

古镇旅游文化发展分析调查

——以铜陵大通古镇为例

谢宇

(铜陵学院, 安徽 铜陵 244000)

【摘要】: 铜陵大通古镇保存有大量古建筑和非物质文化遗产, 具有珍贵的历史文化价值, 打造古镇文化品牌, 对于推广古镇文化、带动当地旅游发展具有重要意义。我们通过实地调查研究、描述性统计分析等数据分析法, 结合大通古镇的历史、现状及未来发展趋势, 提出以下结论和建议: 开发力度不够, 可游览观光景区较少, 商家诚信经营成为其稳定发展的基石; 政府应主导开发, 完善基础设施建设和服务组织体系, 利用多方资源, 打造多样化、多层次的特色古镇。

【关键词】: 古镇旅游文化 游客满意度 描述性统计分析 经济发展

【中图分类号】: F2 **【文献标识码】:** A

0 引言

近年来, 为了响应国家“文化强国”战略的实施, 安徽省铜陵市一直在贯彻落实科学发展观, 建设文化强镇。作为皖南古镇之一的千年古镇大通, 位于长江中下游, 隶属铜陵市, 保存着大量各类古建筑和非物质文化遗产, 具有珍贵的历史文化价值。2016 年 10 月 13 号, 国家住建部公布第一批中国特色小镇, 铜陵市大通古镇入选, 而安徽省仅有五个。2017 年 6 月, 由郊区文体局、市大通风景区管委会联合出品的铜陵市首部以非遗为题材的纪录片《拾遗》制作完成并播出, 集中展示了大通木杆秤制作技艺、铜陵白姜制作技艺、鹤江龙舟赛等 8 项非遗项目。

但是, 随着大通古镇交通状况不断改善, 游客的大量增多, 目前大通古镇的非物质文化遗产却正在逐渐消失, 特有的民俗风情正在日益淡化, 旅游商品同质性现象严重, 极具地方特色的手工艺品也日益被工业化成批生产, 失去了原有商品的价值。所以有必要针对目前大通古镇文化传承和旅游行业出现的问题, 通过市场调查研究、数据分析等方法提出具体的建议来引导其健康发展。

1 市场调查与数据分析

1.1 调查方案设计

在本次调研之前, 我们通过文案分析法获取有关古镇的各种信息, 通过专家意见法获得专家老师的意见, 对问卷做了初步的设计。然后借助网络进行调查有组织性、范围广、反馈及时、匿名性高的网络问卷调查, 并利用重点调查的方式与部分目标对象进行一对一访谈, 听取他们的意见并结合我们提问时的感受对问卷进行修改调整, 并对调查方法进行整体设计。最终采取文献调研法、深层次访谈法、问卷调查法实施调查。

经效度分析(如表 1 所示)得出结论, $KMO=0.701>0.5$, 且 Bartlett 球形度检验表明变量之间的相关性显著(伴随率为 0.000, 在置信度水平为 95%的情况下可以拒绝原假设), 说明问卷效度良好, 结果有效。进而进行信度(如表 2 所示)分析, 由于此问卷的题目及形式是参照信度较高的相关课题问卷设计的, 所以在形式和内容上是可信的, 各题间的一致性较好, 样本量足够。

表 1 效度分析

取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量		0.701
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	6101.142
	df	1762
	Sig.	0.000

表 2 效度分析

Cronbach's Alpha	项数
0.811	19

1.2 调查结果与数据分析

通过实地市场调查, 我们一收集了 202 份游客基本情况问卷和 63 份商家发展情况问卷, 事后我们对数据进行整理、分类, 通过 SPSS 软件进行数据分析, 所得结果如下:

(1) 游客信息。被调查者的有效问卷中, 来自铜陵的有 126 份, 占比 62%; 来自非铜陵的有 76 份, 占比 38%(如图 1 所示), 其中来自非铜陵的还包括在铜陵上学的学生, 由此可得, 来往大通古镇的游客, 铜陵人偏多, 非铜陵人较少, 这反映出大通古镇在外市外省的知名度和游客吸引力是比较小的, 古镇的名声还未被打响, 仍需发展、宣传。

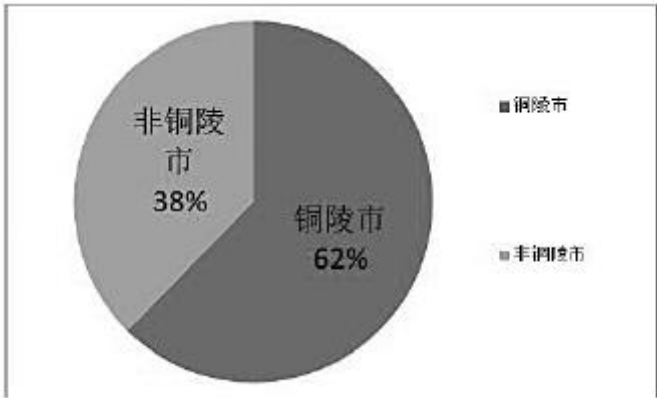


图 1 游客籍贯情况

(2) 游客消费情况。为了深入了解大通古镇风景区的整体消费水平, 我们对随机抽取的 202 位游客进行了消费情况的调查研究。如图 2 所示, 易得大通古镇的消费水平整体偏低, 大部分被调查游客在古镇的消费为 100 元以下和 100-500 元, 500 元以上消费较少。由此可见古镇的商业开发程度还不高。

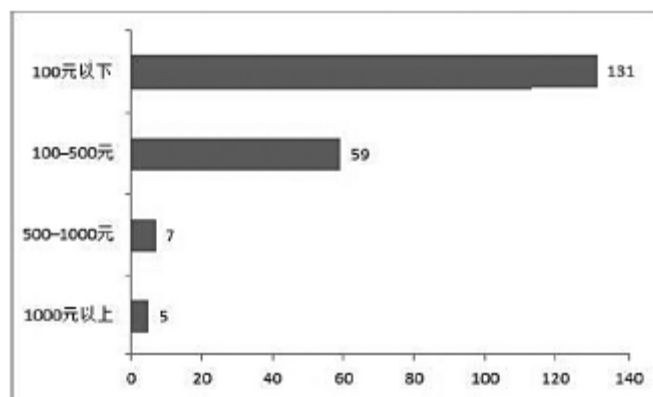


图2 游客消费情况条形图

(3) 游客流量高峰期。为了循序渐进、主次分明的对古镇旅游业进行客观有效的评估,我们利用二分法对游客高峰期进行了分析。鉴于古镇商家见证了老街景区近百年的发展,我们以商家为调查对象进行分析,如表3所示,在被调查的63家老街店铺中,有56家店铺认为古镇在周末的时候游客最多,54户商铺认为三五天小长假的时候游客最多,而仅有26家店铺认为古镇在寒暑假的时候是游客高峰期。由此可见,古镇游大多为中短期游。

表3 游客高峰期占比情况\$游客量高峰频率

		响应		个案百分比
		N	百分比	
\$游客量高峰 ^a	周末	56	41.2%	88.9%
	三五天小长假	54	39.7%	85.7%
	寒暑假	26	19.1%	41.3%
总计		136	100.0%	215.9%

a. 值为1时制表的二分组。

(4) 游客整体景观评价。对整体景观的评价分别赋予数字1-5,对非常差赋值“1”,比较差赋“2”,一般赋“3”,比较好赋“4”,非常好赋“5”,通过加权平均数计算公式得

$$\begin{aligned}
 Z &= \frac{1 \times n_1 + 2 \times n_2 + 3 \times n_3 + 4 \times n_4 + 5 \times n_5}{N} \\
 &= \frac{1 \times 0 + 2 \times 4 + 3 \times 48 + 4 \times 122 + 5 \times 28}{202} \\
 &\approx 3.86
 \end{aligned}$$

由此可得,游客对古镇整体景观的平均评价为3.86,接近4,由此可得,游客对古镇整体景观的平均评价为比较好。

(5) 商家对店铺的宣传情况。为了有方向性的了解商家对店铺的宣传,我们对商家的经营时间和宣传意向进行了交叉列联分

析(如表 4 所示),其中 49.2%的店铺会宣传,50.2%的店铺从未想过宣传,而这 50.2%未想过宣传的店铺中,有 65%的店铺是经营超过五年以上的老店,在实地调查中,通过深层访谈,我们了解到,五年以上的店铺较多的做的是老顾客生意,而随着经营时间的缩短,商家则更注重自己店铺的宣传,他们会通过微信等网络手段进行店铺的宣传。

表 4 商家宣传意向

	宣传意向		
		是,会宣传	否,从未想过宣传
店铺时间	1 年以下	12.90%	6.30%
	1~3 年	32.30%	9.40%
	3~5 年	32.30%	18.80%
	5 年以上	22.60%	65.60%
合计		100%	100%

2 结论与建议

2.1 结论

(1)开发力度不够,可游览观光景区较少。

近几年来,虽然政府有加大力度的宣传,但是景区开发力度仍然做得不够到位,使得游客们闻声而来,却达不到他们想要的期望,经调查显示,无论是铜陵人还是非铜陵人,在古镇观光、停留的时间都不超过一天,甚至有将近一半的游客停留半天就会离开,经过我们调查小组的亲身体验发现,古镇上可观光景点着实过少,不到一天的时间就可以游览完。绝大部分游客也反应景区购物店较少,不足以再次光临,而在被调查者中,来过古镇三次以上的也绝大部分都是铜陵本地人。

(2)良心经营成为其稳定高速发展的基石。

随着现代化美丽新郊区建设章程的推进,古镇发展成为必然趋势,通过铜陵市政府的保护,使得澜溪老街上许多具有文化气息的老店得以生存,古镇文化得以延续和传承。另外,随着政府宣传力度的加大,古镇的知名度也渐渐被打响,越来越多非铜陵市的游客来到老街进行观光游玩,铜陵市的居民也越来越多的将大通作为周末休闲放松的宝地。近年来,随着古镇旅游业快速发展,当地的经济发展也随之被推动起来,古镇人民的生活也渐渐优善。但是,尽管如此,老街上的商家仍然良心经营,并没有因此而提高商品的价格或是降低商品的质量,他们砥砺前行,诚信经营,使游客可以低消费、高收获,为此,他们也获得了大批老顾客的经常光临。

(3)缺少宣传意识,不善于利用媒体进行包装,宣传观念淡薄。

在对大通古镇老街宣传情况进行调查以及和商家深度访谈后发现:有一半以上的商家对自己店铺的宣传不够重视,缺乏利用通讯媒体、网络媒体进行产品包装的意识,大多数十年以上的老店,尤其是餐饮业,主要靠老顾客光临来维持生意,宣传意识淡薄。

2.2 建议

(1)政府主导,利用多方资源,打造多样化、多层次的特色古镇。

古镇的发展是带动铜陵积极发展的重要机遇,宣传力度、方式以及基础设施的建设成为制约古镇发展的重要因素,在当今“互联网+”大好时期,铜陵市政府应当抓住机遇,通过多媒体等网络宣传将古镇品牌文化打响;此外大通老街的商家也应继续砥砺前行,不忘初心、诚信经营,将古镇文化遗产做大做强。政府和当地居民、商家应当共同努力,打造出多样化、多层次、有内涵的特色古镇。

(2)完善基础设施建设和服务组织体系,提高景区服务管理的能力。

基础设施建设是古镇得以发展的根基,服务组织体系的完善是拉近游客与古镇之间距离的纽带。没有这两项作为基础,古镇发展的再好也不过是华而不实的空壳,当地区政府应加强景区管理,培养专业的服务组织团队,为古镇之后的发展提供坚强有力的后盾。

(3)特色是古镇发展的硬道理。

想要成为硬核古镇,特色是一个必不可少的条件。经调查显示,特色项目也是游客们迫切渴望得以改善的地方,大通古镇是一个历史悠久的古镇,其老街上有百年历史的木杆秤制作技艺、铜陵白姜制作技艺等文化遗产,但由于近多年经济滞后给古镇带来的不利影响以及政府的忽视,导致一些专属于大通的古镇文化也渐渐落寞和消失。

(4)扩大市场范围,发展线上零售业。

老街上的手工制造业应该拓宽其销售方式,深入挖掘潜在消费群体,向城市进军,宣传古镇传统文化,使人们更多的认识和了解到大通古镇的存在,同时淘宝京东等网上购物品台积极发展手工产品零售业。

(5)改善乡镇创业环境,吸引新生力量加入。

农村地区创业环境相对较差,政策环境有待进一步改善,当地政府应该在资金筹措、商铺选址、部门审批以及税收等方面提供优惠政策,同时利用网络媒体、微博、微信公众号等新媒体进行宣传报道,吸引青少年回家创新创业,向当地特色手工行业注入新活力,推动其向前发展,并将杆秤等非物质文化遗产继承发扬传承下去。

参考文献:

- [1]田喜洲. 古镇旅游开发与保护探索[J]. 经济问题探索, 2003, (2).
- [2]刘琼英. 古镇保护与旅游开发策略探讨——以五通桥“小西湖”古镇为例[J]. 旅游经济, 2010, (1).
- [3]戴凡. 旅游持续发展行动战略[J]. 旅游学刊, 1994, (04).
- [4]田道勇. 浅谈旅游可持续发展[J]. 人文地理, 1996, (02).
- [5]吴书光. 旅游资源可持续利用综合评价研究[D]. 济南: 山东师范大学, 2005.
- [6]陈传金. 古村落资源分类与评价体系研究[D]. 南昌: 南昌大学, 2008: 11.
- [7]李丽, 肖磊. 古村落旅游资源特征及价值研究[J]. 山东省青年管理干部学院学报, 2016.

[8]阮仪三,邵甬,林林.江南水乡城镇的特色、价值及保护[J].城市规划,2002,(1):1-4.

[9]刘源,李晓峰.旅游开发与传统聚落保护的现状与思考[J].新建筑旅游学刊,2003,18(2):73-76.