

模块一 节事活动概述

任务四 节事活动的发展现状及趋势

一、国际节事活动的发展概况

远古时期的人类由于对自然的认识处于原始阶段，会选特定的“日子”对人类自身之外的东西（如自然、祖先和无法解释的现象）进行原始崇拜。他们聚集在一个场所，按照一整套的仪式或程序演示一定的动作以表达其愿望。同时由于这是一个重要的活动，他们会穿上平时不穿的衣服，使用平时很少使用的用品，享用平时不舍得食用的食物等。这个时候的人类会忘掉平日生产的劳累和生活的艰辛，或庄严、或欢乐地消费和享用比平时更多的食物、用品等。在人类漫长的岁月里，逐渐形成了诸多丰富多彩、形式多样的节日风俗，这些节日风俗都是伴随着历史的发展而形成的，反应了各个民族生息、发展、进步的过程。其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，节事活动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。

1. 国际节事活动的特点

(1) 节事活动公众参与性强 国外很多节事活动的设计特别重视参与性，为旅游者提供丰富多样的节事活动大大不同于日常生活的旅游体验。国际上有一些狂欢娱乐性质的节事旅游活动享誉全球，如巴西狂欢节、威尼斯狂欢节、西班牙西红柿节、法国尼斯狂欢节等都是全民参与的节日，活动与环境共同形成的特殊氛围特别吸引游客。以西班牙“西红柿节”为例，每年“参战”和“观战”的人数达4万人之多，已成为当地重要的旅游资源。另外，西班牙奔牛节不光是与牛



同胞，还包括民间表演，一些乡间运动比赛，如伐木比赛、举大石头比赛等。有的还特别考虑到孩子们，专门为孩子们准备了表演和活动，充分考虑到了全民参与性。即便是文化艺术类节事，也都不光是表演展示，也注重设计一些公众参与的活动。2006年爱丁堡国际艺术节开幕式上就吸引了十几万观众，来自世界各地两万多名表演者参与了1600多场演出，旅游效应巨大。

(2) 节事旅游活动具有鲜明特色 国外很多城市从地方文化中着手开发节事旅游活动，使节事活动极具民间特色。例如，日本各地开发出很具民间特色的民俗节事活动，札幌的雪祭、青森的“睡魔”节等，尤其是京都的“时代”节，将京都成为首都后1000多年来的风俗习惯按各个不同时代的风貌列队展现，使人感到好像亲眼目睹日本历史画卷。另外像比利时，这个欧洲国家一向以民间节日丰富多彩而著称于世界，号称“千节之国”，如“和飞龙战斗节”“巨人节”“火腿节”“虾节”“啤酒节”“肉馅饼节”“狂欢节”等，简直数不胜数。而同是狂欢节的巴西狂欢节和德国狂欢节也是各具特色，巴西狂欢节最精彩、最热烈的场面是桑巴舞比赛，而德国狂欢节的高潮出现在“玫瑰星期一”，人们举行化妆大游行、大型狂欢集会和舞会。

(3) 市场认知度较高 由于具有鲜明的特色，国外很多知名的节事活动有着悠久的历史，成为每年的盛会，在国际上认知度很高，形成了品牌基础上的文化冲击力和特色震撼力。例如，西班牙奔牛节举办期已长达4个世纪，节间活动发展到156项，成为广为人知的西班牙节事活动。另外一些极具特色的地方性节事活动也做得很精致，在当地认知度很高，对当地及周边地区也很有吸引力。

(4) 节事活动市场运作程度高 在西方社会，很多节事活动仍然是立足于社

区的民间自发组织的活动,完全的市场化运作。此外,一些经过策划的特殊事件,如城市标志性事件,在产生之初就具有强烈的地区营销导向。因为这样的一个运作方式是在市场机制比较健全的条件之下,大家认为有必要来做的,所以大家共同来做,而不需要更多的行政干预。换句话说,是市场有需求,为了满足市场需求才设计了节事旅游产品。

(5) 节事旅游行业相对完善,相关研究多 节事旅游行业在欧美发达国家有很广泛的基础,从节事服务、节事整合营销到节事相关技术的开发及节事活动的运作管理,从节事行业协会组织到节事传媒、节事教育培训机构,整个行业已经具备了健全的基础,形成了较完整的节事产业链。另外,随着节事旅游的发展,国外对节事旅游的研究形成了一股热潮。研究范围广泛,有从社会、经济、心理等角度的研究,也有从行业各个层面的研究,如行业效应、市场营销、旅游者行为等方面的研究,还有从管理层面着手的研究,探讨节事活动的组织、风险规避等问题。这些研究对节事活动的实践操作提供了理论支持和科学指导。

2. 国际节事活动的发展趋势

(1) 节事活动与城市发展相连 城市营销理念力求将城市视为一个企业,将具体城市的各种资源,以现代市场营销手段,向目标受众或目标客户宣传或兜售。所以,节事活动不仅塑造了城市形象、提升了城市知名度,也使节事活动发展日益成为城市整体发展战略的重要部分。它以拉动城市经济、带动城市更新改造、弘扬传统文化和体现精神内涵,而受到各个城市政府的高度重视,很多城市纷纷制定节事活动发展规划。伴随着这种趋势,通过竞标申办的方式争夺节事活动举办权也将逐步流行。



(2) 商业赞助成为举办节事活动的重要融资途径 在现代社会,随着广告等传统手段竞争的日趋激烈,人们日益意识到节事活动作为“软媒体”具有的广泛影响和传播效应。因此,企业会赞助节事活动,借此来树立企业形象、提高产品知名度、打开产品销路等。企业热衷赞助节事活动,使得节事活动赞助变得越来越普遍,有助于节事活动的良性循环发展。

(3) 节事活动将更为品牌化和专业化 节事活动品牌在旅游业中扮演十分重要的角色,它本身就是一张城市名片。美国的玫瑰花节、西班牙的奔牛节、意大利的狂欢节、马来西亚的国际风筝节都对本国节事活动和旅游业的发展起到了非常重要的作用。随着节事活动的发展,出现了专门的节事活动管理部门,专职管理部门已成为节事活动和旅游业发展最快的一个机构。