

高等院校会展专业教材

会议 策划与管理

HUIYI
CEHUAYUGUANLI

郑建瑜 主编



南开大学出版社

◆ 高等院校会展专业教材

◆ 南开大学出版社

◆ 郑建瑜 主编 ◆

会议策划与管理

图书在版编目(CIP)数据

会议策划与管理 / 郑建瑜主编. —天津: 南开大学出版社, 2008. 4

ISBN 978-7-310-02899-3

I. 会… II. 郑… III. 会议—组织管理学 N. C931. 47

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 042878 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

河北省迁安万隆印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2008 年 4 月第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 17.625 印张 332 千字

定价: 32.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

前言

人类进入 21 世纪以来,会议产业所表现出来的强劲的增长趋势和产业带动能力已经引起人们的广泛注意,世界各国和地区纷纷把会展业作为支柱产业和先导产业来培育或发展。在我国,举国上下兴起了一股举办会议的热潮。近年来,我国已成功地举办了亚运会、世妇会、昆明世界园艺博览会、上海“财富”论坛、APEC 会议、世界银行全球扶贫大会、2007 年世界特奥会等重大的国际性会议。会议业正在成为中国经济发展的新亮点,并继续飞快地增长。特别是中国成功取得 2008 年奥运会和 2010 年世博会等大型国际性会议的主办权,更给我国会议产业的发展创造了机遇。正如国际会议协会(ICC A)主席所说:“中国有可能成为 21 世纪国际大型会议旅游的首要目的地。”

从整体上看,中国会议业的宏观管理体制和微观运作机制相对德国、美国等会议发达国家都明显落后,而且到目前为止,国内有关会议的理论研究成果也比较缺乏,处于理论研究严重滞后于市场发育的情况。对于会议的研究成果主要见于各种报刊中的领导讲话,内容大多是从本区域、本单位情况出发,针对一些经验与教训进行归纳总结,就事论事是其主要的表达方式,很少有上升到系统理论高度来进行跨区域的研究。就国际会议业而言,他们的管理思想与机制相对比较成熟,形成了一些可以借鉴的模式,但怎样“洋为中用”,开展合作与竞争,以及我们本土化经营管理的一些会议如何创造品牌,是目前我们要研究的新课题。

本书通过吸收国外在会议业研究方面的先进成果,结合国内发展实践,站在策划管理战略高度、立足于企业管理实务提出全新的知识点,使会议策划与管理的研究现状更加清晰,让研究的理论与实际成果更加生动、鲜活,向读者展示国际国内在会议策划与管理方面的新的思想理念和技术手段。书中每个章节后都配有相关的复习思考题,可以帮助读者更好地理解各章节的内容。

我们通过各种方式查阅收集资料,包括进行专家访谈、实际调查、翻译外国文献、开研讨会等,吸收国内外已经获得的研究成果,在此基础上形成自己的观

点和结论。本书具有较强的专业性、系统性、时代性、实用性和前瞻性。

本书具有很好的理论与实际相结合的资料来源,可作为我国高等大专院校相关专业的教学用书以及企业会议策划与管理人才的培训教材,也可供各级政府官员和理论研究者借鉴,同时还可用于国际合作与交流活动。

本书由上海师范大学旅游学院会展管理系主任郑建瑜担任主编,负责编写大纲,撰写第3、4、5、6、7、8、9章及全书的统稿和修改工作。上海师范大学旅游学院人文地理专业研究生孙琴撰写了第1、2、10、11章,在此表示衷心的感谢。

由于时间紧迫,能力有限,本书中的缺点和错误之处在所难免。因此,恳请各位同仁和广大读者批评指正。我们期待这本教材能够得到广大读者的欢迎,能够在会展教育方面,特别是会议策划和管理人才的培养上起到一定的作用,为我国会展业的发展作出贡献。

郑建瑜

2008年1月

目 录

第一章 会议业概述	(1)
第一节 会议业概述	(1)
第二节 会议及其要素	(16)
第三节 会议举办条件	(20)
第四节 会议的功能与作用	(22)
第二章 会议类型及特点	(27)
第一节 会议类型	(27)
第二节 各类会议特点	(34)
第三节 世博会	(51)
第三章 会议的组织者和审批程序	(58)
第一节 会议举办机构	(58)
第二节 会议的组织机构	(66)
第三节 会议组织者的主要职责	(68)
第四节 PCO 和 DMC	(73)
第五节 会议审批程序	(76)
第四章 会议的策划	(79)
第一节 会议策划的概念与方法	(79)
第二节 会议策划的原则与内容	(87)
第三节 会议策划书的制定	(102)
第四节 会议策划应注意的问题	(116)
第五章 会议策划方案的实施要点	(120)
第一节 会议工作的内容及流程	(120)
第二节 会议工作范围	(127)
第三节 会议工作分工	(129)

第六章 会议的时间节点控制	(131)
第一节 会议议程.....	(131)
第二节 会议日程.....	(135)
第三节 会议程序.....	(138)
第四节 有效控制会议进程.....	(141)
第七章 会议的文秘服务	(143)
第一节 会议文秘服务内容.....	(143)
第二节 拟发会议通知.....	(147)
第三节 邀请演讲者.....	(152)
第四节 会议主题活动策划与安排.....	(154)
第五节 会前会和会后会.....	(160)
第八章 会议接待服务	(165)
第一节 接客送客.....	(165)
第二节 报到与签到.....	(169)
第三节 贵宾接待.....	(172)
第四节 会议接待礼仪.....	(173)
第九章 会议的公关宣传	(176)
第一节 会议的公关对象和内容.....	(176)
第二节 会议的协调.....	(178)
第三节 会议的宣传原则和方式.....	(180)
第四节 会议各阶段的宣传工作.....	(202)
第十章 会议的专业服务和相关服务	(207)
第一节 会议的服务理念和服务流程.....	(208)
第二节 服务供应商的选择.....	(213)
第三节 会议的会务服务.....	(215)
第四节 会议的餐饮服务.....	(251)
第五节 会议的房务服务.....	(256)
第六节 会议的其他服务.....	(257)
第十一章 会议的融资与财务管理	(260)
第一节 制定财务目标.....	(260)
第二节 制定预算.....	(261)
第三节 会议融资.....	(267)
第四节 会议的收支与成本控制.....	(267)

第一章

会议业概述

学习目的

通过本章的学习,了解会议业的起源、产生的基础和价值,了解世界和我国会议业的发展现状,掌握会议的定义、构成要素、举办条件,以及会议的功能与作用。

主要内容

• 会议业概述

会议业的起源 会议业产生的基础 会议业的价值 世界会议业概述 我国会议业概述 国内外知名会议模式概览

• 会议及其要素

会议的定义 会议的构成要素

• 会议举办条件

• 会议的功能与作用

会议的功能 会议的作用

第一节 会议业概述

一、会议业的起源

美国总统在马里兰州的戴维营举办中东最高首脑会议;英国皇家护理学院在波恩茅斯召开年度专业会议;国际会议和会展协会的会员在哥本哈根集结召开大会和代表大会;微软公司或汇丰银行的股东参加公司的年度大会;葛兰素史

克公司的销售人员济济一堂召开情况汇报例会或培训活动,他们之中的成绩卓著者乘飞机到海外旅游胜地出席(参加)奖励会议。

上述活动的形式虽然林林总总,但目的只有一个,那就是确立某一主题将人们召集起来,面对面地交流思想和信息,在某些特殊条件下进行讨论和洽谈,建立友谊或亲密的商业关系,鼓励个人和组织获得较佳业绩。它们是相同活动的不同方面,同属持续发展的、国际性的、带动经济繁荣的会议业。尽管使用的词语“最高首脑会议”(summit)、“聚会”(meeting)、“专业会议”(conference)、“大会”(assembly)、“年会”(convention)、“代表大会”(congress)、“年度大会”(AGM, annual general meeting)、“情况汇报会”(briefing)、“培训会议”(training)、“奖励会议”(incentive)等有所不同,但其实质构成要素和目标却毫无二致。

会议是现代传播业的前沿,无论它是为了内部交流(例如销售会议、培训讲座、领导进修会、年度大会),还是作为与重要听众的交流工具(例如新闻发布会、产品推介会、年度大会和一些技术会议等)。“会议”是一个意义宽泛的词汇,泛指各种各样的交流活动。

而“会议业”这个词的产生却很晚,甚至到20世纪的后半期,竟还很少有人听说过。但人们需要集结,需要开会,由此来体现人的属性,而且,出于各种不同的目的,人们集会 and 集结到一起从人类文明的早期就已经出现了。

过去200年来最高层次的国际会议之一,是1814年9月到1815年6月召开的维也纳会议。可以说它是现代会议的滥觞。召开这次会议的目的,是在拿破仑战争后重新划分欧洲的国土。会议的代表包括当时的所有大国(土耳其除外)。可以想象“代表团的花费”是多么奢华。与会的代表有俄国沙皇亚历山大一世、普鲁士的卡尔·奥古斯特·冯·哈登贝格王子;而卡斯尔雷子爵和惠灵顿公爵是英国的主要代表。每位代表都由服务人员和陪伴人员组成的庞大代表团陪同。他们需要住宿、社交以及豪华的团体娱乐和地勤服务。这里还没有提及高档的会议设施。毋庸置疑,维也纳会议局付出了长期而艰辛的工作,才将如此高层次、高消费的会议吸引到这个城市。

随着19世纪的推进,大学渐渐地开始为学术圈内的信息传播提供设施,游览胜地也异军突起。在英国,维多利亚度假区修建了会议室,开始为娱乐和会议提供较大的公共空间。与此同时,铁路网得到发展,铁路沿线的主要火车站旁修建了铁路旅馆。这些旅馆有许多都配备了多功能厅,以供租用。

到了20世纪,尽管会议继续受到贸易和工业的驱动,但有一种增长放缓的趋势,它期待着会议人员的发展,而不再是为了推销产品或报告公司的年度进展。培训会议的先驱——20世纪20年代和30年代的“商业会议”(或商务旅游)开始进入更为现代和得到认同的发展阶段。

这种状况与 19 世纪晚期的北美,特别是与美国东海岸沿线的情况略有不同。在那里,当时正在建立各种各样的贸易和专业协会以及宗教组织。这些组织一经建立,便开始召开其会员会议,并且还按照合法程序建立了许多委员会,以“从这些蓬勃发展的协会吸引尚处在发展中的会议业务”。随着越来越多的城市管理机构逐步认识到会议商务活动的重要性,承办这些会议开始由专职人员负责。根据历史记载,第一个事例应属密执安州的底特律市。当时有一家商业机构,决定设置一名专职的销售人员在路上招揽会议到该城市召开。就这样,在 1896 年,第一个会议局成立了,一种产业也初露端倪。在底特律之后不久,其他的美国城市竞相效尤,并建立了他们自己的会议局。这些城市有:克利夫兰(1904 年)、大西洋城(1908 年)、丹佛和圣路易斯(1909 年)、路易斯维尔和洛杉矶(1910 年)。现在,世界上的许多城市都建立了自己的会议局,或者会议和观光局。

二、会议业产生的基础

今天的会议业起源于前几个世纪的政治性和宗教性的会议,以及之后的商业会议和美国的贸易与专业会议;但一种真正“产业”的发展和对它的认同则是较近的事情。特别是在欧洲,确切的时间只不过是 20 世纪的中叶到晚期才开始的。

成立贸易协会通常是一种有效而客观的标准,它标志着一种产业已经真正形成。表 1-1 列出了一些主要的会议业协会及其成立时间。

表 1-1 主要会议业协会及成立时间

年份	协会名称
1928 年	国际会展管理协会(IAEM, International Association for Exhibition Management)
1957 年	专业会展管理协会(PCMA, Professional Convention Management Association)
1958 年	国际会议局协会(AIPC, Association International des Palais de Congrès)
1963 年	国际会议和会展协会(ICC, International Congress and Convention Association)
1964 年	欧洲会议乡镇联合会(EFCT, European Federation of Conference Towns)
1968 年	国际专业会议组织者协会(IAPCO, International Association of Professional Congress Organizers)
1969 年	英国会议举办地协会(BACD, British Association of Conference Destinations)
1972 年	国际会议专业委员会(MPI, Meetings Professionals International)
1975 年	澳大利亚会议业协会(MIAA, Meetings Industry Association of Australia)
1981 年	英国专业会议组织者协会(ABPCO, Association of British Professional Conference Organizers)
1983 年	亚洲会议和观光局协会(AACVB, Asian Association of Convention and Visitor Bureaus)
1990 年	英国会议业协会(MIA, UK, Meetings Industry Association)

从 20 世纪 60 年代以来,国际上大中城市对整个基础设施的投资都在稳步增长,赖以支持会议及其相关活动;而到 20 世纪 90 年代期间投资加速增长。20 世纪 90 年代,几乎创造了到目前为止在全球性会议基础设施上稳步投资的最高记录。表 1-2 和表 1-3 给出了在澳大利亚和英国两个国家兴建的新的会议设施的详细情况。它代表了近 20 多年来所发生的大规模投资的概貌,但其中未含在非供会议业专用建筑物上的其他大量投资。这些建筑物都能容纳超大型的会议,它们有:英国的舍菲尔德体育馆(12 000 个座位、4 500 万英镑)、伯明翰国家室内体育馆(13 000 个座位、5 100 万英镑)、曼彻斯特的耗资 4 200 万英镑的布里奇沃特宴会堂和 19 000 个座位的耐尼克斯体育馆,以及位于泰恩河畔的纽卡斯尔市的纽卡斯尔体育馆(10 000 个座位、1 050 万英镑)。

表 1-2 1986 年以来澳大利亚对主要会议中心的投资情况

中心的名称	启用年度	花费(百万澳大利亚元)
阿德来德会展中心	1987 年	...
悉尼会展中心	1988 年	230
堪培拉国家会议中心	1989 年	...
墨尔本会展中心	1990 年	254
布里斯班会展中心	1994 年	200
凯恩斯会议中心	1995 年	...
南悉尼会议中心	1999 年	60
联邦音乐厅和会议中心(霍巴特)	2000 年	16
阿德来德会展中心扩建	2001 年	85
阿利斯斯普林斯会议中心	2003 年	14.2
珀斯会展中心	2004 年	310

表 1-3 1990 年以来英国对主要会议中心的投资情况

中心的名称	启用年度	花费(百万英镑)
国际会展中心	1991	180
普利茅斯展馆	1992	25
加的夫国际体育馆	1993	25
北威尔士会议中心	1994	6
爱丁堡国际会议中心	1995	38
贝尔法斯特滨水会议厅(会议中心和音乐厅)	1997	32
苏格兰会展中心的克莱德音乐会堂	1997	38
千禧年会议中心(伦敦)	1997	35
曼彻斯特国际会议中心	2001	24

当然,作出重大投资的不只在欧洲、澳大利亚和北美。在1997到2007年10年之间,大规模的基础设施建设项目还出现在东欧各国,如匈牙利和捷克共和国;中东以及若干非洲国家;特别是亚洲的许多地区和环太平洋经济带,其中一个地方级的泰国的芭堤雅展览馆,一个是国际级的迪拜的“七星级”酒店。

会议业的许多投资都是由中央政府和其他公共部门提供的,之所以作出这种投资,原因各不相同:

- 在这些国家级的会议举办地中,休闲旅游业的发展如火如荼,政府为其兴建了大量基础设施。这些设施(例如机场和其他通讯设施、三星级/四星级/五星级酒店、旅游景点)与吸引国际会议商务活动的要求概属同宗。虽然兴建专用的会议设施另需额外投资,但与整个基础设施的投资相比,其费用是微不足道的。

- 这些会议举办地不过是把会议活动看成休闲旅游业的补充,兴建较早的会议举办地都采取这种做法。

- 会议和商务旅游是休闲旅游业中的高质量、高收益的行业,它能够给发展中国家和发达国家带来重大经济利益。这种利益包括全年的就业和外汇收益。它还能够从会议代表那里吸引到未来的内向投资。会议代表在参加会议时,如果看中了某个地方并为之所感动,则会返回到该地兴办某种企业,或者劝告他们的同事与亲友也这样做。

- 毋庸置疑,当选为主办一种重大的国际性会议的东道主会使其威望更加显赫。有一些欠发达国家将此看成是赢得尊重信任和为国际政治舞台所接受的路径。城市拥有会议和会议中心的要素,被认为是城市发展水平的象征,是城市已经达到会议举办地的标志,对城市发展可谓举足轻重。

三、会议业的价值

会议业被认为是高收入、高盈利、带动力强的环保型朝阳产业,并且还可以带动商贸、影视、信息、餐饮、宾馆、交通、娱乐、服装、旅游、广告和印刷等相关产业的发展。据测算,国际上会展业的产业带动系数大约为1:9,即会展场馆的收入如果是1,相关产业的收入则为9。据国际博览会联盟(UFI)的统计证实,由会展所创造的经济效益中,只有20%是会展行业内的,其余80%为相关行业所拥有。

1. 直接收益

(1) 场租收益

以第88届广州中国出口商品交易会为例,该届交易会总体摊位有6700个,其中设置保障性摊位500个。交易会共有6个行业馆、28个商品展区,标准摊位的平均价位在20000~24000元之间(每个标准摊位面积9平方米)。此外,

交易会还设置了大约 800 个议价摊位,价格是上述分配性摊位的两倍。按此保守计算,总摊位租金大约为

$$(6\,700-800)\times 22\,000+800\times 44\,000=160\,000\,000(\text{元})。$$

一次交易会会场租一项,竟然就有 1.6 亿元的收益。

(2)城市交通

以 2001 年上海“APEC”会议为例,出席此次会议的中外宾客超过 1 万人。会议期间,2 000 辆会议用车集中待命。其中,无偿提供给各经济体代表团使用的约 500 辆,另外有 1 500 辆供租用。在代表团用车规格上,各经济体元首乘坐奔驰 600 防弹轿车,部长级官员乘坐上海生产的别克轿车,其余代表团成员则乘坐别克商务车。供各代表团以及与会的企业家、学者及记者等租用的各种汽车由上海 4 家出租汽车公司提供。为了方便 3 000 多名记者采访,大会新闻中心租用了近 300 辆客车,其中,62 辆是价值上百万元人民币的新型大巴车,207 辆是中型面包车。上述用车的租金无疑是一个庞大的数字。

(3)航空运输

上海 APEC 会议期间,大量专机飞临上海机场,日高峰起降 550 余架次,并在 8 月和 9 月两个月中,保证了中小企业部长会议、财政部长会议和技术博览等 APEC 系列会议航班 114 架次的起降,航空业的收入自然十分可观。

(4)城市建设

为迎接 APEC 亚太经合论坛的举行,上海市新增、改建景观灯光 80 公里,上千幢新楼实施亮灯工程。为此,电力公司制订了线路设备、电网运行和用电等整套保电方案,维护、调换了年久失修的线路,并且对会议相关场馆电力线路及配套供电设施随时巡视。借 APEC 东风,上海市还进行了城市整容,各景观道路建筑整容面积达 399 万平方米,还对 100 多条道路进行了专项整治。

再看博鳌亚洲论坛:为迎接 2002 年博鳌亚洲论坛年会,海南省东线高速公路博鳌出口路安排地方国债资金 1.7 亿元,博鳌供水工程(热水)安排中央国债 1 200 万元,琼海嘉积水厂至博鳌供水工程安排中央国债 1 000 万元,博鳌亚洲论坛永久会址——东屿岛的护堤工程安排中央国债 1 000 万元,博鳌电网改造安排地方国债资金 620 万元。从博鳌亚洲论坛成立到首届年会,琼海市共投入 7 000 多万元用于城市基础设施建设。

此外,对于交易会、博览会、产品展示会而言,承办方的各项广告收入也非常可观。

2. 间接收益

(1)服务业

APEC 会议是在我国举办过的层次最高、影响最大的多边国际会议,出席会

议的 21 个经济体成员代表总共达 1.3 万人。中国与 APEC 各成员经济体的关系将因为这一系列会议的召开变得更加紧密;而上海也借“APEC”会议的契机,提升了服务业水准。全市服务业 GDP 的比重已经从 1995 年的 40.2% 上升到 2000 年的 50.2%,表现出十分明显的赶超型特征。金融保险业在 1995 年时占第三产业的比重为 24.8%,2000 年上升到 30.2%;房地产业占第三产业的比重从 9.2% 上升到 10.5%;教育文化产业从 4.5% 上升到 6%。

(2) 饭店业

从博鳌亚洲论坛年会开幕前十几天起,该地的客房价格就开始全面升温。论坛主会场五星级的博鳌金海岸温泉大酒店,客房价格最低的也在千元之上,总统套房的房价高达 22 800 元,十几幢小岛别墅客房价格也高达 3 000~8 800 元不等。博鳌亚洲论坛年会期间,就连博鳌 12 家私人小旅馆也全部爆满,而且房价比平时涨了三倍多。完成了博鳌亚洲论坛成立大会接待任务的金海岸温泉大酒店,在其后的一年内,频繁接待会议团体,其中上规模上档次的会议团体多达 150 多个。

(3) 餐饮业

APEC 会议期间,上海国际新闻中心为上千名记者提供服务。仅一楼的休息区,被记者消费的咖啡每天就有 2 000 多包,绿茶 400 多袋。餐厅内供应中餐和西餐,每天供应差不多 3 吨食物,产生大约 5 吨垃圾。一家紧挨着上海国际会议中心的“海鸥舫”饭店,专门负责为采访 APEC 的新闻记者、大会志愿者以及部分工作人员提供餐饮。该饭店每天要接待 1 200 多位客人,平均一顿饭就要消耗 1 吨左右的食物。

(4) 旅游业

由于博鳌亚洲论坛的轰动效应和博鳌水城旅游度假新亮点,海南省旅游的国际知名度大大提升。据统计 2001 年旅游人数达到 1 124.76 万人次,比上年增长 117.19 万人次,增长 11.6%。其中,博鳌水城接待旅游度假客人达 90 万人次,日均 2 000 人次,占海南省旅游总人数的 8%。2001 年省旅游收入达到 87.89 亿元,比上年增长 11.88%。

(5) 零售业和手工业

在 2001 年 APEC 会议上,我国传统的唐装大放异彩,并带动这一服装在中国各大城市热销。APEC 会议前后,杭州等地停了产的丝绸厂全部重新开工,2001 年流行“中国结”,令一批濒临倒闭的制绳厂起死回生。2002 年唐装流行,丝绸厂纷纷得救。北京也在一夜之间冒出了“唐装一条街”,春节期间短短一个月内,唐装经销商就从 6 家发展到 400 多家,每天能卖出 5 000 件左右。如果以一件唐装平均 200 元计算,每天的进账就是 100 万元人民币。北京还有为数众多的

大型综合商场、超市和批发市场,几乎都在经营唐装销售。

这是会议间接地给商业零售业和传统手工业带来商机的一个例证。

(6) 通信业

“博鳌亚洲论坛”期间,中国电信海南公司在博鳌会议区域开通 155 兆光纤通道的基础上,又紧急扩容了 622 兆传输系统。为满足 163/169 拨号上网需要,公司在原有 2 000 个端口的基础上扩容了 10 000 个端口,能满足 12 000 多用户同时上网。同时还割接开通了 1 024 门容量的博鳌接入网点设备机房,在开发区内割接开通 768 门接入网点设备,大大改善了博鳌的通信环境。承担大会通信保障工作的上海电信、移动通信和联通等公司对 APEC 会议使用的 36 个场馆,涉及的 20 个活动区域和 60 多条道路,实施了大规模的网络扩容和无线室内覆盖工程,构建了一个由海底光缆、陆地光缆、卫星通信和机动卫星转播等组成的多重保险通信服务体系。在新落成的新闻中心,开通了 1 条带宽为 100 兆的光纤、2 条各 2 兆的帧中继专线和 45 个上网端口,3 000 多中外媒体记者可以同时高速上网,就连宾客食宿的宾馆酒店也装配了国际一流的通信设备。此外,在各国政要、学者和记者下榻的酒店都增装了中继线,在酒店和会场周围增设了 45 部 IC 卡话机,为下榻海航培训中心的记者们提供了上网的条件;新锦江饭店的新闻中心还增设了 31 部直拨电话、2 条各 2 兆的帧中继上网专线和 46 个上网端口,使各国记者都能迅速地进行多媒体通信。海口地区不仅检修了海口所有酒店的电话,还增装了十多部 IC 卡话机,海口金海岸罗顿大酒店的上网速度由 64K 提速到 128K。

APEC 会议期间,有大约 3 500 多名中外记者云集上海,是我国举办的吸引媒体记者最多的会议之一,其中,国内新闻机构 1 000 多家,海外新闻机构 2 000 多家。“APEC”会议新闻中心内的 169 个工作间全部被征用,路透社、美联社、CNN 等新闻机构早在正式会议开始之前,已经播发了许多和“APEC”上海年会有关的新闻报道。

四、世界会议业概述

会议业因其广泛的影响、高额的利润和巨大的潜力,引起了越来越多的国家和地区的关注,市场竞争亦愈演愈烈。现在世界上每个有点规模的城镇都把自己看作是一个可以举办会议的地方,并为本地举行各种会议宣传自己的设施。这些城镇至少已注意到在会议策划者中寻找朋友,欢迎他们前来考查与洽谈,并提供公开或不公开的优惠。

由于会议市场的复杂多变,会议市场规模究竟有多大,究竟有多少人参加,谁也不能准确地说出来。而针对这一花费成千上万美元的会议业务来说,到目前

为止,还没有一个比较权威的国际统计数字。但随着世界经济的复苏,根据国际会议协会 ICCA 的统计,每年全世界的会议收入约在 2800 亿美元以上,其中国际会议收入为 76.2 亿美元。会议出席者在会议场所每投入 10 美分,就要在旅行、饭店业、餐饮、商业等相关行业消费 90 美分,也就是说,会议业和会议相关产业的联动效应为 1:9。会议业每年以 8%~10% 左右的速度在增长,世界会议发展的趋势为:90% 的会议是国内会议,只有 10% 为国际会议。

尽管国际会议只有 10%,但人们还是不惜花那么多的钱去宣传自己的目的地,去争取这 10% 的国际会议。这就是由于像国际会议协会 ICCA 前主席范·胡芬(Van de Hoeven)所说的“国际会议影响面大,档次高,利润大”。

欧美会议业发展较早,产品较成熟,市场机制健全,操作规范,市场份额较大(见表 1-4 和表 1-5)。据国际协会联盟(UIA)进行的调查显示,1999 年,在全球范围内举行的国际会议达 9 465 个,其中,1 420 个在美国举行,5 383 个在欧洲举行。法国首都巴黎,每年都要承办超过 300 个大型国际会议,因此,赢得了“国际会议之都”之称。据统计,仅会议这一项,每年就会为巴黎带来 7 亿多美元的经济收入。在 1994 年,巴黎成立了一个“会展局”,专门为会议市场的供求双方提供全方位的帮助和咨询,在国际会议市场上推销巴黎,推销法国。根据巴黎旅游局公布的数字,1999 年巴黎仍为世界第一大国际会议中心。至此,法国首都已连续 21 年保持这一地位。据国际协会联盟(UIA)的统计,2001 年巴黎共接待各类国际会议 247 个,占全球国际会议市场的 2.61% 以及欧洲会议市场的 4.62%。布鲁塞尔和维也纳分别居第二和第三位,伦敦名列第四。而瑞士,虽然只是一个拥有 700 万人口的内陆小国,可平均每年举办的国际会议超过 200 个,每年因会议而吸引的外国游客超过 3 000 万人。美国更是占有联合国之地利,国际会议连绵不断。

表 1-4 2000 年国际会议区域分布情况表

名次	UIA 统计	ICCA 统计
1	欧洲 56.19%	欧洲 59%
2	北美洲 17.17%	亚洲 14%
3	亚洲 13.08%	北美洲 11%
4	南美洲 5.12%	南美洲 7%
5	澳大利亚 4.41%	澳大利亚/南太平洋 6%
6	非洲 4.03%	非洲 3%

资料来源:国际协会联盟(UIA)/国际会议协会(ICCA)

表 1-5 2001 年各洲国际会议情况

洲名	数量	所占比例(%)
欧洲	1540	57.76
亚洲	471	17.67
北美洲	262	9.83
拉丁美洲	177	6.64
澳大利亚/南太平洋	149	5.59
非洲	67	2.51
总计	2666	100%

资料来源:国际会议协会(ICC A)

进入 20 世纪 90 年代以来,亚洲经济一度持续发展,洲内洲际交往日益增多,各国和各地区也都开始重视会议产品的开发、宣传和促销,纷纷设立专门机构,命名会议城市,增加经费,采取倾斜政策招徕会议,所以,会议活动迅速增加。虽然欧美的会议业务占会议市场一半以上,但份额已有所减少,与此同时,亚洲的市场份额却稳步增长(见表 1-4 和表 1-5)。其中,香港已成为亚太地区最重要的会议中心之一,被誉为国际会展之都。近年来,香港每年举办的大型会议超过 200 个,来自世界各地的与会代表多达 3.7 万人。香港已连续多年被英国《会议及奖励旅游》杂志评为“全球最佳会议中心”。2004 年,中国香港和澳门地区更跻身全球 10 大会议城市行列(见表 1-6)。而中国内地也凭借其广阔的市场与经济发展潜力,逐渐成为亚洲地区会议业的新秀。总体来讲,亚太地区因其高质量的会议产品令人瞩目。但劣势也有,那就是协会基础较弱,软件素质有待提高,亚太会议市场仍处于初级阶段,亚洲会议业面临着机遇和挑战。

表 1-6 2004 年 10 大国际会议国与地区

名次	国家	会议数	占世界会议%
1	美国	1080	11.79
2	法国	552	6.03
3	德国	491	5.36
4	英国	377	4.12
5	西班牙	361	3.94
6	意大利	336	3.67
7	瑞士	302	3.30
8	比利时	282	3.08
9	奥地利	279	3.05
10	中国:香港、澳门	231	2.52

资料来源:国际协会联盟(UIA)

因为只有符合国际组织 UIA 或 ICCA 统计标准的会议,才能列入它们的统