



## 模块一 节事活动概述

### 任务四 节事活动的发展现状及趋势

#### 二、我国节事活动的发展概况

##### 1. 我国节事活动发展历程

作为历史悠久的文明古国，我国本土起源的传统节事活动同样源远流长。但是作为一种当代的文化产业现象，我国节事活动的起步发展基本上可以追溯到1978年改革开放以后，大致经历了3个发展阶段，并呈现出不同的阶段性特征。

(1) 20世纪80年代初期和中期 我国节事活动的兴起可以追溯到20世纪80年代，一些运作相对比较成功的节事活动现在依然影响很大，如洛阳牡丹节（1983年）、潍坊风筝节（1984年）、哈尔滨冰雪节（1985年）等。仔细分析这些节事活动会发现，这一阶段的节事活动中心侧重于当地群众的庆祝和娱乐的功能，与老百姓的文化娱乐密切相关，是作为一种大众文化现象而存在的。比如，洛阳牡丹节举办的目的是“活跃人民生活，提供文化娱乐机会”，哈尔滨冰雪节则强调了“鼓舞群众精神，提供文化娱乐机会”的功能。

(2) 20世纪80年代后期与90年代 20世纪80年代末期，城市改革的推动和沿海工业的大发展，以工业化产品为主题的节事活动在沿海地区集中兴起。这一阶段的节事活动反映了当时我国沿海地区工业获得长足发展的现实，“文化搭台，经贸唱戏”，节事活动的主题已然渐渐地向商贸活动和城市形象的宣传转移，而商贸活动也渐渐地与节事活动、旅游等方面深刻地结合起来，朝着综合性方向发展，而且不断发展创新。通过节事旅游活动来争夺经济发展资源，为地方经济发展服务也是这一阶段节事活动大力开展的主要原因。因此，这一时期我国



节事活动发展非常迅速。据粗略统计,1991年新产生的旅游节30多个,为1987年的3倍。同一主题节事活动也发展迅速,一时间全国风筝节就有10个之多。根据1991年的《中国旅游年鉴》记载,当年全国著名节事旅游活动88个。其中哈尔滨的冰雪节、广州的年宵花市等最为著名。1992年,全国推出了近100项节事活动,如昆明的中国艺术节,广州、上海、南京、杭州、成都、济南、厦门等地举办的各具特色的美食节,北京、上海、广州举办的中国旅游购物节,广州举办的中国旅游艺术节等。1995年中国“民俗风情游”主题活动也极大地推动了全国节事旅游的发展。

(3) 21世纪到现在 进入21世纪,我国经济实力获得了巨大提升,节事活动向大规模、国际化的方向发展,集中表现是北京成功主办第29届奥运会和2010年上海世界博览会。这一阶段代表性的节事活动还包括2001年世界大学生运动会、2001年在上海举行的APEC年会、2004年中国网球公开赛、2005年上海F1方程式赛车、2010年广州亚运会等。这些节事活动一方面反映了我国一些国际化大都市的发展水平,提升了北京、上海等国际化都市在国际上的形象,产生了无与伦比的影响力;另一方面也集中展现了改革开放30年来我国经济发展的巨大成就,同时也在世界上提升了我国的国际形象,展示了我国举办大型节事活动的能力和信心。据统计,2010年全国节事活动已经达到9000多个,并且同时也形成一批知名节事活动,如大连服装节、青岛啤酒节、南宁国际民歌节、上海国际艺术节等。而更多的节事活动也开始在我国二线城市举行,如2007年在太原举行世界小轮车锦标赛,说明了我国进入一个有计划、有组织地主动开发节事活动的新阶段。

## 2. 我国节事活动存在的主要问题及建议

(1) 我国节事活动存在的主要问题 举办“以节招商,文化搭台,经济唱戏”的城市节事活动,来推介具有地方特色的旅游资源和产品,塑造城市的整体形象,促进城市经济和社会事业的加速发展,已在全国形成了热潮,并渐渐形成了一种政府显示政绩的“时尚”。综合分析,我国节事活动中存在的问题主要有:

1) 举办城市规模不一,节事活动数量众多,缺乏品牌知名度与国际化水平。从城市规模上看,大到北京、上海,小到一些县级市几乎都有各自的节事活动;举办节事的城市(镇)数量、每一城市举办的节事数量都还在逐渐增加。但与西方一些具有长期举办历史的节事相比,我国多数城市节事活动举办届期都不长,能持续举办并发展成为国际节事活动的则更是屈指可数。比如,我国举办历史较长的有洛阳牡丹节,从1982年第一届开始,至今已有29届。与此相比,西班牙的斗牛节举办期已长达4个世纪,节间活动多达160项。

2) 节事活动类型多样,但是主题存在一定重复雷同现象,缺乏文化深度。前面提到,我国的节事活动有8种主要的活动类型,可谓丰富多彩。但是大多以资源导向型节事居多。其中以物产餐饮型、历史文化型、民俗风情型和自然景观型的节事活动所占比例较大,四者合计占我国节事活动市场的74%。同时,国内许多节事活动在诸如节事主题、活动内容、运作方式、管理模式等方面存在相互模仿、重复办节的现象,品牌节事活动数量不多。

3) 节事活动以政府主导型为主,市场化模式有待加强。在我国,城市节事活动多数是由当地政府部门牵头主办的,由于政府在节事活动策划、运作能力方

面专业性不强,大多按行政方式运作,市场作用发挥不足,从而导致节事活动效果不够理想。

目前,我国节事活动的运作模式大致可以分为4种主要类型:①一级政府(市政府)主办模式;②政府某行政部门(如文化局)主办模式;③政府引导、企业承办、市场运作模式;④完全市场化运作模式。其中第三种模式,普遍被大多数城市所采用,这种模式将整个节事活动作为一项系统的文化、旅游、招商举措来运作,最终实现社会效益与经济效益上的“双赢”。国内一些著名的大型节事活动,如南宁国际民歌节、青岛国际啤酒节、哈尔滨国际冰雪节等都是采用此模式。南宁市政府1999年开始举办南宁国际民歌艺术节,所有事务由举办地政府全权负责,甚至连场馆安排都活跃着政府忙碌的身影,然而当年的广告集资与票证收入仅为500万元。从2002年起,民歌节开始实行政府办节、公司运作、社会参与的市场化运作机制。当年筹资总收入达2757万元,实际支出2694万元,实现收支平衡略有节余,取得了较好的经济和社会效益。自此,民歌节逐步实行全面市场化运作,率先成为我国完全市场化运作的节事活动。

4) 举办形式呆板老套,无法吸引大规模公众参与。由于节事活动在运作模式方面缺少新颖性与创造性,再加之节事活动本身知名度不高,内容缺乏文化内涵等原因,直接导致了当地民众及外地游客参与节事活动不够理想,并由此导致节事活动的成本过高,效果不显著。

5) 节事活动空间分布不均衡,呈现“东多西少”的局面。我国节事活动主要集中在长江三角洲地区、环渤海地区、珠江三角洲地区,这些地区经济发达,旅游业也较为发达,因此举办的节事活动数量多、质量高。而中西部地区由于自



身经济发展缓慢和综合实力不强，导致节事数量偏少，质量相对较差。从整体上看，我国节事活动空间分布不均衡，地域性差异大。

## (2) 我国城市节事活动开发与管理发展的建议

1) 整合节事活动，彰显个性与特色，实现品牌化发展。针对目前我国节事活动滥而不精、形式单一的现象，整合节事活动是非常必要的。在整合的基础上，创造个性化、特色化的节事活动，打造本地区具有竞争力的节事品牌。节事活动的个性、特色与品牌需要依附一定的客观载体。这些载体可以是某地独特的人文或自然景观，也可以是某地的特色物产。比如，前面提到的洛阳牡丹节、青岛啤酒节、大连国际服装节，都是国内一些成功的节事活动，具有鲜明的民族特色，切合当地实际情况和风俗习惯，有较强的娱乐观赏性，已经成为国内知名的节事品牌。

2) 加强政府引导、企业承办、市场运作的节事活动模式。目前，我国节事活动的主导力量仍旧依靠各级政府，尤其是国际性大型节事活动的举办需要靠政府去争取，并通过政府对外宣传与召集，充分调动社会各方面的力量共同参与，协助办好节事活动。企业承办主要体现在节事活动的主题策划、节事活动内容的精心设计、节事活动的全面服务等方面。整个节事活动的操作过程则应交给市场来运作。比如，节事活动的赞助商、冠名权、广告宣传等方面，都可以采用公开招标、公平竞争的方式，激励更多的企事业单位参加到节事活动中。

3) 加强节事活动促销与城市目的地营销。节事活动持续时间一般较短，产品性质特殊，临时调整难度大，因此对促销的要求较高，除一般惯用的促销手段外，还可以采取互联网促销，聘请专业性中介公司推进市场化和专业化运作



等手段。与此同时，要充分发挥节事活动在地方品牌化中所具有的“作为促进城市发展的动力，强化地方意识；作为城市形象的塑造者，提升城市声誉；作为城市旅游吸引物，构成旅游产品体系的有机组成部分；作为提升旅游吸引物和城市目的地地位的催化剂，拉动地方基础设施建设”的作用（Getz·D，1997），将节事活动作为城市特殊的营销战略或城市目的地营销计划的组成部分，融入到城市营销或营销城市的活动中去。

4) 加强宏观调控，因地制宜，促进节事活动的合理化时空分布。由于我国节事活动的举办往往是依托于当地最具有比较优势的资源和物产，在空间分布上表现出东部多、西部少的不均衡特点，因此在节事活动的举办中必须强调宏观调控和指导，强调因地制宜，从而促进节事活动在时空分布和类型上更趋合理和完善，形成良性的整合态势。比如，东部地区应充分利用经济文化及旅游业高度发达的优势，努力提升节事活动品质，促进其升级和转型，形成一些有重要影响的标志性节事；西部地区则应充分认识当地的资源现状，了解市场需求，将丰富多彩的自然资源、浓郁的民俗风情充分利用，大力发展以资源型为主导的节事活动，培育出地域特色鲜明、民族特色突出的重大或标志性节事活动，建立地方城市节事品牌。

我国节事活动，需要引入市场化运作模式，结合地域特色、资源优势，体现民族习俗文化，通过政府协调节事活动的开展，打造一个又一个具有民族性、地域性、国家性的品牌节事活动。

### 3. 我国节事活动的发展趋势

(1) 我国节事活动文化内涵更加丰富 节事活动作为一个民族或一个区域集

体文化记忆的符号和载体，其文化内涵的丰富与否，决定了这个节事活动是否延续和发展。因此，越来越多的城市在加大节事活动文化内涵上下了一番功夫，都十分注意将多元文化有机地、巧妙地结合起来，优势互补，扬长避短。纵观全国的节事活动，真正使人印象深刻的，都是注重做文化的，主要表现为以下6个方面特点：注意挖掘本土文化；坚持弘扬传统文化；大力挖掘独特文化；不断吸收外来文化；继续展示现代文化；积极普及大众文化。

(2) 我国节事活动将向产业化趋势发展 招商引资，推动地方经济发展是举办节事活动的重要目的之一，所以发展节事活动产业势在必行。各举办者都注意使节事活动产业化，不仅通过举办节事活动达到发展城市的目的，而且节事活动的运作也在产业化。加强协调监控，减少行政成本，在确保社会效益的同时，争取经济效益的增长，实现节事活动的市场化、产业化运作。

目前不少节事活动从策划、集资、广告、会务、展览、场地布置、搭建、纪念品、宣传等都有专业的节事活动策划公司和机构承担，通过招标合作的形式完善现代节事活动的产业链条，大大提高了节事活动的水平，使节事活动真正走上“政府主导、社会参与、市场运作”的产业化发展道路，如中国宜昌长江三峡国际旅游节。

(3) 我国节事活动将向多元化趋势发展 多元化体现在举办地多元化、模式多元化、主题活动多元化等方面。很多的节事活动跨越一个举办地，甚至全国举办，在主题活动上也不是单一的活动项目，而是文艺晚会、招商会、研讨会、论坛等多种主题形式的活动相融合。

(4) 我国节事活动将向市场化和专业化方向发展 市场化是国外成功节事的



基本运作模式，由大型专门的服务或策划公司承办，政府行为只起着协调、支持的作用。我国目前就要建立与国际活动业相适应的管理体制，根据目标市场打造节事活动品牌，广泛协作联合，注重宣传促销，尽快引进、培养专业管理人才，实施专业化管理，使我国节事活动与国际规范相一致。