



公祭人文始祖太昊伏羲大典

庙会名片

庙会主题:“千年古庙会,万姓拜羲皇”

庙会天价香:己丑年淮阳羲皇故都朝祖会第一炷香拍出99万元天价

庙会客流量:客流量达1200万人次,进入景区600万人次,日均40万人次

庙会门票收入:门票收入4200万元,同比增长102%;旅游综合收入23.6亿元,同比增长71.2%;单日门票最高收入218万元

庙会亮点:奥运冠军淮阳行、百名女摄影家淮阳采风活动、伏羲文化高层论坛、淮阳泥塑文化创意产业发展研讨会……

庙会辐射面:从周边安徽、河北、山东三省,扩大到湖北、湖南、陕西、甘肃、新疆、山西、北京、江苏、浙江等20多个省、市、自治区

游客印象:牛年最“牛”的庙会就是“牛”



陈中、高敏等奥运冠军参加公祭伏羲大典



参加淮阳泥塑文化创意产业研讨会的专家们参观太昊陵



县委书记、县长任连军(左)和县委副书记朱国恩(右)等出席“全国百名女摄影家看淮阳”采风活动启动仪式



按下快门,留住精彩瞬间

2009 年中国·淮阳羲皇故都朝祖会已经完美谢幕。与往年不同的是,今年,淮阳县委、县政府抢抓被省委、省政府批准为文化改革发展试验区的机遇,把太昊陵朝祖庙会作为“扩内需、促消费、保增长”和提振信心的渠道之一,收获了“黄金白银”。据统计,整个庙会期间全县客流量1200万人次,日均40万人次,比上年同期增长56%;景区景点实现门票收入4200万元,同比增长102%;旅游综合收入23.6亿元,同比增长71.2%。同时,他们在“政府引导、市场运作、社会联动、产业经营”的办会模式上取得了新突破,提升了形象,彰显了特色,打造了品牌,诸多亮点值得回味。

知名专家聚淮阳 伏羲文化显魅力

今年,朝祖会指挥部邀请到了中华伏羲文化研究会、河南工艺美术行业协会以及全国政协九届、十届常委周宜兴,中国著名姓氏专家袁义达,中国著名文物古建专家罗哲文、中国著名文物专家谢辰生和联合国教科文非物质文化遗产保护专员杜晓帆等36位国内知名专家学者,以传承伏羲文化、弘扬伏羲文化为主题,在庙会期间举办“伏羲文化高层论坛”;以推进文化发展、培育创意产业为主题,举办“淮阳泥塑文化创意产业发展研讨会”。尤其是通过举办伏羲文化高层论坛,汇集了国内伏羲文化研究专家,认知了伏羲文化的现实意义,形成了“万姓同根、源于羲皇”的共识,从而使今年的太昊陵朝祖会成为文化特色浓郁、影响意义深远的民间民俗文化盛宴。

增加庙会新看点 吸引公众注意力

庙会上,高敏、陈中、邹仕明、张湘祥、杨秀丽、陆永、殷剑、郭文珏、陆春龙9名奥运会冠军,以及安徽古井贡酒股份有限公司、广东联塑集团有限公司等100家企业界代表和2000多名社会各界人士,参加2月26日的公祭中华人文始祖太昊伏羲大典。九届全国政协副主席王文元为公祭大典专门发来贺电,吸引了公众注意力。庙会期间精心策划实施八项组合活动,其中举办了“走进羲皇故都,聚焦朝祖盛会——首届全国知名网站看淮阳活动”,让庙会盛况在网上迅速传播;邀请中国纪录片协会、中央电视台、河南电视台,举办了《中原传奇》之“伏羲一画开天”大型纪录片开拍仪式,加大对伏羲文化的宣传力度;举办“农业科技大讲堂”活动,邀请著名农业专家萧仕河、崔党群作客淮阳向农民群众传授农业科技知

识;举办科技、文化、卫生进庙会活动,并举办了“伏羲文化高层论坛”、“淮阳泥塑文化创意文化发展研讨会”和“百名女摄影家淮阳采风活动”,把千年古庙会推向高潮,同时还引进吴桥马戏、天津飞车等外地文艺团体20余家,组织担经挑、竹马、旱船、肘歌、舞龙舞狮等民间艺术演出队伍60多支,每天进行民俗文艺表演。

创新办会新模式 市场运作添活力

遵循市场经济规律,以广告赞助、无偿捐资等形式引进安徽古井贡酒股份有限公司、河南亿星实业有限公司、河南恒安实业有限公司、河南万正实业集团等36家企业投入资金500多万元,参与太昊陵庙会的宣传造势、氛围营造。太昊陵庙会“己丑年公祭中华人文始祖太昊伏羲大典”献爵权以60万元价格被安徽古井贡酒股份有限公司摘取;庙会首炷香以99万元成功拍出,引起网民热议,被网友誉为“最牛庙会的天价香”。随后,庙会不足500个摊位的参与竞拍者达1800家,最高摊位月使用价4.3万元,与往年同期相比,价格上涨28倍。仅此一项收入,不但保证了组织太昊陵庙会的各项支出,还结余资金180万元。以庙会为媒广引客商,其中浙江台州商人洪碧川在来太昊陵祭祖后决定投资1.5亿元来淮办厂,浙江客商丁庆诚一期投资6000万元建设东湖生态园。庙会期间,全县引进项目9个,合同金额7.6亿元,实际到位资金1.3亿元。

抢占舆论制高点 提升对外影响力

借助中央电视台综合频道在春节期间热播反映伏羲创世纪神话传说的23集电视连续剧《天地传奇》的机遇,及早在央视媒体上进行了太昊陵庙会前期宣传;与全国女摄影家协会联合,在人民网、新浪网、腾讯网开展网上太昊陵庙会摄影展;邀请新华社、中央电视台、中新社、《光明日报》、《中国青年报》、《河南日报》、河南电视台、河南广播电台、新浪网、腾讯网、大河网等国内强势媒体,开展“全国知名网站看淮阳”活动;在《大河报》以“厚重淮阳”为题,连续推出11个反映淮阳厚重文化的专版;到北京、郑州及周边13个中等以上城市举行了2009年淮阳太昊陵庙会新闻发布会;和46家旅行社联手组织开通了30多条太昊陵庙会旅游专线,开通了许昌到淮阳的太昊陵庙会旅游专列。据统计,在庙会期间,有500多名中央、省、市主流媒体的记者云集淮阳,聚焦淮阳,刊发反映太昊陵庙会精彩内容的稿件、图片3000余篇(幅),引起强烈反响。

相关链接:

淮阳太昊陵朝祖庙会始于春秋、成于隋唐、兴于明清,以辐射面广、影响力大、参与性强,长期被文化界、史学界、民俗界誉为“天下第一庙会”。2004年,淮阳太昊陵朝祖庙会的伏羲公祭大典活动升格为省祭,同年被国家文化部、财政部列入“中国民族民间文化保护工程”。2005年,淮阳太昊陵朝祖庙会和伏羲文化被省委、省政府列入祖根文化游的开发重点,提出依托太昊陵、轩辕故里和二帝陵建设祖根文化旅游区,以形成长年活动的文化载体。2006年,伏羲淮阳太昊陵朝祖庙会祭祀大典被列入首批全国非物质文化遗产名录。2008年3月,太昊陵朝祖庙会以“单日参与人数最多的庙会”创下了上海大世界吉尼斯纪录。

撰文:李元同
李同森
董素芝
摄影:雷泉军
季小博
杜忠勇



奥运冠军,接受媒体采访



游客云集,祭拜人祖羲皇