

基于SWOT分析的西部地区民族风情旅游发展研究

董鸿安¹ 汪焰²

(1. 厦门大学 旅游系, 福建 厦门 361005; 2. 宁波职业技术学院, 浙江 宁波 315800)

[摘要] 在分析了民族风情旅游的内涵及其特征的基础上, 对西部地区民族风情旅游的发展条件进行了SWOT分析, 并对促进西部地区民族风情旅游的可持续发展提出了针对性的建议和对策。

[关键词] 西部地区; 民族风情旅游; SWOT分析; 对策

[中图分类号] F590.3

[文献标识码] A

[文章编号] 1005-913X(2004)02-0116-02

一、民族风情旅游的概念及其特征

1. 民族风情旅游的概念内涵。关于民族风情旅游, 国内外学者各执其词, 莫衷一是。至今尚未作出一个严格的统一的界定。笔者较倾向于国内学者王德刚教授对之下的定义“就是以民风民俗因素作为吸引物和承载物, 激发旅游者兴趣, 通过旅游者的亲身投入, 成为特定民俗环境中的一员, 从而达到旅游主体与客体的双向交流, 满足旅游者休闲、探奇、求知等目的的旅游活动。”因为旅游活动实质是旅游者的一种经历、一种体验和一种心理感受。该定义站在旅游者的角来挖掘民俗风情旅游的内涵, 强调了旅游者的参与性, 符合现代旅游者的心理, 同时也延伸出了民族风情旅游的主要特征。

2. 民族风情旅游的特征。民族风情旅游作为一种专门旅游, 除了具备一般旅游活动的共性外, 还有其自身鲜明的个性, 其中最为典型的三大特征是: 首先, 最为突出的一点, 是参与性。旅游者预期兴奋的满足正是由自身的耳闻、目睹、手摸、口尝、身做来实现的, 旅游者在参与中领略了少数民族的居住、饮食、生产和礼仪风俗等, 并留下深刻的回忆。其次, 本土性。民族风情旅游开发必须立足本土特色, 才能够既达到与环境的融合, 又增强其吸引力, 这也是民族风情旅游不可能被其它旅游产品所替代的优势。从这种意义上讲, 民族风情旅游对本地居民的吸引力相对较小, 本地居民主要应作为主人, 作为工作人员出现, 决不可能构成客源。民族风情旅游的广大市场在外地, 在海外。最后, 情趣性。当地在设计旅游产品时, 可以在一定文化背景烘托下, 有意安排一些“逗趣点”, 造就一种寓教于乐的氛围。值得注意的是, 不能片面追求情趣而落于俗套, 降低了旅游活动的品位, 更不能用一些庸俗、低级趣味的东西来作为吸引游客的手段。

二、当前西部地区民俗风情旅游发展的SWOT分析

1. 优势分析 (Strengths)。西部地区分布有全

国绝大多数少数民族, 那多姿多彩的奇风异俗, 令人陶醉, 独有的风俗习惯、民族文化, 成为世界民族、民俗文化的一朵奇葩。另外, 相对封闭的西部地区保留了改革开放前我国的更多痕迹, 世界对其有强烈的神秘感, 这种“神秘性”及浓郁的“本土性”, 成为满足游客追新猎奇心理的旅游吸引物, 必将带来大量的海外游人。

2. 劣势分析 (Weakness)。首先, 政府旅游扶贫与当地居民的观念滞后存在着较大冲突。西部地区的许多少数民族居民目前对改革开放的观念相对保守, 抵制外部各种思想文化, 保护自己的传统行为方式不被改变, 形成一种自我封闭的文化之网, 阻碍了一些资金和技术的流入。例如, 贵州紫云县宗地乡麻山深处的一处苗族村落在保持传统文化方面真可谓“原汁原味”了, 靠着类似于刀耕火种般的方式勉强维持生计。目前, 正当苗族山洞以民居形式被列为该县委、县政府准备大力发展的旅游文化项目时, 但那里的居民却人人都宿命般地注定要生于斯、长于斯、老于斯、死于斯。这难免会给当地的民族风情旅游发展带来障碍。其次, 游客的参与性与民俗文化的商品化问题日趋严重。民族风情旅游的吸引力主要在于其与旅游者所属民族的差异性, 这就要求在民族风情旅游资源的开发过程中必须力求保持其真实性和突出民族特色, 旅游者也多以亲身体验这种独特的风土民情为乐趣和满足。但是, 随着这些少数民族地区的旅游开发, 当地居民与游客的广泛交往, 必然会带来当地居民的经济价值观念的改变、生活价值的变化以及传统文化的变迁。这些原本只有在特定的时间、场合, 并按传统内容和方式才能举行的仪式、礼俗, 出于商业目的, 打破了传统规定被随时出售给旅游者, 内容上也被压缩, 个别地区甚至以民俗包装去低格调猎奇, 民族文化被随意庸俗化。比如, 新疆各少数民族都有其独特的服饰文化, 有些地方对此不加区别, 将许多民族的服装混穿, 张冠李戴, 甚至有些舶来品亦被视作“土风”。许多外地游客将露脐装

误认为是新疆的特色服饰之一。这些做法不仅不遵循民俗旅游资源开发的参与性原则,更谈不上弘扬民族文化,长此以往必将影响当地旅游业的长足发展。最后,民俗文化精品保持与技术人才的匮乏问题迫在眉睫。现代经济的竞争更多是人才竞争。西部地区经济相对落后的同时人才同样匮乏。民族风情旅游作为一项专门旅游,需要原生地居民的操作表演,需要有专业技术人员进行规划建设,高素质管理人才和服务人员进行经营管理,才能开发出旅游精品项目,实现经济效益和社会效益。但是,民俗文化的原生地日益“现代化”,并受经济利益的趋动,使一些民俗表演人才纷纷外出打工,导致当地的民俗风情展示的源泉日益枯竭。如葡萄沟本是一个集自然景观与人文景观为一体的旅游胜地。那里当地老乡的生活习俗与他们那一座座被葡萄架绿荫所覆盖的民居都是这一景点的文化组成部分,使这个旅游胜地带有特定的维吾尔族民俗文化色彩,从而远近闻名。而如今,经过多年程式化的开发,已见不到本地人的身影,以至于许许多多的游客慕名而来,败兴而归。民俗文化精品消亡,民族特色弱化的事实不能不令人感到忧虑。

3. 机遇分析 (Opportunities)。可以说,当前西部地区正面临着难得的发展民族风情旅游的好机遇。1999年6月,江泽民同志在考察大西北时,代表党中央提出了西部大开发的战略决策,从而揭开了西部大开发的序幕。这项政策给西部地区旅游业的发展带来了极好的政策机遇。另外,近两年国内旅游需求十分火爆,东部地区的许多旅游产品对旅游者来说已失去了个性,市场开始寻求新的目的地,这为西部地区的民族风情旅游发展提供了强劲的市场动力。

4. 威胁分析 (Threats)。不可否认,东部地区通过改革,在政府部门中引入了改革意识、开放意识、竞争意识和风险意识,创造出良好的投资环境,促进了经济和技术的发展,东、西部地区的差距非短期可以消除,资源优势转化为竞争优势也不是短期可以塑造。随着我国出境旅游国家和地区的开辟日趋增多,争夺客源市场的竞争也将日益加剧。

三、西部地区民俗风情旅游发展的对策和若干建议

1. 政府主导,重视西部地区人才的引进和培养。西部地区的旅游开发在资金、人才、观念等方面都存在不利条件,这些已成为西部地区旅游发展的“瓶颈”。因此,要充分发挥“政府主导型”管理模式在实施西部地区旅游业发展中的主渠道作用,政府及有关部门应制定扶助性政策法规和配套措施,并进行对口支援。坚持培养和吸收相结合的原则,通过多种手段培养当地既懂民族、民俗文化又具备旅游管理等专业知识的人才,为西部地区民

族风情旅游发展建立可靠的人力资源保障体系。

2. 坚持当地居民参与旅游开发与经营,引导和提高当地居民及从业人员的思想意识。坚持当地居民参与旅游开发与经营的全过程,使他们意识到本地传统民俗文化的价值,促使他们自觉地去保留、传承和弘扬自己的民俗文化,而不是盲目地接受外来的文化。对当地居民和旅游从业人员通过加强教育和培养,提高其思想意识和从业素质,消除旅游业发展给当地居民和旅游从业人员带来的各种消极影响,体现和反映西部地区民俗风情旅游真正的民族味、乡土性、朴实感,刺激旅客旅游动机的产生,带来更多的客源,避免短期行为带来的负面影响,实现西部地区民族风情旅游的可持续发展。

3. 注重旅游产品的深层次开发,推出高品位的综合性民俗风情旅游精品。西部地区虽然民俗风情绚丽多姿,但多以初级产品为主。随着旅游市场的多样化、个性化发展,这已不适应市场需求。因此,要引导当地居民正确认识民族传统文化的内涵,立足于当地的传统特色,挖掘民族文化的精华,开发融民俗艺术、民族生态、民俗风情、民族风味品尝等为一体的高品位综合性民俗风情旅游精品。如广西壮族自治区博物馆经常举办的“民族文化一日学”活动,可令游人参观广西民族民俗展览,参加广西民族风情表演中的壮族板鞋舞、侗族“多耶”等,最后品尝广西少数民族风味小吃,其中穿插进行广西民族知识有奖竞猜活动。这不仅能满足游客需求,占据市场,也能使民族文化得到保护。

总之,我国西部地区虽然拥有丰富内涵的民族、民俗文化及绚丽多姿的奇风异俗,在全国具备发展民族风情旅游的潜在基础和条件,但是,由于历史、经济、社会等综合因素制约,现今西部地区发展民俗风情旅游仍会遇到一系列障碍和困难,只有政府主导、企业合作、当地居民参与,才能形成西部地区旅游业可持续发展战略的良好社会综合基础,西部地区民俗风情旅游才能真正实行和发展。

[参考文献]

- [1] 龙宣萍,徐圻. 贵州民族风情旅游中的文化困惑[J]. 贵州民族研究, 2001, (2).
- [2] 艾娣雅·买买提. 论西部大开发中的新疆民俗旅游开发[J]. 新疆大学学报(社会科学版), 2002, (1).
- [3] 吴伟峰. 关于民族文化展示[J]. 民族问题研究, 2002, (2).
- [4] 邓永进,等. 民俗风情旅游[M]. 云南大学出版社, 2000.
- [5] 王德刚,等. 旅游资源开发与利用[M]. 山东大学出版社, 2003.

[责任编辑:韩基圣]