

乡村旅游消费者研究

——概念、群体特征及行为过程

文晓丽, 杨仙艳, 刘伟平*

(福建农林大学 经济学院, 福建 福州 350002)

摘要: 为系统梳理乡村旅游消费者研究脉络, 收集国内近10年相关研究成果, 通过对乡村旅游消费者相关概念、类别、群体特征及消费行为过程的回顾, 对以往研究取得的进展和不足进行了评述, 进而提出未来研究应朝以下几个方面努力: 科学界定乡村旅游消费者概念及内涵; 统一建构并完善乡村旅游消费者满意度测量体系; 进一步细化研究群体, 重点关注特定消费群体; 丰富研究内容, 重视潜在客源分析; 重视乡村旅游消费群体对其他个体的影响等方面。

关键词: 乡村旅游; 乡村旅游消费者; 乡村旅游消费行为特征; 文献综述

中图分类号: F 592 **文献标志码:** A **文章编号:** 1004-390X (2018) 01-0074-08

Rural Tourism Consumer Research: Concepts, Group Characteristics and Behavioral Processes

WEN Xiaoli, YANG Xianyan, LIU Weiping

(College of Economy, Fujian Agriculture and Forestry University, Fuzhou 350002, China)

Abstract: In order to systematically summarize the research achievements of rural tourism consumers, collecting relevant research achievements in the past 10 years, the achievements and shortcomings of previous studies have been carried out through the review of the concept of rural tourism consumers and their classification, group characteristics and consumer behavior. Finally, the future research should put forward the following aspects: scientifically defining the concept and connotation of rural tourism consumer; conformably constructing and improving rural tourism consumer satisfaction measurement system; further refining research groups, focusing on specific groups; enriching research content, attaching attention to the analysis of potential tourists; exploring the impact that the rural tourism consumer groups play a role on other individuals.

Keywords: rural tourism; rural tourism consumers; the behavioral characteristics of rural tourism consumption; literature review

随着物质生活水平的极大提高, 人类的活
动节奏也相应加快, 生活和工作压力也随之增

加。工业化进程随之带来的负面影响使城市生
活的宜居性大打折扣, 促使更多的市民向往风

收稿日期: 2017-08-29

修回日期: 2017-10-12

网络出版日期: 2018-01-15 T 14: 26

作者简介: 文晓丽 (1993—), 女, 四川平昌人, 硕士研究生, 主要从事休闲农业、新型城镇化等研究。

E-mail: 945368661@qq.com

* 通信作者: 刘伟平 (1958—), 男, 福建福州人, 教授, 博士生导师, 主要从事森林产权、气候变化与碳排放权交易、生物质能源相关的经济学研究、森林可持续利用管理等方面的研究。

E-mail: 547949211@qq.com

网络出版地址: <http://kns.cnki.net/kcms/detail/53.1044.S.20180115.1112.024.html>

景宜人、空气清新、民风淳朴和生活闲适的乡村。与此同时,党和国家亦重视农村的发展,在十六届五中全会提出新农村建设,在此后的相关文件中多次强调通过发展乡村旅游带动农村经济。因此,符合城市市民需求的休闲观光、参与体验、疗养健身和科普教育等类型的乡村旅游在全国各地兴起。总之,城市对市民的“推动力”和乡村的“拉动力”共同促进了乡村旅游的快速发展^[1]。

系统梳理文献发现,乡村旅游消费者研究的相关理论主要有消费者行为学、消费心理学、休闲经济理论、“推—拉”理论、需求层次理论、可持续发展理论等。在上述理论的指导下,当前国内学者运用大量的问卷调查和统计分析方法,结合 Heckman 模型、SWOT、KANO 模型等相关模型对乡村旅游消费者的行为模式、特征、满意度等方面做了大量的实证研究。得出的主要结论有:乡村旅游消费者的旅游动机、决策、体验行为均和消费者的人口学特征密切相关;个人的主客观因素、景点因素与旅游决策显著相关;游客对乡村的卫生环境、服务费用、食宿价格均不满意;各地乡村旅游消费者人口学特征、出游目的、出游方式等因子的异质性较高,同一性主要表现在各地的乡村旅游消费者的性别差异较小;年龄上以中青年群体为主;总体文化程度较高;其客源以本市居民为主;旅游信息的获取大多靠亲朋介绍;出游时间偏好于周末和小节假日。

当前国内关于乡村旅游消费者研究已经取得了一定的进展,因此系统梳理乡村旅游消费者相关研究成果,理清乡村旅游消费者研究脉络,发现其取得的进展与存在的不足,对于加强和改进未来研究具有重要意义。本研究首先总结了乡村旅游消费者的概念及分类,归纳了乡村旅游消费者群体的特征,进而阐述了乡村旅游消费行为过程,最后列举了主要学者所建构的乡村旅游消费满意度评价体系,以期后续研究提供一个清晰的研究框架和有益的借鉴。

一、乡村旅游消费者相关概念及分类

(一) 乡村旅游消费者相关概念

1. 乡村旅游

业界学者普遍认为乡村旅游兴起于19世纪中叶的欧洲,但就我国而言,则兴起于20世纪80

年代后期,以深圳首次举办“荔枝节”作为开端^[2]。国内对于乡村旅游的定义不少于30种,因研究角度不同,定义的落脚点也就因人而异,但大体上可以分为以下3种:(1)活动空间论。世界经济合作与发展组织将乡村旅游定义为“发生在乡村的旅游活动”,持此观点的还有吴必虎^[2-3]等学者,从乡村所具有的资源进行定义,认为“乡村旅游是以乡村特有的田园风光和社会生产生活为对象所进行的旅游活动”^[4-7]。(2)功能论。世界旅游组织(UNWTO)将乡村旅游定义为“旅游者在乡村和附近地区学习、逗留、体验乡村生活方式的活动”,持同样观点的还有贺小荣^[8],范春^[9]等学者。(3)整体论。持整体论的学者在对前人的研究进行综合的基础上提出,“乡村旅游是在乡村进行的,以城市居民为目标市场,依托乡村资源,进行多种旅游方式的活动”^[10-11]。

此外,刘芬等^[12]认为旅游者也可以称为旅游消费者,是指在旅游过程中为满足需要,购买、使用商品或接受服务的单位或个人^[13]。因此,综合对旅游消费者和乡村旅游的定义,本文认为乡村旅游消费者是指为满足心理和生理上的需求,在乡村地区展开观赏、休闲、学习和娱乐健体等活动的个人或单位。

2. 休闲农业

关于休闲农业,目前学界还没有明确统一的定义。范水生等^[14]在总结了国外学者、台湾学者、国内学者对休闲农业的理解的基础上,提出休闲农业是以“三农”为背景,利用农业资源、农业景观和农村环境,以农林牧副渔生产和农村文化生活为依托,以休闲农场为载体,增进人们对农业及农村体验为目的,具有生产、生活、生态“三生一体”和第一、二、三产业功能特性的新型产业形态。

因休闲农业和乡村旅游具有一定的相似性,故常有将两个概念混淆的情况。在知网文献中,现有800多篇文章是将休闲农业和乡村旅游一起作为对象进行研究。如杨华等在文中对休闲农业和乡村旅游的异同进行了辨析^[15];胡晓燕认为休闲农业是乡村旅游的一个环节,只有将两个概念联合起来才能有效推动三农的发展^[16]。此外,也有一部分文献未对两者的关系进行说明^[17-19],在具体的执行过程中会造成乱象。因此,有必要在这里对两者进行区别,如图1。

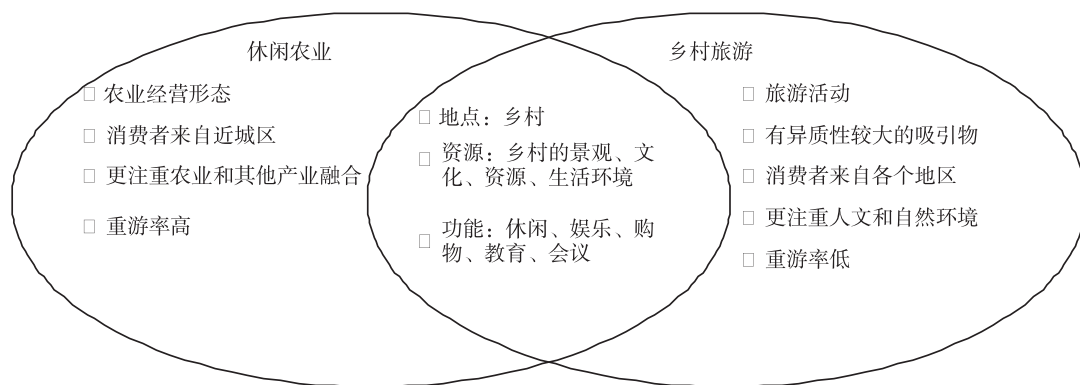


图 1 休闲农业和乡村旅游的区别与联系

(二) 乡村旅游者的分类

关于乡村旅游消费者的类型划分, 目前有几类代表性观点: 唐德荣采用 K·Means 均值聚类法, 从态度角度将乡村旅游者分为: 偏好型, 即热爱大自然、喜欢乡村旅游者; 冷淡型, 即对乡村旅游兴趣冷淡者; 无所谓型, 即对乡村旅游的态度处于喜爱和冷淡之间的人^[20]。王雪梅采用同样的方法将乡村旅游者分为: 逃避现实型, 即喜欢逃避世俗的人; 社交享受型, 即喜欢与人交流, 对物质追求较高的人; 周末家庭型, 即利用周末和家人出游的人; 多面向型, 即综合以上三种类型的人^[21]。Lourds 将乡村旅游者分为: 家庭型、消遣型、乡村生活型、乡村宾馆型^[22]。

二、乡村旅游消费者群体特征

现有研究中对乡村旅游消费者群体特征的研究均是采用人口统计学方法, 对性别、年龄、职业、收入、文化水平、客源地等指标进行调查统计, 然后运用 EXCEL、SPSS 等软件进行分析。

(一) 性别和年龄特征

研究表明, 就性别而言, 乡村旅游消费者的男女比例较为均衡, 有些地方出现女性游客比男性多的现象^[23], 这可能和景点特色有关, 在通常情况下, 女性比较注重温馨浪漫的自然景观, 男性注重参与性, 寻求挑战和刺激^[24]。年龄上, 20~60 岁的消费者占比均达到了 60% 以上, 其中 26~35 岁的已婚且孩子未成年的消费者占比较多, 这部分群体所承担的经济压力较小, 多是与家人结伴出游, 带孩子体验乡村生活, 学习了解更多的乡村知识。值得注意的是, 刘红瑞等人通

过统计, 运用极大似然估计法分析得出乡村旅游消费行为没有明显的年龄偏向^[25]。

(二) 职业特征

总体而言, 从职业来看, 乡村旅游消费者以企业工作人员居多, 但部分研究表明, 各个乡村旅游景点的游客从事的各个职业类型所占比重的大小出现很大差异。王雪梅对成都三圣乡的调研结果显示, 前来消费的游客中从事商业的人最多, 然后依次是学生、从事服务业的人员、事业和机关单位的人员、退休人员^[21]。李旭东等人对重庆市主城区范围的乡村旅游消费者调查表明, 其中的学生群体占比最多, 随后依次是公司职员、个体经营者、教师、公务员等其他群体^[26]。蒋颖对北京市门头沟区游客调查显示, 游客中的企业管理人员最多, 随后依次是公务员、公司职员、学生等其他群体^[27]。出现此种差异的原因也是多样的, 需要根据调查的实际情况方可得知。如福建莆田市九龙谷景区的游客中以学生居多, 是因为附近有多所高校^[23]。故各个乡村旅游景点的情况都是不同的, 只有进行实地调查后才会发现其内在的特点, 才能为管理者和规划者提供有效参考。

(三) 收入水平特征

我国东部地区的人均收入水平比中西部地区高, 因此乡村旅游消费者的收入水平也呈现出东高西低的规律。在福州, 个人月收入在 3 000 元以下的中低收入群体占到总群体的 60%^[28]; 在湖南, 个人月收入 1 500 元以下的低收入群体占总群体的 41.5%, 月收入 1 500~3 000 元的中等收入群体占总群体的 37.8%^[29]; 在郑州, 个人月收入 2 000 元以下的中低收入群体占总群体的

84%左右^[30]。综上所述,全国范围内参加乡村旅游的消费者大部分属于中低收入群体,所以在乡村旅游的价格定位方面应该适当照顾这部分群体,同时也需经营一些中高档消费项目,以满足和吸引潜在的高收入人群。

(四) 文化水平特征

研究表明,文化程度越高的游客,越倾向于获得健身休闲、参与体验性的活动(学生不包括在内),并且在乡村地区停留的时间越长^[31];文化程度低的游客倾向于欣赏景观、领略乡村风光^[32]。乡村旅游消费者的文化水平普遍较高,高中及中专以上文化游客占80%以上,有些地方甚至达到了90%以上^[33]。文化水平越高,面临的工作压力越大,越需要放松减压^[27]。值得注意的是,唐德荣却认为,受教育程度和乡村旅游的动机产生无显著相关,调查发现八九十岁的老人大都文化水平低,却有着强烈的乡村旅游动机^[20]。因此,仅仅依据文化水平来推断乡村旅游消费者的旅游动机是远远不够的,应运用综合分析的方法来判断。

(五) 客源地和交通方式特征

乡村旅游者居住地和旅游目的地的距离具有距离衰减规律和同心圆结构特征^[29]。具体而言,乡村旅游消费者以本市和周边城市的游客居多,车程在2小时内更受欢迎。这种乡村旅游相对于其他类型的旅游方式,在时间上更具有灵活性,消费者可以出游时间不再局限于法定节日,像周末这样的空闲时间也可以去乡村休憩。也正是因为出游路程较近,使得越来越多的消费者选择自驾车出游,以学生为代表的消费群体则选择公交出游。

三、乡村旅游行为过程

乡村旅游行为过程也即乡村旅游消费者行为过程,它和一般的消费者行为过程类似,具有旅游需求确认、信息搜集与评估、购买决策、旅游体验和游后评价五个阶段^[34]。纵观已有研究,大部分学者都是采用“旅游动机的产生→旅游信息获取→旅游决策行为→旅游体验→旅游评价→重游意愿和推荐意愿”的逻辑来研究乡村旅游消费者的消费行为过程。此外,唐德荣在此基础上还拓展了旅游者后悔补救服务研究^[20]。

(一) 乡村旅游动机

乡村旅游动机是国内外学者研究乡村旅游行为的核心问题。旅游动机是游客为满足其需求产生

的,通过动机的刺激使游客采取行动来满足自己的不安,这也是旅游行为产生的真正原因。乡村旅游消费者的旅游动机主要有放松减压、观赏美景、体验生活、增长见闻、增进情感等,但学者调查出的结果是每个动机的重要性不一样。刘红瑞等基于北京市乡村旅游消费者的旅游动机调查结果显示,人们主要的动机是娱乐放松,社会交际的动机不强烈^[25]。与此相反的是,王跃伟调查了郑州市乡村旅游消费者的旅游动机,发现人们探险会友的动机最强烈,最小的动机是放松压力^[35]。国内学者关于乡村旅游动机的调查结果具体内容见表1。

表1 乡村旅游动机

作者	乡村旅游动机(按程度的从高到低排序)
唐德荣 ^[20]	休闲放松、增长见识、愉悦身心、社交
刘红瑞,等 ^[25]	娱乐放松、远离城市喧嚣、体验乡村生活、社会交际
宋硕辉 ^[36]	远离城市、观赏优美景观、放松身心
王跃伟 ^[35]	探险会友、亲近自然、猎奇锻炼、放松压力
张桂华 ^[29]	体验学习、观光旅游、休闲度假、社会交往、康体健身
王雪梅 ^[21]	放松身心、增进情感、打发时间、亲近自然
毛帅 ^[37]	逃避诱因、社会动机
张雨佳 ^[28]	欣赏风光、放松心情、参与民俗活动、科普教育
尚晓娜 ^[38]	放松身心、缓解压力、领略乡村田园风光
韦铭 ^[32]	获得放松、增进感情、回归自然、感受田园风光
刘敏 ^[31]	放松减压、休闲娱乐、品味佳肴、增进感情
蒋颖,等 ^[27]	放松心情、观赏风景、朋友聚会、体验农村生活
赵仕红,等 ^[33]	休闲放松、增进感情、亲近自然、品尝美食
杨丽华,等 ^[39]	放松心情、体验大自然、人际交往、增广知识
秦秀红 ^[30]	欣赏美景、放松心情、品尝农家美食、体验农村生活
林明太,等 ^[23]	人际交往、享受宁静、扩展知识、锻炼身体
甘萌雨,等 ^[40]	放松身心、领略田园风光、增进感情

注:表中信息为作者整理资料而来。

由表 1 得知, 当前学界对乡村旅游消费者的消费动机的研究结论大同小异, 可将其归纳为生理性、精神性、社会性和发展性四类。生理性动机即以人的生物性需要为基础, 锻炼身体、品尝美食属于生理性动机; 精神性动机即为满足心理和精神需求, 如放松身心、减轻压力、欣赏美景、领略田园风光、享受宁静等; 社会性动机是指与他人沟通交流的需求, 如人际交往、增进感情等; 发展性动机是指获得知识量和经验的提升, 如科普教育、猎奇锻炼等。乡村旅游消费者出游的动机中, 精神性动机程度普遍比较强烈, 这和现在市民生活空间环境质量下降、生活压力日益增大的现状比较契合。同时各地游客的旅游动机也具有较大差异, 部分地方的游客的发展性和社会性动机较其它动机更为强烈。值得提出的是, 乡村旅游消费者在乡村购买土特产、绿色有机果蔬的动机尚很微弱, 说明在这方面还有很大的提升空间, 亟待乡村旅游管理者充分挖掘。

(二) 旅游信息的获取和决策

对于旅游资讯的获取, 主要来自内外两个部分^[41], 内部信息搜集是指消费者在自己的记忆中寻找并提取有关信息, 主要来自个人经验、过去的积累、学习所得。外部信息是消费者从同事、亲友、商业传媒等其他渠道获得相关信息。大部分学者认为亲朋好友的推荐是乡村旅游信息获取最有效的途径, 其次是通过网络途径获取信息。

国内对旅游决策行为的影响因素研究主要集中在环境因素、社会和个人因素、综合因素这几个方面。环境影响因素型研究者认为, 旅游者决策主要受旅游地的旅游资源和环境的影响。对目的地的感知程度和旅游资源偏好是影响旅游者决策的主要因素^[42]。旅游者偏向于知觉距离小于真实距离的地点^[43]。社会和个人影响因素型研究者认为, 旅游者在进行决策时更容易受到社会关系、家庭情况、个人的职业、收入状况、时间等因素的影响。部分研究认为, 旅游者决策也受到人口学特征的影响。综合型研究者提出, 旅游决策是多种因素影响的结果, 既包括环境方面, 又包括社会和个人方面。个人的客观因素和景点特色因素是旅游者决策的核心因素; 个人心理和环境因素是影响决策的主要因素; 旅游动机、服务因素是次要因素^[20]。

(三) 乡村旅游体验行为

体验行为是决策付诸实践的过程, 包括食住行游购娱所有活动在内。大部分学者认为体验经济已经到来。为适应社会潮流, 乡村旅游开发者根据市场需求建设了多种类型的体验项目, 归纳起来主要有休闲娱乐型、康体健身型、极限挑战型、亲子活动型、角色体验型等类型。研究表明, 在消费者体验的过程中, 影响他们体验质量的因素有很多, 如景观的特色、环境卫生、价格因素、专属服务等, 具体内容如表 2 所示。

表 2 影响乡村旅游消费者体验行为的因子

作者	显著影响	一般影响	不太影响
唐德荣 ^[20]	性价比	特色项目、娱乐设施、个人偏好	住宿条件、服务质量、综合环境
王跃伟 ^[35]	景观吸引度、安全	服务、设施	
王雪梅 ^[21]	环境卫生、景观吸引度	服务质量	乡村名气
毛 帅 ^[37]	安全性	景观吸引度、卫生环境	
张雨佳 ^[28]	景物数量、卫生状况、交通便捷性	景区特色、公共设施、服务水平	安保设施、住宿条件
韦 铭 ^[32]	乡村环境、资源特色	产品服务、基础设施	行程、价格
刘 敏 ^[31]	环境、旅游活动	服务、餐饮	交通、住宿、购物
杨丽华 ^[39]	安全性、便捷性	游览活动、娱乐活动	
秦秀红 ^[30]	景点吸引力	距离	费用
林明太 ^[23]	景点特色、卫生	景点治安	价格、农家文化

注: 资料由作者整理而来。

由表 2 得知, 各个乡村旅游景点的特色、是否具有吸引力、安全性、卫生状况是旅游消费者

体验行为中较为重视的方面, 对住宿条件、价格、农家文化则不太看重。因大部分消费者选择的是

不过夜游,所以对住宿条件不太关心。因此,为进一步增强乡村旅游消费者的旅游体验,今后应着重开发景点的特色,提升公共服务质量。

(四) 乡村旅游满意度研究

国内对于乡村旅游满意度的研究较少,运用方法较多的有SERVPERF(服务绩效)、Likert五级量表、SERVQUAL(服务质量)、顾客满意度

指数模型(ASCI)、科特勒的顾客满意理论、Importance-Performance Analysis(重要性-绩效分析)等。因乡村旅游具有多样的旅游地点、复杂的消费心理等因素,导致学界对乡村旅游满意度测评体系未达成共识,众说纷纭,众多学者直接运用Likert五级量表直接调查游客的总体满意度^[27,44]。

表3 满意度测评因子

作者	满意度测评因子
张雨佳 ^[28]	园内景观、旅游成本、管理与服务、接待设施、可进入性、旅游活动
刘敏 ^[31]	餐饮、住宿、交通、旅游活动、购物、环境
杨丽华 ^[39]	食宿行游购娱和服务态度
赵世红,等 ^[33]	出行、整体环境、人员服务、相关活动、景观、菜肴
单浩杰 ^[45]	交通情况、餐饮质量、乡村景观、服务水平、环境卫生、活动项目、住宿条件
王晴,等 ^[46]	吸引物、环境卫生安全、基础设施、服务质量、民风民俗、设施、体验式参与、个性化服务、安排购物
王晓蓉,等 ^[47]	农园声誉、环境、参与性活动、人员服务、价格感知
李秋云,等 ^[48]	住宿费用、购物费用、游玩费用、餐饮费用
黄炜,等 ^[49]	旅游期望、感知质量、感知价值、满意度、游客抱怨、游客忠诚
田彩云,等 ^[50]	环境、基础设施、活动体验

注:资料由作者整理而来。

四、结论与展望

总而言之,国内对于乡村旅游消费者的学术研究尚处于起步阶段,现有研究虽在乡村旅游消费者特征、行为过程、满意度等方面取得了很大进展,但还存在一些不足,如对于乡村旅游消费者的内涵尚无界定,满意度测评量表标准不一,研究对象需要细化等,同时这些不足之处也构成了未来的研究方向。在笔者看来,未来学界应该关注以下几个方面。

第一,厘清乡村旅游消费者内涵。国内外学者对消费者行为研究成果十分丰硕,而对乡村旅游消费者研究则较少。关于乡村旅游消费者的概念,学界尚未进行完整定义,其内涵也无权威阐释,这为后续研究的拓展带来了很大的不便。

第二,完善和统一乡村旅游消费者满意度测评量表。现有的满意度测评指标各异,但是基本都包含有食住行游购娱等,这是一个具有普适性的标准,对于乡村这一特定环境下,还有很多能够反映消费者满意度的因子,需要学界再继续完善。此外,没有统一的满意度测量表对乡村旅游

景点的评判和发展带来了很大的不便。因此,在美丽乡村建设进行得如火如荼的今天,构建一份科学权威的乡村旅游消费者满意度测评表势在必行。

第三,细化研究对象,对不同乡村旅游消费者群体进行专项研究。不同的消费群体其需求都是千差万别的,如青少年去乡村旅游更多是为了体验、观光、增长知识;中年人更多是为了观光、商务、休闲娱乐;老年人多是为了疗养、健身。同时,男性和女性乡村旅游消费者的需求也是不同的,男性消费者有着明确的目标,受感情控制影响较小,注重理性,强调阳刚气质,会更喜欢具有刺激性和挑战性的活动。女性消费者容易受情感影响,具有求美性,更喜欢具有浪漫气氛的景观^[51]。也可以根据职业的不同类型进行研究,比如学生群体是在乡村旅游中比较活跃的群体,对其进行专项研究可以更加清楚的探明他们的消费需求及其特征。目前,关于特定消费群体的研究文献可谓寥寥若晨星,因此后续研究应强化对不同乡村旅游消费者群体的专项研究。

第四,重视潜在的乡村旅游消费者。现有的

实证研究所采取的方法大多是通过在景区内进行问卷调查,调查对象都是乡村旅游景区内的现场消费者,这部分群体固然重要,但是为了进一步提升乡村旅游的效益,还应重视对潜在消费者展开研究。因此,后续研究还应拓宽调查范围,充分挖掘潜在消费者这一广阔的消费市场。

[参考文献]

- [1] 郑文俊. 基于推拉理论的柳州市乡村旅游动机实证分析 [J]. 南方农业学报, 2012 (10): 1606. DOI: 10.3969/j.issn.2095-1191.2012.10.1606.
- [2] 吴必虎. 区域旅游规划原理 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001: 270-271.
- [3] J BRADBEER. Rural Tourism and Sustainable Rural Development [J]. Area, 1996 (1): 112.
- [4] 杨旭. 开发“乡村旅游”势在必行 [J]. 旅游学刊, 1992, 7 (2): 38.
- [5] 马波. 开发关中地区乡村旅游业的构想 [M]. 南京: 江苏人民出版社, 1994: 6.
- [6] 刘红艳. 关于乡村旅游内涵之思考 [J]. 西华师范大学学报 (哲学社会科学版), 2005 (2): 15. DOI: 10.3969/j.issn.1672-9684.2005.02.006.
- [7] 陈文君. 我国现代乡村旅游深层次开发探讨 [J]. 广州大学学报 (社会科学版), 2003, 2 (2): 86. DOI:10.3969/j.issn.1671-394X.2003.02.019.
- [8] 贺小荣. 我国乡村旅游的起源、现状及其发展趋势探讨 [J]. 第二外国语学院学报, 2001 (1): 90. DOI:10.3969/j.issn.1003-6539.2001.01.016.
- [9] 范春. 论乡村旅游的开发 [J]. 榆州大学学报, 2002 (5): 20. DOI:10.3969/j.issn.1672-0598.2002.05.005.
- [10] 周玲强, 黄祖辉. 我国乡村旅游可持续发展问题与对策研究 [J]. 经济地理, 2004, 24 (4): 572. DOI:10.3969/j.issn.1000-8462.2004.04.035.
- [11] 杨华. 加快乡村旅游景观建设, 破解“三农”问题 [J]. 广东经济管理学院学报, 2004, 19 (5): 16.
- [12] 慎丽华, 蔡礼彬, 孙凌燕, 等. 绿色旅游与建设社会主义新农村 [J]. 安徽行政学院学报, 2007 (1): 56. DOI:10.3969/j.issn.1674-8638.2007.01.016.
- [13] 叶晓辉. 旅游法理论与实务 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2009.
- [14] 范水生, 朱朝枝. 休闲农业的概念与内涵新探 [J]. 东南学术, 2011 (2): 72. DOI:10.3969/j.issn.1008-1569.2011.02.008.
- [15] 杨华, 刘聪. 休闲农业与乡村旅游异同辨析 [J]. 品牌 (下半月), 2015 (7): 100.
- [16] 胡晓燕. 成都市休闲农业与乡村旅游发展模式研究 [D]. 雅安: 四川农业大学, 2016: 12.
- [17] 刘辉, 杨礼宪. 中国休闲农业与乡村旅游发展探索与展望: 以休闲农庄为例 [J]. 古今农业, 2016 (4): 1.
- [18] 郭焕成, 孙艺惠, 任国柱, 等. 北京休闲农业与乡村旅游发展研究 [J]. 地球信息科学, 2008 (4): 454. DOI:10.3969/j.issn.1560-8999.2008.04.008.
- [19] 张晓亮. 陕西凤县休闲农业与乡村旅游发展研究 [D]. 杨林: 西北农林科技大学, 2015: 6.
- [20] 唐德荣. 乡村旅游行为研究 [D]. 雅安: 四川农业大学, 2010: 107-109.
- [21] 王雪梅. 基于生活形态细分的乡村旅游消费者行为研究 [D]. 成都: 西南财经大学, 2010: 24.
- [22] L MOLERA, IP ALBALADEJO. Profiling Segments of Tourist in Rural Areas of South-Eastern Spain [J]. Tourism Management, 2007, 28 (3): 757.
- [23] 林明太, 朱玲锦, 王凡贞. 中小城市休闲农业的游客旅游决策行为特征及其对策: 以福建莆田市九龙江、快乐农庄休闲农业景区为例 [J]. 中国农学通报, 2009, 25 (19): 330.
- [24] 俞益武, 张建国, 徐燕. 乡村旅游消费行为特征研究: 以湖州景区为例 [J]. 农业经济, 2007 (8): 12. DOI: 10.3969/j.issn.1001-6139.2007.08.005.
- [25] 刘红瑞, 霍学喜. 城市居民休闲农业需求行为分析: 基于北京市的微观调查数据 [J]. 农业技术经济, 2015 (4): 96.
- [26] 李旭东, 姚佳, 唐烙. 消费者对乡村旅游的认知和态度调查 [J]. 安徽农业科学, 2009, 37 (29): 14437.
- [27] 蒋颖, 聂华. 休闲农业市场客源行为分析研究: 以北京市门头沟区为例 [J]. 江苏农业科学, 2014 (1): 405. DOI:10.3969/j.issn.1002-1302.2014.01.147.
- [28] 张雨佳. 基于游客满意度的休闲农业研究: 以千江月休闲农业园为例 [D]. 福州: 福建师范大学, 2011: 29.
- [29] 张桂华. 湖南休闲农业市场消费者特征的调查分析 [J]. 南华大学学报 (社会科学版), 2011 (2): 40. DOI:10.3969/j.issn.1673-0755.2011.02.011.
- [30] 秦秀红. 郑州市乡村旅游市场消费行为调查报告: 对 346 位游客的调查 [J]. 中国统计, 2011 (9): 60.
- [31] 刘敏. 休闲农业旅游消费行为研究: 以福州市为例 [D]. 福州: 福建农林大学, 2012: 16.

- [32] 韦铭. 乡村旅游者消费行为研究:以青岛为例 [D]. 青岛:中国海洋大学, 2008: 32.
- [33] 赵仕红, 常向阳. 休闲农业游客出游行为分析:基于江苏南京市的调查 [J]. 农村经济, 2013 (7): 97.
- [34] A MATHIESON, G WALL. Tourism: Economic, Physical and Social Impacts [J]. Harlow, UK: Longman, 1982, 73 (4): 466. DOI: 10. 2307/214346.
- [35] 王跃伟. 观光农业园区消费者行为影响因素探析:以郑州市为例 [D]. 郑州:河南农业大学, 2009: 17.
- [36] 宋硕辉. 福州市乡村旅游发展研究 [D]. 福州:福建农林大学, 2013: 25.
- [37] 毛帅. 基于消费行为的徐州休闲农业旅游发展对策研究 [J]. 江苏商论, 2010 (12): 109.
- [38] 尚晓娜. 上海市乡村旅游消费者行为研究 [D]. 上海:上海师范大学, 2014: 45.
- [39] 杨丽华, 尹少华, 王俊增. 长沙市乡村旅游消费者行为调研 [J]. 林业经济问题, 2010 (3): 251. DOI:10.3969/j.issn.1005-9709.2010.03.015.
- [40] 郭文茹, 甘萌雨. 福州市周边乡村旅游者消费行为研究 [J]. 云南地理环境研究, 2010, 22 (3): 36.
- [41] 肖立. 消费者行为学 [M]. 北京:北京大学出版社, 2011: 50.
- [42] 孙玉贞. 我国旅游热点城市境外游客的消费决策特征分析 [J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 1999 (3): 108. DOI:10.3321/j.issn:1672-4291.1999.03.027.
- [43] 卢昆. 知觉距离对消费者旅游决策的影响 [J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2003, 14 (4): 45.
- [44] 李琳, 徐洁. 我国乡村旅游游客满意度区域差异特征比较研究 [J]. 求索, 2013 (4): 259.
- [45] 单浩杰. 呼和浩特市居民乡村旅游需求的实证研究 [J]. 干旱区资源与环境, 2015, 29 (5): 203. DOI:10.13448/j.cnki.jalre.2015.177.
- [46] 王晴, 左秀娟, 黄洁琼. 基于 KANO 模型的承德乡村旅游客户满意度研究 [J]. 农业经济, 2016 (8): 140. DOI:10.3969/j.issn.1001-6139.2016.08.055.
- [47] 王晓蓉, 王树进. 基于 SEM 的休闲农业园游客满意度研究:以南京地区调查为例 [J]. 中国农学通报, 2010, 26 (13): 413.
- [48] 李秋云, 韩国圣. 基于游客满意度提高乡村旅游经济效益的研究:以威海市河口胶东渔村为例 [J]. 资源开发与市场, 2011 (12): 1125. DOI: 10.3969/j.issn.1005-8141.2011.12.021.
- [49] 黄炜, 孟霏, 白雪琴, 等. 集中连片特困区乡村旅游满意度影响机制实证研究:以武陵山片区张家界、凤凰为例 [J]. 资源开发与市场, 2017 (1): 110. DOI: 10.3969/j.issn.1005-8141.2017.01.021.
- [50] 田彩云, 王明月. 京郊观光休闲农业游客满意度的实证研究:以密云县观光休闲农业旅游为例 [J]. 生产力研究, 2010 (8): 37.
- [51] 李蕾. 基于性别差异的旅游消费行为研究 [D]. 上海:上海师范大学, 2012: 51.