



武汉市居民对新疆博州旅游需求的调查与分析

雷 晶¹, 江艳刚²

(1. 武汉职业技术学院 旅游与航空服务学院, 湖北 武汉 430074;

2. 湖北三峡职业技术学院, 湖北 宜昌 443000)

摘 要:新疆博州旅游资源丰富, 当地旅游业发展势头强劲, 通过对湖北居民的新疆博州旅游意向性调查分析, 提出相关建议和意见, 可以促进博州旅游功能不断完善和旅游业服务水准自我提高, 使博州旅游企事业单位和政府部门能够针对湖北地区有的放矢的展开旅游宣传和推广, 使湖北地区成为博州旅游重要的客源地; 并为博州发展其他区域客源地提供借鉴、参考。

关键词:武汉市居民; 新疆博州; 旅游需求

中图分类号: F592.763

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2015) 01-0108-05

108

新疆博尔塔拉蒙古自治州简称博州, 是湖北省自 1999 年对口支援州。2013 年湖北各行各业支援博州的有 320 人, 其中旅游企业支援人员只有 1 名, 加强两地的旅游深层次的交流与合作符合两地百姓、旅游企事业、政府部门的需求。充分发掘博州旅游资源特色与优势, 研究鄂博旅游线路对接方式, 对两地的旅游现状的重新审视、区域合作、旅游产业的优化升级、促进两地旅游的发展特别是博州旅游由“小旅游”向大旅游的转变等都有着深远意义。

一、调查的目的与方法

(一) 调查目的

本研究针对湖北地区居民对博州旅游资源吸引力做出调查, 对两地的旅游现状进行梳理, 审视现状, 查出不足, 从而探索出符合两地不同阶层、职业、年龄、性别百姓旅游需求心理的成熟的旅游产品(旅

游线路、旅游商品)。此次调查最大理论意义在于充实和丰富博州旅游发展思路, 对指导当地旅游类人才培养方案的制定、旅游宣传推广、旅游资源开发、旅游产品的研发都具有深远意义。

(二) 调查对象

本次调查针对的是武汉居民, 调查对象涉及不同阶层、职业、年龄、性别、学历, 共计 340 名。

(三) 调查基本情况

以自编“新疆博州旅游资源吸引力调查问卷——针对湖北地区”为基础, 主要采用调查问卷和个别访谈相结合的方法, 发放问卷 340 份, 回收有效问卷 334 份, 有效率为 98.2%。本调查共设计问题 22 道, 其中单选题 16 道, 多选题 6 道, 内容包括被调查者个人基本信息、调查者出游基本情况、地区和景点知晓程度及存在的问题、地区和景点吸引力、旅行方式和配套设计等的重视程度等方面。整个调查过程总共历时 2 个月。

收稿日期: 2014-11-28

基金项目: 湖北省人文社科课题“新疆博州与湖北旅游线路对接方式研究”(项目编号: 2014SZ02)。

作者简介: 雷晶(1982-), 女, 湖北武汉人, 武汉职业技术学院旅游与航空服务学院讲师, 硕士, 研究方向: 旅游管理; 江艳刚(1980-), 男, 湖北武穴人, 湖北三峡职业技术学院讲师, 研究方向: 旅游管理。

二、调查结果及分析

(一)出游基本情况的数据统计分析

通过对问卷第 6-8 项的统计分析得出,武汉居民出游的次数与学历和职业关系不大,但与年龄、收入水平关系比较明显。

年龄对新旅游选择影响差异较大。年龄 25 岁以下的被调查者大多数年出游次数在 1-2 次之间,占调查人数的 62%,这个年龄段的人群通常在读书或刚参加工作,读书的人群虽然有寒暑假,闲暇时间较多,但多数没有太强经济实力;刚参加工作的人群通常收入不高,考虑到花费问题,大多数不会选择距离较远的旅游目的地;调查发现,25-30 岁的人群出游次数较多,接近一半的被调查者甚至达到每年出游 5 次以上,特别是男性游客,但所占的比重较小只有 7%;31-60 岁的被调查者的出游次数集中在 3-4 次之间,这类人群是属于比较稳定,占到 24%。在各年龄段人群调查中发现,其中男性出游次数明显多于女性(表 1)。

表 1 出游年龄、次数情况统计

年龄	出游次数及所占比例				调查区域
	0 次	1-2 次	3-4 次	5 次	
25 岁以下	7%	62%	24%	7%	武汉
25 岁-30 岁	9%	36%	9%	46%	武汉
31 岁-60 岁	5%	42%	43%	10%	武汉

收入水平方面,月收入 4000 元以下的人群基本不出游或出游次数较少,一般为 0-2 次。随着收入的更加,出游次数明显增加,月收入达到 6000 元以上

表 2 不同年龄游客对旅游地选择渠道情况统计

年龄	旅游地选择渠道及所占比例							调查区域
	亲友介绍	报刊杂志	手机网络	电视、广播媒体	旅行社推荐	旅游宣传手册/赠品	其他	
45 岁以下	33%	11%	30%	15%	5%	5%	1%	武汉
45 岁-60 岁	37%	13%	0	24%	13%	13%	0	武汉

(二)地区、景点知晓程度及存在的问题

通过对问卷第 9 项的统计分析得出,新疆是一个让人很向往的神奇之所,但对博尔塔拉蒙古自治州武汉居民知道有限,大多数被调查者甚至完全没有听说过。去过的人对该旅游目的地的旅游资源都是认可的,其中有 71.4%的人认为博州拥有独特的旅游资源,但没有充分挖掘,还有 28.6%认为博州有自己的特色,但不突出。对景点的推广情况及条件多数人不太满意,认为首先要加强宣传力度,提高知名度;其次要改善可进入性和完善配套设施。虽然知道

的人群,至少每年会出游 1 次。月收入 8000 元以上者,是出游的主力军,年出游普遍在 3 次以上,平均值为 4.75 次(图 1)。

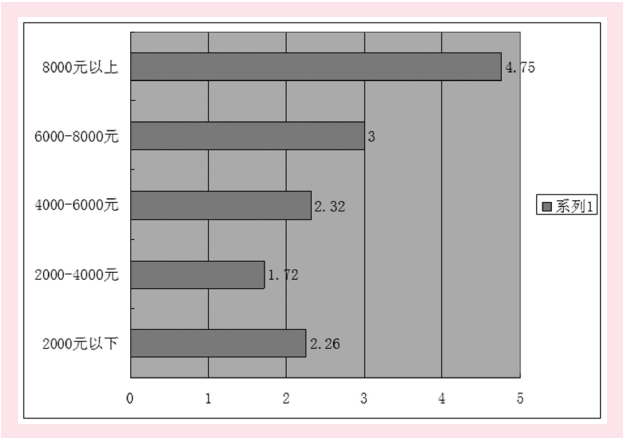


图 1 武汉居民平均年出游的次数与月收入的关系

大多数武汉居民的出游目的是观光游览、休闲放松,部分职业的人群出游目的还包括其他原因,比如公务员、事业单位人员、企业负责人或管理人员、军人出游目的还有会议、商业;服务业员工的出游目的还有商务和会议。

在选择旅游地渠道方面,选择亲友推荐所占比例最高。而排在第二位的,45 岁以下和 45 岁以上的人群存在较大的差异,45 岁以下是手机网络,比例达到 30%,年纪在 45 岁以上的游客,基本上不会通过此方式选择旅游目的地,特别是党政机会、事业单位人员,选择旅游的方式一般为电视、广播媒体和旅行社推荐(图 2)。另外,新的选择旅游地的方式也再不断出现,比如说网友自发组织起来各种群,诸如徒步群、自驾群、登山群等(表 2)。

博州的人为数不多,但对其旅游景点的知晓程度还是有的,大多数人知晓博州主要 12 个景点中的 2-3 个,其中又以赛里木湖、博格达尔森林公园的知晓程度最高。了解上述景点的渠道排在第一位是手机网络,第二位是报刊杂志(图 3)。

(三)地区、景点吸引力分析

通过对问卷第 14 项的统计分析得出,人们都认为新疆是一个美丽而神秘的地方,所以大多数武汉居民对其充满着向往。45.3%暂时不愿意去的人大多数因为感觉危险,特别是男性被调查者单单因为这

个原因不愿前往的占 67%,可能是男性对新闻宣传比较敏感;女性被调查者通常是由于综合原因不愿前往,即既感觉危险,又没有时间。作为旅游吸引物

来说,自然风光排在第一位,其次是少数民族文化。另外,通过个别访谈了解到,30岁以下的人群十分注重景点的体验性。

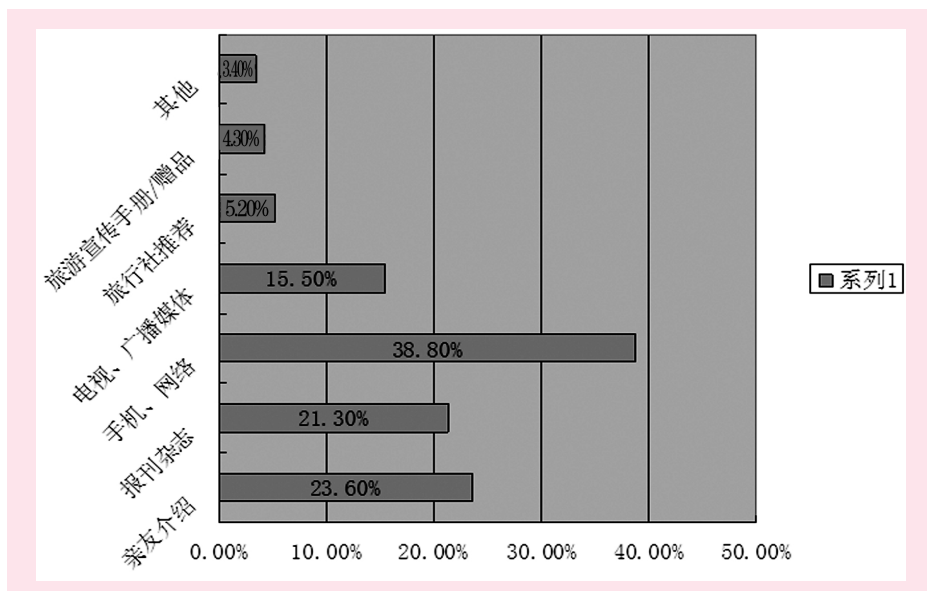


图2 武汉居民了解博州景点的渠道

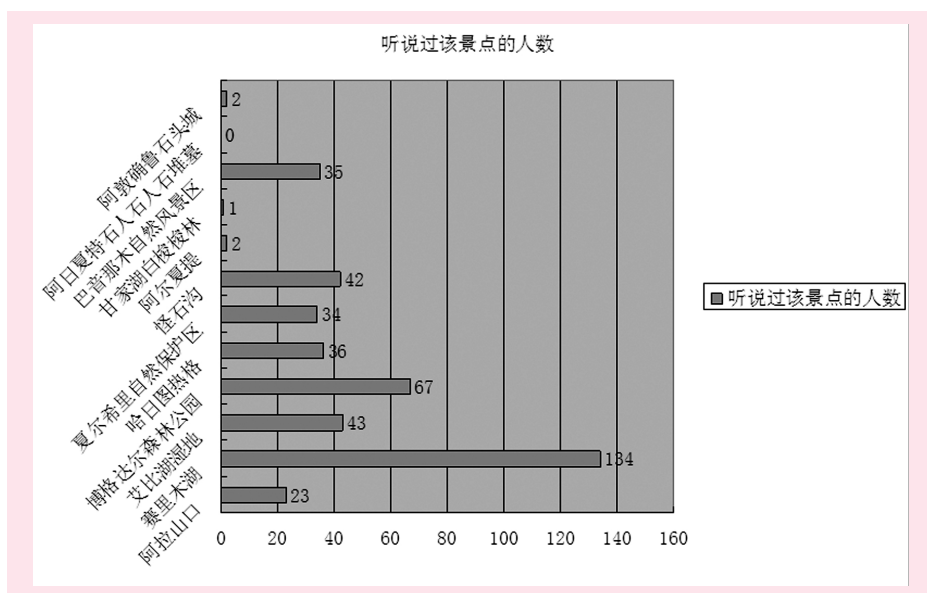


图3 新疆博州不同旅游资源知晓人数

(四)旅行方式和配套设计等的重视程度

通过对问卷第 17 项的统计分析出,45 岁以下的被调查者,一般都选择自助游,45 岁以上的被调查者更倾向通过旅行社跟团旅游。在是否会聘请导游方面,基本上各占一半,不需要导游的人向往随心所欲的旅游方式,认为可以学到更多。需要导游的人认为,导游可以详细的介绍各个景点,游客更容易了解当地特色。

通过对问卷第 18 项的统计分析得出,25 岁以下的被调查者更偏爱入住当地居民家中,认为这

样可以入乡随俗,亲身体验当地民俗。25 岁以上,主要选择快捷酒店和星级宾馆,特别是 45 岁以上的高收入人群,更是偏重于住四、五星级的宾馆。

通过对问卷第 19 项的统计分析得出,绝大部分武汉居民青睐特色食品小吃店和农家乐,认为这些是体会地方风俗、品尝当地特色的好去处。

通过对问卷每 20-22 项的统计分析得出,一半以上的武汉居民对旅游景点的可进入性、配套设施以及导游讲解水平还是比较在意的,特别是景点的配套设施,比较在意 51.3%,在意 25.5%,两者一共达

到76.8%。公务员、事业单位员工、年长者普遍对这3项比较在意。部分30岁以下的男性被调查者不太在意旅游景点的可进入性,有些人甚至认为只要好玩,可进入性可以完全不在意。

三、调查结论与建议

(一)结论

1.年龄、收入、职业因素对旅游动机影响较大,具体表现在以下几个方面:

其一,年龄因素对旅游动机影响。25岁以下的武汉居民大多数年出游次数在1-2次之间,这个年龄的人通常在读书或刚参加工作,因为收入不高,出游次数较少,即使出游大多数人也不会选择距离较远的旅游目的地。25-30岁的武汉居民最热衷外出旅游,接近一半被调查者的平均年出游5次以上,特别是男性游客。31-60岁的人群出游次数集中在1-4次之间,男性出游次数明显多于女性。

其二,收入水平与出游次数关系十分明显。月收入4000元以下的人群基本不出游或出游次数较少,一般为0-2次。随着收入的更加,出游次数明显增加,月收入达到6000元以上的人群,至少每年会出游1次。月收入8000元以上者,是出游的主力军,年出游普遍在3次以上,平均值为4.75次。

其三,职业因素对旅游目的的影响。大多数武汉居民的出游目的是观光游览、休闲放松,部分职业的人群出游目的还包括其他原因,比如公务员、事业单位人员、企业负责人或管理人员、军人的出游目还有会议;商业、服务业员工的出游目的还有商务和会议。

2.在选择旅游地渠道方面,选择亲友推荐所占比例最高,排在第二位的,45岁以下和45岁以上的人群存在较大的不同,45岁以下是手机网络,比例达到30%,而年纪在45岁以上的游客,基本上不会通过此方式选择旅游目的地,特别是党政机会、事业单位人员,选择旅游的方式一般为电视、广播媒体和旅行社推荐。另外,新的选择旅游地的方式也再不断出现,比如说网友自发组织起来各种群,诸如徒步群、自驾群、登山群等;对博尔塔拉蒙古自治州大多数武汉居民知道有限,完全没有听说过占绝大多数。去过的人大多数认为博州拥有独特的旅游资源,但没有充分挖掘,还有部分认为博州有自己的特色,但不突出。虽然知道博州的人为数不多,但大多数人知晓博州2-3个景点,其中又以赛里木湖、博格达尔森林公园的知晓程度最高。而了解上述景点的渠道主要通过手机网络和报刊杂志。

3.在景区选择方面,绝大多数武汉居民对美丽而神秘的新疆充满着向往。暂时不愿意去的人多数因为感觉危险,特别是男士;女士通常是由于综合原

因不愿前往,即既感觉危险,又没有时间。作为旅游吸引物来说,自然风光排在第一位,其次是少数民族文化。30岁以下的人群十分注重景点的体验性。

4.在住宿和饮食方面,25岁以下的武汉居民更偏爱入住当地居民家中,认为这样可以入乡随俗,亲身体验当地民俗;25岁以上,主要选择快捷酒店和星级宾馆,特别是46岁以上的高收入人群,更是偏重于住四、五星级的宾馆;饮食方面的区别。绝大部分武汉居民青睐特色食品小吃店和农家乐,认为这些是体会地方风俗、品尝当地特色的好去处。

5.在景区可进入性方面,多数武汉居民对旅游景点的可进入性、配套设施以及导游讲解水平还是比较在意的,特别是对景点的配套设施。公务员、事业单位员工、年长者普遍对这三项比较在意。部分30岁以下的男士不太在意旅游景点的可进入性,有些人甚至认为只要好玩,可进入性可以完全不在意。

(二)建议

1.找准宣传对象,针对性开展旅游活动,旅游宣传的重点对象是25-60岁、男士和收入月6000元以上的人群。宣传时重点突出博州适合观光游览、休闲放松的特点,适度地开发会议和商务旅游市场。

2.拓宽和创新旅游信息的传播途径,注重人际传播这一主要传播渠道,想方设法,提高景点的口碑效应。宣传媒体选择方面,要注重新型和传统传播媒体并重。新型的特别是手机网络,还要结合QQ群、微信群和订阅号等;传统的包括旅行社推荐、电视和旅游宣传手册等。在对景点宣传同时,强化地区意识,即增强博州景点与博州地区的整体化概念,共同提升博州和其景点的知名度。

3.增强博州旅游资源的垄断性,充分挖掘博州特有的旅游资源,突出其独特性,比如怪石沟、阿尔夏提景区等。重点开发自然风光和少数民族文化旅游资源,多设置一些民俗体验性的旅游项目,如穿着蒙古族服饰、骑马、射箭和跳民族舞蹈等。

4.弱化博州旅游的敏感性,旅行社要对潜在游客进行正确的安全宣传,对新疆的安全问题实事求是说明,确实存在危险的地区,为保障游客安全,尽量不去;安全的旅游景点,多做积极宣传。

5.积极开发适宜旅游附加产品,满足不同游客需求。开发一些有当地民俗特色和高品质的牧家乐住宅。同时,建设多家规范的快捷酒店和星级宾馆。目前,博州没有五星级酒店,四星级酒店仅有2家,不能满足高收入人群希望入住高档酒店的需求;餐饮方面,要多开发一些规范的特色食品小吃店和农家乐。完善旅游配套设施,不断提高旅游景点的可进入性以及导游讲解水平。

总之,仅凭问卷调查,我们了解到游客对博州旅游情况还不十分很充分。由于受时间、地域等因素影

响,我们的研究也有一定局限性。如何加强鄂博两地旅游的衔接和交流还需要多方面力量共同努力,如此,博州旅游一定会既好又快地得到发展。

参考文献:

[1] 翟丽.博州旅游整合与旅游发展研究[D].乌鲁木齐:新疆

师范大学,2008.

[2] 热半拉·阿布拉江.新疆博州旅游业可持续发展研究[D].乌鲁木齐:新疆师范大学,2011

[3] 刘益.旅游业可持续发展指标及综合评价体系研究[J].经济前沿,2006,(6).

[责任编辑:石芬芳]

Study on Wuhan Citizen's Tourism Demand for Bozhou, Xinjiang Province

LEI Jing¹,JIANG Yan-gang²

(1. School of Tourism and Aviation Service, Wuhan Polytechnic, Wuhan430074, China;

2. Hubei Three Gorges Polytechnic, Yichang443000, China)

Abstract: Bozhou, Xinjiang is abundant in tourism resources and the tourism has developed rapidly in recent years. In this research, we conduct a survey on the preference of Wuhan citizens for touring in Bozhou. The data is analyzed and suggestions are made for the development of tourist source market. The paper urges the local government of Bozhou to improve tourism function and its service quality and launch promotional program targeting at tourist from Wuhan, making Wuhan an important tourist source market.

Key words: Wuhan citizen; Bozhou, Xinjiang; tourism demand