



确定了会议的承办任务后，我感觉到身上的担子很重。受2019年底至2020年初暴发的新冠疫情影响，国内外学术会议举办受到巨大的冲击。国内外会议举办数量急剧下降，在会议总量下降的同时，平均参会人数自2019年后也呈现直线下滑的情况。一方面各地受阵发性疫情影响，流动性时常被突然遏制或阻断，造成出行计划的不确定，甚至熔断，实际参会人数减少。另一方面，规模型会议受到各地政府部门的严格管控，审批严格，造成大中规模会议大量减少。

本次会议从2019年底开始发放通知，但会议通知内容不断更新，直至2020年10月按照要求在控制线下人数的情况下，小范围召开。在参会人员安排上，需要无锡健康码，以及48小时内核酸检测证明等，在无锡落地出火车站或机场也需要做核酸检测等等，增加了对参会人员的信息统筹，以及对入锡政策的及时通知，同时部分地区也因疫情情况无法参会等，存在着诸多的实时性变化，也增加了会议筹备期的难度。

我自2014年由江南大学全球招聘担任商学院院长以来，便着力打造围绕品牌方向的研究团队，团队始终秉持“让优秀成为一种习惯”的理念。从获得会议承办资格到会议圆满闭幕，团队上下思想一致，行动一致，取得了突破性创举。如今回想起来，也颇觉自豪：首先，会议得到江南大学校领导的高度重视，江南大学校长、中国工程院院士陈卫教授出席开幕式。其次，受疫情特殊性影响，本次年会采用线上和线下相结合的方式举办，这也是CMAU历史上首次线上直播，最终实现线下参会人数82人，线上注册440人，来自179所高校，仅在10月7日当天线上会议的累计观看人次达到11098人次，规模达到了线下会议无法比拟的水平，为今后的年会举办探索出了新的路径。最后，江南大学品牌团队的老师和同学们在会议前、中、后期进行了大量周到细致的工作，为线下参会人员提供宾至如归的“全流程”会议服务，得到了与会专家的交口称赞。



开幕式参会嘉宾合影

记得当时要开线上会议直播，团队的老师和同学都很紧张，因为大家都没有做过，完全一窍不通啊！可谓面临前所未有的困难局面，具体表现在以下几个方面。

(1) 作为首个大型线上会议直播单位，从会议直播的技术应用，到整体流程管理，我们没有直播经验可供参考，需要团队的老师和同学从直播的基本原理开始学习与探索。

(2) 大会设有若干专家交流平行论坛和各主题论文平行论坛，所有平行论坛的直播活动都需要从技术平台的搭建、设备到人员的配置进行单独管理，这就需要协调配合每个平行论坛的硬件、网络以及直播人员。因此，这给整体会议组织安排与任务分配带来很大困难。需要通过周密的规划与高效的执行，才能妥善解决这一难点。

(3) 直播过程中一旦出现纰漏，如直播效果不佳、画质差、声音断断续续，将直接影响观众的参会体验和会议进程，大大降低会议信息传播和互动的效果，这对从事此任务的人员提出了更高标准的素养与操作要求。

为此，团队成立专门的直播领导小组和大会主会场，以及各个平行论坛分会场直播小组，解决存在的困难。

(1) 直播领导小组的人员投入了大量时间，系统地研究学习各主流直播平台和软件的技术原理以及实际操作细节。利用江南大学刚刚建成投入使用多媒体会议室硬件设施，进行了多次全面的技术测试和实地应用。通过实践探索与不断尝试，终于找出了最能满足需求并发挥当前条件作用的技术方案。

(2) 直播领导小组对每一位负责平行论坛直播任务的工作人员进行了系统的操作培训，以确保后续在实际操作中，都能熟练和高效地掌握直播所需软件的各种功能操作细节。

(3) 直播领导小组反复进行现场模拟和技术测试，对各种可能出现的异常情况预设了应急处置方案，并在培训中对各小组工作人员进行详细的解说指导，有效提升了队伍的整体预案素质和应变能力。

会议当天，直播组的王焕璋老师带着同学们，一丝不苟地盯着线下和线上，善始善终坚守在直播一线，为了会议的顺利进行，甚至中午连吃盒饭都来不及吃，就去检测设备。总之，精心和科学的准备为与会专家学者们呈现了特别顺畅的线上线下直播。会议结束后，我们团队的直播小组还为 CMAU 其他的会议直播以及后续的办会单位提供了技术援助和指导。

除了直播上的创举，我们在这一次会议承办中，给大家留下深刻印象的还有宾至如归的“全流程”会议服务。我们并不是专业的会务公司，但秉承着将心比心的服务理念，团队的会议服务却让参会人员体验到五星级的贴心和周到。

(1) 会前我们进行了多次的会务培训与礼仪指导。志愿者接待的核心是管理参会嘉宾的行程，包括了解嘉宾们到达/出发时间、所乘交通工具及行程安排，并提

供突发状况下的指导。例如，处理参会嘉宾的火车、航班延误或交通堵塞等情况，以确保嘉宾安全顺利抵达。我们设立志愿者小组和各组负责人，协调小组内的志愿者工作，并保持与志愿者紧密沟通，及时了解志愿者的接待进程和问题。团队教授商务礼仪的吴媛媛老师专门对负责接待的同学进行了会议礼仪培训，并从淘宝网上租了12套制服作为工作服，以至于有参会的老师悄悄问服务的研究生志愿者是不是来自酒店的专门礼仪人员。

(2) 高品质的一对一接送服务。考虑到会议举办时间在10月，我们为每位嘉宾准备了热茶水和水杯。志愿者穿着统一的服装，携带热水壶、水杯，在嘉宾抵达时提供温馨的服务，使参会人员抵达无锡的时候就感受到会务组的温暖和宾至如归。秉持着“谁接谁送”的原则，会议结束后主动联系嘉宾送嘉宾至返程车站或机场，让嘉宾始终感觉到家人般的温暖。同时为参会人员准备了礼品：价值2299元的江苏今世缘酒业股份有限公司国缘V9。在此也特别感谢今世缘集团对本次会议的鼎力支持。

总体而言，我们充分意识到参会人员的接待在会议筹备中的重要性，并贯穿于整个会议。良好的志愿者培训和会前物资准备将有助于会议流程的无缝衔接、高效运作，营造积极的会议氛围，增强会议的专业性，给与会者留下良好的印象，从而提升中国高等院校市场学研究会会议举办方和承办方的口碑与影响力。

本次会议不仅扩大了年会的宣传范围，而且在确保安全的前提下，呈现了一场精彩的学术盛宴！此次会议在无锡市电视台、澎湃新闻、中国教育在线、中国教育发布、《江南晚报》、好看视频、中国工商教育、中国高等院校市场学研究会公众号等媒体上发布和转载。

最后，由衷感谢中国高等院校市场学研究会在过去40年中为中国营销学者打造了一个共同的家园，为促进我国营销学科的发展和培养营销人才作出了无可估量的贡献。感谢中国高等院校市场学研究会过去40年中举办的学术盛宴，为营销学者和营销学子提供了宝贵的学术交流平台。未来，我们将继续携手中国高等院校市场学研究会，共同努力，坚定向前，为营销学科的进步和发展贡献力量！

(滕乐法 中国高等院校市场学研究会副会长，江南大学商学院前院长、教授)