

北方民族地区宗教旅游开发研究

——以呼和浩特为例

朱 墨

(内蒙古大学历史与旅游文化学院,内蒙古 呼和浩特 010021)

【摘 要】宗教旅游是文化旅游的主要组成部分,呼和浩特宗教旅游资源独特性和多样性兼备。本文通过 SWOT 分析,提出呼和浩特宗教旅游开发思路和进一步发展的对策建议。

【关键词】宗教旅游;呼和浩特;发展模式

宗教旅游是指以宗教文化为核心依托,借助相关的自然和人文资源,以吸引宗教信仰者和一般旅游者进行的包括朝拜、研究、观光、文化等专门的旅游活动。从 20 世纪 90 年代以来,宗教旅游在全国各地得到迅速发展。

一、国内宗教旅游开发综述

杨继瑞、曹洪在《对西部地区发展宗教旅游的思考》一文中,提出增强竞争力的对策和“教商交融、寺市互动”的假想模式。王丹、万俏宇认为应当在挖掘宗教文化的内涵上下功夫,保护与开发并举才能解决目前的问题。颜醒华认为对民间宗教的开发必须保持其宗教文化特色,得到永续的利用。伍卓认为宗教人员参与旅游运营既是独特的人文景观,又对游客感受宗教文化起到极大的作用。

李曼等提出一种新型的宗教旅游产品“宗教民俗旅游”。汪侠指出桂林宗教旅游的开发可以继承和发扬一些著名宗教旅游景点的烹调技艺。黄秀琳依据旅游产品的三种类型构建宗教文化旅游产品的体系。靖增群等从宗教旅游产品的主题形象设计入手,形成系统和层次,打造其核心竞争力。

王玉琼、刘力提出开发“佛教朝觐游”、“佛教历史文化观光游”等新型产品。纵观我国宗教旅游研究的 20 年,是从无到有、从小到大的 20 年。在较大成就的同时也存在着研究领域狭窄、研究方法单一、研究成果纵深展开不足等诸多问题,需要在今后的发展过程中重视宗教旅游经营运作,加强宗教文化与宗教旅游融合发展。

二、呼和浩特宗教旅游开发的 SWOT 分析

(一)优势(Strengths)

1. 独具特色的藏传佛教宗教旅游资源。一是悠久的历史。早在明代,俺答汗就在呼和浩特修建了蒙古地区较早的格鲁派大寺庙——大召。此后,俺答汗的后人在呼和浩特及其周边地区掀起了修建召庙、信奉格鲁派喇嘛教的热潮,宗教文化极度兴盛。二是旅游资源的集聚性、融合性强。呼和浩特是中国北方最大的藏传佛教中心,有“召城”之称,在仅几十平方公里的范围内集聚了大召、小召、席力图召、五塔寺召等国家重点文物保护单位,其在空间格局上呈现出以市区为中心向近郊辐射的分布格局;另外经过上百年的融合,宗教文化与草原文化

紧紧结合在一起,形成“我中有你,你中有我”的格局,可塑性强,有利于旅游环境氛围的营造。三是宗教旅游资源的价值高。清康熙皇帝曾莅临大召寺,口谕题牌匾“九边第一泉”,大召寺成为皇家寺庙,供奉清顺治皇帝及其皇后的牌位,其宗教地位和传奇经历在中国北方首屈一指,为宗教朝圣游的展开提供了条件。

2. 稳定的客源市场和广阔的市场前景。笔者对呼和浩特地区的游客进行了针对性的问卷调查。共发放调查问卷 500 份,回收有效问卷 452 份。问卷内容主要涉及游客对呼和浩特宗教旅游的认知、需求问题。在最受欢迎的呼和浩特城区旅游项目中,37.3%的游客选择了代表宗教旅游的大召,稍低于代表工业旅游的蒙牛和伊利,但就比率而言说明宗教旅游具有很大的市场潜力,需要大力发展。67.61%的游客对宗教旅游很有兴趣,有 16.73%的游客表现出感兴趣。85.3%的游客对“宗教旅游产品可以带来心灵上的慰藉”的说法很赞同和有道理,并认为应该在更多的线路中新增有特色的、比较少见的宗教旅游项目。所以,呼和浩特以大召为核心的藏传佛教文化旅游市场具有极高的开发价值。

(二)劣势(Weakness)

1. 宗教旅游资源、产品开发滞后。首先,大召寺作为内蒙古地区的宗教旅游的典型产品已经形成一定的市场基础,但其旅游产品主要以导游员讲解的观光项目为主,游客在参观过程中既不能体验宗教人士的日常生活也无法对藏传佛教悠久的历史、高深的教义进行接触,复制了很多地区“下车进庙,上车睡觉”的尴尬现状。大召周边的宗教旅游纪念品的生产销售规模小,档次和质量较低,缺乏创意和代表性。其次,大召、席力图召、五塔寺召在旅游产品的开发上缺乏统一规划,都是以介绍藏传佛教的历史、藏传佛教的浅层次教义为主,辅之一些代表建筑的参观(诸如大召的“三宝”、五塔寺召的五塔)。旅游产品面孔单一、重复,缺少变化和新的吸引力,游客重游率较低。

2. 管理制度滞后。制度问题,是旅游业真正走向市场的关键。现行的管理制度使得宗教旅游资源由“旅游局”、“宗教事务局”、“文化局”、“环保局”、“林业局”等职能部门分管,这种权责不分、管理混乱的现象严重地妨碍了宗教旅游的发展和资源的

保护。常常出现资金不到位,出现问题互相推委,帐目不透明,办事效率低下等现象。

(三)机遇(Opportunities)

1. 政府重视旅游业发展。近年来,呼和浩特的旅游业在市委、市政府的关注重视下,旅游接待人数、旅游收入连续增长,一大批宗教建筑、古代民居得到保护和开发。呼和浩特“十二五”规划中,已明确提出要将呼和浩特打造为“中国北方重要旅游目的地城市”。

2. 文化旅游快速发展。2009年,文化部、国家旅游局联合下发了《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》。自此,我国文化旅游的发展进入了一个快速发展的阶段。如呼和浩特昭君文化节,自1999年到2011年已举办了12届,由原来单纯的旅游活动发展为集文化旅游、体育、经贸、会议研讨于一身的呼和浩特品牌形象活动。

(四)威胁(Threats)

1. 资金投入不足。资金一直是困扰呼和浩特旅游发展的重要因素。诸如,具有极高历史、文化、旅游开发价值的宗教建筑——小召,因为投入数额大、短期收益少,无法吸引外资或者民营企业投资,以致无力修缮,造成旅游文化资源的流失。

2. 淡旺季成为明显弊病。每年4~10月,是呼和浩特最佳旅游季节,最直接的表现是大量游客涌入的旅游,直接导致给景区的基础设施和接待带来很大的压力。由于明显的淡旺季,给投资者和管理者带来了很大的挑战。

3. 竞争激烈。呼和浩特地区旅游市场的构成,草原风光游、民族风情游发展较为成熟,休闲、度假旅游方式“突飞猛进”,这对传统的宗教旅游方式是一种挑战。2008年大召在进行升级改造后年收入提高至280万,之后每年略有增长,但去年仅七月份,希拉穆仁草原接待游客达20万人,总收入达6000万元,成为内蒙古最热旅游目的地之一。与其它类型旅游资源相比,呼和浩特的宗教旅游具有通俗性、娱乐性不足的特点,受到关注的程度不够,市场认知程度低。

三、呼和浩特宗教旅游的开发思路

(一)提升宗教文化内涵,打造宗教旅游专区

一是要用宗教文化的魅力来提高旅游产业的生命力。呼和浩特要坚持走“精”、“特”、“新”的道路,深入挖掘本区深厚的宗教文化、民俗文化、历史文化,将大召为代表的宗教文化、昭君为代表的历史文化、大盛魁为代表的旅蒙商文化、乌兰夫为代表的红色文化等融合开发,打造成独具文化魅力和生命力的品牌旅游工程。

二是要以宗教文化的丰富内涵提高旅游吸引力。注重对演艺类宗教文化遗产的开发,创新表现形式,通过声光电等现代科技手段,使其成为具有地方宗教、民族特色和市场效益的文化旅游演艺节目。像《印象·刘三姐》、《印象云南》等,已将文艺演出从室内解放出来,从楼台场馆搬到大自然中,让广大游客在愉悦身心的山水风光里,受到文化的浸染,得到美的享受。

三是要以宗教文化要素来提升旅游景点的综合服务力。呼和浩特旅游链条中普遍存在着“购”、“娱”两大功能不足的“短

板效应”,普遍存在“白天看庙、晚上睡觉”的问题。利用宗教文化要素来充实旅游业的娱乐、购物功能,延长产业链条。应学习借鉴深圳华侨城文化旅游主题公园开发经验,打造一批集旅游、文化、购物、娱乐、休闲为一体的宗教文化旅游度假区和宗教文化旅游主题公园。

(二)建立宗教旅游协调管理机构,提升管理的效率和效果

2010年,国家旅游局酝酿向国务院提议设立专门的旅游协调管理机构,进行各部委之间的沟通协调工作。呼和浩特可以尝试建立宗教旅游文化办公室由区政府直接领导,配备既熟悉国家宗教政策,又了解宗教历史文化,掌握旅游运营规律的专业人才,协调相关职能部门的关系,制定宗教旅游场所的运营规范,促使宗教文化与旅游活动更加良性的结合,提升管理的效率和效果。

(三)引进品牌企业

旅游行业具有投资大、收益慢、持续性强的特点,很难通过政府的独立行为在短时间内进行良性开发。目前,全国各地通过引进品牌企业方式进行旅游开发的例子层出不穷。诸如,上海引进迪斯尼乐园,杭州开发宋城景区,西安的大唐芙蓉园等。呼和浩特宗教旅游的发展,引入品牌企业是必不可少。开发模式——企业投入资金、人员进行开发,政府严格监督,宗教人员参与管理并维护宗教设施,收益分配上先宗教历史设施的维护费用,再企业的利润收入,最后政府的累计资金。目前,呼和浩特的宗教文化、宗教旅游商品以及宗教饮食都具有极大地开发价值,可以先与内蒙古地区较为著名的蒙餐蒙食企业进行饮食上的初步开发,总结经验,确立开发模式和收益分配方法,然后在全国范围内进行招商引资,在资源保护的前提下,依靠品牌企业,打造自己的宗教旅游品牌,提高开发的效率效益。

四、呼和浩特宗教旅游的开发对策

(一)着力于活化旅游产品,打造精品旅游项目

首先,打破传统意义上宗教旅游只是“烧香拜佛,走马观花”的传统思路。旅游策划中努力营造香花灯烛、经声佛号的氛围,增加游客颂经、膜拜佛像、品尝斋菜、恭迎活佛等参与性活动;了解藏医藏药、购香请佛、观赏唐卡艺术创作;与宗教人员近距离接触,贴近与宗教的距离。其次,重视定期举办的与宗教相关的仪式、节日等,如大召的晾大佛、跳恰木、送巴令等。宗教仪式不仅对宗教信仰者有着极大的吸引力,而且它所表达出来的吉祥、平安的寓意也受到一般旅游者的欢迎。另外,宗教仪式从原始巫舞继承发展而来的,在旅游审美方面给人时间空间上的“距离美”,具有很高的艺术价值和旅游审美价值。再次,呼和浩特的藏传佛教(喇嘛教)饮食花样繁多,仅“典加”藏语中的茶果点心就有十几种,各种饮食习俗,诸如座次的排定,保留有原生态的宗教特色。所以,宗教饮食的推广无论是作为宗教旅游的辅助项目还是在社会上经营,都有很好的前景。最后,升级旅游解说系统。目前,国内的宗教旅游景区出现了宗教人员充当导游的情况,在宗教戒律和国家法规允许的情况下,这也不失为一种升级旅游解说系统的尝试。宗教人员充当导游对游客是一种不同的体验,对于促进宗教文化的传播、宗教健康生活的

推广、宗教场所的收入也有很大帮助。

(二)注重挖掘藏传佛教文化旅游的地方特色

首先,目前呼和浩特地区流行的“草原风光游”、“蒙古民俗游”在文化的发掘上非常肤浅,忽略了宗教文化已经深入蒙古族生活的方方面面。在草原旅游的同时应该放大其中的宗教涵义和氛围,以神圣、庄严的祭拜敖包仪式取代“泛滥”的篝火晚会,以原生态的藏传佛教手工制品充实旅游纪念品市场,以清淡、养生的宗教饮食补充单调的草原食品,这是对模式单调、僵化的草原旅游的完善提高,也促进了宗教旅游的发展。其次,设计精品的旅游路线将呼和浩特地区周边草原和著名召庙联系起来。呼和浩特地区绝大多数的旅行社在设计线路上把草原和召庙割裂开来,“两者存其一、必得废其一”。部分旅行社可以组织“宗教、草原旅游专线”(1)宗教、草原游二日游专线:大召、宗教文化游(第一日上午)-葛根塔拉、草原风光、蒙古民俗(第一日下午、过夜)-葛根塔拉、草原风光、祭拜敖包仪式(第二日上午)-返回呼市(第二日下午)(2)宗教二日游专线:大召、宗教文化(第一日上午)-美岱召、宗教文化、蒙古民俗(第一日下午)-希拉穆仁(过夜)-希拉穆仁、草原风光、祭拜敖包仪式-返回呼市。

(三)注重宗教文化旅游市场开发,丰富旅游内容

首先,应把呼和浩特的宗教文化旅游的宣传与影视文化相结合。将宗教文化、草原文化、蒙古民俗结合在一起以微电影、网络电影、歌舞剧的形式表现出来,塑造独具特色的品牌。呼和浩特的藏传佛教文化在北方地区独树一帜,又和附近的草原风光紧密结合,具备了成为电影电视拍摄地的条件。充分利用电影电视媒体的宣传方式是塑造品牌影响力的新思路。

其次,推出宗教尤其是藏传佛教名人游。一方面,紧紧抓住与蒙古族历史发展相关的著名宗教人士,诸如宗喀巴、阿兴喇嘛、索南嘉措,通过宗教纪念活动、宗教朝拜活动,吸引藏传佛教(喇嘛教)信徒、宗教人士、学者前来。另一方面,以当代著名宗教人士主持大规模的宗教集会、庆祝活动,以讲经说法、艺术表演、作品展览等形象化的形式推广宗教旅游,吸引各种类型的游客。

(四)加强客源市场的开发,扩大宣传

首先,着力于国际宗教徒群体市场,日本、韩国、蒙古、俄罗斯的藏传佛教信徒因为区位条件往往就近选择呼和浩特作为其宗教膜拜、瞻仰、朝觐的目的地。所以,呼和浩特应该加强对于国际宗教信徒旅游的重视,大力开展宗教圣地朝觐旅游、宗教场所历史文化参观游、宗教胜地修心养性度假游、宗教文化学习体验游。

其次,着力于整合国内市场,扩大营销区域。定期在北京、天津等周边大型城市进行宗教旅游促销活动,将市场辐射到整个华北、环渤海地区。与包头、鄂尔多斯城市进行广泛合作,实行资源整合、景区互动。多举行相关的学术会议,让中外学者对

丰富的宗教旅游资源有更深层次的了解和体验。最后,呼和浩特充分利用现有的资源,针对不同客源市场,围绕主题全方位、多层次建立产品系统(1)藏传佛教宗教活动游:针对宗教信仰者,依托宗教节日和庆典开发宗教教事旅游产品(2)藏传佛教观光游:针对各种人群,依托呼和浩特地区与草原风光相结合的宗教旅游胜地,开发的宗教观光旅游产品(3)藏传佛教文化旅游:针对文化素养较高的游客开发宗教文化旅游产品,依托呼和浩特地区宗教建筑、雕刻壁画、历史文献、神话传说等(4)藏传佛教饮食游:针对深入体验人群的开发独具蒙藏特色的宗教饮食旅游产品,依托呼和浩特地区蒙藏民族、宗教饮食等。

宗教旅游不仅满足信众的宗教需求、丰富人们的精神生活,同时对于弘扬民族文化、推动地方经济都有不可忽视的作用。呼和浩特重要的宗教地位,又为宗教旅游提供了契机。因此,应以多元化开发思路,注重特色产品的开发,保证呼和浩特市宗教旅游健康而有序地发展。

参 考 文 献

- [1]郑嬿婷,陆林,杨钊.宗教旅游可持续发展研究[J].安徽师范大学学报(人文社会科学版).2004(5):536~540
- [2]杨继瑞,曹洪.对西部地区发展宗教旅游的思考[J].宗教学研究.2004(3):126~128
- [3]王丹,万俏宇.浅议宗教旅游资源的开发[J].科技广场.2007(10):248~249
- [4]颜醒华.对发展闽南民间宗教旅游若干问题的思考[J].襄樊学院学报.2001(5):77~81
- [5]伍卓.论南岳宗教旅游资源的开发[J].南华大学学报(社会科学版).2004(5):36~39
- [6]李曼,鄢志武.论宝通禅寺宗教旅游的产业开发[J].特区经济.2008(11):170~171
- [7]汪侠,梅虎,田穗文.桂林民俗宗教旅游开发[J].桂林工学院学报.2003(2):111~113
- [8]黄秀琳.宗教文化旅游产品体系的构建与开发——以莆田妈祖文化为例[J].莆田学院学报.2006(13):82~85
- [9]靖增群,何芸.世界遗产武当山旅游产品的深度开发[J].旅游经济.2010(3):66~69
- [10]王玉琼,刘力.论佛教文化资源的旅游开发[J].三峡大学学报(人文社会科学版).2008(2):12~14
- [11]罗福源.我国宗教旅游资源及其开发研究[J].社会科学家.2004(1):87~89
- [12]呼和浩特旅游局.呼和浩特地区十二五规划修改稿[R].2010
- [13]吴银珍.关于山西省文化与旅游产业融合发展的思考[J].前进.2010(3):45~46
- [14]潘善成.发展太湖县宗教文化旅游的对策与建议[J].安徽农学通报.2006(15):238~239