

会议产业协会强力推荐
业内绝无仅有权威读本

It is packed with practical tips, guidelines, case studies,
action checklists and useful sample materials, and covers all
the key areas involved in organizing an event.

会议与活动 策划专家

Essential Tips
For Organizing
Conferences and Events

[英] 罗宾森 (Robinson, A.) 等著
沈志强 等译



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

会议与活动策划专家

[英] 罗宾森 (Robinson, A.) 等著

沈志强 等译



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

Essential Tips for Organizing Conferences & Events

English-language edition copyright © Fiona Campbell, Alison Robinson, Sally Brown and Phil Race, 2003. Originally published by Koga Page Ltd.

Chinese (simplified characters only) edition copyright © 2004 by China WaterPower Press/Beijing Multi-Channel Electronic Information Co., Ltd.

ALL RIGHTS RESERVED.

北京市版权局著作权合同登记号: 图字 01-2003-6383

图书在版编目 (CIP) 数据

会议与活动策划专家 / (英) 罗宾森 (Robinson, A.) 等著; 沈志强等译. —北京: 中国水利水电出版社, 2004

ISBN 7-5084-1985-5

I. 会... II. ①罗...②沈... III. 会议—组织管理学 IV. C931.47

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 118709 号

书 名	会议与活动策划专家
作 者	[英] 罗宾森 (Robinson, A.) 等著
译 者	沈志强 等译
出版 发行	中国水利水电出版社 (北京市三里河路 6 号 100044) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net (万水) sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 63202266 (总机) 68331835 (营销中心) 82562819 (万水)
经 售	全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	北京市天竺颖华印刷厂
规 格	787mm×1092mm 16 开本 11.25 印张 160 千字
版 次	2004 年 6 月第 1 版 2004 年 6 月第 1 次印刷
定 价	29.80 元

凡购买我社图书, 如有缺页、倒页、脱页的, 本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究



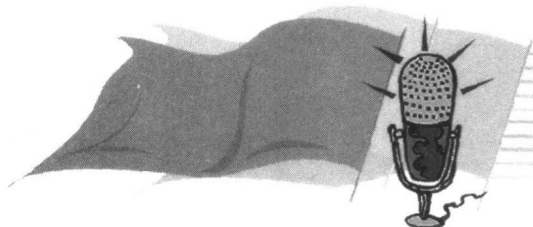
和许多事情一样，要想学会成功地组织会议与活动必须通过实践。这是个经验积累的过程。我们尤其要从失败中总结经验教训，不仅要从来多年来自己组织会议所犯的错误的总结，也许更多的要从我们作为会议代表所参加的会议活动中组织方的失误来总结。当然，我们也应该总结成功的经验。问题在于，活动组织失败了是当众出丑的事，并不是总有机会在下次补救的！本书力图帮助您避免实际工作中各种各样的失误，使您能从我们组织活动的经验中获益。

毫无疑问，成功举办会议或活动绝非易事，所有的事情都要同时考虑周全，几个不同的会议议程要同时进行。最重要的是，要顺利地调动起各路人马，使他们愉快地参与活动，成功地互动起来——也就是说，要让他们形成一个会议团队，而不仅仅是会议代表的集合。

我们发现许多平时相当正常的人当了会议代表就变了模样——他们一进会场就莫名地浑身不舒服。我们称之为 CADS（会议性依赖综合症）：Conference（会议）Acquired（获得性）Dependency（依赖性）Syndrome（综合症）。稍后书中会对此症状有详细描述（包括如何对付患这种病的人）。

最难组织的活动就是重要的膳宿型会议了。所以，本书将大篇幅探讨此类活动的组织。尽管如此，绝大部分会议组织的相关问题也适用于小型会议，包括半天或是一天的活动，甚至更短的一些活动，如公开演讲、颁奖仪式、餐后演说等等。

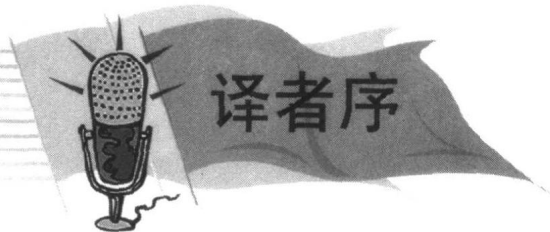
现在，各种投资项目都有固定的一种或几种宣传活动，可称之为它们的“内装程序”。这就意味着越来越多的人发现自己突然之间就要肩负起组织这些活动的重任，并且常常要马上着手，但却极其缺乏相关的组织经验。我们希望本书能帮助深陷困境的会议工作者弥补不足，成为经验丰富的会议组织者。



我们尽量为您提供实用、实际并且有益的建议，还有很多我们认为会有帮助的实用细节。我们编写了“参考资料”一章来帮助您开展文字工作和管理工作。因为当您组织会议，甚至一个短小的活动时，您都会发现自己深陷于各种事务中而无所适从。我们还编写了图例“模板”一章，这是资深会议组织者积累的真实材料。您可以拿来即用，不用再仓促设计自己的表格了。当然，灵活使用这些材料才能事半功倍。

我们希望您也能够喜欢本书中对实际操作失误的案例进行的深入分析和详尽讲解。

最后，我们祝愿您组织会议或活动时一切顺利。当然，不论您筹备得多么完备，总是需要点运气——比如天气因素等，尤其是如果您打算在像英国这样的地方开会的话。



译者序

林林总总的会议、活动充斥着人们的生活，从工作会议到培训，从嘉年华到世博会，各式各样，层次各异。于是大大小小的咨询、策划公司应运而生，从业人们背景各异。专门从事这个行业的，我们称之为策划师。在国外，职业策划师多数是从事过多年的公关工作，有庞大的人际关系网和组织大型活动的经验。而在国内，会议、活动策划刚刚起步，策划师经验不足，资历尚浅。因此，大家都迫切地希望能有实用、权威的参考资料——在拓宽思路的同时又能简便易学。正如本书提到的那样，每个人都有可能忽然发现自己也卷入到活动策划、组织中来，希望能够快速充电，现学现卖。本书则能一一满足这些条件，可以说是填补了这一领域的空白。

本书作者经验丰富，以循序渐进的方式深入浅出地讨论了会议活动策划的各个环节。在分享自己的经验教训的同时，他们还还为读者指出各种陷阱、圈套，指点了迷津。本书具有以下几大特点：

1. 权威性

本书由英国会议工业协会推荐，作者是业界资深人士，在世界各地成功组织各种活动，而且著述颇丰。

2. 实务性

本书覆盖了活动组织策划的方方面面，内容包括实践技巧、指南、案例学习等。

3. 参考性

本书分阶段详述了组织策划的各个方面，同时配有实际案例。而且本书最后两章从读者实用角度出发，准备了参考资料以及经实践检验行之有效的各种会议活动的表格模板。读者既可拿来即用，也可以根据自己的需要进行调整。这些都是极具参考性、很有价值的资料。



4. 幽默的真实写照

本书还有一个鲜明的特点，那就是生动幽默的真实的实例与解析。读者读到这些，常常忍俊不止却又会茅塞顿开。

万事开头难。要获取成功就要在精确分析后给自己准确定位，然后再步步为营。第一章将以“为什么”、“是什么”引导读者分析动机与利弊，确定主题以及目标。想法确定下来后，就应当考虑以什么形式来进行活动。第二章开始就给出清晰明了的活动类型表格，共列出 12 种常见活动形式，并就其范围、性质、时间、工作负荷等进行简述。在奉劝读者三思而后行后，又详尽讨论了最为常见的典型活动类型——为期一天的会议、半天活动、颁奖典礼与推介活动。

活动的类型不过就是以上这些，那么如何突出自己的特色呢？关键就在于议程搭配的技巧。第三章进一步解析了这些议事议程——主要发言、全体会议、专题讨论会与讲座、讨论会、交流会、海报展览、商业展览等。

在第四章，作者为读者提供了一套逻辑性、层次性分明的方法来展开初期策划，使读者对整个策划有了概括性的认识，为详尽策划方案的进行奠定了基础。本章讨论的要素有：何时举办活动、会场的选择、招募工作组成员、领导会议工作组、拓展项目计划、活动费用计划、市场营销、活动宣传、赞助等。

在随后的第五章中，作者将问题具体化，聚焦于策划中最重要的部分，为使策划进一步提高效率，作者在进行分析后给出了具体建议。这几方面涉及到日程表、突发事件、社交节目、代表们的各种问题、饮食以及活动管理等。

虽然已做好充足的准备，但是要使活动步入正轨还是要时刻注意才行。接下来第六章进一步分析指出了尤其需要注意，对活动顺利推进起



关键作用的几点——使活动顺利进行的各项策略、接待与登记的重要意义以及关键的技术支持等。

随后就是活动的后继工作。要评估活动成效，要宣布取得的成果，这些都是下一次活动的铺垫。

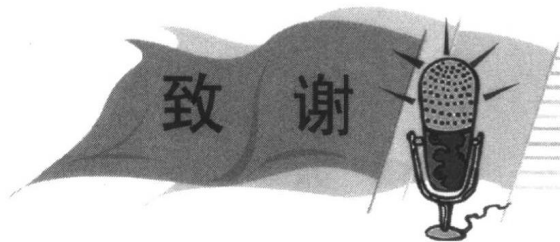
本书的最后两章内容是相当独特、极富价值的——作者无私奉献的参考资料和经各种实践证明行之有效的活动表格。这将极大地提高您的工作效率，同时又给予使用者极大的拓展空间。

总之，本书的引进填补了活动管理策划的空白。相信此书不止会对正在从事以及即将从事此项工作的人有所指导与启发，对于经验丰富的会议或活动从策划者和组织者也会有所帮助。

本书由沈志强主译，屠德琼翻译第一章与第九章，祁英颢也参与部分翻译。另外，北京海志欣企业管理咨询公司的谭文凤经理作为顾问也给出了许多中肯意见，在此一并表示衷心感谢！

译者：沈志强

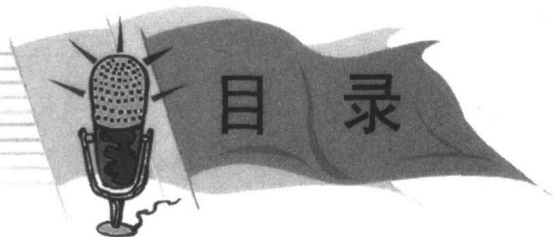
2004年5月4日



我们要感谢与我们共同合作组织大大小小各种会议的同事们，还要感谢我们参加过的会议的组织者，因为不仅仅是组织会议，参加会议也是很好的学习经历。

我们也非常感谢资深会议经理——布林·伯文和菲尔·罗杰斯，他们为本书的最终成稿提出了许多宝贵的建议。此外，我们还要特别向戴伯·查普曼致谢，他非常有耐心，为本书提出了犀利而具有建设性的评论，大大提高了本书的质量。

最后，将此书献给可爱、热情、活力充沛的朱迪·叶尔兰德，她一定非常高兴看到本书的出版。

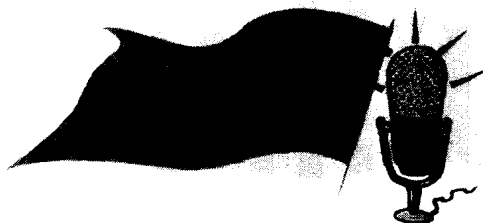


前言

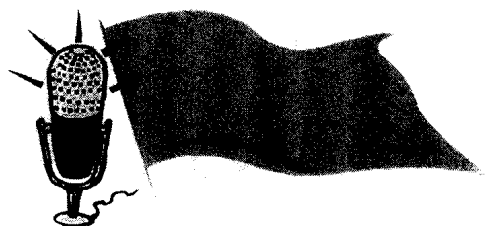
译者序

致谢

第一章 着手筹备活动	1
为什么要组织会议或活动?	1
选择活动主题.....	2
既定会议目标.....	4
第二章 选择合适的活动形式	7
要策划哪种形式的活动呢?	7
何时举办会议是最好的选择?	10
为期一天的会议.....	12
半天活动.....	17
颁奖典礼.....	18
推介活动.....	20
第三章 选择合适的活动议程	25
主要发言.....	25
全体会议.....	34
专题讨论会与讲座.....	37
讨论会.....	40
交流会.....	42
海报展览.....	44
商业展览.....	47
第四章 初期策划	52
何时举办活动.....	52
会场的选择.....	54



招募工作组成员	59
领导会议工作组	62
拓展项目计划	64
活动费用计划	65
市场营销	68
活动宣传	71
赞助	74
第五章 细节策划	77
日程表综述	77
策划突发事件对策	80
社交节目	84
代表们的问题	88
饮食建议	93
设计与参会者手册与会议选项	100
管理：时间与行动	104
第六章 活动管理	108
使活动顺利进行	108
接待与登记	110
技术支持	116
第七章 跟进活动	120
活动评估	120
发布活动的成果	122
筹备下次活动	125
第八章 参考资料	128
给演讲者的目录清单	128



专题讨论会主持人指南	131
主持演讲：指南	139
第九章 模板	142
会议提案表格	142
会议登记表格	148
参展登记表	152
邀请会议的主要发言人	155
给预期作者的信	157
会议调研引导方向	158
拒绝信	159
体检明细表	160
会议评估表	161
与会证明	165
活动管理人员检查样表	166

第一章 着手筹备活动

无论您是正在策划一个综合膳宿会议还是一个短小、主题鲜明的活动，要做的工作都不少！若要在工作棘手时仍能顺利推进，您就更要多费些功夫了。

在这简短的一章里，我们先总体上回答“为什么”这个问题。本章其他两部分则讨论“是什么”，分别论述活动内容是什么，代表们的收获是什么。

本章的评论和建议当然会在本书的其他部分进行相当详尽的论述，但我们认为您最好还是先思考一下综合性的问题：“为什么”和“是什么”。

为什么要组织会议或活动？

无论您是策划一个将持续几天的膳宿会议还是一个仅有半天的培训活动，策划的时间和投入的精力都将远远超出会议的举办时间。几个人策划、组织一次大型会议花上几个月的时间根本不足为奇。他们也许还都是有許多其他事情要做的大忙人呢。所以很有必要回顾一下策划的理念，并且确定这真的是您想做的。下面的这些问题和建议将有助于您理清思路，以决定您是继续组织会议还是干脆放弃。

- **活动的目标是什么？**您的意图是什么？也就是说，如果会议成功举行对您会有什么好处？升职、扩大个人影响、成为业内名人、得到公众的赞誉、取悦上司、获得完成工作的满足感，或是以上几项因素的综合？
- **有什么风险？**如果会议失败了，对您个人而言最糟糕的情形是什么？您是否会受到很多责难？
- **谁将是会议的受益者？**是举办会议的机构、会议举办地、会议组织者、

与会者自己、会议工作组、赞助商（如果您恰巧有赞助商的话），还是这些可能受益人中的几位？确定每位投入者获益的可能性是十分重要的。

- **会议的主办单位或举办会议的地点会有什么收益呢？**举办这次活动会获得利润吗？有什么重大意义吗？如果主办活动的是大专院校这样的单位，它们是为了获取利润吗？活动其他方面的收益对举办机构是否更重要呢——比如宣传效应？如果真的取消会议的话，它们能承受得了损失吗？
- **工作组成员有什么收获呢？**他们会名利双收吗？对他们而言，这是真正有用的专业发展经验么？他们会从中获得工作的满足感与安全感吗？会开辟事业的新阶段吗？会为他们提供建立全新的重要关系网络的机会吗？
- **主要演讲者会有什么收获呢？**对他们而言，这是能使他们发挥专长的、重要而及时的机会吗？会议是否能为他们与同行打开新的沟通渠道？他们的工作是否能够得到认可？他们的演讲能否使他们成功地发布研究成果而且名称双收？
- **代表们自己会有什么收获呢？**参加过会议后，他们会有什么不同呢？就知识、经验、技术以及改变态度而言，他们将有什么收获呢？
- **真的需要通过开会来满足不同客户的不同需求吗？**也就是说，人们必须通过参加在特定地点、特定时间举办的会议才能达到目的吗？是否可以通过其他形式来达到目的呢？也许两小时的系列专题讨论会、一项工作组建设课程、一个在线论坛或是印刷版或电子版的自助指南会更为合适。

选择活动主题

如何使最应当参加会议或活动的人前来参加呢？关键在于能否使他们觉

得这次活动或会议的确是与自己切身相关的，并且相当有趣、很有吸引力。下面这组问题与建议将帮助您决定会议的主题。

- **热点议题还是热点吗？**看看当前的热点话题是什么。虽然有些话题在几个月以后也许会过时，但是人们对多数热点话题的兴趣至少还是会持续一段时间的。此外，如果到真正举行会议的时候，人们对主题的认识有所改变，您只需提前一段时间吸引住听众就行了。无论如何，要不断调整，以使会议一直紧扣主题并且推陈出新。这并不是一件很困难的事儿。
- **您与您的工作组是否了解国内、学术界或是当地的领先思想？**您是否为更新观念而不断地参加相关的活动，而且一直关注所有国内热点话题的辩论赛？如果不是这样，您就必须要保证您的工作组中有这样的人。
- **您了解您的竞争对手吗？**您当然不希望举办与他人雷同的会议。但是，如果您的会议的主题与当前的热点相关，会议的内容和主题就极有可能与其他同时进行的会议相近。如果竞争过于激烈，那不如就举办免费会议好了。因为，潜在的会议代表是有限的，如果活动过于相似，您的活动也将以低出席率而告终。
- **活动应当短小精悍，主题不要过于泛泛。**为使每一个参加活动的人都能有所收获，您的主要目的应当是策划如何来宣传议程。
- **有您希望探讨的当前热点事件或时事话题吗？**市场格局的变化、国际时事的发展或是新的理念、新的产品，这都可能是您的议题。
- **您的目标群体最感兴趣的、最密切关心的是什么？他们最想做什么？而这能否作为会议的主题呢？**
- **当前国内形势是否有什么新进展？有正在讨论的重大议案吗？**例如需要探讨理解的最新出台的立法问题。有必须马上出资解决的事吗？政府有何新动向出台？

- **有对你的机构来讲比较特别的事情吗？**是否有需要优先解决的问题，是否需要从机构角度出发？员工是否需要在某方面进行培训？是否需要进行磨合或是创造机会来促进经验交流？
- **重要活动要有多个主题。**会议最有价值的成果就在于不同团体的代表们之间的互相交流。如果议题过于狭窄，就只能吸引那些兴趣恰恰与议题一致的人来参加。
- **议题不宜过多。**如果会议主题过于广泛并多样化，您的目标听众可能会想，“有些内容适合我，但是有那么多和我没什么直接关系的内容，真是糟糕。”那么他就会决定放弃。
- **不要期望能够吸引所有的目标听众。**任何会议都只能吸引一部分目标听众。有时一些最相关的潜在会议代表只是由于无法参加预备会议而不能参加会议；或是由于其他各种各样的原因而无法参加。
- **要事先考虑好如何推进内个议程同时进行。**重要会议常有并行的议程，一定要安排好这些议程，只有这样才能在会议中根据特定的主题推进并行的各个部分。可以根据原先宣传的会议主题来拓展这些部分。
- **不要期望所有构想的组成部分都能被实现。**会议宣传确定一些必要的组成部分后，最能引起人们兴趣、需要大量精力投入的常常只是一至两个部分，而其他同样可行的部分将不予展开。很明显，当大多数会议筹备工作的性质与取向变得愈来愈清晰、接近活动主题的时候，我们常会以其他更好的形式重新划分会议组成。

既定会议目标

在教学或培训中，我们常会根据要达到的目标来设计课程标准，即我们常说的“目标”，“既定学习成果”或是“既定培训目标”。归根结底就是要事先清晰地表述出人们参加活动后最终能取得的成果。以相似的形式详述会议或培训

活动的议程是很有用的。这样人们就能清楚参加活动能使他们拓展思路或是有很大收获，而不参加的话就会错失良机。

- **考虑人们可能希望通过活动获得什么。**最能促使他们签约参加的因素是什么？参加活动迎合了他们什么样的兴趣与愿望？
- **考虑人们需要从活动中获得什么。**他们有什么难题？通过参加针对这些问题的活动，他们能有什么收获？活动将帮助他们得出什么解决办法？
- **不要设定太多的既定目标。**对于大型活动，会议的目标要有好多页呢。应该只选择那些与会者最关注的既定目标。
- **清楚既定与会者已经实现了哪些目标。**如果人们觉得这次活动不会进一步深入探讨他们所关心的问题，他们是不会参加的。所以要使既定目标的描述看起来尽量吸收人，会使与会者对问题有进一步的深入认识。
- **使会议目标具有可操作性。**避免使用“了解”、“认识到”或是“懂得”这样的泛泛词语。要着重阐述人们参加活动后能否提高自己原有的理解、知识和认知。
- **既定目标要紧扣主题。**例如，每个主题都设置一到两个既定目标。
- **利用目标来阐述主题在实践中的意义。**会议主题只是使代表们对会议的内容有所了解，而目标能为准代表们提供他们希望了解的与主题相关的重要细节。
- **清晰地表述即定目标并使其与参加活动联系起来。**这完全可以清晰地表述。例如，用短语来分行描述，“如果您参加了本次会议，参与了讨论，接受了脑力风暴训练，完成了专题讨论任务，您一定能够：
 - 将……应用于实践。
 - 对……发展提出可行性战略。
 - 通过取得……来推进工作。