
宗教旅游产品体系的构建及其开发研究 ——以浙江省为例

苏勇军

(宁波大学, 浙江 宁波 315211; 安徽师范大学, 安徽 芜湖 241000)

【摘要】我国宗教资源丰富, 文化内涵丰厚, 但这些旅游资源尚未转化为良好的旅游产品, 没有收到应有的社会效益和经济效益。文章以浙江为例, 在深入分析宗教旅游资源及其开发现状的基础上, 探讨了浙江宗教旅游的市场定位和产品体系构建, 并提出了转变观念, 科学开发宗教旅游产品、突出宗教旅游产品的品牌特色、拓展宗教旅游产品的市场空间等开发建议。

【关键词】浙江; 宗教旅游; 旅游产品; 市场定位

一、前言

我国是一个多宗教的国家, 既有土生土长的宗教——道教, 也有外来宗教——佛教、伊斯兰教和基督教, 更有受外来宗教影响而产生的具有中国民族特色的宗教——明教、白莲教等。我国宗教遗迹众多。据统计, 全国现存主要名胜古迹中, 宗教遗迹约占 1/2。仅国务院公布的第三批全国重点文物保护单位中, 就有近一半为宗教景观。而全国各省、市、自治区与宗教有关的名胜古迹就达 3000 多处。丰富的宗教文化资源吸引着海内外信徒、专家学者和普通游客慕名而来, 为宗教旅游的发展提供了坚实的基础。

近年来, 随着我国旅游业的加速发展, 宗教旅游也引起越来越多的关注和重视, 以前较为冷清的宗教圣地开始吸引了大批游客, 宗教活动场所逐渐成为旅游热点。一度遭冷落的寺院经济在新的需求推动下, 也出现了新的变动趋势。一些与旅游配套的服务设施已在宗教圣地中产生, 旅馆、餐饮、旅游商品成为寺院经济的一个重要组成部分, 为寺院开辟了新的财源, 为寺院维持生存注入了新的生机。

不仅如此, 就连寺院附近的居民也以各种方式和手段积极加入到旅游服务之中, 为致富找到了一条新的出路。另外, 通过开发宗教旅游资源, 也可以对湮没的资源进行挖掘, 对破败的资源进行修缮, 对散乱的资源进行合理规划布局, 从而有效地促进资源的保护。

整合宗教旅游资源, 挖掘宗教文化内涵, 开发出适销对路的产品, 已成为宗教旅游发展中不可忽略的内容之一。本文以浙江为例, 初步探讨了宗教旅游产品体系的构建及其开发。

二、浙江宗教旅游发展现状与存在问题

收稿日期: 2010- 11- 23

基金项目: 浙江省教育厅科研项目 (编号 Y200803336)、宁波市社会科学研究基地课题 (编号 07JDZ07N) 的研究成果。

作者简介: 苏勇军 (1973—), 男, 安徽合肥人, 宁波大学人文与传媒学院旅游管理系讲师, 安徽师范大学社会学院博士研究生, 主要研究方向为旅游文化。

浙江地处我国东南沿海，这里山川壮美，林壑灵秀，气候宜人，召唤历代僧人、道士驻足，或在深山老林、或在海岛荒滩，结茅为庵，营造了为数众多的名山祖庭、古刹大寺、宫观庙堂、洞天福地，为后人留下了荟萃时代精蕴的巨构。

据统计，目前在汉族地区佛教 142 座全国重点开放寺院中，浙江省有 13 处；现在浙江省共有宗教活动场所 8400 多处，其中佛教 3200 多处，基督教新教 3700 多处，道教 1200 多处，天主教 300 多处，伊斯兰教 4 处。这些形成于不同时代的宗教圣迹，凝结了浙江人民的智慧和审美创造能力，充分显示出浙江宗教文化的深厚积淀，尤其是深邃的宗教智慧和灿烂的宗教艺术更是文明的瑰宝。

如素有“东南佛国”之称的宁波天童寺殿宇金碧辉煌、结构玲珑剔透，画栋雕梁、建筑精美，规模宏大为国内罕见，同时它既是临济宗的重要门庭，还是日本曹洞宗的祖庭；普陀山宗教文化与观音信仰紧密相连，大量的古刹梵宇、建筑、塑像、书画、诗文、音乐、碑文、石刻以及传统的观音香会、民间习俗、传说等形成独特的观音文化；天台山更是“佛教台宗发祥地、道教南宗创立地、活佛济公降生地”，这里既有汉末高道葛玄炼丹的“仙山”桃溪，碧玉连环的“仙都”琼台，道教“南宗”圣地桐柏，天下第六洞天玉京；又有佛教“五百罗汉道场”石梁方广寺，隋代古刹国清寺，唐代诗僧寒山子隐居地寒石山，宋禅宗“五山十刹”之一万年寺和全国重点寺院高明寺；还有那画不尽的奇石、幽洞、飞瀑、清泉，说不完的古木、名花、珍禽、异兽，因而获得“佛宗道源，山水神秀”的美称。

依靠得天独厚的宗教资源，浙江现已建成一批以宗教文化为中心内容的旅游景点，特别是杭州、舟山、天台等地，宗教旅游发展最为迅速，游客人数逐年增加，逐步形成了闻名国内乃至世界的几个重要品牌：如“海天佛国”普陀山、杭州灵隐寺及“天竺香市”、天台国清寺等。

同时，浙江宗教旅游在形式上也呈现多样化的发展趋势。如举办“宗教文化节”（“中国普陀山南海观音文化节”和“国际黄大仙文化旅游节”）；举行纪念法会或和平法会以及“宗教修学游”的出现，宗教旅游与商务会展旅游的有机结合等。宗教旅游对旅游业的贡献越来越突出，并对相关产业产生了明显的带动作用。

虽然浙江宗教旅游取得了可喜的成果，成为浙江旅游业中不可忽视的一部分，但纵观浙江整个宗教旅游现状，浙江丰富的宗教旅游资源尚未能转化为良好的旅游产品，也没有收到应有的社会效益和经济效益，开发中仍然存在一些问题。

（一）对宗教旅游开发重视不够

一方面，由于宗教问题往往与民族问题、迷信活动甚至国际恐怖主义活动交织在一起，从而造成了这一问题的特殊性和复杂性；另一方面，由于浙江宗教旅游资源一直处于名山秀水、丝乡古镇的“阴影”之下，旅游主管部门无暇顾及，旅游开发商也不愿意冒险投资。

（二）宗教氛围不足，商业气息浓厚

开发宗教旅游，必须努力给游客营造一个浓郁的宗教氛围。但在浙江，事实并非如此。在许多开放的寺庙宫观内，弥漫着浓厚的商业气息，步入其中，游客听到的不是悠扬的经乐声，而是一片吆喝声和讨价还价声；看到的不是香烟缭绕，而是一片摊点，完全感受不到宗教圣地的肃穆、庄严。

（三）对外宣传不足，知名度低

由于缺乏市场观念和竞争意识，自我宣传促销的理念没有形成，致使浙江除普陀、灵隐等少数宗教旅游景区（点）之外的许多宗教旅游资源长期“养在深闺无人知”，出现了外来游客只知西湖、兰亭、雁荡山、太湖，而不知保国寺、国清寺的局面。

（四）宗教旅游项目单一

许多宗教旅游景区仍停留在对宗教观光、朝拜这一传统旅游产品的开发上，而以游客为主体的参与性项目极少，游客很少有机会真正参与到宗教文化中去，亲身体验和感受宗教文化的奇妙多姿。

（五）资源保护不力，破坏严重

近年来，随着浙江旅游业的蓬勃发展，部分宗教旅游热点，如普陀山，一到旅游旺季便游客云集，应接不暇，远远超过资源的承载力。

还有些宗教景点为了片面追求经济效益，搞一些假古董、假文化，这不但没有给宗教旅游景区带来好的效益，反而会对高品位的人类瑰宝形成文化污染，对和谐的景观造成破坏。

三、浙江客源市场现状与宗教旅游产品体系的构建

众所周知，旅游市场的竞争日趋激烈。要想在激烈的市场竞争中立于不败之地，就必须根据市场格局和旅游需求的变化，进行市场定位，设计出适应市场的旅游产品。

（一）浙江客源市场现状

1. 国内客源目标市场

由于距离的优势，整个华东地区（江苏、浙江、上海）将是浙江旅游最重要的核心市场，周末旅游市场将成为浙江挖掘这一市场潜力的巨大机遇。

珠江三角洲和京津地区居民出游活动开展得相对较早，消费水平相对较高，组成了浙江旅游的开拓市场。山东、福建则构成了浙江旅游的外围市场（见表 1）。

表 1 2005-2008 年浙江国内游客来源地比重(%)

客源地	浙江	上海	江苏	广东	北京	山东	安徽	福建	江西
2008	38.6	16.2	12.3	4.4	4.2	3.9	2.8	2.2	2.4
2007	39.2	16.8	12.9	4.2	4.1	3.8	2.7	2.4	2.2
2006	40.2	16.3	12.5	4.4	4.2	4.0	2.6	2.3	2.1
2005	39.8	15.9	12.2	4.6	4.3	3.9	2.7	2.4	2.2

2. 国际客源目标市场

由表 2 可知，日本、韩国、美国为代表的亚太市场和以英国、法国、德国为代表的欧洲市场都是浙江旅游业的重点客源区域。东南亚、港澳台地区一直是浙江传统的海外旅游客源地。

表 2 2005-2008 年浙江国际游客来源地结构(单位:万人次)

年份	日本	韩国	美国	马来西亚	新加坡	德国	泰国	意大利	台港澳
2008	66.1	66.2	27.3	17.7	13.6	11.1	10.3	9.4	173.5
2007	65.6	61.4	27.1	17.5	12.9	10.1	10.1	9.8	167.6
2006	53.0	50.8	21.6	16.3	11.2	8.4	8.9	7.5	145.4
2005	42.0	45.4	17.7	17.8	10.9	7.2	7.9	6.2	115.1

(二) 宗教旅游产品的市场定位与产品体系的构建

千百年来,观音信仰、弥勒等信仰逐渐形成民间习俗,至今各地供奉观音、弥勒等菩萨现象十分普遍,甚至有“家家阿弥陀,户户观世音”的说法。随着各种传说在民间的广泛流传,他们的光辉形象也早已走出殿堂,走入人心,从民间传说进入了文学艺术的各个领域,在中华大地形成了一种文化结晶——观音文化、弥勒文化……

同时,我国是世界上人口最多的国家,这些年宗教人口的增长呈现出新的变化:信教群众中青少年、有一定文化层次和较高经济收入者在逐年增多;传统宗教(佛教、道教)的信众中非宗教信徒(指相信佛教或道教,但又不是正式的宗教徒)所占比例较高,这一现象在江浙一带暨我国江南及东南沿海地区尤为明显。

由于历史上的渊源关系,东南亚和东亚各国游客对浙江的宗教文化情有独钟。据史料记载,普陀山历来是佛门弟子参拜的圣地,自古就有远道朝山者不顾风波之恶、惊涛之险,梯山万里,扶老携幼而至,每年都吸引着日本、韩国、泰国、菲律宾、马来西亚、新加坡、印度尼西亚等国家众多的观音信徒来山朝拜。尤其是日本慧锷和尚请观音的传说、海上丝绸之路传奇等在国际上有着较高的知名度。而宁波天童寺是日本佛教主要流派曹洞宗的祖庭,寺里的日本曹洞宗初祖道元禅师画像和纪念石碑,是中日两国佛教徒和中日两国人民友谊的见证。

鉴于此,浙江宗教旅游产品开发应该面向华东区域旅游市场(占浙江省接待的全部国内旅游人数的80%)、国内旅游市场,放眼国际旅游市场(特别是东亚和东南亚旅游市场),以资源为依托、以城市为中心、以交通线为网络、以创新为手段,走多元化、精品化之路(图1)。

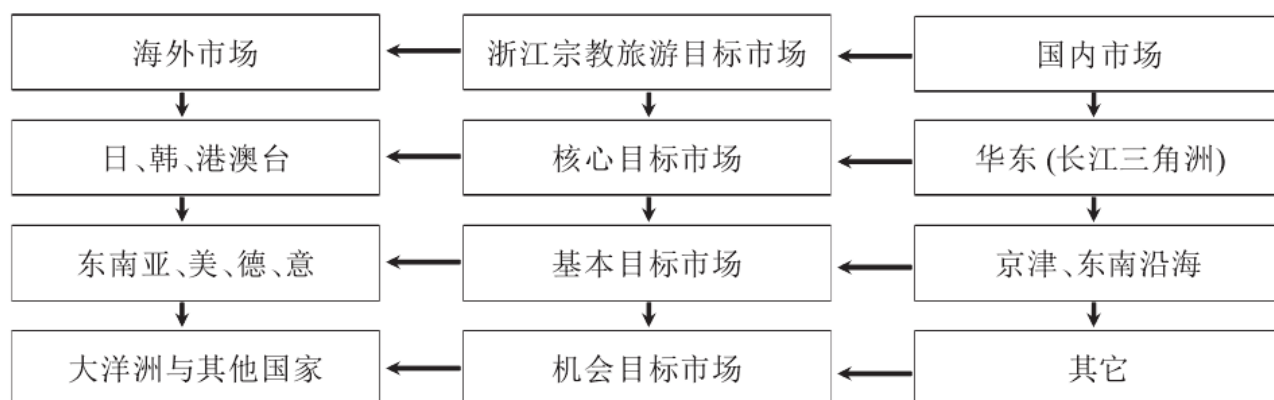


图 1 浙江宗教旅游目标客源市场结构示意图

在加速宗教观光和宗教朝觐等传统旅游产品更新换代的同时，积极开发出一系列适应不断变化的市场需求的特种旅游产品，如宗教生活体验游、宗教艺术欣赏游、宗教节日庆典游、宗教饮食文化游以及宗教生态游等产品。让特色拳头旅游产品和传统旅游精品相结合，构筑起多层次、多功能的宗教旅游产品体系（表 3）。

表 3 浙江宗教旅游产品体系

产品类型	产品体系状况与特征
宗教观光游	观光游就是让旅游者参观游览宗教名山、寺庙宫观及周围的自然山水风光而进行的以观赏性为主的旅游活动，是开展宗教旅游的最基本形式。
宗教朝觐游	宗教朝觐游，就是利用普陀、天童寺等的祖庭地位，借助宣传促销等手段，吸引多层次的朝拜者，特别是利用这些祖庭在海外游客中的影响（尤其是日本、韩国、东南亚游客），吸引他们前来朝觐，提升旅游者的整体消费水平。
宗教生活体验游	宗教生活体验游，就是让游客参与做功课以及恪守丛林清规、宗教戒律等活动，让他们亲自去体验教徒的生活，去感受宗教独特的文化内涵。
宗教艺术欣赏游	宗教艺术欣赏游，就是利用浙江丰富多彩的宗教艺术资源，开发多种特色旅游项目，如组织诗文、楹联、书画、碑刻鉴赏；宗教音乐欣赏等系列旅游项目；构建珍藏馆、博览馆，集中展示宗教文化丰厚内涵。
宗教节日庆典游	宗教节日庆典游，就是利用传统庙会、节庆独特的观赏性、参与性、娱乐性、教育性，在特定的时期，组织各种地方色彩浓厚的表演，体现宗教传统节庆和民俗庙会活动的丰富多彩。
宗教饮食文化游	宗教饮食忌荤腥，其原料以蔬菜、豆腐、菌类及米、面为主，简单的原料就可以做出丰美的佳肴。深入挖掘宗教素食文化，运用现代工艺的进行改进和革新，将素食斋席打造成宗教旅游的一大亮点。
宗教生态游	宗教生态游，是以有形的宗教文化设施作为依托，通过挖掘宗教生态观，让游客感受宗教的真正底蕴，感受宗教所包含的天人合一与和睦祥瑞的精神，正确认识人在自然界中的地位，从而达到自觉地保护环境，美化环境，完善人类自身建设目的的旅游产品。

四、旅游产品开发对策

（一）转变观念，坚强协调，走良性发展道路

发展宗教旅游，完善宗教旅游产品体系，关键是要解放思想，转变观念，实事求是。既要反对不顾实际，一哄而上，大办旅游的盲目思想，又要反对过于谨慎，恐惧开发的消极态度。宗教场所必须在充分认识本身资源，全面权衡宗教旅游开发的利弊的基础上进行规划和开发。

其次，协调各方关系，把具体工作落到实处。当前摆在旅游主管部门面前的一项重要任务是协调社会、宗教场所、旅游开发经营商等方面的关系；处理好宗教内涵的挖掘与宗教自身发展、旅游活动与宗教活动之间、宗教景点各部门之间管理与利益分配的关系，宗教旅游与环境保护、文化传承的关系等，变无序为有序，让宗教旅游成为弘扬浙江宗教文化的又一重要舞台。

（二）整合资源，突出宗教旅游产品的品牌特色

如前所述，浙江丰富的宗教资源已得到一定程度的开发。我们认为，当前应在此基础上多角度、全方位加强资源整合力度，打造旅游精品。

一是继续修缮一些重要的宗教场所，并恢复其宗教功能，列为旅游景点。二是科学设计旅游线路，开辟“观音旅游专线”、“宗教修学游”、“浙东朝圣之旅”等精品线路。三是实行品牌制胜战略，借助观音、布袋和尚（弥勒）、道济（“济公”）、弘一、张伯端等影响力，积极拓展国内外旅游市场。四是加强区域合作。宗教旅游线路是多点的整合，在空间上可能跨越不同的区县、市域。浙江相关县（市、区）要协调合作，统一规划，树立全局意识，形成旅游资源开发利用的整体联动。同时还应加强与周边城市的区域合作，特别是借杭州湾大桥开通之机，与上海、江苏协力开发大体量的宗教旅游产品。

（三）加大宣传促销力度，拓展市场空间

浙江宗教旅游要有大的发展，必须进行多角度、全方位的宣传，这是带动浙江宗教旅游发展的“龙头”。我们认为，为扩大浙江宗教旅游产品的知名度和美誉度，必须做到以下几点。

1. 媒体上要广。要做到报刊上有名，广播里有声，屏幕上有形，网络上有文。

2. 手段上要新。江苏无锡灵山公司的经验值得借鉴。2002 年 12 月，无锡灵山大佛景区通过中央电视台《让世界了解你》栏目，与美国自由女神景区进行了首次对话。作为一种全新的宣传促销方式，灵山公司深刻地挖掘了景区的文化内涵，将景区置于中外旅游文化交流的平台上，这对创新旅游宣传将产生深远的影响。

3. 区域上要有针对性。自古以来，浙江的佛道教就与东亚和东南亚诸国有着密切的交往。每年都有大量的日本和东南亚信徒、游客前来浙江各仙真祖庭朝拜游览。因此，对日本和东南亚市场进行有针对性的宣传，对于浙江宗教旅游的发展具有重要的意义。

（四）深入挖掘宗教内涵，增加融知识性、趣味性、参与性于一体的综合旅游项目

当今时代，旅游者已不再满足“走马观花”式的旅游，他们还希望“下马看花”，亲身参与，能够玩得尽兴、开心。因此在浙江宗教旅游开发过程中，应深入挖掘、提炼宗教文化内涵，以生态化、休闲化、多样化、个性化旅游需求为导向，加强宗教旅游与休闲度假、绿色生态、历史文化、商贸会展等类旅游产品的组合开发，从单纯的观光，向综合体验功能和教育的方式渐进，大力开发融知识性、趣味性、参与性于一体的综合旅游项目，以此形成多层次、多功能、多样化的旅游产品，提高浙江宗教旅游产品的吸引力和辐射力。

（五）加强专业人才的培养与利用

宗教旅游是较高层次的文化旅游形式，其文化内涵集中于宗教建筑、氛围、艺术、仪式等客体，普通游客对此缺乏深入了解。因此，开发浙江宗教旅游产品体系，当务之急是培养出一批既掌握丰富的旅游专业知识，又具备深厚历史文化知识和宗教专业知识素养的从业人员。

除此之外，还可以尝试做到以下两点：一是聘请景区附近大专院校、研究机构中谙熟宗教的专家、教授学者担任“高级导游员”；二是考虑让宗教中人充当导游解说员。凭借他们对宗教文化的熟悉和了解，可对游客进行景观介绍、思想阐述等，这将对引领游客去体会宗教文化、感受宗教真谛起到不可忽视的作用，如在西藏的大昭寺，导游就由该寺的喇嘛担任。通过多方面人才的利用，更能充分展示出浙江宗教旅游的独特魅力。

五、总结

宗教与人类文明同步，长期以来宗教文化甚至构筑着人类文明的内核。据统计，截止 2008 年全球基督教有约 21.4 亿信徒，

伊斯兰有 15 亿信徒，佛教有 2.5 亿多信徒。因此，本着解放思想、敢为人先、与时俱进、开拓创新的理念，加强宗教旅游产品体系的构建，促进宗教旅游的深度发展，顺应了世界宗教发展的新潮流，真正实践了“人间佛（宗）教”的开明思想，发扬了“教旅并重”的创新精神。

参考文献：

[1] 杨丽. 论云南宗教文化的旅游开发[J]. 云南师范大学学报(哲学社会科学版), 2002, 34(2):43-48.

[2] 潘立勇. 人文旅游[M]. 杭州:浙江大学出版社, 2006.

[3] 方百寿. 论宗教旅游的生态化趋向[J]. 社会科学家, 2001. 1:68-71.

[4] 苏勇军. 苏南宗教旅游资源开发研究[D]. 苏州大学, 2004.