

古村落旅游供给与游客旅游意愿的关系研究

李泽锋

(宁波城市职业技术学院 旅游学院, 浙江 宁波 315100)

[摘要] 文章通过问卷调查的方式,对宁波清塘村进行古村落旅游供给与游客旅游意愿的调研。通过对数据及相关资料的分析,得到以下结果:第一,古村落旅游供给包含“主题活动”“休闲设施及服务”“购物消费”“自然环境”“生活环境”“建筑及基础设施”六个维度;第二,游客对古村落旅游供给中的自然环境维度关注最高,其次为建筑及基础设施、休闲设施及服务;第三,古村落旅游供给与游客旅游意愿呈中等程度正相关,在具体维度上,自然环境与游客旅游意愿的相关系数最高,其次为购物消费、生活环境等。在此基础上,提出古村落旅游开发与利用的建议:重视古村落自然环境的保护和利用;完善旅游服务设施,提供良好旅游体验;适当控制购物消费,保持古村落原始氛围。

[关键词] 古村落;旅游供给;旅游意愿;清塘村

[中图分类号] F590

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-6973(2018)02-0104-07

当下,各类古村落、古镇旅游不断兴起,随着美丽乡村建设的推进,越来越多的传统村落进行旅游开发。而这其中,很多古村落的旅游开发带有一种盲目性与跟风性,缺少对游客需求的深入了解与分析。这样的盲目性会直接导致开发后的古村落景区得不到游客的认可,游客缺失,景区不能可持续发展,甚至对原有的古村落景观造成破坏。因此,有必要从游客角度出发,关注古村落旅游供给和游客旅游意愿的关系,分析在古村落旅游开发中,哪些是游客所需要的、重点关注的,以此来减少古村落旅游开发中盲目性、无序性和重复性等问题。

一、文献回顾

不少学者在旅游供给或游客旅游意愿等方面做出探索。刘军胜和马耀峰(2017)通过对北京入境游的研究,归纳出旅游供给的9维度因子,即景区标识与宣传、旅游交通、人文环境、自然环境、旅游活动等,并进一步发现旅游供给对游客的推荐意愿与重游意愿均呈中等程度正相关。^[1]张春琳(2012)指出在乡村旅游中,当地的饮食环境、民族特色、休闲娱乐、安全与管理等能够促进游客的游览行为。^[2]Phillips W, Jang S C. (2007)的研究显示游客的旅游意愿与目的地的旅游认知形象和情

感形象呈正相关。^[3]丁凤芹等(2015)研究指出“生态环境”“认同感”对旅游意愿有较高的影响,“村落形态”等影响较弱。^[4]Wang P(2016)研究指出游客的未来旅游意向受旅游目的地信息及网络服务口碑的影响。^[5]郭功星等(2016)的研究显示消费者的自我效能及消费者敌意和其旅游意愿相关。^[6]Patwary AK, Rashid B(2016)对马来西亚的酒店服务质量及学生游客旅游意向进行研究,发现旅游地酒店的服务质量能够促进游客的重游行为。^[7]万绪才,赵梦娟(2016)研究发现影响旅游意愿的因素包括旅游资源、产品、旅游接待服务、旅游安全、交通便捷度和旅游价格等。^[8]刘军胜,马耀峰(2017)研究发现入境游客对西安旅游信息与营销、旅游餐饮住宿与城市人文环境因子感知程度最强,对城市自然环境因子感知程度最弱。^[9]

现阶段,对古村落的旅游供给及旅游意愿方面的研究非常少,这与当下古村落旅游蓬勃发展的形势有较大差距,因此,本文对古村落旅游供给及游客旅游意愿方面的研究有较强的理论与现实意义。

二、材料及研究方法

(一)量表设计

参考已有的学者对旅游供给、旅游意愿等的研

[收稿日期] 2017-08-14

[基金项目] 宁波市哲学社会科学规划课题“全域旅游视域下宁波美丽乡村建设的创新模式及路径研究(G18-ZN12)”。

[作者简介] 李泽锋(1990-),男,浙江诸暨人,硕士,助教,研究方向:全域旅游、宗教旅游。

究(丁风芹等,2015;郭功星等,2016;杨珍红,2011; Lee S H, Lee B C, 2017)^{[4][6][10][11]},结合古村落旅游及案例地的实际情况,设计本次研究问卷。主要包括三部分,第一部分为古村落旅游供给,第二部分为游客旅游意愿,第三部分为游客人口学统计特征,总计38个题项,详见表2、表3。

(二)数据获得及处理

于2017年7月2日至7月8日进行相关问卷数据调查,调查地点为宁波市鄞州区清塘村。清塘村已有上百年的历史,其周边是被誉为宁波最美公路的“风车公路”。“风车公路”的游客量较大,最多时期每天有近2万的游客量,伴随着“风车公路”旅游热度的上升及带来的巨大客流量,清塘村也借此涉及旅游业。此次问卷调查采取随机抽样调查的方式,现场发放并进行回收,总计发放问卷170份,有效问卷为152份,有效率为89.4%。

对回收所得到的问卷用SPSS 19进行处理,首先检验其信度及效度,而后通过因子分析拟合出旅游供给维度及游客旅游意愿维度,并对其作出分析,最后分析古村落旅游供给和游客旅游意愿之间的关系。

三、结果分析

(一)古村落旅游供给及游客旅游意愿分析

1. 维度分析

运用SPSS 19软件来检验问卷的信度,一般情况下我们主要考虑项目之间是否具有较高的内在

一致性,即使用克隆巴哈信度系数法(Cronbach'α)来测量。Cronbach'α系数大于0.6即表示可以接受,大于0.7即表示信度较好,大于0.8即表示信度非常好。^[12]通过软件分析发现古村落旅游供给问卷的Cronbach'α为0.886,游客旅游意愿问卷的Cronbach'α为0.848,表明信度非常好。

在此基础上进行探索性因子分析。先进行适宜性检验,KMO值越接近于1,则表明变量间的共同因素越多,越适合进行因子分析。一般来讲,KMO值大于0.7为可以接受,大于0.9为非常好。^[12]古村落旅游供给问卷的KMO值为0.865,量表的P值为0,达到显著水平,表示适宜做因子分析。游客旅游意愿问卷的KMO值为0.774,量表的P值为0,也适宜做因子分析。

本研究使用主成分分析法抽取特征值大于1的因子对问卷数据进行因子分析,并以方差最大旋转法进行旋转,得到因子分析结果,详见表2、表3。

通过公因子提取,从古村落旅游供给问卷得到“主题活动”“休闲设施及服务”“购物消费”“自然环境”“生活环境”“建筑及基础设施”六个维度。

从游客旅游意愿问卷得到“游览意愿”“推荐意愿”两个维度。

2. 古村落旅游供给及游客旅游意愿各维度分析

根据因子分析结果,对古村落旅游供给及游客旅游意愿进行统计分析,详见表4。

表1 问卷 KMO 与 Bartlett 检验
Tab.1 Questionnaire KMO and Bartlett test

量表名称		古村落旅游供给问卷	游客旅游意愿问卷
Kaiser—Meyer—Olkin	取样适当性度量	0.865	0.774
	近似卡方分布	1771.484	256.329
Bartlett 球形检验	自由度	378	6
	显著性	0.000	0.000

表2 古村落旅游供给问卷因子分析结果
Tab.2 Analysis result of questionnaire on tourism supply of ancient villages

因子	题项	旋转后因子					
		1	2	3	4	5	6
主题活动	有鲜明的主题特色	0.521	0.446	-0.089	0.123	-0.049	-0.030
	户外拓展活动	0.630	-0.025	0.150	-0.150	0.337	0.166
	夜间娱乐活动	0.615	-0.048	0.216	0.066	0.142	0.422
	现代节庆活动	0.763	0.159	0.092	0.172	0.045	-0.025
	基于传统生活及风俗的活动	0.391	0.341	0.214	0.349	0.276	-0.347

因子	题项	旋转后因子					
		1	2	3	4	5	6
休闲设施及服务	有古村特色的民宿、酒店	0.015	0.482	0.097	-0.296	0.464	0.196
	休闲娱乐设施	0.082	0.612	0.319	0.061	-0.028	0.350
	古村内部交通	-0.024	0.622	0.193	0.283	0.079	0.232
	古村内的指示牌等设置	0.100	0.711	0.045	0.103	0.104	0.044
	特色山里农家餐饮	0.061	0.594	0.268	0.150	0.196	0.076
	互联网+古村旅游	0.178	0.561	0.090	0.105	0.164	0.051
	古村里的管理及导游人员	0.009	0.667	0.316	0.285	0.162	0.058
	个性化服务	0.176	0.574	0.313	0.254	0.163	0.022
购物消费	门票价格	-0.128	0.395	0.507	0.236	0.071	0.254
	住宿、餐饮等价格	-0.082	0.467	0.493	0.173	0.196	0.202
	当地特产	0.125	0.302	0.617	0.000	0.371	0.095
	能够参与商品的制作	0.136	0.107	0.795	0.073	0.082	0.102
	商品的纪念价值	0.177	0.255	0.758	0.080	-0.063	0.008
自然环境	自然休闲	-0.078	0.143	0.184	0.532	0.071	0.529
	“风车公路”的美丽景致	0.033	0.223	0.133	0.801	0.058	-0.049
	世外桃源般的自然环境	0.172	0.231	0.023	0.735	0.187	0.150
生活环境	清凉的避暑环境	0.095	0.137	0.065	0.382	0.629	0.363
	朴素的民风民态	0.094	0.247	0.004	0.291	0.681	0.028
	寺院的佛教文化	0.289	0.350	0.184	0.068	0.526	0.025
	特产食品天然、有机、绿色	0.124	0.001	0.569	0.028	0.641	0.049
建筑及基础设施	古村建筑特色及外观	0.248	0.297	0.070	0.391	0.160	0.517
	外部交通及停车场	0.101	0.115	0.170	-0.020	0.062	0.332
	厕所等卫生设施	0.065	0.425	-0.260	-0.047	0.311	0.431

表 3 游客旅游意愿问卷因子分析结果

Tab. 3 Analysis result of questionnaire on the tourists' willingness to travel

因子	题项	旋转后因子	
		2	1
游览意愿	我愿意特意来旅游休闲	0.942	0.185
	我会在游览“风车公路”时顺便来	0.608	0.577
推荐意愿	我愿意向他人宣传	0.513	0.713
	我会推荐他人来	0.219	0.942

表 4 古村落旅游供给及游客旅游意愿分析

Tab. 4 Analysis of the tourism supply and tourists' willingness to travel

维度	极小值	极大值	均值	标准差
主题活动	1.00	5.00	3.47	0.89
自然环境	1.00	5.00	4.17	0.96

维度	极小值	极大值	均值	标准差
建筑及基础设施	1.33	5.00	4.07	0.85
休闲设施及服务	1.50	5.00	3.75	0.86
购物消费	1.00	5.00	3.28	1.03
生活环境	1.00	5.00	3.65	0.90
游览意愿	1.00	5.00	4.02	0.78
推荐意愿	1.00	5.00	3.94	0.88

从表4中我们可以看到,对于古村落旅游供给各维度而言,排名最靠前的是“自然环境”维度,均值为4.17,这说明对于游客而言,在古村落旅游中,主要的关注点是当地的自然景致。很多古村落在山林田野之中,宛如世外桃源,对于游客,尤其是城市的游客而言,首要是冲着其优美的自然环境而去的,反璞归真,贴近自然。因此,在古村落景区的开发中应重视并利用好原有的自然环境,在保证游客基本旅游设施的前提下,最大化的保护并利用原有环境景观。

第二是建筑及基础设施,均值达到4以上,为4.07,标准差为0.85。对于古村落而言,其具有历史底蕴的古宅建筑特色对于游客有较大吸引力,透过具有浓厚历史气息的建筑,让游客感受古村魅力。与此同时,可进入性也成为游客关注的重点。一般而言,古村落的可进入性都比较差,此次的调研地清塘村也需要近半个小时的盘山公路车程才能到达。

第三是休闲设施及服务,其均值为3.75,标准差为0.86。休闲设施及服务涵盖的内容相对较广,也是游客直接感受和体验的重要内容,包括特色民宿、休闲娱乐设施、内部交通、指示牌、互联网服务等。因此,古村景区在进行建设开发时有必要关注休闲设施及服务,让游客获得一个良好的旅游体验。

接下来分别是生活环境,均值为3.65;主题活动,均值为3.47;购物消费,均值为3.28。古村落的生活环境,如民风民态、特产等是游客古村落体验的重要环节,因此,在旅游开发中应该注意对古村

落原有生活状态的保留,让游客能够感受到千百年来生活故事的。主题活动主要是对游客娱乐需求上的满足,相比其他维度而言,游客在此方面的要求相对较低。最后是购物消费,均值为3.28,处于正向需求上,但相比较其他维度,其均值是最低的。因此,在旅游开发中,古村的商业化程度不宜过高,购物点等布置需要与环境相适应。

在游客旅游意愿上,分别为游览意愿和推荐意愿两维度,其中游览意愿的均值为4.02,标准差为0.78;推荐意愿均值为3.94,标准差为0.88。游客旅游意愿整体较强,其中游览意愿更为强烈,而且标准差较小,游客观点相对更为一致。这说明游客对于古村落旅游有较强的旅游意愿,愿意参与并推荐古村落旅游。这反应了古村落旅游市场广阔,在相关条件具备下,可以进行相应的旅游开发活动。但是需要与古村落旅游供给各维度相联系,哪些在开发中需要重点关注,哪些需要避免或者维持在较低水平,最终打造出受游客欢迎的古村落旅游产品。

(二)古村落旅游供给与游客旅游意愿的关系分析

对古村落旅游供给与游客旅游意愿的相关关系主要运用SPSS 19的Person相关系数来分析两者之间的相关性,详见表5。一般而言,当 r 为0时,说明两变量不相关;当 r 的绝对值小于0,说明是负相关;当 r 在0到0.3之间时,说明相关程度较低;当 r 的在0.3到0.7之间时,证明两变量之间相关度中等;当 r 为大于0.7而小于1时,说明两变量的相关性非常高;当 r 为1时,证明两变量完全相关。^[12]

表5 古村落旅游供给及各维度与游客旅游意愿及各维度之间的相关性分析

Tab.5 Correlation analysis between the tourism supply and various dimensions of the ancient

变量	旅游供给	主题活动	自然环境	建筑及基础设施	休闲设施及服务	购物消费	生活环境
游客旅游意愿	0.316 * *	0.145	0.363 * *	0.193 *	0.205 *	0.274 * *	0.220 * *
游览意愿	0.349 * *	0.215 * *	0.356 * *	0.223 * *	0.227 * *	0.303 * *	0.225 * *
宣传意愿	0.243 * *	0.063	0.318 * *	0.139	0.157	0.210 * *	0.185 *

注: * * $P < 0.01$ (双尾), * $P < 0.05$ (双尾)。

1. 旅游供给与游客旅游意愿之间的相关性分析

从表5中可知,古村落旅游供给和游客旅游意愿在0.01水平上显著相关,相关系数为0.316,达到中等程度的相关水平。这说明古村落旅游供给对游客旅游意愿有相当程度的影响。多方面、高质量的古村落旅游供给能够给游客带来良好的旅游体验,形成良好的旅游形象,并有助于在游客中形成口碑效应。因此,良好的古村落旅游供给是古村落景区开发过程中必须考虑到的,完善的旅游基础及服务会提高游客的旅游意愿。

2. 各维度间相关性分析

对于游客旅游意愿的“游览意愿”和“宣传意愿”而言,旅游供给和游览意愿的相关系数为0.349,在0.01水平上显著相关;旅游供给和宣传意愿的相关系数在0.243,也在0.01水平上显著相关。相比而言,旅游供给与宣传意愿上是低程度的相关,即古村落旅游供给的好坏更大程度上影响游客直接前往的意愿,对游客宣传意愿影响较弱。一般而言,游客在了解到有较好的旅游目的地,首要的是自己的体验,再进一步去传播和推广,更多人愿意在自身体验的基础上再做出判断。因此,古村落旅游供给更多的是影响其直接的游览意愿,而对于游客的宣传意愿影响较弱。

对于古村落旅游供给的六个维度“主题活动”“自然环境”“建筑及基础设施”“休闲设施及服务”“购物消费”“生活环境”,在对游客旅游意愿的相关性上,与自然环境、购物消费、生活环境三项是在0.01水平上相关,与建筑及基础设施、休闲设施及服务两项是在0.05水平上相关,与主题活动相关性不显著。

自然环境与游客旅游意愿的相关系数最高,为0.363。其中与游览意愿的相关系数为0.356,与宣传意愿的相关系数为0.318。从中可以发现,游客对古村落旅游首要看重的是古村落的自然环境。自然环境越好,游客的旅游意愿会越强烈。同样,宣传意愿上也是如此,自然环境和宣传意愿的相关系数也达到0.318。古村落自然环境的保护、利用、融合,是游客来此旅游并主动宣传的主要要素。

购物消费、生活环境与游客旅游意愿的相关系数排在第二、三位,相关系数分别为0.274和0.220。就购物消费而言,其与游览意愿的相关性系数为0.303,与宣传意愿的相关性系数为0.210,且都在0.01水平上显著。购物消费对游客旅游意愿影响程度相对较低。同时,相比宣传意愿而言,其更对游览意愿起作用。购物消费主要是涉及游

客自身在古村落旅游景区的消费情况,因此,对游览意愿的影响也更大。就生活环境而言,其与游客旅游意愿中的游览意愿、宣传意愿两个维度呈现在0.01水平上的显著相关,但是相关程度较弱。

建筑及基础设施、休闲设施及服务与游客旅游意愿在0.05水平上呈现显著相关,且相关程度较弱。其中建筑及基础设施与游览意愿在0.01水平上显著相关,相关系数为0.223,与宣传意愿相关性不显著。休闲设施及服务与游览意愿在0.01水平上显著相关,相关系数为0.227,与宣传意愿相关性不显著。说明这两项在一定程度上影响游客的游览意愿,但是对古村落旅游的游客宣传而言,没有太大帮助。

四、结论与建议

(一) 结论及讨论

通过对调研和数据分析,可以发现在古村落旅游供给方面,游客主要关注自然环境、建筑及基础设施、休闲设施及服务、生活环境等方面。其中对自然环境的关注程度最高。通过SPSS软件,根据古村落旅游供给问卷所得到的游客重视程度的均值,对其进行聚类分析(K-均值聚类分析)。聚类结果为自然环境、建筑及基础设施为第一层次,聚类中心为4.12,重视程度强;休闲设施及服务、生活环境、主题活动为第二层次,聚类中心为3.63,重视程度一般;购物消费为第三层次,聚类中心为3.28,重视程度弱。

古村落旅游供给和游客旅游意愿呈现中等程度的正相关。根据相关系数,同样对与游客旅游意愿呈现显著相关的五个维度进行聚类分析,得到结果为:自然环境为第一层次,聚类中心为0.36,对旅游意愿影响相对最强;购物消费为第二层次,聚类中心为0.27,对旅游意愿影响一般;建筑及基础设施、休闲设施及服务、生活环境为第三层次,聚类中心为0.21,对旅游意愿影响弱。详见表6。

从中可以看到,古村落旅游供给中的自然环境对游客旅游意愿的影响是最高的,也是最为游客所看重的。建筑及基础设施也被旅游者所重视,但是其对游客的旅游意愿影响不大,即游客希望古村落有良好的建筑特色及基础设施,但是并不会因此作出来此旅游的决策。休闲设施及服务、生活环境这两项,游客的重视程度一般,对游客出游意愿的影响弱。主题活动,游客的重视程度一般,且与游客旅游意愿在统计学意义上不相关。购物消费,游客的重视程度弱,和游客旅游意愿的影响一般,这说明在古村落旅游中,游客不会太关注其中的购物消费等情况,但是如果购物消费过多,有可能会降低游客的出游热情。

表 6 对古村落旅游供给各维度的游客重视程度及旅游意愿影响的聚类分析

Tab. 6 Cluster analysis of the influence of tourists' attention and tourism willingness on various dimensions of tourism supply of ancient villages

题项	古村落旅游供给					
	自然环境	建筑及基础设施	休闲设施及服务	生活环境	主题活动	购物消费
重视程度(均值)	强	强	一般	一般	一般	弱
对旅游意愿的影响(相关系数)	强	弱	弱	弱	—	一般

(二)对古村落旅游开发的建议

1. 重视古村落自然环境的保护和利用

在古村落的旅游开发中一定要对古村落原有的自然环境及森林资源进行很好的保护及利用。要统筹考虑古村落原有的绿色植被及周边自然环境,在开发中最大化的保留这些原有的山水、植物、溪流、作物等。即使在不得已的情况下,也要尽最大努力进行保留,使其有机的融入到景区的开发建设中,最终成为景区中重要的环境景观。通过调查研究,我们可以发现,这些自然植被、景观等是游客最为看重的,也是游客选择该区域旅游的重要考量,因此,需要从游客角度出发,关注游客想法,充分利用古村落周边自然环境,尤其如古树、老藤等植被,将其打造为有古韵的自然文化景观。

2. 完善旅游服务设施,提供良好旅游体验

从调查中可以看出,建筑及基础设施、休闲设施及服务、生活环境等也是游客所关注的,并且会影响到游客来此出游的决策。因此,在古村落旅游开发和建设中,要充分考虑古村落的旅游服务设施。一般而言,古村落交通较差,生活设施较为原始落后,因此,有必要改善这种情况,在古村落总体外观不变的情况下,对其基本的旅游服务设施进行建设改造,如旅游厕所、建筑内部装修、隐蔽式灯光效果等,让游客不仅能够感受到古村落的历史氛围及情怀,也让游客感受到便利的旅游生活,提高游客的旅游体验。

3. 适当控制购物消费,保持古村落原始氛围

要适当控制古村落内的购物消费设施,避免过于浓厚的商业气息。从调查中可知,在古村落旅游中,游客对于购物消费的需求是比较低的,而且其与旅游意愿的相关性一般。因此,在古村落旅游中,购物消费应维持在一个低水平的层次,过多的购物消费甚至有可能对游客的旅游意愿起反作用。在古村落旅游开发与运营中,应该尽量保持古村落原始氛围,避免过于浓厚的商业气息,给游客一个世外桃源般的度假享受。在满足基本的游客消费基础上,适当控制购物消费,保持古村落原始氛围,实现古村落景区的可持续发展。

[参 考 文 献]

- [1] 刘军胜,马耀峰. 入境游客对北京市旅游供给的感知维度及其行为态度差异[J]. 干旱区资源与环境, 2017, 31(2):197—202.
- [2] 张春琳. 乡村旅游游客满意度及再次游览意向影响因素研究——来自贵州省西江千户苗寨的经验证据[J]. 农业经济问题, 2012(1):60—66.
- [3] Phillips W, Jang S C. Destination Image and Visit Intention: Examining the Moderating Role of Motivation. [J]. Tourism Analysis, 2007, 12(4):319—326.
- [4] 丁凤芹,姜洪涛,侯松岩,等. 中国传统古村镇游客重游意愿的影响因素及作用机理研究——以周庄为例[J]. 人文地理, 2015(6):146—152.
- [5] Wang P. Understanding the Influence of Electronic Word-of-Mouth on Outbound Tourists' Visit Intention [C]. Conference on E-Business, E-Services and E-Society. Springer Berlin Heidelberg, 2016:33—45.
- [6] 郭功星,周星,涂红伟. 消费者敌意、自我效能与旅游意愿——基于对青少年出境旅游市场的实证研究[J]. 旅游学刊, 2016, 31(2):44—52.
- [7] Patwary AK, Rashid B. The Impacts of Hospitality Services on Visit Experience and Future Visit Intention of Student Travelers[J]. International Journal of Business and Technopreneurship. 2016,6(8):107—125.
- [8] 万绪才,赵梦娟. 外国人来华旅游意愿及其影响因素——基于客源国居民旅游感知的视角[J]. 地理研究, 2016, 35(10):1973—1982.
- [9] 刘军胜,马耀峰. 目的地旅游供给游客感知评价与行为态度的比较研究——以西安市为例[J]. 经济管理, 2017,39(07):134—148.
- [10] 杨珍红. 体验经济背景下的古村落旅游开发研究[D]. 湖南师范大学,2011.
- [11] Lee S H, Lee B C. An Analysis on Relationship among Resort Selection Attributes of Ski Resort, Leisure Satisfaction and Re-Visit Intention[J]. The Korean Journal of Physical Education. 2017, 56(2):451—460.
- [12] 李泽锋,姚春序. 信任与员工绩效的关系研究——以 ZS 公司为例[J]. 经济论坛, 2012(5):142—147.

(责任编辑:蒋萍)

Relationship Research between Tourism Supply of Ancient Villages and Tourism Intention of Tourists

LI Ze-feng

(Tourism College, Ningbo College of Vocational Technology, Ningbo 315100, China)

Abstract: By the method of questionnaire survey, we do some research about Tourism Supply of Ancient Village and Tourism Intention of tourists in Qingtang Ancient Village. Based on the first-hand survey data, the results are as follows: first and foremost, Tourism Supply of Ancient Villages contains six dimensions, namely, theme activities; leisure facilities and service; shopping consumption; natural environment; living environment; construction and infrastructure. Secondly, natural environment has the highest attention to tourists, then followed by construction and infrastructure, leisure facilities and service. Thirdly, Tourism Supply of Ancient Villages is positively correlated with Tourism Intention in medium level. Natural environment has the highest correlation coefficients with tourism Intention, then followed by shopping consumption. On this basis, the paper gives the suggestion for tourism exploitation and utilization of ancient villages: emphasizing the environmental protection and resource exploitation of ancient villages; improving the tourism service facilities; providing great travel experience; controlling shopping consumption appropriately and maintaining the ancient villages atmosphere.

Key words: Ancient Villages; Tourism Supply; Tourism Intention; Qingtang Village

(上接第 97 页)

[19] 徐向英. 贪婪的愚蠢所留下的伤疤——论斯坦贝克作品对人与自然关系的思考[J]. 中南大学学报(社会科学版), 2011, (5).

[20] John Steinbeck. To A God Unknown[M]. London: William Heinemann Ltd, 1935:21.

[21] Snyder, Gary. A Place in Space: Ethics, Aesthetics,

and Watershed[M]. Washington, D. C.: Counter-point Press, 1995, 173.

[22] 汤因比. 人类与大地母亲[M]. 徐波译. 上海: 上海人民出版社 2001:8.

(责任编辑:程晓芝)

An Interpretation of *The Grapes of Wrath* from the Perspective of Ecological Ethics

HUANG Li-qing

(School of Foreign Language Studies, Fuzhou University, Fuzhou 350108, China)

Abstract: This essay analyzes *The Grapes of Wrath* from the perspective of ecological ethics, pointing out the causes of sandstorm on the southern plain of America in the 1930s --- the misconception of anthropocentrism, greedy system and culture of capitalism, alienation between humans and land, as well as the influence of WWI and the unique frontier culture. From the perspective of ecological holism, this essay points out that human beings should hold to the value of land ethics and strive for ecological balance on earth.

Key words: Ecological Ethics; Sandstorm; *The Grapes of Wrath*; Land; Ethics; Anthropocentrism