

TOURISM PLANNING & DESIGN

NO.16

旅游规划与设计

16

北京大学旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

民族文化旅游

Ethnic Cultural Tourism

旅游发展对梯田景观变迁的影响因素分析：以龙脊梯田景区为例

休闲度假时代的民族文化旅游创新开发刍议

民族地理建筑景观的乐山与悦水



TOURISM PLANNING & DESIGN

NO.16

旅游规划与设计 16

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

北京大学旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版

民族文化旅游

Ethnic Cultural Tourism



图书在版编目(CIP)数据

旅游规划与设计——民族文化旅游 / 北京大学旅游研究与规划中心主编.

北京: 中国建筑工业出版社, 2015. 6

ISBN 978-7-112-18202-2

I. ①旅… II. ①北… III. ①民族地区—旅游规划—中国—文集

IV. ①F592.7-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第131183号

主编单位:

北京大学旅游研究与规划中心 大地风景国际咨询集团

出版单位:

中国建筑工业出版社

编委(按姓名拼音排序):

保继刚(中山大学)

高峻(上海师范大学)

马耀峰(陕西师范大学)

魏小安(中央民族大学)

杨振之(四川大学)

周建明(中国城市规划设计院)

陈田(中国科学院)

刘锋(巅峰智业旅游文化创意股份有限公司)

石培华(北京交通大学)

谢彦君(东北财经大学)

张捷(南京大学)

邹统钎(北京第二外国语学院)

陈可石(北京大学深圳研究生院)

刘滨谊(同济大学)

王向荣(北京林业大学)

杨锐(清华大学)

张广瑞(中国社会科学院)

名誉主编: 刘德谦

主编: 吴必虎

本期特约主编: 徐永志

副主编: 李咪咪 戴林琳 汪芳 杨小兰 王珏

编辑部主任: 袁功勇

编辑: 陈静 沈蕾 崔锐 林丽琴 欧阳文婷

装帧设计: 读道创意 孙甜甜 张正媛

责任编辑: 王晓迪 焦扬

责任校对: 姜小莲

运营总监: 盛永利

封面图片说明: 四川省兴文石海苗族文化节

封面图片提供: 兴文石海旅游公司

旅游规划与设计——民族文化旅游

北京大学旅游研究与规划中心 主编

*

中国建筑工业出版社 出版、发行(北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京画中华印刷有限公司印刷

*

开本: 880×1230毫米 1/16 印张: 8 字数: 230千字

2015年6月第一版 2015年6月第一次印刷

定价: 48.00元

ISBN 978-7-112-18202-2

(27391)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

卷首语

近年来,我国少数民族地区抓住国家西部大开发等重大发展机遇,纷纷明确把旅游业作为先导产业或支柱产业来培育和扶持发展,围绕民族文化和旅游寻找结合点和融合行业,走出了一条以文化力驱动经济力,既促进民族文化资源保护与开发,又带动当地经济社会发展的新路径,使民族旅游呈现出日益兴旺的发展景象。与此同时,民族文化旅游作为民族学与旅游学交叉形成的一个新兴研究领域,已经延伸到人类学、社会学、民俗学、历史学、地理学、景观学、建筑学等学科专业,受到越来越多的关注。但应当看到,随着我国发展进入新阶段,少数民族地区的旅游仍然存在生态环境、文化保护、产品开发、市场资源配置、村民参与等诸多方面的问题;并直面在增强发展动力、创新能力、自我平衡能力和深入进行跨区域跨国合作等挑战与机遇的前提下,如何适应新常态,选择适宜的发展措施等新问题。这些均有待在理论和实践层面进一步完善和探讨。

可能是在民族文化旅游上的研究引起了大家的注意吧,《旅游规划与设计》在拟议2015年推出“民族文化旅游规划与发展”专辑的时候,特邀约我来担任这一期的特约主编。我除了因与吴必虎主编、刘德谦主编、编辑部小袁、小陈一起工作而感到高兴外,更深深体会到了这次工作的价值与意义。

本期编辑的几组文章,就是沿着上述方向进行的有益的探索,重点有三:

一是民族文化旅游与规划设计的科学研究。如《基于符号吸引理论的成吉思汗陵景区规划再审视》借助符号吸引理论梳理和阐释了内蒙古成吉思汗陵旅游区的规划和卓越的发展历程,说明理论对指导民族文化旅游资源的规划设计和建设具有重要的意义。《自我的反思与建构——黑衣壮女性在旅游开发中的能动性体现》则根据黑衣壮女性在旅游开发过程中的行为及其对自身行为的反思,发现参与民族旅游开发的少数民族女性比男性同胞更适应新的机遇和冲击,有可能改善其在传统文化语境中的地位,从而揭示社会性别、民族文

化开发间存在的复杂关联。

二是民族文化旅游的创新发展。以《休闲度假时代的民族文化旅游创新开发刍议》为例,该文针对旅游市场的新需求,提出重点从品牌塑造、产品形态、营销方式等五个方面,创新民族文化旅游开发模式,推动民族文化旅游全面升级,进一步带动民族地区城镇化建设、乡村营建、文化生态保护和民生改善。

三是民族地理建筑。这一专栏汇聚的《民族地理建筑景观的乐山与悦水》、《民族迁徙影响下的建筑及聚落文化更新——以阿坝村寨和客家土楼为例》和《少数民族地区农业文化景观中对水的利用——以吐鲁番坎儿井和哈尼梯田为例》3篇论文,着眼于营建可持续发展的民族建筑景观和聚落,就少数民族地区地理环境与建筑涉及的主要问题,进行了新颖而扎实的解读与分析,无疑将为民族文化旅游向纵深处推进提供借鉴与启示。

由此可见,善触热点、勇爆冷门,是本期文章的突出特点。如果能通过论述这些内容使上述问题更加凸显,引发更多的读者思考,并且有自己的判断和选择,我们预期的目的就达成了。

本期组稿之时,正值年末岁年初。可以想见,作者诸君都是蛮拼的,起码春节没有踏实地度过。一句“徐老师,今天发出了文章”(引自北大汪芳老师正月初四发给笔者的微信留言),令我无任感动,感觉比一声声“新年好”还要温馨、美好!谨此向每一篇文章的作者致以由衷的感谢和敬意!满载着祝福和对民族旅游的美好憧憬,我们共同走进2015的春天!

本期特约主编:

徐永志

中央民族大学历史文化学院教授,博士生导师
2015年3月9日于魏公村

目 录



民族文化旅游研究

- 6 基于符号吸引理论的成吉思汗陵景区规划再审视 丛 丽 徐永志
- 12 自我的反思与建构——黑衣壮女性在旅游开发中的能动性体现 海力波
- 22 旅游发展对梯田景观变迁的影响因素分析：以龙脊梯田景区为例 孙九霞 罗光科
- 32 不同视角的文化解读对民族旅游的认知
——以红河哈尼水稻梯田为例 Tom, McDonald 张瑛 Jin, Hooi Chan
- 40 民族旅游背景下族群认同的强化——以四川苗族“花山节”为例 刘 月

民族文化旅游规划创新

- 50 休闲度假时代的民族文化旅游创新开发刍议 徐永志 李 霞 朱丹丹
- 58 民族文化旅游规划的总体设想：以西双版纳为例 黄先开 石美玉 季少军
孙梦阳 李春颖 代改珍
- 66 突出西域民族文化，再现古代西域王国
——新疆克拉玛依市乌尔禾西域风情园概念性总体规划 董 音 王作鹏 王思思

民族村落与旅游

- 72 以宜居为导向的传统村落保护与民族文化旅游发展 赵海翔 张亚萍
- 80 谁是民族村落景区化发展的主体 段银河 马良灿
- 92 西南少数民族古镇的旅游开发模式 段阳萍

民族地理建筑

- 102 民族地理建筑景观的乐山与悦水 汪 芳 董 颖 刘 扬
- 110 民族迁徙影响下的建筑及聚落文化更新——以阿坝村寨和客家土楼为例 张玥一 汪 芳
- 118 少数民族地区农业文化景观中对水的利用
——以吐鲁番坎儿井和哈尼梯田为例 汪 芳 徐 璐

CONTENTS

TOURISM PLANNING & DESIGN NO.16
旅游规划与设计 16

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理
北京大学旅游研究与规划中心 主编 中国建筑工业出版社 出版

Ethnic Cultural Tourism Study

- 6 Revisit of the Mausoleum of Genghis Khan Tourism Development Plans: A Semiotic Attraction Theory Perspective *by Cong Li, Xu Yongzhi*
- 12 Reflection and Construction of the Self: The Agency of Heiyizhuang Female in Tourism Development *by Hai Libo*
- 22 Tourism Development Induced Landscape Evolution: The Case of Longji Terraces *by Sun Jiuxia, Luo Guangke*
- 32 A Cultural Interpretation of Ethnic Tourism: Case Study of Honghe Hani Rice Terrace *by Tom, McDonald, Zhang Ying, Jin, Hooi Chan*
- 40 The Enhancement of Ethnic Identity in Ethnic Tourism: The Case of Miao Nationality in Sichuan *by Liu Yue*

Innovation of Ethnic Cultural Tourism Planning

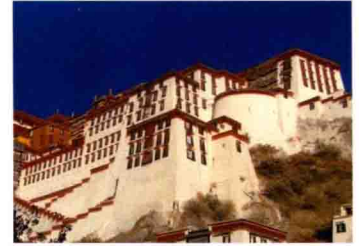
- 50 Innovation of Ethnic Cultural Tourism in the Age of Leisure *by Xu Yongzhi, Li Xia, Zhu Dandan*
- 58 Development of Ethnic Cultural Tourism: The Case of Xishuangbanna Dai Autonomous Prefecture *by Huang Xiankai, Shi Meiyu, Ji Shaojun, Sun Mengyang, Li Chunying, Dai Gaizhen*
- 66 The Reproduction of Ethnic Culture in Tourism Planning: The Case of Urho Serindia Culture Park *by Dong Yin, Wang Zuopeng, Wang Sisi*

Ethnic Village and Tourism

- 72 A Livability-Oriented Protection and Development of Ethnic Cultural Tourism in Traditional Villages *by Zhao Haixiang, Zhang Yaping*
- 80 Who is the Main Stakeholder in the Disneyfication of Ethnic Village? *by Duan Yinhe, Ma Liangcan*
- 92 Tourism Development Patterns of Ancient Ethnic Villages in Southwestern China *by Duan Yangping*

Ethnic Geo-Architecture

- 102 Delighting in Mountains and Rejoicing in Waters in the Landscape of Ethnic Geo-architecture *by Wang Fang, Dong Ying, Liu Yang*
- 110 Cultural Regeneration of Buildings and Settlements Effected by Ethnic Migration: Case Studies of Aba Village and Hakka Earthen Buildings *by Zhang Yueyi, Wang Fang*
- 118 Water Application in Agricultural Cultural Landscape of Minority Areas: Case Studies of Turpan Karez System and Hani Terrace *by Wang Fang, Xu Lu*



Ethnic Cultural Tourism

北京大学旅游研究与规划中心 主编
中国建筑工业出版社 出版

TOURISM PLANNING & DESIGN

NO.16

旅游规划与设计 16

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

北京大学旅游研究与规划中心 主编

中国建筑工业出版社 出版

民族文化旅游

Ethnic Cultural Tourism



图书在版编目 (CIP) 数据

旅游规划与设计——民族文化旅游 / 北京大学旅游研究与规划中心主编.

北京: 中国建筑工业出版社, 2015. 6

ISBN 978-7-112-18202-2

I. ①旅… II. ①北… III. ①民族地区—旅游规划—中国—文集

IV. ①F592.7-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第131183号

主编单位:

北京大学旅游研究与规划中心 大地风景国际咨询集团

出版单位:

中国建筑工业出版社

编委 (按姓名拼音排序):

保继刚 (中山大学)

高峻 (上海师范大学)

马耀峰 (陕西师范大学)

魏小安 (中央民族大学)

杨振之 (四川大学)

周建明 (中国城市规划设计院)

陈田 (中国科学院)

刘锋 (巅峰智业旅游文化创意股份有限公司)

石培华 (北京交通大学)

谢彦君 (东北财经大学)

张捷 (南京大学)

邹统钎 (北京第二外国语学院)

陈可石 (北京大学深圳研究生院)

刘滨谊 (同济大学)

王向荣 (北京林业大学)

杨锐 (清华大学)

张广瑞 (中国社会科学院)

名誉主编: 刘德谦

主编: 吴必虎

本期特约主编: 徐永志

副主编: 李咪咪 戴林琳 汪芳 杨小兰 王珏

编辑部主任: 袁功勇

编辑: 陈静 沈蕾 崔锐 林丽琴 欧阳文婷

装帧设计: 读道创意 孙甜甜 张正媛

责任编辑: 王晓迪 焦扬

责任校对: 姜小莲

运营总监: 盛永利

封面图片说明: 四川省兴文石海苗族文化节

封面图片提供: 兴文石海旅游公司

旅游规划与设计——民族文化旅游

北京大学旅游研究与规划中心 主编

*

中国建筑工业出版社 出版、发行 (北京西郊百万庄)

各地新华书店、建筑书店经销

北京画中画印刷有限公司印刷

*

开本: 880×1230毫米 1/16 印张: 8 字数: 230千字

2015年6月第一版 2015年6月第一次印刷

定价: 48.00元

ISBN 978-7-112-18202-2

(27391)

版权所有 翻印必究

如有印装质量问题, 可寄本社退换

(邮政编码 100037)

卷首语

近年来,我国少数民族地区抓住国家西部大开发等重大发展机遇,纷纷明确把旅游业作为先导产业或支柱产业来培育和扶持发展,围绕民族文化和旅游寻找结合点和融合行业,走出了一条以文化力驱动经济力,既促进民族文化资源保护与开发,又带动当地经济社会发展的新路径,使民族旅游呈现出日益兴旺的发展景象。与此同时,民族文化旅游作为民族学与旅游学交叉形成的一个新兴研究领域,已经延伸到人类学、社会学、民俗学、历史学、地理学、景观学、建筑学等学科专业,受到越来越多的关注。但应当看到,随着我国发展进入新阶段,少数民族地区的旅游仍然存在生态环境、文化保护、产品开发、市场资源配置、村民参与等诸多方面的问题;并直面在增强发展动力、创新能力、自我平衡能力和深入进行跨区域跨国合作等挑战与机遇的前提下,如何适应新常态,选择适宜的发展措施等新问题。这些均有待在理论和实践层面进一步完善和探讨。

可能是在民族文化旅游上的研究引起了大家的注意吧,《旅游规划与设计》在拟议2015年推出“民族文化旅游规划与发展”专辑的时候,特邀约我来担任这一期的特约主编。我除了因与吴必虎主编、刘德谦主编、编辑部小袁、小陈一起工作而感到高兴外,更深深体会到了这次工作的价值与意义。

本期编辑的几组文章,就是沿着上述方向进行的有益的探索,重点有三:

一是民族文化旅游与规划设计的科学研究。如《基于符号吸引理论的成吉思汗陵景区规划再审视》借助符号吸引理论梳理和阐释了内蒙古成吉思汗陵旅游区的规划和卓越的发展历程,说明理论对指导民族文化旅游资源的规划设计和建设具有重要的意义。《自我的反思与建构——黑衣壮女性在旅游开发中的能动性体现》则根据黑衣壮女性在旅游开发过程中的行为及其对自身行为的反思,发现参与民族旅游开发的少数民族女性比男性同胞更适应新的机遇和冲击,有可能改善其在传统文化语境中的地位,从而揭示社会性别、民族文

化开发间存在的复杂关联。

二是民族文化旅游的创新发展。以《休闲度假时代的民族文化旅游创新开发刍议》为例,该文针对旅游市场的新需求,提出重点从品牌塑造、产品形态、营销方式等五个方面,创新民族文化旅游开发模式,推动民族文化旅游全面升级,进一步带动民族地区城镇化建设、乡村营建、文化生态保护和民生改善。

三是民族地理建筑。这一专栏汇聚的《民族地理建筑景观的乐山与悦水》、《民族迁徙影响下的建筑及聚落文化更新——以阿坝村寨和客家土楼为例》和《少数民族地区农业文化景观中对水的利用——以吐鲁番坎儿井和哈尼梯田为例》3篇论文,着眼于营建可持续发展的民族建筑景观和聚落,就少数民族地区地理环境与建筑涉及的主要问题,进行了新颖而扎实的解读与分析,无疑将为民族文化旅游向纵深处推进提供借鉴与启示。

由此可见,善触热点、勇爆冷门,是本期文章的突出特点。如果能通过论述这些内容使上述问题更加凸显,引发更多的读者思考,并且有自己的判断和选择,我们预期的目的就达成了。

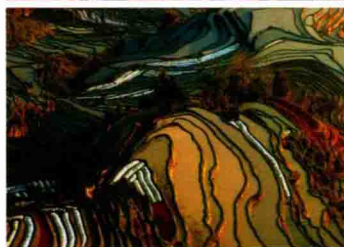
本期组稿之时,正值午未岁末年初。可以想见,作者诸君都是蛮拼的,起码春节没有踏实地度过。一句“徐老师,今天发出了文章”(引自北大汪芳老师正月初四发给笔者的微信留言),令我无任感动,感觉比一声声“新年好”还要温馨、美好!谨此向每一篇文章的作者致以由衷的感谢和敬意!满载着祝福和对民族旅游的美好憧憬,我们共同走进2015的春天!

本期特约主编:

徐永志

中央民族大学历史文化学院教授,博士生导师
2015年3月9日于魏公村

目 录



民族文化旅游研究

- 6 基于符号吸引理论的成吉思汗陵景区规划再审视 丛 丽 徐永志
- 12 自我的反思与建构——黑衣壮女性在旅游开发中的能动性体现 海力波
- 22 旅游发展对梯田景观变迁的影响因素分析：以龙脊梯田景区为例 孙九霞 罗光科
- 32 不同视角的文化解读对民族旅游的认知
——以红河哈尼水稻梯田为例 Tom, McDonald 张瑛 Jin, Hooi Chan
- 40 民族旅游背景下族群认同的强化——以四川苗族“花山节”为例 刘 月

民族文化旅游规划创新

- 50 休闲度假时代的民族文化旅游创新开发刍议 徐永志 李 霞 朱丹丹
- 58 民族文化旅游规划的总体设想：以西双版纳为例 黄先开 石美玉 季少军
孙梦阳 李春颖 代改珍
- 66 突出西域民族文化，再现古代西域王国
——新疆克拉玛依市乌尔禾西域风情园概念性总体规划 董 音 王作鹏 王思思

民族村落与旅游

- 72 以宜居为导向的传统村落保护与民族文化旅游发展 赵海翔 张亚萍
- 80 谁是民族村落景区化发展的主体 段银河 马良灿
- 92 西南少数民族古村镇的旅游开发模式 段阳萍

民族地理建筑

- 102 民族地理建筑景观的乐山与悦水 汪 芳 董 颖 刘 扬
- 110 民族迁徙影响下的建筑及聚落文化更新——以阿坝村寨和客家土楼为例 张玥一 汪 芳
- 118 少数民族地区农业文化景观中对水的利用
——以吐鲁番坎儿井和哈尼梯田为例 汪 芳 徐 璐

CONTENTS

TOURISM PLANNING & DESIGN NO.16
旅游规划与设计 16

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理
北京大学旅游研究与规划中心 主编 中国建筑工业出版社 出版

Ethnic Cultural Tourism Study

- 6 Revisit of the Mausoleum of Genghis Khan Tourism Development Plans: A Semiotic Attraction Theory Perspective *by Cong Li, Xu Yongzhi*
- 12 Reflection and Construction of the Self :The Agency of Heiyizhuang Female in Tourism Development *by Hai Libo*
- 22 Tourism Development Induced Landscape Evolution: The Case of Longji Terraces *by Sun Jitxia, Luo Guangke*
- 32 A Cultural Interpretation of Ethnic Tourism: Case Study of Honghe Hani Rice Terrace *by Tom, McDonald, Zhang Ying, Jin, Hooi Chan*
- 40 The Enhancement of Ethnic Identity in Ethnic Tourism: The Case of Miao Nationality in Sichuan *by Liu Yue*

Innovation of Ethnic Cultural Tourism Planning

- 50 Innovation of Ethnic Cultural Tourism in the Age of Leisure *by Xu Yongzhi, Li Xia, Zhu Dandan*
- 58 Development of Ethnic Cultural Tourism: The Case of Xishuangbanna Dai Autonomous Prefecture *by Huang Xiankai, Shi Meiyu, Ji Shaojun, Sun Mengyang, Li Chunying, Dai Gaizhen*
- 66 The Reproduction of Ethnic Culture in Tourism Planning: The Case of Urho Serindia Culture Park *by Dong Yin, Wang Zuopeng, Wang Sisi*

Ethnic Village and Tourism

- 72 A Livability-Oriented Protection and Development of Ethnic Cultural Tourism in Traditional Villages *by Zhao Haixiang, Zhang Yaping*
- 80 Who is the Main Stakeholder in the Disneyfication of Ethnic Village? *by Duan Yinhe, Ma Liangcan*
- 92 Tourism Development Patterns of Ancient Ethnic Villages in Southwestern China *by Duan Yangping*

Ethnic Geo-Architecture

- 102 Delighting in Mountains and Rejoicing in Waters in the Landscape of Ethnic Geo-architecture *by Wang Fang, Dong Ying, Liu Yang*
- 110 Cultural Regeneration of Buildings and Settlements Effected by Ethnic Migration: Case Studies of Aba Village and Hakka Earthen Buildings *by Zhang Yueyi, Wang Fang*
- 118 Water Application in Agricultural Cultural Landscape of Minority Areas: Case Studies of Turpan Karez System and Hani Terrace *by Wang Fang, Xu Lu*



Ethnic Cultural Tourism

北京大学旅游研究与规划中心 主编
中国建筑工业出版社 出版

基于符号吸引理论的成吉思汗陵景区规划再审视

Revisit of the Mausoleum of Genghis Khan Tourism Development Plans: A Semiotic Attraction Theory Perspective

文 / 丛丽 徐永志

【摘要】

符号吸引理论把旅游资源的形成过程分为5个阶段：命名阶段、取景和提升阶段、神圣化阶段、机械复制阶段和社会复制阶段。本研究以该理论为基础，分析了成吉思汗陵景区规划和发展的历程，同时基于规划视角总结规划经验。通过实证分析得出，符号吸引理论对指导旅游资源的规划和建设具有重要意义。

【关键词】

符号吸引理论；成吉思汗陵；民族文化；景区

【作者简介】

丛丽 北京林业大学园林学院旅游管理教研室教师，博士

徐永志 中央民族大学历史文化学院教授，博士生导师



图1 内蒙伊金霍洛旗成吉思汗陵旅游区

吴必虎 / 摄

1 引言

在中国旅游业发展的过程中,民族地区以其丰富的旅游资源,凸显出越来越大的优势。民族旅游作为一种特殊的旅游形式,既能弘扬优秀的民族文化,也给民族地区带来巨大的经济利益和社会效益^①。随着国家西部大开发特别是西部旅游大开发战略的实施,以少数民族文化为主要吸引物的民族旅游开发也将进入一个新阶段。民族文化旅游的迅速发展,也引起了学者的关注和业界讨论^②。吴必虎等(2000)将民族文化旅游定义为:“以某一地区的民族文化为基础,通过某种方式或从某种角度对民族文化形式及内涵加以产品化体现,构成为旅游者提供旅游经历的一种吸引物。”成吉思汗文化是内蒙古草原文化的典型

代表,是内蒙古乃至中国的重要文化旅游资源之一^③。

1976年,马康纳(Dean MacCannell)基于符号学提出了符号吸引的旅游理论(Semiotic attraction theory)。该理论把旅游资源的形成分为5个阶段:命名阶段(naming)、取景和提升阶段(framing and evaluation)、神圣化阶段(enshrinement)、机械复制阶段(mechanical reproduction)、社会复制阶段(social reproduction)^④。短短十多年的时间,成吉思汗陵旅游区从无到有,到成为国家5A级景区,其华丽成长的现象和成功经验引发学界和业界的高度关注和探讨。本文借助该理论来解释成吉思汗陵旅游区的规划和发展历程,并探讨在民族旅游资源丰富的地区,如何依托民族地区的独特文化和民族文化,进

行旅游产品开发、旅游目的地品牌打造和实现区域经济可持续发展。

2 成吉思汗陵旅游区规划历程

成吉思汗陵旅游区坐落在内蒙古鄂尔多斯市东南部伊金霍洛旗的甘德尔草原上,距东胜区70km,距包头市185km。成吉思汗陵旅游区占地面积10km²,景区以成吉思汗陵为核心,是世界上唯一以成吉思汗文化和内蒙古文化为主题的旅游景区。成吉思汗陵旅游区自筹备建立之时和后期发展中特别注重规划的前瞻性和可操作性。2001年,以大地风景旅游景观规划院、北京大学旅游研究与规划中心为首,北京交通大学、中央民族大学等共十几个科研院所的20多位专家、教授,以及鄂尔多斯学研究会的专家、

成吉思汗的后人、鄂尔多斯当地有影响力的民族干部和达尔扈特人组成规划组，制定了《成吉思汗陵旅游区的总体规划》、《成吉思汗陵旅游区的详细规划》，形成了以成吉思汗文化为主线，以蒙古族历史和民族风情为基础，以文化旅游六大要素为条件，极富创新意识和可操作性的“三区、两道、八景”的总体格局，做到了尊重历史，尊重民族文化，确保了这一项目的高品位和文化底蕴。2005年，大地风景旅游景观规划院等在旅游发展的新形势下再次受邀承担成吉思汗陵旅游区提升策划与调整规划；2008年大地风景旅游景观规划院再次受邀编制了成吉思汗陵文化产业园区控制性详细规划。2010年成吉思汗陵景区又进行了第三期的提升改造总体规划。整体规划方案采取了“一轴、四区、三网”的结构，优化了原有景区与

表1 成吉思汗陵旅游区规划的历程和主要成果

时间	规划名称	主要成果
2001年	成吉思汗陵旅游区的总体规划和成吉思汗陵旅游区的详细规划	以陵宫为核心，呈同心圈层向外辐射，形成“三区、两道、八景”的空间布局
2006年	成吉思汗陵旅游区提升策划与调整规划	通过整合旅游区内外部的生态、遗产、民俗、文化等多种资源，加强参与性、体验性、愉悦性旅游项目和活动的设计规划，改善旅游区的景观设施，构建合理的产品体系
2008年	成吉思汗陵文化产业园区控制性详细规划	入口区景观设计方案
2010年	成吉思汗陵旅游区提升改造总体规划	整体规划方案采取了“一轴、四区、三网”的结构，优化了原有景区与酒店的整体空间布局，使所有的规划项目在相互组合的基础上形成了完整的统一体系

酒店的整体空间布局，使所有规划项目在相互组合的基础上形成了完整的统一体系。整体规划重视各项参与性和体验性，增加了现代服务功能，对配套设施做了符合历史文化内涵的设计与完善，使旅游区的欣赏体验功能和综合服务功能得到了近乎完美的提升。本研究汇

集了成吉思汗陵旅游区的主要规划及成果(表1)。

3 符号吸引理论视角的成吉思汗陵旅游区规划解读

3.1 命名阶段

命名阶段的主要任务是将旅游

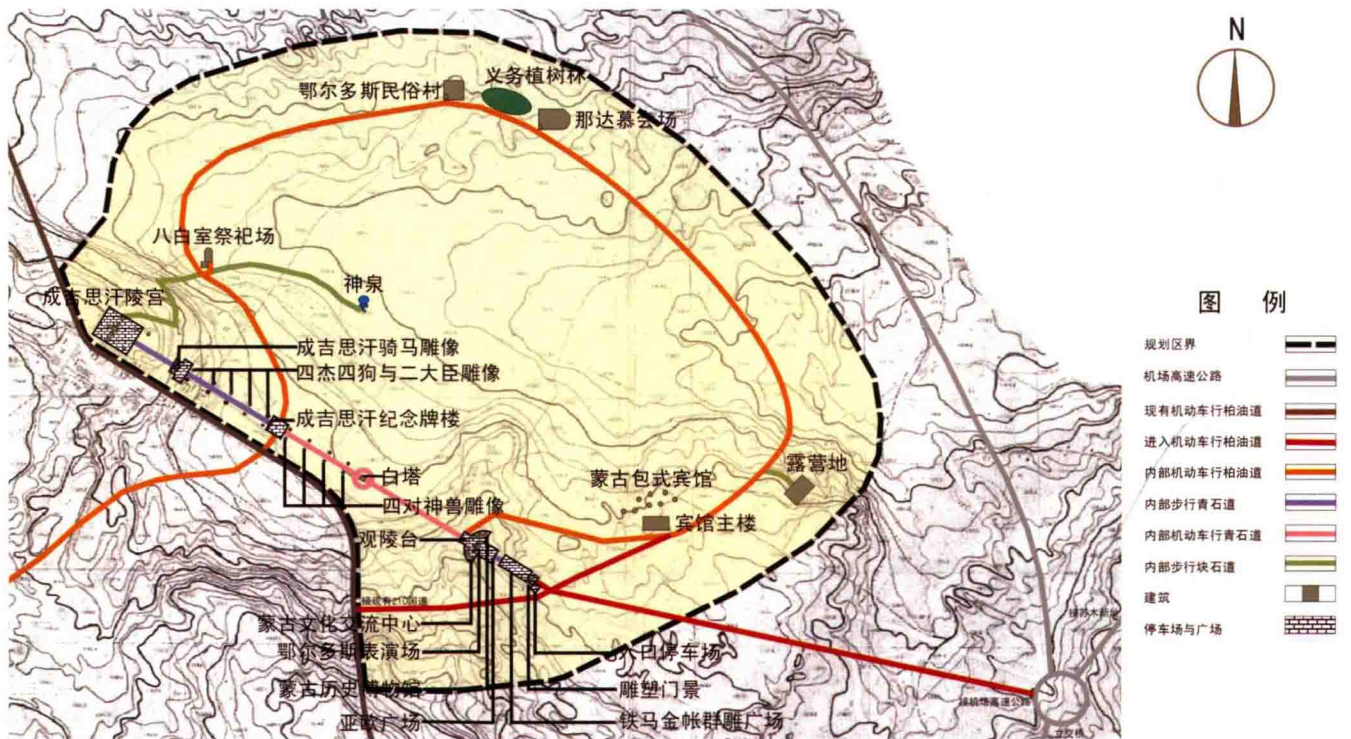


图2 2001年成吉思汗陵旅游区总体规划

资源与其他旅游资源区分,并突出特色。2001年规划名称定为《成吉思汗陵旅游区的总体规划和修建性规划设计工作》。“成吉思汗旅游区”不同于“成吉思汗陵”。“成吉思汗”是核心,“旅游”是主要功能体验,作为一个依托蒙元文化的大型旅游主题景区项目,体现了文化产业与旅游产业的紧密融合。以“成吉思汗”这一世界历史上伟大的英雄人物为灵魂核心,综合蒙古民族历史文化、成吉思汗名人文化、鄂尔多斯地方文化,规划修建的核心项目有铁马金帐群雕广场、亚欧广场、蒙古文化交流中心、蒙古历史博物馆、观陵台等,这些项目均围绕“成吉思汗”展开。规划组还广泛征求当地牧民和游客的意见和建议,通过科学的策划论证,设计出了以蒙古族历史和民族风情为基础、以成吉思汗文化为主线的规划思想,达

到民族文化与旅游文化的统一、草原文化与人文景观的统一,为打造成吉思汗陵旅游这个国际品牌奠定了坚实基础。强化文化旅游主题,与打造“世界上唯一以成吉思汗文化为主题的大型文化旅游景区”的总体定位相呼应。

3.2 取景和提升阶段

取景阶段是确定旅游资源规模范围的过程。提升阶段是指旅游景区或景点的知名度提升和配套功能不断完善的过程^⑤。2001年首次总体规划中确定了规划区范围为内蒙古鄂尔多斯高原中部、黄河河套地区,以及鄂尔多斯市伊金霍洛旗阿腾席热苏木东部,以成吉思汗陵宫为西北顶点,以210国道为西南边界,环绕巴音昌呼格草原,呈斜椭圆形,绵延11km²。东西长4.8km,南北长3.8km。核心区规划面积为10km²。

总体规划将旅游区的总体空间结构确定为三区(文物保护观光游览区、生态恢复保护区、视觉景观控制区)、两道(神道及成吉思汗风景道)、八景(游客活动与教育中心、灵包观光祭祀游览区、八白室祭祀场、马术活动中心、达尔扈特民俗村、帐篷营地区和汽车越野俱乐部)。详细规划对旅游区的门景、铁马金帐群雕、亚欧广场、陵道(圣道)群塑、神泉、蒙古宾馆和鄂尔多斯民俗村等关键地段进行了场地规划,提出了具体的建筑风格设计和功能组织;突出了场地的旅游功能划分,将场地由圣道和风景道相连接,形成旅游环线,延长了游客停留时间,有机地构成了具有独特魅力的成陵旅游区的吸引物要素(图2)。

2006年的二期规划,针对“旅游吸引力”不足的景区发展现状提出战略目标和途径,包括加强参与性、体验性、愉悦性旅游项目和活动的设计规划;改善旅游区景观设施,构建以观光旅游产品为主打,中高端文化休闲旅游产品、公务会议旅游产品以及修学考察旅游、特殊兴趣旅游产品为配套的合理产品体系。过程中执行以下三大战略:突出主题、强化特色;产品转型、品牌塑造;协调管理、体制创新(图3)。

2010年的提升规划,最关键的是要解决“打造亮点,塑造核心吸引力”这一问题,并以“核心吸引物”为中心,重新考虑旅游区空间布局与游线组织,激活历史、对接时尚、演绎文化,实现从挖掘文化向激活历史转变、大众市场向专项突破转变、景区建设向产业运营转变、遗产旅游向遗产休闲旅游转

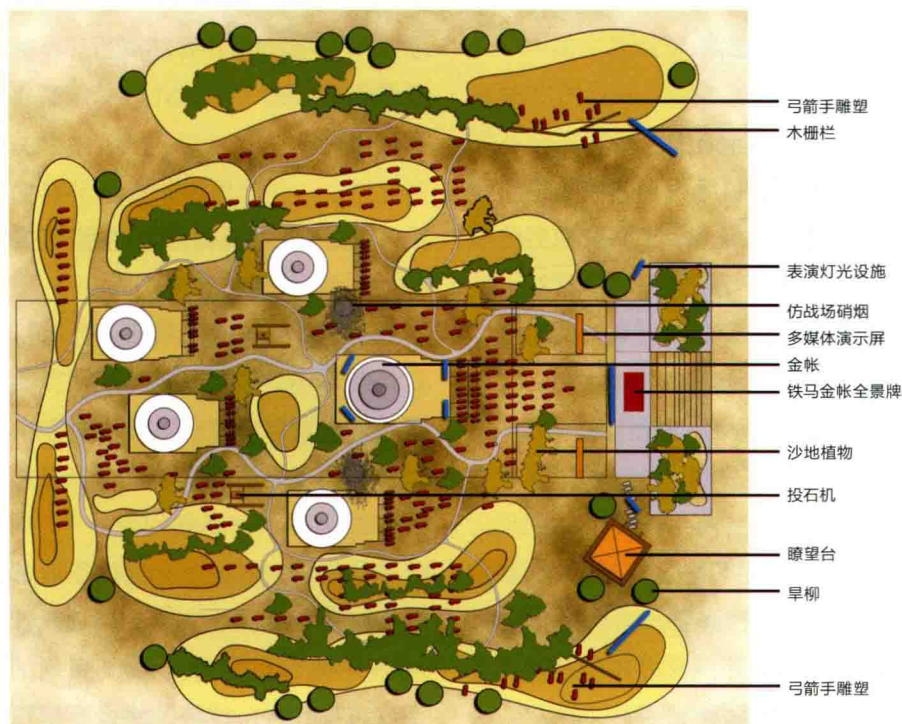


图3 2006年成吉思汗陵旅游区二期项目规划

变。本次规划重点要解决老吸引物提升、新吸引物打造和盘活整个旅游区的问题。通过组合拳策略打造核心建筑景观、文化景观、娱乐景观,形成“一心、一环、三区”的发展布局,突破现有景区产品单一、人气不足、消费不足等难题,打造圣湖、圣绩(铁马金帐、欧亚版图、博物馆等)、圣陵(陵宫)、圣宫(论坛会址)、圣殿(天骄大营)和圣山(成吉思汗训练营)为一体的圣地旅游品牌。以休闲度假、运动娱乐为突破方向,重点做好“四大改造。提升、四大创新策划”,形成以下几大核心支撑项目。其中提升项目包括景区入口、铁马金帐、欧亚版图、博物馆,策划项目包括圣湖、成吉思汗训练营、论坛会址、风景道(五彩哈达段)。

3.3 神圣化阶段

神圣化阶段是通过旅游资源所特有的某些物理因素和形态学特征促进旅游资源神圣化,使旅游资源价值品位不断提升的过程。为实现将成陵打造成具有民族特色的世界旅游胜地的战略目标,通过规划和设计,开创了成吉思汗陵旅游区拥有10个“世界第一”的佳绩,包括:世界公认的最大的蒙古族历史文化旅游景区,天骄大营中的“天下第一包”是世界上最大的蒙古包,“气壮山河门”是世界上最具蒙古族特色的“山”字形门景,铁马金帐是世界上唯一完整展示成吉思汗军阵行宫的大型实景雕塑群,亚欧版图是世界上最大的展示蒙古帝国横跨亚欧的疆域图,蒙古历史文化博物馆是世界上唯一收藏、展示、研究蒙古族历史文化的博物馆,长达

206m的《蒙古历史长卷》油画是世界上最长的油画,蒙古历史文化博物馆是世界上唯一以蒙古文字(汗)为造型的建筑,达尔扈特人是世界上唯一近800年来世代祭祀成吉思汗的守陵人,成吉思汗陵是世界上唯一保留祭祀文化最完整的成吉思汗祭祀场所。

3.4 机械复制阶段

机械复制阶段是通过大众传媒等多种途径进行传播,使旅游资源知名度不断提高的过程。经过不断的规划提升发展,成吉思汗陵景区作为新建的大型文化旅游主题景区,不仅得到国家层面有关部门的特别审批,也得到了广泛的社会关注。迄今,旅游区已被评为“全国重点文物保护单位”、“国家AAAAA级旅游景区”、“中国旅游胜地四十佳”景区、“全国中小学爱国主义教育基地”和“全国文化产业示范基地”,成吉思汗陵祭祀被评为第一批国家非物质文化遗产。

3.5 社会复制阶段

社会复制阶段是随着旅游资源知名度不断提高,旅游资源名称被所在地区广泛采用,成为其社会生活重要组成部分的过程。为了更好地提高景区知名度和社会认可度,从2005年开始,旅游区与鄂尔多斯市旅游局已共同成功举办了成吉思汗陵旅游区“成吉思汗旅游文化周”。每届“成吉思汗旅游文化周”,旅游区都开展各种赛事和活动吸引游客,并受到国内外多家媒体的关注。此外,东联集团还投资成立内蒙古天骄艺术团,每天都在旅游区演出。

艺术团先后创作、演出了大型民族舞台剧《永远的成吉思汗》、大型民族歌舞《圣地古韵》和《欢腾的鄂尔多斯》等文艺节目2000余场,让人们们对成吉思汗文化有了更深刻的认识,颇受游客欢迎。

4 规划的再审视

4.1 文化是场所营造的重要因素

场所营造中文化要素的提炼和展示对景区的可持续发展至关重要。文化展示要体现民族性、地域性和视觉性。成吉思汗陵旅游区是主要以成吉思汗原生态民族地区文化、蒙古族历史和民族文化为基础,集中展示成吉思汗文化、具有极强参与性和知识性的主题设计。成吉思汗陵旅游区的场所营造设计具体体现在对重点地段,即对文物保护观光游览区进行具体项目建设和产品策划上,通过一系列标志性建筑物和场所的详细规划,从布局、建筑、景观和环境上充分表达成吉思汗的豪迈气概和神圣地位,凸显成吉思汗文化要素。

4.2 旅游规划具有系统性和可操作性

旅游规划的目的其实只有一个,就是规划下一步的实施。成陵旅游区总体规划与详细规划相结合编制,使总规的战略思路契合实际,且可操作性很强。在规划的指导下,成吉思汗陵旅游区的所有建设工程都严格按照规划要求实施,规划设计成熟一项,开工一项。基于规划的高度可操作性,成陵的建设严格按照规划进行,如今已建成了气壮山

河门景、那达慕马术活动中心、欧亚版图广场、蒙古历史文化博物馆、神泉、铁马金帐群雕等景点,基本形成了规划确定的总体空间结构。成陵旅游区规划总体具有良好的前瞻性和系统性,三期历程符合符号吸引理论关于旅游资源形成的5阶段观点。

4.3 以游客为中心的旅游景观设计和展示

规划中以游客为中心的设计体现在多个方面,例如:总体布局需充分考虑游客旅游便利性;景观设计要具有互动性,避免旅游区形成过于静态、平直、粗糙和割裂的景观;根据游客的活动需要和审美态度对旅游区内部的景观节点、游览步道、服务设施和小型游憩设施等进行改造;改善游览区与接待区、拓展区、老陵区之间的旅游活动联系,通过风景道和主题旅游线的设计,为游客创造更具感染力的游览线路以及内容更为丰富的旅游活动。成吉思汗陵旅游区在展现和表达成吉思汗主题时,从多方位、多视角、多层面,立体化地对成吉思汗的一生以及留给后人的物质和非物质遗产进行挖掘、审视、包装、推介,使成吉思汗不仅仅是历史记忆中的“一代天骄”,更成为一个旅游者可了解、可接受、可喜爱、可崇敬的强者、勇者和智者。

4.4 各利益相关者视角的规划关照

规划不仅要满足游客的需要,还要考虑相关利益者的诉求。例如满足当地居民对民族传统文化进行

传承和保护的需求,并且满足经营者对场所经济发展的需求。在景区的规划和发展中,注重文化的传承和保护,如达尔扈特人作为成吉思汗陵的守陵部落,拥有神秘、完整而丰富的祭祀文化;鄂尔多斯蒙古族保留了最传统的婚礼仪式,如乘马娶亲、闭门迎婿、求名问庚、送亲上路、迎新拜社和新婚庆典等;鄂尔多斯蒙古族还会进行传统的群众集会——那达慕。保持原汁原味的地方文化是对当地居民保护和传承文化诉求的尊重,同时也极大地满足了旅游者的动机和需求。旅游经营者除实现景区收益外,第三期规划中重点实现了景区与城市、乡村发展的融合,提升了区域旅游目的地品牌的知名度和吸引力,从而更好地实现了景区的可持续盈利与发展。

5 结语

中国主题景区的发展呈现类型多样化的发展趋势^⑥。民族旅游开发在给当地少数民族地区带来经济发展的同时,也将不可避免地会给当地民族文化带来一系列的负面作用,如果不加以重视,必将影响民族地区旅游业的可持续发展^⑦。成吉思汗陵旅游区从无到有、到成为国家5A级景区的华丽成长,其规划经验和思路是值得肯定的。成吉思汗陵旅游区的规划和发展过程同符号吸引理论的5个阶段相契合。通过实证分析得出,符号吸引理论指导旅游资源的规划和建设具有重要的意义和很强的操作性。本研究可以为类似主题景区的发展提供经验参

考,同时也可以丰富主题景区规划相关的理论和方法,有利于更好地指导民族文化的传承,使保护,使民族地区旅游活动实现可持续发展。

注:文中图片均为项目规划成果。文章在写作过程中得到北京大学吴必虎教授、北京交通大学余青老师、大地风景旅游景观规划研究院杨小兰副总裁和李关平项目总监的大力支持,在此表示感谢。此外对参与项目的其他专家和成员也表示感谢。

基金项目

本文为中央高校基本科研业务费专项资金科研项目“城镇化进程中少数民族文化的保护与发展研究”与中央民族大学2014年度学科建设项目研究成果之一。

注释

- ① 马晓京. 西部地区民族旅游开发与民族文化保护[J]. 旅游学刊, 2000, 5: 50-54.
- ② 吴必虎, 余青. 中国民族文化旅游开发研究综述[J]. 民族研究, 2000, 4: 85-94.
- ③ 乌铁红. 成吉思汗文化旅游资源系统开发的相关问题研究[J]. 内蒙古大学学报(人文社会科学版), 2004, 26(3): 8-12.
- ④ Mac Cannell, D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class[M]. New York: Schocken Books, 1976.
- ⑤ 徐尤龙. 2014. 基于符号吸引理论的广南地母文化旅游开发[J]. 民族经济研究, 4: 157-162.
- ⑥ 吴必虎, 俞曦, 党宁. 中国主题景区发展态势分析——基于国家A级旅游景区(点)的统计[J]. 地理与地理信息科学, 2006, 1: 89-93.
- ⑦ 宋志伟, 徐永志, 李霞. 民族文化遗产保护性旅游开发探讨——以藏香原产地西藏尼木县吞巴乡为例[J]. 中央民族大学学报(哲学社会科学版), 2011, 01: 55-60.