

浅析甘孜藏族自治州旅游扶贫现状及发展方向

达娃卓玛 李鹏举¹

(四川轻化工大学 经济学院, 四川 宜宾 643000)

【摘要】: 甘孜藏族自治州位于四川省西部, 是一个经济条件落后, 贫困面积大, 扶贫任务艰巨的少数民族地区, 摆脱贫困的帽子是现阶段的最主要任务。通过对甘孜州当前经济形势进行理性的分析和研究, 找到以旅游作为扶贫的突破口。本文将旅游扶贫为研究对象, 对甘孜州扶贫现状和旅游发展面临的困难进行分析, 并为旅游扶贫给出合适的建议。

【关键词】: 甘孜藏族自治州 旅游扶贫 民族地区

【中图分类号】 F592.7 **【文献标识码】** A

中共中央、国务院于 2015 年颁布的《中共中央国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》提出要确保到 2020 年我国现行标准下农村贫困人口实现脱贫, 贫困县全部摘帽, 解决区域性整体贫困。甘孜州作为特困地区, 脱贫迫在眉睫, 其第一产业和第二产业发展落后, 增长空间有限, 实现脱贫目标需要找寻新的方向。甘孜州作为我国第二大藏区, 拥有瑰丽多彩的藏文化和得天独厚的生态环境, 丰富的旅游资源和良好的政策优势为发展旅游业提供了有力保障, 旅游业发展前景广阔, 旅游扶贫将成为拉动经济发展和实现脱贫的新方向。甘孜旅游扶贫也面临许多挑战, 资金短缺、交通闭塞、教育落后等都阻碍着旅游业的发展, 如何实现旅游的发展对促进当地扶贫工作具有重要意义。

1 甘孜藏族自治州概况

甘孜藏族自治州, 简称甘孜州, 是一个以藏族为主体民族的地级行政区, 境内还有彝族、羌族、苗族等 25 个民族, 其中藏族人口占 78.4%, 各族群众以大范围聚居小范围杂居形式分布于全州。全州辖 1 个县级市及 17 个县, 2018 年初泸定摘掉贫困帽子, 2019 年初康定、乡城、稻城、九龙、丹巴陆续摘掉贫困帽子, 剩下共有 12 个贫困县。2018 年四川省 21 市州 GDP 排名中, 甘孜州排在最后一位, GDP 总量为 291.20 亿元, 同为贫困地区的凉山和阿坝 GDP 总量分别为 1533.20 亿元和 306.67 亿元, 经济发展差距巨大。当然其 GDP 同比增长 9.3%, 居于全省第一, 其中第三产业增加值首次破亿元大关, 达到 103.95 亿元, 增长 6.9%, 拉动 GDP 增长 2.6 个百分点。甘孜州已有 G317、G318、S211、S215、S216、S217、S303 七条公路通道, 雅康高速于 2018 年 12 月 31 日全线通车, 泸石高速也在规划中, 川藏铁路也在修建中, 还拥有康定机场、稻城亚丁机场和正在飞行校验阶段的甘孜格萨尔机场。甘孜州自然资源丰富, 地处康藏东南, 高山河流湖泊众多, 环境优美, 生态脆弱。

2 甘孜州旅游扶贫现状

旅游扶贫即旅游资源比较丰富的贫困地区充分利用旅游资源, 大力发展旅游业, 吸引周边人民前来旅游和消费, 使旅游资源产生效益, 是旅游商品的生产、交换、消费在贫困地区同时发生, 逐步实现部分财富、经验、技术和产业向贫困地区转移, 增加贫

¹**作者简介:** 达娃卓玛(1997—), 女, 四川白玉人, 藏族, 四川轻化工大学经济学院本科生, 研究方向: 旅游扶贫发展; 李鹏举(1986—), 男, 山东高密人, 博士, 副教授, 硕士生导师, 研究方向: 旅游地学、旅游规划与开发。

基金项目: 四川省旅游业青年专家 2019 年度研究课题“四川省民族地区旅游扶贫现状及旅游发展模式选择研究”(编号: SCTYETP2018L02); 四川省教育厅人文社会科学重点研究基地——四川民族山地经济发展研究中心项目(编号: SDJJ1712)。

困地区的“造血功能”，从而实现脱贫致富。甘孜州为全国 14 个集中连片特困地区之一，其旅游扶贫是州政府大力发展的方向。经过省级政府的支持和州政府的不懈努力，在 2018 年海螺沟、泸定桥等 12 个景区实现升级，共创建 2 个国家 4A 级景区，11 个 3A 级景区，且 A 级景区总容量达到 26 个。建设 83 个旅游服务综合体，建成 127 个旅游厕所。“厕所革命”的实施具有标杆意义。海螺沟、稻城亚丁被评为“2018 四川省十大避暑目的地”，G317、G318 川藏线列入中国“西部行”自驾游十条精品路线。举办山地旅游节，中国·甘孜环贡嘎山百公里国际户外山地运动挑战赛等活动，宣传当地旅游，增加民众参与度。2018 全年接待游客 2230 万人次，实现旅游综合收入 222.5 亿元以上，同比增长 33.69%、34.04%。旅游收益有所增长，但总体收入偏低。

3 甘孜州旅游扶贫面临的难题

3.1 资金短缺，设施设备落后

根据《四川省旅游扶贫专项 2018 年度实施方案》指出将计划对甘孜州投入 4094 万元人民币用于旅游扶贫发展，虽然有省政府在资金和政策上的大力支持，但仍存在相当大的资金缺口。县域之间的旅游发展也因各自经济发展的不同而差距较大。康定、泸定、稻城等南路县旅游资源稍有开发，如海螺沟冰川森林公园、稻城亚丁风景区，甘孜、白玉、德格等北路县虽然有着同样丰富的旅游资源，但由于资金、地理位置等原因还未被完全开发。民间资本投资小，一是甘孜州经济发展落后，当地民众收入水平偏低，加之对旅游的认识不深，因此鲜少投资旅游。二是甘孜州交通通达度不高，旅游地距客源市场较远，地势险峻，自然灾害频发，使得投资者望而却步，投资力度小。州内各景点开发粗糙，现有景区旅游设施设备不够完善齐全，住宿环境、饮食卫生等都存在一定风险，给到访游客造成负担。如经常出现景区无厕所的尴尬。

3.2 旅游产品开发滞后，发展意识薄弱

甘孜州相较于四川省其他地区旅游开发起步晚，再加上当地受教育水平低，人民对旅游认识不足，发展意识薄弱，专业人才短缺，旅游项目开发不够成熟，旅游发展缺少知识力量储备。海螺沟景区作为甘孜州唯一的 5A 级景区，已有三十几年开发历史，但也存在娱乐项目少，与周围旅游点匹配度低，对当地生态造成破坏等问题。当地旅游产品开发也少之又少，丰富有趣的当地文化未被研究和挖掘，旅游产品和当地文化融合度不佳，景区除了售卖核桃、虫草这种低成本、低收益的产品外，票价为主要收入渠道，民众参与度低。使得当地旅游总体收入不高，民众也鲜少以此谋利。

3.3 生态脆弱，旅游同质化严重

甘孜州是个高寒地区，植物生长缓慢，环境承载能力弱，植被一旦遭到破坏就很难在短时间内恢复。州内共有 21 个自然保护区，5 个森林公园，2 个地质公园，6 个 A 级景区，5 个风景名胜区，多样而脆弱的生态环境开发不仅难度大，还需要有强烈的生态保护意识和完善的消防、护林等保护措施。甘孜州的旅游同质化大大减少了来访游客，州内各县之间存在资源同质化严重的问题，景点开发的大同小异面临无人来、无人游的尴尬。相同的旅游资源易造成恶性竞争，导致资源浪费。州外其邻居西藏有着更同样的生态旅游资源和民族文化且更为丰富，并有更大的知名度，使得甘孜州旅游发展缺少竞争优势。

3.4 旅游辐射面积小，交通落后

甘孜州地处青藏高原东南缘，属横断山系北段川西高山高原区，平均海拔 3500 米，总面积 15.3 万平方公里，地势险峻。州府康定距省会成都有 333.31 公里，路程较远，成都到甘孜州各县都是以康定为中转站，交通干线少且通达度低。由于当地环境闭塞，物资困乏，商品价格普遍偏高。州内公路交通还易受到天气、自然灾害等的影响，特别是冬季降雪易发生交通事故。该地旅游时间成本和交通成本高，使得目标市场放弃选择。

4 甘孜旅游扶贫发展方向

4.1 打造旅游品牌, 加强区域合作

4.1.1 打造景点旅游品牌

加强康东香格里拉之巅, 情歌故里; 康南香格里拉之魂, 雪域净土; 康北康巴文化之源, 格萨尔故乡的旅游形象宣传, 以三个片区不同的定位来吸引游客, 旅游形象的建立体现旅游品牌。各县旅游同质化严重, 为避免游客审美疲劳应推出具有特色的景点打造成旅游品牌, 然后围绕此景点再设计开发其他“附属”景点。以情歌康定城、贡嘎山、稻城亚丁、丹巴藏寨、崩科建筑、海螺沟、阿须草原、泸定桥作为特色旅游品牌来打造, 并将以这些景点为中心与周围其他景点连接, 相互合作开发, 打造完整的旅游路线, 增加旅游辐射范围。

4.1.2 打造节日及自驾旅游品牌

甘孜州境内有广阔的草原, 夏季天气晴朗, 风景宜人, 是个良好的避暑地。夏季草原上牧民会举行赛马、射箭、歌舞表演等来庆祝节日。在政府鼓励、民间投资、群众参与的基础上, 打造“帐篷节”作为旅游品牌, 以精彩的民族歌舞、马术比赛作为的特色吸引游客前来了解和体验。同时建立康巴文化展览会, 使游客进一步了解当地民风民俗和文化历史, 推广旅游产品。加强草原周围景点的开发, 设计旅游路线, 带动周围酒店及餐饮的发展。

甘孜州是自驾游的天堂, 因此发挥优势, 打造甘孜州的自驾游品牌, 举办高原单车骑行赛, 设置赛程, 媒体追踪报道, 来宣传当地旅游。为了满足自驾游市场的需求, 应当完善配套设施建设, 在交通发达、地势广阔的区域建立自驾游休憩营地, 配备汽车维修厂、加油站、住宿餐饮等。开发新的自驾游路线, 通过道路修建, 连接新的旅游景点, 为自驾提供多样选择, 实现区域旅游发展。

4.2 重视教育, 开发旅游产品

4.2.1 鼓励农牧民家庭青年接受教育

截至 2018 年甘孜州有户籍农村人口 90.82 万人, 占总人口的 82.5%, 低收入家庭占比大, 经济条件差, 接受教育水平有限, 不够重视下一代的教育。政府鼓励贫困地区教育发展, 借助媒体报道, 吸引民间资本对本地教育的支持。

4.2.2 旅游宣传培训及人才引进制度

景区有关部门对旅游从业者进行系统的培训, 提高从业门槛; 然后各级旅游管理部门做好宣传旅游工作, 科普旅游知识, 吸引民间资本的加入, 帮助农牧民提高专业技能, 鼓励群众积极参与其中; 旅游市场提供高薪和优厚待遇来吸引专业人才。

4.2.3 开发特色系列旅游产品

加大对民间艺术的支持, 从当地的格萨尔文化、宗教文化、锅庄文化汲取养分, 保护唐卡、雕塑、藏饰等手工艺艺术, 结合市场将民族文化与其融合, 开发具有康巴特色的系列旅游产品。并且景区部门可以与当地群众实现合作, 创造和生产旅游产品实现利益共享, 增加收入, 即传承了藏文化也实现了经济增长。

4.3 借助援建单位的支持

甘孜各县都有其对应的援建单位, 要充分利用援建单位的资源优势。利用援建单位独有的社会资源, 积极与其展开旅游项目合作, 让外部资金支持本地旅游经济发展。借用援建单位的区位优势来宣传甘孜旅游, 促进该地区对民族文化及自然风光的认识,

如旅游宣传片播放于客流量大的公共区域,吸引游客。积极与援建单位高校开展旅游发展交流会,引进先进的旅游发展理念,对甘孜州的旅游 ([1]汪东亮,胡世伟.BOT 模式在旅游扶贫中的应用[M].四川大学出版社,2016.

4.4 借鉴同类旅游,因地制宜谋发展

高原生态的脆弱性决定了旅游开发的尺度,甘孜州生态环境占地大,开发生态环境要有较强的生态保护意识和配备完善的设施,因此借鉴国内外同类生态旅游的发展有利于保护自然景观实现可持续发展。高薪聘请专业人员对当地旅游做合理的规划,完善旅游的配套设施,积极参加国内外旅游扶贫交流会,寻求意见,因地制宜地发展旅游。

5 结语

甘孜州旅游扶贫之路任重而道远,当地旅游发展应在政府的政策扶持下吸引民间资本的加入,以利益共享的策略调动贫困人口参与旅游发展的积极性,为旅游业提供良好的发展环境,并对甘孜州的旅游资源进行合理规划和安排,突出品牌优势,因地制宜发展旅游,促进旅游可持续发展,实现当地脱贫致富。

参考文献:

- [1]汪东亮,胡世伟.BOT 模式在旅游扶贫中的应用[M].四川大学出版社,2016.
- [2]鲍文.民族区域旅游扶贫模式研究——以甘孜县为例[N].乐山师范学院报,2017-11-01.