

合福高铁沿线旅客旅游行为分析

孙浩¹, 黄华乾²

(1. 黄山职业技术学院旅游系, 安徽黄山 245099; 2. 贺州学院经济与管理学院, 广西贺州 542899)

摘要 在问卷调查的基础上, 对合福高铁旅客的出游目的、旅游目的地偏好、旅游线路等旅游消费行为特征进行分析, 结果表明: 预订率最高的3趟班次依次为G28(09:52~13:31)、G322(09:12~13:36)、G1612(16:50~21:22); 旅客出行目的以商旅为主; 旅游目的地偏好依次为黄山、婺源、武夷山、三清山; 旅客普遍使用旅游相关的APP。合福高铁沿线应从微旅游市场开发、移动智能营销平台建设、高铁配套设施、区域旅游合作等方面加强旅游联合营销。

关键词 合福高铁; 旅游行为; 问卷调查; 联合营销

中图分类号 F59 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2016)09-194-03

Analysis on the Tourists' Behavior of the Hefu CRH

SUN Hao¹, HUANG Hua-qian² (1. Tourism Department, Huangshan Vocational and Technical College, Huangshan, Anhui 245099; 2. College of Economics and Management, Hezhou University, Hezhou, Guangxi 542899)

Abstract Questionnaire survey was carried out on the purpose of passenger travel, travel destination preference, travel routes, etc. The result revealed that the highest booking rate was G28(09:52-13:31), G322(09:12-13:36) and G1612(16:50-21:22). The purpose of the travel was mainly business travel. Tourist destination preference was in the order of Huangshan Mount > Wu Yuan > Wuyi Mount > Sanqing Mount. Travelers generally used travel related APP. Hefu CRH could be developed from the micro tourism market, mobile intelligent marketing platform construction, high-speed rail facilities, regional tourism cooperation, in order to strengthen the joint marketing of tourism.

Key words Hefu CRH; Travelling behavior; Questionnaire survey; Combined marketing

交通条件是影响旅游业发展的重要因素。高铁作为一种快捷、舒适的交通运输工具, 它的出现给中国旅游业的发展带来了前所未有的机遇和挑战。作为京福高铁的重要组成部分, 合福高铁全长852 km, 于2015年6月30日通车, 横跨安徽、江西、福建三省, 途经合肥南、巢湖东、黄山北、婺源、上饶、武夷山北、福州等22站, 以及黄山、婺源、三清山、武夷山等众多景区, 被誉为中国“最美高铁”。合福高铁的开通将原来合肥市到福州市的20 h缩短为4.5 h, 合肥市到黄山市的6 h缩短为1.5 h, 极大地缩短了旅游目的地之间的时间距离。如何借助快速发展的高铁来挖掘传统旅游业的潜力, 适应游客对新时代旅游的需求, 是值得探讨的问题。笔者通过调查问卷分析了合福高铁沿线的游客基本信息、旅游消费行为和旅游偏好, 在此基础上探讨了合福高铁沿线旅游联合营销对策, 旨在推进相关旅游市场的纵深发展。

1 问卷设计与调查方法

调查问卷包括个人基本信息、旅游消费行为和旅游偏好三大部分。因为对样本总体没有清楚认识, 所以采用随机抽样获得信息。问卷调查采用实地发放并当场收回的方式, 以保证回收率。研究以候车室旅客为主要调查对象, 考虑到12岁以下旅客对问卷题项的理解存在一定的困难, 因此这类旅客不列入调研对象。由于调研正值暑假, 游客以散客和旅行团为主, 对旅行团采取不超过1/3的原则进行随机抽样调查。调查共发放问卷1 000份, 回收992份, 回收率99.2%, 有效问卷984份, 有效回收率98.4%。问卷回收总体情况良好, 可进行数据统计分析。

2 游客旅游消费行为分析

2.1 人口统计学特征

①性别。女性占50.8%, 男性

49.2%。女性更愿意表达内心感受, 耐心填写问卷。②年龄。中青年高于幼、老年, 其中18~24岁、25~34岁的分别占25.7%和43.9%。沿途多为山岳型景区, 对身体素质要求较高。③受教育程度。大专(23.2%)和本科(30.6%)所占比例较高。④职业。分布较为均匀, 学生23.5%、专业技术人员17.8%、自由职业15.3%、企事业/公司职员10.8%。因调研正值暑假, 学生、教师较多, 其他职业可能因工作性质、收入等原因导致出行比例较低。⑤月平均收入。3 000元及以下的占24.6%, 3 001~4 000元的占25.5%, 二者所占比例最高。⑥从职业划分看出, 游客多为学生、专业技术人员、企事业/公司职员和自由职业者, 月平均收入水平整体中等。

2.2 高铁车次 合肥与福州两地往返班车共13趟, 合肥发往福州预订率最高班次为G345/10:10~14:30、G27/13:54~17:32、G325/16:44~20:57; 福州发往合肥的预订率最高班次为G28/09:52~13:31、G322/09:12~13:36、G1612/16:50~21:22。出游时间集中在上午10:00和下午5:00左右, 因这两个时间段符合人们起居、饮食等作息时间和生活习惯, 所以预订率最高。

2.3 出行目的 商旅、旅游和探亲分别占42%、30%和28%。高铁从速度和时间上均满足了现代商务的需求, 成为商务旅客首选。沿途本身即为旅游热点地区, 对于沿线旅游经济的带动作用明显, 也为探亲带来便利。

2.4 旅游目的地偏好 旅游目的地为黄山的有51%、婺源有24%、武夷山有17%、三清山有8%。旅客间不同的身份关系对于目的地的选择也不同。28%的家人关系选择依次为黄山、武夷山、三清山; 19%的同学关系选择依次为黄山、婺源、武夷山; 17%的同事关系对于景区选择依次为黄山、三清山、婺源; 12%的情侣关系对于景区选择依次为黄山、武夷山、婺源。

黄山市是国际知名旅游城市, 不仅山水优美、生态优质,

而且是徽文化的重要发祥地,历来都对旅游者产生极大的吸引力,因此成为高铁旅客的首选旅游目的地。随着现代养生、医疗保健等兴起,其他山岳景区也被广大游客热衷。此外,随着乡村、生态旅游的发展,被誉为“中国最美乡村”的婺源也成为很多旅客选择的旅游目的地。

2.5 旅客停留时间 高铁使得人们在最快的时间内抵达旅游目的地。“快旅”压缩交通时间,减少交通负面影响,引发旅游消费欲望。旅游也已从最初的走马观花式“苦行游”发展为休闲、度假、养生等多种形式结合的“慢游”。“快旅慢游”也成为一种大众旅游形式。因此,旅客出游多以3日居多,说明旅客偏爱目的地深度游(图1)。

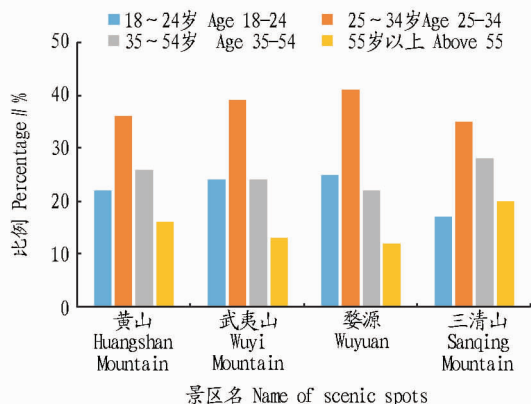


图2 不同年龄段旅客对于旅游目的地选择

Fig. 2 Passengers' selection of tourist destination at different ages

客量比6月周均游客量有提高:黄山风景区提高51%,婺源景区为32%,武夷山风景区为30%,三清山风景区为27%。

2.7 出游旅客智能手机使用分析 智能手机的普及改变了旅途中单调、枯燥的传统旅行模式,产生了旅途中及时分享信息、娱乐的新型旅游模式。手机导航软件选择为百度地图(43%)、腾讯地图(32%)、高德地图(15%);即时通信软件选择为微信(63%)、QQ(17%)、陌陌(1%);娱乐软件选择为音乐(43%)、游戏(26%)、视频(18%)、新闻(10%)。作为中国最大的搜索引擎,百度成为旅客手机导航的首选;腾讯是中国最大的社交软件,微信和QQ在即时通信软件中占据绝对份额。旅客在旅途中主要以音乐作为消遣放松的主要方式。

2.8 旅客对高铁设施和服务的满意度 采用李克特量表,对旅客进行高铁设施和服务的重要性和满意度评价。乘客对车站候车设施(卫生间、休闲设施等)、车站车内旅游目的地信息咨询服务和车站车内酒店、景区、旅行社预订服务均较为满意,满意度均在平均值3.1264之上。但对车站车内旅游目的地信息咨询服务和车站车内酒店、景区、旅行社预订服务的满意度仍然低于乘客的期望。旅客对车站商业服务区商品类型和车站车内设施指引标志的满意度较低。从旅客对各项重要性和满意度的均值比较来看,满意度均值和综合满意度均值均低于其重要性,即旅客对于高铁服务的感知仍然低于期望值。

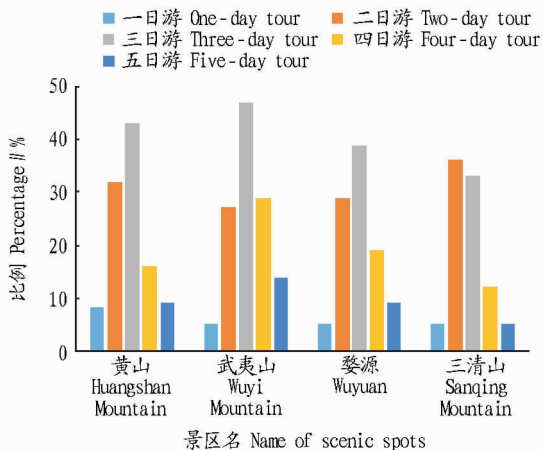


图1 合福高铁旅客各景区停留时间

Fig. 1 Residence days of Hefu CRH passengers in the scenic spots

2.6 出游旅客特征分析 25~34岁年龄段外出旅游比例最高,山岳型景区对于身体条件要求较高,多为中青年旅客(图2)。此外,这一年龄段旅客也具有一定的经济基础和闲暇时间,满足个人旅游需求的两个主要客观因素,因此成为旅游的主力军。而不同收入群体对于旅游目的地的选择也不相同。3000元及以上,3001~5000元收入的旅客选择主要集中在黄山、武夷山、婺源、三清山,可见大众游客更加热衷欣赏自然风光,而月收入在8000元及以上的更加热衷选择福州。合福高铁对皖南景区游客流量提升明显,高铁沿线7月周均游

表1 旅客对合福高铁设施和服务的重要性和满意度评价

Table 1 The importance and satisfaction evaluation of passengers on the facilities and services of Hefu CRH

项目 (Item)	重要性(排名) (Importance (rank))	满意度(排名) (Satisfaction (rank))
车站候车设施(卫生间、休闲设施等) (Waiting facilities of station (toilet, recreational facilities and so on))	3.130 5(4)	3.327 1(1)
车站商业服务区商品类型 (Merchandise type in business service area of station)	3.192 4(3)	2.936 4(4)
车站、车内设施指引标志 (Guide signs in stations and train facilities)	2.624 9(5)	2.935 0(5)
车站、车内旅游目的地信息咨询服务 (Information consulting service of tourist destination in stations and trains)	3.844 2(1)	3.203 2(3)
车站、车内酒店、景区、旅行社预订服务 (Booking services of hotel, scenic spot, travel agency in stations and trains)	3.601 3(2)	3.230 5(2)
均值 (Mean value)	3.278 7	3.126 4
综合满意度 (Comprehensive satisfactory degree)		3.265 9

3 合福高铁沿线旅游联合营销对策

3.1 重视微旅游市场开发 高铁使人们从远距离、低频率的观光游转向近距离、高频率的休闲游,造就了一个基数庞大且发展迅速的微旅游市场。合福高铁将三省景区都融入了“4 h 旅游圈”,传统的“长线游”也逐渐向“短线游”、“周末2~3日”等微旅游形式转变,旅游频率逐渐增加,对于旅游目的地的经济贡献总量也呈现出相当大的累积效应。

3.2 加强移动智能营销平台的应用 信息时代4G智能手机的普及使旅客多通过网络、手机APP等电子商务平台购买旅游产品。高铁站、景区也要加强高铁旅游移动智能的信息网络。调查显示,旅客对于微信的使用率较高,因此可在候车室、列车座椅靠背等设置沿线各旅游目的地旅游资讯的二维码,让旅客通过扫描二维码关注各旅游目的地公共平台,参与微信互动,从而达到深度宣传的效果。积极加强与各旅游网站的合作,在移动智能平台建设上,深度融合微信、微博等社交软件,及时分享各景区旅游攻略、旅游主题活动等,推动旅游营销方式的转型升级。

3.3 完善高铁配套设施建设 高铁为沿线旅游目的地带来高品质的客流。根据旅客特点,可从旅游设施和旅游服务两个方面进行完善,适应现代高铁旅游市场的需要,开通各高铁站至景区的旅游专线,提供高铁旅游“直通车”,实现旅客“零换乘”。

3.4 建立区域旅游合作机制 加强旅游合作,形成旅游共同体。政府、旅游主管部门要加强交流,组建沿线旅游联盟,

发挥旅游资源特色,形成旅游资源互补和旅游发展合力,实现区域旅游的转型升级,努力实现地区旅游一体化。建立旅游资源和旅游服务共享机制,实现各景区无缝对接,真正将“同城效应”运用到旅游实践中。

4 结论

笔者基于合福高铁游客调查数据,研究了合福高铁开通后对游客旅游消费行为的影响,但限于样本数量有限,结论的普遍适用性和应用推广性有待增强,对高铁与游客旅游行为的内在影响机制缺乏深层次研究,这在后续调查中有待进一步研究。

参考文献

- [1] KOBAYASHI K, OKXIMURA M. The growth of city systems with high-speed railway systems [J]. The annals of regional science, 1997, 31(1): 39-56.
- [2] 姚梦汝, 罗聪, 夏晓丽, 等. 高铁游客旅游行为研究: 基于宁杭高铁沿线城市的分析 [J]. 江苏商论, 2015(7): 8-12.
- [3] 于秋阳. 铁路旅游潜能释放与产品创新 [J]. 旅游学刊, 2015, 30(1): 8-10.
- [4] 崔莉, 厉新建, 张芳芳. 郑西高铁乘客行为偏好与旅游发展分析 [J]. 地域研究与开发, 2014, 33(2): 94-98.
- [5] 冯英杰, 吴小根, 刘泽华. 高速铁路对城市居民出行行为的影响研究: 以南京市为例 [J]. 地域研究与开发, 2014, 33(4): 121-125.
- [6] 厉新建, 崔莉, 万文平, 等. 高铁乘客的旅游特征与消费偏好分析 [J]. 北京第二外国语学院学报, 2013(11): 63-71.
- [7] 张文新, 刘欣欣, 杨春志, 等. 城际高速铁路对城市旅游客流的影响: 以南京市为例 [J]. 经济地理, 2013, 33(7): 163-168.
- [8] 汪德根, 陈田, 陆林, 等. 区域旅游流空间结构的高铁效应及机理: 以中国京沪高铁为例 [J]. 地理学报, 2015, 70(2): 214-233.
- [9] 汪德根, 陈田, 李立, 等. 国外高速铁路对旅游影响的研究及启示 [J]. 地理科学, 2012, 32(3): 322-328.

(上接第167页)

要指标,在外显子2的基因型中,青紫蓝獭兔群体的PIC值介于0.25与0.50之间,外显子2基因座呈中度多态,说明该群体对于外显子2基因型的选择具有一定的潜力,这些结果与基因杂合度的研究结果基本一致。此外,青紫蓝色獭兔群体偏离了哈代-温格平衡,可以初步断定该位点的突变有利于真黑色素的合成。基因及基因型在群体中的分布情况也支持该推论,因此 *Typr1* 基因对獭兔的毛色有一定影响。

参考文献

- [1] 崔嘉, 孙守荣, 苗鲁旭, 等. TYRPI 基因控制动物色素形成的研究进展 [J]. 中国畜牧兽医, 2009, 36(9): 94-96.
- [2] 高莉, 赵英虎, 刘朝亮, 等. 酪氨酸酶相关蛋白1调控黑色素形成的研究进展 [J]. 畜牧与饲料科学, 2010, 31(10): 114-116.
- [3] KOBAYASHI T, HEARING V J. Direct interaction of tyrosinase with Typr1 to form heterodimeric complexes in vivo [J]. J Cell Sci, 2007, 120(Pt 24): 4261-4268.
- [4] RAD H H, YAMASHITA T, JIN H Y, et al. Tyrosinase-related proteins suppress tyrosinase-mediated cell death of melanocytes and melanoma cells [J]. Exp Cell Res, 2004, 298(2): 317-328.
- [5] BOISSY R E, ZHAO H, OETTING W S, et al. Mutation in and lack of expression of tyrosinase-related protein-1 (TRP-1) in melanocytes from an individual with brown oculocutaneous albinism: A new subtype of albinism

classified as "OCA3" [J]. Am J Hum Genet, 1996, 58(6): 1145-1156.

- [6] RIEDER S, STRICKER C H, JOERG H, et al. A comparative genetic approach for the investigation of ageing grey horse melanoma [J]. J Anim Breed Genet, 2000, 117(2): 73-82.
- [7] LI S J, WANG C, YU W, et al. Identification of genes related to white and black plumage formation by RNA-Seq from white and black feather bulbs in ducks [J]. PLoS one, 2012, 7(5): 36592.
- [8] AROCA P, URABE K, KOBAYASHI T, et al. Melanin biosynthesis patterns following hormonal stimulation [J]. J Biol Chem, 1993, 268(34): 25650-25655.
- [9] SARANGARAJAN R, BOISSY R E. Typr1 and oculocutaneous albinism type 3 [J]. Pigment Cell Res, 2001, 14(6): 437-444.
- [10] LI B, HE X, ZHAO Y, et al. Tyrosinase-related protein 1 (TYRPI) gene polymorphism and skin differential expression related to coat color in Mongolian horse [J]. Livestock science, 2014, 167: 58-64.
- [11] RIEDER S, TAOURIT S, MARIAT D, et al. Mutations in the agouti (ASIP), the extension (MC1R), and the brown (TYRPI) loci and their association to coat color phenotypes in horses (*Equus caballus*) [J]. Mamm Genome, 2001, 12(6): 450-455.
- [12] GRATTEN J, BERARDI D, LOWDER B V, et al. Compelling evidence that a single nucleotide substitution in TYRPI is responsible for coat-colour polymorphism in a free-living population of Soay sheep [J]. P Roy Soc Lond B Bio, 2007, 274(1610): 619-626.
- [13] 徐莹. TYR, TYRPI 基因与朝鲜鹌鹑羽色相关性研究 [D]. 洛阳: 河南科技大学, 2014: 29-39.