

跑马山旅游形象策划

乐山师范学院旅游学院 邓健 格桑拉姆

摘要:《康定情歌》使风景秀丽的跑马山闻名世界,丰厚的情歌文化底蕴吸引着众多来自国内外的游客,但正是这样一处有着秀美风光和丰厚文化底蕴的旅游胜地,却遭到部分游客“不到跑马山终身遗憾,到了跑马山遗憾终身”的评价。本文针对跑马山独特的旅游资源以及在旅游资源开发中存在的问题,进行了有效的形象策划,并指出了规划方向和基本思路。

关键词:跑马山 旅游形象

中图分类号:F592

文献标识码:A

文章编号:1005-5800(2010)09(b)-177-03

因一首《康定情歌》闻名世界的跑马山风景区拥有丰厚的情歌文化背景资源,知名度极高,景区内高山森林动植物自然资源丰富,具备极高的旅游开发与利用价值。但由于开发程度低、旅游尚未产业化,使得这样一座旅游资源宝库并未对康定及甘孜州的经济做出应有的贡献,相反却让许多慕名而来的国内外宾客乘兴而来,失望而归,对该地区的旅游发展起着负面效应。如何恰当的开发和利用好跑马山这一宝贵的文化与自然资源,对其进行有效的旅游形象策划已经成为当务之急。

1 跑马山景区概况

跑马山位于四川甘孜藏族自治州康定县城南,属横断山脉群东面的大雪山山系,海拔2700米,其山势挺拔、风景秀丽,分为山脚、山腰和山顶三部分,是国家级风景名胜地,而《康定情歌》中“张大哥李大姐动人的爱情故事更让这座山成为人们心中的情歌文化圣地。跑马山曾被朱基总理誉为‘海外仙山,蓬莱胜地’”,是生态旅

作者简介:邓健(1966-),女,四川乐山人,乐山师范学院旅游学院副院长,教授,公共关系硕士,主要从事组织形象塑造研究。

(1)实体景观载体。建筑、塑像、石刻、典籍等蕴含着禅宗的文化含量。通过现代化技术,如模拟、仿真技术来展示这些实体景观,同时完善相应的文字解说系统,使游客真正理解、欣赏和感悟禅宗文化深度。

(2)活动载体。充分利用举行的法事活动这一载体,并与其他文化资源整合起来,吸引游客参与,使游客沉浸于浓郁、庄重的禅宗氛围之中,感受到强烈的禅宗文化震撼力与感染力。

(3)自然景观载体。赣西的洞山禅寺、普利寺等都座落于风景秀丽的深山之中,秀丽的自然风光与悠久的禅宗文化历史相得益彰,蕴含着丰富的禅宗文化内涵。通过自然景观,整合自然生态旅游资源和禅宗文化资源。

2.3 旅游产品的创新

(1)挖掘深层文化内涵。禅宗文化的载体即禅宗人文景观,包括建筑、雕像、传奇故事等包含着丰富的文化资源,有必要把展示和挖掘赣西禅宗文化精华作为开发的一项重要内容,要联系禅宗历史研究建筑、石刻、雕像、绘画,从总体格局来看禅宗在赣西及全国的演变,挖掘出体现赣西特色的文化内涵,提升赣西旅游业的文化水准。

(2)打造休闲游产品。随着城市生活的节奏加快,人们喜欢选择外出旅游来寻求释放。仅仅单纯的走马观花式旅游,由于使人觉得更疲惫,已经不太适合游客的需要。赣西地区应该利用景区幽雅、庄严的禅宗氛围,打造禅宗文化休闲及度假产品符合市场的需求。因为这类产品可以通过引导游客修禅,参与体验参禅生活,在旅游

和文化体验相结合的旅游景区,具有较高的文化与自然旅游价值。

然而跑马山景区开发程度较低,旅游业尚未产业化,游客在游览跑马山后心目中留下的印象不容乐观。本文对2008年8月200位刚游览过跑马山的游客进行了问卷调查,结果显示对游览感到满意和一般的仅分别占10%和20%,而感到遗憾和大失所望的竟分别占到了25%和45%之多,可明显观察到绝大部分游客在游览后对跑马山之行的总体感觉是大失所望,这对于景区形象的塑造以及景区的长远发展都是极为不利的。因此,需要针对跑马山景区存在的问题对景区进行系统的形象策划,以克服其存在问题,塑造良好的旅游形象,充分发挥其资源优势。

2 跑马山景区旅游形象策划

旅游形象策划是受企业形象策划的影响带动,在国内旅游业的迅猛发展和激烈的市场竞争等综合作用的作用下,在对旅游地的传统意义的认识基础上形成的一种全新的形象识别和营销系统。实施旅游形象策划,塑造良好的和特色鲜明的旅游区形象,有利于提升旅游地的知名度和美誉度,增强对旅游者的吸引力,拓展客源市场。

中抚慰游客的心灵,舒缓日常生活与工作压力。

(3)加强国际交流。东南亚国家与我国有着深厚的禅宗渊源。作为禅宗祖庭圣地,应该充分发挥禅宗临济宗、曹洞宗、杨岐派宗地优势,积极组织与各国交流合作,开展中韩书画艺术交流、禅宗茶文化交流等活动,扩大赣西禅宗文化的影响力,从而推动禅宗文化旅游的发展。

(4)改变经营方式,提倡参与式、体验式旅游产品。目前,旅游者的兴趣不再是单纯的游览观光,正从静态参观向动态参与、体验的方向发展。许多禅宗文化遗产是宝贵的艺术文化遗产,饱含和散发着强烈的艺术感染力。举办“禅文化旅游节”,设计“千年舍利近瞻礼、最壮观的传灯法会”等活动,使游客可以一起礼佛,一同参禅悟道,与万名游客一同祈福。游客通过欣赏、观摩、研究等形式直接参与到禅宗绘画、音乐、雕塑之中,激发游客动态参与,主动审美。

参考文献

- [1] 韩溥.江西佛教史[M].北京:光明日报出版社,1995.
- [2] 胡绍仁.洞山禅林[M].南昌:江西人民出版社,1993.
- [3] 甘枝茂.旅游资源与开发[M].天津:南开大学出版社,2004.

2.1 跑马山景区旅游形象定位

旅游形象定位是通过旅游地旅游资源的整合、提炼与加工,塑造其个性化的、对旅游者具有强烈吸引力的形象。跑马山是一座笼罩在浓厚爱情色彩下、风景优美的名山,同时又位于藏汉文化的交融地,藏汉结合的独特民俗文化更是引人入胜:

(1)深厚的情歌文化:康定情歌”中抒发了青年男女热烈相爱,追求自由幸福生活的情感,主人翁的爱情故事感人至深,一朵溜溜白云下的倾心相许是对爱情真谛的完美诠释,这正是当今这个自由恋爱时代人们所崇尚和向往的,吸引着人们到这座山上进行爱情的朝圣。

(2)独特的民俗文化旅游资源特色 跑马山所在的康定地区自古以来就是藏汉融合的茶马古道重镇,质朴、奔放、与藏传佛紧密结合的藏族文化与温文儒雅、传承儒家思想的汉族文化相结合,孕育出了独特的康定民俗文化。

因此,综合考虑跑马山旅游资源特色、文化背景优势,本文认为可以将跑马山旅游总体形象定位为——“情歌圣山”。其旅游形象口号为——“朝圣爱情之旅”。

跑马山旅游形象策划应根据此定位,以发展情歌文化旅游为主,深入挖掘情歌民俗文化资源,把康巴地区藏汉结合的独特婚俗融入其中,将跑马山打造成为国内外著名的情歌文化旅游胜地。

2.2 跑马山景区形象系统策划

跑马山景区形象系统塑造是一项系统工程,按照旅游CIS原理,跑马山旅游形象策划应该包括:精神感受、风情感受、视觉感受、消费感受等四个方面。

2.2.1 跑马山景区精神感受系统

这是指跑马山景区的精神理念所产生的系统形象效应,它是跑马山景区的精神支柱。跑马山作为一座情歌文化名山是目前国内最著名的情歌文化圣山之一,所以,跑马山的精神感受系统应该是让游客在游览过程中沉浸在唯美浪漫的浪漫爱情氛围以及当地独特的藏汉文化氛围中,让他们亲身参与其中,书写属于他们自己的爱情故事,给他们留下美好而深刻的记忆。这主要分别从游客刚进入景区、在景区内游览、离开景区时三个阶段来实现。

(1)景区入口

可事先准备好成对编号的张大哥和李大姐的人偶情侣和单身小挂件,每对挂件上刻有相同的唯一藏文数字编号,当游客刚到达景区时,向夫妻或情侣游客中的男(女)赠送相应的张大哥(李大姐)挂件,以证明他们的情侣身份;对于单身男(女)的游客则可向他们发放与性别相对应的张大哥(李大姐)单身挂件,而与之编号相对应的李大姐(张大哥)单身挂件则随机赠送给下一位进入景区的单身女(男)游客。

(2)景区内道路旁

可在马道旁山崖上雕刻巨幅张大哥和李大姐的浮雕像,并将此壁命名为“定情壁”,赋予其在张大哥和李大姐的唯美爱情故事中两人定情处的特殊意义,情侣游客可以在此根据规格自行选择花几十、上百元将双方的名字与爱情誓言刻在刻有吉祥藏语的嘛呢石上,在定情壁边堆成独具特色的定情嘛呢堆,让情山见证他们的誓言。

各条道路旁可设置具有藏族风情的草坪音箱,循环播放“康定情歌”等藏区传统情歌音乐,营造具有藏族文化特色的浪漫氛围。

(3)景区内各景点

在下半山,游客可在咏雪亭下喝杯清茶听老康定人说唱芝

人在此讲述张大哥李大姐的爱情故事、在攀登过程中与对歌的男女相遇并加入他们的队伍中、在藏饰品作坊中亲手参与制作情侣纪念品。

在山腰的核心景区跑马坪,游客可在此观赏张大哥与李大姐的塑像及周围石壁上以浮雕形式再现的张大哥与李大姐爱情故事中的经典场景;在“海螺石”前投币许下美好的爱情愿望;在情歌风情展示厅中通过文字、图片、影像、实物了解情歌文化和康巴婚俗。

每年的农历七月初七,康定还会举办盛大的情歌文化节,届时来自全州十八个县的山歌高手将进行热烈有趣的唱情歌、山歌比赛,游客可以在此参加情歌对唱活动,融入节日的气氛中。

还可以通过网络邀请各地新人到景区举办民俗婚礼,双方共同策划,费用由双方共同承担,提前在景区网站上发布近期举办婚礼的日期与安排,游客可以慕名而来、被邀请参观或作为宾客参与其中,体验真正的民俗婚礼,而不是观看刻意的走秀表演。

在山顶五色海景区,单身游客可以参加集体情侣配对夏令营,住帐篷、吃藏餐、唱藏歌、跳藏舞,通过各类需男女搭档完成的趣味夏令营活动结识异性朋友、寻找终身伴侣,而情侣或夫妻游客则可在参加情侣或蜜月夏令营,通过参加各类体验活动增进彼此的感情。

在景区内,单身游客可以随时留心寻找持有与自己的张大哥(李大姐)人偶单身挂件编号相配对的李大姐(张大哥)单身挂件的有缘人,说不定真能在跑马山与自己未知另一半相遇,成就属于自己的情歌故事。

(4)景区出口

游览结束后,在景区内有幸找到另一半张大哥(李大姐)单身挂件的单身游客可在出口处凭成对挂件领一份取景区为他们特地准备的具有藏族特色的纪念品,以纪念他们在此美丽的邂逅。

无论单身还是情侣,游客还可在此购买藏式许愿卡,写上自己关于爱情的美好愿望挂在出口处的许愿树上。

2.2.2 跑马山景区风情感受系统

风情即风土人情。一个景区的风土人情往往就是这个地区特定形象的风韵所在,其个性色彩最为浓烈。它包括景区内的风俗习惯、文化传统、名胜特产、俚语方言等,是激发游客对景区形象意识最敏感的部分。风情形象一般是指旅游目的地中惟一并且能够成为该地形象代表的风情节目或者活动。

跑马山位于康巴藏族地区,勤劳勇敢的藏族人民世代在这里生活耕耘,藏汉人民共同携手开发,千百年来积淀了深厚的文化底蕴,形成了独特的康巴藏族风情:

(1)婚俗 藏族婚俗丰富多彩,而深受藏汉两种文化洗礼的康定婚俗更是别具一格,婚礼前需举行订婚礼,届时双方父母要向新人互赠订婚礼物并为新人祈福;婚礼日期必须情德高望重的活佛“打卦”占卜后方能决定,婚礼当天新人家中的火炉或电炉一定不能熄灭,以象征今后的生活红红火火,新人在婚礼过程中需身着藏汉两种礼服,先后顺序自定,穿戴时需佩戴上名贵的玛瑙、藏刀等藏饰,婚宴上新人需互唱情歌,双方亲友中能歌善舞者也要分别演唱祝福吉祥的山歌,仪式结束后,在场宾客向新人献上洁白的哈达,表示美好祝愿;婚宴结束后,亲友们要在新人家中狂欢三天三夜,畅饮青稞酒、跳起欢快的锅庄舞为新人祝福。

(2)服饰文化 康巴藏族服饰以其自然环境条件和人对美的追求而衍变发展成的、具有独特风格的服饰。康区藏装分农区与牧区两种,藏族的长袖袍款式大方、实用,日遮夜御寒,有男女之分,也

有冬夏之别。康区藏族讲究戴帽子、包头帕,脚下过去主要穿靴,靴必有筒。藏族人佩戴的围腰,藏语称帮典,是由棉、毛、丝织成的、有多彩条纹的纺织品,它是藏族的一种特殊标志。康巴传统藏族服装予人以雍容华贵之美,各种装饰品绚丽昂贵——由金、银、铜、珊瑚、玛瑙、翡翠、松耳石等精工细制而成,故一套衣装饰品价值可高达10万元。

(3)节庆:藏族节日多与藏传佛教有关,传统节日有藏历新年、燃灯节、四月八“转山会”等,其中以跑马山的“转山会”规模最大,最具吸引力。“四月八”转山会藏语名为“奔觉达娃”,译意为“十五倍之月”,相传在此月内做善事一件、颂佛一声可得十五倍之功德。清代,明正土司于农历五月十三日在“登托”山坪祭把山神,并举行赛马会,远近农牧民中骑术使住者,都前来参赛,场面十分壮观。渐渐的,赛马会便与佛诞相融合,形成了今天的“四月八”转山会。人们在这天到跑马山踏青、转山、烧香、搭起帐篷“耍坝子”,届时山顶会有藏戏、唱山歌、跳锅庄、晒佛、赛马等活动,游客可亲身参与其中,感受藏族风情。

2.2.3 跑马山景区视觉感受系统

视觉感受系统是景区最直观的部分,一切视觉景观都可以成为形象的直接体现。跑马山作为情歌圣山,其视觉感受系统大致可从以下几方面着手实施:

(1)景区大门:在进山处建设独具藏族特色的景区大门,使游客一到景区便感受到强烈的视觉冲击,感受到浓浓的雪域特色,留下良好的第一印象,并对接下来的旅行充满期待。

(2)景区建筑:景区内建筑应统一以康区藏族文化特色为主,例如“木雅锅庄”的“庄房”、“康定锅庄”的“大院坝”等,样式敦实、方正、厚重、庄朴,色彩鲜明,满含民族精神的主旋律,游客置身其中,可以更真切地体会到康区质朴的民族风情。可以建设有藏族特色的饭店,以“XX锅庄”的康区特色命名,除了提供一般性饭店应有的一切服务项目外,饭店内陈设、用品及员工服装都应以藏式风格设计。

(3)旅游地名称:跑马山旅游形象的对外名称应以强调其情歌文化内涵,以“朝圣爱情之旅”为基本口号,树立起跑马山情歌圣山的独特地位与形象,有利于对外促销。

(4)旅游标志:跑马山旅游资源的标志应以张大哥李大姐为主体,以山林和唐卡画中的云彩图形为背景进行设计,可以突出其情歌文化与自然风光相结合的特点。

(5)旅游吉祥物:旅游吉祥物旨在加深游客对旅游区的认识,起到强化旅游形象的作用。旅游吉祥物多以可爱的动物小精灵为主,也有卡通娃娃的形象或历史人物形象。作为情歌故事的主角,选取张大哥和李大姐形象的藏式卡通娃娃来做跑马山的吉祥物十分合适。

(6)旅游形象代言人:可邀请电视剧“康定情歌”中男女主角的扮演者,著名演员陶红和胡军担任景区形象代言人,他们在剧中扮演的张大哥和李大姐为爱情大胆追求的形象感染了许多人,与景区形象相符合。

(7)旅游地户外广告:户外广告有助于提升景区形象,跑马山处在318国道上,交通方便,关于跑马山旅游形象的户外广告牌应考虑立在道路的入境位置。醒目的广告位、高原风光的背景、张大哥李大姐深情相依的形象、充满魅力的旅游景区名称、简洁诱人的广告用语,能起到非常有效的视觉冲击,产生良好的广告效果。同时,也可以考虑在成都、重庆等旅游客源地设立灯箱、公交站牌等户外广告。

2.2.4 跑马山景区消费感受系统

消费感受系统实质是景区所提供的旅游服务感受,往往是最涉及游客利益的,通常是直接反映最强烈,印象最深刻。分析跑马山景区资源优势,要把它打造成为最具情歌文化特色和民族特色的消费:

(1)饮食文化:藏族人以糌粑、土豆等为主食,肉食以猪肉、牛肉为主兼羊肉,喜欢将牛肉风干使用。藏族喜饮茶,不可一餐无茶,以金尖茶、砖茶为主,将砖茶熬出的青茶与酥油、鲜牛奶、干核桃仁等混合后,在特殊的藏式茶桶内用力搅拌而成的酥油茶更是藏族人每日生活中不可或缺饮品。

值得一提的是,跑马山景区位于藏汉结合地区,其饮食文化融合了藏汉两种民族特色,形成独特的风格,藏族的酥油茶和汉族的米饭、藏族的锅盔和汉族的凉粉等特色搭配吃法,一定会为游客带来不一样的特殊感受。康定还有一种以啤酒、雪碧和酥油等混合煮成的称为“琼擦”的酒精饮品,暖胃驱寒,也是其饮食文化的一大特色。

(2)交通条件:游客出行首要解决的问题是人的衣食住行,对景区而言,景区的交通、环境设施就显得尤其重要。跑马山景区内现已有步行、缆车和骑马三种主要上山方式,在完善步行道和缆车两种方式的基础上,应重点发展骑马上山业务,组建规范的马队,为游客提供专业的赶马服务。

(3)旅游服务:旅游服务形象是旅游目的地的一面旗帜,应加强景区综合管理,加强对景区旅游从业人员的培训,努力培养他们的创新意识和服务自觉性,深化他们的敬业爱岗精神,同时提高他们的文化修养、业务素质 and 外语水平,景区及各旅行社、宾馆、饭店的服务应强调突出藏族文化和情歌文化特色,回归自然、返朴归真。

(4)旅游地纪念品:跑马山的土特产品主要有松果、野生菌、野生蕨菜等,这些都是可以晒干后长期保存并便于携带的食品,方便远道而来的游客购买和携带。同时,藏区特有的银碗、藏刀等生活用品、情歌信物和唐卡等艺术品也都是绝佳的纪念品选择。

总之,跑马山旅游形象策划应根据自身旅游资源特色并考虑当代旅游发展主要趋势,以发展情歌文化旅游为主,深入挖掘情歌民俗文化资源,把康巴地区藏汉结合的独特婚俗融入其中,将跑马山打造成为国内外著名的情歌文化旅游胜地。

参考文献

- [1] 蒋三庚.旅游策划[M].北京:首都经济贸易大学出版社,2002.
- [2] 尹隽.旅游目的地形象策划[M].北京:人民邮电出版社,2006.
- [3] 石美玉.旅游购物研究[M].北京:中国旅游出版社,2006.
- [4] 陈兴中,汪明林,干鸣锋.现代旅游景观学[M].成都:四川科学技术出版社,2002.