

*Special Events: Twenty-First Century
Global Event Management (3rd)*

(美) 乔·戈德布拉特 (Dr. Joe Goldblatt) 著
陈加丰 王新 译

(原书第3版)

国际性 大型活动管理



机械工业出版社
China Machine Press

大型活动管理译丛

(原书第3版)

国际性 大型活动管理

*Special Events:
Twenty-First Century Global Event Management (3rd)*

(美) 乔·戈德布拉特 (Dr. Joe Goldblatt) 著

陈加丰 王新 译



机械工业出版社
China Machine Press

Dr. Joe Goldblatt. Special Events: Twenty-First Century Global Event
Management

ISBN: 0-471-39687-7 (英文版书号)

Copyright © 2002 by John Wiley & Sons, Inc., New York.

All rights reserved.

本书中文简体字版由John Wiley & Sons公司授权机械工业出版社在全球独家出版发行。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有,侵权必究。

本书版权登记号:图字:01-2002-1036

图书在版编目(CIP)数据

国际性大型活动管理/(美)戈德布拉特(Goldblatt, D. J.),著;陈加丰,王新译.-北京:机械工业出版社,2003.6

(大型活动管理译丛)

书名原文:Special Events: Twenty-First Century Global Event Management

ISBN 7-111-12003-5

I. 国… II. ①戈… ②陈… ③王… III. 组织管理学 IV. C936

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第027990号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:季阳 版式设计:刘永青

北京瑞德印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2003年6月第1版第1次印刷

787mm×1092mm 1/16·32印张

定价:48.00元

凡购本书,如有缺页、脱页,由本社发行部调换

一项公众庆祝活动犹如建造在万丈深渊上的一道索桥，这道索桥用标志作为联结的拉环，在空中摇曳不定。我们要通过索桥跨越这道深不见底的沟壑。当索桥伴随着我们舞步的韵律左右轻摆时，我们胸中涌动着一种希望，冀盼这幽谷给予片刻的宽容，让我们的节日呐喊在谷中起伏回荡。

摘自罗纳德·格兰姆斯所著《礼仪研究初探》
(Beginnings in Ritual) 第231页 (1982年出版)

序

言



当我提笔写这篇开场白时，既感到骄傲自豪又感到诚惶诚恐。在专业报社记者的职场生涯中，我已经度过了近1/4世纪。但写这类文章还是我有生以来的首次尝试。乔是个善于说服别人而又魅力十足的人，他告诉我，他没有要求我干这件事，可他也不会用“不”这个字作为回答的措辞。

“你和我相识了一辈子，应该熟悉我的所作所为，”乔对我说，“何况你还是名作家，一名出色的作家。没的说，还是动手写吧。”

我住在新奥尔良市，是土生土长的当地人。在新奥尔良市，每个月的每周都要举行几十次各种各样的特别活动。与美国其他地方的居民没什么两样，我们当然要为那些国家和宗教传统节日举行庆祝活动。但在路易斯安那州的新奥尔良，我们把庆祝的内容和庆祝的方式当做同等重要的大事。

在我的家乡，要想使任何庆祝活动取得圆满成功，其中的关键是两个重要因素：音乐和美食。这两个因素一个都不能少。

我们的文化所庆祝和颂扬的那些内容，在一些人的眼中可能被看做是最荒诞离奇的东西。但对路易斯安那的当地人来说，它们似乎是天经地义的事，因此用不着大惊小怪。为当地的节日庆典准备的丰盛食品真是美不胜收，从粗圆的andouille大香肠、龙虾、螃蟹、小鲨鱼、对虾、辣椒、山核桃果仁、草莓到用秋葵、肉及海鲜一锅熬的杂烩汤等，应有尽有。

在新奥尔良，只要碰到宗教洗礼，死亡，结婚，学校毕业，生日，周年纪念，甚至学校举办集会等事情都要举行礼仪活动，好像除了新奥尔良之外，世界上就没地方能举行这些活动。凡是访问这座风情特异、格调多元城市的人，当看到一队爵士乐手在葬礼刚一结束就吹起节奏欢快而动感强烈的乐曲时，千万不要手足无措，大惊失色。

我们庆祝和崇尚各种流派殊途、风格迥异的音乐，我们也为那些不同种族、不同阶层、不同文化背景的音乐人高声喝彩，他们在可以想像的地点：街头的拐

角，饭店的大厅，邻家的酒馆，轻柔的帐篷，学校的礼堂，音乐的圣殿等地方吹拉弹唱。

从每年1月6日起，我们通过举办纪念圣诞节过去12天的“第十二夜”庆祝活动，拉开了狂欢节庆祝季节开始的序幕。接下来的几个星期，就是在复活节40天的大斋期开始之前，新奥尔良的整个城市地带都要举行各种庆祝游行和集会。

当私人组织筹划和主办那些创意奇特、色彩绚丽、节日主题突出的盛装行进表演和舞会时，那些无法成为这些活动参加者的人，也可以用自己惟一的方式享受狂欢节庆典渲染的情绪，那就是站在一边当观众。

在树叶金黄的秋天和绿芽初绽的春季，几乎每个周末，学校都要举办集会活动。在集会的日子里，举办的活动有池塘钓鱼，打球和大力士挑战赛等。为了吸引大批人马参加，集会活动的策划方案人绞尽脑汁地想出各种点子，他们准备了各式各样的东西作为招徕参加者的诱饵：从食品、游艺、手工艺品、茶点饮料到现场音乐演奏会，五花八门，一应俱全。由于各种庆祝活动接踵不断，地方乐队成为最为抢手的货色，所以，他们一年到头也闲不住。

如此，你可以明白，为什么对那些把举办大型活动看做是趣味盎然的人来说，无论是策划人还是参加者都是缺一不可的原因。必须牢记，人们举行庆祝的理由和举行庆祝的方式具有等同的重要性。从全国性的大会到学校的集会，从重大的体育赛事到当地喧闹的足球或垒球比赛，在深切把握大众意愿导向的同时进行严格的组织乃是生死攸关的大事。我之所以这样说，是因为切肤地感受到，本书的作者是活动组织中位高至尊的权威之一，无论这些活动的组织规模是大还是小。本书将帮助你充分了解庆祝的成因和举办方式以及其他深层的缘由。

如果有人能把“活动组织职业经理人”这个主题化为一个人的个性缩影，那么这个人非乔莫属。我与他相识近50年，共同参加了数百次家庭庆祝活动。我敢说，他天生具有一种怪异的神秘色调，他既可以技艺卓然地巧妙操办悄无声息的家庭晚宴，也可以雍容大度地组织庄严肃穆的大型纪念仪式等各种社会性活动。他是一位技艺高超的大型活动组织大师，从不错过任何一个让平凡事物变得栩栩如生的机会，也绝不放过任何一个把枯燥乏味和低级庸俗的事物转化为宏伟壮观场面的机会。

还在孩童时代，他就精通魔术的技巧。从把自己的小妹利娅在一个特殊的箱子里变得无影无踪，到他在学术界中叱咤风云，乔展示的天赋鲜为人知。在悲伤的时

刻，他可以让你破涕为笑；当幸福降临的瞬间，乔可以把它变为永恒的记忆。在乔回忆孩童时代他是一个捉弄人的始作俑者时，他会毫无疑问地嘲笑自己，但说起他搬起石头砸自己的脚，让这个玩笑捉弄自己的时候，他笑的最为开怀和酣畅。

对我来说，写这篇序言真是天赐良机，因为我可以有片刻的机会与你共同分享大型活动组织对我本人、乔的家庭所蕴涵意义的看法，以及它给我孩童时留下的种种印象。所以，现在该轮到你庆祝和创造自己特殊回忆的时候了。这些庆祝和回忆既是个人的也是职业的，因为你融入了我们的家庭并且遵循我堂兄乔的足迹走进这幻象万千、记忆难忘的活动组织管理的职业天地。

伊娃·雅各布·芭尔科夫 (Eva Jacob Barkoff)

《小人物时代报》(The Times-Picayune Newspaper) 社团新闻编辑

路易斯安那州新奥尔良市East Jefferson出版局

前言



“我给你带来了对虾、螃蟹和龙虾”。这是我姨妈贝莎在1967年写给我母亲（贝莎的妹妹）信中的一句话。贝莎姨妈写信的目的是要告诉我母亲，她老人家即将动身到我们在得克萨斯州的家里走一趟。我母亲是土生土长的卡金人（美国亚拉巴马州和密西西比州毗邻地区白人、印地安人、黑人混血种族之一——译者注），却在得克萨斯州成家立业。当她听到惟一的胞姐要来的消息，当然会高兴得手舞足蹈。我敢打保票，在她期待品尝姨妈即将带来的海鲜的时候，肯定会馋得口水直流。对贝莎姨妈，我们都亲昵地叫她“T姨妈。”

当约翰·威利父子出版公司（John Wiley & Sons）的高级编辑乔安娜·图尔特勒陶布（JoAnna Turtletaub）给我打电话，问我是否愿意担任题为《威利活动组织管理丛书》的新书出版项目编辑时，一股似曾熟悉的期盼情结在我心中油然而生。根据乔安娜的介绍：威利公司通过调研发现，大型活动组织领域发展迅猛，而且需要有新书来满足这个职业目前和未来教育的需要。

本书第1版的题名是《大型活动组织：庆祝的艺术与科学》（*The Art and Science of Celebration*）。书名折射了庆典和仪式以及与这领域相关联的技术。本书的第2版从运营的角度对这个领域展开探讨，书名是《大型活动组织现代化活动组织管理最佳实践》（*The Best Practices in Modern Event Management*）。现在发行的第3版则突出了21世纪这个重要的主题概念，并强调，21世纪是活动组织一展身手的全球性的现实环境。因此，新的副标题被冠以“21世纪全球活动组织管理”的名称。

通过本书的前面版本，我注意到，这项职业正在以惊人的速度发展，并且通过职业资格认证的方式（由国际大型活动组织协会赞助的大型活动组织职业资格认证（CSEP）项目）正朝着标准化的方向迈进。标准化的发展不但在继续，甚至还有加快步伐的征兆，这进一步表明人们需要扩大知识体系的范围。乔治华盛

顿大学 (GWU) 开展的活动, 组织管理职业资格认证和学位课程教学, 正是这个发展的例证。在本书的第2版中, 我注意到, 乔治华盛顿大学每年招收200人学习这门课程。而仅仅在三年后的今天, 乔治华盛顿大学每年要培养4 000多名活动组织职业经理人。本书新添加的“21世纪全球活动组织管理”副标题也同样折现出这个职业 (一些人认为是所有职业) 正在变革的方向。如今, 乔治华盛顿大学开展的活动组织管理课程教学招收了来自30多个不同国家的学生。那些遍布世界各地的毕业生, 都担任了备受尊崇和声名显赫的职务。

对于那些用经验和教育等重要工具武装自己的活动组织经理人来说, 他们不仅有灿烂辉煌的未来, 而且他们的前途不可限量。从这项职业呱呱落地起到现在, 各种报纸第一次开始把招聘活动组织经理人的分类广告作为定期刊登的广告项目。为了进一步帮助业主招募活动组织的管理人才, 猎头公司 (Headhunting) 不惜四下奔走招贤纳士, 择选那些符合业主需要的会议策划人和活动组织经理人。在这项职业的历史上, 活动组织管理第一次被正式承认是一种具有价值和特质的职业, 同时也第一次成为令人欣然向往的职业。

活动组织经理人的光明未来

在职业承诺的催熟下, 活动组织管理的未来开始散发浓郁的芳香。其中的因素有若干个。首先, 在服务行业的眼里, 双收入家庭 (丁克家庭) 的成长已经成为潮流发展的趋势。根据记录在案的数字显示, 双收入家庭的丈夫和妻子们已经开始委托活动组织经理人具体操办自己社会生活的重要纪念活动; 其次, 美国已经成为一个由专家组成的国度, 那些经过专业培训 (如活动组织管理等) 的人受到公众以及那些需要专长的组织的青睐。由于活动组织管理职业是在“教育”慈母般的抚育下成长壮大的, 因此那些受过教育的活动组织经理人将成为炙手可热的人才。最后, 在活动组织职业中包含了执行多元化任务的技能, 这些技能是通用管理的基础。例如, 活动组织经理人必须成为市场营销, 人力资源和金融财务的行家里手, 方能技艺高超地创作和组织一个又一个高效而完美的活动。那些受过活动组织职业培训的人可以运用这些忠诚可靠的技能在诸如公共关系或者通用商务等其他职业中获取成功, 但在这些职业中, 活动组织管理只能以“其他类别职责”的名义出现。由于经济前景仍然无法预测, 而且劳动力每天都在进行自我

创新，因此活动组织经理人可以利用自己占据的有利地位预测这些变化的动向，甚至可以因势利导，从中谋求事业的发展。1995年，M&C杂志刊登了一篇文章，文章讲述了许多传统的会议策划人因公司裁员或者缩减规模而被迫改换门庭，在这种情况下，他们依靠自己的会议策划技能在其他职业领域中另外开辟事业天地的故事。而活动组织经理人能够获得比他们更好的境遇，因为他们受过的培训程度和范围要比会议策划人更深，更广。这种培训和经验可以使他们在必要时能够更快和更成功地找到新的工作职位。

从美国公共关系协会(PRSA)提供的数字可以看出，从事公共关系行业的人数已超过15万。据美国公共关系协会称，活动组织管理是现代公共关系行业中发展速度最快、最重要的职业之一。公共关系学是从新闻学和心理学派生出来的一门学科。虽然公共关系现从业人员接受过写作和调研方面的严格培训，但是，他们中几乎没有人接受过活动组织管理的培训，这就意味着，受过培训的活动组织经理人在职场生涯中又新增加了一个谋求事业发展的机会。

全美共有12 000家电视台和广播电台，它们代表着一个与活动组织管理职业相关的职业。根据美国广播协会(NAB)透露的消息，绝大多数的电视台和广播电台都由一名以上的人员负责主持现场商业推广活动。可是，管理这些现场商业推广活动的人虽然有一些市场营销背景但却少有或者缺乏后勤保障的经验。对于活动组织经理人来说，这意味着上苍又赐给他们一个在广阔领域中发挥才干的机会。

在我本人从事的高等教育职业中，各类教育机构的总数超过3千家。而且每家教育机构都能创意出从宗教集会到毕业典礼等无以计数的活动。它们中的每所大学或者学院，至少有一个以上的人员专职(多数是半脱产)负责各类活动的组织创作工作。

变革的挑战

在20世纪80年代末和90年代初经济萧条时期，大型活动组织村落中发生的各种变化，可以粗略地归纳为三种类型：第一种变化类型是：动荡莫测的经济时代弱化了对活动的消费，使那些依靠组织大型活动谋取利益的公司不是遭受破产、兼并的厄运，就是放慢自我创新的步伐。第二种类型属于技术性的变化，例如迅

速使用传真机、计算机、调制解调器、因特网以及各种具有现代发明特征的新奇产物。这些技术变革要求大型活动组织管理公司必须加快推出活动组织构思和活动组织内容的步伐。第三种变化是：随着活动的组织领域范围从地区扩大到全球，竞争的范围也随之扩大而且变得更加惨烈。在竞争的威慑下，企业被迫缩小规模，由此，数百乃至成千名曾经为公司或者政府机构工作的活动组织专业人员实际上成为了自由择业者，而他们正在形成一股与现有公司展开竞争较量的势力。

经济的不确定性，技术的飞速进步和竞争的加剧，这三种趋势在活动组织管理行业中诱发了具有重大意义的范式转变。在20世纪80年代中期，当活动组织管理行业正沉溺于过分自信和迅猛发展的豪情之中时，这种转变已悄然开始。现在，活动组织管理行业正处于经济不确定性，技术发展迅速以及竞争加剧的时代，而它既不知道如何制定行业发展的规划，也不知道如何适应这个时代的要求。这个期间的特点是，无论在这个行业的内部还是在这个行业的外部，都表现出一种杂乱无章的秩序混乱。也正是在这个时期，我开始了我的调研工作。调研的目的是为这个行业提供发展和维持生存的工具，同时帮助它做好与未来挑战决斗的准备。活动组织的范式大旗已经从一群被称为大型活动组织人的非正规人员手中转交给一门正在拔地而起、叫做“活动组织管理”的学科。在这门学科中包含了各种各样的职业。

现在，这些职业需要为迎接那些社会的、经济的和政治的挑战而秣马厉兵，而此前与这些挑战列阵对垒的是医疗、会计和法律等成熟的职业。活动组织管理已经从天真烂漫的幼童成长为英姿飒爽的青年，并正进入稳健睿智的成年。按照商业术语的说法，活动组织管理已经从嗷嗷待哺的婴儿成长为干练精明的成人。但它现在要面对的挑战是傲慢自大，与这个挑战拼杀的结果要么是沉沦堕落，要么是借助教育和战略规划，实现自我创新和持续稳定的发展。而后者正是本书帮助你实现作为活动组织经理人的誓言而弘扬光大的主旋律。

潮流性特征对你造成的影响

活动组织管理是迅速崛起的一门学科，在20世纪50年代后期它以前所未有的速度迅速成长。在本世纪的头十年里，它的成长速度肯定还要加快。那些用丰富的财务经验武装的、承担应对经济时代挑战的活动组织经理人将会坚持不懈地

创造出各种回报丰厚的活动。那些提前使用和善于使用新技术来支持自己新崛起学科的活动组织经理人也肯定会创造出各种效率更高，回报更加优厚的活动。那些确定质量标准并发现正确市场定位的活动组织经理人，可以有效地识别和应对各种竞争。这三种潮流性特征——经济的不确定性，技术的飞速进步和竞争的加剧——对于活动组织经理人来说是一些“积极”的征兆，这也是为什么本书对于你的职场生涯和经营业务具有重要意义的所在。首先，这些潮流性特征代表着一个进行再发明的独特机会，或者，也许是第一次可以真正为一种职业做出定义的独特机会。其次，这些潮流性特征为我们提供了前所未有的各种技术革新，借助这些革新，我们可以创作和组织效率更高、品质更佳、盈利更多的活动。最后，竞争的加剧使我们可以定位为市场提供服务的方式，改进并关注个人能力的提高。这三种潮流性特征以及这种范式转变共同为你打造了一个激情奔放的平台，在这个平台上你可以重新发动或者创建自己的事业。

创建过程：职业生涯的蓝图

所有的职业都一直处在创建过程之中。但是，包括活动组织管理在内的那些较为成功的职业是按照一张总体蓝图来协调各种行为以实现最终产品要求的。虽然一些职业的出现属于巧合，但绝大多数的职业都是对一个特定类型的工作、培训、实践、职业网络工程以及实践中生命最短促的东西——时间所贯注的激情所产生的结果。

我给一项完美无缺的工作所下的定义是：寻找那些你最喜欢做的事，为了能做这些事，你宁可不收任何报酬。但在找到这样的工作后，接下来的挑战就是找到愿意为你干这种工作付钱的人。活动组织管理恰恰就属于这种类型的职业。帮助别人举行庆祝活动的激情，始终在那些职业态度严肃的活动组织经理人的内心深处翻滚涌动。在这种激情的发酵下，一些活动组织经理人甚至把他们的工作看做是业余牧师的责任，而不是当做一种纯粹的商业性职业来对待。

教育：你的独特旅程

要想充分地认识这个范式转变所具有的潜力，你必须开始自己独特的旅程。

本书是开始一个不间断的教育进程的第一步，当商业经营以雷电闪击般的速度进行自我创新的时候，这个进程是你和成百上千万的人们正在开始的进程。只有掌握现代化和科学工具、技能熟练的经理人、市场营销人员以及调研人员才能识别那些发生在每个领域里的变革。而且只有通过不间断的教育，你才能保证自己具备了使梦想成真的高超本领。

两名伐木人决定进行一场伐木比赛，看看谁能够第一个砍倒一棵粗壮的大树。到了比赛规定的开始时间，一名伐木人立即抡起斧子有力地砍向大树。过了几分钟，这名伐木人抽空瞥了另一名伐木人一眼，只见他抱着斧子正靠树而坐。于是，第一名伐木人擦着额角淌下的汗水走到对手的身旁，问他为什么呆坐在那儿。“我在抽空磨斧子。”聪明的对手回答道。一个小时过去之后，当听到“树倒了！”的喊叫声时，第一名伐木人还在奋力挥舞大斧砍树，可他却看到第二名伐木人已经砍倒了自己的大树。对于第二名伐木人如何取得胜利的方法（磨刀不误砍柴工），我们有什么怀疑的理由吗？

通过参加职业活动，接受教育培训，与合作伙伴建立网络化关系等做法来提高自己的技能是一件极为重要的事。它的重要性可以被诠释为获取不低于底线收益的保障。按照美国人口调查局的说法，掌握的知识越多，获得的报酬也越高。这种状况也在活动组织经理人身上得到体现，这些活动组织经理人受到的教育程度明显高于普通民众，由此他们的收入也必然超出常人数倍。

1999年，在对国际大型活动组织协会（ISES）所属会员开展的一项调研中发现，与美国人均约2.3万美元的年收入相比，活动组织经理人现在的年收入约从2.5~10万美元不等。有1/3以上的美国活动组织经理人年收入在5~10万美元之间。与此相辅相成的是，绝大多数的活动组织经理人取得了学士学位，其中，有20%以上的人获得研究生学位。学士学位证书的授予范围从广告专业到动物学一应俱全。然而，在获取学士学位的活动组织经理人中，有约25%的人获取了工商管理的学位。由此可以看出，工商管理作为这门学科的坚实基础所具有的重要性。但是，人们注意到，这些学位中却见不到活动组织管理专业的踪迹。随着这个职业的专业特点日益突出，活动组织经理人确实应该获得那些在一个世纪前就被内科医生、律师、会计师以及其他职业享受的同等认定机会。活动组织管理职业与这些传统职业之间的主要差别在于，这些传统职业是由男性完全把持的；而从事这些职业的妇女在被接纳或者给予最低限度的尊重之前，已经苦熬了数十年

光景。与之相比，活动组织管理职业从刚出娘胎的那一刻起就是一项男女机会大同的职业。

全球化机遇

对活动组织经理人来说，全球化经营的商机数不胜数。传统上，一名客户与自己的活动组织经理人建立的是一种亲密无间的和睦关系。同时，活动组织经理人，包括那些构成决策制定核心层的关键性员工在内，也把自己的专业特点深入地植入客户的组织文化之中。所以，当2002年在纽约组织的一个活动定于2003年在新墨西哥或者挪威再次举行时，当地主办机构自然会邀请活动组织经理人继续组织这项活动。这种活动为组织或机构留下的记忆是活动组织经理人的一项资产，因此，活动组织经理人必须重视这项资产的开发。

全球化市场需要开发的另一项资产是了解活动举办地点的文化、经济和政治的细小差异。国际会议和大会协会（ICCA）组织的成员告诉我，如果活动组织经理人打算在欧洲、亚洲或拉丁美洲开展经营活动，他必须要花费大量的时间学习各个国家的经营惯例和文化背景知识。但是，与了解那个国家的人民做出某些决定的动机，以及活动组织经理人的行为对这些决策产生的正面或负面行为的影响相比，学习这个国家的语言可算是小菜一碟。

根据国际会议和大会协会成员的理解和认识，那些准备以全球化业务作为职业生涯目标的活动组织经理人除了掌握英语之外，还应当会说、写一种以上的语言。最普遍的使用语言有：法语、西班牙语和德语。随着环太平洋经济圈的继续扩大，日语和汉语也应包括在内。此外，国际会议和大会协会的成员们还建议，活动组织经理人必须拿出充裕的时间与全球贸易伙伴建立业务关系，因为这些业务关系的建立不仅需要时间，而且需要耐心。活动组织经理人最终要实现的目标是在相互信任的基础上建立起长期的合作关系。

活动组织管理：一个多学科的职业

国际大型活动组织协会（ISES）通过调研发现，活动组织经理人只把50%的工作时间花在活动组织管理上。这不仅是一个有趣的现象，同时也揭示这门新崛

起的学科具有多学科的特质。无论你现在担任的是日常管理助理还是首席执行官 (CEO), 都会碰到偶尔要组织一次会议或其他活动的时候。活动组织经理人也许会用圆滑而变通的管理技能来完成这项任务, 然而他不久会意识到, 要想创作和组织一个效果良好的活动, 不经过专业培训的洗礼是不行的。许多申请参加活动组织管理学习的学生告诉我, 虽然活动组织管理只是他们工作职责之一, 但却是他们最为欣赏的工作职责。所以, 他们企盼接受进一步的活动组织管理培训, 以便使他们发现那些能让自己长期做最愿意干的事且成功的机会。在学习这些高度个人化全套技能的同时, 他们也把握了在其他职业中获取长期事业成功的机会。

当我与这些学生交流时, 我意识到, 本书界定为“活动组织职业”的这门新崛起的学科只不过是一场声势浩大、范围广阔运动的一个组成部分。成千上万个职业专业人员以及那些刚跨入职场大门的人们正在寻找一种意境丰富、可以得到物质奖赏、满足自己的抱负、而且生动趣味的工作。由于绝大多数工作越来越没有长期保障, 因此人们正在探索一条既能够获得金钱补偿, 也能够满足自己深层次需求的道路。他们转而投向活动组织管理, 因为这种管理可以使他们把人、旅行、创意性以及承担一个从头到尾完成的项目而得到有形奖励的责任共同结合成一个令人满意且报酬优厚的职业。透过他们的眼神, 我分明看到了被那些真正的新机遇点燃的种种激情, 感受到了他们决心在这个职业中获取成功的坚定意志。通过他们和其他成千上万人的努力, 这个人类最古老悠久的传统正以日新月异的速度转变为被称之为活动组织管理的现代化职业。

到现在为止, 对活动组织管理形象的研究已经开展6年多了, 本书将对这个研究指证的一些重要潮流性特征做出进一步的分析。

- 活动组织经理人必须承担继续接受教育的义务, 他们中80%以上的人公开表示, 要在自己的职场生涯中继续不断地学习。
- 最常用的继续教育的形式是行业研讨会 (在召开行业大会时举行)。但有近10%的人将报名参加那些可以得到职业资格证书的正规资格认证学习。
- 与以往各个时期相比, 活动组织经理人在技术上更加精明和睿智。在过去的两年, 熟练使用因特网的人数从过去的50%增加到80%以上。
- 活动组织经理人的收入也在不断提高, 近30%人的年收入在5~10万美元之间不等。
- 在各个经济层面中, 女性从业人数继续超过男性, 收入在10万美元以下的女

性越来越多。在10万美元或超过10万美元的档次中，女性收入仅比男性低5%左右。与此形成鲜明对照的是，在会议策划等具有关联性，但专业范围狭窄的职业中，女性活动组织策划人的收入仍然要比男性低15%，虽然她们的人数要大大地超过男性。

- 与创作和组织其他类型的活动相比，活动组织经理人组织公司人力资源活动的频度要高的多。其中的原因也许是在北美就业的高峰期间，对高质量的人才需求大幅度地增加。公司人力资源活动的组织和公司市场营销活动的组织在活动组织经理人创作的活动总量中占据1/3以上。

名目繁多的活动也是促进北美旅游业发展的重要的催化剂。根据旅游业协会（TIA）发表的统计数据，有3 100万美国成年人曾远离家门参加过一项远足的民间节日庆祝活动。与美国其他类型的旅行者相比，绝大多数的游客都参加过一次艺术节或音乐节。

替这些游客看家护院的人的钱包被那些绿花花的纸片撑得鼓鼓的。据俄亥俄州旅游部的科琳·梅（Colleen May）博士发表的报告，1999年，参加俄亥俄州举办的各种大型活动的人数达到3 150万人。梅的报告进一步指出，实际上，大型活动正在成为推动该州一日旅游和过夜旅游发展的强大源动力。

根据旅游业协会的调研报告，全美国有1/5以上的成年人在远足旅游时参加过一次民间节日庆祝活动，参加各类活动的旅游者在一些方面有别于其他美国旅行者。首先，活动旅游者习惯像学校毕业生那样倾巢出游，而且家庭中必定有两个人以上的人工作挣钱。尤为重要的是，活动参加人的个人收入（5.3万美元）大大高于参加其他类型旅行的美国人的收入（4.7万美元）。

因此，艺术或音乐节、少数民族风情展、民间风俗或历史遗迹游览、乡村或州交易会、盛装行进巡游、食品节、宗教节日以及其他具有家庭参与性质的活动成为那些受过良好教育、高收入家庭选择的最终旅游产品。

本书将对这些以及其他被探明的要素展开进一步的细致探讨。6年的悉心调查研究，加上贯穿于第3版新书中的案例分析，将为你如迅雷不及掩耳般迅猛发展的事业，提供前进途中所需的全新和改良的资源。在6年漫长的调研岁月中，虽然在活动组织管理的领域里发生了风起云涌的变革，但只有本书标题所辉映的“大型活动组织”这个主题依旧岿然不动。

大型活动组织这个术语继续成为我们生活中那些独特而非凡时刻的代表。尽

管本书的第3版保留了原书的标题，却对实践者发出了新的挑战。透过本书，你完全可以对这个领域在21世纪中的全球化进步发挥自己的影响作用。

为此，我热烈地欢迎你阅读《大型活动组织》第3版，因为我们正携手跨入这个职业前所未有的成长以及变革时期。正如我母亲用她那精美绝伦的烹饪手艺迎接、款待贝莎姨妈那样，我诚挚地恭候你步入《大型活动组织》第1章：“21世纪全球活动组织管理”的殿堂，因为我们可以一起共同择选、品味和珍惜那些在旧传统的根基上蓬勃生长出来的新经验。

乔·戈德布拉特 (Joe Goldblatt)

大型活动组织职业资格认证 (CSEP)