



招远市徐家村客源市场 分析与产品设计

小组成员：张祥普 杨哲哲 焦丽梅 王盼盼
陈婉莹 刘海云 丁磊磊
指导老师：魏建国

2014. 11. 20

目录

一、徐家村概况.....	- 1 -
二.客源市场分析.....	- 1 -
1. 调查问卷.....	- 1 -
2. 市场分析.....	- 2 -
三、SWOT 分析.....	5
1、优势.....	5
2、劣势.....	5
3、机遇.....	5
4、威胁.....	6
四、目标市场定位.....	6
五、项目规划.....	7
1.徐家村的房屋建筑保护.....	7
2.徐家村的民俗风情保护.....	7
3.徐家村的特色旅游资源保护.....	7
4.徐家村的旅游开发策略.....	7
六、旅游产品设计.....	8
1.徐家村传统民居游.....	8
2.农家果园采摘乐.....	8
3.以“走近龙口粉丝”为主题的旅游活动.....	9
4.开展以“远离城市喧嚣，享受农家趣味”为主题的旅游活动.....	9
5.开展以“探究传统村落发展”为主题的旅游活动.....	9
6.开展以“寻根之旅”为主题的旅游活动.....	9
7.以“最美宜居田园”为口号，吸引投资人在徐家村建立养老院及其他休闲场所，以此来招徕更多游客.....	9
七. 投资分析.....	9
1.项目背景.....	9
2.市场情况.....	10
3.分析销售策略.....	10
4.项目能力评估.....	10
附表 旅游者调查问卷.....	12

一、徐家村概况

徐家村位于山东省烟台市招远市北部山区张星镇政府驻地东北 6 公里，美秀顶西麓的山谷中，南与口后王家毗邻，西是枣阳顶山与口后韩家交界，北与宅科、川里林家接壤，村庄占地面积 120 亩。该村地势南高北低，东高西低，宛如一条长龙整个村子为典型的胶东山村居住区。是胶东地区规模较大、保存较为完整、各类型历史建筑最为齐全的古村落。现有古民居 79 套，其中有普通简陋的明清原始建筑，又有以洪泰家族为代表的规格较高的清末民初建筑和宗祠等公共建筑和风景名胜，村落建设和建筑所蕴含的历史文化内涵十分丰富。徐家村三面环山，山岚内植物资源丰富，乔木有赤松、刺槐、杨树等，灌木有荆条、绵槐等。果树有苹果、柿子、山楂等。

明成化年间，徐姓由本县前柳行迁此定居，因处垛石山口后，故名口后徐家，后简称徐家。后李、刘、林三姓分别由东北、龙口刘家、本县奶子场迁入，村名相沿。1997 年，全村居民 165 户主 82 人，有徐（162）、李、刘、林 4 个姓氏。徐家村为世界著名品牌——龙口粉丝品牌创立者徐登墉和洪泰粉丝家族的家乡，至今在国内唯一保留纯绿豆龙口粉丝传统制作工艺。清末建筑—徐天华故居为胶东保存最完好的院落。

二.客源市场分析

在市场分析这一部分采用问卷调查的方法了解市场的潜在需求，利用收集所得到的数据进行较为细致的调理的分析，同时用 SWOT 分析方法分析企业竞争优势，进行更加细致的市场定位，以达到占据一定市场份额的目的。

1. 调查问卷

利用调查问卷的形式更容易得到比较容易受到游客青睐的古建筑旅游，影响游客进行旅游选择的因素，了解市场需求，以便对徐家村古村落的发展前景进行

定位。问卷设计见附表。

2. 市场分析

此次问卷调查参与人的不同年龄段所占比例（目的在于分析具体的某一特定的年龄段喜欢的旅游项目的类型）：

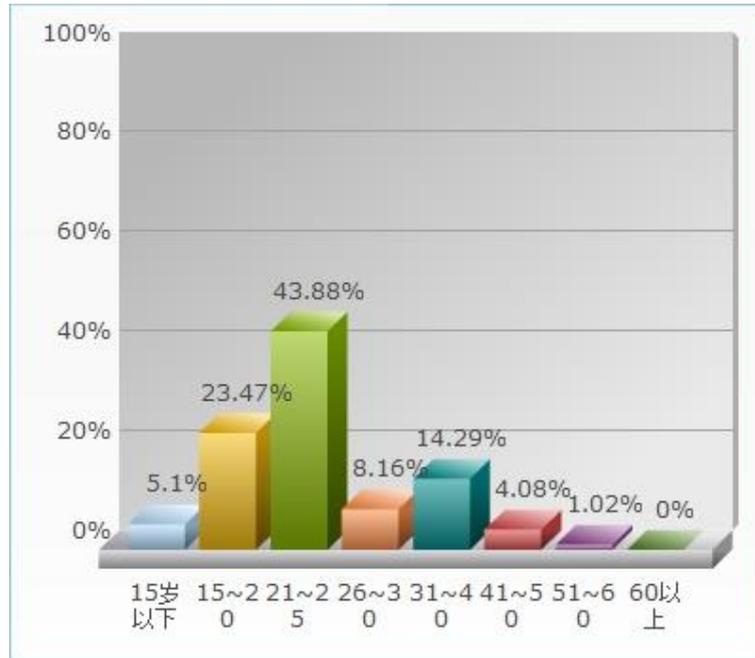


图 1 不同年龄段所占比例

不同的旅游景点受旅游者欢迎的比例（目的在于分析招远市徐家村古建筑在年轻的旅游受众之间的潜在的市场需求）：

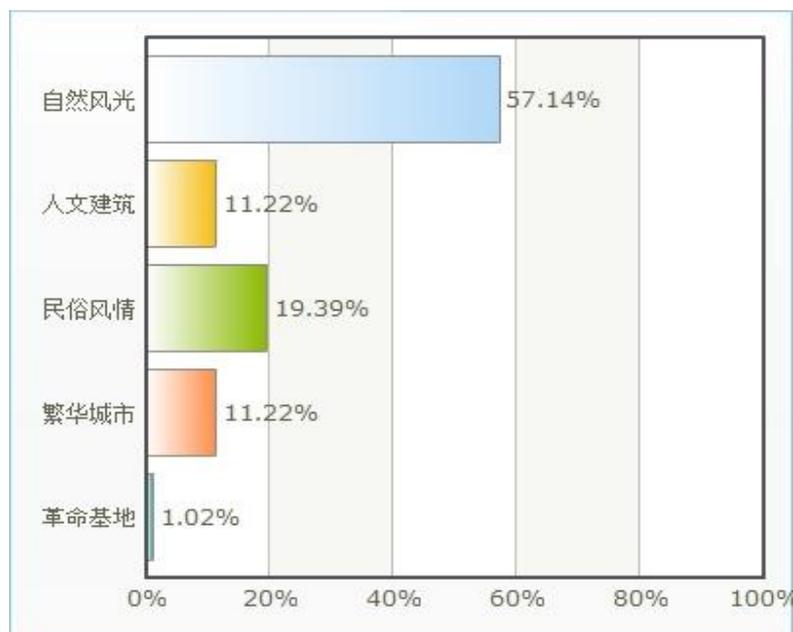


图 2 不同的旅游景点受旅游者欢迎的比例

人们喜欢参观游览的古建筑的类型（目的在于测试徐家村民居古村落景点建成以后的市场广度）：

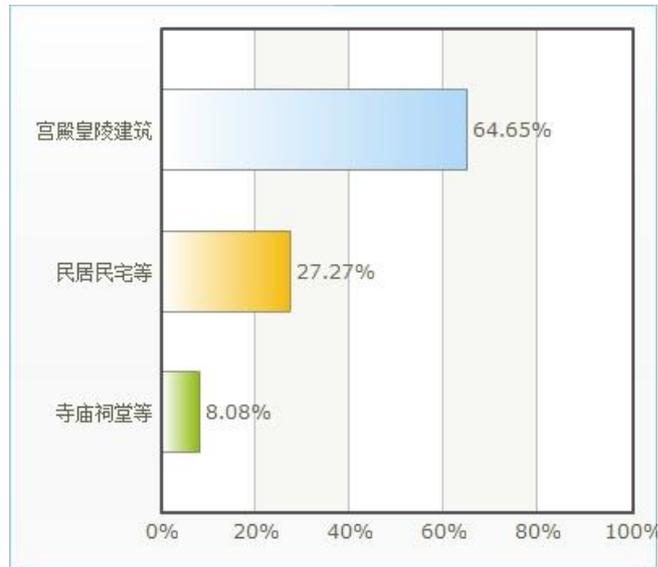


图 3 旅游者对古建筑的游览偏好

旅游者参观古建筑之后的收获（目的在于确认人们对于参观古建筑旅游的热忱）：



图 4 旅游者对古建筑游览的收获比较

旅游者参观古建筑时的注重因素（目的在于分析徐家村古建筑在以后的发展过程中应该注重的因素）：



图 5 旅游者对古建筑的关注偏好

大部分填写调查问卷的都是青少年，所以该问卷对于老年市场没有很明确的指导意义。

人们外出旅游比较喜欢的是去自然风光优美，民俗风情文化集中的地方，革命基地和建筑类的旅游者比较少。因此徐家村古建筑的发展可以与本地的众多的果树和各种树木，周围的低山丘陵相辅相成。

旅游者喜欢参观的多是宫殿型的建筑，因此民居的市场定位应该更加清晰准确有针对性。

旅游者在参观以后觉得收获颇丰，但也要分地方，因此要求民居类型的古建筑要讲述民居背后的故事。

讲述的背后的故事，重点讲述这里的民居的建筑风格，与其他民居的不同，讲述其历史价值。

通过调查问卷大体可以得到民居以后在青年人中的发展方向以及注意问题，大概了解了民居这种古建筑在发展规划中应针对的旅游受众，对以后的发展有一定的指导意义

三、SWOT 分析

采用 SWOT 分析方法确定徐家村旅游发展的竞争优势、竞争劣势、机会和威胁，第一部分为 SW，主要用来分析内部条件；第二部分为 OT，主要用来分析外部条件。利用这种方法可以从中找出对自己有利的、值得发扬的因素，以及对企业本身不利的、需要避开的东西，发现存在的问题，找出解决办法，并明确以后的发展方向。

1、优势

地势南高北低，三面环山，山岚内植物资源丰富，乔木有赤松、刺槐、杨树等，灌木有荆条、绵槐等。果树有苹果、柿子、山楂等。

徐家村为世界著名品牌——龙口粉丝品牌创立者徐登墉和洪泰粉丝家族的家乡，可以称作是名人故居，至今在国内唯一保留纯绿豆龙口粉丝传统制作工艺。

“香港洪泰经销”、“福聚号粉庄”、“聚兴昌粉坊”等绿豆粉丝老字号牌子已在淘金小镇非遗展示区高高竖起，所产的至真至纯绿豆粉丝已经热销（其中真空包装鲜粉丝专利申请已由国家受理），并空运香港；系列食品凉粉、粉浆饭等已经成为淘金小镇的名吃。

清末建筑-徐天华故居为胶东保存最完好的院落。

地处山区，环境优美，绿树成片，空气湿润。

2、劣势

古建筑民居分布比较分散，民居之间的路况不好，集中性差，单一的民居不如整片的古建筑民居具有吸引力。

徐家村古村落以生产正宗的龙口粉丝为宣传口号，但是这个口号对现今的社会来说并没有形成一个旅游热点，定位比较偏。

徐家村位于张星镇，距离招远市不是很远，但是其具体的地理位置相对偏僻，三面环山，道路曲折，部分路段两辆车不能并行，交通上的可进入性相对较差。

村子周围适合游客进入并留宿的设施建设较差，而周围三面环山的地形使得修建住宿建筑的成本增加。

3、机遇

就目前而言，整个胶东半岛并没有一个以胶东传统民居为主题的旅游景点，市场存在空缺，若可以占据市场，这里的民居类的古建筑将会成为第一个，市场知名

度会得到极大的提升。

当地政府对旅游业的发展大力支持，所需要的诸多条件以及融资等部分都会比较容易解决，作为新出现的民居类型的古建筑旅游发展将会势头强劲。

国家政策的支持。现如今，好多古建筑被列入重点保护的文化遗产，出现了相关的政策来保护，这将会大大提高古建筑在旅游业发展中的地位。

4、威胁

烟台是一个古建筑很多的城市，包括蓬莱阁，八仙过海，牟氏庄园等诸多的古建筑旅游景区，总的来说民居也是古建筑的一种，民居这种古建筑出现时间短，发展也比较落后，在知名度，发展的完备程度上都不如现在已有的古建筑景区。

很多景区出现了很多吸引现代人的旅游项目，单纯地靠淳朴的民居吸引游客不可能会达到预期效果。

旅行社之间存在恶性竞争，竞争店一般都在现在已经发展成熟的景区，像这种新兴的旅游景点一般不会被旅行社列入重点推荐的旅游项目，因此游客通过旅行社这种方式推广景点也是困难重重。

四、目标市场定位

在策划营销方案之前，首先必须进行市场定位，只有确立了目标市场，才能使你的营销活动更具针对性，也才能设计出相应的营销策略。

在相对空白的市场内，民居古建筑的市场定位还是稍显宽广的。在景区成立之初，应该将景区的区域定位在相对小的范围内，可以在烟台本地打开市场，将阶层目标定位在中低阶层，使其产品的价格能够为大多数人所接受，同时，一项产品不能满足所有人的需要，可以将最初的产品定位在满足学者的研究需求，将目标人群锁定在学者和求知欲比较强的年轻人。

在较为成熟以后，可以将景区的区域定位扩大，在整个省内形成比较大的影响力，扩大在整个省内的市场份额，与周围的比较成熟的以古建筑文明的景点相抗衡，增加产品类型，拓宽市场营销渠道，目标人群方面可以减低年龄对景区成立之初的影响，扩大年龄范围。

五、项目规划

通过充分利用徐家村丰富的历史和自然资源，我们可以开展对徐家村的参观游览、民居住宿、水果采摘、观赏桂花和粉丝制作等一系列活动，会在后面的产品设计中具体说明。当然，在开发徐家村古村落的过程中我们要注意古村落的保护和旅游的可持续发展。

1.徐家村的房屋建筑保护

古村落旅游资源的易损性决定了古村落的旅游开发要注意保护和开发相结合。将村内的老宅区作为重点保护区域，保护区内禁止新建与古建筑风貌不相协调的建筑物、构筑物，禁止私自改变建筑结构和随意翻修，保护区内的沿街广告、店铺招牌、标识、标志应与古建筑风貌相协调。

2.徐家村的民俗风情保护

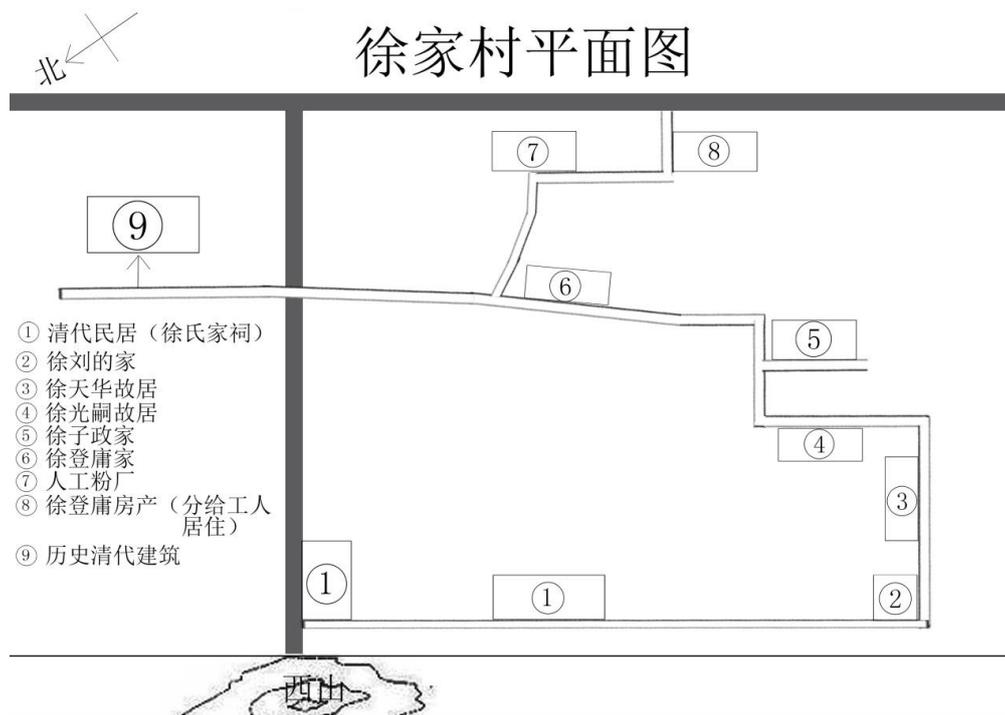
徐家村地理位置比较偏远幽静，现代社会的喧嚣和商业气息都还没有进来，村里的居民大部分仍照常生活，民俗风情都保留的较为完整。生活在村里的居民在生活方面应具有当地的特色，不可过分追逐现代生活的刺激，应注重当地民俗风情的保护。只有浓厚的乡村文化和古村落建筑特色交织在一起，才是古村落旅游具有显著的吸引力。

3.徐家村的特色旅游资源保护

应充分利用徐家村的地理位置、自然资源和当地特色民俗风情，开发旅游活动。龙口粉丝和徐登庸后人培植的桂花是当地独有的旅游资源，应重点开发利用。

4.徐家村的旅游开发策略

徐家村古村落初期发展以游览参观为主，不收门票，不为盈利，只为了将徐家村推销出去，让人有来参观的欲望，在后续发展中要注意可持续发展和多样性，将游览参观和其他旅游活动结合起来，应大力发展饮食、住宿、购物等方面的开发，要有当地的特色，让游客能参与其中，比如住宿在当地特色民居中，同村民一起上山采摘水果，购买桂花盆景，购买纯绿豆粉丝、凉粉和粉浆饭等特色小吃等。另外，还可以销售一些小的手工艺纪念品，一定要有当地的特色。这些既是徐家村的主要收入来源，也是留住游客和招徕更多游客的重要因素。



六、旅游产品设计

1. 徐家村传统民居游

徐家村基本保存完好的明清民居 79 栋（建筑面积一万多平方米），且成方成片。街巷纵横交错，各显千秋；拐子巷标新立异，各领风骚；大过街彰显大家族特征，石城墙颇具富家气派。保留完整，几乎毫发无损的徐天华四合院，堪称民用建筑的精华，是京式风格，东北风格与胶东风格的完美组合。其木雕精细（如门簪），砖雕叫绝（如影壁），挑檐石采用青砖斗拱，屋梁屋笆编织精细，构造精美，处处蕴含着丰富的传统建筑艺术。来到招远徐家村，你不仅看到这样完整的传统民居，感受浓浓的古建筑历史气息，还可以感受到浓浓的文化气息。

2. 农家果园采摘乐

徐家村地势南高北低，植物资源丰富。乔木有赤松，刺槐，杨树等。灌木有荆条，绵槐等。果树有柿子，苹果，山楂等。根据徐家村得天独厚的植物资源，在不破坏古建筑和民居的前提下，统一规划出一片果园，并以“农家果园采摘乐”为主题，吸引游客。形式可以是团体或零散游客。游客不仅可以享受采摘的乐趣，也可

以尝到香甜可口的果实。同时果园还可以提供一些具有当地特色的旅游纪念品送给游客，使游客深深感受到徐家村人民的热情。

3.以“走近龙口粉丝”为主题的旅游活动

徐家村为世界著名品牌龙口粉丝品牌创立者徐登墉和洪泰粉丝家族的家乡，至今在国内保留纯绿豆龙口粉丝传统制作工艺。游客来到这里，可以参观徐氏粉丝作坊，也可以现场体验粉丝制作工序。同时游客可以免费品尝正宗的龙口粉丝，如果游客很喜欢的话，游客可以享受优惠买一些。

4.开展以“远离城市喧嚣，享受农家趣味”为主题的旅游活动

徐家村位于美秀顶西麓的山谷中，这里山清水秀，空气清新，特别适合想释放压力的人群。游客可以住到村民家中，也可以是民宿。居民为游客提供吃住，同时还可以带领游客参观传统民居，体验农园生活，采摘果子等一系列旅游活动。

5.开展以“探究传统村落发展”为主题的旅游活动

这一旅游活动的这要针对人群是学生。这一旅游活动带有浓厚的文化色彩。同学们可以通过这次旅游活动，感受传统村落的魅力，同时培养学习兴趣。而通过这次旅游活动，多多宣扬保护古村落的精神，有利于促进传统村落的长期发展。

6.开展以“寻根之旅”为主题的旅游活动

这一项旅游活动针对人群虽然不是很广泛，但也是很有潜力的旅游产品。中国人重视“落叶归根”，而现在徐家村很多年轻人为了更好的发展，都出去了，现在村里很多都是老人。开展这一旅游活动，可以吸引更多徐家村的后人回来看一看，有利于徐家村的长期发展。

7.以“最美宜居田园”为口号，吸引投资人在徐家村建立养老院及其他休闲场所，以此来招徕更多游客

这一项旅游活动主要针对老年人群。在这里，老人们可以得到更好的修养，身心得到休息。要实现这一旅游产品，需要投入更多的经费和精力。其他相关设施比如道路交通的便捷度都要实现配套完备。

七. 投资分析

1.项目背景

烟台市徐家村是胶东地区规模较大、保存较为完整、各类型历史建筑最为齐全

的古村落，此次开发以保护为主，同时做好古村落的旅游开发与规划，实现经济利益、社会利益和生态利益的相互协调相互发展。

2.市场情况

通过以上部分（资源调查和市场分析部分）分析，可以看出古村落目前的详细的市场情况：

1) 优势与劣势并存，机会与威胁不相上下，总体来说，徐家村的投资方向需谨慎，需要找到消费者买账的消费点和准确的市场定位，才能有力地推动古村落的发展。

2) 相关产业和资源能力发展潜力较大。在古村落和民居古建筑旅游相对空白的市场来说，可以利用其丰富的资源，以相关产业为推动力或者纽带，带动徐家村的旅游发展，将古朴的民居旅游与潜在旅游消费者联系起来，既能实现经济利益，又能使徐家村走进游客的实现，将古村落文化宣传发扬出去。

3) .由于徐家村地处偏远，交通虽便利，但不利于自驾游。因此，可以采取跟旅行社或者旅游企业合作；也可以效仿驴友旅游，采取网上报名旅游，同一时间在某一地点集合同去徐家村参观旅游。

3.分析销售策略

根据项目规划与产品设计部分的分析，徐家村的旅游产品项目多，能满足各类旅游消费者的旅游需求；根据不同类型不同年龄阶段的游客提供不同的旅游路线，使游客各取所需。从总体来说，古村落旅游需要加强营销与销售方面的投资，提高知名度，才能引来客源。

4.项目能力评估

徐家村民居古建筑属于历史文化遗产，根据其开发的旅游产品经济价值和文化价值高。分析该项目的价值主要从以下几个方面：

1) 项目的盈利能力：其主要分析指标包括：项目投资财务内部收益率和财务净现值、项目资本金财务内部收益率、投资回收期、总投资收益率和项目资本金净利润率。这些需要在试经营期间进行分析总结，并根据具体情况进行进一步调整。

2) 偿债能力：其主要指标包括利息备付率、偿债备付率和资产负债率等。

3) 财务生存能力和财务可持续性：分析项目是否有足够的净现金流量维持正常运营，以实现财务可持续性。古村落的开发以保护为主，旅游项目以参观体验为

主，不同时间段可以根据旅游项目旅游路线的不同接待游客，同时与相关产业联系，是项目有足够的资金流动维持正常运作。

附表 旅游者调查问卷

1. 你的性别是 [单选题] [必答题]

- 男
 - 女
-

2. 你的学历是 [单选题] [必答题]

- 初中
 - 高中
 - 专科
 - 本科
 - 本科以上
-

3. 您的年龄段： [单选题] [必答题]

- 15 岁以下
 - 15~20
 - 21~25
 - 26~30
 - 31~40
 - 41~50
 - 51~60
 - 60 以上
-

4. 你喜欢旅游吗 [单选题] [必答题]

- 非常喜欢
 - 一般
 - 不喜欢
-

5. 你更愿意以下类那种景点作为旅游目的地 [单选题] [必答题]

- 自然风光
 - 人文建筑
 - 民俗风情
 - 繁华城市
 - 革命基地
-

6. 你了解古建筑方面的知识吗? [单选题] [必答题]

- 很了解
 - 有点了解
 - 完全不了解
-

7. 你旅游时会关注古建筑吗? [单选题] [必答题]

- 会
 - 不会
-

8. 你喜欢的古建筑类型是那种? [单选题] [必答题]

- 宫殿皇陵建筑
 - 民居民宅等
 - 寺庙祠堂等
-

9. 你觉得参观古建筑，你能获得的知识、见识多吗 [单选题] [必答题]

- 收获多
 - 看参观的地方而定
 - 走马观花，了解不多
 - 只是来拍个照
-

10. 在古建筑旅游景点参观时，你更加注重？ [多选题] [必答题]

- 历史价值
 - 建筑风格
 - 建筑规模
-

11. 你觉得古建筑的发展前景怎样 [单选题] [必答题]

- 加以保护，能够成为历史文化遗产
 - 不需要保护，优胜劣汰
 - 能够带来新的经济效应
-

12. 你觉得对古建筑的保护工作起决定作用是 [多选题] [必答题]

- 政府部门
- 商家

公民

其他

13. 为了宣传古建筑文化，你认为哪些渠道能达到最佳效果 [单选题] [必答题]

书籍报刊

电视节目

目的地举办活动

其他

14. 您目前的月收入： [单选题] [必答题]

还没有收入 2000 以下 2000~3000 3001~5000

5001~8000 8001~15000 15001~50000 50000 以上