

河南省社会科学“十五”  
规划项目 2001E5H001

# 河南地方文化节发展对策研究

单位：中共洛阳市委党校

时间：二〇〇三年四月

河南省社会科学“十五”  
规划项目 2001ESH001

## 河南地方文化节发展对策研究

课题负责人：侯超英

中共洛阳市委党校

课题组成员：刘福兴

中共洛阳市委党校

马自力

中共三门峡市委党校

张宝剑

中共三门峡市委党校

张红涛

中共洛阳市委党校

鲁允康

中共洛阳市委党校

张灿明

中共洛阳市委党校

刘俊月

中共洛阳市委党校

吴建华

洛阳古代艺术馆

孙海平

洛阳市一节两会办公室



单位：中共洛阳市委党校

时间：二〇〇三年四月

# 内 容 提 要

地方文化节是指地方政府为提高地方知名度，推动区域经济发展，将地方的特色文化和特色经济结合起来，而举办的具有广泛参与性的节会活动。本课题立足河南，从我省地方文化节的发展情况入手，探索文化节兴起、背景及特点，总结和分析文化节对河南经济和社会发展的贡献、作用以及存在的问题，并在此基础上，重点就进一步办好河南地方文化节提出了对策建议，以期推动河南地方文化的健康发展。

全文共分四部分：

## 第一部分 关于河南地方文化节的兴起和发展

节会活动是中华民族五千年灿烂文明的重要组成部分，也是我们国家的一种传统和民俗。其活动可以追溯到原始人类社会，人们在狩猎和农作物丰收之时，往往都要载歌载舞以示庆祝，欢乐祥和的气氛，令人难忘。这些活动被逐渐固定下来，有的成为民俗，有的成为了民族节日。后来历朝历代，特别是政治、经济、文化大发展的时期，地方文化活动都非常兴盛。当然，古代地方文化活动与现代节会活动相比较而言，虽然在客观上也具有物资交流、繁荣经济生活的作用，但是现代节会的功利目的更突出，它不仅仅局限于营造一种节会的欢乐气氛，而是“文化搭台，经贸唱戏”，文化与经济已经深深地交融在一起。

地方文化节不但中国有，世界各国也有很多。而且，在世界各国，这种文化节活动有着越来越兴盛的趋势。根据有关资料统计，国际节庆协会（IFEA）数据库中包括了 3 万多个组织。

我国现代地方文化节伴随着我国经济的逐步繁荣和全球范围内兴起的“传统文化热”现象，兴起于上世纪 80 年代初。

河南地方文化节的兴起是时代的产物，它的发展大致经历了三个时期。即孕育和初始时期，这一时期从时间上说是上世纪 80 年代；繁荣发展时期，这一时期大约在 90 年代初期和中期六七年间；成熟稳定时期，这一时期大约为 90 年代的后期至今。

河南地方文化节的特点主要表现在：一是政府主导性；二是经济和文化交融性；三是广泛的参与性；四是节会形式的模式性。

## 第二部分 关于河南地方文化节的作用

从调研情况来看，河南省地方文化节在各地都发挥较好的作用，为地方社会和经济作出了很大贡献。具体来说：

首先是政治作用。它密切了单位部门之间的协作，增强了单位部门之间的团结，弘扬了广大干部职工群众的无私奉献精神，使地方的凝聚力和向心力空前提高，营造了欣欣向荣、安定团结的好局面。

其次是经济作用。经济借文化而发展，文化借经济而传播，节会文化活动的举办对区域经济运行有着极大的推动作用；地方文化节有力地促进区域经济的飞速发展，它带动消费，扩大内需，促进了区域开放，加强了区域经济合作，有利于地方融入市场；地方文化节加快了城市建设，改善了地方投资环境；使地方基础设施建设力度不断加大，成效显著，使城市软环境得到极大改善；地方文化节还带动了地方旅游业发展。

第三是文化作用。地方文化节充分挖掘了当地的民俗资源，弘扬地方优秀传统文化传统增强当地群众的文化认同感；进而，有力地促进地方精神文明建设，使区域内人们的思想观念、道德修养、精神生活生了深刻影响。

第四是公关作用。地方文化节会通过多维的、立体的、大规模的公关宣传活动，有效地提高了举办地的开放度、知名度和美誉度，塑造了地方形象，扩大了无形资产。同时在文化节期间，国内外各界朋友聚集在一起，各种信息在这里汇集、交流，形成了一个庞大的信息网，便于信息交流，加大了地方开放度。

## 第三部分 关于河南地方文化节活动中存在的问题

河南地方文化节存在的主要问题是：一是过多地依靠行政手段和措施，忽视了市场的规律性，造成有台无戏，有节无市；二是没有正确处理经济与文化的关系，运作上太注重功利性，把文化庸俗化；三是宣传缺乏广度和深度，文化节会的影响力不足；四是文化节会缺乏文化底蕴，文化内涵挖掘不够深入，

使得节会流于形式，群众参与热情不高；五是缺乏专门机构；六是产生了一些负面效应。

#### 第四部分 关于举办地方文化节的对策与建议

第一，要突出地方文化特征。因为，地方文化特征是地方文化节会赖以生存的基础和根本，没有地方特征等于节会没有灵魂，而在具体运作中，应深入挖掘地方文化内涵，凸现地方文化特征；在地方文化节会活动时应紧紧围绕地方文化特征进行。

第二，要注重群众参与性。群众性是节会生命的源泉，没有群众性节会如何能持久，因此，要想方设法把群众吸引到节会上来，在节会内容上要满足人们物质和精神生活的需要，在形式上要有多样性，各种文化活动必须是群众喜闻乐见的，要有广泛的群众基础。此外，还要利用各种手段，采取各种方式，充分地发动群众，做好舆论宣传鼓动工作。

第三，要遵循市场规律。要注重长远效益，统筹规划，量力而行，更重要的是，要运用市场经济手段，积极探索商业运作之路，彻底改变政府部门唱“独角戏”的状况，借助外力，调动市场力量。

第四，大力发展文化产业。从国内外情况来看，文化产业越来越受到重视，而节会文化在地方的发展中具有越来越重要的地位，许多地方的节会文化产业已成为当地的支柱产业之一。所以，各地应加快制定节会文化产业发展规划。而在节会文化产业的发展应围绕主题资源，拉长产业链条。

第五，要创造品牌。节会文化品牌的创立直接关系到节会经济能否取得成功，也关系到举办节会文化的城市在国内外的形象、地位。一个名牌的节会文化会使一个城市在短时间内发展成为具有国际影响力的品牌，从而使国内外的各种有效资源，尤其是智力、资金、商业资源为其所用，带动经济社会的快速发展。具体应从以下三个方面入手：

要确立鲜明的主题，打造独具特色的节会，酿造浓厚的文化氛围，提高节会的文化品位，在节会的主会场酿造节会气氛；运用各种形式和手段在节会的整个区域范围内酿造节会文化气氛；提高民众的文化品位；充分利用现代化的

传播工具(如电视、报刊、互联网)。

要筹划好各种经贸活动，提高节会经济效益。

要通过结合地方经济特点进行经贸活动，加大经贸活动文化味和为经贸活动提供良好的服务，以促使节会取好的效益。

第六，地方文化节要不断创新。随着经济和社会的不断发展，文化节会也必须不断创新，在节会的内容不断增加新的内容，在形式上不断改进。推进文化体制创新，以清除制约其进一步发展的体制性障碍。

第七，加强对节会工作的协调和研究。除举办节会，各地方政府应设立相对稳定的常设机构，用以策划、协调、领导节会活动外，省政府也应确定一个部门专门负责对全省各地文化节的领导与协调，应定期召开文化节的现场观摩会、经验交流会、理论研讨会，形成我省地方文化节的整体合力，全面提升我省地方文化节的品牌形象。

内容提要	(1)
一、地方文化节的兴起与发展	
(一) 地方文化节的历史渊源和时代背景	(1)
1. 地方文化节产生的历史渊源	(1)
2. 当代我国地方文化节产生的时代背景	(3)
(二) 河南地方文化节的发展现状	(4)
1. 孕育和初始时期	(4)
2. 繁荣发展时期	(6)
3. 成熟稳定时期	(7)
(三) 河南地方文化节的类型和特点	(9)
1. 地方文化节的类型	(9)
2. 河南地方文化节的特点	(9)
二、河南地方文化节的作用	
(一) 政治作用	(10)
1. 密切了单位部门之间的协作,增强了单位部门之间的团结	(10)
2. 弘扬了广大干部职工群众的无私奉献精神	(11)
(二) 经济作用	(11)
1. 有力地促进区域经济的飞速发展	(12)
2. 加快城市建设,改善地方投资环境	(14)
3. 推动地方旅游业发展	(16)

(三)文化作用·····	(18)
1. 充分挖掘了当地的民俗资源·····	(18)
2. 弘扬了地方优秀传统文化·····	(19)
3. 有力地促进地方精神文明建设·····	(20)
(四)公关作用·····	(20)
1. 有利于塑造地方形象,提高知名度·····	(20)
2. 有利于信息交流,加大地方开放度·····	(21)
3. 强化地方形象,扩大了无形资产·····	(21)

### 三、河南地方文化节活动中存在的问题

(一)过多地依靠行政手段和措施,忽视了市场的规律性·····	(22)
(二)没有正确处理经济与文化的关系,运作上太注重功利性·····	(23)
(三)宣传缺乏广度和深度,文化节会的影响力不足·····	(23)
(四)文化节会缺乏文化底蕴,文化内涵挖掘不够深入·····	(24)
(五)缺乏专门机构·····	(25)
(六)产生了一些负面效应·····	(25)

### 四、举办地方文化节的对策与建议

(一)举办地方文化节要突出地方文化特征·····	(26)
1. 充分认识地方文化特征是地方文化节会赖以生存的基础·····	(26)
2. 要深入挖掘地方文化内涵,凸现地方文化特征·····	(26)
3. 地方文化节会活动应紧紧围绕地方文化特征进行·····	(27)
(二)举办地方文化节要注重群众参与性·····	(28)
(三)举办地方文化节要遵循市场规律·····	(30)
1. 要注重长远效益,要有统筹规划,要量力而行·····	(30)



2. 要运用市场经济手段,积极探索商业运作之路·····	(30)
(四)大力发展文化产业·····	(32)
1. 制定节会文化产业发展规划·····	(32)
2. 节会文化产业的发展应围绕主题资源,拉长产业链条·····	(32)
(五)举办地方文化节要创造品牌·····	(34)
1. 确立鲜明的主题,打造独具特色的节会·····	(34)
2. 酿造浓厚的文化氛围,提高节会的文化品位·····	(35)
3. 筹划好各种经贸活动,提高节会经济效益·····	(37)
(六)举办地方文化节要不断创新·····	(38)
(七)加强对节会工作的协调和研究·····	(40)

附录:

河南省地方文化节一览表·····	(41)
------------------	------

# 河南地方文化节发展对策研究

地方文化节是指地方政府为提高地方知名度，推动区域经济发展，将地方的特色文化和特色经济结合起来，而举办的具有广泛参与性的节会活动。人们称之为“文化节（会）”或“节庆活动”。

改革开放以来，各地方政府以本地名优特新产品和特有历史文化资源为媒介或载体，举办了名目繁多的具有浓郁地方特色的地方文化节，把文化活动与经贸活动有机地结合起来，形成文化“搭台”，经贸“唱戏”的模式，这些经贸活动不仅带动了旅游业的发展，推进了区域经济的繁荣，而且增强了地方群众的开放意识，丰富了人们的精神生活，提高了地方的知名度，取得了显著的经济效益和社会效益。就我省而言，举办文化节会，已有二十年的历史，由于各地情况不同，举措不一，效果有优劣之分，影响有大小之别。有些已经成为名牌，有些已经销声匿迹；有些则见好就收，还有些在苦苦支撑。地方文化节为什么会广泛兴起？为什么会发生如此大的变化？有哪些经验和教训？发展趋势如何？本课题对此进行了较为深入的调查研究，以期能够总结文化节的经验教训，开掘文化节的意义，探索文化节的发展规律，提出办好文化节的对策，使地方政府对举办文化节能够更加主动，更加卓有成效。

## 一、地方文化节的兴起与发展

### （一）地方文化节的历史渊源和时代背景

#### 1. 地方文化节产生的历史渊源

节会活动从总的方面来说是中华民族五千年灿烂文明的重要组成部分，是我们国家的一种传统和民俗。诸如春节、清明、端午、中秋这样一些节会，已

有数千年历史，深深地扎根在人民生活的土壤之中，成为人民生活不可或缺的一个重要内容。

地方文化活动可以追溯到原始社会，人们在狩猎和农作物丰收之时，往往都要载歌载舞以示庆祝，欢乐祥和的气氛，令人难忘。这些活动被逐渐固定下来，有的成为民俗，有的成为了民族节日。后来历朝历代，特别是政治、经济、文化大发展的时期，地方文化活动都非常兴盛。如，四川广元女儿节起源于唐代民间。相传为女皇武则天母亲因游河湾时“金轮感孕”，于次年正月二十三日生武则天，当地妇女为纪念这位女杰，每年正月二十三就在当年“金轮感孕”处（即武则天祀庙广元皇泽寺）举行各种形式的集庆活动，后逐渐形成“正月二十三，妇女游河湾”的世界上最早的妇女节——广元女儿节，并代代流传下来。1985年被定为该市的地方文化节，并与一年一度的商品交易会结合起来。洛阳的牡丹、开封的菊花也都在唐宋时期形成种植和观赏习俗，观赏活动规模很大，形式逐渐被固定下来，尤其是牡丹，“花开花落二十日，满城之人皆若狂”，“唯有牡丹真国色，花开时节动京城”，虽然这只是人为花狂，城为花而动，但足见当时地方文化活动的兴盛。

当然，古代地方文化活动与现代节会活动相比较而言，虽然在客观上也具有物资交流，繁荣经济生活的作用，但是现代节会的功利目的更加突出，它不仅仅局限于营造一种节会的欢乐气氛，而且往往是“文化搭台，经贸唱戏”，使文化与经济紧密地交融在一起。

地方文化节是一种历史的文化现象，不但中国有，而且世界各国也有很多。如：德国慕尼黑啤酒节、美国玫瑰花节、西班牙奔牛节、巴西狂欢节、南非格兰姆城国家艺术节、荷兰北海爵士音乐节、新加坡艺术节、瑞典福伦民间音乐节等等。有的节会也有悠久的历史传统，如慕尼黑啤酒节，起源于1810年，已举办169届（不包括被取消的24次）。

在各国，各种文化节活动有着越来越兴盛的趋势。根据有关资料统计，国际节庆协会（IFEA）数据库中包括了3万多个组织。美国每年有超过5万

个节庆活动，1998年美国成年人有五分之一（21%）在旅行中参加节庆活动。这些地方文化节庆活动大多是成功的，为地方创造了很好的社会效益和经济效益。

## 2. 当代我国地方文化节产生的时代背景

当代我国的各种地方文化节的产生有其具体的时代背景，一方面，十一届三中全会以来，我国的改革开放逐渐形成了势不可当的时代潮流。在改革开放的大潮中，计划经济体制显得越来越不适应我国经济发展的要求，新经济体制呼之欲出，与社会主义市场经济体制相适应，各种价值观念随之产生，人们在思想观念上获得了一次解放。

另一方面，上世纪80年代初，随着国际政治走向缓和和经济迅猛发展，全球范围内兴起了“传统文化热”现象。在这股文化热潮中，海外华人寻根意识很浓厚，对传统文化的争论也很激烈，这无疑也促进了地方特色文化的挖掘与整理。地方文化节就是在这样的社会经济文化背景下兴起的。

这种地方文化节的兴起，把地方特色文化和特色经济很好地结合起来，既挖掘整理传承了地方传统文化，又通过招揽海内外宾客和招商引资，扩大了开发，推动了地方区域经济的发展，还大大地提升了地方的知名度、美誉度，使地方社会经济等各方面，取得了大的发展。在过去，人们往往在宏观角度上来看待经济和文化的关系，认为经济就是经济，文化就是文化，经济基础的性质决定上层建筑的性质，社会经济的进步，为文化艺术的繁荣创造了雄厚的物质基础，而文化艺术难以取得经济效益，因而较易忽视文化对经济的反作用力。而在实际生活中，经济界和文化界之间几乎有一道鸿沟，一提起经济、贸易、企业，人们就会认为它们是非文化的；而一提起文化，人们则往往认为那是文化人创造并享受的。经济界和文化界视对方为陌路，甚至互相轻视。市场经济的发展，使人们懂得了商品经济离不开市场，离不开信息，竞争必须以优取胜，而优势需要宣传，需要提高知名度，文化艺术具有传播功能，并以其独特的艺术感染力给人们留下深刻的印象。两者借地方文化节而走到一起，结合起来，

发挥各自优势并各得其所，经济因此获得了促进，文化也因此加快了繁荣。各地方政府和人民群众，从中得益匪浅。如洛阳牡丹花会、开封菊花花会、潍坊国际风筝节、大连服装节、青岛啤酒节、吴桥国际杂技艺术节等，都获得了较好的社会效益和经济效益。于是，地方文化节在全国各地轰轰烈烈地开展起来。

## （二）河南地方文化节的发展现状

河南地方文化节的兴起和发展大致可以划分为三个时期。

### 1. 孕育和初始时期

这一时期从时间上说是上世纪 80 年代。

我省节会最早的是洛阳牡丹花会，这也是全国最早的文化节会之一。其产生过程大致如下：1981 年春，洛阳与日本冈山市结为友好城市。1982 年，冈山市代表团访问洛阳，这可以说是两种思想、文化、意识的一次碰撞和交融。在与日本友人的接触中，洛阳人民加深了对日本人民文化、习俗的了解。从日本友人的交谈中，人们了解到冈山市把菊花作为市花；日本国还有一个樱花节，每逢樱花盛开，日本人常常扶老携幼，举家观赏，而且还吸引了许多外国观光客。1982 年 9 月 3 日，法国图尔市副市长安德烈·迪布勒伊率团来洛阳访问，在洛阳期间，参观龙门、白马寺等文物古迹后，客人意犹未尽。安德烈说：“能否再提供个机会邀请我再来洛阳？”俗话说，备席容易请客难。要让客人不请自来，就要有让客人抵挡不住的诱惑。于是这个重任就降临在“牡丹仙子”的身上。洛阳牡丹兴于隋盛于唐，甲天下于宋；牡丹几千年来就被中华民族作为一种精神的象征。历史选择了牡丹花，牡丹花会呼之欲出。

洛阳市委、市政府审时度势、因势利导、抓住机遇果断作出决策，实施宏大的牡丹战略。1982 年 9 月 21 日，洛阳市人大常委会通过一项在洛阳历史上具有战略意义的决议：定国色天香的牡丹为洛阳市花；在每年的 4 月 15 日至 25 日（现已改为 4 月 10 日——25 日）举办牡丹花会，把“以花为媒，广交朋友，发展洛阳，振兴经济”作为花会的主旨，将招商引资、外经外贸等活动作为牡丹花会的重要内容。

与洛阳牡丹花会同年举办的开封菊花花会，虽然没有洛阳牡丹花会的诞生具有那样的故事性，但开封市深厚的文化底蕴和悠久的种菊、赏菊历史，加上牡丹花会的成功效应，成就了开封菊花花会。

菊花有 3000 多年历史，花色艳丽、五彩缤纷，用途广泛，花期较长，且长期以来，被人们均赋予了品德高尚的象征。开封菊花，唐代即有栽培菊花的记载；宋朝观赏菊花已盛，不但民间有花市赛菊，而且宫廷内也养菊、插菊、挂菊花灯、开菊花会、饮菊花酒。尤其是九九重阳日，赏菊者云集。千年古都酿就了浓郁的菊花文化氛围。根据这一民俗，1983 年 5 月 27 日开封市第七届人大常委会第十七次会议作出决议，命名菊花为开封市“市花”；每年举办菊花花会，会期为 10 月 28 日至 11 月 28 日（现改为 10 月 18 日——11 月 28 日）。于是“以花为媒，宣传开封，扩大开放，促进发展”成了开封市委、市政府举办花会的指导思想，“菊花搭台、文化参与、经贸唱戏”成了花会的重要内容。

同样产生于上世纪 80 年代的三门峡灵宝金城果会（1988 年首届），起因是为了扩大开放，提升城市知名度，重点是苹果促销和经贸洽谈。虽然灵宝苹果有一定的名气，但由于缺乏深厚的文化底蕴，功利性太明显，使“果会”的持久性产生了问题。

从以上几个节会的情况看，大致呈现这样几个特征：一是举办地有较深厚的文化底蕴，文化节本身有一定的群众基础。如洛阳的牡丹文化、开封的菊花文化都具有悠久的历史，群众有种植、观赏的习俗和历史渊源。二是有对外开放、加快发展的强烈愿望。举办文化节会的决策者们，不约而同地打算通过节会来促进开放、加快经济发展、扩大城市知名度。例如灵宝金城果会，将苹果促销和经贸洽谈作为节会重点，其目的是显而易见的。三是受外界启发的结果。例如洛阳牡丹花会首开中国地方文化节会，就是受到日本樱花节和法国图尔市访洛代表团团长一席话的启示而下决心举办花会的。四是这些节会的举办从一开始就与发展经济紧密联系在一起，经济是它的本质属性，文化是它的载体。五是这一时期在办会形式上是完全由政府运作并包办。

## 2. 繁荣发展时期

这一时期大约在上世纪 90 年代初期和中期六七年间。

地方文化节给举办地区带来的显著社会和经济效益，使其他地方政府大开眼界；而中国经济发展在 90 年代初期开始了社会主义市场经济的进程，市场和信息的重要性越来越为人们所重视，经济建设热潮和文化重要性引发了地方文化节的繁荣。于是，各地纷纷兴办起了名目繁多、各具特色的文化节会。这一时期，我省的文化节会主要呈现出这样几个特征：

一是地方文化节蜂拥而起，数量急剧增多。据不完全统计，我省现有的地方文化节会，绝大多数是在 1990 年至 1995 年开始举办的。较有知名度的郑州国际少林武术节开始于 1991 年 9 月，安阳殷商文化旅游节开始于 1990 年 10 月，信阳茶叶节开始于 1992 年 5 月，三门峡国际黄河旅游节开始于 1992 年 4 月，新郑炎黄文化旅游节开始于 1992 年，镇平玉雕节开始于 1993 年。其它还有许多文化节也都是在这一时期首次举办。

二是地方文化节会的类型呈现多样化。一些传统的地方名优特新产品的节会占居我省文化节会的主流。像这一时期举办的内黄县红枣节、温县怀药节、禹州中药材节、镇平玉雕节、郟县红牛节、西峡县花菇节、淅川辣椒节、济源红果节、泌阳花菇节、开封县西瓜节等等都是将地方特色经济与文化结合起来的节会。

三是在办会形式上开始了多样化的探索。如洛阳牡丹花会、开封菊花花会、郑州国际少林武术节等都开始引入市场运作机制，政府不再完全包办文化节会，但这种形式还处于试验阶段，有的只是在节会的若干项目上。如洛阳牡丹花会的“牡丹灯会”在 1989 年尝试进入公园，有偿观赏，收到良好效果，随后便组织外展，引进外地彩灯，在彩灯上打广告，以灯会养灯会的实验成功，使洛阳市政府下决心要在其他花会项目上逐渐推开。又如开封菊花花会在花会期间，由园林处组织菊花销售，公园引入广告，以花养花，带动三产，取得了较好的收益。

四是经贸活动规模加大，经济目的更加凸现。这一时期，各种文化节会中的经贸活动都普遍加大了力度；经贸洽谈、招商引资、展销会等活动数量更多，规模更大，这也显示出地方政府功利性的增强。

### 3. 成熟稳定时期

这一时期大约为上世纪 90 年代的后期至今。

亚洲金融危机的冲击，使中国经济受到了一定影响。但经过努力最终实现了软着陆，上世纪 90 年代初的经济狂热逐渐“冷”了下来，扩大内需的经济政策对全国的地方文化节产生了一定的影响，我省的地方文化节会活动开始由盲目浮躁走向理性成熟，各地开始冷静清醒地审视地方文化节会，调整办会的战略，走上稳步持续发展经济的路子。这一时期我省地方文化节会呈现出这样几个特征：

一是随着办节者的冷静思考，一些缺乏深厚文化底蕴或功利性太强的跟风节会停办，也有一些节会因市场化运作不力，政府无力承办节会费用而退出文化节会。大浪淘沙后的文化节会显得更加成熟。这一时期退出文化节会的主要有：灵宝金城果会、开封西瓜节、宋都文化节、洛阳杜康节、河洛文化节、郑州青少年文化节等等。

二是新办节会起点提高。这一时期也出现了一些新办文化节会，其共同特点，就是起点高，对市场的认识更加深刻，运作也更加灵活和实效。例如，2002 年 4 月南阳举办了首届张仲景医药节、玉雕节暨经贸洽谈会，依托于历史名人张仲景和地方名优产品南阳玉雕，力图打造南阳张仲景医药和“中国玉雕之乡”的品牌，提高南阳知名度和影响力。而玉雕节是在镇平县数届玉雕节的基础上举办，它提升了办节级别和档次，扩大了玉雕节的辐射力和影响力。又如焦作在 2001 年 8 月将温县举办的原太极拳年会改造为焦作国际太极拳年会，使太极拳的影响力大大提高，节会级别和档次也随之跃升。在此基础上，他们又于 2002 年举办首届焦作山水旅游节和首届焦作山水国际摄影节。将这两节与太极拳年会合并，称“一会二节”。与此同时，组织了“焦作山水形象大使选拔



赛”、“山水演唱会”、“云台山观瀑”、“赏红叶”等活动，提高了文化节会规格，收到良好的实效。

三是文化节会内容更加丰富，形式更加多样，规模更加扩大。各地方政府对文化节会作用的认识进一步提高，办节会的主动性也变得更强，有意识地扩大节会内容，使其更加丰富充实，在形式上也尽力提倡多样化，以吸引宾朋客商。这样客观上也就促使节会规模变大，节会人气增旺，人流物流显著增大。例如，洛阳在2002年第20届牡丹花会中，文化活动组织了庆典晚会、牡丹灯会、民俗文化庙会、大型历史剧《牡丹魂》巡演、文物精品展、民间艺术展、中华奇石交易会、《梨园春》戏曲晚会、中国杂技团的杂技晚会、明星演唱会、划艇比赛及甲B足球联赛等。经贸活动主要有：中国洛阳对外经济技术交流暨贸易洽谈会、2002年中国（洛阳）信息技术博览会暨高科技成果交易会、河南省第20届牡丹花会经济技术协作暨贸易洽谈会、中国中原旅游交易会等。上述文化及经贸活动内容丰富，形式多样，形成了较大的规模效益，其社会影响和经济效益自然是可喜的。

四是地方文化节会的市场化运作力度加大，成效显著。如果说在上世纪90年代初期、中期，节会的市场化还只是停留在尝试阶段，举办者还是因财力不足进行的无奈之举，那么，进入到上世纪90年代后期和本世纪初，文化节会的举办者都开始自觉地引入市场机制，办会形式不再全部由政府包办，文化节会的高回报，使社会投资力度明显增大。目前做得较好的文化节会有：洛阳牡丹花会、焦作国际太极拳年会、开封菊花花会等。

五是地方文化节的文化味更浓。随着办节的深入，人们对文化的作用认识越来越深刻，淡化功利目的，强化文化氛围，提升文化品位，被普遍的重视起来。

总之，河南地方文化节从兴起到繁荣，从繁荣到成熟，可以说都与全国的经济发展形势紧密相关，它是改革开放，经济发展的产物，同时也对地方政府对外开放、经济发展起到有力的促进作用，河南地方文化节也必将在未来的地