

春节文化的调查报告做(优质8篇)

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟！

春节文化的调查报告做篇一

春节文化的魅力，使春节成为最有凝聚力的节日。每当春节来临，背井离乡的游子都纷纷赶回家中与亲人团聚，每年一度上亿人次的“春运”高潮，说明了春节在中国人心中的地位。与春节相关的年俗，早已由一种礼仪渐变成为一种打在每个中国人身上的烙印、一种融入每个中国人血脉的习惯、一种浸入每个中国人骨髓的文化因子。

活动目的：

了解春节的习俗，了解春节的各地民族习惯。

活动形式

- 1、了解过年是中华民族最隆重、最盛大的传统节日，也是每一个华夏儿女最期盼的日子。让学生较全面地了解与新年有关的知识，从形式上的过新年到走近新年、研究新年，进而了解春节的由来、礼节及相关习俗。
- 2、到超市、饰品屋、节日礼品屋等进行参观、调查、访问，上网查询有关资料，培养学生收集整理资料并根据资料进行分析问题，解决问题的能力。
- 3、能利用信息技术收集有关各地民族春节的信息。培养学生对收集到的信息进行处理、汇总和应用的能力。

春节文化的调查报告做篇二

中华民族的一个传统节日，农历正月初一为春节，俗称过年。而春节的习俗世世代代的流传下来，现在，许多国家也有了过春节的习俗。

在世界上，据统计，除了中国外还有，中国、韩国、朝鲜、日本、越南、泰国、新加坡、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾等国家把春节定为法定节日。

他们也有过春节的习俗。比如：新加坡：成千上万人购年糕。

春节是新加坡一年当中最盛大的节日。在年市上，各种年货琳琅满目，一应俱全。过去中国过春节的传统习俗，如祭灶、迎神和吃年夜饭等，在新加坡的华人中几乎都保留了下来。至今，新加坡华人们还认为，年糕象征着“年年高升”，桔子象征“大吉大利”，因而是家家户户过春节的必备品。新加坡还从中国的广东和香港等地进口年糕、潮柑和盆栽金桔应市。春节期间，每天都有成千上万人来到年市选购年糕等年货。

春节文化的调查报告做篇三

春节是中华民族的传统节日，家家户户都高高地挂上红灯笼、贴上红对联、吃团圆饭、放爆竹……其中逛庙会 and 放爆竹是老北京人过春节主要的文化娱乐。

每逢正月初一至十五，人们都要去逛庙会，大家也一定都去过热闹的庙会吧，下面我就给大家介绍一下庙会的由来吧。

庙会，又称“庙市”或“节场”。提起中国古代的庙会，人们会联想到“庙”，认为庙就是道观寺庙。顾名思义，庙会就是在寺庙附近聚会，进行祭神、娱乐和购物活动。庙会在北京

已经有几百年的历史了，它继承了中华民族的传统文化。

为什么说庙会继承了中华民族的传统文化呢？庙会上有许多让人眼花缭乱的传统节目：舞龙、舞狮、吹糖人儿、拉洋片、捏泥人……庙会上不但有许多精彩的传统节目，还有一些美食：香喷喷的羊肉串、年糕、糖葫芦……真好吃呀！

放爆竹是小孩子春节时最喜欢的娱乐，每当放爆竹时，看着美丽的烟花在空中“绽放”，我不禁想起王安石的《元日》，“爆竹声中一岁除，春风送暖入屠苏。千门万户曈曈日，总把新桃换旧符。”大家知道放爆竹的来历吗？我给大家介绍一下吧。传说，很多很多年前，森林里有种非常凶恶的野兽，叫做“年”。每年夏历腊月除夕那天，它都要出来大吼大叫，专门吃人和牲畜。当时没有人能够制服它。为了躲避“年”的灾难，人们都要在除夕那天杀猪宰羊敬供年，让它胀满肚子，才不伤害人畜。有年腊月除夕这天，人们忘了杀猪宰羊来敬“年”，“年”一来就大吼大叫，要想吃人。人们没法只好关上大门，爬到竹楼上去躲着。“年”从这家走到那家，到处转来转去找东西吃。它见到处空空荡荡的一无所获，不由气得发疯嚎叫。这时，邻近一家的竹楼失火了，火势很大，烧得竹子“劈劈啪啪”地乱响。“年”听到这突如其来的响声，吓得逃回森林去了。

从此，放爆竹就成为了一个过年的习俗一直传到今天。

春节文化的调查报告做篇四

问卷调查法

20xx年2月6日至2月15日

XXX

来九寨沟旅游的人

xx年年初四川省灾后重振和危机应对政策初见成效，解脱降落趋势，今年“春节”逐渐有回热征兆。我组于xx年2月5日至2月15日“春节”黄金周期间对游客在九寨沟的旅游情形进行抽样调查，现将所调查的有关内容综合并剖析如下：

四川暗藏着一处桃源仙境——九寨沟。那里有重重的山峦和茂密的森林，；有彩色的湖泊和奔涌的飞瀑；还有各种鸟类和珍禽等。九寨沟的独特和它出色的神话故事如梦如幻，因此人们习惯的将它称之为“神话世界”。在春节黄金周上，节前和节日期间，成都市假日办和相干部分，加大了对重要景区(点)的旅游安全的领导检讨，从源头上确保了节日期间的旅游市场安全有序。春节期间，全市无重大旅游安全义务事故和旅游投诉，实现了安全、秩序、质量、效益“四同一”。

1客源市场呈上升趋势

5. 12汶川大地震产生，九寨沟有震感，但并没有对景区的自然景观和旅游服务设施造成损坏。地震过后，九寨沟治理局马上组织全局所有职工对景区各景点、步游栈道、观景台、景区公路、护栏进行拉网式排查，没有发明破坏和安全隐患。九寨沟地域的宾馆、饭店、公路、娱乐、购物等旅游基本设施均完好无损。统计剖析表明地震后愿意来九寨沟旅游的占86.65%，以为地震对九寨沟没有任何影响色游客占59.12%。从此可看出九寨沟已经解脱降落趋势客源开端升温。

“2012中国生态旅游年九寨沟首游式”将于200

9年1月1日在九寨沟景区举办。今年的“生态之旅”包含：“相约世界最艳丽湖泊—五花海”新年祈福、“新年贺礼—走进躲寨”、“九寨画院”成立等各项运动，。这一运动增添了客源量，据工作职员先容：九寨沟景区从12年11月16日到今年3月31日履行淡季票价80元，观光车票也降至80元；同时还履行二次进沟政策(即假如要二次进沟，只需多买一次观光车票外加20元工费)，二次进沟总费用为260元(不含

保险), 比旺季节俭360元, 目前春节期间天天旅游人数已经超过xx人.

2营销力度加强

这次游客基础情形的调查, 共计发出调查表50份, 回收50份, 回收率100%。统计剖析表明, 在九寨沟旅游游客中按性别构成分, 男性游客占47%, 女性游客占53%;按年纪构成分, 80后和70后游客占92.4%, 90后和60后游客占7.6%;按职业分, 公司、事业单位职员占53.6%;由上可见, 九寨沟游客群中, 以80后和70后游客为主, 公司及事业单位职员为主。无须多加说明, 这样的一个顾客群主体, 在假日休闲购物餐饮上, 七天大假对购物餐饮、花费市场具有较好的拉动作用, 全市重要贸易、餐饮业企业销售额较同期均有必定水平增加。随着九寨沟营销力度的加强, 特殊是实行了有效的冬季营销, 加强了九寨沟冬季旅游对游客的吸引力, 当天九寨沟招待的进境游客同比增加达345%。游客多了自然收入额就上往了。

3旅游地商品价钱与质量

人们旅游对其旅游地购物动机必定是请求商品档次高、购物环境好、商品德量好和服务好。在统计分析中表明占62.96%的游客以为旅游区购物是个“被宰”的运动, 商品价格往往比一般商场高出一倍到数倍以上, 而且还可能充满着假冒伪劣商品, 所以一些游客为了不在旅游区购物而愿意多付30%以上的旅游团费加入所谓的“纯玩团”, 不过他们在九寨沟旅游购物中, 彼此对商品价格与质量发表自己的看法, 仍然在纵情购物.....。

因此, 今后的义务还须要在经营商品和服务上再下一番工夫, 以更好地逢迎不同的客群, 在巩固和发展有必定档次和个性的顾客的同时, 争夺精力文明和物资文明的双丰产。

春节文化的调查报告做篇五

1. 调查地点：家里

2. 调查内容：特色年货

灌香肠了！妈妈先准备了薄如蝉翼的小肠皮，再把猪肉切碎。接着就是靠真本事的时候了：妈妈在碎猪肉里掺上盐、味精、料酒和各种调味品，再搅拌着。然后用灌香肠的专用工具，在小的那头套上小肠皮，大的那头往里面加上猪肉。这个工艺的要求就更高了：要求用力均匀，用料均匀，这样子做出来的香肠才好看。

香肠做好了！看着这红白相间的精美的香肠，我馋得直流口水！

1. 调查地点：小姑家

2. 调查内容：小屋面貌

一大早，妈妈就拉着我起床，说是要去小姑家拜年。我兴高采烈地，恨不得立即就坐飞机去小姑家。

妈妈把饼干和牛奶等礼品放在车踏板上。不一会儿，就到了小姑家。我乐呵呵地想：小姑看见我和妈妈来她家，肯定会吓了一跳吧！“叮咚——叮咚——”一阵门铃声打断了我的思绪。小姑打开大门，定睛一瞧：是我和妈妈，果然顿时怔住了，30秒过后，才反应过来。连忙叫我们两个人进门，还边走边“责怪”：来我家怎么也不通知一声？一点心理准备也没有！”我和妈妈只能在后面偷笑。

进了屋，妈妈叫我把“年礼”拿出来，送给表弟。弟弟傻笑着，开心地把我拉回房间吃饼干去了。妈妈也和姑姑互报祝福。整个小屋洋溢着浓浓的喜庆，我们被幸福包围着。

再来看看这屋子：收拾得干干净净，不豪华但令人心情愉悦；桌子上换上了新的桌布，冰箱里买了好多蔬菜水果??一切都意味着：新的一年来临，我们要焕发新的活力！

1. 调查地点：我家

2. 调查内容：卫生工作

光说不做假把式，我们一家三口立刻“武装”起来了：妈妈穿着围裙，拿着【威猛先生】——她的工作是打扫厨房和卫生间；爸爸左手拿拖把，右手拿扫帚——他负责客厅及阳台；我则手提水桶，准备抹布。

因为我的管辖区是两间卧室。

“滴答——滴答——”一个小时过去了，我们三个人脸上沾满了汗珠，但各自的“包干区域”也差不多可以收工了。看：窗台上一尘不染；地面几乎是一面光滑的明镜子一样；桌面被收拾得干干净净；就连客厅的两盆幸福树也被我们把上面的枯枝剪掉了??真是费了不少力气！不过现在看着这屋子里窗明几净、清清爽爽，心情便跟着舒畅起来了。

是什么让我们挥洒汗水，辛苦劳动呢？我想是新春的动力，要我们改头换面。春节，我们将以崭新的面貌去迎接它。

春节文化的调查报告做篇六

从各方面统计和估算的数字分析，广东人过春节花钱越来越大方。在广州一大学做教师的小彭称，因为供了一套房，加上孩子上学，所以一家人春节花费还是比较节省，但即便如此，置办年货加上亲戚、朋友、同学人情走动，还是花去7000元。在白领阶层中，小彭的钱花得还不算多。今年天冷，又为逛商场多吃多穿多花费再添一把火，几乎所有的消费场所全面火爆，春节前后成为名副其实的黄金消费时段。

广州市的天贸南大、广百集团等百货公司，今年春节期间投放市场的商品总值比去年同期增长20%以上，而销售增幅也同样超过20%。其中，广百初一至初七销售额达3365万元，增幅达45.5%，这说明虽然供应量大了，但需求量也在增大。而友谊百货1月前28天的销售额比去年同期增长10%，王府井这28天的销售额已达到去年一二月的销售总和，相当于去年全年销售额的1/3。省经贸委市场流通处罗房枢说，今年春节来得早，从元旦开始市场已开始启动。在前后持续约一个月的春节消费月里，全省社会商品零售总额比去年同期全年月平均零售总额上涨约30%，达到600亿元。分摊到全省近8000万常驻人口粗略估算，意味着平均每人花费近800元。这还是一个较保守的测算数字。

消费虽然依然火爆，但年味似乎并不是用金钱能买得到的。

说到年味，人们的眼前常常会浮现这样经典的传统图景：风雪夜归，阖家团圆，围炉夜，守岁至明，开门三声爆仗。新年游，看花市，百戏竞阵，货郎蚁集。然而年复一年，这样的简单图景反而离我们越来越远。

中国市场学会理事、暨南大学商学系主任杨建华认为，花钱更多，但品味年味更难的原因很多：

其一，将春节的过去与现在纵向相比，过去过年是人们一年消费的集中体现，虽然现在仍是这样，但随着人们收入水平的提高，过年消费远没有过去那么高度集中。如果划曲线图，过去的曲线更陡峭，现在则平缓得多。

其二，将春节放在全年中横向来看，过去的文化较为传统单一，春节地位高企，现在东方西方文化交流，古代现代文化荟集，一年大小节日隔三差五就有一个，冲击了春节的传统地位，使得春节在人们的心目中已不再那么神圣化。特别是年轻消费者，传统观念更是淡薄。

一位消费者对记者表示：“该买的总是要买!和其它日子一样，春节只是给了自己一个花钱的理由而已。”

当然，过年办年货，全家老少买新鞋新衣等传统消费需求仍然存在，且还在增长。以广州酒家集团为例，其年宵品市场投放量比去年增加了50%，仍是供不应求；传统年货一条街也是各商场、超市的保留“节目”。但是年货制作的社会化、商品化，包括吃年夜饭的酒店化，极大地冲淡了传统年味。或者说，这过年味“不地道”了。

虽然如此，“年”的“旧瓶”中更添进了许多“新酒”，别样的消费更是冲淡了传统的年味。譬如短信拜年使拜年这一大过年的重头戏大大简单化，仅广州移动除夕一天的短信发送量就达3500万条以上。拜年在许多年轻人眼中已经淡化为一种形式。

大量市民的出游计划使得广州传统年节市场上部分消费者缺席，不少人已不再坚持“风雪夜归，一家团圆”。广州市假日办的调查显示，在1960位被访者中，春节黄金周期间有意出外旅游的比重为57.3%，比去年同期上升了9个百分点。根据测算，出游者人均花费552.9元，预计全市居民旅游总花费21.6亿元。同时，随着私家车拥有量的增多以及节前掀起的一股购车热潮，今年春节不少市民自己开车回家过年，而选择自驾车游的人也明显增多，自驾游已成为一种过年时尚。

春节而拉动的像家电、家具、楼房、靓车、旅游等部分消费动辄数万甚至数十万，因此传统型消费虽然也有所增长，但相比之下，其“光芒”就变得十分微弱了。

关于春节消费的调查报告20xx□篇二

今年的春节七天乐是否依然是人之所至，蓬荜生辉?不同年龄段的消费方式又有哪些不同呢?我见过许多农民工朋友，他们常常说：“这一年的辛劳赚来的钱，就是为了能够好好过一

个大年。”所以也就是说，这是一年中花钱最多的一次节庆，堪称中国最“贵”的一个节日。这个寒假，我利用了三天的时间对泉州市区的市民做了一个随机调查，以了解人们的春节消费观。

在调查中，大人们的消费投向可谓五花八门，各种方式都在选择之列。不过，送礼以微弱优势拔得头筹。其次是餐饮，再次是添置新装，接下来还有文娱活动、压岁钱、购置日用品、旅游等。

接下来我们就看看春节期间的消费热点。

亲戚朋友互相拜年，自然少不了送礼。在消费需求逐年攀高的当下，在社会关系愈加错综复杂的当下，送礼已经成了过年支出的很大一部分，在我的调查中甚至成了多数人春节开销中的领头羊。据我对圣湖小区一些居民的随机调查，过年的人情消费最多超过五千元，最少的也有近千元，这其中包括给亲朋好友的礼品、礼金、礼券，给晚辈们的压岁钱等。一位小区住户苏先生说，过年是一年一度的，亲戚朋友之间的拜年是不能忽略的，总不能空着手去，现在的人品位是越来越高了，送低档的东西也越来越显得寒酸，拿不出手，光给每个孩子的压岁钱就至少要两百块。春节期间光送礼的开销就有三千来块了。

其实，春节人情消费的增加只是社会变化的一个缩影，不仅是春节，就是非节假日，人情类的消费也占了人们消费中的很大一部分，成为一项主流消费。诚如广告里所说“送礼就要看档次，送礼也要送健康，送礼更要送出品位。”于是随着家乡城镇居民收入和消费水平的不断提高，人情消费也在不断上档升级，礼金数额水涨船高。人情类消费的增加也成为很多人的沉重负担。一位去年春节期间人情类消费达到四千多元的陈先生很无奈因为他如今的人情消费总额已经超过了孩子的学费，这不是一个好现象，但是这又是不能不作出的消费。

春节期间购物往往是一些女士在节日期间的首选。一位在电信部门工作的堂姐告诉我，她们这些职业女性因为工作关系平常都像热锅上的蚂蚁一样团团转，基本很少能有机会搞什么集体活动，而在春节假期期间她们刚好可以利用休假时光快快乐乐地逛街购物。据了解，有堂姐这样想法的大有人在。一些职业女性和家庭妇女平常都是没有充足的时间逛街购物，春节的休假正好是补偿自己平日乏味繁忙生活的一个机会。我采访了一位平日几乎不曾踏出家门的邻家大婶，她对于春节的来临喜形于色，说，“往常在家里就是跟着脏衣服和脏碗筷转，老公儿子在家时又围着他们转转，都没有自己的时间。现在他们都休假了，我也要放松放松，买几件称心的衣服好好地打扮一番。”此外，给爱人、孩子添置新衣，也是春节女士们不可缺少的“工作”乃至一种乐趣。

对很多人来说，春节活动基本上围绕吃进行。家乡人春节期间在食品方面到底要花多少钱呢？百汇商场的一位收银员告诉我，大概在节前二十多天，超市就进入销售高峰，顾客一次购物花费大多在三百元至七百元之间，还有许多是在千元以上，而且卖出去的东西绝大部分是食品。而且有一次，一个六口之家买了一千五百多元的食品，装了好几辆手推车，他们的孩子还吵着说不够。收银员笑了。

在食品的选购上，据我了解，糖果、瓜子、饮料、葡萄酒蜜饯等各类小食品是众多家庭选购的食品中必不可少的，其中源和堂、盐津铺子等泉州老字号是本市民众所青睐的甜果食品。其中葡萄酒所占花销较大，约达到五六十元，其余各项基本在三四十元左右的范围内摇摆。

餐饮消费也是家乡人民春节的一大消费支出之一。对大多数人来说，春节期间走亲串友是常情，既然是走亲访友那就免不了吃吃喝喝，我从我在春节所去过的一些酒楼了解到，今年春节从三十到正月初五的酒席早十几天前甚至更早就被预定一空。据一位酒店大堂经理称，这期间在他们这的订制酒席的平均消费大多为六七百元，不少还超过千元。“中国人在

过节时总免不了要扯上些吃的，再过春节时当然更不会含糊了。”这位经理笑称。为什么春节酒宴现在越来越成为风潮而供不应求了呢？据我调查了解到，在酒店消费的市民大多是图个方便，不愿亲自下厨，这是时代变化带来的社会风气直接造成的。但是依然有大多数人坚持追求一家过年的和乐氛围，而选择在家里设宴招待亲友。一位住在丰泽新村的洪先生说，“过年了，不就是让大家聚在一起开心开心嘛，亲朋好友欢聚一堂，这才是真的年味，上酒馆子是花冤枉钱，又没什么感觉。”

近年来，春节游可以用“火爆”一词来形容。我在市里的一些旅行社了解到，一些旅游线路基本排满。在宏泰兴客运的一张报表上，大年初一和初二的海南游已“满座”，而前来问票的市民仍是络绎不绝。而我所认识的一位上海商人也选择了在春节期间南下海南岛，途中还会回泉港老家祭祖。据一位旅行社工作人员称，一旦天气晴好，春节外出旅行的人会更多。一位罗先生说：“我是一名驴友，但不知道春节期间天气怎样，如果天气不是很坏，带着亲戚朋友一起自驾游也是件快乐的事。”对于很多人来说，春节既是个团圆的日子，也是一个阖家游玩的日子。调查显示，在旅游形式上，有六成的人选择随团出游，四成的人选择包括私人自驾游的自助旅游。在旅游目的地选择上，冬季温暖气候宜人的话南方地区最受欢迎，其中尤以广东、厦门、深圳、云南等热带亚热带气候区为最。而气候相对寒冷的北方城市同样深受游客青睐，尤以哈尔滨和长春为首。同时香港是境外游目的地中的翘楚。

相对于端午、中秋等其他传统节日，春节是最受人关注的节日，是中国公认的最隆重热烈的传统节日。在我发布的一项网络调查中，85%的人认为，在所有节日中，春节是最重要的不可或缺的一个节日。61%的被调查参与者表示要在家度过春节，14%的调查参与者表示要在游山玩水中度过春节，29%的被采访者表示要以四处拜年走亲访友的方式度过春节，而只有4%的参与调查者称，他们会在知识的海洋中或者在健康

的挥汗中度过春节。

今年的除夕人们倾向于选择什么方式去度过呢?59%的被采访者表示要在家里吃年夜饭并且合家观看春晚节目，41%的被采访者表示会选择时兴的除夕夜过法，在酒店里享受店家推出的年夜大餐，并在饭后回家观看春晚节目，还有11%的人在饭后前去进行唱歌等娱乐活动。在饭店里吃年夜饭，51%的消费者消费预算在20xx元以下，26%的消费者消费预算在20xx~3000元，14%的消费者消费预算3000~4000元，有7%的消费者称，他们的消费预算在4000~5000元，有2%的消费者打算在年夜饭这一项上花费5000元以上。

在我市一些四星级大酒店了解到，酒店推出的1888元、2666元的年夜饭在除夕之前两个月就被订购一空，甚至有的在半年前就已经订罄。而“贵宾级”的六千元以上年夜饭的预定量较比前几年有所下降。这说明了人们在生活水平提高，消费观念改变的同时，消费习惯变得更加务实经济，更追求绿色健康的饮食习惯，不再盲目追求“天价”，在春节“拒绝浪费，吃出健康”。

被访者中有33%的人表示给朋友春节送礼会选择茗茶，25%的被访者表示如果送礼对象是长辈，倾向于选择保健品，极少数被访者表示会选择其他有意义或对方真正需要的礼品。由此可以看出，春节送礼还是停留在送传统礼品上，并没有深入实际的考虑。

春节是中国人的传统佳节，而如今年味似乎越来越淡。在对待春节的态度上，我所采访的人中有六成的人认为现在春节年味太淡，缺少传统文化，希望能过一个更加传统的春节，在内容和形式上更加有利于人们追寻古老祖先的印记;四成的人认为现在的过年方式简单轻松，比过去的过年方式要好，据我了解，这么认为的大多数为年轻人，基本上都以短信拜年和qq拜年作为拜年方式，许多人在春节当天足不出户。

我市常年举办的新年灯会，集民俗风貌、文化演出、传统饰物于一体，成为百姓过年喜闻乐见的一种文化消费方式，也是今年市民欢度春节的方式之一。在灯会上我了解到，百姓对这种过年的方式十分满意，认为这是泉州市的一大悠久传统，是让市民了解本地的传统文化，使这个春节变得年味浓浓的一个有效方式，对于“新泉州人”们来说这这也是一个让他们真正了解春节传统的渠道。

不少人丢掉了自己的传统。物质的丰富带来了对物质的盲目崇拜，开放的世界对传统价值观产生了巨大冲击，风俗正在简化，人情日渐淡薄：关注的重心是位子、房子和票子，而绝少问津健康、慰藉和快乐；宁可手机发短信，却懒得打电话；能在互联网上泡一天，却不愿到亲朋好友家中坐一会儿，这样过年与平时没有区别，甚至带来更多的沉重和疲惫，结果只能让人们春节产生更多的淡漠。有人愿意到农村寻找“年味”，大概也是这个原因吧。

到哪里去寻找“年味”？到我们的传统文化中去找。传统文化不是传统观念，更不是封建迷信，而是保留传统文化的精髓，创造符合时代的精神追求。其实“年味”就是这么简单：吃喝追求健康、绿色，为什么非要大鱼大肉？亲友们多在一起唠唠“知心话”，不一定非要掺杂那么多的物质？在风俗上多来点讲究，日子才会增添生机。如果每个家庭都如此，过大年就能红红火火，中国人就能感受到越来越浓烈的“年味”。

春节文化的调查报告做篇七

春节，作为中华民族的传统节日，在中国已有几千年的历史，是中华民族传统文化的瑰宝，值得每一个中国人去传承与发扬。然而，近年来随着经济水平的提高，人民的物质生活得到了较大改善，对春节的态度却日渐轻慢。在我所接触到的很多人都普遍表示过年没意思，对新年少了几时的那种期盼。尽管还有一些孩子对“年”依旧保存有较大的兴趣，却也只是因为过年时可以尽情的玩，并不了解“过年”的真正含义

所在。

就我个人而言，我很难理解上述现象。我对春节向来都有着很深的感情，感觉过年关是一件幸福的事，也是一件神圣的事。我深知要弘扬中华民族传统文化离不开广大人民群众的大力支持，然而越来越多的人的态度的轻慢势必会造成全社会春节意识的淡薄，以致到头来这样国宝级的节日趋于消亡——这是我所不愿看见的。处于当代大学生该负有的对弘扬中华民族传统节日的责任感与好奇心的驱动，我特利用年后的空余时间做了这个社会调查，以求更加全面的认识现今社会不同年龄段的人对春节的态度。

年（二十六岁到四十五岁）、老年（四十六岁以上）等四个年龄段，并作分别面对面的调查。下面就按这四个年龄段的结果做分别介绍：

说到儿童，我想每个人都会有一个余年有关的难忘的记忆——或美好或忧伤——我自然也不会例外。因而在介绍调查结果之前，我想先说一下我自己的有关童年中年的记忆。

六岁之前我的记忆是空白的，这也是在划分年龄段时从六岁开始记的原因。记得六岁到十二岁这段时间里，我对过年时充满了期待与喜爱的。尽管那时候并不能理解“年”的真正含义，但我知道过年这几天可以见到很多平时见不到的长辈、兄弟姐妹，可以拿到来自父母长辈的压岁钱，可以吃到平时吃不到好东西，可以尽情的玩尽情地吃，父母对自己的要求也会变得宽松许多。当然还有许多说不清原因的由于孩子的天性产生的原因。十几年过去了，通过本次的调查，我发现如今孩子们对春节的态度与我儿时的记忆是那么的相似，甚至原因都是一样的！以下是结果。

本次共对六个行政村的123名六岁到十二岁的儿童进行了面对面的采访。其中有22人只发笑摇头而拒绝回答问题，实际应答率为82.1%。在接受问答并作出合格答案的101名儿童中，

有81名明确表示自己盼望过年的意愿。另外20名的回答模棱两可，大意是不知春节是怎么回事，没有什么具体的感受。又分别针对产生不同态度的原因，对这两类人进行进一步的调查。

有明确意愿的81个孩子的原因相对比较统一，回答“过年的时候

有很多好吃的好玩的”的有75人，这部分人双亲中至少有一人常年陪伴身边，生活无忧无虑。另有7人回答过年可以见到爸爸妈妈，爸妈会给他们买很多好吃的好玩的。这部分人，属于纯粹的留守儿童，双亲皆外出打工，平时难得见到父母。回答模棱两可的20人，都是年龄10—12岁之间的。

这正好是我现在的这个年龄段，但调查结果让我自己大吃一惊，从结果中我发现，我似乎与同龄人有些格格不入。

这一年龄段中 共有151个受访者，其中有2个托词说忙而拒绝回答问题应答率为98.7%。除去四份不合格的问卷，共得到145份有效答案。

对春节的态度：应答的145名青少年中，有93名明确表示“对春节失去了兴趣，没有了而是那种期待的感觉”。这部分人完全理解春节的含义，也知道如果这个节日消失对中华民族来说是个损失。但尽管如此他们依旧不会因此而更加重视这项文化。对他们而言，挣钱或学习挣钱的本事才是正经的事。像类似这样的继承发扬传统文化的事，与他们无关。消失了他们会遗憾，保住了他们也会高兴，但不会为此贡献力量。

另外的52人表示对春节没有了期待，但依旧对过年充满了兴趣。这部分人大多是20岁左右的外出务工的人。他们说春节的时候能够放下一切压力尽情的玩、可以见到平时没机会见到的老朋友、老同学。但同时他们也表示春节时无法避免的饮酒是件令人头疼的事。

此年龄段的答案分歧比较大：

此年龄段共有274名受访者，无人拒绝回答，应答率100%，且全部合格。这其中有126人是外出打工的，余下的148人是在家务农的。为了区别两类人，将访问结果分类介绍。

（一）、外出打工的部分。

这一部分的受访人数为126，全部表示渴望过年，他们的共同原因是春节的时候可以回家与家人共享天伦之乐。其中61人认为春节尽管是中华民族的传统节日，但已经过时了，没有什么值得珍惜的。另外的65人的认识有所不同，他们对中华民族的这个传统节日依旧保持者浓厚感情，如果这个节日就此消失，与他们个人感情上是无法接受的。

（二）、在家务农的部分。

这部分的受访人数为148，其中70人认为春节与平时没有什么区别，只不过是承上启下的一天。这部分人一般为常年的自家土地上耕作的农村劳动力，几乎全年过着日出而作，日落而息的生活。但每到春节，他们依旧相当重视，像履行义务一样维护着这中华民族的传统节日。其余的78人多数为家庭主妇，她不但不渴望过年，而且还有些讨厌过年。因为和那些男人们一样每到春节他们就像履行责任一样将过年几天要用的、要吃的都给准备好。这些事虽说并不难办，但零碎的活多了，也着实的累人！

从总体上看，这个年龄段的人大约有一半的人渴望过年，另外一

半不渴望甚至厌恶过年；在这这两部分人中又个有一半的人认为有必要弘扬中华民族的这个传统节日，各有一半的人认为这个节日不值得传承。

调查结果显示这部分人的意见是比较统一的，他们对春节几乎都是既盼又怕、都认为作为中华民族传统节日的春节很值得传承与发扬。

这一年龄段的受访者人数为187，除有两个言语上有些糊涂答案不可信外，其余185人皆作出可信的有效答案。在有效答案中有179人认为春节是值得保留的传统节日并很盼望春节的到来。但由于老年人怕老的通病，这部分人又都害怕春节的来临，因为一过春节就预示着他们又老了一岁。其余6个老人，还或许是由于年事已高的缘故吧！他们对春节没有了盼，只剩下了怕。当然，他们也是认为春节是个值得继承和发扬的传统节日的。

在这一部分人中，有一个共同的特点就是都比较喜欢听戏。同时，还有个比较有意思的现象就是，他们在年轻的时候像如今的青少年一样对戏曲也没有什么兴趣，但随着年龄的增长，却在不知不觉中喜欢上了它，我不能理解这其中的原因。

在采访的过程中，我向年纪比较大地老人请教年轻人为什么对春节失去兴趣的原因时，一位老人说道：“如今的生活水平提高了，家家饭桌上摆放的食品都比他们年轻的时候过年时的饭桌上的还要丰富。天天过的都像过年一般，谁还会渴望着过年啊！”仔细想来也确实如此。

春节文化的调查报告做篇八

春节民俗

看书和资料

- 1、春节为什么要放鞭炮贴福字呢？
- 2、除夕之夜，为什么要给压岁钱呢？

1、中国古时候有一种叫“年”的怪兽，头长尖角，凶猛异常，“年”兽长年深居海底，每到除夕，爬上岸来吞食牲畜伤害人命，因此每到除夕，村村寨寨的人们扶老携幼，逃往深山，以躲避“年”的伤害。

又到了一年的除夕，乡亲们象往年都忙着收拾东西准备逃往深山，这时候村东头来了一个白发老人，白发老人对一户老婆婆说只要让他在她家住一晚，他定能将“年”兽驱赶走。众人不信，老婆婆劝其还是上山躲避的好，但老人坚持留下，众人见劝他不住，便纷纷上山躲避去了。

当“年”兽象往年一样准备闯进村肆虐的时候，突然传来爆竹声，“年”兽浑身颤栗，再也不敢向前凑了，原来“年”兽最怕红色，火光和炸响。这时大门大开，只见院内一位身披红袍的老人哈哈大笑，“年”兽大惊失色，仓惶而逃。

第二天，当人们从深山回到村里时，发现村里安然无恙，这才恍然大悟，原来白发老人是帮助大家驱逐“年”兽的神仙，人们同时还发现了白发老人驱逐“年”兽的三件法宝。从此，每年的除夕，家家都贴红对联，燃放爆竹，户户灯火通明，守更待岁。这风俗越传越广，就成了中国民间最隆重的传统节日“过年”。

现在，春节是我国人民的佳节，它象征着团结、兴旺，人们对新的一年寄托着希望。

2、兴府有一户姓管的人家，夫妻俩老年得子，视为掌上明珠。到了年三十夜晚，他们怕祟来害孩子，就逼着孩子玩。孩子用红纸包了八枚铜钱，拆开包上，包上又拆开，一直玩到睡下，包着的八枚铜钱就放到枕头边。夫妻俩不敢合眼，挨着孩子长夜守祟。半夜里，一阵巨风吹开了房门，吹灭了灯火，黑矮的小人用它的白手摸孩子的头时，孩子的枕边迸裂出一道亮光，祟急忙缩回手尖叫着逃跑了。管氏夫妇把用红纸包八枚铜钱吓退祟的事告诉了大家。大家也都学着在年夜饭后

用红纸包上八枚铜钱交给孩子放在枕边，果然以后祟就再也不敢来害小孩子了。原来，这八枚铜钱是由八仙变的，在暗中帮助孩子把祟吓退，因而，人们把这钱叫“压祟钱”，又因“祟”与“岁”谐音，随着岁月的流逝而被称为“压岁钱”了。

春节民间调查报告11

本村村民

聊天

自己家，村民家

春节期间

李玲玲、房子雯、王泓力等

笔、信纸、照相机

1. 上网了解并搜集图片，较全面地了解与新年有关的知识。
2. 访问附近的街坊、亲戚朋友，学会收集整理资料并根据资料进行分析问题。
3. 了解当地春节习俗，并写下详细的调查记录。
4. 最后总结资料，说出自己的研究所得和调查结果。

相传中国古时候有一种叫“年”的怪兽，头长触角，凶猛异常。“年”长年深居海底，每到除夕才爬上岸，吞食牲畜伤害人命。因此，每到除夕这天，村村寨寨的人们扶老携幼逃往深山，以躲避“年”兽的伤害。

半夜时分，“年”兽闯进村。它发现村里气氛与往年不同：村东头老婆婆家，门贴大红纸，屋内烛火通明。“年”兽浑

身一抖，怪叫了一声。“年”朝婆婆家怒视片刻，随即狂叫着扑过去。将近门口时，院内突然传来“砰砰啪啪”的炸响声，“年”浑身战栗，再不敢往前凑了。原来，“年”最怕红色、火光和炸响。这时，婆婆的家门大开，只见院内一位身披红袍的老人在哈哈大笑。“年”大惊失色，狼狈逃蹿了。第二天是正月初一，避难回来的人们见村里安然无恙十分惊奇。这时，老婆婆才恍然大悟，赶忙向乡亲们述说了乞讨老人的许诺。乡亲们一齐拥向老婆婆家，只见婆婆家门上贴着红纸，院里一堆未燃尽的竹子仍在“啪啪”炸响，屋内几根红腊烛还发着余光……欣喜若狂的乡亲们为庆贺吉祥的来临，纷纷换新衣戴新帽，到亲友家道喜问好。这件事很快在周围村里传开了，人们都知道了驱赶“年”兽的办法。从此每年除夕，家家贴红对联、燃放爆竹；户户烛火通明、守更待岁。初一一大早，还要走亲串友道喜问好。这风俗越传越广，成了中国民间最隆重的传统节日。

2、春节的习俗

春节是我国一个古老的节日，也是全年最重要的一个节日，如何过庆贺这个节日，在千百年的历史发展中，形成了一些较为固定的风俗习惯，有许多还相传至今。有扫尘、贴春联、包饺子、吃年夜饭、除夕守岁、放鞭炮、发压岁钱、拜年等传统习俗。

3、家乡的春节

在家乡，除夕贴春联，晚上全家人在一起吃年夜饭、看春晚、我们孩子就放烟花，快快乐乐的迎接新年。

老话儿说得好“初一初二满街走。”除夕夜后，就是大年初一，人们穿好新衣，清晨来来往往的拜年人络绎不绝。大街小巷都是拜年声，小辈给长辈拜年，不光小孩，就连老人的脸上都洋溢着灿烂笑容。大年初一吃饺子象征了团圆和福气。主妇在包饺子的’时候会在饺子里放硬币，谁要是吃到了就是

最有福气的人。吃完饺子人们都各自出门拜年，给压岁钱，街上还会有一些奶奶们跳舞、扭秧歌，此刻，就是我们最开心的时刻。

春节对于每个中国人来说都是很重要的一个节日通过这次的关于潍坊春节习俗的调查我对春节习俗的由来和演变也有了更新一步的了解。感受我们节日悠久的历史，人们在过年时的开心，加强了过年的味道。经过调查，我们发现当地很多的春节习俗尽管在形式上有了不少变化，但大致上都是在春节讨个大吉大利的好彩头，为新的一年做个好的开始，寄托了人们对将来的希望，对更加美好的生活的憧憬。

我们可以通过本次调查活动让更多的同学了解春节文化，珍惜我们现在的美好生活，领略中国文化魅力，让我们更加热爱我们的节日，发扬我们的传统节日。春节是中国最传统，最隆重的节日，象征着美好、幸福。是新的一年开始。由于时代的发展，很多传统的旧习俗也有了新的变化。但不管生活变得多么现代化，春节依然是中国人最重要的节日，我希望中华民族的传统的璀璨文化可以一代一代地传承下去。