

王佳果, 杨海鑫, 郑密. 2022. 旅游者感知文化距离对民族文化遗产体验意愿影响机制. 热带地理, 42 (1): 55-66.
Wang Jiaguo, Yang Haixin and Zheng Mi. 2022. The Mechanism of the Influence of Tourists' Perceived Cultural Distance on Ethnic Cultural Heritage Intention. *Tropical Geography*, 42 (1): 55-66.

旅游者感知文化距离对民族文化遗产体验意愿影响机制

王佳果^{1,2}, 杨海鑫¹, 郑密¹

(1. 桂林理工大学 旅游与风景园林学院, 广西 桂林 541004; 2. 中国旅游研究院民族旅游研究基地, 广西 桂林 541004)

摘要: 基于“认知—情感—意动”理论框架, 引入旅行生涯模式理论, 构建了包括旅游者感知文化距离、感知新奇、感知文化风险、文化体验意愿和旅游经验等构念在内的模型, 以2个典型民族文化遗产旅游目的地——广西龙脊梯田和贵州肇兴侗寨为案例地, 运用PLS-SEM工具检验结构模型, 结果表明: 1) 认知阶段对情感阶段的影响显著, 即TPCD正向影响感知新奇和感知文化风险, 情感阶段对意动阶段的影响亦显著, 即感知新奇正向影响文化体验意愿而感知文化风险负向影响文化体验意愿; 2) 感知新奇与感知文化风险在TPCD对文化体验意愿的影响过程中起中介作用, 该结论验证了旅游者文化体验意愿产生的心理过程遵循CAC理论模型, 这是一个认知影响情感进而影响行为意愿的递进过程; 3) 认知积累在认知阶段对情感阶段影响路径中的调节作用部分显著, 即旅游经验负向调节TPCD对感知文化风险的正向影响, 但在TPCD对感知新奇的正向影响过程中的调节效应不显著。结论表明, 感知文化距离在特定的国内旅游情境下同样对旅游者行为意愿有显著影响, 这在一定程度上拓展了旅游文化距离研究的对象范围。

关键词: 感知文化距离; 文化体验意愿; 感知文化风险; 旅游经验; 感知新奇; 民族文化遗产; 民族旅游

中图分类号: F592

文献标志码: A

文章编号: 1001-5221(2022)01-0055-12

DOI: 10.13284/j.cnki.rddl.003424

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



民族文化遗产的旅游开发、利用与保护已成为促进民族地区经济发展与文化传承的重要手段。2021年4月, 文化和旅游部颁布的《“十四五”文化和旅游发展规划》强调要“提高非物质文化遗产保护传承水平, 并使文化遗产保护成果更多惠及人民群众”, 民族旅游作为一种大众幸福产业, 应该承担起保护民族文化遗产、弘扬优秀传统文化、提高目的地居民和旅游者幸福感的重要责任。民族旅游以民族文化遗产作为重要的吸引物, 体验丰富多彩、差异显著的民族文化是民族旅游者重要的旅游动机和意愿(李忠斌等, 2012)。一方面, 文化差异促进旅游者的文化体验意愿和主客交往活动, 增进各民族各地区之间的文化交流和互鉴; 另一方面, 文化差异也可能导致主客之间产生冲突, 影

响主客交往和旅游产业发展。因此, 从旅游者视角系统研究文化差异对旅游者感知以及文化体验意愿的影响, 有助于深入理解文化差异对于旅游地发展的重要作用, 以更好地促进民族文化遗产保护。

作为描述和测度文化差异的构念, 文化距离(Cultural Distance, 以下简称CD)在20世纪70年代末由跨文化管理领域的学者提出(Hofstede et al., 1984), 用以测量不同文化群体之间的文化价值差异程度, 已被广泛应用于国际贸易、外商投资、市场营销等议题的研究。跨文化交流领域的学者则从个体层面提出感知文化距离(Perceived Cultural Distance, 以下简称PCD), 强调个体在不同社会环境下主观感知到的文化差异程度(Babiker et al., 1980)。由于数据获取便利, 理论框架成熟, 基于

收稿日期: 2021-08-09; **修回日期:** 2021-10-25

基金项目: 国家社会科学基金项目“梯田农业文化遗产保护与发展的旅游社会学研究”(20XSH022)

作者简介: 王佳果(1983—), 男, 河南南阳人, 桂林理工大学旅游与风景园林学院副教授(校聘), 中国旅游研究院民族旅游研究基地特聘研究员, 主要研究方向为民族旅游、旅游人类学, (E-mail) 6616063@glut.edu.cn。

目的地和客源地群体层面文化价值观差异的旅游文化距离 (Tourism Cultural Distance, 以下简称 TCD) 被广泛应用于国际旅游者目的地选择 (杨旸等, 2016; 刘祥艳等, 2018)、文化活动参与 (Mckercher et al., 2001; Guachalla, 2018)、重游意愿 (Qian et al., 2018) 等研究中。随着研究的深入, 不少学者认为旅游者感知文化距离 (Tourists' Perceived Cultural Distance, 以下简称 TPCD) 更能准确地预测旅游者个体的行为意愿 (Ng et al., 2007), 但 TPCD 的测量体系尚未成熟, 研究成本略高, 因而研究相对较少。更为重要的是, 新近研究发现文化距离对旅游者行为意愿的影响可能存在复杂的影响机制, 激发和抑制效应可能同时存在 (周玲强等, 2017)。

在中国, 民族旅游是一种典型的文化旅游形式, 但文化因素对民族旅游的发展有何影响? 特别是客源地同民族旅游地之间的文化差异性对旅游者行为意愿有何影响? 类似的实证量化研究较为欠缺。当下, 文旅融合已成为旅游发展的重大现实需求和研究议题, 理清文化差异因素对民族文化遗产地旅游市场需求和产业发展的影响显得尤为重要和迫切。为此, 本文以“认知—情感—意动”理论 (Cognitive-Affective-Conative, CAC) 为基础探索文化距离对旅游者文化体验意愿的影响, 从“刺激—抑制”的角度引入感知新奇和感知文化风险 2 个中介变量, 基于旅行生涯模式理论引入旅游经验作为调节变量, 探索感知文化距离对旅游者感知意愿的复杂作用机制, 以期为民族文化遗产旅游目的地产业发展和文化遗产保护提供指导性建议。

1 文献回顾与研究假设

1.1 文献回顾与模型推演

1.1.1 相关构念的文献回顾 文化距离是指两个文化之间相似或差异的程度 (Shenkar, 2001), 由于对文化的理解范围比较广泛, CD 的测量也随着研究主题和学科背景的变化而不同。在跨文化管理领域, 以 Hofstede 为代表的学者从文化价值观角度提出了衡量国家间 CD 的 4 个维度, 包括权利距离、个人主义/集体主义、男性化/女性化、不确定性规避 (Hofstede, 1984), 后续又增加了长期取向/短期取向、放纵/抑制等维度 (Hofstede, 2010)。在跨文化交流领域, 学者从个体感知文化差异的视角发展

出 PCD 量表, 其中以 Babiker 等 (1980) 提出的文化距离指数最具代表性。在旅游领域, 多数研究以 Hofstede 的 CD 量表衡量文化距离, 而基于文化价值观的 CD 量表更适合评估群体之间的文化距离, 将原本评估群体之间的文化距离用于解释个体行为, 可能会导致“生态谬误” (Liu et al., 2018; Manosuthi et al., 2020)^①。为解决此问题, 已有学者尝试将 PCD 应用于旅游研究领域, 以测量旅游者个体感知到的文化差异 (Ng et al., 2007; Liu et al., 2018)。本文综合回顾跨文化管理、跨文化交流和旅游者行为等领域的文化距离研究, 根据 Shenkar (2001)、Fan (2020)、王佳果 (2021) 等的研究, 将 TPCD 界定为旅游者在个体心理层面感知到的旅游目的地文化和自身惯常环境文化在价值观念、生活方式、宗教信仰、历史传统和文化保留、社交方式、物质条件、自然环境等方面的差异程度, 这种感知差异在一定程度上影响旅游者的动机和行为, 属于个体感知层面的文化距离。

旅游体验与文化体验活动密切相关, 早期文化体验研究主要集中于跨文化交流领域、语言学习领域和教学研究领域, 将文化体验定义为用体验的方式学习文化传统知识, 包括文学艺术、生活行为和风俗习惯等 (Moran, 2009)。文化体验研究多集中于文化产品设计领域, 较少从旅游者视角出发深入研究 (李晶晶, 2017), 旅游领域常用“旅游体验”的含义与文化体验较为接近 (谢彦君, 2011), 在文化旅游活动中, 旅游者对文化的体验构成旅游体验的重要组成部分 (Du et al., 2015)。本研究探究旅游活动中的文化体验意愿 (Cultural Experience Intention, 以下简称 CEI), 并将其界定为旅游者愿意接触、感知和了解旅游活动中文化因素的主观愿望。目前, 关于文化距离对旅游者文化旅游活动参与影响的研究多基于单层结构, 即研究文化距离对旅游者文化旅游活动参与的直接影响 (Mckercher et al., 2001; Guachalla, 2018), 如文化距离对旅游目的地选择 (杨旸等, 2016)、参与兴趣 (赵宝春等, 2008)、旅游消费决策 (黄周阳, 2017) 等因素的影响, 但这种单层结构不足以完全解释感知文化距离影响旅游者文化体验意愿产生的复杂作用机制。同时, 旅游动机理论认为文化和求新动机是决定旅游者目的地选择的重要刺激因素, 文化差异越大, 感受的新奇性越多, 旅游者参与体验的意愿越

① 生态谬误: 指研究者对一个群体进行研究, 然后将群体的结果应用于群体中的个体成员的情况。

高 (Lee et al., 1992; Jang et al., 2007; Assaker et al., 2011)。但在文化距离增大的同时, 旅游者对旅游目的地陌生程度也在加剧, 所感知到的旅游目的地风险逐渐增强, 出于规避风险的考虑, 旅游者的行为会更加谨慎 (周玲强等, 2017; 马勇等, 2019; Bi et al., 2019)。

1.1.2 整体理论框架 心理学界将个体的心理过程分为3个主要成分, 即认知、情感和意动, 心理学家将其称为“心灵三部曲” (Hilgard, 1980)。“认知—情感—意动”理论模型认为个体的认知、情感和意动是特定态度形成的重要因素, 此过程也是一个基本的、不可分割的人类自控行为 (仇德辉, 2001; Huang et al., 2018)。个体在刺激下会对外部环境有初步的认知并产生特定的情感反应, 这进一步影响个体的行为态度。CAC理论模型已被广泛应用于研究个体态度和行为意愿的形成过程并且具有较强的解释力 (刘向阳, 2011; 张昆等, 2020; 王兆峰等, 2020; 沈彩云等, 2021)。当旅游者参与旅游活动时, 认知和情感2个相连但并不相同的要素构成了旅游者感知的主要内容 (钟栎娜, 2015)。其中, 认知是个体对对象的总体心理印象, 在本研究中具体是指旅游者在非惯常文化环境的刺激下在个体心理层面感知到的文化距离。情感是个体对对象的情绪反应和总体评价, 也可以泛指旅游者对旅游目的地的心理感受 (San Martin et al., 2008)。在民族旅游情境中, 由于惯常文化残余 (residual culture from home) (Jafar, 1987), 旅游者在非惯常文化环境的刺激下感知到的文化差异会衍生出感知新奇和感知文化风险等不同的心理感受和情绪。感知新奇被认为是旅游活动中一种重要的积极情感 (Mitas et al., 2018), 是旅游体验的核心组成部分和主要动机 (Cohen, 1972; 1974)。相对于惯常环境, 旅游目的地总伴随着一定程度的陌生感和风险性, 感知文化风险是一种常见和重要的抑制性旅游情感 (管婧婧等, 2021)。意动是指个体的行为意愿, 即与个体目的性行动有关的心理过程, 这种行为意愿在认知和情感的基础上可以理解为一种决策行为 (Huang et al., 2018), 在本研究中具体是指文化体验意愿, 此意动结果可能受到感知新奇和感知文化风险2种不同类型的潜在情感的影响。

1.2 相关构念及研究假设

根据 Mitas 等 (2018) 的研究, 将感知新奇 (perceived novelty) 界定为旅游者在旅游目的地进行旅游活动时体验新事物和不同于日常行为活动的

感觉。旅游者对新奇事物的感受是旅游活动中必不可少的, 并在旅游者的决策过程中起重要作用 (Petrick, 2002)。感知新奇取决于旅游者对实在环境和文化氛围的感知程度, 其中旅游者感知到的文化差异对旅游者感知新奇具有正向影响作用 (Bi et al., 2019)。已有研究表明, 旅游者感知新奇程度对行为意愿具有正向预测作用 (Jang et al., 2007), 如果旅游者认为目的地是新奇的, 他们会更愿意在该旅游目的地进行体验活动 (Toyama et al., 2012)。因此提出假设:

H1a: TPCD 正向影响感知新奇

H1b: 感知新奇正向影响文化体验意愿

H1c: 感知新奇在 TPCD 与文化体验意愿之间起中介作用

旅游风险被认为是旅游者在旅途中或在旅游目的地遭受各种不幸的可能性 (Tsaur et al., 1997)。由于大多数旅游体验依赖于无形的旅游服务, 这些服务的生产与消费同时进行, 通常很难标准化。因此, 旅游服务比实物商品具有更高的不确定性, 以旅游者主观上感知的风险预测旅游者的旅游行为具有更强的说服力 (Seabra et al., 2013)。文化风险是旅游风险的最主要构成内容之一 (Qi et al., 2009; 张晓英, 2014), 在跨文化交流情境下, 社会文化风险是旅游焦虑情绪最重要的预测因素 (Reisinger, 2005)。据此, 将感知文化风险 (perceived cultural risk) 定义为旅游者在旅游活动中对各种文化障碍及其风险程度的感知。由于文化差异, 旅游者往往会感到不确定和焦虑, 进而影响旅游过程中的风险感知和安全感知 (Reisinger et al., 2006), 并且旅游者感知风险对旅游者行为意愿存在抑制作用 (Çetinsöz et al., 2013)。因此提出假设:

H2a: TPCD 正向影响感知文化风险

H2b: 感知文化风险负向影响文化体验意愿

H2c: 感知文化风险在 TPCD 与文化体验意愿之间起中介作用

旅游经验是旅游者在目的地体验与经历的集合, 旅游经验随着旅游者出游次数和旅游接触事物的广度而增加 (杨钦钦等, 2019)。Pearce 和 Lee 在旅行生涯阶梯理论的基础上提出旅行生涯模式理论 (Travel Career Pattern, TCP), 该理论将旅游动机分为核心层、中间层和最外层3个层次, 并认为旅游者的旅游动机随着旅游经验的积累而变化 (Pearce, 2005)。根据该理论, 旅游是一个不断接触、认识新事物的过程, 旅游经验丰富的旅游者所接触的文

化、认识的事物较多,在旅游地越不容易对文化事物产生陌生感和新奇感,并且旅游经验丰富的旅游者具有较强的适应能力、理解能力和跨文化交流能力等,能够从容地适应新环境所带来的不确定性。因此,旅游经验作为一种认知积累的结果(苏丽雅, 2014),可能会影响旅游者认知阶段对情感阶段的作用。拥有不同程度旅游经验的旅游者对旅游目的地的适应能力不同,对旅游目的地的感知也存在差异。当个体在评估一个刺激是否新奇时,会将其与当时出现的其他刺激以及过去遇到的刺激进行比较(Greenberger et al., 2011),即个体感知的新奇程度受其过去的经验影响。与此相同,旅游者感知的文化风险程度也受其过去旅游经验的影响(Sugathan et al., 2019)。在旅游风险研究领域,过去的旅游经验被认为是影响游客感知风险的最重要因素之一(李艳等, 2014; Yang et al., 2015),并且旅游经验丰富的旅游者相对于旅游经验一般的旅游者感知到的文化风险更低(Lepp et al., 2003; Adam, 2015)。因此提出假设:

H3a: 旅游者的旅游经验在TPCD与感知新奇之间起负向调节作用

H3b: 旅游者的旅游经验在TPCD与感知文化风险之间起负向调节作用

综上,本文构建以TPCD作为前因变量,以文化体验意愿作为结果变量,以感知新奇和感知文化风险为中介变量的双重中介检验模型(图1),并检验旅游经验在TPCD对感知新奇和感知文化风险影响的调节效应。

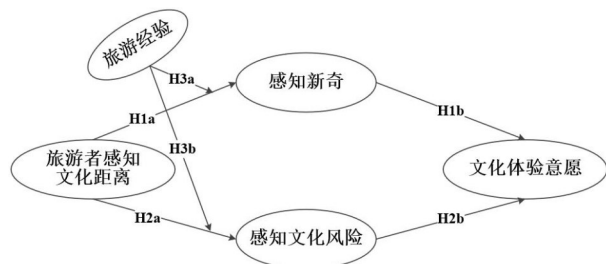


图1 旅游者感知文化距离对文化体验意愿的影响机制模型

Fig.1 The influence mechanism model of TPCD on CEI

2 问卷设计与数据收集

2.1 案例地简介

选取广西龙脊梯田和贵州肇兴侗寨作为案例地,两地在民族文化和民族旅游方面具有代表性,

都具有丰富多彩和特色鲜明的民族文化遗产,在民族旅游发展方面具有一定历史和规模,文化旅游产品业态丰富,文化体验项目种类繁多,在国内外具有较高知名度。其中,龙脊梯田景区是全球重要农业文化遗产、国家AAAA级景区,以绚丽多彩的壮族、瑶族文化和壮美秀丽的梯田农业文化景观而享誉海内外;肇兴侗寨是国家级风景名胜区、国家AAAA级景区,以规模庞大的侗族建筑聚落和保存完好的侗族传统文化而享有“侗乡第一寨”之美誉。尽管龙脊梯田和肇兴侗寨民族旅游开发相对成熟,但在“高质量发展”和“国内大循环”的新形势下,如何进一步深挖特色民族文化,开发更具体验感的民族文化遗产旅游项目,以提升旅游者的文化体验意愿,促进民族旅游地区文化遗产保护和旅游产业发展,还需科学的理论研究进行有效指导。

2.2 问卷设计与收集

问卷分为构念测量量表和旅游者基本信息两部分,所有测量指标均采用李克特七级量表测量(1表示完全不同意,7表示完全同意)。其中,旅游者感知文化距离量表以Babiker等(1980)的感知文化距离量表为基础,同时借鉴社会文化适应、文化新颖性等类似构念的测量条目(Chen et al., 2010; Lee et al., 2018; Fan et al., 2017, 2020),最终形成9个指标,包括:生活方式、物质条件、语言、气候环境、宗教信仰、文化保留、休闲娱乐、价值观念和社交方式。感知新奇量表参考Assaker等(2011)提出的量表,该量表在Assaker(2013)、Bi(2019)等的研究中都进行了反复验证。感知文化风险量表综合参考Tsaaur等(1997)的旅游风险量表和Lepp等(2003, 2008)的旅游者感知风险量表的部分指标;文化体验意愿量表主要参考文化体验意愿、文化体验与旅游体验等相关构念量表(苏勤, 2004; Wong, 2019; 钟洁, 2017)。将上述量表根据专家意见并结合民族旅游地实际情况进行增改。从构念内涵看,感知文化距离包含多个组成维度,被视为一种形成型构念,基于相关权威文献(MacKenzie et al., 2011),结合专家讨论意见将感知风险、感知新奇、文化体验意愿视为反映型构念。在参考Pearce等(2005)研究的基础上,以“旅游次数”和“同类旅游经历”测度旅游者的旅游经验。根据以往研究(Liu et al., 2018; Fan et al., 2020),旅游者的受教育水平和旅游方式可能会影响旅游者在旅游过程中的认知和行为,同时考虑到来自不同地区的旅游者文化背景存在较大差异,将旅游者受教育

程度、旅游方式和旅游者家乡与旅游目的地之间的空间地理距离纳入控制变量中。

在正式调研前,通过便利抽样方式面向社会不同群体发放网络问卷,进行预调研,共收集有效问卷239份。对预调研问卷分析后发现,感知新奇量表的“我在该地旅行可以品尝到我从未吃过的食物”和文化体验意愿量表的“我愿意在这里购买一些民族纪念品”与“我愿意在这里穿当地的民族服饰”3项测量指标的因子载荷 <0.7 的标准,征询专家意见后,将这3项测量指标删除。

正式问卷确定后,2020年10、11月,研究团队先后两次在广西龙脊梯田景区和贵州肇兴侗寨景区面向旅游者开展问卷调查,累计发放回收问卷880份,剔除有多项缺失值问卷后,获得有效问卷705份(有效率80.11%)。其中,龙脊发放回收450份问卷,有效问卷324份,肇兴发放回收430份问卷,有效问卷381份。

2.3 样本特征分析

使用SPSS 24.0对705份有效样本进行描述性统计分析(表1),样本的人口统计学特征表现为:在

性别方面,男性占44.3%,女性占55.7%;在年龄方面,以18~44岁的中青年人居多,占74.5%;在学历方面,本科学历比例最高,占49.4%,高中及以上学历占比高达95.9%,说明被调查对象能够较好地理解问卷内容。因研究点地所处广西和贵州两省(区)且临近贵广高铁沿线,来自华南地区的游客比例最高,其次是周边的西南地区和经济发达的华东地区。作为国内知名的民族文化遗产旅游目的地,两个案例地的外地游客占比都很高,其中肇兴外省游客占比91.2%、龙脊外省游客占比78.2%。

3 模型数据分析

采用Smart-PLS 3.0软件进行实证分析,因为偏最小二乘法对研究样本在数据分布上并不要求数据服从多元正态分布,并且能同时分析形成型和反映型2种不同的指标类型的构念(Hair et al., 2017)。数据分析结果按照Anderson等(1988)建议的逐步报告法,首先进行测量模型(outer model)的分析,然后进行结构模型(inner model)的分析。

3.1 测量模型

从表2、3可以看出,各个构念的Cronbach's α 值均在0.80~0.89之间,均高于Cronbach's α 值 >0.6 的标准,并且组合信度(CR)值在0.87~0.92之间,均 >0.7 的标准,表明数据具有较高的信度。根据Chin(1998)和Hair(2016)等的建议标准:形成型构念测量指标的权重值应 >0.1 ,指标共线性应 <5 ;反映型构念测量指标的标准化因素负荷量的值应 >0.7 。感知文化距离各测量指标的权重绝对值(0.11~0.61),均 >0.1 的标准;共线性的值(1.41~2.18),均 <5 。感知新奇各测量指标的因素负荷量(0.64~0.85)、感知文化风险各测量指标的因素负荷量(0.61~0.85)、文化体验意愿各测量指标的因素负荷量(0.75~0.86),仅2个测量指标的因素负荷量未达0.7但都 >0.6 ,处于可接受的范围。各个构念的平均方差萃取量(AVE)值在0.57~0.64之间,均 >0.5 的标准。再者,模型中构念间的相关系数介于-0.18~0.44之间,并且各构念的AVE值均大于其与其他构念间相关系数的平方,表明构念之间具有良好的区分效度。另外,还根据Henseler等(2015)提出的异质—单质比率(heterotrait-monotrait ratio, HTMT)检验区别效度,数据显示,各个反映型构念间的HTMT值介于0.21~0.48之间,均 <0.85 的标准。

由于数据来源于问卷调查,可能存在共同方法

表1 样本人口统计学特征

人口统计特征		占比/%
性别	男	44.3
	女	55.7
年龄/岁	<18	1.4
	18~24	13.2
	25~34	41.3
	35~44	20.1
	45~64	20
	≥ 65	4
旅游方式	自由行	82.1
	跟团游	17.9
受教育程度	小学及以下	0.9
	初中	3.3
	高中(中专)	11.9
	大专	24
	本科	49.4
	研究生及以上	10.6
家庭结构	未婚	39.3
	已婚	50.4
	已婚有孩子	8.4
	其他	2
地理分区	华东地区	14.2
	华南地区	50.2
	华北地区	6.2
	华中地区	8.1
	东北地区	2.4
	西南地区	16.2
	西北地区	2.7

表2 信度、效度和相关性

Table2 Reliability, validity, and correlations

构念	Cronbach's α	组合信度 (CR)	收敛效度 (AVE)	区分效度		
				PN	PCR	CEI
PN	0.88	0.91	0.63	0.76		
PCR	0.83	0.88	0.58	-0.17	0.77	
CEI	0.81	0.88	0.64	0.43	-0.23	0.80

注：PN=perceived novelty；PCR = perceived cultural risk；CEI = cultural experience intention；对角线粗体为 AVE 开根号值，下三角为皮尔森相关系数。

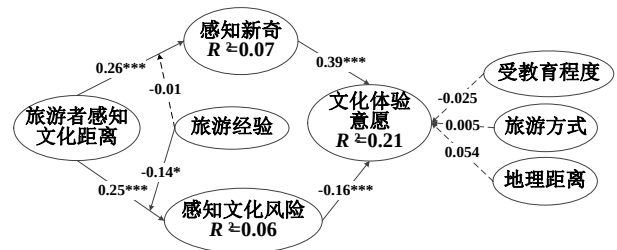
偏差效应。采用 Harman 单因子方法进行统计检验。结果显示，未经旋转的第一个因子解释的变异量为 22.3%，<40% 的标准。另外，参考 Liang 等 (2007) 的做法，在模型中构造一个包含所有测量指标的同源因素，并使其影响所有测量指标。结果显示，大部分的同源因素路径系数都不显著，且各测量指标平均实质解释变异量为 0.521，而平均共同方法的变异量为 0.017，两者的比值达到 31: 1，因此数据不存在严重的共同方法偏差。

3.2 结构模型

在进行假设检验前，采用 R^2 、 f^2 （预测效应值）和 Q^2 （预测相关性）对结构模型效度进行评估 (Anderson et al., 1988)。结果显示：感知新奇和感知文化风险对文化体验意愿预测效应值分别为 0.19 和 0.03，均大于最低门槛值 0.02， $R^2=0.21$ ，大于最低门槛值 0.19， $Q^2=0.12$ ，符合 >0 的标准。感知文化距离对感知新奇和感知文化风险的预测效应值分别为 0.07 和 0.06， R^2 分别为 0.07 和 0.06， Q^2 分别为 0.04 和 0.03。另外，根据 Tenenhaus 等 (2005) 提

出的结构模型拟合优度 (Goodness Of Fit, GOF) 的计算公式 ($GOF = \sqrt{AVE \times R^2}$)，由于感知文化距离缺少 AVE 值，模型不适合汇报 GOF 值。

3.2.1 直接效果分析 将学历、旅游方式和地理距离等作为控制变量后，结构模型因果关系路径及其参数估计结果如图 2 所示，可知假设 H1a，H1b 和 H2a，H2b 通过验证。即 TPCD 对感知新奇和感知文化风险产生显著正向影响；感知新奇对文化体验意愿产生显著正向影响；感知文化风险对文化体验意愿产生显著负向影响。控制变量中地理距离对因变量无显著影响，受教育程度对因变量无显著影响，旅游方式对因变量无显著影响。



图注：* $p < 0.01$ ，** $p < 0.05$ ，*** $p < 0.001$ ；虚线为不显著路径。

图2 结构方程模型结果

Fig. 2 The results of the structural model

3.2.2 中介效果分析 中介效应检验采用 Bootstrap 法重复抽样 5 000 次，结果显示：“感知文化距离—感知新奇—文化体验意愿”的中介效应为 0.10 ($p < 0.001$)，“感知文化距离—感知文化风险—文化体验意愿”的中介效应为 -0.04 ($p < 0.01$)，并且中介

表3 各测量指标的平均值、标准差和因子载荷

Table 3 Mean, Standard Deviation (S.D.), and factor loading of 16 measurable items

构念	测量指标	平均值	标准差	因子载荷
感知新奇	我在该地旅行能感受到各种新的事物	5.68	1.13	0.77
	我在该地旅行有机会见到不同民族的人	5.73	1.16	0.76
	我能感受到当地居民的有趣和友好	5.75	1.11	0.74
	我在该地旅行有机会见到独特的原住民或本地人	5.68	1.21	0.78
	我在该地旅行能增加我对当地、人和事物了解的机会	5.88	1.00	0.84
	我在该地旅行可以体验到新的或不同的文化	5.89	1.03	0.81
	我在该地旅行可以看到当地不同的手工艺品	5.51	1.50	0.65
感知文化风险	在宗教信仰方面,我在该地感受到了风险	2.01	1.32	0.83
	我在该地感到住宿的消防系统、安保系统等存在风险	2.65	1.59	0.71
	我在这里感到了沟通的障碍	2.67	1.65	0.62
	我对这里的饮食条件、饮食方式感到不习惯,甚至影响了自身健康	2.13	1.36	0.82
	我在这里感到天气变化给我带来了困难,甚至有发生自然灾害的可能性	2.18	1.45	0.84
文化体验意愿	我愿意在这里学习当地的历史和文化	5.26	1.33	0.76
	我愿意体验当地的习俗	5.59	1.21	0.85
	我愿意参与这里的民族节日	5.85	1.14	0.82
	我愿意在这里观看民族表演	6.00	1.08	0.76

效应的置信区间分别为 (0.06, 0.15) 和 (-0.07, -0.02), 置信区间均不包含 0, 表明感知新奇与感知文化风险在感知文化距离与文化体验意愿的中介效应显著。进一步检验 TPCD 对旅游者文化体验意愿影响的直接效应为 0.025 ($p>0.05$), 置信区间包含 0, 说明感知新奇、感知文化风险在 TPCD 与文化体验意愿的关系中起中介作用。

3.2.3 调节效果分析 旅游经验的调节作用检验结果如图 3 所示。按照 Hair 等 (2016) 的建议, 首先采用乘积法构造感知文化距离与旅游经验的交互项, 再采用 Bootstrap 法重复抽样 5 000 次检验感知文化距离与旅游经验的交互项对感知新奇和感知文化风险的影响。结果显示: TPCD 与旅游经验的交互项对感知新奇无显著影响 ($\beta=-0.01$, $p>0.05$), 同时置信区间为 (-0.09, 0.08), 置信区间包含 0, 表明旅游经验在 TPCD 与感知新奇之间的关系没有调节作用, 假设 H3a 被拒绝。而 TPCD 与旅游经验的交互项对感知文化风险有负向显著影响 ($\beta=-0.14$, $p<0.01$), 同时置信区间为 (-0.21, -0.09), 置信区间不包含 0, 表明旅游经验负向调节 TPCD 与感知文化风险之间的关系, 假设 H3b 获得支持。

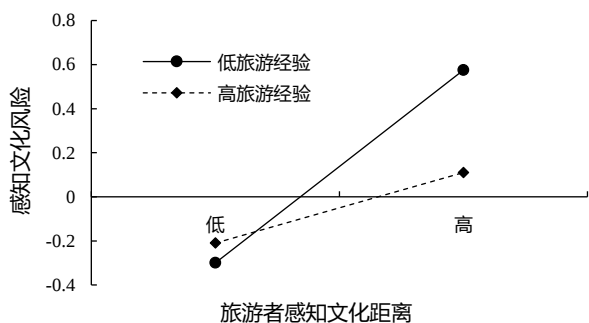


图3 旅游经验与TPCD交互项对感知文化风险的影响

Fig.3 The interaction between travel experience and tourists' perceived cultural distance on perceived cultural risk

4 结论与讨论

基于CAC理论框架和旅行生涯模式理论, 以旅游者感知文化距离对文化体验意愿的影响机制为主线, 将旅游者感知文化距离对文化体验意愿产生影响的过程划分为认知、情感、意动等3个阶段, 并构建了结构方程模型, 探索TPCD对文化体验意愿影响的复杂心理机制, 得到的主要结论有:

1) 认知阶段对情感阶段的影响均显著, 即TPCD对感知新奇和感知文化风险产生显著正向影响。

TPCD是感知新奇和感知文化风险的重要前因变量, 随着TPCD的增大感知新奇也在增强。正如Cohen (1972) 的研究发现, 游客的文化背景与目的地文化背景之间的文化差异可以更好地满足旅游的多样化和新奇动机, 这也与Bi (2019) 的研究结论一致, 这在一定程度上说明无论在国际旅游情景还是国内民族旅游情景下, 文化差异都是文化旅游地的重要吸引力。但与此同时, 感知文化风险也随着TPCD的增大而增大, 因为旅游者的文化背景、个体动机类型等因素不同, 文化距离可能带来一定的不确定性, 如环境不适应、文化冲突等, 这与Lepp (2008) 和Reisinger (2006) 等在跨文化情境下的研究结论相一致。因此, 民族文化遗产旅游地应从新奇感受和文化风险2个方面对旅游者感知文化因素进行综合调控。一方面, 要以提升旅游者新奇感受为目标导向, 加大对优秀传统文化的创意性开发和转化, 打造具有强烈新奇感的差异化文化体验项目; 另一方面, 民族文化遗产旅游地应积极为游客提供标准化、熟悉化的旅游服务, 消除文化体验和服务体验障碍, 降低旅游者感知文化风险, 减少文化冲突, 增进不同地区不同民族人员之间的交往交流。

2) 情感阶段对意动阶段的影响显著, 即感知新奇和感知文化风险均显著影响文化体验意愿。感知新奇对文化体验意愿产生显著正向影响, 而感知文化风险对文化体验意愿产生显著负向影响, 表明不同类型的情感对旅游者行为意愿的影响效果不同。传统的旅游动机理论将求新动机作为“推力”的一个重要维度, 这与Guachalla (2018) 发现文化距离越大, 游客越愿意寻求更深的文化体验的结论一致。民族文化遗产旅游地营造独特、新奇的文化氛围是提高目的地吸引力, 增强旅游者文化体验意愿的重要方式。而感知文化风险会抑制文化体验意愿, 大部分旅游活动是一种享乐、休闲体验, 旅游中的感知文化风险会让游客主动回避文化体验, 这与Toyama (2012) 和Çetinsöz (2013) 等的结论一致。因此, 民族文化遗产旅游地在住宿、餐饮等方面应该加强监管, 降低旅游者对民族文化遗产旅游地的文化风险感知。与此同时, 居民、一线从业人员与旅游者的互动是文化交流、体验的主要途径, 也是影响TPCD的关键因素。因此, 民族文化遗产旅游地可以通过培训提升旅游从业者和社区居民的接待能力和交流能力, 减少主客交往过程中冲突事件的发生概率。

3) 感知新奇和感知文化风险在TPCD对文化体验意愿的影响中起中介作用。一方面, 旅游者在民族文化遗产旅游地感受到文化差异, 产生新奇的感受, 进而产生体验当地文化的想法; 另一方面, 感受到的文化差异越大, 旅游者对民族旅游目的地文化的陌生感和不确定性感受也在加剧, 所感知到的民族旅游目的地潜在文化风险增强, 出于规避风险的考虑, 不愿意体验当地的文化。该结论验证了旅游文化体验意愿产生的心理过程遵循CAC理论模型, 感知文化距离产生的抑制和刺激情感会进一步影响旅游者行为意愿, 这是一个认知影响情感进而影响行为意愿的递进过程。

4) 认知积累在认知阶段对情感阶段影响路径中的调节作用部分显著。一方面旅游经验在感知文化距离与感知文化风险之间起负向调节作用, 拥有丰富旅游经验的旅游者相对于缺乏旅游经验的旅游者而言, 感知文化距离对感知文化风险正向的影响效果更微弱, 该结论进一步说明了旅游经验丰富的旅游者有较强的文化交流能力, 能更好地理解其他地区的文化习俗并规避风险; 另一方面旅游经验在感知文化距离对感知新奇影响路径之间没有调节作用, 由于对新奇事物的探索是旅游者的一个重要动机 (Lee et al., 1992; Mitas, 2018), 旅游者无论旅游经验丰富与否, 在民族文化遗产旅游地旅游的过程中总是倾向于主动寻找或感受新奇的事物, 并且总是期待在旅游过程中有新奇的感受, 所以旅游经验不足以影响TPCD与感知新奇之间的关系。再者, 旅行生涯模式理论将新奇视为最重要的普通动机且属于核心层动机, 相对于其他层次的旅游动机而言, 新奇性较不容易受旅游经历的影响 (Pearce, 2005)。

一方面, 本文为文化距离—旅游者行为简单归因研究的不一致结论提供了一个较为合理的解释机制, 验证了旅行生涯模式理论下旅游经验的调节效应; 另一方面, 本文将旅游者感知文化距离这一构念引入国内民族旅游情景, 打破了同类研究多针对跨国旅游和国际旅游者的对象局限。在产业实践层面, 本文为民族文化遗产旅游目的地的营销管理和文化保护提供理论参考, 为民族地区旅游产业发展的政策制定提供一定的方向。本研究也存在不足: 首先, 本研究结论对国内旅游情境下其他文化旅游类型的适用性还有待探索验证, 未来应在其他不同类型的旅游目的地展开调查, 特别是红色旅游、节事旅游、乡村旅游等以文化因素为吸引力的

旅游目的地, 构建比较模型, 得到更为系统的结论, 提高结论的普适性。其次, 本文基于CAC理论模型, 结合旅行生涯模式理论, 整合了现有关旅游文化距离与旅游文化体验意愿的结论, 构建了一个有调节的双重中介模型, 但研究模型并没有得到全部验证, 并且部分路径影响效应较弱, 未来还应引入新的理论与构念, 如将停留时间、文化智力等变量作为调节变量以进一步探索TPCD对旅游者行为意愿的复杂机理过程。

参考文献 (References):

- Adam I. 2015. Backpackers' Risk Perceptions and Risk Reduction Strategies in Ghana. *Tourism Management*, 49(8): 99-108.
- Anderson J C and Gerbing W. 1988. Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3): 411-423.
- Assaker G and Vinzi V O. 2011. Examining the Effect of Novelty Seeking, Satisfaction, and Destination Image on Tourists' Return Pattern: A Two Factor, Non-Linear Latent Growth Model. *Tourism Management*, 32(4): 890-901.
- Assaker G and Hallak R. 2013. Moderating Effects of Tourists' Novelty-Seeking Tendencies on Destination Image, Visitor Satisfaction, and Short- and Long-Term Revisit Intentions. *Journal of Travel Research*, 52(5): 600-613.
- Babiker I E, Cox J L and Miller P. 1980. The Measurement of Cultural Distance and Its Relationship to Medical Consultations, Symptomatology and Examination Performance of Overseas Students at Edinburgh University. *Social Psychiatry*, 15(3): 109-116.
- Bi J and Gu C. 2019. Cultural Distance and International Tourists' Intention to Visit a Destination. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(8): 839-849.
- Çetinsöz B C and Ege Z. 2013. Impacts of Perceived Risks on Tourists' Revisit Intentions. *Anatolia*, 24(2): 173-187.
- Chin W W and Marcoulides G. 1998. The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 8(2): 295-336.
- Chen G, Kirkman B L, Kim K, Farh C I C and Tangirala S. 2010. When Does Cross-Cultural Motivation Enhance Expatriate Effectiveness? A Multilevel Investigation of the Moderating Roles of Subsidiary Support and Cultural Distance. *The Academy of Management Journal*, 53(5): 1110-1130.
- Cohen E. 1972. Toward Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39(1): 164-182.
- Cohen E. 1974. Who is a Tourist?: A Conceptual Clarification. *Sociological Review*, 22(4): 527-555.
- Du Cros H and McKercher B. 2015. *Cultural Tourism*. New York: Routledge.
- Fan D X F, Qiu H Q and Jenkins C L. 2020. Towards a Better Tourist-

- Host Relationship: The Role of Social Contact between Tourists' Perceived Cultural Distance and Travel Attitude. *Journal of Sustainable Tourism*, 28 (7): 1-25.
- Fan D X F, Zhang H Q and Jenkins C L. 2017. Does Tourist-Host Social Contact Reduce Perceived Cultural Distance?. *Journal of Travel Research*, 56(8): 998-1010.
- Greenberger E, Woldman J and Yourshaw S W. 2011. Components of Curiosity: Berlyne Reconsidered. *British Journal of Psychology*, 58(3): 375-386.
- Guachalla A. 2018. Perception and Experience of Urban Areas for Cultural Tourism: A Social Constructivist Approach in Covent Garden. *Tourism and Hospitality Research*, 18(3): 297-308.
- 管婧婧, 毕家萍, 董雪旺. 2021. 家与途: 情境迁移下的旅游地感知重构. *旅游学刊*, 36 (1): 112-122. [Guang Jingjing, Bi Jiaping and Dong Xuewang. 2021. Home and Away: Reconstructing Tourist' Perception of Destination in the Context of Situation Transfer. *Tourism Tribune*, 36(1): 112-122.]
- Hair J F, Hult G and Ringle C M. 2016. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. London: Sage Publications.
- Hair J F, Sarstedt M and Ringle C M. 2017. *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. London: Sage Publications.
- Henseler J, Ringle C M and Sarstedt M. 2015. A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1): 115-135.
- Hilgard E R. 1980. The Trilogy of Mind: Cognition, Affection, and Conation. *Journal of the History of the Behavioral Sciences*, 16 (2): 107-117.
- Hofstede G. 1984. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. London: Sage Publications.
- Hofstede G. 2010. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill.
- Huang Y M, Lou S J and Huang T C. 2018. Middle-Aged Adults' Attitudes toward Health App Usage: A Comparison with the Cognitive-Affective-Conative Model. *Universal Access in the Information Society*, 18(4): 927-938.
- 黄周阳. 2017. 感知文化距离视角下文化融入性对消费者购物决策风格的影响研究. 上海: 东华大学. [Huang Zhouyang. 2017. A Study on the Influence of Cultural Integration on Consumers' Shopping Decision-Making Style from the Perspective of Perceived Cultural Distance. Shanghai: Donghua University.]
- Jafar J. 1987. Tourism Models: The Sociocultural Aspects. *Tourism Management*, 8(2): 151-159.
- Jang S C and Feng R. 2007. Temporal Destination Revisit Intention: The Effects of Novelty Seeking and Satisfaction. *Tourism Management*, 28(2): 580-590.
- Lee C H, Chen H S and Liou G B. 2018. Evaluating International Tourists' Perceptions on Cultural Distance and Recreation Demand. *Sustainability*, 10(12): 112-120.
- Lee T H and Crompton J. 1992. Measuring Novelty Seeking in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 19(4): 732-751.
- Lepp A and Gibson H. 2003. Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3): 606-624.
- Lepp A and Gibson H. 2008. Sensation Seeking and Tourism: Tourist Role, Perception of Risk and Destination Choice. *Tourism Management*, 30(4): 740-750.
- Liang H G, Saraf N and Hu Q. 2007. Assimilation of Enterprise Systems: The Effect of Institutional Pressures and the Mediating Role of Top Management. *Mis Quarterly*, 31(1): 59-87.
- Liu H, Li X and Cárdenas D A. 2018. Perceived Cultural Distance and International Destination Choice: The Role of Destination Familiarity, Geographic Distance, and Cultural Motivation. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9(9): 300-309.
- 李艳, 严艳, 负欣. 2014. 赴西藏旅游风险感知研究——基于风险放大效应理论模型. *地域研究与开发*, 33 (3): 97-101. [Li Yan, Yan Yan and Yun Xin. 2014. The Study of Risk Perception of Tourism Based on the Model of Risk Amplification Effect in Tibet. *Areal Research and Development*, 33(3): 97-101.]
- 李忠斌, 文晓国. 2012. 对民族旅游概念的再认识. *广西民族研究*, 27 (4): 177-184. [Li Zhongbing and Wen Xiaoguo. 2012. The Re-Recognition on National Tourism Concepts. *Guangxi Ethnic Studies*, 27(4): 177-184.]
- 李晶晶. 2017. 基于文化体验的丝绸之路旅游开发模式研究. 北京: 北京交通大学. [Li Jingjing. 2017. Research on the Silk Road Tourism Development Model Based on Cultural Experience. Beijing: Beijing Jiaotong University.]
- 刘祥艳, 杨丽琼, 吕兴洋. 2018. 文化距离对我国出境旅游的影响——基于引力模型的动态面板数据分析. *旅游科学*, 32 (4): 60-70. [Liu Xiangyan, Yang Liqiong and Lv Xingyang. 2018. The Impact of Cultural Distance on China's Outbound Tourism: A Dynamic Panel Data Analysis Based on the Gravity Model. *Tourism Science*, 32(4): 60-70.]
- 刘向阳, 张程程. 2011. 组织中员工心态的形成过程研究——基于“认知—情感—意动”理论视角. *科技管理研究*, 31 (20): 149-155. [Liu Xiangyang and Zhang Chengcheng. 2011. Research on Mentality Formation Process of Organizational Employees Based on a Theoretical Perspective of Cognition Affection and Conation. *Science and Technology Management Research*, 31 (20): 149-155.]
- 马勇, 童昀. 2019. 从区域到场域: 文化和旅游关系的再认识. *旅游学刊*, 34 (4): 7-9. [Ma Yong and Tong Yun. 2019. From the Region to the Domain: A New Understanding of the Relationship between Culture and Tourism. *Tourism Tribune*, 34(4): 7-9.]
- MacKenzie S B and Podsakoff P M. 2011. Podsakoff N P. Construct Measurement and Validation Procedures in MIS and Behavioral Research: Integrating New and Existing Techniques. *MIS Quarterly*, 35(2): 293-334.

- Mckercher B and Chow B. 2001. Cultural Distance and Participation in Cultural Tourism. *Pacific Tourism Review*, 5(1): 23-32.
- Mitas O and Bastiaansen M. 2018. Novelty: A Mechanism of Tourists' Enjoyment. *Annals of Tourism Research*, 72(9): 98-108.
- Manosuthi N, Lee J S and Han H. 2020. Impact of Distance on the Arrivals, Behaviours and Attitudes of International Tourists in Hong Kong: A Longitudinal Approach. *Tourism Management*, 78(1): 103963.
- Moran R P. 2009. 文化教学：实践的观念. 北京：外文出版社. [Moran R P. 2009. *Cultural Teaching: The Concept of Practice*. Beijing: Foreign Languages Press.]
- Ng S I, Lee J A and Soutar G N. 2007. Tourists Intention to Visit a Country: The Impact of Cultural Distance. *Tourism Management*, 28(6): 1497-1506.
- Pearce P L. 2005. Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3): 226-237.
- Patrick J F. 2002. An Examination of Golf Vacationers' Novelty. *Annals of Tourism Research*, 29(2): 384-400.
- Qi C X, Gibson H J and Zhang J J. 2009. Perceptions of Risk and Travel Intentions: The Case of China and the Beijing Olympic Games. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1): 43-67.
- Qian J, Law R and Wei J. 2018. Effect of Cultural Distance on Tourism: A Study of Pleasure Visitors in Hong Kong. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 19(1): 269-284.
- 仇德辉. 2001. 数理情感学. 长沙：湖南人民出版社. [Qiu Dehui. 2001. *Mathematical Emotion*. Changsha: Hunan People's Publishing House.]
- Reisinger Y. 2005. Travel Anxiety and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception. *Journal of Travel Research*, 43(3): 212-225.
- Reisinger Y and Mavondo F. 2006. Cultural Differences in Travel Risk Perception. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(1): 13-31.
- San Martin H and Del Bosque I A R. 2008. Exploring the Cognitive-Affective Nature of Destination Image and the Role of Psychological Factors in Its Formation. *Tourism Management*, 29(2): 263-277.
- Seabra C, Dolnicar S and Abrantes J L. 2013. Heterogeneity in Risk and Safety Perceptions of International Tourist. *Tourism Management*, 36(4): 502-510.
- 沈彩云, 王恩旭, 刘俊, 吴荻, 郑静静. 2021. 民族认同感越强烈的旅游者越愿意重游吗? ——以侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆为例. *旅游学刊*, 36(4): 83-95. [Shen Caiyun, Wang Enxu, Liu Jun, Wu Di and Zheng Jingjing. 2021. Do Tourists with a Stronger Sense of National Identity Have a Greater Willingness to Revisit?—Taking the Memorial Hall of the Victims of the Nanjing Massacre as an Example. *Tourism Tribune*, 36(4): 83-95.]
- Shenkar O. 2001. Cultural Distance Revisited: Towards a More Rigorous Conceptualization and Measurement of Cultural Distance. *Journal of International Business Studies*, 32(3): 519-532.
- Sugathan P and Ranjan K R. 2019. Co-Creating the Tourism Experience. *Journal of Business Research*, 100(7): 207-217.
- 苏丽雅. 2014. 旅游经验、旅游动机与行为意向的关系研究. 厦门大学. [Su Liya. 2014. Study on Relationships of Travel Experience, Travel Motivation and Behavioral Intention—A Case of University Tourism. Xiamen: Xiamen University.]
- 苏勤. 2004. 旅游者类型及其体验质量研究——以周庄为例. *地理科学*, 25(4): 506-511. [Su Qin. 2004. Research on Tourist Types and Experience Quality—Taking Zhouzhuang as an Example. *Geographical Sciences*, 25(4): 506-511.]
- Tenenhaus M, Vinzi V E and Chatelin Y. 2005. PLS Path Modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1): 159-205.
- Toyama M and Yamada Y. 2012. The Relationships among Tourist Novelty, Familiarity, Satisfaction, and Destination Loyalty: Beyond the Novelty-Familiarity Continuum. *International Journal of Marketing Studies*, 4(6): 10-18.
- Tsaur S H, Tzeng G H and Wang K C. 1997. Evaluating Tourist Risks from Fuzzy Perspectives. *Annals of Tourism Research*, 24(4): 796-812.
- 谢彦君. 2011. 基础旅游学. 3版. 北京：中国旅游出版社. [Xie Yanjun. 2011. *Basic Tourism*. 3rd Edition. Beijing: China Tourism Press.]
- Wong J W C, Lai I K W and Tao Z. 2019. Memorable Ethnic Minority Tourism Experiences in China: A Case Study of Guangxi Zhuang Zu. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17(4): 508-525.
- 王佳果, 郑密, 黄琼慧, 吴忠军. 2021. 文化距离何以影响旅游者? ——文献反思与研究展望. *旅游导刊*, 5(3): 1-37. [Wang Jiaguo, Zheng Mi, Huang Qionghui and Wu Zhongjun. 2021. How Does Cultural Distance Affect Tourists? Literature Review and Research Prospects. *Tourism and Hospitality Prospects*, 5(3): 1-37.]
- 王兆峰, 向秋霜. 2020. 景观感知和地方依恋对居民文化补偿认知的影响与分异. *经济地理*, 40(5): 220-229. [Wang Zhaofeng and Xiang Qiushuang. 2020. The Effect and Differentiation of Landscape Perception and Place Attachment on the Residents' Cognition Towards Cultural Compensation. *Economic Geography*, 40(5): 220-229.]
- Yang E and Nair V. 2015. Tourism at Risk: A Review of Risk and Perceived Risk in Tourism. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 3(2): 67-86.
- 杨钦钦, 谢朝武. 2019. 冲突情景下旅游安全感知的作用机制：好客度的前因影响与旅游经验的调节效应. *南开管理评论*, 22(3): 148-158. [Yang Qinqin and Xie Chaowu. 2019. The Mechanism of Tourism Safety Perception in Conflict Situation: The Antecedent Influence of Hospitality and the Moderating Effect of Tourism Experience. *Nankai Business Review*, 22(3): 148-158.]
- 杨旸, 刘宏博, 李想. 2016. 文化距离对旅游目的地选择的影响——以日本和中国大陆出境游为例. *旅游学刊*, 31(10): 45-

55. [Yang Yang, Liu Hongbo and Li Xiang. 2016. The Influences of National Cultural Distance on International Destination Choice of Japanese and Chinese Residents. *Tourism Tribune*, 31(10): 45-55.]
- 张昆, 任怡林. 2020. 情感的中介效应: 网络游戏用户认知与使用行为意向. 新闻与传播评论, 73 (1): 32-46. [Zhang Kun and Ren Yilin. 2020. The Mediating Effect of Emotion: A Study on the Cognition and Behavioral Intention of Online Game Users Based on the CAC Framework. *Journalism & Communication Review*, 73(1): 32-46.]
- 张晓英. 2014. 旅居者旅游感知风险探究. 曲阜师范大学学报 (自然科学版), 40 (4): 91-96. [Zhang Xiaoyin. 2014. Study on the Perceived Risk of Sojourners. *Journal of Qufu Normal University (Natural Science)*, 40(4): 91-96.]
- 钟栎娜. 2015. 旅游地感知结构重构——基于文本与复杂网络分析的研究. 旅游学刊, 30 (8): 88-95. [Zhong Lina. 2015. Areconstruction of Destinations' Perception Structure Based on the Context and Complex Network Analysis. *Tourism Tribune*, 30(8): 88-95.]
- 钟洁. 2017. 基于游憩体验质量的民族村寨旅游产品优化研究——以云南西双版纳傣族园、四川甲居藏寨为例. 旅游学刊, 27 (8): 95-103. [Zhong Jie. 2017. Research on the Optimization of Tourism Products of Ethnic Villages Based on the Quality of Recreational Experience: Taking Xishuangbanna Dai Park in Yunnan and Jiayu Zangzhai Village in Sichuan as Examples. *Tourism Tribune*, 27(8): 95-103.]
- 周玲强, 毕娟. 2017. 文化距离对国际旅游目的地选择行为的影响: 以中国入境游市场为例. 浙江大学学报 (人文社会科学版), 47 (4): 130-142. [Zhou Lingqiang and Bi Juan. 2017. The Influence of Cultural Distance on International Tourism Destination Choices: A Case Study of Chinese Inbound Tourism Market. *Journal of Zhejiang University (Humanities and Social Sciences)*, 47(4): 130-142.]
- 赵宝春, 田志龙. 2008. 中国大陆游客境外目的地发达程度和文化距离偏好研究. 管理学报, 4 (6): 896-902. [Zhao Baochun and Tian Zhilong. 2008. Research on the Development Degree and Cultural Distance Preference of Chinese Mainland Tourists' Overseas Destinations. *Chinese Journal of Management*, 4(6): 896-902.]
-
- 作者贡献声明:**
- 王佳果:**课题负责人, 主要贡献: 1) 具体负责量表开发设计、理论框架构建和研究假设提出, 数据调研和模型处理把控; 2) 执笔撰写本文的前言、1 文献回顾和研究假设、4 研究结论和讨论, 和第二作者合作撰写了 2 问卷设计与数据收集和 3.2 结构模型的部分内容; 3) 论文初稿之后的通稿、修改、投稿和后续工作。
- 杨海鑫:**课题组主要成员之一, 主要贡献: 1) 参与量表开发设计, 是数据调研本科组的现场负责人, 负责调研数据整理和全程分析, 和第三作者在第一作者指导下共同完成 3.1 测量模型和 3.2 结构模型的数据处理; 2) 执笔撰写 3 模型数据分析的大部分内容, 以及 2 问卷设计与数据收集的部分内容。
- 郑 密:**课题组主要成员之一, 主要贡献: 1) 参与前期文献研究和量表开发设计, 是数据调研研究生组的现场负责人, 负责模型构建和数据处理, 和第二作者在第一作者指导下共同完成 3.1 测量模型和 3.2 结构模型的数据处理; 2) 参与论文初稿、投稿后的部分修改、校对工作。

The Mechanism of the Influence of Tourists' Perceived Cultural Distance on Ethnic Cultural Heritage Intention

Wang Jiaguo^{1,2}, Yang Haixin¹ and Zheng Mi¹

(1. School of Tourism and Landscape Architecture, Guilin University of Technology, Guilin 541004, China;

2. National Tourism Research Base of China Tourism Academy, Guilin 541004, China)

Abstract: Although the impact of perceived cultural distance on tourists' behavioral intention has attracted great attention from tourism academic circles, relevant research conclusions are inconsistent and the action mechanism is unclear. Based on the theoretical framework of "cognitive-affective-conative" and by introducing the theory of travel career pattern, this study constructs a research model that includes Tourists' Perceived Cultural Distance (TPCD), perceived novelty, perceived cultural risk, cultural experience intention, and tourism experience. Taking two typical ethnic cultural heritage tourist destinations as case sites, a total of 705 valid questionnaires were collected. Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) tools were used to examine the path, mediation effect, and moderation effect of the structural model. There were three significant findings. First, TPCD positively affects perceived novelty and perceived cultural risks, and perceived novelty positively influences cultural experience intention, while perceived cultural risks negatively affect cultural experience intention. Second, perceived novelty and cultural risk play an intermediary role in the process of TPCD's influence on cultural experience intention, verifying the scientificity and applicability of the "cognitive-affective-conative" theoretical framework. Third, tourism experience negatively regulates the positive impact of TPCD on perceived cultural risk, and the moderating effect of TPCD on the positive impact of perceived novelty is not significant, thus demonstrating that tourism experience is insufficient to influence the relationship between TPCD and perceived novelty. The research has found a more reasonable explanation mechanism for the inconsistent conclusions of the simple attribution study of cultural distance-tourist behavior, exploring the complex psychological mechanism of the influence of TPCD on cultural experience intention. This article explains the hypothetical path from three standpoints: the cognitive, affective, and conative stages. It verifies the important mediating role of perceived novelty and cultural risk, and the moderating effect of tourism experience based on the theory of travel career pattern. In addition, a unique contribution of this paper is that it breaks through the limitations of previous similar studies in terms of research subjects. Most of the existing studies have been conducted on transnational tourists in international tourism scenarios, while our study finds that cultural distance has an equally significant effect on travelers' behavioral intentions in ethnic tourism contexts within the same country.

Keywords: tourists' perceived cultural distance; culture experience intention; perceived cultural risk; travel experience; perceived novelty; ethnic cultural heritage; ethnic tourism