

# 南平市节庆旅游开发策略研究

赖莉芬<sup>1</sup>, 李子蓉<sup>2\*</sup>, 孔令艳<sup>3</sup> (1. 福建师范大学地理科学学院, 福建福州 350000; 2. 泉州师范学院资源与环境科学学院, 福建泉州 362000; 3. 曲阜师范大学地理与旅游学院, 山东日照 276800)

**摘要** 在阐述节庆旅游概念的基础上, 将其特点总结为区域性和时限性、多样性和综合性、文化性和特色性、开放性和参与性、经济性和效益性。介绍了南平市节庆旅游发展的区位条件、资源条件、经济条件、客源市场情况。认为南平市节庆旅游发展存在的问题主要是品牌意识弱且认知度低, 文化融合度不高, 地区间发展不平衡, 行政管理制约, 节庆创意不足。提出南平市节庆旅游提升策略, 强调注重对节庆旅游的宣传和营销力度, 深入挖掘资源, 引导居民和游客参与, 坚持政府推动和市场化运作, 加强人才队伍建设。

**关键词** 节庆旅游; 南平市; 发展问题; 提升策略

**中图分类号** F590 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2018)07-0112-04

## Study on the Development of Festival Tourism in Nanping City

LAI Li-fen<sup>1</sup>, LI Zi-rong<sup>2</sup>, KONG Ling-yan<sup>3</sup> (1. College of Geography, Fujian Normal University, Fuzhou, Fujian 350000; 2. College of Resources and Environmental Science, Quanzhou Normal University, Quanzhou, Fujian 362000; 3. College of Geography and Tourism, Qufu Normal University, Rizhao, Shandong 276800)

**Abstract** On the basis of describing the concept of festival tourism, the characteristics were summarized as regional and timeliness, diversity and comprehensiveness, culture and characteristics, openness and participatory, economic and efficiency. The regional conditions, resource conditions, economic conditions and tourist market situation of the tourism development of Nanping festival were introduced. The problems in the development of festival tourism in Nanping were believed to be mainly due to the weak brand awareness and low awareness, the low degree of cultural integration, the unbalanced development among regions, the restriction of administrative management, and the lack of festival creativity. The promotion strategy of festival tourism in Nanping was put forward, emphasizing the importance of publicity and marketing for festival tourism, digging deep resources, guiding residents and tourists to participate, adhering to the government's promotion and market operation, and strengthening the construction of talent team.

**Key words** Festivals tourism; Nanping City; Development problem; Promotion strategy

当前我国旅游进入了休闲化的体验参与时期, 我国的旅游业也呈现出闲暇化的发展态势。随着旅游业的发展与其相关节庆活动也逐渐多样化, 由简单的娱乐型活动逐步延伸至依托特定地区文化与环境因素的参与体验式活动。节庆旅游因其丰富的内容、灵便的方式、浓郁的文化内涵及地方特色为游客所青睐, 各地纷纷投其所好举办各种形式的节庆旅游活动, 呈现出遍地开花的非凡景象。

民俗节庆遗产具有悠久的历史、较高的艺术价值, 随着旅游业的快速发展, 民俗节庆与旅游经济融合发展成为社会关注的重要内容。民俗节庆活动的举办有助于塑造地区形象, 拉动地区经济, 并在一定程度上改善区域旅游资源的布局, 是对旅游资源的深度开拓。南平市节庆旅游逐年增多, 同时也存在着文化挖掘不够、地区发展不平衡、行政管理制约、创意不足等一系列问题, 笔者拟探讨针对诸多问题需采取的相应提升策略。

## 1 节庆旅游及其特点

**1.1 概念** 节庆一般是指传统风俗节庆, 其是在历史上生成并流传至今的节令或节日, 如我国的元宵节、春节等。随着时代的发展与社会的进步, 节庆自身的内涵不断扩充并被注入许多当代的内容, 众多现代节庆应运而生<sup>[1]</sup>。换句话说, 节庆旅游是以各地域特殊的文化特色为基础举办节庆活动, 再凭借系统性的计划、开发和传播等来举办具有当代形式的活动, 这种节庆活动可使举办地的各方面得到有效发

展。总之当代节庆旅游活动与传统节日及人们现代生活产生了紧密的联系, 共同构成了多彩的旅游活动方式。

### 1.2 节庆旅游的特点

**1.2.1 区域性和时限性。**区域性和时限性是节庆旅游在空间和时间方面的特点<sup>[2]</sup>。节庆旅游活动时限性通常表现为定期举行其余时间段无法参与的, 并且举办的时间具有能动性, 大多依据当地物产丰收的季节或节俗的时间来制定。归根究底, 是由当地经纬度、地势、气候等因素决定的。此外, 不同区域具有不同的资源禀赋, 这种区域差异也造就了各具特色的节庆活动。

**1.2.2 多样性和综合性。**单一的表演形式无法对游客产生持久的吸引力, 因此节庆旅游作为一种节庆活动的组合形式, 依靠当地特色文化和传统节俗为根本立足点, 将各种节庆旅游资源进行整合与包装, 策划出主题鲜明、形式多样的综合性节庆活动, 满足不同年龄段游客的不同需求倾向。

**1.2.3 文化性和特色性。**旅游的本质是一种文化的表现。节庆旅游从其起源到发展的整个过程都包含有文化的印迹, 也正因为其文化性, 节庆旅游才有了理论的支撑。因此, 从理论到实践, 节庆旅游都无法脱离文化要素而孤立存在。区域的独特性表现为当地文化圈内的民俗活动, 这也形成了巨大的潜在市场。独特性之余若能表现出古典性、稀有性等特点, 则可形成旅游者新的兴趣点。

**1.2.4 开放性和参与性。**节庆活动参与的人数一般没有限制。像狂欢节就是人越多越好, 人数的增加会使氛围浓厚, 容易形成强大的吸引力以吸引更多人参与其中。并且活动的设计要考虑旅游者所关注的内容, 避免陈旧和繁杂甚至可

**基金项目** 福建科技厅软科学研究项目(2016R0081)。  
**作者简介** 赖莉芬(1993—), 女, 福建南平人, 硕士研究生, 研究方向: 旅游。\* 通讯作者, 教授, 从事休闲农业与乡村旅游研究。  
**收稿日期** 2017-12-05

让游客和当地居民共同设计,以更加开放的姿态营造良好活络的节日气氛。

**1.2.5 经济性和效益性。**举办节庆是对区域潜力和优势的释放,节庆旅游的经济性表现在节庆作为一种社会人文资源要素直接或间接地对生产具有能动性,其能动性包含巨大的聚集性、带动性和传播性。节庆旅游作为一种包含交易、经济技术合作和商品展示等多功能为一体的综合性活动,能够让大量的物流、人流、信息流、资金流凝聚在一起,并依靠报刊、广播、电视、网络等平台进行宣传,使得举办地的品牌形象得到广泛传播<sup>[3]</sup>。节庆还能推动相关投资效益及商业消费,且其长远收益更引人注目。

## 2 南平市节庆旅游发展条件

**2.1 区位条件** 闽、浙、赣三省交界的地理位置及闽北在福建和我国东南经济发展全局中特殊的地位,创造了南平市在自然环境多样性、资源条件丰富度及其与周边经济来往重要

性方面的有利条件。南平交通四通八达,水陆空相配套的立体交通体系的基本形成也促进了南平市节庆旅游的快速发展。

**2.2 资源条件** 南平市是东南地区的重要旅游区。其物产丰富,人杰地灵,历史文化资源丰富,特产名扬中外,利用这些地方特产以及历史文化资源开发节庆旅游,能够吸引众多游客,开展经济活动。南平历史上是安靖之地,其物产丰硕,钟灵毓秀,所以群贤毕至、人才辈出,历史上曾出 2 000 多位进士,使闽越文化摇篮被誉为“闽邦邹鲁”。宋慈撰写《洗冤集录》系法医学检验专著,被尊为法医学始祖<sup>[4]</sup>。因此南平名人、文化古迹等都十分丰富。

**2.3 经济条件** 稳定的社会环境以及雄厚的经济基础对节庆旅游的发展有积极作用,它能为节庆旅游发展提供资金支持和促进相关服务业的发展,而节庆旅游又反过来促进当地经济的发展(表 1)。

表 1 南平市 2005—2015 年 GDP 和旅游总收入

Table 1 GDP and total tourism revenue from 2005 to 2015 in Nanping

年份 Year	全市生产总值 Total city product//亿元	增长率 Growth rate//%	旅游总收入 Total tourism income//亿元	增长率 Growth rate//%	占 GDP 比重 Account for the proportion of GDP//%
2005	349.86	10.50	20.70	17.00	5.91
2006	395.20	11.90	24.96	20.60	6.31
2007	473.36	15.00	30.42	21.90	6.42
2008	559.14	14.10	35.47	16.60	6.34
2009	621.74	13.90	137.48	13.30	22.10
2010	728.70	11.70	156.00	11.20	21.40
2011	800.00	12.40	181.60	16.60	22.70
2012	997.00	11.00	223.00	22.80	22.30
2013	1 105.80	11.20	259.00	14.70	23.40
2014	1 232.60	9.60	312.50	18.90	25.30
2015	1 339.50	9.10	371.60	18.90	27.70

注:数据来源于福建省统计局

Note: Data are from the Statistics Bureau of Fujian Province

表 2 列出南平市 2005—2015 年 GDP 和旅游总收入的总量水平以及相关比重和增长率,分析旅游业对 GDP 的影响程度,可以看出近 10 年 GDP 和旅游总收入的增长情况。表

中所示旅游总收入的增长速度一直较快,总体来说其增长是持续、稳定和快速的,能够为当地节庆旅游提供良好的经济支持。

表 2 南平市现有节庆活动

Table 2 The present festival activities in Nanping

节事名称 Name of the festival	举办时间 Time of holding	举办地点 Address	主要活动 Major activities	背景介绍 Background introduction
海峡两岸茶业博览会 Tea trade fair on both sides of the Taiwan Straits	十一月十六至十八	武夷山市	举办了山水实景茶歌舞演出,组织了茶业展览展销,开展了“海峡民俗文化风情街”、万人品茗和茶艺篝火晚会等系列活动,实现两岸茶业深度交流	为进一步构建福建茶产业的发展平台,打响闽茶品牌,建设福建茶叶强省,促进海峡西岸经济区建设和海峡两岸农业合作与交流
拔烛桥(闹元宵活动) Candle bridge (Lantern Festival)	正月十四至十六	枫坡村	制花灯、烛架绕村游行	相传在清朝咸丰年间,枫坡村田地荒芜,村官为求得麒麟的保佑,依此方法后果然风调雨顺,便逐渐演变来
蜡烛会 Candle Assembly	农历二月	吴屯、黎口、岚谷大浑、城关等	迎佛 戏文为内容的三十六台“仙仔”	大号开道,锣鼓齐鸣,鞭炮震耳,盛况空前,现已成为一次交流盛会
柴头会 Chaitou Assembly	农历二月初六	武夷山市	民间交易 各色产品与美食	清咸丰年间,为反对奴役压迫,四乡农民扛上木棍、扁担冲进县衙门,为纪念这次胜利而举行
崇蛇节 Serpent's Festival	农历七月七日	樟湖镇	携蛇巡游活动 菩萨上街游行	蛇是当地崇拜的图腾,当地奉蛇为神,遇到蛇时还主动为其让路

**2.4 客源市场** 人数方面,受益于“一元游大武夷”活动及

合福高铁开通等因素拉动,南平市 2016 年旅游总人数达

2 925.48万人次,比增 16.87%,位列全省首位<sup>[5]</sup>;收入方面,全市旅游总收入 371.63 亿元,比增 18.93%,大于全省平均比增(16.00%);人均花费 1 258 元,比增 0.7%,是全省唯一与厦门、泉州、福州和漳州 4 个沿海城市相同、人均花费超过 1 000 元的内陆设区市。

**2.4.1 海外客源。**全市入境客源市场主要划分为港澳台市场及外国人市场两大市场。2016 年全省累计接待入境旅游人数 29.30 万人次,比增 1.67%。港澳台游客市场,尤其是台湾、香港占比 35.93%、25.74%,是入境旅游市场的主力军,澳门客源市场占比为 2.02%(图 1)。外国人市场规模也较为可观,占比 36.31%,基本与 2015 年持平。以亚洲市场为主,美洲、欧洲市场为辅,大洋洲、非洲游客比重较小。2016 年全市接待亚洲游客占外国人市场的 57.7%,依旧领跑数据榜,欧洲和美洲游客占比分别为 17.0%和 18.3%,大洋洲和非洲则为 4.7%和 2.3%(图 2)。

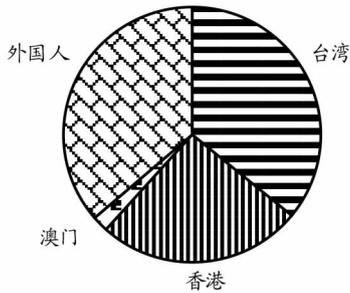


图 1 入境游客来源发布

Fig.1 Source of inbound tourists

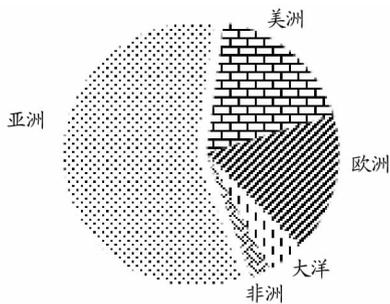


图 2 外国游客来源发布

Fig.2 Source of foreign tourists

**2.4.2 国内客源。**2016 年全市累计接待国内游客 2 896.2 万人次,同比增长 17.05%,国内旅游收入 363.29 亿元,比增 19.58%。国内游客客源呈现本省为主(83.96%)、周边省份为辅(16.04%)的结构,省外客源占比约 1/6。其中,省内除本市外,主要辐射福、漳、泉等地区,省外以浙江、江苏、江西、广东、安徽等周边临近省份为主。省内客源市场方面,南平本市游客占客源市场比重为 43.99%;其次是福州,占客源市场比重的 7.60%;漳州(7.36%)、泉州(6.03%)紧随其后,其他地市客源占比依次为三明(4.13%)、龙岩(4.03%)、宁德(3.61%)、厦门(3.40%)、莆田(2.65%)、平潭(1.18%)(图 3)。省外客源市场方面,浙江、江苏、江西三省份游客占比分别为 2.15%、2.15%、2.01%,均超过 2.00%,其次是广东(1.44%)、湖北(1.32%)、安徽

(1.17%)、河南(1.05%)、四川(1.02%)、上海(0.84%)及其他(2.89%)(图 4)。

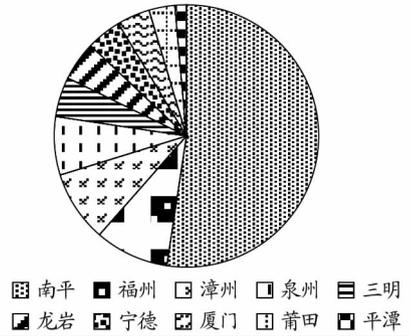


图 3 省内游客来源发布

Fig.3 Tourist sources in the province

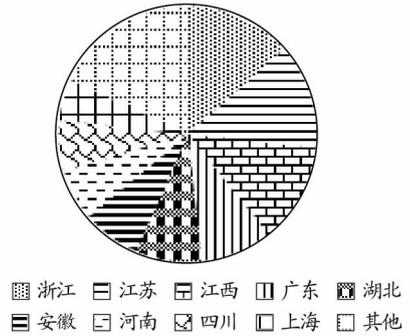


图 4 省外游客来源发布

Fig.4 Release of tourists from outside the province

**3 南平市节庆旅游发展存在问题**

**3.1 品牌意识弱,认知度低** 虽然南平市节庆旅游数目繁多。但将其现有节庆活动(表 2)与国内较成功的节庆活动,如曲阜孔子文化节、哈尔滨雪节、中国潍坊风筝节、傣族泼水节、青岛国际啤酒节、菏泽国际牡丹花会这样认知度高、国际化强的节庆旅游进行对比,可轻易发现南平市的节庆活动认知度不高、主题单一,能持续下来并成长为国际型活动的则更是寥寥无几。因此,积极树立品牌意识、提高节庆认知度是南平市节庆旅游发展的长久之计。

**3.2 文化融合度不高,文化挖掘不够** 独特的当地文化是节庆活动得以延续的根源,开展相关活动能够更好地保护和挖掘本地相关历史,对于当地文化的发展起着一定的促进效果。有了文化作依托,能够使节庆旅游的档次获得进一步提升,对游客产生较强的吸引力,然则当前南平节庆旅游文化体现尤为不足,大多数活动缺乏独有特色和吸引力,发展水平较低。节庆活动未能给南平带来经济文化效益的双丰收。某些活动举办者为了其自身的利益,在节庆活动中加入了过多的商业炒作成分,使之目的性过强。这样的节庆活动表面上热热闹闹,但由于文化基础的缺乏使其难以引起游客的兴趣。

**3.3 地区间发展不平衡,影响有限** 节庆旅游的发展与举办地的综合实力息息相关,呈密切的对应关系。往往强大的经济实力作为支撑能够促进当地节庆旅游的成功举办,并产生较强范围的影响,但由于南平市社会经济实力在地区间存在着较大的差别,这导致其节庆旅游在范畴、强度、形式等多

方面均有显著的不均衡性。此外,由于产业不成熟、开发不充分、民众参与性不足等外部环境问题,使得南平市节庆旅游活动的时空影响十分有限。

**3.4 行政管理制约,未融入旅游业** 受行政管理体制等方面的制约,南平民俗节庆与其旅游业结合度较低,在南平市的旅游产业格局中,目前还没有将民俗节庆融入旅游产业范围内。拔烛桥作为一项当地的民俗节庆活动要成为南平市的旅游系列产品之一还有待时日。加之南平市整体的节庆活动还未形成产业链,没有专门的策划营销公司,专业人才缺乏等原因使得市场化的合作尤为不足,这对南平市节庆旅游的联动式开发有着极大的阻碍。

**3.5 节庆创意不足,缺少引爆点** 上下五千年的灿烂中华文明证明了南平市并不缺少先进的文化,但是在节庆旅游的发展中却往往缺少创意,难以引起消费者的兴趣,使得举办的一系列节庆活动缺少引爆点。创意的本质是创新性和价值性,二者缺一不可。创新性胜在“鲜”,它能够激起消费者的兴趣;价值性则要满足消费者的需求,让他们获得身心的满足。要想让南平市节庆旅游得到良好发展,必须突破瓶颈,加强创意思维。

## 4 南平市节庆旅游提升策略

**4.1 注重加强对节庆旅游的宣传和营销力度** 节庆活动最重要的影响就是吸引游客<sup>[6]</sup>。所谓“好酒也怕巷子深”,再好的节庆旅游在开发初期必须做好必要的宣传活动。有些节庆活动从其内容、参与形式、节庆特色、运作过程都进行得很好,但因为宣传和营销方式的严重滞后与不合时宜,其影响力和辐射力往往大打折扣。可以借助于合福高铁开通的良好契机,加大对高铁沿线城市的营销宣传,积极努力拓展高铁沿线旅游市场,吸引更多的省际游客来南平游玩,并进一步深化闽台间旅游合作,拓宽不同合作领域的交流,更多地宣传南平旅游特点和亮点,增加入境旅游吸引力,提升入境游客占比。

**4.2 深入挖掘资源,加强创新** 节庆活动的生命力在于创新,只有进行创新,才能使节庆活动更具有魅力,从而发展壮大。而创新又在于其创意,创意需要追求差异、差异产生特色、特色产生吸引力、吸引力提升竞争力<sup>[1]</sup>。深入发掘当地的特色资源,要求在深入了解当地民俗和历史文化基础之上,提炼出最具有当地特色的文化精华,并且具备独一性。从做法上,首先要理念创新,其次要管理创新,再有要服务创新,最后要宣传创新。在现有的基础上稳固既有优势,抓住目前自然景观的优势,进一步促进旅游和生态的融合,并在此基础上挖掘南平市文化潜力,推进文化和旅游的融合,并

且积极促进节庆活动与互联网和大旅游景区结合,推出生态游+双世界遗产景区的创意核心文化活动。

**4.3 加强氛围营造,引导居民与游客参与** 能够使人们亲临其境感受现实的气氛是节庆活动的魅力所在<sup>[7]</sup>。因而旅游节庆活动必须要“热闹”,就是尽可能多地让市民和游客参与进来。只有当全民都融入节庆的气氛,才有可能调动大家的积极性与能动性。因此,南平节庆旅游的举办需要加强居民对所在地举办的节庆活动的认同感,使之积极参与体验并且策划一些娱乐性、竞争性比较强的活动,让居民与游客共同参与。努力把节庆活动办成接地气的、大众参与度高的节庆,使节庆真正为群众所接受。

**4.4 坚持政府推动和市场化运作** 在未来相当一段时期发展节庆旅游应依循政府推动和市场化运作相结合的主要原则,发挥政府在大环境政治、各部门的协调、社会公共服务、相关产业的联动等方面的独特效用。尽快使南平民俗节庆融入其旅游产业范围内,实现当地的节庆产业及其他关联产业的有效发展并实现多方共同受益。市场化方面既要注重旅游市场自身质量,通过消费升级,千方百计增加旅游接待收入,又要更好地发挥旅游业带动效应,延展旅游价值链和效益链,拓展消费热点,实现经济、社会、生态的多元效益。

**4.5 加强人才队伍建设** 节庆旅游开发成功的重要保障是加强旅游专业人才建设,特别是节庆策划、组织、运行、管理人才队伍的建设。我国节庆质量不高、龙蛇混杂、泥沙俱下的现象时有发生,这与我国节庆产业不发达、缺乏专业人才有关<sup>[8]</sup>。从目前的情况来看,南平市自身的人才队伍建设和旅游教育培训工作还无法跟上旅游发展的步伐,应该加大力度加快培育出一定数量与高质量的专业人才,为节庆旅游提供智力系统的支持,建立与当前旅游产业匹配的人才培养机制,尽快构建一批懂经营、会管理、视野开阔的旅游管理人才队伍,形成重视人才、尊重人才的行业氛围。

## 参考文献

- [1] 王悦明. 山东省旅游节庆发展研究[D]. 济南:山东大学,2008:52.
- [2] 柴寿升,邓云锋. 现代城市节庆品牌发展战略研究[M]. 青岛:中国海洋大学出版社,2007.
- [3] 崔忠仁. 发展节庆经济 促进区域增长方式转变[J]. 北京农业,2014(32):10-15.
- [4] 于永玉,董玮. 求·求索攻坚[M]. 天津:天津人民出版社,2012.
- [5] 周传润. 适应经济新常态构建质量新格局[J]. 福建质量技术监督,2016(4):32-33.
- [6] 蔡晓梅. 城市旅游形象分析方法在节事活动主题定位中的作用:以广州市为例[J]. 社会科学家,2003(3):100-104.
- [7] 吴必虎. 节事活动的运作原则及模式[J]. 中国会展,2005(3):48-51.
- [8] 黄翔,成曦. 武汉旅游节庆品牌设计研究[J]. 华中师范大学学报(自然科学版),2006,40(1):100-103.

(上接第70页)

- [27] WACKERNAGEL M, ONISTO L, BELLO P, et al. National natural capital accounting with the ecological footprint concept[J]. Ecological Economics, 1999, 29(3): 375-390.
- [28] 刘力,郑京淑. 东北地区生态消费水平的区域可持续性研究[J]. 地理

科学,2003,23(6):656-660.

- [29] 刘宇辉,彭希哲. 中国历年生态足迹计算与发展可持续性评估[J]. 生态学报,2004,24(10):2257-2262.
- [30] 陶在朴. 生态包袱与生态足迹——可持续发展的重量及面积观念[M]. 北京:经济科学出版社,2003:11.