

國際會議

經營管理

Convention Management



國際會議 經營管理



徐筑琴 著

Convention Management



自序

「國際會議經營管理」是觀光事業學系近年來新規劃的課程，國際會議及展覽的舉行，不僅創造國際會議及展覽行業的發展，也帶動了與會議有關的周邊行業的經濟效益，諸如與觀光有關的旅館業、餐飲業、旅行社、航空公司、交通公司、遊樂區、觀光景點等，也為與會議直接有關的會議中心及會議場地、會議顧問公司、翻譯公司、資訊網路業、公共關係業、以及間接相關的廣告、媒體、印刷業、文具禮品業、花藝、保全等提供了經營市場。

會議產業是近年來成長最為快速的服務業之一，參加會議及展覽人士與觀光客所需要的各種相關行業都有密切的關連，而且會議人士的平均消費額是觀光客的三倍以上。因此「國際會議經營管理」課程納入觀光相關科系的課程範圍，是非常務實的規劃。

歐美各國會議的學術課程於1976年美國的科羅拉多州丹佛社區大學開始實施，距今僅有三十年的歷史，因此學術性的教材著作相對有限。而在台灣「國際會議經營管理」更是這幾年才在大學開設課程，中文的教材付諸闕如，為了教學的需要，筆者參考國外有關著作及相關網站，自編講義作為觀光系課程教材，經由九十三學年度的教學研討會的討論集結成書出版，由於撰寫時間倉促編撰還有疏忽之處，尚請諸位先進學者專家不吝指教。

最後感謝外子陳運揚船長在筆者剛擔任國際會議課程時，在國外蒐集教材資料並作初步的翻譯工作，才能使本教材有了初步的雛形，感謝他生前為這本書所做的奉獻。

本系各位老師在觀光系教學研究會議中提供許多寶貴的意見，特別在此致謝。

徐筑琴 謹識

目 錄

自 序 i

第一章 緒 論	1
一、前言——會議的歷史	2
二、現代會議產業的形成	3
三、會議產業發展的原因	8
四、會議及會議中心名詞定義	10
五、國際會議的定義	17
六、國際會議的功能與效益	19
七、國際會議認證	27
第二章 國際會議顧問公司與會議工作人員	35
一、國際會議顧問公司	36
二、會議工作組織成員	45
三、會議各階層之工作人員	45
四、會議專家的任務	46
五、會議規劃人職責及角色	48
六、旅遊作業人職責	49
七、商展及展覽會作業人員職責	50
第三章 會議規劃步驟	55
一、會議舉辦者組織背景分析	56
二、設立籌備委員會之組織	57
三、訂定會議目標與主題	69
四、編列預算	71
五、製作會議計畫	71

六、會議模式及議程	74
七、決定地點	75
八、選擇場地	76
九、現場管理	79
十、會後評鑑及結束工作	80
 第四章 會議財務管理	 89
一、財務管理之步驟	90
二、預算編列	91
三、實地調查預算所需資料	93
四、預算內容	94
五、總成本超出預算之調整方式	97
六、國際會議合約	98
七、會議風險管理	100
 第五章 會議議程與活動規劃	 105
一、議程項目	106
二、影響議程安排因素	114
三、議程架構	115
四、議程準備建議	118
五、擬定會議議程發展的形式	118
六、設計議程表	121
七、會議議程例	121
 第六章 會議地點與場地選擇	 127
一、會議地點	128
二、會議所需的空間	134
三、決定場地	140

第七章	會議餐飲規劃	151
一、	會議餐飲種類	152
二、	餐飲規劃要點	154
三、	餐飲安排	156
四、	規劃飲品功能	162
第八章	會議前之計畫作業	165
一、	會議籌備準備項目	166
二、	促銷、宣傳與公共關係	170
三、	出版品設計與標籤製作	177
四、	後勤作業支援	178
五、	社交活動安排	183
六、	視聽設備安排	187
七、	會議前作業安排	187
第九章	會議現場管理	197
一、	註冊與報到	198
二、	會議場地管理	205
三、	會議議程及會議設備管理	209
四、	餐飲管理	215
五、	社交節目管理	216
六、	會議接待	219
七、	意外及危機事件管理	226
第十章	會議評鑑與會後工作	231
一、	會議評鑑工作	232
二、	會後工作	248

附 錄.....	253
一、國際會議名詞中英對照表.....	253
二、國際會議相關組織網站.....	256
三、Pacific Rim Concepts LLC 提供的會議（活動）服務	257
四、Event Pro提供活動規劃服務.....	258
五、Benchmark Hospitality提供會議規劃資訊	259
六、Convention Works 提供的服務	260
七、北京財富論壇籌備參考資料.....	261
參考資料.....	263
一、參考文獻.....	263
二、參考網站.....	264
三、國際會議作業範例.....	265

第一章 緒 論

- 一、前言——會議的歷史
- 二、現代會議產業的形成
- 三、會議產業發展的原因
- 四、會議及會議中心名詞定義
- 五、國際會議的定義
- 六、國際會議的功能與效益
- 七、國際會議認證



會議產業是近年來成長最為快速的服務業之一，原本會議業是屬於款待業（Hospitality Industry）的一環，而款待業包含了旅遊業、遊樂業、住宿業、交通業及相關的飲食、娛樂等觀光客所需要的各種相關行業，由於參加會議及展覽人士與以上行業都有密切的關連，因此最初就將會議業納入了款待業的範圍。直到1949年美國的會議業者才將會議自款待業中獨立出來，籌組自己的專業會議協會，開始了會議與展覽業的另一境界。

一、前言 —— 會議的歷史

在人類早期紀錄中，會議（Meetings）為人們生活的一部分，考古學者在古文化遺跡中發現每一村落、部落、市鎮、城邦，在其建築的城鎮中，都會有一個類似公共的討論場所，讓其市民聚集在一起，討論社區利益、狩獵計畫、戰時活動、和平協議、部落慶典等公共事宜，利用這樣的一個廣場共同討論，解決問題，取得共識，漸漸的才有了會議的模型出現。

公元前4000年的古歌謠記載，中亞細亞的巴比倫人為貿易及娛樂而旅行，每到一個城市將所攜帶的貨物展售出來，商人們聚集從事貿易行為因而形成市集，規模擴大以後就有展示會之產生。其他如古埃及雄辯的農民、希臘及羅馬百姓的聚會、亞瑟王的圓桌會議，以及宗教會議、早期商展、職業公會、兄弟會等，都形成了會議及展覽的模式。當一個城鎮不斷成長，並將周邊地區併入逐漸擴大，貿易物資需求增加而形成了重要的商業中心城市。這些重要城市通常都是財務、技術、工藝等各種情報資源交流供給中樞，配合著地理位置的優勢及交通的便捷，很自然就會形成聚集各行各業討論共同課題的中心。貿易協會、各類職業商會、宗教及社團組織等組織蓬勃成立，也自然利用城市聚集作為會議的場所。

公元1745年的工業革命發明了蒸汽機，使得大眾交通工具的蒸汽船、火車相繼發明。1890年工業革命以後，電報、郵件、電話等相繼推出，通訊功能大為改進，人口迅速向都市集中，中產階級興起，經濟能力獲得改

善，到外地旅行及經商更為方便，這些中產階級人士也渴求去開發更遠的新世界，尋求新的市場，創造更好的商機。因此貿易展覽等商業聚會應運而生，各種政治、經濟協商會議也成為必須的步驟。

二、現代會議產業的形成

雖然歐洲的歷史較美國悠久，也有許多貿易性、職業性、兄弟會及宗教團體等組織定期舉行會議，為會議產業留下了很好的根基，第一屆世界博覽會就是1851年在英國倫敦舉行的。但是會議產業的成形還是以美洲的發展為中心，十八世紀中葉北美東部逐漸產生大量會議的活動，因而促成了會議產業的雛形。而北美會議產業的形成有以下幾個重要的機制，分述如下：

(一) 底特律會議局：北美洲的底特律是一個因工業革命興起的工業大城市，又因鐵路交通的通過，使得商務活動頻仍。1895年一些當地的商務人員認為在當地舉行會議，可以給當地相關產業提供相當有利的收益，所以成立了一個會議局，向各界推銷在底特律舉辦商務會展及其他各類會議，並提供會議所需的各項需要和服務，因而吸引了各組織皆到底特律來開會，不久美國其他城市也跟著效法成立會議部門。現在全世界的大城市也都設有會議局的機構，推展會議及觀光的產業。

美國第一個會議局

美國的第一個會議局（Convention Bureau）於1895年在底特律成立。當時是在工業革命後，人口集中到大都市，美國於十九世紀中期，各大都市有鐵路聯絡，使工業化更形集中，都市間之競爭也開始激烈。到1890年時，電報、郵政、電話相繼出現，促使都市的工商活動更形方便而蓬勃發展。當時就有一些在工業都市火車站附近的大旅館成為會議之場所，並開始促銷「會議」產業。在1893年的經濟衰退（Depression），使工商業受到打擊，連帶影響

到「會議產業」，因此1895年底特律的商人及政府雇用了一位推銷員到各地去銷售。這種新的行銷方法很快就被其他城市仿倣，所以到1900年代初期，全美有近三千個這種組織。剛開始這些組織只做會議的推廣和服務，但後來也推廣「觀光」，所以又將名字加了 and Visitors之字樣，成了CVB。

NTO 和 CVB

NTO (National Tourism Organization)：即國家觀光局，有些也稱為旅遊局，是政府單位，但也有些國家以法人之形式組成，以便利辦理宣傳推廣。

CVB (Convention & Visitors Bureau)：會議旅遊局，屬地方（城市、州、地方等），可能屬政府單位、地方商會或獨立之法人組織，非以營利為目的。其收入來自政府資助、旅館稅（在美國平均為11%），及會費收入等。主要工作在辦理會議及觀光之行銷、推廣和服務工作。

資料來源：www.taiwanconvention.org.tw

(二) 款待業協會：款待業 (Hospitality Industry) 常被認為就是觀光業的代名詞，因為款待業包含旅遊業、遊樂業、住宿業、交通業及相關的飲食、娛樂等觀光客所需要的各種相關行業，這些與觀光客有關的事業在1910年成立了第一個職業性組織。這個組織後來演變成了今日之美國旅館及汽車旅館協會 (American Hotel & Motel Association，簡稱AH&MA)。

聯合國給觀光客下的定義為「一個人為了休閒或業務的目的，於一年內至少一晚離家在外，這其中不包含外交、軍事人員及在學的學生在內」。而出席會議者和參加商展者其需要的場地、食宿等與觀光提供之服務幾乎相同，而且參加會議者與其隨行眷屬亦多利用會議機會順便旅遊觀光，所以早期會議業是屬於款待業的範圍。

(三) 國際會議局協會 (International Association of Convention Bureaus)：

1914年組合美國全國各地的會議局成立國際會議局協會，後來因為會議連帶提升了觀光業的發展而更名為國際會議與訪客局協會（International Association of Convention and Visitor Bureaus），簡稱為IACVB。國際會議與訪客局協會主要的目的是促進國際會議之間的情報交換，促進會議產業專業及實務技術提升。IACVB開發大量的會員服務，例如電腦資訊網路可使其世界各地的會員分享交換會議資料，也可以參加教育訓練、研究及刊物提供等服務。

各地的會議與訪客局主要是為推銷該城市為目的，藉著參加會展及觀光的訪客到來，增加都市的營業收入。會議與觀光局的任務有四：

1. 鼓勵各地所代表之團體了解在其地區舉行之會議與商業展示活動。
2. 協助和支持這些團體規劃及籌備會議。
3. 推展當地的觀光旅遊，提供觀光客文化、歷史、娛樂性等活動資訊。
4. 開發及提升社區形象。

美國的會議與訪客局是一個非營利組織，其組織在董事會下通常設有三個部門，業務及行銷部負責掌握會議及展覽之潛在客戶，提供選擇會議場地、居住、交通、註冊登記、會前會後旅遊、推薦當地供應商等服務。行政部負責籌募基金、招募會員及會員管理工作，旅館、汽車旅館、餐廳、名勝區及有關觀光的商業都是其會員。會議及訪客局的基金來源很大的比率是由各地旅館房間稅中提撥而來，此外經費來源還有地方稅、會員捐助、企業投資、出版物營收、會議服務等。資訊部負責編輯及提供所有局內之刊物，也做廣告代理工作。

(四) 旅館銷售及市場協會：1927年成立，為從事國際旅館銷售及市場開發的個人或企業提升其規劃的能力。

(五) 會議協會：1949年會議及展覽會成長快速，因而自款待業中分出，成立一個自己的同業協會，保障合理工資及維護工作的標準。提供會議及展覽等資訊的情報中心，提升增進共同的利益或目的。協會之會議

規劃人負責指導會議標準作業規範，對會員提供會議、貿易展覽、出版、銷售、訓練、會議管理等服務。

(六) 會議經理人協會 (Association for Convention Operation Management) : 旅館雖然在會議及展覽的活動中占有一定的角色，但是旅館業者並未真正積極的參與整個會議的規劃工作，直到連鎖式旅館的興起，業者才體會到會議與展覽可為旅館帶來龐大的經濟利益，諸如住宿、餐飲、會議及展覽場地、設備及服務等，皆可由旅館提供整體完善的服務。1950年代，旅館業並與會議規劃人（執行人）共同提供完善的會議功能與設施，大大的提升了會議的形象。1989年這些會議服務經理人成立了自己的協會，簡稱ACOM，會議專業人的工作終於為國家所認定。

(七) 國際會議規劃人組織：Buzz Bartow，Marion Kershner，Jay Lurge 三位於1972年創立了MPI組織（Meeting Planners International）。
網址：<http://www.mpiweb.org>

(八) 學術性會議規劃方案：1973～1976年發展設立學術性會議規劃方案，並於1976年9月在科羅拉多州丹佛社區州立大學實施。

(九) 國際會議中心協會：1981年成立國際會議中心協會（International Association of Conference Centers）簡稱IACC，由各地的「會議中心」組成，入會的資格有嚴格之規範，合乎國際會議中心的標準規範的會議中心才能成為會員。

(十) 國際會議協會：1963年國際會議協會（International Congress & Convention Association）成立，總部設在荷蘭阿姆斯特丹，簡稱ICCA，至2004年有670個會員遍及80個國家。

(十一) 國際會議聯盟：1907年歐洲在比利時布魯塞爾成立全球非營利組織「國際會議聯盟」（Union of International Association），簡稱UIA。

(十二) 專業會議管理協會：1957年專業會議管理協會（The Professional

Convention Management Association) 簡稱 PCMA 在美國費城成立，是一個非營利的國際會議產業組織，其宗旨在傳授會議管理的教育，1985 年設立教育基金，支持在大學及學院的教育計畫，訓練會議業的專業人才，突破專業會議管理的價值。2000 年將總部設於芝加哥。

網址：<http://www.pcma.org>

(三) The Convention Industry Council：簡稱 CIC，1949 年在紐約成立，美國許多與會議有關的協會都是其會員。其主要的任務為舉辦會議專業人員的認證 CMP (Certified Meeting Professional)，並出版 The Convention Industry Council Manual。

(四) 國際展覽經理人協會：International Association for Exhibition Management，簡稱 IAEM，1928 年在美国成立，是最早的展覽組織，會址在美国德克薩斯州達拉斯。是非營利組織，其工作為教育、資訊及宣傳，增進展覽會之經營管理能力。

(五) 國際集會經理人協會：International Association of Assembly Managers，1924 年 12 月在美国俄亥俄州克利夫蘭 (Ohio, Cleveland) 成立，其目的在提供會員領導、教育、資訊、促進友誼等機能，並推廣及發展公共集會的專業管理功能。

網址：<http://www.iaam.org>

(六) 中國地方性協會成立的城市有：

1. 北京國議會展協會：1998 年 6 月成立

2. 山東國議會展協會：2002 年 2 月成立

3. 上海會展行業協會：2002 年 4 月成立

4. 寧波會展行業協會：2003 年 2 月成立

5. 重慶會展行業協會：2003 年 9 月成立

6. 昆明會展行業協會：2004 年 3 月成立

7. 深圳會展行業協會：2004 年 6 月成立

8. 合肥會展行業協會：2004年7月成立

9. 廣州市展覽會管理條例：1998年頒布

10. 中國商業聯合會展聯盟：2004年4月成立

(七) 中華國際會議展覽協會：Taiwan Convention Association，簡稱TCA，於1991年成立，其宗旨在推廣台灣會議產業、整合周邊產業、建構完整之會議供應鏈及輔導執行標竿，並積極參與國際會議組織，以提升台灣會議產業之國際化，並協助政府發展會議旅遊產業。

網址：<http://www.taiwanconvention.org.tw>

(八) 亞洲展覽會議協會聯盟：Asian Federation of Exhibition & Convention Associations，簡稱AFECA，2005年1月於新加坡成立。其宗旨為促進亞洲會展產業的成長與發展，鼓勵並維繫會展業界的高度商業道德與素養，以及建立亞洲會展業的共同標準等。

網址：<http://www.afeca.org/index.html>

三、會議產業發展的原因

(一) 專業化社會之需求：世界的趨勢越來越要求專業化的工作者，因此增加了教育與訓練的需要，工作人員及主管人員經常需要提升其技術與知識，而會議是一個資訊傳播、接受最新教育及訓練最有效的管道，透過會議可集合同性質的人，得到這些專業訓練資訊，提升產業及個人的競爭力。

(二) 資訊的社會：現在不僅是工業化社會，更是一個資訊化的社會，專家們發現今日85%的資訊並非來自學院所教授的課程或書本，而是經由各種會議的傳遞，因此一個資訊化社會需要更多專業化的工作人員，而會議提供了這些專業人員相互溝通交流的媒介，並在這些會議中學到了所需要的資訊與技巧。

(三) 爭取國際會議：由於會議可為舉辦城市帶來龐大的商機，促進城市的進

步發展。世界各國之城市無不努力爭取各種會議及展覽在其城市舉行，因此積極培植主辦國際會議及展覽的能力，配合主辦國產業及產品之世界實力，長期參與國際組織與活動，與國際各協會之代表建立長久良好之人際關係，爭取主辦會議及展覽，促成了會議產業蓬勃的發展。

(四) 獎勵旅遊的興起：獎勵旅遊是英文 Meetings、Incentives、Conventions and Exhibitions 四個字的中文名稱，簡稱為MICE。是將會議展覽結合觀光旅遊發展出來的新產業。近年來各地觀光機構發現獎勵旅遊成為當地之觀光產業一個新的趨勢，而其觀光收益也較一般旅遊多了很多，因此特別重視此類產業的開發。Incentive Travel（獎勵旅遊），是指公司、團體為了獎勵其員工或經銷商提高生產效率、銷售量、業績成果等的績效，而以「旅遊」作為獎賞的方式。而該類「獎勵旅遊」因具獎勵性質，其行程安排、消費等水準大都較一般團體旅遊高級許多。僅將獎勵旅遊簡單介紹如下：

1. 獎勵旅遊的意義：企業對達成或超越公司業績目標之員工、經銷商、代理商等，由企業提供一定經費規劃獎勵會議假期，委託專業旅遊業者針對企業的目的量身訂製、精心設計專屬會議旅遊活動，以犒賞激勵員工，增加員工向心力，提升工作績效。

獎勵旅遊的行業以重視個人業績之傳銷、保險、仲介業等為多。

2. 獎勵旅遊的種類：

(1) 企業年度會議（商務會議旅遊）。

(2) 海外教育訓練。

(3) 獎勵營運及業績成長有功人員。

3. 獎勵旅遊目的：

(1) 凝聚員工向心力。

(2) 強化企業文化。

(3) 鼓勵員工提升工作績效。

4. 獎勵旅遊的特色：

- (1) 參加者通過特定資格審核。
- (2) 行程安排與眾不同，參加者感覺受到特別尊寵。
- (3) 激勵參加者努力工作再爭取一次機會。

四、會議及會議中心名詞定義

(一) 會議名詞：

1. 會議（Meeting）：一個群體或集合一些人，以不同的規模及期間，為某一種目的，而聚集舉行的一種活動。會議也是設計一個場地，在特定的時間，規劃議程或演講，使人們集合一處交換意見或資訊的場合，Meeting和Convention 可以互通使用，主要是目標之結果不同，通常不論大小會議皆可稱之。
2. 會議／大會（Convention）：聚合某些經濟團體、社團、組織、黨派或學會的代表或會員等，彼此會面為某特定的民衆、社會、政治或經濟的目的，交換理念、觀念及團體的共同利益的資訊，通常會議會舉行數天規模亦較大，常配合展覽會一起舉行。
3. 會議（Conference）：公私團體、社團、協會等為某些目的或主題，共同討論、交換意見、傳達信息而舉行的會議。參加Conference的成員通常層級較高，規模較小，討論的主題形成共識，並發表決議之書面報告。
4. 代表會議（Congress）：某些專業領域行業、文化、宗教等舉行之定期會議，是一種正式由國家或團體的代表參加的會議、委員會、大會，會議的規模較大，會期持續數天，主要目的是討論問題或資訊的交換。Congress與會者大都是對大會主題有興趣而主動報名、註冊、付費參加會議。
5. 講習會／研習會（Workshop）：自由討論的課程或講習會，彼此交換理念、示範方法、實際技術、經驗、操作原理等。在許多Conference和