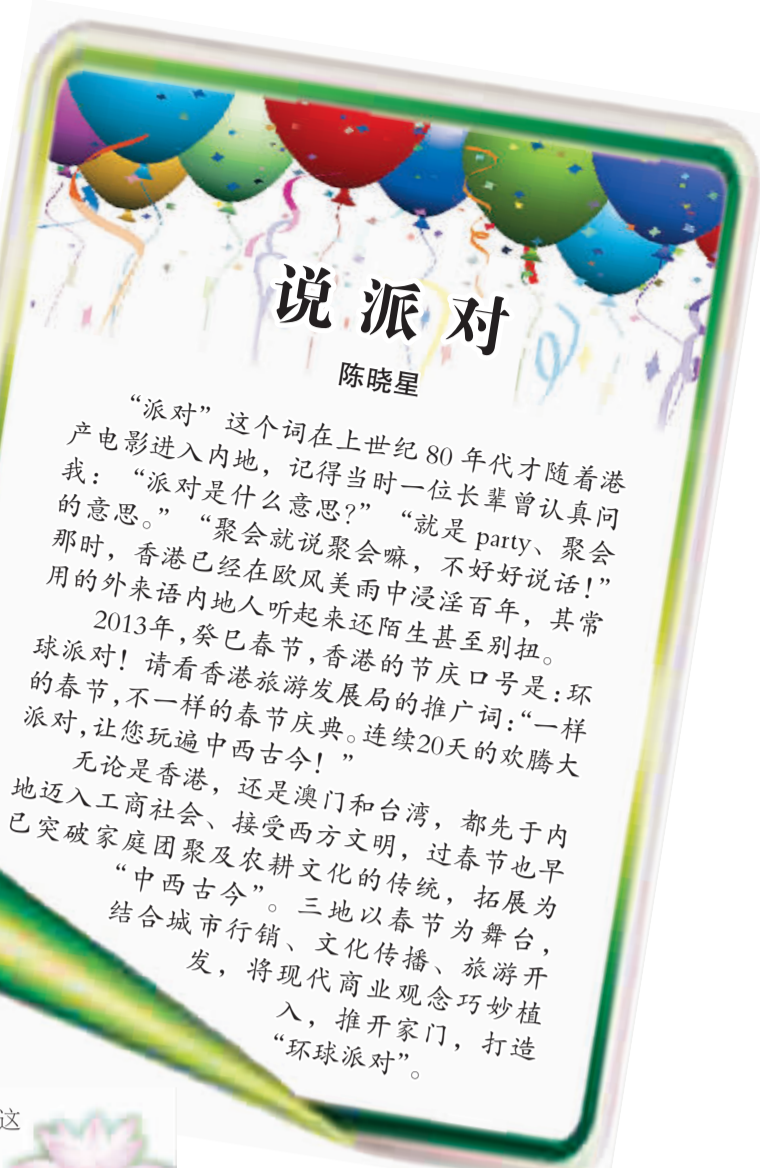




教堂 + 舞龙

澳门巴洛克风格的大三巴前，每逢春节就会有舞龙舞狮的表演把节庆的喜悦推向高潮，成为中西合璧的典型场景。
张宝怡摄



说派对

陈晓星

“派对”这个词在上世纪80年代才随着港产电影进入内地，记得当时一位长辈曾认真问我：“派对是什么意思？”“就是party、聚会的意思。”“聚会就说聚会嘛，不好好说话！”那时，香港已经在欧风美雨中浸淫百年，其常用的外来语内地人听起来还陌生甚至别扭。2013年，癸巳春节，香港的节庆口号是：环球派对！请看香港旅游发展局的推广词：“一样的春节，不一样的春节庆典。连续20天的欢腾大派对，让您玩遍中西古今！”
无论是香港，还是澳门和台湾，都先于内地迈入工商社会、接受西方文明，过春节也早已突破家庭团聚及农耕文化的传统，拓展为“中西古今”。三地以春节为舞台，结合城市行销、文化传播、旅游开发，将现代商业观念巧妙植入，推开家门，打造“环球派对”。

中国味儿加国际范儿

澳门是个小城，但最新的统计数字出炉，60多万人口的澳门去年接待游客2800多万人次。

世界旅游休闲中心是澳门的建设目标，澳门旅游局近日表示，不会把工作重点停留在旅客数量上，而是要深化旅游市场，发展文化旅游产品，推展盛事节庆活动。

记者在澳门采访期间，曾听澳门人骄傲地说：“我们澳门人最爱过节，我们的节日最多。”“哪个节最重要？”答：“还是春节啦，中国人嘛。”澳门的春节和香港一样中西合璧，不一样的看起来更朴素传统，因为金碧辉煌的场景和香港没有的“试手气”都在各大娱乐场

中，街上看到的买花、拜观音、全家老小串亲戚，寻常中更显安详亲切。

一位北京的记者同行几次到澳门过年，问他的感受，他说：“澳门真是一个过春节假期的好地方，不冷不热，不吵不闹，但年俗年夜饭一样不少，走路、搭公车就可逛遍全城，经济实惠。可以进教堂，也可以去妈祖庙挤挤；可以逛花市，也可以看各种博物馆；可以吃猪扒包，也可以围炉……总之，中国味儿加国际范儿！”

“还好，吊着的红布条还写着中文字，让我确信我真的仍在澳门”，一位台湾网友去年春节在威尼斯人酒店的“年年有余”挂钱儿下留影，

在网上晒出照片，感慨已错认为身处意大利。

这就是澳门，可以家常，可以国际，大概就是2800万游客的源头。

说到春节的中国味儿和国际范儿，记者认为，香港把国际元素发挥到极致，而澳门呢，将中华传统荟萃一城，让中国味儿拓展了自己的资源空间，吸引更多的国际视线，殊途同归。

只有民族的，才是世界的。十几年来，澳门每年春节举办“内地春节习俗展”，每年集中展示一地的年俗，引入中国各地丰富的传统文化，不仅丰富澳门的节庆活动，也成为吸引国际游客的增长点。安徽的蚌埠花鼓灯、凤阳花鼓、泗

港澳台过春节 环球大派对

本报记者 陈晓星

过大年为圣诞压轴

经过百年的英国统治，香港的英化已渗入庶民生活，从称警察为“SIR”，到“派对”、“泊车”这样的用语，再到全城疯过万圣节、圣诞节，无不印有英国文化的烙印。但神奇的是，祭灶拜祖、打牌守岁的春节仍然跻身其间，红火传承，仍然是香港最重要的节日。

看满口英文的青年才俊对着祖宗牌位磕头，一身GUCCI的靓女拱手说“恭喜发财”，才知“洋装虽然穿在身，我心依然是中国心”的歌词所言不虚。

而且，早得“商道”的香港人明白节庆就是商机，万圣节、圣诞节已成为世界范畴的节日，不用吆喝，休假的西方人自然前来创下“产值”。但西方人到香港，除了用掉他们的圣诞、新年假期，看点是什么？还是东方魅力、中式风情。

于是，香港倾力打造着华春节，响亮喊出“环球派对”的口号，把春节推向国际节日，捷径便是搭上圣诞的马车。当圣诞的彩灯仍亮，

缤纷的礼盒尚在，大红的灯笼、精巧的如意结、各种春节的“派对”信息便降临全城，留住“圣诞客”的心，今年不来，没关系，也许你明年宁可把圣诞假期用于香港的春节，因为对于西方游客来说，春节更东方，更有吸引力。

打造节庆文化和商机是香港的长项，既然是“环球派对”，当然不能只是唱戏吃喝，要在春节传统中融入西方人看得懂、能欣赏的环节，于是，鞭炮在此变成了烟花汇演，踩街变身为嘉年华，市集串连成购物节，拜神变为“许愿树”——让熟悉圣诞树的老外们心领神会。香港的春节，每个传统年俗都在，但每个年俗都与时俱进，色彩更亮眼，元素更多元，语言更国际化，超出了满足猎奇心理的低层次，升格为国际级的“环球派对”，有农耕的传统，有声光电的惊喜，有东方的内敛，有西方的奢华，让外国人在此既能感受热闹，又想看看出门道，而中国文化的门道，可不是一次两次就能看清的，那好，下次再来！

春节是一张新“名片”

在台湾采访期间，最深刻的印象一便是台湾孔庙说英语，无论是马英九主持的祭孔大典还是义务导游的志工，都有全程英文翻译。记者询问台北市文化局的工作人员：“为什么祭孔要全程英文翻译？”他答：“我们不希望关起门来拜孔子，我们想向全世界‘行销’孔子，同时也是行销台湾。台湾不大，之所以还有点名气，就是因为我们有这样的‘行销’精神。”

说起通过展示传统“行销”自己，最好的时段莫过于中华民族最大的节日——春节。台湾早就把过春节与文化传播、城市名片结合起来。去年春节过后高雄有一场讨论，那时元宵灯火在五月天演唱组的摇滚旋律中落幕，高雄市民还沉浸在灯影花香的节日快乐里，高雄市政府马上算了一笔账：人流突破800万，灯会创收8亿多元(新台币)。这本来是一项政绩，一张喜报，但高雄市民李文良在假期上班后提出问题：高雄灯会固然能吸引许多台湾各地的观光人潮，但在内容上必须再结合其他主题，才能吸引国际观光客，目前看高雄灯会的外籍游客多是顺道而来，并非为了高雄灯会专程而来。

灯会如何国际化成为一时的话题，从议员到市民献计献策。一场关于灯会的讨论，折射出台湾的春节早已不是自娱自乐，而是精心策划的一场春节“行销”，有策划，有落实，有总结，行销文化，行销城市。

除了外国人

一目了然的灯会，台湾把所有的年俗都精心包装“上市”，比如“最土”的年俗——到庙里烧香拜佛，台湾人也想出办法让它“国际化”。嘉义市城隍庙今年春节开通网上点灯、抽签、掷茭，并设置了英文、日文频道，有值班人员在线和老外对话。城隍庙设计了各种活动，隆重推出“网上城隍”。近日有一位外国客人上门，庙方马上就叫来媒体，在媒体的见证下，这位老外抽了一个上签，签文是：风吹云散尽，明月照中天；广寒宫殿启，丹桂赠青年。“什么意思？”在向老外解释广寒、丹桂的同时，中华文化就这样传播了出去，春节抽签的年俗也就走出了庙门，通过记者的报道，“网上城隍”走向世界。

花市 + 新品

逛花市是台湾的传统年俗，现在，台湾的花农每年都培育新的品种上市，仅蝴蝶兰就有数十种。图为台北内湖春节花市，一位市民精选鲜花。
陈晓星摄

老外 + 财神

这位老外在香港过年，扮成洋“财神”，给人发“利是”，过瘾！
洪少葵摄



编后语：造物无言却有情，

每于寒尽觉春生。记者私心以

为，世界节庆虽多，中国的春节

于寒尽之时拉开序幕，是天下最

有情、最祥和、最饱含希望的节

日。有钱没钱，回家过年，中国人

无论经历怎样的国恨家仇，都把

春节的喜悦传递了下来；环球派

对，让你玩遍古今中西，得风气之

先的港澳台又率先把春节推到了

世界的面前，带着中华传统文化的

祥和与希望，带着现代中国人的智

慧与能力！

香港区花——紫荆花



澳门区花——莲花



台湾蝴蝶兰

