

WILEY



工商管理经典译丛·旅游管理系列

Business Administration Classics

活动策划与组织 (第6版)

SPECIAL EVENTS: A NEW GENERATION
AND THE NEXT FRONTIER (Sixth Edition)

乔·戈德布拉特 (Joe Goldblatt) 著

罗秋菊 钟迪茜 郑丹妮 译

 中国人民大学出版社



工商管理经典译丛·旅游管理系列

Business Administration Classics

活动策划与组织 (第6版)

SPECIAL EVENTS: A NEW GENERATION
AND THE NEXT FRONTIER (Sixth Edition)

乔·戈德布拉特 (Joe Goldblatt) 著

罗秋菊 钟迪茜 郑丹妮 译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

活动策划与组织：第 6 版/乔·戈德布拉特著；罗秋菊，钟迪茜，郑丹妮译.—北京：中国人民大学出版社，2017.10

(工商管理经典译丛·旅游管理系列)

书名原文：Special Events: A New Generation and the Next Frontier (Sixth Edition)

ISBN 978-7-300-25063-2

I. ①活… II. ①乔… ②罗… ③钟… ④郑… III. ①活动-组织管理学 IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 254690 号

工商管理经典译丛·旅游管理系列

活动策划与组织 (第 6 版)

乔·戈德布拉特 著

罗秋菊 钟迪茜 郑丹妮 译

Huodong Cehua yu Zuzhi

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

规 格 185mm×260mm 16 开本

版 次 2017 年 10 月第 1 版

印 张 27.25 插页 2

印 次 2017 年 10 月第 1 次印刷

字 数 600 000

定 价 65.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

译者序

2000年,我赴美国访学,访学导师的一个新关注领域是奥运餐饮服务,因而我对“event”有了些许概念上的认知。2003—2006年,在博士生导师保继刚教授的指导下,我开始对会展与大型事件进行系统研究。从2000年至今,我与各种类型的“event”研究结下了不解之缘。回顾当时,“event”这方面的研究在国内几近空白,甚至这个概念也还没有在国内出现。国内最早出现的“event”是展览会,这也是我们认知最多的一类。例如,1957年春季,广交会(中国出口商品交易会,2007年4月第101届起更名为中国进出口商品交易会)在广州正式举办,自此以后每年春秋两季分别举办春交会和秋交会,对广州市的经济、社会、文化都产生了深远影响。如今,各类展览会蓬勃发展,成为许多城市拉动经济、带动城市名片建设的重要手段之一。另外,会议市场也迅猛增长,从诸如北京APEC、杭州G20、博鳌亚洲论坛等引起极大显示效应的国际大型会议,到年末各企业的年会、研讨会等,会议与城市及生活的关系越来越密切。还有各类民族节庆与音乐节,也引发了人们的关注,甚至网络节庆狂欢风靡全国。可以说,“event”已经成为国内增长势头最强劲的领域之一。然而,我国实践的发展远远快于理论研究,至今仍有一些概念还处于争议之中,非常需要一本权威与经典的教材指导行业发展和学术研究,透视行业最新理念,乔·戈德布拉特所著的《活动策划与组织》恰逢其时,如久旱逢甘霖。

这是一本非常全面的活动管理教材,涵盖了公民活动、博览会/展览会、集市与节庆、标志性活动、会议与大会、零售活动、社会生命周期活动、体育赛事、旅游等多个领域。这本教材兼顾理论和实践,将两者完美融合,不着痕迹。在理论方面,戈德布拉特对事件学(eventology)的概念,活动策划与组织的基础理论、目的与类型都进行了深入浅出的阐释,还详细论述了活动策划与组织的全流程,包括调研、设计、策划、协调与评估,为读者建立了一个对活动行业进行战略性思考与研究的思路与框架。在实践方面,戈德布拉特对许多实际问题给出了详尽的方法、步骤、资源与模板,对最佳实践进行了深入的分析,为读者引入最新的绿色理念与新技术。如果你是一名学生,你可以从中学到活动策划与组织的理论知识、思维方式与专业操作,可以坚定你在活动行业就业的决心,对日后的工作大有裨益;如果你是一名活动行业工作者,这是一本很好的工具书,解答工作中的疑

难疑惑。本书值得多次翻读,相信在不同的时期阅读,收获都会有所不同,感触也不同。

戈德布拉特是一位具有社会责任感的学者,他致力于行业的专业化与规范化发展,在本书中对企业社会责任、风险管理、法律、伦理道德均进行了深入的探讨并给予解决方案。同时,他还对行业教育的建设与发展做出了开创性的贡献,在多所高校建立了活动管理课程体系,并出版了多本专业书籍。

“event”在这本书中到底应该如何翻译,历经了一个挣扎与纠结的过程。中西方的文化语境、产业特性、行业管理与政策的不同为本书的翻译增加了难度。第一稿我们将“event”翻译为“会展”。“会展”这一概念在国内更为人所熟知,无论是政府还是行业目前都把展览会与会议统称为会展,学术界则把展览、会议、大型活动、演艺活动等囊括于会展这个大口袋之中,高校开办的专业也多以“会展经济与管理”“会展艺术管理”等命名,貌似这个译法更符合使用习惯,也更具辨识度。然而,让我们挣扎的是,本书的讨论范围远远超过了我们常说的“会展”范畴,还融入了大量社会生命周期活动(例如生日会、金婚纪念日)和公民活动(例如巡游、国家或城市周年纪念)。于是,第二稿我们将“event”翻译为“事件”,该概念目前在学界接受度更高一些。“事件”在国外是一个中性词语,任何值得注意的事都可以称为事件,具有很好的广度,可以覆盖作者提到的所有类型活动,但在国内,事件带有负面色彩,往往形容突发的重大负面事情,例如“9·11事件”。如果将“event”全部翻译为“事件”容易引起误解和歧义。第三稿,也是本书的最终翻译稿,我们将“event”翻译为“活动”,可以较好地体现戈德布拉特的原意,也兼顾国内方方面面的语境用法。随着国内业界与学界对会展概念的认识越来越全面,“活动”在我国的语境下也相应得到理解。当然,这并不代表表现阶段的实践可以用“活动”完全代替“会展”与“事件”。行业还很年轻,尚处于大发展的前夜,行业规范与政府部门的管理都正在逐步形成。如果完全去会展化,现阶段甚至连对应的政府职能管理部门都难以找到,行业的发展也会受阻。对政府相关部门而言,“活动”的范畴相对宽泛,现阶段也较难制定一个清晰的职能管理边界。因此,虽然本书使用“活动”及相关衍生词汇,但实践中还需根据具体的语境进行相应的调整。

同样,因为中英文两种语言的表达方式、思维模式、文化与哲学观都有很大的差异,完全直译全书内容可能令读者难以理解,所以我们做了一些不影响阅读和理解的意译处理,还请读者见谅。

由于个人的原因,最主要的是我的时间碎片化,难以集中处理这么大量的翻译,本书的翻译前前后后历时四年半。感谢中国人民大学出版社的石岩与丁一,最后在石岩的坚定支持下本书才得以出版。在全书翻译期间,他们给予了我最大的支持、耐心和信心。在此,我非常感谢他们细致与专业的工作与付出,尤其是对我的团队的信任。

感谢我的同事郑丹妮老师,对全书进行了第一次统稿,为许多内容的统校付出了艰辛努力。特别要感谢我的学生钟迪茜,对全书进行了第二次统稿,花了大量的时间逐字逐句梳理全文,并对照原文反复校对完善。全文统稿非常不容易,没有她们的先期努力,我在最后进行全书总统稿时,恐怕将遇到无法想象的困难与阻碍。感谢参与本书翻译的林嘉怡

老师与我的硕士生，他们是王骏川、陈婉欣、潘珂、岑伟波、李艳平。如今，一部分学生毕业工作了，一部分学生则在国内外攻读会展方向的博士研究生，看到这部薪火相传的作品，深感欣慰，充满感激。

活动行业的发展离不开教育，希望本书可以为国内活动行业的发展带来新的理念、新的思维与新的突破，也祝愿活动行业生生不息，蓬勃发展！

罗秋菊

于中山大学康乐园

序 言

活动行业历经 30 多年，见证了行业不断发展，其中最重要的创新就是形成了一套调研、设计、策划、协调和评估的活动培训流程。注册活动策划师（CSEP）乔·戈德布拉特为之做出了巨大的贡献，他试图从自己多年的行业经历、辛勤工作、在职培训以及工作成败的总结中帮助后人获益。他所创办的惊奇公司（Wonder Company）成功策划了从小型派对到总统就职典礼等无数的活动。作为行业的先行者，他对自己的事业，包括过程和结果进行总结。现在，你将从他最新版的《活动策划与组织》一书中获益。

戈德布拉特与众多行业领袖、教育专家、学生、供应商以及世界各地和他一样对这个行业充满兴趣与热情的朋友保持着密切的联系。他深受学生的爱戴，也为行业从业人员所尊敬。由于其杰出的沟通技巧以及对新生代的倾情付出，行业专家也非常乐意为他提供行业的趋势信息，为他的著作和文章提供帮助，包括这本《活动策划与组织》的第 6 版也得益于其他行业专家的贡献。

这本书的第 1 版出版于 20 年前。随后每一版均更新了当时活动行业最前沿与相关的信息。这是一本活动策划的工具书，以通俗易懂的语言与生动翔实的内容解读活动行业。你会发现它是全面理解活动各个方面的理想书籍。例如，事件学是一门关于策划的学科，同时揭示了创新发展在活动中的重要意义。每一位活动行业从业者都需要拥有一本《活动策划与组织》。

许多年前，我认识了戈德布拉特博士，当时他是国际特殊活动协会（ISES）的创始人，我是迪士尼世界（Walt Disney World）的会议/度假娱乐事业部经理。初次见面，我立即被戈德布拉特所提倡的为行业建立更高标准、鼓励更好创意的远见所吸引。活动行业非常需要一本可以详尽解答活动、节庆、派对以及其他庆典的策划与组织中的各种复杂问题的培训手册或书籍。戈德布拉特致力于建立行业认证，完成课程体系的建立，他也成为首批获得注册活动策划师（CSEP）认证的一员。戈德布拉特是一个天生的教育工作者，同时具备高瞻远瞩与细致入微的工作能力。

乔是一个平易近人的人，他的学生常常称他为乔博士。在学生的眼中，他是一个无论站着还是坐着都精力充沛的人。他的知识远远超越了活动策划的范围。他读了很多书，看了不少电影，听了无数歌剧，认识了很多，能记住大多数人的名字，并且是我见过的人

当中最能回忆起事件中的人物、地点与过程等细节的人。他无比热爱生活，常常给身边的人和事带来强大的正能量。

最重要的是，我可以很荣幸地说乔·戈德布拉特是我最好的朋友。你可能觉得惊奇，怎么会有那么多人把乔当做自己的好朋友？他们说都没错，乔也是你的好朋友。当你阅读此书时，你就会发现，乔是多么的善良、细心与知识渊博。当你在策划活动遇到困难时，你可以打开这本书，从最基本的知识中寻找答案。

在活动行业的第一本教材《活动策划与组织》的第6版中，戈德布拉特博士提供了有关技术、企业社会责任和环境可持续发展的最前沿信息。无论你是学生，还是经验丰富的活动行业从业者，这本书将为你策划出高质量的活动提供非常重要的参考。

我和乔喜欢谈论家庭、戏剧、故事、助人等话题，一谈就是好几个小时。我非常钦佩这位好朋友讲故事的功力。乔总是幽默和充满热情地与我分享他的人生经历，我能成为他的朋友是多么的幸运。当你开始阅读这本出自通过一个人、一个活动去改变世界的环球旅行者之手的书时，你就会读出字里行间的睿智，也会明白我的良苦用心。

吉恩·哥伦布 (Gene Columbus)

佛罗里达州奥兰多剧团执行董事
迪士尼世界前演艺人员及娱乐事业部经理
为迪士尼世界工作 38 年

前言

《友谊地久天长》

怎能忘记旧日朋友，

心中能不怀想？

旧日朋友岂能相忘，

友谊地久天长。

罗伯特·彭斯（Robert Burns, 1759—1796）

这位知名诗人出生于苏格兰阿洛韦镇，离我现在写作的地方仅几英里之遥。我来到来自艾尔郡的朋友艾利森·拉塞尔（Allison Russell）可爱而温暖的家，想知道这 250 年以来，世界上成千上万的人一直通过传统的彭斯晚餐来纪念这位不朽诗人的原因。

彭斯先生一生创作超过 6 000 首诗歌，其中就包括这首《友谊地久天长》。这是他最著名的一首诗，被改编成为世界著名的歌曲，在除夕之夜被各国人们传唱。有人发现，唯一比《友谊地久天长》更为流传的歌曲只有《生日快乐》这首歌。前者纪念友谊与往事，后者庆祝新的开始。这两首歌曲都能使我们感悟到生命的轮回。

彭斯先生一生中最喜欢的是和家人朋友聚会。无论规模大小，这些聚会产生了社会学家和人类学家称之为“共睦态”（communitas）的特别经历体验。相似地，我的朋友艾利森也把她家变成了聚会的场所，朋友和家人经常在她的卧室和厨房里跳舞。

“共睦态”这个词由一位来自苏格兰格拉斯哥的社会学家维克多·特纳（Victor Turner）所定义。他认为这是一个“亲密的分享时刻”，创造了“时间之外的时间”（Turner, 1977）。在苏格兰舞会（ceildhs）和其他社交活动上，罗伯特·彭斯和亲朋好友聚在一起谈天说地、共享美食，一起回忆美好的时光。

对彭斯而言，尽管会经历困难时期，但是这些聚会激励他重燃对生命的希望。

在我关注彭斯的同时，世界正面临着另一场危机。银行业和金融市场正经历着严重的紧缩，需要政府的强力介入。虽然 21 世纪面临着无穷无尽的问题，但是我们依然能在节庆活动中寻找到安慰和力量，帮助我们度过令人绝望的时刻。

纵观历史，人们已经认识到节庆活动带来的鼓舞人心与使人坚毅的力量。有一次，我

对五名地球科学家进行采访,他们在位于亚利桑那州的“生物圈二号”(Biosphere)实验室里生活了近一年的时间。我问他们如何做到在如此封闭的环境中生活这么长时间。

他们回答:“科学支撑着我们生存,节庆活动支撑着我们生活。每个月我们庆祝生日、纪念日、新物种的发现、个人和事业上的成功。这些节庆活动鼓舞了我们”(Biosphere, 1998)。

当我在特立尼达和多巴哥演讲时,有个学生多半出于辩白地对我说:“当世界上其他地方发生重大灾难时,我们也会感到恐惧。于是我们会立即回到节庆活动当中去,重温生活的意义,重获继续走下去的力量。”

在卡特里娜飓风灾难的余波过后,我来到了即将举办飓风后第一个狂欢节(Mardi Gras)的新奥尔良。市长和其他领导人都在担心这个刚刚经历过巨大灾难的城市是否有能力举办如此重大的节庆,甚至有人提议取消计划。

最终,新奥尔良的市民们成功了。在狂欢节的第一个夜晚,我站在当地市民聚集的法兰西区(French Quarter),人们在异乎寻常的寒风中聚集在一起,他们当中的许多人失去了家园、工作或亲人,气氛无可避免的压抑。

然而,不到几分钟,气氛发生了变化。当我们在安静地等待时,一支爵士乐队从街角拐弯处进入街道。鼓声由慢而快,沉默突然间变成欢呼声和掌声,人们热烈欢迎着游行,再次感受到生存的意义。

当人们再一次在法兰西区翩翩起舞,我认识到芭芭拉·埃伦里奇(Barbara Ehrenrich)在《在街中舞蹈》(*Dancing in the Streets*)中描述的“人们对欢乐和节庆无穷无尽的追求”的意义(Ehrenrich, 2007)。当领导们在犹豫节庆是否可以或者应该继续时,新奥尔良的市民们在那个寒冷的夜晚里,证明了如果没有节庆,生活将难以继续。

从人类为了食物聚集到一起,到之后在篝火边讲故事,到现在聚集在后现代互联网的社交媒体、网络聊天室中,人们从来没有停止过对自己身为人类的庆祝。

在诗歌《友谊地久天长》里,彭斯问:“怎能忘记旧日朋友,心中能不怀想?”他提出了一个普遍性的问题,这个问题是关于人类和回忆、人类与关系,以及最终是关于与他人的珍贵羁绊关系。

我会在这本书里继续坚持这个观点,即我们永远不该忘记节庆这个维系社会的传统。我们通过特殊活动和节庆来不断回忆我们共同的历史、朋友和家人。节庆创造了新的里程碑和难忘的回忆。这份回忆让我们的生活充满意义,为追随我们所津津乐道——友谊地久天长。

这是第6版的《活动策划与组织》的主要目的之一。从第1版开始,这本书就记录了全球活动行业的发展、变化及面临的挑战。

我更加确信,你和你所创造的活动将会像彭斯的诗歌一样,帮助人们找到亲情、勇气和责任,跨越过去和未来的障碍和挑战。

生活中精心策划的活动往往能给予我们生存的意义和共同的积极目标。我将这称为事件学的文化进程。

图P-1说明了精心策划的活动及其创造力是如何通过创新对社会产生积极影响的。

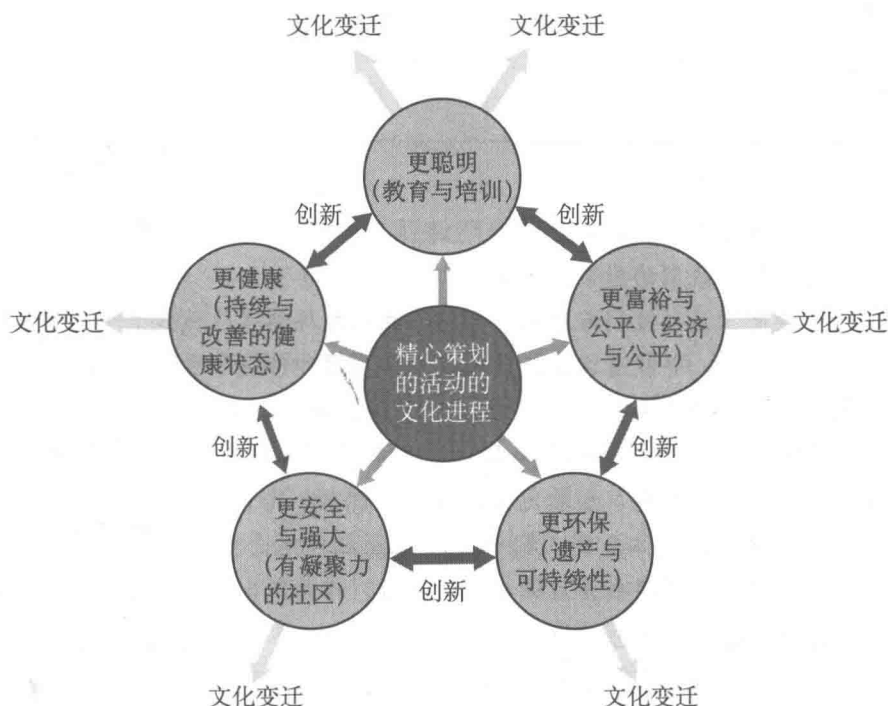


图 P-1 事件学文化进程的戈德布拉特模型

事件学是针对需要精心策划的活动并产生积极的社会效应的研究总和 (Goldblatt, 2008)。Event 一词源自拉丁文 e-venire, 意为“结果/产出” (outcome)。因此, 事件学是通过庆祝活动来提升社会积极产出的科学过程。

其中, 通过活动创造人们相聚的机会是事件学最大的积极产出。无论是为协会、公司、展会、旅游机构、学校、运动赛事, 还是为动物园等组织活动, 都让人们有了越来越多聚在一起的机会。彭斯深谙此道, 并在他的诗歌里充分地表达了出来。

许多年前, 我被邀请在一个售书签名会中解读自己的一个作品。一位女诗人和我一起受邀参加了同一场活动。在等待活动开始时, 我们都很好奇地互相打量对方。最后, 我开口问她: “为什么一位活动策划人会 and 一位诗人受邀在同一个活动中分享作品呢?”

她想了想回答道: “活动就像一首诗。如同诗歌一样, 美好的活动也是永恒的。”

当庆祝这本书第 1 版出版 20 年时, 我更加确信, 老朋友是不能被忘记的。我们应该不断地用活动回忆我们的过去, 并创造推动人类社会前进的新记忆, 让我们的文化紧密连接。

可惜的是, 彭斯在 37 岁时早逝了, 但他组织和参加了许多庆祝活动, 每天生活得愉悦而充实。在彭斯诞辰 250 周年的纪念日子里, 我再次为我的事业而奋斗, 让我们的每一天都能成为追随我们的人心中的“特殊事件” (special events)。

通过这本《活动策划与组织》, 希望你和我一起, 结识这些为人们的节庆活动热情奉献的个人和组织。我邀请你和我一起, 在苏格兰的紫色石兰中漫步, 一同延续罗伯特·彭斯的精神, 一同感受如诗歌般美好的活动。我们相信, 我们创造的每一个活动都能带来值

得珍爱的美好回忆。

第6版

第6版《活动策划与组织》汇集了我环游世界的经验。我寻找着人们举行活动的原因，寻找着活动如何给我们的生命带来意义。

从撰写上一版的《活动策划与组织》开始，我已经环游了六大洲——非洲、亚洲、大洋洲、欧洲和南北美洲，寻找着仪式、典礼、风俗习惯和传统等现代活动的根源。

在马来西亚，古老的仪式被保留并被赋予了新的含义。在澳大利亚爱丽丝泉（Alice Springs）的史特瑞劳研究所（Strehlow Institute），我了解到几千年前男人和女人的秘密仪式。在非洲、巴西、加拿大、加勒比海、法国、德国、哈萨克斯坦、卡塔尔、俄罗斯、瑞士、泰国以及苏格兰，我体会到人们为什么以及如何纪念他们的胜利、快乐甚至忧伤（Turner, 1977）。这些经历将成为后续指导的素材。作为新生代活动策划从业者，你将创造新的仪式和庆典，让这首美丽的诗歌永远美好。

在我旅行时，我发现世界各地对活动策划与组织者有着不同的称呼，有些地方称他们为活动经理（event manager），有些地方叫活动策划者（event planner），有些地方叫活动总监（event director）。在过去的版本中，我将这类人称作活动策划人（event leader）。在此版本中，活动策划人或者活动策划者（event planner）将一起使用。也许未来有一天，他们将拥有一个统一的称呼吧。在这本书里，活动策划人或者活动策划者是指参与活动调研、策划和协调等的人。

每一版的《活动策划与组织》都是新事物与旧事物的结合，都代表了对过去历史的总结以及对未来这个迷人领域的探索。

世界上绝大部分地区都有自己的仪式和典礼，以纪念集体记忆，表达个人愿望。

威尔逊（Wilson）和戈德法布（Goldfarb）（1994）对仪式和典礼进行了深入的定义：

典礼（ceremony）是指在一个正式的宗教或社交场所，通常由一个指定的权威人物主持，例如牧师或者酋长。毕业礼、就职礼、婚礼等都属于这种类型。仪式（ritual）是指执行事先建立或规定的程序。仪式可以是一个家庭活动，比如感恩节或圣诞节晚宴，也可以是宗教活动，比如赎罪日举办的罗马天主教弥撒和犹太人赎罪日活动。

现代活动策划中，活动策划人取代了权威人物的角色，他们是受过训练的专业人员，对仪式和典礼进行调研、设计、策划、协调与评估。感谢像你一样投身于活动策划与组织的专业教育和学习的读者，活动策划与组织这个职业已经在世界各地建立与得到认可。

当我旅行时，我发现政府开始对我们的行业产生了极大的兴趣，并且试图寻找如何学习、评估和衡量活动策划人为国家做出贡献的方法。例如，加拿大政府进行了一个里程碑式的研究，那就是为活动从业人员制定了一个国际化的标准。这个标准如果被其他国家接

受,那么活动管理将成为如受到广泛认可的工程及医学等学科一样的专业学科,拥有全球认可的标准、资格和证书。

无论是举办 2016 年夏季奥运会的巴西里约热内卢,还是 2008 年欧洲文化活动之都的英国利物浦和挪威斯塔万格,世界各国和各地方政府都不惜耗巨资积极争取成为活动举办地。政府已经意识到,会议、展览、旅游、节庆、婚礼等活动,不仅意味着巨大的商机,而且提供了新的就业机会、建立或提升目的地形象,这也正是世界旅游产业的核心部分。在周密的计划和协调下,地方在各方面因举办活动得到了大幅度的提升,这是市民和企业所梦寐以求的,也是政府领导必须做到的。

活动不仅能促进活动举办地发展,甚至能改变社区。罗得岛州普罗维登斯水火节(Waterfire™, www.waterfire.org) 将一个衰退的城市中心变为繁荣的娱乐街区。水火节由艺术家巴纳比·埃文斯(Barnaby Evans)设计,运用水、火和音乐等基本元素创造出激动人心的旅游体验。几百个篝火在金属锅中燃烧,漂浮在流经普罗维登斯市中心的河流上。芬芳的木材、新世纪音乐与古典音乐,由数以百计的志愿者组成的篝火员和灯夫,水火节重振了普罗维登斯的旅游经济。

这只是全世界成千上万个大大小小活动中的一个例子,仪式和庆典从古老的符号中发展出新的象征。第 6 版的《活动策划与组织》将告诉我们诸如水火节的现代活动是如何促进人类社会稳定发展的。在这本书里,你会发现维克多·特纳(Victor Turner)所说的社会结构是如何起源的(fons et origo),进而由此探寻到传统与我们现代职业的完美结合点,并迸发更卓越与更有价值的理念和灵感。

新版本的新内容

第 6 版的《活动策划与组织》与之前版本相比,有如下的改进:

- 新单元:对有行业经验的活动从业人员、正在优秀的活动专业院校中学习活动策划与组织的大学生以及毕业于活动策划相关学习项目的优秀学生进行访谈。通过每一章末的人物介绍,读者将进一步了解这些有经验的行业先锋和行业新秀,认识到如何成为优秀人才以及他们成功打造活动的原因。

- 新的章节:

- ◆ 第 6 章:绿色活动。在这个围绕活动环境可持续发展的章节中,读者将学习最新的趋势、技术以及废弃物回收、材料再利用和减少二氧化碳排放的方法。

- ◆ 第 13 章:做正确的事:企业社会责任。这一章探讨国际会议专业人士协会(Meeting Professionals International)等组织日益关注的企业社会责任,并介绍致力于通过活动造福社会的相关项目案例。

- ◆ 第 16 章:活动策划与组织的最佳新实践。这一章将向读者介绍这几年来最令人惊叹、最具代表性和最成功的两个国际级和国家级的案例:2008 年北京奥运会和 2009 年进行了整整一年的“回归苏格兰”(Homecoming Scotland)活动。

◆ 第17章: 21世纪活动行业新篇章。这一章包含活动行业中不同领域的新案例, 涉及旅游胜地、餐饮、会议、政府、节庆、运动等。

● 活动的测量与评估体现在本书的几个章节中。政府及其他投资者越来越关注活动影响的有效、可信的数据。这些内容将向读者提供收集、分析和发布信息战略和方法, 帮助你在未来获得更多的支持。

● 文中和附录中超过200个新网址将为读者节省时间和成本, 并提高活动的整体质量。

● 你将在本书中学习如何利用技术去改善活动的经济效益、质量、环境影响, 实现战略性目标。

补充

本书包含一本综合性的指导手册 (Instructor's Manual) (ISBN 978-0-470-64189-7), 你可以通过联系威利 (Wiley) 销售代理获取。如果你不知道谁是你的销售代理, 请登录网站 (www.wiley.com), 点击“教师资源” (Resources for Instructors), 并进入“谁是我的代理?” (Who's My Rep?). 获得资格的教员将可获得电子版的指导手册。附属网站 (www.wiley.com/college/goldblatt) 将为学生和教师提供配套的幻灯片。

题库 (Test Bank) 是一个方便使用的软件, 它能生成和管理试题, 并能打印或者直接发布于在线教学管理平台 (Blackboard)、WebCT、Desire2Learn、eCollege、ANGEL 和其他网络电子教学系统。采用《活动策划与组织》教材的教师可免费下载题库。其他的威利 (Wiley) 资源也能免费下载到你的 LMS 教程。

部分早前版本的附录已在本书中删除。大家可在学生与教师的网站 (www.wiley.com/college/goldblatt) 上找到这些资料。登录该网站可获取以下资料:

附录4: 组织和资源

附录5: 网站

附录6: 期刊

附录7: APEX 资源

附录8: 指南

附录9: 视听资源

附录10: 软件

附录11: 顾客合同范例

附录12: 供应商合同范例

附录13: 保险证书范例

附录14: 餐牌范例

附录15: 事故报告范例

附录16: 采购订单范例

附录 17: 活动评估范例

附录 18: 活动参与者调研范例

附录 19: 国际活动管理标准 DACUM 表

附录 1~3 可登录 www.rdjg.com.cn 获取。

新生代的活动策划人

在本书中,你将了解到很多表明活动策划技能对于事业长期成功越来越重要的例子。同时,你也将发现,新生代的活动策划人如何通过技术、环境可持续发展与关注不仅仅以经济发展为目的的活动,快速地突破行业最新前沿。

最近,由加拿大旅游人力资源委员会(Canadian Tourism Human Resource Council)的菲利普·蒙多(Philip Mondor)主持的研究表明,21 世纪的活动策划人所面临的任务将越来越错综复杂。国际活动管理标准(International Event Management Standards, IEMS)就是由一批有着活动管理知识体系(Event Management Body of Knowledge, EMBOK)的行业领袖设立的。

虽然说创新是活动管理者一直关注的问题,但是 IEMS 的研究表明,责任优先意识逐渐加强,与此相关的知识正逐步完善。详见本书网上电子版的附录。

现有的活动研究正持续地印证活动从业人员的发现。新的知识体系将活动管理的现代进程与项目管理联系在一起。项目管理要求对活动的目标和愿景做出清晰的判断,以及对每一个里程碑做出全面的回顾。活动策划者应该具备这些能力。本书将帮助你加深与拓展作为活动从业人员的竞争力,从而增加就业的竞争力与拥有更多的选择。

新数据、新趋势

教育

英国活动管理教育者协会(Association of Event Management Educators, AEME)的调查显示,1997—2007 年英国高校的活动管理课程申请量增长了 450%。大部分的活动教育项目设立在北美洲(美国及加拿大)。澳大利亚的活动教育项目数量位居全球第二,人均量位列第一。世界第三大活动教育中心是欧洲。各大洲与活动管理相关的教育项目的百分比如图 P-2 所示。活动管理学院及其联系方式详见附录。

就业

据《活动解决方案》(Event Solutions)2007 年刊调查,“高质量员工的缺失”是困扰活动策划企业的第四大问题。此外,活动行业的发展虽缓慢但平稳。46%的活动供应商在近期没有裁员的打算,教育、培训和认证相关的就业机会有望增加。

网络创新

在我与 ISES 成员一同学习时了解到,2000—2005 年互联网的使用者从 56%增长到近

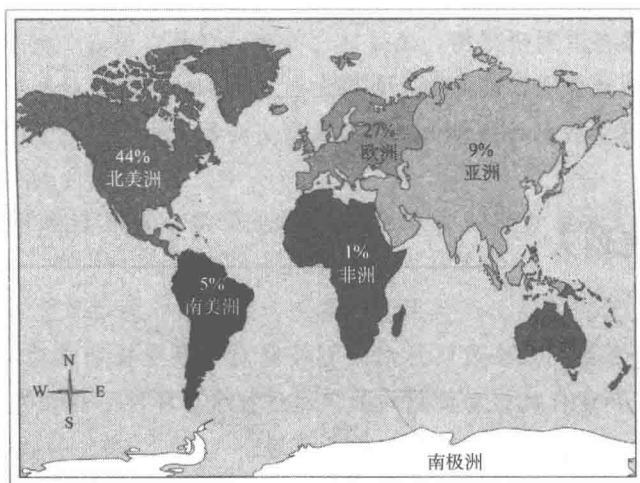


图 P-2 全球活动管理教育项目分布图

100%，并且仍在继续增长。随着互联网的普及，网站在活动策划公司中有着重要的地位。《解决方案》(Events Solutions) 调查显示，网上注册、电子简报、互动式的电子日历及网络广播等得到了越来越多的应用。

资质认证

越来越多的活动从业人员在寻求行业权威的资质认证。《活动解决方案》2007 年的调查显示，34% 的活动从业人员拥有资质认证证书，其中最普遍的证书是注册会议策划师 (Certified Meeting Professional, CMP) 以及注册活动策划师 (Certified Special Events Professional, CSEP)。

收入总额

《活动解决方案》2004 年的报告显示，活动从业人员的收入总额低于 250 000 美元/年。这与我和 ISES 的成员共同调研的结果相吻合，即大部分的活动策划组织是小型企业。在 2008 年和 2009 年全球金融危机的影响下，许多组织，特别是公司的收入严重减少。

活动预算

虽然收入不高，但活动策划公司维持着大规模的产出。根据《活动解决方案》，预算低于 5 000 美元的小活动在 2001 年后逐渐减少，到 2007 年大部分活动预算在 50 000～99 999 美元之间，这一预算范围的活动自 2004 年以来增多。在预算增加的情况下，2007 年 40% 的活动策划者并没有预测其费用将有变化，37% 的活动供应商认为将会有 1%～5% 的价格上涨。

薪酬

活动从业人员普遍拥有较好的薪酬，比如展览会助理/会议经理 2007 年的平均年薪为 37 500 美元，会议策划人 2007 年的平均年薪为 62 213 美元，餐饮总监 (food and beverage director) 2007 年的平均年薪为 93 000 美元。在需要专业技能的活动生产部门，人均年薪最高水平达到约 70 000 美元。展会、会议的从业人员的薪酬水平位列第二。餐饮业由于提供许多低层次的工作，其从业人员的平均薪酬最低 (低于 60 000 美元)，但总监平

均年薪高达 87 000 美元 (2007 年)。

公司与协会活动策划人的薪酬

《活动解决方案》发现, 2003—2004 年企业活动策划人的薪酬下降了 15%。《活动解决方案》猜测, 这个趋势可能是由于大量雇用新入职员工造成的, 这部分员工尚处于入门级水平, 工资较低。或者说这是行业成熟的一个标志, 标志着活动从业人员, 尤其是在企业工作的, 需要更加努力地工作, 完成复杂且高水平的任务, 从而领取相匹配的薪酬。

无论如何, 活动企业的薪酬体系仍然是健康发展的, 企业内高级活动制作人 (event producer) 的平均年薪高于 55 000 美元。相比而言, 协会的活动策划人领取较低的工资, 其高级活动制作人或者会议经理的平均年薪仅为 47 000 美元, 并且其 2004 年的薪酬相比于 2003 年亦有所下降。总体上看, 如果考虑所有的因素, 活动从业人员的薪酬呈持平或略微上升的趋势。因此, 活动从业者需要不断地强调服务的附加价值, 从而帮助提高未来的薪酬水平 (www.event-solutions.com)。

节庆主管 (festival executives) 及特殊活动总监 (special event director) 的报酬与福利

2006 年, 国际节庆和活动协会 (International Festivals and Events Association, IFEA) 调研活动行业的报酬和福利情况, 以了解这个重要的预算领域的趋势。调查显示, 779 名受访者所策划与管理的活动中, 预算在 250 000~500 000 美元之间的活动比例最大。

根据 2003 年的调查, 大部分节庆组织的员工少于 6 人。然而, 每次节庆的平均志愿者人数可达 533 人, 可见这些组织很大程度上依赖于包括实习生在内的志愿者。

在此调查中, 206 名受访者回答了关于执行董事、执行总裁的薪酬问题, 调查显示其平均工资为 65 000 美元。在这些受访者中, 50% 的人曾获得从 100 美元到 86 500 美元不等的奖金。另外, 62% 的受访者表示 2005 年其薪酬有所提升。

相比之下, 在调研中报告职位为特殊活动负责人或经营者的受访者, 平均年收入约 55 000 美元 (www.ifea.com)。

展览行业增长

根据美国展览业研究中心 (Center for Exhibition Industry Research, CEIR), 美国的展览业处于平稳发展阶段。2007 年展览业有 23 座建筑新建, 63 座建筑扩建。美国及加拿大总可供展览面积从 2004 年的 8 000 万平方英尺^①增长到 2007 年的 8 450 万平方英尺 (www.ceir.org)。

会议行业影响

会议行业委员会 (Convention Industry Council, CIC) 2007 年注册会议专业报告 (Certified Meeting Professional Report) 显示, 会议行业对美国国民生产总值的贡献排名第 29 位。2007 年, 会议业总的直接支出超过了 1 220 亿美元 (www.conventionindustry.org)。CIC 与其行业合作伙伴在 2010 年对会议业经济影响开展研究, 为这一行业的优势与重要性提供支持。

① 1 平方英尺=0.092 903 平方米。