

◎少儿活动展示 ◎企业文化掇英

◎旅游规划创设 ◎上海时尚赛评

朱希祥 许玲妹 王从仁 姜 衡//著

文化活动的 策划与操作

Wenhua Huodong de Cehua yu Caizuo

 东华大学出版社

文化活动的策划与操作

朱希祥 许玲妹 王从仁 姜 衡 著

 东华大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化活动的策划与操作/朱希祥,许玲妹,王从仁,
姜衡著. —上海:东华大学出版社,2005.9
ISBN 7-81038-978-5

I. 文... II. ①朱... ②许... ③王... ④姜...
III. 文化活动—策划 IV. G247

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 098280 号

文化活动的策划与操作

朱希祥 许玲妹 王从仁 姜 衡 著

东华大学出版社出版

上海市延安西路 1882 号

邮政编码:200051 电话:(021)62193056

新华书店上海发行所发行 苏州望电印刷有限公司印刷

开本:850×1168 1/32 印张:9.5 字数:235 千字

2005 年 9 月第 1 版 2005 年 9 月第 1 次印刷

印数:0001—5000

ISBN 7-81038-978-5/Z · 49

定价:18.00 元



上海“福德”外语广场活动
(策划书见33—39页)



'99年东方E2儿童外语多样化教学竞赛
(策划书见40—50页)



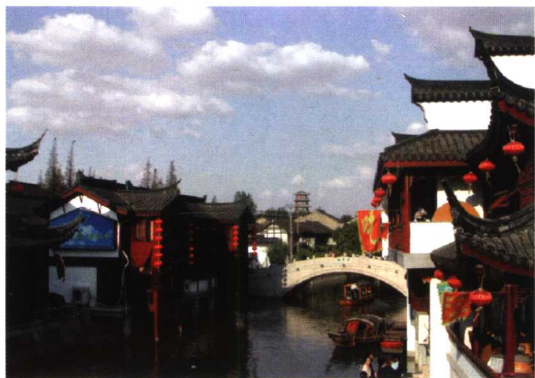
圣诞派对（庆典）活动
（策划书见67—102页）



“6·1”亲子游园活动
（策划书见114—123页）



江苏泰州景点（梅兰芳公园）与景观（溱潼会船节）
（策划书见182—189页）



上海七宝镇改建后的新貌
(策划书见190—201页)



江苏阜宁景观之一
(策划书见233—236页)

前 言

眼下,在神州大地乃至环球世界,轰轰烈烈、色彩斑斓的文化活动随处可见。除了戏剧演出、图书阅读、影视录欣赏、博物馆参观等较高雅和规范的活动外,人们更多的还是在学习、工作、生活中与文化活动进行零距离接触。开学典礼、节日联欢、企业文化、旅游休闲、时尚赛评等,是每个人、每个单位都离不开并时常在精心策划与组织开展的活动项目。为了使人们的精神和心灵得到愉悦、熏陶和升华,活动的策划者与组织者总是焦心苦虑、思前想后,试图将活动设计得丰富、圆满,规划得周全、完备,以达到预期的效果。业余的、半专业性和专业性的各种策划人员由此应运而生,经典性、典范性的活动个案也随之形成。

对于刚刚起步和初涉文化策划项目的个人与单位来说,如能为他们提供一本既有基本知识和理论,又有典型个案和实例的书籍,那是十分解渴的好事。

但是文化具有精神性与情感性的特征,相关的活动更是灵活多变,难以把握。所以,要搞好每一次活动,必须充分调查考察、精心策划、细致操作。目前,市场上有关文化活动的策划类的图书,宏观性、理论性的较多,个案类、策划稿写作和活动具体操作类的基本空缺。

本书的撰写弥补了这一空缺,并具备以下的几个优势与特色:

一、作者都具有各类学校任教和企、事业专职和兼职的经历,因此既有文化理论与有关素养的深厚造诣,又有文化活动的实际策划与操作的丰富经验。本书的案例基本都是作者亲自参

与策划和撰写的,有关理论知识也从中概括而出(自然也结合了当今国内外的时新而前沿的内容)。

二、本书关于文化活动策划实例四大板块的安排紧密切合了市场的需求。“少儿活动展示”基本包括了中小学和学前教育(特别是幼儿园,因为该阶段活动最多,活动即课程,其中的一些活动对中小学都有借鉴意义)从开学至毕业的各项代表性文化活动。“企业文化掇英”所编写的案例虽不多,但都是近年来在社会上影响较大较经典性的实例,企业文化的精髓也浓缩于此。“旅游规划创设”案例较多,原因自然是目前旅游产业的快速崛起与发展,一些地区对拓展旅游业有着极其迫切的需要。我们选择尚待开发、已在开发和初具规模等不同的类型,展示当初为其度身定制的一些策划方案,以便其他地区学习与借鉴。“上海时尚赛评”遴选的是当代都市中形象小姐、先生的竞赛和其他一些时尚活动的评选实例,洋溢着时代的气息,体现着城市的品位。

三、文化活动既是多样化的又是个性化的,有关的策划也应各具特色。就文字稿而言,短则数百字,长则数万字,并没有固定的模式与限定的字数。一个好点子,一段提示语,一篇既有调查考察报告也有建议的规划,甚至在有关学术论坛上的一份发言稿,只要对当时当地的文化有理论启示和实际操作意义,都是一个好策划。因此,本书所选策划稿和案例,并不追求形式、结构和表达的一致,而以多样、多彩、有实质内容、给人以实际指导意义为原则,使其呈现丰富多姿的色调与亮点。

本书撰写与编选分工如下(以目录先后为序):

朱希祥(华东师范大学对外汉语系教授,博士生导师,上海食文化研究会副会长):上编;下编“少儿活动展示”和“旅游规划创设”中的部分内容;“企业文化掇英”编选。

许玲妹(上海新纪元文化服务有限公司董事长,上海东方青少年培训中心校长):下编“少儿活动展示”中的部分内容。

王从仁(上海师范大学副教授,上海旅游文化研究会副会长):“旅游规划创设”中的部分内容。

姜衡(上海可樱集团总经理):下编“上海时尚赛评”。

此外,两位著名文化学者:中国民俗学会副理事长、华东师范大学对外汉语系系主任陈勤建教授和上海社会科学院研究员花建,以及上海世纪星双语实验幼稚园副园长余蝉君、邓蕴蓉等也提供了有关的策划报告,给本书增添了异样的色彩。

全书由朱希祥统筹、统稿。

本书在撰写过程中,参考了国内外的一些有关著作和资料,并从中选用了一些文章的若干片断和个案,以弥补本书的不足,在此谨致谢意。

由于所选案例时间跨度较大,其中难免会有一些错误与遗憾,期望读者不吝指正。

朱希祥

2005年7月

目 录

上编 文化活动策划中的几个为什么	1
一、什么是文化活动?	3
二、为什么文化活动需要精心策划?	4
三、文化活动策划需要解决哪几个关键问题?	10
四、如何进行文化活动的整体性操作?	25
下编 精彩纷呈的文化活动策划实例	29
第一板块 少儿活动展示	31
第一部分 大中型外语活动	33
“福德”外语广场活动策划书	33
'99 东方 E2 儿童美语多样化教学竞赛	40
“E2 Garden”名人苑儿童外语游乐活动	53
圣诞派对	67
第二部分 幼儿园校园活动	103
开学迎新系列活动计划	103
开园典礼	107
元宵佳节	109

精彩“六一”.....	114
“华服日”.....	120
重阳节慰问老人.....	124
毕业典礼.....	126
第二板块 企业文化掇英.....	137
恩波公关协议执行文本.....	139
房地产不等于钢筋加水泥.....	146
CI策划、CS策划与管理文化	158
第三板块 旅游规划创设.....	171
第一部分 专题性策划.....	173
立足沙家浜 超越沙家浜.....	173
“荣新”号文化旅游船策划案.....	177
创建民俗生态品牌,面向未来,面向世界.....	182
关于古镇七宝老街传统文化经济功能开发的策划报告	190
七宝镇蟋蟀大市场策划.....	202
第二部分 区域性规划.....	207
虹梅路“现代时尚休闲街”规划布局.....	207
上海市青浦区2000年旅游宣传策划方案	214
马鞍山花山区霍里开发区文化策划方案.....	220

马鞍山市花山旅游园策划性规划纲要·····	229
阜宁县旅游开发总体规划提纲·····	233
第四板块 上海时尚赛评·····	237
2003 时尚风——年度十大时尚评选 ·····	239
2003'中国小姐风采大赛暨上海小姐评选赛招商方案 ·····	247
2004'(首届)中国先生大赛上海赛区暨上海先生评选赛方案 ·····	264

上 編

文化活动策划中的
几个为什么

一、什么是文化活动?

我们这里所说的文化活动包括了狭义和广义的两部分内容。

狭义的文化活动是指文艺演出、图书阅读、文物鉴赏、艺术教育、影视录欣赏、文化交流等;广义的文化活动则是指所有含有教育意义、精神熏陶、心灵感动、品格提升的各类活动,如具有以上内涵的旅游、娱乐、时尚活动,校园文化和企业文化活动,等等。

以学校为例,从开学到毕业期间所开展的各项活动,如开学典礼、升旗仪式、节日庆祝、联欢派对、以及一些常规和临时组织的有关的突击性活动,都可以称之为文化活动。对企业单位来说,为提高产业品牌,激发职工积极性,扩大企业影响而开展的各项宣传、教育、文艺活动,也就是文化活动。在某个区域,如城市、街道、乡镇、社区等,为了吸引更多的国内外游客前来观光,提高民众建设物质和精神的两个文明的热情而策划组织的带有多种文艺性、民俗性、交流性的演出、竞赛、游行、集会等活动,更是我们所说的文化活动。

此外,当前一些地区与单位开展的具有文化意义的市场推销、产品宣传和具有文化旗帜意义的概念创新、主题定位等,也都可以归入文化活动范畴。

我们对文化动作这样的界定,并非哗众取宠或将文化泛化,而是为了使文化走出书院,面向大众,走出经典,步入民间,让文化在时代和社会中发挥更大的精神力量和价值引导作用,让我们生活的样式更丰富,文明的色彩更鲜亮。

二、为什么文化活动需要精心策划?

文化活动是一种精神性、心灵性的活动,它具有灵活而又个性化、创新而又传承积淀的特点。通俗地说,就是觉得它时时在你身边和心头,但又难以切实地捉捕住它,正如“文化是什么”这个问题,人们的回答都不会相同一样。因此,要开展文化性的活动和进行类似的工作,很可能会漫无边际,不知如何下手,抑或极其表层化地像抹万金油一样,什么活动只需加上文化二字也就算尽了能事。因而,有人以为文化活动不需要精心策划,只要有一个名目,然后按步就班地展开活动就行了。这样的结果,很可能将活动搞得一般化、无特色,草草走过场,或者是毫无文化味,将文化庸俗化。

现代社会是一个竞争激烈、讲究创新和创意的社会,要想始终立于时代的前沿,处于不败之地,必定需要“人无我有,人有我好,人后我先,人旧我新”的创造性思维。而策划就是这样的一种思维,它本身也是一种能充分发挥主观能动性和体现现代创新精神的文化行为。

文化与创新,文化活动与策划也就这样自然地联系在一起,融合在一起。

从文体涵义上讲,策划稿是一种应引起各方注意的新型应用文,具体是指针对某一项活动而进行预先筹划和谋略所写成的文稿,又称策划案,有时简称策划。这类文稿一般不公开发表,只在某一特定的团体或组织中阅读与使用。个别获得较大成功的具有普遍意义的策划稿,有时也在一定范围内公开。

在日新月异、蓬勃发展的现代社会中,无论是进行一项产品的开发或营销,还是开展一次文化活动;也无论是从事一个工程