

# 整合草原文化资源，构筑内蒙古旅游优势：以赤峰市为例

周永振，王羽

(赤峰学院 经济与管理学院 内蒙古 赤峰 024000)

**摘要：** 识草原文化的旅游潜力，进一步挖掘草原文化资源的内涵，整合相关资源，以真实性体验以吸引游客，并用独特的文化来塑造城市形象，能够增强内蒙古旅游的文化魅力，有效构筑内蒙古旅游的优势，能使草原文化遗产得到更好的保护和弘扬。

**关键词：** 草原文化；文化旅游；整合；旅游优势

**中图分类号：** G127

**文献标识码：** A

文化资源已经成为吸引旅游者的重要基础，而旅游普遍被认为是展示和传播旅游目的地文化的一种重要途径。对于游客而言，引人入胜、印象深刻的不仅仅是优美的自然风光，还有当地独具特色的文化。<sup>[1]</sup>，所有旅游者都在某种程度上都渴望和融入所访问的社会和文化，这是其旅游动机的一个根本内容。<sup>[2]</sup>从一定意义上说文化是旅游的灵魂，缺乏文化的旅游就会缺乏魅力。

内蒙古旅游业要想实现可持续发展就要充分发挥文化的作用，深刻发掘旅游的文化底蕴，发展文化旅游。而草原文化是内蒙古文化的代表，是一种与草原生态环境相适应的文化，呈现出传统与现代、地域与民族相统一，多种类型并存的复合型文化形态，其内容异常丰富，具有民族性、开放性和世界性的特点<sup>[3]</sup>，是内蒙古文化的最大魅力之所在。所以，草原文化资源开发与利用需要重新认识，有必要进行综合开发，促使内蒙古丰富的自然资源与草原文化这一特色人文资源有机结合起来，提升内蒙古作为旅游胜地的文化形象。

赤峰市是草原文化的富集地区，是中华民族的发祥地之一，曾经生活在这里的红山先民及东胡、契丹、蒙古等北方游牧民族，创造了灿烂的草原文化，并对世界文化发展产生了重要影响。<sup>[4]</sup>可以说，赤峰市草原文化资源丰富，文化旅游开发大有潜力。因此，本文以赤峰市作为研究对象，对于草原文化辐射地区，尤其是内蒙古来说具有典型代表性。

## 一、文化缺失是赤峰市旅游进一步发展的制约因素。

当前，赤峰市旅游的主打品牌还是自然景观。2009年7-9月，本文作者就草原文化旅游开发等问题进行了调研<sup>①</sup>，根据对到访赤峰的游客最喜欢的景点调查显示（见表1），赤峰市以草原景观为代表的自然景观是游客最喜欢体验的类型，其比例为84.2%，可以看出，目前自然景观是吸引游客的主要资源。但也可以从另一个方面理解，那就是目前人文景观吸引力有限，没有彰显其所应具有的魅力。

赤峰市不仅是个新兴的旅游城市，同时也是文化大市，有着悠久的历史 and 灿烂的文化，具有众多的文物遗存，仅国家级重点文物保护单位就为25处，占全自治区的33%（截止2009年，内蒙古自治区共76处国家级文物保护单位）<sup>[5]</sup>，人文资源的旅游开发大有潜力。但从调查结果看，游客对现有人文景观的喜好程度较低（为15.8%），历史文化为主的人文资源开发有待提高，要促使自然资源与人文资源有机结合起来，进行综合开发，深刻发掘旅游的文化底蕴，把文化资源优势变为旅游优势，提升赤峰旅游的文化品位，增加旅游文化吸引力，吸引更多的游客。

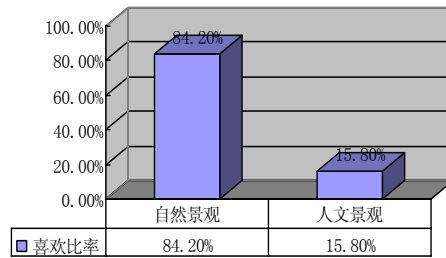


表 1 到访赤峰的游客最喜欢的景观类型

## 二、赤峰市文化资源整合与旅游开发利用落后于区外城市。

目前,对于赤峰市而言,最为迫切的就是系统开发自身丰富的历史文化资源。赤峰的四大文化高峰:红山文化、青铜文化、契丹辽文化、蒙元文化。这些都是具有独特性和代表性的人文资源,都属于草原文化的不同阶段的典型文化,开发得当,会取得巨大影响,会成为重要的旅游吸引力,势必会吸引更多的游客到赤峰参观访问。

以红山文化的开发为例,红山文化是中国北方新石器时代最具代表性的古文化,红山文化因最初在赤峰红山后被发现而得以命名,在赤峰市敖汉旗出土的玉龙是我国发现最早的实体玉龙,被称为“中华第一玉龙”(现收藏于国家博物馆),是红山文化器物中最具典型的代表。因此赤峰被史学界成为“龙的故乡”。红山文化的分布范围以赤峰为中心,西起河北省张家口,东到辽河中游,北到大兴安岭,南抵京津的广大地区,分布区域约 20 万平方公里。<sup>[6]</sup>由此可见,赤峰市是红山文化遗存最为富集的地区。

作为红山文化分布涉及地区的辽宁省朝阳市,在地理上紧邻赤峰市,虽然红山文化遗址密度及挖掘历史不及赤峰市,但近年来注重红山文化的整合开发与利用。2007 年,朝阳市政府设立了牛河梁红山文化国家遗址公园筹备处,充分利用现有的牛河梁红山文化遗址庙、坛、冢等文化资源和自然资源,准备把牛河梁红山文化遗址规划成为集科学考察、祭祀观光、生态旅游、疗养度假为一体的风景名胜,要把牛河梁打造成全国独一无二的中华祖母祭拜圣地和中华文明起源遗址公园,并适时申报世界文化遗产。<sup>[7]</sup>为了加强对牛河梁红山文化国家遗址公园建设和“申遗”工作的组织领导,2008 年朝阳市政府成立了以市长为组长的牛河梁红山文化国家遗址公园建设和“申遗”工作领导小组,计划在 2010 年完成全部建设项目,2011 年完成“申遗”前期准备工作任务,2012 年正式申报“世界遗产”。可以说,辽宁省朝阳市对当地以红山文化为代表的特色文化资源整合已经开始。

辽宁省朝阳市对红山文化的整合开发,应引有关机构的关注,红山文化作为草原文化的有机组成部分,是内蒙古,尤其是赤峰的一个文化名牌,不应该在其申请成为世界文化遗产成功时,成为旁观者。这就要求政府在对红山文化这类具有独特性和代表性的草原文化资源的开发与整合中发挥主导的作用。

## 三、统筹草原文化资源,科学规划,打造草原文化旅游品牌。

赤峰草原文化资源十分丰富,构成了丰富多彩的旅游资源,这是十分宝贵的文化财富,赤峰市应该学习借鉴外地经验,统筹规划,科学布局,有步骤地精心打造一批人文旅游胜地,全面提升旅游服务水平。结合新一轮城市规划修编工作,尽快出台各种文化遗址及旅游开发建设的详细规划,坚持文物保护与开发利用有机结合,统筹兼顾,大力开发以红山文化遗址为代表的具有独特性的草原文化遗址,争取早日使之成为新的文化旅游风景名胜。目前,针对赤峰市红山文化的开发与整合,可以从以下三个方面考虑。

### (一) 开发赤峰中心城区附近红山遗址群,设立红山遗址公园。

赤峰市中心城区（红山区）红山遗址群位于紧邻城区，由凤凰峰等九座山峰组成，总面积约 10 平方公里。此遗址含红山文化中期聚落遗址、夏家店下层文化祭祀遗址、夏家店上层文化居住遗址、夏家店上层文化石棺墓地共四处遗址。这些遗址的最早挖掘时间可以追溯到 20 世纪 20 年代，是红山文化第一批挖掘遗址，红山文化也因最初挖掘于红山而被命名，2006 年被国务院批准为国家级重点文物保护单位。赤峰市红山区会同内蒙古自治区文物局已于 2008 年完成了《红山后遗址群保护利用项目建议书》的编制工作[8]，筹划建立（红山区）红山遗址公园，并已上报国家文物局，等待有关机构的最终批复。（红山区）红山遗址公园的建立，必将促进红山文化发祥地文化资源的挖掘和文物保护工作，为赤峰市辖区内众多红山文化系列遗址的逐步整合与开发奠定基础。

## （二）进一步整合现有资源，筹划建立红山国家公园。

2008 年 10 月，国家环境保护部、国家旅游局批准设立了中国第一个国家公园试点单位（黑龙江汤旺河国家公园），从而拉开了我国建设国家公园的序幕。[9]设立国家公园的主要目的是完善我国的各类资源保护体系，提高保护的有效性，实现区域经济、社会和生态效益的协调统一。[10]未来，可考虑将现有的红山公园、红山森林公园和拟建的红山遗址公园，整合成为红山国家公园。目前，这三个地点紧邻，为整合奠定了地理上的可行性基础，筹划建立的红山国家公园，应秉承集自然和人文资源于一体的大公园理念，不仅保护红山文化遗址的独特性，也要发展成为市民休闲的一个场所，打造成紧邻市区的风景区，并成为城市发展的一个新亮点和都市形象的名片。

## （三）与辽宁省朝阳联合，将两地红山文化遗址联合申报世界遗产。

从 2007 年开始，联合国教科文组织规定每个国家每年只有 2 个世界遗产申报指标，最多只能接受一个自然遗产和一个文化遗产的申请，这就促使同类遗产联合申请，如澳门古建筑群（2007）和福建土楼（2008）申遗时涉及范围极大，且都是众多资源类似单位联合在一起，统一名称后申报世界文化遗产。应将内蒙古赤峰、辽宁朝阳等地红山文化遗址捆绑在一起申报，通过相应省级主管部门协调，以“红山文化遗址群”的名义联合申报世界遗产。

## 四、以草原文化为城市文化定位，增加城区文化品位，增强城市旅游吸引力。

文化不仅仅是旅游发展的需要，对塑造城市文化形象，形成城市品牌，推动城市发展也有不可低估的作用。城市是旅游中不可或缺的节点，是一个地区经济发展的核心，是在有限的空间地区内各种活动因素在地理上的大规模集中，是一种生活方式系统[11]，而作为一个系统，必然包括了历史遗存、居民活动等具有区域特点的文化符号在内的文化生活。把草原文化作为城市文化定位的核心，可以有效推进城市文化建设，增强城市旅游吸引力工作可以从以下两个方面开展。

### （一）加强城市文化舒适物建设。

城市的功能主要表现在聚集效应、规模效应、中心效应和外部效应[12]，随着全球化背景下城市竞争的加剧，传统的城市竞争格局发生重大变化，城市对资本、购买力和人才的吸引力，成为城市经济发展的重要条件[13]。而这起到决定作用的就是城市舒适物（Amenity）。舒适物可分为天然舒适物（如：气候）、人造舒适物（如：文物古迹、风味餐馆等）、居民的价值观与态度等。城市的舒适物与城市经济发展，构成正相关关系，城市的舒适物越多，市民的生活幸福指数就越高，而对外的吸引力就越大，对当地的经济和社会的提升效果也越显著。[14]

同样，城市舒适物对游客吸引力，是吸引游客的重要因素，较多的舒适物能够提供更多的观光机会、交流机会、购物机会和享乐机会。[15]城市舒适物的建设不仅单单促进城市建设，也增进了城市对周边地区居民的旅游吸引力，能够为游客提供高水平的服务，也促进了当地旅游业的发展。从进行的调查看，访客对赤峰的印象多为旅游城市（29%）、历史文化城市（26%）和现代化城市（25%）。从进一步的访谈中发现，虽然不少游客认为赤峰市新城区建设较好，显现出现代化城市风貌，但现代建筑对来自大城市的游客无吸引力，最为吸引游客的仍是传统建筑（或文化遗产）和传统生活方式，但游客很少能举出赤峰中心城区代表这些特点的地方，应注重加强城市的服务功能，打造具有赤峰特点的城市符号，突出草原文化特点。可以考虑在城市建筑中应注重传统民居、商肆保护与利

用规划，突出老赤峰印象，和作为草原商贸中心的这一历史形象。

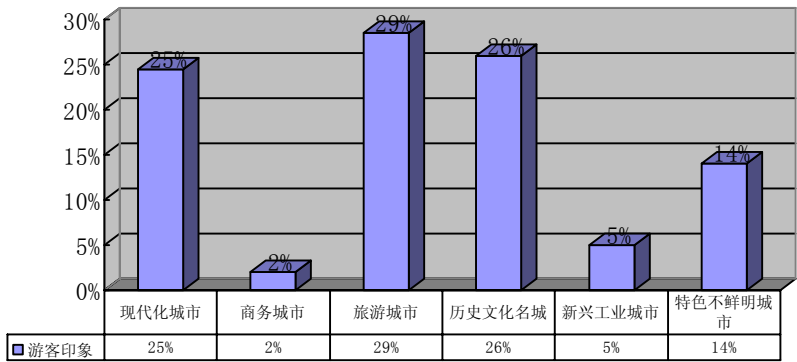


表 2 游客对赤峰整体印象

（二）注重传统民居、商肆的保护与利用，突出老赤峰印象。

目前，赤峰市红山区有关部门已有对赤峰市中心城区头道街传统民居、商肆保护与利用的初步规划[16]，应逐步完善，使之与现有的步行街形成一体，构成一个传统与现代的结合点，加强了城区古民居建筑遗存的保护力度，并适时建立赤峰传统民俗博物馆（应包括古民居、老爷庙、大夫第、张家四合院、药王庙遗址、贞节牌坊等），进一步向世人展示赤峰的悠久历史。

五、注重旅游营销工程，促进城市形象塑造。

旅游目的地的吸引力，很大程度上取决于知名度，取决于营销工作。从调查的情况看，游客对赤峰市的了解比较低（见表 3），对赤峰有初步的游客仅占 1%，绝大多数游客不了解或了解一点，所以对赤峰的宣传有待提高。

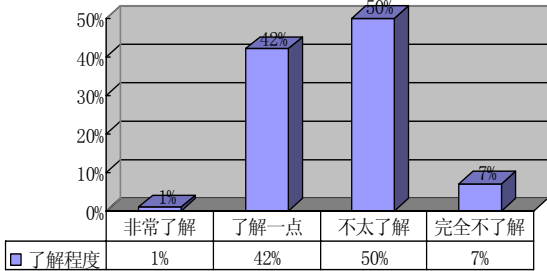


表 3 游客对赤峰的了解程度

在把城市宣传促销放在突出位置的同时，在对宣传渠道的选择上也要慎重。目前对游客选择赤峰旅游最重要的因素分别为他人介绍（31%）、网络（30%）和电视（25%）（见表 4）。从调查中可以看出了解赤峰的渠道由他人介绍为最多，他人介绍可以称之为“口碑营销”，这是目前赤峰宣传的最大的营销方式，而这一宣传渠道多为到过赤峰的游客，得益于赤峰市本身旅游资源的优质得到了游客的肯定，故而大为推介，靠游客口口传播进行宣传，传播范围毕竟有限，受众较少。所以，为提高赤峰旅游的知名度和市场竞争力，应确立“占领巩固第一市场（京津沈），强力开拓第二市场（东北及华北），积极发展第三市场（长三角、珠三角及其他）”的营销思路，拓展客源市场。应增加宣传促销经费，集中在网络、电视等影响范围大、见效快的媒介进行推广，拓展宣传辐射范围，建立

成熟的营销网络，使宣传促销延伸到哪里，客源市场就发展到哪里，从而形成稳固的客源市场。

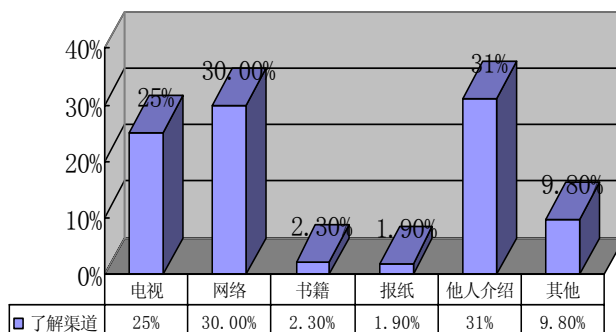


表 4 游客了解赤峰的渠道

## 六、结语

以草原文化为内涵开展的旅游活动，归属于文化旅游的范畴。而旅游是市场经济发展产物，在旅游活动的运作中，可以看到它的一个主要特征，就是和社会许多方面保持着沟通关系，这种沟通关系使它形成十分灵活有效的信息传递和文化交流能力。<sup>[17]</sup>由此可以看出，在草原文化资源整合及旅游发展中政府应发挥主导的作用，在草原文化资源整合与创新中，可以使城市文化劣势转化成优势，使文化优势要素转化成为城市的垄断性文化资源和唯一性文化资源，形成旅游优势，塑造城市文化形象，凝聚成为文化资本，进而转化成经济资本和社会资本，创造城市的可持续发展机制。要认识到文化资源也可以变成资本，虽然文化资本的积累是一个艰苦而漫长的过程，但一旦化为资本的时候，其内在的潜力是不可估量的。通过整合草原文化资源，开发文化旅游，不仅促进了区域特色文化的发展，也对提高内蒙古优势文化品牌的竞争力有巨大推动作用。

通过政府的主导，借草原文化资源整合，能够有效的提高旅游产业层次，促进城市职能转变，塑造城市文化形象，进而提升城市品牌。政府的主导作用体现在政策、规划的制定上，体现在与相邻地区、相关机构的协商、协调上，体现在对企业、对市场的影响和推动力上。实施“政府搭台，企业唱戏”的模式，才能实现宣传城市、吸引游客、发展经济的目标。

### 注释

①本调研数据采用抽样调查得出，2009年7月至8月在赤峰市境内进行大样本调研，采集地点集中在主要旅游旗县和游客中转地，采用当场发放问卷，发放问卷400份，实际收回359份，其中有效率问卷317，有效率为79.2%。问卷发放情况：克旗120份、宁城县30份、右旗30份、喀旗30份，赤峰火车站30份、赤峰玉龙机场30份、赤峰汽车站30份、中心城区（红山区）主要宾馆100份。写作调研过程中得到了中共赤峰市委政研室、赤峰市旅游局、克旗旅游局的支持和帮助，这对调研的顺利完成起到了至关重要的作用。同时也要感谢赤峰学院2007级旅游管理本科专业的学生，他们在炎炎夏日，在景区、饭店、火车站等旅游集散地，做了非常扎实问卷调查和相关访谈，并做了问卷调查、访谈的整理及相关统计工作，为本文写作打下了坚实的基础。

### 参考文献

- [1]谢彦君. 基础旅游学（第二版）[M]. 北京:中国旅游出版社, 2004. 73.
- [2]Dean MacCannel.The Tourist:A New Theory of the Leisure Class[M].Schocken Books,1979.10.
- [3]陈光林. 深化草原文化研究[J]. 内蒙古社会科学, 2007, (5).1-4.
- [4]李凤斌. 草原文化研究[M]. 北京: 中央编译出版社, 2008. 5.

- [5]李国臣. 我市又有十一处古迹晋升国家重点文物保护单位[N]. 赤峰日报, 2006-06-11 (1).
- [6]于建设. 红山文化概论[M]. 赤峰: 内蒙古科技出版社. 2008. 25-26.
- [7]辽宁社会科学院课题组. 建设辽西历史文化走廊产业带[N]. 辽宁日报, 2008-03-24 (9).
- [8]李富. 内蒙古《红山后遗址群保护利用项目建议书》编制完成[N]. 赤峰日报, 2008-05-23 (2).
- [9]林洪岱. 国家公园制度在我国战略可行性(四)[N]. 中国旅游报, 2009-03-02 (7).
- [10]班若川. 国家旅游局、环境保护部在大连召开全国生态旅游发展工作会议[N]. 中国旅游报, 2008-10-29 (1).
- [11]王宁. 传统消费行为与消费方式的转型——关于扩大内需的一个社会学视角[J]. 广东社会科学, 2003, (2). 148-153.
- [12]韩伯棠, 艾凤义, 张平淡. 流量经济的若干问题研究[J]. 经济纵横, 2003, (7). 15-19.
- [13] [美]简·雅各布斯. 项婷婷译. 城市经济[M]. 北京: 中信出版社. 2007. 36.
- [14]颜丽杰. 城市竞争背景下的规划管理政策研究[J]. 城市问题. 2008 (10). 25-28.
- [15]王宁. 消费的欲望——中国城市消费文化的社会学解读[M]. 广州: 南方日报出版社, 2005. 205-210.
- [16]李富. 红山区加大挖掘文化资源和保护文物力度[N]. 赤峰日报, 2008-02-01 (5).
- [17]申葆嘉. 关于旅游带动经济发展问题的思考[J], 旅游学刊. 2003 (6). 21-25.

## Integrating the grassland culture of Inner Mongolia tourism resource constructingA case of Chifeng city in Inner Mongolia

ZHOU Yong-zhen, WANG Yu

(Economy and Managemenc School of Chifeng Univesity, Inner Mongolia, chifeng,02400)

**Abstract:** General grassland culture tourism potential, further excavate the grassland culture resources connotation, the integration of resources related to authenticity, and to attract visitors to experience the unique culture to shape the image of the city, can enhance the cultural charm, Inner Mongolia tourism build the advantages of Inner Mongolia effectively, can make the grassland culture heritage protection and get better.

**Keywords:** grassland culture; Cultural tourism;Integration;Tourism advantages

**收稿日期:** 2010-05-27;

**基金项目:** 内蒙古高等学校科学研究项目 (NJ09171);

**作者简介:** 周永振 (1979-), 男, 汉族, 内蒙古赤峰市人。赤峰学院经济与管理学院旅游产业教研室主任, 硕士, 主要从事旅游文化、旅游规划研究方面的研究; 王羽 (1981-), 女, 汉族, 内蒙古赤峰市人。赤峰学院经济管理学院讲师, 硕士, 主要从事研究方向为旅游管理与规划方面的研究。