

重庆农民旅游行为研究*

王江¹, 罗仕伟^{1,2}

(1. 重庆师范大学 地理与旅游学院, 重庆 400047; 2. 重庆师范大学 科研处, 重庆 400047)

摘要:运用问卷法和访谈法等实地调研方法,主要从收入对农民旅游行为的影响这一角度,对重庆地域的6个区县8个镇的13个行政村的农民旅游行为作了实证研究。研究结果表明:重庆农民的旅游认知渠道和旅游动机多样,且旅游需求旺盛;农民旅游消费行为层次分明,出游方式多样,旅游地多为重庆市内,对旅游的住宿要求不高,旅游消费比较理性,单次旅游消费总额及各消费段比例较为均衡,花费最贵的项目为餐饮住宿,其次为交通费用;农民的个人经济收入对旅游行为有着极大的影响,具体表现在农民群体的收入越高,旅游动机越是复杂,旅游消费层次也越高。研究呈现出的农民旅游的行为特征,为重庆农民旅游市场的开发和完善提供了依据。

关键词:农民;旅游行为;重庆

中图分类号:F592.7

文献标志码:A

文章编号:1672-6693(2014)01-0109-08

改革开放至今,中国旅游业逐步进入了健康持续的发展时期。其中,国内旅游发展尤为迅速,它的规模有不断扩大之势,旅游市场广阔且日益繁荣。旅游消费和收入在国民经济中的比例也在不断提高^[1-5]。一直以来中国农村人口比重较大,据国家统计局2012年发布的《中华人民共和国2011年国民经济和社会发展统计公报》显示,2011年底中国农村人口6.57亿,占总人口的48.7%(首次低于50%)。因此,对于中国潜力巨大的农民旅游市场而言,研究农民旅游行为具有重大现实意义。

上世纪80年代后期以来,随着旅游消费需求在中国农民中的逐步释放,研究者开始关注农民旅游现象,尤其近年来东部发达地区的农民已成为国内旅游市场重要组成部分^[4]。中国农民收入水平、文化素质在逐步提高,旅游意识不断增强,不再满足传统的小农生活方式,进一步追求精神文化享受的需求增强,消费结构逐渐向享受型、发展型方向转变;旅游消费环境和条件的改善为农民出游提供了客观保障^[6-10]。农民旅游表现出出游欲望较高,出游率不高,出游动机和行为层次仍较低等基本行为特征,旅游认知和出游程度与当地旅游开发程度和经济水平相关^[11]。它的影响因素有:农民收入增长缓慢且收入的阶段波动幅度较大;支出复杂;外出务工增加;传统文化影响;获取信息的便利度不高及农业生产活动与旅游的季节性高度重叠等^[12]。禹真认为经济条件对贵州山区农民旅游行为有显著影响^[13]。周国忠等调研了浙江11个地市,认为该地区农民出游受怀旧情绪、综合人文、历史神话和从众心理的驱动^[14]。王文瑞认为中国农民国内旅游主要特点是消费结构原始,距离指向性和发达地区指向性明显^[15]。慎丽华等建立灰色预测模型,预测了未来5年农民出游人数^[16];刁宗广通过模型构筑与分析,认为经济收入直接影响农民旅游购买力,但对出游率影响不大^[17];唐代剑运用OLS参数估计法,用最优模型分析农民总收入与旅游总支出的相关性^[18];张丽峰利用状态空间模型模拟中国农民旅游消费与经济收入之间的动态关系,揭示了近年来中国农民旅游消费状况^[19]。田淑霞研究了大同市城乡交错带农民旅游行为^[20]。

旅游者行为研究是国外旅游研究的重点,研究起步也较早,涉及学科广泛。但由于社会发展的经历、程度及性质的不同,国外对农民旅游人群的相关研究甚少,偶有少量报道。Cousins研究过英国青年受农业奖学金的支持而出游,以学习其他国家先进的农业科技;福罗拉达西北日报在2011年7月曾报道“当地农民摆脱农场呼吸新鲜空气,实际却是周末去海边出售农产品”^[21-22]。

* 收稿日期:2013-05-18 修回日期:2013-06-14 网络出版时间:2014-01-16 08:16

资助项目:重庆市教委科技项目(No. KJ110610);重庆市教委人文社科项目(No. 10SK10);重庆师范大学基金项目(No. 10XWQ08)

作者简介:王江,男,研究方向为区域旅游开发,E-mail:wjqdl8732@126.com;通讯作者:罗仕伟,E-mail:kyc2@cqnu.edu.cn

网络出版地址:http://www.cnki.net/kcms/detail/50.1165.N.20140116.0816.012.html

虽然中国关于农民旅游的研究在近年来有了较大进展,但关注度仍不够,理论研究仍缺乏深度,案例研究欠丰富,尤其缺乏中国西部地区相关实证研究。本文针对重庆地区农民旅游的行为进行研究,发现了农民旅游的行为特征,以期对重庆农民旅游市场的开发和完善提供一些依据。

1 案例地简介及研究方法

1.1 研究对象与案例地简介

1.1.1 研究对象 本文的研究对象是满足以下 3 个条件的重庆地区的农民旅游者:一是在过去 1 年内有过旅游经历;二是农村户口;三是住房位于农村户口所在地。研究对象排除了在乡村买房等情况的城市人口,同时也包括了出门务工、求学等情况的当地农村人口,“1 年以内”的时间限制基本避免了被访者旅游记忆模糊不清的现象发生。

1.1.2 案例地简介 调查范围共涉及重庆 6 区县 8 镇的 13 个行政村,具体包括:涪陵区青羊镇三合村;涪陵区李渡镇明家湾村、水磨滩村;合川区龙市镇东岳村;合川区大石镇观龙村、龙骨村;长寿区长寿湖镇东海村、安顺村、回龙村;大足区铁山镇建角村;武隆县江口镇黄桷树村、荆竹坝村;巫溪县上磺镇羊桥村。以上案例地有 2 个特征:一是离各区县中心不超过 30 min 车程,国道省道穿插而过,交通便利;二是大都位于名胜古迹的附近。这些案例地一方面方便实地调研,另一方面都是重庆广大农村中经济发展水平较高的区域,农民出游率较高,同时也基本代表了重庆“一圈两翼”的不同地方,这些地方的农民旅游能代表目前重庆农民旅游的发展现状。

1.2 研究方法

本研究主要运用了文献法、问卷法、数理统计法和归纳法。问卷内容主要包括被访者的人口特征信息、对旅游的认知程度、旅游需求与意愿以及旅游消费等 4 个方面。于 2012 年 10 月 1 日至 2013 年 2 月 28 日分别在重庆大足、合川、长寿、涪陵、武隆及巫溪等 6 个区县乡村对当地农民进行了问卷调查,历时 5 个月。对问卷数据的处理软件采用的是 SPSS17.0 以及 EXCEL。本研究在调查期间共发放问卷 300 份,采取现场回收的方式以保证回收率,共回收 295 份,其中无效问卷 133 份,有效问卷 162 份,问卷回收率达 98.33%,问卷有效率达 54.92%。

2 结果分析

2.1 被访者的基本人口特征

据问卷统计,在有旅游经历的农民被访者中,女性比例略低,占 43.2%;男性 92 人,占 56.8%。年龄以中青年为主,文化程度分布较为均匀。家庭结构以 2、3 代人为主。近 5 成农民的第二收入为进城务工,过半数人的月收入在 1000 ~ 3000 元的中等收入区间(表 1)。

2.2 重庆农民旅游认知现状

农民旅游认知包括农民旅游者对旅游的了解程度、出游意愿、旅游消费能力、出游的限制因素以及对提倡农民出游的看法等方面。

2.2.1 对旅游的了解程度 近年来,旅游消费已迅速进入广大老百姓家,“旅游”这个词早已不再陌生。本研究的 162 名被访者中,所有人表示听说过旅游,有 96.9% 的人表示对旅游有所了解,其中表示对旅游非常了解的占 22.2%,不了解旅游的仅占 3.1%。

2.2.2 出游意愿 出游意愿建立在有时间和经济支撑的假设条件下,在满足假设后,表示愿意出游的农民有 142

表 1 被访者人口属性表

人口属性	频数	频率	人口属性	频数	频率	
性 男	92	56.8%	无	25	15.4%	
别 女	70	43.2%	出租房屋	6	3.7%	
16 岁以下	3	1.9%	市区打工	76	46.9%	
16~29 岁	55	34.0%	种植经济果蔬	10	6.2%	
30~39 岁	33	20.4%	饲养牲畜家禽	8	4.9%	
40~49 岁	32	19.8%	自己做买卖	20	12.3%	
50~59 岁	29	17.9%	跑运输	8	4.9%	
60 岁及以上	10	6.2%	其他	9	5.6%	
小学及以下	34	21.0%	个人	500 元以下	17	10.5%
初中	45	27.8%	月均	500~1000 元	13	8.0%
高中或中专	45	27.8%	收入	1001~2000 元	37	22.8%
大学或大专	38	23.5%	2001~3000 元	56	34.6%	
1 代人	20	12.3%	3001~5000 元	28	17.3%	
家庭 2 代人	60	37.0%	5000 元以上	11	6.8%	
3 代人	76	46.9%				
结构 4 代人	6	3.7%				

人,占87.7%,而不愿意出游的有20人,占12.3%。不愿出游的人表示旅游没意思、景区拥堵、旅行社不负责、商家坑蒙拐骗等一系列负面影响让人望而却步。

2.2.3 旅游消费能力 此处的消费能力是预计的,表示1次旅游愿意支付的全额费用,包括吃、住、行、游、购、娱,也可以认为是1次旅游消费的承担能力,它与实际消费既有联系又有区别。愿意1次出游花费1000元以上的占比例最大,为30.9%。愿意花费300~600元、600~1000元和100~300元的比例依次为23.5%、21%和20.4%。消费意愿在100元以下的最低,仅占4.3%。

2.2.4 出游的限制因素 影响重庆农民出游的首要因素为经济因素,82.7%的人认为农民自身收入较少而旅游费用偏高;其次为空闲时间少,一方面农田杂活和家务较繁重,另一方面多为2~3代人组成的家庭,老人和小孩都需要时间来照料,从而导致可供出游的空闲时间不够的情况普遍出现;再次,行动不便的老年人和需要照看的婴幼儿使得家人不便出行;另外,旅游没意思、交通不便、旅游信息不畅和旅游安全等因素对农民出游也有一定影响。

2.2.5 对提倡农民出游的态度 有30.2%的人认为很有必要提倡农民出游,可以改变农民“一辈子面朝黄土背朝天”的传统生活方式,可以开阔视野、增长见识、陶冶情操。但仍有20.4%的人认为没有必要提倡农民旅游,他们认为农民本身经济收入较为薄弱,且各种支出科目繁多,老实做好农民本分工作才是硬道理。另外,近50%的人对此没有明确的态度。

2.3 重庆农民旅游需求分析

2.3.1 旅游地类型期望 旅游地按不同的标准可以分为若干不同的类型,本文按照旅游地表现形式的差异,将旅游地划分自然风光类、发达城市类、人文景观类、宗教圣地类和其他类型等5大类。如九寨沟、黄山、芙蓉洞、天生三桥等自然风光类旅游地广受重庆农民朋友推崇,达53.7%;位居第二的是诸如上海、广东、深圳等发达城市类旅游地,31.5%的农民向往发达的现代设施及都市生活;随后是长城、故宫、丽江古城、瓷器口古镇等人文景观和宗教圣地类旅游地,所占比例分别为22.2%和15.4%;排在最后的是其他类型的旅游地,包括儿童、少年喜爱的动物园、游乐园和老年人比较青睐的公园、红色旅游等类型。

2.3.2 旅游地区位倾向 52.5%的重庆农民表示令自己心仪的旅游景区、景点位于其他省市,诸如云南、广西、上海、福建、北京等省市;42%的农民认为重庆本身就是一座极具魅力的山水城;更有5.6%的农民认为自己所在的区县就是最美的。可以看出,近半数的农民以家乡重庆集山水、都市、人文等多种类多数量旅游资源为一体而自豪,市内的景区、景点完全可以满足他们的旅游需求。

2.3.3 旅游咨询需求 关于旅游咨询点应设于何地的问题,有43.8%的人认为理所当然应设于城区中心,这样才能确保旅游信息的全面可靠和旅游服务的质量保证;但有44.4%的人表示为了让农民群众更方便地了解到旅游相关资讯,咨询点应设在乡镇中心;另外11.7%的农民还希望将旅游咨询点设在村委处。由此,重庆农民对于旅游信息的关注程度及旅游热情可见一斑。

2.3.4 旅游纪念品购买需求 对于旅游纪念品的购买问题,近1/3的人认为“太贵而不会买”。表示“值得而一定会买”与持相反意见“不值得,一定不买”的人所占比例相同,皆为22.5%。没有明确表达意愿,视具体情况而定的人占23.5%。尽管农民收入普遍不高,但仍有77.5%的农民对购买旅游纪念品有着潜在需求。

2.4 重庆农民旅游消费行为分析

以往的相关研究大多以研究对象的人口特征为依据分析旅游者的旅游偏好、旅游动机、旅游消费等旅游行为,此法虽统计较全面,但文字冗长、图表繁复。因此,本文主要侧重于从经济收入对农民旅游行为的影响方面进行分析。

2.4.1 旅游信息渠道分析 1)重庆农民旅游信息渠道总体结构。50%以上的重庆农民出游前都会通过电视和网络了解相关信息。40%以上的农民会通过亲戚朋友系统来进一步确认信息,尤其是去过目的地旅游过的人。超过1/5的农民会选择向旅行社咨询,因为报团费用可能更低。还有少部分人会选择相关杂志刊物,信息可能会更加具体直观。极少数在村委常活动的人 would 向村委们打听相关旅游信息。

2) 农民经济收入对选择旅游信息渠道的影响。网络和电视是重庆农民了解旅游信息的最主要方式,月收入 500 元以下和 2000 元以上收入的农民群体主要从网络上、电视上搜索相关信息,利用电视网络需求高,对旅行社、杂志期刊和亲朋好友等渠道方式的利用率也比其他收入群体高得多。而月收入为 500~2000 元之间的中低收入者则喜欢以广撒网的方式了解旅游信息,但又以亲戚朋友和电视网络两种渠道为主,(图 1)。

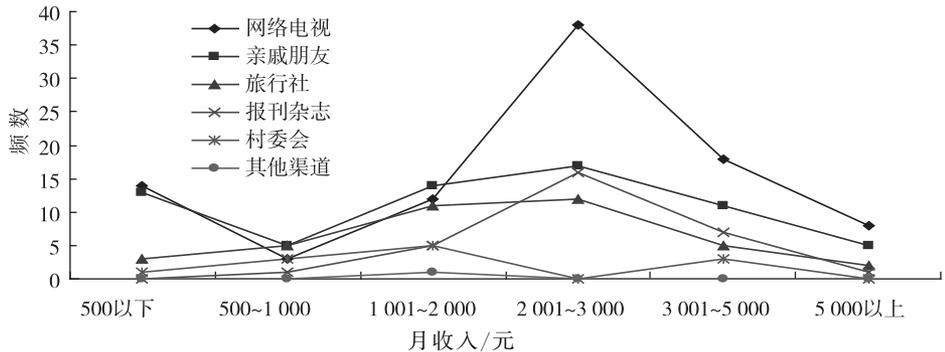


图 1 农民经济收入对旅游信息渠道的影响

2.4.2 旅游偏好分析 由图 2 可知,不管哪个收入层次的农民都对自然风光、发达城市和人文景观这 3 类旅游地感兴趣;2000~3000 元这个中等收入层次的农民对自然景观尤为青睐;月收入 500~1000 元的多为老年农民,他们尤其偏好人文景观类旅游地;其他收入层次的农民对自然风光和都市景观持几乎相同的喜好度,对人文景观的喜好度则有所下降。

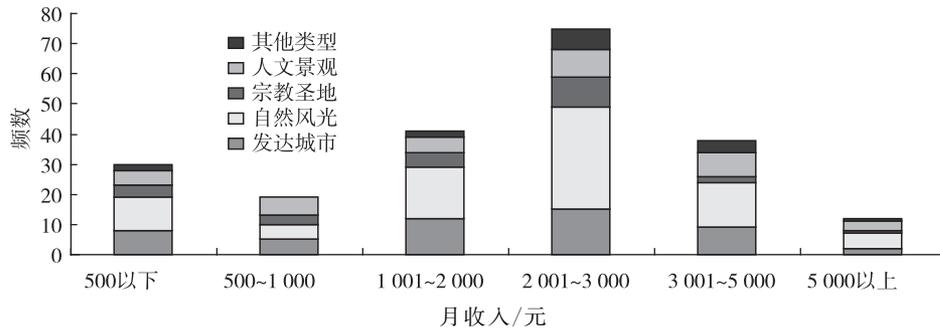


图 2 农民经济收入对旅游偏好的影响

部分比例。

2) 重庆农民经济收入对旅游动机的影响。月入 1000~3000 元的中等收入农民不仅旅游需求旺盛、旅游次数最多,而且出游动机也最多样。随着收入的上升,如收入在 3000 元以上的农民,探亲访友和休闲度假等较低消费动机的活动减少迅速,而公务出行、购物旅游和其他动机等旅游活动有了相应的上升(图 3)。可见,收入越高,旅游动机越复杂。

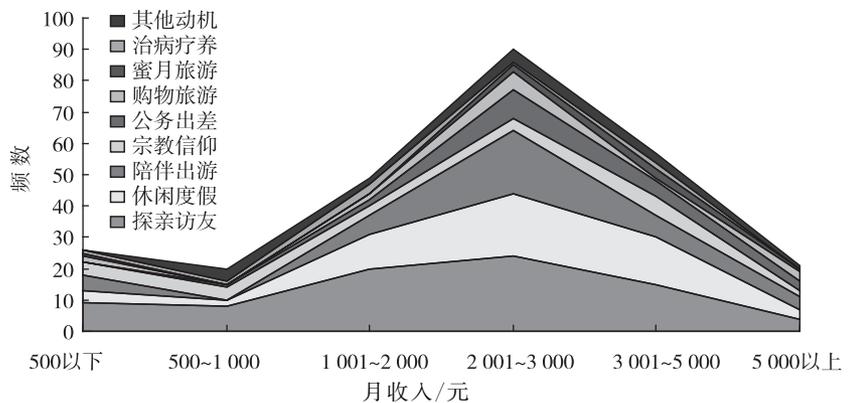


图 3 农民经济收入对旅游动机的影响

2.4.4 出游方式与交通选择 1) 出游时间与方式。① 出游时间。受农业活动季节性因素等影响,农民选择出游的时间一般在农闲时段,2000 元以下收入的重庆农民都符合这一规律。然而,高于 2000 元收入的农民在出游时间的选择较前者有所差异;月均收入 2000~3000 元的农民出游时间以春节之外的其他法定节日为主,农闲时期则成为出游时序的第三选择;月入 5000 元以上的高收入重庆农民群体也以其他法定节日为首选出游时间,选择比例比其他收入层的农民群体大得多,且完全没有考虑过在农闲时段出游。由此可见,随着农民经济收入的不同,选择出游时间也不同,收入层次越高,选择其他法定节日为出游时间的趋势越大,对农闲时间越没有感知。② 旅游方式。重庆农民的旅游方式呈现出多样化的特点,但普遍以家庭旅游为主,比例近半;其次与朋友或同事一起出游,占 20%。家庭旅游、与同事朋友出游是月入 1000~3000 元以及 5000 元以上的重庆中高层农民群体最

常见的旅游方式;选择旅游社和个人旅游的大多为月收入在 2000~5000 元的农民;参加组织的为少数在村委活跃的 2000~3000 元的中等收入农民群体;3000~5000 元收入的农民甚至还有其它另类的出游方式。

2)交通方式。重庆农民在旅游交通工具的选择上,主要以方便而廉价的汽车和火车为主,分别占 46.3%和 26.5%。选择较为昂贵的飞机、轮船和自驾车的总数低于 30%。从经济收入层面上看,月收入低于 2000 元的农民大多选择火车和汽车作为出游的交通工具;月收入上 2000 元的农民则开始有了更多的选择机会,随着收入的增加,选择汽车和火车的比例降低,而选择轮船、飞机和自驾车的比例则不断增高;值得注意的是,月收入 5000 元以上的农民选择自驾车出游的比例超过了其他任何交通工具的选择。

2.4.5 旅游住宿选择 为减少旅游开支,农民出游时往往选择靠近旅游地的亲戚朋友家住,比例为 27.8%;其次是找招待所或小酒店;当地旅游的农民一般不留宿,占 17.3%;选择星级酒店的农民不到 7%。月收入 2000 元以下的农民出游时一般在亲戚朋友家住,或者不留宿,不得已才会找招待所替代;月收入 2000 元以上的农民选择一般酒店的较多;随着收入的上升,选择亲戚朋友家和招待所的比例都在迅速减少,而选择星级酒店的比例则迅速提升;月收入在 5000 元以上的农民旅游者将星级酒店作为了旅游住宿的首选。

2.4.6 旅游地区位选择 农民期望的旅游区位比例分别为其他省市占 52.5%、重庆市内占 42%、本区县占 5.5%。而农民的真实旅游地,所占 3 个区位比例分别为 42.6%、39.5%、17.9%。可见,重庆农民旅游地区位的期望值与真实值之间有差异,期望值更加分散,真实值则稍收敛于区县景点。

经济收入对重庆农民的旅游区位选择影响较大。月收入 500 元以下的农民以本区县景点为主要旅游地,基本不去其他省市旅游;月收入 500~2000 元的农民以重庆市内的旅游景点为主,去其他省市旅游的比例有小幅增长;2000 元以上的月收入者主要是去其他省市旅游,重庆市内和区县旅游地迅速降温,本区县景点在月入 5000 元以上者的旅游区位选项中消失殆尽。

2.4.7 旅游消费总额与消费最贵项目 重庆农民单次出游花费总额近 80%在 300 元以上。其中,1000 元以上的旅游消费者占 30%,与前文中旅游消费能力意愿完全一致,没有出现超前消费和过度攀比现象,说明重庆农民的旅游消费比较理性。

单次旅游花费最贵项目排在第一的是餐饮住宿,占 35.2%,其次是交通费用占 26.58%;购买旅游纪念品和景点门票相差无几,两者之和不到 30%。从收入方面看,经济收入越高的农民,作为最高消费项目的购买旅游纪念品和吃、住、行以外其他费用所占比例就越高,而交通费占单次旅游总额的比例就越低;餐饮住宿始终排在最高消费项目的首位,不随农民收入的改变而动摇。重庆农民出游主要消费在吃、住、行 3 方面,而游、购、娱等费用较少。可见,目前重庆农民的旅游消费层次还比较低,有待进一步引导和提升。

月收入在 1000 元以下的重庆农民,其单次旅游消费多控制在 300 元以内,少有上千元的消费。月入 1000~2000 元的农民单次旅游消费大多在 600 元以内。而 2000 元以上月收入者单次旅游消费额以 600 元以上为主。收入越高,旅游消费额越高,月入 5000 元以上者单次旅游消费额上千元的占近 80%。

2.4.8 旅游满意度分析 根据旅游者消费行为理论,对旅游消费效果的评价行为应在旅游行为分析之内。51.85%的重庆农民对自己的旅游经历表示满意,其中比较满意的有 43.83%,非常满意的占 8.02%;有 38.89%农民选择了“一般”;选择比较不满意的占 9.26%。

最令重庆农民满意的消费项目是景区服务,占 29.0%;其次是餐饮和娱乐服务两项,均为 22.8%。然而,有 42.6%的人最烦恼的是交通,尤其城区的拥堵和热门景区景点的客流量过大较为突出;并列第二的让人不满意的是购物和住宿服务,它们的比例之和超过 30%。

农民收入对旅游满意度的影响主要在于月入 2000 元以下者通常会选择就近短途旅游,体验满意度最高的是景区服务和餐饮服务;而在月入 2000 元以上者,对景区服务和餐饮服务的体验逐渐降温,而对娱乐、购物和导游服务的需求和体验渐渐升温(图 4)。可见,收入差异是通过旅游体验角度的不同来间接地影响旅游满意度的。

3 结论与建议

3.1 结论

本文通过选择广泛分布于重庆区域内具有代表意义的 6 区县 8 镇的 13 个行政村作为研究案例地,分析并总结了重庆农民旅游行为的相关特征。

1) 农民旅游者人口特征比较明显。从重庆农民旅游者的人口特征来看,男性比例略高于女性;年龄多处于 16~39 岁间;文化程度普遍较低;家庭结构以 5 人以上组成的四世同堂以及 3~4 人组成的 2 代人为主;第二收入来源主要为外出打工;个人月收入和家庭月收入多分布在 1000~3000 元和 1600~5000 元间。

2) 旅游认知渠道多样,旅游需求旺盛。电视网络和亲戚朋友是农民群体了解旅游信息的主要途径;虽然重庆农民普遍认为自己收入不高、旅游消费又太贵,但仍有着较高的出游意愿和较为豁达的旅游消费态度;对优美的自然风光和现代的城市旅游尤为偏爱,且购买旅游纪念品的潜在需求旺盛。

3) 旅游行为层次分明。农民旅游动机分布广泛,最普遍的动机为探亲访友,其次为休闲度假和陪伴出游;出游方式多样化,但在农闲时段以汽车和火车为旅游交通工具的家庭旅游居多;旅游地多为重庆市内;对旅游的住宿要求不高,亲戚朋友家或一般招待所即可。旅游消费比较理性,单次旅游消费总额及各消费段比例较为均衡;花费最贵的项目为餐饮住宿,其次是交通费用。

4) 旅游满意度较低。仅有一半的人表示满意,其中评价较高的是旅游景区和娱乐服务项目,而对旅游交通和购物服务评价较低。

5) 个人经济收入对旅游行为有着极大的影响。个人收入越高的农民旅游者,公务或购物旅游的机会明显增多,在利用网络、电视、旅行社、杂志期刊等信息渠道占优势;在其他法定节日时间出游的趋势越大,而对农闲时间却越没有感知;在交通方式的选择上,乘坐轮船、飞机和自驾车的比例在上升,其中上升最快为自驾游;对重庆市以外的旅游地有更多的体验机会;旅游住宿条件以星级酒店为首选;单次旅游花费总额更高,且旅游消费多用于游、购、娱等层次较高的体验项目上。

研究表明,农民旅游的潜在市场是巨大的,且农民群体的收入越高,旅游动机越复杂,旅游消费层次也越高。但目前重庆农民的旅游消费层次还比较低,有待进一步引导和提升。

3.2 相关建议

为进一步做好农民旅游市场的开发和维护,本文通过对重庆农民旅游行为的初步调查与研究,建议相关部门和企业等应切实履行好各自的责任与义务,应在镇乡级等基层提供专门的旅游咨询服务;切实地维护广大农民旅游者的旅游消费权益;积极引导农民的旅游消费观念;进一步改善旅游交通服务,提高农民旅游满意度;努力地实现农民的增收愿望等方面下功夫。其中农民增收是根本,不仅是基本的民生问题,同时也关系着农民群体能否进一步实现和满足旅游愿望。

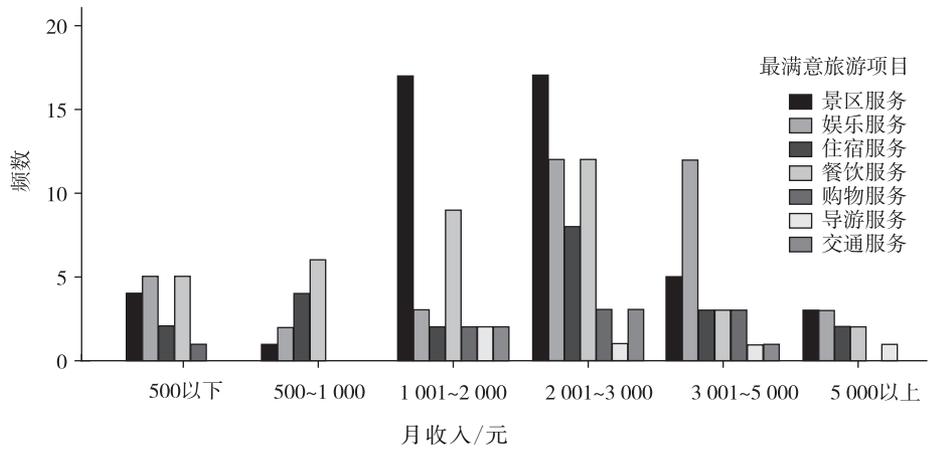


图 4 农民经济收入对最满意旅游项目的影响

参考文献:

[1] 刘华巧. 旅游业与经济增长关系的实证研究[D]. 济南: 山东大学, 2007.

growth of China[D]. Jinan: Shandong University, 2007.

[2] 赵磊, 全华. 中国国内旅游消费与经济增长关系的实证分析[J]. 经济问题, 2011(4): 32-38.

Liu H Q. An empirical study on tourism and economic

- Zhao L, Quan H. An empirical study on relation between domestic tourism consumption and economic growth in China[J]. *On Economic Problems*, 2011(4): 32-38.
- [3] 崔峰. 近 30 年来中国旅游业经济影响力研究[J]. *地理与地理信息科学*, 2008(6): 64-67.
- Cui F. Research on the economic impact of tourism in China for recent 30 years[J]. *Geography and Geo-Information Science*, 2008(6): 64-67.
- [4] 魏小安. 中国“三农”旅游发展[EB/OL]. 搜狐博客—魏小安, 2009-01-22.
- Wei X A. China's "three rural" tourism development [EB/OL]. Sohu blog-Wei Xiao-an, 2009-01-22 (<http://weixiaoan.i.sohu.com/blog/view/109065148.htm>).
- [5] 梁文生. 我国国内旅游消费的主要特征[N]. *中国旅游报*, 2009-06-10.
- Liang W S. The main characteristic of China's domestic tourism consumption[N]. *China Tourism News*, 2009-06-10.
- [6] 裴泽生. 旅游经济, 别忘了农村[N]. *中国旅游报*, 2001-11-28(7).
- Pei Z S. Tourism economy, don't forget to rural[N]. *China Tourism News*, 2001-11-28(7).
- [7] 杨学燕. 我国农民旅游市场的开发探讨[J]. *新疆师范大学学报: 哲学社会科学版*, 2005, 26(1): 146-149.
- Yang X Y. Exploring on how to develop the markets for farmer tourists of China[J]. *Journal of Xinjiang Normal University: Social Science*, 2005, 26(1): 146-149.
- [8] 李炳武. 和谐社会构建与农民旅游市场开发[J]. *管理科学文摘*, 2005(11): 41-43.
- Li B W. Harmonious society construction and peasant tourism market development [J]. *Digest of Management Science*, 2005(11): 41-43.
- [9] 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, 13(1): 57-59.
- Li B W. Farmers tourism market development and business strategy[J]. *Journal of Hunan Business College*, 2006, 13(1): 57-59.
- [10] 曹新向, 王伟红. 我国农村居民旅游市场现状、前景与对策[J]. *河北师范大学学报*, 2005, 29(4): 417-421.
- Cao X X, Wang W H. A preliminary study on exploiting rural resident tourism market[J]. *Journal of Hebei Normal University*, 2005, 29(4): 417-421.
- [11] 郑群明. 农村居民的旅游态度和出游特征研究——以湖南省为例[J]. *旅游科学*, 2004(6): 9-14.
- Zheng Q M. A study of rural residents' attitudes to travel and its features: a case study of Hunan province[J]. *Tourism Science*, 2004(6): 9-14.
- [12] 周翀燕, 李祝舜. 我国农民旅游市场开发初探[J]. *旅游学刊*, 2004, 19(4): 23-27.
- Zhou C Y, Li Z S. An initial discussion on developing China's peasant tourism market[J]. *Tourism Tribune*, 2004, 19(4): 23-27.
- [13] 禹真. 经济条件对西部山区农民旅游行为的影响——以贵州省官寨村与杨家寨村比较为例[J]. *铜仁学院学报*, 2007, 1(2): 64-66.
- Yu Z. Impacts of economic conditions on the tourism behavior of the peasants in the western region of mountains——the case of comparison between villages of Guanzai and Yangjiazai of Guizhou province[J]. *Journal of Tongren University*, 2007, 1(2): 64-66.
- [14] 周国忠, 郎富平. 农民旅游者出游特征、影响因素及对策——以浙江省为例[J]. *经济地理*, 2009, 29(04): 688-692.
- Zhou G Z, Lang F P. The rural tourists' tour characteristics and effective factors——taking Zhejiang province as a case[J]. *Economic Geography*, 2009, 29(04): 688-692.
- [15] 王文瑞. 我国农村居民国内旅游基本特征分析[J]. *云南师范大学学报*, 2009, 41(04): 120-124.
- Wang W R. Domestic tourism of rural residents in China: its purpose, spatiotemporal characteristics and consumption structure[J]. *Journal of Yunnan Normal University: Humanities and Social Sciences*, 2009, 41(04): 120-124.
- [16] 慎丽华, 韦铭, 郭莎莎. 基于灰色系统理论的农民旅游市场预测分析[J]. *安徽农业科学*, 2008, 36(4): 1282-1283.
- Shen L H, Wei M, Guo S S. The forecast analysis on peasant tourism market based on grey systems theory[J]. *Journal of Anhui Agricultural Sciences*, 2008, 36(4): 1282-1283.
- [17] 刁宗广. 中国农村居民旅游消费水平及区域差异[J]. *地理科学*, 2009, 29(2): 195-199.
- Diao Z G. Tourist consumption level of China's rural residents and its regional classification [J]. *Scientia Geographica Sinica*, 2009, 29(2): 195-199.
- [18] 唐代剑, 潘君斌. 我国农村居民旅游消费问题及其对策的实证研究[J]. *江苏商论*, 2010(6): 106-108.
- Tang D J, Pan J B. Rural residents in China: an empirical study of tourism consumption problem and its counter-

measures[J]. Jiangsu Commercial Forum, 2010(6): 106—108.

[19] 张丽峰. 我国农村居民旅游消费变参数模型研究[J]. 旅游论坛, 2010, 3(4): 463-467.

Zhang L F. The research of the rural residents tourism consumption based on the time varying parameter model in China[J]. Tourism Forum, 2010, 3(4): 463-467.

[20] 田淑霞. 城乡交错带农民旅游行为研究——以大同市沙岭村为例[D]. 开封: 河南大学, 2011.

Tian S X. Research on travel behavior of farmers in urban-rural fringe-taking ShaLing village in Datong city as a case[D]. Kaifeng: Henan University, 2011.

[21] Cousins. Knowledge transfer [J]. Farmers Weekly, 2006, 145 (16): 28-29.

[22] Fresh from the farm, ' Local farmers travel each week to Seaside to sell their products By: Sage Reinlie, Lauren [N]. Northwest Florida Daily News (Fort Walton Beach, FL), 07/24/2011.

On Farmers' Tourism Behavior of Chongqing

WANG Jiang¹, LUO Shi-wei^{1,2}

(1. College of Geography and Tourism;

2. Department of Scientific Research, Chongqing Normal University, Chongqing 400047, China)

Abstract: With the field survey method which comprises questionnaire method and interview method, the empirical part of this paper mainly does a deep research into 13 administrative villages of 8 regional towns in Chongqing's 6 districts and counties from the view of income effects on farmers' tourism behavior. The conclusions show that the Chongqing farmers' tourism cognition and motives are various, and they have a strong thirst for tourism. Their consumer behaviors are well arranged distinctly, the ways of going for tourism are multiple, but the majority with their families choose cars and trains as their tourism transportation; their destinations are mostly in Chongqing; the requirement for travel accommodation is not high, the common hostels or houses of their relatives or friends can meet their demands; their tourism consumption is rational, their total tourism consumption and the ratios of every consumption segment are mostly balanced; the most expensive projects are catering and accommodation, followed by transportation. The personal income has a great impact on farmers' travel behavior. If a farmer owns a higher income, his or her tourist motive will be more complex, the level of tourism consumption will be much higher as well. The characteristics of farmers' tourism behavior showed by this research have provided some bases for the exploitation and development of Chongqing farmers' tourism market.

Key words: farmers; tourism behavior; Chongqing

(责任编辑 陈 琴)