

旅顺口区旅游客源市场调查与分析

王 恒,穆梦玲

(辽宁对外经贸学院 旅游管理系,辽宁 大连 116052)

摘 要:根据客源市场结构的相关理论,结合对大连市旅顺口区旅游客源市场的调查资料,从游客基本特征、游客行为特征以及游客满意度等方面,探讨了本区客源市场的结构特征。在此基础上,提出了客源市场开发对策。

关键词:旅游客源市场;调查与分析;旅顺口区

中图分类号:F590.8 **文献标志码:**A

Investigation and Analysis of the Tourist Source Market in Lvshunkou District

WANG Heng, MU Meng - ling

(Department of Tourist Management, Liaoning University of International Business
and Economics, Dalian Liaoning 116052, China)

Abstract: The author takes Lvshunkou district in Dalian city as an example for empirical study. Based on the related theory of tourist market structure, combined with the investigation data of regional tourism source markets, this paper studies the basic characteristics of tourists, the behavior characteristics of tourists and tourists' satisfaction and so on, and discusses the structure characteristics of the tourist source market in Lvshunkou district. On this basis, the author offers some strategies for the development of the tourist source market in Lvshunkou district.

Key words: tourist source market; investigation and analysis; Lvshunkou district

旅游地客源市场结构在一定程度上反映了目的地旅游业发展现状,为旅游地进行正确的市场定位、有效的市场营销以及有针对性地开发旅游产品提供了重要依据^[1]。客源是旅游业赖以生存和发展的前提,随着旅游业的快速发展,竞争加剧,稳定的客源市场是旅游地发展的关键。

旅顺口区位于辽东半岛最南端,东临黄海、西濒渤海,南与山东半岛隔海相望,北距大连市区仅45 km,拥有众多国家级的风景名胜区、自然保护区和森林公园。旅顺口曾是中国近代政治、经济重镇、军事要地,近代中国乃至世界重大事件的发生地^[2],拥有历史文物和战争历史遗迹为主的人文景观上百处,其中包括国家级11处、省级9处、

市级26处、区级25处,国家级文化保护单位数量在全国县市区位居榜首^[3]。区域较高的知名度和丰富的旅游资源吸引了大量的国内外游客。然而,目前本地旅游发展中出现的旅游产品体系不完善、管理模式雷同、旅游服务质量较低、景区建设缺乏特色、旅游纪念品大同小异等问题。因此,如何在客源市场中稳定现有市场,开拓新市场,在激烈的竞争中立于不败之地成为一个具有现实意义的研究课题。

一、调查对象与方法

为获取旅顺口区旅游客源市场特征的一手资料,作者设计了“旅顺口区旅游市场调查问卷”,采

收稿日期:2014-07-10;最后修回日期:2014-09-15

基金项目:辽宁省社会科学规划基金项目(L13DGL042);辽宁对外经贸学院优秀人才支持计划(2012XJYQ01);国家级大学生创新创业训练计划项目(201310841001);辽宁省大学生创新创业训练计划项目(201410841000035)。

作者简介:王恒(1982-),男,辽宁大连人,讲师,博士,主要从事旅游开发管理等研究。

用实地抽样调查法,以问卷形式对游客进行抽样调查。为使结果具有参考分析价值,选择了不同类型的游客。调研共分2次进行,分别于2014年5月9日和5月10日在旅顺军港、旅顺日俄监狱旧址博物馆、旅顺博物馆、旅顺蛇博物馆以及胜利塔等5个景点针对不同类型的游客进行调查。共发放问卷320份,回收率达100%,其中有效问卷300份,有效率达93.75%。

二、旅顺口区旅游客源市场特征分析

通过了解游客的基本特征(见表1),从而对本地客源市场进行分析。

表1 游客基本信息

属性	特征	样本数	比重/%
性别	男	124	41.33
	女	176	58.67
年龄	25岁以下	156	52.00
	25—40岁	51	17.00
	41—60岁	49	16.33
	60岁以上	44	14.67
学历	初中及以下	79	26.33
	高中、中专	29	9.67
	本科	161	53.67
	研究生	31	10.33
职业	学生	179	59.67
	公务员	6	2.00
	企事业单位	19	6.33
	私人企业	25	8.33
	其他	71	23.67
月收入	2000元以下	171	57.00
	2000—3000元	23	7.67
	3001—5000元	73	24.33
	5000元以上	33	11.00

1. 基本特征分析

(1)性别结构。游客中男性占41.33%,女性占58.67%,本地旅游资源对女性游客吸引力大于对男性游客。男性游客在会议、运动、探险等项目上潜力巨大,应针对他们的心理特点,加大开发男性客源市场的力度。

(2)年龄结构。不同年龄的人所处的人生阶段和社会背景各同,旅游偏好自然有差异。调研中25岁以下的游客居多,占52%。这与游客的职业构成有很大关系,其中学生所占比例59.67%,这与本地高校众多的实际情况相符。青少年

是客源市场中的主力,需要稳定该市场并不断拓展其宽度。其他年龄段的游客人数随年龄增加而递减。本地虽然拥有大量历史文化旅游资源,但却未得到更多中老年游客的青睐。60岁以上的老年游客由于年龄和身体的原因,在安全、舒适等方面有更高的要求。面对中国逐步走入老龄化社会的现实,老年市场有潜力,开发市场中可以考虑设计出更多的适合老年人的旅游产品。

(3)文化程度结构。游客的文化程度很大程度影响或决定着旅游动机和旅游活动的形成,并且对旅游地选择有重要的影响。游客中本科学历占53.67%,研究生学历占10.33%,说明本地深厚的历史底蕴和独特的人文风情吸引了众多高学历、高素质的游客观光游览和考察学习。同时,也说明学历高的群体可支配收入及闲暇时间较多,消费能力较强。此外,游客中初中及初中以下学历占26.33%,也反映出区域旅游产品的受众群较广。

(4)职业特征和收入结构。职业性质在一定程度上决定着收入水平,收入水平在一定程度上又影响着消费水平,消费水平则直接影响着旅游地的收益。学生所占比例达59.67%,他们大多没有直接经济来源,虽然出游欲望强但消费水平低,影响了旅游经济效益。因此,大力开拓新的客源市场迫在眉睫。

(5)客源地结构。调查中,48.33%的游客来自辽宁,山东占23%,北京占13%,黑龙江占7.33%,四川占4.67%,其他省区占3.67%。外省游客数量之和所占比例大于本省,但两者之间的差距很小,客源仍以本省为主,客源地的距离成为影响旅游市场的另一重要因素。

2. 游客行为特征分析

(1)旅游动机分析。游览观光是游客来本地的主要目的,市场调查统计数据显示占65%。旅顺口区位于辽东半岛最南端,自然气候宜人,旅游资源丰富,为游客游览观光提供了绝佳条件。

(2)旅游信息来源分析。游客获取旅游信息的渠道直接影响到目的地旅游客源市场开拓的深度和广度^[4]。目前,游客获取旅游信息的渠道趋向多元化,从互联网获取信息的达40%,从亲朋好友间获取信息的达35%。与之相反,从电视媒体、报刊杂志和书籍等传统媒体获取信息的比重较低。电视传播有生动活泼,真实感强,易引起共鸣;传播速度快,信息发布迅速;覆盖面广,影响力

大等优势,为国内外众多著名旅游地营销宣传所使用,因此,本地应在此方面加强宣传力度。

(3)交通方式和出游方式分析。统计数据显示游客主要选择火车、飞机和轮船和这三大交通方式,比例分别为30.6%、23.1%和21.9%。旅顺口距离周水子机场仅40 km,拥有港口、铁路、火车轮渡、高速公路、城市轻轨“五位一体”的交通优势,是全国“八横八纵”交通干线的重要节点^[5]。区域交通网络发达,可供游客选择的交通工具种类较多。

游客的出游方式以单位组织和旅行社参团为主,自助旅游所占比重较低。随着中国经济的快速发展,居民可支配收入的增加,双休日、节假日及黄金周的施行,以自驾形式为主,以亲朋好友、同事为主的出游形式会更多。因此,应考虑开发自驾旅游这一新兴客源市场。

(4)消费行为分析。如图1可见游客在本地消费以200~500元为主,消费水平不高。主要原因是游客中以学生为主,影响了旅游发展对区域经济的拉动效应。

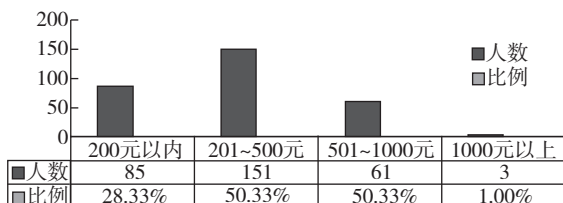


图1 人均消费示意图

(5)滞留时间分析。统计显示游客通常会选择当天离开,比例高达93.33%。从地域结构角度分析,来本地的游客多为短程旅游者,基本不会选择在当地住宿。从客容量角度分析,本地旅游容量较小,接待设施不足,夜间旅游产品基本处于空白状态。因此,应加大旅游接待设施建设,改善住宿条件;加强夜间旅游产品的开发力度,留住更多的游客,延长消费链条。

三、旅顺口区旅游客源市场满意度分析

1. 景区吸引力分析

调查显示,吸引游客的是本地得天独厚的地理环境和宜人的气候条件,同时深厚的历史文化底蕴也是打动游客的重要因素。统计显示,游客最喜欢的有日俄监狱旧址博物馆、二零三樱花园、龙王塘樱花园、旅顺博物馆和白玉山景区等,自然与人文景观兼备。樱花是本地最

著名、最具代表性的花卉,每年的樱花节吸引着众多来自世界各地的游客,由于此次调研处于樱花节期间,正值五月初樱花盛开之时,选择二零三樱花园和龙王塘樱花园的游客数量较大符合实际情况。

2. 需要改进的方面

游客最不满意的是区域旅游项目较少及景区缺乏特色。根据图2、图3分析发现,游客普遍认为本地需要增加休闲娱乐项目。

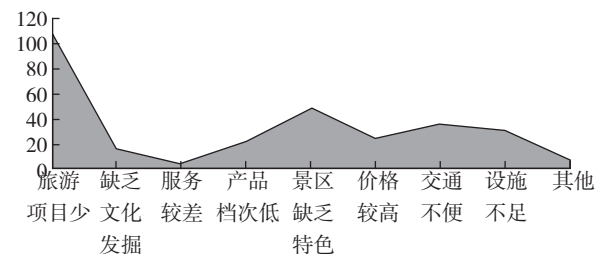


图2 游客满意度调查示意图

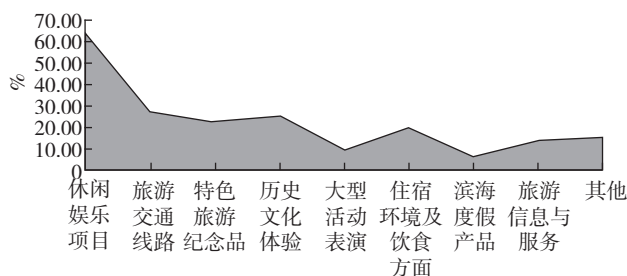


图3 游客建议改进方向示意图

四、结论与对策

1. 调查结论

调查发现:(1)从性别构成来看,女性游客多于男性游客。(2)从年龄构成上看,以青少年游客为主。(3)从职业特征上看,学生所占比例较高。(4)从客源地构成分析,主要客源来自于本省及周边地区。(5)从获取信息的渠道来看,游客更加依赖网络获取信息,亲友间的信息交流也是获取信息的重要途径。(6)从游客的满意度来看,普遍认为本地需要增加休闲娱乐项目。

2. 开发对策

(1)合理定位目标市场。客源市场的目标定位,对于旅游市场的开发和相应的营销战略的制定有重要的影响^[6]。本地客源市场以青少年为主,省内游客居多。因此,市场定位应以省内为主,带动周边地区市场发展,积极拓展国内外客源,注重开发自驾旅游市场。

(下转第651页)

其是清咸丰、同治年间,在贵州大地上进行了长达二十余年的民族起义,这在贵州历史上是空前绝后、绝无仅有的。它体现了在封建王朝的高度集权体制下,苗、侗等各族人民在“犯法可以赎死,忍饥则将立毙”^[3]的情况下,不畏强暴,选择了以战争方式去表达心灵的诉求,去体现一个民族的存在,去扩大自身的生存空间。民族起义战争所留下的精神永远定格在历史的天空里,留在了广大苗、侗等各族人民的记忆里,永远不会忘却。

2. “囤”是军事史学研究的标本之一

“囤”作为古战场的军事设施,是冷兵器时代的产物。它在清咸同年贵州少数民族起义中,不仅是义军抗击朝廷官军残酷镇压的主战场,而且也是朝廷官军与地方团练用于防堵义军的主战场。在这两个战场中,“囤”并不是孤立存在的于某一个村寨,它遍及黔东南地区各个村村寨寨。“囤”与“囤”之间还建立了“烽火相应、鏖锣相声”的联防联动机制,使“囤”的集群防御效应得到了明显增强。

与此同时,对“囤”的修筑也十分讲究。据清龙绪昌纂的《兵燹志略》(古籍本,未刊印)对“囤”的修筑进行了非常仔细的描述,充分说明要修筑好一座“囤”作为有效的防御工事,达到既可攻,又可守的目的,的确非常不易,它俨然是集古代建筑艺术、军事学于一体的完美构造。虽然140多年过去了,但其无处不在、至今仍相对保持较为完好的“囤”营,不仅应成为古战场遗址的标本之一,而且应是军事史学研究的标本之一。

3. “囤”是同心协力、浴血奋战、携手共进精神的体现 黔东南地区苗、侗等各族人民为了求生存、求进步、求发

展,以“囤”为家,以“囤”为营,在长期的实践中,集聚了苗、侗等各族群众同心协力、浴血奋战、携手共进的民族精神。主要表现在两个方面:一是集聚了义军将士们以及苗、侗等广大少数民族群众奋勇抗敌的力量。在抗击朝廷官军和地方团练镇压过程中,踞守“囤”营的义军将士们以及苗、侗等广大少数民族群众所表现出的那种顽强拼搏、浴血奋战的勇气,可畏是惊天地,泣鬼神;二是集聚了各族民众同心协力的力量。在修筑囤的过程中,寨民们都义无反顾自愿出工出力上山修囤;在危险来临的时候,他们以囤为家,分工合作,忠于职守,实现了从一个单纯的农民向“战时为军、闲时为民”大转变。

“囤”在清咸同年和民国时期,不仅淋漓尽致地发挥出了它独特的防御作用,而且给当今社会留下了一笔不可复制的、宝贵的文化遗产。同时,“囤”也是一个时代的见证,是生活在黔东南地区苗、侗等各族人民不屈不挠的奋斗史的真实写照。

参考文献:

- [1] 《贵州通史》编委会. 贵州通史:第三卷[M]. 北京:当代中国出版社,2002:350.
- [2] 玉屏侗族自治县政协文史委. 玉屏文史资料:第六辑[M]. 膳印本. 1993:35.
- [3] 咸同起义[EB/OL]. [2014-05-31]. <http://gz.zw-bk.org/MyLemmaShow.aspx?lid=10810>.

(责任编辑 王莉)

(上接第624页)

(2) 增加旅游宣传力度。游客获取信息的渠道日益多元,但依赖度最高的还是互联网。应继续加大网络平台的宣传力度,同时兼顾采取电视广告宣传的方式。

(3) 开发特色旅游项目。游客需求是旅游业发展的方向,面对市场中男性游客较少这一现象,可以考虑开发探险、商务会议及体育竞技等符合男性游客需求的旅游产品,同时适时推出符合老年人的旅游产品。在保留传统项目的同时要不断推陈出新,开发出具有本土特色、体现深厚历史文化底蕴的项目及休闲娱乐项目以满足游客的多方面需求。

(4) 完善基础设施建设。目前的现状是游客绝大多数当天离开,过夜的游客较少,这导致消费水平偏低。因此,应不断完善基础设施和娱乐设施,填补夜间旅游项目的空白。同时,还要完善旅游接待设施,适当建设高星级酒店和经济型宾馆,以兼顾游客的不同需求。

(5) 促进区域旅游合作。合作是各项产业发展的必然趋势,发展区域旅游应该联合一切可能的力量,以实现多赢。首先,依托大连“浪漫之都”的知名品牌,加强与大连市区的旅游合作,同时促进与辽宁各旅游城市的联合,扩大市场范围。其次,加强与环渤海经济圈的各旅游区合作,通过海上旅游专线,形成环渤海旅游网络,吸引更多海

内外游客。第三,加强国际合作,与大连的友好城市,如:日本北九州、韩国仁川、法国勒阿弗尔、俄罗斯符拉迪沃斯托克、德国罗斯托克、英国格拉斯哥等城市进行优势互补,促进客源市场不断发展。

参考文献:

- [1] 蒙文贵,吴海燕,赵天智. 贵州省雷山县西江千户苗寨旅游客源市场调查分析[J]. 城市旅游规划,2013(12):190-192.
- [2] 王恒. 历史文化街区综合评价及保护利用研究——以旅顺太阳沟为例[J]. 国土与自然资源研究,2014(2):78-82.
- [3] 孙微. 旅顺7处遗址入选全国重点文物保护单位[N]. 大连日报,2013-05-27(003).
- [4] 刘彦辰. 青岛市国内旅游客源市场研究[J]. 太原城市职业技术学院学报,2014(2):39-41.
- [5] 王恒,赵文. 旅顺口区近代历史文化旅游资源开发对策研究[J]. 吉林工商学院学报,2014(2):71-74.
- [6] 王恒. 大连市旅游市场空间结构分析与优化[J]. 海洋开发与管理,2009(5):119-122.

(责任编辑 董邦国)