

# NGO 参与下民族村寨村民对旅游扶贫效应的感知研究

## ——以贵州省黎平县铜关村为例

黄国庆 代思怡<sup>1</sup>

(西南大学 经济管理学院, 重庆 400715)

**【摘要】:** 以贵州省黎平县铜关村村民为研究对象, 通过问卷调查和深度访谈, 从经济、社会、文化、环境、管理 5 个方面分析了 NGO 组织参与下民族村寨村民对旅游扶贫效应的感知, 探讨影响村民对效应感知的关键因素。研究表明: 铜关村的旅游正处在发展阶段, 村民对旅游扶贫的正面效应感知明显, NGO 组织参与下的旅游扶贫促进了当地经济水平、个人素质的提高和传统文化的保护, 但村民参与旅游的能力和决策权有待提高。

**【关键词】:** NGO 组织 民族村寨 旅游扶贫 扶贫效应 铜关村

**【中图分类号】:** F590-05 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 1005-8141(2020)05-0526-06

旅游扶贫作为民族地区脱贫攻坚的重要途径, 有着其他扶贫模式无法比拟的优势。我国贫困人口大多集中在西藏、新疆、贵州等偏远少数民族地区, 由于这些地区受现代化影响较小, 保留着原生态景观和丰富多彩的民族习俗, 为旅游扶贫的开展提供了资源条件。旅游扶贫开发不再是简单的输送资本、技术等资源, 而是通过开发和培训让当地贫困人口拥有创造财富的机遇和能力, 对区域经济发展具有一定带动效应, 是一种“造血式”扶贫模式<sup>[1]</sup>。

我国在 21 世纪《中国农村扶贫开发纲要(2011-2020 年)》中明确指出, 要加强规划与引导, 鼓励社会组织和个人通过多种方式参与扶贫开发。这是我国扶贫战略的重要转变, 为 NGO 组织参与扶贫提供了更广阔的公益市场空间和政策支持。

## 1 文献回顾与问题的提出

### 1.1 民族村寨与旅游扶贫研究

民族村寨既是我国扶贫攻坚的主战场, 又是旅游资源富集区, 受到了学术界的高度关注。国内的相关研究主要集中在旅游扶贫开发对策建议、旅游扶贫模式、社区参与旅游扶贫等领域。王海燕等以川西桃坪羌寨与上磨藏寨为例, 从民族村寨旅游开发对文化传承的影响出发, 总结了民族村寨开发建设存在的问题, 并提出了建议<sup>[2]</sup>;任友基于乡村振兴战略背景, 对民族村寨旅游的可持续发展进行了研究, 并以贵州省石阡楼上千年古寨为例, 提出了民族村寨旅游开发模式<sup>[3]</sup>;罗永常从旅游利益分配现状及原因出发, 基于开发的基本理念和目标提出了民族村寨社区参与旅游的利益保障机制<sup>[4]</sup>;黄亮等以西双版纳傣族园为案例地, 对其发展历史进行了研究, 针对该地区旅游发展模式提出了实施整体开发、以人为本、文化制胜和科学管理战略, 为其他民族村寨发展旅游提供借鉴参考<sup>[5]</sup>。

<sup>1</sup>基金项目: 国家社会科学基金一般项目(编号: 16BSH028);教育部人文社会科学研究青年基金项目(编号: 15XJC840002);重庆市社会科学规划青年项目(编号: 2015QNJJ10)资助。

作者简介: 黄国庆(1978-), 女, 重庆市奉节人, 博士, 副教授, 研究方向为区域旅游扶贫。

## 1.2 旅游扶贫效应研究

旅游扶贫效应主要是指旅游扶贫在消除贫困方面的正负方面影响<sup>[6]</sup>。近年来我国学者对旅游扶贫效应的研究呈现出从区域经济效应为主向区域经济、社会文化和环境效应并重发展的趋势转换,研究视角也从贫困地区向贫困人口转换<sup>[6]</sup>。黄登斌等以南疆深度贫困地区库木库萨尔村居民为例,探析了当地居民对非遗旅游扶贫效应的重要感知因素<sup>[7]</sup>;张伟等以安徽铜锣寨风景区旅游扶贫开发为例,基于旅游扶贫开发对贫困人口的经济影响和非经济影响,从实际效应、感知效应、效应可持续性 3 个方面对旅游扶贫效应进行了评估<sup>[8]</sup>;李会琴等通过对陕西省洛川县谷咀村进行实地调查,分析了居民对旅游扶贫的经济、社会、环境效应感知<sup>[9]</sup>。

## 1.3 NGO 组织参与扶贫研究

NGO 参与扶贫工作最早可追溯到英国的《慈善法》《济贫法》《新济贫法》,随着时代的发展逐渐发展到了其他国家<sup>[10]</sup>。我国对 NGO 组织的研究借鉴了国外的典型经验,并根据国情将研究重点聚焦于 NGO 组织参与扶贫的路径探析、NGO 组织与政府在扶贫中的合作、NGO 组织参与扶贫的优劣势等。匡远配基于我国民间组织发展演变历程对主要参与扶贫的 NGO 组织进行了分析,总结出特点和问题,并提出了未来参与扶贫的 NGO 组织向去行政化、合作化和法制化发展的方向<sup>[11]</sup>;武继兵等通过对政府与 NGO 组织在扶贫领域的战略性合作进行了研究,提出了合作的必要性、合作模式、合作内容和合作机制,呼吁社会各界团结起来参与扶贫工作<sup>[12]</sup>;蔡雪林从我国贫困农村社区发展项目入手,分析讨论了非营利组织在参与式扶贫过程中取得的成效与不足,并对我国非营利组织和政府的扶贫工作提供了经验借鉴<sup>[13]</sup>。

本文在文献研究的基础上,从经济、社会、文化、环境、管理等角度出发,对 NGO 组织参与旅游扶贫效应进行了深入分析,对丰富和完善精准扶贫理论体系,切实增强居民的获得感,打赢新时期脱贫攻坚战具有重要意义。

# 2 研究设计

## 2.1 案例区基本概述

铜关村位于贵州省黎平县岩洞镇的西南部,海拔 380m,距离岩洞镇驻地 7km,东邻近岩洞岑卜自然寨,西与矛贡中闪村毗邻,南与宰拱村接壤,北靠近述洞村。2019 年,全村共有大寨、小寨、燕洞等 3 个自然寨,村民小组 8 个,447 户居民,人口 1796 人,包括侗族、汉族、苗族等 4 个民族。其中,少数民族人口占总人口的 98% (侗族占 93%);劳动力人口为 1562 人,外出务工人员 569 人,男女比例约为 1:1。

铜关村景色优美,村寨依山傍水而建,寨边梯田层层,寨脚溪水长流。侗族的吊脚楼是铜关村一道亮丽的风景线,一般使用木头建造而成,多为两层,楼上住人,楼下圈养牲畜或堆放杂物。侗族服饰多种多样,布料以自织自染的侗布为主,每逢传统节日村民穿着传统服饰,聚在一起唱歌跳舞。此外,铜关村还是世界非物质文化遗产侗族大歌的发祥地之一,被誉为“侗歌之乡”,有着鲜明的少数民族文化特色。总体上来看,铜关村拥有独特的少数民族旅游资源,具有重要的历史文化价值、欣赏价值和考察价值。

## 2.2 NGO 参与下的铜关村旅游扶贫

2009 年 6 月,NGO 组织腾讯基金会启动了“腾讯筑梦新农村”的实验性项目。2012 年,铜关村引起了基金会的注意。腾讯基金会通过互联网凝聚各方力量,整合各方资源打造出一个移动互联网村。腾讯基金会开展的扶贫工作包括:①解决了铜关村的硬件问题。基金会联系运营商对铜关村进行了 4G 全覆盖,免费数据流量,并联系中兴公益赞助全村每户 1 台智能手机。②对当地旅游资源进行开发,修建侗族大歌生态博物馆。博物馆占地面积约 3.07hm<sup>2</sup>,建筑面积约 5600m<sup>2</sup>,建筑功能为侗族大歌音乐厅、

花桥、戏台，十洞十三寨民俗展厅、传统织染和刺绣区、农耕文化体验区，专家楼、客房、办公楼、工作人员宿舍等。生态博物馆依山傍水，外观与周围山水、民居环境融为一体。项目团队结合铜关村村民为博物馆提供的侗歌表演、纺织染绣制作、传统侗族食品制作、四季农耕采摘体验、节庆风俗体验等，策划了铜关村侗族大歌生态博物馆深度体验游方案，设计出服务体验闭环，打造了一个可持续的铜关村旅游生态系统。③消除信息获取障碍。腾讯基金会对村民进行微信沟通、网络获取信息培训，如“为村贵州黎平铜关村”微信公众号既是铜关村村民之间、村委会与村民之间的信息交流渠道，也是铜关村向外展示的窗口。公众号内有村友圈、村务、事物等多个专题，村民可通过村友圈发布商品售卖、招聘、学习分享等信息，游客可注册成为村民，在线预约博物馆门票、住宿和购买特产。铜关村村民由此踏上了“互联网+乡村”的变革道路，旅游业也在腾讯基金会的支持下得到不断发展<sup>[14]</sup>。

### 2.3 问卷调查设计与数据回收

调查问卷分为3个部分：①受访者的基本情况，包括性别、年龄、政治面貌、受教育程度、职业、居住年限。②对NGO参与下民族村寨村民对旅游扶贫效应的感知评价。一共有32项具体指标，采用李克特5级量表，从1-5分别代表5个不同的等级，完全不同意、不太同意、中立、比较同意、完全同意。③NGO旅游扶贫下铜关村村民的收益情况，包括旅游开发前后村民从事的行业、家庭人均年收入，旅游收入在村民家庭收入的占比，家庭平均年收入在旅游开发前后的变化程度。

2019年我们在铜关村进行了实地调研，覆盖铜关村大寨、小寨、燕洞3个自然村寨，通过访谈、问卷调查等形式对铜关村进行深入调研，采访对象包括当地村民和村干部。围绕NGO组织参与下民族村寨村民对旅游扶贫效应的感知问题深度访谈12人，形成访谈纪要12份；发放调查问卷67份，回收有效问卷61份，问卷回收率为91.1%。对回收的问卷进行描述性统计分析发现：铜关村男女村民的性别比例大致相当，绝大部分为36-65岁年龄的青壮年，印证了外出打工者较少的事实。大部分被调查者为普通群众，占样本总数的95.1%。初中及以下学历所占样本较大，说明当地村民文化程度较低。村民从事旅游相关工作的时间不足一年的占63.9%，平时靠务农谋生；本地居住年限大于20年的原住民占样本总量的95.1%。具体情况见表1。

表1 样本描述性特征分析(样本容量61人)

指标性描述	样本量和百分比
性别	男32人(52.5%)、女29(47.5%)
年龄	18岁以下0人(0%)、18-35岁3人(4.9%)、36-50岁15人(24.6%)、51-65岁22人(36.1%)、65岁以上21人(34.4%)
政治面貌	共产党员3人(4.9%)、民主党派0人(0%)、共青团员0人(0%)、群众58人(95.1%)
受教育程度	小学及以下49人(80.3%)、初中6人(9.8%)、高中3人(4.9%)、大专及大学3人(4.9%)
从事旅游业工作时间	不足1年39人(63.9%)、1-3年13人(21.3%)、3-5年9人(14.8%)、5年以上0人(0%)
职业	务农43人(70.5%)、务工10人(16.4%)、专业养殖0人(0%)、行政人员1人(1.6%)、服务人员3人(4.9%)、无职业0人(0%)、在读学生2人(3.3%)、其他2人(3.3%)
本地居住年限	5年以下0人(0%)、5-10年1(1.6%)10-20

年 2 人(3.3%)、>20 年 58 人(95.1%)

注：资料数据根据问卷调查数据整理，表 2-7 同。

### 3 结果及分析

#### 3.1 村民对旅游扶贫的经济效应感知

腾讯公益慈善基金会的“为村计划”为铜关村村民提供了一定的发展机会，影响主要体现在村民家庭年收入的提高和就业机会增加，问卷中这两项的均值都大于 3.5。铜关村微信公众号数据显示，铜关村博物馆建成后，2016 年农民人均年收入 6253 元，村集体经济收入 5.2 万元。调查结果显示，NGO 组织参与铜关村旅游扶贫前，当地村民家庭人均年收入低于 3500 元的占 86.9%，而 NGO 组织进行旅游扶贫后家庭人均年收入高于 3500 元的占 80.4%，有 82%的村民认为家庭年收入增加(表 2)。

表 2 旅游开发前后家庭人均年收入对照

旅游开发前家庭 人均年收入	频率	百分比 (%)	旅游开发后家庭 人均年收入	频率	百分比 (%)
2300 元以下	35	57.4	2300 元以下	2	3.3
2300-3500 元	18	29.5	2300-3500 元	10	16.4
3501-4600 元	6	9.8	3501-4600 元	37	60.7
4601-5700 元	2	3.3	4601-5700 元	10	16.4
5700 元以上	0	0	5700 元	2	3.3
合计	61	100	合计	61	100

在调研访谈中了解到，生态博物馆在修建时全部雇佣的是当地村民，支付工钱约 400 万元，建成后他们则成为馆内的服务人员。也有不少村民通过在馆内表演侗歌、侗戏和民俗舞蹈，每场表演获得几十元到一百元左右的报酬。此外，还有村民通过开办民宿、售卖侗族刺绣获利。从问卷结果可见，NGO 组织进行旅游扶贫后仍有 8.4%的村民家庭人均年收入在 3500 元以下，有 1.7%的认为旅游收入占家庭年收入的比重大，说明旅游扶贫带来了一定的经济效益，但仍不是村民的主要收入来源，少部分村民未享受到旅游发展带来的经济效益。就“导致村民贫富差距悬殊”一项来看，有 98.4%的村民普遍认为获得的财富是依靠自身的能力。

从“促进了村落产业结构的调整”一项来看，均值仅为 2.82，说明 NGO 组织参与下的旅游扶贫一定程度上调整了铜关村的产业结构，但仍有提升的空间。虽然部分村民参与到相关旅游行业中，但是比例不高。从“完善了村落基础设施”和“完善了村落旅游接待设施”来看，均值分别为 3.98 和 3.75，说明旅游业发展对当地基础设施和旅游接待设施改造和完善起到了重要作用，这与博物馆的修建和当地公路提升改造的实际情况相符(表 3)。

表 3 NGO 参与下民族村寨村民对旅游扶贫经济效应的感知

调查项目	均值	标准差	不同意 (%)	中立 (%)	同意 (%)
增加了家庭年收入	3.74	1.18	16.40	1.60	82.00

增加了村民的就业机会	3.85	0.91	13.10	4.90	82.00
旅游收入占家庭年收人的比例大	1.79	1.36	85.00	13.10	1.70
导致村民贫富差距悬殊	1.57	0.62	96.70	1.60	1.60
促进了村落产业结构的调整	2.82	1.09	47.50	19.70	32.80
完善了村落基础设施	3.98	0.90	8.20	6.60	85.20
完善了村落旅游接待设施	3.75	1.06	14.80	6.60	78.60

### 3.2 村民对旅游扶贫的社会效应感知

从表 4 可见，社会效应因子均值为 2.86。其中，“改善了村落的治安状况”一项均值为 3.00，说明在旅游扶贫的过程中，村落的治安状况并未受到影响；“提升了村民的素质能力”一项均值为 3.57，说明 NGO 组织参与旅游扶贫后村民的素质有提高；“影响了村民人际关系的和谐”和“加剧了人地矛盾的冲突”两项的均值分别为 1.31 和 1.85，均低于 2 以下，说明铜关村村寨氛围良好，村民相处融洽，NGO 组织参与下的旅游扶贫并没有打破村寨原有的和谐，也没有加剧人地矛盾的冲突；“村民们对游客的到来持欢迎态度”一项均值达到了 4.61，其中不同意者为 0，同意者占 95.1%，说明铜关村的村民对游客普遍持欢迎的态度，体现了侗族人热情好客的特点(表 4)。

表 4 NGO 参与下民族村寨村民对旅游扶贫社会效应的感知

调查项目	均值	标准差	不同意 (%)	中立 (%)	同意 (%)
改善了村落的治安状况	3.00	1.21	44.30	9.80	45.90
提升了村民的素质能力	3.57	1.20	18.00	8.20	73.80
影响了村民人际关系的和谐	1.31	0.53	96.70	3.30	0.00
加剧了人地矛盾的冲突	1.85	0.98	82.00	11.50	6.50
村民对游客的到来持欢迎态度	4.61	0.59	0.00	4.90	95.10

### 3.3 村民对旅游扶贫的文化效应感知

从表 5 可见，文化效应因子的均值较高，为 3.88。其中，“村落建筑保持了民族性”一项均值为 3.41，铜关村大部分房屋为木质吊脚楼，仅有部分村民已将房屋修建为现代风格的楼房，在一定程度上影响了村落建筑的民族性。“村民服饰具有民族性”一项均值为 3.51。村民们反映，“平时穿侗服在田间劳动不方便，每逢重要的节日和参加表演时会穿上侗族的传统服饰”。“民族艺术表演具有真实性”一项均值达到了 4.56。村民说，“我们唱的侗戏都是根据生活中发生的故事来唱的，就是讲我们这里的生活。”“村民对传统文化具有认同感、村民愿意传承和保护传统技艺、村落旅游产品开发符合游客的期望”3 项均值均在 4.0 以上，充分体现了铜关村村民对本民族传统文化有着强烈的认同感和保护意识，在旅游开发的过程中树立起了高度的民族自信，认为本民族的文化对外地游客有着非常特殊的吸引力，在展示文化的同时也渴望将其发扬光大，走出贵州，走向全国。但“村民生活方式保持了传统”一项均值仅为 2.66，说明旅游业开发明显冲击着铜关村村民的传统生活方式，但这种冲击并未造成较大的破坏性，更多的是体现在生活条件改善方面。如互联网的开通，使村民可与在外打工的亲人视频通话，购物可用微信支付，旅游产品可通过网络售卖，通过微信群了解村委会发布的信息。

表 5 NGO 参与下民族村寨村民对旅游扶贫文化效应的感知

调查项目	均值	标准差	不同意 (%)	中立 (%)	同意 (%)
村落建筑保持了民族性	3.41	1.20	23.00	19.70	57.30
村民服饰具有民族性	3.51	1.25	24.60	14.80	60.60
民族艺术表演具有真实性	4.56	0.53	0.00	1.60	98.40
村民对传统文化具有认同感	4.62	0.55	3.30	31.10	65.60
村民愿意传承和保护传统技艺	4.56	0.59	0.00	4.90	95.10
村落旅游产品开发符合游客的期望	4.00	0.84	1.60	29.50	68.90
村民生活方式保持了传统	2.66	1.05	41.00	44.30	14.70

### 3.4 村民对旅游扶贫的环境效应感知

从表 6 可见，环境效应因子的均值为 3.29。其中，“村落建筑与村落环境具有协调性”的均值为 3.43，但同意者的占比低于 50%，说明 NGO 组织参与下的旅游扶贫对村落建筑与村落环境保持协调性起到了一定的积极作用，但仍有一些问题。在实地调研中发现，不少村民将自家房屋改造成水泥砖瓦结构，在一定程度上破坏了建筑与环境的协调性。“旅游接待设施与村落环境具有协调性”的均值为 3.77，与 NGO 组织修建的侗族生态博物馆和村民修建的侗族风格民宿的事实相符。“游客的到来破坏了村落环境”的均值低至 1.44，不同意者占 95.1%，同意者为零，说明游客前往村寨旅游并未对铜关村的环境造成负面影响。“完善了垃圾存放和污水处理设施、村民愿意自觉保护村落环境”两项的赞同率均在 50% 以上，说明 NGO 组织在参与铜关村旅游扶贫时，对当地的环境保护起到了积极影响，在一定程度上促进了村民对当地环境保护意识的增强。

表 6 NGO 参与下民族村寨村民对旅游扶贫环境效应的感知

调查项目	均值	标准差	不同意 (%)	中立 (%)	同意 (%)
村落建筑与村落环境具有协调性	3.43	1.01	19.70	36.10	44.20
旅游接待设施与村落环境具有协调性	3.77	0.88	8.20	27.90	63.90
游客的到来破坏了村落环境	1.44	0.59	95.10	4.90	0.00
完善了垃圾存放和污水处理设施	4.13	0.81	0.00	26.20	73.80
村落的卫生状况得到了改善	3.38	1.27	16.40	21.30	62.30
村民愿意自觉保护村落环境	3.59	1.16	21.30	31.10	47.60

### 3.5 村民对旅游扶贫的管理效应感知

从表 7 可见，管理效应因子的均值较低，为 2.92。其中，“扶贫对象的认定是公平的”和“扶贫资金的使用具有透明性”的均值都为 2.79，可见村民对这两项因素的感知均值较低的原因是由信息不对称造成的。

虽然 NGO 组织打造了属于铜关村的公众号，建立了村务公开的窗口，上面发布了各种村务信息，但有的村民因为年龄太大或自身教育程度较低，不会登录使用公众号，无法接触到此类信息，导致信息沟通不畅。“村民参与了旅游经营决策的制定”的均值低至 1.77，不少村民表示未参加过任何旅游经营决策会。根据访谈得知，NGO 组织对旅游扶贫过程中的各项管理工作多是交给了村委会决定，村民在管理过程中缺少话语权，并未真正参与到管理中去。“产业扶贫项目的实施有成效”一项均值为 3.34，不少村民表示自己的工作仍以务农为主，说明 NGO 组织参与下的旅游扶贫在一定程度上促进了铜关村旅游业发展，改善了铜关

村的贫困状况，但旅游并没有形成产业化和品牌效应。“帮扶措施解决了贫困户的实际困难”均值为 3.41，赞同率在 50%以上，说明 NGO 组织采取了一定的帮扶措施，切实解决了贫困户的生活困难，但仍有 34.4%的村民表示并未接受过 NGO 组织的帮助和扶持。在“对贫困户的教育培训落到了实处”的均值为 2.41，说明 NGO 组织对当地村民的教育培训有待改善。“村民参与了旅游收人的利益分配”的均值为 3.9，这与村民在 NGO 组织参与下的旅游扶贫过程中经济收入得到提升、村落基础设施完善的事实相符。

表 7 NGO 参与下民族村寨村民对旅游扶贫管理效应的感知

调查项目	均值	标准差	不同意 (%)	中立 (%)	同意 (%)
扶贫对象的认定是公平的	2.79	1.27	60.70	16.40	22.90
产业扶贫项目的实施有成效	3.34	1.25	24.60	18.00	57.40
扶贫资金的使用具有透明性	2.79	1.05	44.30	26.20	70.50
帮扶措施解决了贫困户的实际困难	3.41	1.30	34.40	6.60	59.10
对贫困户的教育培训落到了实处	2.41	1.17	57.40	23.00	19.70
村民参与了旅游经营决策的制定	1.77	0.86	91.80	3.30	4.90
村民参与了旅游收人的利益分配	3.90	0.85	11.50	6.60	82.00

## 4 结论、讨论与建议

### 4.1 结论

通过对调查问卷结果的描述统计和深度访谈分析，本文得出以下结论：铜关村旅游正处在发展阶段，村民对扶贫正效应的感知呈现出上升的良好态势。主要是：①经济效应方面，在 NGO 参与民族村寨旅游扶贫下，村民对经济水平提高、工作机会增加、基础设施和接待设施完善等方面感知强烈，对促进村落产业结构调整、加大村民贫富差距方面的感知不明显。②社会效应方面，在 NGO 参与民族村寨旅游扶贫下，村民对社会效应的正面效应感知明显，如提升了村民的素质、村民对游客表示欢迎等，而对影响村民人际关系的和谐、加剧人地矛盾的冲突等负面效应感知不明显。③文化效应方面，村民对 NGO 参与民族村寨旅游扶贫下传统文化得到了保护的感知强烈，但在村落建筑保持了民族性与村民的生活方式保持了传统方面的效应感知较低。④环境效应方面，村民对 NGO 组织参与下的旅游扶贫正面效应感知强烈，认为 NGO 组织参与下的扶贫工作促进了当地的环境保护，对负面效应的感知并不明显。⑤管理效应方面，村民对 NGO 组织参与下的旅游扶贫负面效应感知较强烈，主要体现在扶贫过程中对扶贫对象的认定和扶贫资金的使用不够透明，村民未参与到旅游经营决策中，对贫困户没有做到针对性的帮扶和培训，这都是源于 NGO 组织与村委会之间没有形成有效的对接。在村民参与旅游收入的利益分配方面，村民有着较为强烈的感知。

### 4.2 讨论

我国历来高度重视扶贫开发工作。改革开放和 1986 年实施的大规模扶贫开发，特别是自 2013 年启动脱贫攻坚战以来，全国农村贫困人口从 2010 年的 16567 万人下降到 2018 年的 1660 万人，贫困发生率从 2010 年的 17.2% 下降至 2018 年的 1.7%，减贫幅度高达 15.5%，为全球减贫事业作出了重大的贡献<sup>[15]</sup>。坚决打赢脱贫攻坚战，让贫困人口和贫困地区同全国一道进入全面小康社会，让发展成果更公平地惠及人民，是我国的庄严承诺和重大职责。

毋庸置疑，我国政府是“中国式减贫”不可或缺的主体性力量，在制定扶贫开发纲领，增加对贫困地区资金投入、公共产品供给、基础设施建设、医疗保障、住房安全和义务教育等方面发挥了巨大的作用<sup>[16]</sup>，不断完善国家扶贫战略和政策体系，形

成从中央到地方，层层落实扶贫责任，逐级分配和传递扶贫资源，各级政府和相关部门成为扶贫资源使用、监督、考核的主体。但这种大包大揽的扶贫体制机制，忽视了不同贫困地区、贫困群体对扶持政策需求的差异性，抑制了脱贫主体的内生动力，阻碍了 NGO 组织等社会力量在扶贫开发中作用的发挥。

政府主导贫困地区脱贫攻坚势在必行，但充分发挥民间组织、社会力量参与深度贫困区脱贫攻坚意义重大。我国政府在 21 世纪《中国农村扶贫开发纲要(2011-2020 年)》中明确指出，要加强规划与引导，鼓励社会组织和个人通过多种方式参与扶贫开发<sup>[17]</sup>，探索政府、行业和社会扶贫“三位一体”的中国减贫模式，充分挖掘 NGO 组织在资源整合、人员培训、利益表达、化解冲突等领域的优势潜力，最广泛地动员更多的力量投入到减贫实践中，是我国为全球减贫事业贡献的中国智慧和方案。

本研究中，铜关村在 NGO 组织腾讯基金会的扶持下，修建了侗族大歌生态博物馆发展生态民俗旅游。博物馆修建时全部雇佣当地村民，村民在景区打工获得收入；博物馆建成后当地村民作为馆内服务员，参与侗歌表演、纺织染绣制作、传统侗族食品制作等获取报酬。博物馆收入除了一部分用于维持馆内运营和支付工作人员工资外，其他部分用于建设村寨、发展教育。此外，部分村民开办民宿和农家乐、售卖侗族刺绣，与博物馆提供的中高端旅游产品错位经营，村民参与了旅游收益分配，分享了旅游发展成果，因此对旅游扶贫的正效应感受强烈。事实证明，NGO 组织参与旅游扶贫，在帮助弱势群体、促进社会公平方面做出了巨大贡献，是政府主导型扶贫的有益补充和创新突破。

#### 4.3 建议

主要是：①强化村民对经济效应的感知。一是通过旅游扶贫增加村民的就业机会，提高村民家庭收入，鼓励更多的村民参与旅游扶贫开发。NGO 组织应加强对贫困户的培训教育，对仍处于贫困状态的人群进行针对性帮扶，创造出更多适合贫困村民的工作岗位，让铜关村所有的贫困户都能感受到旅游扶贫带来的效益。二是大力宣传特色农产品，发展特色生态农业。将生态农业与旅游业结合起来，拓宽农产品销售渠道，增加村民的经济收入。三是维护和修缮当地的基础设施和旅游接待设施，为发展旅游业完善硬件设施，同时升级整合旅游资源，开发旅游特色精品，不断促进当地产业结构调整。②巩固村民对社会效应的感知。首先，NGO 组织要加大对铜关村村民的培训教育，宣传积极思想，营造文明社区环境，不断提升村民的素质能力。其次，在发展过程中 NGO 组织要聆听村民的意见，合理采纳，维护与村民之间良好的人际关系。第三，建立健全规章制度，约束游客行为，提升村民服务水平，避免因不文明现象造成村民与游客之间的冲突与矛盾。③进一步提升村民对于文化效应的感知。首先，NGO 组织要进一步培养村民的文化自觉与文化自信，对村民要循循善诱，让他们认识到热情好客的侗族村民本身就是旅游吸引物，鼓励他们将自己的民族文化发扬光大。其次，加大对文化旅游产品的开发，利用互联网技术不断开拓旅游市场，将侗族文化源源不断地向外输出，进一步增加其民族文化的自豪感。④稳固村民对环境效应的感知。一是 NGO 组织要加大对铜关村村落环境的保护，结合村落实际情况对村落建筑、旅游接待设施、垃圾存放和污水处理设施进行修缮与维护，使其与村落环境相协调。二是建立健全环境卫生的保护制度，完善景区内相关标识，提醒游客保护村落环境。三是提升村民的环保观念，让村民自觉保护村落环境，促进村落旅游的可持续发展。⑤改进管理效应中出现的不足。首先，设立监督机制和扶贫成效的评估制度，保证旅游扶贫工程中的公平性与透明性。其次，不断调动村民参与旅游开发的积极性，保障村民参与到旅游经营决策，从而赢得村民的信任与支持。第三，加强对村民参与旅游能力的培训，提升村民参与旅游发展的水平和层次，确保村民受益。

#### 参考文献：

[1] 邓雪文. 武陵山片区县域乡村旅游扶贫效益分析[D]. 吉林：吉首大学硕士学位论文，2018.

[2] 王海燕，蒋建华，袁晓文. 少数民族特色村寨旅游开发对文化传承的影响与思考——以川西北桃坪羌寨与上磨藏寨为例[J]. 广西民族研究，2018, 140(2): 105-111.

[3] 任友. 民族村寨旅游可持续发展研究[J]. 合作经济与科技，2018, 12(24): 28-30.

- 
- [4]罗永常. 民族村寨社区参与旅游开发的利益保障机制[J]. 旅游学刊, 2006, (10):45-48.
- [5]黄亮, 陆林, 丁雨莲. 少数民族村寨的旅游发展模式研究——以西双版纳傣族园为例[J]. 旅游学刊, 2006, 21(5):53-56.
- [6]苏琨. 国内外生态博物馆研究综述[J]. 安徽农业科学, 2012, 40(29):14348-14351.
- [7]黄登斌, 喻晓玲. 居民对非遗旅游扶贫效应感知与参与行为研究[J]. 合作经济与科技, 2018, (15):164-166.
- [8]张伟, 张建春, 魏鸿雁. 基于贫困人口发展的旅游扶贫效应评估——以安徽省铜锣寨风景区为例[J]. 旅游学刊, 2005, 20(5):43-49.
- [9]李会琴, 李晓琴, 侯林春. 黄土高原生态环境脆弱区旅游扶贫效应感知研究——以陕西省洛川县谷咀村为例[J]. 旅游研究, 2012, 4(3):1-6.
- [10]卢艳霞. 社会组织参与农村扶贫研究——乐施会在内地扶贫实践为案例[D]. 长沙: 中南大学硕士学位论文, 2012.
- [11]匡远配. 中国民间组织参与扶贫开发: 现状以及发展方向[J]. 贵州社会科学, 2010, (6):82-88.
- [12]武继兵, 邓国胜. 政府与 NGO 在扶贫领域的战略合作[J]. 理论学刊, 2006, (11):57-58.
- [13]蔡雪林. 非营利组织参与式扶贫的效果评价及政策建议[D]. 成都: 西南财经大学硕士学位论文, 2013.
- [14]申明. 铜关村的“互联网+农村”变革: 不仅会聊天还要能挣钱[EB/OL]. 光明网, [http://www.sohu.com/a/30455273\\_162758](http://www.sohu.com/a/30455273_162758).
- [15]国务院关于印发“十三五”脱贫攻坚规划的通知[EB/OL]. 中国政府网, [http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-12/02/content\\_5142197.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2016-12/02/content_5142197.htm).
- [16]黄承伟. 中国扶贫开发道路研究: 评述与展望[J]. 中国农业大学学报(社会科学版), 2016, 33(5):5-17.
- [17]中共中央、国务院印发《中国农村扶贫开发纲要(2011—2020年)》[EB/OL]. 中国政府网, [http://www.gov.cn/gongbao/content/2011/content\\_2020905.htm](http://www.gov.cn/gongbao/content/2011/content_2020905.htm).