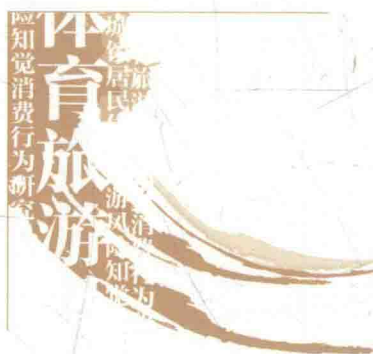


“十三五”国家重点出版物出版规划项目

★ 转型时代的中国财经战略论丛 ▲

城镇居民体育旅游风险知觉 消费行为研究

李 刚 著



中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

“十三五”国家重点出版物出版规划项目

★ 转型时代的中国财经战略论丛 ▲

城镇居民体育旅游风险知觉 消费行为研究

李 刚 著



中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

城镇居民体育旅游风险知觉消费行为研究/李刚著.

—北京: 经济科学出版社, 2017. 12

(转型时代的中国财经战略论丛)

ISBN 978-7-5141-8776-2

I. ①城… II. ①李… III. ①体育-旅游业发展-研究-中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 304948 号

责任编辑: 于海汛 宋 涛

责任校对: 郑淑艳

责任印制: 潘泽新

城镇居民体育旅游风险知觉消费行为研究

李 刚 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010-88191217 发行部电话: 010-88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcs. tmall. com](http://jjkxcs.tmall.com)

固安华明印业有限公司印装

710×1000 16 开 12 印张 190000 字

2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5141-8776-2 定价: 28.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010-88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010-88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

总 序

转型时代的中国财经战略论丛

《转型时代的中国财经战略论丛》(以下简称《论丛》)是山东财经大学“特色名校工程”建设的特色项目和重要成果,也是经济科学出版社与山东财经大学合作推出的系列学术专著出版计划的一部分,更是山东财经大学近年来致力于学术兴校战略一批青年学者在经济和管理研究方面的部分成果汇报。

山东财经大学是一所办学历史悠久、财经特色鲜明、综合实力突出,在国内外有一定影响的普通高等财经院校。学校于2011年由原山东经济学院和原山东财政学院合并组建而成。2012年成功实现财政部、教育部、山东省人民政府三方共建。2013年获得博士学位授予权,并入选山东省“省部共建人才培养特色名校立项建设单位”。山东财经大学还是中俄经济类大学联盟创始高校之一、中国财政发展2011协同创新中心和会计改革与发展2011协同创新理事单位。学校的发展为教师从事科学研究创造了良好环境和宽广平台。近年来,学校以建设全国一流财经特色名校为目标,深入实施“特色名校工程”,大力推进改革创新,学校发展平台拓宽,办学层次提高,综合实力增强,社会声誉提升,学校进入了内涵发展的新阶段。为推进“特色名校工程”建设,学校修订了科研成果认定和奖励制度,完善了科研评价与激励机制,同时实行“优秀青年人才特殊支持计划”和“青年教师境外研修计划”等,为青年教师脱颖而出和学术成长提供了政策保障。

随着经济全球化、区域一体化、文化多样化深入发展,新一轮科技革命和产业变革蓄势待发,我国经济发展进入新常态,但发展方式粗放、创新能力不强、资源环境约束加大等不平衡、不协调、不可持续问题依然突出,迫切需要更多依靠创新驱动谋求转型发展的出路。为了应

对当今世界的深刻变革，我国启动了“双一流”建设，对财经学科发展提出了严峻挑战，同时又面临难得的机遇。作为以经管学科为主的财经类大学，如何坚持科研服务社会、服务人才培养的方向，主动适应实施创新驱动战略的要求，自觉对接国家和区域重大战略需求，充分发挥在经济和管理研究领域的优势，为国家和区域经济社会发展提供更大智力支持、培养更多高质量人才，一直是财经类大学更好履行使命的重要职责。《论丛》的出版，从某种程度上应和了这种趋势和需求，同时，展现了山东财经大学“特色名校工程”的建设成效和进展，对激励学者潜心研究、促进学术繁荣发展、加强对外学术交流和扩大学校社会影响具有重要推动作用。

作为山东财经大学从事财经教育和人文社科研究的青年学者，都要积极应对和研究时代赋予的重大命题，以求是创新的精神风貌，遵循科研规律，坚持教研相长，长于独立思考，善于团结协作，耐得住寂寞，放得下功利，才能不断推进学术创新，勇攀科学高峰，孕育无愧于时代的精品力作，努力成为社会科学创新的新生力量。

《论丛》的出版凝结了山东财经大学青年学者的心血和汗水，尽管可能存在一些不足，但是正如哲人所言“良好的开端就成功了一半”。相信只要青年学者们持之以恒，不辍耕耘，必能结出更加丰硕的成果。伴随着中国经济发展、改革和转型步伐的加快，我们期待着有更多更好的学术成果问世！真诚欢迎专家、同行和广大读者批评指正。

山东财经大学校长



2016年5月17日

前 言

转型时代的中国财经战略论丛

进入 20 世纪 90 年代中期以来,伴随着健身娱乐、休闲旅游为代表的全球化、大众化的体育旅游消费市场逐渐发展壮大,体育旅游已经日益成为现代人们生活中的重要组成部分。但限制于在体育旅游过程中出现的各种不可预估的风险因素,仍然有较多的体育旅游消费者止步其中,出游意愿不高,体育旅游消费市场也因此受到很大影响。为此本书在经济学、社会学、心理学以及营销学等跨学科知识以及研究方法体系指导下,通过一定的理论与方法的归纳与演绎,对我国城镇居民体育旅游风险知觉消费行为进行了系统研究。

研究得出的主要结论:

(1) 人们在体育旅游过程中所呈现的体育旅游风险知觉基本结构是由经济风险、信息风险、社会认知风险、责任风险、知识风险、功能风险以及心理风险总共七个方面组成的,通过把握这七个方面的变化,可以有效甄别人们的体育旅游风险知觉水平。

(2) 人们在体育旅游过程中所呈现的体育旅游风险知觉水平与其性别、婚姻状况的联系不明显。而基于职业、年龄、收入以及教育文化水平的体育旅游消费风险知觉在各个维度上有显著性差异,也就是说,体育旅游消费者的风险知觉水平与其职业、年龄、收入以及教育文化水平的联系比较明显。31~40 岁的群体风险知觉水平较高,比较担心自己在旅游过程中出现一定经济损失,遇到对方推卸责任或自己无法解决等问题。相对于其他职业群体,公务员群体的风险知觉水平较低,较少考虑到在体育旅游过程中出现的各种风险。而相对于其他职业群体,建筑、采矿与制造业职业群体的风险知觉水平较高,一般会考虑在体育旅游过程中的各种风险。5000 元以上收入群体的风险知觉水平较高,尤

其表现在经济风险、功能风险以及心理风险三种风险。特别是随着教育文化水平的提高,其风险知觉水平不断提高,研究生及以上学历的风险知觉水平较高,会考虑在体育旅游过程中的各种风险。

(3) 通过建立体育旅游风险知觉消费行为同时回归模型表明,教育背景 (X_2)、个人收入 (X_4)、风险知觉 (X_6)、人格特质 (X_7) 四个变量具有显著的解释力,模型解释 $R^2 = 0.310$; 通过建立体育旅游风险知觉消费行为逐步回归模型表明,基于教育背景 (X_2)、个人收入 (X_4)、风险知觉 (X_6)、人格特质 (X_7)、家庭人口 (X_3) 五因素模型具有显著的解释力,模型解释 $R^2 = 0.296$; 通过建立体育旅游风险知觉消费行为阶层回归模型表明,基于教育背景 (X_2)、个人收入 (X_4)、风险知觉 (X_6)、人格特质 (X_7) 四个变量具有显著的解释力,模型解释 $R^2 = 0.310$,这说明人们的体育旅游风险知觉水平也是体育消费行为的一种重要表现形式,其风险知觉水平高低直接影响着体育消费再次购买行为的发生。

目 录

转型时代的中国财经战略论丛

第1章 导论	1
1.1 问题的提出	1
1.2 研究目的及意义	5
1.3 国内外研究的现状	6
1.4 研究内容、研究方法	24
1.5 创新之处	29
第2章 体育旅游风险知觉消费行为的相关概念及其思考	30
2.1 体育旅游研究史梳理与概念界定	30
2.2 风险知觉研究史梳理与概念界定	36
2.3 消费行为研究史梳理与概念界定	40
2.4 体育旅游风险知觉消费行为的概念结构	47
第3章 体育旅游风险知觉问卷的编制与修订	50
3.1 研究对象与方法	50
3.2 预测性问卷的信度和效度分析	54
3.3 因子分析和维度识别	60
3.4 本章小结	74
第4章 体育旅游风险知觉消费行为的测量与分析	76
4.1 体育旅游风险知觉消费行为的一般性分析	76
4.2 体育旅游风险知觉消费行为的产品供给分析	79

4.3 体育旅游风险知觉消费行为的人口统计学分析 99

4.4 本章小结 110

第5章 体育旅游风险知觉消费行为的变量分析与模型构建 111

5.1 体育旅游风险知觉消费行为的因变量分析 111

5.2 体育旅游风险知觉消费行为的自变量分析 118

5.3 体育旅游风险知觉消费行为的回归模型构建 130

5.4 本章小结 139

第6章 结论与建议 141

6.1 研究结论 141

6.2 研究不足 143

6.3 发展建议 144

附录 体育旅游消费者行为调查问卷 147

参考文献 153

第1章 导论

1.1 问题的提出

1.1.1 快速发展的体育旅游市场

现如今,中国社会正处于一个从“生产性社会”到“消费社会”的转型时期,人们的消费能力不断增强,消费市场的规模不断扩大,消费市场的结构也发生了根本性的变化。尤其是以旅游为主题的消费市场更是吸引着更多消费者的参与。据统计,2012年的国内旅游已经达到29.57亿人次,国内旅游收入达22706亿元,旅游总收入达到25900亿元,占GDP的4.88%;2013年的国内旅游已经达到32.5亿人次,国内旅游收入达26276亿元,旅游总收入达到29475亿元,占GDP的5.18%;2014年的国内旅游已经达到36.11亿人次,国内旅游收入达30311亿元,旅游总收入达到33800亿元,占GDP的5.52%;2015年的国内旅游已经达到41亿人次,国内旅游收入达36300亿元,旅游总收入达到38400亿元,占GDP的5.67%,^①在这其中不乏有与体育相结合的旅游产品,既有参与性体育旅游产品,也有观赏性体育旅游产品。在体育旅游产品中,参与性体育旅游产品主要有:登山、攀岩、野外探险、漂流、滑雪、骑马、徒步穿越、潜水、速降、游泳、网球、保龄球、高尔夫、野外露营、山地自行车、峡谷探险;观赏性体育旅游产品

^① 徐汛:《中国旅游市场概论》,中国旅游出版社2004年版。

有武术绝技表演、户外赛事观赏、现代赛事观战、民俗体育表演等。2001 年国家旅游局专门设立了“中国体育健身游年”，2006 年又专门举办了“2008 年北京奥运会与体育旅游论坛”，推介我国各地有代表性的健身旅游活动，如青岛、三亚的游泳和潜水活动，张家界的漂流划船等。2014 年我国又举办了体育旅游博览会，全面介绍体育旅游相关用品和服务。目前我国获得了 2022 年冬奥会的举办权，将为以冰雪为代表的体育旅游市场发展创造良好的基础和条件。据不完全统计，目前我国各个地区共有 100 多个体育旅游赛事或活动。从某种程度上来说，我国开展体育旅游活动具备了一定条件和基础，这些赛事活动也有利于体育旅游市场的培育，对体育旅游市场的发展会起到很好的促进作用。

比如来自中国滑雪协会的统计表明，1996 年全中国的滑雪人数还不到 1 万人，全国只有 9 块规模很小的滑雪场；而到 2010 年底，滑雪人数已飙升至 500 万人，滑雪场也猛增到 186 个；到了 2014 年底，滑雪人数升至 2000 万人，滑雪场也增长了 437 个。进入 21 世纪，中国的滑雪人口和滑雪人次将保持 20% 以上的年增长速度。

2 据来自中国保龄球会的统计表明，20 世纪 80 年代保龄球从传入我国，最初只在北京、上海的高档酒店里，只要 20 条球道，到世纪末，北京、上海、深圳、广州四大城市的保龄球球道均超过 1000 条，全国保龄球球道超 30000 条且近年来每年都以 4000 ~ 8000 条球道的速度递增。参与人数从最初的几百人，到目前已经达到了 5 万亿人次。

据来自中国高尔夫协会的统计表明，1984 年第一家高尔夫球会在广东省建立，2006 年中国高尔夫共有球场 280 家，2010 年有 600 家，到目前高尔夫球场已经达到 700 多家，参与人群以年 20% 的速度增长，增长更加明显的是打球人数的增加，目前打球人数年平均增长达到了 40% 左右。还有一组数据表明目前全国经常参加打高尔夫的人数达到了 20 万人，还有一些不经常和不定期去打高尔夫的人，同时还有一些人去高尔夫练习场去打高尔夫，把这三部分的人累加起来，我国参与高尔夫运动的人将会超过 100 多万。

当然，还有一些涉及少数民族传统体育节庆旅游。我国共有 56 个民族，因此是一个多民族国家，这 56 个民族几乎都有本民族特有的民俗体育活动，这 56 个民族所开展的民俗体育活动中都蕴涵着独特的深厚的本民族的民俗体育文化，从中散发出本民族所特有的民俗文化魅

力,所以旅游参与者通过参加这些活动,既能锻炼身体、增强体质,又能了解这些民族特有的民俗风情。如湖北清江闯滩节,时间都是在每年的农历五月二十四至二十七日,所有的村民都参与进来,在湖北的清水江上,所有的村寨都参加,以整木剥成的“牛角龙”独木舟进行比赛,同时围绕龙舟竞渡还举办其他活动,比如村寨所有村民盛装参加的祭天、祭祖、祭神仪式活动;还有一些体育活动比如斗牛、踩鼓、赛马、斗雀;还有一些省亲、对歌、寻偶、跳笙等文化狂欢活动。^①如此规模宏大的狂欢活动堪比摩洛哥德迦玛艾尔法纳广场的“氛围遗产”,每年都吸引着上万次旅游消费者。又如内蒙古那达慕大会,每年七八月的季节举行,蒙古族人民举行摔跤、赛马、射箭、套马、下蒙古棋等民族传统项目比赛,有的还举办有田径、拔河、篮球等体育项目比赛,作为蒙古族人民的盛会,吸引了大量的旅游消费者。

虽然,目前我国体育旅游市场潜力巨大,并呈现快速发展的势头,但是体育旅游产品仍然在整个旅游市场中占据着较小的比重,其原因不是体育旅游产品的吸引力不够,而是体育旅游产品本身包含着太多的风险因子,旅游者在参与旅游时,皆会面临风险,这会直接提升体育旅游消费者的风险知觉水平,从而对很多体育旅游产品敬而远之,选择相对风险系数较低的观光型旅游产品。为此,本研究通过设计体育旅游风险知觉量表,分析城镇居民体育旅游风险知觉消费行为的变化,从而为进一步了解体育旅游消费者的风险知觉水平,进而推进众多有关体育旅游产品的合理开发,满足体育旅游消费者的需求提供一定实践层面的参考价值。

1.1.2 不断提升的体育消费意识

近年来,随着我国社会、经济、文化、政治等方面的快速进步和发展,人们的物质生活水平得到极大的提高,人们在物质需求得到极大满足的时候,许多人开始在精神文化生活方面也有了更多更大的需求,人民的健康观念、体育观念也在不断发生变换。目前我国正处在全面建成小康社会的关键时期,人们经济条件好了,生活富裕了,余暇时间也增

① 徐汛:《中国旅游市场概论》,中国旅游出版社2004年版。

多了,人们有了更多的金钱和时间为选择自己喜爱的休闲方式,通过这些休闲娱乐活动来达到愉悦身心的目的。随着人们消费观念的改变,越来越多的人开始意识到健康的重要作用,所以“花钱买健康”的消费观念也逐步形成,特别是随着人们收入的增加和消费观念的转变,而且提供给大众的体育消费产品也越来越多。目前社会上提供给大众的体育消费产品主要包括观赏型体育产品、实物型体育产品、参与型体育产品。观赏型体育产品包括各种职业联赛(NBA、CBA、中超、乒超)、大奖赛、巡回赛、争霸赛、奥运会、亚运会、全运会和各种杯赛、锦标赛等。实物型体育产品包括各种体育服装、鞋类、运动器材、运动护具、运动饮料和营养品、体育纪念品、健身器材、体育相关书籍等。参与型体育产品包括参加健身、参加健美训练、参加体育活动、参加健康医疗、参加健康咨询等。由于社会供给的体育消费产品丰富、种类繁多,为人们体育消费提供很好的保证。参与型体育消费是目前体育消费的核心内容,也最能反映体育消费的特质。体育旅游是参与型消费人群最容易开展的活动。目前人们从事的体育旅游活动主要是登山、攀岩、野外探险、漂流、滑雪、骑马、徒步穿越、潜水、速降、游泳、网球、保龄球、高尔夫、野外露营、山地自行车。

消费观念为体育消费提供先导,经济基础为体育消费提供物质基础,丰富的体育旅游产品为体育消费提供了保障。基于这些原因,人们的体育消费意识快速提升,参与体育消费的人群也越来越多,体育消费的水平也出现了快速发展的递增式的良好态势。

代刚(2012)的研究表明收入与体育消费意识呈正相关关系。随着收入的不断增加,人们的健康与技能意识呈现波浪上升的趋势,其中3500~5000元的收入阶层是一个比较重要的拐点,随之高收入阶层将出现一定程度的下降,8000元以上的收入阶层的健康与技能意识最强;而人们的社会交往意识并没有较明显的上升或下降规律,其中3500~5000元收入阶层的社会交往意识最强,综合这些显示说明,通过合理的引导,3500~5000元收入阶层将是体育消费实践活动的主体消费群体。而目前,2015年统计数据表明我国人均收入到了11422元,因此可以表明人民的体育消费意识将增加。^①

^① 代刚:《社会转型时期阶层体育消费意识的实证研究》,载于《中国商贸》2012年第6期。

面对日益提升的体育消费意识，特别是体育旅游消费意识的增加，会给参与者带来一个重要问题。即对于一般的观光旅游，体育旅游需要面对更多不可预估的各种风险因素，需要对消费者的体力、心理及其技术掌握程度等要求更高，而且，每一个消费者的风险认知水平也各尽不同，这样就会直接影响着体育旅游市场的进一步拓展。为此，在进一步推进人们的经济能力增长的同时，需要准确把握人们的体育旅游风险知觉水平，科学测量出人们的风险认知状况，采取有针对性的措施，改进并降低人们的体育旅游风险认知，将成为一个亟待解读的重点问题。

1.2 研究目的及意义

1.2.1 研究目的

积极贯彻落实国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见，以体育旅游消费为切入点，通过编制与修订中国城镇居民体育旅游风险知觉测试问卷及其构建相应的分析模型来准确把握中国城镇居民在体育旅游消费过程中所呈现的消费行为特征，特别是消费心理和购买决策方面的变化情况，从而为吸引更多消费者参与体育旅游，促进体育旅游市场的发展，完善健身休闲、竞赛表演、场馆服务、中介培训、体育用品制造与销售等体育产业体系，培养新的经济增长点，实现 2025 年体育产业总规模达到 5 万亿元产值的宏伟目标提供有价值的参考。

1.2.2 研究的意义

1. 有利于丰富体育旅游理论和风险认知理论

理论上讲，本书所编制的体育旅游风险知觉测试维度对于丰富体育旅游理论以及体育风险知觉理论有着重要的参考价值，特别是能够更好地把握人们在体育旅游以及各类体育参与活动中所呈现的行为变化，从而丰富体育旅游理论体系中所涉及的体育旅游消费者心理层面的研究。

当然,也是继石岩(2008)关于体育活动风险认知理论研究之后的拓展研究,可以为进一步开发适合于不同群体体育活动风险认知量表提供一定的补充与参考,从而为所提出的风险认知理论提供事实依据。

2. 有利于全面把握人们在旅游过程中所面临的各类风险,制定相关政策保护消费者权益

通过本研究的测量,可以有效收集人们在体育旅游过程中的风险认知信息,探寻人们在体育旅游消费过程中各类风险知觉变化的特征与规律,从而可以全面把握人们在旅游过程中所面临的各类风险,为制定相关消费者保障政策,维护消费者的权益,降低各类风险事件,可以让更多人了解体育旅游,参与体育旅游。当然,最重要的是,通过此途径的信息收集与分析,能够为体育旅游卖方企业提供改进措施的依据,能够变被动为主动,采取相关措施降低消费者的认知风险,以获取消费者的满意度与忠诚度,这会有利于企业加强自身的品牌建设,激活企业的内在活力,促进企业长期发展。

3. 有利于比较不同人群的风险知觉变化进行相应的市场细分

除此之外,在实践层面上,还可以按照各测试维度结构,通过比较分析不同年龄、不同收入、不同职业等人群在体育旅游过程中的各种风险知觉变化情况,及时了解他们的差异性,有利于进行市场细分,制定相应的营销策略,优化产品设计,满足人们的差异性需求。

1.3 国内外研究的现状

1.3.1 国内研究现状评述

目前国内没有学者对体育旅游风险知觉进行系统研究,有部分学者对旅游风险知觉进行了研究,查阅文献发现关于旅游风险知觉的研究国内仅有5篇文献报道,大多数学者研究主要集中于体育旅游风险认知、体育与风险认知、旅游风险认知方面。其实,风险知觉和风险认知在英

文翻译中都是 Risk Perception, 两者之间有相近之处, 但也有细微的差别, 将在第2章进行论述, 现仅就两者相近之处进行统一论述。

1. 旅游风险知觉

随着我国旅游业的快速发展, 各种旅游风险呈上升趋势, 旅游风险知觉成为目前国内学者研究的新问题。目前关于旅游风险知觉的研究文献有5篇。研究主要集中在旅游风险知觉的影响因素、降低旅游风险知觉的措施及方法。

莫皓帆、戴令怡(2011)通过台湾领队带团赴大陆地区旅游风险知觉和降低风险所组合的集群类型以及带团赴大陆地区旅游风险知觉和降低风险所组合的集群类型的差异的研究, 指出带团赴大陆地区旅游风险知觉以及如何降低旅游风险。^① 张鉴美、陈毅文、李信(2015)从保险的视角, 运用应用心理学的研究方法, 研究消费者的旅游风险知觉、对保险产品价值的认识和保险产品消费三者之间的相关关系。保险消费者的感知风险越高, 购买意愿越强的短期旅游意外险, 旅游短期意外险的价值感知则中介了这一影响。同时, 消费者卷入度调节了该中介作用, 消费者参与度越高, 消费者对旅游风险的感知程度会更敏感, 短期旅行意外险和短期旅游意外险的感知价值越高, 购买意愿越高, 反之亦然。这个结论可用于其他类型的保险。^② 乔光辉(2013)通过分析入境游客在中国的旅游风险知觉, 把入境游客旅游的决策行为进行系统分类, 找出入境游客个人风险知觉与整个旅游景区的风险的内在联系, 最终提出如何建立旅游地安全管理的体系, 从而降低入境游客的旅游风险知觉水平, 为中国旅游业的快速发展提供科学的理论支持和实践指导。^③ 周忠翰(2002)认为旅游消费者的旅游风险知觉影响因素从高到低的顺序为绩效风险因素、心理风险因素、时间风险因素、财务风险因素。部分消费者的人格特质在风险知觉上有显著差异, 消费者人格特质外向型对旅游风险知觉之心理、时间、财务风险知觉更高。部分消费者

7

① 莫皓帆、戴令怡:《台湾领队带团赴大陆地区旅游风险知觉和避险策略之研究》, 中国地理学会, 2011年。

② 张鉴美、陈毅文、李信:《从心理学角度研究风险知觉和保险购买意愿相关关系——以旅游短期意外险为例》, 载于《保险研究》2015年第6期。

③ 乔光辉:《旅游风险知觉下的旅华游客决策及旅游业可持续发展关联价值初探》, 载于《祖国:教育版》2013年第7期。

人格特质在进行旅游投保意愿有显著影响,而风险知觉对旅游投保则无显著影响。

魏村瑞指出旅游过程中可能发生随身物品行李遗失、疾病住院医疗、交通飞行安全事故、暴动战乱之风险。因此旅游风险特性知觉包括多个方面,主要体现在下面几个方面:一是面对风险的自觉性。旅游途中发生随身物品行李遗失、疾病住院医疗、交通飞行安全事故、暴动战乱是被迫承担,而非自身该承担。二是危害效果的立即性。旅游途中发生随身物品行李遗失、疾病住院医疗、交通飞行安全事故、暴动战乱所导致损害是有立即性,而非有潜伏期的。三是风险的控制程度。旅游途中发生随身物品行李遗失、疾病住院医疗、交通飞行安全事故、暴动战乱是旅游者本身无法利用一些技巧避免或控制的。四是风险的恐怖程度。旅游途中发生随身物品行李遗失、疾病住院医疗、交通飞行安全事故、暴动战乱,旅游者会失去平常心,并为此感到恐怖害怕。五是风险的严重性。旅游途中发生随身物品行李遗失、疾病住院医疗、交通飞行安全事故、暴动战乱其造成的损害及其后果是相当严重的。六是风险灾害的记录。旅游途中发生随身物品行李遗失、疾病住院医疗、交通飞行安全事故、暴动战乱,在过去给旅游者的印象中有非常多的发生记录。七是全体国民暴露风险程度。非常多的旅游者都暴露在随身物品行李遗失、疾病住院医疗、交通飞行安全事故、暴动战乱的风险中。八是个人暴露风险程度。旅游者有极高度可能暴露在随身物品行李遗失、疾病住院医疗、交通飞行安全事故、暴动战乱的风险中。

2. 体育旅游风险认知

关于体育旅游风险认知的研究,查阅中国期刊网,目前文献共有两篇,都是陈毅清、张俊香两位学者的研究成果,研究主要指出了体育旅游风险认知的概念、分类、特征、影响因素、理论模型构建等相关内容方面。

陈毅清、张俊香(2012)提出了体育旅游风险认知的具体概念,旅游者在参与体育旅游的过程中,不同的参与者对不同的旅游项目中存在的各种各样的潜在的、深层次的、客观的、风险的、直接的判断力和旅游者自己本人的主观感受。根据不同的体育旅游项目特点,把体育旅游风险分为四种类型,即拓展型体育旅游风险、休闲健身类体育旅游风