

民族地区旅游电商化发展路径

——以三江侗族自治县为例

杨显华

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年10月18日; 录用日期: 2024年11月5日; 发布日期: 2025年1月8日

摘要

当前党和国家大力推行乡村振兴战略, 旨在推动农村地区的全面发展, 为包括民族地区在内的广大农村地区经济社会的发展提供了千载难逢的历史机遇。然而, 乡村振兴战略关键在于贯彻落实, 有效运用于地方实践。本文以作为民族地区的三江侗族自治县为例, 在分析当地自然环境、交通条件、经济概况、文化资源等发展现状的基础上, 研究该地区旅游发展的现存困境, 并尝试提出民族地区旅游电商化的对策, 以旅游电商化的可行性路径助推以三江县为代表的民族地区实现乡村振兴的战略目标。

关键词

民族地区, 旅游, 电商化发展, 三江侗族自治县

The Development Path of E-Commerce Tourism in Ethnic Regions

—A Case Study of Sanjiang Dong Autonomous County

Xianhua Yang

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Oct. 18th, 2024; accepted: Nov. 5th, 2024; published: Jan. 8th, 2025

Abstract

The current Party and State are vigorously promoting the strategy of rural revitalization, aiming to promote the comprehensive development of rural areas and provide a rare historical opportunity for the economic and social development of rural areas, including ethnic areas. However, the key to the rural revitalization strategy lies in its implementation and effective application in local practices.

This article takes Sanjiang Dong Autonomous County, which is an ethnic region, as an example. Based on the analysis of the local natural environment, transportation conditions, economic overview, cultural resources and other development status, it studies the existing difficulties in the tourism development of the region and attempts to propose countermeasures for the e-commerce of tourism in ethnic regions. The feasible path of tourism e-commerce is used to promote the strategic goal of rural revitalization in ethnic regions represented by Sanjiang County.

Keywords

Ethnic Regions, Travel, E-Commerce Development, Sanjiang Dong Autonomous County

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

三江侗族自治县,简称三江县,因其境内有着都柳江、浔江与融江三条大河分别流经,故有“三江”之名。在地理位置上,三江县位于广西壮族自治区北部;在行政区划上,隶属于广西壮族自治区柳州市,是广西唯一的湘、桂、黔三省(区)交界地。三江县具有独特优越的自然环境及浓郁的多民族地区文化,生活着汉、侗、苗、壮、瑶等各个民族的居民,众多民族文化习俗在此地交汇共融,是一个多民族交融共生的典型地区,是发展生态和民族文化旅游的“洞天福地”,为三江县经济、文化与社会发展提供了充足的先天优势。但长期以来,三江县由于地处三省区之交界地带,山峦叠嶂,与外地的水陆交通发展滞后,不仅导致其旅游业发展缓慢,还对三江县经济社会的健康有序发展造成了不利影响。

三江县经济社会发展缓慢的状况直到改革开放特别是党的十八大以来有了根本性改变。自党的十八大以来,乡村振兴战略持续深入推进,以三江县为代表的各地乡村振兴不断取得丰硕成果,各行各业兴旺发达,尤其是其具有独特发展优势的民族地区旅游业,更是呈现繁荣局面。有鉴于此,为更好发挥三江县旅游优势,助推地方乡村振兴,有必要对其旅游业展开分析,结合大数据时代发展三江县的旅游业电商化之路。

2. 三江县旅游业发展的依托

2.1. 自然环境

三江县处于北半球低纬度亚热带地区,气候温和湿润,冬暖夏热,降水充沛。全年平均气温为 17℃~19℃,雨热同期,寒暑分明,四季宜耕。一年四季,春多寒冷阴雨、夏有高温大雨,年平均降水量为 1493 mm,年实际日照数平均 1333.3 小时。土层肥厚,多为有机质含量高的壤土。在优良的温度、降水以及土壤等自然条件的孕育下,三江县境内林木广布,多为常绿阔叶林带,经济林有杉木林、油茶林、竹林等,形成了风景优美的山地河谷的林木景观[1]。

2.2. 交通条件

三江县交通条件逐年改善。公路方面,三江县形成以 209、321 两大国道为主干道的通达四方的公路交通网络,境内公路总里程达到 1080 公里,全县 15 个乡镇以及 160 个行政村形成公路畅通的局面。水路方面,三江县形成以老堡为中心,县内的主要航道有:浔江航道、榕江航道、融江航道等三条航道。改革开放后,航道治理因公路发达而有所减弱,一般维持投资在 7000 元左右。进入新世纪,由于经济发展

和县内旅游业发展的需要,航道整治投资有较大增加,2001~2004年,航道整治经费每年都在2万元以上[2]。铁路方面,三江县境内焦柳铁路南北贯穿、贵广高铁东西贯通,为华南地区和西南地区的游客提供了便捷的交通之利。

2.3. 经济概况

据统计,2019年三江侗族自治县GDP总量达到73.92亿元人民币,经济不断发展,形成以农业为主要产业的经济发展局面,比较明显的是油茶、茶叶两大产业。油茶方面,党的十八大以来,三江县把油茶生态经济产业作为打赢脱贫攻坚战、持续稳定农民收入水平和实施乡村振兴战略的重大支柱产业推进,全县油茶年产值达13亿元,每亩年产量达到30公斤以上,比现在油产量增长5倍以上,实现贫困户人均1亩高效茶、人均增收3000元以上的目标[3]。茶叶方面,三江县作为“中国名茶之乡”“全国重点产茶县”和“全国十大生态产茶县”,三江具有生产优质茶产品的优越生态环境和得天独厚的茶产业发展基础。早在1996年,三江就把茶叶农业产业作为特色支柱产业来抓并将发展茶叶种植作为脱贫攻坚的抓手予以重点扶持。推动三江茶产业高质量发展,是促进三江茶农增收、茶企增效、茶市繁荣进而促进三江乡村振兴和共同富裕的迫切需求[4]。另外,三江的服务行业尤其是餐饮业和酒店业的快速发展,县内出现了雅斯特全国连锁酒店、侗乡国大酒店、维也纳酒店等大型酒店,为游客提供了舒适的下榻环境,更好地满足游客的身体和心理需求。

2.4. 文化资源

“桂林山水甲天下,民族风情看三江。”三江县作为广西壮族自治区唯一一个侗族自治县,侗族、苗族、瑶族、壮族等少数民族祖祖辈辈在此繁衍生息,孕育了璀璨无比的民族文化。三江县的民族特色历史文化是它鲜活的灵魂,当地人关注、发掘三江的自然环境与人文资源价值在县城的发展中起到了举足轻重的作用,具有侗族特色的风雨桥、鼓楼对于来访游客、学者都是最大的吸引点。并且,由于政府的重视、民间的行动,境内形成了程阳景区、八江景区、孟江景区、洛江民间文化艺术旅游区、斗江-高基-和平生态休闲旅游区等著名景区。这为三江县发展第三产业奠定了丰富的民族文化资源。

3. 三江县旅游业的发展困境

长期以来,三江县属于国家级深度贫困县行列。不过随着近几年三江县高铁的开通,“精准扶贫”等国家政策的提出,三江县依托地理位置、气候环境、人文景观等优势,将区域资源、历史文化遗产与旅游产业结合起来,吸引了大量游客前往,尤其是侗族的特有建筑风雨桥以及侗族鼓楼,使得三江县的第三产业更加具有民族特色文化历史的开发价值。以上优势大力推动了三江县的经济发展、多民族地区的民族团结及脱贫攻坚进程,三江县人民坐上了脱贫致富的高速列车。2019年11月14日,三江侗族自治县更是被生态环境部评为第三批国家生态文明建设示范县。

然而,三江县在发展旅游业的过程中也不可避免地出现了一些问题,主要表现在:一是综合经济实力还是相对薄弱,经济总量小,难以对旅游业形成有效的配合效应以及经济支撑;二是工业经济发展动力不足,占经济总量低,无法建成完整的工业体系,不能很好的对旅游业起到增加旅游工业产品的销售收入;三是农业发展规模较小,生产水平低,现代化农业生产模式未能够有效建立起来,也难以支撑旅游业的可持续发展;四是少数民族的历史文化资源未能有效地挖掘出来,没有充分发挥资源优势,更多独具地域、民族的特色文化资源没有充分展现,不能以地方最大的旅游吸引力招徕更多的外地游客。

总之,三江县受制于自身经济发展水平、第一第二产业发展有限、地方民族特色文化资源开发不足等各种原因,未能对各地游客产生较大的吸引力,导致其旅游业知名度不高、旅游业发展规模有限、旅游业创收不足,进而旅游业难以转化为当地乡村振兴的强大内生动力。

4. 三江县旅游业电商化的发展路径

党的二十大报告指出：“构建优质高效的服务业新体系，推动现代服务业同先进制造业、现代农业深度融合。”这为三江县旅游业解决目前面临的难题提供了很有启发的思路。旅游业作为现代服务业，势必要与先进的制造业、现代农业相互融合，达致联动发展的效应。结合三江县旅游业的发展实际，由于三江县缺乏完整产业链和先进制造业的分布，所以应借助大数据时代的电商力量，以电商为牵引，整合三江县旅游业与农业的联动互融发展，盘活三江县乡村资源、激活地方旅游产业，推进旅游业供给侧结构性改革和深化实施扩大内需战略。

4.1. 统筹规划旅游线路电子化

经过整合规划，三江县目前主要有五大主要旅游线路，分别为：

A 线：程阳一日游 三江县城 - 程阳桥 - 马安寨鼓楼侗族歌舞表演 - 三江。

B 线：孟江一日游 三江县城 - 程牛梯田 - 座龙寨 - 八协侗寨 - 岜团人畜分道立交桥 - 独峒(童子芦笙表演)。

C 线：老堡一日游 三江县城 - 和里、南寨人和桥、鼓楼、南寨侗族油茶歌舞 - 产口千年古榕 - 乘船游榕江 - 参观三江县古县城(怀远镇、老堡镇)。

D 线：桂林 - 龙胜 - 三江 - 肇兴 - 从江 - 榕江 - 雷山 - 凯里。

E 线：柳州 - 融水 - 三江 - 龙胜 - 桂林。

以上所规划的旅游线路，比较全面系统地整合三江县现有著名的旅游景点和项目之间的路线串联，为游客在三江县内游玩出行提供了切实可行的行程方案。但是，主要旅游线路不会自动被游客所认识和记忆，还需要通过电子化的形式来向广大游客进行推广和宣传。比较切实可行的路径是将五大主要旅游线路以电子化的形式上传到电商小程序，让每一位到来的游客可以用智能手机操作，自主进行旅游线路的比较选择。

4.2. 旅游中的生态农业产品电商营销

三江县地处亚热带山地丘陵地区，雨水充沛、冷暖适宜，具有悠久的农耕历史，早在清代时期，三江县产出的油茶、茶叶就已经畅销广西、广东等地，以优异的品质受到市场的欢迎。互联网经济已与每个人的生活紧密相关，电子商务市场对于整个零售业的影响也是难以切割的，因此茶商应充分接受消费者的网购习惯，并积极主动推进全新的网络营销新模式[5]。在旅游电商化的过程中，三江县的油茶、茶叶等地方特色农产品，应积极加大对油茶、茶叶等地方特色农产品的品牌建设力度，凝聚产品知名度。具体而言，三江县应采取多维度、多渠道的方式，在游客来到之前就能通过抖音、快手等各种互联网平台认识到三江县的特色农产品；在三江县旅游过程中通过当地的实地广告宣传、电商小程序的适度推送，让游客知晓地方特产甚至直接购买；在游客结束三江县行程之后，仍然通过各种电商平台推介农产品，增加电商助农的力度，扩大三江县油茶、茶叶等生态农产品的知名度与影响力，提升三江县生态农产品的市场竞争力，为三江县生态农产品发展提供良好的旅游助农氛围。另外，研究发现政策支持可以促进农产品电子商务形成产业集聚，并逐步形成品牌效应，促进农产品电子商务发展[6]。因此，三江县政府也应该为农产品电商营销提供一定的政策支持。

4.3. 旅游文创产品的电商营销

三江县历史底蕴厚重，民族文化风情万千，有风雨桥、侗族鼓楼、北王宫等众多名胜古迹，文化资源丰富。在游客尽情体验三江县当地历史文化古迹的同时，为了达到旅游业创收增收的目的，致富一方

百姓,可以更加深入挖掘地方历史文化,将三江县独具特色的民族建筑、民族服饰、民族乐器等文化标识进行再创作,塑造成具备三江特色的旅游文化产品,不断 IP 化、品牌化。更重要的是,以网络电商平台的方式对独具特色的三江县文创产品的创作过程、制造流程、物流配送进行深度整合,以互联网的思维、电商化的方式发展三江县旅游业的文创产业,灵活运用各类媒体平台,充分运用互联网平台做好文创产业的宣传工作。在网络时代,大多数网民通过互联网获取信息,因而,要顺应这一趋势[7]。让电商成为三江县旅游业的突破口,促使旅游业不止于单纯的旅游,还能令文创产业成为三江县旅游业的重要组成部分。如此一来,以电商化的方式运营三江县旅游文创产业,不仅能为当地带来增收致富,推动乡村振兴,也能让外地民众更好地感受地居中国西南腹地的三江县所具有的民族文化魅力与历史底蕴。

4.4. 旅游中衣食住行的电商化运营

发展旅游业,游客是旅游业发展的至关重要的因素,游客一到旅游目的地,不止游玩产生直接消费,而且在衣食住行等方方面面都产生大量的间接消费,这是旅游业能带动一个地区经济社会快速发展的重要原因。三江县旅游业也是有着衣食住行等各行各业作为支撑,成为旅游业繁荣发展的基础之一。但是,三江县旅游业目前面临着旅游业发展规模有限、旅游创收不足等困境,需要以电商化的方式对旅游业进行提质改造,而衣食住行作为旅游业的支撑行业,也需要走向电商化的路径。

首先是衣服方面。这里的衣不是指人们日常所穿的衣服,而是以旅游业为导向的民族特色服饰的出租销售。三江县作为一个侗族、苗族、壮族、瑶族等各民族的聚居之地,其衣服饰物也充斥着各具特色的民族风情,对外来游客具有吸引力,有着一定的经济价值。因此,可以充分运用电商化的运营手段,把各式各样的民族服饰相关信息发布在相关电商平台,设置好合理的价格套餐,面向游客出租、售卖服饰,并提供有偿旅拍服务。

其次是饮食方面。三江县的“中国油茶之乡”名号久负盛名,已经成为三江人民的重要经济来源。酸鱼、酸肉、鱼食、稻花鱼等民族饮食口味独特,可以起到吸引外来游客胃口的作用。在当地饮食发挥农家乐营业模式的基础上,将饮食运营电商化,所有饮食的价格、评价、特点等信息发布网上,针对浏览用户发放优惠券以及规划好早中晚饮食的搭配推荐,并且直接提供网上套餐购买方式,明码标价,为游客提供清晰、便捷、透明的饮食服务。

再次是住宿方面。在已有全国连锁酒店的基础上,着力宣传当地侗寨、苗寨等特色酒店,以互联网思维、电商化运营方式将三江县特色与非特色酒店的住宿信息、价格发布至电商平台,并借助携程、飞猪等旅游平台把住宿价格“打下来”,以物美价廉的品质打动游客的心,让游客享受到“宾至如归”的优良体验。

最后是出行方面。三江县交通经过多年发展,已经形成县城内外往来便利的局面。三江县域范围已有公交车、出租车、网约车等多种出行方式,但是存在各种出行方式之间不衔接的问题,而三江县旅游业的健康发展必须要有便捷出行、无缝衔接的交通方式。因此,可以采用电商化运营的方式,将三江县已有的各种交通方式统筹优化,不断使出行数据化、智能化、网络化,让游客以更为方便省事的方式约到车、约好车,享受旅游出行的“省时省心”。同时,以电商化方式将公交车、出租车、网约车的价格、线路、个性化定制等信息公开化、透明化,让游客在制定出行计划时,就能对出行时间和费用了然于心。

4.5. 旅游导游行业的电商化

三江县拥有众多原生态的自然风景与民族历史文化的景观,外来游客如果没有提前做好信息了解,可能会出现不能很好地体会当地自然与人文的外在和内在审美的情况,于是,具有了解三江县风土人情的专业性导游便应运而生。根据电商化的运营理念,三江县可以把所有导游的个人简介、专业背景、从

事经历、服务价格等信息发布于小程序、电商平台等网络空间,以便供游客合理、自主选择,增强三江县旅游行业的配套服务,以高质量服务更好满足新时代民众的旅游需求。

5. 结语

三江县具有得天独厚的自然环境以及多民族聚居共生的文化优势,在发展旅游业方面可谓具有很大的先天优势。然而,三江县受制于第一第二产业发展不足、传统民族历史文化未能更多转换成现实的文化旅游资源,故而三江县旅游业存在着旅游知名度不高、旅游业发展规模有限、旅游业创收不足等种种现实困境,使得具有先天优势的旅游业并没有得到很好的发展,进而无法成为三江县域乡村振兴的强大内生动力的支柱行业。因此,在新时代互联网及电商蓬勃发展的形势下,以电商化理念运营三江县旅游业具有切实可行的优势,本文也从旅游线路、农产品、文创产品、衣食住行、导游等方面提供三江县旅游电商化的具体对策,为旅游电商化助推民族地区乡村振兴提供较为合理的对策建议。

参考文献

- [1] 广西壮族自治区农业生态与资源保护总站. 广西野生茶树资源集锦[M]. 桂林: 漓江出版社, 2017: 77.
- [2] 蒙清荣. 三江侗族自治县概况[M]. 北京: 民族出版社, 2008: 155.
- [3] 三江侗族自治县人民政府. 三江县油茶品改工作亮点[EB/OL].
http://www.sjx.gov.cn/sjzt/jczt/dqzt/ycpg/zsk/202102/t20210207_2534036.shtml, 2019-08-05.
- [4] 三江侗族自治县人民政府. 三江县茶叶生产工作基本情况[EB/OL].
http://www.sjx.gov.cn/sjzt/jczt/dqzt/qmxczx/sjcgzbi/t19700101_3508523.shtml, 2024-08-15.
- [5] 张丽, 刘思莹. 茶叶电子商务盈利模式的选择与创新[J]. 福建茶叶, 2024(10): 12-13.
- [6] 蒙芹. 政策支持对农产品电子商务发展的影响研究——基于基础设施建设的调节效应[J]. 商业经济研究, 2024(20): 20-21.
- [7] 许立茹. 新媒体背景下文创产品的电商营销分析[J]. 办公自动化, 2022(21): 15-17.