

湖南休闲农业市场消费者特征的调查分析

张 桂 华

(湖南环境生物职业技术学院 工商管理系, 湖南 衡阳 421005)

[摘 要] 运用抽样调查方法,对湖南休闲农业市场的消费者进行调查,得出消费者结构、消费动机、消费水平、消费模式、消费感知、消费意愿和信息来源的特征。并在此基础上,提出推动湖南休闲农业发展的对策与建议。

[关键词] 湖南; 休闲农业市场; 消费者特征

[中图分类号] F592.7 [文献标识码] A [文章编号] 1673-0755(2011)02-0040-04

一 调查背景

休闲农业是以农事活动为基础,以农业生产经营为特色,把农业和休闲业结合在一起,利用农业景观和农村自然环境,结合农林牧渔及加工业生产、农业经营活动、农村文化生活等内容,吸引休闲者前来观赏、品尝、购物、习作、体验、休闲、度假的一种新型农业生产经营形态^[1]。发展休闲农业可以有效地带动餐饮、住宿、交通、购物、文化等关联产业和产业的发展,促使单一的农村产业结构发生转变,促进当地的农业现代化建设和农业结构调整。湖南省是一个农业大省,具有丰富的休闲农业资源,具备得天独厚的发展休闲农业的条件。2006年,省政府办公厅专门出台了《关于加快发展休闲农业的通知》,明确将休闲农业企业纳入新农村建设统一规划和政策支持的范围。2007年省人大常委会通过的《关于加快发展农业产业化经营的决定》指出:湖南要大力发展休闲农业,推进农业产业化经营^[2]。可见,休闲农业已成为湖南社会主义新农村建设中一个崭新的亮点和农村经济的一个新增长点,是农业产业化的重要组成部分。而消费者是休闲农业市场的主体,要推动休闲农业的发展,有针对性地开发休闲农业项目,正确引导和培育休闲农业消费市场,就必须首先对消费者的特征进行调查研究。

二 调查实施

(一)调查方法

按照地理区域、经济、环境及民俗等因素,将湖南休闲农业市场划分为长株潭区、环洞庭湖区、湘中南区和大湘西山区等四大区域^[3]。作者于2010年3月至9月,运用抽样调查方法对上述地区进行调查。通过留置调查问卷,由农庄工作人员随机邀请农庄的顾客在休闲活动结束后,填写调查问卷。

(二)调查对象和内容

在长株潭经济发展区、湘中南区、环洞庭湖区、大湘西山区分别随机选取10家休闲农庄,对其消费者的人口学特征(主要包括性别、年龄、文化程度、客源地、职业与家庭人均月收入水平等指标)、消费动机、消费水平、消费模式、消费感知、消费意愿和信息来源进行调查。

(三)数据的统计与处理

每家休闲农庄发放调查问卷30份,共发放问卷1200份,回收1053份,回收率87.75%,其中有效问卷1026份,有效率85.5%。先通过手工对回收的问卷进行初步分类和统计,然后利用SPSS统计软件包进行数据汇总,在统计分析的基础上对其结果进行研究和解释,其结果具有较好的代表性。

三 调查结果与分析

(一)消费者的结构

调查发现,湖南休闲农业市场上的消费者从性别结构看,男女人数基本持平;从客源地来看,本省的消费者占绝大多数,人数在87%左右,并且长株潭、岳阳、衡阳地区的城镇居民占到了其中的半数以上,省外消费者则以长三角、珠三角地区和重庆等城市的居民为主。另外,由于距离衰减作用的影响,休闲农业市场的客源地在距离上有明显的同心圆结构:92.6%的游客来自200km以内的地区,5.2%的来自200~400km地区,400km以外者仅占2.2%左右。从年龄结构看,19~35岁的消费者是客源市场的主力军,占56.5%,即休闲农业市场的消费者是以中青年人为主。从文化程度看,中高等文化层次的消费者居多,可见湖南休闲农业市场的消费者整体文化素质较高。从职业结构看,消费者的职业类型呈现多样化的特点,其中学生和公务员所占比重相对较

[收稿日期] 2010-12-30

[基金项目] 湖南省教育厅科学研究项目“新农村建设中湖南休闲农业发展的营销策略”资助(编号:09C1155)

[作者简介] 张桂华(1973-),女,湖南邵东人,湖南环境生物职业技术学院工商管理系副教授。

大, 分别占消费者总量的 28 7% 和 30 2%; 从人均月收入看, 与其他休闲产品的消费不同, 由于学生是休闲农业消费市场的主力军, 休闲农业市场上收入水平在 1500 元以下的中低收入消费者所占比例最高, 合计达 41. 5%, 详见表 1。

表 1 湖南休闲农业市场消费者的结构特征					
项目	指标	百分比 (%)	项目	指标	百分比 (%)
性别	男	51. 8	职业	企业职工	19. 8
	女	48. 2		公务员	28. 7
客源地	200 km 以内	92. 6	职业	学生	30. 2
	200~ 400km	5. 2		自由职业者	12. 6
	400km 以外	2. 2		其他	8. 7
年龄	18岁以下	8. 6	人均月收入	800元以下	22. 2
	19~ 25岁	33. 7		800~ 1500元	19. 3
	26~ 35岁	22. 8		1500~ 2200元	15. 3
	36~ 45岁	16. 2		2200~ 2900元	12. 5
	46~ 55岁	12. 5		2900~ 3600元	16. 4
	55岁以上	6. 2		3600元以上	14. 3
文化程度	初中及以下	8. 7	文化程度	高中或中专	34. 8
	高中或中专	34. 8		大专或本科	49. 6
	大专或本科	49. 6		本科以上	6. 9
	本科以上	6. 9			

上都集中在饮食、交通的花费上。这说明, 湖南休闲农业市场消费者的消费水平总体偏低, 消费支出的结构还不合理。

表 2 湖南休闲市场消费者消费动机调查表 (%)										
		消费动机								
		休闲度假	观光旅游	社会交往	康体健身	体验学习	餐饮购物	其他		
年龄结构	18岁以下	15. 2	21. 8	14. 5	14. 2	25. 6	4. 4	4. 3		
	19~ 25岁	14. 6	18. 7	17. 9	14. 4	24. 5	5. 2	4. 7		
	26~ 35岁	14. 8	15. 5	22. 8	13. 7	16. 8	11. 5	4. 9		
	36~ 45岁	14. 3	15. 2	21. 7	14. 6	18. 2	11. 4	4. 6		
	46~ 55岁	16. 2	15. 4	19. 7	16. 2	17. 3	10. 3	4. 9		
	55岁以上	12. 5	18. 4	15. 4	20. 8	15. 9	10. 7	6. 3		
文化程度	初中及以下	14. 7	16. 9	15. 7	12. 4	22. 8	12. 2	5. 3		
	高中或中专	15. 6	17. 3	17. 1	12. 8	17. 1	15. 6	4. 5		
	大专或本科	16. 2	18. 7	17. 4	13. 2	18. 5	11. 3	4. 7		
	本科以上	17. 4	19. 3	16. 6	12. 6	20. 4	10. 2	3. 5		
	企业职工	15. 3	16. 3	17. 1	11. 6	18. 8	16. 7	4. 2		
职业结构	公务员	16. 7	15. 5	17. 3	11. 2	19. 4	15. 8	4. 1		
	学生	15. 6	18. 8	12. 6	16. 5	25. 5	6. 8	4. 2		
	自由职业者	13. 5	17. 7	15. 7	14. 4	21. 7	13. 2	3. 8		
	其他	17. 3	16. 8	15. 3	12. 5	19. 5	14. 2	4. 4		
	800元以下	15. 1	19. 8	13. 3	11. 6	18. 4	15. 7	6. 1		
月收入水平	800~ 1500元	17. 6	19. 3	10. 2	11. 5	19. 7	16. 3	5. 4		
	1500~ 2200元	18. 2	15. 4	18. 3	9. 1	20. 5	14. 8	3. 7		
	2200~ 2900元	20. 3	14. 6	16. 7	10. 9	21. 3	12. 4	3. 8		
	2900~ 3600元	21. 9	15. 5	14. 4	12. 4	22. 6	9. 3	3. 9		
	3600元以上	22. 8	18. 3	10. 1	15. 3	23. 8	6. 4	3. 3		

(二) 消费者的消费动机

如表 2 所示, 从年龄看, 不同年龄的消费者消费动机差异十分明显, 青少年以体验学习的消费动机为主, 26~ 45 岁的中青年以社会交往的消费动机为主, 55 岁以上老人的消费动机则集中在观光旅游和康体健身上。从职业看, 不同职业的消费者都有一个共同的特征, 即以体验学习的消费动机为主, 但公务员、企业员工也表现出较强的社会交往动机。从文化程度看, 文化程度越高的消费者, 休闲度假、观光旅游和体验学习的消费动机越强, 文化程度越低的消费者 (学生除外), 餐饮购物的消费动机越明显。从收入水平看, 月收入在 1500~ 2900 元之间的中等收入者有较强的社会交往和体验学习动机, 月收入在 3600 元以上的高收入消费者的消费动机则集中在休闲度假和体验学习上。这说明, 消费者的收入和文化程度越高, 越倾向于青睐康体休闲和体验参与性强的高层次休闲农业 (学生除外)。

(三) 消费者的消费水平

消费者的消费水平直接影响休闲农业的经济效益, 消费水平的高低, 也在一定程度上反映了休闲农业的发展水平。如表 3 所示, 湖南休闲农业市场上消费者的消费水平基本上呈正态分布, 约 65% 的消费者年均消费支出集中在 300~ 600 元之间, 年均消费支出在 750 元以上的只有 5 6%。调查还发现, 由于当前湖南休闲农业市场还是以“一家一户”的“农家乐”为主体, 在休闲的内容上, 大多局限于钓鱼、住宿、棋牌、卡拉 OK 等, 缺少特色和吸引力, 消费者普遍反映缺少可消费的项目, 缺乏特色的服务, 其消费支出的 70% 以

表 3 湖南休闲农业市场消费者消费水平调查表 (%)							
消费水平 (元/年)	< 150	150~ 300	300~ 450	450~ 600	600~ 750	> 750	
百分比	3. 4	12. 6	38. 2	26. 7	13. 5	5. 6	

(四) 消费者的消费模式

湖南休闲农业按功能划分, 主要有旅游观光型、参与体验型、休闲度假型、民俗节庆型四种类型^[4]。据此, 将休闲农业市场消费者的消费模式分为旅游观光、参与体验、休闲度假、民俗节庆四种消费模式。调查发现, 有 40 7% 的消费者选择的休闲农业消费模式是参与体验, 28 6% 的消费者选择的是民俗节庆, 选择休闲度假和旅游观光消费模式的消费者分别占 20 3% 和 10 4%。由此可见, 消费者已不再满足于走马观花式的农业观光游, 而是非常注重参与农事活动, 体验农耕文化以及乡风民俗、村寨气息。

(五) 消费者的消费感知

衡量消费者对休闲农业的感知质量, 主要应从食宿 (包括价格、特色、卫生、种类)、交通 (包括便捷性、舒适性、安全性)、娱乐 (包括项目种类、趣味性、参与性、价格)、购物 (包括农产品采摘和土特产的购买) 和顾客感知到的服务态度 5

个评价因子展开^[2]。根据 Likert 五级尺度标准,把消费者感知的各评价因子和消费者感知的总体评价分为“好、较好、中等、差、极差”五级尺度。通过问卷调查,得出湖南休闲农业市场消费者的感知评价情况。如表 4 所示,湖南休闲农业市场消费者的总体感受一般,有 45.2% 的消费者 对休闲农业的综合感知评价为中等水平,在 5 个主要评价因子中,消费者比较满意的只有娱乐服务,并且消费者对食宿条件很不满意,有 56% 的消费者认为食宿差或极差。

表 4 湖南休闲农业市场消费者感知评价表(%)					
感知指标	好	较好	中等	差	极差
食宿条件	3.8	10.5	29.7	38.4	17.6
交通条件	10.7	18.4	37.2	23.1	10.6
购物条件	11.5	17.4	39.3	22.3	8.6
娱乐服务	20.3	32.6	28.7	13.1	5.3
服务态度	10.5	12.8	43.2	21.3	12.2
综合感知	7.8	15.8	45.2	22.3	8.9

(六) 消费者的消费意愿

消费者的消费意愿反映了消费者对某一产品或服务的需求欲望。调查发现,虽然消费者对湖南休闲农业市场的综合感知评价只有中等水平,但在关于消费意愿的调查中,仍有超过 60% 的消费者表示愿意或非常愿意,且有 26.9% 的消费者持中立态度。这说明,休闲农业的消费需求旺盛,消费者大多渴望远离都市,遁迹山野,到农村呼吸新鲜空气,感受自然淳朴的农家生活。

表 5 湖南休闲农业市场消费者消费意愿调查表(%)					
消费意愿	非常愿意	愿意	无所谓	不愿意	极不愿意
百分比	22.7	39.4	26.9	9.6	1.4

(七) 消费者的信息来源

调查发现,消费者主要是通过亲戚朋友、经营者的宣传、旅行社、报纸杂志、电视、网络等获取休闲农业的消费信息的。其中,通过亲戚朋友介绍获取信息的占 38.9%,通过休闲农业经营者的宣传获取信息的占 16.3%;通过旅行社获得信息的占 11.6%;通过报纸杂志、电视、网络等新闻媒体的报道获取信息的占 12.5%;通过其他渠道获得信息的占 3.7%。可见,湖南休闲农业经营者的宣传力度是不够的,消费者了解休闲农业信息的渠道非常有限。

四 结论与建议

(一) 加强客源市场研究,正确选择目标市场

根据休闲农业市场消费者的结构特点,可将湖南休闲农业的客源市场分为三个不同的级别,分别为:一级客源市场,即近距离客源市场,以湖南省内长沙、株洲、湘潭、衡阳、岳阳等城市为主;二级客源市场,即中距离客源市场,指长三角、珠三角地区和重庆、湖北、江西、贵州、广西以及以京、津为中心的华北市场、港澳客源市场;三级客源市场,即远距离客源

市场,指境内其他省份和中国台湾地区、韩国、日本、美国、加拿大、东南亚等境外其他客源市场。从总体上看,湖南省休闲农业的发展应以一级客源市场为开发重点,二级客源市场为中长期目标,辐射三级客源市场。其中,长株潭区应以本省居民,尤其是长沙、株洲、湘潭的消费者为主要服务对象,以外省市等地为辅助客源市场;湘中南区应以本省及粤港澳居民为主要服务对象,以其他二级客源市场为辅助客源市场;环洞庭湖区应以本地三市、长株潭城市群、武汉城市群为主要客源市场;湘西山区应以省内一级客源市场为主要客源市场,以二、三级客源市场为辅。

(二) 开发体验式休闲农业产品,提高参与体验项目的比重

针对休闲农业市场消费者的消费动机、消费水平和消费模式所具有的特征,应开发更加个性化、人性化的体验式休闲农业产品,提高休闲农业项目的参与性、互动性,满足消费者对“体验”的需求。如湖南常德的桃源县,不但可以大力发展观光休闲农业,在阳春三月,让游客前来赏花踏青,感受东晋大诗人陶渊明曾描绘的人间仙境、世外桃源。还可依托“桃花节”,举办一些能增进感情、促进沟通的户外互动活动和体验活动,或者让前来观赏的城市居民亲手种植或“认领”桃树,使其成为桃树的“主人”。成为“主人”之后,这些城里人会非常关注“自家果树”的成长情况,经常光顾果园,给果树浇水、施肥、除虫。

(三) 加大宣传力度,拓宽信息传播渠道

针对休闲农业市场消费者消费意愿和信息来源的特征,树立整合营销传播的观念,加大对外宣传的力度。除了增加在报纸、电视等主要媒体上的广告投入外,休闲农业经营者还可通过联谊会、展览会、科普讲习、农业知识培训、新闻发布会等方式,向消费者宣传自身的亮点、看点;或者在休闲场所的主要交通口、主要景区、市中心、车站、机场等地设置标牌、发放传单;也可利用各种节假日,举办独具特色的节庆促销活动;同时,还应加强与旅行社的合作,与周边知名的旅游景点、景区联合起来进行宣传。此外,还应加快休闲农业网站和休闲农业电子商务平台的建设,各地市可建立专业休闲网站,重点推介区域内的休闲农业资源。

(四) 合理布局,突出休闲农业的地域特色和文化内涵

深厚的文化底蕴,为湖南省休闲农业的发展提供了丰富的人文资源。针对休闲农业市场消费者文化层次较高、希望感受特色乡村文化的特点,湖南休闲农业应结合各地的地域特色和文化内涵分区发展。长株潭区应大力发展依托红色革命文化的休闲农业,在长沙主要依托:花明楼刘少奇故居、橘子洲头、雷锋纪念馆等;在株洲主要依托茶陵革命老区;在湘潭主要依托:毛泽东故居、毛泽东铜像、滴水洞、毛泽东纪念馆、韶山铭园等。湘中南地区应大力发展依托湖湘文化和农耕文化的休闲农业,主要可依托:中华人文始祖舜帝陵、全国最大的摩崖石刻浯溪碑林、湖南最大的文庙宁远文庙、被誉为瑶族世外桃源的千家峒、人类最早种植稻谷的遗址玉蟾岩、祁阳祁剧、瑶族歌舞、农民磨漆画、紫鹊界秦人梯田等。环洞庭湖区应大力发展依托湖湘文化和洞庭湖水文化的休

闲农业，主要可依托：潇湘八景中的“江天暮雪、洞庭秋月、远浦归帆、渔村夕照”四景、桃花源、沅江鹿湖芦苇场、岳阳团湖、湘阴青山岛渔村、岳阳楼、屈子祠、杜甫墓庐、二妃墓、柳毅井等。湘西山区应大力发展依托民俗文化的休闲农业，主要可依托：皇都文化村、百里侗文化长廊、湘西德夯苗寨、凤凰古城、王村古镇、梯玛神歌、仗鼓舞、傩愿戏、土家打溜子等。

(五)改善经营管理,逐步建立休闲农业企业准入制度
针对湖南休闲农业市场大多数消费者对休闲农业的综合感知评价为中等水平的情况,进一步改善经营管理,逐步建立休闲农业企业准入制度,主要包括: (1)持证经营,办理经营许可证、卫生许可证、工商注册登记、税务注册登记等。(2)经营场所有较完备的配套设施,如停车场、收费标准、游客须知及投诉电话等,服务设施和安全设施以及就餐环境、垃圾处理、污水排放等符合卫生、环保、消防、安全等方面的规定和要求。(3)依法经营、合理收费、公平竞争、诚实守信

信,为游客提供健康文明的优质服务。(4)经营管理和服务人员应参加休闲农业管理部门组织的岗位培训,并持证上岗。(5)以农业生产经营(包括种植业、养殖业及加工业)为基础,以农业产业为依托。

[参考文献]

[1] 田家贵,邓慈常等.湖南省休闲农业发展的战略研究[EB/OL].(2008-05-10)[2009-08-16].<http://www.hnai.gov.cn/News/scdt/xxny/200805/23223.html>

[2] 杨丽华.休闲农业消费者满意度调查报告[J].农村经济,2009(2):61-64

[3] 李继承,朱校奇等.湖南省休闲农业发展战略研究[J].中国农业资源与区划,2008(4):74-78

[4] 赵国如.发展湖南休闲农业的基本原则与模式选择[J].湖南工业职业技术学院学报,2007(6):34-36

Survey and Analysis on Consumer's Characteristics of
Recreational Agriculture Market in Hunan

ZHANG Guohua
(Hunan Environment-Biological Polytechnic, Hengyang 421005, China)

Abstract Using sample survey methods, a survey was conducted on the consumers of recreational agriculture market in Hunan, and the characteristics were obtained about the structure of consumers, consumption motivation, consumption level, consumption pattern, consumption perception, consumption desire and information source. And based on these characteristics, some advices were given on how to promote the development of recreational agriculture in Hunan.

Key words Hunan; recreational agriculture market; consumer's characteristics