节庆活动的组织管理与营销

[英]伊恩·约曼　马丁·罗伯逊　简·艾黎-凯特　休伯罕·德拉蒙德　尤纳·麦马汉-贝蒂　著
吴恒　孙小珂　金鑫　译

JIEQING HUODONG DE ZUZHIGUANLI YU YINGXIAO

辽宁科学技术出版社
LIAONING SCIENCE AND TECHNOLOGY PUBLISHING HOUSE

节庆活动的组织管理与营销

JIEQING HUODONG DE ZUZHI GUANLI YU YINGXIAO

（英）伊恩·约曼
马丁·罗伯逊
简·艾黎－凯特　著
休伯罕·德拉蒙德
尤纳·麦马汉－贝蒂

吴　恒　孙小珂　金　鑫　译

辽宁科学技术出版社
LIAONING SCIENCE AND TECHNOLOGY PUBLISHING HOUSE

© 2004　简体中文版归辽宁科学技术出版社所有

著作权合同登记号为：06-2004 年第 58 号

图书在版编目（CIP）数据

节庆活动的组织管理与营销/（英）伊恩·约曼（Ian Yeoman）等著；吴恒，孙小珂，金鑫译.—沈阳：辽宁科学技术出版社，2005.1

ISBN 7-5381-4191-X

Ⅰ.节…　Ⅱ.①伊…　②吴…　③孙…　④金…　Ⅲ.①节日-文娱活动-组织管理　②节日-文娱活动-市场营销学　Ⅳ.G241.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2004）第 060000 号

出 版 者：辽宁科学技术出版社
（地址：沈阳市和平区十一纬路25号 邮编：110003）
印 刷 者：沈阳天择彩色广告印刷有限公司
经 销 者：各地新华书店
幅面尺寸：190mm × 250mm
印　　张：20.5
字　　数：350 千字
印　　数：1～4000
出版时间：2005 年 1 月第 1 版
印刷时间：2005 年 1 月第 1 次印刷
责任编辑：杨廷郊
封面设计：耿志远
版式设计：于　浪
责任校对：周广钧

定　　价：39.00元

联系电话：024-23284360
邮购热线：024-23284502　23284357
E-mail:lkzzb@mail.lnpgc.com.cn
http://www.lnkj.com.cn

译者序
FOREWORDS

节庆活动对人类社会与经济的发展有着非常重要的作用。在人类发展的漫漫岁月中形成了许许多多反映各国各民族宗教与精神的传统的文化节庆活动。而今，这些传统的文化节庆活动不仅仅是一种文化庆典活动，它成为一个国家或一个地区发展经济、发展旅游业不可或缺的文化经济因素，并成为旅游举办地吸引游客的重要方式之一。如，爱丁堡的各种新年节庆活动、意大利的啤酒节、科林假日等已成为吸引世界各国游客慕名而来的直接因素。

尽管节庆活动对一个国家和地区经济与旅游的作用很大，但是，从20世纪90年代后期直到现在，公共部门才开始逐渐重视以节庆活动为基础的旅游业的发展。由于节庆活动的举办和管理具有独特性，与其他的管理活动有着显著的差异，并且在实践中由于涉及诸多的因素而显得尤为复杂。在这种背景之下各国的旅游管理学家与企业管理学家开始关注节庆活动管理的研究。“地点促销”、“形象再塑”、“注重对经济和社会的影响”等观点越来越受到关注，对此，本书在第三章、第八章、第十四章里进行了全面的分析。

直到20世纪90年代后期关于节庆活动管理的研究才开始出现，近年来，虽然有越来越多的论著开始介绍节庆活动，但是迄今为止，相关的理论研究仍显得十分薄弱，远远不能满足节庆活动产业发展的需要。奥苏立恩(O Sullivan)和杰克逊(Jackson)指出，阐述节庆旅游活动的著述应包括节庆活动（无论大小、也无论出于什么目的）的所有因素。

近些年来，在中国不少地方对举办节庆活动趋之若鹜，节庆经济“风起云涌”，除了春节、中秋节等中国传统节庆以外，近年来，圣诞节、情人节、感恩节等众多的“洋节日”也纷纷在中国登陆，与此同时，各类名目繁多的“品牌节日”纷纷走上前台。上海旅游节、大连服装艺术节、清河国际羊绒节、潍坊国际风筝会、南宁国际民歌节、中国海南岛欢乐节、中国吴桥国际杂技艺术节等节庆活动都已成为当地塑造品牌、带动地区经济发展的“拳头产品”。“文化搭台，经济唱戏”已成为国内很多地方政府发展地方经济的一种范式。

但是，也应当看到，在全国大大小小数不清的节庆活动中，相当多的活动迅速夭折，或是成为“鸡肋”，并没有获得持久、旺盛的生命力，甚至引发出一系列复杂的社会问题：忽略节庆活动与当地的自然环境、人文环境、经济环境的关系，导致节庆活动的主题选择和市场定位混乱；过多过滥的节庆活动直接增加了政府财政开支，年复一年的赞助和摊派也使企业和社会不堪重负；片面强调轰轰烈烈的场面，忽略市场经济规律和市场机制的作用，缺乏有效的促销方式，导致活动的实际效果往往难如人意。造成这种尴尬局面的原因主要在于两个方面：一是体制上和主体上的缺陷，名目繁多的节庆活动，大多沿袭政府搭台主办的“官办”模式，真正由企业独立主办的为数不多；二是国内理论研究的匮乏，对节庆活动的理论研究则多集中于个案分析、城市节庆活动的意义与作用等，忽视了对节庆

活动理论与方法的研究，也忽视了对节庆活动管理与促销的研究。

《节庆活动的组织管理与营销》无论是在理论研究，还是在实证分析方面均是一部难得的力作，尤其是一些关键性问题的阐述颇具新意，极有见地。例如，在节庆活动情境下有效实行收益管理，即在适当的时间以适当的价格向适当的客户出售适当的门票以获取最大的收入；在保持活动的管理与既定政策一致以及协助利益共享者参与方面，“活动战略”能在政府部门投资是有限的情况下，发展一项联合营销伙伴关系模式，寻找额外的财政支持，并对其进行有效的管理等等。

本书介绍的一系列案例使得抽象的理论变得具体，尤其是第五部分的案例分析反映的问题及其解决方法可以给国内的节庆活动管理很大的启示。如，席茅斯国际民俗艺术节的成功对当地经济的影响、举办过程中的当地人与游客的冲突、停车问题和交通拥挤等问题，以及组织者对这些问题的处理，对实际的节庆活动的举办无疑具有很高的借鉴价值。

我们把这部节庆管理的著作译成中文，以飨国内的读者。在翻译过程中我们尽量体现作者本意，但遗憾的是，翻译这本书的时间不是很充裕；加上译者的水平限制，书中一定还会存在一些疏漏或翻译上的错误。请读者给以批评、指正并予以谅解。

在此，我们要深深地感谢本书的撰稿者，他们都是一些在旅游研究领域颇有建树的专家，本书汇集了他们的最新研究成果，感谢他们编写了一本非常有学术与实践价值的书。书中精辟的实例分析和鲜明的理论观点，使我们在翻译过程中受益匪浅。

然后要感谢辽宁科学技术出版社，使我们有机会读到这样一本好书并将它翻译出版。

最后应感谢与我们一起工作的朋友，他们有的是在旅游教育和研究领域有一定建树的年轻学者，有的是在校研究生。在翻译过程中，我们共同讨论，共同完成了这本书的翻译工作。这是我们的共同成果。

本书的作者名、其他涉及的人名及地名是根据金山词霸译出的。在各章中，作者署名都使用了中文译名，如要了解其原英文姓名，可到“致谢”中查找。

翻译的具体分工为：

吴　恒、杨　君：前言、第一部分；

孙小珂、孙婧婧：第二部分；

金　鑫：第三部分；

黎　健：第四部分；

赵雪莲：第五部分；

吴　恒、孙小珂负责全书的审校。

感谢黄媛媛和庄萍萍两位同学的帮助。

最后特别要感谢我们的家人在翻译期间给予的生活上的照顾和帮助。

吴　恒　孙小珂　金　鑫

于武汉珞珈山

2004年4月28日

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

序一 FOREWORDS

作为“独特活动”——文化与娱乐节庆活动产业的一个先锋企业的主管，每当举办任何一个节庆活动或者大型的文化活动涌现真正的激情、真正的观点和真正的专家的时候，我都非常激动。从这些活动经验中（无论这些经验是有用的还是无用的），我总是可以获得一些东西。请相信我，一段经验就是一个令人惊奇的景象，或者是一种情感上的沉迷，更或者是一种激励，可以给我一些特别的东西。请相信我!!

然而，同时也存在一些因素能够使节庆活动不能正常运转，而这些因素并不是通过激情或者辛苦的工作就能够解决的。因此，对专业化知识的需要就变得非常迫切。世界变成一个小小的舞台，人们在这个小小的舞台上上演各种表演。人们的文化、艺术、娱乐活动越来越广泛传播。无论是在小山村、小城镇、还是在大城市，欣赏参与节庆活动的人们都知道什么是高质量的、什么不是高质量的。专业化意味着知识和理解。而提供专业知识，并通过研究多个跨国案例来探讨节庆活动管理因素的书籍是一件非常好的事情。

阅读这本书，并欣赏它。记住，节庆活动并不是自动发生的，而是人们通过充分的准备、组织、管理而成功举办的。

彼得·埃尔文（Peter Irvine）
Unique Events 主管
写于爱丁堡

序二 FOREWORDS

在苏格兰，节庆活动是国家经济发展战略的一个重要组成部分。苏格兰的执行官制订了专门的方案用于鼓励旅游和文化战略，鼓励更多的人来苏格兰旅游、体验体育文化活动。

在所有的苏格兰品牌中，游客追寻的重要的主题有5个：

自由的苏格兰：包括旅游、岛屿忙碌的自然的环境。

积极的苏格兰：包括冬季体育活动、竞走、高尔夫球、骑脚踏车、钓鱼、探险、室内或者室外的运动。

城市休憩：包括购物、夜生活、精美的食物和饮料。

文化和遗产：包括表演艺术展、可视艺术展、历史古迹、博物馆、画廊、戏院以及宗庙。

商务旅游：包括会议、展览等。

令人惊奇的、重要的现实是节庆活动如何实现这5个主题，并且对于一个国家的声誉、信心以及成功至关重要。本书围绕着这些主题来进行展开。

彼得·莱德勒（Peter Lederer）
VisitScotland 主席

致 谢
ACKNOLEDGEMET

尽管本书的封面上只出现了5位作者的名字，实际上许多人为本书的出版做出了贡献。撰写一本引人深思的节庆活动管理的书籍需要进行大量的研究、分析和创造性的工作，我们不能单独完成。在这里我们要特别感谢以下朋友：

简·艾黎－凯特（JANE Ali-Knight）：爱丁堡市纳皮尔大学新休闲与节庆管理项目的现任项目组长。她多次出席各种大型的国际与国内（英国）会议，并且在啤酒旅游、旅游营销管理等领域出版了多本书籍。现在主要研究：啤酒旅游领域的旅游动机与旅游案例；啤酒节庆活动与当地交通；节庆活动在爱丁堡市经济发展的作用及影响。她拥有在澳大利亚组织会议丰富的经历，并且是2003年在苏格兰开展节庆活动："国际、国内和当地观点"的会议举办人。

赫德·安德森（Heather Anderson）：佩斯利大学旅游专业讲师。相关的研究包括举办地管理与其在文化娱乐产业中的地位，曾担任瑟菲尔德克鲁西布剧院（Crucible Theatre）的经理、泰国美丽殿酒店（Le Meridien hotel）宾馆娱乐项目的艺术总监、苏格兰皇家剧院的经理、格拉斯哥皇家音乐厅的客户服务经理。她曾经参与迪斯尼乐园的"迪斯尼高质量服务方法研究"的项目。她是一位经验丰富的演讲者、咨询家。研究领域还包括：艺术、休闲、旅游、节庆活动产业领域的高质量服务与市场营销、旅游业的道德规范、旅游活动的质量保证与评估等。

乔恩·博蒙特－卡瑞吉（John Beaumont- Kerridge）：卢顿大学经济学院的主要的教学骨干。除了讲授网络营销管理及研究方法之外，他还致力于为卢顿大学经济学院开发在线远程教育系统。目前主要研究：适应于公共部门的营销策略与规划（结合网络问题），多元的市场研究方法与服务传递、质量。他的博士论文（2001）题目为"作为体育与娱乐业赞助者的公共部门的市场定位与服务质量——实证研究"。

朱莱卡·毕文（Zuleika Beaven）：格林威治大学经济学院艺术管理方向的研究员，并主持了一项节庆活动管理项目。她长期以来一直从事各种艺术项目和节庆活动管理的研究，并在音乐组织方面有丰富的管理经验。

史蒂夫·布朗（Steve Brown）：澳大利亚最著名、最受尊敬的节庆活动策划家、营销家。他最早于1975年在阿德莱德市节庆活动中心的艺术活动部门开始从事节庆活动产业的工作，几乎参与了从1975年到1997年内阿德莱德市的每一个节庆活动的组织工作。1984年，他搬到堪培拉市并担任首都艺术协会的会长，在1985年底，他创办了自己的节庆活动策划与管理公司。2001年，他被任命为弗林德斯大学的荣誉访问学者，并获得南澳大利亚旅游委员会以及澳大利亚重大节庆活动协会授予的节庆活动管理的学士和硕士学

位。2003年，史蒂夫继续在弗林德斯大学讲课，并攻读节庆活动管理的博士学位。在博士期间，他主要研究公司活动管理与文化活动管理。

杰克·卡尔森（Jack Carlsen）：科廷科技大学经济学院旅游与举办地研究方向的马来西亚联合工业主席。同时，他还是科廷科技大学可持续旅游发展中心的副主任，负责有关可持续旅游的研究咨询工作，在该中心，他主要起领导和协作的作用。目前他正和其他人合著一本关于旅游业的家庭企业的书籍，主要研究旅游管理包括节庆活动管理的许多因素。

罗斯·德瑞特（Ros Derrett）：在澳大利亚南部十字大学旅游与接待管理学院工作，专攻节庆活动规划与管理、特殊旅游、旅游规划与环境等方面的研究，他独特的研究包括文化与遗迹旅游、社会咨询、地区发展与节庆活动等。他的博士论文研究表明社会文化节庆活动如何反映及决定着社会的认知感。罗斯还担任澳大利亚南部十字大学地区旅游研究中心的项目负责人。

史蒂芬·A·道尔（Stephen A.Doyle）：爱丁堡市奈培大学旅游与营销学院市场营销系的讲师。主要研究领域：零售业与零售营销，特别是零售策划研究。

辛奥汉·德拉蒙德（Siobhan Drummond）：苏格兰佩斯利大学旅游专业的高级讲师。长期以来在从事旅馆的企业以及国家旅游组织内担任旅游方面的高级管理层职务。作为一位有经验的讲师和咨询家，她的主要研究领域集中在旅游业服务质量的管理、小型企业的发展以及文化与旅游的关系等。在如何提高服务质量领域发表了一系列论文。

凯文·菲尔德斯（Kevin Fields）：从1991年以来，在伯明翰食品大学讲授食品、旅游与创造性研究的课程，他是节庆活动规划与会议管理方面的专家，同时也讲授食品和饮料管理方面的课程。在从事教育事业之前，他曾是餐饮业的咨询专家，致力于会议和展览方面的研究。

C·迈克尔·霍尔（C.Michael Hall）：新西兰奥塔哥（Otago）大学旅游学院的院长，苏格兰斯特灵大学市场营销学院的荣誉教授。同时，他还是杂志《旅游业现实问题》的副主编，在旅游、休闲、环境历史领域出版多本书籍。目前的研究主要包括：临时雇员的灵活性、旅游业的企业举办权与地区发展等。

李·夏里逊（Lee Harrison）：1993年成立“Fairdene策划公司”，并担任该公司的总裁。该公司组织各种节庆活动，包括会议、时装秀、电影初次公映、鸡尾酒会、大型宴会和产品发布会等。李曾经接见许多国际著名的电影导演、制片、演员等。曾经从事过许多职业，包括社区工作者、夜总会经理，以及从事电影电视制作。

简·詹姆士（Jane James）：弗林德斯大学（位于澳大利亚南部）文化旅游学院的院长、副教授，她在该校获得文化旅游专业的学士学位与节庆活动管理专业硕士学位，并在澳大利亚以及其他国家、地区扩大了旅游教育包括节庆活动管理方面的课程范围。还在英国和加拿大讲授文化遗产与文化资源管理的硕士课程。她的研究包括：关于文化古迹以及节庆活动的游客经历的评估、自然及文化资源的有效与持续管理。她多次参与许多节庆活动对文化、环境、经济的营销的评估活动，以及参加相关的学术探讨和课程讲授。

埃瑞·琼斯（Eleri Jones）：威尔士旅游、休闲与接待管理学院的院长，主要从事欧洲结构基金赞助的有关节庆活动举办地、经济发展和就业发展方面的研究，并指导过许多博

士研究生。她拥有伦敦大学的硕士学位与威尔士大学的博士学位。

卡尔·诺克斯（Karl Knox）：诺丁汉特伦特大学信息管理方向的高级讲师。在加入诺丁汉特伦特大学之前，卡尔曾经在许多大学工作过，在文化和学术方面获得了丰富的经验。这些大学包括：罗伯特戈登大学（位于苏格兰阿伯丁市）、利兹都市大学、迪拜（阿拉伯联合酋长国的酋长国之一） 工艺学校、阿联酋（UAE）和澳大利亚南部十字大学等。他曾经在许多五星级宾馆工作过：希尔顿国际宾馆、多尔切斯特宾馆[英国英格兰南部城市]（多塞特郡首府）、Laneborough 宾馆等。他主要的研究包括：信息管理与信息策略、组织内部的信息策略发展等。

香岱儿·劳斯（Chantal Laws）：格林威治大学经济学院文化遗产管理方向的讲师。她曾经在伦敦一家大型的音乐剧院担任业务经理，并在格林威治大学讲授节庆活动管理的课程。

菲利斯·雷伯恩（Phyllis Laybourn ）：纳皮尔大学心理学和教育学的高级讲师（新西兰北岛东岸港市）。她在敦提（英国苏格兰东部港市）获得博士学位，之后在牛津大学从事博士后研究。她的研究包括：认知心理学、高等教育教学改革等。

肯尼斯·麦克米伦·瓦卓（Kenneth MacMillan Wardrop）：在旅游战略、方针的实施与发展领域、旅游业基础设施建设等方向有 20 多年的经验，旅游专业教授，曾在斯特灵市从事高质量节庆活动的组织策划工作，现在苏格兰爱丁堡市。他负责的主要项目包括：华莱士纪念碑的翻新工程，以及斯特灵市其他一些古老建筑的翻新工程；1997 年举办保卫斯特灵桥保卫战 700 周年纪念活动；举办爱丁堡圣诞节、2003 年爱丁堡国际科学节活动。

彼得·梅森（ Peter Mason）：卢顿（卢顿为英国英格兰中南部城市）大学旅游、休闲与体育活动管理系系主任、旅游管理系教授。他曾在梅西大学（Massey University）、新西兰大学以及普利茅斯大学（普利茅斯英国港市）工作过。出版了 3 本书籍。主要研究包括：旅游影响、策划和管理等课题。

盖伊·马斯特曼（Guy Masterman）：利兹都市大学（利兹为英国英格兰北部城市）节庆活动管理中心的高级讲师。他曾作为独立的咨询专家，在体育活动营销，体育、音乐活动与经济发展领域工作了 12 年。他的客户包括可口可乐、百事可乐等。他所负责的活动包括：可口可乐音乐节、百事音乐秀等。

莱斯特·D·马修斯（ Lester D.Matthews）：伯明翰食品与旅游大学战略管理、节庆活动规划、市场研究方法、市场研究与管理者冒险活动等领域的讲师。在成为户外活动咨询专家之前，他最先是一位建筑师，策划和管理超过 1400 万英镑的项目。目前，他在英国和芬兰从事咨询和市场研究工作。

菲奥纳·麦克唐纳（Fiona McDonald）：2002 年 1 月作为 “节庆活动协调员” 加入李·夏里逊（Lee Harrison） 的 “Fairdene 策划公司”，拥有惠灵顿（新西兰）工艺学校、新西兰公共关系管理学院的教育学学士学位。她正准备攻读经济管理的研究生学位。

尤纳·麦马汉 – 贝蒂（Una McMahon–Beattie）：乌尔斯特大学的讲师、研究员与咨询专家。她的研究包括：收入管理、可变价格理论与消费者信用等。在英国，甚至国际上，她已经作为作者和编者出版了大量书籍。尤纳是杂志《收入与定价管理》的实习主

编。

奈杰尔·摩根（Nigel Morgan）：威尔士大学旅游、休闲与接待管理学院的研究员。他曾在威尔士南部的地方权威机构以及威尔士体育协会从事旅游、市场营销、公共关系与休闲政策等领域的工作。他获得了埃克塞特大学的博士学位，并发表了大量关于旅游胜地营销、旅游与休闲广告与定位的文章和书籍。

玛瑞娜·诺维力（Marina Novelli）：布赖顿大学旅游政策研究中心的高级讲师（布赖顿为英国南部海岸避暑胜地），祖籍是意大利。她的博士论文题目为：乡村与农场旅游业——阿普利亚区（意大利行政区名）与（英国）西南部的比较研究。她的主要研究包括：乡村发展与旅游业、旅游业空隙市场如酒水与食物、节庆活动、生态旅游业等以及在国际大环境下的旅游业规划与管理。她最近的研究主要集中在：酒水与食品旅游业、旅游集群与当地经济发展、整合的质量管理与旅游业、乡村以及其他旅游消费细分市场的消费者行为研究。她曾参与多项欧洲地区发展与旅游业项目的规划与管理工作。她是意大利研究小组的成员，该小组由意大利罗马拉萨皮恩泽尔大学（La Sapienza Universita）的A·切朗特（A.Celant）教授领导，进行主题为“旅游与经济增长：地区因素与地区竞争力”的课题研究。她还是巴里大学（巴里为意大利东南部港市）与的里雅斯特（意大利东北部港市）的大学的访问讲师。

阿扎拉克·拉兹（Razaq Raj）：利兹都市大学（利兹为英国英格兰北部城市）节庆活动管理方向的高级讲师。他的主要研究包括：社区活动、户外活动、影响与风险以及节庆活动的财务管理。他在有关特殊节庆活动、节庆活动财务管理、信息技术与节庆活动赞助等领域的国际会议上发表了文章。

马丁·罗伯逊（Martin Robertson）：爱丁堡纳皮尔大学硕士旅游管理项目的项目负责人。他在节庆活动管理、休闲营销与城市旅游等领域发表出版了大量的文章。他与他人合著了一本关于城市旅游管理策略与实践的书籍。他的主要研究包括：节庆活动管理与主办地营销、城市旅游的社会经济效益与休闲活动管理学。无论是在英国、还是其他国家，他在旅游业、会议管理等领域有非常丰富的工作经验，曾经在多个公共部门和私营部门工作。

克里斯蒂·诺西尔（Kristy Rusher）：达尼丁（新西兰南岛东南岸港市）奥塔哥（Otago）大学旅游系的研究生。克里斯蒂以前是旅游系的助教，在2002年底到新西兰南部岛屿的一个地区旅游组织担任职务。

迦拉·塞伦（Galal Salem）：曾是埃及赫尔旺大学（Helwan University）的讲师，后来被埃及旅游部派遣到威尔士大学旅游、休闲与接待管理学院攻读博士学位。拥有赫尔旺大学的硕士学位，有着丰富的埃及的节庆活动管理经验。

保罗·斯坦斯比亚（Paul Stansbie）：从1994年开始在伯明翰食品、旅游与创造性研究学院授课。他主要讲授本科生与研究生的有关运作、食品与饮料、财务管理等课程。他曾多年在玛瑞特酒店（Marriott Hotel）从事食品与饮料的工作，曾在四星级宾馆担任管理职务。

戈登·威特（Gordon Waitt）：在伍伦贡大学地球系（伍伦贡为澳大利亚东南部港市）讲授人类地理学。他是杂志《人类地理学简介》的副主编。他的主要研究领域为旅游地理

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

学，特别是研究旅游活动与造地过程的关系。

保罗·沃尔特斯（Paul Walters）：在音乐组织与管理、博览会策划、剧院管理、电影制作、市场营销 / 赞助与公共关系等领域工作了 14 年。这些丰富的经验使得保罗能够胜任利兹都市大学节庆活动管理中心讲师的职务。保罗在该中心 4 年的工作包括：节庆活动的法律与经营许可研究、室内与室外节庆活动的所需技术设备研究、如何利用多媒体平台进行交流等研究。他的主要研究内容：节庆与文化活动、大型户外节庆活动的规划与管理、通过对城市与乡村进行整体的发展计划而实行的户外节庆活动的战略发展。在 2002 年 Euro-CHIRE 会议、2003 年国际节日和事件联合会（IFEA）会议上发表了相关的文章。

埃玛·伍德（Emma Wood）：利兹都市大学节庆活动管理中心的高级讲师。埃玛在很多产业有相当丰富的营销管理和市场研究经验，并在澳大利亚与东南亚工作过。她有丰富的关于小型企业与公共部门营销的定量研究经验，是许多研究团队的成员。目前，她担任布莱克本（Blackburn）的研究节庆活动的影响的项目的项目负责人。她经常应邀参加各种国家会议与国际会议，并在许多刊物上发表高质量的文章。

伊恩·约曼（Ian Yeoman）：负责编辑杂志：《收入与定价管理》、《收益管理：服务业战略》，并出版了书籍《收入管理与定价》。他在许多大学讲授过收入管理的课程，目前在苏格兰国家旅游组织——VisitScotland，担任情景规划部经理。

P 前言 PREFACE

从20世纪90年代开始，节庆活动作为一个全球性的产业不断地演变和发展。由于节庆活动的消费者意识和选择不断地增加，要求该产业能够实现有效的管理，以确保这种发展和增长趋势能够持久。现在市场上许多产品和服务正进入它们生命周期的成熟期，然而，还有一些产品仍处在萌芽阶段。当许多人把节庆活动产业作为终身职业时，对节庆活动的管理和相关的教育就变得更加重要了。本书的目的在于分析节庆活动管理的理论，指导那些已经进入节庆活动产业领域和那些正准备进入该领域的人们。本书中的理论非常系统，包括节庆活动的演变、策略发展、具体操作问题以及战略管理等。新鲜活泼的案例贯穿整本书籍，这些案例包括国际上的案例，也包括一些地区性的案例。

目前，对节庆活动的研究有着前所未有的兴趣，无论是国际社会、还是在某个国家，无论是在城镇、乡村还是海滨。每一个人都想与其他人分享自己独特的文化和传统。节庆活动能够帮助人们宣传举办地，吸引游客；节庆活动可以作为旅游业的一种新的形态，促进经济繁荣与发展。一种新的产业形式已经形成，许多政治家和企业家正试图抓住这一次机会。一次节庆活动的成功与失败能够增强或者毁坏一个举办地、产品或服务的形象。

每一个节庆活动的特点都是独一无二的，所以没有一个可以适用所有节庆活动的标准管理模式。不同的节庆活动有不同的运营成本，可以分为营利性、非营利性两种。节庆活动的目的有多种：有的是为了娱乐、教育目的；有的是为了联合各种社会团体；有的是为了达到商业促销的目的，其中获得赞助权非常重要。一些节庆活动可能是艺术性的、一些可能是体育性的。节庆活动可以是小规模的、地区性的，也可以是大型的、国际性的。

无论举办节庆活动的原因是什么，总会有各种游客参加，他们可能有着不同的目的，而这将影响每个节庆活动的管理过程。节庆活动的管理模式应能满足所有游客的需要。

尽管节庆活动的类型和形式变化很大，但是所需要管理的问题却令人惊奇的相似：都是在资源不断减少、消费者更加有识别能力、更加成熟的环境下开展节庆活动。

本书正是为了解决这个多样化产业的操作与管理问题，帮助读者理解节庆活动如何发展、为什么要举办节庆活动以及我们怎样管理节庆活动。同时，本书通过列举多个国际性的案例为读者提供专业意见与指南。

第一部分：该部分从整体上介绍节庆活动与文化体验的定义、概念，以及节庆活动这一领域的国际化。

第二部分：该部分关注规划、创造的管理过程，帮助读者了解规划的概念，来访者管理、服务质量、信息与通信技术等。

第三部分：该部分探讨关键运作领域如市场营销、零售，并分析节庆活动如何被用作一个战略营销机会的。该部分对在今天竞争激烈的环境下如何产生收入、如何推销、提供餐饮、销售门票，以及进行合理定价等发表总的看法。

第四部分：该部分分析节庆活动政策的作用与方针，对无论是地区性政治家、还是全国性政治家都十分重视的公共部门进行考察，同时进行经济评估、决策制定与赞助权、风险分析。

第五部分：列举一系列的国际著名的案例，来分析节庆活动管理。这些案例包括意大利的啤酒旅游节、悉尼奥林匹克运动会等。请关注并欣赏本书中关于节庆活动管理的独特见解。

伊恩·约曼（Ian Yeoman），VisitScotland
马丁·罗伯逊（Martin Robertson），纳皮尔大学
简·艾黎－凯特（Jane Ali-Knight），纳皮尔大学
休伯罕·德拉蒙德（Siobhan Drummond），佩斯利大学
尤纳·麦马汉－贝蒂（Una McMahon-Beattie），阿尔斯特大学

目录 CONTENTS

译者序
序一
序二
致谢
前言

第一部分　节日、节庆活动与文化体验
第一章　艺术、文化、休闲概述 …… 简·艾黎－凯特、马丁·罗伯逊〔3〕
第二章　节庆活动管理概述 …… 迦拉·塞伦、艾瑞·琼斯、奈杰尔·摩根〔11〕
第三章　节庆活动与举办地 …… 罗斯·德瑞特〔25〕
第二部分　文化、艺术和休闲服务体验的管理
第四章　节庆活动的设计与管理：节庆活动仪规的贱卖？……史蒂夫·布朗、简·詹姆士〔43〕
第五章　节庆活动的游客管理 ……伊恩·约曼、马丁·罗伯逊、尤纳·麦马汉－贝蒂〔52〕
第六章　节庆活动的服务质量和员工管理 …… 辛奥汉·德朗蒙德、赫德·安德森〔62〕
第七章　信息技术在节庆活动中的运用及其联系 …… 卡尔·诺克斯〔74〕
第三部分　市场营销管理、收入管理和零售业务管理
第八章　节庆活动与举办地活力：爱丁堡艺术节、企业化经营和战略营销
…… 马丁·罗伯逊、肯尼斯·麦克米伦·瓦卓〔87〕
第九章　节庆活动业的营销信息 …… 埃玛·伍德〔98〕
第十章　活动的商品经营与零售 …… 史蒂芬·A·道尔〔119〕
第十一章　节庆活动之餐饮服务 …… 凯文·菲尔德斯、保罗·斯坦比亚〔129〕
第十二章　节庆活动的票务和预订管理的原则与应用
…… 朱莱卡·毕文、香岱儿·劳斯〔138〕
第十三章　节庆活动的收益管理潜力 ……尤纳·麦马汉－贝蒂、伊恩·约曼〔152〕
第四部分　文化与休闲活动管理的方针与战略
第十四章　政治、公共政策和举办地 ……C·迈克尔·霍尔、克里斯蒂·诺西尔〔165〕
第十五章　艺术活动的管理：一种来自新西兰的观点
…… 李·夏里逊、菲奥纳·麦克唐纳〔176〕
第十六章　节庆活动的经济效应评估 …… 杰克·卡尔森〔185〕
第十七章　一种利用赞助的战略方法：寻求投资回报 …… 盖伊·R·马斯特曼〔195〕
第十八章　财务管理的行为因素 …… 阿扎拉克·拉兹〔204〕

第十九章　活动管理中的风险与决策 …… 菲利斯·雷伯恩〔213〕
第五部分　当代艺术、休闲节庆活动的案例研究
第二十章　游客和居民对2001年席茅斯国际民俗艺术节影响的认识
…… 彼得·梅森、乔恩·博蒙特－卡瑞吉〔233〕
第二十一章　意大利阿普利亚区的酒文化节 …… 玛瑞娜·诺维力〔246〕
第二十二章　爱丁堡冬季的节庆活动 …… 肯尼斯·麦克米伦·瓦卓、马丁·罗伯逊〔259〕
第二十三章　赞助、筹资和战略功能：卡林假日和V节庆活动
…… 保罗·沃尔特斯、阿扎拉克·拉兹〔267〕
第二十四章　英国的安格尔西海洋讨论会 …… 莱斯特·D·马修斯〔279〕
第二十五章　2000年悉尼奥运会的批判性思考 …… 戈登·威特〔295〕

第一部分

节日、节庆活动与文化体验

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com