

<<2009中国节庆产业发展年度报告>>

图书基本信息

书名：<<2009中国节庆产业发展年度报告>>

13位ISBN编号：9787561835777

10位ISBN编号：7561835779

出版时间：2010-7

出版时间：天津大学出版社

作者：王春雷，赵中华 主编

页数：240

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<2009中国节庆产业发展年度报告>>

### 内容概要

近年来，随着我国改革开放的不断深入和市场经济体制的不断完善，旅游业取得了全方位的发展，国家确定的“将旅游业作为国民经济新的增长点”的大政方针逐步落实，旅游业在国民经济中的作用不断显现；“把我国建设成世界旅游强国”已经成为国家旅游业的发展目标。

根据世界旅游组织（删）预测，到2015年，中国将成为世界上第一大旅游接待国、第四大旅游客源国和世界上最大的国内旅游市场。

届时，我国入境过夜旅游者将达到1亿人次，国内旅游者将达到28亿人次，人均出游2次，出境旅游者将超过1亿人次，三大市场旅游者总量达30亿人次左右。

## <<2009中国节庆产业发展年度报告>>

### 书籍目录

序前言2009年中国节庆产业发展总报告梁圣蓉,王春雷基本原理篇 第1章对相关核心概念的界定王春雷 第2章节事活动与城市发展的互动关系刘德艳 第3章节庆活动策划与组织的一般原理刘明广国际经验篇 第4章国外节庆活动研究概述赵中华 第5章国外节庆活动的行业管理王春雷 第6章国外节庆活动的运作模式朱红兵 第7章国外经典节庆案例研究 第1节德国鲁尔2010“欧洲文化之都”项目刘莉丽 第2节爱丁堡国际艺术节刘莉丽 第3节鹿特丹夏季嘉年华王春雷 第4节美国玫瑰花节刘莉丽中国实践篇 第8章中国品牌节庆活动推介潘文焰 第9章国内节庆研究进展卢晓,崔国 第10章国内节庆活动的行业管理郑建瑜,范卓奇 第11章国内节庆活动的运作模式范卓奇,郑建瑜 第12章国内经典节庆案例研究王文杰附录 2009年中国内地各省、自治区、直辖市节庆活动一览表胡欣 2009年港澳台地区节庆活动一览表胡欣参考文献

章节摘录

（四）筹集资金的渠道不多，社会投入不足 在政府或部门主办模式下，节庆活动主办单位“等、靠、要”的观念根深蒂固，严重依赖政府的财政投入，社会投入显得不足，经费筹措渠道比较单一。

据调查显示，前几届的上海旅游节、上海国际艺术节等节庆，政府财政拨款都在30%以上；在市场化筹资方面，大都集中在广告、捐赠和赞助上，而专有权经营、彩票等国际上常见的筹资方式还较少见，即使是占较大比重的企业捐赠和赞助也大多是政府干预的结果，存在政府对国有企业的“指派”现象，而不尽是市场经济利益的驱动使然。

（五）政府干预过多、参与性不强目前，我国各地区节庆活动的运作与市场经济的要求有许多不相符的地方，政府在其中所起的作用过多，管辖范围过于宽泛。

具体而言，节庆活动往往由政府部门牵头主办，上指下派，按行政方式运作，较少考虑由企业承办，造成节事活动成本过高，政府财政负担过重；另一方面，由于投资回报机制不完善，企业参与的积极性不高，同时也因为牵扯到政府指派，所以或多或少地带有“长官意志”，忽视了民间节事活动的自发性、群众性、娱乐性和观赏性。

三、节庆活动市场化运作的必要性如前文所述，我国节庆活动的运作确实存在着诸多问题，各地也在根据实际情况探索更加适合的模式。

结合国外节庆活动成熟地区的成功经验，市场化运作可以说是我国节庆活动未来发展的必由之路。

所谓市场化运作，是指在节庆活动实施过程中引入市场机制，计量投入产出，避免为办节而办节。

节庆活动的目的性和趋利性决定了节庆活动最终必须走向市场，为此，政府或各级部门必须转换自己的角色，充分发挥市场的调节和导向作用，实现资源的最优配置。

……

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>