



# 广西平乐县大发水泊瑶山景区 地方性旅游开发研究

梁福兴<sup>1</sup>, 卫银栋<sup>2</sup>

(1. 桂林理工大学 旅游学院, 广西 桂林, 541004;

2. 桂林理工大学 旅游学院, 广西 桂林, 541004)

**摘要:** 地方性是旅游目的地赖以生存和发展的重要吸引力之所在, 也是旅游景区创新开发最大的创意源泉。广西平乐县大发水泊瑶山景区, 是一处典型的瑶族聚居区。通过阐述地方性的概念及其在旅游开发中的重要性, 整理和确定了景区的地方性特色, 并提出了地方性在旅游产品开发中的应用方法。

**关键词:** 地方性; 旅游开发; 大发水泊瑶山景区

中图分类号: F592.767

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2012) 03-0099-05

旅游业这一朝阳产业, 正在被越来越广泛的开发, 但在实际的开发过程中, 出现了旅游景区风格类似、差异性不明显、竞争优势不突出等普遍问题。多数的景区开发只是在毁坏规划区过去辉煌的基本特征、历史上的最佳景色等优势, 而人为地做一些毫无文化内涵、照抄照搬外国建筑设计形态的赝品, 来快速地建成一个新的景区。然而这样的景区并不能在旅游买方市场中塑造自己独特的形象为旅游者所识别, 也不能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。为了避免类似现象的发生, 在旅游开发中应注重旅游地的地方性, 挖掘旅游地的文化内涵, 通过建设将内涵外显转化后, 提升旅游景区的品味, 增强旅游景区的竞争力。

## 一、地方性概念解析

赵飞羽认为, 地方性不仅包括一个地域(国家、城市、风景区)的地理背景, 即自然地理脉络(地貌),

还包括一个地域人类历史文化作用产生的社会文化氛围和社会文化脉承, 即社会人文脉络(文脉)<sup>[1]</sup>。

方晓喆认为, 所谓地方性, 即某一区域与一种特定的文化本源联系起来, 形成的区别于其他区域的独具一格的品性<sup>[2]</sup>。

长期以来, 旅游规划设计者多使用“文脉”(Context)这一与“地方性”相似的概念, 原意指文学作品的“上下文”关系, 用以指称规划对象的“文化脉络”——文化承启关系<sup>[3]</sup>。

江璐明、梁国昭等认为, “文脉”是一个特定地域(国家、城市、村镇等)在悠远的发展进程中形成的、有别于其他地域的社会人文背景及文化积淀, 是一个特定地域演进过程中不同阶段留存下的历史印记, 是地区特质的组成部分, 是地区彼此区分的重要标志<sup>[4]</sup>。

此后, 范业正等为了便于产品开发分析, 提出“地貌”概念, 用来表达地理自然背景, 从而使文脉仅

收稿日期: 2012-05-08

作者简介: 梁福兴(1963-), 男, 广西桂林人, 壮族, 桂林理工大学旅游学院副教授, 广西师范大学1999级文艺学专业研究生, 研究方向: 民族文化与旅游研究; 卫银栋(1988-), 男, 山西河津人, 汉族, 桂林理工大学旅游学院硕士研究生, 研究方向: 文化旅游研究。

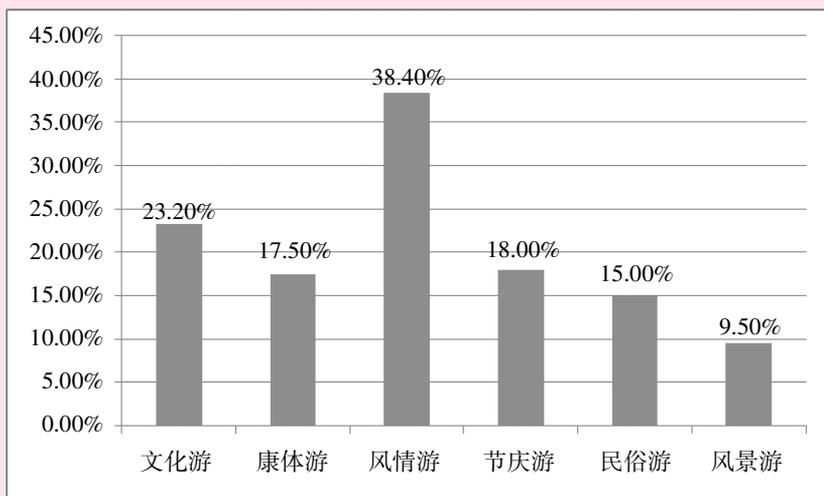


图1 潜在旅游者最有可能参与的旅游产品活动

资料来源:桂林桂工旅游规划设计研究院市场调研组调研数据

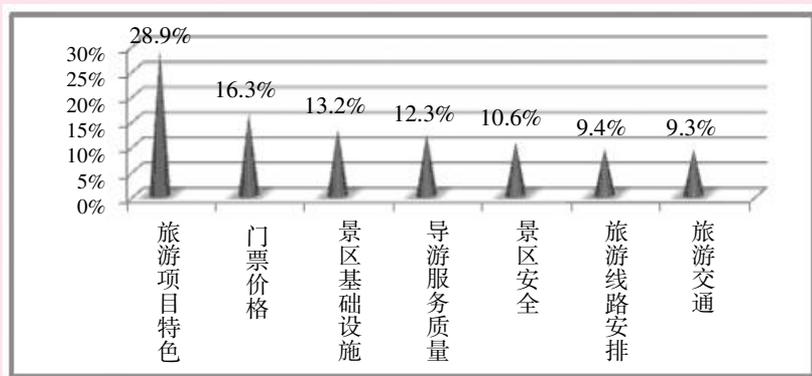


图2 潜在旅游者关注的旅游服务

资料来源:桂林桂工旅游规划设计研究院市场调研组调研数据

集中表现文化<sup>[5]</sup>。

而地方性则完全涵盖了文脉与地脉两个方面。指的是某一个地方、某一个区域的人群在特殊的自然地理环境下、在长期的社会文化传统和行为取向逻辑当中,为了生存发展的需要所创造出来的与其他地方、其他区域明显不同的科学、技术、道德、伦理、行为、取向等知识文化体系。这些知识文化体系,包含在建筑、服饰、饮食、习俗、观念、社会、组织、行为、语言、礼仪、节庆、歌舞、传说、故事、伦理、道德、法律、医药、技术等各个方面,通过有形和无形的文化遗产表现出来,甚至通过这一人群的人格精神特征表现出来,并与其他地方、区域的人群的物质文化、精神文化和行为文化明显不同。

## 二、地方性在旅游开发中的重要性

旅游产品强调“新、奇、特、异”,讲究“个性、差

异、体验、内涵”,因此,旅游产品的规划和开发最忌讳的就是“雷同、抄袭、照搬、扭曲”。然而,在一个国家、一个地区之内,因为相同或相似的地理环境、地形地貌、经济生活方式和社会历史传统,自然景观资源和社会人文资源往往具有相当程度的一致性和统一性,使得旅游开发不可避免地出现重复、雷同甚至抄袭、照搬现象,旅游规划界所谓的“天下美景何其多,少你一个又如何”确实成为一种无奈之语。然而,如果将目光投入到共同美景和共同文化之下的地方性知识领域,这种无奈却可以得以化解甚至消除,使得规划设计和产品开发者获得意想不到的创新创意想象发挥的余地,真正实现“新、奇、特、异”和“个性、差异、体验、内涵”的目标。

(一)地方性是旅游目的地赖以生存和发展的重要吸引力之所在

吸引物是旅游赖以生存之本,旅游吸引物催生

了游览,引发了远程旅行,并创造了整个旅游业<sup>[6]</sup>。具有差异的地方性是构成吸引物的重要组成部分。对景区而言,地方性是景区的主题和内核,景区要具备旺盛而持久的生命力,就一定要挖掘地方性,反映地方性,赋予其独特鲜明的文化主题和文化精神,使得景区的形象和旅游产品能以差别性的文化特征与其他景区识别。只有紧扣地方性的旅游产品才能具备长期吸引外地游客的能力,才可以在市场上形成“来此必游”的共识。地方性是一个区域历史、文化积淀所形成的夺目明珠,是该地区有别于其他地区的独特之处,是旅游目的地赖以生存和发展的重要吸引力之所在<sup>[7]</sup>。

(二)市场调研数据表明旅游者倾向选择地方性较强的旅游产品

为了更好的实地了解大发水泊瑶山景区的基本情况以及掌握最新的市场需求,笔者跟随桂林桂工旅游规划设计研究院的调研小组于2010年8月份在平乐县大发乡做了实地调研,并在县城对一些潜在旅游者发放了调查问卷,发放问卷100份,回收95份,有效率为95%。通过对问卷的分析,得出一个结论:(如图1、图2)。

通过图1可以看出,选择风情游、文化游的旅游者分别占到38.4%、23.2%,而选择风景游的仅占到9.5%。这说明在如今旅游快速发展的形势下,潜在旅游者对单纯走马观花式的游山玩水的兴趣将越来越淡,而日渐转向有深层内涵的地方文化型的游憩活动。

通过图2可以看出,潜在旅游者最关注的是景区的旅游项目特色。而地方性正是一个景区区别于其他景区的独特品性,景区内独有的山水灵气和人文灵气都将让旅游者流连忘返。

综合两图分析可以得出,旅游者青睐于旅游地的旅游特色,只有富含地方文化内涵的旅游产品,才会吸引旅游者的注意。因此,在景区开发过程中,通过对地方性的分析,找出独特的地方性,进而确立景区的旅游产品,才可能获得市场的认可。

### 三、水泊瑶山景区的地方性的确定

调查与分析旅游景区的旅游吸引力,通过对景区的历史与自然的“阅读”和“提炼”,准确、深刻地总结景区的文化风格<sup>[7]</sup>。确定景区的旅游开发主题,根据主题来设计旅游产品,是一个景区的旅游开发思路。在开发过程中,对景区所在地的地方性加以重视,并在旅游产品中浓缩和再现所在地的地方性特色,将会深化景区的旅游形象标志,增强景区的吸引力和竞争力。

拟开发的水泊瑶山景区位于广西壮族自治区桂林市平乐县大发瑶族自治县,景区内桂江穿流而过,

水面宽阔幽静,森林覆盖率达90.1%,自然风光绿色生态;由于大发乡是全县唯一的瑶族自治县,景区内瑶族风情浓郁独特,船家、堡寨风情共存,文化资源丰富。

景区所在地的地方性表现一般多种多样,但有主有次,景区开发过程中应选择最具代表性的地方性文化作为主题文化,并同时开发其他辅助性文化以丰富旅游内容。大发乡的地方性文化包括:瑶族药浴、盘王节、瑶族歌舞、船家渔业文化、龙头矶堡寨文化、新石器圣坛文化等,经过比较与分析,笔者认为大发乡最具代表性的地方文化为瑶族文化,

(一)景区最具代表性的地方文化——瑶族文化

整体来看,景区的开发应以瑶族文化为主题,因为大发乡的瑶族文化最为突出,是全县唯一的瑶族自治县,瑶族人口众多,瑶族人民在长期的生活生产中丰富了瑶族文化。大发乡的瑶族文化主要包含以下4方面:

1.瑶族药浴

“瑶族药浴”是大发瑶族民间用以抵御风寒、消除疲劳、防治疾病的传统文化知识。它是瑶族祖先独创,族内独有,传内不传外的保健良方。被专家称之为人类健康的古老传承。“瑶族药浴”以多种植物药配方,经过烧煮成药水,用药水放入杉木桶,人坐桶内熏浴浸泡,让药液渗透五脏六腑、全身经络,达到祛风除湿、活血化瘀、排汗排毒的功效。药浴疗法和点刺疗法结合效果更加神奇。这种神奇的养生文化,经过数百年历史,几十代人的不断完善,已变得博大精深。

桂林地区的恭城瑶族自治县与龙胜各族自治县虽然也有瑶族文化,但恭城县的旅游开发主要以“富裕生态家园”示范点为突破口,以“节会”为载体,大力发展独具特色的生态文化旅游;龙胜县有国家级森林公园、省级旅游度假区——龙胜温泉,有“天下一绝”的龙脊梯田,也有龙脊壮寨,白面、细门瑶寨等民俗风情。两县旅游开发均未涉及瑶族药浴。瑶族药浴的旅游开发将会弥补市场空白,形成景区的独有特色。

2.盘王节

盘王节是瑶族同胞最盛大的节日,每年秋后举行,一般从农历十月十五日开始,到十月十七日结束,特别是十月十六日这天,家家户户都拿出香喷喷的陈酒,共同聚餐。每个瑶族村寨都大摆歌台,提酒拿肉,敲起锣打起鼓,载歌载舞,对唱山歌。每逢过盘王节,瑶族人民不分男女老少,都梳装打扮,换上节日的盛装,村寨房舍也全部打扫干净,尽情欢庆。每家每户杀鸡宰猪,以祭奠盘王。

桂林地区的恭城与龙胜,都曾成功举办各自地方的盘王节,大发也应恢复这一文化传统,以与景区

的瑶族文化主题相呼应,增强景区的文化内聚力。

### 3.瑶族歌舞

瑶族歌舞内容丰富,有讲述天地万物起源的创世歌,有记载本民族历史的古歌,有表现劳动生活的狩猎歌等。民间流传的生产歌、酒歌曲调平和,苦歌、哀歌悲痛深沉,情歌欢快动人,有较强的艺术感染力。除此之外还有盘王节时瑶族人唱的《盘王歌》;青年男女聚集对歌、交友时的“耍歌堂”等。歌声优美动听,曲调婉转悠扬。

瑶族舞蹈的代表是长鼓舞(每人手拿长约80厘米的长鼓,一般为双人或四人对舞),现在大发流传最广的则是草龙舞。

这些民族歌舞是瑶族人民的生产、生活在艺术上的真实写照,深邃、神秘、悠远的古老瑶族歌舞,从传统中走来,从融合现实存在,又孕育着未来,对异乡游客有着巨大的吸引力。

### 4.吊脚楼

大发传统的砖木结构的吊脚楼最能直观的体现瑶族建筑特色,其建筑样式为:墙角用大木支撑,在固定高度建第一层木屋;二层临街是木质结构的观景阳台。吊脚楼背街面是纳凉、晾晒衣物的平台,房屋里用木桩支撑木格小窗户作为窗台,做采光观景之用;顶层设有视野开阔的瞭望阁楼。吊脚楼是集居住、观景、休闲、纳凉等功用于一体的综合性特色建筑。

将吊脚楼这种瑶族元素应用到景区建筑中,使外在建筑与景区的内在文化内涵相匹配,让整个景区充满瑶族文化魅力。

## (二)景区的辅助性地方文化——餐饮工艺文化

### 1.特色餐饮:船家鱼宴、瑶山野味、佳酿酒品

**船家鱼宴:**大发的特色菜肴中,以船家菜肴最具代表性,而在船家菜肴中,以桂江鱼类烹制的系列菜肴最为著称。大发桂江鱼的烹制方法多种多样,主要有:清蒸、黄焖(精料焖和配料焖两种)、水煮、酸辣、油炸、油煎(煎煮精料和煎煮配料两种)等。桂江盛产鱼贝300余种,尤其草鱼、乌草、脆皮鱼、桂鱼、石螺为最,脆嫩味美,营养丰富,为船家鱼宴的烹制准备了丰富的材料。

**瑶山野味:**大发丘陵、山地、森林,生产各种山野奇珍,炒炸焖炖,奇香味美。“鱼头笋尾鸬鹚汤”,“天上有地下无,天天猫肉蚂拐肚”是极品野味传说。大发瑶山野味主要包括:干锅竹鼠、炖山鸡汤、爆炒蚂拐、清炖鸬鹚汤、油炸蜂蛹、油炸禾蝗等。

**佳酿酒品:**泡酒是平乐独具特色的饮食文化。据有关资料记载,古时候,岭南昭州(昭州即平乐古称)有两种文化现象闻名天下,一是地理上瘴气的恶名,二是饮食上泡酒的盛名。如今,泡制饮食物料的传统习惯被留传了下来。而大发人民则用山间野果酿制

美酒,如酸梅果泡酒、野梨果泡酒、长寿果泡酒、金樱果泡酒、野葡萄泡酒等等。

美食是文化与饮食的综合体,不同区域的饮食文化大相径庭。旅游最主要的旅游经历之一是品尝,这种来自味觉的美感即是有形的、又是无形的,这种参与直接影响整个旅游时间的长短、旅游质量的高低。开发地方性的美食旅游,满足了旅游者最直观的需求,同时挖掘了地方美食文化。

### 2.特色手工艺

大发特色的手工艺品主要有船模、竹编织制品、藤编织品、苧麻印染工艺品(大发盛产苧麻,可用苧麻制成手帕、床单、床套、枕巾、浴巾等),银饰工艺品(银花、银簪、项圈、披肩、银链、戒指、蝴蝶、牙签等),瑶族服饰等。

在旅游过程中购买以上富有当地民族地域特色,具有工艺性、礼仪性、实用性和纪念意义的以物质形态存在的商品,不仅能给景区带来一定的经济效益,而且能起到广告宣传作用,以提升景区的知名度。

## 四、地方性在旅游产品开发中的应用

### (一)开发景区最具代表性的地方文化——瑶族文化

#### 1.建设瑶山草药园、山泉浴场及瑶山养生馆来推出瑶族药浴

为了推出瑶族药浴,规划在景区中的落江村分别建设一座瑶山草药园、山泉浴场和瑶山养生馆。草药园作为山泉浴场、瑶山养生馆等康体养生场所的草药采集地之一,根据阴阳不同,分为常用草药区、香草区、萌生药草区和岩生药草区等4个区域,草药园可以作为旅游者的参观景点,让其了解草药生长习性,同时明白景区康体养生场所所用草药的绿色生态。山泉浴场为度假疗养客人提供泉水养生洗浴服务,主要是瑶族药浴,用鹅卵石铺砌的瑶族特色温泉药浴池,内含各种瑶药,通过药浴可以达到休闲解乏,放松身心的效果。瑶山养生馆为洗浴完的旅游者提供瑶族点刺疗法来去困除湿,同时提供推拿、足疗等人工理疗。

以上三处场所结合起来,让旅游者从初步的直观目睹草药园到亲身感受药浴带来的神奇效果,使瑶族药浴文化得以展示。

#### 2.组织当地村民进行瑶族歌舞表演

瑶族歌舞因其民族特色而显得与众不同,对于风格多样不同的瑶族歌舞,应采取保持原貌、改编、引进等方式精心编制一场歌舞表演,表现风格各异的瑶族歌舞,备选舞蹈有:盘王舞、欢乐瑶山、长鼓舞、草龙舞、竹竿舞等,备选歌曲有:远古瑶歌、瑶寨吊脚楼、瑶歌对唱等。瑶族歌舞的表演演员应用当地

村民,以提高他们的收入,改善其生活。

### 3.开展盘王节庆

瑶族人信奉盘瓠,每年都举办盘王节来祭祀盘瓠。盘王节期间热闹非凡,家家户户参与到节日的氛围中,根据瑶族的历史传统,整个节庆的程序有:首先祭祀分为大、中、小祭;一年小祭,时间一天一夜;六年中祭,时间三天三夜;十二年大祭,时间七天七夜。中祭和大祭要请巫师苟客唱盘王歌,喃祭词,众人跳羊角、长鼓舞,伴吹芦笙、长号,狗头旗引路,抬盘王塑像游村寨,锣鼓声、鞭炮声、唢呐声震天动地。紧接着放树花炮、三眼銃,砍神牛。围观者人山人海,热闹非凡。庙会前,会首负责筹备“神牛”祭品,发请帖请祭师、鼓队。各家各户预备酒肉宴请亲朋好友。祭师提前两天到达清扫庙宇,给盘王加冠着衣,装扮一新。全村男女沐浴更衣,头面一新,扎花灯,备彩旗,喜迎盛会。节日间还请戏班唱七天七夜的戏,有的地方当晚在门楼前燃放花筒火炮、吹芦笙、跳长鼓舞、颂盘王恩德,表达对盘王的敬仰和崇拜,祈求保佑平安,吉祥如意,风调雨顺,来年丰收。

为了开发旅游,景区应新建盘王广场、盘王雕像、盘王庙等祭祀场所,每年开展一次规模较大的盘王节庆。

### 4.改造与新建有瑶族元素的建筑

通过建设将地方性的内涵外显转化后,建筑可以以单体、群体、小品等方式出现,在形制、规模、结构、材料、工艺技术等方面的差异设计,可以向旅游者传达地方性<sup>[8]</sup>。

大发的建筑里最有特色的是瑶族传统的吊脚楼式建筑。为了再现吊脚楼式的建筑,在大发四冲河边临河修建瑶族风格的吊脚楼建筑(吊脚的设置保证了房屋的通风干燥也可避免涨水时房被水淹),外面为木质,里面为砖混结构,取名梦幻家园,为游客提供休闲度假的住宿场所。同时,为了让民居也体现出瑶族特色,统一改造景区内现有的民居为瑶族风格,将屋顶改造成为坡屋顶,铺设青灰色小瓦片,在建筑的侧面均烙上一个大大的正方形瑶王印或者缠着飘带的长鼓,以形成强烈的瑶族氛围。

## (二)景区的辅助性地方文化——餐饮工艺文化的开发

### 1.开设风味餐馆,提供特色餐饮

大发的特色餐饮有:船家鱼宴、瑶山野味及佳酿酒品。应在农家餐馆中开设地方风味菜系来满足游客的体验需求,同时建造水上船舫,提供良好的用餐氛围,船舫造型仿照中国古典建筑的样式,采用斗拱

结构,并在梁柱上绘制各种瑶族传说图案。

### 2.开设购物街,销售旅游纪念品

工艺品对景区开发的作用主要体现在旅游商品方面。旅游商品的表现物、原材料、包装越具有地方性特征,讲究越具有纪念性,就越容易使旅游者在一次旅游活动结束后,产生“睹物思游”的情感<sup>[9]</sup>。

大发的工艺品如:船模、苧麻印染工艺品、竹编织制品、藤编制品、银饰工艺品、瑶族服饰等地方特色浓郁。在景区中开发出一条旅游购物街,开设多家旅游商品销售铺面,出售大发当地的旅游纪念品。

## 五、结语

在旅游开发日益火爆的今天,有许多旅游项目在开业热潮之后即陷入门庭冷落,只领风骚一两年,究其原因,就是忽略了旅游产品的地方性,缺乏文化内涵,极易被替代,不具竞争优势。旅游目的地在进行规划建设时要尤为注重地方性的继承保护,要把地方独到的文化内涵、民间习俗、地方韵味融入到旅游项目当中去,只有这样才能避免在全球化的大众旅游热潮中迷失自我,失去吸引力优势。本文以水泊瑶山景区为例,讲述了景区地方文化旅游产品的确定及开发,具有一定的实用性,然而不足之处也很明显,即在理论引用方面应进一步加强。

### 参考文献:

- [1] 赵飞羽,范斌,方曦来等.地脉、文脉及旅游开发主题[J].云南师范大学学报,2002,34(6):83-87.
- [2] 方晓喆.旅游规划中的地方性研究——以北京什刹海地区为例[J].河北林业科技,2008,(3):29-31.
- [3] 吴必虎.区域旅游规划原理[M].北京:中国旅游出版社,2001,5.
- [4] 江璐明,梁国昭.增城旅游区文脉和旅游品牌营造[J].热带地理,2006,26(4):353-358.
- [5] 张广瑞.旅游规划的理论与实践[M].北京:社会科学文献出版社,2004,(3).
- [6] 吴必虎,俞曦.旅游规划原理[M].中国旅游出版社,2010.
- [7] 齐子鹏,段红艳.试论旅游规划中的文脉分析[J].科技进步与对策,2003,(17):171-172.
- [8] 郎超,李煜,蔡君.旅游规划中的地方性研究[J].辽宁林业科技,2009,(4):50-52.
- [9] 王铮,李山.论旅游区的文脉[J].地域研究与开发,2004,23(6):65-68.

[责任编辑:石芬芳]

(下转第111页)

（上接第 103 页）

# The Study on Tourism Development of the Landscape with Local Flavor——A Case Study of Yao Shan Scenic Marsh of Dafa Town, Pingle County, Zhuang Autonomous Region of Guangxi

LIANG Fu-xing<sup>1</sup>, WEI Yin-dong<sup>2</sup>

(School of Tourism, Guilin University of Technology, Guilin 541004, China)

**Abstract:** The landscape with local flavor is a great attraction to tourists and is important to the survival and development of the tourist destination. It has also become the most important source of tourist attraction's innovation and development. The Yao Shan scenic marsh of Dafa town, Pingle county, Zhuang autonomous region of Guangxi, is a typical Yao colony. This article firstly elaborates the concept of local flavor and its importance to tourism development, then arranges and determines the local characteristics of this scenic area. It finally proposes the strategy for the development of tourism products with local flavor.

**Key words:** local flavor; tourism development; Yaoshan scenic marsh of Dafa county