

泉州市宗教文化旅游营销策略研究

作者：吴光锡

1 泉州市宗教文化资源概况

泉州，位于福建东南海滨，是我国古代的一个重要港口。唐、宋、元时期是海上丝绸之路的起点，被马可·波罗称为“东方第一大港”，与埃及亚历山大港齐名。世界各种宗教的传教士纷至沓来，传教于此。在这里，中西文化长期和谐相处，多元共存，深厚的宗教文化积淀，使泉州成为“世界宗教博物馆”。

泉州佛教。泉州素有“泉南佛国”之称。东汉末年，中国江南地区也有了外来的僧侣译经传教者。后来，又有隋末皇泰年间建的安海“龙山寺”，唐垂拱二年建的开元寺等佛教寺院出现。唐、五代时，泉州的佛教发展呈上升兴旺态势。在增修建开元寺之后，又在城东一隅增建了“承天寺”等。至唐末，佛教建筑寺庙在“泉州”辖区内，就有数十座。而且出现不少高僧，翻译大量经典，佛学著作也不少。宋时，与“泉州港”的兴盛相呼应的缘故，佛教发展仍呈上升态势。宋代以后，泉州的佛教渐趋世俗化，但仍继续发展。

泉州历代建造的佛寺有名称可考的多达 800 多座，现尚存 339 座。泉州的佛寺，大多规模宏大、建筑精美、巍峨壮观，具有特色，许多寺院被列为各种级别的文物保护单位和重点佛寺，并且是重要的旅游景点。

泉州道教。西晋太康三年，在泉州府治南建置了该地最早的道教官观，称白云庙(玄妙观的前身)，这是泉州道教历史发展最重要的里程碑。位于涂门街的通淮关岳庙，始建于宋代，因为主祀关帝，附祀岳王而得名。泉州的东凤山下，有东岳行宫；万岁山下有真武庙；著名的老君岩在清源山下；泉州城内还有天后宫、龙宫庙、净真观等。可见，泉州的道观散布很广，信奉者不在少数。

道教对泉州建筑、绘画、雕刻艺术的影响。神佛造像、庙宇的出现使泉州雕塑、建筑出现新的气象。明代道士董伯华所绘的“风、云、雷、雨”4 幅道教神像，即被称为“四顾眼”的珍品，是古代泉州道教艺术的代表作。

此外，元妙观、东岳行宫的主殿建筑形式，都采用重檐歇山顶建筑，整体美观稳重，内部空间廓大。元妙观、东岳行宫、府城隍庙和法石真武庙的山门，都采用牌坊体建筑，且多为三开间庙门，气派恢宏，十分壮观，是闽南地区的典型古建筑群。

泉州摩尼教。作为明教在世界上的最后消亡地，晋江草庵至今还保留着世界上最完整的明教遗址。这也是海上丝绸之路的重要实证。草庵位于泉州晋江罗山镇苏内村，始建于宋代绍兴年间，初为草筑故名，为全国现存的最完整的摩尼教遗迹。草庵寺建在一高台上，后依巨石作壁。寺内正壁天然石上，雕凿圆形佛图，中有摩尼光佛雕像，雕刻于公元 1339 年。光佛高 1.52 米，宽 0.83 米。其石为白色花岗岩，佛像脸部则呈辉绿色，手部呈粉红色，服饰呈灰白色，天造地设。佛像长发披肩，脸方眉弯，耳大垂肩，颌下两撮长须下垂。身着广袖僧衣，无扣，有襟结下垂作蝶形，双手叠放在盘腿上，掌心向上。雕像背景刻波线状佛光，世称“摩尼光佛”。草庵的摩尼光佛和摩尼教寺庙都是世界惟一仅存的。宋元时期，泉州的摩尼教活动比较公开，也非常活跃。据悉，摩尼教传入我国时又称“明教”。摩尼教于公元 3 世纪中叶在波斯创立。公元 694 年传入中国。明初，由于明太祖嫌其教义上逼国号，于是遣散教众，毁其宫，摩尼教从此一蹶不振，逐渐被其他宗教所融合。因此，泉州草庵摩尼教寺便成了仅存的珍贵史迹。而草庵得以幸存，至今仍是个谜。

泉州伊斯兰教。宋时泉州港同阿拉伯世界的贸易尤为频繁、昌盛。后来由于来经商者留居的穆斯林日益增多，为保持其宗教信仰和生活习惯，在城区于北宋大中祥符二年侨居的穆斯林创建了涂门街的“圣友寺”(即目前中国现存最古老的清净寺)等伊斯兰教场所，在南门一带还有穆斯林商贾聚居的“蕃坊”，侨居的商贾被称“蕃客”，或被称为“南蕃回回”，构成泉州城区的一个独特的居住“坊”区。元代，泉州海外交通贸易空前发展，大批穆斯林商贾、工匠、宗教职业者接踵而来泉州，这是最大规模的穆斯林进入中国。然后再加上此前进入的穆斯林及其后裔，后来便逐渐演变成为中国民族的一部分而被称为“回族”人，该民族以信仰伊斯兰教为特征。元代，在泉州的外商“数以万计”，是泉州伊斯兰教鼎盛时代，城内和城郊建有清真寺七座，除了有“圣友寺”以外，还有“也门教寺”、“穆罕默德寺”等伊斯兰教场所，以作这些穆斯林商贾们礼拜和社交活动，并出现了“回半城”、“蒲半街”的盛况。

泉州基督教。基督教在唐代贞观九年第一次传入中国，中国称之为“景教”或“秦教”，属于聂斯脱里派。唐会昌五年，唐武宗禁佛灭教，景教也不能幸免，北宋时景教在内地已不复存在。元朝时聂派第二次传入中国，同时另一教派方济各派也传入中国，1294年罗马教皇特派孟德哥维奴到北京做方济各派的总主教，孟德哥维奴派了3名意大利人来泉州做方济各派主教。目前，泉州发现的基督教碑刻属于两种不同的教派，大致都是元代的，元代以前的只发现一块。明万历十年，基督教第三次传入中国，意大利耶苏会教士艾儒略，在福建活动25年，足迹遍及南平、建瓯、福州、泉州等地。明末，基督教在泉州建立了13座教堂。清朝雍正五年，基督教第四次传入中国，意大利传教士马尔蒂尼(卫匡国)、西班牙天主教士塞拉莫雅都到泉州进行传教活动。目前，泉州共有基督教堂120多座，天主教堂2座。

2 泉州市宗教文化旅游的市场定位与目标选择

2.1 塑造整体形象，做好市场定位，明确营销方向

泉州市号称“世界宗教博物馆”，其宗教文化的多元性和兼容性很少有城市能与之媲美。为了使泉州市宗教文化旅游市场可持续发展，并使之具备特色和魅力，必须借助政府的导向作用，为泉州市的宗教旅游树立起自己的市场形象，可以以佛教为主相继推出道教、摩尼教、伊斯兰教、基督教等为特色的营销方式，形成众星拱月的宗教文化形象。

2.2 选择客源市场，有针对性地开发泉州的宗教旅游资源

定期在泉州、厦门、漳州等周边地区进行宗教旅游促销活动，并辐射到福州，甚至长三角、珠三角地区进行重点推介。与厦漳泉三角州区域城市进行广泛合作，实行资源整合、景区互动。多举行相关的学术会议，让中外学者对泉州地区丰富的宗教旅游资源有更深层的了解和体验。还可以邀请厦门南普陀佛学院的历届校友来泉考察，开坛讲经，因为他们中很多人现在担任海内外名山大刹的方丈，名声远扬，对客源市场具有强大的吸引力。

随着海峡两岸的交流、沟通，大量的台湾游客涌入内地，使旅游市场中的台湾客源出现了迅速增长的势头。其中，宗教旅游尤其占有相当大的比例。泉州是台湾同胞主要的祖籍地之一，台湾的宗教信仰与大陆可以说是一脉相承的。“神缘”的影响很大。自然，泉州也有一些台湾同胞顶礼膜拜的神明及祖庭。其中，最负盛名的有泉州安海龙山寺。据统计，目前台湾约有400多座龙山寺，数量很多且规模宏大，但最早的龙山寺是建于明代，而泉州的龙山寺却建于隋朝，所供奉的千手千眼观音造于东汉，即佛教初传中国之时，所以泉州的龙山寺作为台湾龙山寺的鼻祖，早就驰誉海峡彼岸，为台湾的信徒们所深深仰慕了。发挥泉州这一宗教资源的吸引力，活跃两岸的宗教文化旅游活动，龙山寺在这方面的意义比起涓洲妈祖庙来说毫不逊色。况且泉州的妈祖庙(即天后宫)名气也不小，是古代中外航海者出海前求神佑护和祈风之地，尽可仿

照湄洲妈祖庙，充分发挥“温陵妈祖”在台湾的影响。最大限度地开拓台湾的客源市场，对于泉州旅游业的发展具有重大的意义。

泉州是全国著名侨乡，有 600 多万祖籍泉州的华侨、华人分布在世界五大洲的 110 多个国家、地区，其中 90%居住在东南亚各国。这些华侨华人的宗教信仰大部分也同闽南有着千丝万缕的联系。应该在充分做好第一、二代华人回乡朝圣工作的基础之上，同时针对第三、四代乡土观念不那么强烈的特点，下大力气宣传促销，吸引他们回来游一游。

3 泉州宗教旅游市场的营销策略

3.1 产品策略

(1)积极扩展产品组合。

宗教旅游的精髓是宗教法事活动与传统宗教文化的完美结合，具有很大的市场发展潜力。目前泉州宗教旅游产品过于倚重宗教朝拜与法事活动参与类，产品组合宽度有限。宗教朝拜与法事活动参与类产品也主要局限在消灾、解厄、祈福、敬神，对宗教传统文化和风俗挖掘不深，产品组合深度不够。可以通过把宗教文化的沉寂用更为丰富的动的形式表现出来，吸引旅游者。比如开展春节庙会，佛法讲解等。

(2)整合宗教旅游线路。

在宗教旅游线路开发上突出宗教色彩，并注意与风景名胜组合设计，可以将泉州这些宗教旅游资源组合成以下旅游专线：开元寺——承天寺——崇福寺——喇嘛教三世佛造像一日游；安溪清水岩一日游；晋江草庵摩尼教遗址——清源山——天后宫一日游；清净寺——灵山圣墓——穆斯林后裔村穆斯林风情一日游等。同时也可针对无宗教信仰的人士开辟“世界宗教博物馆”的系列旅游产品，以“佛教精品”为主线，参观泉州五大教，游览泉州胜茂。

(3)旅游纪念品精品化。

台湾大甲妈祖的魅力无远弗届，台湾商人利用大甲妈祖南下绕境进香期间，推出与妈祖有关的吊饰、衣物及用品，全都大卖，其中吊饰最受欢迎，常卖到缺货。因此，泉州宗教旅游也可以推出与宗教有关的纪念品，如妈祖公仔、纪念衫等，将旅游纪念品精美化、时尚化。可以是参加宗教法事活动只送不卖、也可以是量贩出售等以吸引更多的参观游览者，尤其是年轻的一代。

3.2 渠道策略

现阶段泉州宗教旅游还是应以直接渠道为主，间接渠道为辅。发展到一定规模和效益后可转换为间接渠道，借助旅行社所设计的旅游线路，招来旅游者。

3.3 促销策略

面向城市周末、节假日休闲游客市场的宗教旅游产品由于其客源市场地域集中性很强，可以采取广告促销和人员推销双层推进的促销策略。在城市的主要市场干道悬挂路牌广告以吸引尽可能多的潜在旅游者的关注；针对家庭短途出游计划决策者主要为妻子的特点，选择在女性观众数量多的电视节目、广播节目、

报刊杂志等大众媒体上进行广告宣传；在互联网的本城市主页上链接旅游推介开展网上宣传，在居民社区、大的购物场所、大型活动会场等地进行人员推销等。广告词应独具特色并深入人心，如“想到了就来拜拜”等。

对于依托风景名胜区的宗教旅游产品，则主要采取非人员促销形式。在所依托景区的出入口以及旅游集散地使用醒目的广告牌吸引游客的注意，引发游览兴趣；针对互联网受众群对广告厌烦的心理特点，在综合网站上开展泉州宗教文化的知识传授。

参考文献

- [1]林静.武汉市宗教旅游营销策略[J].中国商界, 2008, (3).
- [2]熊元斌, 邹容.乡村旅游市场开发与营销策略浅析[J].商业经济与管理, 2001, (10).
- [3]颜亚玉.宗教旅游论析[J].厦门大学学报(哲学社会科学版), 2000, (3).
- [4]杨文琪.发挥优势, 把泉州建设成独具特色的宗教旅游区 [J].北京第二外国语学院学报, 1998, (3).