

事件管理

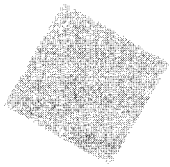
Event Management

新职业蓝图，王永嘉著
让你的人生每分钟精彩



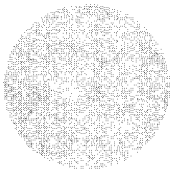
世界特殊事件管理协会奠基人
首任主席戈德布莱特博士推荐

清华大学出版社



事件管理

王永嘉 著



Event Management



清华大学出版社

北 京

版权所有，翻印必究。举报电话：010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术，用户可通过在图案表面涂抹清水，图案消失，水干后图案复现；或将表面膜揭下，放在白纸上用彩笔涂抹，图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

事件管理/王永嘉 著. —北京：清华大学出版社，2005.12

ISBN 7-302-12185-0

I.事… II.王… III.管理学 IV.C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 142519 号

出版者：清华大学出版社 地 址：北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编：100084

社总机：010-62770175 客户服务：010-62776969

策划编辑：张立红(zlh-zlq@263.net)

文稿编辑：陈 莉

封面设计：北京灵顿品牌识别工作室

版式设计：孔祥丰

印刷者：清华大学印刷厂

装订者：三河市春园印装有限公司

发行者：新华书店总店北京发行所

开 本：160×240 印张：18.75 彩插：1 字数：336 千字

版 次：2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 7-302-12185-0/F·1409

印 数：1~6000

定 价：28.00 元



在美国国会大楼前。



在美国 FAME 协会的年会上演讲。



和美国事件管理泰斗、杰克·莫顿全球制作公司创始人杰克·莫顿先生合影。杰克·莫顿先生曾是作者的实习导师。

和美国事件管理大师、世界特殊事件管理协会创始人戈德布莱特教授夫妇合影。





和他的团队在白宫欢迎朱
镕基总理访美(右二为作者)。

与肯尼迪家族新一代掌
门人派特里克·肯尼迪议员
在一起。



与乔治·华盛顿大学校长
和商学院院长在一起。

在自己策划的狂欢节上与
工作人员合影。



致 谢

首先要感谢我的导师，世界事件管理协会创始人，首任主席，裘·杰夫·戈德布莱特博士。没有他的教导和引路，没有他的鼓励和支持，我不可能有机会完成这本书的写作。作为享有盛誉的美国事件管理学之父，他的卓越成就一直是我们的学术生涯中难以逾越的高峰。这本以中文写成的事件管理教材自然也反映了他在全球事件管理领域的影响力。本书的序言便是由他撰写的。和他一起，我们共同分享了千百次庆祝的欢乐。

特别感谢以下的国际事件管理界的著名学者和专家，没有他们几个世纪的默默耕耘，就不可能有这本书的问世。虽不能一一列举，对于允许我引用他们专著、论文集和演讲中的材料，深为感谢：

裘·杰夫·戈德布莱特教授 (Dr. Joe Goldbaltt)，坦普大学 (Temple University)

李莎·代尔西教授 (Dr. Lisa Delpy)，乔治·华盛顿大学商学院 (George Washington University)

唐纳德·盖兹教授 (Dr. Donald Getz)，加拿大麦吉尔大学 (McGill University)

惕莫遂·希佛 (Timothy Shriver)，特殊奥林匹克运动会主席 (Special Olympic)

杰夫·布利斯 (Jeff Bliss)，世界体育节主席 (World Sports Festival)

杰克·莫顿 (Jack Morton)，美国 Jack Morton 环球制作公司创始人 (Jack Morton Worldwide)

琳达·希金斯 (Linda Higgins)，美国乔治·华盛顿大学客座教授，TCI 董事长 (TCI)

唐纳德·豪金斯教授 (Dr. Donald Hawkins)，美国乔治·华盛顿大学商学院 (GWU)

道格拉斯·富兰克林教授 (Dr Douglas C. Frechtling) 美国乔治·华盛顿大学商学院 (GWU)

余良教授 (Dr. Larry Yu)，美国乔治·华盛顿大学商学院 (GWU)

泰拉·希利尔德教授 (Tyra Hilliard)，内华达大学 (University of Nevada)

这本书的主要章节是在中国逗留期间，在我的家乡安徽省蚌埠市完成的。其余章节是我回美国后，在华盛顿的家中写完的。在写作过程中，我得到了国内知名大学和研究机构多位管理专家的指教，他们在百忙之中，或阅读其中的章节，或与我讨论主题与案例，或帮助我搜集国内相关产业资料，在此，请允许我借此机会一一致谢：

刘列励教授 北京航空航天大学管理学院
张贞梅教授 安徽财经大学
贾爱萍教授 安徽财经大学
王 锋教授 安徽财经大学
朱玉杰教授 清华大学经济管理学院
丁 硕先生 北京 2008 奥运会组委会法律部
姚文雄教授 (Dr. Vincent Yao) 阿肯萨斯大学
李查德·谢尔兹校长 (Dr. Richard Shurtz) 斯杰福德大学
仲 进编辑 哈佛商业评论
杨 勃女士 中国社会科学院中咨公司
汪 文先生 中国市场协会
李春伟先生 国务院发展研究中心中国企业评价协会
周小红女士 中国人力资源峰会
马 兴博士 上海城市投资总公司
殷韶筌编辑 上海远东出版社
钱 中先生 上海盛事明嘉公司
王文照女士 美国凯孚律师事务所
郑小为先生 清华大学美术学院
王 强先生 安徽新源热电有限公司
马从容女士 蚌埠建投总公司
陈新奎先生 蚌埠日报社

许多同仁为这本书，尤其为书中的中国案例部分，提供了宝贵意见和信息。清华大学出版社的编辑们的中肯的评论，使得我三易其稿，形成了此书的现在的内容和风格。对于书中任何肤浅疏漏之处，我当难咎其责。

我要感谢清华大学出版社给我这样一个难得的机会，让我凭这本具有

开拓精神的书来体现我对事件管理学科的热爱。没有张立红编辑的远见卓识，大力推荐，我不可能有机会在中国出版第一本介绍事件管理的新书。她第一次大胆断言这项职业正在中国日新月异地成长，并将为千百万从业者和毕业生提供难得的教育机遇。她的勇气，灵性，职业精神，和创造的卓越业绩，让我肃然起敬。叶青编辑在本书的宣传推广中，显示的成熟，智慧，不凡见解和出众才华，一样给我留下了极为深刻的印象。对于陈莉编辑在后期编辑中的一丝不苟的辛勤工作，我也一并致谢。

我还要感谢乔治·华盛顿大学事件管理专题图书档案馆对于我的热情接待和对于这本书的毫无保留的支持。在华盛顿的写作过程中，我还得到了弗吉尼亚大学张建中，纽约州立大学毛萍，乔治·华盛顿大学 MBA 项目中国毕业生孙广育、李子豪、翟晓弈、吴达、张梦芸的鼎力协助。我的好友，蒋天伦、赵琨、李崇兴、钱中、Tina Tung 也对于书的前期构思奉献了思想，灵感和支持。我的南大的同班好友，奥美西岸广告公司的创始人之一蔡芜女士，北京合众光华国际广告公司创始人赵智，和蚌埠燕飞广告公司创始人燕飞女生都一直关心本书的在中国的写作，在此，我一并表达感谢之情并祝愿友谊地久天长。

我尤其要感谢的还有安徽财经大学，他有一群天颖聪慧，朝气蓬勃，甘于奉献的学生。胡瀚涛，花小伟和张扬是其中的三位。作为特别助理，他们在书的后期编辑中花费了大量时间和精力，他们细致，认真，讲究效率，及时将读者的兴趣，观点和意见反馈给我。这本书能够成功出版，他们功不可没。这些天赋颇高，视野开阔的年轻一代代表着事件管理职业的美好前景，我真诚期待他们的未来光彩夺目。

家庭是我们的传统，是我们的礼仪和庆典赖以生存的最后的花园，家庭照亮了海外游子孤独奋斗的漫漫旅程。我要感谢我的家人，我的已故的父亲，我的年迈的母亲，姐姐和兄弟，在蚌埠的寂寞写作中给我的关心和照顾，他们的爱和鼓励一直是我生命中最重要的信心之源。

2004 年 11 月写于安徽蚌埠市
2005 年改于美国华盛顿市

序 言

几年前，我接到邀请与一位著名女诗人一同参加新书签名仪式与阅读会。在仪式开始之前，她转过身来问我：“你知道他们为什么邀请诗人和事件制作人同时参加这个节目？”我没有回答，却问了另一个问题：“一首诗和一个事件之间怎么能相似呢？”她沉思了一会儿，回答说：“为什么不？一个事件就是一首诗。”然后，这位女诗人解释道：“诗照亮生活，促进对事物的理解，并给阅读者留下独立思考和阐释的空间。”我对此评论说：“事件是生活中独特的非同凡响的时刻，它超越了平庸无奇的日常生活。”在这里，女诗人和事件制作人发现，一首诗确实是一个事件，而一个事件也是一首诗。

你手中这部开创性的新书作者也是一位诗人。在字典中，诗人一词来自于希腊词汇 *poiotes*，意为制作者 (*maker*)。如果追述到比希腊词根更远的古代，诗人一词最早在梵文中出现，意为采集、堆满的人。不论诗人的真正定义如何，这部书的作者向事件领袖这个现代职业显示了他横溢的才华、深邃的智力、不倦的探索和不竭的热情。他实际上已经通过这本具有历史意义的新书阐明了这个定义。

我在乔治华盛顿大学指导事件管理的研究生时，王永嘉先生是我的学生。他在短短的时间内就跻身于现代事件管理界的名人殿中最耀眼的新星之一。他驰骋中美两国的事件管理人经验使这部书具有东西文化的双重视野。尤其值得一提的是，他对于全球事件的高度敏感和对这些事件的影响力的思考使得这部书与众不同。

我深信你们能从王永嘉这部介绍事件最佳案例和实践的新书中受益匪浅。我也知道，世界各个国家的投身于事件管理科学与艺术的从业者都会乐于向这位技艺精湛的全球事件制作人学习。读完这部书，你肯定可以收获王永嘉收集的事件的珍贵信息。你的这些阅读体验，将鼓舞你通过创造独特的事件抒写你的人生诗篇，并在中国以至世界范围内将事件领袖的形象传之弥远。

戈德布莱特博士
世界特殊事件管理协会奠基人，首任主席
美国坦普大学教授

Preface

A few years ago I was invited to participate in a book signing and reading with a distinguished poetess. Prior to the program's beginning the poetess turned to me and asked: "Why have they invited a poet and a event producer to participate in the same program?" I returned her question with my own question. "How is an event similar to a poem?" After a few seconds of contemplation, the poet answered: "Why, an event is a poem." The poetess later explained: "A poem is a composition that provides illumination, promotes understanding, and allows for individual interpretation." To which I added: "an event is a unique moment in time that is different from a normal day of living." The poetess and the event producer discovered that indeed a poem is an event and a event is a poem.

The author of this important and most valuable new book is a poet. The dictionary states that the term poet is derived from the Greek word *poietae* that means *maker*. Prior to the Greek origin of this term it is believed that the term poet was first noted in the ancient Sanskrit language and refers to one who *gathers, heaps up*. Regardless of the true definition of the term poet, the author of this book brings such talent, intellectual curiosity, and passion to the modern profession of Event Leadership that he has in fact re-defined this term through this historic new book.

Yong Wang was my student at The George Washington University graduate program and he quickly distinguished himself as one of the brightest stars in the modern event management galaxy. His experience as a event organizer in both China and the United States have allowed him to bring to this book both a eastern and western perspective.

Perhaps more importantly, his sensitivity to world events and the impact events may have upon these events further distinguishes this book. I am confident that you will greatly benefit from the best practices Yong Wang has identified in this new book. Furthermore, I know that throughout the world all practioners of the art and science of event management will enjoy learning from

this outstanding international *maker* of quality events. You will most certainly come away with *heaps* of information Mr. Wang has *gathered* on your behalf. And as a result of this experience, you too will become create your own poetry through events to greatly expand the field of Event Leadership within China and throughout the world.

Dr. Joe Goldblatt, CSEP

Professor and Executive Director

Temple University

School of Tourism and Hospitality Management

Founding President, International Special Events Society

前 言

伊玩特(event)来到中国是我们这个时代欣欣向荣的一个重要标志。在这个风驰电掣、斗转星移的现实世界中,新世纪的来临值得我们庆祝。伊玩特进入管理大家庭预示着一一种新的生活方式和管理方式的形成。

20年前,无人可以想像,奥运会和F1超级赛车会吸引全球几十亿人的“眼球”,而世界杯带给全球的狂热“体验”深入到国家的文化和传统中。同时,以大型事件为发动机的创新经济蓬勃发展,撼动了传统产业布局。事件经济(event economy)作为新经济的先锋,开始扩展到众多新兴产业,包括体育、娱乐、会展,休闲和特殊主题旅游。“体验经济”、“注意力经济”、“体育经济”、“婚庆经济”、“娱乐经济”、“休闲经济”等字眼在媒体上频频露面,预示着新经济开始以人们完全陌生的创新形象开始了他们在中国的长征,我们隐约看到一种新的全球性产业现象开始在中国的星空闪耀。

伊玩特在中国的奇妙旅程是事件管理全球化的最逼真的缩影。事件中蕴含的众多巨大的商机开始得到中国企业的战略重视。一个成功的超级事件,如奥运会、世界博览会、F1超级方程式赛车、NBA引进、香港迪斯尼乐园的新建,可以大大提高城市的形象,吸引国际投资和国外游客,创造巨大的经济效益,并带来更多的就业机会。如何创造与制作这些对经济有巨大推动力的事件,把握其中的商机,如何控制和规避重大事件的风险,成为所有雄心勃勃的城市和企业的挑战。事件管理(event management)应运而生,事件管理人(event professional)开始登上历史舞台。

在过去十年中,MBA和项目管理在中国都得到长足应用和发展,中国对新管理科学的浓厚兴趣得到市场的正面回应。各个大学和研究机构都成立了相应的创新经济和创新管理研究中心,对众多的国际新学科进行深入的研究。事件管理和项目管理常被称为新管理学的“双璧”,是应用管理中倍受关注的领域。事件管理虽然起步稍迟,但是凭借着其在宏观视野、经济规模、产业整合、市场创新、风险控制等诸多方面的宏大建构,以它的包容性、大众性、多元性和娱乐性,正在迅速超越项目管理,成为整合新经济的先锋工具。

无论是美国经济学家约瑟夫·派恩二世和詹姆斯·吉尔摩的“体验经济”，还是迈克尔·J.沃尔夫的“娱乐经济”，也无论是美国未来学者阿尔文·托夫勒的《未来的冲击》，还是1999年第12期美国《时代》杂志曾预言的“休闲经济”、事件都是经济列车的滚滚车轮。当高歌猛进的事件产业以雷霆万钧之势，涌入中国市场，事件管理所涉及到的服务领域将急剧扩大，深入到每一个传统产业。看一看下面的数字背后蕴含的机会：4 500 亿的旅游市场，8 000 亿的休闲市场，2 500 亿的婚庆市场，1 500 亿的会展市场，2 000 亿的体育市场，3 000 亿的娱乐市场，等等。

事件在中国已创造诸多神奇：博鳌亚洲论坛从无到有的魔幻；城市节庆经济的崛起；千万个小型会展和婚庆公司应时而生；德国会展巨头对中国的事件产业全面的战略投资；美国事件管理学会在中国全面推展事件管理业；中国劳动部和中国市场学会对事件管理经理职业进行认证；清华大学率先开设的中国第一个体育管理硕士项目；北京航空航天大学频频举办的奥运事件营销论坛等。更多的城市政府将事件产业看作复兴和振兴地方经济的助推器，而各类公司和商家则把事件看成创造品牌、推销产品的巨大舞台。事件管理生逢其时，必得其果。

事件管理在中国的应用研究可谓是“冷门”。本书是介绍事件管理的第一本中文书。本书通过故事、案例、图表和对话，系统介绍了事件管理的理论、技能和方法，将国际通用的管理工具、成熟的管理经验与中国市场上的各种现象、策略和创意结合起来，提供一个完善的调研、设计、策划、推广、协调、评估、预测、风险控制的管理体系，适合于组织与策划事件的专业人员和对管理生活中的个人事件有兴趣的读者，对于创业有想法的朋友们也能从中分享到其他国家事件管理人的成长经历。

事件管理在中国的奇妙旅程刚刚起步，让我们拭目以待！

引子

值得一提的是特殊事件在中国文化中的演绎，在《辞海》中“事件”有两个意义：第一个是指“社会和生活的大事”；第二个来自古语，指“动物的内脏”。古意反而更接近现代事件的概念。

在社会这个超级系统中，事件可视为社会和生活的基本要素(器官)。解剖一个事件，就像分解原子或者撞击基本粒子一样，就是从基本元素的变化中探索判断社会和人的奥秘，希望窥一斑而见全豹。

事件的视角，我称之为“事件观”。和世界观、历史观、时空观一样，事件观是现代社会为现代人提供的又一视角，包含两层含义：第一层含义是将事件作为看待社会、历史、人类行为的惟一视角，透过解构事件建立独特的新的世界观；第二层含义是事件是空间和时间的美的统一。

在全球事件管理学界，对于事件的研究近年来又有了新的突破。多年来，“event management”是事件管理的标准概念。“eventology”在20世纪90年代末由美国事件管理界琳达·希金斯等专家提出并很快流行起来，被称为是事件的科学“the science of event”，但仍然偏重于对事件管理的功能进行重新分类和革新。大约在2001年，美国事件管理学奠基人戈德布莱特教授再次提出了“eventhopology”的新概念，可译为新事件科学或新事件学，也就是将事件从普通管理学的范畴深入到生物学、人类学、传播学、社会学、文化学、考古学和信息科学的跨学科范畴。

全球化背景下的事件管理科学显然更关注管理和策略操作层面上的应用理论研究，但对于事件在文化、哲学、历史学、社会学、人类学、美学、外交学和跨文化交流方面的综合研究略显欠缺，在中国对事件管理的引入和定性过程中应该给予进一步的重视。

事件管理讲述组织特殊事件的奥秘，解释事件产业的概况和成功事件的策划战略。这本书适合中国的专业事件管理人阅读，同时对于雇用事件管理人的公司和与事件管理公司合作的国际和民间机构也有重要借鉴意义。本书包括从确立战略目标开始的特殊事件的所有奥秘细节。

事件管理产业呈现了多个不同侧面。什么是完美意义上的事件管理？谁才是真正的事件管理人？他们策划和管理了什么样的事件？事件管理属

于哪一个产业？谁在雇用事件管理人？我被这样的问题围绕着。

如果说 20 世纪 50 年代是事件管理充满稚嫩而又纯情的时代，那么 21 世纪这个被人类意气风发踏入的新千禧年可以被描绘成“复兴时代”。事件管理领域正处于史无前例的学习和知识扩展的时代，作为这个时代的一份子，我们自然不能置身度外。

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。只有掌握现代化的科学工具并且技能熟练的经理人、营销经理以及调研人员才能保证自己具备了使梦想成真的高超本领。本书是指引你探索更多奥秘的灯塔，使你在日新月异、变化万千、发展迅猛的职场中始终处于知识曲线的波峰，而不至被远远地扬弃在偏隅的一角。建立始终如一的学习基准点是实现这一目标的途径之一。出席一两次行业年会，参加当地大学主办的课程和活动，或者每天抽出一定的时间阅读与本职业息息相关的文献资料，都将使你成为时代宠儿。

无论是希望进入这个新行业的新手，还是在事件管理行业中重新定位的老手，还有想把策划技能从一个领域切换到另一个领域的专家，还有正在事件管理行业中摸索未被发现的空档和机遇的高手，还有寻求把自己的热情、兴趣和创意与卓越高超的事件管理技能融合的企业家，都拼命从事事件管理行业浩如烟海的信息中挖掘金矿。但是在内心深处，他们还是心存疑惑，这些做法和所掌握的资讯能否为他们指明在事件策划和管理行业中永往直前的方向，或帮助他们解决在职业选择过程中面对的困惑和挑战。让我们看看事件管理的辽阔天地。

事件通常被定义为社会背景下的一次大型的聚集行为，而事件的管理与策划被认为是为了达成某个目的所提前运用的方法手段。这是以系统化方式安排事件要素的科学过程。

运用事件管理和策划服务的范围十分广阔：

专业办公室管理

艺术

影像

美容化妆

教会

化妆品

广告

选美

汽车制造

传播

美食

旅游地管理	直销
教育	娱乐
时装	电影
金融	机场
观光业	酒店
保险	灯光音响
杂志	营销
医疗	音乐
夜总会	非盈利组织
制药	公共关系
出版	地产
餐馆	零售
体育	电视
戏剧	舞美

这本书可以帮助你成为高素质的见识广博的事件管理人。我们中的大多数人都亲眼目睹过“吸引眼球”的盛大事件和节日，也亲身参与过丰富多彩的庆祝，但是很少有人策划与管理过这些事件。事件经理不仅仅是待在现场，还必须保证事件顺理成章地向前昂首阔步，与风险共舞且不失平衡，使得参加事件的人们获得最大程度的愉快和享受。对于事件管理人的要求的严格和细致程度远远超过一般人的估测。

很多事件对于参加的观众蕴含着相当大的安全风险考虑。比如在世界范围内肆虐的恐怖主义对 2004 年雅典奥运会造成的极大威胁，迫使希腊奥运会组委会连续几次加大安全预算，聘请更多的事件管理顾问与风险防范专家以应付可能的风险。如果事件经理不能有效履行职责，事件的结果将会变得更难以预测，风险程度自然增高，最后变得失去控制。

对于事件管理人而言，财政风险仅仅是事件复杂冰山的一角。事件常常耗资巨大，在一个相对短的时间内需要投入重金，相对于普通的商业项目，事件的收入和盈利结果都存在着巨大的不确定性。就每个城市社区的志愿者们策划的主题活动与慈善事件而言，风险在于成百上千人倾力投入的时间和精力很可能毫无成效，而预定目标更遥不可及。

另外一点需要重视的是，事件通常是个人生活的巅峰状态或者重大时刻的庆祝，不可以等闲视之。奥运会的成败自然对国家的声誉举足轻重，一个盛大的生日庆典、婚典、命名典礼对于来宾也是意义深远，因此不能有丝毫偏差。如果事件过程出现失误，短时间内将很难纠正。例如一个盛大婚礼，由于使用的设备耗电巨大，导致电路超载失灵，这样的问题一旦发生就非常棘手。让我们借用一句在北京申办 2008 奥运会的宣传中常被引用的，同时在事件行业里流行的话说，事件是“一生仅此一次的体验”。事件管理人背负着巨大的压力，他们必须保证事件无论规模大小，一次成功，事实上你也只有一次机会去显示你的非凡创意和必杀绝技。

从上面的介绍和讨论，事件的特点可以归纳如下：

- 对于参加者而言，事件是“一生仅此一次的体验”。
- 事件常常耗资巨大。
- 事件发生在较短的时间段内。
- 事件需要长期的精心的策划阶段。
- 事件一般只发生一次。（少数事件每年相同时间重复发生，被称为年度事件）
- 事件蕴含较大风险，包括金融风险和安全风险。
- 对于事件管理团队和其他介入事件运作的人们，事件成败事关各方声誉和利益。

最后一个特点非常关键，因为每个表演者，无论是体育选手还是娱乐明星，都希望在事件中倾其全力，奉献最佳技艺。新郎新娘希望新婚典礼这天是他们生活中最完美无缺的一天。营销经理和策划团队希望他们设计的新产品在最好的光色组合中亮相。且慢，让我们停下来，想一想，请大家比较一下管理一个餐馆（你可以把风险平摊到你经营的每一天和每个客人）的难度和你策划与管理一个世界顶级公司的预算庞大的新产品发布的难度（比如奔驰最新跑车发布）。这个发布会邀请了 500 名行业精英和媒体代表与会，对地点的要求自然不同寻常，后勤、灯光、音响、特殊效果、视觉、装饰、食品、安全，千头万绪，都需要一一考虑周详。

事件的策划与管理好像是下面没有保护设施的高空走钢丝。事件一开始，没有回头路。必须一鼓作气走到底，不像时装表演，可以有预演。当你把你的观众、客人和供应商带到事件现场时，他们会怎样互动和反应，你是不可能预测的。但是，你可以未雨绸缪，精心策划，做到胸有成竹，