

## 甘肃镇原县民俗文化旅游资源开发 SWOT 分析\*

刘学莘 宋魁彦 赵中元 张彤烨

(东北林业大学 材料科学与工程学院,黑龙江 哈尔滨 150040)

[摘要] 本文以甘肃文化大县镇原县为例,较为深入地分析了当地民俗文化旅游资源开发的优势、不足、机会与威胁,为制定当地民俗文化旅游产业开发模式提供依据。本文的分析思路亦可为我国其他经济落后、文化资源丰富的西部县域文化旅游产业开发提供参考。

[关键词] 甘肃镇原;民俗文化;资源开发;SWOT 分析

[中图分类号] G127 [文献标识码] A [文章编号] 1005-3115(2009)10-0062-03

镇原县位于甘肃东部,深居黄土高原。由于长期交通与通讯不便,使这里固有的民俗文化旅游资源得以较好地留存。在经济社会与文化飞速发展的今天,镇原依然保持和继承着多姿多彩的民俗传统,构成了驻留在工业文明以外的历史图景。当前,面对国内许多地区将文化旅游产业开发的核心定位在“都市文化产业”这一现状,对于工业基础薄弱、农业人口占大部,且以乡土文化为主要文化背景的镇原县照抄照搬这种模式显然难以适宜。镇原县的文化旅游产业开发,应以当地的民俗文化旅游资源为出发点,着力铺筑符合当地实际的特色之路,进而发展当地特色经济。

本文较为系统地分析了镇原县民俗文化旅游资源开发的优势(S)、劣势(W)、机遇(O)与威胁(T),旨在以此探究镇原县地域特色文化旅游产业的开发模式。同时,本文的分析思路与方法亦可为探索我国西部其他县域民俗文化旅游资源的开发提供参考与借鉴。

### 一、镇原县民俗文化旅游资源开发的优势(S)分析

#### (一)民俗文化旅游资源的多样性

镇原县民俗文化旅游资源丰富多样,笔者通过前期对当地民俗文化旅游资源的深入调查,把当地的文化旅游资源予以分类归纳,详见右表。

#### (二)民俗文化旅游资源的独特性

镇原县民俗文化旅游资源特色鲜明。从刺绣工艺品来看,镇原刺绣不讲究南方苏绣、湘绣以及蜀绣的精巧、细腻,在造型上工艺更加夸张、率真、古朴、粗犷,形成了别具一格的“陇绣”艺术。<sup>[1]</sup>再看唢呐,镇原唢呐不同

于陇东其他地方的木杆、竹竿唢呐,而是以黄铜为质地的铜杆唢呐,它的音色高昂明亮、近听不噪、远听清晰。唢呐的演奏者大都为当地农民,没有受过专业训练,但他们的演奏水平却十分高超,一些老吹手甚至能同时吹奏两杆唢呐,堪称一绝。逢过婚丧寿事,除了邀请吹手前来演奏,镇原民间还有大摆酒席的传统。镇原的酒席热凉交错、荤素相间、五色俱全、搭配多样,如白事用“九魁”、“十漏一”,红事用“十全”、“十三花”等,讲究颇多。窑洞是镇原的传统民居,镇原窑洞不同于山西的窑洞以石箍制,也不像河南窑洞那样大用木料,更没有陕北窑洞那样讲究装饰。镇原窑洞完全由黄土制成,土砌的大门、土抹的窑脸、土堆的院墙、土制的家具,从这点来看,镇原的土窑洞更能体现黄土高原的自然风貌。

#### (三)民俗文化旅游资源的悠久性

镇原位于祖国西北,古时这里东连秦汉盛世的咸阳长安,西通戈壁荒原的玉门阳关。潺潺的茹河水,透

镇原县民俗文化旅游资源归纳表

民间工艺品	刺绣(香包、耳枕、肚兜、布贴花等)、剪纸、皮影、木雕、陶雕等
民间音乐美术	镇原唢呐、陇剧、秦腔、道情、民歌、皮影戏、农民画、书法等
民间饮食	饸饹面、苜蓿面、糖油饼、杏仁油茶、搅团、烧本地鸡、镇原酒席等
民俗节日	端午香包节、二月二、三月三庙会、集会、元宵社火、婚丧寿日等
民间建筑	窑洞、箍房、地坑院、护崖墙等
民俗景点	潜夫山、王符柏、原峰山、鸡头山、屯子三池、秦长城、石峡寺、文庙、三岔红军长征遗址等
历史人物(含事件)	王符、李恂、皇甫规、北魏灵太后、胡叟、张学成以及抗战时毛泽东、刘伯承、彭德怀、王震经此
常种作物	五谷杂粮、胡麻、杏子、苹果、大枣、柿子、烤烟、黄花菜等

\* 东北林业大学研究生科技创新资助项目,项目名称:庆阳地区民俗文化遗产挖掘与开发研究。

迤的古驿道,承载了太多的商贾、士人、侠客、兵役的历史足印,他们从此挺进都城、驶向回疆。从遗存千古的常山文化到依稀可视的秦长城,从堪称稀世珍宝的秦诏版到东汉哲学巨著潜夫论,从绝壁古刹石崆寺到奇特秀逸的鸡头山,尽管最近百余年来镇原的发展相对迟缓,然而考古学却发现,至少在宋代以前,这里都是十分发达的地区。经济的发展促进了文化的繁荣,经济的停滞又引发了文化的封存。镇原的民俗文化是伴随当地历史的发展而诞生、推移的,无论是现存的婚嫁丧葬礼俗,还是庙会社火的热闹场景都依然烙印着浓浓的封建色彩,相对较为完整地保存了原始的滋味。散落在镇原民间的大量文化传统及其丰厚的历史积淀必将为当地文化资源的开发提供有力帮助。

#### (四) 民俗文化资源的偶合性

镇原县民俗文化资源的偶合性包括两个方面。首先各民俗文化在资源性质上存在一定的偶合。镇原县既有远古常山下层文化遗址,又有秦汉的长城庙宇;既有北魏的绝壁古刹,又有明清的亭台戏楼。这些文化遗址如同当地的香包、剪纸、皮影、窑洞一样均出于民间,很少有官方的参与,体现了极强的民俗性。另外,镇原地处陕甘宁边区,在民主革命时期,红军、援西军都曾经经过此地,边区军民齐心协力在这里搞生产、肃匪患、除恶奸,至今在田间地头仍留传着许多佳话。开发镇原的民俗文化资源,应将上述方面有机整合,形成极具镇原特色的民俗文化资源体系。此外,镇原县的民俗文化资源与周边县市的文化资源还存在着地缘上的偶合。镇原东临革命圣地延安,西临道教名山崆峒山,邻县庆城曾经是周祖巡守论医、教民稼穡之地,可见镇原县的民俗风情与周边地区存在着相似相通之处。因此,将镇原的民俗文化资源开发融入到陇东大区民俗文化资源开发的进程中来,将会使镇原县以及整个陇东地区民俗文化资源的配置更加合理。

## 二、镇原县民俗文化资源开发的劣势(W)分析

### (一) 挖掘不深入

由于当地民众对其民俗文化缺乏敏感,加之镇原相对偏僻,很少有开发商前去考察、投资,致使当地民俗文化资源一直以来没有良好的挖掘与重视。尽管全县在每年一度的香包民俗文化艺术节期间都推出不少新款香包、剪纸制品,并带来了一定的经济效益,但是这些制品多为当地农民单户手工制作,行业的整体发展水平不高。此外,虽然近些年镇原香包、剪纸等工艺品引起了一些专家的注意,但他们更加热衷研究其艺

术特色,很少关注其经济价值,文化价值与经济效益脱节。<sup>[2]</sup>挖掘的不深入性还体现在对当地香包之外的其他民俗文化涉猎不多,资源的利用严重失衡。例如屯子的池湫、孟坝的温泉至今还属于荒废、半荒废状态,连当地都鲜有人知。窑洞是当地的特色民居,但至今没有一所以窑洞为特色的度假住宅。三岔的红军纪念馆,也只是当地中小学生的爱国主义教育基地,没有对外开放。

### (二) 宣传不到位

无论是当地的民俗文化旅游还是民间工艺品的开发均欠缺营销力度,致使镇原的民俗文化资源没有明确的市场战略和品牌战略,严重缺乏知名度。谈及窑洞人们首先想到的是陕北窑洞,谈及刺绣人们首先想到的是江南刺绣,谈及红色旅游人们首先想到的是会宁、延安,谈及面点小吃人们首先想到的兰州拉面。镇原独特的民俗文化资源没有得到有力的宣传,因此也不可能得到外界的认可与接纳,在商品经济的大潮中必然无法占据市场。宣传的不到位主要有如下两方面原因:首先,当地民众的商品竞争意识淡薄,致使已开发的产品不够精致、不讲包装,更没有商标,此外,缺乏专业文化策划机构以及新闻媒体的介入,也导致了宣传的不力。

### (三) 其他不利因素

镇原的民俗文化资源开发还存在如下不利因素:第一,地区的经济发展水平较低,购买力有限,因此,不能把消费群体单纯定位在镇原县内,镇原的民俗文化产业应“打出去”,更多地吸引其他地区的消费者。第二,交通不便利。目前,镇原县仍未通火车,没有一级公路,县城内以三级公路为主,制约了当地文化旅游的发展。第三,人才断层。现在从事传统民间工艺制作的人越来越少,以对陇绣技艺的调查为例,当地20~40岁的女性能够从事此项技艺的人数占该年龄阶段总人数的22%,而20岁以下只有7%的女性掌握该技艺。第四,当地民众对其民俗文化资源的开发意识尚显淡薄。调查发现,认为当地民俗文化资源值得开发的人数仅占被调查总数的43%,还有11%的民众选择“不知道”,对民俗文化资源开发持观望态度。

## 三、镇原县民俗文化资源开发的机遇(O)分析

### (一) 政策的支持与政府的重视

自2001年九届全国人大四次会议上将大力发展文化产业列入“十五”规划以来,党的十六大,十六届二中、三中全会又对文化产业给予的不同程度的诠释,发

展文化产业从此正式进入了我国政策性、法规性的文件。2005 年国务院出台的《关于进一步加强农村文化建设的意见》，明确部署了截至 2010 年我国农村文化建设的指导思想和目标任务，并特别提出加大力度发展农村文化产业的战略。2008 年党的十七届三中全会，党中央对“三农”问题尤为重视。开发镇原县民俗文化资源迎合了当今时代的目标，对解决农村剩余劳动力，优化乡村产业结构有其战略意义。

#### (二) 传统文化备受关注

随着改革开放后西方文化不断的席卷和浸透，国内的文化人士越来越注意提倡对本土文化的传承与捍卫。镇原地处黄河流域中游，是中华农耕文明的发祥地。镇原的民俗文化极具典型地代表了中华民族的传统文化，它源于民间、代代流传。因此，对镇原民俗文化资源的挖掘与开发，也是对濒临衰落的中国民间文化遗产的抢救与拯救，有着较好的社会环境。

#### (三) 电子信息技术的促进

电子技术的发展将为镇原县民俗文化资源的开发带来机遇。首先，信息网络的普及有利于镇原县民俗文化资源的宣传，可提高其知名度和影响力，打造品牌效应。第二，大量的网络信息还会为当地民俗文化资源开发的研究、决策提供依据和参考。第三，电子信息技术的应用还有利于当地民俗文化产业科学管理，并可促进企业之间、地区之间的资源整合与信息传递，从而推动当地民俗文化产业的发展。

#### (四) 香包节的带动

尽管每年一度的香包节上香包制品的销售份额并不很大，但在一定程度上提高了镇原的知名度，在每年一度的香包节民俗文化艺术节上镇原县先后被授予“文化大县”、“书画之乡”、“红杏之乡”等荣誉。同时，香包节还带动了商客的投资与开发，仅在 2008 年第六届香包期间镇原县招商引资金额就突破亿元。随着镇原知名度的提升，镇原的文化产业必定吸引更多的客源。

#### (五) 个性化需求的刺激

随着经济社会的发展与人们生活水平的提高，人类社会愈发趋于“大同”。特别是信息网络的延伸，使得地

球成为一个村落，人们足不出户即可饱览天下秀色。<sup>[3]</sup>所以，当今文化产业的竞争不仅仅是技术层面的较量，而不同于大同的个性化特征才是吸引消费的关键。前文说到镇原县的民俗文化资源特色鲜明，这正迎合了当今大众青睐个性与自由的消费理念，因此，有着良好的市场前景。

### 四、镇原县民俗文化资源开发的威胁 (T) 分析

#### (一) 周边县域的竞争

尽管镇原县是陇东赫赫有名的文化大县，但是受市场的推动与政策的鼓动，镇原周边的其他县域都提出了文化产业的发展战略。例如正宁县的香包产业、合水县的皮影制品、庆城县的木雕工艺以及华池县的边区民俗风情都出现了良好的发展态势，它他与镇原县的民俗文化资源存在一定的相似性。这对镇原县的民俗文化资源开发构成了一定的威胁。

#### (二) 全球的金融危机

当前，由美国次贷危机引发的金融危机已经波及世界各个国家，对我国经济发展的影响正在显现。文化产业作为我国一个新的经济增长点，一个新型产业，它也不可避免地会受到影响。据国家文化部文化产业司分析，<sup>[4]</sup>金融危机对我国文化产业的影响主要表现在以影响国内的文化消费，影响文化企业的融资，影响国内文化产品的出口。面对突如其来的危机，我们应该增强信心，积极面对，科学地通过文化消费这个新的经济增长点拉动内需，转“危”为“机”。

综上所述，镇原县民俗文化资源既多姿多彩又特色分明，既历史悠久又兼具一定偶合性。然而，当前对镇原民俗文化资源的开发还存在着挖掘不深入、宣传不到位等不利因素。尽管存在上述不足并且面对周边县域的竞争和全球金融危机的冲击，但是在政策的支持与政府的重视下，在传统文化备受关注的的环境下，在电子信息技术的促进、香包节的带动以及个性化需求的刺激下，镇原县的民俗文化资源开发依然具备良好的市场前景。

#### [参考文献]

- [1] 肖发展. 论庆阳香包艺术[J]. 装饰, 2006, (8): 30~31.
- [2] 霍学喜, 谭文枫, 牛军让. 庆阳香包民俗文化产业化项目组织管理浅析[J]. 陕西农业科学, 2006, (2): 93~98.

- [3] 康鑫. 云南民俗文化旅游开发的 SWOT 分析[J]. 经济研究导刊, 2008, (1): 188~189.
- [4] 上海旅游数据统计. <http://lyw.sh.gov.cn/data/data00.aspx>.