

InterContinental® Hotels & Resorts giới thiệu *InterContinental Icons*, thu hút du khách tái khám phá các biểu tượng của mỗi thành phố

InterContinental® Hotels & Resorts, hệ thống khách sạn sang trọng bậc nhất thế giới, vừa cho ra mắt [**InterContinental Icons**](#), mang đến góc nhìn mới mẻ về những thành phố thú vị nhất thế giới, đồng thời kêu gọi công chúng tham gia bình chọn những biểu tượng du lịch thực sự trên quy mô toàn cầu.

Nghiên cứu¹ độc lập được thực hiện tại New York, London, Paris, Thượng Hải, Dubai, Sydney và thành phố Mexico chỉ ra rằng du khách cảm thấy mới chỉ khám phá được bề nổi của thành phố. Hơn ba phần tư (77%) du khách cho rằng cần phải ghé thăm những địa điểm du lịch phổ biến nhất trong khi 75% du khách bày tỏ mong muốn được khám phá thêm về những gì mà thành phố thực sự sở hữu và có cơ hội trải nghiệm như một người dân địa phương thực sự am hiểu về thành phố đó.

Chiến dịch mới của InterContinental nhằm mục đích truyền cảm hứng thông qua việc tái khám phá những biểu tượng thu hút thực sự của mỗi thành phố.

Ginger Taggart, Phó Chủ tịch, Bộ phận Marketing toàn cầu, IHG Luxury Portfolio cho biết: “Với chiến dịch mới mang tên InterContinental Icons, chúng tôi đã lên kế hoạch cho việc khám phá những địa điểm và khoảnh khắc chân thực - một phần trong số những điều thực sự tạo nên nét đặc biệt mà du khách có thể bỏ qua. Những trải nghiệm du lịch đa dạng mang tính biểu tượng như vị mặn của không khí khi đi phà qua con sông Hudson ở New York, tiếng chuông du dương của tháp đồng hồ trên Bến Thượng Hải, hay những viên đá cuội dưới chân trên những con phố cổ Paris đều sẽ đem đến cho khách du lịch những trải nghiệm hết sức độc đáo, chưa từng có qua những cách thức vô cùng mới mẻ và bất ngờ. Chúng tôi luôn muốn tái hiện lại cảm giác mê hoặc của những thành phố đã được rất nhiều du khách ghé thăm và khuyến khích các cuộc thảo luận về những biểu tượng du lịch thực sự của mỗi thành phố”.

Cuộc bình chọn sẽ kết thúc vào ngày 31 tháng 12 năm 2019. Kết quả sẽ được tổ chức công bố vào đầu năm 2020.

¹ Cuộc khảo sát của Toluna được thực hiện trên toàn cầu với hơn 6.000 người tham gia từ giữa Thứ Tư ngày 6 tháng 11 đến Thứ Ba ngày 19 tháng 11. Cuộc khảo sát trực tuyến này không dựa trên mẫu xác suất và do đó không thể ước tính được lỗi mẫu lý thuyết thu được.