

贵州省少数民族村寨旅游发展调查研究

李丹丹

[贵州开放大学（贵州职业技术学院），贵州 贵阳 550023]

摘要：本文分析了贵州省旅游发展规模，采用问卷调查、数据分析、内容分析等方法对所获得的调研数据进行多角度研究。通过调研发现贵州省少数民族村寨旅游在旅游产品宣传力度、生产销售、旅游产品的特色等方面发展存在不足，提出要挖掘文化内涵，打造地域特色 IP，多渠道加大宣传力度，激发乡村旅游新业态，兼顾保护与发展，关注居民诉求等策略，希望能够为贵州少数民族村寨旅游发展建言献策，为贵州高质量发展注入新的动力源泉。

关键词：贵州；少数民族；民族村寨；旅游；发展

一、贵州省旅游业的发展规模

近年来，贵州旅游业发展迅速，取得了一系列成绩。2019 年，贵州省吸引了超过 1.2 亿名国内外游客，旅游总收入接近 1500 亿元。特别是在“十三五”规划期间，旅游业成为贵州省经济社会发展的重要支柱产业之一。2023 年，贵州省接待游客量达到 12.84 亿人次，与 2019 年相比同期增长了约 1.5 亿人次。全年旅游总收入约为 1.46 万亿元，比 2019 年同期增加了 2300 亿元左右，实现 18.69% 的增长。

二、数据的收集与分析

（一）调查数据的来源

同时 2023 年 12 月 -2024 年 1 月，调研小组在对研究区域进行资料查询的基础上，我们采用随机抽样的方式，网络电子问卷和纸质问卷实地调研，向三个少数民族村寨群落发放 200 分问卷和 200 分访谈，共计发放访谈问卷 600 份和调查问卷 600 份，以获取西江镇、肇兴镇、音寨乡的三个不同的少数民族村寨群落进行调研，其中有效问卷与访谈提纲各 583 份，回收率和有效率分别是 97.2% 和 97.2%。

（二）数据统计

根据调查的样本进行统计，从统计数据中可见中女性多于男性，年龄段数据相对较多的是 60 岁以上人员，调研的人员以当地居民为主，学历普遍较低，收入在 2000 元左右居多，家庭主要收入来源于旅游业与畜牧业。

（三）调查数据的分析

第一，旅游业改变了您及家人的？当地发展旅游业改变了家里的收入，

占据了约 61.9%，其次是改变了家庭的生活方式，占了 57.82%，改变了自身的生活条件占 55.1%，其他都比较少。

第二，你认为你所在地目前发展的产业？根据调研地方显示，被调查者对旅游调研地旅游产业发展最多的是种植业，占了 82.31%，其次是林业占 52.72%、畜牧业 50.68%，旅游业占 37.76%。由此可以看出调研地的旅游产业主要还是原始的种植业、林业、畜牧业，而旅游业的只是其中的一部分。

第三，你认为你所在地乡最适合发展什么？大多数的被调研支持当地发展种植业，其次是林业、畜牧业，在被调查中认为当地适合发展旅游业的 47.28%，由所上升。

第四，你认为所在地的产业发展存在什么样的问题？70.07% 的被调查者认为农产品太少，没有形成

基金项目：文章系 2024 年度贵州省高校人文社会科学研究项目资助“喀斯特地区旅游发展与乡村振兴研究”成果（项目编号：2024RW323）；文章系 2021 年度贵州省教育科学规划项目资助“贵州旅游职业教育服务乡村振兴的路径研究”成果（项目编号：2021B178）；文章系“技能贵州”背景下职业技能人才助推乡村振兴课题成果（课题编号：2022yb12）。

作者简介：李丹丹（1987-），女，硕士，讲师，研究方向：旅游职业教育、民族旅游、乡村旅游、喀斯特资源管理与区域发展。

规模, 68.37% 的被调查者认为没有形成产业结构, 成本太低, 48.98% 的被调查者认为旅游产品分布不均匀, 没有鲜明特色, 27.89% 的被调查者认为旅游产品雷同性高, 没有形成品牌。

第五, 你对当地旅游产业的评价? 调查者认为在民族文化内涵、产品特色、产品品牌、产品价格、包装设计、产品材质、传统手工艺、产品服务、产品外观等方面的评价, 最高是传统手工艺。

第六, 你认为被调查地的旅游发展应该在哪些方面进行改进? 调查者认为当地旅游的发展应该在当地旅游产品宣传力度上、在生产销售等方面、旅游产品的特色上应该加强改进。

三、贵州省少数民族村寨旅游发展策略

(一) 挖掘文化内涵 打造主题旅游产业

近年来, 贵州省开始探索精品文化旅游线路的打造, 包括研学人文游、文化体验游、红色文化游等。红色文化是弘扬社会主义核心价值观、爱国精神、民族精神, 加强青少年思想政治教育的重要基地。2023 年 6 月贵州省文化和旅游厅发布的 30 条主题特色旅游线路中涉及红色、生态、非遗、历史、科普五大主题。贵州荔波县的荔波大小七孔景区凭借“地球上最后一颗绿宝石”的荣誉, 打造出了贵州省首批旅游的产业发

展区域。如荔波茂展当地的黎明关古战场、茂兰红军烈士墓等; 在茂兰的旅游路线推荐中, 将红色路线单独作为一条路线, 吸引了很多到茂兰进行夏令营、红色教育的研学团队。发展少数民族地区的红色文化, 需要深入挖掘史料, 在保护革命历史文化遗

(二) 打造地域特色 IP 做好品牌形象建设

通过发展旅游业, 结合贵州地域特色打造地域特色 IP, 树立品牌和增强竞争力, 避免商业化、舞台化。景区就在村寨里, 随处可见挑着竹节的寨民, 炊烟袅袅的民居, 饮食和芦笙舞、铜鼓舞、板凳舞等民族表演活动都由当地的村民本色出演。少数民族村寨在开发旅游资源中, 深挖民族历史文化, 将艺术品创作、培训、销售作为附加产业发展, 让当地的留守妇女、老人有事做, 能就业, 还能保护和发展好非遗文化。

另外, 整合贵州省十二大特色农业优势产业, 以“旅游+农业”打造具有地域特色 IP 的农产品, 让农产品走出贵州, 增强各地游客品牌印象, 又促进贵州的旅游发展。地域旅游资源协同文化、环境、特色产业打造品牌景区, 造温馨的游客服务中心, 让游客有更多获得感; 增加地区少数民族文化体验。

(三) 加大宣传力度, 提高受众认可度

建设智能数字化系统, 打造 wifi 全覆盖, 电子门票, 智慧停车, 安全预警, 疫情防控等方便游客的智能设备, 提升游客体验满意度, 也提升景区的游客接纳能力, 在旅游旺季保障安全和效率。一是举办各种旅游活动吸引游客。利于节假日举办大型文旅活动, 如“魅力新黔东南”网络嘉年华活动、“多彩贵州”民族文化旅游节、“侗乡之旅·美丽贵州”等活动, 吸引游客前来参加, 如“2019 多彩贵州文化旅游周”开幕式暨大型歌舞《从千年走到万年》展演、2020 首届中国·凯里森林音乐季·2019 凯里森林音乐会、黔东南州第七届汽车越野拉力赛暨 2020 首届凯里国际山地汽车越野赛等。二是与各类平台合作, 扩大知名度。在抖音上开通了“黔东南乡村旅游”话题, 邀请黔东南州的旅游达人上传和推广相关视频; 在各大网络平台上建立账号, 以美食、美景等内容为主宣传黔东南州的乡村旅游; 与大型旅行社合作开展“黔东南州旅游资源及产品推广活动”; 与腾讯、新浪、今日头条、优酷、爱奇艺等平台合作开设“黔东南州旅游”频道; 与抖音、快手、火山小视频等短视频平台合作推广黔东南的乡村旅游。三是提升知名度。借助抖音这一新兴平台, 让更多人了解黔东南的乡村旅游, 如抖音“最美乡村旅行家”之《侗乡之旅》系列短视频中的“黎平”“雷山”“榕江”等地都是黔东南的代表性乡村景点。

(四) 激发乡村旅游新业态 推动产业深度融合

随着人们对生活质量需求的提高, 健康管理成为人们非常重视的方面, 老年人对美好居住环境的渴望变为可以实现的需求, “旅游+康养”概念兴起, 根据老年人出游的特点, 调整交通路线、住宿环境、饮食搭配, 将原本对老年人不友好的旅游产业打造成长期服务的康养项目, 不仅增添了

老年人的幸福感,也打破旅游业因季节原因区分经营“淡季”“旺季”的常态。贵州凯里从江县打造贵州侗乡生态康养公园,以养身、养心、养灵、静思、静享等为主题,将少数民族文化与康养主题结合;贵州剑河温泉城,贵州剑河仰阿莎温泉小镇,将苗族“苗疆圣水”的传说故事融入温泉景区的打造,结合温泉养生概念,专门推出老年康养项目,老年人可以办理年卡,季卡消费更优惠,增加旅游消费的次数^[2]。

体育旅游业。贵州省内苗族、侗族、布依族等传承少数民族历史文化中的如独竹漂、射弩、抛绣球、打铜鼓、跳竹杠、舞狮子等种类繁多的传统体育项目。

贵州少数民族的手工艺、饮食特产等小商品都是独具当地特色的。

(五) 建设全省统一的信息平台 监测信息平台服务质量

打造专属于少数民族村寨项目的旅游信息共享平台,提供旅游相关资源和游客信息数据。现有的旅游信息平台多数由旅游信息服务商提供,整合国内外的旅游资源,其中以国家主流的A类旅游景区为主,缺少对地方少数民族旅游资源的深度挖掘。2020年,基于疫情防控要求,贵州省本土的信息平台开始运营并为公众使用,可以实现景区预约,购买门票,查看攻略,购买农产品等功能,但总体而言,微信小程序的平台在操作上和提供信息方面较之国内大型的旅游APP还有欠缺,页面信息不能突出重点,搜索功能不够完善,很多旅游相关的信息缺乏。少数民族村寨的旅游目的地没有单独列出来,在众多的A类景区中吸引力不强。专属少数民族村寨项目的旅游平台可以在吃、住、行、娱等信息上更多关注民族村寨的文化特色;不仅提供相关酒店、景区、商场、餐饮、交通路线的查询信息,也作为旅游目的地文化、特色产品的宣传途径。鼓励游客进行旅行攻略、旅行美照、旅行日志的分享,以游客亲身体验的信息吸引更多游客关注旅游目的地。民族村寨分布的地区大多公共交通不能达到,只能依靠自驾,路线的规划建议尤其重要,整合旅游服务预订、交通服务、景区服务、酒店服务等,带动旅游目的地沿途相关产业发展。提供民族地区特产购买与邮寄服务,让电子商务彻底服务贵州乡村的产品推广,助力乡村振兴。平台能够通过获取的数据进行数据分析来充分了解市场需求,掌握市场动态,灵活调整旅游产品的供给,完善服务;通过分析游客的消费行为和兴趣方向,打造各产业品牌产品,进行精准营销。平台通过收集和监测到的游客反馈的信息,比如,路线规划,交通便捷,旅游配套服务产业的质量问题,便于协同平衡发展各产业,真正实现以旅游产业为领头羊,带动区域其他产业更好更快发展的目的^[3]。

(六) 关注居民诉求 兼顾保护与发展

少数民族村寨的发展需要关注当地村民的诉求。当地的居民不仅是旅游目的地的经营者和受益者,也是民族文化的传承者和建设者。应尊重当地的社会文化,挖掘特色,瞄准当地居民生活条件的提高和文化遗产的保护,也需要向居民开展文化宣传教育,提升居民的文化素质和服务技能,使他们有动力也有能力参与到景区的建设管理中来。提高少数民族地区农民的文化自信心,充分调动和发挥他们保护自身文化的积极性和自觉性。政府或开发商要合理激发居民的参与动力,通过减税免税、财政补贴等优惠政策,使居民能够自主开发和管理民宿、餐饮等旅游产品,实现家门口就能“讨生活”的就业愿景。

四、结语

贵州省少数民族风情浓郁,民族村寨高达12000余个,可谓“一山不同族、十里不同俗”的文化奇观。即满足人民日益增长的对美好生活向往的追求,又为保护和发展民族特色村寨与传统村落,需要积极探索“民族特色村镇+生态+民族文化+旅游+N”少数民族村寨旅游发展新模式,坚持“一村一品、一村一景、一村一韵”,培育以旅游IP为核心发展的新业态,利用抖音等短视频宣传推广少数民族村寨与传统村落,构建少数民族村寨旅游发展新格局。

参考文献

- [1] 陈天荣.西部旅游产业化发展的几个新理念[J].旅游学刊,2001,16(3):7-7.
- [2] 李忠斌,李军,文晓国.固本扩边:少数民族特色村寨建设的理论探讨[J].民族研究,2016(1):27-37.
- [3] 金晶.乡村振兴视域下的云南少数民族特色村寨建设[J].云南社会主义学院学报,2020,22(1):55-62.