

乡村振兴战略背景下元阳县乡村旅游业态研究

——以哈尼梯田为例

江锡珂¹

(云南大学, 云南 昆明 650500)

【摘要】:近年来,元阳县依托哈尼梯田逐步发展乡村旅游,通过打造元阳哈尼梯田景区、进行相关资产重组与融资、推动文旅产业的转型升级,将旅游业发展成了当地的主要支柱产业之一。但元阳县旅游业在发展过程中,仍存在居民收入低迷、人才流失严重、景区亏损严重、交通发展面临困境、运营主体失位等问题,应通过延长产业链,建立梯田景区长效运营机制,加快交通建设等措施高质量发展乡村旅游产业。

【关键词】:乡村振兴 乡村旅游 哈尼梯田

【中图分类号】F592.7 **【文献标识码】**A

元阳县因地处红河上游的元江南岸,由于地处哀牢山,境内有成片的梯田自然景观,因此闻名世界。但也因地势特殊,该县一直饱受贫困之苦,其贫困人口数量更是高居红河州首位。依靠哈尼梯田景观,元阳县从2008年以来开始逐步发展旅游业。其境内的哈尼梯田是世界文化遗产中的核心保护区域之一,其景观由箐口、多依树、老虎嘴等区域中连片的万亩梯田构成,哈尼族传统村落点缀其间,因此该景区也成为了摄影和写生爱好者的天堂^[1]。随着政府对当地产业发展的大力扶持,2020年5月,元阳县宣布正式退出贫困县序列。2021年8月,元阳县入选国家级乡村振兴重点帮扶县。本研究基于乡村振兴战略视角,对元阳县文旅产业发展现状以及存在的瓶颈进行分析,以期元阳县旅游产业发展提供参考。

1 元阳县文化旅游产业发展现状

1.1 打造元阳哈尼梯田景区

哈尼梯田2013年被列入世界文化遗产名录,其景观遍布云南省红河州元阳县、红河县、绿春县、金平县,其中元阳县利用梯田密集的核心区域打造了元阳哈尼梯田景区,并于2008年与云南世博集团成功签订战略合作协议,双方合资成立了管理当地旅游业的云南世博元阳哈尼梯田旅游开发有限责任公司,意在打造适合当地旅游发展的产品、建设旅游相关服务设施。2009年初,元阳哈尼梯田景区内的基础设施初步投入建设,包括建造公共厕所、观景台、景区道路、游客服务中心、旅游酒店等,另外还打造了箐口哈尼传统民族村、多依树景点、坝达景点、老虎嘴景点,由游客服务中心统一收取门票^[2]。

自2020年以来,由于新冠肺炎疫情的影响,元阳县哈尼梯田景区整体旅游人数持续下降,当地旅游收入不容乐观,同时负责管理景区的旅游公司收益也受到了严重影响,因此当地游客服务中心暂停了门票费用的收取和营业。目前,哈尼梯田的旅游淡季(春、夏、秋季)仅靠本地村民经营的住宿酒店和饭店维持着旅游业的运转,而到梯田景观极佳的冬季时,旅游人数较多,部分

¹作者简介:江锡珂(1998-),女,云南建水人,硕士研究生,研究方向:金融理论。

基金项目:云南大学“理解中国——学史力行·青春助力乡村振兴”2021年暑期主题调研服务项目(2021YLJZG052)

景区会定期组织当地村民进行哈尼文化表演并收取一定观演费用，从而帮助居民增加旅游收入^[3]。

1.2 进行资产重组与融资

近年来，随着脱贫攻坚任务的如期完成和乡村振兴战略的推进，元阳县在依托哈尼梯田和民俗文化旅游的发展过程中，也针对旅游产业进行了资金的重组与借款融资，从而帮助当地的旅游业转型升级，助力该地区的可持续发展，进一步实现乡村全面振兴。

2013 年，云南世博集团旗下关于旅游业的资产被云南旅游统一收购并进行了资产重组。同时，因为元阳县哈尼梯田景区的项目尚处于开发建设前期，其收入几乎仅来源于景区门票，盈利能力还不能够达到进入上市公司的标准，因此将哈尼梯田项目的收购暂时搁置，并且承诺五年内推进并完成项目资产的收购工作。

此后，元阳哈尼梯田景区于 2014 年同工商银行个旧支行签订融资借款合同，编号：“2014 年(个旧)字 0019 号”，该合同以哈尼梯田作为固定资产进行借款，额度为 2000 多万元。同时，把哈尼梯田景区门票收费权作为质押物，签订了质押合同，编号：“2014 年个旧(质)0001 号”，额度超过 4 亿元。

1.3 推动文旅产业的转型升级

元阳县近年来逐步推进旅游业的转型升级，在特色村落、度假酒店和餐饮等建设、升级和改造的过程中，加大了对传统哈尼文化传承和绿色生态环境保护的力度，并且将旅游收入进一步下沉，发放到当地每一户村民的手中，让当地群众实现真正意义上的脱贫，有效防止返贫现象的发生。针对哈尼梯田景区的建设，元阳县从 2013 年起对哈尼小镇、爱村特色村、观景台修复与提升改造、景区停车场建设、旅游休闲度假酒店提升改造等多个项目开展了招标工作。同年，当地餐饮住宿的配套服务建设也在同步推进。梯田景区花费 3444.4 万元购买了元阳县牛角寨乡的一处住宿餐饮用地，预计竣工时间为 2022 年 12 月。

2013 年，元阳哈尼梯田菁口景区开始打造民族特色旅游小镇——哈尼小镇，并于 2015 年 7 月竣工。该项目依托元阳哈尼梯田自然特色景观，建造了游客服务中心、旅游休闲精品客栈、哈尼历史文化博物馆等旅游配套设施，总投资 2.2 亿元，工程规划面积 3.09km²。小镇建成以来，围绕哈尼族传统文化的保护进行农业、旅游业的融合发展：以哈尼梯田“稻鱼鸭”资源三要素为农业的驱动力，以哈尼梯田自然景观为旅游业的孵化力，以哈尼古歌、长街宴等传统民族文化为旅游业的吸引力。2018 年，哈尼小镇被国家生态环境部设立为“绿水青山就是金山银山”实践创新基地^[4]。

另外一个产业转型的典型则是阿者科村。阿者科村隶属于新街镇爱春村，地处元阳哈尼梯田景区规划范围内，相邻多依树景点，村内共有 65 户原住民。村庄地势较高，村内传统的蘑菇房和山间缥缈的云雾相映成趣，是梯田景区内最为独特和宝贵的旅游资源。其地理位置较为奇特，全村只有唯一一个汽车可以通行的入口，交通不便成为了阻碍该村发展的直接原因。阿者科一直是梯田景区内较为典型的贫困村。2018 年，元阳县联合中山大学保继刚教授的研究团队开发并实施了“阿者科计划”。双方合作成立了阿者科陌上乡村旅游开发有限责任公司，由中山大学的驻村研究生和元阳县下派的阿者科驻村干部共同指导公司运营，对村庄的旅游业进行统一的规划管理。村民可以通过培训、入股等方式参与到旅游公司的运营管理中。公司的收入主要来源于门票，在村庄入口处设有游客中心，统一对来访的游客收取门票和附加游玩项目的费用。同时，“阿者科计划”制定了详细的分红细则。旅游公司的收入在扣除运营和管理成本及开发建设预留资金(占总收入的 30%)后，按照村民户籍、入股比例、工作考核，每半年分红到村民手中，帮助村民增加收入来源，实现资源变资产，村民变股民。“阿者科计划”还要求村内所有传统民居不得破坏、租借或出售，严格控制来访的游客数量，从保护世界文化遗产的角度出发，减缓村庄的商业化进程，维持村内传统民居原貌，坚守开发底线，留住人文内涵。中山大学阿者科驻村研究生李慕芳表示，目前当地正在留存、培养并积极引进相关专业的管理人才，且进展顺利。中山大学研究生驻村团队将在 3~5 年后全面退出阿者科，同时将“阿者科经验”带去更多的偏远山村。

2 元阳县文旅产业发展瓶颈

2.1 村民收入低迷，人才流失严重

新街镇村民表示：“虽然政府在当地招商引资，打造元阳哈尼梯田景区，当地美丽的景色吸引了不少游客，但村民几乎无法从中分一杯羹。因此大部分年轻人只能选择到外地打工，农忙和过节时才会回家帮忙。”此后，在走访去年脱贫摘帽的阿者科村时，当地阿嫂表示，“阿者科计划”让地理位置较为偏僻的阿者科也享受到了旅游业带来的红利，旅游收入每次的分红让村民增加了额外收入，因此帮助全村成功脱贫。但是，旅游带来的利润是有限的，特别疫情暴发以后，旅游的人数锐减，旅游收入几乎为零，2020 年全年都没有收入和分红，对于他们来说，农业才是生存立足的根本，虽然农业生产效率较低，但基本可以自给自足。

由于当地人均收入较低，且大部分收入都来源于农业生产，所以从当地走出大山的大学生们毕业后都不愿意再回到家乡工作，同时外地的人才也难以引进，收入低的困境成为了元阳县人才留存的阻碍。

2.2 景区亏损严重

元阳县和云南世博集团对于哈尼梯田景区的开发虽然进行得如火如荼，但实际进程却异常缓慢。起初，元阳县的旅游业并不发达，但在 2013 年当地哈尼梯田成功申遗后，冬季梯田灌水和山间光影变幻、云雾飘渺的美丽景观就突然出现在人们的视野之中。在景区开发运营前，业界曾判断元阳梯田的旅游业会快速发展，甚至有望在景区建成后赶超省内部分著名旅游景区。但结果却不尽如人意，旅客流量增长速度较为缓慢，景区从建成以来连年亏损。信息显示，元阳哈尼梯田景区从 2015 年至 2019 年间，年度营业额分别亏损 679 万元、1167 万元、6289 万元、1783 万元和 816 万元。携程创始人梁建章曾发问，为什么坐拥世界级的美景，但旁边的村庄依然贫困，旅游人数每年不足 10 万人次，政府开发缺乏抓手^[5]？

2019 年 7 月，元阳县国有资产经营管理有限责任公司所持有的元阳哈尼梯田 33.33% 的股份在云南产权交易所 467 万元挂牌转让，同年 11 月云南世博集团以底价拿下本次转让的股份，实现了对元阳哈尼梯田景区的全资控股。在云南世博正准备对该项目重振旗鼓时，2020 年新冠疫情的突然暴发导致元阳哈尼梯田景区的负债进一步增加，景区不得已只有暂停了游客服务中心的运营和景区门票的收费。截至 2021 年 7 月，元阳哈尼梯田净利润为负 798.6 万元。此前云南世博在五年内整合梯田景区使其达到可以上市的标准，并将项目转让给云南旅游的计划也只有宣告失败。

2.3 交通发展面临困境

聚焦元阳县本身，该县隶属云南省红河哈尼族彝族自治州，下辖 3 镇 11 乡。该县地处山地，沟壑纵横，无平川地势，红河、藤条江两江自西向东贯穿元阳蜿蜒流淌，海拔相对高差大。当地此前以农业发展为主，近年来旅游服务业才纳入主要规划发展范围。2020 年，元阳县年生产总值为 83.6 亿元，同比增长 6.3%；城乡居民人均可支配收入分别为 34217 元和 10251 元，同比增长 3.5% 和 8.3%。近年来，当地生产收入值增长迅速，与当地政府支持基础设施建设、积极促进高速公路建成有重要关联。

元阳县哈尼梯田作为当地特有的人文景观，且被列入世界文化遗产名录，在开发之时首先就需要考虑景观的保护问题，同时与其他文化遗迹不同的是，梯田本就位处山峦之中，交通是开发过程中的一大难题，既不能破坏梯田原有的景观和民族村落，还要保证来访游客方便出入。因此，交通就成了这些梯田山峦中无法回避的短板。首先，元阳县不通高铁，附近也没有机场，这就限制了游客的来源。其次，元阳哈尼梯田景区道路环山而建，道路狭窄、弯多又急，无法承载过大的车流量，游客乘车的舒适度也较低。梯田旅游的交通和路程问题阻碍了当地旅游业的发展。

2.4 运营主体失位

元阳县哈尼梯田景区自规划建设到营业后，云南世博集团的盈利点几乎仅有收取门票、景区观光车服务，而现在，由于多方阻挠和疫情原因，集团停运了观光车，仅靠收取门票赚取收入，没有培育其他新的收入增长点。同时，云南世博集团下派到元阳梯田景区的负责人和运营团队较为散乱，对该项目的建设没有统一、长期的规划，而政府也没有权力对景区的运营做主，只能从中协调和维护。运营主体缺少主动作为的意识，造成景区运营负债逐年累加，元阳旅游业发展缓慢，与周边县市的收入和发展差距逐渐拉大。

当地村民介绍，目前景区内主要有两个自营酒店，分别是云裳酒店和多依树休闲度假酒店，相比周边县市引进的休闲度假式酒店来说，这两个酒店的设施略显简陋，服务也无法跟上，按照实际仅能称作快捷酒店，游客流量小。另外，之前开展了招标工作的“岩子头帐篷房车营地”项目也不了了之，同时，计划在老虎嘴景区修建的停车场也不见踪影。

不仅景区的运营管理有缺陷，元阳县整个旅游产业链和消费链也较为局限和短促。景区的建立并没有给当地居民带来实际的脱贫帮助，因此元阳当地居民实际上对景区运营方是持观望和不支持态度的，因为他们并没有切身地参与其中，从梯田旅游中实质性的获益。当地人认为，既是征用了梯田的自然景观资源，则需要拉长旅游产业链，让村民参与到旅游业的建设发展中。这不仅能够从经济上增加当地群众的收入，也能够从精神上让当地群众认可家乡的旅游建设。

3 元阳县旅游产业高质量发展措施

3.1 扩大延长旅游产业链，加强对旅游管理相关专业人才的培养

首先，将当地旅游产业链延长，让景区村民的劳动生产过程与旅游业结合起来，并且将旅游的部分收入合理地运用到居民的居住环境建设、红利分配等日常生产生活中，增加居民的收入来源，提升居民的产业发展参与度与认可感。其次，政府和企业应增强对相关人才引进和培养的力度，例如可以联合高等院校，对当地的大学生设立定向培养的相关专业，同时用高薪等政策吸收引进高学历人才，从而帮助当地旅游产业快速发展。

3.2 建立专业的梯田景区旅游管理办法和长效运营机制

此前，云南世博集团在哈尼梯田景区项目上的运营管理和建设工作落实度不足，因此对于云南世博集团来说，虽然未来计划将该景区项目移交给云南旅游继续经营，但也需要下一定的功夫建立适合该景区项目发展的管理办法。与此同时，政府层面也在积极寻求突破，元阳县联合中山大学保继刚教授团队制定的阿者科计划已初见成效，其中昆明理工大学朱教授改造的示范性样板“蘑菇房”，也对当地未来的传统建筑改造和酒店运营管理具有一定的借鉴意义，相信在不久的将来，元阳哈尼梯田景区将重新焕发新的活力。

3.3 加大交通运输投资力度，解决游客的出行问题

过去五年里，云南世博在景区运营的开展过程中，曾尝试用旅游大巴在景区内运送乘客，同时设卡禁止非景区居民的私家车进入，但此后由于多方阻碍不得已取消了该交通项目的运营。元阳县政府正积极协调，修建一条通达元阳的高速公路，这将从很大程度上解决当地旅游发展的困境。事实上，无论是企业还是政府，都可以与当地客运服务企业搭建合作桥梁，利用其广泛和密集的客运交通网络，探索设立适合元阳梯田旅游出行的产品，提供更为方便、精确的“点对点”交通服务，从而进一步解决游客到元阳县哈尼梯田旅游的顾虑。

参考文献：

[1]朱良文. 乡村振兴战略下的传统村落再思考[J]. 南方建筑, 2020(2): 62-67.

-
- [2]章侃丰. 哈尼梯田遗产区视觉景观评价及其保护关键区识别[D]. 昆明: 云南师范大学, 2018.
- [3]许斌. 文旅融合视角下的元阳哈尼梯田旅游品牌建设研究[D]. 昆明: 云南师范大学, 2017.
- [4]杨春. 全域旅游视角下云南元阳哈尼梯田旅游产业发展战略研究[D]. 昆明: 云南师范大学, 2016.
- [5]梁建章. 从“哈尼梯田”看旅游扶贫新路径[EB/OL]. <https://biz.ifeng.com/c/7kEdpoAILNA>, 2019-02-12.