

城市周边乡村旅游市场特征研究

——以长沙市周边乡村旅游为例*

粟路军, 王亮

(湖南师范大学旅游学院, 长沙 410081)

[摘要]发展乡村旅游,对中国和谐农村的建设意义巨大。文章用问卷调查的方法收集基础数据,采用 Excel 软件进行分析,得出长沙市周边乡村旅游市场的总体特征。通过交叉分析得出以下结论:出游方式与总体评价上出现了明显的年龄分异;出游方式、出游频次、旅游花费上表现出职业分异色彩;同时,住宿与停留时间、出游时间与交通工具、出游时间与信息渠道、总体评价与停留天数方面出现了明显的互动关系。

[关键词]城市居民;乡村旅游;市场;长沙市

[中图分类号]F59

[文献标识码]A

[文章编号]1002-5006(2007)02-0067-05

1 研究背景与研究意义

1.1 研究背景

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。早期的乡村旅游具有比较明显的贵族化特点,普及性不强。20 世纪 80 年代,欧美发达国家已经开始了大规模发展乡村旅游的进程,乡村旅游很快就具有了相当的规模,并且快速走上规范发展的轨道,显示出极强的生命力和明显的发展潜力。国外对乡村旅游的研究,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。市场特征方面主要的研究成果有皮尔斯(Pearce)等从发展的角度对乡村旅游提出了认识,并对市场营销问题作了一定的论述^[1]。波特霍夫(Potthoff H.)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]。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^[3]。

在我国,乡村旅游活动出现于 20 世纪 70 年代初期,以严格的定点方式开展了一些具有乡村旅游性质的政治性接待活动。真正意义上乡村旅游的兴起,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”,推进了乡村旅游的快速发展。2006 年旅游活动主题是“乡村旅游年”,把我国乡村旅游推向了新的高潮,全国范围内掀起了乡村旅游热潮,乡村旅游活动的顺利开发与社会主义新农村建设密切结合,对统筹城乡发展、构建和谐社会起到了巨大的推动作用。在乡村旅游发展的同时,我国学术界也掀起了乡村旅游研究热,取得了丰硕的成果,主要体现在乡村旅游概念界定、乡村旅游发展模式、乡村旅游的产品分析、乡村旅游的发展策略研究、乡村旅游的规划与开发、乡村旅游实证与个案研究等方面^[4-9]。在乡村旅游市场营销领域的研究方面还比较欠缺,通过大量的问卷调查获取乡村旅游信息,归纳、总结乡村旅游市场的特点的研究成果,还未见报道。

1.2 研究意义

乡村旅游对发展农村经济,改变城乡二元结构,建设社会主义新农村具有重要意义,乡村旅游市场特征的揭示,对科学认识乡村旅游市场规律,指导乡

* 长沙市旅游局委托课题《长沙市乡村旅游调查与思考》的成果之一。

[收稿日期]2006-08-10

[作者简介]粟路军(1979-),男,湖南邵阳人,湖南师范大学旅游学院旅游管理硕士研究生,主要从事旅游市场理论与旅游规划研究,E-mail:sulujunslj@163.com;王亮(1984-),女,湖南益阳人,湖南师范大学旅游学院旅游管理硕士研究生,主要从事旅游市场理论与旅游规划研究。

乡村旅游科学发展具有重要意义。

2 研究方法 with 数据来源

城市周边游憩带的研究表明,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,客源市场的空间分布带有一定的稳定性,而且时间分布也带有良好的稳定性,这对于我们在实施抽样调查,制定样本时空分配方案时,更易于贴近客观情况。

我们的抽样调查,充分考虑了客源的时空差异性,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县及浏阳一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。跨越了春夏两季,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景点工作人员实施,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83.87%,其中有效问卷1087份,有效率86.41%。调查结束后,我们对1087份有效问卷采用EXCEL软件,对问卷数据和总数分别进行了分类、统计、汇总、归纳、总结,得出了城市周边乡村旅游市场总体特征。另外运用交叉分析法,得出相关变量之间的相互关系。

3 旅游市场总体特征

3.1 市场面宽,潜力巨大

现实市场面的宽度,反映了旅游产品适应面的宽度,揭示了潜在市场量的大小。市场面的宽度可以通过游客的人口学特征来反映,游客的人口学特征主要包括性别、年龄、文化程度、职业与家庭人均月收入水平等指标。当现实市场的人口学特征越接近客源地的人口学特征,市场发育面就越均衡。

本次调查结果显示,在长沙市周边乡村旅游的游客中,每个人口学特征指标都不是特别的集中,表现出相对分散状态。从性别上看,男性占46.00%,女性占54.00%;从年龄上看,14岁以下的占3.40%,15-24岁的占24.56%,25-44岁的占43.97%,45-64岁的占20.42%,65岁以上的占7.64%;从文化程度上看,小学及以下的占2.21%,初中的占14.63%,高中或中专的占31.09%,大专或本科的占45.72%,研究生及以上的占6.35%;从

职业上看,工人占4.32%,学生占11.41%,公务员占17.85%,农民占7.82%,教师占12.05%,专业技术人员占11.87%,企事业管理人员占11.68%,服务人员或销售人员占12.33%,离退休人员占8.19%,其他占2.48%;从家庭人均月收入看,499元以下的占4.78%,500-999元的占18.12%,1000-1999元的占40.94%,2000-2999元的占25.94%,3000元以上的占10.21%。

现实客源市场的性别、年龄、文化程度、职业与家庭人均月收入等指标都呈现相对分散分布,与长沙市建成区现有人口学特征接近,表明长沙市周边乡村旅游市场发育面宽广,均衡度较好,说明了乡村旅游产品能广泛适应长沙市场,潜力巨大。

3.2 旅游活动注重亲情

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,反映了内心深处的心理需要指向。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%)前往乡村旅游,由单位组织的占21.00%,只有8.64%的游客由旅行社组织,个人单独出游的很少,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。

3.3 参照群体作用显著

统计分析结果显示,33.95%的游客是通过亲友介绍,获得乡村旅游信息的。其余依次是旅游宣传册(21.77%)、报纸杂志(15.68%)、旅行社(8.95%)、电视(8.12%)、网络(7.93%)、其他方式(3.60%)。这反映了参照群体口碑宣传对游客的出游决策存在着高影响现象,从另一个方面也揭示了乡村旅游开发必须重视游客经历对潜在市场的作用。

3.4 交通工具以自驾车与单位车为主

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,自驾车的比例高达34.51%,公车占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。这与异地观光旅游交通工具的选择有较大差异,异地观光旅游由于空间跨度大,一般选择飞机、火车与长途汽车作为交通工具。

3.5 存在明显的理想时间距离

统计数据表明:对于城市周边的乡村旅游,所有游客有一个心目中理想的时间距离,具体情况是:41.78%的游客倾向于1-2小时,26.83%的游客倾向于1小时之内,18.76%的游客倾向于2-3小时,8.17%的游客倾向于3-4小时,4.46%的游客倾向于4小时以上。可见,游客乡村旅游的理想距离围绕1-2小时车距双向递减,集中度明显。随着交通条件的改善,2小时左右车程可以覆盖200公里范围的乡村,覆盖面比较明确。访谈中得知,过远觉得行程太累,太近没有出游的感觉。这与吴必虎等(1997)^[10]对中国城市居民旅游目的地选择行为研究得出的结论“中国城市居民旅游和休闲出游市场,随距离增加而衰减;80%的出游市场集中在距离城市500公里以内的范围”具有一定差异性。

3.6 出游动机凸显休闲度假

调查分析的结果显示,46.48%的游客认为自己具有乡村旅游的动机是休闲度假的占据第1位;其余依次为释放工作压力,占16.45%;观光旅游,占15.63%;探亲访友,占7.36%;怀旧,占4.75%;商务考察,占4.34%;进修学习,占2.70%,猎奇,占0.98%;还有1.31%的游客是其他动机。说明我国旅游业已从异地观光旅游逐步走向了本地休闲与度假旅游,符合旅游业发展演进规律。

3.7 “乡村”概念吸引人们前往缓解压力

旅游吸引力是人们做出旅游决策时的重要影响因素,调查结果表明,48.00%的游客认定其选择乡村旅游是缘自乡村本身的吸引力;18.93%的游客认为是乡村旅游活动项目,12.19%的游客认为缘自综合服务,10.19%的游客认为是距离和交通条件的缘故,9.97%的游客是看重旅游费用合算。“乡村”概念成为多数游客认定的吸引源。

游客选择乡村旅游存在3大自身性原因:缓解工作压力(28.26%)、景点本身的吸引力(24.85%)和时间上更好安排(20.45%),3者几乎等差排列,小有差别。还有非主流原因,如费用便宜(12.12%)、个人偏好(9.85%)和方便程度(4.47%)。

上述结果均反映出乡村本身的吸引力是乡村旅游行为的首要决定因素,价格问题、费用问题并不受到普遍关注,这与异地观光旅游有较大的区别。

3.8 出游频率高

客观上,城市周边的乡村旅游目的地,使出游的时间限制、空间限制、费用限制较小,随着人们生活水平的进一步提高,会越来越普及,成为城市居民的经常性消费活动。统计数据表明,在年内进行1次

乡村旅游活动的占12.65%,2-3次的占43.07%,4-5次的占23.35%,5次以上的高达20.93%。乡村旅游出游频率高,已成为人们经常性消费活动。因此,创造顾客忠诚对乡村旅游市场开发具有重要意义。

3.9 满意度高

游客对长沙周边乡村旅游总体满意度高,14.98%的游客表示很满意,51.59%的游客表示满意,31.27%的游客表示一般;不满意与很不满意的只有1.69%与0.47%。在我们调查的具体项目上,满意程度也相当高。

在访谈调查中我们可以判定,乡村旅游在我国还处于起步阶段,大部分游客对乡村旅游的期望较低,对服务质量等方面的要求相对较低,着重要求感受乡村生活气息,低期望与高满意度的匹配。

3.10 存在季节差异,冬季明显偏冷

长沙市周边乡村旅游存在一定的季节性,38.57%的游客选择在春季进行乡村旅游活动,26.40%的游客选择在夏季进行乡村旅游活动,30.35%的游客选择在秋季进行乡村旅游活动,而选择在冬季进行乡村旅游活动的游客只有4.69%。总体表现着春夏秋3季的一定差异和冬季的明显反差。访谈调查得知,春季是乡村美丽的季节、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,人们难于选择这样的季节前往。条件改善是解决问题的关键。

3.11 旅游花费高,消费潜力大

长沙城市周边乡村旅游的现实旅游花费较高:199元以下的只占12.72%,200-399元的占31.28%,400-599元的占27.74%,600-799元的占13.66%,800-999元的占5.74%,1000元以上的占8.86%。200-800元花费是主流,乡村旅游消费水平比较高。

我们设定如果乡村旅游活动满足游客的要求,他们表达愿意在乡村旅游花费的额度情况为:199元以下占9.36%,200-399元占25.71%,400-599元占24.67%,600-799元占13.76%,800-999元占8.06%,1000元以上占18.41%。

与现实情况比较发现,800-999元花费等级上升将近3个百分点,1000元以上花费等级上升近10个百分点。我们可以据此认定,长沙乡村旅游的市场潜力还很大,可以通过开发来挖掘潜力。

3.12 “乡村特色”备受青睐

“乡村特色”普遍受到了游客的欢迎。从旅游购

物方面看,有39.38%的游客愿意购买土特产品,20.74%的游客愿意购买新鲜水果,17.52%的游客愿意购买新鲜水产,17.64%的游客愿意购买手工艺品,而服装与其他产品分别只占4.59%与0.50%。从游客对乡村旅游最喜爱的项目的选择结果看,乡村的田园(10.50%)、绿色(13.69%)、生态(8.71%)、悠闲(11.96%)、优美(14.10%)等“乡村特色”也是最受欢迎的。因此,开发具有“乡村特色”的旅游商品或土特产品对提高乡村旅游的经济效益具有重要意义。

4 若干相关分析

4.1 乡村旅游的年龄分异特征

通过交叉分析表明,长沙市乡村旅游的出游方式存在明显的年龄差异,64.71%的14岁以下者是“同家人一起”出游,15-24岁者喜欢“与家人一起”(31.83%)出游,也喜爱“亲友结伴”(30.86%)游,31.06%的25-44岁者属于“亲友结伴”游,29.25%的44-64岁者依靠“单位组织”出游,65岁以上者主要是“旅行社组织”出游,占31.43%。

不同年龄游客对乡村旅游的总体评价明显不同,65岁以上的游客评价最好,评价为“很好”的占18.07%，“好”的达50.06%；15-24岁者评价最差,评为“很好”的只占10.94%，“好”的占35.09%，“一般”的则达到50.19%。

4.2 乡村旅游的职业分异特征

不同职业游客在出游方式上表现着差异性,农民(52.05%)、学生(40.48%)、工人(33.33%)趋向“与家人一起”,公务员(32.53%)、企事业管理人员(30.00%)出游依靠“单位组织”,专业技术人员(33.93%)、教师(33.81%)选择“亲友结伴”,离退休人员趋向“同家人一起”(29.29%)与“亲友结伴”(28.62%),同时也最喜欢“旅行社组织”(16.50%)。出游频次的职业分异,在低频次状态下不显著,在高频次状态上显著。在出游4次的高频次分布谱上,是公务人员(33.51%)、企事业管理人员(25.19%)、服务人员(13.85%)、学生(6.50%)。

不同职业人们在乡村旅游花费上存在差异,花费在199元以下的比较明显地集中在学生(36.07%)、离退休人员(32.59%)、农民(22.50%)人群,花费在1000元以上水平集中在专业技术人员(13.60%)、企事业管理人员(13.49%)人群。

4.3 相关因素交叉分析

4.3.1 住宿与停留天数

在乡村停留的天数与住宿场所的选择上存在明显关系,30.94%的停留1天者留恋于“住农家”,停

留2天者均衡于“农家”(37.50%)与“宾馆”(29.59%);3天及其以上者留恋于“宾馆”,并且在乡村停留时间愈长,住宿宾馆的比例愈大,36.72%的停留3天者、47.73%的停留4天者、48.65%的停留5天及其以上者,选择“宾馆”。

4.3.2 不同距离选择不同交通工具

通过交叉分析发现,在不同空间上进行乡村旅游,会选择不同的交通工具,出游距离在1小时可达范围的游客更喜爱自行车作为交通工具,达69.79%;40.65%的游客在1-2小时可达范围时使用自家车,45.88%的游客使用了单位车;24.14%的游客在2-3小时可达的目的地内选择了长途汽车;56.52%的游客在3小时以上的远距离目的地从事乡村旅游则选择了火车。

4.3.3 出游方式与信息渠道

出游方式与信息渠道存在密切关系。旅行社组织的游客(47.42%)主要通过旅行社获得信息,单独出游者(35.48%)主要是通过报纸杂志获得信息,亲友结伴出游者主要是通过亲友介绍与旅游宣传册获得信息,分别为32.97%与32.91%,单位组织出游者(35.90%),信息来源表现出多样化色彩。

4.3.4 总体评价与停留天数

游客对乡村旅游总体评价与停留天数关系特别,停留时段与总体评价呈“U”形相关。停留1天者认定乡村旅游“很好”的占17.31%，“好”的占48.76%；停留2天者以“很好”评价的占15.30%，“好”的则占48.02%，停留3天者有“很好”感觉的占14.49%，“好”的占37.80%；停留4天者说“很好”的占20.45%，“好”的占29.55%；停留5天以上者称赞“很好”的占42.86%，“好”的占37.14%。

5 结论与讨论

通过前面的分析可知,乡村旅游市场有如下特征:市场面宽,潜力巨大;旅游活动注重亲情;参照群体作用显著;交通工具以自家车与单位车为主;存在明显的理想时间距离;出游动机凸显休闲度假;“乡村”概念吸引人们前往缓解压力;出游频率高;满意度高;存在季节差异,冬季明显偏冷;旅游花费高,消费潜力大;“乡村特色”备受青睐;年龄方面的分异主要体现在出游方式与总体评价上;在职业方面的分异主要体现在出游方式、出游频次、旅游花费上;其他因素之间呈现显著特征主要体现在住宿与停留时间、出游时间与交通工具、出游时间与信息渠道、总体评价与停留天数上。

本研究的结论是在长沙市周边乡村旅游景点调

查的基础上得出的,长沙市代表一类典型的城市,但由于城市地理位置、城市文化、城市居民自身等多方面因素的影响,所得乡村旅游市场特征在全国范围内的代表性,还有待进一步实证研究。

致谢:感谢导师许春晓教授的悉心指导,感谢课题组成员郑旗、彭耀根、方贤寨、蒋术良的配合与支持,感谢柴晓敏、付淑礼、何学欢、邹峰、高洪涛、蒋艳、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] Ryan, Lera. *Agri-tourism: Economic Development for Rural Ontario* [M]. Centre for Tourism Research & Development, 1995. 15 - 18.
- [4] 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.
- [5] 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.
- [6] 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.
- [7] 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.
- [8] 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.
- [9] 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.
- [10] 吴必虎等. 中国城市居民旅游目的地选择行为研究[J]. 地理学报, 1997, 52(2): 97 - 103.

On the Characteristics of Rural Tourism Market in the Periphery of Cities

—A Case Study of Changsha

SU Lu-jun, WANG Liang

(Tourism College of Hunan Normal University, Changsha 410081, China)

Abstract: Developing rural tourism is of great significance to the construction of harmonious countryside. The paper, through questionnaire survey and the analysis way of Excel, obtains the following features. The following conclusion is made after the analysis: distinct age difference in terms of overall assessment, such as travel mode, travel frequency, profession diversity determining different tourist spending. At the same time, distinct interactions appear in accommodations and time of stay, travel time and means of transportation, travel time and information channel, overall appraisal and days of stay.

Key words: urban resident; rural tourism; market; Changsha

[责任编辑:宋子千;责任校对:王玉洁]

酒店选择自建网络分销 渠道的关键因素研究

沈华玉¹, 倪外²

(1. 厦门大学嘉庚学院, 福建 漳州 363105;

2. 湖北大学资源环境学院, 湖北 武汉 430062)

[摘要]随着中介网络分销费用的急剧增长以及信息技术的进步,自建网站分销成为国外酒店集团实施的热点,国内外许多学者都认识到自建网站分销必将是未来酒店分销的一支主力军。本文对杭州、建德、宁波、合肥、武汉等地区的49家酒店的管理者进行问卷调查,探讨了影响酒店选择自建网站分销的关键因素。在因子分析后,得出了6个主要因子,随后通过方差分析,得出了6个主要因子与被试者和酒店特征之间的相关性;而在逐步回归分析后,笔者得出了酒店管理者决策的5个关键影响因子:效益、竞争力、管理、技术保障和战略。在实证分析的基础上,笔者为酒店管理者和系统提供商给出了一些建议和意见,并对本文的不足进行了总结,对以后的研究方向进行了展望。

[关键词]网络分销;自建网络;酒店;因素

[中图分类号]F59

[文献标识码]A

[文章编号]1002-5006(2007)02-0071-08

1 引言

根据美国《商业周刊》报道,美国2003年网上预订酒店房间的收入达58亿美元,2006年达到133亿美元,每年的增长速度为40%-50%,可见,网络分销正在成为酒店直接销售的大趋势^[1]。而从国际著名酒店集团经营战略来看,建立自身的网络预订销

[收稿日期]2006-10-10; **[修订日期]**2006-12-25

[作者简介]沈华玉(1982-),男,湖北随州人,厦门大学嘉庚学院管理系教师,研究方向:旅游管理、旅游信息管理、旅游电子商务, E-mail: shy1130@xujc.com;倪外(1980-),男,湖北黄冈人,湖北大学资源环境学院研究生,主要研究城市规划与区域经济、旅游规划、旅游企业管理, E-mail: niwai1980@126.com。