

海南中部民族地区旅游营销战略研究

毕素梅¹, 蔡道成¹, 张 侨²

(海南热带海洋学院 1. 商学院; 2. 旅游学院, 海南 三亚 572022)

摘要:海南中部民族地区包括4个市/县,是黎族、苗族等少数民族的聚居地。在有利的政策环境和社会环境的支持下,海南中部民族地区要结合自身文化旅游资源、生态旅游资源、红色旅游资源和体育旅游资源等,同时对旅游目标市场进行分析,调整营销目标,制定“以乡村旅游为核心,以森林生态旅游、体育休闲旅游和山地特色旅游为三极”的营销战略。为了保证战略实施,从政府层面、行业协会层面、当地居民层面分别给出建议。

关键词:海南中部;民族地区;旅游营销;乡村旅游

中图分类号:F592.7 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2016)09-0045-06

海南中部民族地区包括保亭、白沙、琼中、五指山4个市(县),国土面积占全省的28%,总人口占全省的16%。中部地区是海南先民黎族、苗族的主要聚居地区。据海南省统计局信息,2015年前三季度,海南东部地区完成生产总值1 622.67亿元,中部地区完成生产总值177.76亿元,西部地区完成生产总值802.13亿元^[1]。中部地区经济发展与东部和西部经济发展存在较大差距。海南东、中、西部地区经济发展不平衡成为影响全省经济发展的制约因素。有学者采用定量的方法对海南各市县旅游竞争力进行评价,发现海南中部民族地区四个市县的竞争力普遍较低,但是可以利用生态环境的优势提升旅游竞争力^[2]。针对海南中部民族地区如何通过旅游业带动经济发展问题,不少学者提出发展乡村旅游^[3]、生态旅游^[4]、黎苗文化生态乡村旅游^[5]的建议,这些建议基于海南中部民族地区的自然条件和资源优势提出,具有实践意义。由于宏观环境的变化和旅游者消费行为的改变,需要更加全面的旅游发展战略破解海南中部民族地区的发展困境,以全面提升社会经济发展水平。

1 营销环境分析

1.1 外部环境分析

1.1.1 政策环境——乡村旅游发展政策黄金期的到来

乡村旅游的发展受到了中央和地方政府的高度重视和大力支持。2015年中央一号文件明确提出“积极开发农业多种功能,挖掘乡村生态休闲、旅游观光、文化教育价值”等要求;2015年8月中央颁布《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》,就“实施乡村旅游提升计划,开拓旅游消费空间”提出了系统的方案;同时公布了《关于加快转变农业发展方式的意见》,把乡村旅游作为农业转型的重要方式;9月份农业部发布《关于积极开发农业多种功能,大力促进休闲农业发展的通知》,进一步强调使农业与旅游业结合,发展休闲农业的重要性。国家旅游局在8月全国乡村旅游提升与旅游扶贫推进会议上提出,到2020年全国建成6 000个以上乡村旅游模范村,形成10万个以上休闲农业和乡村旅游特色村,300万家农家乐。2016年中央一号文件再次强调要“大力发展休闲农业和乡村旅游”,让休闲度假、旅游观光、养老、创意农业、农耕体验、乡村手工艺等成为繁荣农村、富裕农民的新兴支柱产业。海南省“十三五”规划明确“立足当地资源做大做强热带特色农业和乡村旅游”。2016年海南省提出要把发展乡村旅游脱贫作为实施十项精准脱贫的一条重要措施,而海南中部民族地区4个市县均是国定贫困市县。可以说,从中央政府到地方政府层面已经为海南中部民族地区乡村

收稿日期:2016-05-06

基金项目:海南省教育厅高等学校科学研究基金项目(HNKY2014-69);海南省民族研究基地2012年招标科研项目(QMZJD2012-05)。

作者简介:毕素梅(1977—),女,山东淄博人,海南热带海洋学院商学院,副教授,经济学硕士,研究方向:营销管理和旅游营销;蔡道成(1980—),男,湖南安仁人,海南热带海洋学院商学院,副教授,经济学硕士,硕士生导师,研究方向:旅游营销;张侨(1978—),男,湖南资兴人,海南热带海洋学院旅游学院,副教授,硕士生导师,北京师范大学博士研究生,研究方向:旅游企业管理和高等教育管理。

旅游的发展提供了充分的条件。

1.1.2 社会环境——休闲度假游取代观光游成为主流

根据国家统计局公布的数据,2015年我国人均GDP约为8 016美元,已进入后工业化起步阶段。这一阶段的核心特点之一就是消费沿着衣食住行以及非物质消费的方向升级,这构成了当前我国休闲社会发展的经济基础。2015年我国城镇化率为56.1%。城市型社会为主导,意味着价值观念和生活方式的巨大转变,休闲也因而进入国民的主流价值观,进而衍化出全新的生活方式。随着收入和生活水平的提高,国民对旅游的需求也逐渐不满足于简单的观光旅游,对观光、休闲、度假、体验的多元旅游需求越来越强烈。据中国社会科学院旅游研究中心研究报告测算,2014年我国休闲相关产业规模约为3.6万亿元,相当于GDP的5.7%。2015年我国休闲相关产业规模可能突破4万亿元。未来,国民将更加重视休闲,休闲发展也将得到中国服务业更加有力的支撑。在《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》的指引下,“十三五”时期我国的国民休闲迈入了新的阶段,国民休闲体系也处于快速发展过程中。休闲度假游将成为中国旅游的第二次发端。

1.2 内部环境分析

1.2.1 丰富多样的旅游资源

海南中部民族地区具有丰富的旅游资源:①独特的少数民族文化。黎、苗族人口约占海南中部地区总人口的65%,约占海南少数民族总人口的93.1%。黎、苗先民在长期生产生活中形成了独具特色的语言、饮食、建筑、宗教、服饰、民俗等少数民族文化,发展了纺染织绣、树皮布制作、藤竹编织、钻木取火等传统技艺。②良好的生态旅游资源。海南中部地区是海南生态保护核心区域和全省主要江河的发源地,有知名的七仙岭温泉国家森林公园、五指山热带雨林风景区、呀诺达雨林文化旅游区、鹦哥岭省级自然保护区等生态旅游景区景点。此外,中部地区河流纵横,湖泊水库密布,飞瀑流泉众多,是海南三大河流——万泉河、南渡江、昌化江的源头^[6]。由于得天独厚的自然环境,区域内还有丰富的动植物旅游资源。③突出的红色旅游资源。革命先驱在海南中部民族地区留下了许多生活、战斗遗址,为开展红色旅游提供了有利条件,如五指山革命根据地纪念园,白沙起义纪念园等是著名的红色文化旅游景点景区。前者被列

入全国100个红色旅游经典景区,后者被列入国家民委首批命名的27个全国民族团结进步教育基地。④丰富的体育旅游资源。海南中部民族地区自然资源极为丰富,山清水秀,峡谷幽深,奇石林立,非常适合开展森林浴、野外生存、徒步登高、探险、野营、漂流、垂钓、山地高尔夫、山地自行车、民族体育活动等体育休闲旅游。

1.2.2 落后的旅游基础设施

海南中部民族地区地处海南内陆地区,经济和社会发展相对落后于东部和西部。由于其独特的地理地形,至今没有铁路轨道与东西部连接,公路依山而建,交通较为不便,旅游可进入性比较低。截止到2014年底,海南中部四个民族市/县GDP总额为1 310 431万元(其中,五指山210 886万元,保亭367 186万元,白沙373 911万元,琼中358 448万元),占全省GDP总额的3.74%。由于社会经济发展相对滞后,海南中部地区的各种旅游公共基础设施和接待设施不健全。海南中部四个民族市/县有各类饭店数为69家(其中五指山18家、保亭27家、白沙11家、琼中13家),占全省饭店总数的7.95%;有星级饭店7家(其中五指山6家,琼中1家),占全省星级饭店总数的4.46%;有各类重点景区8个(其中五指山5个、保亭4个),占全省重点景区总数的10.98%。2014年海南中部四个民族市/县共接待游客1 680 761人次,占全省接待游客总数的4.14%^①。

2 目标市场选择

百度指数是以百度海量网民行为数据为基础的数据分享平台,是当前互联网乃至整个数据时代最重要的统计分析平台之一,自发布之日便成为众多企业营销决策的重要依据。借助百度指数这一渠道,可以较为准确地获知关注旅游目的地的网络人群的特点和地域分布等信息。本文尝试采用以“海南中部旅游”为关键词或“海南旅游+海南中部”为叠加关键词检索对海南中部旅游的关注度,但是没有相关数据,说明对海南中部旅游的关注热度还不足。于是改为以“海南旅游”为关键词,检索获取2013年9月至2016年4月对海南旅游的网络关注度,检索结果统计如下。

2.1 网络关注度空间分布

如表1所示,从区域分布来看,华东、华北、华南是关注海南旅游排前三位的地区。从省份分布来看,北京、广东、浙江、江苏是排前四位的省份,其后则是

注:①数据根据《海南省统计年鉴(2015年)》整理计算得到。

海南、山东、河南、上海、河北、天津。从城市分布来看,北京、海口、上海、天津是排前四位的城市,其后则是深圳、广州、郑州、苏州、杭州、西安。值得注意的是,在排名前十的这些省市中,北京、广东、浙江、江

苏、上海、天津在 2014 年的人均 GDP 都突破 1 万美元,整体经济发展水平较高,是海南旅游重要的目标市场。

表 1 网络关注度空间分布

排 名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
区域分布	华东	华北	华南	华中	西南	东北	西北			
省份分布	北京	广东	浙江	江苏	海南	山东	河南	上海	河北	天津
城市分布	北京	海口	上海	天津	深圳	广州	郑州	苏州	杭州	西安

数据来源:根据百度指数整理。

2.2 网络关注人群的人口统计学特征

2.2.1 年龄分布

在年龄分布方面,基本上各个年龄段的人都会关注海南旅游,20~29 岁的人占 25%,30~39 岁的人占 48%,40~49 岁的人占 16%,19 岁及以下和 50 岁及以上各占 6%和 5%。海南中部民族地区旅游资源丰富多样,如果针对每个年龄层巧妙地设计旅游产品,就可以把不同年龄段的旅游者都吸引过来。如 29 岁以下的年青人喜欢体验、冒险、刺激、追求时尚,“求新、求异、求奇、求乐、求知”的消费动机强烈,对于体育旅游有较强的需求,结合海南中部地区独特的民族文化旅游资源、生态旅游资源、红色旅游资源和体育旅游资源,可以设计各种探险之旅。随着我国人口政策的改变和老龄化社会的到来,一家三代共同出行的情况将非常普遍,各种亲子之旅和健康养生之旅、体验之旅日益受到欢迎,海南中部可以发挥资源优势,设计具有针对性的多种旅游产品吸引 30~49 岁或 50 岁以上的旅游者。50 岁左右是旅游消费的高峰期。此时每个家庭的孩子都长大了,家庭消费不会受到孩子的牵绊,有较为充足的闲暇时间,最重要的是,此时人们有较为可观的收入,能够支付得起旅游的开销^[7]。

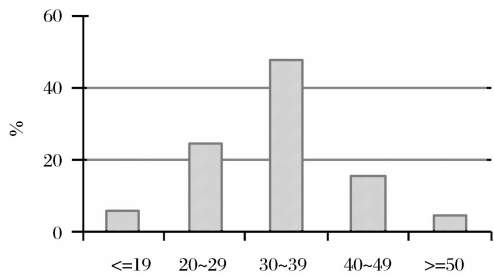


图 1 海南旅游关注人群年龄分布

2.2.2 性别分布

在网络关注人群中,男性为 66%的比例,女性为

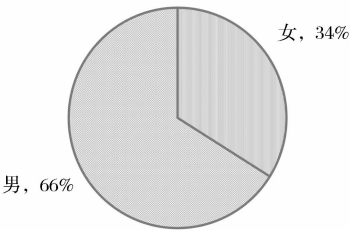


图 2 关注海南旅游的性别比例

34%的比例。在旅游消费中存在性别差异已经成为共识。很多国内学者调查发现旅游目的地的男性旅游者多于女性旅游者。进一步的研究发现,男性与女性在旅游前的信息搜集方面存在差异。女性游客搜集信息更为全面、理性,信息渠道更多,更擅长通过人际交流的方式获取信息;男性则较为主观和自信,信息搜索渠道单一。信息内容方面女性游客比男性游客更倾向于搜集旅行费用、食宿状况等旅游信息;男性由于空间认知更强,对目的地地图和线路规划更加关注^[8]。在旅游偏好方面,女性对历史、文化、购物有更强的偏好,更加注重体验;男性则更倾向于体育旅游、探险旅游和度假旅游等。《休闲绿皮书 2015》中有类似的研究结果:男性、60 岁以上的老年人、高收入水平、受教育程度较高的人休闲时间较多,且对社交、运动健身等“动态”休闲活动更为偏爱^[9]。男性与女性旅游者在旅游动机、信息获取、营销感知、消费偏好等方面不尽相同,提示旅游相关部门在进行旅游宣传或推广时宣传形式、宣传内容、宣传渠道要有所侧重有所区别。旅游产品的设计也要满足不同性别游客的旅游消费需求,从而使营销更有效。

3 营销战略定位

基于以上对目标市场的分析,结合海南中部民族地区的旅游资源特色,围绕“为游客提供值得回忆的健康舒适的休闲体验游”为目标,建议制定“以乡村旅游为核心,以森林生态旅游、体育休闲旅游和山地特

色旅游为三极”的营销战略。

3.1 乡村体验旅游

这里所强调的乡村旅游不是狭义的乡村观光或乡村半日游,而是广义的乡村休闲和乡村度假。乡村观光对应的是周边市场,发展的前提是大城市或城市群,而海南中部民族地区基本不具备这样的条件。乡村休闲对应中程市场,乡村度假对应远程市场,这些市场具有庞大的市场需求,是广义乡村旅游发展的基本条件。海南中部民族地区的乡村体验游要从以下几方面转型升级创新,走特色发展之路。①深度体验旅游。乡村旅游关键是突出文化、地域等特色。海南中部民族地区有众多特色可供选择,如生态特色、文化特色、餐饮特色、建筑特色、民俗特色和节会特色等。要将这些特色元素有机地融入旅游产品中,让旅游者参与到民俗活动、餐饮制作、建筑形成、手工技艺的过程中,获得独特的感知体验,打造具有比较优势的乡村旅游。②特色休闲农业。《中国农村扶贫开发纲要(2011—2020年)》强调乡村旅游是解决“三农”问题的重要途径。实践证明,休闲农业和乡村旅游结合能够促进欠发达地区乡村经济发展模式创新、农业增效模式创新和城镇化途径创新。海南中部地区山脉逶迤起伏,梯田美不胜收,作物多种多样,黎、苗等少数民族具有独特的农耕文化,这些是发展休闲农业的资源禀赋。③休闲民宿产业。海南中部可以借鉴台湾地区经验,推动特色休闲民宿业的快速发展,把发展民宿作为推进城镇化建设、美丽乡村建设、解决“三农”问题、发展乡村旅游业的一项重要措施。台湾的民宿以自然化、平民化、平价化、亲民化为主要经营目标,具有准确的市场定位和经营内容,主题鲜明,是旅游文化的一部分^[10]。民宿特别注重体验与互动。如种茶、种果树的村民可组织游客亲手种植,施肥,捉虫,剪枝,采茶摘果,品饮品尝。这些活动对久居城市,向往田园生活,崇尚返璞归真的游客充满吸引力。

3.2 森林生态旅游

森林是生态环境的主体要素,森林生态系统的服务价值十分巨大,包括涵养水源、净化空气、防止水土流失,保护生物多样性等。琼中、白沙、五指山三市县最大的优势在于森林植被率高,琼中县植被率高达83.76%,白沙县达到76.60%,五指山市达到73.8%,显著高于全省60.2%的平均水平^[11]。海南森林气候舒适期在300天以上,夏可避暑,冬可御寒,全年均适宜旅游,为全国舒适期最多的地区,拥有无可比拟的优势。并且发展森林旅游有利于形成山海呼应,绿色与蓝色相映衬的旅游格局,有利于实现海

南全省均衡协调发展。充分利用海南中部市县的热带森林优势,将其转化为现实经济优势,发展森林生态旅游成为实现绿色发展的必由之路。海南中部民族地区发展森林生态旅游要注重挖掘文化要素,如森林奇石文化、森林保健文化、森林民俗文化、森林温泉文化、森林养生文化等。现有的森林公园、热带雨林景区要形成品牌效应,发挥带动作用。此外,健康养生基地、老年人疗养基地的建设也势在必行。还可以利用森林高浓度负氧离子的巨大优势,开设负氧离子疗养区,开发森林康复中心等,更好地满足老龄社会的市场需求和人们对健康的追求。

3.3 休闲体育旅游

2014年《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》指出:到2025年,体育产业总规模超过5万亿元,成为推动经济社会持续发展的重要力量。目前中国体育旅游产业每年增长30%~40%,体育休闲游比传统的观光游具有更高的利润,加之体育旅游没有明显的淡旺季之分,可以弥补旅游市场淡季的损失,因此越来越多的旅游企业开始瞄准体育旅游市场。海南中部民族地区可以利用其自然优势、资源优势和少数民族传统体育文化优势,开发竹竿舞、赛龙舟、登山攀岩、射击射箭、极限运动等有发展空间的项目;开发适合老年人特点的各种健身类体验型休闲运动项目;学习环海南岛国际自行车赛和环海南岛国际大帆船赛的经验,开发专业体育赛事和业余体育赛事,打造具有吸引力的国际性、区域性赛事品牌;还可以通过引进国际精品赛事,扩大影响力。虽然目前体育休闲旅游市场尚不成熟,缺少相应的政策法规,但未来具备很大的市场潜力。海南中部民族地区可以先行先试,成为未来体育休闲旅游市场的标准制定者。

3.4 山地特色旅游

山地旅游是一个与地理、生态、环境等密切相关的专业术语,在旅游资源与产品建设中占有重要地位^[12]。2015年国务院出台的《关于促进旅游投资和消费的若干意见》鼓励社会资本大力开发山地、温泉、养生等休闲度假旅游。海南中部拥有具有观光优势的山岳型景观,如七仙岭和五指山,也有大量山峦、沟谷、丘陵等作为休闲旅游科普娱乐的山地资源。要以此为基础,对应好大众化消费需求,树立休闲开发导向,开发适应大众化参与的旅游、休闲、探险、运动等专项产品;开发山地疗养、养生等产品;注意挖掘山地周边的文化元素,如人文历史、宗教建筑等,增加山地旅游的魅力。三亚亚龙湾热带天堂森林公园是山地

特色旅游和森林生态旅游方面较为成功的案例。公园建设秉承开发与保护并举的理念,开展登山探险、野外拓展、休闲观光、养生度假、科普教育、民俗文化体验等多种旅游活动,借助于影视营销的宣传推广方式也值得借鉴。

4 建议

目前我国乡村旅游发展中普遍存在着基础设施不足、公共服务缺乏;产品开发粗放、结构矛盾突出;同质化、同业态竞争普遍;经营管理和服 务不规范,难以达到基本的服务标准等问题,难以满足旅游活动的需要。海南中部民族地区在发展中要尽早规划,做好各项应对,避免类似问题出现。

4.1 政府部门层面

海南中部民族地区由于经济总量小,在发展旅游方面各项投入不足,基础设施较为薄弱,特别是交通基础设施的落后严重制约了当地的发展,导致丰富的旅游资源尚未转化成经济优势。①加强基础设施建设。海南省要加大投入,首先解决海南中部的可进入性问题。其次要解决地区之间的交通连接和乡村之间的交通连接问题,保证道路畅通。第三是乡村内部的交通道路要进行维护,在保证安全的前提下,建设相应的景观路和文化路,打造优美的环境。第四要建设好乡村的供水、供电、通信、网络、停车场、厕所、垃圾处理等基础设施和配套设施。第五要充分调动农民参与基础设施建设的积极性,加大对食品卫生、公共卫生等直接关系到游客身心健康的设施建设的改造力度。在百度指数以“海南旅游”为关键词的搜索中,“自由”、“自由行”、“地图”是三个高频词汇,显示了海南旅游的散客化趋势,相关的基础设施和配套的旅游服务设施的建设迫在眉睫。②加大政策扶持力度。政府要完善扶持乡村旅游产业发展的优惠政策,尤其对乡村旅游项目在投资、审批、税收、土地、贷款、融资等方面给予更多的优惠倾斜,加大对乡村旅游业发展的宏观管理、规范管理和扶持力度。③考虑到海南中部环境对全省生态环境重要的影响作用,政府要思考建立乡村旅游、森林旅游、体育旅游、山地旅游发展的生态补偿机制,让发展经济与保护环境同步进行,不能以牺牲环境为代价发展旅游。④打造统一品牌形象。海南省要对中部民族地区统筹规划,把四个少数民族市县联合推介,捆绑营销,打造统一的旅游品牌形象。但是这种联合和捆绑不是简单地排列组合,而是对每个市县要有合理的定位,包括功能定位、目标市场定位、产品定位和形象定位。通过统一规划,让中部地区形成各具特色的旅游目的地,突出差

异,避免同质化竞争、同业态竞争。

4.2 行业协会层面

乡村旅游发展中普遍存在经营管理和服 务不规范,难以达到基本的服务标准等问题。行业协会要发挥作用,开展旅游经营人员和从业人员的培训工 作,提高经营人员和从业者的经营管理水平和服务水平。

①强化人员培训。旅游服务业只有以高品质的服务才能赢得游客。考虑到海南中部民族地区的特点,培训内容可以包括以下几方面^[13]:一是从业人员职业道德培训;二是旅游基础知识培训;三是服务技能和产品标准培训;四是民族民俗文化和风土人情的特色培训;五是旅游安全培训,尤其是食品安全,突发灾害自救等方面的培训;六是环境保护教育培训。②加强规范管理。行业协会要配合政府部门出台相应的管理办法和服务标准,如对经营者应具备的服务设施、应达到的卫生条件、应采取的安全保障措施等实行规范管理。③引导从业者开展营销宣传。首先要重视传统营销。根据目标市场的信息搜索习惯,电视广播、报纸、旅游杂志、宣传册、户外广告等传统媒体要充分利用,以全方位、多层次地展示旅游目的地,扩大影响力。其次要创新网络营销、微博营销、微信营销、影视营销等新媒体宣传方式。另外要帮助海南中部民族地区旅游建立专门的网站和手机 APP,加强网站建设和信息沟通,提供各种旅游资源、旅游产品、旅游线路、旅游企业介绍,完善即时信息查询、预订、互动交流等功能。

4.3 当地居民层面

乡村旅游发展使原来依附于土地的村民迅速地成为服务业的从业者。农民不再是一种社会身份,而成为一种职业。这种巨大的变化可能会带来他们的无所适从。①转变思想观念。首先,在发展初期各项基础设施和服务设施的建设也可能会触动村民原来的利益,以致产生抵触心理。这些问题的解决需要及时解放思想,转变观念,着眼长远。其次,村民在长期的生产生活中形成了自由和不受约束的习惯,旅游服务意识较弱,与旅游接待服务的要求存在较大的反差,缺乏全局和长远观念,可能会出现漫天要价,欺客宰客等短视行为。如果不转变观念,这些问题也将无法解决。最后,村民要意识到游客不是单纯地走马观花式的游玩,吃喝、观赏、采摘等简单的活动已经不能吸引游客,村民的居住环境、民族文化、生产生活方式都是旅游元素。他们作为主人,要与游客互动,让游客充分体验当地的文化。②保护生态环境。在发展

(下转第 57 页)

Evaluation Research of Regional Innovation-driven Ability Based on Rough Set Conditional Information Entropy

——The case of Henan province

LIU Chao, PENG Hong, LI Xiao-qian

(School of Management Engineering, Zhengzhou University, Zhengzhou 450001, China)

Abstract: The innovation-driven ability is the core of innovation-driven strategy. It is very important to find out the key factor of restricting innovation-driven ability. This paper constructed the evaluation index system of innovation-driven ability to analyze innovation ability of every provinces in 2015 with Entropy Method, and the paper determine the key factor of restricting innovation-driven ability of areas by RS conditional information entropy on the basis of evaluation results, which can provide decision-making references for promoting regional innovation-driven ability. This paper take Henan province as an example for empirical study, analysis the key factor of restricting innovation-driven ability of Henan province, provide decision-making references for promoting innovation-driven ability of Henan province.

Key words: innovation-driven ability; entropy method; rough set conditional information entropy

(上接第 49 页)

旅游经济的过程中,要注重对环境的保护,坚决防止对乡村、森林、土地等的过度开发,只有守住绿水青山的底线,才能实现金山银山的目标,实现乡村旅游的可持续发展。

参考文献

- [1] 2015 年前三季度海南经济运行情况统计结果[EB/OL]. (2015-10-22). http://www.hainan.gov.cn/hn/zwgk/tjdc/hntj/tjxw/201510/t20151022_1690026.html.
- [2] 王珏. 海南各市县旅游竞争力分析[J]. 海南广播电视大学学报, 2011(3): 132-139.
- [3] 王永挺. 海南中部民族地区乡村旅游发展研究[J]. 价值工程, 2008(12): 41-43.
- [4] 李颜. 海南中部少数民族地区生态旅游开发论析[J]. 价值工程, 2009(3): 27-29.
- [5] 尹正江, 李颜. 海南中部民族地区乡村旅游定位[J]. 科技和产业, 2009, 9(1): 12-15.
- [6] 王永挺. 海南中部民族地区旅游业发展历史与现状研究[J]. 科技和产业, 2008, 8(10): 16-18.
- [7] 宋瑞. 2013-2015 年中国休闲发展报告[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2015: 137-139.
- [8] 谢晖, 保继刚. 旅游行为中的性别差异研究[J]. 旅游学刊, 2006, 21(1): 44-49.
- [9] 宋瑞. 2013-2015 年中国休闲发展报告[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2015: 143.
- [10] 张风, 李海珠. 借鉴台湾民宿成功经验发展海南乡村旅游的建议[C]//2010 当代海南论坛文集. 海口: 南海出版公司, 2011: 326-331.
- [11] 关于加快推进海南中部少数民族山区绿色崛起的建议[EB/OL]. (2014-05-06). <http://www.hainan.gov.cn/tian-data-rdijy-5442.html>.
- [12] 高舜礼. 拓展山地旅游, 转变观念与提升服务同样重要[N]. 中国旅游报, 2015-10-19(004).
- [13] 刘奇. 乡村旅游中国农村发展新动力[J]. 农村工作通讯, 2016(1): 45-49.

Research on Tourism Marketing Strategy of Minority Region in Central Hainan

BI Su-mei¹, CAI Dao-cheng¹, ZHANG Qiao²

(1. School of Business; 2. School of Tourism, Hainan Tropical Ocean University, Sanya Hainan 572022, China)

Abstract: Central Hainan has one city and three counties. The region is a colony of Li and Miao minority. Under the background of more favorable policy environment and social environment, minority region in central Hainan need a more comprehensive marketing strategy. On the basis of its own cultural tourism resources, forest and ecotourism resources, red tourism resources and sports tourism resources, minority region in central Hainan need furthermore analyze the tourism behavior of target market, and adjust previous marketing target. The new marketing strategy is taking the rural tourism as a core, the forest tourism, sports tourism and mountain tourism as the three poles. To ensure the implementation of new strategy, some propositions have been made from the government level, the industry association level, and the local residents' level.

Key words: central Hainan; minority region; tourism marketing; rural tourism