

基于游客和居民感知的红色旅游发展研究

李万莲

(安徽财经大学 工商管理学院,安徽 蚌埠 233030)

摘要:红色旅游的持续发展对促进旅游和红色文化的有机融合、优化区域经济结构、转变发展方式提供了新途径。基于安徽六安红色旅游景区的实证调查结果表明,游客感知方面存在旅游项目与产品体系欠丰富、旅游基础设施有待改善、旅游商品开发落后等问题;社区居民方面认为红色旅游的发展对社区经济发展存在积极影响,但目前存在受益不均衡、参与有限、生态与人居环境受到负面影响等问题。从拓宽产品谱系、创新产品类型、塑造景区品牌、保障社区利益、实施生态环境保护等方面完善管理行为,将有益于红色旅游的持续发展。

关键词:红色旅游;游客感知;居民感知;持续发展

中图分类号:F592

文献标志码:A

文章编号:1672-8580(2012)04-0001-06

一、红色旅游研究与发展概况

2004 年 12 月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《2004—2010 年全国红色旅游发展规划纲要》是当前指导和推进红色旅游的纲领性文件。根据纲要,红色旅游被界定为:“以中国共产党领导人民在革命和战争时期建树丰功伟绩所形成的纪念地、标志物为载体,以其所承载的革命历史、革命事迹和革命精神为内涵,组织接待旅游者开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动”。显然,红色旅游是以参观游览红色景观为主要内容,以接受思想教育为主要目的的旅游活动^[1],是将革命爱国主义教育与旅游产业相结合的一种新兴旅游产品^[2],带有浓郁的政治色彩,并且得到政策上的大力支持,红色旅游的发展上升到国家层面,红色旅游的学术研究也得到了大力推动,近年来已成为学界关注的热点之一,目前国内对红色旅游的研究主要集中在:红色旅游的基本概念、内涵及特点的理论归纳与总结^[2-3];红色旅游资源与产品的开发^[4-5];游客满意度^[6-7];市场营销及品牌塑造^[8-9];红色旅游的可持续发展问题^[10-11]等,且以宏观的阐释性研究为主,基于实证的研究成果有

限,仅在近年有部分学者开始尝试应用田野调查法并结合个案实证进行调查研究,总体看来有关红色旅游发展的实证研究成果比重较低。

全国红色旅游业经过近 7 年的快速发展,当前面临着一些可能影响其持续发展的现实问题,据 2009 年 7 月湘潭大学旅游管理学院对北京市、湖南湘潭市、陕西延安市、江西井冈山市、江苏常熟市和河南信阳市等 6 个城市的红色旅游景区的抽样调查,结果表明红色旅游景区普遍存在管理体制不健全、讲解内容单调枯燥、游览项目单一、设施设备不全、旅游商品开发落后等问题^[12]。安徽省红色旅游资源丰富,红色旅游的发展起步早,红色旅游在发挥政治文化功能、宣传教育功能的同时,也为革命老区的脱贫致富做出了重要贡献,以 2010 年为例,全省红色旅游接待游客 1360 万人次,红色旅游综合收入 61 亿元,红色旅游直接就业人数 4630 人,间接就业人数达 2.6 万人。近年来,全省红色旅游持续升温,已成为旅游业新的增长点。与此同时,在发展过程中也出现了景区规划的科学性不足,景区低水平、重复性建设、缺少全国一流的红色景区、大景区基础设施建设项目所需资金不足等现实问题^[13],急需

收稿日期:2012-06-05

基金项目:教育部人文社会科学基金项目(10YJC630399)

作者简介:李万莲(1973-),女,安徽凤台人,副教授,博士,硕士生导师,研究方向:旅游消费者行为,旅游可持续发展。

结合景区发展实际进行科学研究,甄别问题,完善发展路径。

鉴于此,本研究选择安徽红色旅游资源密集、红色旅游发展起步早,红色旅游业较为成熟的六安地区作为实证调研区域,设计问卷与访谈提纲,分别开展了游客和社区居民对红色旅游发展现状的感知与评价,以期了解影响红色旅游发展的现实问题,分析原因,探寻对策,为红色旅游的持续发展提供实证研究支持。

二、研究方法

研究采用田野调查法,具体包括问卷调查法和访谈法。调查区域涉及到六安市裕安区、独山镇、金寨县等地,具体景点包括苏维埃城、列宁小学、革命法庭、保卫局、苏维埃俱乐部等众多革命遗址、金寨县烈士纪念馆、红军广场、革命博物馆等地。调研时间集中在2011年7月4-7日。参与调研的调查员为本校旅游管理专业大三的本科生。

调查问卷主要包括两大部分:一是针对游客的,调研内容分为游客的人口统计学特征、游客对红色旅游业发展情况的感知与评价(13个测项,涉及旅游动机、对景区旅游项目的评价、总体感知及未来旅游意向等维度)两大部分;二是景区及周边社区居民对红色旅游业发展情况的感知与评价(10个测项,涉及居民对红色旅游发展的经济、社会与环境影响的感知及总体评价等维度)。

游客调查问卷采用发放人员在景区出口拦截游客进行一对一的调查问卷发放方式,力争做到一卷一收,以保证问卷的回收率和调查结果的可靠性与真实性,共对游客发放问卷243份,实际回收240份,回收率98.7%。社区居民问卷的发放采用登门逐户走访的问卷发放方式,共发放问卷240份,实际回收240份,回收率100%。

三、结果分析

(一)游客感知

1.游客人口统计学特征

调查统计结果显示:红色旅游景区男性与女性游客比例较为均衡,男性游客比重略高,为51.35%;受访对象的年龄主要集中在18岁-60岁之间的中青年游客,占79.3%的比例;18岁以下及60岁以上的游客比重较低。受访对象的受教育程度以大专、本科为主,占到82.31%,月收入主要集中在1000元-3000元之间,职业构成主要为公务员、事业单位工作人员及学生,这

可能与调研时段有关,7月份是我国党史教育的集中时段,国家机关、企事业单位的奖励旅游与主题教育活动较多,同时也是大中专院校暑假开始之际,学生游客较平时增多。同时,受访者中52.8%的游客是第一次参加红色旅游,47.2%的游客以前曾经参加过一次及以上的红色旅游。可见,红色旅游作为一项新兴旅游业态,目前虽尚未成为引领旅游发展的主导产品,但市场拓展空间较大。受访者获取红色旅游信息的主要途径为网上搜索(32.5%)、报纸杂志(32.08%)、朋友推荐(22.08%)及旅行社推荐(13.33%)。

2.游客对红色旅游发展的感知与评价选择

(1)对红色旅游目的和旅游意义的感知

受访者红色旅游目的的调查结果(表1)表明:学习考察、公务会议与观光是红色旅游者的主要旅游动机,三者各占到33.75%、27.08%和16.67%。旅游者认为其参加红色旅游的意义主要体现在缅怀先烈(38.2%)、敬佩伟人(31.82%)及激励自己(17.36%)等方面,反映了游客对参加红色旅游的价值感知。

表1 游客对红色旅游目的与旅游意义感知

| | | | | | |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 旅游目的 | 探亲访友 | 休闲度假 | 公务会议 | 学习 | 观光 |
| 比例 | 7.92% | 14.58% | 27.08% | 33.75% | 16.67% |
| 旅游意义 | 缅怀先烈 | 敬佩伟人 | 激励自己 | 教育后人 | 欣赏风景 |
| 比例 | 38.33% | 32.08% | 17.5% | 4.17% | 7.92% |

(2)游客偏爱的红色旅游景区吸引物

调查结果显示,最能吸引游客到红色旅游景区旅游的核心吸引物是红色旅游文化,选择该项的游客比例达40.83%,其次是与之景区相关的历史故事,占34.17%,可见红色旅游景区在发展过程中,深挖红色旅游精神,精心打造红色文化特色、塑造红色旅游品牌是景区培育核心竞争力的重要影响因素。另外,自然风光与乡土气息也是部分游客的选择偏爱,其比例分别为17.08%与7.92%,红色旅游景区在主导红色概念的同时需因地制宜,结合本地特色旅游资源,科学规划,推动红色旅游与绿色旅游、乡村旅游的有机结合,设计拓展旅游产品,以进一步增强红色景区的旅游市场吸引力。

(3)游客对景区服务项目的感知评价与选择

游客对景区服务项目的感知评价与下述(4)中的总体感知评价引入了感知实绩模型,以受访对象实地游览体验后的满意与否作为感知评价的依据。目前游客满意度测度方法中应用较多的测度模型主要有:期望—绩效法(expectation performance approach)、重要性绩效法(importance-performance approach)、期望—不确认法(expectancy-disconfirmation approach)和感知实

绩法(performance only approach)等^[14]。早期的研究认为期望差异是顾客满意的直接原因^[15-16]，后来的研究发现，感知绩效与游客满意度具有直接的关系，甚至感知绩效对顾客满意度的影响高于期望差异的影响^[17-18]。该部分研究的调查问卷采用李克特(Likert)5分度量表，让受访对象根据个人实际情况填写对各题项的满意程度，5代表很好，4代表较好，3代表一般，2代表不好，1代表很不好。

对问卷数据的统计结果(表2)显示,受访者对红色旅游景区(点)旅游项目的构成总体持好评态度,其中选择“好”的占到46.44%,选择“很好”的占17.57%,选择“一般”的比重为22.18%,这与六安地处皖西大别山区红色旅游资源具有得天独厚的基础及区域一直重视红色旅游项目的开发与建设是分不开的,未来各景区还需要进一步加强旅游项目的创新,以适应游客不断变化的旅游需求。另外,受访者对红色旅游景区(点)展陈方式的评价,选择“一般”的比例较高,为55%,选择“很好”与“好”的比例合计占到22.5%,反映了游客对红色旅游景点展陈的实际感知与体验不高,未来改善提升空间较大,目前调查景区和景点的区域经济欠发达,展示手段受到经济发展水平制约,相对于都市型、主题公园等旅游高科技应用较多的旅游景区景点来说,旅游产品与项目的展陈方式差距较大。

表2 游客对景区旅游软硬件条件的感知

| | 很好 | 好 | 一般 | 较差 | 很差 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 旅游项目构成 | 17.5% | 46.25% | 22.08% | 10% | 4.17% |
| 展陈方式 | 8.75% | 13.75% | 55% | 12.92% | 9.58% |
| 旅游商品 | 5.24% | 11.25% | 50.42% | 19.175 | 13.75% |
| 爱国主义教育和革命传统教育的效果 | 18.75% | 30.42% | 27.5% | 14.58 | 8.75% |

红色旅游景区通过红色旅游纪念品作为红色革命精神的载体,既可以起到很好的教育示范作用,又能产生一定的经济受益。调查结果显示,受访游客对红色旅游景区(点)旅游商品的评价选择“一般”的占到50.41%,选择“好”与“很好”的合计占到16.7%(表2),目前旅游商品多为社区居民销售的乡土特产,同质化现象严重,附加值较低;景区专属红色旅游纪念品较少或没有,且存在样式简单,制作粗糙、文化内涵与吸引力不足的问题,未来红色旅游景区旅游商品的开发设计、销售与服务的提升空间较大。

受访游客对红色旅游景区(点)的爱国主义教育与革命传统教育效果的感知情况较好,选择“好”与“很

好”的游客比重达到47.2%,选择“一般”的比例为26.4%,认为“较差”与“差”的比重为22.4%(表2)。提升红色旅游的教育作用与实际效果需要多方面考虑相关影响因素,特别景区的开发、建设、管理与服务质量等,否则可能会影响到人民群众对革命历史的正确认识与理解,影响到红色旅游的教育效果,最终影响到红色旅游的生命力与可持续性^[15]。

(4)游客对景区的总体评价

受访者对参观过的红色旅游景区(点)的总体评价尚好,其中选择“很好”的比例为9.58%,认为总体为“好”的占27.92%,认为“一般”的比例占35.83%,认为“较差”与“差”的比例分别为21.25%和5.42%。在有关“您认为目前红色旅游发展存在的不足之处?”的问卷调查中,游客的选择集中在“文化内涵不够深刻”、“活动内容不够丰富”及“旅游设施不够完善”等方面(表3),是制约红色旅游景区发展的主要问题,与阎友兵等(2009)的调查研究结果相似。

表3 游客对景区发展不足的感知

| 问项 | 活动内容不够丰富 | 旅游设施不够完善 | 服务态度不够热情 | 文化内涵不够深刻 | 门票价格比较贵 | 推广力度不够 |
|----|----------|----------|----------|----------|---------|--------|
| 比例 | 21.35% | 19.1% | 10.96% | 27.53% | 7.87% | 13.2% |

(5)游客未来红色旅游意向

调查结果显示,在未来旅游计划中,有25.42%的游客有意向“会”选择红色旅游,但有57.92%的受访者选择了“看情况决定”,16.7%的游客选择“不会选择”红色旅游产品。影响游客出游的因素很多,旅游目的地的选择会随选择情境的变化而变化,红色旅游作为一种旅游新业态,在政府主导下发展态势较好,已经逐渐成为吸引游客出游的一类重要的旅游形式,但是受资源品质独特、发展历程较短、细分市场特征较显著、知名度及影响力有待提高等因素的影响,要获得更多旅游者的认可,尚需要深化产品的开发与设计、组合与创新,同时实施有效的市场营销与推广策略。

(二)社区居民对红色旅游发展情况的感知

旅游目的地居民态度对旅游者体验的好坏及当地旅游业发展的深度和广度都有非常重要的影响,红色旅游的持续发展业离不开景区(点)周边社区居民的参与和支持。下面就本次研究对六安市红色旅游景区(点)周边社区居民的问卷调查与访谈资料的结果分析如下。

1.红色旅游发展的经济影响

对社区居民的调查显示,66.25%的受访居民同意“发展红色旅游业可以带动当地经济的增长”,

25%的受访者“不同意”,其他居民持“中立”态度。对“当地发展红色旅游业可否增加就业岗位”的调查显示,62.5%的受访社区居民持“同意”态度,21.2%“不同意”。调查还显示,有55%的居民认为“当地发展红色旅游业可以增加个人收入”,但也有17.92%的居民不认同此观点。可见,大部分的社区居民已经认识到由游客旅游消费带动的旅游产业发展是区域经济发展的重要组成部分,肯定了红色旅游发展所带来的正面经济效应。

2.红色旅游发展的社会影响

“发展红色旅游业对提高当地知名度有积极的影响力”的观点得到了66.25%社区受访居民的认同(表4),有关“红色旅游的发展是否会对当地红色文化的传承起到积极的影响”问题的调查显示,受访对象的观点分歧较大,持“同意”观点的占41.25%,但是持“不认同”观点的比例也占到了39.58%,访谈结果显示,当地居民认为游客的进入,出现了“文物破坏、环境污染及商业化过重”等问题,一定程度上引发了当地居民对“旅游业的发展是否是最有效的红色资源保护及传统红色文化传承的手段”的担忧与质疑。

表4 红色旅游发展对提高区域知名度、促进红色文化传承作用的居民感知

| | 不同意 | 中立 | 同意 |
|------------------------------|--------|--------|--------|
| 你认为当地发展红色旅游业可以提高本地知名度吗? | 12.92% | 20.83% | 66.25% |
| 你认为当地发展红色旅游业可以促进本地对红色文化的传承吗? | 39.58% | 19.17% | 41.25% |

另外,调查结果还显示,有68.84%的居民认为“发展旅游业对其日常生活造成了影响”,其中32.59%受访居民认为“有影响且很反感”,36.25%的居民认为“有影响但是可以接受”;旅游17%的居民认为“没有影响”;14.16%的受访对象选择了“没有感觉到影响”。红色旅游的发展是把双刃剑,带来显著效益的同时不可避免地会影响到部分社区居民的传统生活模式。

3.红色旅游发展的环境影响

在对“你认为发展红色旅游后当地的基础设施是否得到改善?”问题调查中,56.25%的受访对象“同意”此观点,但也有30.83%的受访对象“不同意”。对“发展红色旅游业是否能改善社区环境?”的调查显示,39.17%的受访持“同意”态度,20%的受访持“中立”的观点,持“不同意”态度的受访对象占到40.83%。访谈结果反映,皖西大别山区本底生态环境质量佳,山清水秀的居住环境一直是当地社区居民世代生活的居所,

伴随着红色旅游的快速发展,游客的进入,旅游项目的建设实施,旅游管理与发展理念的可持续性欠佳等均造成了旅游发展过程中红色文物资源的破坏、区域生态环境的污染等问题,不同程度地影响了当地社区的生态环境,因此,负面效应不容忽视。

4.居民对红色旅游发展的总体评价

调查结果显示,46.66%的受访对象认为当地发展红色旅游业是大多数居民受益的事业,但也有37.92%的受访对象不同意此观点。当地政府以发展红色旅游带动当地经济发展、增加就业为出发点是好的,但如何有效保障社区居民的利益,使大多数人真正从红色旅游业的发展中受惠是值得持续关注的管理话题和研究命题。

表5的统计结果显示,大多数受访居民对社区发展红色旅游业的重要性和积极效应持肯定态度,表明社区居民已认识到旅游业带动当地社会、经济持续发展的重要性,社区对旅游业发展的积极认知态度将有利于经营管理部门在红色旅游业的未来发展过程中获得更多的社区支持,也将有利于和谐旅游社区的创建。

表5 居民对红色旅游业重要性的总体感知

| | 非常重要 | 重要 | 一般 | 不重要 |
|------------------------------|------|--------|--------|-------|
| 总体上,你认为旅游业对当地社会、经济发展的重要程度如何? | 45% | 30.83% | 15.83% | 8.33% |

红色旅游是一个政府主导下的新兴文化产业,在各级党政和旅游部门的共同努力下得到了快速发展,积累了不少有益的经验,特别是在强化政府主导,加强科学规划,加大投入力度,推进区域一体化等方面均已取得了较大的突破。本次实证调查结果显示,红色旅游在发展进程中仍存在许多具体的现实问题,有待持续关注,特别是涉及旅游发展的软硬件环境建设、创新型产品设计与开发,红色旅游与其他旅游业态的有机组合和科学融合、旅游景区的品牌塑造与推广、社区居民“经济—社会—环境”复合利益的保障等,均是急需解决的重要问题,为此,从以下几方面提出管理建议,供相关决策和运营部门参考。

(一)以产业融合促红色旅游产品创新

随着休闲生活方式在公众生活中占据的位置越来越重要,红色旅游亟需迎合时代发展和消费者心理需求,传统单一的红色旅游产品已不能满足市场需求,需要融入更多具有生活品位、人性关怀的体验型、包容开放型、度假休闲型和运动时尚型旅游产品,以丰富红色旅游的产品谱系,增强红色旅游的市场吸引力。因此,

以产业融合为视角,深挖红色文化特色,将红色旅游与山水风光游、乡土风情游进行多元的组合与融合。六安地区不仅是中国革命史上一个重要的红色圣地,因地处大别山区,也是一个丰富的绿色生态宝库,拥有丰富的绿色资源和深厚的历史文化资源,皖西文化、湖湘文化、中原文化等多种文化在这里交汇、磨合、沉淀,形成新的文化特质,为红色旅游与绿色旅游、乡村旅游、康体旅游、休闲度假游等多业融合提供了基础条件。基于产业融合的红色旅游产品谱系的开发与设计,不仅可以有效提升区域红色旅游的竞争力和附加值,而且还可以更加有效地拓宽区域生态之旅、康体健身疗养之旅的市场辐射,优化产品结构,延长红色旅游消费链。

(二)以品牌塑造促红色旅游的营销推广

红色旅游品牌的塑造,除依托有影响力的龙头项目外,还需要结合当前游客“体验型”需求增强的市场现实,从景区建设入手,加大产品创新力度,提升服务质量,实施精细化管理,强化景区品牌塑造与管理意识。积极运用高科技手段,丰富史料陈列馆的展陈效果、规划设计体验型旅游项目,丰富旅游活动,提升讲解水平,力争让红色旅游从传统的静态文物展览向文化体验、精神传承转化,积极寻找有效途径,特别是构建红色旅游数字化综合平台,全面宣传景区信息,扩大对外宣传,推广品牌形象,提高知名度,吸引更多游客。同时,还要充分发挥旅行社组织客源的优势,支持其参与红色旅游的经营管理与推介。

(三)以鼓励社区参与促和谐景区建设

社区是旅游运营过程中的重要利益相关者,社区居民如何有效参与到区域旅游业发展的规划、决策与利益分配中,是旅游管理部门不容忽视的问题。友善、洁净、淳朴的社区文化对游客满意度感知与良好体验具有显著的积极影响。社区居民对当地环境、民俗、人文历史了解较多,社区的有效参与也有利于景区创造独具特色的区域旅游文化氛围。因此,政府应加强宣传,做好社区居民参与到旅游业中来的思想动员、制定社区参与规划,实施旅游从业技能培训工作,调动居民参加景区保护、开发、宣传与经营管理工作,不仅有利于和谐景区的创建,也是改善和提高社区居民生活质量的重要途径。

(四)以景区资源环境保护促红色旅游可持续发展

红色旅游资源是宝贵的历史遗产,许多革命遗址、伟人遗物和自然生态环境都是不可再生资源。以安徽六安金寨县为例,现有保存完好的革命旧址 286 处,国家级文物保护单位 1 处,省级文物保护单位 6 处,县级

文物保护单位 15 处。其中,革命烈士陵园为全国爱国主义教育示范基地、全国重点烈士纪念建筑物保护单位;红军广场景区为 4A 级旅游区;此外还有红 25 军、红 28 军军部旧址。“千里跃进,将军故乡”的红色旅游经典、鲜明的主题形象,早已深入千家万户,已成为大别山红色精神的载体,保护价值极高。因此,加强红色旅游资源保护、红色文化的传承是一项重要而艰巨的工作。政府要为红色旅游的发展制定科学的规划,坚持保护性开发与依据资源品质分层级开发的原则,加大对红色历史遗址、遗存的保护力度。与此同时,红色旅游景区(点)还要加强区域生态环境保护、整治与宣传工作,开展游客与社区居民旅游环境行为教育,为区域红色旅游事业的可持续发展奠定良好的资源环境基础。

参考文献:

- [1] 尹晓颖,朱竑,甘萌雨.红色旅游产品特点和模式研究[J].人文地理,2005,(2):34-37.
- [2] 余凤龙,陆林.红色旅游开发的问题诊断及对策——兼论井冈山红色旅游开发的启示[J].旅游学刊,2005,(4):56-61.
- [3] 喻彩霞,张河清,陈宁英.中国红色旅游研究综述[J].桂林旅游高等专科学校学报,2008,(2):272-276.
- [4] 朱孔山.区域红色旅游产品体系构建与开发——以临沂市为例[J].商业研究,2007,(8):130-132.
- [5] 童亿勤,叶持跃,叶明.浙东四明山红色旅游目的地的开发与建设[J].资源开发与市场,2008,(2):171-173.
- [6] 黄平芳,胡明文,王小琴.红色旅游解说系统的游客满意度研究——以兴国将军园为例[J].江西农业大学学报:社会科学版,2010,(3):125-129.
- [7] 郑赤建,李亚钦.红色旅游游客满意度影响因素实证研究——以韶山、井冈山、西柏坡、延安等红色旅游景区为例[J].湖南财经高等专科学校学报,2010,(4):27-29.
- [8] 赵慧,徐颂军,蔡炫.湖南省红色旅游品牌建设探析[J].华南师范大学学报:自然科学版,2009,(3):121-126.
- [9] 唐峰陵.广西红色旅游市场定位与营销策略[J].广西社会科学,2010,(12):33-36.
- [10] 陈小春,王迪云.推进红色旅游后续发展的战略思考[J].经济地理,2009,(5):876-880.
- [11] 杨洪,邹家红,朱湖英.湖南省红色旅游优化升级研究[J].经济地理,2010,(12):2109-2115.
- [12] 阎友兵,陈非文,方世敏,刘建平.2009年全国红色旅游发展现状调查与思考[J].湘潭大学学报:社会科学版,2009,(6):84-88.
- [13] 安徽省红色旅游工作领导小组办公室.安徽省红色旅游 2010 年工作总结和 2011 年工作要点[EB/OL].(2011-02-

- 12) [2012-05-26]. <http://www.ahnw.gov.cn/2010xcly/html/201102/%7B3FE2178D-F3FD-4BD5-9DCC-06EBB69A-6929%7D.shtml.html>.
- [14] 张言庆. 旅游地游客满意度测量的方法和量表[J]. 经济论坛, 2007, (11): 74-75.
- [15] Pizam A, Neumann Y. Dimensions of tourist satisfaction with a destination area[J]. *Annals of Tourism Research*, 1978, (5): 314-322.
- [16] Bread J B, Ragheb M G. Measuring leisure satisfaction[J]. *Journal of Leisure Research*, 1980, (12): 20-33.
- [17] Hui T K, Wand, H A. Tourists satisfaction, recommendation and revisiting Singapore[J]. *Tourism Management*, 2007, (4): 965-975.
- [18] 史春云, 刘泽华. 基于单纯感知模型的游客满意度研究[J]. *旅游学刊*, 2009, (4): 51-54.

责任编辑: 梁 雁

A Study on the Development of Red Tourism Based on the Perception of Tourists and Residents

LI Wanlian

(School of Industry & Commerce Administration,

Anhui University of Finance and Economics, Bengbu 233030, China)

Abstract: The sustainable development of red tourism not only promotes the organic integration of tourism and red culture, but also provides a new way to optimize the regional economic structure and transform the mode. The survey results of the development of red tourism in Liu'an area, Anhui Province shows that the overall development is in a good shape. However, some views from the survey of visitors indicate there are some shortcomings such as insufficiency of the tourist attractions and tourism projects, imperfect tourism infrastructure, and unattractive tourism products etc. Moreover, the community residents' perceptions of the development of red tourism are under investigating. Most of the residents agree on the view that the development of red tourism has a positive impact on community economic development, but there are still some problems such as the balance of interest and limited participation in the community, negative impact on the ecological environment and community living environment. In the end of the paper, some suggestions have been proposed to promote the sustainable development of red tourism, including expanding the product spectrum, innovating tourism product type, branding the area of red tourism, protecting community interests, implementing red tourism resources and protecting the ecological environment in the tourism areas.

Key words: red tourism; tourist perception; residents perception; sustainable development