



全国高等院校旅游管理专业精品教程

休闲活动 策划与管理

牟红 杨梅 主编

中国物资出版社

全国高等院校旅游管理专业精品教程

休闲活动策划与管理

牟 红 杨 梅 主编

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

休闲活动策划与管理/牟红, 杨梅主编. —北京: 中国物资出版社, 2010. 1
全国高等院校旅游管理专业精品教程
ISBN 978 - 7 - 5047 - 3309 - 2

I. 休… II. ①牟…②杨… III. 闲暇社会学—高等学校—教材
IV. C913.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 229673 号

策划编辑 胡郁林
责任编辑 王佳蕾
责任印制 何崇杭
责任校对 孙会香 杨小静

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.ciph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

北京京都六环印刷厂印刷

开本: 710mm×1000mm 1/16 印张: 15.75 字数: 283 千字

2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5047 - 3309 - 2/C · 0099

印数: 0001—3000 册

定价: 30.00 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

《休闲活动策划与管理》编委会

主 编 牟 红 杨 梅

副 主 编 惠 红 毛小兰 邵鹏飞 程乙昕

参编人员 张 凡 廖莉霞 李玥睿 姚政懿

前 言

我国文化传统中深含着丰富的休闲内容，但是“休闲”一词在我国却是近几年才出现的一个“舶来品”，休闲消费也是一个相对较新的事物。“休闲”行业是一个经济产值巨大的、具有良好发展前景的行业，需要大量的专业技术人才。

康体、休闲与旅游专业在北美、欧洲许多著名大学中是一个重要的专业。目前美国与加拿大共有213所大学设有“康体、休闲与旅游专业”，英国也有80所大学设有该专业。该专业目前的就业渠道非常广阔，主要分布在国家公园、景区、邮轮、国家森林、高尔夫俱乐部、体育馆、政府及非营利组织中。中国台湾共有47个院校设有康体、休闲与旅游相关系科，名称各异，如休闲事业管理系、休闲与游憩管理系、休闲运动管理系、休闲运动保健系、休闲管理学系、健康与休闲运动学系、运动与休闲系、休闲事业经营系等。其主要就业渠道包括6类：①游憩活动规划人员，旅游活动规划人员，旅游市场营销人员，休闲游憩文字工作者；②游憩资源管理人员，旅行业领队、导游，休闲农场从业人员，民宿业者，旅游业个人工作室经营者；③体能健康管理、休闲俱乐部与健身中心从业人员，有氧运动及体适能指导员，健身教练，健康管理咨询人员；④度假村健身俱乐部从业人员，休闲运动产业从业人员，养身健康从业人员，SPA芳疗师；⑤潜水游泳教练，水上救生员；⑥文史工作室从业人员，导览顾问公司专业人员，生态环境解说员，国家公园解说员，休闲产业人员等。

随着社会的发展，人民对生活质量要求越来越高，必然需要相应的专业人才对休闲活动进行策划、指导与组织。如温泉疗养、野外探险、公园及景区游乐活动、青少年文体活动、老年康体活动等，这些活动的组织、策划、设计都需要大量的专业人才。休闲行业的发展，必然带来休闲专业的发展，休闲专业人才具有良好的就业前景。

中国旅游研究院副院长戴斌说，“我们需要的是一种自觉的、积极的休闲，政府和业界应该携起手来，为了全面休闲时代的到来做好思想、资源、

产品、管理各个方面的准备。”本书正是为休闲时代的到来而准备的。

编写分工：第一章由惠红、杨梅编写；第二章由杨梅、张凡编写；第三、第四章由杨梅编写；第五章由毛小兰编写；第六章由牟红、张凡编写；第七章由杨梅、邵鹏飞编写；第八章由邵鹏飞、程乙昕编写；第九章由毛小兰编写。

本书由牟红、杨梅担任主编；惠红、毛小兰、邵鹏飞、程乙昕担任副主编；张凡、廖莉霞、李玥睿、姚政懿参加编写。

全书由牟红总体策划、主审和总纂。

本书汇集了近年来休闲活动策划与管理专家的众多成果，我们对书中被引用其成果的专家表示感谢。另外，还要特别感谢丁钢副教授、刘聪副教授、张兆福博士、刘明会副教授、陈乃哲副教授、张勤女士。本书在编写过程中得到了他们的鼎力相助。我们借用了他们的智慧、他们的思想，站在他们的肩膀之上，从而使本书有了宽广的视野。

牟 红

2009年12月15日

内容介绍

《休闲活动策划与管理》是旅游管理专业的一门专业扩展课程教材，也是未来休闲专业的专业课程教材。本书主要分为两个部分：第一部分：策划篇；第二部分：管理篇。

本书对休闲活动策划与管理作了全面论述，系统地阐述了休闲活动在策划和管理过程中所涉及的每一个重要方面。本书内容丰富，取材广泛，论述有力，分析透彻。

本书主要面向休闲管理、会展管理和旅游管理专业的学生，同时，也可作为休闲行业、会展行业和旅游行业从业人员、研究人员了解及研究休闲活动策划与管理的参考用书。

本书应用最新休闲活动研究理论成果，分析休闲活动发展因素，从多维视角审视休闲活动的发展，审视休闲活动的文化价值内涵，对休闲活动进行再包装。本书还强调休闲活动形象设计和定位，大量采用案例教学，使学生通过对案例的学习，掌握系统分析与设计的思想和方法，在实际应用中借鉴相关的案例内容，根据休闲活动的差异性和独特性，赋予有新意的活动方案和创意。

本书的特点：

1. 针对专业所覆盖的岗位，按照休闲活动专业人员应具备的专业能力（策划能力、沟通协调能力、宣传推介能力、组织管理能力、信息管理和服务能力），根据高校休闲活动专业培养目标、专业方向，确定专项职业能力应具备的知识结构、智力技能和核心技能。

2. 突出高等院校课程的定向性，以能力作为配置课程的基础，使学生学到的知识、技能真正满足岗位的实际需要。

3. 本书内容根据市场实际需求和休闲活动的需要，强调操作技能的培养，融入行业新技术、新知识、新理念、新方法，突出本书的实用性、可操作性、先进性和前瞻性。

4. 本书编写按照“任务驱动型”模式，采用模块化，根据岗位需要，将专业理论知识和专业技能训练内容按照教学要求划分为多个模块，旨在培养学生综合运用理论知识解决实际问题的能力。全书紧扣实践案例，给出学习的思路和方法，并且提供了大量背景材料，拓宽读者对休闲活动策划与管理的学习视野，有助于培养和提高读者的学习兴趣。

另外，我们还编写了与本书配套的教学指导案例集，有助于读者对本书的学习。

目 录

策 划 篇

第一章 休闲活动概论	(3)
第一节 基本概念	(3)
第二节 中国休闲活动现状及展望	(18)
第三节 休闲产业及发展	(25)
第二章 休闲活动原理	(30)
第一节 休闲活动行为理论	(30)
第二节 休闲活动与动机	(39)
第三章 休闲活动策划	(45)
第一节 休闲活动策划概述	(45)
第二节 休闲活动策划理论	(50)
第三节 休闲活动的策划方法	(54)
第四节 休闲活动的主题策划	(59)
第四章 休闲活动项目	(76)
第一节 休闲活动的项目概述	(76)
第二节 目标树下的项目筛选	(79)
第三节 休闲项目开发	(84)
第四节 项目可行性研究	(88)
第五节 休闲活动项目融资	(93)
第五章 休闲活动营销	(101)
第一节 休闲活动营销过程与产品策略	(101)
第二节 休闲活动市场细分及定位	(106)
第三节 休闲活动定价策划	(114)

第四节 休闲活动分销渠道与整合营销传播	(119)
---------------------------	-------

管理篇

第六章 休闲活动组织	(131)
第一节 休闲组织机构与服务体系	(131)
第二节 休闲企业人力资源	(138)
第三节 非营利组织	(146)
第四节 志愿者组织与管理	(152)
第七章 休闲活动计划	(162)
第一节 休闲活动计划	(162)
第二节 休闲活动计划阶段	(167)
第三节 计划书编写	(174)
第八章 休闲活动现场管理	(184)
第一节 休闲活动的接待与时间管理	(184)
第二节 人流组织管理	(192)
第三节 设施、设备管理与安全管理	(196)
第九章 休闲活动评估	(207)
第一节 休闲活动评估概述	(207)
第二节 休闲活动评估方法	(215)
第三节 活动赞助评估及休闲活动评估报告	(224)
参考文献	(234)

策

划

篇



第一章 休闲活动概论



本章导读

休闲时代已经来临,美国学者预测,休闲、娱乐活动、旅游业的消费将成为下一个经济大潮,并席卷世界各地。从事或利用休闲活动,可反映出个人内在的价值观。而休闲活动更是人们舒解工作压力、调解情绪、享受自我的良方。

休闲、游憩概念是休闲科学的基础概念,本章将对其进行区分。休闲活动按不同的标准有不同的分类,根据休闲活动的特点,并在此基础上分析休闲参与者的特点,使各种休闲活动更具有针对性,保障广大休闲参与者确实能从中受益。成功的休闲活动能给人带来健康、愉悦的休闲体验,休闲活动和休闲产业具有极大的发展前景。

核心概念

休闲 游憩 休闲体验 休闲活动 休闲活动分类

第一节 基本概念

一、休闲与游憩 (Leisure and Recreation)

(一) 休闲

休闲的英文 Leisure,源自拉丁文 Licere,意为被允许 (to be Free)。而 Licere 又源于 Senole,指摆脱生产劳动后的自由时间或自由活动。从 Licere 又可引申为法语 Lisir,指自由时间 (Free Time)。在欧美国家,英文 Leisure 或 Leisure Time 都是指个人可自由或自主的时间。

西方现代休闲概念出现于19世纪末，即工业革命末期。当机器将人的时间有效地解放出来之后，近代休闲领域的相关研究渐受重视，出现了一些学者对休闲领域进行研究。Brightbill (1960) 对工业革命后的休闲提出的意义是：自由、不被占据的时间内，一个人可以随其所好，任意的休闲、娱乐、游戏或从事其他有益身心的活动。^① Kaplan (1975) 指出，休闲由三种要素所组成，包括：①与工作相对；②自愿或自由的活动；③有愉快的期望或回忆。^②

Murphy (1974) 提出休闲可以有六种定义方式：休闲是一种自由的心理状态；休闲是一种可自由支配时间；休闲作为社会阶层的一个功能；休闲是一种活动；休闲是一种历史概念；休闲是反功利的（休闲即是目的）。^③

因此，我们可以对休闲进行如下理解：

第一，休闲是一种活动。



阅读思考

这个定义的本意指休闲与工作或游戏有区别，但是，以活动定义休闲的缺点在于忽略了在追求一种愉悦的心理状态时人与人之间的差异，如，为陪同公司客户而参加的宴会或娱乐活动是否可以算休闲？

第二，休闲是一种自由时间或者可自由支配的时间。自由时间是指在工作与家庭必要活动之外的一段空余时间。在这段时间内，人们不受制于任何外界加诸于自身的义务。因此，如果只以自由时间来定义休闲会忽略时间对于每个人的意义。

第三，休闲是一种精神状态，指的是不急躁的、平和的、愉悦的、升华的、宁静的心理状态。在这种状态下，休闲指的是一种建立在个人的认知、感受、价值观及生活阅历上的一种态度。

① BRIGHTBILL, C. K. The Challenge of Leisure [M]. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1960.

② KAPLAN, M. Leisure: Theory and Policy [M]. N. Y.: Wiley, 1975.

③ ROSSMAN, J. R. Recreation Programming: Designing Leisure Experiences (4th ed) [M]. Champaign, IL: Sagamore Publishing, 2003.



阅读思考

如果休闲只是一种精神状态，下列情况能否休闲：一个人能在工作的时候休闲吗？如果被关在监狱能休闲吗？能在上课的时候休闲吗？

本书认为休闲指的是人在相对自由的时间里，在平和的、愉悦的精神状态下，一种放松自我的活动。

（二）游憩

游憩 (Recreation) 来源于拉丁语 Recreation，意为恢复更新，英文为“Recreation”，原意是“to Refresh”，含有“休养”和“娱乐”两层意思。在传统上，这个词就被视为一种可以“恢复”或者“娱乐”的过程，包括恢复心理、精神及身体完整的观点。

国内外学者从不同的角度对游憩给出了各自不同的理解。加拿大学者斯蒂芬 L. J. 史密斯在其《游憩地理学》中这样论述：“游憩是一个难以定义的概念。在实际应用中，游憩常常意味着一组特别的可观察的土地利用，或者是一套开列的活动节目单。游憩还包括被称为旅游、娱乐、运动、游戏以及某种程度上的文化等现象。”^① 吴承照 (1998) 对游憩的现代意义和特征也进行了总结，主要包括：①非强制性；②是生活不可缺少的组成部分；③具有一定的道德标准；④是一种状态、过程和体验；⑤活动形式的多样性；⑥需要借助一定的外在载体进行；⑦多元共融性。^② 保继刚 (1999) 在其所著的《旅游地理学》中提出：游憩一般是指人们在闲暇时间所进行的各种活动；游憩可以恢复人的体力和精力，它包含的范围极其广泛，从在家看电视到外出度假都属于游憩。^③ 张安等人 (1999) 认为把旅游活动看做游憩活动的一部分，才能使社会学、地理学等学科对人类这种特殊类型的消费活动的研究具有更广泛的意义，并界定“游憩”一词包括了人们所有的休闲活动，从在家里看电视到外出度假一系列活动都属于游憩活动的范畴。^④ 黄羊山 (2000) 把“国内旅游和发生在居住地，没有旅行的过程，只有游玩（主要是观光、游

① STEPHEN L. J. Smith Recreation Geography [M]. London: Longman, 1983.

② 吴承照. 现代城市游憩规划设计理论与方法. 北京: 中国建筑工业出版社, 1998.

③ 保继刚, 楚义芳. 旅游地理学. 北京: 高等教育出版社, 1999.

④ 张安, 丁登山, 沈思保. 南京城市游憩者时空分布规律与活动频率分析 [J]. 经济地理, 1999 (1).

览、户外娱乐、度假等)的过程,所耗时间一般在12小时以内,有一定的花费,但不多,且消费地和收入来源地相同的这类活动称为游憩。”^①从百科的解释来看,游憩是为娱乐身心和促进身心健康的活动。其包括户内游憩活动,如听音乐、看电视、阅读、做游戏、锻炼身体、玩电脑等;与户外游憩活动如户外运动、观看演出或比赛、旅游、美食、泡吧等。

人们常常将游憩与休闲的概念进行混淆,实际上休闲更强调的是一种状态,一种哲学意义,而游憩通常是指有组织的活动,强调的是恢复、社交目的与道德规范。因此,游憩是为了促进个人身心健康或社会利益而从事的一种休闲活动。必须值得注意的是,游憩具有道德意义,因此有好、坏之分。

Rosnam (2003)认为,Leisure包含了Recreation(游憩)、Play(游戏)、Game(比赛)、Sports(运动)四个层面。游戏是一种带有自发、自我表达等天真特性,游戏是一种不受传统规范约束,是休闲行为中自发性最高的形式。游戏决定于行为倾向,即参与态度的心理状态,对所做的活动有其真正的渴望。游戏有以下特征:内在的奖励、自愿的、愉悦的、专注的、自我表达、自由,扮演或逃避。游戏指孩子们及一些嬉戏性较重的成人场合,而休闲才是成人的活动。

竞赛是一种具有正式规则来界定互动内容的休闲体验,而胜负的关键就在于技巧与几率。竞赛受到游戏规则的限制,竞赛能创造出高度可能产生休闲体验的焦点。因此,竞赛规则对于竞赛参与者的体验来说非常重要。在制定竞赛规则时,必须明确比赛内容的重心和比赛的方式。

竞技运动是休闲涉及规则性竞争时的体育活动。界定竞技运动的三个主要标准是:

第一,体能耗损、规则、体育技巧的竞争,所以不包括玩牌、下棋等类的活动。

第二,参与活动的方式进行规则的制度化。例如,篮球、足球比赛的规则都已经制度化。

第三,与运动技巧的竞赛有关。

游戏、竞技运动、竞赛与游憩均属于休闲(Rosman),因此,休闲是最广泛的概念。游憩强调的是恢复、社交目的与道德规范,竞赛强调的是规则约束、对手相当、技巧与机会、结果不确定。竞技运动强调体能消耗、标准

^① 黄羊山. 游憩初探 [J]. 林旅游高等专科学校学报, 2000, 11 (2).

规则与体育竞技。这几种休闲活动尽管在内涵上有交叉，但其在组织与设计上却有很多不同之处。

（三）活动

本书的活动主要指大型的，不同于日常生活的事件，是具有一定规模，不会经常发生的事件。盖茨（1997）对大型活动的定义：主办者举办的不是经常发生的活动；对消费者而言意味着一次在日常生活体验选择之外的休闲、社交或文化等方面的体验机会。

大型活动的特征如下：首先它是对公众开放的，有一个特定主题的；其次它是没有永久性的组织，在一定区域举行的。

（四）休闲活动

活动从广义上讲，泛指两个人以上的一切互动关系；从狭义上讲，指一群人针对同一个目的而在一起进行的事情。

休闲本身就是活动，休闲活动在这里指一群人为促进其身心发展或愉悦身心的活动。它具有一定规模，可以是单一的一项活动，例如滑雪、攀岩等，也可以是一系列单一活动的组合，例如，节庆活动、体育比赛，也可以是企业或组织提供的服务，例如培训。

二、休闲体验

Kelly（1999）指出，休闲活动的最根本的要素是体验而非结果。^①因此，休闲活动设计者必须设计出丰富的参与机会，使参与者在参与中获取体验机会。在休闲活动中，当人们要购买一种服务时，他购买的是一组按自己的要求实施的非物质形态的活动。但当人们购买一种体验时，他是在花费时间享受提供方所提供的一系列值得记忆的事件，是每个人以个性化的方式参与其中，使得体验的价值得以延续，并且经久不衰。

（一）体验的特征

1. 体验的瞬时性

体验的发生非常短暂，高峰体验只有一瞬间，而美好的体验往往也是极其短暂的。因此，策划活动必须抓住目标，设计短暂的体验瞬间。

^① PINE, B. JOSEPH, H. GILMORE. The Experience Economy [M]. Harvard Business School Press, 1998.