

# 论文化在云南省民族生态旅游发展中的价值

者丽艳,朱 雄

**[摘要]** 在当前国际金融危机及其所带来的经济衰退对我国的旅游业产生不同程度的负面影响的情况下,云南省旅游业应积极寻找对策和出路,根据云南旅游业的实际,在加强民族生态旅游文化深度挖掘方面多做文章。文章从云南民族生态旅游文化深度挖掘的价值方面进行了一些探讨和研究。

**[关键词]** 云南省;生态旅游;文化价值

**[作者简介]** 者丽艳,昆明医学院人文学院副教授,法学硕士,云南 昆明 650031;朱雄,广州国电京信电力投资有限公司副总经理,广东 广州 510623

**[中图分类号]** F59    **[文献标识码]** A    **[文章编号]** 1672-2728(2010)01-0064-04

## 一、云南省民族生态旅游发展现状

生态旅游是当今世界旅游业发展的热点,也是21世纪一个极为重要的旅游经济增长点。实现旅游资源的可持续开发和利用,是生态旅游的关键,云南省旅游要实现经济与社会、人与自然的协调可持续发展,就必须把旅游开发与生态建设和环境保护更好地结合起来,大力推进生态旅游发展。发展民族生态旅游成为云南省旅游可持续发展的必然选择。民族生态旅游是一种具有浓郁民族文化特色,融入当地真实质朴生活,欣赏当地的自然风光,体验当地独特的生产生活方式,并为当地提供有效经济支持的新型旅游形式。民族生态旅游在让旅游者领略原始生态的自然景观、体验民族文化风情的同时又充分保护旅游需求的生态和文化环境。10多年来,云南省正是以秀丽雄奇的自然风光、古朴浓郁的民族风情、悠久灿烂的历史文化吸引了世界各地的旅游者,促进了旅游业的快速发展。云南省旅游在发展中坚持因地制宜,形成了独具特色的发展理念,打造出一批蜚声海内外的旅游品牌。当前云南省的旅游业已成为仅次于烟草业的特色产业和支柱产业。据统计,改革开放30年来,云南省旅游外汇收入增长了1035倍。2008年,全年接待海外游客250万人次,增长12.7%,旅游外汇收入9.5亿美元,增长10.5%;接待国内游客9500万人次,增长5.7%,国内旅游收入600亿元,增长11.2%。

但是2009年以来由于受金融危机影响,旅游作为一种非必需性消费品,受到很大影响,我国旅游业也出现下滑,据国家旅游局资料显示,2008年我国入境游人数明显下降。金融危机及其所带来的经济衰退对我国入境旅游收入、旅游企业投资和国内旅游消费产生不同程度的负面影响。从云南省来看,据媒体报道,2009年10月以来,丽江、香格里拉等地境外旅游团数量急剧减少。香格里拉部分景点已经被迫关闭。丽江市公安局出入境管理处统计的数据表明,2008年和2007年相比,欧美国家前往丽江旅游的人数出现大幅度下降,其中法国、澳大利亚下跌率分别为40%和20%。2009年前8个月,昆明石林景点人流量下降了30%;大理平均比去年同期下降30%~36%。作为云南省资历最老的龙头旅行社,昆明中国国际旅行社去年的总收入才达到4.5亿元,同比已经直降40%。据了解,云南省其他几大旅行社的营业收入降幅情况也大致如此。云南省旅游业每年接待的欧美游客,有60%~70%是由昆明国旅引入的。而昆明国旅到目前接到2010年的欧美日韩订单几乎为零。

面对危机和困难,中国国家旅游局按照中央政府的统一部署,已经并将采取一系列措施,积极应对旅游业所面临的复杂形势。中国旅游部门将吸引各类资金,加大对旅游基础设施,特别是公共服务设施的投入;大力发展国内旅游,推动开发一批高水准的旅游景区,开发一批旅游休闲度假产品,

促进国内旅游消费;积极开展国际合作,与世界各国和地区,与包括世界旅游组织在内的各国际旅游组织广泛开展交流合作,促进客源互送,实现合作共赢;促进旅游业自身能力建设,推进体制改革和机制创新,增强全行业应对危机和抗击风险的能力,全面提高旅游行业的质量、结构和效益;进一步规范旅游市场秩序,保持从业人员队伍稳定。

面对国际金融危机的影响,认真审视云南省的旅游市场会发现,云南省入境旅游人数急剧下降,但国内游客数量却有所上升。针对目前全球大环境的实际情况,云南省的旅游业既面临巨大的挑战,同时又有新的机遇,云南省旅游业应积极进行旅游业内部结构调整,资源优化重组,旅游市场重新定位,旅游产品开发、创新,对服务体系、价格体系等有更规范的管理,加大旅游基础设施特别是公共服务设施的投入,全面提高旅游行业的质量、结构和效益,一些老景区也要适时推陈出新。总之,应当尽快与国家大政策相接轨,积极扩大内需,开拓国内市场。云南省旅游业从上到下各个环节都应当及时调整策略,以应对持续的全球金融危机。

在当前国际和国内旅游业形势之下,根据云南省的实际,它拥有独特的自然环境,悠久的历史,多姿多彩的民族文化,成为独具特色、不可替代的宝贵旅游资源。特色是旅游的灵魂和生命。坚持特色发展,提高旅游吸引力,云南省应该牢固树立发展旅游经济就是发展特色经济的思想观念,从加快全省特色经济发展的高度出发,充分发挥云南省得天独厚的旅游资源优势,把旅游资源开发与现代科技、体制创新有机结合起来,推进优势旅游资源的深度开发。云南省旅游业应该在加强民族生态旅游文化深度挖掘方面多做文章,进行大量的理论研究和实践探索,积极拓展国内旅游市场和未来的入境游市场,开发更具特色和竞争力的旅游产品,进一步加快云南省特色旅游发展的步伐,永葆云南省旅游的吸引力。

文化与旅游结合发展是当代旅游发展的新趋势,文化性是旅游活动的本质属性,无论是旅游开发、旅游经营活动还是旅游消费行为都具有文化性。理论和实践均表明文化是旅游的根与源,旅游是文化的形与体,文化内涵是旅游业的灵魂。旅游业要可持续发展,文化是关键,发掘旅游资源的文化内涵具有非同寻常的价值。开发和挖掘云南省地方历史文化和民族传统文化的深厚底蕴,会大大提高旅游资源的文化品位,加速旅游业的发展。

## 二、云南省旅游资源特别是人文生态资源优势

云南省拥有特色鲜明的高山湖泊、高山峡谷、雪山冰川、石林溶洞、热带雨林,构成了类型齐全、规模宏大、品位极高的自然景观,是典型的生态旅游资源大省。从资源分布状况看,云南省的滇中旅游区以及滇西北、滇西南、滇西、滇东南和滇东北六大旅游区域中,大部分旅游资源都是属于生态旅游资源类型。截至2004年,共拥有10个国家级风景名胜区、49个省级风景名胜区、26个国家级森林公园、7个省级森林公园、6个国家级自然保护区、43个省级自然保护区。在已建立的1个国家级旅游度假区和8个省级旅游度假区中,有大量的生态旅游产品。如石林世界地质公园、丽江古城世界文化遗产、三江并流世界自然遗产、梅里雪山、腾冲地热温泉、元阳哈尼梯田等,还有大批农业观光、农家乐等生态旅游产品。云南省自然资源极其丰富并具多样性及高质量的特点,其通达性良好,且与文化价值有密切的联系,十分有利于发展生态旅游。同时也为我们在自然资源的基础上深挖其文化内涵,赋予更多的文化色彩打下了良好的基础。

在人文生态旅游资源方面,云南省独特悠久的历史文化、多姿多彩的民族风情、富饶秀丽的边塞风光造就了云南省得天独厚的旅游资源,不仅在国内独树一帜,在国际上也占有重要地位。云南省是亚洲几大文化板块的结合部,以形态多样的少数民族本土文化自立,兼容汉、藏、巴蜀、荆楚、南亚、东南亚文化的精华,形成异彩纷呈的多元民族文化。云南是全国少数民族种类最多的省份,少数民族人口占全省总人口的1/3强。52个少数民族组成的多元文化景观形成的独特的民族文化和民族风情,无论是在国内还是在世界范围内都是最为典型最为集中的,这也是云南省旅游业的一大特色。各民族的居住环境、文化沿革受外来影响的程度都不一样,在语言、文字、习俗、绘画、音乐、宗教、建筑、服饰等方面各不相同,从而形成了各具特色的民族文化。各少数民族的习俗、节庆活动、民族婚恋、日常生活方式和崇信的宗教等种类多样,充满着神秘色彩和乡土气息。各少数民族的服饰、民族居所、日常生活用品都具有很强的美学价值,民族歌舞、民族餐饮、民族工艺以及民族体育等均魅力无穷。

云南省拥有5座国家级历史文化名城。拥有15个独有的少数民族,如傣、独龙、阿昌、景颇、德昂、基诺等。云南省境内众多块状交错的民族区

划, 经济文化发展各异的少数民族, 创造了不同区域的民族文化。彝族、白族创造了云南省历史上最辉煌的文化——南诏、大理文化, 丽江地区位于青藏高原和云贵高原的交界, 是“茶马古道”南北交汇的枢纽, 民族文化也在此处融合。纳西族先民创造的东巴教以及东巴文化(世界上唯一现存的象形文字)是这一区域的文化特色, 泸沽湖畔摩梭人——女儿国——独特的民风、民俗、民居令中外游客叹为观止。而在宗教文化的影响下, 迪庆形成了一个以雪域文化与藏传佛教为核心的区域文化。如此众多异彩纷呈、绚丽多姿的文化吸引了海内外的游客。旅游产业对国民经济的贡献日益明显, 旅游产业已成为云南省经济发展新的增长点。

### 三、文化在云南省民族生态旅游中的价值

在民族生态旅游中, 加强民族文化与旅游的有机融合, 文化的价值主要表现在提升旅游资源的品位、主导旅游形象定位与旅游资源开发三个方面。

(一)文化可提升旅游资源品位。首先, 文化可提升旅游资源的知名度。一旦旅游资源被赋予某种文化内涵, 其知名度就会随着旅游资源的文化传播而迅速提高。如中甸更名为“香格里拉”后给当地旅游业带来巨大经济效益, 昆明大观楼的长联, 被称为天下第一长联, 具有丰富的文化内涵和很高的艺术价值, 赢得了文化界很高的赞誉, 引来无数游客。据来自权威部门的统计和媒体的报道, 《阿诗玛》形象累计给云南带来直接经济效益 1000 亿元, 大理“三道茶”每年直接创利 2000 万元, 这就是文化与旅游经济有机融合并放大其价值的审美需求效应和人文产品的消费效应。文化作为旅游资源的内涵, 有的是旅游资源本身具有的, 有的需要开发者的深度挖掘甚至创造, 文化旅游资源的开发就是通过发掘或创造旅游资源的文化内涵来提升其知名度。其次, 文化可提升旅游资源的附加值。旅游资源的附加值必须通过对旅游资源的深加工才能体现出来。当旅游者把旅游资源当作一种文化来消费时, 其文化旅游资源的附加值就体现出来了, 在旅游业的发展中这种文化的价值显而易见。如电影《阿诗玛》的艺术扩散效应与石林这一著名的世界奇观, 电影《五朵金花》与美丽神奇的大理蝴蝶泉, “纳西洞经古乐”与丽江, 使旅游者既饱览了当地的自然美景, 又增添了一份对文化的体验与向往。这些都是由于文化增加了旅游资源的附加值而带来了良好的经济价值。最后, 文化可提

升旅游资源的可持续发展能力。旅游资源的可持续发展能力既取决于资源本身, 也取决于其文化内涵。旅游资源中的文化一旦形成, 会在相当长的一段历史时期内具有吸引游客的魅力, 时间越久其文化价值体现得越明显, 越能够吸引旅游者, 如“风、花、雪、月”的文化形象对大理旅游发展的影响充分体现了文化对旅游资源可持续发展能力的作用。

(二)文化主导旅游形象定位与旅游资源开发。首先, 文化能主导旅游形象定位。文化是旅游形象的灵魂, 其对旅游形象定位的主导作用主要表现在: 一是文化旅游形象的构建。文化旅游发展的重要内容是构建文化旅游形象, 不同的文化旅游地有不同的代表性文化, 分为无形的代表文化和有形的代表文化。如昆明四季如春, 鲜花不断, “春城”就成为其有形的文化旅游形象。二是文化旅游形象的重塑。文化旅游形象重塑是由于原有的文化旅游形象已经过时, 所以要对原有的文化旅游形象进行重新定位。其次, 文化能主导旅游资源开发。对于文化创造的旅游资源开发, 是在旅游资源进行定位的资源上, 通过适当的方式将旅游资源的文化价值物化成产品的过程, 也是将旅游资源的文化内涵外化的过程, 而这一过程是由文化主导的。文化对旅游开发的主导作用是旅游文化价值的重要体现。如纳西族东巴文化就是丽江文化旅游资源开发的一个重要主题, 它将东巴文化与其优越的自然景观结合起来开发, 构成了丽江文化旅游开发的“核心文化内涵”。现代市场经济的特点和趋势, 就是文化、教育、科技与经济的“一体化”发展。当代市场经济的竞争, 在很大程度上取决于“文化力”的竞争。综观国内外具有生命力和强大竞争力的旅游品牌, 都有一个共同特点, 即注重旅游发展中文化和文化审美的投入, 又重视提高其文化内涵和影响力的发掘。

(三)文化赋予旅游资源强大的生命力。追求文化底蕴和文化含量, 已经成为中外旅游业的共同行为。旅游业行家提出要抓四个注重, 即注重文化内涵、注重文化形式、注重过程的文化性、注重细节的文化性。英国著名地理学家纽拜说: “风景不是自然物, 而是存在于自然和人类生活的交接面上。”世上并无绝对意义上的自然风景, 一处风景的魅力长存, 很大程度上靠的是其丰厚的文化底蕴的维系, 没有文化赋存的旅游资源是没有生命力的。试想如果没有电影《阿诗玛》的艺术扩散效应, 有多少人知道这一美丽的传说? 有多少人认识石林这一著名的世界奇观? 如果没有电影《五朵

金花》又有多少人知道美丽神奇的大理蝴蝶泉,看到那美丽的银苍玉洱?如果到丽江看不到“大研古镇”,听不到“纳西洞经古乐”,丽江还会有如此强烈的吸引力吗?近年来,每年到石林、大理、丽江参观、游览、度假、休闲、开会的人数均在几千万人次以上,给这些地方带来了巨大的经济效益,一个重要原因就是这些地方已经形成了融合自然景观—人文历史—文化名品影响力于一体的文化景区。将优秀的地方民族人文旅游资源以恰当的形式奉献于游人,使他们充分领略其浓郁的文化氛围,受到启示和教育,获得体验和熏陶,旅游者就会得到一种满足,就会将旅游业推向新的层次和高度。

(四)文化对旅游者具有巨大的吸引力。旅游研究专家在一次抽样调查中得知,外国旅游者心目中的中国旅游第一吸引物,认为是风光名胜的占30%,认为是民族文化的占70%。在美国人中,27%的人每年要把数十亿美元花在文化旅游上。文化是旅游和旅游业的灵魂,旅游业经营的就是文化,销售的也是文化。在当今旅游活动类型多种多样,如观光旅游、寻根旅游、休闲旅游、会议旅游、探亲访友旅游、宗教朝圣旅游、度假疗养保健旅游、体育与探险猎奇旅游、海底文化沙漠旅游以及各种专项旅游、兴趣旅游等等,旅游者无论参加哪一种类型的旅游活动,其旅游的目的都是为了了解世界、开阔眼界、增长知识、陶冶情操。因此,旅游的主旨和内涵,主要是文化,具有文化才能耐人寻味,从而对游客具有无限的吸引力。

(五)增添旅游文化含量可以加速云南省旅游产业化进程。随着人们生活水平提高,旅游者文化旅游需求日益增加,不断追求文化碰撞与互动的体验。云南省民族地区丰富的文化旅游资源及其多重特性,正好迎合这种特殊的旅游需要,能够满足旅游者“求新、求异、求乐、求知”的心理需要。云南省民族生态旅游文化的深度挖掘将促进云南省民族地区旅游资源优势更快地转化为产业优势和经济优势。如果下功夫提高旅游资源的人文品位,挖掘文化内涵,就会使旅游资源的文化内涵更丰富,人们前来获取和共享知识、信息的欲望就会愈强烈,从而增大客流量,增加旅游消费项目,提高旅游消费水平,开辟境外客源,发展国际旅游。“越是民族的就越是全人类的。”对民族文化差异进行探索的价值情趣,是引导现代旅游业客流走向的神奇魔棒,以名山、名水为依托,充分开发利用民族文化旅游,会吸引大量境外旅游者。民族人文旅游开发和再生产所需投入不多,是一种低耗高效的

经营途径,极有利于旅游产业化的发展。

(六)人文旅游资源开发是实现云南省旅游业可持续发展的必经之路。与自然旅游资源相比,人文旅游资源是一种可再生和可增质的资源,是真正“取之不尽,用之不竭”的宝贵资源,它具有极大的经济开发价值。著名学者费孝通指出,开发和利用人文旅游资源不仅能产生新的人文精神,同时也能创造新的经济价值,人文旅游资源的开发利用是一种投资不多,又不破坏自然生态的朝阳产业。人文旅游资源开发势在必行,从经济学的角度来看,愈是稀缺的物品,其价格就愈昂贵,并且越是市场所需要的,就越具有开发利用的价值,人文旅游资源的开发利用可以说是实现可持续发展的明智选择。从云南省的自然与人文条件来看,人文旅游资源开发是最能使人与自然和谐发展的产业,也是最具前景的可持续发展产业。

(七)深度挖掘民族文化旅游资源关系到云南省旅游产品的竞争力。旅游业是经济文化型的产业,民族文化作为旅游资源的重要内容,包含了许多有价值的可开发资源。在云南这样多民族聚居的省份,民族文化是最具特色的旅游资源,民族村落、建筑形式、生活方式、服饰饮食、婚丧习俗、宗教信仰、音乐歌舞、节庆活动等,既包括了物质文明,也涉及了精神文明,这些民族文化资源开发得如何,将直接决定着这些地区旅游产品的档次与品位。文化是旅游发展的灵魂,旅游是文化发展的依托。旅游产品的竞争力最终体现的是文化的竞争。旅游的各要素在一定程度上反映和体现着对文化的运用,旅游产品的品位高低,反映了策划、规划、开发者对文化的理解。因此,只有把旅游与文化紧密结合起来,这样的旅游产品才更具生命力。特别是当前已显示出极强生命力的“文化旅游业”,更显示出历史文化与旅游互动发展的强大生命力。历史文化蕴涵着旅游业发展的巨大空间,旅游业又具有很强的文化和社会公益性质,正是旅游业在民族历史文化资源中找到了钱,民族历史文化资源在旅游开发中找到了路子。这个基本规律对于民族文化资源的旅游开发,更是表现得极为突出和典型,如云南丽江的纳西族大研古城、西双版纳的傣族泼水节、杨丽萍的原生态大型歌舞《云南映像》等,所反映的都是对民族文化充分理解和挖掘运用的典型。对于广大民族地区来说,民族文化类旅游资源能否成功开发,将直接决定着旅游业的市场竞争力。

[责任编辑:荷叶]