

全国高等院校

21世纪

会展管理系列教材

会议运营管理

HUIYI YUNYING GUANLI

肖庆国 武少源 编著



中国商务出版社

CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

C93/.47-43/1

21 世纪全国高等院校会展管理系列统编教材

会议运营管理

肖庆国 武少源 编著

中国商务出版社

RBD47/07

图书在版编目(CIP)数据

会议运营管理/肖庆国,武少源编著. —北京:中国
商务出版社,2004.8

(21 世纪全国高等院校会展管理系列统编教材)

ISBN 7-80181-271-9

I. 会... II. ①肖...②武... III. 会议-组织管理
学-高等学校-教材 IV. C931.47

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 035819 号

21 世纪全国高等院校会展管理系列统编教材 会议运营管理

肖庆国 武少源 编著

中国商务出版社出版

(原中国对外经济贸易出版社)

(北京市安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码:100710

电话:010—64269744(编辑室)

010—64220120(发行二部)

网址:www.cctpress.com

E-mail:cctpress@cctpress.com

新华书店北京发行所发行
中国农业出版社印刷厂印刷

787×980 毫米 16 开本

20.25 印张 372 千字

2004 年 8 月第 1 版

2004 年 8 月第 1 次印刷

印数:5000 册

ISBN 7-80181-271-9
G·134

定价:36.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话(010)64212247

21 世纪全国高等院校会展管理系列统编教材编辑委员会

顾 问 霍建国 杜 江 姚 望 沈丹阳

林 宁 储祥银 张 辉

主 任 马 勇

韩小芸 金 蓓 梁 文 刘大可

刘松萍 马 勇 王保伦 王起静

吴小京 武少源 夏学英 肖庆国

总 序

在“21 世纪全国高等院校会展管理系列统编教材”付梓出版之际,首先要感谢为本套教材撰写和出版付出辛勤劳动的高校教师、业界专家以及中国商务出版社的领导和同仁。这套教材是各位教授、博士、硕士以及实业精英共同智慧的结晶,教材的出版是政府界、教育界、实业界与出版界携手合作的成功典范,从根本上改变了我国目前会展管理领域教材零散、低层次重复并且缺乏系统性的现状,无论对推动中国会展管理教育的发展,还是对促进从业人员素质的提高,都将具有里程碑式的意义。

同以往出版的有关会展管理的教材相比,这套教材有以下五个鲜明特点:

第一,高校联合。这是我国第一套由开设会展管理专业或方向的高校联手编写的会展管理系列教材,参与主编和撰稿的人员来自北京第二外国语学院、北京旅游学院、北京城市学院、浙江大学、中山大学、湖北大学、沈阳师范大学、广州大学、北京航空航天大学、南京财经大学、上海大学等十余所国内高校。

第二,国际接轨。教材体系的设计充分考虑了美国乔治·华盛顿大学、德国瑞文斯堡合作教育大学等多所发达国家会展管理方面著名高校的课程体系,并根据我国教学实践的需要,做了适当调整和修改。使用这套教材,完全能够直接同国际最新教材体系接轨,达到“不出国门但接受国际同步教育”之目标。

第三,联系实际。教材的编写始终坚持理论性与应用性相结合的思路,在教材体系设计的初期,就充分吸收了中国贸促会、商务部、中国科协等业界专家的建设,在写作过程中,凡涉及实务方面内容的部分,绝大多数作者采取了与业界专家合作撰写或者广泛征求业界专家意见的方法,这些做法避免了纯粹学院派的“空谈”弊端,大大提高了教材的实用价值。

第四,高屋建瓴。本套教材的作者队伍学历层次高,绝大部分具有博士和硕士学位,涉及的学科领域多,包含了经济学、管理学、旅游管理、政策法规等多方面的专家学者,参与编写的业界人士,不仅长期工作在会议、展览等领域的最前线,而且几乎全部是各自领域的“精英”,他们的参与对从总体上准确把握中国会展业的现实,起到了至关重要的作用。

第五,动态开放。本套教材从最初的创意到实际运作,始终坚持了动态开放的理念。一方面,教材体系是动态开放的,已经出版的教材要经过实践的考验,不断进行调整;另一方面,教材内容是动态开放的,目前出版的这套教材不是一

个“标准版本”,初步打算经过2~3年的时间,对部分教材要进行重新修订,以确保教材的先进性和科学性;此外,作者团队是动态开放的,在教材的修订和新选题的补充中,我们将不断吸收更多优秀的专业人才充实到教材编写的队伍中。

当然,作为全国高校与业界专家共同推出的第一套会展管理教材,尽管我们本着非常负责任的态度,已经尽到了最大努力,但是由于会展业涉及的领域太多,加之部分作者实际操作经验不足等原因,本套教材肯定还会存在一些不尽人意甚至是错误的地方,我们一定会以极大的诚意欢迎各方面专家提出批评指正,一定会虚心接受大家的合理意见,并不断修正,力争把这套教材做成精品和名牌。

在中国,会展业是一个有着光明发展前景的朝阳产业。会展业的发展必须依靠人才,人才培养需要教育,而教材质量的高低是决定教育成败的重要环节。

我们深感任重道远!

刘大可

2004年7月25日于北京

前 言

本书不是研究如何召开会议本身的,这样的书已经有很多了;本书也不是介绍如何为会议提供服务的,这样的书也已经有不少了;本书主要是探讨如何自己或帮助别人组织、运作、管理会议的。例如,一个学术机构如何筹备、举办一个与会者自愿付费参加的学术会议;又如,专业会议组织机构如何帮助中国的社团组织申办该社团组织所属的国际社团组织的年会,拿到主办会议的资格后如何进行会议的市场营销,如何筹备会议,会议期间如何进行会议现场管理,会议结束之后如何对会议进行评估,还有哪些会后工作要做……再例如,专业会议机构如何竞办企业的会议,竞办成功以后如何帮助企业成功地举办该会议……又例如,会议中心、会议型宾馆或有会议场所的宾馆如何进行会议市场营销,如何争取到尽可能多的会议到会议中心或宾馆举行,接待会议期间宾馆的管理应作怎样的调整,会议餐饮如何做才能满足会议客人的需要等。

当然,要自己或帮助别人组织、运作、管理会议,就必须对会议的基本知识有深入的了解。例如,什么是会议?会议的本质是什么?人们为什么要举办会议?人们为什么要参加会议?会议有什么作用?会议产品的内涵有哪些?会议中心应具备什么样的硬件设施?具备什么样条件的宾馆才能成为会议宾馆?……本书对这些问题都进行了较详细的探讨。

本书是会议运营管理理论与实践相结合的产物。本书的作者之一肖庆国从事会议运营管理理论教学、研究工作已经有四五年的时间了,对会议运营管理的基础理论和体系进行了较深入的探讨,探讨的结果通过本书呈现出来,他主要写作本书的第一、二、三、四和第十章;本书的另一作者武少源从事会议特别是国际会议的实际运作管理工作已有近 20 年的时间,策划、组织和运作了几百个各种类型的国际会议,参与了近 10 年来在北京举办过的绝大多数千人以上的大型国际会议,积累

了非常丰富的经验,对会议组织、运作、管理方面的国际惯例非常熟悉,他对这些经验进行了认真的总结,总结的结果也通过本书奉献给诸位读者,他主要写作第五、六、七、八、九章。本书的完成,我们还要特别感谢北京天晓企划推广有限公司总经理王晓蕾先生,他把自己多年从事企业会议、公关活动策划的经验进行总结,写作了本书第五章第六节“企业会议的竞标”的内容,并提供了【实例 5-6】“××××企业合作伙伴联欢会招标书”的内容。全书由肖庆国统筹、润色。

本书的特点是不仅有系统的理论论述、总结,而且有大量的实例、样本说明,还有案例分析供读者思考研究,可操作性非常强。读者看了本书,就可以以本书所介绍的方法为指导、以本书所提供的实例、样本、案例为参考,来具体组织、运作、管理一个实际的会议,避免了有些同类书籍只有空泛的理论论述、看后却无从下手操作的弊端。

本书的阅读对象是:

- 大专院校会展专业或方向的教师、学生
- 大专院校旅游或广告等专业会展方向或上会展课程的教师、学生
- 专业会议组织机构(PCO)的员工
- 会展公司的员工
- 开展会议业务的旅行社、旅游公司、广告公司等企业的员工
- 会展中心、会议中心或会议宾馆的市场营销部等部门的员工

应该说,国内同类型的书籍尚不多见,可供本书写作过程中参考的资料也很有限,书中大多数内容都是会议组织、运作、管理实践经验的概括总结,再加上时间的限制,所以,本书肯定有错误和不完善的地方,倘蒙赐教,不胜感荷!

作 者

2004 年 7 月 5 日

目 录

第一章 绪论	1
第一节 会议的基本概念	1
第二节 会议的本质属性	2
第三节 会议的类型	3
第四节 会议的作用	6
第五节 开会的目的	12
第二章 会议市场及其细分	16
第一节 会议市场	16
第二节 社团组织会议市场	17
第三节 企业会议市场	24
第四节 社团组织会议市场与企业会议市场的比较	29
第五节 其他会议市场	30
第六节 会议市场的统计分析	33
第三章 会议产品要素	37
第一节 会议主题与议题	37
第二节 会议场地与会议室布置	40
第三节 会议发言人	56
第四节 会议通知	58
第五节 事务安排	76
第六节 会议专业活动	81
第七节 住宿安排	83
第八节 餐饮活动	84
第九节 学术访问安排	90
第十节 社会活动安排	90
第十一节 会议附设展览	93
第十二节 会议的可进出性	95

第四章 会议供应机构	98
第一节 PCO	98
第二节 会议中心	100
第三节 会议宾馆	104
第四节 旅行社	107
第五节 交通运输商	107
第六节 翻译公司	108
第七节 会议局	109
第八节 政府	111
第五章 会议的申办活动	117
第一节 国际社团组织会议申办的报批	117
第二节 国际社团组织会议申办的准备	131
第三节 国际社团组织会议的申办报告	135
第四节 国际社团组织会议的现场申办	140
第五节 企业会议的竞标	143
第六章 会议筹备管理	156
第一节 会议初期筹备	156
第二节 会议论文征集	164
第三节 会议预先注册(Pre-Registration)	179
第七章 会议现场管理	201
第一节 会议现场注册	201
第二节 会议社会活动安排	209
第三节 会议专业活动安排	215
第四节 会议餐饮活动安排	217
第八章 会议财务管理	227
第一节 会议财务管理概述	227
第二节 会议财务预测	230
第三节 编制会议预算	234
第四节 会议资金管理	252

第五节 会议成本控制	255
第六节 会议赞助	260
第九章 会议附设展览的运作	271
第一节 会议附设展览的酝酿报批	271
第二节 会议附设展览的前期准备工作	272
第三节 会议附设展览的市场宣传	277
第四节 会议附设展览的会前运作	285
第五节 会议附设展览的现场管理	288
第六节 会议附设展览的后续工作	293
第十章 会议评估与会后工作	298
第一节 会议评估的意义	298
第二节 会议评估的参与者	299
第三节 会议评估的内容	300
第四节 会议评估的时机	304
第五节 会议评估的方法	304
第六节 会后工作	305
参考文献	308

第一章 绪 论

【内容提要】

本章介绍、讨论会议的定义、特征、本质、类型、作用,论述人们举办和参加会议的目的,是全书的基础性内容。

【重点内容】

会议的定义、特征、本质,人们开会的目的。

第一节 会议的基本概念

每天,全世界都有成千上万个会议在召开,这些会议或大或小、或长或短、有国内的、有国际的、有正式的、有随意的……那么,这些形形色色的会议的共同点是什么?

一、会议的定义

关于会议的定义,我们可以找到很多。

1.“凡研究事理而为之解决,一人谓之独思,二人谓之对话,三人以上而循有一定规则者,则谓之会议。”(孙中山:《民权初步》)

2.“凡一群人在特定的时间、地点聚集,来研商或进行某特定的活动均称之(为会议)”

3.“会议是一些人有组织、有领导地为了某种目的而进行讨论和商议的集会,它有别于三言两语的交换意见,有别于天南海北的漫谈,有别于街头巷尾的议论,更有别于消极的聚众闹事。”

4.“会议是指人们为了解决某个共同的问题或出于不同的目的聚集在一起进行讨论、交流的活动。”

5.“会议是人们通过不同方式聚集起来,讨论、协议、沟通和商定事情的一种社会活动形式。会议是人类社会生活的重要组成部分,对协调社会关系和促进人类发展有重大作用。”

6.“在一定的时间和空间范围内,为了达到一定的目的所进行的有组织、有

主题的议事活动,均可以被称之为会议。”

本书作者给会议所下的定义是:

【定义】会议是指三个以上的人们为了研究问题、交流信息、获取知识、统一思想等目的而在特定的时间聚集在特定的地点、按照一定的规则所进行的发言、讲解、讨论、商议、交流等行为从而集思广益、达成一定结论的活动。

茶话会、朋友间的聚会等不是我们所说的会议,电视会议、电话会议、网络会议等不在本书的讨论范围。

二、会议的特征

并非所有聚集在一起的人群的活动都可以称作会议,一个可以称作会议的活动必须具备下列特点:

1. 有明确的目的。如研究问题、交流信息、获取知识、贯彻上级指示、统一思想等。
2. 有明确的主题和议题(大型的会议还要分主议题和分议题),即有议论的中心,而不是随意漫谈。
3. 有一定的结果。无论是达成一致,还是意见不统一,是推迟决定,还是停止讨论,最终都应有一个结论。
4. 人数不少于3人。
5. 有主持人。
6. 遵循一定的规则。如座位有安排,发言有先后,始终有时间……
7. 是一种短暂性的行为。天下没有不散的宴席,世上没有永远的会议。

第二节 会议的本质属性

一、会议的信息性

会议是一种信息传递、交流、创造活动。

会议为什么会产生?为什么世界上每天有数以万计的会议在召开?为什么那么多人要不辞旅途辛苦地赶到异国他乡去参加会议?这皆是因为会议能够传递某种信息、人们可以在会议上进行信息交流,而且在信息交流的过程中通过观点、意见的碰撞“擦出智慧的火花”,从而产生新的思想、观念,达成新的共识。人们通过听人发言、参与讨论、商议交流而从中获得了对自己有用的信息、增加了自己的见识、启迪了自己的智慧、开拓了自己的思路……从而对自己的成长、学术研究、工作、事业甚至生活等方面有所帮助。所以,会议最本质的属性就是

信息传递、信息交流与信息创造功能。

二、会议的社会性

会议是一种社会活动。

人是社会性的动物,人是需要社会交往的,所以,马斯洛在其需求层次论中把“社交活动”归为人类的五大需求之一。会议为人们进行社会交往提供了一个很好的平台。

会议是人们聚集在一起所进行的发言、谈论、交流等活动,在进行这些活动的过程中,人们要相识、交谈、交往、送别……很多人通过参加会议而结识成为工作上、事业上或私人间的朋友,使自己的工作、事业和生活更加顺利和精彩,更有人通过参加会议而遇到自己的异性知己甚至人生伴侣,找到一生的幸福。这也是很多人不辞旅途辛苦地赶到异国他乡去参加会议的原因之一;通过会议发言和讨论、交流等活动,还可以树立、提高自己在某个社会群体中的良好形象和地位……所以,会议的本质属性之一是它的社会性。

会议的社会性正是电视会议、电话会议、网络会议等无法取代一般会议的根本原因所在。

第三节 会议的类型

根据不同的划分方法,可以把会议划分为各不相同的类型群体。

一、按会议的性质划分

在汉语中,不同性质的会议往往通过在“会(议)”前加定语来进行区分。

代表大会
学术会议
研讨会议
股东大会
培训会议
销售会议
管理会议
年度会议
.....

在英语中,不同性质的会议则用不同的单词来加以区分。

Congress—指普通大会、政治性的代表大会或各种社团组织或社团召开的大会。Congress 一般都按一定的频率举行,全国性的 Congress 通常每年举行一次,而国际性或世界性的 Congress 通常 2~4 年举行一次,会期一般为 3~5 天,开始和最后有全体代表大会(General Session),中间有分组会议(Session)。普通的 Congress 或各种社团组织或社团召开的 Congress,会议组织者需做宣传促销,与会者需交注册(报名)费,自愿参加,可带会伴(需交会伴注册费),可选择参加会议中及其前后的参观、游览等活动。

Convention—大型会议。议题可以涉及政治、经济、科技等领域。各种组织的年会即用此词(Annual Convention)。其计划、组织及活动安排与 Congress 类似。当今的 Convention 往往附带展览活动。

Conference—专业性会议,是就某个领域的问题进行讨论和交流信息而召开的会议。科技界的会议常常使用该词。一般包括主会和讨论问题、解决问题的小组会议(Workshop)。如医药会议、计算机会议。

Forum—论坛。非正式的、开放的会议,其特点是反复深入的讨论。两个或更多的发言人向听众而非对方发表自己的看法、见解、观点、言论并进行阐述、说明,听众可以提出问题,主持人引导发言和讨论并总结各方意见。

Session——场会议,指 Congress, Colloquium, Forum 等会议中的一场(次,阶段)会议,一次 Congress, Colloquium 或 Forum 等会议可以由很多个 Session 组成,每个 Session 有一个议题,由一位主席主持,中间可以有休息、用餐时间。

Workshop—小组讨论会,要求所有小组成员参与,交流信息、技能以及对问题的见解。通常穿插在 Conference 或 Congress 中进行。

Seminar—研讨会。通常有充分的参与性,与会者在主持人的协调下就某个方面的问题讲解各自的研究成果并进行研讨。

(Academic)Symposium—专家(学术)研讨会。就某一关于科学研究、发展的专题进行的非常正式的学术性的研讨会议。尤指参与者既为听众,又做演讲的会议。

Panel—专家讨论会。要求有两位甚至更多的发言人讲述其观点,发言人和与会者一起进行充分的讨论。也可以穿插在 Conference 或 Congress 中进行。

Colloquium—非正式研讨会,通常是学术或研究方面的专家、学者就共同感兴趣的课题来相互交换意见。这种非正式的研讨会包含有一系列的 Session,每个 Session 由一个主席主持,每一位发言人按照计划安排的时间依次发言。这种会议视需要及方便而不定期举行。

Training courses—培训课程。通常是单向的,也可以是双向的。一般要用至少一天、多则几周时间。这类培训需要有特定的场所,培训内容高度集中,由

某个领域的专家、教授授课,通过培训要实现一定的目标。

Lecture—讲座。通常由一位专家、学者单独做讲解、示范,最后常留出一定的时间回答听众的提问。

Meeting—会议。最广泛的用法,上述各种会议的总称。规模可大可小,层次可高可低,可以是很正式的,也可以是很随意的。

二、按会议参加者的国别划分

可划分为国际会议和国内会议。

(一) 国际会议

国际会议是来自不同国家的人们所参加的会议。国际会议的界定世界上目前尚无统一的标准。

1. ICCA^① 统计国际会议的标准

- (1) 固定性会议;
- (2) 至少 3 个国家轮流举行;
- (3) 与会人数至少 50 人。

2. UIA^② 统计国际会议的标准(新加坡会议社团组织也以此作为大型国际会议的标准)

- (1) 与会人数至少 300 人;
- (2) 国外人士占与会人数 40% 以上;
- (3) 与会者来自至少 5 个国家;
- (4) 会期至少 3 天。

3. 中国国际会议推展社团组织为国际会议确定的标准

- (1) 参加会议的国家(含主办国)至少在两个国家以上;
- (2) 与会人数需达 50 人以上;
- (3) 外国与会人数需占总与会人数 20% 以上;
- (4) 以年会、展览或奖励旅游等形式均可。

4. 日本国际观光振兴会统计国际会议的标准

有来自包括主办国在内的两个国家以上的 20 名以上人员参加的会议称作国际会议,含专题讨论会、研究会、讲演会等。

① The International Congress & Convention Association, 国际大会及会议协会, 创建于 1963 年, 是全球国际会议最主要的机构组织之一。

② Union of International Associations, 国际社团组织联盟, 创建于 1907 年, 是全球国际社团组织最主要的机构组织。

(二)国内会议

相对于国际会议,国内会议的定义就容易多了。凡来自国外的与会者人数占出席会议总人数的比例达不到国际会议标准的会议均称作国内会议。

三、按会议的主办者来划分

{ 社团组织会议
企业会议
政府会议
工会会议
教育会议
.....

第四节 会议的作用

美国一位市长曾经就国际会议说过这样一段如今成为经典的话:“如果在我这个城市召开一个国际会议,就好比有一架飞机在我们头顶上撒美元。”这段经典的话形象地说明了会议的经济作用。其实,会议的作用远非局限于经济方面。

一、会议可以传递、交流并创造信息

如前所述,会议可以传递信息、人们可以在会议上进行信息交流,而且在会议讨论、争论、辩论的过程中通过观点、意见的碰撞“擦出智慧的火花”从而产生新的思想、观念,这些新的思想、观念就成为新的信息,并通过会议传播开来。

会议所带来和创造的信息(知识、观念、思想等)首先使会议目的地收益。当今社会已经进入了信息时代,当今的经济也已经进入知识经济时代,城市与城市、国家与国家之间在经济、社会等方面进行着全面的竞争,谁最先掌握先进的信息和知识,谁就能在激烈的竞争中赢得先机。会议是一种信息传递、交流、创造活动,它所带来和创造的信息通过当地与会者(往往占与会者总数最大比例)和当地媒体(有“近水楼台先得月”之利)的传播,使会议目的地优先获得这些信息,促进会议目的地的社会、经济、文化等方面的快速发展,从而在与其他城市或国家的竞争中赢得先机。