

文章编号:1007-2985(2012)04-0120-05

珠三角地区乡村旅游客源的市场结构特征*

郭丽^{1,2}, 章家恩²

(1. 罗定职业技术学院经济管理系, 广东 罗定 527200; 2. 华南农业大学热带亚热带生态研究所, 广东 广州 510642)

摘要:通过调查及数据统计,对珠三角地区乡村旅游客源市场的地域结构和游客特征进行分析,结果显示,该地区乡村旅游客源市场在地域上相对集中,市场稳定,游客群体以收入和文化程度都较高的中青工薪阶层为主.珠三角乡村旅游在今后的发展中,需要优化保持珠三角主体市场,重点拓展粤东西北和港澳台入境客源市场,合理发展其他省份和地区潜在市场.同时,要注重企业上班族、公职人员、求学学生、中产阶层以及离退休职工这5大细分市场的开发.

关键词:地域结构;游客特征;乡村旅游;珠三角

中图分类号:F592.765

文献标志码:A

DOI:10.3969/j.issn.1007-2985.2012.04.027

近年来,随着“假日经济”的启动,国内的旅游消费结构发生了重大变化,专线旅游在减少,短线旅游和城市周边旅游在增加^[1],特别是随着私家车拥有量逐年增加,近距离的自驾车出游市场增长迅速.研究表明,中国城市居民旅游和休闲出游市场中40%以上的目的地是城市周边的乡村地区.巨大的市民周末游憩市场在近距离出行规律的作用下,频繁地指向郊县(区)^[2].乡村旅游作为环城游憩带的重要组成部分,在旺盛需求的带动下进入了一轮高速发展期,在一些城市已形成固定的乡村游客群体^[3].

珠三角乡村游发展势头、火热程度均高于全国各地.清新的空气、乡土的气息、民俗的风情、田园的风光吸引着珠三角地区居民走向理性出游消费,更多人选择了在节假日避开人流高峰的近郊短途旅游^[4].同时,乡村旅游也逐渐开始占领该地区旅行社出游市场,在旅行社的旅游产品中,乡村游占据的比例以约10%的速度逐年上升,2008年乡村游的产品数量已占总产品数量的40%左右.分析客源市场地域结构和游客特征可以为该地区主体市场的深度研究奠定基础,有利于客源市场的科学定位和进一步的开拓.

1 研究方法 with 数据来源

本研究主要采用的是市场问卷调查法和半结构式访谈法,以此作为对珠三角乡村旅游市场游客特征分析的数据基础.选取了珠三角地区具有代表性的田园风光旅游地、农业园区、乡村度假村、古建筑古村落和民俗风情村五大类乡村旅游景点作为调查点.调查对象为到上述各景点旅游的游客.调查共发放问卷1500份,回收1387份,有效问卷为1178份,有效率78.53%.调查结束后,笔者通过Excel进行数据统计,并对该地区乡村旅游客源市场的地域结构和游客特征进行了分析.

* 收稿日期:2012-05-21

基金项目:广东省科技厅软科学基金资助项目(2006B70103029;2011B070300069)

作者简介:郭丽(1981-),女,四川宜宾人,罗定职业技术学院经济管理系讲师,主要从事生态旅游和乡村发展研究

通讯作者:章家恩(1968-),男,湖北广水市人,华南农业大学热带亚热带生态研究所教授,博导,主要从事生态学、农业与农村的可持续发展等方面的研究;E-mail: jeanzh@scau.edu.cn.

2 珠三角乡村旅游客源市场的地域结构分析

乡村旅游客源地及其结构取决于2个方面:(1)乡村旅游现实的客源地市场及其地域结构;(2)机会市场的拓展。在乡村旅游现实的客源地市场体系中,一些地区并不是现有市场的主要客源地,但对乡村旅游具有较大的市场需求,此类市场为乡村旅游的机会市场。

从本次的调查结果来看,珠三角乡村旅游地的游客主要来自广东省内,其中496人是来自目的地所在市区,占42%,有349人来自珠三角地区,占30%,167人来自粤东西北地区,占14%。港澳台以及其他省份和地区的游客分别只占了总人数的8%和6%(见图1)。统计表明,珠三角乡村旅游客源地主要集中在珠三角地区(占72%),粤东西北地区、港澳台以及较远距离的其他省份客源的游客数量相对较少(注:图中标注数字均表示该选项人数所占总人数的百分比,下同)。

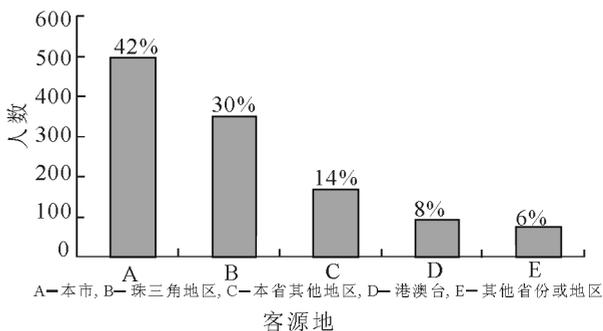


图1 珠三角乡村旅游客源地构成

调查数据和分析表明珠三角地区乡村旅游的客源市场在地域上相对集中,客源稳定。在未来的一段时间里,珠三角乡村旅游客源市场的地域结构仍将由以下几大类构成:

(1) 珠三角主体市场。据有关研究表明,接待旅游者的人数占到总接待人数的40%~60%,便为其一级市场或主体市场。目前,本市及珠三角地区占据了该乡村旅游市场的72%,是珠三角乡村旅游发展的主体市场,未来也必将由这一主体市场支撑和带动发展。

(2) 粤东西北地区以及港澳台二级客源市场。作为广东的先富地区,尤其是近年来新农村建设及乡村旅游的蓬勃发展,吸引了粤东西北前来参观和学习的大批人群。而港澳台与广东毗邻,许多居民原籍珠三角,因地缘、亲缘关系,他们经常回乡祭祖、探亲旅游或是进行经贸交流,成为了珠三角地区乡村旅游的重要客源。

(3) 其他省份和地区三级客源市场。珠三角作为改革开放先行一步的地区,在经济、文化、科技、金融业和服务业都位居全国前列,很多省份和国外的人都希望来珠三角参观学习,这也就形成了来珠三角学习交流的庞大队伍。而珠三角优越的生态状况、优美的自然景观以及与之相异南国风情对他们具有强烈的吸引力,这是珠三角乡村旅游具有发展潜力的大市场。

3 珠三角乡村旅游客源市场的游客特征分析

市场面的宽窄,反映了潜在市场量的大小,可以通过游客的人口学特征来反映^[5]。人口学特征(性别、年龄、职业、收入、文化程度、常住地等)可以在很大程度上反映旅游者的特质。由于每个人的人口学特征的不同,使得他们在认知、情感和活动偏好等方面也都会存在着一定的差异。反映到旅游决策过程中,不仅要受到共性特征(感知环境)差异的影响,同时还要受到个性(认知、情感和活动偏好)差异等因素的影响。可以说,人口学特征是旅游市场最基本的特征,调查和分析游客的人口学特征是研究珠三角乡村旅游客源市场的首要工作。本次抽样调查的结果和分析如下:

(1) 男女比例特征。一般而言,不同性别的旅游者的旅游需要有很大的差异。在本次抽样调查中,男性稍多于女性,性别比例均衡,分别为53%和47%(见图2)。可见,珠三角地区的乡村旅游景点对男性和女性都具有吸引力,没有表现出男女比例失衡的情况。

(2) 年龄结构特征。不同年龄段的游客由于身体机能和生活阅历的不同,将对不同的旅游方式产生不同的兴趣选择,因此在相同文化和经济水平条件下,不同年龄阶段的游客常常会有不同的旅游选择。调查结果表明,珠三角乡村旅游者主要集中在19~40岁之间,占69%(见图3)。由此可见珠三角地区乡村旅游对中青年人的吸引力最大。这部分人群以有闲暇时间的大专、本科学生以及有钱的工薪阶层为主,他们对乡村旅游的意义均有较为明确的理解,是珠三角乡村旅游客源当中最为重要的旅游消费群体。

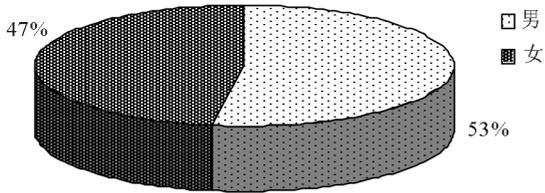


图 2 珠三角乡村旅游者男女比例结构

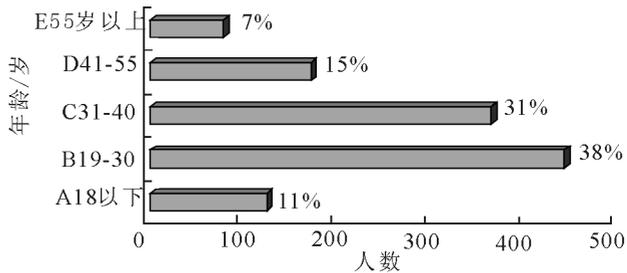


图 3 珠三角乡村旅游者年龄构成

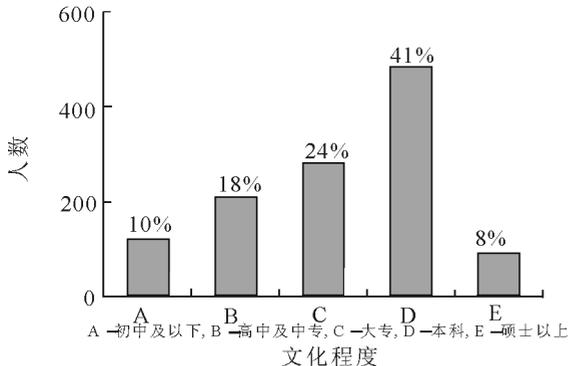


图 4 珠三角乡村旅游者文化程度构成

(3) 文化程度特征. 不同的文化程度客观地反映了人们所受教育层次差异,同时也间接的影响到人们的感知范围以及感知深度.在此次抽样调查中,初中及以下和硕士以上的游客数量相对较少,分别占10%和8%,游客群体以大专和本科高文化层次为主,占了65%,高中及中专的有209人,占18%(见图4).统计数据表明,珠三角地区乡村旅游的游客文化层次较高,客源素质好.

(4) 职业分布特征. 职业不同,工作的环境气氛也不同,所属的团体也不一样,这不仅会影响到人们个性的形成和发展,导致人们偏好上的差异,另外,由于职业的不同直接导致收入水平的不同,最终影响到此类职业从事者的旅游消费水平与消费行为.

统计数据表明,珠三角乡村旅游游客的职业分布广泛且比较均衡(见图5).其中前三位的分别是企业管理人员318人,占27%,学生176人,占15%,公务员158人,占13%,这与他们的休闲时间及对乡村的需求有关.离退休人员虽然有充裕的闲暇时间,但仅占总体游客量的8%.因此,对这部分客源还有待于深入开发.

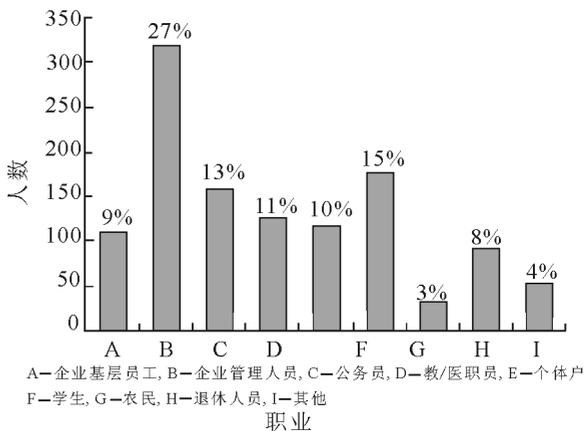


图 5 珠三角乡村旅游者职业构成

(5) 收入水平特征. 一个人的收入水平决定了一个人能否最终实现旅游欲望以及真正实施旅游行为后旅游消费水平的高低.在本次抽样调查数据显示,80%的游客月收入处于中等水平,主要集中在2000~4000元(见图6)之间.结合珠三角的消费水平,在职人员的平均收入水平大约在2000~4000元之间,调查统计结果与实际情况较为符合,这也说明了珠三角乡村旅游因距离近程、消费较低等原因吸引着众多的游客.

(6) 游客常住地特征. 空间因素对旅游行为的影响表现在两个方面:一是常住地与旅游目的地之间的环境差异,二是市场驻地与旅游目的地之间的空间距离.常住地对一个人旅游决策行为和偏好都有很大的影响,是乡村旅游市场细分的一个重要因素.从本次调查的结果来看,城镇居民占了珠三角乡村旅游市场的主要市场份额,常住地为市区的为709人,占60%,常住地为镇的为318人,占27%.来自乡村地区的游客较少,仅占13%(见图7).统计结果表明,久居城市的居民偏好宁静、休闲旅游地,回归自然的需求比较强烈.而常住在乡村地区的对乡村旅游的期盼不大,少数人会选择到与本地区民俗风情不同的其他乡村去体验或参观学习.

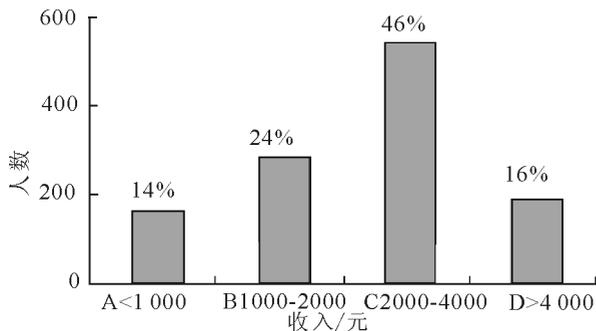


图6 珠三角乡村旅游者收入水平构成

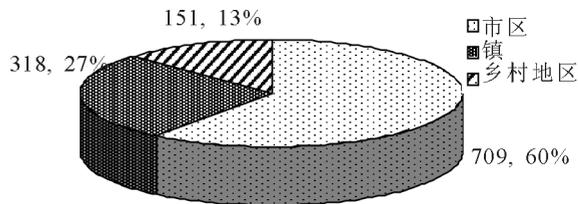


图7 珠三角乡村旅游者常住地构成

本次调查结果以及分析表明,珠三角乡村旅游游客的大部分人口学特征指标都相对集中.从性别上看男女比例基本持平.从年龄结构来看,19~40岁这一年龄段的中、青年是乡村旅游的主力军,占了69%.从受教育程度、职业和收入相关度最高的3大指标来看,大专及本科居多,占了65%,高中及中专其次,主要是因为有一定学历的管理阶层人员或干部有更好的经济条件,他们的收入多在2000元以上.从常住地来看,本市及珠三角地区长居城镇的游客最多.

4 结论与建议

4.1 珠三角乡村旅游客源市场的地域特征及优化

珠三角地区乡村旅游的客源市场在地域上相对集中,市场稳定.在今后客源市场的开发中应在保证近距离客源市场的前提下,注意倾向于港澳台及国内高质量客源市场的进一步开发.

(1) 优化保持珠三角主体市场.珠三角地区快速发展的经济使得人民生活水平不断的提高,旅游逐渐成为人们生活的必要需求.回归自然、返朴归真成为人们的休闲时尚,人们越来越希望到农村和农业环境去寻求旅游空间,欣赏田园风光,享受农家欢乐^[6].另外,随着休闲制度的改革即“五一”黄金周法定节假日从过去的3d变为1d,传统节日清明、端午、中秋3大传统节日各放1d,这些都为历来重视传统的广东居民提供一个纪念传统节日的短途出游机会.珠三角乡村旅游在今后务必结合这一主体市场的需求特征来优化发展.

(2) 重点拓展粤东西北和香港、澳门、台湾入境客源市场.乡村旅游一个重要的功能是扶贫和示范作用,因此,珠三角可以通过建立乡村旅游示范区吸引大批粤东西北地区的游客前来参观学习.而港澳游客一直以来都是广东省优势入境客源,占广东省入境客源95%以上.随着粤港澳社会经济联系的频繁、旅游资源与市场的共享加强以及近年来两岸经贸往来的密切,珠三角凭借良好的地缘优势和资源特色,港澳台游客数量与日俱增.珠三角这种得天独厚的地理优势,不仅可以吸引大批港澳台游客利用返乡探亲的机会参与度假型乡村旅游,还可以吸引更多经港澳台的外国人有机会接触到省内一些乡村旅游景区.

(3) 合理发展其他省份及地区潜在市场.由于地域文化的差异、城市景观和乡村景观的差异,乡村旅游对80%以上来自城市居民群体具有诱惑性.桂林阳朔地区利用秀甲天下的岩溶山水和热带亚、热带农家小景,吸引了国内外游客观光休闲;湖南张家界景区内及景区边缘乡村地区的土家风情和家庭饭馆,对全国甚至全世界游客也显示出了同样效果.对于远距离的省外游客来说,他们一般都是慕名而来的,渴望体验岭南独具特色的田园风光,乡村旅游地的知名度至关重要.高质量和有特色的乡村旅游产品,只要经过精心塑造和有效经营,其他省份及地区这一市场还有可能发展成为二级市场甚至一级市场.

4.2 珠三角乡村旅游客源市场游客特征及重点开发对象

珠三角乡村旅游景点的游客大多为文化层次较高、收入较稳定的中青年,老年旅游者所占比例不高.从职业构成上来看,企事业单位职员、管理者、公务员与教医职人员、学生是珠三角乡村旅游的主体.根据以上结论以及未来的发展趋势,珠三角乡村旅游客源市场的拓展中需要特别关注以下几大细分市场:

(1) 企业上班族.在经济珠三角这样快节奏的城市,企业上班族的工作压力不言而喻.绝大部分上班族认可旅游是缓解压力最有效的方式,通过到近郊观赏乡村风光、体验民俗风情与文化以及感怀乡土气息,不但能改变单调的生活,更能使全身心都得到放松.目前,企业上班族是珠三角乡村旅游最主要的客源

群体.

(2) 公务员与教、医职人员. 这部分人群收入较高且来源稳定,文化层次高,闲暇时间充裕,对乡村旅游有较多的认识和强烈的需求愿望,他们是珠三角地区最稳定的乡村旅游者.

(3) 求学学生. 在珠三角地区,家长和学校都特别重视对孩子的全面培养,乡村的特殊性使之具有无可比拟和替代的教育优势,这种特殊需求可以通过乡村旅游的形式得到满足. 在乡村体验旅游中突出农业科普知识、趣味性、参与性、环保等主题,依托独特的农业旅游资源,开发中小學生春游、郊游等活动,具有较好的发展前景^[7]. 目前,学生群体在珠三角人口中占有相当大的比例,这部分市场具有数量大、稳定和持久的特点,发展前景广阔.

(4) 中产阶级. 城市中文化素养较高的先富者,如企业家、商人及个体经营者. 对于这些事业比较成功的人士,在商场中打滚久了,难免身心疲倦. 他们一般会选择到乡村出游,除了能放松身心外,还能利用乡村优美的自然地理环境,招待客户和联络感情. 他们是珠三角乡村旅游非常重要的客源对象.

(5) 离退休职工. 很多离退休人员都来自于农村,落叶归根的传统思想使他们对农村有特殊的眷恋和情怀. 在退休之后,他们大多希望重新感受乡村生活的气息. 因此,乡村旅游对他们有非常强烈的吸引力. 对于一直生活在城市却喜欢乡村自然幽美环境的退休人员,对乡村旅游也是很向往的. 这部分人群都有很好的退休收入,完全是有钱有闲同时又有动机的客源,属于珠三角乡村旅游中有较大的发展潜力的客源市场.

参考文献:

- [1] 魏小安. 对发展中国家环城市旅游度假带的思考 [N]. 中国旅游报,2001-09-07(1).
- [2] 吴必虎,黄琛玮,马小萌. 中国城市周边乡村旅游地空间结构 [J]. 地理科学,2004,24(6):57-763.
- [3] 马勇,赵蕾,宋鸿,等. 中国乡村旅游发展路径及模式——以成都乡村旅游发展模式为例 [J]. 经济地理,2007(2):336-339.
- [4] 郭丽,章家恩. 珠三角乡村旅游升级发展问题探讨 [J]. 广州番禺职业技术学院学报,2010,9(1):53-57.
- [5] 粟路军,王亮. 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 [J]. 旅游学刊,2007,22(2):67-71 50-51.
- [6] 郭盛晖,吴水田. 论珠江三角洲农业旅游的发展 [J]. 特区经济,2005(4):50-51.
- [7] 徐颂军,保继刚. 广东发展农业生态旅游的条件和区域特征 [J]. 经济地理,2001(3):371-375.

Characteristics of Rural Tourism Market Structure in Pearl River Delta

GUO Li^{1,2} ZHANG Jia-en²

(1 Economics and Management Department, Luoding Polytechnic College, Luoding 527200, Guangdong China;
2. Institute of Tropical and Subtropical Ecology, South China Agricultural University, Guangzhou 510642, China)

Abstract: Some statistical data from survey are used to analyze the regional structure of tourist market and the characteristics of tourists. It is concluded that the source of tourists are geographically centralized, and the number of tourist is relatively stable. The primary tourist source markets are composed of the middle-aged and the young wage earners whose income and education levels are high. For the future development of rural tourism in Pearl River Delta, it is necessary to enhance the key market in the Pearl River Delta; to expand tourist market in the east, west and north of Guangdong, Hong Kong, Macao and Taiwan; and to exploit the potential markets in other provinces and areas. Meanwhile, attention must be paid to the development of the five key market segments which are constituted by office workers, officers, students, middle class and retired workers.

Key words: regional structure; tourist characteristics; rural tourism; Pearl River Delta

(责任编辑 陈炳权)