

我国民俗旅游现状与开发策略初探

文/范智军

民俗作为无形文化资源,在现代旅游中的价值正日益展现出来,当前,民俗旅游已成为最具吸引力的旅游项目之一。

一、民俗旅游概述

民俗旅游又称民俗风情旅游,是指人们离开常住地,到异地去以地域民俗事项为主要观赏内容而进行的文化旅游活动的总和。其旅游客体是以某个国家、地区、民族的历史文化背景为依托,以其传承文化为载体,通过发掘整理或复原再生等手段,呈现在今天游客面前,使其获得前所未有的全新享受。目前,民俗旅游已和自然风光、名胜古迹旅游一起构成了旅游三大特色系列产品。在广义上,旅游实际就是民俗旅游,民俗和旅游是文化与生活的复合体。

民俗旅游属于高层次的文化旅游。旅游者通过开展民俗旅游活动,可以亲身经历旅游目的地民众生活事项,体会到当地的民俗文化,领略到当地人民的生活方式、思想意识和审美情趣,实现审美与自我完善的旅游目的,从而达到良好的游玩境界。国内一次抽样调查表明,来华美国游客中主要目标是欣赏名胜古迹的占26%,而对中国人的生活方式、风土人情最感兴趣的却达56.7%。因此,可以预计民俗旅游在未来不久将成为现代旅游的主流之一,把握并利用好这一优势资源是提高我国旅游品位的关键所在。

二、我国民俗旅游现状

1、我国民俗旅游开发现状

民俗旅游的主要类型包括与山水风光相结合的民俗风情旅游、与民居及其他建筑结合的民俗风情旅游、与饮食结合的民俗风情旅游、与礼仪结合的民俗风情游、与喜庆结合的民俗风情旅游、以大型民族风情园景为产品的民俗风情旅游等六大种类。围绕以上不同类型,民俗旅游可以通过再现各个历史时期、各个民族的古老文化、传统风俗,满足现代社会人们求新、求异、求同、求知的心理需要。

据早年对美、日、法、英、德五国游客访华动机综合调查资料显示:第一位的是了解人民生活(占100%),第二位是了解历史文化(占80%),第三位是游览风光。显然,游客对各国的不同风情和人民生活非常感兴趣。我国拥有55个少数民族,蕴含着丰富的民族文化资源。因此,我国开发民俗旅游具有巨大的优势。

(1) 国内民俗旅游资源逐步得到开发

我国民俗文化资源丰富,质量较高,许多旅游区、游览点和旅游项目几乎都包括了民俗的内容和色彩。在北京,除了长城与故宫,还有深厚的胡同文化,它是世界文化遗产的组成部分之一,现在也越来越吸引国内外游客前往游览;在江苏无锡,华西村开展江南水乡特色的民俗旅游;在香港,九龙荔园,为吸引旅游者,特地在灯红酒绿的十里洋场,修建了古风朴朴、古情幽幽的“宋城”,仿佛把游客带回到十个世纪以前的宋朝京城。凡此种种使民间文化为旅游服务的例子数不胜数,也证明了各具特色的地方民俗系列,既是宝贵的文化遗产,也是价值极高的旅游资源。

(2) 民俗旅游促进当地经济发展

随着我国民俗旅游资源的逐渐开发,也带动了各地的经济发展。如2004年“十一”旅游黄金周期间,北京市民俗旅游火爆。据统计,民俗旅游共接待游人9.4万人次,同比增长52.4%;实现旅游收入456.8万元,同比增长130.7%。又据2006年春节假期,全国假日旅游部际协调会议办公室发布的春节黄金周第2号旅游信息通报显示,春节黄金周民俗旅游正进入高潮:在北京,各区开展了丰富多彩的民俗旅游活动;厦门的台湾民俗村结合台湾高山族主题文化开展的“中国舞狮贺新年”、“金门风狮爷展”游人如织,络绎不绝,受到了游客的欢迎;深圳节日充满了浓浓的民族情;桂林的新春文化活动民俗风情浓郁;三亚天涯海角景区举办具有民族特色的“天涯购物周”活动,为中外游客准备了富有民族特色的工艺品;武汉今年的民俗活动大受游人欢迎;重庆投入上百万元重点打造“龙文化”,将展出创吉尼斯记录的“中华第一龙”。各地丰富的民俗旅游活动既给游客提供了充实的娱乐生活享受,也拉动了地方经济的增长。

此外,民俗旅游开发正逐步与农村扶贫相结合,有利于解决农村剩余劳动力的就业,促进农村经济的发展。民俗旅游业是一种顾客直接来到旅游目的地的产业,旅游开发打破了封闭的状态,促进贫困地区与发达地区的文化、人才和物资的交流,扩大了贫困地区的对外开放,增强了贫困地区农民的商品意识,促进其价值观的改变,带动贫困地区社会文明的进步。因此,旅游产业对贫困地区人口的脱贫与经济可持续发展将产生巨大的推动作用,这是任何单纯性的“扶贫基金”无法比拟

的。

旅游界人士认为，“民俗旅游”以观赏、理解以及参与地域性风土人情为目的，特别适合于较短时段、较短路途的乡村旅游。在2006年春节期间，民俗旅游和城市周边“农家乐”势头正旺，如成都推出以“成都农家乐，社会主义新农村体验”为主题的乡村旅游线路13条，深受游客欢迎。由于2006年中国旅游以“乡村游”为主题，加上中国自驾车旅游方兴未艾，“民俗旅游”作为中国旅游业的新增长点正在被激活。

2、存在的问题

(1) 过度开发破坏民俗旅游资源

民俗旅游近年来的蓬勃发展，给各地的经济发展注入了极大的活力，某些地方为了获取经济利益，不顾后果地盲目开发民俗旅游资源，严重破坏了当地的民族文化资源，特别是某些少数民族传统文化。长期以来，将损害整个民族旅游资源乃至文化传统传承。

(2) 商业化、庸俗化损害了民俗旅游品牌

在民俗旅游开发中，片面追求经济利益，使传统文化商品化、庸俗化，导致民俗旅游被机械地舞台化、民俗旅游项目过于艺术化、民俗文化被随意地庸俗化，从而失去了民俗的特色。如不少景区把整个冬季创收的“法宝”都押在了春节黄金周上。业内人士是这样形容春节长假的：“仨月不开张，开张吃仨月。”这种过于低级市场化的行为在一定程度上损害了民俗旅游的招牌。

(3) 失去特色影响民俗旅游的吸引力

鲜明的地区特色是民俗旅游的主要依托。黄金周刚兴起时，国内许多城市对旅游业还不是很重视，有的地方甚至连像样的景点也没几家。近几年，各地都把旅游产业作为重要产业甚至支柱产业来抓，大抓特抓民俗旅游，民俗活动逐渐趋向同化。你敲锣打鼓，我也敲锣打鼓；你舞龙舞狮，我也舞龙舞狮。项目雷同，风格雷同，缺乏新意、创意与个性吸引力。民俗旅游正在失去特色。由此，我们务必要保留各地民风质朴淳厚的特点，才能使民俗旅游项目持续吸引旅游者。

三、民俗旅游的发展策略

1、提高现有民俗旅游产品的品位

民俗旅游资源开发要保证具有魅力的民族文化能真正得以弘扬和保护，就必须杜绝肆意亵渎和歪曲旅游地民俗风情资源的现象，要做到原汁原味，把纯真、文明、表现民族气节的风情展现给游客。其中，高品位开发利用民俗资源是关键之处。我们在民俗资源开发上，要正确掌握本地的资源特色，结合当地及周边旅游环境，对资源状况充分调研，选择开发方向，确定文化定位，精心规划主题，把独特的风情民俗展现出来，提高民俗旅游的品位。

2、快培养民俗文化旅游资源开发的人才

现代旅游业是一个综合性的产业，其从业人员既要数量多又要素质高。目前，从事民俗旅游的工作人员仍然不能满足行业的需要，特别是资源开发设计人才尤其缺乏。我们要坚持培养与引进相结合的方向，加快培养民俗旅游资源开发人才。利用高校、大中专、职校、各级旅游培养中心建设旅游业可持续发展人才基地，通过岗位培训提高相关从业人员的综合素质，对一些急需的专业人才和高级管理人才，可以从发达地区引进，为民族地区旅游资源开发提供智力支持。

3、大宣传力度

民俗旅游特别是少数民族地区的旅游项目有待于各政府部门和旅游部门的共同努力，大力对外宣传。通过电视、报纸、网络等各种媒体以及交易会等场所广泛宣传，开展旅游促销活动，大力推广民俗旅游项目。以“新、奇、特、真”来创造民俗旅游的品牌知名度。

4、持可持续发展的方向

民俗旅游是一种不可再生的资源，我们在民俗旅游资源开发过程中必须坚持可持续发展的原则，科学合理地保护民俗文化，把民俗文化环境与社会经济、文化的发展协调起来，才能有效地开展各种民俗旅游项目。

(作者单位：广东轻工职业技术学院旅游系)

相关链接

加强企业战略管理 提高竞争和创新能力
战略性绩效管理工具——平衡记分卡
我国民俗旅游现状与开发策略初探
基于政府“善意创租”的企业寻租策略分析
知识经济下的“以德治国”的实施方略
动态能力建立与演化的外部机制研究
信息网络国际化趋势下的CIS战略

