

民族贫困地区发展山地旅游的探索与思考

——以贵州省为例

刘司可

(湖北省社会科学院,湖北武汉 430077)

摘要: 山地旅游是近年来贵州旅游的新特色。贵州山地旅游资源丰富,既有良好的自然禀赋,又有独特的少数民族文化。但是山地旅游发展过程中,仍然存在生态与开发不易平衡,旅游品牌尚未建立,文化元素融入不足,基础设施不够完善等问题。借助精准扶贫等国家政策的推动,结合贵州少数民族特征,以及国外先进的发展经验,该文提出加强少数民族群众参与度,突出人文生态体验,适度开发功能设施,加强互联网营销等发展路径。

关键词: 少数民族;民族贫困地区;山地旅游;精准扶贫;贵州;发展路径

中图分类号: G127 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-2404(2017)83-0005-04

1 贵州山地旅游发展现状

1.1 良好的自然资源禀赋

山地是人类文明的摇篮,也是旅游发展的宝贵资源,贵州省有92.5%的国土面积是山地和丘陵,为发展山地旅游打下了良好的自然基础。首先,秀美的自然风光。贵州的自然资源具有多样化的特点,典型的喀斯特地貌是贵州自然风光给人们留下的独特印象,山、水、洞的有机组合构成了贵州丰富的旅游资源,梵净山、万峰林、黄果树瀑布、龙宫等传统景区代表了贵州美丽的自然景观。第二,悠久的历史底蕴。以海龙屯、万寿宫、杨粲墓等为代表的古代建筑很好的展现了贵州悠久的历史人文。在近代史上,贵州是中国的革命圣地,有着宝贵的红色文化资源,遵义会议、四渡赤水等历史事件均发生在贵州。第三,独特的民族文化。贵州省位于中国西部地区,属于少数民族聚居区,各个民族风情各异,有着不同的文化脉络与风土人情。既有令人印象深刻的民族服饰,也有各类民族风俗节目,可以为前来观光的游客带去很好的精神体验。

1.2 山地旅游业态雏形初具

经过长期的奋斗与探索,贵州的山地旅游业态已经初具规模,各种山地旅游形式正逐步形成。山地观光与文化旅游最为成熟。目前,荔波漳江、赤水

等世界自然景观遗产已得到初步开发,成为贵州山地旅游中较有代表性的综合景观,黄果树瀑布及大小七孔主要是贵州山地旅游中的瀑布景观,织金洞和龙宫则是山地旅游中的溶洞景观,万峰林和双乳峰是山地旅游中的森林景观。贵州又得益于良好的红色文化、土司文化以及民国文化等宝贵文化资源。自然与文化资源的较好结合为贵州山地旅游提供了强大的人文支撑,代表景点有千户苗寨、遵义会议旧址、孔学堂、阳明洞等。山地乡村与休闲旅游发展较快。近年来,随着贵州特色农业以及周边会展经济的带动,贵州的乡村休闲游取得了长足的发展,“爽爽贵阳”的名号得到传播。山地运动旅游市场潜力巨大。山地运动旅游是近年来受到城市年轻消费者喜爱的旅游项目,山地运动旅游不仅引领了贵州的新型旅游消费的发展方向,更加激发了贵州的装备制造业,山地运动旅游将是贵州山地旅游将来的重点发展方向之一。

2 贵州山地旅游发展困境

2.1 生态资源较为脆弱,旅游开发不易平衡

既要金山银山,更要绿水青山,旅游开发与生态资源保护之间的权衡是社会需要面对的长期难题,贵州在发展山地旅游的时候,同样不能忽视生态文明建设。贵州山地面积广阔,其喀斯特地貌更在全球范围都极具代表性,但这种地质构造也不可避免的带来了石漠化等负面影响。贵州山地普遍地势险峻,缺乏土壤,引起一定程度的水土流失,进而造成整个生态系统都十分脆弱。贵州山地区域植被丰

富、生物多样,但与之相伴随的也是脆弱的生态环境,而景区开发又不得不面对这种脆弱性的挑战。首先,贵州之所以能长期以来保存较为完整的多民族山区风情,很大程度是由于山区的闭塞性,较少的外来人口让这种民族文化资源得以保留,但是景区开发过程中如果让过多的游客进入,很容易打破这种原生性。第二,山地旅游与生态文明的结合也不容易,如果过多的迎合山地旅游的需要去打造景点,很可能会与原生态风貌显得格格不入,比如汽车俱乐部、露营场所等等。这就需要更多的考量山地旅游与民族文化的融合问题。

2.2 旅游品牌尚未建立,营销宣传亟需加强

贵州的旅游资源十分丰富,既有黄果树瀑布这样闻名全国的自然风光,也有遵义会议旧址这样宝贵的红色旅游资源,更有丰富的少数民族文化,但是贵州的旅游品牌打造与这些优质资源似乎还不够匹配。根据网络调查显示,在西南三省的旅游目的地选择上,50%以上的游客倾向于选择云南,广西又以一定的优势领先于贵州,可见,贵州的旅游品牌并未对游客形成足够的吸引力。山地旅游作为贵州近年来重点打造的旅游项目,既可以发挥贵州丰富自然资源的优势,又很好地融入了民族风情,具有很强的可塑性。但是贵州山地旅游品牌在国内却依然不够响亮,特别是在山地旅游的主要消费群体——中青年消费者中尚未建立足够的知名度,并未引起消费者足够的关注。打开途牛、携程等常见的旅游 app,查看贵州页面时并未见到足够多的山地旅游项目推介,在各大旅行社的旅游项目中也较少看到贵州山地旅游的介绍,旅游宣传仍然停留在黄果树瀑布、遵义会议等传统旅游景点。这些青年消费群体了解旅游信息的常规途径未能得到较好利用,造成贵州山地旅游品牌知名度的营销不足。

2.3 文化元素融入不足,人文体验有待改善

贵州发展山地旅游有一个独特的文化优势,那就是丰富的民族文化元素。传统山地旅游项目包括攀岩、赛车、露营等多种刺激的户外项目,这也是山地旅游的魅力所在,但是单纯依靠这些传统项目,同质化较为严重,四川、山东等山地资源较为丰富的省份均可以开发,贵州要想脱颖而出,独特民族元素的融入必不可少。目前贵州山地旅游发展对自然风光的利用较好,山地攀岩、汽车露营、喀斯特森林探险等项目均很好的融入了生态资源,但是对民族文化

的融合还有所欠缺,游客在体验山地旅游的同时,对民族地区的人文风貌并没有足够的感官认识。那么,这些游客就很难记住贵州山地旅游的人文吸引力,可能在游玩过一两次以后就不会再来,因为别的地方也有美丽的自然风光,但是民族文化则不同,这是贵州独有的,只要将民族文化经营好,让山地旅游充分融入少数民族风情,才能让贵州山地旅游拥有更长久的生命力与吸引力。

2.4 基础设施不够完善,周边辐射能力较弱

近年来,贵州的基础设施建设取得了长足的进步,特别是在高铁的带动下,交通设施层次上了一个新台阶,但和全国平均水平相比差距依然较大。虽然现在到贵州较为方便,有动车和飞机等便捷的交通方式,但是对于山地旅游来讲,持续向下的交通管网则相对不足。比如山地旅游资源十分丰富的兴义市,在交通条件上不够发达,暂时还没有铁路或是动车等便捷的交通设施,大部分游客只能选择自驾或是旅游大巴的方式前往兴义,这就在很大程度上限制了兴义山地旅游业的快速发展。贵州地处中国西南部,相较于云南和广西,贵州深处内陆,边境游难以开展,区位优势并不突出,贵州虽然与重庆、四川、云南、广西、湖南接壤,但是对这些地区的旅游辐射作用也不够显著。贵州的铁路系统以贵阳为中心,呈现出发散性的发展脉络,但是至今仍与黔东、黔南等民族贫困地区连接较少,大多是单线铁路,支线铁路不够丰富,严重影响了民族贫困地区山地旅游事业的进一步发展。

3 国外发展山地旅游的经验总结

3.1 生态保护摆在首位,充分融入生态体验

无论是久负盛名的瑞士阿尔卑斯山,还是加拿大的班夫国家公园等,在开发山地旅游的过程中,都始终将环境保护放在首要位置,始终强调山地旅游的生态体验感受,让旅游观光客能够体验到最真实、最自然、最独特的感官享受与人文熏陶。加拿大班夫国家公园在 1988 年就通过了《加拿大国家公园法》,强调始终将保存生态完整性放在山地旅游开发的首要位置,并要求每一个公园要在公众的参与下完成管理计划。紧接着在 1995 年,加拿大又通过了《班夫社区计划》,重点强调让广大民众参与到国家公园的资源管理中来,形成良好的第三方监管机制。对于任何破坏环境的旅游开发行为予以监督与

惩罚,始终坚持适度开发的基本原则,保证山地资源的可持续发展。尼泊尔国家公园为平衡山地旅游体验与生态保护,专门打造了徒步旅游的山地旅游项目。在保证安全的前提下,为游客提供多条线路供徒步选择,并且不去专门修建道路,而是通过游客的长期行走形成自然地山间小路,这样既可以尽量减少对自然资源的改造,又可以最大限度保证游客的生态体验。

3.2 加强文化内涵挖掘,多层面开发山地旅游

瑞士阿尔卑斯山的山地旅游起步很早,已经有好几百年的悠久历史,阿尔卑斯山的山地旅游项目主打雪山文化,当地将瑞士特有的酒吧、乡村景观、冰川地质博物馆等巧妙融入山地旅游,在少女峰修建了全世界海拔最高的旅游观光专用铁路线,成功吸引了全世界各国游客争相前来。瑞士每年在阿尔卑斯山举办冰雪运动会,吸引全世界的山地滑雪爱好者参与比赛,长期保持了阿尔卑斯山在极限运动爱好者心目中的良好口碑。此外,阿尔卑斯山还形成了很好的山地旅游产业链,打造了温泉疗养、度假休闲、登山探险、乘坐全景观光列车、徒步雪山行走等旅游项目,多层次的开发为山地旅游带去了更加丰富的旅游体验。

3.3 充分调动居民参与,提高当地人均收入

发展山地旅游的最终目的是为了发展经济,提高居民人均收入。美国、瑞士等国家在开发山地旅游的时候非常注重当地居民的参与性,尽量让当地的经营主体来参与管理运作,政府只是起到引导防控的作用,以此来提高本土居民的获得感。美国在进行山地旅游项目开发的时候,只象征性的入股到当地旅游开发公司,有的甚至只入1%的股份,以此来明确政府的支持,绝大部分开发和经营都是社会机构来进行,并且规定让本地居民,特别是经济收入较为低下的居民参与进来。这样不仅可以提高原住民的收入,而且原住民本身就是人文构成的一部分,他们的加入对于保留山地旅游特色,深入挖掘民俗文化内涵等,都可以起到很好的带动作用。加拿大还建立了社区居民参与机制,用体制机制的办法,将本地居民参与山地旅游项目运营连接起来,比如让本地居民将自有土地或是其他资源作为股份,融入到山地旅游中来等等,通过稳定的纽带将本地居民与旅游开发的利益联合起来。

4 贵州发展山地旅游的路径分析

4.1 提高贫困人口参与度,激发贫困人口内生动力

贵州属于少数民族聚居区,贫困问题比起其他省份更加复杂,既要让贫困人口在物质生活上尽快摆脱贫困,也要尊重少数民族贫困人口的文化习俗。首先,要确立贫困群众在旅游扶贫中的主体地位。民族贫困地区基层干部、各级扶贫部门及非政府组织等扶贫主体,可以适时转变发展观念,加强服务意识培养而非一味的进行救助。一定要提升少数民族地区贫困群众主体地位,增长贫困群众内生发展动力,尽量让贫困群众自己做各种决定。扶贫主体应当以服务意识代替管理意识,将自己作为服务者而不是管理者,不但要让少数民族贫困群众切身感受到自身的发展可能,更要充分调动他们的扶贫参与积极性。再者,切实完善少数民族社区贫困农户扶贫参与机制。多开会,多公示,重点组织贫困群众和村民代表进行旅游扶贫项目商议大会,将扶贫项目开发的具体进展、落实情况、资金流向、收益情况等与广大农民群众进行商讨,向大家把申请都讲清楚,再征求农户自己的意见,以农户的意见为基础来制定项目规划。将项目进展的每一步都对村民进行公布,并让农户亲力亲为,让他们自己参与到经营、管理等具体事务中来。只有让农户亲身参与了,他们才能有切实的感性体会,才能真真切切的感受到自己成为了扶贫开发的主体,这样才有利于树立农户的责任感,让农户在参与扶贫开发中可以全身心的投入。

4.2 维持民族文化原生性,重点突出生态人文体验

将贵州少数民族地区的人文风俗充分融入山地旅游项目,让游客感受到最独一无二的生态人文体验。山地旅游的产品体系包括观光、运动、养生、自驾、攀岩等等,将这些旅游项目与民族文化有机结合在一起。比如,在少数民族村落设计徒步行走的观光线路,人口较为密集的地方尽量不要让车辆进入,保持徒步行走的方式,既要游客近距离体会最真实的少数民族风情,也尽可能减少对少数民族群众生活的干扰。以山地旅游为契机,大力宣扬度假文化。目前,中国城市人口对休闲度假的接受度越来越高,有着很强的消费欲望,这一点与国际旅游发展趋势是十分相似的。瑞士阿尔卑斯山地旅游,就打造了很好的休闲度假场所,让游客可以在湖光山色之间

尽情停留,享受美景。贵州山地旅游也可以尝试发展度假游,让前来游玩的游客不仅可以体验到山地旅游的感官刺激,也可以和少数民族群众一起生活,加强人文感受,彻底放松身心。

4.3 坚持生态保护第一,合理开发功能基础设施

生态保护必须放在第一位,经济发展的 GDP 不能滥用生态资源去换取。比如,黔西南州应适度发展工业,适量进行梯级开发,一定要尽量谨慎,不宜大规模的开发建设,求精不求大,要维护好地区经济的可持续性发展。进行山地旅游项目开发,要充分考虑地区的环境承载力,就算景区吸引力再大,也要控制好游客规模,要吸取云南、湖南等省在发展旅游业时的经验教训,不能用过度消耗提前透支了生态资源。因此,对于景区、度假村、民族村寨等具体吸引游客的部分,一定要适度开发,提前做好科学规划,让山地旅游与生态资源共生共荣。

4.4 利用互联网技术,营销贵州山地旅游品牌

强化贫困地区基础网络设施建设,将发展山地旅游作为一次重要的发展机遇,对诸如车站、酒店、景区、商场等公共场所进行基础设施重点改造,特别要提高无线网络覆盖率,争取借此机会进一步缩小民族贫困地区与发达地区的网络基础设施差距。利用好现代营销模式,扩大民族贫困地区山地旅游知名度,既要打通电视广播报刊等传统媒体途径,也要做好互联网衍生出的多媒体渠道的宣传工作。重视网络营销的重要作用,重点加强与携程、去哪儿、途

牛、穷游等旅游网站的营销合作,在各大旅游门户网站放入贵州山地旅游专题,并主打“少数民族特色”等宣传概念,争取吸引更多城市旅游爱好者的目光,同时,加强对山地旅游管理者及从业人员的培训指导,开展全员营销。重点对微信、微博、网站等渠道进行重点宣传营销,加快山地旅游智慧营销服务平台建设,让国内外游客有更多知晓贵州山地旅游的途径。

参考文献

- [1] 张攀春,等.贵州山地旅游资源特征及其景区开发策略研究[J].贵阳学院学报(社会科学版),2015(5):110-114.
- [2] 胡丽涓.贵州凭什么发展山地旅游:风正时济无限风光在山间[N].贵州日报,2016-02-29.
- [3] 吴必虎.贵州山地旅游怎么搞[EB/OL].搜狐网 <http://mt.sohu.com/20160113/n434382528.shtml>.
- [4] 白明.贵州基础设施现状评价[J].技术与市场,2012(10):155-160.
- [5] 王瑞花,等.国外山地旅游开发对我国的启示[J].山西管理干部学院学报,2014(1):139-148.
- [6] 胡叶星寒,等.国内外山地旅游研究综述[J].河北旅游职业学院学报,2013(9):18-22.
- [7] 刘司可.精准扶贫工作问题分析及对策研究[M].湖北科学技术出版社,2016.
- [8] 黄欢.开启“互联网+旅游”新模式[N].新疆日报,2016-03-24.

An Exploration and Reflection on Developing Mountain Tourism in Poor Ethnic Areas ——Take the example of Guizhou province

LIU Sike

(Hubei Academy of Social Sciences, Wuhan Hubei Province 430077, China)

Abstract: Mountain tourism has become a new feature for Guizhou province. Boasting of rich natural resources and unique ethnic cultures, Guizhou is an optimal destination for tourists. However, it still faces many challenges in the process of tourism development, such as the imbalance between ecology and exploitation, a lack of branding, cultural elements integration and basic infrastructure. Considering the targeted poverty alleviation policy and features of ethnic minorities in Guizhou, this paper suggests that we learn from valuable lessons from other countries, encourage the involvement of local ethnic groups, create environmental experience, build basic infrastructure and market through the Internet to develop mountain tourism there.

Key words: ethnic groups; poor ethnic areas; mountain tourism; targeted poverty alleviation; Guizhou; development path