



HZ Books

华章经管

*The Comprehensive Guide to
Successful Conferences
and Meetings*

大型活动管理译丛

(美) 伦纳德·纳德勒 (Leonard Nadler) 著
泽西·纳德勒 (Zeace Nadler)
刘祥亚 周晶 译

成功的 会议管理 从策划到评估



机械工业出版社
China Machine Press

大型活动管理译丛

成功的 会议管理

从策划到评估

*The Comprehensive Guide to Successful
Conferences and Meetings*

(美) 伦纳德·纳德勒 (Leonard Nadler) 著 刘祥亚 周晶 译
泽西·纳德勒 (Zeace Nadler)



机械工业出版社
China Machine Press

Leonard Nadler and Zeace Nadler: The Comprehensive Guide to Successful
Conferences and Meetings: Detailed Instructions and Step-by-Step Checklists.

Copyright © 1987 by Jossey-Bass Inc., Publishers

350 Sansome Street

San Francisco, California 94104

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a
retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written
permission of the publisher.

本书中文简体字版由 JOSSEY-BASS, Inc. 授权机械工业出版社在全球独
家出版发行, 未经出版者书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本
书中的任何部分。

版权所有, 侵权必究

本书版权登记号: 图字: 01-2002-1035

图书在版编目 (CIP) 数据

成功的会议管理: 从策划到评估 / (美) 纳德勒 (Nadler, L), (美) 纳
德勒 (Nadler, Z) 著; 刘祥亚, 周晶译. -北京: 机械工业出版社, 2003.1
(大型活动管理译丛)

书名原文: The Comprehensive Guide to Successful Conferences and
Meetings: Detailed Instructions and Step-by-Step Checklists.

ISBN 7-111-11114-1

I. 成… II. ①纳… ②纳… ③刘… ④周… III. 会议-组织管理
学 IV. C931.47

中国版本图书馆CIP数据核字 (2002) 第083857号

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 王 磊 版式设计: 赵俊斌

山东高唐印刷有限责任公司印刷 · 新华书店北京发行所发行

2003 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

787mm × 1092mm 1/16 · 28.75 印张

定 价: 56.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换



前言

随着越来越多的人参与各种各样的会议，从事会议策划的人也渐渐多了起来。这种趋势无疑将继续下去。然而，受雇组织这些会议的人员却几乎没有相关的专业背景和训练。虽然他们可以找到一些参考资料，但是没有任何一本专门介绍整个会议组织过程并提出全面、具体的建议和指导的书。

我们编写这本书的主要原因就是为填补这个空白。我们在几年前编写了一本类似内容的书（Nadler and Nadler, 1977），受到了读者的欢迎。其实用性也得到了普遍肯定，但是该书也需要大量的补充内容。这种对全面介绍会议策划的参考书的明显需求促使我们编写了这本书，作为前一本的补充和完善。

《成功的会议管理：从策划到评估》的一个特色就是书中大多数章节的开始和其他一些地方都列出了主要工作项目或议题的列表。我们通过多年的工作经验发展了这些列表，并把它们推荐给许多就会议策划向我们进行咨询的客户。我们从1978年起在乔治·华盛顿大学开设了会议策划的课程，参与该课程的学生也对这些列表进行了检验，他们中的许多人都非常热衷于策划会议。本书提供的列表十分全面，而且每个列表上的每个条目都经过了充分的讨论修改，这就是本书的突出特色之一。

请注意，你完全可以根据自己的具体需要修改这些列表！实际上，这些列表是为了让你在策划会议的时候可以随时方便参考而设计的。

本书一些章节的内容有重复的地方，但这是不可避免的。策划会议所需的各项工作之间区别并不十分显著，而是彼此联系的。这样一来，本书的各个章节不仅可以相互组合成一个整体，而且能够分别独自构成完整的内容。我们相信这个结构可以帮助那些想在这个领域取得全面知识的读者方便快捷地找到需要的内容。

谁该读这本书

《成功的会议管理：从策划到评估》所针对的读者是那些专业从事会议策划的人

士。他们中很多是专业人员，因此也遇到了本书中所涉及的许多问题。不过，即使经验丰富的策划人员也会发现这本书对巩固和检验他们已有的组织及策划技巧十分有益。

除了专业的会议策划人员以外，现在有许多人在不知不觉中也加入到会议策划的工作中。本书为这些策划人员提供了所有应对高难度策划项目的必要细节。

会议主办者可以根据这本书定义会议承办者和策划者的责任。而那些对会议举办过程不甚了解的会议服务提供商也可以根据本书内容调整他们的服务，以便适用会议策划的整体方案。

会议工作人员，如在酒店、汽车旅馆和会场的工作人员等，一般都没有学习过会议策划。他们可能对其中的某些部分比较熟悉，但是这本书却可以使他们对会议的整体策划有更全面的了解，并进一步认识自己在整体策划中所发挥的作用。

内容概述

和对待其他活动一样，人们不断寻求会议工作的模式、关键过程或有益的指导。既然现在还不可能建立一个能够适合所有类型会议的共有模式，我们只能通过各个章节的阐述试图反映出大多数会议的一般发展趋势。

首先要考虑的是会议设计及其他使会议不至过于枯燥的相关事务。下一步就是寻找一个有合适功能性场所的会址，选择发言者，以及对会议视听需求做出估计。在考虑好这些基本的问题之后，策划者就可以把注意力转向饮食功能、展览、陪同者、市场营销、公共关系、运输和娱乐等问题了。

与会议整体策划相关的重要因素包括预算和注册方式。在基础筹划工作完成之后，剩下的就是如何结束整个项目、进行后继工作和会议评价等问题，以及（所有策划工作的最终回报）会议的举行。

第1章向读者进行了会议概述，同时对一些实际操作中常用的名词做出定义。就如在许多正在形成的领域中一样，人们对名词的解释意见不一，但是本书中所用的名词都是始终一致的。第1章还讨论了状态表，帮助读者掌握会议控制中各种各样的活动。

关于会议目的、与会者和策划之间的关系将在第2章进行讨论。这一章还将介绍策划委员会的组织和利用，以及如何确定委员会人选。所有会议都应具有连续性，

通常在会议的主题、标志、氛围、布置、日程和主要活动中体现。安排有序的活动构成了会议的主体部分，此外会议还可以举行一般或特殊的辅助活动。策划会议的核心和辅助部分有许多方法，这一章里将列举和介绍35种方法。

第3章针对四种不同的会议策划举出了实例，为策划人员提供一些可能的参考。这些例子在以后的章节中还将被提到。

第4章讨论了能够为与会者提供帮助的与会议核心部分有关的一些活动。

第5章介绍了适合举行各种会议的不同场地。会议场地的种类很多，但每一种都有自己的优点和不足。一个会议场地通常由功能性场所构成，会议将在这些场所举行，相关内容将在第6章进一步阐述。

演讲者和后勤人员是第7章讨论的主题。仔细选择这两类人员十分重要。在这一章中我们将介绍相关的人员选择过程，以便使他们达到与会者和承办者的预期要求。许多发言者要用到视听设备和材料，这些辅助手段将在第8章中详细讨论。

会议很少有不提供一定饮食便利的。虽然食品和饮料不是与会者前来的目的所在，但是他们往往希望会议能够提供这方面的服务。第9章将专题讨论这个问题。

第10章将告诉你，展览可以小至一张小桌，大到五百多个展台。举办展览的原因多种多样，而且展览应该与会议的主题以及与会者的兴趣有紧密联系。

一些与会者可能是偕同伴侣、朋友或其他感兴趣的陪同人员一起参加会议的。会议策划有时会忽略了与会者的陪同人员，但他们的出现却很重要，而且会逐渐增多，所以策划者应该给予考虑，这就是第11章的内容。

大多数会议都需要进行市场营销，本书的第12章将对这个问题展开讨论。而在随后的第13章中，我们将讨论与市场营销密切相关但又有着明显差别的会议公关。这两个章节的内容对成功而有效地组织会议都是必不可少的。

本书的第14章主要讨论一切与会议相关的交通运输问题。虽然并非所有会议都安排娱乐活动，但是如果组织者决定安排这类活动，就必须对其给予充分重视，本书第15章将在这方面对你有所帮助。

任何会议都有一定的预算限制，第16章将用一个具体的预算图表来为你详细解说其中的方方面面。会议预算不能对组织策划做出硬性规定，但是后者也不应超越前者的限制。

在进行会议策划之前，应该就注册程序认真考虑，本书第17章将在这方面为你提供一些建议。注册是所有与会者与会议的第一次直接接触，因此远非单纯的文书

工作这么简单。第18章讨论的与会者手册通常在注册时方法，其中包括与会者所需要的所有会议相关信息。

和注册一样，评估和后继工作也必须在会议开始之前筹划完备。评价一个会议成功与否必须给出相应的证据，而评估结果则比较能够说明问题。所有关于这些工作的注意事项将在本书第19章中进行讨论。

本书第20章主要强调说明在与会者到达会议地点之前，所有的筹备工作都应该已经完成。

本书还简略地涉及到这样两个问题：会议组织的模式和该领域的发展。由于这是一个新兴领域，正处于成长阶段，因此不可能讨论太多。正式会议的模式或许较之过去并未发生改变，但其他类型的会议——如关于成人教育和人力资源发展的会议等——却有了一些新的形式，即通过组织较小规模的会议来达到培训的目的。本书前三章中就提到了一些这样的会议形式。

同在许多刚刚诞生的领域里一样，从事会议组织策划的人员往往是半路转行或接受临时任务。该领域的一些组织和刊物为这些人员提供了短期培训项目，帮助他们提高会议组织策划的能力。该领域的专业研究直到最近才刚刚起步，还没有形成有影响的气候，因此从事这个行业的新手也无从得到任何专业权威的帮助。但是，这种情况不会持续太久。我们有信心使所有的与会者都能从本书介绍的成功会议的诸多因素中获益。

伦纳德·纳德勒

泽西·纳德勒

华盛顿

作者简介



伦纳德·纳德勒 (Leonard Nadler) 是乔治·华盛顿大学教育和人才开发学院人力资源开发专业的教授,也是Nadler Associates的合伙人之一。他曾获纽约城市大学会计学士学位 (1948) 和商务教育硕士学位 (1950),并于1962年获得哥伦比亚大学教师学院的教育管理博士学位。

他的主要学术活动是建立人力资源开发的概念和模型,并受到过多次奖励,其中包括在1978年获得美国培训与发展协会 (American Society for Training and Development) 的Gordon Bliss Award,以及在1984年被《培训杂志》的读者评选为最杰出的10位培训人员之一。1987年,他成为第一个ASTD人力资源开发年度杰出贡献奖的得主。他曾在各种专业刊物上发表过150多篇文章,著作包括《人力资源开发管理》(1986,合著)、《客户和咨询专家:达到和超越期望》(1985,第2版,合著)、《人力资源开发手册》(1984,编辑)、《经理人的个人技巧》(1982)、《培训项目设计》(1982)和《团体人力资源开发》(1980)。

泽西·纳德勒 (Zeace Nadler) 是Nadler Associates的合伙人之一,曾获布鲁克林大学英语文学学士学位。她曾帮助多位作者出版著述,并为以上所有书担任编辑。

以上两位作者曾一同撰写过一些文章,并合著了《会议手册》(1977)。他们从20世纪60年代中期开始经历了会议策划的各个阶段,同时担任了许多国内和国际会议的承办者,还在乔治·华盛顿大学开设了一门会议策划的课程。

随着越来越多的人参与各种各样的会议，从事会议策划的人也渐渐多了起来。这种趋势无疑将持续下去。然而，组织这些会议的人员却很难找到相关的参考资料，到目前为止，也没有任何一本专门介绍整个会议组织过程并提出全面、具体建议和指导的书。本书填补了这个空白。

对会议实际操作中常用的一些名词进行定义；讨论了会议的目的、与会者、策划者；提供了四种实用的策划方案。

分别就如何进行会议选址，如何选择发言者，以及如何对会议的视听设备需求做出估计等问题给出了详细的说明；

对饮食功能、展览、陪同者、市场营销、公共关系、运输和娱乐等做了详细的阐述；介绍了如何制定预算和进行注册；最后，是对会议的评估和后继工作的介绍。

活动管理

是一个创造性的过程

是一个年轻而激动人心的行业

一项成功的活动可以使举办者声名鹊起

并为其带来丰厚的经济收益

对国家而言

一项成功的大型国际活动能给主办国带来

上百亿美元的收入

创造无数就业机会

对地方政府而言

成功的活动可以提升其形象

促进地方经济发展

对企业而言

成功的活动可以提升企业的品牌

创造无数的商机

本书会告诉你

如何成功地策划、组织各种活动

如何把握各种活动带来的无限商机

如何应对和规避活动中可能出现的风险



目 录

前言 作者简介

第1章 急速变化的会议	1
1.1 什么是会议	2
1.2 为什么要召开会议	2
1.3 主办者	3
1.4 承办者	3
1.5 与会者	4
1.6 其他与会议有关的人员	6
1.7 贵宾 (VIP)	7
1.8 具体说明	8
1.9 趋势	9
1.10 会议筹备	10
第2章 会议策划	15
策划委员会工作列表	16
2.1 策划要素	17
2.2 策划委员会	18
2.3 关于策划委员会的列表	18
2.4 会议流程	24
2.5 可选的策划方案	25
2.6 特殊兴趣	26

2.7 策略和帮助	27
-----------------	----

第3章 四种实用的策划方案

3.1 一日会议的策划方案	34
3.2 三日会议的策划方案	38
3.3 五日会议的策划方案	41
3.4 简便的三日会议策划方案	45

第4章 处理相关事务

相关事务列表	50
具体说明	52

第5章 会议选址

选址列表	70
5.1 会议地点类型	73
5.2 会议选址与会议其他方面的关系	75
5.3 书面报告	76
5.4 具体说明	76

第6章 会议场所和功能性会场

功能性会场列表	102
6.1 与会议选址的关系	104
6.2 与会议策划的关系	105
6.3 会议场所的类型	105
6.4 具体说明	106

第7章 发言人

发言人列表	134
-------------	-----

7.1 演讲者——全体大会	137
7.2 后勤人员	138
7.3 具体说明	138

第8章 视听设备的使用

视听设备列表	164
8.1 租用还是购买	166
8.2 具体说明	166

第9章 餐饮服务

餐饮服务列表	182
9.1 餐饮服务的重要性	185
9.2 餐饮服务与会议预算和会议地点协商之间的关系	185
9.3 具体说明	185

第10章 举办展览

展览列表	212
10.1 参展商委员会	215
10.2 具体说明	217

第11章 陪同人员

陪同人员列表	246
具体说明	247

第12章 有效营销

营销列表	254
12.1 为什么要进行市场宣传	256
12.2 市场宣传的方法	257

12.3 需求分析	257
12.4 具体说明	258

第13章 公共关系

公共关系列表	274
13.1 自理还是购买	276
13.2 具体说明	276

第14章 交通问题

交通问题列表	294
14.1 服务提供商	297
14.2 具体说明	299

第15章 娱乐节目

娱乐节目列表	318
15.1 安排娱乐节目的原因	319
15.2 自行设计还是购买	319
15.3 具体说明	320

第16章 制定预算

预算列表	328
16.1 制定预算	332
16.2 预算控制	332
16.3 支出控制	333
16.4 具体说明	333

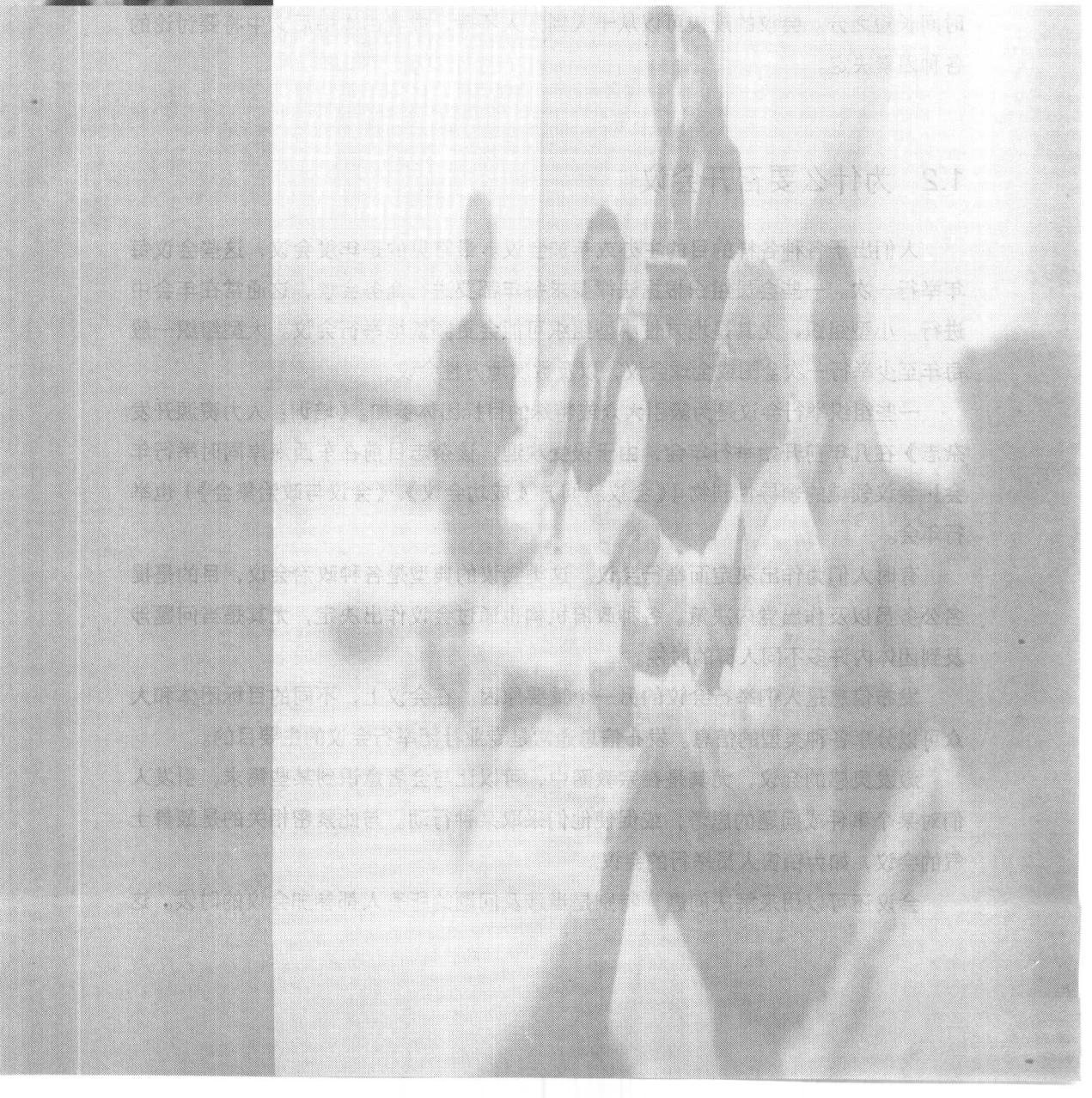
第17章 注册过程

注册列表	354
------------	-----

17.1 注册表格	357
17.2 具体说明	357
 第18章 准备与会者手册	
与会者手册列表	384
18.1 具体说明	385
 第19章 评估和后继	
评估和后继列表	396
19.1 什么是评估	397
19.2 定量和定性评估	397
19.3 谁来进行评估	398
19.4 为什么要进行后继工作	398
19.5 具体说明	398
 第20章 实施会议	
实施会议列表	412
20.1 具体说明	413
20.2 总体	427
参考文献	429
组织 • 站点 • 娱乐 • 媒体 • 期刊 • 列表 • 参考书目 • 计算机软件	



[第1章 急速变化的会议



全世界有许多人参加着会议、政治性大会、会谈、座谈会、研习会、研讨会等类似活动。本书就是向你介绍这些活动的。为了使术语简化，本书中将把这些活动统称为会议。当设计不同类型的会议时，文章会另行说明。

1.1 什么是会议

大多数时候，会议就是人们怀着各种不同的目的聚集在一起的活动，有规模和时间长短之分。会议的规模可以从十人到万人不等，或者由本书后文中将要讨论的各种因素决定。

1.2 为什么要召开会议

人们出于各种各样的目的主办或参加会议。最常见的是年度会议，这些会议每年举行一次。一些会员组织根据法律要求每年都要进行商务会谈，这通常在年会中进行。小型组织，尤其是地方性小型组织可能会更频繁地举行会议。大型组织一般每年至少举行一次全国或全球会议，以及数次地方性会议。

一些组织举行会议是为吸引大众或特殊的目标团体参加。《培训：人力资源开发杂志》在几年前开始举行年会，由于极受欢迎，该杂志目前在东西海岸同时举行年会！会议领域的领导性刊物（《会议新闻》、《成功会议》、《会议与政治集会》）也举行年会。

有时人们为作出决定而举行会议。这类会议的典型是各种政治会议，目的是提名公务员以及作出党内决策。各种政府机构也通过会议作出决定，尤其是当问题涉及到团体内许多不同人群的时候。

发布信息是人们举行会议的另一个重要原因。在会议上，不同的目标团体和大众可以分享各种类型的信息。发布信息通常是专业社团举行会议的主要目的。

激发灵感的会议，尤其是在宗教圈中，可以让与会者意识到某些需求，引发人们对某个事件或问题的思考，或促使他们采取某种行动。与此紧密相关的是鼓舞士气的会议，如为销售人员举行的会议。

会议还可以用来解决问题，特别是当涉及问题的所有人都参加会议的时候。这