

基于链式多重中介模型的低碳旅游动机对游客行为意向的影响研究

方淑苗^{1, 2}, 方帆³

(1. 巢湖学院 工商管理学院, 安徽 巢湖 238024; 2. 菲律宾克里斯汀大学, 菲律宾 马尼拉 1004;
3. 巢湖学院 教务处, 安徽 巢湖 238024)

摘要: 低碳旅游对于旅游业高质量发展具有举足轻重的意义。本研究以巢湖国家级休闲旅游区为案例地发放调研问卷, 构建一个链式多重中介模型, 探寻旅游者低碳旅游动机对其行为意向的影响机制。通过 SPSS 和 Amos 软件的数据分析发现: 基于“推—拉”理论, 旅游者低碳旅游动机对其行为意向有显著正向影响; 基于“逃避—寻求”理论, 地方依赖在低碳旅游动机和行为意向之间起到中介作用; 基于“计划行为理论”, 地方认同在低碳旅游动机和行为意向之间起到中介作用; 基于“动机—感知—行为”的社会认知理论, 地方依赖和地方认同在两者间发挥链式多重中介作用。本文基于研究结论, 针对性地提出相关建议, 以期为理论研究提供可能的研究新视角, 同时为旅游目的地低碳发展实践提供可行的参考。

关键词: 低碳旅游动机; 地方依赖; 地方认同; 行为意向

中图分类号: F590.3

文献标识码: A

文章编号: 2095-8382(2021)05-059-07

Research on the Impact of Low-Carbon Tourism Motivation on Tourists' Behavior Intention Based on Chain Multiple Mediating Model

FANG Shumiao^{1, 2}, FANG Fan³

(1. School of Business Administration, Chaohu University, Chaohu 238024, China; 2. Philippine Christian University, Philippine Manila 1004; 3. Teaching Affairs Office, Chaohu University, Chaohu 238024, China)

Abstract: Low carbon tourism plays an important role in the high-quality development of tourism. In this study, a research questionnaire was distributed in Chaohu national tourism and leisure area to construct a chain multi mediating model exploring the mechanism of tourists' low-carbon tourism motivation on their behavior intention. With data analysis softwares SPSS and Amos, it is found that: based on the push-pull theory, tourists' motivation for low-carbon tourism has a significant positive effect on their behavior intention; based on the "escape-seeking" theory, place dependence mediates between low carbon tourism motivation and behavior intention; based on the theory of planned behavior, place identity mediates between low-carbon tourism motivation and behavior intention; based on the social cognitive theory of "motivation, perception, behavior", place dependence and place identity play a chain multiple mediating role between tourists' motivation and behavior. This paper put forward suggestions accordingly, in order to provide possible perspectives for theoretical studies and low-carbon development of tourism destinations.

Keywords: low-carbon tourism motivation; place dependence; place identity; behavior intention

收稿日期: 2021-04-02

基金项目: 国家自然科学基金青年基金(71802001); 巢湖学院校级重点科研项目(XWZ-202001)

作者简介: 方淑苗(1989-), 女, 讲师, 博士研究生。研究方向: 旅游品牌营销。

2020年10月,习近平总书记在党的十九届五中全会上提出,到2035年要“广泛形成绿色生产生活方式,碳排放达峰后稳中有降,生态环境根本好转,美丽中国建设目标基本实现。”通常,人们认为旅游业是碳排放最少的环保型产业,但随着旅游业的蓬勃发展,旅游交通、住宿豪华装修、土特产过度包装等也造成了不可小觑的碳排放^[1]。如果其他经济单位响应政策号召有效降低排放后,旅游业反而将成为碳排放的第一大责任主体^[2]。在此严峻的形势下,低碳旅游概念逐渐进入人们视野,成为绿色生态旅游理论和实践研究的新领域^[3]。我国对于低碳旅游的研究起步较晚,且多为定性研究,学者们主要探讨低碳旅游的内涵、特点、形成机制,以及从运营方的角度探寻发展模式、总结示范经验、提出对策建议等,较少用定量的研究方法从旅游者的角度来剖析个体的内在动力机制^[4]。实际上,越来越多的高素质旅游者已经开始主动关注自身旅游行为对环境的影响,并愿意在过程中采取低碳旅游的方式,以期实现旅游休闲和低碳环保的双赢,即拥有低碳旅游动机。

行为意向是个体行为发生的重要前提,游客行为意向主要是指将来重复游览和向他人进行口碑推荐的意愿,对于旅游目的地的发展具有十分重要的意义^[5]。根据“推—拉”理论,内在动机会引起个体行为的发生^[6],旅游者的低碳旅游动机也可能有效激发其重游和推荐的行为意向。这些旅游者在重复游览时仍然会实施低碳行为,并会向他人宣传推介该地低碳旅游的优势,吸引低碳环保型游客的到来,这都有利于旅游地的低碳环境保护,形成珍贵的良性循环和外溢效应,减少获客成本,降低生态压力^[7]。另外,“动机—感知—行为”的社会认知理论认为,在动机引致行为发生的传导机制中,可能存在感知变量的中介作用,地方依赖和地方认同是两个重要的感知变量,描述了旅游者对旅游地积极正面的情感态度。

基于此,本研究将探索旅游者内在的低碳旅游动机对游客行为意向的直接作用,以及地方依赖和地方认同这两个态度感知变量的中介作用,着重构建“低碳旅游动机—地方依赖—地方认同—行为意向”的链式多重中介模型,深层次揭示内部传导路径,厘清低碳旅游动机对于行为意向的影响机

制和关键变量,为理论研究提供可能的研究新视角,同时为旅游目的地低碳发展实践提供可行的参考。

1 理论基础与研究假设

1.1 低碳旅游动机与游客行为意向

动机是行为发生的内在因素,是行为体系研究的逻辑起点。旅游动机是旅游者前往非惯常地进行游憩行为的推动力,根据旅游目的地类型的不同而呈现多元化特征,例如,乡村旅游、黑色旅游、节庆旅游、涉外旅游等的旅游动机都有所不同。随着人居环境的变化以及居民素质的提升,低碳旅游越来越受欢迎。低碳旅游动机是指旅游者主动想要参与亲近自然、减少碳排放的旅游活动的内在愿望。旅游者期望在休闲放松的同时,能够最大限度减少碳排放,保护生态环境。Dann将心理学的“驱力诱因”理论应用到旅游领域,提出著名的“推—拉”理论(push-pull theory),认为个体前往某地旅游是受到内在的“推力”驱使和外在吸引物的“拉力”的共同作用,即产生了旅游动机^[6]。其中,“推力”是指旅游者内在的某些需求,“拉力”是指旅游目的地具备满足这些需求的属性,如果目的地的旅游资源刚好能够满足旅游者的特定需求,旅游者就会形成相应的旅游动机,进而产生旅游行为或者行为意向。例如,现今红色旅游如火如荼,就是因为革命老区具有丰富的红色旅游资源,可满足旅游者缅怀先烈、学习党史的内在需求。大量学者指出,推拉旅游动机能够显著提高游客的忠诚度、重游意愿等,有利于促使旅游行为的发生。因此,针对低碳旅游这一特定的旅游需求而言,低碳旅游动机也能够有效激发游客再次前往该旅游地旅游以及向他人口碑推荐的行为意向。并且,我国学者张宏等通过实证研究发现低碳旅游动机对于低碳旅游行为具有显著正向预测作用^[8]。

因此,本研究提出如下假设:

H1: 低碳旅游动机对游客行为意向具有正向影响

1.2 地方依赖的中介作用

地方依赖(place dependence)属于积极的人地情感联系,当旅游地能够满足旅游者的需要时,就容易产生功能性角度的地方依赖^[9]。目的地的吸

引力、独特性对地方依赖有显著正向影响,其中,原生态的自然环境就是一种强大的吸引力^[10]。“逃避—寻求”理论认为,人们有着逃避日常现实生活的本能动机,想要寻求新奇体验、精神刺激,在非惯常环境中体验新的生活模式,对身心进行休整^[11],例如滑雪旅游、国际慢城旅游等。针对低碳旅游而言,能够通过有效营造安静、休闲、原真、异质的场地氛围,帮助旅游者快速逃离快节奏、喧嚣的现实,寻求清静、安定的精神满足。地方的独特性有助于旅游者产生地方依赖感,亲近自然、返璞归真的低碳旅游动机得到了满足,因而产生了强烈的地方依赖情感。进一步地,地方依赖是旅游者对于特定目的地的依赖和偏好,认为只有前往此地才能满足特定的旅游动机,从而愿意前往该地重复游览以及向他人推荐,孙凤芝等通过实证研究证实地方依赖对行为意向的产生具有正向影响^[12]。因此,本研究提出如下假设:

H2: 地方依赖在低碳旅游动机和游客行为意向之间起到中介作用

1.3 地方认同的中介作用

地方认同(place identity)是指个人对特定旅游地的自我认同感^[13],侧重于情感上的依恋。一方面,动机会对感知、知觉产生影响,个体怀着低碳旅游的动机而来,在原生态的山水草木之间得到充分的满足,于是产生强烈的地方认同感;另一方面,“计划行为理论”认为行为态度等变量对于行为意向具有很强的预测力,能够充分解释“态度—行为”之间的相关性。例如,丁蕾等发现认同感会促使旅外华人实施赴华旅游行为^[14]。“计划行为理论”的运用较为成熟,也被广泛运用在环境保护、生态旅游等领域,可以预测旅游者的旅游决策。游客积极的态度对于行为意向等具有正面影响,地方认同感就属于一种积极的人地情感联结,因而强烈的地方认同感对游客行为意向可能具有正向预测作用。因此,本研究提出如下假设:

H3: 地方认同在低碳旅游动机和游客行为意向之间起到中介作用

1.4 地方依赖和地方认同的链式多重中介作用

地方依赖和地方认同这两个变量最开始常被研究者合二为一,统称为地方依恋。但随着研究的深入,逐渐发现二者之间并不是简单的并列关系,

而是存在着因果逻辑关联。地方依赖是对不同的旅游地进行横向比较之后,选出最心仪的一个,产生依赖的情感。地方认同的形成则需要更加漫长的时间,通常是在重游之后才能够逐渐形成的心理认同感。因此,学者们普遍认为地方依赖正向影响地方认同。“动机—感知—行为”的社会认知理论指出,个体的内在动机会形成一定的感知等态度情感,进而引起行为的发生^[15]。将该理论运用在本研究中,可以认为低碳旅游动机对游客行为意向除了存在直接影响之外,还可能通过地方依赖和地方认同这两个态度感知变量起到各自单独的中介作用。另外,由于地方依赖还会对地方认同产生显著的正向影响。这就意味着,还可能存在着低碳旅游动机—地方依赖—地方认同—行为意向的链式中介路径。并且,链式中介路径的影响效应值可能大于两个中介变量单独的中介效应值,即链式中介路径是模型中最主要的传导路径,是低碳旅游动机对游客行为意向产生影响的主要机制。基于此,本研究提出如下假设:

H4: 地方依赖和地方认同在低碳旅游动机与游客行为意向之间存在链式中介效应

2 研究方法

2.1 样本与数据收集

本研究以环巢湖旅游地为调研地点,八百里巢湖是国家级旅游休闲区,原生态保护优良,符合本文所聚焦的低碳旅游主题。采用实地发放纸质问卷和网络问卷相结合的方式,共发放问卷500份,回收450份,剔除作答不完整、作答随意、作答超时等问卷后,得到有效问卷371份,问卷的有效回收率为74.2%。男性占34.8%,女性占65.2%;年龄在20岁及以下的占15.6%,21-30岁的占41%,31-50岁的占34%,50岁及以上的占9.4%;月收入在2000元及以下的占10%,2001-3000元的占70.1%,3001-5000元的占14.8%,5000元以上的占5.1%。

2.2 变量测量

问卷中所涉及的对四个变量的测量均借助国内外学者开发并通过验证的成熟量表,并基于研究案例地的针对性,将地域名改为巢湖。变量低碳旅游动机采用张宏等编制的量表,共8个题项,例如

表 1 变量及测量项

变量	测量题项	因子载荷
低碳旅游动机	我来巢湖旅游是为了领略原生态的自然风景	0.934
	我来巢湖旅游是为了亲临大自然中享受宁静片刻	0.939
	我来巢湖旅行价值在于深入接触、亲近自然	0.948
	我来巢湖旅游是为了增进对大自然的了解,探索其中奥秘	0.942
	巢湖公共交通便利,可以实现低碳出行	0.865
	巢湖环境优美,空气清新,适合慢生活	0.904
	巢湖有丰富的文化生态旅游资源,在这里可以与朋友度过有意义的一天	0.916
	巢湖旅游线路设计、住宿餐饮设施都比较原生态,能够满足我低碳旅游的需求	0.923
地方依赖	相比其他地方,我更喜欢巢湖的自然环境	0.953
	相比其他地方,巢湖更能满足我低碳旅游体验的需求	0.968
	巢湖给了我其他地方没有的满足感	0.946
地方认同	巢湖对我来说非常特别,有着独特的个性化低碳旅游体验,我感到很认同	0.944
	我对来巢湖实施低碳旅游有很强烈的认同感	0.962
行为意向	我来巢湖实施低碳旅游之后对该地产生了认同感	0.956
	未来 3 年内,我希望再次前往巢湖旅游	0.938
	客观条件允许情况下,我希望经常前往巢湖旅游	0.955
	巢湖仍然对我有很大的吸引力	0.949
	我会向亲朋好友推荐前往该地旅游	0.946
	我会在网络上推荐大家前往巢湖旅游	0.950
	当他人希望我提供旅游建议时,我会推荐巢湖	0.960

“巢湖公共交通便利,可以低碳出行”等^[8]。地方依赖和地方认同都改编自祁潇潇等设计的量表,各自包括 3 个题项^[16]。行为意向采用姚延波等编制的量表,包括 6 个题项^[17]。所有问卷均采用李克特五点计分法,1 分代表完全不同意,5 分代表完全同意。各变量的具体测量题项见表 1。

3 实证数据分析

3.1 问卷信度、效度分析

3.1.1 问卷信度分析

采用 SPSS22.0 软件对各变量的信度进行分析,低碳旅游动机、地方依赖、地方认同、行为意向的 Cronbach's α 系数依次为 0.975、0.952、0.951、0.978,均远远大于临界值 0.6,说明各变量都具有较高的内部一致性,问卷信度优良。

3.1.2 问卷效度分析

首先,进行探索性因子分析(EFA),将各变量依次进行降维因子分析。变量低碳旅游动机的 KMO 值是 0.945,大于临界值 0.6,且巴特利球形度检验 P 值小于 0.001,说明问卷适合进行因子分析。进一步采用主成分分析法,按照特征值大于 1 的标

准抽取出一个主成分,累积解释方差为 84%,大于参考值 60%,旋转成分矩阵得到 8 个题项的因子载荷均大于 0.5。同理,得到地方依赖、地方认同、行为意向这三个变量的相关指标,均超过参考值,具体数值见表 1 和表 2。

其次,进行验证性因子分析(CFA)。在 AMOS22.0 软件中绘制模型图,得到整体模型的 χ^2/df 为 5.888, RMSEA 为 0.115, NFI 为 0.922, RFI 为 0.91, IFI 为 0.934, TLI 为 0.924, CFI 为 0.934,说明模型具有较好的结构效度。低碳旅游动机的平均变异抽取数量 AVE 为 0.822,大于参考值 0.4,组合信度 CR 为 0.974,大于参考值 0.7,因子载荷均大于 0.5,说明变量具有较好的聚敛效度。低碳旅游动机的 AVE 的平方根是 0.907,大于该变量与其他各变量间的相关系数,因此,低碳旅游动机与其他三个变量间具有较好的区分效度。同理,得到地方依赖、地方认同、行为意向这三个变量的相关指标,均超过参考值,具体数值见表 3。

3.1.3 同源方差检验

采用 Harman 单因素检验法来检验同源方差,将低碳旅游动机、地方依赖、地方认同、行为意向这

表 2 各变量描述性统计与探索性因子分析

	均值	标准差	Cronbach' s α 系数	KMO	累积解释方差
低碳旅游动机	3.712	0.687	0.975	0.945	84%
地方依赖	3.560	0.771	0.952	0.76	91%
地方认同	3.555	0.738	0.951	0.768	91%
行为意向	3.514	0.775	0.978	0.93	90%

表 3 各变量验证性因子分析

	AVE	CR	低碳旅游动机	地方依赖	地方认同	行为意向
低碳旅游动机	0.822	0.974	0.907			
地方依赖	0.873	0.954	0.851**	0.93		
地方认同	0.868	0.952	0.814**	0.885**	0.93	
行为意向	0.883	0.978	0.797**	0.874**	0.896**	0.94

注:对角线上为 AVE 的平方根;对角线下方为各变量间相关系数;**表示 $p < 0.01$

四个变量下属的所有题项同时放入软件,进行探索性因子分析,得到特征根最大的因子,其方差解释率为 45%,小于临界值 50%,因此认为不存在十分严重的同源方差问题。

3.2 各变量描述性统计和相关性分析

各变量的平均值和标准差如表 2 所示,各变量之间的相关性系数如表 3 所示,低碳旅游动机和地方依赖、地方认同、行为意向这三个变量间的相关系数分别是 0.851、0.814、0.797,地方依赖和地方认同、行为意向的相关系数分别是 0.885、0.874,地方认同和行为意向的相关系数是 0.896,相关系数数值都大于或接近 0.8,且都在 0.01 的水平上显著,说明变量间高度相关,便于进行下一步的回归分析。

3.3 假设检验

采用 Hayes 开发的 PROCESS 程序对模型进行检验,根据结果整理绘制出表 4。表 4 中共展示了四个模型,每个模型都控制了性别、年龄、收入等因素的影响。第一个模型是总效应模型,以行为意向为结果变量,低碳旅游动机为自变量,拟合度 R^2 为 0.64,且在 0.001 的水平上显著,说明该模型的整体拟合优度很高。低碳旅游动机对行为意向的总回归系数为 0.9,且在 0.001 的水平上显著,假设 H1 得到验证。第二个模型是以地方依赖为结果变量,低碳旅游动机为自变量,拟合度 R^2 为 0.73 ($P < 0.001$),回归系数为 0.955 ($P < 0.001$)。第三个模型是以地方认同为结果变量,低碳旅游动机和地方依赖为自变量,拟合度 R^2 为 0.798 ($P < 0.001$),

回归系数分别为 0.238 ($P < 0.001$)、0.668 ($P < 0.001$)。第四个模型是以行为意向为结果变量,低碳旅游动机、地方依赖、地方认同为自变量,拟合度 R^2 为 0.836 ($P < 0.001$),回归系数分别为 0.084、0.338 ($P < 0.001$)、0.563 ($P < 0.001$)。

进一步使用偏差校对非参数百分位 Bootstrap 法对中介效应进行检验。结果如表 5 所示,本模型共包含三条中介路径,第一条中介路径是低碳旅游动机→地方依赖→行为意向,该中介路径的效应值是 0.323,BootCI 下限是 0.190,BootCI 上限是 0.454,不包含 0,说明地方依赖的中介效应显著,假设 H2 得到验证。第二条中介路径是低碳旅游动机→地方认同→行为意向,该中介路径的效应值是 0.134,Bootstrap95% 置信区间不包含 0,说明地方认同的中介效应显著,假设 H3 得到验证。第三条中介路径是低碳旅游动机→地方依赖→地方认同→行为意向,该中介路径的效应值是 0.359,Bootstrap95% 置信区间不包含 0,说明地方依赖和地方认同组成的链式中介效应显著,假设 H4 得到验证。从相对效应占比来看,总中介效应占据整体总效应的 91%,且直接效应不显著,说明低碳旅游动机对游客行为意向的影响主要是通过各个中介路径来实现的。另外,总中介效应可以进一步分解为三条路径的子中介效应,其中 Ind3 代表的链式中介效应值高达 0.359,占总效应的 40%,是三条子中介路径中发挥作用最大的路径,可见低碳旅游动机对行为意向的作用机制主要是通过地方依赖和地方认同的链式中介效应实现的。本研究提

表 4 链式中介模型检验

回归方程 (N=371)		模型整体拟合指标			回归系数及显著性	
结果变量	预测变量	R	R ²	F	β	t
行为意向		0.800	0.640	162.818***		
	性别				0.037	0.632
	年龄				-0.056	-2.068
	收入				0.034	0.897
	低碳旅游动机				0.900	25.424***
地方依赖		0.85	0.73	244.59***		
	性别				0.007	0.143
	年龄				-0.040	-1.700
	收入				-0.033	-1.012
	低碳旅游动机				0.955	31.174***
地方认同		0.8931	0.798	287.720***		
	性别				0.028	0.681
	年龄				-0.010	-0.520
	收入				0.040	1.486
	低碳旅游动机				0.238	4.907***
	地方依赖				0.668	15.459***
行为意向		0.9142	0.836	308.84***		
	性别				0.016	0.398
	年龄				-0.022	-1.187
	收入				0.035	1.356
	低碳旅游动机				0.084	1.780
	地方依赖				0.338	6.422***
	地方认同				0.563	11.359***

注:*** 表示 p<0.001

出的链式多重中介模型图如图 1 所示,图上展示了各路径的回归系数及其显著性,将各直接路径上的回归系数相乘就能计算出各中介路径的中介效

应值,与表 5 中从软件直接输出的值相等。例如,0.955*0.668*0.563=0.359,即低碳旅游动机→地方依赖→地方认同→行为意向组成的链式中介路径

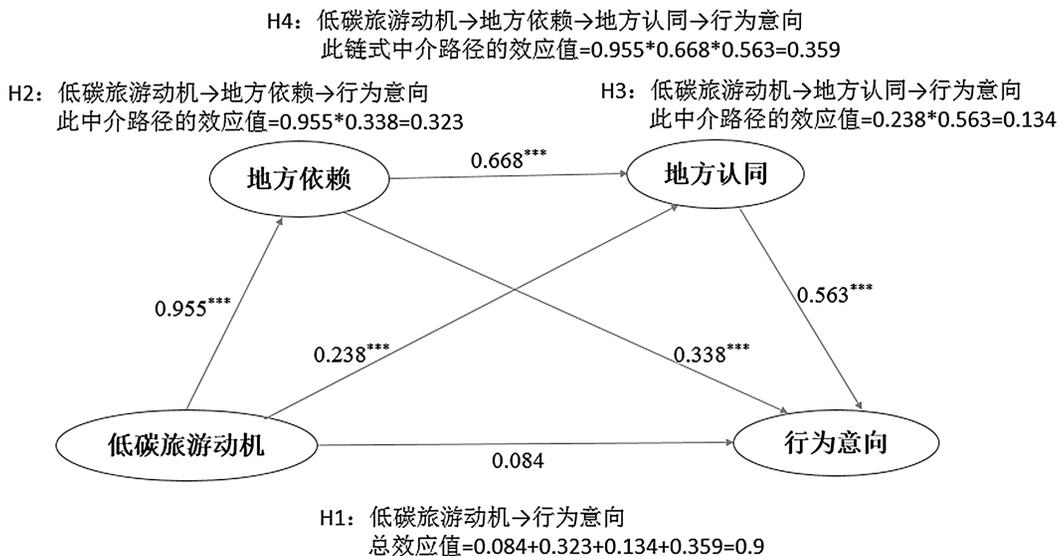


图 1 链式多重中介模型及其路径系数

效应值是 0.359,与表 5 一致。

表 5 总效应、直接效应及中介效应分解表

	效应	Boot 标准误	BootCI 下限	BootCI 上限	相对效应占比
总效应	0.900	0.036	0.824	0.967	100%
直接效应	0.084	0.057	-0.030	0.193	9%
总中介效应	0.815	0.062	0.700	0.943	91%
Ind1	0.323	0.067	0.190	0.454	36%
Ind2	0.134	0.041	0.062	0.224	15%
Ind3	0.359	0.053	0.261	0.472	40%

注:Ind1 代表中介路径 1:低碳旅游动机→地方依赖→行为意向;Ind2 代表中介路径 2:低碳旅游动机→地方认同→行为意向;Ind3 代表中介路径 3(链式):低碳旅游动机→地方依赖→地方认同→行为意向

4 结论与建议

4.1 研究结论

随着我国从生产大国向消费大国转型,逐渐形成以国内大循环为主体的新发展格局,人们产生越来越多的高层次消费需求。低碳旅游动机是一种低碳环保和休闲放松并重的高层次需求,对于满足旅游者需求、保护生态环境、促进经济发展具有多方共赢的战略意义。在国内对于旅游动机的研究中,存在十分多元化的理论视角,旅游动机也呈现多样化态势。本研究在巢湖旅游地发放问卷,经过数据分析,并基于“推—拉”理论、发现低碳旅游动机能够显著促进游客行为意向的产生。基于“逃避—寻求”理论发现地方依赖在低碳旅游动机和行为意向之间起到单独的中介作用。基于计划行为理论发现地方认同在低碳旅游动机和行为意向之间起到单独的中介作用。最后,基于“动机—感知—行为”的社会认知理论,发现两个中介变量之间也存在逻辑因果关系,存在“低碳旅游动机—地方依赖—地方认同—行为意向”的链式中介作用机制,且该链式中介路径的效应值最大,是整个复杂作用机制中最主要的传导路径。因此,低碳旅游动机对游客行为意向具有显著的促进效应,但这种效应并不是直接产生的,而是低碳旅游动机有效激发了游客的地方依赖感和地方认同感,进而产生了行为意向,即同时存在着多重中介路径:两条独立的简单中介路径和一条链式中介路径,因而整个作用模型可称为链式多重中介模型。

4.2 对策建议

(1) 提倡低碳旅游理念,充分激发旅游者的低碳旅游动机。以往有较多的旅游者是抱着尽情享受的目的而出游的,他们以奢华挥霍为乐,造成了较高的碳排放和环境破坏。因此,要加强低碳宣传,强化公众对于低碳旅游的认知,觉醒公众的低碳旅游意识。低碳旅游动机是旅游者产生重复游览、向他人口碑推荐等行为意向的首要前提条件,只有旅游者内心产生了低碳旅游的需求,才有可能实施低碳旅游的行为。

(2) 打造个性化低碳旅游吸引物,大力培育旅游者的地方依赖感。首先,建设个性化交通工具。例如,沿着环巢湖建设风景优美的步道、投放共享单车,甚至创新性启用人力竹排、划船、漂流、人力车、轿子等新型工具,既能实现零碳排放,又能大大增加旅行趣味,形成强大“拉力”。其次,巢湖是著名的鱼米之乡,可以开展有趣的涉农渔业活动,例如捕鱼、织网、自制虾米酱等,让游客体验惯常城市生活以外的新奇事物,流连忘返,由内而外、自发地产生低碳旅游意愿。通过全方位打造强大的吸引力,让游客感到只有前往巢湖旅游地才能有效实现低碳旅游,依靠“人无你有、人有你优”的独特性产生依赖感。

(3) 完善旅游保障机制,积极引导旅游者产生地方认同感。地方认同感是行为意向发生的重要因素,旅游者对目的地的感情越浓厚,就越有可能主动前往该地多次旅游并真心实意向他人大力推荐。巢湖隶属于安徽省会合肥,地处皖中,自驾游便捷,十分便于周边居民反复实现短途游、周末游,且与江苏、浙江、江西等地临近,现有多条主干高铁路线,可达性高,是城市居民放松身心、回归自然、体验低碳的好去处。因此,要从方方面面给旅游者切实提供物有所值的满足感,形成“非你莫属”的归属感和情感认同,进而产生多次游览、向他人推荐的行为意向。

总之,旅游地要着力打造低碳旅游吸引物,形成强大的“拉力”,并开展独具低碳特色的个性化旅游活动,激发游客低碳旅游动机,促使产生地方依赖和地方认同感,从而实现重复游览、口碑推荐等行为意向,最终促成低碳旅游行为的发生。以便从

(下转第 84 页)

- [8] 谢明洋. 晚清扬州私家园林造园理法研究 [D]. 北京:北京林业大学, 2015.
- [9] 赖婉仪. 基于空间叙事的景观文化表达研究——以深圳市南头古城为例 [D]. 深圳: 深圳大学, 2018: 15-24.
- [10] 童淑媛. 时空融合观念下的中国传统建筑现象与特征研究 [D]. 重庆: 重庆大学, 2012.
- [11] 杨春时. 论中国古典美学的空间性 [J]. 中山大学学报 (社会科学版), 2011, 51 (1): 32-38.
- [12] 肖竞, 曹珂. 基于景观“叙事语法”与“层积机制”的历史城镇保护方法研究 [J]. 中国园林, 2016, 32 (6): 20-26.
- [13] 刘杰, 刘馨遥. 景观叙事中感知主体的感知过程研究 [J]. 设计, 2014 (7): 73-74.
- [14] 谢明洋. 晚清扬州私家园林 [M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2018.
- [15] 沈学峰. 扬州个园景观营造分析 [D]. 扬州: 扬州大学, 2018: 13-20.
- [16] 吴涛. 基于地域文的扬州历史园林保护与传承 [D]. 南京: 南京林业大学, 2012.
- [17] 刘启明, 董雅. 浅析中国传统园林的空间叙事机制 [J]. 古建园林技术, 2015 (1): 11-15.
- [18] 褚军刚. 江南古典园林的空间叙事特征研究 [J]. 古建园林技术, 2019 (2): 28-30.
- [19] 陈从周. 扬州园林 [M]. 上海: 同济大学出版社, 2007.
- [20] 李海舰, 黄春华. 个园植物配置艺术的探讨 [J]. 中国园林, 1994, 10: 9-11.
- [21] 贺元珑. 知觉、场所与园林意境——江南古典园林艺术中的知觉体验要素浅析 [J]. 浙江建筑, 2011, 28 (6): 8-12.

(上接第 65 页)

食、住、行、游、购、娱等各个方面努力节能减排, 实现低能耗、低污染、低排放的“三低”发展目标, 呼应美丽中国建设。

参考文献:

- [1] 韩慧, 王泽宇, 赵国浩. 国际低碳旅游研究进展及启示——基于科学知识图谱可视化方法分析 [J]. 经济问题, 2017 (10): 102-108.
- [2] Scott D, Peeters P, Gössling S. Can tourism deliver its “aspirational” greenhouse gas emission reduction targets? [J]. Journal of Sustainable Tourism, 2010, 18 (3): 393-408.
- [3] 刘宏芳, 明庆忠, 鲁芬. 民族社区参与低碳旅游的理想模式与路径解析 [J]. 生态经济, 2020, 36 (9): 129-134, 157.
- [4] 王化杰, 杨平恒. 煤炭资源枯竭型城市公众低碳旅游动机细分研究——以淮北市为例 [J]. 西南大学学报 (自然科学版), 2016, 38 (7): 158-166.
- [5] 冶建明, 李静雅, 厉亮. 草原旅游地游客感知价值、地方认同与行为意向关系研究 [J]. 干旱区资源与环境, 2020, 34 (9): 202-208.
- [6] Dann G M S. Anomie, ego-enhancement and tourism [J]. Annals of Tourism Research, 1977, 4 (4): 184-194.
- [7] Mtapuri O, Giampiccoli A. Tourism, community-based tourism and ecotourism: a definitional problematic [J]. South African Geographical Journal, 2019, 101 (1): 22-35.
- [8] 张宏, 黄震方, 琚胜利. 水乡古镇旅游者低碳旅游行为影响因素分析——以昆山市周庄、锦溪、千灯古镇为例 [J]. 旅游科学, 2017, 31 (5): 46-64.
- [9] Lee T H. How recreation involvement, place attachment and conservation commitment affect environmentally responsible behavior [J]. Journal of Sustainable Tourism, 2011, 19 (7): 895-915.
- [10] Vaske J J, Kobrin K C. Place attachment and environmentally responsible behavior [J]. The Journal of Environmental Education, 2001, 32 (4): 16-21.
- [11] 许源, 陶卓民, 周年兴, 等. 逃避视角下乡村旅游行为特征、机制与模式——以南京高淳国际慢城为例 [J]. 地域研究与开发, 2019, 38 (3): 95-101.
- [12] 孙凤芝, 刘瑞, 欧阳辰姍, 等. 旅游者感知价值与行为意向关系研究——基于民宿旅游者的视角 [J]. 山东社会科学, 2020 (1): 126-133.
- [13] Jorgensen B S, Stedman R C. Sense of place as an attitude: lakeshore owners attitudes toward their properties [J]. Journal of Environmental Psychology, 2001, 21 (3): 233-248.
- [14] 丁蕾, 赵倩倩. 旅外华人赴华旅游的动机——“推—拉”理论的视角 [J]. 华侨大学学报 (哲学社会科学版), 2020 (6): 43-55.
- [15] 马东艳, 张旭辉. 民族村寨旅游行为意向研究——以桃坪羌寨、甲居藏寨、泸沽湖为例 [J]. 西南民族大学学报 (人文社会科学版), 2021, 42 (1): 33-41.
- [16] 祁潇潇, 赵亮, 胡迎春. 敬畏情绪对旅游者实施环境责任行为的影响——以地方依恋为中介 [J]. 旅游学刊, 2018, 33 (11): 110-121.
- [17] 姚延波, 陈增祥, 贾玥. 游客对目的地的信任: 维度及其作用 [J]. 旅游学刊, 2013, 28 (4): 48-56.