
襄阳民俗节日旅游开发的思考

——以穿天节为例

黄志毅 何珍¹

(湖北文理学院 资源环境与旅游学院, 湖北 襄阳 441053)

【摘要】: 穿天节作为襄阳知名度最高、规模最大的民俗节日,为襄阳带来了巨大的经济和社会效益。但由于其发展仍停留在初期,缺乏完整性和系统性,存在较大的短板,在对穿天节节俗来源、发展现状、旅游开发价值分析基础上,对穿天节民俗节日旅游开发做出相关思考。

【关键词】: 穿天节 民俗节日 旅游资源开发

【中图分类号】 F592.7; K892.11 **【文献标识码】** A

1 穿天节民俗节日的来源

穿天节是襄阳地区的传统节日之一,是元宵节过后汉江河畔的一次大型活动。它有着其自身独特的文化内涵,代表了对美满婚姻爱情和幸福生活的向往以及构建幸福社会的期待。据襄阳文史专家考证,穿天节历史悠久,早在宋代《鸡肋篇》中就有记载,而关于其神话传说,最早可追溯到汉代。刘向在《列仙传》中记载,“江妃二女”在汉江游玩时遇到了郑交甫,二女“见而悦之”。而关于穿天节,庄绰在《鸡肋篇》中是这样描述的:云交甫解佩之日,谓之穿天节。这也是目前关于穿天节最早的记载,庄绰在文章中详细描写了穿天节举办的时间、地点、原因等内容,留下了交甫和汉水女神“神女弄珠”“以石定情”的神话爱情传说。另外一种观点则认为穿天节作为襄阳本土节日中非常具有代表且流传甚广的民俗节日,是在我国北方地区广为流传的“天穿节”基础上,加之襄阳独特的自然地理位置和汉水女神的爱情神话传说,相融合之后所形成的襄阳本地节日,有着祭祀汉水女神、泛舟踏青、汉水采石、求子祈福、寻求姻缘等民俗活动。

2 穿天节的开发现状

2.1 穿天节的时间性和空间性亟待解决

民俗节日的时空性是对日常生活时空的另一种表现。它用特有的内容以及特殊的场所来替代习惯性的秩序和事件。穿天节本身应该具有很强的时间性和空间性,每年正月二十一,自万山而下,标志着穿天节的开始。但是,在发展过程中,穿天节举办时间大都逢工作日,并且活动时间长短不一,时间上有很强的不稳定性。另外,就举办场地而言,十三届活动七个举办地,甚至其中一年设置四个活动会场,没有一个固定举办场所,对于穿天节发展而言,带来了很大的局限性。

¹**作者简介:** 黄志毅(1997-),男,湖北襄阳人,湖北文理学院资源环境与旅游学院旅游管理18级学生。何珍(1981-),女,湖北襄阳人,湖北文理学院资源环境与旅游学院副教授。

基金项目: 湖北文理学院学科开放基金资助项目 XK2019017。

2.2 品牌定位不准, 社会影响力不足

穿天节作为襄阳最具代表性的民俗节日, 虽然举办了十三届活动, 但就其作为民俗节日旅游而言, 其品牌影响力较小, 在竞争中仍处于弱势地位。和襄阳市端午期间的龙舟节相比, 穿天节也是望其项背, 远不及龙舟节在汉江流域的品牌影响。近年来, 政府及相关举办单位虽然不断丰富活动内容, 但过于追求经济效益, 忽略了穿天节原有的文化内涵。同时对于穿天节而言, 在发展过程中, 没有一个固定的品牌形象, 从而导致其品牌效应有限, 知名度不高, 难以充当良好的旅游吸引物, 发挥其旅游吸引功能, 吸引社会大众参与。

2.3 营销力度有限, 推广宣传不够

穿天节最初的发展是由社会文化者推动实施, 缺乏政府的参与, 后期活动的举办虽然政府部门都有参与, 也加大了对穿天节的推广和宣传, 但对于穿天节而言, 政府的推广和宣传远远不够, 和襄阳市重大的节日盛会诸葛亮文化旅游节相比, 对于穿天节的宣传大多局限在襄阳市内部, 没有走出去。同时, 就其营销力度而言, 穿天节经费投入不足, 缺乏有效的营销手段, 再加上品牌形象定位不准, 穿天节的营销和推广力量有限。

3 穿天节的旅游开发价值及条件

3.1 开发价值

3.1.1 经济价值。

穿天节作为一项民俗旅游活动, 具有很强的经济、社会和环境效益。从2006年重新举办开始, 就有工会、环保局、旅游局、文化局等相关政府部门的参与, 活动也加入保护汉江、植树、相亲、民俗传承等相关社会活动。同时引进社会资本、引导商业活动加入、举办春季旅游赶集会带来可观的经济效益。

3.1.2 历史文化价值。

汉水女神最早出现于《诗经·南广》, 《楚辞》《列仙传》中也多有记载, 穿天节的核心要素汉水女神解佩弄珠使得故事的发生地万山成为众多文人骚客的神往之地, 在万山之畔, 纵歌游览, 留下了众多名篇佳作, 对于后世考察研究有着重要的历史文化价值。

3.1.3 休憩观赏价值。

中国有句老话“春困秋乏”, 穿天节每年正月在汉江边举行, 对于人们而言, 生活的压力, 工作的繁琐, 趁着春光明媚, 在汉江边划船采石看民俗, 尽情的赏景休闲, 融入到这种没有拘束的生活中去。

3.1.4 科学考察价值。

为什么叫穿天节? 穿天石从哪来? 为什么穿天石中间会有孔洞? 对于民俗学和文化学爱好者甚至地质学者以及自然学者而言, 他们需要对汉水文化、穿天节、汉水女神进行研究考察, 这些都是具有极其重要的科学价值和文化价值。

3.2 开发条件

3.2.1 拥有得天独厚的地理位置。

襄阳位于汉江中游,西接川陕,东临江汉,是鄂、豫、渝、陕毗邻地区的中心城市,境内一条汉江坐拥襄阳港,刘集、老河口两座机场,汉丹、襄渝、焦柳三条铁路,襄十、孝襄、阳魏、麻竹(在建)、襄荆五条高速在襄阳交汇,形成了水、陆、空立体式的交通格局。万山,毗邻襄阳城区,北达汉江畔,南临襄隆景观大道,西接隆中风景区,地理位置优越,交通条件便利。

3.2.2 地域组合条件好,资源优势明显。

民俗节日作为现代旅游活动中重要的一环,影响着旅游产业和旅游效益,襄阳民俗节日数量较多,但有规模、有影响、有特色的,少之又少,因此这对于一个旅游目的地而言,具有非常明显的资源优势。

3.2.3 旅游客源市场广阔。

2006年300多人参加,2018年,人数近20万,其影响力和宣传力度增强,参与人数越来越多,2019年,襄阳市邀请汉江流域14座城市共同参与,人数再创新高,再加上襄阳拥有605万的人口基数,其旅游客源市场前景广阔。

4 襄阳民俗节日旅游开发的思考

4.1 优化民俗节日旅游开发的时空环境

适宜的环境、良好的条件是旅游活动开发的前提和必要条件,襄阳龙舟节在汉江流域颇具盛名,每年端午期间都会在东津唐白河举行比赛,吸引了大量游人。同样作为襄阳最具代表性的穿天节其影响力却远不如龙舟节,究其原因,是没有一个稳定的、适宜的时空环境。对于穿天节而言,将地理位置优越的万山或者活动举办场地最多的鱼梁洲作为民俗节日旅游活动地,集合旅游资源,有利于最大限度发挥旅游集聚效应,提升旅游吸引力。在空间上解决活动场地的流动性,为品牌宣传和树立奠定基础。其次,将穿天节的时间特色化,每年穿天节这一天,大都逢工作日,政府应探索把每年农历正月二十一这天作为襄阳市法定节假日和周末之间进行人性化的调休,激励更多人参与到这场活动中来。

4.2 树立民俗旅游品牌,提升竞争力和影响力

4.2.1 明晰定位,树立品牌形象。

旅游品牌形象是旅游竞争的无形资产,是提升竞争力的重要环节。对于民俗节日而言,品牌形象的树立,无论其影响力大小,在一定程度上都能推动民俗旅游的进一步发展,从而吸引更多游客。对于穿天节而言,由于定位不准、主题多变,品牌形象难以树立。因此,要实现穿天节民俗节日品牌的建立,首先要紧抓文化内涵,以穿天节节日中独具特色、个性鲜明的采石、寻缘等内容,逐步形成穿天节所特有的品牌形象。

4.2.2 多媒体融合发展,扩大宣传和营销力度。

运用传统媒体、自媒体、网络媒体等多种媒体形式传播节庆旅游品牌信息,做好对外宣传营销,从而进一步提升民俗节日的品牌形象。穿天节近年来参与人数虽然不断增加,但其宣传和营销的力度远远不够,其主要受众来自本地区,对于其他地方而言,襄阳穿天节的知名度不高。因此对于穿天节而言,首先以穿天节为主题,抓住传统主流媒体这一形式,以襄阳政府网站、襄阳市文化与旅游局网站、襄阳旅游网、襄阳传媒集团网络矩阵等多种方式为穿天节进行多方面全方位的宣传,向更多人展示穿天节,同时在襄阳市及主要的客源城市以车体广告、LED屏、广告牌等户外传媒方式让受众了解穿天节,激发其旅游兴趣。其次,以现代自

媒体技术为依托,建立网络营销矩阵,通过自媒体技术,制造话题、传播内容,从而达到宣传和营销的效果。

4.2.3 建设民俗节日产业园区,创新民俗内容,延伸民俗节日附加值。

政府部门通过与社会文化者、高校及相关产业合作开发建设民俗节日产业园,将民俗节日中的文化内容世俗化、商品化、可视化。穿天节作为襄阳重要的民俗节日,有其特定的时间限定,过了特定时间也就失去了节日的意义,热度过后,如何能够让襄阳穿天节保留在游客心中?产业园可以根据穿天节节日特征开发旅游商品和旅游纪念品,带有独特地方文化的旅游商品和旅游纪念品能使穿天节产生较强的影响力和吸引力。同时,产业园可以利用万山独特的地理位置,开发打造穿天节演出活动,创作舞台实景化演出的歌舞剧,编排汉江女神的戏剧,创作一批优质的旅游文化节目,打破穿天节时间的缺陷性。其次,以网络为依托,建立网络媒体账号,制作穿天节旅游区 VR 视频、拍摄穿天节宣传片、发布优质内容。同时,联合民俗专家、学者、旅游规划者等多方力量加大对汉水女神、穿天节文化的发掘和探讨,提升文化价值和可开发力度。

参考文献:

- [1]胡珊珊. 襄阳民俗穿天节研究[D]. 武汉:武汉大学, 2014.
- [2]周红萍. 襄阳穿天节非物质文化遗产的保护与传承[J]. 湖北文理学院学报, 2012(10).
- [3]杜汉华. 襄樊穿天节考辨[J]. 民俗研究, 2005(1).
- [4]唐明生. “穿天节”属于襄阳考[J]. 湖北民族学院学报, 2013(4).
- [5]王璐. 旅游与民俗的互动发展研究——襄阳“穿天节民俗旅游的文化思考”[D]. 武汉:华中师范大学, 2012.
- [6]马永军. 襄阳“穿天节”的文化价值与社会意义[J]. 湖北文理学院学报, 2013(7).