

旅游者空间行为及其国内外研究综述

林 岚¹, 许志晖², 登山²

(1 福建师范大学地理科学学院, 福建 福州 350007; 2 南京大学地理与海洋科学学院, 江苏 南京 210093)

摘要: 学者们对于旅游者空间行为往往是基于这样的理解: 旅游者空间行为是旅行行为地域移动的游览过程。以动态分析视角, 对旅游者空间行为概念进行重新界定, 认为旅游者空间行为有广义和狭义之分, 并对其国内外相关研究进行系统总结和评价。

关 键 词: 旅游者空间行为; 旅游者动机行为; 旅游者决策选择行为; 旅行行为; 旅游者体验行为

中图分类号: F 590 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-0690(2007)03-0434-06

旅游客源市场研究一直是国内外学者关注的热点, 旅游者行为研究是旅游客源市场研究的重要内容之一。从旅游者行为角度探求旅游业供需平衡的发展规律, 可为旅游市场拓展提供科学依据; 旅游者行为分析结果, 可直接参与旅游目的地开发、规划、营销等战略制定。

由于旅游者行为复杂性, 学者对于一些研究概念有不同理解, 如有“旅游(消费)者行为”、“旅游者体验行为”、“旅游者空间行为”等多种称呼。依不同研究学科, 研究侧重点也表现不同: 心理学者侧重旅游者决策行为研究, 经济学者偏重旅游者购买行为和消费行为研究, 地理学者则关注旅游者空间行为研究。但单一性学科研究不利于对旅游者行为系统性认识。本文基于旅游首先是旅游者的一种空间行为表现, 旅游者社会行为和经济行为是在旅游者空间行为过程中得以实现的认识, 试图从动态、系统分析理念, 对旅游者空间行为概念进行重新界定; 并对其国内外相关研究进行总结分析, 以期待进一步完善旅游者行为研究。

1 旅游者空间行为和行为空间

Jucke 认为空间行为是与利用场所有关的人类知觉、选择、行为, 他认为空间行为模式包括 5 个环节: 对象环境(object environment)、知觉(perception)、认知(cognition)、地理优选(geographical preferences)和空间活动(spatial activity)^[1]。Maier

等认为空间行为形成的空间体系, 是由信息体系、通过知觉选择的信息、对选择信息评价、基本活动中影响空间的活动、最后形成场所的物象图五部分组成^[1]。可见, 空间行为是一系列刺激—反应活动, 它包括从刺激到最终产生行为反应的每个环节。

目前, 多数学者将旅游者空间行为仅定义为“旅行行为地域移动的游览过程”, 本文认为尚为欠缺。旅游者空间行为是一系列刺激—反应活动过程, 对其理解应有广义和狭义之分。广义的是指与旅游目的地特定空间有关的旅游者知觉、决策选择行为表现、旅行活动行为规律及旅行体验行为评估, 即包括旅游者动机行为、决策选择行为、旅行行为及体验行为四个过程, 其中旅游者动机行为和决策选择行为是影响因素, 是旅游者空间行为的前提和基础, 体现旅游者空间行为产生的内在机理。旅行行为是旅游者空间行为的实施阶段, 旅游流是其行为的空间表现形式, 消费行为是此阶段的重要经济行为。旅游者体验行为是旅游者空间行为的最后环节, 又是新一轮旅游者空间行为产生的必要前提。而狭义的仅指旅行行为的地域移动的游览过程。

旅游者空间行为在地理空间上的投影, 即形成了不同的行为空间, 即空间行为区位。旅游者行为空间也有广义和狭义之分。广义的包括旅游者动机行为和决策选择行为所产生的主观感知空间, 即

收稿日期: 2006-03-16 修订日期: 2006-10-14

基金项目: 福建省自然科学基金项目“福建省入境旅游流空间效应及区域影响研究(D0510012)”资助。

作者简介: 林 岚(1971-), 女, 福建漳州人, 副教授, 博士, 从事区域地理、旅游地理研究。E-mail: linkan@163.com

“主观行为足迹”;旅行行为所产生的客观活动空间,即“客观行为足迹”;体验行为所产生的心理满意空间,即“满意行为足迹”;狭义的仅指旅行游览移动行为所直接作用到的活动空间。旅游者空间行为受旅游目的地吸引力、客源地社会经济变量、交通媒介、信息等诸因素共同影响,也与旅游目的地映象、空间认知、区域环境政策等有很大关系。

2 国内外相关研究进展

2.1 旅游者动机行为

2.1.1 动机理论

对旅游者动机研究一直受到国外学者^[2~4]重视。学者们提出的基本旅游动机理论被用来描述一个内部心理因子(需要、渴望和目的)动态过程,认为旅游动机会随不同的人(如个性、国籍)、不同市场、不同目的地及不同决策过程而表现不同,没有定数。同时,认同在众多发挥作用的旅游动机中仍有主导动机存在,它是旅游行为最主要动力。学者们也广泛接受 Crompton 提出推拉理论对旅游动机的解释意义,认为推因子是与内在或情感方面因子有关,拉因子是与外在、环境或感知方面有关。由此,探讨诸因子与旅游动机之间的关系,就成为众多学者实证研究的内容。但多数关于旅游动机研究都侧重于“拉”因子方面。

2.1.2 旅游者动机行为

续 Freud 精神分析理论、Murray 分类图表、Maslow 需要层次理论之后,许多动机类型被明确提出并用于对旅游行为的解释。学者们基于旅游者心理动机类型角度,来理解旅游者空间行为不同模式^[4]。因国籍、文化差异所导致旅游动机行为差异,受到学者^[5~7]的关注。

国内学者^[8~10]也十分关注旅游者动机行为。保继刚最早对旅游者动机行为进行实证研究。梁春香简述旅游动机模式。谢彦君、陆林、吴必虎、张卫红、张邱汉琴等通过定量研究方法,分析旅游者动机因子,积累大量实证研究成果。李锋、张廉分析文化对旅游动机行为影响。此外,国内发表的一些旅游心理学著作都有可资借鉴研究成果。

2.2 旅游者决策选择行为

2.2.1 影响因子研究

国外关于旅游决策选择行为研究,积累比较丰富成果^[11~20],特别是分析个人决策选择行为的影响因子是学者们关注研究内容,如态度、知觉、旅游

目的地形象、距离感知、安全感知、社会人口学特征、民族文化、信息、情境、交通、恐怖主义风险等因子。国外在 20 世纪 70 年代以来, Plog, Cosenza & Davis, Schul & Crompton, Myers & Moncrief, Van Raaij & Franken 等学者开始对家庭旅游决策选择行为进行研究,至 90 年代以来,此方面研究仍相对有限,理论和实证研究仍待于进一步探讨。

2.2.2 个人旅游决策选择行为过程及其模型研究

对个人旅游决策行为过程及其模型分析是国外学者^[18~20]研究重点。Howard 最早用“选择域”概念解释决策选择行为的“漏斗过程”。许多学者在此基础上采用扩展的知觉域和激活域概念进一步说明决策选择行为过程,探讨多个变量如何对旅游决策选择行为过程的交互影响,涉及变量有四类:内部变量(如态度、价值、生活方式、映象、动机、信任、意图、购买者个性特征、生命周期阶段、降低风险方法、信息搜寻行为等);外部变量(如约束、目的地拉力因子、混合营销、家庭及相关团体影响、文化与亚文化、社会阶层及与家庭有关的生活方式、权利结构、角色、决策方式、旅游线路等);旅行状态(如随行人员、距离、时间等)和旅行体验(旅行中的情绪与知觉、购后评估)等。在 20 世纪 70 年代,国外学术界才提出旅游决策选择模型,但多数是基于相关消费者行为模型上的一种修改应用^[19]。

国内学者^[21~22]主要关注旅游决策行为影响因子分析,如谢彦君、马耀峰、张朝枝、卞显红、邱扶东等探讨旅游目的地感知、旅游资源偏好、感知距离、区域文化、旅行社、交通、服务水平差异、旅游促销、旅游体验、旅游者人口统计学特征、旅游动机、旅游目的、旅游方式、旅游信息、旅游产品与服务价格、家庭结构等对旅游决策选择行为影响。有关决策行为过程及模型研究成果相对较少^[23~24],如陈水源提出游憩活动决策 7 个阶段;甘朝有指出旅游决策过程 5 个心理步骤;谢彦君、邱扶东、沈涵等提出旅游决策选择相关模型。

2.3 旅行行为

2.3.1 旅游流形成研究

国外学者广泛接受影响旅游者产生空间位移的因素可分为“推力(push)”和“拉力(pull)”两类,即推拉模式。且对推拉因素的概念性分析较多,如目的地因子(吸引物系统)、闲暇时间、旅游动机、旅游感知、经济因素、外部因素等。而对于推

拉力两者关系研究则较少。

国内学者^[25~28]对于旅游流形成的推拉关系研究较为深入。如楚义芳指出客源地经济发展水平、居民收入状况、消费结构和有薪假期长短等是旅游客流激发条件。吴必虎等从距离、出游能力、设施引力和可达性分析城市游憩客流形成机制。保继刚认为旅游动力分为内动力、外动力和中间条件三部分。窦群、崔凤军、刘振礼等指出客源地与旅游地自然、文化背景差异是旅游流产生的基本因素。彭华提出我国城市旅游流驱动模式可分为资源驱动型、经济驱动型、需求驱动型和综合驱动型。谢彦君认为空间距离、国际(区际)关系、旅游供需关系是影响旅游流运动主要因素。解杼系统总结旅游流形成四类因素: 激发性因素(社会经济水平、闲暇时间等); 趋势(偏好)、需求因素(旅游动机、偏好、生活方式、旅游态度、气候季节等); 指向性因素(旅游期望体验等); 随机因素(政治危机、SARS事件等)。毛端谦把旅游流形成因素归纳为社会—经济因素组、旅游资源因素组、国家或地区地理区位因素组和环境质量因素组、旅游者个人属性(收入水平、闲暇时间、年龄、职业、教育程度等)。

2 3 2 旅游流时空分布特征、结构及规律研究

国外学者^[29]较早从空间角度分析旅游流特征, 如 Mercer, Rajotte, Ruppert等认为旅游流空间尺度与旅游者闲暇时间长短有关, 一日游旅游带、周末旅游带和长期假日度假带在空间上扩展范围明显不同。Pearce论述国际、国内流空间特征。Jansen-Verbeke认为旅游流空间尺度有区域、国家和国际尺度。Lawson将国际旅游流空间类型分为跨境旅游流和向缘旅游流两种。学者们普遍认同旅游流与出行距离之间具有距离衰减规律特征, Murphy, Elson, Ullman提出描述旅游流空间分布特征的三种空间使用曲线类型: 基本型、U型、Maxwell-Boltzman型。但西方学者从时空角度对旅游流研究仍不够重视, 此方面研究文献也不多。

对于入游市场^[26, 30~39]客流时空行为特征及规律研究, 国内学者积累较多实证研究成果。马耀峰、李天顺、张红等对入境旅游流给予普遍关注。邢道隆、陈传康、保继刚最早探讨了国内旅游者行为特征。吴必虎、保继刚、杨新军、宣国富等分析我国主要城市游憩行为特征及规律。学者们普遍认同水平流动和垂直流动是我国区域城市旅游两种

基本模式, 其中以水平流动为主。柴彦威等从时间地理学角度探讨城市游憩行为活动空间与城市地域结构关系。陆林、崔凤军、张捷等探讨山岳型客流时空特征及规律。吴晋峰、包浩生对旅游流距离衰减现象进行演绎分析。此外, 探讨特定目的地型(如主题公园^[39, 40]、古村落^[41, 42])、特定客源型(如老年^[43, 44]、大学生^[45, 46]、生态旅游者^[47])及国民出境旅游行为^[48]特征也日益受到关注。

2 3 3 旅游流概念模式研究

国外从20世纪60年代末起, 才出现从空间角度探讨旅行行为的各种结构模式, 代表性有^[29]: O-D旅游客流联系模式; Mariot的三种类型旅游路径模式; Campbell休闲度假模式; Lundgren旅行模式和空间分层运动模式; Thunot国际旅游流模式; Pearce城市旅游流模式; Mings & McHugh旅游者旅行空间结构模式; Crompton & Ankomah多目的地旅行模式; Mieczkowski旅游区内分散化集中模式和 Stewart & Vog多目的地旅行模式等。此外, 一些学者还提出揭示旅游区位与旅行行为关系的旅游地模式, 如 Lundgren, Hills & Lundgren, Britton的核心-边缘理论模式; Miossec, Gomsen的旅游地演变模式; 陈野信道的旅游区位假设模式和旅游城镇体系结构模式。

国内关于旅游流概念模式研究^[25, 49, 50]较为薄弱。楚义芳将大尺度旅行分为周游型和逗留型。杨新军提出以城市为中心的区域旅游行为空间模式。吴必虎提出以城市为中心的区域垂直旅游行为空间模式——“环城游憩带”(ReBAM)。

2 3 4 旅游流数理模型研究

国外学者^[29]重视旅游流数理模型研究, 具体有涉及未来客流量预测模型, 如 Smith提出动向外推模型、结构模型、模拟模型和定性模型等四类; 表征旅游流特征模型, 如 Taylor, Smith, Gregory等提出的距离衰减模型, Crompton, Wolfe, Lee, Cesaris & Kneisch, Edwards & Dennis等提出的引力模型, Smith, Caulkins等提出的效用最大化旅行模型, 其中距离衰减引力模型及其变型已成为旅游流研究的基本数理模型。此外, 一些学者根据旅游地空间作用及其对旅游者空间行为影响, 提出与旅游流相关的数理模型, 如 Quandt & Baumol, Quandt & Young的重力模型、Wilson的熵最大化模型、Fotheringham的旅游目的地竞争模型等。

国内学者^[38, 51~54]主要针对国外旅游流数理模

型介绍(如韩德宗、张凌云等)、实证应用分析(如保继刚、张捷、张友兰、宣国富等)及修正研究(如牛亚菲等)。

2.3.5 旅游流空间效应研究

迄今为止,国内外关于旅游流空间效应专项研究仍较少见。黄泰、张捷^[55]首先对旅游流空间效应理论框架及其应用进行探索性实证研究,总结出目的地旅游流空间效应基本模式有等级扩散效应模式、据点式扩散效应模式、线型扩散效应模式。张捷^[1]指出旅游流空间效应与旅游区域影响存在差异,前者更强调空间分异,与旅游流空间格局及空间扩散模式密切相关;后者主要是一个整体概念,强调从宏观经济学分析旅游业对区域经济结构影响,如经济影响、社会影响和生态影响。林岚^[56]等分别对国内旅游流、主题公园旅游流、台胞大陆旅游流空间效应进行实证探讨。

2.4 旅游者体验行为

本文所指旅游者体验行为不是指旅游者在旅游过程中直接观察或参与行为,而是指旅游者旅行后对旅游地感知质量反应行为,实属于旅游者满意(度)行为情感评价研究范畴。

国外在20世纪80年代中期,就十分关注顾客满意度行为评估研究,大致分为探索研究阶段、发展阶段、科学测评及实证研究阶段^[57],研究文献较多,以制造业产品质量和服务质量研究为主。关于旅游者体验行为,特别是旅游地满意行为评价研究,主要是针对体验行为影响因子^[49-59](如旅游映象、感知质量、新奇、价值、情感、旅游经历、市场及其对后续行为影响等)以及满意度测量问题。顾客满意度测评研究基本围绕 Fomell 的计量经济学模型展开^[60]。主要研究测评方法包括期望差异模型(多采用 SERVQUAL 量表)、服务绩效模型(SERVPERF)、花费-收获模型(EQUALITY)和标准模型(NORM)。Kozak^[58]总结出旅游目的地满意度评估4种方法:“期望值-表现”、“重要性-表现”、“表现”和“驳斥矛盾法”。

国内关于旅游者体验行为评估研究不多,主要是针对影响因子研究^[59,63],如旅行社、旅游动机及各影响因子间的户动关系。董观志、杨凤影等提出旅游者满意度评估体系^[64]。谢彦君、连漪、王群等基于不同方法或数学模型对旅游者满意行为进行实证研究^[52,65,66]。

3 研究评价

3.1 国外研究评价

国外关于旅游者空间行为研究始于20世纪60年代中期,相关研究内容一直是社会心理学、消费者行为学、经济学等学科的研究重点。关于旅游者动机行为、旅游决策选择行为、旅游消费行为等成果较为丰富。大多数知名决策选择行为模型虽历史悠久,仍缺乏经验研究,无法预测到未来行为变化,将现实影响因子融入到旅游者决策模型和使用概率论架起行为与选择束之间桥梁是未来研究的主要内容^[4]。至20世纪60年代末,地理学界才从空间角度(主要针对国际间、大区域)探讨旅游行为空间活动各种结构特征模型,模型具有一定应用性和可操作性,值得参考借鉴。自80年代中期以来,国外学者才开始关注旅游者满意行为评价实证研究。但迄今为止,从时空角度对(狭义)旅游空间行为研究仍不够重视。

旅游者空间行为研究方法是以实证主义和后半实证主义为主导,大部分依赖结构性调查和定量方法,后来,才慢慢走向定性定量相结合的研究历程。具体研究手段多样,如层次分析法;基于属性的方法;结构(如序列、瑟斯顿差异、李克特等)和非结构(如自由问卷、开放问卷等)衡量技术;基于分类方法;数据统计分析(如回归分析、因子分析、PCA分析等);知觉图;游憩活动空间和使用曲线;分析模型(如线性、结构方程、SERVQUAL模型等)及行为模式评价^[61](如Thurstone态度比较评价模式、Rosenberg目标吸引力模式、Fishbein-Ajze行为意图模式)等。但采用新技术手段(如GIS技术)的研究成果仍较少见。

3.2 国内研究评价

国内学者(主要是旅游地理学者)对游客研究始于20世纪80年代中期,90年代才有较大发展。有关狭义旅游者空间行为研究成果较多。研究内容主要是涉及国内旅游者(包括游憩者)、入境旅游者对我国热点旅游城市、旅游景区等旅游目的地选择因子及空间流动行为特征及规律研究,并得出一些诠释性实证结论。但多数研究是从旅游者人口学统计特征进行分析,结论具有相似性。研究方法以抽样调查、问卷调查和基础的统计分析为主,定量分析较少。涉及具体方法主要有游憩活动空间、使用曲线分析技术、意境地图、网络分析技术等,

运用新技术手段(如GIS技术)分析仍较少见。不断地扩展定性研究方法,强调定性与定量研究方法相结合,已成为国内学者普遍共识和今后努力方向。

总之,旅游者空间行为影响因素的复杂性和行为过程的动态性,决定对其进行系统化研究的必要性,而对旅游者空间行为涵义的统一认识首先是其研究的最根本问题。

参考文献:

- [1] 王兴中,郑国强,李贵才.行为地理学导论[M].西安:陕西人民出版社,1988.
- [2] Fodness D. Measuring tourist motivation[J]. *Annals of Tourism Research*, 1994, **21**: 555–581.
- [3] Ercans Arch G W. Building and testing theories of decision making by travelers[J]. *tourism management*, 2005, **26**: 815–832.
- [4] 舒伯阳,冯玮主.旅游消费者行为研究[M].大连:东北财经大学出版社,2005.
- [5] Suannan S, Rashovsky C. A cross-cultural analysis of English and French Canadians' vacation travel patterns[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 1997, **16**(2): 191–208.
- [6] Seddighi H R, Nuttall M W, Theocharous A L. Does cultural background of tourists influence the destination choice? An empirical study special reference to political instability[J]. *Tourism Management*, 2001, **22**: 181–191.
- [7] Kozak M. Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations[J]. *Tourism Management*, 2002, **23**(June): 221–232.
- [8] 陆林.山岳风景区旅游者空间行为研究——兼论黄山与美国黄石公园之比较[J]. *地理学报*, 1996, **51**(4): 346–353.
- [9] 张卫红.旅游动机定量分析及其对策研究[J]. *旅游管理*, 1999, **21**(4): 51–54.
- [10] H Bansal, H A Eslert. Exploratory research of tourist motivations and planning[J]. *Tourism Management*, 2004, **25**: 387–396.
- [11] Joseph Singy, Chenting Su. Destination image self-congruity and travel behavior Toward an integrative model[J]. *Journal of Travel Research*, 2000, **38**(4): 340–352.
- [12] H R Seddighi, M W Nuttall, T A L heocharous. Does cultural background of tourist influence the destination choice? an empirical study with special reference to political instability[J]. *Tourism management*, 2001, **22**: 181–191.
- [13] Goossens C. Tourism information and pleasure motivation[J]. *Annals of Tourism Research*, 2000, **27**: 301–321.
- [14] H R Seddighi, A L Theocharous. A Model of Destination Choice: A Theoretical and Empirical Analysis[J]. *Tourism Management*, 2002, **23**: 475–487.
- [15] Prileaux B. The role of transportation system in tourist destination development[J]. *Tourism management*, 2000, **21**(1): 53–63.
- [16] Fondness D. The impact of family life cycle on the vacation decision making process[J]. *Journal of Travel Research*, 1992, **31**(2): 8–13.
- [17] Soo K K, Cathy H H. Dyadic consensus on family vacation destination selection[J]. *Tourism Management*, 2005, **26**: 571–582.
- [18] Ercans Arch G W. Building & testing theories of decision making by travelers[J]. *tourism management*, 2005, **26**: 815–832.
- [19] H R Seddighi, A L Theocharous. A model of tourism destination choice: a theoretical and empirical analysis[J]. *Tourism management*, 2002, **23**: 475–487.
- [20] Twan Huybers. Domestic tourism destination choices: a Choice Model Analysis[J]. *Tourism Research*, 2003, **5**: 445–459.
- [21] 张朝枝,向风行.旅行社对旅游者行为影响的初步研究[J]. *旅游学刊*, 2002, **17**(3): 35–39.
- [22] 邱扶东,吴明证.旅游决策影响因素研究[J]. *心理科学*, 2004, **27**(5): 1214–1217.
- [23] 邱扶东,汪静.旅游决策过程调查研究[J]. *旅游科学*, 2005, **19**(2): 1–5.
- [24] 沈涵.游客的旅游地选择与购买决策模型分析[J]. *旅游学刊*, 2005, **20**(3): 43–47.
- [25] 楚义芳.旅游的空间经济分析[M].陕西人民出版社,1992.
- [26] 吴必虎,徐斌,邱扶东,等.中国国内旅游客源市场系统研究[M].上海:华东师范大学出版社,1999.
- [27] 窦群,崔凤军.地理学基本观点在旅游发展研究中的运用[J]. *地理学报*, 1998, **53**(6): 212–216.
- [28] 彭华.旅游发展驱动力机制及动力模型探析[J]. *旅游学刊*, 1999, **14**(6): 39–44.
- [29] Pearce D. *Tourism Today: A Geographical Analysis*[M]. Longman Scientific & Technical, 1987.
- [30] 马耀峰,李天顺.中国入境旅游研究[M].北京:科学出版社,1999.
- [31] 张红,李九全.桂林境外游客结构特征及时空动态模式研究[J]. *地理科学*, 2000, **20**(4): 350–354.
- [32] 保继刚,郑海燕.桂林国内客源市场的空间结构演变[J]. *地理学报*, 2002, **57**(1): 96–106.
- [33] 杨新军,马晓龙.大西安旅游圈:国内旅游客源空间分析与构建[J]. *地理研究*, 2004, **23**(5): 695–704.
- [34] 宣国富,陆林.三亚市旅游客流空间特性研究[J]. *地理研究*, 2004, **23**(1): 115–124.
- [35] 柴晋威.中国城市的时空结构[M].北京:北京大学出版社,2002.
- [36] 陆林.山岳型旅游地旅游者感知行为研究[J]. *北京大学学报*, 1996, **33**(3): 41–46.
- [37] 崔凤军,张建中.泰山旅游需求时空分布规律及旅游者行为特征初步研究及其意义[J]. *经济地理*, 1997, **17**(3): 62–67.
- [38] 张捷,都金康.观光旅游地客流时间分布特性的比较研究[J]. *地理科学*, 1999, **19**(1): 49–54.
- [39] 吴晋峰,包浩生.旅游流距离衰减现象演绎研究[J]. *人文地理*, 2005, **20**(2): 62–65.
- [40] 保继刚.主题公园发展的影响因素系统分析[J]. *地理学报*, 1997, **52**(3): 237–245.
- [41] 董观志.深圳华侨城旅游客源分异规律的量化研究[J]. *经济*

地理, 1999 **19**(6): 118~ 122

[42] 冯淑华. 古村落旅游客源市场分析与行为模式研究[J]. 旅游学刊, 2002 **17**(6): 45~ 48.

[43] 魏立华, 丛艳国. 老龄人口旅游空间行为特征及其对旅游业发展的启示[J]. 人文地理, 2001, **16**(1): 20~ 23.

[44] 余 颖, 张 捷. 老年旅游者的出游行为决策研究[J]. 旅游学刊, 2003 **18**(3): 25~ 28.

[45] 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, 2004 **4** 45~ 54

[46] 金平武. 大学生旅游行为特征分析——以杭州市高校为例[J]. 旅游学刊, 2004 **19**(4): 19~ 22

[47] 黄震方, 陈志刚. 国内外生态旅游者行为特征的比较研究[J]. 旅游经济, 2003 **12** 71~ 73.

[48] 丁 健, 李林芳. 广州市居民的出境旅游行为[J]. 地理研究, 2004 **23**(5): 705~ 714

[49] 杨新军. 旅游行为空间模式及其评价[J]. 经济地理, 2000, **20**(4): 105~ 108

[50] 吴必虎. 区域旅游规划原理[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001

[51] 韩德宗. 旅游需求预测重力模型和旅行发生模型[J]. 预测, 1986 **6** 66~ 70

[52] 张凌云. 旅游地引力模型的回顾和前瞻[J]. 地理研究, 1989, **7**(3): 76~ 86

[53] 张友兰. 旅游预测模型及应用[J]. 河北省科学院学报, 2002, **17**(2): 85~ 88

[54] 牛亚菲. 旅游供给与需求的空间关系研究[J]. 地理学报, 1996 **51**(1): 80~ 87.

[55] 章锦河. 中国国内旅游流空间场效应分析[J]. 地理研究, 2005 **24**(2): 293~ 302.

[56] 林 岚, 康志林, 甘萌雨, 等. 基于航空口岸的台胞大陆旅游流空间场效应的分析[J]. 地理研究, 2007 **26**(2): 403~ 412

[57] 连 漪, 汪 侠. 旅游地顾客满意度测评指标体系的研究及应用[J]. 旅游学刊, 2004, **19**(5): 9~ 13

[58] Kozak M, Rimmington M. Tourist satisfaction with Mallorca Spain as an off-season holiday destination[J]. Journal of Travel Research 2000 **38**(1): 260~ 269

[59] Joppe M, Martin D W, Walen J. Toronto's image as a destination: A comparative importance-satisfaction Analysis by origin of visitors[J]. Journal of travel Research, 2001, **39** 252~ 260

[60] J Enrique Bigne M Isabel Sanchez Javier Sanchez. Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour inter-relationship[J]. Tourism Management 2001, **22** 607~ 616

[61] 罗明义. 旅游经济分析: 理论. 方法. 案例[M]. 昆明: 云南大学出版社, 2001.

[62] 沈向友. 旅行社服务质量与游客满意度影响因素分析[J]. 旅游学刊, 1999 **5** 25~ 30.

[63] 苏 勤. 旅游者类型及其体验质量研究[J]. 地理科学, 2004, **24**(4): 506~ 511

[64] 董观志, 杨凤影. 旅游景区游客满意度测评体系研究[J]. 旅游学刊, 2005 **20**(1): 27~ 30.

[65] 谢彦君, 吴 凯. 期望与感受: 旅游体验质量的交互模型[J]. 旅游科学, 2000 **2** 1~ 4.

[66] 王 群, 丁祖荣. 旅游环境游客满意度的指数测评模型——以黄山风景区为例[J]. 地理研究, 2006 **25**(1): 171~ 181.

Spatial Behavior of Tourists Research

LN Lan¹, XU Zhihui², DNG Deng-Shan²

(1. School of Geography Sciences, Fujian Normal University, Fuzhou, Fujian 350007; 2 School of Geography and Ocean Sciences, Nanjing University, Nanjing, Jiangsu 210093)

Abstract To the spacial behavior of tourists, scholars think it is a sight-seeing course driven by special behavior. Based of dynamic analyzing, the authors newly define the meaning of the spacial behavior of tourists, and think the spatial behavior of tourists has broad and narrow sense. The paper tries to summary the work of researchers on the spatial behavior of tourists, hoping to offer some references for researches on the behavior of tourism.

Keywords tourists' spatial behavior; tourists' motivation; tourists' decision-making behavior; trip behavior; tourists' experience