

出國報告（出國類別：國際會議）

參加國際會議協會第 57 屆年會

服務機關： 經濟部國際貿易局
姓名職稱： 林科員柏浩
派赴國家： 阿拉伯聯合大公國
出國期間： 107 年 11 月 9 日至 15 日
報告日期： 108 年 1 月 25 日

目次

| | |
|----------------------------|----|
| 壹、背景及目的 | 1 |
| 貳、辦理情形 | 1 |
| 一、參加大會活動..... | 1 |
| 二、參加分組課程..... | 10 |
| 三、與 ICCA 「協會夥伴計畫」成員交流..... | 17 |
| 參、心得與建議..... | 19 |

壹、背景及目的

- 一、國際會議協會（International Congress and Convention Association，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，1,158 名會員分別來自全球 100 個國家或地區。目前臺灣加入 ICCA 會員共有 14 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、外貿協會、高雄展覽館、集思會展事業群、滿力國際股份公司、威立顧問股份有限公司、漢肯事業股份有限公司、臺灣經濟研究院、晶華酒店及遠東香格里拉飯店。
- 二、本屆 ICCA 年會於 2018 年 11 月 11 日至 14 日在阿拉伯聯合大公國杜拜舉行，吸引來自 85 國計 1,150 人參加，創下 ICCA 年會於歐洲地區外，與會人數最多的紀錄，同時也是 ICCA 第 1 次於中東地區舉辦。
- 三、本局委託外貿協會執行之「推動臺灣會展產業發展計畫-會展產業整體計畫」（MEET TAIWAN 計畫）邀集我國會展產、官、學界代表計 22 人參加，包含經濟部國際貿易局、交通部觀光局、高雄市政府、外貿協會、臺灣經濟研究院、集思會展事業群、滿力國際會議顧問公司、高雄展覽館及高雄科技大學及文藻外語大學等代表，展現我國對 ICCA 年會高度支持。參與本次年會之目的，除吸取會展新知，更提供國內會展從業人員與各國會展界菁英互動交流及觀摩機會，有助於我國會展產業發展。
- 四、2020 年 ICCA 年會將於高雄舉辦，為推廣該年會，MEET TAIWAN 計畫於本次年會中贊助大會識別證及「The Future Belongs to Us」青年創意簡報競賽。透過活動露出標示「Welcome to Kaohsiung 2020」字樣，並於 ICCA 識別證融入高雄展覽館意象及歡迎蒞臨高雄參加 2020 年 ICCA 年會之設計元素，增加 2020 年高雄年會曝光度。

貳、辦理情形

一、參加大會活動

(一)開幕典禮

本屆年會於杜拜世界貿易中心「Dubai World Trade Center (DWTC)」舉辦，由軍樂團演奏阿聯酋國歌揭開序幕，並由時任 ICCA 主席 Mrs. Nina Freysen-Pretorius 及杜拜旅遊局局長 Mr. HE Helal Al Marri 致詞。主

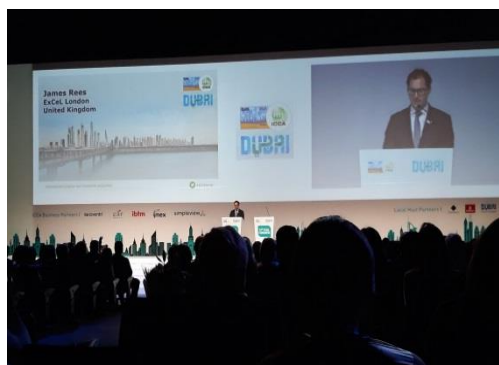


開幕典禮開場軍樂團表演。

席 Mrs.Nina Freysen-Pretorius 表示，自從 ICCA 於 55 年前創立以來，每隔 10 年，國際會議的數量就成長一倍，近年來更發現中東地區是一個重要的成長地區。所以今年是第 1 次在歐洲以外的地方舉辦 ICCA 年會，且選擇在杜拜舉辦，對整個組織而言亦具開創性的意義。杜拜旅遊局長 Mr.HE Helal Al Marri 表示，無論每年舉辦商展或所競標的大型年會等商業活動，不僅是我們的旅遊策略之一，更是經濟發展重要的驅動力，我們深刻體認嘗試運用舉辦各種商業活動，來驅使國家科技及重要產業不斷進步。

(二)會員大會

1. 改選新任主席：本次會員大會將遴選 ICCA 新任主席，候選人包含荷蘭會議旅遊局行銷總監 Mr. Eric Bakermans、西班牙 Barcelo Congress 會議顧問公司行銷長 Mr. Juan Jose Garcia 及英國 Excel London 執行總監 Mr.



ICCA 新任主席 Mr. James Rees 簡報

James Rees。為讓會員更瞭解 3 位候選人及其政見，ICCA 於年會

前即以電子郵件方式發送候選人相關資料予所有會員，並於會員大會邀請 3 位候選人上台簡報。經各會員線上投票後，由 Mr. James Rees 當選新任主席，任期 2 年，得連任 1 次。

2. **新任主席期許**：Mr. James Rees 於當選後表示，未來將運用革新、創意及鼓勵，帶領 ICCA 前進到下一個階段，同時表示很榮幸擔任 ICCA 主席，未來將確保 ICCA 的聲音能被世界或各政府單位聽見，並擔任會議產業最真實的擁護者。
3. **公布 2021 年 ICCA 年會舉辦城市**：2021 年 ICCA 年會共有希臘雅典、哥倫比亞卡塔赫納及荷蘭鹿特丹等 3 個城市競標，由哥倫比亞卡塔赫納獲得年會主辦權。ICCA 現任主席 Mrs. Nina Freysen-Pretorius 表示本次競標競爭激烈，卡塔赫納以「Pride, Passion and Purpose」為主軸，不僅獲得哥倫比亞政府及許多國際組織支持，甚至由該國總統親自拍攝影片支持，且哥倫比亞 ICCA 會員數居拉丁美洲之冠。卡塔赫納繼去年競標敗給高雄後，再接再厲，終於本年競標成功。

(三)ICCA 年會亞太區分會

1. 最新動態

(1) ICCA 全球 1,158 名會員中，亞太區會員佔 268 名，是歐洲區域外會員數最多的區域。ICCA 亞太區的會員來自 16 個國家（地區）100 個城市，各類別會員數分別為目的地行銷類 82 名、場館類 94 名、



亞太區分會最新動態報告

會議管理類 63 名、會議支援類 25 名、運輸類 1 名及榮譽會員類 3 名。亞太區中，中國大陸為 ICCA 亞太區會員最多的國家

(60名)、其次為日本(37名)、澳洲(33名)、韓國(22名)、印度(21名)、我國以14名會員與泰國並列排名第6名。

(2) 為加強亞太區間會員的連結及互動，該分會刻正規劃辦理「ICCA 亞太區論壇 (ICCA Asia Pacific Summit)」，內容涵蓋教育課程、商機交流、研討會等，並將邀請5個國際組織重要人士與會。辦理時間、地點及是否搭配亞太區域其他相關展覽舉辦等相關細節仍在規劃中。

(3) ICCA 亞太區分會主席由集思會展事業群執行長葉泰民連任。

2. 專題演講摘要

(1) 邀請美國著名協會管理公司 (Association Management Company, AMC) 「Talley Management Group」執行長 Gregg H. Talley FASAE, CAE 分享如何運用 AMC 吸引協會型國際會議，其表示愈來愈多國際組織委由 AMC 管理會務，藉由 AMC 專業管理服務、經驗及技術支援，讓國際組織可更專注在自身領域的研究發展。另目前許多目的地管理機構 (Destination Management Organization, DMO) 鼓勵公協學會間結盟，協助小型公協學會藉此與國際接軌，並協助公協學會健全體質，透過提供技術指導、財務補助等所需資源挹注，協助其與國際組織接軌，達到爭取更多協會型國際會議舉辦之目的。

(2) 邀請國際著名的會議顧問公司 MCI 亞太區營運長 Oscar Cerezales，分享利用「商業模式」及「統計數據」分析公協學會經營挑戰及策略，其表示，依據統計結果，公協學會經營面臨最大的挑戰依序分別為「會員招募」、「提升會員資格延續之意願」、「其他相關領域之公協學會競爭」、「贊助」、「舉辦研討會之報名人數」以及「相關產品銷售」等。建議可藉由舉辦教育課程、國際研討會、工作媒合、建立夥伴、廣告收益及贊助等六大方式，增加公協學會收入。另進一步建議專業會議籌辦

公司 (Professional Conference Organizer, PCO) 及場館或目的地行銷公司 (Destination Marketing Company, DMC), 可針對公協學會的需求, 協助接洽相關領域之協會社群團體、提供提高協會收益之作法、由協會關切的議題切入 (如經費)、採取單一管道接洽或數個管道同時接洽的策略、以協會角度深入瞭解該組織需求及結合其他產業鏈等, 透過客製化服務取得公協學會的信賴, 以建構合作夥伴關係。

(四) 目的地行銷分會

1. 公布 2018 年重要調查統計資訊

- (1) 會員結構：「城市會展局」(59.8%) 最多, 其次為「區域會展局」(20.5%, 如州、省)、「國家會展局」(15.6%) 及「其他」(4.1%, 如經濟部)。
- (2) 會展局網站功能：具有「場館資訊」功能最多 (87.0%), 其次是「Request For Proposal」(60.0%)、「會議活動行事曆」(58.0%)、「安全通訊系統」(38.0%) 及「飯店預定系統」(32.0%)。
- (3) 會員發送電子報比例：約 64% 的會展局定期發送電子報, 其中一年發行 4 次最多 (54.4%), 其次是超過 4 次 (24.1%)、2 次 (13.9%)、3 次 (5.1%) 及 1 次 (2.5%)。
- (4) 會員加入其他國際組織比例：45.1% 加入 MPI (Meeting Professionals International)、38.5% 加入 ECM (European Cities Marketing)、35.2% 加入 PCMA (Professional Convention Management Association)、25.3% 加入 SITE (Society for Incentive Travel Excellence)、24.2% 加入 UIA (Union of International Associations)。
- (5) 會員定期參加國際展覽比例：參加「IMEX Frankfurt」最多 (91.6%), 其次是「IBTM World」(78.2%) 及「IMEX America」

(56.3%)。

- (6) 會員協助「協會型國際會議」舉辦事項比例：「提供歡迎櫃檯」最多 (52%)，其次是「提供歡迎布條或標誌」(44.5%)、「協助洽談場館優惠」(40.0%)、「提供經費補助」(37.3%)、「協助辦理(含贊助)行銷活動」(35.5%)及「贊助迎賓活動或餐會」(34.5%)。

2. 主席改選

分別由英國格拉斯哥會議局總監 Aileen Crawford 及荷蘭鹿特丹會議局經理 Joyce Wittelaar 兩位候選人簡報，由會員代表進行線上投票，並於 ICCA 會員大會公布由 Aileen Crawford 當選新任主席。

(五) 「最佳行銷獎」評選

1. 評選規則：「最佳行銷獎」由英國「THE MEETINGS SHOW」主辦單位贊助。該獎項由 ICCA 會員主動報名參賽，由評審團初選 3 名入圍，入圍者於 ICCA 年會期間向所有與會者簡報。決選評分方式為 50% 由評審團決定，50% 由與會者透過大會 APP 投票，評選標準包括「創新程度」、「解決問題的方式」、「簡報清晰度」、「簡報創意度」等，綜合選出年度最具創新的行銷方案。
2. 入圍名單：今年由「蘇格蘭旅遊局 (Visit Scotland / Scotland's National Tourist Organization)」、「塞爾維亞會展局 (Serbia Convention Bureau)」及「海牙會展局 (The Hague Convention Bureau)」入圍決選。
3. 評選結果：由蘇格蘭旅遊局以「Scotland. Where ideas become legend」行銷案例獲獎。蘇格蘭係以 2017 年 11 月發起兩年期計畫「Where ideas become legend」數位媒體參與競賽，以影片方式提出為何蘇格蘭是協會型國際會議最佳選擇，同時與學術界、產

業及研究中心等共同合作，透過部落格、影片、個案研究等方式展現蘇格蘭的創新。本次 ICCA 評審團主席 Patrick Delaney 指出，優勝者蘇格蘭旅遊局發起的「Where ideas become legend」，除了著重於在



評審主席 Patrick Delaney 介紹獲獎作品

蘇格蘭舉辦協會型國際會議可帶來之影響外，也展現成功的行銷活動不需要高昂費用，本活動不僅花費少、執行成效佳，也成功串連蘇格蘭會展業者，共同勾勒出屬於蘇格蘭的會展遠景，為當地會展產業帶來深遠的影響。

(六)「ICCA 傑出女性獎」頒獎典禮

1. 為表揚會議產業優秀女性，本次年會現任主席 Mrs. Nina Freysen-Pretorius 特別設立此獎項，由 ICCA 理事會成員提名會議業界具領導、革新、開拓特質，且對會議產業有貢獻的女性。主席表示，今日獲獎的女性，不僅鼓舞了會議產業，也對 ICCA 未來發展有巨大貢獻，更期許此次獲獎模範，能讓女性未來在職場上性別平等帶來正面的影響。
2. 本次共有 10 名傑出女性獲獎，我國滿力國際公司黃潔儀董事長亦獲此殊榮，為亞洲地區唯一獲獎女性。黃董事長致力會議產業公共事務，除擔任「中華民國展覽暨會議商業同業公會」副理事長，也積極參與國際組織，擔任「亞洲展覽會議協會聯盟（Asian Federation of Exhibition & Convention



黃潔儀董事長獲獎

Associations, AFECA)」理事會成員，更曾擔任「全球會議公司聯盟（World PCO Alliance）」主席。黃董事長獲獎後表示，希望藉由她的獲獎能更激發女性投入會議產業。

(七) 「The Future Belongs to Us」青年創意簡報競賽

本局 MEET TAIWAN 計畫今年持續贊助由 ICCA 舉辦之第 2 屆「The Future Belongs to Us」青年創意簡報競賽，本競賽鼓勵千禧世代青年發想創新會議形式，並延續以年輕、創意為競賽主題。



MEET TAIWAN 計畫李哲欽主任致詞

本次共吸引來自馬來西亞沙勞

越會議局、上海對外經貿大學、盧布林會展局、聖彼得堡會展局、愛丁堡納提爾大學及來自臺灣浩瀚兄弟文創社等共 12 個代表報名參賽，初選由 MEET TAIWAN 計劃代表 2 名、ICCA 總部代表 2 名及 David Beckett（世界著名語調訓練師、TED 演說講師、「Three Minutes Presentation」作者）擔任評審，選出 4 名進入決賽，並於本次 ICCA 年會中進行簡報，參賽者及簡報作品摘要如下：

- 1. Gloria Pahang(馬來西亞沙勞越會議局)：**以企業社會責任（Corporate Social Responsibility, CSR）為發想，由於科技日新月異，許多長者無法跟上科技的進步，不熟悉如何使用新科技、新平台，故課程設計安排由年輕人教導長者使用科技產品或社群媒體，達到與老人世代之互動。Gloria Pahang 以臉書（Facebook）使用為例，請年輕人教導長者使用 Facebook，後續可持續用 Facebook 保持聯繫，達到溝通的效果。
- 2. Jingjing Li(上海對外經貿大學)：**因應青年世代依賴手機，且因長時間使用 3C 產品導致注意力不集中的問題，做為課程設計發

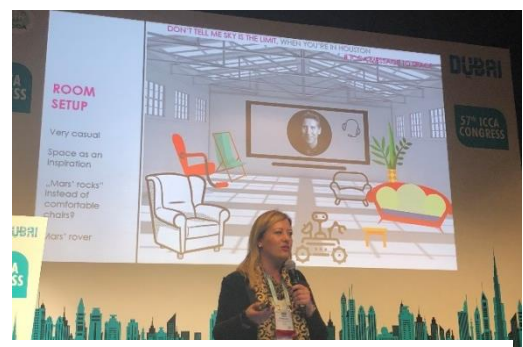
想。課程開始先請與會者交出手機，並以手機放置的位置做為分組的依據，先安排 10 分鐘的室內放鬆運動，並請講師分享如何提升注意力，最後分組進行「腦力激盪」遊戲。

3. Marta Wisniewska(盧布林會展局)：2019 年 ICCA 年會主辦地點休士頓以航太產業著名，故 Marta Wisniewska 以「Golden Record」（在太空播放的金唱片，給外星人的訊息）為概念，希望由與會者共同製作給太空的訊息。課程設計將先介紹美國國家航空暨太空總署(NASA)及 Golden Record，再進行分組以影片、錄音檔、照片、信件等各樣創意方式製作 ICCA 給外太空的訊息，最後則是各組簡報、分享創作的想法。Marta Wisniewska 希望能藉由不同世代的分組合作，達到世代間溝通與融合的目的，同時亦可創造與年會舉辦城市之連結。

4. Marina Leywald(聖彼得堡會展局)：以目前全球年輕世代最風靡、年產值高達 10 億美元之電競產業為發想，希望將電競遊戲與會議產業結合，以吸引千禧世代的關注及參與。Marina Leywald 以模擬城市 Simcity 遊戲為例，該遊戲特別結合城市街景，讓玩家在玩遊戲的同時，無形中更認識城市。目前已有許多展館以虛擬實境方式提供線上場勘，Marina Leywald 建議未來可進一步結合遊戲探索城市，共同進行目的地國際行銷。設計課程分為 4 個階段，首先說明電競產業之重要性及電競已納入 2020 年奧林匹克競賽項目，接下來簡介遊戲，瞭解遊戲可達到的效果，再請與會者實際體驗及操作，最後則是分享及討論。

競賽結果：

決選之評審團隊包括 MEET TAIWAN 計劃代表、ICCA 代表、David Beckett 及去年競賽得主 Sue Wang，並邀請所有與會者依



得獎者 Marta Wisniewska 簡報

「提案形式」、「內容原創性」、「成效評估」與「預算規劃」等標準，透過大會 APP 票選系統評分。評選結果於年會閉幕典禮公布，由來自波蘭盧布林會展局的 Marta Wisniewska 獲得優勝，其提案將於「2019ICCA 年會」中付諸實行。

(八)閉幕典禮

1. 第 57 屆 ICCA 年會閉幕典禮由新任主席 James Rees 及年會活動 CEO Dennis Speet 共同主持，首先播放年會期間各項活動回顧影片，並進行頒獎活動。閉幕典禮在 2019 休士頓年會行銷短片與小提琴表演之悠揚樂聲中圓滿落幕。
2. 各獎項得主：「2018 年 Global Destination Sustainability Index」獎由丹麥 Wonderful Copenhagen 獲得；「最佳進步城市獎」由韓國高陽會議局獲得；「最佳領導力獎」由古騰堡會議局獲得；「最佳社會影響力獎」由國際唐氏症協會、環境復育協會與國際癌症控制 3 個單位聯盟所獲得；「The Future Belongs to Us」青年創意簡報競賽由波蘭 Marta Wisniewska 獲得，並由經濟部推動會展專案辦公室曾玉淳主任代表頒發冠軍獎座。

二、參加分組課程

(一)首次參加者講習會

1. 在活動正式開幕前，大會特別針對第 1 次參加年會的成員辦理「首次參加者講習會」，主要介紹年會進行方式，傳達該組織文化與風格，並促進新成員跨單位與跨文化的交流。



分組互動交流

2. 本講習會由協會公關總監 Ksenija Polla 和 SoolNua 顧問公司合

夥人 Patrick Delaney 聯合主持，並由各組導師引領小組成員討論及交流。首先，由組員自我介紹及交換名片，並在主持人的引導下，由各組組員決定小組名稱，訂定每一組所重視的價值，由於成員來自不同文化背景，分組討論幫助組員在活動中學習如何進行團體交流及溝通，並取得共識。最後，導師發給組員每人 1 串寫上組別編號的珍珠手鍊，而每一位組員必須尋找 1 位非組內的新朋友自我介紹並交換手鍊，並回組內向導師報告新朋友的簡介。

3. 透過分組討論與跨組交流活動，讓第 1 次參加的成員瞭解本次年會精神及宗旨：「建立連結」、「走出舒適圈」、「開放交流」及「溝通」等，並協助新成員在 ICCA 年會順利跨出建立人脈網絡的第 1 步。

(二) Monday Morning Wake Up Call

每屆年會固定於週一上午辦理「Monday Morning Wake Up Call」，並邀請不同領域的傑出人士分享，以藉此激發與會者在規劃籌辦會議上之創意。本課程由澳洲資深廣播人 Tina Altieri 主持，主持人首先說明在 2018 年最新的 Global Word Frequency Index 顯示，「Dream（夢想）」這個單字是第 1 次被擠下 D 開頭單字搜尋榜首，取而代之的是「Digital（數位）」和「Disruption（破壞）」。主持人進一步說明，科技帶來進步，也帶來資訊爆炸及生活的集體焦慮等負面影響。生活數位化的過程中，人們似乎漸漸忘記了夢想的重要性，並以此做為課程開頭，邀請 3 位演講者進行經驗分享：

1. Estanislao Bachrach(腦神經科學家)：以「Creative」為題，分享要達成夢想，先要有創意，而創意是「天賦」還是「後天技能」？創意的產生須同時具備新的想法及將這個想法賦予價值，即為「Innovation」。Estanislao Bachrach 表示，當一個孩子開始上學且社會化後，開始學習定義、標籤跟分類，這是思緒養成的過程，

但同時也扼殺了創意的空間，建議要隨時懷抱著具有創意的企圖心，96%至 98%的人並不是天生就充滿創意的，但可學習更有創意的技巧或憑藉著腦力激盪的遊戲來激發出創意。

2. **Alia Al Mansoori**: 16 歲杜拜小女孩分享自己的成長故事及未來想成為太空人並登陸火星的夢想。其分享利用課餘時間嘗試製作基因科學實驗標本，並透過自己的努力及行動，成功將標本送上 NASA 的太空梭，並由太空人完成實驗。其經歷不僅受到哈佛大學研究機構的關注，杜拜王儲哈姆丹也親自召見給予鼓勵，故事也帶給人們啟發：無論夢想多大，只要熱情不斷，都有可能實現。
3. **Belinda Parmar**(The Empathy Business 創辦人)：著重在「同理心 (Empathy)」的分享，若企業或主管能以同理心對待下屬，員工會感到歸屬感。根據統計，前 10 大具有同理心的公司，生產效率較一般的公司高 15%，不論是產品品質、銷售數量或營收，均為公司帶來更大的效益。**Belinda Parmar** 指出同理心是可以學習的，可以製造一個同理心的環境，例如：減少 E-mail 的使用，因為文字傳達容易引起誤會，並減少聆聽其他人聲音的機會；另可將命令句改為疑問句或成立支持團體等。

(三) Body Language- I hear what you are NOT saying

本課程邀請新加坡肢體語言分析專家 **Christian Chua** 擔任講師，課程摘要如次：

1. 同樣的肢體語言在不同的文化可能具有不同的含意，故肢體語言不能完全代表所有的訊息，若要準確判讀，應多方觀察，達到正確判斷的目的。人的訊息表達由「語言」、「語調」和「肢體語言」所構成，充分解讀此 3 要素才能達到百分之百精確的判斷。
2. 若商業談判對象在談話過程中，把身軀靠近彎向你，則代表隊方對於交流的話題非常有興趣；若發現對方的坐姿由正常的姿勢稍

微向後退，甚至環抱雙臂，可能代表對方對你的提議表示反對；若將雙臂向後扶著後腦杓，代表對你的議題一點也不感興趣。

3. 商業談判過程中，若看出對方表達負面回應或想盡早結束，最好中斷自己正在闡述的意見，改用



講師 Christian Chua 示範肢體語言意涵

「直接的問題」，例如：「那您會跟我們下單嗎？」，這樣的問題能夠觸發行為上的改變，協助我們爭取到重新談判的機會。

4. 建立人脈實用技巧：微笑可以降低對方的防衛心；若看到對方有緊繃的微笑，代表「我很友善，但我不確定你是不是也一樣」，請主動啟動對話，他們會回應；若想要快速建立信任感，應該儘快切入對方「私人領域」的聊天話題。

(四) Bidding-from the core pc0's point of view

本課程邀請新加坡會展局執行長 Jeannie Lim 及 K.I.T.集團總經理 Jocelyne Mulli 對談，從 PCO、客戶及 Convention & Visitors Bureau (CVB) 等不同角色及面向討論競標策略，課程摘要如次：



兩位與談者對談情形

1. 成功競標 5 個重要步驟

步驟 1-競標合適的活動：Jocelyne Mulli 以運動品牌 NIKE 活動及醫學會議兩種截然不同性質活動做比較，運動品牌可選擇在都市或渡假聖地，而醫學會議著重學術知識交流分享，於都會區舉辦較合適。其他應考慮的因素包括區域性、輪辦規則、會議規模和經費補助等。

步驟 2-瞭解客戶需求：舉辦「協會型國際會議」的目的不外乎創造營收、聚集全球該領域之利害關係人（Stakeholder）、專業知識分享、提升內部關係、增加產業連結及實現組織願景等，競標單位須瞭解各國際組織舉辦會議之目的，依據其需求提出競標策略。

步驟 3-瞭解競標流程：Jeannie Lim 以國際圖書館協會聯合會舉辦之「國際圖書館協會聯盟會議(WLIC)」為例，競標須 3 年前提出競標企畫書，經初步審核後，挑選 2 至 3 個目的地進行場勘，最後由委員會於會議舉辦前 2 年公布舉辦地點。Jeannie Lim 表示，新加坡在圖書領域表現突出，成為成功競標關鍵，2013 年該會議於新加坡舉辦，吸引來自 122 個國家，近 4,000 名與會。

步驟 4-瞭解競標規定及可調整彈性：針對分組會議室數量、飯店房間數、舉辦時間、場館可容納人數、會議室擺設、場館價位等各競標要件，先瞭解其規定及可商量調整之彈性。

步驟 5-建立信賴關係：當繳交競標企畫書時，即意味要建立國際組織、PCO、場館或 CVB 間長期的合作關係，故建立信賴關係十分重要。

2. Jeannie Lim 進一步分享新加坡旅遊局爭取「協會型國際會議」面臨的挑戰，許多國際組織會提出場館免費要求或期望該局可協助吸引當地與會者參與，雖然無法完全滿足國際組織所提出之要求，可明確表達新加坡現況及可協助項目，以取得國際組織信任。
3. Jocelyne Mulli 表示對 PCO 而言，最大的挑戰是經費，場館、住宿及旅遊費用逐年高漲，又可能被要求避免提高註冊費金額，要找到平衡並不容易，其他面臨的挑戰包括瞭解該國的規定、銀行業務、稅金、簽證規定及天然災害等。另 Jocelyne Mulli 提醒，未來協會型國際會議發展趨勢(如區域性的會議數增加、會議規模變小、會議搭配展覽舉辦等)，可能影響競標策略及規劃，建議競

標單位應完整評估。

(五) Winning session-The Future Belongs to Us

1. 本課程主要將去(107)年「The Future Belongs to Us」青年創意簡報競賽」優勝者 Sue Wang 之創新會議提案付諸執行，提案名稱為：「Predicting the Future of Meetings: Kings versus Magicians（預測未來會議：國王與魔術師）」。



主持人說明創新會議進行方式

2. 課程一開始請與會者進行分組，認為「會議內容勝於活動形式」者加入「Content is King」組，認為「應著重與會者會議體驗」者加入「Experience Creation is magic」組，且「Content is King」組戴上國王皇冠頭飾，「Experience Creation is magic」組戴上魔術師帽子。
3. 國王組及魔術師組再分別以 5 至 7 人為小組，每小組提出為何「Content is King」或「Experience Creation is magic」的論點，各小組輪流派代表上台進行 1 分鐘辯論，1 正 1 反交叉辯論，成功炒熱現場氣氛。
4. 「Content」及「Experience」並非絕對選項，更像天秤的兩端，需達到平衡。故課程最後再將兩組與會者混合，共同討論實務上如何結合「Content」及「Experience」以達到會議及教育課程效益。
5. 本課程成功吸引與會者熱烈討論，展現青年創意發想新會議形態能力，並成功打造嶄新的會議體驗，為會議產業注入創新能量。

(六) Importance of smaller association meetings

本課程由加拿大會議顧問公司執行長 Genevieve Leclerc 主持，探討「小型協會型國際會議」的重要性。第 1 階段邀請場館及城市會展局等代表發表意見；第 2 階段由小型國際組織代表分享，課程摘要如次：

1. 與談人 James Rees(Excel London 總經理、新任 ICCA 主席)表示，Excel London 策略之一即鎖定小型會議，主要原因係場館空間不足以應付大型會議需求，且愈來愈多國際組織，除了年度全球性大型會議，也辦理許多區域性（Regional）中小型會議，故鎖定小型會議，藉此為組織開闢收入財源。根據 ICCA 統計，2013 年到 2017 年間，與會人數 50 人至 249 人之小型協會型國際會議佔比達 62%，而 1,000 人以上規模的會議僅佔 6%。
2. 就主辦單位而言，可透過舉辦小型會議，與國際組織及會員建立良好關係，做為未來爭取大型會議之基礎。另小型會議與會人數少，可提供更精緻、客製化的服務，讓與會者有「賓至如歸」的感受，並可深化與在地產業及學術領域連結，帶來正向效益，而不僅是追求與會人數的表面數據。
3. 小型國際組織（INGO）代表表示，大型會議為了滿足與會者、贊助商及主辦城市等利害關係人之需求，活動安排均相當充實緊湊，卻缺乏讓與會者體驗在地文化及特色的機會，例如：當地購物、餐飲、娛樂等消費支出有限；而小型國際組織具備與利害關係人合作之彈性及空間，可依據主辦城市的特色訂定合適的會議主題，並透過會議尋求解決方案，創造雙贏效益。
4. 會議產業總會大多將目光聚焦在動輒千人的大型會議，然大型會議未必會為舉辦城市或業者創造預期的經濟效益或利潤，而 100 至 200 人規模的小型會議，較能展現小而美的優勢，為與會者帶來更深刻的會議體驗，並為舉辦城市創造經濟效益以外的好處。

(七) 哥本哈根講座

本課程由丹麥 ICCA 會員共同贊助，循例於年會最後一天上午舉行。本屆邀請北愛爾蘭知名講師及電台主持人 David Meade 主持，並以「Mind Your Business」為題，提出「決策（Decision making）」對團隊及個人的重要性，課程摘要如次：



主持人 David Meade 演講情形

1. 在提案簡報中，若提出 5 個選項時，應將最希望通過的選項放在第 3 順序，因第 1 選項通常不會通過，第 2 選項通常會過早下判斷，將決定保留到後面，第 4 選項以後人腦通常無法處理判定。
2. 在簡報中，如果有「好的訊息」及「壞的訊息」，壞訊息建議放在簡報開頭提早公布，因提早公布壞訊息，人腦會積極解決問題，放在簡報後段公布，可能會引起聽眾的情緒沮喪與不信任感。
3. 進行以說服為目的之簡報，若對象是長官或資深人員，應該由「宏觀而微」，因資深人員想先看到大方向；若對象較資淺，則應該「由小漸大」，因資淺人員多為執行者，應先提供執行面較細微的內容，獲取聽眾認同。
4. 若想說服對方聽從您的建議，應該「誘之以利」較有說服力，抑或「告知對方不照做的損失或危險」，建議採後者，通常人們對危機較容易有反應。
5. David Meade 建議每個人應勇於思考與表達新想法，且無須排斥不夠好的想法，因創意是以量取勝，有了數量足夠的新想法，才能夠找出或統整出真正好的創意。

三、與 ICCA 「協會夥伴計畫」成員交流

(一)ARP 計畫目的：ICCA 於 2016 年開辦「協會夥伴計畫（Association Partnership Program, ARP）」，透過積極促成國際組織投入更多資源

辦理協會型會議或邀請其於 ICCA 年會期間舉辦理事會，為 ARP 會員爭取會議商機。

(二)加入 ARP 計畫之權益：加入 ARP 年費為新臺幣 479,150 元，享有權益包括：於 ICCA 網站「協會型會員專區」露出 Logo 或連結、於 ICCA 年會中露出 Logo、於 ICCA 年會期間與 25 至 30 位國際組織重要成員交流（時間 1 個小時，ICCA 不保證出席人數）、協助發送廣宣資料予 ICCA 資料庫中之國際組織重要成員及使用 ICCA ARP Logo 之權利。目前 ARP 會員有：阿布達比旅遊局、杜拜旅遊局、卡達旅遊局、蘇格蘭旅遊局、紐西蘭觀光局、摩洛哥會展局、泰國會議展覽局、韓國旅遊協會、澳門貿易投資促進局、阿曼會展中心、烏拉圭 FLEXPO 會議公司等 11 個單位。

(三)參與本次年會之國際組織：ICCA 為積極替 ARP 會員尋找潛在商機，自 106 年起，積極洽邀國際組織高階代表參與 ICCA 年會，其中不乏具有會議地點決策權或影響力人士參與。今年與會之國際組織代表包括：飲食障礙學會執行長 Elissa Myers、中東場館管理學會會長 Alaa AlBoali、國際藥理促進學會共同主席 Martin N Jensen 及國際個案研究及應用學會主席 Hans Klein 等 40 位。ICCA 透過邀請該國際組織代表主持部分課程，並邀請其參與年會相關交流活動，促進其與 ICCA 年會會員互動交流。

(四)交流情形：ICCA 年會期間由本局及外貿協會 MEET TAIWAN 計畫人員與泰國會展局會議處長 Sutichai Bunditvorapoom 就加入 ARP 計畫效益進行交流，該處長表示，ARP 計畫洽邀之國際組織成員通常也會積極參與全球各大國際展覽，泰方對於國際組織重要人士已熟識，交流頻繁，尚無需透過加入 ARP 計畫建立連結，並表示 ARP 計畫帶來之潛在商機較有限，且入會費用昂貴，目前泰方仍持續評估繼續加入 ARP 計畫之必要性。

參、心得與建議

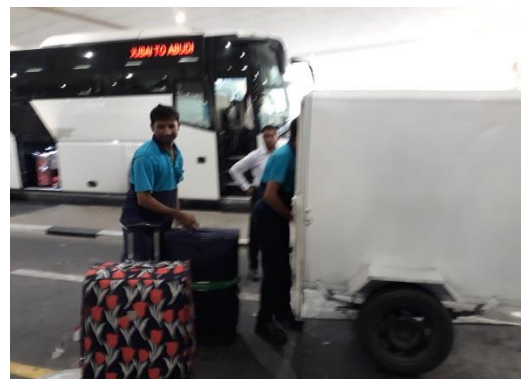
一、學習杜拜年會經驗，提升我國舉辦國際會議能力

透過參加本次 ICCA 杜拜年會，觀察主辦單位流程安排、空間設計、課程及活動規劃、交通動線及餐飲安排等各面向，汲取主辦單位辦理經驗，做為我國未來舉辦國際會議參考：

- (一)製作行前影片：大會透過製作 1 支約 4 分半鐘的動畫影片，提供與會者下載大會 APP 步驟及功能簡介、杜拜當地氣候、插頭型式、各項活動及晚會服裝建議、接送機資訊及飯店餐飲折扣等注意事項，利用簡單卡通動畫及口語，吸引與會者觀看，達到提醒及廣宣目的。
- (二)提供機場接送及諮詢服務：大會貼心安排工作人員進駐杜拜機場迎接來賓。來賓抵達杜拜機場進入入境大廳後，即可看見穿著顯眼舉起大會指示牌的工作人員主動向前關心詢問，並引導來賓搭乘接送專車，由專人專車接送至下榻飯店。另大會也在機場安排專人擔任窗口，提供來賓諮詢服務，讓初次到訪者免於慌亂。



工作人員機場迎接貴賓



機場專車接送

- (三)課程豐富、形式多元：本次年會課程包括會議產業趨勢研討、會議科技、未來會議發展、ICCA 資料庫相關課程、神經科學領域及企業經營相關領域等 45 個分組課程，讓與會者依其需求及興趣參加；課程座位規劃別具巧思，例如：改用懶人沙發、沙發椅、大小圓桌、高腳椅、木頭長板凳或用折疊椅圍成圓圈等，依據課程主題搭配不

同座位，方便與會者聆聽或進行分組討論，上課氛圍輕鬆有趣。



懶人沙發座位



大圓桌座位



沙發椅座位



圍成圓圈座位

(四)富特色的休閒空間：本次年會除規劃大小會議室，更規劃獨立的休息空間，提供與會來賓交流互動，休息區域設施多元有趣，例如：設置中東帳棚休息區、紀念品販賣區、桌球桌及手足球趣味機檯、VR 體驗區等；並設置懶人沙發、一般商務圓桌椅、方形椅及高腳桌等設備，並提供精緻水果、茶點及咖啡供與會者使用，讓與會者於分組課程空檔充分交流及休息。



中東帳棚休息區



紀念品販賣區



桌球桌



手足球趣味機檯



提供與會者姓名翻譯成阿拉伯文紀念卡



與會者與老鷹合影體驗

(五)運用 APP 提供大會活動及課程資訊：本次年會運用 APP 提供大會各項活動及課程資訊，與會者可製作客製化行程表，並具有與會者交流、填寫課程問卷及投票等功能，有利於與會者掌握大會相關資訊，便利性大幅提高。

二、分組課程課後心得

(一)綠色會展逐漸成為未來趨勢：近年來全球環保意識抬頭，綠色會展概念逐漸受到重視，本次年會僅提供限量單張紙本摺頁，落實環保與無紙化理念。本次年會課程講座不斷強調推動綠色會展之重要性，並宣導能減碳及環保永續概念，儘可能減少溫室氣體、廢棄物及資源浪費，以降低會展活動對環境可能造成的影響，建議未來持續推廣綠色會展理念，與國際接軌。

(二)課程跳脫傳統形式：本次年會部分訓練課程講座跳脫傳統框架，課程內容強調互動元素，座位安排多樣化，並採用特色桌椅，營造輕

鬆的上課環境。例如：講師隨時設計議題，請與會者立即尋找身旁朋友進行討論，並即時與講師對話溝通，幫助講師瞭解與會者想法及吸收程度；或講師設計情境劇，徵求現場與會者擔任表演嘉賓，表演者依據主題自由發揮，過程中台上台下歡笑聲不斷，趣味橫生；或由講師設計遊戲，鼓勵與會者上台和講師互動，讓與會者在遊戲中學習及體驗講師想傳遞的意涵，感受特別深刻。透過活潑有趣的上課方式，容易激發與會者學習興趣，大幅提升專注力及學習效率，建議未來舉辦會議、課程或講座，議程或課程設計更強化互動元素，提升辦理成效。

(三)簡潔的簡報風格成為主流：觀察本次年會課程及會議，特別強調互動交流的重要性，講師簡報風格大多改採簡潔模式，大量運用科技媒體素材，例如：音效、圖片、影片或極簡文字，希望透過生動活潑、簡單明瞭的簡報，提升聽眾的專注力，並強化講師與聽眾或聽眾間的互動交流，提升學習效率，建議納入會展人才培訓課程規劃參考，提升我國會展人士專業技能。

三、持續參與 ICCA 年會，掌握國際會議發展趨勢並行銷臺灣

每年 ICCA 年會均聚集全球會展業界領袖及專業人士共同參與，並規劃會展相關教育訓練、會議及活動，提供與會者吸取會展新知及互動交流機會。透過參加訓練課程，有助於吸取會展專業新知，瞭解未來國際會議發展趨勢；另本局贊助大會青年創意簡報競賽及大會識別證，達到宣傳「2020 年 ICCA 高雄年會」及行銷臺灣之目的。建議未來應持續參與 ICCA 年會，以利我國與 ICCA 及全球會議產業保持連結，並持續宣傳「2020 年 ICCA 高雄年會」。