

出國報告（出國類別：國際會議）

出席國際會議協會第 55 屆年會
（2016 ICCA Congress）

服務機關：經濟部國際貿易局

姓名職稱：張副組長淑逸

派赴國家：馬來西亞

出國期間：105 年 11 月 12 日至 11 月 17 日

報告日期：105 年 12 月 7 日

摘 要

國際會議協會（International Congress and Convention Association，以下簡稱 ICCA）為全球最權威、規模最大之會議產業組織，成立於 1963 年，1,104 名會員分別來自全球 96 個國家/地區。本屆年會於本（2016）年 11 月 13 日至 11 月 16 日於馬來西亞古晉舉行，計有來自近 60 個國家及 835 人與會。

為協助高雄市政府爭取「2020 年 ICCA 年會」，本局本年盛大組團，共徵集我國會展產、官、學界代表計 31 人參加，成員除本局派員外，尚包含交通部觀光局、臺北市政府觀光傳播局、高雄市政府經濟發展局、臺中市政府經濟發展局、中華民國對外貿易發展協會、臺灣經濟研究院、中華民國展覽暨會議商業同業公會、集思國際會議顧問公司、滿力國際會議顧問公司、滙集國際顧問公司、雙向明思力公關顧問公司、中華大學、長榮航空及高雄會展聯盟業者（含義大皇家酒店、君鴻國際酒店、高雄福華飯店、高雄展覽館、高雄應用科技大學及文藻外語大學）等。團員規模為我國歷年之最，亦為本次年會團員人數最多國家之一。充分展現中央與地方、政府與業者齊心協力，推廣臺灣會展、支持高雄市政府競標 ICCA 年會之企圖心及具體行動。

為積極推廣臺灣為全球會展重要目的地，本年特別設計「High Five Taiwan」公關活動，入圍 ICCA「最佳行銷獎」最後 4 強，並得於年會期間向所有與會者進行簡報，提升我國國際形象，達到行銷臺灣之目的。此外臺灣會展領航計畫亦於年會中獲媒體採訪，宣傳臺灣為亞洲最佳企業會議目的地。

目 次

壹、前言.....	p.3
貳、本屆年會摘要.....	p.3
參、大會課程摘要.....	p.12
肆、心得與建議.....	p.17
伍、照片.....	p.22

壹、前言

- 一、國際會議協會（International Congress and Convention Association，以下簡稱 ICCA）為全球最權威、規模最大之會議產業組織，成立於 1963 年，1,104 名會員分別來自全球 96 個國家/地區。目前臺灣加入 ICCA 會員共有 12 個單位，分別為經濟部國際貿易局、交通部觀光局、臺北市政府觀傳局、高雄市政府經發局、臺中市政府經發局、中華民國對外貿易發展協會、高雄展覽館、集思會展事業群、滿力國際股份公司、臺灣經濟研究院、晶華酒店及遠東香格里拉飯店。
- 二、本屆年會於本（2016）年 11 月 13 日至 11 月 17 日於馬來西亞古晉舉行，計有來自計有來自近 60 個國家、835 人與會。
- 三、為協助高雄市政府爭取「2020 年 ICCA 年會」，臺灣會展領航計畫（以下簡稱「本計畫」）本年盛大組團，共徵集我國會展產、官、學界代表計 31 人參加，成員包含經濟部國際貿易局、交通部觀光局、臺北市政府觀光傳播局、高雄市政府經濟發展局、臺中市政府經濟發展局、中華民國對外貿易發展協會、臺灣經濟研究院、中華民國展覽暨會議商業同業公會、集思國際會議顧問公司、滿力國際會議顧問公司、滙集國際顧問公司、雙向明思力公關顧問公司、中華大學、長榮航空及高雄會展聯盟業者（含義大皇家酒店、君鴻國際酒店、高雄福華飯店、高雄展覽館、高雄應用科技大學及文藻外語大學）等。團員規模為我國歷年之最，亦為本次年會團員人數最多國家之一。充分展現中央與地方、政府與業者齊心協力，推廣臺灣會展、支持高雄市政府競標 ICCA 年會之企圖心及具體行動。
- 四、本屆年會於出發前辦理了 2 次行前說明會，除介紹 ICCA 組織及各項課程外，並說明此團應注意事項，鼓勵團員分散參與各項活動，多發問，多交流，增加臺灣及高雄曝光機會，團員均甚有使命感，發揮團隊精神。

貳、本屆年會摘要

- 一、開幕典禮（Congress Opening）

本屆年會於馬來西亞古晉會議中心「Borneo Convention Center (BCKK)」舉辦。開幕典禮由 ICCA 主席 Mrs. Nina Freysen 及砂勞越會議局主席 Dr. Muhammad Leo Michael Toyad Abdullah 共同揭開序幕。F 氏及 A 氏致詞時均表示砂勞越向來以多元的原住民族部落著稱，而每年 ICCA 年會吸引全球各地會展菁英參與，因此，本屆年會即以「ICCA Global Tribe」為主題，象徵全球會議部落的集合，也期許所有會員在 ICCA 年會中能夠相互了解、分享知識，認識新朋友及得到新靈感。

二、2016 ICCA 年會場館 Borneo Convention Center (BCKK) 介紹

BCKK 是古晉最大的會議中心，亦是馬來西亞婆羅洲第一個為特定目的（促進當地會展經濟）而興建的會展中心，於 2009 年落成，土地為州政府擁有，由州政府所成立的公司 Borneo Isthmus Development Sdn Bhd 營運管理。整棟建築占地 3 萬 6500 平方公尺（為 TICC 基地面積的兩倍），擁有 14 間小型會議室（可容納 40 至 200 人）及 4 間中型會議（可容納 500 至 800 人）。

在南非籍總經理 Mr. Eric Van Piggelen 帶領下，該中心自 2014 年起開始突破損益平衡點，每年約舉辦 200 至 250 場活動，主要客戶為政府機關、大型企業及公協會團體。

總經理 P 氏表示，該中心目前正式常駐員工共有 250 人，共分為 5 大門，包括餐宴及視聽設備皆為自營，其中餐宴部門收入占其總營收達 70 至 80%，該中心更自本年 11 月起



BCKK 會議室內部



會議室可隔成小間使用



會議室外可作為與會者交流場所，使用大片玻璃，採光良好，節省照明需求

與砂勞越觀光文化部合作，推出「砂勞越河上會議服務 (Sayang Sarawak)」，提供最多可達 50 人承載量的遊艇作為企業董監事會議用場地，在船隻航行於砂勞越河流時，搭配餐宴的創新服務，明(2017)年初更將設置船上 BBQ 餐廳，希望結合當地自然人文景觀，創造 BCKK 的獨特饗宴。

但 P 氏也表示，由於 BCKK 周邊目前無旅館，距市中心需耗費與會人士約 20 至 25 分鐘車程，是當今營運最大的挑戰，但該州政府規劃未來在其周邊建造 400 個房間的旅館，並將擴建多功能展館供運動賽事、藝文音樂活動及展覽之用，未來將全力打造 BCKK 更多元的服務。

三、亞太區分會會議 (Asia Pacific Chapter Meeting)

由亞太區分會主席葉泰民主持，會中主要說明目前 ICCA 亞太地區會員最新動態，包括：

(一)ICCA 全球 1,104 名會員中，亞太區會員佔 233 名，居全球各區之冠，亦為全球成長最快速的分會。因應亞太區業務的快速成長，ICCA 亞太分會辦公室除大幅擴編人力外，亦擔任 ICCA 全球研究中心 (Global Research Center) 角色。

(二)ICCA 亞太區的會員來自 15 個國家 (地區) 93 個城市，各類別會員數分別為目的地行銷類 80 名、場館類 72 名、會議管理類 59 名、會議支援類 19 名、運輸類 1 名及榮譽會員類 2 名。而亞太區中，中國大陸為 ICCA 亞太區會員最多的國家 (49 名)、其次為日本 (35 名)、澳洲 (32 名)、韓國 (21 名)、印度 (18 名)、我國以 12 名會員排名第 6 名。另過去 1 年以中國大陸及日本會員增加最多，各增加 6 名。

(三)本次亞太區會議邀請砂勞越會議局主席 Dr. Muhammad Leo Michael Toyad Abdullah、Business Event Tasmania 公司執行長 Mr. Stuard Nettlefold 及 GainingEdge 公司執行長 Mr. Gary Grimmer 等 3 位講師，針對二線城市發展進行對談。該 3 名講師均表示，會展活動的舉辦有助帶動二線城市的產業發展及商機。而二線城市若要發展會展產業，除需具備會展場館等硬體建設外，

提升商展規模、爭取國際會議及各項活動、地方政府的支持、積極進行國際行銷及完備基礎建設均是不可或缺的條件。以古晉為例，藉由本次 ICCA 年會的舉辦，除可創造高附加價值的會展商機、帶動當地經濟發展，亦大幅提高城市的知名度，對未來爭取其他國際性活動極有助益。

四、最佳行銷獎 (Best Marketing Award)

(一)「最佳行銷獎」自 1997 年開始舉辦，已成為每年年會的重頭戲。該獎項由 ICCA 會員主動報名參賽其年度最佳行銷案例，由評審團初選 4 項入圍 (Shortlist)，入圍者於 ICCA 年會期間向所有與會者進行簡報。決選評分方式為 50%由評審團決定，50%由現場與會人員現場投票，綜合選出年度最具創新特色及投資報酬率 (ROI) 最高的行銷方案。

(二)本計畫為積極推廣臺灣為全球會展重要目的地，本年特別設計「High Five Taiwan」公關活動，該活動結合臺灣科技優勢 (Hi-Tech)、人民好客熱情 (Hi-Touch) 及社會公益 (CSR) 的體驗行銷、透過社群媒體將訪客轉化為潛在買主、成功提升參展效益的作法，入圍「最佳行銷獎」最後 4 強。其他入圍者包含波哥大會議局 (Greater Bogota Convention Bureau)、倫敦會議局 (London & Partners) 及奧克蘭 SKYCITY 會議中心 (SKYCITY Auckland Convention Centre)。

大會安排於 ICCA 年會第 3 天上午向全體與會者介紹「High Five Taiwan」活動，由外貿協會葉副祕書長及雙向明思力公關公司 Aggie 代表進行簡報，最後邀請所有與會者相互擊掌「High Five」，傳遞臺灣溫暖。

值得一提的是，藉由本次案例分享，「High Five Taiwan」於年會期間儼然成為與會者朗朗上口的口號，許多與會者只要遇到臺灣團員便主動伸手 High Five，甚至返臺在古晉機場轉機時亦有與會者當場與臺灣團員 High Five。「High Five Taiwan」簡潔有力且具渲染力的活動，在年會中為臺灣贏得許多國際友誼，成

功行銷臺灣。

(三)本屆「最佳行銷獎」係由英國倫敦會議局訴求「London is Open」活動獲獎。該活動發起始於本年 6 月英國透過公投決定脫歐後，對於到英國投資、舉辦活動或觀光旅遊等造成許多負面衝擊，倫敦會議局表示，國際會議市場甚至謠傳暫緩赴英國舉辦活動之計畫。

為解決此困境，倫敦會議局迅速提出訊息簡潔有力且易被複製傳播的「London is Open」活動，傳遞倫敦不受脫歐影響，歡迎大家到訪訊息，並由倫敦市長擔任活動首位發起人，除邀請多位英國各界名人代言，拍攝「London is Open」之宣傳影片，並整合倫敦各相關組織、飯店、場館、景點及私人企業力量，共同宣傳「#London is Open」訊息；同步亦藉由全球重要會展活動（如 IMEX 展，IT&CMA 展）及國際知名大眾媒體媒體（如 CNN、BBC、Financial Times）等平台宣傳。為期 4 個月的活動期間，於社群媒體之觸達率高達 3 億 2,600 萬人次，成功傳遞「London is Open」之訊息。

「最佳行銷獎」評審團主席 SoolNua 會議顧問公司合夥人 Mr. Patrick Delaney 表示，「London is Open」展現了城市面臨政治及社會巨變時，快速且有效因應之最佳案例，以簡潔但強而有力的標語，向全球傳遞訊息。此外，倫敦市長及其他具影響力利益關係人（Stakeholders）的支持更是活動能成功的重要因素之一。

五、協助高雄市政府競標「2020 年 ICCA 年會」

(一) 參加高市府競標提送計畫書諮詢會議。經查遞件競標舉辦 2020 ICCA 年會計有 8 個城市，ICCA 會選派理事給予各城市充實計畫書之內容，高雄市府由 Daniel Palomo 及 Pablo Sismanian 擔任。謹將會談情形摘述如下：

1. 時間：105 年 11 月 13 日（日）上午 09:00 至 10:30

2. 地點：Meeting Room 11, Borneo Convention Center

Kuching

3. 出席人員：

國際會議協會（ICCA）理事會	1. Daniel Palomo 理事 2. Pablo Sismanian 理事
經濟部國際貿易局	3. 張副組長淑逸
高雄市經濟發展局	4. 鄭副局長介松 5. 洪綾瑩
集思國際會議（高市府競標之顧問公司）	6. 陳協理芷駿 7. 劉經理宜鑫

4. Daniel Palomo（美國籍）之建議：

(1) 策略面

- i. 以中央政府結合地方政府共同競標之策略是很好的訴求。
- ii. 投標城市要說明「價值」利益，尤其最新策略目標所重視的「客戶經營」。及會員的商機；提案要回應 ICCA 的策略目標，並盡量連結到 ICCA 會員的商業利益。
- iii. 可爭取臺灣以外的 ICCA 會員支持，如休士頓競標 2019 年年會時就取得了美洲 17 個會員國支持信函。
- iv. 可以強調針對國際組織高層的贊助。
- v. 可利用港灣城市論壇資源，效仿 IMEX Frankfurt 舉辦的政治領袖論壇（Politician Forum），在高雄舉辦的 ICCA 年會間邀請各國部長、市長參與，擴大會議產業的倡議，如安排 ICCA 主席、執行長在媒體曝光；2018 年港灣城市

論壇的日期可以和年會重複。

- vi. 標案訴求”Transformer”可略述過往及未來願景及使命。
- vii. 可安排會前、會後至其他國家/地區參訪。
- viii. 說明「建議講者」與 ICCA 的連結性。
- ix. 說明「創新的貨櫃會議時間」與 ICCA 的關聯，例如是否可用貨櫃會議車巡迴宣傳 ICCA 的品牌與倡議？是否有一些專題演講屆時可以透過遠端即時連線，藉由會議車深入偏遠地區播放？
- x. 第二階段之競標簡報必須跳脫框架、以感性訴求；高層官員赴現場表態辦理之決心是可加分的。

(2) 財務面

- i. 損益兩平 (Package price) 很具有競爭力。
- ii. 預算表建議應以歐元表示。

(3) 商機面

- i. 對與會者及 ICCA，在高雄開會的投資報酬 (ROI) 為何？
- ii. 說明競標書第 22 至 23 頁之臺灣公協會高層名單的遴選緣由。
- iii. 可強化國際公協會連結高雄/臺灣在地產業鏈；及連結在地產業鏈與臺灣公協會之關係。

(4) 會議籌辦及其他

- i. 簡述後續競標工作時程，並說明此次開放全球(北美除外)城市競標，且將前置期由 3 年延長為 3.5 年。
- ii. 競標書含封面應在 36 頁以內。
- iii. 繪製高雄市及各場地簡圖；根據天合聯盟和星空聯盟航點，

繪製較詳細的國際航線圖；可特別說明個別理事會成員航班訴求。

- iv. 應提供簽證資訊。
- v. 可說明與中國的關係。
- vi. 說明歡迎晚宴之雨天備案。
- vii. 寫出預定與辦日期，並說明沒有和其他重要活動撞期。
- viii. 可說明已預定飯店房間及高雄展覽館。
- ix. 確保競標書內容符合招標書(Bid Manual)所要求的要項，且注意標題與符號之一致性。

5. Pablo Sismanian（阿根廷籍）之建議

- (1)ICCA 理事會將遴選提案「最具價值」者，故投標城市需解釋舉辦 ICCA 年會對 ICCA 與會者的利益、說明為何非選高雄不可，高雄之優勢及強調有別於其他城市之處。
 - (2)阿根廷競標 2015 年年會時，提出了「南美洲的年會」的想法。
 - (3)上一次在中華地區舉辦，是 2013 年上海年會，因此 2020 年若在高 雄舉辦，相距已 7 年。
 - (4)可說明至臺北的航班較多，不妨設計一個由臺北轉機的行程和成本。
 - (5)計劃書內所提 descent restaurant 的 descent 似有不妥，建議修正。
- (二) 為展現我國爭取「2020 年 ICCA 年會」之企圖心，本次年會期間臺灣團員均利用議程以外之時間，分別與 ICCA 重要人士、與會者及媒體互動，積極推廣臺灣及高雄會展。由於本計畫前已與 ICCA 主席、副主席、執行長、理事會成員等重要決策人士建立良好關係，並曾於多項國際會展場合往來互動，本次年

會期間更顯熱絡。

- (三) 本計畫本年度持續贊助 ICCA 年會期間與會者識別證，為協助宣傳高雄市政府爭取「2020 年 ICCA 年會」，本年度識別證設計，特別結合本計畫及高雄爭取年會主視覺；此外本年新增贊助大會 APP，於 APP 首頁露出高雄爭取年會形象廣告，藉由識別證及 APP 贊助之強力曝光，加深與會者對高雄意象之印象。



- (四) 本年本計畫以高雄爭取「2020 年 ICCA 年會」之名義，贊助大會於第 3 天以「Young Professionals」為主題之午餐。餐會進場時全體臺灣團員在入口處列隊歡迎並與所有與會者擊掌 High Five，不僅成功炒熱現場氣氛，更展現臺灣人的熱情好客，令與會者留下深刻印象，ICCA 當天於 Facebook 貼文「Lunch is made tastier! Thanks very much, Kaohsiung! High-five! #MeetTaiwan」。

- (五) 據了解，目前參與競標「2020 年 ICCA 年會」主辦權之城市，除高雄外，另有中國大陸澳門、日本橫濱、芬蘭赫爾辛基、荷蘭鹿特丹、希臘雅典、俄羅斯聖彼得堡及哥倫比亞卡塔赫納等 8 個城市，ICCA 將於明（2017）年 5 月時公布決選名單。

六、接受國際知名會展媒體 cei 專訪

於年會期間外貿協會葉副秘書長接受國際知名會展媒體 cei 專訪。該媒體表示，近年來本計畫積極參與國際會展活動、並透過主動出擊推廣，成功提升臺灣會展國際知名度。專訪時除進一步分享本計畫具體成效，更特別說明配合臺灣政府推出之「新南向政策」，未來將更積極推動我國會展針對新南向目標市場之作法，以期促進未來雙向密切交流。此外，針對協助高雄爭取「2020 年 ICCA 年會」，亦說明本計

畫在 2 至 3 年前即著手策劃布局，包含邀請 ICCA 主席、副主席、執行長等最高階決策人士前往高雄舉辦 ICCA 核心高峰會、競標研習營等活動，實地體驗高雄會展優勢及特色，強化對高雄印象及好感度。

參、大會課程摘要

一、Tradeshow and Associations- A match made in synergistic heaven?

主持人

Mr. Mike Van der Vijver (Managing Partner, MindMeeting b.V)

與談人

- Mr. Walter Yeh (President, AFECA- Asian Federation of Exhibition and Convention Associations)
- Mr. Kai Hattendorf (Managing Director, UFI - Global Association of the Exhibition Industry)
- Mr. David DuBois (President & CEO, IAEE - International Association of Exhibitions and Events)

展覽與會議結合辦理已是會展產業重要發展趨勢之一，為進一步探討展、會結合之挑戰與機會，ICCA 首度邀請全球 4 大會展組織 (UFI、IAEE、ICCA 及 AFECA) 領導者齊聚一堂分享討論，最後由 ICCA 執行長 Martin Sirk 代表 ICCA 接受所有與會者提出之建議，象徵展會邁向更緊密合作。

由於主持人 V 氏認為「人人都有專業、人人都是專家」，因此，議程設計上也有別以往單向簡報或演講之形式，而是將與會者分為 3 個小組，由 3 位與談人針對「Break barriers」、「Imagine new models of collaboration」及「Start to experiment」等 3 個議題分別帶領各小組進行 15 分鐘分組討論，與與會者們共同探討展覽結合會議新趨勢所帶來之機會及可能面臨之挑戰。

會議及展覽結合訴求不同，會議以知識分享為主，展覽則是追求商業利益。此外，活動品牌整合、場地不足、人流動線安排複雜、與會者參加會議及展場洽談時間衝突等均是會議與展覽結合之所面臨之挑

戰；但多數與會者亦認同會議與展覽結合可為與會者及買主創造 1 加 1 大於 2 的成效，創造學習領域新知的機會，另一方面也為參展廠商帶進更多商機，更替展覽及會議主辦單位增加利潤。

二、 Measuring and Promoting the "Beyond Tourism" impact of International Meetings

主講人

Mr. Rod Cameron (Executive Director, JMIC)

與談人

- Mrs. Deborah Edwards (Director, Post Graduate Research University of Technology Sydney)
- Mrs. Carmel Foley (Associate Professor Management Discipline, University of Technology Sydney)

近年來越來越多活動主辦單位、會展局及相關組織投入研究新的方式評估會議及展覽辦理之成效，期望藉此能鼓勵更多相關單位共同投入，也爭取政府單位更多支持。

為能完整呈現會展活動對於經濟、產業、城市發展等各面向帶動的效益，Joint Meetings Industry Council 與 University of Technology Sydney 共同開發出以「The Iceberg」為名的研究方法。

該方法除了一般所熟知的經濟效益，更著重於深入分析知識傳授分享及與會人員專業交流的效益；也著力於探討藉由會展活動的舉辦，是否有助開創新的研究方法及新的商業模式。

透過此研究方式，該組織已初步歸納統整出相關評估指標，例如會展活動平均可創造之有形及無形效益。與會者亦提出許多可能影響研究之因子，例如東方與西方會展辦理及與會者之文化差異等面向。為汲取各國案例做為分析樣本，使研究結果更完善，該組織亦藉由本次會議廣邀各國會展相關機構可提供案例，並共同參與研究分析。

三、 How to use new generation tech tools to drive innovation and solve business problems

主講人

Mr. Filip Drimalka (CEO, EF1 Marketing and Management)

(一)創新的 4 個架構

領導能力	主政者是否具備帶領創新的能力。
「組織內部」 創新的範圍	精簡的操作模式、獨立的生產力、團隊的生產力、數位化的工作地點、自動化、機動式的工具、公司推動的過程、數位化、創新的文化。 具備上述條件後，「組織外部」將可達成事業的擴展，包含：產品的創新、新的服務、溝通、行銷、銷售、交叉行銷或向上行銷、人力銷售、夥伴關係。
創新的類型	小型、中型及破壞式創新，例如數位行銷及科技夥伴等。
驅動的因子	產品創新及服務等。

(二)現今產業中的數位創新

產品及服務、生產力、過程、溝通、數位化的工作場所、外包、資料分析、行銷與銷售及交叉行銷或向上行銷等。

雖然創新具有變革性，但是仍以現有技術及商業模式為基礎。當下許多企業 CEO 仍是在現有商業模式下，以創新組合改變企業產品及服務。然而，在全球商業模式快速變動的時代，「創新」更顯重要。企業若要在愈趨競爭的環境下勝出，首要增加用於創新業務的預算分配，並運用新的科技，將企業轉變為更有效率的組織，以解決商業問題並跟上改革腳步。

四、The Mouse that roared- destinations that punch above their weight

主持人

Mr. Eric de Groot (Meeting Designer, MindMeeting b.V)

與談人

- Ms. Jane Lin (Staff of Liaison Division, Xiamen Municipal Bureau of Convention & Exhibition Affairs)

- Mr. Mike Cannon (Managing Director, Sarawak Convention Bureau)
- Mr. André Kaldenhoff (Executive Director, Congress Centre Leipzig)
- Mr. Stuart Nettlefold (CEO, Business Events Tasmania)

4 位與談人分別闡述該城市如何突破二線城市的窠臼，逐步打響城市知名度的行銷作法，並同時強調應發揮小而美的特色，找出自己城市的獨特故事。

萊比錫會議中心總經理 K 氏特別強調「會議大使」方案的重要性，該中心運用萊比錫汽車產業的優勢，搜尋該城市在汽車相關領域具有國際知名度的專家學者，邀請他們成為萊比錫的「會議大使」，與市長午宴增加榮譽感，並給予其參加國際活動上的差旅費用補助；另一方面則鼓勵在渠等所參與的國際組織中發揮影響力，並伺機爭取國際會議到萊比錫舉辦，也透過定期拜訪會議大使且汲取其建議，不斷調整萊比錫的城市行銷方式，使其更能成為 NGO 組織爭取會議的最佳夥伴。

此點可作為未來本計畫執行「會議大使」參考。

五、 Destination Competitive Positioning: If you don't know what you are or where you stand, you've got no chance of knowing what to do or where to go?

主持人

Mr. Paul Ouimet (Partner, InterVISTAS Consulting)

與談人

- Mrs. Jonas Wilstrup (Convention Director, Wonderful Copenhagen Convention Bureau)
- Mrs. Ana Maria Gallego Martinez (General Manager, Medellin Convention Bureau)
- Mrs. Anja Loetscher (Director, Geneva Convention Bureau)
- Mrs. Kristian Nicholls (General Manager Bidding, Business Events Sydney)

本場分組會議由前述各會展局代表共同討論，主持人 O 氏提出 DMAI

擬定以「城市優勢 (Destination Strength)」及「社群組織支持及參與 (Community Support & Engagement)」為矩陣橫軸及縱軸的城市定位評估方式，如下圖：



- (一)「城市優勢」評估項目包含：該目的是否有知名活動、吸引人的景點或娛樂、先進的會議設施及城市知名度等。
- (二)「社群組織支持及參與」評估項目包含：產業成員間的合作及支持度、積極作為的DMO(Destination Marketing Organization)、政府當局有效的支持方案、當地經濟發展程度等。

最後，主持人綜合各與談人意見，提出提升城市競爭優勢應強化城市的可及性（如飛航便利性）及落實網路基礎建設。另應強調會展活動所創造及帶動當地經濟效益，以鼓勵相關產業投入參與，並爭取政府實質的支持。此外，也可透過當地人民熱情好客文化，鼓勵產業各成員發揮最大優勢及創意，共同創造 (Co-Creation) 雙贏局面。

六、What association really need after the bid is won and before the meeting takes place

主持人

Mr. Mike Van der Vijver (Managing Partner, MindMeeting b.V)

與談人

- Mr. Robyn Watson (President, International Federation of Dental Hygienists)
- Mr. Iain Bitran (Executive Director, ISPIIM - International Society for Professional Innovation Management)
- Mr. Cheng-Hoon Khoo (Director, Meeting Matters International)

本場分組會議與談人分別以 PCO、NGO 不同角度共同探討競標後、會議舉辦前，如何讓會議更圓滿成功。該場次以討論會方式進行，在與會者共同參與下，結論包含：

- (一)邀請該會議所屬產業當地意見領袖發揮號召力，促進當地社群踴躍參與。
- (二)融合當地時事背景文化，規劃公益活動，延續該會議對當地社區之影響力。
- (三)與當地會議旅遊促進機構（CVB）密切合作，於活動內容設計融入當地人文特色。
- (四)提早與當地 CVB、PCO、大會籌組團隊間聯繫溝通，建立良好合作默契。
- (五)創造該活動可與當地業者交流或投資的商業機會。
- (六)提供與會者充足的當地氣候、簽證、景點、美食等實用資訊。

肆、心得與建議事項

一、借鏡 ICCA 馬來西亞古晉年會，作為未來舉辦國際會議參考

本次 ICCA 馬來西亞古晉年會共吸引 835 人與會，其中約三分之一為首次與會者，顯見東南亞市場的吸引力。而從此次年會的籌辦規劃中，均有多項值得我國未來舉辦 ICCA 年會或國際會議等活動借鏡，簡述如下：

(一) 多元創新之會議形式蔚為趨勢，跨界分享激發創意

本屆 ICCA 年會中有 12 堂分組會議課程，委由國際知名會議公司

MindMeeting 規劃課程內容及形式。有別於傳統會議形式，該公司主張更具互動性及新鮮感的會議模式，能有效提升與會者之參與度，以進一步激發嶄新的想法與創意。例如，將同場分組會議與會者分成 3 組討論後，與會者再交換組別分享意見；或採用 4 人坐小圓桌，由講師分別帶領進行小組討論分享，甚至將分組會議移師至船上進行，在非傳統的會議空間讓與會者能在輕鬆環境下得到更多靈感。

除多元的會議形式外，本次年會也邀請許多不同領域講者分享，例如世界知名攝影記者 Mr. Jimmy Nelson、南非種族關係協會理事長 Prof. Jonathan Jansen 及身兼魔術師與專業講師 2 職的 Mr. Vinh Giang 等，以其他領域的經驗帶領與會者突破現有框架，思考辦理會議的無限可能。

未來辦理會議可參考 ICCA 年會作法，藉由多元的開會形式及跨領域的主題內容，提供與會者更豐富充實的學習內容，同時展現辦理會議軟實力。

(二) 「企業社會責任 (CSR)」為成功會議不可獲缺之元素

結合「企業社會責任 (CSR)」已成為全球會展活動的趨勢之一，許多會議均藉由活動辦理回饋當地社區，或藉由 CSR 作法呈現在地文化。本次 ICCA 年會主辦單位亦發起 2 項 CSR 活動，邀請與會者認養古晉紅毛猩猩或捐贈童書給當地部落圖書館。該 2 作法除展現當地原住民及雨林特色，更讓與會者對辦理城市產生情感連結。

未來籌辦會議活動時，可融入與當地城市或文化之 CSR 活動，一方面回饋當地社區，並激發會展產業對於 CSR 的重視及認同，另一方面更能達到城市行銷之目的，帶動會展與 CSR 之正向循環。

(三) 穩定的 WiFi 及 APP 系統提供即時互動的會議體驗為國際趨勢

本次 ICCA 年會中，因網路頻寬不足及 APP 系統受駭客攻擊，導致現場近千人所共同進行的「即時線上投票」多次無法順利進行，最後改由紙本投票，延宕議程，損及主辦單位的專業形象，但即時之危機處理方式值得學習。

由於即時互動的會議模式將日漸盛行，對寬頻網路需求亦漸增多，未來辦理大型會議時，需事前規劃架設充裕且穩定的網路頻寬，並針對會議 APP 系統進行多次測試，方能提供高品質的會議服務及建立高水準的會議形象。

(四) 讓與會者有賓至如歸之感覺

本次所住之飯店與開會場所約有 25 分鐘之車程，馬方每天均有接駁車，並派警察做先導，一車一先導。遇紅燈時，亦由警察開道讓我車先行，且回到住宿飯店主辦單位每天均會有送小禮物（如水果、巧克力、手工肥皂、餅乾等）之驚喜，雖價格不高，但總讓人備感溫馨，對馬國辦理會議之用心，從小地方即可知。

二、 深耕東南亞會議及獎勵旅遊市場，爭取商機

本次 ICCA 年會於馬來西亞古晉辦理，吸引東南亞各國會展局及相關單位派出多位成員與會，包含泰國會議展覽局（TCEB）、馬來西亞會展局（MyCEB）、印尼會展局（INACEB）等。未來規劃應積極強化我國與東南亞地區各會展單位互動，並期望未來透過促進雙邊會展單位、組織及業者之交流，進一步建立合作夥伴關係，共同開創東南亞會議及獎勵旅遊商機。

三、 會議與展覽將成為會展領域新潮流，未來將輔導業者創新轉型

本次論壇外貿協會葉副秘書長明水以 AFECA 主席身份受邀擔任「Tradeshow and Associations- A match made in synergistic heaven?」分組會議與談人，與 UFI 總經理及 IAEE 主席暨執行長，共同帶領與會者共同探討展覽結合會議之綜效、挑戰與創新做法。

多位與會者表示，會議與展覽的結合型態多元，雖然仍需面臨如場地

不足、人流動線安排等挑戰。但整體而言，會議與展覽結合可為與會者及買主創造 1 加 1 大於 2 的成效，創造學習領域新知的機會；另一方面也為參展廠商帶進更多商機，更替展覽及會議主辦單位增加利潤。

我國已有臺北國際自行車展等與國際會議結合辦理之成功案例，為輔導國內會展業者因應新趨勢進行創新及轉型，建議未來持續協助促成國際會議於相關產業展覽期間辦理，或鼓勵國際會議於辦理期間廣邀相關業者展出產品或服務，以提升會議及展覽雙向之效益。

四、協助地方政府爭取知名國際會議活動，提升城市國際能見度

高雄市政府近年來致力於打造港灣會展城市品牌，自高雄展覽館於 2014 年落成啟用後，高雄市政府更成立「高雄會展聯盟」，整合產官學界，並邀請臺南、屏東、澎湖加入，共同行銷南臺灣。高雄市政府於 2014 年加入 ICCA 會員後，更積極展現爭取「2020 年 ICCA 年會」企圖心。

本計畫亦於 2 年前即著手協助高雄市政府布局，除進行高雄會展硬體設施盤點，供高雄市政府進行先期評估外；亦積極協助進行國際宣傳推廣，邀請國外知名會議媒體專刊採訪報導，並於參加海外國際會議暨獎勵旅遊展時，以高雄為宣傳主軸，強化高雄國際形象。去年更邀請 ICCA 主席團的核心理事赴高雄舉辦 ICCA 核心高峰會等活動，展現高雄會展優勢及特色。本年 ICCA 年會更透過贊助年會識別證、APP 以及餐會等方式，強力曝光高雄港灣會展城市形象。

高雄藉由爭取年會過程的努力，不僅帶動服務業轉型升級，更成功打響高雄於國際會議市場之知名度及能見度，未來可預料會有更多國際會議選擇高雄辦理，本計畫將持續協助地方政府爭取大型或知名國際會議活動，進行城市行銷。

五、持續參加 ICCA 年會，強化在全球會展舞台之能見度

一年一度的 ICCA 年會是全球會議界人士交流、教育及行銷的最佳的

平台。本次年會期間，不僅與國外會議領袖互動交流，汲取各國推廣的行銷策略及最新的全球產業趨勢，也藉由贊助、案例分享、擔任與談人及接受媒體專訪等作法，展現臺灣在國際會展舞台的積極行動力。此外，本次「High Five Taiwan」更成為年會期間最常見的打招呼方式，以肢體語言成功行銷臺灣。建議未來持續派員參加 ICCA 年會，不僅維繫與全球會議業界之良好關係，也透過各式推廣行銷活動，提升臺灣於國際場合之曝光度。

六、 邀請外國專業會展人士給予建議

現有部分東南亞（如泰、馬等）國家均邀請外國專業人士加入該國成員，成為推動會展產業發展之重要推手，我國囿於國情及經費等因素，似無法仿效辦理，但建議未來推動會展計畫能邀請外國專業人士來臺進行會展活動時，亦能撥出一時段，請其就外國人之觀點，對我國在會展推動業務上給予專業之建議。

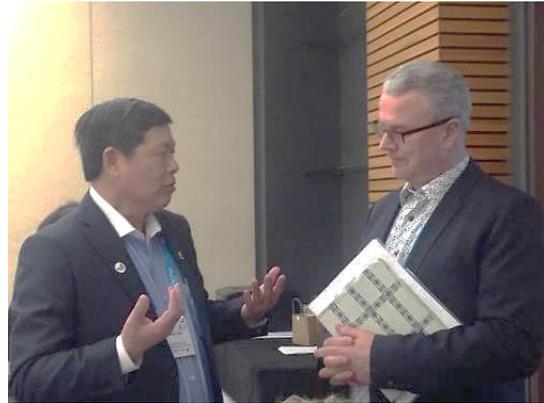
伍、照片



ICCA 年會臺灣代表團成員合影



與 ICCA 主席 Mrs. Nina Freysen-Pretorius 交流合影



與 ICCA 執行長 Martin Sirk 交流



與 ICCA 副主席 Mr. Daniel Palomo 交流合影



與砂勞越會展局總經理 Mr. Mike Canon (南非籍) 交流合影



外貿協會葉副秘書長明水與國際展覽業協會（UFI）總經理 Mr. Kai Hattendorf（左1）、國際展覽與活動協會（IAEE）主席暨執行長 Mr. David DuBois（中）、國際知名會議公司 MindMeeting 共同創辦人 Mr. Mike Van der Vijver（右1）及 ICCA 執行長 Martin Sirk（右2）一起 High Five Taiwan



ICCA 年會最佳行銷獎，本局「High Five Taiwan」簡報



ICCA 年會最佳行銷獎 4 簡報單位與 ICCA 主席及評審團合影



外貿協會葉副秘書長明水接受國際知名會展媒體 cei 專訪



贊助 ICCA 年會餐會支持高雄爭取「2020 年 ICCA 年會」，與 ICCA 主席、理事會成員及「Young Professionals」餐敘並合影留念



ICCA 於 Facebook 貼文感謝本計畫贊助美味可口的午餐，所有臺灣團員於餐會入口處以 High Five 迎接與會者



歡送晚會臺灣團員以一致的原住民服飾打扮進場展現氣勢與團結



歡送晚會各國與會者以國家服飾展現特色



ICCA 年會會員大會



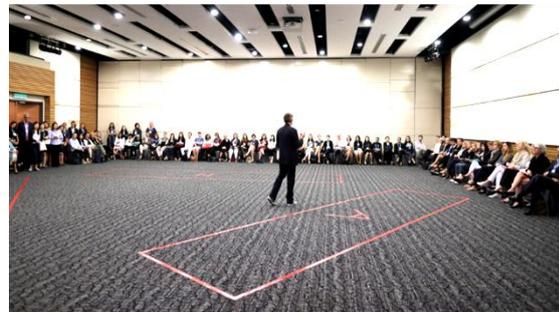
馬來西亞古晉交接予 2017 年
ICCA 年會主辦城市-捷克布拉格



捷克布拉格以歌劇演出推廣 ICCA
會員參與 2017 年 ICCA 年會



分組會議上課情形



分組會議上課情形



移師至船上辦理分組會議



年會辦理地點古晉 Borneo
Convention Center (BCK)