

旅享社会实践 || 京娘湖调研日志（三）

河北经贸大学旅游学院“旅享”社会服务团京娘湖社会实践调研分队在邯郸武安市京娘湖景区开展以“传承红色基因，助力太行山乡村振兴”为主题的为期7日的暑期社会实践调研活动。在过往三天内，调研分队紧扣调研主题，遵循老师安排，依照活动计划，在指导教师的领导下，初步考察了京娘湖景区的开发现状和景区文化，并通过对景区工作人员，部分商户的访谈，及与景区领导展开的座谈会，了解到景区领导层和服务人员对景区的规划和见解。6月29日，调研团队再次深入景区，将调研目标对准景区游客，从游客角度获取景区信息，以相互完善印证，更好的开发太行山旅游，传承红色基因，助力乡村振兴。

6月29日上午8点，调研小组正式进入景区，旅游，会展，酒店三个专业小分队分别参照各自指导教师和团队制定的游客调研方案，进入景区，寻找机会，对景区游客进行访谈。

调研团队依景区游览路线，驻足景区各个景点。对景区游客采取大撒网式访谈，分散，覆盖范围广，京娘湖景区到处都活跃着河北经贸大学社会实践小分队的身影。在访谈的对象上，调研团队努力做到进行范围广，数量多，跨度大，有差异性地提问，从儿童到耄耋、从情侣到家庭、从个人到旅游团、从本地到外地，从漫步散心者到体验刺激者。总之，调研团队努力做到调研的对象多，层次分明，剪表性强，能够更加完善的得到普遍且精准的数据，以增强调研结果的准确性，更好的分析京娘湖市场来源和需求状况。

在访谈内容方面，各团队也是极尽所能，由点到面，参照访谈对象年龄，居住地，出行方式等方面的不同，采取了问题各异的访谈方式。同学们态度谦和有礼，思路清晰，根据游客反应循循善诱，因势利导，加以游客大都和蔼近人，积极配合，因而访谈顺利完成，且有游客见到调研小组，竟主动前来，提供信息，反映问题，使得此次对游客的访谈取得了意想不到的效果。

一日下来，调研团队在游客来源地、游客结构层次类型、游览目的与需求、对“情湖爱岛”主题景区的了解程度、对本地文化的了解、对景区的印象、建议与不满等方面取得了大量的第一手资料。同学们在调研结束后整理资料，进行了数据的分类和分析，景区游客以邯郸本地为主，情侣，个人，朋友，家庭等应有尽有，但以年轻情侣居多。游客们对景区文化，景区节事活动，硬件设施，旅游服务等方面真实详尽给调研团队提供和积累了重要的调研数据，这些数据是本次“旅享”社会服务团京娘湖调研团队在分析京娘湖景区市场方面极其重要的资料，对团队分析市场，了解市场，制定合理的宣传方式，打造节事文化活动品牌，推动景区自我完善，最终使景区进一步发展，带动太行山地区旅游产业发展，从而传承红色基因，助力乡村振兴有重要作用。

通过对京娘湖游客的一整日访谈，各小分队收获巨大，同学们认为，理论应当与实践相结合，实地调研并分析数据再运用所学知识合理运用将使我们自身取得巨大的进步。同时，在调研过程中，同学们都保持良好的道德素养，文化素养，展示了河北经贸大学旅游学院学

子风采，备受各地游客赞誉。最后，同学们认为，在建党百年之际，能够有此次机会深入京娘湖景区调研，用自己的知识助力红色基因的传承，助力当地旅游业的发展，助力太行山区乡村振兴，感到骄傲与自豪。（撰稿/摄影：张金碧 京娘湖旅享社会服务团）



