

基于TPB扩展模型的云南中医药健康旅游行为意向及影响因素研究*

章涤凡¹, 于博^{1,2△}, 刘昊之³, 孟庆红⁴, 钱倩严慧¹, 赵毅⁵

- (1. 云南中医药大学人文与管理学院, 云南 昆明 650500; 2. 昆明理工大学管理与经济学院, 云南 昆明 650093;
3. 云南新世纪滇池国际文化旅游会展置地有限公司, 云南 昆明 650228; 4. 云南中医药大学党政办, 云南 昆明 650500;
5. 云南中医药大学资产经营公司, 云南 昆明 650500)

摘要: **目的** 研究云南中医药健康旅游者的行为意向及其影响因素, 对满足旅游者真实需求、提高健康旅游效益具有重要意义。**方法** 基于扩展的计划行为理论模型, 构建云南中医药健康旅游行为意向模型。采用滚雪球抽样的方法, 利用问卷星平台形成网络问卷, 并通过微信邀请不同的地区旅游爱好者, 发放到其旅游微信群中, 共收到432份有效问卷。运用结构方程模型对理论模型进行实证分析。**结果** 研究发现中医药健康旅游态度($b=0.646, P<0.001$)、中医药健康旅游主观规范($b=0.422, P<0.001$)、中医药健康旅游知觉行为控制($b=0.320, P<0.001$)对云南中医药健康旅游行为意向具有显著正向影响; 感知价值($b=0.618, P<0.001$)对中医药健康旅游态度具有显著正向影响, 感知风险($b=-0.005, P=0.901$)对中医药健康旅游态度的负向影响不显著。**结论** 充分了解旅游者期望, 满足其健康养生需求, 提高云南中医药旅游质量和服务水平, 充分利用新媒体加强宣传, 才能让更多的人愿意参与云南中医药健康旅游。

关键词: 中医药健康旅游; 云南; 行为意向; 影响因素

中图分类号: F592.7

文献标志码: A

文章编号: 1000-2723(2021)05-0095-08

DOI: 10.19288/j.cnki.issn.1000-2723.2021.05.015

The Behavioral Intention and the Influencing Factors of Yunnan Traditional Chinese Medicine Health Tourism Based on an Extended Theory of Planned Behavior Model

ZHANG Difan¹, YU Bo^{1,2}, LIU Haozhi³, MENG Qinghong⁴, QIAN Qianyanhui¹, ZHAO Yi⁵

- (1. School of Humanities and Management, Yunnan University of Chinese Medicine, Kunming 650500, China;
2. Faculty of Management and Economics, Kunming University of Science and Technology, Kunming 650093, China;
3. Yunnan new century Dianchi International Cultural Tourism Exhibition Land Co., Ltd, Kunming 650228, China;
4. Party and Government Office, Yunnan University of Chinese Medicine, Kunming 650500, China;
5. Asset Management Company, Yunnan University of Chinese Medicine, Kunming 650500, China)

ABSTRACT: **Objective** To study the behavioral intention and influencing factors of tourists on traditional Chinese medicine (TCM) health tourism in Yunnan, and to provide reference for the rapid development of TCM health tourism in Yunnan. **Methods** Based on an extended theory of planned behavior model, the behavioral intention model of Yunnan TCM health tourism was constructed. The snowball sampling method was adopted to form a network questionnaire by using the professional online survey platform: Questionnaire Star (<https://www.wjx.cn/>). Through WeChat, tourists in different regions were invited to send the questionnaires to their WeChat group. The structural equation model is used to analyze the theoretical model. **Results** The study found that TCM health tourism attitude ($b=0.646, P<0.001$), TCM health tourism subjective norms ($b=0.422, P<0.001$), TCM health tourism perceived behavioral control ($b=0.320, P<0.001$) had significant

收稿日期: 2021-07-20

* **基金项目:** 云南省省院省校教育合作人文社科资助项目 (SYSX201912); 云南省哲学社会科学创新团队科研资助项目 (2020tdxmy08); 云南省哲学社会科学中医药产业发展创新团队建设项目 (2020CX03)

第一作者简介: 章涤凡 (1971-), 女, 教授, 研究方向: 中医药产业发展。

△通信作者: 于博, E-mail: 381506827@qq.com

positive influence on Yunnan TCM health tourism behavioral intention. Perceived value($b=0.618$, $P<0.001$) had a significant positive impact on the attitude towards TCM health tourism, while perceived risk ($b=-0.005$, $P=0.612$) had no significant negative impact on the attitude towards TCM health tourism. **Conclusion** Only by fully understanding tourists' expectations, meeting their health needs, improving the quality and service level of TCM health tourism in Yunnan, and strengthening publicity, can more people be willing to participate in TCM health tourism in Yunnan.

KEY WORDS: TCM health tourism; Yunnan; intention; factors

随着我国居民健康意识和生活水平的不断提高,健康产业逐渐成为大众消费的热点,健康旅游也应运而生。国家旅游局和国家中医药管理局 2015 年 11 月发布的《关于促进中医药健康旅游发展的指导意见》和 2016 年 8 月发布的《关于开展“国家中医药健康旅游示范区(基地、项目)”创建工作的通知》等系列文件,有效地推动旅游与中医药的融合,促进中医药健康旅游的发展。

在“健康中国战略”的背景下,云南充分利用资源优势,提出了“全力打造世界一流的‘绿色能源’‘绿色食品’‘健康生活目的地’三张牌”,特别是“健康生活目的地”的建设,为云南康养旅游发展带来了新的契机。同时,云南具有优越的自然环境、气候条件及独具特色的中医药(民族医药)文化,使云南发展中医药健康旅游具有得天独厚的资源和优势。目前云南已有云南杏林大观园、云南白药大健康产业园两家单位入选国家中医药健康旅游示范基地,同时在全省范围内各地方也在积极规划和兴建中医药康养小镇,云南中医药健康旅游具有良好的发展态势。

中医药健康旅游依托我国传统中医药文化和丰富的中医药资源,作为新常态下的一种具有中国特色的创新旅游方式,目前学界还没有明确的定义。2016 年国务院《中医药发展战略规划纲要(2016-2030 年)》中将中医药健康旅游概括为以中医药文化传播和体验为主题,融中医疗养、康复、养生、文化传播、商务会展、中药材科考与旅游于一体的产业^[1]。也有学者认为中医药健康旅游是中医药的延伸和旅游业的扩展,是集中医药与旅游于一体的新兴产业^[2]。

目前关于中医药健康旅游的研究主要集中于资源利用和发展模式上,如唐禄俊等(2019)对北京中医药文化旅游资源中具有代表性的药王庙进行了深入的调查和分析,提出可以将中医药、传统道教文化和旅游进行深入融合,促进旅游业、健康业发展的同时传播中医药文化^[3];孙源源等(2018)针对江苏中医药

健康旅游提出了要科学规划布局、促进产业融合、打造特色品牌等发展策略^[4],司建平、王先菊(2020)对河南省进行了中医药健康旅游消费认知调查发现,88.8%的被调查者对中医药健康旅游感兴趣,但是 54.6%的被调查者对中医药健康旅游不了解,因此建议应注重中医药健康旅游的宣传^[5]。目前的研究主要集中在对中医药健康旅游内容的探讨,但是对影响旅游者的中医药健康旅游者行为影响因素还缺乏实证研究。本文基于扩展的计划行为理论(Theory of Planned Behavior,TPB)模型提出旅游者对中医药健康旅游行为意向影响模型,通过问卷调查探讨旅游者对云南中医药健康旅游行为意向的影响因素,并据此提出相关建议,促进云南中医药健康旅游快速、可持续发展。

1 资料与方法

1.1 调查对象 本研究以全国范围内有自主旅游能力的 15~65 岁的旅游者 of 研究对象,2020 年我国 15~65 岁人口为 96 871 万人^[6]。利用 The Survey System 网站中的样本量计算器(sample size calculator),在置信水平 95%的水平下,所需样本数最少为 384。本研究采用滚雪球抽样的方法,在 2020 年 7 月 19 日-8 月 2 日期间,先利用“问卷星”网站形成网络问卷,调查小组再邀请不同的地区旅游爱好者,通过微信将问卷链接发放到各地的旅游微信群中,要求问卷填写者必须 15~65 岁,并且有旅游经历。问卷共回收 465 份,剔除无效问卷(即年龄小于 15 岁或高于 65 岁,或无旅游经历,或答题时间少于 100 秒的问卷,为无效问卷),有效问卷 432 份,有效回收率为 92.90%。

1.2 调查内容

1.2.1 问卷设计 为研究旅游者的云南中医药健康旅游意向,本调查问卷设置 3 个部分:第 1 部分是有关旅游者的基本信息,包括性别、年龄、居住地、教育程度、收入、健康状况等内容;第 2 部分是旅游者的旅游习惯调查,包括旅游频率、旅游周期、旅游

信息获取、以及对云南中医药健康旅游的认知和需求。第3部分是旅游者的行为意向调查,包括感知价值、感知风险、中医药健康旅游态度、中医药健康旅游主观规范、中医药健康旅游知觉行为控制、云南中医药健康旅游意向等6个潜变量。每个潜变量包含3~5个观测变量,在相关研究基础上,参考了黄静波等(2017)^[7]、许晖等(2013)^[8]、张圆刚等(2017)^[9]、谢灯明等(2020)^[10]、孙晓东等(2019)^[11]的量表设计,修改得到中医药健康旅游行为意向量表。采用了李克特7级量表的方法来度量,“1”表示非常不同意,“7”表示非常同意。最终问卷包含6个维度,24个测量指标。

1.2.2 结构方程模型架构 本研究以Icek Ajzen(1991)^[12]提出的TPB模型中的行为态度、主观规范、知觉行为控制、行为意向等变量基础上,增加了感知价值和感知风险变量,共6个研究变量,构建了中医药健康旅游行为意向模型。研究假设如下。

根据Icek Ajzen的定义,态度是人们对某一行为或者认知观念的赞成与否的感觉,主观规范是指个体执行某一行为时感受来自社会的压力,知觉行为控制是个体在执行某一行为时感受到的难易程度。因此本研究中医药健康旅游态度是指人们对参与中医药健康旅游的赞成与否的感觉,中医药健康旅游主观规范指人们参与中医药健康旅游时感受的来自社会的压力,中医药健康旅游知觉行为控制是人们在参与中医药健康旅游时感受到的难易程度。研究证实,旅游态度、旅游主观规范、旅游知觉行为控制会正向显著影响旅游者行为意向^[13-14]。因此如果旅游者的中医药健康旅游态度越积极、中医药健康旅游主观规范和中医药健康旅游知觉行为控制越强,都可能会增加他们对中医药健康旅游的意向,因此提出以下假设:

H1: 中医药健康旅游态度对中医药健康旅游意向有正向显著影响。

H2: 中医药健康旅游主观规范对中医药健康旅游意向有正向显著影响。

H3: 中医药健康旅游知觉行为控制对中医药健康旅游意向有正向显著影响。

感知价值是消费者在消费时对其所得和所失的一种感知评价。感知价值既可以是消费后,也可以是消费前。研究证实,感知价值对购买态度和主观规范

有正向影响^[15]。因此推断中医药健康旅游者感知价值越强,其对中医药健康旅游的态度就越积极,因此提出以下假设:

H4: 感知价值对中医药健康旅游态度有正向显著影响。

感知风险是消费者因未知其购买结果而产生的一种不确定性感觉。感知风险在旅游者行为意向中多有研究。前些年,由于旅游市场的不规范发展,导致一些低价云南旅游团出现强制购物等旅游陷阱,使游客对云南旅游在一定程度上产生不信任的心理,这种心理就可以用感知风险来测量。研究证实,感知风险对行为态度和行为意向均产生显著负向影响^[16],因此推断中医药健康旅游者感知风险越强,其对中医药健康旅游的态度就越消极,因此提出以下假设:

H5: 感知风险对中医药健康旅游态度有负向显著影响。

综合上述的文献,研究模型见图1。

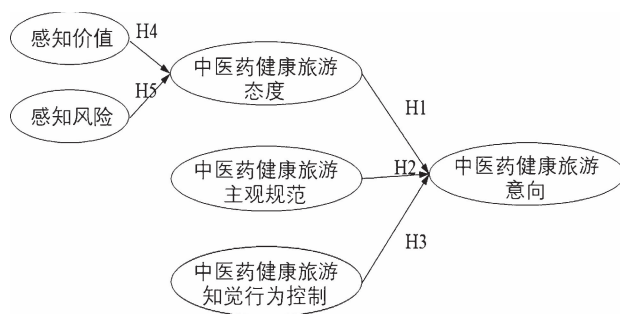


图1 中医药健康旅游行为意向模型

1.3 统计学方法 利用SPSS 26.0软件对旅游者的基本信息和旅游习惯调查进行描述性统计。利用AMOS 24.0软件对结构方程模型的信效度进行检验,根据模型配适度指标对模型进行评估,并对模型在显著性水平 $P=0.05$ 下进行显著性分析,验证假设成立与否。

2 结果

2.1 调查对象基本情况 432名调查者中,男性165人(38.2%),女性267人(61.8%);年龄21~50岁占大多数,有288人(66.7%),是未来中医药健康旅游的主力消费人群,50岁以上的占13.2%,是现在中医药健康旅游的主力消费人群;分布地区东北62人(14.4%),华北110人(25.5%),西北17人(3.9%),华东29人(6.7%),华中15人(3.5%),华南22人

(5.1%),西南 177 人(41.0%);受教育程度最多的是本科,占 37%,其次是硕士及以上,占 26.2%;月收入低于 2 000 元占 26.4%,2 000~5 000 元占 30.3%,5 000~10 000 元占 25.5%,高于 10 000 元占 17.8%;健康状况集中在普通 146 人(33.8%)和好 124 人(28.7%),非常差的有 54 人(12.5%)。见表 1。

表 1 调查对象基本信息表

变量	类别	频数	百分比/%
性别	男性	165	38.2
	女性	267	61.8
年龄	<20 岁	87	20.1
	21~50 岁	288	66.7
	51~60 岁	36	8.3
	>61 岁	21	4.9
居住地	东北	62	14.4
	华北	110	25.5
	西北	17	3.9
	华东	29	6.7
	华中	15	3.5
	华南	22	5.1
	西南	177	41.0
教育程度	初中以下	64	14.8
	初中	65	15.0
	高中	30	6.9
	本科	160	37.0
	硕士及以上	113	26.2
月收入	<2 000 元	114	26.4
	2 000~5 000 元	131	30.3
	5 000~10 000 元	110	25.5
	>10 000 元	77	17.8
健康状况	非常差	54	12.5
	差	68	15.7
	普通	146	33.8
	好	124	28.7
	非常好	40	9.3

2.2 调查对象旅游习惯和需求分析 调查者中每年旅游次数在 1~2 次的有 226 人(52.3%),占总人数的一半以上,小于 1 次的有 134 人(31.0%),大于 2 次

的有 72 人(16.7%),说明现在随着生活水平的提高,公众形成了固定出游的习惯;关于旅游信息的获取,随着信息技术的发展,人们获取旅游信息的渠道越来越多,排名前 7 的分别是亲友推荐(213 人,占 20.9%)、微信(公众号或旅游群)(191 人,占 18.7%)、其他(118 人,占 11.6%)、旅游消费网站(98 人,占 9.6%)、旅行社(96 人,占 9.4%)、抖音或今日头条(95 人,占 9.3%)、电视节目(92 人,占 9.0%);在调查者中,听说过云南中医药健康旅游仅有 154 人,占 35.6%,而大部分人没有听说过云南中医药健康旅游,占 64.4%,可见目前云南中医药健康旅游的宣传

表 2 调查对象旅游习惯和需求表

变量	类别	频数	百分比/%
年旅游次数	<1 次	134	31.0
	1~2 次	226	52.3
	>2 次	72	16.7
旅游信息渠道	电视节目	92	9.0
	亲友推荐	213	20.9
	微信(公众号或旅游群)	191	18.7
	旅游消费网站	98	9.6
	报纸杂志	35	3.4
	抖音或今日头条	95	9.3
	微博	81	7.9
	旅行社	96	9.4
是否听说中医 康养旅游	其他	118	11.6
可以承受的旅 游花费	是	154	35.6
	否	278	64.4
	<100 元/d	151	35.0
	100~300 元/d	210	48.6
看重中医康养 旅游要素	301~500 元/d	57	13.2
	>500 元/d	14	3.2
	气候适宜养生	281	19.8
	空气好,负氧离子含量高	244	17.2
	有中医养生保健氛围	200	14.1
	有专业的医疗资源和 先进的设施	172	12.1
	特色舒适的居住环境	278	19.6
	富含矿物质的温泉	200	14.1
	其他	44	3.1

力度还不够,导致大家对云南中医药健康旅游认知不足;对于旅游者看重的云南中医药健康旅游要素的调查发现,281 人认为气候适宜养生最重要,占 19.8%,其次是特色舒适的居住环境,有 278 人选择,占 19.6%,244 人选择了空气好,负氧离子含量高,占 17.2%,有 200 人选择中医养生保健氛围和富含矿物质的温泉,占 14.1%,有 172 人选择了专业的医疗资源和先进的设施,占 12.1%,还有 44 人选择其他,占

3.1%,虽然影响云南中医药健康旅游的要素很多,但是人们普遍比较看重自然环境和硬件设施,同时中医养生元素和温泉也必不可少。见表 2。

2.3 信效度检验 SEM 模型评估包含测量模型的评估和结构模型的评估,利用 AMOS 软件进行分析,分析结果如表 3 所示。标准化因素负荷量介于 0.776~0.945 之间,均符合范围,表明每个题目均具有题目信度;研究变量维度合成信度介于 0.948~0.967 之间,

表 3 变量得分及合成信度分析

变量	Std.标准化因素 负荷量	CR 合成信度	AVE 平均方差 抽取量
PV 感知价值			
PV1 我预想云南中医药健康旅游会有较高的品质	0.885	0.956	0.844
PV2 我预想云南中医药健康旅游会物有所值	0.945		
PV3 我预想云南中医药健康旅游会让我感觉很好	0.923		
PV4 我预想云南中医药健康旅游会给我留下美好回忆	0.921		
PR 感知风险			
PR1 我担心在云南中医药健康旅游中会出现身体健康问题	0.914	0.950	0.792
PR2 我担心云南中医药健康旅游缺乏服务配套设施,交通不便	0.943		
PR3 我担心云南中医药健康旅游服务人员缺乏专业技术能力	0.906		
PR4 我担心云南中医药健康旅游中会增加额外费用	0.902		
PR5 我担心我的家人不赞同我参加云南中医药健康旅游	0.776		
ATT 云南中医药健康旅游态度			
ATT1 对我而言,参加云南中医药健康旅游对身体健康是有益的	0.932	0.967	0.856
ATT2 对我而言,参加云南中医药健康旅游是一种享受	0.927		
ATT3 对我而言,参加云南中医药健康旅游是一种愉快的经历	0.929		
ATT4 对我而言,参加云南中医药健康旅游是一种明智的选择	0.910		
ATT5 对我而言,参加云南中医药健康旅游可以放松身心	0.928		
SN 云南中医药健康旅游主观规范			
SN1 家人对云南中医药健康旅游的看法,会影响我的出游意愿	0.937	0.963	0.866
SN2 朋友对云南中医药健康旅游的看法,会影响我的出游意愿	0.937		
SN3 同事对云南中医药健康旅游的看法,会影响我的出游意愿	0.930		
SN4 大众媒体对云南中医药健康旅游的看法,会影响我的出游意愿	0.919		
PBC 云南中医药健康旅游知觉行为控制			
PBC1 我有足够的时间去体验云南中医药健康旅游	0.919	0.953	0.835
PBC2 我有足够的钱去体验云南中医药健康旅游	0.898		
PBC3 我有足够的精力去体验云南中医药健康旅游	0.936		
PBC4 我能够获取到足够的有用信息(食住行游娱购等方面)	0.902		
BI 云南中医药健康旅游意向			
BI1 我会将云南中医药健康旅游作为休闲度假的第一选择	0.906	0.948	0.860
BI2 我会向其他人宣传云南中医药健康旅游的好处	0.940		
BI3 我会推荐他人去参加云南中医药健康旅游	0.935		

均符合学者所建议的标准,每个变量维度具有良好的内部一致性;平均方差抽取量(AVE)范围为 0.792~0.866,均高于 0.5,全部符合 Hair et al.(2011)^[17],Fornell 与 Larcker(1981)^[18]的标准,表示每个变量维度具有良好的会聚效度。

本研究采用 AVE 法对区分效度进行检验。根据

Fornell 与 Larcker(1981)^[18]的建议,区分效度应该每个维度的 AVE 平方根大于维度间的相关系数,符合此条件显示本研究模型具有区分效度。如表 4 所示,本研究对角线每个维度 AVE 均方根均大于对角线外的相关系数,因此本研究的每个维度具有良好的区分效度。

表 4 测量模型区分效度分析

	AVE	感知 价值	感知 风险	中医药健康 旅游态度	中医药健康 旅游主观规范	中医药健康旅游 知觉行为控制	中医药健康 旅游意向
感知价值	0.844	0.919					
感知风险	0.792	0.659	0.890				
中医药健康旅游态度	0.856	0.782	0.714	0.925			
中医药健康旅游主观规范	0.866	0.746	0.753	0.675	0.931		
中医药健康旅游知觉行为控制	0.835	0.798	0.664	0.672	0.784	0.914	
中医药健康旅游意向	0.860	0.692	0.610	0.789	0.616	0.685	0.927

2.4 模型检验 模型拟合参数 CMIN/DF=2.549 (小于 3)、GFI=0.888(接近 0.9,可接受)、NFI=0.954(大于 0.9)、TLI=0.967(大于 0.9)、CFI=0.971(大于 0.9)、IFI=0.958(大于 0.9)、RMSEA=0.060(小于 0.08),除 GFI 没有严格大于 0.9 但在可接受范围内,其他指标均满足标准,模型拟合度符合要求。由表 5 可知路径系数结果。中医药健康旅游态度($b=0.646, P<0.001$)、中医药健康旅游主观规范($b=0.422, P<0.001$)与中医药健康旅游知觉行为控制($b=0.320, P<0.001$)显著影响中医药健康旅游意向,其中中医药健康旅游态度影响最为显著;感知价值($b=0.618, P<0.001$)显著影响

中医药健康旅游态度;感知风险($b=-0.005, P=0.901$)对中医药健康旅游态度影响不显著,因此假设 H1、H2、H3、H4 成立,假设 H5 不成立。实证结果基本支持本模型的研究问题。其中,中医药健康旅游态度、中医药健康旅游主观规范与中医药健康旅游知觉行为控制对解释中医药健康旅游意向的解释力是 52.0%。感知价值和感知风险对解释中医药健康旅游态度的解释力是 56.0%。经检验,感知价值到中医药健康旅游意向的间接效应为 0,因此感知价值、中医药健康旅游态度和中医药健康旅游意向之间不存在间接效应,中医药健康旅游态度没有发挥中介作用,见图 2。

表 5 标准化路径系数与假设检验

假设	路径方向	非标准化系数	标准化系数	C.R.	P	假设检验
H1	中医药健康旅游态度→中医药健康旅游意向	0.545	0.646	15.566	0.000	成立
H2	中医药健康旅游主观规范→中医药健康旅游意向	0.398	0.422	11.463	0.000	成立
H3	中医药健康旅游知觉行为控制→中医药健康旅游意向	0.261	0.320	8.260	0.000	成立
H4	感知价值→中医药健康旅游态度	0.525	0.618	15.566	0.000	成立
H5	感知风险→中医药健康旅游态度	-0.003	-0.005	-0.125	0.901	不成立

3 讨论

本研究主要从计划行为理论模型视角出发,增加感知价值和感知风险变量,构建了中医药健康旅游行为意向模型,探讨影响云南中医药健康旅游行为的影响因素。研究发现中医药健康旅游态度对中医药健康旅游意向影响最大,而影响中医药健康旅游态度的主

要因素是感知价值。

3.1 中医药健康旅游态度对中医药健康旅游意向呈显著正向影响 路径分析显示,在所有对中医药健康旅游意向有显著影响的因素中,中医药健康旅游态度的标准化路径系数最大,说明中医药健康旅游意向是影响中医药健康旅游决策关键的因素,对中医药健康

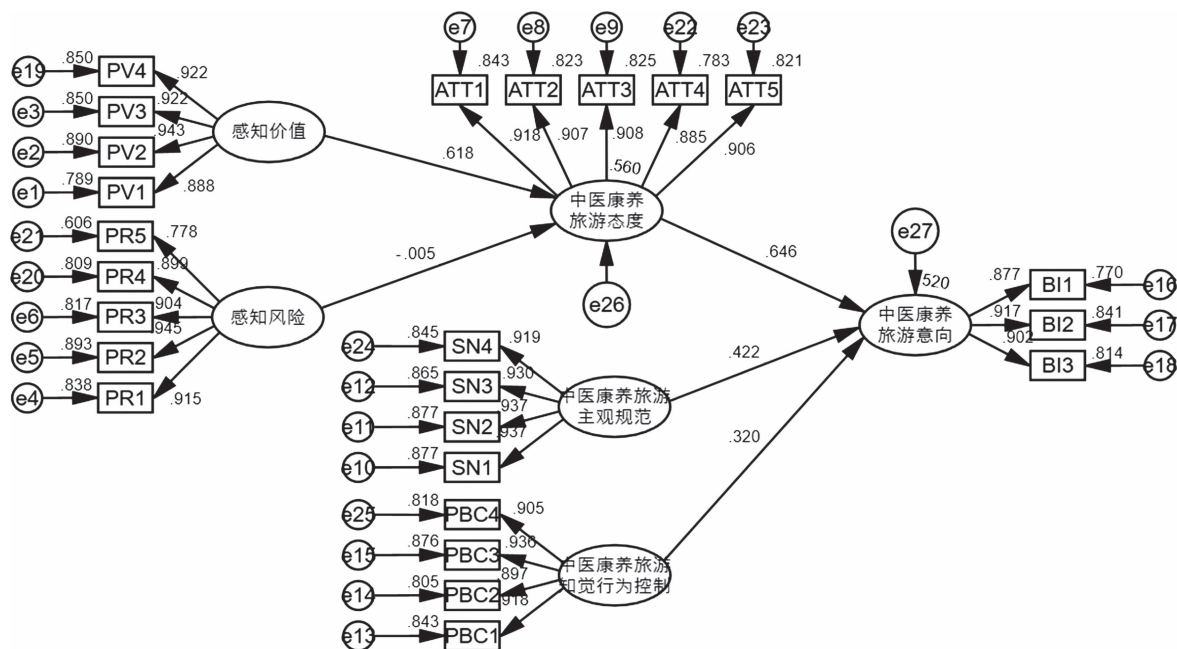


图2 路径系数图

旅游意向有显著正向影响。这与杨凯(2017)^[19]的研究发现一致。说明只有当旅游者对云南中医药健康旅游有足够认知,并且认可云南中医药健康旅游的效果时,才会愿意参加云南中医药健康旅游。但是在调查研究中发现仅有35.6%的被调查者听说过云南中医药健康旅游,而了解云南中医药健康旅游者和参与过云南中医药健康旅游者更是少之又少。这对云南中医药健康旅游产业发展极为不利。

3.2 中医药健康旅游主观规范、中医药健康旅游知觉行为控制对中医药健康旅游意向有显著正向影响

结果显示,TPB模型适用于中医药健康旅游行为意向研究,除中医药健康旅游态度这一因素外,中医药健康旅游主观规范、中医药健康旅游知觉行为控制对中医药健康旅游意向也存在显著正向影响,路径系数略小于中医药健康旅游态度。与党宁等(2017)^[20]的研究结论相同。说明中医药健康旅游者在进行中医药健康旅游决策时,会充分听取周围人的意见,同时周围人的行为也会影响其决策。这在前面调查旅游信息获取渠道时也有所验证,20.9%的人会通过亲友推荐,18.7%的人会关注微信(朋友圈、公众号和旅游群)。因此一定要保证中医药健康旅游的服务质量,营造良好口碑,才能更具有吸引力。

3.3 感知价值对中医药健康旅游态度产生正向效应

研究发现,感知价值对中医药健康旅游态度产生正向

效应,与路璐(2018)^[21]研究发现一致,而感知风险对中医药健康旅游态度的负向效应却不显著,这与谢灯明(2020)^[10]的研究结论不同。主要是由于本研究为消费前调查,感知价值更多的是一种期望,调查者普遍对云南中医药健康旅游怀有美好期望,使其能够正向影响中医药健康旅游态度。由于没有进行过实际体验,同时由于云南出台了一系列对云南旅游市场的管理办法,有效遏制了云南旅游市场的不良现象发生,同时提高了旅游服务质量,因此在一定程度上降低了旅游者的感知风险,因此感知风险对中医药健康旅游态度影响不显著。

4 建议

根据上述结论,为促进更多旅游者了解、参与云南中医药健康旅游,推动云南中医药健康旅游产业快速发展的同时提高居民的健康水平,提出以下建议。

4.1 开展全过程旅游需求调研,获取真实需求

虽然政府与企业已经意识到中医药健康旅游会成为未来人们休闲旅游的新选择,但是如何打造和推广云南中医药健康旅游成为急需解决的问题,最好的解决方式就是从获取市场需求入手。新冠疫情的影响下,旅游者形成了新的旅游特点和旅游需求,根据不同旅游者的所在区域、年龄层次和消费层级进行调研,如中医药健康旅游“主力军”为“银发族、疗养族”,“常备军”为新生代“90后”,“后备军”为“亲子家庭”,对不同旅

游者进行刻画和分层,描绘旅游者的“画像”,把脉云南中医药健康旅游发展,有利于增强旅游者的感知价值,提高其中医药健康旅游态度,正向影响中医药健康旅游意向,吸引更多的旅游者参加云南中医药健康旅游。

4.2 利用新媒介宣传健康资源,提升价值感知 地方政府可以在不同媒体、旅游推介会上予以宣传,营造全民中医药健康旅游氛围;企业也要针对不同层次旅游者,在其经常浏览的媒体上投放中医药健康旅游广告,保证中医药健康旅游信息公开易得;同时制定相应的营销策略,鼓励旅游者参与云南中医药健康旅游后在不同社交平台(如朋友圈、抖音、马蜂窝旅游、去哪儿旅行等)分享云南风景和云南中医药健康旅游体验,提高中医药健康旅游主观规范,从而正向影响中医药健康旅游意向。

4.3 打造多元化健康旅游产品,满足健康需求 在市场调研基础上,充分了解旅游者的健康需求,评估目标旅游者的健康状况,在产品设计上充分考虑不同旅游者的消费特点,以游客的健康需求为导向,开发中医药(民族医药)健康旅游线路和旅游产品,如文山三七对心血管疾病患者及“三高”患者有一定的疗效,因此可以在文山地区开发针对有心血管疾病和“三高”人群的“三七康养之旅”,并研发相应保健产品;丰富的温泉资源可以针对有风湿病、关节痛、皮肤疾病的游客研发药浴,开发“温泉康养之旅”等,以满足不同旅游者的健康需求。

参考文献:

- [1] 国务院. 国务院关于印发中医药发展战略规划纲要(2016—2030 年)的通知[EB/OL]. (2018-03-24). <http://bgs.satcm.gov.cn/zhengcewenjian/2018-03-24/865.html>.
- [2] 徐慧慧,韦国兵,胡奇军. 基于中医药强省战略的江西省中医药产业可持续发展对策探讨[J]. 卫生职业教育, 2020, 38(21): 148-150.
- [3] 国家统计局. 中国统计年鉴 2021[DB/OL]. (2021-10-09). <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2021/indexch.htm>.
- [4] 司建平,王先菊. 中医药健康旅游消费认知调查研究——以河南为例[J]. 中国卫生事业管理, 2020, 37(3): 237-240.
- [5] 唐禄俊,熊益亮,梁秋语,等. 北京中医药文化旅游资源药王庙现状调查与分析[J]. 中医杂志, 2019, 60(6): 485-491.
- [6] 孙源源,王玉芬,施萍,等. “一带一路”背景下江苏中医药健康旅游的创新发展战略[J]. 世界科学技术-中医药现代化, 2018, 20(5): 769-774.
- [7] 黄静波,范香花,黄卉洁. 生态旅游地游客环境友好行为的形成机制——以莽山国家级自然保护区为例[J]. 地理研究, 2017, 36(12): 2343-2354.
- [8] 许晖,许守任,王睿智. 消费者旅游感知风险维度识别及差异分析[J]. 旅游学刊, 2013, 28(12): 71-80.
- [9] 张圆刚,余向洋,程静静,等. 基于 TPB 和 TSR 模型构建的乡村旅游者行为意向研究[J]. 地理研究, 2017, 36(9): 1725-1741.
- [10] 谢灯明,何彪,蔡江莹,等. 森林康养潜在游客感知风险对行为意向影响研究[J]. 林业经济问题, 2020, 40(1): 66-71.
- [11] 孙晓东,徐美华,侯雅婷. 中国邮轮游客的出游限制与行为意向研究[J]. 旅游科学, 2019, 33(4): 70-84.
- [12] AJZEN I. The theory of planned behavior[J]. Organizational Behavior & Human Decision, 1991, 50 (2): 179-211.
- [13] 阮文佳,虞虎,宋学俊. 基于扩展计划行为理论的国际游客在雾霾威胁下的行为意向研究——以北京国际游客为例[J]. 干旱区资源与环境, 2019, 33(7): 195-201.
- [14] 刘佳,贾楠. 基于 TPB 拓展模型游艇旅游行为意向影响机制研究[J]. 海洋通报, 2018, 37(4): 378-388.
- [15] 薛永基,白雪珊,胡煜晗. 感知价值与预期后悔影响绿色食品购买意向的实证研究[J]. 软科学, 2016, 30(11): 131-135.
- [16] 刘国防,王璐. 中小企业跨境电子商务采纳影响因素研究[J]. 商业经济研究, 2017(2): 110-112.
- [17] HAIR J F, BLACK W C, BABIN B J, et al. Multivariate Data Analysis[M]. 北京:机械工业出版社, 2011: 698-701.
- [18] FORNELL C, LARCKER D F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error[J]. Journal of Marketing Research, 1981, 24(4): 337-346.
- [19] 杨凯. 大学生消费绿色酒店产品的行为意愿研究[J]. 北京联合大学学报(人文社会科学版), 2017, 15(4): 49-60.
- [20] 党宁,吴必虎,张雯霞. 计划行为还是理性行为?上海居民近城游憩行为研究[J]. 人文地理, 2017, 32(6): 137-145.
- [21] 路璐,刘春玲,刘琳. 滑雪游客感知价值、满意度与行为意向的关系——以崇礼密苑云顶滑雪场为例[J]. 干旱区资源与环境, 2018, 32(5): 202-208.