
内生增长理论下民族文化与 旅游产业的融合途径分析 ——以湘西苗族鼓舞为例

向琨¹

(中南民族大学, 湖北武汉 430074)

【摘要】: 民族文化作为民族地区特有的地方性知识, 是区域旅游发展的重要载体。民族文化和旅游产业的融合与协同, 是将人文资源优势转化为地区经济优势的重要途径之一。鼓舞, 是湘西苗族在长时间的生产生活过程中自发形成的、具有代表性的民族文化艺术形式, 是湘西区域旅游发展的文化名片。以内生增长理论为切入点, 可以发现, 民族旅游产业发展需要重视技术创新, 丰富民族文化体验形式; 重视民族文化人才、旅游产业人才的吸纳和培养, 保障融合的内生动力; 完善政策与法律支持, 为民族文化与旅游产业融合提供良好环境。

【关键词】: 内生增长理论 民族文化 旅游产业 融合发展

【中图分类号】: C957 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1002-6924(2020)10-0108-06

党的十八大以来, 以习近平同志为核心的党中央对文化建设和旅游发展做出了一系列重要论述和决策部署, 为文化和旅游的深度融合指明了方向。在中国旅游发展的大背景下, 随着人们对文化的不断重视, 游客除了对目的地本身的自然资源禀赋极为重视, 也更加注重旅游目的地和旅游产品的文化属性。

民族文化, 作为某一地区的族群与自然相处过程中产生的地方性知识, 无疑成为了该地区经济社会发展的文化基础和资本。发挥民族文化优势, 打造民族文化品牌, 发展民族文化旅游产业, 对地处偏远的少数民族地区来说, 不论从经济的脱贫致富上, 还是从文化的保护传承上, 都有重要意义。

本文以内生增长理论为切入点, 对湘西苗族鼓舞进行案例分析, 探讨鼓舞作为湘西苗族最具代表性的民族文化之一, 与旅游产业融合发展的阶段、现状和可能存在的问题, 分析融合机制, 探究民族文化遗产与旅游产业发展的融合途径。

内生增长理论, 是 20 世纪 80 年代中期由保罗·罗默提出的一种经济增长理论, 亦被称为新增长理论。该理论主要回答什么是长期经济增长的源泉这一问题, 在规模报酬和不完全竞争的假设基础上, 它认为经济的长期增长得益于技术进步、人力资本和制度变革等内生因素的综合作用, 而非外生因素。内生增长理论尤其强调投入要素的收益递增特性, 即投入增加会带来产出以更大的比例增加, 资本收益率可以不变或者不断增长, 而人均产出在长时间内可以单调递增, 甚至无限增长, 打破了新古典主义认为规模收益不变或递减的假定。

作者简介: 向琨, 中南民族大学音乐舞蹈学院舞蹈系讲师, 主要研究方向: 中国古典舞中国民间舞教学与创作。

内生增长理论的出现给现代经济增长理论方面和现实世界的发展提出很多新的观点和认识，其所涉及的内生技术变化，对我国经济建设、产业发展具有现实的指导意义和政策导向。

一、基于内生增长理论的民族文化与旅游产业的融合机制分析

内生增长理论认为，技术进步、人力资本和制度变革是经济增长的内生动力，并且人力资本的积累一定程度上影响着技术的进步，政府政策制度的干预也影响着产业的发展速度和质量。当投入要素增加时，技术、人力、制度会促进资本收益率的提高，而反过来，投资也增加了三者的价值，从而形成长期的、稳定的良性经济增长体系。^[1]

民族文化旅游产业是民族文化与旅游产业融合的新兴业态，而民族文化，是一个民族的物质文化和精神文化的总和，是某一族群在长期的生活生产过程中形成的具有独特性、文化价值性和不可复制性的地方性知识。在长期历史发展中形成的各种哲学、政治、道德、文学及绘画等多种民族文化，更成为了我国不断发展与进步的原动力。^[2]基于内生增长理论，在旅游产业中融入民族文化，将资源优势转化为生产力，将有助于提升旅游产品的差异化和竞争力，催生出更多融合的新产品，比如节庆民俗活动、游艺民俗活动、大型实景演艺、民族文创商品等，使当地的深厚历史、民俗礼仪、文化元素在旅游产品的细枝末节中得以展现、体验、传播甚至传承。如此一来，旅游者将有更多样化、更深层次的旅游选择和体验，而旅游产品的供给者，将由于人力资本的积累和技术进步的创新，不断改善和优化生产民族文化旅游产品的成本、效率、形式，民族文化衍生品的类型也将更多元化，例如民族文化相关影视作品、歌曲、实景舞台剧，甚至融入到游戏、动漫等产品中。

技术进步有利于模糊民族文化产业与旅游产业的产业边界，促进两者重组与合作，推动新兴的民族文化旅游产业发展。随着科学技术的日新月异，互联网、虚拟现实、增强现实等技术的广泛应用为民族文化与旅游产业的融合带来了新的活力。多媒体文化节目、虚拟漫游、交互互动、沉浸式体验等形式，融入民族文化元素，让游客可以突破时间与空间的限制去体验文化旅游产品。例如，充分展现原生态纳西族民族文化风情的大型歌舞剧《丽江千古情》，以当地的居民为主要演员，通过先进的舞台技术、道具装置、视觉设计将民族歌舞与旅游产品融合，生动讲述纳西族的“走婚”习俗、马帮文化等民族元素，让游客在短短半个小时的时间便能重温茶马古道时的丽江。技术的创新和进步，使民族文化以旅游产品为载体得以传播，而民族文化则为高科技旅游产品的衍生持续赋能。科学技术的进步不仅快速改变着游客的旅游消费习惯、需求和体验，也影响着文化旅游企业进行旅游产品开发的思路 and 模式，为民族文化与旅游产业的融合增加了更多的可能性。

人力资本积累推动民族文化与旅游产业的高效率、高质量融合。内生增长理论强调人力资本是经济发展的内生动力，尤其是具有特殊知识、专业化的人，有利于产业的结构优化。不仅如此，人力资本的积累也有利于技术的进步与创新。民族文化与旅游产业融合，是一个新兴产业，对人力资本需求相对更高。吸纳和培养专业背景的管理人才、文旅产业开发人才、文旅融合研究人才，是民族文化旅游发展的首要任务，将为两者的融合提供内生动力。

制度变革为民族文化与旅游产业的可持续融合发展提供健康合理的政策环境。任何产业的发展，都是需要在相对公平的竞争环境下开展一系列生产经营活动。针对民族文化与旅游产业的融合发展过程中出现的不合规、不正当竞争的现象，需要及时变革旧的管理制度，健全政策法规，否则会伤害社会总体福利，阻碍民族文化旅游产业的发展。例如，对于民族文化衍生出的旅游文创产品，创意和形式极容易被低质量地复制和模仿，这种不正当的竞争不仅造成消费者的审美疲劳，也会挫伤主体创新的积极性，损害民族文化旅游发展，阻碍两者的可持续融合发展。加强政策制度对民族文化旅游创新个人、企业或组织的产权保护，实则是保护创新的核心技术，明确权、责、利，将有利于激发创新动力，提高旅游资源开发效率，实现民族文化旅游产业的健康发展。

民族文化与旅游产业的融合，将在技术进步、人力资本积累、政策制度变革等要素的推动下，不断适应市场需求，激发内生动力，形成良性互动，实现长足发展。

二、案例分析——以湘西苗族鼓舞为例

鼓舞，是击鼓与舞蹈的有机结合。苗族鼓舞，苗语里称为“素娜”，通过叙事性的表演，将音乐与舞蹈融合，展现苗族人民生产生活方式，体现着苗族整个民族的悠久历史和文化特色，是湘西苗族最具代表性的民间舞蹈艺术形式。“成礼兮会鼓，传芭兮代舞，夸女猗兮容与，春兰兮秋菊，长无绝兮终古”，早在两千多年前，屈原就在《礼魂》里做了关于鼓舞艺术的记载。鼓舞起源于汉代以前，用鼓乐和舞蹈记录着苗族人民日常的生产生活场景，如劳作、节庆、战争、丰收、迎宾等。经过长时间的变迁和沉淀，它记录下民族的历史人文，寄托了该族人民的精神信仰，具有鲜明的民族性、独特的地域性和生动的叙事性。与此同时，其叙事型的艺术表达形式赋予了它极强的观赏性和娱乐性。

2006 年，经国务院批准，湘西苗族鼓舞入选第一批国家级非物质文化遗产名录，成为了湘西苗族的民族文化名片，也意味着苗族把鼓舞艺术发展到了新的高度。它与很多非物质文化遗产一样，以家族传承、拜师学艺为主要传承方式，口传心授。目前，已经出现在学校进行授课教学。

苗族鼓舞起源于湖南省湘西州地区，种类多，分布广，风格独特。分布上，它主要盛行于湖南吉首、凤凰、花垣、泸溪、保靖和贵州松桃、铜仁一带。种类上，花鼓舞、团圆鼓舞、跳年鼓舞、猴儿鼓舞、撼山鼓舞、迎宾鼓舞、八合鼓舞、盾牌鼓舞等数十种鼓舞种类，不仅从技法上融合了舞蹈与武术，也从舞蹈动作上展现了苗族人民自古以来生产、生活、战斗、祭神等方面，反应了苗族人民勤劳勇敢的生活态度和民族精神，寄托苗族人民对一切美好事物的期盼与理想。湘西苗族鼓舞的包容性极强，苗族的乐器、音乐、服饰、首饰、绘画、手工艺、舞蹈技艺、生活习性等多元化民族元素都在很大程度上融入到鼓舞中，是一场民族文化的视听盛宴。这使得鼓舞不仅具有历史人文、文化底蕴、宗教信仰、民族精神等方面的内在属性，同时也拥有传统文化教育、民族文化研究、对外文化交流等外在属性。^[3]

湘西苗族鼓舞，是一种文化象征符号，是少数民族地区旅游业发展的重要文化资源。它不仅保存了原生态的民族文化艺术，更综合了该地区众多民族文化元素和形态，这对湘西苗族对外塑造民族旅游品牌、传播传承民族文化具有重要意义。这样一种文化涵盖面广、价值底蕴深厚的民族文化、民间艺术，不论是其文化传承与保护，还是对当地旅游产业的开发和发展，都无疑需引起关注。

（一）湘西苗族鼓舞在旅游产业中的发展阶段

苗族鼓舞，与许多特色民族文化一样，在湘西民族经济文化发展历程中，扮演了不可或缺的角色。值得一提的是，它被应用到了民族地区旅游开发当中，通过展演、表演和教学等形式出现在文化和旅游融合发展的大潮中，是以一种新的形式传承着民族文化的瑰宝。

以湖南吉首西部的矮寨镇德夯苗寨为例，作为苗族五大聚居区之一，对德夯地区苗族鼓舞的分析在民族文化方面具有一定的代表性。从封闭自守到成为“天下鼓乡”，鼓舞在德夯苗寨的旅游业发展中大致经历了萌芽期、成长期和成熟期三个阶段。^[4]

萌芽阶段(20 世纪 80 年代初)。苗族鼓舞依附在自然景观、历史遗迹等其他旅游资源中出现，如苗族村寨、峡谷风光等展示中。鼓舞表演多在四月八、六月六、赶秋、挑葱会、跳年等各种节庆或椎牛祭祖、狩猎、敬神等各类宗教活动时，由当地老百姓自发举行，以鼓乐庆祝及抒发情感，而旅游者仅仅是在观光过程中自发观赏，尚未形成旅游消费的转化。1986 年，德夯全村总收入为 11.4 万元，人均纯收入仅为 201 元，说明这一阶段的旅游发展对德夯苗寨经济发展的拉动力并不明显。

成长阶段(20 世纪八九十年代)。1986 年德夯设立风景管理机构，对具有苗族特色的文化艺术进行开发。一方面，苗族鼓舞开始作为特色民族文化旅游项目吸引游客，不仅丰富了游客的旅游体验，更带动了能歌善舞的苗族村民就业增收、传承了优秀的民间表演艺术；另一方面，随着游客的增多，苗族村民陆续从事到与旅游相关的吃、住、行、游、购、娱等各个环节中，旅馆、

餐馆、纪念品商店甚至摆摊卖特色食品，从而增加了就业和收入来源，民族文化在旅游发展中的经济效应初显。

成熟阶段(21 世纪初至今)。德夯招商引资、成立旅游公司、开发旅游项目，婚俗表演、服饰表演、篝火晚会、歌舞节目等展演中都融入了以苗族鼓舞为代表的各种传统民族文化艺术，百狮会、苗族鼓王选拔赛、国际鼓文化节等系列活动的举办，成功塑造了“苗族鼓舞”的旅游品牌，这一艺术形式也得到了国内外的广泛认可。2011 年，德夯全村人均纯收入达到 4800 元，苗族鼓舞的经济效应和社会效应都得到充分发挥。

随着旅游产业的发展，湘西苗族鼓舞的功能和内涵不断延伸，从“娱神、悦己”向“娱人”转化，从对生活的表达到与异质文化的融合，从观赏到参与，从神秘原始到共生共荣，湘西苗族鼓舞在旅游产业中得到传承并发展，也面临着随之而来的创新与保护问题。

(二)湘西苗族鼓舞与旅游产业发展的互动效应

民族文化是民族地区生活的记录和历史的沉积，不同民族的文化都具有其特有的原始性、地方性、丰富性、神秘性、真实性，正是这些独特的属性，满足了旅游者对差异化体验的精神和心理需求——求新、求异，从而使民族地区文化和旅游的融合发展成为可能。^[5]鼓舞的形成与苗族的历史文化息息相关，其原始性、地方性让“求新”的旅游者在欣赏节目的同时加深对苗族文化的认识;源于遵从祖先、宗教信仰的神秘性，让“求异”的旅游者接触不一样的文化体验和时代感;作为民族文化资源的地方性和真实性，让“求新”的旅游者获得与其他旅游资源体验不同的新鲜感;鲜明的音乐节奏加上优美的舞蹈动作，鼓舞表演的娱乐性、参与性、丰富性可以满足旅游者休闲求乐的需求。

苗族鼓舞作为湘西民族文化的重要表现形式，提升了德夯旅游资源的人文底蕴，为德夯旅游产业发展注入了文化活力。德夯旅游发展充分挖掘了湘西苗族鼓舞的传统艺术内涵，延伸并丰富了鼓舞的交流范围与传播形式，也为苗族鼓舞文化的传承和保护提供经济后盾。

2005 年，吉首举办了首届“德夯·中国鼓文化节”，吸引了台湾、广西、云南等省市的近千名鼓手齐聚德夯、切磋鼓艺，评选中国苗族第五届苗鼓王，通过系列主题活动，成功地将“天下鼓乡”文化形象、湘西民俗风情、湘西旅游资源推向全国。围绕鼓文化节，一系列主题活动丰富了游客对苗族鼓舞文化的旅游体验和认识。2013 年，吉首鼓文化节从中国走向世界，以“世界鼓舞，鼓舞世界”为主题的首届国际鼓文化节，不仅以国际鼓文化交流展演、鼓王争霸赛、中国苗族女鼓王赛、猴儿鼓王争霸赛等展演、赛事、节庆的形式吸引八方游客，更以“鼓文化与大湘西文化旅游高峰论坛”邀请专家学者共同探讨德夯鼓舞民族文化的发展路径，从广度和深度上将鼓文化与区域旅游的融合推进了一步。这是吉首在民族文化与旅游产业融合过程中探索出来的一条符合经济发展新常态的差异化发展道路，有利于提升城市文化品位。

鼓文化节，已成为湖南省三大民族文化节庆品牌之一，2013 年至今，连续成功举办七届。通过文化节庆的助推，吉首实现了旅游产业的井喷发展。统计公报显示，2013 年，吉首接待游客 750 万人次，同比增 29.9%，实现旅游收入 46 亿元，占 GDP 的 45%;2014 年，接待游客人数达 905.34 万人次，实现旅游收入达 58.81 亿元，分别同比增长 20.71%、27.84%。^[6]通过文化旅游开发，德夯从一个经济滞后、贫困面较广、文化保护乏力的传统村落，一跃成为经济旺、百姓富、民族文化得到保护与彰显的现代民族村寨。近年来，吉首先后两次在全州生态文化旅游产业发展绩效考核中被评为“全省旅游产业发展十佳县市”。2019 年，吉首入选“2019 中国旅游百强县市”，全年接待游客 1538 万人次，实现旅游收入 129 亿元，实现了旅游脱贫，产生了良好的旅游经济效益。

此外，借助苗族鼓舞这个特色民俗，湘西人做起文化衍生产品的“深加工”，比如将苗族鼓舞拍摄成视频供人们欣赏、出售苗族鼓舞特色演出服饰以及出版相关书籍等，一方面延长了苗族鼓舞旅游产品的产业链，另一方面还可以助力民族文化的传播与传承。不仅是鼓文化节，鼓王争霸赛、百狮会等一系列带有浓郁湘西苗族民族文化特色的赛事、节庆、旅游项目，一方面

促进了吉首地区旅游经济的快速发展，另一方面吸引着更多人投入到苗族鼓舞等民族文化及非物质文化遗产的保护与传承中。苗族鼓舞文化传承的深度和广度、本族人对本民族文化的态度、国内外游客对少数民族地区旅游的认识、物质文化和非物质文化遗产的保护等方面都在鼓舞与旅游的融合发展过程中发生着变化。

(三) 融合发展可能存在的问题

有学者认为，旅游开发本质上是将旅游资源商品化，对资源中所含的民族文化进行挖掘、加工、转化并包装，再将其作为商品进行推介，打造成旅游吸引物。如此一来，旅游发展的融合过程中，民族文化便容易出现同化、庸俗化及模式化等问题。^[7]

如前所述，湘西苗族鼓舞经历了自发观赏的萌芽期、丰富体验的成长期和品牌打造的成熟期三个阶段，在与旅游产业发展互动效应逐渐显著的同时，问题也开始凸显，两者的融合可能进入互动衰退或转型阶段，民族文化面临失去生命力的危机，而旅游产业也可能因此失去活力。

经历过井喷式发展，随着苗族鼓舞对旅游经济拉动的放缓，相关组织机构对这种民族文化的保护和创新的熱情将逐渐淡化，民族文化体验形式趋于单一、同质化；游客的大量涌入，异质文化的冲击，苗族鼓舞存在为了迎合市场而失去原有特色的潜在风险；文艺工作者过于关注鼓舞艺术本体，商业力量不断推动民族文化舞台化，苗族鼓舞存在逐渐脱离它形成的社会文化语境而成为一种孤立的文化符号现象的风险；加上其他少数民族文化形式的竞争发展，例如彝族花鼓舞、武山旋鼓舞、瑶族长鼓舞等民族文化旅游产品对旅游市场份额的占有，也会使苗族鼓舞的传承与发展开始受到威胁。

在文化和旅游融合发展的大背景下，湘西苗族鼓舞作为民族文化的传承与民族区域旅游的发展相互作用、息息相关。当苗族鼓舞的发展无法与当地旅游业发展相适应，两者的融合必然走向衰落。我们必须促使湘西苗族鼓舞的转型和创新，采取相应措施，建立起鼓舞文化与旅游产业新的互动关系，才能避免衰退而走向二次发展。

三、内生增长理论下民族文化在旅游产业中的发展途径

以民族文化作为主要资源的旅游开发模式，主要是基于游客的“求新”、“求异”的猎奇心理，随着旅游产业的高速发展和旅游产品的更新换代，这种开发模式将失去市场，尤其是随着人们文化品位的不断提升，对文化的理解不断加深，游客“求异”的猎奇心态将会被一种对文化的高品位体验所替代。^[8]这就意味着，民族文化在旅游产业发展中不能故步自封、满足于当前的开发模式，而应该遵循内生增长理论，寻找新的融合增长点，不仅能为民族地区旅游产业发展提供源源不断的内生动力，也能更好地保护和利用民族文化。

(一) 重视技术创新，丰富民族文化体验形式

民族文化与旅游产业的融合需要建立在一定的技术基础之上，技术创新促进技术融合，而技术融合又反过来改变民族文化的表现形式、旅游产业的发展模式，消除了两者融合的技术性“壁垒”，为融合提供共同的技术基础。旅游产业的资源开发技术与民族文化的二次创作与打造技术的结合即为二者融合发展的技术基础。湘西苗族鼓舞作为湘西民族文化的代表性艺术，在吉首德夯地区的旅游发展中发挥着至关重要的作用，从原生环境中被作为“商品”搬上旅游舞台，通过打造旅游演艺产品将其品牌化、标识化，提升了游客旅游体验，增强记忆点，已经形成了区域品牌影响力。在此基础上，利用声光电、虚拟现实、增强现实、三维成像等技术创新，对鼓舞表演的舞台和场景等元素进行二次创新打造，将民族传统文化与现代科技相结合，使游客既能够感受到湘西鼓文化的冲击力，又能够体验到民族文化的真实性。同时，保留一定的参与空间，让游客与鼓舞表演者或者德夯村民有一个交流与互动的空间，增强游客体验，让苗族鼓舞在旅游产业发展中创造性转化和创新性发展。民族文化的引入和深度融合，会大大提升旅游业的品质和品位，拓展旅游产业发展空间，亦能为民族文化艺术的传承和保护提供强大的经济支持。

(二)重视民族文化人才、旅游产业人才的吸纳和培养，保障融合的内生动力

各类资本的积累，对市场经济的带动作用是非常强大的。内生增长理论认为，人才资本的积累是各类资本中最重要的，尤其是具有特殊知识、专业化的人。一方面，坚定地让当地居民参与到民族文化与旅游产业的融合发展中。从文化认同和保护的角度看，传统艺术只有受到当地人民的保护，传统艺术才能是专业的。这样既在很大程度上保留了民族文化的原始性，提供真实性的文化旅游产品，又能保证本族居民的基本权益，避免后期的利益纠纷，从而获得较大的经济、社会和生态效益。另一方面，加大民族地区旅游专业人才的教育投入和人才引入。由于民族地区大多地处偏远或交通不便，教育事业长期滞后，人力资本积累不足。在不断改善基础设施建设的基础上，解决人力资本短缺的重要途径之一，便是建设民族文化和文化旅游相关的科研项目和基地，加速培养和吸引高、精、尖的管理型、科研型和实践型专业人才队伍，让不同种类的专业技术人才参与到民族地区旅游产业中的文化规划、开发、研究、演艺、设计、营销等工作中，形成健全和完善的民族文化旅游产业链，从而通过民族传统文化资源的创造性转化和创新性发展实现地方旅游产业的新兴发展。

(三)完善政策与法律支持，为民族文化与旅游产业融合提供良好环境

在一些民族地区，落后的管理机制加上经济利益的驱使，会导致民族文化在旅游发展过程中遭到破坏，有些民族文化资源是不可再生的。民族文化旅游的发展和融合，是新兴产业，需要政府不断地针对发展过程中出现的问题，改革旧的制度及政策，并具有适度超前性和有效性。完善现代企业制度和市场监督机制，通过深化改革进一步完善经济制度，打破宏观、中观、微观三个层面利益相关者间的层级管理模式，共同参与决策制定和产品开发的全过程，破除旅游与文化互动发展的体制机制障碍，从管理模式上提高民族文化和旅游产业的融合效率。制定完善的民族知识产权保护制度，合理配置文化资源的所有权、开发权和保护权，对于民族文化开发经营主体的核心技术与创意给予全面保护，从而激励参与、创新、融合。完善主体责任制度，对于民族文化旅游项目所应承担的社会责任也要引起足够的重视。

四、结语

内生增长理论认为经济增长是由经济系统的内生变量决定，技术进步、人力资本和制度变革都对经济实现持续增长有内生驱动力。民族文化是一个民族经历长时间沉淀和发展而形成的地方性知识，是民族地区发展的内涵所在。民族文化与旅游产业融合过程中的技术创新与进步，是民族地区旅游经济实现持续发展的重要因素。而民族文化旅游本身，不仅是对民族文化的消费过程，也是民族文化创新发展的过程。

民族文化是人类数千年传统文化和智慧的结晶，对民族文化、非物质文化遗产的保护对我们实现文化的传承和复兴具有重大意义。民族文化与旅游市场牵手，可以释放“乘数效应”，推动文旅共荣。^[9]旅游产业对民族文化进行旅游产品开发，实际上是丰富了民族文化的载体和传播方式，意味着民族文化以一种新的价值意义被传承，而民族文化的挖掘、包装和呈现，直接关系到这类旅游产品的市场竞争力。民族文化可以通过技术创新丰富表现形式、人力资本积累保障内生动力、政策法律完善发展环境，在旅游产业中实现高质量、高效率、可持续的融合。

参考文献:

- [1]陈红玲,陈文捷.基于新增长理论的广西民族文化产业与旅游产业融合发展研究[J].广西社会科学,2013(4):173-176.
- [2]Teo P B. Renmuking Local Heriuge for Touism[J].Annals of Tourian Re-search,1997(24):102-213.
- [3]石婉红,陈远航.苗族鼓舞在湘西民族文化旅游中的价值与整合[J].民族论坛,2010(3):29-31.

-
- [4]彭延炼. 发展旅游业与民族传统艺术保护互动研究——以德夯苗寨民俗风景区为例[J]. 山东社会科学, 2008(4):88-91.
- [5]文红, 刘芳. 从”丽江模式”看民族文化旅游资源开发与保护:以通道侗族为例[J]. 怀化学院学报, 2006(10):8-11.
- [6]吉首市 2013 年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. http://www.jishou.gov.cn/zwgk/bmxx/zfbm/sfgj/tjxx/201502/t20150204_765079.html.
- [7]余青, 吴必虎. 生态博物馆:一种民族文化持续旅游发展模式[J]. 人文地理, 2001(6):40-43.
- [8]曹端波. 旅游发展中民族文化的保护与开发[J]. 贵州社会科学, 2008(1):73-75.
- [9]马全和. 让民族文化与旅游相加相融[N]. 中国旅游报, 2019-08-30(003).