

---

# 中国城镇居民旅游消费行为发展趋势与应对策略 ——以浙江为例

熊友平

(湖州职业技术学院, 浙江 湖州 313000)

**【摘要】**文章分析了我国城镇居民旅游消费存在热捧出境旅游、自驾游、短线旅游消费等特点,提出应积极开拓国际旅游线路、完善休闲旅游目的地的功能、强化旅游服务理念、大力发展专项特色旅游、改善旅游消费环境、建立旅游支付宝等对策。

**【关键词】**浙江; 旅游消费; 出境旅游; 特色旅游; 旅游支付宝

**【中图分类号】**F592.3

**【文献标识码】**A

**【文章编号】**1004- 2768 (2012) 07- 0176- 02

## 一、中国城镇居民旅游消费研究综述

### (一) 浙江旅游业发达, 城镇居民旅游消费成为一种常态

浙江省位于中国东南沿海, 交通区位优势, 旅游资源丰富, 经济发达, 旅游业起步早, 发展速度快。研究表明: 人均 GDP 到 3 000~5 000 美元是旅游休闲等享受型消费的爆发增长期。2008 年, 中国人均 GDP 跃上 3 000 美元台阶, 但浙江省人均 GDP 已经超过 6 000 美元, 旅游消费已成为时尚, 成为浙江城镇居民生活的一部分。旅游消费是需求导向型消费, 到 2015 年, 旅游消费在中国居民消费中的比重有望达到 10%。<sup>[1]</sup>2008 年, 浙江省全省旅游总收入 2 250 亿元, 相当于 GDP 的 10.5%, 高于全国平均水平 6.5 个百分点。2009 年浙江省接待国内游客 24 410 万人次, 入境游客 570.6 万人次, 旅游总收入 2 643.7 亿元, 综合排名居全国第三位。<sup>[2]</sup>浙江省 2009 年接待的国内游客是入境游客的 42 倍, 国内旅游收入是入境旅游收入的 11 倍, 国内旅游已成为旅游业发展的主力军, 2009 年浙江人均国内旅游消费 993 元。<sup>[3]</sup>大力发展旅游业, 符合科学发展观要求, 既是实现以人为本理念的重要途径, 也是提高百姓生活质量的重要手段。浙江经济发达必然对旅游消费会提出新的要求, 浙江城镇居民旅游消费成为一种常态。

### (二) 中国城镇居民旅游消费是促进经济发展, 拉动内需的重要因素

旅游消费是旅游者在整个旅行游览活动中为满足其需要而购买的各种物质产品、精神产品和服务的总和。2009 年 12 月国务院通过了《关于加快旅游业发展的意见》, 强调旅游业具有扩内需、调结构、保增长等功能。旅游消费是浙江省“抓转型”的先导, 浙江省按照“发展大旅游, 开拓大市场, 形成大产业”的要求, 要充分发挥旅游消费在浙江省“保增长”中的重大作用, 大力推进旅游经济强省建设。<sup>①</sup>浙江正由外需向内需转变、由投资向消费转变, 而旅游消费是最终消费, 是直接提高居民福利的消费。旅游消费作为高层次消费方式之一, 对于实现社会财富调节分配, 促进国民经济良性循环, 扩大内需、促进经济增长等都具有重要的作用。

---

**收稿日期:** 2012- 02- 02

①中华人民共和国国务院, 关于加快旅游业发展的意见, 国发[2009 第 41 号], 2009 年 12 月 1 日。

**作者简介:** 熊友平 (1980-), 男, 江西丰城人, 湖州职业技术学院讲师, 研究方向: 旅行社经营管理、旅游产品开发、旅游消费。

目前中国国内外形势动荡不安，有众多影响经济发展的不确定因素。我国的经济增长主要依赖外贸、投资、消费“三架马车”的拉动，然而，拉动国内经济发展中的外贸受外围经济不景气而出口受挫，房地产市场、股票市场同样面临众多问题，高物价和通货膨胀压力巨大，出现了中小企业融资困难，大批中小企业倒闭的现象。旅游消费是可重复性消费，与房地产、汽车以及其他耐用品消费不同，人们会把更多收入和时间用于旅游、健身、艺术、教育等相关活动。旅游消费对象广泛，涉及景区景点、餐饮、住宿、交通、商业等 100 多个行业，涉及工业、农业以及信息、金融、保险、医疗、环保服务等所有产业门类，因此具有很强的波及效应和倍增效应。据测算，旅游收入每增加 1 元，可带动相关行业增收 4.3 元。旅游消费具有“四两拨千斤”和“牵一发而动全身”的特殊功能。旅游消费被看成拉动经济增长的重要因素，旅游消费是更高层次的精神消费形式，随着社会经济的发展及人们生活水平的不断提高，旅游消费的潜力巨大。故而研究浙江城镇居民旅游消费行为发展趋势与应对策略就显得意义重大。

## 二、浙江城镇居民旅游消费发展趋势分析

旅游消费结构变化受多种因素的影响，包括旅游地社会经济发展、旅游产品和项目的开发，以及旅游产品的价格、旅游者的职业与收入、旅游者受教育程度和购买偏好等。[4]随着浙江居民收入的增加和闲暇时间的增多，旅游产品的多样化和旅游配套设施投资结构的进一步改善，今后浙江旅游消费结构中游、购、娱的比重将进一步上升，浙江城镇居民的旅游方式将由观光型为主发展到度假旅游、探险旅游、科考旅游、民俗旅游、生态旅游、体育旅游、康健旅游、文学旅游、美食旅游等百花齐放的局面。

### （一）浙江城镇居民出境旅游消费越来越受热捧

浙江城镇居民出现从国内旅游向出国旅游延伸的境况。我国开放的对外旅游目的地已经达到 134 家，港澳、台湾、新马泰、日本、韩国、俄罗斯、美国、越南越来越受到浙江城镇居民的欢迎，特别是近几年来随着海峡两岸“大三通”，开放了台湾旅游，构成了很强的吸引力，浙江人更是趋之若鹜。由于边境旅游口岸的增加，使边境旅游日益成为焦点，浙江城镇旅游者到越南、缅甸、前苏联人数也日益增长，而且部分富裕阶层正把目光投向洲际旅游，出境旅游市场出现分化。全国物价都在上涨，特别是房价过快上涨，反而使旅游产品价格显得相对便宜，同时，各个国家机票、酒店价格下调，使境外旅游费用大幅度下降，故而出境旅游消费越来越受浙江城镇居民的热捧。

### （二）浙江城镇居民自驾游消费行为大大的增加

随着浙江经济的发展，私家汽车大量走进浙江城镇居民的家庭，同时长三角地区交通发达便利，旅游开发相对较好，有众多的旅游景点和农家乐等乡村旅游项目，故而，新兴的自驾游消费方式和理念也随之盛行，自驾游是种全新的出游方式已经越来越成为浙江城镇居民追求的一种时尚。针对浙江城镇居民的个性化、多样化、自然化、体验式等需求特征，也均可通过自驾的方式来完成，周末去周边的景点或农家乐休闲一下，拜访亲友时顺便到周边游玩，家庭旅游、结伴旅游、个体旅游、好友同游等各种旅游组织方式都可以通过自驾游的方式来实现。

### （三）短线休闲观光旅游消费将受到浙江城镇居民青睐

许多浙江城镇居民外出不再仅仅局限于单纯的观光游览，已开始热衷休闲自在的旅游消费形式，根据自身实际需求理性选择线路，讲究轻松度假，追求“游有所值”。许多浙江城镇居民休闲旅游者更愿意入住“农家乐”、“渔民乐”式的旅馆，体验农家和渔民生活。短线旅游消费不高又能实现自己出去玩的旅游动机，深受浙江城镇居民的好评，人们可以自由选择，“短线”休闲游成为浙江城镇居民游客新宠。

### （四）浙江城镇居民对旅游偏好更加个性化、多元化

俗话说“众口难调”，古人云“仁者乐山、智者乐水”，每个家庭的收入、年龄构成不同，所以不仅有大众旅游者，还有更多的追求个性化、多元化的旅游者。例如有高收入阶层、中等收入和低收入阶层；有银发族、年轻人、学生；有高学历人群、探险者、合家出游者等等，加上每个游客可能因为职业、教育、爱好的不同而对旅游目的地的偏好不一样，浙江城镇居民游客需求个性化、多元化，从过去的观光旅游、旅游购物，逐渐上升到有针对性的专业旅游，如近郊森林旅游、休闲旅游、如水色旅游、体育旅游、野营旅游、探险旅游、山地旅游、文化旅游、科普观光旅游、亲子旅游、银发旅游、考察旅游、会务旅游等。

#### （五）网络信息化使浙江城镇居民外出旅游消费越显方便

随着网络媒体的全球性、互动性、海量性、快捷性，浙江城镇居民可以通过网络来了解旅游目的地、景区、价格、线路，也可以通过网络来预订酒店或者景区，网络预订方便、快捷且有保障已经成为浙江城镇居民游客公认的事实。上海的驴妈妈网、携程网、同程网、艺龙网、芒果网、浙江中青旅网等专业的网站更方便、及时地提供了旅游消费的信息，通过网上预定可以获得更大的实惠。出发前通过网络了解一下目的地的知识、旅游攻略、省钱省心高招等，出发后心里还有底了，而且收获也更大，不再是上车睡觉、下车尿尿、到景点拍照、回到家什么都不知道了，网络能让浙江城镇居民进行信息的对比，通过亲自感受来获得美的感受，所以收获也更大、更方便。

### 三、针对浙江城镇居民旅游消费特点的应对策略

#### （一）积极开拓国际旅游线路，吸引中高端旅游消费

中国出境旅游目的地国、出境人数、出境旅游消费都井喷式发展，特别是中国公民境外旅游消费能力，更使外国人刮目相看。到 2010 年旅游服务贸易逆差额竟高达 91 亿美元，中国公民出境游人均消费额已经超过日本，排名世界第一。世界旅游组织预测，到 2020 年，中国公民出境旅游人数将达 1 亿人次，中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大客源输出国。要加大开发香港、台湾旅游的力度，争取举办浙台、浙港旅游活动；扩大日本、韩国市场份额，积极拓展欧美等境外市场；要规范发展出境市场，吸引浙江居民消费中高端出境旅游产品，完善服务机制，加强教育和引导，保障浙江城镇居民出境旅游的健康发展。

#### （二）完善休闲旅游目的地的功能，强化旅游服务理念

在休闲项目上以方便、安全、大众化的产品为主，强调其娱乐性与参与性，产品开发突出顾客参与性、互动性，产品开发重视旅游消费者的个性化及情感需求，突出产品的文化特性，完善休闲旅游目的地的功能，强化旅游服务理念。加强休闲度假式旅游目的地的接待设施建设，完善旅游景区的标识系统，完善旅游集散中心或景区车辆换乘的基础建设，实施旅游信息提升工程，加强区域旅游咨询中心和景区游客服务中心建设。要从人的基本“食、宿、行、游、购、娱”六大基本功能出发，满足游客的基本生理需求和更高层次的精神愉悦，故而可设计出休闲旅游项目，垂钓、健身、森林氧吧、歌舞、棋牌等项目，还可以从农耕文化、农业科普、植物展示、动物标本等方面实现给游客一个文化教育的功能。休闲旅游目的地要特别强化旅游服务的软功能，从人的情感需求出发，更好地为游客服务，要让客人感受到细微化的服务，建立健全服务承诺、质量标准体系认证，强化“依情服务，用心做事”的意识，以更加优质高效的服务，强化旅游服务理念。

#### （三）大力发展休闲自驾旅游和专项特色旅游，促使旅游消费升级

旅游从观光式的“苦行游”到现代以休假、体验、度假与游览相结合的“休闲游”、“养生游”、“康乐游”、“生态游”、“自驾游”和“美食游”等旅游方式。要以特色树品牌，开展专项旅游项目吸引特定消费群体，通过专项旅游、特色旅游可以吸引更高的重游率。特别是近年来温泉旅游、滑雪旅游、农家乐成为旅游的新亮点，可以进行重点开发此类旅游产品，也可以开展狩猎、探险、游学等旅游产品。针对部分特殊消费者喜爱的特色游项目、专项游产品可建立会员档案，定期提供相关信息，要

---

使住宿产品和旅游项目融为一体，使酒店成为专项游、特色游爱好者的聚集地。可开展反璞归真的休闲旅游，如近郊森林旅游、海岛游、湿地游、山地旅游、野营旅游等。通过以上旅游产品来实现促使旅游消费升级的目的。

#### （四）完善旅游商品、娱乐文化产品的开发，改善旅游消费环境

要大力开发旅游纪念品、手工艺品和特色商品，努力提高质量，促进产销紧密结合，建立多渠道、多形式的产销体系；要学习外省、外国旅游城市在旅游商品、旅游购物方面的成功做法与先进经验，形成良好有序的旅游购物氛围和机制，做大旅游购物的文章；要出台《浙江省旅游消费推荐场所实施意见》，在全省确定一批旅游消费推荐场所。文化旅游，文化才是吸引游客的主要原因，因为游客能体验到他们平日无法体验的文化艺术，同时游客还能感受到旅游目的地特有的生活方式。娱乐文化产品的开发是浙江旅游业应重点抓的内容，出去旅游本身就是文化的获得，要增加娱乐项目，让游客在娱乐中增加知识，寓教于乐。要改善旅游消费的环境，以杭州西湖为例：杭州西湖就是依照改善旅游消费环境的思路经营景区，放弃了门票收入，不仅使旅游个体的旅游消费增加，旅游次数增加，同时旅游群体的数量增多，带动了西湖周边附属经济的增长，共同拉动了西湖旅游经济收入的提升，实际上增加了旅游总收入，并获得了良好的声誉。这就是改善旅游消费环境的产物。

#### （五）整合旅游线路，主推 2~3 天的短线游消费项目

周末、小长假游客的出行比例加大，要以周末、小长假自助游、背包族为服务对象，可借鉴锦江“百时快捷”，“汉庭·我的客栈”的做法，推出卫生、低价、方便的住宿产品，这样既可以避免周末、小长假生活的单调，又可以获得异地游玩的乐趣。2~3 天内的线路设计可以使人均总花费控制在 800 元以下，符合众多短线游消费者的消费能力。浙江的旅行社要主打短线游路线或“家庭团”出游形式。以浙江某旅行社为例，主要推出了浙江省内旅游线路，如杭州极地海洋世界、西湖赏月、钱塘江观潮、淳安千岛湖、舟山普陀山等，省外有安徽芜湖方特欢乐世界，黄山、宏村、情人谷，上海欢乐谷等。

#### （六）要促进浙江旅游企业的转型升级，做好、做大和做强旅游企业

旅游企业可以通过一些个性化、细微化、人本化和延伸化的服务变化，让旅游者产生欢喜、快乐、激动、感叹等情感方面的体验，引发游客的情感共鸣。<sup>[5]</sup>要积极培育优秀的旅游企业和大型旅游企业集团，以星级旅行社、星级酒店为抓手，切实提高旅游核心竞争力。要大胆引进大企业大集团来浙江投资旅游业或从事旅游业经营管理，引进国内外著名旅行社到浙江设立分支机构或设立独资旅行社。促进旅行社向集团化、网络化、多元化、国际化方向发展，引导大型优秀旅行社进行连锁化经营、中小型旅行社专业化经营，引进国外旅游批发商、国际国内实力较强的旅行社，探索旅行社市场批发零售业务。要引进世界酒店品牌进行集团化管理，加快浙江酒店业国际化进程。大力发展国际、国内优秀的酒店连锁和商务型、观光型、度假型、会展型等特色主题酒店系列，引导酒店业在城市、风景区、度假区多点化、集群化发展，形成特色、规模优势。加强对乡村旅游餐馆和农家乐旅馆的指导和监督工作，引导家庭民宿、汽车旅馆及宿营地等建设。要引导旅游企业进社区，更好地为居民服务，同时，要吸引更多的社会资金投资旅游业，在税收适当减免和政策上给予支持，使浙江的旅游企业尽快的成长起来，切实做好、做大和做强旅游企业。

#### （七）进一步发挥网络，特别是旅游专业网站的便民功能，方便游客旅游消费

要进一步完善浙江旅游网站建设和服务功能，加强与外地旅游网站之间的链接与合作。第一，可借鉴淘宝网的预付功能建立旅游支付宝。即游客可以通过先行向旅游专业网络预支付，旅游结束后再进行确认支付；第二，开设旅游网站急救定位功能。万一游客在旅游过程发生紧急情况或意外都可以通过专业的旅游网站来获得帮助；第三，要让游客通过网站的预定切实获得实惠。如在线路综合报价上有优惠，在单项委托预定上方便便宜，游客可以很方便的在订酒店、机票、景点门票、租车、餐饮方面都能有不错的折扣；第四，旅游网站要提供专业、科学、准确、科普、免费的服务。要提高旅游网站在目的地介绍、旅游线路设计、旅游景点详细介绍、出行指南、交通指南方面的服务。这项工作很多旅游官方网站都在做，但更新太慢，而且信息量

---

太少，商业网站更多的是功利性的强调自己的产品，给人唯利是图的感觉，而且信息太杂，做得比较粗糙；第五，充分发挥浙江旅游官方网站的功能。政府的旅游官方网相对做得比较死板，很多旅游局的领导在开会的信息，对行业引导和便民的信息、功能不多，游客投诉的处理、旅游信息的查询或景点介绍方面都做得不尽如人意，要加强对官方旅游网站的建设力度。总之，要进一步发挥网络，特别是旅游专业网站的便民功能，方便游客在网络上实现旅游消费。

**参考文献：**

- [1] 冯凌, 吕宁. 论旅游消费的本质特征与功能特点[J]. 商业时代, 2011 (33) .
- [2] 王洁洁, 孙根年. 中国旅游业发展一个新的战略架构: 关于《国务院关于加快旅游业发展意见》的解读[J]. 旅游论坛, 2010 (7): 1- 6.
- [3] 浙江省旅游局. 浙江省旅游统计便览[EB/OL]. [http: //www. tourzj. gov. cn/zww/lyzl /lytj\\_list1. aspx](http://www.tourzj.gov.cn/zww/lyzl /lytj_list1.aspx). 2010- 05- 20.
- [4] 孙根年, 侯芳芳. 旅游消费增长对拉动国民消费的贡献: 以浙江为例[J]. 旅游学刊, 2010 (10) .
- [5] 李园. 体验经济时代下我国旅游消费分析[J]. 消费经济, 2011 (4) .