



国家骨干高职院校旅游类规划教材

节事策划与管理

主 编◎张芝敏

副主编◎宋慧娟 李炼 何祥 孙冬燕

中国旅游出版社



国家骨干高职院校旅游类规划教材

节事策划与管理

主 编◎张芝敏

副主编◎宋慧娟 李炼 何祥 孙冬燕

中国旅游出版社

责任编辑：董 昱

责任印制：冯冬青

封面设计：何 杰

图书在版编目 (CIP) 数据

节事策划与管理 / 张芝敏主编. --北京 : 中国旅

游出版社, 2017. 1

国家骨干高职院校旅游类规划教材

ISBN 978-7-5032-5669-1

I. ①节… II. ①张… III. ①节日—文娱活动—策划—
—高等职业教育—教材②节日—文娱活动—组织管理—高
等职业教育—教材 IV. ①G241.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 206309 号

书 名：节事策划与管理

主 编：张芝敏

副 主 编：宋慧娟 李 炼 何 祥 孙冬燕

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010-85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京工商事务印刷有限公司

版 次：2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张：11.5

字 数：238 千

定 价：38.00 元

I S B N 978-7-5032-5669-1

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

国家骨干高职院校旅游类规划教材

编委会

主 任 成都职业技术学院旅游分院院长 赖 斌

副主任(排名不分先后)

成都职业技术学院旅游分院副院长 余 昕

四川工程职业技术学院 旅游系主任 张宗书

四川交通职业技术学院 旅游系主任 刘 玺

成都纺织高等专科学校 旅游系主任 蒲 珠

四川工商职业技术学院 旅游系主任 蔡登火

四川商务职业学院 旅游系主任 罗晓东

眉山职业技术学院 商贸旅游系主任 彭瑞清

绵阳职业技术学院 旅游系主任 王 婷

乐山职业技术学院 旅游系主任 李忠东

四川省饭店行业协会常务副会长 四川盛嘉饭店管理有限公司 鲍小伟

成都旅游职业教育集团副理事长、成都市旅游协会执行副会长 温儒杰

洲际酒店集团成都世纪城大饭店酒店群区域人力资源总监 夏萍辉

前 言

从中国会展业的兴起到高速发展时期,一方面中国会展业在各方面取得了长足进展,会展业在国民经济发展和国际交流交往中扮演着越来越重要的角色。另一方面,伴随中国会展业的加速国际化,会展业界对高素质人力资源的需求不断提升,在中国会展业逐步向规模化、专业化、国际化迈进的过程中,培养一批国际化、专业化的高素质人才是促进这一转化成功实现的重要条件。在此背景下,编者针对国内旅游类、会展类学生对节事活动策划较陌生、理解不够深入、策划不太合理等问题,将引进的优质教学资源进行优化提升,编成此书,以期在国际化会展人才、旅游人才培养上有所贡献。

《节事策划与管理》是成都市市级重点专业——会展策划与管理专业的核心课程。我们正致力于完成该课程相关典型岗位能力和学习领域分析,构建课程体系,完善该课程标准,并将中高职衔接课表在成都旅游职业教育集团内部进行推广。《节事策划与管理》是成都职业技术学院的2015年度院级精品资源课程,课程以提高学生的实际操作能力为目标,主要采用项目教学法,达到促进学生创业就业能力提升和服务地方经济的双赢目的。

本书以《成都会展业十二五发展规划》为依据,采用我院创新的现代服务业高技能人才培养的A型模式,统筹考虑重构教学内容,强调从工作岗位核心能力要求出发,培养学生知识与技能的协调发展,是一本会展类、旅游类的综合用书。全书以节事活动的工作流程为项目共分为八个子项目,分别是会展节事活动概述、会展节事活动的可行性方案、会展节事活动策划与流程、会展节事活动的市场营销、会展节事活动的财务成本管理、会展节事活动的现场管理实施、会展节事活动的风险控制与管理、会展节事活动的评估。我们根据成都会展行业自身快速发展的需要,认识到节事策划与管理是会展行

业的核心竞争产品，是四川本土会展行业生存发展的灵魂。用节事策划、现场管理创新会展节事产品，让会展节事产品升级转型，并将最新的信息技术运用在节事策划与管理中。

本书由成都职业技术学院张芝敏副教授担任主编，负责拟订编写计划、统稿，并编写了项目一、项目七；宋慧娟编写项目三；李炼编写项目五、项目八；何祥编写项目四、项目六；孙冬燕编写项目二。

由于编者水平有限，本书难免有疏漏之处，敬请广大读者批评指正。

项目课题组

2016年12月

目录

CONTENTS

项目一	会展节事活动概述	1
任务一	节事活动的内涵	1
任务二	节事活动的基本类型	7
任务三	节事活动的发展	16
项目二	会展节事活动的可行性方案	29
任务一	可行性研究的概念	29
任务二	会展节事活动可行性研究的内容、流程	32
任务三	会展节事活动的市场分析	36
任务四	会展节事活动可行性研究报告的撰写	45
项目三	会展节事活动策划与流程	51
任务一	节事活动策划的理念	51
任务二	节事活动策划的内容	56
任务三	会展节事活动策划的工作流程	58
任务四	会展节事活动策划书的写作	61
项目四	会展节事活动的市场营销	69
任务一	会展节事市场营销的概述	70
任务二	会展节事活动消费行为分析和目标市场分析	72
任务三	会展节事活动营销战略	82
任务四	会展节事活动营销的实施和评估	84
项目五	会展节事活动的财务成本管理	93
任务一	会展项目财务管理目标	93

任务二	会展节事活动的财务成本估计	94
任务三	会展节事活动的财务成本预算	101
任务四	会展节事活动的财务成本控制	106
项目六	会展节事活动的现场管理实施	112
任务一	会展节事活动场地布置	112
任务二	现场会展节事活动管理	115
任务三	现场人员管理	118
项目七	会展节事活动的风险控制与管理	123
任务一	会展节事活动风险的概念及其识别	123
任务二	会展节事活动风险控制	128
任务三	会展节事活动风险评估	131
任务四	会展节事活动涉及的法律问题	136
项目八	会展节事活动的评估	147
任务一	会展节事活动评估概述	147
任务二	会展节事活动评估内容	151
任务三	会展节事活动评估的方法和流程	157
任务四	活动的收尾与工作的总结	162
任务五	影响研究	165
参考文献		176

会展节事活动概述

导读职业能力目标

能区分活动、事件、特殊事件，了解节事活动的定义，节事活动与会展的关系。节事活动的分类，国际、国内节事活动的特点。

任务导入

你能够通过认知节事活动，了解节事活动涉及的各个元素。

任务一 节事活动的内涵

一、几个相关概念

如今，随着我国市场经济机制的逐步成熟，各种社交活动、公关活动、公益性活动、商业性活动更是层出不穷，“活动”“事件”“节事活动”“节庆”“大型活动”等词语频繁出现在我们的视野当中。“活动”一词在发展中又被赋予了新意，而近年来关于“活动”“节事活动”“大型活动”等研究颇受重视。

（一）活动（Activity/Event）

对于“活动”一词，人们有多种不同的解释。以《现代汉语词典》（商务印书馆，2005年）中收列的解释为例，“活动”一词通常有以下几种解释：（肢体）动弹，运动；动摇；不稳定；灵活；不固定；指钻营、说情、行贿；未达到某种目的而采取的行

动等。

我们在这里谈到的“活动”均指最后一种含义。也就是说，本书所论述的活动指的是积极、有一定社会意义的行动，而且是围绕预定目标，为达到预期效果而采取的行动。

人类有组织的活动包括两种类型：一类是常规活动，如企业周而复始、连续不断的日常运作；另一类是非常规活动，如企业围绕技术革新而进行的一系列活动，这种活动往往是临时的、一次性的，而且有清晰的起始期限，我们又称为“项目”（project）活动。

（二）事件（Event）

《现代汉语词典》中对“事件”的释义是“历史上或社会上发生的不平常的大事件”。可见“事件”与“活动”两者的中文含义大不相同。

而近年来，业内出现了对“事件”与“事件旅游”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”等。同时也出现了“重大活动”“大型活动”“特殊活动”“标志性活动”“活动项目”等提法。

在西方，节事研究领域与节日和特殊事件密切相关的概念还有节事（Event）、标志性事件（Hallmark Event）、大型节事（Mega Event）、重要节事（Major Event）等；在中国节事发展过程中，借用了西方一些节事概念，如大型活动、标志性活动等，同时也出现了节庆活动、旅游节庆等多种本土概念。对这些概念的界定和辨析，有利于明确节事的具体内涵和外延。

加拿大卡尔加里大学（University of Calgary）的盖茨（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，他对节事、重大节事、特殊事件等概念进行了界定。

在Getz看来，节事（Event）就是指短时间内（Transient）发生的一系列活动项目（Activity Program）的总和。因此，Event（节事）也往往被翻译为“活动”。同时Getz认为：节事旅游（Event Tourism）有两个方面的含义：一方面，节事旅游是对节事进行系统规划（Plan）、开发（Development）和营销（Marketing）的过程，其出发点是使节事成为旅游吸引物、促进旅游业发展的动力、旅游形象塑造者、提升旅游吸引力和旅游目的地地位的催化剂，节事旅游发展战略（Event Tourism Strategy）还要对新闻媒介（Media）和不良节事（Negative Event）的管理做出规划；另一方面，节事旅游要对节事市场进行细分（Market Segment），包括分析和确定什么人将进行节事旅行（Travel To Event）、哪些人可能会离开家而被吸引前来参与节事。而节事管理（Event Management）则是协调目的地规划（Destination Planning）和地方促销（Place Promotion）过程中各类不同节事角色的过程和事务，其目的是使节事成为具有强烈旅游导向（With A Strong Tourism Orientation）的吸引物，并向节事参与者（Event-goer）提供高质量的节事产品（Event Product）。

重大节事 (Mega Event), Getz (1997) 通过列举具体的规模 and 影响, 给出了重大节事的描述性定义。他认为重大节事的容量应超过 100 万观众, 成本至少为 5 亿加拿大元, 并且其声誉应是一个“必看的”节事。从规模和重要性来看, 重大节事是指能为东道主创造高层次的旅游产品、媒体传播效果、崇高声望或巨大经济效益的节事。这一类节事的典型例子如世界杯足球赛、奥运会等。

按 Getz (1997) 的看法, 标志性节事 (Hallmark Event) 是一种在同一地方重复举办的节事 (A Recurring Event)。对于举办地 (Host Place) 来说, 标志性节事具有传统、吸引力 (Attractiveness)、形象或名声等方面的重要性。标志性节事使得举办节事的社区和目的地赢得市场竞争优势。随着时间的推移, 标志性节事将与目的地融为一体。此外, 标志性节事是“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”。标志性节事要获得成功, 主要依赖其独特性、地位、具有创造公众兴趣并适时引起人们注意。

事实上, 两者均来源于同一英文词“event”, 只是不同的专家、学者根据具体情况, 翻译和使用的名称不同而已。“event”在英语中是个名词, 主要指“事件”“重要事件”“重大事件”。美国卡盖瑞大学教授将“event”阐释为“事件”, 定义其为短时发生的一系列项目活动的总和及发生时间内环境/设施管理和人员的独特组合 (Getz, 1997)。而在实际应用中, “event”往往包含两层含义: 一是带有名词含义的“事件”, 如 F1、世界杯, 其侧重点是时间本身; 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”。

(三) 特殊事件 (Special Event)

曾任迪士尼乐园公关部主任、后来拥有最成功的活动组织与管理公司的罗伯特·加尼曾给“Special Event”下了一个简单而且经典的定义: 那些不同于日常生活的事件。特殊事件又可称为“特殊活动”, 是指经过事先精心策划, 能够激发人们强烈期待的庆祝活动。

特殊活动可以从两个角度来定义: 一是从活动组织者角度定义, 特殊活动是在赞助人或组织人的正常计划或活动以外的一种一次性或经常发生的活动; 二是从参与者的角度定义, 对参与者来说, 特殊活动是在正常的选择范围之外, 或日常经历以外的一个娱乐、社会或文化体验的机会。

还有许多研究者从不同角度都对特殊活动给了很多定义, 总的来说, 特殊活动是指那些精心计划和举办的特定的仪式或庆典、比赛等。在类型上包括国庆节和庆典、重大市民活动、独特的文化演出、重要的体育赛事、社团活动、贸易促销和产品推广等。特殊性是一个相对的概念, 不同的对象体会不同, 不同的角度理解不同。事件或活动是否特殊, 或许活动的主办方、组织管理者和参加活动的消费者的看法有所不同。

(四) 大型活动 (Important Event)

大型活动,又称为重大事件,指一项有目的、有计划、有步骤地组织众多人参与的社会协调活动。主要包括以下四个重要含义:

第一,鲜明的目的性。无论是企业举行的品牌活动,还是世界各国政府举办的奥运会,群众组织或社会团体组织的公益活动都具有明确的目的性,所以宏观上说,大型活动的目的往往体现在社会效益、经济效益和环境效益三方面。

第二,计划性。大型活动由于参与者众多,影响面广,计划不但必不可少,而且更强调周密性,包括前期策划、活动现场执行计划、传播计划、突发事件计划等。

第三,参与人数众多,具有广泛的社会传播性。社会各界尤其是媒体参与性较强且较广泛,如奥运会就可让世界各国运动员与媒体集中参与,2011年青岛啤酒节共接待了377万人次的海内外旅客。

第四,确保安全性。由于活动现场往往有着大规模的人流,安全意识尤为重要,不管是活动的举办者还是政府有关部门,只要发现隐患,应立刻启动紧急措施,避免严重事故的发生。

二、节事活动的定义

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:“为满足特殊需求,用仪式或典礼进行欢庆的特殊时刻。”

国内文献中,对“节事”“节事活动”“节事旅游”的定义不明确,其内涵也界定不清,译名也不够统一。由于“节事活动”的内涵丰富,我国一些学者对此进行了研究,但因看问题的角度不同,对节事活动的定义也各有不同,较有代表性的有以下几种:

(1)“‘节事’一词来自英文‘event’,有‘事件、活动、节庆’等多方面的含义。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。”(吴必虎,2001)

(2)“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来进行探讨,在英文中简称为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‘制作’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)

(3)“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)

从以上几种解释来看,反映出我国学术界目前虽然对节事活动的概念还有不同的认识,但亦有以下共同点:

第一,节事有广义和狭义之分。狭义的节事即节庆,指的是各种节日和庆典,尤其是指周期性举办的(一般是一年一次)的节庆等活动,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。广义的节事不单是指发生的事件,还指一些内涵丰富多彩的项目,包括节日,地方特色产品展览、体育比赛、文化仪式等具有特色的活动或非日常性发生的特殊事件。

第二,节事活动,尤其是大型节事活动与旅游关系密切。在现代旅游或地区经济发展过程中,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。与常规旅游活动相比,它更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。

综上所述,我们可将节事活动称为“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和”,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),诸如体育赛事、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。

节庆和旅游节庆是被国内从业者和研究者广泛使用的概念。一般认为:旅游节事也可称为旅游节庆,通常是指一些含有多种旅游项目的节事,包括节日、地方特色产品展览、轻体育比赛等具有旅游特色的活动或非日常发生的特殊事件;狭义的旅游节庆是指周期性举办的节日活动等,但不包括各种交易会、展览会、博览会、文化、体育等一次性结束的节事。在这里对旅游节庆进行了广义和狭义的区分,同时把旅游节事等同于旅游节庆,这说明国内往往把节庆、旅游节庆、旅游节事混用。

由于节事是一个新兴行业和新兴研究领域,许多概念仍处于界定和辨析阶段,尚没有完全形成的概念和理论体系。尽管如此,在以下几个概念上,国内研究者和业界基本达成了共识,具体区分如下。

节事 VS 节庆:前者是一个外来的组合概念,是节日和特殊事件的简称,不仅包括各种节日庆典,还包括经过策划的各类节事,范围很广。后者产生于中国本土,主要是指有主题的公共庆典活动,范围较小。

节庆 VS 特殊事件:节庆注重公共庆典的欢乐本意。而特殊事件有更为广泛的内容,包括各种交易会、博览会、文化体育活动等。

旅游节事 VS 节事旅游:旅游节事和节事旅游更不能混淆,前者是指一个具有旅游吸引功能的“节庆或特殊事件”,而后者是指作为吸引物而引发的一种旅游形式。

三、节事活动的内涵

（一）举办目的

举办节事活动的主要目的是为了庆祝、教育、娱乐、市场营销和重聚。对于旅游业来说，节事活动可以提高举办地的知名度，树立举办地的良好形象，促进当地旅游业的发展并以此带动经济的发展。

（二）主题内容

节事活动的主题内容往往从当地的特色和传统文化出发，经过精心策划、宣传和组织，满足参与者体验性、娱乐性的要求，实现组织者商业性或公益性的目标。

（三）形式

节事活动在市场经济中通过产品，尤其是旅游产品的形式表现出来，内容组合严谨，并围绕主题开展，环环相扣。由于多数旅游者的目的是通过参加节事活动获得特殊的娱乐经历，因此活动的形式必然要求活泼、亲和力强。

（四）功能

节事活动兼具文化价值和经济价值，是地区文化现象与经济内容的载体。随着旅游业的发展，人们越来越认识到旅游节事活动的经济内容的载体功能，并且意识到这种功能的潜在价值。

（五）实质

节事活动因旅游者为某一目的（如观看体育盛会、参加狂欢节等）从全世界或全国各地在短时间内聚集到旅游目的地，具有客流量大、停留时间长、消费水平高等特点，使得举办活动的城市或地区旅游设施综合利用率高，具有强大的产业带动效应，不仅能给城市带来场租费、搭建费、广告费、运输费等直接收入，还能创造住宿、餐饮、通信、购物、贸易等相关收入。更为重要的是，节事能汇聚巨大的信息流、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。

当今世界各国所举办的大型纪念或庆祝活动，都带有浓厚的商业色彩，许多国家想通过举办大型纪念或庆祝活动，促进旅游业发展和推动社会经济发展。要想成功举办大型纪念或庆祝活动，必须进行可行性和论证，充分准备；积极进行宣传推销；进行城市环境整治；还要有热情周到的服务。

（六）节事活动与会展的关系

诸多大型综合性的节事活动往往包含一些会议、展览，那么节事活动与会展有怎样的关系？两者之间有何差异及相关性呢？

由于节事活动业和会展业在我国都是新兴的产业,对于节事活动、会展的研究也处于起始阶段,不同的学者对其内涵、定义以及其他的研究也各不相同。会议、展览、大会和奖励旅游被国际上统称为 MICE Industry,也就是我们通常所说的会展业。这种说法在我国刚出版的一些教科书中出现较多,也可以称之为“学院派”说法。而“业界派”认为,会展仅指会议和展览,尤其侧重展览,会展和节事活动被统称为 event,也就是活动。

关于节事活动与会展两者的关系问题,目前同样在学术界存在争议。

有人认为,会展的内涵远远大于从其文字层面所做的理解,它不仅包括会议和展览,而且还包括奖励旅游和节事活动。也就是说,节事活动是会展的一个重要组成部分。

有人认为,会展也是一种活动,节事活动的内涵则更为宏观,它应该包括会展活动。

也有人认为,节事活动业与会展业是两个完全不同的产业,其组织、运作和经营模式以及参与的对象也完全不同。

不可否认,国际上用 MICE (Meetings Incentives Conventions Exhibitions) Industry 来表达我们通常所说的“会展业”,在西方文献中也有用 MECE MCE CEMI 来表达这一概念的。而在描述具体活动中,多使用 event 来表示诸如会议、展览、奖励旅游、大会等。在国外,节事活动业的提法更为普遍,使用也更为广泛。不同的学者由于翻译不同,产生了“活动”和“会展”两个不同的中文词意,但在国际上实属同一含义,都来自英文词event。

从内涵上说,节事活动更为丰富,会议和展览只是其中的一部分。

需要精心策划的节事活动包括一般节庆、狂欢节、宗教仪式、遗产纪念等文化庆典;音乐会及其他表演、展览、颁奖典礼等艺术和娱乐活动;职业和业余的体育竞技;研讨会、学术会、说明会等教育科学活动;就职典礼、贵宾来访等政治活动;展销会、贸易展、博览展、会议、筹款募捐等商业及贸易活动。从广义上说,在短期内组织众人参与的活动都可以称为活动或节事活动,会议和展览也同样符合这一定义。也就是说,会议、展览属于节事活动的一部分。

由于诸多学者已经对会议和展览做了较深入的研究和探讨,本书没有着重描述它们,而是强调和侧重特殊活动 (Special Events) 和节庆 (Festivals),这是目前国内处于起步阶段的部分。

任务二 节事活动的基本类型

一、分类标准

在实践中,不同主题、不同内容、不同运作方式、不同规模的节事活动名目繁多,

种类丰富,可以从不同的角度对节事加以分类,如:

规模:这是最常见的一种节事分类标准,这一标准通常是从节事的组织方来界定的,按照节事的规模可以分为全球性的、全国的、区域的和地方的节事活动。全球性的节事如“奥运会”“世界杯”“慕尼黑啤酒节”“世界博览会”等,全国性的如“广州交易会”“国内旅游交易会”等,区域性的如“丝绸之路狂欢节”“长江三峡旅游节”“大连服装节”等,地方性的如各种地方性的庙会、本地居民为主的民族节日等。

影响:从节事的影响角度对节事进行分类也是较常见的方法。例如,按照节事影响力大小的不同,可以分为超大型节事活动、标志性节事活动以及一般的节事活动等。按照影响力发挥的领域,可以划分为经济类节事、政治类节事、文化类节事以及综合类节事。

内容:根据内容划分,如中国城市节事活动可以分为自然景观型、历史文化型、民俗风情型、物产餐饮型、博览会展型、运动休闲型、娱乐游憩型、综合型八大类。

形式:根据节事的形式划分,可以分为综合性节事和专题性节事,前者如旅游节、艺术节、文化节等,后者如物产特产类节事(陶瓷节、啤酒节、桃花节)。从具体组织形式来说,节事可以被划分为节、会、展、演、赛等各种不同具体组织形式。

主办者:根据主办者身份的不同,节事活动可以被分为政府部门举办的活动、协会活动、社团活动和企业活动。在中国,目前节事活动的主办者主要有两类:一是政府及其部门,二是企业。由于不同的主办者主办节事活动的目的各不相同,对节事活动举办效果的评价标准也各不相同。

性质:根据节事性质,节事可以划分为公益性节事和营利性节事等。

此外,也有一些综合性的分类方法,如国际节庆协会(International Festivals & Event Association, IFEA)把节事分为大型节事(Large Event)、小型节事(Small Events)、艺术节事(Arts Festivals)、体育节事(Sporting Events)、展览会(Fairs)、与公园和游憩相关的节事(Parks&Recreation Events)、城市政府组织的节事(City Offices)以及会议与观光局(Convention&Visitor Bureaus)组织的节事等类型。

二、基本类型

在这里,在收集我国现有节事活动案例的基础上,通过对典型案例的分析,对我国目前节事活动的基本类型做一个说明。按照内容分,目前我国的节事活动可以分为历史民俗类、衣食物产类、文化艺术类、自然生态类、体育休闲类、其他综合类六大类。

在这六大类节事活动中,国内举办最多的是历史民俗类节事活动,包括民族、民俗、历史文化节事,如天津妈祖文化旅游节、南岳衡山寿文化节等。其次是衣食物产类节事,包括美食节、服装节、特产和花卉节等,如河南洛阳牡丹花会、大连服装节等。再次是文化艺术类,包括各种文化节、艺术节、摄影节、戏剧节等,如吴桥杂技节、上海艺术节等。自然生态类包括自然风光、生态现象等,如中国南海开渔节、桂林山水旅

游节等。体育休闲类包括了群众体育赛事、登山探险、狂欢节等,如中国海南岛欢乐节、中国银川国际摩托车旅游节等。其他综合类节事如上海国际旅游节、重庆市旅游节等。

三、节事活动的分类

节事活动按不同的分类方法可以分为多种类型,了解节事活动的类型对于开发和策划节事活动、推动会展业和旅游业的发展有着十分重要的意义。一般来讲,节事活动可按下列方法分类:

(一) 按节事活动的规模和重要性分类

可以分为特大型活动、标志型活动、重要型活动和中小型活动。

1. 特大型活动

特大型节事活动(Mega Event)指那些规模庞大以至于影响整个经济,并对参与者和媒体尤其是国际媒体有着强烈的吸引力并引起反响的活动。什么样的大型活动可以称之为特大型活动呢?奥运会、世界杯、世界博览会是当之无愧的特大型活动,那狂欢节、重大仪式是否属于呢?我们来看看专家们对特大型活动的界定。

马里斯(Marris, 1987)在国际旅游专家联合会(International Association of Tourism Experts, IATE)以大型活动为主题的会议上指出,特大活动可以根据活动的参观人数、花费及其声誉影响来界定。从规模上看应该有超过100万的参观人数,从活动花费上看不应该少于500万加拿大元,从声誉影响上看应该是对参观者来说非参与不可的活动。同时他认为,声誉影响是使特大活动能否通过政治当局审批的重要因素。

鲁尼(Rooney, 1988)从体育活动的角度研究了特大型活动。他认为所有体育类型的特大型活动具有以下一些特征:承载传统文化、有着某种神秘色彩或至少有着某种神秘成分、活动媒体尤其是国际传媒的广泛关注、多与诸如旅行及节庆等活动同时举行、(有时)在特殊地点举行。

霍尔(Hall, 1992)认为,特大型活动是指那些以国际旅游市场为明确目标的活动,主要从参与活动的人数、目标市场、公共财政介入水平、公共影响、媒体报道程度、相关设施建设以及对东道国或地区的经济社会结构所产生的影响来衡量。这样的特大型活动主要有世界博览会、世界杯或奥运会等。

虽然,各位专家的界定有所不同,从盖茨(Getz, 1997)提出特大型节事活动的2项定量指标和14项定性指标来看,特大型节事活动包括奥林匹克运动会、世界博览会、世界杯足球赛等规模宏大、参与国家和人数众多、经济影响明显的节事活动。

2. 标志型活动

标志型活动(Hallmark Event)是指那些与一个乡镇、城市或地区的特质相同,以至