

第三章

会议旅游

【知识目标】

- 了解会议旅游的基本含义、要素和作用。
- 掌握会议旅游的特点和类型。
- 理解会议旅游运作的程序和内容。

【能力目标】

- 学会联系实际分析会议旅游目的地应具备的条件和基础。
- 学会分析会议旅游的发展趋势和前景。

引导案例

会议旅游的成功典范——瑞士小镇达沃斯

一个偏僻的瑞士小镇发展成为世界级会议举办地，达沃斯发展会议经济的秘密在哪里？

在各种世界会议进驻达沃斯之前，达沃斯最大的优势是雪山。19世纪40年代，一位德国的医生最早发现达沃斯是开始阿尔比斯高山之旅的绝佳地点，而在达沃斯滑雪更是感受休闲与放松的好办法。渐渐地，随着达沃斯滑雪胜地的美名被传播开来，不少与医疗相关的会议被移址或是选址在达沃斯召开，成为达沃斯会议经济的支柱。

从化学、医学会议开始，达沃斯繁衍出一套完整的滑雪医疗产业链，这条完整的产业链被人开玩笑地说成这样的故事——如果选择到达沃斯开会、滑雪，会比其他地方更有吸引力，因为你不用害怕摔断腿。在达沃斯更容易找到世界上最好的治疗骨折的医生，因为这里是他们每年的集体聚会地（世界最著名的研讨治疗骨折的会议每年都要在这里召开）。

此外，这里还有世界上很知名的治疗骨折的医院，摔伤者绝对可以获得比其他地方更好的骨折救治。这里还有世界著名的假肢生产厂，保证让摔伤者能以最逼真和好用的假肢走出达沃斯。

在达沃斯召开的最著名的世界级会议,给达沃斯带来了举办世界级会议的好名声,而这好名声又给达沃斯带来了一个又一个的国际会议。如今,每年在达沃斯举办的300人到1500人规模的大型国际会议就有50多个,小型国际研讨会的数量更是将近200个。达沃斯每年的GDP约为8亿瑞士法郎,而这些国际会议就能给达沃斯带来3亿瑞士法郎的收入。

会议产业与休闲紧密互动,也让达沃斯论坛进一步放大了达沃斯原有的滑雪胜地优势,促进了当地旅游业的发展。如今,只有1.2万居民的达沃斯,直接从事旅游服务业的就有4000多人。每年,这里要接待来自世界各地的230多万名游客。

达沃斯论坛本身之所以成功,很大程度也是因为它将会议与休闲相结合。达沃斯论坛期间,参会代表除了想好自己的发言外,当然还要带上自己的全套滑雪用具,到达沃斯长达300千米的雪道上滑雪。与会代表的家属除了滑雪,不少人喜欢在达沃斯的商业街上购物。

与传统会议之地有着鲜明的对比,人们在达沃斯,远离繁忙的大都市生活,既能接收新信息,解决大问题,又能在运动、购物中得到放松。借会议经济发展休闲产业,靠休闲产业更好地提升会议经济,让休闲与会议完美结合,这使得达沃斯论坛更具吸引力,也让达沃斯成为商务会议、交流经验、享受运动、放松修养的理想之地。

资料来源:大连旅游网,2014-08

第一节 会议旅游的基本概念

国际会议旅游产业已有几十年的发展历史,如今已经成为全球重要的旅游产品。按照世界权威国际会议组织——国际大会和会议协会(ICCA)的统计,每年全世界举办的参加国超过4个、参会人数超过50人的各种会议约有40万以上,会议总开销超过2800亿美元。国际会议市场的巨大潜能和会议产业的高额回报,使越来越多的国家和地区盯住了这棵摇钱树。

当前,世界上国际会议旅游产业发达的国家多位于欧美等地。

一、会议旅游的概念

在这个全球化越来越盛行的时代,几乎每时每刻都在进行各种类型的会议活动。在我国,“会展旅游”这一新生概念出现以前,会议旅游基本上就是会展旅游的“代名词”,其含义基本等同于今天所指的会展旅游。

国际上通常将会展旅游概括为“MICE”四部分,其中的M和C所对应的就是会议旅游。目前对于会议旅游没有特别统一的概念,各种观点站在不同的角度和立场,其内容也不尽相同。但为了更好地理解会议旅游,我们综合目前主流的会议旅游的概念,将会议旅游定义为:

会议旅游(convention tour)是指通过接待大型国际性会议来发展旅游业。由跨国界

或跨地域的人员参加的,以组织、参加会议为主要目的,并提供参观游览服务的一种旅游活动。



阅读资料

国际大会和会议协会简介

国际大会及会议协会,简称 ICCA,创建于 1963 年,是全球国际会议最主要的机构组织之一,是会务业最为全球化的组织,其总部设在荷兰的阿姆斯特丹。

ICCA 在全球拥有 76 个成员,其首要目标是通过实际操作方法的评估以促使旅游业大量地融入日益增长的国际会议市场,同时为它们对相关市场的经营管理交流实际的信息。作为会议产业的领导组织,ICCA 为所有会员提供最优质的组织服务,为所有会员间的信息交流提供便利,为所有会员最大限度地发展提供商业机会,并根据客户的期望值提高和促进专业水准。

同时,ICCA 的国际会议产业供应商网络遍及全球,成员单位来自 80 个国家和地区。一切在战略上致力于为国际会议提供高质量产品和服务的公司、组织,ICCA 都欢迎它们加入进来。国际会议策划者可以借助 ICCA 的网络,为它们的活动找到全部的解决方案,包括会议地点选择、技术咨询、参会代表交通帮助、大型会议的全程策划和服务。ICCA 的会员们代表着全世界顶尖的会议目的地和最有经验的专业供应商。ICCA 的使命是,创建一个全球化的会议产业共同体,使其成员能够在竞争中产生并保持明显优势。目前,我国有 14 家单位加入 ICCA。

资料来源:会议网,2014-03

二、会议旅游活动的构成要素

会议旅游活动不论规模大小、规格高低、议题多寡、时间长短,其都是人们在政治、经济和社会活动中的一种常见的重要活动方式。一般来说,任何构成会议旅游的活动都应包括以下几方面的要素。

(一) 主办方

即会议旅游活动的发起者和东道主,其任务主要是根据会议的目标和规划制定具体的会议实施方案,并为会议活动选择和提供必要的场所、设施和服务,确保会议正常进行。

一般而言,一些跨地区、跨国家的国际会议,往往采取申办竞争程序来确定会议主办者;一些合作性和学术性组织都有召开经常性会议或例会、年会的制度,每一个成员单位都有主办会议的权利和义务。通常情况下,会议的主办者就是会议承办者,但有时也有所区分,如 2001 年 APEC 会议的主办者是中华人民共和国,但具体承办者则是中国上海市,承办者对主办者负责。

(二) 与会者

即会议代表、参加会议者。他们是会议旅游中最主要的组成部分,也是会议旅游活动

主要的服务对象。与会者又可以根据身份和地位的不同分为会员代表、非会员代表,一般代表和贵宾(VIP)等。

(三) 议题

议题是指会议旅游所需讨论或解决问题的具体项目,它是会议旅游的基本任务。议题的确定是会议策划中的关键,议题的选择与会议目的密切相关。议题可以安排一会一议或一会多议。一会多议最好是内容相近或相关的,这样便于讨论,节省时间。

在会议期间临时提出的议题称为动议。动议所涉及的内容一般都较为紧急,常常是针对某项已经列入议程的议案而提出的修正性或者反对性议题。

(四) 名称

即会议旅游的主要议题和类别。有时,会议旅游的标志实际上就表达了会议旅游的名称。

(五) 时间

即会议旅游活动召开的具体时间。适时开会是一个基本原则,会议应当在适当的时间召开。一些会议是定期举行的,会议时间是用制度固定下来的,如联合国大会的召开,在每年9月第三周的周二开始,并一直延续到12月20日左右结束。一些非常会议是临时决定召开的,如一些紧急布置的任务等。

会议的长短首先应考虑会议议题的多寡,因此会议主办者设计会议议程时,要对每项程序仔细分析,确定大概时间,再做科学调配。

(六) 地点

地点指会场所在地。大型的会议还应有主会场、分会场之分。



阅读资料

长沙9月将举办旅博会 涵盖旅游产业六要素

由湖南省旅游局等主办的2012中国湖南(第三届)旅游产业博览会将于今年9月14日至16日在长沙红星国际会展中心举行。这是记者从今天上午举行的湖南省政府办新闻发布会上获悉的。

据悉,本届旅博会由前两届的旅游商品博览会更名为旅游产业博览会。主题为“锦绣潇湘 快乐湖南”,内容涵盖了旅游产业的“食、住、行、游、购、娱”六要素以及新业态、旅游综合服务等方面。

资料来源:新华网, <http://www.hn.xinhuanet.com>, 2012

三、会议旅游的作用

目前世界上主要城市都在不遗余力地争夺国际性会议的主办权,其根源就在于大型的国际性会议会给举办城市带来巨大的商业利益,同时还会带动整个城市相关产业的发

展,如旅游业、交通运输业等。一个经常举办国际会议的城市往往具有良好的国际形象,甚至会使该城市成为世界知名城市。因此,会议旅游活动的举办会直接或间接地带动举办地经济和社会的发展。



案例分析

价值和选择权让拉斯维加斯的会议产业获得成功

拉斯维加斯是世界著名的旅游目的地——一个充满欢乐、让人兴奋的地方,它让你彻底抛却烦恼,玩得乐不思蜀。但是,这只是一个方面,拉斯维加斯同时也是世界上举办会议最成功的城市之一。

几十年以来,拉斯维加斯一直以两种形式存在:周末数以百万计的休闲游客被它吸引而至,而周末它还要招待同样数以百万计的商务旅行者,这种集“休闲”和“商务”于一身的特点可能是由于这座目的地城市本身的魅力和开发者的眼光造就的。

拉斯维加斯拥有 1050 多万平方英尺的会议和展览空间,有约 14.8 万间酒店客房,提供的各种服务和便利设施足以保障所有活动的成功举办。另外,策划者拥有丰富的会议接待经验。拉斯维加斯的度假村拥有世界上独一无二的设施,具备得天独厚的优势,能为各种活动提供个性化的服务。此外,拉斯维加斯以不断更新自己、让自己保持活力而著称。由于拉斯维加斯的不断重塑和再创新,即使人们在这里待了很多年,仍然会有新的发现。

即使对于拉斯维加斯经验丰富的商业老手们来说,商务活动所获得的巨大成功仍然会超出他们的期望值。参会人数增加了,人们在拉斯维加斯的商务活动上花费的时间更多了,因为他们知道世界一流的餐厅、娱乐中心和其他玩乐的地方随着夜晚的来临将悉数呈现。

现在拉斯维加斯提供的客户价值让人们乐意选择在那里举办会议。会议策划者能够找到合适的酒店、菜品、房间和多种价位服务。如今,选择在拉斯维加斯举办商务活动本身就是划算的生意。会议产业是商务活动中最重要的工具,是刺激经济增长的“发动机”——而拉斯维加斯的会议行业致力于支持和保护会议产业在拉斯维加斯以及全美的

发展。

在看似纷繁的选择机会中,拉斯维加斯会议与旅游局的员工能够帮助你的团队在数不清的选项中筛选出适合你的团队的答案。关于拉斯维加斯会议的更多信息,请登录网站: www.vegasmmeansbusiness.com,通过这个网站你也可以感受到客户价值是如何做出来

拉斯维加斯的一些数字

会议面积:拉斯维加斯提供 1050 万平方英尺的会议使用空间。大型会议中心有拉斯维加斯会议中心(200 万平方英尺)、Sands 展览与会议中心(190 万平方英尺)和曼德拉海湾会议中心(170 万平方英尺)。客房数量:148 000 间。

资料来源:会议预订网, <http://www.meetingschina.com>, 2013-03

【问题】

结合所学知识,试分析拉斯维加斯发展会议旅游具体需要哪些条件?

第二节 会议旅游的特点和类型

一、会议旅游的特点

会议旅游作为会展旅游中一个重要的组成部分,与常规旅游相比,不仅具有大多数旅游活动的共性,同时,作为现代旅游活动的“一朵奇葩”,也表现出一些独有的特性。会议旅游由于本身具有的消费档次高、逗留时间长、组团规模大、影响范围广等特点,因而被人冠以“旅游皇冠上的宝石”的美称。

(一) 消费档次高

参加会议旅游的与会者往往都是政府机关或企业代表,其旅游费用一般可以报销,因而会议旅游者比其他类型旅游者有着更多的可支配收入和购买欲望。据统计,会议旅游者的消费一般是普通观光旅游者的3~5倍,而一些国际性会议旅游者的购买能力则更高,如表3-1所示。

表 3-1 不同旅游方式每夜住宿费用比较表

单位:美元

旅游方式	休闲度假	私人疗养	短期休假	个性化旅游	会议旅游
住宿费用	180~200	200~250	220~270	250~300	350~400

资料来源:赵越英.北京第二外国语学院学报,2012.

(二) 逗留时间长

绝大多数会议的会期长达3~7天,在会议期间,不仅有正式的议题,同时会议组织者往往在会议期间组织与会者进行休闲娱乐或参观考察活动,甚至在会议结束后安排相应的旅游活动,这就造就了大量的会议旅游者,与普通旅游者相比,其在会议举办地的逗留时间明显长了很多。

(三) 组团规模大

一次会议,少则数十人,多则数百、上千人,特别是一些国际性大型会议,其参会者规模更为可观,如每年召开的世界经济论坛(即达沃斯论坛)吸引数千名参会者前来,其带来的经济效益非常可观。作为一次性的消费群体,会议旅游的团队规模都远远高于其他旅游形式,据统计,2009年全球平均会议旅游与会人员已达980人。不仅与会者数量众多,其“连带”的游客数量也非常多,一人开会,多人出游,这也是会议旅游的重要现象。

(四) 影响范围广

会议旅游对于会议举办地的影响作用是显而易见的,不仅可以扩大举办国的政治影响,提高会议举办城市的知名度,而且对于会议举办地的经济发展、市政建设、环境卫生,甚至市民的精神状态都有促进作用。如自2000年亚洲论坛设在海南博鳌以后,当年当地的旅游者就猛增了20%,并吸引了大量海内外企业前来投资旅游等产业。



阅读资料

博鳌亚洲论坛

博鳌亚洲论坛(Boao Forum for Asia,缩写 BFA,或称为亚洲论坛、亚洲博鳌论坛),由 25 个亚洲国家和澳大利亚发起,于 2001 年 2 月 27 日在海南省琼海市万泉河入海口的博鳌镇召开大会,正式宣布成立。成立之时通过了《宣言》、《章程指导原则》等纲领性文件。论坛为非官方、非营利性、定期、寻址的国际组织;为政府、企业及专家学者等提供一个共商经济、社会、环境及其他相关问题的高层对话平台;海南博鳌为论坛总部的永久所在地。



自 2001 年博鳌亚洲论坛定址海南以来,国内外大小会议相继落户海南岛,蓬勃发展的会议经济对这个省的旅游业成长产生了巨大的带动作用,更让海南在国内外名声大噪,会议旅游开始成为海南最富有吸引力和竞争力的旅游产品。博鳌亚洲论坛是海南旅游产业升级的重要催化剂。

博鳌亚洲论坛无疑是海南最有意义的旅游广告,它不仅向世界各地的旅游者展示海南的风采和形象,更提高了海南在国际的知名度和美誉度。亚洲地区唯一定期定址的国际会议组织能够在中国设址举行,表明这个地区的旅游安全度高,必然对海外游客产生更大的吸引力。从这种意义上讲,博鳌亚洲论坛为优化中国旅游的客源结构、大幅度增加境外来海南旅游人数提供了一个有效的载体。

更重要的是,每年一次的博鳌亚洲论坛年会,加强了国际社会对海南旅游的关注,吸引了大量国际知名旅游组织、旅游界精英的关注,不断加深对海南旅游节的了解,为海南旅游业带来了信息、技术、资金的流动和观念的革新。会议旅游丰富了海南特色旅游的内容,打破了海南旅游以单一观光旅游为主的传统格局。

资料来源:博鳌亚洲论坛, <http://www.boaoforum.org>, 2014

二、会议旅游的类型

会议旅游发展至今,由于会议旅游者活动的特点和需求的不同,已经衍生出丰富多彩的类型和市场分工。如 ICCA 的市场范围包括 50 人以上的国际会议,而 UIA 则在 300 人以上。会议举办地及旅游企业要想有针对性地开展会展促销和接待工作,就势必要对会展旅游的类型进行科学的划分。

不同的划分标准,就有不同的划分结果,常规的分法有以下几种。

(一) 按照举办单位划分

根据举办单位性质不同,可分为协会类会议、公司类会议和其他组织会议。

1. 协会类会议

协会类会议全称是协会类会议旅游,是指会议主办者为具有共同兴趣和利益的专业人员或机构组成的社团组织的会议旅游活动。

协会类会议历来都是会议旅游业的主要客源市场,其规模不仅涵盖了各类地方性协

会,也包括全国性协会,甚至国际性协会。通常情况下,协会类会议与常规的展览会结合紧密,协会会员通过会议来交流、协商、研讨和解决本行业或领域的最新发展、市场策略及存在的问题等。

协会类会议的显著特点是经济效益巨大,据 ICCA 统计,虽然协会类会议的会议数量和参会人数较少,只相当于集团公司会议旅游的 1/4 和 1/2,但其旅游支出却达到后者的 2.5 倍。除此以外,与一般类型会议相比,协会类会议旅游往往更换会议举办地来保持对其会员的吸引力,这恰恰是协会类会议旅游的“卖点”,将参加会议与消遣娱乐结合起来,考虑到气候、环境、城市形象和旅游资源等因素,从而吸引更多的会议旅游者前来旅游观光。

2. 公司类会议

公司类会议全称是公司类会议旅游,是指会议主办者为一家企业或多家同行业、同类型及行业相关的企业举办的会议旅游活动。在会议旅游中,公司类会议旅游是其最大的细分市场,大约占到近 2/3 的市场份额。

公司类会议旅游最大的特点是数量庞大,范围广泛。无论从会议数量,还是与会人数,都占到很大的比例。同时,公司类会议旅游设计的范围也很宽广,具体可分为销售会议、新产品发布/分销商会议、专业/技术会议、管理层会议、培训会议、股东会议、公共会议、奖励会议等形式。

与协会类会议相比,公司类会议对旅游地点的选择更多的是考虑设施条件、服务水平、交通费用及便利程度,一般不需要考虑变更地理位置的问题(具体见表 3-2)。如果上一次会议旅游的举办地和接待企业提供的服务令其满意的话,会议主办者通常会继续选择相同的接待企业。

表 3-2 公司类会议与协会类会议旅游的比较

因 素	公司类会议旅游	协会类会议旅游
与会人员	必须参加	资源
决策(会议主办者)	集中	分散,通常是委员会
会议数量	很多,但每次会议与会人员很少	很少,但与会人员多
回头客(重游率)潜力	很大潜力	有,但会址必须轮换
饭店客房预订	固定	必须紧紧跟踪预订
预订程序	经常提供客房单	一般使用邮寄答复卡和客房协调部门
配偶参加	很少	经常
附带展览活动	相对较少	经常有,大量需要接待室服务
选择会址	寻找方便、服务和安全	需要选择有吸引力的地方刺激与会人员增加
地理模式	没有固定模式	地区轮换
筹会(旅游筹备)时间	短,通常不到一年	很长,经常是 2~5 年
支付方式	(公司)主账户	个人支付

续表

因 素	公司类会议旅游	协会类会议旅游
取消会议风险	很高,惩罚条款和预付款方式普遍	最小
到达/离开	很少提前到达或提前离开	很可能提前到达
对价格(会议主办者)	不太敏感	很敏感,一般是优秀的谈判者
会议和旅游局参与	很少与会议和旅游局联系	经常利用会议和旅游局,尤其是全城大会

资料来源:王保伦.会议旅游[M].北京:中国商务出版社,2006

3. 其他组织会议

在会议旅游中,还有许多不属于公司类会议旅游和协会类会议旅游的会议主办者也经常开展旅游活动,这类可以统称为其他组织会议旅游,主要包括政府会议旅游、工会和政治团体会议旅游、宗教团体会议旅游、慈善机构会议旅游等。

这类会议的典型代表是政府类会议旅游,其会议次数、规模、消费标准基本固定,会议直接消费比较高且带来客观的间接消费,会址选择范围大、层次高,并伴有相当数量的VIP接待,同时会议组织周密细致,对酒店的接待能力和服务水平有较高要求。如中央和国家机关召开的全国性会议,会期不得超过三天,与会人员最大不超过300人。

(二) 按照会议规模

一般而言,可以根据会议的规模,即与会者人数来区分,将会议旅游分为小型会议旅游、中型会议旅游、大型会议旅游和特大型会议旅游。

- (1) 小型会议旅游,出席人数最大不超过100人。
- (2) 中型会议旅游,出席人数大约为100~1000人。
- (3) 大型会议旅游,出席人数在1000~10000人。
- (4) 特大型会议旅游,人数在10000人以上,如节日聚会、庆祝大会等旅游活动。

(三) 按照会议的性质和内容划分

根据会议的性质和内容不同,可将会议旅游分为以下几种。

1. 年会(convention)

年会是指某些社会团体一年举行一次的集会,是企业和组织一年一度不可缺少的“家庭盛会”,主要目的是激扬士气,营造组织气氛、深化内部沟通、促进战略分享、增进目标认同,并制定目标,为新一年度的工作奏响序曲。年会可以单独召开,也可以附带展示会等形式,多数年会是周期性召开,最常见的是一年一次。由于年会参会者较多,因此往往需租用大型宴会厅或会议室,分组讨论时需租用小型会议室。

2. 专业会议(conference)

专业会议的议题往往是具体问题并就其展开讨论,可以召开集中会议,也可以分组讨论,规模也可大可小。

3. 代表会议(congress)

通常在欧洲和国际活动中使用,本质上与conference相同。但在美国,这个词用来特指立法机构。

4. 论坛(forum)

论坛是指被专题讲演者或被专门小组成员主持并以有许多反复深入的讨论为特征的会议。其特点是可以有很多听众参与,随意发表意见和看法,不同讲演者可持不同立场对听众发表演讲。主持人主持讨论会并总结双方观点,允许听众提问,所以必须对这种论坛会议提供多个话筒。

5. 座谈会、专题研讨会(symposium)

这种座谈会和专题讨论会除了更加正式以外,与论坛会议是一样的。此类会议与会者有许多平等交换意见的机会,只适合经验被大家分享,探讨会通常在主持人的主持下进行。其最大特征是面对面商讨和参与性最强。

6. 培训类会议(training sessions)

这类会议需要特定的场所,往往需要少则一天,多则几周的时间进行,培训的内容高度集中,且需要某个领域的专业培训人员讲授。

7. 奖励会议(incentive meetings)

奖励会议全称是奖励会议旅游,对象通常是各企业团体中千挑万选出来的有功人士。企业为鼓励及特别感谢这些优秀人才,才会精心策划所谓的奖励会议旅游。一般来说,外商公司(美商、欧洲商、日商等)较本国企业更具有奖励会议旅游的观念,更容易接受新奇的建议及构想,而一般海外的奖励会议旅游又较受员工的欢迎。

(四) 按照会议代表的范围划分

按照会议代表的范围不同,可分为国内会议旅游和国际会议旅游。

(五) 按照会议举办时间的特点划分

按照会议举办时间的特点划分,主要分为固定性会议旅游和非固定性会议旅游。

(六) 按照会议的主题划分

目前,比较常见的会议主题有医药类会议旅游、科学类会议旅游、工业类会议旅游、技术类会议旅游、教育类会议旅游和农业类会议旅游等。

第三节 会议旅游的运作与管理

随着经济全球化的日益加深,会议作为一种重要的国际交流方式,特别是国际性的会议越来越多,涉及面和影响力也将越来越广。而会议旅游作为组织与会者参观游览会议主办国风景名胜,了解会议主办国风土人情的有效方式,其在国际交往中将占有更为重要的地位。因此,加强对会议旅游的市场运作机制的研究,提高会议旅游管理水平,对整个地区,甚至国家的经济发展都有极大的推动作用。

一、会议旅游运作的基本条件

成功运作一个会议旅游活动,需保证具备若干条件,主要有以下几项。