

成都市乡村旅游存在的主要问题及对策

马治鸾 (成都理工大学, 四川成都610059)

摘要 笔者调查分析了近6年来成都乡村旅游的发展现状,提出了乡村旅游过程存在的主要问题,并给出了相应对策。

关键词 乡村旅游; 旅游产品; 成都

中图分类号 F590.3 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2008)27-11897-05

Min Existing Problems and Countermeasures of Chengdu Rural Tourism

MA Zhi-luan (Chengdu University of Technology, Chengdu, Sichuan 610059)

Abstract The development status of Chengdu rural tourism in recent 6 years were investigated and analyzed. Main existing problems in the rural tourism process were pointed out and some countermeasures were given.

Key words Rural tourism; Tourism product; Chengdu

成都市乡村旅游历经20余载的发展已开发各类乡村旅游景区(点)近40个,年接待乡村旅游者近3640万人次,乡村旅游接待收入达14.3亿元。乡村旅游已经成为市民近距离观光休闲、康体娱乐的一种重要方式。但深入分析发现,成都市乡村旅游还停留在资源消耗型的粗放型发展阶段,其产品结构性调整与优化、产业转型迫在眉睫,并且其可持续发展空间巨大。本文拟就此问题探讨如下。

1 成都市乡村旅游发展概况

成都乡村旅游1987年发轫于郫县农科村。经过20余年

发展,乡村旅游地已遍及郊野,游客接待量逐年上升,旅游收入急剧增加,乡村旅游已经成为一种重要的新兴产业和休闲方式。据统计,成都市2007年接待乡村旅游者3639.6万人次,实现乡村旅游接待收入14.3亿元,从事乡村旅游经营的“农家乐”达到8527家,分别较上年增长6.3、35.4和8%。从统计数据分析,自2002年至2007年,成都市乡村旅游呈加速发展态势(表1)^[1-2]。

目前,成都市乡村旅游地大致可以划分为6种类型:即以农家独特田园风光为依托,以绿色生态休闲为主题的农

表1 成都市乡村旅游统计

Table 1 The statistics of the rural tourism in Chengdu

(2002~2007)

年份 Year	乡村旅游年总收入 亿元 Annual total income of rural tourism	乡村旅游年接待量 万人次 Annual received persons of rural tourism	农家乐经营户 家 Operating household of farm tourism
2002	总量 Total amount 4.8	1 384.0	4 125.0
	增长率 %Increase rate 13.1	11.9	2.8
2003	总量 Total amount 5.4	1 574.5	4 279.0
	增长率 %Increase rate 15.4	13.8	3.7
2004	总量 Total amount 6.2	1 511.0	4 559.0
	增长率 %Increase rate 14.8	- 4.0	6.5
2005	总量 Total amount 7.3	2 038.0	5 596.0
	增长率 %Increase rate 17.7	34.9	22.7
2006	总量 Total amount 12.6	3 423.9	7 895.0
	增长率 %Increase rate 72.6	68.0	41.1
2007	总量 Total amount 14.3	3 639.6	8 527.0
	增长率 %Increase rate 13.4	6.3	8.0

注:资料来源:成都市旅游局、统计局数据和网上公布数据。

Note: The data are from Travel Bureau and Statistical Bureau of Chengdu and the announced data on the network.

家园林型; 以成片花园、果园、茶园为依托,以赏花摘果品茶、园艺习作为主题的花果观赏; 以乡村风土民情、人文古迹为依托,以民俗旅游为主题,为游人提供农家风味服务的“古迹民俗型”; 以乡村山区森林植被为依托的生态观光型; 以现代高科技农业为依托,以学习增长知识为主题的“观光农业型”; 以山地、河流、温泉、湖泊等资源为依托,以滑雪、漂流、荡舟、爬山、温泉洗浴、高尔夫等项目为载体的运动健身型。

2 成都市乡村旅游发展中存在的主要问题

2.1 人均花费偏低 据统计分析,成都2002至2007年乡村旅游人均每次花费(除旅游交通支出)基本维持在34~42元/人·次。导致如此低廉的人均每次花费的主要原因有二:一是乡村旅游消费结构太单一,除餐饮、品茗、棋牌活动之外,其他消费项目十分缺乏;二是缺乏有效管理乡村旅游经营主体多是家庭农户为主的个体户,他们沿袭了我国传统小农经济的生产模式,并且无序竞争,相互恶意杀价,最终导致乡村旅游行业整体利润下降甚至是保本经营。

2.2 产品结构单一 成都各主要乡村旅游地的主要旅游产品大多雷同,旅游项目不外乎赏花摘果、生态园林观光、乡村民俗风情、宗教朝拜等,休闲娱乐亦不过打麻将、棋牌活动、

基金项目 成都市旅游资源评价与可持续发展项目(05RKBC305)。

作者简介 马治鸾(1971-),男,四川巴中人,在职博士,讲师,从事旅游资源开发与保护研究, E-mail: zhiluanma@163.com。

收稿日期 2008-07-18

浴足、保健和卡拉OK等活动,这些产品自乡村旅游发展之初沿袭至今,没有多大变化,而且各地差不多,千人一面。而能够体现乡村旅游特色的农事体验型、乡村康体健身型的旅游产品十分缺乏,不能满足多样化的市场需求。

2.3 旅游流时间分布不均衡 据统计,成都市2006年3个黄金周共接待各类游客1 234.23万人次,旅游综合收入45.76亿元,分别占全年总量的30.39%和13.45%。黄金周游客人均每次花费371元,仅相当于全年游客人均每次花费的44.3%;2007年3个黄金周共接待各类游客1 474.7万人次,旅游综合收入56.44亿元,分别占全年总量的34.04%和13.59%。黄金周游客人均每次花费383元,仅相当于全年游客人均每次花费的44.0%。可见,黄金周期间接待游客大部分仍然是本地旅游者。

2.4 服务设施有待完善,质量有待提升 成都市在乡村旅游服务质量规范化管理方面进行了大胆探索,并取得较好成果。2004年5月发布实施了《农家乐开业基本条件》和《农家乐旅游服务质量等级划分及其评定》地方标准。依据这两个标准,2006年9月又颁布实施了《成都市农家乐旅游服务质量等级评定实施细则(试行)》。2007年10月发布了《成都市〈四川省旅游条例〉实施办法(草案)》,该《草案》在全国率先对农家乐的管理提出原则性的法律规范和相关制度保证。这些地方法规的实施极大改善了成都市乡村旅游服务质量,但成都市乡村旅游服务质量提升仍然任重道远。据统计,成都市2006年有“农家乐”7 895家,其中已评定星级的农家乐只有453家,仅占总量的5.7%,且五星级仅2家,四星级也只有22家。建设乡村酒店101家,其中通过评审的仅有4家。另外,大部分乡村旅游景区(点)的解说系统、标示系统、急救服务、金融服务系统不规范和不完善,没有多语种解译,安全提示标示和残疾人服务设施十分缺乏。服务礼仪和文明用语尚需要大力培训。

2.5 市场营销渠道十分狭窄 成都乡村旅游经营主体是以农户为主体的个体经营者,具有市场意识淡薄、缺乏经营管理经验、现代信息技术和手段掌握不足的特点,加之乡村旅游旅游经营的季节性、小规模性,导致大部分乡村旅游经营户还处于等客上门阶段,几乎没有主动出击开拓市场的专业经营行为。游客到乡村旅游餐饮娱乐点消费主要靠口碑宣传和一些经营户散发的宣传资料。近两年成都也建设有农家乐信息网(www.rjl88.com)和成都休闲网(www.cdxx.cn)以会员方式推介成都乡村旅游经营户,但大部分经营户并未加入这些营销网络。

2.6 品牌不突出 截止2006年底,成都已建(含在建)农业示范点16个,其中已评为全国农业旅游示范点的只有5个,被命名为国家AAAA级旅游区的只有刘氏庄园、三圣花乡两家,AAA级旅游区也只有天台山、翠月湖、芙蓉古镇。另外,笔者在谷歌(www.google.com)上输入成都一些主要的乡村旅游景区(点)、花卉节日和古镇名字,对他们被网络的关注度进行调查发现,除三圣花乡网络关注度比较高(80万条)之外,兴龙万亩观光果园、农科村、高原猕猴桃农业旅游示范基地、平乐花楸村这4个国家农业旅游示范点的网络关注度都不足5万条;成都已开发古镇9个,正在开发的7个,这些古

镇除元通、西来和街子3个古镇的网络关注度分别达到109万条、83万条、53万条以外,其他的都不足50万条;成都牡丹花会网络关注度高达241万条,其他的花卉节如成都市菊花节、成都梨花节、成都桃花节、新都桂花节、成都荷花节、南国冰雪节网络关注度都少于60万条;成都市已开发的温泉只有花水湾温泉网络关注度较高为61.4万条,回龙温泉和文锦江温泉网络关注度都较低。

3 成都市发展乡村旅游的有利条件

3.1 优越的资源条件 成都市位于成都平原的腹心地带,素有“天府之国”之美称,农业十分发达,成都平原四周是龙泉山脉、龙门山脉和邛崃山脉,岷江和沱江两大水系穿境而过,从平原到丘陵再到高山等各种地貌资源一应俱全,平原区四季气候宜人,山区是夏季避暑的良好所在。该市历史上因地理交通原因,相对闭塞,与中原及其他地区交流较少,民俗文化保存较完整,加之该市是六朝古都,名胜古迹众多,这使得成都无论是自然的还是人文的乡村旅游资源都十分丰富。

3.2 巨大的市场潜力 2007年成都城市居民人均可支配收入14 849元,恩格尔系数为39.1%;农民人均纯收入5 642元,恩格尔系数为46.7%,该市有城镇人口753万人,农村人口505万人。据此计算,2007年成都市民可自由支配收入^[3]为833亿元。如果按照2006年全国城镇居民出游率156.9%,人均花费766.45元/人次,农村居民出游率86.6%,人均花费221.88元/人次计算^[3],则2007年成都市民旅游消费总额为91.0亿元(相当于市民可自由支配收入的10.9%)。而成都2007年乡村旅游接待收入14.3亿元,仅分别相当于市民可自由支配收入和市民旅游消费总额的1.72%、15.7%。由此推知,成都本地旅游产品不能满足市场需求,大部分旅游消费漏损到周边地区,成都乡村旅游市场潜力巨大。

3.3 良好的政策环境 成都市是全国6个城乡统筹试点城市之一,发展乡村旅游是城乡统筹的重要举措。为推进城乡统筹,成都市政府提出了发展“一区两带”(即市区和龙门山经济带、龙泉山经济带)战略,乡村旅游在该战略中被纳入区域经济布局统筹规划范畴。2007年,该市组织专家对龙门山成都段旅游资源进行了普查,2008年又将对龙泉山成都段旅游资源进行普查,这将为“两带”乡村旅游发展奠定基础。借助城乡统筹试点建设的契机,成都市乡村旅游将在规划布局、产业政策、基础设施配套、立项和土地征用等方面谋求国家和省市大力支持。

3.4 成都市具有发展乡村旅游的优良传统 成都市民历史上即有游赏之习,元代费著说“成都游赏之习甲于西南”,宋人说“成都游赏之盛甲于西蜀,西蜀甲于天下”。“成都行乐之习,相沿成风”,这是宋人田况的话。可见,成都人好游玩,游玩节日和节目众多,已有悠久的历史^[4]。成都城市历来有3种游乐方式最盛:一是岁时游乐,几乎每季每月都有2~3次全城性的全民游乐活动;二是唐宋时期成都独有的“遨头”、“遨床”游。所谓“遨头”是指带头游遨的成都太守,“遨床”是旅游用的小板凳,老百姓带着凳子游乐;三是土俗土风游乐。除了其他城市共有的一些土俗土风旅游外,成都还有3种特殊的土俗旅游:礼拜杜鹃鸟(杜鹃是蜀王杜宇啼血的象

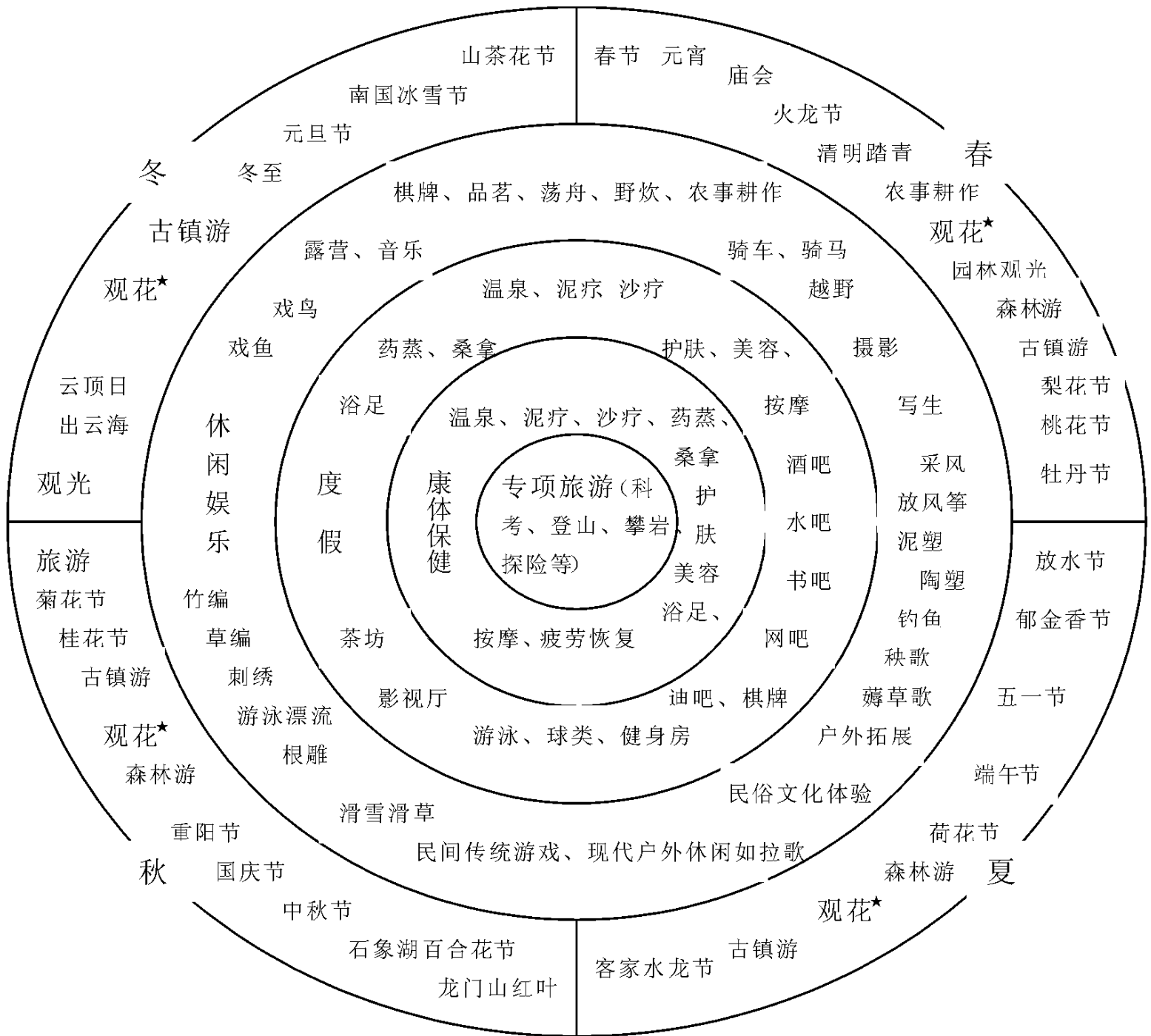
征,蜀人见杜鹃鸟即认为是望帝之魂而要跪拜祭祀、拜川主(即拜大禹、李冰和二郎神)和拜马头娘(养蚕之祖,即嫫祖)。

4 成都市乡村旅游可持续发展的主要对策

4.1 加快乡村旅游发展速度,扩大乡村旅游发展规模 前文分析得知成都市乡村旅游产业规模仍有很大发展空间。从今年起,取消“五一”黄金周,新的法定休假制度形成“清明”、“五一”、“端午”和“中秋”4 个小假,这必然极大促进大城市居民近距离休闲娱乐,可以预见包括乡村旅游在内的城市近郊游将快速发展。另外,我国推行“带薪休假”制度已势在必行,它将推动城市近郊乡村度假旅游快速发展。为适应新

形式,成都市乡村旅游应充分挖掘乡村旅游发展潜力,开发适应不同市场需求的乡村旅游产品体系,不断壮大乡村旅游规模。

4.2 优化乡村旅游产品组合 与其他地方一样,成都市乡村旅游的时间、空间分异现象也十分明显。为打破乡村旅游的季节性限制和促进城市周边乡村旅游地均衡发展,根据成都市民乡村旅游需求动机和资源特色,选取乡村旅游产品类型组合和时间分异性两个变量,可以将成都乡村旅游产品开发体系构建一个理论图示,如图1 所示:



注:观花,成都观赏性较强的四季花卉有,春天茶花、玫瑰花、兰花、樱花、菜花、梨花、李树花、桃花、杏花、玉兰花;夏天郁金香、牡丹花、荷花、紫荆花、栀子花;秋季秋海棠、桂花、菊花、百合花、月季、蝴蝶花、芙蓉花;冬天梅花、水仙花、兰花。

Note :The four seasons flowers in Chengdu with stronger ornamental property are as follows :canellia,rose ,orchid ,cherry blossom,cauliflower ,pear flower ,plum flower , peach blossom, apricot flower and yulan in spring;tulip ,water lily ,redbud flower and garderia flower in summer ;begonia , Osmanthus fragrans , chrysanthemum,lily ,China rose ,Iris japonica and Hibiscus mutabilis in autumn;plum blossom,daffodil and orchid in winter .

图1 成都市乡村旅游产品组合

Fig.1 The rural tourism product combinations in Chengdu

图中用横竖两轴将一年划分为春夏秋冬四季,根据现有市场需求规模大小将观光旅游、休闲娱乐、度假、康体保健和专项旅游这5 类产品开发规模用5 个大小不等的圆圈表示,排列越靠圆心的表示产品开发规模越小。图中不同类型的产品可以交叉,在同一旅游景区中含有多种类型的旅游产品。目前,成都观光旅游产品较为齐全,生态观光、节事活动、古镇旅游都较为完善,森林观光需要进一步开发。休闲娱乐仅在棋牌、品茗、戏鱼、垂钓、荡舟等开发较为成功,其余

的均尚待开发,这些产品既具有明显的乡村性,又具有极大的休闲性和参与性,是今后成都乡村旅游开发的重点。成都具有多种地形地貌,气候四季宜人,在同一季节不同地域气候差异大,度假资源十分丰富,但目前已开发的具有度假功能的旅游地只有花水湾—西岭雪山度假区、文锦江温泉、鱼凫国都温泉、牧马山高尔夫俱乐部,温泉度假区也基本上只是具有洗浴、棋牌、桑拿按摩功能,产品类型较为单一,与市民巨大的度假消费潜力和度假需求极不相称。现代都市人

精神压力大,各种职业病较为普遍,加之各种地方性疾病如成都较为普通的风湿性关节炎、脚癣等困扰,使市民康体健身成为一种巨大的消费需求,成都乡村旅游地应当结合运动休闲、中草药、温泉、道家养生大力开发康体保健旅游项目。就开发专项旅游而言,龙门山、邛崃山脉一带海拔高差大,又是世界遗产四川大熊猫栖息地保护区走廊带,具有极大的开发潜力。

4.3 改善乡村旅游地空间结构 关于大都市旅游空间结构,邹积林(1990)提出的旅游区划空间型态中,包括了城市周围的环状区型态^[7]。Weaver(1993)曾提出过类似环城游憩带这样的城市居民出游的同心圈层结构^[9]。吴必虎(2001)在对上海市城郊旅游地空间分布研究发现,大城市游憩设施和游憩土地利用,除部分地发生于城市内部空间,更多地推向城市郊区,出现了环绕城市外围、处于近城乡景观之中、与

中心城市交通联系便捷,具有观光、休闲、度假、娱乐、康体、运动、教育等不同功能,其中周六前往、入住一宿、周日返回式的出游方式被称为“一夜游度假模式”,并将这些土地利用构成的游憩活动空间称为环城游憩带(ReBAM)^[5]。盖恩(Gunn,1988)提出了四环带旅游模型^[8],吴承忠(2003)等对盖恩模型进行了修正,修改后的环带状模式将大都市核心区作为区域旅游中心,围绕该中心由近及远可以分为城市旅游带、近郊休闲旅游带、乡村旅游带和偏远旅游带^[6]。根据这些研究成果,成都市乡村旅游空间结构可以划分为城市旅游圈(距市中心半径 $R < 10\text{ km}$)、城乡结合部旅游圈($10\text{ km} < R < 20\text{ km}$)、近郊休闲旅游圈($20\text{ km} < R < 50\text{ km}$ 以内)、偏远旅游圈($50\text{ km} < R < 150\text{ km}$)4个同心圈层,各圈层重点依托景区(点)见表2。

表2 成都市乡村旅游地空间结构及产品分布设计

Table 2 The spatial structure and product distribution design of rural tourism places in Chengdu

圈层 Circle layer	可依托的现有主要景区(点) Current main scenic spot	应新增旅游产品 Newly-added required tourism products	主要功能 Main function
城市旅游圈 Urban tourism circle	除市内公园以外,还包括锦里、大慈寺、宽窄巷子、文殊坊、金沙遗址、两河沿岸景观带、春熙路、三圣花乡、北湖风景区、天回镇银杏园等。	蜀锦、蜀绣、川剧、皮影戏等非物质文化集中展示和参与场所;成都城市发展史、现代科技陈列馆	公共休闲空间、主要客源中心
城乡结合部旅游圈 Tourism circle in rural-urban continuum	龙泉花果山风景名胜区、洛带客家古镇、黄龙溪古镇、双流牧马山高尔夫球场、新津梨花园、温江花博园、温江万春鱼鳧古城、郫县农科村、望丛祠、街子古镇、新都宝光寺、桂湖	球类运动、健身、野炊、娱乐、垂钓、荡舟、民间工艺展示及操作	近距离休闲、交际、餐饮、住宿、娱乐、运动健身活动空间
近郊休闲旅游圈 Suburb leisure tourism circle	石象湖、都江堰、青城山、都江堰青城红阳猕猴桃绿茶农业旅游示范基地、丹景山、安仁古镇、金堂云顶石头城、金堂栖贤梨花沟	野营、水上运动、骑马、垂钓、现代农业科普、民俗文化体验、农事耕作	一日游客乡村观光、休闲、娱乐、运动健身、保健活动空间
偏远旅游圈 Remote tourism circle	青城后山、龙池森林公园、虹口漂流、西岭雪山、花水湾、天台山、九顶山、九龙沟、文锦江温泉、回龙温泉、平乐古镇、悦来古镇、西来古镇、泰安古镇	四川大熊猫栖息地走廊带上的白水河、龙溪—虹口、鞍子河、黑水河自然保护区生态旅游;原始野营、爬山、驾车、狩猎、远足、自然考察、野外体验等。	周末和有较长假期的二日以上游客自然观光、乡村度假地。

4.4 完善旅游接待设施,提升乡村旅游服务质量 据统计,2007年成都市有年收入超过12万元的高收入人群18.1万人;有各类个体私营经济业主55万户;私家车保有量68.1万辆。同时也有60岁以上老年人口173.4万;40所各类高校在校学生54.1万人;也有最低生活保障人数26.6万人。显然,成都市目前以乡村酒店和农家旅舍为主体的乡村住宿接待设施不能适应多样化的市场需求,今后应在差异化上下功夫,不断丰富乡村旅游住宿产品结构,在条件适宜的乡村旅游地开发建设一批青年旅舍、度假公寓、露营帐篷和汽车旅馆,逐步形成合理的乡村旅游住宿设施结构。就餐饮而言,成都目前乡村旅游地餐饮以新派川菜和火锅为主,特色并不十分明显,今后应当在特色餐饮上下功夫,同时应当在城市近郊或城乡结合部建立一些老年营养餐、西餐和国内川菜以外的其他菜系餐饮店,以满足广泛的市场需求。

成都乡村旅游地规范化服务建设是一项长期的任务。政府应以各项地方法规、规范监督执行为契机,严格乡村旅游接待设施审批条件,加大执法检查力度,保证乡村旅游市场依法、有序、健康发展。其次应以乡村旅游地创“星”和乡村旅游接待设施评星为主渠道,推动乡村旅游景区(点)标示标牌、多语种导游解说、安全提示、急救保险及金融服务等软硬件设施建设。还要加大乡村旅游从业人员法制教育和岗位培训,整体提高服务人员素质。

4.5 加大形象塑造和推广力度,打造乡村旅游知名品牌 成都乡村旅游已经走过了产品竞争时代,正向品牌竞争方向发展。笔者于2008年4月在谷歌(www.google.com)上输入相应关键词将网络对成都相关旅游产品的关注度与全国36个直辖市、省会城市和计划单列城市进行比较发现,成都各类旅游产品在网络上都得到较大关注,其中,“民俗旅游”60.6万条,排全国36个大城市第3位;“乡村旅游”61.2万条,排第4位;“古镇旅游”58.5万条,排第4位;“生态旅游”85.3万条,排第5位;“度假旅游”75.2万条,排第5位;“休闲旅游”85.7万条,排第6位;“农家乐”42.2万条,排第21位;“文化旅游”53.2万条,排第32位。可见,成都的民俗旅游、古镇旅游和乡村旅游在全国各大城市具有较高知名度。另外,成都市的三圣花乡、元通古镇、丹景山牡丹花节已经具有较大的品牌知名度;芙蓉古镇、西来古镇、洛带客家古镇、刘氏庄园、成都梨花节、南国冰雪节也具有一定品牌培育价值。

为此,成都市乡村旅游品牌塑造应突出“古镇+民俗+田园风光”三位一体,着力打造5大乡村旅游品牌:

(1) 三圣花乡。位于成都市东郊锦江区三圣乡,由花香农居、荷塘月色、东篱菊园、幸福梅林、江家菜地5朵金花组成,集生态观光、农事体验、餐饮娱乐于一体。

(2) 洛带客家古镇。位于成都市东郊龙泉驿区,集观花、赏果、客家民俗文化体验、古建筑参观、客家水龙与火龙表

演、餐饮和购物于一体。

(3) 元通古镇。地处成都市西郊崇州市,毗邻成都——都江堰休闲度假旅游带,特色是川西民俗文化体验、农家田园观光、川西近代商业集市贸易、水上休闲娱乐。

(4) 青城后山休闲度假区。位于成都市西郊都江堰市,属于成都——都江堰休闲度假旅游带,是扼成都平原西入大小金川的必经驿道上之重镇。该区可以打造为汉藏文化交流历史展示、泰安古镇观光、自然生态观光、休闲度假、康体健身为一体的综合旅游区。

(5) 牡丹花节。地处成都北郊彭州市丹景山,是规划中成都龙门山旅游带重要组成景区,也是规划中成都至九寨沟快速通道上的重要过境旅游地。牡丹花会源自唐朝,该地是中国4大牡丹花会之一,毗邻的白鹿古镇的领报修院重点文物具有哥特式建筑的典型风格。该修道院始建于19世纪末,为法国天主教徒创建的神学院,是目前西南地区唯一保存完整的天主教建筑群。该景区可将牡丹花节与白鹿古镇整合开发,打造成为观花、天主教在中国西部传播历史展示、传统农事耕作、森林旅游、休闲度假为一体的综合景区。

5 结论与启示

(1) 成都市民消费潜力巨大,成都乡村旅游具有广阔的发展空间。从现状分析,成都乡村旅游总量偏低,发展速度偏慢,产品结构以近距离观光为主,较为单一,不能适应观光、休闲、度假、康体保健、专项旅游等多层次需求。成都乡村旅游应当在增加乡村旅游产品供给总量的基础上,重点开

(上接第11896页)

数据的实际频数推断总体分布与期望分布或理论分布是否有显著的差异。卡方检验适用于2个名词变量之间的关联比较。该调查比较游客性别和凤凰古城形象的关联。皮尔森方差的显著值为0.442,大于0.005,所以零假设成立,即游客性别和他们对凤凰古城旅游形象之间没有显著性。

3.2.5 IP表。IP表是调研人员对某一事物的期望值和满意度的评价方法,是一种很直观的表述方式,在作IP表之前,首先需要对其满意度和重要性进行两配对样本的t检验,两配对样本t检验是根据样本来自的两配对总体的均值是否有显著性差异进行推断。IP表能较直观的显示旅游地在旅游者心目中的形象,帮助旅游规划者有目的的进行旅游基础设施和服务设施的建设。

IP表分为4个象限,分别代表了不同的期望值和满意度的区域:第一象限,为高期望值\高满意度;第二象限,为高期望值\低满意度;第三象限,为低期望值\低满意度;第四象限,为低期望值\高满意度。由表5可知,该调查研究中落在第一象限中的有自然环境、民俗风情、建筑和历史古迹,应保持优势,成为其他旅游项目发展的范例。在第二象限中有购物,这一问题也是全国旅游地的通病,成为旅游开发商应尽快解决的项目。在第三象限中有服务水平、交通条件,在第四象限中有旅游费用、社区居民热情,第三、四象限的

发参与性强具有休闲娱乐康体健身功能的乡村旅游产品。同时要优化乡村旅游空间结构,形成环城市不同乡村旅游产品供给带,并根据市场需求,开发多样化的乡村旅游住宿接待设施。

(2) 成都市乡村旅游发展在全国具有一定典型性,各特大城市乡村旅游需求有一定的共性,资源具有一定相似性。因此,本文探讨的成都乡村旅游产品开发思路,对全国其他地方也具有一定借鉴意义。

(3) 由于数据的缺乏和市场调查样本数量和调查范围的限制,对成都乡村文化旅游资源开发的探讨略显不足,将留待进一步研究。

参考文献

- [1] 成都市统计局,国家统计局成都调查队.2007年成都市国民经济和社会发展统计公报[R].2008.
- [2] 成都市统计局.成都市第一次全国经济普查主要数据公报[R].2007.
- [3] 国家旅游局政策法规司.中国国内旅游抽样调查资料(2007)[M].北京:中国旅游出版社,2006.
- [4] 王健.论成都休闲产业的发展[J].中共成都市委党校学报,2005(13):64-66.
- [5] 吴必虎.大城市环城游憩带(ReBAM)研究[J].地理科学,2001(21):354-359.
- [6] 吴承忠,韩光辉.国外大都市郊区旅游空间模型研究[J].城市问题,2003(6):68-71.
- [7] 邹积林.旅游区划问题探讨:以成都地区为例[J].旅游学刊,1990,5(2):26-28,55.
- [8] GUNN C A. Tourism planning[M]. 2nd edn. New York: Taylor & Francis, 1988.
- [9] WEAVER D B. Model of urban tourism for small Caribbean islands[J]. Geographical Review, 1993, 83(2): 134.

旅游项目期望值比较低,应加强旅游地旅游项目的管理,较低的期望值易产生高满意度。

4 结论与讨论

(1) 游客对凤凰古城的总体印象较好,对自然环境、民俗风情、历史遗迹和建筑尤为突出,旅游形象与旅游者的体验和认知等同。在旅游形象策划和宣传时应把这3类旅游形象要素作为宣传的重点,突出旅游形象的核心部分。

(2) 在该次研究调查中,游客对古城的期望值和旅游者的动机没有关联,但不同旅游动机的旅游者对古城的旅游期望值都相当高,也就是说古城有较高的知名度和美誉度。但对满意度较低的购物、交通条件和服务水平等旅游形象要素应重点解决,提高旅游形象的整体性,同时也要注意对旅游形象差异性的塑造。

(3) 游客的性别和旅游形象要素之间没有显著差异,但游客的学历旅游形象要素却有显著性差异,因此在进行旅游宣传时对不同的旅游者应采取不同的宣传策略。

该研究仍处于初步阶段,对问卷设计的维度与观察变量存在一定偏误,是否具有普适性还有待进一步检验。

参考文献

- [1] CROMPTON J L. An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon the image[J]. Journal of Travel Research, 1979, 18(4): 18-23.
- [2] 卢纹岱. Spss for Windows 统计分析[M]. 北京:电子工业出版社,2002.