

节事地理研究

节事·地方·场所

戴光全 等◎著



节事地理研究：节事·地方·场所

戴光全 等 著

国家自然科学基金项目(40971090/D010202)

华南理工大学精品课程建设项目(x2jmY1080850) 联合资助

华南理工大学教研项目(x2jmY1080900)

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书以我国尚无系统研究的节事旅游(event tourism)、节事研究(event study)及节事地理学(event geography)理论为指导,研究了节事地理的一般理论、节事与展览的时空分布特征、节事与地方、节事与场所四方面的内容。

本书对地方和企业节事活动的策划和运作具有显著的参考意义,对节庆、节事与展览的实践操作具有较高的应用价值,对高等院校和科研机构的相关学术研究具有一定的指导作用,适合相关专业的师生及广大读者参考阅读。

图书在版编目(CIP)数据

节事地理研究:节事·地方·场所/戴光全等著. —北京:科学出版社, 2012. 12

ISBN 978-7-03-036249-0

I. ①节… II. ①戴… III. ①庆祝活动-旅游地理学 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 305526 号

责任编辑:朱海燕 陈婷婷 / 责任校对:宋玲玲

责任印制:钱玉芬 / 封面设计:王 浩

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

源海印刷有限责任公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2012 年 12 月第 一 版 开本:787×1092 1/16

2012 年 12 月第一次印刷 印张:13

字数:308 000

定价:45.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

编写人员名单

戴光全	华南理工大学经济与贸易学院	博士、教授、博士生导师
陈欣	广州思哲设计院有限公司	硕士、设计师
梁春鼎	华南理工大学经济与贸易学院	硕士
肖璐	中粮地产集团深圳房地产开发有限公司	硕士、研究人员
雷媛媛	华南理工大学经济与贸易学院	硕士研究生
谭健萍	华南理工大学经济与贸易学院	硕士研究生
左平	华南理工大学经济与贸易学院	硕士研究生

CONTENTS

Part 1 Introduction to Event Tourism & Event Geography

- Chapter 1 Progresses and Literatures Review in Event Study & Event Geography

Part 2 Spatial-temporal Features of Event & Exhibition Industry

- Chapter 2 Spatial-temporal Features and Degree of Industrialization of Chinese Event Industry
- Chapter 3 Spatial-temporal Features of Chinese Exhibition Industry
- Chapter 4 Spatial Differentiation of the 109th Canton Fair Exhibitors

Part 3 Festival, Special Event & Place

- Chapter 5 Tourism and Constructions of Border Ethnic Groups Festival Customs
- Chapter 6 Regional Festival & Special Event Development Based on the Competitive Analysis
- Chapter 7 Spatial Features of Event-goers' Place Identity Based on Regional Relation & IPA Model
- Chapter 8 Development of Traditional & Modern Events Based on Urban Image Changes

Part 4 Festival, Special Event & Space

- Chapter 9 Dimensions Relationship & Characteristics of Event-goers' Place Attachment
- Chapter 10 Marketing Characteristics of Asian Games Venues Touring
- Chapter 11 Culture Space of Folk Festival Based on Grounded Theory
- Chapter 12 IPA Study on Tourism Attributes of Science and Technology Museum

Bibliography

Acknowledgements

目 录

第一部分 节事及节事地理研究概述

第 1 章 节事旅游和节事地理研究概述·····	戴光全	3
1.1 节事旅游发展的简况·····		3
1.2 节事旅游存在的问题·····		5
1.3 节事旅游的研究成就·····		8
1.4 节事研究问题和展望·····		11
1.5 节事地理研究概述·····		20
1.6 本书的内容和架构·····		26

第二部分 节事与展览时空分布特征

第 2 章 中国节事业的时空特征及产业化——基于网页内容分析的研究·····	戴光全 雷媛媛 谭健萍	29
2.1 数据来源与研究方法·····		29
2.2 中国节事业的时空特点·····		31
2.3 中国节事的产业化·····		35
2.4 结论与讨论·····		38
第 3 章 中国展览业的时空分布及特点——基于网页内容分析的研究·····	戴光全 陈欣	40
3.1 国内外研究现状·····		40
3.2 数据和方法·····		41
3.3 中国展览业时空特点·····		41
3.4 结论与讨论·····		50
第 4 章 广交会参展商的空间分异——基于第 109 届参展商的分析·····	戴光全 左平 雷媛媛 梁春鼎	51
4.1 总体参展情况·····		51
4.2 广交会参展商的空间分异分析·····		52
4.3 广交会对参展行业吸引力分析·····		58
4.4 结论与讨论·····		59

第三部分 节事与地方研究

第 5 章 旅游与边境族群节俗建构——以云南省西双版纳州为例·····	戴光全 陈欣	65
-------------------------------------	--------	----

5.1	旅游语境中的文化建构·····	65
5.2	旅游语境中的节日建构·····	66
5.3	西双版纳边境地区的族群节俗·····	67
5.4	他者、游客与西双版纳边境族群节俗建构·····	69
5.5	讨论与结论·····	72
第6章	基于竞争力分析的地方节事发展——以云南省西双版纳州为例 ·····	
	····· 戴光全 陈欣	75
6.1	背景：西双版纳节事概况·····	75
6.2	基于竞争力分析的两双版纳节事发展·····	83
6.3	节事发展中的问题·····	99
6.4	节事与文化资源的开拓与深化·····	100
6.5	西双版纳节事的战略与对策·····	106
第7章	游客节事感知与地方认同的关系——以2011西安世界园艺博览会为例 ·····	
	····· 戴光全 肖璐	109
7.1	问题的提出·····	109
7.2	研究设计·····	110
7.3	节事感知与地方认同关系SEM验证·····	115
7.4	研究结论与讨论·····	122
第8章	地方传统节庆与现代节事发展——以广东省深圳市为例 ·····	
	····· 谭健萍 戴光全	125
8.1	引言·····	125
8.2	研究思路·····	126
8.3	深圳城市意象变迁特征·····	127
8.4	现代与传统节事的发展·····	129
8.5	结论·····	134

第四部分 节事与场所研究

第9章	节事场所依赖的维度关系和特征——以2011西安世界园艺博览会为例 ·····	
	····· 梁春鼎 戴光全	139
9.1	引言·····	139
9.2	理论基础和研究假设·····	140
9.3	研究资料及方法·····	141
9.4	场所依赖的维度关系·····	143
9.5	节事游客场所依赖的特征和影响因素·····	146
第10章	基于网民特征的体育赛事场馆旅游营销——以广州2010亚运会场馆为例 ·····	
	····· 雷媛媛 戴光全	153
10.1	引言·····	153



10.2	网民特征分析·····	154
10.3	结论及亚运场馆旅游营销特点分析·····	159
第 11 章	基于扎根理论的民俗节庆文化空间感知——以广东省广州南海波罗诞庙会为例 ·····	左 平 戴光全 162
11.1	引言·····	162
11.2	文化空间概念与相关研究·····	163
11.3	研究方法与资料收集·····	164
11.4	资料分析与模型构建·····	165
11.5	结论与讨论·····	170
第 12 章	基于 IPA 的科技场馆旅游特征研究——以广东科学中心为例 ·····	戴光全 梁春鼎 171
12.1	引言·····	171
12.2	文献回顾·····	172
12.3	研究设计·····	173
12.4	研究分析·····	175
12.5	结论与讨论·····	180
参考文献	·····	182
致谢	·····	194

第一部分 节事及节事地理 研究概述

第1章 节事旅游和节事地理研究概述

节事旅游的研究与发展已成为中国政府、业界和学界的“热点”。本章首先分析了现代中国节事旅游的发展情况,探讨了中国节事旅游发展存在的主要问题,在此基础上介绍了中国节事旅游研究取得的成就,提出了中国节事旅游研究存在的主要弊端和未来研究的五个重点与方向,对节事地理研究的有关问题进行了探讨,最后概括了全书的内容和框架。

1.1 节事旅游发展的简况

与中国现代旅游研究发展的30年历史相比较,中国节事旅游研究的历史相对较短。虽然春节、中秋节等民族传统节庆有着几千年的悠久历史(图1.1),而且传统节庆在中国现代旅游的起步阶段就成为重要的吸引物,但是现代意义上的节事旅游(event tourism),在中国可以说直到1995年才正式登台。这一年,国家旅游局推出了以“中国——56个民族的家”、“众多的民族·各异的风情”、“探访中华民族风情·难忘神奇经历”为主题口号的“民俗风情游年”活动。在这个活动的推动下,节事旅游开始得到全国各地政府、旅游企业的重视。随后,1999年昆明世博会^①、2001年第一届海南博鳌亚洲论坛、2001年广东花卉博览会、2006年杭州世界休闲大会和沈阳世园会、2008年北京奥运会、2010年上海世博会等重大节事活动(mega-event)的举办,对于推动举办地旅游的发展、塑造举办地的旅游形象、推进举办地旅游基础设施建设等方面,都起到了巨大的作用、产生了深远的影响。这些节事活动,可以说是中国现代节事旅游活动中具有代表性的案例。全国各地“节事热”和“节庆热”也渐成气候,据不完全统计,目前全国每年举办的各级各类节事旅游活动大概为6000个(次)左右。

随着节事旅游的大发展,有关节事的行业机构也在国内开始建立,如国际节事协会(IFEA)中国分支(北京节庆文化发展中心)、亚洲会展节事财富论坛(上海)、国际展览与节事(项目)协会(IAEE)中国分会(苏州)、复旦大学中国节事文化研究中心、北京大学中国节庆研究中心;有关省份也建立了节事的研究机构,如湖北、江苏、陕西均建立了省级的节事研究会、协会或节事文化促进会。同时,国内先后举办过多次较大规模的与节事有关的学术研讨会和产学研交流会,如2000年上海“21世纪旅游节事发展战略研讨会”、2002年南宁“节事文化与城市经济发展”国际主题会、2003年贵州铜仁

^① 昆明世博会的全称是“1999昆明世界园艺博览会”。就其展览内容和展会实质而言,将其简称为“昆明园博会”也许更加名副其实。考虑到其举办前后主流媒体和大众舆论的导向,本书仍然将'99昆明园博会简称为“昆明世博会”。

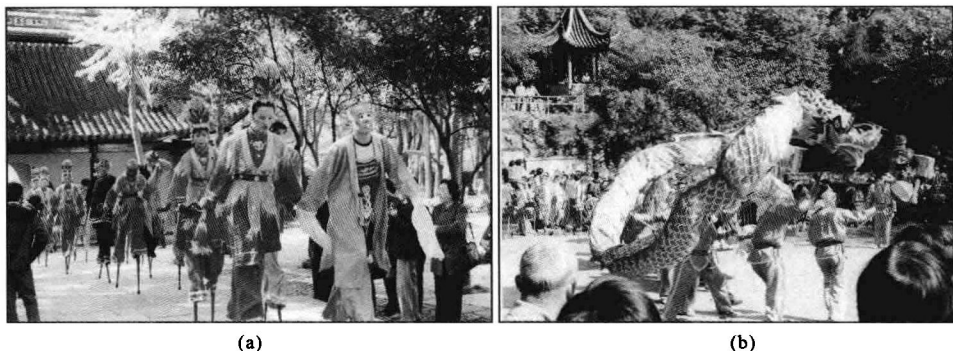


图 1.1 中国现代旅游节事大多脱胎于古老的传统民族节庆

(a) 图为苏州 2000 年 11 月虎丘庙会上的高跷队表演；(b) 图为舞狮表演。摄影：戴光全^①

“中国城市节事研讨会”、2005 年北京首届“中国节事活动国际论坛”、2005 年中国会展财富论坛 (CCEFF, 上海) 与国际节事研究中心 (香港) 举办的首届中国节事活动与城市经济发展高峰会 (舟山)、2008 年 3 月上海第五届中国会展节事财富论坛暨首届中国会展节事产业博览会、2008 年 11 月“会展节事与都市旅游”国际旅游学会第二届双年会 (上海, 华东师范大学) 和“第三届全球节事大会暨第三届中国会展教育年会” (广州, 中山大学), 以及 2009 年 3 月第六届中国会展节事财富论坛 (CCEFF, 2009)。

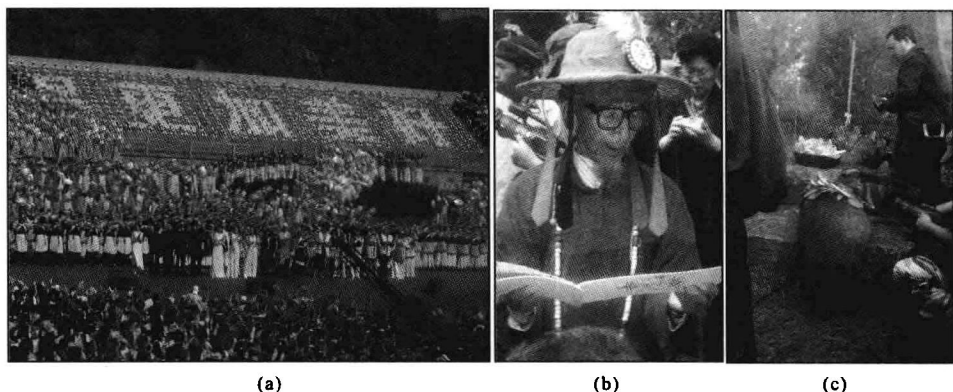


图 1.2 旅游节事和文化的真实性：仪式表演——舞台化的真实

(a) 图为云南丽江 2003 年第二届东巴文化艺术节的开幕式大型文艺表演；(b) 图、(c) 图为纳西族祭天仪式表演。摄影：戴光全。关于该艺术节的研究参见文献：宗晓莲和戴光全, 2005；戴光全, 2005a

^① 说明：本书所有照片原为彩色照片，因印制需要，在书中显示为灰度照片，需要彩色照片的读者，可向作者索取。

总的来看,我国各地节事旅游活动的蓬勃发展,有力地推动了区域旅游业的发展,并成为区域社会、经济、文化发展的助推剂(图1.2)。与此同时,国内的节事旅游活动也存在特色不鲜明、影响不显著、活动策划主观性强、强调政治功能而忽视经济效益等问题(戴光全,2011)。“人造节”、“官办节庆”过多过滥,以至于中纪委牵头四部委于2010年6月发布《关于对党政机关举办庆典、研讨会、论坛活动开展清理摸底的通知》(以下简称《通知》),要求各地区各部门按照“谁主管谁负责”的原则,开展清理摸底工作,减少过多过滥的庆典、研讨会、论坛活动(图1.3)。2011年4~12月,全国共清理和规范庆典、研讨会、论坛项目6763个,其中保留项目4214个,撤销项目2549个,撤销率达37.7%,节约经费支出约12.2亿元,促进了党政机关工作作风进一步改进,由此类活动过多过滥引发的形式主义、铺张浪费等不良风气得到了有效遏制,清理和规范工作取得阶段性成果,基本实现了预期目标(中华节庆网,2012)。

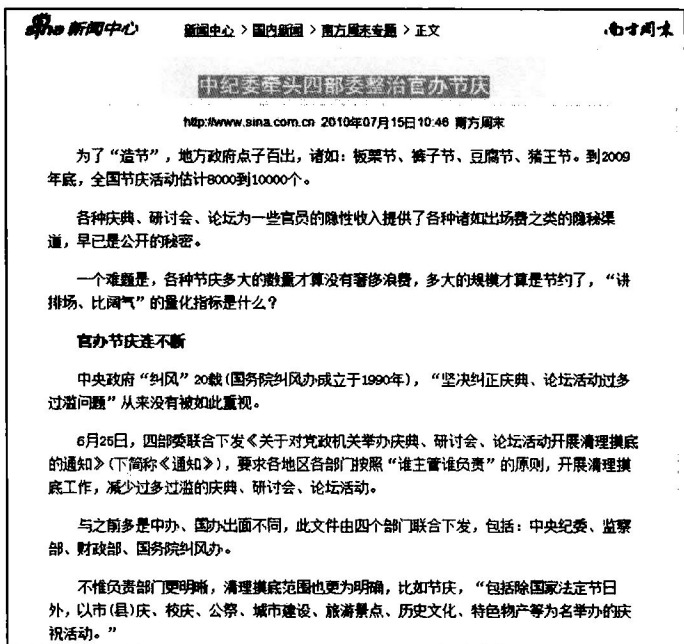


图 1.3 中纪委牵头四部委整治官办节庆

引用网页: <http://news.sina.com.cn/c/sd/2010-07-15/104620684359.shtml>

1.2 节事旅游存在的问题

四部委《通知》清理官办节庆,是与目前国内节事旅游发展存在的问题密切相关的。综合国内一些学者的研究结论(刘太萍和殷敏,2004;余青等,2004;余青等,2005),中国节事旅游目前存在的主要问题包括以下几点。

第一,节事产业(event industry)不成熟(戴光全等,2012),专业化分工不足,致使旅游节事活动缺乏新意,吸引力有限。节事活动没有把市场需求,也就是旅游者和参与

者的需求放在首位, 旅游节事活动方面的专家缺乏, 节事活动的专业策划运作能力薄弱。

第二, 政府干预过多, 市场作用远未发挥 (图 1.4)。许多节事活动行政包办, 部分地区节事活动举办意识落后, 且节事活动深受体制、市场分割、社会资源供给匮乏等制约, 导致政府在节事活动的专业策划、运作能力方面存在严重的专业性不足, 节事绩效不够理想。在这样的局面下, 节事活动组织“市场化”的呼声越来越高。

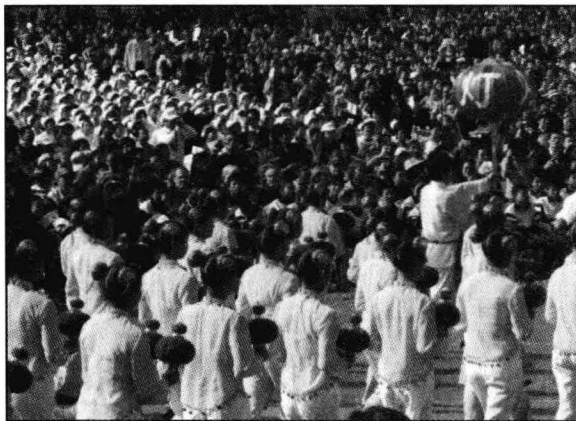


图 1.4 观众队伍的整齐划一是节事活动未实现市场化的表现之一

图中展现的是 2006 年黄山国际旅游节开幕式现场, 观众来自于学校、卫生、消防、公安、税务等机构, 且都统一着装、集中安排坐席。当然, 对那些希望尽快提高知名度的新兴旅游地, 以及那些期待解决季节性拥挤分流而在淡季组织节事活动的成熟旅游地而言, 暂时的政府主导也是必要的。摄影: 张骁鸣

第三, 节事类型多样, 资源导向型节事较多, 选题存在一定程度的雷同现象。比如以茶文化为主题的节事活动, 在学者搜集的 462 个节事分类样本中就有 9 个, 其中包括广州国际茶文化节、重庆国际茶文化节、安溪茶文化节 (中国茶都) 等 (余青等, 2004)。在 Google 中对关键字“文化节”的搜索结果间接地反映了这一问题 (表 1.1)。此外, 节事活动的文化含量不足, 多数节事活动依然宣扬“文化搭台、经济唱戏”, 在追求经济效益的同时, 常常忽略对文化内涵的挖掘。

表 1.1 Google 搜索“文化节”相关网页

搜索日期	2009 年 5 月 18 日	2010 年 10 月 10 日	2012 年 6 月 24 日	2010 年 10 月比 2009 年 5 月 增长/%	2012 年 6 月比 2009 年 5 月 增长/%
“文化节”网页数/万	596.00	808.00	3270.00	35.57	448.66
“旅游文化节”网页数/万	32.80	41.10	269.00	25.30	720.12
“旅游文化节”网页数占“文化 节”网页数比例/%	5.50	5.09	8.23	-0.41	2.73
“茶文化节”网页数比例/万	28.90	32.30	116.00	11.76	301.38
“茶文化节”网页数占“文化 节”网页数比例/%	4.85	4.00	3.55	-0.85	-1.30

第四,节事活动数量众多,呈现遍地开花的趋势,但品牌知名度高、走向国际化的节事活动比较少。目前在中国,大到北京、上海这样的直辖市,小到较小的行政区县,几乎都有节事活动,并且举办的数量和次数仍有继续增加的趋势。这说明人们都已认识到举办节事活动能够带来的诸多效益。但是纵观中国目前举办的名目繁多的节事活动,尤其是与国外比较成功的节事活动相比,不难看出我国的节事活动品牌知名度低、举办届数短,能持续举办并发展成为国际节事活动的则更是凤毛麟角。目前,中国高规格、大规模、高品位、高档次并已经成为城市形象工程和著名品牌的节事活动,仅有为数不多的几个。例如,1983~2012年已经成功举办了30届洛阳牡丹花会^①,1984~2011年已连续举办了27届山东曲阜国际孔子文化节^②,1985~2012年已经成功举办了27届哈尔滨国际冰雪节^③等。

第五,多数节事公众参与不够理想。由于多数城市节事由政府主办,当地居民和普通游客的参与程度不高,有些节事缺乏与传统文化和生活方式的连接,吸引力不强,种种原因导致节事参与者人数偏低的现象发生。

第六,与西方一些具有长期举办历史的节事相比,中国多数城市节事活动举办届数不长,能持续举办并发展成为国际节事活动的则更是凤毛麟角。通过对176个节事活动举办届数样本的统计发现(余青等,2004):目前中国多数城市的节事活动历史不超过4年(假设每年举办一届)。从节事届数的分布上看,节事在1~4年(届)的城市占样本总数的60%以上;举办届数超过10年届以上的城市仅占样本总数的18.12%左右,其中有数据记载的届数最长的是洛阳牡丹花会。与此相比,国际上一些经典节事活动往往具有更长的历史和更丰富的内容,如西班牙小镇潘普洛纳城(Pamplona)的奔牛节^④始于1591年,已举办了4个世纪,节日期间安排的各种活动达到150多项。

第七,节事活动媒体传播存在很多“盲区”。从国内外经验来看,走向国际的重大节事活动都非常注重市场传播的作用,并且已经积累了大量的市场推广经验。但是,目前国内很多“年轻”的节事活动,动辄投入上百万甚至上千万资金进行所谓的宣传炒作,效果却不尽理想,这样的例子不胜枚举。尤其是那些刚刚创立的需要推广品牌的节事活动,他们并非不知道传播的重要性,而是不知道如何进行有效的传播。特别是某些地方政府,动用大量公款邀请文艺明星参加节庆活动,以至于国家发改委等九部门于2008年1月联合制定了《关于构建合理演出市场供应体系、促进演出市场繁荣发展的若干意见》,规定:严禁政府有关部门及其所属事业单位利用公款邀请演艺明星举办节庆活动,禁止政府有关部门举办营业性演出活动。

第八,缺乏市场调研、市场分析与先进营销观念的指导。目前,由于政府参与过多,国内旅游节事活动都或多或少地带有长官意志,而忽视了节事活动的自身规律和特点。主办者、协办者和承办者往往采取“拉郎配”的形式,在旅游节事活动之前对节事

① 洛阳牡丹花会官方网站, <http://www.luoyangmudan.org.cn/>。

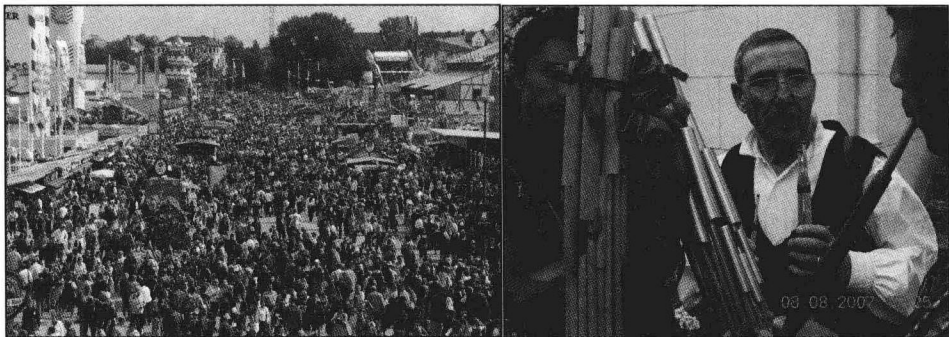
② 山东曲阜国际孔子文化节官方网站, <http://www.qufu.gov.cn/whj/>。

③ 哈尔滨国际冰雪节官方网站, <http://www.harbin-ice.net/>。

④ 正式名称为“圣费尔明节”(Los Sanfermines),官方网站为 <http://www.sanferminencierro.com/>。节日期间,来自世界各地的游客大量涌入,潘普洛纳这座小城的人口短期内迅速从25万人增加到150万人。参见:百度百科, <http://baike.baidu.com/view/80829.htm>。

市场的调查、预测与旅游者需求及其购买行为分析不够,不了解广大参与者的欣赏口味与审美情趣;活动之中及活动之后忽视了听取旅游者和参与者意见的重要性,对旅游者、参与者的反馈、抱怨处理没有详细的分析等。

最后,国内很多节事旅游实际上并没有真正实现“节事品牌化”(event branding),主要的资源和精力往往投向了那些并不能有效带来商业机会的“门面功夫”。好莱坞一年一度的奥斯卡颁奖典礼^①已经从单一的电影业盛事发展为时尚业、传媒业、广告业等共同分享利益的巨大商业品牌这一典型案例证明了,着力去挖掘节事活动的商机,建立历久弥新的品牌,是节事活动可持续发展的基本战略。节庆的品牌化是一个长期的系统化过程,涉及当地传统、文化底蕴、市场营销、形象塑造、法制制度等各个方面(图 1.5)。因此,节庆的品牌化是不可能一蹴而就的。西班牙斗牛节、巴西狂欢节等世界上知名的节庆,无不拥有上百年、乃至几百年的发展历史。可以说,节庆的品牌化是一个长期的系统化过程,靠“炒作”办起来的节事活动更多的是“热闹热闹眼睛”或者“政绩工程”,试图通过“策划”在短时间“打造”一个节庆品牌是不现实的意图,也是不科学的做法(戴光全,2006)。



(a)

(b)

图 1.5 国外的实践证明:品牌化的旅游节事一定是历史悠久的节事

(a) 图是慕尼黑啤酒节的盛大场面,该节日(德语为 Oktoberfest,即“十月节”,其英文官方网站为 <http://www.oktoberfest.de/en>)每年 9 月末到 10 月初举行,是慕尼黑一年中最盛大的活动。摄影:张骁鸣。(b) 图是法国 2007 Montoire 国际民间艺术节上,外国乐器爱好者和中国贵州黔东南歌舞团的芦笙表演者在交流乐器制作和吹奏心得,该节日自 1973 年举办第一届以来,已成为法国最重要的民间艺术节之一。摄影:戴光全。关于 Montoire 国际民间艺术节参见文献:沈世伟,2005

于 Montoire 国际民间艺术节参见文献:沈世伟,2005

1.3 节事旅游的研究成就

与丰富多彩的节事旅游活动和日渐受到业界青睐的节事机构相一致,学术界对节事旅游的研究也渐形成“热潮”。据中国知网(CNKI)的文献查询结果显示:1994 年以

^① “奥斯卡金像奖”的正式名称是“电影艺术与科学学院奖”(Academy Awards),第一届奥斯卡颁奖典礼于 1929 年 5 月 16 日星期四在好莱坞的罗斯福酒店举行,旨于纪念在 1927~1928 年所取得的巨大的电影成就,每年一次在美国洛杉矶举行。奥斯卡金像奖官方网站, <http://www.oscar.com/>。

来,该网全文数据库篇名中包含“节事”或“节庆”字样的文章共 920 篇(表 1.2),加上“事件旅游”、“奥运旅游”、“世博旅游”等的相关文献,相关的研究文献已累计超过 1 200 篇(图 1.6)。从文献的年份分布可以看出:自 1994 年以来,我国节事旅游研究的文献呈现出明显的增加趋势,这说明节事研究的科学性正得到各知名学术刊物的重视。同时,节事专业方向的硕士研究生教育也开始在我国出现。根据对 CNKI 中国优秀硕士学位论文全文数据库的检索,自 1999 年以来,该数据库节事旅游方面的硕士学位论文达到了 40 多篇^①,关于奥运旅游和世博旅游的硕士论文超过了 100 篇,专门研究节事旅游的博士论文也已经出现^②。《旅游学刊》还在 2009 年第 1~3 期专门设立了“大型节事与旅游”专题笔谈,共刊登了 13 篇节事旅游的笔谈短论,国家自然科学基金委员会地球科学部在 2008 年和 2009 年连续两年批准了南京大学张京祥、北京大学戴林琳、中山大学罗秋菊、华南理工大学戴光全分别主持的“城市大事件营销的地域空间效应研究”、“事件及事件旅游(E&ET)作用下的京郊村镇空间、文化及经济响应研究”、“我国城市大型活动经济影响的时空扩散与结构演变研究”和“节事地理学若干理论及区域发展背景下城市旅游节事影响的空间扩散研究”等 4 项节事(事件)旅游方面的基金项目(批准号分别为 40871077/D010203、40801048/D010201、40971071/D010201、40971090/D010202)。

表 1.2 中国期刊网搜索题名包含“节事”、“节庆”、“旅游”的研究文献篇数

(单位:篇)

年份	节事	节事旅游	节庆	节庆旅游	小计
1994			7		7
1995			2	1	3
1996			7	2	9
1997			9	4	13
1998			3	1	4
1999	1		16	2	19
2000			11	1	12
2001	6		12	4	22
2002	1	1	13	1	16

① 由于部分研究生培养单位未加入该数据库,全国节庆/节事专业方向实际的硕士论文数应大于这一数据。

② 据不完全检索,已知有 3 篇题名包含“事件旅游”、“节事旅游”关键词的博士论文,分别为:戴光全《重大事件的影响研究——以‘99 昆明世界园艺博览会为例》(保继刚指导,中山大学,2004 年博士论文)、马聪玲《中国旅游节事:理论探讨与实证分析》(张广瑞指导,中国社会科学院,2005 年博士论文)、张涛《节事消费者感知价值的维度及其作用机制研究》(贾生华指导,浙江大学,2007 年博士论文)。与奥运会、世博会相关的博士论文有 10 余篇。