
地方性节事活动的创新策略研究

——以苏州西山梅花节为例

张秋芳¹

(苏州经贸职业技术学院, 江苏 苏州 215009)

【摘要】: 节事活动是会展活动的重要组成部分之一,因其经济、影响、知名度等联动效应较大,在发展过程中受到了各级地方政府的重视,各类节事活动应运而生。西山梅花节作为一项地方性节事活动,其发展现状有喜有忧。宣传推广、节事具体活动内容及参与游客稳定性方面存在一定问题,展开了针对性对策分析,希望能够为西山梅花节高效优质开展提供一定的借鉴。

【关键词】: 节事活动 梅花节 问题 对策

【中图分类号】 F592.7 **【文献标识码】** A

1 西山梅花节现状

1.1 节事活动概述

节事活动是会展活动的组成部分,其创造的经济价值、社会价值非常可观,在会展业越来越受各级政府重视的现代社会,节事活动已经成为许多城市发展经济、提高城市形象、提升经济收益的重要抓手,地方性节事活动更是地方政府推广地方农产品、打响农产品品牌影响力的必要手段。

1.2 西山梅花节概述

西山梅花节在苏州市吴中区西山镇的林屋景区内举行,自1997年首次举办以来,距今已成功举办了二十三届。苏州环太湖地区是我国历史上著名的植梅、采梅、赏梅胜地,早春赏梅花、端午品梅子的传统习俗流传甚广。太湖西山岛梅花种植历史悠久,始于汉唐,盛于南宋,梅花遍植西山岛的各个村落,自古就有“望衡千余家,种梅如种谷”的说法。“鸡笼梅雪”的古景让人浮想联翩,而今“林屋梅海”的盛景更是引无数游客流连忘返。

作为金庭镇西山岛最具代表性的节事活动,西山梅花节是苏城迎春第一个旅游节庆,也是太湖西山岛最具影响力及品牌效应的旅游活动,凭借着深厚的历史文化内涵、特有的种植历史记忆独特的山水资源优势,梅花节吸引了众多苏州市内外游客,带动了当地餐饮、交通、住宿业的联动发展,为西山岛旅游综合经济创收实现了新突破。

然而作为一项地方性节事活动,西山梅花节在举办的同时,也面临着如宣传推广力度不足、客流量不稳、节事活动新意缺

¹**作者简介:** 张秋芳(1980-),女,江苏苏州人,硕士研究生,讲师,研究方向:日语教学、旅游管理教学、会展策划与管理教学、乡村旅游研究。

乏等较明显的问题，从而妨碍了西山梅花节在苏城以及周边地区的影响力。为此全方位调研西山梅花节事活动运行全过程，希望能理清该节事活动存在的诸多问题，从而为西山梅花节今后的可持续发展提供一定借鉴意义。

2 西山梅花节的困境分析

2019 年第二十三届西山梅花节自 1 月 18 日开幕，一直延续到 3 月 28 日。以“畅游林屋梅海，乐享岛居生活”为主题的西山梅花节开幕仪式在林屋景区内举行，梅花节期间设置了洞窟音乐首创演绎、五福金猪摄影打卡、梅园大戏台、非遗傩戏演出、新春送春联、点梅花妆、台湾士林和苏州传统特色美食、“梅舞争春”抖音大赛、摄影大赛等多项活动。

尽管旅游活动丰富多彩、精彩纷呈，却仍存在着显著问题。

2.1 节事活动宣传力度不足

对网络二手资料分析发现，西山梅花节的主要宣传方式有以下几类。

(1) 网络平台推广。主要以吴中旅游、苏州太湖旅游度假区微信公众号、苏州本地宝、各类旅游平台转载宣传推广。

(2) 专题发布会。2019 年 1 月 12 日，吴中区旅游局携手金庭镇旅游主管部门前往上海中山公园广场举行了第 23 届苏州太湖西山梅花节暨春季旅游推介会，推介会以精彩的表演开始，优美的《太湖美》舞蹈、动听的《苏州好风光》歌曲等吸引了大批上海市民前往参观了解。

(3) 各类户外广告屏。西山梅花节主办方金庭镇旅游管理部门联合林屋洞景区在西山岛入口处、太湖游客服务中心周边、绕城高速公路出入口处及高架道路周边设置了梅花节的大型宣传广告牌，在苏州各县市主要交通路口大型户外电子屏幕上刊登了推广新闻和短视频。

详细分析后发现，西山梅花节在运营前后都没有开通官方微博或微信公众号，也没有开设出官方网站。作为现代社会最普遍的交流媒体，微博和微信公众号，发挥着强大的宣传沟通的作用，对于西山梅花节这一项大型节事活动来说，其宣传推广效果难以估算。而官方网站的缺失，则使西山梅花节缺少了让省内外广大游客知悉的重要权威平台。

2.2 节事活动缺乏参与性，体验感不足

西山梅花节期间，主办方推出了众多丰富多彩的活动形式，洞窟音乐演绎也好，梅花大戏台也罢，这些演出类的活动尽管有一定创意在其中，也能给游客带来美的欣赏价值。但游客只能远观，而不能参与其中，因此游客对此的参与感受平平，好奇心就不足。

尽管主题摄影打卡后发朋友圈集赞、点梅花妆、“梅舞争春”抖音大赛及摄影大赛能让部分游客积极地参与到拍照发朋友圈、拍视频、拍照等活动中去，但一则这类拍照参与比赛、发朋友圈的游客数量并不多，二则这些拍照或拍视频的活动从动态性来看仍属于静态活动方式，因此带来的参与性、体验性都不够强，对大多数游客来说吸引力就不够。

2.3 梅花节形成假日旅游短期繁荣现象

2019 年梅花节从 1 月 18 日开始，至 3 月 28 日结束，前后持续 70 天。在这么长的节事活动过程中，梅花节呈现出了“周末假日旺、平时客流稀”的尴尬现状。1 月 18 日开幕后，每逢周六周日，梅花节举办地的林屋洞景区周边出现了大量的团队游客

和自驾游游客，景区内人流如织，景区外车流如潮。随着周末的结束，周一到周五期间，参加梅花节的游客数量急剧减少，景区外停车场上的车辆数也非常稀少。因为西山岛距离苏州本土较远，很多城区游客及上海、无锡地区游客只有在周末休息时才有充分时间驾车前来参观梅花节，因此在周末假期时才出现了游客众多、车辆拥挤，而工作日时游客又如潮水般消失。

尽管 2 月 4 日开始至 10 日的春节假期又形成了以西山岛本地居民为主的旅游小高潮，但随着新年假期的结束，参与梅花节的游客数量再次降低。随着 2 月中旬天气逐渐转暖，苏州其它地区如树山梨花次第开放，阳澄湖美人腿万亩油菜花田吸引了无数游客踏青访春，西山梅花节游客更少，颇有“孤芳独自赏”的寂寥。

3 西山梅花节事活动创新发展策略

3.1 加强宣传力度、拓宽宣传范围

新媒体传播越来越快速的现代社会，地方性节事活动主办方应与时俱进地将活动宣传推广方式与新媒体营销方式联系起来，全盘考虑各类宣传推广方式应用的可能性。作为一项有二十多年举办历史的地方节事活动，西山梅花节应该建立官方网站、官方微信号，由主办方专员进行梅花节前后的专业运营推广，提升网民对梅花节活动的认知。在网站上设置各类活动的入口，如摄影展、梅花开放状态实时通知、互动讨论区、梅花古诗词等等栏目，吸引更多对梅花各类话题感兴趣的网民参与其中。

同时扩大宣传推介范围。在以上海为宣传发布会主要举办地的同时，面向上海市黄浦区、徐汇区、闵行区等几个主要城区同期召开西山梅花节暨新春旅游推介会，扩大针对上海地区的宣传范围，吸引更多上海游客参与西山梅花节。

还应该针对上海之外的其他周边城市召开专场推介会，比如无锡、南京、杭州、常州、扬州等地，这些城市距离苏州西山岛都在 100km 路径范围之内，旅游路途相对较近，通过大幅度宣传推广，对这些地区城市游客也能产生一定的推广效果。

3.2 节事活动增强参与性、体验性

参与性、体验性强的节事活动安排一般都非常注重对游客旅游心理的研究和调查，西山梅花节增设一些能吸引游客积极参与的活动。

为了提升各年龄层游客的参与度，可以面向不同年龄的游客设置不同的参与性活动。

如面向小学年龄的游客设计“画出你心中最美的梅花”这项绘画活动，随着亲子游规模的扩大，来西山梅花节参观游览的家庭游客数量肯定不少，面向学生游客设计的这项绘画活动能极大提高孩子的参与积极性，家长游客认为既能赏梅花美景，又能让孩子过一把画画的瘾，何乐而不为。

面向中青年游客，可以设计“梅花诗词大赛”，模仿央视“中国诗词大会”形式，在现场设置猜谜语、诗词接龙、诗词知识赏析等活动内容，让中青年游客既能赏梅花之美，又能拓展梅花之识，提升对梅花的文化认识。

面向中老年游客，可以设计“梅花歌会”“梅花酒会”、“梅花美食汇”等活动，鼓励中老年游客参与歌咏梅花、品尝梅花酒、制作梅花糕点或美食的活动，这些活动会具有强烈的参与感，能让所有的参与者印象深刻、铭记心中，其参与感之深、体验感之强，会吸引游客明年、后年继续期待参加梅花节、参与梅花节的其他体验性活动。

3.3 争取各类游客参与，稳定游客参与量

鉴于西山梅花节在举办期间出现的“周末客流旺、工作人客流少”的尴尬现状，节事活动主办方可以积极向旅行社联系，合作设计围绕该梅花节的专项节事旅游线路，吸引普通市民游客参加梅花节。

还可以向苏州城区的主要街道社区进行接洽，发动社区老年居民参加梅花节，退休居民的游览时间不受周末休息日限制，其出行游览更愿意选择在客流量相对不大的工作日期间出行，因此组织社区退休居民参与梅花节旅游有很大可行性。

最后，还可以向吴中区教育局、苏州市教育局进行寒假实践活动的合作。1月18日开幕式以后，中小學生已经进入寒假，因此节事活动主办方可以联合区教育局合作开发“中小學生寒假专项旅游计划”，在该计划中详细列明主办方针对中小學生开设的这项赏花活动的举办过程、活动项目、举办意义、费用明细、接送方式等，使家长对这项活动有一定的认识后自主选择是否参加。一旦第一次的寒假专项旅游计划运行良好的话，会为西山梅花节带来庞大的学生游客量，对于填补工作日游客量不足、提高梅花节各类服务设备的使用效率、提升梅花节各项经济效益具有强大的实际意义。

4 总结

作为一项地方性节事活动，西山梅花节有其自身局限性，如受天气影响，梅花的开放时间可能与节事活动的规划时间不一致；受历史发展因素影响，西山梅花节在历史文化内涵方面无法与光福香雪海景区、南京国际梅花节相媲美，因此从更宏大范围角度出发，西山梅花节在改善上述诸多问题的同时，还面临着更多压力和挑战。深切希望梅花节节事活动在万众关注中能赢得更好的发展机会，为苏城及周边城市游客献上更精彩、更精致、更精神的开春赏花节，为西山岛这座迷人的岛屿增添更多惊喜与感动。

参考文献：

- [1]戴琳琳. 乡村节事的发展态势及研究进展[J]. 旅游学刊, 2013(28).
- [2]王小刚. 海南省地方节事活动的游客参与及感知满意度调查研究[J]. 城市旅游规划, 2019(05).
- [3]陈献勇, 骆梦柯. 媒介符号视觉下节事旅游产品形象影响因素研究[J]. 沈阳师范大学学报, 2019(06).
- [4]孙园, 王敏. 中小城市农业节事活动发展策略研究-以淮北石榴文化旅游节为例[J]. 淮北师范大学学报：哲学社会科学版, 2019(05).