

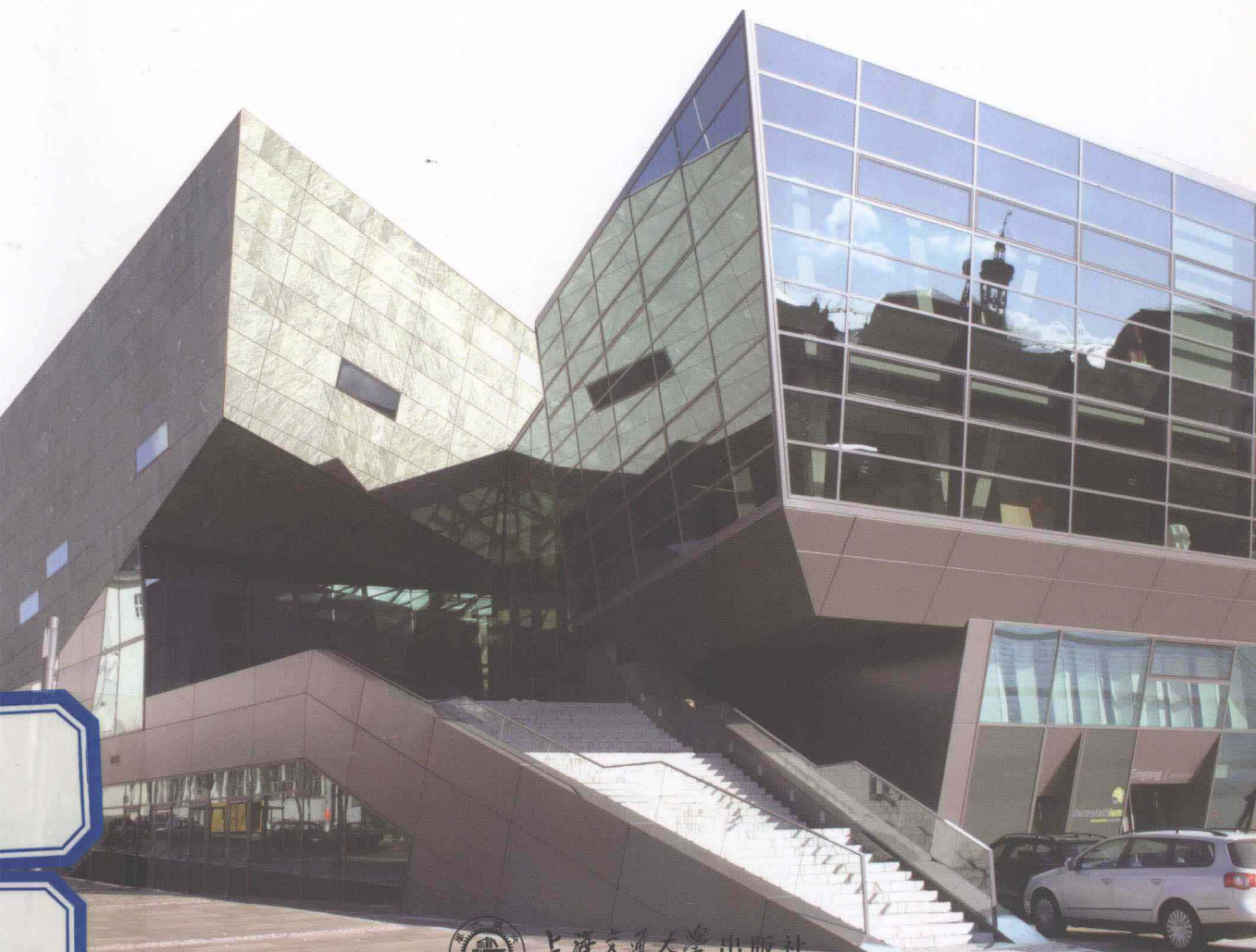
高等学校旅游管理类专业精品课程规划教材

总主编 郑向敏

大型活动策划与管理

DAXING HUODONG CEHUA YU GUANLI

主编 范智军



上海交通大学出版社

SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

高等学校旅游管理类专业精品课程规划教材
总主编 郑向敏

大型活动策划与管理

DaXing HuoDong CeHua Yu GuanLi | 主编 范智军

上海交通大学出版社

内容简介

全书围绕大型活动开展的基本过程，采用模块式结构编写，每个模块由若干个项目组成，每个项目又分成若干个任务来完成。全书共六大模块，包括大型活动策划与管理的基本要求、展览活动策划与管理、会议活动策划与管理、演出活动策划与管理、节庆活动策划与管理、体育赛事策划与管理。

本书特色体现在3个方面：以素质培养为基础、以能力培养为核心，紧密联系大型活动工作发展前沿，构建“工学结合”的课程教学体系；采取“任务驱动、项目导向”方式，设计情境，融理论于实践操作，体现学生自主学习的精神与能力；以大型活动工作职能的完成为载体，实行“教、学、做”一体化的教学模式，突出学生实践能力的培养与创新意识的塑造。

图书在版编目(CIP)数据

大型活动策划与管理 / 范智军主编. — 上海: 上海交通大学出版社, 2012

ISBN 978-7-313-07376-1

I. ①大… II. ①范… III. ①旅游服务—高等教育—教材 IV. ①F590.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第242738号

大型活动策划与管理

范智军 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路951号 邮政编码: 200030)

电话: 64071208 出版人: 韩建民

江阴市天海印务有限公司印刷 全国新华书店经销
开本 787mm×1092mm 1/16 印张 16 字数 370 千字

2012年1月第1版 2012年1月第2次印刷

ISBN 978-7-313-07376-1/F 定价: 38.00元

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 0510-86250725

高等学校旅游管理类专业精品课程规划教材编审委员会

顾 问

宋海岩 香港理工大学旅游与酒店管理学院副院长、讲座教授、博导

马 勇 湖北大学旅游研究院院长、教授、博导 教育部工商管理学科旅游专业组组长

田 里 云南大学旅游与工商管理学院院长、教授、博导 教育部工商管理学科组成员

高 峻 上海师范大学旅游学院副院长、教授、博导 教育部工商管理学科组成员

刘静艳 中山大学管理学院旅游系系主任、教授、博导

肖潜辉 上海春秋国际旅行社总经理

侯 峰 浙江开元酒店集团总经理

黄大威 广东丹霞山世界遗产地总经理

本书编写委员会

主 编 范智军

副主编 许 欣 张春霞 曾秀慧



21世纪是中国由旅游大国向旅游强国进军的世纪。在旅游业迅速发展的大背景下,我国旅游高等教育的发展也迎来了新纪元。全国80%的高等院校开设了旅游类专业,为我国旅游业的快速发展和为建设世界旅游强国培养、储备了数以万计的高素质、应用型的旅游专业人才。

教育部《关于全面提高高等教育教学质量的若干意见》颁布以后,我国旅游高等教育遵循“以就业为导向、工学结合”的人才培养指导思想,在专业建设、人才培养模式、课程改革等方面取得了一系列卓有成效的改革成果。专业精品课程建设就是其中一项重要的改革成果。几年来,我国高等院校旅游专业已经建设出一批省级、国家级精品课程,这些精品课程为高等院校旅游专业的专业建设、人才培养、课程改革提供了示范与借鉴。

教材建设是旅游人才教育的基础。目前,我国旅游专业教材建设已有一定的规模和基础。但是,从整体上看,现有的系列教材有以下几个方面的缺陷:一是系列教材虽多,但具有规范性、示范性和指导性的教材甚少;二是各系列教材的课程覆盖面小,使用学校范围不大,各院校使用教材分散,常出现一个专业使用多个系列教材而不利于专业教学的一体化和系统化的现象;三是不能满足目前多种教学体制、培养模式和授课方式的需要,在与多媒体教学、案例教学、实操讲解等多种教学情景的结合中显得无能为力。随着我国旅游教育层次与结构趋于完整化、多元化,高等院校旅游专业人才的培养目标、培养模式更为明确,因此,需要根据高等院校教育特点、高等院校教育要求和人才培养目标编写一套对课程教学具有示范性、指导性,既有理论广度和深度,又能提升学生实践能力,以及可以满足一线旅游专业人才培养需要的专业教材。

在研究和分析目前众多高等院校旅游系列教材现状的基础上,我们认为,精品课程建设作为教育部教学改革工作的一项重要举措,已经得到各高等院校的重视与关注。将具有规范性、示范性和指导性的精品课程通过教材的形式,进行推广与应用,使精品课程的示范、指导作用能更有效地渗透到专业课程教学中,显得非常必要。带着这种理念,我们组织了高等院校旅游管理类国家级、省级精品课程的主持人,共同编写了该套教材,得到多所高等院校精品课程主持人的积极响应和参与。

为使本套教材更具有规范性、示范性和指导性,我们采取:

一、根据各门精品课程的特点,结合高等院校旅游管理类专业建设规范与课程设置标准,组织各教材的体例与结构。

二、根据高等教育的培养目标和教育部对高等院校课程的基本要求和教学大纲,结合目

前高等院校学生的知识层次，准确定位和把握教材的内容体系。

三、以岗位教学、工学结合的思想构建教材编写体例，以项目化、任务式体例拓展教材内容，增设教学目标、教学重点、教学难点、拓展阅读、思考练习、教学资源包（包括教学PPT课件、案例选读、图片欣赏、考试样题及参考答案等相关内容），以满足各种教学方式和不同课时的需要。

四、强调和重视各专业系列教材之间、课堂教学和实训指导之间的相关性、独立性、衔接性与系统性，处理好课程与课程之间、专业与专业之间的相互关系，避免内容的断缺和不必要的重复。

希望能通过这一目前全国唯一的一套以国家级、省级精品课程为依托的“精品课程规划教材”的编写与出版，为我国高等院校旅游专业教育的教材建设探索一个“能显点，又盖面；既见树木，又见森林”的教材编写和出版模式，并希望能使其成为一个具有规范性、示范性和指导性，优化配套的、具有专业针对性和学科应用性的高等院校旅游专业教育的教材体系。

华侨大学旅游学院院长、博士生导师

郑向敏 博士、教授

2010年9月8日于华侨大学

“大型活动策划与管理”课程是会展策划与管理专业的核心课程。本教材的编写根据课程的要求，强调以工作过程为主线组织教学内容，实行“教、学、做”一体化。在学中做、做中学，满足教学过程中技能和素质培养要求。教材内容充分体现会展专业人才培养目标定位，大胆创新，使教学内容紧密结合企业实际，使学生综合素质和能力得到全面提高。

本教材以模块为单位，共分为6个学习模块，每个模块的教学内容由具体的项目与任务组成。详细结构包括：

学习目标。每个教学模块开头设置该模块的学习目标。为充分体现高等教育特点，学习目标包括：学习能力目标、学习知识目标、学习素质目标3类。

学习重点与难点。体现本模块的重要之处，有利于学生在全面把握的同时有所侧重，加深对知识与能力的纵深理解与掌握。

项目引入。通过案例引入本模块学习的项目知识点，启发学生的思考，进行教学预备。

教学内容。各模块由项目及相关细分的工作任务组成。

案例分析。精选有代表意义的相关案例，穿插在各模块知识点之中，深入浅出地进行分析，并组织学生进行讨论与评价。目的是将理论与现实案例结合，化抽象的理论为直观的操作，以帮助学生理解，加深印象。

项目训练。结合本模块内容进行各种形式的项目实践训练活动。本课程的项目训练主要体现在实训室或户外场地的仿真操作上。

模块小结。在每个模块结束后，对所讲的内容及学生训练的要求作简要归纳，帮助学生对所训练的项目进行自我总结，并由教师及企业完成评价。

本教材可供会展策划与管理相关专业使用，也可作为相关行业培训的教学用书和参考用书。

本书由范智军老师任主编，负责全书框架设计、全文修订与统筹定稿，具体编写模块一；许欣老师（负责模块二、三）、张春霞老师（负责模块四、五）、曾秀慧老师（负

责模块六)任副主编。本书在编写过程中,参考和引用了许多国内外作者的成果及互联网资料,在此深表谢意。

由于编写时间仓促,水平有限,不足之处,敬请各位专家、同行与广大读者指正赐教。

编者

2011年9月20日

目录

CONTENTS

模块一 大型活动策划与管理的基本要求 / 1

项目一 大型活动概述 / 3

项目二 策划与管理大型活动的基本要求 / 29

模块二 展览活动策划与管理 / 47

项目一 策展 / 48

项目二 招展 / 62

项目三 布展 / 77

项目四 现场 / 90

模块三 会议活动策划与管理 / 101

项目一 会议筹备 / 102

项目二 会议宣传与营销 / 113

项目三 会议接待 / 120

模块四 演出活动策划与管理 / 137

项目一 演出活动概述 / 140

项目二 演出活动流程与组织策划 / 151

项目三 演出活动内容策划与管理 / 161

模块五 节庆活动策划与管理 / 169

项目一 节庆活动策划概述 / 171

项目二 节庆活动策划步骤与技巧 / 189

模块六 体育赛事策划与管理 / 209

项目一 体育赛事策划概述 / 211

项目二 体育赛事策划流程与管理的工作 / 218

参考文献 / 245

模块一 大型活动策划与管理的基本要求

【学习能力目标】	【学习知识目标】	【学习素质目标】
1. 把握市场调研技能 2. 把握大型活动策划方案写作技能 3. 把握大型活动管理工作技能	1. 掌握文案写作知识 2. 掌握策划方案写作知识 3. 掌握市场调研知识 4. 熟悉项目管理、人力资源管理、营销管理、危机管理、财务管理、信息管理知识 5. 了解城市大型活动的现状及发展	1. 团队合作精神好、协调性高、管理能力强，具备较高的写作与策划能力 2. 具备主动学习的精神、积极参与课堂教学活动，按要求完成教学准备 3. 具备严谨、勤奋、求实创新的学习精神

学习重点与难点

1. 掌握写作大型活动的策划方案以及大型活动管理工作的要求。
2. 确定策划方案的框架与内容和完成各项管理工作的细节。

项目引入

德国专业展会迅速发展的成因及背景^①

一、第二次世界大战后开放的推动

(1) 德国在第二次世界大战后重建时期，特别是1946~1956年的十年期间实行开放国内市场的经济政策为专业展会的发展创造了条件，同时也启动了专业展会概念的国际化进程。

(2) 德国20世纪二三十年代会展业的基础状况。德国在第二次世界大战前已经形成由科隆、法兰克福、莱比锡三足鼎立并与其他中小展览城市并存的局面，20年代，德国各展览城市尝试举办专业展会为战后专业展会的发展打下了基础。

(3) 德国在二战后，尤其是20世纪50年代初，德国展览业内部成立的两大协会组织，德国专

^①资料来源：会展者BLOG/<http://blog.sina.com.cn/huizhazhe>。



业展会城市联盟和德国大型展会联盟促进了专业展会模式在德国的进一步推广。

二、德国专业展会的三个发展阶段

德国专业展会的发展历经了三个阶段，分别是第一次世界大战结束后到第二次世界大战前（20世纪20年代初到30年代中期），是专业展会的初步兴起时期；二战结束后到50年代末期，进一步确立其核心地位；六七十年代是发展壮大时期，以至于到目前专业展会最终在展览行业占领统治地位。

（一）综合性展会不适应市场需求

综合性展会的概念一直到20世纪初期，在展览行业依然占统治地位。随着各行业的发展壮大，综合性展会缺乏明确的定位和层次感，使得无论其规模大小都不再适应每个行业自身发展的需要。当时德国的主要展会举办地是莱比锡、科隆和法兰克福，第一次世界大战结束后，德国展览城市迅速扩张，兴起了很多新的展览城市，竞争程度开始加剧，客观上加强了展会主办者改革的动力，从而加速了德国展览业的发展步伐。

莱比锡从19世纪开始一直是欧洲的核心展览城市，其在1890年举办的具有划时代意义的“样品博览会”是现代展览业开始兴起的标志。当时莱比锡的展会均是没有明显行业界限的综合性博览会，规模在当时都是最大的，而正是其规模和名气阻碍了其对新模式的接受速度。

（二）科隆首先尝试专业展的办展策略

第一次世界大战结束后，综合性博览会的概念越来越不适应各行业发展的需要，遭到了多方的批评，主要原因是展品虽然多，但没有明显的关联性，观众和参展商都处于无序状态。科隆首先实施新的办展策略，在20世纪20年代初开始尝试举办专业性的展会。刚开始，由于由综合性展会突然转变为行业展会，展会观众数量和参展商数量出现大幅度的下滑，此种办展模式也开始引起置疑，所以专业展会当时并没有迅速得到发展。其后，办展策略改为由某个行业作为主线，融入相关行业的产品和服务，属于走介于综合展和专业展之间的过渡路线，按现在的观点看，是半专业性展会。该策略使得观众和参展商数量逐渐得到回升，展览主办者开始受益，这个时间段大致经历了10年的时间。莱比锡作为传统的综合博览会的核心举办地，对于实施专业展会办展策略处于观望态度，直到1928年才开始举办第一个具有专业意义性质的展会。纳粹上台后，德国经济开始全面恢复，所以一直到第二次世界大战前，专业展会才开始被业内认可和接受。

（三）专业展概念最终在杜塞尔多夫成型

第二次世界大战结束后，东西德分裂，莱比锡开始淡出德国展览业的范围，所以德国专业展会发展的第二和第三阶段都已经跟莱比锡没有关系了。1947年，杜塞尔多夫成立了西北德意志展览公司，该公司举办的展会基本都是专业性展会，所以杜塞尔多夫在德国专业展会的发展历史上起到了承前启后的作用。今天杜塞尔多夫展览公司很多品牌展会都是在这个公司于1947年到1960年之间陆续创立的。

进入20世纪60年代后，专业性展会进一步发展壮大起来。专业展会可以说发源于科隆，进一步在杜塞尔多夫成型和稳定，最后于20世纪50年代中后期开始发展壮大。专业性展会起源和壮大于德国，而德国展会的发展史实际就是世界展览业的早期发展历史。

另外,1952年在联邦德国成立的德国专业展会城市联盟为专业展会概念的推广起到了很大的促进作用,该组织现在仍然存在,不过已经转换角色,成为德国中型展览城市联盟。

分析:德国会展业的发展主要得益于对外开放政策,并在德国原有的行业基础上,通过市场整合逐步做大做强,且做出了自己的专业特色。这些经验值得借鉴,特别是我国通过30多年的改革开放,国内的会展市场已很旺盛,区域性会展行业圈已形成气候。如能形成资源整合、规划城市联盟和大型专业展会联盟,其未来的走势将会更强、更有生命力!

项目一 大型活动概述

《现代汉语词典》中,“活动”是指为了达到某种目的而采取的行动。活动的范围包括一次班级聚会、一次野外旅游、一次展览会、一次比赛等。有些学者也将“event”译为活动,由此也出现了“大型活动”、“特殊活动”等不同说法。

大型活动吸引旅游者为一目的从全世界或全国各地在短时间内聚集到旅游目的地,具有旅游团体规模大、停留时间长、消费水平较高等特点。使得举办活动的城市或地区旅游设施的综合利用率提高,具有强大的产业联动效应。大型活动能汇聚客源流、信息流、技术流、商品流和人才流,对一个城市或地区的国民经济和社会进步产生巨大的影响和催化作用。

本项目探讨大型活动包括的内涵及范围,并对国内城市开展大型活动的现状进行分析。

任务1-1 掌握大型活动的内涵与特点

一、大型活动的定义

大型活动是一项有目的、有计划、有步骤地组织众多人参与的社会协调活动,主要是指主办地的组织机构投入大量资金和公众支持设计的定期或一次性举办的会议、展览、节庆、文化或体育赛事等活动。该活动能够对广泛区域的受众群体产生强大的吸引力,旨在为主办地获得一定的经济利益、社会效益和政治目的。其中“主办地”可以是国家、城市和社区;“组织机构”包括政府、协会或企业等;“广泛区域”可以包括从城市到全球的范围。因此,其定义包括四个方面:

(一) 鲜明的目的性

大型活动往往耗费许多资源,包括人力、物力、财力等。无论是企业上市举办大型活动,还是现在世界各国政府举办的奥运会、社会团体举办的公益活动、群众组织举行的品牌活动都具有明确的目的性。没有明确目的的活动不可能成为大型活动。

(二) 要有计划性

凡事预则立。无论做任何事情都应有计划,大型活动更不例外,而且更要求有周密的计划,

包括策划、活动现场执行计划、传播计划、组织计划、突发事件计划等。

（三）参与人数众多，社会化程度高

既然是大型活动，就应该有众多的人参与，但并不是参与人数越多就越是大型活动。大型活动应是社会化程度较高，社会各界参与性较强且较广泛。例如奥运会就可让世界各国运动员集中参与；保护母亲河行动参与人数达千万人；全国青少年网上普法大赛参与人数达数百万人等，诸如这样的参与程度高、参与人数多、社会化程度高的活动。

（四）确保安全性

任何一项活动必须在安全的前提下开展，有安全隐患的活动是不能开展的。如果举办者本身没有发现隐患并解决，政府有关部门发现也将会停止活动的举办；如果在一项大型活动中，没有做到安全有序地开展，将会造成严重的事故。现在北京等地对大型活动的审批越来越严格（市政府专门成立了大型活动办公室负责统筹协调），充分体现了以人为本的科学发展观，体现了对人民生命财产安全负责的态度。

二、大型活动的内涵

（一）目的

举办大型活动主要目的是为了庆祝、教育、市场营销和重聚。对于旅游业来说，大型活动还可以提高举办地的知名度，树立举办地的良好形象，促进当地旅游业的发展并以此带动经济的发展。

（二）内容

大型活动的内容通常从当地的特色和文化传统出发，根据游客需求设计制订，因此，大型活动内容文化性和地方性表现突出。

（三）形式

大部分旅游者的目的是通过参加大型活动获得特殊的娱乐经历。对活动的表演内容必然要求形式活泼、亲和力强；在内容组合上要求形式严谨，环环相扣，围绕主题开展。

（四）功能

大型活动具备经济与文化价值，是区域经济内容与文化现象的载体。随着旅游业与会展业的共同发展，人们越来越认识到大型活动的经济内容载体功能，并越来越重视。

（五）实质

大型活动实质为商业性活动，大量的人流使举办期间当地的购物业、娱乐业、住宿业、餐饮业等服务性行业收入大大增加，同时促进交通、贸易、金融、通信等行业的发展，使市场销售量大幅度提升，刺激消费。

三、大型活动的特点

(一) 目的性

大型活动应具有明确的目的。活动的开展应围绕整个组织机构的组织形象策略和近期公关目标而确立其目的。活动的目的性应该站在受众（目标公众）、社会等综合的立场上，并不仅仅是从某一个企业或组织的立场出发。只有这样开展的大型活动才能具有鲜明的目的性，才能实现组织的目标，引起社会的关注。例如：开展大型会展、文化节、体育赛事、企业上市、新产品上市、公益活动等。

(二) 文化性

大型活动的举办会受到主办地长期发展的历史文化影响，从而使大型活动本身带有一定的文化性，这同时也是大型活动能够吸引世界观众的原因之一。

大型活动一般将当地的文化与旅游促销一体化，以文化特别是民族文化、地域文化、节日文化为主导，具有浓厚的文化气息、文化色彩和文化氛围。随着现代旅游业的发展，从国家到地方纷纷举办的文化旅游节逐步演变为以大型文化活动为载体、以旅游和经贸洽谈为内容的全方位经济活动。如浙江金华旅游节就是通过文化搭台，达到经济唱戏的目的。兰溪中国彩船会以积淀深厚的中国江南地区水文化和兰溪船文化为背景，以江浙地区的“母亲河”钱塘江上游的兰溪江和地处“三江之汇、六水之腰”的“彩船之城”兰溪为载体，通过举办“中华水上彩船台阁盛会”以及各种具有兰溪民俗特色的文化活动，促进中国彩船文化建设和社会主义精神文明建设，同时也将兰溪旅游综合成一个全面完整的旅游产品。在国内外取得较大影响的上海国际服装文化节，对促进上海的经济、丰富市民的文化生活、提升市民的文化素养起到了积极的作用。所以，大型活动具有突出的文化特色。

(三) 参与性

活动过程中主要体现的是人与人之间的关系。随着旅游业和会展业的发展，旅游者和会展者越来越注重活动的参与性。众多大型活动均想方设法拉近与参与者的距离。这种参与性表现在两方面：一方面，大型活动可以让参与者进入自然与文化生态系统中，亲自实践大型活动的魅力，从而更热爱大自然，更热爱生活，更崇尚高雅文化，更自觉地保护自然与文化资源；另一方面，大型活动又是旅游者、旅游目的地居民、旅游经营者和政府、社团组织及策划人员广泛参与的一种旅游活动，这些群体广泛参与到大型活动的决策和管理之中，从而提高大型活动决策和管理的科学性、民主性，有利于地方经济和社会的发展。

从某种程度上说，大型活动的成功与否关键看其参与人数的多少，是否达到了预期的社会效益、经济效益。如2005年日本爱知世博会，最大特点是民众参与、环保互动。当时日本总人口为1.26亿人，参观爱知世博会的日本人约为1350万人，约占总人口的10%。

(四) 短期性

每一项大型活动都有季节和时间的限制，都是在事先计划好的时间段内进行的。一般要根据



举办地的气候条件、旅游淡旺季、交通情况、接待能力、主题确定、经费落实、策划组织需要时间等条件，从实际情况出发来确定。如上海的南汇桃花节只能在桃花盛开的阳春三月举办，桂花节只能在农历八月举行。

在短暂的时间内要具有充足的酒店客房等旅游接待设施和便利的交通等基础设施，来接纳从四面八方过来的旅游者，这给举办大型活动的地区和城市带来了机遇，也带来了挑战。而且，活动越大型，时间控制要求就越高，这些都需要举办方具备良好的组织水平。

（五）安全性

在组织大型活动的过程中，给我们的机会只有一次。因为大型活动不同于拍电影或电视剧，拍电影、电视剧能拍三四组镜头，最后再在后台重新编辑。但是策划大型活动每一次都是现场直播，一旦出现失误就无法弥补了。因此，大型活动的安全性十分重要。

如果不重视大型活动的安全保障，就会出现严重的事故。在一些个案中，因为举办大型活动而导致酿成伤亡事故是不少见的。如2004年春节（农历正月十五），北京密云彩虹公园举办迎春灯展，在彩虹桥上发生一起严重踩踏事故，37条生命逝去，多人受伤。这个活动的领导者、策划人员、组织人员及相关人员因此被撤职、判刑。2005年，为防止踩踏事故重演，春节期间，北京市要求各大型活动的主办单位必须制定具体应急预案并提前演练，如出现严重事故将追究主办方和相关单位责任。预案中将对人流进行控制，如超过举办场地的承受量将进行限制；针对密云灯会踩踏事故教训，对桥、洞通过情况进行控制，每个大型活动举办地也将设置广播系统。2006年，北京市政府编发了一本《首都人民防灾应急手册》，希望提高北京市民在可能发生灾难的第一现场的安全意识、科学头脑和主体自救以及救人的能力。

因此，大型活动策划与实施的安全性，绝对不能掉以轻心。这也是现在举办活动中讲究细节的地方，细节把握好了才能决定大型活动的成功举办。

（六）商业性

大型活动是一种商业性活动，一个大型活动往往要投入的资金和费用都是比较大的，绝对不可能用很少的资金做出很大的活动。我们可以提倡一个铜板掰成两个甚至是多个来花的精神，但商业投资与回报要求是最基本的特点。如果不是特别的需要，一般不要动辄使用大型活动的手段。

【知识拓展】

大型群众性活动安全管理条例^①

中华人民共和国国务院令

〔第505号〕

《大型群众性活动安全管理条例》已经2007年8月29日国务院第190次常务会议通

^① 广州市公安局网

过，现予公布，自2007年10月1日起施行。

总理 温家宝

二〇〇七年九月十四日

大型群众性活动安全管理条例

第一章 总 则

第一条 为了加强对大型群众性活动的安全管理，保护公民生命和财产安全，维护社会治安秩序和公共安全，制定本条例。

第二条 本条例所称大型群众性活动，是指法人或者其他组织面向社会公众举办的每场次预计参加人数达到1000人以上的下列活动：

- (一) 体育比赛活动；
- (二) 演唱会、音乐会等文艺演出活动；
- (三) 展览、展销等活动；
- (四) 游园、灯会、庙会、花会、焰火晚会等活动；
- (五) 人才招聘会、现场开奖的彩票销售等活动。

影剧院、音乐厅、公园、娱乐场所等在其日常业务范围内举办的活动，不适用本条例的规定。

第三条 大型群众性活动的安全管理应当遵循安全第一、预防为主的方针，坚持承办者负责、政府监管的原则。

第四条 县级以上人民政府公安机关负责大型群众性活动的安全管理工作。

县级以上人民政府其他有关主管部门按照各自的职责，负责大型群众性活动的有关安全工作。

第二章 安全责任

第五条 大型群众性活动的承办者（以下简称承办者）对其承办活动的安全负责，承办者的主要负责人为大型群众性活动的安全责任人。

第六条 举办大型群众性活动，承办者应当制订大型群众性活动安全工作方案。

大型群众性活动安全工作方案包括下列内容：

- (一) 活动的时间、地点、内容及组织方式；
- (二) 安全工作人员的数量、任务分配和识别标志；
- (三) 活动场所消防安全措施；
- (四) 活动场所可容纳的人员数量以及活动预计参加人数；
- (五) 治安缓冲区域的设定及其标识；
- (六) 入场人员的票证查验和安全检查措施；
- (七) 车辆停放、疏导措施；



(八) 现场秩序维护、人员疏导措施；

(九) 应急救援预案。

第七条 承办者具体负责下列安全事项：

(一) 落实大型群众性活动安全工作方案和安全责任制度，明确安全措施、安全工作人员岗位职责，开展大型群众性活动安全宣传教育；

(二) 保障临时搭建的设施、建筑物的安全，消除安全隐患；

(三) 按照负责许可的公安机关的要求，配备必要的安全检查设备，对参加大型群众性活动的人员进行安全检查，对拒不接受安全检查的，承办者有权拒绝其进入；

(四) 按照核准的活动场所容纳人员数量、划定的区域发放或者出售门票；

(五) 落实医疗救护、灭火、应急疏散等应急救援措施并组织演练；

(六) 对妨碍大型群众性活动安全的行为及时予以制止，发现违法犯罪行为及时向公安机关报告；

(七) 配备与大型群众性活动安全工作需要相适应的专业保安人员以及其他安全工作人员；

(八) 为大型群众性活动的安全工作提供必要的保障。

第八条 大型群众性活动的场所管理者具体负责下列安全事项：

(一) 保障活动场所、设施符合国家安全标准和安全规定；

(二) 保障疏散通道、安全出口、消防车通道、应急广播、应急照明、疏散指示标志符合法律、法规、技术标准的规定；

(三) 保障监控设备和消防设施、器材配置齐全、完好有效；

(四) 提供必要的停车场地，并维护安全秩序。

第九条 参加大型群众性活动的人员应当遵守下列规定：

(一) 遵守法律、法规和社会公德，不得妨碍社会治安、影响社会秩序；

(二) 遵守大型群众性活动场所治安、消防等管理制度，接受安全检查，不得携带爆炸性、易燃性、放射性、毒害性、腐蚀性等危险物质或者非法携带枪支、弹药、管制器具；

(三) 服从安全管理，不得展示侮辱性标语、条幅等物品，不得围攻裁判员、运动员或者其他工作人员，不得投掷杂物。

第十条 公安机关应当履行下列职责：

(一) 审核承办者提交的大型群众性活动申请材料，实施安全许可；

(二) 制订大型群众性活动安全监督方案和突发事件处置预案；

(三) 指导对安全工作人员的教育培训；

(四) 在大型群众性活动举办前，对活动场所组织安全检查，发现安全隐患及时责令改正；

(五) 在大型群众性活动举办过程中，对安全工作的落实情况实施监督检查，发现