在疫情期间找到了其他工作；而且，由于邮轮须同时推进让系统重新上线、为实施各种疫情相关新措施而确保自动化装置都已到位、落实接触者追踪等排山倒海而来的项目，因此IT部门要做好工作排序非常重要，不然邮轮无法回到市场。

至于要如何把疫情期间被迫休假的员工召回？John Maya表示，薪资与市场相似岗位匹配是必备，但并不是唯一前提。

美国女皇汽船公司信息技术总监David Lehman同意道，在邮轮上提供技术服务的员工必须离开家庭、24小时待命，非常辛苦，所以找到合适的人才并不容易。因此要突破传统，借鉴其他产业来为相关岗位进行有吸引力的宣传，同时也利用教育、培训和良好的职业前景来找对邮轮技术服务有工作热情的人才加入团队，这很重要。

John Maya也表示，船上的IT人员相对于陆上的员工有时会被忽略，因此让在船上服务过的IT员工有机会到陆上发展事业，也有助于吸引人才；有船上服务经验、了解船上实况的员工，对陆上的IT部门来说，非常有价值。

2022年约会有50,000个邮轮标准床位进入市场，另2023至2027年将会有50艘邮轮交付。中国的邮轮旅游市场虽不会爆发，但预计会逐步恢复。

At a Glance

皇家加勒比推出275天环球游轮航线

皇家加勒比国际游轮推出业内275天环球游轮航线。其旗下「海洋旋律号」(Serenade of the Seas) 游轮将于2023年12月10日从世界游轮之都——美国迈阿密出发，带领宾客到访七大洲65个国家的150多个精彩目的地和11大世界奇迹，并于2024年9月10日完成航线回到迈阿密。

皇家加勒比表示，皇家环球航线275天是目前世界上航线历时最长、地理航程最为丰富的环球游轮旅行，为游轮行业树立了新标杆。

皇家加勒比国际游轮全球总裁兼首席执行官Michael Bayley表示，现在人们比以往任何时候都更向往环游世界，弥补失去的旅行时间。皇家加勒比打造的275天环球游轮航线将实现他们的梦想。

皇家加勒比旗下已有16艘游轮顺利恢复运营，包括皇家加勒比国际游轮近日正式重启中国香港游轮航线。

MSC地中海邮轮12月复航南加勒比海

MSC地中海邮轮发布2021/22冬季航季南加勒比区航线规划，旗下MSC地中海海平线号 (MSC Seaview) 将于12月5日从圣马丁岛和巴巴多斯岛出发，执航7晚和14晚航线。

据介绍，MSC地中海海平线号将从两个登船港口出发，执航两条精彩各异的7晚航线。海平线号其中一条航线将从圣马丁岛的首府菲利普斯堡和巴巴多斯首都桥镇启航，先后途经圣卢西亚首都卡斯翠、格林纳达首都圣乔治、圣基茨和尼维斯首都巴士地，最后返回圣马丁。另外一条航线则从圣马丁岛和桥镇启航，先后造访多米尼加首都罗索、安提瓜和巴布达的圣约翰、托尔托拉岛罗得城，随后返回圣马丁。

MSC地中海邮轮首席执行官Gianni Onorato先生表示，南加勒比海地区一直是全世界邮轮爱好者及当地游客所青睐的度假胜地。在行业领先的健康安全规程的防

护下，MSC地中海邮轮致力于探寻全新备选航线，以确保南加勒比海的冬季航季能够正常运营。航空公司合作伙伴并根据调整后的航线及时更新了包机计划，从而让宾客能享受一站式便捷的「机票+邮轮」出行体验。

此外，美国政府日前宣布即将全面解除国际旅行禁令，MSC地中海邮轮对这一消息表示欢迎。自11月8日起，世界多地已经全面接种新冠疫苗的国际旅行者将可以再次入境美国，这也意味着MSC地中海邮轮在美复航计划进一步取得突破性进展。MSC地中海邮轮表示，其旗下将有三艘邮轮从佛罗里达出发，带来多彩的2021/22冬季航线，这三艘邮轮分别是该公司的最新旗舰MSC地中海海际线号 (MSC Seashore)、MSC地中海传奇号 (MSC Meraviglia) 以及MSC地中海神曲号 (MSC Divina)。自11月8日起，非美国居民也将可以登船开启美妙旅程。

约翰·帕吉特任公主邮轮总裁

嘉年华集团近日宣布约翰·帕吉特 (John Padgett) 正式接任公主邮轮总裁一职。帕吉特将负责管理公主邮轮全船队的运营。



帕吉特自2014年7月起一直担任嘉年华集团首席体验与创新官，负责宾客体验的创新、开发、制作和运营整合。履新后，帕吉特仍会继续在集团创新部门发挥领导作用。

在加入嘉年华集团担任首席体验与创新官之前，帕吉特在华特迪士尼主题乐园及度假区工作了18年，在他的带领下，开发并部署了多项创新游客体验，包括魔法腕带MagicBand、快速通行系统FastPass+和迪士尼的魔法巴士Magical Express等。

帕吉特拥有弗吉尼亚理工大学工商管理硕士学位和金融学士学位，获20多项专利并多次荣膺创新奖。



融入可持续奖励旅游3要件 实践尽责意义、优化企业形象

当今许多企业在规划奖励旅游时，都希望能融入可持续发展项目，使活动对环境更为尽责，同时也优化企业形象。专家建议，可从三方面切入，包括：采取系统性衡量、先减排再抵消、兼顾自然与人文，以确保项目有实践意义。

[钟韵·张广文 — 采访报道]

如何才能确保奖励旅游活动中的可持续性项目有实践意义？Clear Current咨询公司负责人Shawna McKinley说道，可以从三方面来切入。

1. 采取系统性衡量方法

首先，无论是碳减排还是与社区建设相关的企业社会责任活动，如为某地居民做贡献、修复地方文化或为某地生存韧性做投资等，任何项目都应采取系统性的方法厘清其目的、评量方法及影响力的衡量方法。可持续性项目的意义是什么，影响又是什么，应在选定项目之初就想清楚。

2. 先减排再抵消，重视品质

其次，旅游领域很难脱碳，因此很多人

在思考企业活动的可持续发展项目方向时，都会对如何进行碳中和、净零排放、碳抵消等各种举措的做法和区别有疑问。Shawna McKinley解释，碳抵消指的是为无可避免的碳排放承担责任。所以任何时候都应先减排，再抵消。两者应该并进，以减少项目在可持续发展方面效果不彰，甚至有做表面功夫、漂绿 (Greenwashing) 的疑虑。

此外，在碳抵消方面，质量很重要。这就像购买衣服一样：消费者可以购买一件5元、但只能穿一季的衣服，也可以花25元购买一件能穿一辈子的衣服。同理，进行碳抵消时，也应留意其品质。随着越来越多人承诺净零排放，市场上碳抵消的方法

也越来越多，良莠变得难以区隔。因此在为奖励旅游活动选择碳抵消项目时，应该要先检查其是否具备黄金标准 (Gold Standard)、自愿碳标准 (Voluntary Carbon Standard, VCS) 等相关认证。

3. 兼顾自然与人文

再次，应寻找能在环境、社会、文化等领域创造最多价值的碳抵消项目，使奖励旅游活动最终为社会、环境做出的贡献不是只有种几棵树而已。比如，可以支持协助偏远地区家庭把木火灶改成太阳能灶的项目，让当地居民不仅减少碳排放，在较为健康的环境中烹煮食物，妇女也能腾出时间去追寻学习和工作机会。这种项目就同时在自然和人文方面都创造了价值。

斐济打造可持续发展海岛旅游体验

日前，斐济旅游局携手上海长风海洋世界，举办「环游四海」斐济站活动，旨在让广大游客足不出「沪」，即可了解南太平洋度假胜地斐济的可持续发展海岛旅游体验。

此次活动为期两周，于8月9日至22日在上海长风公园鳄鱼湾举行。斐济旅游局设立了海洋旅游主题展示区，为众多亲子家庭游客分享了众多南太平洋的海洋生物知识、斐济保护海洋的可持续发展举措、斐济海洋旅游体验以及斐济当地的风土人情。

斐济旅游局表示，斐济人民拥有高度的海洋保护意识，当地有超过200个海洋公园。斐济建造了海洋生态保护区和国家森林公园，以保持海岛目的地旅游的可持续发展。通过此次斐济主题展示活动，亲子家庭游客们通过寓教于乐的玩乐过程中了解斐济美丽的海洋和当地独特的岛屿生态系统，了解斐济独特的生物多样性，雨林、红树林、珊瑚礁和丰富的海洋生物。

对此，斐济旅游局大中华区总监及首席代表郑入瑞 (Vincent Zheng) 先生表示，此次携手上海长风海洋世界，希望通过此次线下活动，让来到现场的亲子家庭关注海洋的可持续发展，让更多人了解斐济，体验斐济的非凡魅力。待国际边境开放后，期待他们前往斐济，体验众多的海洋旅游产品和活动。

斐济营养丰富水域，为色彩艳丽的软珊瑚繁殖创造了完美的生态系统。在斐济诸如金银岛和沃莫岛度假村在内的一些度假村，还有针对濒临灭绝的海龟康复中心制定海龟繁殖计划，也有鲨鱼保护小组等帮助海洋科学家了解蝠鲼的行为和鲨鱼的迁移模式。

Paris

巴黎奥运结合可持续、经典遗产二大亮点

8月8日，法国在东京奥运会的闭幕式上接过奥林匹克火炬，正式成为第33届夏季奥运会和残奥会的东道主。记者从法国旅游发展署了解到，目前筹备工作正在有序进行的2024年巴黎奥运会，将有两大亮点：「可持续」及与旅游经典遗产紧密结合。

2024年巴黎奥运会除了将在传统的体育场馆举行，当地久负盛名的建筑遗产和地标性场所，也将以创新的形式与传统的体育赛事相结合，创造出全新的观赛体验。例如，在埃菲尔铁塔脚下看沙滩排球赛、在荣军院里观赏射箭比赛、在香榭丽舍大道上看自行车比赛、在大皇宫里观赏剑术和跆拳道比赛、在凡尔赛宫观赏马术比赛，以及于耶拿桥观赏铁人三项、于协和广场看滑板比赛等。

也就是说，95%比赛会场将从现有场馆和临时场馆延伸，而2024巴黎奥运村也将

是一个低碳和生态设计的社区，建筑采用100%的可再生能源和零浪费的战略。2024年巴黎奥运会还将致力于成为第一届完全符合《巴黎气候协议》的奥运会，推出减碳策略，目标是实现比2012年伦敦奥运会少55%的碳足迹。奥林匹克体育场距离奥运村也仅5分钟的车程。奥运会门票持有者更可免费使用巴黎交通工具。

让更多人参与和分享奥运精神

除了打造一场「对环境负责任」和性别平衡的体育盛会，2024巴黎奥运会将致力于让更多人参与和分享奥运精神，让奥运会变成首届公众共享的体育盛会，而不仅是局限于体育场馆的比赛，因此将有史以来首增公众参与板块，公众可以提前申请体验马拉松和公路自行车赛事的部分运动员赛道。

另一方面，在比赛项目方面，继滑板、竞

技攀岩和冲浪首次亮相东京奥运会之后，充满青春活力的霹雳舞运动 (Breaking) 将在2024巴黎奥运会上被增设为奥运会的比赛项目。

此外，法国其它城市也将积极参与其中，包括：南特、波尔多、里昂、尼斯、马赛等城市将举办足球比赛，马赛也将是奥运会帆船赛事的举办地，法属大溪地岛则将成为奥运会冲浪赛事的举办地。

后续，奥运吉祥物预计于2022年秋季揭晓。而1,350万张奥运会门票将于2023年公开发售。预计2024巴黎奥运会的开幕仪式，将于2024年7月26日举行，并将在塞纳河上，利用河面浮台及两边的河岸共同展开，对所有人开放。

牵星资源国际有限公司中国区市场顾问任延东表示，现阶段关于疫情发展很难预测，2024年是否适合大规模推广体育旅游项目依旧充满了不确定性。不过，法国是

许多中国游客喜爱的目的地，不管是回流客还是首次前往的人，过去都不少。可惜的是，随着网络时代的迅速发展，各种短视频与VR系统使得人人在家就能享受赛事，反而没有以前那种身临其境参与奥运的动力。

基于此，2024巴黎奥运会要吸引中国游客，必须：

▶ 首先，长期宣传当地积极抗疫的举措与成果，以及宣传当地民众配合防疫的决心。

▶ 其次，重视可持续性的奥运会，还应该从历史文化、美酒美食和自然风光三个方面着手大力宣传，让来观看奥运会的游客在各方面体验到法国的旅游特色，从而达到通过奥运会和法国历史人文特色吸引游客的目的。

▶ 第三，中法政治、经济、商贸层面的深度合作发展，也有望促进民众参与奥运会，进而带动旅游观光。

▶ 第四，后疫情时代的签证政策更将起到很重要的影响因素。



全球旅游、保险、救援和风险管理等不同行业连同行业协会、政府机构等，积极协同探讨重启国际会展旅游所面临的方方面面问题，找出合宜的解决办法，以期有助促进旅游、商务交流，进而确保全球经济复苏。

盼尽快重启出境会展交流 国际安全旅游保险合作打通环节

[钟韵 — 采访报道]

国内商旅已逐步恢复，但何时才能开始安排出境会展活动？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MICE才有可能开始恢复。

采购中国经理人协会创始人及会长云耸玉说道，在当前情况下，几乎没有企业在安排出境会展旅游或展览活动。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。

1. 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展旅游，那么员工的安全如何保障？

2. 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。

3. 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，其有员工正处境危险？

4. 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，应如何让全球人民都使用统一APP？

5. 打了不同品牌疫苗的企业员工，出境旅游目的地国家是否都能认可？出境会展市场要恢复，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下，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MICE才有可能恢复。

盼针对性保险产品加速市场复原

已于六月底基本完全解封并开始接待欧洲他国游客的意大利，为尽快做好接待国际游客的准备，在保险方面特别下了功夫。

意大利Private Incentive Milano会展策划公司董事总经理Maria Rosa Azolina说道，意大利旅游市场停摆了很长一段时间，而如今安全旅游的可行性总算越来越高。欧盟于7月份已开始面向成员国公民推出能助力安全旅游的新冠电子证书，该证书为持证者已接种新冠疫苗、检测为阴性或已从新冠肺炎中复原的电子证明。

她表示，重启安全旅游对意大利而言极为迫切，因2022年是中国意大利文化和旅游年，同时北京又将举行冬奥会，因此意大利的游客对到访中国旅游的意愿将会非常高。后续还将为2026年米兰-科尔蒂纳丹佩佐冬季奥运会展开友好对话，同时也期盼吸引中国游客到访意大利。

当前对于意大利而言，最重要的任务就是了解如何让民众安全旅游以及旅游业者该采取哪些措施来保护游客。其中，保险在此中扮演重要角色。目前有些航空公司已提供买票时自动挂钩的多险种旅游保险，覆盖客人若感染新冠时的海外治疗费

用和隔离或紧急撤离费用等，客人无需另填表格，且任何国家都适用。还有几家保险公司推出几种更具新冠针对性且价格低廉的旅游保险产品，当前虽因旅游市场仍未恢复活力而少有人用，但游客能在未来到访意大利时购买。

酒店方面，每家酒店公司各有自己的一套卫生流程和规定，并未全国统一，但每一家都有保险，覆盖客人在酒店感染病毒或须临时因病取消订单的情况。

她说道，今年六月底，意大利已全面解封，并开始接待来自德国、法国等欧洲各地的游客。意大利业者期待适用于欧洲以外游客的保险产品能助力意大利吸引国际游客早日到访，因此已开始和各大保险公司探讨针对包括中国在内的各国游客推出入境意大利时的新冠保险产品，加强游客在意大利旅游时的安全保障。

Maria Rosa Azolina表示，为尽快迈入旅游市场复苏的下一阶段，意大利旅游业者无不朝各方面快速落实新举措。

国际互通认证促进跨境旅游恢复

国际SOS救援中心大中华区市场推广总监杨雅如介绍，国际商会（ICC）、国际SOS、SGS公司已三方合作推出了手机上的数字化新冠疫情合规状态通行证AOKpass。其为建立在由用户控制的、可保

护个人隐私且支持区块链的相互验证系统上，以确保对出行者保护并符合GDPR个人信息安全要求。它可以保护用户经验证的检测结果、疫苗接种记录或任何健康证书。

值得注意的是，其认证基于框架式的搭建模式，可进一步定制化验证内容要求，以应用于各种不同的使用场景，如根据管控进行大型国际会议或赛事参与人员的管理、人员复工复岗的相关凭证要求等，适用性相当全面。

实际应用上，AOKpass已在12个国家启动了部署工作并进入快速落地阶段，覆盖面包括航运产业、新冠疫苗及流感接种等，并已受新加坡移民检查站管理局、阿提哈德航空、意大利航空、新加坡航空、法国航空、香港至新加坡等旅游气泡、西班牙赫罗纳市作为国家试点等所采用。其可作为境内准入凭证，也可用于恢复整个城市包括餐馆、电影院和足球俱乐部等在内的经济活动和公共活动。通过与机场服务伙伴的合作，目前AOKpass已可触及全球140多个机场，有利于进一步推动此工具的使用。

AOKpass接下来的工作重点将是持续拓展更多跨领域的结合和跨机构的合作，以在不同产业扩大各种不同的应用场景，为疫情之下的跨境商旅提供助力。

意大利业者期待适用于欧洲以外游客的保险产品能助力意大利吸引国际游客早日到访，加强游客在意大利旅游时的安全保障。



New Opening

全球奢华精品酒店新入中国成员酒店

全球奢华精品酒店 (SLH) 喜迎4家中国酒店 (其中3家新开业酒店) 加入品牌, 持续扩展其发展蓝图。SLH目前在大中华区拥有20家成员酒店 (其中中国大陆15家), 成员酒店数量在亚太地区排名第一。

敦煌碧玥酒店 (甘肃, 敦煌) 共设有25间客房, 每晚房价 1,700 元起, 含早餐;

2021年9月15日开张营业。敦煌碧玥酒店坐落在古老丝绸之路的南部, 也是敦煌第一家超豪华级别酒店, 结合当地的悠久文化打造现代私人度假胜地。屋顶的 Mirage

酒吧也是该市第一座国际化酒吧, 是观赏敦煌金色日落壮观方静的最佳地点。

杭州秋水山庄设有11间客房, 每晚房价人民币7,900元; 2021年8月6日新幕营业。秋水山庄立于杭州西子湖畔, 是一栋拥有百年历史的庭院建筑, 如今华丽转身成为令人惊艳的湖边度假胜地, 这栋建筑的是中国报业巨子《申报》的创始人史量才送给妻子沈秋水的礼物。

杭州Vallie酒店, 设有8间客房, 每晚房价5,800元起, 含早餐。Vallie 酒店藏身于江



南的盎然绿意之中, 这里曾是当地茶农的住宅, 建筑经过翻新修复后与树荫葱茏的景观融为一体。所有客房均配备24小时恒温私人泳池, 水源来自附近的虎跑泉。

昆明玉龙湾湖景酒店 (云南, 昆明) 则设有132间客房; 房费待定, 预计2022年第一季度上旬试营业。

Seasonal Event

星梦邮轮二大旗舰呈现北欧圣诞

随着冬季来临, 年终假期及圣诞佳节将至, 星梦邮轮将于今年11月中旬至2022年元旦展开「北欧圣诞星梦奇航」主题航次, 为旅客打造充满北欧风情的冬日邮轮假期; 旗下两大旗舰「云顶梦号」与「世界梦号」将化身海上奇幻国度, 将北欧五国的节日美饌、圣诞特色主题活动及传统布置带到海上, 把丹麦、芬兰、冰岛、挪威和瑞典的节日传统文化活现眼前。

在「北欧圣诞星梦奇航」冬日主题航次上, 星座剧院将上演充满欢乐节日气氛、适合一家大小观看的大型舞台制作-旅客可在「云顶梦号」观赏由圣诞老人、精灵、冰雪皇后和北极熊主演, 充满圣诞元素却又颠覆想像力的「乐颂圣诞」表演秀, 亲身参与这个节日盛会。

在11月17日至 12月18日期间, 曾于「狮子



王」及「泰坦尼克号」音乐剧中演出的知名歌唱家Eli Zaelo将登上「云顶梦号」童话村广场为旅客献唱圣诞经典歌曲, 以歌声传递快乐。

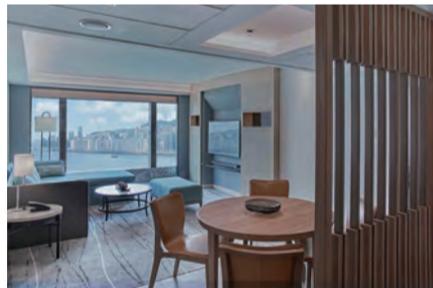
Room Promotion

千禧新世界香港酒店 呈献「幸福·呵护」美之旅」住宿礼遇

2021年11月9日至12月30日, 位于海滨沿岸的五星级千禧新世界香港酒店与在瑞士研发的首个便携式天然护肤品牌Evolcare合作, 支持大自然永续的环保概念, 推出一个全新「幸福·呵护」美之旅」住宿套餐。宾客可以高达6折房价优惠入住全新装修的尊尚客房或套房, 并享Evolcare独家礼品、免费自助早餐、聚贤荟专享礼遇及酒店

餐饮折扣等。适用于由2021年11月10日至12月31日期间之住宿。

预订「幸福·呵护」美之旅」住宿套餐的宾客可享高达6折及8折最优惠房价, 分别预订任何一间时尚舒适的尊尚客房及套房, 每房每晚由港币1,500元起。每间客房将获赠价值港币420元的Evolcare幸福美肌礼盒乙份; 数量有限, 送完即止。



Meeting Bonus

凯悦欢聚嘉赏悦享双重奖励 签约享额外20,000点凯悦天地奖励积分

2021年10月20日至11月30日期间, 在参与「凯悦欢聚嘉赏」活动的凯悦酒店或度假村成功签约, 并在2022年12月31日前举办聚会活动, 即可赚享至高150,000点凯悦天地奖励积分, 总账单享高达92折优惠以及额外20,000点签约奖励积分。

2021年10月20日至11月30日期间签约满消费2,500美金及以上活动, 并且在2022年12月31日前举办聚会活动, 即享额外20,000点签约奖励积分。客房、活动空间和餐饮消

费越多, 您获享的奖励积分就越多, 可赚取高达150,000点奖励积分。总账单享高达92折优惠。

参与活动的凯悦酒店或度假村如: 成都群光君悦酒店、深圳君悦酒店、三亚海棠湾君悦酒店、宁波杭州湾凯悦酒店、珠海横琴凯悦酒店、广州增城凯悦酒店等, 个别酒店还可能在集团的「凯悦欢聚嘉赏」基础上, 提供额外优惠, 意者请与酒店销售代表联系以进一步了解凯悦欢聚嘉赏活动

完整的细则及条款。



Anniversary Promotion

帝景酒店14周年惊喜优惠大放送

为庆祝香港帝景酒店14周年庆典, 中菜厅-丽都轩特意推出「极致」晚市套餐优惠, 每两位成人凡惠顾「极致」晚市套餐, 第二位

成人即可以港币\$14享用, 同行第三位成人即享七折优惠。此外, 凡于2021年11月1日至11月30日两位成人惠顾享誉晚市套餐, 即

可另加港币\$14入住山景客房一晚 (适用于星期日至四), 另外每房更可获赠太子珠宝钟表珠宝购物券乙张 (价值港币\$500), 让大家满载而归。

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
· 上海/柳黎红

手提: 18939883208
电子邮件: denise.liu@ttgasia.com

· Jonathan Yap
电话: 65-6395 7577

电子邮件: jonathan.yap@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, vyadvitn@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
新加坡/ 林佳佳 Cheryl Lim
(电话: 65-6395 7540 电子邮件: cheryl.lim@ttgasia.com)

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

行政总裁: 黄汉明 Darren Ng
办事处
新加坡: 10 Science Park Road
#03-11 The Alpha
Singapore Science Park II
Singapore 117684 (电话: 65-6395 7575 传真: 65-6536 0896)

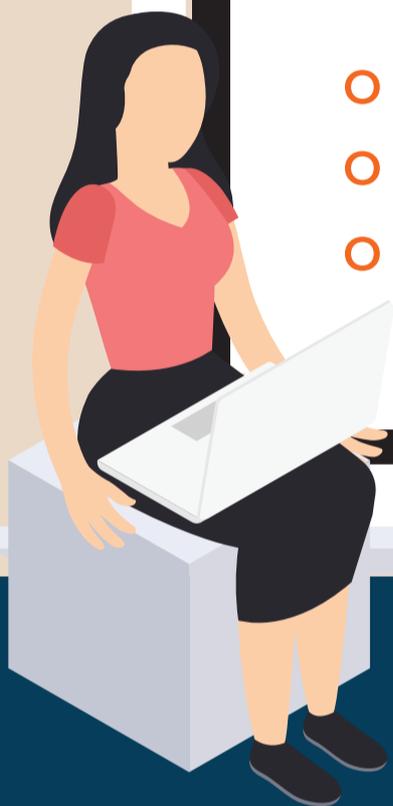
香港: 香港九龙尖沙咀东, 么地道66号 尖沙咀中心西翼10楼1007室
电话: 852-22377272
传真: 852-22377227

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

Co-Hosted
By Our
Editorial
Team

Showcase Your Live Brand Experience With Us

- o Destination or product virtual tour broadcast
- o Training content
- o Virtual trip itineraries
- o Other interactive possibilities!



Reach out to



**TRAVEL
SPARK**
By **TTG**

Let's start sparking travel
together.

Contact us to find out more
traveltradesales@ttgasia.com