

广西三江“三月三”对歌节旅游精准扶贫效益混合研究

戴欣佚, 梁莹莹

(金陵科技学院人文学院, 江苏 南京 211169)

摘要:基于精准扶贫的内涵要求,运用混合研究方法,对贫困人口及其家庭展开微观研究。通过主观封闭式问卷调查与半结构式访谈收集数据,采用模糊综合评判法进行量化评价,并运用民族志方法对评价结果予以阐释。结果表明:三江“三月三”对歌节旅游精准扶贫综合效益为弱强。其中,社会效益最强,但贫困人口权利实现度不高;经济效益次之,但波动明显,精准度欠佳;生态效益最弱。应从政府、企业、社区、居民四个主体入手,科学规划,提高扶贫效益与精准性。

关键词:旅游精准扶贫;扶贫效益;三江“三月三”对歌节;混合研究

中图分类号:F592.7

文献标识码:A

文章编号:1673-131X(2020)01-0025-06

2013年精准扶贫政策的提出使我国扶贫工作进入新阶段。国务院印发的《关于促进旅游产业发展的若干意见》(国发〔2014〕31号)中首次出现了“旅游精准扶贫”这一概念。斯丽娟等认为,旅游精准扶贫是指,“以贫困人口为核心,以旅游业发展手段,旨在提升贫困人口可持续发展水平,为满足贫困人口自身发展创造条件的扶贫方式”^[1]。在精准扶贫目标下,旅游扶贫更强调贫困人口发展,而不仅仅是贫困地区发展。因此,以贫困人口作为评价主体,研究旅游精准扶贫效益,将有助于评估扶贫工作的实际效果,辨识其影响因素,从而对现行扶贫政策措施进行优化。

一、文献回顾

关于旅游扶贫效益,国内外学者已经做了大量研究。从研究视角上看,现有研究大体可以分为宏观和微观两个视角。宏观视角侧重评价旅游开发对区域发展的综合影响,研究尺度由村、县至国家、地区不等^[2-6];微观视角侧重评价旅游开发对贫困人口及其家庭发展的综合影响^[1-3,7-10]。“总体来看,宏观层面的研究虽然更具有普适性,但其数据无法聚焦于贫困人口,容易使旅游扶贫的效应评价

失真,相较而言,基于微观层面的扶贫效果评价才是真正意义上的‘旅游精准扶贫’效益。”^[9]此外,还有基于可持续生计^[1]、变革理论^[8]、多维贫困^[9]等不同理论视角的研究。

从研究方法上看,现有研究以实证为主,多采用量化研究方法,如可持续生计分析框架^[1]、灰色关联度分析法^[2]、固定效益模型(fixed effects models)^[4]、矢量纠错模型(vector error correction model)^[5]、时刻通用法系统(system GMM)估计技术^[6]、双重差分模型估计法^[9]、自回归分布式滞后(ARDL)协整法^[10]等。量化研究能够快速掌握旅游开发对研究区域或社群扶贫效益的总体特征,却无法反映研究对象的复杂性。通过观察、访谈等方法搜集质性材料并对其进行分析有助于弥补这一不足,也有助于更好地解释量化研究结果。量化研究与质化研究相结合,是精准扶贫对旅游扶贫效益研究提出的要求。

从评价维度上看,现有研究仍较侧重于旅游开发的经济效益评价,但同时也基于可持续理论对社会文化、生态环境等多维效益进行评价。现有研究总体上支持旅游开发对贫困地区及其人口具有正面的经济效益,但也注意到了旅游漏损对扶贫效益的消解、旅游扶贫无法惠及赤贫人口并使贫富差距加大等问题^[1-4]。现有研究总体上支持旅游开发

收稿日期:2019-10-30

基金项目:江苏省文化科研课题“文旅融合下民俗节庆旅游高质量长效发展策略研究”(19YB17)

作者简介:戴欣佚(1978-),女,江苏扬州人,讲师,硕士,主要从事民俗旅游研究。

对贫困地区及其人口具有正面的非经济效益,但也注意到了旅游开发对淳朴民风的冲击与生态环境的破坏等问题^[2]。

节日是地方、族群文化精华集中展示的窗口,具有极高的旅游价值。节事旅游资源一直受到相关部门的重视,然而,相关研究却没能跟上节事旅游扶贫开发的步伐。本研究对广西三江“三月三”对歌节旅游精准扶贫的效益进行评价和分析,既为地方扶贫工作建言献策,也为这一领域研究抛砖引玉。

二、研究方法

基于精准扶贫的内涵要求,本研究将聚焦贫困人口及其家庭发展,运用混合研究方法展开微观研究。数据收集采用并行方式,将主观封闭式问卷调查与半结构式访谈相结合,收集贫困人口对“三月三”对歌节旅游开发的实践、感知和态度。数据分析采用顺序策略,首先,运用模糊综合评判法对样本所反映的各维度扶贫效益作总体量化评价;其次,运用民族志方法聚焦微观个体,观照其在旅游扶贫开发中所形成的生计方式、行为模式和价值观念,由此对量化评价结果予以阐释。

三、数据来源

(一)研究区域概况

三江侗族自治县位于广西北部丘陵地区,因境内汇聚浔江、榕江和苗江而得名,是国家级贫困县。自2015年开展精准扶贫工作以来,三江县减少贫困人口12 458户共54 134人,实现35个贫困村脱贫摘帽,贫困发生率由27.66%降至12.65%^[11]。总的来说,三江县经济增幅大、发展快,但总量小、综合实力弱;工业发展滞后,农业规模化、商品化水平低,现代化农业生产模式尚未建立健全;财政困难,居民整体生活水平低,扶贫任务艰巨。

“三月三”对歌节是广西壮族重要的传统节日,也是汉、瑶、苗、侗、仫佬、毛南等世居民族重要的传统节日。自2014年始,广西壮族自治区政府将“三月三”对歌节确定为法定假日,区内全体公民放假两天。在三江侗族自治县,“三月三”举行的抢花炮、斗牛、斗马、对歌、芦笙踩堂等一系列文体活动

是其旅游开发的重要对象。

(二)数据来源

本研究采用入户调查的形式,以家庭为单位收集数据,调查地点为三江县“三月三”对歌节旅游活动的主场地之一——古宜镇程阳风雨桥景区附近,调查时间为2019年2月20—23日。本次调查在理论和文献研究的基础上预先设计了调查问卷和访谈提纲,并在调查过程中结合实际情况对问卷做了相应的修改和完善。本次调查共入户96户家庭,发放问卷96份,回收96份,其中有效问卷91份,有效率为94.8%,共整理访谈记录47份。

本次调查围绕评价旅游精准扶贫效益的三个主要维度形成一份主观封闭式问卷。其中,针对经济效益的问题主要为以下几个方面:家庭收入来源,是否参与“三月三”对歌节旅游经营活动,每户参与对歌节旅游经营活动者的人数及其占家庭人口的比例,每户对歌节旅游经营活动收入及其占家庭收入的比例等。针对社会效益的问题主要分为以下几个方面:对“三月三”对歌节所带来的水、电、交通、网络等基础设施改善度的评价,居民通过参加对歌节旅游经营活动得到提升的能力,居民对对歌节旅游开发的表达权、监督权、决策权的实现程度,对歌节旅游开发是否提升了居民生活的满意度等。针对生态效益的问题主要为以下几个方面:自然资源、生态环境的保护情况,“三月三”对歌节旅游开发对动植物保护的影响,居民环保意识是否得到增强等。访谈问题主要包括居民是否了解、支持旅游精准扶贫,居民参与了哪些对歌节旅游经营活动,参与对歌节旅游经营活动对居民自身及其家庭有哪些提升以及提升的程度等方面。

四、三江“三月三”对歌节旅游精准扶贫效益总体评价

本研究以AHP层次分析法为基础,结合模糊数学中的隶属度运算,形成模糊综合评判法,对三江“三月三”对歌节的旅游扶贫效益进行总体评价。

(一)权重的确定

以旅游扶贫效益评价指标为基础建立指标集 $A(A = \{a_1, a_2, a_3, a_4, a_5, \dots, a_i\})$,其中 a_i 为第 i 个旅游扶贫效益评价指标。对应指标集,运用熵值法确定各指标的权重,建立权重集合 $W(W = \{\omega_1,$

$\omega_2, \omega_3, \omega_4, \omega_5, \dots, \omega_j\}$, 其中 ω_j 为第 j 个指标的权重, $\sum_{j=1}^i \omega_j = 1$ 且 $0 \leq \omega_j \leq 1$ 。对歌节旅游精准扶贫效益评价体系各维度及指标权重详见表 1。

表 1 对歌节旅游精准扶贫效益评价体系指标权重

维度层	指标层	权重	代码
经济效益 (0.412)	旅游活动收入	0.126	a_1
	旅游活动收入占比	0.142	a_2
	就业带动能力	0.073	a_3
	产业关联带动效应	0.071	a_4
社会效益 (0.383)	基础设施建设	0.062	a_5
	居民能力提高	0.089	a_6
	居民权利的实现	0.099	a_7
	地区知名度提高	0.054	a_8
	生活满意度提高	0.078	a_9
生态效益 (0.205)	生态环境保护	0.072	a_{10}
	动植物可持续发展	0.087	a_{11}
	环保意识增强	0.046	a_{12}

(二) 调查评判隶属度矩阵及综合隶属度向量

以调查问卷数据为基础, 建立第一个指标的事实评判集合 $S_1 (S_1 = \{s_1, s_2, s_3, s_4, s_5, \dots, s_q\})$, 其中 q 为事实评判过程中备选的项目个数, s_q 为第 q 个备选答案的隶属度, 且 $s_1 + s_2 + s_3 + s_4 + s_5 + \dots + s_q = 1$ 。同理, 依次建立各个指标的事实评判集合 $S (S_2, S_3, S_4, S_5, \dots, S_i)$ 。以 S_i 为行向量, 形成一个综合隶属度矩阵 $S_{(i \times q)}$, 其中每个元素 s_{iq} 的含义为第 i 个指标的第 q 个备选答案的隶属度。经过数据整理, “三月三”对歌节旅游精准扶贫效益调查评判结果见表 2。

表 2 旅游精准扶贫效益调查评判结果

维度层	指标层	调查评判隶属度				
		差	无变化	一般	较好	很好
经济效益	a_1	0	0.30	0.26	0.37	0.07
	a_2	0.05	0	0.80	0.10	0.05
	a_3	0	0.11	0.74	0.15	0
	a_4	0.07	0.38	0.46	0.09	0
社会效益	a_5	0	0	0.23	0.77	0
	a_6	0.06	0	0.10	0.84	0
	a_7	0.20	0.29	0.38	0.13	0
	a_8	0	0.06	0.44	0.36	0.14
	a_9	0.11	0.13	0.58	0.18	0
生态效益	a_{10}	0	0.08	0.21	0.67	0.11
	a_{11}	0.35	0.42	0	0.23	0
	a_{12}	0.12	0.07	0	0.66	0.15

根据表 1 和表 2, 本研究所需权重向量 W 为

$$W^T = \{0.126, 0.142, 0.073, 0.071, 0.062, 0.089, 0.099, 0.054, 0.078, 0.072, 0.087, 0.046\}$$

综合隶属度矩阵 S 为

$$S = \begin{bmatrix} 0 & 0.30 & 0.26 & 0.37 & 0.07 \\ 0.05 & 0 & 0.80 & 0.10 & 0.05 \\ 0 & 0.11 & 0.74 & 0.15 & 0 \\ 0.07 & 0.38 & 0.46 & 0.09 & 0 \\ 0 & 0 & 0.23 & 0.77 & 0 \\ 0.06 & 0 & 0.1 & 0.84 & 0 \\ 0.20 & 0.29 & 0.38 & 0.13 & 0 \\ 0 & 0.06 & 0.44 & 0.36 & 0.14 \\ 0.11 & 0.13 & 0.58 & 0.18 & 0 \\ 0 & 0.08 & 0.21 & 0.67 & 0.11 \\ 0.35 & 0.42 & 0 & 0.23 & 0 \\ 0.12 & 0.07 & 0 & 0.66 & 0.15 \end{bmatrix}$$

综合隶属度向量 D 为

$$D = W \cdot S = (0.08176, 0.16042, 0.3739, 0.34562, 0.0383)$$

(三) 评价结果

将旅游精准扶贫效益由弱至强分为五个等级并分别赋值 (R), 见表 3。

表 3 旅游精准扶贫效益赋值

R 值	$0 < R \leq 1$	$1 < R \leq 2$	$2 < R \leq 3$	$3 < R \leq 4$	$R > 4$
等级	很弱	弱	中	强	很强

可确定评价等级分值向量 $R = (1, 2, 3, 4, 5)$ 。根据 $u = D \cdot R^T$ 可以得出其综合旅游精准扶贫效益值 $u = 3.09828$ 。根据表 3, “三月三”对歌节旅游精准扶贫综合效益值为强, 但属于弱强。此外, 可分别计算其各旅游精准扶贫效益维度的效益值。数据表明, “三月三”对歌节旅游精准扶贫效益中, 社会效益较明显, 经济效益次之, 生态效益最不显著 (表 4)。

表 4 旅游扶贫各维度效益值

维度	经济效益	社会效益	生态效益
效益值	1.06943	1.28794	0.74091

五、三江“三月三”对歌节旅游精准扶贫效益典型分析

本文从 47 份访谈记录中选取两户典型家庭的深度访谈材料, 观照贫困群体在对歌节旅游精准扶

贫中的具体实践,对对歌节旅游精准扶贫效益进行典型分析。

A 家庭为风雨桥景区附近的小商铺个体经营户。该家庭主要人口为一对夫妇及其一双儿女,共4名成员。接受访谈的是作为户主的男主人。当问及旅游精准扶贫的情况时,户主表示,对旅游精准扶贫的认识仅限于县里的宣传,关于什么是旅游精准扶贫,怎么扶,能产生什么效果并不十分清楚,但由于可以通过参与旅游开发的方式得到对点扶贫,所以还是非常支持旅游精准扶贫的。

A 家庭主要通过售卖旅游纪念品、食品和其他生活用品参与对歌节旅游经济活动。谈到参与的障碍,户主认为,开展个体经营最主要的障碍还是资金不足。资金来源有限,资金信贷困难,家庭又无法承担全部的经营费用。其次,对歌节旅游淡、旺季太明显。碰上旅游淡季,食物可能会由于经营不善而过期。而旅游纪念品的售卖更讲究淡、旺季,遇到节假日生意会好一些,平时生意就比较差,甚至无人问津。再者是销售渠道单一的问题,商品滞销问题没有有效的方法解决。当地的商铺都是各自独立经营,没有集体组织,社区组织不够完善。

对于开展经营活动所带来的经济收入,以及在其他方面对自身和家庭所带来的提升方面,户主表示:商铺的收入是家庭的主要经济来源,能够基本支撑家庭开支,但是波动较大。每逢“三月三”对歌节等旅游旺季生意比较火爆,经济收入也较高,但除此以外的时间,商铺生意惨淡。商铺出售的商品大多是生活用品,顾客就是本地居民,这也是为什么要卖生活用品的原因,主要是为了增加旅游淡季时的经济收入,缩小淡、旺季收入差距。在没有开展商铺经营之前,家庭的主要收入来自于务农,但随着子女越来越大,学费、生活费支出也逐渐增加,务农所得已经满足不了家庭开支,于是便有了经营商铺的想法,现在家庭收入比以前大大提高,主要收入来源从务农变成了商铺经营,生活水平也逐渐提高。当然,除了经济收入外,开展商铺经营也能得到其他方面的提升,例如,在经营时通过与游客交流提高了沟通的能力,接触到了新的思想,家里的子女也是如此。另外,由于经营的需要,其还学习了移动支付等知识,使知识得到了更新。

通过访谈发现,A 家庭从“三月三”对歌节旅游经营活动中得到的经济收入和知识、技能、观念

等的提升是显而易见的,但是经济收入不够稳定,经济风险较大。

B 家庭为参与对歌节民俗表演的家庭。该家庭共五口人,分别是男性户主及其妻子,以及他们的一个女儿和两个儿子,其中小儿子还在上学。接受访谈的是参与对歌节民俗表演的一对姐弟。当问及旅游精准扶贫的了解时,姐弟俩表示不太了解,社区也没有开展知识普及活动,对于旅游精准扶贫的认识仅限于字面意义,但是通过发展旅游来发展经济还是很符合三江实际的,因此非常支持旅游精准扶贫。

姐弟俩通过参与对歌节民俗表演获得经济收入,在谈及参与对歌节民俗表演的障碍时,他们表示,首先,还是缺乏相关技能。对歌也是需要很多技巧的,也需要开发其他的表演形式、表演内容。应该以传统的表演形式为主体,适当地增添新的内容,否则容易枯燥,缺少吸引力,导致游客量减少。其次,缺乏旅游经营管理能力。对歌表演属于前台工作,如果想要转到后场做组织、管理工作则需要学习相关知识,但目前这方面的培训学习机会很少,找不到合适的培训方式来提升旅游经营管理能力。

对于参与对歌节民俗表演所获得的经济收入以及其他方面的自我和家庭提升方面,姐弟俩表示:由于“三月三”处于旅游旺季,尤其是对歌节期间,对歌表演场数很多,所以表演收入是平时的好几倍。对歌节旅游开发大大提高了家庭收入,生活变得越来越好,但同时也存在弊端,那就是月收入太过于悬殊。由于对歌节的周期性特征,对歌是所有旅游开发项目中月收入悬殊最大的。当然,参与对歌节旅游开发能够获得的也不只是经济上的收益,对于提升个人和家庭的艺术审美能力、更新思想观念等都有很大帮助。此外,对歌是侗族的一种传统民俗艺术形式,作为对歌表演的一份子,他们感到很自豪。

访谈发现,B 家庭从“三月三”对歌节旅游开发中获得的经济提升非常大,但弊端也十分明显。由于月收入过于悬殊,迫切需要发展其他收入形式,以降低旅游淡季带来的经济风险。此外,对歌表演提升了其艺术审美能力,也增强了其民族认同感。

两例典型分析提供了三个方面的启示:一是对歌节扶贫开发提升了贫困群体的经济收入、技能和观念,增强了其民族认同感;二是对歌节旅游扶贫

具有节事本质赋予的短暂性与周期性特征,这一特征造成了其扶贫开发的障碍和扶贫效益的波动性;三是贫困群体资金、技能和社会关系的匮乏是扶贫效益实现的主要障碍。典型分析在一定程度上解释了定量评价的结果。

六、结论与建议

(一)结论

1. 社会效益显著,但贫困人口权利实现度不高。三江“三月三”对歌节旅游开发改善了地区基础设施,提高了地区知名度,提高了贫困人口技能水平和生活满意度,社会效益显著。但贫困人口权利实现度不高,不能就旅游开发提出自己的意见,不能对旅游开发过程进行监督,因此也不能在利益分配时占据优势。究其原因:一方面,物质、文化、社会资本的弱势制约了其话语权;另一方面,主体意识薄弱使其成为集体事物的旁观者。调查发现,权利实现度与旅游开发参与度存在互构关系,参与对歌节旅游开发时间越长、参与程度越深,其行使权利的积极性越高,不清楚自己的权利或对行使权利抱无所谓态度的受访者其旅游参与度也低。贫困人口权利实现度低影响了旅游扶贫的效益和精准性。

2. 经济效益波动,精准度欠佳。许多学者质疑利用贫困群体感知测量扶贫效益的方法,因为贫困群体总是对扶贫的积极影响感知强烈,而容易忽视消极影响^[12]。经济贫困是贫困最基础的维度,贫困人口往往对扶贫的经济效益最敏感,然而三江贫困群体却没有对对歌节旅游开发所带来的经济效益给予极大的肯定。究其原因:一方面,对歌节历时短,由于投资不足、企业缺位、策划水平低,因此规模有限,旅游吸引力不足,总体上限制了其经济效益;另一方面,由于节日的周期性,对歌节旅游淡季明显,旅游收入波动强烈,经济风险大。此外,由于物质、文化、社会资本匮乏,抗风险能力差等原因,贫困群体旅游开发参与度低,无法分享其经济利益。

3. 生态效益不明显。三江对歌节旅游精准扶贫生态效益最弱,在旅游开发程度还比较低的情况下,这一方面说明对歌节旅游对地区生态的影响不大,另一方面也可能是由于贫困人口的生态意识还比较薄弱。由于地区经济发展程度还比较低,旅游

开发可能出现只要“金山银山”不要“绿水青山”的情况,这将造成旅游扶贫的不可持续,应予以防范。

(二)对策

1. 加大帮扶力度。应加大三江旅游基础设施建设投入,改善交通、水电、网络、公共厕所、停车场等旅游基础设施环境,提高三江旅游可进入性和便利性。应通过制定优惠政策、提供财政补贴、适当放宽银行贷款、建立旅游扶助基金等措施,引导贫困群体参与旅游经济活动。应建立扶贫资金监管机制,落实专项资金,防止扶贫资源浪费。

2. 扩大招商引资。鼓励企业参与旅游开发、经营和管理,重点进入酒店开发与经营、农产品产业化制作与销售、旅游周边活动策划、影视拍摄等领域,增加对歌节旅游附加值与产业关联度,扩大节事规模,增强其旅游经济活力。

3. 完善社区组织。应完善贫困群体社区组织,通过集体参与增强贫困群体在旅游开发决策中的话语权;通过社区组织监督公共事务来协调贫困群体的利益关系;通过社区组织整合人力、物力、财力等,提升贫困人口参与旅游经济活动的的能力与程度,使其能在旅游开发中获得更多的利益。

4. 提高贫困人口参与度。旅游精准扶贫的目的为贫困人口减贫脱贫,要提高三江贫困人口的旅游开发参与度,为其提供发展机会,使其能够通过自己的劳动获得收益。针对阻碍贫困人口参与旅游开发的障碍,如资金信贷困难、技术能力匮乏等,要针对问题寻找解决办法,逐步扫清障碍。

5. 合理安排淡季生产。控制贫困人口旅游收入波动幅度,利用淡季设计制作对歌表演使用的民族服饰、进行农家果园的种植等,以便在旺季来临时丰富游客的旅游体验。这既为旅游旺季做足准备,又为增加旅游淡季的经济收入提供可能性。

参考文献:

- [1] 斯丽娟,夏瑀,陶杰,等. 旅游精准扶贫绩效影响因子研究——基于可持续生计理论[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版),2019(1):29-38
- [2] 党红艳,金媛媛. 旅游精准扶贫效应及其影响因素消解——基于山西省左权县的案例分析[J]. 经济问题,2017(6):108-113
- [3] Joseph E Mbaiwa. Poverty or Riches; Who Benefits from the Booming Tourism Industry in Botswana? [J]. Journal of Contemporary African Studies, 2017 (1):93-112

- [4] Carmen Maria Llorcarodriguez, Amalia Cristina Casasjurado, Rosa Maria Garciafernandez. Tourism and Poverty Alleviation: An empirical Analysis Using Panel Data on Peru's Departments [J]. *International Journal of Tourism Research*, 2017(6): 746 - 756
- [5] Salama Yusuf, Mshenga Machano Ali. Tourism and Poverty Reduction: Evidence from Tanzania[J]. *International Journal of Asian Social Science*, 2018(12): 1130 - 1138
- [6] Oludele Folarin, Oluwatosin Adeniyi. Does Tourism Reduce Poverty in Sub-Saharan African Countries? [J]. *Journal of Travel Research*, 2019(1): 37 - 51
- [7] Isaboke Peter Kennedy Nyataya. Tourism a Tool for Poverty Alleviation in Rwanda: Case of Kinigi Sector of Musanze District [J]. *International Journal of Research*, 2017(2): 23 - 37
- [8] Giang Thi Phi, Michelle Whitford, Sacha Reid. What's in the Black Box? Evaluating Anti-poverty Tourism Interventions Utilizing Theory of Change [J]. *Current Issues in Tourism*, 2018(17): 1930 - 1945
- [9] 王耀斌, 陆路正, 魏宝祥, 等. 多维贫困视角下民族地区乡村旅游精准扶贫效应评价研究——以扎尕那村为例 [J]. *干旱区资源与环境*, 2018(12): 190 - 196
- [10] Jorge Garzarodriguez. Tourism and Poverty Reduction in Mexico: An ARDL Cointegration Approach [J]. *Sustainability*, 2019(3): 845
- [11] 刘佳, 吴练勋. 三江侗族自治县召开脱贫攻坚誓师大会 [EB/OL]. (2019 - 02 - 11) [2019 - 09 - 30]. <http://gx.people.com.cn/n2/2019/0211/c179430-32624947-2.html>, 1
- [12] 李如友, 郭鲁芳. 旅游减贫效应之辩——一个文献综述 [J]. *旅游学刊*, 2017(6): 28 - 37

(责任编辑: 刘 鑫)

A Mixed Research on the Benefits of Tourism Targeted Poverty Alleviation of the “March 3rd” Songs Festival in Sanjiang of Guangxi

DAI Xin-yi, LIANG Ying-ying

(Jinling Institute of Technology, Nanjing 211169, China)

Abstract: Based on the connotation requirements of targeted poverty alleviation, a mixed research method is used to conduct a microscopic research on the poor population and their families. Through the parallel use of subjective closed questionnaire and semi-structured interview to collect data, using the fuzzy comprehensive evaluation method for quantitative evaluation, and the ethnography method to explain the evaluation results, the research showed that the comprehensive benefits of tourism targeted poverty alleviation of Sanjiang's “March 3rd” Songs Festival is weakly strong. Among them, the social benefits are the strongest, but the realization degree of poor population rights is not high; the economic benefits are second, but the fluctuations are obvious and the precision degree is not good; the ecological benefits are the weakest. We should start from the four main bodies of government, enterprises, communities, and residents, and make scientific planning to improve the efficiency and accuracy of poverty alleviation.

Key words: tourism targeted poverty alleviation; poverty alleviation benefit; Sanjiang “March 3rd” Songs Festival; mixed research