

贵州黄岗侗寨“文化旅游 + 农村电商”融合发展研究

李秋凤

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月18日; 录用日期: 2025年4月2日; 发布日期: 2025年5月9日

摘要

黄岗侗寨拥有丰富的自然景观和深厚的文化底蕴, 近年来, 文化旅游逐渐成为其重要经济来源。然而, 随着电商经济的快速发展, 黄岗侗寨传统的文化旅游模式面临挑战, 亟需探索新的发展路径。本文通过分析黄岗侗寨“文化旅游 + 农村电商”融合发展的优势和可行性, 揭示其基础设施不完善、复合型人才匮乏、品牌意识薄弱的现实困境, 据此提出了加强基础设施建设、打造本土文旅电商平台、培养复合型人才、创新体验式旅游项目等优化路径, 旨在推动黄岗侗寨文化旅游与农村电商的深度融合, 实现文化保护与经济发展的双赢。

关键词

黄岗侗寨, 农村电商, 文化旅游

Research on the Integrated Development of “Cultural Tourism + Rural E-Commerce” in Huanggang Dong Village, Guizhou Province

Qiufeng Li

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 18th, 2025; accepted: Apr. 2nd, 2025; published: May 9th, 2025

Abstract

Huanggang Dong Village boasts abundant natural landscapes and profound cultural heritage, with cultural tourism gradually becoming a significant economic driver in recent years. However, the rapid development of e-commerce has posed challenges to its traditional cultural tourism model,

necessitating the exploration of new development pathways. This paper analyzes the advantages and feasibility of integrating “cultural tourism + rural e-commerce” in Huanggang Dong Village, highlighting practical challenges such as inadequate infrastructure, a shortage of interdisciplinary talent, and weak brand awareness. Accordingly, it proposes optimization strategies, including strengthening infrastructure construction, establishing a local cultural tourism e-commerce platform, cultivating interdisciplinary talent, and innovating experiential tourism projects. The aim is to promote the deep integration of cultural tourism and rural e-commerce in Huanggang Dong Village, achieving a win-win scenario for cultural preservation and economic development.

Keywords

Huanggang Dong Village, Rural E-Commerce, Cultural Tourism

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

黄岗侗寨，一个典型的侗族聚居村落，相对封闭的自然、地理和历史条件使其保存着较为原始和传统的文化风貌。独特的文化元素在这片土地上代代相传，形成了一个活态的文化博物馆，生动地展现了侗族人民的生活方式、价值观念和精神追求。

贵州黔东南地区是中国苗族和侗族文化的重要发源地之一，黄岗侗寨周边还有肇兴侗寨、岜沙苗寨等著名少数民族村落，形成了以贵州少数民族文化为核心的旅游区域。近年来，随着文化旅游的兴起，部分村民开始从事旅游相关行业，如开设民宿与农家乐、销售手工艺品等，旅游业逐渐成为寨子的重要经济来源。

然而，在电商经济蓬勃发展的当下，人们对于便捷化旅游的需求日益增长，黄岗侗寨传统的原始生活方式却在一定程度上制约了文化旅游的进一步发展。面对这一挑战，黄岗侗寨亟需探索新的发展模式，以实现文化保护与经济的双赢。在此背景下，“文化旅游 + 农村电商”融合发展模式应运而生，为黄岗侗寨的可持续发展提供了新的思路和路径。一方面，文化旅游能够充分发挥黄岗侗寨独特的自然景观和深厚的文化底蕴，吸引更多游客前来体验原生态的侗族文化；另一方面，电商的引入可以打破地域限制，将侗寨的手工艺品、特色农产品等推向更广阔的市场，推动侗寨的旅游产业发展。

2. 黄岗侗寨“文化旅游 + 农村电商”融合发展可行性分析

2.1. 兼具生态与文化价值

黄岗侗寨坐落于贵州省黔东南苗族侗族自治州黎平县双江镇东南部，地理位置优越，交通便利，可通过公路与周边主要城镇连接。作为一座始建于宋代、拥有 800 多年历史的侗族村落，黄岗侗寨是侗族文化保存最古老、最完好的侗寨之一。全寨三百多户居民以吴姓为主，日常使用侗语交流。寨子四面环山，三条溪流穿寨而过，周围古木参天，气候温和湿润，四季分明，生态环境优美。

2.2. 互联网信息技术的普及

在信息化时代背景下，黄岗侗寨村民的互联网信息技术应用水平也得到显著提升。互联网平台的广泛普及为当地文化旅游资源的数字化传播与推广提供了重要渠道。同时，依托电商平台，侗寨特色农产

品及手工艺品突破了地域限制,实现了更高效的市场对接。由此可见,文化旅游产业与农村电商的协同发展形成了良性互动,为侗寨经济注入了新动能,展现出广阔的发展前景。

2.3. 文化旅游资源丰富

黄岗侗寨有着独特的自然风光和深厚的文化底蕴。2009年,侗族大歌被纳入联合国教科文组织人类非物质文化遗产,被誉为“男声侗族大歌之乡”的黄岗侗寨保有一人领众人合,无指挥无伴奏的多声部合唱形式,具有独特的艺术价值。2012年,黄岗侗寨被列入首批“中国传统村落名录”,2014年被评为首批“全国少数民族特色村寨”,同时誉有“中国美丽休闲乡村”“贵州省乡村旅游重点村”等称号,这些都证明了黄岗侗寨有着独特和丰富的休闲旅游资源。

(1) 自然资源

梯田景观与“稻鱼鸭”共生系统。侗寨村民以香禾糯为主食。由于当地的盆地地形,村民在侗寨周边的山坡上开垦出梯田,用于种植香禾糯、玫瑰等经济作物。尤为值得注意的是当地的“稻鱼鸭”复合农业系统——“鱼鸭吃昆虫和杂草,鱼鸭粪肥田”,通过精细化的耕作管理,将水稻种植与鱼鸭养殖有机结合,形成了良性的生态循环模式,从而实现农田的多层次利用和生态系统的动态平衡。

(2) 人文资源

传统建筑文化。黄岗侗寨的建筑群落完整保留了侗族传统木质建筑的典型特征,建筑群沿南北走向的穿寨公路呈线性分布,构成了村寨最为显著的文化景观。传统吊脚楼作为主要民居形式,采用全木结构,以黑瓦黄木为基本色调;砖木结构的新型建筑数量在近年也呈上升趋势。五座鼓楼具有多重社会功能,既是议事、对歌的公共空间,也是开展自我教育和自我管理的重要场所。此外,用于香禾糯晾晒与储存的禾晾、禾仓等建筑,多沿溪流或山坡分布,其深色木质结构历经百年风雨仍保持完好,见证了当地悠久的农耕文化传统。

传统服饰文化。侗族传统服饰以其精湛的工艺而著称。服饰制作延续传统手工技艺,选用蓝靛草、棉花苗、野板栗壳等天然材料进行自染自纺自织。女性服饰以黑亮为主,对襟上衣搭配百褶裙,加以精致的刺绣、华丽的银饰和头部红花的点缀;男性服饰则简洁朴实,黑亮的上衣搭配同色包头巾,注重实用性。

民俗节庆文化。黄岗侗寨作为侗族文化的重要传承地,其文化生态系统保存完整,民俗传统延续良好。在饮食文化方面,保持着以糯米饭为主食、手抓饭的传统习惯:将糯米饭盛于大碗或小盆中,以手取食,配以菜肴。自酿糯米酒、咸鸭蛋、腌鱼、醋渍肉及生猪血等特色食品是餐桌必备。“勾肩搭背”与“扯杯酒”则是侗寨独具特色的饮酒礼仪。在传统节庆方面,腊月二十八的全村打糍粑、二十九的集体杀猪活动、正月初一的萨坛祭祀、初三至初八期间轮替举行的鼓楼对歌和“抬棺人”仪式,构成了完整的侗年庆典。此外,农历六月十五的“喊天节”及传统斗牛活动,更是展现了侗族文化的独特魅力与活力。

3. 黄岗侗寨“文化旅游 + 农村电商”融合发展现状和困境分析

3.1 “文化旅游 + 农村电商”融合发展现状分析

近年来,为促进旅游产业的发展,黄岗侗寨积极推进基础设施的升级改造,并实施了卫生积分制、“门前三包”责任制等一系列村规民约。此外,还出台了人畜分离、禁止散养狗等规定以进一步改善村落环境。然而,从客观角度来看,黄岗侗寨的文旅电商融合发展目前仍处于初级的探索阶段,整体水平有待进一步提升。

从游客市场来看,黄岗侗寨的游客数量呈现逐年增长的趋势,但除固定对接的研学旅游群体外,整

体市场规模仍然较小，且游客停留时间普遍较短。到访者多以自由行游客、摄影爱好者及少数民族文化爱好者为主。尽管游客对黄岗侗寨的自然风光与文化氛围普遍给予高度评价，但如何延长游客停留时间、提升消费水平，从而实现更高的社会效益，仍是当前面临的主要挑战。

从农村电商发展的角度来看，目前在侗寨内通过电商渠道获取经济利益的主体主要是一些长期或定期驻寨的网络红人。他们依托小红书、抖音等社交平台，通过发布动态或直播带货的方式推广当地特色产品。相比之下，本地侗民中仅有少数经营民宿或农家乐的老板会通过微信平台进行熟人交易，但其规模较小，且缺乏统一的标准和规范化的运营模式。由此可见，黄岗侗寨的农村电商整体发展水平较为滞后。具体表现为以下几个方面：首先，电商产品经营种类单一，主要以农产品及其加工品为主，缺乏特色产品，市场竞争力不足。其次，侗寨村民对电子商务的认知度和接受度较低，参与电商经营的意愿不强。最后，黄岗侗寨在农村电商领域面临资金和技术条件的双重制约，限制了其进一步发展[1]。

从文化旅游项目和产品来看，黄岗侗寨的特色节庆活动，如侗年和“喊天节”，对游客具有较强的吸引力。此外，侗族大歌表演、梯田景观等观光和文化体验类项目也受到一定关注。然而，这些旅游资源与产品的开发力度仍显不足，导致缺乏深度体验和互动性较强的项目，旅游产业链较短，游客消费水平普遍偏低。这一问题直接影响了游客的停留时间，使得“留不住人”的现象依然突出，还削弱了游客二次消费的意愿，同时降低了游客通过口碑传播带来的宣传效应。

3.2. “文化旅游 + 农村电商”融合发展困境分析

3.2.1. 基础设施不完善

一方面，农村电商经济的发展受到基础设施建设滞后的制约，具体表现为网络覆盖不足、物流配送体系不完善、冷链物流设施薄弱，以及农村电商服务站点和售后服务体系不健全等[2]。黄岗侗寨同样面临着这些挑战。该地区的特色农产品，如香禾糯、米酒、腌鱼腌肉等，若要通过电商平台销售，冷链物流设施是确保产品品质的关键。另一方面，为促进文化旅游产业的发展，黄岗侗寨的基础设施建设也在逐步推进，包括道路和消防工程的实施，以及停车场、公厕、卫生所、游客接待中心等设施的增设。然而，这些基础设施仍显简陋。此外，由于当地民宿多为纯木质结构，隔音效果较差，这些问题均需进一步改善。

3.2.2. 文旅电商复合型人才匮乏

首先，黄岗侗寨村民的文化程度普遍偏低，主要以小学、初中或高中学历为主。受小农思想的局限，村民对新生事物的接受能力较弱，对风险和不确定性的承受能力较低，因此难以适应旅游经济和电商经济带来的不确定性[3]。此外，大部分村民对文旅电商融合发展认知还不足，营销手段趋于同质化，缺乏创新性和相关知识，导致多数村民难以通过电商平台与市场有效对接。同时，大量青壮年劳动力外出务工，这部分人群的文化水平相对较高，对网络、软硬件设备以及电商模式的熟悉度较高，能够较快掌握相关技能，是农村电商发展的重要人才储备与核心力量[4]。然而，他们的外流进一步加剧了黄岗侗寨本土人才的匮乏。其次，外部农旅电商复合型人才引进与留存面临较大困难[5]。黄岗侗寨在医疗、教育、信息化建设等方面相对落后，加之发展空间有限，职业发展机会较少，难以吸引高水平的专业人才加入。这些因素共同制约了黄岗侗寨农旅电商的进一步发展。

3.2.3. 品牌意识薄弱，品牌影响力不足

这一现象在黄岗侗寨的电商产品及文化旅游项目和产品中均存在。第一，如前文所述，民宿老板销售农产品的规模较小，缺乏统一的规范和标准，导致同一地区的农产品质量参差不齐，可能对消费者的整体体验产生负面影响。第二，侗寨村民普遍缺乏品牌意识，在生产过程中更注重产量，而忽视了对品

牌的经营与管理,商标意识和品牌建设意识较为薄弱[6]。第三,宣传力度不足。黄岗侗寨内部媒体平台有限,且缺乏宣传推广的专业人才,导致媒体宣传效果不佳。同时,村民自身难以承担高昂的专业宣传费用,使得农产品曝光率较低,难以被消费者熟知,无法形成具有影响力的品牌,也缺乏稳定且忠实的消费群体。

4. 黄岗侗寨“文化旅游 + 农村电商”融合发展优化路径

4.1. 加强基础设施建设

第一,完善交通基础设施,地方政府应加大资金投入,推进道路建设,普及和推广冷链物流。第二,加快推进侗寨的无线网络全覆盖工程,既满足游客信息获取与传播需求,又为村民提供农产品线上销售、客户对接及物流沟通的信息化支撑,全面提升侗寨信息化服务水平。第三,持续改善侗寨人居环境,加强道路清洁、垃圾处理等环境卫生管理,配套建设休闲娱乐等公共服务设施,全面提升侗寨的环境品质。

4.2. 推进文旅电商复合型人才队伍建设

一是通过与高校、职校合作,招募志愿者,利用“线上 + 线下”的方式,开展如短视频制作、直播带货、平台运营等针对性的技能培训。二是通过政策引导和成功案例示范,增强村民对文旅电商融合发展的认知和信心。同时,设立专项扶持资金、提供风险保障机制,鼓励村民尝试文旅电商创业的同时还能吸引青壮年劳动力回流,引进外部人才。三是建立“本地 + 外部”人才协作机制,通过“传帮带”模式,提升本地村民的文旅电商运营能力。同时,鼓励外部人才与本地村民共同开发文旅产品,实现优势互补。

4.3. 强化品牌建设,打造特色 IP

4.3.1. 打造本土文旅电商平台

本土化、区域性的旅游电商平台具有“船小好调头”的灵活优势,能够精准对接本地特色旅游资源,快速响应市场需求[7]。以“千户侗寨醉美肇兴”微信平台为例,整合肇兴侗寨、堂安侗寨等地的优质文旅资源,通过“景区资讯”“门票预订”“景区全景”三大功能模块,提供定制特色游览线路、实时发布节庆活动日程、分段门票预订服务、AR 实景 720°全景展示景区风貌等服务,运用数字化手段将景区资源、服务项目等信息进行有机整合,为游客提供从行前规划到现场体验的全流程智慧化服务,有效提升游览便利性和体验满意度,充分展现了区域性平台的独特优势。以此为蓝本,黄岗侗寨也可以打造具有本土特色的统一化、规范化的数字服务平台,构建集文化展示、旅游服务、产品营销于一体的综合性官方平台。黄岗侗寨可联合周边特色村寨,由文旅部门牵头、电商企业和村寨代表参与,系统梳理和数字化采集本土非遗文化、自然景观、民俗活动等优质资源,通过官方微信平台系统化地呈现出完整的游览服务体系。

4.3.2. 创新体验式文化旅游,打造本土品牌 IP

一方面,结合季节特性设计差异化的旅游项目:春季以农耕文化体验为主,让游客参与插秧、播种等农事劳作;夏季依托凉爽气候,开展捉鱼烧烤、避暑观光与民俗节庆等活动;秋季以丰收为主题,推出农产品采摘与加工体验项目;冬季则以侗族传统年俗为核心,打造沉浸式文化体验。深度挖掘农业文化资源,将梯田景观、传统农耕、织染技艺、侗族大歌等元素有机融合,开发集观光、体验、科普于一体的体验式文化旅游项目,使游客在参与中获得身心愉悦与文化认知。另一方面,依托文旅电商平台,对旅游资源进行统一规划与管理,通过品牌化运营与数字化营销,将香禾糯、手工艺品等特色产品打造为黄岗侗寨的文化符号,统一品牌形象设计,讲好品牌故事,进一步提升品牌影响力与市场核心竞争力。

4.4. 充分发挥政府职能作用

重点从以下三个方面推进：其一，发挥政府统筹协调职能，对黄岗侗寨旅游资源实施统一规划与科学管理，通过建立健全标准化生产体系、完善产品质量认证机制，系统打造具有地域特色和文化内涵的文旅电商品牌，全面提升黄岗侗寨文旅电商产业的核心竞争力与品牌影响力。其二，完善惠农政策体系，优化社会资源配置，充分调动村民参与农旅电商融合发展的积极性，构建政府引导、村民主体、多元参与的发展格局。其三，厘清政府与市场边界，避免职能越位与缺位，以促进侗寨发展为核心，实现多方主体利益共享、协同发展[8]。

5. 总结

文化旅游作为一种以乡村文化体验、传统民俗展示和自然景观观赏为核心的旅游形态，其发展既源于农民增收致富的内在需求，也承载着传统文化保护与传承的重要使命。农村电商的蓬勃发展则得益于数字平台的技术支撑和新兴消费模式的推动，展现出强大的市场活力。实践证明，这两大领域的融合发展具有多维度的驱动因素：文化旅游为农村电商注入文化内涵和流量资源，农村电商则为文化旅游提供产品变现渠道和数字化手段，二者相互赋能、优势互补，最终实现产业协同的倍增效应。

黄岗侗寨依托其得天独厚的自然景观资源和丰富的民族文化积淀，在文化旅游与农村电商融合发展方面具有显著优势。二者的有机结合不仅能够实现优势互补，更能产生显著的协同放大效应。文旅电商融合发展模式将文化资源有效转化为经济价值，既为黄岗侗寨特色文化的保护与传承提供了新思路，又通过产业融合带动经济发展，对推动黄岗侗寨实现乡村振兴战略目标和可持续发展具有重要的实践意义。

参考文献

- [1] 王文佳. 农村电商发展影响因素与对策——以中部欠发达地区为例[J]. 商业经济研究, 2019(12): 129-132.
- [2] 马娟. 乡村振兴战略下农村电商经济发展的困境与对策[J]. 农村经济与科技, 2024, 35(22): 262-264, 271.
- [3] 周飞飞. 电商经济赋能农户对接市场的作用、困境及应对[J]. 农业经济, 2023(1): 139-141.
- [4] 闫鑫. 乡村振兴背景下农村电商发展机遇、困境及对策分析[J]. 中国商论, 2023(7): 41-44.
- [5] 包博博. 乡村振兴背景下农村电商人才培养策略研究[J]. 中小企业管理与科技(下旬刊), 2021(33): 119-121.
- [6] 朱品文. 农村电商发展困境及对策分析[J]. 商业经济研究, 2016(10): 68-69.
- [7] 肖强. 乡村旅游与旅游电商的关系研究[J]. 漫旅, 2023, 10(12): 123-125.
- [8] 李烽. “乡村旅游”+“农村电商”的融合发展路径探索[J]. 产业与科技论坛, 2021, 20(24): 13-14.