

# 举办凤翔彩绘泥塑旅游文化节的可行性分析

樊雅琴<sup>1,2</sup>, 张红娟<sup>2</sup>

(1. 陕西师范大学 旅游与环境学院, 陕西 西安 710062; 2. 杨凌职业技术学院, 陕西 杨凌 712100)

**摘要:**为了弘扬地方非物质文化遗产, 展示陕西民间艺术, 可以通过举办旅游文化节的形式宣传、展示凤翔彩绘泥塑。就举办凤翔彩绘泥塑旅游文化节进行基础条件、文化背景和 SWOT 分析, 并针对分析中存在的劣势和威胁提出相关对策, 以保证文化节举办成功。

**关键词:**凤翔; 彩绘泥塑; 可行性分析; SWOT 分析; 文化节

凤翔古称雍州, 位于陕西省关中平原西部, 北枕千山, 南带渭水, 东望西安, 西扼秦陇。悠久的历史, 灿烂的文化, 优越的自然条件, 孕育了丰富多彩, 形式多样的民间工艺。俗话说, 凤翔有三绝, “西凤酒、东湖柳、姑娘手”, 最后一绝“姑娘手”指姑娘的手“巧”, 这个“巧”字主要是通过丰富多彩的民间工艺体现出来的。的确如此, 凤翔民间工艺植根于广大人民生活之沃土, 在保留继承周秦文化古韵遗风的基础上, 融合了近现代美学思想, 成为独具特色的艺术奇葩。

## 1 背景条件分析—基础优良, 文化厚重

### 1.1 充满民俗底蕴的“泥塑村”已经形成

凤翔彩绘泥塑的发祥地城关镇六营村是一个拥有约 140 hm<sup>2</sup> 耕地, 南北不 3 km、东西仅 1 km 的小乡村, 全村人口不足 3 200 人, 是凤翔泥塑的主要生产地, 被当地人誉为“泥塑村”。目前, 全村 520 户中有 150 户约 500 人参与了这个行列, 最为集中的是第 3 组, 80 多户人家, 家家从事泥塑工艺生产。据统计, 近几年全村已有数百万件产品销往 20 多个国家和地区。胡深和胡新明是村里最有名气的两代泥塑大师。胡深已 76 岁高龄, 是该村泥塑设计制作的杰出带头人, 被村民尊为“六营泥塑第一人”。胡新明是一位技法纯熟、勇于创新的民间青年艺人, 曾被联合国教科文组织授予“中国民间艺术大师”称号。

### 1.2 八大文化支撑, 积淀名城厚重历史

中国第一个封建帝国秦王朝统一六国前, 在凤翔建都 294 年, 凤翔成为全球秦人省亲祭祖的圣地, 华夏文化重要源头之一的秦文化在此初步形

成; 据载, 周文王时期, 在陕西凤翔、岐山一带, 就有“凤凰集于岐山, 飞鸣过雍”, 故凤翔成为中华凤文化的展示地; 凤翔民间工艺美术品除彩绘泥塑外, 还有木版年画、草编剪纸、皮影雍绣、漆器工艺等, 是西府民间文化荟萃地; 公元 1062 年苏轼在凤翔府任签书判官时, 为东湖而写诗文 180 余篇; 凤翔还是凤酒文化和西凤酒的发源地; 佛教隋代传入凤翔, 唐时鼎盛, 其中九顶莲花山是方圆 200 km 信众参禅拜佛的圣地; 凤翔更是西府饮食文化的博物馆, 其中最著名的四个: 一是豆花泡馍, 二是腊驴肉, 三是羊肉宴, 四是臊子面; 凤翔是省级历史文化名城、农业大县和先秦国都和唐陪都, 造就了凤翔人心系天下、崇文重教、读耕传家的传统。此八大文化为凤翔历史文化的精粹所在。

## 2 SWOT 分析

### 2.1 优势及其分析

(1) 原生资源丰富。“靠山吃山, 靠水吃水。”凤翔泥塑原产地六营村万泉河边有一种“板板土”, 黏性好, 质地细腻无杂质, 遇水酥软而于后坚硬, 特别适合做泥塑。当地百姓就地取材, 利用农闲时间做泥玩具, 在平凡的生活中创造了朴素的艺术。由于做泥塑的主要原材料几乎不需要什么本钱, 几乎家家户户都做得起, 这为其广泛开展, 代代相传, 提供了基本物质条件。

(2) 凤翔泥塑知名度高。胡新明创作的“平安马”、“富贵羊”和“福寿猪”, 被国家邮政总局选为生肖邮票主图案。改革开放以来, 六营村泥塑已从旧时的乡村“泥耍货”变成了赠给美国总统克林顿及比利时首相等世界文化名人的珍贵礼物, 远销到美国、日本、法国、德国等二十多个国家和地

收稿日期: 2011-03-24

作者简介: 樊雅琴(1975-), 女, 汉族, 陕西澄城人, 讲师、硕士在读, 主要从事旅游市场开发教学与理论研究。

区,并以它独特的艺术魅力荣获首届中国旅游产品设计大赛金奖、首届中国吉祥文化艺术节金奖、中国民间艺术一绝银奖等三十多项大奖。

(3)文化节创新性强。尽管我国有著名四大泥塑物质文化(天津泥人张、江苏惠山泥人、陕西凤翔泥塑、河南浚县泥咕咕),但从未举办过彩绘泥塑的专题性节庆活动,所以此次办展具有史无前例的创新价值。

(4)传承意义大。凤翔县六营村彩绘泥塑俗称“耍货”,始于先秦西周时期,流传民间几千年之久,是中国至今留存最古老、最具乡土特色的民间手工艺之一。它用当地特有的黑油版版土,白色封洗土,上等好棉花,糯米等六种天然材料配制而成,是全国独一无二的空心摔不烂泥塑。凤翔泥塑具有浓郁的乡土气息及较高的民俗文化、民间艺术和美学研究价值,深为有关专家所瞩目。

## 2.2 劣势及其分析

(1)旅游基础设施亟待完善。凤翔虽为宝鸡市第一大县,但它的交通设施和酒店设施及其他旅游密切相关的设施还有待于进一步完善。另外,凤翔毕竟不是著名的旅游城市或地级以上城市,城市知名度和旅游接待能力都相对滞后。

(2)办会经验不足。彩绘泥塑文化节第一次举办,没有现成经验借鉴,相关技术、信息、资源的组合力度较弱。

(3)缺乏精品制作和专业人才匮乏。从事泥塑工艺生产的人员不少,能创新工艺、制作精品的拔尖级大师人才极度缺乏,大多都在照猫画虎,进行盲目的临摹和复制,缺乏艺术创造性,更有甚者以低劣的作品充斥市场,严重影响了凤翔泥塑的声誉。陕西省节庆活动专业人才紧缺,缺乏对相关人才的培养和专业化指导。

## 2.3 机会及其分析

(1)政策扶持。党中央西部大开发的战略决策,为凤翔在新世纪的更大发展提供了千载难逢的历史机遇。这一重大决策为本次活动的开展提供了强有力的政策保障。

(2)借盛会宣传。首先,2010年上海世博会陕西周的举行宣扬了陕西的文化和旅游资源,让人们目睹了陕西的风采,对陕西充满向往。另外,2011年世界园艺博览会在西安召开,陕西凤翔彩绘泥塑文化节可借此东风,加大宣传力度,吸引海内外宾客,提高凤翔作为民间工艺美术之乡的国际知名度。同时,世界园艺生产者协会(AIPH)2011年在西安举行第63届年会,借着世园会陕西省宝鸡园的热潮,本次活动将吸引更多的游客来此。

(3)产销体系完整。2005年4月,胡新明建立了自己的泥塑网站,2006年创建“六营民俗艺博园”,总投资1500万元,第一期开设生产、销售、旅游、娱乐等8条生产线,预计五年内实现泥塑年总收入1000多万元,十年内突破1亿元大关。如今,他的泥塑产品不但畅销全国许多省份,还有数10万件远销世界十多个国家和地区。

## 2.4 威胁及其分析

(1)竞争压力。尽管国内目前未举办过彩绘泥塑文化节,但在很多著名的旅游城市都举办过类似的美术工艺文化节、旅游文化节、乡村旅游文化节等相关活动。这些综合性的文化节都会对此次文化节的举办造成一定威胁,主要的竞争表现为争夺客源市场。

(2)政府与百姓认识上的不统一。如何提高本次活动的技术性,专业性,层次性、开发富有特色的旅游产品,需要多方面的支持和努力。协调好政府重点宣传文化和百姓追求经济利益的思想矛盾。

## 3 相关对策分析

根据以上分析,本项目采用优势—机会(SO)(增长型战略)策略,使得凤翔彩绘泥塑文化节的优势与机会因素趋于最大,弱化不利影响。具体应对的对策如下:

### 3.1 发挥政府职能,加强区域合作

政府职能在民俗工艺产业化发展中具有不可替代的作用。加大政府部门的宏观调控力度,积极引入中介、仲裁、服务等组织,多管齐下,科学推进民俗工艺产品的市场化和社会化,增加资金投入,确保现代化市场产业链的建成。通过政府调控加强与周边地区(西安、宝鸡)的合作交流,实现资金、技术、人才、信息、资源的支持和援助,以缓解单一地区接待规模和能力的不足。

### 3.2 利用资源特色,不断创新,开发品牌精品

为了成功地取得文化节的节庆效应,在目前现有的基础上还应该不断提炼创新,开发出品牌精品,才能取得更大的利益。对有影响力的泥塑集中优势力量重点培育和经营,同时加强作品质量的审验和把关,建立权威性的质量审验机构,确保工艺水平的含金量;坚持把产品开发与民俗研究长期结合起来,使高科技技术成果全面渗入电子产品的开发和研制,在数字化、网络化、信息化的生产经营体系中不断创新,给凤翔泥塑的产业化提供可持续发展的动力。

(下转第206页)

实际困难和问题,推动比亚迪太阳能电池一期、陕西延长石油集团商洛氟硅产业园一期、商洛炼锌厂10万吨电锌废渣综合回收利用等在建项目,力争早日达产达效,以园区的全面建设引领商洛循环经济的发展。

## 2.6 建立导向机制,努力构建循环经济保障体系

发展循环经济,机制保障是根本。一要加强法律法规的建设,优化宏观环境。通过立法,明确消费者、企业、各级政府在发展循环经济方面的责任和义务。政府通过制定法规、政策,激励有利于资源节约和环境友好的产业、技术、工艺、产品的发展,加强监管,提高准入门槛,淘汰落后的工艺、技术和产品。二要加大环保技术研发力度。以减量化、再利用、再循环为原则,通过技术创新和管理创新探索集约型增长模式;开发废弃物再利用技术,实现废弃物资源化;建立生态工艺,实现资源的循环利用和多层次利用;加强循环经济工程科学的基础作用和先进科技的研发,建立循环经济的替代技术、再利用技术、资源化技术、系统化技术的绿色支撑技术开发体系,增强产品的市场竞争力。三要建立配套的政策体系。建立绿色经济持续发展体系,实现城市与农村、工业与农业、

经济社会和教育文化相结合的战略目标;完善能源循环利用、资源回收利用的技术体系,推动居民垃圾处理费和污水处理费的征收,鼓励公众购买循环经济产品;通过政府信息网站和媒体,定期公布通过认证的企业和产品名单,特别是对一些重大项目进行直接投资或资金补助、贷款贴息的支持;建立循环经济信息系统和技术咨询服务体系,及时向社会发布有关循环经济的技术、管理和政策等方面的信息。

总之,要在循环经济的要求下实现商洛率先突破发展,商洛就要立足实际,提高认识,不断建立健全循环经济发展的保障体系,全面提高循环经济发展水平,积极转变政府职能,努力解决生态环境与发展之间的突出矛盾,大力发展循环经济。

## 参考文献:

- [1] 商洛市国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要[OL]. 商洛市发展和改革委员会,2011-3-21.
- [2] 《陕南循环经济产业发展规划(2009—2020年)》[OL]. 陕西省人民政府,2009-12-16.
- [3] 《关中—天水经济区发展规划》[OL]. 陕西省发展和改革委员会,2010-8-26.

(上接第201页)

## 3.3 形成社会舆论,运用现代科技推介

(1)宣传造势,形成社会舆论。在政策引导下,广泛宣传,形成社会舆论,借势造势,努力提高全民的艺术鉴赏水平。同时借助社会舆论的宣传影响,促成全社会对文化遗产的主动接受,以政府出台政策,让泥塑进学校、上课堂。另一方面形成最广泛的民族民间文化的艺术审美氛围,提高学生对传统民间工艺品的鉴赏能力。同时,组织一些民间工艺品的巡回展览,提高广大民众的艺术鉴赏力并使之产生兴趣,起到文化心理回归的作用。

(2)运用现代科学技术手段营销。做专业旅游网站或节庆网站、形成凤翔彩绘泥塑专题网站、利用政府网站宣传等都是较好的选择。还可以就凤翔旅游游记组织游记博客大赛,应该也会收到不错的效果。

## 3.4 丰富活动内容,吸引多方参与

陕西凤翔有着丰富的旅游资源,以“民间工艺美术之乡”、“苹果之乡”、“辣椒之乡”享誉南北,人称“西府明珠”。借举办文化节之际,可以同时展示和宣传当地的其他相关文化,以丰富活动内容,增加观众对凤翔的了解。举办邮票展,十二生肖

展等展览。进行彩绘泥塑制作比赛,游客亲身体验制作。

## 参考文献:

- [1] 孙忠印,凤翔文化旅游资源转化为经济优势的思考[EB/OL]. 新华网陕西频道 2010年5月23日.
- [2] 黄海燕,对宜春市月亮文化节的SWOT分析及策略研究[J]. 宜春学院学报,2010,2(2):183-185.
- [3] 孙士银,关于开办崂山茶文化节可行性分析[J]. 现代企业教育,2008年,3(下):96-97.
- [4] 卢晓,节事活动策划与管理[M]. 上海:上海人民出版社,2006:381.
- [5] 曾文芳,凤翔泥塑与陕西民俗产[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版),2007,(3):24-27.
- [6] 赵德利,仵军智. 关中西部泥塑艺术保护与产业开发的调查[J]. 宝鸡文理学院学报(社会科学版),2008,(10):49-52.
- [7] 文彦君,韩梅. 凤翔泥塑的发展、现状及对策简析[J]. 新西部,2008,(4):161-162.
- [8] 曹舒,冯玉荣. 凤翔县发展文化旅游产业问题研究[J]. 科协论坛,2010,(2):148-149.
- [9] 唐颖,孙晓丽. 凤翔泥塑生存状态的SWOT研究[J]. 文艺理论,2010,(8):101-103.