

“黔货出山”背景下旅游商品发展路径研究

——以大方县为例

谭佑玲¹

(贵州财经大学, 贵州 贵阳 550001)

【摘要】: 为了满足广大游客对地方特色旅游商品的需求, 及时推动地方特色农产品向旅游商品转型, 以贵州省大方县为例, 实证探究贵州省旅游商品发展路径。研究认为, 大方县拥有多种可转型发展的优势旅游产品, 但面临小规模生产、营销宣传渠道不畅、品牌知名度不高等困境。大方县可通过打造地方龙头企业, 打通线上线下营销渠道, 以对口帮扶城市为切口打开市场, 加强品牌建设和宣传, 与旅行社、景点联合开发旅游线路等措施, 推动旅游商品发展, 实现“黔货出山”。

【关键词】: 黔货出山 特色农产品 旅游商品 产业化 大方县

【中图分类号】 F592 **【文献标识码】** A

近十年来贵州旅游迎来高速发展, 尤其是 2014 年底贵广高铁开通后, 贵州省政府把贵州定位为“山地公园省, 多彩贵州风”并出台了诸多旅游优惠政策向全国推广贵州, 贵州旅游人数随之呈“井喷式”增长。2019 年贵州省接待旅游总人数达到 11.3 亿人, 成为全国旅游人数最多的省份。这为贵州旅游商品的开发创造了巨大的消费市场和良好的外部环境。另外, 2020 年 12 月, 贵州省委十二届八中全会公报中指出, “十四五”期间, 要实现旅游产业化并把多彩贵州打造成旅游强省。实现贵州旅游商品产业化是推动“黔货出山”的必然趋势。近些年, 贵州省领导提出的“黔货出山”相关政策不断落实, 贵州特色农产品正在向旅游商品转换, 如茶叶、药材、蔬菜、菌类和水果等具有一定规模, 这些绿色生态产品正在走出贵州深山, 走向省内和省外旅游市场。据统计, 2019 年, 通过“黔货出山”销售的特色农产品高达 320 亿元, 同比增长 8.3%。在 2020 年疫情后, 贵州启动“黔货出山·风行天下”夏秋攻势, 旨在以好价钱卖出贵州优质农产品和特色旅游商品。就目前省内情况而言, “黔货出山”已见成效。这使得贵州旅游商品未来有望成为重点发展旅游县市的地方政府和当地老百姓收入的重要来源。

大方县有丰富且具有代表性的旅游产品, 但缺乏开发技术、推广宣传、知名品牌和营销渠道, 而使其藏在大山深处鲜有人知, 造成学术界学者对大方县旅游商品相关研究较少。本文旨在“黔货出山”背景下分析研究大方县的优势旅游商品并给出一些建议和思考, 以促进大方县旅游商品在理论和实践中的发展。同时, 为其他县市开发旅游产品提供思路和参考。

1 大方县基本概况

大方县位于贵州省西北部的毕节市中部, 东邻黔西县, 西部与毕节市区相连, 南与织金县接壤, 西南与纳雍县相望, 东北与金沙县毗邻。总面积 3505 km², 辖 9 镇 19 乡, 有彝、苗、白、仡佬等 23 个民族, 截至 2012 年末, 大方县户籍总人口 103.9 万人。大方县名来源于明朝筑城将官方国安的姓氏, 崇祯八年(1635 年), 其奉命建屯军城堡, 建成之后, 取名大方城, 于 1958 年

¹**作者简介:** 谭佑玲(1994-), 女, 四川巴中人, 贵州财经大学工商管理学院硕士研究生在读, 研究方向: 旅游规划与开发管理。

改为大方县。大方县盛产天麻且品质居全国之最，漆器制作工艺独特且历史悠久，豆制品品类丰富且风味独特，素有“中国天麻之乡”“国漆之乡”“中国豆制品之乡”的美誉。大方县现有毕节飞雄机场，目前客流量排名贵州现有机场第三；2015年底贵州实现“县县通高速”，大方县到周边县市均已开通高速路；2019年底成贵高铁开通，从大方站开往贵阳北站车程仅40分钟，大方县正处在贵州省内半个小时经济圈内。

另外，大方县现有国家5A级景区百里杜鹃风景区、4A级景区九洞天和大方古彝文化产业园等知名景点。在2019年实现全年旅游接待总人数1376万人次和旅游总收入114.68亿元，二者同比增长20%以上。2020年11月，大方县、荔波县、镇远县等10个县(市)上榜2020中国旅游百强县市名单。

2 大方县旅游商品优势及发展困境分析

大方县的旅游人数和旅游收入在全省占比中拥有一定份额，在省内，以特色农产品开发为主的旅游商品具有一定优势。但同样也存在一定的发展困境。

2.1 优势旅游商品

在进行优势商品分析前，本文从旅游者的维度出发，将旅游商品简单定义为：旅游者在旅游活动中所购买的有形商品，例如土特产、工艺品、纪念品等。大方县旅游商品类型主要有药材类、菌类、果蔬类、食品类、民族工艺品类等，具体分类如表1。其中，大方天麻、大方漆器、大方皱椒、大方圆珠半夏、大方冬荪、大方豆干先后获得国家地理标志产品，优势凸显。文中仅选取大方天麻、大方冬荪、大方豆干作为最具产业优势和品质优势的旅游商品进行分析。

表1 大方县旅游商品分类

种类	名称
药材类	天麻、圆珠半夏
菌类	冬荪
果蔬类	皱椒、芸豆
食品类	大方豆干、豆腐、豆棒、豆豉、豆鼓粑、臭豆腐、八堡苗家水花酒、辣椒、海马宫茶、大方阁丫黄粑
民族工艺品类	大方漆器、核桃工艺品

2.1.1 大方天麻。

大方天麻主要产自于大方县九龙山脉丛林和百里杜鹃山区丛林，其独特的气候条件、地理环境以及较高的昼夜温差，非常适宜仿野生种植天麻，截至目前，大方全县天麻种植面积达到2333hm²以上，是贵州和全国天麻的主产区。大方天麻富含天麻素、天麻多糖和微量元素等药效成分。其中，天麻素含量高出国平均水平5倍以上且居全国之最。科学研究表明，天麻素具有良好的镇痛镇静、健脑益智等效果。作为贵药之首，自古在医药典籍中有“中国天麻数贵州，贵州天麻数大方”之说，自明朝由奢香夫人进贡朝廷起就是皇室贡品，近现代还远销日韩和东南亚各国。2008年由食品工业协会授予大方“中国天麻之乡”称号和国家地理标志保护产品标识。大方天麻因采用仿野生种植技术还原天麻野生生长环境而保障品质和药效全国最佳，现已经成

为大方县和贵州省的一张药材名片。

2.1.2 大方冬荪。

大方冬荪，又称冬竹荪、无裙荪。因为秋冬生长出菇且形似竹荪而得名。有着“无裙无臭味，口感脆嫩，久煮不烂”的特征。区别于织金竹荪“春夏生长、有裙、久煮易烂”的特性。除了作为珍贵食用菌外，冬荪还具有抗癌，治疗风湿疼痛等极高的药用价值。大方县秋冬平均气温不超过 20℃的“冬无严寒，夏无酷暑”的湿润季风气候非常适合冬荪的生长，经过十多年的培育栽种，目前大方县冬荪种植面积已超过 167hm²，是贵州和全国冬荪的主产区，干冬荪的市场价格已达到 600 元/kg 以上。大方冬荪在 2016 年被评定为国家地理标志保护产品，也被誉为“中国冬荪之乡”，冬荪已成为大方县除天麻以外最具代表性的特产之一。

2.1.3 大方豆干。

2011 年，大方县被国家授予“中国豆制品之乡”，大方豆干在 2018 年获批国家地理标志保护产品。大方豆干主要指大方手撕豆腐，有成型好、不松散、软绵细致、咀嚼有劲的特点。佐以大方辣椒面、大方豆豉等辅料，堪称人间美味。除了手撕豆腐，还有臭豆腐干、糍粑豆干等。其种类繁多，吃法多样，形状规整便于保存携带和外运。因而大方豆腐成为众多省内外旅游者必选的地方特色旅游商品之一。

2.2 旅游商品发展困境

2.2.1 缺乏标准化、规模化、产业化生产。

目前，大方县当地产业基本还是以“企业+基地+合作社+农户”模式进行生产，本土旅游商品企业也是采用此模式。由于本土权威生产企业和外来知名企业均较少，旅游商品开发与生产一直面临资金技术不足、生产标准不统一等问题。以大方县特色旅游商品大方天麻、冬荪、豆腐豆干为例，其发展存在以下制约因素：①生长周期长。天麻种植在海拔 2000m 的山地丛林或山坡上，气温较低，生长周期长达 2~3 年。②采挖难度大。基本依靠人工上山采挖，有一定难度。③无法大规模种植。受地形和生长周期影响，无法实现大范围规模化种植，生产成本也因此相比其他省份产区较高。④种植技术要求高。天麻生长需要蜜环菌作为养分，这种菌种培育的质量决定天麻的质量。作为最具优势的天麻产业，在大方县具有一定规模和标准化生产的天麻企业并不多。而大方冬荪和大方豆腐也面临着相似问题。冬荪因种植条件艰难，种植技术要求高，目前只有部分企业小范围小规模种植。大方豆腐和其他豆制品主要以当地村民小作坊式生产为主，没有大企业进行标准化、规模化生产。

2.2.2 营销渠道窄，政府对外宣传少，品牌知名度不高。

大方县土特产品依托于贵州青山绿水的自然生长环境保障了商品的绿色健康生态属性，民族文化产品也因少数民族长期与世隔绝而完整的保留及传承了少数民族传统工艺。过去由于政府对外主要推介贵州的凉爽气候和旅游资源，而没有着力推广贵州地方的旅游商品，使得一些地方的优质旅游商品“养在深闺人未识”。例如，大方县作为天麻之乡，天麻药效品质属国内最佳，但知名度不敌云南；大方豆腐口味获各地游客称赞，但与全国知名的长沙臭豆腐相比，只在贵州有较高知名度。整体上，大方县旅游商品存在对外宣传少、品牌知名度不高、国内影响力不够、未能形成品牌效应的问题。

3 对旅游商品开发的建议与思考

3.1 打造地方龙头企业，推动旅游商品产业化

贵州旅游业已成为贵州经济发展的支柱产业，贵州省政府在 2020 年底也多次提出旅游产业化。要实现贵州省旅游产业化，

还必须同步实现地方到省旅游商品产业化。大方县政府要实现这个目标必须做好以下几项工作。首先，给予相关企业提供资金、技术、人才、征税政策等方面的支持。尤其是其他同类地区的种植、生产、加工技术和成功经验。其次，推进当地企业转型发展。全力支持已经成功进入旅游市场的当地龙头企业代表九龙天麻公司、乌蒙腾菌业进一步做大做强，成为国内外知名企业。企业之间“以大带小”“以强带弱”，已经成功转型的企业带动其他中小企业。再次，促成村民与企业之间的合作。由于大方县处于乌蒙山深处，优势旅游商品均是山势农产品，需要长期投入大量人力物力。在保持长期“村民+合作社+企业”模式的前提下，试水成立专业劳务协会或者劳务公司等方法，扩大天麻、冬荪等优势产品的种植面积，提高种植效率。打破目前无法规模化、标准化生产的困境。最后，打通优势产业上下游产业链。在优势产品企业良好发展的前提下，再重点打造出一批与龙头企业之间形成产业优势互补的企业，打通整个产业链，推动旅游商品产业化生产，最大限度地为旅游市场提供旅游商品。

3.2 利用大数据和电子商务平台打通线上线下销售推广渠道

2012年贵州做大数据以来，大数据发展速度居于全国前列，贵州省政府正在积极利用大数据推动贵州智慧旅游的发展，这必然有利于旅游商品销售渠道的打通。大方县应依托贵州大数据优势，发展电商化销售，打通线上线下市场并融为一体尤为重要。首先，随着淘宝、京东等电商平台相继入驻贵州，大方县可以与阿里、京东、抖音等大型电商、新媒体平台达成直播带货合作协议以打通线上渠道。其次，线下可以在省内及省外组织开展或参加各类博览会、展销会、推介会、对接会，利用大数据为省内相关合作企业提供精准的旅游产品和产业数据分析，以促进企业间的推广与合作。

3.3 以对口帮扶城市为切口打开国内外市场

在国家助力贵州脱贫攻坚的帮扶政策下，贵州每个地级市都有对口帮扶城市，广州市对口帮扶大方县所在的毕节市。在这样的优势环境下，毕节市与大方县都应积极主动地争取与广州市政府、企业、媒体之间的深度合作，打开除广州以外的广东其他市县市场。同时，再进一步探索联系相对密切的周边省份和“一带一路”沿线国家和地区的消费市场并寻求与之进行合作。另外，主动学习其他省份或地区在相似或相同旅游商品开发与宣传上的成功经验。例如，浙江帮扶贵州黔东南，在浙江卫视制作的综艺节目《宝藏般的乡村》中介绍了西江千户苗寨的苗医苗药和银饰、蜡染、服饰等旅游商品，让全国人民认识了西江，进一步加深了西江印象。同样，《奔跑吧，兄弟》《奋斗吧，主播》等综艺节目在全国范围内都为其对口扶贫省份某些地区特色农产品做出推广宣传。这些都极大地带动了全国各地游客对当地旅游商品的消费，并扩大了消费市场。

3.4 加强品牌建设和宣传力度助力黔货出山

在2015年底，贵州省政府提出要打造黔酒、黔茶、黔药、黔银等11个“黔系列”产业品牌和企业品牌，并开发出具有市场竞争力的代表性产品。2016年省政府又提出“黔货出山”的理念。大方县作为地方政府，应紧跟省政府步伐，在“黔货出山”的口号下，积极打造地方上具有竞争优势的天麻、冬荪、豆腐、皱椒等产业品牌，让品牌先行。另外，品牌建设与宣传推广同时进行才能产生良性的经济循环效果。因此，建议从省旅游局宣传部到地方旅游局宣传部互相配合，专门拍摄一部贵州旅游商品专属宣传片以便于推介贵州旅游产品。其中，大方县主要宣传天麻、冬荪、大方豆腐等经济价值较高的产品。借鉴李子柒等网红对产品拍摄的成功之处，在地方财政支持下，由大方县地方政府部门和相关龙头企业发起旅游商品视频拍摄活动的行为大赏。例如，邀请各大平台一些知名网红或者博主拍摄产品的宣传视频，给予视频拍摄者相关商品橱窗链接及销售分成，并根据点赞量和播放量对主播及点赞评论排名前列粉丝进行现金和礼品阶梯奖励，以调动大家参与的积极性。同时，让各大商超统一并积极配合线上宣传活动，让旅游商品进行线上线下宣传、销售的深度结合，从而加大宣传力度，提升宣传效果。

3.5 与旅行社、景点合作开发相关旅游线路

大方县有着丰富的绿色生态农产品、土特产类型，但由于没有大力开发旅游线路和相关旅游商品，并且缺乏销售渠道，导致大方县并未深入挖掘“黔货出山”背景下大方县优势旅游产品的旅游者相关价值。因此，大方县政府很有必要借鉴省内外已成

功开发的旅游线路的开发经验。例如，贵州以产业园为观光体验主体的修文猕猴桃采摘一日游、麻江蓝莓采摘一日游等，另外，大方县旅游局应与省内旅行社展开合作，并联合当地知名景点开发“景点+采摘”的体验型旅游线路，带动旅游者到当地消费。例如，开发“奢香墓+宣慰府+冬季天麻基地”参观采挖一日游线路、“九龙洞+宣慰府+奢香墓+天麻采挖+冬荪基地”参观二日游线路、“奢香墓+宣慰府+大方豆腐制作体验”一日游等，在提升游客旅游体验的同时，为旅游者提供了解旅游商品和消费旅游商品的旅游场景。

4 结语

旅游商品作为旅游产业的重要组成部分，其发展应该引起贵州省政府、地方政府的重视和相关旅游企业的关注。大方县应利用自身优势旅游商品，通过打造地方龙头企业推动旅游商品产业化，利用大数据、电子商务打通线上线下营销渠道，以对口帮扶城市为切口打开国内外市场，加强品牌建设并加大宣传力度；与旅行社、景点合作开发相关旅游线路等方法，实现旅游商品产业化、品牌化，并为广大游客和消费者提供高品质绿色健康旅游商品，最终助力“黔货出山”。

参考文献:

- [1]贵州省人民政府. 中国共产党贵州省第十二届委员会第八次全体会议公报[R]. 贵州省人民政府, 2020-12-09.
- [2]邓硕成, 刘涛. 扶贫视角下数字普惠金融支持电商进农村初探——基于贵州省的思考[J]. 电子商务, 2020(08):55-56.
- [3]大方县政府办公室. 大方县 2019 年国民经济和社会发展统计[R]. 大方县统计局, 2020-05-15.
- [4]郑春华. 大方县上榜!2020 中国旅游百强县名单揭晓[N]. 贵州日报, 2020-11-13.
- [5]卢凯翔, 保继刚. 旅游商品的概念辨析与研究框架[J]. 旅游学刊, 2017, 32(05):116-126.
- [6]冯倩. 贵州启动 2020 年“黔货出山·风行天下”夏秋攻势行动[N]. 贵州日报, 2020-08-13.