

城市居民乡村旅游消费行为特征研究

——以长沙市为例

彭耀根, 粟路军, 郑旗, 方贤寨, 蒋术良

(湖南师范大学 旅游学院, 长沙 410081)

摘要:采用问卷调查的方法收集基础数据,运用 EXCEL 软件进行系统分析,得出了城市居民乡村旅游消费行为特征:出游方式以家庭、亲友结伴与单位组织为主;交通工具以汽车为主,体现为自家车与单位车;信息来源以亲友介绍与旅游宣传册为主;消费水平集中在 200~599 元之间;出游距离集中在 2 h 车程以内,以 1~2 h 车程为主;停留时间集中在 2 d 之内,以 1 d 为主;出游频次高,季节性明显;住宿选择两极分化,农家与宾馆并重;“乡村”特色产品普遍受到青睐。

关键词:城市居民;乡村旅游;消费行为;长沙市

中图分类号:F590.7

文献标识码:A

文章编号:1001-5221(2007)03-0275-04

乡村旅游在欧洲出现得很早,在 19 世纪中后期,英国、法国就出现了最早的乡村旅游活动。20 世纪 80 年代,欧美发达国家已经开始了大规模地发展乡村旅游。国外对乡村旅游的研究,涉足面广,深度可观,在乡村旅游的概念、乡村旅游产品和服务质量、乡村旅游的市场营销研究等方面有系统的研究成果。就消费行为而言,其研究是市场营销领域的一个重要方面,主要的研究成果有 Pearce 等从发展的角度对乡村旅游提出的认识,并对市场营销问题作了一定的论述^[1]。Pothoff H 等基于乡村旅游使用器具和媒介上对具体的市场营销方法进行了较详细的说明^[2-3]。美国俄勒冈州农业局出版的《农庄和农场娱乐资源手册》中对市场营销作了一定的规定和阐释^[4]。

在我国,乡村旅游活动出现于 20 世纪 70 年代初期;真正意义上的乡村旅游的兴起则始于 20 世纪 80 年代后期。1998 年我国旅游活动主题确定为“华夏城乡游”,推进了我国乡村旅游的快速发展;2006 年旅游活动主题——“乡村旅游年”把我国乡村旅游推向了新高,全国范围内掀起了乡村旅游热潮。与此同时,学术界也掀起了乡村旅游研究热,其研究内容主要集中在概念界定、发展模式、产品分析、发展策略、规划与开发、实证与个案研究等^[5-15],但在乡村旅游市场领域的研究方面还比较欠缺。本文通过大量的问卷对在乡村旅游景点进行

旅游的城市居民进行调查,获得了丰富的第一手数据,在此基础上采用 EXCEL 软件包进行处理,归纳、总结出城市居民乡村旅游消费行为特征。城市居民乡村旅游消费行为特征的揭示,在理论上丰富了旅游市场研究的内容,科学地认识了乡村旅游的市场规律;在实践上对指导乡村旅游科学发展具有重要意义。

1 研究区概况

长沙是湖南省的省会和政治经济文化中心,城市人口 200 万以上,属于大城市。2005 年长沙城市居民人均年可支配收入 12 434 元,人均月可支配收入约为 1 036 元。2005 年长沙市乡村旅游点接待游客总人数达到 625.76 万,总收入超过 4.74 亿元。2006 年春节黄金周,长沙市以农家乐为代表的乡村旅游十分火爆,各农家乐经营户接待游客总量超过 10 万人次,经营收入近 1 000 万元,被《中国旅游报》誉为“全国农家乐旅游最火的城市”,而农家乐是乡村旅游最典型形式之一。因此,选取长沙市作为研究对象,具有典型的代表性。

2 数据来源与样本基本情况

城市周边游憩带的客源市场研究表明,城市周边的乡村旅游开发对城市客源市场的依赖性很明显,而客源市场的时空分布均具有一定的稳定性,作

收稿日期:2006-08-16;修订日期:2006-11-01

作者简介:彭耀根(1983-),男,湖南株洲人,硕士生,主要从事旅游市场与旅游规划研究,(E-mail)bacon8171@126.com。

课题来源:长沙市旅游局委托课题《长沙市乡村旅游发展调查与思考》的成果之一。

者在实施抽样调查过程中,据此制定样本时空分配方案,使调查贴近客观情况。

抽样问卷调查内容充分考虑到客源的时空差异性,以保证所获基础数据的代表性和可靠性,选取了长沙市辖区内的芙蓉、开福、天心、岳麓、雨花5区和长沙、宁乡、望城3县及浏阳市所有具有代表性的乡村旅游景点作为调查对象,分别代表了自然风光类、文化遗产类、乡村生活类、休闲活动和生态类产品。调查的时间从2006年3月份开始,到7月份结束,历时4个多月。代表了春夏两季,获得了周一到周五工作日、周末双休日、五一黄金周等代表性时段内的样本。采取问卷留置调查法在各乡村旅游景点由工作人员实施,强调调查时机的选择,要求让被访者在乡村旅游结束时,利用休息时间填写,以最大限度地提高问卷的质量。

本次调查共发放问卷1500份,回收1258份,回收率为83.87%,其中有效问卷1087份,有效率86.41%。调查结束后,将有效问卷输入EXCEL软件制成表格,形成数据库,然后用EXCEL函数进行统计,计算出个项目的百分比,在此基础上进行对比分析。通过数据库的整理,对数据进行统计和计算,得到样本的基本情况如表1。

从表1可知,调查对象的性别比例较均衡;从年龄看,主要集中在25至44岁之间;从文化程度看,乡村旅游者文化素质较高,以大专和本科为主;从职业看,每种职业的从业人员都有,并且相对均衡;从收入水平看,家庭人均月收入主要在1000~1999元之间。

3 乡村旅游的消费行为特征

3.1 出游方式与交通工具

出游方式是旅游消费行为的重要特征之一,游客选择不同的出游方式,反映了内心深处的消费需求指向。统计分析数据显示,多数游客是与家人一起(32.25%)或亲友结伴(28.81%)进行乡村旅游,由单位组织的占21.00%,只有8.64%的游客由旅行社组织,个人单独出游的只占6.97%。家庭市场与亲友市场是长沙市乡村旅游市场的重心,也是区别于标准观光旅游的一个重要特征。

交通是实现游客空间位移的前提条件。不同的交通工具,对游客的方便程度与活动半径有巨大影响。从长沙市周边乡村旅游的交通工具使用状况看,汽车是主要的交通工具。统计分析结果显示,游客中自家车的比例高达34.51%,单位车占

24.33%,长途汽车占12.86%,公交车占7.31%,出租车占5.83%,摩托车占6.57%,火车占2.96%,自行车占2.13%,其他占3.52%。这种结构在客观上受到交通条件的制约,在主观上,也反映了特定人群的偏好。

表1 样本基本情况

Tab. 1 Fundamental condition of the questionnaire samples

	具体项目	人数/人	比重(%)
性别	男	500	46.00
	女	587	54.00
年龄/岁	≤14	37	3.40
	15~24	267	24.56
	25~44	478	43.97
	45~64	222	20.42
	≥65	83	7.64
文化程度	小学及以下	24	2.21
	初中	159	14.63
	高中及中专	338	31.09
	大专或本科	497	45.72
	研究生及以上	69	6.35
职业	公务员	194	17.85
	企事业管理人员	127	11.68
	专业技术人员	129	11.87
	服务或销售人员	134	12.33
	工人	47	4.32
	离退休人员	89	8.19
	学生	124	11.41
	农民	85	7.82
	教师	131	12.05
	其他	27	2.48
	家庭人均月收入/元	≤499	52
	500~999	197	18.12
	1000~1999	445	40.94
	2000~2999	282	25.94
	≥3000	111	10.22

3.2 信息来源与消费水平

游客在选择旅游目的地时一般事先要通过各种途径了解旅游目的地的情况。游客对信息渠道的选择直接影响到旅游企业促销方式的选择。在本次调查中,大部分的游客是通过亲友介绍与旅游宣传册来了解乡村旅游景点的,其他途径的信息来源较少。其中通过旅行社获得信息来源的有97人,占8.95%;由报纸杂志提供的170人,占15.68%;亲友介绍的368人,占33.95%;旅游宣传册236人,占21.77%;电视传媒88人,占8.12%;网络86人,占7.93%;其他39人,占3.60%。

旅游消费水平直接影响乡村旅游经济效益,消费水平的高低,决定了相关景点和服务设施档次建设。本次调查显示,长沙市乡村旅游人均每次的消费主要集中在200~599元之间,占59.02%。其中199元及以下的有122人,占12.72%;200~399元的有300人,占31.28%;400~599元有266人,占27.74%;600~799元的有131人,占13.66%;800~999元的有55人,占5.74%;1000元及以上的有85人,占8.86%。

3.3 出游距离与停留时间

统计数据表明,对于城市周边的乡村旅游,所有游客对每次出游有一个心目中理想的时间距离。41.78%的游客倾向于1~2h,26.83%的游客倾向于1h之内,18.76%的游客倾向于2~3h,8.17%的游客倾向于3~4h,4.46%的游客倾向于4h以上。可见,游客乡村旅游的理想距离围绕1~2h车程双向递减,集中度明显。随着交通条件的改善,2h左右的车程可以覆盖200km范围的乡村,覆盖面比较明确。访谈中得知,出游过远觉得行程太累,太近又没有出游的感觉。

游客在旅游目的地停留的时间长短会影响其花费,一般来说,停留时间越长,花费就越多。本次调查显示,游客在长沙市周边进行乡村旅游时,停留的时间较短,绝大部分在2d以内,大部分是1d返回。在被调查者中,停留时间为1d的有459人,占43.02%;2d的393人,占36.83%;3d的130人,占12.18%;4d的48人,占4.50%;5d及以上的有37人,占3.47%。

3.4 出游频次与时间安排

出游频数反映了游客的旅游偏好,反映了游客对乡村旅游的喜爱程度。调查的结果显示,大部分游客都有2次以上的乡村旅游经历,乡村旅游已成为城市居民经常性的消费活动。其中1次的有136人,占12.65%;2~3次的463人,占43.07%;4~5次的251人,占23.35%;5次以上的有225人,占20.93%。

长沙市周边的乡村旅游存在较显著的季节性,38.57%的游客选择在春季进行乡村旅游活动,选择夏季进行乡村旅游活动的占26.40%,秋季的占30.35%,而选择在冬季进行乡村旅游活动的游客只有4.69%。总体表现在春夏秋3季的一定差异和冬季的明显反差。访谈调查得知,春季是乡村自然恢复活力的季节,秋季是乡村收获的季节,最吸引人;部分人夏季嫌热,多数人冬季怕冷,不愿意选择这样

的季节前往。调查认为,旅游基础设施条件的改善是解决问题的关键。

3.5 住宿选择与旅游购物

“住”是旅游6大要素之一,游客对住宿的选择直接影响到住宿设施的建设。住宿选择的调查显示,排第一位的是农家,有315人,占32.92%;其次是宾馆,有299人,占31.24%;再次是旅馆、招待所,有206人,占21.53%;最少的是亲友家,有137人,占14.32%。

“购”也是旅游6大要素之一,游客购买到自己想要的旅游商品,可以提高旅游满意度,同时也给旅游目的地带来了良好的旅游经济效益。调查结果显示,购买土特产的有712人,占39.38%;购买新鲜水果的有375人,占20.74%;购买新鲜水产的有310人,占17.15%;购手工艺品的有319人,占17.64%;购买服装的有83人,占4.59%;其他的有9人,占0.50%。由此可见,乡村旅游中的旅游商品以“土特”商品为主。

4 结论与建议

通过前面的分析,可以得出城市居民乡村旅游消费行为具有以下特征:出游方式以家庭、亲友结伴与单位组织为主,个人和旅行社组织较少;交通工具以汽车为主,体现为自家车与单位车;信息来源以亲友介绍与旅游宣传册为主,旅行社作用不显著;消费水平较高,集中在200~599元之间;出游距离集中在2h车程以内,以1~2h为主;停留时间短,集中在2d之内,以1d为主;出游频次高,乡村旅游已成为城市居民经常性消费活动;季节性明显,出游时段多集中在春、夏、秋3季;住宿选择上两极分化明显,农家与宾馆并重;“乡村”特色产品普遍受到青睐。

随着城市居民闲暇时间的增多、收入水平的提高以及乡村基础设施的改善与可进入性的增强,城市居民进行乡村旅游活动会越来越普遍,该出游类别成为城市居民经常性的消费活动。为实现乡村旅游健康、有序与持续发展,基于本文的研究结论,对未来乡村旅游开发与发展提出以下几点建议。

第一,住宿设施应以经济型、传统乡村民居为主,体验原汁原味的乡土气息,让游客有回归自然的感觉。每个地区的乡村民居都有其自身的特色与文化内涵,而这种特色与文化内涵正是城市居民进行乡村旅游所追求的重要方面。因此,乡村旅游住宿设施的设计应体现当地乡村民居特色,室内的装修体现当地的乡村民俗文化,如布置一些本地工艺品,

本地农用工具等,让城市居民体验与城市完全不同的乡居生活。

第二,乡村旅游景点的空间布局应选择在离城区1~2 h车程的城市周边乡村,以良好的乡土气息和生态环境吸引城市居民。注重宣传的口碑效应,大力提高服务质量,注重与游客建立良好的情感,以提高重游率。大力提高旅游景点的可进入性,加强道路标志体系建设及相应的交通配套设施服务。

第三,乡村旅游的旅游商品应以农产品和土特产品为主,设立专门的农产品与土特产品的加工场所,让游客了解其加工过程,并提供直接的参与体验机会;可开展与当地农民同吃、同劳动的活动,指导城市青少年游客认识一些农作物,了解其习性,接受现场的乡村科普教育,让游客充分体验乡村生活,以培养城乡感情,实现城乡互动,最终实现城乡和谐发展,构建社会主义和谐社会。

致谢:感谢导师许春晓教授对此文的悉心指导!感谢柴晓敏、付淑礼、何学欢、邹峰、高洪涛、蒋艳、王亮、李萍等同学在问卷统计工作上提供的帮助!

参考文献:

- [1] Pearce, Phillip L. Farm Tourism in New Zealand: A Social Situation Analysis [J]. *Annals of Tourism Research*, 1990, 17(3): 337 - 352.
- [2] Potthoff H. Facilities Offered in Agriculture for Leisure Time and Tourism (Germany) [J]. *Tourism Recreation Research*, 1991. 16(1), 66 - 68.
- [3] Klejdzinski M. Report on tourism and agriculture [J]. *Tourism Recreation Research*, 1991; 16(1), 10 - 13.
- [4] Ryan, Lera. *Agritourism: Economic Development for Rural Ontario* [M]. New York: Plenum Press, 1995.
- [5] 何明景, 李立华. 关于“乡村旅游概念”的探讨[J]. 西南师范大学学报: 人文社会科学版, 2002, 28(5): 125 - 128.
- [6] 郑群明, 钟林生. 参与式乡村旅游开发模式探讨[J]. 旅游学刊, 2004, 19(4): 33 - 37.
- [7] 潘秋玲. 现阶段我国乡村旅游产品的供需特征及开发[J]. 地域研究与开发, 1999, 18(2): 60 - 62.
- [8] 杜江, 向萍. 关于乡村旅游可持续发展的思考[J]. 旅游学刊, 1999, 14(1): 15 - 18.
- [9] 邹统钎. 中国乡村旅游发展模式研究——成都农家乐与北京民俗村的比较与对策分析[J]. 旅游学刊, 2005, 20(3): 63 - 68.
- [10] 税伟, 陈烈, 王山河. 城市化与城市近郊乡村旅游开发研究[J]. 地理与地理信息科学, 2005, 21(3): 97 - 100.
- [11] 刘爱服. 试论京郊乡村旅游发展中的问题与对策[J]. 旅游学刊, 2005, 20(1): 68 - 71.
- [12] 蒙睿, 刘嘉伟, 杨春宇. 乡村旅游发展与西部城镇化的互动关系初探[J]. 人文地理, 2002, 17(2): 47 - 50.
- [13] 肖光明. 观光农业的复合型开发模式初探[J]. 经济地理, 2004, 24(5): 679 - 682.
- [14] 吕连琴, 刘爱荣. 我国乡村旅游高级化的产品设计导向[J]. 地域研究与开发, 2002, 21(4): 69 - 72.
- [15] 林锦屏, 周鸿, 何云红. 纳西东巴民族文化传统传承与乡村旅游发展研究——以云南的江三元村乡村旅游开发为例[J]. 人文地理, 2005(5): 78 - 80.

Consumption Behaviors of Urban Residents in Rural Tourism: A Case Study of Changsha

PENG Yao-gen, SU Lu-jun, ZHENG Qi, FANG Xian-zhai, JIANG Shu-liang
(Tourism College, Hunan Normal University, Changsha 410081, China)

Abstract: Urban residents are main tourist source for rural tourism, and their consumptive behaviors have become a hot spot in rural tourism research. In this paper Changsha City is taken as a case to be studied. Basic data are obtained from questionnaire, and the software of EXCEL is used to make a systematical analysis. The features of consumptive behaviors of urban residents in rural tourism are educed; the tourist group is generally a family, a team of friends and relatives or that organized by the unit; the automobiles are the main means of transportation for the tourists, either their own cars or those owned by the units, tourism information is mainly from recommendation of relatives and friends, as well as propagandistic handbooks; consumption cost of tourism is about 200 ~ 599 Yuan; the travel distance is mainly within two hours' driving, with a stay within 2 days; tourism happens with higher frequency and obvious seasonal variation; the accommodation has a feature of polarization, guesthouse and farmstead are both in tourists' good graces; the local "rural" products also find favor with the visitors.

Key words: Urban residents; Rural tourism; Consumption behavior; Changsha