

Study on Theory and Practice of
Modern Festivals and Events Planning

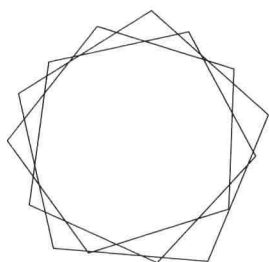


现代节事 活动策划理论研究 与实践思考

刘嘉龙_著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社



现代节事 活动策划理论研究 与实践思考

*Study on Theory and Practice of
Modern Festivals and Events Planning*

// 刘嘉龙_著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社



图书在版编目 (CIP)数据

现代节事活动策划理论研究与实践思考 / 刘嘉龙著.

—杭州:浙江大学出版社, 2013. 5

ISBN 978-7-308-11473-8

I. ①现… II. ①刘… III. ①展览会—策划—研究

IV. ①G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 096817 号

现代节事活动策划理论研究与实践思考

刘嘉龙 著

责任编辑 李海燕

封面设计 续设计

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 杭州日报报业集团盛元印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 14.75

字 数 300 千

版 印 次 2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-11473-8

定 价 41.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

序

我跟嘉龙同志是老朋友了,他是一位有思想、爱思考的人,数十年来笔耕不辍,发表了不少论文、论著,从温州市政府到浙江世贸中心,从杭州休博会到浙江旅游职业学院,一路走来他都在不断探索,科学态度令人敬佩!日前拜读《现代节事活动策划理论研究与实践思考》大作,更是觉得观察问题细致,思考方法独特,研究思路严谨,全书内容很值得一读。

现代会展、节庆、赛事等各类节事活动,对丰富现代人们精神文化生活具有十分重要的作用,现代节事活动是人们体验喜悦、收获快乐最难忘的经历,已经成为现代人们品质生活、幸福人生的重要组成部分,杭州还把西博会、休博会、国际动漫节、休闲国际论坛等现代节事活动,与打造“东方休闲之都,生活品质之城”的城市品牌建设紧密联系在一起,因而对现代节事活动策划与组织提出了更高的要求。我国现代节事活动发育于上个世纪90年代,经过20多年的发展,主要以会展、节庆、赛事活动为标志的现代节事活动,呈现出“欣欣向荣、百花齐放”的繁荣景象,现代节事活动与社会、经济、文化和人民生活之间的关系越来越紧密,北京奥运会、上海世博会、杭州西博会……更是带动城市基础设施和相关产业的跨越式发展,会展活动真正起到了城市经济“引擎”的巨大作用。但是,一直以来我国会展、节庆、赛事活动策划基础研究相对比较薄弱,会展活动的文化创意、创新能力不足。可喜的是本书作者能够结合现代节事活动发展实际情况和“中国特色”,对现代节事活动策划整合理论、创新原理和方法论问题、活动策划心因原理、营销策略组合等进行系统研究,并对北京奥运会、上海世博会、杭州西博会、杭州休博会、杭州国际动漫节、萧山“华东会客厅”现象等社会经济效益和文化创意效应进行综合分析。为提升现代节事活动的知名度、美誉度,作者还联系世界休闲博览会和世界休闲大会申办筹办经历,以“国际”视野,对国际性会展活动国际申办和国内审批进行归纳和提炼。全书内容汇集了作者从事会展活动策划实务和教学、科研工作20年来的主要成果,不仅可以作为从事会展、节庆、赛事活动策划理论工作者参考用书,而且对会展业、活动业、旅游业、休闲业界同行开展现代节事活动策划并组织实施具有一定借鉴意义,尤其适合会展、旅游、休闲相关专业学生课外读本,从中得到更多的理论指导与实践启迪。

总之,该书紧密联系会展、节庆、赛事活动策划理论与实务,对现代节事活动策划原理、方法、组织、实施等进行深入研究与思考,对会展业、活动业可持续发展具有现实指导意义。广大会展活动策划工作者可以从中得到启示,有所发现、有所创新,促进和推动会展节庆赛事活动更快更好发展。

浙江省会展行业协会会长 王昌友

二〇一三年二月二十八日



上篇 理论研究篇

第一章 现代节事活动发展现状与趋势研究	3
第一节 现代节事活动策划基本含义讨论	3
第二节 现代节事活动题材选择与分类策划	10
第二章 现代节事与活动策划整合理论研究	15
第一节 现代节事活动休闲娱乐特征	15
第二节 现代节事活动策划整合理论模型	19
第三章 现代节事与活动策划的方法论研究	25
第一节 从古代谋略、谋划到现代企划、策划	25
第二节 现代节事活动策划理念与原理	30
第四章 现代节事与活动策划创新原理研究	35
第一节 现代节事活动策划创意思维训练	35
第二节 现代节事活动策划创新原理和方法	41
第五章 会展产业发展与会奖旅游对策研究	49
第一节 现代节事活动含义下的会展与会展业	49
第二节 会展业发展与会奖旅游相互促进	51
第六章 现代节事与活动策划心因原理研究	57
第一节 现代节事活动策划基本原则	57
第二节 现代节事活动策划心理因素分析	60

第三节 现代节事活动项目研究与立项策划	63
第七章 现代节事活动营销策略与组合研究	68
第一节 现代节事活动市场和营销策略分析	68
第二节 现代节事活动市场营销策略与组合	72
第三节 现代节事活动营销策略创新与发展	79
第八章 “中国旅游日”节事活动人文思想研究	83
第一节 “中国旅游日”与“徐霞客精神”的关系	83
第二节 纪念“中国旅游日”与弘扬“徐霞客精神”	90

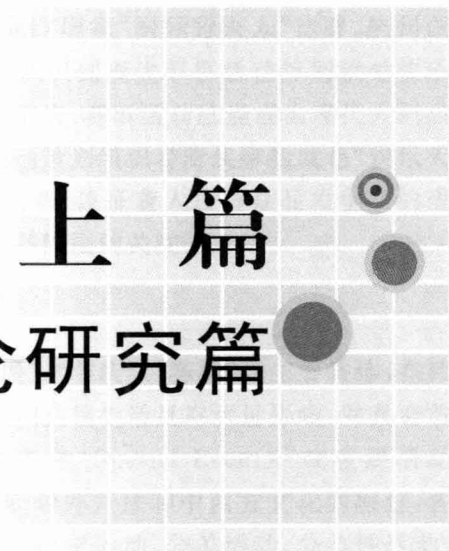
下篇 实践思考篇

第九章 北京奥运会、上海世博会经验启示	99
第一节 北京奥林匹克运动会催生运动休闲	99
第二节 现代节事活动楷模：奥运会、世博会	103
第三节 世界休闲组织和世界休闲博览会	106
第十章 杭州西博会、休博会活动项目综述	109
第一节 历届杭州西湖国际博览会发展综述	109
第二节 历届杭州西湖博览会阶段性特征分析	115
第十一章 中国杭州国际动漫节文创效应分析	122
第一节 历届中国杭州国际动漫节综述	122
第二节 国际动漫节与杭州文化创意产业发展	131
第十二章 杭州西博会、休博会创新发展观察	136
第一节 杭州西博会、休博会示范效应不断显现	136
第二节 杭州西博会、休博会精彩亮点分析	140
第三节 杭州西博会、休博会运作模式研究	145
第十三章 杭州萧山“华东会客厅”现象透视	148
第一节 杭州“休闲论坛”理论与实践意义	148
第二节 萧山“华东会客厅”现象的具体表现	156



第十四章 杭州节事活动与休闲城市品牌发展	161
第一节 节事活动成为杭州休闲城市品牌助推器	161
第二节 杭州休闲发展与城市品牌效应初现	163
第三节 从最美丽华贵的“天城”到“最休闲的城市”	168
第十五章 现代节事形象征集与造势活动策划	172
第一节 现代节事征集活动的形式与内容	172
第二节 现代节事征集活动的组织与实施	176
第十六章 国际申办——以世界休闲博览会为例	183
第一节 国际性会展活动申办的一般流程	183
第二节 杭州世界休闲博览会申办过程与启示	193
第十七章 展会买家分析与专业观众组织	209
第一节 旅游商品和旅游产品的联系与区别	209
第二节 会展旅游是联通购物旅游和商务旅游的纽带	210
第三节 旅游商品买家主要特征分析	211
第四节 国内旅游商品博览会运作模式的局限性	213
第五节 国际旅游商品博览会的组织与推广	214
第六节 国际旅游商品博览会专业观众组织	215
第十八章 会展应用型人才培养实践与思考	217
第一节 优势互补:高校及合作方	217
第二节 合作项目:名称、特点及合作过程	218
第三节 项目经验与教训:主要问题和解决途径	220
第四节 产生的经济效益及经验模式	221
索 引	222
参考书目	226
跋	228



A decorative graphic consisting of a 10x10 grid of squares in various shades of gray. To the right of the grid are three circles: a small one with a dot in the center, a medium solid one, and a large solid one.

上 篇

理论研究篇

第一章 现代节事活动发展现状与趋势研究

第一节 现代节事活动策划基本含义讨论

从巴西狂欢节、西班牙奔牛节、北欧国家“国际背夫人”比赛、杭州国际动漫节等大量案例,我们可以初步认识到现代节事活动策划就是快乐活动策划、幸福生活策划,参加会展、节庆、赛事活动已经成为现代人们品质生活的重要组成部分,现代节事活动策划组织者所从事的就是“快乐天使”般的工作,随着人民生活的不断改善,象征着人民群众品质生活的现代节事活动,正越来越受到社会各界各阶层的关注。

1.1 现代节事活动的基本含义

现代节事活动,是指以现代“会展”、“节庆”、“赛事”为主要载体,在社会现象中具有标志性意义,对现代人们品质生活具有深远影响,并具有节日庆典(Festival)热烈气氛的特殊事件(Special Event)^①或重要活动(Important Activity)。随着我国不断对外开放和中西方文化的融合,各类会展活动、节庆活动、赛事活动以及社交活动、公关活动、公益性活动、商业性活动等层出不穷,尤其是会展活动、节庆活动、赛事活动含义不断丰富,与我们的经济文化生活和休闲娱乐活动等联系越来越紧密。

1.1.1 汉语语境下“活动”一词的含义

“活动”一词的汉语解释: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。^②

历史上人类有组织的活动一般分两种类型:一类是常规活动,如周而复始、连续不断的日常运作;另一类是非常规活动,如非常规举行的活动,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

① 卢晓,《节事活动策划与管理》[M],上海人民出版社,2009 第二版,第 1—4 页。

② 刘嘉龙著,《休闲活动策划与管理》[M],上海人民出版社,2012 第二版,第 3 页。

庆典、各类赛事就属于本书节事活动策划的范畴,在策划实务中我们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、世博会等这样的大型活动。凡是能给参与者带来欢乐和愉悦的活动,我们都可以称之为“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)等等。

1.1.2 英语语境下“Event”一词的含义

英文单词“Event”中文意思是“事件”,泛指社会上一切值得纪念或向往的事情,国外关于“事件管理”的研究汗牛充栋,并出现各类名目繁多的事件管理、事件经理(Event Management & Event Manager)。美国盖瑞卡大学教授盖茨(Getz, 1997. 4)则把“事件”(Event)定义为“短时间内发生的一系列项目活动的总和以及发生时间内环境、设施管理和人员的独特组合”^①。相比之下,中文含义下所说的“事件”多见于节事活动本身(俗称“活动”),相当于我们常说的“会展”、“节庆”和“赛事”活动。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”,如提到 F1、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,而过程策划正是节事活动策划的主要特征。

1.1.3 现代节事活动表现内容和形式

现代节事活动,泛指一切值得人们纪念的有意义的活动,包括会展活动、节庆活动、赛事活动、文体娱乐活动等等,其共同的特征都是“活动”,具体表现为会议、展览、节日、庆典、比赛、演出、颁奖、民俗活动……其中会议和展览简称“会展”,节日和庆典简称“节庆”,会展活动和节庆活动都是现代节事活动的重要组成部分^②。进入 21 世纪以来,我国会展节庆活动风起云涌,尤其是随着我国会展业的迅速发展,各类会展、节庆、赛事活动层出不穷,建国 60 周年大庆期间,全国上下各种节庆



① 戴光全、马聪玲,《节事活动策划与组织管理》[M],中国劳动社会保障出版社,2007,第 2—3 页。

② 刘嘉龙,《会展策划与管理》[M],中国旅游出版社,2011,第 1—2 页。

活动数不胜数,从中央到地方,从城市到农村,中华大地都举行了热烈隆重的庆典活动,2009年10月1日在北京天安门广场举行的盛大阅兵式,让全世界观众看到了中国的强盛和希望。难忘的2009年可以说是中国节庆活动的高峰年,给国人带来许许多多快乐和难忘的幸福时光。但为了避免概念使用上引起混乱,以及考虑到国人语言思维习惯,本专著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,活动管理属于项目管理范畴,节事活动策划与管理就是要按照项目策划与管理的运作要求展开,从管理的计划、组织、领导、控制基本职能出发,一个节事活动就是一个节事活动项目。

1.2 中英文语境下“事件”与“活动”含义比较

现代节事活动所指的“活动”,是指为达到社会、经济、文化目的而采取的特定行动,是为满足人们物质生产和精神文化需要,在特定时间内按照一定程式或仪式举行,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会展、节日、赛事活动,显然,现代节事活动是围绕预定目标和为达到预期效果而采取的有目的的行动。鉴于“节事”和“活动”内涵十分丰富,我们可以从以下三个层面来认识节事活动的含义。

1.2.1 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……”。其实对节事活动的定义,国内外研究专家并没有一个统一的概念。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。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》(*Modern 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”定义内涵界定不清,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”。

1.2.2 节日和特殊事件

在国内外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,节日和特殊事件(Festival & Special Event)简称为节事(FSE),节日(Festival)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;特殊事件(Special Event)包括各种有特别意义的事情。戴光全、马聪玲在《节事活动策划与组织管理》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”。现代节事活动显然是指广义上的节庆活动。

1.2.3 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事旅游活动。

1.3 现代节事活动与会展的关系

1.3.1 广义的会展与狭义的会展

广义的会展是指会议、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。狭义的会展仅是指会议和展览,又称“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,世界博览会为最重要的会展活动。我国的会展业很有特色,除了会议、展览,一般还包括节庆活动和各类赛事,处于会展活动“百花齐放”阶段,尽管不是很规范、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。

1.3.2 会展与节庆同属节事活动

会展和节事活动可以统称为“事件”(Event),我们俗称“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。但是从节事活动策划角度看,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(如图 1-1)。

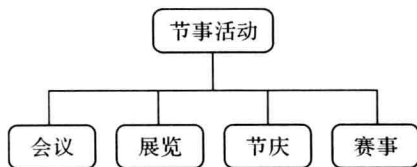


图 1-1 节事活动的构成

1.3.3 我国会展业的基本特色

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要发展会展业(包括节庆),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”……模式,杭州西湖博览会就是各由数十项展览、会议、节庆和赛事项目所组成,“节”、“展”、“会”、



“赛”、“演”等形式很有中国会展业特色,现代节事活动就是各种活动形式的相互交织,你中有我,我中有你,很难用会议、展览、活动严格区分开来,尤其是现代节事活动内涵十分丰富,不仅包括节日庆典、市民狂欢、宗教仪式、历史纪念、文艺表演、颁奖典礼、体育竞技、美女赛事等文化娱乐活动,而且包括商品展销会、产业博览会、投资贸易洽谈会、学术研讨会、产品说明会等各类商业贸易促进活动。凡是在短期内组织众多人参与的和平聚会活动都可以称为节事活动。

1.4 现代节事活动与旅游的关系

1.4.1 关于“旅游”的定义

“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、休闲,即为达到游玩目的所作的旅行。把“旅”和“游”合起来就是“旅游”。《旅游概论》(曹菊枝主编,电子工业出版社,2008)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。”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^①……

1.4.2 会展业 MICE 中的旅游

会展业 MICE(Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)中的 I(incentive),通常理解为“奖励旅游”,但是“incentive”的原意是“促进和激励”,所以我們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”的基本含义中。因此,我们有必要重新定义会展业 MICE 中旅游定义:会展业 MICE 中所说的 I(incentive),是指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来吸引中外游客,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^②。这样表述的 MICE 才更加符合现代会展业发展新思维、新思想。

1.4.2.1 奖励旅游

从会展业 MICE 含义来理解,奖励旅游(Incentive Travel)的本意,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,可以在本地也可以在外地举行,多与旅游活动结合,所以叫“奖励旅游”。现在则已经从奖

① 刘嘉龙,《休闲概论》[M],南开大学出版社,2008,第12页。

② 刘嘉龙,《会展活动策划整合理论研究》[J],《中国城市经济》,2012(1)。



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,说明会展旅游本身也是可以被用来“奖励”的。

1.4.2.3 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种庆典和活动的总和”^①。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(Event Tourism)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!

1.5 现代节事活动与节事旅游的关系

1.5.1 围绕节事活动开展节事旅游

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。

现代社会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组成部分,节事活动和旅游休闲相结合形成的节事旅游作为一种专项旅游产品,已经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。

^① 卢晓,《节事活动策划与管理》[M],上海人民出版社,2009 第二版,第 5 页。

