



黃金柱 編著

節慶文化 與活動管理

festivals and events management

創造台灣觀光發展的新觸媒
助益台灣節慶與活動的永續經營

華立圖書



節慶文化與 活動管理

創造台灣觀光發展的新觸媒，
助益台灣節慶與活動的永續經營

黃金柱 編著



Festivals & Events Management



華立圖書股份有限公司



松根出版社

創辦人 郭森河

- 1987.08.06 松根出版社 Root Publishing Company
- 行政院新聞局核准登記局版臺業字第三九八三號
- 1989.06.27 華立圖書股份有限公司 Hwa Li Publishing Co., Ltd.
- 行政院新聞局核准登記局版臺業字第四五三二號

地址：23545 新北市中和區員山路 504 號 5 樓之 9

5F.-9, No.504, Yuanshan Rd., Zhonghe Dist., New Taipei City 23545, Taiwan (R.O.C.)

訂購專線：(02)2221-7375 TEL：886-2-2221-7375

傳真：(02)2221-2085 FAX：886-2-2221-2085

歡迎蒞臨 <http://www.jolihi.com.tw>，我們隨時提供新的資訊與您分享

E-mail：service@jolihi.com.tw

著作權所有・未經同意不得轉載・侵害必究

出版發行：華立圖書股份有限公司

I S B N：978-957-784-535-1

C I P：992

CIP 序號：103004980

書名：節慶文化與活動管理

創造台灣觀光發展的新觸媒，助益

台灣節慶與活動的永續經營

編著者：黃金柱

裝 幀：平 裝

訂 價：500 元

一版一刷：2014 年 06 月

圖書編號：5656

執行編輯：林玉香

封面設計：品碩設計

編輯部門：(02)3234-0927

法律顧問：阮祺祥法律事務所 阮祺祥律師

●華立圖書股份有限公司

郵政劃撥帳戶：華立圖書股份有限公司

郵政劃撥帳號：15575863

支票或匯票請開立：華立圖書股份有限公司

●松根出版社

郵政劃撥帳戶：松根出版社

郵政劃撥帳號：11516371

支票或匯票請開立：松根出版社

本書如有缺頁、破損、倒裝、請寄回更換

退書地址：23556 新北市中和區立德街 210 巷 3 號

No.3, Ln. 210, Lide St., Zhonghe Dist., New Taipei City 23556, Taiwan (R.O.C.)

編著者及作者簡介



黃金柱

現 職

開南大學觀光與餐飲旅館學系 榮譽講座教授兼圖書館長

學 歷

國立臺灣師範大學體育系：體育研究所畢業

美國密蘇里大學聖路易校區研究進修

美國新墨西哥大學（The University of New Mexico）哲學博士
（主修運動健康休閒管理，輔修教育行政）

經 歷

國立臺灣師範大學體育學系助教、講師

國立體育學院副教授、教授

國立體育學院系主任、圖書館館長

教育部參事、總務司司長

國立臺灣體育學院校長

立德管理學院教授

育達商業技術學院休閒事業管理系 教授兼教務長

育達商業技術學院中長程校務發展研究小組 主持人

財團法人高等教育評鑑中心基金會 95 年度評鑑委員

嶺東科技大學管理學院講座教授

開南大學觀光運輸學院院長

著 作

體育課程設計（1997 國立編譯館出版）

體育運動策略性行銷（1998 師大書苑三版）

跨世紀體育運動經營管理思潮（1999 師大書苑出版）

健康適能經營行銷實務（1998 師大書苑出版）

管理學（2004 師大書苑出版）

運動休閒觀光行銷（2005 年師大書苑出版）

運動觀光導論（2005 年師大書苑出版）

休閒概論（2006 年師大書苑出版）

休閒管理（2007 師大書苑出版）

運動觀光（2009 師大書苑出版）

邁向專業化之路—論大學校院休閒觀光系所之發展與規劃
（2010 師大書苑出版）

休閒觀光政策與發展策略（華立 2013）

休閒管理概論（華立 2013）

作者簡介 Author



林詠能

現 職

國立臺北教育大學文化創意產業經營學系

副教授兼主任／所長

學 歷

英國雪菲爾大學藝術與古蹟資產管理 碩士 (with Distinction)

英國萊斯特大學博物館學 博士

經 歷 (均為現任兼任)

國立臺灣師範大學美術系 兼任副教授

國立臺灣藝術大學藝政所 兼任副教授

國家政策研究基金會特約研究員

文化部文化統計計畫主持人

台灣經濟研究院顧問

作者簡介

Author



李瑾玲

現 職

開南大學觀光運輸學院專任助理教授

學 歷

美國內華達大學拉斯維加斯分校
(UNLV) William F. Harrah 飯店管理學院
觀光餐旅管理碩士
美國太平洋大學企管行銷博士

經 歷

開南大學觀光運輸學院專任助理教授
銘傳大學兼任助理教授
國立台北教育大學兼任助理教授
美國拉斯維加斯 CISG 國際博弈學院顧問
美國拉斯維加斯 AIG 博弈學院講師
美國 Likie 大學講師
職訓局桃竹苗區就服中心多元風尚服飾秀秀導
觀光局特別活動管理 Special Event Management 國外訓練
具外語領隊執業證、外語導遊執業證，會展專業人員、
博弈講師與發牌師、多益英語認證證書

著 作

消費者行為（美商麥格羅·希爾）
領隊導遊英文（新文京）
現代觀光美語（普林斯頓）
創新觀光旅遊美語（普林斯頓）

專 長

觀光行銷
會展與活動管理
博弈活動



郭惠珠

現 職

開南大學觀光與餐飲旅館學系 助理教授

學 歷

日本國立千葉大學園藝學部綠地環境學科

日本國立千葉大學自然科學研究科環境計畫學專攻 學術碩士

日本國立千葉大學自然科學研究科多樣性科學專攻 學術博士

(主修區域規畫 環境教育 國家公園規劃管理)

經 歷

開南大學觀光與餐飲旅館學系助理教授

東海大學 景觀系客座助理教授

台灣發展研究院 生態暨資源保育所副研究員

編著者序

Preface

文化泛指是一個人每天的生活或一種生活方式，故，與生活樣態 (lifestyles) 息息相關。例如，有些人喜歡參加運動活動或觀賞運動比賽，這是屬運動文化層次；另有些人喜歡觀賞藝術與創意和文學與音樂等表演或學習活動，透過不同主題的節慶，可滿足這些人的娛樂與學習目的。英國愛丁堡國際節慶 (Edinburg International Festivals) 揚名國際，足堪台灣期望以「活動與節慶」帶動觀光熱潮的學習典範。

活動 (events) 有運動性、政治性、宗教性、教育性、商業性和私人宴會與婚宴等屬性與理由，因為活動目的與目標、目標對象等的不同，其管理與行銷的策略各異。如何依據需求評估 (needs assessment) 結果，提供主辦城市和社區規劃活動與節慶之依據，誠為節慶與活動管理成敗之關鍵，管理與行銷之重要性不言而喻。

不少國家支持其大城市，積極爭辦奧、亞運和國際性重大藝術節慶等活動，旨在提升主辦城市意象和國家的國際聲望與地位。至於中小型節慶與活動的辦理，大多係希望以一種傳統、創新或二者兼具的型態，吸引居民出席參加，提高社區凝聚力和居民驕傲感；並吸引國、內外遊客前來觀賞，帶動地方或社區觀光發展繁榮經濟。

台灣爭取到 2017 年世大運和其他類國際重大節慶與活動，其目的也是希望提升台灣的知名度，帶動國際觀光的發展。有鑑於在地化與國際化兩者乃是經營節慶與活動產業應有的互補核心思維，故如何汲取國際節慶與活動辦理的經驗，並配合台灣本地特色文化，作更有創意的融合與設計，實為台灣推動節慶文化與活動的重要課題。這種以節慶與活動，帶動城市發展與都市更新，也是地方或目的地行銷的趨勢。愛丁堡為節慶之都 (the Festival City)，足以作為台灣六都之典範。

一項節慶文化或活動的辦理，通常與下列 6 個 W 有密切的關連：誰 (Who) 會是我們的主要觀眾或參加者，由誰（公部門、民間非營利或營利性單位）籌辦，表演者為誰；在哪裡 (Where) 辦理（室內或室外或在郵輪上）；何時 (When) 或何期間辦理；以何主題或活動屬性為何 (What)；為何辦理活動 (Why)；例如，慶祝、

教育、行銷、重聚；以及如何或以何種型態 (How) 辦理。其中，如何辦理涉及基金募集、志工招募與訓練、企業贊助、財務管理、人員管理和場地設施管理（例如，舞台搭建），觀眾的運輸以及後勤支援等（包含燈光、音響、煙火等）。上述 6 個 W 並非是個別的議題，而應以整合的方法，以有效能的團隊，堅定有效率去執行，方能事半功倍，獲得廣大迴響。

基於上述理念，為永續經營節慶與活動，中央與地方政府和民間機構高階主管應有策略性思維，從願景、使命宣言、目的與目標的訂定，以及策略的研擬，均須詳細提出企劃書作為準繩，吸引贊助者。尤其是，應參考國內、外流行與創新趨勢，以觀眾最新需求考量，而非年年一成不變，故創新思維也是重要的考量因素。因篇幅關係，本著作雖未能完全涵蓋節慶與活動管理所有層面，但仍期望有助益同學的學習和實務規劃與管理能力之提升，並為國內節慶與活動產業奠定良基。

有鑑於國內節慶文化與活動管理專門著作誠屬鳳毛麟角，復因中央與地方政府過往所辦相關節慶與活動之管理與行銷，屢招詬病；為提供永續活絡資源與成功辦理的基礎，作為相關課程教學之用，編著者乃邀請跨領域教授，共同撰寫本書，藉期拋磚引玉，並可提供節慶文化與活動各領域產業人員之參考。本書名為「節慶文化與活動管理」(Festivals & Events Management)，其中「活動設計」與「風險管理」由李瑾玲助理教授撰寫，「節慶活動的規劃與管理實務」由林詠能副教授撰寫，「影響節慶活動成敗的因素」由郭惠珠助理教授撰寫，其餘各章由編著者撰寫。編著者和其他合著者雖已盡了心力完成本著作，唯疏漏與不周延之處仍屬難免，敬請先進賢達不吝指正。

開南大學觀光餐飲學系
榮譽講座教授兼圖書館館長



2014 年 3 月

如何閱讀本書



於章首簡要介紹本章主要目的，協助讀者明瞭閱讀本章後能達到的學習目的與效果。

► 本章概述

勾勒各章主要的學習目標與重點，俾助讀者對本章核心重點有概略的認知。



國際視野旨在從跨文化角度擴大與每一章有關聯的概念之國際實例與國內實例，藉此強化同學省思和舉一反三，以及不同實務情境的跨文化應用能力；從概念認知、態度改變和習得應有的實務技能，可一脈相承，增益學習的深度與廣度，成為一位兼具學理基礎與實務技能又有國際競爭力的哲學實踐者。



TIP

其目的旨在摘述各章節之核心觀念與精華內容，以引導和強化認知的效果，助益學習的連貫並抓住重點。

學習活動

旨在提供學生課外練習或分組討論的素材，以不同角度的觀點，提出你如何把各章節重要觀念應用到實務情境上，磨練個案學習的能力，俾更有創意。透過系統性思考，真正掌握重要觀念的真正意涵。而分組討論在培養同學之間彼此分享不同主題內容的看法，助益團體學習和凝聚力，以及口頭表達的能力；更重要的是培養傾聽他人意見的態度，改變固有心智模式，擴大胸襟與格局，奠定領導氣質與涵養。對大三、大四和研究生言，透過學習活動可培養概念性技能，以及綜合歸納的能力，並從中找到專題研究與論文的素材。



觀念回顧

章末的觀念回顧，主要摘取該章重點內容與觀念，可使讀者在讀畢該章內容以後，能再次強化本身對於重點之記憶，並回顧是否已充分理解該章重點。

延伸議題與省思

針對該章介紹之內容，作者精心設計數個練習問題，藉以引導讀者複習所學習過的理論與概念。

表資料

重要概念搭配表列詳加說明，有助讀者更有效掌握相關理論的重點。

圖資料

重要概念搭配圖例加以說明，俾助讀者能有效理解相關理論。

服務（不具體的）
議的規劃
議的支援
議、諮詢和



目錄 Contents

作者簡介	II
編著者序	VI
如何閱讀本書	VIII

黃金柱

CHAPTER 1

緒論

3

國際視野 節慶之都—愛丁堡 (Edinburgh)	4
第 1 節 節慶的意義、目的、特徵和效益	6
第 2 節 社區節慶的意義與類別	9
第 3 節 特別活動的意義與分類	11
第 4 節 節慶辦理的型態	17
第 5 節 活動的界定與類別	20
第 6 節 節慶與活動發展的重要性	23
節慶廣角鏡 休閒遊憩參與幸福感與追求—以不丹王國為例	26
◎觀念回顧	27
◎延伸議題與省思	27

郭惠珠

CHAPTER 2

影響節慶與活動 成敗的因素

29

國際視野 透過節慶與活動把澳洲社區大屠殺悲劇地點， 居民的情感解放，並淨化居民精神	30
第 1 節 活動辦理失敗的可能歸因	32
第 2 節 影響活動能持續辦理的關鍵成功因素	33
第 3 節 觀光目的地資本和節慶與活動發展	34
第 4 節 影響觀光目的地節慶與活動未來觀光需求的要素	40
第 5 節 節慶與活動志工	41
節慶廣角鏡 化腐朽為奇蹟，轉敗為勝	46
◎觀念回顧	47
◎延伸議題與省思	47

黃金柱

CHAPTER 3

節慶與活動辦理的 可行性分析

49

國際視野 從李察布森公司 (Richard) 和維京 (Virgin) 冒險產業 集團之開創論節慶與活動的可行性分析	50
第 1 節 活動辦理的成功關鍵因素	52
第 2 節 活動概念的研擬與設計	64



李瑾玲

CHAPTER 4

活動設計

95

黃金柱

CHAPTER 5

節慶與活動發展的 策略性規劃

125

林詠能

CHAPTER 6

節慶與活動規劃 和管理實務應用

151

第 3 節 活動規劃的時間／空間／速度律則 70

第 4 節 節慶與活動和目的地景點的連結 74

第 5 節 活動計畫編擬的過程 81

第 6 節 節慶節目與計畫編擬應考量的因素 87

節慶廣角鏡 節慶與活動辦理的評估，須考量多元元素
—以金良興磚廠為例 91

◎觀念回顧 92

◎延伸議題與省思 92

國際視野 利用活動設計解決以特殊顏色作為佈置的難題 96

第 1 節 活動概念 98

第 2 節 活動主題 103

第 3 節 活動設計 107

第 4 節 後勤 117

節慶廣角鏡 透過節慶發揚環境教育—以台達電作為案例 122

◎觀念回顧 123

◎延伸議題與省思 123

國際視野 澳洲「李斯莫節慶與活動策略」

(Lismore Festival & Events Strategy) 126

第 1 節 政策重要關係人 130

第 2 節 節慶與活動發展的內外環境分析 135

第 3 節 節慶與活動辦理的策略定位 144

節慶廣角鏡 策略規劃的國際化管理 148

◎觀念回顧 149

◎延伸議題與省思 149

國際視野 「蘇格蘭節慶活動」(Event Scotland) 152

第 1 節 節慶活動規劃 156

第 2 節 節慶與活動規劃的整合觀 164

第 3 節 節慶活動政策重要關係人的認定 167

目錄 Contents

黃金柱

CHAPTER 7

節慶與活動的
行銷策略

197

李瑾玲

CHAPTER 8

活動風險管理

251

黃金柱

CHAPTER 9

節慶與活動的
評鑑

273

第4節 節慶與活動策略性規劃步驟 168

第5節 特別活動的管理系統模式 181

節慶廣角鏡 在地化節慶與活動的管道 192

◎觀念回顧 193

◎延伸議題與省思 194

國際視野 澳洲布里斯班伊卡 (Ekka) 大型活動的再定位與成長 198

第1節 活動行銷 200

第2節 活動行銷組合 208

第3節 節慶與活動場所的分類與抉擇 225

第4節 節慶與活動的服務品質 231

第5節 節慶與活動的氣氛管理 240

節慶廣角鏡 企業贊助 YouBike 246

◎觀念回顧 247

◎延伸議題與省思 248

國際視野 鐵人三項競賽的活動風險管理計畫 252

第1節 風險管理 254

第2節 活動風險管理的流程 257

第3節 活動危機管理 265

節慶廣角鏡 行銷的魅力 269

◎觀念回顧 270

◎延伸議題與省思 270

國際視野 以 2010 澳洲 CountryLink ParkesElvis(CLPE) 節慶活動為例，闡釋
三重底綫 (triple-bottom-line) 節慶活動評鑑的重要性 274

第1節 活動評鑑的意義、評鑑的階段 279

第2節 活動後的評鑑 278

第3節 活動的評鑑過程 282

第4節 觀察技術在節慶與活動評鑑上的應用 294



黃金柱

CHAPTER 10

節慶與活動專業
發展和活動管理
教育的未來展望

307

黃金柱

附 錄

第 5 節 節慶與活動質性研究的三角檢驗技術	299
節慶廣角鏡 產官學研人士的對話，創造節慶活動的契機	303
◎觀念回顧	304
◎延伸議題與省思	305
國際視野 從銀星 (Silver Star) 與約翰山脈休閒渡假中心案例， 論活動管理人才培育之展望	308
第 1 節 合格具能力的節慶與活動專業人力之培養	311
第 2 節 活動管理專業體系的建立	317
第 3 節 2017 年台北市世大運應有的活動發展作為	329
第 4 節 活動管理教育的發展	339
節慶廣角鏡 倫敦奧運盛會的啟示 發揮實業家精神，新增設施 與建築可永續經營，創造更大的觀光商機	356
◎觀念回顧	357
◎延伸議題與省思	358
活動企劃案撰寫的參考指引	359
參考文獻	367
英中索引	372

圖表目錄

List of Tables and Figures

圖目錄

◎第一章

圖 1.1 小型活動與大型活動的目標屬性	20
圖 1.2 活動的類別	21

◎第二章

圖 2.1 觀光發展目的地資本模式	39
-------------------	----

◎第三章

圖 3.1 製作表技術	56
圖 3.2 活動籌備人員職責	62
圖 3.3 活動的時間 / 空間 / 速度律則	71
圖 3.4 新活動發展規劃過程和活動觀念 篩選程序	86

◎第四章

圖 4.1 三階段活動設計模式	98
圖 4.2 活動概念的五個 W	100
圖 4.3 活動設計的基礎	108
圖 4.4 教室型座位	110
圖 4.5 劇場型座位	110
圖 4.6 馬蹄型座位	111
圖 4.7 晚宴型座位	111
圖 4.8 活動後勤補給系統	118

◎第五章

圖 5.1 主、次要政策重要關係人圖解	132
圖 5.2 節慶與活動組織 SWOT 策略分析架構	142

◎第六章

圖 6.1 節慶發展和規劃的模式	159
圖 6.2 和節慶活動有關的政策重要關係人	168
圖 6.3 節慶與活動策略性規劃的流程	169
圖 6.4 節慶活動功能性組織架構圖	175
圖 6.5 簡式節慶活動甘特圖範例	177

圖 6.6 小型節慶的簡化甘特圖	177
圖 6.7 節慶活動籌備的網狀甘特圖	178
圖 6.8 特別活動管理的統一模式	182
圖 6.9 耐爾包第 (Nile Bounty) 節慶管理	183
圖 6.10 依斯瑪利亞 (Ismailia) 國際民俗節慶	184
圖 6.11 艾達 (Aida) 歌劇表演	185

◎第七章

圖 7.1 一項會議 (產品) 的商品與服務要素	201
圖 7.2 活動行銷過程	202
圖 7.3 活動行銷組合	208
圖 7.4 活動促銷的溝通網路模式	214
圖 7.5 運動賽會服務品質模式	236

◎第八章

圖 8.1 活動風險管理的步驟	257
圖 8.2 風險評估的五個步驟	258

◎第十章

圖 10.1 Goldblatt(2000) 所主張的活動管理 專業模式	320
圖 10.2 理論、實務和技術一體的專業準備	323
圖 10.3 活動管理教育的主要要素	348

表目錄

◎第二章

表 2.1 觀光目的地資本類別和特徵描述	37
----------------------	----

◎第三章

表 3.1 活動管理的需求評估	54
表 3.2 運動賽會和主辦目的地活動 相結合可包含的要素	78
表 3.3 活動計畫構想資料來源	82



圖表目錄

List of Tables and Figures

◎第五章

表 5.1 不同節慶政策重要關係人一覽表	134
表 5.2 「台北國際燈節 SWOT 分析」	140
表 5.3 「台北國際燈節 SWOT 分析矩陣圖」	141

◎第六章

表 6.1 DSF 2000 SWOT 分析一覽表	160
表 6.2 一般活動的優勢與劣勢和機會與威脅	161
表 6.3 節慶與活動參與調查	162
表 6.4 年度節慶籌備時間安排範例	176
表 6.5 活動評鑑檢查表	180

◎第七章

表 7.1 運動賽會活動類別	201
表 7.2 Plog 對遊客的分類	204
表 7.3 觀光客心理動機測量題目	205
表 7.4 節慶與活動辦理場所的分類	225

◎第八章

表 8.1 活動事故報告書	263
---------------	-----

◎第九章

表 9.1 衝浪活動參與者觀察摘記	295
-------------------	-----

◎第十章

表 10.1 國際特別活動學會 (ISES) 倫理規範	328
表 10.2 活動管理知識體系 (Events Management Body of Knowledge, EMBOK) 領域與類別	349
表 10.3 英國與澳洲提供活動管理課程的大學數量	350