

doi: 10.7621/cjarrp.1005-9121.20200138

·休闲农业·

安徽省乡村旅游体验特征与精准营销路径研究*

程云, 殷杰*

(华侨大学旅游学院, 福建泉州 362021)

摘要 [目的] 全面探究乡村旅游体验, 厘清其重点改进与优势巩固之处是提升乡村旅游的重要抓手。[方法] 在对安徽乡村旅游体验调查的基础上, 运用 IPA 分析方法识别乡村旅游体验的优势巩固与重点改进项目, 并借助最优尺度分析方法探究优势巩固项目与重点改进项目的市场特征。[结果] (1) 自然风光与社会治安属于优势巩固项目, 而卫生条件、基础设施、交通便捷程度以及服务人员态度属于重点改进项目; (2) 优势巩固与重点改进项目具有明显的市场特征。对优势巩固项目表示非常满意的人群主要年龄为 18~35 岁, 以学生、教师、退休人员为主, 文化水平在本科及以上, 收入主要在 1 999 元及以下和 5 000 元以上, 其居住地为城区, 出游时间为春季且乡村旅游的停留时间为 2~3d。对重点改进项目表示非常不满意的人群主要年龄为 18~35 岁, 职业主要为学生、教师、退休人员, 文化水平较高为本科及本科以上, 其居住地主要为城区, 出游季节主要为春季及秋季, 停留时间较短为 1d。[结论] 乡村旅游体验的优势巩固项目与重点改进项目具有明显的市场特征, 可从保持乡村特色、加强基础设施建设和提高服务质量等方面进行针对性营销推广。

关键词 乡村旅游 体验特征 精准营销 IPA 分析 最优尺度分析

中图分类号:F592.7 **文献标识码:**A **文章编号:**1005-9121[2020]01312-09

0 引言

乡村旅游是在现代经济发展下的一种旅游发展模式, 它充分利用乡村资源, 传承乡村文化, 拓宽农业功能, 助推乡村经济。《国务院关于乡村产业发展情况的报告》(2019) 显示: 2018 年, 我国认定的“一村一品”示范村镇达 2 400 个, 乡村旅游接待游客超 30 亿人次, 营业收入超过 8 000 亿元。《促进乡村旅游发展提质升级行动方案(2018—2020 年)》(2018) 中明确指出乡村旅游质量提升的行动任务以及产业政策的创新策略。此外, 国务院办公厅印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》(2019) 明确指出要积极发展休闲农业, 推出一批乡村旅游重点村。地方政府也积极迎合国家政策的发展, 北京、天津、安徽、吉林、上海等地成功申报 320 个乡村旅游重点村。由此可见, 乡村旅游作为乡村振兴的一种重要途径, 成为乡村发展的重点与热点, 备受各界关注。

目前关于乡村旅游的研究主要关注乡村旅游游客满意度^[1]、目的地民风民俗建设^[2]、目的地基础设施建设^[3]、发展模式^[4, 5]、旅游扶贫^[6, 7]、旅游市场^[8]以及旅游体验^[9]等内容。而旅游体验研究关注于旅游者内心世界: 谢彦君通过构建情感状态的模型, 提出旅游的本质是体验, 体验的本质是愉悦身心^[10]; 陶玉霞认为旅游是一种穿越时空的心灵对话^[11]; 潘海颖则认为旅游是一种追求自由、追求解放、追求升华的审美过程^[12]。除了关注于旅游者的内心世界外, 旅游体验还和乡村旅游相结合, 成为乡村旅游的另一种发展方向。随着乡村旅游关注度的逐步提升, 乡村旅游体验也成为研究的热点。

关于乡村旅游体验研究主要集中在以下几个方面: 一是关注乡村旅游体验营造: 邓爱民^[13]以武汉市

收稿日期: 2018-09-12

作者简介: 程云(1996—), 女, 安徽安庆人, 硕士研究生。研究方向: 乡村旅游

*通讯作者: 殷杰(1991—), 男, 江苏无锡人, 博士、副研究员。研究方向: 旅游安全。Email: yinjie@hqu.edu.cn

*资助项目: 教育部人文社科基金青年项目“策略比较与优化: 多维视角下高聚集游客群安全管控研究”(19YJC790175)

红石榴村乡村旅游为例,设计出乡村体验式项目的开发体系,并从形象、产品、营销、活动四方面提出改进措施;段圣奎等^[14]以淮安乡村旅游发展为例,提出产品设计开发应从娱乐型、教育型、逃避型等几方面来考虑;赵承华^[15]认为乡村旅游的开发要注重文化体验的真实性、互动性和主题性;安贺新^[16]提出了乡村旅游开发的一系列程序:确定体验主题、策划体验项目、营造体验氛围、保持乡村特有价值等。二是聚焦乡村旅游体验营销推广:张丽华^[17]认为乡村旅游体验产品设计要以体验为导向,整合旅游者感官刺激,通过网络媒介进行宣传;章继刚^[18]则提出要打造创意农业,加强队伍建设,加大宣传报道;王蓉等^[19]认为乡村旅游体验营销要加强基础设施建设,紧抓核心吸引物,提高旅游管理水平;刘伟^[20]认为乡村旅游应从乡土风情、乡土文化及乡土娱乐产品体验等方面加强宣传营销。

从现有文献来看,关于乡村旅游体验研究主要从开发建设与营销对策来进行研究,而关于乡村旅游体验项目本身的特性以及该项目背后的客群特征挖掘还不够充分。乡村旅游体验研究仍存在以下研究机会:一是研究角度需要转换:王兵、张春琳等^[21,22]从游客满意度角度进行乡村旅游体验的研究,而该研究则从项目的重要性和满意度等自身特性出发,识别乡村旅游体验的优势巩固项目与重点改进项目,这能够为乡村旅游体验提升和优势保持提供有力抓手;二是研究深度需要拓展:王钦安等^[23]利用IPA分析模型对4个象限区域内的因子进行了简单分析,但其对项目背后的人群特征探索还不够。因此,文章将重点探讨乡村旅游体验项目的客群特征,为进一步提出营销方案奠定基础。基于以上研究机会,该研究将调研乡村旅游游客对各类体验的感知,并借助IPA分析方法识别乡村旅游体验项目的优势所在与重点提升之处,在此基础上,利用最优尺度分析方法分析优势巩固项目与重点改进项目的客群特征。在理论上,该研究积极探索乡村旅游体验的优势巩固项目与重点提升项目,并对其进行市场特征分析,这能够拓展乡村旅游体验研究,拓宽研究深度与研究广度;在实践上,识别出优势巩固项目与重点提升项目及其市场特征,这为提升乡村旅游体验、助力乡村旅游推广提供了借鉴与参考。

1 研究设计

1.1 案例地选择

该研究选定安徽省作为研究案例地进行乡村旅游体验感知调查。安徽省位于我国中偏东部地区,地处温带与亚热带季风气候交界处,四季分明;其地势由平原、山地、丘陵构成,北部主要以平原、台地为主,南部主要以山地、丘陵为主;其具有较多的自然资源,以湖泊众多、动植物资源丰富而闻名。近年来,国家提出要积极发展第一产业对于人民经济增长的驱动力作用,安徽省政府为落实国家重要指示精神,逐步加强对地方旅游资源的开发与创新,力争通过乡村旅游带动安徽经济发展。相关统计数据显示,2018年安徽省休闲农业和乡村旅游经营主体达1.7万余家,综合乡村旅游营业收入达787亿元。截止2018年安徽已创建全国休闲农业和乡村旅游示范县14个,中国美丽休闲乡村22个,中国重要农业文化遗产4处,五星级休闲农业和乡村旅游园区10个。2019年安徽12个乡村被列入国家重点旅游村,占全国的3.75%,安徽乡村旅游正处于一种蓬勃发展态势,发展成绩也居全国前列。因此,选取安徽省作为乡村旅游的调研地具有代表性和典型性。

1.2 数据来源

问卷调查法是收集数据的重要方法之一。为了更好地分析影响安徽乡村旅游的因素,问卷主要分为两个部分,第一部分是游客基本信息,包括性别、年龄、收入、旅游季节选择等,第二部分从旅游的六大要素“食、住、行、游、购、娱”展开为14个感知因子,这14个感知因子主要是从参考文献^[24-27]提取。此外,该研究所选取的部分指标是由该研究实地考察总结而得,在经过专家建议后进行筛选与删除,最后总结为自然风光、活动项目、住宿设施、特色建筑、卫生条件、基础设施、社会治安、美食丰盛、交通便捷、居民好客度、服务人员态度、交通价格、饮食价格、住宿价格等14个感知因子。该研究依据乡村旅游体验的14个感知因子,编制了14个问项,各题项均采用李克特五点计分法进行测量,对感知因子重要性划分为非常不重要、比较不重要、一般、比较重要、非常重要,分别记为1、2、3、4、5。对感知因子

满意度划分为非常不满意、比较不满意、一般、比较满意、非常满意，分别记为 1、2、3、4、5。调研游客对这 14 个感知因子重要性、满意度评价。由于参与乡村旅游的游客众多，且安徽省乡村旅游点较为分散，难以很大范围地实地调研，故该研究主要采用网络问卷进行游客感知调查。问卷的调查时间跨度为 2019 年 7 月 1 日至 8 月 31 日。该次调查问卷一共回收有效问卷 209 份。

1.3 研究方法

(1) IPA 分析。IPA 分析 (Important-Performance Analysis) 是由 Martilla 和 James 在分析机车产品的属性中提出，其主要用于提高机车生产效率^[28]。后来 IPA 分析法被广泛运用于旅游游客满意度研究中^[29-31]。该研究利用 IPA 分析法，将各感知因子的重要性以及满意度的均值放在一个二维坐标系中，以重要性、满意度评价的总均值作为 X、Y 轴，其中，X 轴代表重要性，Y 轴代表满意度，以此划分为 4 个象限，4 个象限分别代表重要性高—满意度高、重要性低—满意度高、重要性低—满意度低、重要性高—满意度低。

(2) 最优尺度分析。最优尺度分析 (Optimal Scaling Methods) 是由荷兰 Leiden 大学 DTSS 课题组所提出的一种研究分析方法^[32]。最优尺度分析区别于传统的线性分析，它可研究因变量与多种不同类型的自变量之间的相关关系，大大提高了对分类变量的信息处理能力。但是由于研究变量类型不同且较多可能会掩盖真实信息，图形较为混乱，需要进行耐心筛选^[33]。该研究在基于 IPA 分析识别出安徽乡村旅游的优势巩固项目和重点改进项目的基础上，利用最优尺度分析乡村旅游游客特征与感知因子评价之间的关联关系。

2 数据分析

2.1 样本基本特征分析

受访游客的基本特征如表 1 所示。从所调研的结果来看，安徽乡村旅游的游客中女性游客多于男性游客，占比 57.42%。从年龄结构来看，18~35 岁游客占比最高，为 88.52%，其他年龄层次人数较少，说明来访安徽进行乡村旅游的大多数为青年游客。从旅游者的文化程度来看，本科及以上人数占比最高，达 72.73%，其次大专学历，占比达 13.88%，说明安徽乡村旅游的游客群体文化水平普遍较高。从旅游者的收入水平来看，收入在 1 999 元及以下、2 000~3 499 元、3 500~4 999 元、5 000 元以上旅游者分别占比 48.8%、23.44%、14.35% 及 13.40%，说明旅游者以中低收入水平为主。从所调查对象的职业来看，大多数是学生群体，占比 55.02%，其次自由职业者占比 11.48%，其他职业占比较少，这说明乡村旅游与闲暇时间息息相关。从旅游者居住区来看，60.77% 的人群来自城区，35.89% 的人群来自乡村，由此可见，乡村旅游产品比较受到城市居民的青睐。从停留时间来看，有一半以上游客在乡村旅游时停留 2~3d，其次约 1/3 的游客在乡村旅游时停留 1d。从出游季节来看，58.85% 的游客偏向选择春季出游，25.84% 的游客偏向选择秋季出游，较少游客选择夏季和冬季出游，这是与实际情况相符合的。针对于乡村旅游者获取信息渠道，大部分游客表示从互联网中获取，占比高达 57.42%，其次 21.05% 的游客通过他人推荐获取乡村旅游信息。

2.2 乡村旅游体验的 IPA 分析

如表 2 所示，游客对各感知因子的重要性评价均值在 3.96~4.44，整体期望值较高，位于一般与非常重要之间。就标准差来看，各感知因子的标准差均不超过 1，说明被访问者对于各感知因子的重要性评价差别不大。而游客对于各感知因子满意度评价差异均值在 3.71~4.16，整体满意度较高处于一般与非常满意之间，就标准差来看，各感知因子的标准差均不超过 1，说明被访问者对于各感知因子的满意度评价较为一致。

该研究进一步利用 IPA 分析方法，深入挖掘受访游客对乡村旅游的评价信息，结果如图 1 所示。根据 IPA 分析模型，14 个感知因子通过数据处理分别分布于 4 个象限。可以看出，“1：自然风光”“10：社会治安”感知因子分布在第一象限，是重要性高、满意度高的区域，属于乡村旅游体验的优势卖点，应继续保持，故将其命名为乡村旅游体验的优势巩固项目。“4：特色建筑”“11：美食丰盛”这两个感知因子

表1 旅游者基本统计学特征分析

样本特征		各样本数	百分比 (%)	样本特征		各样本数	百分比 (%)
性别	男	89	42.58	月收入(元)	1 999 以下	102	48.8
	女	120	57.42		2 000 ~ 3 499	49	23.44
年龄	17岁及以下	5	2.39		3 500 ~ 4 999	30	14.35
	18~35岁	185	88.52		5 000 以上	28	13.4
	36~50岁	11	5.26	居住地	城区	127	60.77
	51~65岁	7	3.35		乡村	75	35.89
	66岁及以上	1	0.48		其他	7	3.35
文化程度	初中及以下	17	8.31	停留时间(d)	1	80	38.28
	高中(中专)	11	5.26		2~3	108	51.67
	大专	29	13.88		4~5	14	6.7
	本科及以上	152	72.73		5以上	7	3.35
职业	企业人员	30	14.35	出游季节	春季	123	58.85
	公务人员	3	1.44		夏季	19	9.09
	教师	8	3.83		秋季	54	25.84
	学生	115	55.02		冬季	13	6.22
	事业单位	4	1.91	信息渠道	互联网	120	57.42
	自由职业者	24	11.48		线下旅行社	8	3.83
	退休人员	0	0		他人推荐	44	21.05
	其他	25	11.96		宣传活动	8	3.83
					其他	29	13.88

分布于第二象限,是重要性低、满意度高的区域。根据模型,对于第二象限区域,属于不必刻意追求事项。“2: 活动项目”“3: 住宿设施”“5: 交通价格”“6: 饮食价格”“7: 住宿价格”、“13: 居民好客度”分布在第三象限,其表示重要性低、满意度低,属于鸡肋事项。分布于第四象限的感知因子有“8: 卫生条件”“9: 基础设施”“12: 交通便捷”以及“14: 服务人员态度”,表示重要性高、满意度低,属于重点改进项目,在该研究中,将其命名为乡村旅游的重点改进项目。根据项目所在区域的定位与属性,该研究将对安徽省乡村旅游体验优势巩固项目和重点改进项目进行进一步研究,分析游客特征,以期为进一步提升安徽省乡村旅游质量奠定基础。

2.3 乡村旅游体验特征分析

2.3.1 优势巩固项目特征分析

根据上述研究,乡村旅游的优势巩固项目为:“1: 自然风光”“10: 社会治安”。基于此,该研究利用最优尺度中的非线性典型相关分析优势巩固项目与旅游者基本特征之间的联系。该研究将游客群体的基本特征,包括年龄、职业、居住区、文化水平、收入水平、出游时间停留时间与优势巩固项目的满意度进行非线性典型相关分析,具体结果如图2、图3所示,图2显示游客基本特征与优势巩固项目满意度间存在紧密的锐角关系,这说明所研究变量之间存在相关关系。

表2 感知因子重要性指标分析

	重要性均值	重要性标准差	满意度均值	满意度标准差	样本量
自然风光	4.44	0.81	4.16	0.82	209
社会治安	4.44	0.78	4.02	0.80	209
卫生条件	4.33	0.86	3.75	0.92	209
服务人员态度	4.31	0.80	3.84	0.88	209
交通便捷	4.21	0.91	3.8	0.89	209
基础设施	4.17	0.86	3.77	0.88	209
居民好客度	4.15	0.87	3.83	0.86	209
特色建筑	4.1	0.98	3.91	0.92	209
住宿价格	4.09	0.94	3.87	0.89	209
住宿设施	4.05	0.88	3.75	0.9	209
交通价格	4.02	0.97	3.84	0.85	209
饮食价格	4.02	0.95	3.79	0.91	209
美食丰盛	4.01	0.90	3.87	0.86	209
活动项目	3.96	0.95	3.71	0.89	209

游客基本特征与优势巩固项目的满意度感知之间的关联关系如图 3 所示。为了便于研究, 该研究以原点为圆心, 以 0.5 和 1 为半径分别做两个圆, 各变量之间的存在如下关联关系:

由图 3 所示, 安徽乡村旅游游客对自然风光、社会治安评价表示非常满意的区域十分相近。从游客基本特征与优势巩固项目的关系来看, 对自然风光以及社会治安的评价为非常满意的人群年龄主要集中在 18~35 岁, 职业主要为学生、退休人员和教师, 可能这类人群有较多的闲暇时间进行出游。从文化水平来看, 对自然风光和社会治安表示非常满意的乡村旅游人群文化水平在本科及本科以上, 从收入来看主要是 1 999 元及以下及 5 000 元以上人群, 游客居住

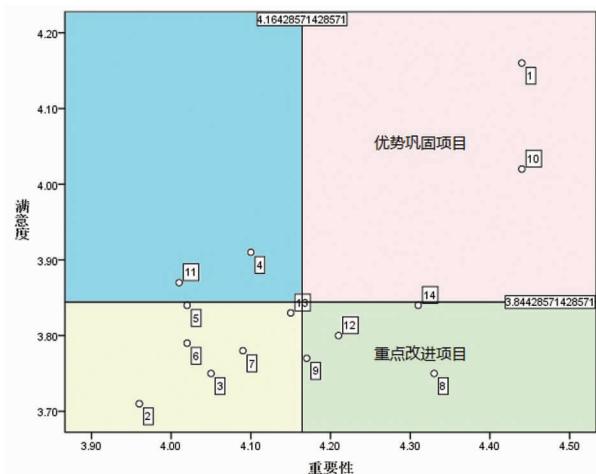


图 1 基于 IPA 模型的游客感知因子分析

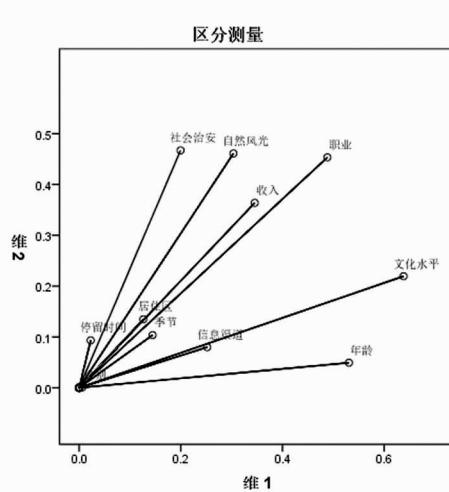


图 2 游客基本特征与优势巩固项目的满意度感知的区分度量

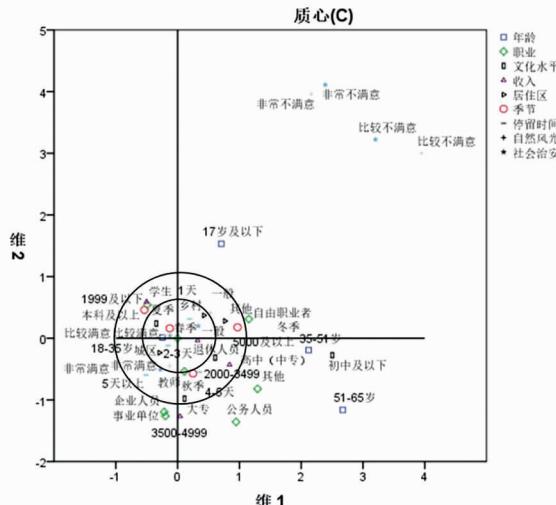


图 3 游客基本特征与优势巩固项目满意度感知的质心图

地主要在城区, 春季是乡村旅游的出游高峰期, 从出游时间来看, 这类游客在乡村旅游的停留时间为 2~3d。

2.3.2 重点改进项目特征分析

基于上述分析, 乡村旅游重点改进项目为: “8: 卫生条件” “9: 基础设施” “12: 交通便捷” 以及 “14: 服务人员态度”。为了探讨上述感知因子与乡村旅游游客群体基本特征的相关关系, 该研究将利用最优尺度分析中的非线性典型相关分析进行探讨。

该研究将游客群体的基本特征, 包括年龄、职业、居住区、文化水平、收入水平、出游时间以及停留时间与重点改进项目的满意度进行非线性典型相关分析, 具体结果如图 4、图 5、图 6 所示。图 4 显示游客基本特征与重点改进项目的满意度间存在紧密的锐角关系, 这说明所研究变量之间存在相关关系。

游客基本特征与重点改进项目满意度的关联关系如图 5 所示。为了便于研究, 该研究以原点为圆心, 以 0.5 和 1 为半径分别做两个圆, 由此, 各变量之间的存在如下关联关系: 由图 5 所示, 安徽乡村旅游游客对卫生条件、基础设施评价表示非常不满意的区域十分相近, 从游客基本特征与重点改进项目的关系来看, 就年龄层次来考虑, 对卫生条件和基础设施表示非常不满意的主要集中在 18~35 岁。从职业来

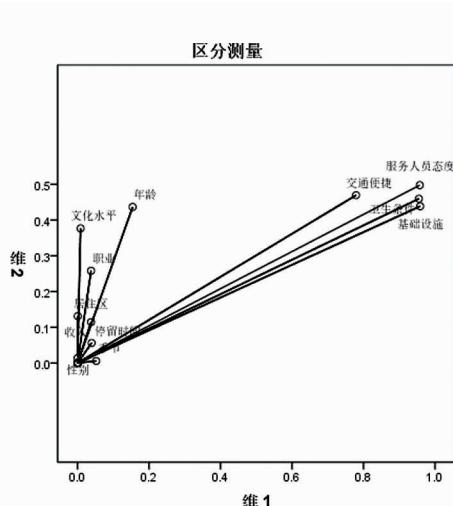


图4 游客基本特征与重点改进项目的满意度感知的区分度量

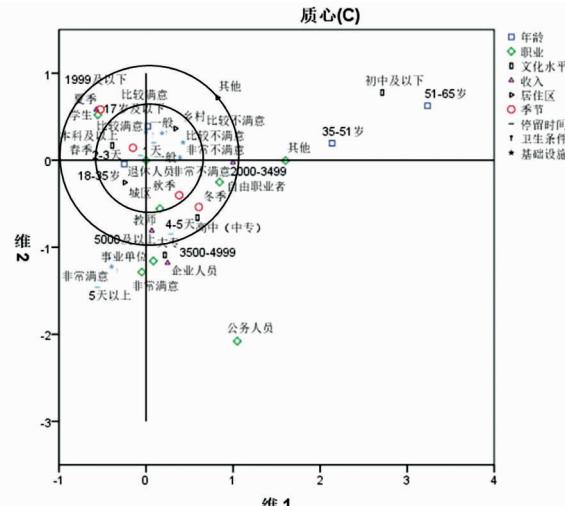


图5 游客基本特征与重点改进项目的满意度感知(卫生条件、基础设施)的质心图

看，主要为教师与退休人员，文化水平较高，主要在本科及以上，教师群体由于受过专业的教育或礼仪培训等，在一般情况下，由于“职业素养”评判标准较其他职业更高。从居住地来看，对于卫生条件与基础设施表示非常不满意的人群主要来自于城区。从出游季节来看，春季及秋季出游人群对卫生条件及基础设施表示不满意，且停留时间较短主要为1d。

从游客基本特征与优势巩固项目的相关关系来看，从年龄来看，对交通便捷表示非常不满意的主要集中在18~35岁，年轻群体可能对于现代快捷交通更加敏感。从职业来看，主要为学生、教师与退休人员，文化水平较高，主要在本科及以上，从收入来看，主要为1999元及以下及5000元以上人群。从居住地来看，城区的乡村旅游者对于交通便捷表示非常不满意，从出游季节来看，春季、秋季及冬季出游人群对交通便捷表示不满意，且停留时间较短，主要为1d及2~3d。

其次对服务人员态度表示非常不满意的人群主要集中在18~35岁，职业为学生，文化水平较高，为本科及本科以上，从收入来看，收入较少或无，为1999元及以下，其居住地位于城区，出游季节主要为春季，且停留时间较短。

3 结论与建议

3.1 研究结论

分析乡村旅游体验特征，挖掘游客感知的优势巩固项目与需要重点改进的体验项目对于提升乡村旅游发展具有重要意义。该研究通过对安徽乡村旅游游客进行问卷调查，通过IPA（重要性—满意度分析）探索出乡村旅游体验的优势巩固项目和重点改进项目，并利用最优尺度分析优势巩固项目与重点改进项目与乡村游客特征之间的关联关系，并得出如下结论。

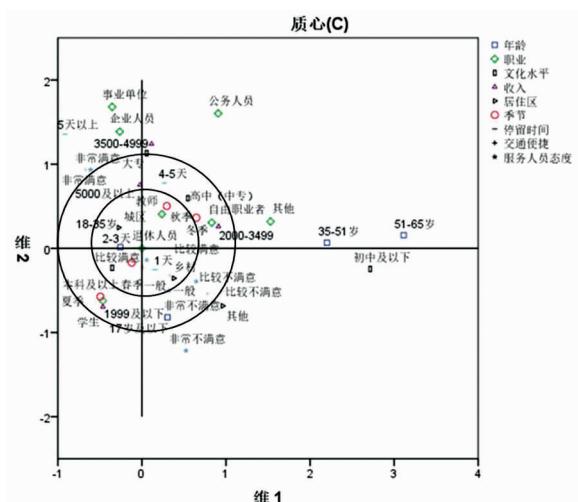


图6 游客基本特征与重点改进项目的满意度感知(交通便捷、服务人员态度)的质心图

(1) 安徽乡村旅游的优势巩固项目有自然风光体验与社会治安体验，而在卫生条件、基础设施、交通便捷、服务人员态度等 4 个方面需要重点改进；

(2) 优势巩固项目和重点改进项目与游客基本特征存在紧密的相关关系。巩固项目的自然风光、社会治安与游客基本特征年龄、性别、居住地等存在紧密关联；改进项目的卫生条件、基础设施、交通便捷及服务人员态度与游客基本特征也存在紧密关联。

(3) 对自然风光和社会治安表示非常满意的人群以 18~35 岁为主，职业主要为学生、教师、退休人员，该群体文化水平在本科及以上，收入主要在 1 999 元及以下和 5 000 元以上，其居住地为城区，出游时间为春季且乡村旅游的停留时间为 2~3 d。对卫生条件、基础设施、交通便捷及服务人员态度表示非常不满意的人群主要年龄为 18~35 岁，职业主要为学生、教师、退休人员，文化水平较高为本科及本科以上，其居住地主要为城区，出游季节主要为春季及秋季，停留时间较短为 1 d。

3.2 营销建议

该研究探索了安徽省乡村旅游体验项目中的优势巩固项目和重点改进项目，并分析了这些项目的客群特征。在此基础上，该研究认为，安徽省乡村旅游发展可以注重以下 3 个方面。

(1) 保持乡村特色。自然风光是目前游客感知的优势巩固项目，游客对其满意度高。因此，在今后的发展中，安徽省乡村旅游应注重乡村风光、保持乡村特色。安徽乡村旅游应该利用安徽特色自然风光为旅游者打造良好的旅游环境。首先可以针对不同年龄层次打造特色旅游环境，如年轻旅游者一般喜欢自然风光中带有特色文化内涵的乡村风光，安徽乡村旅游则可以利用“徽派文化+乡村风光”、“皖江文化+乡村风光”等；其次针对不同职业，针对于退休群体来说，退休群体可能更加需要一个安静的乡村环境和美好的田园风光，因此安徽乡村旅游可以针对这部分人群开拓市场，为旅游者营造一个“返璞归真+田园生活”的乡村旅游环境；最后，从旅游者的居住区来看，城市人群远离城市来到乡村无非是远离喧嚣，摆脱压力。因此，安徽乡村旅游可以根据这一特点，为城区游客设置特色乡村活动，如采摘草莓，茶叶，体验农事活动，使他们沉浸乡村生活，忘记城市压力。

(2) 加强基础设施和服务设施建设。基础设施是旅游目的地形成综合接待能力的基础，服务设施是衡量旅游目的地发展水平的重要水平。在该研究中，安徽乡村旅游者对于卫生条件、基础设施、交通便捷的满意度评价较差。因此，安徽乡村旅游应加强基础设施与服务设施的建设。首先从旅游者的年龄层次与职业来看，对于年轻旅游者，如学生群体可能更偏向于现代化或新奇的基础设施和服务设施，安徽乡村旅游者可以根据年轻旅游者这一心理特点引进设施设备，或者使用乡村所固有特点的设施，如住徽派建筑房屋、骑马等；从文化层次层面来看，针对于本科及本科以上旅游者，对旅游设施和服务设施可能更加敏感，趋于偏向选择现代化设施设备，则安徽乡村旅游可根据这一方面从国内外引资，加强现代化设备的引进。

(3) 提升服务质量。旅游服务是旅游者旅游过程中的重要环节。在该研究中，安徽乡村旅游者对于服务人员态度评价较差。因此，安徽乡村旅游建设应着重加强服务质量的提高。从旅游者年龄层次来看，不同年龄对于服务的方式要求各有不同，如 18~35 岁年龄层次的年轻群体可能更希望自我服务，而年长者偏向于人员的引导服务。从旅游者文化层次来看，文化水平在本科及以上人群对于服务质量更加敏感，因此，服务人员更需要提升个人素质，在服务过程中学会察言观色。从旅游者的停留时间来看，停留时间与服务质量息息相关，在一般情况下呈正比关系，安徽乡村旅游企业应定期进行人员培训，加强服务人员的礼仪素养，使其能为旅游者提供良好服务，更多地留住过夜游客。

参考文献

- [1] 李琳, 徐洁. 我国乡村旅游游客满意度区域差异特征比较研究. 求索, 2013 (4): 259~261.
- [2] 郭其智, 黄小妹, 马青. 安徽农村乡风民俗建设的新模式与新特点研究. 安徽农业大学学报(社会科学版), 2013, 22 (3): 13~17.
- [3] 苏北春. 非优区位海洋旅游目的地建设与发展研究. 经济纵横, 2013 (7): 83~86.

- [4] 王晨光. 集体化乡村旅游发展模式对乡村振兴战略的影响与启示. 山东社会科学, 2018, (5): 34–42.
- [5] 孙赫. 山东省乡村旅游资源开发与产业发展模式探析. 中国农业资源与区划, 2016, 37 (11): 220–225.
- [6] 何红, 王淑新. 多维视角下中国乡村旅游扶贫效应研究评述. 中国农业资源与区划, 2019, 40 (4): 180–187.
- [7] 张志娟. 河南省乡村旅游精准扶贫绩效评价——以固始县为例. 中国农业资源与区划, 2018, 39 (10): 184–190.
- [8] 汪惠萍, 王玉玲. 乡村旅游市场细分研究——以安徽西递、宏村为例. 江苏农业科学, 2012, 40 (1): 359–362.
- [9] 刘旭. 体验经济视角下的乡村旅游设计探究. 设计, 2019, 32 (9): 92–93.
- [10] 谢彦君. 旅游体验的两极情感模型: 快乐—痛苦. 财经问题研究, 2006 (5): 88–92.
- [11] 陶玉霞. 旅游: 穿越时空的心灵对话. 旅游学刊, 2018, 33 (8): 118–132.
- [12] 潘海颖. 旅游体验审美精神论. 旅游学刊, 2012, 27 (5): 88–93.
- [13] 邓爱民. 我国乡村体验式旅游项目开发研究——以武汉市石榴红村为例. 农业经济问题, 2010, 31 (7): 37–41.
- [14] 段圣奎, 张丽. 淮安乡村旅游产品体验化设计. 广东农业科学, 2010, 37 (12): 173–174.
- [15] 赵承华. 基于文化体验的乡村旅游开发研究. 社会科学辑刊, 2011 (3): 116–119.
- [16] 安贺新, 张立晓. 论体验式乡村旅游的开发. 中央财经大学学报, 2010 (7): 93–96.
- [17] 张丽华, 罗霞. 乡村旅游体验营销模型的一种设计. 经济管理, 2007 (3): 71–74.
- [18] 章继刚. 推进乡村体验经济创新的几个问题. 开放导报, 2012 (5): 109–112.
- [19] 王蓉, 黄朋涛, 胡静, 等. 基于网络游记的婺源县乡村旅游体验研究. 资源科学, 2019, 41 (2): 372–380.
- [20] 刘伟, 向辉. 体验营销在乡村旅游中的应用. 天府新论, 2008 (S2): 158–160.
- [21] 王兵, 罗振鹏, 郝四平. 对北京郊区乡村旅游发展现状的调查研究. 旅游学刊, 2006, 21 (10): 63–69.
- [22] 张春琳. 乡村旅游游客满意度及再次游览意向影响因素研究——来自贵州省西江千户苗寨的经验证据. 农业经济问题, 2012, 01 (33): 60–66.
- [23] 王钦安, 彭建, 孙根年. 基于 IPA 法的传统型景区游客满意度评价——以琅琊山景区为例. 地域研究与开发, 2017, 36 (4): 110–115.
- [24] 赵磊, 吴文智, 李健, 等. 基于游客感知价值的生态旅游景区游区游客忠诚形成机制研究——以西溪国家湿地公园为例. 生态学报, 2018, 38 (19): 7135–7146.
- [25] 吴晶, 马耀峰, 郑鹏, 等. 游客感知与旅游地形象、满意度和忠诚度的关系研究——以西安为例. 旅游论坛, 2011, 4 (4): 43–47.
- [26] 王斌. 景区形象与游客感知价值、满意和忠诚的关系的实证研究. 旅游科学, 2011, 25 (1): 61–71.
- [27] 刘锐, 卢松, 邓辉. 城郊型乡村旅游地游客感知形象与行为意向关系研究——以合肥大圩镇为例. 中国农业资源与区划, 2018, 39 (3): 220–230.
- [28] 温煜华. 基于修正 IPA 方法的温泉游客满意度研究——以甘肃温泉旅游景区为例. 干旱区资源与环境, 2018, 32 (5): 196–201.
- [29] 吕飞, 丁美煜, 孙平军. 基于居民满意度的城市老旧小区综合整治优先升级研究——以哈尔滨市小康住宅. 地域研究与开发, 2019, 38 (4): 75–79.
- [30] 方炜, 王莉丽, 许亚玲. 游客生态旅游满意度影响因素研究. 商业研究, 2016 (11): 168–176.
- [31] 田坤跃. 基于 Fuzzy-IPA 的景区游客满意度影响因素的实证研究. 旅游学刊, 2010, 25 (5): 61–65.
- [32] 曹玉茹, 杨年华. 基于 SPSS 最优尺度的回归方法. 统计与决策, 2019, 35 (12): 72–74.
- [33] 殷杰, 郑向敏, 焦念涛. 我国旅游景区火灾事故的关联影响因素研究——基于最优尺度分析. 防灾科技学院学报, 2017, 19 (1): 71–78.

CHARACTERISTICS OF EXPERIENCE AND PRECISION MARKETING PATH OF RURAL TOURISM EXPERIENCE IN ANHUI PROVINCE^{*}

Cheng Yun, Yin Jie*

(College of Tourism, Huaqiao University, Quanzhou, Fujian 362021, China)

Abstract In the past few years, rural tourism has got wide attention from all walks of life as an important path of rural revitalization. There is great significance to comprehensively study rural tourism experience to make clear its key improvement projects and advantage consolidation projects to promote further development of rural tourism. Based on the experience of tourists on rural tourism in Anhui province, this study employed IPA analysis method to identify the advantage consolidation projects and key improvement projects of rural tourism experience. In addition, the paper explored the market characteristics of the advantage consolidation projects and key improvement projects

with the help of the Optimal Scaling Method. The results showed that: natural scenery and social security were advantage consolidation projects, while health conditions, infrastructure, traffic convenience and service personnel attitude were the key improvement projects; advantages consolidation projects and key improvement projects had obvious market characteristics. The people who were very satisfied with the advantage consolidation projects were mainly students, teachers and retirees. In general, these occupations had more leisure time. In terms of ages, these people were usually between the ages of 18 and 35, at the same time, with regard to education, they usually had a high educational level of bachelor's degree or above. Their income was generally less than 1999 or more than 5000. Most of them live in urban areas which were far from countryside. In terms of travel season, they usually went out for travel in spring. And they didn't stay long or short in the countryside, generally two or three days. The people who are very dissatisfied with the key improvement projects are mainly aged 18 – 35, in terms of occupation; they are mainly students, teachers and retirees. To some extent, these occupations were more sensitive to tourism factors than others. They also had a high level of education of bachelor's degree or above, as far as the information goes, they live mainly in urban areas. In terms of travel season, they go to travel mainly in spring and autumn, and they only stay out for a short time just one day. On the basis of this research information, this paper proposes a few corresponding strategies for rural tourism in Anhui province in order to improve rural tourism experience. On the one hand, the rural tourism enterprises should strengthen the construction of rural tourism characteristics on the basis of original feature to realize the sustainable development. On the other hand, rural tourism government would strengthen rural infrastructure construction to bring a great tourism environment for tourist. Last but not least, rural tourism enterprise should pay attention to organizing regular training to improve the quality of service. Only in this way can leave a good impression on the tourists and attract more overnight tourists and get a bigger profit.

Keywords rural tourism; characteristics of experience; precision marketing; IPA method; Optimal Scaling Method

欢迎订阅《中国农业信息》杂志

《中国农业信息》(双月刊)由农业农村部主管,中国农学会农业信息分会、中国农业科学院农业资源与农业区划研究所共同主办,是我国目前全方位传播和刊载国内外农业信息科学领域的信息获取、处理、分析和应用服务的理论、技术、系统集成、标准规范等方面最新进展和成果,促进学术交流以及农业信息学科关键技术与产品的创新研发、集成推广和应用示范的综合性科学技术期刊。

主要刊登农业遥感、农业传感器、农业信息智能处理、精准农业/智慧农业、农业监测预警与信息系统、农业物联网、智能装备与控制、虚拟农业、人工智能、信息技术标准等方向学科热点领域的最新、最重要的理论研究和应用成果。主要栏目有:农业遥感、智慧农业、综合研究、农业信息技术、农业物联网、专题报道等。目前被中国知网(CNKI)、万方数据、中文科技期刊数据库、中国核心期刊(遴选)数据库等多家数据库收录。

《中国农业信息》为国内外公开发行的刊物,开本为16开,彩色四封,读者范围广,影响面大,全国各地邮局均有订阅。每双月25号出版,定价为25.00元/册,150.00元/年。

邮局汇款

收款人:《中国农业信息》编辑部

地址:北京市海淀区中关村南大街12号中国农科院资源所区划楼319 邮编:100081

银行汇款

开户行:农行北京北下关支行 行号:103100005063 账号:11050601040011896

单位名称:中国农业科学院农业资源与农业区划研究所

电话:010-82109632 传真:010-82109632

Email:nyxxbjb@caas.cn 邮发代号:2-733 投稿网址:www.cjarrp.com 微信公众号:zgnyxxb