

Market-Orientation and the Preservation of National Characteristics: A Discussion on the Exploitation and Marketing of Qiang People's Embroidery*

Yun Liu

School of Tourism and History Culture, South West University for Nationalities, Chengdu
Email: fleuri@163.com

Received: Nov. 9th, 2011; revised: Nov. 26th, 2011; accepted: Dec. 11th, 2011

Abstract: With a glorious history and brilliant culture, the Qiang national minority has created a colorful culture with its unique national characteristics. The Qiang People's Embroidery which is artistic, practical and intelligent designed is renowned both at home and abroad. Thus, Qiang people's embroidery has the important value of tourism exploitation. However studies on this tourist commodity are still fewer. Taking the Taoping Qiang Village which is located in Li County of Sichuan Province, this article delineates the present situation of the Qiang people's embroidery and puts forward the proposal to its development and marketing strategy based on a questionnaire survey to the tourists.

Keywords: Qiang People's Embroidery; Tourist Commodity; Exploitation; Marketing

市场化与民族性并重： 谈羌族刺绣旅游商品的开发与营销*

刘 楹

西南民族大学旅游与历史文化学院，成都
Email: fleuri@163.com

收稿日期：2011年11月9日；修回日期：2011年11月26日；录用日期：2011年12月11日

摘 要：羌族是一个历史悠久、文化灿烂的民族，在漫长的历史发展进程中，羌族人民创造出了多姿多彩、独特辉煌的民族文化，其中刺绣以其绚丽多彩、美观实用、巧夺天工而获得世人的称赞。羌族刺绣具有重要的旅游开发价值，而针对该旅游商品的研究却没有得到足够的关注。本文以四川理县桃坪羌寨为研究地点，通过游客的问卷调查，对调查结果进行分析，对羌族刺绣这一特殊旅游商品的营现状进行分析，并对其开发和营销提出建议。

关键词：羌族刺绣；旅游商品；开发；营销

1. 引言

在旅游成为人们新的生活方式、旅游经济成为新

的经济形态的时代背景下，旅游业作为一个朝阳产业迅速崛起。在民族地区发展旅游产业、开发旅游商品不仅成为产业结构调整 and 培育新的经济增长点的重要选择，而且成为提升经济竞争力、促进社会全面进步的需要^[1]。

我国有着丰富的少数民族旅游资源，羌族是我国

*资助信息：本研究由西南民族大学中央高校专项资金项目“少数民族村寨的低碳景区建设与管理模式研究”（编号 11SZYQN33）和985研究创新平台“中国藏区与南亚”研究创新基地，喜马拉雅周边区域研究项目（编号：06JJD85008）资助。

的一个古老民族，在长期的历史发展过程中创造了多彩的民族文化，而羌族刺绣就是灿烂的民族瑰宝之一。在开展旅游的羌族村寨，羌绣被作为重要的旅游商品进行售卖，参观其制作过程对于游客而言是一种独特的旅游体验。然而，现阶段对羌绣的研究主要集中在其艺术及审美价值，而从旅游商品的角度分析较少。因而，本文选取理县桃坪羌寨为研究地点，对游客进行问卷调查，从旅游市场需求方的认知角度分析羌绣旅游商品经营现状及存在问题，进而提出有针对性的开发和营销建议。

2. 研究地点与研究方法

2.1. 桃坪羌寨及其旅游发展背景

桃坪羌寨，位于四川省阿坝藏族羌族自治州理县杂谷脑河畔桃坪乡，这里有着世界保存最完整的羌族建筑文化艺术，是一个至今仍然保持着古朴风情的羌族村寨。1996年，理县政府正式把桃坪羌寨最为当地民族旅游业的重要旅游景点推出市场，2003年又提出建立以桃坪羌寨景区为起点的藏羌文化走廊，该地的旅游获得长足发展。经过十余年的发展，桃坪羌寨目前已经形成以羌族民居居住与参观、羌族风情展示与体验、羌族手工艺品售卖为主的产业业态分布。目前，景区在国内外已具有相当的知名度，仅以2011年“五一”小长假期间为例，桃坪羌寨景区接待游客达9734人次。

羌族刺绣有着本民族自独特的审美价值、审美造型、纹饰图案及色彩规范，蕴含着深厚的羌族历史文化内涵。羌族挑花刺绣艺术最初由汉区传入^[2]，经过长期的历史发展以及羌族人民在劳动生活中的创造和积累，其构图、纹饰具有羌族独特的民族风格和特征，是中华文化瑰宝中的一朵奇葩^[3]。羌绣通过手口相传的方式传承下来，几乎每个羌族妇女都精于挑绣，它已经深深融入羌族人民的生活之中，是羌族独特的艺术珍品，深受广大旅游者的喜爱，具有重要的旅游开发价值。

2.2. 研究设计

结合研究目的和研究区域的特点，设计出本次调查所使用的问卷，问卷主要涉及游客对羌绣旅游商品的态度、喜好及建议的调查。2011年7月，在桃坪羌寨景区进行预调查之后，根据预调查的结果对问卷进

行调整，并最终确定调查问卷内容。因本研究主要通过问卷获得旅游者对羌绣这一旅游商品的态度及观点，因而问卷的封闭式问项设计采用了常用的五点计分法；设计了少量开放式问项以获得游客的主要观点。

3. 桃坪羌寨景区的实证调查

3.1. 问卷调查概况

2011年8月，在景区进行正式问卷调查。首先确定抽样地区与对象：抽样地区选择桃坪羌寨景区所包含的区域，抽样对象为到景区旅游的游客，问卷调查采用了随机抽样的方法。在调查的过程中，根据本次研究目标的总体特征和问卷设计的结构，同时也为了便于被调查者填写、避免游客漏填，在调查方式上采用了面访调查的方法，由调查者转述问卷内容进行口头询问并根据游客回答进行问卷填写。由于采用了面对面的调查方式，问卷的有效性较有保障。共抽取样本180个，其中回收有效问卷171份，有效率为95%，达到调查有效性的要求^[4]。

3.2. 实证分析

3.2.1. 调查样本基本数据分析

抽样人群的人口学特征如表1所示。此次被调查的游客群体中，游客的性别比例基本均等，男性比女性游客较之女性游客高4.0%。被调查游客在各个年龄

Table 1. The demographic information of the questionnaire survey in Taoping Qiang Village
表 1. 桃坪羌寨景区游客问卷调查基本信息

项目	备选项	人数(人)	比例(%)
性别	男	89	52.0
	女	82	48.0
年龄段	16~20岁	23	13.5
	21~30岁	45	26.3
	31~40岁	41	24.0
	41~50岁	32	18.7
	51~60岁	24	14.0
	60岁以上	6	3.5
	受教育程度	高中(职)以下	11
高中(职)		26	15.2
大专或大本		94	55.0
	硕士及硕士以上	40	23.4

注：1) 样本总数为171人；2) 百分比采取四舍五入计算，百分比每大项列总和可能不为1。

段均有分布，其中年龄分布在 21 至 40 岁之间的旅游者超过半数，其次是 41 至 50 岁的人群，占 18.7%；表明桃坪羌寨景区目前接待游客以青年和中年人为主。所占份额最少的为 60 岁以上游客，这与桃坪羌寨景区地处西南，可进入性相对较差有一定关系。被调查游客大专或大学本科及以上学历的游客较多，占总数的 78.4%。

3.2.2. 问卷调查结果数据分析

1) 羌绣旅游商品的市场接受度分析：从调查的结果来看，92 位被调查者表示“非常喜欢”羌绣相关的旅游商品，有 41 位被调查表示“喜欢”羌绣旅游商品；这两类旅游者占被调查者总数的 77.8%。表示“不喜欢”和“很不喜欢”的游客分别为 12.3%和 3.5%，其余游客对此表示“中立”态度。可以看出桃坪羌寨的羌绣类旅游商品受到大多数旅游者的喜爱，而且其中有超过半数的旅游者对该商品表达了浓厚的兴趣。在对旅游者购买意愿的调查统计结果表明，有 86 人表示“一定会”购买羌绣旅游商品，占被调查者总数的 50.3%；有 34 人表示“可能会”购买，占 19.8%；有 51 人表示“不会”购买，占 29.8%。超过半数的游客对羌绣具有强烈的购买意愿，且表示一定会购买；从这一数据分析，羌绣至少得到了一半旅游者的接受和认可。

在羌绣的吸引力主要因素调查中，鉴于游客对旅游商品的喜爱原因往往不是单一的，因而选项设计为多选的方式；为了尽可能获取有效信息，增加了开放式答题项。统计结果如表 2 所示：147 人选择“具有鲜明的民族特色”，占总数的 86.0%；92 人选择“艺术性强，装饰效果好”，占总数的 53.8%；78 人选择“制作工艺好”，占 45.6%；51 人选择“实用性强”，占 29.8%。开放式问项填写内容中，被调查游客填写最多的内容有两项，分别是：“旅游留念”和“喜欢手工制作”。由此可见，羌绣的民族性依然是其吸引游客购买的最主要因素，其民族性也是游客最为认可的一点；其独特的审美价值也被多数旅游者认同。而且手工制作的羌绣产品对部分游客更具吸引力。但游客认为羌绣类制品在制作工艺和实用性上依然存在较大问题，在今后的设计和开发上应该有所考虑。

2) 羌绣旅游商品的市场现状分析：关于游客购买羌绣产品的主要影响因素调查，依然采用了多选的方

Table 2. Results of the questionnaire survey in Taoping Qiang Village (I)

表 2. 桃坪羌寨景区游客问卷调查数据(一)

项目	选项	调查结果(人数/%)
对羌绣旅游商品的喜爱程度	非常喜欢	92(53.8)
	喜欢	41(24.0)
	中立	11(6.4)
	不喜欢	21(12.3)
	非常不喜欢	6(3.5)
是否会购买羌绣旅游商品	一定会	86(50.3)
	可能会	34(19.8)
	肯定不会	51(29.8)
羌绣旅游商品在哪些方面对游客具有吸引力(多选)	民族特色鲜明	147(86.0)
	艺术性强	92(53.8)
	制作工艺好	78(45.6)
	实用性强	51(29.8)

注：1) 样本总数为 171 人；2) 百分比采取四舍五入计算，单项百分比总和可能不为 1。

法，也增加了开放式答题项，如表 3 所示。其中，有 142 人(83.0%)选择“价格”，表明游客在购买时首要考虑的仍然是价格因素。有 117 人(68.4%)选择“美观”，98 人(57.3%)选择“实用”，75 人(43.9%)选择“工艺”；游客在开放式答项中反映的问题集中在两点：首先是羌绣“是否为手工制作”；其次为“水洗是否掉色”。通过对游客的访谈得知，据那些关注“是否为手工制作”的游客反映：有些游客曾经遇到销售者以机绣的绣品冒充手工绣品高价兜售给旅游者，因而对是否真正的手工制作非常在意；还有一部分游客反映有些羌绣产品水洗后出现颜色晕染，严重的甚至导致整个绣品污损的情况。这从侧面反映出一个问题：当前的羌绣制品在原材料上存在一定的质量问题，同时在终端销售环节存在欺客现象，严重影响了旅游者的旅游体验。在购买花费的调查中：愿意花 100 元以下购买的游客最多(37.4%)，有 28.7%的游客选择不购买该类旅游商品，有 21.1%的游客愿意支出 100 到 500 元购买，有 8.2%的游客愿意支出 500 到 1000 元，愿意花费千元以上的游客仅有 4.7%。

游客在面对羌绣旅游商品时，73.7%的游客更倾向于购买生活用品类产品，在访谈中游客表示：生活用品类的旅游商品因具有一定的实用价值，购买之后仍然可以在日常生活中使用，因而更受欢迎。饰品类

的羌绣产品是被调查者的第二选择，有 56.7% 的游客选择该项；其次分别为鞋类(45.6%)和服饰类(29.2%)。羌寨的云云鞋是当地极富地域特色的旅游商品，也是羌绣中的精品和代表，因而游客对其购买兴趣较高；服饰类的羌绣产品因制作时间较长，往往价格高昂，加之游客带回其惯常居住地之后穿着的可能性较小，因而购买意愿最低。问卷中也对游客购买羌绣产品的用途进行了调查：“赠送他人”是被调查者做出的最多选择，高达 74.3%，充分体现了旅游商品的礼品性特征；选择“珍藏留念”的有 46.2%，体现了旅游商品的纪念性特征；将之作为“装饰布置”的有 36.3%；“自行使用”的有 26.3%。如前所述，羌绣的民族性是游客最为认同的特点，因而使其成为游客购买馈赠亲友或自己珍藏留念的佳品，其独特的审美价值也可使得家居等场所的装饰布置增色不少。但通过在研究地点的非参与式观察发现：目前的羌绣旅游商品以大幅的壁画、床单、枕套等居多，游客认为这些羌绣产品与现代都市家居生活场所不易搭配，游客在购买后无法使用，其实用性相对较差，这在一定程度上影响了羌绣产品的销售。在制作工艺方面，数据表明希望购买手工刺绣产品的游客(48.5%)比机器刺绣产品的(30.4%)多，另有 21.1% 的游客对之并不在意。对该问题调查小组也进行了随机访谈，大多数游客的意见表达集中在一点：不考虑价格因素的前提下更愿意购买手绣产品。

4. 羌绣旅游商品的开发与营销建议

针对上述游客调查结果的分析，考虑到桃坪羌寨景区的现状，对于其羌绣旅游商品的开发与营销提出如下建议。

4.1. 深度挖掘文化内涵，突出原真性和原创性

早期的羌族女性在完成刺绣时，既不需要打样，也不需要绘图，而是从大自然中获得灵感信手拈来。但目前旅游开发带来的经济利益的驱使下，有些售卖者直接选择固定的图案进行临摹，然后沿街摆摊售卖图样，因自身能力的限制往往导致这些羌绣图样在构图、表现手法等方面发生扭曲变形。而将图样买回去刺绣者往往也不会对图案多做考虑，刺绣针法也较为简单，由此造成旅游者购买到的羌绣产品构图大同小异，做工用料粗糙，无法体现其本身的文化和审美

Table 3. Results of the questionnaire survey in Taoping Qiang Village (II)

表 3. 桃坪羌寨景区游客调查问卷数据(二)

项目	选项	调查结果(人数/%)
购买羌绣旅游商品时主要考虑哪些因素(多选)	价格	142(83.0)
	美观	117(68.4)
	工艺	75(43.9)
	实用性	98(57.3)
	服装类	50(29.2)
倾向于购买哪一类的羌绣旅游商品(多选)	生活用品类	126(73.7)
	饰品类	97(56.7)
	鞋类	78(45.6)
	自己使用	45(26.3)
倾向于将羌绣旅游商品做何用途(多选)	装饰布置	62(36.3)
	珍藏留念	79(46.2)
	送人	127(74.3)
	纯手绣	83(48.5)
更愿意购买何种制作工艺的羌绣旅游商品	机绣	52(30.4)
	无所谓	36(21.1)
	不消费	49(28.7)
	100 以下	64(37.4)
愿意花多少钱购买羌绣旅游商品(单位：元)	100~500	36(21.1)
	500~1000	14(8.2)
	1000 以上	8(4.7)

注：1) 样本总数为 171 人；2) 百分比采取四舍五入计算，单选项百分比总和可能不为 1。

价值。鉴于此，应当及时对居民进行引导，让那些有基础、有能力的民间艺人安心创作，扎根羌族民族和民间文化并不断推陈出新，既传承和发扬了民族文化遗产，也为旅游市场提供了高质量的旅游商品，使社区居民受益。

4.2. 手绣产品精品化，适当发展机绣

在本次游客调查的分析结果中发现，游客反映羌绣产品的价格普遍较高，因而严重影响了其购买意愿。在景区的实地调研中，当地居民对于羌绣的计价方法通常是用外出打工可获得的每日薪酬乘以完成该羌绣产品的天数，因而往往羌绣的售价比较高。但从市场的角度来看，衡量一幅羌绣产品优劣的主要指标是其艺术价值和工艺水平^[5]，在这种情况下消费者的期望价格与居民预期的售价往往无法达成一致，造成羌绣产品销售量较低。引入机绣可以大大降低成本进而使得羌绣的售价大幅下降，但根据游客调查的结果，48.5% 的游客更愿意购买手绣的产品，30.4% 的游客选择购买机绣产品，而 21.1% 的游客对机绣或手绣

持无所谓的态度。因此，可适当引入机绣，向市场推出一定比例的机绣产品，以价格优势获取市场。而手绣作为一种更加低碳环保的生产方式，其产品可往精品化方向发展，吸引高端消费者，为旅游者提供多重选择。

4.3. 拓展产品功能，完善销售渠道

在市场经济体制下，市场决定生产，主要作为装饰用品的传统羌绣制品显然已无法完全满足目前旅游者的多种要求，应当顺应市场的需要拓展其实用性功能。在产品形式上，目前的羌绣制品主要为衣饰、床品、鞋品、壁挂、挎包这五大类，还可适当增加小型实用性制品，如杯垫、手机挂饰等等。新开发的产品应当兼顾民族特色和现代审美观，在构图、配色、针法上实现多样化，给广大消费者以更多选择。目前羌绣制品的销售渠道依然比较有限，主要通过自家的小摊点、本地绣庄和网店进行销售^[6]，由于前述谈到的种种原因，在本地市场的销售业绩并不理想，同时因为外部销售渠道不畅导致外销不足，拓展销售渠道成为亟待解决的问题。就本地市场来看，应当在提升羌绣制品整体质量的前提下，引导有能力的居民开办专业的羌绣售卖场所，采取现场展示与销售相结合的方式，让旅游者购买羌绣制品的同时对其制作过程和工艺加深了解，强化了旅游体验。外部市场可以借助媒体、NGO 组织广为宣传，在周边大城市和大景区设立集展示与销售为一体的销售展厅，一方面可以传播民族文化，另一方面也可以促成产品销售。

4.4. 整合产品体系，开展差异化营销战略

鉴于旅游者对羌绣制品的价位、产品功能性及购买用途的不同，羌绣制品应当面向两个市场构建产品体系：普品市场和艺术品市场。同时，针对这两个市场需求的差异性展开差异化营销战略。普品市场的消费者消费水平偏低，对绣品实用性要求较高，应当在拓展实用功能的基础上，多开发小件制品，手绣产品与机绣产品可适当投入市场，商品定价不应过高，通过销售量的突破实现经济效益。就艺术品市场而言，应鼓励和引导羌族的民间手艺人扎根民族文化，突

破目前羌绣制品雷同性的现状，多做原创设计，突出艺术价值和纯手工织造，以高端产品的形象进入市场，吸引收藏家和艺术家层面的消费者，使羌绣精品体现其应有的价值。

5. 结论与讨论

“刺绣是文化发展的产物，也是文化的一种存在形式^[7]。”羌族刺绣是留存至今、鲜活生动、与羌族人民生活最为密切、最能与现实世界对话的文化遗产之一，其构图、配色、针法具有显著的民族特色。在旅游开发的大潮中，羌绣作为当地重要的旅游商品，如何在现代化的进程中传承和发展下去是一个重要的问题。本文以四川理县桃坪羌寨景区为研究地点，通过对游客的问卷调查发现问题，并结合当地实际提出有针对性的解决措施：将羌族刺绣这一文化旅游商品放在旅游市场需求背景下迎合市场需求开发打造，同时也应尊重和保护其民族文化的原真性，使这朵民族之花开放地更加绚丽。

6. 致谢

桃坪羌寨景区管理局在本次研究的调查中给予了协助；西南民族大学中央高校专项资金项目“少数民族村寨的低碳景区建设与管理模式研究”及 985 研究创新平台“中国藏区与南亚”研究创新基地，喜马拉雅周边区域研究项目对本研究给予了资金支持，在此一并致谢！

参考文献 (References)

- [1] 马西森·沃. 旅游：经济、自然和社会影响[M]. 哈洛：朗曼，1982：174-177.
- [2] 张殿东. 桃坪羌寨民俗文化旅游资源释析[J]. 技术与市场，2011，18(8)：484-485.
- [3] 王世琴. 羌绣——民族艺术中的一朵奇葩[J]. 达县高等师范专科学校学报(社会科学版)，2006，16(1)：114.
- [4] (美)阿尔·巴比(著). 李银河编译. 社会研究方法[M]. 成都：四川人民出版社，1987：269.
- [5] 黄洋. 浅谈羌族刺绣工艺及其开发和利用[J]. 阿坝高等师范专科学校学报，2004，21(3)：17.
- [6] 王杨鑫苗. 羌绣产业发展研究[J]. 经营管理者，2010，16：159.
- [7] 赵坚. 多视角看刺绣[J]. 江南大学学报(人文社会科学版)，2003，2(3)：110-112.