

# 活动管理知识体系 (EMBOK)

EVENT MANAGEMENT BODY OF KNOWLEDGE

主编 王春雷

中国旅游出版社

普通高等教育会展经济与管理专业“十三五”应用型规划教材



# 活动管理知识体系 (EMBOK)

EVENT MANAGEMENT BODY OF KNOWLEDGE

主编 王春雷

中国旅游出版社

项目策划：段向民  
责任编辑：李志忠  
责任印制：谢雨  
封面设计：姚鸿飞

---

图书在版编目(CIP)数据

活动管理知识体系(EMBOK)/王春雷主编. —北京:  
中国旅游出版社, 2018.9

普通高等教育会展经济与管理专业“十三五”应用型  
规划教材

ISBN 978-7-5032-6106-0

I. ①活… II. ①王… III. ①活动—组织管理学—高  
等学校—教材 IV. ①C936

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第215474号

---

书 名：活动管理知识体系(EMBOK)

---

作 者：王春雷 主编

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail:cttp@mct.gov.cn

营销中心电话：010-85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京明恒达印务有限公司

版 次：2018年9月第1版 2018年9月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：15.5

字 数：306千

定 价：39.80元

I S B N 978-7-5032-6106-0

---

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与营销中心联系调换

# 普通高等教育会展经济与管理专业“十三五” 应用型规划教材编审委员会

## 主 任

王春雷 上海对外经贸大学

## 副 主 任

杨 琪 天津商业大学

刘春章 东华大学

刘立众 河南礼之舞文化传播有限公司

## 委 员 (按姓氏笔画排序)

丁 烨 上海对外经贸大学

卢 晓 上海师范大学

卢新新 三亚学院

李 玺 澳门城市大学

李晓云 上海师范大学

李晓莉 广州大学

李艳霞 上海对外经贸大学

杨荫稚 上海师范大学

庞 华 华南理工大学

泮秀芬 上海师范大学

雨 阳 西安欧亚学院

胡杰明 东华大学

姚鸿飞 北京师范大学珠海分校

殷晓茵 云南民族大学

程静静 黄山学院

蓝 星 上海对外经贸大学

# 总序

组织编写这套丛书，是我很久以来的一个愿望。2005年，受当时的工作单位上海师范大学旅游学院资助，我有幸到美国乔治·华盛顿大学（GWU）访学半年，时间虽短，但信息摄入量极大，更重要的是让我开阔了视野，这对我后来的研究兴趣及在会展教育领域的思考和探索产生了深远的影响。从那时起，我开始用“活动”的框架来观察和理解会展业，并逐渐将活动思维应用到会展教育教学改革中。

在GWU访学期间，在Larry Yu教授的帮助下，我选修了会议与展览会管理（Conferences & Expositions）、体育赛事营销（Sporting Events Marketing）和特殊活动与媒体管理（Special Events and Media Management）等课程，并有机会旁听了国际旅游研究院推出的活动管理证书（EMC）的3门培训课程：活动营销（Event Marketing）、展览会管理（Trade Show Management）和婚礼工作坊（Wedding Workshop）。

EMC是面向业内人士的继续教育项目，为获得该证书，学员必须修完4门必修课和3门选修课，参加时长100小时的实践，并按要求提交一份完整的报告。4门必修课分别为“活动协调”（Event Coordination）、“活动营销”（Event Marketing）、“活动风险管理”（Risk Management）和“最佳实践”（Best Practices），每门课是1.2个继续教育学分（CEU）；选修课主要有“会议”（Meetings & Conferences）、“展览会管理”（Trade Show Management）、“体育赛事管理”（Sport Management）、“餐饮服务”（Catering）、“婚礼工作坊”（Wedding Workshop）、“融资与赞助”（Fundraising & Sponsorship）、“活动礼仪”（Event Protocol）、“活动娱乐”（Event Entertainment）及“绿色会议与活动”（Green Meetings & Events）等课程，每次开设的选修课不同，两天的课1.2个CEU，学员要获得3.6个选修课学分。这一体系为我们设计本套丛书的书目提供了很好的参照。

本套丛书是国内第一套按活动管理思维来打造的会展专业教材。其基本设计思路是将整套教材分为3个部分：第一部分是活动管理的基础知识，主要书目包括《活动产业概论》《活动管理知识体系（EMBOK）》《节事活动赞助》《活动风险管理》及《活动研究方法》。细心的读者可能已经发现，丛书中第一本是《活动产业概论》，我们这样做的目的是让广大读者理解不同学者对会展和活动的不同解释，这也是“会展学”（Even-

tology) 或“活动研究”(Event Studies) 处于前科学阶段的一种表现; 第二部分是不同类型的策划与组织原理及实务, 涉及会议、展览会、奖励旅游、体育赛事、公司活动、婚礼、宴会等领域; 第三部分是支持各类活动管理的相关内容, 涵盖场馆经营与管理、活动场景设计与布置、活动礼仪等。

策划这套丛书并组织教育界的精英力量来编写, 还源于我们对会展和活动产业发展的观察。2006年4月, 原国际展览管理协会(International Association for Exhibition Management, IAEM) 在其官方杂志 E2 上刊载了一篇文章——《展览会+活动=展览业的未来》(*Exhibitions + Events = Designing the Future*), 同年12月, 该协会正式更名为“国际展览与活动管理协会”(International Association for Exhibition and Events, IAEE)。IAEM 在新的战略规划中将活动(Events) 明确列入组织使命中, 标志着美国展览业将展览会与营销活动进一步融合。为了展望展览业发展的未来, IAEE 董事会专门成立了一个“未来趋势特别小组”(Future Trends Task Force)。该特别小组2014年的报告名为《2014年白皮书: 影响展览和活动产业发展的未来趋势》(*2014 White Paper—Future Trends Impacting the Exhibitions and Events Industry*), 明确将 Exhibitions and Events Industry 相提并论, 这就好比目前我们在很多场合提“会展与活动产业”一样。

2017年4月, 美国会展和活动行业的权威机构“会议产业委员会”(Convention Industry Council) 正式更名为“活动产业委员会”(Event Industry Council)。Event 作为一个包容性更强的基础词汇, 能够把会议、展览会、公司活动、奖励旅游及婚庆等不同领域的力量聚集在一起, 这有助于提升整个会展业和活动产业的地位和影响力。

在我国, 中国会展经济研究会(CCES) 也于2013年将英文名称的缩写改为 CCEES, 其中, 第二个 E 就是活动(Event)。

综合分析会展学科、会展教育教学及会展产业发展的趋势, 我们觉得非常有必要用活动管理的思维和框架来策划和编写一套专业书籍。借此机会, 我还希望与读者朋友们就几个基本问题做些沟通。

## 一、是会展, 还是活动?

关于会展的定义和专业术语问题, 早在12年前, Ladkin (2005) 就明确提出, 尽管 MICE 业(注: 为体现原文, 此处没有翻译) 的发展和重要性已经得到公众的广泛认同, 但在大多数数据中, 并没有包含奖励旅游和展览, 因而其结果必将误导和掩盖该产业的真正价值。因此, 一开始, 在 MICE 业中出现不同的定义并不会令人感到奇怪, 只要每一个定义能够清晰阐述所表达的信息即可, 定义上的不同并不会引起误解。其实, 更重要的是要认识到由于定义的不同而有可能带来数据可比性方面的问题。

我非常同意 Ladkin 的观点，但个人觉得在概念上还界定得不够清晰。其实，和中文中对“会展”的解释一样，即使同样对于“MICE”，国外业界也有不同的看法。一种观点认为，MICE 分别代表 Meeting, Incentive, Convention 和 Exhibition，也有人认为，最后的“E”是 Events。

针对概念不一的问题，比较好的做法是清晰界定研究对象的边界。例如，2015 年，联合国世界旅游组织（UNWTO）和欧洲旅游委员会（ETC）联合发布了一份名为《会议和奖励旅游组织者的决策过程》（*The Decision-making Process of Meetings, Congresses, Conventions and Incentives Organizers*）的报告。与美国会展业委员会（CIC，注：现已更名为 EIC）的观点基本相同，该报告明确提出完整的会展业（MCCL/Meetings Industry）由 4 部分组成：协会会议和大会，公司活动，奖励旅游和展览（图 1）。UNWTO 和 ETC 同时提到，Meetings Industry 有时候被称为 MICE Sector，即 meetings, incentives, conferences and exhibitions，本报告只讨论前三个组成部分。

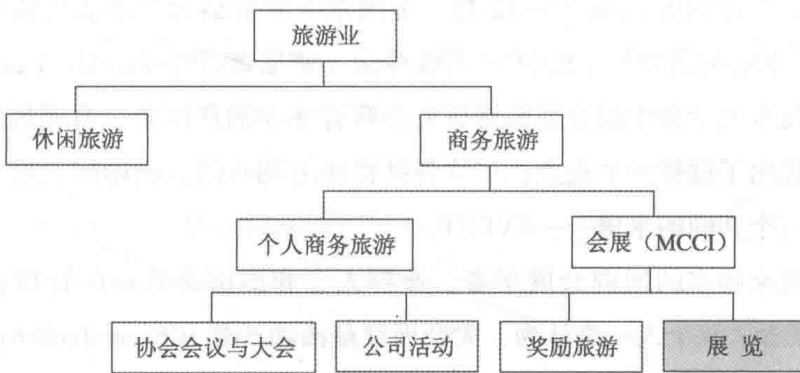


图 1 旅游产业框架下会展业（Meetings Industry）的组成

我曾经在一篇小文章——《一种理解会展基本概念的脉络：活动—节事活动—商务活动—会展》中提出，为了更好地理解会展的相关基本概念，从大到小，我们是否可以遵循一种脉络：活动—特殊活动—商务活动—会展？这里的“会展”是指商业性的会议和展览会，属于狭义的“会展”。

在上述几个概念中，“活动”的含义最广。但需要注意的是，人们一般所提的“活动”是指那些经过精心策划、目标明确的特殊活动（Special/Planned Events）。按照不同的标准，可以将活动划分为不同的类型。在各种划分方式中，我们要特别注意以活动内容标准的划分。早在 20 年前，国际著名节事活动和节事旅游学者 Getz（1997）根据活动内容的不同，把经过事先策划的活动（Planned Events）分为以下 8 种基本类型：

- (1) 文化庆典，包括节日、狂欢节、宗教事件、大型展演、历史纪念活动等。

- (2) 艺术娱乐活动，主要包括音乐会、文艺展览、授奖仪式和其他表演。
- (3) 会展及商贸活动，如会议、展览会/展销会、博览会、广告促销、募捐/筹资活动等。
- (4) 体育赛事，主要包括职业比赛、业余竞赛和商业性体育活动。
- (5) 教育与科学活动，包括研讨班、专题学术会议、学术讨论会等。
- (6) 休闲活动，包括演唱会、游戏和趣味体育、娱乐活动。
- (7) 政治/政府活动，包括就职典礼、授职/授勋仪式、贵宾VIP观礼、群众集会。
- (8) 私人活动（个人庆典，如周年纪念、家庭假日、宗教礼拜等；社交活动，如私人舞会、家庭聚会、同学/亲友联欢会等）。

Wagen (2004) 也有类似划分，他将活动分为体育、娱乐、文化和艺术，市场营销和促销、会展、节日庆典、家庭活动以及筹资活动等类型。由此可见，会展与商贸活动只是其中的一种。

或正是出于上述原因，2008年12月，美国东卡罗来纳大学酒店与旅游管理学院教授、《会展与节事旅游研究》(JCET) 主编乔治·费尼奇 (George G. Fenich) 博士在出席由上海应用技术大学和中国会展经济研究会联合主办的世博会·会展教育与研究国际研讨会时明确提出了这样一个观点：尽管各种提法五花八门，但国际会展学术界和业界都倾向于使用一个共同的术语——EVENT。

近几年，越来越多的国内会展学者、业界人士和城市会展业的管理者都开始认同“大会展”的概念。我个人一直认为，大会展就是活动产业 (Event Industry)。但一个比较大的问题是“会展业”的提法在国内已经约定俗成，在一定程度上限制了人们对会展的认识。会展业的产业地位和就业形象要提高，需要放大其平台作用和社会价值。近年来，很多会展业界人士在大谈“互联网+”，其实，“会展+”或“活动+”也是一种思维方式。

另外，我们还要特别关注一种现象——在大会展业内，各领域之间的融合越来越明显。以展览会为例，相对公司活动而言，贸易展览会 (Trade Show) 显得更加成熟，不仅得到很多专业协会和企业的支持，而且已经形成了不少代表性的理论和研究报告。然而，近几年，展览会和公司活动之间的关系正在发生微妙的变化。《贸易展览会与活动营销：规划、促销与利润》(Trade Show & Event Marketing: Plan, Promote & Profit) 一书的作者鲁斯·史蒂芬 (Ruth P. Stevens) 认为，不仅展览会和其他买家—卖家活动 (Buyer-seller Events) 之间的差异越来越难以区分，而且各种形式多样的活动在功能和内容上彼此交叉，这使得对活动的分类也更加困难。



## 二、从活动管理知识体系到会展经济与管理知识体系

2009年,美国会展业委员会(CIC)和加拿大旅游业人力资源委员会(CTHRC)、国际会议专家联盟(MPI)合作,完成了会展管理和运营岗位分析(Job Analysis),然后结合CTHRC的《国际会展管理能力标准》(Event Management International Competency Standard),MPI的《会展和商务活动从业人员能力标准》(Meetings and Business Events Competency Standard,简称MBECS)以及CIC的《注册会展专家能力标准》(CMP Blueprint)等三个标准,于2012年发布了“注册会展专家国际标准”(CMP International Standards,简称CMP-IS),具体描述了会展从业人员需要具备的106项专业技能。

2014年4月,《CIC工作手册(第九版)》(CIC Manual 9th Edition)一书出版。该书是CMP考试的推荐用书,主要依据CMP-IS来编写。

### 1. 两个有影响的活动管理知识模块框架

CMP-IS由10个知识模块(Domains)、30项技能(Skills)和106项子技能(Sub Skills)构成。其中,10个知识模块如下:

- ①战略规划(Strategic Planning) 16%
- ②项目管理(Project Management) 15%
- ③风险管理(Risk Management) 8%
- ④财务管理(Financial Management) 10%
- ⑤人力资源(Human Resources) 3%
- ⑥利益相关者管理(Stakeholder Management) 8%
- ⑦会展/活动策划(Meeting or Event Design) 16%
- ⑧场地管理(Site Management) 12%
- ⑨市场营销(Marketing) 11%
- ⑩职业化(Professionalism) 1%

注:上述每个模块后的百分比为CMP考试中该模块所占的分值比例。

其实,最值得深读和掌握的是在每一类子技能(Sub-skill)下对应的知识与能力。例如,在知识模块A(战略规划)下有3项主要技能,即会展和活动的战略计划管理;制订会展和活动的可持续发展计划;制定会展和活动的长期商业计划,其中,技能1是“会展和活动的战略计划管理”(Manage Strategic Plan for Meeting or Event)。技能1又由5项子技能组成,子技能1是“制定会展和活动的使命、目标和目的”(Develop Mission Statement, Goals and Objectives of Meeting or Event)。

MPI 认为，在会议和商务活动领域，随着知识的积累和能力的提高，一个会展从业人员将在角色和责任上逐渐取得进步。为此，MBECS 将会议和活动专家的责任分为三种依次递进的工作角色，即协调（Coordinate）、管理（Manage）和指挥（Direct）。MBECS 描述了会展行业中所有相关专业人员应具备的能力，而不仅仅是某一个单一的岗位。它把一个会议和活动专家应该具备的知识、技巧和能力（KSAs）分成 12 个知识模块（Domains/Blocks），共计 33 项技巧（Skills）和 140 项子技巧（Sub-skills），如表 1 所示。

表 1 MBECS 知识和技能对照检查表

知识模块/Domain	技巧/Skill	子技巧/Sub-skills	是否包含 这项内容	处于什么水平?	
				知识水平	技巧水平
A. 战略规划/ Strategic Planning	1. 会议或活动的 战略规划管理	1.1 明确使命、目标和目的 1.2 可行性分析 1.3 分析实施要求 1.4 制定财务概要 1.5 监控战略规划			
	2. 制订可持续发展 发展计划	2.1 执行可持续发展管理计划 2.2 展示环境责任			
	3. 测量价值	3.1 制订评估计划 3.2 测量投资回报率（ROI） 3.3 评估/审计 3.4 评估风险管理计划的有效性			
B. 项目管理/ Project Management	4. 制订会议/活 动项目计划	4.1 制订项目计划 4.2 制订质量标准、政策和流程 4.3 开发活动主题 4.4 制订采购计划 4.5 建立里程碑和关键路径 4.6 制订综合沟通计划 4.7 制定评估/审计程序			
	5. 管理会议/活 动项目	5.1 管理关键路径 5.2 合同管理 5.3 管理会议/活动的运行			
C. 风险管理/Risk Management	6. 制订和执行风 险管理计划	6.1 识别风险 6.2 风险分析 6.3 制订风险管理及实施计划 6.4 制订和实施应急计划 6.5 安全安排			

续表

知识模块/Domain	技巧/Skill	子技巧/Sub-skills	是否包含 这项内容	处于什么水平?	
				知识水平	技巧水平
D. 财务管理/ Financial Management	7. 财务资源开发	7.1 管理赞助过程 7.2 管理捐赠过程 7.3 管理项目融资过程 7.4 管理注册登记过程			
	8. 预算管理	8.1 制定预算 8.2 建立定价体系 8.3 制定财务控制程序 8.4 管理现金流 8.5 监测预算绩效 8.6 修改预算			
	9. 管理货币交易	9.1 建立现金交易程序 9.2 监控现金交易程序			
E. 行政管理/ Administration	10. 执行行政管理任务	10.1 协调办公室管理 10.2 管理信息系统 10.3 撰写报告			
F. 人力资源管理/ Human Resources	11. 人力资源规划管理	11.1 确定人力资源需求 11.2 建立人力资源政策和程序 11.3 制订培训计划 11.4 监控人力资源计划			
	12. 获得员工和志愿者	12.1 制定选择标准 12.2 招募新员工和志愿者 12.3 面试应聘者 12.4 选择最合适的候选人并提供具体岗位			
	13. 培训员工和志愿者	13.1 提供方向 13.2 提供培训			
	14. 管理员工关系	14.1 监督员工和志愿者 14.2 激励员工和志愿者 14.3 管理团队 14.4 评估人员 14.5 工作终止和辞职			
G. 利益相关者管理/ Stakeholder Management	15. 管理利益相关者关系	15.1 识别利益相关者 15.2 评估利益相关者 15.3 利益相关者分类 15.4 管理利益相关者的行为 15.5 管理与利益相关者的关系			

续表

知识模块/Domain	技巧/Skill	子技巧/Sub-skills	是否包含 这项内容	处于什么水平?	
				知识水平	技巧水平
H. 会议或活动设计/ Meeting or Event Design	16. 活动设计	16.1 确定活动的构成要素 16.2 选择活动内容和举办形式 16.3 对活动要素的结构和顺序进行安排			
	17. 演讲嘉宾和表演者管理	17.1 确定活动对演讲嘉宾和表演者的要求 17.2 制定选择标准 17.3 选择候选人 17.4 订立合同并做好期望沟通			
	18. 协调餐饮服务	18.1 确定餐饮服务要求 18.2 选择菜单 18.3 计划服务风格 18.4 选择餐饮供应商 18.5 酒水服务管理			
	19. 环境设计	19.1 明确功能要求 19.2 选择装饰物与家具 19.3 协调会议或活动的标识系统			
	20. 技术管理	20.1 确定舞台和技术设备的要求 20.2 舞台和技术设备的获得 20.3 安装舞台和技术设备 20.4 监督技术设备管理			
	21. 制定观众/与会者流动管理计划	21.1 开发门禁/准入系统 21.2 选择人流管理技术 21.3 协调住宿和交通安排 21.4 礼仪要求管理			
I. 场地管理/ Site Management	22. 选择场地	22.1 确定场地的规格 22.2 场地检查			
	23. 设计场地布置	23.1 设计现场布置			
	24. 会议/活动现场管理	24.1 制订搭建与拆除物流计划 24.2 现场布置 24.3 会议/活动期间的现场监控 24.4 现场拆除			
	25. 现场沟通管理	25.1 建立沟通框架 25.2 确定和获取所需的沟通设备及资源 25.3 制定具体的沟通程序和协议			

续表

知识模块/Domain	技巧/Skill	子技巧/Sub-skills	是否包含 这项内容	处于什么水平?	
				知识水平	技巧水平
J. 市场营销/ Marketing	26. 管理营销计划	26.1 进行情景分析 26.2 确定目标市场细分 26.3 制定会议或活动的品牌策略 26.4 选择分销渠道 26.5 制定整合营销策略 26.6 实施营销计划			
	27. 管理营销资料	27.1 确定活动所需的营销资料 27.2 营销资料的内容设计 27.3 制作营销资料 27.4 分发营销资料			
	28. 产品管理	28.1 确定产品设计及规格 28.2 确定价格 28.3 控制品牌的完整性 28.4 产品生产 28.5 产品发布 28.6 对接旅游接待			
	29. 会议或活动 促销	29.1 制订广告计划 29.2 举行交叉促销活动 29.3 举行竞赛 29.4 协调各种促销活动			
	30. 公共关系管理	30.1 制定公共关系策略 30.2 有助于宣传计划 30.3 发展媒体关系 30.4 有助于宣传计划的实施 30.5 管理危机和争议			
	31. 销售活动管理	31.1 制订销售计划和目标 31.2 开展销售活动 30.3 确定销售平台			
K. 职业化 Professionalism	32. 表现出职业 化的行为	32.1 展示专业形象 32.2 表现出领导力 32.3 行为道德 32.4 与团队成员协同工作 32.5 在一个多样化的环境中工作 32.6 时间管理 32.7 压力管理 32.8 决策管理 32.9 解决问题 32.10 紧跟会议/活动行业的变化 32.11 促进持续改进 32.12 参加职业发展活动			

续表

知识模块/Domain	技巧/Skill	子技巧/Sub-skills	是否包含 这项内容	处于什么水平?	
				知识水平	技巧水平
L. 沟通 Communication	33. 开展沟通	33.1 口头沟通 33.2 书面沟通 33.3 运用沟通工具 33.4 进行有效的演示 33.5 计划和组织会议 33.6 建立业务关系			

资料来源: MPI. Meeting and Business Event Competency Standards (MBECS) Curriculum Guide, V1.0, September 26, 2012.

与 CMP-IS 相比, MBECS 多了两个知识模块, 即行政管理 (Administration) 和沟通 (Communication)。其中, 行政管理包括: 10.1 协调办公室管理; 10.2 管理信息系统; 10.3 撰写报告。沟通包括: 33.1 口头沟通; 33.2 书面沟通; 33.3 运用沟通工具; 33.4 进行有效的演示; 33.5 计划和组织会议; 33.6 建立业务关系。

## 2. 从 EMBOK 到会展经济与管理知识体系

CMP-IS、MBECS 等并没有描述各知识模块之间的关系, 所以有必要再了解一下知识管理体系 (EMBOK)。根据 International EMBOK Executive (2008) 的观点, 提出和发展 EMBOK 旨在为活动管理中所运用的知识和过程提供一个基本框架 (To create a framework of the knowledge and processes used in event management), 以作为满足不同文化、政府部门、教育项目和企业组织定制化需求的基础。

1999 年, William O'Toole 首次比较系统地提出了“活动管理知识体系” (EMBOK); 2000 年, Julia R. Silvers 开始与 O'Toole 合作, 扩充 EMBOK 的概念, 并于 2003 年提出了“活动管理核心能力框架”; 2004 年, International EMBOK Executive 成立; 2005 年, EMBOK Model 被提出。2006 年, Silvers 等人提出了比较完整的活动管理知识体系 (EMBOK) 框架, 如图 2 所示。

然而, EMBOK 侧重于项目管理, 不能涵盖“会展经济与管理”的全部内涵 (国内会展本科专业的名称为“会展经济与管理”)。根据相关学科的知识关联及会展经营管理的内在逻辑, “会展经济与管理”至少主要包括经济学和管理学基础知识、会展产业发展与管理基础知识、会展企业管理知识以及会展项目管理知识。另外, 可以按照会展项目管理不同阶段所涉及的主要理论和知识点对 EMBOK 进行适当的修正 (王春雷, 2013)。鉴于此, 我提出了一个新的框架 (图 3), 仅供大家参考。



图2 活动管理知识体系 (EMBOK) 的基本框架

资料来源: Silvers 等, 2006



图3 会展经济与管理知识体系

注: 我们可以把这里的“会展经济与管理”理解为宽泛意义上而不仅是项目层面的活动管理。

### 3. 会展经济与管理知识体系的实际应用

正如当初 International EMBOK Executive 在开发 EMBOK 时提出, EMBOK 的具体应用主要体现在 3 个方面, 即①学历教育: 指导课程体系设计, 包括理论课程和实践环节; ②职业认证培训: 分级培训, 培训什么内容, 什么时候培训以及能力的复杂程度; ③企业招募、员工评价与晋升。

会展经济与管理知识体系可以供会展企业人力资源部经理确定某一岗位工作人员应具备的能力, 也可指导高等院校制定会展专业的课程体系。例如, 从项目管理的层面讲, 除了要具备经济学、管理学等基础知识外, 会展项目经理的知识体系由五个基本阶段组成, 即研究策划、计划、组织筹备、现场管理和事后工作。在研究策划阶段, 需要有洞察经济走势的能力, 包括对于宏观经济、区域经济、产业经济等多层面发展趋势的研判; 需要掌握市场调研、财务预算的基本方法; 需要分析展会的利益相关者以整合资源; 需要懂得会展项目的设计及其可行性评估的技术。这些知识可以帮助项目经理从战略和战术两个层次把握会展项目的发展前景和可操作性。

在日常工作中, 各位读者朋友需要注意以下基本概念。

**知识体系 (Body of Knowledge):** 为了在职业上获得成功, 一个从业人员必须掌握的技能 and 能力的类型, 包括专业知识、对学科的理解以及系统知识等。

**知识领域 (Domain):** CMP International Standards 的基础知识大类。

**技能 (skills):** 基础知识领域下的特定任务, 包括基本技能 (如听说写读)、解决问题、目标设定、人际 (沟通、团队)、决策、资源运用技能、职业生涯规划、组织、领导等。

**能力 (Ability, 即 Know how):** 指应用知识的胜任力, 如逻辑推理、学习、思维、创造、理解等。

### 三、活动思维在会展教育教学中的应用

2016 年 7 月, 在由中山大学主办的第三届会展与节事活动学术沙龙上, 我应邀主持了一个工作坊, 主题为“活动思维在会展教育教学中的应用”。在做引导性发言时, 我基于 Getz (2007) 提出的活动教育的 3 个层次 (图 4), 围绕活动思维在会展教育教学中的应用做了介绍, 后来概括为“活动思维在会展教育教学中的应用的 4 个层次”。

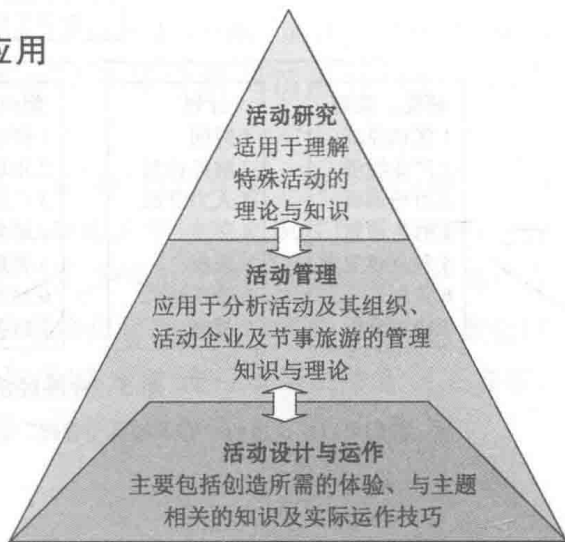


图 4 活动教育的三个层次 (Getz, 2007)



### 1. 第1个层次：以活动研究为总体框架，明确人才培养定位，推进会展学科建设

我个人认为，Getz 所提到的“Event Studies”（活动研究）与 Goldblatt 所提出的“Eventology”（活动学）本质相同，应该成为会展学科的名称（理解为“活动学”或“会展学”，这个话题不在此讨论）。换句话说，在不久的将来，今天的许多会展管理系或会展经济与管理系都有必要改为“会展学系”。2016年5月，我所在的学校正式成立会展经济与管理系时，我给学院的建议是将英文翻译为 Department of Event Studies，如今回头来看，这一设想是符合学科及产业发展需求的。

### 2. 第2个层次：以 EMBOK 为指导，不断优化专业课程体系

尽管 EMBOK 尚不完善，但根据我自己过去十几年从事会展教育和研究的经验来判断，它的确是目前的会展经济与管理专业设计课程体系的最佳参照。当然，关于 EMBOK，最好综合参照不同的框架。

在具体执行中，还将遇到两大挑战：一是形成学界和业界公认的会展经济与管理知识体系（请注意，落脚点不能只是管理，同样的道理，从学科层面，谈会展，也不能只是谈会展管理）；二是在知识体系的基础上，充分凸显各个院校的培养特色。

### 3. 第3个层次：以贯通 KSA 为目标，策划和执行一系列真实活动，促进知识与技能之间的缝合

KSA 是一个老话题，但对于会展教育似乎是一个新问题。关于如何贯通 K-S-A，我觉得最好的途径是让学生亲身策划和组织真实的综合性实践教学实践活动。然而，这种实践活动必须满足3个条件：

- (1) 真实性（甚至完全采取市场化运作的方式）。
- (2) 科学性（在全过程都要有良好的教学设计，不能为了实践而实践）。
- (3) 全员性（需要处理好全员参与和项目需要的问题）。

### 4. 第4个层次：引导学生以活动思维来思考日常生活，培养学生的专业思维和职业习惯

最后一个层次是让学生将专业思维、职业习惯和实践技能融入日常学习和生活中去，我甚至觉得，这是会展专业的最大魅力。只有将知识和技能内化为能力，才是学生可以携带的。作为会展专业教师的我们同样应该有这种意识，把对专业、行业的热爱与激情自然地融入自己的工作和生活中。诚然，活动即人生。

## 四、几个基本观点

在翻译 Fenich 教授的《会展产业导论（第4版）》一书时，我得以结合新的材料，