

论内蒙古马文化产业与草原旅游业的融合发展

王瑞星

(内蒙古农业大学 职业技术学院 内蒙古 包头 014109)

摘要: 内蒙古马文化有着悠久的历史 and 深厚的文化底蕴, 是内蒙古旅游业发展的一个重要方面, 它对旅游者的吸引力非常大, 是草原旅游业的一个主要内容。本文以内蒙古马文化产业为核心, 结合草原旅游业的发展状况进行归纳和分析, 以期推动二者融合发展。以独特的内蒙古文化, 使旅游者得到心灵上的满足, 以此提高了旅游业的吸引力。同时, 利用旅游业吸引更多的人到内蒙古亲身感受当地文化并将其弘扬给各地人民。

关键词: 内蒙古; 马文化产业; 草原旅游业

On the Integration and Development of Horse Culture Industry and Grassland Tourism in Inner Mongolia

Wang rui xing

(Vocational and Technical College of Inner Mongolia Agricultural University, Baotou, Inner Mongolia 014109)

Abstract: The horse culture in Inner Mongolia has a long history and profound cultural heritage. It is an important aspect of the development of tourism in Inner Mongolia. It has great attraction to tourists and is a major content of grassland tourism. This paper takes the horse culture industry in Inner Mongolia as the core, and combines the development of grassland tourism to summarize and analyze, with a view to promoting the integration of the two. With the unique culture of Inner Mongolia, tourists can get spiritual satisfaction, so as to improve the attraction of tourism. At the same time, tourism will be used to attract more people to Inner Mongolia to experience the local culture and promote it to people everywhere.

Key words: Inner Mongolia; Horse culture industry; Grassland tourism

引言:

内蒙古地域辽阔, 资源丰富。拥有广阔的大草原、森林、古城遗址、特有的民族文化等多种旅游资源。其中马文化是蒙古族民族特有的民间文化, 具有鲜明的代表性和特点, 是被广大游客认同的草原文化。融入文化传承是旅游业发展的必然趋势, 也是旅游业发展的需要。地域文化与旅游互动发展有着自然的耦合关系。近几年, 各地政府、旅游公司纷纷大力发展和建设马文化, 马文化旅游项目也日益成为广大旅游者的关注与追求。所以, 对内蒙古马文化产业和草原旅游之间的关系进行深入地探讨, 是非常有必要的。

1. 内蒙古马文化产业概述

探讨内蒙古地区的马文化与草原旅游发展之间的关系, 对促进内蒙古旅游业的发展、建设具有独特的草原文化旅游休闲基地有着十分重要的作用。内蒙古族被称为“马背上的民族”, 蒙古族与马有着紧密的联系, 蒙古族是以游牧为主的民族, 马文化是其主要的载体。在广袤的草原上, 马文化在各个历史阶段都扮演着重要的角色, 对整个国家的发展起着重要的推动作用。比如, 蒙古族的大部分民歌都是关于马的。这些歌谣或歌颂马匹的美德, 或歌颂人与马之间的深厚情谊, 显示出人民对马的喜爱。除此之外, 蒙古民间也流传着很多有关马匹的传说。其实, 在我国很多经典故事中马匹都扮演着非常重要的角色, 随着一位又一位的英雄人物征战四方。

时至今日, 内蒙古的骑马运动依然具有强大的吸引力。马文化是内蒙古民族文化中最具有代表性的一种, 它是蒙古族文化的中心, 是游牧民族与自然结合体。内蒙古马文化自古就被赋予了极高的价值, 蒙古族人对于马的情感更是异乎寻常, 因此马文化在其民族生活中得到了持续的发展。新世纪以后, 尽管人们的生活方式已经发生了巨大的改变, 但是, 内蒙古马文化在草原旅游业的发展中

仍然有巨大的推动作用。

2. 内蒙古马文化旅游的发展现状

近几年, 内蒙古马文化在旅游市场上得到了发展, 马术表演、骑马体验等旅游项目的出现, 使许多游客得以近距离地接触和认识马文化。但是, 随着时代的发展, 内蒙古马文化的发展也出现了一些滞后的现象。内蒙古马文化旅游发展到今天, 已经形成了“骑马体验”、“马术表演”等常规活动, 但这一传统的“马文化”旅游方式已经不能满足新时期发展的需求。马文化与草原旅游文化之间还未形成有效的协调发展, 应积极借鉴国外的成功经验, 并与现行的全民健身方针相结合, 使人与马之间的关系更加紧密, 为马文化的发展注入了足够的活力。近年来, 内蒙古旅游与文化的融合与发展, 已产生了巨大的经济和社会效益。但是, 文旅融合发展还存在着文化内涵不深、产品特色不鲜明、文旅融合发展不能与市场需求相匹配的问题, 必须进一步推进文化与旅游融合发展。

一是文化体验感不足。旅游者对内蒙古的物质遗产旅游的真实性表示了较高的评价, 但是对其真实性的感受却很少, 常常会让旅游者产生一种遗憾。二是优势旅游资源开发水平偏低。当前内蒙古旅游主要是以草原旅游为主, 而在草原资源和衍生产品的发展中, 文化品位还不够高, 还没有形成有效的旅游主力, 造成了旅游业的季节性特征。目前内蒙古的旅游开发还处在一个不均衡发展的时期, 这是一个值得关注的问题。除旅游自身的吸引力之外, 旅游软环境如商业服务、公共服务等方面的发展较慢。随着大众旅游时代的来临, 目前内蒙古地区 90% 以上的旅游者都是散客, 其中青年是内蒙古地区的主要旅游主力。

3. 马文化产业与草原旅游业融合发展的路径

3.1 进一步挖掘马文化的内涵

要进一步挖掘马文化的内涵,促进其发展,必须进一步挖掘其文化,使其与之相融,形成品牌,使其与自然生态、马文化融为一体。通过展示畜牧业与马文化的发展,充分发挥地方特色。在具体实施中,可以根据内蒙古牧人的风俗习惯,大力发展有关的工业,建设马文化博物馆,发展马文化艺术。同时,还可以积极地号召、鼓励牧民参与马文化相关的各种娱乐活动,促进和传播马文化。在促进全区旅游由传统旅游转向休闲、文化体验的转变中,要充分挖掘和利用文化资源,提高旅游产品的文化品位和水平,走文化旅游发展的道路,使其具有鲜明的特色和差异。一是对民族文化旅游资源的开发。在蒙古族风情旅游,草原婚礼等民族文化旅游项目的设计、完善和推广;同时,要大力发展各种文化、旅游活动,使广大的旅游者能够充分地体验和感受到不同民族的风情。二是对历史、文化、旅游资源的开发。对历史人物、历史背景等文化进行了深入的探讨,并对古城遗址、古长城进行开发,使旅游者能够更好地感受内蒙古文化的博大精深。三是对草原文化旅游资源的开发。在生态环境保护的理念下,发展生态人文旅游产品,探索生态旅游产品,使游客感受到大草原生态美、和谐美。

3.2 积极创新马文化产品

当前,内蒙古马文化与旅游业的主要发展方向是以文化公司为主导,其经营模式的发展策略对其发展具有重要意义。在实施的过程中,要对其现状进行分析,并采取相应的措施,增强企业的竞争能力,积极地调动企业的服务观念,树立企业的主动服务意识。只有如此,才能防止产品太多的雷同,避免产生不合理的竞争。同时,要完善整个产业链,在完整的产业链中,对自己的职业定位需要进行适当的控制。另外,在引进文化企业、聚集文化产业集群前,要对其进行合理的规划,并将其引入到各个行业中来。在马文化发展的过程中,要避免出现“同质化”的现象,只有如此,马文化产业的创新才能得到根本的推进。马文化产业在经营内容上,必须加大人力资源投入,进行经营理念的革新,所以马文化传播相对于传统的马术会所、赛马场,其增值能力较强,且不以固定资产为依托。例如,在厂房、设备、土地等方面,无形资产占有很大的比重。

根据内蒙古地区的地域条件、特点及发展情况,针对不同类型的游客需要,设计和开发一系列适合于不同游客的马文化旅游产品。旅游产品通常有供游客休闲娱乐、生存体验、观赏等类型。马文化的休闲娱乐活动包括:短途场地骑行、草原赛马、互动舞马表演等。马文化旅游观赏,以马术表演为主,配合绵羊、赛马等各种活动,以满足游客的短期观赏需求,让参观者更深刻地体验和了解马文化,打造以马文化为载体的草原旅行。优化路线,延长旅游者前往草原的时间。对马文化有强烈需求的游客,可设立马术学校、马文化展示厅等,让旅游者了解马文化、马术知识。马文化产品主要包括马的养殖、马的繁育、马产品的销售。在培育本土马匹的基础上,引入外国客户的马匹,发展具有内蒙古现代特色的马文化。

3.3 打造马文化旅游品牌

利用国家搭建的文化产业交流平台,借助内蒙古地域的优势,通过电视、网络等新媒体,充分展示内蒙古马文化的独特品牌特征,从而提升其对旅游品牌的认同,在国内乃至世界范围内,都能取得较好的经济效益和社会效益。草原文化的大背景下,根据历史的发展脉络,将蒙古族的原始文化与现代的创意结合起来,以新的旅游产品作为载体,发掘出独特的文化资源,设计具有民族特色和时代特征的文化旅游产品。要充分挖掘名胜的文化潜能,采用与当代文化需求相适应的方法,将其历史文化、民族文化、地域文化特征等综合展示出来,丰富文化内涵,提高内蒙古文化旅游的知名度和美

誉度,打造文化旅游新品牌。要突出主题,强调重点,多层次、多元化地展示内蒙古丰富多彩的旅游资源。要以名镇、名街为中心,加强市场化运作,打造具有一定文化旅游特色的文化旅游目的地。同时,由于文化旅游产品的结构比较单一,游客的体验也不完整。草原文化旅游的产品设计存在着重复、零散的特点,很难实现其品牌价值。需要突破区域边界,实现资源共享,满足旅游者对文化内涵的需要,促进区域旅游经济发展。因此,要针对文化旅游资源的空间分布特征,进行区域文化旅游品牌的有效整合,实现规模和协同作用,防止低层次的重复建设,从而形成一个文化旅游产业集群。

3.4 积极推广宣传马文化旅游

内蒙古要积极树立自己的形象,做好对外宣传工作,以各种方式进行马文化的宣传和推广。针对不同的游客,可以有针对性地进行创新。随着信息时代的到来,可以在网上建立宣传平台、发展运营马文化旅游网站,为游客提供三维立体浏览等新的手段和方式。使用户能更直观、更全面地了解内蒙古草原文化和马文化。同时,通过与各大门户网站的合作,拓展内蒙古马文化、草原旅游等方面的宣传渠道,使广大潜在消费者能够充分认识到这一点。内蒙古得天独厚的地理位置,应通过新闻媒体、广告等方式大力宣传内蒙古马文化,并大力宣传自己的形象和品牌。

并在此基础上,将内蒙古马文化作为内蒙古草原旅游业的一大新亮点,向海内外游客开放。马文化旅游要从三个层面来进行宣传。(1)互联网时代日新月异,互联网平台是最好的宣传与交流平台。加大网络推广力度,在内蒙古马文化旅游中建立起一条独立的门户,利用最新的3D全景技术,全方位、立体化地展示内蒙古的风光、马艺等。同时,我们也可以与主要的主流网站进行合作,通过视频共享来增加用户。(2)采用最常见的广告形式,尤其是在火车站、机场、航站楼的户外广告牌上进行投放,以最直观、最生动的方式,为观众提供最直观的视觉震撼。(3)与旅行社合作,把旅游产品和促销礼品结合起来,面向大众。与旅游景点共同发行优惠券,以推广购票。通过对热门线路的宣传,提高内蒙古的知名度和影响力,使游客能更好地体验到各种旅游方式,从而推动旅游业的发展。

结束语:

内蒙古在发展马文化旅游产业上有着得天独厚的优势,并以其丰富的马文化资源和优良的马文化产业为基础,进一步推进内蒙古草原旅游业的发展,促进内蒙古马文化产业及其相关行业的可持续发展,以满足广大游客和身体的全方位发展需要。以内蒙古马为核心,推动马文化产业与草原旅游业的融合发展,加强其民族凝聚力。同时,要增强内蒙古的生态环境建设与发展,促进地区的经济发展,改善人们的生活质量和经济水平。

参考文献:

- [1] 李小花,郭晓晓.论内蒙古马文化产业与草原旅游业的协同发展[J].旅游与摄影,2022(14):105-107.
- [2] 张博,陈小娟.马文化背景下内蒙古城市马业发展策略探究[J].商业文化,2022(06):94-95.
- [3] 贾双文,陈爱国,张铎,王秋霞.内蒙古自治区马文化及产业的标准化思考[J].中国标准化,2021(17):131-134.
- [4] 马建奎.第二届中国马文化节暨首届内蒙古国际马文化博览会[J].新闻论坛,2019(05):3-6.

基金课题(须有编号):

内蒙古自治区高等学校科学研究项目(NJZY21529)