

环江毛南族自治县旅游业 SWOT 分析及对策

王 炯

重庆师范大学地理与旅游学院 重庆 400000

摘 要: 随着游客对旅游个性化、多样化需求的增长,一些小众旅游地逐渐受到关注,作为河池地区独具少数民族特色的旅游县之一,环江毛南族自治县神秘多彩展现出巨大的发展潜力。文章基于环江毛南族自治县旅游现状的 SWOT 分析,提出了促进环江县文化旅游发展的策略建议。

关键词: 毛南族; 旅游; 少数民族; SWOT 分析

1. 旅游发展概况

1.1 旅游发展现状

环江县旅游资源丰富,直至 2017 年以前,这些资源主要由民间自发开发并掌握。之后,环江县启动自治区全域旅游示范县建设工作,从县级层面进行统筹规划,结束了以往粗放式的管理模式,更加注重可持续发展,为环江旅游业的快速发展奠定了良好的基础^[1]。

环江县的旅游资源分布相对分散,但随着县域交通设施的不断完善和旅游景点的逐步建设,旅游经济增长呈现明显上升趋势。2019 年,环江全年接待国内外游客累计达到 208.61 万人次,同比增长 37.6%,其中接待的海外游客为 0.41 万人次,同比增长 5.1%;旅游消费总额实现 23.83 亿元,同比增长 45.6%^[2]。截至 2020 年 10 月,全县旅游人数达 126.90 万,完成年度目标的 84.64%;国内旅游消费总额为 14.91 亿,完成年度目标的 87.45%,环比增长 17.22%,显示强劲恢复增长^[2]。

1.2 环江喀斯特地区的旅游发展现状

2019 年,位列游客数量前五名的景区依次为牛角寨、琼园山庄农家乐、毛南族博物馆、陈双毛苗瑶以及三才月亮山景区,这些景区的游客总量占到了所有参与统计景区总游客量的 54%。特别地,牛角寨景区的游客量占到了统计总游客量的 34.0%,其游客人数同比增长了 32%。其余四个景区琼园山庄农家乐、毛南族博物馆、陈双毛苗瑶以及三才月亮山景区——均为县城及其周边的旅游景区,其旅游人数均在 20 万人次左右。

2. SWOT 分析

2.1 优势分析

2.1.1 区位优势

环江县位于河池市境东接柳州市,东南界来宾市,南邻自治区首府南宁市,西毗百色市,北与贵州省黔南州、黔东南州相邻。

环江县地处亚热带季风气候区。东与融水县相邻,南与宜州市接壤,西望南丹县,北与贵州省荔波县等县毗邻。2023 年,贵南高铁全线投入运营,环江地区正式并入南宁、贵阳一小时经济圈以及桂黔世界遗产大旅游经济圈;2024 年,广西河池至贵州荔波的各项高速项目进入换挡提速期,为充分发展区位优势按下“快进键”。此外,县内各乡镇均已通班车。

2.1.2 自然资源优势

环江毛南族自治县境内有九万山和木伦喀斯特两个国家级自然保护区以及两个国有林场。著名的木伦喀斯特生态旅游景区,北与贵州省茂兰国家级自然保护区相连,共同构成了世界上同纬度地区唯一幸存的、连片面积最大,保存最完好的喀斯特森林生态系统,并于 2014 年以“中国南方喀斯特二期”的重要组成部分被列入世界自然遗产名录,同年荣获“中国最美文化生态旅游名县”称号。

环江县境内有木伦喀斯特国家级自然保护区、九万山国家级自然保护区、文雅天坑群等 12 个自然类旅游资源单体,黔桂茶马古道、毛南族博物馆、凤腾山古墓群等人文类旅游资源单体 14 个。

2.1.3 人文优势

毛南族宗教色彩浓厚,信仰多神,十分注重图腾崇拜

文化, 环江毛南族自治县是毛南族的主要聚居地, 保留了丰富的民族文化和传统习俗。

毛南族自身拥有具有浓郁民族特点的传统节日, 其中最具代表性的是集祭祀、娱乐为一体的分龙节。它充分展现了毛南族的传统文化、心理素质和宗教信仰^[3]。

毛南族还愿仪式“肥套”被列为首批国家级非物质文化遗产保护名录, 仪式融合了从宋代传承至今的毛南族的傩歌、傩舞、傩乐、傩戏剧等元素; 毛南族的花竹帽编织技艺入选国家非物质文化遗产名录。近几年, 毛南族花竹帽编织技艺多次赴澳门、香港、上海、深圳等地参加民族文化交流展示, 同时, 融入现代元素的毛南族傩歌、傩舞、傩戏也多次登上德国、日本、韩国、泰国以及台湾地区的舞台, 文化交融中, 毛南族的文化艺术更加多元化。

2.1.4 饮食文化

环江在得天独厚的自然条件与毛南族的风俗习惯下诞生了许多独特的美食, 代表为菜牛与“五香”。环江菜牛产于县内国家级喀斯特地貌原始森林自然保护区, 专门采食野生莎树叶和青麻叶等野生保健植物, 有“三隔肉”之称。“五香”即香猪、香牛、香米、香鸭和香菇共同组成的“特色五香簸箕宴”, 以白灼为主, 极大保留了食材原有的香味, 在食用时又配以独制的酱料, 口感十分丰富。

2.2 劣势分析

2.2.1 旅游景区分布分散, 交通连通性不足

喀斯特地貌在环江县形成了错综复杂的地形结构, 这导致了旅游景区的分布相对分散, 缺乏集中性。尽管当地建设了一定规模的公路网络, 试图将各个景点连接起来, 但各景点之间的单程距离仍比较远, 若是一日串联几个景点游玩再回到城区住宿则花费更多时间。

复杂的公路网络和分散的景点分布给游客带来了复杂的换乘需求, 对旅游体验带来一定的负面影响, 降低了各个景区的可达性, 使得游客在有限的时间内难以游览更多景点, 增加了游客旅行的总时间。

2.2.2 旅游资源开发程度不足, 区域特色不突出

广西少数民族众多, 各区县镇地形类似, 旅游资源的相似度较高。例如, 巴马瑶族自治县的洞天福地景区和盘阳河景区、融水苗族自治县的老君洞景区和融水贝江风景区、环江毛南族自治县的木伦喀斯特生态旅游景区和牛角寨瀑布景区等。然而, 由于广西自然景点资源以喀斯特地貌为主, 多溶洞景观, 旅游项目单一, 因此同质性较高, 一般游客在

欣赏该类型景观后, 往往缺乏重游往的兴趣^[4]。

2.2.3 旅游配套设施不足, 信息共享水平低

当前农村旅游网络平台共享信息水平低, 很多有价值的信息被分散在不同的企业中得不到利用, 农村旅游产业的相关部门也不能够在第一时间获取有价值的信息, 降低了农村旅游产业发展的质量与水平^[5]。环江县经济发展水平不及其他旅游城市, 其本身缺少足够的资金支持信息平台建设, 包括获取旅游信息交流以及主客交互平台等, 同时缺少信息技术人才, 而少数民族地区旅游发展正需要更多技术人才的推动。

2.2.4 宣传力度不足, 品牌形象认同度低

环江县打造了多个本土特色品牌, 但宣传力度不足, 知名度局限在相对区域内。仅有三个 4A 级景区, 相比其他县域认同度不高。2016 年公开征集城市旅游形象标识未果。目前旅游标语为“世遗环江, 多彩毛南”, 但旅游 LOGO 未完全统一, 仅使用毛南族服饰元素, 旅游品牌形象定位不够丰富鲜明, 无固定旅游 IP 形象, 游客与旅游地情感联结较弱。

2.5 机遇与挑战分析

环江毛南族自治县作为民族自治县, 不仅享有自治区级的政策支持, 还得到了国家层面在少数民族地区发展方面的各项优惠政策。

环江县目前积极创建“生态+旅游”模式。环江负氧离子平均浓度高达 2400 个/cm² 以上, 空气质量优良率超过 98%。2023 年, 环江县再次荣获“中国天然氧吧”称号, 可以继续利用绿色资源优势将生态“红利”进一步释放。

环江县聚焦“香品牌”产业, 激发农旅新活力。目前已形成一定口碑的“中国菜牛之乡”和“环江香猪”农产品等地理标志等品牌优势, 可以借鉴其他少数民族地区经验, 将农特产品产业进一步标准化、规模化、产业化发展, 从而吸引旅游人群前往或营销全国口碑。

目前各地积极开发各类温泉疗养、极限探险、角色扮演等旅游产品以吸引更多游客。环江县人文类旅游资源丰富, 可以学习“体验+”旅游模式, 通过“现场技艺展演+沉浸式体验”的方式, 达到“可观、可玩、可品”的沉浸式体验方式, 实现“留量”。随着互联网的发展, 新媒体上的旅游宣传更加迅速和广泛, 因此借助小红书、微博、抖音等平台积极宣传县域旅游与全域旅游协同发展具有重要意义。

3. 发展建议

3.1 开发多元化旅游产品

环江县拥有丰富的人文和自然旅游资源,因此,可开发多样化的旅游产品。例如,在喀斯特地貌特征显著的区域,选择科学探查适宜的地点,开展徒步探险和洞穴探险等活动;推广野生动植物研学旅行和科考旅行项目。借助环江县高含量的负氧离子,可建立综合健康度假村,并结合环江的传统疗养方法,为游客提供全面的康养服务。

环江县的毛南族文化特色鲜明,应积极挖掘文化类旅游项目。例如体验毛南族的风俗并参与到活动之中;积极开发花竹帽、木雕、傩面制作等非遗体验项目,增加好玩性的同时也能够宣传当地文化;尝试开发旅拍业务,为远道而来的游客提供毛南族传统服饰的穿戴体验。目前,这一业务在环江县尚未广泛流行,因此具有很大的开发潜力。

3.2 强化毛南族旅游形象 IP 与文创设计

IP 主要分为故事性 IP 和形象性 IP 两大类。其中,故事化 IP 着重于情景和内容的构建,例如《西游记》、《老友记》等;而形象化 IP 则侧重于人格化的形象塑造与情感交流,并通过强化视觉形象识别的方式,迅速让用户产生情感共鸣,如熊本熊、LINE FRIENDS 等^[6]。

IP 不仅具有较高的兼容性,还常常具备拟人化的外形特征,这使得它们能够更容易地与游客产生情感上的共鸣。毛南族文化博大精深,其图腾纹饰种类繁多,可以细分为植物、动物和人物等不同主题的纹样。通过对这些纹样的结构重组和符号元素的提炼,设计中可以去除多余的细节,保留核心特征,以此来塑造和展示一个统一的 IP 形象。在宣传海报和视频中运用这一统一形象,将有助于提升其知名度。在文创方面,例如,将傩面面具的元素融入书签和拼图设计中;将分龙节的标志性元素应用于抱枕、茶具和香薰产品等使用频率较高的物品上。通过这种方式,毛南族的传统文化元素得以在现代生活中焕发新的活力,同时也为消费者提供了更多具有文化内涵和创意设计的产品选择。

与此同时,目前各地印章打卡活动火热,可以征集或专门设计文创印章,设置在各个旅游景区或者当地流量比较多的地方,提供文创集章本或者明信片为游客盖章。将旅游文创产品作为毛南族文化内涵的传播载体之一,这有助于增强游客的记忆印象。

3.3 优化旅游交通网络

针对环江景点分散的问题,当地政府和旅游部门可以考虑进一步优化交通网络,增加公共交通的覆盖范围和班次频率,以提高景区的可达性。此外,开发一些综合性的旅游

项目,将多个景点串联起来,形成主题鲜明的旅游线路,也有助于提升游客的旅行体验,减少在路上的时间,使游客能够更加便捷地游览更多的景点。

利用目前环江县已经开通的高铁线路,积极地与周边的县域展开合作,共同推动旅游景区的联动发展,实现旅游景区之间的优势互补。通过高铁的便捷交通,游客可以更加方便地从一个县域的旅游景区前往另一个县域的旅游景区,可以共同策划跨县域的旅游线路,推出联合优惠活动,共同进行市场营销,吸引更多游客前来体验丰富多彩的旅游产品。

3.4 完善旅游信息平台建设

消费者在浏览图片和攻略后,常会被吸引并产生兴趣,频繁访问线上平台和社交媒体搜集信息。成功的旅游决策需要经历一个复杂且周期较长的过程^[7]。

目前,环江有“一键游环江”政府公众号平台,但其提供的旅游信息有限。可将更多小众旅游景区纳入平台,加入文创产品方便游客订购,引入交通服务系统和旅游导览等,并增加用户互动功能,如评论、评分和分享。完善旅游信息流,既能便利游客,又能降低信息收集成本。为确保信息准确及时,旅游信息平台应与各旅游相关企业和机构紧密合作,定期更新数据和信息。不断完善旅游信息平台建设,可更好地服务游客,推动旅游业发展。

参考文献:

- [1] 吴贵军. LT 公司环江县风情花海园旅游项目营销策略研究 [D]. 广西: 广西大学, 2021.
- [2] 环江毛南族自治县全域旅游发展规划, 2019.
- [3] 卢敏飞. 五月分龙说庙节——毛南族分龙节及其文化研究 [J]. 广西民族研究, 1992(3): 115-121
- [4] 辛国婷, 蒋瑜, 谢玲. 广西 12 个少数民族地区县域旅游资源特征分析及其开发策略 [J]. 市场论坛, 2023, (04): 66-70.
- [5] 迟捷. 基于信息化分析的农村旅游产业发展策略研究 [J]. 中国市场, 2023(17): 76-79. DOI:10.13939/j.cnki.zgsc.2023.17.076.
- [6] 谢涛, 路由. 基于形象 IP 构建的网络表情符号视觉形态设计 [J]. 包装工程, 2019, 40(24): 133-138.
- [7] 郭艳. 旅游信息流对乡村旅游转型发展的影响研究 [J]. 农业经济, 2023(9): 140-141

作者简介:

王炯 (2003—), 女, 汉族, 陕西镇巴, 本科, 研究方向为旅游管理。