

家庭收入对学生旅游行为的影响研究

郑朝忠^{1,2} 吴晋峰^{1,2} 石晓腾¹ 段婉粉¹¹

(1. 陕西师范大学 地理科学与旅游学院, 陕西 西安 710119;

2. 陕西省旅游信息科学重点实验室, 陕西 西安 710119)

【摘要】: 以北京、上海、武汉、成都为案例地, 应用非参数检验和 GIS 空间分析方法对比研究了家庭收入对学生旅游行为的影响。结果发现: (1) 80% 学生的出游半径在交通距离 2000km 范围内, 高收入家庭学生的核心出游空间中低收入家庭的学生大 200km。 (2) 不同家庭收入学生的旅游目的地选择偏好具有相似性, 但旅游活动类型偏好不同。 (3) 高收入家庭学生旅游主交通方式为自驾和飞机, 中低收入家庭学生则为火车和自驾。根据研究结果, 学生旅游市场可分为高收入家庭和中低收入家庭两个细分市场。

【关键词】: 家庭收入 旅游行为 到访率 群体差异

【中图分类号】: F590-05 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 1005-8141 (2021) 11-1370-10

据国家教育部统计, 2019 年我国各学历段的在校学生人数高达 2.8 亿人之多, 约占我国总人口的 20%^[1]。从有关学者近 20 年对国内旅游市场的抽样调查结果来看, 学生样本占调查样本的比例在 20%—30% 之间^[2, 3, 4, 5, 6, 7, 8]。近年来, 在国家政策的大力扶持下, 研学旅游迅速发展, 学生旅游市场前景广阔^[9, 10]。收入是影响旅游者消费行为的重要因素^[11, 12], 对于经济没有独立的学生群体而言, 家庭收入是影响其旅游行为的重要因素。

自 20 世纪 50 年代以后, 修学旅游成为学生教育的组成部分^[13], 学生旅游研究逐渐受到关注。国内外学生旅游研究内容主要包括学生旅游行为^[14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22]及其影响因素^[23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35]、学生旅游市场开发与营销^[36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44]、学生旅游市场细分^[13, 45, 46, 47, 48]等方面。①学生旅游行为方面, 已有研究主要以大学生为研究对象。如, 李丽梅、保继刚研究发现, 大学生的旅游目的地选择符合距离衰减规律^[16]; 苟小东、马耀峰、李富升研究表明, 80% 的大学生出游距离在 800km 范围以内^[17]; Xu、Morgan、Song 研究发现, 中英两国大学生都喜欢海滨度假, 但中国学生认为参观著名景点并了解其他文化和历史更为重要^[22]; 毛佳敏、周旗、周毓栋等研究发现, 大学生的旅游活动偏好以自然风光为主^[15]。②学生旅游行为的影响因素方面, 主要研究个体因素、旅游目的地因素和媒介因素的影响。其中, 个体因素包括月生活费^[23]、旅游动机^[24, 25, 26]、旅游态度^[27, 28]、旅游经历^[29]等; 旅游目的地因素包括知名度^[30]、基础设施条件^[31, 32]、安全状况^[33]、旅游产品和服务质量^[34]等; 媒介因素包括距离^[35]等。③学生旅游市场开发与营销方面, 大多数研究在剖析学生旅市场特征的基础上, 提出学生旅游产品开发的建议与市场营销策略, 如加大政府扶持力度^[36, 37]、开发符合学生需求的多元化、特色化的旅游产品^[38, 39]、创新营销理念和策略^[40]、提高服务质量^[41, 42]和加强校企合作^[43, 44]等。④学生旅游市场细分方面, 现有研究主要以旅游动机、年龄等作为市场细分变量。Xu、Morgan、Moital 从旅游动机的角度出发, 将中英两国大学生旅游市场细划分为保守型、狂热型、冒险型、寻乐型和学习型等 5 类^[45]; Bicikova 根据旅游动机和年龄等特征, 将英国大学生旅游市场细分为海滨度假者、观光客、中间派和泡吧族等 4 类^[46]; 卢锦豪、黄海平、周雪晴基于旅游动机将我国大

作者简介: 郑朝忠 (1996-), 男, 四川省宁南人, 硕士研究生, 主要研究方向为旅游开发与规划。吴晋峰 (1969-), 女, 山西省文水人, 博士, 教授, 博士生导师, 主要研究方向为旅游开发与规划。

基金项目: 国家自然科学基金项目“中国城市居民出游空间结构研究”(编号: 41671135)

学生旅游市场细分为体验型、从众型和学习型等 3 类^[47];高王景根据旅游动机将我国大学生乡村旅游市场细分为期望所有型、自然—文化型、自然—乡村型、被动型等 4 类^[48]。

尽管学界和业界普遍认为学生是潜力巨大、利润丰厚的旅游市场^[46],但迄今为止,国内外学生旅游行为研究主要聚焦在大学生群体^[49],对其他学生群体及其家庭收入对学生旅游行为的影响研究相对薄弱。本文以北京、上海、武汉、成都 4 个城市的大中小 学生群体为例,研究家庭收入对学生旅游行为的影响,以期丰富和深化学生旅游行为研究内容,为学生旅游市场细分、产品开发和精准营销提供参考依据。

1 数据来源与研究方法

1.1 数据来源

数据来自于国家自然科学基金项目大样本调查问卷^[50]。问卷调查时间为 2017 年 10 月—2018 年 8 月,调查对象为北京、上海、武汉、成都城市居民,分别收回有效问卷 2077 份、2305 份、1039 份、1618 份,有效率分别为 90.30%、92.20%、86.58%、95.18%。由于本文研究的是家庭收入对学生旅游行为的影响,因此从中挑选出职业为学生并已填写家庭年收入的问卷作为样本,北京、上海、武汉、成都的样本量分别为 308 份、421 份、197 份、308 份,样本人口学特征见表 1。

从表 1 可知,女性学生的占比略高于男性学生;年龄在 18—27 岁的学生占比较大;受教育程度方面,各学历段均有分布,高中及以下学生约占整个样本的 33.33%;家庭年收入方面,各收入段的学生均有分布。综上,4 个案例地的样本具有代表性。

表 1 样本人口学特征

调查项目	类别	地区 (%)			
		北京 (N=308)	上海 (N=421)	武汉 (N=197)	成都 (N=308)
性别	男	35.71	38.72	34.01	42.21
	女	59.42	58.19	58.88	50.97
	未填写	4.87	3.09	7.11	6.82
年龄 (岁)	≤17	26.95	33.73	9.64	31.82
	18—27	72.08	65.08	88.32	66.56
	未填写	0.97	1.19	2.03	1.62
受教育程度	初中及以下	9.09	11.64	0.51	8.12
	高中	20.78	31.59	8.12	28.57
	大专	4.87	7.36	14.21	6.17
	本科	46.10	41.57	61.93	43.83
	研究生	18.51	7.84	14.21	11.04
	未填写	0.65	0.00	1.02	2.27

家庭年收入(万元)	≤5	12.01	8.79	15.74	11.36
	5—8	14.29	10.69	19.29	12.99
	8—10	16.56	14.25	19.80	13.96
	10—15	16.88	18.29	19.29	18.18
	15—20	12.66	15.91	11.68	13.96
	20—30	8.44	9.98	5.58	11.36
	30—50	9.74	9.98	4.06	9.42
	≥50	9.42	12.11	4.57	8.77

1.2 家庭收入类型的划分

据 2019 年《中国统计年鉴》^[51],不同收入组的人均年可支配收入分别为 14386.9 元、24856.5 元、35196.1 元、49173.5 元、84907.1 元,全国平均家庭户规模为每户 3 人,本文将人均年可支配收入乘以 3 得到的结果用以表示家庭年总收入,得到各收入组家庭年总收入均值分别为 43160.7 元、74569.5 元、105588.3 元、147520.5 元、254721.3 元。出于研究需要,学者们通常将中等收入偏下户、中等收入户、中等收入偏上户合并为中等收入群体^[52]。结合调查样本收入分布,本文将家庭年总收入低于 8 万元的确定为低收入家庭,8—15 万元的确定为中收入家庭,大于 15 万元的确定为高收入家庭。调查样本中,不同家庭收入学生群体构成见表 2。

表 2 不同收入家庭学生群体构成

案例城市	高收入家庭(%)	中收入家庭(%)	低收入家庭(%)	总计(%)
北京	40.26	33.44	26.30	100.00
上海	47.98	32.54	19.48	100.00
武汉	25.89	39.09	35.02	100.00
成都	29.55	46.10	24.35	100.00

1.3 研究方法

到访率:到访率是衡量旅游者目的地选择行为的重要指标^[53],计算公式为:

$$P_{ij} = \frac{M_{ij}}{N_i} \times 100\% \dots\dots\dots (1)$$

式中, P_{ij} 表示第 i 个学生群体对第 j 个目标景区的到访率; i 表示不同家庭收入学生群体(1,2,3 分别表示高、中、低收入

家庭群体); j 表示目标景区; M_{ij} 表示到访过第 j 个目标景区的第 i 个学生群体的人数; N_i 表示第 i 个学生群体的总人数。

非参数检验: 非参数检验是一种不依赖于总体分布的统计检验方法, 相对于参数检验, 具有数据类型适用范围广、稳健性高的优势^[54]。Mann-Whitney U 检验(简称 U 检验)和 Kruskal-Wallis 检验(简称 $K-W$ 检验)是非参数检验的常用方法, 本文使用 SPSS22.0 软件先对同一案例客源城市不同家庭收入学生群体间的到访率进行 $K-W$ 检验。显著性水平设为 0.05, 若 p 值小于 0.05, 则认为不同家庭收入学生群体的到访率存在显著差异; 反之, 则不存在显著差异。若 $K-W$ 检验存在显著差异, 采用 U 检验^[92]进行群体间到访率的两两比较。

GIS 空间分析: 运用 IDW 反距离权重插值法对 4 个案例客源城市不同家庭收入学生群体的到访率进行空间可视化, 以颜色的深浅变化反映到访率值大小的变化。其中, 4 个案例城市的经纬度均采用市政府所在地的经纬度, 各目标景区的经纬度以景区旅游服务中心所在地的经纬度代替, 经纬度通过百度地图的 API 坐标拾取器工具获取。

2 结果及分析

2.1 不同群体旅游目的地选择行为

到访率非参数检验结果: 运用 SPSS22.0 软件对不同案例地不同收入家庭学生群体的到访率值进行 $K-W$ 检验, 以比较同一城市内不同群体的到访率是否存在显著差异。为进一步分析各案例城市内部任意两个群体间的差异, 对各案例客源城市内不同群体间的到访率值进行 U 检验(表 3)。由表 3 可知, 各案例客源城市到访率 $K-W$ 检验得到的 p 值均小于 0.05, 表明各案例客源城市中不同收入家庭学生群体间的到访率均存在显著差异。

表 3 不同群体到访率 $K-W$ 检验和 U 检验结果

案例 城市	K-W 检验 显著性(P)	U 检验		案例 城市	K-W 检验 显著性(P)	U 检验	
		两两比较	显著性(P)			两两比较	显著性(P)
北京	0.000	高与中	0.000	武汉	0.000	高与中	0.566
		高与低	0.000			高与低	0.000
上海	0.001	高与中	0.001	成都	0.000	高与中	0.000
		高与低	0.316			高与低	0.000
		中与低	0.004			中与低	0.000

高收入家庭学生群体与中收入家庭学生群体相比, 4 个案例地中有 3 个城市的到访率 U 检验的 P 值小于 0.05, 分别是北京、上海、成都; 高收入家庭学生群体与低收入家庭学生群体相比, 4 个案例中有 3 个城市的到访率 U 检验的 P 值小于 0.05, 分别是北京、武汉、成都。中收入家庭学生群体与低收入家庭学生群体相比, 4 个案例客源城市中仅有上海和武汉两个城市的到访率 U 检验的 P 值小于 0.05。整体上, 4 个案例客源城市内不同群体的到访率是存在显著差异的, 但各城市内部群体间两两比较不一定存在显著差异。高收入家庭学生群体与中、低收入家庭学生群体到访率差异更为明显, 中、低收入家庭学生群体间到访率差异较小。

到访率距离分布特征: 以交通距离为横坐标, 不同家庭收入学生群体对目标景区的到访率为纵坐标, 绘制到访率距离分布图(图 1a-d)。通过“路路通”网站获取各案例客源城市至目标景区间的最短铁路里程, 百度地图获取案例客源城市火车站到目标

景区的最短公路里程，以二者之和代表客源城市至目标景区的最短交通距离。同时，为寻找到访率距离衰减的规律，剔除各案例客源城市到访率异常高、低值景区，并以各案例客源城市为中心，以 100km 为一个圈层，绘制圈层平均到访率距离分布图并进行拟合(图 1e-h)。拟合过程中发现 e 指数函数拟合效果较好，拟合优度 R^2 介于 0.74—0.96 之间，相关参数值见表 4。

从图 1a-d 可见，4 个城市的黑色曲线都在红色和绿色曲线之上，说明高收入家庭学生群体的到访率普遍高于中、低收入家庭的学生群体。此外，各城市不同家庭收入学生群体的到访率距离分布曲线的起伏形状具有相似性，高到访率景区和低到访率景区具有一致性，说明不同家庭收入学生群体的目的地选择偏好具有相似性。由表 4 可知，高收入家庭学生群体的到访率均值和中位数值均大于中、低收入家庭的学生群体。学生群体的出游行为受家庭收入水平的影响显著，家庭收入越高的学生群体，出游力越强，对同一目标景区的到访率越高。高收入家庭的学生群体比低收入家庭的学生群体到访率平均值最大相差 10 个百分点(北京)，最小相差 4 个百分点(上海)，中位数最大相差 8 个百分点(北京)，最小相差 2 个百分点(上海)。北京和成都不同家庭收入学生群体的到访率悬殊较大，上海到访率悬殊较小。

结合图 1e-h 和表 4 可见，4 个案例地中，不同家庭收入学生群体的到访率均随距离的增加而不断减小，符合距离衰减规律，并呈 e 指数衰减。不同家庭收入的学生群体对远距离目标景区的到访率较低，对近距离目标景区的到访率较高。不同家庭收入学生群体的到访率具体衰减速率不同，家庭收入越高的学生群体，其到访率距离衰减速率越小，且到访率受距离的制约越小。

表 4 到访率描述性统计特征与拟合曲线函数参数值

案例地	收入群体 (%)	平均值 (%)	中位数 (%)	最大值 (%)	最小值 (%)	$y=A_1 \times \exp(-x/t_1)+y_0$			
						R^2	y_0	A_1	t_1
北京	高	21	15	90	5	0.82	0.15	0.87	176.08
	中	14	10	91	1	0.88	0.08	1.01	158.85
	低	11	7	89	0	0.96	0.07	1.07	128.49
上海	高	15	9	87	2	0.88	0.08	0.87	337.88
	中	10	7	87	1	0.91	0.04	0.84	296.62
	低	11	7	73	2	0.88	0.07	0.69	259.65
武汉	高	18	12	71	4	0.74	0.11	0.56	306.94
	中	12	8	74	1	0.80	0.07	2.14	42.70
	低	10	7	62	0	0.92	0.07	220.14	8.35
成都	高	22	16	90	5	0.92	0.10	0.81	432.89
	中	16	11	92	2	0.89	0.08	0.71	389.57
	低	13	9	89	3	0.90	0.07	0.72	266.79

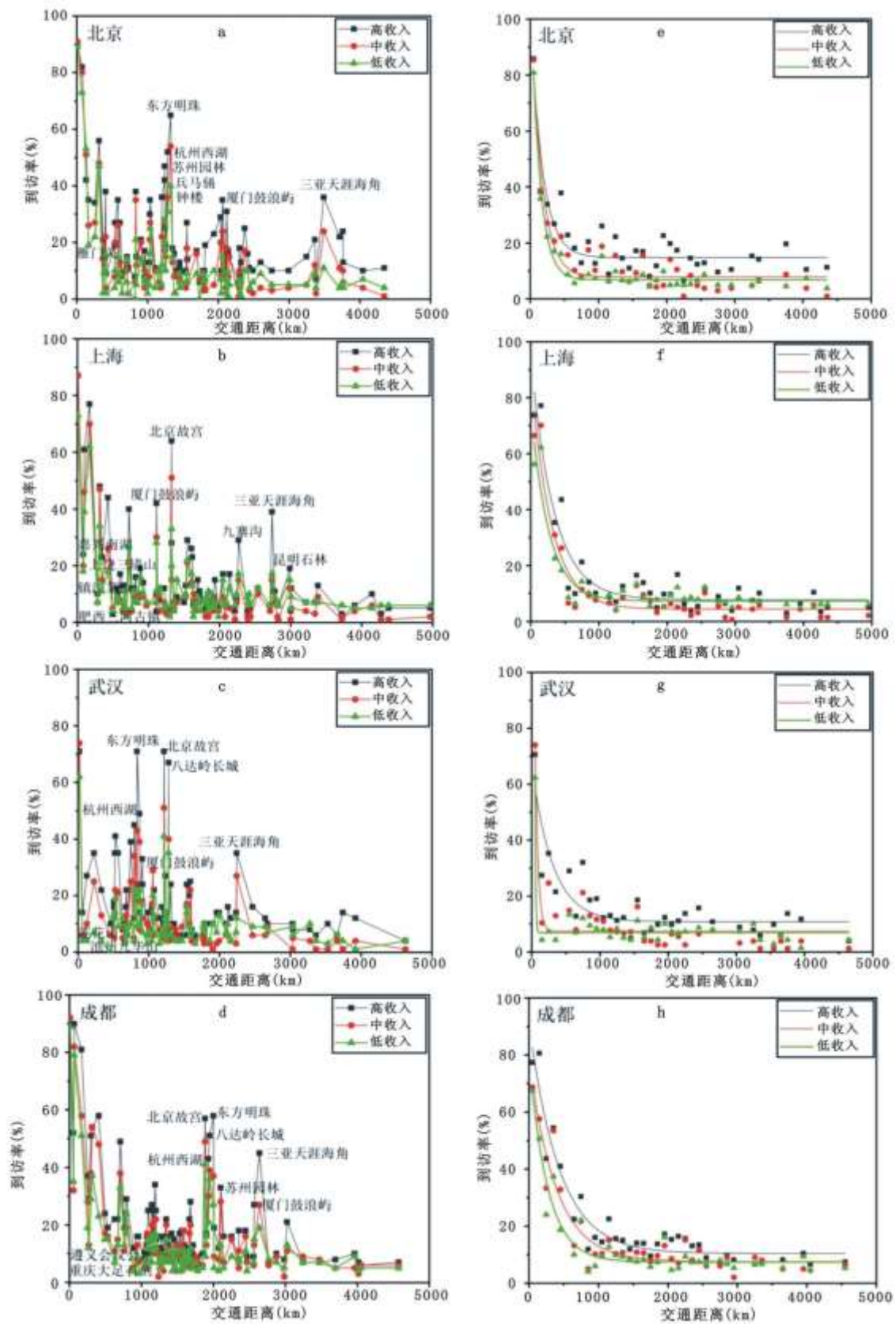


图 1 不同收入家庭学生群体到访率距离分布

整体而言, 尽管 3 种群体的到访率距离衰减规律一致, 但从到访率均值和中位数、曲线的形状及衰减速率等方面来看, 高收入家庭学生群体与中、低收入家庭学生群体间的差异较大, 中、低收入家庭学生群体间则更为接近。

到访率空间分布格局: 通过 ArcGIS10.2 软件绘制各案例客源城市不同家庭收入学生群体的到访率空间分布图(图 2)。图中 A、B、C 分别表示高、中、低收入家庭的学生群体, 以颜色深浅反映到访率值的大小, 红色越深, 表示到访率越高; 反之, 绿色越深, 表示到访率越低。同时, 为便于比较分析不同群体的到访率空间分布特征和差异, 分别以案例客源城市为中心, 绘制半径为 500km、1000km 的两个圆圈。

从图 2 可以看出, 不同家庭收入学生群体的到访率值均表现为以客源城市为中心向四周逐渐递减的空间分布格局, 距离客源城市越远, 景区的到访率相对越低。此外, 不同家庭收入学生群体均在距客源城市较远的地方出现到访率“飞地”现象, 即对距离客源城市较远的个别景区依然保持较高到访率。各案例客源城市高到访率“飞地”主要出现在京津冀、长三角、关中和海南等交通发达、经济发展水平高、城市密集且高 A 级景区密度较高的区域^[55], 家庭收入越高的学生群体, 其高到访率“飞地”现象越明显, 且出现的“飞地”多为高知名度、高吸引力的景区, 如北京故宫、上海东方明珠等。可见, 不同家庭收入学生群体的目的地选择均符合距离择近、景点择高、经济择富的“三择”^[56]特点。

就同一客源城市而言, 不同家庭收入学生群体的高到访率空间(连续红色、橙色区域)大小不同。高收入家庭的学生群体红色、橙色区域最多, 高到访率空间最大, 中收入家庭的学生群体次之, 低收入家庭的学生群体红色、橙色区域最少, 高到访率空间最小。在距客源城市 500km 范围内, 北京、上海、成都不同家庭收入的学生群体主要以红色和橙色区域为主, 高到访率空间差异不大, 仅在 500km 边缘区域伴有少量黄色和绿色。武汉高收入家庭的学生群体红色、橙色区域最多, 高到访率空间最大; 中收入家庭的学生群体以黄色区域居多, 高到访率空间较小; 低收入家庭的学生群体绿色区域占比最大, 高到访率空间最小。

在距客源城市 500—1000km 范围内, 北京、武汉、成都均表现为家庭收入越高的学生群体, 红色、橙色区域越多, 高到访率空间越大。上海高收入家庭的学生群体以黄色区域居多, 高到访率空间较小; 中低收入家庭的学生群体以绿色区域为主, 高到访率空间很小。在距客源城市 1000km 以外, 北京、成都高收入家庭的学生群体以黄色、绿色区域为主, 但仍存在大量红色和橙色区域, 高到访率空间扩展到 1000km 以外; 中低收入家庭的学生群体主要以黄色、绿色区域为主, 高到访率空间较小。上海、武汉高收入家庭的学生群体以黄色和浅绿色区域为主, 而中低收入家庭的学生群体则以深绿色区域居多。综合来看, 高收入家庭学生群体的高到访率空间范围较中低、收入家庭的学生群体更大。

到访率累积曲线: 为分析不同家庭收入学生群体的出游空间结构差异, 分别将 4 个案例客源城市高、中、低收入家庭学生群体的到访率数据进行汇总, 以交通距离为横轴, 累积到访率、斜率为纵轴绘制到访率累积曲线和斜率图(图 3)。图中以竖线将累积到访率曲线分割为不同的部分, 粗线标出累积到访率达 80%^[57]对应的位置。

从图 3 可见, 以交通距离衡量, 高、中、低收入家庭学生群体的累积到访率达 80%的位置分别为距高客源城市 1999km、1882km、1944km 处, 接近 2000km。累积到访率随出游距离的增加呈阶段性变化, 斜率值分布曲线相应波动, 出游空间并不连续。以第一个斜率极高值出现的位置衡量核心出游空间边界, 高收入家庭学生群体的斜率曲线在距客源城市 1327km 处出现第一个斜率极高值, 中低收入家庭学生群体的斜率曲线均在距客源城市 1112km 处出现第一个斜率极高值, 高收入家庭学生群体的核心出游空间比中低收入家庭的学生群体大约 200km。

2.2 不同群体旅游活动类型偏好

为了分析不同家庭收入学生群体的旅游活动类型偏好差异, 本文分别将 4 个案例客源城市高、中、低收入家庭学生群体对不同旅游活动类型的占比进行汇总, 求出不同群体间各类旅游活动类型占比的差值, 并绘制出旅游活动类型占比差值图(图 4)。从图 4 可见, 高一中、高一低、中一低分别代表高收入家庭与中收入家庭、高收入家庭与低收入家庭、中收入家庭与低收入家庭学

生群体间不同旅游活动类型占比的差值。

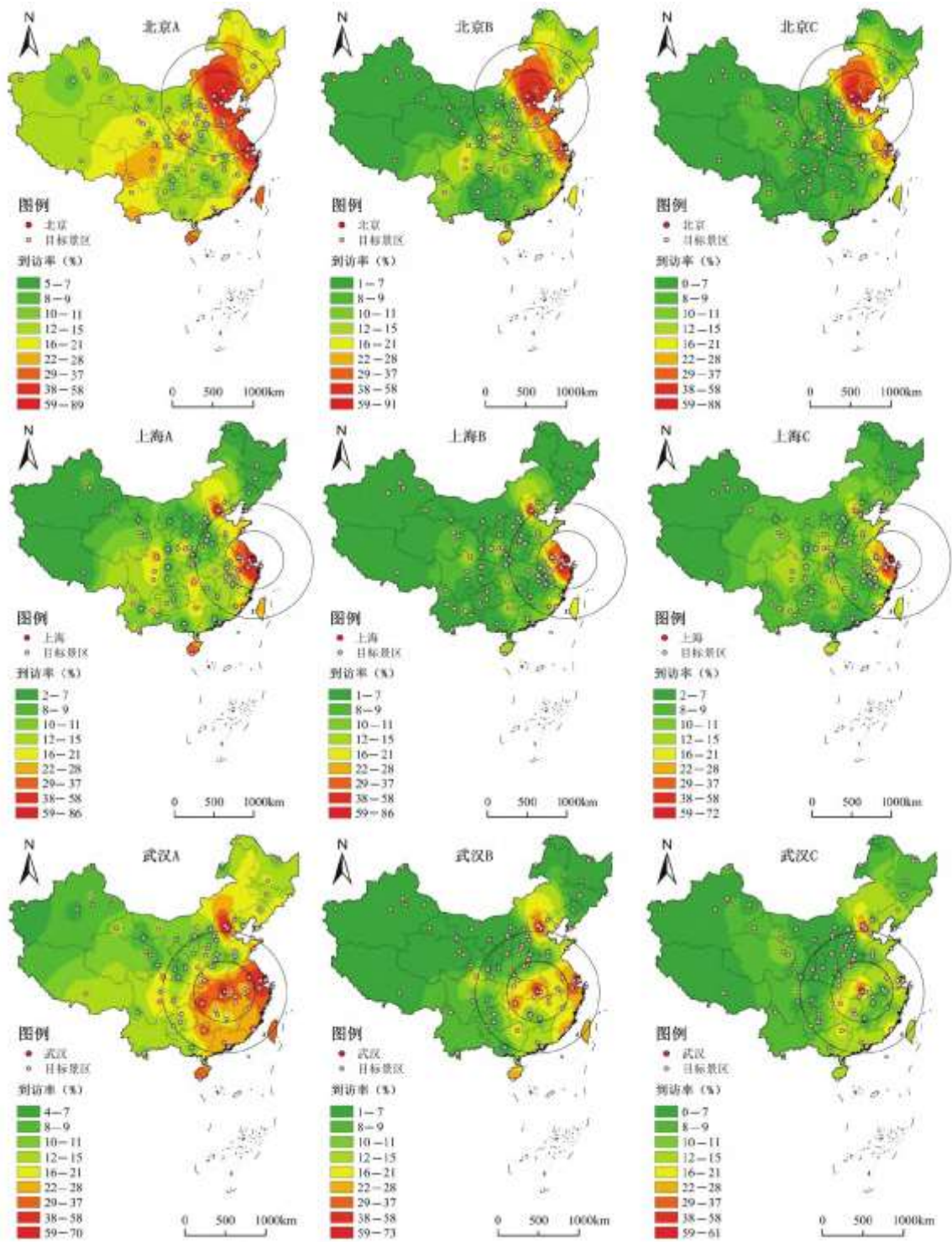
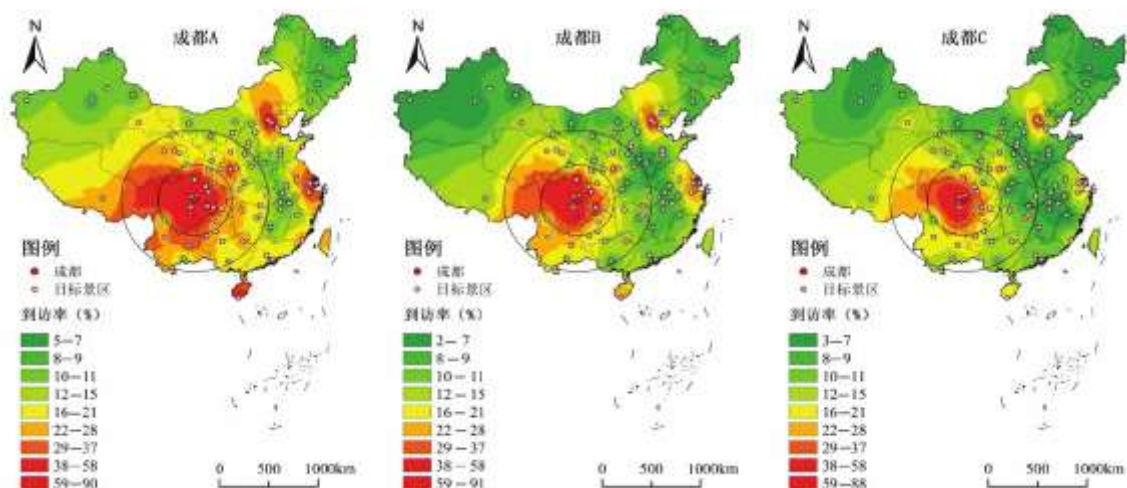


图 2 不同收入家庭学生群体到访率空间分布

(续图 2 不同收入家庭学生群体到访率空间分布)



注：基于国家自然资源部 1:3000 万标准地图（审图号：GS(2016)2888 号）绘制，底图无修改。

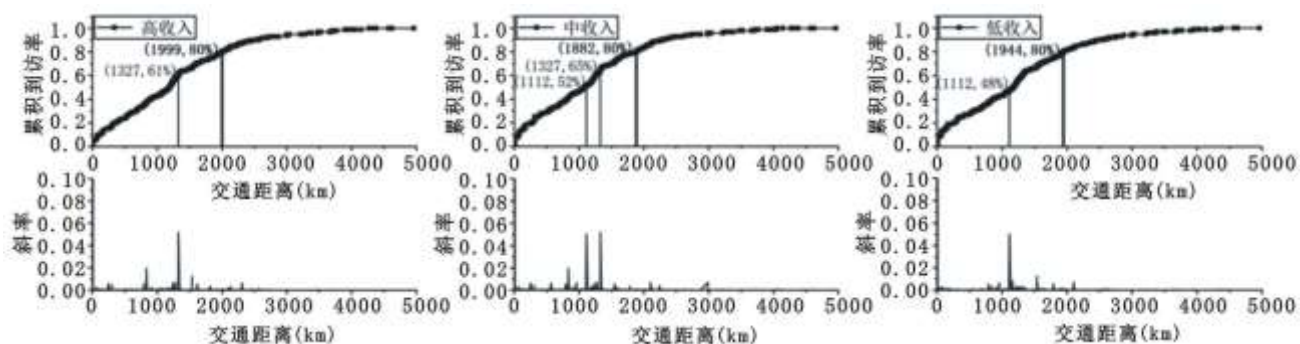


图 3 不同收入家庭学生群体到访率累积曲线和斜率分布

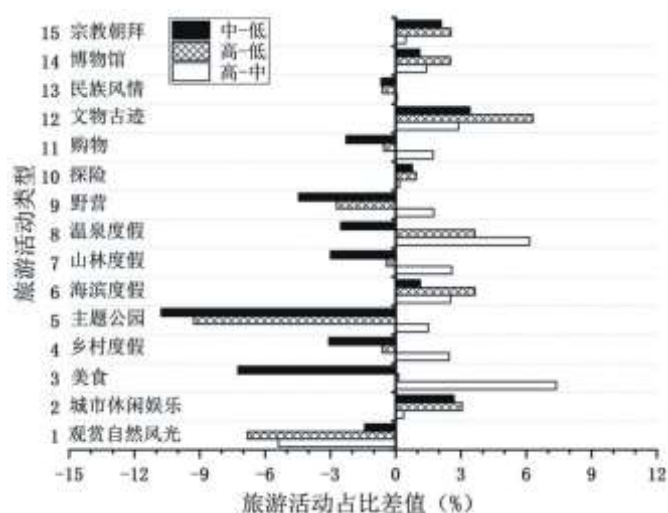


图 4 不同收入家庭学生群体旅游活动类型占比差值

从图 4 可见,不同家庭收入学生群体的旅游活动类型偏好存在较大差异。高收入家庭和中收入家庭的学生群体相比,高收入家庭的学生群体更喜欢美食、温泉度假类活动,中收入家庭的学生群体更喜欢欣赏自然风光。高收入家庭和低收入家庭的学生群体相比,高收入家庭的学生群体更喜欢探访文物古迹类活动,低收入家庭的学生群体更喜欢欣赏自然风光、逛主题公园或游乐场。与中收入家庭的学生群体相比,低收入家庭的学生群体更喜欢美食、逛主题公园或游乐场。整体来看,高收入家庭的学生群体更喜欢海滨度假、温泉度假和探访文物古迹,低收入家庭的学生群体更喜欢观赏自然风光、逛主题公园或去游乐场。

2.3 不同群体旅游交通方式选择行为

已有研究表明,自驾车、火车(含高铁)和飞机是我国居民国内旅游时采用的最主要的 3 种交通方式^[50]。为了分析不同家庭收入学生群体出游时对这 3 种交通方式的选择情况,本文统计了 4 个案例地不同群体选择不同交通方式出游的比例(表 5)。同时,为了反映不同家庭收入学生群体在不同距离圈层内出游时,选择各种交通方式的比率及其变化情况,以各案例地为中心,以 100km 为一个圈层,分别计算不同距离圈层内各群体访问不同目标景区时选择各种交通方式的比率,并以交通距离为横坐标,以圈层内 3 种交通方式的占比为纵坐标,绘制了不同家庭收入学生群体旅游交通方式选择比例距离分布图(图 5)。

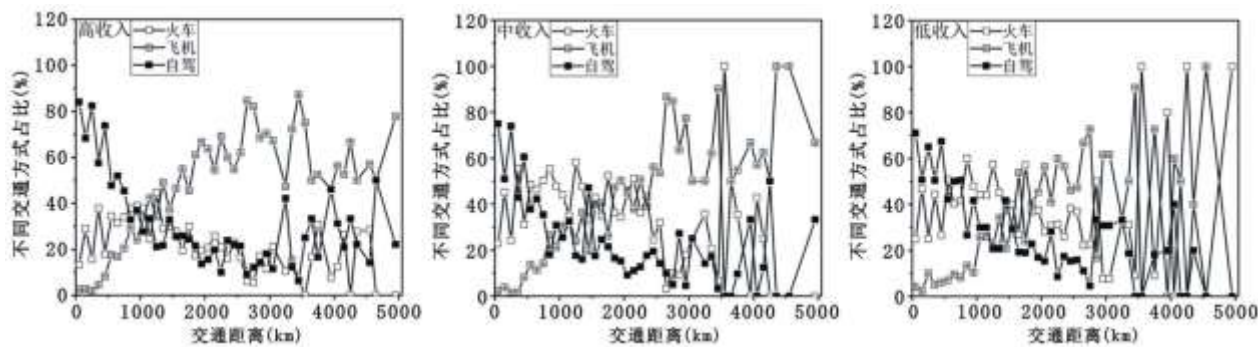


图 5 不同收入家庭学生群体旅游交通方式选择比例距离分布

表 5 不同收入家庭学生群体旅游交通方式选择比例

交通方式	高收入	中收入	低收入
火车	25.69%	40.32%	39.15%
飞机	35.52%	26.51%	23.35%
自驾	38.80%	33.16%	37.49%

由表 5 可知,不同家庭收入学生群体旅游交通方式的选择比例不同。从横向上对比,高收入家庭学生群体选择飞机和自驾出游的比例要大于中低收入家庭学生群体,中低收入家庭学生群体选择火车出游的比例要大于高收入家庭学生群体。从纵向上对比,高收入家庭学生群体选择自驾出游的比例最高,其次是飞机,火车最低,选择自驾和飞机出游的比例之和超过 70%;中低收入家庭学生群体选择火车出游的比例最高,自驾次之,飞机最低,选择火车和自驾出游的比例之和超过 70%。从图 5 可知,不同群体的旅游交通方式选择行为均会在客源城市周围产生跃迁现象,但不同群体旅游交通方式跃迁带的位置不同。高收入家庭学生群体在 0—800km 范围内以自驾为主要交通方式,800—1300km 范围内以火车为主要交通方式,1300km 以外以飞机为主要交通方式。中低收入家庭学生群体在 0—500km 范围内以自驾为主要交通方式,500—1800km 范围内以火车为主要交通方式,1800km

以外没有稳定的主要交通方式,这主要与中低收入学生群体对远距离目标景区的到访人数少有关,个别人交通方式的变化即会导致交通方式的比例发生非常大的变化。高收入家庭学生群体以自驾出游为主的出游空间比中低收入家庭学生群体大 300km,且在 1300km 外便以飞机为主要交通方式。

3 结论与讨论

3.1 结论

主要结论:①不同家庭收入学生的高到访率空间大小不同。家庭收入越高的学生,高到访率空间范围越大,在距客源地较远的地方出现的“飞地”较多。学生 80%的出游距离在距客源地城市交通距离 2000km 范围内,高收入家庭学生的核心出游空间为交通距离 1300km,中、低收入家庭学生的核心出游空间为 1100km,高收入家庭学生的核心出游空间比中低收入家庭的学生大 200km。②虽然不同家庭收入学生的旅游目的地选择偏好具有相似性,但是旅游活动类型偏好不同。不同家庭收入学生群体的旅游目的地选择均符合“距离择近、景点择高、经济择富”的“三择”特点。高收入家庭的学生更偏好海滨度假、温泉度假和探访文物古迹,低收入家庭的学生更偏好观赏自然风光、逛主题公园或去游乐场。③旅游主交通方式高收入家庭学生为自驾和飞机,中低收入家庭学生为火车和自驾。高收入家庭学生以自驾出游为主的出游空间比低收入家庭学生大 300km,且在 1300km 外便以飞机为主要交通方式,而中低收入家庭学生选择火车出游的距离范围比高收入家庭学生大 800km。④家庭收入可作为学生旅游市场细分变量。以家庭年收入 15 万元为界,我国学生旅游市场可划分为高收入家庭和中低收入家庭两个细分市场。

3.2 讨论

本文以北京、上海、武汉、成都 4 个案例地为例,对不同家庭收入水平学生群体的旅游目的地选择行为、旅游活动类型偏好和出游交通方式选择行为等进行了对比研究,发现不同收入家庭学生群体的景区到访率均符合距离衰减规律,这与已有的研究发现大学生的旅游目的地选择符合距离衰减规律一致^[16]。不同的是,本文发现学生群体对目标景区的到访率呈指数衰减。家庭收入越高的学生群体,到访率距离衰减速率越小,出游行为受距离约束较小,这也验证了白倩文、吴晋峰、罗维等的研究结论^[58]。本文还发现 80%的学生群体出游距离在距客源地城市 2000km 范围内,这与已有的研究发现 80%的大学生出游距离在 800km 范围内不同^[17],说明学生群体的出游空间得到了大幅扩展。研究还发现,不同家庭收入学生群体的核心出游空间也不相同,高收入家庭学生群体的核心出游空间要比中低收入家庭的学生群体多 200km。

本文发现,虽然不同家庭收入学生群体的旅游目的地选择偏好具有相似性,均喜欢选择近距离、高级别和发达地区的景区出游,符合“距离择近、景点择高、经济择富”的“三择”特点,与非学生旅游者的旅游目的地选择行为具有一致性^[56,58],但是不同家庭收入学生的旅游活动类型偏好存在差异,高收入家庭的学生更喜欢海滨度假、温泉度假和探访文物古迹,低收入家庭的学生更喜欢观赏自然风光、逛主题公园或去游乐场,这说明家庭收入水平不仅影响到学生的旅游活动类型偏好,也影响了学生的旅游需求层次。

本文发现不同家庭收入学生群体的旅游交通方式偏好不同,高收入家庭学生群体多选择飞机和自驾出游,中低收入家庭学生群体选择火车出游的比例更高。通常,旅游预算会影响人们对交通工具的选择^[59],飞机和自驾的经济成本更高^[60],高收入家庭的学生群体拥有更好的经济支持,因此选择飞机和自驾出游的比例更高,中低收入家庭学生群体则多选择火车出游。本文还发现,不同家庭收入学生群体选择火车、飞机和自驾 3 种交通方式出游时会产生旅游交通方式跃迁现象,进一步证明了旅游交通方式跃迁现象^[50]是客观存在的。

综上,无论是在旅游目的地选择行为和旅游活动类型偏好方面,还是在旅游交通方式选择行为方面,高收入家庭学生群体与中低收入家庭学生群体间的行为差异均较大,高收入家庭学生是相对独立的群体,而中低收入家庭学生群体间的行为表现更为接近,不同家庭收入水平的学生群体基本可细分为两类。本文认为,除旅游动机^[45]、年龄^[12]等学生旅游市场细分变量以外,家庭

收入可以作为学生旅游市场细分的变量,并根据家庭收入水平的不同,将国内学生旅游市场分为高收入家庭和中低收入家庭两个细分市场。

本文仍存在一些不足:首先,本文仅选取了北京、上海、武汉和成都4个城市的学生群体作为研究对象,地级市、县级市等其他级别城市的学生群体是否也具有同样的旅游行为表现,是未来需要进一步考虑的。其次,本文没有对不同学历段的学生进行区分,后续需要对不同年龄和不同受教育程度学生的旅游行为进行研究。第三,本文仅对不同家庭收入学生群体的旅游目的地选择行为、旅游活动类型偏好和旅游交通方式选择行为等进行了初步探索,未来有待对其旅游动机、旅游心理等其他方面做进一步研究。

参考文献:

- [1]中华人民共和国教育部. 2019 年全国教育事业发展统计公报[EB/OL]. (2020-05-20)[2020-10-17]. <http://www.moe.gov.cn/jyb-sjzl/sjzl-fztjgb/202005/t20200520-456751.html>.
- [2]赵荣,王斌,张结魁. 西安市国内游客旅游行为研究[J]. 西北大学学报(自然科学版), 2002, (4): 429-432.
- [3]郭静,张树夫. 南京东郊风景区旅游者出游行为的探讨及其意义[J]. 南京师大学报(自然科学版), 2005, (3): 114-117.
- [4]余向洋,沙润,胡善凤,等. 基于旅游者行为的游客满意度实证研究——以屯溪老街为例[J]. 消费经济, 2008, (4): 58-62.
- [5]谢红彬,孙作玉,杨英武. 福建滨海国内旅游客流人口学特征及旅游行为分析[J]. 海洋开发与管理, 2011, 28(5): 112-116.
- [6]陈星,张捷,卢韶婧,等. 自然灾害遗址型黑色旅游地参观者动机研究——以汶川地震北川遗址公园为例[J]. 地理科学进展, 2014, 33(7): 979-989.
- [7]胡欢,章锦河,刘泽华,等. 国家公园游客旅游生态补偿支付意愿及影响因素研究——以黄山风景区为例[J]. 长江流域资源与环境, 2017, 26(12): 2012-2022.
- [8]王君怡,吴晋峰,王阿敏. 旅游目的地独特形象与刻板形象关联关系——以杭州为例[J]. 旅游学刊, 2019, 34(1): 58-72.
- [9]陈东军,谢红彬. 我国研学旅游发展与研究进展[J]. 世界地理研究, 2020, 29(3): 598-607.
- [10]湛春玲. 研学旅游市场的挑战与发展问题研究[J]. 经济问题, 2020, (6): 88-93.
- [11]余凤龙,侯兵,张爱平. 转型时期苏南地区农村家庭旅游消费特征及影响因素研究[J]. 旅游科学, 2019, 33(3): 81-95.
- [12]Vetitnev A. Research Note: An Analysis of Tourists' Expenditure in the Russian Resort Destinations[J]. Tourism Economics, 2015, 21(3): 677-684.
- [13]赵幼芳. 试论我国国内旅游的青少年学生市场[J]. 旅游学刊, 1996(04): 33-35.

-
- [14]Hobson J S P, Josiam B. Spring Break Student Travel——An Exploratory Study[J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 1993, (3) : 87-98.
- [15]毛佳敏, 周旗, 周毓栋, 等. 大学生旅游行为特征及影响因素分析——以宝鸡文理学院为例[J]. 宝鸡文理学院学报(自然科学版), 2018, 38(1) : 77-81.
- [16]李丽梅, 保继刚. 大学生旅游行为研究——以中山大学为例[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2000, (4) : 45-49.
- [17]苟小东, 马耀峰, 李富升. 我国西部地区大学生旅游行为研究——以陕西省为例[J]. 人文地理, 2008, (3) : 123-128.
- [18]刘嘉伟, 蒙睿. 中日大学生旅游行为比较研究——以昆明、东京部分高校为例[J]. 旅游学刊, 2006, (7) : 79-82.
- [19]Davison L, Ahern A, Hine J. Travel, Transport and Energy Implications of University-related Student Travel: A Case Study Approach[J]. Transportation Research Part D, 2015, 38 : 27-40.
- [20]Shoham A, Schrage A, Eeden S V, et al. Student Travel Behavior: A Cross-national Survey[J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2005, 17(4) : 1-10.
- [21]Das R, Kumar SV, Prakash B, et al. Analysis of University Students Travel Behaviour: En Route to Sustainable Campus[J]. Indian Journal of Science and Technology, 2016, 9(30) : DOI:10.17485/ijst/2016/v9i30/99246.
- [22]Xu F, Morgan M, Song P. Students' Travel Behavior: A Cross-cultural Comparison of UK and China[J]. International Journal of Tourism Research, 2010, 11(3) : 255-268.
- [23]杨瑞, 白凯. 大学生旅游消费行为影响的实证分析——以西安市大学生为例[J]. 人文地理, 2008, (5) : 104-107.
- [24]刘奇勇. 雾霾天气对高校学生旅游意向影响[J]. 干旱区地理, 2020, 43(4) : 1127-1135.
- [25]Xiao H, So K K F, Wang Y. The University Student Travel Market: Motivations and Preferences for Activities[J]. Tourism Analysis, 2015, 20(4) : 399-412.
- [26]Catarina M, Asad M, Jorge L. A Multinational Comparative Study Highlighting Students' Travel Motivations and Touristic Trends[J]. Journal of Destination Marketing & Management, 2018, 10 : 87-100.
- [27]叶青. 大学生徒步旅游行为意向及其影响因素研究[D]. 长沙: 湖南师范大学硕士学位论文, 2016.
- [28]储召莹. 大学生旅游消费行为分析——以铜陵学院为例[J]. 中国市场, 2020, (12) : 132-134.
- [29]何楚汐. 大学生旅游目的地选择的影响因素分析[J]. 现代经济信息, 2016, (2) : 87, 92.
- [30]宋艳. 大学生旅游目的地选择与消费行为调查——以安徽省 J 学院为例[J]. 鸡西大学学报, 2015, 15(11) : 77-79.
- [31]瞿亘. 影响大学生旅游目的地选择的因素分析——以桂林为例[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2006, (6) : 649-652.

-
- [32]周明洁. 大学生旅游现状研究调查——以南京高校在校生为例[J]. 中国集体经济, 2019, (19): 121-122.
- [33]熊玉萍. 川渝 95 后大学生旅游消费行为影响因素研究分析[J]. 旅游纵览(下半月), 2019, (20): 37-38.
- [34]刘洁, 何九梅, 高润. 新时代我国大学生旅游消费行为研究[J]. 知识经济, 2020, (18): 59-60.
- [35]崔斌. 影响大学生旅游消费行为的实证分析——以沈阳市大学生为例[J]. 经济师, 2013, (6): 190-193.
- [36]蒙睿. 我国青少年旅游网络建构的初步探讨[J]. 旅游学刊, 2001, (1): 47-50.
- [37]衷敏青. 产学研视角下大学生旅游市场开发及对策[J]. 当代旅游, 2020, 18(28): 78-79.
- [38]曹新向, 王伟红. 我国青少年学生旅游市场特征及其开发[J]. 河北师范大学学报, 2004, (1): 95-99.
- [39]冯怡倩, 周凯波, 杨晓燕. 青少年学生的旅游消费行为特征及市场开发研究[J]. 度假旅游, 2019, (1): 38-40.
- [40]刘锦汰君, 王宽宽, 潘杨, 等. 大学生旅游市场创新营销策略分析——以吉林省为例[J]. 中国市场, 2020, (24): 134-135.
- [41]刘静艳, 杨婷婷. 高校学生旅游市场营销策略分析[J]. 旅游科学, 2005, (3): 34-37.
- [42]钱鑫. 对大学生旅游市场深度调研与思考[J]. 经济研究导刊, 2018, (3): 158-159.
- [43]王秀兰, 甘枝茂. 我国青少年学生旅游市场开发初探[J]. 干旱区资源与环境, 2003, (2): 23-28.
- [44]杨炎, 杨晋. 大学生旅游行为调查分析与市场开发策略——以常州地区学生为例[J]. 农村经济与科技, 2020, 31(5): 93-95.
- [45]Xu F, Morgan M, Moital M. Cross-Cultural Segments in International Student Travel: An Analysis of British and Chinese Market[J]. Tourism Analysis, 2011, 16(6): 663-675.
- [46]Bicikova K. Understanding Student Travel Behavior: A Segmentation Analysis of British University Students [J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2014, 31(7): 854-867.
- [47]卢锦豪, 黄海平, 周雪晴. 基于动机分析的大学生旅游市场细分研究——以肇庆学院为例[J]. 肇庆学院学报, 2015, 36(4): 11-16.
- [48]高王景. 环城市乡村旅游市场细分及特征——以北京高校学生为例[J]. 安徽农业科学, 2019, 47(19): 143-147.
- [49]王朝辉, 朱桃杏, 黄成林. 青少年学生旅游感知及行为研究评价[J]. 资源开发与市场, 2007, 22(2): 178-180.
- [50]石晓腾, 吴晋峰, 吴宝清, 等. 旅游交通方式比例结构跃迁现象与跃迁带模型——以国内旅游为例[J]. 经济地理, 2020, 40(2): 189-199.

-
- [51]中华人民共和国国家统计局. 中国统计年鉴(2019) [M]. 北京: 中国统计出版社, 2019.
- [52]刘瑞霞. 现代化进程中乡村居民的旅游消费态度研究[D]. 广州: 华南理工大学硕士学位论文, 2018.
- [53]罗维, 吴晋峰, 白倩文, 等. 旅游目的地选择的学历群体差异——以北京、西安、武汉城市居民为例[J]. 干旱区资源与环境, 2020, 34(10): 201-208.
- [54]房艳刚, 刘建志. 东北地区县域粮劳变化耦合模式与乡村发展类型[J]. 地理学报, 2020, 75(10): 2241-2255.
- [55]邓纯纯, 吴晋峰, 吴珊珊, 等. 中国 A 级景区等级结构和空间分布特征[J]. 陕西师范大学学报(自然科学版), 2020, 48(1): 70-79.
- [56]孙根年, 张毓, 薛佳. 资源—区位—贸易三大因素对日本游客入境旅游目的地选择的影响[J]. 地理研究, 2011, 30(6): 1032-1043.
- [57]吴必虎, 唐俊雅, 黄安民, 等. 中国城市居民旅游目的地选择行为研究[J]. 地理学报, 1997, (2): 3-9.
- [58]白倩文, 吴晋峰, 罗维, 等. 旅游目的地选择行为的收入群体差异——以北京、武汉、西安城镇居民为例[J]. 人文地理, 2020, 35(5): 150-160.
- [59]张怡凡. 关于人们出游时对交通工具选择偏好影响因素的研究——基于多元 Logistic 回归分析模型[J]. 现代商业, 2016, (36): 169-170.
- [60]缪婧晶, 王劲松. 交通成本、消费者选择与旅游目的地发展[J]. 思想战线, 2003, 29(2): 42-44.