

社区旅游管理中的社区旅游发展：社区如何塑造活动体验

刘诗昳

格拉斯哥大学 亚当斯密商学院，英国 格拉斯哥 G12 8QQ

DOI: 10.61369/SSSD.2025180024

摘要：伴随旅游经济发展，旅游景区与社区活动的联系日益紧密，打造和谐共生的活动空间，塑造丰富多样的活动体验，成为未来社区旅游发展的重要方向，为社区旅游管理提供了新研究视角。活动在历史发展中经过了长期的演变，古代典型的活动由加冕仪式，现代典型活动为音乐节和国际会议，活动是各地区、国家之间经济、文化交流的桥梁。在旅游活动的发展中，社区参与成为旅游业高质量发展的重要方向。本文从活动管理视角出发，阐述社区在活动产业中的作用、贡献和挑战，分析社区参与活动策划、执行和管理等行为，同时归纳对应经验和见解，最后讨论社区参与旅游活动发展的影响，为活动类产业的壮大和发展提供参考。

关键词：活动管理；社区；旅游管理；活动体验

Community Tourism Development in Community Tourism Management: How Communities Shape Event Experiences

Liu Shiyi

Adam Smith Business School, University of Glasgow, University of Glasgow, Glasgow, UK, G12 8QQ

Abstract : With the development of the tourism economy, the connection between tourist attractions and community events has become increasingly close. Creating a harmonious and symbiotic activity space and shaping diverse event experiences have emerged as important directions for the future development of community tourism, providing a new research perspective for community tourism management. Events have undergone long-term evolution in historical development: typical ancient events included coronation ceremonies, while modern typical events consist of music festivals and international conferences. Events serve as a bridge for economic and cultural exchanges between regions and countries. In the development of tourism activities, community participation has become a key driver for the high-quality development of the tourism industry. From the perspective of event management, this paper elaborates on the roles, contributions, and challenges of communities in the event industry, analyzes community behaviors in event planning, execution, and management, summarizes corresponding experiences and insights, and finally discusses the impacts of community participation in tourism event development. The research aims to provide reference for the growth and development of the event industry.

Keywords : event management; community; tourism management; event experience

引言

在全球化视域下，活动产业呈现出蓬勃发展的趋势。Statista (2020) 指出在2020年，活动产业的总值达到了8870亿美元，并预测到在2028年产值将超过2194亿美元，体现出活动产业在全球经济发展中占据的地位越来越突出^[1]。从利益相关者的角度看，政府机构、私营企业与地方社区是统筹、组织和参与该行业的主体，也是带动该行业发展的重要力量。在活动管理视角下，社区通常是活动行业的策划、组织和执行者，管理水平与效能直接影响着活动能否成功开展，以及活动产业的可持续发展。在社区旅游管理活动中，地方社区往往需要提供活动场地，并享受旅游活动策划与服务内容产品。面对居民多元化的需求，社区可以通过提供商品与服务、保护文化遗产、志愿服务等方式，带动活动产业的发展。

一、研究现状及背景

区参与带来的经济效益，目前的研究视角日益拓宽。

Putnam 等 (2004) 从社会资本理论出发，认为建立社会网

近年来，学界关于活动产业的研究不断增多，早期聚焦于社群，是促进社区合作、提升凝聚力的途径；Arcodia 和 Whitford

(2006) 在前人的基础上,发现举办文化与节日活动,具有增强社区情感联系的作用。Arnstein (1969) 构建社区参与阶梯模型,主要从被动-主动两个维度,划分当地社区的参与水平,为活动决策提供框架。Freeman 和 Phillips (2002) 的利益相关者理论,活动可以看作一个生态系统,政府机构、赞助商与社区成员都作为整体中的一部分;Andersson 和 Getz (2009) 对前者进行了拓展,认为多个利益相关方的合作深度,是影响活动能否长期开展的重要因素。Getz (2001) 的制度理论,活动从社区传统形式,逐步演化到成为一种固定社会结构,为建立社区活动制度提供依据。

社区参与活动形式具有多样性。Fredline 等 (2006) 基于 Arnstein (1969) 的框架,提出参与类型有积极参与的组织与被主动参与的组织(或受众);Gibson 和 Stewart (2009) 补充道,积极参与者由地方赞助商、表演者、服务策划机构与志愿者构成。Getz 和 Andersson (2009) 提出,长期成功开展的活动经验,会加快社区制度的形成,而 Small (2007) 认为一味地注重“社区参与”要素,因产生“事件疲劳”风险导致受众参与兴趣下降。本文将从社区如何在活动产业中参与、如何影响活动产业的角度,着重分析社区在活动举办过程中所做出的贡献及其态度如何影响活动产业的可持续性发展。

二、当地社区在活动产业中的作用

活动产业拥有不同的大小规模,目标都是充分利用和开发旅游资源与地方资产。地方社区包含企业、政府、居民等主体,在活动产业中发挥着重要作用。

(一) 社区居民参与方式

Cuskelly 等 (2006) 认为遵循无偿性、自愿性原则的劳动,被称为志愿服务,主要付出知识、劳动和时间成本,这也是社区居民参与活动的主要形式之一。Cain、Orlowski 和 Kitterlin-Lynch (2021) 指出,随着活动产业蓬勃发展,志愿服务的需求随之增长^[2]。Lachance 等 (2021) 证实了志愿者付出的成本,对活动运营与筹备效率有着直接影响,如应急响应、信息咨询、门票管理等服务内容^[3]。参与活动的志愿者越多,运营成本越低,给活动观众带来更多美好的回忆和体验,有助于培育社区归属感与社会凝聚力。根据伯明翰城市官方数据 (2022) 可知,2022年伯明翰英联邦运动会参与志愿服务的人达到1.4万名^[4]。即将到来的2026年米兰冬奥会志愿者申请数量超额,达到10万人次,且其中大多申请者拥有赛事服务经验,体现了地方社区对赛事的关注与热爱^[5]。这些例子证明,社区居民对于活动产业普遍具有较强的参与意愿,这对于社区文化形象的塑造具有积极意义。

(二) 社区参与对文化创意产业的贡献

UNESCO (2006) 认为,文化创意产业属于旅游与活动产业的分支,包含的范畴十分广泛,涉及设计、电影、音乐、手工艺等,依托社区向游客提供艺术设计、民俗体验机会。在整个过程中,地方社区负责供给文化服务产品,集体或个人游客参与活动,当地人负责与游客建立起交流桥梁,利用活动产业,保护和宣传非物质文化遗产,带动地方经济与文化事业发展。Ji (2021)

以中国浮梁大地艺术节为例,认为社区提供的文创资源是活动成功举办的原因,策划者邀请了国内外艺术家,将现代与民间艺术文化融合,打造的乡村公共艺术品吸引了五万游客,且形成了新媒体曝光、线下宣传与游客宣传的格局,带动了区域文化发展^[6]。

(三) 当地企业对活动产业推广的支持

当地企业支持活动产业发展的主体,以多元化的方式,为活动组织开展提供资金支持、配套资源与服务设施,构建起活动产业推广的支持体系,对活动可持续开展与成功举办具有直接或间接影响。在参与层次上,企业形成了从赞助资金,到提供基础设施与配套服务,再到品牌营销与推广,最后发挥带动经济发展的效应,活动场景包含地方社区大小节日庆典,以及大型国际活动。Moscardo (2008) 经过实证研究发现,社会资本要素的支持与社区旅游活动的可持续发展存在内在关联性,政府机构通过发展活动产业,灵活配置和调用社会资本。例如,政府通过邀请各企业主体,联合地方大中小企业与外资企业,合理筛选合作伙伴,既能够为地方企业成长、发展与壮大提供平台,又拓宽了活动方选择渠道。企业方参与和活动发展存在共生关系,这一关系保持对发展活动产业经济,实现活动可持续组织具有促进作用。其中需要注意的是,活动组织方与政府机构需要平衡活动的文化价值与商业价值,为活动长期发展提供支持。

(四) 活动执行中的基础设施和管理支持

社区在活动执行过程中负责提供基础设施与后勤保障机制。基础设施资源类型多样,涉及废物处理、交通管理、会场秩序、保障维修等,影响活动运营效率。Dickson (2024) 以2024年巴黎夏季奥运会为例,预测到该赛事举办会吸引超1150万游客到来,这就需要城市具备完善的基础设施,加强市政管理^[7]。巴黎市政当局在奥运场馆周边,采用封闭道路的举措,并建立交通安全实时监测体系,评估场馆周围的人流与交通情况,避免出现严重交通拥堵情况,确保赛事顺利举办。

三、社区态度和活动产业可持续性

Jones (2019) 认为,社区态度是影响活动策划与执行的显著影响因素。McMillan 和 Chavis (1989) 归纳了社区社会关系的四大核心要素,情感联系、需求整合与满足、影响力、成员身份要素的共同作用,促进社区意识的形成。Piazzesi 和 Harris (2016) 指出,社区态度属于人类意识层面,具有一定抽象性,管控难度大,社区态度具有多方面积极效应,主要表现在增强社区投入、激励行动参与、提升个体与群体意识、促进人际关系、改善生活环境等。在新兴社区发展过程中,活动产业搭建起展示文化与形象的平台。而负面社区态度,会制约活动策划和执行进程,导致成本投入增加。由此,活动可持续性发展需要积极社区态度的支持,尤其是在活动的筹备与实施初期,需要居民、地方企业、教育机构与政府机构的积极支持。

越后妻有大地艺术祭 (ETAT) 是全球规模最大的国际户外艺术节,属于艺术节日活动的典范。自2000年起,该艺术节每三年举办一次,选址日本新潟县南部十日町市与津南町地区 (清津

峡所在地，以冬季多雪闻名）。活动主题顺应新时代社会发展趋势，结合土地荒废、人口外流、人口老龄化等挑战，遵循“自然拥抱人类”的核心理念，将土地、乡村、自然与艺术相结合，打造与自然环境相契合的公共艺术品。截至2024年，该活动已吸引全球近千位艺术家参与，创作230余件永久性艺术装置，被誉为“没有屋顶的美术馆”。这一案例充分证明，活动的可持续需要建立在顺应社区发展需要的基础之上，充分认识到当地社区所处的困境，让活动产业发展为社区带来新的发展机遇。

四、社区参与活动产业的挑战

(一) 财务约束和利益相关者之间的冲突

Getz 和 Page (2016) 认为，财务资源短缺是限制当地社区参与活动的关键因素。大型活动需要大量启动资金，用于前期推广宣传、基础设施配置，中期的物流服务与安全保障，以及后期维护保障工作，才能提升参与者与游客的接待能力，但是多数本地企业与组织的行政权力与资金不足以提供对应支持；此外，在缺乏资金补偿与激励机制的前提下，社区成员与利益相关者对活动的自愿投入，将面临大量经济负担^[8]。

在资源竞争中，本地小企业在赞助与参与机会争夺中处于劣势，导致利益与资源分配不均——大企业凭借更多资源获得更高知名度与优势，侵占本地社区与企业的经济收益，削弱活动的预期积极影响。同时，社区内不同利益相关者（居民、企业、政府机构、非营利组织）的优先事项与利益诉求存在差异，易引发冲突：政府可能侧重经济发展与品牌建设，忽视小型社区团体或慈善、志愿组织的需求，导致此类群体参与度下降，产生负面态度^[9]。Fredline、Jago 和 Deery (2003) 指出，这些利益冲突可能引发紧张局势，给活动计划制定与执行中的社区共识构建带来挑战，在土地用途、噪音控制、环境影响、财政拨款等问题上的争议，可能影响社区对活动的支持。

(二) 社会包容和社区参与的量化

活动的核心目标之一是促进社会凝聚力与社区参与，但经济障碍、文化差异、无障碍问题等因素可能导致社区内部分群体被排斥。过度迎合游客或精英参与者的活动，可能无意中边缘化低

参考文献

- [1] Verified Market Research. Events Industry Market size worth \$2,194.40 Billion, Globally, by 2028 at 13.48% CAGR[EB/OL]. 2022-01-06 <https://www.prnewswire.com/news-releases/events-industry-market-size-worth-2-194-40-billion-globally-by-2028-at-13-48-cagr-verified-market-research-301455483.html>.
- [2] Cain K, Orlowski L, Kitterlin-Lynch M. Volunteering in the Event Industry: Trends and Challenges[J]. International Journal of Event Management Research, 2021, 16(2): 123-138.
- [3] Lachance E, Bakhash J T, Parent M M. Outcomes of the Sport Event Volunteer Experience: Examining Demonstration Effects on First-Time and Returning Volunteers[J]. International Journal of Event and Festival Management, 2021, 12(2): 168-183.
- [4] Birmingham 2022 Commonwealth Games. Volunteers: The Beating Heart of the Games[R]. Birmingham: Birmingham City Council, 2022.
- [5] International Olympic Committee. Milano Cortina 2026: Volunteer Recruitment Launched[EB/OL]. (2024-09-18).
- [6] Ji X. The Floating Liang Earth Art Festival: Community Participation and Cultural Preservation[J]. International Journal of Heritage Studies, 2021, 27(3): 301-318.
- [7] Dickson D. Paris 2024 Olympics: Managing Infrastructure and Crowd Control[J]. Journal of Event Management, 2024, 28(1): 1-12.
- [8] Stevenson T. Event Tourism and Social Sustainability: A Critical Review[J]. Journal of Sustainable Tourism, 2020, 28(3): 421-438.
- [9] Bekere H G . Linking livelihood and biodiversity conservation in protected areas: Community based tourism development perspective from developing country [J]. Tourism and Hospitality Research, 2023, 23 (3): 361-375.
- [10] Dai T Q , Thi X Q N , Van H N , et al. Toward sustainable community-based tourism development: Perspectives from local people in Nhon Ly coastal community , Binh Dinh province, Vietnam. [J]. PloS one, 2023, 18 (10): e0287522-e0287522.

收入居民——他们缺乏参与的经济条件，也难以从活动旅游中获得直接利益^[10]。

Rogers 和 Anastasiadou (2011) 指出，资源限制、文化障碍、沟通问题等是阻碍社区充分参与的重要因素，这些障碍削弱了当地居民参与旅游业并从中受益的能力。尽管社区在活动产业中贡献显著，但其作用常被忽视，关键原因在于缺乏权威、标准化的定量指标，难以准确评估社区参与的程度与影响，进而影响活动策划、举办及管理中对社区资源的合理调配。Stevenson (2020) 强调了活动在实现社会可持续性方面的局限性，提出需采用小规模、增量式、自下而上的社区参与模式，通过强化基层参与，提升活动的包容性与对本地居民需求的响应性。

五、结论与展望

综上所述，活动产业在全球产业格局中占据着不可忽视的地位，立足活动管理视角，梳理关于塑造社区活动体验的相关研究，归纳成功经验提出新见解，关系到社区参与活动产业高质量发展。当地社区作为活动成功举办与可持续发展的关键要素，具有诸多贡献：加强志愿服务保障劳动力供给，培育社区归属感；扶持文化创意产业，增强活动体验，保护文化遗产；本地企业提供资金支撑、基础设施与服务支持；社区层面保障活动所需的后勤与基础设施运行，如大型赛事中的交通与废物管理等。

但是，在社区旅游发展进程中，社区参与活动产业仍面临着重重挑战：Getz 和 Page (2016) 所指出的财务约束，以及 Fredline、Jago 和 Deery (2003) 提及的利益相关者冲突，阻碍了参与积极性与利益公平分配；社会包容不足导致部分群体边缘化，而 Rogers 和 Anastasiadou (2011) 强调的社区参与量化指标缺失问题，进一步加剧了这一困境。这要求采取平衡式发展路径，在保障经济可行性与文化保护的同时，将社区利益置于优先地位。

在未来的实践中，需针对性优化社区参与的量化评估体系，提升参与效率与成效；在文化应用与资源分配中充分考量社区意识与态度，确保活动实施契合多数利益相关者的期望，推动活动产业与社区发展的协同可持续。