



全国高等院校旅游管理教材

保继刚 © 主编

Event Planning and Management

节事活动策划与管理

张骁鸣 郑丹妮 林嘉怡 © 编著



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

014058273

G247
02



全国高等院校旅游管理教材

保继刚 © 主编

Event Planning and Management
节事活动策划与管理

张骁鸣 郑丹妮 林嘉怡 © 编著



北航

C1745329



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

G247
02

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

节事活动策划与管理/张骁鸣, 郑丹妮, 林嘉怡编著. —广州: 中山大学出版社, 2014. 7

(全国高等院校旅游管理教材/保继刚主编)

ISBN 978 - 7 - 306 - 04945 - 2

I. ①节… II. ①张… ②郑… ③林… III. ①活动—组织管理学—高等学校—教材 IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 143496 号

出版人: 徐 劲

策划编辑: 徐诗荣

责任编辑: 徐诗荣

封面设计: 曾 斌

责任校对: 廖泽恩

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84110283, 84113349, 84111997, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275

传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

规 格: 787mm × 1092mm 1/16 19.75 印张 404 千字

版次印次: 2014 年 7 月第 1 版 2014 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 39.80 元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

《全国高等院校旅游管理教材》

编 委 会

主 编：保继刚

委 员（按姓氏音序排列）：

罗秋菊 彭 青 孙九霞

徐红罡 曾国军 张朝枝

本书作者简介

张骁鸣 男，1979年生，中山大学人文地理学博士，中山大学旅游学院会展经济与管理系主任，会展经济与管理专业副教授，硕士生导师。主要研究方向为节事理论与节事旅游、旅游与乡村社会经济变迁。已主持完成国家自然科学基金青年项目1项、中山大学校级课题2项，参加多项国家级、省部级科研课题，以第一作者身份在《旅游学刊》、《地理科学》、*Tourism Geographies*等学术期刊发表旅游、节事等方面的论文20余篇，合作主编《节事旅游概论》教材1部，并参与多项旅游、会展项目的规划咨询工作。目前主讲课程包括节事理论与实践、大型活动组织与管理、文化创意产业概论等。

郑丹妮 女，1984年生，澳大利亚昆士兰大学国际事件管理商学与中山大学人文地理学双硕士，昆士兰大学旅游与会展管理方向在读博士。曾任职于中山大学旅游学院会展经济与管理系，研究方向为旅游演艺产品、国际节庆策划与管理等，主讲课程包括国际节庆案例分析、会奖策划与管理、会展英语笔译与口译、澳大利亚社会与文化等，曾参与多项大型会议与节庆文化活动组织与策划工作。

林嘉怡 女，1984年生，澳大利亚悉尼大学科学设计研究硕士，西班牙吉罗纳大学旅游管理在读博士，兼任西班牙吉罗纳省旅游局研究人员。曾任职于中山大学旅游学院会展经济与管理系，研究方向为信息通讯技术与游客体验、网络与旅游电子商务，主讲课程包括旅游业中的计算机辅助设计、展示空间设计、博物馆和商业空间设计等，曾参与多项旅游规划咨询与设计项目。

《全国高等院校旅游管理教材》

出版说明

中国旅游教育三十多年来,教材从无到有,从有到多甚至泛滥,已经颇有一段时间了。客观上讲,这些教材的出版的确对中国旅游教育的发展起到了一定的推动作用,但随着旅游发展的理论与实践不断深入,这些以“借鉴西方理论”、“引入传统学科”、“介绍现实应用”为特色的旅游教材的局限性日益显现。

这种局限性主要表现在缺乏学科理性思考、缺少研究基础、缺乏编写规范。一方面,有的教材生搬硬套、堆积罗列西方理论或者现实案例,而面对中国越来越丰富的旅游现象时,却无法解释;有的教材编写者不遵循编写规范,抄袭现象严重,影响到学生的治学态度……因此,从本科教学的角度来讲,现行旅游管理相关教材应该加快改革的步伐。

另一方面,随着信息社会的到来,互联网开始与教师在课堂上争夺学生的注意力,老师在课堂上讲授“专业知识”时,学生往往更喜欢自己通过网络由点及面地很快掌握相关知识,而对老师传统的根据教材上课的方式提出挑战与质疑。因此,通过知识传播来训练学生能力变得更加重要,相应的内容与结构、作业与参考文献资料等也因此成为教材的必要部分。

中山大学旅游学院成立十年来,一直在探索如何教授学生通过学习知识来获得批判性思考能力和利用研究工具来进行问题分析的能力,不断强调通过现实案例解剖来让学生理解专业知识,但一直苦于没有合适的教材。经过学院老师多次讨论,决定趁2014年学院建院十周年之际,陆续推出一批旅游管理相关专业教材,包括旅游管理、酒店管理、会展经济与管理相关专业的核心课程与专业课程教材。这些教材编写的基本要求是,教材的编者或作者在该领域至少要有5年以上的研究经验,并有相当分量的相关成果发表;这些教材都必须有严谨的知识体系、训练内容及编写规范,能够为本科教育形成规范作出贡献。尽管各位作者已经尽了最大的努力,但这些教材也难免存在一定的缺陷,我们把它作为一种新的尝试与起步,以期能抛砖引玉,推动中国旅游教育的健康发展。

保继刚

前 言

这本教材将以“现代社会中的节事活动”作为第一章的标题。“现代”是一个很复杂的概念，它既指称西方世界在启蒙时期以后所普遍追求的政治上的民主与平等、社会中的自由与公正、经济生活中的秩序、科学上的理性主义，也指称 20 世纪 30 年代以来因为反思“一战”、忧心人类的命运而出现的文学创作上的价值多元化、艺术创作上的各种抽象风格、设计中的实用主义和极简潮流……总之，直到 21 世纪初的今天，“现代”的概念虽然历经“二战”和“冷战”的冲击，遭遇形形色色的“后现代”的挑战，却依然坚强地成为大多数国家——特别是发展中国家——还在不断为之努力的一个拥有丰富内涵的社会理想。

“现代社会”也同样是一个复杂的概念。简单地说，它就是我们生活于其间的世界，它每时每刻都“在那里”，始终与我们相伴随。但它却并不是我们所能完全了解和掌控的世界，它虽然“在那里”，却分分秒秒都在变化。现在已经是信息时代，世界上任何地方出现的新事物、新思想，都有可能随着无比快速的通讯网络而在极短的时间里扩散到其他地方。无论我们是否承认，每个人都真实地感受着这个“现代社会”无孔不入的影响，都必须要在变化无穷的“瞬间”中找寻自己之所需，或者说为自己找到一个合适的位置。在这个社会中，人们得学会不断与外部环境相协调、相适应，在协调与适应中认识自己、塑造自己、实现自己，或许这就是“现代社会”的基本要求。

因此，本教材特别想要分享的一个观念就是，“节事活动”绝不是一个可以用静止的眼光来看待的对象，“节事活动策划与管理”也就更不应成为一些可以孤立起来做纯粹记诵和机械模仿的教条。“静止的对象”往往只是严格意义上的自然科学所做的事情，在那些领域中，科学家们所热爱的就是基本的规则、普遍的规律、可信赖的法则、放之四海而皆准的真理。尽管他们也谈“科学革命”，谈“范式转换”，但是每一次革命和转换的结果不外乎是又建立起一套新的规则、规律、法则和真理。但是，在我们看来，“节事活动”不是那样的一种知识，因为它几乎从来没有范式，也没有什么可以被当作信仰来膜拜的规则、规律、法则、真理。恰恰相反，它所面对的是一个瞬息万变的现代社会，一个就在“身边”和“眼前”的与每个人息息相关的生活世界。如果身边的这个“现代社会”总在日新月异地发生改变，那么，我们的“节事活动策划与管理”也需要随之有更自觉和更彻底



的改变。

基于上述考虑,这本教材的所有内容,特别是那些“范例”,应当被更合理地看作一些在某些时候、某些地方、某些目标设定、某些环境条件之下已经证明曾导向成功的特定做法,因此也不过是一些经验总结,而不可以上升为绝对正确无误的权威理论。总体来看,节事活动策划与管理的知识结构可能是松散的,知识点可能是零碎的,因为它所面对和所要处理的社会现象是变动不居的。最简单的例子,即便同是承办奥运会,不同的东道国都想拿出独一无二的“绝活儿”,把自己所承办的那一届办成“史上唯一的”、“绝无仅有的”。我们希望所有使用这本教材的同学都能够打开思维、拓宽视野,以最开放的心灵和最大胆的想象,在个人和团队的创造力与社会群体千变万化的节事活动需求之间擦出最耀眼的火花。

这本教材中所使用的主要材料取自我们在中山大学旅游学院所分别承担的面向本科生的三门专业课程:“节事概论”、“节事理论与实践”、“国际节庆案例分析”。书中的绝大部分内容已经在课堂上作过讲授,包含着我们对节事活动领域的个人化的关注和思考。这本教材特别注重提供大量的真实案例,目的就是为了展示出节事活动的无穷多样性,夸张一点儿说,“一万个策划师有一万个点子”,“一万个管理者有一万个方子”。当然,我们会尽最大努力有条理地分析每个案例的特点,从而尽量帮助初学者去积累更多的案例,或者至少是让他们懂得如何从策划和管理的实效角度去识别“好”的节事活动与“坏”的节事活动。我们还希望每个人都可以鼓励自己大胆地判断、对比、引申、推论、联想、想象,逐渐地形成属于自己的节事活动策划风格和管理技巧。

为了让教材更具规律性,我们尝试采用了“体验经济—价值传递—创意实践”的框架来统领全书;为了让教材更具实用性,我们也推荐了一些多次真实使用过的课堂讨论、作业练习、实践方案。这些做法是否合理?有哪些不足?可以怎样改进?……我们非常期待各位读者特别是使用本教材的同学们提出建议与意见!

本教材由三位作者合作完成,其中张骁鸣撰写了前言至第四章,林嘉怡撰写了第五章和第六章,郑丹妮撰写了第七至第十三章,张骁鸣负责全书的统稿。写作过程中,我们得到了中山大学旅游学院多位同事的鼓励与帮助,华南理工大学戴光全教授审阅了全书并提出宝贵的改进意见,中山大学出版社徐诗荣编辑为本教材的最终定稿倾注了大量心血,而历年来选修了相关课程的同学们的认真和热情也促使我们打开思路、不断学习。在此一并向各位表示深深的谢意!

张骁鸣 郑丹妮 林嘉怡

2014年3月

目 录

第一编 概 论

第一章 现代社会中的节事活动	(3)
学习目标	(3)
引导案例	(3)
第一节 摇滚音乐节	(5)
第二节 啤酒节	(8)
第三节 狂欢节	(11)
第四节 其他节事活动	(15)
本章小结	(21)
思考题	(22)
第二章 节事活动的概念和关键特征	(23)
学习目标	(23)
引导案例	(23)
第一节 节事活动的定义	(25)
第二节 关于节事活动的“特殊性”	(30)
第三节 节事活动的类型	(33)
本章小结	(39)
思考题	(39)
第三章 体验经济时代的价值传递	(41)
学习目标	(41)
引导案例	(41)
第一节 体验经济	(43)
第二节 对体验的理解	(46)
第三节 价值传递理论	(49)
本章小结	(56)
思考题	(56)



第二编 策划与设计

第四章 总体策划和主题确定	(61)
学习目标	(61)
引导案例	(61)
第一节 总体策划	(64)
第二节 主题确定的常规方式	(71)
第三节 主题确定的创意方式	(74)
第四节 主题构想的方法	(79)
本章小结	(87)
思考题	(87)
第五章 体验设计与科技手段的应用	(88)
学习目标	(88)
引导案例	(88)
第一节 体验设计概述	(91)
第二节 空间环境营造	(97)
第三节 新型多媒体与互动科技的应用	(104)
本章小结	(113)
思考题	(113)
第六章 现场展示设计及其技术实现	(114)
学习目标	(114)
引导案例	(114)
第一节 现场展示设计原理	(117)
第二节 场地空间的内外部组织	(125)
第三节 展示设计与制图技术	(131)
本章小结	(134)
思考题	(134)

第三编 管 理

第七章 节事活动运营管理概述	(137)
学习目标	(137)
引导案例	(137)
第一节 节事活动运营管理概论	(138)

第二节 节事活动运营管理的步骤	(144)
第三节 节事利益相关者	(150)
第四节 运营管理方案的可行性分析	(155)
本章小结	(157)
思考题	(157)
第八章 组织结构与人力资源管理	(158)
学习目标	(158)
引导案例	(158)
第一节 人力资源规划	(160)
第二节 组织结构类型与职责	(164)
第三节 团队建设的步骤与技巧	(169)
第四节 志愿者管理	(172)
本章小结	(177)
思考题	(177)
第九章 进度安排与时间管理	(178)
学习目标	(178)
引导案例	(178)
第一节 节事活动的进度安排	(179)
第二节 节事活动中的时间管理	(191)
本章小结	(197)
思考题	(197)
第十章 财务管理与节事赞助	(198)
学习目标	(198)
引导案例	(198)
第一节 节事活动财务预算	(201)
第二节 节事活动财务控制	(212)
第三节 节事活动赞助的概念与作用	(218)
第四节 如何获得节事活动赞助	(221)
本章小结	(228)
思考题	(229)
第十一章 现场与物流管理	(230)
学习目标	(230)
引导案例	(230)
第一节 节事活动的选址	(232)
第二节 现场布置与人员管理	(238)



第三节 物流管理	(244)
第四节 绿色节事	(248)
本章小结	(251)
思考题	(252)
第十二章 风险识别与控制	(253)
学习目标	(253)
引导案例	(253)
第一节 活动风险的识别与评估	(255)
第二节 活动的风险控制	(261)
本章小结	(273)
思考题	(273)
第十三章 绩效评估与文案管理	(274)
学习目标	(274)
引导案例	(274)
第一节 节事活动的绩效评估	(275)
第二节 节事活动的影响评价	(287)
第三节 节事活动的后期文案管理	(294)
本章小结	(296)
思考题	(296)
参考文献	(297)

第

一

编



概 论

第一章 现代社会中的节事活动

学习目标

1. 了解音乐节、啤酒节、狂欢节等重要节事活动的基本特征。
2. 尝试理解节事活动对于现代社会、现代人的丰富意义。

引导案例

2013年5月17日至19日，中国目前规模最大、最有影响的摇滚音乐节——迷笛音乐节，第一次把演出现场放到了南国大都会深圳。在三天的时间里，这个音乐节吸引了超过10万人次的乐迷与游客。

正像下面这篇评论所要讲到的那样，摇滚音乐节让很多人“既爱又怕”。爱的是它的热闹、时尚、前卫，特别是它对一个城市而言，有着时代前沿的“文化地标”的新含义；怕的也正是由于它的热闹、时尚、前卫，可能带来一些常人所难以接受的喧嚣、叛逆、颠覆。很多摇滚歌手为乐迷们所追捧，不单是因为他们的音乐作品和现场演出具有十足的表现力和煽动性，而且因为这些歌手复杂乃至传奇的个人经历总是令人津津乐道。更让人不放心的是，在国内曾经有过的一些摇滚音乐节舞台上，还有少数歌手触碰到敏感的政治话题。相较而言，地方政府往往“怕”胜过了“爱”，“宁缺毋乱”的思维一度占据上风。

不过，幸好中国还有那么一些开放的大城市，像北京、深圳、贵阳、成都、西安等，敢于给这些不同于传统形式的文化活动以充分的空间。除了迷笛音乐节之外，以摇滚和流行音乐为主要内容的还包括草莓音乐节、热波音乐节、大爱音乐节等。看起来，这些城市的地方政府已经展现出社会管理者应有的开明和自信，正在积极地认识和发扬摇滚音乐节对于城市文化发展的魅力，同时努力学习如何冷静地预防和处理可能出现的“不和谐因素”。

解决了思想层面的压力和困惑，那么，我们就可以来作更深一层的追问：迷笛音乐节对深圳意味着什么？对深圳人意味着什么？对这些乐迷又意味着什么？或者，我们还可以把这些问题放大一些：类似的节庆活动对于举办地意味着什么？对当地人意味着什么？对专门来参加节庆的人们又意味着什么？请带着这些问题来阅读下面的材料。



评深圳迷笛音乐节：这是一个好的开始

在刚刚过去的这个周末，10万深圳人涌入寂寥了一年多的龙岗大运中心，以音乐的名义享受了三天青春的狂欢。

此次深圳迷笛音乐节，是深圳建市以来首次举办万人以上规模的大型户外音乐节。而在此之前，围绕深圳是否需要音乐节、有没有能力举办音乐节的争议不绝于耳。此次迷笛音乐节的成功举办令各种疑虑一扫而光，这对深圳大众音乐文化的开创性意义是不言而喻的。

对一座意欲走向国际化的现代城市而言，大型户外音乐节的存在并非可有可无，而是应有之义。迷笛音乐节作为一个在国内多个城市已经进行了成功实验的活动模式，在深圳同样引发了热烈反响。从笔者的亲身体验和乐迷的反响来看，本届音乐节是欢腾的、开放的、深得人心的，也是安全的、有序的、洁净的。

但在此之前，从政府、企业到公众，对音乐节这个新事物都存在着“既爱又怕”的心态。一方面希望这样的潮流活动能为城市文化注入活力，带活体育场馆的经营，取得经济效益和社会效益的双丰收。另一方面又担心场面失控，火爆过头，带来安全隐患、不安定因素和环境破坏力。这种瞻前顾后的心态，是深圳的大型户外音乐节姗姗来迟的主要阻力。

所幸得到有关方面的支持和推动，迷笛音乐节在深圳迈出了可贵的第一步。事实证明，只要组织严密、措施得力、引导有方，户外音乐节完全可以在一个积极、有序、可控的轨道内进行，足以发挥出对城市文化生态的正能量。

俗话说：“学音乐的孩子不容易变坏。”音乐本身就是一种向上、向善的力量，在音乐的旗帜下，人们更倾向于呈现出和平、友爱、善良、互助的一面。那三天，在位于深圳东北一隅的空地上，其所展现的蓬勃、和谐、活力四射的氛围令身在现场的每个人深受感染。

音乐节上不只是音乐，它更是一种郁郁葱葱、向上生长的年轻态。阳光、音乐、啤酒、美食、创意市集，朋友间的聚合，陌生人之间的关爱，以及那尽情绽放的笑容，都为人们展现出这个世界美好的一面。甚至是临近闭幕时那场突如其来的暴雨，都未能浇灭人们的热情，反而让随后上演的音乐更有力量，让年轻的心靠得更近。

迷笛音乐节是一个好的开始。对深圳这座千万级人口的年轻都市来说，一个音乐节还不够，还需要形态更多元、场地更开放、更接近城市核心位置的音乐节。让我们的城市在音乐中起舞，那将是多么美好的景象。

（资料来源：<http://www.chinanews.com/yl/2013/05-22/4845248.shtml>）

不同的历史渊源背景，很多时候可以反映一个节事活动在当地社会文化中的地位，反映人们对这些活动背后所传递的社会价值与文化意义的认知程度和认可程度。然而，并不是说一个活动历史越悠久，人们就越懂得珍惜它；有些时候恰恰相反，一些传统活动的人气越来越差，因为它可能与当地人的现代生活已经不存在什么联系，特别是在年轻人中失去了吸引力。而另一方面，一些刚刚兴起的活动可能会得到很多人由衷的喜爱，比如说音乐节、电影节、美食节，或者一个社区级别的非常简单的化装游行，因为它们所共同拥有的一个主要特征就是：让人们从繁忙的工作和学习中解脱出来，用完全放松的环境和气氛让他们获得愉悦。换言之，它们与人们当下的社会生活或个人生活发生了某种紧密联系。

接下来我们将介绍一些典型的现代节事活动，也将主要围绕着“是否能够与当下发生联系”或者说“怎样发生联系”的视角来展开。

第一节 摇滚音乐节

让我们从摇滚音乐节开始。显然，在摇滚乐成为一种任何人所无法忽视的独立的音乐门类之前，也不能指望有摇滚音乐节的出现。广义的摇滚乐是“二战”以后在美国出现并迅速扩散到全世界的一种现代音乐，据称它主要借鉴了节奏布鲁斯、乡村音乐、纽约叮砰巷音乐（白人流行音乐）的风格，但更乐于去反映人们的时代生活，特别是青少年们在成长过程中的种种困惑、尝试、反叛。

摇滚乐几乎就是伴随着 20 世纪后半叶的世界历史同步滚动。在 20 世纪 60 年代中后期，随着美国保守派总统尼克松上台，反战运动进入白热化，嬉皮士精神也到达它最辉煌的时期。在这样的氛围下，那些积极回应社会现实问题、敢于发出不满的声音的摇滚歌手或乐队，很容易被青年人认作精神领袖，成为向这个“丑恶的、虚伪的、被老年人所统治的”世界宣战的标杆。这样的社会潮流在 1969 年 8 月 15 日到 18 日达到了它的顶点：四个饱含梦想和激情的年轻人，在纽约州北部的小镇伍德斯托克，组织起一场延续三天的露天音乐节。从那时至今，这场音乐节的巨大影响已经延续了超过 40 年。

伍德斯托克音乐节的组织者没有太多资金拿来做宣传，但是现场竟然先后涌入了近 40 万观众，远远超出了当初 5 万到 10 万的预期。几乎所有 60 年代最著名的摇滚和民谣明星都来到了现场，包括琼·贝兹、保罗·巴特菲尔德乐队、“感恩而死”、吉米·亨德利克斯、“杰斐逊飞机”、贾尼斯·乔普林、桑塔纳、“十年后”和“谁人”等等，除了最重要的三个——披头士、滚石乐队、鲍勃·迪伦。艺人和他们的乐队轮流上台，忘我地演出，台下是不断应和、尖叫的数以万计的观众，