

巴中市哲学社会科学规划项目

(2024 年度)

项 目 类 别 _____ 一般课题 _____

立 项 编 号 _____ BZ24YB009 _____

学 科 分 类 _____ 经济类 _____

课 题 名 称 _____ 巴中旅游商品开发研究 _____

项 目 负 责 人 _____ 杜庆琳 _____

项 目 参 与 人 _____

负责人所在单位 _____ 中共巴中市委宣传部 _____

联 系 电 话 _____ 15882720547 _____

巴中市社会科学界联合会 制

巴中旅游商品开发研究

旅游商品的界定一直较模糊，广义的旅游商品指旅行活动中所购买的各种物质产品和服务的总和，本文中的旅游商品指旅游者在旅游过程中出于非商业目的而购买的实物商品，包括旅游纪念品、地方土特产品、旅游日用品、旅游工业品等，具有纪念性、观赏性、艺术性、收藏性、便携性和实用性等特征。巴中文化旅游资源富集，旅游业发展速度较快，但旅游商品开发还处于起步阶段，有关方面对巴中旅游商品开发的专题研究不多，鉴于此，笔者拟通过对巴中旅游商品开发的必要性和可行性、存在问题、对策建议的探讨，以期廓清巴中旅游商品发展的思路，提升巴中旅游商品开发水平，助力文旅康养产业发展和“四龕护城”文旅品牌打造。

一、巴中旅游商品开发的必要性和可行性分析

近年来，巴中文旅康养产业迅速崛起，发展势头迅猛，已成为全市重要经济增长点，而我市的旅游商品还是一座尚未完全开发的金矿，如今加快旅游商品发展正当其时、也势在必行。

（一）旅游商品开发是旅游产业重要的一环。旅游商品的发展与旅游产业的繁荣相伴而生，它承载了满足旅游者购物需求和传播旅游地形象的多重价值，是旅游活动的延伸与物化，是构成旅游产业“十二大要素”的重要组成部分，更是现代旅游的主力产业。旅游商品发展将带动其他相关旅游产业发展，有利于丰富旅游供给，传播旅游目的地文化，延长

旅游停留时间，扩大旅游消费，增加旅游收入，完善旅游要素体系，延伸旅游产业链，优化现代旅游产业结构，促进旅游产业供给侧结构性改革，推动旅游产业高质量发展。

（二）旅游商品开发与有关产业紧密相连、相互促进。

旅游产业覆盖一二三产业，是综合性产业，而旅游商品是旅游产业与其他产业融合发展的最佳载体。旅游商品的研发设计、加工制造、营销销售，涉及文化、旅游、科技、农业、工业、商业、服务业等各行各业，这些行业为旅游商品开发奠定了坚实基础。而旅游商品的高质量发展也带动了旅游业、农业、手工业、制造业、服务业等相关产业发展，有利于传统工艺保护传承，助力乡村振兴，优化商业布局，推进科技成果转化，增加就业岗位，提升当地经济社会整体效益。

（三）巴中旅游商品开发具有独特优势。旅游商品除了具有一般商品的使用价值，还具有观赏、馈赠、纪念、娱乐、保健等特殊功能，巴中作为文旅资源大市，拥有旅游商品开发的独特优势。一是**旅游商品开发潜力巨大**。2020 年全省文化和旅游资源普查中，巴中市共查明文化资源 10 万余项、旅游资源 8200 余处，其中优良级旅游资源超过 1600 余处，占比 19.62%；既拥有巴文化、三国文化、红色文化等悠久历史文化资源和 9 万多件可移动文物资源以及翻山饺子、巴山背二歌等 600 余种非物质文化遗产；也拥有通江银耳、南江黄羊、云顶茶、道地药材等国家地理标志产品和溶洞、红叶、石墨等自然生态资源，这些都是巴中旅游商品开发的资源宝库。二是**旅游商品已有品类众多**。据统计，全市旅游商品种

类超过 300 余种，主要涉及区域地理标志产品类、工艺美术品、旅游文创、土特产品、旅游食品、旅游日用品、旅游纪念品、非遗产品等特色旅游商品，其中主要为地方土特产品、工艺美术品，新开发的叶雕、皮影、竹编等产品更是层出不穷。三是旅游商品研发培育取得一定进展。将旅游商品开发纳入文旅康养首位产业奖励的扶持，在恩阳古镇建立了巴中市文化创意产业园，培育建立了“巴食巴适”“巴中云顶”旅游商品区域公用品牌，积极组织本地企业参加各级各类产品展销比赛活动，累计 80 余种旅游商品获得国、省各类大奖，先后举办三届“巴中有礼”文创旅游商品大赛和展销活动，共有 3000 余种旅游商品报名参赛，各类市场主体围绕“红色、绿色、巴文化、非遗”四大主题，创新开发了“客从远方来”“望红台”“太子攻书”“翻山饺子”“红色传承”“红彤彤&雾萌萌”等文创 IP，旅游商品研发和市场培育取得一定进展。四是文化活态传承卓有成效。成立了文物保护研究中心、石窟研究中心、非遗保护传承中心、巴文化研究院等文化传承研究机构，开展了巴文化、晏阳初文化、川陕苏区红色文化、传统民俗文化系列研究，实施了文化遗产保护工程、非物质文化遗产传承工程等优秀传统文化传承创新“二十大工程”，创作了《下里巴人》《梦境光雾山》《恩阳船说》等旅游演绎产品，为开发旅游演绎衍生商品奠定了基础。

二、巴中旅游商品开发的现实之困

在肯定巴中旅游商品开发具有独特优势同时，更要看到其发展过程中存在的问题和短板。

（一）对旅游商品开发重视程度不够。在旅游产业规划发展中未树立大旅游理念，未统筹谋划推进旅游“六要素”，旅游产业内部结构欠合理，景区景点更多在“吃、住、行”和“门票经济”方面做文章，偏重于旅游景区规划建设，忽视了旅游商品开发和旅游购物消费，对旅游商品这一产业缺乏有效的扶持和引导，未形成旅游项目建设与旅游商品开发相促进的大环境，旅游收入持续增长，但旅游商品收入占旅游收入的比重较小，旅游购物成为巴中旅游产业发展的薄弱环节，旅游商品的发展并与游客日益增长的多样化旅游购物需求不对称，难以发挥其经济带动作用。

（二）旅游商品地方文化特色不鲜明。巴中旅游商品大多只限于对原材料的简单加工且种类过于集中，资源优势未充分发挥，自身特色展现不明显，全市各景区（点）销售的旅游商品反映本景区内容的并不多，更多为银耳、茶叶、核桃等土特产品和蜀绣、根雕等手工艺产品以及雨伞、扇子、笔记本等简单嫁接工业产品，同质化严重，“人有我有，我有人也有”，缺乏地域特点、景区特色和文化内涵，“巴中味”不浓，商品的形象设计及包装也缺乏个性化和现代化表达，缺乏创新和特色，使游客很难购买到具有巴中地方特色且具有纪念意义的旅游商品。

（三）旅游商品开发未形成产业链条。目前，巴中的旅游商品开发以家庭作坊、个体经营、小型加工生产为主，缺乏旅游商品设计研发机构和先进龙头制造生产企业等相关产业支持，生产工艺落后，大量原料和产品精深加工仍需到

沿海采购和生产，大部分旅游商品生产仍处于初级加工阶段，主要工序仍然依靠手工操作，生产工艺落后，开发程度低，技术附加值低，产能有限，创新产品不多，产品整体质量不高，不能形成生产规模和满足大批量市场需求，未形成旅游商品开发和产、供、销的良性循环产业链条。

（四）旅游商品开发品牌意识淡薄。目前，巴中部分旅游商品已形成了一定的品牌，如通江银耳、南江黄羊、罗村茶、“巴中云顶”茶叶、“老廖家”牛肉、“何大妈”豆瓣等，但因产品链条单一、宣传营销不够等原因，导致这些品牌旅游商品没有形成具有较强市场竞争力的拳头产品，品牌产品却没有形成品牌效应，造成“酒香仍怕巷子深”的局面。并且，市域内大多数旅游商品生产企业还未树立强烈的品牌意识，只盲目生产，忽略市场需求和品牌建设，没有以旅游者的需求作为旅游商品设计、生产及销售的导向和基础，品牌培育力度有待加强，宣传力度不够，知名品牌缺乏，巴中旅游商品的品牌效应未充分体现。

（五）旅游商品营销环境有待规范。巴中现有的旅游商品购物网点分布零散，以小商店、小摊零散售卖为主，购物网点布局不合理，装饰装修无特色，缺乏特色旅游商品购物街或大中型旅游商品购物中心，未建立相关规划，呈现“弱、小、散、差”特点，游客购物环境和体验感较差。旅游商品生产和销售各自为政，营销工作缺乏统一部署和全行业协作机制，流通途径单一，线上线下分销渠道开发滞后，没有成型的旅游商品市场营销网络。旅游商品销售市场秩序较为混

乱，存在假冒伪劣、以次充好和价格混乱、“宰客”等无序竞争现象，扰乱了市场秩序，也对地方整体的旅游形象造成了破坏。

（六）旅游商品开发人才队伍缺乏。巴中旅游商品开发起步晚，目前还没有专门的旅游商品研发设计开发机构，旅游商品的产供销没有形成一个独立的体系，非专业的人在于专业的事的现象普遍存在，旅游商品开发专业人才引进难留住难，全市创意策划、设计研发、市场营销、产品流通等人才十分紧缺，懂市场、富有创意的高层次旅游商品开发专业人才更加缺乏，一些传统技艺还面临青黄不接、后继乏人、濒临失传的窘境。

三、巴中旅游商品开发的对策建议

党的二十大报告提出，坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合发展。党的二十届三中全会提出，健全文化和旅游深度融合发展体制机制。大力开发有文化、有创意、有特色、有市场的旅游商品，就是推进文旅融合深度发展的重要载体。着眼打造巴中文旅康养首位产业高质量发展的重要支撑，基于旅游商品发展趋势，立足现状，对巴中旅游商品开发提出如下对策建议。

（一）提高思想认识，明晰开发思路。充分认识旅游商品开发的重要意义，牢固树立“大旅游、大产业、大发展”理念，统筹谋划“吃、住、行、游、购、娱”和“商、养、学、闲、情、奇”，坚持把旅游商品开发和旅游购物消费纳入大旅游景区建设同规划、同部署、同推进，推动“门票经济”向“产业经

济”转变，积极培育和壮大旅游商品产业，着力抓“新”商品、推“好”商品、出“名”商品，不断满足旅游者的多元化和个性化需求。在旅游商品开发中应遵循以下原则。一是**市场导向原则**。旅游商品开发要以满足人民对美好生活的需要为目标，要以满足市场需求与符合旅游者消费心理为基石，巴中旅游商品开发要在市场中寻找设计研发灵感、在游客消费需求分析中发现商机，开发系列适销对路的旅游商品。二是**地域特色原则**。特色和个性是旅游商品的生命，要突破思维定式，充分挖掘表现巴中地方特色的自然风光、名胜古迹、民风民俗、传统艺术等，以此作为创新素材，开发一批样式、功能、工艺、包装等独具地域特色的旅游商品。三是**传承创新原则**。传统文化是一个地方的“根”与“魂”，旅游商品开发过程中要保护传承巴中深厚的地方文化资源，并不断地进行创造性转化，加大理念、设计、技术、机制创新，让传统文化焕发时代光彩，把文化资源转化成旅游商品。四是**实用便携原则**。旅游商品除了一般商品的使用价值，还具有收藏、馈赠、纪念、娱乐、保健等特殊功能，同时旅游者的流动性决定了其偏爱购买更便于携带的旅游商品，因此分众化开发具有多重价值功能的便携旅游商品对游客具有更大的吸引力。

（二）深挖地方特色，明确开发重点。围绕巴中丰富的特色资源和文化做文章，聚焦核心资源、核心文化、核心品牌，提炼个性化元素，进行文化 IP 重塑，根据游客和市场需求，明确开发思路，切忌盲目开发，创意开发适销对路的特

色旅游商品，提高文化附加值和开发品味，做到爆品引流、潮品走量、孤品溢价，推出具有巴中地方特色的系列旅游商品。一是整理巴风巴俗和传统工艺，开发系列旅游纪念品。巴中历史悠久，人文底蕴厚重，山水自然资源丰富，拥有大量文化遗迹、历史珍品、巴风民俗、传统工艺和自然资源，这些为旅游纪念品开发提供了丰富的源泉，如构建开发特色陶器、竹编、藤编、漆器、根雕、剪纸、五金制品、印刷品（画册、文化书籍等）、音像制品、等旅游纪念品开发体系。二是发掘地方饮食文化资源，开发特色旅游食品。加强南江核桃、通江银耳、恩阳芦笋等干鲜食品和蕨菜、野山菌等山野食品开发，重视南江黄羊、空山黄牛等深加工肉制品类旅游商品开发，整理开发枣林鱼、风干鱼、芝麻壳、老廖家牛肉等系列巴中地方特色小吃，培育具有地域特色的知名小吃品牌。加强其他特色农产品转化为旅游地商品，培养一批农产品旅游商品生产主体，提高农产品旅游商品产业化水平。三是深挖巴中特色茶文化和酒文化，开发茶类和酒类旅游商品。依托巴中丰富的富硒云顶茶叶、罗村茶等开发特色旅游茶品、便携茶饮料、保健茶等，如利用茶开发出各种烘焙和糖果食品、冲调品和饮品以及多种以茶为原料的化妆品、护肤品、洗涤用品等各类产品。支持小角楼、江口醇、全丰等地方酒企加强地方文化主题类酒类旅游商品开发，挖掘打造巴文化中巴乡清酒品牌，加强银耳酒、猕猴桃酒、葡萄酒等独具特色的风味果酒旅游商品开发。四是依托特色巴药资源，开发旅游保健养生产品。巴中素有“四川盆地北缘山地重要生

物基因库”“秦巴药都”之称，有各类中药材 2400 余种，围绕，鼓励地方旅游商品生产企业对枳壳、杜仲、黄精、丹参、青钱柳等优势中药材进行深加工、精加工，开发出系列保健养生旅游商品，并附以便携且具有艺术感的包装，分销到各旅游商品售卖点，使其商品化，市场化，提高巴中中药材商品的附加值。

（三）培育市场主体，创新产品种类。推进旅游商品开发市场主体健康发展，提高市场供给对需求升级的适配性，是促进巴中旅游商品开发高质量发展的重要内容。一是**加强市场主体招引培育**。以旅游商品研发、设计、生产、销售企业等为重点，找准“建链”的龙头企业，聚焦现有产业“补链”的关键环节，瞄准传统产业转型升级的“强链”要素，开展精准招商引资，引进旅游商品开发全产业链企业，推进巴中市文化创意产业园、巴城记忆文创产业园等文创园区和集聚区建设，推动巴中特色旅游商品规模化、规范化、市场化发展。收集巴中本土的旅游商品创意设计机构、个体工商户、制造类企业、传统技艺传承人、渠道平台类企业等机构信息，建立巴中旅游商品开发信息名录，建立培育扶持机制，鼓励支持现有各类市场主体协作研发兼具艺术性和实用性、适应市场需求的旅游商品，带动巴中旅游商品开发提质增效发展。二是**创新开发经营模式**。鼓励支持光雾山诺水河世界地质公园、光雾山 5A 级旅游景区、21 家 4A 级旅游景区等旅游景区（点），川陕革命根据地博物馆、川陕苏区纪念馆等各级文化文物单位，双城村、海山村、西厢村等乡村旅游重点村

镇，结合自身特色优势资源，因材施教、大胆创新，积极探索自主研发、合作开发、品牌授权、委托加工等多种模式，吸引更多社会力量参与旅游商品开发经营，开发更多展示本景区（点）特点和“人无我有”的旅游商品，提升市场整体活力。三是丰富商品主题种类。围绕巴文化、旻阳初文化、红色文化、三国文化、川东北民俗文化、非遗传承文化、自然生态文化等丰厚文化资源，实施商品题材多样化、工艺改革、包装设计创新、功能深化拓展等策略，推动开发一批光雾山诺水河主题文创产品、乡村创意产品、特色非遗产品、工业旅游纪念品等多种类型的系列旅游商品，丰富旅游商品供给，形成百花齐放格局。

（四）坚持品牌引领，拓宽营销渠道。牢固树立品牌意识，大力培育自主品牌，做强已有品牌，争创知名品牌，以优质产品提升供给质量、优化供给结构，以高质量自主品牌焕发市场活力，拓宽市场营销渠道，规范市场管理，扩大巴中旅游商品销售规模。一是**加强品牌培育**。大力实施旅游商品品牌战略，积极营造有利于知名品牌培育发展的市场环境，加快培育一批品质过硬、设计精良、特色鲜明、市场认可的巴中旅游商品自主品牌，持续打造“巴中有礼”旅游商品精品品牌，扩大“巴食巴适”“巴中云顶”“通江银耳”“南江黄羊”“巴山肉牛”等区域公用品牌影响力，加大品牌培育政策扶持，鼓励支持企业争创具有自主商标知识产权的驰名、著名商标品牌，提升品牌知名度和美誉度。二是**完善销售网络**。规划建设集休展示、销售、休闲为一体的旅游商品特色街区、

展销中心，打造巴中旅游商品的窗口和亮点，满足游客一站式购物需求。支持在旅游景区、星级饭店、商圈、休闲街区、机场、车站、高铁站、高速公路服务区等公共区域，设立旅游商品专卖店、代售点、体验店、展销专柜，统一标识、统一价格，进行规范管理，拓展销售渠道。结合后疫情时代市场变化，充分利用线下与线上双渠道来拓展业务、网络营销与传统营销双模式增加销售，更加注重官网和各类旅游公众号、AAP、小程序，以及淘宝、京东、抖音、快手等商城线上销售渠道建设，开发潜在市场，组织一些代表性传统商品的销售网点采取“前店后厂”的销售模式，通过现场制作、游客参与，带动游客体验与互动式销售，构建多层次、全方位、线上线下结合的旅游商品销售渠道体系。三是加大宣传营销力度。充分利用报纸、电视、户外广告、短视频、电商直播、旅游商品手册等媒介资源，加大巴中特色旅游商品宣传，提升知名度和美誉度。积极组织巴中旅游商品企业和个人参加省内外各类旅游商品大赛、博览会、展销活动，积极拓展市场。持续举办“巴中有礼”旅游商品设计大赛、巴中特色旅游商品评选和展示展销等主题活动，借赛造势，推陈出新，打造巴中旅游商品知名品牌和“拳头”产品。四是规范市场管理。指导成立巴中市旅游商品开发协会，建立健全行业自律机制，加大执法检查，实行定期抽检制度，严厉打击侵犯知识产权、假冒伪劣、哄抬价格、欺客宰客、强迫消费等违法违规行为，健全游客投诉快速处理机制和旅游商品售后服务保障，规范行业管理，维护游客合法权益，营造健康放心的旅

游商品消费环境。

（五）加强政策扶持，夯实人才保障。强化对旅游商品的开发、生产、经营、销售环节的宏观指导和政策扶持，加强专业人才引进培育力度，为旅游商品开发提供政策扶持和人才保障。一是制定全套扶持优惠政策。制定巴中市旅游商品开发专项规划方案，建立旅游商品开发招商项目库，统筹现有市县（区）各类产业发展专项资金支持旅游商品开发，制定税收扣除或优惠退税等税收优惠政策，引导金融机构向旅游商品开发企业优先提供信贷支持和保险服务，帮助企业多渠道融资，建立健全旅游商品开发奖惩激励机制，加大市场主体招引力度，多举措吸引有实力的市场主体投入巴中旅游商品开发生产销售，提升产业规模。二是加强专业队伍建设。用好用活“百千万引才工程”产业引才政策，加大创意策划、设计研发、市场营销、产品流通等紧缺人才招引力度，深化与高等院校、科研院所、行业协会合作，建立旅游商品开发专家智库，定期组织开展专题研讨和培训，加强本土人才培育，支持巴中职业技术学院开设旅游商品开发相关专业，长期招生和短期培训相结合，为市场持续发展提供人才支撑。三是做优各项服务保障。切实树立“产业为先、游客第一”理念，加快市、县智慧旅游平台及研发营销平台建设，积极推进旅游商品认证，持续打造一流营商环境，提升政务服务代办水平，为旅游商品经营主体和游客提供全天候温情服务。