

疫后行业恢复 调查表

调查和分析：国际专业会议管理协会

图表和设计：Point Five

今年三月以来，国际专业会议管理协会（PCMA）在全球范围内对商务活动行业展开了定期调查。最新进行的疫后行业恢复系列调查主要侧重于亚太地区，包括澳大利亚、新西兰、东南亚、中国、印度、韩国和日本。该地区内的各国在文化和语言方面呈现出较高的多样性，应对新冠疫情的经验也各不相同，包括疫情爆发的时间、政府的干预措施、病例数以及第二波疫情的影响等。

我们针对该地区的商务活动行业展开了史上最大规模的调查，共吸引 531 名商务活动行业专业人士（包括 342 名策划人员和 189 名供应商）参与。

活动策划人员

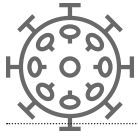
我们询问活动策划人员是否已在（或计划在）未来三个月内将原有的线下商务活动改设为线上进行：32% 的策划人员表示整个活动项目都将改为线上进行；46% 表示部分活动项目将改为线上进行，而 22% 表示将仅进行线下活动。

但是，大部分（超过 65%）策划人员表示：在未来六个月里，数字技术在商务活动中的应用将高度影响或严重影响他们的线下活动出席率。当被问及 2021 年的活动时，这个比例下降至 51%，表明策划人员认为线下活动的出席率将出现某种程度的恢复。

半数受访的策划人员认为，在国家级和国际大型活动得以举办前，地方性和区域性的小型活动将蓬勃发展；28% 认为小型线下活动将通过混合形式举办，而大型活动将增加线上参与渠道；其余受访者则认为人们将不愿意出差参加线下活动（16%），或者认为所有团体的线下会议需求都会减少（12%）。

尽管策划人员对于线下活动即将恢复持乐观态度，但仅就 2021 年的小型活动而言，超过一半（52%）受访者表示与 2019 年同期相比，新冠疫情导致其业务收入下降 75% 以上，另有约四分之一受访者表示其业务收入下降 51-75%。

40% 受访者表示 2021 年他们的业务收入将下降 25-50%，24% 预计他们的业务收入将下降 51-75%。更令人担心的是，10% 受访者表示明年他们的业务收入将下降 75% 以上。



受访者指出，在策划商务活动时，他们在财务方面遇到的最大困难将是开展混合形式商务活动的预算以及如何根据线下商务活动的预期出勤率制定预算。意料之中的是，接近四分之三（72%）受访者表示，设计良好的线上商务活动体验是成功策划商务活动所需的最重要技能。

在被问及2020年愿意出差参加商务活动的最远范围时，三分之二（60%）受访者选择了本国国内，10%选择了亚太地区范围内，仅有2%选择了可去往美国。

活动供应商

活动供应商方面，68%受访者认为在未来六个月内，数字技术在商务活动中更为频繁的应用将影响线下活动的出席率。然而，对于2021年线下活动的恢复情况，他们比活动策划人员略为乐观——40%受访者预计线上活动将影响线下活动，而活动策划人员的这一比例为51%。

43%的受访活动供应商表示，在国家级和国际大型活动得以举办前，地方性和区域性的小型活动将蓬勃发展；23%（活动策划人员的这一比例为28%）认为小型线下活动将通过混合形式举办，而大型活动将增加线上参与渠道。

2020年，新冠疫情对活动供应商的业务收入所造成的影响整体大于活动策划人员：66%的活动供应商表示其业务收入下降75%以上，而活动策划人员的这一比例为52%。

在行业恢复期间，要为成功策划商务活动做足专业准备，活动供应商表示他们需要制定最适合后新冠疫情时期的市场销售和营销方法（66%）、结合更为严格的卫生标准设计良好的线下商务活动体验（55%）以及设计良好的线上商务活动体验（44%）。

接近一半（48%）活动供应商表示他们在2020年愿意出差参加商务活动的最远范围是本国国内，但也有22%表示如果商务活动内容值得参加，无论多远都愿意去。17%表示愿意在亚太地区范围内出差，而表示可去往美国的比例则接近于零——仅有1%。

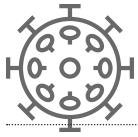
聚焦中国

在恢复预期方面，与亚太地区的受访者相比，中国的活动供应商和策划人员更加倾向于认为线下会议需求将会减少。

与此同时，与亚太地区的活动策划人员相比，中国策划人员似乎更有可能在短期内将原有的线下商务活动改设为线上进行，因为仅有12%的中国策划人员没有将线下活动改设为线上进行的计划，而亚太地区策划人员的这一比例为23%。部分原因可能是中国的整体网络基础设施较为完善，以及过去几年中数字技术在中国迅速普及（例如在活动现场采用人脸识别软件）。

中国活动策划人员和供应商对2021年经济遭受疫情影响的预期比亚太地区同行更为积极：仅有5%的中国活动策划人员和供应商预计2021年其业务收入将下降75%以上，而亚太地区活动策划人员的这一比例为10%，供应商为13%。这表明中国商务活动行业对活动的恢复更有信心，在恢复周期中也处在领先的位置。

最后，中国活动供应商愿意在本国国内出差参加商务活动的比例远高于亚太地区供应商：中国供应商的比例为75%，而亚太地区供应商的比例为47%。这表明中国人相信病毒已经得到控制，并且可以依赖中国庞大的国内市场。换言之，活动供应商对于前往亚太地区以外的目的地出差参加商务活动的需求减弱。



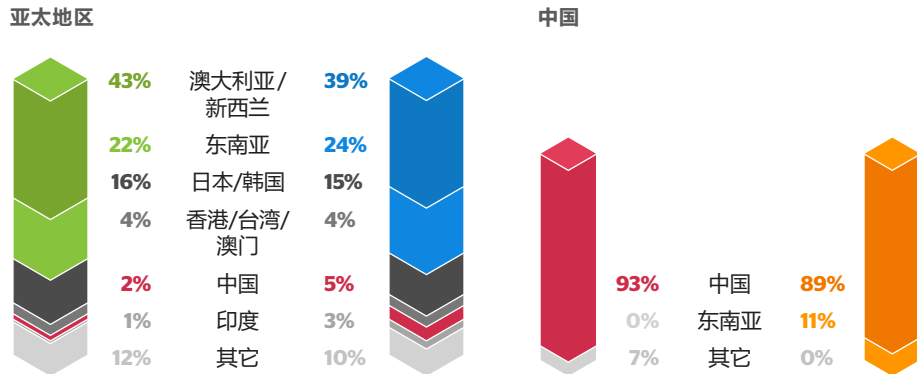
■ 亚太地区活动策划人员
■ 亚太地区活动供应商

■ 中国活动策划人员
■ 中国活动供应商

您在商务活动行业中通常担任哪种角色？



您主要在以下哪个国家或地区开展商务活动？

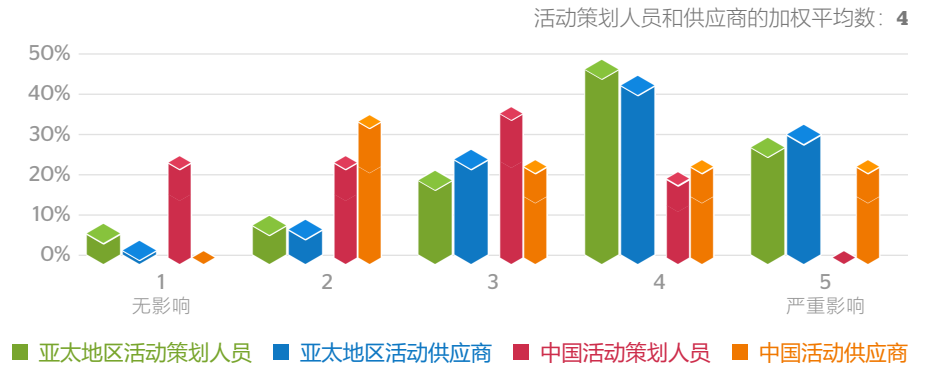


51%

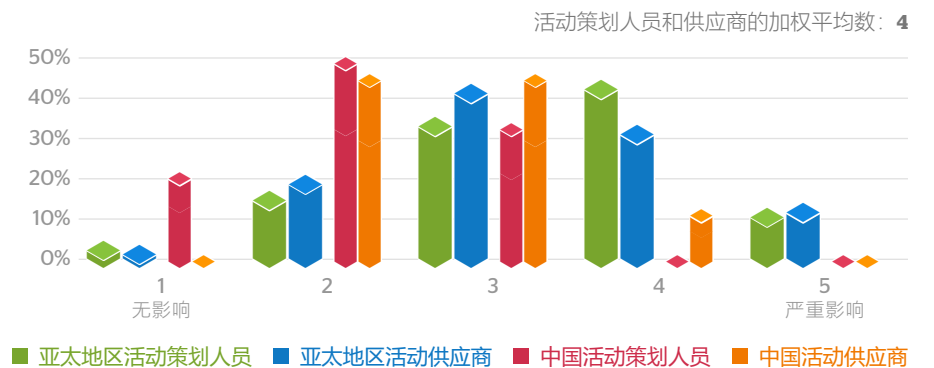
的亚太地区活动策划人员预计2021年数字技术的应用将高度影响或严重影响他们的线下活动的出席率。

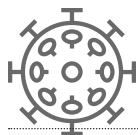


您认为在未来六个月内，数字技术在商务活动中更为频繁的应用将在多大程度上减少线下活动的出席率？（影响程度从1到5，其中1为无影响，5为严重影响）



您认为在2021年，数字技术在商务活动中更为频繁的应用将在多大程度上减少线下活动的出席率？（影响程度从1到5，其中1为无影响，5为严重影响）





■ 亚太地区活动策划人员
■ 亚太地区活动供应商

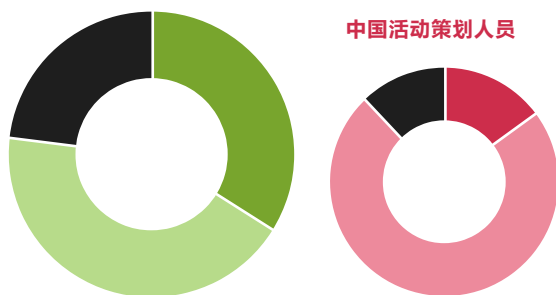
■ 中国活动策划人员
■ 中国活动供应商

您是否已在（或计划在）未来三个月内将原有的线下商务活动改设为线上进行？

您认为在此次疫情危机过后，就您所在的国家或地区而言，商务活动行业线下会议的恢复过程最有可能呈现下列哪种特点？

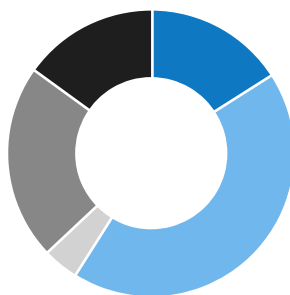
亚太地区活动策划人员

亚太地区活动策划人员



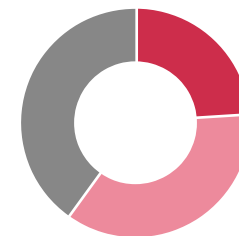
34% 是，整个活动项目都将改为线上进行。
43% 是，部分活动项目将改为线上进行。
23% 否。

亚太地区活动供应商



13% 所有团体的线下会议需求都会减少。
39% 在国家级和国际大型活动得以举办前，地方性和区域性的小型活动将蓬勃发展。
15% 人们将不愿意出差参加线下活动。
27% 小型线下活动将通过混合形式举办，增加了线上参与渠道，从而吸引更多观众。
6% 其它

中国活动策划人员



亚太地区活动策划人员观点

亚太地区活动供应商视角

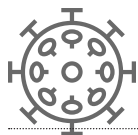
“公司不愿在今年或明年年初举办线下活动。没有哪一家公司希望因为出现危机或爆发疫情而登上头条。目前看来，大家都在等待中观望。但是，一旦危机过去，我们认为小型活动和部分线上活动将恢复举办，所需的供应商数量和管理时间将大幅减少。”

“我们国家的经济在各个方面都依赖于航空公司。在疫情得到控制之前，会议和商务活动将无法恢复举行。我们是一个完全依赖于航空公司的经济体，无论旅游业还是商务活动行业，在想办法推动航空业恢复稳定和服务之前，经济只会停滞不前，也没法指望会议和商务活动业务产生任何效益。”

“活动将通过混合形式举办。能够或愿意出差参加线下活动的人将开始出差，而其他人则将通过线上方式参与。”

“有了线上参与渠道之后，所有团体的线下会议需求都会减少。”

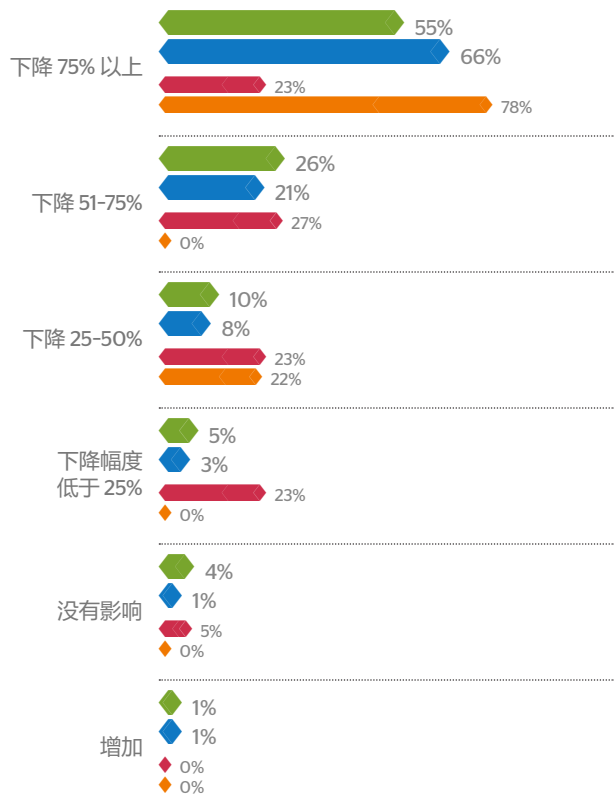
“需求减少的情况确实存在，我们预计出席会议的人数将比最初的预期有所减少。”



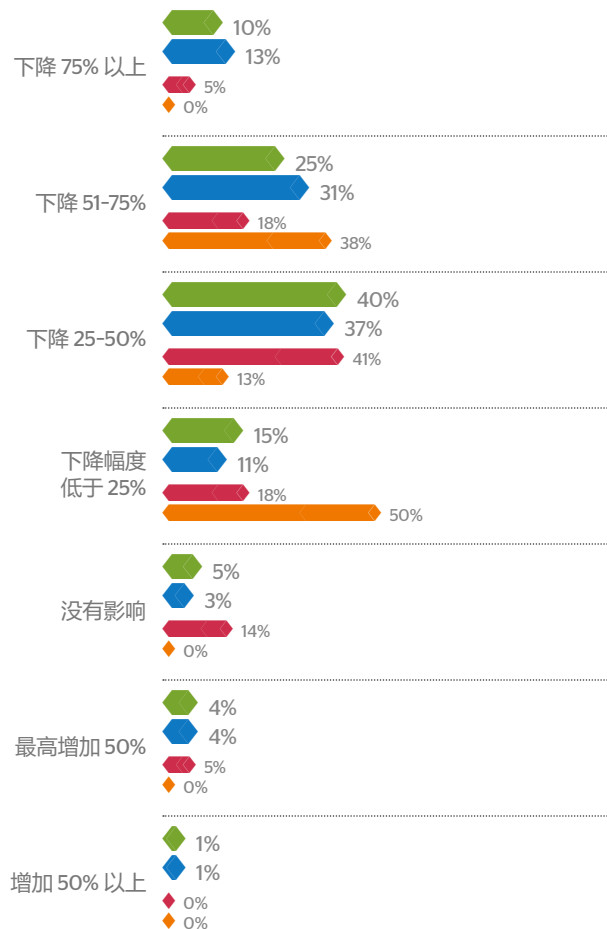
■ 亚太地区活动策划人员
■ 亚太地区活动供应商

■ 中国活动策划人员
■ 中国活动供应商

与2019年同期相比，您认为在2020年剩余时间内，新冠疫情对您的商务活动业务收入的整体影响有多大？



您认为新冠疫情将对您2021年的商务活动整体业务收入产生多大的影响？

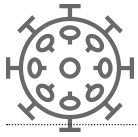


66%

的亚太地区活动供应商预计2020年剩余时间内业务收入将下降75%以上；预计2021年业务收入将出现同等幅度下降的比例仅为13%。

78%

的中国活动供应商预计2021年剩余时间内业务收入将下降75%以上；预计2021年业务收入将出现同等幅度下降的比例为零。



■ 亚太地区活动策划人员
■ 亚太地区活动供应商

■ 中国活动策划人员
■ 中国活动供应商

在未研发出针对新冠病毒的治疗方法或疫苗的情况下，假设没有财务限制或出行限制，您在2020年愿意出差参加商务活动的最远范围是？

您认为您在2021年策划商务活动时，财务方面遇到的最大困难将是什么？（请将下列表述按难度从高到低排序，1表示难度最高，7表示难度最低。）

亚太地区活动策划人员



如果商务活动内容值得参加，无论多远都愿意去	25%
可去往美国	0%
可去往欧洲地区	5%
亚太地区范围内	5%
亚洲范围内	15%
本国国内	50%

中国活动策划人员



亚太地区活动供应商



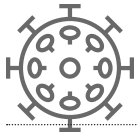
如果商务活动内容值得参加，无论多远都愿意去	13%
可去往美国	0%
可去往欧洲地区	0%
亚太地区范围内	13%
亚洲范围内	0%
本国国内	75%

中国活动供应商



■ 亚太地区活动策划人员 ■ 中国活动策划人员

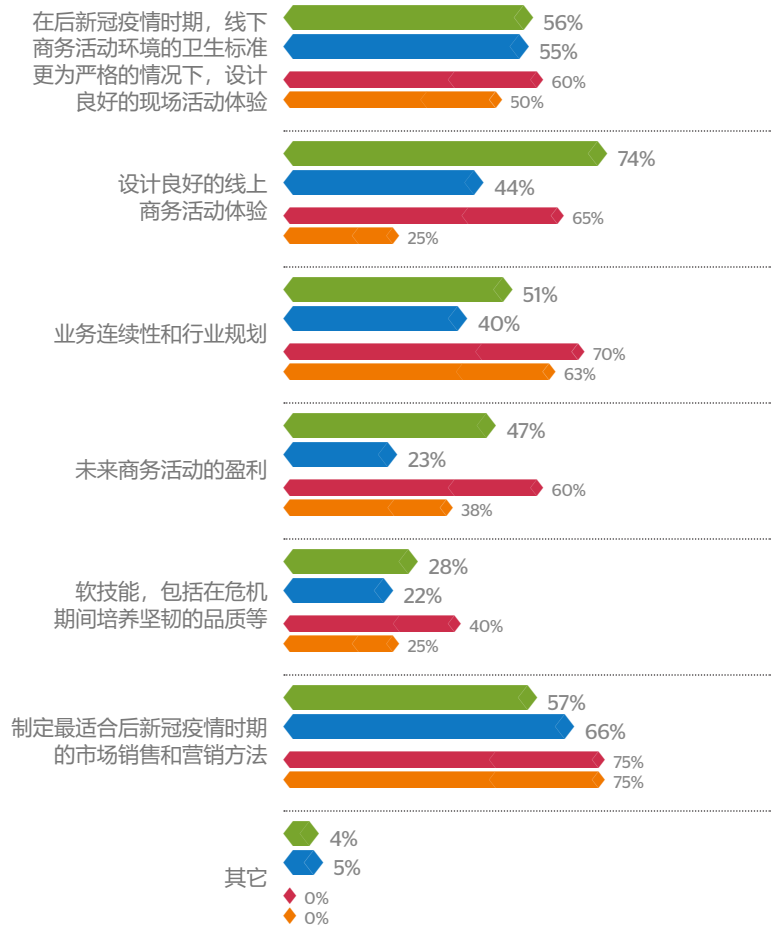




■ 亚太地区活动策划人员
■ 亚太地区活动供应商

■ 中国活动策划人员
■ 中国活动供应商

您认为在行业恢复期间，需要学习/发展哪些新技能，才能为成功策划商务活动做足专业准备？（请选择所有适用项。）



74%

的亚太地区活动策划人员表示，设计良好的线上商务活动体验是他们成功策划商务活动的必要技能。

56%

的亚太地区活动策划人员认为，在后新冠疫情时期，设计良好的现场活动体验是需要学习的技能。

亚太地区活动策划人员观点

“（我们需要）学习如何向客户营销商务活动，如何让他们相信我们能够安全地举办活动，以及我们可以采取哪些预防措施来尽量降低风险。还要学习万一有人在出席活动期间感染新冠病毒，我们将如何处理保险/索赔/追责事宜。谁要负责？可以起诉或者索赔吗？等等。”

亚太地区活动供应商视角

“设计高度虚拟化的现场检查程序。”