

国内外生态旅游者的旅游动机与行为差异研究

——以九寨沟为例*¹

徐荣林^{1, 2} 王建琼¹

(1. 西南交通大学经济管理学院, 四川成都 610031;

2. 九寨沟风景名胜区管理局办公室, 四川阿坝 623402)

【摘要】: 生态旅游在国外发展已久, 近年来在我国也得到加速发展, 但国内外游客参与国内生态旅游项目时表现出显著的行为差异。对参与九寨沟景区生态旅游项目的国内外游客进行问卷调查, 并对调查结果进行多维度的对比分析, 发现: 国内外游客在人口学特征、旅游信息来源、旅游动机和旅游行为等多个方面存在显著的统计差异; 而且, 这些差异综合反映了国内外游客在文化背景、旅游经验等的不同。

【关键词】: 生态旅游; 九寨沟; 旅游产品; 行为差异; 旅游动机; 大众旅游; 休假制度; 风景名胜

【中图分类号】: F590. 75 **【文献标志码】**: A **【文章编号】**: 1009 — 4474(2018)03 — 0071 — 07

生态旅游是 20 世纪 60 年代初“生态觉醒”的产物^[1], 根植于对传统大众旅游的反思。国外学者通常认为, 生态旅游是一种基于自然的非大众型旅游或可替代旅游^[2]。然而随着管理水平的提升、游客环保意识加强, 大众型旅游在一定程度上也可以实现有效的管理, 一些自然型的大众旅游亦可具有可持续性。这使生态旅游和大众型的自然旅游之间的界限变得越来越模糊。作为折中, 一些国外学者提出了“硬性生态旅游”(hard ecotourism)和“软性生态旅游”(soft ecotourism)的概念^[2~3]。其中, 硬性生态旅游主要特征为高度的环境责任、特殊目的性旅游、长距离、小规模、追求运动与挑战、很少需要服务、强调个人经历与充分的自我行前准备等, 软性生态旅游的主要特征则是浅层的环境责任、短距离、大规模、少运动与追求舒适、期待服务、强调解说、依赖旅行社和旅游经营商。

受经济发展、旅游通达性提高和休假制度改善的积极影响, 我国生态旅游发展蓬勃。在一项调查研究中, 被调查的 1110 处保护地中有 1033 处发展了生态旅游项目, 生态旅游开发率达 93%。同时, 保护地生态旅游接待人次呈上升趋势, 43%的保护地年生态旅游人次达 10 万以上, 20%的保护地生态旅游达 5 万~10 万人次^[4]。

作为我国西部著名风景名胜区, 相对于国内其他景区而言, 九寨沟开发时间相对较长、知名度高、管理成熟、国内外游客接待量高, 具有典型的代表性。因此, 本文以九寨沟作为研究对象, 在同一时间段内对国内外游客展开问卷调查, 统计分析国内外生态旅游者的旅游信息来源、旅游动机、出行方式、对生态旅游的认识等行为差别, 探讨两者的差异。

¹ 收稿日期: 2017-11-24

基金项目: 四川省国际科技合作项目(2016HH0080)

作者简介: 徐荣林(1974—), 男, 藏族, 四川小金人。高级工程师, 博士, 主要从事景区管理研究。E-mail: xrl@vip. 163. com。

一、文献综述

生态旅游于 20 世纪 80 年代正式成为一个独立术语,这一概念于 20 世纪 90 年代被引入中国^[1, 5],但到目前为止国内外对生态旅游的内涵和外延并没有统一。西方学者普遍认为,生态旅游应该满足以下三个核心标准:(1)以自然环境为主要的旅游吸引物,(2)游客注重对吸引物的学习,(3)体验或产品管理应遵循生态、社会文化、经济的可持续原则^[2]。同时,尽管不一定明确指出,西方学者通常还认为生态旅游是一种小规模旅游活动^[6 ~ 8]。Buckley 等的研究发现,中国的生态旅游概念与西方的生态旅游概念相似,但也存在几点明显区别:中国的生态旅游强调康体,注重人文艺术和人工制品对自然的修饰,同时,在旅游规模上并没有给出限制^[9]。Weaver 与 Lawton 认为亚洲的生态旅游者有别于西方游客,前者对植被、景观的兴趣远大于对动物的兴趣,因此将东亚划分为“花卉与瀑布生态旅游区”^[10 ~ 11]。

而生态旅游与大众旅游的主要差别为:大众旅游为消极的消费,以获得愉悦的精神刺激;而生态游客则是以积极的心态去获取知识和体验。与此同时,从景区的管理者和经营者的角度来说,生态游客不以获取游客数量和经济利益最大为主要目标,因此在游客行为和游客动机上与其他旅游者也存在差异^[12]。具体看,生态游客与大众旅游者的行为区别表现为:生态游客具有深度体验和探索的精神,具有个人的深切体会,会主动融入当地环境,积极学习相关知识,偏好简单的旅游环境;在动机方面,生态游客以学习、体验、感受自然风光为主要动机,而热带雨林、鸟类、湖泊、溪流、树林、野花、哺乳动物、山脉、海岸等是生态游客排名前十五项的旅游动机。

李燕琴在对北京百花山自然保护区的游客分类(生态游客和非生态游客)的基础上,通过使用与国外文献报道的生态游客进行对比分析的方法发现,国内生态游客人口统计特征与国外生态游客存在显著差异^[13]。黄震方等的研究表明,中西方生态游客的行为特征存在较大差异^[3]。这些研究在一定程度上揭示,国内外生态旅游不仅存在概念认识的差异,还可能体现在生态游客的行为中。李明辉和谢辉首次对国内外生态游客的行为和动机进行对比研究,指出国内外生态游客的行为和动机存在区别:首先,旅游的动机和目的不同。国内生态游客以放松和缓解紧张心情为主,而国外生态游客以寻求体验自然和了解自然为主。其次,生态旅游产品选择的影响因素不同。旅游产品价格、旅行社服务水平等是国内生态游客的首选因素,而旅游目的地当地的情况为国外生态游客考虑的最重要因素。最后,旅游行为不同。当游客自身利益与景区保护要求发生矛盾时,国内游客的自利思想表现较为明显,而国外游客对环境保护的观念更为坚定^[14]。李翠花等对国内外生态游客的感知和行为进行研究,发现国内生态游客对生态旅游的认识程度不足,缺乏必要的生态旅游常识,且对生态旅游的参与意识不高^[15];而在生态旅游产业较为发达的国家,参与者和组织者对生态旅游都有广泛认同,生态旅游的各项规章制度也相对较完善,游客对生态旅游的认知水平也更高^[16]。

综合分析国内外生态旅游相关文献可知,生态游客的行为和动机与大众游客不同,而中外生态游客在旅游行为和参与动机上也存在较大不同,但深入研究国内外生态游客区别产生原因的文献较少。随着我国生态旅游市场、生态旅游区和目的地的不断成熟,对生态旅游动机和行为的研究显得更加迫切,因此本文以九寨沟景区为例,探讨国内外生态游客在行为和动机等方面的差异。

二、旅游动机、行为差异调查与分析

1. 研究对象概况

九寨沟位于四川省阿坝藏族羌族自治州九寨沟县境内(东经 103° 04' ~ 103° 46', 北纬 32° 54' ~ 33° 19'),拥有世界自然遗产、世界人与生物圈保护区、国家级自然保护区、国家级风景名胜、国家 5A 级景区、国家地质公园等多项称号。2009 年,九寨沟景区开始开展扎如沟徒步宿营活动,即扎如沟生态旅游项目。扎如沟生态旅游项目定位为小众、高端休闲游,是充分利用扎如沟人文和环境资源,遵守世界遗产真实性、完整性的原则,尊重当地民俗和宗教信仰,构建在环保户外基础上的特种旅游。2012 ~ 2016 年,九寨沟景区扎如沟生态旅游项目累计接待游客 1 万人次,其中国外游客超过 65%。

本文选取九寨沟景区的生态游客作为研究对象,原因有以下两点:一是九寨沟景区作为我国第一个以保护自然风景为主要目的的自然保护区,不仅是世界自然遗产、国家 5A 级旅游景区,更是国家级自然保护区、世界生物圈保护区网络,是生态旅游景区的典型代表和生态游客的首选目的地;第二,九寨沟景区的国际知名度较高,每年的国际生态游客占比超过 65%,作为中外生态游客对比分析较为适宜。

2. 问卷设计与数据收集

问卷采用中英文双语设计。参照 Baloglu 与 McCleary、张卫红等有关旅游动机的研究与专家建议,确定 10 个旅游动机测量指标^[17~18];参照马明、白凯与张春晖等研究与专家建议,确定了 10 个旅游信息来源指标^[19~20]。以上指标均为二分变量,可多选。同时,结合九寨沟实际,选择包含最吸引游客的景点、旅游动机、对生态旅游的认识、出行方式、参团比例和景区内交通工具选择偏好等六大旅游行为指标。与 Baloglu, McCleary 和张卫红、李明辉、谢辉等学者的研究^[14, 17~18]一样,本文也调查了游客的人口学特征(年龄、性别、受教育程度),问卷调查包含四个目的:一是掌握游客的人口学特征,包括年龄、性别和受教育程度等。二是掌握游客的旅游信息来源。在宋晓玲研究陕南生态游客信息来源的基础上^[12],添加“网络、旅游手册、出行指南”等新的信息来源选项。三是掌握游客的旅游动机和对生态旅游的认识,在李明辉和谢辉“调查科学考察、野外观鸟、植物园观光、科普教育旅游”等的基础上^[14],增加了“和亲人或朋友共处;避免打搅,为了休闲、放松;远离大众游客干扰和追求刺激”等具有人文关怀的选项。在对生态旅游认识的问题设计上细分为四小类。四是掌握游客的旅游行为差异,设计了“景区内最受游客喜欢的景点、游客出行差异和在景区内选择交通工具偏好差异”三个选项。

为保证样本的数量和代表性,本研究选取景区旅游高峰期的游客进行调查。2012 ~ 2013 年,由扎如沟徒步宿营项目工作人员在游客徒步活动结束后发放问卷 1250 份,有效回收 975 份(回收率 78%)。在有效问卷中,共包含国内游客问卷 533 份、国外游客问卷 442 份,均远远超过问卷调查的最低有效量 32 份^[21],且本文包含调查问题 12 个,有效问卷的数量超过问卷调查问题 10 倍以上。因此,本文的调查数据具有统计上的显著意义。

用 SPSS 可靠性分析分别计算了旅游动机、旅游信息来源、旅游行为等变量,各变量的 Cronbach α 信度系数为 0.92 ($\alpha > 0.8$),问卷信度较好。问卷效度采用了专家评定法,邀请 7 位相关领域的专家学者以非常有效、有效、一般、不太有效、无效五个等级对所设计的问卷效度进行有效性认定,其中 4 位专家评定结果为非常有效,3 位评定为有效。

3. 数据分析与结果

从游客客源地看,国外游客来自欧美国家,以英国、美国、德国、法国、澳大利亚等发达国家为主,占总调查国外游客的 63.98%;国内游客主要来自香港、北京、广东等地区,占总调查国内游客的 36.01%。可见,参与生态旅游的游客以经济发达地区为主,这些地区人均收入高、旅游经验丰富,对生态旅游的需求大。

运用 SPSS 18.0 软件进行问卷统计分析,发现:受调查的两组游客的平均年龄和性别无显著差异(见表 1)。其中,国内游客的平均年龄和女性比例略高于国外游客。受教育情况存在极显著差异($p < 0.01$),国内游客学历以大学本科为主,占 68.68%,其比例是国外游客本科学历所占比例(21.19%)的 3 倍。国外游客则以研究生学历为主,占 52.56%,是国内游客研究生比例的(13.33%)4 倍。

表 1 受调查的国内外游客的人口学特征

项目	国内游客	国外游客	p
平均年龄	39.82±10.56(SD)	38.08±13.61(SD)	ns
女性所占比例	53.94%	51.28%	ns
受教育程度	高中及以下	18.18%	25.64%
	大学本科	68.48%	21.79%
	研究生及以上	13.33%	52.56%

ns 表示无显著统计差异, * 表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$ 。后同。

由表 2 数据可知,总体上国内外游客对九寨沟旅游的评价较高,对景区不满意的游客不足 1 成(如表 2)。具体来看,国内游客对景区的评价更高,其满意度超过 8 成;国内外游客对“非常满意”选项出现显著差异,国内游客选择该选项的比例为 45.31%,而国外游客仅为 31.81%,差异超过 10 个百分点。

表 2 国内外游客对景区满意度对比分析

调查项目	国内游客	国外游客	p
极不满意	2.34%	0	-
不满意	3.91%	9.09%	ns
一般	11.72%	18.12%	ns
满意	36.72%	40.90%	ns
非常满意	45.31%	31.81%	*

就九寨沟景区最吸引游客的地方来说,国内外游客的选择顺序较为一致,依次为:优美的景观、原生态无人打扰的自然环境、特色动植物、本地宗教文化和专业讲解(见表 3)。具体来看,国内外游客对优美景观和原生态、无人打扰的自然环境两个选项的选择比例出现显著性差异。其中,国外游客对“优美的景观、景色”更为看重,选择这一项的高达 61.11%,而国内游客则为 44.35%。

表 3 九寨沟景区最吸引国内外游客的地方对比

吸引内容	国内游客	国外游客	p
------	------	------	---

优美的景观、景色	44. 93%	61. 11%	**
原生态、无人打扰的自然环境	28. 98%	19. 44%	**
特色动植物	11. 23%	13. 89%	ns
本地宗教文化	10. 51%	5. 56%	ns
专业讲解	4. 35%	0	

表 4 和表 5 分别统计了国内外游客的旅游信息来源和旅游动机。亲戚、朋友、同事的口碑推荐是最主要的信息来源(见表 4)。就国内游客而言,口碑推荐(49. 09%),旅行社(24. 24%),杂志、报刊或书籍(20. 60%)是了解九寨沟生态旅游最为重要的三个渠道;国外游客了解九寨沟的渠道则以口碑推荐(38. 46%)、旅游手册或出行指南(29. 49%)、景区网站(19. 23%)为主。旅行社、杂志、报纸或书籍、电视、电影、收音机等对国内游客的影响力显著高于国外游客($p < 0. 05$);旅游手册、出行指南对国外游客的影响力显著高于国内游客($p < 0. 05$)。

表 4 受调查的国内外游客的旅游信息来源

旅游信息来源	国内游客	国外游客	p
景区宣传印刷品	10. 91%	12. 82%	ns
旅行社	24. 24%	5. 13%	**
户外俱乐部或类似组织	0. 61%	3. 85%	ns
旅游手册、出行指南	9. 09%	29. 49%	**
景区网站	17. 58%	19. 23%	ns
网络(搜索引擎、博客、论坛等)	15. 15%	17. 95%	ns
亲戚、朋友、同事	49. 09%	38. 46%	ns
杂志、报纸或书籍	20. 60%	3. 85%	**
电视、电影、收音机	13. 33%	5. 13%	*

表 5 受调查的国内外游客的旅游动机

旅游动机	国内游客	国外游客	p
了解、认识当地的动植物	21. 21%	35. 90%	*
了解当地民俗文化	44. 85%	44. 87%	ns

欣赏优美景色	92.	73%	83.	33%	*
和亲人或朋友共处	25.	45%	24.	36%	ns
避免打搅, 为了休闲、放松	21.	82%	26.	92%	ns
远离大众游客干扰	10.	30%	41.	03%	**
追求刺激	1.	82%	32.	05%	**
与工作人员接触交流	1.	82%	17.	95%	**
康体健身	15.	76%	19.	23%	ns
其它原因	1.	21%	5.	13%	ns

就旅游动机而言, 优美的风景、民俗文化为吸引九寨沟国内外游客最重要的两个旅游动机(见表 5)。国内游客比国外游客更看重优美景色($p < 0.05$); 国外游客则更注重景区的动植物多样性、旅游环境的安静性、旅游活动的刺激性以及与工作人员的接触交流机会($p < 0.01$)。

在对生态旅游的理解上, 国内外的生态游客也出现较大差异(见表 6)。相较而言, 国外游客对生态旅游的环境保护性更加注重, 有超过 86% 的游客对此项的选择为非常满意。对于生态旅游的教育学习功能而言, 国外游客给予的评价更高; 国内游客对生态旅游在帮助当地人发展经济和改善生活方面的作用更加看重。这一研究结论也进一步印证了李明辉和谢辉对国内外生态旅游研究的结果^[14]。

表 6 国内外游客对生态旅游的看法差异

	国内游客	国外游客	p
开发者、旅游者必须保证当地环境不受破坏			
极不满意	1. 67%	0	ns
不满意	2. 5%	0	ns
一般	16. 67%	4. 55%	*
满意	15. 83%	9. 10%	nx
非常满意	78. 33%	86. 36%	*
生态旅游必须具有教育、学习的功能			
极不满意	5. 08%	0	ns
不满意	7. 62%	0	ns
一般	11. 02%	14. 28%	ns
满意	26. 67%	38. 09%	*
非常满意	50. 47.	62%	ns

在出行方式上，国内外游客的选择较为一致(见表 7)，与家庭成员出游和与朋友、同事出游两个选项占比相当，成为生态游客的首要选择，参加旅行社组团旅游是国内外生态游客的第三选项，而个人游成为国内外游客的最后选择。

表 7 国内外游客出行方式差异

调查项目	国内游客	国外游客	p
个人	6. 52%	8. 69%	ns
家庭成员	35. 51%	34. 78%	ns
与朋友、同事	38. 4%	34. 78%	ns
旅行社组团	19. 56%	21. 73%	ns

九寨沟国内外游客的旅行行为差异明显(见表 8)。64. 85% 的国内游客为参团游客，显著高于国外团队游客的比例(17. 95%)。45. 45%的国内游客选择尽量乘车，显著高于国外游客(24. 36%)。71. 79% 的国外游客选择尽量步行，显著高于国内游客比例(36. 97%)。国内外游客可接受的日均消费较为接近，两组游客可接受的日均消费均呈现出较大的组内差异。

表 8 受调查国内外游客的景区内交通工具选择差异

旅游行为	国内游客	国外游客	p
参团比例	64. 85%	17. 95%	**
尽量步行	36. 97%	71. 79%	**
尽量乘车	45. 45%	24. 36%	**
可接受的 日均消费(元)	387. 88 ± 260. 34(SD)	365. 82 ± 275. 44(SD)	ns

三、讨论

本研究表明，参与九寨沟生态旅游的国内外游客在总体满意度、对景区最吸引的景色、行前旅游信息来源、旅游动机、出行方式、对生态旅游的认知和旅游行为等方面存在显著差异，这一结论与黄震方等对江苏沿海国内外生态旅游者的定性研究类似^[3]。总体而言，国内外游客对九寨沟的评价较好，国内评价高于国外；口碑推荐是九寨沟国内外游客最为重要的旅游信息来源，国内游客的旅游信息来源比国外游客的旅游信息来源更广，但国外游客更有针对性(表现在选择旅游读物的比例更高)。

就景区内国内外生态游客的交通方式选择来看，国内游客以团队游客为主，倾向于选择舒适的交通工具；国外游客以散客为主，倾向于徒步行动。究其原因，本文认为国内生态旅游相对起步较晚，出游观念、出游习惯、身体素质、适应能力等是造成国内游客还不能完全适应徒步、探险类型旅游方式的主要原因。

在对生态旅游的认识上，国外生态游客更加注重生态旅游的环保和教育功能，而国内旅游更加关注生态旅游对当地居民生

活的改善方面;国外游客的求知性(对动植物的兴趣、与工作人员接触交流的机会)、探奇性(追求刺激)比国内游客更高。因此,政府或旅行社应加强向游客传授相关的知识,提高国内生态游客对生态旅游环境保护和教育学习职能的认识。

就九寨沟生态游客的参与动机对比来看,国内游客选择原生态、无人打扰的自然环境的比例较高,而国外游客对优美的景色更为偏爱。这可能是由于国外的生态旅游强调小规模、不拥挤、原生态的自然环境和对自然、动植物的学习、了解机会;国内的生态旅游概念虽然也强调对自然环境的认识、了解,但并不注重限制规模和降低拥挤性,同时为了美学、意境或便利接受甚至鼓励对环境的人为修饰^[9]。

文化是影响游客心理和行为的重要因素^[17],国内外生态旅游游客旅游动机、对生态旅游的认识、行为差异可能源于两者不同的文化背景。但本研究发现有 15.76%的国内生态旅游者与 19.23%的国外生态旅游者选择康体健身,两者无显著统计差异,这一发现与 Buckley 等的理论研究不一致^[9],表明国内发达地区游客已越来越重视自身健康状况,在这方面国内外生态旅游的动机有趋同的趋势。生态旅游是一项层次较高的旅游需求,应该更好地引导国内游客提高对生态旅游的认识和认可,提高生态旅游者对环境保护的意识将会对生态旅游产生良好的效益。政府应该加强生态旅游信息和宣传,有效地引导和转变生态旅游者的旅游观念。

从生态旅游市场营销和管理角度出发,九寨沟景区应采取更有针对性的营销和管理策略,以更好地促进景区旅游发展和生态环境保护。在旅游产品开发方面,应结合景区丰富的动植物资源、地质景观、藏族文化,嵌入互动体验类的产品,适当增加原生态、限量、个性化的旅游路线,吸引国外游客及小众型自然爱好者;同时设计一些休闲放松类的活动,满足相当数量的大众型游客。在大众型观光游持续快速增长、生态环境保护压力、管理压力形成巨大挑战的背景下,景区应结合海内外游客的行为差异,开发出生态旅游、度假旅游等不同产品,以多元化产品发展带动品质、效应提升,更好地适应旅游景区的转型升级。在行为规范方面,则应制定生态旅游者行为准则。近年来,一些政府旅游机构、旅游研究机构和旅游公司都制定了生态旅游者需要遵守的准则(如世界旅游组织提出了《全球伦理规范》,美国旅行代理商协会(ASTA)制定了关于生态旅游的十条“道德标准”,我国人与生物圈国家委员会也在其出版的杂志中介绍了生态旅游者的旅行要求)^[14]。然而目前我国还没有规范化的生态旅游者行为准则。在生态旅游需求日益旺盛、生态环境保护压力不断加大的背景下,亟需规范化的行为准则来约束生态旅游者,促进旅游地良性发展。

参考文献:

- [1]吴楚材,吴章文,郑群明,等. 生态旅游概念的研究[J]. 旅游学刊, 2007, 22(1):67 — 71.
- [2]Weaver D B, Ecotourism as Mass Tourism: Contradiction or Reality? [J]. The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 2001, 42(2):104 — 112.
- [3]黄震方,陈志钢,张新峰. 中西方生态旅游者行为特征的比较研究[J]. 现代经济探讨, 2003, (12):71 — 73.
- [4]钟林生,王婧. 我国保护地生态旅游发展现状调查分析[J]. 生态学报, 2011, 31(24):7450 — 7457.
- [5]杨彦锋,徐红罡. 对我国生态旅游标准的理论探讨[J]. 旅游学刊, 2007, 22(4):73 — 78.
- [6]刘德谦. 中国生态旅游的面临选择[J]. 旅游学刊, 2003, 18(2):63 — 68.
- [7]连玉銮. 生态旅游的“小众”模式管窥——从王朗等自然保护区的实践谈起[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2005, 32(1):35 — 40.

-
- [8]连玉鑫, 石应平. 关于小微型生态旅游及其适应性的思考[J]. 社会科学研究, 2005, (3):189 — 193.
- [9]Buckley R, Cater C, Zhong L S, et al. SHENGTAI LUYOU:Cross-Cultural Comparison in Ecotourism[J]. Annals of Tourism Research, 2008, 35(4):945 — 968.
- [10]Weaver D B, Lawton L J. Twenty Years on:The State of Contemporary Ecotourism Research[J]. Tourism Management, 2007, 28(5), 1168 — 1179.
- [11]Weaver D B, Lawton L J. Overnight Ecotourist Market Segmentation in the Gold Coast Hinterland of Australia[J]. Journal of Travel Research, 2002, 40(3), 270 — 280
- [12]宋晓玲. 基于生态旅游者旅游行为分析的陕南生态旅游发展对策研究[J]. 农村经济与科技, 2016, 27(13):87 — 88.
- [13]李燕琴. 中西方生态旅游者行为与态度特征的比较研究——以北京市百花山自然保护区为例[J]. 旅游学刊, 2006, 21(11):75 — 80.
- [14]李明辉, 谢辉. 中外生态旅游者动机与行为的比较研究[J]. 旅游科学, 2008, 22(3):18 — 23.
- [15]李翠花, 刘宁, 艾怀森. 游客对高黎贡山生态旅游的感知与行为研究[J]. 安徽农学通报, 2013, 19(7):158 — 159.
- [16]梁慧. 国际生态旅游发展趋势展望[J]. 当代经济, 2007, (1s):72 — 73.
- [17]Baloglu S, Mc Cleary K W. A Model of Destination Image Formation[J]. Annals of Tourism Research, 1999, 26(4):868 — 897.
- [18]张卫红. 旅游动机定量分析及其对策研究[J]. 山西财经大学学报, 1999, 21(4):100 — 103.
- [19]马明. 熟悉度对旅游目的地形象影响研究——以泰山为例[J]. 旅游科学, 2011, 25(2):30 — 38.
- [20]白凯, 张春晖. 旅游信息来源类型对消费者行为意图的影响[J]. 人文地理, 2012, (6):95 — 102.
- [21]李子奈, 潘文卿. 计量经济学(第三版)[M]. 北京:高等教育出版社, 2011:43 — 46.