

会议中心

设计、运营与管理

The Designing, Operation and Management of A Convention Center

刘海莹 许 锋 著



YZLI0890145630

■ 国内第一本全面介绍

会议中心设计理念、日常运营和管理的专著。

■ 书中诸多独到见解

无疑对会展场馆管理者和投资开发商具有指导意义。



旅游教育出版社

会议中心

设计、运营与管理

The Designing, Operation and Management of A Convention Center

刘海莹 许 锋 著



策划编辑:赖春梅

责任编辑:陈 志

图书在版编目(CIP)数据

会议中心设计、运营与管理/刘海莹,许锋著. —北京:旅游教育出版社,2012. 1

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2052 - 1

I. ①会… II. ①刘…②许… III. ①会议展览中心—建筑设计②会议展览中心—运营管理IV. ①TU242. 1②G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 234999 号

会议中心设计、运营与管理

刘海莹 许 锋 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@ 163. com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 1092 1/16
印 张	27. 25
字 数	530 千字
版 次	2012 年 1 月第 1 版
印 次	2012 年 1 月第 1 次印刷
定 价	58. 00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前言 |

编辑很是严苛,要求将本书的第2章第1节“会议中心的选址”中的八个依据之一“Visibility”翻译成中文。这个词其实很难翻译,按照字面意思是“可见性”、“能见度”,但要用来形容一个会议中心,显然未能传神。于是找同事请教,同事建议翻译为“醒目”。

一个会议中心,理应建在市区(这里没敢说市中心,之所以如此,是缘于国内的城市规模日渐庞大而常难以界定哪里才是市中心),还应成为地标性建筑,香港会展中心就是一个极好的例子。但,“醒目”也只能表达出会议中心建筑的或高大或外观之美,人们可以凭“醒目”轻而易举地把会议中心从周围的建筑中分辨出来。会议中心能达到这个目标,已然难得。不过,会议中心的“醒目”不在于其是否为城市地标,而在于其沟通(达成信息、知识、商品的交流以及人与人之间的交往——这些正是会议和展览所展现的功能)的能力,在于让外地和本地的客户、参会者、参展商喜欢会议中心继而愿意来办会办展或参会参展的能力。后者,说得好听一点,是创造社会效益的能力;而对于会议中心的业主、经营者而言,实际上也是创造经济效益的能力。

这还不够,会议中心必须能给本地人带来裨益。给我们印象最深刻的,是英国伯明翰会议中心,地处绝对的市中心,多条地铁在此交会,同一栋楼里还有音乐厅,当地人或在此换乘地铁步履匆匆,或相聚小酌甚至闲逛购书,同时各类会议、活动不断举办。这是一个真正的 meeting point(会见之所),伯明翰之外的人来这里参会、参展、学习交流,本地人在这休闲娱乐,这样的人与人之间的交融、人与会议中心之间的交融是如此的令人赏心悦目,以至于每看到国内的会议中心不是远离市区就是功能单一,就想问一句,弱弱地:“为什么会议中心就不能招人喜欢一点呢?”

会议中心的“醒目”,肯定不仅是建筑角度上的“醒目”,还必须是友好的。现在城市的许多街区都有修剪得整整齐齐的悦目养眼的青草,可惜的是用栅栏围起来,就是不让我们踩上去,逼着我们绕着走。这是“醒目”但不甚友好的青草。会议中心不该像这样。

会议中心的“醒目”、“友好”、“经济效益”,均事关会议中心的选址和设计,也跟会议中心建成后的运营和管理有莫大的干系。在我们看来,关于会议中心有5个“S”值得关注。

1. Staff(员工):毋庸置疑,会议中心跟酒店相似,属于劳动密集型企业,员工的工作态度、精气神儿以及员工是否负责主动、是否专业决定了会议中心的整体服务质量。

2. Safety and Security(安全生产和安全保卫):这是客户、供应商和会议中心员工一听到就烦的老调,但安全问题真要碰上了,无一不指责会议中心。

3. Save cost(节约成本):跟会议中心所有人都有关系,会议中心建筑设计师也有份。

会议中心经营者饱受人工成本、以食品为代表的多种原材料价格的快速上涨而带来的切肤之痛,但又不能全部转嫁给客户,只好内部消化,所以节约成本绝对不是一句空话。

4. Service(服务):客户和参会、参展客人爱拿会议中心和五星酒店比,对会议中心的服务水准要求非常高,而不但是会议中心员工的服务,还有供应商、签约服务商的服务也都决定了会议中心的服务水准。不要迷信设施之现代化。美人总会迟暮,设施总会陈旧,会议中心真正能吸引客户并让客户愿意多掏钱的,还是服务。

5. Sell the venue(销售会议中心):会议中心人人应该都是品牌大使,人人应该都是销售员。只要是在会议中心工作的人,无论是正式工还是外派公司的劳务工、外包公司的员工都直接或间接面对客户,他们应该无时无刻不在推广会议中心的品牌,继而销售会议中心。

会议中心的运营和管理,涉及市场销售、人力资源、财务、采购、餐饮、工程、安全生产和安全保卫等多个领域,好在外面的N多的参考书有助于了解这些领域。关于会议中心,我们的想法很简单,经验和认识也是日积月累得来的,很难得,敝帚自珍。

刘海莹 许 锋

2011年9月 北京

表索引

表 1-1	上海市主要会议中心、会展中心会议室情况	35
表 1-2	江苏省主要会议中心、会展中心会议室情况	37
表 1-3	浙江省主要会议中心、会展中心会议室情况	38
表 1-4	山东省主要会议中心、会展中心会议室情况	38
表 1-5	福建省主要会议中心、会展中心会议室情况	39
表 1-6	安徽省、江西省主要会议中心、会展中心会议室情况	40
表 1-7	广东省主要会议中心、会展中心会议室情况	40
表 1-8	广西壮族自治区主要会议中心、会展中心会议室情况	41
表 1-9	海南省主要会议中心、会展中心会议室情况	42
表 1-10	陕西省主要会议中心、会展中心会议室情况	42
表 1-11	北京市主要会议中心、会展中心会议室情况	43
表 1-12	天津市主要会议中心、会展中心会议室情况	44
表 1-13	河北省主要会议中心、会展中心会议室情况	45
表 1-14	辽宁省、吉林省、黑龙江省主要会议中心、会展中心会议室情况	45
表 1-15	重庆市、四川省、贵州省、云南省主要会议中心、会展中心 会议室情况	46
表 2-1	香港会展中心扩建工程:主要数据	65
表 2-2	会议中心选址评分表	66
表 2-3	会议中心的市场适销性	66
表 2-4	会议中心的常规设计要求	73
表 2-5	国际会议规模	78
表 2-6	国内会议中心/会展中心的配套酒店	113
表 4-1	阿里巴巴的六个核心价值观	144
表 4-2	高铁大会宣传工作流程	170
表 4-3	部分国家和地区会展中心使用社交媒体的统计	196
表 4-4	部分亚太国家和地区会展中心使用社交媒体的统计	196
表 4-5	国内主要会展中心使用社交媒体的统计	197
表 4-6	四大门户网站的微博提及国家会议中心的数量	197
表 5-1	2010 年度 TOP 公关公司榜单(按公司品牌英文名排序)	209

表 5-2	2009 年国际协会会议人数	230
表 6-1	活动任务单样表	274
表 6-2	台北国际会议中心咖啡厅的服务项目	301
表 7-1	悉尼会展中心的大宴会厅参数说明书(部分)	327
表 7-2	场地出租率分析	340
表 7-3	EBMS 软件事件活动损益表	343
表 7-4	会展中心两种集成管理信息软件的优缺点对比	345
表 9-1	墨尔本会展中心 2004—2010 年收入、支出	384
表 10-1	划分绿色建筑等级的项数要求(公共建筑)	398
表 10-2	2010 英特尔 IDF 年会能源消耗及物品消耗报告表(部分)	410

图索引

图 1-1	华盛顿会议中心	14
图 1-2	中国会议中心发展大事记	34
图 1-3	上海世博中心	36
图 1-4	国家会议中心	44
图 1-5	海南国际会展中心效果图	49
图 1-6	杭州国际会议中心效果图	49
图 2-1	甄别建设会议中心必要性的“4P”原则	62
图 2-2	设计公司的简要工作步骤	69
图 2-3	设计公司的简要工作步骤	70
图 2-4	各大洲国际协会会议的平均人数	79
图 2-5	北京展览会的展出规模	79
图 2-6	国家会议中心一楼平面图	81
图 2-7	理想的会议区和展厅布局	82
图 2-8	天津梅江会展中心	82
图 2-9	新加坡金沙滨海湾楼层示意图	83
图 2-10	温哥华会议中心剖面图	83
图 2-11	圣地亚哥会议中心剖面图	83
图 2-12	夏威夷会议中心剖面图	84
图 2-13	香港会议中心剖面图	84
图 2-14	香港会议中心	85
图 2-15	温哥华会议中心的展厅平面图	86
图 2-16	理想的卸货车位	86
图 2-17	达拉斯会议中心展厅卸货区(局部)	86
图 2-18	蒙特利尔会议中心的室内卸货区	87
图 2-19	布鲁塞尔展览中心卸货区(顶棚是后来增加的)	87
图 2-20	圣地亚哥会议中心展厅的主场办公室及餐饮专卖	88
图 2-21	布鲁塞尔展览中心展厅的餐饮专卖	88
图 2-22	墨尔本会议中心展厅的固定快餐区	89

图 2-23	装修搭建应多用吊点	90
图 2-24	墨尔本会议中心的登录大厅	90
图 2-25	SAP 公司在国家会议中心展厅的酒会	90
图 2-26	夏威夷会议中心大宴会厅位于 4 楼,仍设置了宽敞的步行梯	92
图 2-27	温哥华会议中心的大宴会厅、会议室和厨房背靠背	93
图 2-28	上海世博中心的服务台	97
图 2-29	日内瓦国际会议中心(CICG)的服务台	97
图 2-30	上海虹桥机场航站楼的柱子	98
图 2-31	北京东方广场的室外道旗杆	100
图 2-32	北京东方广场的室外垃圾箱	101
图 2-33	香港会展中心的餐厅	102
图 2-34	首都机场标志	110
图 2-35	新加坡新达城国际会议中心地图	116
图 3-1	国家会议中心(筹备期)2008 年 1 月开通的网站	121
图 3-2	北京东方广场的垃圾桶	124
图 3-3	Meetpie 网站关于意大利里米尼会议中心延迟开业的报道截图	132
图 3-4	Meetpie 网站关于斯德哥尔摩水岸会议中心正式开业的报道截图	133
图 4-1	会议中心使命感包含的内容	138
图 4-2	阿里巴巴集团网站关于公司价值观的截图	144
图 4-3	阿里巴巴价值观的演化	145
图 4-4	会议中心服务对象	147
图 4-5	会议中心品牌创建阶段	148
图 4-6	香港会议展览中心网站关于王礼仕董事总经理献辞的报告的截图	149
图 4-7	著名协会会议杂志 HQ 主编 MARCEL A. M. VISSERS 关于国家 会议中心及国家会议中心大酒店的博客截图	152
图 4-8	印有会议地址为旧金山 Moscone 会议中心的 2011 经导管心 血管治疗大会(TCT)会议通知(传单)	152
图 4-9	悉尼会展中心把其媒体关系外包给了当地 MG Media Communications 公司打理	155
图 4-10	NO ONE BUYS PALEXPO! 没人向往 PALEXPO 展览中心	157
图 4-11	参加澳大利亚 AIME 展的福冈会议局展台	158
图 4-12	会议中心利益相关者示意图	159
图 4-13	青岛国际会展中心的广告突出员工	160
图 4-14	布里斯班会展中心的广告以员工服务为特征	160
图 4-15	精心组合的促销手段	162
图 4-16	2010 世界心脏病学大会的官方网站	163
图 4-17	这是一家境外的会议行业网站	164
图 4-18	2009 年中国(北京)国际会议奖励旅游展(CIBTM)的新闻稿	

	由国家会议中心发送给专业媒体,这是“旅讯”网站刊登的消息	164
图 4-19	TTG BT MICE 杂志为高铁大会专门制作了一整版的案例分析	171
图 4-20	温哥华会议中心网站的首页	174
图 4-21	伯明翰会议中心网站的首页	175
图 4-22	悉尼会展中心网站的首页	175
图 4-23	香港会展中心网站的首页	176
图 4-24	巴塞罗那会议中心网站的首页	176
图 4-25	墨尔本会展中心网站的首页	177
图 4-26	华盛顿州会议中心(在西雅图)网站的首页	177
图 4-27	华盛顿会议中心(WALTER E. WASHINGTON CONVENTION CENTER)网站的主页	178
图 4-28	达拉斯会议中心网站的首页	178
图 4-29	国家会议中心的场地列表	180
图 4-30	吉隆坡会议中心会议室、展厅数据一览表	180
图 4-31	悉尼会展中心大宴会厅的“详细条件表”	181
图 4-32	用户可从国家会议中心网站下载大量文件	182
图 4-33	华盛顿州会议中心网站首页的主角竟然是诱人的食物图片	183
图 4-34	这封邮件显示,2009 年 6 月 10 日,一位叫 DORIS Huo 的客人指出 “中国公众假期”里面的中秋节日期有误	184
图 4-35	国家会议中心也许是中国第一个专门在网站设置媒体联系 方式的会议中心	186
图 4-36	TTG 为国家会议中心总经理做的专访	186
图 4-37	你可以从网站的任何一个页面点击网站地图	187
图 4-38	美国凤凰城会议中心关于地球日活动的新闻通稿	190
图 4-39	西门子(中国)有限公司的一篇新闻通稿	191
图 4-40	2010 年 12 月 14 日来国家会议中心参加微软技术教育大会的 一个参会者发布的微博截图,显示出该参会者根本不知道主办方 不提供一次性水杯的真实用意是为绿色降耗之目的	198
图 4-41	新浪微博某用户对国家会议中心的宣传	199
图 5-1	按照会议和展览划分会议中心的客户	205
图 5-2	按照区域划分会议中心的客户	205
图 5-3	会议中心的客户	210
图 5-4	企业会议的分类	212
图 5-5	协会会议按行业分类各自所占比例	216
图 5-6	会议中心竞争对手示意图	218
图 5-7	会议中心由近到远的竞争对手	219
图 5-8	迈克尔·E.波特五种竞争力模型	220
图 5-9	分析会议中心竞争环境的“五种竞争力”模型	221

图 5-10	影响会议中心价格制定的决策的因素	223
图 5-11	设定价格的主要考虑因素	223
图 5-12	2010 年中国展馆展会举办月份占比情况	225
图 5-13	2009 年国际协会会议在每个月的分布	225
图 5-14	2008 年、2009 年、2010 年北京展览会的月度分布特征	226
图 5-15	2010 年上海展览会的月度分布特征	226
图 5-16	2009 年展馆展会性质占比情况	227
图 5-17	2009—2011 年 3 月 CPI 同比指数	232
图 5-18	在展厅里开设的快餐店	236
图 5-19	英国利物浦会议中心被英国电信(BT)冠名	239
图 5-20	常规的销售、预订和合同签署流程	241
图 5-21	预订程序	242
图 5-22	合同签署	244
图 5-23	会议中心收益管理的 5R 组合	246
图 6-1	一个活动在会议中心的流程	249
图 6-2	一个会议/展览涉及许多对外协调、对内协调和二次销售	250
图 6-3	会议中心的接待流程	255
图 6-4	贵宾室的台形图需要客户的确认	257
图 6-5	2010 中国(北京)国际休闲食品展的展位图	264
图 6-6	2010 中国国际水技术展览会展位图	265
图 6-7	展厅里的论坛	267
图 6-8	中空形摆台	269
图 6-9	会议室常见摆台形式	269
图 6-10	鱼骨形摆台	269
图 6-11	会议室摆台	270
图 6-12	培训会、研讨会的宴会式摆台	271
图 6-13	会场布置图	272
图 6-14	某跨国公司在国家会议中心举办的年会会场台形图	273
图 6-15	会议主办方眼里的会议区域组成	278
图 6-16	对志愿者应加强管理	282
图 6-17	展台服务人员对会议中心也有诸多需求	282
图 6-18	布鲁塞尔 SQUARE 会议中心的大堂显示屏	284
图 6-19	日内瓦国际会议中心的吧台	284
图 6-20	多伦多会议中心的吧台	285
图 6-21	日内瓦国际会议中心大堂陈列的旅游资料	285
图 6-22	某快速消费品公司会议的行李寄存服务	286
图 6-23	法兰克福展览中心的行李寄存间	287
图 6-24	流动衣架车	287

图 6-25	会议主办方在展厅序厅内搭建的衣帽间	288
图 6-26	奥地利维也纳会展中心(ACV)提供给客户的注册台 (右图为注册台内部)	289
图 6-27	意大利佛罗伦萨会展中心的固定注册台	289
图 6-28	日内瓦国际会议中心设在大堂的固定注册台	289
图 6-29	无人管理的注册台	290
图 6-30	多伦多会议中心的外币兑换点	290
图 6-31	上海世博中心采用电子门禁和机械锁	293
图 6-32	会议中心的餐饮质量应不亚于星级酒店	294
图 6-33	奥迪经销商会议(西式晚宴)	295
图 6-34	国家会议中心为 2010 世界心脏病学大会设计的欢迎酒会	296
图 6-35	SAP 公司在国家会议中心展厅的酒会	296
图 6-36	餐饮是会议中心重要的收入来源	297
图 6-37	德国法兰克福展览中心展厅中部的固定用餐区域	298
图 6-38	上海奔驰文化中心的固定售卖点	298
图 6-39	德国 IMEX 展览的流动售卖车	298
图 6-40	亚太会议及奖励旅游展(AIME)展览结束后展商在展厅内用餐	298
图 6-41	布鲁塞尔展厅后部的固定售卖点(仅在展览期间开放)	299
图 6-42	日内瓦国际会议中心的自助餐托盘及餐具	300
图 6-43	日内瓦国际会议中心的固定售卖点	301
图 6-44	日内瓦国际会议中心的自助餐	301
图 6-45	香港会展中心的餐厅	303
图 7-1	国家会议中心会议区一层消防疏散示意图	308
图 7-2	国际场馆管理者协会(IAVM)的风险等级划分	311
图 7-3	2010 年 12 月 24—25 日,国家会议中心连续举办两场圣诞晚会。 这是在晚会开始前和穿插在晚会中的安全提示 PPT	314
图 7-4	施工时不系安全带	316
图 7-5	夜间是最松懈的时段	316
图 7-6	现场检查需要高度责任心	316
图 7-7	搭建公司的设备装货箱堵塞了逃生通道	316
图 7-8	会议中心员工有时对消防安全认识不足	317
图 7-9	工人在卸货区卸货	321
图 7-10	临时设置的货车等候区	321
图 7-11	观众涌入展厅(同时抵达,横向流动)	322
图 7-12	2010 世界心脏病学大会(10 245 人参会),人群从开幕式 现场转移到展厅(纵向移动)	322
图 7-13	2011 凡客公司年会散会现场(同时撤离)	323
图 7-14	大量观众聚集在展览序厅	323

图 7-15	施工工人在等待进入展厅施工	324
图 7-16	序厅的轻型布幅的悬挂	328
图 7-17	2010 年北京气温	330
图 7-18	工程部应监管外来人员的施工	330
图 7-19	“中国国际汽车保修检测诊断设备展览会”大宴会厅照片， 已做好地面保护	331
图 7-20	会展中心集成管理信息软件涵盖内容	338
图 7-21	EBMS 软件场地预订管理截图	339
图 7-22	EBMS 软件事件活动环节设计和管理截图	340
图 7-23	EBMS 软件服务订单和工作订单管理截图	341
图 7-24	EBMS 软件餐饮服务管理截图	342
图 7-25	会展中心的信息系统架构	345
图 8-1	美国旧金山 Moscone 会议中心的部门设置	350
图 8-2	墨尔本会展中心的组织架构图	351
图 8-3	国外常见的会议中心组织架构	351
图 8-4	香港会展中心组织架构	352
图 8-5	布鲁塞尔 SQUARE 会议中心挂在墙上的公司理念	362
图 8-6	顾客对服务质量的反应	371
图 9-1	酒店床位税和餐厅税收循环图	380
图 9-2	公众场馆直接运营目标	381
图 9-3	2011 年明尼阿波利斯会议中心预计收入比例	383
图 9-4	2011 年明尼阿波利斯会议中心来自政府的补贴	383
图 9-5	明尼阿波利斯会议中心 2008—2014 年收入情况	384
图 9-6	会议中心财务部组织架构	388
图 9-7	物资管控流程	392
图 9-8	定价流程	393
图 10-1	杭州会展办的刊物对“‘赢在中国’国际会议研讨会”的报道	409

目 录

前言	001
表索引	003
图索引	005
绪论 中国“十二五”期间会议业发展趋势及展望	1
第1章 境内外会议中心介绍及投资管理模式	6
第1节 会议中心的定义、功能及作用	6
第2节 境外会议中心介绍	9
第3节 国外会展场馆投资和运营管理模式	21
第4节 国内会议中心的历史及现状	30
第5节 国内会议中心的投资与运营管理模式	46
第6节 对会议中心运营绩效的评价	54
第2章 会议中心的选址设计与规划	59
第1节 会议中心的选址	59
第2节 会议中心的规划和设计	68
第3节 会议中心功能区域的设计	78
第4节 会议中心内部区域的设计	104
第5节 会议中心的标志和编号	109
第6节 会议中心的配套酒店	113
第3章 会议中心的开业筹备	117
第1节 筹备小组的建立和工作内容	117
第2节 市场推广和预销售	119

第3节 采购及设备调试验收	122
第4节 人员招聘及培训	127
第5节 预开业和开业典礼	131
第4章 会议中心的品牌建设与市场推广	137
第1节 会议中心的使命、愿景和价值观	137
第2节 会议中心的品牌建设和传播	145
第3节 会议中心的市场推广	153
第4节 会议中心的公共关系与危机管理	166
第5节 如何打造成功的会议中心网站	173
第6节 如何发布新闻通稿	187
第7节 新型社交媒体的运用	192
第8节 参加行业展览增强面对面交流的价值	200
第5章 会议中心的销售和预订管理	204
第1节 会议中心的客户在哪里	204
第2节 竞争对手分析及价格策略	217
第3节 会议中心的赢利之道:收入来源分析	233
第4节 销售预订流程及收益管理	240
第6章 会议中心的项目协调、现场服务及餐饮管理	248
第1节 项目协调的职能	248
第2节 现场服务及管理	255
第3节 餐饮是会议中心的王牌	293
第7章 会议中心的安保、工程及信息化管理	304
第1节 人人都是安全员	304
第2节 安全分级和监管	310
第3节 交通、停车及人流管理	319
第4节 会议中心的工程服务和管理	324
第5节 对于会议区举办展览的思考	332
第6节 会议中心的信息化管理	334
第7节 会展管理软件 EBMS 的应用	338

第8章 会议中心的人力资源管理和质量控制	349
第1节 会议中心的组织架构	349
第2节 员工是资产	352
第3节 招聘、培训和考核	358
第4节 服务质量的控制	365
第5节 对签约供应商、外包服务商和租赁经营商的考核评估	373
第9章 会议中心的财务、采购及物资管理	380
第1节 会议中心的收入构成及主要指标	380
第2节 会议中心的财务服务和管理	386
第3节 会议中心的采购和物资管理	391
第10章 会议中心的绿色设计、绿色运营和社会责任	397
第1节 会议中心的绿色设计	397
第2节 会议中心的绿色运营	404
第3节 会议中心的可持续发展	411
附录1 境内外部分行业组织和协会	414
附录2 境内外重要行业展览和会议	416
附录3 会展中心英文名称或缩写	418
参考文献	419

绪论

中国“十二五”期间会议业 发展趋势及展望

2011年是“十二五”开局之年。“十二五”期间中国会议业发展态势如何?

“十二五”期间中国经济将继续稳步向前发展,这一点是毋庸置疑的,但是各种内部因素、外部条件时刻在发生变化,存在着极端天气、自然灾害、大规模群体性疾病流行、资源供给匮乏、劳动力成本及食品成本上升等种种问题,国际上国家之间的竞争、国内各城市之间的竞争日趋激烈。这些都要求我们应该对于未来五年的会议业加以仔细研判和分析,继而采取正确的策略和措施以求得健康、可持续发展。

改革开放以来,随着中国综合国力的大幅提升、经济的快速发展和国际影响力的不断提高,中国会议业和展览业得到了快速的发展,无论是会议、展览的数量和质量,还是从业人员的数量以及产值都得到了明显的增长,特别是2008年北京奥运会、2010年上海世博会的成功举办,都极大地提升了中国的声望和吸引力,对于国际会议落户中国、提高国内会议主办机构、承办机构的服务能力无疑都起到了促进作用。当然,过去的几年,我们会议业也深切地感受到经济的波动、自然灾害和重大疫情给会议业带来的巨大杀伤力,我们至今对2008年四川汶川地震、席卷全球的金融危机,2009年的甲型H1N1流感以及青海玉树地震记忆犹新。可以说,会议业和旅游业一样,都有其脆弱的一面。

2010年10月18日,十七届五中全会通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十二个五年规划的建议》。《建议》指出,“十二五”时期是全面建设小康社会的关键时期,是深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期。深刻认识并准确把握国内外形势的新变化、新特点,科学制定“十二五”规划,对于继续抓住和用好我国发展的重要战略机遇期、促进经济长期平稳较快发展,对于夺取全面建设小康社会的新胜利、推进中国特色社会主义伟大事业,具有十分重要的意义。《建议》要求:加快转变经济发展方式,开创科学发展新局面;坚持扩大内需战略,保持经济平稳较快发展;加快建设资源节约型、环境友好型社会,提高生态文明水平,等等。

那么,“十二五”期间中国的会议业可能会有哪些新动向呢?

第一,我们可以确信,“十二五”期间是我国各行业大有作为的重要战略机遇期,会议业也将迎来重要的发展机遇。