

高等院校会展专业教材

会议策划与管理

(第二版)

郑建瑜 主编



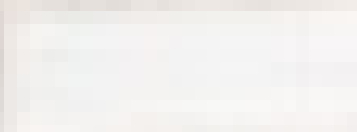
南开大学出版社

中国高等院校图书馆藏

会议策划与管理

（第2版）

王德胜 主编



中国高等院校图书馆藏

◆高等院校会展专业教材

◆南开大学出版社

◆ 郑建瑜 主编 ◆

会议策划与管理

第二版

图书在版编目(CIP)数据

会议策划与管理 / 郑建瑜主编. —2 版. —天津: 南开大学出版社, 2014. 1

高等院校会展专业教材

ISBN 978-7-310-04388-0

I. ①会… II. ①郑… III. ①会议—组织管理学
IV. ①C931.47

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 303474 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 孙克强

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022)23508339 23500755

营销部传真: (022)23508542 邮购部电话: (022)23502200

*

天津市蓟县宏图印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2014 年 1 月第 2 版 2014 年 1 月第 5 次印刷

230×170 毫米 16 开本 18.75 印张 344 千字

定价: 34.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022)23507125

第二版前言

人类进入 21 世纪以来,会议产业所表现出来的强劲的增长趋势和产业带动能力已经引起人们的广泛注意,世界各国和地区纷纷把会展业作为支柱产业和先导产业来培育或发展。在我国,随着社会经济的飞速发展以及综合国力的不断增强,会展经济在中国经济舞台上扮演着越来越重要的角色。2008 年我国成功地举办了奥运会,2010 年世博会也在上海精彩落幕;此外,广州亚运会、深圳大运会等一系列大型国际活动的举办,更给我国会议产业的发展创造了机遇。正如国际会议协会(ICC A)主席所说:“中国有可能成为 21 世纪国际大型会议旅游的首要目的地。”

从整体上看,中国会议业的宏观管理体制和微观运作机制相对德国、美国等会议发达国家都明显落后,而且到目前为止,国内有关会议的理论研究成果也比较缺乏,处于理论研究严重滞后于市场发育的情况。对于会议的研究成果主要见于各种报刊中的领导讲话,内容大多是从本区域、本单位情况出发,针对一些经验与教训进行归纳总结,就事论事是其主要的表达方式,很少上升到系统理论高度来进行跨区域的研究。就国际会议而言,他们的管理思想与机制相对比较成熟,形成了一些可以借鉴的模式,但怎样“洋为中用”,开展合作与竞争,以及我国本土化经营管理的一些会议如何创造品牌,是目前我们要研究的新课题。

本书通过吸收国外会议业研究方面的先进成果,结合国内发展实践,站在策划管理战略高度,立足于企业管理实务提出全新的知识点,使会议策划与管理的研究现状更加清晰,让研究的理论与实际成果更加生动、鲜活,向读者展示国际国内在会议策划与管理方面的新的思想理念和技术手段。书中每个章节后都配有相关的复习思考题,可以帮助读者更好地理解各章节的内容。

我们通过各种方式查阅搜集资料,包括进行专家访谈、实际调查、翻译外国文献、开研讨会等,吸收国内外已经获得的研究成果,在此基础上形成自己的观点和结论。本书具有较强的专业性、系统性、时代性、实用性和前瞻性。本书具

有很好的理论与实际相结合的资料来源,可以作为我国高等院校相关专业的教学用书以及企业会议策划与管理培训教材,也可供各级政府部门和理论研究者借鉴,同时还可用于国际合作与交流活动。

本书于2012年11月开始进行修订,在修订过程中吸收了许多读者和专家的建议,在保持基本框架不变的同时,每一章节或多或少进行了修改和补充。上海师范大学旅游学院会展管理系郑建瑜教授负责修订第一、三、四、五、六、九、十一章及全书的统稿。上海师范大学旅游学院旅游管理专业研究生苗婷婷修订了第二、七、八、十章,在此表示衷心的感谢。

总的来看,第二版改正了第一版中的一些疏漏,使得本书朝着更加完善、更加充实的方向又进了一步。修订的过程,实际上也是作者不断学习和提高的过程,由于时间紧迫、能力有限,本书中的缺点和错误之处恳请各位同仁和广大读者批评指正。

郑建瑜

2013年2月

目 录

第一章 会议业含义	(1)
第一节 会议业概述	(1)
第二节 会议及其要素	(17)
第三节 会议举办条件	(21)
第四节 会议的功能与作用	(24)
第二章 会议类型及特点	(29)
第一节 会议类型	(29)
第二节 各类会议特点	(36)
第三节 世博会	(55)
第三章 会议的组织者和审批程序	(63)
第一节 会议举办机构	(63)
第二节 会议组织机构	(71)
第三节 会议组织者的主要职责	(73)
第四节 PCO 和 DMC	(77)
第五节 会议审批程序	(80)
第四章 会议的策划	(86)
第一节 会议策划的概念与方法	(86)
第二节 会议策划的原则与内容	(93)
第三节 会议策划书的制定	(109)
第四节 会议策划应注意的问题	(126)
第五章 会议策划方案的实施要点	(130)
第一节 会议工作的内容及流程	(130)
第二节 会议工作范围	(137)
第三节 会议工作分工	(139)
第六章 会议的时间节点控制	(141)

第一节 会议议程	(141)
第二节 会议日程	(145)
第三节 会议程序	(149)
第四节 有效控制会议进程	(151)
第七章 会议的文秘服务	(154)
第一节 会议文秘服务内容	(154)
第二节 拟发会议通知	(157)
第三节 邀请演讲者	(167)
第四节 会议娱乐活动策划与安排	(168)
第五节 会前会和会后会	(174)
第八章 会议接待服务	(179)
第一节 接客、送客	(179)
第二节 报到与签到	(183)
第三节 贵宾接待	(186)
第四节 会议接待礼仪	(187)
第九章 会议的公关宣传	(190)
第一节 会议的公关对象和内容	(190)
第二节 会议的协调	(192)
第三节 会议的宣传原则和方式	(194)
第四节 会议各阶段的宣传工作	(210)
第十章 会议的专业服务和相关服务	(215)
第一节 会议的服务理念和服务流程	(216)
第二节 服务供应商的选择	(221)
第三节 会议的会务服务	(223)
第四节 会议的餐饮服务	(259)
第五节 会议的房务服务	(263)
第六节 会议的其他服务	(265)
第十一章 会议财务管理	(268)
第一节 制定财务目标	(269)
第二节 制定预算	(270)
第三节 会议融资	(275)
第四节 会议的收支与成本控制	(275)
第五节 会议的财务总结及报告编写	(288)
参考文献	(291)

第一章

会议业含义

学习目的

通过本章的学习,了解会议业的起源、产生的基础和价值,了解世界和我国会议业的现状,掌握会议的定义、构成要素、举办条件以及会议的功能与作用。

主要内容

- 会议业概述

会议业的起源 会议业产生的基础 会议业的价值 世界会议业概述

我国会议业概述 国内外知名会议模式概览

- 会议及其要素

会议的定义 会议的构成要素

- 会议举办条件

- 会议的功能与作用

会议的功能 会议的作用

第一节 会议业概述

一、会议业的起源

美国总统在马里兰州的戴维营举办中东最高首脑会议;英国皇家护理学院在波恩茅斯召开年度专业会议;国际会议和会展协会的会员在哥本哈根集结召开大会和代表大会;微软公司或汇丰银行的股东参加公司的年度大会;葛兰素史克公司的销售人员济济一堂召开情况汇报例会或举办培训活动,他们之中的成

绩卓著者乘飞机到海外胜地旅游并参加奖励会议。

上述的活动虽然形式林林总总,但目的只有一个,那就是将人们召集起来,面对面地交流思想和信息,进行讨论或在某些情况下洽谈,建立友谊或亲密的商业关系,鼓励个人和组织获得较佳业绩。它们是相同活动的不同方面,同属持续发展的、国际性的、带动经济繁荣的会议业。尽管使用的词语如“最高首脑会议”(summit)、“聚会”(meeting)、“专业会议”(conference)、“大会”(assembly)、“年会”(convention)、“代表大会”(congress)、“年度大会”(annual general meeting, AGM,)、“情况汇报会”(briefing)、“培训会议”(training)、“奖励会议”(incentive)有所不同,但其实质构成要素和目标却毫无二致。

“会议”是一个意义宽泛的词汇,泛指各种各样的交流活动。会议是现代传播业的前沿,既可作为内部交流(例如销售会议、培训讲座、领导进修会、年度大会),也是作为与重要听众交流的工具(例如新闻发布会、产品推介会、年度大会和一些技术会议等)。

而“会议业”这个词产生得很晚,甚至到20世纪的后半期,竟还没有人听说过。但人们需要集结、需要开会,由此来体现人的属性。而且,出于各种不同的目的,人们集会和集结到一起的现象从人类文明的早期就已经出现了。

过去200年来最为高层次的会议之一,是1814年9月到1815年6月召开的维也纳会议。可以说它是现代会议的滥觞。召开这次会议的目的,是在“拿破仑战争”后重新划分欧洲的政治地图。会议的代表包括当时的所有大国(土耳其除外),可以想象代表团的花费会多么奢华。与会的代表有俄国沙皇亚历山大一世、普鲁士的卡尔·奥古斯特·冯·哈登贝格亲王,而卡斯雷尔子爵和惠灵顿公爵是英国的主要代表。每位代表都由服务人员和陪伴人员组成的庞大代表团陪同。他们需要住宿、社交、豪华的团体娱乐、地勤等一系列服务。这里还没有提及高档的会议设施。毋庸置疑,维也纳会议局付出了长期而艰辛的努力,才将如此高层次、高消费的会议吸引到这个城市。

随着19世纪的推进,大学渐渐地开始为学术圈内的信息传播提供设施,游览胜地也异军突起。在英国,维多利亚度假区修建了会议室,开始为娱乐和会议提供较大的公共空间。与此同时,铁路网得到发展,铁路沿线的主要火车站旁修建了铁路旅馆。这些旅馆有许多都配备了多功能厅,以供租用。

到了20世纪,尽管会议继续受到贸易和工业的驱动,但有一种放缓增长的趋势,它期待着会议人员的发展,而不再单纯为了推销产品或报告公司的年度进展。培训会议的先驱——20世纪20年代和30年代的“商业会议”(或商务旅游)开始进入更为现代的发展阶段,并被世人认同。

欧洲的这种状况与19世纪晚期的北美,特别是与美国东海岸沿线的情况略

有不同。在那里,当时正在建立各种各样的贸易和专业协会以及宗教组织。这些组织一经建立,便开始召开其会员会议,并且还按照合法程序建立了许多委员会,以“从这些蓬勃发展的协会吸引尚处在发展中的会议业务”。随着越来越多的城市开始认识到会议商务活动的重要性,承办这些会议的工作开始由专职人员负责。根据历史记载,第一个事例应是密歇根州的底特律市。当时有一伙商人,决定设置一名专职的销售人员在路上招揽会议到该城市召开。就这样,在1896年,第一个会议局成立了,一种产业也初露端倪。在底特律之后不久,其他的美国城市竞相效尤,并建立了他们自己的会议局。这些城市有:克利夫兰(1904年)、大西洋城(1908年)、丹佛和圣路易斯(1909年)、路易斯维尔和洛杉矶(1910年)。现在,世界上的许多城市都建立了自己的会议局或者叫会议和观光局。

二、会议业产生的基础

今天的会议业起源于前几个世纪的政治性和宗教性的会议、之后的商业会议以及美国的贸易与专业会议,但一种真正“产业”的发展和对它的认同则是较近的事情,特别是在欧洲,确切的时间是从20世纪的中晚期才开始的。

成立贸易协会通常是一种有效而客观的标准,标志着一种产业已经真正形成。表1-1列出了一些主要的会议业协会及其成立时间。

表 1-1 主要会议业协会及成立时间

年份	协会名称
1907	国际协会联盟(Union of International Associations, UIA)
1929	国际会展管理协会(International Association for Exhibition Management, IAEM)
1957	专业会展管理协会(Professional Convention Management Association, PCMA)
1958	国际会议局协会(Association International des Palais de Congress, AIPC)
1963	国际会议和会展协会(International Congress and Convention Association, ICCA)
1964	欧洲会议乡镇联合会(European Federation of Conference Towns, EFCT)
1968	国际专业会议组织者协会(International Association of Professional Congress Organizers, IAPCO)
1969	英国会议举办地协会(British Association of Conference Destinations, BACD)
1972	国际会议专业委员会(Meetings Professionals International, MPI)
1975	澳大利亚会议业协会(Meetings Industry Association of Australia, MIAA)
1981	英国专业会议组织者协会(Association of British Professional Conference Organizers, ABPCO)
1983	亚洲会议和观光局协会(Asian Association of Convention and Visitor Bureaus, AACVB)
1990	英国会议业协会(Meetings Industry Association, MIA UK)

从 20 世纪 60 年代以来,全球对整个基础设施的投资稳步增长,用于支持会议及其相关活动。而到 20 世纪 90 年代投资加速增长,20 世纪 90 年代,几乎创造了到目前为止在全球性会议基础设施上稳步投资的最高纪录。表 1-2 和表 1-3 给出了在澳大利亚和英国两个国家兴建的新会议设施的详细情况。它代表了二十多年来所发生的大规模投资的概貌,但其中未含在非供会议业专用建筑物上的其他大量投资。这些建筑物都能容纳超大型的会议,它们有:英国的舍菲尔德体育馆(12000 个座位、4500 万英镑)、伯明翰国家室内体育馆(13000 个座位、5100 万英镑)、曼彻斯特的耗资 4200 万英镑的布里奇沃特会堂和 19000 个座位的耐尼克斯体育馆,以及位于泰恩河畔纽卡斯尔市的纽卡斯尔体育馆(10000 个座位、1050 万英镑)。

表 1-2 20 世纪 80 年代中期以来澳大利亚对主要会议中心的投资情况

中心的名称	启用年度	花费(百万澳大利亚元)
阿德来德会展中心	1987	不详
悉尼会展中心	1988	230
堪培拉国家会议中心	1989	不详
墨尔本会展中心	1990	254
布里斯班会展中心	1994	200
凯恩斯会议中心	1995	不详
南悉尼会议中心	1999	60
联邦音乐厅和会议中心(霍巴特)	2000	16
阿德来德会展中心扩建	2001	85
阿利斯斯普林斯会议中心	2003	14.2
珀斯会展中心	2004	310

表 1-3 1990 年以来英国对主要会议中心的投资情况

中心的名称	启用年度	花费(百万英镑)
国际会展中心	1991	180
普利茅斯展馆	1992	25
加的夫国际体育馆	1993	25
北威尔士会议中心	1994	6
爱丁堡国际会议中心	1995	38
贝尔法斯特滨水会议厅(会议中心和音乐厅)	1997	32
苏格兰会展中心的克莱德音乐会堂	1997	38
千禧年会议中心(伦敦)	1997	35
曼彻斯特国际会议中心	2001	24

但是,做出重大投资的不只在欧洲、澳大利亚和北美。在近五到十年之间,

大规模的基础设施建设项目还出现在亚洲的许多地区和环太平洋经济带,前东欧各国如匈牙利和捷克共和国,中东以及若干非洲国家,特别是南非。这些投资新建的展览馆或会议中心大多属于国家级。

许多投资都是由中央政府和其他公共部门提供的,之所以做出这种投资,原因各不相同。

- 在这些国家和举办地中,休闲旅游业的发展如火如荼,国家为其兴建了大量基础设施。这些设施(例如机场和其他通信设施、三星级/四星级/五星级酒店、旅游景点、经过培训的人员)与吸引国际会议商务活动的要求概属同宗。虽然兴建专用的会议设施另需额外投资,但与整个基础设施的投资相比,其费用是微不足道的。

- 这些会议举办地不过是把会议活动看成休闲旅游业的补充,兴建较早的会议举办地都采取这种做法。

- 会议和商务旅游是休闲旅游业中的高质量、高收益的行业,能够给发展中国家和发达国家带来重大经济利益。这种利益包括全年的就业和外汇收益,还能够从会议代表那里吸引到未来的内向投资。会议代表在参加会议时,如果看中了某个地方并为之所打动,则会返回到该地兴办某种企业,并劝告他们的员工也这样做。

- 毋庸置疑,被选为主办一种重大的国际性会议的东道主会威望显赫。有一些欠发达国家将此看成赢得信任和为国际政治舞台所接受的路径。会议和会议中心的要素被认为是发展水平的象征,已经达到会议举办地的标志可谓举足轻重。

三、会议业的价值

会议业被认为是高收入、高盈利、带动力强的环保型朝阳产业,并且还可以带动商贸、影视、信息、餐饮、宾馆、交通、娱乐、服装、旅游、广告和印刷等相关产业的发展。据测算,国际上会展业的产业带动系数大约为 1:9,即会展场馆的收入如果是 1,相关产业的收入则为 9。据国际博览会联盟(UFI)估计,由会展所创造的经济效益中,只有 20%是会展行业内的,其余 80%为相关行业所拥有。

1. 直接收益

(1) 场租收益

以 2008 年第 104 届中国进出口商品交易会(广交会)为例,该届广交会由原来的两馆两期变为一馆三期,总展览面积超过 100 万平方米,展位数约 5.4 万个。就广交会展位价格而言,虽然不同专业领域展位价格有所不同,但平均来看,一个展位的价格在 2~3 万元人民币。由此可以看出,一届广交会展展位的营业收入就达数十亿。

(2) 城市交通

2010年上海世博会于5月1日起历时184天,于10月31日落下帷幕。本届世博会吸引了246个国家和国际组织参展,逾7308万人次的海内外游客参观,园区单日最大客流出现在10月16日,为103.28万人。展会期间,上海市内轨道交通运营线路达到11条,常规公交线路1000余条,出租汽车近5万辆,以保障交通运输能力。世博会期间大量的游客无疑对上海市的交通是个巨大的挑战,但对上海市产生的经济贡献也是不容小觑的。

(3) 航空运输

在整个世博会期间,上海虹桥、浦东两机场共起降飞机294322架次,同比增长16.32%;完成旅客吞吐量3999.07万人次,同比增长31.45%;完成货邮吞吐量191.78万吨,同比增长22%;此外,还保障了要客5967批次,39990人;专机271架次,加班包机8550架次,公务机490架次。其中,作为上海世博会全球合作伙伴和唯一航空承运人,东航世博会期间共保障航班23.5万多班,运送旅客3385万人次。上海两机场每天的航班起降量都几乎达到峰值:虹桥机场日均起降从原来530多架次增加到750架次左右;浦东机场日均由700多架次激增到1000多架次。上海世博会给航空业带来了巨大商机,这么庞大的载客量自然也带来了十分可观的收入。

(4) 城市建设

为迎接世博会,上海市按照国家和国际展览局对上海世博会的总体部署和要求,高起点规划、高水平建设和管理世博会,科学合理规划世博园区功能布局,形成“园、区、片、组、团”的规划布局。上海各区也积极抓住契机坚持拆、改、留并举,全力推进旧区改造工作。此外,上海市发布了《迎世博600天行动计划》,在市容市貌、窗口服务、城市管理、城市文明程度、市民素质和精神面貌等方面有大的突破和提升。

再看博鳌亚洲论坛。为迎接2002年博鳌亚洲论坛年会,海南省东线高速公路博鳌出口路安排地方国债资金1.7亿元,博鳌供水工程(热水)安排中央国债1200万元,琼海嘉积水厂至博鳌供水工程安排中央国债1000万元,博鳌亚洲论坛永久会址——东屿岛的护堤工程安排中央国债1000万元,博鳌电网改造安排地方国债资金620万元。从博鳌亚洲论坛成立到首届年会,琼海市共投入7000多万元用于城市基础设施建设。

此外,对于交易会、博览会、产品展示会而言,承办方的广告收入也非常可观。

2. 间接收益

(1) 服务业

上海市借助世博会的契机,大力发展服务业,服务业水准也得到提高。2010

年,全市服务业 GDP 的比重已达到 52.1%,服务业实现增加值 9833.51 亿元;金融、物流、商贸、信息服务等重点领域占服务业比重保持在 65%以上,支撑作用日益加强;文化创意、会展、电子商务、专业服务、教育培训等新兴服务业发展迅猛,成为新的增长点。上海市服务业的空间布局不断优化,各区县充分发挥自身区位优势和产业基础,大力发展特色服务业,已形成一定的空间集聚。中心城区服务业实现增加值占中心城区生产总值比重约 80%。

(2) 饭店业

从博鳌亚洲论坛年会开幕前十几天起,该地的客房价格就开始全面升温。论坛主会场五星级的博鳌金海岸温泉大酒店,客房价格最低的也在千元之上,总统套房的房价高达 22800 元,十几幢小岛别墅客房价格也高达 3000~8800 元不等。博鳌亚洲论坛年会期间,就连博鳌 12 家私人小旅馆也全部爆满,而且房价比平时涨了三倍多。完成了博鳌亚洲论坛成立大会接待任务的金海岸温泉大酒店,在其后的一年内,频繁接待会议团体,其中上规模上档次的会议团体达 150 多个。

2007 年 5 月在上海举办的国际红斑狼疮医学大会,会议规模为 3000 人。酒店住宿方面,会议主办方就有从普通经济型旅馆到三星级宾馆、四星级宾馆、五星级豪华宾馆的不同需求,分别提供普通医科学生、病人、专业医生以及邀请的 VIP 贵宾使用;餐饮方面除了普通的用餐外,还包括大会欢迎晚宴和告别晚宴等大型宴会;会议当中还会安排与会人员的上海一日游以及会后国内长线旅游等;还要为与会代表的陪同人员如丈夫或太太安排购物等活动。

(3) 餐饮业

对每一个参观者来说,世博会也是名副其实的美食博览会。在世博园区的各个餐饮点,参观者可以品尝到中国各地的美味佳肴和来自世界五大洲的风味餐饮。上海世博园区公共区域商业配套共有约 10 万平方米。其中,公共餐饮 8.5 万平方米(浦东 6.5 万平方米,浦西 2 万平方米),共有约 128 家餐饮店,提供餐位 3.2 万个以上,供餐能力可达到 40 万套,套餐平均价格在 30~100 元。同时,公共零售有 1.5 万平方米,约 81 个特许品店,其中浦东 62 个,浦西 19 个。另外,还有 9 个便利店,6 个糕点、面包零售店。此外,世博园区内设有可口可乐、伊利公共饮料冷饮销售点 110 个以上。

(4) 旅游业

由于世博效应,上海市吸引了大量国内外游客,极大推动了旅游业的发展。据统计,2010 年上海市实现旅游产业增加值 1360.8 亿元,比上年增长 30.1%。全年接待国际旅游入境人数 851.12 万人次,比上年增长 35.3%。其中,入境外国人 665.63 万人次,比上年增长 35.9%;港、澳、台同胞 185.49 万人次,比上年

增长 33.3%。全年国际旅游外汇收入 64.05 亿美元,比上年增长 33.5%;国内旅游收入 2522.94 亿元,比上年增长 31.8%。

(5) 零售业和手工业

世博会也带动了零售业和手工业的发展。据统计,2010 年上海零售业销售额比上年增长 13.1%,商品销售比上年增长 24.2%,社会消费品零售总额的增长也达到 17.5%。

又如 2001 年上海召开 APEC 会议,使我国传统的唐装大放异彩,并带动这类服装在中国各大城市热销。APEC 前后,杭州等地停产的丝绸厂全部重新开工,2001 年流行“中国结”,令一批濒临倒闭的制绳厂起死回生。2002 年唐装流行,丝绸厂纷纷得救。北京也在一夜之间冒出了“唐装一条街”,春节期间短短一个月内,唐装经销商就从 6 家发展到 400 多家,每天能卖出 5000 件左右。

可见,会议间接地给商业零售业和传统手工业带来了商机。

(6) 通信业

博鳌亚洲论坛期间,中国电信海南公司在博鳌会议区域开通 155 兆光纤通道的基础上,又紧急扩容了 622 兆传输系统。为满足 163/169 拨号上网需要,公司在原有 2000 个端口的基础上扩容了 10000 个端口,能满足 12000 多用户同时上网。同时还割接开通了 1024 门容量的博鳌接入网点设备机房,在开发区内割接开通 768 门接入网点设备,大大改善了博鳌的通信环境。承担大会通信保障工作的上海电信、移动和联通等公司对 APEC 会议使用的 36 个场馆、涉及的 20 个活动区域和 60 多条道路,实施了大规模的网络扩容和无线室内覆盖工程,构建了一个由海底光缆、陆地光缆、卫星通信和机动卫星转播组成的多重保险通信服务体系。在新落成的新闻中心,开通了 1 条带宽为 100 兆的光纤、2 条各 2 兆的帧中继专线和 45 个上网端口,3000 多中外媒体记者可以同时高速上网,就连宾客食宿的宾馆酒店也装配了国际一流的通信设备。此外,在各国政要、学者和记者下榻的酒店都增装了中继线,在酒店和会场周围增设了 45 部 IC 卡话机,为下榻海航培训中心的记者们提供了上网的条件;新锦江饭店的新闻中心还装设了 31 部直播电话、2 条各 2 兆的帧中继上网专线和 46 个上网端口,使各国记者都能迅速地进行多媒体通信。海口地区不仅检修了海口所有酒店的电话,还增装了 10 多部 IC 卡话机,海口金海岸罗顿大酒店的上网速度由 64K 提速到 128K。

2001 年 APEC 会议期间,有大约 3500 名中外记者云集上海。这也是我国举办的吸引媒体记者最多的一次活动。其中,国内新闻机构 1000 多家,海外新闻机构 2000 多家。APEC 会议新闻中心内的 169 个工作间全部被征用,路透社、美联社、CNN 等新闻机构早在正式会议开始之前,已经播发了许多和 APEC

上海年会有关的新闻报道。

四、世界会议业概述

会议业因其广泛的影响、高额的利润和巨大的潜力,引起了越来越多的国家和地区的关注,市场竞争亦愈演愈烈。现在世界上每个有点规模的城镇都把自己看作一个可以举办会议的地方,并为本地举行各种会议宣传自己的设施。这些城镇至少已注意到在会议策划者中寻找朋友,欢迎他们的代表,并提供公开或不公开的优惠。

由于会议市场的复杂多变,会议市场规模究竟有多大,究竟有多少人参加,谁也不能准确地说出来。而就这一花费成千上万美元的会议业务来说,到目前为止,还没有一个比较权威的国际统计数字。但随着世界经济的复苏,根据国际会议和会展协会(ICC A)的统计,每年全世界的会议收入在 2800 亿美元以上,其中国际会议收入为 76.2 亿美元。会议出席者在会议场所每投入 10 美分,就要在旅行、饭店业、餐饮、商业等相关行业消费 90 美分,也就是说,会议业和会议相关产业的联动效应为 1:9。会议业每年以 8%~10% 的速度在增长,世界会议发展的趋势将是 90% 的会议是国内会议,只有 10% 为国际会议。

尽管国际会议只有 10%,但人们还是花那么多的钱去宣传本地,去争取这 10% 的国际会议。这就是由于像国际会议和会展协会(ICC A)前主席范·胡芬(Van de Hoeven)所说的:“国际会议影响面大,档次高,利润大。”

欧美会议业发展较早,产品较成熟,市场机制健全,操作规范,市场份额较大(见表 1-4 和表 1-5)。据国际会议和会展协会(ICC A)进行的调查显示,2010 年在全球范围内举行的国际会议达 9120 个,其中 623 个国际会议在美国举行,美国也是举办国际会议数量最多的国家。在排名前十的国家中,欧洲占了绝大部分,据统计,2010 年在欧洲举行的国际会议达 4921 个,连续 16 年成为举办国际会议最多的地区。法国首都巴黎素有“国际会议之都”之称,仅会议这一项,每年就会为巴黎带来 7 亿多美元的经济收入。在 1994 年,巴黎还专门成立了一个会展局,专门为会议市场的供求双方提供全方位的帮助和咨询,在国际会议市场上推销巴黎,推销法国。维也纳是世界公认的国际会议城市,据国际会议和会展协会(ICC A)的统计,截至 2010 年,维也纳已连续 6 年保持了举办国际会议数量第一的地位。巴塞罗那和巴黎分别位居第二和第三,柏林名列第四。美国更是占联合国之地利,国际会议连绵不断。