



2023年6月17日航拍贵州“村超”现场。
(通讯员 韦贵金 摄)



贵州“村BA”现场。
(通讯员 张奎 摄)



贵州“村T”现场。
(来源:贵州村T)



2017年10月28日,丹寨县万达小镇,游客在万人长桌宴上品苗族风味美食。
(丹寨融媒体中心 供)



中国最后一个枪手部落——从江县芭沙苗寨。
(通讯员 甘明盛 摄)



游客在镇远县高过河景区漂流。
(镇远融媒体中心 供)



黎平县肇兴侗寨。
(黎平县委宣传部 供)



2015中国·雷山苗年节开幕式。
(黔东南州融媒体中心记者 姚宁 通讯员 李雪 摄)

养在深闺终出阁 一朝亮相展新颜

——黔东南州旅游产业化70年发展成就综述

黔东南州融媒体中心记者 杨光能

70年栉风沐雨,苗族侗寨展新颜。

70年来,黔东南州依托“民族文化”“生态环境”两个“宝贝”,推动文旅产业从“养在深闺人未识”到“天下谁人不识君”的华丽蝶变。如今,这里已建成国家级文化生态保护区,被联合国教科文组织列入世界十大“返璞归真、回归自然”旅游目的地。

自1956年自治州成立起,苗族芦笙、侗族大歌在乡间埋下了文化种子;改革开放后,镇远、雷山等地迎来首批海外“背包客”;80年代,以镇远、舞阳河、雷山郎德等景点起步,90年代,凯里南花、舟溪青曼等乡村旅游点兴起;进入新世纪,黔东南实施“旅游大州”战略,形成以凯里为中心的苗族文化旅游带,以镇远、施秉为中心的山水风光古城旅游带,以黎平、从江、榕江为中心的侗族文化旅游带三大板块,接待能力大幅提升。

近年来,黔东南州委、州政府一以贯之重视旅游发展,从战略谋划到政策落地,从景点打造到全域布局,一任接着一任干,一张蓝图绘到底,推动黔东南旅游一步步走向世界。

特别是党的十八大以来,全州深入学习贯彻习近平总书记关于文化和旅游工作的重要论述,牢记殷殷嘱托,将旅游产业化作为推动高质量发展的重要引擎。

2015年全州接待游客4550万人次,总收入387亿元;“十三五”累计接待4.83亿人次,综合收入4200亿元,分别是“十二五”的2.9倍和3.2倍。2025年全州接待游客“破亿”,达到10005.14万人次,旅游总收入“破千亿”,达到1084.62亿元,一幅“产业兴、县域强、百姓富”的画卷正渐次铺展。

资源整合:握指成拳,全域一盘棋
资源是旅游的根本,唯有握指成拳,方能破局突围。

长期以来,黔东南旅游资源因缺乏整体规划陷入“单打独斗”。为打破困局,历届州委、州政府持续探索,从景点打造到品牌培育,从节会引爆到机制创新,一步一个脚印推动资源整合。

其中,借势省级旅发大会,打造龙头景区,成为破题关键。2008年,第三届贵州旅发大会在雷山西江千户苗寨举办,黔东南斥巨资对西江全方位打造,西江一鸣惊人,走上“举办一届节会,打造一个品牌”之路。2008年西江游客不足10万人次,到2023年超464.89万人次,经营户超1000户,形成“西江模式”——从人均收入1700元的贫困村寨到年接待超500万人次的文旅地标,生动诠释“绿水青山就是金山银山”。

西江的成功坚定了以会兴旅信心。从2015年起,黔东南连续举办多届旅发大会,在镇远、锦屏、黎平、黄平、剑河、施秉、从江、台江、榕江、凯里等县市轮值举办,极大

提升全州旅游知名度。旅发大会成为促进产业融合的重要平台。

与此同时,打破困局,规划先行。2024年底,贵州省委改革办印发《黔东南州创新旅游景区联动工作机制改革试点方案》。对标省级战略高标准编制《黔东南州旅游发展总体规划(2025—2040)》,明确“三山三江一中心”空间布局——以雷公山、月亮山、云台山为生态基底,以清水江、舞阳河、都柳江为文化脉络,以凯里市为集散中心,将西江、镇远、肇兴三大核心景区与“村超”“村BA”“村T”有机串联,构建全域旅游新格局。

资源整合成效立竿见影。西江带动郎德、乌东等6村发展;丹寨万达小镇将石桥造纸、卡拉鸟笼串成非遗深度游线路,游客平均停留时间从1.2天延长至2.5天。2025年8月,“3+N”联动套票推出,实行一票券与科学分成,引导游客从“单点游”转向“全域旅游”。截至2025年11月,麻江乌羊麻苗寨、施秉云台山、凯里苗侗风情园等小众景区接待量同比分别增长244.35%、274.4%、189.98%。通过套票营销推动客源共享,为文旅产业注入强劲动力。

品牌创建:梯次构建,矩阵成型
资源整合为品牌创建奠定了坚实基础,而品牌打造则让黔东南旅游从“有景可看”迈向“有名可传”。

70年来,黔东南以山水为媒、文化为魂,紧扣“资源、客源、服务”三大要素,全力推动文旅深度融合,构建起覆盖城乡、层次清晰的文旅品牌体系。

在品牌矩阵建设上,目前全州拥有A级旅游景区66家,其中5A级1家,4A级22家,数量位居全省前列,实现了县(市)4A级景区全覆盖;成功创建国家休闲农业旅游产业集聚区3个、国家级旅游度假区2个、省级旅游度假区5家;4个县(市)入选全国文旅融合百强县,黎平县黄岗村入选联合国旅游组织“最佳旅游乡村”。

如果说景区品牌是“硬实力”,那么以“村BA”“村超”“村T”为代表的“村字号”IP就是黔东南旅游的“软实力”,是品牌创建的点睛之笔,为旅游发展注入强劲动力。这些赛事的持续火爆,根植于群众的热情参与。在榕江,“只要爱踢足球,人人都能上场”——农民、挖掘机手、小摊贩组成球队;在台江,村民“有钱出钱、有力出力”,自觉参与志愿服务;在凯里,“村T”坚持“零门槛”全民参与,已吸引300余个村寨、国内外8万余人次登台,全网话题播放量突破160亿次。

“村字号”IP带动品牌效应持续释放。2025年,黔东南以西江、镇远、肇兴三大核心景区和“村字号”IP为支点,以“一景一节一赛”模式为抓手,将全年节庆、赛事活动划分为四大主题季,实现“四季有主题、月月有活动、天天有亮点”,成功将“三区三村”

串珠成链,多条“村字号”体育旅游线路入选国家级精品线路,核心IP线路面向国内外重点市场精准推广。

自“村超”举办以来,榕江县累计接待游客超2300万人次,旅游综合收入超270亿元。台江县以“村BA”为核心IP,截至目前已累计接待游客1184.12万人次,实现旅游收入136.85亿元。仅2026年春节假日期间,全州累计接待游客达545.41万人次,实现旅游综合收入53.84亿元,同比分别增长17.87%和16.88%,呈现出文旅深度融合发展的强劲势头。

从早期节会到旅发大会,从“村字号”IP到四季主题布局,黔东南以品牌创建为抓手,走出了一条品牌赋能文旅融合发展的新路径。

服务提质:精细管理,智慧赋能
品牌效应持续释放,对服务保障提出了更高要求。黔东南以此为契机,推动旅游服务从粗放管理向精细服务深刻变革。

规范化管理筑牢服务基石。以西江、镇远、肇兴三大景区设立副县级管委会,配备109名干部,理清权责机制;推进景区“三权分置”改革,组建州旅游产业发展集团,打破体制壁垒。通过“管委会+社区+企业”协同治理,全州旅游投诉量同比下降54.67%。肇兴侗寨聚焦投诉堵点,完成设施维护280余处,开展服务培训18场次,检查食品安全265户次。“村超”期间,榕江旅游投诉量同比下降67%,游客复游率高达42%。

接待设施持续完善。通过持续加大旅游基础设施建设投入,新建改造一批游客服务中心、停车场、旅游厕所等配套设施,全州已建成星级饭店51家、旅行社80家、等级民宿73家,五星级饭店、国家级民宿实现破零,旅游服务保障能力大幅提升。

智慧赋能提升产业效能。积极推动旅游产业数字化升级,建设“智游黔东南”平台,融入DeepSeek大模型,拍摄4618个VR全景图,邀请3500家酒店、400户商家入驻,提供“一码”全流程服务,入选贵州省大数据融合示范项目,让游客舒心畅游黔东南。

交通动脉打通“最后一公里”。创新推出“客运服务驿站”,在高铁站、景区等关键节点建设7个综合驿站;开通景区直通车30条,凯里南站至西江、镇远高峰期每30分钟一班,实现“人到即走”。设计“小车小团”精品线路12条,运营105辆次。开通低空旅游航线3条、文旅主题公交示范线路2条,为游客出行提供了便利。

与此同时,围绕六项整治行动强化从业人员培训,打造“宣讲团”特色导游品牌,三大景区开通VIP包车等定制服务。节假日重点景区组建志愿服务队,深受游客好评,市场秩序与游客体验持续提升。

从“小马拉大车”到协同治理,从粗放管

理到精细服务,黔东南构筑起旅游产业化的坚实基础,让游客“一路畅通,全程舒心”,让苗乡侗寨的青山绿水更具品质魅力。

文旅富民:兴业惠民,幸福可及
旅游产业化的最终落脚点,是群众的腰包和笑脸。70年来,黔东南旅游产业从“政府主导”走向“全民共建”,让越来越多群众在家门口吃上“旅游饭”。

业态融合,拓宽增收渠道。全州出台引导人黔奖励政策,统筹1.66亿元支持新业态培育,推动体育旅游、低空经济、夜间演艺等加速落地。2025年,全州涉旅市场主体达12190家,大湾区游客突破1000万人次。《仰欧桑》《舞水月明》等精品演艺与苗寨夜景、古城夜游深度融合,形成主客共享消费新场景。

龙头景区,创新带富机制。西江千户苗寨探索“景区带村”模式,通过“公司+合作社+农户”利益联结,让村民以资源入股、参与经营。从人均收入不足1700元,到经营户超1000户,“民房变民宿、猪圈变酒店、阿妈成演员”,家家获利。2025年雷山县旅游综合收入达143.09亿元。

黎平肇兴侗寨采取“政府主导、民间主办、市场参与”模式,常态化开展“鼓楼习歌”“歌师传艺”200余场次,村歌大赛吸引90支歌队参与,游客日均停留增至2.8天。2025年,培育文创企业38家,带动3000多名村民就近就业,村集体经济突破300万元,村民人均可支配收入达4.7万元。

“村字号”IP,点燃增收引擎。台江县坚守“村BA”公益属性,开通“村BA消费券”和“深山非遗集市”,将苗绣、银饰转化为“指尖经济”,2025年,带动15家工坊增收2211.77万元。榕江县将“村超”作为第一战略,免费提供摊位1500余个,培育“贵州村超乡村主播”劳务品牌,累计新增市场主体8766户,带动就业超1.7万人。凯里“村T”坚持“零门槛”全民参与,联动“绣里淘”非遗集市,形成“白天逛集市、晚上看走秀”新场景,非遗集市商户激增至710家,提供就业岗位超3000个,带动周边县市“绣娘”居家就业1.5万人,人均增收1.2万元。

西江“景区带村”、肇兴“村歌赋能”、“村BA”全民共享、“村超”全民共富……黔东南旅游业正成为惠民富民的“金饭碗”。

七十年砥砺前行,从养在深闺到名动天下,从“资源优势”向“发展优势”华丽转变。黔东南用一次次破壁突围书写了“主客共享、全域共荣”的新画卷。

站在新的历史起点上,黔东南正以习近平总书记重要指示精神为指引,持续深化景区联动改革,擦亮“村”字号IP品牌,全力打造国内外知名民族特色旅游目的地,让苗乡侗寨的青山绿水释放更大的生态红利,让旅游产业成为推动高质量发展的强劲引擎。



从江县小黄侗寨千人合唱侗族大歌。
(通讯员 邹学军 摄)



雷山县西江千户苗寨。
(通讯员 王杨 摄)