



国家级职业教育规划教材
劳动保障部培训就业司推荐

高职高专院校会展专业

节事活动策划

与组织管理

GN_H

Huizhan Zhuanye

Gaozhi Gaozhuan Yuanxiao

劳动和社会保障部教材办公室组织编写



中国劳动社会保障出版社



国家级职业教育规划教材
劳动保障部培训就业司推荐

高职高专院校会展专业

节事活动策划

与组织管理

戴光全 马聪玲 主编

Huizhan Zhuanye

Gaozhi Gaozhuan Yuanxiao



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

节事活动策划与组织管理/戴光全,马聪玲主编. —北京:中国劳动社会保障出版社,
2007

高职高专院校会展专业教材

ISBN 978-7-5045-5892-3

I. 节… II. ①戴… ②马… III. ①节日-文化活动-策划-高等学校:技术学校-教材
②节日-文化活动-组织管理-高等学校:技术学校-教材 IV. G247

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 009141 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街1号 邮政编码:100029)

出版人:张梦欣

*

北京北苑印刷有限责任公司印刷装订 新华书店经销

787毫米×1092毫米 16开本 12印张 291千字

2007年1月第1版 2007年1月第1次印刷

定价:22.00元

读者服务部电话:010-64929211

发行部电话:010-64927085

出版社网址:<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话:010-64911344

国家级职业教育规划教材

高职高专院校会展专业系列教材编审委员会

总主编 沈丹阳
副总主编 应丽君 刘宏伟
顾问 (按姓氏笔画排序)
陈金钹 陈若薇 姚 望 梁 文 储祥银
编委 (按姓氏笔画排序)
马聪玲 毛大奔 王云民 王保伦 王重农 邓 玲
冯 丹 史习平 李永江 李智玲 刘大可 刘宏伟
刘有千 刘松萍 沈丹阳 张 暖 张 强 陈荣基
陈泽炎 应丽君 何 健 吴必虎 杨尊庆 林 宁
林大飞 武少源 柯树人 姚 瑞 饶雪梅 俞 华
徐 敏 钱为群 黄 彬 傅广海 薛婷婷 戴光全
Daniel W. Lund [加拿大]

本书编审人员名单

主 编 戴光全 (华南理工大学旅游与酒店管理学院博士)
马聪玲 (中国社会科学院财政与贸易经济研究所博士)
参 编 郭淳凡 (暨南大学管理学院旅游管理系讲师)
杨丽娟 (广东省科学院广州地理研究所研究生)
弓宝宏 (中国社会科学院财政与贸易经济研究所博士生)
主 审 吴必虎 (北京大学旅游研究与规划中心主任)
王重农 (湖北省节庆研究会会长)

内 容 简 介

本书为国家级职业教育规划教材。

本书根据会展行业的岗位要求和高职、高专院校会展专业的教学实际，由劳动和社会保障部教材办公室组织编写。内容涉及节事活动概论、节事活动策划、节事活动的市场营销、节事赞助与财务管理、节事活动的现场管理实施、节事活动风险控制与管理、节事活动配套管理和节事活动评估等。

本书为高职、高专院校会展专业教材，也可作为成人高校、本科院校举办的二级职业院校和民办高校的会展专业教材或用于会展行业的各种短期培训等。对于从事会展旅游工作的有关人员也有很高的参考价值。

本书由北京节庆文化发展中心主持编写，戴光全、马聪玲主编，参加编写的人员有郭淳凡、杨丽娟、弓宝宏；由吴必虎、王重农审稿。

前 言

会展业是集商务活动、会议展示、观光游览、对外宣传“四位一体”的新兴产业，正在成为带动我国经济发展的支柱产业和最具生命力的朝阳产业，发展潜力很大。但目前会展人才严重短缺，制约了该行业的快速发展。为了满足高职高专院校培养会展人才的需要，我们在充分调研的基础上，开发了会展专业系列教材，共 15 本。

参与本系列教材编审工作的专家主要来自：商务部国际贸易经济合作研究院、中国国际贸易促进委员会中国国际商会、中国会展经济研究中心、中国国际展览馆协会、亚洲博鳌论坛、中国国际贸易促进委员会机械分会、中国国际科技会议中心、北京国际会展协会、北京节庆文化发展中心、中国义乌国际小商品博览会组委会、成都国际会议展览中心、香港亚太会展研究中心、博智会展设施管理（香港）有限公司、圆桌会议顾问公司（台北），以及北京联合大学国际商务学院、北京大学环境学院旅游研究与规划中心、广州大学旅游学院、成都理工大学商学院、厦门国际会展学院等，他们是会展业的资深专家和教师，其中不乏业内权威和知名人士，对会展行业的工作实际和高等职业技术学院的教学情况十分了解。在编写教材时，这些专家对教材的定位、结构、特点进行了反复研究和推敲，努力使教材具有以下特点：

1. 根据会展行业相关岗位的需要及会展专业工作人员应具备的职业能力（策划能力、沟通协调能力、宣传推介能力、组织管理能力、筹资能力），确定教材的知识结构、能力结构，突出教材的实用性，使学生学到的知识和技能真正能够适应职业岗位的需要。

2. 将专家们从事会展业所积累的经验以及该行业的新技术、新理念，有机地融入到相关章节中，突出教材的先进性和可操作性。

3. 按照教学规律和学生的认知规律，在精选素材的基础上，合理编排教材内容，从而易教、易学。尤其是在教材中安排了大量案例，将为学生的入门学习和相关内容的导入铺平道路。

在教材编写过程中，得到了商务部国际贸易经济合作研究院、中国会展经济研究中心的大力支持；参与教材编写的行业专家和教师倾注了大量心血，将他们多年的实践经验无私地奉献给读者；参与审稿的专家也提出了许多具有建设性的意见和建议，为教材的顺利出版做出了贡献。在此，我们表示衷心的感谢！同时，恳切希望广大读者对教材提出宝贵的意见和建议，以便修订时加以完善。

劳动和社会保障部教材办公室

2006 年 4 月

编者的话

《节事活动策划与组织管理》一书由北京节庆文化发展中心负责主持编写。经过专家、学者及节事专业人士的共同努力，终于完成了此书的编纂工作。这也是我国节事领域首部作为教材使用的专业书籍。

我国是世界节庆资源大国，每年举办的节事活动有近6000个。但同欧美国家相比，我国节事理论研究相对滞后，专业人才相对匮乏。我们期望此书的出版，能为我国节事人才的培养、专业队伍的建设和理论研究提供一些帮助。

北京节庆文化发展中心作为国际节庆协会（IFEA）中国代表机构，具有国内外信息与资源的优势，在理论研究、人才教育、节事策划、文化推广、国际交流、媒体出版等方面都做了大量的探索性工作，这为编写好此教材奠定了基础。同时，发达国家较为成熟的节事理论体系也为本书提供了重要的参考依据。

全书由北京节庆文化发展中心主持编写，由华南理工大学旅游与酒店管理学院戴光全博士、中国社会科学院马聪玲博士主编，初稿由戴光全、马聪玲、郭淳凡、杨丽娟、弓宝宏共同编写，由北京大学旅游研究与规划中心吴必虎教授主审、湖北省节庆研究会会长王重农参审，北京节庆文化发展中心的徐向平、杨东雁和王永民也参与了教材编写的相关工作。

在编写过程中，我们得到了中国东方文化研究会会长游琪、上海国际艺术节中心总裁陈圣来、中国吴桥国际杂技节办公室常务副主任周良田、青岛市人民政府副秘书长崔卫东、湖南省广播电视局局长魏文彬、南宁国际民歌艺术节组委会办公室主任刘莉玲、桂林市旅游局局长李志刚博士、桂林市旅游局综合科曾荣发科长、桂林市恭城县文化旅游局局长李杰及广州地理研究所所长张虹鸥研究员、中山大学地理科学与规划学院副教授朱屹博士、华南理工大学旅游与酒店管理学院院长张俐俐教授、中国社会科学院财政与贸易经济研究所张广瑞教授、中山大学旅游学院张骁鸣博士以及澳大利亚格里菲斯大学旅游、休闲、酒店及运动管理学系黄露峰博士等的帮助和支持，特此致谢。

国际节庆协会（IFEA）中国分支
北京节庆文化发展中心

总裁 松 暖

2006年5月10日

目 录

| | |
|----------------------------|--------|
| 第一章 节事活动概论 | (1) |
| 第一节 节事的基本概念 | (1) |
| 第二节 节事活动的基本类型 | (4) |
| 第三节 国际节事活动发展概况 | (6) |
| 第四节 国内节事活动发展概况 | (10) |
| 第五节 节事活动行业的形成 | (13) |
| 综合案例及案例分析 | (16) |
| 第二章 节事活动策划 | (21) |
| 第一节 节事活动的策划理念 | (21) |
| 第二节 节事活动的策划原则 | (25) |
| 第三节 节事活动的策划方法 | (28) |
| 第四节 节事活动的策划程序 | (32) |
| 第五节 节事活动的策划内容 | (36) |
| 综合案例及案例分析 | (40) |
| 第三章 节事活动的市场营销 | (46) |
| 第一节 节事市场营销的概念 | (46) |
| 第二节 节事市场营销的组合 | (52) |
| 第三节 节事市场营销战略 | (57) |
| 第四节 节事市场营销策略及计划 | (61) |
| 第五节 节事促销基本形式与策略手段 | (66) |
| 综合案例与案例分析 | (70) |
| 第四章 节事赞助与财务管理 | (75) |
| 第一节 节事赞助的原则与方案 | (75) |
| 第二节 节事赞助的实施 | (80) |
| 第三节 节事财务管理的原则 | (85) |
| 第四节 节事财务管理实务 | (88) |
| 综合案例及案例分析 | (92) |

| | |
|-------------------------------|---------|
| 第五章 节事活动的现场管理实施 | (99) |
| 第一节 排队入场管理 | (99) |
| 第二节 现场活动管理 | (105) |
| 第三节 现场餐饮管理 | (109) |
| 第四节 现场结束管理及清理 | (112) |
| 综合案例及案例分析 | (114) |
| 第六章 节事活动的风险控制与管理 | (117) |
| 第一节 节事活动风险的概念及其识别 | (117) |
| 第二节 节事活动风险控制 | (124) |
| 第三节 节事活动风险评估 | (128) |
| 综合案例及案例分析 | (134) |
| 第七章 节事活动配套管理 | (142) |
| 第一节 节事活动的人力资源管理 | (142) |
| 第二节 节事活动物流管理 | (151) |
| 第三节 节事活动演出管理 | (157) |
| 综合案例及案例分析 | (162) |
| 第八章 节事活动评估 | (167) |
| 第一节 参与者评估 | (167) |
| 第二节 管理者评估 | (171) |
| 第三节 媒体公众评估 | (173) |
| 第四节 第三方综合评估 | (176) |
| 综合案例及案例分析 | (178) |
| 参考书目 | (179) |

➤ 第一章

节事活动概论

在现代社会,随着休闲时间和可支配收入的增加,“年”“节”等一些公共庆典活动和娱乐活动不断繁荣起来,几乎每天都有不同的节事活动上演。据不完全统计,目前我国每年有近6000个节事活动,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“美食节”“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。在实践上,我国节事活动已经形成“热潮”。这些活动花样繁多,形态各异,包括了节、会、展、演、赛等几个方面的内容。在西方,这些活动统称为“节庆和特殊事件”,简称“节事”。认识节事活动和学习节事活动的策划与管理,首先要了解其基本概念、基本类型、国内外节事的发展概况以及节事活动产业的形成。这也是本章要讲述的主要内容。

第一节 节事的基本概念

内容提要

◎节事(event)是一个外来的组合概念,“节”是指节庆活动(Festival),“事”是指特殊事件(Special Event)。

◎节事活动的范围非常广泛,生活中存在各种各样的节事活动,因此也出现了节事、重大节事、标志性节事、节庆、旅游节庆等不同的概念,本节对这些不同的节事相关概念分别进行界定和辨析。

◎在节事活动领域内,本书主要指那些具有一定规模和旅游影响力的大型节事活动,而非私人化、小规模聚会和庆祝活动,也非纯粹的政治性和经济性的节事活动。

知识点

- ◎节事的基本概念。
- ◎节事相关概念的辨析。

技能点

- ◎区分不同类型节事活动的辨别能力。

- ◎ 确定节事活动不同影响的分析能力。
- ◎ 对节事相关概念不同侧重点的理解力。
- ◎ 构建节事相关概念体系的概括能力。

一、基本概念

节事(event)是一个外来的组合概念,是节日(Festival)和特殊事件(Special Event)的统称。在这里,特殊事件有时也称为“特殊活动”。

节日可以简单地定义为有主题的、传承性较强的公众庆典活动。然而这个词语有着丰富的传统和内涵,在许多人类学和社会学的研究文献中都记载了节日、宗教及社会群体之间的联系。真正的节日是完完全全为公众而产生的,而绝不是一种个人消费,它是为社会群体中有价值的事情所举行的庆祝活动。许多节日的对象就是群体本身,这些活动就是为提供某些东西供人们分享、使大家团结一致、培养一种群体的自豪感而创立的。

在现代英语文献中,“节”(Festival)的内涵包括五个方面:(1)一段用来庆祝的时间,以遵守特殊的规定为标志。(2)对一个著名人物或历史事件,或者重要作物收获的年度庆典。(3)由一系列文化表演构成的一种文化活动,通常为一个艺术家或者单个作品。(4)博览会。(5)娱乐、狂欢和庆祝等活动。

特殊活动可以从两个角度来加以定义: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以外,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。

二、相关概念

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^①(Event)、标志性节事(Hallmark Event)、大型节事(Mega Event)、重要节事(Major Event)等概念;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。

^① 关于“Event”有的译者译为“活动”,有的译为“节事”,还有的译为“事件”,为了和“节事”概念相统一,本书统一译为“节事”。

在 Getz 看来, 节事 (Event) 就是指短时间内发生的 (Transient)、一系列活动项目 (Activity Program) 的总和^①。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) 则有两个方面的含义: 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)^②。

对于重大节事 (Mega-event): Getz (1997) 通过列举具体的规模和影响, 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^③。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”^④。

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等活动, 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^⑤。这里对旅游节庆进行了广义和狭义的区别, 但同时把旅游节事等同于旅游节庆, 这说明在国

① Getz, D., 1997. *Event Management and Event Tourism*, New York: Cognizant Communication Corporation. P16. 参见: 戴光全、保继刚《西方事件及事件旅游研究的概念、内容、方法与启发 (上)、(下)》, 《旅游学刊》, 2003 年第 18 卷第 5 期第 26~34 页、2003 年第 18 卷第 6 期第 111~119 页。

② Getz, D. Event; Event management; event marketing. IN: Jafari J. *Encyclopedia of Tourism* (《旅游百科全书》). New York: Routledge, 2000, pp209—212.

③ Getz D., 1997. *Event management & Event tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation. pp5—6.

④ Ritchie, B. 1984. Assessing the impacts of hallmark events: Conceptual and research issues. *Journal of Travel Research*, vol. 23, NO. 1, pp. 2—11.

⑤ 吴必虎. 区域旅游规划原理. 北京: 中国旅游出版社, 2001. 265~267

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,许多概念仍然处于界定和辨析阶段,尚未有完全成形的概念和理论体系。尽管如此,在以下几个概念上,国内研究者和业界基本上达成了共识,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义,而特殊事件具有更为广泛的内容,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可混淆,前者是指一个具有旅游吸引功能的“节庆或特殊事件”,后者是指由“节庆或特殊事件”作为吸引物而引发的一种旅游形式。

重点提示

◇ 由于对节事的概念目前还存在很多分歧,所以在使用有关概念时需要明确理解其含义,以免引起混淆。

思考练习

1. 列举你所在城市的节事活动,说明这些节事是大型节事、标志性节事还是节日庆典?
2. 思考大型节事、标志性节事、一般节事的异同和相互关系,试着讨论节事的概念体系。

第二节 节事活动的基本类型

内容提要

◎ 节事活动根据不同的分类标准可以分为多种多样的类别,分类的目的在于区分、比较和便于策划管理。

◎ 节事活动一般可从规模、影响力、内容、形式、主办者、性质等角度加以分类。

◎ 我国目前的节事活动按照内容划分,主要分为六大类,即历史民俗类、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。

知识点

◎ 节事活动的主要分类标准。

◎ 我国目前节事活动的主要类型。

技能点

◎ 区别不同类型节事活动的的能力。

◎ 掌握不同类型节事活动的特征。

◎ 不同类型节事活动策划和管理的重点。

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,例如:

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。全球性的节事例如“奥运会”“世界杯”“慕尼黑啤酒节”“世博会”等,全国性的如“广交会”“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,例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、综合型等八大类^①。

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、桃花节等)。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。由不同主办者主办的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盈利性节事等。

此外,也有一些综合性的分类方法,如:国际节庆协会(International Festivals & Events Association, IFEA)^②把节事分为大型节事(Large Events)、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 & Visitors Bureaus,简称CVB)组织的节事等类型^③。

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^④,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、其他综合类等六大类(见图1-1)。

① 吴必虎.节事活动的运作原则及模式.《中国会展》,2005年第3期,第48~51页

② 也译为“国际节事协会”。

③ 见IFEA官方网站,见:<http://www.ifea.com/about/>。

④ 这里采用我国节事活动样本306个。

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,例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、特产和花卉节日等,例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,例如吴桥杂技节、上海艺术节等。自然生态类包括了自然风光、生态现象等,例如中国南海开渔节、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,例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、重庆都市旅游节等。

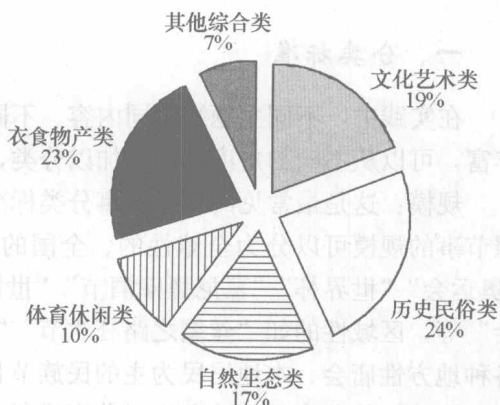


图 1-1 我国节事活动的类别构成

重点提示

◇依据不同的目的和不同的分类标准,节事活动可以被分为不同的类型。单纯的分类活动并没有太大的意义,分类的目的在于进行结构对比研究。这一点,在学习节事活动的策划和管理课程时必须明确。

◇本节给出的节事分类标准和类别构成图仅仅是一种示例性的分类方法,分类样本也非常有限。在实际工作和研究中,可以根据需要,设定不同的分类标准,搜集样本,进行分类并对结果进行解释。

思考练习

1. 试着提出节事活动新的分类标准,并讨论说明为什么要这样分?这样分类的优点何在?
2. 尽可能地收集国内外节事案例,总结说明国内外节事的主要类型,并比较说明国内外在节事主题选择上有什么不同?中国节事主题随着时间推移,有什么变化?
3. 思考重大体育节事(如奥运会、世界杯)和大型的会议、展览活动(如博览会、交易会等)与旅游节事的关系,收集有关资料加以分析。

第三节 国际节事活动发展概况

内容提要

◎本节主要以澳大利亚、美国、英国、芬兰、韩国等国家为例,通过对这些国家节事发展历程、发展现状和主要节事活动的介绍来说明国际节事活动发展的概况。

◎节事具有巨大的发展潜力,未来节事活动将会出现四大趋势:节事管理的国际合

作更密切、与城市整体发展密切相连、社区类节事活动快速发展、商业赞助成为节事重要融资手段。

知识点

- ◎理解节事活动在不同国家兴起的历程和条件。
- ◎理解不同国家节事的发展特色。
- ◎理解不同国家节事的发展模式。

技能点

- ◎通过典型国家节事的分析，了解节事国际发展概况。
- ◎掌握国际著名节事活动的主要内容。
- ◎进行节事发展趋势预测。

一、发展概况

节事是跳出平常生活而存在的“特殊的”日子。从远古时候，人们就创造出了各种各样的方法来纪念这些重要的日子。表现形式主要有各种庆典、民俗节日、宗教节日、体育比赛、团体聚会等。直至今日，节事发展成为枝繁叶茂的庞大体系，从社区娱乐活动到国际级的大型艺术交流，表现形式多种多样。本节着重介绍节事活动发展较早的一些国家。

澳大利亚 澳大利亚节事发展的历史，可以追溯到十八世纪晚期第一个“周年日”的庆典，随后各州的庆祝活动也相继开始。但直到第二次世界大战后，各种节事活动才得到迅速发展。二十世纪四、五十年代，市民节日开始兴起，许多城镇设立了自己的节日，澳大利亚现存的一些节事活动就产生于这一时期。1954年伊丽莎白二世到访活动、1956年墨尔本举办奥运会、1960年举办阿德莱德艺术节。进入二十世纪七十年代，澳大利亚出现“社区艺术运动”，出现大量多文化节日，如第一届 Tamworth 乡村音乐会、悉尼歌剧院开幕式等。1984年美国洛杉矶奥运会开创重大节事商业化运作模式以后，对澳大利亚节事发展也产生了深远的影响。进入二十世纪八十年代，澳大利亚节事尝试市场化运作并更加注重经济效益，到1988年，澳大利亚节事活动得到公共部门的支持，在此之前的大多数体育和文化节事活动均是由志愿者组织和管理。1982年，澳大利亚布里斯班承办了英联邦运动会、阿德莱德举办了世界一级方程式汽车大奖赛、珀斯举办了美洲杯对抗赛等。从1986年到1996年的十年间，澳大利亚各州围绕节事活动举办权展开了激烈的争夺，作为这种争夺的结果，各州纷纷建立了自己的大型赛事专门机构。如1985年，西澳大利亚州成立了（西澳大利亚）节事公司（Eventscorp），1988年昆士兰政府成立了昆士兰节事公司，1991年维多利亚州成立了墨尔本大节事公司，1993年，新南威尔士州成立了新南威尔士特殊活动有限公司，1995年，南澳大利亚成立了澳大利亚大节事公司。这些公司负责把国际、国内的大型节事吸引到本地区来办，进行节事的招标，也参与节事活动的组织和管理。2000年悉尼奥运会的举办，极大地带动了澳大利亚节事活动的兴盛。

英国 英国节事活动的发展历史悠久，1851年的“万国工业博览会”堪称世界展会历史上的里程碑。该博览会历时5个月，观众600多万人次，标志着人类发现了一种国际间大

规模文明交流的新形式。一年一度的滑铁卢杯野兔狩猎节，是英国猎兔赛事中历史最悠久、也是最精彩的活动，可以追溯到十三世纪。

英国是世界上艺术和文化遗产最为丰富的国家之一，拥有许多享有世界声誉的剧作家、工艺师、作曲家、电影制作人、画家、作家、歌唱家、音乐家和舞蹈家，首都伦敦则是世界领先的艺术中心。文化艺术类节事是英国节事的主要构成部分。在第二次世界大战前，英国的文化艺术类节事活动只有十几个，据《英国的音乐节》一书记载，在1960年到1970年间，英国的音乐节蓬勃发展。到1981年，就拥有了200多个艺术类节事活动，1989年的英国官方年鉴提到了400多个艺术类节事。截至2005年，全年有650个专业艺术节在英国举行。其中爱丁堡国际艺术节是世界上最为盛大的艺术节。艺术节在每年8月举行，持续3周。艺术节期间，举行丰富多彩的演出活动。世界各国的艺术家们穿越国境，汇聚于此。这些艺术类节事和旅游发展相互促进，形成了明显的季节性分布，主要集中在每年的5~10月期间。此外，英国还举办了各种体育赛事，如温布尔登的网球“四大满贯”锦标赛、在埃特里举行的世界上最有名的越野赛马、网球公开赛、英式橄榄球六方联赛、伦敦马拉松比赛、谢菲尔德的世界职业台球锦标赛等。

韩国 自1988年韩国成功举办奥运会以来，通过节事活动韩国的经济受到很大地促进，形象也得到了很大提升。韩国实施文化带动经济和旅游发展的战略，利用各类节事活动拉动经济、文化和旅游发展。2002年韩国和日本联合举办了“世界杯足球赛”，带动了节事活动的开发和举办。目前韩国节事繁多，根据韩国官方网站收录主要节事活动近200项，主要分为：庆典、祭礼、传统节日和现代大型活动等。这些节事活动既有文化节、民乐庆典、汉城鼓节、传统酒和米糕节等弘扬传统文化的，也有如水原排骨节、全州拌饭节等推介韩国饮食特色的，同时还有时装节、摇滚舞节、演唱会、艺术节、电影节、跆拳道节等彰现代流行文化的，此外还有端午节等民俗节事。其中，釜山国际艺术节、釜山国际电影节、光州泡菜节等享有很高的国际声誉。此外，韩国还积极通过与中国联合举办“韩国周”推介产品、交流文化、促进双边旅游。例如2005年5月在沈阳举办韩国周、9月份的青岛韩国周，特别是青岛“韩国周”期间举办了与韩国有关的科教、文体娱乐等活动80余项。此外，韩国文化、体育、观光均归属于韩国文化观光部统一管理，这一体制为文化、体育、旅游类节事活动协同发展提供了保证。

芬兰 芬兰文化类节事众多，这些节事活动多依赖风景优美的旅游景点开展。2005年，芬兰推出80个国际艺术节，其中包括“西贝柳斯音乐节”和“拉赫提管风琴艺术节”，两者均以宏大的规模和高超的演出质量闻名于世。此外，在充满田园风光的东部湖区举办“萨翁林纳歌剧节”，在芬兰西部的波里市科克迈基河河岸举办“波里爵士音乐节”，在芬兰南部举办“纳坦利音乐节”等。

美国 1984年美国举办洛杉矶奥运会之前，只有一些零星的节事活动。此次奥运会首开了美国重大节事商业化运作的先河，对以后美国乃至全球的节事活动运作影响深远。例如1987年，美国旅游协会（TIA）推出的“发现美国：国内旅游营销计划”中罗列了国内知名的一些节事活动；之后，还可见一些零星的节事活动记载。美国很多节事活动和城市营销、旅游发展等总体规划密切相关。在“我爱纽约”主题促销活动的大框架下，纽约举办了一系列的“我爱纽约”相关的节日活动。州政府也为这些活动提供了资金和技术等支持。例