

旅游者对目的地的情感依恋与行为响应

Tourists' Emotional Attachment to Destination and Behavioral Responses

作者：贾衍菊 博士 讲师

单位：山东师范大学旅游管理系

现象的思考



旅游地（地）

地方依恋

旅游者（人）



1

魂牵梦绕、期待已久的地方

2

流连忘返、留恋、爱

3

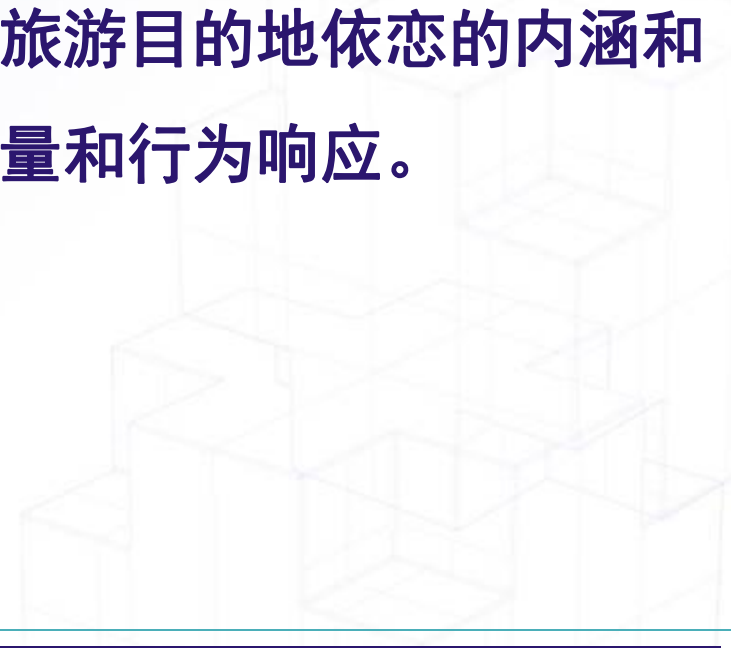
旅游者会多次重游同一目的地



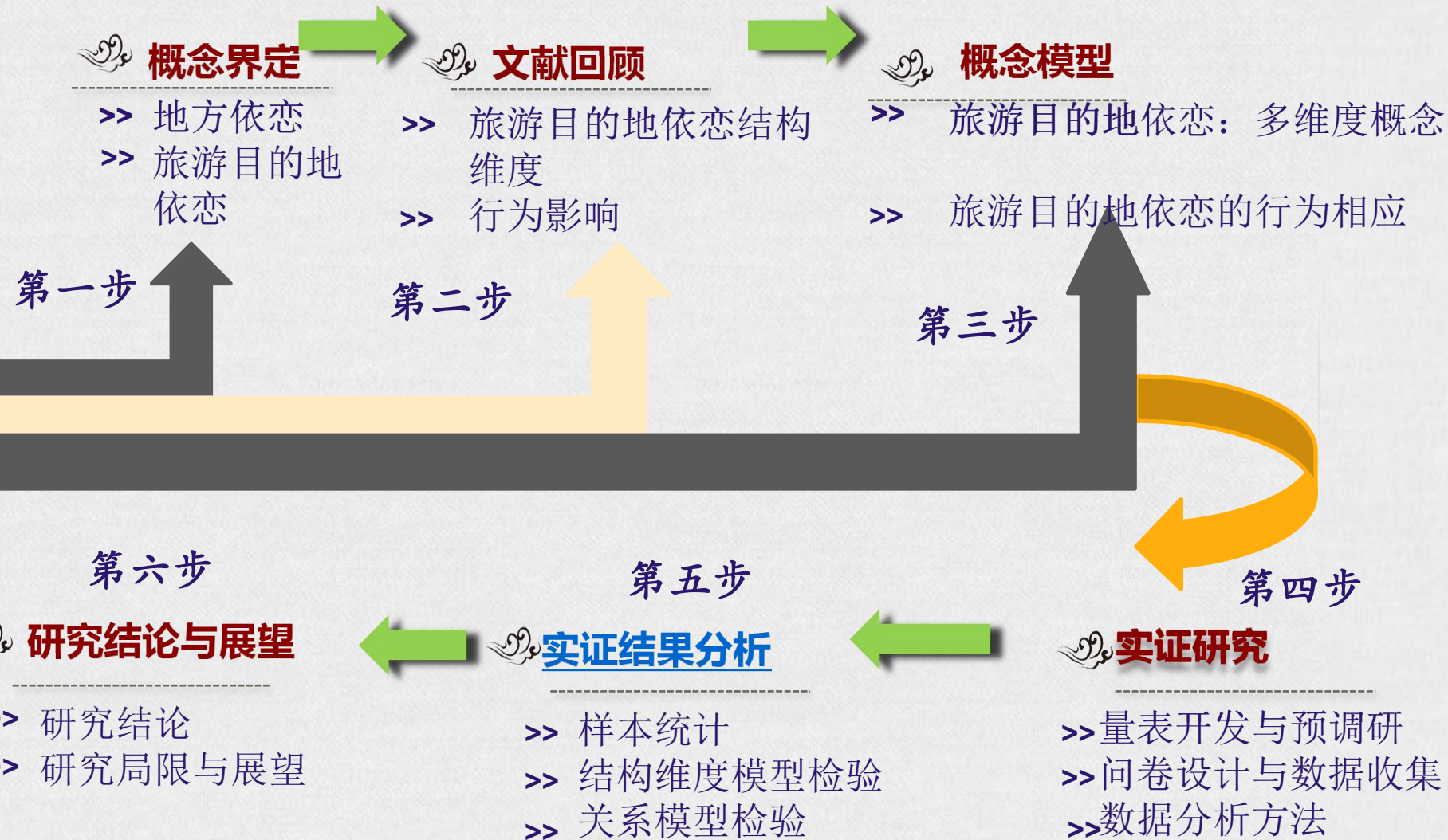
研究内容

第一：从理论溯源的角度梳理旅游目的地依恋的结构维度，开发旅游目的地依恋的量表；

第二，考查目的地依恋的行为响应，对游客满意、忠诚以及环境责任行为的影响作用，从而深入揭示旅游目的地依恋的内涵和旅游者在特定目的地情境下的体验质量和行为响应。



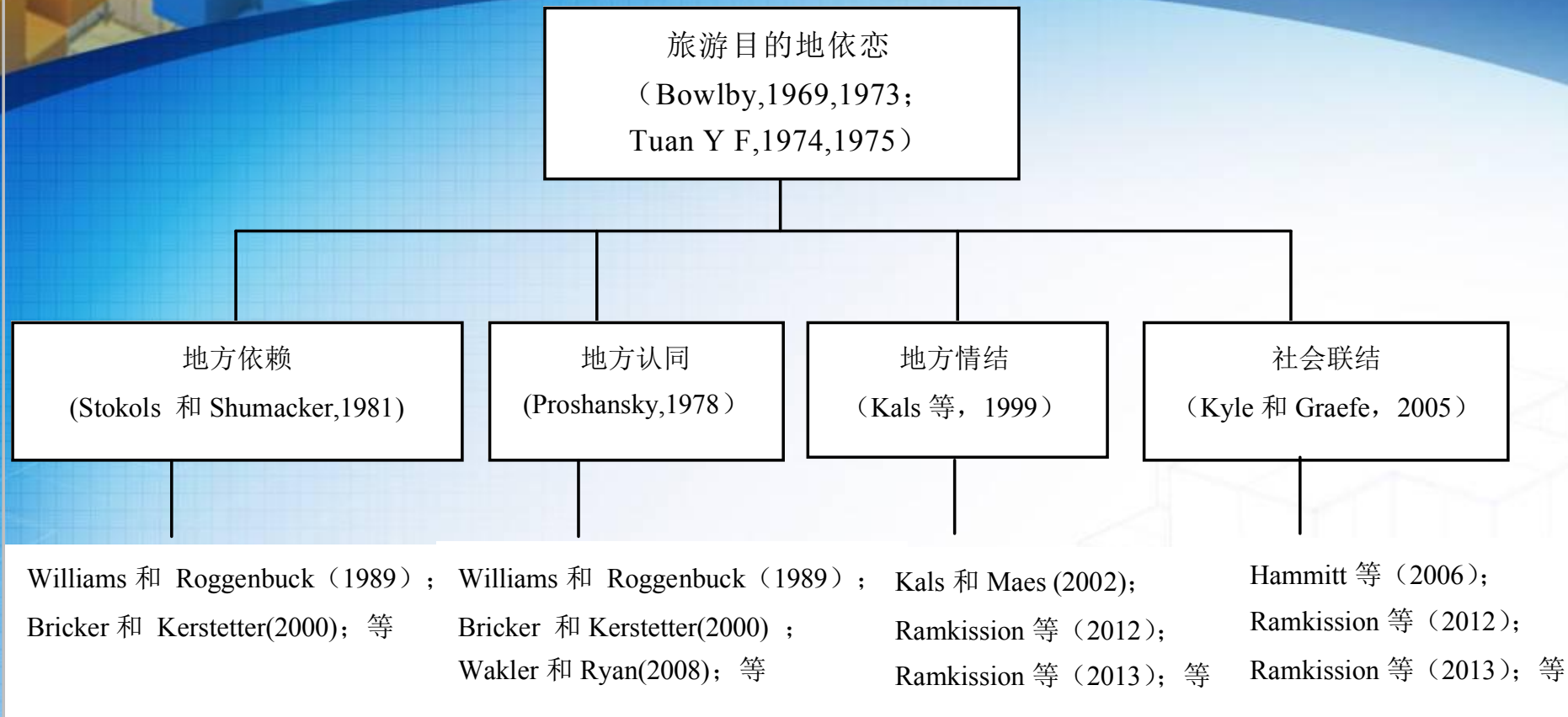
研究过程



1. 概念界定

- ❖ **地方依恋：**个体与特定地方之间建立起的情感联系，其主要特征是个体倾向与该地方保持亲近的关系（Hidalgo M C & Hernández B, 2001）。
- ❖ **旅游目的地依恋：**旅游者与特定目的地之间建立起来的积极的情感联系，以表达旅游者倾向于留在该目的地的心理状态。

1.1 旅游目的地依恋结构维度研究发展脉络



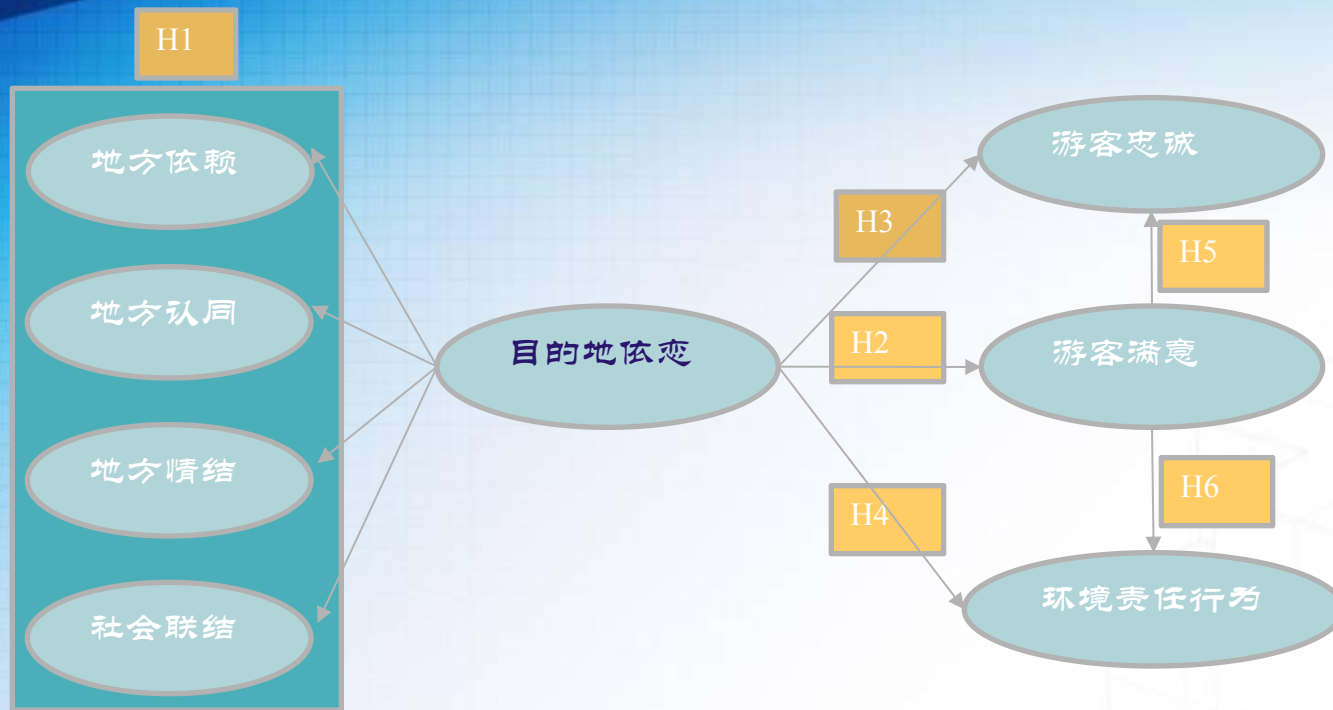
H1: 旅游目的地依恋包含地方依赖、地方认同、地方情结和社会联结四个维度。



1.2 旅游目的地依恋的行为响应

- H2: 旅游目的地依恋对游客满意具有显著的正向影响;
 - H3: 旅游目的地依恋对游客忠诚具有显著的正向影响;
 - H4: 旅游目的地依恋对游客环境责任行为具有显著的正向影响;
 - H5: 游客满意对游客忠诚具有显著的正向影响;
 - H6: 游客满意对游客环境责任行为具有显著的正向影响。
- 

2 概念模型



3.1量表开发

- ❖ 游客访谈;
 - ❖ 文献梳理;
 - ❖ 小样本预调研;
- 分析技术：信度分析——信度系数法（Cronbach's α ）、CITC(Corrected-Item Total Correlation)方法;
- 效度分析——探索性因子分析

3. 2量表题项及其来源

变量	编码	测量题项	来源
旅游目的地 依赖	PD1	我喜欢厦门的旅游环境胜过其它旅游地	Williams 和Vaske; Kyle和Graefe; Yuksel等
	PD2	厦门的旅游设施比其他旅游地更能满足我的要求	
	PD3	厦门给我的旅游体验, 其他旅游地无法替代	
	PI1	我很认同厦门的生活方式	Williams 和Vaske; Kyle和Graefe; Bricker和Kerstetter; Yuksel等
	PI2	厦门对我来讲很特别	
	PI3	我觉得此次厦门之行对我很有意义	
	PA1	我对厦门非常留恋	Yuksel等; Ramkissoon等
	PA2	我对厦门有较强的归属感	
	PA3	我希望在厦门停留更长时间	
	PS1	我的很多朋友或家人都很喜欢厦门	Kyle和Graefe; Ramkissoon等
	PS2	来厦门旅游对我们很重要因为每个人都很开心	
	PS3	来厦门旅游与家人或朋友建立的关系对我很重要	
满意度	SA1	我认为此次旅游所花费的时间和经历时值得的	Ramkissoon等; Yoon和Uysal
	SA2	我对厦门的所有预期都得以实现	
	SA3	我认为来厦门是正确的选择	
忠诚度	TL1	我很有可能未来一段时间再来厦门	Lee和Shen
	TL2	我会向他人积极评价厦门	
	TL3	我很有可能将厦门推荐给他人	
环境 责任 行为	ERB1	我会妥善处理旅行中的垃圾	Chiu等
	ERB2	我会遵守当地的环境准则	
	ERB3	我有责任保护当地环境	
	ERB4	我会主动劝说他人的破坏环境行为	
	ERB5	我会说服同行的亲朋好友采取对环境有利行为	



3.3大规模数据收集

- ❖ 问卷设计
 - ❖ 调研方式：网络调研为主；
 - ❖ 有效问卷：766 份，有效率为84.45%。
 - ❖ 样本数据统计
- 

4. 数据分析

旅游目的地依恋结构验证性因子分析结果比较 (N=766)

模型类别	χ^2	<i>Df</i>	χ^2 / Df	RMSEA	CFI	TLI	AIC	ECVI
零模型 (Null Model)	5227.945	78	67.025					
单因子模型	234.501	54	4.343	0.066	0.965	0.949	306.501	0.401
二因子模型	158.454	53	2.990	0.051	0.980	0.970	232.454	0.304
三因子模型	202.802	51	3.977	0.062	0.971	0.955	280.808	0.367
四因子模型	137.825	48	2.871	0.049	0.983	0.972	221.825	0.290
二阶模型	197.398	51	3.871	0.061	0.972	0.957	275.398	0.360

假设H1得到支持

4.2 旅游目的地依恋行为响应假设检验结果

假设	路径系数	标准化系数	t值	检验结果
H2	DA→SA	0.859	20.417***	支持
H3	DA→TL	0.144	2.174**	支持
H4	DA→ERB	0.600	9.386***	支持
H5	SA→TL	0.864	11.501***	支持
H6	SA→ERB	0.319	5.122***	支持

$\chi^2=303.584$, $Df=86$, $\chi^2/Df=3.530$, $RMSEA=0.077$, $CFI=0.951$, $TLI=0.932$



5.1 研究结论

- ❖ 旅游目的地依恋具有多维度特征；
- ❖ 旅游目的地依恋对游客满意具有显著的影响；
- ❖ 旅游目的地依恋对游客忠诚与环境责任行为有显著影响；
- ❖ 游客满意在目的地依恋与忠诚和环境责任行为关系中起到不同程度的中介作用。

理论探讨：

- ❖ 旅游目的地依恋是旅游者与目的地互动产生的一种积极的情感体验；
 - ❖ 旅游目的地依恋的本质是一种高质量的人地关系。
-



5.2 研究局限与展望

研究局限

- ❖ 研究方法的局限
- ❖ 研究情境的局限
- ❖ 研究广度的限制

研究展望

- ❖ 完善研究方法
 - ❖ 探讨实用价值
 - ❖ 关注旅游者个体差异因素
- 



谢谢!