

# 我国居民的风险与制约感知对 出境旅游意向的影响研究

朱诗荟

(中国城市规划设计研究院, 北京 100037)

**摘要:** 作为全球第一的出境旅游客源市场, 过去十年来, 规模飞速增长的中国出境旅游市场倍受国内外关注。但是, 中国公民在境外遭遇的各类突发安全事故同样不容忽视。人们对风险和制约的感知会导致他们旅游行为的改变, 因此, 了解中国旅游者对出境旅游的风险和制约的感知, 以及这些感知对出境意向的影响, 有助于目的地营销组织更好地预测他们需求与行为。文章通过结构方程模型验证了被调查者的家庭经济状况、过往旅游经验、感知制约、感知风险与他们的出境旅游意向之间的关系。研究结果表明, 家庭经济状况越好、过往旅游经验越是丰富、对出境旅游制约的感知程度越低的被调查者拥有更强烈的出境旅游意向。感知风险与出游意向之间的关系则有待进一步论证。

**关键词:** 出境旅游; 出游意向; 感知制约; 感知风险

**中图分类号:** F59 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674-5841 (2018) 01-0031-11

## 一、引言

2015年中国出境旅游人数达1.17亿人次, 同比增长9.8%。随着出游环境持续优化, 中国公民出境旅游需求将得到进一步释放, 未来五年, 中国出境游市场将保持稳定增长的新常态<sup>[1]</sup>。除了规模的不断增长, 中国出境旅游市场在 market 多样化和细分化方面也飞速成长起来<sup>[2]</sup>。从购物观光到度假体验, 从跟团到自由行, 从欧洲八国十日游到一地深度游, 丰富多彩的旅游方式共生共存<sup>[3]</sup>。面对越来越多元化的中国出境旅游市场, 学术界对中国出境旅游者的研究仍相对不足, 尤其是国内学术界, 对此领域几乎不感兴趣<sup>[4-6]</sup>。

风险和安全问题被认为是国际旅游者担忧的主要问题之一<sup>[7]</sup>。在我国出境旅游市场规模与日俱增的同时, 近年来中国游客在海外遭遇的突发安全事故也备受关注, 如马来西亚游客船只失联、台湾桃园游客大巴起火、中国游客南非遭持枪抢劫事件等等。大量的国内外实证研究表明, 出境旅游者对风险的感知会致使旅游者的旅游行为发生缩减, 甚至导致他们改变原先的旅行计划<sup>[8]</sup>。同风险一样,

---

**作者简介:** 朱诗荟 (1989—) 女, 助理规划师, 硕士, 研究方向为旅游规划、旅游者行为。

制约也有可能使人们避开特定的旅游目的地或旅游行为。在理解旅游者的决策过程时,需要同时探讨影响他们决策的正面(如动机)和负面(如制约)因素<sup>[9]</sup>。然而,学术界对旅游制约的关注程度相对较低。探讨人们不参与旅游活动的原因有着十分重要的意义,它不仅可以帮助旅游营销组织进行产品的开发和市场营销策略的设计<sup>[10]</sup><sup>136</sup>,而且有助于预测未来的旅游需求<sup>[11]</sup><sup>906</sup>。同样的,了解旅游者对风险的感知也有助于预测他们未来的旅游需求与行为。

本文以中国出境旅游者作为研究对象,论证他们的家庭经济状况、过往旅游经验、感知制约、感知风险与出境旅游意向之间的关系,并探讨感知制约与感知风险的内在结构及两者间的关系,从而进一步丰富已有文献对中国出境旅游者的认识,并弥补过去学者们对感知制约与感知风险两个概念之间关系界定的不足。

## 二、相关研究

### (一) 我国出境旅游者的出游意向研究

根据已有研究,我国居民的人口统计学特征和心理学特征对其出境旅游意向存在影响。Yang & Wu<sup>[12]</sup><sup>1111</sup>对中国家庭动态跟踪调查数据进行分析,提出可以用年龄、户口类型、个人收入、受教育程度、国内旅游参与程度、外语熟练度、生活满意度和互联网使用程度来解释居民是否愿意出境旅游。Sparks & Pan<sup>[13]</sup><sup>483</sup>基于计划行为理论,指出知觉控制和主观规范对中国居民赴澳大利亚的旅游意向影响较态度更大。Zhang & Zhang<sup>[14]</sup><sup>592</sup>根据中国居民出境旅游意向的差异,通过机器学习方法划分出五类细分市场,其中三类具有高度出境旅游倾向,另外两类则是国内旅游的忠实拥护者。此外,旅游者的出游意向也会受到目的地熟悉程度的影响。Chen & Lin<sup>[15]</sup><sup>339</sup>指出,对台湾熟悉度越高的中国旅游者更有意向赴台旅游。

### (二) 感知制约与中国出境旅游者

作为休闲学独特的分支领域,西方休闲制约(Leisure Constraints)研究开始于20世纪80年代初期<sup>[16]</sup>。在近40年的研究历程中,最受关注并获得广泛认同的是Crawford & Godbey<sup>[17]</sup>于1987年首次提出的休闲制约模型(Leisure Constraints Model, LCM),该模型共包含三种类型的制约:内在心理性制约、人际关系性制约和结构性制约。

根据LCM,内在心理性制约属于制约的第一个层次,涉及个人的心理状态与特征,如与休闲活动偏好相关的缺乏兴趣、紧张、沮丧、焦虑、对个人技能的认识等;人际关系性制约属于制约的第二个层次,涉及社会交往或不同个体特征之间的关系,比如找不到旅行的同伴;结构性制约属于制约的第三个层次,在休闲偏好与休闲参与之间能起到调停作用,比如缺乏时间、金钱、信息、休闲资源,或气候不适宜性等<sup>[18]</sup>。

尽管LCM起初只用于解释人们参与休闲活动的制约因素,但是后来学者们也将其在旅游行为研究领域进行了检验<sup>[10]</sup><sup>138</sup>。Nyaupane, Morais & Graefe<sup>[19]</sup><sup>540</sup>通过研究阻碍人们参与自然旅游活动的因素,验证了LCM在自然旅游制约研究中的适用性。Gilbert & Hudson<sup>[11]</sup><sup>906</sup>对滑雪旅游市场进行研究,发现从未参与过滑雪运动的被调查者相对于参与者而言,受到了更多内在心理性因素的制约,而经济因素对

这两类人群的限制都是最主要的。Fleischer & Pizam<sup>[20]</sup>的研究发现，时间、可支配收入和健康是制约以色列老年人参与旅游活动的三大主要因素。Hinch & Jackson<sup>[21]</sup>探讨了 LCM 对理解旅游季节性的价值，并指出该框架能为季节性研究提供更为深入的见解。Zhang, Zhang & Cheng 等<sup>[22]</sup>将 LCM 应用于书法景观体验的研究中，一方面验证了该模型的适用性，另一方面发现内在心理性制约对游客偏好有负面作用，而人际关系性制约和结构性制约对游客参与和满意度均没有任何影响。

中国出境旅游的快速发展虽然受到了全球性的关注，但是针对中国出境旅游者的感知制约研究却仍屈指可数<sup>[10]137</sup>。Zhou, King & Turner<sup>[23]</sup>的研究结果表明，“签证获取的困难”是阻碍中国公民出境旅游的主要因素，同时受访者还表达了对“不利的汇率因素”的担忧。Chen<sup>[24]</sup>提出，制约中国旅游市场增长的因素包括国家政策、语言、签证、目的地营销等。Hsu & Lam<sup>[25]60</sup>通过对中国大陆居民的调查发现，阻碍他们赴港旅游的五大因素包括价格昂贵、缺乏旅行社、短暂的假期、获取签证的困难和安全因素。Huang & Hsu<sup>[26]191</sup>通过焦点小组访谈，发现时间和金钱是两个最常被提到的赴港旅游制约因素。Li<sup>[27]137</sup>的研究同样发现，旅行费用和工作承诺是阻碍中国旅游者踏出国门的最主要因素。Huang & Hsu<sup>[28]29</sup>以赴港大陆游客为研究对象，发现缺乏兴趣是影响其重游意向的唯一制约因子。Li, Zhang & Mao 等<sup>[29]629</sup>通过因子分析得出中国出境旅游者的四类感知制约，分别是结构性制约、文化制约、信息制约和知识制约，并在此基础上进行了细分市场的划分与研究。Zhang<sup>[30]162</sup>研究发现，时间、收入和健康等是北京出境旅游者的主要制约因素，同时，经济因素、签证难度和语言障碍这三类制约对他们的出境旅游参与度起到了负面作用。Lai, Li & Harrill<sup>[10]136</sup>通过质性研究方法探讨了赴美中国旅游者的感知制约，发现内在心理性制约和结构性制约对中国出境旅游者而言非常重要，并表示休闲制约模型比较适用于中国旅游者对出境旅游的感知制约研究。李享<sup>[31]35</sup>通过因子分析等方法指出，老年人出国旅游比中年人更容易受到安全因素制约，他们的出国旅游活动与主观年龄之间会产生交互影响。

综上，虽然感知制约在西方语境中的研究已有了相当程度的积累，但立足于中国这一特殊文化背景下的感知制约研究却相对较少。值得一提的是，在上述大部分有关中国出境旅游制约的研究中，制约本身并不是研究的主要关注点。同时，绝大部分研究者都是针对特定的一类群体，如赴美中国游客<sup>[10]136</sup>、北京出境游客<sup>[30]149</sup>、中国老年人<sup>[31]35</sup>，缺乏面向更大范围群体的全面性研究。

### （三）感知风险与中国出境旅游者

当谈及人们为何避免某种特定行为时，不同的学者采用不同的概念进行阐释。除了上文所综述的“制约”外，还有“风险”（Risk）<sup>[32-33]</sup>、“抑制因素”（Inhibitor）<sup>[26,34]</sup>、“障碍”（Barrier）<sup>[25,27]</sup>等。在有些学者看来，如 Huang 等<sup>[26]192</sup>和 Lai 等<sup>[10]137</sup>，以上概念都极其相似甚至相同，还有学者认为风险属于内在心理性制约的一部分<sup>[11,19,35]</sup>。但是，他们从未对这两个概念之间的关系进行定量的研究。

当旅游者购买旅游产品时，他们所要做的决策中就包含一定程度的风险，其中包含了功能性风险、身体风险、经济风险、社会风险和心理风险等<sup>[32]112</sup>。出境

旅游具有非常高的敏感度，非常容易受到境外旅游目的地环境要素的影响，包括政治要素、社会要素、经济要素、自然要素等<sup>[8]8</sup>。因此，国际旅游者也是对外界条件相对敏感的群体，他们对目的地可能产生的任何类型的风险都表现得更为敏感。相关研究表明，中国出境旅游者在选择目的地时，更注重其安全的环境<sup>[36]</sup>，在感知到风险的情况下，他们会尽量避免出游，从而保护自身安全<sup>[37]</sup>。Teng<sup>[38]</sup>用层次分析法和模糊逻辑模型来定量地测量旅游者的风险感知，研究发现，在具有较高教育程度的大陆游客看来，新加坡是最安全的目的地，马来西亚仅次，泰国排在最后。Quintal等<sup>[39]</sup>在对比中国、韩国、日本三国旅游者对前往澳大利亚旅游所带来的风险的感知后，得出了“中国和韩国游客的感知风险要显著高于日本游客”的结论。

### 三、概念框架及研究假设

本研究的概念框架及研究假设如图1所示。在文献综述的基础上提出了八个假设。

H1：感知风险影响出境旅游意向。

国内外大量的实证研究表明，自然灾害、恐怖主义事件、经济危机等重大危机事件，会影响旅游者对目的地的信心，促使出境旅游者形成感知风险，缩减他们的旅游行为<sup>[8]8</sup>。Sonmez &

Graefe<sup>[40]171</sup>的研究结果显示，国际旅游者的感知风险是他们避开特定旅游目的地强有力的预测指标。Zhang & Zhang<sup>[14]592</sup>指出，有孩子需要供养、对安全因素比较关注的已婚男性居民通常拥有较低的出境旅游意向。因此，本研究假设中国居民对出境旅游的感知风险会影响其出境旅游意向。

H2：感知制约影响出境旅游意向。

当人们感知到他们缺乏进行某项特定旅游活动的资源（如时间或金钱），他们的旅游意向会有明显的下降<sup>[13]485</sup>。语言障碍、距离、高消费、签证难度等一系列因素都可能阻碍中国居民出境旅游，而克服这些因素，或仅仅只是感知到有这些制约的存在，都可能成为决定其旅游意向的重要因素<sup>[13]486</sup>。因此，本研究假设中国居民对出境旅游的感知制约会影响其出境旅游意向。

H3：过往旅游经验影响出境旅游意向。

Huang & Hsu<sup>[28]29</sup>发现，大陆游客过往的赴港旅游经验对其重游香港的意向起到了正面的作用。Chen等<sup>[15]339</sup>的研究结果显示，在有意向赴台旅游的细分市场中，大部分游客都拥有相对丰富的出境旅游经验。旅游者的国内旅游经验也可以用来预测他们出境旅游需求，因为对于那些喜爱国内旅游的人而言，他们逐渐

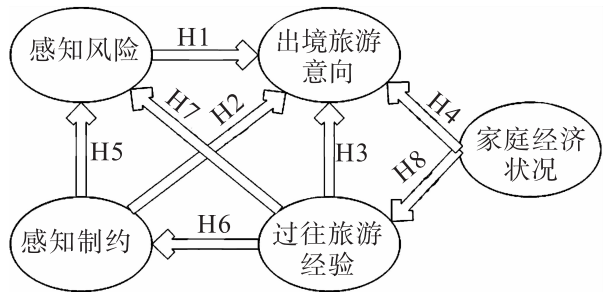


图1 概念框架及研究假设

积累的旅游经验会拓展其旅游视野，从而引发他们对出境旅游的兴趣和意向<sup>[12]1111</sup>。因此，本研究假设中国居民的过往旅游经验（包括国内旅游和出境旅游）会影响其出境旅游意向。

H4：家庭经济状况影响出境旅游意向。

众多研究表明，个人的可支配收入是其国际旅游需求的关键性决定因素<sup>[41]203</sup>。Qu & Lam<sup>[42]593</sup>对日益增长的大陆游客赴港需求进行分析，发现人均可支配收入是两个显著性影响因子其中之一。个人收入还可能对出境旅游产生非线性的影响，Cai, Lehto & O'leary<sup>[43]</sup>的研究指出赴美中国游客的收入存在两处极端分布。因此，本研究假设中国居民的家庭经济状况会影响其出境旅游意向。

H5：感知制约影响感知风险。

感知风险通常指消费者对可能产生的损失的主观预期<sup>[44]</sup>，这种预期值越高，他们越倾向于取消旅游计划。Huang & Hsu<sup>[26]192</sup>和Lai, Li & Harrill<sup>[10]137</sup>认为，风险和制约是两个非常相似的概念。然而，感知制约所包含的内容要远大于感知风险，感知风险仅属于内在心理性制约的范畴<sup>[11,19,35]</sup>。因此，本研究假设中国居民对出境旅游的感知制约会影响其对出境旅游风险的感知。

H6：过往旅游经验影响感知制约。

Gilbert & Hudson<sup>[11]906</sup>的研究发现，未参与滑雪运动的被调查者所感知的内在心理性制约程度要显著地高于滑雪活动参与者。Lai, Li & Harrill<sup>[10]136</sup>通过质性研究方法探讨了中国旅游者赴美旅游的感知制约，其中，语言障碍被认为是相对缺乏经验的旅游者所感知的结构性障碍之一，没有出境旅游经验的旅游者还强调了人际关系性制约对他们的影响。因此，本研究假设中国居民的过往旅游经验会影响他们对出境旅游的感知制约。

H7：过往旅游经验影响感知风险。

过往的国际旅游经验可能会使旅游者对未来的旅行更有信心，尽管他们感知到了一定的风险。Sonmez & Graefe<sup>[7]112</sup>的研究结果表明，当被调查者的旅游经验更丰富时，他们的风险感知水平也会随之下降。因此，本研究假设中国居民的过往旅游经验会影响他们对出境旅游的感知风险。

H8：家庭经济状况影响过往旅游经验。

出境旅游持续被认为是一项昂贵的活动<sup>[29]629</sup>。Sonmez & Graefe<sup>[7]112</sup>指出，收入水平越高的旅游者，他们的国际旅游经验也相对更丰富。Chen等<sup>[15]339</sup>的研究发现，有意向赴台旅游的群体，大部分都是拥有丰富国际旅行经验的高收入人群。因此，本研究假设中国居民的家庭经济状况会影响他们的过往旅游经验。

## 四、研究方法

### （一）问卷设计

本研究问卷共有五个部分，分别是过往旅游经验、对出境旅游的感知制约、出境旅游意向、对出境旅游的感知风险、个人基本信息。

### （二）数据收集

本研究以中国大陆居民为调查对象，故样本所覆盖的地域范围要尽可能大，所

属地区要尽可能多样化。而作为一种以计算机和互联网为主要技术工具的调查方法,网络调查使得研究者在选择和招募受访者时可以轻易地跨越地域范围的限制,扩大研究的范围。另外,由于互联网的匿名性特点,在一定程度上也有助于受访者提供相对较真实的回答和信息<sup>[45]50</sup>。因此,本研究采用了基于滚雪球抽样的网络调查方法。滚雪球抽样是指通过既有研究对象获取更多研究对象的累积过程。

尽管网络调查具有一些传统调查法所无法比拟的优点,但如同邮寄或面访调查一样,存在覆盖范围误差、无应答误差以及非随机抽样误差等等<sup>[45]55</sup>。为了克服这些问题,李政忠<sup>[46]</sup>提出需注意以下事项:为提高样本代表性,必须事先对抽样的母体特征进行严格定义;需参考普查数据,注意调查内容与目标母体是否兼容,避免过度推断样本数据的结果;记录填答者的IP地址,以检查是否有重复填答情况发生;将网络调查的信息公告在不同的网站,避免只针对少数几个讨论群组。因此,本研究选择问卷星专业版作为问卷发放的平台,从而避免问卷的重复填答。在问卷传播的渠道上,选取了受众面较大的新浪微博、微信朋友圈、QQ及时通讯工具等。同时,为控制问卷质量,本研究还将填写时间过短的问卷设为无效样本。

本研究于2014年3月6日至7日进行预调研,共回收有效问卷50份。运用PASW Statistics 18对预调查样本进行了信度检验,检验通过。2014年3月11日至2014年4月9日发放正式问卷,回收的206份问卷中有效样本有194份,问卷有效率94%。2015年4月1日至2015年4月7日进行补充调研,回收的269份问卷中有效样本有259份,问卷有效率96%。运用PASW Statistics 18对两次调研的数据进行信度检验、卡方检验和独立样本T检验,信度检验通过,卡方检验和T检验均未发现有任何显著性差异。因此,两次调研的数据可以进行合并分析,样本量共计453个。

## 五、结构方程模型

在结构方程模型分析前,首先对实际出境者样本的感知风险进行探索性因子分析,基于所得因子结构,对未出境者样本进行验证因子分析,模型的各项拟合指数均达标。同时,根据LCM理论,对全部样本的感知制约进行验证性因子分析,模型的绝大部分拟合指数达标。由于篇幅所限,此处不再附详细数据说明。

### (一) 测量模型

本研究的结构方程模型中共包含7个测量模型,其中,物理风险和结构性制约两个测量模型中的观测变量超过3个,为降低后续结构模型的复杂程度,增加模型的可识别性,因此将这两组测量模型进行项目组合操作,将其观测变量缩减为3个。从表1中可以看出,所有测量模型的AVE值均在0.5以上,表示潜在变量的聚敛能力比较理想,CR值绝大多数在0.7以上(内在心理性制约的测量模型CR值

表1 测量模型的 AVE 和 CR 值

变量	AVE	CR
物理风险	0.62	0.83
经济风险	0.68	0.81
社会心理风险	0.51	0.76
结构性制约	0.53	0.77
内在心理性制约	0.51	0.67
人际关系性制约	0.65	0.79
过去的旅游经验	0.60	0.81

为 0.67，也在可接收范围内），说明测量的稳定性较高。

(二) 结构模型

结构方程模型的整体拟合指数如表 2 所示，全部指数均达到了门槛值，说明该假设模型与观测数据之间的适配度较高，能较好地反映观测变量与潜在变量、内生变量与外生变量之间的关系。

表 2 SEM 整体拟合指数汇总

拟合指数	绝对拟合指数				比较拟合指数			简约拟合指数	
	GFI	AGFI	RMSEA	SRMR	NFI	CFI	IFI	PNFI	PGFI
门槛值	>0.90	>0.90	<0.08	<0.08	>0.90	>0.90	>0.90	>0.50	>0.50
SEM	0.939	0.919	0.044	0.052	0.911	0.956	0.957	0.762	0.711

研究设计中提出的八大假设（H1 - H8）中的 8 对潜在变量之间的关系如表 3 所示，除了 H1 的路径系数在 5% 水平下显著外，其他路径系数均在 1% 的水平下显著，全部假设通过。结构模型中所有潜在变量之间的相关系数见图 2。

表 3 研究假设对应的潜变量关系及假设结论

研究假设	标准路径系数	t 值	结论
H1：感知风险→出境旅游意向	0.133	2.327 *	通过
H2：感知制约→出境旅游意向	-0.201	-3.152 **	通过
H3：过往旅游经验→出境旅游意向	0.588	8.446 **	通过
H4：家庭经济状况→出境旅游意向	0.191	4.806 **	通过
H5：感知制约→感知风险	0.463	5.715 **	通过
H6：过往旅游经验→感知制约	0.403	6.122 **	通过
H7：过往旅游经验→感知风险	-0.236	-3.452 **	通过
H8：家庭经济状况→过往旅游经验	0.156	3.095 **	通过

注：\*表示  $P < 0.05$ ，\*\*表示  $P < 0.01$ 。

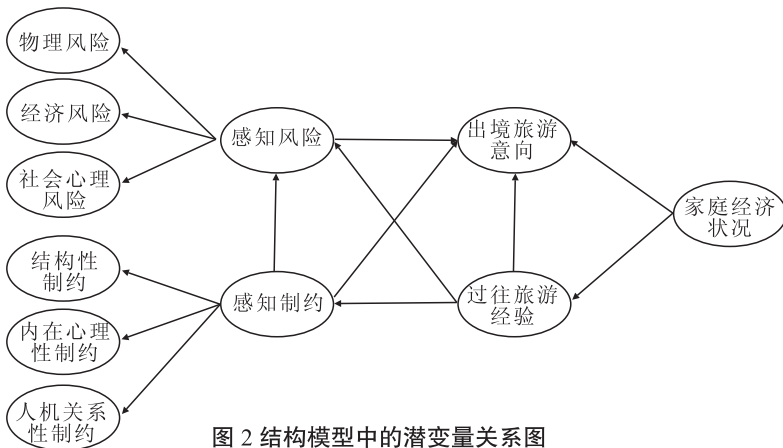


图 2 结构模型中的潜变量关系图

根据图 2，被调查者的出境旅游意向受其家庭经济状况、过往旅游经验、感知风险、感知制约影响。家庭经济状况越好的被调查者，他们出境旅游的意向越

强,这与 Qu & Lam<sup>[42]597</sup>和 Song & Li<sup>[41]220</sup>的研究结果相一致。当被调查者的旅游经验越是丰富时,他们更倾向于出境旅游, Huang & Hsu<sup>[28]44</sup>和 Yang & Wu<sup>[12]1126</sup>也得到了相似的结论。对出境旅游的风险感知程度越高的被调查者,他们的出境旅游意向越高,这与 Sonmez & Graefe<sup>[40]177</sup>和 Zhang & Zhang<sup>[14]608</sup>的研究结果相悖,也看似不符合常理。然而, Plog<sup>[47]</sup>和 Moutinho<sup>[32]22</sup>均提出,可以根据人们对风险的承受水平将他们分为风险规避和风险承担等类型。因此,对于风险承受能力较强的人群,即使他们感知到较高水平的风险,也仍然会倾向继续旅游活动。风险承受能力变量可以更好地解释风险感知与出境旅游意向之间的关系。当被调查者感知到越多制约时,他们越不倾向于出境旅游, Sparks & Pan<sup>[13]492</sup>的研究也论证了相似的观点。

被调查者的感知风险受其过往旅游经验和感知制约影响。旅游经验越是丰富的被调查者,他们对出境旅游风险的感知程度越高, Sonmez & Graefe<sup>[7]143</sup>的研究也表明,当旅游者的经验更丰富时,其风险感知水平也会随之下降。当被调查者感知到越多制约时,他们往往也感知到越多风险。感知风险属内在心理性制约的范畴<sup>[11,19,35]</sup>,当人们的内在心理性制约感知程度越高时,他们对风险的感知水平也相应较高。

被调查者的家庭经济状况对过往旅游经验有正面影响。正如 Sonmez & Graefe<sup>[7]143</sup>所指出,收入水平越高的旅游者通常拥有更为丰富的旅游经验。而旅游经验越是丰富的被调查者,他们感知的出境旅游制约程度越高。消费者行为学中“幸福的无知效应”(blissful ignorance effect)指出,相较掌握更多详细与独特的商品信息的消费者而言,了解到的商品信息越模糊的消费者,他们的购买过程更轻松、更愉快<sup>[48]</sup>。相似地,没有出境旅游经验的人们,他们没有经历过出境旅游的全套程序,对其中可能遇到的困难并不了解,这种“无知”就可能导致他们所感知的制约程度相对较低。值得一提的是,出境者对签证制约的感知水平仅次于花费和时间,这说明有过出境旅游经验的被调查者认为办理签证的难度会给他们的出境旅游带来阻碍。

## 六、结论与讨论

### (一) 结论

本研究通过网络问卷调查获取数据,运用因子结构方程模型对数据进行分析,得出了如下主要结论:

第一,休闲制约模型中的结构性制约、内在心理性制约和人际关系性制约三层结构被验证性因子分析证实存在于本研究的被调查者对出境旅游制约的感知中。

第二,本研究的出境旅游感知风险可以被分为物理、经济和社会心理三种类型的风险。

第三,根据结构方程模型,可知家庭经济状况越好、过往旅游经验越丰富、对出境旅游制约的感知程度越低的被调查者拥有更强烈的出境旅游意向。然而,感知风险对出境旅游意的影响是正向的,这说明对出境旅游风险的高感知程度并

不一定意味着低出游意向,人们对风险的承受能力可能才是更有力的解释变量。

第四,感知制约包含感知风险这一结论得到了间接的证实,但两者之间的关系还有待进一步验证。

## (二) 讨论

本研究首次对感知制约与感知风险之间的关系进行了研究,质疑了过往一些学者的观点,提出假设并在一定程度上证实了感知风险是感知制约中的内在心理性制约的组成部分。此外,本研究将家庭经济状况、过往旅游经验、感知制约、感知风险、出境旅游意向这五个变量纳入到一个模型中,系统地研究了他们之间的关系,得出了影响被调查者的出境旅游意向的不同因素,为目的地营销组织提供了一些线索。

除以上主要贡献外,本研究还存在以下不足:

首先,由于采用的是网络问卷调查方法,本研究的样本所代表的总体局限于经常使用电脑、手机等设备上网的群体,并不能代表全体中国居民。在未来的研究中,将进行实地的问卷调查,扩大样本所代表的总体范围。

其次,本研究将出境旅游视作一个整体,考察被调查者对制约与风险的感知时并没有指向任何具体的旅游目的地。尽管相比国内旅游而言,出境旅游是一项高风险、高投入的旅游活动,但是对于不同的出境旅游目的地,旅游者的感知制约与感知风险也很可能存在差异。因此,在未来的研究中,将把旅游目的地特征纳入考察的范畴内。

最后,本研究对感知风险和出境旅游意向之间关系的探索仍留存疑问,结构方程模型分析中所得到的正面影响这一结果未得到充分可信的解释。在未来的研究中,将进一步研读文献,加入诸如“风险承受能力”等变量,从而更好地解释人们的风险感知与出境旅游意向之间的关系。

## [参考文献]

- [1] 中国旅游研究院. 中国出境旅游发展年度报告 2016 [M]. 北京: 旅游教育出版社, 2016: 1.
- [2] WOLFGANG A G. The second wave of Chinese outbound tourism [J]. *Tourism Planning & Development*, 2013, 10 (2): 126 - 133.
- [3] 杨劲松. 大众时代的出境旅游和解决方案 [J]. *旅游学刊*, 2011, 26 (7): 10 - 11.
- [4] KEATING B, KRIZ A. Outbound tourism from China: Literature review and research agenda [J]. *Journal of Hospitality and Tourism management*, 2008, 15 (1): 32 - 41.
- [5] LEE S, JEON S, KIM D. The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: The case of Chinese tourists in Korea [J]. *Tourism Management*, 2011, 32 (5): 1115 - 1124.
- [6] XIANG Y. The characteristics of independent Chinese outbound tourists [J]. *Tourism Planning & Development*, 2013, 10 (2): 134 - 148.
- [7] SONMEZ S F, GRAEFE A R. Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions [J]. *Annals of Tourism Research*, 1998, 25 (1): 112 - 144.
- [8] 戴琳琳. 出境旅游中危机事件的影响分析及其应对策略 [J]. *旅游学刊*, 2011, 26 (9): 8 - 9.
- [9] JACKSON E L. Leisure constraints research: Overview of a developing theme in leisure studies [M] // JACKSON E L. *Constraints to leisure*. Edmonton: Venture Pub., 2005: 3 - 19.
- [10] LAI C, LI X R, HARRILL R. Chinese outbound tourists' perceived constraints to visiting the United States [J]. *Tourism Management*, 2013, 37: 136 - 146.

- [11] GILBERT D, HUDSON S. Tourism demand constraints: A skiing participation [J]. *Annals of Tourism Research*, 2000, 27 (4): 906 – 925.
- [12] YANG Y, WU X. Chinese Residents' Demand for Outbound Travel: Evidence from the Chinese Family Panel Studies [J]. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2014, 19 (10): 1111 – 1126.
- [13] SPARKS B, PAN G W. Chinese outbound tourists: Understanding their attitudes, constraints and use of information sources [J]. *Tourism Management*, 2009, 30 (4): 483 – 494.
- [14] ZHANG C, ZHANG J. Analysing Chinese citizens' intentions of outbound travel: a machine learning approach [J]. *Current Issues in Tourism*, 2014, 17 (7): 592 – 609.
- [15] CHEN C C, LIN Y H. Segmenting Mainland Chinese Tourists to Taiwan by Destination Familiarity: a Factor - cluster Approach [J]. *International Journal of Tourism Research*, 2012, 14 (4): 339 – 352.
- [16] 林岚, 施林颖. 国外休闲制约研究进展及启示 [J]. *地理科学进展*. 2012, 31 (10): 1377 – 1389.
- [17] CRAWFORD D W, GODBEY G. Reconceptualizing barriers to family leisure [J]. *Leisure sciences*, 1987, 9 (2): 119 – 127.
- [18] CRAWFORD D W, JACKSON E L, GODBEY G. A hierarchical model of leisure constraints [J]. *Leisure sciences*, 1991, 13 (4): 309 – 320.
- [19] NYAUPANE G P, MORAIS D B, GRAEFE A R. Nature tourism constraints: A cross - activity comparison [J]. *Annals of Tourism Research*, 2004, 31 (3): 540 – 555.
- [20] FLEISCHER A, PIZAM A. Tourism constraints among Israeli seniors [J]. *Annals of Tourism Research*, 2002, 29 (1): 106 – 123.
- [21] HINCH T, JACKSON E. Leisure constraints research: Its value as a framework for understanding tourism seasonability [J]. *Current Issues in Tourism*, 2000, 3 (2): 106 – 187.
- [22] ZHANG H, ZHANG J, CHENG S, et al. Role of constraints in Chinese calligraphic landscape experience: An extension of a leisure constraints model [J]. *Tourism Management*, 2012, 33 (6): 1398 – 1407.
- [23] ZHOU L, KING B, TURNER L. The China outbound market: An evaluation of key constraints and opportunities [J]. *Journal of Vacation Marketing*, 1998, 4 (2): 109 – 119.
- [24] CHEN C. Rising Chinese Overseas Travel Market and Potential for the United States [EB/OL]. (2016 - 01 - 22) [2017 - 03 - 08]. <http://www.hotel-online.com/Trends/AdvancesInHospitalityResearch/ChineseTravelMarket998.html>.
- [25] HSU C, LAM T. Mainland Chinese travelers' motivations and barriers of visiting Hong Kong [J]. *Journal of Academy of Business and Economics*, 2003, 2 (1): 60 – 67.
- [26] HUANG S, HSU C H. Mainland Chinese residents' perceptions and motivations of visiting Hong Kong: Evidence from focus group interviews [J]. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2005, 10 (2): 191 – 205.
- [27] LI M. Modeling the travel motivation of Mainland Chinese outbound tourists [D]. West Lafayette: Purdue University, 2007: 3 – 140.
- [28] HUANG S S, HSU C H. Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention [J]. *Journal of Travel Research*, 2009, 48 (1): 29 – 44.
- [29] LI M, ZHANG H, MAO I, et al. Segmenting Chinese outbound tourists by perceived constraints [J]. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2011, 28 (6): 629 – 643.
- [30] ZHANG W. The motivations, constraints and decision - making of Beijing outbound tourists [D]. Hamilton: The University of Waikato, 2009: 149 – 162.
- [31] 李享. 中国老年人出国旅游需求与制约——基于北京中老年人市场调查 [J]. *旅游学刊*, 2014, 29 (9): 35 – 45.
- [32] MOUTINHO L. Consumer behaviour in tourism [J]. *European journal of marketing*, 1987, 21 (10): 5 – 44.
- [33] ROEHL W S, FESENMAIER D R. Risk perceptions and pleasure travel: An exploratory analysis [J]. *Journal of Travel Research*, 1992, 30 (4): 17 – 26.
- [34] UM S, CROMPTON J L. The roles of perceived inhibitors and facilitators in pleasure travel destination deci-

- sions [J]. *Journal of travel research*, 1992, 30 (3): 18–25.
- [35] NYAUPANE G P, ANDERECK K L. Understanding travel constraints: Application and extension of a leisure constraints model [J]. *Journal of Travel Research*, 2007, 46 (4): 433–439.
- [36] 郭英之, 张红, 宋书玲, 等. 中国出境旅游目的地市场定位研究 [J]. *旅游学刊*, 2004, 19 (4): 27–32.
- [37] 陈楠, 乔光辉, 刘力. 出境游客的旅游风险感知及旅游偏好关联研究——以北京游客为例 [J]. *人文地理*, 2009 (6): 97–102.
- [38] TENG W. Risks perceived by Mainland Chinese tourists towards Southeast Asia destinations: A fuzzy logic model [J]. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2005, 10 (1): 97–115.
- [39] QUINTAL V A, LEE J A, SOUTAR G N. Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example [J]. *Tourism Management*, 2010, 31 (6): 797–805.
- [40] SONMEZ S F, GRAEFE A R. Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety [J]. *Journal of travel research*, 1998, 37 (2): 171–177.
- [41] SONG H, LI G. Tourism demand modelling and forecasting: A review of recent research [J]. *Tourism Management*, 2008, 29 (2): 203–220.
- [42] QU H, LAM S. A travel demand model for Mainland Chinese tourists to Hong Kong [J]. *Tourism Management*, 1997, 18 (8): 593–597.
- [43] CAI L A, LEHTO X Y, O'LEARY J. Profiling the US-bound Chinese travelers by purpose of trip [J]. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 2001, 7 (4): 3–16.
- [44] DHOLAKIA U M. A motivational process model of product involvement and consumer risk perception [J]. *European Journal of marketing*, 2001, 35 (11/12): 1340–1362.
- [45] 赵国栋, 黄永中. 网络调查研究方法概论 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2008: 50–55.
- [46] 李政忠. 网络调查所面临的问题与解决建议 [J]. *资讯社会研究*, 2004 (6): 1–24.
- [47] PLOG S C. Why destination areas rise and fall in popularity [J]. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 1974, 14 (4): 8–55.
- [48] 希夫曼, 卡纽克, 维森布利特. 消费者行为学 [M]. 第10版. 北京: 中国人民大学出版社, 2011: 124–128.

## The influence of Chinese residents' constraints and risks perception towards outbound travel intention

ZHU Shihui

(China Academy of Urban Planning & Design, Beijing 100037, China)

**Abstract:** As No. 1 global tourism source market, the Chinese outbound travel market has received much attention both at home and abroad in the past ten years. However, security incidents happened to Chinese outbound tourists cannot be neglected. People's risks and constraints perception will cause them to change their travel behavior. As a result, it's of great importance to have thorough knowledge of Chinese tourists' risks and constraints perception towards outbound travel. Also, the DMOs can better forecast their demands and travel behavior with these information. This study uses SEM analysis to testify the relationship among respondents' household financial condition, past travel experience, perceived constraints, perceived risks, and their intention towards outbound travel. It is found that respondents with better household financial condition, richer past travel experience, and lower perception of constraints have stronger intention towards outbound travel. The relationship between perceived risks and outbound travel intention needs further verification.

**Keywords:** outbound travel; travel intention; perceived constraints; perceived risks