

普通高等学校旅游管理类专业“十二五”规划教材  
总主编 郑向敏

# 节事与活动策划

JIESHI YU HUODONG CEHUA

主编 刘嘉龙



上海交通大学出版社  
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

普通高等学校旅游管理类专业“十二五”规划教材  
总主编 郑向敏

C936  
387

# 节事与活动策划

JIESHI YU HUODONG CEHUA | 主编 刘嘉龙

上海交通大学出版社

## 内 容 简 介

本书主要从节事与活动策划实务角度,系统介绍了节事与活动策划原理和方法、程序和步骤、内容和形式、组织和实施等。章节内容除了节事与活动策划基础知识外,重点介绍大型活动、节庆活动、演出活动、赛事活动、征集活动的策划、组织与实施,并对节事旅游活动和相关配套活动如开(闭)幕式、颁奖晚会等进行补充介绍。全书共分十章,体系编排力求全面、严谨,每章均附有案例分析、实训项目等,通过学习和实践,有助于会展相关专业学生运用节事与活动策划基本原理和方法,理论联系实际地开展节事与活动策划实务运作。

### 图书在版编目(CIP)数据

节事与活动策划 / 刘嘉龙主编. — 上海: 上海交通大学出版社, 2013

ISBN 978-7-313-09786-6

I. ①节… II. ①刘… III. ①活动—组织管理学  
IV. ①C936

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第111767号

## 节事与活动策划

刘嘉龙 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 13.5 字数 307 千字

2013年6月第1版 2013年6月第2次印刷

ISBN 978-7-313-09786-6/C 定价: 39.10元

---

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有订装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 021-52711066

## 普通高等学校旅游管理类专业“十二五”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

**审 定** 王昌友

**主 编** 刘嘉龙

**副主编** 张维梅 王玉霞 苏永华 郑仕红 杨 婕  
张杰丽 金中伟



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。

我们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

# 前言

PROLOG

本教材通过创新思维，力求从编写体例、内容编排上有所创新和发展。章节内容安排严格按照创新体例要求编写，每章首先提出学习要点、基本概念，对本章学习目的和主要内容进行导读。然后从导入案例入手，由浅入深、层层递进引出内容正文，在正文中穿插案例、图片、表格等，做到图文并茂、形象生动，避免枯燥乏味，主要原理、方法、步骤以实务操作为主，减少大段抽象描述，教材体例和内容比较适合旅游、会展相关专业学生学习。对每章需要重点掌握的知识点，主要通过思考练习、案例分析、实训项目等形式加以学习和巩固。

本教材从章节内容上分为四个篇章：一是原理和方法篇（第一章到第三章），主要从节事活动策划角度系统讲解节事活动尤其是大型活动策划原理、方法、步骤和立项策划、可行性分析等；二是项目组织实施篇（第四章到第六章），主要从实务操作角度介绍节庆活动、演出活动、赛事活动策划，重点介绍项目的组织和实施；三是相关活动策划篇（第七章到第十章），主要从节事配套活动角度，强调相关活动和服务的重要性，主要内容包括征集活动策划、营销活动策划、配套活动策划、旅游活动策划；四是节事活动管理篇（第十一章），主要介绍活动项目的组织管理、计划管理、财务管理、风险管理等。

本教材由浙江省会展行业协会会长王昌友审定，刘嘉龙主编，张维梅、王玉霞、苏永华、郑仕红、杨婕、张杰丽、金中伟为副主编。在编写过程中，浙江中博展览股份有限公司、浙江联创展览有限公司、杭州世界休闲博览会有限公司、杭州神州传媒有限公司等提供了大力支持！

刘嘉龙

2013年3月

# 目录

CONTENTS

## 第一章 节事活动概述 / 1

- 第一节 节事活动的内涵 / 1
- 第二节 节事活动的分类 / 8
- 第三节 节事活动的意义 / 12

## 第二章 节事活动概述 / 16

- 第一节 节事活动策划理念 / 17
- 第二节 节事活动策划原理 / 24
- 第三节 节事活动策划方法 / 31
- 第四节 节事活动策划程序 / 40
- 第五节 节事活动内容策划 / 45

## 第三章 大型活动策划 / 50

- 第一节 大型活动策划概述 / 51
- 第二节 大型活动策划方法 / 57
- 第三节 大型活动内容策划 / 61
- 第四节 大型活动立项策划 / 64

## 第四章 节庆活动策划 / 69

- 第一节 节庆活动策划起源 / 70
- 第二节 节庆活动策划发展 / 73
- 第三节 节庆活动组织实施 / 75
- 第四节 节庆活动策划的技巧 / 82

## 第五章 演出活动策划 / 87

- 第一节 演出活动策划概述 / 88
- 第二节 演出活动策划流程 / 92
- 第三节 演出活动策划技巧 / 100

## 第六章 赛事活动策划 / 109

- 第一节 体育赛事活动策划 / 110

## 第二节 趣味运动会策划 / 118

## 第七章 征集活动策划 / 130

- 第一节 征集活动的内容与形式 / 131
- 第二节 征集活动的组织与实施 / 136
- 第三节 征集活动的实务与操作 / 140
- 第四节 节事活动企业赞助征集 / 143
- 第五节 征集活动文案和公告写作 / 146

## 第八章 营销活动策划 / 150

- 第一节 节事活动市场营销策略 / 151
- 第二节 节事活动宣传推广策划 / 158
- 第三节 节事活动营销的特点与创新 / 162

## 第九章 配套活动策划 / 166

- 第一节 开幕式与现场活动策划 / 167
- 第二节 新闻发布会与媒体活动策划 / 171
- 第三节 闭幕式与颁奖晚会策划 / 179

## 第十章 旅游活动策划 / 185

- 第一节 节事旅游活动概述 / 186
- 第二节 节事旅游活动项目策划 / 190
- 第三节 节事旅游活动项目组织 / 194

## 教学资源相关链接 / 201

## 参考文献 / 202

## 后记 / 204



# 第一章 节事活动概述

## 学习要点

通过本章内容学习，主要了解节事活动的内涵、节事活动的分类、节事活动的意义和作用、节事活动组织的基本要求等。

## 基本概念

活动、事件、节事活动、奖励旅游、会展旅游、节事旅游、娱乐活动、非营利性组织等。

### 【先导案例】

#### 国际背夫人比赛<sup>①</sup>

距芬兰首都赫尔辛基550公里的松卡耶维镇是人口不足6000人的小镇，但每年7月份在这里举行的“国际背夫人锦标赛”却使这个小镇扬名世界。

该比赛规则如下：

（1）跑道长度135.5米，其中一段为沙路，一段为草地，还有一段在柏油路上进行，在最短时间内跑完赛程者为获胜者，但如果“夫人”不慎掉在地上，则要加罚15秒。

（2）跑道上设有两道木障碍物和一道水障碍物。

（3）男子所背的女性必须年满17周岁，体重45公斤以上，可以是自己的夫人，也可以是临时找来的搭档。

类似项目趣味性很强，观赏性、娱乐性兼备，男女老少皆宜，是值得现代节事活动大力提倡和推广的项目。

## 第一节 节事活动的内涵

从“先导案例”，可以初步认识到节事活动策划就是快乐活动策划、幸福生活策划，节事活

---

<sup>①</sup> 引自[www.sports.eastday.com](http://www.sports.eastday.com)。



活动策划组织者所从事的就是“快乐天使”、“幸福之神”的工作。随着人民生活的不断改善,象征品质生活的节事活动,正越来越受到社会各阶层的关注。

随着我国不断对外开放和中西方文化的融合,各种庆典活动、社交活动、公关活动、公益性活动、商业性活动层出不穷,“节庆”、“赛事”、“活动”、“事件”等词语频繁出现在人们的日常生活中。尤其是“活动”一词的含义在社会生活中不断丰富,“会展活动”、“节事活动”、“节庆活动”、“大型活动”等越来越为社会各界所重视。

## 一、活动

《现代汉语大词典》对“活动”(Activity)一词的汉语解释包括:①物体运动、动摇不稳定、灵活不固定;②投机钻营、说情、行贿、拉关系、“走后门”;③为达到某种目的而采取的行动。

人类有组织的活动一般分为两种类型:一类是常规活动,如周而复始、连续不断的日常工作;另一类是非常规活动,如非常规举行的活动,其特征是临时性、一次性,而且有清晰的起始期限,其中非常规举行的节日庆典、各类赛事活动,就属于本书节事活动策划的范畴,在策划实务中又可以称之为节事活动“项目”(Project)策划。

活动的表现形式多种多样。活动的类型丰富多样,小到一个家庭的生日宴会,大到一个国家的国庆大典,更有多个国家和地区参与的奥运会、世博会等这样的特大型活动。凡是能给参与者带来欢乐和愉悦的活动,都可以称之为“节事活动”,如为举行生日派对的家庭活动、增强集体归属感的单位文体活动、促进群体之间交流和友谊的联欢活动、参与性趣味游戏活动、激情体验的娱乐活动以及节庆活动(节日活动)、景区活动(体验活动)、营销活动(促销活动)、大型活动(大型演出和体育赛事)等。

## 二、事件

“事件”源自于英文单词“Event”,中文含义下所说的“事件”多见于节事活动策划,相当于我们常说的“节庆”和“赛事”。这是中国人与外国人对“事件”一词认知上的差异。毫无疑问,在我国,节日活动大多是节事活动,但是节事活动并不完全等同于节日活动,节日活动的含义要比节事活动的含义广得多。

关于“事件”的含义,《现代汉语词典》的释义是“历史上或社会上发生的不平常的大事情”。可见,“事件”与“活动”两者之间的中文含义是有差别的。而策划实务中,“Event”往往包含两层含义:一是带有名词含义的“事件”,如F1赛事、世界杯,其侧重点是事件本身;二是带有动词含义的“活动”,如对事件的描述,重点在运作和管理,重大事件可以称为“大型活动”。因此“事件”多指事件本身,重点在结果;“活动”多指采取的行动,重点在过程,而过程策划正是活动策划的主要特征。

进入21世纪以来,我国节庆活动风起云涌,尤其是新中国成立60周年大庆期间,全国上下各种节庆活动不胜枚举,从中央到地方,从城市到农村,都举行了隆重的庆典活动,特别是2009年

10月1日在北京天安门举行的盛大阅兵式，让全世界观众看到了中国的强盛和希望。

随着“节事”概念的引入，我国业内人士也出现了“事件”、“事件旅游”、“事件管理”、“事件营销”、“节事旅游”方面的研究，提出了一些与“事件”相关的概念，如“重大事件”、“特殊事件”、“标志性事件”、“事件旅游研究”、“事件管理研究”等。如有学者将美国卡盖瑞大学盖茨（Getz）教授提出的“事件”定义为“短时间内发生的一系列活动项目的总和以及发生时间内环境、设施管理和人员的独特组合”。

本教材为了避免在概念使用上引起混乱，除非特别提到相关的“事件”，一般均使用“活动”的含义。从项目管理的角度而言，活动管理属于项目管理，节事活动策划与管理必须按照项目策划与管理的运作要求展开，所以，从管理的计划、组织、领导、控制基本职能来说，一个节事活动就是一个节事活动项目。

### 三、节事活动

“节事活动”所指的活动，显然是指“为达到某种目的而采取的行动”，是指那些为满足国民休闲和精神文化需要，在特定时间内按照庆典仪式举行，并引起社会反响和媒体关注，对国家和地区社会进步、经济发展、文化繁荣产生重大影响的节日庆典和赛事活动，显然，节事活动是围绕预定目标和为达到预期效果而采取的快乐行动。

关于“节事活动”的定义，国内外研究专家并没有一个统一的概念。美国乔治·华盛顿大学乔·戈德布拉特博士在《现代节事活动管理的最佳实践》（*Mode Event Management*）一书中将“节事活动”定义为：“为满足特殊需求，用仪式和典礼进行欢庆的特殊时刻。”国内论著对“节事”、“节事活动”、“节事旅游”的内涵界定不清，译名也不够统一，一般把“节事活动”与“节事旅游”联系在一起，民间则统称为“节庆活动”。鉴于“节事”和“活动”内涵丰富，可以从不同的角度来认识节日庆典和赛事活动。

#### （一）节日和事件

节日和事件简称“节事”，来自于英文外来词“Event”的意译，含义有事件、活动、节庆等。吴必虎教授认为，节日和事件是指一个地方和城市举办一系列活动的总称，包括节日、庆典、地方特色产品展览会、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。

#### （二）节日和特殊事件

在节事和旅游相关研究中，常常把节日（Festival）和特殊事件（Special Event）作为一个整体来探讨，Festival&Special Event（简称为FSE），中文意思为“节日和特殊事件”（简称“节事”）。其中，节日是“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。戴光全、马聪玲在《节事活动策划与组织管理》（中国劳动保障出版社，2007）一书中为了把节日和节事（FSE）区分开来，建议把各种节日界定为“狭义的节庆”，把各种节事界定为“广义的节庆”。



### （三）节日和赛事活动

所谓“赛事”，是指所有参赛方都遵守相同规则，有组织地参加各种比赛的活动。把“节日”和“赛事”联系起来，是对“节事活动”含义的一种全新诠释，事实上现代赛事活动如奥运会、世界杯、亚运会、全运会以及世界小姐、国际旅游小姐、新丝路模特大赛等，对举办国家、地区、城市而言，越来越像过“节”，成为人们狂欢的盛会，节日和赛事活动作为当地的“特殊事件”和“标志性事件”（Special Event & Hallmark Event）的含义大大增强，并且日益成为一种具有独特吸引力的节日旅游活动。

从国内外专家对节事活动的理解，可以看到节事活动含义的一些共同特点：

#### 1. 节事活动有广义和狭义之分

广义的节事活动包括所有的节日和事件，包括节日、地方特色会议展览、体育比赛、文化活动等具有特色的日常性活动或非日常性发生的特殊事件。狭义的节事活动专指节庆活动，即各种节日和庆典活动，一般是指周期性举办的（如一年一次）节日和庆典活动，但不包括会议和展览、文化和体育等一次性活动。

#### 2. 节事活动与节事旅游关系密切

节事活动与节事旅游之间的关系十分密切，尤其是在国民休闲与旅游创新的大背景下，节事旅游是现代旅游的重要载体，节事活动和旅游休闲相结合形成的节事旅游（Event Tourism）作为一种专项旅游产品，成为各地旅游生命力和竞争力的重要象征。与常规旅游活动相比，节事旅游具有强大的生命力和社会经济效益。旅游目的地往往把节事活动作为旅游营销的重要手段，把节事活动作为提高国家、地区或城市知名度、保护传统文化的有力手段。

#### 3. 节事活动对人民生活影响深刻

现代各类节庆和赛事活动无处不在，并作为品质生活和幸福生活的标志，深刻影响着人们的思想观念和行为方式。各类节庆（Festival）活动、特殊事件（Special Event）和赛事活动（Activity Event），例如会展活动、赛事活动、文化活动、庆典活动、纪念活动、营销活动等与人民生活息息相关。

## 四、节事活动的内涵

### （一）活动目的

节事活动举办的目的是为了节日庆祝、文化教育、休闲娱乐、市场营销和聚集活动（如会展、赛事）。从现代旅游角度而言，节事活动可以大大提高举办地的知名度。节事活动就是节事旅游，通过举办节事活动可以树立举办地的良好形象，从而促进当地旅游业发展，并带动当地社会经济文化事业的发展。

### （二）活动主题

节事活动的主题体现当地特色，一般从当地历史和文化传统出发，深入发掘人文和自然资源优势，精心策划，严密组织，广泛宣传，突出“亮点”，满足社会公众参与性、体验性、娱乐性、趣味性要求，最终实现活动主办方商业性和活动参与方公益性的目标。

### （三）活动内容

节事活动在市场经济中主要通过产品，尤其是旅游产品的形式表现出来，并与旅游目的地结合起来。活动内容组合严谨，并围绕主题展开，主体活动、辅助活动环环相扣，活动本身“看点”多，具有很强的旅游吸引力。通过参与节事活动，广大旅游者可以获得休闲娱乐经历，因此，活动的形式也必然要求生动活泼、妙趣横生而富有亲和力。

### （四）活动功能

节事活动兼具社会价值、经济价值和文化价值，是地区社会文明、经济水平和文化现象的重要载体。节事活动的社会价值主要体现在有助于构建和谐社会方面，节事活动的经济价值主要体现在通过举办节事活动可以拉动当地经济发展，节事活动的文化价值主要体现在可以促进当地文化繁荣、“百花齐放”。随着旅游业的发展，人们越来越认识到节事活动的社会经济文化载体功能，并且大力开发节事活动社会经济文化功能方面的潜在价值。

## 五、节事活动与会展的关系

广义的会展是会议、展览、节事活动和奖励旅游的统称，包括各种类型的博览会、展览展销活动、大型会议、体育竞技运动、文化活动、节庆活动、赛事活动等。

狭义的会展仅指会议和展览，简称展会，会议、展览会、博览会、交易会、展销会、展示会等是会展活动的基本形式，世界博览会为最典型的会展活动。

我国的会展很有特色，一般包括会议、展览、节庆活动和各类赛事，处于会展活动“百花齐放”阶段，尽管目前还不是很规范、很专业，但是很有“欣欣向荣”的景象，尤其是全国各地的节事活动不仅仅是指办“节”，而且也包括办“会”、办“展”、办“赛”和举办各类文体活动。

会展和节事活动可以统称为“事件”（Event，即活动）。从会展业角度看，会展不仅包括会议和展览，而且还包括节事活动和节事旅游。也就是说，节事活动是会展的组成部分。但是从活动策划角度看，会展也是一种活动，节事活动的内涵更为广泛，会展活动又从属于节事活动。一些学者甚至提出活动业与会展业应该属于两个相对独立的行业，在西方发达国家，活动管理或事件管理已经从会展管理中逐步分离出来，形成了独立的事件管理部门或事件管理职业经理（见图1-1）。

改革开放30年来，我国的会展业发展突飞猛进，全国各地包括一些二线城市和县级市都提出了发展会展业，各类节事活动更是遍布城乡各地，尤其是地方节事活动表现出“节中展”、“展中会”、“会中赛”、“赛中演”等模式，杭州西湖博览会就是由数十项展览、会议、节庆活动和赛事项目所组成。“节”、“展”、“会”、“赛”、“演”等形式很有中国会展业特色，现代节事活动是各种活动形式的交织，你中有我，我中有你，很难用会议、展览、活动进行区分，尤其是节事活动内涵更为丰富，不仅包括节日庆

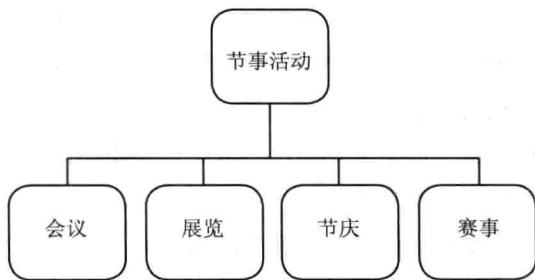


图1-1 节事活动的构成



典、市民狂欢、宗教仪式、历史纪念、文艺表演、颁奖典礼、体育竞技等文化娱乐活动，还包括展销会、博览会、投资贸易洽谈会、学术研讨会、产品说明会等各类商业贸易活动。凡是在短期内组织众多人参与的活动都可以称为节事活动。

## 六、节事活动与旅游的关系

### （一）旅游的含义

“旅”是旅行、外出，即为了实现某一目的而在空间上从甲地到乙地的行进过程；“游”是外出游览、观光、娱乐，即为达到游玩目的所做的旅行。把“旅”和“游”合起来就是“旅游”。《旅游概论》一书给旅游下的定义是：“旅游是在一定的社会经济条件下产生的一种社会经济现象，是人们以游览为主要目的的非定居者的旅行，和暂时居留引起的一切现象和关系的总和。”<sup>①</sup>著名经济学家、哲学家和中国休闲研究的创始人于光远先生对“旅游”的定义有一个推论，他认为“旅游”是一种现代人的生活方式，它的特点是异地性、享乐性和休闲性，旅游休闲就是去异地观光、娱乐、购物、度假……

会展业MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) 中的I (Incentive)，通常理解为奖励旅游，由于“Incentive”的原意是“激励”，因此也可以把各类促进社会、经济、文化发展的“节事活动”也包括在“Incentive”的含义中，由此可将会展业中所说的I (Incentive) 重新定义为能够促进当地社会进步、经济发展、文化繁荣的奖励旅游、会展旅游、节事旅游。奖励旅游主要用于激励员工；会展旅游与会展活动本身相伴而生；节事旅游主要通过节事活动吸引中外游客，并通过事件营销、宣传推广的方式，促进当地会展、活动、旅游事业的全面发展。这样表述的MICE才更加符合现代会展业的含义。

### （二）奖励旅游

奖励旅游 (Incentive Travel) 的本义，从会展业MICE含义来理解，主要是用于激励员工的表彰会议（重点是“会议”），是会展业中比较特殊的一种会议形式，多发生在年终表彰，故又称“年终表彰会议”。这类会议具有奖励、表彰的性质，既可以在本地也可以在外地举行，多与旅游活动相结合，所以叫“奖励旅游”。现在则已经从奖励旅游 (Incentive Travel) 的本义扩展开来，泛指一切机关企事业单位以旅游为激励手段，奖励或表彰员工团体外出旅游的活动（重点是“旅游”）。

根据国际奖励旅游协会的定义，奖励旅游的目的是协助企业达到特定的目标，并对达到该目标的参与人士，给予一个尽情享受、难以忘怀的旅游假期作为奖励，主要奖励那些对公司运营及业绩增长有功的人员。奖励旅游的类型包括商务考察、会议旅游、教育培训、旅游观光等。例如杭州第一世界大酒店一线员工，只要能评上“优秀员工”就有可能被奖励旅游，从而成为激励员工努力工作的精神动力。

奖励旅游属于商务旅游的范畴，正是奖励旅游的商务旅游特性，使其成为会展业的重要组成部分，同时也标志着一种新的旅游业态，成为现代旅游业的重要组成部分（见图1-2）。

<sup>①</sup> 曹菊枝. 旅游概论[M]. 北京：电子工业出版社，2008，第1页。

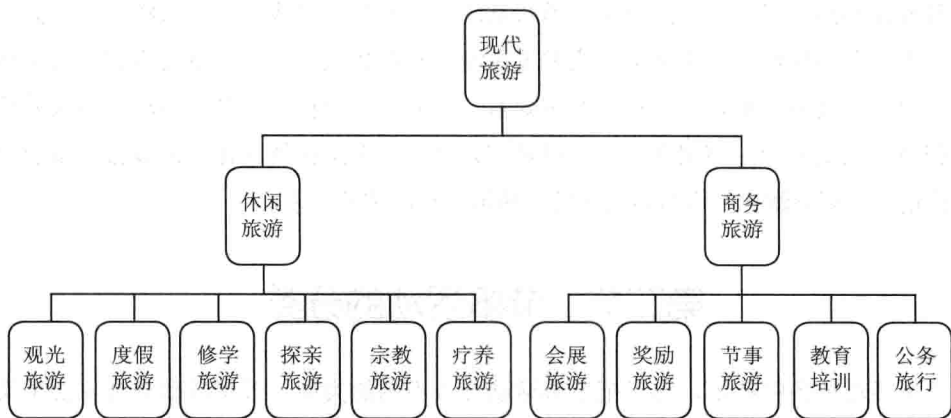


图1-2 奖励旅游在旅游业中的地位

### （三）会展旅游

会展旅游是指以会议、展览、节庆活动为媒介发展起来的商务旅游方式，是旅游发展过程中出现的一种新的旅游模式，包括游客参加会议、展览、节庆活动以及参加会议、展览、节庆活动后派生出来的旅游观光、娱乐休闲活动等。目前会展旅游主要是展会主办方，作为会议展览主体活动外的辅助活动或者配套活动进行组织，是会议展览主体活动的延伸活动。这说明会展与旅游的关系非常密切，标志着会展旅游产业的蓬勃兴起。

会展与旅游密不可分，尤其是机关企事业单位奖励旅游活动，例如组团考察学习、参加会议、参观展览、游览景区等已经成为现代会展业的重要组成部分。2010年上海世界博览会期间，许多机关企事业单位就把组织员工参观世界博览会作为重要的奖励旅游手段，这说明会展旅游本身也是可以被用来“奖励”的。

### （四）节事旅游

节事活动是指“能对人们产生吸引，并有可能被用来规划开发成消费对象的各类庆典和活动的总和”<sup>①</sup>。节事活动的特性表明节事活动尤其是大型节事活动与旅游目的地吸引力之间的关系十分密切，在节事旅游这种旅游模式下，节事本身成为旅游的吸引物，巴西狂欢节、西班牙斗牛节、维也纳音乐节、青岛啤酒节、大连服装节……每年吸引数以十万、百万计的游客参加，正是节事旅游强大生命力的重要表现。

节事旅游是以节事活动作为旅游吸引物的旅游，节事旅游把节庆和赛事作为旅游资源，通过内容丰富、形式多样的各种参与性活动，吸引大量本地居民与外来旅游者，以活动带动一系列旅游消费和吸引投资，促进和带动当地社会经济发展。以节事活动为内容，开展各项旅游活动，已经成为我国旅游业界的一大热点与亮点，因而具有广阔的市场前景。对促进当地社会进步、经济发展、文化繁荣的节事旅游，要比会展业MICE含义中的“Incentive”（激励）含义更全面、更深刻。

① 卢晓. 节事活动策划与管理[M]. 上海: 上海人民出版社, 2008.



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。与常规旅游活动相比,节事旅游具有更加显著的社会经济效益。旅游目的地往往把节事活动作为旅游营销的有力手段,把节事活动作为提高国家、地区或城市知名度、保护传统文化、发展旅游事业的重要途径。事件营销、节事旅游已经成为各地旅游目的地营销的重要手段。

## 第二节 节事活动的分类

按照节事活动的各种特征,可以把节事活动分成不同的类型。节事活动分类主要是为正确开展节事活动策划提供一个认识事物的基本框架。节事活动的主要类型如下:

### 一、按节事活动的属性分类

#### (一) 传统节日活动

传统节日活动是对历史文化的追溯和纪念,也是对民族传统文化的继承和弘扬。从传统节日的发展历史又可以分为古代传统型活动和近代纪念型活动。重阳节登山、端午节赛龙舟、元宵节逛花灯、庙会,西方的圣诞节、复活节、狂欢节等都属于古代传统型旅游节庆活动。近代纪念型活动如各国国庆节、“五一”国际劳动节、“六一”儿童节、“三八”妇女节、美国纽约的玫瑰花节、奥尔良的圣女贞德节、“一二·九”运动等。

#### (二) 现代庆典活动

现代庆典活动主要包括以下两方面:

(1) 与生产劳动紧密联系的节庆活动。如深圳的荔枝节、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、慕尼黑的啤酒节等。

(2) 与生活紧密联系的节庆活动。如上海旅游风筝会、国际服装节、现代生活中的浦东牛排节、西餐饮食文化节等美食节、各种影视文化和农民旅游节及浙江浦江书画水晶节、中国淳安千岛湖秀水节、蒙古族的那达慕大会等。

#### (三) 单位文娱活动

单位文娱活动包括机关、学校、企事业单位自发组织的文化、体育活动,例如诗歌朗诵、趣味运动会、新年联欢会、客户联谊会等。

### 二、按节事活动的内容分类

#### (一) 体育运动

体育运动超越社会、种族、语言的界限,成为世界人民沟通的桥梁,也提供了大量就业机会。世界杯足球赛、美国NBA比赛、法国网球公开赛、美国职业棒球联盟明星赛等体育运动,其影响已经远远超过比赛本身,而成为现代人们重要的休闲娱乐活动。如今,体育活动不仅数量很



多,并且规模越来越大,大型国际体育活动不仅有人数众多的运动员、教练员参加,而且有不少的随队工作人员、记者以及大量的“拉拉队员”和观众参加。举办大型体育活动,对自然旅游资源缺乏的国家或地区来说,可以吸引更多游客;对具有较好旅游接待条件和设施的国家或地区的城市来说,可以最大限度地利用现有条件设施。

## （二）娱乐活动

在现代英语中,带有“娱乐”意思的词汇大致有Recreation、Entertainment、Enjoyment、Amusement等,其中Recreation侧重于消遣,Entertainment侧重于宴请、招待;enjoyment侧重于快乐,而Amusement侧重于逗乐。由此可见,“娱乐”一词在现代英语中所涵盖的意思是有侧重的。在现代汉语中,娱乐所包含的意思非常广泛,凡是能让人在“休闲”过程中感到轻松有趣、快乐幸福的一切现象和活动都可以统称为娱乐,习惯上又称“休闲娱乐”。

娱乐不但是人类在改造自然、改造自身生活的进程中用以调节节奏、获得休息的手段,同时也是对未来人生的思考和准备。娱乐活动中所呈现的益智性、健身性、美育性、技艺性、交际性等,是现代入纷纷对娱乐活动抱以非凡热情的原因之一。

娱乐业是指娱乐活动提供的场所和业务,以及娱乐场所为顾客进行娱乐活动提供的各种服务的总和。娱乐业类型多样,按娱乐内容来分,可分为康体娱乐业(如体育馆、游泳馆、健身房、保龄球场、高尔夫球场等)、文化娱乐业(如电影院、录像厅、剧院、音乐厅、博物馆、图书馆、书吧、书店等)、休闲娱乐业(如酒吧、茶吧、歌舞厅、夜总会、娱乐城、网吧、主题公园等)三大类。

## （三）文艺演出

近年来,各类文化娱乐型的活动如雨后春笋般出现,比如有着“上海城市名片”之称的超级多媒体梦幻剧“ERA——时空之旅”,投入数千万巨资,由国际级大师团队打造,这台国际级大戏在短短3个月内演出收入就达1000多万元。美国三大电视网之一全国广播公司为它制作了专题节目,制作人罗宾说:“时空之旅,是中国乃至亚洲最好的舞台剧目之一。”在杭州,有《宋城千古情》和《西湖印象》演出,作为杭州旅游的“金名片”都取得了巨大的成功。杭州西湖博览会、国际动漫节开幕式演出活动,大大丰富了广大市民和国内外旅游者的休闲生活。

## （四）商场促销活动

商场促销活动的目的是挖掘潜在的客户,获得更多消费者的青睐,使自己的产品体现出与众不同的特色。例如杭州银泰百货“满就送”活动屡试不爽,成为商场促销不朽传奇。商场营销与促销活动往往以周年庆或结合传统法定假日展开,媒体关注,社会瞩目,顾客云集,业绩倍增,商场经营活动取得了巨大成功。

## （五）会议和展览活动

据世界权威的国际会议组织——国际会议协会ICCA的统计,每年在世界各地举办的参加国超过4个、参会外宾超过50人的各种国际会议已达40万次以上;此外,据不完全统计,世界上每年还要定期举行4000多个大型展览会。全世界每年仅用于会议的开支就达2800亿美元。还有占会展市场绝大部分的公司小型会议和展示活动,为改善和提高企业的经营提供了沟通和商业交流的机会。