

基于 IRT 理论的社区旅游整合乡村资源功能研究

——以四川阿坝羊茸·哈德的社区旅游实践为例

高清明 陈红霞 席曾苹¹

【摘要】在乡村振兴背景下，社区旅游能够通过促进多维可持续性的精神、对当地居民赋权、内生性的所有权和资源利用、与其他经济部门活动互补、保持适当的发展规模、网络化利益相关者、嵌入本地系统等途径，推动民族乡村多元主体、要素、业态的整合，促成乡村成员达成集体行动，并实现分散、闲置乡村资源的整体效应或规模报酬。鉴于此，应充分发挥社区旅游的资源整合功能，促进生态农业、传统文化和村级治理与乡村旅游融合，创新旅游产品增加旅游开发效益，促进民族地区乡村振兴。

【关键词】乡村振兴 民族地区 社区旅游 资源整合 羊茸·哈德

【中图分类号】F323.4 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1003-7470(2022)-03-0091(10)

一、问题的提出

虽然农业仍然是农村发展的核心，但在乡村振兴背景下，农村不再仅仅与农业生产联系在一起，而被视为刺激新的社会经济活动的场所——一种多功能空间。乡村振兴就是要充分挖掘各类生产要素的价值，充分激活这个空间的生产、生活、生态、文化等多重功能，同步实现产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕等多元目标。在此背景下，传统的基于单一目标以及少数群体利益的项目开发模式受到了挑战，迫切需要一种新的基于区域的、综合的乡村资源管理和开发方式，以实现多元主体、要素、业态的整合，^[1]促成乡村成员达成集体行动，并取得分散、闲置乡村资源的整体效应或规模报酬。^[2]

乡村旅游被视为同时带动乡村政治、经济、文化、社会和生态全面振兴的有效途径，^[3]与乡村振兴“五大目标”耦合协同。^[4]在民族地区，村寨旅游推动乡村产业振兴、经济发展的效果尤为突出。^[5]乡村旅游之所以被重视，是因为其具有强大的资源整合功能。^[6]在乡村振兴背景下，更多学者强调乡村旅游对乡村资源的全面整合，认为传统乡村旅游以少数景点为中心，规模较小，分散经营，关联带动效应较弱，^[7]应该进行全要素、全部门管理和统筹，^[8-9]有效整合乡村内部资源，开发一切对游客产生吸引力的要素，以释放乡村居民的自主性，实现乡村“新内生性发展”和持续振兴。^[10]

但现有研究还存在一些不足，一方面，大多数研究只是一般性地讨论乡村旅游的资源整合功能或影响，但实际上乡村旅游是一个集合概念，既包括农业主题乡村旅游(theme farm based rural tourism)，也包括事件旅游(event-based rural tourism)、乡村社区旅游(community-based rural tourism)等，笼统地讨论其资源整合机制并不合适。另一方面，现有研究多数是一般性地讨论乡村旅游与乡村振兴之间的作用机制，例如有的认为“农业多功能价值实现”是乡村旅游能够推动乡村振兴的核心，^[11]有的则是从“新型城乡关系”出发认为乡村旅游能够推动城乡共生，^[12]有的构建了宏观的“国家-市场-社会”关系对此予以解

作者简介：高清明 博士研究生 四川大学历史文化(旅游)学院 四川成都 610064
陈红霞 副研究员 四川省社会科学院 四川成都 610072
席曾苹 副教授 成都信息工程大学 四川成都 610103

读,^[13]而对乡村旅游的资源整合机制的研究并不多。

当然,理论界和实务界也在努力提升乡村旅游的渗透性,努力使其与更复杂的利益相关者和资源结合起来,其中,社区旅游就是重要的尝试。所谓“社区旅游”(community-based tourism,CBT)是与“大众旅游”相对的一种旅游发展模式,指的是当地社区参与旅游活动或旅游企业,这种旅游活动建立在社区拥有的土地上并基于其文化遗产、自然景点和以及特色资源发展起来。社区旅游的核心特征有两点:一是强调社区对旅游资源的所有权,二是强调社区的自我管理,因而被认为是一种能够确保社区成员广泛获益的旅游开发方式。

正是因为如此,社区旅游一开始就与乡村减贫联系在一起,^[14]认为能够充分整合社区发展、扶贫、文化遗产保护等目标,^[15-16]实现乡村的可持续发展。有学者证明了社区旅游的综合效益,^[17]包括扩大就业和增加收入、提高技术和自尊、促进女性独立、家庭稳定以及社区发展。^[18]理论上,社区旅游是一种充分考虑社区环境、社会和文化可持续的旅游,应该完全拥有、控制和管理旅游所依赖的旅游设施和自然资源。^[19]已有学者关注到了社区旅游的资源整合能力,认为其能够加强环境、机构、生产网络和市场内部的联系网络,^[20]但还没有学者专门讨论社区旅游的资源整合功能及其具体机制。

本文基于“一体化乡村旅游”(Integrated Rural Tourism, IRT)的理论,并以四川省阿坝自治州黑水县羊茸·哈德为例,探讨民族地区社区旅游的资源整合功能和具体机制,以更好地理解社区旅游如何推动民族地区乡村振兴,实现乡村振兴的多元目标,并就进一步发挥好社区旅游的乡村振兴功能提出对策建议。

二、理论基础

“整合”(integration)的概念较早受到旅游学界所重视,特别是在旅游规划和管理方面。^[21-22]学术界强调乡村旅游的“整合”功能具有深刻的实践背景:一是随着乡村越来越被视为一种多功能的空间,乡村旅游不再被视为农业部门的延伸,也不再被视为旅游业的一个重要宏观组成部分,而是一个包含了其他更广泛部门的一种保护和更新乡村社会和文化的形式;^[23]二是乡村旅游的参与主体往往是以家庭为中心的小企业或团体,造成了乡村旅游产品的碎片化特征,进而增加了经营者的运营成本,无法形成规模经济;^[24]三是乡村治理理念的兴起,将农村社区视为一种能够自我调节的实体,具有内在的自助、赋权和自我责任的能力。^[25]

由此可见,作为一种理念和方法,“整合”概念的提出是对传统乡村旅游缺乏一个整合的框架来管理利益相关者和结构的多样性问题的回应,是对乡村旅游依赖于各种公共和私人拥有的自然和文化资源、相关的基础设施和解说设施,以及住宿、食品、饮料和商品的提供等事实的确认。但作为一种乡村旅游发展机制,学术界和实务界对于“整合”的理解并不相同,有强调体制整合、经济整合、政策整合,也有强调资源和人的整合的。当然,无论是哪一种理解,都主张从更广泛的经济和社会背景、目标和决策结合起来定义乡村旅游。

学者 Saxena 等在借鉴 T.Jenkins 等提出的“一体化旅游”(Integrated Tourism)概念的基础上,总结欧盟委员会资助的 SPRITE 项目支持和促进欧洲落后乡村地区的乡村综合旅游经验,^[26]提出了“一体化乡村旅游”的概念。^[26]“一体化”就是“整合”,意味着构建旅游对一个地区环境、社会、文化和经济影响的整体轮廓,而“一体化乡村旅游”就是与乡村的经济、社会、文化、自然和人文结构有明确联系的旅游,^[27]这种旅游开发模式考虑到乡村各种资源的使用以及相关利益相关者作用的乡村旅游发展战略。强调“整合”的乡村旅游开发战略是基于这样的假设:整合良好的旅游比整合不佳的旅游创造更多的价值,因为通过“整合”各种资源和活动可能会导致伙伴关系和协同作用的增强,^[28]不仅可以实现乡村文化和环境的“资源化”,而且可以实现规模经济和乡村的可持续发展。

²①SPRITE(支持和促进欧洲落后农村地区的综合旅游)项目关注的是评估欧洲落后农村地区旅游可以和已经整合的维度,并就如何进一步改善这种整合提出建议。

作为一种自下而上的乡村旅游开发方式，“整合”的直接目标是实现资源的最佳利用，间接目标是实现旅游业的可持续发展，而最终目标是要让所有利益相关者获益，因而强调当地资源保护和增强，倡导部门之间联系以及利益相关者之间合作，具体途径为：促进多维可持续性的精神、对当地居民赋权、内生性的所有权和资源利用、与其他经济部门和活动互补、适当的发展规模、网络化利益相关者、嵌入本地系统。这些维度可以用来衡量乡村旅游对当地经济、社会、文化、环境的影响，具体如表 1 所示。

其中，网络是一种正式或非正式的伙伴关系，关系到本地和外地的个人、公司和机构共同开发和管理乡村旅游项目的能力。网络成员之间的联结是通过建立信任、提供建议、分享信息等具有社会意义的关系来促进的，但这种网络更可能是软网络而不是硬网络、是开放的而不是封闭的。赋权有助于乡村社区参与管理社区的物质、文化和经济资源，但真正的赋权应该能够增强农村居民的自我效能感。由于利益相关者的网络并不是静止的，而是随着网络节点的增减而不断变化的，维持适当规模可以避免该乡村在旅游资源质量和游客体验方面的恶化。内源性是乡村振兴的核心，加强了对经济项目对乡村资源的强烈依恋，但这并不意味着应该拒绝优质外部资源。嵌入性要求乡村开发活动在特定地方的社会文化背景中形成，通过提供共享的价值观、符号和传统，充分发挥地方资源的比较优势，但过度的嵌入可能会导致开发活动脱离主流市场、处于边缘地位，无法接受高水平的经济和文化渗透。互补性意味着乡村振兴活动应该是现有经济结构的补充。可持续性是一种规范的价值主张，乡村振兴内涵有使主要利益攸关方的成本和收益达到最佳平衡同时不恶化自然、社会和经济资源质量的含义。

表 1 乡村旅游资源整合的构成维度

维度	内涵
网络化 (Networking)	即构建利益相关者之间的正式和非正式的稳定的关系网络，将来自不同背景和利益的人以及利益集团聚集在一起。
规模 (Scale)	考虑到与地区承载能力相关的任何阈值，一个地区的旅游业的规模并不取决于它在时间和地理上的分布。
内源性 (Endogeneity)	通过利用和增加当地资源的价值，并关注当地人民的需求、能力和价值。
可持续性 (Sustainability)	旅游业不破坏或可能增加该地区的环境和生态资源。
嵌入性 (Embeddedness)	旅游嵌入当地的独特社会文化特征和身份。
互补性 (Complementarity)	指旅游活动与传统的农业和（或）地方活动同时进行，而不是取代它们。
赋权 (Empowerment)	社区通过所有权、法律或规划对旅游业进行控制的能力。

但在 IRT 实践中，七个维度并不是自由随机地发挥着作用，而是遵循了一定的逻辑。有学者结合波特 (M. Porter) 战略拟合 (Strategic Fit) 理论构建了七个维度发挥作用三阶模型，^[29]这个模型认为在不同阶段整合机制会呈现出不同的特征。但从另外角度来看，这七个节点之间存在明显的因果关系，其中，“赋权”是根本动因，“可持续性”是最终目标和结果。这一机制的具体运作逻辑为：赋权确保了旅游开发活动的内源性、嵌入性、互补性特征，进而催生了一个合理规模的信息和资源共享网络，为乡村旅游的可持续发展提供了直接保障（见图 1）。

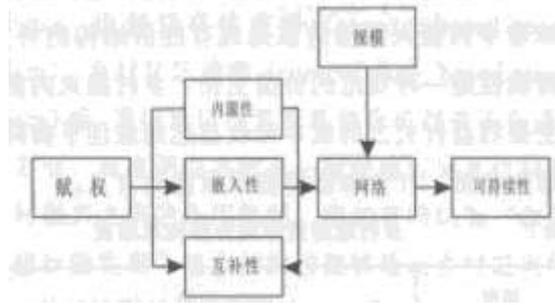


图 1 IRT 的作用机制

本文主要关注社区旅游在民族地区乡村振兴过程中能否发挥资源整合功能、助力乡村可持续发展，具体讨论社区旅游在藏寨羊茸·哈德旅游开发过程中能够起到赋权利益相关者，维护旅游开发活动内源性、嵌入性、互补性特征，催生利益相关者网络，实现可持续发展的功能。

三、实证研究

1. 案例与研究方法

本文选择四川省阿坝藏族羌族自治州黑水县沙石多乡一个藏族村落进行案例研究。该村现被称为羊茸·哈德，藏语为“冬巴喝”，意思是“神仙居住的地方”。羊茸·哈德距离成都约 320 公里，离黑水县城有 18 公里，村民原来散居在半山腰，交通十分不便，从最近的 347 国道步行上山需 2 个多小时。2008 年 5·12 汶川特大地震后，黑水县政府组织该村在原址进行了重建，但由于地震次生灾害不断，居民没有稳定的收入来源，2012 年黑水县委县政府决定对羊茸·哈德进行整体搬迁。

选择羊茸·哈德作为研究对象在于其具有一定的典型意义：一是村寨属性的典型性。羊茸·哈德是一个典型的藏族村寨，在重建过程中保留着较为明显的物质和非物质文化遗产，具有较为丰富的旅游资源。二是旅游类型的典型性。羊茸·哈德的乡村旅游是典型的社区旅游，是以村民所拥有的资源为基础的规模有限的旅游活动。三是案例质量的典型性。2015 年以来，羊茸·哈德先后获评“四川森林小镇”“四川百强名村”“五星级乡村酒店”“四川最值得期待的旅游目的地”等称号。总体来看，羊茸·哈德对于研究民族地区社区旅游对乡村资源的整合功能具有一定的代表意义。

由于羊茸·哈德地处黑水县奶子沟八十里彩林区精品景点“落叶松林”中心区，位于“大冰川、大九寨、大熊猫、大草原”的旅游环线上，东边紧挨着距离大城市最近的达古冰川，北边紧邻着辽阔的红原大草原，整个村子被阿坝州最大规模的日本落叶松林所包围，具有发展生态旅游的良好潜力。为此，从搬迁开始，县委县政府就从建强支部、能人带动入手，按照“搬得出、留得住、能发展、可致富”的要求，围绕“三态融合、三微联动”总体思路和县委“沟域经济”总体布局，以“药材藏鸡彩林沟”为支撑，充分发挥文化彩林景观带核心区区位优势，采取“统规自建”方式大力发展乡村旅游。

2015 年，以打造“三微三态”旅游品牌为主攻方向，通过规模化、差异化、特色化开发嘉绒文化、生态版游、休闲旅游产品，配套全新的营销、管理、服务模式，迅速地占领乡村旅游市场，为游客带来全新的享受，成为阿坝地区乃至全国藏区旅游景点的翘楚。2016 年，立足“康养羊茸”定位，立足生态优势，着眼加速“生态、业态、文态”有机融合，围绕乡村旅游发展，持续抓好观、微田园、微环境打造，助推羊茸·哈德转型升级。2017 年以来，全面提升“支部+公司+农户”经营管理和宣传营销模式，通过与四川出版集团全面合作实现资源、资金、人才等的强强联合，在更大范围内扩大知名度，开设羊茸·哈德旅游网站和微信公众号，挖掘传统文化和民俗文化，继续立足“康养羊茸”定位，增加“生态养生、美食养生、运动养生”元素，为游客提供吃、住、行、游、购、娱、体、思等更丰富、更人性、更全面的服务，并成功申报成为五星级乡村酒店。

表 2 羊茸·哈德乡村旅游大事件

时间	事件	背景
2008 年	原址重建	5·12 汶川特大地震毁损村寨
2012 年	异地重建	地震次生灾害不断，村民缺少收入来源
2012 年	开始发展乡村旅游	羊茸·哈德位于“大冰川、大九寨、大熊猫、大草原”的旅游环线上，旅游资源丰富
2015 年	羊茸·哈德开寨	嘉绒文化、生态旅游、休闲旅游产品开发取得初步成效
2016 年	依托康养避暑和冰山彩林节推广旅游品牌	“生态、业态、文态”有机融合
2017 年	与四川出版集团全面合作	全面提升“支部+公司+农户”经营管理和宣传营销模式

表 3 2020 年羊茸·哈德人均纯收入 单位：万元

村名	净收入总额	家庭经营收入	报酬性收入	财产性收入	转移性收入	人均纯收入
沙石多乡	2731	2046	640	0	45	1.6532
马河坝村	174	119	53	0	2	1.8338
银针村	206	150	52	0	3	1.5010
干斯坝村	233	189	40	0	4	1.8376
奶子沟村	336	293	35	0	8	1.4429
杨柳秋村	503	351	143	0	9	1.5137
羊茸村	398	302	90	0	6	1.9792
昌德村	334	269	60	0	5	1.7951
甲足村	547	372	167	0	8	1.6053

在开发过程中采取“国家出一点、群众等一点、社会帮一点”的方式，按照“民主决策、科学规划、统筹政策、打捆实施，

创新机制、强化管理”的原则，坚持高标准规划、高起点建设，立足自然资源优势，着眼加速“生态、美食、运动”康养目的地建设，确定生态农业、传统文化和康养经济“三个”融合发展方向。虽然在旅游发展过程中，政府发挥了重要的作用，但其具体运营则是依靠当地的居民。为促进乡村旅游发展，羊茸村成立旅游服务有限公司，采用“支部+旅游公司+农户”的经营模式统一规划、统一管理农户以房屋、资金等资源入股，村支部、旅游公司和农户之间建立合作关系形成各司其责，风险共担。农户通过专业培训参与接待服务，公司制定相关的规定，以规范农户的行为，保证接待服务水平，保障公司、农户和游客的利益，走出了一条适合自身发展的好路子。自 2015 年以来，该村累计接待游客 80 余万人次，年旅游收入从 2015 年 50 余万元增长到了 2020 年的 430 万元，人均纯收入从 1.23 万元增长到 2 万元，比全乡平均水平高 3200 多元，年均增长 12.4%，比全乡平均水平高 1.5 个百分点。

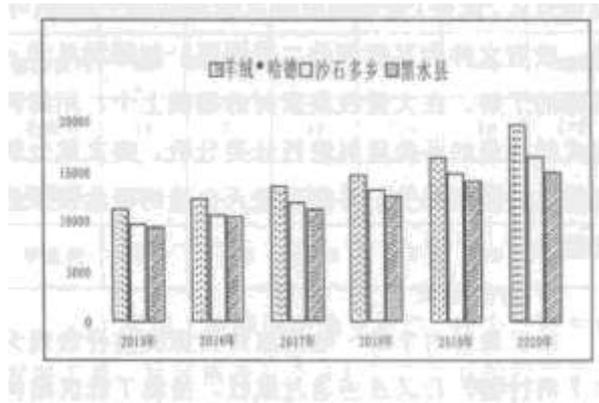


图 2 2015~2020 年羊茸·哈德人均纯收入

除了现实的经济利益外，旅游开发还带来了羊茸·哈德的社会改变。首先是藏寨的社会特质更加明显。异地重建的过程中，羊茸·哈德不仅将原有村落的文化符号保存下来了，如古老的牛皮转经筒都在新的村落得到了妥善安置，而且通过设计感很强的文化符号，寨门口的硕大钦筒、成规模的经幡、色彩斑斓的藏寨等，使得藏族文化的形式得到了更进一步的加强。其次是女性地位的提升。全村 89 名劳动力中有 50 名为女性，作为一种典型的服务业，旅游业女性提供了更多就业机会。村寨的全球化痕迹明显，为了更好地发展旅游业，羊茸·哈德一开始就被设计成一个商业化的社区，主要街道具有浓厚的商业气息，而所谓的“藏家新寨”本质上就是一种被饰以藏族文化符号的星级酒店，深深地融入了全球化之中。最后是人与自然的关系得到了改善。山林不再被视为神仙居所或阻止村民与外界沟通的穷山恶水，而是蕴含着巨大的商机的“彩林”“天然氧吧”，与村民的关系更加亲密。

本文采取了一种规范研究，利用 IRT 理论提供的标准，讨论社区旅游的资源整合功能及其内在机制。通过对羊茸·哈德的案例研究，可以更好地了解社区旅游在整合民族地区乡村资源方面的作用。为了做好研究，本文同时利用了统计数据和各种文献。主要数据来自相关部门的统计，提供了对羊茸·哈德旅游开发成效的较为精确且可以比较的标准。同时，还通过与当地政府部门和社区旅游管理机构的访谈，了解羊茸·哈德的开发建设过程以及运作方式。此外，还通过收集大量的来源于期刊、书籍、政府文件和互联网的二手资料，加深对羊茸·哈德的了解。在大量收集素材的基础上，用解释范式对收集的各类资料进行分类分析，将文献分解成相应的组成部分，并将其置入合适的概念框架进行解读。

2. 实证结果

社区旅游对羊茸·哈德旅游资源的整合表现为以下的过程：社区旅游通过赋权，推动了社区结构的改变和权利的重新分配，形成了羊茸·哈德旅游资源整合机制运行的原始动力；由于利益相关者的利益被纳入了相关决策，使得羊茸·哈德的旅游开发活动必须充分考虑当地的资源、社会接受度并与现有的经济活动形成互补，进而促使相关旅游开发活动必然具有内源性、嵌入性和

互补性特征；由于利益相关者的加入，自然会在羊茸·哈德形成一个以利益相关者为核心的正式或非正式的信息和资源共享网络，同时受制于社区规模，这个网络将限定在一定的规模内；通过“网络”这个平台，主要利益攸关方的利益和成本能够达到最佳平衡，同时能够平衡社区的社会、经济和环境期望，从而实现羊茸·哈德的可持续发展。具体过程如下：

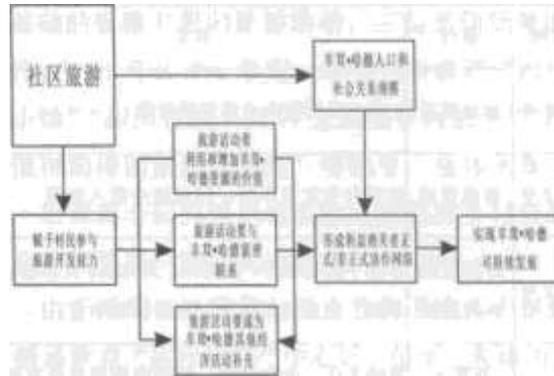


图 3 社区旅游整合羊茸·哈德旅游资源的内在机制

(1)对村民赋权。社区参与方式一直被提倡为可持续旅游发展的一个组成部分。对于乡村居民而言，参与旅游开发不仅是为了实现物质资源的更有效和更公平的分配，而且是为了人们的自我发展本身。社区参与既需要权力，也需要手段。社区旅游最大的特点就是强调社区成员的利益和社区的自我管理，鼓励社区成员参与旅游开发决策。在羊茸·哈德的旅游开发中，一个很明显的特征是政府或其他机构并不掌握支配这些资源的全部权力，相反，居民被视为平等的伙伴，并通过一系列的制度安排，使得村寨的居民能够有足够的资源、能力参与旅游活动。这一机制就是“支部(村委会)+旅游公司+农户”，其中，政府的作用主要是建设规划、环境治理和扶贫政策兑现等。羊茸·哈德旅游服务有限公司本质上是村民参与旅游实践的平台，农户以房屋、资金等资源入股，村支部、旅游公司和农户之间建立合作关系形成各司其责，风险共担。总体来看，政府和企业更多是一种辅助作用，真正在旅游开发特别是后期经营活动中起到主导作用的还是村民和村民组织，无论是农房的风貌改造，还是参与旅游接待，都充分尊重村民的意愿，村民们以股东、个体户、旅游公司的经理、导游、司机、宾馆和饭店的老板、服务员、景区的保安、保洁员、游客中心的服务员等身份，全过程地参与和支配着羊茸哈德的旅游体系。

(2)坚持旅游活动的内源性。社区旅游最初是以大众旅游的对立面出现的，认为大众旅游是一种被国际资本控制的旅游开发运营形式，并未尊重当地的真正的文化背景，无法真正尊重和保护当地社区的利益和资源。但社区旅游则强调内源性，即强调通过利用和增加当地资源的价值，并关注当地人民的需求、能力和价值，从而最大限度地保持当地的利益。作为民族地区的村落，羊茸·哈德的核心吸引力来自于具有异域风情的藏族文化，这种内源性资源的核心是其宗教文化和民族文化，转经筒、经幡、擦擦等无不显示出社区文化的宗教起点，特别是在村头的三河塔及其塔下牛皮制成的转经筒，以及一排排的藏式别墅，红色廊柱、雕花内饰、石砌外墙以及一座座的尼玛堆，不仅是增强目的地吸引力的文化符号，还暗示着旅游开发对传统文化的尊重和忠诚，即便是建立在五彩缤纷的落叶森林也都被视为羊茸·哈德的本质属性，与游客们对民族地区自然景观的期待相一致。总体来看，羊茸·哈德的实践是一种较明显的内源性旅游开发行动，主要表现在对地方文化特色的尊重、挖掘和保护，而不是依赖一些外源性的资源和力量。

(3)实现旅游产品的嵌入性。所谓嵌入性，就是旅游活动应成为当地经济、社会和文化生活的一部分，而所谓景点则是一个地区现有的自然、建筑和文化遗产，因而旅游产品可以用特定的地名进行标签或认证。很明显，在羊茸·哈德，旅游是与村寨联系在一起的，深深地融入到当地生活中。一方面乡村旅游是建立在当地资源基础之上，具有当地特色；另一方面，一些外来元素与本地旅游活动巧妙地联系在一起，成为提升本地旅游竞争力的重要因素。首先，从空间布局来看，羊茸·哈德从规划建设开始就为了迎合商业开发的需要，无论是石头砌成的高大寨门、巨大的筒钦、挂满经幡的进寨吊桥，还是整洁的街道、精致的村头广场，都为商业文化的渗透留下了足够的空间。其次，如果说藏寨能代表羊茸·哈德的特色文化，那么这是一种被悄悄改造过的文

化，虽然同样拥有石头垒成的外墙和鲜花环绕的院落，但内部装修却是星级酒店的标准，与传统低矮阴暗的藏寨不同，但这是真正的精品酒店，虽然村民称之为藏家民宿的升级版，并欣然接受。最后，从生活细节来看，羊茸·哈德建立起混合的文化形式和实践，一些外来的饮食习惯、装饰风格以及现代化的生活设施已经深入地内嵌到羊茸·哈德的居民生活、社会关系和村寨建设等，而旅游开发为这些改变提供了新的解释框架，为全球化的因素变成社区日常实践提供了逻辑支撑。

表 4 2020 年羊茸·哈德经济总收入 单位：万元

村名	农业收入	林业收入	牧业收入	二、三产业收入	其他收入	收入合计
沙石多乡	453	11	409	1607	685	3165
马河坝村	21	0	42	100	55	219
银针村	43	0	61	96	55	255
干斯坝村	88	0	42	80	44	254
奶子沟村	59	1	40	226	43	369
杨柳秋村	80	2	72	278	152	585
羊茸村	18	0	49	310	96	472
昌德村	64	3	34	245	65	411
甲足村	80	4	69	272	175	600

(4) 实现了旅游活动的互补性。作为一种乡村发展工具，社区旅游对于乡村居民受益的程度是非常明显的，主要表现在两个方面：一方面对乡村就业的促进，旅游业需要雇佣当地人从事各种工作，有效增加当地人的收入，2016~2020 年，羊茸·哈德人均纯收入从 1.23 万元增长到 2 万元，比全乡平均水平高 3200 多元，年均增长 12.4%、比全乡平均水平高 1.5 个百分点；另一方面是对地方发展的整体推进，这种效益主要通过乡村的整体收益体现出来，不仅极大地改善了村寨的基础设施，如实现了道路、水电、通信以及防灾等基础设施建设水平的极大提升，而且实现村寨经济实力的全面提升，2020 年全村 472 万元的经济总收入中，二三产业达 310 万元，占 66%，而农牧收入 67 万元，仅占 14%，旅游业不仅是农业的重要补充和延伸，而且已经成为全村的主要经济来源。

(5) 网络化利益相关者关系。社区旅游能够将来自不同背景和利益的人以及其他扮演不同角色的各种利益相关者聚在一起，形成网络、伙伴关系或其他非正式协作关系。从羊茸·哈德来看，进行旅游开发以来，最大的成效就是重新配置了利益相关者的关系，形成了一张共同参与、各负其责的利益相关者网络。这个网络的核心是村民，或者说羊茸·哈德利益相关者网络的核心是当地居民。在政府的引导下，从 2015 年开寨时的 5 户参与，到现在已经增加到了 35 户参与旅游接待，有客房 210 间、床位 410 个。35 户村民本来仅仅是普通的居民，但在社区旅游的推动下，原本散落在山腰的空间布局形态和分散独立、自给自足的小农经济模式被打破，村民被编织到以旅游服务公司中心的利益相关者网络中。同时，在精准扶贫政策背景下，羊茸·哈德的旅游开发具有多重意义，吸引了更多外部的利益相关者参加这个网络，其中最重要的是两类：一类是政府，另一类是外来企业，其中政府不仅给予了规划指导，更重要的是给予了资金上的投入；而大企业则提供了管理和营销能力的帮助，如四川出版集团帮助羊茸·哈德成功申报成为五星级乡村酒店。总体来看，社区旅游有力推动了各种资源整合，构建了利益相关者网络，这个网络是一种实实在在的资产，在这个网络中村里的人很容易得到社区的支持。

(6) 维持了适当的发展规模。考虑到区域承载力，乡村旅游应保持在一个合理的规模，避免资源质量退化和游客体验的恶化。而“社区”本身就是一个与“规模”相联系的概念：一方面它是一种地理空间，表达的是与国家等较大空间的一种相对的地方；另一方面它是一种社会群体，是对一种基于认同感的群体的描述。社区旅游从形式上来看就是以社区为基础的旅游，其规模是以人和人之间的信任或合作的能达到的最大网络为边界，而这种规模的社区旅游有利于利益相关者的充分参与，实现利益和成本的有效分配，从而达到可持续发展的目的。羊茸·哈德目前有3个村民小组，45户、201位村民，89名劳动力。总体来看，羊茸·哈德以地方居民为主体，以社区资源为依托的旅游方式，确保旅游开发规模的适当性，旅游活动集中在三面环水的地理空间之内，而支撑旅游活动则是一个具有相同的集体文化记忆、符号和实践的群体，确保了网络的稳定性和沟通的有效性。当然，适当的规模并不意味小规模，另外在利益相关者网络规模一定的情况下，并不意味游客的承载能力就是固定不变的，相反，可以通过增加新的旅游项目和旅游设施来吸引新的游客。羊茸·哈德的旅游开发过程，实际上也是一个规模不断扩大的过程，主要表现在旅游活动核心区从村寨扩展到村寨所处的环境之中，形成了一个以村寨为核心的景区。

(7) 强化了社区发展的可持续性。在落后的农村地区促进旅游业可持续发展的一个关键目标是，以保护而不是威胁当地文化固有特征和自然环境固有质量的方式支持经济和社会，而资源整合也被视为促进可持续发展的重要途径。人们也越来越认识到，农村发展过程应该赋予当地人民权力。社区旅游假设，在寻求发展的农村地区，只有当地人能够从当地资源保护和利用中获益时，才能实现以可持续的方式实现资源的发展。因而社区旅游被视为一种发展方法，通过社区赋权和管理，从而实现资源保护和减轻贫困的长期社会、经济和生态效益。在羊茸·哈德，“可持续性”可以被视为社区旅游发展的物理效应，在社区旅游背景下，村民们对于旅游活动对环境的影响以及如何可持续地管理和利用好当地脆弱的文化特色和自然环境有了新的认识。如村民已经更加直观地意识到，五彩缤纷的落叶松、环绕村寨的彩林、清新怡人的空间和纯净明媚的阳光以及村前屋后的野生动物、森林和农产品，都是吸引游客的重要因素，只有这些因素被强化，本地的旅游业才能够可持续发展。正是因为如此，村民们再也不会将高山密林视为阻碍自己与外界交往的障碍，而是将其视为能够带来特殊体验的独特旅游资源，将自然环境资源化、商品化，称之为“天然氧吧”。

3. 存在不足

应该承认的是，虽然社区旅游已经最大程度地实现了羊茸·哈德的资源整合，但并没有完全实现羊茸·哈德可持续发展的目标。

(1) 可达性还需要进一步提高。虽然羊茸·哈德紧邻国道，但进寨的交通设施还不够方便，不少游客反映进寨的道路不好走，特别是自驾游客反映沿途体验不好。

(2) 吸引力还需要进一步增强。羊茸·哈德的吸引力来自特色的民族文化和优美的生态环境，但由于村寨规模较小，无法达到贵州千户苗寨等吸引力；同时，所依托的奶子沟的景观具有很强的季节性，导致了羊茸·哈德的游客量不稳定，还需要进一步丰富寨子里的景观。

(3) 就业容量还需要进一步扩大。总体来看，羊茸·哈德旅游开发的就业容量仍然有限。虽然乡村旅游开发已经多年，但居民的主要就业途径仍然是农业，全村89名劳动力中有50名在种植业，占比超过50%。此外，89名劳动力中有25名外出务工，占比近30%。

四、结论与建议

由于独特的物质、文化、社会和生态特点，许多民族地区在推进乡村振兴过程中，将发展社区旅游置于中心地位，并竭尽所能将乡村所有资源和利益相关者纳入其中，但到目前为止还缺乏一个便于理解这一过程和机制的模型。本文以羊茸·哈德旅游开发为例，研究了社区旅游的整合民族地区乡村资源、推动乡村振兴的可行性。结果表明，作为一种价值增加方法，社区旅游通过

强化自下而上的社区参与，可以有效性地网络化利益相关者，进而将旅游开发活动延伸到所有形式的乡村资源。

1. 在民族地区乡村振兴过程中充分发挥社区旅游的资源整合功能，切实提升旅游开发效益

鼓励并支持社区成为积极的参与者和决策者，让社区获得更多的收益。特别是在西南地区的民族地区，由于绝大多数村寨规模有限，无法发展基于某种项目的大规模乡村旅游。要成功开发乡村旅游并以其作为村寨可持续发展的重要动力，必须充分发挥社区旅游的资源整合功能，在推动乡村资源商品化的同时促进规模经营，扩大影响力和可持续发展能力。

2. 加强生态农业、传统文化和村级治理与乡村旅游融合，提升目的地吸引力

坚持生态休闲农业与乡村旅游融合发展，就近就地将生态农特产品转化为旅游产品，切实提升农特产品附加值，不断增加群众收入。坚持传统文化与乡村旅游融合发展，提高旅游参与性，让游客体验特色的民俗文化，将民俗文化有效融入乡村旅游发展之中。坚持康养休闲经济与乡村旅游融合发展，加速生态环境资源优势转化。

3. 不断创新民族地区乡村旅游产品，切实增加旅游开发效益和扩大就业

充分发挥民族地区生态资源优势，坚持走特色化、差异化发展之路，充分挖掘生态资源优势，发展生态养生产品；充分挖掘康养资源优势，突出绿色、有机、营养主题；充分发挥山林资源，开发野外露营、登山探险、林荫漫步、骑游观光等旅游产品，丰富运动项目。

参考文献:

- [1]郭远智, 周扬, 刘彦随. 贫困地区的精准扶贫与乡村振兴: 内在逻辑与实现机制[J]. 地理研究, 2019, (12).
- [2]谭俊峰. 乡村旅游助推乡村振兴路径[J]. 社会科学家, 2021, (03).
- [3]钟洁, 皮方於. 西部民族村寨旅游业发展促进乡村全面振兴的逻辑与路径[J]. 民族学刊, 2020, (05).
- [4]胡莉莉, 李翠林. 新疆阿勒泰地区乡村振兴与乡村旅游耦合协调研究[J]. 云南农业大学学报(社会科学), 2021, (03).
- [5]杨建春, 魏红明, 谢春芳. 民族村寨旅游引导乡村振兴的路径研究[J]. 西北民族大学学报(哲学社会科学版), 2021, (03).
- [6][9]吴正海, 范建刚. 资源整合与利益共享的乡村旅游发展路径以陕西袁家村为例[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2021, (02).
- [7]许经勇. 我国农村要素市场发育之剖析[J]. 吉首大学学报(社会科学版), 2016, (06).
- [8]徐宏, 李军. 民族地区全域旅游开发驱动乡村振兴机理与发展策略[J]. 商业经济研究, 2021, (11).
- [10]孙九霞, 黄凯洁, 王学基. 基于地方实践的旅游发展与乡村振兴: 逻辑与案例[J]. 旅游学刊, 2020, (03).
- [11]朱显平, 姜杨. 乡村振兴战略下吉林省乡村旅游的发展逻辑、障碍及路径选择[J]. 延边大学学报(社会科学版), 2019, (04).

-
- [12]罗敏. 乡村振兴战略的五重逻辑: 一个城乡共生的视角[J]. 学习论坛, 2020, (02).
- [13]杨桂华, 孔凯. 脱嵌与嵌入: 乡村旅游助推乡村振兴机制分析—以四川省 XJ 村为例[J]. 广西社会科学, 2020, (06).
- [14]Scheyvens, R. Exploring The Tourism Poverty Nexus[J]. Current Issues In Tourism, 2007, (02-03).
- [15]Murphy, P. E. Tourism: A Community Approach[M]. New York and London: Methuen, 1985.
- [16]Felstead, M. L. Master Plan For Community-Based Eco-Tourism In Ulgan Bay[M]. Palawan: Republic Of The Philippines, 2000.
- [17]Harrison, D, & Schipani, S. Lao tourism and poverty alleviation: Community-based tourism and the private sector[J]. Current Issues in Tourism, 2007, (02-03).
- [18]Mara Jos Zapata , C. Michael Hall, Patricia Lindo & Mieke Vanderschaeghe. Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua[J]. Current Issues in Tourism, 2001, (08).
- [19]Andera Glampiccoli, Oliver Mtapuri. Community-based tourism: An exploration of the concept (s) from a political perspective[J]. Tourism Review International, 2012, (16).
- [20]Jones, S. Community-based tourism: The significance of social capital[J]. Annals of Tourism Research, 2005, (01).
- [21]Gunn, C. Tourism Planning[M]. New York: Taylor and Francis, 1998.
- [22]Innskeep, E. Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach[M]. New York: Van Nostrand Reinhol, 1991.
- [23]Gao J, Wu B. Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuan- jia Village, Shaanxi Province, China[J]. Tourism Management, 2017, (63).
- [24]Fyall, A, B. Garrod. Tourism Marketing: A Collaborative Approach[M]. Clevedon: Channel View, 2005.
- [25]MacKinnon, D. Rural governance and local involvement: Assessing state-community relations in the Scottish Highlands[J]. Journal of Rural Studies, 2002, (03).
- [26] [27]Saxena G, Clark G, Oliver T, Ilbery B. Conceptualizing integrated rural tourism[J]. Tourism Geographies, 2007, (04).