

---

# 论民族旅游开发与民族特色村寨建设

## ——以黔东南朗德苗寨为例

田敏

（中南民族大学 民族学与社会学学院， 湖北 武汉 430073）

**【摘要】**郎德镇具有得天独厚的民族旅游资源，民族旅游与民族社区建设紧密相关，涉及村容村貌、民居保护、传统道德、村治民主、社区保障等方面，同时也使许多濒临失传、消亡的苗族传统习俗得到了再生，从而促进了本族传统文化的传承。近年来村寨旅游发展遭遇瓶颈，主要原因包括缺乏地区间的战略协作，资源的低级运用，旅游开发品位不高、深度不够，宣传力度不够、定位不明。为此，应努力转型升级，实现双赢，具体内容包括：注重与区域间的合作，在旅行线路安排上注重发挥民族文化博物馆功能，贯彻民族生态博物馆理念，定位旅游形态和旅游品牌。

**【关键词】**民族旅游；民族村寨；苗寨；黔东南；民族文化

**【中图分类号】**F590      **【文献标识码】**A      **【文章编号】**1672-433X (2016)01-0086-06

### 一、朗德苗寨及其旅游开发

郎德上寨是一个苗族村寨，距贵州省凯里市区 29 公里，距县政府雷山 7 公里，属雷山县丹江区报德乡，全寨共 128 户，530 人。郎德上寨系苗语“能兑昂纠”的意译，“能兑”即欧兑河下游之意，村以河名，“昂纠”即上寨，郎德上寨因属郎德地片上方，故名。寨内苗民的服饰以长裙为特征，所以又称为“长裙苗”。在这里除了可以欣赏到苗族独有的木吊脚楼建筑之外，还可以欣赏到寨民表演的拦路酒歌、盛装苗舞、芦笙舞等节目。

郎德镇具有得天独厚的民族旅游资源，镇内有享誉海内外的“中国民间歌舞艺术之乡”、“全国百座露天博物馆”。作为贵州省典型的民族文化旅游开发景点，上郎德村苗族文化十分浓厚，是贵州省“巴拉河民族旅游示范项目区”规划的旅游村寨之一。自 1987 年开始自办旅游开发以来，上郎德村的民族旅游发展很快。截止到 2005 年，已累计接待游客上百万人次。她以丰富的苗族文化资源为基础，以展示多姿多彩的苗族文化为主要内容，在短期内成为了该地区低耗高效型的新型文化经济形式，一度成为黔东南苗族旅游的窗口景点。

---

**收稿日期：**2015-11-03

**基金项目：**国家社会科学基金重点课题“开发利用民族关键符号促进民族团结进步调研报告”（GSZ13002）；国家民委重点课题“少数民族特色村寨与民族地区新农村社区建设研究”（MSY12008）；中央高校基本科研业务费专项资金项目“旅游开发与少数民族特色村寨建设研究”（CMSY13007）。

**作者简介：**田敏，男（土家族），中南民族大学教授、博士生导师，主要研究民族历史与文化、民族社会学。

进入 20 世纪 90 年代以来，受中国的民族旅游业不断纵深发展之风气的影响，民族文化旅游在黔东南也逐渐成为了具有相当规模和联动效应的新兴产业。通过民族文化旅游开发，使郎德上寨的资源优势转化为经济优势，从而拉动了该地经济的发展。许多旅游地居民在参与旅游开发活动的过程中在经济上得到较大的收益，提高和改善了生活水平。但近几年，因为修路、宣传力度不够、民族旅游发展的停滞和政府的不扶持等各种原因，村寨旅游收入锐减。根据调查，以前每天都有三到四组旅游团体观光，现在已减少到一天一组或两天一组，大大减少了当地居民的旅游收入，使得他们的生活再次陷入窘境。

## 二、旅游发展中的村寨建设

旅游人类学家柯恩将“民族旅游”定义为：“针对在政治上、社会上不完全属于该国主体民族的人群，由于他们的生态环境或文化特征或独特性的旅游价值，而进行的一系列观光旅游。”<sup>[1]</sup>另一美国人类学家布鲁诺认为，民族旅游是指这种情形：“国外或国内的旅游者通过旅游可以观察其他群体，而这些群体不仅被认为有明显的自我认同、文化和生活方式，而且他们通常被贴上诸如种族、国家、少数民族、原始、部落、民俗或农民的标签。”<sup>[2]</sup>可见，两位学者都将被观光对象的文化特征、独特性和少数民族视为民族旅游的要义。

民族旅游实质上是以民族文化为主体资源的旅游，通过民族文化类产品将旅游消费者与旅游供给者联结起来，形成旅游活动，并由此构成民族地区的旅游产业。因此，民族旅游可以定义为：在具有自然生态特色和文化特征的少数民族地区所进行的各类旅游均可称为民族旅游。民族旅游地就是“民族旅游”的发生地，是能提供相关旅游产品以及旅游经历的一个少数民族社区（一般需要一定规模的人口聚居点）<sup>[3]</sup>。这里，民族旅游与民族社区建设紧密相关，民族旅游与民族特色村寨建设、民族社区建设互为促进，特色村寨建设的成果可以很好的转化为民族旅游资源。下文将从村容村貌、民居保护、传统道德、村治民主、社区保障几个方面介绍在民族旅游开发下郎德上寨的特色村寨建设情况。

1. 村容村貌。朗德上寨四面群山环绕，村前是一条清澈见底的溪流，流入美丽的丹江。跨溪有风雨木桥。郎德上寨民居依山而筑，为木质结构的吊脚楼。郎德苗寨聚落最主要的特色是因势利导、布局灵活，并借地貌风景组织主体空间。通常的建造手法是利用山的坡度分层建筑，层顶逐层升高，用悬挑、吊脚的构造手法建造吊脚楼。有五条花街通向寨中。而东、西、北面置有木柱瓦顶护寨门楼，简称“寨门”。寨上，吊脚木楼，鳞次栉比，错落有致。寨中道路、院坝和各户门庭都有鹅卵石或青石镶砌铺就。寨中有两个铜鼓、芦笙场。场子模仿古代铜锣面太阳纹的图案，以青褐色鹅卵石和料石铺砌成十二道光芒，朝着十二个方向伸展。铜鼓、芦笙场的两头，用鹅卵石、水泥镶嵌成一匹飞奔的骏马图案。

2. 民居保护。苗寨民居因自然经济条件，包括气候、地理、地貌以及材料等自然和物质因素的限制，特色鲜明，是旅游开发应作为文化遗产保护的部分。古朴淳厚的苗寨民居是祖先留下的历史财富，在郎德上寨大多民居都已有上百年历史，它展示着独特的地域与历史风貌，蕴含丰富的社会文化信息，它所保存的历史文化传统最为丰富。苗寨民居随着时间的推移越加珍贵，重要的是它可以唤起人们对历史和乡土文化的热爱，激发强烈的地域认同、民族认同。当被问到“如果您想修建新房子，你会修成什么风格的住房时”，有 80 % 的村民回答“修建吊脚木楼”，只有 20 % 的人愿意“修建砖混住房”。

吊脚楼均为木质结构，有些房屋由于年代久远，在建筑的安全上属于功能衰退的危房。但从旅游业的角度看，正是吊脚楼本身、群落之间与其周边所包含的装饰工艺如木雕、石雕、古树、古井、古道等，以及民居群落错综复杂所散发出来的浓厚的地方气息，才使得苗寨民居产生了极具特色的文化魅力，也因此成为民族文化旅游吸引地。

---

具有历史文化积淀的苗寨民居是独特的旅游观光资源，政府部门必须在慎重保护的基础上进行严谨的开发探索。郎德上寨政府规定不得随意再建房屋，只能在原有的基础上进行修缮，为了保护民居原始风貌也不得搭建砖房。村民所有的房屋不可以买卖或转让于外地人。如果房屋年久失修，成为不能再住的危房，可以在上寨新农村区建新房。

由于郎德上寨 96 % 以上的住房都是两三层吊脚楼，木柱子、木墙板，楼下有牲口圈，楼上住人，用火做饭，所以火灾危险性极大。加之房屋密集，村民有“下雨天，村中走路，不打伞”的说法，因此不仅火灾容易发生，而且往往一把火便火烧连营，一家失火，全寨遭殃。

吊脚楼密集这一现实是不容回避的，因此村中修消防池、消防管道、消防栓等，每季度村委会组织人员进每家每户检查防火状况，如检查线路安全、日常用电用火的习惯等，并把结果写在每户房门上，时刻提醒村民防火。苗寨每年都有“扫寨节”，进行一次彻底的灭火、禁火、停止一切用火等为期一天的“扫寨”活动，教育各户在日常生活中注意用火安全。此项活动在该寨已延续了几百年，一般在每年的秋后酉日或寅日举行，以此宣传、警惕和教育人们预防火灾，远离火灾。

3 . 传统道德。少数民族地区社会结构有其自身的特点，在民族教育中起着特殊的作用。在少数民族社区中共同生活的人们，具有共同的利益、面对共同的问题、具有共同的需要，在长期共同生活中形成了共同的生活方式和心理，形成了共同的村寨文化传统，这种文化传统也通过村寨教育传承下来。

村寨传统道德教育通过村规民约发生作用。“历史悠久的乡规民约，便是古代民间砥砺德行、推行教化的重要方式方法”<sup>[4]</sup>，从古至今，村规民约对维护社会秩序，教育村民和睦相处都起着重要的作用。

在郎德上寨里，都有以治安管理、邻里相处、消防安全、森林和土地保护等为主要内容的村规民约。村规民约是根据自己村寨的实际制定的，如邻里之间有了争吵或解决不了的矛盾，村中有专门的调解委员会出面帮助解决问题。治安管理方面，村里基本仍保持着夜不闭户的生活状态，村民外出到田里劳作大多只是虚掩着房门，如果有游客想进屋参观而主人在劳作，他们会非常热情地让游客自行随意参观，从不担心会丢失物品。但根据访谈，一些村民也担心随着旅游开发后外地游客和商贩的增多，他们也许以后不可以再继续保持这种民风了。苗族人民一般都关心集体，热心于社会公益事业。修路建桥的情况很普遍，为行人带路也是常见的。他们坚决反对损人利己、自私自利的思想和行为。村寨中普遍存在“路不拾遗，夜不闭户”的良好风尚，这是苗族人民忠厚诚实、为人正直的道德观所产生的结果。在调查的一个星期中，我们都被当地苗民的传统道德风尚所震动。

旅游者以其自身的意识形态和生活方式介入旅游接待地社会中，引起接待地居民的思想变化，从而产生各种影响，这种作用称为示范效应( demonstration effect )<sup>[5]</sup>。示范效应是旅游对旅游接待地社会文化发生影响的主要途径。

来自发达地区的旅游者，因为社会经济状况而使其所带来的文化呈强势，而大多数接待地文化相对呈弱势。当两种文化接触时，东道主往往会轻视自身文化，盲目模仿旅游者带来的一切。旅游者无意中变成了“示范者”，而当地居民则变成了“模仿者”。示范效应的变化过程首先是影响个体，继之是群体，通过一个模仿过程使某些行为从微观转向宏观，形成一种社会意识。示范效应所产生的结果可能是有益的，也可能是有害的。

对于经济比较落后的地区来讲，因为旅游者大多来自经济比较发达的国家或地区，旅游地居民通过对他们的模仿和学习，其行为举止、经商意识等方面都可以得到改善和提高。旅游地居民不断加入比传统的农业更能提供发展机会的服务行业。从这一角度看，旅游发展不仅能提高当地居民的素质，而且能带动当地生产方式的变革。但是，旅游业给当地造成一些负面影响，旅游地居民中年轻的一代容易受到西方价值观中一些消极思想的影响，抛弃当地流传已久的传统美德，盲目追求所谓的自由与

---

享乐，导致当地的古老风俗、伦理道德、乡规民约以及居民的心理素质都发生变异，结果就出现诸如传统失落、道德失范等一系列问题。

例如伴随旅游业的发展，郎德上寨村民不仅得到经济上的收益，而且文化素养方面也有了飞跃的发展。他们能用普通话与游客进行交流，而且无论男孩女孩都愿意让他们受教育，较少有以前严重的重男轻女的思想。在开发初期，当地村民还比较缺乏商品意识，随着旅游者的一些经济行为的影响，逐步使当地居民具备商业头脑，陆续开辟盈利的渠道，如开家庭旅馆、租售苗族服饰和特色刺绣及银饰。当地居民根深蒂固的价值观发生改变。但值得庆幸的是，当地不少传统道德还是传承下来，如村中有人去世，全村人都会无偿帮忙；村民向游客销售物品时也不会因为抢生意引起争执，年轻人还会帮一些老人招揽生意。

4. 村民政治。郎德上寨主要采用以“工分制”的社区全民参与旅游模式，从而实现了村民对旅游经济、管理、决策的全面控制。不仅确保了社区居民的旅游收益，也激发了村民参与旅游的积极性。

“工分制”是我国 20 世纪“人民公社化”时期的一种生产与分配制度。它是农村集体经济组织计量社员参加集体劳动的数量和质量并获取相应劳动报酬的一种形式。后来，由于家庭联产承包责任制的出现，“工分制”也随之被废除而“消亡”。不过自 1986 年进行旅游开发以来，郎德上寨的旅游社区参与就一直采用“工分制”的形式，并且经过 20 多年的不懈努力，上郎德苗寨探索出了一套完整的利益分配“工分制”的模式。

郎德上寨社区旅游“工分制”有以下几个特征：（1）歌舞表演是社区最主要的旅游项目，本寨全体村民，都有平等参与表演与分配权。（2）凭分记酬，按劳分配。村委规定，在旅游接待的表演总收入中，村委提留 30%，用于寨上修桥补路，维护寨容寨貌以及与旅游有关的开支。其余的 70% 村民按劳分配，凭工分计酬。每场旅游接待以家庭为单位，按家庭实际出工人数，记工分一次，多来多得，少来少得，不来不得。旅游收入和分配情况定期公布，受村民监督。（3）村民按参加接待、按“角色”和“着装”不同而工分不同。（4）每场表演散场后登记工分，然后月底分红。（5）在确保人人平等参与旅游接待的基础上，“工分制”向普通群众、妇女、老人、小孩等弱势群体倾斜，例如 70 岁以上的老人和老年病号每场都有 6 分。

在管理方面，2002 年以前，郎德上寨的旅游管理工作主要由村委会负责。每当有旅游团队或旅游接待任务时，由村委会成员负责用广播通知各家各户前来迎客接待。

郎德上寨的旅游管理机构主要是旅游接待办公室。村旅游办的职责主要包括接待游客、管理村寨、对村民宣传教育、与上级旅游主管部门联络以及管理村里旅游收入与分配。村委会和旅游接待办公室成员均由全体村民选出，村委会五年一届，旅游接待办三年一届，因此旅游接待办对旅游的管理与决策基本上代表了广大村民的意愿。如果在管理和决策过程中，村民认为旅游接待办管理成员不公正不尽职，可以向接待办或村委会反映情况，要求旅游接待办改进有关管理与决策。

作为一个规模不大、人口不多的苗族自然村寨，从 1986 年开始进行旅游开发起，重大旅游事务一直是村委会、旅游接待办公室通过召开村民大会，民主协商决定。尽管在协商的过程中，也有过村委会、旅游接待办管理人员和村民之间对各种问题的热烈争议，但重大旅游决策必须由村民共同决定却成了一种习惯。因此，村民对旅游的管理与决策参与度非常高。

5. 社区保障。旅游开发在促进了当地快速发展的同时，也给当地带来了诸多问题。其中尤为突出的是旅游开发的过程中开发商与当地村民之间的冲突、县政府与当地居民的冲突。村民因利益得不到有效保障、对开发规划不满意等，对旅游开发产生抵触情绪，既严重影响了旅游开发的顺利进行，也不利于当地旅游业的可持续发展。

据了解，上寨村民大多不愿意外地的开发商来投资建设，旅游开发商、地方政府和当地居民之间在开发方案上没有达成共识。旅游开发商关注的焦点是获得经济利益，地方政府的旅游开发关注点是税收、解决就业和稳定可持续发展，居民参与主要是为了增加收入。

在郎德上寨，由于居民受自身知识、技术以及其他方面条件限制，在旅游开发中获益有限，但他们却被动承担旅游发展带来的负面影响，无法获得合理的补偿，长期下去会影响村民对旅游开发的态度。因此，旅游开发中如果村民利益保障问题得不到重视，会导致旅游地居民与旅游开发经营者处于对抗状态，对双方来说都是不利的局面。

目前，民族村寨旅游开发中的旅游收益分配还处在初级阶段，分配方式简单，上寨大部分村民只有在表演歌舞、卖手工艺品中获取少量的金钱，根本不能靠接待游客维持生活，他们仍然需要在田里劳作维持温饱和负担家庭，旅游业的收入只占他们生活收入的很小一部分。中老年人主要靠自给自足的田间劳作，而年轻人很多外出打工。具有相对优势的社区家庭和个人更能较快地从经济增长中获取利益，如富裕的家庭有能力开办农家乐，目前在郎德上寨共有 12 家农家乐。但这与地理位置、家庭条件有着密切关系，因此只能使少部分人富裕起来。村里大部分的老人在生活和医疗问题方面存在困难，因为没有劳动力，收入微薄，生活非常清贫。资金补贴方面，村民因旧房年久失修无法居住，改建新房一般会得到村政府 2000 - 5000 元或 1 万元以上的资金补贴。具体补贴说法不一，在访谈中发现，多半老年人不知道或知道但没有拿到过补贴，中年人得到过很少量的补贴，而一些经营农家乐或做其他生意相对富裕的人们所说的政府补贴较高。通过访谈虽然无法辨别他们说话的真伪，但是这种现象还是值得人们深思的。村民对于民族旅游开发的公共资源，有一部分不愿外地开放商来投资，主要是因为村民认为村中父辈们无偿修建的路都被开发商占用了，而村民却得不到丝毫的补偿。

民族旅游开发应遵循“志在富民”的理念，把实际利益真正落在村民身上，旅游开发的第一要务也应是保护当地人的日常生活方式不受影响而发生变异。因此，在旅游开发中社区保障是十分需要被重视的。

### 三、特色村寨建设的实施与参与主体

在郎德上寨的旅游开发过程中，由于社区全民参与旅游的存在，人人都能受益。因此，村委会和每位村民都能自觉地参与到对本村的文化保护中来，是特色村寨建设的实施与参与主体。村委会组织村民讨论关于进一步加强本村文化保护措施，并于 2001 年 1 月制定了《上郎德村村规民约》，《民约》就文化保护规定了相应的保护措施。例如《民约》规定，社区内的吊脚木楼建筑物、杨大陆故居、民俗陈列室、杨大陆桥、花街路、寨门、水沟、水井、风景树木等寨容寨貌景观都是村民必须要重点保护好的对象。如果这些设施出现人为损害，责任人要受到 50 元以上 500 元以下处罚。同时，为了保护吊脚木楼的完整性，村里明文规定，在本寨内村民一般不得修建以砖代木的楼房，如想修建此类建筑，须到村里划定的区域内修建。因此在整个村寨中，人们不会看到任何一幢砖瓦建筑。

郎德上寨村民对本村传统文化的保护热情，也使许多濒临失传、消亡的苗族传统习俗得到了再生，从而促进了本族传统文化的传承。由于很多苗族青年外出务工赚钱，使得苗族歌舞处于半死不活的困境。但由于社区参与旅游的缘故，村民对苗族传统歌舞继承逐渐产生了很大的兴趣，和别的苗族村寨相比，这里的大部分男性青壮年都会吹芦笙，大部分妇女都会苗族歌舞。此外，为了鼓励本村儿童学习本寨民间歌舞，村里还制定了相关奖励措施，这极大地鼓舞了儿童参与苗族歌舞传承的热情。村民参与旅游也让苗族民间传统工艺“后继有人”。

郎德上寨 128 户人家中，有 85 户参与了民族工艺品的销售，这些人家销售的工艺品虽然有部分是从附近的民族旅游工艺品市场采购来的，但也有织锦、绣片、银衣等部分工艺品出自当地妇女自己之手，随着旅游的发展，游客对此类的工艺品需求量很大，这刺激了郎德上寨妇女学习刺绣和制作银衣的积极性。郎德上寨族妇女中，大部分都会刺绣和制作本族传统服装。虽然她们制作工艺品的直接目的是通过旅游参与来赚钱，但在客观上却起到了恢复传统、维持传统的作用。

在早期的旅游研究中，多数人类学家认为，民族文化旅游有着鲜明的特点，因而吸引了大量的游客，然而这些独特的民族文化往往也是最脆弱的，面对纷至沓来的游客，很容易出现文化商品化、异质化等消极现象，甚至最终会导致当地文化的消亡。特纳（Turner）和阿西（Ash）就认为：“那些在远离西方世界的地方发展起来的文化的审美、愉悦价值，很快就被游客优越的经济状况所吞噬。……今天的旅游已经开始了消灭文化的工作。”<sup>[6]</sup>时至今日，持此观点的学者大有人在。然而，“文化的

---

保存只有在文化传统与活生生的生活实践相结合中才能实现”<sup>[7]</sup>。在郎德上寨的个案中，我们可以看到，旅游的存在不仅让文化传统不会轻易消失，而且还极大地拓展了民族文化的生存空间。

苗族服饰文化可以说是苗族传统文化的精髓，苗族服饰不仅种类繁多、而且工艺精湛，但就现在的情况来看，各地苗寨不管是苗族服饰的拥有量还是其使用频率，都在不断地萎缩。苗族传统服饰已经对年轻一代缺乏足够的吸引力。在许多年轻人眼里，穿上这些古老样式的服装就意味着“落后”和“不时髦”，苗族传统服饰的生存空间也因此沦为逢年过节的象征性穿戴。

然而，在郎德上寨，正是旅游的存在，使我们看到苗族服饰的生存景况却与上述情形极为不同，在这里，你可以看到村民每天差不多有一半的时间穿着各式的本民族服装，即使在闲暇或劳作时间他们也大多穿着苗族便装。村里女孩子，凡是能登场跳舞的都有银饰盛装，有的多达两到三套，连出嫁时的盛装都准备好了。更重要的是，以前无人问津的苗族传统服饰，在旅游的刺激下，其潜在的商品价值得到了凸显。在调查期间，笔者好几次就亲眼看到游客用很高的价格购买了传统的苗族服装。因此，“在对民族文化的开发利用中，人们就既是在延续过去，又是在使过去在现在中得到显现，是在建立一种制度”。也“正是在制度化的运作过程中，民族文化中的物质、制度、观念文化才获得了一个能够继续发展的场所”<sup>[7]</sup>。

## 四、存在的问题

朗德特色村寨建设就整体而言取得了不俗的成绩，但其发展却一直以来属于“不温不火”的状态，村寨的旅游发展遭遇瓶颈，究其原因，主要表现在以下几个方面。

1. 缺乏地区间的战略协作。由于长期按行政区域化管理，使旅游发展受到地方保护主义以及不愿肥水外流等心理的影响，各地都担心协作中利益被对方侵占，而没有真正考虑到游客的心理是在短时间内浏览尽可能多的景点，了解尽可能多的信息。地区经济封锁甚至消极对抗也随之出现，使黔东南拥有的资源不能实施共赢的整体开发。在两大苗寨西江与郎德之间没有直通车，必须返回凯里车站再前往目的地，这使得游客疲于奔波，直接切断了两大旅游点可存在的战略合作关系。

2. 资源的低级运用。郎德上寨拥有良好的旅游资源，少数民族村寨旅游开发要根据村寨发展的历史与现状，依托当地深厚的生态文化氛围，充分发挥少数民族村寨在建筑、民族风情、民俗文化等人文旅游资源方面的优势以及自然山水、田园风光特色鲜明的优势，开发富有竞争力的乡村生态旅游产品：郎德上寨虽拥有丰富的旅游资源，但无真正的旅游产业，由于没有形成规模化和产业化开发，民族文化旅游资源的优势一直不能转化为旅游经济优势，有“全国百座露天博物馆”却没有得到利用。

3. 旅游开发品位不高，开发深度不够。在民族文化旅游资源开发中，还停留在较低层次的观光游上，多数仍以观光旅游为主，产品层次低，单一雷同，仅局限于看表演、参观寨容寨貌、吃农家饭、照照相，缺少参与性、文化体验性强的高水平旅游项目策划，对民族文化内涵挖掘和体现不够，留不住游客，旅游综合经济效益不高。总体来看缺乏开发的深度，旅游团队只安排游客进行歌舞表演的观看，并没有一整套完善的旅游线路以及对村寨的民居、历史、建筑等进行详细的介绍。

4. 宣传力度不够，定位不明。郎德上寨近年来由于宣传力度不够，知名度急速下滑造成旅游资源的极大浪费，比起后开发的西江苗寨差距越来越大。现在全国都掀起了旅游品牌风暴。如“爽爽的贵阳”、“七彩云南，梦幻丽江”等。旅游目的地品牌形象是指公众对该地区所有产品、服务、设施、环境的总体的客观认识、印象、偏见、想象和情感思想的表现。朗德旅游自前正处于一个品牌形成时期。

## 五、转型升级，实现双赢

1. 注重与区域间的合作。可以开通一条以凯里-雷山-朗德-西江一线的苗族文化生态旅游景点。西江现有旅游开发已具有相当的知名度，可以进一步开发为较为成熟的大型旅行团的接待景点。而像朗德这样较少受到商业化影响的区域，则可以开展以自助游为主的体验式旅游活动，在接待上以散客为主，尽量保持其原生态的生活环境。对于已经开发的现有景点和下一步即将开发的旅游景点，可进行有侧重的功能区分。如以朗德为中心辐射式展开苗族文化生态旅游，根据村寨的特色，将歌舞、建筑、银饰品、饮食、祭祀等民族文化分门别类的展示，并在相应景点设置与之密切相关的小型博物馆以推介苗族独特的历史文化，充实旅游内容。

2. 在旅行线路安排上注重发挥民族文化博物馆功能。博物馆旅游历来就是旅游中的一个热点，它能最快捷最直观地将相关的文化内涵传达给参观者。而在朗德上寨民族文化旅游中，民族博物馆却一直没有发挥其重要功能。在调查中，97%的游客都认为除了已有的旅游项目以外，增加苗族历史文化方面的介绍，能够增加他们的旅行意义。如果能在旅游开发中将现有的博物馆利用起来，那么游客在朗德上寨的旅行将会是具有一定深度的苗族文化体验之旅。

3. 贯彻民族生态博物馆理念。生态博物馆是以生态学为基础，将整个社区作为博物馆空间，以原汁原味的“活态人文遗产”为展示重点，对自然环境、人文环境、有形遗产和无形遗产进行整体保护、原产地保护和居民自己保护，从而使人和物及环境处于固定的生态民族文化旅游开发研究关系中，并使之和谐发展的博物馆新理念。生态博物馆重视对当地社区遗产尽可能保持原状，强调对一切有关的文化记忆（包括文化遗产、自然景观、建筑、可移动实物、传统风俗等一系列文化要素）原始地保留；强调“尊重”和“文化交流”，以形成一种自尊、自信、自豪、自重的社区文化价值观；强调地方政府与当地人民共同参与，社区人民在保护其文化特征方面是最大的受益者。

4. 定位旅游形态和旅游品牌。朗德上寨的民族旅游开发，不能将民族文化旅游看作无所不能的发展经济的捷径，而应在充分调研的基础上找准定位，充分考虑本地资源的脆弱性与不可再生性等特点，在有限度的前提之下系统地开发，科学地管理。民族文化生态旅游是一个规模不大的细分市场，它更强调的是地区长远的协调发展，而不是短期的经济暴利。因此，朗德的苗族文化生态旅游不应该界定为东部大城市那样的大众旅游，以参观人数取胜，而应该充分考虑接待容量，打造精品式的民族文化深度旅游。

#### 参考文献：

- [ 1 ] H. J. 德伯里. 人文地理——文化、社会与空间 [ M ]. 王民, 等, 译. 北京: 北京师范大学出版社, 1988 .
- [ 2 ] Eric Cohen. 东南亚的民族旅游 (Ethnic Tourism in Southeast Asia ) [ M ]. //杨慧, 陈志明, 张展鸿. 旅游、人类学与中国社会, 昆明: 云南大学出版社, 2001 .
- [ 3 ] Edward M Bruner. “民族旅游: 同一族群, 三种场景” ( Ethnic Tourism : One Group, Three Con [ M ]. //杨慧, 陈志明, 张展鸿. 旅游、人类学与中国社会 [ M ]. 昆明: 云南大学出版社, 2001 .
- [ 4 ] 张锡勤, 中国传统道德举要 [ M ]. 哈尔滨: 黑龙江教育出版社, 1996.
- [ 5 ] 保继刚, 楚义芳. 旅游地理学 [ M ]. 北京: 高等教育出版社, 1999 : 216 - 219.
- [ 6 ] 宗晓莲. 西方旅游人类学研究综述 [ M ]. //张晓萍. 民族旅游的人类学透视. 昆明: 云南大学出版社, 2005 .
- [ 7 ] 马翀炜, 陈庆德. 民族文化资本化 [ M ]. 北京: 人民出版社, 2004 .