

## 专注会奖旅游 做强细分市场

——访深圳新景界国际会议展览有限公司总经理郭仕强



深圳新景界国际会议展览有限公司总经理郭仕强

## 东部华侨城·度假感动生活



第E08版：畅游天下

上一版

### 标题导航

#### 第A01：要闻

- 省委十一届一次全会选出新的领导机构
- 手中权力只能用来为人民谋利
- 中共广东省第十一届委员会书记、副书记名单
- 中共广东省第十一届委员会常务委员会委员名单
- 中共广东省第十一届纪律检查委员会书记、副书记名单
- 中共广东省第十一届纪律检查委员会常务委员会委员名单
- 中共广东省第十一届委员会委员名单
- 深圳今起打的少1元
- 中共广东省第十一届委员会候补委员名单

#### 第A02：导读·评论

- 社会建设立法也要有温度

## 专注会奖旅游 做强细分市场

——访深圳新景界国际会议展览有限公司总经理郭仕强

■ 旅游行业记者 盛舟

日前，深圳新景界国际会议展览有限公司获得由中国旅行社协会主办评选的“2011年度中国会奖行业前20强”第六名，排名前五的全部是国中青等传统旅行社巨头，这对于一家成立刚满6年的企业来说殊为不易。就此，本报记者专访了该公司总经理郭仕强。



记者：首先祝贺贵公司获得全国第六的好成绩。

郭仕强（以下简称郭）：谢谢，这对我们来说也是意外之喜，是对我们专注业务的一个肯定。

记者：在某种意义上，新景界也算是一家传统旅行社，贵公司是如何走上专业细分市场道路的？

郭：是的，深圳新景界国际会议展览有限公司是深圳中国国际旅行社的直属子公司，从经营范围来定义属于传统旅行社，但从服务对象及专注领域来看则存在明显差别。作为母公司的一个业务部门时，我们就成为了美国运通在深圳和东莞唯一的差旅管理服务商。美国运通作为世界最大的旅游服务及综合性财务机构，对服务商的选择有着非常的高标准和严要求，从那时起我们就逐步形成了一套完整的国际先进管理理念、高素质服务标准以及相关服务流程。2006年，公司从母公司独立出来，成为了深圳第一家专业的商旅公司，当年就进入了全国旅行社百强，也算是创记录的。经过6年的发展，现在公司基本确立了以专业会奖旅游作为主营业务的发展模式，这期间，除了摸索行业特点扩大业务规模外，还强调业务聚焦，即不断剔除与主营业务无关联或者关联度很低的业务，通俗来说就是“要加法更要减法”，保持专业专注。



记者：会奖旅游和传统旅游有何不同？

郭：会奖旅游被简称为“MICE”，由Meeting（会议）、Incentive（奖励旅游）、Conference（大型会议）和Exhibition（展览/活动）组成，而这其中的关键点是Incentive，即奖励旅游。会奖旅游本质上是一种管理手段，而不是普通意义的旅游。主要形式是企业给予对其业务发展目标作出贡献的员工或者客户、合作方等，以一个尽情享受、难以忘怀的旅游假期作为奖励。它的主要类型包括企业年度会议、商务会议旅游、海外教育训练、奖励对公司业绩增长的有贡献的人员等等。奖励旅游并非一般的员工旅游，经费一般由企业提供，委托专业服务商精心设计，行程安排往往与众不同，参加者感受也会大不一样。



记者：有人说，“会奖旅游属于典型的高端旅游市场，被看作是旅游市场含金量最高的部分。”作为深圳第一家专业的MICE服务商，新景界是如何看待这一定义的？

郭：会奖旅游可以说是企业或者机构为了激励有关人员（包括合作方、分销商或销售人员等）而采用的一种市场营销方式。从这个意义上看，它本身目的不是单纯的会议或旅游，而是为了提高生产力、强化品牌形象、传递文化价值等，这都对供应商的服务内容和整体素质提出了极高的要求，也是这个领域的含金量所在。为了确保专业的服务素质，我们一直强调在做好扩展业务“加法”的同时，也要重视“减法”，抵制市场的诱惑，专注于主营业务。需要说明的是，和传统以价格作为首要衡量标准的传统高端旅游、奢华旅游不同，会奖旅游“含金量高”并不意味着价格很贵。

记者：我们注意到，新景界国际会议展览公司是今年才换的名字，这种转变意味着什么？

郭：可以说从公司成立起的第一个五年，是新景界国际会议展览公司的第一个阶段。那时刚起步，市场对会奖旅游概念模糊，市场成熟度不高，客户的认识也不够，我们更多是为单个企业客户需求提供服务，原来的名字叫“商务旅行社”，直观上看属于B2C业务模式，更多展示的还是大众消费形态。从去年起，我们重新思索自身的定位，其中的关键就是搞清楚“到底我们服务的对象是谁？”因此我们从经营思路上做了明确，就是把过去经验式积累的方式，转变到深入了解到企业客户需求、总结行业客户特点上来，变服务单一企业为服务整体行业，通俗一点说就是贯彻B2B的模式，公司名称的转变只是一种外在体现。

记者：在现有竞争格局下，深圳目前的会议展览行业现状如何，存在怎样的机遇和挑战？

郭：目前会奖旅游相对成熟的地区是北上广，这和客户需求与行业成熟度有直接关系。和前面的几个城市大企业总部云集的状态相比，深圳无疑存在一定的差距。但是，深圳的企业一直在各个行业里保持着很高的活跃程度，并不因为企业规模的大小而逊色，相反更容易形成行业的聚拢效应，这也是我们贯彻B2B模式的重要信心来源之一。我们注意到，随着会奖旅游不断为企业和机构所接受，市场容量快速扩展，在深圳不少旅行社也在开始关注这一细分领域，在可以预见未来的竞争压力必将大大增加。对此，我们认为，不能让先发优势成为包袱，在坚持“专业和专注”的原则下，未来将把业务模式再向前推进，从“始发地服务”向“目的地服务”延伸。

下一篇

放大 缩小 默认