

基于家庭生命周期理论的乡村旅游偏好研究

——以南京市浦口区为例

戚文绘 赵珂铭 尹燕¹

(南京农业大学 江苏 南京 210095)

【摘要】在消费者决策的过程中主要的影响因素分为环境因素和个人因素，家庭情况是环境因素中的一部分，现阶段对于家庭情况的研究主要以家庭生命周期理论为主。目前国内直接探讨家庭生命周期与旅游消费行为的研究成果比较多，将家庭生命周期运用于游客对乡村旅游地的偏好差异研究尚未见报道。然而根据家庭生命周期理论可知，处于不同家庭阶段的人对乡村旅游目的地的偏好也应该是不同的，因此，从家庭生命周期视角切入，将家庭分为“无巢期、筑巢期、满巢一期、满巢二期、满巢三期、空巢期”六个阶段，并选取南京市浦口区作为案例地进行原始数据的调查搜集，运用 SPSS 等统计软件进行分析处理。研究发现，处于不同生命阶段的家庭对于旅游的行为、时空、消费等方面均有不同偏好。

【关键词】 家庭 生命周期 乡村旅游 旅游偏好

【中图分类号】 F590.7 **【文献标识码】** A

1 研究背景

乡村旅游发展能起到农村增美，农业增效，农民增收，乡村繁荣的作用，已经成为乡村振兴的重要引擎。同时，随着后现代社会的到来，人们越来越希望回归自然，返回原野，越来越多的旅游者在周末或者节假日选择陪家人一起去乡村旅游，那么处于不同家庭阶段的人是否会在乡村旅游中表现出不同的偏好呢？国内关于旅游偏好的研究起步较晚，基础理论研究范围主要包括旅游偏好的概念、形成与内容、影响因素和测量方法等等；应用性研究主要集中在不同形态的旅游，如森林度假旅游以及不同类型的游客，如大学生群体，但是对于处于不同家庭阶段的人在乡村旅游中表现出的不同偏好的研究较少。因此，本文从家庭生命周期视角切入，采用问卷调查法进行定量分析，通过探究不同生命阶段的家庭游客在乡村旅游的偏好，为打造以家庭为目标群体的乡村旅游景点提供一定的思路。

2 文献回顾

2.1 家庭生命周期

家庭生命周期的概念早在 1903 年就被提出，作为一个重要的人口统计变量，被广泛应用于营销学和消费者行为学的研究中。旅游学术界对家庭生命周期的关注与总体研究情况具有一致性，国外学者对家庭生命周期各阶段旅游决策过程的差异进行了系

¹**作者简介：**戚文绘（1999-），女，安徽淮北人，在读本科生；赵珂铭（2000-），女，山西长治人，在读本科在读。尹燕（1978-），女，湖南衡阳人，副教授，研究方向：乡村旅游、休闲农业与市场营销。

基金项目：南京农业大学“大学生创新创业训练专项计划”——乡村体验产品的打造与推广——以南京市浦口区大埭社区为例（项目编号：S20190031）。

统研究，而国内直接探讨家庭生命周期与旅游消费行为的成果在国内较多，成果特色上讲究针对实际问题。通过文献检索发现，目前有少部分学者从家庭生命周期角度研究旅游消费偏好，如刘英杰(2015)分析了沈阳城市家庭度假旅游消费行为分异特征，许春晓和田媛从家庭生命周期的角度对家庭不同阶段的旅游态度的研究，曾丽艳分析了长沙居民出游决策行为和家庭结构的关系。

事实确实是这样，家庭生命周期的各种家庭形态由于面临着不同的情况，因此往往有着不同的需求，然而将家庭生命周期运用于游客对乡村旅游的偏好差异研究并不多见，因此本文希望能够以南京市浦口为例，通过实地调查，分析不同家庭生命周期对游客乡村旅游偏好的影响。

2.2 旅游偏好

国外学术界不存在专门对“旅游偏好”概念的定义，国内学者则根据不同的研究内容与方法给出了各自不同的“旅游偏好”定义文献检索发现，目前国内众多旅游心理学教材中所使用的惯用定义主要体现在旅游目标上，即游旭群，杨杏等认为旅游偏好是人们趋向于某一旅游目标的心理倾向，而这种倾向建立在对目标对象的评价与认知的基础上；李昕等认为旅游偏好是指潜在的或者现实的游客对某种旅游目的地或旅游产品所表现出的以认知因素为主导的具有情感和意向因素成分的心理倾向；郁从喜和陆林等认为旅游偏好是旅游者在食、住、行、游、购、娱等旅游六要素方面的心理倾向。

本文将通过家庭生命周期的视角来研究不同家庭生命阶段的游客对乡村旅游偏好的影响，据此本文将旅游偏好看作一种表示喜好程度的态度，并将从旅游行为偏好，旅游时空偏好，旅游消费偏好三个方面进行分析。

3 研究设计

3.1 家庭生命周期模型建立

自家庭生命周期理论提出以来，国内外学者依据不同的标准，构建了适合自己研究内容的家庭生命周期模型。国外学者过于追求阶段的完整性而使得在实际调查中过于冗杂而难于操作，并且在现有的研究中也未曾表明哪些研究应该用哪种划分法，因此有必要根据本研究的需要，在前人的研究基础上建立适合本研究的家庭生命周期模型。

本文主要研究的是处于家庭不同生命阶段的人对于乡村旅游的偏好是否有不同，因此将以婚姻状况和子女成长阶段为划分依据，在许春晓（2012）构建的家庭生命周期划分模型的基础上，根据本研究问卷试调研中的差异性表现，将家庭生命周期共分为七个阶段：无巢期、筑巢期、满巢1期、满巢2期、满巢3期、满巢4期、空巢期。

3.2 乡村旅游偏好设计

对旅游概念进行界定，是系统深入研究旅游偏好的基础，国外比较侧重实证研究，一般不太注重对旅游偏好的内涵解释和概念界定。我们只能从有的学者相关论述中看出，他们认为旅游偏好是个非常宽泛的概念。而相比国外，很多国内学者的研究思路是在研究伊始就从各自的研究角度出发来综述和定义旅游偏好，再展开以此定义为基础的研究。本文根据研究需求，以王晓庆对旅游偏好概念的总结为基础，借鉴陈凤的划分方法，将旅游偏好划分为行为偏好、时空偏好、消费偏好三部分进行研究。消费行为偏好指旅游者进行一次旅游活动所面临的具体需求，在本研究中表现为出游人员构成，信息获取来源，出游形式，旅游活动偏好，出游动机，旅游目的地选择偏好等；旅游时空偏好指旅游者在旅游活动中在涉及时间与空间尺度上的不同选择的行为表现，在本研究中表现为出游时段，停留时间，交通距离等；旅游消费偏好指旅游者在旅游活动中对饮食、住宿、交通、购物等旅游产品的实物和服务所感兴趣和愿意消费的程度，以及由此表现出来的优先选择和购买的实际消费行为，在本研究中表现为支出情况，饮食偏好，住宿偏好，产品偏好等。

3.3 问卷设计

围绕本文的研究目标与研究假设，将调查问卷分为三部分内容：第一部分是游客的基本情况，包括游客的性别、年龄、家庭状况、受教育程度、职业及家庭月收入等问题；第二部分是对游客在乡村旅游的偏好进行调查，包括旅游行为偏好、旅游时空偏好和旅游消费偏好等十多个问题；第三部分是旅游体验偏好测量，即设计的乡村旅游者的旅游体验偏好测量量表，作为辅助研究。问卷设计好后进行预调查并对题目及选项中表述不清、设置不合理的进行反复修改。

3.4 案例地选择

浦口区是长三角地区向内陆腹地辐射的重要门户；是南京沿江开发、两岸发展的江北新区的核心联动区；是苏皖连接、东西部连接的重要节点；是南京跨江联动发展、辐射安徽省、南京都市圈合作的前沿阵地。根据《浦口区全域旅游发展规划纲要（2018-2025）》发出的“康养老山，乐游浦口，返璞归真到浦口”的口号以及将南京市浦口区打造成为“国内知名的康养休闲型全域旅游目的地”可以看出，浦口的乡村旅游发展是大势所趋。

经预调研发现，去往浦口区乡村旅游的游客大多是以家庭为单位，且不同家庭结构的旅游偏好存在一定的差异，因此经过多方面考虑，最终选择南京市浦口区作为本研究的案例地点，希望通过对浦口区不同家庭生命周期游客旅游的偏好研究，为浦口区乡村旅游发展提供一定的参考，并推动以家庭为主要单位的乡村旅游发展。

3.5 问卷收集

选定案例地设计好问卷后，前往案例地发放问卷，实地观察收集数据。预调研阶段在9月的第一周周末，回收问卷后主要针对发放问卷中遇到的问题进行调整与修改。正式调研在国庆节期间，10月1-2日前往案例地发放问卷450份，共回收问卷324份，回收率达72%，其中有效问卷263份，有效率81%，达到预期样本量。

4 研究发现

以家庭为单位出游的旅游者不同于一般的其他游客群体，下文将对被调查者的人口统计学特征进行描述性分析，对包括时空偏好，行为偏好，消费偏好在内的旅游偏好与家庭结构进行交叉分析。

4.1 人口统计学特征分析

对游客从性别、年龄、家庭状况、受教育程度、职业和家庭月收入等六个方面进行频数统计，分析其在人口统计学与相关变量上的特征，统计结果如下：男性占46.4%，女性占53.6%，男女比例较为均衡；游客的年龄绝大部分集中在25~44岁（66.9%）和15~24岁（19.1%）；家庭结构以满巢期为主，占比56.7%，其次是无巢期、筑巢期、空巢期，分别占21.3%、12.2%、9.9%，涵盖到了各种家庭结构的成员；大学本科及专科学历者占66.1%，文化程度明显偏高；职业分布较为均衡，多为公司职员（21.3%）、学生（16.7%）、专业技术人员（15.2%）、教育工作者（13.7%），其他职业人数则较少；家庭月收入集中在10000~30000元（43.0%）和10000元（32.3%）之间，家庭月收入总体偏高。

4.2 游客旅游偏好交叉分析

本研究通过将每一个旅游偏好因子与家庭生命周期的七个阶段进行交叉分析，通过Pearson卡方检验，选择其中sig值小于0.05，即选择两者之间有显著相关关系的部分进行深入数据分析和归纳总结。

4.2.1 时空偏好交叉分析。

在将家庭生命周期与出游时段、停留时间、交通距离三个时空偏好进行交叉分析，得出只有停留时间的 sig 值都小于 0.05，即家庭生命周期会显著影响游客在乡村停留的时长，因此就这方面进行深入解读。无巢期、空巢期和子女读初中高中的满巢 3、4 期通常会选择在乡村停留 2~3 天，而筑巢期和子女在学龄期或读小学的满巢 1、2 期通常选择在乡村停留一天。这可能是由于筑巢期的游客通常精力旺盛，追求浪漫和二人世界，在乡村停留时间比较短，而满巢 1、2 期的家庭，由于孩子年龄比较小，在乡村停留不方便，所以停留时间也会受到制约。

4.2.2 行为偏好交叉分析。

在将家庭生命周期与出游人员构成、信息获取来源、参与方式、出游动机、旅游目的地选择偏好、体验项目偏好、获取乡村信息的主动性共七个行为偏好进行交叉分析，得出所有的 sig 值都小于 0.05，即全部都有显著性关系，其中选择出游人员构成、出游动机、旅游目的地选择偏好和体验项目偏好四个方面进行深入解读。

4.3 出游人员构成

将家庭生命周期的七个阶段分别与前往乡村旅游的七种成员构成进行交叉分析，得到 sig 值为 0.00，小于 0.05，即说明家庭状况会显著影响前往乡村旅游的人员构成。处于无巢期和空巢期的游客大多选择“大家庭出游”，处于筑巢期的游客大多选择“夫妻结伴”，而处于满巢期的游客大多选择“夫妻和孩子”。

4.4 出游动机

将家庭生命周期的七个阶段分别与包括培养家庭感情、带领孩子认识乡村、娱乐休闲或释放压力、家人要求、受周围人影响、感受乡村生态环境、品尝乡村美食、满足自己对乡愁的渴望、结交新朋友、公务需要、寻求新鲜的体验十一种出游动机进行交叉分析，得到培养家庭情感与带领孩子认识乡村这两项出游动机与家庭状况交叉分析的 sig 值小于 0.05，其中培养家庭情感与家庭状况交叉分析后的 sig 值为 0.019，带领孩子认识乡村与家庭状况交叉分析后的 sig 值为 0.00，即说明家庭状况会显著影响游客的部分出游动机。除了无巢期的游客，其他生命阶段的家庭出游动机大都包括“培养家庭情感”，其中子女从小学到高中这一阶段，“培养家庭情感”这一出游动机占比较大，且随着子女年龄的增加而不断上升；而“带领孩子认识乡村”拥有这一出游动机的游客明显集中在满巢 1~3 期，即子女处于学龄前、小学、初中这三个阶段的家庭前往乡村的主要目的是带领孩子认识乡村。

4.5 旅游目的地选择偏好

将家庭生命周期的七个阶段分别与包括城市周边村落、海边或海岛、田园风光突出的村庄、庄园式村庄、生态型村庄、山地村落、民俗风情突出的村落、农业科技型村庄、湿地周边村落九种旅游目的地进行交叉分析，得出农业科技型村庄、水域风光、农业生产景观这三项旅游目的地类型与家庭状况交叉分析的 sig 值小于 0.05，其中农业科技型村庄与家庭状况交叉分析后的 sig 值为 0.00，水域风光与家庭状况交叉分析后的 sig 值为 0.034，农业生产景观与家庭状况交叉分析后的 sig 值为 0.004，即说明家庭状况会显著影响游客的部分乡村旅游目的地类型偏好。“农业科技型村庄”“水域风光”和“农业生产景观”这三项的主要目标群体应该是子女读初中，高中的家庭，即子女处于初高中时期的家庭会较多的前往有科普教育意义的乡村旅游目的地。

4.6 体验项目偏好

将家庭生命周期的七个阶段分别与包括垂钓、蔬果采摘、野炊露营、户外运动、理疗养生、游览观光、游乐园、科教活动、文艺演出、民俗活动十种出游动机的进行交叉分析，得到蔬果采摘、科教活动、文艺演出这三项体验项目偏好与家庭状况交叉分析的 sig 值小于 0.05，其中蔬果采摘与家庭状况交叉分析后的 sig 值为 0.000，科教活动与家庭状况交叉分析后的 sig 值为 0.000，文艺演出与家庭状况交叉分析后的 sig 值为 0.002，即说明家庭状况会显著影响游客的部分体验项目偏好。子女在学龄前和读小学阶段大多偏好于“蔬果采摘”；而子女在读高中阶段偏好“科教文艺活动”。

5 消费偏好交叉分析

在将家庭生命周期与支出情况、饮食偏好、住宿偏好、产品偏好共四个消费偏好进行交叉分析，得出住宿偏好和产品偏好的 sig 值都小于 0.05，即住宿消费偏好和产品消费偏好与家庭生命周期有显著性关系，因此对这两方面进行深入解读。

5.1 住宿消费偏好

将家庭生命周期的七个阶段分别与包括经济型酒店、星级酒店、特色酒店、高端民宿、农庄五种住宿消费偏好的进行交叉分析，得到经济型酒店和星级酒店这两项住宿消费偏好与家庭状况交叉分析的 sig 值小于 0.05，其中经济型酒店与家庭状况交叉分析后的 sig 值为 0.044，星级酒店与家庭状况交叉分析后的 sig 值为 0.00，即说明家庭状况会显著影响游客的部分住宿消费偏好。无巢期和筑巢期的游客更偏好于选择“经济型酒店”，而满巢期和空巢期的游客更偏好于选择“星级酒店”，这可能是由于处于无巢期和筑巢期的游客受制于经济水平，所以住宿选择倾向于经济型，而满巢期和空巢期的游客有相对较高的经济实力，通常更偏好于选择星级酒店。

5.2 产品消费偏好

将家庭生命周期的七个阶段分别与风味菜品、农产品及制品、中草药材及制品、传统手工产品及制品、禽畜产品及制品、手工艺美术品六种产品消费偏好的进行交叉分析，得到农产品及制品与家庭状况交叉分析的 sig 值小于 0.05，为 0.020，说明家庭状况会显著影响游客的部分产品消费偏好。游客整体都比较偏好于“农产品及制品”，但其中筑巢期、空巢期和子女上小学初中高中的满巢 2~4 期占比较大。

6 研究结论与展望

6.1 研究结论

6.1.1 乡村旅游游客的家庭生命周期模型建立。

本研究在前人的基础上，根据家庭在乡村旅游方面展现的特性，重新整合出家庭生命周期的划分模型。通过将家庭生命周期划分成七个阶段：无巢期、筑巢期、满巢 1 期、满巢 2 期、满巢 3 期、满巢 4 期、空巢期，并将这七个阶段与其各个旅游偏好进行交叉分析，理论与实践结合，得到不同阶段的家庭游客在乡村旅游的偏好差异，并借此为打造以家庭为目标群体的乡村旅游景点提供了一定的思路。

本模型将家庭生命周期理论应用于乡村旅游游客偏好领域，是对该理论的实践性创新拓展，为乡村旅游研究领域提供了新的研究方法。同时，以南京市浦口区为例，将其与我国的乡村旅游实际相结合，量化了各个指标，有助于乡村旅游目的地对其目标群体有多角度的了解，从而助力我国的乡村旅游事业发展。

6.1.2 处于不同家庭生命周期的游客其乡村旅游偏好不同。

本研究主要从“时空偏好”、“行为偏好”、“消费偏好”三个角度进行探究，通过数据分析，得出以下结论。

(1) 在时空偏好方面，家庭生命周期会显著影响游客的停留时间。由于筑巢期的游客通常精力旺盛，追求浪漫和二人世界，而满巢 1、2 期的家庭孩子年龄比较小，在乡村停留不方便，所以筑巢期和满巢 1、2 期的家庭在乡村停留时间较短。

(2) 在行为偏好方面，家庭生命周期会显著影响出游人员构成、出游动机、旅游目的地选择偏好、体验项目偏好等七个方面。其中无巢期和空巢期的游客更偏好与亲朋好友一同前往乡村，更追求家人团聚的热闹；处于筑巢期的游客更偏好夫妻结伴前往乡村的二人世界，更追求浪漫；处于满巢期的游客通常选择核心家庭出游的方式，侧重于“培养家庭情感”和“带领孩子认识乡村”的出游动机，偏好于具有科普意义的旅游目的地和体验项目，即更注重对子女的教育和交流。

(3) 在消费偏好方面，家庭生命周期会显著影响游客的部分住宿消费偏好和部分产品消费偏好。在住宿消费中，无巢期和筑巢期的游客更偏好于选择经济型酒店，而满巢期和空巢期的游客更偏好于选择“星级酒店”；在产品消费中，游客整体都比较偏好于“农产品及制品”，但其中筑巢期、空巢期和子女上小学初中高中的满巢 2~4 期占比较大。即农产品及制品的市场相对广阔，且主要目标群体应该是年轻夫妻或者子女较为年长的家庭。

6.2 启示

面对较为广阔的乡村旅游消费市场，乡村旅游目的可以依据家庭生命周期理论划分目标消费群体，找准自己的目标市场定位，针对不同生命周期的游客开发特色化的乡村旅游目的地和活动。

一方面，本研究发现，在“住”方面，乡村旅游目的地的住宿目标群体应该是无巢期、空巢期和子女对初中高中的游客；在“游”方面，应该打造更适合家庭出游的环境，包括为不同年龄阶段的人群提供更贴心的服务；在“购”方面，应该主推有特色的农产品及制品，尤其是年轻夫妻和子女较为年长的家庭，他们是购买主力人群；在“娱”方面，需要设计更多能够培养家庭情感和有科普教育意义的体验活动。

另一方面，乡村旅游目的地可以有针对性的为不同生命周期的游客提供差异化的服务，针对无巢期和空巢期的游客可以提供时长在 2~3 天的亲友活动，针对筑巢期的游客可以提供时长较短而且相对私密浪漫的情侣活动，针对满巢期的游客可以打造专业化的农业科技旅游目的地，或者提供能够培养家庭情感同时具有科普教育意义的亲子活动。

6.3 研究展望

本文尝试在前人的基础上将家庭生命周期引入乡村旅游偏好的研究领域，为乡村旅游目的地明确市场定位、打造特色化的活动有一定的理论和实践意义。但是，受限于对家庭生命周期理论认识的局限性、乡村旅游偏好形成的复杂性、各个因子与个人要素之间的相关性等，该研究还有着一定的进步空间，未来望通过更多的文献阅读、实证研究、增大样本量、提高样本统计代表性等，推动研究工作的进一步完善。

参考文献:

- [1]王红霞, 陈炜. 近年来学术界关于旅游偏好的研究综述[J]. 中南林业科技大学学报: 社会科学版, 2012(2):48-50.
- [2]郑雁. 森林度假旅游偏好研究[D]. 福建: 福建农林大学, 2010.
- [3]许迎, 朱湖英. 在校大学生的旅游偏好研究——以湖南省为例[J]. 经济研究导刊, 2019:171-173+183.

-
- [4]孙明月, 杨卫武. 基于家庭生命周期的游客乡村精品民宿选择动机研究——以德清莫干山地区为例[D]. 上海: 上海师范大学, 2016.
- [5]刘英杰. 基于家庭生命周期的度假旅游消费行为分异——以沈阳市居民为例[J]. 中国商论, 2015(29):116-118.
- [6]许春晓, 田媛, 姜漫, 等. 家庭生命周期与旅游态度的关联研究——以长沙市居民为例[J]. 旅游学刊, 2012, 29(9):65-68.
- [7]曹丽艳. 城市居民旅游行为的家庭结构分异研究——以长沙市为例[J]. 资源开发与市场, 2008, 24(10):950-952.
- [8]陈凤. 浙江省农村居民旅游消费偏好及市场拓展对策研究[D]. 杭州: 浙江工商大学, 2013.
- [9]游旭群, 杨杏. 旅游心理学[M]. 上海: 华东师范大学出版社, 2003.
- [10]李昕, 李晴. 旅游心理学基础[M]. 北京: 清华大学出版社, 2006(7):85-87.
- [11]郁从喜, 陆林. 国外近年来游客旅游偏好研究综述及启示[J]. 安徽师范大学学报(自然科学版), 2008(11):590-595.
- [12]孙明月, 杨卫武. 基于家庭生命周期的游客乡村精品民宿选择动机研究——以德清莫干山地区为例[D]. 上海: 上海师范大学, 2016.
- [13]陈凤. 浙江省农村居民旅游消费偏好及市场拓展对策研究[D]. 杭州: 浙江工商大学, 2013.