

引用格式:唐承财,赵宗茜,刘晗,等.基于实验人文地理学的北京居民边境旅游城市选择行为及其营销路径分析[J].资源科学,2016,38(7):1297-1307. [Tang C C, Zhao Z Q, Liu H, et al. Border tourism city selection by Beijing residents and marketing pathways based on experimental human geography[J]. *Resources Science*, 2016, 38(7): 1297-1307]. DOI: 10.18402/resci.2016.07.11

基于实验人文地理学的北京居民边境旅游城市选择行为及其营销路径分析

唐承财^{1,2}, 赵宗茜¹, 刘 晗¹, 周韶睿¹

(1. 北京第二外国语学院旅游管理学院, 北京 100024;

2. 中国科学院地理科学与资源研究所, 北京 100101)

摘 要:基于旅游目的地选择理论、实验经济学和计算机实验人文地理学的理论方法,运用PPT情景模拟、个性化订制、深度访谈的方法,让游客根据自己的意愿对边境旅游要素进行线路组合,从性别、职业收入、年龄三种属性分析北京居民对丹东、喀什、满洲里、崇左、西双版纳这五个边境旅游城市的选择行为,找出影响北京不同属性的居民选择边境城市旅游的重要因素。研究表明:性别、职业收入、年龄三种不同因素均影响北京居民对中国边境旅游城市各类旅游要素的选择行为。基于上述分析结果,从个性化订制式入手分析边境旅游营销路径,然后分别以不同性别、不同职业收入、不同年龄的旅游者为三个目标,分析中国边境城市旅游市场营销路径。

关键词:实验经济学;实验人文地理学;边境旅游城市;市场营销;旅游者行为;旅游目的地选择;北京居民

DOI: 10.18402/resci.2016.07.11

1 引言

旅游目的地选择是旅游消费行为研究中的重要组成部分,围绕旅游目的地选择问题,国内外经济学、心理学和地理学等不同学科的学者从多个视角做了大量的研究^[1]。国外研究主要集中在两个方面:一是识别旅游目的地形象的主要特征及其对旅游地选择的影响^[2,3];二是旅游目的地选择的相关模型研究^[4],如选择域模型^[5]、多因素影响下的旅游目的地选择模型^[6]、基于兰开斯特(Lancaster)消费特性理论的旅游目的地选择模型^[7]、基于随机效用理论的模型^[8]。国内学者从目的地选择偏好^[9]、选择影响因素^[10]、目的地选择特征^[11]等方面对旅游目的地选择进行研究。城市居民对旅游目的地的选择行为一直是许多学者关注的领域。刘旺等分析城市居民选择乡村旅游目的地时,发现城市居民最关心该

地是否具有独特性,其次关心空间距离、关注价格和性价比^[12]。中国城市居民对目的地选择行为与游客的个体特征存在紧密关系,如性别、年龄、职业、受教育水平等方面^[13]。不少研究也表明,不同的人口学特征^[10,14]、职业^[15]等是影响旅游者选择旅游目的地的重要因素之一。运用实验经济学和计算机实验人文地理学,可有效掌握旅游者对目的地选择的系统过程,了解各种因素对旅游者选择目的地的决策影响程度^[1]。无疑这种方法不仅可及时地了解旅游者的市场需求,也可对旅游目的地开展有效的市场营销提供参考。

发展边境旅游可促进国家对外开放、国际经贸合作、繁荣边疆经济、巩固边疆稳定^[16]。20世纪70年代末开始有学者对边境旅游开展研究^[16]。1978年9月国际地理联合会(IGU)游憩工作组会议的召

收稿日期:2015-12-10;修订日期:2016-06-20

基金项目:教育部人文社会科学研究青年基金项目(13YJC630144);北京市教育委员会2013年度创新能力提升计划项目(人文社科艺术类TJSHS201310031011);北京市教育委员会面上项目(SQSM201410031004)。

作者简介:唐承财,男,湖南怀化人,博士(后),副教授,硕士生导师,研究方向为低碳旅游、生态旅游、旅游目的地管理。

E-mail: tcc5808@163.com.

开及1979年相关会议论文的发表^[17],对边境旅游研究起到了很大的促进作用。之后国外许多学者从旅游吸引物^[18]与旅游资源管理^[19]、旅游感知限制^[20]与旅游者态度^[21]、边境旅游与社区^[22]、旅游发展策略^[23]、旅游者安全影响^[24]等方面对边境旅游进行大量研究。国内边境旅游研究起步较晚,始于1994年中国社会科学院财贸所边境旅游研究课题组关于云南省瑞丽、畹町边境旅游情况的考察报告^[25]。此后有不少学者从旅游客源市场结构^[26]与客流演化^[27]、旅游产品开发^[28]、旅游竞争力^[29]等方面对中国边境旅游进行研究。综上可知,由于其特殊的边境区位、自然景观、氛围,中外多种文化融合,中国边境地区对旅游者产生了强大的吸引力,边境旅游成为中国旅游市场出游热点,也成为旅游研究中重点关注领域。北京是中国传统三大客源地之一,居民出游能力强。本文基于旅游目的地选择理论、实验经济学和计算机实验人文地理学的理论方法,运用PPT情景模拟、私人订制、深度访谈的方法,让不同属性的旅游者根据自己的意愿对边境旅游要素进行线路组合,分析北京居民对丹东、喀什、满洲里、崇左、西双版纳这五个边境旅游城市选择行为,找出影响北京不同属性居民选择边境城市旅游的重

要因素,并基于结果分析,针对不同属性的旅游者,提出中国边境旅游市场营销细分路径。研究成果旨在丰富中国边境旅游研究理论与目的地选择方法体系,为中国边境城市旅游市场营销提供科学指导。

2 研究区概况与实验设计

2.1 研究区概况

30多年来中国边境旅游业获得快速发展,边境旅游人数和收入呈现持续上升的趋势。中国边境县域旅游总收入占GDP的比重由2006年的9.24%上升到2011年的10.52%,其中,旅游收入占GDP 30%以上的边境县域由2006年的9个上升到2011年的14个^[29]。目前中国已形成以满洲里为核心的中俄旅游合作圈、以丹东为核心的中朝旅游合作圈、以新疆为核心的中亚旅游合作圈、以崇左为核心的中越旅游合作圈和以西双版纳为核心的中缅旅游合作圈等五大边境旅游合作圈^[29],本实验选择满洲里、丹东、喀什、崇左、西双版纳为实验边境旅游城市,并参考北京到各边境城市的航线距离及列车、巴士运输距离,绘制客源地至边境城市的距离图(见图1)。

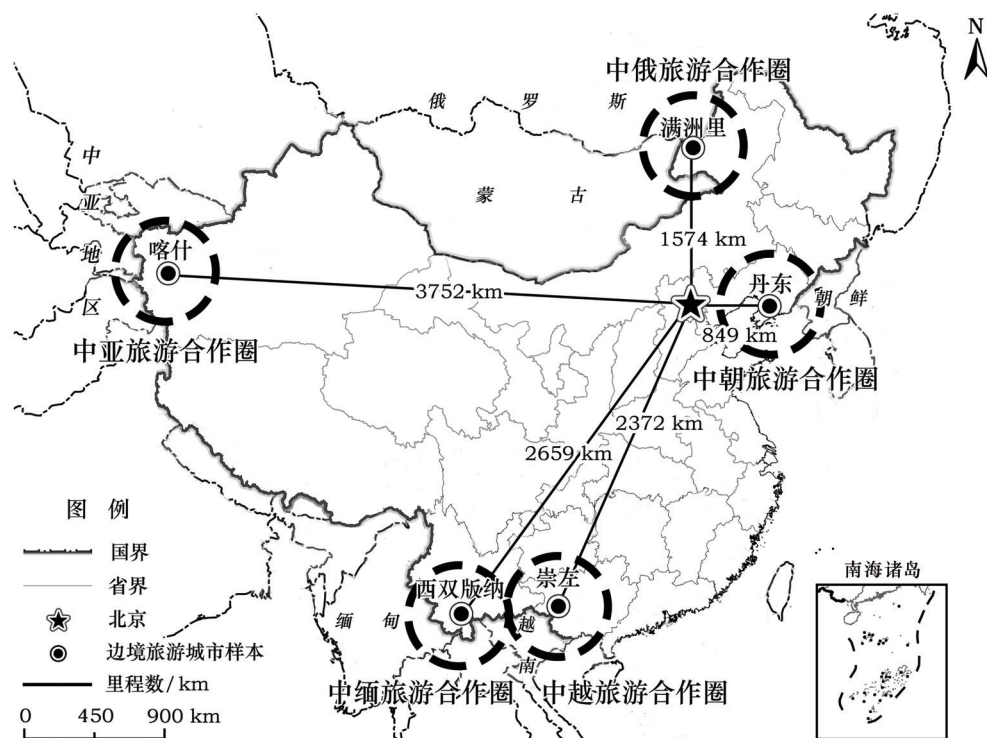


Figure 1 The location of border tourism city

2016年7月

2.2 理论基础

(1)实验经济学。实验经济学是在有显性或者隐含规则的社会背景下应用实验方法来研究人类相互作用的决策行为。实验经济学的本质是在可控制的实验条件下,通过重复、独立的实验过程研究受控条件下测试者的行为决策。实验经济学的实验设计遵循一定的实验原则,使得实验目标更加明确,实验设计的过程和研究更加科学化,实验结论更加可靠^[1]。本文在设定旅游花费基础上,选择多个旅游者样本,多次重复、独立开展各旅游者的行为决策分析。

(2)实验人文地理学。实验人文地理学是借助计算机技术,在GIS平台中进行可控制、可重复的人文地理现象实验的地理学方法论,其作用是在显性的地理环境以及兼有显性和隐性的制度环境下,研究隐性的人类行为特性,进而探究人地关系相关规律^[1]。基于实验人文地理学与旅游目的地选择理论,运用PPT情景模拟、深度访谈的方法,分析游客对边境旅游城市的选择行为。

2.3 实验设计

2.3.1 实验条件设置

旅游者的空间活动范围受可支配的闲暇时间和收入的影响。根据消费者行为理论,消费者追求消费行为的效益最大化,而旅游者在既定的时间和金钱的消费下也会追求利益的最大化,进行最优的消费决策。从旅游模式、游客的可支配时间与资金、旅游城市内部交通等三个方面设置边境旅游城市选择行为的实验条件,如表1所示。

2.3.2 实验步骤

(1)本设计以测试者为主体,采访全程注重实验人员与测试者的深度交流,确保实验信息传达的

准确性。

(2)从性别、职业收入、年龄等三种因素出发,邀请10位测试者作预实验,以验证实验方案的合理性与科学性。

(3)以文字、图片、音乐、影片等媒介形式集成于PPT之中,模拟边境旅游城市的旅游资源环境,让测试者仿佛身临其境、真的到了自己所想去的边境城市。

(4)查找边境旅游城市中种类丰富的吃住行游购娱等旅游服务要素,并标注其价格,供测试者选择。

(5)在采访过程中,实验人员将根据测试者选择的不同旅游目的地,播放目的地具有代表性的民歌作为背景音乐,让测试者在听觉、视觉中都能感受到目的地的吸引力,让测试者与计算机虚拟的环境产生交互作用。

(6)在每次实验过程中,每位测试者都要独立接受一次相同的问卷和深度访谈,实验过程中实验人员记录各种信息,设置叫醒环节,由实验人员控制和监督,随时提醒测试者的金钱、时间花费状况,直至测试者的金钱或时间全部花费完毕,实验结束。

(7)统计每组测试者的采访数据,对比各测试者间的差异,分析不同人群的消费倾向,发现其规律,分析结果,从而挖掘出北京不同属性居民对边境旅游城市选择特征。具体实验步骤如图2所示。

2.4 调查样本与数据来源

(1)调查样本。以北京居民为调查对象,通过发放宣传单和走访社区、公园等形式招募被测试者,按照事先约定的时间,依次参加实验。每次实验时,测试者按照实验的相关说明和要求,在一定

表1 实验条件设置

Table 1 The experimental conditions set

实验条件	解释
游客选择单一目的地旅游模式	设定区域旅游模式为单一目的地式旅游,当旅游者到达一个旅游目的地后,以该目的地为基地停留一段时间,游览目的地景点及其附近的附属景点,待可支配的时间或者资金耗完,游览活动结束后由该目的地返回客源地
游客的旅游可支配资金和时间是有限性的	针对不同的边境旅游城市,规定了统一的可支出资金以及旅游总时间,每个目的地的旅游可支出资金均为8 000元,旅游总时间为7天(含往返的时间与资金)
目的地内部交通费用统一为每天100元	参照目前财务制度中关于差旅费补贴中的规定,目的地内部交通不可控,且零碎不易计算,为减少干扰变量与简便起见,统一将旅游者每天在边境旅游目的地城市内部景点间的交通费用为100元/天

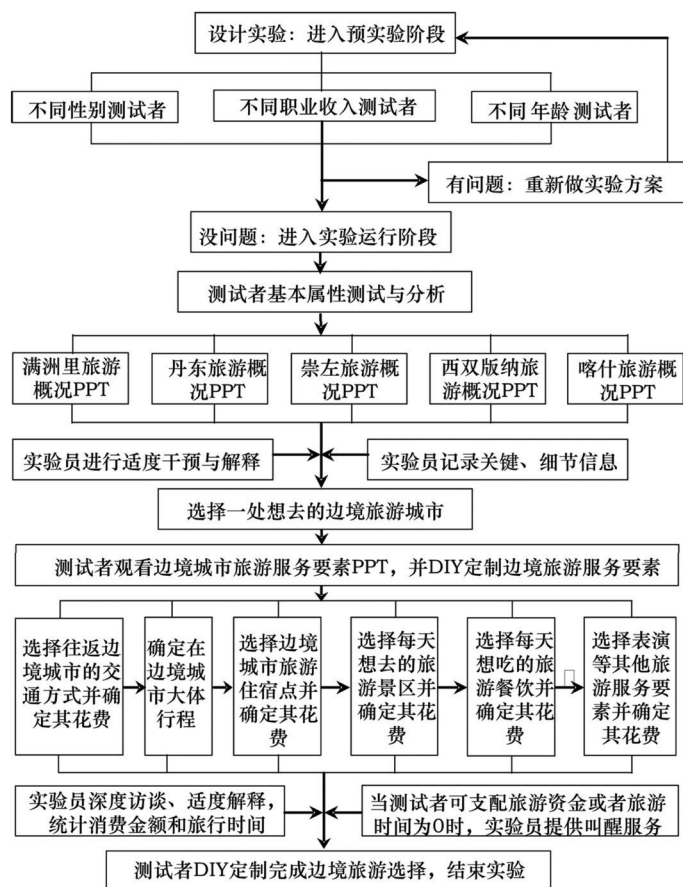


图2 实验步骤

Figure 2 The experimental procedure

时间内完成旅游目的地选择实验,定制出适合自己的旅游产品,测试组将根据其选择决策总结影响因素,并与其性别、年龄、职业、收入进行对比,并进行样本分析。

(2)数据来源。本调研设计实验的资料来源于 百度百科 (<http://baike.baidu.com/>)、百度旅游 (<http://lvyou.baidu.com/>)、目的地官网(崇左,<http://chongzuo.gxta.gov.cn/>; 西双版纳, <http://www.xsbnly.com/xsbnly/>; 喀什, <http://ly.mlxs.com/>; 丹东, <http://www.ddtour.gov.cn/>; 满洲里, <http://www.mzllwy.com/>)、各种可搜集到的边境城市目的地的资料等渠道,选取最真实、最美观的图片、影像等,向测试者展示边境城市的地理环境、美食、文化节庆和地方特产。

3 结果分析

3.1 样本属性分析

实验组通过 PPT 和深度访谈的形式对测试者进行试验,从 35 名试验者中最终选取了 31 名测试者,表 2 为测试者的样本属性分析。测试者性别比例基本均衡,年龄结构以中青年为主,月均可自由支配

表2 样本属性分析

Table 2 Analysis on the sample attribute

项目	特征属性	样本量	百分比%	项目	特征属性	样本量	百分比%
性别	男	17	54.84	月均可自由支配收入/元	≤ 3 000	8	25.81
	女	14	45.16		3 001~6 000	7	22.58
年龄/岁	≤ 23	6	19.35		6 001~10 000	5	16.13
	24~35	8	25.81		10 001~20 000	6	19.35
	36~59	10	32.26	年均出游次数/次	1	5	16.13
	≥ 60	7	22.58		2~3	14	45.16
职业	公务员	4	12.90		4~5	8	25.81
	企事业单位职工	9	29.03	习惯利用哪些时间段出游?	>5	4	12.90
	自由职业者	7	22.58		清明、端午等小长假	8	25.81
	学生	6	19.35		国庆等长假	9	29.03
	其他职业	5	16.13		寒暑假	5	16.13
年均可支配出游时间	1周	0	0		公司年假(11日)	6	19.35
	2周	11	35.48		其它时间	3	9.68
	1个月	7	22.58				
	2个月	6	19.35				
	更多	7	22.58				

2016年7月

收入处于中等偏下,高等收入也有一定比例。受访者以企事业单位职工、自由职业者与学生为主,年均出游次数较多,2~5次居多,具有较多的出游时间,且大部分选择国庆等长假、清明与端午等小长假外出旅游,一些受访者也利用公司年假、寒暑假外出旅游,因公出差、周末等也是一种出游时间。

3.2 北京城市居民对边境城市旅游选择行为总体分析

表3为北京城市居民对边境城市旅游选择行为总体分析。

(1)38.71%的受访者选择以西双版纳为核心的中缅旅游合作圈,22.58%选择以崇左为核心的中越旅游合作圈,16.13%与12.90%分别选择以满洲里为核心的中俄旅游合作圈、以丹东为核心的中朝旅游合作圈,还有9.68%选择以新疆为核心的中亚旅游合作圈。

(2)丰富多样的自然生态景观、外国异域文化

是边境城市最具吸引力的资源,分别占样本总量的51.61%与41.94%,少数受访者喜欢体验与境外的沟通联系,占样本总量的6.45%。

3.3 不同性别样本对边境城市旅游选择行为差异

根据测试结果与样本访谈观点总结,形成不同性别测试者的代表性观点,如表4所示。分析可知:

(1)选择边境城市景点,男性旅游者更倾向于选择历史文化类的旅游景点,而女性旅游者更倾向于去自然风光类和民俗特色类的旅游景点。

(2)因边境城市因素,不论男性、女性,对于交通和住宿的要求不是太高,主要注重景点景色的观赏。

(3)对于美食,女性旅游者倾向浅尝辄止,对当地地道的、多样的特色小吃美食尽可能多品尝;而男性旅游者比较看重食物的味道,认为食物只要好吃就多吃。

(4)关于游玩和娱乐,男性旅游者对这两项的

表3 北京城市居民对边境城市旅游选择行为总体分析

Table 3 A general analysis of the behavior of the urban residents on choosing border tourism city in Beijing

项目	特征属性	频次	选中率/%
请问您想去哪个边境城市旅游合作圈?	满洲里中俄旅游合作圈	5	16.13
	丹东中朝旅游合作圈	4	12.90
	新疆中亚旅游合作圈	3	9.68
	崇左中越旅游合作圈	7	22.58
	西双版纳中缅旅游合作圈	12	38.71
我国边境城市最吸引您的是什么?	外国异域文化	13	41.94
	体验与境外的沟通联系	2	6.45
	丰富多样的自然生态景观	16	51.61
	其它:请举例	0	0.00

表4 不同性别测试者的代表性观点

Table 4 The representative views of different genders

性别	代表性观点
男性	1. 边境旅游城市的历史文化景观能体现这个地区的文化特色和人文情怀
	2. 在旅行中一定要吃好,这样才能保证旅游体验
	3. 娱乐性的项目有一些就好,太多会太累,而且没劲
	4. 景点要多去几个,要不就白来了
	5. 可以在旅游地买一些特色商品,回去可以送亲友,增强彼此之间的联系
女性	1. 边境旅游城市的自然景观往往与内地不同,而且置身自然之中,更能享受大自然的奥妙
	2. 边境旅游城市拥有一些特色村寨,举行一些特色文化节,能够和当地居民融入其中,更能增加旅游体验质量
	3. 只要玩得好,吃的和住的可以凑合,开心就好
	4. 另外可以买一点比较稀罕精致的小物件,可以自己用,也可以送闺蜜

资料来源:根据访谈过程,提炼的观点。

敏感程度不高,而女性消费者比较重视在目的地城市的游玩和娱乐体验,渴望能够在目的地景区内多参加一些体验性的娱乐活动。

(5)关于购物,男性旅游者倾向于购买一些当地特色的礼品送亲朋好友,而女性消费者倾向于选择比较实用的精致漂亮的小商品,总体来说,女性旅游者的购物欲望比男性更强。

3.4 不同职业收入样本对边境城市旅游选择行为差异

据样本分析可知,测试者的职业主要集中于企事业单位员工、公务员、自由职业者、学生,占样本总数83.87%。因此,就这四类群体展开分析,表5为不同职业测试者的旅游服务要素选择结果。

3.4.1 企事业单位员工

(1)企事业单位高管。此类样本为5位,月均可自由支配收入高于2万元,收入高的企事业单位高管,选择项目间歇期旅游,如高校的寒暑假、工程类企业的项目执行间歇期;倾向于选择飞机往返边境城市、喜欢奢华五星或四星且交通通达性好的酒店;旅游过程中不会刻意安排行程,设置足够时间空间;倾向于拿出更多的钱去探索和体验当地的美食文化,参与特色节庆活动,购买更多当地的特产礼品送朋友,维护自己的人脉圈。

(2)事业单位普通员工。该类样本的月均可自由支配收入处于中低等,大部分在6000元以下,他们倾向于在年假期间来边境旅游目的地,利用有限

的时间玩好;其旅游休闲行为受其工作性质的影响,比如工作节奏快的职工,在旅游休闲中倾向于享受慢节奏旅游;他们会选择飞机经济舱往返,在边境城市多待几天;崇尚舒适、讲究,对住宿的要求会比较高。

(3)外企员工。该类样本的月均可自由支配收入处于中高等,大部分均在6000~10 000元,对住宿条件较为挑剔,即使经费有限,也会考虑住四星级酒店;倾向于游览边境城市独具特色的景观名胜,将自然景观和人文景观相结合去制定游览行程;注重旅游感受与效果。

(4)民企员工。该类样本的月均可自由支配收入处于低等,大部分均在3000元以下,只倾向于品尝当地比较独具特色、口碑比较高的几种美食。

3.4.2 公务员

由于公务员习惯公务旅游,所以在旅游过程中他们倾向于随性、放慢节奏,享受旅游过程;他们对住宿和交通的要求也比较高,倾向于飞机经济舱往返,四星级宾馆住宿;倾向于游览参观个别当地比较有名的景点;对于收入较高的公务员,他们会拿出大概20%的花销来购买当地的纪念品、土特产,而对于收入较少的公务员,购物花销比例会相对下降,但也维持在15%这较高的水平,以此来构筑自己的人脉圈。

3.4.3 自由职业者

自由职业者习惯了自由的工作环境和弹性的

表5 不同职业测试者的旅游服务要素选择

Table 5 The choice of tourism service elements in different occupation tester

决策选择	类别	交通	住宿	游览	美食	购物	娱乐项目
企事业单位	收入高	要求高,飞机往返	四星级以上	游览特色景观,人文景观	注重探索,体验,对价格要求不高	花费高	较多参与特色活动
	收入低		四星与三星结合	与自然景观相结合	体验特色,口碑好的美食	花费少	参与度较低
公务员	收入高	飞机往返	要求高	游览当地有名景点	重视但不敏感	花费高	参与度不太高
	收入低		要求不太高			花费较高	
自由职业者	收入高	要求高,飞机往返	四星级酒店	重视游览	注重尝试,探索	不敏感,只买感兴趣的	参与度高
	收入低	要求不太高,看经费	三星级酒店			商品	参与度较高
学生	收入普遍偏低	不太敏感	三星级酒店	重视游览和观赏	主动寻求特色地道的小吃	不敏感,喜欢便宜时尚的小商品	参与度高、注重游玩体验

注:在北京月均居民可支配收入中,将3000元以下划分为低收入,3000~6000元为中等收入,6000~10 000元为中高等收入,10 000~20 000元为高等收入,20 000元以上为超高等收入。

2016年7月

工作时间,在旅游的过程中会安排有比较宽松的空闲时间;倾向于飞机这种比较快捷的交通方式往返,住性价比高的三星、四星级酒店,对美食的探索兴趣比较大,敢于尝试当地的特色美食;对于购物不是特别敏感,更倾向于寻找和购买自己感兴趣的旅游商品。

3.4.4 学生群体

学生群体收入都不高,有一定资金可支配但不是自己挣的,崇尚穷游,选择边境城市旅游以陶冶情操、增长见识;对住宿和交通因素特别不敏感,住的舒适就好,会选择火车往返,或者飞机火车交叉体验,以节省开支,倾向于选择性价比高的经济型酒店或三星级酒店;更愿意去自然景观比较丰富、娱乐性与体验性比较强的景点,多浏览些边境景点,多参加一些娱乐活动;根据兴趣支配对美食的开支,多品尝几样当地美食;对购物不敏感,但会购买一些便宜的、有特色的小商品,送闺蜜、同学。

3.5 不同年龄样本对边境城市旅游选择行为差异

表6为不同年龄段测试者的旅游服务要素选择结果。

(1)35岁以下的青年旅游者对交通、住宿的因素不太敏感,而更注重游览过程的体验;认为对美食的享受也是重要组成部分,比较有兴趣去搜寻一些性价比高的美食产品;喜欢娱乐设施。

(2)35~65岁的中青年人有了一定的经济基础,对住宿和交通的要求比较高,大多会选择飞机经济舱来回,住宿选择至少三星或四星级酒店;对美食的兴趣较浓,更在乎景点的质量,注重体验,但对娱乐设施的兴趣没有35岁以下的人高;对购物的要求比较高,是旅游购物的主力军。

(3)65岁以上的老年人对住宿和交通的要求比较高,更注重休息。对于景点,更注重其观赏性和

文化性,在边境城市游览他们最感兴趣的景点即可,对美食和购物不是特别敏感。两位68岁的退休老人夫妇自述:【老了,旅游一定要注意休息,不能老玩,身体受不了;住的要好,休息好才能玩的好;还是飞机比较好,火车太颠簸,身体受不了;景点,游览几个就行,重要的是心境;吃点特色的健康的食品就可以;购物,有喜欢的就买一点。】

4 营销路径分析

根据上述实验结果,首先从个性化订制式入手分析边境旅游营销路径,然后分别以不同性别、不同职业收入、不同年龄的旅游者为三个目标,分析中国边境旅游城市的营销细分路径。

4.1 个性化订制式边境旅游营销路径

(1)将五大边境城市的景点、宾馆、交通工具、旅游路线、停留天数等变量进行不同组合,并通过各种销售渠道将这些产品和价格予以公布,游客根据自己的兴趣偏好进行选择,改变传统营销模式。

(2)建立高效的沟通平台,迅速、高效捕捉游客的个性化要求,针对每位个性游客的需求专门设计开发边境旅游产品,体现“量身定做”的特点。

(3)边境导游应注意细节服务,提前将所有该预定的酒店、景点、机票等都预定好,尽可能帮客人完成想要做的出游事项,体现产品的私人定制化,并可在旅行中随时根据顾客的不同要求改变行程计划。

(4)建立边境游客信息档案,与游客建立进一步的联系,例如:在游客生日的时候送上祝福等,提高游客忠诚度。

(5)边境旅游城市应通过搜索引擎(如百度等)、购物网站、大型OTA垂直搜索网站(携程等)、旅游门户网、旅游论坛、边境城市旅游官网、官微等发布旅游信息,向旅游者提供个性定制化边境城市

表6 不同年龄段测试者的旅游服务要素选择

Table 6 The choice of tourism service elements in different age tester

年龄	交通	住宿	游览	美食	购物	娱乐项目
35岁以下	不太敏感	不敏感	重视,景点越多越好	注重探索便宜地道的特色小吃	花费不大,买一些特色小商品	参与度高,要求高体验
35~65岁	比较敏感	比较敏感	较为重视,注重景点质量	注重体验当地特色美食	花费较大,倾向于买特色礼品和旅游商品	参与度较高,要求高体验
65岁以上	非常敏感	非常敏感	不重视,重在观赏	注重食品的特色和健康	花费不大,感兴趣才买	参与度不高

旅游营销信息。

4.2 以不同性别旅游者为目标 的边境旅游营销路径

边境旅游城市应考虑针对不同性别的人群开展市场营销。

(1)男性边境旅游者。设计符合男性边境旅游者需求的边境旅游商品,既要设计满足人们送礼欲望的旅游大商品,也要设计具有当地特色的旅游小商品;推出一些历史文化体验等旅游线路,展示目的地文化积淀厚重的旅游形象;推介边境旅游城市历史文化类信息、美食、机票、住宿、当地特色礼品等相关信息介绍。

(2)女性边境旅游者。设计“感性、温情”边境旅游城市组合产品线路,推出一些其感兴趣的自然优美和民俗淳朴的浪漫、时尚路线,向其展示边境城市安全、舒适的旅游形象;推出一些边境旅游购物节庆活动、边贸节庆活动,吸引女性游客前来购物;设计具有当地文化特色的小商品;推介有关边境旅游城市自然观光和民俗特色信息、精美图片、打折机票和酒店的信息、特色小吃推荐、体验式娱乐活动、精致工艺品等。

4.3 以不同职业旅游者为目标 的边境旅游营销路径

针对不同职业类型的旅游者,边境旅游城市应细化设计相应的旅游产品,满足不同职业的旅游者的个性化需求。

(1)企事业单位员工。边境旅游城市应向其树立“新奇、迥异”的旅游产品形象。

(2)工作节奏快、压力大的旅游者。应设计一条慢节奏的休闲漫游的旅游线路,让其在边境旅游城市中享受超脱尘世生活的闲淡。

(3)平时工作比较平淡、枯燥的旅游者。应设计一条奇幻刺激的体验之旅,让他们能够在边境之旅重新找回对生活的热情。

(4)自由职业者。针对其崇尚自由的特点,边境旅游城市在推介旅游信息时,应树立“休闲、自由”的形象,设计一些个性化、可发挥性高、探索性高的旅游产品。

(5)学生群体。针对他们注重边境城市游玩体验的特点,应设计一些娱乐性强、体验性强的旅游产品,通过他们比较善于使用的手机APP等快捷的搜索方式来提供打折机票、酒店信息、推广边境城

市所具有的娱乐性和体验性的自然景观、特色小吃、美食、纪念品。

4.4 以不同年龄旅游者为目标 的边境旅游营销路径

(1)中青年旅游者。边境旅游城市开拓中青年市场应着重宣传当地的特色旅游景观;加强建设当地的旅游娱乐体验项目,增强游客在当地的旅游体验和满意度;同时,对当地美食的宣传,应该更加注重宣传其特色和味道。

(2)老年旅游者。边境旅游城市应加强边境景区质量建设与管理;突出边境“休闲、养生、健康”的旅游形象,建设边境旅游产品;突出健康、生态、养生等特色打造边境独特美食;应利用在老年人经常获取信息的渠道(报纸、电视等)向其推介住宿、交通的旅游资讯(例如,安静、舒适的旅店,快捷、经济的交通等信息),尤其是推送经济实惠、性价比高的促销边境旅游产品。

5 结论与讨论

边境旅游已经成为中国重要的旅游产品形式,本文选择中国传统三大客源地之一北京为研究区,基于旅游目的地选择等相关理论方法,遴选具有典型代表性居民,让其根据自己的意愿对边境旅游要素进行线路组合,分析北京居民对丹东、喀什、满洲里、崇左、西双版纳这五个边境旅游城市选择行为,找出影响北京不同属性居民选择边境城市旅游的重要因素。研究表明:性别、职业收入、年龄三种不同因素均影响北京居民对中国边境旅游城市各类旅游要素的选择行为。最后,根据实验结果分析,从个性化订制式入手分析边境旅游营销路径,分别以不同性别、不同职业收入、不同年龄的旅游者为三个目标,分析中国边境旅游城市市场营销细分路径。研究成果将有助于丰富中国边境旅游研究理论与目的地选择方法体系,也可为中国边境城市旅游可持续发展与市场营销提供科学指导。

相对于已有研究成果基本依靠于大量问卷调查^[13]或结合结构方程模型^[12]来分析城市居民对旅游目的地选择,本文基于实验经济学、实验人文地理学研究方法、旅游目的地选择理论,以典型客源区的特定居民选择行为为研究对象,采用PPT情景模拟、个性化订制、深度访谈等方法,能精细化调查不同属性的潜在旅游者对于目的地各类旅游要素的

2016年7月

选择与需求,相对于已有研究,本文研究思路与方法较为新颖,具有一定特色,而研究成果无疑对于目的地的科学建设与精细管理、精准市场营销具有重要意义。然而,本研究仍然存在不足之处,例如,样本量偏少,实验过程依托工具较为简单,结果分析较为简单。因此,在下一步研究之中,应更多关注增加样本量,特别是将实验人文地理学研究方法与大量问卷样本结合分析;实验过程依托的工具由旅游要素PPT展现向旅游软件升级转变;构建定量分析模型,如二元 Logistic 模型^[12]等。此外,本文依托的重要理论为实验经济学与实验人文地理学,实际上,在未来旅游开发过程中,虚拟旅游、智慧旅游、低碳旅游等新兴旅游产品不断涌现,如何构建实验旅游学将是旅游科学重点研究领域之一。

致谢:感谢各位评审专家给本文提出大量建设性意见!感谢中国社会科学院中国边疆研究所时雨晴博士与北京第二外国语学院旅游管理学院2012级旅游规划班于叶影同学协助绘制图1。

参考文献(References):

- [1] 翟石艳,王铮. 基于实验人文地理学的旅游目的地选择行为研究[J]. 旅游学刊, 2014, 29(1): 67-74. [Zhai S Y, Wang Z. Exploring the spatial behavior of tourist destination selection: A case study of the computer-aided experimental human geography[J]. *Tourism Tribune*, 2014, 29(1): 67-74.]
- [2] Crompton J L. Motivations for pleasure vacations[J]. *Annals of Tourism Research*, 1979, 6(4): 408-424.
- [3] Fakeye P, Crompton J. Image difference between prospective, first-time and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley[J]. *Journal of Travel Research*, 1991, 30(2): 10-16.
- [4] Ankomah P, Crompton J, Baker D. Influence of cognitive distance in vacation choice[J]. *Annals of Tourism Research*, 1996, 23(1): 138-150.
- [5] Howard J A, Sheth J N. The Theory of Buyer Behavior[M]. New York: John Wiley and Sons, 1969.
- [6] Um S, Crompton J L. Development of pleasure travel attitude dimensions[J]. *Annals of Tourism Research*, 1991, 18(3): 374-378.
- [7] Lancaster K J. A new approach to consumer theory[J]. *Journal of Political Economy*, 1966, 74(2): 132-157.
- [8] Seddighi H R, Theocharous A L. A model of tourism destination choice: A theoretical and empirical analysis[J]. *Tourism Management*, 2002, 23(5): 475-487.
- [9] 龙江智,李恒云. 近期内未出游城镇居民的旅游障碍与目的地选择偏好研究[J]. 旅游科学, 2012, 26(3): 54-66. [Long J Z, Li H Y. A study on the barriers and destination preference of citizens-not-traveling-recently[J]. *Tourism Science*, 2012, 26(3): 54-66.]
- [10] 马桂顺,龙江智,李恒云. 不同特质银发族旅游目的地选择影响因素差异[J]. 地理研究, 2012, 31(12): 2185-2196. [Ma G S, Long J Z, Li H Y. A study on tourism destination choice influencing factors of different personality seniors[J]. *Geography Research*, 2012, 31(12): 2185-2196.]
- [11] 李旭,秦耀辰,宁晓菊,等. 中国入境游客旅游目的地选择变化及影响因素[J]. 经济地理, 2014, 34(6): 169-175. [Li X, Qin Y C, Ning X J. Destination choice change and its influencing factors of inbound tourists in China[J]. *Economic Geography*, 2014, 34(6): 169-175.]
- [12] 刘旺,孙璐. 成都城市居民乡村旅游目的地选择行为特征的研究[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2010, 31(3): 180-183. [Liu W, Sun L. A study on rural tourism destination choice behavior of Chengdu urban residents[J]. *Journal of Southwest University for Nationalities (Humanities & Social Sciences Version)*, 2010, 31(3): 180-183.]
- [13] 吴必虎,唐俊雅,黄安民,等. 中国城市居民旅游目的地选择行为研究[J]. 地理学报, 1997, 52(2): 97-103. [Wu B H, Tang J Y, Huang A M. A study on destination choice behavior of Chinese urban residents[J]. *Acta Geographica Sinica*, 1997, 52(2): 97-103.]
- [14] 李萍,栗路军,叶莉. 城市居民旅游目的地选择的影响因素研究-以长沙市为例[J]. 北京第二外国语学院学报(旅游版), 2007, (9): 51-56. [Li P, Su L J, Ye L. A study on factors influencing tourism destination choice of urban residents-a case study of Changsha City[J]. *Journal of Beijing International Studies University (Tourism Version)*, 2007, (9): 51-56.]
- [15] 许春晓,周美静,王甫园. 旅游目的地选择意愿的影响因素-以韶山为例[J]. 经济地理, 2015, 35(4): 178-185. [Xu C X, Zhou M J, Wang P Y. Factors influencing tourists' choice of destination: A case study of Shaoshan[J]. *Economic Geography*, 2015, 35(4): 178-185.]
- [16] Gelbman A. Border tourism in Israel: Conflict, peace, fear and hope[J]. *Tourism Geographies*, 2008, 10(2): 193-213.
- [17] IGU Working Group. Tourism and Borders: Proceedings of the Meeting of the IGU Working Group-Geography of Tourism and Recreation[M]. Frankfurt/Main: Institut für Wirtschafts- und Sozialgeographie der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt/Main, 1979.
- [18] Timothy D J. Political boundaries and tourism: Borders as tourist

- attractions[J]. *Tourism Management*, 1995, 16(7): 525-532.
- [19] Timothy D J. Cross-border partnership in tourism resource management: International parks along the US- Canada border[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 1999, 7(3-4): 182-205.
- [20] Canally C, Timothy D J. Perceived constraints to travel across the US-Mexico border among American university students[J]. *International Journal of Tourism Research*, 2007, 9(6): 423-437.
- [21] Ilbery B, Saxena G, Kneafsey M. Exploring tourists and gate-keepers' attitudes towards integrated rural tourism in the England- Wales border region[J]. *Tourism Geographies*, 2007, 9(4): 441-468.
- [22] Sofield T H. Border tourism and border communities: An overview [J]. *Tourism Geographies*, 2006, 8(2): 102-121.
- [23] Jakosuo K. Russia and the Russian tourist in Finnish tourism strategies: The case of the Karelian region[J]. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 2011, 24: 1003-1013.
- [24] Bradbury S L. The impact of security on travelers across the Canada-US border[J]. *Journal of Transport Geography*, 2012, 26(1): 139-146.
- [25] 张广瑞. 关于云南省瑞丽畹町边境旅游情况的考察报告[J]. *旅游学刊*, 1994, 9(4): 26-30. [Zhang G R. An investigation report on border travel in Ruili and Huantin of Yunnan Province [J]. *Tourism Tribune*, 1994, 9(4): 26-30.]
- [26] 汪德根, 陆林, 陈田, 等. 我国边境省区入境客源市场结构及开发战略研究-以内蒙古自治区为例[J]. *干旱区地理*, 2004, 27(4): 615-621. [Wang D G, Lu L, Chen T. Structure of the overseas tourist market and the development strategy in the frontier provinces and autonomous regions in China-A case study in Inner Mongolia Autonomous Region[J]. *Arid Land Geography*, 2004, 27(4): 615-621.]
- [27] 赵多平, 孙根年, 苏建军. 中国边境入境旅游的客流演化态势及其动因分析-新疆内蒙云南三省区的比较研究[J]. *人文地理*, 2012, 27(5): 134-139. [Zhao D P, Sun G N, Su J J. Research on tourist flow evolution trends and motivation analysis of China's border tourism[J]. *Human Geography*, 2012, 27(5): 134-139.]
- [28] 谢婷, 钟林生, 张宪玉. 基于空间竞争关系的中越边境旅游产品开发研究[J]. *社会科学家*, 2006, (5): 123-127. [Xie T, Zhong L S, Zhang X Y. Research on the border tourism products development between China and Vietnam based on space competition[J]. *Social Scientist*, 2006, (5): 123-127.]
- [29] 时雨晴, 钟林生, 陈田. 中国陆地边境县域旅游竞争力评价[J]. *资源科学*, 2014, 36(6): 1133-1141. [Shi Y Q, Zhong L S, Chen T. Evaluation of border tourism competitiveness at the county level in China[J]. *Resources Science*, 2014, 36(6): 1133-1141.]

Border tourism city selection by Beijing residents and marketing pathways based on experimental human geography

TANG Chengcai^{1,2}, ZHAO Zongqian¹, LIU Han¹, ZHOU Shaorui¹

(1. School of Tourism Management, Beijing International Studies University, Beijing 100024, China;

2. Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100101, China)

Abstract: Due to the special border location, natural landscape, atmosphere, and a variety of cultural integration, China's borders are a strong attraction for tourists. Border tourism has become a major component of China's tourism market. Beijing is one of the three traditional tourist origins with strong residential travel capacity. Based on tourism destination choice theory, experimental economics, human geography, PPT scene simulation, personalized custom and depth interview methods we let visitors make combinations of border tourism elements according to willingness and determined the factors affecting border city tourism. The border areas included Dandong, Kashi, Manzhouli, Chongzuo and Xishuangbanna. We found that 38.71% of respondents selected the China- Myanmar bilateral cooperation tourism circle with Xishuangbanna at its core, and 22.58% chose the China- Vietnam bilateral cooperation tourism circle (e.g. Chongzuo). A rich variety of natural ecological landscapes and cultures are the most attractive resources of border cities, and sample percentages are respectively up 51.61% and 41.94%. Sex, occupational income and age all affected the border tourism choices. Beginning with personalized customization and targeting of gender, occupational income and age, we analyze some useful tourism marketing pathways for border city tourism. These results will enrich the theory of border city tourism and destination selection method systems, and provide scientific guidance when marketing China's border cities.

Key words: experimental economics; experimental human geography; border tourism city; marketing; tourist behavior; tourism destination choice; Beijing residents