

温州农民旅游客源市场开发研究

陈晓静 黄蔚艳

(浙江海洋大学经济与管理学院, 浙江舟山 316000)

【摘要】近年来随着农民收入、文化水平提升以及消费观念的转变,外出旅游的农民数量逐年递增。通过对温州农民旅游客源市场开发可行性和旅游情况分析,从农民自身、旅游企业和政府三个方面分别提出了相应策略与建议,以使农民旅游客源市场快速发展。

【关键词】农民旅游; 客源市场; 温州

【中图分类号】F592.3 **【文献标识码】**A

旅游是人们的一种共同需求,不论城镇居民还是农村居民,都有外出旅游、提高精神文化境界的追求。然而近年来,尽管“农村”“农业”已纳入到旅游大潮中,然而却很少有人将农民作为一个旅游群体加以考虑,我国专门从事农民旅游的旅行社和旅游服务组织还较少,现有的学术研究也很少关注农民旅游,显然无法满足日益扩大的农民旅游客源市场需求。因此,研究农民旅游客源市场开发十分必要。

1 农民

农民是农村居民的简称,“农民”概念在学术界和社会工作部门的实际运用过程中,大概具有三种不同含义:一是认为农民是以土地为主要生产资料,且长期和专门从事农业生产的劳动者,这同时也是在发达国家广泛应用的职业概念;二是居住在农村的人,并不一定从事农业生产,如从事乡村企业劳动;三是拥有农村户口的人,即以户籍身份为判定依据。

本文农民泛指居住在农村地域内,具有农村户籍的社会成员,既包括从事农业劳作人员,也包括从事非农的人员。

2 温州农民旅游客源市场开发可行性分析

随着温州市政府对“三农”政策的落实与实施,农村经济正快速发展,农民收入水平不断提高,消费观念也有了很大改变,科技技术的发展又使农民劳动效率提高,闲暇时间越来越多,大部分农民具备了出游的条件。

2.1 可支配收入增加

据国家统计局温州调查队 2013 年对全市农民家庭抽样调查显示,全市农民人均纯收入 16194 元,

比上年增长 10.0%，高于全省平均水平 16106 元，比全国平均水平 88%元高 7298 元。各县（市、区）收入稳步增长，区域差异有所缩小。其中，龙湾区最高 20717 元，高出全市平均 4523 元，最低的泰顺县为 9158 元，也超过全国平均水平，最高是最低的 2.26 倍，差距比上年有所缩小。

2.2 出游意识不断增强

随着收入增长，其消费观念也慢慢地发生了转变，农民越来越重视精神文化生活，在劳动闲暇之际，旅游成为他们追求精神文化方面的消费选择。

2013 年，温州市农民生活消费现金支出人均 11724 元，增长 8.3%。从内部构成看，教育文化娱乐类消费增长迅速。全市农民人均娱乐教育文化服务支出 1555 元，比上年增长 12.4%，占生活消费支出的比重为 13.3%。

2.3 农村生产率提高使“闲暇”时间增多

温州地形“七山一水二分田”，由于农田少，温州的多数农民不以农耕为主，外加农业机械化的发展，大大提升劳动效率，使农民的可支配时间增加。

2.4 广阔的市场前景吸引旅游企业开发农民旅游市场

2010 年全国人口普查显示，全国总人口为 13.7 亿人，其中居住在农村的人口为 7 亿人，占总人口的 50.09%。显然，农民旅游客源市场是一块尚未被大力开发的土地，一些旅游企业有意将目光投到农民旅游市场，这为农民旅游客源市场开发提供了有力的供给基础。

2.5 政府对新农村建设的大力支持

政府对新农村建设十分重视，鼓励农民走出去，旅游不仅能开阔眼界，增长见识，也让农民在闲暇时间不再是睡觉吃饭、打麻将，或是打架斗殴等。并且通过组织到新农村建设成功的地方去参观、学习，有利于提高农民文明素质，促进农村文化市场繁荣，对建设“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的社会主义新农村起到重要作用。

3 温州农民旅游活动特点

根据 2009 年温州旅游统计局在温州农村地区抽样调查，温州农民旅游活动呈现出以下特点：

3.1 探亲访友居于首位

调查显示 48.3%的农民旅游是为了探亲访友；23%的农民旅游者以观光旅游为目的；有 12%的农民

旅游者是公事出差或是外出学习；值得关注的是温州农民们的健康意识越来越强，有 16.7%的人旅游是为了健康。

3.2 出游时间大多不受限制

53%的农民表示旅游不会受到寒、暑假和国庆等假期的限制，他们一般是有时间就出去旅游，而且选择的时间都比较随意。但是有 22%的人因为受丁作时间限制选择在假期出游，这多数是年轻一辈，出游的时间相对比较固定。

3.3 出游天数以 3~5 天为主

43%农民出游以短途为主，时间控制在 3~5 天；有 28%农民出游不超过 3 天，这主要是受工作时间、经济条件、家庭情况等因素的约束。29%的农民出游时间 7 天以上，这其中一部分是以探亲访友为目的，也有一部分是经济条件较好的，到较远的地方，如西藏、内蒙古等。

3.4 旅游消费层次偏低

温州农民旅游主要花费是吃住行，在游购娱方面消费比较少。调查显示，22%的农民只愿花费不超过 800 元，他们大都文化水平比较低，思想比较老旧或者是家庭条件不好；有 39%的农民花费 800~1000 元，这是在他们所能承受的经济范围之内；27%的农民愿意花费 1000~2000 元，这部分人的家庭条件好，例如子女都已经工作；12%的农民花费 2000 元以上，主要是因为他们自身没有生活上的压力，还有子女的孝顺基金。

3.5 担忧被骗或欺负

调查发现，人身、财产安全问题是大部分农民在旅游过程中最担心的问题。他们由于自身文化水平低，对旅游产品了解甚少，害怕出去旅游会受到欺负，例如旅游过程中受到导游的威胁，强制购买商品、强制去参观旅游景点等。

4 温州农民旅游客源市场的开发策略

4.1 农民自身

4.1.1 提高自身文化素质，并学习主动了解旅游产品。农民需要不断提高自身文化素养，学习一些新的思想，以适应旅游需要。同时，要主动学习从网络、电视等媒体去获得一些旅游信息，了解旅游产品，使旅游进入农民的生活，加深农民旅游意识，帮助农民正确认旅游。

4.1.2 提高出游的自我保护意识。农民旅游时应该要有自我保护意识。在平时的生活中，也应多学

习相关旅游法律知识，增强防范意识，注意保护自身的合法权益。选择旅游产品时，首先要先了解旅游产品，选择适合自己的旅游产品。其次，在与旅行社签订合同时应认真阅读旅游协议和法律法规，避免自身权益受到损害。

4.2 旅游企业

4.2.1 积极开发适应的旅游产品。旅游企业应根据温州农民旅游客源市场实际情况，“量身打造”相应的旅游产品，让农民们快乐旅游。如，根据温州农民出游特征，可以打造依托省内热门景点、大城市的都市风情游、将旅游观光与农业生产技术和科技知识相结合的产业科技游、符合温州大多数农民宗教习俗的宗教朝拜游、以及利用晚辈孝敬与关心长辈心理的以“健康、保健”为主的康体旅游产品等。在旅游目的地选择上宜以温州本地和以上海为核心的长江三角洲地区。

4.2.2 利用景区淡季实施惠农价格 3 温州农民虽然收入有明显增加，但是受传统思想的影响，消费还是比较保守。故旅游企业在旅游产品定价时，不能把旅游产品价位定的过高，利用旅游淡季推出惠农价格。如以国家 4A 级景区楠溪江为例，著名自然风光狮子岩、十二峰、太平岩、四海山等吸引着不少国内外游客前来，但是调查中发现很少有温州其他地方的农民旅游者，主要原因还是景点的门票过于昂贵，使农民们望而却步。所以，可以在旅游淡季期间，推出本市农民游本地的惠农价格，逐步培养他们的旅游兴趣。

4.2.3 提高服务质量.发展农民旅游客源市场，良好的服务质量至关重要。旅游企业应认真分析温州农民的旅游动机和行为特征，坚持以质最取胜，保障农民合法的权益。要重视售后服务，回访旅游者，对他们提出的问题做好记录与改进，这样可以帮助农民对旅游企业树立良好印象，从而带来新的客户扩大市场。

4.2.4 有针对性地进行旅游宣传。旅游企业可以在温州农村地区设立旅游咨询公司，向当地的农民介绍与宣传旅游知识和旅游产品，提高农民对旅游产品的认识，对于一些偏远农村，旅游企业可以利用电视广播、农村期刊、广告牌等宣传手段，使旅游融入农民们的生活。

4.3 政府

4.3.1 规范旅游市场经营。农民作为新兴的旅游客源市场，需要政策支持、宏观环境调控、行业引导。政府部门应加强监管力度，坚决抵制旅游企业乱收费，隐性消费等等问题，使旅游消费更加透明化。相关旅游管理部门应该各司其职，充分发挥其职责，严格规范旅游企业的市场运作，规范农民旅游服务体系，规范旅游服务人员素质，通过规范旅游企业一系列服务行为来保障农民旅游服务质量，促进农民旅游市场健康发展。

4.3.2 设法增加农民收入，健全社会保障体系。增加农民收入不仅是发展农民旅游市场的重要途径，进而还可扩大其旅游消费。温州政府可以专门为农民们开通小额信贷，为农民提供更多资金，鼓励

农民们自主创业，增加收入，让大多数农民具备旅游的经济条件。同时，完善社会养老保险和社会医疗保险体系，减少农民外出旅游的顾虑。

4.3.3 发挥农村社区基层平台组织与引导作用。农村社区要充分发挥基层平台作用，逐渐组织与引导农民旅游活动，可以依托各地农村现有组织，如村委会、各类专业经济合作组织，成立专门的旅游组织分支机构，主要负责下属会员集体出游的联系、沟通及个体出游的信息服务咨询与推荐，与相应的旅游景区或旅行社联合，解决当前多数农民在旅游决策过程中的茫然与无序状态。

另外农村社区也可以组织一些优秀劳模等人员，利用奖励旅游的方式组织其旅游，通过他们切身经历，逐渐引导农民旅游需求。

参考文献:

- [1]陈凤.浙江省农村居民旅游消费偏好及市场拓展对策研究[D].杭州:浙江工商大学,2013.
- [2]李炳武.农民旅游市场的开发与经营策略探讨[J].湖南商学院学报,2006(01).
- [3]朱斌,周凤杰.浅谈开发农民旅游市场[J].商业研究,2007(06).
- [4]梁留科,曹新向.全面建设小康社会背景下的我国农民旅游市场开发研究(1).经济地理,2005(02).