



主编◎朱海冰

副主编◎谢镕键 林日举

琼南民俗民族旅游发展研究

STUDY ON THE TOURISM DEVELOPMENT OF THE
FOLK CUSTOM IN SOUTH HAINAN



中国旅游出版社



主编◎朱海冰

副主编◎谢谔键 林日举

琼南民俗民族旅游发展研究

STUDY ON THE TOURISM DEVELOPMENT OF THE
FOLK CUSTOM IN SOUTH HAINAN



中国旅游出版社

项目策划：段向民
责任编辑：孙妍峰
责任印制：谢 雨
封面设计：何 杰

图书在版编目(CIP)数据

琼南民俗民族旅游发展研究 / 朱海冰主编. — 北京：
中国旅游出版社，2018.3
ISBN 978-7-5032-5988-3

I. ①琼… II. ①朱… III. ①民族地区—旅游业发展
—研究—海南 IV. ①F592.766

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第051432号

书 名：琼南民俗民族旅游发展研究

作 者：朱海冰主编

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@ccta.gov.cn

营销中心电话：010-85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京明恒达印务有限公司

版 次：2018年3月第1版 2018年3月第1次印刷

开 本：720毫米×970毫米 1/16

印 张：10.75

字 数：183千字

定 价：35.00元

ISBN 978-7-5032-5988-3

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与营销中心联系调换

前言

海南省的主要少数民族是黎族、苗族和回族，其中黎族人口最多，占全国黎族总人口的 93.9%，列全国第 1 位。海南省有 6 个民族自治县，分别是：乐东黎族自治县、陵水黎族自治县、昌江黎族自治县、保亭黎族苗族自治县、琼中黎族苗族自治县和白沙黎族自治县。五指山市也是海南省中部少数民族的聚居地。地理位置上，它们大多位于海南岛的南部，也就是琼南地区。这些地区的民俗民族旅游业发展对于加快海南少数民族地区社会经济发展和海南国际旅游岛建设具有重要意义。

海南保亭县与三亚市交界处的槟榔谷黎苗文化旅游区是项目组成员及指导老师重点调研对象。2015 年 7 月，槟榔谷荣膺国家 5A 级旅游景区称号。作为中国首家民族文化型 5A 级景区，槟榔谷还是国家非物质文化遗产生产性保护基地、十大最佳电影拍摄取景基地，分别获国务院文化部、农业部颁发的“全国民族团结进步模范集体”“国家文化出口重点项目”“全国休闲农业与乡村旅游五星级企业”等多项国家荣誉。海南槟榔谷黎苗文化旅游区秉承“挖掘、保护、传承、弘扬海南黎苗文化，使其生生不息”的使命，向世界再现了海南千年的昨日文明，是海南原住民文化的传承者和创新实践者。

本书收录了旅游管理专业硕士研究生联合培养基地（海南热带海洋学院与海南槟榔谷黎苗文化旅游区联合申报）近两年来关于海南岛南部地区民俗旅游发展的 3 篇硕士毕业论文及作为国家旅游局万名英才计划 2016 年度“创新创业型英才培养项目”《黎族风情系列旅游纪念品创新设计与开发方案》结题材料的 3 篇本科毕业论文。期待这些关于民俗民族旅游的研究与探索对全国其他民族地区的旅游发展起到一定的参考作用。

本书的编写得到国家旅游局万名英才计划项目组、中国旅游出版社、琼中

县旅游发展委员会邓开扬主任、海南热带海洋学院 MTA 中心 2 位行业导师程天富（海南槟榔谷黎苗文化旅游区董事长）、陈国东（海南槟榔谷黎苗文化旅游区副总经理）的大力支持，在此深表谢意。

本书是海南热带海洋学院 MTA 中心各位老师、研究生、旅游学院本科生共同努力的结果。全书由朱海冰、谢镭键策划并设计框架结构，进行统稿。本书具体编写分工为：第一篇由程远朋编写，第二篇由陈娇艳编写，第三篇由王吉敏编写，第四篇由陈淑萍编写，第五篇由曾艳编写，第六篇由李欣编写。

由于时间仓促，加之作者水平有限，书中存在的疏漏之处，恳请广大读者和各位同行提出宝贵意见。

编者

2018 年 2 月

目录

第一篇 海南槟榔谷景区黎族风情旅游纪念品市场调查与分析	1
第一章 基本理论概述	3
第二章 海南旅游购物市场现状	4
第三章 槟榔谷景区黎族风情旅游纪念品市场现状分析	5
第四章 槟榔谷景区黎族风情旅游纪念品市场深度挖掘的建议	11
第二篇 海南槟榔谷景区黎族旅游纪念品开发研究	15
第一章 绪论	17
第二章 基本理论概述	18
第三章 海南槟榔谷黎族旅游纪念品开发现状调查	20
第四章 海南黎族旅游纪念品开发中存在的主要问题	25
第五章 海南黎族旅游纪念品的创新开发策略	26
第三篇 黎族服饰旅游商品的开发研究	29
第一章 绪论	31
第二章 基本理论概述	32
第三章 黎族服饰旅游商品开发现状调查	35
第四章 海南黎族服饰旅游商品开发取得的成就	39
第五章 海南黎族服饰旅游商品开发存在的问题	40
第六章 黎族服饰旅游商品创新开发的建议	42
第四篇 乐东黎族自治县民俗旅游资源开发研究	47
第一章 绪论	49

第二章	乐东黎族自治县民俗旅游资源概况	55
第三章	乐东黎族自治县民俗旅游资源开发的现状	63
第四章	乐东黎族自治县民俗旅游资源创新开发的对策	69
第五篇	五指山市黎族非物质文化遗产旅游开发研究	79
第一章	绪论	81
第二章	基本理论概述	87
第三章	五指山市黎族非物质文化遗产旅游开发利用情况	92
第四章	五指山市黎族非物质文化遗产旅游创新开发的对策	106
第六篇	三亚市乡村旅游资源开发对策研究	
	——以槟榔河旅游资源开发为例	119
第一章	绪论	121
第二章	三亚市槟榔河乡村旅游资源概况	129
第三章	三亚市槟榔河乡村旅游资源开发现状	134
第四章	三亚市槟榔河乡村旅游资源开发对策	141
附 录		156
附录一	槟榔谷景区黎族风情旅游纪念品市场调查问卷	156
附录二	海南黎族风情旅游纪念品的游客需求调研问卷	158
附录三	槟榔谷黎族服饰旅游商品开发情况调查	160
附录四	五指山市非物质文化遗产保护名录	161
附录五	五指山市部分非物质文化遗产代表性传承人名录	162
附录六	五指山市非物质文化遗产旅游开发调查问卷	164

第一篇

海南槟榔谷景区黎族风情旅游 纪念品市场调查与分析

在旅游发达的旅游目的地国家或地区中，旅游纪念品收入是支撑该地区旅游业收入增长的重要来源，旅游纪念品收入的增长对该地区旅游产业升级和完善起到很大的促进作用。槟榔谷作为保亭地区重要的 5A 级黎族文化旅游区，随着海南城市建设和社会经济的发展，旅游业在快速发展的过程中，景区旅游总收入中占比最低的是旅游纪念品收入，这严重阻碍了景区旅游产业的升级发展和旅游收入的提高。为促使游客们购买体现当地黎族风情的旅游纪念品，更好地对外宣传槟榔谷黎族文化旅游区的地域文化特色、黎族民俗，完善景区旅游产业经济结构和促进旅游收入增长，就需要对槟榔谷文化旅游区黎族风情旅游纪念品供给和需求市场进行调查分析，提出有利于实现景区产业链顺畅贯通，有利于景区旅游收入进一步提高的关键性、可行性、有效性办法。

第一章 基本理论概述

一、旅游纪念品的定义

《旅游纪念品设计》一书的作者吴朋波对旅游纪念品的概念是这样介绍的：旅游纪念品是以景区的文化景观或自然风光为题材，利用当地原材料制作而成，体现了当地传统工艺和风格，反映当地民俗风情、名胜古迹及各种旅游活动特色。富有纪念意义的中小型物品，各式各样的旅游纪念品都应体现景区的文化内涵和资源，同时应具有相当的工艺水平，游客购买后则保存了一次愉快的旅游经历。

国外学者戈登（Gorden）认为，旅游纪念品是记录一段不同于日常生活经历的一个有形的象征和提示，以此才能将那段记忆物化，这一定义抓住了旅游纪念品是“精神和物质的结合体”这一本质特征，具有高度概括性和准确性。

在结合国内外学者对旅游纪念品定义的基础上，笔者认为黎族风情旅游纪念品是指带有黎族文化内涵、具有海南特色、体现海南黎族印记的旅游小商品。

二、旅游纪念品的分类

旅游纪念品的具体分类方法，在日常的经营与管理中一般根据目的、商品特点、文化特点来选择适合于工作需要的分类标准，主要有以下几种分类方法：通过旅游当地纪念品的特征，将纪念品分为工艺商品、土特产、旅游用品等。

旅游工艺品是指在旅游地制作的技艺精湛、造型喜人、材质厚实的手工艺品。一般旅游工艺品的制作材料或是制作技术是当地独有的，工艺手段复杂精巧，具有长久的历史传承。主要分为工业制成品、手工业制成品以及工业和手工业相结合的产品。

土特产是当地有悠久的历史而且比较出名的事物，如孝感麻糖、武汉热干面、新疆红枣、北京炸酱面。土特产有些是在人们的旅游过程中作为美食品尝，有些开发成旅游纪念品或是礼品，这类旅游食品通常声名远扬、历史悠久、制作工艺讲究，具有鲜明的地域性。

旅游印刷品是指运用现代印刷技术可以多次印刷的纪念品，一般常见的此类印刷品有明信片、软抄本、丝巾、卷轴画、地图等。印刷类纪念品一般方便携带，价格不高，因此在市场上流通性较高。

三、旅游纪念品的特征

MBA 智库中认为旅游纪念品属于特色旅游商品，除了具有一般旅游商品的基本属性外，还具有自己独特的性质。他们分别是文化性、艺术性、纪念性等。

(1) 文化性：马斯洛需求层次理论中提到，人们在基本的物质需求得以实现后，会转而追求精神层面的享受。旅游纪念品作为地区精神文化的物质载体，体现了反映不同地区特有的文化内涵，游客购买旅游纪念品的过程其实是一个了解、学习该地区文化的过程。

(2) 艺术性：旅游纪念品能被游客接受、吸引游客购买，离不开旅游纪念品创作者的设计、审美、制作技艺。一个优秀的旅游纪念品能体现出不同创作者的艺术审美思想、创作思路，他是设计者精心创作的艺术结晶。

(3) 纪念性：旅游纪念品不是单纯的商品，它浓缩着一个地方或景区的自然风貌、文化内涵，能展现该地区独有地域特色。旅游纪念能让游客回忆起旅游时的种种经历，它承载着游客的精神寄托和情感。

第二章 海南旅游购物市场现状

一、海南旅游购物供给市场现状

海南旅游商品的主要供给和销售市场是三亚、海口、交通沿线经济区及旅游景区等。旅游商品的销售地点通常在景区购物点、步行街商业中心、市区旅游纪念品专营店等。海南凭借丰富优质的旅游景点和其自身旅游目的地强大吸引力为旅游纪念品销售市场创造出了得天独厚的市场优势。

现有海南旅游纪念品供给市场上，纪念品多以海南特有的贝壳、椰雕、牛角雕、海南黄花梨木制品、橡胶制品及珍珠制品等种类在市场上进行出售。在

进行市场走访的调查过程中,能体现海南黎族文化,带有文化内涵的旅游商品及纪念品数量种类较少。

二、海南旅游购物需求市场现状

游客在旅游过程中支付的一切旅游支出就是该旅游地区的旅游年收入。海南省的重要性经济产业是以第三产业为代表的旅游业,海南旅游收入从 2005 年的 125.05 亿元到 2015 年的 543.39 亿元,可以看出海南旅游收入呈现出逐年递增的态势,游客旅游消费支出有着很大的潜在需求。通过对入岛游客的随机街头访问中发现,游客旅游消费支出比重从大到小依次是:交通支出=住宿>饮食>景区景点门票支出>旅游购物>娱乐消费,可以看到游客的旅游支出以住宿和交通占比较大,旅游购物支出占比最少。谈及旅游购物支出比重较低的原因,大部分游客认为旅游目的地缺乏有吸引力的旅游商品,旅游商品大同小异,其他省外旅游购物点也有相同的产品。但是也有游客认为看到有特色、有吸引力、有唯一性的旅游商品或者纪念品会选择购买。

通过 2005—2015 年入岛游客旅游商品购物支出的统计分析,海南旅游商品收入仅占海南省旅游收入总额的 20.01%,国际上很热门的旅游城市中,这个比例一般有 40%。目前海南省旅游纪念品市场发展得并不理想,同时也可以预测出海南旅游商品消费市场有着很大的潜在发展空间和需求。

第三章 槟榔谷景区黎族风情旅游 纪念品市场现状分析

一、槟榔谷景区

海南槟榔谷黎苗文化旅游区创建于 1998 年,地处北纬 18°,位于保亭县与三亚市交界的甘什岭自然保护区境内。景区由大门景观区、甘什黎村、雨林苗寨、非遗村、五大图腾区及发展史陈列馆等几个大区组成。旅游区很重视黎族传统文化的挖掘、传承、弘扬和保护,景区目前已有 10 项非物质文化遗产保

护项目。珍藏的黎族民间文物、黎族传统建筑船形屋、海南最后一代绣面文身女——如今的黎族阿婆手工织出美丽黎锦，有 400 多年历史的龙被、百年谷仓、黎族歌舞和音乐、特色民俗活动，黎族文物展示着黎族发展的历史和变迁。该旅游区已经成为海南展现本地民族文化的重要平台，受到游客的肯定和赞扬。

二、槟榔谷景区黎族风情旅游纪念品市场调查

需求分析主要是通过对景区游客发放问卷和访谈的形式调查游客对景区黎族旅游纪念的购买意向和旅游纪念品的需求偏好。本次调查采用实地调查和问卷调查的方法，调查了槟榔谷景区的旅游购物点。通过分层抽样和随机抽样相结合的取样方法对槟榔谷景区游客进行问卷调查和访问调查以获得黎族特色旅游纪念品需求方面的统计资料。笔者在槟榔谷景区向游客发放了 200 份调查问卷，收到了 174 名游客的反馈，可以使用的比重为 87%，

供给市场分析主要是通过对槟榔谷景区进行实地调查，采用观察法、访问法、收集文件、调查法对景区黎族特色旅游纪念品市场销售及供给情况进行资料采集并通过摄影、摄像、录音等形式记录。

1. 槟榔谷景区黎族风情旅游纪念品市场供给分析

供给调查主要是通过收集和了解槟榔谷旅游纪念品市场变化的各种数据进行量化或模型分析，分析景区纪念品销售的变化趋势和影响销售的原因。通过考察记录景区旅游购物点数量、内容及购物环境，旅游纪念品价格、旅游纪念品材质、旅游纪念品种类等，对黎族风情旅游纪念品市场供给做出分析。

（1）购物点数量及购物环境。

调查结果表明：槟榔谷景区旅游购物点大致有 10 个，他们分别是黎锦展销中心、谷银店、槟榔工艺品、椰子坊、苗家药园、黎药园、蜂农人家、热带水果街和台湾工艺美食馆等。其中黎族旅游纪念品销售购物点有 3 个，占景区购物点的 30%。在黎族特色旅游商品购物点都有销售人员做介绍，在与销售人员交流之后了解到，可能由于销售人员大部分是本地黎族居民，在为游客介绍的过程中，会有语言表达上的欠缺，没能很好地给游客做出推荐。同时在黎锦展销中心的各个地方都有黎族阿婆在现场展示黎锦技艺，年轻一点的阿婆会与游客做一些简单沟通和介绍，年龄大的阿婆只会说当地黎语。

（2）产品定价与消费群体定位。

调查结果表明：在黎锦展销中心的黎锦旅游商品价格从 30~10000 元不等。最便宜的是印有黎族服饰图案的钥匙扣，最贵的是景区非物质文化遗产继承人

的黎锦作品。其中黎族织锦披肩价格大概在 600 元到几千元,黎族元素 DIY 服饰价格在 200~400 元,黎族织锦背包价格在几百元到几千元不等,低于 100 元的产品种类不多,主要是钥匙扣等小纪念品。

在访问的游客中,普通游客大部分惊讶于产品高昂的价格,对黎族织锦并不是很了解,只有少部分游客,他们对非遗传承人的作品兴趣很浓,并通过询问创作人和景区销售人员了解作品内容。但是由于语言上沟通不畅,这部分游客没有更深刻地去了解作品的内容,只有少部分游客购买了自己中意的黎锦产品,这其中尤以披肩购买的数量较多。

(3) 经营项目与经营方式。

从经营项目看:以单一经营项目居多,黎族织锦和黎族服饰是槟榔谷景区黎族特色旅游纪念品的经营重点,分别占经营项目的 43.2% 和 42.4%,其次为黎药占 4.7%,其他占 9.7%。

调查结果表明:槟榔谷景区黎族特色旅游纪念品的经营方式比较简单,主要以销售人员的推荐为主,现场制作展示为辅助宣传。可以预见,如果供给方主要依靠游客自己去了解认识旅游产品,不去主动宣传,这样是不能做好产品推介和销售的。

(4) 产品种类、材质和供应商。

黎锦展销中心现有的黎族旅游商品主要有黎锦技艺织就的马甲系列(大人、小孩)、改良的黎锦传统服饰(筒裙、黎锦上衣、披肩)、带有黎族文化元素的(DIY T 恤、裤子、帽子等,壁挂、钥匙扣、中国结、发簪、手机袋)、黎锦(双肩包、钱包、女士挎包),还有家具装饰产品(壁挂物件、枕头、竹编的家居装饰品)等。

调查发现:在该景区销售的众多产品中,大部分产品的制作商来自于“黎锦坊”。该公司是海南为数不多的开发黎族旅游纪念品的公司,他们的宗旨是在继承传统黎锦的基础上大胆创新,将传统与时尚完美地结合起来,开发和保护黎族传统文化。部分产品则来自于非遗传承人和黎族织锦传习人的手工作品,这些黎锦作品耗费了黎族阿婆大量的时间和精力,是很有珍藏价值的作品。

2. 槟榔谷景区黎族风情旅游纪念品市场需求分析

需求市场分析主要是需求方的现状分析和消费需求的影响因素分析,需求通常指在某个时期内和一定的市场上按照一定价格意愿,并且能够购买的该商品或劳务的数量。影响游客购买黎族风情旅游纪念品需求的因素包括:游客的消费观念、游客的收入水平、纪念品的价格、纪念品的美观性等。

旅游纪念品需求市场的分析必须分析游客的收入水平。2016 年槟榔谷景区接待的省内和省外游客的恩格尔系数分别为 27.9% 和 40.8%，省外游客旅游纪念品消费能力强。通过调查分析可以看出：家庭人均年收入情况的不同直接影响了家庭旅游支出结构的不同，同时也预示着旅游购物潜在支出水平的差异（表 1-3-1 和表 1-3-2）。

表 1-3-1 家庭人均年收入情况

支出情况/ 元	低于6000	6000~ 12000	12000~ 24000	24000~ 42000	42000~ 60000	高于60000
比重（%）	14.1	28.8	31.8	13.5	5.4	6.4

表 1-3-2 家庭旅游年支出情况

支出情况/ 元	低于1000	1000~2000	2000~3000	3000~4000	4000~5000	高于5000
比重（%）	15.7	17.7	27.8	23.6	12.5	2.7

（1）消费观念。

消费观念直接影响游客的消费行为，性别、年龄、文化、经济等差异会形成不同的消费观念。游客个人收入水平和文化水平高的客人旅游购物支出比重大，这部分人往往看重旅游产品的文化内涵和及其珍藏价值，他们追求的是精神层面的消费。大部分中等收入的游客还是比较看重产品自身的实用性、纪念性、便携性等特点，对于旅游购物支出比重，他们会控制在一个合理范围之内。

（2）旅游消费结构。

旅游消费结构是指个人或家庭在旅游出行中涉及旅游六要素中食、住、行、游、购、娱的旅游支出比例。表 1-3-3 表明：槟榔谷景区游客的旅游支出以小吃美食为主（占 47.5%），购买旅游纪念品次之（占 22%），娱乐项目和花费的门票费最低（分别为 15.3% 和 15.2%）。这与我国目前观光游览的旅游形式基本吻合，游客旅游支出主要还是用在了旅游观光上，对于旅游纪念品的购物支出比重较低。

表 1-3-3 游客旅游中消费支出结构

项目	购买纪念品	吃美食	娱乐项目	门票
比重 (%)	22	47.5	15.3	15.2

(3) 消费定位。

旅游纪念品需求市场的商品定价和其他同类商品的定价，是决定游客消费定位的重要考量依据。调查结果表明：槟榔谷景区 17.0% 的游客认为旅游纪念品价格定价合理，不在乎的占 34.0%。而有近一半以上即 53.0% 的被调查者认为槟榔谷景区产品价格和产品实用性、材质及成本不合理，价格偏高，说明景区在对消费定位的把握上还有一定的欠缺。

三、影响游客购买黎族风情旅游纪念品的因素分析

1. 需求差异影响购买决策

通过一系列的调查后总结发现，游客对于旅游纪念的需求主要体现在以下几个方面：对纪念品价值的需求、对使用价值的需求、纪念性的需求、纪念品的审美需求、纪念品特色需求、纪念品时代性需求及纪念品优质服务的需求等。可以看出，游客在旅行过程中消费需求的多样性、层次性，是影响游客购买旅游纪念品的重要因素之一。

2. 游客对旅游纪念品购买动机不同

在对景区游客进行访问的过程中，我们总结发现了这样几类游客。部分游客认为景区出售的黎族纪念品实用性不足，如：景区中售卖的竹编鱼篓在城市生活中利用率不高。还有游客对于景区售卖的黎族元素背包美观性、时尚性表示不认同，他们认为背包设计过时老旧，不适宜出门携带。当然还有许多游客因为不同的购买动机，在选择黎族风情旅游纪念品的过程中有着自己的评判标准。总的来说，他们对于景区纪念品的看法是：纪念品特色性不强、美观性不足、实用性不够等。游客购买动机的不同影响着游客的购买决策。

3. 游客购买行为的不同

在实地调查的过程中，我们借助摄影器材对游客购买行为进行了观察和记录。不同游客在做旅游纪念品购买决策时往往有着不同的表现。在对黎族织锦披肩的观察记录中，有这样的几类游客：一种是游客在看完价格和图案样式后就立马做购买决策；另一种游客是反反复复拿着不同的披肩做比对，迟迟拿不定主意；还有的游客在选完披肩款式图案后，又在价格上难以取舍。总结发现，

第一种游客属于那种一旦确定就会购买的确定性游客,第二种是不确定性游客,第三种游客属于完美主义游客,对于选择的纪念品力求物美价廉。不同的游客购买行为影响着购买决策。

四、槟榔谷景区黎族风情旅游纪念品市场存在问题分析

1. 旅游纪念品市场供给存在问题分析

(1) 产品内容种类少、实用性差、特色不够突出。

目前在槟榔谷景区现有旅游产品种类中大部分停留在织锦服饰层次开发上,且产品价格高于游客心理价位,家居类的黎族特色旅游纪念品开发较少,这是产品开发的一个突破口,应把旅游纪念品的美观性和实用性相结合。其次黎锦服饰在设计上仍然太保守,没有突破,产品实用性和美观性没有获得游客接受,产品吸引力不够。

(2) 品牌形象不够清晰,目标人群定位较模糊。

槟榔谷景区目前缺乏黎族旅游纪念品品牌的树立和宣传,没有体现出地区旅游商品特有的资源优势。在旅游纪念品开发队伍中,只有“黎锦坊”在对黎族文化旅游纪念品进行开发,但是品牌宣传仍然存在不足。在海南旅游商品市场上没有太大的知名度。同时景区和企业缺乏对旅游纪念品市场的调查分析,产品人群定位模糊,这势必会阻碍黎族特色旅游纪念品的品牌树立和知名度的提升。

(3) 专业管理人才缺乏,销售人员销售水平较低。

经营者与管理者的水平高低体现在景区的经营方式、经营项目、消费群体的定位等决策方案上,专业的管理人员能够对景区纪念品需求和供给市场进行调研分析和预测,及时发现供给市场的供给变化和需求变化并采取行动方案及时应对。同时在对客宣传介绍的过程中,缺乏专业知识技能的销售人才,阻碍了客人了解产品内涵的渠道和方式,也失去了潜在消费顾客群体。

2. 旅游纪念品市场需求存在问题分析

(1) 游客对旅游纪念品的消费水平较低。

据本次对游客旅游纪念品情况的调查结果显示:游客家庭旅游纪念品年支出平均为 379.6 元,人均 127 元,消费水平相对较低,景区产品定价是消费者考虑的重要因素。举个例子,槟榔谷景区有一款黎族织锦技艺的手机袋和平板电脑包受到很多游客的关注和询问,但是在看到产品价格是 600 元后都纷纷望而却步。游客普遍反映该产品很有吸引力和特色,是一种实用性很强的旅游