

doi:10.16104/j.issn.1673-1883.2021.02.006

脱贫摘帽后民族地区旅游扶贫可持续发展模式及路径研究

宋慧娟^{1,2}, 陈赖嘉措²

(1. 成都职业技术学院文化旅游分院, 四川 成都 610041; 2. 西南民族大学民族研究院, 四川 成都 610041)

摘要:2020 年在脱贫阶段目标实现后, 持续的减贫任务仍将继续伴随。立足于脱贫后民族地区的现状, 民族地区旅游扶贫转型需求也将发生转向, 作为民族地区旅游扶贫的典型模式, 景区拉动、全域乡村、旅游商品、“三变”也各有其可持续推进的要点。产业融合、社区参与、能人带动、吸引投资、政策倾斜是推进民族地区旅游扶贫可持续发展的创新型路径。

关键词:旅游扶贫模式; 旅游扶贫路径; 民族地区; 可持续发展

中图分类号:F323.8; F592 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-1883(2021)02-0028-07

Research on the Sustainable Development Model and Path through Pro-poor Tourism in Ethnic Areas since Poverty Shake-off

SONG Huijuan^{1,2}, CHENLAI Jiacao²

(1. School of Cultural Tourism, Chengdu Polytechnic, Chengdu, Sichuan 610041, China;

2. Institute of Southwest Minzu Research, Southwest Minzu University, Chengdu, Sichuan 610041, China)

Abstract: After the goal of poverty alleviation was achieved in 2020, tasks of sustained poverty alleviation continue. Based on the current status of ethnic areas since their poverty Shake-off, poverty relief initiatives through tourism should be re-oriented. The four typical models of PPT, namely scenic area promotion, comprehensive countryside tourism, tourism products and "three transformations", have respectively their own focuses in development. Industry convergence, community participation, mobilizing leadership and favorable policies are some creative ways of the sustainable development of PPT.

Keywords: model of PPT; path of PPT; ethnic areas; sustainable development

一、引言

2020 年 11 月 23 日, 贵州省宣布剩余 9 个贫困县退出贫困县序列, 标志着国务院扶贫办确定的全国 832 个贫困县全部脱贫摘帽, 全国脱贫攻坚目标任务已经完成。值得注意的是, 贫困县退出以贫困发生率为主要衡量标准, 原则上贫困县贫困发生率降至 2% 以下, 西部地区降至 3% 以下^[1]。贫困的社会复杂性和动态演化性让其在不同历史时期不同区域, 有着不同的特征和内涵, 因此, “脱贫摘帽不是终点, 而是新生活、新奋斗的起点”, 阶段性目标的完成并不意味着贫困的终结, 与此相反, 一场持续的减贫战仍将持续推进。

民族地区是扶贫攻坚的主战场, 在国家、社会

等各种外生力量的帮助下, 民族地区在脱贫攻坚战中取得了显著的成效, 但不容忽视的是, 由于资源、生态、经济、环境、文化、社会、宗教、民俗等多因素交互, 部分已脱贫民族地区极有可能面临返贫可能, 民族地区长期协调稳定发展面临多重考验, 乡村振兴等战略对民族地区的发展也提出了更高的要求。民族地区旅游资源禀赋极高, 旅游扶贫也因其强大的带动效应在扶贫中发挥了重大的作用, 旅游富民几乎成为共识。因此民族地区如何在脱贫摘帽后, 积蓄发展后劲, 保持长久发展态势非常关键, 而如何让旅游扶贫的硕果持久地惠及民族地区尤为重要和迫切。

与此同时, 学者们的研究也发生了转向, 从关注扶贫的路径和动态转向扶贫的转型和可持续发

收稿日期:2021-01-13

基金项目: 国家民委人文社科重点研究基地中国彝学研究中心项目(YXJDJ1902); 四川旅游发展研究中心项目(LY19-48); 成都职业技术学院课题(19CZYR010)。

作者简介: 宋慧娟(1983—), 女, 四川丹棱人, 讲师, 博士研究生, 研究方向: 民族地区生态旅游研究。

展,如有学者提出了2020年后扶贫转型目标和对象的变化,同时,学者们也对旅游扶贫的可持续进行深入探讨,如基于可持续生计的旅游扶贫路径研究,然而,也有学者认为旅游扶贫存在能否可持续的问题^[2],甚至有研究表明,进入21世纪后旅游扶贫工程的实际收效开始下降,返贫人口持续增加^[3]。因此,如何正确认识旅游扶贫的转型和可持续发展亟待进行深入研究,对民族地区旅游扶贫可持续研究不仅可以丰富民族地区可持续发展和扶贫的理论研究,同时有利于民族地区在区域协调发展新格局中找准自己的定位,有很好的借鉴作用。

二、脱贫摘帽后民族地区旅游扶贫的转型需求

贫困是人类长期以来面临的共同问题,不同历史阶段的扶贫开发任务各异。不同水平层次的脱贫问题更是一场具有长期性、艰巨性和复杂性的全球减贫事业^[4]。2020年后,我国的绝对贫困已经消除,但是相对贫困仍将长时期地存在。贫困治理的根本任务要与当前我国人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分发展之间的矛盾相适应。脱贫后的减贫任务应着眼于缩小并解决城乡之间、区域之间以及农民内部收入不平衡,缩小贫困户与非贫困户、贫困区与非贫困区之间的收入差异,实现均等的公共服务,提高“三保障”的水平,提升农民的幸福指数。

旅游扶贫是指在具有一定旅游资源条件、区位优势和市场基础的贫困地区,通过旅游开发带动整个地区经济发展,让贫困群众脱贫致富的一种产业扶贫开发方式^[5]。随着减贫任务的改变,旅游业链接地理区域、特色产业、生态环境资源与外部交易市场的功能^[6],在乡村振兴战略的背景下将被持续推进并赋予更多发展的内涵。因此,旅游扶贫可持续发展将着力于重构民族地区村寨社会、经济、文化、生态的全面发展,通过持续推动经济的平稳发展,构建以市场为导向的社区资源开发和产业发展,引导贫困社区内生性发展的持续性,提升贫困地区的吸引力和竞争力;整体提升社区的基础设施、公共设施等物质资本,从而加强区域内的互动和区域外的经济联系,在大环境中完善相关的配套设施建设,提高服务水平,充分发挥其关联带动效应,促进城乡间的协调统一。

三、民族地区旅游扶贫模式及其可持续推进的要点

在旅游扶贫的实践中,景区拉动、全域乡村、旅

游商品、“三变”模式等被公认为有效的旅游扶贫模式,每个模式在实践中都形成了各自的运作机理,基于目标的转向,每一种模式在保持既有的运作机理下,也将面临新的问题和方向。因此,在系统梳理各个模式内涵机理基础上,深挖每种模式的要点转变是实现旅游扶贫可持续的关键。

(一) 景区拉动模式

景区拉动模式即依托存量景区的提升和增量景区的打造,促进景区周边村寨交通环境、生活环境的全面改善,附近村民通过直接地自发开展旅游商品销售、旅游食宿接待、农牧产品定向定点配套供应,或者间接地进行景区和旅游经营活动的务工来获得旅游红利。景区是旅游产业发展的核心要素,是旅游消费的集中场所,其人气效应和集聚效应把大量的人流、物流和资金流引入附近的村寨,进而对村寨、村民产生持续的推动力。对于民族地区来说,“景区拉动”模式中,景区是旅游扶贫的主体,民族村寨在景区的发展中因地制宜地开展旅游活动,与景区形成互动;民族村寨贫困人口以不同形式参与旅游活动,直接或间接获益,形成“景区+村寨+村民”的扶贫模式,使景区效益辐射周边贫困地区,实现物质、精神双脱贫,其模式如图1所示。

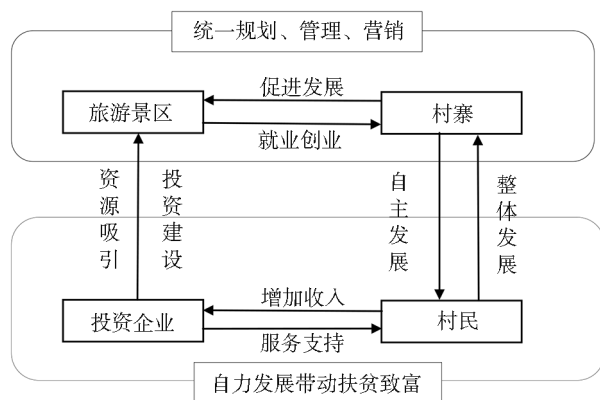


图1 “景区拉动”模式示意图

景区拉动在持续推进的过程中,有两个值得注意的点:第一,提防景区内贫困现象的出现。由于民族地区社会发育、经济发展程度受限,旅游业与地方其他产业的联系和结合不够,导致旅游者吃、住、行、购、娱等需要的供给外地化,旅游开发游离于旅游扶贫地的经济体系之外^[7],直接导致“旅游飞地”。与此同时,随着景区开发的进行,社区的旅游吸引物权及附属于集体产权上的可建设用地开发与经营权被剥夺或弱化,导致社区居民难以通过旅游参与来获得经营性收益与财产性收益,同时,社区居民话语权的不足又降低其集体收益的分配

权,从而进入“越贫困、越边缘化—权力越弱—收入越低”的恶性循环之中^[8]。因此保障当地弱势群体参与旅游的能力,才能真正实现景区对贫困人口的“拉动”。

第二,提防景区的拉动效应受景区生命周期的影响。在景区拉动模式中,景区作为市场化的旅游产品,其发展带动了村寨经济的发展,但其本身遵循发展的固有规律:探索、起步、发展、稳固、停滞、衰落或复苏六个阶段是任何一个旅游地的发展过程中将经历的周期,每个阶段有着不同的特征与要求。民族地区旅游发展起步晚,其区域景区生命周期整体处于成长发展期,但也有部分旅游景区已经步入停滞或复苏期,因此要让景区持续地产生生命力和拉动效应,就要根据景区所处的阶段进行有效的升级和转型,要保持景区在市场的活跃度,就要持续开发新旅游项目,植入更多体验项目,加强景区和民族村寨的联系和互补性开发,民族村寨要从单纯物资互动实现文化和精神的互动,从而实现景区和村寨双赢的局面。

(二) 全域乡村模式

全域乡村模式是全域旅游理念的实践,即对原有乡村旅游的发展要素、发展路径、发展目标进行优化和提升,通过发展乡村旅游实现乡村社会、文化、环境的全面提升,实现乡村生产生活的一体化,最终乡村既是本土居民的社区,也是外来游客的景区。按照“风貌特色化、功能现代化、服务标准化”要求,乡村在完善传统旅游“吃、住、行、游、购、娱”六要素的基础上,挖掘现代旅游“商、养、学、闲、情、奇”新要素,打造民宿、驿站、文创基地、采摘基地、田园综合体、农耕博物馆、文化传习所、传统手工艺品作坊等新业态。

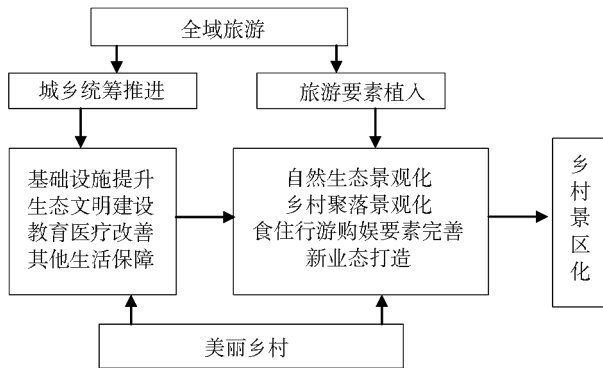


图 2 “全域乡村”模式示意图

全域乡村持续推进的过程中,也有两个值得关注的点:第一,全新的资源观。传统旅游开发是引进大的开发商通过圈地来建设,全域乡村放弃传

统,立足于本地现实,把新农村当旅游区来建设,在乡村随处可见的美丽田园、自然村落、农耕场景、日常劳作都可以成为旅游吸引物。一般而言,民族地区风光优美,其源远流长的民族文化具有独特的吸引力,文化投射于建筑、服饰、歌舞、风俗、生计模式之中,“文化的保护性开发”是民族地区开发的突破口,一味迎合市场开发必将导致文化的庸俗化和低俗化,最终不仅失去游客,同时也将失去对本民族文化根本性的认同。因此,“全新的资源观”要求在时代价值重新认知的基础上重视民族地区地域系统的独特性,基于人地关系整体化保护与开发^[9],一方面全面规划引领民族村寨的基础设施和服务体系,坚持村落景观、村民建筑、村民的生计实行原汁原味的传承,另一方面,使文化旅游资源开发与旅游者和居民的审美情趣与价值判断相符合,营造旅游者与资源所属地居民的地方依恋情怀^[9],引起“共情”,促进村民、游客互相尊重、友好的积极态度和行为。

第二,适度现代的内涵。在追求“原汁原味”的开发中,容易从一个极端走向另一个极端,也就是从大拆大建式的重建走向对现代事物的全盘拒绝。现代化和现代生活有不同的意义,现代化是工业化的结果,是观念、思想、文化、生活方式的变迁和改变;现代生活是将现代化的部分物质成果作为工具加以借用,从而使生活更加舒适、便捷,而在观念、思想、文化、生活方式等方面仍保持原样。对于民族地区,避免同质化不是要隔绝式发展,不是通过维持不变来作为资源的异质性,而是传统和现代的均衡发展。民族地区虽然不能进行大规模的矿山开采、掠夺式开发自然资源以及大规模扩张,但这并不意味着这些区域不能过上现代的生活,他们可以借用现代文明的物质成果,如现代的交通工具、用具等过上有所控制的现代生活,这样的现代生活是有所控制的,但始终不能现代化。要始终明确民族地区的吸引力在于多元素组成的原生性,一味地现代化必将走向“创造性毁灭”。科技改变生活,现代建设在开发中不可避免,要始终明确现代建设的对象:“现代”建设主要针对村寨土地综合利用配置、旅游配套设施的空间位置安排、道路网络的规划管理、乡村发展政策设计与实施,通过先进的理念实现同一空间生产、生活的基本所需的功能。

(三) 旅游商品模式

旅游商品模式即因地制宜,通过旅游化生产推出本地的旅游商品,并自主地实现流通生产,最终形成定向的生产链和供应链销售渠道。旅游商品

的生产有两个层面,即改造和打造:升级改造当地的农产品、土特产品,比如基于游客对旅游商品属性的需求,对传统的农副产品进行专门的商品包装和设计;设计打造有地域风格的全新商品,比如根据旅游地的新形象,设计和打造易携带、精包装、价值高、功能强的产品,重新赋予内涵。无论是改造还是打造,其实质都是商品的旅游化生产,即在充分了解游客需求的基础上,基于对市场的分析和未来需求市场的预判,利用现代化的手段加工实用产品,通过创意化的设计来提升产品、实现文化加工,体现出“文创赋能,旅游赋值”的本质。

生产的变动必然引起销售方式的变动。通过旅游化生产,同样的商品将会通过更多平台和渠道进行展示售卖,在价格和销量上显示出显著的效益。旅游商品的销售,除保留传统的线下面对面销售以外,最终将采取线上线下结合的多样化销售方式,农户可以自主将商品运输至景区、农家乐、高速公路服务区等游客相对聚集的区域进行销售,也可以通过合作社、公司等平台进行统一销售。在电商、通信、物流高速增长的同时,充分利用电商平台带来的便利,开启电商销售模式,可针对民族地区建立特殊的交易平台,还可以通过“以购代捐”的形式,通过引导和鼓励消费者定向购买贫困地区旅游商品,达到扶贫的目的。

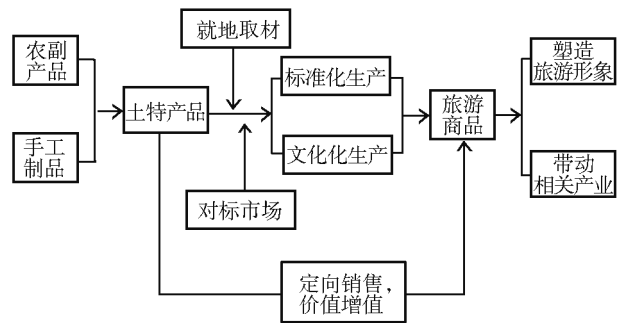


图 3 旅游商品模式示意图

在旅游商品模式中,要注意两个要点:首先,标准化是旅游化生产的第一要位,质量保障的前提就是商品的标准化生产,与此同时,商品的标准化也是产品差异化的基础,基于标准之上的产品差异化,才能实现生产规模扩大和经济效益提高。在标准化执行的过程中,对商品原料、加工技术、卫生条件、包装条件等都有相关的规定和约束。要有计划、分批次地完善民族地区旅游商品的生产和销售体系,要推动商品生产、加工、销售、物流产业链的完善。

再次,本地化文化开发是第二要位,提取本土

文化要素,用文化作为创意载体,做好旅游产品的包装设计,综合考虑包装的工艺与材料、商品特色和功能性,在色彩、标识、图案设计中充分考虑民族元素,展现出地域特征;根据不同游客的消费水平、层次和习惯,设计档次不等、风格各异的产品;在商品的内涵上,可以通过挖掘地方神话和传说,讲好小故事,打情怀牌来提升内涵。

(四)“三变”模式

资源变资产、资金变股金、农民变股东就是“三变”模式,展开来说,就是村集体、农户或政府,将其拥有的自然资源、文化资源等旅游资源折价入股到旅游企业,将旅游资源变成资产;政府、村集体、农民及其他组织将财政资金、集体资金、自有资金和其他资金入股到旅游企业,并约定收益主体及份额,将资金变成旅游企业的股金;用土地经营权和自有资产、资金入股“三变”项目的农民,拥有集体资源和资金收益权的农民以及拥有国有资产、财政性资金收益权的农民就成为旅游企业的股东。

“三变”模式在一定程度上推动了旅游业在农村的全新发展,通过资源折算价值后入股参与分红,实现农村变景区、农舍变宾馆、农民变导游的创新式转变;同时,相较于其他合作或经营方式,在财政资金使用性质和用途保持不变的前提下,将财政扶持村集体和贫困户的资金入股旅游经营主体,将一次性的资金投入转变为农户长期稳定的收入,从根本上是农民长效增收机制建立,让财政资金的投入更为精准,其投资更为长期有效,从实质上是财政开发模式的一种创新。从根本上,“三变”以现代股权方式为纽带,由传统农村家庭为主要生产单位转变为资源和资金入股的规模化经营,形成了生产资料的共有性、生产主体的共建性、生产收益的公益性。

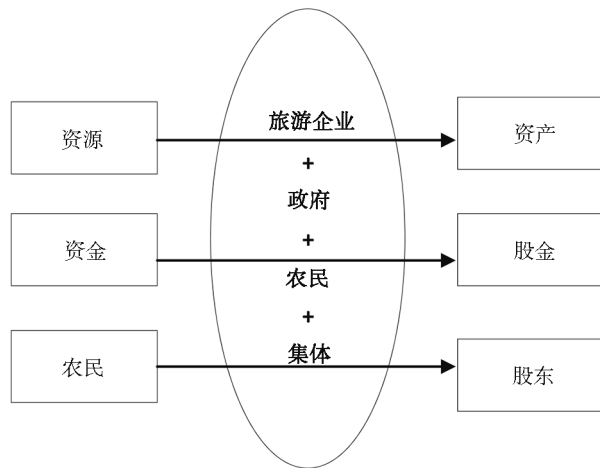


图 4 “三变”模式示意图

值得注意的是,在“三变”模式中财政资金的入

股方式,也是村民获益的关键。一般来说,有两种方式入股:一种是财政扶贫资金“折资入股,权益到户”,股权收益落实到扶贫对象,是精准扶贫的有益尝试;另一种是财政扶贫项目资金折资入股,股权收益落实到村集体,将财政投入到农村的生产发展类资金、农村基础设施建设资金、支持村集体发展资金量化为村集体股金,入股到合作社、旅游企业等规模经营主体,按股份获得收益。“三变”模式让农民增收的路径和渠道变得更为多样化,分散、闲置的各类资源被改革整合到一起,并且通过“股份合作”彻底改变了农民的角色:原来自食其力、自负盈亏、看天吃饭的农民继而转变为旅游企业的股东,从单纯地依靠农业的收益转向获得多种收益,如股权收益、务工收益和创业就业收益;“三变”改革变传统租赁关系为股份制合作关系,将农民从土地中释放出来,将农户和市场捆绑在一起,将农户的生产生活空间扩大,农村生产力被彻底地解放并且激活。

四、民族地区旅游扶贫可持续发展的创新性路径

(一) 产业融合,创新旅游发展新格局

对于民族地区而言,传统农业生产能力弱、工业产业覆盖遗漏是地方社会经济难以高速发展的重要原因,旅游业的发展对于激活第三产业、调整产业结构,推动产业融合具有重要作用。随着我国旅游消费升级和旅游需求多样化趋势,民族地区的旅游业必须立足于当地文化、农业、体育等特色进行大转型和大融合。

1. 文旅融合,实现新内涵。民族地区的文化资源丰富且内涵丰富,文旅融合是实现民族地区旅游增值效应的关键。文旅融合过程中,首先坚持保护第一,秉承有效保护、合理开发,确保文化旅游资源的永续利用。其次,发展文化事业的同时,补齐文化产业短板,推动文化旅游化;发展旅游产业的同时,补齐旅游事业短板,促进旅游文化化。再次,继承传统与创新发展有机结合,尊重历史和传统文化,现代人对文化的理解不同导致需求的多元化和多样化,要创新发展理念,适度地植入现代价值观和生活方式,促进文化的有效转化。促进抽象文化与具体产品有机结合,创新文化旅游的载体形式和表达方式,将抽象的文化开发成具象的文旅体验项目,通过住宿、饮食、购物、娱乐等载体,将具体文化符号和体验性产品活动进行有效展示和合理表达。

2. 农旅融合,激发新动力。农业是民族地区传

统产业,相较于传统农业解决基本生计,农旅融合在“以农为本”的基础上,充分尊重农业产业功能,合理利用农业旅游资源和土地资源,增加农业旅游休闲功能,以提高农业的综合收益。农旅融合要实现纵向和横向的融合,纵向融合主要将农业从生产拓展到加工和销售领域,实现产前、产中、产后三大部门的一体化经营。横向融合则重在农业与其他产业之间的深度融合,比如康养、金融、特色小镇。在农旅融合的过程中,农业产业园、农业综合体等模式已经相对成熟,值得注意的是,民族地区由于自身“大杂居、小聚居”特点,同时受制于地形、海拔、气候等条件,适合地区种植的粮食作物与经济作物存在显著不同,大规模种植、打造产业基地一定要根据现实情况采取不同的做法,有序发展特色种植业、农牧业等,切忌盲目跟风。

3. 体旅融合,开发新市场。“体育+旅游”是近年兴起的一种趋势和潮流。随着人们强身健体意识的增强以及对体育赛事热情的高涨,体育旅游的市场逐年扩大。体育本身具有一定的历史文化内涵,民族地区体育旅游资源丰富,据相关统计,我国共有 977 项传统民族体育项目,这些民族体育活动反映了少数民族地区特定的心理特征及生活方式,是精神文化生活的具体表现形式,被各民族人民长期地继承和发扬。再次,海拔高是众多民族地区的地质特征,雪山、高原、湖泊、森林等资源是进行特色运动项目的良好自然场所。体旅融合的关键在于进一步盘活体育资源,丰富旅游产品体系,拓展旅游消费空间。基于民族地区体育旅游发展时间晚、意识形态守旧、发展基础薄弱的特点,要做到“就地开花”,进一步做大做强传统的民族体育项目,在传统体育项目的基础上,植入旅游体验项目,以“赛事”“节事”为载体进行更大范围的推广。同时,利用民族地区自然资源的优势,做到“定向引入”,即有意识、有重点地引入“新”“异”的体育赛事、体育项目、体育训练基地,如山地自行车越野赛、滑翔伞项目、亚高原训练基地、康养小镇。“体育+旅游”,让体育、旅游资源共享、优势互补,能有效地实现旅游业的“四季经济”。

(二) 社区参与,创新旅游合作共赢机制

社区参与是避免“旅游飞地”的重要途径,社区居民通过参与旅游的开发和发展,不仅能够较好地满足社区发展的需求,而且能够有效地提高社区居民的自我发展能力。从可持续发展的角度来看,社区参与不仅要强调“赋权”,赋予社区居民在旅游开发中的话语权和决策权,因为社区只被当作旅游开

发的客体,社区人口只能被动地服从外界的安排,在受益体系中处于无足轻重的地位^[10],要防止旅游开发仅仅是政府、企业、地方精英间的对话,同时要强调“获利”,防止“粗放”的利益分享,加强参与的精准性、利益的多维性。为了更好地持续激发村民参与到旅游的过程,防止旅游参与上的先天不足,防止由于个体力量悬殊而带来的发展不足,打破当前失衡的权力结构来增强物权以支撑旅游参与权和话语权,提供精准的旅游参与形式,可以创新引入乡村旅游合作社机制,实现社区的共建共享。

乡村旅游合作社由当地村民组成,村民至少占乡村旅游合作社成员总数的80%,坚持“民办、民管、民受益”的原则,围绕着村寨的优势产业和特色产品而进行集中开发、对外统一销售等。它旨在集聚整村的力量,将资源最大化地转化为受益于当地村民的效益,不仅有效引导旅游的经营水平,提高旅游的竞争力,而且为村寨持续性的发展提供重要支撑。村集体或村民入股成立专业合作社,农户通过有形资产(房屋、田地、手工作坊、工作间等)或无形资产(手工艺、歌舞表演等)自愿加入合作社,遵守约定的规则,通过合作社的整体运营以最佳组合或方式进入市场,实现共同经营和发展,这就是“合作社+农户”。农户在自愿的基础上组织成立专业合作社,公司与合作社合作,公司对合作社成员进行统一培训,让合作社成员在旅游服务中用标准来约束自身的行为,从而保障旅游服务接待水平的稳定性,保障旅游经营的长期性,保障公司、农户和游客的利益,这就是“公司+合作社+农户”。

(三) 能人带动,创新旅游人才培养

在贫困地区,能人往往是最先富起来的那一部分人,他们掌握更多专业技术、懂得经营或对专业化养殖、生产、运销具有特殊才能,利用他们现有技术或销售渠道带动贫困人口发展,实现有效脱贫。“能人”类型多种多样,有劳务能人、经济能人、管理能人、乡村旅游能人、企业能人、融资能人、技术能人、网络营销能人、创意能人等。由于共享的生存环境和生活习惯,群众对本地能人的信任度非常高,对于贫困人口来说,是榜样的力量,与贫困人口有密切的利益关系。通过效仿、通过带领、通过手把手的指导和实在的收益,能增加贫困人口的脱贫信心,让贫困人口更易产生自力更生走脱贫之路的决心。

在民族地区社区中,族群带头人或精英就是能人的典型。在民族社区非正式的制度下,族群带头人或精英通过自身文化优势和自我觉醒意识参与

旅游开发中并获取收益,由于内生的民族认同感,族群带头人或精英的行为将对社区其他村民形成正向拉动作用,从思想和行动上成为争相模仿的榜样,有利于激发村民的自我发展意识,更有利于区域整体旅游环境的建构。基于民族社区的特点,有针对性地对族群带头人或精英进行旅游意识和理念的培养,培养一批具有先进发展理念、较高组织管理能力、丰富实践经验的村干部、经营户,乡村旅游企业主和合作社带头人,从目前的“丁真”现象来看,在民族社区对于能人的培养能起到意想不到的作用。

(四) 吸引投资,创新旅游投融资模式

旅游产业要发展,投资是关键,融资是刚需。在旅游投资空间与领域不断扩展,旅游项目、业态、政策不断涌现的背景下,正确引导旅游投融资是未来旅游业高质量发展的关键所在,要做好旅游产业投融资的加减乘除,增加有效供给,减少过剩投资,放大投资乘数效应,拉动人均旅游消费增长。除了继续做好传统景区、景点、住宿、餐饮的传统投资,增加新兴旅游业态的投资,根据民族地区的特点,加大在非标准住宿、旅游演艺、低空飞行、康养等体验式新业态的投入力度,打造多元化的融资渠道,调动社会资本参与旅游发展的积极性,充分发挥政府的引导和杠杆撬动作用,设立专项产业发展基金,并积极探讨政府和社会资本合作的PPP模式,搭建多元投融资平台,吸引各类投资主体,释放社会资本和民间资本活力。

(五) 政策倾斜,创新旅游发展保障

教育事业落后、基础设施薄弱、医疗体系滞后是民族地区因为地理和资源要素带来的连锁效应。在民族地区的偏远地区,教育事业起点基础差,发展相对滞后,平均受教育年限较少,长期教育不足将导致贫困的代际传递,严重制约长效发展;再次,民族地区的医疗体系和其他基础设施薄弱,医疗问题非常突出,医疗技术水平的滞后会影响到旅游扶贫可持续发展中民生事业的发展,基本卫生服务的缺乏影响社会医疗保障体系的健全。因此国家政策还需根据区域的实际向民族地区倾斜,深入推进教育、医疗的普及化,补足社会事业中的短板才能从整体上形成稳定的社会保障体系,从根本上形成可持续发展的保障。

五、结语

民族地区旅游扶贫可持续发展是一项长期的任务,究其本质,就是要进一步激活和整合区域的

资源要素,发挥土地、劳动力、资产、自然风光、生态环境、人文景观等的资源价值,通过旅游业载体,实现经营的本地化,参与的公平性,利益的协同性。建构环境、文化、产业多目标合一的发展目标,是民族地区旅游扶贫可持续发展的关键,在持续推进景区

拉动、全域乡村、旅游商品、“三变”的开发模式中,要提防新的问题,最后,通过产业融合、社区参与、能人带动、吸引投资和政策倾斜,创新旅游发展格局,探索共赢机制,创新旅游人才的培养路径,寻求多元化的旅游投融资,推进民族地区社会公共事业的发展。

参考文献:

- [1] 习近平总书记关切我国所有贫困县全部脱贫[EB/OL].http://www.xinhuanet.com/2020-11/23/c_1126776960.htm
- [2] 李刚,徐虹.影响我国可持续旅游扶贫效益的因子分析[J].旅游学刊,2006,21(9):64-69.
- [3] 饶勇,徐圆,骆泽铭.旅游扶贫开发模式、关系性嵌入与知识转移关系[J].广西民族大学学报(哲学社会科学版),2015(6):128-133.
- [4] 莫光辉,杨敏.2020年后中国减贫前瞻[J].河南社会科学,2019,27(6):99-106.
- [5] 朱磊,胡静,许贤棠,等.中国旅游扶贫地空间分布格局及成因[J].中国人口·资源与环境,2016,26(11):130-138.
- [6] 银元,李晓琴.乡村振兴背景下乡村旅游的发展逻辑与路径选择[J].国家行政学院学报,2018(5):182-186.
- [7] 李林.西南民族地区旅游产业扶贫如何优化效果[N].中国民族报,2017-01-13.
- [8] 何莽,李婧.景区内的贫困:旅游扶贫的权力视角与解释[J].旅游学刊,2019,8(34):97-107.
- [9] 朱鹤.新时期的旅游资源研究:保护利用与创新发展——旅游地理青年学者笔谈[J].自然资源学报,2020,35(4):992-1016.
- [10] 向从武,冯伟林.西南民族地区旅游扶贫成效与益贫机制构建[J].贵州社会科学,2019,351(3):149-154.

(上接第 27 页)

有效激励朋辈影响力取得的实际效果,是不可或缺的有效措施。

4.要有效管理,推进高校朋辈影响力的长效发展。正所谓“没有规矩,不成方圆”。高校朋辈影响力的发挥关键在朋辈队伍,朋辈队伍的工作效果很大程度上取决于制度的科学性、规范性和执行度。首先,制度的制定是基础,应制定科学、合理的制度。制度的本身应与思想政治教育的目标相一致,且易于大学生朋辈队伍所接受;制度的制定应坚持以人为本,尊重学生的主体地位。其次,制度的落实是关键,要加大对朋辈队伍的培训和指导^[9]。培训“要全面贯彻党的教育方针,落实立德树人的根

本任务”^[10],内容应包括制度宣讲、业务培训、政治立场、大局意识、责任意识、服务意识等。另外,可以参照入党积极分子上党课的模式,培训结束后采取集中测试,对于成绩不合格的朋辈骨干应安排其再次参加培训。最后,制度的生命力在于执行,要加强对朋辈队伍工作效果的评估和把控。一方面,可以通过网络平台,定期发布调查问卷,考核近期朋辈队伍工作。问卷采用匿名的方式,收集大学生对于朋辈影响力的知晓度、认可度、满意度和意见。另一方面,可以组织朋辈队伍综合素质阶段测试,从而评估朋辈骨干工作能力。测试内容可分为情景再现、知识问答等,从而考查其工作能力和综合素质。

参考文献:

- [1] 习近平.在全国思政课教师座谈会上的讲话[N].人民日报,2019-03-19(03).
- [2] 巩茹敏,林铁松.课程思政:隐性思想政治教育的新形态[J].教学与研究,2019(6):45-51.
- [3] 王一敏.当代青年的职业选择与指导[M].上海:上海教育出版社,1998.
- [4] 戴锐.榜样教育的有效性与科学化[J].教育研究,2002(8):17-22.
- [5] 王英国,黄磊.大学生朋辈辅导及其实施[J].高校辅导员学刊,2010(3):11-13.
- [6] 黄晓晖,张玉洁.论隐性思想政治教育之“隐”[J].学校党建与思想教育,2019(9):29-31.
- [7] 袁慎芝.大学生朋辈道德示范教育构建的可能及其实现[J].学校党建与思想教育,2017(16):65-66+85.
- [8] 王扬,申勇,胡穆.大学生朋辈教育影响机制及其对适应性的影响[J].思想教育研究,2018(2):140-143.
- [9] 戴锐.“管理育人”的内涵辩证与路径探寻[J].当代教育论坛,2003(5):20-22.
- [10] 习近平.决胜全面建成小康社会夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利:在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[R].北京:人民出版社,2017:45.