

<<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。

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>