

农村居民旅游认知特征分析

——以湖南省四县市为例

郑群明^{1,2}, 钟林生³

(1. 湖南师范大学旅游学院, 长沙 410081; 2. 中南林学院森林旅游研究中心, 长沙 410004;

3. 中国科学院地理科学与资源研究所, 北京 100101)

摘要: 论文通过对湖南省四个县市 1200 个农村居民抽样调查, 分析了农村居民对旅游的认知特征, 结果表明: (1) 农村居民对旅游的态度普遍较好, 但不同区域、不同年龄层的农民对旅游的认知差异较大, 农民接受旅游信息的渠道还较单一。(2) 农民出游动机出现多元化, 但出游目的较为集中, 旅游偏好受年龄和经济来源的影响较大。(3) 农民的出游愿望很高, 出游时间充裕而且较集中, 但出游预算比实际花费明显偏高。(4) 多数农民出游的主要限制因素还是可自由支配收入, 而担心影响农业生产和不能照顾家庭也限制了中青年人外出旅游。

关键词: 农村居民; 旅游认知; 旅游动机; 影响因素

文章编号: 1000-0585(2005)04-0591-10

1 引言

在“三农”问题再次受到国家高度重视的今天, 如何提高农民的生活质量已成为全面建设小康生活的重要内容, 从根本上丰富和提高农民的闲暇生活已成为提高农民生活质量的一个重要途径。近年来, 随着我国农村居民的生活水平不断提高, 农村居民出游率逐年上升, 出游人数所占比重越来越大, 农村居民旅游市场的潜力日益突显出来^[1,2], 据统计, 2002 年农村居民出游的总人数为 4.93 亿人次, 出游率 52.8%, 总花费 1030 亿元, 人均花费 209.1 元^[3]。随着农村居民出游人数的增长, 农民旅游也开始受到有关学者的关注。孙富海通过对农民收入、农民消费水平和心理承受能力的分析, 认为中国最富潜力的旅游市场将掌握在农民手中, 在未来 5~10 年内, 农村将会成为我国最大的消费市场^[4], 裴泽生也认为开发农村旅游市场大有可为^[2]。还有一些学者通过分析各地统计数据, 认为农村居民外出旅游已逐渐呈现出燎原之势^[5], 我国农村居民旅游已在国内旅游市场上占据了相当的份额, 开发农村居民旅游正当其时^[6]。虽然这些研究者均从宏观角度论述了开发我国农村旅游市场的意义和对策, 但对农民对旅游的认知和态度, 以及出游的影响因素却较少涉及。

Lankford 认为每个居民对旅游的认知与态度不尽相同, 居民的态度乃是影响旅游是否能永续发展的主要因素之一^[7]。基于这种认识, 国内外研究者对居民旅游态度进行了相关的研究, 如 Johnson 等对旅游开发地居民的旅游感知进行了研究^[8], 章锦河从旅游的经

收稿日期: 2004-10-08; 修订日期: 2005-04-01

基金项目: 国家自然科学基金项目 (30300040) 和湖南省教育厅项目 (02C256) 资助。

作者简介: 郑群明 (1972-), 江西泰和人, 讲师, 硕士。主要从事农村旅游、生态旅游、区域旅游开发研究。

E-mail: zqmwhz@126.com。

济、社会与文化等角度对安徽古村落居民的旅游感知及其差异进行了分析^[9]。吴忠宏等在调查的基础上分析了台湾澎湖群岛居民的生态旅游认知，并对居民基本资料与其对生态旅游认知之间的关系进行了相关分析^[10]。从研究文献来看，对农村居民的旅游认知研究大多局限于旅游目的地及其周边地区^[11~15]，而对普通农村居民的研究报道较为少见。从全国来看，农村旅游存在东部发展、中部起步、西部蓄势的区域分化，东部地区 2 亿多农民已经成了中国国内旅游市场的一个重要组成部分^[16]，而中部地区的农民旅游正处在刚刚起步阶段。湖南省是我国农业大省，同时也是中部地区的重要省份，农村人口比重大，随着农村经济的不断发展，农村旅游市场的巨大潜力将凸现出来。基于以上思考，本文试图分析研究湖南省四个县市农村居民旅游认知的一些特征，为认识农村居民旅游认知态度、把握农村居民的出游规律提供理论依据，为农村居民提供适销对路的旅游产品和拓展农村旅游市场奠定科学基础。

2 调查地点选择与资料来源

2.1 调查地点的选择

本研究在湖南省进行，据第五次全国人口普查统计结果，湖南农村人口达 4524.15 万^[17]，占全省人口的 71.5%，是我国中部农村旅游市场的典型代表。根据杨载田等^[18]的研究，湖南省旅游区共划分为长沙—韶山革命胜地游览区、湘东北岳阳楼洞庭湖风景名胜游览区、湘西北奇山异洞游览区和湘东南潇湘游览区等四个游览区。在考虑上述区划的基础上，共选择了四个研究地区，它们分别是长沙浏阳市、岳阳市华容县、邵阳市新宁县、湘西州凤凰县等农村地区，以便能在一定程度上反映湖南省的情况。样本为县以下（不包括县城所在地）农村的居民，农村居民以经济地理的属地为标准，不以社会学的职业为标准。为了能比较全面地反映全省农村的基本情况，在每个样地选择三个自然村，按该村居民的收入水平分高、中、低三档，每档中随意抽取调查对象。

表 1 调查样点分布状况及其基本情况

Tab 1 The basic information about the four survey regions

样 地	浏阳市	华容县	新宁县	凤凰县
代表区域	湘中	湘北	湘西南	湘西
旅游关联	省城周边	普通农村	新旅游区	老旅游区
2001 年人均 GDP (元)	5659	5376	2469	2267
样本家庭人均年收入 (元)	3135.1	3245.6	2884	2179.4
样地乡村人口数 (万人)	105.19	53.00	52.76	31.29
调查样本数 (户)	460	300	260	180
有效问卷份数 (份)	361	287	253	176

注：2001 年基础数据是根据《湖南统计年鉴 2002》整理。

2.2 资料来源

资料主要来源于实地问卷调查，兼顾访谈，调查时间主要集中在 2001 年 4 月~5 月，2002、2003 年还陆续进行了补充调查。调查共发放问卷 1200 份，采用概率抽样和随机抽样相结合的方法，按照各调查点农村人口总数的多少发放问卷，调查时以家庭为单位，调查对象为家庭中 15 岁以上的成员。回收后剔除问题样本 123 份，获得有效问卷 1077 份，有效率为 89.75%。采用 EXCEL 2000 软件对数据进行统计分析。

3 农村居民对旅游的认知

3.1 对旅游的感知

随着我国经济持续高速发展, 农村居民生活水平逐步提高, 旅游作为一种消费形式已逐渐从城市走向农村, 农民对旅游的了解也越来越多。在调查样本中分别有 60.4 % 和 19.8 % 的人对旅游“了解一点”和“了解”, 说明大多数农民在日常生活中通过各种各样的媒介或多或少地接触到旅游的相关知识, 这对农村旅游市场的开拓具有重要意义。但农村地区信息传播的极不对称性, 形成了农民对旅游认知的显著差异。有 17.9 % 的样本对旅游只是“听说过但不了解”, 还有 1.9 % 的样本根本“没听说过”旅游。

3.2 对旅游的态度

调查显示, 农村居民对旅游的态度普遍较好, 对旅游业支持率较高。有 25.9 % 的调查样本认为旅游“很好”, 40.9 % 的样本认为“可以适当开展”, 26.6 % 的调查样本抱“无所谓”的态度, 只有 6.6 % 的调查样本反对旅游。在访谈中, 反对旅游的农民大多不了解旅游, 并且认为旅游是一项“劳民伤财”的活动。研究表明, 支持旅游和宣传旅游者以旅游既得利益者为多^[7,15], 受当地旅游开发的影响, 不同地区的居民对旅游的态度呈现出地区差异性。凤凰县开发旅游的时间较长, 当地农民受旅游活动的影响最大, 旅游区周围的农民从旅游业中获益也较大, 因而对旅游的态度最好, 有 46.6 % 的人认为开展旅游“很好”, 远高于其他地区(浏阳 32.3 %、华容 23.1 %、新宁 27.6 %), 而反对旅游的人只有 3.4 %, 在调查地区中最少, 而华容县虽然经济发展水平较高, 但对旅游的了解不多, 反对旅游的比重也最大, 占 10.2 %。

3.3 对出游的态度

农民在心理上接受旅游的同时, 越来越多地在行动上支持旅游活动。在调查样本中, 超过半数支持农民外出旅游, 认为这是一种有益的闲暇活动, 应大力提倡。多数农民长期生活在乡村僻野, 与外界接触少, 接受旅游信息少, 影响了他们对旅游的判断。在调查中有相当比重的农民虽然支持旅游, 但仍不敢贸然出游, 34.4 % 的样本持“无所谓”的态度。还有 13.7 % 的样本反对农民出游, 认为旅游会“带坏风气”, 应加以限制。这一现象在调查的四个县市中表现出较强的一致性。

另一方面, 受外出机会、接受旅游信息多少、接受教育水平等的影响, 不同年龄阶段农民对出游的态度存在较大的差异(见图 1)。具体表现为年青人支持农民出游的比率最高, 15~24 岁和 25~44 岁的农民坚决支持出游的比率达 68.1 % 和 58.4 %, 而 45~64 岁和 65 岁的中老年人支持率只 49.2 % 和 32.1 %, 远低于青年人的支持率。而随着年龄的增长, 反对农民出游的比率也增大。其中 65 岁的老年人反对出游的比率高达 23.7 %, 远远高于平均值的 13.7 %。同时对农民出游持“无所谓”态度的比率也随着年龄的增长而增加。

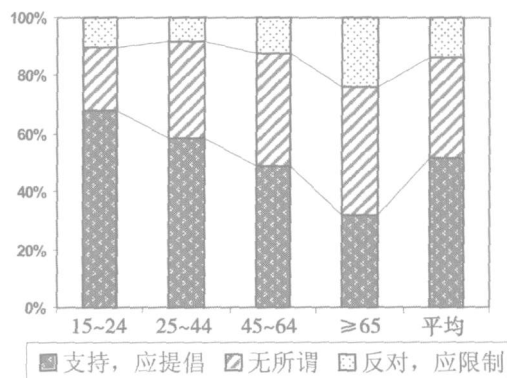


图 1 不同年龄层的农民对出游的态度差异

Fig. 1 The different attitudes of farmers at different age groups to tourism

3.4 农民获得旅游信息的途径

农民对旅游知识的获取渠道多种多样，电视广播（占 61.5 %）以及报刊杂志（占 18.9 %）、书籍（占 17.3 %）等媒体是农村居民获取旅游信息的主要来源，亲友介绍（占 12.3 %）也是获得旅游知识的渠道之一。随着电视的普及和闲暇的增加，看电视成为湖南农民闲暇生活的主体^[19]，电视传媒成为农民获取旅游知识的主要渠道。受自身知识和时间的影响，农村居民希望通过直观、即时的媒体宣传方式获取旅游信息。

3.5 农民能接受的信息途径

由于电视传播的信息具有视觉、听觉的多重效果，并且简单易懂，成为农民普遍能接受的信息渠道。有 52.4 % 的样本认为电视广播是最能接受的旅游信息来源。值得关注的是，虽然目前旅行社在农民旅游信息渠道中所占比重不大（5.6 %），但却有 12.8 % 的样本信赖“旅行社”所传播的信息。由于具有良好的区位优势以及旅游开发大量宣传，浏阳市和凤凰县的农民更易接受旅行社的信息，这表明农村居民开始接受旅游为一种企业行为，愿意承认它的经济性和盈利性。有 9.1 % 的农民则信赖“口碑”，更愿意接受亲朋好友对旅游的介绍；随着旅游的广泛深入，农村居民开始要求政府进行旅游宣传，随着网络从城市扩张到乡村，调查中还发现部分农民开始从网络上获取旅游知识，并有 1.2 % 的农民认为这是最好的形式。

4 农村居民的旅游动机

4.1 农村居民的出游愿望

近年我国旅游业高速发展，旅游已逐渐成为人们闲暇生活的重要组成，2002 年全国居民出游率达 69.2 %^[3]。本次调查也表明旅游已逐渐进入农民的生活，在全部样本中，有 57.7 % 的农民曾经出游过，有 78.0 % 的农民想出去（还想出去）旅游，表明湖南农民居民的出游率和出游愿望普遍较高。受区位和旅游开发的影响，相对开放地区的人们更容易接受旅游作为休闲、游憩的重要组成部分，在浏阳市和凤凰县想出游的比率高达 88.5 % 和 86.5 %，大大高于平均水平。而地处偏远地区的新宁县和华容县的农民想出游的比率则低得多，分别为 69.6 % 和 67.4 %。

值得关注的是，受思想开放程度和外出机会的影响，青年人比中老年人更向往外出旅游，表现出不同年龄层的农民对出游的愿望差异较大。从调查结果看，15 ~ 24 岁和 25 ~ 44 岁的青年人出游愿望高达 94.6 % 和 87.4 %，远远高于 65 岁老年人的 53.5 %（表 2）。所从事的职业类型也影响居民的出游愿望，个体户和小商贩经常在外跑生意，单纯的“见世面”已得到充分的满足，在“时间就是金钱”的导引下，他们的闲暇时间相对较少，单纯旅游的愿望相对低些。而纯粹的农民因为交际的范围相对小些，他们坚信“外面的世界很精彩”，更希望能出去看看。

表 2 不同类型农村居民出游愿望比较（%）

Tab 2 The desire of different types of rural residents to tourism（%）

项目	年龄层（岁）				职业类型					
	15 ~ 24	25 ~ 44	45 ~ 64	65	农民	个体户	教师	小商贩	工人	平均
想	94.6	87.4	76.5	53.5	86.6	72.2	78.9	74.1	78.2	78.0
不想	5.4	12.6	23.5	46.5	13.4	27.8	21.1	25.9	21.8	22.0

：职业类型是指农村居民主要经济来源的职业；工人指在企业打工的农民。

4.2 出游动机

旅游动机是产生旅游活动的内在动力。保继刚认为不同的旅游动机构成了旅游活动的行为层次, 旅游行为层次与旅游动机存在着一定的关系^[20]。受信息等因素的影响, 总体上农村居民出游动机相对单一, 旅游愿望的层次普遍较低。在调查中湖南农民出游动机以精神的动机为主, 为满足“见闻的需求”而“出去看看”的占 58.0%, 为满足“知识的需求”而外出“学习”也有 23.4%, 为满足“欢乐的需求”以“玩”为主要目的占 15.7%。从旅游的层次性^[21]来看, 大多数农民出游愿望处在基本层次, 以提高层次与专门层次为目的则还未起步。在 2001 年对农民旅游者的抽样中^[22], “探亲访友”成为农民现实出游的最大目的, 占 57.63%; 而以见闻需求出去“观光游览”为目的只占 14.31%; 外出做生意的“商务”目的占 4.97%; 以学习为目的的“文化科技交流”占 1.38%。说明湖南省农民出游动机与全国农村出游抽样结果存在较大差异。

调查发现大多数农村居民并没有把探亲访友认同为一种旅游行为, 说明农民对旅游的了解还非常有限。大多数农村居民把外出观光游览作为最大的旅游动机, 值得关注的是, 以增长知识为目的的“学习”动机和以休闲娱乐为目的的“玩”动机已成为时下农民旅游的新动向(分别占 23.4%和 15.7%), 具有巨大的市场潜力。

从年龄层次分析, 青年农民的出游动机明显比老年农民丰富, 而且分布更不均匀(见图 2)。在动机类型上, 15~24 岁的青年农民最想“出去看看”外面的世界; 65 岁的老年人除了“出去看看”外, 还更希望外出“探亲访友”; 而 25~44 岁的青年农民对外出做“生意”有较大的兴趣。年龄越大的农民外出“学习”的动机越少, 而青年人对外面的世界有较大冲动, 希望通过旅游“学习”相关的知识和技能。

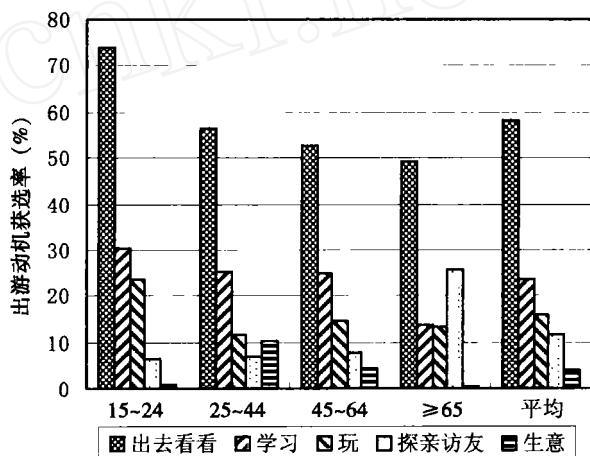


图 2 不同年龄层出游动机特征

4.3 农民的旅游偏好

旅游偏好是影响旅游者旅游决策行为的主要因素之一, 受旅游者个性特征的影响, 旅游偏好存在差异。在调查中, 农村居民最想去的旅游地是“风景名胜区”(43.3%), 其次是“大城市”和“东部沿海地区”, 获选率分别为 21.8%和 14.6%, 城乡之间文化和经济的差别仍然是农村旅游者产生的主要地理背景。另外有 13.4%的居民希望到“发达农村”去旅游, 通过参观访问了解信息, 从发达地区带回知识和技能。

虽然我国城镇化程度飞速发展, 农民对城市风貌依然向往, 老年人更希望有生之年能去看看大城市的风光, 而城市居民却越来越向往乡村的风貌, 正是这种城乡需求的差异形成了我国国内旅游的主要客流方向之一。在调查和访谈中, 年龄越大的人们越向往到“大城市”旅游, 但去西部旅游的热情却越弱。青年人常热衷于知名度高的风景区, 但对乡村旅游不感兴趣, 而中老年人对“发达农村”有较大的偏好(图 3)。敢于冒险是青年旅游者的特点, 在农村青年中同样具有这种冒险意识。受西部大开发的影响, 有 14.3%的 15

~ 24 岁青年人更向往到西部地区旅游，并希望在西部找到致富的新路子，在 65 岁的老年人中仅有 1.3 %。

5 农民出游的时间与花费

5.1 出游时间预计

我国农村大部分地区居民闲暇时间充沛而集中，安排出游时间条件较好，在调查和访谈中，农村居民在出游的时间预算上相当充裕。样本中预计一次出游在 7 天以上的有 19.0 %，预计 6 ~ 7 天的有 25.0 %，预计 4 ~ 5 天的有 25.4 %，预计 2 ~ 3 天的有 22.6 %，而选择一日游的居民只有 8.0 %（表 3）。2001 年全国农村居民国内旅游平均停留天数为 6.87 天，而湖南则高达 8.16 天^[22]。受农时节气的影响，农民主要出游的时间段集中在农闲时间，但因各地农业习俗不同而分布有所差异。在湖南，春节及春耕前是农村闲暇最集中的时期，有 41.6 % 的农村居民可能选择春节出游，而选择春耕前出游的也有 24.2 %。“双抢前”农民要准备双抢的工作，要关注农田耕作情况，一般没有太多的闲暇时间用于出游，这一时期农民出游的可能性仅为 9.6 %。

表 3 农村居民出游天数和出游时期预算（%）

项目	预计出游天数					预计出游时期				
	1d	2~3d	4~5d	6~7d	>7d	春耕前	双抢前	双抢后	春节	其他
15~24a	5.1	19.8	27.2	30.4	17.5	30.8	8.4	11.2	35.9	13.7
25~44a	4.6	18.4	23.4	30.7	22.9	26.1	7.5	12.6	45.3	8.5
45~64a	4.8	20.5	22.4	24.5	27.8	31.5	7.4	14.6	35.6	10.9
65a	17.5	31.7	28.6	14.4	7.8	8.4	15.1	8.8	49.6	18.1
平均	8.0	22.6	25.4	25.0	19.0	24.2	9.6	11.8	41.6	12.8

不同年龄层的农村游客在闲暇时间的分配上存在差异，因此在出游停留时间的长短差异也较大。在调查的样本中，青年人（15 ~ 44 岁）对一次性出游天数的预计表现出一致性，主要集中在 4 ~ 7 天；中年人（45 ~ 64）对安排出游天数较为均匀，特别乐意安排 7 天以上的长途旅游；而老年人（65 岁）则主要集中在 2 ~ 5 天，其中一次性出游 2 ~ 3 天最为可能，受身体和自由支配收入等因素的影响，老年人对一日游的兴趣也较大。

在出游时期的安排上，各年龄层表现出相当高的一致性，由于湖南农村大多数闲暇时间集中在春节至春耕前^[19]，受农事的影响，大多数农民愿意选择在春节期间和春耕前外出旅游。受身体状况和农活特性的影响，老年人平时参与农田劳动的时间要少些，因而闲暇的分布也较为均匀，所以老年人在平时出游的可能性也较大，达 18.1 %（表 3）。受湖

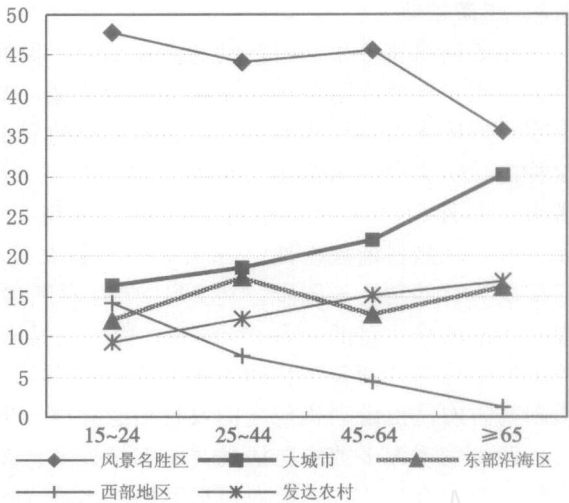


图 3 不同年龄农民的旅游偏好特征

Fig. 3 The feature of tourist taste among rural residents at different ages

南春天多雨低温的影响,老年人在春耕前出游的可能性最小,而中、青年人大多想利用春节后农忙前的一段时间外出看看,找寻致富的路子,他们在春耕前出游的可能性较大。

5.2 预计出游花费

从消费水平分析,城市居民出游的消费水平远高于农村居民,2001年城镇居民旅游花费为739.70元/人次,农村居民则为209.07元/人次^[3]。但农村居民对出游花费的预计要比实际支出高得多。调查结果表明,湖南农村居民对出游的花费预计普遍较高,25.8%的居民认为旅游花费最好在500~1000元/人次,而25.7%的居民愿意花费1000~2000元/人次,甚至有13.1%的人预计花费超过2000元/人次,只有35.4%的农民选择一次出游花费在500元以下,预计平均花费水平远高于2001年我国农村居民实际每人次旅游花费。湖南是传统农业大省,农民受传统文化的影响根深蒂固,大多数湖南农民认为外出旅游就是出远门,而“穷家富路”的思想对农民的影响深远,说明农村旅游市场的潜力一旦发挥出来,其能量是巨大的。因此,培育好农村旅游市场对扩大内需、激活国内消费市场具有显著的作用。

6 影响农村居民出游的因素

6.1 影响出游的客观因素

虽然大多数农村居民向往外出旅游,但受各方面因素的影响,大多数农民对出游还是一种愿望,客观上还有相当一些因素制约着农民出游。在我国,城镇居民出游的先决条件是“有钱”、“有闲”,即有足够的可自由支配收入和足够的闲暇时间。而在我国广大的农村,制约农民出游的主要因素还是经济条件。在调查样本中,有57.6%的农民认为家庭收入是制约出游的最主要的客观因素。而担心外出旅游会“影响生产”和不能“照顾家庭”也是制约农民出游的主要原因之一。值得注意的是,还有28.0%的样本农民认为“没时间”是制约他们出游的原因,这与农村闲暇时间充足是不相符的,当然这部分农民是相对忙碌的,他们大多是家庭的支柱,或是在乡村做小生意,整天为家庭或生意四处忙碌和奔波,相对“没时间”。

由于教育程度、旅游信息等原因,年龄越大的人对旅游的了解越少,这也制约了这部分农民外出旅游。受我国“在家千日好,出门万事难”等传统观念的影响,老年人出游更关注安全问题和交通问题。随着年龄的增长,“不安全”成为限制出游的可能性越大。在调查中,中、青年人比老年人更认为“没钱”是限制出游的主要原因。25~65岁的农民是农业生产的主劳力和家庭的支柱,他们出游受到“生产”和“家庭”的限制更大,分别为11.1~14.8%和10.1~17.2%;而25岁以下的青年人和65岁以上的老年人在这方面的顾虑较少。

6.2 限制出游的主观因素

旅游活动是一项主观性较强的活动。在调查样本中,“对旅游不了解”是限制出游的最主要原因,有37.1%的农民因为不了解而不敢贸然出游,而且四个县市表现出高度一致的特征。值得关注的是,目前国内旅游市场“赶集式”的旅游安排也影响了农民出游,有26.3%的居民认为旅游会产生疲惫、劳累等“负面作用”而对外出旅游敬而远之,尤其在地处偏僻的华容和新宁两县表现更为突出,选择的比率高达39.7%和38.9%。这也要求我们在开发和培育农村旅游市场时,要真实考虑农民旅游的需求,推出适合农民的旅游产品。此外,有20.3%的调查样本认为自己学历太低,知识不够或未见过世面,外出

旅游会影响旅游活动的顺利进行。而主观讨厌和认为旅游没意思或没意义的人则相对较少,分别只有 4.8%和 12.5%。这进一步说明农村居民对旅游的态度普遍较好。

7 结论与建议

7.1 农村旅游市场潜力巨大

随着农民收入的不断增加,自上世纪 90 年代以来,农村居民国内出游总人次和旅游消费总额持续升高,农村居民已成为我国国内旅游的重要客源市场。在湖南省四个样地的调查结果也表明了农村居民出游潜力巨大,有 66.8%的农民支持开展旅游活动,并有 51.9%的样本完全支持农民出游。另一方面,农民预计出游的时间普遍较长,预计旅游花费较高,为农村旅游市场的培育与开发提供了有力的保障和良好的心理基础。

7.2 对农村旅游市场应给予必要的重视

在国家全面建设小康社会、构建和谐社会的今天,开发农村旅游市场对提高农村居民的生活质量、减少城乡差距、促进城乡协同发展有着重大的意义。虽然从目前的旅游花费来看,农民出游的平均消费还较低,但如果除去一日游的近程游客,中长程农民旅游者的消费还是相当可观。政府和旅游企业应该对农民旅游给予足够的重视,大力培育农村旅游市场,引导农民走向健康、适宜的旅游天地,增长农民的见识,提高农民的生活质量,丰富农民的精神生活,陶冶农民的情操,充分发挥旅游的经济效益、社会效益和环境效益。

7.3 启动农村旅游市场条件基本成熟

在国家“三农”政策的引导下,农民的负担逐年减少,农民的收入连年稳步增长,在充裕闲暇时间的催化下,农民旅游的需求渐渐升温,农村居民出游率也越来越高,农村旅游市场启动的条件日渐成熟。从湖南的调查结果来看,有 57.7%的农民有过包括一日游在内的旅游经历,而高达 78%的居民想出游或想再次出游,表明旅游已渐渐成为农民的普遍需求。在出游动机、出游范围和目的地选择等方面趋于多样化,这为丰富的旅游产品在农村推广提供了潜在的市场,只要通过合理的激发和引导,农村市场将转化为巨大能量的现实旅游市场。

7.4 开发适宜农民市场的系列旅游产品

我国农村地域广阔,区域差异较大,在开发农村旅游市场的过程中应循序渐进,切忌千遍一律、遍地开花,各地要结合本地农村的特点,制定恰当的市场营销策略,开发适销对路的旅游产品,满足农民出游的需求,引导农民参与旅游。在向农村推出旅游产品的过程中,要充分了解农民的旅游需求,开发一批有特色、有吸引力的旅游产品,适应农村旅游市场和发展空间,是推进农村精神文明和政治与生态文明建设的重要举措。

针对湖南农民想“出去看看、增长知识、学习技能、娱乐休闲”等主要旅游需求,应有步骤地开发一批适合他们的旅游产品,逐步构建农村旅游营销网络,培育农村旅游市场,安排有农民特色的旅游线路。

(1) 鼓励大型旅游企业进行农村旅游市场的培育与开发,依托企业的资金和咨询资源,以县城为据点,以乡镇、村委为网点,逐步构建农村旅游产品销售网络。大多数农民的出行距离较短,通常限定在县域范围以内,而乡镇、村委是赶集和经常光顾的地方,也是农民各种信息来源的主渠道,在农民心中具有较高的信誉度。旅游产品信息通过在县城建立营销据点,并逐步向县域范围辐射,形成“县—乡—村”的旅游营销网络,为农民出游提供必要的旅游信息,激发农民的出游动机,帮助农民作出决策,从而减少农民

出游的顾虑。另一方面, 利用乡、村网点宣传和代理农民旅游业务, 既能节省大量的促销费用, 还具有好的营销效果, 从而实现旅游企业和农民的双赢。

(2) 从农民的需求出发, 开发出实惠而有特色的旅游产品, 逐步形成农民喜爱的旅游品牌。一方面推出“百万农民游长沙”等都市风貌观光产品和“三湘农民看潇湘百景”的湖南百景观光旅游产品, 以满足农民追求最大信息量的观光需求。另一方面, 实施旅游与观摩相结合、旅游与农业科技相结合, 推出“农民科技游”、“特色农业观摩游”、“农村致富样板游”、“新婚蜜月游”、“实惠购物游”、“精彩欢乐游”等特色旅游产品, 由点到面, 打造农民自己的旅游品牌。

参考文献:

- [1] 郭焕成, 等主编. 海峡两岸观光休闲农业与乡村旅游发展. 北京: 中国矿业大学出版社, 2004.
- [2] 裴泽生. 关于开发我国农村旅游市场的几点思考. 旅游调研, 2002, (6): 25 ~ 28.
- [3] 中华人民共和国国家旅游局. 中国旅游年鉴 2003. 北京: 中国旅游出版社, 2004. 33.
- [4] 孙富海. 农村的旅游市场开发. 外向经济, 1998, (2): 43 ~ 45.
- [5] 周燕, 李祝舜. 我国农民旅游市场开发初探. 旅游学刊, 2004, 19(4): 23 ~ 27.
- [6] 张朋, 曹新向, 梁留科. 关于开发农村居民旅游市场的思考. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2004, 4(1): 19 ~ 23.
- [7] Lankford S V, Howard D R. Developing a tourism impact attitude scale. Journal of Travel Research, 1994, 21(1): 121 ~ 139.
- [8] Johnson J D, Snepenger D J, Akis S. Residents' perceptions of tourism development. Annals of Tourism Research, 1994, 21(3): 629 ~ 642.
- [9] 章锦河. 古村落旅游地居民旅游感知分析——以黟县西递为例. 地理与地理信息科学, 2003, 19(2): 105 ~ 109.
- [10] 吴忠宏, 洪常明, 钟林生. 居民对生态旅游认知与态度之研究: 以澎湖列岛为例. 旅游学刊, 2005, 20(1): 57 ~ 62.
- [11] 丁健, 等. 广州市居民出境旅游行为. 地理研究, 2004, 23(5): 705 ~ 714.
- [12] 杨学燕, 金海龙. 居民出游决策行为与家庭结构的关系探讨——以宁夏回族自治区为例. 旅游学刊, 2004, 19(4): 14 ~ 18.
- [13] 苏勤, 等. 基于态度与行为的我国旅游居民地的类型划分——以西递、周庄、九华山为例. 地理研究, 2004, 23(1): 104 ~ 114.
- [14] 李燕琴, 等. 北京市生态旅游者的行为特征调查与分析——以百花山自然保护区为例. 地理研究, 2004, 23(6): 863 ~ 874.
- [15] Ap J, Crompton J L. Residents' strategies for responding to tourism impacts. Journal of Travel Research, 1993, 32(1): 47 ~ 50.
- [16] 魏小安. 中国“三农旅游”的发展. 见: 张广瑞, 等主编. 2003 - 2005 中国旅游发展: 分析与预测. 北京: 社会科学文献出版社, 2005.
- [17] 湖南省统计局编. 湖南统计年鉴 2002. 北京: 中国统计出版社, 2002. 81, 403 ~ 405.
- [18] 杨载田 主编. 中国旅游地理. 北京: 科学出版社, 1999. 260 ~ 268.
- [19] 郑群明, 贺小荣, 陈耿. 农村居民闲暇生活特征研究——以湖南省为例. 人文地理, 2004, 19(1): 17 ~ 21.
- [20] 保继刚. 旅游者行为研究. 见: 保继刚, 等. 旅游开发研究. 北京: 科学出版社, 1996. 49.
- [21] 刘振礼, 王兵. 新编中国旅游地理. 第二版. 天津: 南开大学出版社, 2001. 21.
- [22] 国家旅游局政策法规司, 等编. 中国国内旅游抽样调查资料 2002. 北京: 中国旅游出版社, 2002. 9, 112, 133.

Study on the feature of tourism perspective of rural residents :taking Hunan Province as a case

ZHENG Qun-ming¹, ZHONG Lin-sheng²

(1. College of Tourism, Hunan Normal University, Changsha 410081, China;

2. Central South Forestry University, Research Centre of Forest Recreation, Changsha 410004, China;

3. Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, CAS, Beijing 100101, China)

Abstract :Based on sampling surveys of 1,200 rural residents with questionnaires in Liuyang city, Huarong county, Xinling county and Fenghuang county of Hunan province from 2001 to 2003, this paper makes a detailed analysis of the tourism perspectives on the 1,077 effective samples. Some conclusions are drawn as follows:

In Hunan, more and more rural residents become to know tourism while only 1.9% of the samples "never heard about" tourism. However, there is difference in the four survey regions. In Liuyang and Fenghuang, rural residents know more tourism knowledge than the other two regions, because tourism has long been developed there.

Rural residents have positive attitudes to tourism in Hunan. Most of them accept tourism as a product, but there are different tourism perspectives among different age groups and different regions in the province. The tourism assent rate related to residents gained from tourism. The residents' assent rate is higher in Fenghuang than the other regions, and the rate is the lowest in Huarong.

Tourism motivation of rural residents is multiplicity, but their purpose of touring is simple. Tourism hobbies of rural residents are affected by age and economic level. Especially, in Hunan, tourism hobbies of rural residents are inclined to sightseeing and learning-technology tour. Scenic spots are the most popular sites for rural residents, and big cities and eastern region are other tourism destinations of the rural residents.

Most of the rural residents have a desire to go out for travel. Rural residents have abundant and centralized time for travel, whereas their budgetary outlay is normally higher than their actual expenditure. Especially, the older residents are inclined to choose 2~7 days tour, but the youngsters are inclined to 4~7 days or over 7 days tour.

The main limited factors for rural residents' touring are income, and farming season and housework are the limited factors for young and middle-aged rural residents. However, the older residents are worried about the security and traffic conditions. And the subjective factors including in-comprehend tourism and the negative effect.

Key words :rural residents;tourism perspective;tourism motivation;influencing factor