

贵州西江千户苗寨商业化问题调查

滕玉萍 陈顺利 范兆飞¹

(六盘水师范学院 政治与公共管理学院, 贵州 六盘水 553000)

【摘要】: 随着贵州在“十三五”期间确定了大扶贫和大数据两大发展战略,把大健康、大旅游、大生态贯穿其中,旅游业首当其冲,乡村旅游更是受到众多旅游爱好者的青睐;随着旅游业的快速发展,西江苗寨商业化的弊病也达到了深水期。所以,对此现象进行了分析。

【关键词】: 旅游景区 过度商业化 治理问题

【中图分类号】:F2 **【文献标识码】:**A

贵州省黔东南苗族侗族自治州雷山县东北部的雷公山山麓拥有中国最大的苗寨——西江千户苗寨,这里是苗族经过五次大转移而定居的地方,堪称苗族的大阵营。这里居住着 1000 多户淳朴的长裙苗族人家,这里的千户指的是有一千多户苗族人家世代在此繁衍生息。根据多年的统计积累,西江千户苗寨有了 1285 户人家在此落户,大约有 9000 人在这里安居乐业。本文对西江千户苗寨的特色旅游进行了笼统的分析,从而对当地的旅游发展提供可使用的依据。

旅游商业化是指在旅游发展的进程中,过度地追求经济效益,将旅游产业作为经济性产业,过度利用旅游景区的文化、地域条件为政府以及旅游开发商谋取利益,一味地强调经济功能,采取开放式的商业经营模式。

1 旅游发展的优势

贵州省是一个地形崎岖,风景迤邐的地方。以山地为主的地貌并不适合耕作,但奇怪的是,西江千户苗寨却能以一方沃土养育了 9300 余人;有着“天然聚宝盆”之称的苗寨拥有 3236 亩耕地,清澈见底的白水河穿寨而过,水资源充足。其间森林密布,有桂皮、三七、天麻等几百种果树和药材,均能扬名四海。西江千户苗寨作为苗族的大阵营,与九黎部落首领蚩尤有着密不可分的联系,世代代的传承与发展使得苗族文化根深蒂固,在 56 个民族当中焕发着自己独特的色彩。在这里,有苗族、侗族、瑶族、彝族、水族,而苗族人口占总人口的 85.2%。而西江千户苗寨管辖 24 个行政村,1 个居委会。世居的苗族同胞则达到总人口的 94.8%。2005 年,文化部把西江千户苗寨 5 项非物质文化遗产列入首批国家级非物质文化遗产名录,分别是吊脚楼营造技艺、银饰、牯藏节、苗族古歌、芦笙舞。作为西南部苗族地区的代表,十八大以来国家相关政策的出台以及云南、广西、贵州形成的民族文化旅游群,它们以贵昆线、湘黔线、焦柳线连通,可谓是“三位一体”共同发展,贵广高铁、沪昆高铁和凯雷高速公路的开通也给当地带来了源源不断的游客,形成资源共享、联动发展的格局,与其他旅游区相比,就当前而言当地的原生态面貌保持得较好,具有优质的水资源和连绵起伏的绿色森林,具有比较优越的区位条件和发展优势。

西江在 1982 年被省人民政府列为贵州东线民族风情旅游景点,自此,“中国民族博物馆西江千户苗寨馆”在 2015 年此正式挂牌,这一系列的国家政策都体现了政府对西江苗寨发展民族文化旅游的支持与鼓励。让西江苗寨有了展现本民族特色的机会。

作者简介: 滕玉萍(1997-),女,贵州凯里市人,六盘水师范学院政治与公共管理学院学生;陈顺利(1995-),女,贵州都匀市人,六盘水师范学院学生政治与公共管理学院学生;范兆飞(1986-),男,汉族,安徽阜阳人,六盘水师范学院政治与公共管理学院教师(通讯作者)。

基金项目: 贵州省高等学校“2017 年度六盘水师范学院大学生创新创业项目”成果。

十八大以来,中国的 GDP 稳居世界第二,第三产业迅速崛起,而对于极具少数民族特色的西江苗寨景区来说,更受各地游客的青睐;近些年来通过旅游开发,西江苗寨带动当地大约 2000 人就业,村民每年个人收入从 2007 年的不足 2000 元到 2017 年的 15000 元。据统计,西江苗寨已有 10 户达到千万元,超过 20 户达到百万元,更有 100 户以上达到 10 万元;当地政府和管理者更应该抓住前所未有的机遇来发展壮大景区的发展。贵州一直打着“走遍大地神州,醉美多彩贵州”的标语来吸引各地的旅游者,使贵州成为家喻户晓的称谓,使贵州旅游进入世界的视眼。

西江千户苗寨是一个拥有各种丰富资源的“原始生态”圣地,它无疑不是领略和认识中国苗族漫长历史的发展之地。此外,十三年一次的牯藏节、苗年节各种节日均名扬四海,每一个节日都以壮观的景象展现出来,是展现着的一部苗族发展的史诗,是研究苗族历史发展的剧本。

1982 年,西江苗寨被贵州省人民政府列为贵州东线民族风情旅游景点,1992 年被列为省级文物保护单位,2004 年被列为全省首期村镇保护和建设项目 5 个重点民族村镇之一。2005 年西江千户苗寨吊脚楼被列为首批国家级非物质文化遗产名录。同年 11 月“中国民族博物馆西江千户苗寨馆”在此挂牌,西江苗寨正是以它这种村与村相连而成的宏伟以及独特的建筑风格和丰富的人文风情赢得世界的关注。数据表明,2000 年~2005 年西江千户苗寨的游客量为 0.75 万人、1.2 万人、2.4 万人、2.15 万人、3.5 万人、7.5 万人。至 2008 年时,由于旅游发展大会的召开,当年的客流量达到了史上高峰期 77.7 万人。2009 年时,客流量又下降为 64.6 万人次,2010 年时又缓缓的上升到了 68.9 万人次。2014 年时客流量再次突破新高,达到了 272.56 万人次,2016 年时,西江千户苗寨全年接待国内外游客约 484.73 万人次,2017 年,旅游人次又再次突破了新高,达到了 750 万人数;自 2009 年以来直到今天,其客流量一直在上升。短短几十载的时间,一个封闭落后的小村镇成为了人尽皆知的旅游胜地,正是以它独一无二的建筑风格和多彩的民族文化吸引了来自全国各地的游客,但是近几年来,它却一步步走向衰退……

2 旅游过度商业化的具体表现

2.1 人造景区现象日趋繁荣

为了吸引游客们的视眼,一开始景区的建设都是在金钱利益的驱动下构造的,那么景区变身为商业区也就水到渠成的事。随着贵州在“十三五”期间确定了大扶贫和大数据两大发展战略,把大健康、大旅游、大生态贯穿其中,旅游业首当其冲,也渐渐异化了生态旅游的特性。

2.2 “强买强卖”弄虚作假

在经济活动如此繁荣的今天,所谓的“托”也在景区内扮演着一些肮脏的角色。卖家也在充当着消费者,不择手段的攻击其他竞争者的产品,烘托物价,扰乱市场秩序;使其成为市场最终的赢家。

2.3 民俗表演化

自景区开发以来,西江苗寨的高排芦笙舞、反排木鼓舞、铜鼓舞等歌舞都以舞台剧的形式展现给游客,更令人惊讶的是,本应该是庄严肃穆的祭祀活动也成了人们获取利益的牺牲品。

2.4 景区间接变身为商业区

随着旅游业的不断发展,加之游客的不断涌入,一系列的农家小舍逐渐发展成了高端大气的豪华酒店;为了使供应大于需求,商家们只好大批量的批发水果蔬菜,甚至是一些打着本地名号的虚假特产、手工艺品等。原始的农家肥蔬果、鱼肉等不复存在,充斥着市场的是机械化生产的大棚蔬果。

2.5 区域经济发展不均衡

通过调查,我们发现当地居民和企业对旅游商业化持赞同态度,而游客大多持中立和不赞同的态度。

不得不承认,旅游发展就是商业化的领域,适度商业化利于旅游产业的发展,过度商业化只会适得其反。西江千户苗寨是一个保存民族文化较完整的村寨,具有野生天麻、石斛、三七等珍贵药材,民族风情浓厚。但却随着2008年旅游发展大会的开展以及2017年第三届“中国传统村落·黔东南峰会”在西江千户苗寨的开幕,吸引了大批量的中外游客,当地的游客承载量达到了饱和状态,一系列的问题也随着而来;例如酒店数量缺乏、停车位不够、治安问题以及生态环境恶化等接踵而至……而产生这些系列问题的原因,主要还是由于巨大的商业利益在驱动,人们已不再满足与所谓的蝇头小利,而是专注于更大的利益。产生经济利益的背后,往往是以破坏生态环境和腐蚀少数民族文化为代价。十九大报告中,习近平同志指出,坚持人与自然和谐共生,必须树立和践行绿水青山就是金山银山的理念;同理,西江千户苗寨更应如此,将这一理念进行到底。

3 旅游景区过度商业化的治理措施

3.1 注重人工美与自然美的统一

首先,旅游景区的规划设计应以原生态为主,人工建造为辅,人工修建与自然环境融为一体。建筑在风格应该将当地的民族特色发挥到极致,特别是吊脚楼和风雨桥的构造。特别值得注意的是,建筑讲求对称;当地的楼房宜低不宜高,以小不宜大,整体的构造应体现一种淳朴的风格,不能过度华丽。

3.2 维护和创造生态平衡

旅游景区未开发之前,生态平衡处于相对稳定的状态,一旦进行旅游开发,游客进入,建筑物落地之后,这种平衡就会收到破坏,如果保护措施跟不上就会形成更高一级的生态平衡(如杭州西湖)。旅游开发如果做得好的话会改善当地的生态环境,形成新的生态平衡。相反的,结果就会适得其反。

3.3 合理控制旅游人数

当旅游人数达到一定量之后,景区的容量将会接近饱和状态,尤其是在一些重大的节假日时,更是人满为患,各种旅游配套设施常常超负荷运行;当然了,也会出现食、宿等旅游设施及相关配套设施供不应求的情况。所以我们只能通过政府这只“有力的手”来进行相应的处理。

3.4 严格划分区域

景区过度商业化之后,让民俗风情逐渐丢失了原本的味道,当游客来到苗寨本地时,就很容易想不起来自己究竟是在哪里,映入眼帘的几乎是“烧烤一条街”,吃着烤串儿、泡着酒吧,甚至是在搓麻将……那么这时就应该把商业区和居民区严格区分开来,让纯粹想购物娱乐的游客进入商业区,去购置一切他们所需要的产品;而让想真正体验农家生活、民族风情的游客去到实实在在的老百姓家里,真切地享受用土碗吃饭、大口喝酒、甚至是自己亲自动手烹饪的乐趣。

3.5 注重个性与特色的挖掘

西江苗寨的开发与保护一定要挖掘自己独特的个性和特色,切记不能与其它景区过于同质化,既然是少数民族地区,就要将自己独特的文化在继承的基础上发扬光大,给游客以独特的旅游体验,从而让游客有想要进行二次旅游的冲动。

总之,西江千户苗寨的旅游是贵州旅游业的一个重要组成部分,也是中国特色村寨旅游的一大亮点。作为西南片区苗族的聚集地之一,贵州省在西部大开发的背景下,其具有良好的开发优势和发展空间;西江千户苗寨必须也只能走好乡村旅游与生态环境和谐发展这条路,乡村旅游以别具一格的特色,紧抓人才培养,改善服务态度,努力开发旅游资源;积极指引给与苗寨进入到良性循环发展的机制,共筑乡村旅游的美好明天。

参考文献:

- [1]游客感知视角下的西南民族地区旅游影响研究[EB/OL]. <http://xuewen.cnki.net/CMFD-1013047896.nh.html>.
- [2]刘建刚. 法律多元视野下的村规民约实证研究——以贵州省雷山县西江千户苗寨为例[D]. 北京:中央民族大学, 2013.
- [3]习近平同志代表第 18 届中央委员会向大会作的报告摘登——十九专题[EB/OL]. <http://cpc.people.com.cn/19th/n1/2017/1019/c414305-29595247.html>.
- [4]袁璐. 宗教旅游景点(区)旅游者行为特征及动机研究[J]. 湖北大学学报, 2011.