

旅游规划与设计

TOURISM
PLANNING
& DESIGN

北京大学旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

节事·城市·旅游

EVENTS | CITY | TOURISM

- + 中国节事旅游：发展·问题·展望
- + 景观作为生命系统：上海世博后滩公园
- + 重大节庆活动对打造城市名片的影响



旅游规划与设计

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理



P10



P26



P51



节事 | 城市 | 旅游
EVENTS | CITY | TOURISM

北京大学旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版

目 录

05 卷首语

理论研究

- 06 戴光全 中国节事旅游：发展·问题·展望
15 刘大可 章 楹 服务质量感知对参展商满意度和忠诚度的影响分析

大型节事研究

- 19 俞孔坚 景观作为生命系统：上海世博后滩公园
27 陈金铎 会展业与城市规划
29 卿前龙 许译文 基于游客认知与体验的北京奥运遗产的旅游和游憩开发研究——以北京奥林匹克公园为例
39 蒋依依 苏 娜 节事与城市旅游
46 胡 洁 叶盛东 重大节庆活动对打造城市名片的影响——以北京奥林匹克森林公园规划设计为例
53 彭小松 世界杯与城市
62 熊 伟 激情的盛会与城市的命运——2010年广州亚运会案例研究

乡村节事与小型活动研究

- 74 戴林琳 张欣 李青 乡村节事及节事旅游的发展态势及影响效用探析——以北京市怀柔区长哨营村为例
82 蔡 君 李雄 刘婷 城市日常生活图像：公园自发集体文娱活动对空间利用方式初探
90 张承东 地方节庆多元化目标实现路径的成功探索——盱眙龙虾节的实践与启示
95 朱胤琳 胡兆忠 地方花卉展会活动模式研究——以无锡园林花卉展会为例

假日制度争鸣

- 103 刘思敏 黄金周多重意义分析
111 蔡继明 黄金周长假与带薪休假的利弊分析

中国节事旅游：发展·问题·展望
景观作为生命系统：上海世博后滩公园
重大节庆活动对打造城市名片的影响

CONTENTS

旅游规划与设计

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

05 Preface

Theoretical Research

- 06 DAI Guangquan Event Tourism in China: Developments · Problems · Prospects
- 15 LIU Dake, ZHANG Ying An Analysis on Service Quality Perception and Satisfaction with Exhibitors' Behavioral Intentions
- #### Theme Events Research
- 19 YU Kongjian Landscape as a Living System: Shanghai 2010 Expo Houtan Park
- 27 CHEN Jinbo Exhibition Industry VS Urban Planning
- 29 QING Qianlong, XU Yiwen A Research Study of Visitors' Awareness and Experiences in Beijing's Olympic Park: Relics Tourism and Tourism Attractiveness Development
- 39 JIANG Yiyi, SU Na Events VS Urban Tourism
- 46 HU Jie, YE Shengdong The Impact of Large Festivals and Events on Creating the City Brand — A Case Study of Beijing Olympic Park Planning and Design
- 53 PENG Xiaosong The World Cup and the City
- 62 XIONG Wei Thrilling Games and Harmonious Asia — A Case Study on Guangzhou Asian Games 2010
- #### Rural Festivals and Small Activities Research
- 74 DAI Linlin, ZHANG Xin, LI Qing Research on the Development Trend and Influence of Rural Event and Event Tourism in Beijing Suburbs — A Case Study of Changshaoying in Huairou District
- 82 CAI Jun, LI Xiong, LIU Ting Images of a City's Daily Life: A Tentative Approach to Spontaneous Group Recreation and Space Design in Parks
- 90 ZHANG Chengdong A Successful Exploration of the Implementation of Multiple Local Festival Goals — Practice and Inspiration of XuYi
- 95 ZHU Yinlin, HU Zhaozhong An Analysis on the Mode of Flower Shows — A Case Study of Flower Show in WuXi
- #### Discussion on Holiday System
- 103 LIU Simin A Multiple Senses Analysis on the Golden Week in China
- 111 CAI Jiming The Advantages and Disadvantages of Golden Week and Paid Holidays



Event Tourism in China: Developments · Problems · Prospects
Landscape as a Living System: Shanghai 2010 Expo Houtan Park
The Impact of Large Festivals and Events on Creating the City Brand

北京大学旅游研究与规划中心 主编
中国建筑工程工业出版社 出版

2010年10月31日20时30分，中国国务院总理温家宝在上海世博文化中心向全世界郑重宣布：2010年上海世界博览会闭幕！温总理的宣告标志着为时184天的上海世博会的成功举办，而7380万人次参观的世博会历史上的新纪录，也为中国在全球会展节事领域的异军突起，烙上了永不褪色的鲜明烙印。

与上海世博会成功闭幕仅隔12天，2010年11月12日20时整，第十六届亚运会又在广州正式开幕。而此时离2008年8月24日第二十九届夏季奥林匹克运动会在北京胜利闭幕也仅相隔2年零2个多月。

这些重大节事相继在中国举办，毫无疑问地表明，中国已经成为世界上不可忽视的会展节事大国。从会展节事大国，迈向世界强国，我们还有多长的路要走？如何才能走得又快又好？

撇开奥运会、世博会、亚运会这些全球性大型节事（mega event）不谈，再看我国城市节庆活动和旅游文化节事的风生水起、波澜壮阔，同样令人瞠目结舌。我国目前各地举办的地方节庆总数已近万个，其中绝大部分节庆活动是改革开放后兴起的。与此相呼应的是，中国会议业与展览业齐头并进的迅猛发展。这方面的统计虽然由于政出多头等原因难以准确得出，但是各地会展业的蓬勃生机和迎头而上的趋势，却是有目共睹。2010年11月，“第三届中国会议产业大会”在北京成功举办，“会展策划师”也已经作为一个独立职业工种被人力资源和社会保障部批准为权威职业资格类型。

会展节事活动与旅游活动具有天然的紧密联系：一方面，节事会展依赖于人群的移动性从而产生了大量的商务旅行行为；另一方面，参加会展节事的人们有相当大部分可能参与传统的愉悦旅游。随着旅行社常规旅游产品竞争的日益激烈，一些大型旅行社已经调整战略，将目光投注到会议会展业上，会展旅游已成为旅行社新的业务增长点。

在上述大背景之下，我们组织编写了这本以“节事·城市·旅游”为主题的专辑，就是不难理解的了。考虑到大型节事对整个国家、所在区域和承办城市的巨大影响力，我们分别集中笔墨探讨了世博会、奥运会、世界杯、亚运会等全球性节事的规划设计、节事影响、旅游开发等重大问题。同时，我们也对数以万计的地方会展、乡村节事和小型活动同样予以关注。既认真探讨了涉及中国节事旅游发展的理论问题，也侧耳一听类似黄金周制度改革的争鸣之声。相信这样一本专辑，会引起读者或多或少的共鸣。



2010年11月15日
于国家会议中心



摄影：吴必虎

Event Tourism in China: Developments · Problems · Prospects 中国节事旅游：发展·问题·展望

文/ 戴光全

【摘要】 节事旅游的发展在中国已成为政府、业界和学界的“热点”。本文首先分析了现代中国节事旅游的发展情况，探讨了中国节事旅游发展存在的主要问题，在此基础上介绍了中国节事旅游研究取得的成就，最后提出了中国节事旅游研究存在的主要弊端和未来研究的五个重点与方向。

【关键词】 节事旅游；节事旅游研究；发展情况；存在问题；研究展望

【作者简介】 戴光全，华南理工大学经济与贸易学院会展经济与管理系系主任、教授、博士，研究方向为节事旅游与会展经济。

1. 节事旅游发展的简况

与中国现代旅游研究发展的30年历史相比较,中国节事旅游研究的历史相对较短。虽然春节、中秋节等民族传统节庆有着几千年的悠久历史,而且节事活动在中国现代旅游的起步阶段就成为重要的吸引物,但是现代意义上的节事旅游在中国可以说直到1995年才正式登台。这一年,国家旅游局推出了以“中国——56个民族的家”、“众多的民族·各异的风情”、“探访中华民族风情·难忘神奇经历”为主题口号的“民俗风情游年”活动。在这个活动的推动下,节事旅游开始得到全国各地政府、旅游企业的重视。随后,1999年昆明世界园艺博览会、2001年第一届海南博鳌亚洲论坛、广东2001年花卉博览会、2006年杭州世界休闲大会和沈阳世园会、2008年北京奥运会、2010年上海世博会等重大节事活动(mega-event)的举办,对于推动举办地旅游的发展、塑造举办地的旅游形象、推进举办地旅游基础设施建设等方面,都起到了巨大的作用,产生了深远的影响。这些节事活动,可以说是中国现代节事旅游活动具有代表性的案例。全国各地“节事热”和“节庆热”也渐成气候,据不完全统计,目前全国每年举办的各级各类节事旅游活动大概在6000个(次)左右。

随着节事旅游的大发展,有关节事的行业机构也在国内开始建立,如国际节事协会(IFEA)中国分支(北京节庆文化发展中心)、亚洲会展节事财富论坛(上海)、国际展览与节事(项目)协会(IAEE)中国分会(苏州)、复旦大学中国节事文化研究中心、北京大学中国节庆研究中心。有关省份也建立了节事的研究机构,如湖北、江苏、陕西均建立了省一级的节事研究会、协会或节事文化促进会。同时,国内先后举办过多次较大规模的与节事有关的学术研讨会和产学研交流会,如2000年上海“21世纪旅游节事发展战略研讨会”、2002年南宁“‘节事文化与城市经济发展’国际主题会”、2003年贵州·铜仁“中国城市节事研讨会”、2005年北京首届“中国节事活动国际论坛”、2005年中国会展财富论坛(CCEFF,上海)与国际节事研究中心(香港)举办的首届“中国节事活动与城市经济发展高峰会”(舟山)、2008年3月上海第五届“中国会展节事财富论坛”暨首届“中国会展节事产业博览会”、2008年11月“会展节事与都市旅游”国际旅游学会第二届双年会(上海,华东师范大学)和“第三届全球节事大会暨第三届中国会展教育年会”(广州,中山大学)、2009年3月第六届“中国会展节事财富论坛”(CCEFF 2009)。

总的来看,我国各地节事旅游活动的蓬勃发展,有力地推动了区域旅游业的发展,并成为区域社会、经济、文化发展的助推剂。与此同时,国内的节事旅游活动也存在特色不鲜明、影响不显著、活动策划主观性强、强调政治功能而忽视经济效用等问

题。“人造节”、“官办节庆”过多过滥,以至于中纪委牵头四部委于2010年6月发布《关于对党政机关举办庆典、研讨会、论坛活动开展清理摸底的通知》(下简称《通知》),要求各地区各部门按照“谁主管谁负责”的原则,开展清理摸底工作,减少过多过滥的庆典、研讨会、论坛活动。

2. 节事旅游存在的问题

四部委《通知》清理官办节庆,是与目前国内节事旅游产业存在的问题密切相关的。综合国内一些学者的研究结论^①,中国节事旅游产业目前存在的主要问题包括:

节事产业不成熟,专业化分工不足,致使旅游节事活动缺乏新意,吸引力有限。节事活动没有把市场需求,也就是旅游者和参与者的需求,放在首位,旅游节事活动方面的专家缺乏,节事活动的专业策划运作能力薄弱。

政府干预过多,市场作用远未发挥。许多节事活动行政包办,部分地区节事活动举办意识落后,且节事活动深受体制、市场分割、社会资源供给匮乏等制约,导致政府在节事活动的专业策划、运作能力方面存在严重的专业性不足,节事绩效不够理想。在这样的局面下,节事活动组织“市场化”的呼声越来越高。

节事类型多样,资源导向型节事较多,选题存在一定雷同现象。比如以茶文化为主题的节事活动,在学者搜集的462个节事分类样本中就有9个,其中包括广州国际茶文化节、重庆国际茶文化节、安溪(中国茶都)茶文化节等(余青,2004)。谷歌搜索“文化节”相关网页的结果也间接反映了这一问题(表1)。此外,节事活动的文化含量不足,多数节事活动依然宣扬“文化搭台、经济唱戏”,在追求经济效益的同时,常常忽略对文化内涵的挖掘。

节事活动数量众多,呈现遍地开花的趋势,但品牌知名度高、走向国际化的节事活动比较少。目前在中国,大到北京、上

表1 谷歌搜索查询“文化节”相关网页统计表

查询日期	2009年5月18日	2010年10月10日	增长
“文化节”网页数	596万	808万	35.57%
“旅游文化节”网页数	32.8万	41.1万	25.30%
“旅游文化节”网页数占“文化节”网页数百分比	5.50%	5.09%	—
“茶文化节”网页数	28.9万	32.3万	11.76%
“茶文化节”网页数占“文化节”网页数百分比	4.85%	4.00%	—

资料来源:谷歌搜索,2009年5月18日、2010年10月10日搜索

① 此处参考的文献包括(但不限于):刘太萍,殷敏,2004;余青,等,2004;余青,等,2005。



图1 中纪委牵头四部委整治官办节庆（网络截图）
资料来源：<http://news.sina.com.cn/c/s1/2010-07-15/104620684359.shtml>

海这样的直辖市，小到较小的行政区县，几乎都有节事活动，而且举办的数量和次数还有继续增加的趋势。这说明人们都已认识到举办节事活动能够带来的诸多效益。但是纵观中国目前举办的名目繁多的节事活动，尤其是与国外比较成功的节事活动相比，不难看到我国的节事活动品牌知名度低，举办届数短，能持续举办并发展成为国际节事活动的则更是凤毛麟角。目前中国高规格、大规模、高品位、高档次，并已经成为城市的形象工程和著名品牌的节事活动，仅有为数不多的几个，如1983~2010年已经成为举办28届的洛阳牡丹花会^①，自1989~2010年已连续举办22届的山东曲阜国际孔子文化节^②，自1985~2010年成功举办了26届的哈尔滨国际冰雪节^③等。

多数节事公众参与不够理想。由于多数城市节事由政府主办，当地居民和普通游客的参与程度不高。有些节事缺乏与传统文化和生活方式的连接，吸引力不强。种种原因导致节事参与者人数偏低的现象。

与西方一些具有长期举办历史的节事相比，中国多数城市节事活动举办届数不长，能持续举办并发展成为国际节事活动的则更是凤毛麟角。通过对176个节事活动举办届数的样本统计（余青，等，2004），目前中国多数城市的节事活动历史不超过4年（假设每年一届）；从节事届数的分布上看，节事在1~4年（届）的城市占总样本数的60%以上；举办届数超过10年以上的城市仅占样本总数的18.12%左右，其中有数据记载的届数最

长的是洛阳牡丹花会。与此相比，国际上一些经典节事活动往往具有更长的历史和更丰富的内容，如西班牙小镇潘普洛纳城（Pamplona）的奔牛节^④始于1591年，举办期已长达4个世纪，期间安排的各种活动达到150多项。

媒体传播存在很多“盲区”。从国内外经验来看，走向国际的重大节事活动都非常注重市场传播的作用，并且已经积累了大量的市场推广经验。但是，目前国内很多“年轻”的节事活动，动辄投入上百万甚至上千万进行所谓的宣传炒作，效果却不尽理想，这样的例子不胜枚举。尤其是那些刚刚创立的需要大打品牌的节事活动，它们并非不知道传播的重要性，而是不知道如何进行有效的传播。特别是某些地方政府，动用大量公款邀请文艺明星参加节庆活动，以至于国家发改委等九部门于2008年月1月联合发布的《关于构建合理演出市场供应体系、促进演出市场繁荣发展的若干意见》提出：严禁政府有关部门及其所属事业单位利用公款邀请演艺明星举办节庆活动，禁止政府有关部门举办营业性演出活动。

缺乏市场调研、市场分析与先进营销观念的指导。目前，由于政府参与过多，国内旅游节事活动都或多或少地带有长官意志，忽视了节事活动的自身规律和特点。主办者、协办者和承办者往往采取“拉郎配”的形式，在旅游节事活动之前对节事市场的调查、预测与旅游者需求及其购买行为分析不够，不了解广大参与者的欣赏口味与审美情趣；活动之中及活动之后忽视了听取旅游者和参与者意见的重要性，对旅游者、参与者的反馈、抱怨处理没有详细的分析等等。

最后，国内很多节事旅游实际上并没有真正实现“节事品牌化”，主要的资源和精力往往投向了那些并不能有效带来商业机会的“门面功夫”。好莱坞一年一度的奥斯卡颁奖典礼^⑤已经从单一的电影业盛事发展为时尚业、传媒业、广告业等共同分享利益的巨大商业品牌这一典型案例，证明了着力去挖掘节事活动的商机、建立历久弥新的品牌，是节事活动可持续发展的基本战略。节庆的品牌化是一个长期的系统化过程，涉及当地传统、文化底蕴、市场营销、形象塑造、法制制度等各个方面。因此，节庆的品牌化是不可能一蹴而就的。西班牙斗牛节、巴西狂欢节等世界上知名的节庆，无不拥有上百年乃至几百年的发展历史。可以说，节庆的品牌化是一个长期的系统化过程，靠“炒作”办起来的节最多只是“热闹热闹眼睛”，试图通过“策划”在短时间“打造”一个节庆品牌是不现实的。

① 官方网站<http://www.luoyangmudan.org.cn/>。

② 官方网站<http://www.qufu.gov.cn/whj/>。

③ 官方网站<http://www.harbin-ice.net/>。

④ 正式名称“圣费尔明节”（Los Sanfermines），官方网站<http://www.sanferminencierro.com/>。节日期间，来自世界各地的游客大量涌入，潘普洛纳这座小城的人口短期内迅速从25万人增加到150万人。参考百度百科<http://baike.baidu.com/view/80829.htm>。

⑤ “奥斯卡金像奖”的正式名称是“电影艺术与科学学院奖（Academy Awards）”，第一届奥斯卡颁奖典礼于1929年5月16日星期四在好莱坞的罗斯福酒店举行，旨在纪念1927~1928年间取得巨大电影成就，每年一次在美国洛杉矶举行。

中国现代旅游节事大多脱胎于古老的传统民族节庆



图2 苏州2000年11月虎丘庙会上的高跷队表演

图3 舞狮表演

旅游节事和文化的真实性：仪式表演——舞台化的真实



图4 云南丽江2003年第二届东巴文化艺术节的昆明市大型文艺表演

图5 纳西族祭天仪式表演

国外的实践证明：品牌化的旅游节事一定是历史悠久的节事



图6 慕尼黑啤酒节的盛大场面，该节（德语为Oktoberfest，即“十月节”，其英文官方网址为www.oktoberfest.de/en）每年9月末到10月初举行，是慕尼黑一年中最盛大的活动

摄影：张骁鸣

图7 法国2007Montoire国际民间艺术节上外国乐器爱好者和中国贵州黔东南歌舞团的芦笙表演者交流乐器制作和吹奏心得，该节自1973年举办第一届以来，已成为法国最重要的民间艺术节之一

3. 节事旅游的研究成就

与丰富多彩的节事旅游活动和日渐受到业界青睐的节事机构相一致，学术界对节事旅游的研究也渐成“热潮”。据中国知网

（CNKI）的文献查询：1994年以来，该网全文数据库篇名中包含“节事”或“节庆”的文章共600篇（表2），加上“事件旅游”、“奥运旅游”、“世博旅游”等相关文献，则相关的研究文献已达2000篇左右。从文献的年份分布可以看出：1994年以来，我国节事旅游研究的文献呈现出明显的增加趋势，这说明节事研究的科学性正在得到各知名学术刊物的重视。此外，节事专业方向的硕士研究生教育也开始在我国出现。据对CNKI中国优秀硕士学位论文全文数据库的查询，1999年以来，该库节事旅游方面的硕士学位论文达到了40多篇^①，关于奥运旅游和世博旅游的硕士论文则超过了100篇，专门研究节事旅游的博士论文也已经出现^②。《旅游学刊》还在2009年1~3期专门设立了“大型节事与旅游”专题笔谈，共刊登了13篇节事旅游的笔谈短论，国家自然科学基金委员会地球科学部2008年和2009年连续两年批准了南京大学张京祥、北京大学戴林琳、中山大学罗秋菊、华南理工大学戴光全分别主持的《城市大事件营销的地域空间效应研究》、《事件及事件旅游(E & ET)作用下的京郊村镇空间、文化及经济响应研究》、《我国城市大型活动经济影响的时空扩散与结构演变研究》和《节事地理学若干理论及区域发展背景下城市旅游节事影响的空间扩散研究》等4项节事（事件）旅游方面的基金项目（批准号分别为40871077/D010203、40801048/D010201、40971071/D010201、40971090/D010202）。

表2 中国期刊网查询而得题名包含“节事”、“节庆”、“旅游”的研究文献篇数

年份	节事	节事旅游	节庆	节庆旅游
1994			7	
1995			2	1
1996			7	2
1997			9	4
1998			3	1
1999	1		16	2
2000			11	1
2001	6		12	4
2002	1	1	13	1
2003	3	1	25	4
2004	5	2	25	5
2005	17	8	59	9
2006	7	2	64	16
2007	12	8	80	40
2008	14	5	56	27
2009	29	15	125	40
合计	95	42	514	157

查询时间：2009年3月2日、2010年8月19日，入口站点：<http://dlib.edu.cnki.net/kns50/>

① 由于部分研究生培养单位未加入该数据库，全国节庆/节事专业方向实际的硕士论文数应大于这一数据。

② 据不完全检索，目前已知有3篇题名包含“事件旅游”、“节事旅游”的博士论文，分别为：戴光全《重大事件的影响研究——以'99昆明世界园艺博览会为例》（保继刚指导，中山大学，2004年博士）、马晓玲《中国旅游节事：理论探讨与实证分析》（张广瑞指导，中国社会科学院，2005年博士）、张涛《节事消费者感知价值的维度及其作用机制研究》（贾生华指导，浙江大学，2007年博士），与奥运会、世博会相关的博士论文则有10余篇。



图8 延安安塞腰鼓（西河口）

摄影：吴必虎

与此同时，国内各大出版社也出版了近100本节事旅游方面的专著、译著和教材，如中国旅游出版社“旅游学术文库”先后于2005年和2009年出版了戴光全《重大事件对城市发展及城市旅游的影响研究——以‘99昆明世界园艺博览会为例》和马聪玲《中国节事旅游研究——理论分析与案例解读》2本事件旅游、

观众队伍的整齐划一是节事活动远未实现市场化的表现之一



图9 2006年黄山国际旅游节开幕式现场，观众来自于学校、卫生、消防、公安、税务等机构，且都统一着装、集中安排坐席。当然，对那些希望尽快提高知名度的新兴旅游地以及那些期待解决季节性拥挤分流而在淡季组织节事活动的成熟旅游地而言，暂时的政府主导也是必要的。

摄影：张晓明

节事旅游方面的专著；劳动和社会保障部则组织编写和出版了中国第一部国家级职业教育规划的节事教材：戴光全、马聪玲主编，吴必虎、王重农主审的《节事活动策划与组织管理》（北京，中国劳动出版社，2007年2月第一版）；国家旅游局人事与劳动教育司主编的，包括《节事旅游概论》、《节事管理与服务》和《节事策划与营销》等节事旅游教材在内的“中国旅游业‘十一五’高等教育教材”——“会展节事系列教材”，也将由中国人民大学出版社出版发行。这些情况表明，国内节事旅游研究已有相当数量的成果，国家级研究基金和行政机构、国家级刊物及出版社对节事旅游的项目支持则为节事旅游的理论研究起到了巨大的推动作用，为节事旅游学科的建立奠定了良好的基础，提供了较大的可能性。

综观目前文献，国内节事旅游研究现阶段主要集中于四个领域：一是从旅游开发特别是城市旅游发展的角度对节事进行的研究，二是节事旅游产品的设计、管理和运作模式研究，三是节事旅游的区域经济影响和牵动效应机理研究，四是旅游节事的文化、历史和传播研究。与研究领域的多样性一样，国内节事旅游研究涉及的学科也呈现出明显的多学科和综合性特点，其研究主要涉及旅游学、传播学（媒介）、文化学、营销学和城市规划等基本学科。在具体的学科上，节事旅游的研究集中于社会学、地理学、旅游学、管理学、体育学、休闲和规划研究等多个学科领域。研究内容的多样性和研究学科的综合性体现了节事旅游研究所具有的交叉学科和边缘学科性质。

4. 节事研究的问题和展望

由上可知：节事旅游已成为目前国内旅游研究的热点话题。一方面，迅速发展的城市旅游节事为我国节事研究提供了研究素材；另一方面城市旅游节事的进一步发展也需要学术研究的支持。尽管如此，国内节事研究的文献学术质量尚待提高，节事旅游学科的发展仍处于起步阶段。与此相适应，国内节事旅游研究也面临着明显的问题：

一是基本概念的混乱。从目前文献和著作来看，与节事旅游相关的概念名目繁多，如“事件旅游”、“节事旅游”、“节庆旅游”、“旅游节事”、“活动旅游”、“会展旅游”等等。节事旅游概念的混乱，一方面在一定层面反映了节事活动影响的综合性（图10）、类型的多样性（图11）及其研究的多学科特点（表3）；另一方面，这也反映了学术界和业界对“节事”、“节庆”、“事件”、“活动”等节事旅游核心概念的含糊不清。

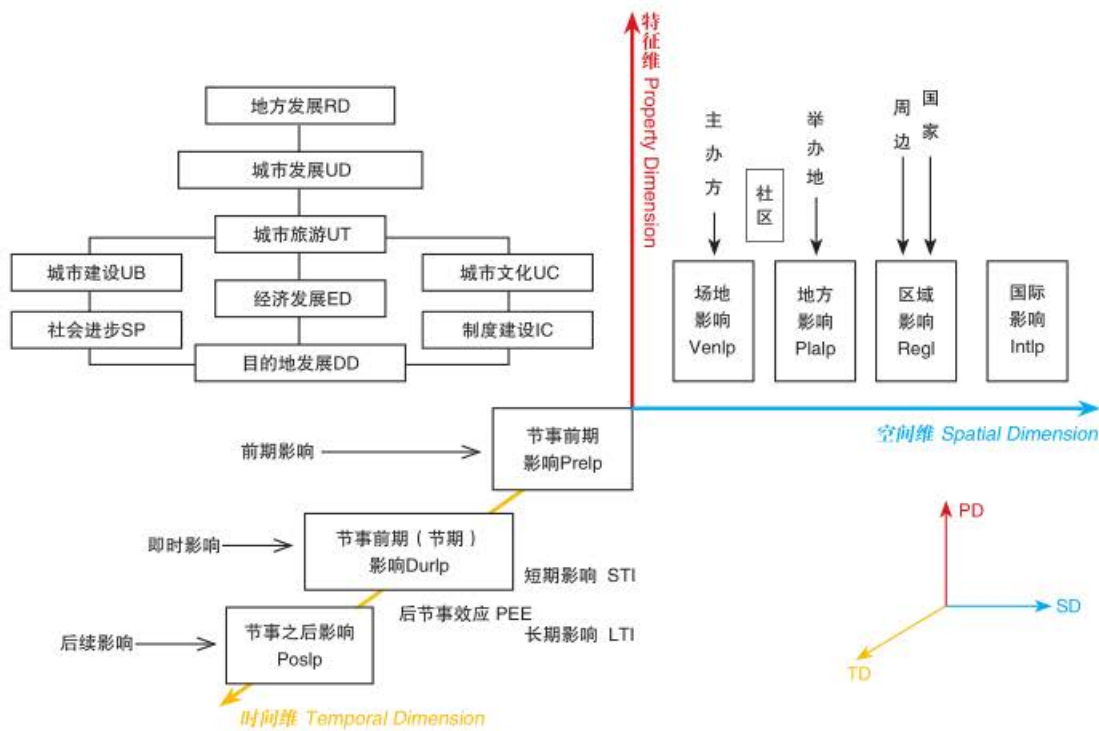


图 10 节事活动影响的综合性：一个三维框架

<p>CULTURAL CELEBRATION 文化庆典 Festivals 节日 Carnivals 狂欢节 Religious events 宗教节事 Parades 大型展演 Heritage Commemorations 历史纪念活动</p>	<p>SPORT COMPETITIONS 体育赛事 Professional 职业比赛 Amateur 业余竞赛</p>	<p>PRIVATE EVENTS 私人庆典 Personal Celebrations 个人庆典 Anniversaries 周年纪念 Family holidays 家庭聚会 Rites de passage 宗教礼拜 Social Events 社交活动 Parties, galas 舞会, 节庆 Reunions 同学/亲友联欢会</p>
<p>ART/ENTERTAINMENT 文艺/娱乐节事 Concerts 音乐会 Other performances 其他表演 Exhibits 文艺展览 Award ceremonies 颁奖仪式</p>	<p>EDUCATIONAL AND SCIENCE 教育科学活动 Seminars, Workshops, Clinics 研讨班, 专题 学术会议, 学术讨论会 Congresses Exhibits 学术大会 Interpretive events 教科发布会</p>	
<p>BUSINESS/TRADE 商贸及会展 Fairs, Markets, Sales 展览会, 展销会 Consumer and Trade Shows 交易会 Expositions 博览会 Meetings and Conventions 会议 Publicity events 广告促销 Fund-raiser events 募捐/筹资活动</p>	<p>RECREATIONAL 休闲活动 Games and Sports for fun 游戏和趣味体育 Amusement events 娱乐活动</p>	
	<p>POLITICAL/STATE 政治/政府庆典 Inaugurations 就职典礼 Investitures 授职/授勋仪式 VIP visits 贵宾观礼 Rallies 群众集会</p>	

图 11 节事活动类型的多样性

表3 节事旅游及节事管理研究的多学科视野

学 科	特征与意义：节事体验	切入点	节事规划与运作	结果与影响	过程与方式
文化人类学	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事的文化重要性及其意义 ● 仪式 ● 象征 ● 朝圣 ● 阈限 ● 原真性 	<ul style="list-style-type: none"> ● 参与节事的文化影响（如消费主义、传统、可感觉到的自由） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 文化节目的编排 ● 文化风格的确定 	<ul style="list-style-type: none"> ● 文化影响（例如主客互动、文化原真性、传统的可持续性） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 影响节事活动的文化趋向和动力（如价值观、全球化） ● 文化政策
社会学	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事的社会意义 ● 节事活动中的社会体验 ● 象征性互动 	<ul style="list-style-type: none"> ● 影响需求的社会因素（如家庭、民族、宗教、文化、社区） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 对节事设计和人群管理的作用 ● 节事运作机构与利益相关者的组织行为 	<ul style="list-style-type: none"> ● 对社会群体及社会整体的影响 ● 居民对节事的认知与态度 	<ul style="list-style-type: none"> ● 影响节事部门的社会趋势与动力（如人口和人口统计学家、移民）
心理学	<ul style="list-style-type: none"> ● 个人需要、动机、偏好 ● 对节事的感知和体验 ● 反常行为 	<ul style="list-style-type: none"> ● 年龄、性别、教育背景、生命阶段、收入等对需求的影响 ● 消费者行为 	<ul style="list-style-type: none"> ● 对个人体验和变革的设计 ● 对营销与沟通的作用 	<ul style="list-style-type: none"> ● 对个性、价值观、态度的影响 ● 对未来行动的影响 	<ul style="list-style-type: none"> ● “体验经济”的出现成为主要力量
环境心理学	<ul style="list-style-type: none"> ● 人们如何观察、认知、评估节事环境 ● 有关得体行为（appropriate behaviour）的环境暗示（environmental cues） ● 感觉拥挤或不适 	<ul style="list-style-type: none"> ● 偏爱某些环境 ● 对拥挤和环境风险的恐惧 	<ul style="list-style-type: none"> ● 对节事环境设计与管理的作用（如易读性、促进交流、氛围控制、人流、物流等各种流动） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 环境因素对个人健康、安全和满意度的直接影响 	<ul style="list-style-type: none"> ● 环境偏好和恐惧与文化背景密切相关 ● 节事场馆与场所的开发利用往往为环境带来新的机遇和理念
社会心理学	<ul style="list-style-type: none"> ● 作为社会体验的节事 ● 社会角色框架 ● 通过社会互动而获得的主体价值（如作为社会建构的节事） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社会参照群体的影响 ● 社会需要（寻找与逃避） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 环境设计 ● 群体互动与群体动力学 ● 创造社会氛围；归属与分享 	<ul style="list-style-type: none"> ● 对社会群体需求的满意度 	<ul style="list-style-type: none"> ● 家庭变化，社会群体和社会规范都将影响节事
经济学	<ul style="list-style-type: none"> ● 消费的体验与作用 ● 当金钱主导节事体验时的可感知价值 	<ul style="list-style-type: none"> ● 消费与参与的经济激励与阻碍 ● 供给因素（如旅行成本、替代品） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事的商业模式和经济可行性 ● 需求预测 ● 影响节事产业的经济发展政策 	<ul style="list-style-type: none"> ● 测量经济影响与外部性 ● 成本-收益评估（包括其分配情况） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 经济趋势与动力（竞争、全球化）
管理学	<ul style="list-style-type: none"> ● 消费主义（作为娱乐产品的节事） ● 节事的商品化 	<ul style="list-style-type: none"> ● 营销的效率 ● 形象与品牌 	<ul style="list-style-type: none"> ● 项目与战略规划 ● 管理的效率与有效性 	<ul style="list-style-type: none"> ● 利益相关者受到的影响 	<ul style="list-style-type: none"> ● 管理理论与实践的发展 ● 影响商业与企业的因素（如商业发展政策）的变化 ● 竞争环境的变化
人文地理学	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事与资源、文化和人类行为的联系（如收获节庆、季节因素） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 与距离和进入性有关的需求 ● 宗教和跨区域文化的影响 	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事氛围 ● 区位分析 	<ul style="list-style-type: none"> ● 从空间角度分析环境影响 	<ul style="list-style-type: none"> ● 时空模式（乡村分布、节事作为城市更新一部分的增长情况）
未来研究	<ul style="list-style-type: none"> ● 如何看待时间对体验及其意义的影响？ 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人们如何规划未来的节事？ ● 虚拟现实技术将取代现场节事体验吗？ 	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事部门对环境侦测^①和未来扫视技术^②的使用 	<ul style="list-style-type: none"> ● 预测节事的影响 ● 未来情景（可能的预期状态） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 对时间和未来的认知变化 ● 对节事的未来有怎样的设想？
公园管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 融入自然 ● 作为一种治疗的户外体验 	<ul style="list-style-type: none"> ● 公园是受欢迎的吸引物和节事场所 ● 户外节事有特殊的号召力 	<ul style="list-style-type: none"> ● 作为一种公园使用形式的节事规划 ● 场所规划 	<ul style="list-style-type: none"> ● 评估环境、社会以及个人维度的影响 	<ul style="list-style-type: none"> ● 公园需求和政策支持的变化 ● 可用资源及其质量的变化

① 环境侦测，也称环境扫描（Environmental Scanning），系指筛选大量的信息，从中发现未来可能的趋势及描绘未来。为了有效捍卫某个品牌的声誉，企业通常希望，能在危机到来之前将所有负评消灭于刚刚诞生之际。因此，理论上讲，存在着两个一前一后的操作策略，即议题管理（issues management）和环境扫描（environmental scanning）。企业公关人员通过每天花1-2个小时浏览行业新闻，或者是参加一些圈子聚会，来收集潜在的不利于本品牌的信息。将这些负面信息集结在一起，并加以“沙盘演练式”的应对而形成议题管理。不过，事情总归是变化的。随着时间的推移，这些议题管理（其实也就是危机处理预案）可能会过时，因此，公关人员需要不断地进行环境扫描，来充实和修正既定的那些预案。

② 未来扫视技术，全称为未来扫视和优化技术，原文为“Future Scanning and Optimizing Technology”。

续表

学科	特征与意义：节事体验	切入点	节事规划与运作	结果与影响	过程与方式
游憩管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事可满足社会和个人体验 ● 来自游憩的舒适和健康 	<ul style="list-style-type: none"> ● 尤其设施对某些类型的节事是必需的 ● 设施可以成为吸引物 	<ul style="list-style-type: none"> ● 游憩场所的安排 	<ul style="list-style-type: none"> ● 对个人和社会的影响 	<ul style="list-style-type: none"> ● 游憩需求和政策支持的变化
休闲研究	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事有利于休闲 ● 认真的休闲 ● 最佳的激发和流动 ● 生活方式的意义 	<ul style="list-style-type: none"> ● 参加节事的休闲动机 ● 休闲的约束和松绑 ● 游憩专业化 ● 自我投入 ● 承担义务 	<ul style="list-style-type: none"> ● 对节目、场所、活动的设计和规划的理论指导 	<ul style="list-style-type: none"> ● 如何测量休闲的益处（如健康、自我实现、社会整合） ● 休闲经历 	<ul style="list-style-type: none"> ● 休闲趋势，时尚
旅游管理	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事旅行的整体体验 ● 节事的旅游特征：吸引力、目的地营销、形象塑造、注入活力^① 	<ul style="list-style-type: none"> ● 影响节事旅行需求的一般旅行需求 ● 节事旅游的特殊动因 ● 媒体覆盖率和影响需求的媒体事件 ● 旅游指向的节事供给增长 	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事旅游营销 ● 包装 ● 主要为旅游者和目的地形象提升而推出的节事 ● 目的地节事库 	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事旅游影响 ● 经济影响和经济影响评价(EIA) ● 成本—收益评估 	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事旅游发展趋势（如长、短期节事旅游的需求变化）
接待业研究	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事活动中的接待（待客） ● 作为独特节事体验的团体接待 	<ul style="list-style-type: none"> ● 服务质量成为未来需求的决定因素 ● 作为专业服务项目的团体节事和私人节事的需求增长 	<ul style="list-style-type: none"> ● 服务质量 ● 气氛 ● 技术考量（照明、音响、安全、健康） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 商业影响 ● 客户与客人的满意度 	<ul style="list-style-type: none"> ● 节事的竞争环境是动态的 ● 对质量的要求在提高

资料来源：Getz（2007：51-146）

二是基本理论的欠缺。目前国内在节事的理论规律和一般模式（模型）研究方面，不仅文献较少，而且很少提出具有普遍意义的模式或模型。这与国内节事研究方法的特点有很大关系：与国外研究的节事旅游（Event Tourism）研究以典型案例的实证研

究和微观研究为主的特点相比较，国内对节事旅游的研究体现出以一般性的理论探索和宏观研究为主，缺少实证研究和案例的深度解剖（表4、表5）。

表4 2002~2009年国内节事研究代表性文献的研究方法

年份	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	合计
传统定性方法	1	3	4	9	3	5	9	9	43 (84)
现代定性方法	0	0	0	0	0	2	0	1	3 (6)
定性定量方法	0	2	1	0	0	0	0	0	3 (6)
基础统计分析	0	0	0	0	0	1	0	0	1 (2)
复杂统计分析	0	0	0	0	0	0	0	1	1 (2)
合计	1	5	5	9	3	7	9	11	51 (100)

注：合计栏中前面数字表示文章的数量，括号中数字表示该类文章占相关文章总量的百分比。从表中可看出现阶段我国节事旅游的研究方法主要采用传统定性方法（84%），其他方法所占比例均不足10%，方法过于单一。从动态分析上可看出：（1）节事旅游的论文在整体数量上有上升的趋势，但在这一过程中偶尔会出现一些波动、转折；（2）最近两年研究方法开始出现多样化，现代定性方法、复杂与基础统计分析方法的文章开始出现。

表5 2002~2009年国内节事研究代表性文献不同研究内容的研究方法

研究内容	传统定性方法	现代定性方法	定性定量方法	基础统计分析	复杂统计分析	合计
评论、综述	8	0	1 (11)	0	0	9 (18)
理论方法	3	0	0	0	0	3 (6)
体育节事	4	0	0	0	0	4 (8)
节事旅游品牌	1	0	0	0	1 (50)	2 (4)
城市节事旅游开发与管理	13 (81)	1 (6)	2 (13)	0 (0)	0 (0)	16 (34)
节事旅游的影响分析	8	0	0	0	0	8 (16)
评价指标体系	0	0	0	1	0	1 (2)
市场、营销与运作	3	0	0	0	0	3 (6)
其他方面	2	1 (33)	0	0	0	3 (6)

注：合计栏中前面数字表示文章的数量，括号中数字表示该类文章占相关文章总量的百分比。

① 注入活力，原文animator，原意为（度假或旅游胜地）娱乐体育活动的组织者。与此相关的一个术语是“活化旅游产品（animation tourism）”：为了帮助游客克服各种与旅游经历有关的“现实障碍”，出现了称为活化旅游的服务形式，Pompl（1991）将其定义为“对于人体、对于心灵、或者对于参与社会活动的一种刺激，这种刺激可以来自他人（人为活化）、媒体（媒体活化）或物质（物质活化）”。通过活化服务，可以使旅游者增加接触机会，增加人际交流，使节日活动的内容更加多样化，假期生活更加深刻，增加假日的乐趣、快乐和愉悦，开发个人创造力、实现个体的需求，并使度过的个人经历更加丰富（转引自：吴必虎，2001，第六章）。

三是与基本理论欠缺相一致的实践指导性不强的缺陷。目前,国内节事旅游研究基本停留在宽泛的理论探讨和案例的浅层次研究层面,对节事旅游活动的策划和营销、节事现场的拥挤、容量及其管理与控制等现实问题缺乏针对性的研究成果,对国内旅游节事活动区域特色不鲜明、影响不显著、活动策划主观性强、强调政治功能而忽视经济效益等现实问题没有提供充分的理论解释和对策指导。

根据西方节事及节庆旅游研究的发展趋势和我国的实际情况,今后我国节事及节庆旅游研究的重点与方向包括以下五个方面:

一是从知识管理层面,建立中国特色的“节事旅游学科”。从本质上来看,节事旅游是依托于“节事经济”(MICE Economy)、“节事产业”(Event Industry)和“节事管理”(Event Management)这些应用领域出现的新现象、新问题、新趋势才得以产生的应用型学科。从国外旅游研究的趋势看,近年来“知识管理”成为一个新的研究热点。为节事理论与实践创立“知识管理”(Knowledge Management, KM)框架,对于学术本身的发展和实践应用的有效性而言,同样是非常关键的。这也是节事活动领域最著名学者Getz在他的新书《Event Studies》(Getz, 2007: 3-4)中所着力论述的内容,也就是说:节事旅游学术研究与教育教学应当包括三个层次——节事理论(Event Theories)、节事管理(Event Management)、节事设计与实际工作(Event Design & Production)。这三个层次也是节事旅游学科内容的基本架构(戴光全,张骁鸣,2009)。

二是借鉴相关学科研究的概念、理论、原理与方法,对节事及节庆旅游研究方法进行创新和完善,实现节事及节庆研究方法的现代化问题。重点是节事及节庆数据搜集技术、资料统计分析技术、综合性和多学科研究方法的探索和应用。

三是加快节事及节庆旅游的基本理论的研究和理论体系建设。也就是研究节事及节庆旅游概念的内涵、外延及其形成、演进规律,建立规范的节事及节庆旅游理论体系,重点研究节事及节庆旅游的实质、节事及节庆旅游者的行为、节事及节庆的吸引力所在等这些方面都急需建设的理论问题,为节事及节庆旅游的策划规划等实际工作提供指导,其中我国节事及节庆旅游与西方国家节事及节庆旅游不同特点的研究也是具有学术贡献和实践指导意义的研究方向。

四是以节事及节庆的影响研究为基础,以节事及节庆旅游及节事及节庆举办地的可持续发展为目的,对节事及节庆旅游各个方面的影响及其控制进行全面研究,为节事及节庆策划和节事及节庆旅游规划提供有操作意义的框架和理论支撑。各类重大活

动和重大工程对旅游的影响也是富有意义的研究方向,如北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、三峡工程、青藏铁路工程、南水北调工程、港珠澳大桥工程等。公众事件(Public Event)、旅游危机事件(Tourist Risk Event)、突发性旅游事件(Tourist Risk Event)的旅游影响及其管理也是值得研究的领域。

五是从社会学、人类学、文化学等层面对节事及节庆的哲理进行理论层次的研究。其前沿课题包括节事及节庆的国家意义(National Meaning)、节日精神(Festival Spirit)、节日性(Festivity)、节事及节庆活动及其服务的质量管理(Service Quality Management)问题、节事及节庆的真实性(Authenticity)和象征性(Symbolism)问题、节事及节庆文化传统(Tradition)的研究、节事及节庆与现代性的关系、节事及节庆活动中的狂欢理论(Carnival Theory)、节事及节庆的传播和媒介事件的文化研究(Communication and Media Events culture Study)、节事及节庆与大众文化(Mass Culture)的关系、重大国际节事及节庆活动的跨文化交流与对话(Cross-cultural Communications and Dialogues)问题。

研究生肖璐参加了本文关于节事旅游研究方法的研究,中山大学旅游学院张骁鸣副教授参加了本文节事旅游存在问题的研讨。

特此致谢!

参考文献

- [1] Getz, D. Event Management & Event Tourism. New York: Cognizant Communication Corporation, 1997.
- [2] Getz, D. Event Studies: Theory, research and policy for planned events. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann, 2007.
- [3] 戴光全. 节庆: 生命之根植何处? 中国会展, 2006(9): 26-29.
- [4] 戴光全, 张骁鸣. 关注大型节事活动对于节事学科与节事教育的影响. 旅游学刊, 2009, 24(1): 7-8.
- [5] 戴光全. 东巴文化艺术节及其旅游后续效应// 丽江第二届国际东巴文化艺术节学术研讨会论文集. 昆明: 云南民族出版社, 2005a: 516-528.
- [6] 戴光全. 重大事件对城市发展及城市旅游的影响研究: 以'99昆明世界园艺博览会为例. 北京: 中国旅游出版社, 2005.
- [7] 刘太萍, 殷敏. 中国节事旅游营销管理现状分析与对策研究. 北京第二外国语学院学报, 2004(5): 52-56.
- [8] 沈世伟. 法国国际民间艺术节初探. 浙江工商职业技术学院学报, 2005, 4(2): 44-47.
- [9] 吴必虎. 区域旅游规划原理. 北京: 中国旅游出版社, 2001.
- [10] 余青, 等. 中国城市节事活动的开发与管理. 地理研究, 2004, 23(6): 845-855.
- [11] 余青, 等. 中国节事活动开发与管理研究综述. 2005, 人文地理, (6): 56-59.
- [12] 宗晓莲, 戴光全. 节事旅游活动中的文化表达及其旅游影响——国际东巴文化艺术节的旅游人类学解读. 思想战线, 2005, 31(2): 134-140.