KANGYANG LÜYOU

康养旅游消费决策过程

——一个基于扎根理论的探索性研究

杨开华
石维富 著

XIAOFEI JUECEGUOCHENG

西南交通大学出版社

图书在版编目（CIP）数据

康养旅游消费决策过程：一个基于扎根理论的探索性研究 / 杨开华，石维富著. —成都：西南交通大学出版社，2021.10

ISBN 978-7-5643-8286-5

Ⅰ. ①康… Ⅱ. ①杨… ②石… Ⅲ. ①旅游保健－旅游服务－消费者行为论－研究 Ⅳ. ①F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2021）第 206626 号

Kangyang Lüyou Xiaofei Juece Guocheng
——Yi Ge Jiyu Zhagen Lilun de Tansuoxing Yanjiu

康养旅游消费决策过程
——一个基于扎根理论的探索性研究

杨开华　石维富　著

责任编辑	居碧娟
助理编辑	张地木
封面设计	阎冰洁
出版发行	西南交通大学出版社 （四川省成都市金牛区二环路北一段 111 号 西南交通大学创新大厦 21 楼）
发行部电话	028-87600564　028-87600533
邮政编码	610031
网　　址	http://www.xnjdcbs.com
印　　刷	四川煤田地质制图印刷厂
成品尺寸	146 mm × 208 mm
印　　张	7.875
字　　数	169 千
版　　次	2021 年 10 月第 1 版
印　　次	2021 年 10 月第 1 次
书　　号	ISBN 978-7-5643-8286-5
定　　价	38.00 元

图书如有印装质量问题　本社负责退换
版权所有　盗版必究　举报电话：028-87600562

前言
PREFACE

康养旅游是在中国老龄化和亚健康问题越来越严峻的形势下，中国政府“健康中国 2020”发展战略的产物。2016 年，中共中央、国务院印发《健康中国“2030”规划纲要》，明确提出要“普及健康生活、优化健康服务、完善健康保障、建设健康环境、发展健康产业”，为康养旅游产业的发展提出了进一步的要求。2017 年，中国共产党十九大报告明确提出“实施健康中国战略”“发展健康产业”“推进医养结合，加快老龄事业和产业发展”，有效促进了康养旅游产业的快速发展。2019 年，为了将“健康中国战略”落到实处，努力实现群众不生病、少生病，提高生活质量，延长健康寿命的目的，健康中国行动推进委员会印发了《健康中国行动（2019—2030 年）》，明确提出了“健康中国战略”的指导思想、总体目标，并对实现战略目标的基本路径进行细化、具体化，“健康中国战略”得以有效推进，健康产业发展提速升级，进一步推动了康养旅游产业的健康发展。短短十多年时间，在中国各级政府的大力推动和支持下，康养旅游成为中国现代旅游业发展中的新亮点，康养旅游研究成为中国学术界关注的新热点。但从已有研究结果来看，现有研究重实践轻理论，侧重对康养旅游目的地的研究，相关概念缺乏科学严谨的理论界定，对该领域深层的基础理论缺乏科学系统

的探索，特别是对康养旅游产业的主体——康养旅游消费者缺乏系统深入的研究，使得康养旅游理论研究滞后于产业实践需要，理论对产业发展的指导性严重不足，导致康养旅游产业出现空虚化和盲目化的趋势，影响了康养旅游产业的健康快速发展。

本书以哥伦比亚大学社会学家 Anselm Strauss 和 Barney Glaser 两位学者共同构建的扎根理论（Grounded Theory）这种探索性研究方法为基础，以康养旅游消费者的消费决策行为为研究对象，通过回顾康养旅游消费者、旅游消费决策过程、旅游消费动机、旅游消费信息、旅游消费决策、旅游消费决策后行为等相关研究成果，基于消费者购买决策理论和计划行为理论，深入探讨消费者的康养旅游消费决策的全过程。主要探讨五个关键理论问题：第一，影响消费者康养旅游消费动机的因素有哪些？第二，消费者获取康养旅游消费信息的渠道及其利用机制是什么？第三，影响消费者康养旅游消费决策的因素有哪些？第四，消费者康养旅游满意度及其重复消费意愿的影响因素有哪些？第五，消费者康养旅游消费决策的机制是什么？为了解决以上理论问题，本研究开展了以下五个主题的实证研究。

研究一，建构了康养旅游的内涵及消费动机理论。通过扎根理论捕捉康养旅游的内涵因素及消费动机的构成因素，经过连续比较分析，发现康养旅游的内涵包含良好的生活条件、良好的医疗卫生条件、良好的生态气候环境、和谐人文社会环境、精神愉悦和人性化服务六个维度；消费者康养旅游的动机包含幸福生活、修养身心、充实自己、玩得开心、享受自然和照顾家人六个维度。康养旅游的内涵和消费者的动机体现出与传统

旅游项目及消费动机不一样的内涵特征，如良好的生活条件、医疗卫生条件、幸福生活、照顾家人等。

研究二，建构了康养旅游信息理论。通过扎根理论挖掘决策者获取康养旅游信息的渠道及其对信息的信任度，经过连续比较分析，发现决策者获取康养旅游信息的渠道主要有熟人渠道、网络媒体渠道、商业渠道三个主范畴，其中熟人渠道是康养旅游决策者获取康养旅游信息最主要的渠道，也是最信任的信息渠道。决策者对通过网络媒体以及商业渠道获取的康养信息持谨慎态度，要通过信息验证真伪后才会利用，这与传统旅游项目信息获取与信任有较大差别。

研究三，建构了康养旅游消费决策影响因素理论。通过扎根理论捕捉影响消费者康养旅游消费决策的因素，通过连续比较分析，发现影响消费者康养旅游消费决策的因素包括激励因素与抑制因素两大类。激励因素包括生态生活环境优良、生活保障条件充分和心理预期满足三个主范畴。抑制因素包括生态生活环境不优越、生活保障条件不满足、安全保障不到位三个主范畴。激励因素与抑制因素相互影响，相互作用，共同推动决策者做出康养旅游消费决策。本研究发现也与传统旅游项目消费决策影响因素差异较大。

研究四，建构了消费者康养旅游消费后行为理论。通过扎根理论挖掘康养旅游消费者的满意度及重复消费意愿，通过连续比较分析，发现影响消费者康养旅游消费满意度及其重复消费意愿的因素有客观环境条件优越度和主观感知度两个主范畴。客观环境条件优越度包括生态环境、空气、光照、气候、水质、人文环境六个范畴，主观感知度是影响康养旅游消费决

策满意度及其重复消费意愿的心理因素。客观环境条件通过主观感知，影响消费者对康养旅游的满意度及其重复消费意愿。这是本研究的又一个重大发现。

研究五，建构了康养旅游消费决策机制理论。通过扎根理论发掘消费者康养旅游消费决策的模式，通过连续比较分析，发现康养旅游消费决策的模式包括单一决策和复合决策两个范畴。康养旅游消费决策的主体包括消费者本人、家人和朋友。康养旅游消费决策实质上是一个综合评价过程。决策者在消费动机的指引下，通过收集处理社会、文化等各方面的信息，对激励因素与抑制因素进行综合评价，如果满足决策者的心理预期，则做出消费决策，如果不符合决策者的心理预期，决策者将会选择其他康养旅游消费项目或者放弃康养旅游。

本研究虽然采用了科学的研究方法、严谨的研究设计，建构了康养旅游消费决策过程理论，弥补了该领域理论研究的不足，取得了一定的理论进展，但由于康养旅游产业本身为新兴产业，康养旅游研究为新兴研究领域，正处在理论探索与建构阶段，本研究还存在样本收集不够全面、研究结果的信度和效度有限、研究结果还有待进一步采取多种科学方法进行验证等缺陷。本研究的目的是抛砖引玉，希望更多同仁来共同关注康养旅游理论研究，共同推进我国康养旅游产业的发展，为“健康中国战略”的发展贡献自己的力量，为我国的健康事业发展做出应有贡献，共同推进我国生态文明建设。

杨开华

2021 年 7 月 28 日

目录

CONTENTS

1 导 论

1.1 研究背景及问题的提出……2
1.2 研究目的与研究内容……8
1.3 研究内容与本书框架……10
1.4 研究方法……13
1.5 研究流程……14
1.6 研究路线……16

2 文献综述及主要问题的提出

2.1 概念界定……18
2.2 相关研究……23
2.3 理论基础……44
2.4 文献评述……51
2.5 研究问题……53

3 研究方法与实施

3.1 研究方法的哲学基础……56

3.2 研究方法……57
3.3 数据收集方法……59
3.4 访谈对象及样本量……60
3.5 访谈程序……62
3.6 编码过程……64
3.7 数据的解释力度检验……66
3.8 学术道德……69

4 康养旅游内涵及消费动机编码分析

4.1 康养旅游内涵编码分析……72
4.2 康养旅游消费动机编码分析……88

5 康养旅游信息渠道和可信性编码分析

5.1 开放式编码……108
5.2 主轴编码……112
5.3 选择性编码……114
5.4 理论饱和度检验……116
5.5 模型阐释和研究发现……117

6 康养旅游消费决策影响因素编码分析

6.1 消费决策激励因素编码……124

6.2 消费决策抑制因素编码……138

7 康养旅游消费决策后行为编码分析

7.1 开放式编码……153
7.2 主轴编码……157
7.3 选择性编码……158
7.4 理论饱和度检验……161
7.5 模型阐释和研究发现……162

8 康养旅游消费决策机制编码分析

8.1 消费决策模式编码分析……171
8.2 康养旅游消费决策机制分析……184

9 研究结论与讨论

9.1 研究结论……198
9.2 理论贡献……201
9.3 管理实践启示……205
9.4 研究局限与展望……207
附录 1 “康养旅游消费决策过程”访谈提纲……210
附录 2 受访者资料一览表……211
附录 3 访谈资料整理节选（受访者 k）……213
参考文献……223

图片目录

图 1-1　本书框架图 …… 11
图 1-2　研究路线图 …… 16
图 2-1　冰雪体育旅游消费认知、消费动机与消费行为的关系模型 …… 31
图 2-2　女性冰雪体育旅游消费认知、消费期望、消费需求与消费动机关系概念模型 …… 31
图 2-3　高校大学生旅游信息来源 …… 34
图 2-4　家庭旅游消费决策模型 …… 39
图 2-5　科特勒行为选择模型 …… 46
图 2-6　恩格尔模式 …… 47
图 2-7　霍华德—谢思模式 …… 48
图 4-1　康养旅游内涵结构模型 …… 81
图 4-2　康养旅游消费动机结构模型 …… 96
图 5-1　康养旅游信息获取和可信性结构模型 ……116
图 6-1　康养旅游消费决策激励因素结构模型 …… 131
图 6-2　康养旅游消费决策抑制因素结构模型 …… 145
图 7-1　康养旅游消费满意度及重复消费意愿结构模型 …… 161
图 8-1　康养旅游消费决策模式结构模型 …… 179
图 8-2　康养旅游消费决策机制结构模型 …… 185
图 8-3　康养旅游决策信息重要性层次结构模型 …… 192

表格目录

表 3-1 受访者基本情况统计表 …… 61
表 4-1 康养旅游内涵初始概念形成过程 …… 73
表 4-2 康养旅游内涵开放式编码范畴化 …… 75
表 4-3 康养旅游内涵主轴编码形成的主范畴 …… 78
表 4-4 康养旅游内涵主范畴的典型关系结构 …… 80
表 4-5 康养旅游消费动机初始概念形成过程 …… 89
表 4-6 康养旅游消费动机开放式编码范畴化 …… 91
表 4-7 康养旅游消费动机主轴编码形成的主范畴 …… 93
表 4-8 康养旅游消费动机主范畴的典型关系结构 …… 95
表 4-9 康养旅游消费动机结构层次 …… 104
表 5-1 康养旅游信息渠道和可信性初始概念形成过程 …… 109
表 5-2 康养旅游信息渠道和可信性开放式编码范畴化 …… 112
表 5-3 康养旅游信息渠道和可信性主轴编码形成的主范畴 …… 113
表 5-4 康养旅游信息渠道和可信性主范畴的典型结构关系 …… 114
表 6-1 康养旅游消费决策激励因素初始概念形成过程 …… 125

表 6-2　康养旅游消费决策激励因素开放式编码范畴化……127
表 6-3　康养旅游消费决策激励因素主轴编码形成的主范畴……129
表 6-4　康养旅游消费决策激励因素主范畴的典型结构关系……130
表 6-5　康养旅游消费决策抑制因素初始概念形成过程……138
表 6-6　康养旅游消费决策抑制因素开放式编码范畴化……141
表 6-7　康养旅游消费决策抑制因素主轴编码形成的主范畴……142
表 6-8　康养旅游消费决策抑制因素主范畴的典型结构关系……144
表 7-1　康养旅游消费决策后行为初始概念形成过程……153
表 7-2　康养旅游消费决策后行为开放式编码范畴化……155
表 7-3　康养旅游消费决策后行为主轴编码形成的主范畴……157
表 7-4　康养旅游消费决策后行为主范畴的典型结构关系……159
表 8-1　康养旅游消费决策模式初始概念形成过程……172

表 8-2　康养旅游消费决策模式开放式编码范畴化 …174
表 8-3　康养旅游消费决策模式主轴编码形成的主范畴 …175
表 8-4　康养旅游消费决策模式主范畴的典型结构关系 …177

1 导 论



1.1 研究背景及问题的提出

1.1.1 康养旅游产生的必然性

康养旅游是我国经济社会发展的必然产物，也是我国新时代面临的一次机遇和挑战。近年来，随着中国经济的快速发展，中国公民的生活水平得到较大提高。据瑞士银行瑞信发布的《全球财富报告》数据显示，2015 年，中国中产阶级人数达 1.09 亿人，超过美国，居全球第一位。[①]据经济学人智库（Economist Intelligence Unit）最新发布的报告显示，作为世界第二大经济体，中国将在 2030 年前迈入中等收入国家的行列，3/4 的中国人将成为中产。[②]经济社会的发展带来消费的升级和消费观念的转变，人们对物质生活的追求已经逐步转向对高品质生活的追求。中国共产党十九大报告指出，中国社会主要矛盾为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。此外，还提出要实施健康中国战略、完善国民健康政策、发展健康产业，为人民群众提供全方位全周期健康服务等。

与此同时，我国的老龄化形势和亚健康问题越来越严峻。根据国家统计局 2021 年 5 月 11 日发布的第七次全国人口普查数据显示，我国 60 岁及以上人口 26402 万人，占总人口比重的 18.7%，其中 65 岁及以上人口为 19064 万人，比重达到 13.5%。

① 资料来源：http://www.cankaoxiaoxi.com/finance/20151015/966326.shtml，2021-07-28。

② 资料来源：https://www.sohu.com/a/119027711_123753，2021-07-28。

目前，我国已经进入老龄化阶段，即将步入深度老龄化，预计2040年中国65岁及以上老年人口比例超过20%，进入超老龄化社会。[①]庞大的老年人群体，催生出庞大的产业集群。同时，随着城市化进程的加快，亚健康问题、慢性病问题已成为21世纪人类健康的头号大敌。据世界卫生组织（WHO）公布的一项预测性调查表明，全世界真正健康的人仅占5%，患有疾病的人占20%，而75%的人处于亚健康状态。[②]根据《2017中国健康报告》数据显示，截至2017年年末，中国的“亚健康”状态人群已超过7亿。[③]健康问题已成为中国人面临的最重要的社会问题。

在此背景下，幸福养生和健康养老，即康养，逐渐受到中国政府、社会和老百姓的关注。以健康为基本诉求，包含快乐、幸福等心理健康的康养旅游方式，成为健康产业改革发展的一种创新模式。康养旅游既是多种经济多元组合、相融共生的新业态，也是中国“十四五”期间国民健康发展目标的最佳结合点。为有效解决危害城乡居民健康的主要问题，全面维护和增进国民健康素质，实现社会经济和人民健康的协调发展，2012年，中国政府提出了“健康中国2020”健康发展战略，将“健康强国”作为一项基本国策摆在了国家发展中的显著位置，直接催生了康养旅游产业。2012年，我国四川省攀枝花市在前期大量实践探索的基础上，依托自身优越的阳光、气候等自然资

① 资料来源：https://www.chinairn.com/hyzx/20210511/145509465.shtml，2021-07-28。

② 资料来源：news.sohu.com/20080909/n259460521.shtml，2021-07-28。

③ 资料来源：news.ifeng.com/a/20180205/55789469_0.shtml，2021-07-28。

源禀赋和独特的区位环境优势，瞄准国内外庞大的阳光、休闲、运动、养身、养老等新兴消费市场，创造性地提出创建“中国阳光康养旅游城市”，率先提出发展“康养旅游”产业，被视为康养旅游产业的开端。2014 年，首届中国康养产业发展论坛在攀枝花市召开，2016 年，第二届中国康养产业发展论坛在秦皇岛召开，标志着攀枝花与秦皇岛成为中国“一南一北”两个国家级康养产业发展试验区。为了规范康养旅游产业的行业行为，推动康养旅游产业健康发展，2016 年 1 月，中国国家旅游局正式颁布旅游行业标准《国家康养旅游示范基地》（LB/T 051—2016），确定了首批 5 个“国家康养旅游示范基地”，正式将“康养旅游”确立为新的旅游方式，并纳入国家旅游发展战略。康养旅游在国家相关政策的大力支持下，成为中国现代旅游业发展中的亮点和新热点。

1.1.2 康养旅游产业的建设及研究不足

随着康养旅游在中国迅速发展，康养旅游研究热潮也在中国学术界兴起，但是到目前为止，康养旅游的研究成果并未以高频词汇形式出现在热点词聚类图谱中，康养旅游研究尚处于初期探索阶段（杨亚萍，黄静波，2019）。康养旅游的研究不足主要表现在两方面。

从研究内容来看，目前国内外关于康养旅游的研究大有重实践轻理论的倾向，专家学者侧重关注康养旅游目的地的发展，而对基础理论的研究程度偏低。研究主要集中在概念界定、发展模式、资源开发、产品开发、基地建设及产业发展等方面。