

南海三沙岛屿旅游开发内陆市场偏好研究 ——基于郑州市的调查

张立生

(河南财经政法大学 旅游与会展学院, 郑州 450002)

摘要: 在当前复杂的国际背景下,南海三沙海岛旅游开发意义重大。以内陆客源市场开发为对象,通过对郑州市居民的问卷调查分析,对三沙海岛旅游开发的意义、居民旅游意愿、旅游时间与经济花费意愿、旅游吸引物、旅游方式、旅游产品偏好等问题进行了系统的研究,从文化程度、职业、家庭收入等视角系统分析内陆客源市场对三沙旅游的市场偏好,并从海岛旅游产品开发、拓展旅游市场、增加旅游客流等方面对南海三沙岛屿旅游开发提出了相应的对策和建议。

关键词: 岛屿旅游;内陆市场偏好;南海三沙岛屿;郑州市

中图分类号: F590

文献标志码: A

文章编号: 1003-2363(2013)04-0106-06

近来我国与邻国海岛纠纷不断,尤其是南海岛屿的纷争,严重影响到我国领土安全。南海诸多岛屿景观优美,气候适宜,旅游资源十分独特,非常适合发展海岛旅游。根据世界旅游组织预测,到2020年我国将成为世界第一大旅游目的地国家,国际旅游市场前景良好。当前我国海岛旅游开发十分薄弱,缺乏基于“3S”的如马尔代夫、塞班岛等国际知名旅游岛。我国是以大陆为主的国家,海岛旅游与陆地旅游产品具有互补性,南海海岛旅游发展的国内外市场前景将十分优越。不论是着眼现实形势、长远国家领土安全、南海优越的旅游资源与客源市场条件,还是配合海南国际旅游岛打造、我国岛屿开发现状与未来旅游发展需要,南海三沙海岛旅游开发都意义重大且势在必行。在海南三沙旅游客源市场中,内陆市场将是未来的客源市场主体,值得深入研究。

1 文献综述

国外有关海岛旅游研究主要集中在4个方面:(1)海岛旅游的影响。主要关注海岛旅游开发对环境^[1-2]、经济^[3-5]和社会文化的影响^[6]。(2)海岛旅游生命周期研究。应用巴特勒旅游地生命周期模型来分析不同类型海岛旅游地的演化特征^[7-8]。(3)海岛旅游的可持续发展的影响因素及实施方案研究。如泰国皮皮岛^[9]、印尼巴厘杜阿岛、墨西哥坎昆岛^[10]、西班牙巴利阿里群岛^[11-12]、英国海滨旅游地^[13]、加勒比海岛屿^[14]等岛屿的案例研究。(4)海岛旅游开发与管理研究。涉及到海

岛旅游面临的挑战^[15]、影响因素^[16]、营销策略的创新^[17]、市场研究^[18-19]、岛民的态度^[20]等诸多方面。

国内对海岛旅游的研究从20世纪80年代开始,主要集中在:(1)概念与综述^[21-24]。(2)海岛旅游资源评价。主要分析海岛旅游特色因子及资源定量评价方法^[25]。(3)海岛旅游市场与形象^[26-29]。(4)海岛旅游开发与规划。主要集中在海岛旅游开发存在的问题及解决方案^[30-33]、海岛旅游开发模式^[34-36]、海岛旅游文化挖掘^[37]、海外岛屿旅游开发经验与案例^[38]等方面。(5)海岛旅游的生态环境^[39-40]及可持续发展研究^[41-43]。

有关南海三沙岛屿旅游仅有的少量研究主要涉及开发的基本建议^[44]、海岛旅游开发的意义及产品构思^[45]、旅游开发的模式^[35,46]、旅游形象^[28-29]等。针对当前的研究现状,本研究采取问卷调查分析方法,研究南海三沙岛屿旅游开发的内陆客源市场情况。

2 研究对象与方法

郑州是内陆城市,符合我国主体大陆人口所居住环境与三沙海岛环境的差异性;郑州地处中原,与三沙岛屿距离适中;郑州经济在全国处于中游水平。因此,选择郑州市居民作调查对象,具有较好的代表性。

采取随机问卷调查,于2012年“十一”黄金周之后的一个月,面向广大郑州市民发放填写并当场回收。共发放问卷1200份,收回1189份,其中有效问卷1156份。问卷的回收率和有效率分别为99.1%和97.2%。

对调查问卷采用SPSS社会统计软件包和EXCEL软件相结合,采用描述统计方法进行综合分析。

3 三沙海岛旅游消费意愿分析

3.1 调查对象的基本情况

(1)年龄。调查对象20岁以下、20~40岁、40~60

收稿日期:2013-01-20;修回日期:2013-05-14

基金项目:国家软科学研究计划项目(2008GXSD119);河南省科学技术厅软科学项目(132400410271)

作者简介:张立生(1974-),男,河南信阳市人,主要从事旅游经济与旅游规划研究,(E-mail)zhang41116@sina.com。

岁、60 岁以上年龄段分别占 4.6% ,83.9% ,9.8% ,1.5% ,较好涵盖了各年龄段。(2)性别。男、女分别占 53.5% 和 46.5% ,性别基本均衡。(3)学历。高中及以下、大专、大学本科、研究生及以上学历分别占 12.3% ,29.1% ,46.0% ,11.9% ,涵盖了各学历层次。(4)家庭年收入水平。5 万元以下、5 万 ~ 10 万元、10 万 ~ 15 万元、15 万 ~ 20 万元、20 万 ~ 50 万元、50 万元以上分别占 36.3% ,35.6% ,12.2% ,7.9% ,5.0% ,2.9% 。(5)职业。公务员、公司职员、学生、教师、农民、退休人员、其他人员分别占 12.3% ,33.8% ,14.1% ,8.5% ,3.2% ,1.4% ,26.8% 。总体上看,样本较好地涵盖了各种属性的市民群体。因此,基于样本的数据具有较好的代表性,其分析结果也有很好的说服力。

3.2 旅游开发态度及意义

99.7% 的受访者选择了支持三沙岛屿旅游开发,98.6% 的受访者认为三沙岛屿旅游开发有利于国土安全。大众对三沙旅游的开发以及开发对于国土安全的重要性有比较广泛的认可和比较普遍一致的认识。

3.3 旅游意愿

非常愿意、一般愿意、不愿意的分别占 46.4% ,51.1% ,2.5% ,市场意愿比较强烈。在性别方面虽小有差异,但是差异并不明显(图 1)。旅游意愿的强烈印证了旅游学中差异产生旅游需求的基本观点,南海近期海岛的纷争又在某种程度上加强了这种旅游意愿。

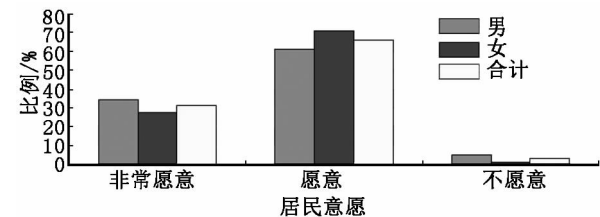


图 1 居民对三沙岛屿旅游意愿

Fig.1 The Sansha Island tourism willingness of the residence

从家庭收入方面来看,愿意程度随着家庭年收入水平的提高显著增加,不愿意的从年收入 5 万元的 4.2% ,降低到年收入 50 万元以上的 0.5% (图 2)。家庭收入水平越高,这种远距离、差异性较强的旅游产品越受欢迎,经济因素依然是左右三沙旅游意愿的重要因素。

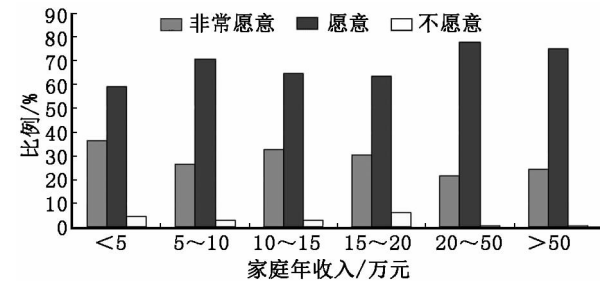


图 2 不同家庭收入居民对三沙岛屿旅游意愿

Fig.2 The Sansha Island tourism willingness of the family with different income

从职业角度来看,旅游意愿最强的是退休人员,其次是教师、学生和公务员,而最弱的则是农民和公司职员(图 3)。这与闲暇时间、收入及工作的性质与工作压力大小有关。

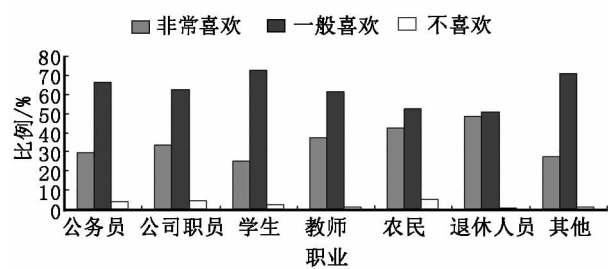


图 3 不同职业居民对三沙岛屿旅游意愿

Fig.3 The Sansha Island tourism willingness of different occupation

从学历的角度来看,大学本科及以下学历的偏好程度相当,不喜欢的比例都约为 3% ,研究生及以上学历者的旅游意愿则显著增加,不喜欢的比例为 1.8% ,非常喜欢的比例则高于其他学历者(图 4)。数据分析表明,学历越高三沙旅游意愿越强烈。不同文化程度人群对三沙岛屿旅游意愿的差异是由其收入、对国事的关注程度和旅游偏好等方面的差异所致。

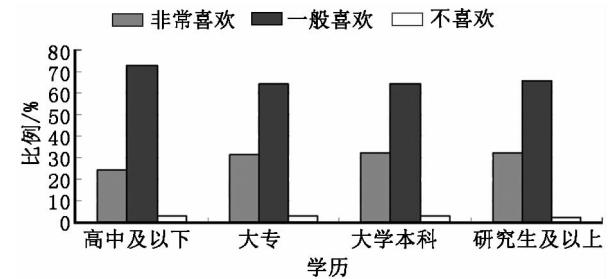


图 4 不同学历居民对三沙岛屿旅游意愿

Fig.4 The Sansha Island tourism willingness of different education

3.4 吸引因素与游览方式

在吸引因素方面,游客注重的依次是体验旅游资源、旅游服务、旅游便捷性、旅游设施,分别占 30.8% ,27.9% ,19.2% ,15.5% 。三沙岛屿独特的海岛旅游风光是吸引居民产生旅游动机的最重要原因。在游览方式上,选择团队游意向的占 98.6% ,占绝对优势。这与居民的感知距离遥远、追求团队相对安全的心理有关。资源的差异性、旅游的安全性是游客三沙旅游考虑的最重要因素,这符合长距离游客的基本心理要求。

3.5 旅游花费意愿

在三沙海岛旅游花费意愿方面,85.7% 的居民选择花费 10 000 元以下,其中 3 000 ~ 6 000 元的比例最高,为 38.5% ,6 000 ~ 10 000 元及 3 000 元以下的比例相差不大。从性别角度来看,男性的花费倾向明显比女性高(图 5)。花费意愿与收入水平的关系最为密切,这比较

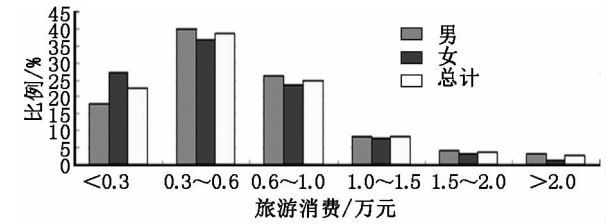


图 5 居民对三沙岛屿旅游消费额意愿
Fig. 5 The Sansha Island
tourism expend willingness of the residence

符合中部人们的消费习惯和心理。

从职业角度来看,花费意愿最高的是公司职员、退休人员和教师,表现在其选择 1 万元以上花费的比例显著高于其他职业者。最低的是学生和农民(表 1)。这表明花费意愿与收入水平密切相关。

从家庭收入水平来看,随着家庭收入水平的提高,选择高消费额的比例迅速增加(表 2)。其家庭收入水平的分水岭是年收入 10 万元,在该收入以下,其消费额倾

表 1 不同职业居民对三沙岛屿旅游消费额意愿 %						
Tab. 1 The Sansha Island tourism expend willingness of different occupation						
职业	旅游消费水平					
	<3 000 元	3 000 ~ 6 000 元	6 000 ~ 10 000 元	10 000 ~ 15 000 元	15 000 ~ 20 000 元	>20 000 元
公务员	21.2	24.2	45.5	6.1	2.9	0.1
公司职员	14.1	47.8	22.8	8.7	3.7	2.9
学生	40.0	40.0	10.0	5.0	5.0	0
教师	21.7	43.5	17.4	12.9	4.2	0.3
农民	48.3	26.2	18.4	5.9	1.1	0
退休人员	5.2	20.1	50.3	20.2	4.5	0.3
其他	23.6	34.7	26.4	6.9	2.8	5.6

表 2 不同家庭收入居民对三沙岛屿旅游消费额意愿 %						
Tab. 2 The Sansha Island tourism expend willingness of different family income						
家庭年收入/万元	旅游消费水平					
	<3 000 元	3 000 ~ 6 000 元	6 000 ~ 10 000 元	10 000 ~ 15 000 元	15 000 ~ 20 000 元	>20 000 元
<5	28.3	41.7	25.4	2.8	1.3	0.6
5 ~ 10	21.3	39.4	35.1	2.1	1.1	1.1
10 ~ 15	5.9	38.2	26.5	23.5	5.7	0.2
15 ~ 20	9.1	35.4	38.8	9.1	3.5	4.1
20 ~ 50	7.7	23.1	30.8	23.1	11.4	4.0
>50	2.5	21.2	28.4	12.6	15.8	19.6

向在 1 万元以下比例均高于 95%,而在该收入以上的家庭消费额倾向在 1 万元以上比例均高于 15%,从而形成鲜明的对比。另外,随着年收入水平增加,尤其是超过 50 万元的极高收入家庭,其消费额倾向在各个高额消费(如 1 万元以上)的选择比例越趋于平均。这说明家庭

收入水平依然是影响三沙海岛旅游倾向和消费额的基本因素。从学历来看,可分为高中及以下、大学(大专和大学本科)和研究生及以上 3 个明显的学历层次,随着学历的提高,选择高消费额的比例逐渐增加(表 3)。这与不同学历人群的收入水平、旅游偏好的差异有关。

表 3 不同学历居民对三沙岛屿旅游消费额意愿 %						
Tab. 3 The Sansha Island tourism expend willingness of different education						
学历	旅游消费水平					
	<3 000 元	3 000 ~ 6 000 元	6 000 ~ 10 000 元	10 000 ~ 15 000 元	15 000 ~ 20 000 元	>20 000 元
高中及以下	32.3	45.2	15.1	5.2	2.3	0.0
大专	23.8	37.5	20.0	11.3	5.0	2.5
大学本科	17.6	43.2	27.2	6.4	1.6	4.0
研究生及以上	21.5	25.6	29.1	14.7	5.9	3.3

3.6 旅游时间花费意愿

在时间花费上,最被认可的是 4 ~ 9 d,合计选择比例高达 77%,且选择比例没有明显的性别差异(图 6)。

从家庭年收入来看,随着家庭收入水平的提高,其选择的时间花费倾向逐渐增加(图 7)。表现在:(1)选

择 3 d 及以下时间倾向的比例逐渐减少。(2)时间花费倾向的比例选择的峰值出现在不同的家庭收入段。如选择 4 ~ 6 d 的峰值比例出现在 10 万 ~ 20 万元的收入家庭,而选择 7 ~ 9 d 的比例峰值的家庭收入则出现在 5 万 ~ 10 万元和 50 万元以上的家庭收入段,选择 10 d 及

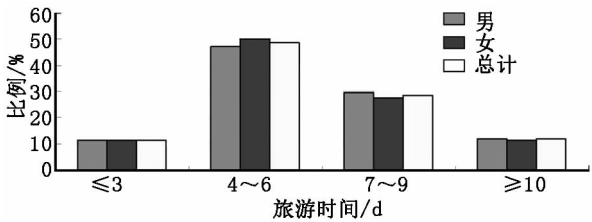


图6 居民对三沙岛屿旅游花费时间意愿

Fig. 6 The Sansha

Island tourism time willingness of residence

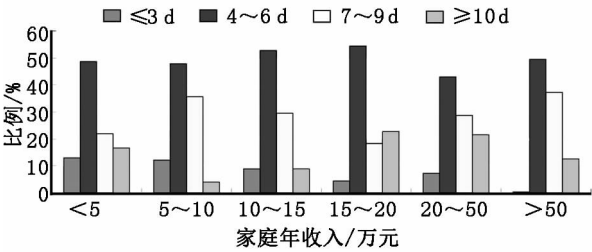


图7 不同家庭收入居民对三沙岛屿旅游时间花费意愿

Fig. 7 The Sansha Island tourism

time willingness of family with different income

以上时间的则出现在15万~50万元家庭收入段。这说明时间花费倾向越长的人群峰值普遍出现在收入越高的家庭组,这与消费能力和闲暇时间密切相关。

在学历方面,4~9 d时间段的花费倾向随着学历的升高而逐步增加,由高中及以下的79.4%增加到研究生及以上学历的88.2%。而选择10 d及以上的比例则相反,由高中及以下的12.5%降低到研究生及以上学历的5.7%(图8)。这与工作及学习的繁忙程度有关,一般来说,学历越高的就职者闲暇时间越少。

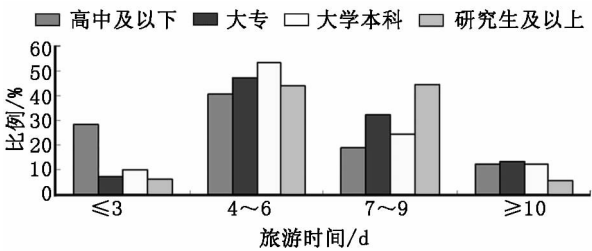


图8 不同学历居民对三沙岛屿旅游时间花费意愿

Fig. 8 The Sansha Island

tourism time willingness of education

从职业来看,退休人员、学生、教师的时间花费倾向普遍较高,表现在其4 d及以上的选择比例普遍较高。而农民和公务员由于工作性质决定了时间上相对比较自由,各时间段选择比较平均(图9)。

3.7 旅游产品偏好

在旅游产品偏好方面,选择比例最高的是沙滩浴场,超过25%;其次是参与性较强且与受调查者地理环境差异较大的潜水、豪华游轮周游、海钓和冲浪,其选择比例也均高于10%;而高端的豪华酒店度假和私人游艇

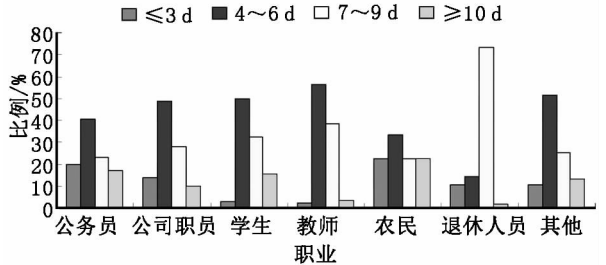


图9 不同职业居民对三沙岛屿旅游时间花费意愿

Fig. 9 The Sansha Island

tourism time willingness of occupation

码头的选择比例均低于10%(图10)。这说明对于如受调查者这样消费层次的市场来说,大众比较接受的三沙海岛旅游产品普遍是中端旅游产品,而对豪华奢侈旅游产品的需求相对较少,这折射出目前我国旅游市场大众主体的鲜明特征。

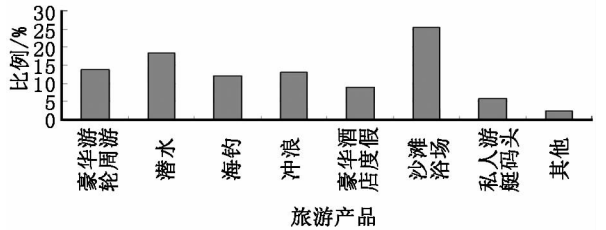


图10 居民对三沙岛屿旅游产品意愿

Fig. 10 The Sansha Island

tourism production preference of the residence

4 结论与建议

通过问卷调查数据分析研究,可以看出:(1)在当前形势下,内陆市场对三沙岛屿旅游开发持积极的支持态度,普遍认为其对国土安全有着重要的意义。大众有强烈的三沙海岛旅游意愿,这种意愿不随性别而改变,退休人员、教师、学生和公务员相对来说意愿较强烈。(2)三沙海岛独特的旅游资源是吸引内陆市场产生旅游动机最为重要的因素。在当前的收入水平前提下,6 000~10 000元的消费最能得到消费者认可,公司职员、退休人员、教师及男性的花费额意愿明显较高,大家普遍接受4~9 d的旅游时间花费。(3)总体来说,内陆居民旅游意愿的强烈程度、消费额与旅游花费时间意愿,有随着家庭收入水平及学历增高而增加的趋势。(4)在旅游产品偏好上,内陆市场普遍倾向于选择与大陆差异性较大且参与性较强的旅游产品。(5)南海三沙旅游内陆主要目标客源市场将是高学历、高家庭收入、相对清闲职业的细分市场。

综上所述,三沙岛屿旅游要充分满足内陆市场的需求,应注重:(1)在产品开发方面,打造与内陆差异性更强的旅游产品以增加吸引力,如游轮巡游、沙滩浴场、海钓、潜水等。(2)注重将内陆市场的潜在需求转化为现实消费。为迎合内陆旅游消费时间、能力等特点,三沙

旅游开发目前尚不能走欧美度假旅游开发模式,而以休闲观光旅游产品开发为主,先从大众化观光休闲旅游产品和业态入手。(3)在旅行方式上,注重旅行社和网络的作用,以团队方式组织游客。(4)注重不同细分市场的需求。内陆不同细分市场在旅游时间、偏好等方面有着强烈的差异性,三沙旅游开发要重抓住这些差异,适时推出基于不同细分市场的产品,如在学生假期推出海岛夏令营、在三沙旅游淡季针对老年市场突出养生游等活动,以期缓解旅游的季节性,更好满足内陆客源市场。

参考文献:

- [1] Hall C M. Trends in Ocean and Coastal Tourism; The End of the Last Frontier[J]. *Ocean & Coastal Management*, 2001, 44(4): 601 – 618.
- [2] Wong P P. Coastal Tourism Development in Southeast Asia Relevance and Lessons for Coastalzone Management[J]. *Ocean & Coastal Management*, 1998, 38(1): 89 – 109.
- [3] Andriotis K. The Tourists' Gaze, the Grains Glance: Anthropology and Tourism on A Greek Island[J]. *Journal of Heritage Tourism*, 2009, 35(4): 259 – 260.
- [4] Schittone J. Tourism vs. Commercial Fishers: Development and Changing Use of Key West and Stock Island, Florida[J]. *Ocean & Coastal Management*, 2001, 44(3): 15 – 37.
- [5] Martan R. Structural Change and Economic Growth in Small Island Tourism Countries[J]. *Tourism Planning & Development*, 2008, 26(4): 1 – 12.
- [6] Deborah K, Kelly B. Exploring Fijian's Sense of Place after Exposure to Tourism Development[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2009, 17(6): 691 – 708.
- [7] Charles C L, Chris C. Beyond Sustainability: Optimizing Island Tourism Development[J]. *Journal of Tourism Research*, 2009, 38(2): 89 – 103.
- [8] Eugeni A. The Persistence of the Sun and Sand Tourism Model[J]. *Tourism Management*, 2005, 26(2): 9 – 231.
- [9] Rachel Dodds. Koh Phi Phi: Moving towards or away from Sustainability[J]. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2010, 15(3): 251 – 265.
- [10] Gunnar T, Edward H, Richard S. Icelandic Tourism: Past Directions-future Challenges[J]. *Tourism Geographies*, 2010, 12(2): 278 – 301.
- [11] Teresa Palmer. Tourism and Environmental Taxes with Special Reference to the "Balearic Exotics"[J]. *Tourism Management*, 2003, 24(6): 665 – 674.
- [12] Yumi P, David N. Relationship between Destination Image and Tourists' Future Behavior: Observations from Jeju Island, Korea[J]. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2010, 30(1): 1 – 20.
- [13] Agarwal S. Restructuring and Local Economic Development Implications for Seaside Resort Regeneration in Southwest Britain[J]. *Tourism Management*, 1999, 20(4): 511 – 522.
- [14] McElroy J L, de Albuquerque K. Tourism Penetration Index in Small Caribbean Islands[J]. *Annals of Tourism Research*, 1998, 25(1): 145 – 168.
- [15] David J. Environmentally Sustainable Cruise Tourism: A Reality Check[J]. *Marine Policy*, 2002, 26(2): 261 – 270.
- [16] Morgan R. Some Factors Affecting Coastal Land Scrape Aesthetic Quality Assessment[J]. *Landscape Research*, 1999, 24(2): 167 – 185.
- [17] Stefan G, Paul P, Daniel S. Consequences of Climate Policy for International Tourist Arrivals in Developing Countries[J]. *Third World Quarterly*, 2008, 29(5): 873 – 901.
- [18] Reidar J M. Positioning An Island Destination in the Peripheral Area of the Baltics: A Flexible Approach to Market Segmentation[J]. *Tourism Management*, 2001, 22(4): 493 – 500.
- [19] Diaz P. The Segmentation of Canary Island Tourism Markets by Expenditure: Implications for Tourism Policy[J]. *Tourism Management*, 2005, 26(4): 961 – 964.
- [20] Robin N, Dogan G, Thanika D J. Island Residents' Identities and Their Support for Tourism: An Integration of Two Theories[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2010, 18(5): 675 – 693.
- [21] 陈可馨, 陈家刚. 我国海岛资源的持续利用[J]. *天津师范大学学报(自然科学版)*, 2002, 22(1): 60 – 63.
- [22] 李隆华, 俞树彪. 海洋旅游学导论[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2005.
- [23] 孙炜芳. 福建省海岛旅游开发研究[D]. 福州: 福建师范大学, 2007.
- [24] 陈金华, 秦耀辰, 李晓莉. 国外旅游型海岛人地关系研究进展[J]. *人文地理*, 2008, 16(2): 95 – 99.
- [25] 李植斌. 浙江省海岛区资源特征与开发研究[J]. *自然资源学报*, 1997, 13(2): 56 – 59.
- [26] 陆林. 海滨型与山岳型旅游地客流季节性比较——以三亚、北海、普陀山、黄山、九华山为例[J]. *地理学报*, 2002, 57(6): 731 – 740.
- [27] 夏林根. 新世纪旅游的热点: 远洋海岛旅游——上海、海口、三亚市场调查报告[J]. *旅游科学*, 2001, 8(2): 18 – 21.
- [28] 李振华. 旅游目的地品牌形象定位传播的比较研究——巴厘岛和海南岛的比较[J]. *财经界*, 2007, 11(5): 5 – 6.
- [29] 陈金华, 周灵飞. 海岛居民对旅游影响感知的实证研究——以福建东山岛为例[J]. *地域研究与开发*, 2008, 27(2): 90 – 94.
- [30] 宫元慧, 李悦铮, 姜玉红. 海岛旅游业发展中的瓶颈问题[J]. *中国集体经济*, 2008, 45(18): 11 – 16.
- [31] 刘志军, 刘金, 崔伦辉. 无居民海岛旅游开发发展对策研究[J]. *海洋开发与管理*, 2009, 26(10): 29 – 32.
- [32] 张灵杰, 玉环. 大鹿岛旅游环境容量研究[J]. *东海海洋*, 2000, 12(4): 57 – 61.

[33] 卢昆. 海岛旅游开发研究[D]. 青岛: 青岛大学, 2004.

[34] 刘伟, 李悦铮. 长山群岛旅游开发与布局模式研究[J]. 辽宁师范大学学报(社会科学版), 2009, 32(3): 49-51.

[35] 王跃伟, 栾维新, 陈航. 区域海岛旅游开发模式研究[J]. 海洋信息, 2008, 16(3): 26-30.

[36] 彭慧. 海岛旅游发展模式研究——以海南岛为例[D]. 北京: 北京师范大学, 2005.

[37] 王琦, 李悦铮. 文化型海岛的旅游开发与研究——以刘公岛为例[J]. 海洋开发与管理, 2010, 27(1): 12-15.

[38] 曲凌雁. 世界滨海海岛地区旅游开发经验借鉴[J]. 世界地理研究, 2005, 14(3): 80-85.

[39] 白洁. 发展海岛旅游业的制约因素及对策[J]. 生态科学, 2002, 56(5): 1-3.

[40] 陈烈, 王山河, 丁焕峰, 等. 无居民海岛生态旅游发展战略研究——以广东省茂名市放鸡岛为例[J]. 经济地理, 2004, 24(1): 416-419.

[41] 孙兆明, 马波, 张学忠. 我国海岛可持续发展研究[J]. 山东社会科学, 2010, 25(1): 11-16.

[42] 卢静怡. 浙江玉环大鹿岛旅游的可持续发展探索[J]. 沈阳师范大学学报(社会科学版), 2009, 33(3): 36-38.

[43] 陈金华. 游客对海岛旅游环境的感知研究——以东山岛为例[J]. 广东海洋大学学报, 2007, 27(2): 10-13.

[44] 王树欣, 张耀光. 海南省滨海旅游业发展优势与对策探析[J]. 海洋开发与管理, 2009, 26(9): 91-94.

[45] 唐少霞, 唐本安, 毕华. 立足热带海岛资源特色, 打造南国旅游资源品牌[J]. 经济地理, 2004, 24(5): 536-538.

[46] 高建. 海岛旅游开发模式探讨[D]. 杭州: 浙江大学, 2007.

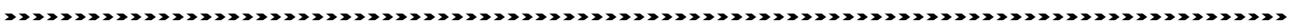
Research on the Inland Market Preference of South China Sea Islands Tourism Based on the Investigation of Zhengzhou Market

Zhang Lisheng

(Tourism and Exhibition College, Henan University of Economics and Law, Zhengzhou 450002, China)

Abstract: Under current complicated international background, the islands tourism development of South China Sea has important sense. The paper analyses the market preference from the degree of education, occupation, incomes based on Zhengzhou's market questionnaire of the sand island tourism significance, residents travel intention, travel time and economic willingness, tourist attractions, tourism preference of tourism products, and many other issues. Finally the paper gives a lot of advices on the South China Sea island tourism development.

Key words: islands tourism; inland market preference; South China Sea islands; Zhengzhou City



(上接第 100 页)

[9] 侯冰. 郑州发展会展旅游的对策研究[J]. 漯河职业技术学院学报, 2008, 7(6): 92-93.

[10] 李方方, 洪霞芳. 南昌市文化创意旅游产业发展的动力机制与实现途径[J]. 企业技术开发, 2012, 31(3): 87-90.

[11] 曾琪洁, 吕丽, 陆林, 等. 文化创意旅游需求及其差异性分析——以上海世博会为例[J]. 旅游学刊, 2012, 27(5): 103-111.

Study on Cultural Creative Tourism Development in Zhengzhou City

Zhao Jie

(Henan Vocational Technology College, Zhengzhou 450046, China)

Abstract: Development of cultural creative tourism industry is important to upgrade tourism industry. It has a large advantage in the development of cultural tourism industry in Zhengzhou City, which are the cultural tourism resources and the accessibility. In the future development of cultural creative tourism industry, the government of Zhengzhou City should strengthen the industry concept, establish and improve the industry's market management mechanisms, establish a brand image with high quality tourism products and services, excavate cultural and creative tourism consumer demand, make enterprises as the main body and increase investment and policy support.

Key words: cultural creative tourism; tourism resources; Zhengzhou City