

南京东郊风景区旅游者出游行为的探讨及其意义

郭静, 张树夫

(南京师范大学地理科学学院, 210097, 江苏, 南京)

[摘要] 本文通过对南京东郊风景区的实地考察和问卷调查的统计分析,从旅游者的特质、旅游吸引、旅游者的空间和时间消费行为、影响旅游行为的因素等不同的角度对东郊风景区旅游者的出游行为进行了分析,探讨了旅游者出游行为的深层原因,并对旅游者年龄和职业与旅游偏好进行了相关分析,从而对南京东郊风景区旅游者出游行为有了较深刻的认识,为东郊风景区产品结构的优化、市场的开拓、旅游环境容量的调控提供了科学依据。

[关键词] 旅游者特质, 旅游吸引, 空间消费行为, 旅游环境容量

[中图分类号] F590, **[文献标识码]** A, **[文章编号]** 1001-4616(2005)03-0111-04

The Preliminary Study on Travelling Behaviors of Tourists in Eastern Suburb Scenic Area of Nanjing City

Guo Jing, Zhang Shufu

(School of Geographical Science, Nanjing Normal University, 210097, Nanjing, China)

Abstract: Based on the fieldwork and statistic analysis of questionnaire survey on Nanjing eastern suburb scenic area, the paper analyzes tourists' characteristics, travelling behaviors of tourists, tourists' consuming behaviors on space and time, influencing factors on travelling behaviors and so on, in which the author discusses the deep-seated causes in travelling activities. In the end, the paper discussed the connections between ages, occupations and travelling preferences, consequently, we have a profound understanding of tourists' travelling behaviors in Nanjing eastern suburb scenic area. It is useful for managers to enrich its tourist products, exploit tourists' market, do well in the regulation of travelling environmental capacity, advance management level and increase travelling attraction.

Key words: tourists' characteristic, travelling motivation, spatial consuming behavior, environmental capacity of tourism

0 引言

南京东郊风景名胜区(钟山风景名胜区)是国家 AAAA 级风景区。景区内山、水、城、林(陵)相依,有各类风景名胜和古迹遗存 200 多处。自然景观优美,各类植物达 600 余种,珍禽动物数十种,有国家级文物保护单位:中山陵、明孝陵等 7 处。随着旅游业的发展,东郊风景区的游客数量不断增加,仅 2002 年“十一”黄金周就接待游客 48.5 万人次。研究南京东郊风景区旅游者的出游行为,对东郊风景区旅游产品结构、旅游活动空间布局的优化,旅游环境容量的调控,以及对主要客源地的营销策划都有重要的意义。

为得到旅游者的第一手资料,我们在景区进行了实地问卷调查。本次调查问卷共发放 1000 份,中山陵景点 340 份,回收有效问卷 309 份,问卷合格率为 90.9%;明孝陵景点 330 份,回收有效问卷 303 份,合格率为 91.8%;灵谷寺景点 330 份,回收有效问卷 300 份,合格率为 90.9%。

收稿日期: 2004-03-19.

基金项目: 江苏省高校自然科学研究计划资助项目(2000DLX0002SJ1)。

作者简介: 郭静, 1979—, 女, 硕士研究生, 主要从事旅游规划与管理的学习与研究。E-mail: ysaer@163.com

通讯联系人: 张树夫, 1949—, 教授, 主要从事旅游消费行为与管理的教学与研究。E-mail: zhangshufu@sina.com

1 旅游者群体特征分析

旅游景区景点必须对自己的旅游消费者群体的基本情况,如性别、年龄、职业、文化结构、经济收入等做好明确的分析,才能掌握旅游者的行为特征、消费心理,做好目标市场的分层、分类,才能有助于今后的市场决策。

1.1 性别和年龄结构分析

根据统计,男性游客和女性游客的比例是57:43。年龄结构中,15~24岁的占40.8%;25~44岁的占39.5%;45~64岁的旅游者占11.2%;15岁以下的和65岁以上的分别为6.6%和2%。15~44岁共占80.3%。这个消费群体都具有良好的身体素质,并具有一定的消费能力,对旅游的消费欲望比较强烈,是我们旅游市场纵向深度开发的主要目标群体。同时,11.2%的中老年和6.6%的少年儿童市场,虽然比例不是很大,但这个群体有一定的收入积累和闲暇时间;15岁以下的少年儿童的消费活动会带动家长等成年人的消费。因此,45~64岁的中老年消费者和15岁以下的消费者可以成为我们旅游市场向广度开发的目标群体。

1.2 职业组成和文化结构分析

调查统计显示,学生在旅游者中占33%;其次是企事业单位管理人员和工人,分别占总数的15%和12%。学生是一个无收入或低收入的人群,但低收入或无收入并不意味着消费能力低和消费需求小,学生有更多的求知欲,而旅游是他们获取知识的另一种重要的途径。

在文化结构的统计中,大专及本科学历者超过半数,达57.6%,高中以上学历者共占总数的85.9%,反映东郊风景区的旅游消费者的文化层次普遍较高。

1.3 旅游者月收入组成分析

在旅游者月收入的统计中,占比例最大的居然是没有月收入的人群,占33.9%,月收入在1000~2000元之间和500~1000元之间的旅游者分别占26%和24%,月收入2000元以上的游客占12.8%,0~500元的旅游者占3.3%。南京东郊风景区的旅游者多集中在无月收入、月收入在500~2000元之间和月收入在2000元以上3个层次。

2 旅游者的旅游吸引分析

图1显示:南京东郊风景区的旅游者,42.8%是被文物古迹吸引的,体现了消费者的文化需求比较高。其次,因为景区风景优美而来旅游的旅游者占总数的35.3%。体现了东郊风景区主要是以较高的文化品位和优美的自然风光等自身的高品质来吸引旅游者的。旅游者的主要旅游动机是游览欣赏古文物、古建筑,更多地了解中国的历史文化。另外,因为电视广播宣传而来的游客只有2.7%。

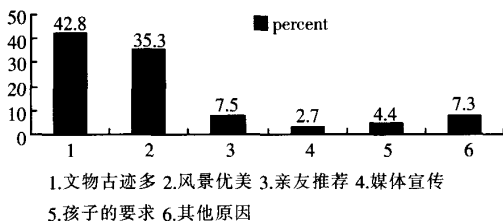


图1 南京东郊风景区旅游者的旅游吸引因素比例

3 旅游者的空间消费行为分析

3.1 出游方式的选择

90%的游客不参加旅游团,只有10%的游客是参加旅游团队来南京东郊风景区旅游的。另外,50%的游客在出游的时候选择与同学或朋友同行,47%的游客选择与家人同行,单独行动的只占3%。

3.2 游览项目的选择

被调查者在“您将参加哪些游览项目”这个问题的回答中,遥遥领先的是:中山陵、明孝陵和灵谷寺,分别占旅游总数的25.7%、21.6%和18.5%。

同时,如图2,4.8%的游客选择徒手登山,高于乘索道登山的1.2%,南京紫金山索道比较偏离,几个主要景点都在山麓;另外,紫金山山体不高,山路不险,登山难度小,市内游客,常常把登紫金山作为一种很好的锻炼身体的方式,所以,游客选择紫金山索道登山项目的比例较低。

万方数据

3.3 游览顺序的选择

被调查者在回答关于怎样选择游览顺序的问题时,42%的游客回答是根据顺路、游览方便来选择路线,33%的游客回答是根据景点知名度的大小来选择游览路线,其它因素的选择占17%,而由旅游团来安排的只占8%。

4 旅游者旅游的时间分析

根据统计数据显示,游客在中山陵景点的游览时间大多集中在30 min~2 h之间,共占82.5%,其中53.4%的游客需要1~2 h。游客在明孝陵景点的游览时间大多也是需要1 h左右和1~2 h之间,其中48%的游客需要在景区游览1 h左右。在灵谷寺,31%的游客需要游览30 min~1 h,33%的游客需要1~2 h,游览时间在2 h以上的游客占32%。由此可见,游客在各景区的停留时间都较长。

5 旅游者旅游选择影响因素分析

旅游者在景区内选择景点或游览项目时,50.2%的游客是根据景点知名度的大小来做选择的,15.8%选择游览项目是出于锻炼身体的需要。根据别人推荐和其它原因的分别占到总数的11%和11.9%。

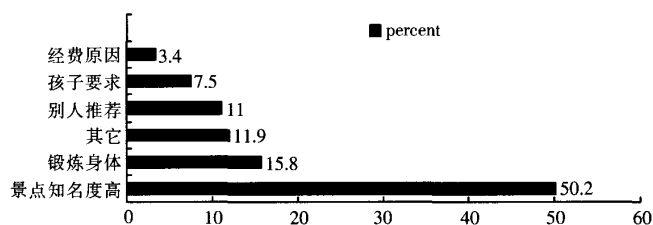


图3 南京东郊风景区旅游者旅游选择影响因素比例

6 旅游者年龄、职业与旅游项目选择的关系

6.1 年龄与项目选择的关系

图4显示,45~65岁的旅游者选择中山陵的比例较低,其它各个年龄段的旅游者选择中山陵的比例都在80%以上;选择明孝陵和灵谷寺的旅游者大都在60%~80%和50%~70%之间。值得注意的是,选择中山纪念堂和中山植物园的旅游者中,老年人明显高于其它年龄群体。

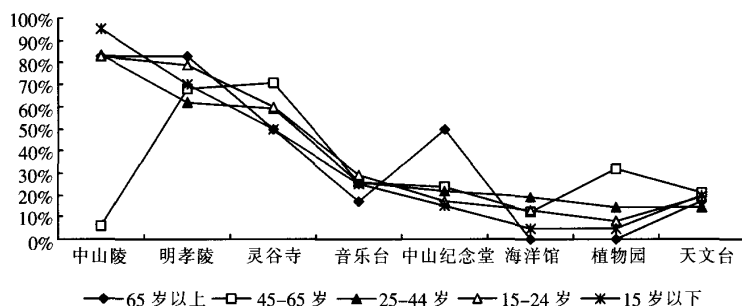


图4 南京东郊风景区旅游者年龄与项目选择的关系

6.2 职业与项目选择的关系

关于旅游者职业与旅游项目选择关系的统计,(见图5),各个职业的旅游者选择中山陵、明孝陵和灵谷寺的比例远远高于对其它旅游景点和项目的选择。值得注意的是,商贸人员选择海洋馆的比例为零,工人、军人、服务人员选择天文台的比例也为零。

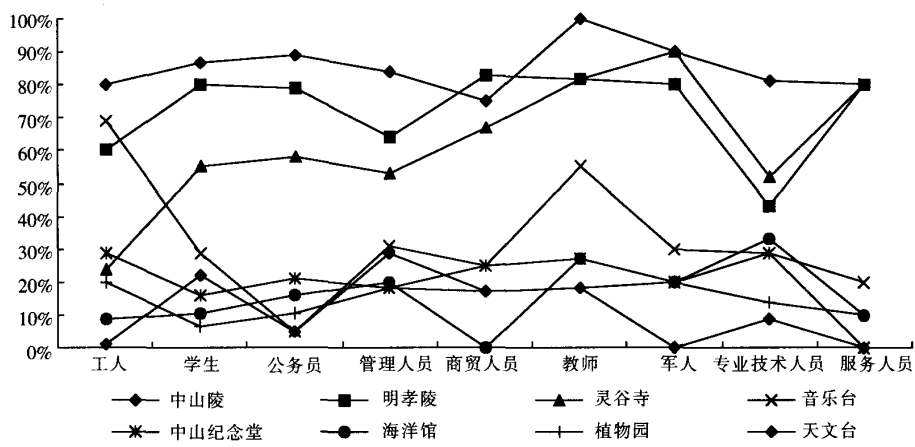


图 5 南京东郊风景区旅游者职业与项目选择的关系

7 讨论

对旅游者出游行为机制的调查研究有利于我们对东郊风景区旅游产品、旅游者市场进行开发,尤其有利于我们在旅游旺季时,对旅游环境容量进行调控,创新经营管理方法,实现风景区的可持续发展,主要对策如下:

(1) 重视景区形象策划,开发品牌化的旅游活动项目. 一方面是利用设计精美的广告牌、宣传册、音像制品来强化整个东郊风景区的旅游形象;另一方面,要通过图形、文字,形象生动的短语来强化、异化单个风景点的形象标识,突出每个风景点的特色. 风景区可以通过定期或不定期地举办一些丰富多彩的“品牌”活动. 如:中国南京国际梅花节、白马桃花风筝节、“紫金之夏”纳凉节、灵谷桂花节四大品牌,活动规模不断扩大,制造了许多旅游消费热点,同时也塑造了风景区良好的社会形象.

(2) 重视大众媒体的作用. 通过大众传播媒介,预测当年旅游旺季可能出现的旅游流量和超载情况,使潜在的旅游者了解可能发生的超载的旅游地或旅游景点情况,从而影响其选择旅游目的地的决策行为. 实践经验证明,传播媒介所提供的旅游信息和建议,对旅游者的决策行为有非常重要的影响.

(3) 建立 GIS 技术支持下的风景区旅游环境承载力调控系统. 在风景区的入口、通向各个景点的路口、景点内设立电子显示屏,显示不同时段、不同景点之间的客流量情况,给旅游者提供最及时的旅游信息;使客流量在同一时段不同景点之间进行合理的调配,避免出现同一时段个别景点人满为患,而一些景点则门可罗雀的状况.

(4) 实现风景区旅游接待功能的多样化. 建议:山南麓旅游区多传统的旅游景点和项目,保持宁静祥和、庄严肃穆的游览气氛;山北麓旅游区在生态修复建设的基础上,可以适度开发一些娱乐性、参与性强的旅游项目以及增强景区的游览、休憩功能.

(5) 拓展景区道路交通的承载力. 笔者认为:一方面,应该禁止所有的公交车、出租车、社会车辆进入景区. 风景区内景点之间的交通工具可以增加使用电动游览车,另一方面,景区内增加铺设连接各个景点的非机动车小道,从而增加道路交通的承载力.

[参考文献]

[1] 保继刚,楚义芳. 旅游地理学[M]. 北京:高等教育出版社,1999. 143—158.
[2] 风笑天. 社会学研究方法[M]. 北京:中国人民大学出版社,2000. 238—341.
[3] 李爱贞. 旅游环境学[M]. 济南:山东科学技术出版社,1996. 10—65.
[4] 王斌,赵荣. 西安市民出游行为研究[J]. 人文地理,2002,17(5): 17—20.

[责任编辑:陆炳新]