

DOI:10.3969/j.issn.1003-0972.2018.01.013

# 基于旅游地生命周期理论的乡村旅游成长性研究

——以信阳郝堂村为例

沈 克\*

(信阳农林学院 旅游管理学院,河南信阳 464000)

**摘要:**基于旅游地生命周期理论,以信阳郝堂乡村旅游发展为实证,通过问卷调查获得数据,运用因子分析法分析游客满意度,并判断研究对象所处生命周期阶段,提出成长性建议。结果表明:判断乡村旅游所处生命周期阶段是明确其成长质量和成长趋势的关键;郝堂乡村旅游处于起步期和发展期的过度时期,应采取合适的措施促进其成长;判断乡村旅游所处的生命周期阶段,除了依据旅游地产品特征、游客数量和旅游收入,游客的满意度是判断的主要标准;影响乡村旅游成长的因素包括交通、游览体验、餐饮体验、景区人际关系和环境卫生体验。

**关键词:**旅游地生命周期;乡村旅游;信阳郝堂村

**中图分类号:**F592.99 **文献标志码:**A **文章编号:**1003-0972(2018)01-068-05

## Growth of Rural Tourism Based on Tourism Destination Life-circle Theory

——Taking Xinyang Haotang Village as an example

SHEN Ke\*

(College of Tourism Management, Xinyang Agriculture and Forestry University, Xinyang 464000, China)

**Abstract:** Based on the life cycle theory of tourism destination, the paper made a case study on rural tourism development Xinyang Haotang village. The data from questionnaires were analyzed using the method of factor analysis to obtain the satisfaction level of tourists and determine at which stage of life cycle the tourism destination is and finally the paper put forward some suggestions on its growth. The following results are obtained from the study. Firstly, judging the life cycle of a tourism destination is the key to determining its healthy growth and its growth trend; secondly, rural tourism destination of Haotang village is in the transitional phase of start-up stage and development stage, and appropriate measures should be taken to promote its growth; thirdly, apart from the product characteristics in tourism area, the number of tourists and tourism revenue, the main criterion to determine the life cycle of rural tourism is the satisfaction level of tourists; and lastly, factors affecting the growth of rural tourism include traffic, tour experience, dining experience, scenic interpersonal relationships and environmental health.

**Key words:** life cycle of tourism area; rural tourism; Xinyang Haotang Village

## 0 引言

成长性是指企业持续发展的能力,反映企业未来的经营效益与发展状况<sup>[1]</sup>。目前,成长性研究主要集中在中小企业和上市企业领域。有关旅游业的成长性研究也多数集中在上市旅游企业中<sup>[2-4]</sup>。乡村旅游成长性的定义,学术界还没有定论,但基于旅游地生命周期理论,是指乡村旅游目的地从一个生命周期阶段成长到下一个生命周期阶段,并且持续发展。评价乡村旅游的成长性应从所处生命周期阶段、景区的空间结构和市场发育度等方面进

行<sup>[5]</sup>。乡村旅游的成长性研究大多从持续发展的角度进行。史术光<sup>[6]</sup>基于系统动力学基模分析方法,结合乡村旅游发展中的影响因素,构建了乡村旅游成长上限基模,研究我国乡村旅游成长上限问题,并为消除成长上限提出管理对策。陈谨<sup>[7]</sup>提出了乡村旅游持续成长的四种发展模式,即:乡村承包人经营模式、绿色生产—消费模式、田园空间博物馆模式和“前店后园”模式。王莹等<sup>[8]</sup>在杭州乡村旅游特色示范村调研的基础上,从社区视角出发,得出影响乡村旅游持续成长的因子:政府支持、

收稿日期:2017-06-15;修订日期:2017-10-26; \*通信联系人, E-mail: shenke0931@163.com

基金项目:国家自然科学基金项目(41601178);教育部人文社科研究项目(15YJC790121);2017年信阳农林学院科技创新团队资助项目

作者简介:沈克(1983—),男,河南固始人,讲师,在读硕士生,主要从事旅游规划与管理研究。

社区经营管理、差异化引导政策、资源特色、消费特征。随着我国旅游业快速发展和城市化进程的加快,乡村旅游得到了蓬勃发展,但竞争激烈,许多乡村旅游目的地成长性不佳,有的甚至刚刚起步就进入了生命周期的衰落阶段。具体到每个乡村旅游目的地应该如何持续成长?将走向哪里?是旅游学术界需要研究的一个重要方向。而从旅游地生命周期理论研究乡村旅游成长性问题,是一个独特的视角。1980年Butler建立旅游地生命周期模型,并运用于实证研究,同时Butler绘制出6个阶段的旅游地生命周期曲线模型。

本文以河南信阳郝堂乡村旅游目的地为实证,采取定量和定性的分析方法,研究我国乡村旅游目的地的成长性问题,以期为我国乡村旅游的可持续发展提供借鉴。

## 1 研究区域旅游开发基本情况

郝堂村位于河南省信阳市平桥区五里店街道办事处,距离信阳市城区20 km,与信阳高铁站相距21.7 km,沪陕高速、京港澳高速从村庄外围经过,区位交通条件良好。郝堂村总面积20.7 km<sup>2</sup>,全村18个村民组,总人口2300人,水田127 hm<sup>2</sup>,茶园和板栗等林果园1333 hm<sup>2</sup>,人均山林1 hm<sup>2</sup>,林地资源丰富<sup>[9]</sup>。该村从2009年开始,就在平桥区政府的支持下,中国乡村规划设计院专家的指导下,发展乡村旅游。郝堂乡村旅游的发展模式是:地方政府负责整体规划与基础设施建设;聘请专业规划机构专家进行开发设计;村集体自筹资金,建设村庄“内置基金”;村民参加乡村改造,实行自治管理。正是在地方政府、专家、村集体和村民这四个主体的协同合作下,才使郝堂乡村旅游取得了暂时的成功。2013年郝堂村被纳入全国第一批“美丽宜居村庄示范”名单,到2015年乡村旅游人数达55万人,旅游收入1500万元。

## 2 研究方法和数据分析

### 2.1 研究方法

研究方法有实地观察法、调查问卷以及深度访谈。其中,问卷的对象是郝堂村的游客,问卷的方式采取随机抽样的形式。深度访谈的对象有两人,一位是郝堂村支书,一位是参与郝堂乡村旅游开发的专业人士。运用实地观察法观察郝塘游客的行为情况,对问卷调查和深度访谈所分析的结果加以验证。文章通过调查问卷获取的数据为第一手数据,把这些数据通过SPSS20.0计算Cronbach's Alpha值检验是否具有可信性,并进行因子分析。

## 2.2 数据分析

### 2.2.1 问卷设计

问卷首先安排了游客的年龄、收入等背景项;然后,是游客的出行方式、购买习惯等消费行为项;最后,对游客的满意度状况进行测度。有关游客满意度测度采用李科特量表的形式,其中1分为非常不满意,2分为不满意,3分为一般,4分为满意,5分为非常满意。

### 2.2.2 问卷发放情况和行为分析

调查设计问卷一份,印制200份,于2015年“五一”期间发放120份,紧邻“五一”之后的周末发放问卷80份,共发放问卷200份,收回196份,其中有效问卷177份,占整个发放问卷的88.5%。问卷回收后,利用统计分析工具SPSS20.0进行数据汇总,然后统计分析。

表1 游客背景资料和行为特征分析表

Tab. 1 Analysis of tourists' background information and behavior characteristics

游客背景资料		频数	百分比/%	游客行为特征			
客源地组成	本市	121	68.4	出行方式	自驾车	71	40.1
	市外	38	21.5		公交车	21	11.9
	省外	18	10.1		包车	55	31.1
	总计	177	100		其他	30	16.9
游客年龄	30岁以下	23	13.0	总计	177	100	
	30-39岁	32	18.1	消费数额	500元以下	22	12.4
	40-49岁	68	38.4		501-1000元	67	37.8
	50岁以上	54	30.5		1001-1500元	52	29.4
	总计	177	100		1501-2000元	21	11.9
游客月收入	2000元以下	28	15.8	2000元以上	15	8.5	
	2001-3000元	65	36.7	总计	177	100	
	3001-4000元	43	24.3	是否过夜	过夜	45	25.4
	4001-5000元	24	13.6		不过夜	132	74.6
	5000元以上	17	9.6		总计	177	100
总计	177	100	信息了解途径	电视	74	17.4	
事业单位	49	27.7		报刊	83	19.5	
公务员	63	35.6		亲朋推荐	117	27.5	
企业	27	15.2		互联网	55	12.9	
其他	38	21.5		其他	97	22.7	
总计	177	100	总计	426	100		

注:表格中“信息了解途径”为多选题,其他为单选题。

通过对游客背景资料和行为特征(表1)可以分析出:来自本市的游客占68.4%,本市外游客占21.5%,而省外游客只占10.1%;在游客年龄结构上以中年游客为主,其中40岁至49岁占38.4%,而30岁以下只占13.0%;游客职业结构方面,以公务事业单位工作人员为主,合计占63.3%;在游客出行方式上以自驾车为主,占40.1%,而公交车只占11.9%;在旅游消费方面,消费1000元以内为

主,合计占50.2%;在游客是否过夜方面,不过夜游客占74.6%,这一结果说明郝堂乡村旅游景点规模过小,缺乏吸引力;在了解旅游信息途径方面,主要以亲朋好友推荐和电视报刊为主,共占64.4%。

## 2.3 游客满意度因子分析

### 2.3.1 信度检验

问卷调查分析的一大问题是问卷的信度检验,又称可靠性检验。可靠性检验是为了验证受调查者在回答问卷时的可靠性程度,即受调查者在回答过程中是否出现前后矛盾的情况,如果受调查者前后回答一致,则表明此次问卷调查是可靠的。本次调查问卷通过SPSS20.0计算Cronbach's Alpha值来检验是否具有内部一致性。样本总体Cronbach's Alpha系数值为0.723。各变量的Cronbach's Alpha系数值如表2。

表2 各因子Cronbach's Alpha系数值

Tab. 2 Cronbach's Alpha numerical values of each variable

变量	Cronbach's Alpha	项数
因子1	0.990	4
因子2	0.443	2
因子3	0.996	2
因子4	0.999	2
因子5	0.993	4

注:表中变量名称和下文因子名相同。

从表2可见,因子1、因子3、因子4、因子5的Cronbach's Alpha系数值都在0.9以上,表示量表的信度很好。而因子2的Cronbach's Alpha系数值为0.443,表示量表有些项目需要抛弃。整体来看,问卷设计的信度较高。

### 2.3.2 效度检验

效度检验是衡量问卷的测试题项的结果是否符合研究者所要测试的问题,是因子分析的前提。通过检验KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)指标与巴特利Bartlett球形检验指标两方面来进行问卷结果有效性检验。如果通过KMO和Bartlett的检验,则可以进行下一步的因子分析。

表3 郝塘村乡村旅游满意度效度检验

Tab. 3 Validity check of Haotang Village rural tourism satisfaction

KMO 检验	Bartlett 的球形度检验		
	近似卡方	df	Sig.
0.768	616.764	91	0.000

从表3可见,KMO度量为0.768,大于0.7,表明各变量之间的相关性较强,故而适合做因子分析。而Bartlett的球形度检验在自由度为91的情况下达到显著,也表示可以进行因子分析。综合以上两种检验,表明问卷结果的效度很高,适合做因

子分析。

### 2.3.3 因子分析

表4为因子分析的结果,与初始设计的量表一致。结合之前对变量进行的内在信度分析结果来看,因子2的信度系数为0.443,小于0.6的可接受水平,因此,因子2剔除。考虑将因子2中的变量“景区的卫生”“景区的厕所分布”归入其他因子。

表4 郝塘村乡村旅游满意度因子分析

Tab. 4 Satisfaction factors of rural tourism in Haotang Village

提取因子	因子载荷	特征值贡献率/%	信度系数
因子1:		3.761 26.863	0.990
到达景区的交通状况	0.631		
景区的路标设置	0.800		
景区旅游线路设置	0.772		
景区停车场	0.693		
因子2:		1.614 11.530	0.443
景区的卫生	0.807		
景区的厕所分布	0.752		
因子3:		1.355 9.678	0.996
景区的自然风光	0.561		
旅游体验活动的丰富性	0.777		
因子4:		1.179 8.421	0.999
景区的风味餐饮味道	0.519		
景区餐饮价格	0.735		
因子5:		1.061 7.576	0.993
景区的讲解服务	0.881		
景区商品的价格	0.834		
景区人员的服务	0.527		
景区原住居民的热情度	0.737		
累计贡献率		64.068	
样本总体信度系数			0.723

由表5可知,“景区的卫生”加入因子1、因子3、因子5之后,这3个因子的内在信度都有提升,且差别不大。考虑到“景区的卫生”加入因子5更具有解释性,故将“景区的卫生”加入因子5。而“景区的厕所分布”加入其他4个因子后,让其他4个因子内在信度都大幅下降,因此将“景区的厕所分布”变量删除。最后得到4个因子。

表5 合并后因子分析

Tab. 5 Analysis of combined factor

变量	加入因子	因子信度
	因子1	0.993
景区的卫生	因子3	0.998
	因子4	0.998
	因子5	0.996
	因子1	0.669
景区的厕所分布	因子3	-0.068*
	因子4	0.217
	因子5	0.670

注:a.由于项之间的平均协方差是负的,该值为负,这违反了可靠性模型假设。

第一个因子命名为“交通”,包含变量“到达景区的交通状况”“景区的路标设置”“景区旅游线路设置”“景区停车场”,表示的是景区的交通状况。

通过表4中的因子1的贡献率26.863可以看出交通状况是乡村旅游满意度最重要的影响因素。又在游客背景资料和行为特征分析表中(表1)可以分析出,游客进入郝堂的交通形式自驾车占40.1%,而公共汽车占11.9%,可见改善乡村旅游的公共交通是当务之急。

第二个因子命名为“游览体验”,包含变量“景区的自然风光”“旅游体验活动的丰富性”,表示的是游客在景区感受到的内容。游览体验是影响乡村旅游成长的重要因素,在表4中贡献率达到9.678,可见游客对这一游览内容满意度较高。

第三个因子命名为“餐饮体验”,包含变量“景区的风味餐饮味道”“景区餐饮价格”,表示的是景区的餐饮体验。餐饮体验一直是乡村旅游中的吸引因素,但郝堂乡村旅游中贡献率只有8.421,仍然需要进一步改进。

第四个因子命名为“景区人际关系和环境卫生体验”,包含变量“景区的讲解服务”“景区商品的价格”“景区人员的服务”“景区原住民的热情度”“景区的卫生”,表示游客在游览时所接触的服务人员和原住民的人际关系感受,和景区环境卫生感受。在表4的因子5中,变量“景区的讲解服务”因子载荷是0.881,可见这一变量与因子5关系最为密切,而因子5的贡献率只有7.576,表明郝堂乡村旅游中景区讲解服务是短板。

## 2.4 深度访谈

深度访谈安排在问卷调查之前和实地观察之后进行。通过深度访谈得知,郝堂乡村旅游是在优势旅游资源的基础上,有目的有创意地进行规划开发。这一开发模式符合现代旅游发展趋势,有别于其他的任其自然的、盲目的乡村旅游开发模式。但该乡村旅游发展过分依赖地方政府的支持,管理者对该乡村旅游成长性看法也不清晰。因此,判断郝堂乡村旅游所处生命周期阶段,显得十分必要。

## 3 郝堂乡村旅游生命周期阶段判断与分析

判断一个旅游地所处的生命周期阶段主要通过三个方面来进行:一是看旅游地的产品特征,二是看旅游地的游客数量和旅游收入,三是看游客的满意度。郝堂乡村旅游产品特征主要表现在:产品种类过少,主要以乡村景观和特色餐饮为主,娱乐性和体验性项目则没有;产品特色不突出,已有的乡村旅游产品与其他乡村旅游目的地的产品雷同率较高;产品吸引力较低,导致客源地狭窄和游客过夜率较低,综合以上产品特征,可以看出郝堂乡

乡村旅游产品开发还处于初级阶段。游客数量和旅游收入是判断旅游地生命周期阶段的主要指标。从郝堂乡村旅游历年的人数和收入(图1)可以看出,近5年来郝堂乡村旅游人数和收入总体上呈现增长态势,但2016年比2015年略有下降,可见其处于生命周期的初级阶段,成长得并不十分理想。游客满意度是影响旅游地成长与否的基本因素,满意度不佳必然导致游客数量下降,从而导致旅游地衰落。从郝堂乡村旅游的满意度因子分析中可以看出(表4),郝堂乡村旅游有关自然风光和特色餐饮的因子满意度较高,而有关服务水平和项目多样性的因子满意度较低,可见郝堂乡村旅游仅能满足游客的低层次需求,而更高的服务等需求则不能满足,如果长此以往必然导致生命阶段的衰落。由以上三个方面可以判断出郝堂乡村旅游处于旅游地生命周期中的第二阶段到第三阶段过渡期,即处于起步期和发展期的过渡时期(如图2)。



图1 郝堂近五年游客量与收入

Fig. 1 The amount of tourists and income of Haotang in the past five years

注:图中数据来源于信阳平桥区旅游局。

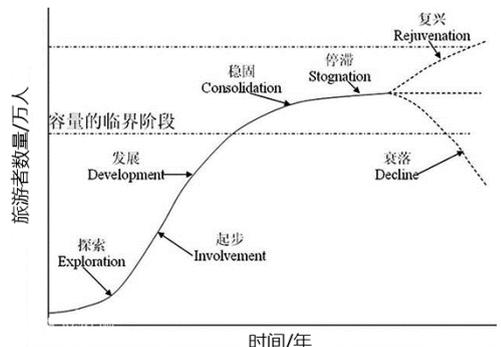


图2 旅游地生命周期曲线

Fig. 2 Tourist destination life cycle curve

图示来源:《旅游地生命周期研究综述》覃江华著。

在经典旅游地生命周期曲线中,除了衰落阶段,旅游地在经历了一个阶段后必然上升到另一个阶段,按照这一理论郝堂乡村旅游在经历了发展期必然上升到稳固期。但余书炜对经典旅游地生命周期曲线的修改指出,旅游地经历的阶段并不一定

与Butle的6阶段“S”型理论模型相一致,并提出了双周期模型(如图3)。<sup>[10]</sup>根据双周期模型,郝堂乡村旅游如果发展不善,就不会过渡到发展阶段,即使过渡到发展阶段也不会进入稳固阶段,而是直接进入衰落期,直至导致景区最终衰落关闭。

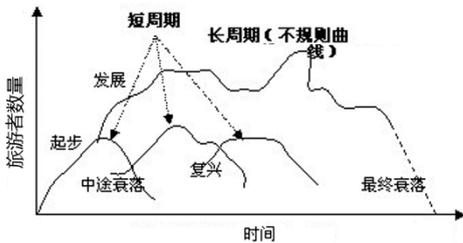


图3 旅游地生命双周期示意图

Fig. 3 Sketch map of the life cycle of tourist destination

图示来源:《旅游地生命周期理论综述》余书炜著。

#### 4 结论与建议

基于旅游地生命周期理论,以信阳郝堂乡村旅游为实证,研究了乡村旅游的成长性。结果表明:判断乡村旅游所处生命周期阶段是明确其成长质量和成长趋势的关键;郝堂乡村旅游处于起步期和发展期的过渡时期,应采取合适的措施促进其成长;判断乡村旅游所处的生命周期阶段,除了依据

旅游地产品特征、游客数量和旅游收入,游客的满意度是判断的主要标准;影响乡村旅游成长的因素包括交通、游览体验、餐饮体验、景区人际关系和环境卫生体验。为了促进郝堂乡村旅游生命周期阶段性成长,提出以下建议:首先完善服务体系,注重环境保护。完善进入郝堂的公共交通体系和景区人员服务体系,如政府增加公共汽车投入,加强服务技能培训,提高讲解水平。同时,应成立环境监督小组,监督游客破坏环境行为和村民私搭乱建行为。其次,增加产品种类,引进管理人才,防止阶段性衰落。利用保留的明清建筑发展特色民宿旅游,提高过夜率;挖掘豫南乡村表演节目,开发表演项目;开展具有豫南民风民俗的节事活动。同时,引进先进的旅游管理人才,注重管理人才的梯队培养。再次,加强宣传,一要重视新型媒体,如利用互联网和移动互联网进行宣传,二要运用多种营销手段,如借势营销和事件营销。同时,郝堂乡村旅游的传统客源市场有郑州市、驻马店市、焦作市等城市,除了继续加强这些城市客源市场的开发,还应该开发武汉市、随州市和六安市等城市的客源市场,从而实现郝堂乡村旅游的永续发展。

#### 参考文献:

- [1] 赵慧芳,徐歆,潘立生. 成长性评价的指标法研究[J]. 重庆工学院学报(社会科学), 2009(2): 69-71.  
ZHAO Huifang, XU Xin, PANG Lisheng. Research on index method of growth evaluation [J]. Journal of Chongqing Institute of Technology (Social Science Edition), 2009 (2): 69-71.
- [2] 郭国梅. 旅游企业成长性的影响因素分析:来自上市公司的经验证据[J]. 改革与战略, 2009(7): 159-161.  
WU Guomei. Determinants of tourism company growth: evidence from chinese listed companies [J]. Reformation & Strategy, 2009(7): 159-161.
- [3] 郭月萍,杨文杰. 旅游上市公司成长性实证研究[J]. 财会通讯, 2012(4): 33-35.  
GUO Yueping, YANG Wenjie. Empirical study on the growth of listed tourism companies [J]. Communication of Finance and Accountin, 2012(4): 33-35.
- [4] 张红,张春晖. 旅游上市公司股权结构对经营绩效的影响:以成长性为调节变量[J]. 旅游科学, 2012(3): 27-41.  
ZHANG Hong, ZHANG Chunhui. The impacts of ownership structure on operating performance in listed tourism corporations: moderating effect of growth [J]. Tourism Science, 2012(3): 27-41.
- [5] 李锋. 基于双重空间的后开发景区成长性研究:以焦作云台山为例[J]. 旅游学刊, 2007(10): 55-60.  
LI Feng. A study on the growth degree of post-development scenic spot based on double space [J]. Tourism Tribune, 2007(10): 55-60.
- [6] 史术光. 我国乡村旅游发展的成长上限基模分析及对策思[J]. 安徽农业科学, 2011, 39(36): 22495-22497.  
SHI Shuguang. Archetype analysis of limits-to-growth of the rural tourism development and countermeasure [J]. Journal of Anhui Agri, 2011, 39(36): 22495-22497.
- [7] 陈谨. 可持续发展的乡村旅游经济四模式[J]. 求索, 2011(3): 21-23.  
CHEN Jin. Four model of sustainable development of rural tourism economy [J]. Seeker, 2011(3): 21-23.
- [8] 王莹,许晓晓. 社区视角下乡村旅游发展的影响因子:基于杭州的调研[J]. 经济地理, 2015(3): 203-209.  
WANG Ying, XU Xiaoxiao. Influential factors of rural tourism development in perspective of community: A case of Hangzhou [J]. Economic Geography, 2015(3): 203-209.
- [9] 郑斌,龚琦,马喜,等. 河南信阳郝堂村新农村规划建设经验与启示[J]. 安徽农业科学, 2014, 42(23): 7910.  
ZHENG Bin, GONG Qi, MA Xi, et al. Henan Xinyang Haotang village planning and construction of new countryside construction experience and Enlightenment [J]. Journal of Anhui Agricultural Sciences, 2014, 42(23): 7910.
- [10] 余含,王兆峰. 基于生命周期评价理论的旅游产业发展研究:以张家界为例[J]. 资源开发与市场, 2012(5): 457-458.  
YU Han, WANG Zhaofeng. Tourism industry development research on lifecycle assessment theory: A case study of Zhangjiajie [J]. Resource Development & Market, 2012(5): 457-458.

责任编辑:张建合