

2009' 泰山东岳庙会的策划与实施

陶 莉

一 缘起及其沿革

泰山是中国的神山、圣山，几千年来，它作为一种精神的象征和寄托，影响着人们的社会活动。原始的自然崇拜，历代帝王的封禅告祭，成就了泰山所特有的文化形态。从宗教信仰的角度而言，对泰山的信仰就是对天、地的信仰，但这太抽象了，于是在特殊的文化氛围中，造就了泰山之神，也就是形成了泰山信仰的主体——东岳大帝。

随着泰山神信仰的逐步扩展、渗透和社会经济文化不断发展，人们的社会意识发生了一定的变化，泰山祭祀的专权观念开始动摇，孕育已久的以平民为主体的广泛而自觉的祭祀活动，逐渐形成规模。自唐代开始，为庆祝东岳大帝诞辰而形成的庙会，已初现端倪。至宋代，东岳庙会已成为庆祝泰山神生日的专题活动，并形成惯例得以延续。明代又增加了奉祀泰山老奶奶——碧霞元君的内容，从而使泰山东岳庙会进入鼎盛时期。

关于泰山东岳庙会的盛况，在史籍中多有记载。《水浒传》燕青打擂中载：“原来庙（东岳庙）上好生热闹，不算一百二十行经商买卖，只客店也有一千四五百家，延请天下香客。到菩萨圣节之时，也没有安着人处，许多客店都歇满了”。打擂之时，却见“那日烧香的人，真乃亚肩叠背，偌大一个东岳

庙，一涌便满了。屋脊梁上，都是看的。”这是宋时的泰山东岳庙会，明代的东岳庙会，张岱在《岱志》中也有记述：“东岳庙……阔数百亩，货郎掎客，错杂其间，交易者多女人稚子。其余空地，斗鸡、蹴鞠、走解、说书，相扑台四五，戏台四五，数千人如蜂如蚁，各占一方，锣鼓讴唱，相隔甚远，各不相溷也。”

民国年间，泰山战事不断，社会动荡，文物古迹破坏严重，东岳庙会的主会场——岱庙，也驻扎了军队。有着千余年历史的泰山庙会，此时显得十分萧条。冯玉祥将军隐居泰山期间，曾作《庙会的市面》社会风俗诗一首，诗曰：

“赶庙会，开市场，各种货物来四方。有洋货，有土产，还有大喝小吃馆。这一边，摆面摊，台橙板桌都齐全。爹揉面，娘烧炉，生意买卖儿照顾。那一边，更热闹，汉子张口大声叫。酸梅汤，荷兰水，价格便宜味鲜美，有老少，有男女，杂乱拥挤来复去。买者少，看者多，腰里没钱没奈河。乡民苦，乡民穷，金钱日日外国送。说缘由，话根底，生产赶早用机器。”这时期庙会的形式虽还存在，但已是“买者少，看者多”，完全没有了往日的繁荣。

建国后，泰山庙会一度被不定期的物资交流会所取代。“文革”期间，物资交流会也被取消了，泰山东岳庙会从此沉寂了近三十年。改革开放以后，泰安市被列入对外开放城市，泰山成为中外旅游热点。为适应新形势的需要，在各级领导的关注下，泰安市有关部门，对传统的泰山庙会进行了一番改造后，于1986年恢复了泰山东岳庙会。这届泰山东岳庙会的会场设在泰山岱岳观一带，会期是5月6日至12日，庙会的内容，除宗教活动外，主要是物资交易、文化娱乐和旅游观光。之后，泰山东岳庙会每年举办一次。

泰山东岳庙会由最初的宗教性祭祀活动，愉悦神灵，发展到今日的融合宗教文化、群众娱乐、商业贸易为一体的综合性社会活动。人们将传统文化与现代生活“嫁接”，本着“庙会搭台，经贸唱戏”的思想，进行经济交流和文化宣传，又赋予了千年庙会新的内容，新的生机。正如庙会楹联所云：

“万仞泰山乘开放劲风振兴旅游迎嘉宾，千古庙会顺改革大潮繁荣经济聚财源。”2008年，泰山东岳庙会由国务院公布为国家级非物质文化遗产。

2009' 泰山东岳庙会，也就是第二十三届泰山东岳庙会，是泰山庙会被公

布为国家级非物质文化遗产后的第一届。改革开放三十年来,中国发生了天翻地覆的变化,物质的丰富,物流的发达,使得物资交流会式的庙会已很难再有吸引力。如何与时俱进的诠释、策划好本届庙会,为泰安、泰山打造好这一金字文化品牌是摆在我们面前的一个严峻的课题。

二 主要策划方案

- (一)活动名称: 2009' 泰山东岳庙会
- (二)活动时间: 2009年4月9—12日,会期4天。
- (三)活动地点: 以岱庙为中心,辐射泰山各庙宇。
- (四)主题口号: 逛东岳庙会 祈平安福贵
- (五)设计制作东岳庙会会徽、会歌、泰山吉祥物——四喜童子
- (六)主要活动项目:

1. 2009' 泰山东岳庙会开幕式

时间: 4月9日上午9:00

地点: 岱庙天贶殿

主要议程:

- (1) 领导致辞、来宾讲话
- (2) 儒、释、道献辞
- (3) 泰山吉祥物“泰山四喜童子”发布仪式
- (4) 碧霞元君赐福宝卷铃印
- (5) 宣读“东岳庙泰山宣言”
- (6) 启会(点亮福灯)
- (7) 开幕式结束,来宾参加观摩庙会活动(台湾东岳庙进香团举行祭拜活动)

2. 2009 '泰山东岳庙会魔术杂技晚会

时间: 2009年4月9日20: 00—21: 30

地点: 泰山影剧院

表演单位: 中国杂技团

3. 2009 '泰山东岳庙会国际论坛

时间: 2009年4月9—12日

地点: 工行培训中心

论坛主题: 登泰山巅峰 论东岳文化

4. 2009 '泰山东岳庙会联谊会

时间: 2009年4月9—12日

地点: 工行培训中心

主要项目: 邀请全国东岳庙, 协商发起东岳庙联谊会, 拟定联谊会“泰山宣言”。

5. 2009 '非物质文化遗产项目展示

时间: 4月9—12日

地点: 岱庙

主要项目: 集中展示泰山地区的国家级、省级、市级等各级非物质文化遗产项目包括曲艺、民间手工艺、传统特色小吃等。

6. 2009 '泰山国宝文物精品展

时间: 4月9—12日

地点: 岱庙

主要项目: 精选泰安市馆藏精品80余件, 以“国之瑰宝 礼神重器”为主题。

7. 2009' 泰山普照寺迎奉佛舍利活动

时间: 2009年4月10—4月12日

地点: 普照寺

主题口号: 瞻仰佛教圣物 感悟佛家精义

主要项目:

(1) 迎请、供奉仪式

(2) 信众互动, 包括: 早课、晚课、寺务、诵经、参禅打坐、品尝斋饭等课

程

(3) 高僧为信众和游客信物开光

(4) 举办“点亮心灯、祈福吉祥”法会

8. 2009' 东岳庙会祈福道场

时间: 2009年4月10—4月12日

地点: 普照寺、碧霞祠、王母池

主要项目: 庙会期间普照寺、碧霞祠、王母池等泰山各庙宇同时举办法会、法会, 为信众祈福。

9. 2009' “逛东岳庙会, 获幸运大奖” 活动

时间: 2009年4月9—12日

地点: 岱庙

活动项目: 活动以“纳福有礼、幸运福人、有福同享”为主题分为三个部分组织活动。

10. 2009' 传统民间游艺竞技活动

时间: 2009年4月9—12日

地点: 岱庙唐槐院、雨花道院

主要项目: 投壶、击铜钱、射箭、捶丸、击壤等

11. 2009'台湾东岳庙朝圣东岳祖庭进香活动

时间: 2009年4月9—12日

地点: 岱庙

活动项目: 台湾东岳庙朝圣团70人举行东岳大帝巡游及岱庙朝圣进香活动。

12. 2009'泰山东岳庙会旅游文化展

时间: 2009年4月10日—12日

地点: 市政广场

主要项目:

- (1) 第三届奇石、古玩、旅游商品、民俗文化展
- (2) 名家书画展
- (3) 泰安市第九届车展

13. 媒体支持

(1) 主要媒体: 中央电视台、香港亚洲电视台、台湾东森电视台、香港凤凰卫视、山东电视台、齐鲁晚报、泰安电视台、泰安广播电台、泰安日报、泰山景区网。

(2) 召开新闻发布会。

(3) 山东电视台对东岳庙会启会仪式进行现场直播(或录播), 香港亚洲电视台、台湾东森电视台同时进行转播。

三 实施及其效果

我们在深入挖掘东岳庙会文化的基础上, 通过反复的考察论证, 在活动地点及时间的确定、活动内容的设置、策划上, 注重保持了历届庙会的延续性、充分体现了庙会的民俗性, 并与现代生活相结合, 特别强化了游人的互动

性与参与性,以“逛东岳庙会,祈平安福贵”为主题,依托泰山丰厚的历史文化内涵,突出“平安、纳福”的主旋律,立足社会效益和经济效益,广泛借鉴,博采众长,力求真正使之成为泰山文化的盛宴、东岳庙会的品牌,广大市民的节日。

泰山东岳庙会于4月9日启会,至12日落下帷幕,会期四天。期间的4月10日(阴历三月十五日)是传统的泰山老奶奶也就是碧霞元君的诞辰,在庙会举办时间的策划上,我们一是参照了往届庙会的经验,二是依据了传统庙会会期特点,据资料,泰山东岳庙会又称作“万古长春会”,所谓“万古长春会”就是庙会的会期是自正月初一一直延续到夏历的三月底,也就整整一个春天,期间有两个高潮,也就是碧霞元君及泰山神的诞辰。因此结合现实情况,本届庙会将会期确定在了4月9日至12日。

在整个庙会活动项目的策划上,我们力求推陈出新,丰富多彩,体现出新形势下举办传统庙会的新思路、新特点、新格局。为了进一步提高庙会的品位和影响,在本届庙会中我们特别注重了品牌的包装,首次策划设计了泰山东岳庙会会徽和泰山吉祥物——四喜童子,并委托北京著名的文化策划单位华文山水传媒公司,对策划方案进行了深化、细化及总体包装。特别是该公司对于庙会的气氛烘托,有效地吸引了广大市民和游客的视线,激发了社会的广泛参与和积极热情,起到了良好的宣传助推效果。

综合2009'泰山东岳庙会的策划实施情况,主要有以下几点收获:

(一) 高起点策划,内容丰富,形式新颖

经过深入发掘,广泛征求意见,反复对比筛选,本届泰山东岳庙会共确定了十大项目,确立了以儒释道共同献辞、颁赠碧霞元君洪福宝卷、发布泰山宣言、展示四喜童子等为主要内容的启会仪式;以追根溯源、启迪文化认同为宗旨的泰山国际东岳论坛暨海峡两岸学术研讨会及东岳庙联谊会;以发掘、抢救、保护、传承为宗旨的非物质文化遗产项目展示;以“瞻仰佛教圣物,感悟佛家精义”为主题的泰山普照寺迎奉佛舍利活动;以宗教信仰的赐

福、纳福为主旨的祈福道场、法会；以增加游人参与性、趣味性为主旨的“逛东岳庙会，获幸运大奖”活动及传统民间竞技活动；现代与传统相结合的魔术晚会及泰山国宝精品展等项目，这些项目既有传统的，又有现代的；既有民俗的，又有宗教的；既有高层次的学术论坛，又有群众性的民间竞技项目；既有信仰的严肃膜拜，又有娱乐性的群众互动；既可观摩、参与祈福活动，又能得到文化的熏陶、精神的享受等。从活动项目的实施效果和群众满意度来看，不同年龄段、不同文化层次、不同地域的群体和受众，都能找到适合自己的活动项目和兴奋点。特别是引发了很多青少年对庙会的兴趣，使庙会拥有了一个新的参与群体，从更长远的意义上来讲，能够保证东岳庙会的可持续发展。

庙会主要活动内容确立之后，必须把传统的庙会契合于现代的形式，以崭新的面貌呈现在观众面前，才能更好地营造、彰显泰山东岳庙会的魅力和品位。在这方面，我们首次聘请企业形象策划公司——北京华文山水传媒公司，对庙会策划方案进行精心包装，尽量采用一些高层次大型活动的表现手法和现代的科技手段，来烘托传统庙会的隆重喜庆气氛；其次，尽量推陈出新，将传统庙会植入现代信息，以迎合现代人特别是青少年的审美意识和欣赏情趣，比如会徽的设计、吉祥物的展示、魔术杂技的演出以及宣传造势的手段等，这也是保持庙会生命力、保证这一文化品牌可持续发展的要求；再次，旧瓶装新酒，把传统的形式赋予现代的内容，庙会启会仪式上的主要活动、东岳庙会泰山旅游文化展，等都体现了这个原则。因此，庙会活动呈现出丰富多彩，目不暇给的景象。

（二）海内外广泛参与，增强了庙会的影响力和辐射力

庙会要做成一个品牌，不仅要吸引了广大市民、游客，同时也要吸引海内外社会各阶层的广泛参与。岱庙作为全国东岳庙的祖庭，一直与国内部分东岳庙保持良好的关系，为进一步加强国内各东岳庙的联系，借庙会举办之际，经我们策划，与北京、西安的东岳庙联合发起，成立了全国东岳庙联谊

会,同时邀请北京、上海、浙江、江苏、福建、江西、河南、山西、陕西等地多家东岳庙,参加观摩泰山东岳庙会,同时在庙会启会仪式上正式宣读了全国东岳庙联谊会“泰山宣言”。通过这一形式,把全国的东岳庙有机的联系在一起。这充分显示了全国东岳庙空前团结一致,共同弘扬东岳文化的大好前景和潜力,实实在在地扩大了东岳庙会的号召力和影响力。台湾地区22家东岳庙组成70多人的祈福团,由中国国民党中央常委李全教先生带队,亲临泰山东岳庙会祈福。这样以东岳庙为载体,以东岳信仰为纽带,把海峡两岸同胞紧密联系在一起,同时也为我们今后吸引大批台湾游客来泰山旅游观光,奠定了基础。

(三) 全面展示了丰富多彩的泰山文化

本届庙会通过精心设置的11项活动内容,紧紧围绕“平安、纳福”的主题,集中展现了泰山的平安文化、民俗文化、宗教文化、祭祀文化、庙会文化等文化现象。这些文化现象具体体现在:既有高层次的文化学术交流,又有民间民俗层面的传统项目;既有对泰山文化的发掘开拓,又有对泰山文化的深入研讨;既有国宝文物精品展,又有非物质文化遗产展示;既有打造文化产业的全面启动,又有把具体文化成果转移成生产力的实际举措;既有主要文化品牌的推出,又有衍生产品的研发应用。通过这些具体展现形式,全方位、多角度、立体式、高层次的显示了泰山文化的悠久古奥和绚丽多姿。使广大参与者真正感悟到了“保护遗产、传承遗产、享受遗产”的真谛,从而使泰山文化和泰山信仰更加深入人心。

(四) 亮点突出, 特色鲜明, 引人入胜

本届庙会呈现出五大亮点,形成独具一格的鲜明特色。

一是成功推出了泰山吉祥物——四喜童子。本届东岳庙会期间,泰山隆重推出吉祥物——四喜童子。为山岳确定吉祥物,这在全国名山当中尚属首次。它对于宣传泰山,使人们更加亲近泰山、祈福泰山,进一步强化泰山的象

征意义,物化泰山文化和泰山精神,使登泰山保平安、国泰民安的理念,更加深入人心,有着重要意义。四喜童子分别取名:平平、安安、顺顺、当当。寓意:平平安安,顺顺当当。完全体现了泰山文化的精髓和普世价值。并且在策划中,我们还注意了文化产业的发展,在推出泰山四喜童子的同时,同步策划推出了四喜童子的衍生产品:四喜童子金银纪念币、四喜童子瓶、四喜童子摇鼓、团扇、挂饰等,为泰山旅游纪念品开发,进行了有效的尝试。

二是儒释道同台献辞体现和谐宗旨。泰山是一座平安的山。平安是和谐的应有之义。自古以来,儒教、佛教、道教,在泰山落地生根,和睦共处,共同培育发展、共同促进弘扬了泰山文化。值东岳庙会之际,我们策划了儒、释、道同台献辞,小学生100名,佛家、道家子弟各50名,孩子们稚嫩的声音念着《三字经》,与佛道子弟唱颂教理里厚重绵长的声音形成了恢弘的交响乐,这一刻儒释道在此地完美的融合。通过这种形式,旨在表达三教和合,共同服务于构建和谐社会的意愿,同时也表达了泰山文化平安、和谐的主题。

三是国际论坛提升了泰山文化的影响力。泰山东岳庙会在展示的同时,还需要更深层次的保护研究,为此,庙会期间,我们策划举办了以“登泰山巅峰 论东岳文化”为主题的2009'泰山国际东岳论坛暨海峡两岸学术研讨会,这是一次高层次的峰会,吸引了来自中国民俗学会及法国、韩国、德国、美国、中国台湾等国家和地区的对泰山文化研究最具权威的专家学者,聚集泰山脚下,就泰山文化、东岳信仰的源流发展,泰山东岳庙会,泰山石敢当等非物质文化遗产进行了集中研讨,这是泰山文化的一个盛举,也是对弘扬泰山文化的极大推动和促进。国际论坛的成功举办,在国内外提升了泰山文化的影响力和辐射力。

四是发布“泰山宣言”启迪同根同源。文化是一个民族的根基。文化认同,是一个民族最根本的认同。泰山信仰历史悠久源远流长,至宋代泰山东岳庙已遍及四海。它们对于泰山文化的薪火传承,对于泰山信仰的发扬光大,居功至伟。值此本届泰山东岳庙会,作为东岳祖庭的泰山岱庙,带头发起成立了全国东岳庙联谊会,郑重发布《泰山宣言》,追根溯源,戮力同心,打造

平台,交流合作,共享资源,以期共襄弘扬东岳文化之盛举。这将会对泰山文化形而上的价值认知,产生广泛、积极的意义和影响

五是铃印颁赠洪福宝卷,彰显独特的平安信仰。在泰山的信仰里,最普遍、最虔诚的是泰山奶奶平安信仰。碧霞元君是平安吉祥的化身。印玺,是权力、信用、德望的象征。明代碧霞元君玉玺,是泰山珍藏的国宝。在宗教民俗信仰里,赐福印,是神祇最隆重的赐福方式之一。而玉玺铃印的《泰山圣母护世弘济宝训》,是碧霞元君赐予人们的“洪福”宝卷。这些要素的发掘和整合,决定了铃印颁赠宝卷活动的重要意义和重大价值,既彰显了独一无二的泰山平安信仰的神圣,也为文物的研究、保护、利用,为市场化运作文化产业服务,成功的开了先河。

(五) 宣传工作重点突出、成效显著

本次庙会的宣传,由于前期工作到位,引起了各级媒体的瞩目。庙会期间,来自新华网、中国旅游报、山东卫视、齐鲁电视台等各级媒体共60余名记者赶赴泰山,对东岳庙会进行跟踪报道。据统计,庙会期间,广播、电视、网络、报纸等媒体,共发表各类新闻稿件120余篇。其中,在谷歌搜索引擎中输入“2009' 泰山东岳庙会”后,0.55秒内搜索到12500项符合的查询结果。4月9日,泰安电视台对启会仪式进行了现场直播,山东卫视进行全程录播;与山东卫视评论部《新闻追踪》栏目合作,制作10分钟专题片《泰山东岳庙会:传承创新 继往开来》,对东岳庙会进行纵深报道,并对国际论坛进行了较大范围的专访。与山东卫视国际部联手合作,拍摄了40分钟的专题片《走进东岳庙会》。山东卫视《新闻联播》连续对启会仪式以及庙会的一系列活动进行报道播出。香港凤凰卫视、台湾亚洲东森电视台,也对庙会进行了报道。同时,新华社、中新社、中国旅游报、山东卫视、齐鲁电视台新闻中心资深记者,驻在东岳庙现场,进行采访报道。另外,泰安市级媒体开辟专栏、专版,大篇幅的对庙会启会仪式亮点及整个庙会活动,进行了纵深详细的报道,形成了一次宣传报道的高潮。

庙会活动前期宣传的及时到位,奠定了本届庙会的成功的基础。据不完全统计,庙会期间购票进山的游客达3.6万人,同比增长1.6万人,增幅114%;进岱庙的人数累计达到118813人,同比增加10万余人,购票进岱庙的游客12596人,同比增长145%。

(六) 市场化运作迈出了步子

传统庙会在形式上虽然只是供人们游乐和祭祀的香会,但若从经济的视角去看,庙会又有临时交易的集市意义。庙会发展到今天,庙会经营已经成为“一日能销百万钱”的“喜庆消费”新方式。作为中国传统习俗,庙会迎合了人们在节日喜庆气氛中的“消费冲动”,逛庙会花钱买个乐,成了大多数人的共识。从本届庙会的经营情况看,庙会经济发展潜力很大。在庙会经营项目上,普通百货商品的利润率为50%,小吃商品的利润更高一些。

庙会的商机是靠人“烘”出来的。把握时机,培育市场,是庙会发展长远之计,因此我们将本届庙会策划重点放在了如何以丰富多彩的活动内容吸引更多的游人。随着参与庙会人流的不断增加,东岳庙庙会经营活动市场培育工作的日渐完善,红火的东岳庙会将不再仅是一个文化品牌,同时会形成一个新的文化经济——庙会经济,在做到以会养会的同时,创造更大的经济效益。

本届庙会策划在做好吸引人、培育市场的文章的同时,还在市场化运作方面进行了尝试。以庙会的品牌形象及超人气吸引社会各界特别是企业的参与,共享庙会资源。企业的积极参与,使庙会有了可靠的资金来源和保障,走活了文化产业这盘棋。而企业也借助庙会的影响,有效地扩大了品牌的知名度和对市场的渗透力。庙会和企业完美的联手合作,实现了双赢的目的。这样遵循市场经济规律,用市场化手段,运营文化品牌,打造文化产业,形成拳头产品和产业链。这种经营模式,使庙会迈开了市场化运作的路子,同时也对今后的文化产业经营,提供了可借鉴的宝贵经验。

(陶莉:泰安市博物馆副研究馆员)