

> Beijing: Helen Han Hongya



CBITM 2006

China International Business & Incentive Travel Mart 2006

Organized by Beijing Tourism Administration and Reed Exhibitions (China), the China International Business & Incentive Travel Mart (CBITM) 2006 was held from July 11th to July 13th in the China World Exhibition Hall in Beijing.

Statistics from the organizers indicated that 190 exhibitors from 30 countries participated, including Tourist Boards from Malaysia and Holland. The exhibition space covered 4300 sq meters. There were 3500 professional visitors registered online. The exhibition focused on the business and incentive travel sector. Most of the visitors were from the tourist sector and the event was more like a business meeting.

Mrs Li the Assistant Director of MICE Department of Beijing Tourism Administration commented on this unique gathering: "In order to provide high efficiency for exhibitors and buyers during the exhibition, we use an online registration system. This means the exhibitors can choose their clients and buyers can choose their exhibitors in advance. Our exhibition just provides them with the chance to discuss details face to face. We also invited

about 500 buyers and VIPs, such as Motorola." The other highlight was the seminar program. As the understanding of incentive travel within the industry in China is still in its infancy a lot of basic information has to be provided. The organizers invited professionals, such as Martine Shirk, CEO of ICCA, to give lectures. The theoretical and practical function of the exhibition was greatly appreciated by the visitors. ■

معارض

سوق الصين التجاري وسياحة الحوافز العالمي 2006

< بكين - هيلين هان هونغيا



افتتح سوق الصين التجاري وسياحة الحوافز العالمي الذي نظمته الإدارة السياحية في بكين وشركة ريد للمعارض (فرع الصين). في الحادي عشر من تموز/يوليو 2006 واستمر إلى الثالث عشر من نفس الشهر في قاعة الصين للمعارض العالمية في بكين. وحسب الأرقام التي ذكرها المنظمون فإن عدد المشاركين كان 190 عارضا من 30 بلدا بالإضافة إلى مسؤولي الإدارة السياحية لماليزيا وهولندا. وبلغت سعة المعرض 4.300 متر مربع وعدد الزوار الفنين الذين سجلوا على الانترنت 3.500 شخصا.

يزال في أطواره الأولى في الصين. يحتاج الصينيون إلى معرفة المزيد من المعلومات ذات الصلة بها. ودعى المنظمون خبراء، مثل مارتين شيرك، لإلقاء محاضرة في الموضوع. وقد اعترف جميع الزوار بالفوائد النظرية والعملية المهمة للمعرض ووفقا لما قاله غاري ليو، نائب رئيس شركة ريد للمعارض. فإن المعرض سيستخدم الاسم الجديد: "معرض الصين للحوافز والتجارة والمؤتمرات" ابتداءً من العام المقبل. ■

والمشترين خلال المعرض. نستخدم نظام تسجيل على الانترنت قبل المعرض، مما يعني أن بإمكان المعارضين أن يختاروا الزبائن، وبإمكان المشترين أن يختاروا المعارضين أيضا. ويقدم المعرض فرصة فقط لمناقشة التفاصيل وجها لوجه. كما دعونا حوالي 500 من المشترين والشخصيات الهامة جدا، مثل موتورولا. لزيارة المعرض". الحدث البارز الآخر في هذا المعرض هو برنامج المحاضرات. فلما كان فهم سياحة الحوافز لا

يركز المعرض. كما يقول عنوانه. فقط على التجارة وقطاع سياحة الحوافز. لذا فهو يختلف عن غيره من المعارض السياحية حيث إن الزوار هم أساسا من الدوائر السياحية، ولذلك ساد الهدوء قاعة العرض وجعلها أشبه ما تكون باجتماع عمل يتم في أي مكان. السيدة لي، مساعدة مدير المايس في هيئة سياحة بكين أعطتنا تفسيرها للأمر، قائلة: "من أجل توفير مستو عال من الكفاءة للمعارضين