

重庆民族节庆活动的发展与对策研究

作者：重庆大学 陈碧琼 周芳超

[摘要] 节庆活动包括传统节庆活动、现代节庆活动和民族节庆活动三种形式，重庆是一个多民族聚居区，民族节庆活动不仅是节庆活动的重要组成部分，也对弘扬区域民族文化、推动地方经济增长和增加特色旅游资源有着举足轻重的作用。本文在阐述重庆民族节庆活动内涵和作用的基础上，对重庆民族节庆活动的特点进行了真实客观的评价，总结了当前民族节庆活动的总体发展态势，然后在平台定位和创新方面给出了宏观的方向和具体的对策。

关键词：重庆 民族 节庆活动

一、重庆民族节庆活动的内涵和作用

1、民族节庆活动的内涵

节庆文化是各种节庆活动的内涵，它把节庆的形式和文化的内容有机统一起来，主要包含传统节庆文化、现代节庆文化和民族节庆文化。相应形成的节庆活动为传统节庆活动，如春节、端午节、中秋节等；现代节庆活动，如大连国际服装节、青岛国际啤酒节、重庆三峡国际旅游节等；民族节庆活动如傣族的泼水节、彝族的火把节、藏族的雪顿节等。

源远流长的巴渝文化，生机盎然；包容开放的陪都文化，博大精深；不屈不挠的红岩文化，与时俱进；迎难而上的三峡文化相互交融共同构建了重庆市多元的文化体系。重庆是一个多民族聚居区，民族文化既是对传统文化的继承和发扬，也是现代人文精神的重要组成部分。各族人民都为重庆文化的繁荣发展做出了积极的贡献，特别是土家族和苗族人民，他们世代生活在相对封闭的自然环境下，与汉族等各族同胞共生共荣，形成了耐劳尚勤、喜乐达观的性格特征。在千百年的抗争、创造和收获中，凭着特有的灵性和灵气，他们创造了独特的农耕文化，产生了真挚热情的民歌文化、刚健奔放的舞蹈文化、独具魅力的饮食文化、争奇斗艳的工艺美术文化和原始神秘的傩巫文化等，构成了独特的民族风情，积淀了深厚的文化底蕴。迄今为止，他们仍保留着自己的传统习俗，如土家族有摆手舞、赶年、唱傩戏、花灯等，苗族有赶秋节、踩山节、牛王节等，此外还有哭嫁、跳丧等民族习俗。土家吊脚楼和苗族刺绣、蜡染独具特色，多姿多彩的民俗风情已成为重庆重要的文化内容和旅游资源。

2、民族节庆活动的作用

(1) 整合社会资源。整合资源就是优化资源配置，最大化资源的利用效率。节庆活动的组织者可以借助组织节庆活动为契机，充分整合举办地的人力、物力、财力、信息等各方面资源，优化交通设施、公用设备、绿化、卫生等城市资源，加强举办地软件设施和硬件设施的投入，为当地和节庆活动的可持续发展打下坚实基础。

(2) 推动经济发展。节庆活动是一个地区经济发展的助推器，对多个行业都会产生明显的拉动作用。举办一次节庆活动，为了满足成千上万参与者的消费需求，



会给旅游、餐饮、购物、住宿、广告、娱乐等行业带来直接经济利益；还会通过加深参与者对当地文化氛围和发展环境的了解，给其他行业带来间接的经济利益。

(3) 传承地方文化。节庆活动除了能带来巨大的经济效益外，还能带来良好的社会效益。节庆活动是最能反应文化特质的核心要素之一，凝聚着民族历史、人类起源、氏族分支、宗教祭祀、娱乐交际、审美情趣、服装装饰品等各个文化构成的精髓。许多传统文化和民族习俗通过节庆活动创造的市场得到了恢复和发展，使地方文化资源的魅力重新焕发了生机。

(4) 娱乐大众精神。大众参与节庆活动的目的之一就是放松心情和体验快乐，成功的节庆活动肯定是面向大众和贴近百姓的；反之，节庆活动只有通过大众广泛的参与才能聚人气、造声势、有气势，从而产生热烈的气氛，实现预期的目标。

二、重庆民族节庆活动存在的问题

目前我国各种各样的节庆活动多达 6000 多种，可谓百花齐放、百家争鸣，节庆发展势头良好，但是各地节庆水平参差不齐。重庆节庆活动的发展方向也顺应了时代的主流，越来越受到有关当局和企业的青睐，总体上呈现良好上升的态势。通过对其他城市成功经验的借鉴和对比分析，发现重庆市当前节庆活动存在的问题还比较多，大致归纳为以下几点：

1、多而不精

一年时间，重庆市举办大大小小的各种节庆活动加起来差不多有三百多个，但除了像“重庆三峡国际旅游节”这样的王牌节庆活动以外，真正能享誉国内外的寥寥无几。还有些节庆活动犹如昙花一现，初始的热情退却以后难逃夭折的命运，即使勉强支撑，也是经营惨淡。随便一个节庆就可以冠以“国际”、“文化”之类的字眼，徒有其表的节庆活动是没有生命力的。

2、管理落后

当前，重庆市大多数节庆活动的主办方是政府，仍然延续着“文化搭台，经贸唱戏”套路。政府办节是为了提升城市形象、塑造城市品牌、招商引资拉动消费，社会效益明显；企业办节是推销产品、开发市场、寻找销路，经济效益明显，二者的定位有着根本的区别。这种政府主办，企业搭车的做法无法实现节庆活动专业化、规范化的运作，既浪费了政府大量的公共资源、也无法真正激发企业的潜在动力。

3、缺乏特色

重庆节庆活动的内容和形式十分相似，形式上多是花车巡游、明星演唱之类，内容上多是“旅游节”、“文化节”之类，真正体现巴渝特色、民族风情和人文精神的节庆少之又少。各个区县办节多是物质产品唱主角，缺少地域特色和文化内涵，不能做到错位发展，忽略了对丰富多彩的非物质文化遗产的继承和发扬。

4、人气惨淡

人民群众的广泛参与是节庆活动的基础，而重庆市很多节庆活动的主角不是群众，而是各路官员和演艺明星。各类节庆活动开幕式的门票价格过高，节目内容单一，缺少群众互动，举办方很少愿意设置一些免费的娱乐项目供市民游玩，所以参与活动的群众无法真正体验其中的乐趣。

三、重庆民族节庆活动的发展态势

1、国际化态势

正所谓“民族的就是世界的”，节庆活动的大众性、广泛性、开放性使它蕴含了走出家门、面向世界的内在要求，“走出去”与“引进来”的办节策略相辅相成。邀请国外各专业人士为节庆活动的创办工作献计献策，派专人去国外学习先进的办节经验和理念，实现互动



交流，大力传播民族文化的精髓，使优秀的民族文化在国际舞台上同样散发迷人的魅力。

2、市场化态势

大量的财政投入和硬性摊派的办节方式使财政、企业和社会不堪重负。节庆活动应该本着“成本与利润”、“投资与回报”等经济理念遵循市场运行规律，实现以节养节，以节强节的目的。政府的身份由主办人转为服务者，节庆活动的组织管理工作交由专业公司或者行业协会负责，资源通过利润分享得到合理配置，财政通过各种税收得到有益补充。

3、多元化态势

- 2、多元的节庆活动可以通过细分的市场满足不同客户多样的需求，做到有的放矢。节庆活动多元化趋势表现在几个方面：一是节庆活动举办目的多元化，繁荣经济、弘扬文化、活跃生活、促进交流并存，侧重点相区别；二是节庆活动举办模式多元化，上下联动办节、小型分散办节、多方结合办节、异国他乡办节、高新技术办节等模式层出不穷；三是节庆活动举办形式多元化，包括文艺晚会、经贸洽谈会、研讨会和论坛等多种表现形式。

4、个性化态势

一个节庆活动要想在众多的节庆活动中脱颖而出，就要有新颖的创意、独特的主题、鲜明的特色，把节庆品牌做大、做响、做强，避免重复和雷同。重庆少数民族聚居区的石柱县盛产黄连和辣椒并拥有全国最大的长毛兔养殖基地，秀山县的花灯集歌、舞、小戏、曲艺、杂技、吹打、仪式多种表演形式为一体，这些特色产业和悠久的民族文化资源为个性化的节庆主题提供了坚实的基础。

5、集约化态势

随着节庆经济的蓬勃发展，人们注意到节庆活动作为经济载体发挥了越来越重要的作用。节庆活动和多个行业有着明显的前向和后向关联，将广告业、餐饮业、住宿业、商业，手工业等多个行业串在了一起，延长了产业链。为了增强这种连锁反应，举办方会将多个节庆活动放在相对集中的时间和地点举行，或者将节庆活动与旅游业、会展业、娱乐业相互融合，捆绑推出。

四、重庆民族节庆活动的发展对策

1、重庆民族节庆活动的平台定位

为了弘扬民族文化、活跃文化市场、保护精神财富、建设人文城市，重庆市委市政府根据本市实际情况，出台了许多相关政策为民族文化的发展方向指明了道路。首先，重视对非物质文化遗产的抢救工作，将其纳入文化遗产保护的范畴以及国民经济和社会发展规划，加强对秀山花灯、渝东南民歌、土家族摆手舞等非物质文化遗产的保护和开发；其次，促进民族文化和旅游的结合，打造长江三峡文化旅游、乌江画廊民族风情游等文化旅游精品项目，推动黔江土家族苗族文化生态基地、乌江文化旅游长廊等文化旅游设施建设；然后，搭建以展示、交易、信息为重点的文化交流平台，构建多层次文化节庆体系，支持各地举办具有地域文化特色的节庆，如中国武陵山民族文化艺术节和秀山花灯艺术节等。

2、重庆民族节庆活动的创新发展

创新是一个国家发展的动力、进步的源泉，也是一个民族兴旺的保证、繁荣的前提，民族节庆文化只有与创新相结合才能经久不衰、历久弥新。为了适应文化发展的内在要求和时代潮流，重庆民族节庆文化和节庆活动的创新发展主要体现在以下几个方面：

(1) 内容创新。主题个性、鲜明，内容广泛、充实，才能使民族文化的深刻内涵通过节庆活动得到淋漓尽致的体现，才能获得民众的广泛参与和媒体的聚焦关注。重庆悠久的历史，美丽的山水、多元的文化为民族节庆文化和节庆活动的长足发展注入了充足的能量，为了使民族节庆活动的内容丰富多彩、引人入胜，首先是处理好传统内容和现代



内容的关系，既要保留经典节目也要充实新鲜血液；其次是坚持弘扬优秀的民族文化，千方百计的打造具有民族特色的、民族风格的、民族气派的节日盛宴，打造自己的节庆品牌和文化品牌；最后是防止不健康、不文明内容的滋生和蔓延，在民族文化和地域文化的挖掘中摒弃其封建的、迷信的、低俗的成分，取其精华为我所用。

(2) 形式创新。形式和内容是有机统一的整体，丰富多彩的内容只有通过灵活多样的形式才能得以表现。表演、参观、体验等多种广大群众喜闻乐见的活动形式都会增加节庆活动的趣味性和吸引力，在形式创新上既可以借鉴国外成功节庆活动的经验，洋为中用、洋为我用，也可以邀请参与活动的人民群众集思广益、自发创造。另外，一个致力于长期发展的节庆活动应开发自己专属的节徽、节棋、节歌等系列文化标识。

(3) 推广创新。节庆活动的营销推介是提高节庆活动知名度、扩大节庆活动受众面的有效手段，因此创新节庆活动的营销方式是必不可少的环节。为了实现营销效果，一是要积极寻找除了目标市场以外的其他潜在市场，在巩固原有市场的基础上开拓新市场，包括海外市场；一是要整合当地和外地的媒体资源，加强沟通联系，借助媒体力量加大对节庆活动的推广宣传。投放商业广告、评选节日大使、征集“吉祥物”等手段都是提升营销效果的有力对策。

(4) 管理创新。当前的民族节庆活动采用“政府主导，社会参与，市场运作”的模式比较适合重庆的实际情况。政府主导要求政府在节庆活动命名、主题确定、政策规划、公共服务、利益协调等方面发挥导向作用；社会参与希望公众在环境氛围的营造和各项活动的参与方面做出积极努力；市场运作机制通过竞争机制实现利润的最大收益、资源的有效配置。社会效益与经济效益并重，合作与竞争并存，政府、社会、市场各个领域实现共赢。

3、【参考文献】

- [1] 《重庆市文化发展“十一五”规划纲要》。
- [2] 邓念梅,刘名俭.我国节庆活动发展趋势[J].合作经济与科技,2007(2)。
- [3] 孔旭红,辛儒.论区域旅游节庆活动与文化产业建设[J].河北学刊,2007(9)。
- [4] 孙孝宏,张胜武,李一.西部节庆旅游发展思路研究[J].安徽农业科学,2007(3)。

【作者简介】

陈碧琼(1965—),重庆大学贸易与行政学院,副教授,硕士生导师。

重庆大学贸易与行政学院。

周芳超(1981—),重庆大学贸易与行政学院,硕士研究生。

