

# 牂牁湖景区客源市场调查及开发对策<sup>\*1</sup>

姚世美 秦趣 李景花

(六盘水师范学院 旅游与历史文化学院, 贵州 六盘水 553004)

**【摘要】**:牂牁湖景区位于贵州省境内,是我国著名的风景区之一,在引领贵州省经济发展中有着重要的地位。然而牂牁湖景区的旅游市场开发还有很多的问题,还没有达到最佳的状态。通过问卷调查的方式对牂牁湖景区的市场进行研究,从出游时间、客源地等不同的层面来分析牂牁湖景区客源市场的实际现状,找到牂牁湖景区客源市场中存在的一些问题,进而提出相应的改善措施,希望能够促进牂牁湖景区客源市场的健康发展。

**【关键词】**: 客源市场; 开发对策; 牂牁湖

**【中图分类号】**:F592

**【文献标识码】**:A

旅游客源市场结构能够表现一个地区旅游业的发展状况,可以给当地的旅游业发展提供科学的指导依据,为景区的发展制定更符合市场发展的营销策略,吸引更多的游客游玩。景区的发展离不开客源的支持,随着我国经济的快速发展,人们的生活水平在不断提高,使得人们对于精神层面的追求在不断的加大,进而促进了旅游业的快速发展。全国乃至世界都认识到了旅游业能够带来巨大的收入,这也增加了旅游行业的竞争,景区要想持续的发展离不开客源的支持。牂牁湖景区位于贵州省六盘水市,是贵州省主要的旅游景区之一,在其发展的过程中极大地带动了周边经济的发展,景区内丰富的旅游资源吸引了来自世界各地的游客。不过由于各个地区都在不断地改善,使得牂牁湖景区的客源有了巨大的波动,这在很大程度上不利于牂牁湖景区的发展。景区在管理过程中管理方式比较雷同、特色产品开发不足等问题导致了景区的客源在不断地减少,严重制约着景区的发展。在如此激烈的市场竞争中,必须要对牂牁湖景区的客源进行科学的分析,找到景区市场开发过程中存在的具体问题,为精确地发展提供有效的指导。

## 1 研究区概况

牂牁湖风景名胜位于贵州省西部,距六枝城区 67km,总面积 57.6km<sup>2</sup>。牂牁湖风景区海拔 600 ~ 2127m,地理位置为 105° 08' E ~ 105° 43'、25° 59' ~ 26° 33' N。属中亚热带季风湿润温和气候,自然风光丰富多彩,民族风情古朴浓郁,人文景观历史悠久,是观光、考古、度假、考察民族风情的理想场所。六枝牂牁湖风景区以夜郎名胜、郎岱古镇等古夜郎文化和牂牁湖峡谷风光为主,浓郁的木城布依风情,加上亚热带蔗林风光异国情调,使牂牁景区充满了神秘诱人的色彩,是六枝特区海拔最高和海拔最低而又充满传奇色彩的风光名胜区。此外,牂牁湖还借助贵州省大力发展旅游的机遇,不断开发新的旅游产品和旅游线路,复现夜郎、古国探秘、民族风情、主题娱乐、科考探险、极限运动等旅游项目。

<sup>1</sup> 收稿日期:2018-01-09

**基金项目**:贵州省教育厅创新群体重大项目(黔教合KY字[2016]056号);贵州省科技计划项目(黔科合基础[2017]1506);贵州省本科高校旅游学课程群一流课程建设项目;六盘水师范学院重点学科建设项目(LPSSYZDXK201701);六盘水师范学院科技创新团队项目(LPSSYKJTD 2016 04);六盘水师范学院教学内容和课程体系改革项目(LPSSYJg201701)。

**作者简介**:姚世美(1993—),女,贵州独山人,六盘水师范学院地理科学专业2013级本科生。

**通讯作者**:秦趣(1978—),男,贵州毕节人,教授,研究方向:城市规划、旅游规划及人居环境。

## 2 牂牁湖景区客源现状研究

本次调查共发放问卷 500 份，收回问卷 452 份，有效问卷 450 份，对问卷进行分类统计，得到相关信息。

### 2.1 游客出游时间分析

从出游时间来看，来牂牁湖景区游玩的时间选择在节假日的有 290 人，占到了 64.5%，选择在周六日出来游玩的有 120 人，占到了 26.5%，选择在工作日出来游玩的有 40 人，占到了 9%。从这里我们能够看出，景区有一定的市场，在节假日如此激烈的竞争环境当中，景区还有很大的客源，而选择在周六日的人数也有很大一部分比例，不过还远远不够，这部分人群主要是景区周边的游客，很多游客都已经到景区游玩过，基本上很少有重复游玩的，这说明，游客来景区之后觉得没有更大的吸引力，景区应该加大项目的开发建设，让更多的人来这里重复游玩，并且定期举办一些活动来吸引周边人群，让大家都参与到活动当中，这能够在很大程度上提高游客的人数。

### 2.2 客源地分析

从调查问卷的结果能够看出，来景区游玩的游客有 380 人是来自六盘水市内，占到了 76%，来自贵州省（除了六盘水外）的游客有 70 人占到了 14%，省外游客有 50 人，占总数的 10%。从这个结构层面上我们可以看出，来景区游玩的游客大多数还是市内游客，这其中很大一部分原因是景区在六盘水市内非常出名，景区也非常适合家庭游玩，每到周六日或者节假日都会有市内的游客来这里休闲度假。相比较来说，市外的游客就相对较少，并且有相当大一部分比例是来自贵州省（除了六盘水市），来自经济比较发达的地区游客基本没有。造成这一现象的主要原因有景区的宣传还不到位，很多省份的游客还没有听过牂牁湖景区，以至于没有更多的游客来这里游玩，还有一个重要原因就是由于景区的交通不是很发达，来这里游玩的基本上都是自驾游或者顺路游玩的游客，这里还没有开通航线，而我国的假期时间都相对较短，离景区很远的省份，来这里非常不方便，导致他们不愿意将更多的时间浪费在坐火车上，所以达不到吸引更多游客的目的。

### 2.3 游客旅游信息来源分析

调查结果显示，来景区游玩的游客了解景区的方式有亲友的介绍，这部分人群有 90 人，占到了 20%，还有通过网络媒体了解景区的，这部分人群有 280 人，占到了 68%，还有 80 人是通过旅行团了解的，占比 18%，这部分人群的旅行方式也是跟团游。从这个层面我们可以看出，游客了解景区的最主要方式就是网络媒体，不过鉴于游客的整体数量不多，这说明景区的网络宣传还很不到位，还没有达到广泛的宣传，当地政府或者景区应该加大宣传的力度，让更多的人了解景区，吸引更多的用户。有 20% 的人群是了解景区是通过亲友介绍，这部分人群主要是当地周边的游客，他们基本上都是一次游，主要是景区能够有外的景点太少，没有持续吸引游客的条件。还有 18% 的游客是跟团游玩的，这部分人群的比例非常小，这主要和景区的宣传不到位有关，景区还没有和各大旅行社进行有效的连接，以至于很多旅行社没有将牂牁湖景区当作主打项目之一，这也是造成景区客源较少的主要原因之一。

### 2.4 游客出游方式分析

根据调查问卷结果显示，来牂牁湖景区有游玩的游客有 290 人选择自驾游，占比达到 64%，乘坐飞机游玩的人群有 55 人，占 13%，乘坐火车游玩的游客有 105 人，占比达到 23%。从这个层面上可以看出，来景区游玩的主要出行方式是自驾游，这部分人群大多数是景区周边的人群，由于我国非常注重家庭、朋友观念，往往会三五成群选择自驾游。乘坐火车或者飞机的人数就相对较少，造成这个现状的原因是由于，景区周边还没有广泛的开设航班专线，仅有几条航线，全国各大地区到景区还没有直达航线，而距离较远的游客来这里坐火车会浪费更多的时间，所以这两部分人群的游客数量非常少。景区在以后的发展过程中应该和当地政府合作，将景区的利润拿出一部分来修建交通，虽然这在短时间内是一项花销，但是从景区的整体发展上来看，

---

是对景区非常有利的一项政策。

## 2.5 游客消费水平分析

游客来景区游玩的花费在 500 元以内的有 60 人，占 13%，花费在 500 ~ 2000 元的人数有 300 人，占到了 67%，花费在 2000 元以上的有 90 人，占到了 20%。来景区游玩的游客花费大多数是在 500 ~ 2000 元之间，花费高额的在景区中比例相对较少。从这里我们可以看出，我国的大多数游客属于中等消费人群，还有一个因素就是由于景区没有高端的项目，不足以让更多的人将更多的钱花费到景区当中。所以，在景区以后的发展过程中，需要针对不同的用户群来大力发展传统项目，形成景区特色，在价格上走亲民路线，并且开设高端特色产品，让有经济实力的人愿意将钱花费到景区当中，同时也能够带动景区其它行业的发展。

## 2.6 游客旅游停留时间分析

根据问卷结果我们可以看出，来景区游玩的游客在这里游玩的时间选择一日游的有 100 人，占到了 22%，选择两日的有 290 人，占到了 65%，选择三日的有 60 人，占到了 13%。从这个层面上我们可以看出，来这里游玩的游客大多数不会停留太多的时间，造成这个现象的原因是多方面的，一方面是由于我国的游客旅行的假期时间都相对较短，都希望在固定的时间内能够去不同的地区游玩，另一方面是景区没有太多的特色吸引游客停留更多的时间。游客的时间是景区不能够控制的，所以景区应该从增加旅游项目的角度来吸引游客，让游客能够在这里停留更多的时间，这也会带动景区的收益增加。

# 3 牂牁湖景区客源市场开发存在的主要问题

## 3.1 接待能力不足

牂牁湖景区位于贵州省境内，属于岩溶湖泊，周围崎岖不平，没有足够的场地来建设基础设施，比如酒店宾馆、餐饮以及一些娱乐场所。牂牁湖景区目前的管理也很混乱，景区的游客相对较少，相关工作人员不能进行高质量的管理。景区在节假日的时候游客虽然和其它著名景点还有一定的差距，不过人数也得到了很大的增长，景区的管理工作更显得非常的局促，景区的管理非常的混乱，让游客体验不到出来游玩散心的效果，反而心情会显得非常的焦躁。景点的项目非常少，使得当景区的人数非常多的时候就会导致一个景点游玩的人群非常多，导致游玩的效率非常的低，游客基本上都处于等待的时间，难以满足游客游玩的需要。

## 3.2 周边没有相扶持的资源或产业

牂牁湖景区有一个较大特点：空，人们能一眼就看到整个湖泊的美景。这种游览方式，让游客在短时间内享受湖泊，然后离开，很难留住游客。在此期间，区域条件差的分水岭地区，没有资源或产业支持，使湖泊旅游生命周期从发展阶段到最终停滞与巩固阶段。在此期间，如果湖泊旅游继续远离城镇而单独发展，则必定会出现旅游产品单一，淡旺季游客人数明显有着较大的差别，那么必定出现继续停滞，进入衰落阶段。

## 3.3 宣传促销力度不大

目前，景区的建设还处于发展阶段，通过上述的调查我们可以发现，大多数游客基本上都是通过网络媒体来了解景区的。现在网络这么发达，但是景区的人数非常少，这充分说明景区的宣传还不到位。和我国其它著名景区相比，牂牁湖景区的宣传力度明显不足，游客基本上都是来自省内，景区还没有将自身的特点完全地释放出去。景区和我国的主要旅行社还没有广泛地开展合作，使得旅行社还没有将景区当作主要产品推出。宣传力度的不足将会在很大程度上影响客源的数量。牂牁湖景区在宣

传方式上也显得非常不到位，仅通过自身的网页来进行宣传，还没有将景区在各大网站上进行宣传，也没有将景区在电视上、报纸上进行广泛宣传，这也是造成景区很少人知道的一个重要原因。目前，很多外地的游客来到当地之后都会选择当地的旅行社出行，就牂牁湖景区周边的旅行社来看，其服务质量上还有很大的不足。

## 4 牂牁湖景区旅游开发应对措施

### 4.1 完善基础设施建设

在现有的基础上，要逐步加大对牂牁湖景区的经济投入，按照“所有权和管理权分离”和“谁投资谁收入”的原则，整体规划、包装，高水平地投资。积极拓展融资渠道，建立多元化投资机制，实现资本和资源的有机结合。鼓励和吸引国内外企业进行投资建设，也鼓励私人资本进入旅游业，增加旅游基础设施，加大重点景区开发力度，不断拓展和丰富旅游市场。不断创新投资方式，旅游方式，促进外部宣传结合，形成有机整体。重点建设景区道路、停车场、卫生和通信等基础设施，加强旅游公共服务体系建设，从而让景区条件改善，使其接待能力和服务水平得到提高。

### 4.2 依托周边产业组合发展

旅游产品若单一发展，不可能长久维持，只有依托城镇周边产业形成一套拥有内容丰富、广泛覆盖的旅游组合产品，才能使湖泊旅游得以持续发展。城镇的发展决定了当地旅游的环境基础，可以让居民和游客都共同地享有其设施。在复杂的湖泊旅游中创造一套拥有观光、度假、休闲、运动、疗养等多功能于一体的产品，不仅要注意“湖”，而应从周围各方面来综合考虑（如滨湖城镇和村镇、周边山岳景区以及城镇和湖泊周边的农田景观区）。

### 4.3 突出主题，加大宣传营销力度

随着我国经济的快速发展，人们的生活水平在不断地提高，旅游行业带来的利润在不断地加大，牂牁湖景区也加大了宣传，并且逐渐地利用网络技术来对景区宣传，已经取得了不小的成果。牂牁湖景区要相提高客源的数量必须根据景区的特点来加大宣传的力度。首先，要充分利用媒体的力量，在电视、报纸、网络上加大宣传力度，在宣传的过程中不要单单地突出景点的项目，要宣传和景点有关的文化内涵，扣准主体，让游客在第一时间就可以记住景区。其次，在宣传的时候要对景点进行包装，和贵州省内的其它景点进行合作，将贵州省的景点进行整合，让外省市的游客来到贵州旅游的时候，将包装内的景点进行全部的游玩，套餐内的景点给予一定的优惠，这不仅能够提高景区的知名度，同时也会给景区带来更多的游客。

### 参考文献:

- [1] 吴必虎，等. 上海市民近程出游力与目的地选择评价研究[J]. 人文地理，1997，12（1）：18-23.
- [2] 陆林. 山岳风景区旅游者空间行为研究——兼论黄山与美国黄石公园之比较[J]. 地理学报，1996，51（4）：315-321.
- [3] 崔凤军，张建忠，杨永慎. 泰山旅游需求时空分布规律及旅游者行为特征的初步研究[J]. 经济地理，1997，17（3）：62-67.
- [4] 马耀峰，梁旺兵. 基于亲景度的美国旅华市场拓展研究——以我国六大旅游热点城市为例[J]. 旅游学刊，2005，20（1）：35-38.
- [5] 许春晓，周慧. 都市居民的近郊休闲旅游意向特征研究——以长沙市为例[J]. 北京第二外国语学院学报，2004（1）：

---

101-104.

[6] 黄福才, 张进福. 大陆旅游市场中台湾旅游者行为研究[J]. 经济管理, 2004 (17) : 63- 67.

[7] 王莹. 杭州国内休闲度假旅游市场调查及启示[J]. 旅游学刊, 2006, 21 (6) : 44-48.

[8] 徐菊凤. 度假旅游者需求与行为特征分析——以中、俄赴三亚旅游者为例[J]. 旅游学刊, 2007, 22 (12) : 59-65.

[9] 李享. 关于抽样调查在旅游调研中存在的问题探讨[J]. 旅游学刊, 1999, 14 (3) : 54- 57.

[10] 王恒. 大连市旅游市场空间结构分析与优化[J]. 海洋开发与管理, 2009 (5) : 119 — 122.

[11] 蒙文贵, 吴海燕, 赵天智. 贵州省雷山县西江千户苗寨旅游客源市场调查分析[J]. 城市旅游规划, 2013 (12) : 190 — 192.