目录

[摘要](#_Toc2066069320_WPSOffice_Level1) [1](#_Toc2066069320_WPSOffice_Level1)

[前言](#_Toc2086458059_WPSOffice_Level1) [2](#_Toc2086458059_WPSOffice_Level1)

[一、 田子坊旅游纪念品开发现状](#_Toc840125750_WPSOffice_Level1) [2](#_Toc840125750_WPSOffice_Level1)

[（一）田子坊旅游纪念品分类](#_Toc665566805_WPSOffice_Level2) [2](#_Toc665566805_WPSOffice_Level2)

[1.挂件饰品类](#_Toc665566805_WPSOffice_Level3) [2](#_Toc665566805_WPSOffice_Level3)

[2.生活物品类](#_Toc2086458059_WPSOffice_Level3) [2](#_Toc2086458059_WPSOffice_Level3)

[3.艺术品类](#_Toc840125750_WPSOffice_Level3) [3](#_Toc840125750_WPSOffice_Level3)

[4.服装护肤品类](#_Toc288501225_WPSOffice_Level3) [3](#_Toc288501225_WPSOffice_Level3)

[5.食品类](#_Toc1969497296_WPSOffice_Level3) [3](#_Toc1969497296_WPSOffice_Level3)

[（二）田子坊旅游纪念品的销售特点](#_Toc2086458059_WPSOffice_Level2) [3](#_Toc2086458059_WPSOffice_Level2)

[1.田子坊旅游纪念品的分布](#_Toc28119014_WPSOffice_Level3) [3](#_Toc28119014_WPSOffice_Level3)

[2.田子坊旅游纪念品的特征](#_Toc149865958_WPSOffice_Level3) [3](#_Toc149865958_WPSOffice_Level3)

[3.田子坊旅游纪念品的销售模式](#_Toc1946321822_WPSOffice_Level3) [4](#_Toc1946321822_WPSOffice_Level3)

[二、田子坊旅游纪念品问题](#_Toc288501225_WPSOffice_Level1) [4](#_Toc288501225_WPSOffice_Level1)

[（一）田子坊旅游纪念品文化深度不足](#_Toc840125750_WPSOffice_Level2) [4](#_Toc840125750_WPSOffice_Level2)

[（二）田子坊旅游纪念品商业性太浓](#_Toc288501225_WPSOffice_Level2) [4](#_Toc288501225_WPSOffice_Level2)

[（三）田子坊旅游纪念品工艺可参与性较小](#_Toc1969497296_WPSOffice_Level2) [5](#_Toc1969497296_WPSOffice_Level2)

[（四）田子坊部分旅游纪念品质量低劣](#_Toc28119014_WPSOffice_Level2) [5](#_Toc28119014_WPSOffice_Level2)

[（五）田子坊旅游纪念品品种单一](#_Toc149865958_WPSOffice_Level2) [5](#_Toc149865958_WPSOffice_Level2)

[（六）田子坊真正有特色的旅游纪念品得不到宣传](#_Toc1946321822_WPSOffice_Level2) [6](#_Toc1946321822_WPSOffice_Level2)

[三、田子坊旅游纪念品问题解决对策](#_Toc1969497296_WPSOffice_Level1) [6](#_Toc1969497296_WPSOffice_Level1)

[（一）田子坊旅游纪念品开发方面](#_Toc1359951250_WPSOffice_Level2) [6](#_Toc1359951250_WPSOffice_Level2)

[1.加强产品多元化](#_Toc1359951250_WPSOffice_Level3) [6](#_Toc1359951250_WPSOffice_Level3)

[2.提高产品质量](#_Toc1032203729_WPSOffice_Level3) [7](#_Toc1032203729_WPSOffice_Level3)

[3.深度挖掘本地文化](#_Toc875172837_WPSOffice_Level3) [7](#_Toc875172837_WPSOffice_Level3)

[4.提高旅游纪念品的艺术性](#_Toc914373156_WPSOffice_Level3) [7](#_Toc914373156_WPSOffice_Level3)

[（二）田子坊旅游纪念品客源市场开发方面](#_Toc1032203729_WPSOffice_Level2) [7](#_Toc1032203729_WPSOffice_Level2)

[（三）田子坊旅游纪念品的销售与行业发展方面](#_Toc875172837_WPSOffice_Level2) [8](#_Toc875172837_WPSOffice_Level2)

[1.纪念品销售对策建议](#_Toc476654960_WPSOffice_Level3) [8](#_Toc476654960_WPSOffice_Level3)

[2.行业发展的建议](#_Toc1025909410_WPSOffice_Level3) [8](#_Toc1025909410_WPSOffice_Level3)

[结论](#_Toc28119014_WPSOffice_Level1) [8](#_Toc28119014_WPSOffice_Level1)

[参考文献](#_Toc149865958_WPSOffice_Level1) [10](#_Toc149865958_WPSOffice_Level1)

[致谢](#_Toc1946321822_WPSOffice_Level1) [11](#_Toc1946321822_WPSOffice_Level1)

**摘要**

旅游纪念品作为传递城市文明与历史的名片，也作为旅游业收入的重要组成部分，在旅游业中有着不可忽视的地位。但旅游纪念品市场却存在着许多的问题，这些存在的问题会影响到旅游者对旅游城市的整体感官，所以剖析并解决这些问题就显得尤为重要。论文以上海田子坊的旅游纪念品为主体，探析田子坊旅游纪念品在产品设计、开发售卖等环节暴露出来的问题，并在此基础上提出行之有效的对策。本文基于实地考察法研究上海田子坊的旅游纪念品，通过探析其旅游纪念品的现状与存在问题提出针对性的具体措施及对策，以谋求上海田子坊旅游纪念品的更好发展。

**关键词：**旅游纪念品 田子坊 现状 问题 对策

**Abstract**

Tourist souvenirs, as a business card to convey the civilization and history of the city, and as an important part of tourism income, have a status that cannot be ignored in the tourism industry. However, there are many problems in the tourist souvenir market. These problems will affect tourists' overall sense of the tourist city. Therefore, it is particularly important to analyze and solve these problems. The thesis takes the tourist souvenirs of Tianzifang in Shanghai as the main body, analyzes the problems exposed in the product design, development and sales of Tianzifang tourist souvenirs, and proposes effective countermeasures on this basis. Based on the field investigation method, this paper studies the tourist souvenirs of Shanghai Tianzifang, and proposes specific measures and countermeasures by analyzing the current situation and existing problems of its tourist souvenirs, to seek better development of Shanghai Tianzifang tourist souvenirs.

**Keywords:** tourist souvenirs Tianzifang current situation problems countermeasures

**前言**

田子坊作为上海著名的商业旅游步行街与其他城市耳熟能详的商业街相似。但与其他一开始就以商业为目的建设的旅游商业街不同，田子坊在建立之初其实是作为创意产业园区及销售区而设置的。后来因为大量的艺术家进驻使其具有浓厚的艺术氛围而成为外来着参观和消费的地方。再后来，商家和出租屋的居民为了获取各自利益共同参与到田子坊的建设中，从事商业消费的各种经营活动，推动了田子坊的文化生产，使这里增加了越来越多的商业元素，旅游所必备的饮食、购物、休闲、体验成为其中主要内容。并因其创意者聚集，营造了特殊的艺术创意氛围，而成为旅游休闲的主要吸引物和消费对象。

田子坊从一个文化创意产业区逐渐变成了城市休闲娱乐场所是在2005年到2007年间。2005年，田子坊区域开始租借房屋开设九八、餐馆；2007年，休闲娱乐已经成为了田子坊的主要业态。2010年，田子坊正式被批准为国家3A记景区。目前，田子坊已经成为了沪上最有人气的旅游休闲街区。景区中所展现出来的上海市井文化、海派历史吸引着海内外的游客来到此地参观游览。

1. **田子坊旅游纪念品开发现状**

**（一）田子坊旅游纪念品分类**

田子坊作为国内外旅游都会选择游览的景点，坊内商品各种各样，可满足不同人的需求。

**1.挂件饰品类**

田子坊内大多数商品都可以归类为挂件饰品。多为发簪、钥匙扣、冰箱贴等小型旅游纪念品，但大多又极具上海特色。例如冰箱贴上的图案多为上海的东方明珠电视塔和金茂大厦。发簪各式各样的数不胜数，花色繁复的金属簪子、样式简单素雅的木头簪子琳琅满目。还有少部分包上挂件、镂空书签、手链、耳环、耳钉等女性饰品。卖的不多，样式也不突出。与大型商场和路边小店所贩卖的商品并没太多不同。

**2.生活物品类**

田子坊内的商品除了钥匙扣和冰箱贴这中观赏性旅游纪念品之外，还有具备一定实用性的旅游纪念品如马克杯、笔筒、文化衫等。虽然都是马克杯、笔筒，但是商家在造型、材质和花样上下了功夫。各类马克杯、笔筒摆放在桌台上供游客选购。

**3.艺术品类**

田子坊因其历史沿革原因，坊内有很多艺术品工作室。工作室面向的并不是普通游客，而是对于艺术品有一定鉴赏能力并且有兴趣购买的人。一间间艺术品工作室藏匿在田子坊不易被人察觉的角落，需要有心人仔细寻找才能寻得宝藏。

**4.服装护肤品类**

对上海不了解的游客一想到上海脑海里一定会出现民国影视作品中的画面。西装革履的商人，穿着旗袍的夫人与小姐。田子坊作为上海沟通游客的一个媒介，自然少不了旗袍店。田子坊内的旗袍店的定位都有所不同，私人定制给游客最好的商品购买体验，还有直接贩卖成品的店铺。游客可以根据自身情况选择消费。除了旗袍之外，上海雪花膏也是田子坊旅游纪念品的组成一部分。相比于旗袍的高价，雪花膏的售价就显得亲民了很多。几十块钱就可以购买多种香味的雪花膏。因雪花膏极具代表性，是探亲访友极好的伴手礼。

**5.食品类**

商业街除了要有让游客购物的地方之外，还要提供饮食和休息的场所。田子坊的第二组成部分就是小吃店喝酒吧。小吃为了贴近上海特色，所贩卖的商品也都加上了上海而已吸引着游客来购买。例如上海老冰棍、上海芝麻酥和上海大白兔。游客可以在视觉上感受上海特色之外，还可以在舌尖上品味上海味道。

**（二）田子坊旅游纪念品的销售特点**

**1.田子坊旅游纪念品的分布**

上海田子坊占地面积约7公顷，布局为传统的上海里弄式。一条条小街通向的是未知的领域，给游客带来不一样的新奇。

虽然田子坊占地面积不大，大致外观也没什么特别。但是走进田子坊，你会发现别有洞天。田子坊外围的一圈多为小型廉价的普通纪念品商店。商店里大多为其他景区也能看到的东西。例如马克杯、钥匙扣、书签等，只不过商品上加上了上海的特色建筑和特色人物。越往里走饭店和酒吧就越紧密，再往中心走里面的艺术品店和服装店就会越多，服装店大多以女士旗袍为主。有私人定制也有现货贩卖。

**2.田子坊旅游纪念品的特征**

田子坊作为上海气息浓厚的商业街，里面衣食住行方面能够买到的商品大多都带有上海气息。带有上海东方明珠电视塔图像的钥匙扣；在大众心里能代表上海女人时尚的旗袍；还有上海人日常饮食中的小吃。这些纪念品的特征无一不在给游客们展示上海的风韵。

**3.田子坊旅游纪念品的销售模式**

田子坊内的旅游纪念品可分为两个销售模式。

非餐饮的销售模式为walk in。游客在坊内参观游览，遇到感兴趣的商品可以进店问询。店主和员工并不会站在门口拉客。

餐饮类的销售模式则为叫卖。把自家商品的好处优点通过叫卖的方式传递到游客的耳朵里，吸引游客进店消费。所以在田子坊内可以听到富有特色的叫卖音调。

**二、田子坊旅游纪念品问题**

**（一）田子坊旅游纪念品文化深度不足**

田子坊旅游纪念品大多都为挂饰、服饰等装饰性物品。游客满怀期待走进最具有上海风情的商业街打算购买一些纪念品作为留念。但一进门就会发现商品品类单一，可供选择的不多。虽然大多数商品都带有“上海味道”，但上海味道却流于表面。商品印着上海的著名建筑就可以作为上海代表性的纪念品了。但很少有游客买单。旅游纪念品作为一个城市的名片除了要给人一眼就看出来这个纪念品属于这个城市之外，还要激起游客想要了解这个城市的好奇。这才是成功的旅游纪念品。

单一的选择、流于表面的纪念意义不利于田子坊内的旅游纪念品开发。当游客期待的上海风情商业街展现出来的不符合其所期待的大上海印象；当着这负面印象成为一种思维定势，那么上海田子坊旅游度假区也就失去了它原本存在的意义。作为一个包容性强的“艺术区”。售卖这样的旅游纪念品实属不应该。

**（二）田子坊旅游纪念品商业性太浓**

田子坊起初是艺术家聚集地，进入现代社会后成了文化创意产业区。最后在2005年到2007间成为了城市休闲场所。在田子坊还是艺术家聚集地和文化产业园区的时候，其生产的旅游纪念品具有一定的艺术价值和收藏价值。但这也使得仅有一部分人能够欣赏和有购买能力。再后来田子坊成为了城市休闲场所，为了配合大众旅游者的消费能力和旅游纪念品方便携带的特性，也是制作人对于旅游纪念品的观念越来越商业化。再设计的旅游纪念品的艺术性大大降低，不再考虑美感。这时商人们想的就是如何降低成本，增加利润。这样的操作就会使得旅游纪念品品质的粗略，质量的堪忧。丧失了其作为旅游纪念品的价值。一个城市的明星片制造粗略不堪，这也是影响游客会不会来这个城市二次旅游的因素之一。

**（三）田子坊旅游纪念品工艺可参与性较小**

现在的田子坊商业气息浓厚，作为艺术发源地的氛围慢慢消失。其贩卖的商品也有这种趋势，大量现成的纪念品摆放在铺面前的摊位上供游客挑选。游客与自己所购买的旅游纪念品的参与性关联性较小。旅游纪念品与游客的关联与羁绊减少，这使旅游纪念品的纪念意义大打折扣。田子坊同时也是“创意产业园区”，现状却是没有任何创意。

西夏陵国家考古遗迹公园位于宁夏回族自治区银川市内，该景区的旅游纪念品就有很高的参与性。1990年，宁夏贺兰山拜寺沟方塔出土了印刷书籍，经专家研究，这是世界上现存最早的木活字印本。改景区将活字印刷术与旅游纪念品。设置了两种类型的体验课程：针对短暂旅行者的轻度课程和针对研学人士的深度体验课程。具有针对性的体验课程使得不同目的的游客感受到了被重视，这样的旅游纪念品使游客满意度更高。游客在体验活字印刷的过程中加强了对该旅游景点历史的了解，这样具有历史底蕴的纪念品自己收藏和作为伴手礼都是很好的选择。

田子坊作为“创意产业园区”可以从艺术角度出发，将艺术手工与历史相结合，指导游客制作有自己特色也带有上海特色的旅游纪念品，从而使游客对上海的历史有进一步的了解。

**（四）田子坊部分旅游纪念品质量低劣**

虽然田子坊纪念品大多都与上海特色有着关联，但产品的产地与产品质量难以得到保障，带着在小商品市场的廉价。游客购买的纪念品多种多样，有日常生活用品例如马克杯、毯子等；也有挂件摆设这种不太常用的东西。旅游纪念品的品牌杂乱其质量就很难得到保证。田子坊的商店大多为个体户，店铺规模较小，信誉度不高。很多一部分商店经营者抱着“坑一笔是一笔，反正大部分人也不会来第二次”的心理。在进货时不注重品牌和质量，只要自己能赚就行。但他们没想到的是旅游纪念品是一座城市的名片，游客将名片带回家却发现名片破损，发现是无品牌的产品，游客没有地方维权 ，这样不专业的服务态度也会影响游客的旅游体验致使景点游客越来越少。

**（五）田子坊旅游纪念品品种单一**

“旅游纪念品本身的属性决定了它的进入门槛较高，它要求纪念品的艺术性、纪念性、创新性、独特性，这就决定了其需求较多，供给不足。”这是万三敏老师在其讲述旅游纪念品市场存在的问题的论文中的观点。商店售卖的商品大同小异这将会是游客进入田子坊的第一感受。田子坊靠外墙一圈都是商店，这也是游客第一眼会看到的画面。短短50米的小巷面对面开了20家小型纪念品商店，而这些商店中的东西极为相似，使游客不会有兴趣想要走进小巷一探究竟。

除了实物旅游纪念品商店大同小异之外。饮食快餐类也是大同小异。无一例外不是标有“上海”抬头的小吃与饮品。隔三步就会使一家极为类似的店。这样的商品店铺安排会带给游客产生视觉疲惫。且由于商品重复性太高，所有游客购买的纪念品相差不大，一些求新求异的游客不会买账。

还有服装店和化妆品商店。作为上海有名的商业街，里面所贩卖的商品富有上海特色。所以旗袍是服装店的主要货物。越深入田子坊旗袍服装店就越多。其中款式与样式都差不多，格子、条纹、花样这家店有的那家店也有。旗袍店并没有做出自己的特色，在市场上就不具备吸引人的条件。化妆品商店大多为上海女人雪花膏。相比较市面上的化妆品，上海女人雪花膏较为便宜，因为足够有上海代表性，所以购买的人较多。

**（六）田子坊真正有特色的旅游纪念品得不到宣传**

虽然现在的田子坊商业气息浓厚，但并不代表田子坊没有除去商业气息之外的、艺术浓厚的旅游纪念品店铺。比起制作粗糙，贴着著名景点照片的钥匙扣，还有一种更为实用且更能代表上海这座城市和文化的旅游纪念品。那就是旗袍，旗袍是老上海画报里和现代民国电视里常出现的经典着装。作为一提起老上海就必然会出现的物件，旗袍是上海的城市象征。田子坊这样上海味道浓郁的商业街必然也少不了旗袍的身影。但是像这样的旗袍商店却没有得到好好的宣传。店铺位置偏僻，不容易被人发现；店内设计不够亮眼，没有让人想要进店消费的欲望；店内陈设与普通服装店无异，不能体现出上海旗袍的特点。除了店铺本身的问题之外，旗袍本身在旅游市场中也没与得到一定的宣传。海内外游客知道老上海有旗袍的存在，却不知道在当代旗袍文化也在熠熠生辉。

**三、田子坊旅游纪念品问题解决对策**

旅游纪念品并不是凭空产生的，在一个具体商品的背后是设计、开发和生产等多个步骤。而这些步骤背后又涉及到了产品开发、行业规范和市场监管三个方面。上述问题不能单一解决，需要从这三个方面加以改善。

**（一）田子坊旅游纪念品开发方面**

**1.加强产品多元化**

田子坊存在旅游纪念品品类单一、商店所贩卖商品大同小异和品牌杂乱的问题。想要改变现状必然要使产品多元化。所以面对产品同质化问题，应该转换开发思路，在现有的基础上开发更多类型的旅游纪念品，是消费者的选择不再是贴了上海东方明珠照片的钥匙扣、金茂大厦的马克杯，而是要多向文化、历史和艺术性靠拢。使之有一定的艺术性也具有一定的实用性。产品开发可以学习故宫文创旅游纪念品。将上海的历史符号融入到旅游纪念品的开发中去，例如：电线、晾衣杆、老式板凳、电话座机还有月份牌等等。这些老物件与非上海地区的老物件有着相似之处，但是又有着老上海的味道。

**2.提高产品质量**

旅游纪念品质量差一直是众所周知的事情，因为大部分旅游纪念品商店都是小本经营，赚个一锤子买卖。根本不指望游客会二次购买。所以质量不是店铺经营者会考虑的问题，成本才是。然而产品质量又是消费者满意度的关键因素。国外学者认为旅游纪念品会引发关于旅行的记忆以及体验，旅游纪念品除了自用这一个用途之外，游客还会将旅游纪念品送给亲戚朋友。所以旅游纪念品质量的好坏起到了关键性的作用。田子坊在贩卖旅游纪念品时应把好质量关。心怀产品价值，贩卖旅游纪念品与价值相匹配的产品。

**3.深度挖掘本地文化**

上海这个城市历史虽然不如历史老城，但城市本身经历的磨难并不比历史名城少。在经历了几百年的磨难之后没有倒下城市文化反而更加灿烂，这里边必然有很多可取之处。上海田子坊的旅游纪念品可以以此为方向进行深度挖掘。在贩卖旅游纪念品的同时让游客了解这个城市的风雨历程，了解上海历史。使其有着再游上海的可能性。

**4.提高旅游纪念品的艺术性**

上海田子坊的历史是始终围绕着艺术二字展开的。而好的旅游纪念品就有着艺术性的特性。所以田子坊内的旅游纪念品有着艺术性是理所当然的事情。但是由于商业的开发，田子坊内的旅游纪念品商业气息浓厚。现在应该转变思路，以艺术性开发为方向。是单一性的旅游纪念品有着更高的艺术性和欣赏价值。坊内可以开些手工店铺，让游客自己动手制作属于自己的艺术品，这样的商店既贩卖了商品，又增强了普通商业街里的参与性。并且游客制作出来的艺术品是独一无二的，这样的纪念品真正的体现了旅游纪念品的纪念意义和象征意义。而手工制作的旅游纪念品无论是自用还是作为赠送使用都是极好的选择。

**（二）田子坊旅游纪念品客源市场开发方面**

首先要针对客源市场类型分析拓展，来上海旅游的游客覆盖各个年龄层。年龄层的不同，所选择购买的旅游纪念品也不同。田子坊的旅游纪念品可以按照这种模式将旅游纪念品开发成不同版本，让游客买到符合心意的旅游纪念品。像这样的版本差别，在一定程度上让游客感觉到自己被重视。间接使得各科满意度提升。其次，要增加固定客源市场的数量。调查出那个地方的人去上海旅游的次数最多，可以针对次数多的游客实施一些优惠政策。增强客源市场的粘性

**（三）田子坊旅游纪念品的销售与行业发展方面**

**1.纪念品销售对策建议**

**（1）丰富销售模式，激发游客购买欲望**

田子坊内的旅游纪念品消费模式始终是店面等待顾客光临消费。这样的销售模式使得产品处于被动，没有得到很好的宣传。想要提高纪念品的知名度，首先就是要让游客知道了解这个产品的存在。想要提高游客的购买欲望，就要让游客了解旅游纪念品背后的故事。所以，田子坊可以化被动为主动。在旅游纪念品背后附上上海历史。使游客对上海的了解更为深刻。

**（2）完善售后服务系统，提高游客满意度**

旅游区经典内售卖的纪念品质量差是一大现状。游客出于谨慎，会小心购买。但购买回去后质量出现问题却没有地方可以解决。一般游客在对产品有不满意的情绪存在时，即使没有得到拖货换货的处理，在情绪得到抒发后，对产品的不满意度也会大大降低。所以田子坊内应该完善售后服务系统，进行一个买家和卖家沟通的平台。给游客完善的旅游体验，使事情得到好的解决。

**2.行业发展的建议**

**（1）给予纪念品分区足够的重视**

一个旅游纪念品的产生有多个生产环节。从设计开发、工厂制作到销售中间点点滴滴都不应该被忽视。旅游纪念品的设计的好坏在一定程度上也影响着消费者购买决策。旅游纪念品产业设计与销售的脱节使得现在市面上产品的雷同与毫无特色。另外，就算有着好的设计，却在生产这一环节放松，那么产生的旅游纪念品也得不到游客的青睐。所以旅游纪念品从设计到销售中间的任何一个环节都不能轻视。

**（2）加大市场监管力度**

做生意讲究的是诚信为本。田子坊内应该加大旅游纪念品的监管力度，对坊内卖家的不合理操作做到坚决制止、严厉打击、明确制度、从严处理。还给游客一个舒适、放松的购物环境。

**结论**

田子坊的旅游纪念品承载的不仅仅是这个景区，也是这个城市的文化风韵。这些旅游纪念品会成为游客们对这段旅游经历的感情寄托。独一无二的旅游纪念品会随时唤醒游客在旅途中的奇妙经历，所遇见的人和事。所以保护这份美好的记忆是旅游纪念品的基本。通过本文的研究探讨，了解到了田子坊旅游产品现状和暴露出来的问题，并有针对性的提出相应对策，长远发展来看只有改善现存问题，发展多样化的、有艺术性的、产品质量得以保证的旅游产品才会使田子坊有着良好的前景。希望本论文对研究上海田子坊旅游纪念品的发展提供一些帮助。

**参考文献**

**致谢**