

贵州西江苗寨旅游开发研究述评^{*1}

周真刚^{1. 2. 3} 罗宇昕³

(1. 西南政法大学人权研究院, 重庆 401120;

2. 贵州省民族研究院, 贵州贵阳 550004;

3. 贵州民族大学民族学与社会学学院, 贵州贵阳 550025)

【摘要】:从贵州西江苗寨的旅游资源开发、文化保护、旅游扶贫及贫富差异、西江“文化品牌”、西江开发管理制度、旅游开发利益分配及总体效用最大化等这几个方面,分析了2004年至2015年间西江苗寨旅游开发的研究成果和不足,并对今后深化该领域的研究进行了探讨。

【关键词】:西江苗寨; 旅游开发; 研究述评

【中图分类号】号:F592. 3 **【文献标识码】**:A **【文章编号】**:1672—433X(2017)04—0088—05

西江苗寨位于贵州省黔东南苗族侗族自治州雷山县东北部,由平寨、东引、也通、羊排、副提、南贵、也姆、乌嘎、两岔河、掌卡等12个依山而建的自然村寨相连成片而成,是目前中国最大的苗寨聚居村寨,约有2000余年历史,处于黎平、从江、榕江、凯里、镇远侗族苗族风俗区,位于贵州东线旅游景点的中心位置。西江苗寨现有1300多户、6500多人,其中苗族居民有99.5%之多,因此故有“千户苗寨”之称^[1]。作为全世界最大的苗族村寨,西江千户苗寨有着浓厚的苗族文化底蕴,苗族建筑、服饰、银饰、语言、饮食、传统习俗在这里得到了较好的保存和延续。

一、西江苗寨旅游开发研究文献分析

1. 研究文献概况。通过对主题为“西江苗寨旅游开发”的相关文献进行检索,截止到2015年11月底,共得到论文样本130篇。关于西江苗寨旅游开发的研究始于2004年,最早见于学者高明锦的《西江千户苗寨旅游资源特点与开发构想》,他通过分析游资源及其开发现状,提出开发西江苗寨应着重抓好加强宣传、多方筹资、人才培养、资源保护等构想^[2]。通过数理统计方法对已有文献分析,从2004年到2015年间,有关西江苗寨旅游开发的文献研究开始较少,2008旅发大会在西江召开之后,相关文献显著增多。说明旅发大会在西江的召开对西江旅游开发研究起了重要的推动作用。

从研究文献来看,随着时间推移,有关贵州西江苗寨旅游开发的研究视角也发生了变化。

¹ 收稿日期:2017—03—30

基金项目:国家社会科学基金一般项目“西南民族特色村寨永续发展研究”(16BZ070)。

作者简介:周真刚,男(彝族),西南政法大学博士后流动站研究人员,贵州省民族研究院研究员,贵州民族大学客座教授,主要研究民族学、教育学、人权法学。

2. 研究方法。上述 130 篇论文大部分属于概念性、描述性研究。也有部分学者从定量分析角度对西江苗寨旅游开发进行研究,如学者张翔《苗寨原生态村寨旅游者动机及开发策略》,他通过问卷调查与现场访谈的方式了解旅游者的相关信息,并以此对旅游者动机、满意度和旅游者进行分类分析^[3]。

二、国内学术界有关西江苗寨旅游开发研究综述

1. 西江苗寨旅游资源开发研究。西江苗寨旅游资源开发作为发展旅游的基础,学者关注程度非常高,相关研究占有所有研究的 30%之多。苗族节日、苗族银饰、苗族服饰以及干栏式建筑等都是苗族文化旅游资源,这类旅游资源利用起来难度小、门槛低,因此最早引起了学者们的关注。许多学者结合时代背景,基于西江旅游开发现状和存在的问题,提出开发西江苗寨旅游资源的策略。高明锦分析了西江旅游资源及其开发现状,提出了开发西江重点在于抓好扩大宣传、多方筹资、人才培养、资源保护的开发生构想^[2];吴学成根据旅游资源所处的地位、作用及其表现形态将黔东南民族村寨分为四大类,即民族建筑依托型、民族节庆依托型、民族工艺依托型、民族民俗依托型^[4]。认为民族建筑是西江旅游开发的最大资源,因此将西江苗寨归为民族建筑依托型。在旅游体验时代下,民族文化体验成为了一种旅游资源,在旅游过程中得到更多的文化体验是越来越多旅游者的诉求。廖远征提出非物质文化遗产作为稀有的文化旅游资源,对其进行体验式的开发能为当地带来一定的经济利益;西江千户苗寨非物质文化遗产资源禀赋高,有条件进行体验式开发^[5]。西江苗寨还蕴含着丰富的传统体育文化资源,这些体育文化资源种类繁多,且具有参与性、竞技性、趣味性、健身性等特点。冯红梅从西江千户苗寨旅游开发现状以及游客体验需求出发,提出了西江苗族传统体育文化旅游开发的基本思路^[6]。宁丽娟提出乡村旅游与传统聚落民俗体育文化融合互动发展的建议,认为借助乡村旅游业的良好发展态势,挖掘民族传统体育文化内涵,对贵州民族体育文化的长远发展具有深远的意义^[7]。

2. 西江苗族文化保护研究。开发西江苗寨的旅游资源,一方面促进了民族文化旅游的发展,但同时也对西江文化资源带来了破坏。随着地方政府和旅游开发商的强势介入,边远少数民族贫困地区民族村寨在旅游开发的同时也出现了一些问题,主要包括:旅游过度性开发致使民族文化庸俗化和舞台化现象较严重;社区参与旅游开发的水平较低,社区居民贫富差距被逐渐拉大。西江苗寨旅游开发主要依托独具特色的苗族传统文化,旅游开发与苗寨村民之间是“鱼水关系”^[8]。随着西江苗寨旅游资源不断开发,旅游活动对西江苗寨文化的影响是多方面、多层次的,西江语言、服饰、生活饮食及房屋建筑等方面在逐渐发生变化,最后甚至会导致西江苗族文化及景观内涵发生显著变化,对民族文化造成不可逆的影响^[9]。民族文化保护是旅游开发得以持续发展的关键问题,因此许多学者从民族文化保护的角度对西江苗寨的旅游开发进行研究。贺祥等人通过对西江苗寨村民对旅游影响的感受,分析了旅游活动对目的地社会经济文化影响的效应,提出要加强旅游开发中的村民参与,提高村民保护民族文化的责任与意识,创新、优化旅游开发管理思路与目标,促进西江千户苗寨的可持续发展^[9]。张遵东提出居民是西江苗寨文化得以保护与发展的基础,只有保证村民继续愿意在寨里生活、工作并继续去发展、保护和传承民族文化才是民族村寨兴盛的关键^[10]。贺祥等人分析了西江苗寨旅游开发对其民族文化的影响,提出旅游开发与民族村寨保护的协同发展措施与途径,指出旅游开发与文化保护协同发展应遵循的三原则,即保护性原则、适度性原则、原真性原则^[11],提出对民族文化的商品价值,要有意识地进行挖掘和开发,不能因为迎合游客而随意更改风俗,让文化本身失去固有的价值属性,使得民族文化商品化。

3. 西江苗寨旅游扶贫及贫富差异研究。西江农户在旅游开发前基本上都从事农业生产。职业的相似使得农户人均收入水平差异很小。随着旅游的发展,旅游业成为农户家庭收入的主要来源。农户内部收入分配差距逐渐增大,有年收入高达百万以上的富裕户,也存在年收入只有 3000 元的贫困户,农户居住的区位和个人能力差异是影响收入的主要因素。一些地理位置较好的住户依靠住房租金就能获得丰厚的收益。而且一些经营能力较强的农户受政策引导,较早投入到旅游业,收入明显高于其他农户^[12]。王丛丛分析总结西江千户苗寨旅游发展的现状以及在旅游扶贫过程中存在的问题,提出西江千户苗寨旅游发展必须要充分发挥政府主导作用、加大社区参与力度、开发特色旅游产品等措施,促使旅游扶贫效用最大化,实现当地旅游业的可持续发展^[13]。焦世泰提出旅游业的发展既可缓解农民边缘化、农村凋敝和农业难以维系的“三农”困境,又可加快边远少数民族贫困地区的开发步伐,使边远少数民族贫困地区的旅游资源优势转化为经济优势^[8]。旅游扶贫的目的在于帮助边远贫困地区通过旅游开发带动地区经济增长,但随着旅游的不断发展,贫富差距问题却日益突出。何景明针对民族旅游开发中出现的贫富分化以及核心价值取向朝“经济利益法则”转化的问题,提出要防止旅游业高速发展后,由于贫富差距过大,以及对客源的争夺而导

致人与人、人与社会的冲突,使经济以外的问题最终可能毁掉已有的成果^[14]。李茂林分析了旅游影响下西江苗寨农户经济行为的主要特征,以及因农户能力差异造成贫富差距扩大等问题,提出优化农户经济行为以实现区域经济的可持续发展^[12]。江锦提出为使更多的贫困人口在旅游开发中受益,政府应采取开发特色旅游产品、积极引导居民参与旅游、健全利益分配机制、重视居民的主体地位等措施,促使西江千户苗寨旅游的可持续发展^[15]。

4. 西江苗寨“文化品牌”研究。品牌是一个旅游目的地发展的长期生存之道,特别在竞争日益加剧的形势下,惟有做品牌做精品,才是保证一个项目难以复制和替代的长远战略。蔺琛提出品牌的定位基础是要有区隔,即避免同质化;对于西江来说,整合旅游资源,把打造“天下西江、苗岭巅峰”与创建国家4A—5A级民族文化生态旅游度假区有机结合起来,通过对雷山旅游资源的整合,围绕旅游的六大要素,设计出由贵阳或外地到雷山的一晚两日游、两晚三日游的休闲度假和切身体验的旅游产品,以发展旅游产业带动和促进雷山相关产业的全面发展^[16]。姚长宏以贵州西江千户苗寨为例,通过乡村旅游地品牌价值模型的评估,根据计算结果分析出,西江千户苗寨旅游品牌的乡土文化评价较高,在国家市场、国际市场层面最具开发潜力^[17]。张遵东提出在开发西江苗寨民族旅游业时,要体现苗族文化的主导作用,打造以“中国苗寨文化中心”和“世界苗人最后的家园”品牌,通过保护原始型民俗村寨从而保护传统民俗文化的火种;同时,充分发掘和利用苗族丰富的民俗传统节日和特有的民俗风情,形成对生活在大都市的人们的吸引力^[10]。

5. “西江模式”以及西江开发管理制度研究。许多民族贫困地区是旅游资源富集区,但由于缺乏资金,仅仅依靠当地社区的“内源式”发展模式难于解决旅游资源开发深度不够、公共产品供给不足、旅游市场规模较小等一系列问题^[18]。因此,引入政府的力量显得尤为重要。当然,民族贫困地区各级政府同样寄希望于通过旅游资源的深度开发带动地方经济发展,推动地方产业结构的调整,以此摆脱贫困,增加地方财政税收,解决公共资金不足等问题。因此,西部民族贫困地区旅游资源富集,政府主导旅游开发有其必要性和必然性^[19]。西江苗寨旅游资源丰富,开发潜力巨大,但长期以来一直未能将资源优势转化为经济优势。2007年以来,雷山县政府介入西江苗寨主导旅游开发,绩效明显,但却引发了各种争议。费广玉指出政府在旅游规划、产业定位、市场宣传、社区参与、人员培训等方面发挥了主导作用,并构成了其特有的运行模式,但政府不是万能的,也存在“政府失灵”现象;鉴于西江旅游资源优势及市场发展的潜力,旅游企业、社区主体及第三方力量的加入成为必然;而如何协调好它们的利益和关系将成为制约西江旅游发展的重要因素之一^[20]。雷琴指出建设社会主义和谐文化,发展民族文化产业,为公众提供公共文化服务,离不开少数民族文化保护传承与开发利用,但保护和开发涉及到社会管理的各个层面,没有政府的主导与参与,很多工作无法开展;同时,考虑到政府决策对民族文化保护的直接影响,研究和制定政策必须在尊重民族文化发展规律、尊重少数民族群众意愿的前提下,从实际出发制定政策;而正确定位民族文化的发展方向,为其提供良好生存空间,才能促进社会主义文化大发展大繁荣;此外,由于历史、地域、环境等原因,各地各民族文化个体不同,种类繁多,存留现状复杂,单靠本民族自身、民间团体、社会实体、科研机构、大中专院校等无法完成抢救保护和开发利用工程,也需要在政府的支持下,整合各方力量,并投入大量人力、物力,才能有序开展^[21]。随着旅游发展,西江苗寨其管理模式也不断发生变化,逐步形成了“政府+公司+村民”的西江模式。冯旭光指出由于西江苗寨在旅游开发初期没有在民族学、社会学研究者的详细田野调查的基础上进行规划,而是在政府主导下仓促开发;西江苗寨的旅游开发在旅游人数短期内不断增加的表象背后,由于这样不成熟的旅游开发模式冲击了当地民族文化的脆弱点,使传统文化变迁的速度加快、当地苗族传统社会控制机制逐步瓦解、居民的幸福指数明显下降;西江苗寨的开发模式是否有可持续性和传统文化迅速变迁所带来的负面影响,值得民族村寨的规划部门和政府相关部门去深思^[22]。操奇认为西江模式过度商业化,这种模式陷入了一种现代迷津,加剧了苗族传统文化认同危机和文化传承危机,加重了经济开发与保护原生态旅游本根的冲突。认为西江苗寨走出现代性迷津的可能出路,首先是必须摆脱“现代一文明/原始一野蛮”的二元对立思维模式,发现传统,发现苗族,重建文化再认同;其次是培育生态思维模式,建构以政府主导、村民为主体、社会组织积极参与的文化开发、传承、保护、传播、创新三边互动五位一体生态新开发模式^[23]。

6. 旅游开发利益分配及总体效用最大化研究。贵州民族地区的村寨旅游发展过程中存在多个行为主体,各主体因不同的利益形成不同利益主体,能否建立公平合理的利益分配机制直接关系到民族地区村寨旅游的可持续发展。张晓指出旅游开发应该重视当地村民的利益和意见。西江是西江村民所有人的,西江千户苗寨是西江人共有的文化资源,旅游开发人人都应该受益,只有建立合理的利益分配机制,才能保证西江旅游开发健康持续的发展^[24]。焦世泰认为在旅游开发过程中,只有保证当地人在

旅游开发中获得实惠和利益最大化，以及当地人的发展在旅游开发过程中得到充分的尊重，旅游开发才可能得到当地人的积极配合和支持，旅游开发的可持续发展目标才能实现，否则旅游开发将会变成“无本之木，无源之水”^[8]。民族村寨旅游发展中存在着各利益相关主体为了实现各自利益最大化而损害当地旅游发展的问题。王丹指出西江旅游开发的投入并不是由某一个单独的个体完成的，是由所有的利益相关主体共同完成的；为了实现总体效益最大，就应当适当控制和协调各利益相关主体在各领域的投入；最佳方式就是采取激励措施对各方投入进行引导^[25]。刘春莲将利益相关者理论应用于西江千户苗寨旅游开发中，通过分析西江千户苗寨各利益相关者间的博弈关系、利益诉求及利益冲突，总结出协调西江千户苗寨各利益相关者利益关系的方法^[26]。张遵东提出良好的利益分配机制能够确保居民在参与民俗旅游开发中获得合理、持续的利益报酬，拓宽当地居民的就业机会渠道，从而刺激和鼓励居民参与到民俗旅游的开发和旅游经营之中^[10]。

三、关于西江苗寨旅游开发研究的评述

综上所述，自2008年以来，西江苗寨旅游开发的研究主要集中在西江苗寨的旅游资源开发、文化保护、旅游扶贫及贫富差异、西江“文化品牌”、西江开发管理制度、旅游开发利益分配及总体效用最大化等几个方面。其中有关西江苗寨旅游资源开发与保护的文献占据多数，学者们多从村寨建筑、节日活动、经营模式、利益分配、文化保护与利用等多维度进行论证和分析，为西江苗寨的旅游开发提出了很好的建议和对策。同时，我们也发现，已有的研究还存在很多不足。

1. 既有研究的不足。第一，西江苗寨旅游资源开发方面。在西江苗寨旅游资源开发的现有研究中，视角多样、层次多元，但也存在忽略的领域，相关研究偏于政策建议，缺少整体视角。例如，在宏观层面，有高明锦、吴学成等学者从西江千户苗寨全局出发，综合探讨了西江的资源优势和发展短板，并根据资源概况、类型对苗寨进行分类，提出了西江旅游开发的对策和建议。但是却少有人站在整个雷山县或黔东南州的视角出发，制定区域合作和民族村寨发展的宏观战略、指标体系等；在微观层面，有廖远征、冯红梅、宁丽娟等学者针对非物质文化遗产、民族体育文化等方面作出了具体的研究，为西江苗族旅游发展提供了诸多对策和建议。但是，诸如节事旅游活动开发、村民参与方式研究、居民满意度调查、微观环境设计等方向的文献却难得一见。

第二，民族文化保护方面。学者们多从村民主体的角度进行研究，认为村民作为西江苗寨物质财富和精神财富的创造者，只有村民自觉地保护自己的民族文化，西江苗寨民族文化才能得以延续。但民族文化的保护是需要多方共同努力，不仅要从事村民主体进行研究，还需要针对政府、公司、游客等方面进行研究，多方协作，共同努力，才能让民族文化得到更好的保护和发展。

第三，西江苗寨旅游扶贫和旅游开发利益分配方面。学者们通过田野调查，发现西江苗寨旅游发展过程中存在多个行为主体，看到西江内部收入结构的差异，都提出了要加大村民参与程度、保障利益相关主体共享、发挥政府的主导作用干预共享、发展特色旅游商品提高村民收入等“呼声”。但是具体结合西江实际情况，研究怎样扩大参与、实现共享，怎样发展特色旅游产品，发展什么样的旅游产品却没有具体提及。可见把握宏观的文献层出，立足实际操作的研究却不多见。

第四，西江苗寨文化品牌创建方面。既有宏观战略性的形象定位，又有具体的品牌价值评估。尤其是张遵东先生提出的“中国苗寨文化中心”和“世界苗人最后的家园”这一形象定位，不仅概况西江苗寨资源优势还指明了其发展战略方向。但是基于旅游形象定位的研究，学者们都着重于品牌的“重构”，力图构建富有西江特色和市场吸引力的旅游形象。可是对于旅游品牌的“解构”却少有研究。解构与重构是统一的过程，西江苗寨旅游品牌的研究二者缺一不可。

第五，西江苗寨旅游开发管理制度方面。关于旅游开发管理制度研究方面，学者们根据西江的实际情况和所采取的措施，形成了“政府+公司+村民”三方共同发展西江这一共识，认为这种模式具有平衡收入结构差异、协调利益关系、调动三方力量服务旅游开发等优点。虽然也有不少学者指出着这种模式导致“商品化程度高”“传统文化变迁加速”“民族文化认同降低”等问题，但鲜有人对现存和公认的“西江模式”提出质疑，甚至站在更高和更符合实际的视角创新西江旅游开发模式，而只有

因地制宜、具体可操作的开发管理制度才对西江旅游的后续发展具有现实意义。旅游开发模式的创新升级虽然难度大，但也值得学者们关注和研究。

2. 深化西江苗寨旅游开发研究的建议。笔者认为，在西江苗寨旅游开发建设过程中如何结合时代背景，在开发过程中紧扣生态主题、注重旅游商品创新、关注村民主体参与共享、重视区域合作和创新研究方法等都是值得关注的领域。

第一，发展旅游守住生态底线。西江千户苗寨既是环境优美区，又是生态脆弱区。近年来，西江穿寨而过的白水河汛期和枯水期流量差距很大，夏季常常暴发洪水，冬季水量偏少，说明生态环境正在不断恶化。因此，学者们可从生态的视角出发，探讨保护西江生态环境的对策，研究西江环境承载力，以实现旅游发展和生态文明的良好局面。

第二，重视旅游商品创新研究。西江千户苗寨景区内许多店铺的商品缺乏民族特色，许多旅游商品在其他地区的古镇、村寨也可以买到，表明在特色民族工艺品的设计方面缺乏创新。因此，学者们可以注重民族工艺品开发的视角，研究和创新特色民族工艺品。

第三，注重村民主体参与共享。在政府主导的旅游开发中，政府还需做好村民、旅游公司与政府三方之间的协调，重视村民主人翁地位，注重红利共享，提高村民参与能力，拓宽参与形式，以实现村民主体利益的最大化。终而构建“政府为主导、村民为主体、社会组织积极参与”的开发模式。

第四，协调旅游开发区域合作。目前贵州以苗族为主的民族特色村寨旅游产品同质化严重，黔东南地区原生民族文化醇厚，依托民族文化的旅游产业应该做到“一枝独秀不是春，百花齐放能争鸣”的竞争业态，而不是“看西江，知天下苗寨”这种独占鳌头的局面。因此，民族特色村寨的旅游开发不仅要注重主体的创新性，避免产品雷同，还需要注重区域合作，争取共赢。

第五，创新旅游研究方法。在西江苗寨旅游开发现有文献中，旅游理论在旅游开发研究中的应用不够，大部分都是在分析现状，提出建议，导致研究不够深入、系统。因此，学者们可结合旅游地生命周期理论、文化生态理论、区域协作理论、景区管理理论、环境设计理论等旅游理论将其应用到当地实际情况中进行深入研究。

参考文献:

- [1] 钟金贵, 杨娟. 西江苗寨开发的思考——基于文化人类学视角 [J]. 黑龙江民族丛刊, 2015(5).
- [2] 高明锦, 龙拥军. 西江千户苗寨旅游资源特点与开发构想. [N]. 贵州教育学院报, 2004(8).
- [3] 张翔, 等. 苗族原生态文化村寨旅游者动机及开发策略 [J]. 贵州民族研究, 2015(4).
- [4] 吴学成. 黔东南民族村寨旅游开发模式探讨 [J]. 科协论坛, 2012(3).
- [5] 廖远征. 基于体验经济视角下非物质文化遗产的旅游开发——以西江千户苗寨为例 [J]. 怀化学院学报, 2015(8).
- [6] 冯红梅. 少数民族村寨传统体育文化旅游开发初探 [N]. 凯里学院学报, 2014(10).
- [7] 宁丽娟. 贵州传统乡村旅游与民俗体育文化互动发展——以黔东南西江千户苗寨为例 [J]. 贵州民族研究, 2015(8).
- [8] 焦世泰. 边远少数民族贫困地区民族村寨旅游开发研究——以贵州黔东南西江苗寨为例 [J]. 资源开发与市场,

2012(10).

[9] 贺祥,等. 旅游活动对民族文化村寨影响效应的研究——以贵州省西江苗寨为例 [N]. 凯里学院学报, 2013(4).

[10] 张遵东,等. 西江苗寨民俗旅游开发思考 [J]. 理论与当代, 2015(10).

[11] 贺祥,等. 民族村寨旅游开发与文化保护的协同发展研究——以西江千户苗寨为例 [N]. 安徽农学通报, 2014(20).

[12] 李茂林,等. 旅游开发背景下的民族村寨农户经济行为特征及其优化 [N]. 湖北科技学院学报, 2015(3).

[13] 王丛丛,王世佐. 论旅游在民族地区的扶贫功能 [J]. 中国市场, 2010(28).

[14] 何景明. 边远贫困地区民族村寨旅游发展的思考 [J]. 旅游学刊, 2015(2).

[15] 汪锦. 贵州省西江千户苗寨旅游扶贫研究 [N]. 衡水学院学报, 2015(1).

[16] 蔺琛. 论贵州西江千户苗寨旅游产业的管理与开发 [J]. 商业现代化, 2010(10).

[17] 姚长宏,刘爱利. 乡村旅游地品牌价值评估体系研究 [J]. 现代商业, 2011(29).

[18] 费广玉,陈志永. 民族村寨社区政府主导旅游开发模式研究 [J]. 贵州教育学院学报, 2009(6).

[19] 陈志永,杨桂华. 民族贫困地区旅游资源富集区社区主导旅游发展模式的路径选择——以云南梅里雪山雨崩藏族社区为个案研究 [J]. 旅游管理, 2009(8).

[20] 陈志永,王化进,毛进. 社区主导转向政府主导——以西江苗寨旅游发展模式演变的调查分析与评价 [J]. 黑龙江丛刊, 2010(5).

[21] 雷琴. “西江模式”对黔东南民族文化开发和保护的启示 [N]. 凯里学院学报, 2012(4).

[22] 冯旭光,等. 民族村寨旅游开发的人类学思考——以西江千户苗寨为例 [J]. 教育文化论坛, 2012(8).

[23] 操奇. “西江模式”的现代性迷津和可能性出路 [J]. 贵州社会科学, 2014(2).

[24] 张晓. 关于西江苗寨文化传承保护和旅游开发的思考——兼论文化保护与旅游开发的关系 [J]. 贵州民族研究, 2007(3).

[25] 王丹. 民族村寨旅游开发总体效用最大化研究——以贵州西江苗寨为例 [J]. 经营管理者, 2009(24).

[26] 刘春莲,李茂林. 西江苗寨开发中利益相关者分析 [J]. 安徽农业科学, 2011(1).