



中国入境旅游流 驱动力研究

——社会宏观与个体微观的双重视角审视

STUDY ON THE DRIVING FORCE OF INBOUND TOURIST FLOWS IN
CHINA FROM MACROSCOPIC AND MICROCOSMIC PERSPECTIVES

郑 鹏 / 著

中国环境出版社

国家自然科学基金 (41401147) 资助

中国入境旅游流驱动力研究—— 社会宏观与个体微观的双重视角审视

郑 鹏 著

中国环境出版社·北京

图书在版编目(CIP)数据

中国入境旅游流驱动力研究: 社会宏观与个体微观的
双重视角审视/郑鹏著. —北京: 中国环境出版社, 2015.8
ISBN 978-7-5111-2445-6

I. ①中… II. ①郑… III. ①旅游客源—研究—
中国 IV. ①F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 136172 号

出 版 人 王新程
责任编辑 孔 锦
助理编辑 高 艳
责任校对 尹 芳
封面设计 宋 瑞

出版发行 中国环境出版社
(100062 北京市东城区广渠门内大街 16 号)
网 址: <http://www.cesp.com.cn>
电子邮箱: bjgl@cesp.com.cn
联系电话: 010-67112765 (编辑管理部)
010-67187041 (学术著作图书出版中心)
发行热线: 010-67125803, 010-67113405 (传真)

印 刷 北京中科印刷有限公司
经 销 各地新华书店
版 次 2015 年 8 月第 1 版
印 次 2015 年 8 月第 1 次印刷
开 本 787×960 1/16
印 张 13
字 数 240 千字
定 价 56.00 元

【版权所有。未经许可, 请勿翻印、转载, 违者必究】
如有缺页、破损、倒装等印装质量问题, 请寄回本社更换

序

旅游业是综合性、多层次、多功能的复合型产业。它在理论上涉及众多人文科学和自然科学，在实践上关联诸多行业与部门。发展旅游业不只是开发旅游资源、推广品牌形象，也不只是建造豪华酒店、开通道路航线，它是包含资源、交通、住宿、服务、经济、文化、气候、政策等内容广泛的系统工程。旅游业的这一特征不仅造就其成为世界第一大产业，也致使其具有交叉性、多元性的学科特性。正因为如此，旅游研究复杂性强，但也是一个很有趣的过程。

旅游业迅猛发展的一个重要表现是国内外客流量的剧增，从而产生以旅游客流为主体的大规模旅游流现象。旅游流是现代旅游业发展的外在显化现象，也是旅游学研究的核心问题之一。在旅游流研究中，旅游流驱动力是其中重要的一个研究领域，也是旅游流研究从空间扩散表征描述向驱动机理内涵阐释的深入发展阶段。我从20世纪90年代至今主持的4个国家自然科学基金都是围绕旅游流研究展开的，随着研究地深入，愈发感觉旅游流研究越来越难，其复杂的过程、影响因素与内在驱动机理，成为制约旅游流研究的“瓶颈”之一。旅游流是一种大宗人口流动现象，其发生发展必然受到外在的交通便捷与否、服务水平高低、经济联系强弱等因素的影响，但旅游流是由具体的个体组成的，所以也具有主观能动性，其发生发展也同样受到内在的求知求异、健康社交、核心吸引力、发展性诉求、自我价值实现等的驱使。旅游流形成的复杂性致使学者们不能仅仅局限于地理学、社会学或物理学中的某一种单一视角来探究，而应该从更宽广的视角，更多维的层面去探索。

郑鹏博士的著作《中国入境旅游流驱动力研究——社会宏观与个体微观的双重视角审视》，就是从宏观与微观结合的视角，对旅游流驱动力进行的有益探索。本书最大的特点就是选取了社会性的宏观思维和个体性的微观思维角度，以中国入境旅游流驱动力为研究对象，在地理学、经济学、管理学、社会学等理论指导下，

以“一手调查数据资料”和统计数据资料为基础,运用多种统计软件,采用多种定量与定性研究方法,系统、综合、深入地探析了入境旅游流驱动机理,最后通过对所得研究结果的思辨分析,构架出了中国入境旅游流的驱动模式,在旅游流研究的理论和实践方面都具有较好的价值。

很高兴郑鹏能够出版此书。他自2005年以第一名考取我的研究生后,开始了其学术研究道路。10年来,郑鹏在学历职称上经历了硕士、博士、讲师、副教授(直聘)的过程,在学术研究上也经历了懵懂、求知、历练、发展的阶段。这期间,他发表了二十多篇核心期刊论文,拿到了国家自然科学基金,国家旅游局面上项目和几项省内课题,并入选了国家旅游局青年专家计划。此书的出版是其作为10年来学术研究的总结,同时也是他学术道路上的一个新起点,希望本书能够为我国入境旅游流研究有所借鉴和启迪。



教授

博士生导师

中国旅游研究院学术委员

中国旅游研究院西部旅游发展研究基地首席专家

陕西省政府参事

陕西省政府决策咨询委员会委员

西安市政府专家咨询委员会委员

2015-5-16

前 言

旅游流是现代旅游业发展所依赖的客观前提,也是旅游学研究的核心问题之一。目前国内有关入境旅游流的研究侧重于时空特征、扩散规律的描述分析,而入境旅游流驱动力的研究还有很大发展空间。入境旅游流作为一种大规模人口流动的社会现象,其驱动力研究有着复杂性和多面性的特征。美国学者 Kurt Godel 曾说过,在认识世界的过程中,排除某一种方式或视角所得到的结果都是不完备的。若单纯运用社会宏观视角的统计年鉴数据来探究旅游流驱动力,则容易陷入机械唯物主义的泥沼,若单纯采用个体微观视角的旅游者问卷调查数据来分析旅游流驱动力,则容易踏入个人决定论的深渊。作者在对国内外相关文献梳理后,发现学者们多从自身固有的专业背景出发来开展旅游流驱动力方面的研究,多视角、多方法、系统性的研究鲜有出现。然而,社会科学的特点决定了旅游流驱动力研究的复杂性,单一运用某种视角或方法都难以得到令人满意的诠释。在社会科学研究中,人既是社会客体,又是社会主体;既受社会规律支配,又具有一定的主观能动性。所以,有必要从社会宏观和个体微观的双重视角来对入境旅游流驱动力进行研究。

拙著以中国入境旅游流驱动力为研究对象,从社会宏观和个体微观两个视角,依据历年来政府权威部门发布的统计数据资料和国家自然科学基金项目组在国内热点旅游城市实地调查的“一手数据资料”,运用 SPSS、LISREL、EXCEL 等软件,采用 Pearson 相关分析、因子分析、方差分析、结构方程模型分析和类别性主成分分析等多种定量方法,系统、深入地探析入境旅游流驱动机理,在此基础上通过对所得研究结果的定性思辨,综合构建出中国入境旅游流的驱动模式。研究成果对制定各省(自治区、直辖市)旅游发展规划、实施市场拓展都具有一定的理论和实践意义。

本书的主要工作和结论有以下几个方面:

(1) 社会宏观视角：入境旅游流驱动力的属性相关分析。以入境旅游发展数据和地区产业发展数据为材料，采用相关分析的方法，对各省区目的地的自身属性在旅游流驱动中的影响力进行实证考量。结果发现，地区经济发展水平是最大的入境旅游流驱动力量，其次是交通区位可达和旅游接待能力，驱动力量最弱的是旅游资源属性。除无相关性的指标外，与入境旅游人次相关系数最高的是进出口额，其次是优良星级饭店，最低的是优良级景区；与旅游外汇收入相关性最强的是进出口额，其次是航空吞吐量，最低的是优良级景区；与入境外国人次关联度最高的依然是进出口额，其次是航空吞吐量，最低的仍旧是优良级景区。

(2) 个体微观视角：入境旅游流驱动力的心理推拉分析。以国家自然科学基金项目组的调查数据为材料，探究我国入境游客群体的心理驱动力量。本书采用较为理想的“推-拉”理论，运用因子分析、方差分析和结构方程模型等方法，论证推拉对旅游者的驱动机理，并进而识别判断推力与拉力之间的心理关联作用。分析得出，推力维度的两个驱动因子为“健康社交”、“求知求异”，拉力维度的两个驱动因子为“设施环境”、“核心吸引”。不同性别、年龄、学历、收入及国家（文化）群体的入境旅游者之间在各因子层面均存在差异性。在推拉关系方面，推力维度的“健康社交”因子和拉力维度的“设施环境”因子、推力维度的“求知求异”因子和拉力维度的“核心吸引”因子之间的关联性相对较大。

(3) 一个双重视角的解释：入境旅游流驱动模式构建。对旅游学中同一现象运用不同的视角研究，结论会显示出不同角度的合理性。以社会宏观和个体微观的双重视野，在对入境旅游流驱动力进行综合分析后，提出中国入境旅游流的驱动模式。从社会宏观视角审视，入境旅游流这一社会事实可以通过目的地其他社会事实来解释；从个体微观视角探究，入境旅游流这一社会现象需要还原到个体层面，从个体的动机和感知等方面对之加以说明。

本书试图在以下几方面做出创新：

(1) 在研究视角上，充分认识到旅游活动主体既受到社会规律影响，又具有主观能动性，分别以旅游者群体（空间）行为和旅游者个体（心理）态度为出发点，以统计年鉴数据和问卷调查数据为基础，各自得出了不同角度的旅游流驱动力。

(2) 以定量研究为基础，结合定性方法分析，将社会宏观和个体微观视野下的旅游流驱动力研究成果进行错位性分析和互补性思辨，构建了双重视角下的入境旅游流驱动模式。

(3) 在国内首次提出了心理层面的推力和拉力存在相互关联的假设,并得到了两类感知拉力可以分别提高两类动机推力的验证。扩充了旅游者心理驱动力研究的范畴,突破了推力和拉力多被作为两个完全独立的影响力进行研究的局限。同时,运用方差分析测度了推拉维度各因子之间的相关性及影响因素。

中国入境旅游流驱动力研究是个复杂而有趣的课题。本书从社会宏观与个体微观的双重视角来认识旅游流的驱动力及内在逻辑关系,试图更科学地揭示旅游流驱动发生机理,从而提高其在实践意义上的解释力和指导力。由于本人水平和条件的限制,书中疏漏和不当之处在所难免,希望读者谅解并指正,以便在今后的工作中完善和修改。

郑 鹏

2015年4月

目 录

第1章 绪 言.....	1
1.1 问题的提出.....	1
1.2 研究目的和意义.....	7
1.3 主要研究的关键问题 and 研究方法.....	9
1.4 技术路线和研究内容.....	11
第2章 理论基础.....	14
2.1 概念界定.....	14
2.2 理论基础.....	18
第3章 国内外研究进展.....	23
3.1 旅游地理与旅游经济方面.....	23
3.2 旅游行为与旅游心理方面.....	27
3.3 研究述评.....	34
第4章 社会宏观视角：入境旅游流驱动力的属性相关分析.....	37
4.1 社会宏观属性指标的探讨与选取.....	37
4.2 数据来源与分析方法.....	46
4.3 旅游资源吸引属性与入境旅游流规模的关系分析.....	48
4.4 地区经济发展属性与入境旅游流规模的关系分析.....	58
4.5 交通区位可达属性与入境旅游流规模的关系分析.....	73
4.6 旅游接待能力属性与入境旅游流规模的关系分析.....	80
4.7 小结.....	92

第5章 个体微观视角：入境旅游流驱动力的心理推拉分析	93
5.1 旅游者心理驱动力的理论探讨	93
5.2 旅游者心理驱动力的实证准备	97
5.3 推拉驱动力的探索性因子分析	106
5.4 不同群体之间的推拉维度差异比较	114
5.5 推拉关系模型的分析	142
5.6 小结	152
第6章 一个双重视角的解释：入境旅游流驱动模式构建	155
6.1 现有旅游流驱动模式	155
6.2 双重视角下入境旅游流驱动力的辨析	164
6.3 双重视角下的入境旅游流驱动模式构建	168
第7章 结论及展望	172
7.1 研究结论	172
7.2 创新之处	174
7.3 不足与展望	174
参考文献	175
附录	186

第 1 章

绪 言

1.1 问题的提出

旅游业是全方位、多层次、多功能、综合性的世界第一产业，在实践上涉及交通业、餐饮业、住宿业、服务业等数十个行业和部门，在理论上涉及管理学、地理学、经济学、社会学等诸多自然科学和社会科学。由于旅游业具有资源消耗低，带动系数大，就业机会多，综合效益好等众多特点，所以它对国家经济发展、社会进步稳定、对外交往以及文化交流具有非常重要的意义。早在 20 世纪 90 年代初，旅游业经济总量就占到全球 GDP 的 10% 以上，超过汽车业、石油业成为世界第一大产业。旅游业成为现代经济和社会发展的重要标志。

在改革开放的发轫之年，我国旅游业也开始了真正意义上大发展。由此，我国入境旅游开始了快速前进的征程。经过三十余年的努力，中国入境旅游业蓬勃发展，从无到有，从小到大，现已成为全球第四入境旅游大国，世界上增长最快的旅游目的地国，公认的最佳旅游目的地之一（表 1-1）。尤其是进入新世纪后，随着中国加入世界贸易组织、北京举办第 29 届奥林匹克运动会，我国在世界的政治、经济地位空前提高，影响力日趋扩大，这为入境旅游业的发展提供了难得的历史机遇和巨大的发展空间。据世界旅游组织（WTO）预测，到 2020 年中国将发展成为世界第一大入境旅游目的地国，其世界旅游业中具有举足轻重的地位。

30 多年来，我国除香港特别行政区、澳门特别行政区及我国台湾地区之外的其他 31 个省、自治区、直辖市的旅游业都有不同程度的长足发展。其中，陕西省、山西省、湖南省、云南省、四川省、甘肃省等省份都先后将旅游业定位为本地支柱产业的发展目标。以陕西省入境旅游为例，发展成绩令人瞩目（表 1-2）。

表 1-1 1978—2010 年全国国际旅游情况

Tab. 1-1 Chinese inbound tourism in 1978-2008

年份	入境旅游人数/ 万人次	同比 增长/%	外国人/ 万人次	同比 增长/%	国际旅游 收入/亿美元	同比 增长/ %	世界排名/位次	
							过夜旅游 者人数	国际旅游 收入
1978	180.9		23.0		2.63			
1979	420.4	132.39	36.2	57.39	4.49	70.72		
1980	570.3	35.66	52.9	46.13	6.17	37.42	18	34
1981	776.7	36.19	67.5	27.60	7.85	27.23	17	34
1982	792.4	2.02	76.4	13.19	8.43	7.39	16	29
1983	947.7	19.60	87.3	14.27	9.41	11.63	16	26
1984	1 285.2	35.61	113.4	29.90	11.31	20.19	14	21
1985	1 783.3	38.76	137.0	20.81	12.50	10.52	13	21
1986	2 281.9	27.96	148.2	8.18	15.31	22.48	12	22
1987	2 690.2	17.89	172.8	16.60	18.62	21.62	12	26
1988	3 169.5	17.82	184.2	6.60	22.47	20.68	10	26
1989	2 450.1	-22.70	146.1	-20.68	18.60	-17.22	12	27
1990	2 746.2	12.09	174.7	19.58	22.18	19.25	11	25
1991	3 335.0	21.44	271.0	55.12	28.45	28.27	12	21
1992	3 811.5	14.29	400.6	47.82	39.47	38.73	9	17
1993	4 152.7	8.95	465.6	16.23	46.83	18.65	7	15
1994	4 368.5	5.20	518.2	11.30	73.23	56.37	6	10
1995	4 638.7	6.19	588.7	13.60	87.33	19.25	8	10
1996	5 112.8	10.22	674.4	14.56	102.00	16.80	6	9
1997	5 758.8	12.63	742.8	10.14	120.74	18.37	6	8
1998	6 347.8	10.23	710.8	-4.31	126.02	4.37	6	7
1999	7 279.6	14.68	843.2	18.63	140.99	11.88	5	7
2000	8 344.4	14.63	1 016.0	20.49	162.24	15.07	5	7
2001	8 901.3	6.67	1 122.6	10.49	177.92	9.66	5	5
2002	9 790.8	9.99	1 344.0	19.72	203.85	14.57	5	5
2003	9 166.2	-6.38	1 140.3	-15.16	174.06	-14.61	5	7
2004	10 903.8	18.96	1 693.3	48.50	257.39	47.87	4	7
2005	12 029.2	10.32	2 025.5	19.62	292.96	13.82	4	6
2006	12 494.2	3.87	2 221.0	9.65	339.49	15.88	4	5
2007	13 187.3	5.55	2 611.0	17.56	419.19	23.48	4	5
2008	13 002.7	-1.4	2 432.5	-6.84	408.43	-2.57	4	5
2009	12 647.59	-2.7	2 193.75	-9.8	396.75	-2.9	4	5
2010	13 376.22	5.80	2 612.69	19.1	458.14	15.5	3	4

数据来源：据《中国统计年鉴》整理。

表 1-2 1978—2008 年陕西省入境旅游者人数和外汇收入情况
 Tab. 1-2 The Number of inbound tourists and foreign exchange income
 of Shaanxi Province, 1978-2008

年份	入境旅游者/ 万人次	同比增长/ %	旅游外汇收入/ 万美元	同比增长/ %
1978	1.4		177	
1979	2.7	92.86	500	182.49
1980	4.0	48.15	1 179	135.80
1981	6.7	67.50	1 455	23.41
1982	9.1	35.82	1 676	15.19
1983	12.4	36.26	1 948	16.23
1984	15.1	21.77	2 025	3.95
1985	21.2	40.40	2 417	19.36
1986	25.8	21.70	3 514	45.39
1987	30.1	16.67	4 478	27.43
1988	36.6	21.59	5 716	27.65
1989	21.2	-42.08	3 774	-33.97
1990	25.9	22.17	4 135	9.57
1991	31.0	19.69	5 482	32.58
1992	41.5	33.87	7 505	36.90
1993	45.8	10.36	8 900	18.59
1994	43.9	-4.15	11 279	26.73
1995	44.2	0.68	14 090	24.92
1996	50.0	13.12	19 820	40.67
1997	53.9	7.80	22 464	13.34
1998	54.1	0.37	24 717	10.03
1999	63.0	16.45	27 189	10.00
2000	71.3	13.17	28 000	2.98
2001	75.9	6.45	30 871	10.25
2002	85.0	11.99	35 097	13.69
2003	46.6	-45.18	19 800	-43.58
2004	80.0	71.67	36 136	82.51
2005	92.8	16.00	44 625	23.49
2006	106.1	14.33	51 000	14.29
2007	123.1	16.02	61 200	20.00
2008	125.7	2.11	66 011	7.86

数据来源：据《中国统计年鉴》整理。

1.1.1 中国入境旅游发展成绩：理性考量

不可否认，我国旅游业取得了举世瞩目的成绩。然而，我国旅游业发展道路筚路蓝缕，走的是一条粗放型发展道路。中国旅游业与发达国家的旅游业发展水平保持着较大差距，片面盲目地追求旅游大国的目标没有太大的实际意义。固然自 1994 年以来，我国在入境旅游接待人次数和旅游外汇收入都已经步入了世界前十之列；自 2006 年开始，入境旅游人次跃居世界第四，旅游外汇收入稳列世界第五；2010 年，世界排名又前进一名。从纵向比较的角度来看发展、看成绩，我国作为世界旅游大国名副其实。然而，换一个角度来审视，从世界范围内横向进行比较，理性客观地判断中国旅游业的地位，我国旅游业取得的成就还不足以陶醉与骄傲。作为指示入境旅游发展成绩的数据，主要有入境旅游人次、入境过夜旅游人次和旅游外汇收入。其中，入境旅游人次是国家口岸记录的所有入境人次数。而很多国家往往会把不具有旅游统计意义的数据剔除。入境过夜旅游人数是剔除了上一组数据中当日往返的过境人次数和不属于“旅游者”定义的人数，这个数字一般只相当于总入境人次数的 40%。其中，真正的外国入境过夜旅游人次仅仅相当于入境过夜旅游人数的 25%~40%，最多相当于入境总人次数的 15%。作为衡量入境旅游业绩的另外一个重要指标是国际旅游的外汇收入。这个数据相对中国国民经济、国际贸易和国家外汇储备总量来说，显然是个很小的数据。

就各地而言，全国已经有 27 个省（自治区、直辖市）将“旅游业确定为支柱产业、先导产业或优势产业”。如果全国有这么多省、市、区都把旅游确定为支柱产业，甚至已经是支柱产业，依照这个逻辑，旅游业必将是或者已经是中国国民经济的支柱产业，这显然是缺乏科学依据的。所以各省（直辖市、自治区）的这一提法都是在战略目标层面上提出的。2009 年 12 月 1 日，国务院发布（2009）41 号文件，其中明确提出“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业”，这可理解为一个长远的发展目标，而目前离这一目标还有相当大的距离。

1.1.2 中国多目的地入境旅游国：重新审视

中国作为一个整体，属于国家层面的旅游目的地。它位于欧亚大陆东部，约有四千年的已知文明史，是四大文明古国之一。中国领土地域极其广阔，国土面积位列世界第三，东西跨经度有 60 多度，东西距离约 5 200 km，中国领土南北跨越的纬度近 50 度，南北距离约为 5 500 km。中国共有 34 个省级行政单位，包括

23个省、5个自治区、4个直辖市和2个特别行政区。从地域面积上来看,我国国土面积几乎等同于整个欧洲的面积。在中国广袤的地域中,自然资源丰富、文化景观多样。中国各个省区都有可以让外国人停留一个星期的旅游资源,而现在每个省的旅游产品开发还不够,其实中国每个省都相当于欧洲的一个国家,都可以单独开发为一个国际市场。另外,省和省之间的旅游都应视为国际旅游,因为省和省之间的距离和文化差异,与欧洲各国之间的距离和文化差异比较,没有什么两样。

丰富多样的旅游资源使中国成为多目的地入境旅游国,如果我们忽视目的地内部区域的差异性,那将是莫大的资源浪费,并且会导致我国旅游业发展,尤其是入境旅游发展的结构失调。自改革开放以来,我国在国际市场上推广的旅游产品集中在黄金旅游线路上,即1998年美国总统克林顿访华所经过的城市线路:西安—北京—上海—桂林—香港。外国旅游者一般只是在广袤的中国大地上兜一大圈,并没有实际游览到中国的各色自然美景,没有深刻体验到中国的各种人文民风。尽管在目前来看,我国凭借快速的经济发展、全球化结构的调整以及幅员广阔和文化多样的旅游基础,即使我们没有主动地进行目的地管理和营销,中国也会自然成长为世界第一大目的地国家。但我们肯定不会因此而放弃努力,任其发展。在上文对我国入境旅游发展的成绩进行实质剖析后,我们必须理性面对我们所取得的成绩,重新审视我国作为多目的地旅游国家的战略思考与营销策略。如何解析我国大陆31个省(自治区、直辖市)的区域入境旅游发展规模与属性条件,如何协调其与全国入境旅游发展之间的关系等问题,值得我们深入摸索探讨。

1.1.3 中国区域旅游目的地:属性探究

影响旅游流流动的因素有多种,有旅游者自身特征、旅游动机等个体方面的主观因素,也有旅游资源分布、交通可达性等目的地方面的客观因素,还有突发事件及国家政策等偶然性或双边性因素。潜在旅游者在自身因素、旅游客源地、旅游目的地等多种因素的综合影响下,有可能将其旅游态度意向转化为旅游实际行动。潜在旅游者在具备了实现旅游的主观条件和客观条件的前提下,在目的地选择上,其旅游行为主要受旅游目的地属性因素影响。显然,从旅游目的地社会宏观的角度对中国各区域目的地的自身属性进行考量,通过了解目的地整体宏观属性,掌握旅游流驱动的一般规律,将有利于促进潜在旅游者采取旅游行动,达到拓展旅游目的地客源市场的目的。

就目的地自身属性而言,经过学者们多年来从不同角度进行的研究发现,影响旅游流驱动的目的地属性因素主要包含旅游资源吸引、经济发展水平、区位交通能力以及旅游接待能力等几个方面。但在解释入境旅游流的流动原因方面都片面强调或夸大了个别因素的作用,也只是对入境旅游人次或入境旅游收入与目的地的属性进行分析。从社会宏观角度分析我国入境旅游发展与目的地属性之间的相关关系,对各地方旅游管理部门进行目的地建设与营销具有重要意义。

1.1.4 旅游者心理驱动机理:深层分析

近年来,国内外学者对旅游流研究都给予了高度的重视,并主要关注以下三个方面:①旅游流空间流动规律,包括空间流动方向和强度、路径模式及旅游流预测;②旅游流系统空间结构的形成及发育;③旅游流驱动原因研究,这部分研究内容主要是影响旅游流流动的因素,即旅游流驱动力,包括旅游动机、旅游者个体特征等主体微观因素和交通可达性、旅游景点或旅游资源分布等客体宏观因素。其中,驱动旅游者流动的驱动力问题是旅游流研究的关键。

在区域旅游竞争日益激烈的今天,旅游流的空间流动过程就是旅游者对众多目的地选择并付诸实施的过程,因此,旅游者对目的地的心理选择可视作旅游流驱动机理的微观反映。旅游者最后决定购买一项旅游产品的决策,也是对目的地选择的决策,其影响因素十分复杂,这一过程受多种因素的影响,这些因素与旅游者自身因素和作用在他们身上的外界因素有关。而在以往研究成果中,用于解释旅游流流动原因的理论多为马斯洛需要层次论、驱力理论、期待价值论、供需理论等。这些理论对研究旅游流流动机理起到了重要的影响作用,然而这些理论出于其各自视角的限制,不可避免地会产生某种偏差。而“推-拉理论”作为研究人口流动影响力较大的一种理论,具有典型的社会科学特征,将内在影响与外在影响在微观心理角度联系起来,因此是探究旅游者流动原因的较为全面与理想的理论方法。

1.1.5 游客对目的地的实际行为选择和心理态度选择:悖谬反思

吴必虎(1997)曾在《地理学报》发表“中国城市居民旅游目的地选择行为研究”一文,文中提出的第四条规律是中国城市居民关于目的地选择的态度和行为之间存在明显不一致,态度上偏好远城自然景观,行为上选择近城目的地。时蓉华总结出两个原因来说明旅游心理态度和旅游实际行为之间为什么存在不一致

的现象。其一,同一对象都有多种特征属性,当个体对某种属性持肯定态度而对另一种属性持否定态度时,就会有态度不同的行为发生,人们可能对自然风景类的目的地持肯定态度,但对去该类目的地的可达性持否定态度,就可能导致取消去该类目的地出游的行为。其二,个体行为除了受态度影响之外,还受其他因素的影响,特别是受当时情境的影响。例如,一般来说,旅游者从心理上不愿意到空气污浊、交通拥挤、人声嘈杂的地方旅行,但大城市在拥有这些属性的同时,也具有交通疏导便利、经济文化突出、基础服务设施齐全等属性,这提供给人们更多的旅游和休闲机会。在这种情况下,一些潜在旅游者会放弃自己的心理态度,而在这些目的地中停留下来并购买相应的旅游产品。这种情境迫使旅游者的实际行为和心理态度出现偏差。

而中国入境旅游者在进行目的地选择时,在心理态度与实际行为上是否也同样存在不一致现象,这一规律是否适用于入境旅游者还需要进行深入的研究分析。从宏观角度对旅游流驱动力进行分析,再运用大量的问卷调查对旅游者的微观心理进行研究,对游客目的地选择的行为和态度之间相悖规律再思考,这对旅游目的地建设和营销具有重要意义。

1.2 研究目的和意义

1.2.1 研究目的

以中国入境旅游流驱动力为研究对象,以社会宏观和个体微观为两个研究视角,在推拉理论、竞争力理论、区位理论、区域增长极理论的指导下,依据历年来政府权威部门的统计调查资料和项目组于国内热点旅游城市实地调查的“一手资料”,运用问卷调查、深度访谈、数量分析、定性分析、数学建模等研究方法,理论与实践结合,从宏观和微观两个方面系统、综合、深入地探析入境旅游流的驱动力,在此基础上构建中国入境旅游流的驱动模式,以期丰富旅游流时空行为理论体系,加强旅游地理学研究,促进我国区域旅游发展,为入境旅游管理、市场营销、旅游规划、产品设计和旅游业改革等提供管理建议。

1.2.2 研究意义

旅游流流动,在空间上表现为集聚与扩散。旅游流在中国多目的地区域中形