

表2: 牙舟陶融入旅游发展ASEB栅格矩阵

	活动	环境	体验	利益
优势	牙舟陶作为国家级非遗影响力大；牙舟镇布依民族风情浓郁，当地居民生活方式淳朴，能带给游客不同于城市旅游的体验；牙舟陶具有独一无二性，蕴含独特的文化价值和民族文化内涵。	牙舟镇生态环境良好；平塘县交通便捷，融入贵阳1小时交通圈；牙舟镇旅游区位优势明显，距离“中国天眼”“藏字石”和天空之桥较近，易产生旅游资源链条效应；地方支持非遗保护与传承，重视依托文旅推进乡村振兴。	牙舟陶的民族文化底蕴带给游客独特体验；牙舟陶具有差异性，游客沉浸式体验亲手制陶，体验深入人心；牙舟陶工艺主题酒店为游客提供全面体验；牙舟陶文创满足游客购买做纪念、送礼物的需求。	游客通过牙舟陶体验到别样的民族风情和民族文化，尊重民族文化差异，加强民族团结；游客在游览过程中丰富阅历；当地居民与游客之间以及来自各地的游客之间通过文旅产生接触，促进各民族交往交流交融。
劣势	文化资源利用不足，经济效益偏低；开发商业化痕迹较重，一定程度上损失真实性；文创产品同质化，市场定位不清晰；旅游项目大多以静态形式呈现，游客参与度不高；宣传渠道较为单一。	牙舟陶及其文创产品销售市场缺乏因地制宜的系统管理，较为混乱；旅游设施有待完善；传承人存在流失现象，亟待培养大量传承人；“非遗+旅游”相关项目的负责人缺乏专业的牙舟陶知识储备	牙舟陶文化方面开发力度小，文旅融合度欠佳，难以使游客共鸣，产生深刻印象；体验项目单一，不能满足游客多样化需求；动态展示少，难以给游客留下深刻印象。	游客停留时间短，未深度参与牙舟陶文化体验；走马观花式的旅游项目使游客再游可能性小，多为一次性游客，获取一次性经济收益；牙舟陶旅游项目开发不足，游客获取非遗知识、民族文化的方式单一。
机遇	全面推进乡村振兴支持文旅融合发展；互联网为牙舟陶旅游提供多样的宣传平台，提高知名度；牙舟陶可融入周边景区协同发展，打造民族文化旅游品牌，提高景点可游性。	平塘山清水秀，符合游客崇尚回归自然的需求；平塘县“中国天眼之城”知名度极高，为旅游发展创造优越的外部环境；中华优秀传统文化“双创”为牙舟陶融入旅游发展提供理论支持。	设计非遗牙舟陶文创产品和手工制作体验区域，增强游客体验感；旅游打卡潮流催生大量潜在游客资源；牙舟陶符合当代游客主体对旅游内容差异性的追求，牙舟镇契合快节奏时代游客对旅游目的地慢节奏生活的向往。	文旅融合利于保护和传承工艺文化；打造非遗和民族文化旅游品牌，增强市场定位，能精准吸引受众；丰富旅游内容，增添文化内涵，提高旅游收益和社会效益；地方重视非遗旅游开发。
威胁	季节性强，具有淡旺季之分；内容丰富性和活动吸引力有待加强；牙舟陶文创产品创新性不足；与牙舟镇相比，平塘其他旅游景点知名度较高，对游客具有引流作用。	旅游市场外部环境竞争激烈，旅游产品创新周期短；非遗牙舟陶知名度较低；旅游资源整合力度不够，周边景区未形成高度有效协同发展；旅游产业项目对当地居民缺乏吸引力。	文旅内容和形式供给与游客需求不对等，吸引力不强，无法满足游客多元化的审美需求；居民对当地文旅产品缺少兴趣；游客对牙舟陶旅游项目参与度不高；文创纪念产品单一。	旅游管理上没有形成完整有序的体系，经济收益未实现最大化、持续化；以产业化促进牙舟陶保护传承过程中，部分传承人过于注重经济效益，忽略了牙舟陶的本质文化保护与传承。

（二）多方参与，加强文旅宣传

政府、企业和当地居民构成的相互依存的关系共同体，可以被称为“交互主体”。“交互主体”对于“非遗+旅游”至关重要，因为文旅不仅涉及到自然资源的呈现，人文也是其吸引游客的核心手段。要积极鼓励传承人争当“非遗网红”，拍摄高质量视频并在自媒体平台广泛发布，积累潜在游客。企业领导层要培养弘扬民族文化的自我使命感，兼顾经济效益和社会效益，将牙舟陶文化作为企业可持续发展的内核。牙舟陶旅游的发展须依靠多个主体凝心聚力，守好各自的位置，发挥不同的功能，方能呈现1+1>2的效果，在竞争激烈的旅游市场中脱颖而出。

（三）调动资源，开展合作营销

牙舟镇周边有“中国天眼”“藏字石”“天空之桥”等知名景区，各景区同属平塘县境内，具有竞合关系。牙舟镇知名度相对其他景区稍显逊色，但具备独特的人文特征，如何协调景点间的竞合关系，吸取彼此的“流量”值得深入思考。相关部门应推进各景点协同发展，良性竞争与高效合作并存，整合各景区资源，经营、策划、宣传手段取长补短，形成全面规范完备的旅游经济圈。整顿文创市场，建立健全管理规则，促进营销一体化制度化。此外，平塘民族风情浓郁，境内生活着布依族、苗族、毛南族等少数民族，有六月六歌节、火龙节、赶月、水龙节等民族节日活动，这与游客对乡