

# 浅谈呼和浩特市大召寺宗教文化旅游资源的利用与开发

□ 文/杨婷婷 张晓旭

## 一、呼和浩特市大召寺宗教文化旅游资源开发情况

呼和浩特市作为藏传佛教传经布道的圣地,有着悠久的历史。明嘉靖四十五年,藏传佛教格鲁派即黄教开始传入蒙古,并于明万历六年传入呼和浩特。当时蒙古土默特部首领包尔之金(也译作李儿只斤)归顺明朝后封顺义王俺答汗,意为结拜兄弟亲王(1507—1582年),自称阿拉坦汗,意为“黄金家族可汗”,明史称“俺答汗”。俺答汗1578年于青海会见达赖三世,许诺回呼和浩特用金银宝石铸造释迦牟尼佛像,遂于万历八年(1580年)建成了大召寺。历史上,大召寺地处归化城(今呼和浩特市),属于清朝九个边关属衙之一,清康熙皇帝曾在征战蒙古西部部落的途中莅临大召寺,口谕题牌匾“九边第一泉”,并留下了许多御赐物品。此后,大召寺成为皇家寺庙,供奉清顺治皇帝及其皇后的牌位,这也是大召寺的地位较高的原因。

据资料分析,呼和浩特市最大海外客源市场是俄、日、蒙古市场,国内的客源市场主要包括华北、华东地区的客源市场。这些市场的旅游者除醉心于草原风光外,大召寺也是所有游客必游的景点之一。所以,大召寺作为内蒙古地区宗教文化旅游的典型产品已经形成一定的市场基础。大召景区现有文化观光旅游产品的经营较为成熟,根据问卷调查大召已经成

为游客到呼和浩特游玩的主要景点之一,有78.05%的被调查游客反映大召在其游览景点次序中排在前3位。所以,大召寺宗教文化旅游资源开发已取得一定成就,存在的问题主要如下:

(一)大召寺宗教文化旅游资源流于浅层开发 经济效益不显著

其旅游产品主要以导游员讲解的观光项目为主,旅游纪念品以宗教为主,生产销售也有一定的规模,但只集中在寺庙内的几个小规模店铺和寺庙门前的一条街上,并混杂了日用品副食品等批发商店,旅游商品的档次和质量较低。这些都无益于宗教文化旅游的市场发育,其整体情况应加以整顿和规范。

(二)游客停留时间偏短

根据问卷分析,目前大召寺游客的游园时间集中在20-50分钟,很多游客只是简单地游览一圈,这就需要增加有吸引力的旅游要素来留住游客的脚步,从而提高景区的经济效益。

(三)游客平均消费水平过低

大召寺目前缺少适合游客需求的消费项目,在调查的问卷中,58.3%的游客反映在游览过程中没有消费,66.2%的游客没有购买过任何旅游商品。这说明大召寺目前的经济收益在很大程度上还是依靠门票收入,产业链延伸不够。

## 二、呼和浩特市大召寺宗教文化旅游资源开发的对策研究

(一)宗教文化旅游商品深度开发

设计

对宗教文化旅游商品的深度开发是以当前的开发状态为基础,在传统的宗教建筑欣赏、宗教艺术、文物欣赏、宗教活动等基础上,再挖掘宗教旅游商品的深度与广度,具体如下:

1.饮食。作为内蒙古地区的宗教饮食产品,肯定是与内蒙古民族的特色食品紧密相连的。可以把蒙古族著名的奶制品作为主要开发产品,同时注意与西藏地区喇嘛的食品和青海地区的喇嘛食品进行对照,联合推销。在寺庙前街道上将原有的日用品商店改造成有蒙古族特色的奶茶、奶酒馆等,在室内外装修上也沿袭蒙古族的民族特色及宗教氛围。

2.藏传佛教黄教派的宣传。由于内蒙古地区的藏传佛教属于黄教,开发中应注意与包头市五当召的小区域合作,还应包括与青海塔尔寺甚至是西藏的旅游景区的合作。兴建传播藏传佛教文化的场管,如博物馆、展览馆、出版中心等,传播藏传佛教的历史、演变、教义等相关内容。应注意宗教专项旅游属于较高层次的文化旅游形式,导游讲解是使游客了解宗教文化知识的重要途径,所以导游人员不仅要达到基本要求外,还要有较高的宗教知识修养,应该对内蒙古地区的导游员进行宗教知识培训。

3.生活习俗参与。内蒙古地区喇嘛的日常生活用具带着浓郁的藏传佛教气息和马背民族风格,喇嘛的生

# 五大领域齐发展 全面小康稳推进

——内蒙古全面建成小康社会统计监测研究

□ 文/张春燕

一、“十二五”时期内蒙古全面建成小康社会总体进程情况

(一)总体进展情况

1.小康指数逐年提高,小康进程加快推进。据最新统计

监测显示,2014年内蒙古小康指数为82.77%,比上年提高2.97个百分点,比2010年提高10.43个百分点,年均提高2.61个百分点;比2000年提高34.61个百分点,年均提高2.47个百分点。

活能充分反映远离尘世的心境,同时也是游客最好的旅游纪念品。让游客体验一到三天的喇嘛生活,不仅可以让更多游客更加充分地了解藏传佛教,还可以延长游客的停留时间,提高旅游收入,增加效益。建议在大召寺沿街一带投资兴建少量禅房和佛舍,鼓励对藏传佛教文化有兴趣的游客小住,发展体验旅游。

4.宗教旅游纪念品的作坊式生产。旅游商品可以延续文化内涵的生命力。目前,大召寺附近出售的纪念品品种单一、缺乏原真性、品质低劣且粗制滥造,没有体现其特有的艺术性、典型性、独特性。因而,设计开发具有蒙古族特点和藏传佛教特色的旅游商品成为宗教旅游地持续发展的一种必要。其中,宗教活动的用具是宗教旅游商品开发主要内容,这些用具包括藏传佛教的吉祥物“藏八宝”和佛事活动中大量使用的法器和面具,要求做工精细、艺术品位高、能充分体现藏传佛教的宗教特色,并引起游客的兴趣。同时,宗教音乐、宗教书籍、宗教服饰等文化类旅游商品也是宗教旅游商品开发的重要内容。以游客自己动手进行商品的生产,不仅可以提高旅游活动的参与度,而且可以节省大量的人力成本,增加旅游商品

的利润。

5.典型节庆的重新举办。1419年农历十月二十五日,是藏传佛教格鲁派(即黄教)创始人宗喀巴大师圆寂日,格鲁派寺院为纪念大师而将这一天定为燃灯节。呼和浩特大召寺于每年农历十月二十三至十月二十五举行为期三天的千灯节庙会。庙会举行之初,人们纷纷制作各式各样的灯盏,点得越多越吉利。以往是人们自己制作各式各样的灯盏,现在多由寺庙制作,然后众僧去寺庙求取,再由游客点燃。大召寺是藏传佛教文化传播的重要场所,也以自身潜在的宗教力量影响着呼和浩特当地人民及外来人的生活。

6.进行有效的文化传播与营销。文化作为一种有高度感染力的社会公共资产,能够起到传递信息和沟通消费者的功能。在一定的促销方式中,向目标受众传递文化特质的同时突出旅游景区的文化性格,以文化推动消费者对旅游景区的认识,这便是文化传播的含义。如果大召寺旅游景区以藏传佛教文化为强大的后援,更能在消费者心目中得到长久的维持。通过专业旅游杂志、移动电视、网络等宣传手段,旅游企业合力进行宣传,扩大旅游的影响力,提高旅游的知名度。从而吸

引更多的旅游者来呼和浩特大召寺旅游,使潜在旅游者成为实际旅游者,促进呼和浩特旅游业的快速发展。

(二)建立长效的宗教文化旅游人才培养机制

宗教文化旅游需要熟悉旅游管理,同时对宗教文化有深入了解的旅游专业人才,最好具有良好的英语口语技能。目前,景区内的导游业务素质参差不齐,从业人员服务意识差,员工敬业精神有待通过培训和在职教育加强。部分喇嘛僧侣没有严格遵守佛门清规戒律,也影响大召寺的形象。因此,应加大力度,提高旅游从业人员和宗教管理人员的素质。

(三)加强大召寺保护工作

在旅游旺季,应对大召寺的宗教文化旅游资源进行保护,使游客容量、旅游路线、基础设施建设与景区的环境容量、环境承载力相适应,防止超载。利用各种机会、场合,采取多种方式,通过设置相关的宣传栏和警示牌,充分发挥各种宣传媒介的作用,加强环境保护,为宗教文化旅游的发展塑造良好的旅游外部环境。

作者单位:西安外国语大学  
责任编辑:孙晓谦