



恩施茶文化旅游顾客满意度调研与提升策略

张 曹

(湖北生态工程职业技术学院,湖北 武汉 430200)

摘 要:随着中国经济发展,传统的观光旅游已经满足不了需求,体验和文化消费成为新的热点。通过对恩施地区茶文化休闲体验旅游旅客满意度进行调查,发现恩施的茶文化旅游有着非常好的客源基础和旅游发展前景。为了提升旅客满意度,恩施应在完善旅游基础设施、深度挖掘茶文化、重视高铁旅游客源、重点加强餐饮管理等方面进行提升,更好地发展恩施地区茶文化休闲体验旅游。

关键词:茶文化;旅客满意度;休闲体验旅游

中图分类号: F592.763

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2017) 03-0112-04

112

武汉职业技术学院学报二〇一七年第十六卷第三期(总第八十九期)

中国是茶文化的起源地,各地各具特色的茶文化源远流长,很多地区通过茶文化发展,成为知晓的旅游景区,如杭州梅家坞茶文化乡村旅游区、安溪茶文化旅游景区、横县茉莉花茶旅游区、天福茶博物院、浙江临海羊岩山茶文化园等等。随着中国经济发展,国家大力发展旅游的各项顶层设计出台,国家层面提出了全民的休闲纲要。中国旅游者近几年对旅游的服务的要求变高,不再满足于简单的观光需要。体验和休闲旅游是旅游发展的重点。如何深入挖掘茶文化旅游内涵和提供丰富的旅游产品是各地重点研究和探讨的问题。恩施发展茶旅游对优化区域经济结构、带动就业和扶贫、延长旅游产业链条具有重要意义。为了给恩施茶文化旅游提供关于游客的第一手资料,首先从游客对恩施茶文化旅游的体验调研做起。

一、游客满意度的含义

目前,在游客满意度定义中,学术界翻译广泛认可的定义是由奥立佛提出的。他认为,游客满意度是游客的旅游需求得到满足后的形成一种心理反应,是游客对产品服务的特征或产品和服务本身满足自

己需要程度而做出的一种判断。他指出游客满意度主要是由游客的对自己消费结果的后做出的整体印象,即游客对本次消费好或者不好的个人主观的评估,从而游客对该旅游产品产生的个人情感反应,如愉悦、高兴、悲伤、后悔等。游客对产品和服务会进行比较,即游客对产品和服务的实际体验与自身设立的某一标准进行比较,判断实际体验是否符合或超过自己的比较标准。最后游客会对自己的消费结果进行归因分析,即游客认为谁是影响自己的消费结果主要因素,并为之负责。^[1]

二、满意度调查的研究方法

(一)问卷设计

本次问卷调查的内容设置为两个部门,分别是:游客基本信息和游客满意度指标。游客的基本信息内容包括:年龄、性别、职业、收入、游客类别、旅行消费和旅行目的。游客满意度指标内容主要包括:两个一级指标:旅游硬件设施满意度和旅游软环境体验满意度。旅游硬件满意度指标包括:交通、餐饮、住宿、景区购物、景区卫生和景区设置。^[2]旅游软环境满

收稿日期:2016-11-21

基金项目:2016年湖北省教育厅人文社会科学研究指导性项目“基于传统茶文化的恩施休闲体验旅游发展研究”(项目编号:16g318)。

作者简介:张曹(1985-),女,湖北洪湖人,硕士,湖北生态工程职业技术学院讲师,研究方向:区域经济学和旅游管理。

意度指标包括：当地居民态度、景观特色、民族风情特色、娱乐体验活动和综合服务质量。满意度感知评价的基础上引入游客期望与实际体验比较和是否重游两个指标，根据李可特五点量表衡量分为5个等级，1=体验非常失望，5=体验非常满意）。是否重游是指游客重游和对外宣传的意向。把意向按照等级分为5个层次，分别1是绝对不会再来，5是一定会再来或者向周边人群推介。最后增加一个开放性的问题：“您觉得恩施茶文化体验旅要做哪些方面的改进，哪些是您非常喜欢或者是不喜欢的地方，您愿意再次前来游玩或者是向周边人员推荐吗”。

(二)调查过程

2016年7月10日到7月15号，在恩施几个著名的景点、恩施茶园的农家乐进行恩施茶文化休闲旅游的随机抽样法进行问卷调查。问卷的完成以无记名的方式进行，游客填写问卷时，出现问题的时候随时向调查志愿者寻求解释。为了保证问卷的有效性以及回收率，调查志愿者保证了每份问卷在5分钟内完成，并且问卷当场收回。调研分为两个部分，一个是专家调研，专家调研主要选取恩施景点的资深管理人员和当地的旅游行政管理部门的管理者，调研他们主要是对问卷的内容进行微修正。修正完了以后成了正式的问卷调查内容。本次恩施茶文化休闲体验游在实际调研阶段共发放问卷200份，回收的有效问卷196份，有效率98%，有效率高。将调研数据输入SPSS 17.0软件，进行统计分析。

三、研究结果分析

(一)描述性统计分析

整理问卷和数据，结果见表1：描述性结果统计表。根据表格显示，性别方面，男女比例较一致，且女士人数略高，说明恩施的旅游项目，良好的生态的环境对女士的吸引力会更大，女士更愿意与大自然亲密接触。年龄方面，35岁以上居多，占所有人数的69%，45岁左右的人群是恩施旅游的主力，这部分中年人有一定的经济基础，并且自我控制的休闲时间比较多，这部分人群对旅游的项目也有所选择，他们一般在城市生活时间较长，喜欢清静、休闲，不喜欢嘈杂，他们也逐渐开始关注自身的健康和养生。本次调查得出恩施旅游的年轻人群体较少，26到35阶段，仅仅只占12.7%，他们处于事业和生活压力的最高层，休闲时间少，但是他们作为以后游客的主力，必须意识到现在如何进行培育其对恩施旅游的了解和热爱。游客类别方面，以团队游客居多，占66.8%，散客占33.2%，随着自助游在年轻人盛行，恩施应该在交通基础设施方面更加适合自助游客的到来。游客的消费金额方面，整体来说，消费额很低，消费1000元以上的人群仅仅只占26.6%。由此可见，恩施地区个人旅游消费总额不高，恩施地区物价偏

低，游客的消费在恩施还有进一步提升的可能。^[3]旅游目的方面，以观光、养生为目的的占据前两位，比例高达69.9%，通过该数据得出，游客还是非常看重恩施良好的生态环境、独特的民族风情，并且向往在旅游中得到亲自的体验，恩施旅游不仅在保持良好生态环境的同时还要增加一些游客可以体验的项目。

(二)满意度指标分析

游客的满意度指标，见表2：恩施旅游顾客满意度测评，通过表格得到以下的启示。游客对恩施旅游的整体满意度一般，均值为3.8。在硬件满意度整体不如软件满意度。在硬件满意度方面旅游交通体验最差，为3.2，餐饮其次，旅游购物体验相对最高，均值为3.9。由于恩施地处山区，盘山公路较多，公路等级不高，尤其在雨天或者是恶劣天气时候，交通受影

表1 描述性指标分析统计表

人口特征	分类项目	人数	比例%
性别	男	96	49
	女	100	51
	18岁以下	12	6.1
年龄	18-25	24	12.2
	26-35	25	12.7
	36-45	65	33.2
	46-55	40	20.4
	55以上	30	15.4
类别	散客	65	33.2
	旅行团	131	66.8
本次消费金额(除去团费,交通等,完全在旅游过程中的消费)	无其他消费	10	5.1
	500以下	42	21.4
	500-1000	92	46.9
	1000以上	52	26.6
	购物	30	15.3
本次旅行的目的	观光、体验	96	49.0
	养生	41	20.9
	其他	29	14.8

表2 恩施茶文化旅游顾客满意度测评表

满意度项目	指标	均值	排序
整体满意度	综合旅游感受	3.8	5
	茶文化旅游交通	3.2	12
旅游硬件满意度	茶文化旅游餐饮	3.3	11
	茶文化旅游住宿	3.5	7
	茶文化旅游购物	3.8	5
	茶文化旅游卫生	3.5	7
	茶文化旅游设施	3.4	10
	茶文化旅游特色	4.1	2
	茶文化旅游民族特色	4.3	1
旅游软件满意度	居民态度	4.0	3
	茶文化娱乐体验项目	3.5	7
	景区接待服务态度	3.9	4

响较大，交通问题也直接导致了恩施地区自助游客的数量和吸引力。恩施地区中的茶文化餐饮特点不明显，很多茶文化地区餐饮供给的都是腌制或者熏蒸的肉类，部分游客对这些菜品不会接受。随着宜万铁路开通，恩施交通得到改善，顾客对交通的满意度随之为得到提高。旅游购物分值最高，游客对恩施的旅游产品还是比较肯定，这得益于恩施旅游购物产品的纯天然，尤其是恩施的茶制品，富硒茶得到了广泛的社会美誉。整体的游客软件得分比较高，民族特色分值最高，均值为4.3，景观特色其次，分值最低的为娱乐体验项目，均值仅为3.5。恩施的茶文化民族风情是最吸引游客的地方，这也是恩施旅游区别其他地方，异质化发展的重要途径，政府重点打民族牌，不仅要保护，还要进一步挖掘和传承，保护恩施的民族非物质文化遗产。游客在软环境最不满意的項目是茶文化娱乐体验项目，恩施地区茶文化旅游还仅仅停留在观光阶段，随着中国游客的成熟，逐渐从观光型到体验型过渡，很多去恩施茶文化体验旅游的游客为了追求该旅游产品的个性化，力图以独一无二、针对性强的旅游产品，恩施茶文化旅游必须要让游客感受这种特性，满足求新求异的心理，必须在恩施的茶文化旅游中体现旅游者的参与和茶文化的互动活动。

问卷调查设计了三个开放性的问题，分别是：“您觉得恩施茶文化体验旅要做哪些方面的改进，哪些是您非常喜欢或者是不喜欢的地方，您愿意再次前来游玩或者是向周边人员推荐吗”。通过对三个问题的问卷调查者的整理。游客回答主要集中在对恩施茶文化旅游的基础设施提出了改进要求，进一步强调了在旅游过程中餐饮、住宿和交通的重要性。除此外，很多游客希望恩施茶文化旅游进一步保持特色，打造恩施茶文化旅游的品牌，恩施茶文化旅游的旅游推介，对恩施茶文化旅游的国际化提出了较高的期待。顾客最喜欢的还是恩施独特的茶文化，对茶文化景区接待能力和餐饮提出了问题。将近60%的游客会再次来恩施，或者向周边的人群推荐。随着经济进一步发展，恩施茶文化旅游条件改善和品牌的塑造，不仅涌入大量的新游客，还会有很多的回头客再次旅游，恩施的茶文化旅游有着非常好的客源基础和旅游发展前景。

四、提升恩施茶文化旅游满意度的建议

根据以上的调查分析，提高恩施茶文化旅游的顾客满意度可以从以下几个方面入手。

（一）完善旅游基础设施，提供特色住宿环境

旅游交通、旅游住宿和景区卫生对总体满意度的影响较大，其均值不算太高，因此这3方面需持续完善。住宿方面，价格要透明，卫生放在住宿的首位，形成恩施茶旅游的三级住宿标注：高档星级酒店、星

级酒店和农家乐住宿，加强对农家乐住宿的监管，形成统一的住宿标准，打造一批以茶为主题的特色住宿群落；茶旅游景区卫生方面，要加强统一管理，委派专人分路段负责景区卫生，景区垃圾要分类管理，并且多增加垃圾处理的警示标志，提高游客环境意识，提高保洁的时效性。

（二）重视高铁旅游客源，通过武汉形成高铁旅游圈

交通方面，进一步提高高铁旅游游客占据的比例，政府对交通基础设施增加投资，高标准的建设。如高铁附近的交通枢纽站、停车场和公交线路等等。武汉作为中部地理位置的中心城市，恩施应该主动对接，充分发挥地缘优势，主动加强与武汉的联系，打包宣传“武汉-恩施”品牌，以武汉为中心向周边城市辐射，扩大恩施旅游的客源地，丰富客源结构，增加旅客人数，形成“高铁+高铁”的旅游模式，整合武汉和恩施两地旅游资源，设计出针对不同季节，不同类型游客的旅游产品。

（三）深入挖掘茶文化内涵，提供茶文化的体验旅游项目

深入挖掘当地茶文化资源，开发出多层次的茶文化旅游产品，以满足不同曾经、年龄、经历游客的需求。^[4]茶文化体验的娱乐活动方面要精心编排除了把土家族中民族中最具代表性的歌舞展示给游客，更加要增加一些茶艺表演，增加以茶为主题的游客的互动环节，如采茶、制茶。挖掘恩施土家文化，将茶文化和土家文化有机结合，让游客参与到当地的茶生产生活中去。

（四）重点加强餐饮管理

在恩施茶文化中旅游餐饮对总体满意度的影响极大，均值较低，现代游客对餐饮要求高，除了卫生是首要选择条件外，还积极追求健康、原生态和地域特色。恩施在对游客提供餐饮方面不仅要强化地方特色，还要突出茶文化主题，以茶为原料丰富食物种类，突出健康养身主题。政府机构也要充分发挥对餐饮的监管作用，联合工商局、卫生局和物价局对提供餐饮的企业要加强卫生管理，规范价格。

参考文献：

- [1] 刘楠.广西桂林龙脊梯田景区旅游满意度实证研究[J].大众科技,2015,(5):162-164.
- [2] 李佳.免税店游客满意度研究[J].乐山师范学院学报,2015,(6):71-74.
- [3] 黄木.让特色茶文化为旅游带来一抹清香——以湖北恩施自治州为例[J].农业考古,2013,(2):251-255.
- [4] 李卫东,崔清梅,侯伟华.恩施州“十二五”期间茶产业发展的优势、问题及对策[J].中国农业信息,2012,(4):368-369.

[责任编辑：张磊]

Investigation and Promotion of Customer Satisfaction of Enshi Tea Culture Tourism

ZHANG Cao

(Hubei Ecology Vocational College, Wuhan430200, China)

Abstract: With China's economic development, the traditional tourism has been unable to meet the demand. Experience and cultural consumption have become a new hot spot. Through the investigation of the tourist satisfaction of tea culture and leisure experience in Enshi area, it is found that the tea culture tourism of Enshi has a very good source of tourists and the prospect of tourism development. In order to improve passenger's satisfaction, Enshi should improve the tourism infrastructure, deep excavation of tea culture, attaches great importance to the high-speed rail passenger source, focus on strengthening the catering management and other aspects of promotion, better development of Enshi tea culture tourism leisure experience.

Key words: tea culture; passenger satisfaction; leisure experience tourism

(上接第 111 页)

统的加工制造业、日常的运动、竞技场上的比赛,赛博化都将给身体锻炼带来变化,身体运动将由传统锻炼模式向大数据时代化精准化转变。受众真正享受到科技带来与以往不一样的运动体验,真正推动羽毛球等隔网运动的跨时代发展。

参考文献:

- [1] 代志星,高鹏飞,刘海莲.身体的缺场:体育赛博化嵌入的多重镜像[J].体育与科学,2015,(2):111-112.
- [2] 太极网.运动数字化尔思活力 π 智能羽毛球拍体验报告[EB/OL].<http://nctechyesky.com/67/36634067.shtml>,2014-

04-07.

- [3] 大公网.羽毛球进入鹰眼时代[EB/OL].<http://newstakungpao.com/paper/q/2014/0502/2452587.html>,2014-05-02.
- [4] 环球网科技.毛片智能化生产“三段式”羽毛球成体博会新宠[EB/OL].<http://tech.huanqiu.com/Enterprise/2013-06/4015776.html>,2013-06-09.
- [5] 北青网.miCoach 速度传感器可以捕捉 360 度的动作[EB/OL].<http://digital.yynet.com/438577/959553645002b.shtml>,2014-06-19.

[责任编辑:许海燕]

Fuzzy and precise game: Badminton in the Game of Cyber Embedding

LU Yang

(Wuhan Polytechnic, Wuhan 430074, China)

Abstract: The cyber movement in sports is a very new topic in the field of cyber studies, and plays an important role in the development of sports science and technology. Through literature and case analysis, it can be found that racket leading body embedded cyber technology and intelligent technology of human-computer interaction can not only improve the technology, but to upgrade and enlarge the role of material capability. It can make up for the defects embedded in cyberspace, improve the fair competition, and change tactics rhythm. Cyber embedding can realize automatic mechanization production. The future of badminton movement and related cyber should be developed in the preservation of the traditional badminton open at the same time the precise movement of the body. Cyber-embedded of badminton shoes and other related industries will bring new training patterns. Consider that cyber-embedded needs to be close to the public and used by a wide audience, physical exercise will change from the traditional exercise model to the big data era.

Key words: cyber embedding; intelligent technology; badminton