

# 城市品牌

共创城市品牌 协力

[中国城市发展网](#) >> [城市品牌](#) >> [旅游品牌](#) >> [内容阅读](#)

## 乡村旅游成功典范：贵州西江展现原生态文化魅力

作者：来源：中国经济网 添加日期：10年08月25日

近几年，贵州西江不断地探索和发展旅游业，打造知名的乡村旅游地，向世人展示乡村旅游的独特魅力。

### 乡村旅游的成功典范

贵州西江千户苗寨有5600多人，1250多户，是全国最大的苗寨，被誉为“苗族民族文化艺术馆”。2002年，鉴于西江丰厚的民族文化积淀和其在雷山旅游业中的地位，雷山县委、县政府决定开发西江乡村旅游品牌。如今的西江千户苗寨再也不是几十年前的小村寨，每天吸引大批国内外游客，苗寨人生活富裕起来。

据统计，2009年雷山县西江景区共接待国内外游客63.7万人次，旅游收入达1.4亿元，财政税收达300万元，农民人均纯收入由上年的1600元上升到去年的3800元。

西江景区拥有丰富的旅游资源，长期以来的强力推介和品牌的提升，促进了该地区各项工作的全面发展，在旅游业快速发展的同时，饮食、住宿等第三产业发展迅速。现在西江“苗家乐”接待户已发展到138户，宾馆客栈发展到8个，餐饮店发展到18家，民族工艺品店发展到75家。今年西江景区的农家乐、宾馆、酒店入住率均超过往年，实现了淡季不淡的良好态势。

一业兴带来百业旺，西江旅游业的发展带动了雷山县及周边县市第三产业的发展，据统计，凯里市宾馆酒店借助西江旅游业的发展入住率提高了30%。雷公山、郎地等景区旅游产业也随之升温，带动了开觉卧龙坪生态旅游观光风景区的开发和麻料银饰品加工等民族工艺品加工业的发展。

西江乡村旅游产业体系的初步形成，在促进县域经济全面发展的同时，又给予了新农村建设的产业支撑，使农村资源升值，农业产品增值，农民收入增加。

### 原生文化是生存之本

文化的原生性是西江旅游的生存之本。近年来，在保护西江厚重的民风民俗、苗族歌舞、农耕文化等原生文化的同时，西江对完善配套设施而新建的工程项目都追求其原生性与景区的协调，与苗族文化融为一体。

西江开发之初就按城镇来建设，按古村落来打造，深得当地群众、专家、游客的认同。对于原

推荐

城市

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

城市

生文化的保护与发展，黔东南州委书记廖少华在接受记者采访时说：“西江旅游是把原生文化的传承与保护放在第一位，我们会尽最大的力量保护原生文化，一切旅游开发都会在保护的前提下进行。”

去年，西江苗寨打造一台苗族歌舞节目。少数人想让表演更好看，提出将苗族演员服饰添加一些现代元素。但被廖少华制止了。廖少华告诉记者，保护西江厚重的民风民俗、苗族歌舞、农耕文化和古老的吊脚楼等原生文化，是西江旅游生存之本。

廖少华还告诉记者，黔东南州的课间操与全国的都不同，孩子们的课间操内容增加了苗族舞蹈。目前黔东南州已经让苗、侗文化进入课堂，很多人开始重拾苗、侗文化。凯里学院从2006年开办文化传承班，以此培养少数民族文化传承人，保护原生文化。

据悉，雷山县已出台《西江千户苗寨民族文化保护评级奖励办法》，对保护原生文化的老百姓进行奖励。仅2009年，县政府就拿出150万元奖励资金，较好实现了民族文化保护和旅游开发的共同发展。

### 农民尝到发展旅游的甜头

走进西江，你会发现，歌舞表演的是农民、餐饮服务的是农民、景点接待也是农民。当地老百姓成为西江景区可持续发展的有力推动者。

西江旅游业的迅猛发展，不仅让久居城市的人们感受了大自然、原生态的魅力，也让面朝黄土背朝天的农民尝到了实惠和甜头，西江加入乡村旅游的农户和返乡创业人员越来越多，通过旅游脱贫致富的村民不断增加，并涌现出一批成功创业的典型。

贵州省高级工艺师、“黔东南名匠”顾永冲曾经在省内外走村串巷从事银饰加工。随着雷山旅游业的发展，顾永冲2007年8月回雷山注册了雷山县民族银饰制作有限公司进行银饰加工，并在西江和雷山开了两家店，每年纯收入达30万元以上。

李珍早年外出打工，西江旅游的发展使他看到了商机，回到家乡贷款30多万元投资开办了“阿浓苗家”农家乐，至2009年底，农家乐经营纯收入达100余万元，日最高收入达到1.1万元，成为农民致富带头人。

在发展西江旅游业的过程中，农民逐渐改变靠山吃山、靠水吃水的传统生活方式，退耕还林还草，房前屋后栽种花草。村民们告诉记者，以前觉得自己的文化落后，向往城市的高楼大厦、车水马龙，现在他们知道原生态文化、青山绿水也是“真金白银”，这是繁华的城市所没有的。

黔东南州州长李飞跃告诉记者，通过近几年的发展，西江人均收入翻了三倍，他们为民族智慧和文化的自豪，并享受原生态旅游带来的财富。在西江，不论是小孩子还是中青年人，都积极投入对民族文化的传承和学习之中。“保护村落文化景观，保持其历史的真实性，实现村落的可持续保护与发展，并不排斥合理的内部更新。要让居民都了解自己村镇的价值，同时一定要解决居民的实际困难，使当地居民从保护中受益。这样才可以使大家自觉地为保护自己的家园做出贡献。只有本地居民的积极参与，保护才能持久，才能取得最好的保护效果。”

全国农业旅游示范点、中国乡村旅游“飞燕奖”最佳民俗文化奖、最佳景观村落、“多彩贵州”10大品牌和百强品牌……伴随西江旅游强劲的发展势头，荣誉也纷至沓来，千户苗寨的知名度和影响力也逐年提高。西江客源地市场也不断扩大，客源地由原来的9个省份扩大到31个省份；游客结构也逐步优化，贵州省内游客比例由82%下降为52%，省外游客由15%上升至40%，入境游客由3%上升到8%；签约旅行社达59家，去年到西江的旅游团队共4429个。

目前，厦蓉高速公路、贵广高速铁路正在加快建设，黔东南州正在成为贵州省连接珠三角的桥头堡。交通瓶颈打破后，西江的旅游又是一个新的起点，当地政府部门正极力打造“天下西江”，努力将西江发展成为世界知名的乡村休闲度假旅游目的地。

免责声明： 本文系转载相关媒体，仅代表作者个人观点，与中国城市发展网无关。其原创性以及文中陈述文字和内容未经本站证实，文章仅供参考。本站对其真实性、完整性、及时性不作任何保证或承诺。