

# 乡村振兴背景下生态茶园游憩动机分析

## ——以春季屏山茶园为例

林嘉立<sup>1</sup>, 傅伟聪<sup>2</sup>, 杨小可<sup>3</sup>

(1. 集美大学诚毅学院 管理系, 福建 厦门 361021; 2. 福建农林大学 园林学院, 福建 福州 350002;  
3. 福建工程学院 设计学院, 福建 福州 350108)

**[摘要]** 以春季三明屏山生态茶园为例, 通过实地调研与问卷调查研究游客选择茶园活动的游憩动机, 探析公众游憩动机对生态茶园提升和管理的重要意义。运用 SPSS 19.0 软件对问卷所得数据进行因子分析与单因素方差分析, 探究不同社会经济背景公众游憩动机异同之处。结果显示: 游客茶园游憩动机因子按重要性从高到低排序为: 娱乐动机、情感动机、感官动机、康健动机; 将 4 个因子与游客的社会经济背景进行单因素方差分析, 表明不同社会经济背景的游客在部分茶园游憩动机上有所差异。依据结论提出生态茶园提升建议, 以助力乡村振兴。

**[关键词]** 乡村振兴; 茶园游憩; 游憩动机; 因子分析

**[中图分类号]** F 590

**[文献标识码]** A

**[文章编号]** 1008-889X (2023) 01-0042-09

## 一、引言

乡村振兴战略要求坚持农业农村优先发展, 坚持农民主体地位, 坚持乡村全面振兴, 坚持城乡融合发展, 坚持人与自然和谐共生, 坚持因地制宜。各地乡村因所处的自然及社会条件不同, 从而存在风貌与产业差异。随着乡村振兴工作的不断推进, 因地制宜策略在不同地区展现出了不同的成果, 其中生态茶园旅游便是山地丘陵地区的一个成功案例。茶园的主要功能是茶叶生产, 因产业需求, 其选址生态要求较高; 为便于茶叶采摘管护, 茶树种植一般成线型且较为规整; 加上茶文化属性, 茶园以其自身优越的自然资源与文化承载形成了独特的茶园景观。随着生活水平提升, 居民休闲游憩需求日益增加, 越来越多公众到访茶园进行游憩。茶园游憩可激发公众内生消费动力, 并提高茶产业效益。

为更好地提升茶园游憩管理水平, 学者进行了大量研究, 且多集中在茶园旅游, 如茶文化旅游理论、开发机制等, 相关成果对茶园旅游规划

布局等起到了提升作用。了解公众游憩动机可针对性地对景区进行规划、管护、提升, 对游憩地景观质量提升和管理具有重要意义<sup>[1-5]</sup>。对于游憩动机的研究始于 20 世纪 60 年代, Dann 提出了研究旅游动机的“推-拉理论”, 推力因素促使人们产生旅游的愿望, 拉力因素是指旅游地对游客的吸引力<sup>[6]</sup>。游憩动机是公众对游憩目的地预期的反映, 研究游憩动机可了解公众期望并提升游憩地质量, 对避免游憩地开发、运营、管理过程中带来的不利因素具有重要意义。针对不同社会经济背景的游客游憩动机研究结果显示, 社会经济背景差异显著影响着公众游憩动机<sup>[7-11]</sup>。游憩目的地、游憩活动、游客社会经济背景不同及游憩动机的广泛性使得其研究所得结论具有一定差异<sup>[12-15]</sup>。在乡村振兴过程中, 如何提升公众对茶园游憩地的满意度是相关领域学者与经营者面临的共同问题, 而基于公众游憩动机进行相关研究还有待深入。茶园各游憩节点具有各不相同的游憩资源与环境, 深入研究不同类型用地的游憩动机能为茶园建设提供针对性建议与参考, 在此基础上开展广泛的实证研究进一步总结

**[收稿日期]** 2022-05-01

**[作者简介]** 林嘉立 (1991—), 女, 福建厦门人, 讲师, 硕士, 主要从事市场营销、消费者行为、人力资源管理研究。

出游憩动机的共性具有重要意义<sup>[16-19]</sup>。

茶园游憩不论是内容还是形式都具有鲜明特色, 本研究通过文献梳理、实地调研及专家咨询, 将茶园游憩内容与游客偏好结合, 建立针对茶园游憩动机描述选项, 以期深入了解不同社会经济背景游客的游憩动机, 为茶园建设提供理论参考与数据支撑。

## 二、材料与方法

### (一) 样地简介

屏山茶园是福建省三明市大田县发展 6 000 多公顷高山优质茶的核心区, 园内拥有全市首条生态茶叶街, 已形成以茶叶种植、销售、茶园游览三产融合的示范典型。茶园位于屏山乡洋村大仙峰山脚, 茶园面积 1 200 公顷, 海拔 1 000 多米, 气候温和、雨量充沛、光照条件充足。屏山茶园利用自身优越的地理条件与自然资源, 打造“春赏花、夏避暑、秋品茗、冬观雪”的生态旅游链。由于旅游开发较早, 茶园具有一定的生产规模和经济收益, 开发建设了相对完善的茶园游憩项目与设施, 已形成集体验、休闲、度假、观光、科普等多功能的综合性茶园旅游地, 游客数量逐年稳步攀升, 是三明市及福建省的茶园旅游示范点。因此, 以屏山茶园作为研究地具有较强的典型示范意义。

### (二) 研究方法

研究的第一阶段, 确定调查样地与问卷内容。从调研主题的针对性考虑, 需要选择具有完备设施与功能的茶园进行实地调研与问卷调查。根据茶园游人统计数据, 以游憩旺季(春季, 根据茶园统计春季游客约占全年游客 40%)作为研究开展调研时间, 选择 2021 年 1 月 20 日至 3 月 3 日在屏山茶园发放问卷。由于公众到访茶园的时间集中于周末或者节假日, 因此调查时间也选择在周末或者节假日进行。共发放调查问卷 380 份, 回收 378 份, 其中有效问卷 350 份, 有效率达到 92.1%, 回收后运用 SPSS 19.0 对有效问卷数据进行统计分析。

研究的第二阶段, 运用因子分析法对问卷数据进一步分析, 从而得出游客茶园游憩动机与不同特征游客的游憩动机差异。具体方法为: 通过

方差最大旋转法提取公共因子的标准, 成分的特征值超过 1 的作为共因子的因子解; 以因子解的数量为成分数量进行因子分析, 以获得茶园游客游憩动机的动机因子; 将游客基本特征与前一步求出的动机因子分别做单因素分析, 以求证不同特征的游憩动机是否存在显著差异。

### (三) 问卷说明

本研究参阅国内外文献资料, 利用“推-拉理论”进行初步问卷设计。结合多次实地调研走访并咨询茶园管理人员及相关专业学者, 确定茶园游憩动机调查问卷。问卷内容包括游客统计学特征与游憩动机两部分。其中, 游憩动机调查部分结合茶园特点, 以游客活动内容、精神追求、文化体验等方面为主要因子, 共初步设计 16 个游憩动机描述选项。为进一步筛选更具典型性与代表性的茶园游憩动机因子, 利用灰色统计分析(重要性: 数值 -2、-1、0、1、2 分别对应很低、低、一般、高、很高), 并结合 30 位专家意见, 选定专家对游憩动机重要性评分为很高、高的选项确定为指标选项, 最终确认 13 个游憩动机(见表 1)。采用李克特 5 分量表法量化问答题项, 数值 1~5 分分别对应非常不符合、不太符合、一般、比较符合、非常符合。需特别补充说明的是, “带有康养目的出游”指充分利用茶园颗粒物浓度较低、负离子浓度含量较高等特点从而选择来茶园游憩, 并于问卷标注说明, 其余选项的设定充分考虑茶园景观特征, 更多体现茶园游憩的特色活动。

表 1 初选指标与灰色统计分析结果

初选指标	重要性评价	指标选取
体验宗教修行	高	是
了解学习茶文化	很高	是
亲自参与茶叶农耕活动	高	是
参与斗茶评选	低	否
体验茶艺表演	高	是
与家人朋友增进感情	高	是
放松身心	很高	是
唤起乡愁情结	高	是
品尝茶类产品	很高	是

续表 1

初选指标	重要性评价	指标选取
欣赏茶园美景	很高	是
享受茶园日光浴	很高	是
感受茶园声景	中	否
逃避城市噪音	高	是
缓解工作压力	中	否
锻炼身体	高	是
带有康养目的出游	高	是

（四）计算过程

通过主成分分析提取公因子，只有前 4 个成分的特征值超过了 1（见表 2），因此选择这 4 个公因子作为因子解。4 个公因子的累计方差贡献率达到 60.141%，可以较好地解释总体方差，并进一步做因子分析。

表 2 游憩动机因子分析

成分	初始特征值			提取平方和载入			旋转平方和载入		
	合计	方差/%	累积/%	合计	方差/%	累积/%	合计	方差/%	累积/%
体验宗教修行	3.402	26.173	26.173	3.402	26.173	26.173	2.231	17.161	17.161
了解学习茶文化	1.770	13.617	39.790	1.770	13.617	39.790	2.085	16.039	33.201
亲自参与茶叶农耕活动	1.544	11.875	51.664	1.544	11.875	51.664	1.893	14.565	47.766
体验茶艺表演	1.102	8.476	60.141	1.102	8.476	60.141	1.609	12.375	60.141
与家人朋友增进感情	0.871	6.701	66.842						
放松身心	0.814	6.263	73.104						
唤起乡愁情结	0.679	5.226	78.330						
品尝茶类产品	0.574	4.417	82.748						
欣赏茶园美景	0.545	4.193	86.940						
享受茶园日光浴	0.529	4.069	91.009						
逃避城市噪音	0.407	3.132	94.141						
锻炼身体	0.391	3.010	97.152						
带有康养目的出游	0.370	2.848	100.000						

三、结果与分析

通过 SPSS19.0 对问卷样本进行信度检验，结果如表 3 所示：信度系数  $\alpha = 0.747$ ，基于标准化项的 Cronbach's Alpha 的值为 0.746，说明量表信度较好。采用 KMO 和 Bartlett 球形检验作为效度检验工具，结果如表 4 所示：KMO 取值为 0.753，位于 0.7 ~ 0.9 之间，说明该调查问卷结构较好，即该问卷数据适合使用因子分析；Bartlett 球体检验近似卡方的值为 1 042.470，对应的 Sig. 值为 0.000，小于 1% 接近 0（在检验水准 0.05 水平上有统计学意义），说明变量之间具有较强的相关性，适合进一步做因子分析。

表 3 可靠性统计分析

Cronbach's Alpha	基于标准化项的 Cronbach's Alpha	项数
0.747	0.746	13

表 4 KMO 和 Bartlett 球形检验

取样足够度的 KMO 度量		0.753
	近似卡方	1 042.470
Bartlett 的球形度检验	df	78
	Sig.	0.000

(一) 茶园游客基本统计特征

样本人口统计学特征显示, 受访人群中性别分布较为均衡, 男性占 45.14%, 女性占 54.86%; 年龄构成以 26~40 岁为主, 占受访比例的 38.29%, 其余依次为 41~60 岁 (23.14%)、61 岁以上 (18.28%), 25 岁及以下的青少年的比例为 20.29%; 在收入这一属性的调查中, 月收入在 5 000~7 999 元以及 3 000~4 999 元这个水平的人群比例较大, 分别为 44% 与 22.29%; 受访人群文化程度较高, 大部分为本科学历; 职业以企业职工及国家机关或事业单位工作人员较多, 由于正值节假日期间, 许多老年人同子女家人一同进行茶园游憩, 所以退休人员也占了 18.28% (见表 5)。

表 5 样本人口统计学特征

属性	变量	百分比/%
性别	男	45.14
	女	54.86
年龄	18 岁以下	8.86
	18~25 岁	11.43
	26~40 岁	38.29
	41~60 岁	23.14
	61 岁以上	18.28
收入	1 500 元/月以下	11.14
	1 500~2 999 元/月	7.41
	3 000~4 999 元/月	22.29
	5 000~7 999 元/月	44
	8 000 元/月以上	15.16
文化程度	初中及以下	1.09
	高中、中专	3.78
	大专	14.05
	本科	74.32
	硕士及以上	6.76
职业	国家机关或事业单位工作人员	22.49
	企业职工	30.71
	个体商户	6.76
	在校学生	17.71
	工人、农业工作者	0.81
	自由职业者	3.24
	退休人员	18.28

(二) 茶园游客游憩特征

由于茶园具有生产性质, 一般位于城市远郊, 所以前往茶园需搭乘交通工具。选择私家车出行的游客占较大部分 (60.81%); 本研究所选择地茶园已开通公交路线, 因此, 有相当一部分游客选择搭乘公交前往目的地 (22.43%); 经现场询问了解, 选择其余交通方式的游客一般居住在茶园附近, 选择步行、自行车、电动车、出租车等交通方式较为方便。来茶园的游客大部分是选择和家人或者亲戚一起, 有少部分是与朋友、同事或者同学一起。目前, 较多游客选择每月 1 次到茶园进行游憩活动, 其次为每月 2 次以上 (见表 6)。由这部分数据可以看出, 对比前人研究结果, 游客选择茶园游憩的频率低于城郊公园等游憩场所, 因此茶园可加大宣传力度, 吸引游客前来。总体而言, 本次调查研究中, 受访者中绝大部分乘私家车前往, 一般选择与家人或者亲戚一同前往茶园, 前往茶园的频率最大比例为每月 1 次。

表 6 游客游憩特征

属性	变量	百分比/%
出行方式	步行	1.35
	自行车	4.86
	电动车或者摩托车	9.19
	公交车	22.43
	私家车	60.81
	出租车	1.36
游憩同伴	独自一人	2.44
	家人或者亲戚	72.97
	朋友或者同事或者同学	24.59
游憩频率	每周 2 次以上	11.62
	每周 1 次	12.16
	每月 2 次以上	22.97
	每月 1 次	31.35
	2~3 月 1 次	20.27
	很少来	1.63

(三) 茶园游客游憩动机因子分析

由表 7 可以看出, 第一个游憩动机因子包含



从“体验宗教修行”到“体验茶艺表演”4个项目，这4个项目都是茶园的特色活动，所以将动机因子1命名为“娱乐动机”，第一个公因子解释了总体方差的17.161%。该动机也是茶园游憩者的主要游憩动机，由于茶园所提供的娱乐活动带有茶园的特色，因此这部分活动对游客形成较大吸引力。第二个游憩动机因子命名为“情感动机”，里面包括“与家人朋友增进感情”“放松身心”“唤起乡愁情结”3个选项，第二个公因子解释了总体方差的16.039%。问卷调查显示，游客前来游憩大部分是与家人、亲戚一起，其余部分则与朋友、同事等。因此，情感交流、增进沟通等情感需求也是人们选择茶园游憩的一个重要动机，茶园的环境与特色活动，是促进人们沟通的重要媒介。第三个游憩动机因子包含“品尝茶类产品”“逃避城市噪音”等4个选项，这些选项代表游憩者感官感受的方面，所以该因子命名为“感官动机”。第三个公因子解释了总体方差的14.565%，品尝茶类产品、享受日光浴、欣赏美景等休闲项目在公园、活动广场等场地也能进行。因此，在针对茶园游憩动机研究中，感官动机的重要程度有所减弱。最后两个选项命名为“康健动机”，公因子解释了总体方差的12.375%。研究结果表明，目前人们出于康健动机来茶园进行游憩的目的性不高。

表 7 旋转成分矩阵

	成分			
	一	二	三	四
体验宗教修行	0.734	0.077	-0.043	0.049
了解学习茶文化	0.732	0.153	0.097	0.280
亲自参与茶叶农耕活动	0.707	0.177	0.094	0.189
体验茶艺表演	0.689	0.014	0.045	0.030
与家人朋友增进感情	0.086	0.839	-0.013	0.060
放松身心	0.186	0.796	0.098	0.069
唤起乡愁情结	0.070	0.766	0.064	0.131
品尝茶类产品	0.114	0.083	0.769	0.045

续表 7

	成分			
	一	二	三	四
欣赏茶园美景	-0.124	0.030	0.739	0.176
享受茶园日光浴	-0.022	0.177	0.668	-0.066
逃避城市噪音	0.171	-0.112	0.513	0.003
锻炼身体	0.182	0.044	0.014	0.870
带有康养目的出游	0.209	0.215	0.102	0.819

由以上分析结果可见，在茶园游憩动机中，最具茶园特色的娱乐动机是游客出游的主要动机，特色的茶园活动在其他类型场地少见，因此最能体现茶园特征的活动对游客的吸引力最大；其次是情感动机，人们在物质生活丰富后，对于精神层次的情感等方面比较在意，这也构成了游客选择的茶园游憩的主要动机之一。

（四）游憩动机因子与游客基本特征的关系

将动机因子与游客特征（性别、年龄、文化程度、收入等）进行单因素方差分析，结果显示4个游憩动机因子在性别、文化程度上不存在显著差异，在年龄、职业和收入上存在部分差异，下文仅分析差异性显著部分。

由于工人、农业工作者、自由职业者与个体商户人数较少，不具有统计学意义。将4个游憩动机因子与其余职业做单因素差异分析时发现，情感动机在职业上存在显著差异（ $P < 0.05$ ），在退休人员中得分最高，即退休人员对情感动机比较重视，其次为企业职工；另外，在校学生的平均分最低（见表8）。

在表9中，统计结果显示康健动机、情感动机在年龄上存在显著差异（ $P < 0.05$ ），并且两个游憩动机因子都随着年龄的增加，得分越高，表明年龄越大对康健动机和情感动机更加重视。在情感动机上，职业与年龄的统计结果有一定相关性：年龄愈大愈注重情感动机，与此相对应的是退休人员也在此项的平均分最高。随着年龄增大，人们更加注重游憩过程中与他人的情感交流，或者借游憩回忆过往生活，因此在情感上具有更强烈的动机。而职业间的对比可发现，可能

表 8 游憩动机在职业上的差异分析

动机	职业	个案数	平均值	标准差	<i>F</i>	<i>P</i>
情感动机	国家机关或事业单位工作人员	79	3.667	0.705 3	2.373	0.029
	企业职工	107	3.864	0.559 6		
	个体工商户	24	3.813	0.498 5		
	在校学生	62	3.395	0.753 8		
	工人、农业工作者	3	3.407	0.449 1		
	自由职业者	11	3.515	0.763 8		
	退休人员	64	4.028	0.277 8		

由于在企业工作的游客相较于国家机关或事业单位（体制内）的游客来说，对茶园游憩时的情感动机评价更高。在企业工作的游客由于工作繁忙、压力更大，借由茶园游憩进行情感抒发是他们主要动机之一，相比于公园之类的游憩场所，茶园游憩不仅可以放松身心，同时茶园的活動更多是互动式、多人参与，因此更加能够满足平时操劳的人在游憩时的情感需求。与年龄方面分析结果相一致的部分还有职业为学生这一项，年龄

越低的人对情感动机评分较低，18 岁以下、18~25 岁的游客大部分是在校学生，因此二者在结果呈现出对情感动机得分较低的一致情况（见表 9）。在其他学者的研究中也 有相似的结论，陈德广等对游客进行聚类研究发现，其中注重感情这一类出游者中，20 岁以下的游客所占比例最低，这一类型的游客以年龄较大者为主<sup>[23]</sup>；赵静等的研究发现，消遣爱好类游憩者为“18~25 岁”年龄段的比重最高<sup>[19]</sup>。

表 9 游憩动机在年龄上的差异分析

动机	年龄	个案数	平均值	标准差	<i>F</i>	<i>P</i>
康健动机	18 岁以下	31	2.968	1.037 3	3.841	0.005
	18~25	40	3.041	0.689 5		
	26~40	134	3.271	0.654 0		
	41~60	81	3.318	0.648 9		
	61 岁以上	64	3.473	0.718 1		
情感动机	18 岁以下	31	3.584	0.656 7	3.580	0.007
	18~25	40	3.669	0.648 6		
	26~40	134	3.793	0.585 5		
	41~60	81	3.831	0.539 5		
	61 岁以上	64	4.007	0.570 3		

根据数据分析可知，娱乐动机、情感动机在收入上存在显著差异（ $P<0.05$ ）。娱乐动机中，月收入在 5 000~7 999 元得分最高，其次为月收入 8 000 元以上的游客。茶园娱乐项目一般会收

取一定费用，因此达到一定收入水平的人对娱乐动机的评分较高；而茶园游憩的一些娱乐活动也承载着情感因素，因此月收入 5 000~7 999 元的游客情感动机的评分也是最高（见表 10）。

表 10 游憩动机在收入上的差异分析

动机	收入	个案数	平均值	标准差	<i>F</i>	<i>P</i>
娱乐动机	1 500 元/月以下	39	3.292	0.964 7	4.081	0.003
	1 500 ~2 999 元/月	26	2.942	0.663 6		
	3 000 ~4 999 元/月	78	3.263	0.616 5		
	5 000 ~7 999 元/月	154	3.509	0.601 6		
	8 000 元/月以上	53	3.395	0.612 1		
情感动机	1 500 元/月以下	39	2.951	0.720 3	13.234	0.000
	1 500 ~2 999 元/月	26	3.017	0.789 4		
	3 000 ~4 999 元/月	78	3.842	0.560 5		
	5 000 ~7 999 元/月	154	3.906	0.533 9		
	8 000 元/月以上	53	3.798	0.541 4		

四、结论与建议

研究以茶园为切入点，研究茶园游憩动机的因子，通过实地调研、问卷调查等方法，剔除无效数据后，利用 SPSS 19.0 对所获数据进行信度、效度检验，进一步进行因子分析与单因素方差分析，所得结果如下：

茶园游憩动机主要包括 4 个动机因子，这 4 个因子的重要程度由高到低排序为：娱乐动机、情感动机、感官动机、康健动机。其中，娱乐动机主要包含的描述性选项为茶园特色的娱乐活动项目，例如采茶、产茶等农耕活动，了解学习茶文化以及体验茶道中包含的禅宗思想等。受制于场地要求或者场地类型等因素，这些活动在其他类型场地（如公园、广场等）体验较少，对于游客来说，选择茶园进行游憩活动的重要原因就是茶园的特色项目。

因此，在未来茶园规划中，可进一步增加游客可参与的特色活动。在已开发的活动中，注重游客服务与游客体验，提升游客吸引力。除此之外，还可加入茶席布置、茶地认养等与茶紧密结合的活动，进一步丰富活动内容，延伸游客体验特色活动的周期，做到茶园活动四季有特色，提高游客重游率。

情感动机包含“与家人朋友增进感情”“放松身心”“唤起乡愁情结”等描述性项目，可以看出游客在游憩选择时除了娱乐，还有一个重要的原因是情感需求。促使人们交流以增进感情应从细节出发，活动场地的空间设计有开有合，充分考虑游客游憩的心理安全距离与隐私空间，满足游客心理的多种需要；另外，在整体交通规划与基本服务设施上更加人性化，使游客真正有宾至如归之感。

考虑到人们在游憩中情感需求也是重要的部分，因此茶园提升过程中应更加关注人们的社交需求，例如一些娱乐活动需要多人同时进行，加强游客在茶园游憩时的共同参与性；针对许多游客都是同家人一起的特点，要注重各个年龄层的活动需求，增加亲子活动，进一步满足游客在茶园游憩的情感需求；同时，茶园在地理与空间上具有田园风光的特征，适当开发“记住乡愁”“归园田居”等主题来契合已有地理风貌与民俗文化，进而唤起乡村文化记忆。

在进行单因素分析时，年龄、职业和收入对游憩动机有显著影响，但不同特征影响的游憩因子有所差异。在进行茶园建设时，可针对不同特征的游客进行市场细分，依据目标游客的不同，提供有针对性、差异性的游憩活动。例如，年龄越大的人越看重游憩时的康健功能，尤其是中老

年人。调查显示, 茶园在负离子浓度、颗粒物浓度等方面实证结果较为理想, 有一些茶园的各项空气指标已达到理论上的保健浓度<sup>[24-25]</sup>。因此相对于一般的健身活动, 茶园以自身的自然资源可以提供更为理想的康健场所。所以, 针对中老年人的需要, 开发茶园康养线路, 将健康理念融入游憩活动当中, 这对于中老年的游客更具吸引力。另外, 对于不同年龄层的人开拓不同类型的游憩内容, 扩展游憩活动受众面, 对于退休人员、企业职工大力开发与情感动机有关的活动, 而针对年龄较小的在校学生, 提升茶园游憩活动的趣味性以满足这一类型游客的需求, 使得茶园游憩的功能性、内容丰富度能进一步充实, 提高茶园在众多游憩地中的综合竞争力。

随着茶园游憩功能的继续开发与完善, 游客前往茶园进行游憩的内容与形式在不断丰富, 以茶园这一特殊场地作为媒介, 游客可以在其中体验特色活动、感受独特文化, 这些特征对游客的吸引力也在逐渐增加, 后续研究应更加深入去探讨不同特征的游客茶园游憩需求, 为后期茶园提升建设提供更多参考。

#### [参考文献]

- [1] 何淑婧, 沈立新, 李伟. 茶马古道旅游资源开发利用浅析 [J]. 西南林业大学学报 (社会科学), 2022, 6 (1): 107-110.
- [2] 杨姹. 安化县茶旅一体化扶贫模式研究: 以湖南城市学院安化驻村帮扶点为例 [J]. 现代农业研究, 2022, 28 (1): 5-7.
- [3] 李英格. 乡村振兴背景下茶文化旅游发展策略研究 [J]. 旅游纵览, 2022 (1): 185-187.
- [4] 李成, 成烨, 尹潇. 茶园景观研究进展 [J]. 安徽农业科学, 2018, 46 (10): 17-20.
- [5] 盛千凌. 基于茶文化为主题的观光茶园景观营建研究 [D]. 杭州: 浙江农林大学, 2015.
- [6] DANN, G M S ANOMIE. Ego - enhancement and tourism [J]. Annals of Tourism Research, 1977, 4 (4): 184-194.
- [7] 周彬, 雷凤瑶, 虞虎. 四明山国家森林公园游客游憩动机 [J]. 林业科学, 2019, 55 (5): 163-168.
- [8] 杨建明, 余雅玲, 游丽兰. 福州国家森林公园的游客市场细分: 基于游憩动机的因子 - 聚类分析 [J]. 林业科学, 2015, 51 (9): 106-116.
- [9] 曾真, 郑俊鸣, 江登辉. 竹林游憩动机及模式构建研究 [J]. 林业经济问题, 2021, 41 (4): 432-441.
- [10] 宋秋. 旅游城市居民游憩消费实证研究 [J]. 特区经济, 2008 (2): 144-146.
- [11] BUDRUK M, STANIS S A. Place attachment and recreation experience preference: A further exploration of the relationship [J]. Journal of Outdoor Recreation & Tourism, 2013 (1-2): 51-61.
- [12] MOHAMED A. ABOU - SHOUK, NAGOUA ZO-AIR, MOHAMED N. EL - BARBARY, et al. Sense of place relationship with tourist satisfaction and intentional revisit: Evidence from Egypt [J]. International Journal of Tourism Research, 2018, 20 (2): 172-181.
- [13] KORPELA K, BORODULIN K, NEUVONEN M, et al. Analyzing the mediators between nature - based outdoor recreation and emotional well - being [J]. Journal of Environmental Psychology, 2014, 37 (3): 1-7.
- [14] 刘传安, 齐童, 李雪莹. 北京郊野公园游憩动机研究 [J]. 首都师范大学学报 (自然科学版), 2016, 37 (1): 83-88.
- [15] BUCHECKER M, DEGENHARDT B. The effects of urban inhabitants' nearby outdoor recreation on their well - being and their psychological resilience [J]. Journal of Outdoor Recreation & Tourism, 2015 (10): 55-62.
- [16] 赵静, 宣国富, 朱莹. 转型期城市居民公园游憩动机及其行为特征: 以南京玄武湖公园为例 [J]. 地域研究与开发, 2016, 35 (2): 113-118.
- [17] THOMAS BEERY, K. INGEMAR JNSSON. Outdoor recreation and place attachment: Exploring the potential of outdoor recreation within a UNESCO biosphere reserve [J]. Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 2017, 17 (1): 54-63.
- [18] ZHANG HUA, CHEN BO, SUN ZHI, et al. Landscape perception and recreation needs in urban green space in Fuyang, Hangzhou, China [J]. Urban Forestry & Urban Greening, 2013, 12 (1): 44-52.
- [19] YAHYA N A. Comparison in visitors characteristics between a recreation forests and an urban park in Negeri Sembilan, Malaysia [J]. Journal of Tropical Forest Products, 2003, 9 (1): 117-124.



- [20] 陈德广, 苗长虹. 基于旅游动机的旅游者聚类研究: 以河南省开封市居民的国内旅游为例 [J]. 旅游学刊, 2006 (6): 22-28.
- [21] 陈梓茹, 杨小可, 傅伟聪, 等. 龙岩国家森林公园冬季负离子浓度变化特征 [J]. 江西农业大学学报, 2016, 38 (6): 1119-1126.
- [22] 杨瑞娟, 王桥美, 龚婉莹. 云南景迈山不同生境茶园及茶窖空气微生物群落分布多样性研究 [J]. 云南农业大学学报 (自然科学), 2020, 35 (4): 659-666.

## Tourists' Motivations for Their Recreation in Ecological Tea Gardens under the Background of Rural Revitalization: Taking Pingshan Tea Garden in Spring as an Example

LIN Jia-li<sup>1</sup>, FU Wei-cong<sup>2</sup>, YANG Xiao-ke<sup>3</sup>

(1. Chengyi College, Jimei University, Xiamen 361021, China;

2. College of Landscape Architecture, Fujian Agriculture and Forestry University, Fuzhou 350002, China;

3. School of Design, Fujian University of Technology, Fuzhou 350108, China)

**Abstract:** In order to explore the significance of public recreational motivation for the promotion and management of ecological tea gardens, this study takes Sanming Pingshan ecological tea garden in spring as an example, and, through field survey and questionnaire, explores the recreational motivation of tourists in choosing tea gardens. SPSS 19.0 software was used to conduct factor analysis and one-way ANOVA on the data from the questionnaire to explore the similarities and differences of public recreation motivation in different socioeconomic backgrounds. Results showed that the motivation factors of tourists, ranked from high to low, included entertainment motivation, emotional motivation, sensory motivation and health motivation. After analyzing the four factors and tourists' characteristics by one-way ANOVA, it was shown that tourists differed in their motivation. According to the research conclusions, targeted ecological tea garden renewal suggestions were put forward to help the revitalization and development of rural areas.

**Key words:** rural revitalization; tea garden recreation; recreation motive; factor analysis

(责任编辑 冯庆福)