

# 乡村振兴视角下乡村旅游文化品牌发展研究

——以石柱县西沱镇为例

陈杰 张宇潇

重庆三峡学院工商管理学院 重庆万州 404120

**摘要：**实践证明，只有把文化作为旅游的载体才能够走出一条健康发展的道路。品牌战略是实现乡村振兴战略的重要组成部分，文化品牌承载着旅游发展的灵魂，乡村旅游与乡村振兴又具有密不可分的关系。本文以乡村振兴战略的视角把石柱县西沱古镇当作研究对象对乡村旅游文化品牌的发展进行研究，分析西沱古镇的地理位置、文化底蕴，品牌效应，找到发展的不足之处从而提出对策性意见建议，对西沱古镇今后的品牌建设发展起到一定的参考性。

**关键词：**品牌建设；乡村旅游；品牌战略；文化品牌

在新时代，党中央为深入推动“三农”发展作出了重要部署，即乡村振兴战略。文化振兴乃是乡村振兴的关键构成，甚至能被视作乡村振兴的“核心要素”。“文化振兴是乡村振兴的重要组成部分，对我国实现两个一百年的目标意义重大”<sup>[1]</sup>。“乡村犹如一座文化的宝藏库，其文化内涵极为丰富，像农业文化、手工艺文化、习俗与节日时令、地方知识和信仰、民间文艺以及衣食住行等各类生活方式，共同构建出了多元的乡村文化系统。这些文化不但维系着人与生态的融洽，还对人与人的关系予以调节，助力乡村社会和谐进步，是中华民族的珍贵资产<sup>[2]</sup>”。

“乡村振兴战略”是在党的十九大首次提出，十九大明确指出要坚持农业农村优先发展。国务院办公厅2015年提出《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》，明确规定了乡村旅游的特色化发展。2018年中央一号文件《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》全面部署了乡村振兴的实施战略，提出要“实施产业兴村强县行动”“打造一村一品、一县一业发展新格局”。乡村旅游已成为人们休闲娱乐的主要选择，各具特色的旅游乡村兴建发展的同时，也对有影响力的区域特色品牌的打造提出了更高要求。

基于此，乡村振兴需要通过创新来促进乡村文化的发展，增强乡村文化的支撑力度。文化产业是促使乡村文化繁荣的重要手段，而推行品牌化策略是推动乡村文化产业高质量发展的关键途径。重庆的乡村地域辽阔，特色文化资源丰富多样，对乡村振兴战略下特色文化品

牌的培育和发展进行探索，具有显著的现实意义。

## 一、西沱古镇情况介绍、存在问题

西沱古镇位于重庆市石柱土家族自治县，原名西界沱，古为“巴州之西界”，因地临长江南岸回水沱而得名，与长江明珠——石宝寨隔江相望。西沱属石柱县管辖，有“一脚踏三县”的称誉。西沱历史文化悠久，早在清朝乾隆时期，这里就是“水陆贸易、烟火繁盛、俨然一沼邑”。它是长江上游重要的深水良港。1992年被列为四川省省级历史文化名镇。2002年被列为市级三峡库区迁建保护的传统风貌镇。2003年列为首批十大中国历史文化名镇，2008年被评为巴渝新十二景之一，2009年被评为重庆市最具活力小城镇。2015年12月，西沱古镇入选长江三峡30个最佳旅游新景观之一。

这里有吊脚楼、云梯街、紫云宫、禹王宫、二圣宫、万天宫、桂花园等独具特色的众多景点，西沱镇得天独厚的陆上地理位置并随着近些年高速路的贯通，能够和石柱、忠县、万州乃至重庆主城相连接，为旅游发展提供大量客源迎来了比较大的发展机遇期，潜力巨大。

县、镇两级政府近些年不断推动当地经济发展，加强精神文明建设，文化和旅游产业融合也得到了促进，传统节日假期游客数量也有所增长，对当地经济也有一定的提升带动作用。但是近些年也一直处于不温不火的状态，相关部门对于古镇的宣传力度也不够，对于景区相关配套设施建设投入力度也有所欠缺，在文化的开发与利用方面亟需进一步加强。

## 二、乡村旅游品牌在乡村振兴建设中的重要价值

“乡村文化是乡村旅游的核心竞争力”<sup>[1]</sup>。虽然目前各地都在围绕乡村振兴战略如火如荼地开展乡村旅游,并且各级政府也把乡村旅游作为首要发展任务。推动精神文明建设、生态文明建设及基础设施的改造,为城乡融合发展缩小城乡收入差距进行了有力的推动,但是如何持续有效的发展乡村旅游,如何给乡村旅游进行品牌建设,如何形成乡村旅游品牌效应随着乡村振兴背景下乡村旅游文化发展也得到了一定的推动,经过各种形式的宣传教育引领,让各级政府和当地居民由上到下对历史文化有了更加清醒的认识,对乡村旅游和文化发展以及品牌发展紧密关系的重要性也有了更高的领悟,旅游文化的发展迅速展开,特别是本文所研究的以西沱古镇为典型的有得天独厚历史文化底蕴的乡村,应该加强重点打造品牌标识区分,品牌的建设与乡村旅游文化进行融合发展不仅仅解决了部分闲散人员的工作就业问题,也提升了当地的治安环境,让人人有事可做,并且让部分留守老人小孩不在孤单,丰富了业余文化生活,还可以增强文化传播和品牌传播。

### 三、西沱古镇文化发展的意义

#### 1. 西沱古镇品牌发展有利于促进产业融合

社会经济的快速发展带动了旅游业的发展及品牌和旅游的融合。随着“乡村振兴”战略的提出与实施,西沱古镇的旅游发展必定带来各项产业的发展,增加就业机会、带动当地村民就业,村民能够在自家门口实现就业和经济收入增加必然会带来资本的回流和人才的回流。

#### 2. 西沱古镇品牌发展有利于乡村历史文化的传承保护

西沱古镇的旅游品牌发展可以把历史文化当作背景依托,从各种民俗文化中由浅及深挖掘出具有更深层次的价值,同时通过张贴标语等各种形式对本地历史文化进行宣传,提高本地居民对历史文化的认同感和自豪感,发自内心愿意去发扬和传承历史文化,打造本地文化品牌,在古镇旅游文化发展过程中,在对古镇历史文化以及文物古迹保护的前提下,全方位多角度的带动古镇乡村地区的旅游发展,打造属于本地的旅游发展新模式,以点带动整个区域历史文化的保护传承,提高乡村地区人民的生活水平,缩小城乡差距实现共同富裕,有助于具有历史文化底蕴的村、镇、县各级部门对于文化的传承,有利于文化发展和传播。

### 四、西沱古镇乡村旅游品牌发展中存在的问题

目前随着经济社会发展,人民基本生活水准提高,

乡村旅游已经成为地区经济发展的新的增长点,有助于城乡差距缩小和城乡统筹协调发展,同时也在提高农村居民经济收入上产生诸多益处,然而在乡村旅游文化发展的同时,西沱镇所面临的诸多发展问题也逐渐暴露出来。

#### 1. 西沱古镇乡村旅游文化资源保护不到位,未充分打造旅游文化品牌,宣传力度不够

一方面,近些年以来随着经济社会的发展,城市化规模不断扩大,在满足经济增长的同时忽略了文物古迹的保护和利用,导致部分文物古迹修缮不到位,保护力度不够,甚至部分历史文物古迹遭受到了严重的破坏,造成了无法估量的损失,不利于西沱古镇的乡村旅游文化的发展,也不利于品牌的全面建设,另一方面,县、镇两级在开发利用的过程中保护措施不到位,造成了文物的一定损坏,并且在修缮过程中未遵从历史客观规律,一味追求新颖,并没有遵从历史原貌,注重“修旧如旧”影响了游客在参观学习过程中的直观印象,不利于文化和品牌的发展和文物古迹的保护。

#### 2. 西沱古镇乡村旅游文化管理水平低,品牌建设意识不够,产业发展不够成熟

近些年,虽然相关部门对乡村旅游发展引起了重视,对文物古迹保护和历史文化遗产也有一定的措施和方案,但是仍然存在诸多的缺点和不足,管理水平低,未成立相应保护部门进行保护,宣传力度不够大,没有真正建立起属于本地旅游品牌,更没能够让当地居民认识历史文化重要性,没能让居民真正的文化觉醒。此外,上级政府部门对古镇建设的专项资金扶持力度不够大,在党的十九大首次提出“乡村振兴”战略背景下,乡村建设,文化发展和传承是一项巨大的工程和艰巨的历史使命,需要大量的人力物力财力进行投入,管理水平低,资金投入不足则会影响发展,产业发展不健全也会导致乡村旅游文化发展的不健全和品牌发展的不健全。

#### 3. 西沱古镇乡村旅游文化和品牌发展机制模式不够完善,缺乏专业人才队伍

西沱古镇景区的开发主要是以政府为主导进行建设开发的,企业和居民对乡村旅游文化建设的参与度不高,没有形成良好的乡村旅游文化品牌建设机制,不能够很好的调动居民和企业参与热情形成利益相关者之间的良性互动,虽然该景区地理位置独特有天然的长江航运港口为依托,与忠县石宝寨隔江相望,和千叶草场、石柱黄水国家森林公园相距不远,但是这些资源并没有进行

合理的整合形成合力，无法对游客产生较大的吸引力，因此需要打造文化旅游品牌，发挥独特的地理优势，形成规模化效应，并且在发展中缺乏专业人才指导导致景区缺乏专业发展思路，只注重眼前发展利益忽视了长远发展，且建设规划比较混乱。

### 五、西沱古镇乡村旅游文化发展的方向

文化是载体，没有文化品牌建设的乡村旅游是没有灵魂的，只注重一叶一花一景的观赏在现代旅游同质化风气盛行的当下是无法吸引人的，并且也是昙花一现的，乡村旅游只有通过乡村历史文化品牌才具有核心竞争力和发展力。

#### 1. 加强国际国内宣传力度，提高景区知名度和影响力

石柱作为少数民族自治县有丰富的旅游资源，比如黄牛水国家级森林公园、冷水镇、千叶草场等，并且西沱古镇具有良好的地理位置和深厚的文化底蕴。但是到目前为止，很多外地游客并不知道石柱西沱古镇，特别是国际游客，因此十分有必要加强对外宣传力度，通过各种广告牌和其它一些新媒体方式，我们可以把三峡库区当作为背景依托通过以面带点的方式与其它景区合作形成合力，树立属于自己的旅游品牌，提高影响力和知名度。

#### 2. 因地制宜，走特色旅游文化品牌发展之路

石柱相关部门管理者应该加大调查走访力度，充分发掘本县乃至临近区县的旅游资源，因地制宜因时制宜，根据实际调研结果制定详细调研报告，制定未来乡村旅游文化品牌发展的道路，在发展过程中要充分了解游客们的真实需求以及个性化需要，不能盲目发展，不能“野蛮发展”，打造适合本土化乡村旅游文化品牌发展之路，不能一味的追求经济效益而随意引进不符合当地文化特色的旅游项目，这样容易造成同质化，也就失去了吸引力，那么也会造成乡村旅游文化发展举步维艰，在发展乡村旅游文化品牌过程中要利用和保护当地文化资源，这样才可以持续发展，才能够带动经济发展提高居民收入。

#### 3. 发挥利益相关者的作用，形成合力共同助力乡村旅游文化品牌发展

政府相关部门管理者应该充分调动当地居民、相关企业的积极性，吸纳社会资金，让他们能够感受到乡村旅游文化品牌发展所带来的经济利益，能够感受到这件事情所带来的价值，在经济收入提高的同时更能够以更多的资金投入旅游文化资源保护上。

#### 4. 加大乡村旅游文化品牌知识培训力度，培养及引进各类专业人才

西沱古镇的乡村旅游文化发展需要一大批专业人才。当地政府部门要以“乡村振兴”战略为契机，通过不同方式形成长期合作关系，与高校签订人才输送协议，可以让高校毕业生进行实习，提供实习岗位，对表现好的优秀的实习生可以解决工作问题。还可以与旅游公司形成合作关系，保证有稳定的人员流动，还需要一些具有高素质的管理型等方面的全能人才，塑造属于自己的文化品牌，打造一批文创产品，能够让古镇发展起来走出去。同时积极开展各类培训班，壮大旅游文化人才队伍，发挥好传、帮、带的作用，通过现场教学或者一对一指导的方式为西沱古镇培养更多的乡村旅游文化品牌建设人才。

#### 5. 让景点更具“文化范”，“品牌范”走创新型发展之路

“作为具有地域特色和文化内涵的旅游资源，地方旅游文化品牌对推动地方经济发展和文化传承具有重要意义”<sup>[4]</sup>。文旅发展、吸引培养人才、因地制宜、创新管理模式等等固然重要。但更重要的是让乡村旅游景区变得真正“好玩”，让文化“火起来”，形成独具地方特色的文化品牌，这才是我们应该最终实现的，也是吸引游客的不二法门。

##### (1) 融入文化品牌，让景点好看

“好看”是人们选择景点的前提条件，如果景点不好看留不住游客，那么游客就算来了第一次也绝对不会来第二次，更加不会把它介绍给其他人。美丽的风景、有趣的人文习俗、名人故居，这些不仅仅能够让人陶醉，让人流连忘返，更重要的是还可以学到很多的文化知识，感受到中国文化的博大精深，能够给心灵一次洗礼。以江西上饶望仙谷景区为例，这就是一个风景结合文化的典型性景区，小桥流水，云雾缭绕，中国古典式建筑依山而建错落有致，让游客在欣赏美景的同时内心也受到了洗涤。

##### (2) 融入文化品牌，让景点好听

打造几个点的同时要遵循既要好看也要好听，需要有一个好听的名称，动人的故事，好看是一时的，好听则会让游客记住更久。那么就需要创编一个美丽动人浪漫的故事和一段耳熟能详的佳话，深度融合旅游景点和旅游文化。好听的名字和浪漫的故事就是对外宣传的一张名片。比如云南旅游地香格里拉的一个景点“普达

措”名字中就带有一种神秘的力量，普达措梵文音译过来就有脱离苦海到达彼岸之湖的意思。

### 结束语

总的来说，发展乡村旅游文化品牌是必要的也是可行的。在当下来看，一方面，旅游文化品牌的发展能够让游客留得住，玩得好，看得高兴。游客才是经济发展的主体，才能够实现旅游经济收入的提高。另一方面，乡村旅游文化品牌建设能够促进乡风文明建设，让村民的整体文化素质得到提升。我们在乡村振兴战略大的背景下，大力发展乡村文化品牌旅游，这有利于村民文化素质的提高、经济收入的增长、村容村貌的改善，但是我们也要牢记习总书记的深情嘱托，我们要践行好“两山理论”，不能盲目的只追求经济价值而以牺牲生态环境作为代价。所以我们就需要大力整合现有资源，统筹协

调安排好，建立健全规章制度和管理措施，能够让乡村文化品牌发展健康可持续，让乡村旅游文化品牌发展水平全面提高。

### 参考文献

- [1] 刘德劭. 文化振兴视角下的乡村旅游发展探究——以潮州市饶北地区为例[J]. 源流, 2023(09): 48-50.
- [2] 朱启臻, 吴玉敏. 乡村价值: 从脱贫攻坚到乡村振兴的行动范式[J]. 党政研究, 2020(4): 35-41.
- [3] 王兵. “乡村振兴”战略背景下以乐山古镇为依托的乡村旅游文化发展研究[J]. 农业开发与装备, 2022(10): 7-8.
- [4] 佟兆廷. 基于文旅融合背景探讨地方旅游文化的挖掘[J]. 江西电力职业技术学院学报, 2023, 36(05): 148-150+153.