

doi:10.3969/j.issn.1673-9833.2017.02.013

# 旅游节事筛选评价方法的探讨

## ——以1999—2015年张家界旅游节事为例

余高波<sup>1</sup>, 李强<sup>2</sup>

(1. 湖南工业大学 商学院, 湖南 株洲 412007; 2. 湖南工业大学 理学院, 湖南 株洲 412007)

**摘要:** 收集1999—2015年张家界旅游节事32项, 综合运用相关系数法、条件指数法和基于方差的权重构造法, 筛选出4个旅游节事评价指标: 创新性、持续性、匹配性和融合性, 为旅游城市策划开发节事提供了简明的判断依据, 同时甄别出张家界标志性节事, 提出今后节事发展的若干建议, 对旅游城市通过节事推动旅游产业发展具有理论启示和实践意义。

**关键词:** 旅游节事; 评价方法; 张家界

中图分类号: F590.3

文献标志码: A

文章编号: 1673-9833(2017)02-0072-06

## A Research on the Evaluation Method of the Tourism Festival: A Case Study of Zhangjiajie Tourism Events in 1999—2015

SHE Gaobo<sup>1</sup>, LI Qiang<sup>2</sup>

(1. School of Finance and Economics, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China;

2. School of Science, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

**Abstract:** A comprehensive analysis has been made of Zhangjiajie tourism events from 1999 to 2015 by using correlation coefficient method, condition index method and weighed construction method based on the variance, and four evaluation indexes about tourism events has thus been worked out: innovation, sustainability, compatibility and integration, which provides a concise criteria for the evaluation of the development of tourism events. On that basis are screened out some representative events of Zhangjiajie Tourism. Some proposals have been made for the development of festival events, which is of theoretical and practical significance for the promotion of the tourism industry in the future.

**Keywords:** tourism event; evaluation method; Zhangjiajie

## 0 引言

通过节事提升旅游城市的知名度, 以节事为推动

力的旅游城市发展策略正成为当代旅游城市新的发展模式。相对于节事活动效应评价研究(如研究节事实施后对政治、经济、文化、社区等的影响)的热

收稿日期: 2016-12-17

基金项目: 湖南省教育厅基金资助项目(16C0517), 张家界社科联基金资助项目(张社评(2016)1号), 湖南工业大学科研基金资助项目(2014B01)

作者简介: 余高波(1972-), 男, 湖南张家界人, 湖南工业大学讲师, 硕士, 中南大学商学院访问学者, 主要研究方向为城市营销, 品牌营销, E-mail: 627172232@qq.com

通信作者: 李强(1975-), 男, 湖南湘潭人, 湖南工业大学讲师, 博士, 主要从事非参数统计和高维数据分析的研究, E-mail: 27613305@qq.com

潮,节事策划构思阶段的筛选评价研究却比较缺乏。虽然前有唐纳德·盖茨(Donald Getz)教授的标志性节事筛选依据,后有国内学者如王晓敏、戴光全、胡平等提出的旅游节事开发诸多原则。但是这些节事开发原则的具体内涵是什么,相互之间是否存在交叉,是否可以进一步简化,并没有人做深入细致的探讨,更没有形成简易的筛选评价方法。

湖南旅游产业的龙头城市——张家界,正是以旅游节事带动了旅游产业的发展,给课题组提供了一个研究的典型样本。张家界旅游节事可以追溯到1991年开始举办的国际森林保护节,但是转折点或者爆发点始于1999年特技飞机穿越天门洞活动,该活动迅速提高了张家界国际知名度和美誉度。此后,张家界举办的各类旅游节事层出不穷,迎来了其旅游业持续15a的快速增长,形成了独特的“张家界现象”。在纷繁复杂的节事中,甄别标志性节事、值得大力扶持的节事、可以放弃和淘汰的节事,一直是城市管理局迫切需要知道的。

基于这些考虑,以张家界1999—2015年的旅游节事为样本,选取合适的筛选评价指标,通过数学建模分析,不仅可以为张家界旅游节事发展提供政策建议,而且产生的节事筛选评价方法对其他旅游城市开发旅游节事也具有一定的指导意义。

## 1 研究过程

### 1.1 构建筛选指标

对节事的认知可以从认知心理学的研究中找到源头,因为人的感官接受信息是选择性注意,知觉对象的大小、强度、运动、重复率和新鲜度都会影响选择性注意<sup>[1]</sup>。按照这个原理推断,节事本身的创新性(新鲜度)、国际性(大事件)、持续性(重复率和

强度)可以扩大公众对该节事的关注。

A. M. Collins和E. F. Loftus的扩散激活理论认为,人的记忆是由知识构成的,知识由节点以及节点之间的连线构成的网络来表示,由于扩散而被激活的节点的激活程度,依赖于这些节点与最初被激活的节点之间的联系强度<sup>[2]</sup>。该理论说明,节事与关联旅游目的地必须形成高强度联系,比如事件与标志性景点、景区必须共同展示、相互融合,因此融合性也是筛选节事的重要指标<sup>[3]</sup>。

A. Martensen等提出,关联目的地与节事的匹配可以实现节事价值、情感向关联目的地品牌的转换,从而导致对该品牌更高的购买意愿<sup>[4]</sup>。这里的匹配是节事体现的价值观、主张与关联旅游目的地一贯要塑造的品牌价值观、主张的一致性程度。J. Drengner等提出,(节事)冲突的情节设计带来了参与者和关注者的流畅体验,在流畅体验中,参与者和关注者精力高度集中、对时间失去敏感性、意识和活动高度融合,并产生对活动掌控的主观意象,这会进一步激发对节事、公司和品牌的口碑效应<sup>[5]</sup>。因此,匹配性和情节冲突性也是不可缺少的筛选指标。

国内外的节事研究学者也提出了许多类似的观点,如唐纳德·盖茨(Donald Getz)提出的标志性节事的目的多元化、节日精神、独特性、真实性、适应性、确切性、主题鲜明性<sup>[6]</sup>;国内学者提出的文化性、创新性、体验性、民众性、个性化、主题性(吕莉,2006<sup>[7]</sup>;马聪玲,2013<sup>[8]</sup>;刘庆余,2013<sup>[9]</sup>)、全球地域化(王晓敏等,2013<sup>[10]</sup>)、本土化和国际化(胡平,2013<sup>[11]</sup>)等。

基于这些研究,课题组初步选取了7个筛选评估指标: $X_1$ 国际性、 $X_2$ 创新性、 $X_3$ 持续性、 $X_4$ 主题性、 $X_5$ 情节性、 $X_6$ 匹配性和 $X_7$ 融合性。表1为每个指标的释义。

表1 旅游节事评价指标释义  
Table 1 Evaluation indexes for tourism events

指标	释义	相关文献及研究
国际性 $X_1$	指节事吸纳国际组织和人员参与的程度,如参与数量、参与质量等。	目的多元化(Donald Getz, 1997),民众性(吕莉,2006),全球地域化(王晓敏等,2013),国际化(胡平,2013)。
创新性 $X_2$	指节事新颖的程度,从地域广度、时间长度和投入的力度等方面综合衡量。	独特性(Donald Getz, 1997),创新性(马聪玲,2013;吕莉,2006),个性化(吕莉,2006),本土化(胡平,2013)。
持续性 $X_3$	指节事持续开展的总次数、间隔时间、产生的影响等。	适应性(Donald Getz, 1997)。
主题性 $X_4$	指节事围绕目的地品牌的某个或几个积极主题展开,带动观众积极情感的共鸣程度。	主题鲜明(Donald Getz, 1997),节庆主题策划(刘庆余,2013;吕莉,2006)。
情节性 $X_5$	指节事通过过程调控凸显紧张和冲突的程度,带动观众情感参与的程度。	体验性(吕莉,2006)。
匹配性 $X_6$	指节事体现旅游目的地(品牌)价值或主张的程度。	真实性(以本土文化价值为基础,Donald Getz, 1997),文化性(吕莉,2006),本土化(胡平,2013)。
融合性 $X_7$	指节事与某一种或某几种旅游资源共同展示的程度。	确切性(体验到目的地鲜明的主题及其相关资源的,Donald Getz, 1997),本土化(胡平,2013)。

### 1.2 节事信息来源与选取

文中节事信息主要来源于张家界市党政门户网站、张家界市旅游局网站、相关企业网站、张家界市统计局网站、市内2县2区的政府官网中关于旅游节庆活动的资料,市、县(区)历年旅游统计公报以及旅游局年度工作总结等资料,媒体上发表过的张家界旅游节事的报导,网络论坛或博客中有关张家界旅游

节事的消费者评论。然后对其进行遴选、分类统计,最后得到1999—2015年9月期间张家界旅游节事的相关信息,共计32项72次旅游节事,其中世界翼装飞行锦标赛评价信息如表2所示。课题组尽量收集节事主要策划人员对节事策划构思的回忆、设想和展望等表述作为评价的主要信息。

表2 世界翼装飞行锦标赛评价信息(局部)

Table 2 Evaluation information of the World Wing Flight Championships (Selected)

指标	信息
国际性 $X_1$	香港谊和娱乐投资有限公司制作的2011年翼装飞行穿越天门纪录片《天门》,被美国国家地理频道买断全球播映权,并将于今年11月起,在德国、法国、意大利、俄罗斯、日本、韩国等数十个国家的电视台播出。
创新性 $X_2$	近日,美国《时代周刊》一年一度的“最佳发明”评选尘埃落定,首届红牛翼装飞行世锦赛排在第14位,成为2012年度全球25项重大发明中唯一一项事件性活动,同时也是唯一一项在中国境内产生的“最佳发明”。
持续性 $X_3$	田辉林告诉记者:也不排除会打造一个天门山的专属赛事,两年一届,然后选拔全球最具实力的选手按最大难度的飞行线路进行比赛,力图成为全球翼装飞行运动最高水平的赛事。在接受记者采访时,田辉林表示:以后争取定期在天门山举办翼装飞行世界锦标赛,让翼装飞行落户张家界,并不断加大比赛的刺激性,增强赛事的观赏性,扩大比赛的影响效果。
主题性 $X_4$	在田辉林看来,这样的活动相当环保,对景区的环境基本不会产生负面影响,同时,翼形人在天门山的表演,也会进一步展现人类的勇气、不断超越极限的魄力和技能,从而丰富精神内涵。
情节性 $X_5$	组织者宣布:本届赛事为规定飞行线路的竞速比赛,在2012-10-12—14日期间,分排位赛、预赛、决赛三个阶段进行比赛。每阶段比赛选手飞行两轮,取其中一轮最好成绩为该阶段有效成绩。预赛阶段成绩前8名进入决赛,决赛阶段成绩前3名分获冠亚季军。
匹配性 $X_6$	田辉林说:翼装飞行大家见得不多,同时它的审美价值大、技术含量高、挑战难度大,这些条件都与我们寻找的标准吻合。
融合性 $X_7$	田辉林说:翼装飞行作为一种小众高端极限运动,与天门山山地资源特点的结合度非常高。由于该运动较高端,观赏性极强,项目稀缺,张家界举办这样的活动在中国是惟一的,在这项运动里世界范围内也是顶级的,因而活动引起的关注度很高。

### 1.3 节事的初步评价

课题组采用配对比较法就每个评价指标对所有的旅游节事进行两两配对比较。配对比较法(paired comparison)最早在心理学实验中使用,是制作顺序量表的一种间接方法<sup>[12]</sup>,实验心理学家乔恩(J. Chon)在颜色偏好研究中首次引入。他把所有待比较的刺激一一配对,然后一对一地呈现给被试者,要求被试者对各个配对刺激中就给定的某种属性作出比较,并判断其中哪一个属性更强。当每个刺激都分别同其它刺激进行比较后,便得到它的各自强于其它刺激的百分比,再依据它们百分比的大小形成一个顺序量表。这种方法的特点就是强迫人们在2种差异不大的刺激中做出选择,因而被认为是评价和判断最简便、最经济的方法。这种方法在很多研究领域都适用,如消费行为、认知决策等。

课题组将评判表格发给湖南工业大学的2位区域经济学教授、3位旅游管理学教授和2位营销学博士,并附上32个节事和7个因素相关的信息。首先,要求这些学者根据节事信息背靠背评定出结果,然后将结果匿名反馈给他们并修正自己的评定结果,最后就分歧点讨论达成一致意见,用“+”和“-”标明强和弱,

其部分结果如表3所示。例如,在创新因素比较中,以“1999年穿越天门”为主体与“2006年重型战机表演”进行比较(行方向),专家们给了22个“+”,1个“-”,“1999年穿越天门”在“创新”指标对应的结果就为22+。应该指出的是,由于张家界旅游节事中有23项只举办1次,难以在持续性上分出强弱,学者们建议这些节事的持续性评价都定为相同等级。最后统计结果如附表1所示。

表3 张家界旅游节事配对比较实例(创新性,局部)

Table 3 Comparison of Zhangjiajie Tourism Events (Innovation, Selected)

序号	节事名称	1	2	3	4	5	6	7	8
1	1999年穿越天门		+	+	+	+	+	+	-
2	2006年重型战机表演	-		+	+	+	+	+	-
3	2007年蜘蛛人攀爬天门洞	-	-		+	+	+	+	-

### 1.4 节事筛选指标的简化

评估指标过多,可能会增加评估过程中不必要的人力、物力和财力。课题组试图对指标进行简化,把配对比较得分中的“+”号,作为初始赋值进行计算,采用相关性判断标准<sup>[13]</sup>,得到了7个指标的相关系数矩阵。

	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$	$X_5$	$X_6$	$X_7$
$X_1$	1.000	0.820	0.318	0.594	0.712	0.583	0.565
$X_2$	0.820	1.000	0.170	0.463	0.621	0.435	0.452
$X_3$	0.318	0.170	1.000	0.373	0.079	0.175	-0.149
$X_4$	0.594	0.463	0.373	1.000	0.684	0.817	0.509
$X_5$	0.712	0.621	0.079	0.684	1.000	0.662	0.766
$X_6$	0.583	0.435	0.175	0.817	0.662	1.000	0.611
$X_7$	0.565	0.452	-0.149	0.509	0.766	0.611	1.000

从以上数据可以发现, 有3组指标相关系数比较大:  $X_1$  国际性和  $X_2$  创新性的相关系数为 0.820;  $X_4$  主题性和  $X_6$  匹配性的相关系数为 0.817;  $X_5$  情节性和  $X_7$  融合性的相关系数为 0.766。舍弃部分相关系数大于 0.75 的指标, 对于一对相关系数较大的变量舍弃标准是去掉与其他变量相关系数之和较大者, 得到 4 个保留的指标:  $X_2$  创新性、 $X_3$  持续性、 $X_6$  匹配性和  $X_7$  融合性。该 4 个指标相关系数矩阵如下。

	$X_2$	$X_3$	$X_6$	$X_7$
$X_2$	1.000	0.170	0.435	0.452
$X_3$	0.170	1.000	0.175	-0.149
$X_6$	0.435	0.175	1.000	0.611
$X_7$	0.452	-0.149	0.611	1.000

显然, 4 个指标的两两相关性比较小。但不排除 4 个指标存在多重共线性, 即总体之间存在较强的相关性。接下来用条件指数法判断 4 个指标是否存在多重共线性<sup>[14]</sup>: 即通过 4 个指标的原始打分矩阵  $X$

(由附表 1 得到), 计算  $CI = \sqrt{\frac{\lambda_{\max}}{\lambda_{\min}}}$ , 其中  $\lambda_{\max}$  和  $\lambda_{\min}$  分别为矩阵  $X^T X$  的最大特征值和最小特征值。一般认为, 当  $0 < CI < 10$  时, 指标间没有多重共线性; 当  $10 \leq CI < 100$  时, 指标间有较强的多重共线性; 当  $CI \geq 100$  时, 指标间有严重的多重共线性。

经过计算, 得到 4 个指标条件指数为 6.419, 小于 10, 判断这些指标没有多重共线性。最后, 决定采用这 4 个指标作为评价指标。

采用基于方差的权重构造法<sup>[13]</sup>, 即把区分能力较强的指标(即信息强度较大的指标)赋予较大的权重。该方法的基本过程如下:

1) 求出指标之间相关系数矩阵  $R$ ;

2) 求出相关系数矩阵的最大特征值所对应的特征向量  $X_{\max}$ ;

3) 将  $X_{\max}$  单位化后, 得到各权重所构成的向量  $w$ 。

经过计算, 得到  $w=(0.293, 0.059, 0.328, 0.320)$ , 即  $X_2$  创新性、 $X_3$  持续性、 $X_6$  匹配性和  $X_7$  融合性的权重分别为 0.293, 0.059, 0.328 和 0.320。由于持续性指标各节事差别不大, 所以权重比较小; 其他 3 个指

标权重彼此差别不大, 是因为方差相同, 有一定差别的原因是因为 3 个指标与其他指标的相关性有差异。持续性指标权重不大, 只能说这项指标在本次评估中的作用不大, 不能排除在未来的评估中不重要。

### 1.5 筛选指标简化后的节事排名

经过加权评分, 各节事得分排序如表 4 所示。

表 4 张家界旅游节事排名

Table 4 Ranking of Zhangjiajie Tourism Events

节事序号	原始得分	初始排名	加权得分	加权排名
1	200	2	29.528	2
2	194	3	28.587	3
3	180	5	26.705	5
4	191	4	27.414	4
5	106	18	13.962	18
6	98	21	10.453	25
7	105	19	13.138	19
8	215	1	30.882	1
9	167	6	23.127	6
10	134	10	19.094	10
11	148	7	22.597	7
12	131	12	17.833	11
13	140	9	19.533	9
14	109	16	12.028	21
15	86	23	11.947	22
16	127	13	10.983	24
17	153	8	20.615	8
18	101	20	15.262	15
19	94	22	14.321	17
20	132	11	17.539	13
21	117	14	14.416	16
22	49	30	7.202	30
23	56	29	7.610	29
24	68	27	8.345	28
25	71	26	9.616	26
26	39	32	3.677	32
27	108	17	17.632	12
28	46	31	5.032	31
29	66	28	9.573	27
30	111	15	16.067	14
31	83	24	12.755	20
32	77	25	11.814	23

比较表中数据可以发现, 2 个排名的前 10 名完全相同, 差异主要在排名在中间位置(第 11 到第 20)的节事, 其中差异最大的是第 16 个节事(张家界元宵节), 其初始排名为 13, 最终排名为 24。主要原因是张家界元宵节在原始得分中持续性指标得分很高, 但是最后排名中持续性指标权重比较小。同样持续性指标得分很高的节事 21(张家界国际森保节)排名变化不大, 初始排名 14, 最终排名 16, 这是由于虽然持续性这个指标权重不大, 但另外一个得分较高的创新性指标得以保留和得分较低的情节性指标被剔除。

比较2个排名,得到排名靠前的节事和排名靠后的节事基本一致,主要差异在排名居中的节事,这恰好是课题组需要甄别的节事,因为影响很大和影响很小的节事是比较容易确定的,往往确定影响居中的节事排名有一定的难度。2个排名之间的相关系数是0.618,存在一定的相关性,或者说存在一定程度的一致性。

## 2 研究结论与讨论

### 2.1 结论与意义

1) 以1999—2015年张家界32个旅游节事为样本,通过建模分析发现旅游节事筛选评价指标可以简化为创新性、持续性、匹配性和融合性。该简化有助于节事策划构思阶段的筛选和评判,提高节事的策划质量。其新的释义如表5所示。

表5 简化后旅游节事筛选评价指标释义

Table 5 A Simplified Version of Evaluation Indexes for Tourism Events

指标	释义
创新性	指节事新颖的程度,从地域广度、时间长度,以及人财物等资源投入的力度等方面综合衡量。
持续性	指节事持续开展的总次数、间隔时间、产生的影响等。
匹配性	指节事围绕目的地品牌的积极主题展开,体现该品牌价值或主张,带动观众情感共鸣的程度。
融合性	指节事与某种旅游资源在共同展示的过程中,调控凸显紧张和冲突的程度,带动观众情感参与的程度。

2) 世界翼装飞行锦标赛是张家界的标志性节事,相关部门应该继续支持此项节事的可持续性开发。在张家界天门山景区策划实施的节事活动在综合评价中都很高,如“穿越天门”世界特技飞行表演、重型战机张家界特技飞行表演、“蜘蛛人”徒手攀爬天门洞、天门山高空钢丝/索道行走,以及天门山天梯速降国际精英赛等位居评价表前6强。并且这些活动都是围绕天门山的品牌主张——勇敢挑战自我展开,正如天门山股份公司田辉林所言:天门山景区雄、奇、险、峻地形地貌特点适合举办极限挑战活动,当然,此类活动也可以把天门山景区特征淋漓尽致地展示出来。但是另一些景区没有塑造品牌主张和价值的整体部署(匹配性低),节事活动的策划更多是跟风炒作,短时间可以吸引关注,长远来看对品牌塑造没有很大的作用,这是诸如张家界国际帐篷节、中国桑植民歌节评价偏低,也是张家界森林公园、宝峰湖、黄龙洞等景区节事评价离散程度较高的原因。总之,每个景区都应该围绕自己的品牌主张开发标志性节事,如黄龙洞景区可以着力开展张家界国际乡村音乐节,张家界森林公园可以丰富

“山地之王”骑行穿越张家界大峰林等节事。

### 2.2 研究局限与未来展望

1) 本文采取配对比较法对7个指标进行强制排序赋值,导致排序在最后的节事的该指标评价为0,可能影响相关系数和权重的分配,今后可以采用李克特5点正向计分法检验本文的研究结论;2) 今后可对本文的4个筛选评价指标做进一步分解,构建更加完善的评价指标体系;3) 借势炒作的节事在持续性和匹配性上得分普遍偏低,与策划类节事特征有明显区别,今后应将该类节事单独划分出来进行研究;4) 本研究选定的节事局限在张家界,节事的类型主要是体育赛事和休闲节事,未来可以通过更多类型的节事样本的统计分析验证这个结论,寻找其中存在的问题。

### 参考文献:

- [1] 麦克沙恩, 格里诺. 组织行为学 [M]. 5版. 吴培冠译. 北京: 机械工业出版社, 2012: 54-55.  
MCSHANE S L, GLINOW M A V. Organization Behavior[M]. 5th ed. WU Peiguan Translate. Beijing: China Machine Press, 2012: 54-55.
- [2] COLLINS A M, LOFTUS E F. A Spreading-Activation Theory of Semantic Processing[J]. Psychological Bulletin, 1975, 82(6): 407-428.
- [3] 陈跃, 余高波. 节事塑造旅游目的地品牌个性的机理: 基于“张家界现象”的案例研究 [J]. 吉首大学学报(社会科学版), 2015, 36(2): 72-80.  
CHEN Yue, SHE Gaobo. Research on the Mechanism of Events Marketing in Tourism Destination Brand Persona City: A Case Study in Zhangjiajie City[J]. Journal of Jishou University (Social Science Education), 2015, 36(2): 72-80.
- [4] MARTENSEN A, GRØNHOLDT L, BENDTSEN L, et al. Application of a Model for the Effectiveness of Event Marketing[J]. Biomed Research International, 2007, 47(3): 283-301.
- [5] DRENGNER J. Dose Flow Influence the Brand Image in Event Marketing[J]. Journal of Advertising Research, 2008, 48(1): 138-147.
- [6] GETZ D. Event Management & Event Tourism[M]. New York: Cognizant Communication Corporation, 1997: 4-5.
- [7] 吕莉. 我国旅游节事的策划与运作研究 [J]. 商业研究, 2006(13): 202-205.  
LÜ Li. Study on the Planning and Operation of Tourism Events in China[J]. Commercial Research, 2006(13): 202-205.
- [8] 马聪玲. 谈谈中国当代节事创新的困境与出路 [J]. 旅游学刊, 2013, 28(7): 8-9.  
MA Congling. The Predicament and Outlet of

- Contemporary Chinese Event About Innovation[J]. Tourism Tribune, 2013, 28(7): 8-9.
- [9] 刘庆余. 在动态视野中凝练旅游节庆的主题: 以中国(曲阜)国际孔子文化节为例[J]. 旅游学刊, 2013, 28(7): 9-11.
- LIU Qingyu. A Brief Analysis of the Theme of Tourism Festival in Dynamic Perspective: Taking China (Qufu) International Confucius Festival as Example[J]. Tourism Tribune, 2013, 28(7): 9-11.
- [10] 王晓敏, 戴光全. 旅游节事的“全球地域化”[J]. 旅游学刊, 2013, 28(7): 11-13.
- WANG Xiaomin, DAI Guangquan. Global Regionalization of Tourism Events[J]. Tourism Tribune, 2013, 28(7): 11-13.
- [11] 胡平. 双向四轮驱动, 全面推进旅游节事发展[J]. 旅游学刊, 2013, 28(7): 4-5.
- HU Ping. Two-Way Four Wheel Drive, Promote the Development of Tourism Event[J]. Tourism Tribune, 2013, 28(7): 4-5.
- [12] 陈国鹏. 心理测验与常用量表[M]. 上海: 上海科学普及出版社, 2005: 174-175.
- CHEN Guopeng. Psychological Test and Commonly Used Scale[M]. Shanghai: Shanghai Science and Technology Publishing House, 2005: 174-175.
- [13] 侯定丕, 王战军. 非线性评估的理论探索与应用[M]. 合肥: 中国科技大学出版社, 2001: 82-85.
- HOU Dingpei, WANG Zhanjun. Theoretical Exploration and Application of Nonlinear Evaluation[M]. Hefei: The University of Science and Technology of China Press, 2001: 82-85.
- [14] 方匡南, 朱建平, 姜叶飞. R数据分析方法与案例详解[M]. 北京: 电子工业出版社, 2015: 101-105.
- FANG Kuangnan, ZHU Jianping, JIANG Yefei. R Data Analysis Method and Detailed Case[M]. Beijing: Electronic Industry Publishing House, 2015: 101-105.
- (责任编辑: 申剑)

附表1 张家界旅游节事配对比较

Table 1 A Paired Comparison of Zhangjiajie Tourism Events

序号	节事名称	类别	次数	关联景区	国际性	创新性	持续性	主题性	情节性	匹配性	融合性
1	1999年“穿越天门”世界特技飞行表演	体育赛事	1	天门山	30+	30+	22+	28+	30+	30+	30+
2	2006年重型战机张家界特技飞行表演	体育赛事	1	天门山	29+	29+	22+	27+	29+	29+	29+
3	2007年“蜘蛛人”徒手攀爬天门洞	体育赛事	1	天门山	24+	27+	22+	26+	27+	27+	27+
4	2008—2010, 2014年天门山高空钢丝/索道行走	体育赛事	4	天门山	28+	26+	28+	25+	28+	28+	28+
5	2009年天门山车王挑战赛	体育赛事	1	天门山	5+	0	22+	24+	16+	23+	16+
6	2011, 2015年天门山“冰冻活人”极限赛	体育赛事	2	天门山	16+	9+	24+	5+	24+	0+	20+
7	2011年宝峰湖“憋神”潜水	体育赛事	1	宝峰湖	17+	24+	22+	4+	23+	1+	14+
8	2011—2014年世界翼装飞行锦标赛	体育赛事	4	天门山	31+	31+	29+	31+	31+	31+	31+
9	2012年轮滑大师挑战通天大道	体育赛事	1	天门山	27+	17+	22+	23+	26+	26+	26+
10	2013年99弯通天大道定向拉力赛	体育赛事	1	天门山	13+	12+	22+	22+	21+	25+	19+
11	2013年徒手攀爬张家界天梯	体育赛事	1	森林公园	20+	25+	22+	19+	25+	19+	18+
12	2013年天路汽车漂移对抗赛	体育赛事	1	天门山	15+	11+	22+	20+	22+	24+	17+
13	2013年山地之王骑行穿越张家界大峰林	体育赛事	1	森林公园	14+	23+	22+	18+	18+	20+	25+
14	2014年中韩高尔夫极限19洞名人挑战赛	体育赛事	1	宝峰湖	18+	18+	22+	17+	17+	2+	15+
15	2013—2015年“六月六”民俗节	文化庆典	4	土家风情园	7+	8+	25+	11+	10+	16+	9+
16	张家界元宵节	文化庆典	17	永定区全域	23+	10+	31+	30+	14+	18+	1+
17	2009, 2011, 2013年张家界国际乡村音乐节	文娱节事	3	黄龙洞等	26+	28+	27+	29+	13+	17+	13+
18	2009年借助《阿凡达》营销张家界	休闲节事	1	森林公园	25+	20+	22+	0	9+	13+	12+
19	2010年“卡通市长”空气营销	休闲节事	1	张家界全域	21+	19+	22+	1+	8+	12+	11+
20	2015年天门山天梯速降国际精英赛	体育赛事	1	天门山	22+	21+	22+	16+	20+	21+	10+
21	张家界国际森保节	文化庆典	9	张家界全域	19+	22+	30+	15+	12+	15+	4+
22	2010年张家界国际帐篷节	休闲节事	1	万福温泉	3+	16+	22+	3+	0	3+	2+
23	2008年/2011年中国桑植民歌节	文娱节事	2	桑植全域	2+	1+	23+	12+	1+	14+	3+
24	2014年全球千名摄影师聚焦武陵源	休闲节事	1	武陵源	8+	15+	22+	8+	3+	5+	7+
25	2014年全球十万微友游赏张家界地貌	休闲节事	1	武陵源	9+	14+	22+	9+	4+	7+	6+
26	2014年“土家婚礼”民俗旅游	休闲节事	2	武陵源	0	7+	22+	2+	7+	1+	0
27	2014年全国皮划艇激流回旋锦标赛	体育赛事	1	武陵源	6+	6+	22+	14+	15+	22+	23+
28	2014年第三届武陵源全国风光摄影大展	文娱节事	3	武陵源	4+	2+	26+	3+	2+	4+	5+
29	2014年土家族“上梁”仪式	休闲节事	1	武陵源	1+	3+	22+	10+	11+	11+	8+
30	2014年11月极限自行车峰林穿越赛	体育赛事	1	武陵源	10+	13+	22+	13+	19+	10+	24+
31	2014年张家界裸体婚纱秀	休闲节事	1	宝峰湖	12+	5+	22+	7+	6+	9+	22+
32	2014年张家界男子悬崖全裸秀	休闲节事	1	武陵源	11+	4+	22+	6+	5+	8+	21+

注: 张家界元宵节、国际森保节举办次数只计算1999—2015年的次数。