

## 浅析隆林民族节庆旅游的现状与发展

吴晓山 勾明奎

(广西师范大学历史文化与旅游学院, 广西 桂林, 541001)

**摘要:**传统民族节庆作为旅游发展的重要载体,自上世纪90年代发展以来,至今已成遍地开花之势;对于传统节庆资源丰富的民族地区而言更是如此;其中隆林各族自治县可谓典型。本文在分析了广西隆林各族自治县举办民族旅游节庆条件的基础上,阐述了广西隆林各族自治县开展旅游节庆的意义,同时论述了当前开发中存在的各种问题和不足之处,并运用现代旅游策划学和营销理论对隆林文化旅游节庆活动提出重新改造的建议和措施。

**关键词:**隆林;民族传统节庆;节庆旅游

**中图分类号:** C95      **文献标识码:** A

何谓民族旅游节庆?根据旅游节庆及民族旅游的概念,民族旅游节庆即指依托某一民族在某一特定地域内的一项或一系列旅游资源,通过内容丰富、开放性、参与性强的各种民族活动项目以吸引大量参与者参与为基本原则,以民族活动带动一系列旅游消费和吸引投资,进而带动该地经济增长为最终目的的所有民族文化活动的总和。近年来全国各地都在积极举办各式各样的旅游节庆,西部省区等许多少数民族聚居地也通过把当地少数民族的传统节日开发成为民族旅游节庆来吸引游客,发展民族旅游。广西隆林各族自治县(下文简称隆林),聚居着苗、彝、仡佬、壮等少数民族,自然具有丰富的节庆资源,完全具备发展民族节庆旅游的条件,同时就目前而言其发展也有了一定的成效,但同时存在一些不足。

### 一、隆林开发民族旅游节庆资源

#### (一) 概况

地处广西西北部滇、黔、桂三省(区)交界处的隆林县,位于广西壮族自治区西北端的南盘江畔,地处云贵高原东南边缘,东与田林县为邻,西南与西林县接壤,北以南盘江为界与贵州省兴义市、安龙县、册亨县隔江相望。聚居着苗、彝、仡佬、壮、汉等5个民族,全县人口37万中少数民族占80.1%。全县总面积3543平方公里,全县总人口342180人,隆林地处高海拔低纬度,光照充足、雨量充沛、气候温和。民族工艺、民族风味小吃、民族医药琳琅满目,堪称民族文化瑰宝。隆林水电资源十分丰富,是国家实施“西电东送”战略的重要电源点。境内国家重点工程天生桥一、二级水电站和平班水电站,隆林矿产种类多,交通便捷,县城距广西首府南宁480公里,距历史文化名城—百色市220公里,距贵州省兴义飞机场85公里,距南昆铁路顶效火车站95公里。国道324线横穿境内,而且现在百色至隆林的高速公路正在建设中。隆林山川秀丽,原生态民族文化多姿多彩,隆林之所以曾被联合国科教文组织专家誉为“活的少数民族博物馆”,主要取决于苗族同胞辉煌灿烂的民族文化。隆林苗族跳坡节、彝族的火把节、仡佬族的“吃新节”、高山汉族的吃苦耐劳不甘落后的精神等等都是不可多得的原生态文化。然而,在保护和开发

民族文化中,由于存在着认识不到位、开发保护的资金投入不足、民族文化没有形成产业化等等问题,使得民族文化资源逐步退化和消失。对于隆林来说,如何保护好原生态文化,促进民族文化发展,建设和谐文化,是非常重要的任务。

## (二) 主要节庆

隆林的少数民族文化从整体上看档次较高,观赏性强,在当地盛行的节庆全是他们生活的写照,形象逼真,民族气息浓厚。从内容、范围、对象来看,雅俗兼备、参与性强,相当大一部分属于大众性的,为群众和游客所喜闻乐见。这些都为隆林举办民族旅游节庆开发提供了得天独厚的条件(见表1)。

表 1: 隆林主要传统民族节庆

| 节期     | 名称             | 地点     | 活动内容                                |
|--------|----------------|--------|-------------------------------------|
| 正月初九   | 跳坡节            | 德峨     | 芦笙舞、跳月亮、上刀山、下油锅、滚地龙、三锅桩、黑山羊评比       |
| 三月三    | 兴坡             | 壮族村寨   | 对山歌、唱壮戏、荡秋千                         |
| 六月二十四  | 火把节            | 彝族村寨   | 打磨秋、抹黑脸、送布谷鸟、篝火晚会、打陀螺、摔跤、汉族踩高跷、八音演奏 |
| 七月第一辰日 | 尝新节            | 仡佬族村寨  | 宰牛祭祀“老祖宗”树下边舞边唱                     |
| 婚嫁酒宴之时 | “颠罗颠罗那”<br>排歌节 | 壮族村寨   | “颠罗颠罗那”山歌对唱                         |
| 女儿出嫁之时 | 高山汉族哭嫁         | 高山汉族村寨 | 母女、亲戚互相对哭表不忍离去之情                    |

(资料来源:根据调查资料整理)

### 1. 苗族跳坡节

“苗家米酒坛坛香,欢迎贵客到我家,迎到家里喝八碗,边对山歌边喝酒……”这是隆林苗族跳坡节的迎宾客歌,可能你会听不懂,但歌曲悠扬动听。特别是从苗家的少女口中唱出来。跳坡节时间是从农历正月初二到十五元宵节,它是隆林各县苗族人民一年中最盛大、最隆重的民间传统节日。德峨苗族的跳坡节:你会看到在坡场当中竖一根很显眼的光滑的木杆,这木杆有三丈余高,在坡竿的顶端吊一块当地农家自己腌制的腊肉和一葫苞谷烈酒。随着主持人的讲解以及节目的推进,最激烈的就数这个项目了,这个活动一般都是苗家的小伙子才能做,也是他们的拿手好戏,青年男子都会使出看家本领,他们像猴子一样爬到滑竿的顶端,在上面喝完酒壶的苞谷酒,取下腊肉,然后双脚倒挂的滑下来。顺利完成的就会得到姑娘们的青睐,向他们抛苗族姑娘的头巾以示爱。还有其他的活动如跳芦笙舞、摔跤、赛马、对山歌……等等,为了更好的保护发展隆林少数民族的节庆活动,目前县政府正在申请把德峨乡苗族“跳坡节”列入国务院文化遗产保护项目。这是整合隆林苗族文化资源、打造民族文化品牌,让“跳坡节”走出隆林、走出广西、走向世界的最好的途径。

### 2. 壮族三月三兴坡

兴坡是壮语，意思是到野外到山坡上玩耍，是隆林壮族民间特有的民俗传统，每年清明节前后就是三月三左右，此时阳光明媚，山花烂漫，草长莺飞。在这个时节，村村寨寨的青年男女就会到山野上踏青去，他们对山歌唱壮戏尽情玩耍嬉戏。最后能达到认识彼此交流感情，有的就是这样结成一对。相当现在社会的一个交友平台。

### 3. 彝族火把节

“火把节”意思就是燃着火把，围着篝火过节。火是彝族的象征。火把节是彝族一年中最隆重的节日，每年农历六月二十四日是彝族的火把节。火把节这一天，彝族的各个村寨都会宰杀他们喂养的牛，平分给各家各户，他们还要用煮熟的牛肉来祭祀他们的祖先，下午，彝族人民还端着牛肉和紫红色糯饭，送到村寨边最高的山上去喂布谷鸟。到了深夜，他们就手持火把，绕着他们的住宅和田夜转，远远看去，很是漂亮，像火龙般游走，还将未燃完的火把插在田坎上，说这样可以驱除害虫。最为有趣的是他们还互相用燃过的火把黑炭抹黑脸。“青海碗玉溜溜，酒送坨肉嫩悠悠；远方客人来彝寨，请喝美酒送坨肉”这是彝族山歌，彝族姑娘到你面前唱起这样的山歌，往往手中已经有一碗满满的玉米酒等着你了，听着动听的山歌，这酒你就爽快喝了吧。

### 4. 仡佬族尝新节

“冷的去了热的来，旧的去了新的来，苦的去新的来……”每年的夏收前后，仡佬族人都会围在老祖宗树下边跳边唱着这样的歌曲，每年田地里的庄家成熟了，各家各户都会去田地里收割一些成熟的瓜果蔬菜回来。舂成米磨成面煮熟成饭，全村男女老少聚集到老祖宗树下祭祀。寨佬头戴竹笠，身披蓑衣，手持竹响稿，绕着老祖宗树边唱边跳。

### 5. “颠罗颠罗那”排歌节

这个排歌节其实也是壮族年轻人交友的一种形式，“颠罗颠罗那”内容丰富，十分规范，年轻人到别的村寨做客，被邀请而唱这样的歌，通过唱歌，他们相识甚至相爱，在婚嫁酒宴上是必不可少的，歌中有小调，小调是情歌，是双方表达爱意的曲调，小调与排歌互相穿插，听起来跌宕起伏，引人入胜。

### 6. 高山汉族婚庆

高山汉族的哭嫁，在隆林有很多地方属于高山山区，由于战乱，很久以前就从别的如四川湖南等地搬迁来的汉族，好一点的地方都已经是壮族居住地了，所以他们只能住在高山上，那里条件十分艰苦，所以隆林的汉族有着能吃苦耐劳的精神，隆林高山汉族有一个很特别的习俗，就是每当女儿出嫁之时有哭嫁的习惯。谁家的女要出嫁了，舍不得离开自己的父母兄弟姐妹，就会在离家出嫁前三天开始在自己房间里哭泣。表示不舍得离开，这样的哭嫁是有一定的哭调和套路的，在母亲和女儿对哭时，是最最让人感动的，母女都会细数这些年来母亲对女儿的种种关心以及女儿爱母亲的点点滴滴，一般旁人都会流眼泪的。最后媒人看时间差不多了，就会把母女分开。女儿踏出自己家的门槛就不准再哭了。这样的哭嫁一直保持着。

## 二、隆林民族旅游节庆开发的意义

把这些节庆和民俗活动与隆林当地少数民族的吊脚楼土房木房为代表的少数民族建筑艺术,以织锦和刺绣为代表的服饰文化和以苗族辣椒骨和彝族的坨坨肉,以及苗族的经典“羊瘪汤”为代表的饮食文化联系在一起,进行整体统一开发是大有好处的。

### (一) 加快旅游发展步伐, 增加旅游收入

对旅游者来说,旅游重要的功能之一就是为了寻求新的文化感受,地方旅游节庆是集中展现地方特色旅游产品、地方精神与文化的最佳载体,容易吸引大量游客前往游览观光。在隆林利用当地少数民族特有的各种传统节庆如苗族的跳坡节、彝族的火把节、仡佬族尝新节、壮族“颠罗颠罗那”排歌节及各种民俗活动来举办节庆活动,形成一种独特的旅游产品来吸引大量的本地及外地旅游者前往,从中可以提高当地餐饮、住宿、交通等旅游设施的建设和使用率,刺激各类旅游活动、旅游产品的生产和消费以及旅游者的其它必需消费,从而增加旅游收入。同时旅游收入的增加又可以反过来刺激隆林旅游资源的开发,促进旅游业的良性循环发展。

### (二) 塑造隆林形象, 提升知名度

舆论宣传、促销是旅游节庆的重要内容和目的之一。作为地方的一面旗帜,旅游节庆密切关系着旅游业和地区在整体形象上的塑造和宣扬。在隆林举办各少数民族旅游节庆活动,节庆期间或前后,都会通过电视、网络、报纸、刊物等大众媒体对节庆盛况、隆林的历史文化、各个少数民族的民俗风情和旅游产品、旅游线路等进行宣传介绍,这无形中塑造了隆林形象,提高当地的知名度,使外界有充分认识和了解隆林的机会,促进对外的交流与合作。

旅游节庆规模较大,参与者众多,所涉及的行业较多。它的发展不仅可以带动当地景区、景点的建设发展,诸如餐饮业、旅店业、交通运输业、各种休闲娱乐业等都得到推动和发展。目前,隆林旅游基础设施条件较差,交通、食宿等方面都不能满足游客的需求。通过举办民族旅游节庆,吸引游客的同时,也引起政府及各企业招商引资、筹集资金,带动当地基础设施建设,在交通、住宿、餐饮等各方面加强建设。这对于塑造区域形象来说是十分必要的。

### (三) 丰富旅游产品内容, 增强旅游吸引力

在旅游者越来越偏好参与性旅游活动的今天,以前那些仅仅以观光旅游为主的旅游产品正逐渐丧失其原有的吸引力,而参与性强的节事旅游越来越受到广大游客的喜爱。隆林各族自治县各个乡少数民族传统的节庆活动内容十分丰富,涉及到了苗族、彝族、壮族、仡佬族、高山汉族的服饰、饮食、建筑、歌舞等方方面面。将这些传统节庆活动与现代旅游节庆的开发理念相结合,在不改变原有传统民俗节庆的原则下,增加旅游者的参与度,使游客通过参与娱乐性较强的各式各样的民俗活动了解当地的历史文化,从而使隆林的旅游吸引力上一个新的台阶。这样的民俗旅游节庆可以使得隆林的旅游产品结构更加完善和丰富,摆脱以前旅游产品多为单一的德峨苗族“跳坡节”和彝族“火把节”的局面。参与性强、活动内容丰富的民族节庆融入到隆林秀美的自然旅游资源如天生桥高坝水库景区、金钟山原始森林景区、

冷水瀑布景区和苗族彝族壮族的建筑奇观土房、木房、吊脚楼中，将改变以前单一的参观旅游，达到动静结合，增强当地的旅游吸引力，焕发旅游新的活力。

#### （四）弘扬传统文化，发扬民族传统

隆林当地的传统文化、浓郁的地方特色和民族特色是旅游节庆开发的基本出发点和重要内容，与此同时成熟的旅游节庆有广泛的民间参与，因此可以说旅游节庆是展示民族民间文化艺术的“大观园”，若将隆林各族自治县各个乡的传统民族节日提炼为一个固定的旅游节庆吸引游客前往，那不仅节日本身所包含的艺术文化，而且各个民族的服饰、建筑、饮食、歌舞、习俗等艺术形式和艺术珍品经过锤炼都能展现在游客面前。同时在这种节日文化活动中，有当地广泛的民族群众的参与，能使得各个民族民间艺术在节日文化中，不断扬弃，积淀其精华，弃其糟粕。随着现代经济和旅游的快速发展，昔日相对与外界隔绝的隆林少数民族地区正面临着外来文化的不断冲击，一些珍贵的民族文化遗产，特别是无形的精神文化遗产，诸如苗族彝族仡佬族语言、工艺美术、风俗礼仪等快速地面临着消亡的严重危机。据调查：在苗寨方面，由于受经济发展、火灾、观念更新等客观原因的影响，混泥土建设楼房占苗族的比例多则 70%，少则只达 30%，使苗寨整体逐渐丧失原味；在吊脚楼、泥土房、木房方面，有 50%以上的壮族吊脚楼、70%以上的泥土房被闲置，同时绝大部分的苗族建筑都是木质或者泥土结构，由于时间久远，这些建筑物逐渐腐化；若以当地少数民族传统节日为载体举办旅游节，可以有效保护和挖掘当地少数民族的有形物质文化遗产和无形的精神文化遗产。根据隆林本地少数民族传统节日习俗浓厚、节日众多的特点，应重点引导民间传统节日诸如跳坡节、火把节、尝新节、芦笙节、排歌节等举办旅游节。以这些节庆活动为载体，使得隆林少数民族传统的民族节日和民间丰富多彩的文化艺术和乡土人情在新的形势下得以充分展现，并使得少数民族的优秀传统文化能够一代一代的传承下去。

### 三、隆林民族旅游节庆开发的现状

隆林的各个乡都有历史悠久的传统民族节庆，如德峨乡的跳坡节、火把节，是隆林两个重要的旅游品牌，最具地方民族特色。这类节庆是当地苗、彝族传承下来的节日，有广泛的群众参与基础，一方面保证了节庆开发的大众参与化；另一方面当地居民的积极参与，积聚人气，感染气氛，节庆有“声势”，又有“气势”。可谓有声有色，并且这类节庆的民族文化真实性和传统性保存都较好。

同时，这些节庆活动多采取民办官助的形式，乘着“以歌会友、以舞传情、以节促商”的活动宗旨。同时强调游客的参与性，如德峨乡的“苗家生活大体验”、“打陀螺”，火把节的“抹黑脸”等活动使游客身体力行，切身感受少数民族文化民俗，尤其是“打磨秋”活动深受游客欢迎。增强全县各民族各阶层的凝聚力，加强隆林县和外界的联系与合作，增进周边地区的民族融和，完善隆林旅游产品结构，促进隆林旅游经济发展。但就其目前而言，还存在一些不足。

### （一）传统节庆文化开始异化

隆林少数民族的各种传统民间习俗和庆典活动如壮族“三月三”山歌对歌比赛、彝族芦笙比赛、壮族的兴坡等原来都是在特定的时间、地点按照传统的内容和方式举行。而现在，因为举办节庆期间时间上的局促，还有为了满足游客的需求而过度的商业化包装，专门安排打磨秋表演赛作为节庆活动的项目之一，同时在“彝山色”彝族火把节表演晚会上也有打磨秋的表演。少数民族的这些民间习俗和庆典活动根据旅游者的需要随时搬上舞台，活动内容也往往根据旅游者的需要而被压缩、删减，活动的节奏也明显加快。这在很大程度上丧失了传统少数民族文化的真实性和价值所在，也违背了旅游节庆可以保护地方特色文化的初衷。

### （二）节庆主题不够鲜明

主题的地方特色不够鲜明，与其它少数民族地方举办的旅游节庆有雷同之处。一方面由于文化旅游节开发深度不够，未能充分展现出隆林的地方民族文化特色，所以主题不够个性化，节庆活动还没能走出“会议+演出+参观”的模式。举办的一些活动，诸如摄影比赛、服饰参赛等没有突显出当地少数民族文化的特点。并且节庆活动范围仅限德峨乡内，没有充分利用隆林丰富的自然旅游资源和人文旅游资源。另一方面与贵州聚居的少数民族有很大的相似性，目前这些地方的旅游开发基本以地域和行政区划为限、各自为政，使本应该作为一体开发的旅游区按地域形成了彼此割裂的独立地区，因此在旅游节庆上出现了重复开发、雷同、特色不鲜明、相互恶性竞争的混乱局面。且旅游节都以少数民族大歌、芦笙舞等民族表演活动为主，都辅以少数民族商品交易展销会，组织性不强。

### （三）宣传促销力度不够

隆林的“苗族跳坡节、彝族7月火把节”等节庆活动虽然举办过很多届了，但是除了在节庆举办期间有报纸、电视等媒体对外发布宣传外，当地一方面因资金问题没有对节庆做过多的宣传和促销，这也就使得旅游者对该文化节了解很少，该节庆旅游在区内外知名度不高。另一方面宣传促销的方法单一，目前在隆林旅游节庆举办前后主要采用的宣传方法为电视等大众传播媒体的报道宣传，其他的宣传方法很少，使得外地的游客、参与投资的企业对节庆了解不是很深。

### （四）品牌效应不强

旅游品牌应该和旅游节庆紧密地联系成一个整体，这是旅游节在大众心目中树立的形象，与其它类似节庆相比获得市场竞争力的重要手段。文化旅游节品牌的树立应注意三方面问题，一是旅游节的具体活动内容的设置，旅游节的宣传促销和旅游节品牌的设计。隆林旅游活动没有形成规模和轰动效应；另一方面由于资金缺乏，不能进行很好的宣传促销，再次旅游文化节既没有实现品牌商标化，又没有品牌名称、品牌口号等，三个原因导致了旅游文化节品牌效应不强，隆林的旅游目的地形象也不明显。

## 四、隆林民族旅游节庆开发建议

### （一）定位目标市场

我们选择目标市场，首先要以市场分析为前提。在进行市场分析时，必须作认真的市场调查，对旅游节事活动的客源市场进行细分。隆林少数民族文化旅游客源市场现状见表 2。多年来，隆林县旅游客源市场一直以境内游客为主，海外游客为辅；区内游客多，区外游客少的局面。其中来自本县、周边县、百色地区的旅游者最多，旅游目的主要是以观光和休闲度假为主，欧美、东南亚、港澳台等是隆林县的主要境外客源地，因此隆林举办文化旅游节的旅游客源目标市场应定位在：以境内客源市场为主，境外客源市场为辅。境内客源市场以广西区内和珠江三角洲为主，其他省市次之；境外客源以美国为主。从旅游的目的来分，民族文化体验客源市场和民族文化生态旅游市场为主，绝大部分游客不再仅仅满足于游览少数民族建筑群、优美的自然风光和民风民情，而是要真正融入到各种民族文化中，从中了解和体验民族文化的内涵和趣味；值得注意的是生态旅游市场在我国已越来越受到重视，市场份额也越来越大，隆林县的原生态少数民族旅游必能招徕众多游客。

表 2：隆林县接待境内外游客人数统计（单位：万/人次）

| 年份     | 2009 | 2010 | 2011 |
|--------|------|------|------|
| 境内旅游人数 | 2.8  | 3.7  | 5.2  |
| 境外旅游人数 | 0.3  | 0.36 | 0.48 |
| 合计人数   | 3.1  | 4.06 | 5.68 |

（资料来源：隆林县旅游局提供）

### （二）定位节庆主题

节庆主题包括节庆名称和节庆活动主题，其中节庆名称来源于节庆载体资源，所选择的节庆名称应包括的载体资源一般为地方文脉的主脉络之一，以体现地方性，使游客从旅游节庆的名称中就能感受到强烈的旅游目的地信息。旅游节事活动的主题定位要依托文化内涵和自然资源，应当根据主办地的资源特色，寻找“惟一性”和“特殊性”，将这些特色加以浓缩升华，形成鲜明的主题形象。目前隆林举办的“苗族跳坡节”“彝族七月火把节”，它以欢乐、友谊、安定、团结为永恒主题，这一主题表达出了隆林少数民族极富特色的歌舞艺术文化和以德峨乡为代表的少数民族民俗民风，但该主题没有体现出隆林当地更为独特的特色文化。隆林与其它省的少数民族地区相比，旅游资源较突出的有两方面：一是隆林少数民族节庆多、习俗风情浓郁，一年四季月月有节，如壮族除了 4 月之外月月有节，并且每个节庆都伴有很多相关的民俗节庆活动。例如跳坡节是隆林县知名度较高，规模较大，影响较大的一个传统民族节日，在节庆举办时的民俗活动有：滑竿、打磨秋、选苗花等，有较强的大众性和参与性。另外隆林县，至今依然保留有浓郁的传统民族风情，一年到头以传统少数民族节庆为主的民俗活动丰富多彩，例如壮族三月三比赛唱山歌、仡佬族尝新节、高山汉族的婚礼哭嫁等，在文化节中应存在有这些特色节日和活动。在少数民族建筑文化上成果比较突出，尤其在吊脚楼建筑文化方面，以壮族和高山汉族为代表，

以及苗族的土房草房,无论是在建筑规模、历史价值和数量上,还是在独特性和知名度上都占有比较大的优势。因此归纳隆林的这些少数民族特色后,在节庆旅游的开发上应把传统少数民族节日、少数民族民俗活动、现代旅游参与活动等融合在一起。其民族旅游节庆的主题重新定位应该在——观看传统少数民族节日活动,亲自体验少数民族民俗活动。

### (三) 凸现地方特色

地方特色是激发旅游者潜在动机的最大诱因,也是旅游目的地吸引力、竞争力和生命力的源泉。围绕着旅游节庆的主题形象来进行具体的资源开发和节庆活动内容策划,充分发挥当地旅游资源与众不同的独特气质。旅游节庆至少应能够在两方面反映该地独一无二的地方特色:表现主体和标志性活动。在隆林“彝族火把节”文化旅游节上,旅游节举办的规模较小,没能产生太大的轰动效应。其中原因之一在于:文化节上没有大型的能反映当地地方特色的标志性活动来反映旅游节的主题。其他的一些活动如开幕式彝族唱山歌、风情隆林摄影大赛等也没突出隆林的地方特色,而只是一般旅游节惯常举行的活动。隆林文化旅游节的开发应深挖文化内涵,凸现地方特色。在文化旅游节的开发和举办上,应根据上述所说的节庆主题,把隆林的苗、壮、彝、仡佬文化融入进去,应遵循这些节日举办的传统的时间,从而保证活动开展的真实性和大众的参与性,同时也可以使其与贵州的少数民族节庆区分开来。同时应加强文化旅游节上少数民族民族文化的观光和体验活动。另一方面,在节庆中的少数民族文化体验活动应不断创新,让旅游者亲身参与到少数民族民俗活动中去,从而凸显特色,增强节庆吸引力。例如体验苗族人的民俗活动如婚礼仪式、打磨秋、百家宴等;举办“做一天苗家人,体验一天苗家人生活”的活动,让游客到苗家人家中生活一天,过一天苗家人生活;游客亲自制作少数民族的手工艺品,如亲自编织、刺绣、印染、制陶等;穿上自己设计、准备的少数民族服饰参加节庆、服饰大赛,把少数民族服饰同现代流行服饰融合在一起,让游客亲自来参与设计和比赛等,把现代旅游休闲活动和当地民族特色文化联系在一起,创造出游客喜好、有浓厚兴趣参与的体验活动,体现出特色的魅力所在。

### (四) 创新具体内容

旅游节庆内容的不断创新才能不断增加自身的吸引力和保证该文化节长久的生命力。在今后文化节上标志性的活动如滑竿比赛、火把节、壮族对山歌活动应固定时间和地点举行,但也要保证每届都有新的内容、新的活动、新的亮点吸引游客,充实文化旅游节活动内容。例如利用少数民族独具风味的饮食,他们爱吃的糯米饭、爱喝的苞谷酒、爱春的糍粑等,和他们的各类酸食、羊瘪汤、盐腊肉、酸菜等以及规模大的“百家宴”等饮食习俗活动来举办“少数民族美食节”,相信定会举得意想不到的效果。

### (五) 提高服务质量

对旅游者来说,旅游作为一种享受,服务水平是一个标志。优质的服务能促进节庆活动更好地开展下去,吸引更多的游客;低劣的服务,即使节庆活动的过程、内容策划及

开展得再好，都会影响到节庆开展的效果。在交通建设方面，近期内应优先考虑发展隆林县城至各镇及其下属的各村寨的公路交通，以保证游客“进得去，出得来”，在住宿设施方面，进行宾馆、饭店建设时，应注意区位选择和“民族化问融”，使之紧靠当地少数民族原始村寨，与当地少数民族村寨的氛围一致，例如在各景点开展少数民族民居接待业务。另外逐步搞好供水、供电、通讯等其它设施建设。在节庆活动的各主要举办地旅游服务不一定要求豪华，但应使旅游者感到周到、方便和热情。但也应注意到旅游基础设施建设不能危害甚至破坏到隆林原生态少数民族博物馆及各村寨的原貌，所提供的旅游服务也不能破坏到少数民族村民的日常生活和风俗习惯。

#### （六）加大节庆宣传力度

旅游节庆是展示与整合地方文化时空的最佳载体。旅游节庆作为一种旅游产品，同其它旅游产品一样，一经策划开发后，就必须对外宣传推销。但其营销的不仅仅是一种旅游节庆产品，而是上升到地方文化的高度上来，目前因隆林县资金不足的缘故无法对文化旅游节进行有轰动效应的宣传，知名度不高，因此其进行宣传促销的方法建议有如下几点。

一，在隆林准备民族文化旅游节活动初期：采用概念营销。运用新闻发布会、新闻报道、报纸、杂志等大众媒体宣传方式，把此次旅游节庆活动的理念、主题、宗旨、意义等让所有的公众知晓。并高频率的报道宣传，炒热此旅游活动，让各类潜在参加者也了解活动，吸引他们的视线和注意力。

二，在节庆活动准备中期：以网络营销和组合产品、联合促销为主，辅以一般大众的宣传促销方式。网络营销以其覆盖面广、低成本的特点，恰好弥补了隆林因资金缺乏不能进行大规模对外宣传的问题。隆林旅游节可以在网络上建立一个专门的节事网站或网页，在网站上对隆林旅游活动进行全方位、详细的介绍；与节庆有关的食、住、行、游、娱、购多方面的综合旅游信息公布；与节庆有关的产品和服务信息介绍等来宣传旅游节。此外还可以把该旅游节网站与其它一些游客访问量较大的权威旅游网站进行链接，如广西旅游网、桂林旅游网等，借助这些网站来进行宣传。同时，进行组合产品，联合促销。充分利用跳坡节和火把节的知名度把隆林旅游节同桂林山水旅游联系起来，借它们的精品旅游名气来宣传隆林旅游节。其它一些利用大众媒体进行宣传促销的有效方法有，加强与外地、外省市旅行社的联系，通过旅行社间接向游客大量发布旅游节庆信息；充分利用电视、报刊、杂志、广播和明信片等媒体向外发布信息；印刷、制作精美的隆林旅游节旅游小册子，介绍旅游节各活动内容、活动的民俗文化背景、活动来历等以及一些节庆活动日程安排的小册子。

三，节庆活动举办前夕：加大宣传的力度和密度，特别是在隆林县城汽车站等第一印象区利用户外广告进行促销。这一时期的宣传应该是全方位、多层次的宣传，不仅包括理念、宗旨的宣传，还包括活动内容等具体性的宣传。

四，节庆活动举办期间：通过各种媒体报道节庆盛况，继续塑造与传播区域旅游形象，

并为周期中的下一次节庆活动造势。

### （七）强化品牌意识

现在隆林文化旅游节举办规模不大、知名度低、品牌意识较低，并且目前在少数民族文化圈内，举办有关少数民族文化的旅游节数量众多，为把它同竞争对手区分开来，朝着将其举办成为百色旅游的标志性品牌及区内著名的旅游节为目标，把隆林文化旅游节作为一个品牌来进行运作，品牌化，把隆林旅游节作为一个产品，打造成百色旅游营销的品牌。根据上述所说，应为旅游节准备宣传口号，如“欢乐苗族，激情彝族在隆林”等，同时也为其设计一个节庆标识，并注重节庆品牌的注册与知识产权的保护，从而很好地与其它少数民族地区的旅游节庆区分开来，使其更为迅速地为人所知，加深人们印象。

### （八）加强区域合作

为了防止节庆活动的雷同，因此有必要打破行政区划限制，加强区域合作，发挥“苗彝文化旅游圈”的整体优势。各地不仅要紧抓当地独具特色的旅游节庆来进行开发，尽量遵循当地举办传统节日的时间来办节，将这些节日的举办时间统一起来，适当错开；同时在节庆举办之时，应联合圈内各县共同参加，扩大规模。应着力举办的有：“隆林·中国少数民族活的博物馆”，主要进行展示隆林少数民族的生活习俗，突出展示少数民族民族风情，包括婚丧嫁娶、少数民族歌舞。着重展示少数民族祭祖仪式。中国少数民族壮族三月三对歌节，主要表演少数民族赛歌。一个地方已举办过的节庆活动，其他地方不要再作为主要内容来重复举行，当隆林在举办时，其它各少数民族地区可以派人参与，扩大其影响力和规模，而当其它地方举办时，隆林亦可参加。加强区域间的合作将会大大有利于隆林节庆活动有序合理的开展。

### 参考文献

- [1] 吴必虎.区域旅游规划原理[M].北京:中国旅游出版社, 2001.
- [2] 蒋三庚.旅游策划[M].北京:首都经济贸易大学出版社, 2002.
- [3] 陈素平, 成慕敦.浅析少数民族节庆旅游开发[J].开发研究, 2004, (2).
- [4] 杨雅玲.利用民族特色节庆活动推进民族旅游业发展[J].湖南商学院学报, 2003, (11).
- [5] 史铁华, 何玲.关于旅游节庆市场化运作的思考[J].旅游科学, 2001, (1).

## The Present Situation and Development of the National Festival Tourism in Longlin

Wu Xiaoshan; Gou Mingkui

(College of History Culture & Tourism, Guangxi Normal University, Guilin 541001, China)

**Abstract :** From the 1990s,tourism festival becomes one of the important carriers of tourism development. Especially for the national regions which are full of traditional festival resources, they are all the more so. And among them, the Multinational Autonomous County of Longlin is typical. On the basis of analyzing the conditions of holding national tourism festivals in Multinational Autonomous County of Longlin in Guangxi and then I elaborate the significance of holding it.Meanwhile,I treatise the problems during the development. In the end, according to the theory of modern tourism planning and marketing, I put forward the suggestions and measures of reforming the tourism festivals in Multinational Autonomous County of Longlin.

**Keywords:** Longlin; national traditional festival; festival tourism

**作者简介:**

吴晓山(1976-),男,汉族,湖南新化人,硕士,广西师范大学历史文化与旅游学院副教授,硕士研究生导师,主要研究方向:民族文化产业战略与管理,区域旅游经济与文化。

勾明奎(1987-),男,汉族,广西师范大学历史文化与旅游学院旅游管理专业学生。

**基金项目 :**

2010年教育部人文社会科学研究青年项目(10YJC850030),2011年广西人文社会发展研究中心“科学研究工程”项目(YB2011014)、“旅游研究团队”阶段性建设成果之一。