



康宝莱举办  
从香港出发的邮轮假期  
奖励营销伙伴



# 香港 — 凝聚团队精神 激励企业活动

**“这是** 我们第一次举办邮轮之旅，也是参加人数最多、最成功、最温馨的一次奖励旅游。”康宝莱保健品有限公司全球副总裁、中国区总裁李延亮先生高兴地说道。

“简单、神奇、有趣 (Simple, magic, fun)”是康宝莱的企业文化。作为一家直销企业，康宝莱非常注重对营销人员的表彰与奖励。在康宝莱，表彰与奖励的方式多种多样，其中，“2010领导力假期”既能让营销伙伴放松心情，又能大大鼓舞士气、增加凝聚力，一举多得，并且受到很多伙伴的欢迎。为此，2011年春节期间，康宝莱精心组织了从香港出发的“歌诗达经典号”邮轮之旅，以鼓励在过去一年中业务表现优秀的营销伙伴，为他们及部分家属打造一次充满家庭感觉的温馨和谐之旅。

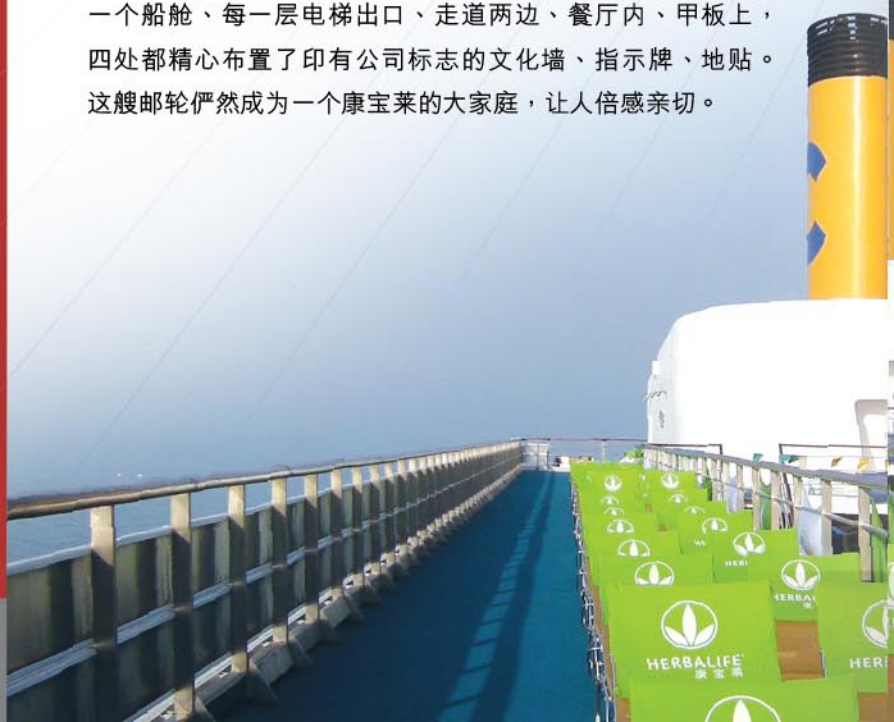
此次邮轮之旅是康宝莱(中国)第五次举办的奖励旅游，但包下整艘邮轮进行一程多站式的海上之旅却还是第一次。在得知这个极具吸引力的邮轮之旅奖励方案后，康宝莱的营销伙伴和员工都大受鼓舞，更加努力投入工作，带动康宝莱(中国)2010年业务增长近25%，业绩达标的人数也大大超过了公司所预期的。最后，共有1,500名成员——包括康宝莱的营销伙伴及部分伙伴家属、支援员工，获得了参加这次邮轮之旅的机会，在海上度过了五天四夜的难忘时光。

## 第一次邮轮之旅

参加邮轮之旅的伙伴从香港西环招商局码头登上“歌诗达经典号”邮轮，再随邮轮驶向越南的下龙湾。在下龙湾进行半天参观后，再随邮轮返回香港尖沙咀海运码头。回到香港后，大部分成员完成行程返回中国内地，约500名伙伴选择继续停留一天，观光购物，然后再离开。

对于许多康宝莱营销伙伴以及他们的家属来说，这次旅行为他们带来了许多的“第一次”：第一次参加奖励旅游、第一次乘坐邮轮、第一次到香港、第一次出国、第一次去越南……让营销伙伴们难忘的，不仅仅是这些第一次，还有在旅程中对企业文化的进一步了解、与市场伙伴们建立的深厚友谊、感受到“歌诗达经典号”邮轮的优质服务，以及参观香港闻名的旅游景点等等。

邮轮之旅既能让来自五湖四海的营销伙伴们聚首一堂，营造出家的温馨感觉；同时又能拓宽营销伙伴们视野。康宝莱公司不仅包下了整艘“歌诗达经典号”邮轮，并在船上的每一个船舱、每一层电梯出口、走道两边、餐厅内、甲板上，四处都精心布置了印有公司标志的文化墙、指示牌、地贴。这艘邮轮俨然成为一个康宝莱的大家庭，让人倍感亲切。





## 商务及娱乐设施俱全

“歌诗达经典号”邮轮的服务也让康宝莱的伙伴们非常满意。由于参加行程的成员全部来自中国内地，这艘来自意大利的邮轮特意安排了会说普通话的船员，并准备了中式餐饮，把食物做成康宝莱公司三叶草标志的图案，服务体贴周到。此外，“歌诗达”还安排了专门人员负责照顾随行的孩童，让父母们可以无后顾之忧地参加船上的各项活动和会议。邮轮上服务人员对康宝莱伙伴有求必应，康宝莱的营销人员也乐于与他们交流沟通，分享旅途中的点点滴滴。康宝莱营销伙伴们的快乐、激情也让这些服务人员备受感染，印象深刻。



“歌诗达经典号”邮轮上的商务及娱乐设施一应俱全，充分满足了康宝莱奖励旅游活动的丰富行程安排。各种规模的会议室让营销伙伴可以召开不同规格、不同地区、不同市场的沟通会议和举行相关培训活动。伙伴们聚在一起，总结公司过去一年的成果，

展望未来一年的计划；同时让经常有通讯往来但又素未谋面的市场伙伴面对面沟通，增强凝聚力。

设施齐全、可容纳600人的两层剧院为成员们的才艺表演和惜别晚会提供了最佳场地。才华横溢的康宝莱营销人员上演了一个又一个精彩的表演：唱歌、跳舞、快板书和小提琴演奏等将他们工作以外的出色才能展现得淋漓尽致。各类精彩纷呈的派对让伙伴们建立了友谊，加深了解。船上的许多其他娱乐设施也让营销人员们流连忘返，欢笑声传遍了邮轮的每个角落。

**“这是我们第一次举办邮轮之旅，也是参与人数最多、最成功、最温馨的一次奖励旅游。”**

康宝莱保健品有限公司全球副总裁、中国区总裁李延亮先生





## 浪漫邮轮婚典

此外，康宝莱还特别在邮轮上举行了一场盛大的邮轮婚典。49对新人在所有营销伙伴的见证下，在一望无际的太平洋上立下了爱的誓言。这当中有新婚的甜蜜小情侣、也有结婚10年的恩爱夫妻，更有相濡以沫60年、被誉为钻石婚的老夫妇。李延亮总裁作为这场集体婚礼的证婚人，亲自为每对夫妻颁发了量身定做的“康宝莱结婚证”。康宝莱公司还特别制作了印有公司标识的纪念版新婚印章。谈到这次特殊的邮轮婚礼，钻石婚的丈夫周永志先生感触良多：“我们非常荣幸能参加这次康宝莱的邮轮之旅和邮轮上的盛大婚典。我们在热烈的欢呼祝贺声中走过红地毯，喝下交杯酒，我们感到非常快乐，非常幸福！真的很感谢康宝莱，希望我和老伴携手70年的白金婚礼还能与康宝莱一起见证！”

浪漫的氛围更蔓延到越南的下龙湾，在这里，康宝莱的营销伙伴们领略了独特的风土人情，在这个陌生而又带有亲切感的小岛度过了愉快的时光。



49对新人共同参加了盛大的邮轮婚典。



## 购物天堂 实至名归

香港“购物天堂”的美誉由来已久并且享誉国际，但是没有亲身体验就没有切身感受。虽然停留在香港的时间仅仅一天，一名康宝莱的员工仍感叹道：“从商品种类和价格来说，香港确实是购物天堂！”

香港的商品种类多样、款式齐全，质量也有保

证；香港商店的打折和优惠活动也较多，折扣幅度大，再加上人民币汇率的优势，对中国内地旅客来说可谓价廉物美。名牌商品、黄金饰品和护肤品是其中几种最受欢迎的物品。与此同时，香港销售人员的服务态度也备受赞誉。对此，康宝莱的员工们也点头称是。一名康宝莱员工表示，在香港商场，只要拿着购物清单，销售人员就会帮顾客在相关柜台一一选购，省却顾客到处寻找的时间。即使只看不买，销售人员也仍然会友善相待。该员工表示，可惜这次邮轮之旅在香港停留的时间太短，今后她一定会和家人、朋友再来。她激动地说道：“香港值得一个月来一次……下次我想去迪士尼乐园，再看看香港的夜景！”

## 香港： 得天独厚的邮轮中心

香港的维多利亚港水深港阔，没有净空高度的限制，自然条件得天独厚。香港旅游发展局一直致力于把香港发展成亚太区具有领导地位的邮轮中心。优越的地理位置，加上国际化的支援服务，使香港成为许多一程多站式海上旅程的挂靠港。康宝莱公司的这次海上邮轮之旅也不例外。

尖沙咀的海运码头方便接驳巴士接载旅客，附近也有海港城、DFS环球免税店等购物中心，让邮轮上的旅客一下船就能把握时间去购物。不管是步行、坐出租车或是乘搭港铁等公共交通工具，清晰的指示标识和便利的交通让游客可轻而易举找到目的地。

## 香港印象 赞不绝口

谈到对香港的印象，李延亮总裁赞不绝口。最让李总印象深刻的是香港的交通、购物以及服务意识。香港无论是本地交通还是入境交通都非常便利。李总觉得香港的街道干净整洁，交通管理秩序井然，很少出现堵车的情况。来自中国内地，特别是广东省的游客到香港也非常方便。其次，从商品种类到价格，在香港购物都有很大的吸引力。再者就是香港的服务意识，无论在硬件设施还是在软件服务上，“顾客至上”的理念都得到了很好的体现。李总还表示，备受欢迎的游轮港口包括上海、青岛、厦门等，香港是当中服务最好的一个。香港市民的态度也很友善，普通话说得越来越好，交流沟通都顺畅。





最后一夜的惜别晚宴气氛热烈，掌声经久不息，许多伙伴都留下了依依不舍的泪水。



在越南，愉快的营销伙伴和身穿越南传统服饰的“康宝莱宝宝”合照留念。

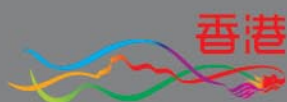
## 奖励旅游空前成功

这个五天四夜的温馨奖励邮轮之旅让每一位参加的成员都乐而忘返。在最后一夜的离别晚会上，许多员工都流下了依依不舍的泪水。在中国农历新年的传统佳节里，康宝莱的营销伙伴与行政员工共同度过了美好的时光。康宝莱的营销伙伴表示，这次海上邮轮之旅空前成功，大大鼓舞了他们的士气，效果比预想中更好。李总也表示：“这种一程多站式的邮轮之旅效果非常好，我们会考虑在2013年再举办一次，并在香港停留更长时间。我会把香港和一程多站式邮轮之旅推荐给家人、朋友和更多商业伙伴。”

网址：[mehongkong.com](http://mehongkong.com)  
[discoverhongkong.com/cruise](http://discoverhongkong.com/cruise)



香港旅游发展局



资料截至2011年6月为准，其后如有更改，恕不另行通告。对第三者产品或服务素质或适用性；或本刊物内容差误或遗漏，本局恕不负责。

©香港旅游发展局版权所有2011年