

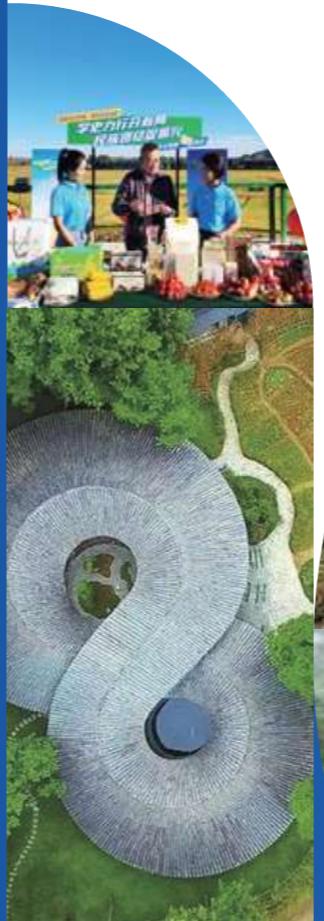
首届

高校旅游帮扶 十大典型案例

高校旅游帮扶联盟
2022年6月



高校旅游帮扶十大典型案例



目录 contents

“	教育部第四届直属高校精准帮扶典型项目”	
	中山大学阿者科计划——全球旅游减贫的一个中国解决方案	1
01	中央美术学院 —— 从“贫困村”到“网红村”——道明“竹艺村”的蝶变之路	10
02	华南理工大学 —— “三公一体”陪伴式乡建，打造共同富裕新农村	27
03	北京邮电大学 —— 准抓乡村振兴痛点，科技赋能智慧旅游	40
04	南京农业大学 —— 一朵“金”菊的旅行——“金菊花”造就“金银谷”	53
05	中山大学 —— 构建农文旅融合新模式，激发乡村振兴新动力	64
06	中国传媒大学 —— “中传创扶”全方位助力草原文化旅游高质量发展	74
07	中南财经政法大学 —— 校企协同联动助脱贫，携手绘就乡村锦绣画卷	80
08	湖南大学 —— 做好文旅、农旅融合发展文章，助力乡村振兴	89
09	中国矿业大学 —— “古村蝶变”——规划设计帮扶助推毛铺古村落旅游振兴	94
10	电子科技大学 —— 雪山之下的高原“藏家乐”	101

“

教育部第四届直属高校
精准帮扶典型项目”

阿者科计划——
全球旅游减贫的一个中国解决方案
中山大学

一、基本情况

阿者科村地处云南红河哈尼梯田世界文化遗产核心区内，海拔1880米，全村共65户，481人。村寨有210年历史，因其保存完好的四素同构生态系统、独特的哈尼传统民居聚落空间景观，和悠久的哈尼传统文化底蕴，成为云南红河哈尼梯田申遗的五个重点村寨之一，同时也是第三批国家级传统村落。



高校旅游帮扶十大典型案例



阿者科村
海拔1880米



阿者科村
全村共65户481人



阿者科村
有210年历史





阿者科是元阳县典型的贫困村，村内经济发展缓慢，人均年收入仅约3000元，传统生产生活方式难以为继。同时，越来越多村民外出务工，村落空心化日趋严重，这是城乡二元结构下中国广大农村所面临的普遍困境之缩影。

人均年收入仅约 **3000 元**

为解决申遗传统村落的空心化问题和文化遗产保护问题，中山大学保继刚教授团队规划并实施了“阿者科计划”，由高校派出技术人员驻村，协同元阳县指派的青年干部，引导村民成立阿者科村集体旅游公司。项目在保护传统民俗和农耕文化的基础上，增加了留守村民的就业岗位，并吸引了部分外出务工村民返乡就业，实现稳定增收，完善了旅游设施并优化了旅游体验，越来越多的游客流连忘返。

二、实施进展

(一) 科学规划，村民有序参与

团队根据扎实的现场调研和丰富的理论研究成果，确定了阿者科发展乡村旅游的方向，提出在阿者科村实行内源式村集体企业主导的开发模式。中山大学保继刚教授团队派出博士生和硕士生，协同元阳县指派的青年干部，共同驻村帮助村民成立阿者科村集体旅游公司。再由公司组织村民整治村庄，经营旅游接待，村民对公司经营进行监管。



阿者科是元阳县典型的贫困村，村内经济发展缓慢，人均年收入仅约3000元，传统生产生活方式难以为继。同时，越来越多村民外出务工，村落空心化日趋严重，这是城乡二元结构下中国广大农村所面临的普遍困境之缩影。

人均年收入仅约 **3000 元**

(二) 建立规则，守住保护底线

为保护古村，留住乡愁，阿者科乡村旅游发展明确以下规则：一是不租不售不破坏。公司成立后不再允许村民出租、出售或者破坏传统民居，违者视为自动放弃公司分红权；二是不引进社会资本。公司不接受任何外来社会资本投入，以培育本地村民创业就业；三是不放任本村农户无序经营。公司对村内旅游经营业务实行总体规划与管理，严控新开餐馆和商店，尽可能保持村落原真性；四是不破坏传统。公司尽力恢复传统生产生活设施，进行旅游体验产品创意开发，使传统焕发新生。

(三) 传承创新，开发活态产品

在团队指导下，公司开发了阿者科深度体验项目，现已推出自然野趣、传统工艺、哈尼文化等主题性体验活动，游客按需“点单”，公司实现菜单式管理。游客进入阿者科村，既能欣赏壮观的梯田风光和传统的哈尼村寨，又能亲身体验哈尼家庭真实淳朴的生产生活。



(四) 精准营销，打造旅游品牌

项目团队充分利用阿者科的资源优势，采取新媒体渠道宣传阿者科村乡村旅游，向游客全方位展示万亩梯田的壮美风光和百年古村的活态人文风韵。驻村团队为阿者科村开设的抖音号播放量达一千多万次，点赞量达46万余次，不断更新的抖音视频正在吸引越来越多的游客慕名而来拜访阿者科村。

驻村团队为
阿者科村开设的抖音号
播放量达 **1000多**万次

点赞量达
46万余次

三、主要特点

(一) 产权制度建立，持续巩固精准脱贫

在团队持续3年的技术援助下，阿者科村“旅游吸引物权”制度得以构建，并得到政府、游客、旅游经营者、村民等多方主体的理解与承认。公司利润的30%用于维持公司日常运营与壮大集体经济，70%由全村村民进行旅游分红，具体按传统民居分红40%、梯田分红30%、居住分红20%、户籍分红10%等四部分执行，旨在鼓励村民保护哈尼传统民居蘑菇房；维持水田耕作，保护梯田景观；继续居住村内，保护阿者科原住民的生产生活方式；保留村籍，为村集体事务出钱出力。



(二) 产权文化增强，主动促进遗产保护

文化自信增强，主动保护遗产。乡村传统文化被团队盘活为游客可参与体验的特色活动，包括织布、刺绣、染布、竹编、草编等传统技艺与文化。通过利益机制引导村民不断内化遗产保护规则，最终形成自发保护的行为规范，让村民和游客建立了超越旅游商品关系，更有人文关怀的深层次社会互动，弥合了城乡二元割裂与现代性带来的人情疏离。



四、实际成效

(一) 真金白银的旅游分红

“阿者科计划”为阿者科乡村旅游发展确立了科学合理的旅游分红机制，将旅游发展、遗产保护与村民利益相结合，促进了村民就业增收，带动了全村摆脱贫困和发展集体经济。自2019年2月3日至2021年10月3日，阿者科村已成功举行五次乡村旅游发展分红大会，向阿者科65户村民，累计分红63.9万元，实现户均累计分红9836元，其中43户村民每户累计分红11440元。

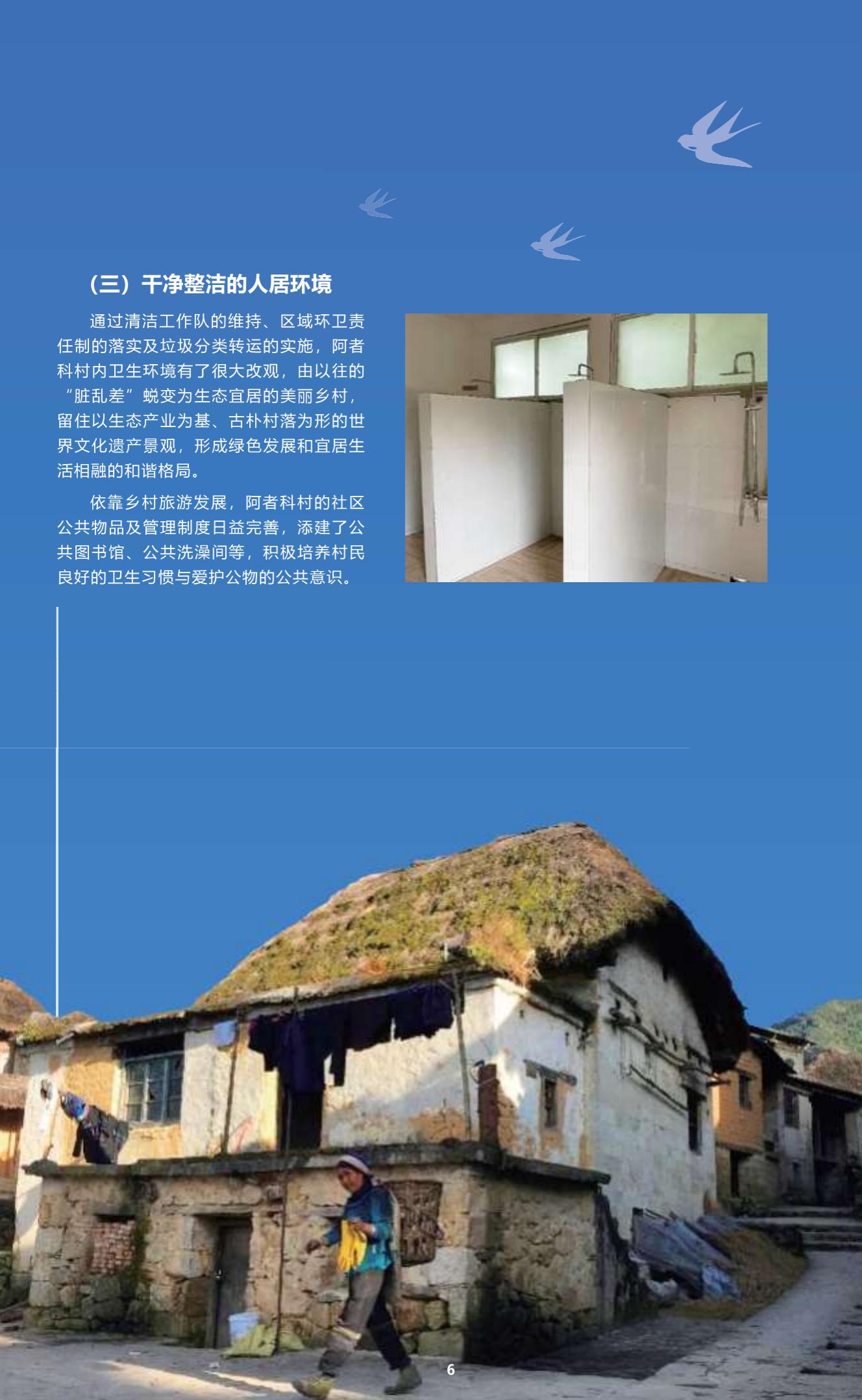


(二) 日益完善的社区参与

阿者科乡村旅游的深度体验项目与特色产品销售强调村民参与，如阿者科村民参与承接“织布”、“纺线”、“迷你长街宴”、“哈尼家宴”等体验项目，从阿者科村民手里收购民族服饰、梯田红米、野蜂蜜等特色产品，尽可能地增加旅游发展带给村民的红利。



“阿者科计划”建立起日益完善的社区参与制度，充分保障了村民的知情权、参与权、监督权和收益权。在驻村研究生的引导下，公司灵活组织村民大会，针对新出现的旅游问题和乡村发展问题，共同协商解决。村民大会的会议成果整理成书面文件，由三分之二以上村民进行签字画押，作为村规民约的新内容，共同支持阿者科乡村旅游的可持续发展。



(二) 干净整洁的人居环境

通过清洁工作队的维持、区域环卫责任制的落实及垃圾分类转运的实施，阿者科村内卫生环境有了很大改观，由以往的“脏乱差”蜕变为生态宜居的美丽乡村，留住以生态产业为基、古朴村落为形的世界文化遗产景观，形成绿色发展和宜居生活相融的和谐格局。

依靠乡村旅游发展，阿者科村的社区公共物品及管理制度日益完善，添建了公共图书馆、公共洗澡间等，积极培养村民良好的卫生习惯与爱护公物的公共意识。



(四) 源远流长的传统文化

在地方政府的支持下，阿者科村修复了一系列传统生产工具与设施。通过游客体验和市场传播等方式，哈尼族传统生产制度、传统手工艺等活态文化得以传承，并焕发新的活力。



(五) 不断增强的社会影响力

三年来，“阿者科计划”取得了令人瞩目的成绩，得到了包括人民日报、光明日报、中国青年报、新华社、广州日报、红河日报、新浪网、腾讯网、网易新闻、搜狐网等数十家主流媒体广泛报道。阿者科村陆续获得国家农业农村部“2019年中国美丽休闲乡村”、国家民族事务委员会“中国少数民族特色村寨”、国家文化和旅游部“全国乡村旅游重点村”、国家自然资源部第三批“生态产品价值实现典型案例”等殊荣。

“阿者科计划”入选教育部第四届直属高校精准扶贫精准脱贫十大典型项目，被教育部誉为“全球旅游减贫的一个中国解决方案”；入选世界旅游联盟“全球百强旅游减贫案例”，并作为2020年唯一案例出席国际会议，向24国代表展示成果；被选入新华社大型纪录片《中国减贫密码》和央视纪录片《告别贫困》；入选2021年高考全国乙卷文综地理题等。



五、经验总结与推广

1 社会科学理论 指导实践	<p>从1999年主持桂林市旅游发展总体规划到2018年云南元阳哈尼梯田旅游区发展战略规划，保继刚教授不断从实践中提炼相关理论成果，如社区参与、社区增权、制度性增权和旅游吸引物权，并应用于“阿者科计划”的旅游减贫实践工作，以规避诸多发展陷阱。例如《阿者科计划》中将“旅游吸引物权”的学术概念落地，在整体方案设计上提出一直被忽略的旅游吸引物用益权，最终构成了“阿者科计划”运转的核心机制。全体村民成为旅游发展的利益主体后，更加主动保护作为旅游吸引物的文化景观资源，从而实现保护与发展的协同并进。</p>				
2 发展乡村旅游 不一定引入 外部资本	<p>经过综合测算和评估，受承载能力所限，阿者科无法发展大众旅游，也就无需引入资本大搞建设。阿者科村落小，人居居住面积小，没有多余空间开发旅游住宿产品，村寨的污水处理池也无法承接大规模餐饮产品。如果引进外部资本，拥有较高参与能力和资本的外来经营者很可能会挤占本地居民的旅游参与机会。因此，“阿者科计划”规定不允许外来资本进入阿者科，转而采取技术援助的方式，孵化本地村民参与旅游发展，以少量的启动资金，选择轻投资高回报的发展方式。相比大众旅游，“阿者科计划”更主张发展生态旅游、研学教育、公益旅行等替代性旅游产品，可以规避大众旅游给规模不大的古村落带来的破坏性影响，如过度商业化等，“阿者科计划”尽可能保护原真性文化景观资源。</p>				
3 培训村民 参与旅游	<p>除社区增权外，“阿者科计划”的要旨还有社区赋能。驻村团队常年居住在村，从决策到执行的手把手培训，增强村民参与旅游的能力，从而实现自管自治。这需要先将培训方案本地化，并鼓励村民参与培训方案的制定，才能更好地让村民理解和执行培训方案。培训采取“实践中学习”的方式，驻村团队指导村民进行旅游接待，促进村民更好理解旅游服务要求。此外，阿者科乡村旅游发展坚持一事一议和公开透明原则，通过村民大会，调动本地村民的主人翁意识，主动参与村落旅游管理工作。</p>				
4 保护细则与 分红绑定	<p>“阿者科计划”将古村落的保护主体和受益主体都定义为本村村民，意即权利与义务的统一，以期村民享受旅游分红的同时，能自发保育村落景观。只有当村民做到了相应的保护工作，才能得到相应比例的分红，如传统民居保护（40%）、梯田遗产保护（30%）、居住分红（20%）和户籍分红（10%）。通过利益分红机制与村落保护细则的绑定，激发村民遗产保护和文化传承的内生动力，走出了一条遗产保护、文化传承、经济发展、村民受益的和谐共生之路。</p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <table style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>传统民居保护</td> <td>梯田遗产保护</td> <td>居住分红</td> <td>户籍分红</td> </tr> </table> </div>	传统民居保护	梯田遗产保护	居住分红	户籍分红
传统民居保护	梯田遗产保护	居住分红	户籍分红		

六、项目推广

目前团队已准备启动第二期，接力乡村振兴建设。团队受红河县政府邀请到撒玛坝梯田推广模式，涉及7464亩梯田，25个村寨，方案正在陆续落地执行；另有新疆吐鲁番吐峪沟村正在成为试验模式的第三推广地。

