

公祭：文化寻根应坚持差异性

□ 晚报记者 王 杰
实习生 田栋梁/文
晚报记者 廖 谦/图

核心提示

近年来，各地借寻根拜祖公祭活动发展地方经济，而且大都打着文化寻根的大旗，有些结合当地历史遗迹和客观实际，对当地文化品牌的树立和城市形象的提升起到了很大作用，也为当地百姓带来了实际收益，比如新郑黄帝故里在刚刚过去的五一黄金周里，就借助拜祖之势吸引了大批游客。但是也有一些地方刻意模仿，不注重走差异化竞争道路，造成产品的同质化严重和资源浪费。为此，有专家提出，景区打“公祭”牌一定要坚持自己的个性，坚持自己的特色。



新郑黄帝故里拜祖大典无疑是一个成功的公祭样本，在刚刚过去的五一黄金周里，借助拜祖之势吸引了大批游客。

遍地开花的公祭活动

4月19日，新郑黄帝故里拜祖大典如期举行，盛况空前，全国媒体争相关注。

4月20日，在浙江绍兴举行了公祭大禹陵仪式，有媒体用声势浩大来描述。

在此之前的4月5日清明

节，“中国洪洞大槐树寻根祭祖大典”在山西省洪洞县举行，万余名海内外的古槐后裔集聚于洪洞大槐树下，追慕他们的古槐先祖。

同一天，来自世界各地的1万多名华夏儿女参加了陕西

黄陵县举办的公祭轩辕黄帝典礼……

这是近年来国内的寻根祭祖热潮的具体表现。

“你们有圣诞老人，我们有黄帝。就像圣诞老人能给你们带来福气一样，黄帝也能给我们带

来福气。”这是4月18日河南省委书记徐光春在接见诺基亚西门子(中国)投资公司副总裁艾凯力一行时所说的话，这不仅是对19日新郑拜祖大典很好的阐释，也是对现代人热衷公祭活动一种很好的解释。

一个成功的公祭样本

4月19日，“丁亥年黄帝故里拜祖大典”在河南省新郑市举行，河南省政协主席王全书恭读《拜祖文》，连战、余秋雨等名人出席。盛况空前，全国媒体争相关注，全球华人云集而至。

在随后的五一黄金周期间，新郑黄帝故里迎来了旅游的空前高峰期。炎黄广场上从早到晚游客不断，日平均游客人数近4万人次，直接经济效益较往年成倍增长。

有人用“拜祖之外，收获非常”来形容新郑拜祖大典，即所谓“文化搭台，经贸唱戏”。据资料显示，自去年首届拜祖大典举办后，郑州市旅游市场增长显著。2006年4月份，新郑共接待游客110万人次，实现旅游总收入5000多万元，其中黄帝故里景区接待游客75万人次，直接经营收入60多万元。

拜祖大典还为省内企业搭建了一个引资平台，去年大典之后，有一些国内知名公司来到新郑寻

求合作伙伴，一批批新的项目签约、落地，全市掀起了新一轮的项目建设高潮。

今年拜祖之后，又有多个企业来到郑州投资建设，如福州华冠集团与龙湖镇签订了纺织品生产项目，香港汤始有限公司与郭店镇签订了管桩生产项目，四川康泰塑胶有限公司与和庄镇签订了塑胶制品生产项目，台湾客商刘克师与郭店镇签约了超硬材料生产项目，等等。

屹立在黄河岸边的炎黄二

帝巨像，是一个大型的旅游文化景观，象征着人们对传统文化的回归，其社会效益和经济效益不容小视。“有付出就有回报。通过加强对根和祖先以及故里的认同，大家也会产生一些向往。另外就是通过这个活动和外面的交流会更多，也能得到更多人的认可，所以这些肯定会在一定程度上拉动经济。”新郑市副市长、新郑黄帝故里拜祖大典论坛策划刘五一在接受记者采访时如是说。

民间兴盛的“拜祖”庙会

一些民间庙会因为其悠久的历史 and 深厚的民俗文化底蕴而一直延续至今，并深受人们欢迎，如周口淮阳羲皇故都朝祖会和浚县正月古庙会可以说是民间庙会的范例。

每年农历的二月二到三月三，这段时间是淮阳羲皇故都朝祖会(太昊陵庙会)的会期，最为一些整日里忙惯了农人所看重。

“他们选准了逛庙会的日子，换上干净衣裳，尽量使自己显得体面些。几家人雇一辆车，带着喜庆味儿来赶庙会。”庙会的管理人员告诉记者。

太昊陵是伏羲的陵墓，伏羲是人文始祖，管着人种繁衍的大事，很多人来这里求子拜祖，许下自己的心愿，然后就是逛庙会、买东西。

“有些东西家里的小卖部也

有，可是还要在庙会上买，要的是逛会的感觉、逛会的心情。”游客说。

“庙会期间，河南、河北、安徽、山东、湖北等省的人们从四面八方来太昊陵朝祖进香，高峰时，每天可达数十万人。”当地管理人员说。

和淮阳庙会相对应的是浚县正月古庙会，时间上刚好比淮阳庙会提前一个月。近年来，庙

会上旧社会遗留下来的迷信色彩逐步淡化，浚县庙会成为当地人民表现民间传统文化的理想平台，也成为当地的一个旅游亮点。

当地旅游局副局长张富民介绍说：“庙会期间客流量很大，最多能达二三十万人。”

“古庙会期间，旅游商品销量特别好，每天销售额都在七八百元。”商家王明告诉记者。

文化寻根要讲求差异化

我省历史文化资源相当丰富，史书中的三皇五帝等人文始祖在河南均有迹可寻，在拜祖寻根文化上做文章可谓得天独厚。把黄帝故里打造成全球华人的拜祖圣地，把河南打造成华夏民族的精神家园，已成为河南文化旅游事业的重点项目。

但是在一些县市，政府完全不顾当地的资源环境，一窝蜂地跟着拜祖，这样的结果是政府花费了大量的人力物力，但并没有带来明显的经济效益。

一些自然风景优美的景区在其他地方拜祖热潮的吸引下，根据当地的一些历史传说和地理概况，大力推广拜祖文化，可是效果并不明显。“发展旅游事业应该在市场上找到亮点，继续推出同质化产品是没有强势的。”有专家指出。

为此，西泰山旅游部门特意聘请了一批旅游方面的专家学者，组织了一次旅游专家沙龙，讨论西泰山旅游发展的方向，确定了“以情动人”的大方针。情文化是西泰山的特色，西泰山情侣峰酷似情侣的样貌在河南甚至国内还没有见过。

“景区的开发一定要围绕差异化竞争，不能走相同的道路。”一位与会专家说，只有坚持走自己的道路，打差异牌，才能走出一条有特色的道路。