

> Peking, Helen Han Hongya



CBITM 2006

China International Business & Incentive Travel Mart 2006

Vom 11. bis 13. Juli organisierte das Peking Tourismusbüro zusammen mit Reed Exhibitions in China die CBITM 2006. An der Messe in der China World Exhibition Hall nahmen 190 Aussteller aus 30 Ländern teil, darunter auch die Gesellschaften zur Tourismusförderung von Malaysia und Holland.

Über 3500 registrierte Fachbesucher nutzten die Ausstellungsfläche von rund 4300 Quadratmetern für ihre Geschäfte. Wie der Name schon sagt, konzentriert sich die Ausstellung v. a. auf Geschäftsreisen und Incentives.

Im Unterschied zu anderen Tourismussen ist die CBITM eine reine Fachmesse. In der Halle war es auch für eine solche Messe ungewöhnlich ruhig, fast wie bei einem gewöhnlichen Geschäftsmeeting. Frau Li, die für den MICE Bereich (Meetings,

Incentives, Conferences, Exhibitions) zuständige stellvertretende Leiterin der Peking Tourismusbüro, gab uns dafür die Erklärung: „Mit Hilfe des neuen Online-Registrierungssystems werden die Gesprächstermine zwischen Ausstellern und Einkäufern schon vor der Messe untereinander abgestimmt und ausgewählt. Zudem haben wir 500 Einkäufer und VIPs (u.a. von Motorola) persönlich eingeladen“.

Einen weiteren Höhepunkt der Messe bot das Seminarprogramm. Gerade weil sich dieses

Tourismussegment in China noch im Aufbau befindet, ist das Land auf das Knowhow ausländischer Experten angewiesen. Profis wie die ICCA Direktorin Martine Shirk berichteten von ihren Erfahrungen. Die meisten Besucher lobten das Messekonzept. Die Rückmeldungen waren überwiegend positiv. Gary Liu zufolge, dem stellvertretenden Geschäftsführer von Reed Exhibitions, wird die Messe ab nächstem Jahr unter dem neuen Namen: "China Incentive, Business & Meeting Exhibition" stattfinden. ■

معارض

< بكين - هيلين هان هونغيا



سوق الصين التجاري وسياحة الحوافز العالمي 2006

افتتح سوق الصين التجاري وسياحة الحوافز العالمي الذي نظّمته 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