

基于文化传承视角的云南民族旅游发展SWOT分析

陆敏¹ 岳茂伟²

1. 云南工商学院; 2. 昆明冶金高等专科学校

摘要: 大力发展民族旅游, 突显少数民族文化内涵, 不仅可以推动旅游业的发展, 同时也有利于增强民族文化认同, 促进传统文化的传承与传播。云南是全国世居少数民族最多、特有民族最多的省份, 少数民族人口占到了全省总人口的三分之一, 发展民族旅游具有得天独厚的条件。本文通过 SWOT 分析云南民族旅游的优势、劣势、机会和挑战, 并提出发展对策与建议。

关键词: 文化传承; 云南; 民族旅游; SWOT分析

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.04.085

一、引言

中国是一个多民族国家, 不同地区、不同民族、不同文化在数千年的历史发展演变过程中相互碰撞、彼此融合, 最后汇聚成了博大精深、绚丽多彩的中华文化。多元民族文化的交流融汇形成了中华民族兼容并蓄的文化共同体。习近平总书记在党的二十大报告中指出“推进文化自信自强, 铸就社会主义文化新辉煌”。国家“十四五”规划和云南省“十四五”规划中都明确指出: 深入实施中华优秀传统文化传承发展工程, 推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展; 加强文旅融合, 支持民族地区发挥特色旅游资源优势, 加快旅游产品培育; 挖掘民族文化资源。

云南作为全国少数民族种类最多的省份, 根据统计, 人口在5000人以上的世居少数民族有25个。其中, 白、哈尼、傣、傈僳、独龙等15个少数民族为云南特有。在旅游业发展过程中, 充分挖掘少数民族资源, 突显少数民族文化内涵, 不仅可以扩大云南旅游品牌的知名度, 推动云南旅游的特色化、高端化发展。同时, 也有利于增强各民族之间的文化认同, 促进各类传统文化的传承与传播。

一直以来, 旅游业都是云南省的支柱产业之一。旅游业的发展对全省的社会经济以及文化都有着巨大的影响。目前云南的旅游产业已经积累了一定的优势, 形成了一定的品牌知名度, 但是与此同时, 也存在一定的制约和短板。特别是在党的二十大胜利召开, 疫情防控政策调整, 经济社会开启全面复苏的背景下, 旅游业作为最先恢复发展的行业之一, 更是面临着众多的机遇和挑战。鉴于以上情况, 本文使用 SWOT分析法, 对影响云南民族旅游发展的机会、威胁、优势、劣势各方面因素

第七次全国人口普查云南各民族人口数据
(单位: 人)

民族	人口数	民族	人口数
全省	47 209 277	藏族	147 935
汉族	31 573 245	景颇族	146 395
彝族	5 071 002	布朗族	119 769
白族	1 603 728	普米族	43 061
哈尼族	1 632 981	怒族	34 314
壮族	1 209 837	阿昌族	39 984
傣族	1 259 419	基诺族	25 268
苗族	1 253 291	德昂族	20 776
傈僳族	705 203	蒙古族	25 239
回族	737 548	独龙族	6 735
拉祜族	469 301	满族	19 628
佤族	383 569	水族	9 795
纳西族	304 198	布依族	68 140
瑶族	218 825	其他	80 091

进行分析。

二、云南民族旅游发展战略的态势分析

(一) 优势

1. 丰富多样的民族人文资源

2015年1月, 习近平总书记在云南考察工作时, 对云南提出了“三个定位”, 即努力建设民族团结进步示范区、生态文明建设排头兵、面向南亚东南亚辐射中心。根据《云南统计年鉴2022》, 第七次全国人口普查数据显示, 云南省总人口4720.9万人, 其中少数民族人口占到了总人口的三分之一, 达1563.6万。云南有25个世居少数民族人口在5000人以上, 特有少数民族包括白、哈尼、傣、傈僳、独龙等15个。各个民族都有独特的文化传统、民族节日, 比如西双版纳傣族泼水节、楚雄彝族火把节、大理白族三月街民族节、红河哈尼族十月年、德宏景颇族目瑙纵歌节、怒江傈僳族阔时节等。

少数民族文化是中华民族传统文化的重要组成部分，发扬和传承少数民族文化对于发展壮大我国文化力量，树立民族自信有举足轻重的作用。众多不同的少数民族，多姿多彩的民族风情构成了云南民族文化的多样性和丰富性，也为发展旅游业提供了基础。

2. 舒适宜人的气候条件

云南立体气候的特点非常显著，干湿季节分明、气温随地势高低垂直变化明显。分区域来看，滇西北地区是寒带型气候，长冬无夏，春秋较短；滇东、滇中地区是温带型气候，四季如春，遇雨成冬；滇南、滇西南地区是低热河谷区，其中有一部分在北回归线以南，进入了热带，长夏无冬。在一个省区内，同时具有寒、温、热三带气候，一直有“一山分四季，十里不同天”的说法。从时间来看，全省最热的月份一般是七月，月平均气温在20℃~23℃之间；最冷的月份一般是一月，月平均气温在7℃~11℃之间，年温差一般在10℃左右。从气候上来看，云南可谓是四季如春，不仅是避暑大省，也是避寒大省，一年四季都适合旅游。

（二）劣势

1. 基础设施有待提升

近年来，云南加快了基础设施的建设，特别是交通方面。到目前为止，全省公路总里程累计达到了30万公里，其中高速公路突破了1万公里；铁路运营里程达到了4741公里，16个州市中有13个州市通铁路、8个州市通高铁；航空方面，全省投入运营的民用运输机场有15个。特别是2016年沪昆高铁、云桂客专云南段运营，云南旅游迈入了一个崭新阶段，进入“高铁时代”。但总体上看，目前还存在发展不平衡不充分的问题，比如：铁路成线不成网，公路路网不均衡，运输结构不合理等；另一方面，项目建设中也存在诸多问题，比如资金短缺、要素保障制约因素多等。特别是民族旅游地区，多位于边境地州偏远山区，交通不便，住宿等其他配套设施也不足。

2. 民族旅游形象挖掘不充分

云南少数民族众多，少数民族语言种类繁多，民族戏剧歌舞、民族节日、民族乐器特色鲜明，文化内涵丰富。而且由于各民族聚居区域有所不同，分布在不同的地方，受此影响，民族文化也具有一定的区域性特征，例如西双版纳傣族文化、大理白族文化、丽江纳西族文

化、楚雄彝族文化等。但目前来看，大部分游客对云南少数民族的印象更多地是停留在西双版纳傣族、大理白族、丽江纳西族，其他少数民族特色还有待进一步挖掘。而且整体而言，各民族文化开发形式单一，民族特点不突出，内涵延伸不够。

3. 数字化智慧化有待提高

2017年以来，云南在全国率先打造“一部手机游云南”全域智慧旅游平台。目前，“一部手机游云南”App和小程序可以提供旅游服务信息、预约预订、导游导览等功能，累计建立了39个应用场景、60多个服务功能。“游云南”App累计下载量已超4100万，注册用户845万。但与旅游业是云南省支柱产业的地位相比，“一部手机游云南”平台的影响力、覆盖面、使用率仍然不足，创新不够，尚未探索出行之有效的市场化运营管理模式。特别是在移动互联高度普及的当下，现有的各类在线旅游平台和App其实已经足够支持游客自己实现“一机游”，在这种情况下，“一部手机游云南”如何与各大平台的兼容互动，如何让更多游客接受使用是一大问题。

（三）机遇

1. 各级部门大力支持

在国家层面，习近平总书记对云南的“三个定位”，既是基于云南省情实际的明晰定位，也是云南的发展方向。在国家积极构建新发展格局，经济社会发展绿色转型的背景下，充分利用生态环境资源和民族文化资源，发展民族旅游，既可以促进民族地区的发展，助力乡村振兴，也是推动生态文明建设的重要举措。此外，国家“十四五”规划中明确指出：深入实施中华优秀传统文化传承发展工程，推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展；《“十四五”旅游业发展规划》指出，支持民族地区、边疆地区和欠发达地区发挥特色旅游资源优势，打造一批少数民族特色村镇、民族文化旅游示范区等。其中明确提到“重点推动建设香格里拉民族文化旅游区、滇黔桂民族文化旅游区等特色旅游功能区建设”；同时，实施“旅游促进各民族交往交流交融计划”，推动各民族在空间、文化、经济、社会、心理等方面全方位嵌入，铸牢中华民族共同体意识。

在省级层面，云南省“十四五”规划提出，加快民族团结进步示范区建设；支持民族地区发展旅游、民族

文化创意设计、民族工艺品等特色产业；围绕生物多样性、景观多样性、民族多样性、文化多样性的特色，建设大滇西旅游环线；弘扬中华优秀传统文化，挖掘民族文化资源，建设富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区。《云南省“十四五”文化和旅游发展规划》中也提出：实施文化和旅游高质量发展“十大工程”，加强对云南文化的发掘研究和阐释，形成优质“文化基因”图谱，深度挖掘展示和开发利用独有的民族文化资源。加快旅游产品业态创新，聚焦“16个10”世界级精品旅游产品目标，其中包括建设10个民族文化集中展示中心；建设打造一批民族风情、历史文化旅游名镇（旅游小镇）。在各级政策的全力支持下云南旅游发展潜力巨大。

2. 旅游市场经济复苏

据统计，2023年春节假期期间，全国国内旅游出游3.08亿人次，恢复到了2019年同期的88.6%。云南更是成为国内热门旅游目的地。2023年春节假期期间，全省共接待游客4514.61万人次，排名全国第二；旅游收入达到了384.35亿元，排名全国第一，再创假日旅游历史新高。西双版纳、昆明、丽江、大理四个传统热门旅游城市酒店预订量同比上涨均超过5倍，普洱、保山等相对小众的旅游目的地酒店预订涨幅更是超过了10倍。未来，消费和经济复苏已是大势所趋，过去因为疫情而大受影响的旅游业也将逐渐回归正常化，在这一过程中，云南旅游大有机会。

（四）挑战

1. 旅游市场客源竞争日益激烈

据统计，全国31个省市自治区中有24个将旅游业作为重点发展产业，日益激烈的客源市场竞争不仅需要独具特色的旅游资源，而且需要更高层次的旅游形象，体现个性和特色的旅游产品和高质量的旅游服务，云南省欲在群雄林立的旅游客源市场中占据一席之地，且后发制人，则需要技高一筹的策划和推销。精密组合旅游资源，突出生态特色，形成地方民族文化氛围，借鉴国外开发经验，创建国际品牌，打造独特的旅游产品。

2. 破坏民族文化和生态环境

旅游开发与环境保护一直都是难点问题。在旅游开发过程中，一些经营者为了追求经济利益最大化，往往会对民族文化进行删减甚至扭曲，以此迎合市场需求。

所以对民族文化而言，旅游不仅提供了新的传承机会，也可能会加剧其破坏。此外，近几年云南旅游发展迅速，各种景区开发持续进行，但一些地方对环境保护不重视，生态破坏也随之而来。因此，对云南民族文化旅游资源的开发必须严格按照有关规定，杜绝破坏性建设，注重挖掘、保存和提升民族文化，实现人口、资源和优秀文化传承的协调发展，使经济效益、社会效益和环境效益达到最优化、持续化。

结语

文化资源是旅游发展的核心。当前，国家层面和云南省级层面都出台了一系列的政策，倡导文旅融合、以文促旅、以旅彰文。云南省拥有丰富多彩的少数民族文化旅游资源，必须结合实际，坚持“扬优势、强弱项、抓机遇、补短板”才能不断壮大旅游产业，展现云南民族文化的独特魅力，让越来越多的人了解优秀的民族文化，最终达到弘扬传统文化的目的。

参考文献

- [1] 曹诗图, 袁本华. 论文化与旅游开发[J]. 经济地理, 2003(03): 405-408.
 - [2] 李辉, 武晓英, 周彬, 虞虎. 国际民族旅游研究综述[J]. 中国生态旅游, 2022, 12(06): 993-1006.
 - [3] 吴必虎, 余青. 中国民族文化旅游开发研究综述[J]. 民族研究, 2000(4): 85-94.
 - [4] 张冠群, 阿荣娜, 宋河有. 民族旅游场域中文旅融合的逻辑分析——基于旅游本质的再思考[J]. 资源开发与市场, 2022, 38(12): 1505-1512.
 - [5] 杨洋. 论保护性开发云南民族文化旅游资源[J]. 时代经贸(下旬刊), 2008(05): 110.
 - [6] 徐吉良. 旅游文化的特点及其在旅游业中的地位和作用[J]. 旅游纵览, 2021(17): 185-187.
 - [7] 范周. 文旅融合的理论与实践[J]. 人民论坛·学术前沿, 2019(11): 43-49.
 - [8] 黄晶. 多民族地区基于旅游的民族文化整体传承[J]. 贵州民族研究, 2017, 38(10): 4.
- 基金项目：本文系云南省教育厅科学研究基金项目：《基于文化传承视角的云南旅游语言景观研究——以云南民族村为例》，项目编号2023J1463的阶段性成果；《乡村振兴视角下的云南观鸟旅游可持续发展研究》，项目编号2022J1315的阶段性成果。