

王亚南,鲁 莉,刘庆友. 田园综合体游客需求特征与满意度评价[J]. 江苏农业科学,2018,46(24):430-433.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2018.24.109

田园综合体游客需求特征与满意度评价

王亚南¹, 鲁 莉², 刘庆友²

(1. 南京农业大学经济管理学院, 江苏南京 210095; 2. 南京农业大学人文与社会发展学院, 江苏南京 210095)

摘要:田园综合体是休闲农业和乡村旅游发展新业态,科学有序发展田园综合体对乡村振兴背景下新农村建设与美丽乡村发展意义重大。从游客需求视角,以无锡田园东方为案例地,采用问卷调查的方法,运用 SPSS 20.0 软件对数据进行分析统计,通过研究被调查游客的基本情况、基本行为特征、旅游需求差异和满意度评价等,提出“整合旅游资源,突出地方特色”“加大营销推广,提高知名度”“强化基础设施,提升服务水平”“丰富产品内容,满足游客需求”4 个方面的田园综合体发展建议。

关键词:田园综合体;游客需求;特征;满意度评价;发展建议

中图分类号: F323.4 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2018)24-0430-04

自 2017 年 2 月“田园综合体”作为乡村新型产业发展的亮点措施被写进中央一号文件以来,田园综合体受到业界、学界的极大关注。全国各地因地制宜、积极探索,纷纷建立符合地域特色的田园综合体试点单位,如无锡阳山“田园东方”、成都多利农庄、蓝城农庄小镇、南京溪田等。国内学术界对该领域的研究多集中于概念解读、内涵挖掘以及模式构建等方面,如刘明研究了产业结构与功能片区的规划布局手法,探讨了田园综合体的商业发展模式 and 经济技术原理^[1];卢贵敏分析了建设田园综合体试点的重大意义和主要作用,提出了田园综合体建设理念和功能区域^[2];杨柳详细分析了田园综合体的概念、价值、三产关系及运作模式等^[3];刘竞文通过国内外相关经验的总结,提出了田园综合体“绿色发展”的新思路^[4]。基于此,本研究以无锡田园东方为案例地,通过游客需求特征与满意度的调查分析,提出田园综合体开发的相关建议。

1 研究方案

1.1 调研地点概况

田园东方是国内首个田园综合体项目,坐落在“中国水蜜桃之乡”无锡阳山生态休闲旅游度假区,地理位置优越,生态环境良好。该项目建于 2013 年,占地面积约 4.16 km²,由东方园林产业集团投资 50 亿元建设而成。项目以“美丽乡村”大环境为营造背景,以“田园生活”为目标核心,包含现代农业、休闲文旅、田园社区三大板块,其中农业板块有 4 园、3 区、1 中心,即水蜜桃生产示范园、果品设施栽培示范园、有机农场示范园、蔬果水产种养示范园、休闲农业观光示范区、果品加工物流园区、苗木育苗区、综合管理服务中心^[5]。文旅板块引进清境拾房文化市集,将生活与休闲品味相互融合,利

用拾房村旧址,按照“修旧如旧”的方式最大程度保持村庄的自然形态。田园社区板块将土地、农耕、有机、生态、健康、阳光、收获与都市人的生活体验结合一体,打造现代都市人的梦里桃花源。田园东方项目规划共分为乡村旅游主力项目集群、田园主题乐园(兼华德福教育基地)、健康养生建筑群、农业产业项目集群、田园小镇群、主题酒店及文化博览等六大部分^[5]。

1.2 研究方法设计

本研究采用问卷调查法,于 2018 年 3—4 月 2 次前往目的地随机调查游客。问卷在相关理论研究基础上,通过预调研、修改、细化与完善而成。问卷内容主要分三部分:一是游客基本信息和消费行为调查,二是针对游客旅游动机和旅游偏好调查,三是采用李克特量表“1~5”分制计分法,对游客旅游要素感知及满意度进行调查。问卷发放 365 份,回收 363 份,回收率为 99.5%,其中有效问卷为 353 份,有效回收率为 96.7%。运用 SPSS 20.0 对调查问卷数据进行处理和分析,信度分析结果为 0.870,介于 0.80~0.90 之间,问卷调查可信程度较高。采用描述性统计分析、交叉分析,分析结果为田园综合体开发建设提供了可参考市场依据^[6]。

2 游客特征分析

2.1 社会特征

从性别上看,男性占 43.9%,女性占 56.1%,女性略高于男性;从年龄上看,25~44 岁的中青年游客是田园东方客源市场主体,占比为 73.7%,65 岁及以上的老年游客仅占 1.4%;就职业而言,企事业单位管理人员最多,占比为 27.2%,其他职业者占 24.4%,学生占 13%;调查中游客文化程度普遍较高,本科及以上学历者约占 1/2(49%),初中及以下学历仅占 8.2%;从收入水平看,以 2 001~5 000 元为主,占 33.4%,其次是 5 001~8 000 元,占 29.5%;从客源分布看,游客主要为近距离旅游者,多集中于省内和周边省份,其中省内以无锡(62%)为主,省外以沪、皖、浙等省会城市(17.8%)为多。

2.2 旅游特征

田园东方因建设时间晚,来此游玩的游客以首次为多,占 61.8%;出游方式以家庭或与亲友结伴为主(83.0%)。该地

收稿日期:2018-09-04

作者简介:王亚南(1993—),女,山东菏泽人,硕士研究生,主要从事旅游开发与管理研究。E-mail:412578356@qq.com。

通信作者:刘庆友,博士,副教授,主要从事休闲农业与乡村旅游规划、旅游管理研究。E-mail:liuqy6839@njau.edu.cn。

由于旅游直通车投入时间晚,加之自驾游成为时尚,交通方式以自驾为主,约占 80%;停留时间以 1 d 以内为主,停留 1/2、1 d 者分别为 46.7%、45%;园区消费以 500 元及其以下的游客为多,占 74.2%,而消费在 1 000~1 500 元及 1 500 元以上的游客仅占 6.8%。游客了解田园东方的渠道多为亲朋好友介绍,占 56.9%,其次为新媒体平台(27.8%),而传统媒体平台以及 OTA 仅占 11.6%。

3 游客需求特征分析

3.1 游客需求总体分析

旅游需求研究多集中于旅游动机、旅游态度、旅游偏好、旅游认知度与满意度等方面,本研究重点从旅游动机、旅游偏好以及满意度 3 个方面对无锡田园东方游客需求展开分析。

3.1.1 旅游动机分析 调查显示,来田园东方游览者旅游动机主要是亲子同乐、田园观光、娱乐放松,占比分别为 36.3%、26.1%、24.4%,尤以亲子同乐比重最大,原因在于更多的家长乐于将孩子置身于大自然,通过户外交流与共同参与活动实现寓教于乐,进而达到激发孩子探索自然、增长见识及增进情感之目的。

3.1.2 旅游偏好分析 (1) 景点偏好。由图 1 可知,游客对田园东方景点的选择以蜜桃猪的田野乐园、儿童乡村俱乐部、桃花泉及拾房书院比重较高,占比分别为 35.1%、31.4%、25.8%、24.4%,尤其是蜜桃猪的田野乐园和儿童乡村俱乐部,一则地处园区核心位置,二则设置项目主要面向家庭,通过项目参与和娱乐活动体验,实现亲子同乐之目的。此外,有近 1/4 的游客选择拾房书院,反映了游客对领悟乡村文化、提高文化品位、放慢生活步伐、沉浸书海净化心灵之渴望。

(2) 商品类型偏好。由图 2 可知,游客对田园东方旅游商品的选择以特色农产品居多,占 41.9%,其次为民俗类产

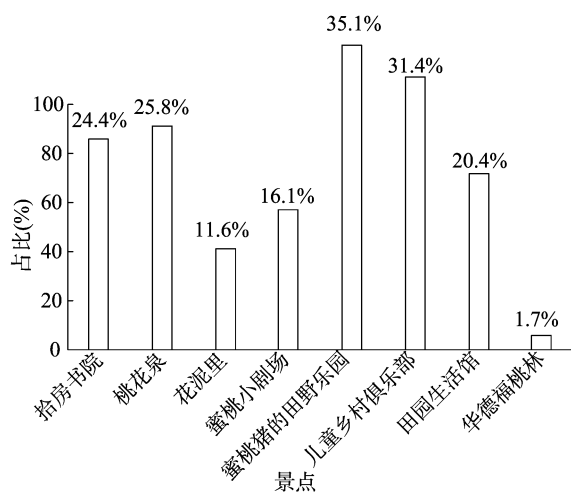


图1 景点偏好

品(22.7%),当地土特产和文化类商品选择较少,分别占 15.6%、19.8%。特色农产品往往具有地方标志,多属绿色环保、健康产品,具有浓厚地域文化与强烈地域特色,赢得游客青睐。

(3) 活动项目偏好。由图 3 可知,游客对田园东方活动项目的选择主要体现在休闲娱乐活动、田园亲子互动两方面,占比分别为 41.1%、37.4%,选择农业研修型活动的游客占比最少,仅为 5.7%。田园东方休闲娱乐活动可以满足游客享受趣味自在的慢生活、远离大都市喧嚣之需要,暂时摆脱快节奏的学习和工作带来的压力与烦恼,放松身心。

(4) 住宿方式偏好。由图 4 可知,游客对田园东方住宿方式的选择以特色农家乐和精品民宿为主,分别占 33.7%、32.9%。入住特色农家乐,可以感受乡村风情,寻梦乡愁,拥有一次纯粹的“乡村体验”。

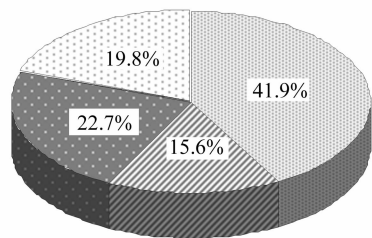


图2 商品类型偏好

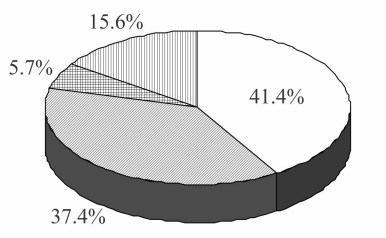


图3 活动项目偏好分布情况

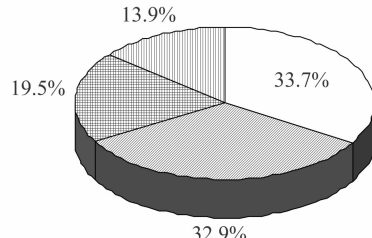


图4 住宿方式偏好分布情况

3.2 游客需求差异性分析

旅游人口统计学特征与游客需求交叉分析表明,性别和年龄对旅游动机、商品类型、活动项目及住宿方式等偏好影响差异较大(表 1),具体表现在以下 4 个方面。

3.2.1 性别、年龄与旅游动机的差异性 男性游客以田园观光(32.3%)占比最大,女性游客则以亲子同乐(40.9%)为多,表明女性游客在出游动机选择上以孩子的意愿为前提,带孩子玩乐者居多。游客年龄与旅游动机存在明显差异,具体表现在:15~24 岁年龄段者以娱乐放松为主(34.1%),25~44 岁年龄段者以亲子同乐(43.5%)为主,而 45~64 岁年龄段者侧重于田园观光(54.1%)。此结果充分反映了青年游

客主要因学习、工作压力大,多为放松心情、缓解压力;中年游客因经济基础稳定、精力充沛,加之有孩子需要照顾,故亲子同乐为首要目的;老年游客因时间充足,来此地主要为体验乡村悠闲、自在的慢生活,亲近大自然,陶冶情操。

3.2.2 性别、年龄与商品类型偏好的差异性 游客性别与商品类型偏好差异较小,男性游客和女性游客在选择上均以特色农产品和民俗类产品为多。对于特色农产品,男性占 40.6%,女性占 42.9%。对于民俗类产品,男性占 21.9%,女性占 23.2%。游客年龄与商品类型偏好存在明显差异。对于特色农产品,每个年龄段者选择该商品类型的比例都为最高,且随着年龄的增大,游客对该类商品的喜爱程度愈加明

表 1 性别、年龄与各偏好项目的交叉分析 %

种类	变量	不同性别占比		不同年龄占比		
		男	女	45 ~ 64 岁	25 ~ 44 岁	15 ~ 24 岁
旅游动机	田园观光	32.3	21.2	54.1	22.3	29.3
	亲子同乐	30.3	40.9	21.6	43.5	9.8
	娱乐放松	25.2	23.7	16.2	21.9	34.1
	农事体验	5.2	6.6	2.7	6.2	9.8
	考察学习	4.5	5.1	0.0	4.6	9.8
	其他	2.6	2.5	5.4	1.5	7.3
商品类型	特色农产品	40.6	42.9	45.9	42.3	34.1
	当地土特产	19.4	12.6	18.9	15.0	17.1
	民俗类产品	21.9	23.2	18.9	23.1	24.4
	文化类商品	18.1	21.2	16.2	19.6	24.4
活动项目	休闲娱乐活动	43.2	39.9	51.4	37.7	43.9
	田园亲子互动	31.0	42.4	24.3	43.5	17.1
	农业研修型活动	7.1	4.5	0.0	5.8	12.2
	农村生活体验活动	18.7	13.1	24.3	13.1	26.8
住宿方式	特色农家乐	36.1	31.8	37.8	33.5	26.8
	精品民宿	27.1	37.1	29.7	35.0	22.0
	露营帐篷	18.7	20.2	10.8	16.5	46.3
	度假酒店	18.1	10.6	21.6	15.0	4.9

显,具体表现在:15 ~ 24 岁年龄段者占 34.1%,25 ~ 44 岁年龄段者占 42.3%,45 ~ 64 岁年龄段者占 45.9%。相反,游客对文化类商品的偏爱程度随着年龄的增大反而降低,具体表现在:15 ~ 24 岁年龄段者占 24.4%,25 ~ 44 岁年龄段者占 19.6%,45 ~ 64 岁年龄段者占 16.2%,表明青年旅游者因好奇心强,喜欢追求与众不同,偏好多元化的文化产品。

3.2.3 性别、年龄与活动项目偏好的差异性 游客性别与活动项目偏好存在明显差异。男性游客以休闲娱乐活动(43.2%)为主,而女性游客以田园亲子互动(42.4%)居多,表明男性游客在带孩子游玩时多以动态、运动型的娱乐活动为主,而女性游客带孩子主要以偏静态的田园亲子活动项目为前提,活动项目更加注重亲情交流。游客年龄与活动项目偏好存在明显差异,25 ~ 44 岁年龄段者以田园亲子互动(43.5%)为主,15 ~ 24 岁及 45 ~ 64 岁年龄段者以休闲娱乐为主,分别占比为 43.9%、51.4%,可以看出中年游客在选择活动项目时充分考虑到孩子的需求;青年游客希望通过在休闲娱乐活动中获得快乐,缓解压力,扩大交友圈;而老年游客以追求身心健康、获得精神享受为前提。

3.2.4 性别、年龄与住宿方式偏好的差异性 性别与住宿方式偏好存在明显差异。男性游客偏好入住特色农家乐(36.1%),女性游客因看重住宿方式的个性化、艺术化和特色化则倾向于精品民宿(37.1%)。游客年龄与住宿方式偏好差异主要表现在:25 ~ 44 岁年龄段者以精品民宿(35.0%)为主,45 ~ 64 岁年龄段者以特色农家乐(37.8%)为主,年轻人因好奇心强、乐于挑战自我、热衷于新鲜事物,故 15 ~ 24 岁年龄段者集中选择露营帐篷(46.3%)。

3.3 游客满意度评价

游客满意度关系到旅游目的地服务质量和重游率,是旅游目的地项目建设和环境氛围营造的晴雨表。本研究将从旅

游景观、建设项目、社会服务、娱乐体验 4 个方面分析田园东方游客满意度。

由表 2 可知,旅游景观、建设项目、社会服务、娱乐体验满意度均值分布在 3.58 ~ 4.29 之间,游客对田园东方满意度存在一定差异。从旅游景观上看,游客满意度较高的是田园风光、生态环境、乡土风情、文化氛围 4 项指标(均值均大于 4.0),且主要集中“满意”选项,充分反映田园东方的旅游景观特色鲜明,具有一定的感染力和吸引力,游客满意度高;从建设项目上看,除动植物种类、交通设施、特色餐饮 3 项指标的均值低于 3.7,集中“一般”选项外,其余 8 项指标均值均大于 3.7,且主要集中“满意”选项,充分反映田园东方的建设项目较为完善,基础设施相对齐全,能够被多数游客接受和认可,但须要注意在今后发展中不断丰富动植物资源,改善交通条件,发挥园区特色,增强游客感知;从社会服务上看,服务态度、服务水平、营业时间、微笑服务 4 项指标的均值均大于 4.0,且主要集中“满意”选项,充分反映田园东方的管理精细,社会服务达标,人性化服务到位,游客满意度高;从娱乐体验上看,活动创意、活动丰富度、活动参与性等 5 项指标的均值均大于 3.8,且主要集中“满意”选项,充分反映田园东方提供的娱乐活动丰富多彩,创意灵活,体验感强,游客满意度较高。

4 结论与建议

4.1 结论

调查发现,田园综合体游客出游方式以家庭或与亲友结伴为主,旅游活动更加注重亲情。多数游客获取信息的方式为亲朋好友介绍,口碑宣传对游客的出游决策存在较大影响。交通方式以自驾为主,游客出游动机凸显休闲度假特征。

旅游需求方面,游客对于田园综合体组成要素的总体要求可用“自然、独特、休闲、质朴”来表达^[7]。如在商品类型选择上,游客选择购买特色农产品的比例最大,对于当地的特色农副产品表现出极大兴趣;在住宿方式上,游客更倾向于精品民宿和特色农家乐;在旅游活动项目上,游客偏爱具有乡村风格的休闲娱乐活动。此外,根据调查显示,游客的社会学特征是导致其旅游需求差异的重要因素,其中性别和年龄是最具影响力的特征变量^[8]。性别与需求特征方面,男性游客以田园观光(32.3%)、休闲娱乐活动(43.2%)、特色农家乐(36.1%)为主,女性游客则以亲子同乐(40.9%)、田园亲子互动(42.4%)、精品民宿(37.1%)居多。年龄与需求特征方面,15 ~ 24 岁年龄段者以娱乐放松(34.1%)、休闲娱乐活动(43.9%)、露营帐篷(46.3%)为主,25 ~ 44 岁年龄段者以亲子同乐(43.5%)、田园亲子互动(43.5%)、精品民宿(35.0%)为主,45 ~ 64 岁年龄段者侧重于田园观光(54.1%)、休闲娱乐活动(51.4%)和特色农家乐(37.8%)。

从田园综合体旅游景观、建设项目、社会服务、娱乐体验 4 个方面的调查结果来看,游客的总体满意度评价较高,26 个选项指标的满意度均值达到 3.93,个别指标如田园风光、生态环境及文化氛围的评分达到 4.0 以上,说明当前田园综合体核心要素的打造已渐深入人心,基本满足游客需求。

4.2 建议

4.2.1 整合旅游资源,突出地方特色 田园综合体在建设过

表 2 田园东方游客满意度量

维度	因子	指标状况(%)					满意度评分	
		非常满意	满意	一般	不满意	非常不满意	均值	标准差
旅游景观	田园风光	40.2	45.3	13.9	0.3	0.3	4.25	0.719
	生态环境	41.4	47.0	10.8	0.8	0.0	4.29	0.688
	乡土风情	35.1	40.8	21.8	1.7	0.6	4.08	0.827
	文化氛围	37.7	40.2	19.8	2.3	0.0	4.13	0.806
	村落风貌	32.9	35.7	26.6	3.4	1.4	3.95	0.927
	建筑布局	28.0	42.8	26.1	2.8	0.3	3.95	0.824
建设项目	动植物种类	20.7	34.0	35.7	7.6	2.0	3.64	0.959
	农业特色	23.2	38.8	31.2	5.4	1.4	3.77	0.915
	服务设施	22.1	40.5	32.0	4.2	1.1	3.78	0.876
	通信设施	24.4	38.2	32.0	4.5	0.8	3.81	0.887
	交通设施	20.1	33.4	33.1	10.5	2.8	3.58	1.014
	特色餐饮	21.2	33.4	34.0	9.3	2.0	3.63	0.984
	住宿设施	23.5	43.1	28.3	4.5	0.6	3.84	0.854
	购物设施	20.4	37.4	36.8	4.5	0.8	3.72	0.868
	垃圾桶、厕所	22.7	39.1	29.7	6.5	2.0	3.74	0.948
	景区指示牌	34.3	41.9	20.1	3.4	0.3	4.07	0.839
	纪念品、土特产	29.7	43.9	24.1	1.7	0.6	4.01	0.812
社会服务	服务态度	40.2	41.9	16.4	0.8	0.6	4.20	0.782
	服务水平	33.1	46.2	18.7	1.4	0.6	4.10	0.786
	营业时间	31.2	51.6	15.6	1.7	0.0	4.12	0.723
	微笑服务	34.0	47.3	16.4	2.3	0.0	4.13	0.761
娱乐体验	活动创意	24.6	42.8	27.8	3.4	1.4	3.86	0.877
	活动丰富度	26.1	42.5	25.2	4.5	1.7	3.87	0.912
	活动参与性	27.5	40.8	25.8	4.2	1.7	3.88	0.919
	活动时间安排	26.9	46.2	24.1	2.0	0.8	3.96	0.816
	民俗活动体验	28.0	45.6	21.5	4.0	0.8	3.96	0.855

程中应以乡村旅游资源为前提,深入挖掘和整合乡村特色资源,彰显地方特色,进而通过开发特色旅游项目和特色节会来满足日益变化的游客需求,提高游客的感知评价^[9]。如田园东方在建设过程中应充分利用当地的亿年火山、千年古刹、万亩桃林以及优美的生态资源和景观资源,大力开发旅游休闲项目、购物娱乐等项目,定期开展休闲亲子游、文化体验游、生态采摘游、科普养心游等多种体验活动,办好如露营节、桃花节等特色节会^[10]。

4.2.2 加大营销推广,提高知名度 尽管田园东方为国内田园综合体开创者,但有近 1/2 的受访游客来前从未听说,调查显现,游客了解田园东方的渠道主要为亲朋好友推介以及朋友圈等新媒体平台,多为口碑营销。为此,作为乡村旅游新业态的田园综合体,应加大营销推广力度,多渠道并进,如及时更新园区与官方网站内容、微信公众号推送、携程、去哪儿等 OTA 在线预订平台,以及发布软文游记等,提高知名度。

4.2.3 强化基础设施,提升服务水平 自驾游虽为主流,但仍有一定量的非自驾游客。从火车站到田园东方,旅游直通车车次间隔时间长,没有固定发车班次表,为非自驾游客带来种种不便。田园综合体往往地处远郊,当地政府应加强交通建设,增加直通车班次,缩短发车时间,为非自驾游的游客营造良好的交通氛围,并设立旅游咨询中心,增加旅游信息查询点,完善购物设施,提高服务水平。

4.2.4 丰富产品内容,满足游客需求 旅游市场的高度细分化、差异化要求田园综合体丰富产品内容,并根据游客差异化需求,定制化设计多样化旅游产品。田园东方的活动项目策

划,应重点开发休闲娱乐活动和田园亲子互动等项目,如开展农业研修型活动项目,开展森林冒险、丛林寻宝、真人 CS 等冒险刺激型娱乐活动。住宿方式选择上,积极发展精品民宿、特色农家乐以及其他非标准住宿设施。

参考文献:

- [1]刘 明. 田园综合体乡村景观规划设计发展新模式[J]. 农技服务,2017,34(9):109-110.
- [2]卢贵敏. 田园综合体试点:理念、模式与推进思路[J]. 地方财政研究,2017(7):8-13.
- [3]杨 柳. 田园综合体理论探索及发展实践[J]. 中外建筑,2017(6):128-131.
- [4]刘亮文. 绿色发展与田园综合体建设:模式、经验与路径[J]. 世界农业,2018(2):35-41.
- [5]李文君. 观光农业的规划设计理论发展探析——以无锡阳山田园东方为例[J]. 中国园艺文摘,2016,32(7):116-120.
- [6]邓明艳,覃 艳. 基于需求分析的遗产景区旅游解说系统优化研究——以峨眉山景区为例[J]. 旅游学刊,2010,25(7):35-40.
- [7]单浩杰. 呼和浩特市居民乡村旅游需求的实证研究[J]. 干旱区资源与环境,2015,29(5):203-208.
- [8]张 文,何桂培. 我国旅游目的地居民对旅游影响感知的实证调查与分析[J]. 旅游学刊,2008,23(2):72-79.
- [9]李慧茹. 基于游客满意度的青岛崂山区旅游开发对策研究[D]. 青岛:中国海洋大学,2012.
- [10]颜文华. 休闲农业旅游绿色发展路径——以河南省洛阳市为例[J]. 江苏农业科学,2017,45(17):301-304.