

福建省高校服务海西建设重点项目



# 媽祖

## 文化 旅游 研究

媽祖文化旅游研究课题组 著



人民  
大學  
出版社



# 妈祖 文化旅游研究

妈祖文化旅游研究课题组 著

组稿编辑:詹素娟  
责任编辑:李椒元  
装帧设计:肖 辉  
责任校对:史 伟

### 图书在版编目(CIP)数据

妈祖文化旅游研究/妈祖文化旅游研究课题组著.

—北京:人民出版社,2011.6

ISBN 978-7-01-009926-2

I. ①妈… II. ①妈… III. ①神-文化-旅游-研究-中国 IV. ①B933  
②F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 098345 号

### 妈祖文化旅游研究

MAZU WENHUA LUYOU YANJIU

妈祖文化旅游研究课题组 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京世纪雨田印刷有限公司印刷 新华书店经销

2011 年 6 月第 1 版 2011 年 6 月北京第 1 次印刷

开本:700 毫米×1000 毫米 1/16 印张:25.25

字数:430 千字

ISBN 978-7-01-009926-2 定价:48.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

## 妈祖文化旅游研究课题组

- 组 长：**余建辉 莆田学院校长、教授、福建农林大学博导
- 副组长：**蒋长春 莆田学院管理学院副院长、旅游系主任、副教授
- 成 员：**彭文字 莆田学院校长助理、教授
- 黄金火 莆田学院科研处处长、教授
- 刘福铸 莆田学院科研处副处长、教授
- 黄秀琳 莆田学院管理学院副教授
- 陈 超 莆田学院管理发展研究中心副主任、副教授
- 俞国锋 莆田学院办公室副主任、副研究员
- 陈淑媛 莆田学院管理学院副教授
- 蔡加珍 莆田学院管理学院旅游系副主任、副教授
- 林喜庆 莆田学院管理学院副教授
- 谢秀华 莆田学院管理学院讲师
- 李荔娜 莆田学院管理学院讲师
- 郑琳琳 莆田学院管理学院讲师
- 陈国成 莆田学院土木建筑系讲师
- 黄俊桑 莆田学院办公室硕士
- 徐丽娟 莆田学院管理学院旅游管理专业 2006 级本科生

# 目 录

<b>第一章 妈祖文化旅游导言</b> .....	1
第一节 妈祖文化旅游相关概念的界定 .....	1
第二节 妈祖文化旅游发展的回顾 .....	6
第三节 妈祖文化旅游研究对象和内容 .....	9
第四节 妈祖文化旅游研究方法 .....	19
<b>第二章 妈祖文化与旅游</b> .....	26
第一节 妈祖生平与传说 .....	26
第二节 妈祖信仰及其传播 .....	29
第三节 妈祖文化的形成与发展 .....	34
第四节 妈祖文化的内涵与外延 .....	41
<b>第三章 妈祖宫庙的分布、建筑特征及旅游价值</b> .....	43
第一节 妈祖宫庙的分布 .....	43
第二节 妈祖宫庙建筑的类别与特征 .....	56
第三节 妈祖宫庙建筑的旅游价值 .....	76
<b>第四章 妈祖文化旅游资源的分类与评价</b> .....	105
第一节 妈祖文化旅游资源的特点 .....	105
第二节 妈祖文化旅游资源的类型 .....	116
第三节 妈祖文化旅游资源的评价 .....	128

<b>第五章 妈祖文物旅游价值及其开发</b> .....	136
第一节 妈祖文物的类型与内容 .....	136
第二节 妈祖文物的旅游价值 .....	149
第三节 妈祖文物旅游开发设想 .....	152
<b>第六章 妈祖民俗文化旅游资源的开发与利用</b> .....	160
第一节 妈祖民俗文化主要内容 .....	160
第二节 妈祖民俗文化旅游资源的特性 .....	167
第三节 妈祖民俗文化旅游资源的开发 .....	169
第四节 妈祖民俗文化表述的真实性与旅游影响 .....	174
<b>第七章 妈祖文化旅游产品开发的模式选择</b> .....	185
第一节 妈祖文化旅游产品开发模式策略 .....	186
第二节 妈祖文化旅游产品开发模式面临的主要问题 .....	191
第三节 妈祖文化旅游产品的开发创新 .....	192
<b>第八章 妈祖文化旅游商品的系统开发</b> .....	203
第一节 妈祖文化旅游商品的含义 .....	203
第二节 妈祖文化旅游商品谱系 .....	206
第三节 妈祖文化旅游商品开发与设计的思路和举措 .....	213
<b>第九章 妈祖文化旅游市场研究</b> .....	220
第一节 妈祖文化旅游市场的时空分布与演变 .....	220
第二节 妈祖文化旅游市场消费行为特征 .....	228
第三节 妈祖文化旅游市场定位与目标市场 .....	239
第四节 提升莆田市妈祖文化旅游品牌 .....	248
<b>第十章 妈祖文化旅游地形象设计与塑造</b> .....	254
第一节 妈祖文化旅游地形象设计的基础条件 .....	254

第二节	妈祖文化旅游地形象设计 .....	271
第三节	妈祖文化旅游地形象塑造 .....	285
<b>第十一章</b>	<b>妈祖文化旅游产业研究 .....</b>	<b>291</b>
第一节	妈祖文化旅游产业发展现状 .....	291
第二节	妈祖文化旅游产业空间布局 .....	296
第三节	妈祖文化旅游产业区域竞争力 .....	303
第四节	妈祖文化旅游产业集聚培育 .....	311
<b>第十二章</b>	<b>妈祖祭典文化空间的保护与传承 .....</b>	<b>322</b>
第一节	妈祖祭典仪式的演进及其旅游价值 .....	322
第二节	妈祖祭典文化旅游产品开发研究 .....	327
第三节	妈祖祭典与黄帝陵祭典、祭孔大典的比较 .....	335
第四节	湄洲妈祖祭典文化空间的保护与传承的思考 .....	338
<b>第十三章</b>	<b>妈祖文化旅游保障体系 .....</b>	<b>343</b>
第一节	保障体系的作用和特征 .....	343
第二节	规划体系的特征、制定的步骤与内容 .....	348
第三节	政策体系保障 .....	352
第四节	资源与环境保障体系 .....	355
第五节	安全保障体系 .....	359
<b>第十四章</b>	<b>妈祖文化旅游发展趋势 .....</b>	<b>363</b>
第一节	闽台妈祖文化旅游交往 30 年回顾 .....	363
第二节	30 年闽台妈祖文化旅游交往的基本特征 .....	370
第三节	影响未来妈祖文化旅游的主要因素 .....	376
第四节	莆田妈祖文化旅游发展展望 .....	377
<b>参考文献</b>	.....	<b>382</b>
<b>附录:全国国家级、省级妈祖重点文物保护单位目录</b>	.....	<b>394</b>

# 第一章 妈祖文化旅游导言

妈祖信仰起源于北宋。妈祖林默从南宋开始走出福建，成为闽、粤、浙等沿海地区以保护航海为主要神职的一位著名海洋女神。元朝时，随着漕运的兴起和文人、商人等的进一步传播，妈祖的地位进一步提高。明、清以来，妈祖信仰逐渐走出国门，现已传播至世界二十多个国家和地区，特别是2009年“妈祖信俗”被联合国教科文组织列入人类非物质文化遗产代表作名录后，妈祖信仰也越来越具有深刻的全球意义。如今，妈祖文化研究逐渐形成了一股热潮，妈祖文化旅游作为文化旅游的重要组成部分，也已然映射出它的耀眼光芒。通过对妈祖信仰和妈祖文化旅游相关文献的回顾和梳理，旨在结合妈祖文化旅游实际，总结归纳其发展进程与研究内容，并展望妈祖文化旅游的发展趋势，这对提升妈祖文化旅游研究水平和促进妈祖文化旅游发展都具有十分重要的历史与现实意义。

## 第一节 妈祖文化旅游相关概念的界定

### 一、文化旅游

文化旅游作为一个专业名词的出现，最早是在1977年，由美国学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特在其著作《旅游学：要素·实践·基本原理》一书中提出的。该书指出，“文化实际上概括了旅游的各个方面，人们可以借助它来了解彼此之间的生活和思想”。当前，“文化旅游”一词已经被广泛地应用，但是由于文化本身就是一个非常广泛的概念，旅游本身也可以说是一种文化现象，所以目前学术界对“文化旅游”概念仍未达成一致的看法，仁者见仁，智者见智。归纳起来，大致



有以下诸说：

第一种，文化旅游产品说。“中国旅游资源普查分类”上将文化旅游界定为一种旅游产品。蒙吉军、崔凤军、王容国等也支持文化旅游产品说，认为文化旅游是指旅游产品的提供者为消费者提供的以学习、研究考察所游览国（地区）文化的一方面或诸方面为主要目的的旅游产品。如历史文化旅游、文学旅游、民俗文化旅游等。

第二种，文化旅游活动说。马勇、李江敏、李志飞等支持文化旅游活动说，认为文化旅游以旅游文化为消费产品，是旅游者用自己的审美情趣，通过艺术的审美和历史的回顾，得到精神上与文化上全方位享受的一种旅游活动，包括历史文化旅游、建筑文化旅游、宗教文化旅游和饮食文化旅游等。

第三种，文化旅游概念说。许多人赞同文化旅游不是产品而是一个抽象的概念。郭丽华认为：所谓文化旅游，关键在于文化，旅游只是形式。文化旅游之“文化”，应解释为对旅游之效用及旅游之目的所作的定性。故文化旅游定义为：“通过旅游实现感知、了解、体察人类文化具体内容之目的行为过程。”由此衍生出：站在旅游经营者的角度而言，文化旅游是一种产品设计的战略思路或产品创意；站在旅游者的角度看，文化旅游是由于对文化认知的期望所采纳的旅游方法。文化旅游不是一个独立的旅游产品，而是一种观念意识反映，是旅游经营者设计旅游产品时的一种创意思维，是旅游者从事旅游活动的一种方法。

第四种，文化旅游体验说。世界旅游组织将文化旅游定义为“体验说”，即通过某些具体的载体或表达方式，提供机会让游客鉴赏、体验和感受旅游的地方文化的深厚内涵，从而丰富其旅游体验的活动。文化旅游既是一种旅游产品，也是一种体验，旅游者在消费文化旅游产品的同时，也得到了—种经历和体验。

此外，在《文化旅游与文化遗产管理》—书中，还有（加）Bob Mckercher 和（澳）Hilary du Cros 将文化旅游的定义归为四类型的说法：衍生于旅游性的、动机性的、经验性的以及操作性的。但是文化旅游由文化和旅游这两大要素构成，这两大要素本身就具有很深的内涵和广阔的外延，就更加的赋予了文化旅游概念的开放性和模糊性。

笔者认为文化旅游应该将上述四种说法结合起来阐述,即将文化旅游定义为:旅游者被异地不同的文化旅游资源所吸引,通过观光、参与、学习、考察等方式,体验并感悟所到达旅游目的地的不同的文化内涵,追求精神上的高层次、高品位享受的旅游产品,以旅游经营者创造的观赏对象和休闲娱乐方式为消费内容,使旅游者获得富有文化内涵和深度参与旅游体验的旅游活动的集合。

## 二、旅游文化

美国学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特在《旅游学:要素·实践·基本原理》一书中,指出旅游文化是“在吸引和接待游客与来访者的过程中,游客、旅游设施、东道国政府和接待团体的相互影响所产生的现象和关系的总和”。受这种学说的影响,沈祖祥认为,旅游文化是以旅游活动为核心而形成的文化现象和文化关系的总和;周谦认为,旅游文化是旅游与文化的一种深层次的结合;喻学才认为,旅游文化是旅游者这一旅游主体借助旅游媒介等外部条件,通过对旅游客体的能动的活动,碰撞产生的各种旅游文化现象的总和。这些观点在旅游文化的概念界定上,一定程度地把握了旅游文化的外延,但是在旅游文化的内涵把握上还存在一定的不足。<sup>①</sup>为此,又有许多专家学者在前人的基础上对旅游文化概念的界定进行了进一步的补充和完善。刘爱萍(2009)把旅游文化界定为:旅游文化是指一定区域或特定民族的旅游活动方式和特色,它包括旅游活动本身及其结果。具体来说,就是旅游行为文化、旅游物质文化、旅游规范文化和旅游精神文化。这一界定很好地将大文化概念和小文化概念的旅游文化融合到了一起,丰富了旅游文化的内容。冯年华、谢春山、关维等从“整合”的角度,认为旅游文化是因旅游活动而产生、为旅游业所整合的文化。这一概念不仅明确了旅游文化的外延,即因旅游而产生的文化和为旅游业所整合的文化,那些不被旅游业所利用的一般文化不可以统称为旅游文化,从而弥补了“总和说”的不足;而且揭示了旅游文化的特点,即旅游文化是一种动态的文化,是随着旅游活动和旅游业

---

<sup>①</sup> 关维:《旅游文化新解》,《重庆科技学院学报》(社会科学版)2009年第1期。

发展而变化的文化。<sup>①</sup>为此，笔者认同的旅游文化的定义为：旅游文化是指由旅游活动所引起、为旅游业所整合的文化。

### 三、文化旅游与旅游文化的异同

#### (一) 二者的联系

##### 1. 在概念上

“旅游文化”和“文化旅游”二者都包含了文化和旅游两方面，两者的交集主要体现在文化旅游资源的研究和趋向于文化景观旅游活动的研究。

##### 2. 在研究上

“旅游文化”的研究对“文化旅游”的实践活动和理论研究上起到了一定的指导和借鉴作用；同时，“文化旅游”的实践发展和理论研究在丰富“旅游文化”内涵上也发挥了相当大的作用。

#### (二) 二者的区别

##### 1. 学科属性不同

按照我国目前的学科划分体系，“旅游文化”主体属于旅游社会学、心理学、伦理学的研究范畴（我国并没有一个笼统的“文化学”学科），部分属于管理学范畴；而“文化旅游”主体属于旅游管理学和旅游开发规划学共同的研究范畴。从西方学术界对于学科的划分体系看，“旅游文化”主要属于基础学科，而“文化旅游”属于应用学科。<sup>②</sup>

##### 2. 研究重点不同

“旅游文化”研究重点是旅游活动的基础理论，如旅游者的需求、旅游消费行为及其社会影响；旅游活动的属性、特征、影响；旅游接待文化以及旅游伦理、旅游价值观、旅游意识等方面的内容。“文化旅游”研究的重点则是旅游活动的对象物，主要有文化依托型旅游产品的开发和经营管理问题，文化旅游活动的特点、管理体制、文化旅游市场的需求特征问

---

① 关维：《旅游文化新解》，《重庆科技学院学报》（社会科学版）2009年第1期。

② 徐菊风：《旅游文化与文化旅游：理论与实践的若干问题》，《旅游学刊》2005年第4期。

题等。<sup>①</sup>

### 3. 侧重点不同

旅游文化以“旅游”为限定词，以“文化”为核心词，侧重点在“文化”；而文化旅游则以“文化”为限定词，以“旅游”为核心词，侧重点在“旅游”，是旅游产品和旅游活动中的一个重要类别。

## 四、妈祖文化

“妈祖文化”这个概念，是1987年在莆田举行妈祖千年祭学术研讨会上最早提出的。“妈祖文化”提法当时虽然存在一定争议，但很快就得到了学者、信众和政府的认同。对“妈祖文化”的定义主要可表述为：妈祖文化是基于对妈祖的崇拜信仰而形成的相关海商社会的具有海洋文化特色的民俗文化，也可以说妈祖文化是劳动人民千年来尊崇、信仰妈祖的过程中遗留和传承下来的物质及精神财富的总称。它以妈祖宫庙为物质载体，以祭祀、传说、文学、民歌、舞蹈等为传播途径，寄托了人们对带给人类社会博爱、安宁、祥和生活的神祇内心的感激和无限崇拜。妈祖文化圈以福建沿海为中心，覆盖海峡两岸直至整个中国沿海，并扩散至中国内地和世界其他海洋国家。陈宜安（2003）认为，妈祖信仰是一种活态文化，具有长期性和群众性；在社会变迁中，妈祖文化具有多重功能。总之，自1987年提出“妈祖文化”概念后，妈祖文化研究就迅速形成了一股热潮。

## 五、妈祖文化旅游

对于“妈祖文化旅游”的定义，学术界争论并不是很大，基本上赞同妈祖文化旅游是以妈祖文化为基础组织实施的文化旅游活动。它的基本形式有观光旅游、祭祀旅游、妈祖文化考察旅游、妈祖文化展馆游等，具有深厚专一的历史文化基础、广泛良好的群众参与性和协和隽秀的社会审美价值。目前，妈祖文化旅游在南中国海区域不断升温。各地盛行的妈祖文化节，实际上是传统妈祖文化与现代旅游发展相结合的产物。妈祖文化

---

<sup>①</sup> 徐菊风：《旅游文化与文化旅游：理论与实践的若干问题》，《旅游学刊》2005年第4期。

为妈祖文化旅游的发展提供了重要的理论和实践基础，妈祖文化旅游是妈祖文化的传播扩大到一定规模的产物，同时，妈祖文化旅游的发展又能够更好地推进妈祖文化的传播和传承。

## 第二节 妈祖文化旅游发展的回顾

### 一、宋元明清时期：妈祖信仰发展传播为旅游发展奠定基础

由于对海外贸易的重视，再加上航海技术和造船技术的进步，宋朝的海事活动日益频繁。但在古代，要远航万里，仍然会遇到风涛险阻和工具落后的制约。许多人在海上遇到风险，如果竭尽人的力量也不能化解的话，就只能求助于上天。因此，无论在东方或西方，古代的航海人为祈求航行顺利，逐渐形成了对海神的崇拜。妈祖信仰正是在这种社会背景下产生和发展起来的。

元代政权出于保护航运的经济需要，第一次将妈祖封为“天妃”，自此在全国范围内掀起妈祖信仰传播的第二次高潮。明代为避免倭患，朝廷推行严格的海禁政策，福建沿海一带的人民被迫内迁，导致村墟荒芜，香火衰落，妈祖信仰从元朝时的高峰跌入低谷。直到明末清初清廷对台用兵、郑成功收复台湾、海上闽商集团增多、各地闽商兴建会馆及天后宫等，清代妈祖信仰达到巅峰。随着福建海商的壮大，妈祖信仰更加迅速地传播至沿海各地，而后再扩大到世界各国。<sup>①</sup>

可见，在航海技术和科技不发达的古代，妈祖成为人们祈求在茫茫大海中平安行船的保护神。妈祖信仰的产生，开始只是作为一种民间信仰，而后历朝历代则顺应了民间对妈祖的信仰，为了统治的需要不断地对妈祖进行赐封，将之纳入封建统治体系之中。后来，由于商业和航海事业的不断发展，妈祖信仰逐渐被商人、文人义士、海外移民接受并传播。也可以说，民众对妈祖的信仰开始仅仅是地方性的，后来随着航海事业和海外移民等而传播海内外，这些都为妈祖文化旅游的发展奠定了人缘、地缘、文

---

<sup>①</sup> 刘福铸：《论清代福建的妈祖信仰特色》，《浙江国际海运职业技术学院学报》2006年第3期。

缘的基础。

## 二、近代至新中国成立前：妈祖信仰在动荡中曲折前进

这段时期，世界经历了两次大战，中国不但要应付外国侵略，还要努力为实现祖国和平统一而奋斗。在这段社会处于动荡状态的历史中，妈祖信仰的发展和传播也受到了很大的影响。1900年，八国联军进犯天津时，中国三大妈祖祖庙之一的天津大直沽天妃宫（今天津天后宫）被俄军烧毁。1929年，民国政府推行“新生活运动”，禁止一切神庙燃点香火；当时全国的天后宫庙因改名为“林孝女祠”而逃过一劫，使得妈祖信仰在民间得以延续。台湾日据时代，尽管日本殖民统治者对宗教信仰控制严格，但妈祖信仰早已深入民间；日本投降后，1946年台南天后宫进香团到达湄洲岛谒祖，当时的进香令旗至今仍在，见证了海峡两岸割不断的妈祖情和同胞情。

## 三、新中国成立后至改革开放前：妈祖信仰在动荡中重现新生机并推动旅游的发展

新中国成立后，“文化大革命”、“破四旧”时期，许多妈祖庙被毁废。直到十一届三中全会，政府恢复了宗教信仰自由政策，妈祖信仰才重新开始升温。1978年，湄洲岛上十多位信众在林聪治的带领下，自筹资金，在原妈祖祖庙遗址上重建寝殿，拉开了祖国内地妈祖信仰的新序幕。人们通过各种途径追寻历代遗留下来妈祖宫庙的足迹，发掘先人遗留的妈祖石刻碑文、壁画，曾秘密掩藏的妈祖木雕像、文献资料等也纷纷出现。妈祖祭典的礼仪不断地被挖掘整理，并付诸实践。如后来被首批列入国家级非物质文化遗产名录的“湄洲妈祖祭典”、第二批被列入福建省非物质文化遗产名录的贤良港天后祖祠“妈祖回娘家”的习俗等。这些珍贵的遗产得到政府和民间的认同和推崇，丰富了妈祖信仰文化的内涵，巩固了妈祖文化旅游发展的文化基础。

## 四、改革开放至今：妈祖文化旅游快速发展

19世纪80年代：海外华人、华侨寻根旅游发轫。妈祖信仰逐渐

摒弃了迷信色彩，并被注入了新的内涵。妈祖信仰最初起源于福建莆田，之后才逐渐向外传播和发展。妈祖真有其人，生前重亲情，羽化升天后，信徒们对妈祖仍寄予了许多人间的感情，所以海外侨胞和台湾同胞无不把对妈祖的拜祭，看做是寻根的活动。每年，数以万计的海外侨胞和台胞回到大陆祭拜妈祖、寻根问祖、访亲寻友、观光旅游，拉开了妈祖文化旅游的序幕。但早期的妈祖文化旅游多为自发性散客旅游，没有特别的旅游接待设施和景区建设，妈祖文化旅游产品开发也不是很到位。

19世纪90年代：妈祖文化研究热潮推动妈祖文化旅游的发展。改革开放后，内地妈祖文化的研究开始起步，并且迅速发展，走上了与国际、新时代主题相接轨的学术研讨大路。研究者们纷纷将目光投向了这位从古至今拥有“和平”形象的海神妈祖，并且掀起一阵阵“妈祖文化”热潮。1990年4月“纪念妈祖诞辰1030周年妈祖文化国际学术讨论会”在莆田市召开，来自美国、日本、韩国和中国内地以及台湾、香港地区的专家学者共120多人出席会议，这次会议上“妈祖文化”概念得到了广泛的认同。从1994年开始，举办妈祖文化旅游节。妈祖文化旅游节已成为福建旅游业的一大品牌，妈祖文化旅游也成为传播妈祖文化的重要形式。

21世纪初：妈祖文化旅游开发热兴起。当文化旅游作为一个新兴的旅游形式得到人们的认同和肯定，逐渐成为一种旅游的时尚术语时，妈祖文化旅游资源的价值也逐渐被人们所认识，而要将妈祖文化旅游资源优势转化为经济优势，最好的切入点和链接点就是进行旅游开发。妈祖信仰从申报到2009年9月30日被成功列入人类非物质文化遗产代表名录，政府功不可没。同时，地方政府通过各种方式鼓励妈祖文化旅游开发，理论界也给予极大的关注和帮助，使得妈祖文化旅游开发快速升温；尤其是莆田市湄洲岛，作为妈祖文化的发祥地，因本身具有优美的自然风光、丰富的物产、优越的区域位置、踊跃的外商投资等条件，使其更具妈祖文化旅游的开发优势。2000年以来，福建、广州、浙江、天津、台湾等省市纷纷开发妈祖文化相关的旅游产品，把妈祖文化作为当地的旅游品牌进行推广，妈祖文化旅游项目不断涌现，通过举办祭祀朝拜、妈祖文化旅游节、

妈祖回娘家等活动来吸引各地游客。<sup>①</sup>

此阶段，妈祖文化旅游也出现了研究热潮：景秀艳（1999）就如何从妈祖文化遗产中开发出现代旅游价值，对妈祖文化旅游资源的开发利用进行了探讨；蔡加珍（2005）在产品生命周期的视野下对湄洲岛妈祖文化旅游资源开发进行了研究。王瑜（2006）从妈祖文化、妈祖文化旅游资源等主要概念入手，探讨妈祖文化旅游资源的形成与发展，提出以区域旅游发展理论为指导，加强妈祖文化旅游产品整合，塑造妈祖文化旅游产品的品牌。江金波（2007）对妈祖、妈祖文化、妈祖文化旅游进行了定义的界定，提出了发展妈祖文化旅游的世界意义，中国妈祖文化旅游发展存在的问题以及发展的新思路；指出妈祖文化是莆田最重要、最具价值的传统文化资源。陈淑媛（2007）论述莆田妈祖文化必须朝创意文化产业方向发展，才有广阔的前景，最后提出莆田妈祖创意文化产业发展的策略。黄秀琳（2008）从科学发展观的角度审视了妈祖文化的发展，提出了发展妈祖文化旅游，不仅要达到景观开发与保护的和谐，还要做好各利益群体的和谐。同时，设计旅游产品时要注意人文关怀，体现生命意义。妈祖文化旅游要获得空间上的持续发展，要走区域联动发展的道路。蒋长春、余建辉（2011）通过对妈祖信仰和妈祖文化研究相关文献的回顾和梳理，旨在结合妈祖文化旅游实际，总结归纳其发展特征与存在问题；同时针对妈祖文化旅游的未来发展提出对策和建议。福建师大童家洲、华侨大学李天锡等教授，对日本、新加坡、马来西亚、泰国、印度尼西亚、菲律宾等国华人华侨的妈祖信仰进行了研究，分析了妈祖信仰在这些国家传播的过程，是对国外妈祖文化旅游研究的重要体现。

### 第三节 妈祖文化旅游研究对象和内容

#### 一、妈祖生平与传说

妈祖，姓林名默，相传是北宋建隆元年（960）农历三月二十三出

---

<sup>①</sup> 蒋长春、余建辉等：《妈祖文化旅游的回顾、现状及展望》，《东南学术》2011年第3期。



生，雍熙四年（987）九月初九逝世。林默在世时，为人治病，热心助人，拯救海难，指导航海。民间流传着对她充满崇敬的传说故事，诸如：默娘出世、窥井得符、莱屿长青、祷雨济民、挂席泛槎、化草救商、解除水患、救父寻兄、湄屿升天、驱除怪风、收服晏公、神助漕运、涌泉给师等。出于对林默的崇敬，闽台民间亲切地称为妈祖、娘妈或姑妈。历代朝廷也对她进行过36次褒封，神格不断提高，由北宋“夫人”、“妃”至元朝升为“天妃”，清代进为“天后”，乃至“天后圣母”、“天上圣母”。封号亦由2字累增至64字之多。

## 二、妈祖文化旅游研究框架

### （一）妈祖文化旅游主体研究

#### 1. 妈祖文化旅游客源市场研究

对妈祖文化旅游客源市场的研究，主要是研究妈祖文化旅游市场的时空分布与演变、妈祖文化旅游市场消费行为特征、妈祖文化旅游市场定位与品牌策划以及今后妈祖文化旅游定位的目标市场与推广。

#### 2. 妈祖文化旅游者类型及需求研究

俗话说，顾客就是上帝。妈祖文化旅游发展的主要推动支持者还是游客，因此对妈祖文化旅游者的类型进行研究，分析其需求，尤其是现在旅游者出现的越来越多的个性化需求，投其所好才能使妈祖文化旅游的发展拥有更加广阔的客源市场。当然，前提是不能为了满足顾客的需要而将妈祖文化变质了。

### （二）妈祖文化旅游客体研究

#### 1. 妈祖文化旅游的形成与演进

妈祖文化旅游的形成，严格地说应该追溯到宋朝，从妈祖信仰到妈祖文化再到发展为妈祖文化旅游，宋、元、明、清开始至改革开放主要是妈祖信仰的形成与发展时期。改革开放后，1987年10月28日，莆田市隆重举行妈祖羽化千年祭暨学术研讨会，来自北京、上海、广州、深圳、香港及省内80多位专家学者出席会议。会上，上海师范大学林文金教授在《应该重视妈祖文化研究》一文中明确提出“妈祖文化”这一概念，认为妈祖传说及所形成的民间信仰有着丰富的文化内涵，将妈祖信仰提上了文