

高等职业教育“十二五”会展策划与管理专业规划教材

节事活动 管理实务

杨 瑞 主编 ● ● ● ● ●

- ▶ 以培养高技能人才为先导，以培养学生动手能力和创新能力为目的，改革课程体系，构建“基于节事活动岗位功能与工作过程”的课程体系，按照工作过程系统化要求进行课程开发与设计，实施融教、学、做于一体的教学模式。
- ▶ 实施“工学结合”与“开放性”的人才培养模式，将“教学方法——平台建设——情景设计——实习模式——能力考核”的工学结合课程思路贯穿教学体系全过程，实现教学的“开放性”。



配电子课件

 **机械工业出版社**
CHINA MACHINE PRESS



高等职业教育“十二五”会展策划与管理专业
重庆市高等教育质量与教学改革工程项目成果
重庆市高等教育教学改革研究项目成果

节事活动管理实务

主 编 杨 瑞

副主编 蒋家宁 莫志明

参 编 王 琦 甘 丽 金 玲 王 嘉

徐维东 肖温雅 刘 斌 王冠韬

罗丽君 喻 浩 葛 鑫 高瑞娟

张小玲 李顺军 刘 莎 金慧玲

主 审 王 琦



机 械 工 业 出 版 社

本书结合当前职业培训中先进的案例分析法、任务驱动法、角色训练法、情景教学法等,借鉴了教育部职业技术教育中心研究所姜大源研究员在职业教育中提倡的“工作过程系统化”和“跨界教育思维”,努力使本书具有鲜明的职业教育特色。全书内容包括节事活动概述、节事活动策划与流程、节事活动市场调查和可行性分析、节事活动品牌策划与实施、节事活动市场营销策划与流程、节事活动组织与团队管理、节事活动进度管理、节事活动赞助、节事活动财务管理、节事活动风险管理、节事活动现场管理、节事活动后续工作管理。本书体例新颖,在内容编排上侧重于对学生实践能力的培养,融入了案例分析和导入案例,以学生实践活动为主线,贯穿整个教学环节。

本书可作为高等职业院校会展及相关专业的教学用书,也可作为会展从业人员的业务参考书。为方便教学,本书配备了电子课件等教学资源。凡选用本书作为教材的教师均可登录机械工业出版社教材服务网 www.cmpedu.com 免费下载。如有问题请致信 cmpgaozhi@sina.com,或致电 010-88379375 联系营销人员。

图书在版编目(CIP)数据

节事活动管理实务/杨瑞主编. —北京:机械工业出版社, 2013.1

高等职业教育“十二五”会展策划与管理专业规划教材

ISBN 978-7-111-41088-1

I. ①节… II. ①杨… III. ①活动—组织管理学—高等职业教育—教材
IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 007579 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:徐春涛 责任编辑:徐春涛 孙晶晶

封面设计:张静 责任印制:张楠

唐山丰电印务有限公司印刷

2013 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

184mm x 260mm · 15.75 印张 · 387 千字

0001—3 000 册

标准书号: ISBN 978-7-111-41088-1

定价: 30.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

教材网:<http://www.cmpedu.com>

销售一部:(010) 68326294

机工官网:<http://www.cmpbook.com>

销售二部:(010) 88379649

机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

读者购书热线:(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前言

进入 21 世纪以来,随着中国社会经济的飞速发展,综合国力不断增强,会展经济随之迅速成为中国经济的新亮点,在中国经济舞台上扮演着越来越重要的角色,正逐渐步入产业升级的关键历史时期。节事活动作为会展业的重要组成部分,其为各种目的和议程服务的内涵不断扩充,从而引起了“活动”这个新兴行业的产生与发展,尤其是大型活动,正受到越来越多的关注。21 世纪初,中国三大国际盛会(2006 年杭州世界休闲博览会、2008 年北京奥运会、2010 年上海世博会)的成功举办,极大地推动了我国活动业的发展,为我们举办大型活动提供不可多得的宝贵经验。同时,我国也是世界节事资源大国,目前每年举办的节事活动有近 8 000 个。

节事活动业的快速发展需要大量的优秀专业人才做支撑,而目前节事活动教育理论研究的滞后和专业人才的相对匮乏已严重制约了活动业的发展速度,因此大力发展节事活动教育刻不容缓。本书借鉴了其他同类教材的优点,同时也突出了自身的特色。在编排上重视专业技能性和实践性,结合当前职业教育中先进的案例分析法、任务驱动法、角色训练法、情景教学法等,借鉴了姜大源研究员在职业教育中提倡的“工作过程系统化”和“跨界教育思维”理念,努力使教材具有鲜明的职业教育特色。

(1) 校企合作,工学结合,根据节事活动工作岗位能力要求,构建课程标准。邀请节事活动专业专家与本书编写教师一同分析节事活动工作岗位的能力要求,对完成工作任务应具备的职业能力作出详细的描述,同时对工作任务、职业能力按逻辑关系进行排序,制订满足岗位能力要求的课程标准。

(2) 按照工作过程系统化要求进行课程开发与设计。按照岗位能力的要求使教学内容模块化,突出教学的应用性、实践性。按岗位重组课程,进行课程体系改革。以培养高技能人才为先导,以培养学生动手能力和创新能力为目的,改革课程体系,构建“基于节事活动岗位功能与工作过程”的课程体系,按照工作过程系统化要求进行课程开发与设计,实施融教、学、做于一体的教学模式。

(3) 立足地方,建立校外实训基地,实施“工学结合”与“开放性”的人才培养模式,将“教学方法——平台建设——情景设计——实习模式——能力考核”的工学结合课程设计思路贯穿教学体系全过程,实现教学的“开放性”。

本书是由国内多所高等院校的节事活动专业教师和节事活动专家共同完成的,是重庆市高等教育教学改革研究项目(项目编号 103401)、重庆市高等教育质量与教学改革工程项目成果。本书由重庆城市管理职业学院杨瑞担任主编,负责全书的统稿、修改和定稿工作。具体编写工作如下:《中外会展》杂志社金玲编写第三章三、四节;重庆工商职业学院王嘉编写第五章;重庆城市管理职业学院蒋家宁编写第七章;重庆城市管理职业学院莫志明编写第九章;重庆工商职业学院甘丽编写第十一章;其余章节都由杨瑞编写。重庆城市管理学院王琦、肖温雅、徐维东、王冠韬、高瑞娟、张小玲、喻浩、罗丽君、李顺军,重庆大学刘斌,重庆工程职业技术学院金慧玲、葛鑫,重庆工商大学刘莎也参与了本书的编写、

修订和完善工作；重庆城市管理职业学院学生缪志欣、黎倩、杨阳、李阳、乐冬雪、王睿也参与了本书材料的搜集工作。

在编写过程中，我们走访了多家节事活动企业，从他们那里获得了丰富的素材，并认真听取了节事活动从业人员对本书的建议，他们是重庆立嘉展览有限公司陈棋先生、重庆同阳商务有限公司宋娟女士、重庆市中环盛世商务会展有限公司高健先生、重庆南坪国际会展中心纪伟先生等，对于上述人士的热情帮助和大力支持，在此表示最诚挚的感谢！本书的出版同时得到了机械工业出版社的帮助，在此一并表示感谢！

由于编写人员的经验和水平有限，作为高等职业教育教学用书的一次创新性探索和尝试，本书无论是在内容还是在体系结构上都还有很多不足之处，恳请广大业内专家和读者不吝赐教。

编 者

目 录

前言

第一章 节事活动概述	1
第一节 节事活动的内涵及相关概念	3
第二节 节事活动的分类	7
第三节 节事活动的积极影响	10
第四节 节事活动的发展现状及趋势	14
思考与练习	20
第二章 节事活动策划与流程	23
第一节 节事活动策划的概念	25
第二节 节事活动策划的原则	27
第三节 节事活动策划的方法	29
第四节 节事活动策划的实施步骤	31
第五节 节事活动策划书的写作	34
实训项目一 节事活动策划书写作训练	36
思考与练习	37
第三章 节事活动市场调查和可行性分析	39
第一节 节事活动市场调查概述	40
第二节 节事活动市场信息收集和调查方法	42
第三节 可行性研究概述	49
第四节 节事活动可行性研究的内容	50
实训项目二 节事活动项目市场调查实施	54
实训项目三 节事活动项目可行性分析报告	55
思考与练习	55
第四章 节事活动品牌策划与实施	57
第一节 节事活动品牌概述	58
第二节 节事活动品牌塑造	61
第三节 节事活动宣传与推广	64
第四节 节事活动公关策划	71
实训项目四 节事活动品牌宣传推广改进方案	79
思考与练习	80
第五章 节事活动市场营销策划与流程	81
第一节 节事营销的概念	82

第二节 节事活动市场调研.....	87
第三节 节事活动市场细分与目标市场选择.....	91
第四节 节事活动营销计划的制订.....	93
第五节 节事活动计划的执行和效果评估.....	97
实训项目五 节事活动现场营销实训.....	99
实训项目六 节事营销计划书写作.....	100
思考与练习.....	101
第六章 节事活动组织与团队管理	103
第一节 节事活动组织管理.....	104
第二节 节事活动项目团队管理.....	112
第三节 节事活动项目人力资源管理.....	118
实训项目七 节事活动项目员工模拟招聘实训.....	122
思考与练习.....	123
第七章 节事活动进度管理	125
第一节 项目进度管理概述.....	126
第二节 节事活动的进度计划编制.....	134
第三节 节事活动的进度控制.....	138
实训项目八 节事活动项目工作进度计划表的制定.....	142
思考与练习.....	142
第八章 节事活动赞助	144
第一节 节事赞助概述.....	146
第二节 节事赞助的方案.....	151
第三节 节事赞助的实施.....	157
实训项目九 节事赞助的实施训练.....	167
思考与练习.....	167
第九章 节事活动财务管理	169
第一节 节事活动财务管理概述.....	170
第二节 节事活动财务预算管理.....	174
第三节 节事活动利润管理.....	177
实训项目十 节事活动项目财务预算实训.....	181
思考与练习.....	182
第十章 节事活动风险管理	184
第一节 节事活动风险管理概述.....	185
第二节 节事活动风险管理计划.....	187
第三节 节事活动风险识别和分析.....	191
第四节 节事活动风险的应对措施和监控.....	194
实训项目十一 节事活动项目风险管理方案实训.....	196

思考与练习	197
第十一章 节事活动现场管理	199
第一节 现场人员管理	200
第二节 现场活动管理	207
第三节 现场后勤管理	214
第四节 结束管理与现场清理	222
实训项目十二 节事活动现场志愿者服务实训	223
思考与练习	224
第十二章 节事活动后续工作管理	227
第一节 节事活动后续工作	228
第二节 节事活动评估工作	230
第三节 节事活动工作总结	237
实训项目十三 节事活动参展商评估实训	240
思考与练习	240
参考文献	243

第

一

章

节事活动概述

➤ 知识目标

掌握节事活动的相关概念及内涵；了解节事活动的主要分类标准及其分类；掌握不同类型节事活动的特征；了解国际节事活动的发展趋势；了解国际著名节事活动的主要内容；熟悉我国当代各阶段的主要节事活动。

➤ 技能目标

具备区分不同类型节事活动的辨别能力；通过典型节事的分析，能了解节事活动国家的发展概况；能区分我国目前节事活动的主要类型；掌握我国节事活动存在的问题及发展趋势。

案例导入：激情炫动四海——第二十一届青岛国际啤酒节成功举办

8月是青岛最美的时节，也是收获希望的季节。作为“中国十大节庆品牌之首”和亚洲最大的啤酒盛会——第二十一届青岛国际啤酒节在青岛市崂山区青岛国际啤酒城成功举办。

本届啤酒节吸引了来自五大洲13个国家的20个世界知名品牌200余种啤酒产品参展，首次齐聚青岛啤酒、美国百威和米勒、丹麦嘉士伯、荷兰喜力等世界啤酒十强亮相啤酒节，参展国家、参展品牌和参展啤酒品种数量均创历届之最。本届啤酒节共设17个特色啤酒场馆，啤酒品饮总面积达3万多平方米；啤酒场馆的设计和装饰个性突出、特色鲜明，充分展现了各参展品牌的文化内涵和形象特质。

嘉年华娱乐再上新水平

本届啤酒节嘉年华实现全面升级，更凸显了新鲜感和精致度，游乐设备达到60套，总价值2.5亿元，分别来自意大利、德国、荷兰、韩国等国家。今年新增了来自德国的疯狂旋转盘、意大利的双层豪华木马和中国的机械怪兽等三台大型设备，同时还引进了青岛电视台品牌栏目《海岸集结号》、欧洲皇家马戏团等表演性活动，嘉年华的设备质量和娱乐指数均创历史新高。与此同时，今年嘉年华还投资200万元加大了对游乐设备的亮化和美化力度，综合运用LED灯、霓虹灯、射灯及跑马灯等多种灯光效果为嘉年华增色，并将灯光颜色由3种增至20种，使整个嘉年华区域成为了流光溢彩、美轮美奂的梦幻狂欢乐园。

文化娱乐活动精彩纷呈

百年的青岛啤酒，酿造了激情，酿造了文化，青岛国际啤酒节已发展成了一个市民

抒发啤酒情结的狂欢舞台。本届啤酒节在对全国电视饮酒大赛、啤酒女神海选、艺术巡游等三大金牌活动进行全面完善的基础上,新推出了“祝酒歌”征集大赛、“啤酒节的往事”图文征集大赛、“我是大明星”啤酒节专场、市民才艺大比拼等 20 余项特色活动,让市民游客广泛地参与到节日活动中。本届饮酒大赛竞技赛制更加完善,同时新增“青岛之夏”等趣味性项目,活动的公正性、参与性和娱乐性大大提升;本届艺术巡游首次全程引进巴西桑巴、德国酒娘特技、南非风情等国外艺术团队,打造了啤酒节 21 年来最庞大、华丽的巡游队伍;本届啤酒节中心舞台的演艺活动更加凸显“市民节”特征,全力为各路“草根英雄”提供展示机会。

人性化服务更细致、完善

在服务方面,本届啤酒节指挥部从大处着眼、小处着手,积极为参节游客提供周到、细致的人性化服务,全力打造文明、和谐的节庆。一是场地布局更加合理。根据啤酒城改造的实际情况,对办节场地布局进行了重新优化、调整。二是品酒环境更为优美。今年啤酒大篷搭建全部采用高品质复合材料,其防水、防火、防风等特点完全符合国际标准;大篷内部首次全部铺设防滑木地板,使用原木质地桌椅,配备玻璃或瓷质酒具,既提高了节日档次,又实现了低碳环保。三是便民服务更完善。针对海外游客不断增多的现象,本届啤酒节设计制作了中、英、日、韩、德、法等多语种宣传手册、导游图、指示牌、活动指南等;同时在啤酒城内设置 30 余块 LED 大屏幕,增设了啤酒风情角等园艺色彩和休闲氛围浓郁的观赏空间,新建 4 座星级厕所,共有厕位 920 个,最大限度地满足游客的需要。四是配套设施更为全面。为了方便周边区市游客参节,今年啤酒城周边增设 6 处临时停车场,可同时泊车 5 500 辆,公交线路班次基本覆盖青岛市内各区,有效确保了节日期间车流和人流顺畅、安全、有序。

啤酒为媒 共享盛会

本届啤酒节创造了 4 个“历史之最”。第一,2011 年 8 月 13 日开城首日入城游客 28 万人次,消耗啤酒 77t,创历届啤酒节首日入城人数和啤酒消耗量之最;第二,今年啤酒节共接待海内外游客 377 万人次,创历届之最;第三,今年啤酒节共消耗啤酒 1 100t,为历届之最;第四,今年啤酒节世界排名前十大品牌首次齐聚,共有来自 13 个国家 20 个知名品牌的 200 余种啤酒参节,无论是参节啤酒的数量还是啤酒品牌的水准均创历届之最。另外,青岛国际啤酒节经过 20 年的历练,成为了中国内地节庆活动中唯一被欧盟官方认可的酒类盛会,欧盟国家的啤酒品牌参加青岛国际啤酒节可获得参节补贴。

青岛国际啤酒节直接拉动了当地经济的发展,其国际化水准、世界影响力和美誉度大幅提高。今年啤酒节的接待有三多:外地游客多,境外游客多,商务团队多。啤酒节期间,啤酒城成为所有来青岛旅游团队的必游之地,高端商务团队应接不暇。青岛市的旅游、住宿、购物、交通、商贸、商务等相关行业均呈现出不同程度的井喷式增长。例如,极地海洋世界 8 月 20 日(周六)接待 3.97 万人次,创开业 5 年来单日接待量之最。在啤酒节期间全市星级酒店入住率平均高达 97% 以上,啤酒城周边酒店一房难求,入住率一度达到 100%。经青岛机场入境的日均客流量达 2 600 余人次,同比增长 17.6%。因

青岛国际啤酒节的举办,本市每年比国内其他城市至少增加两个小长假的客流量。据近几年的数据统计,啤酒节对青岛市的直接经济贡献达30亿元以上。

(资料来源: <http://www.qdbeer.cn>)

【问题】

(1) 第二十一届青岛国际啤酒节成功举办的原因主要有哪些?

(2) 第二十一届青岛国际啤酒节对青岛发展会产生哪些推动作用?

随着人们可支配收入的增加,“年”“节”等一些公共典型活动和娱乐活动不断丰富,几乎每天都有不同的节事活动上演。据不完全统计,截至2012年10月,我国节事活动的数量已过万,既有独具浓厚传统文化色彩的庙会、民俗节日庆典,又有主要目的在于产品促销、贸易往来的“美食街”“服装节”“啤酒节”等专业活动,也有政府为了地方营销而举办的大型综合性活动,如“旅游文化节”等,还有各种会议、展览、演出、赛事等大型活动。可见,节事活动在我国城市的飞速发展中正扮演着越来越重要的角色。当前政府纷纷把节事活动纳入地方发展战略,尤其将大型节事活动作为旅游目的地营销的重要举措,以提升举办地的形象与地位,并作为拉动当地经济发展的引擎和有效手段,宏观上促进了国家经济建设。

什么是节事活动?这是本书首先要回答和解释的基本问题。

第一节 节事活动的内涵及相关概念

一、节事活动的定义

节事活动的理论包括一系列相关的概念并形成了一套相对独立完整的理论体系。比较权威的是美国乔治·华盛顿大学节事活动管理专业创始人及首任主任乔·戈德布拉特博士在他的专著《现代节事活动管理的最佳实践》(*The Best Practice of Modern Event Management*)一书中,将节事活动定义为“为满足特殊需要,用仪式和典礼进行欢乐的特殊时刻”。在我国,目前无论是理论界还是业界对节事活动尚未有一个统一、清晰的界定。由于节事活动内涵丰富,我国一些学者对此从不同角度进行了研究,比较有代表性的定义有以下几种:

(1) 节事是节日和特殊事件 “在事件及事件旅游的研究中,常常把节日(Festival)和特殊事件(Special Event)合在一起作为一个整体进行探讨,英文简称为FSE(Festival & Special Event),中文译为‘节日和特殊事件’,简称‘节事’。”“从字面上看,节庆是‘节日庆典’的简称,其形式包括各种传统节日以及经过策划创新而人为‘制造’出来的各种节日。为了和节事(FSE)区分开来,把各种节日界定为‘狭义的节庆’,把各种节事界定为‘广义的节庆’。”(戴光全,2005)

(2) 节事是有主题的公众庆典活动 “节事活动是指城市举办的一系列活动或事件,包括节日、庆典、地方特色产品展览、交易会、博览会、会议,以及各种文化、体育等具有特色的活动或非日常发生的特殊事件。”(吴必虎,2001)

(3) 节事活动是一种特殊的旅游形式 “节事活动专指以各种节日(Festival)和盛

事 (Special Event, Mega-event) 的庆祝和举办为核心吸引力的一种特殊旅游形式。”(邹统钎, 2001)

我国学术界目前虽然对节事活动的概念还有不同的认识, 但这些定义都有如下共同点:

① 节事有狭义和广义之分。狭义的节事即节庆, 指的是各种节日和庆典, 尤其是指在不固定或不固定的日期内, 以特定主题活动方式, 约定俗成、世代相传的节庆活动等, 但不包括各种交易会、展览会、博览会、体育等方面的特殊事件。广义的节事不仅是指节庆, 而是指精心策划和举办的某个特定的仪式、演讲、表演或庆典, 包括庆日、庆典、重大的市民活动、独特的文化演出、重要的体育比赛、社团活动、贸易促销和产品推介等具有特色的活动或非日常性发生的特殊事件。

② 节事活动, 尤其是大型节事活动与旅游关系密切。在现代旅游和地区经济发展进程中, 节事活动和旅游结合形成的节事旅游 (Event Tourism) 已经成为一种专项旅游产品。世界各国纷纷将节事活动作为发展旅游业和振兴旅游经济的重要方式。节事活动使举办活动的城市或旅游地区旅游资源的综合利用率提高, 具有强大的产业联动效应。节事活动能汇聚更大的客源流、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难以估量的影响和催化作用。

综上所述, 可将节事活动概括为“能对人们产生吸引, 经过精心策划, 有可能被用来开发成娱乐、休闲、旅游等参与性的消费形式的各类庆典和活动的总称”。所以, 大到举世瞩目的奥运会, 小到亲友的聚会, 都属于节事活动的研究范畴。本书的重点是探讨广义的节事活动, 包括节庆 (Festival)、特殊事件 (Special Event) 和各类活动 (Event), 如体育赛事、会议、舞会、狂欢节、颁奖典礼、纪念仪式等, 而且这些常见的活动可能不属于“人们日常生活体验或日常选择范围之外”这一定义。

二、几个基本相关概念

1. 事件 (Event)

加拿大卡尔加利大学商学院的 Donald Getz 教授是节事管理 (Event Management) 和节事旅游 (Event Tourism) 研究的重要人物之一, 按照 Getz 的说法, 事件是短时发生的 (Transient)、一系列活动项目 (Activity Program) 的总和; 同时, 事件也是其发生时间内环境 (Environment)、设施 (Setting)、管理 (Management) 和人员 (People) 的独特组合。因此, 事件也往往被翻译为“活动”。西方对事件的研究中较多的是特殊事件 (Special Event)、标志性事件 (Hallmark Event) 和重大事件 (Mega-event)。

2. 特殊事件 (Special Event)

特殊事件有两个方面的含义: ①与事件的赞助者或主办者 (Sponsoring or Organizing Body) 的例行事务 (Routine) 不同, 特殊事件是发生在赞助主体或举办主体日常进行的项目 (Program) 或活动 (Activity) 之外的事件, 具有一次性或者非经常性 (Infrequently) 的特点; ②与消费者或顾客的日常俗事 (Mundane Affairs) 不同, 特殊事件是发生在人们日常生活体验或日常选择范围之外的事件, 它为事件的参与顾客提供了休闲、社交或文化体验的机会 (give an opportunity for a leisure, social, or cultural experience)。“特殊事件经过事先策划, 往往能够激发起人们强烈的庆贺期待。”

3. 标志性事件 (Hallmark Event)

标志性事件是一种重复举办的事件 (Recurring Event), 对于举办地来说, 标志性事件具有传统、吸引力 (Attractiveness)、形象 (Image) 或名声 (Publicity) 等方面的重要性。标志性事件为举办事件的场所 (the Host Venue)、社区 (Community) 和目的地 (Destination) 赢得市场竞争优势。随着时间的消逝, 标志性事件将与目的地融为一体。例如, 安大略斯特拉特福德 (Stratford, Ontario) 的莎士比亚节 (Shakespearean Festival) 已经成为其旅游主题。新奥尔良的狂欢节 (Mardi Gras, New Orleans) 也因其特殊的表现, 在市场竞争中获得了优势。此外, 标志性事件是指“从长远或短期目的出发, 一次性或重复举办的、延续时间较短、主要目的在于加强外界对于旅游目的地的认同、增强其吸引力、提高其经济收入的活动”。标志性事件要获得成功, 主要依赖其独特性、地位、创造公众兴趣并适时引起人们注意。

4. 重大事件 (Mega-event)

Getz 通过列举具体的规模 and 影响, 给出了重大事件的描述性定义。他认为重大事件的容量应超过 100 万观众, 成本至少为 5 亿加拿大元, 并且其剩余应是一个“必看的”节事。从规模和重要性来看, 重大事件是指能够使事件主办社区和目的地产生较高的旅游和媒体覆盖率 (Media Coverage)、赢得良好名声 (Prestige) 或产生经济影响的事件。在实际运作中, 重大事件一般称为“大型活动”。这一类节事的典型例子如世界杯足球赛、奥运会等。

三、节事活动的特点

1. 鲜明的地方性

一个节事活动的产生往往都会依托于当地地方特色或文化民俗特色, 以地方性为吸引源, 由此引发的节事活动带有鲜明的地方特色, 这是节事活动容易赢得深度旅游者青睐的根本原因。

2. 浓厚的文化性

节事活动举办地在漫长的历史文化过程中, 通过文化的创造、交流和融合逐渐形成了各具地方特色的节事传统, 这种独特的地方文化是节事活动举办地具有旅游目的地吸引力的源泉。

3. 活动的集中性

节事活动大都集中在某一特定的时间段内, 一般有固定的时间期限, 活动安排十分紧凑。使节事活动参与者所参与的活动带有明显的集中性特点, 若节事活动有魅力, 参与者的停留时间一般较长一些。

4. 效益的综合性

一次大型节事活动的举办, 既能带来直接的经济效益, 又能带来间接的隐形的其他方面的效益, 会给举办地的发展带来多方面的推动, 给区域旅游发展及当地经济、社会、文化发展带来巨大而广泛的影响。

5. 活动的体验性

节事活动实际就是亲身经历、参与性很强、大众性的文化、旅游、体育、商贸和休闲

活动，是建立在大众参与和体验基础上的。

资料 1-1

曲阜国际孔子文化节

中国（曲阜）国际孔子文化节是融纪念、文化、旅游、学术、经科贸于一体的大型国际性节庆活动，旨在纪念孔子对人类文化的杰出贡献，弘扬中华民族优秀传统文化，加强国际间的文化交流与合作。其浓郁的儒家文化特色、丰富多彩的旅游活动，吸引了大批海内外游客，形成了自己独特的风格和魅力，在海内外产生了广泛而深刻的影响。

国际孔子文化节于每年9月下旬在孔子故里、著名历史文化名城济宁市曲阜举办，自1984年起已连续举办了24届，在海内外产生了广泛而深远的影响，成为山东走向世界、世界了解山东的重要平台。中国曲阜国际孔子文化节的前身是创办于1984年的国际性“孔子诞辰故里游”专项旅游活动。自1984年起，孔子故里曲阜充分利用其文化旅游资源优势，于每年的孔子诞辰期间，举办“孔子诞辰故里游”，演出仿古祭孔乐舞，有效地促进了对外开放和旅游事业的发展。1989年，为了更好地纪念孔子对人类文化的杰出贡献，弘扬中华优秀传统文化，增进中外合作和友谊，经中共山东省委、省政府批准，“孔子诞辰故里游”活动改办为每年一届的国际孔子文化节，于每年的孔子诞辰（公历9月28日）前后，即9月26日至10月10日在孔子故乡曲阜举行。中国（曲阜）国际孔子文化节被国家旅游局确定为国家级“中国旅游节庆精选”之一，作为一项旅游拳头产品向国际旅游市场推销，被国际节庆协会评为“中国最具国际影响力的十大节庆活动”。

2008中国（曲阜）国际孔子文化节由山东省政府、文化部、教育部、国家旅游局主办，于9月22日至30日举行，以“走近孔子、感悟圣城”为主题，举办了2008中国（曲阜）国际孔子文化节开幕式暨第三届联合国教科文组织孔子教育奖颁奖典礼、祭孔大典、首届世界儒学大会、第九届中国专利高新技术产品博览会和2008山东文化产业博览会济宁会场、孔子学术会堂等活动。孔子文化节已经成为进一步扩大济宁乃至山东对外开放，推动齐鲁文化走向世界的重要载体。

中国（曲阜）国际孔子文化节的宗旨是：以纪念孔子、弘扬民族优秀文化为主题，纪念活动同文化交流、旅游观光、经济技术合作密切结合，达到纪念先哲、交流文化、发展旅游、促进开放、繁荣经济、增进友谊的目的。其特点是：融纪念、文化、旅游、学术、艺术、经贸、科技活动于一体，内容丰富多彩；古鲁文化特色显著，乡土气息浓郁；规模大，国际性强；举办形式多样，社会参与性强。多年来，中国（曲阜）国际孔子文化节以其鲜明的特色、独特的风格和魅力而蜚声海内外，博得中外各界人士的赞赏，慕名而来者与日俱增。据统计，从1989年到2004年在连续举办的16届孔子文化节期间，光临这一节庆活动的中外各界来宾和社会游客累计达260万人次，其中来自美国、日本、法国等40多个国家和地区的外宾和海外同胞、侨胞5万多次。该文化节日以“弘扬优秀传统文化、构建文明和谐社会，促进开放创新发展”为主题，以举办文化活动为载体，以合作发展为重点，坚持政府主导、市场运作、板块联动、群众参与的原则，切实把孔子文化节办成国际性的文化旅游盛典和科技经贸合作盛会。进一步提高济宁对外开放水平，促进全市经济持续协调健康发展和社会的和谐进步。

第二节 节事活动的分类

一、按内容分类

节事活动按照内容可分为自然景观型、历史文化型、民俗风情型、物产餐饮型、博览节事活动型、运动休闲型、娱乐游憩型、综合型等 8 大类（见表 1-1）。

表 1-1 中国城市节事活动的基本类型及主要特征

节事活动类型	主要特征	典型节事活动
自然景观型	以当地自然地理景观（独特气象、地质地貌、植被、特殊地理风貌、典型地理标志地、地理位置）为依托，综合展示城市旅游资源、风土人情、社会风貌等的节事活动	哈尔滨国际冰雪节、张家界国际森林节
历史文化型	依托当地文化和历史传承的景观、独特的地域文化、宗教活动等而开展的节事活动	杭州运河文化节、天水伏羲文化节、曲阜国际孔子文化节
民俗风情型	以各民族独特的民俗风情和生活方式为主题（民族艺术、风情习俗、康体运动等）的节事活动	南宁国际民歌艺术节、潍坊国际风筝节、傣族泼水节
物产餐饮型	以地方特产和特色商品及本地餐饮文化为主题，辅以其他相关的参观、表演等而开展的节事活动	大连国际服装节、菏泽国际牡丹节、青岛国际啤酒节
博览节事活动型	依托城市优越的经济地理条件，以展览会、交易会为形式，辅以其他相关的参观、研讨和表演等而开展的节事活动	昆明世界园艺博览会、杭州西湖博览会、中国国内旅游交易会
运动休闲型	以各种大型的体育赛事、竞技活动为形式，辅以其他相关的参观、表演等而开展的节事活动	奥运会、亚运会、全运会、银川国际摩托旅游节
娱乐游憩型	以现代娱乐文化和休闲游憩活动为形式，辅以其他相关的参观、表演等而开展的节事活动	上海环球嘉年华、山海关欢乐海洋节、广东欢乐节
综合型	多种主题组合，一般节期较长，内容综合，规模较大，投入较多，效益较好	北京国际旅游文化节、昆明国际旅游节

二、按形式分类

节事活动按照活动形式可分为单一性节事活动和综合性节事活动。

（1）单一性节事活动 是指活动内容和形式比较单一、专业性很强的节事活动，如瑞士尼泊尔的洋葱节、法国香槟节、上海徐家汇广场啤酒节、新加坡的食品节等。

（2）综合性节事活动 是指活动内容和形式广泛、具有较大包容性的节事活动，如杭州的西湖博览会、上海的旅游节等。

三、按地域范围分类

节事活动按照地域范围可分为国际性节事活动、全国性节事活动和地方性节事活动（见表 1-2）。

表 1-2 按地域范围划分的节事活动

节事活动类型	主 要 特 征	典型节事活动
国际性节事活动	规模庞大、在全球媒体中引起反响的节事活动	奥林匹克运动会、F1 方程式大赛、世界杯足球赛
全国性节事活动	范围波及一定的地理和行政区域，主要在一定的区域内引起反响的节事活动	国庆节、春节、厦门中国广告节、大连服装节
地方性节事活动	与一个乡镇、城市或地区的精神或风气有关，并获得广泛认同的节事活动	英国的切尔林旅游节、民俗文化节、庙会

四、按组织者分类

节事活动按照组织者可分为政府型节事活动、民间型节事活动和企业型节事活动。

（1）政府型节事活动 政府型节事活动是由政府出面组织的公益性节事活动。例如，由中央政府组织的春节或中秋节的联谊活动、劳动节和国庆节的联欢活动以及诞辰纪念日等；由地方政府组织的贸易洽谈会、旅游节、艺术节、体育活动等。

（2）民间型节事活动 民间型节事活动是由民间团体组织的节事活动，如一些具有民族特色的各类节事，像中国彝族的火把节、傣族的泼水节，法国的狂跳节，意大利狂欢节等。

（3）企业型节事活动 企业型节事活动是由企业组织的商业节事活动，一般为商业性活动，如投资洽谈会、产品推广活动、打造形象的赞助活动，具体如大连服装节、北京国际汽车展、潍坊国际风筝节等。

五、按主题分类

节事活动按照主题可分为贸易性、宗教性、民俗性、文化性、商业性、体育性、政治性和自然景观等几大类型的节事活动（见表 1-3）。

表 1-3 按主题划分的节事活动

节事活动类型	主 题	典型节事活动
宗教性节事活动	以宗教纪念日和各种宗教组织举办的资助和捐款活动为主题	伊斯兰教古尔邦节、西藏晒大佛、基督教复活节
贸易性节事活动	以举办地最有代表性的风物特产为主打品牌	青岛啤酒节、洛阳牡丹节
民俗性节事活动	以举办地独特的民族风情为主题	傣族的泼水节、彝族的火把节、吴桥的杂技节
文化性节事活动	以地方文化内涵为主题	巴西嘉年华、上海国际文化艺术节
商业性节事活动	以举办地举行的商业贸易节事为主题	世博会、广交会、大连国际服装节
体育性节事活动	以体育赛事为主题	北京的国际马拉松赛事、世界杯足球赛、奥运会
政治性节事活动	以政治事件为主题	两国建交周年庆典、世界银行大会、APEC 会议
自然景观节事活动	以举办地的著名景观为主题	华山国际旅游登山节、桂林山水节、重庆三峡国际文化节

六、按属性分类

节事活动按照属性可分为传统节事活动、现代节事活动和其他节事活动 3 大类。

(1) 传统节事活动 在古代，传统节事活动是以弘扬民族文化为主，中国有端午节、重阳节、春节、元宵节等，国外有圣诞节、复活节、狂欢节等。在近代，世界各地又涌现出一批受欢迎的节日节事活动，如各国的国庆节、国际劳动节、儿童节、妇女节、纽约的玫瑰花节、奥尔良的圣女贞德节等。

(2) 现代节事活动 世界上有许许多多的节事活动，有的与生活有关，有的与生产有关。与生产有关的现代节事活动有广州花会，深圳的荔枝节，菲律宾的捕鱼节、水牛节，阿尔及利亚的番茄节，摩洛哥的献羊节，意大利丰迪市的黄瓜节，新墨西哥州哈奇城的辣椒节，西班牙的鸡节等。与生活紧密相联的现代节事活动有潍坊风筝节、上海旅游节、大连国际服装节、上海服装节、青岛啤酒节、蒙古族的那达慕大会、浦东国际烟花节等。

(3) 其他节事活动 除了传统节事活动和现代节事活动以外，还有一些会议、展览和体育活动等，特别是体育活动越来越受到广大人民的喜爱，如每 4 年举办一次的奥运会和世界杯足球赛，各大洲举行的洲际运动会，以及各种专业体育运动委员会组织的世界锦标赛和大奖赛等。举办体育活动，可以提高主办国家和城市的知名度和美誉度，并通过旅游和各种商业活动为主办国家和城市创造更多的财富。对那些自然旅游资源缺乏的国家或地区来说，举办体育运动会还可以创造更多的人文景观，从而吸引更多的游客。

七、按影响分类

从节事活动的投资额、参与活动（包括观众）的人数、活动产生的媒体曝光度、社会声誉影响面、举办时间间隔性等影响层面考察，节事活动的分类见表 1-4。

表 1-4 按影响分类的节事活动

节事活动类型	主要特征	典型节事活动
重大节事活动	声誉、规模影响大，能为东道主带来巨大效益的节事活动	奥运会、世博会、世界杯
特别节事活动	精心策划和举办的某个特定的仪式、演讲、表演或庆典活动	国庆节、重大市民活动、独特的文化演出
标志节事活动	一次性或在有限的时间内可重复的节事活动	西班牙奔牛节、苏格兰爱丁堡文化节、里约热内卢狂欢节
社区节事活动	主要指乡镇和地方社区事件活动	乡镇举办的葡萄节、越野赛长跑

八、按类型分类

从节事活动的类型上看，节事活动可分为自然节日、社会节日、民族节日、历史节日、政治节日、国际节日、休闲节日、文化与经济节日等节事类型（见表 1-5）。