

DOI: 10.5846/stxb201810312354

赵雪雁, 李东泽, 李巍, 严江平. 高寒民族地区居民的旅游支持度及影响因素——以甘南藏族自治州为例. 生态学报, 2019, 39(24): 9257-9270.

Zhao X Y, Li D Z, Li W, Yan J P. A study on the degree of traveling support and influencing factors for inhabitants living in the arctic-alpine areas: Taking Gannan Tibetan Autonomous Prefecture as an example. Acta Ecologica Sinica, 2019, 39(24): 9257-9270.

# 高寒民族地区居民的旅游支持度及影响因素 ——以甘南藏族自治州为例

赵雪雁<sup>1,\*</sup>, 李东泽<sup>1,2</sup>, 李 巍<sup>1</sup>, 严江平<sup>1</sup>

1 西北师范大学地理与环境科学学院, 兰州 730070

2 兰州城市学院美术与设计学院, 兰州 730070

**摘要:** 旅游业是当前高寒民族地区实现乡村振兴的重要举措, 辨明居民的旅游支持度及其影响因素有利于精准制定旅游发展政策。以甘南藏族自治州为研究区, 突出该区民族文化特征, 建立了以文化整合、地方感、旅游机构信任、旅游事件依恋为自变量的居民旅游支持度模型, 并分析了影响该区居民旅游支持度的关键因素。结果表明: (1) 藏族居民旅游支持度最高, 回族次之, 汉族最低; 牧民、僧侣、家庭主妇、学生、私营业主、公务员的旅游支持度呈递减趋势; “易地搬迁型”乡村社区居民旅游支持度最高, “民宿开发型”次之, “寺院景区门户型”社区居中, “寺院僧舍型”社区较低, “景区边缘型”社区最低。(2) 旅游收益感知对居民旅游支持度产生积极影响, 旅游成本感知对居民旅游支持度产生负向影响; 居民对旅游机构的信任与居民对旅游事件依恋均对旅游收益感知产生积极影响、对旅游成本感知产生负向影响, 从而影响居民旅游支持度; 文化整合与居民对旅游事件依恋除对旅游支持度产生直接影响外, 还通过增强旅游收益感知、降低旅游成本感知而对旅游支持度产生显著正向作用。

**关键词:** 甘南藏族自治州; 居民; 旅游支持度; 结构方程模型

## A study on the degree of traveling support and influencing factors for inhabitants living in the arctic-alpine areas: Taking Gannan Tibetan Autonomous Prefecture as an example

ZHAO Xueyan<sup>1,\*</sup>, LI Dongze<sup>1,2</sup>, LI Wei<sup>1</sup>, YAN Jiangping<sup>1</sup>

1 College of Geography and Environmental Science, Northwest Normal University, Lanzhou 730070, China

2 College of Art and Designing, Lanzhou City University, Lanzhou 730070, China

**Abstract:** Tourism is an important measure to realize the rural rejuvenation in the arctic-alpine areas at present. Identifying the current support of tourism from residents, as well as its influencing factors, is conducive to the precise formulation of tourism-development policies. This study utilized the Gannan Tibetan Autonomous Prefecture as the study area, which highlighted the ethnic cultural characteristics of this particular area. With this exemplar, we established a tourism-support-degree model based on cultural integrity, sense of locality, trust of tourism institutions, and tourism-event attachment as independent variables. The key factors that affected the residents' support of tourism were also analyzed. The results indicated the following. The first major finding was that the highest degree of support for tourism was found in Tibetan inhabitants, followed by that of Hui nationality inhabitants, whereas Han ethnic inhabitants had the lowest degree of such support. Additionally, there was a trend for a decreased degree of support for tourism among herdsmen, monks, priests,

**基金项目:** 国家自然科学基金项目(41661115); 中国科学院 A 类战略性先导科技专项(XDA19040502); 中国科学院内陆河流域生态水文重点实验室开放基金(KLEIRB-2S-16-03)

收稿日期: 2018-10-31; 网络出版日期: 2019-09-17

\* 通讯作者 Corresponding author. E-mail: zhaoxy@nwnu.edu.cn

housewives, students, private business owners, and civil servants. In terms of analysis of the categorical preferences of inhabitants, the ranking of degrees of support of tourism from highest (1) to lowest (5) were as follows: (1) the 'relocation type' rural-community inhabitant; (2) the 'homestay developing type'; (3) the 'temple and scenic spots household type'; (4) the 'temple and monks domiciles' type; and (5) the 'adjacent to scenic spots type.' The second major finding of the present study was that one's perceptions of tourism-related factors tended to influence one's degree of support for tourism. Specifically, a perception of tourism as a benefit tended to increase one's support of tourism, whereas a perception of tourism as an expense tended to reduce one's support of tourism. Additionally, an inhabitant's trust of travel organizations and inclinations toward traveling activities had positive influences on the perception of tourism as a benefit, whereas such perceptions had a negative impact on the perception of tourism as an expense; hence, these perceptions ultimately affected an inhabitant's degree of support for tourism. Similarly, an inhabitant's cultural adaptation and inclinations toward traveling activities exerted direct positive influences on support for traveling as well as tourism, while simultaneously weakening one's perception of tourism as an expense. Taken together, this article puts forward countermeasures and suggestions for improving the degree of support of tourism from local inhabitants currently living in the arctic-alpine ethnic areas.

**Key Words:** Gannan Tibetan Autonomous Prefecture; inhabitants; degree of support of tourism; structural equation model

2017年9月13日,联合国秘书长安东尼奥·古特雷斯在联合国世界旅游组织第22届全体大会的贺词中提出,旅游业是最有影响力的综合性产业之一,有望成为经济、社会、全球的变革力量<sup>[1]</sup>。旅游地居民作为旅游业发展的重要利益相关者,旅游可持续发展离不开当地居民的支持,居民对旅游发展的支持度是旅游可持续发展的前提条件<sup>[2]</sup>。居民旅游发展支持度是居民对当地旅游发展的一种态度<sup>[3]</sup>,其建立在居民对当地旅游影响感知基础之上。深入了解当地居民对旅游发展的支持度不仅有助于减少旅游发展的潜在负面影响,最大限度的发挥积极影响,更有助于制定科学的旅游政策,促进旅游业可持续发展<sup>[4]</sup>。

国外已在旅游支持度领域开展了大量研究,发现其影响因素呈现多元化。目前,已提出了社会交换理论<sup>[5]</sup>、社会距离理论<sup>[6]</sup>、社会表征理论<sup>[7]</sup>、跨文化整合理论<sup>[8]</sup>、亲密关系理论<sup>[9]</sup>和交往假设理论<sup>[10]</sup>等。其中,Robin Nunkoo 基于社会交换理论提出了以旅游机构信任、影响旅游发展的权力、邻里条件、旅游收益感知、总体满意度、旅游成本感知、旅游支持为结构变量的社区旅游支持概念模型<sup>[11]</sup>。此后,他又基于社会交换理论和身份理论,构建了居民个体尺度的旅游支持模型,强调自我认同在支持行为研究中的价值,提出居民基于资源的职业认同、环境认同和性别认同直接影响其支持行为<sup>[12]</sup>。Sedigheh Moghavvemi 等则基于情感团结理论构建了由欢迎大自然、情感亲密、理解同情、社区承诺、开放经验、宜人、个性、态度、支持度等结构因子构成的旅游支持概念模型<sup>[13]</sup>。Chi 等通过引入旅游事件依恋拓展了居民地方感的构成维度,该研究表明旅游事件依恋是影响居民旅游支持度的因素之一<sup>[14]</sup>。总体来看,国外学界构建旅游支持度概念模型时,在社会交换理论的基础上,引入了接触假设理论、身份理论,关注居民个性、情感团结、旅游事件依恋以及社区承诺、身份、态度等因素对旅游支持度的影响,注重不同群体旅游支持的差异化,强调居民个体差异对旅游支持度的影响。

目前国内学者也对旅游支持度开展了一些研究。首先,借鉴了社会交换理论作为分析旅游支持度的理论基础<sup>[15]</sup>;其次,国内旅游支持度研究常见的中介变量有“旅游获益与成本感知”、“环境态度”<sup>[16]</sup>;第三,结构变量多选择地方感、参与度、居住区条件、对旅游机构的信任<sup>[17]</sup>、旅游发展期望<sup>[18]</sup>、人际关系、人地关系<sup>[19]</sup>为影响旅游支持度的关键因素;在研究区域方面,也有学者研究了少数民族村寨旅游支持度,许晓宸以九寨沟为研究区,构建了居民地方感、旅游发展期望、旅游发展获益感知、旅游发展成本感知以及旅游发展支持度五个结构变量的民族村寨居民旅游发展支持度理论模型<sup>[18]</sup>;李秋成以黔东南民族村寨为研究区,从人际关系、人地关系两个维度探讨了旅游地社区内部关系要素对居民旅游影响感知和支持度的影响<sup>[19]</sup>。与此同时,国内少数民族村寨旅游还讨论了居民旅游观念、社区参与对旅游发展的影响<sup>[20]</sup>。研究发现,旅游发展急剧推动了

社区在经济、政治、观念和环境等方面的现代性变迁,加剧了少数民族旅游社区传统与现代化的互动<sup>[21]</sup>,影响了族群内部的文化认同<sup>[22]</sup>。已有研究也提出,文化整合策略是移民和少数民族使用最多的文化适应策略,其次是分离、同化和边缘化<sup>[23]</sup>。具体到甘南藏族自治州旅游研究方面,学者们在厘清甘南藏族自治州旅游资源,辨清开发策略的基础上,更加关注旅游对该区社会文化影响,梁旺兵等研究认为甘南藏族自治州藏族居民对旅游业带来的文化侵略、环境破坏等感知更深<sup>[24]</sup>。此外,甘南藏族自治州旅游发展过程伴随着以藏传佛教信仰为特征的地方文化与外来文化之间的互动。对藏族居民而言,其与外来文化的互动特征主要体现在其主动、积极的“整合”功能,文化整合是甘南高原居民应对旅游社会文化影响的适应策略。

因此,从民族村寨居民旅游支持度的影响因子来看,目前少数民族地区居民旅游支持度研究尚未关注“文化整合”对旅游支持度的影响,也未讨论旅游事件依恋对旅游支持度的影响。与国外旅游支持度研究相比,国内研究对民族村寨居民个体及群体差异、文化整合、旅游事件依恋与旅游支持度的关系有进一步拓展的空间。

甘南藏族自治州是典型的高寒民族地区,兼具深度贫困区与重要生态功能区的特征。该区海拔高、气候阴冷,居民以藏族为主,畜牧业是其主要生计方式。因此,该区与其他少数民族地区相比具有特殊性。当前,旅游业已成为促进该区乡村振兴的重要举措。从居民个体出发研究该区居民旅游支持度具有现实意义,特别是突出该区民族文化与旅游互动特征、个体对旅游事件依恋方面有进一步拓展的研究空间。鉴于此,本文以信任、文化整合、地方感、旅游事件依恋为自变量,以旅游成本、收益感知为中介变量,建立分析高寒民族地区居民旅游支持度的结构方程模型,力图辨明该区居民旅游支持度的差异性及其影响因素,旨在为高寒民族地区制定可持续的旅游发展政策提供借鉴。

## 1 研究区、数据来源与研究方法

### 1.1 研究区

甘南藏族自治州地处青藏高原东北边缘,甘肃省西南部,是甘、青、川三省交界地带。海拔 1200—4800 m,该区是以藏族为主体的多民族聚居区,藏族人口占总人口的 54.2%。境内旅游资源丰富,草原生态、宗教文化资源是甘南藏族自治州主要的旅游资源。近年来该区旅游业发展迅速,传统草原观光旅游、宗教寺院观光旅游逐渐向牧场生活度假旅游、宗教文化研学旅游转型升级,旅游业已成为引导该区产业转型与升级发展的主导力量。十二五以来,甘南藏族自治州旅游业发展势头良好,2011 年共接待国内外游客 243.9 万人次,旅游综合收入 9.56 亿元;2017 年,甘南藏族自治州旅游人数达到 1100 多万人次,旅游综合收入 50 亿元,与 2011 年相比分别增长 351%、423%。

为了更好地分析甘南高原居民旅游支持度,特选取甘南藏族自治州夏河县拉卜楞镇、碌曲县郎木寺镇为典型案例区,如图 1 所示。主要考虑有:(1)发展阶段较为同步。拉卜楞镇和郎木寺镇均是甘南州旅游开发最早的景点,目前均为国家 4A 级旅游景区,因此发展阶段较为同步,都是受旅游发展影响较为深刻的区域。其中,夏河县拉卜楞镇的拉卜楞寺是我国藏传佛教格鲁派六大寺院之一,保留有全国最好的藏传佛教教学体系,至今已有三百多年的历史。拉卜楞寺于 1985 年 5 月正式对外开放旅游,是甘南藏族自治州改革开放以来最早开放的宗教寺院型景区;碌曲县郎木寺镇是国外旅游者青睐的藏乡旅游目的地,是甘南藏族自治州境内较早开展藏乡生活旅居体验的目的地之一,旅游住宿、餐饮、购物、娱乐等服务业态起步较早,且类型丰富。(2)社区类型比较丰富。夏河县拉卜楞镇以拉卜楞寺景区为核心,调查社区包括扎西奇街、塔哇、拉卜楞寺、河南社区。其中,塔哇、扎西奇街位于拉卜楞寺东入口,属于“寺院景区门户型”社区;拉卜楞寺社区位于寺院内部,由寺院僧众居住,属于“寺院僧舍型”社区;河南社区位于县城大夏河南岸,距离拉卜楞寺、扎西奇街较远,属于“景区边缘型”社区。碌曲县郎木寺镇以藏乡风情小镇为特色,属于乡村旅游目的地,调查社区包括吉科河、加科、卡哇,其中吉科河社区于 2014 年整体搬迁至郎木寺镇区北侧、白龙江南岸,该社区属于“整村搬迁”型社区;加科、卡哇社区位于郎木寺寺院南侧、白龙江北岸,是郎木寺寺院区与郎木寺镇商业街过渡地带,



属于“民宿开发型”乡村社区。

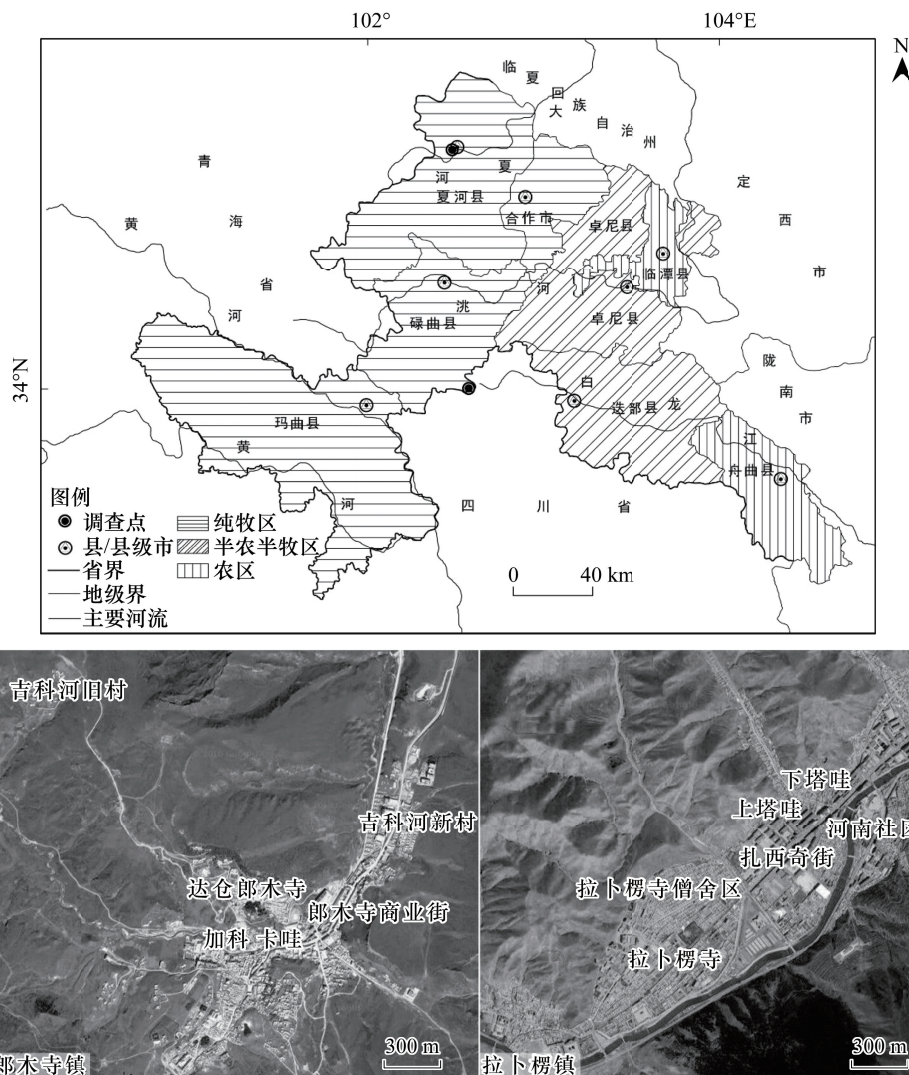


图1 研究区

Fig.1 Research Area

## 1.2 数据来源

基于已有文献,结合案例区的实际情况及相关专家的建议,设计了高寒民族地区居民旅游支持度测量量表。本文所有测量项目均来自现有文献,邀请了旅游专家和当地镇政府工作人员对初始测量项目内容的有效性进行了评估,改进了测量项目的准确性,删除了部分冗余问项。2017年7月1日至4日对拉卜楞镇、郎木寺镇进行了预调查,并在两个镇分别选择5户居民进行了深度访谈。在预调查的基础上,修改完善了居民旅游支持度测量量表。其中,“居民对旅游影响的感知”分为“旅游获益感知”“旅游成本感知”两个维度,每个维度分别从“经济影响感知”“环境影响感知”“社会文化影响感知”三个方面进行了测量;“居民对旅游机构的信任”分为“对政府管理机构的信任”“宗教寺院的信任”“旅游公司的信任”三个维度,分别测量了研究区居民对县政府、旅游局、村委会、寺管会、旅游公司的信任度;“文化整合”测量采用了 Huynh 的“双文化认同整合量表(第二版)”的方法<sup>[25]</sup>;“地方感”通过“地方依恋”“地方依赖”两个维度测量;“居民对旅游事件的依恋”分为“事件认同”“事件依赖”两个维度;“居民的旅游支持度”参考了包亚芳<sup>[16]</sup>、汪德根<sup>[17]</sup>等学者的测量方法。

研究团队于2017年9月1日至7日对夏河县拉卜楞镇中心镇区社区居民、碌曲县郎木寺镇中心镇区居

民进行正式调查。调查中,采取随机抽样法选择调查样本,调查 360 位居民,回收问卷 350 份,有效问卷 343 份,问卷回收率为 97.2%,问卷有效率为 95.3%,受访居民特征如表 1 所示。问卷内容主要包括:(1)调查对象的人口统计学特征;(2)居民对旅游机构的信任、文化整合、对旅游事件的依恋、地方感、旅游收益感知、旅游成本感知、旅游支持度。

受访居民以本地长期住户为主,受访者以公务员、私营业主、牧民、僧侣为主;男性受访者比例高于女性受访者,占受访者人数的 69.1%;汉族、藏族、回族受访者分别占受访者的 27.2%、59.1%、13.7%;受访者受教育水平以初中及以下居多,占 42.9%。月平均收入水平 1000—3000 元的占受访者总数的 53.9%。与《甘南统计年鉴 2017》对比发现,本次受访样本可以反映研究区居民的基本情况,具有一定的代表性。

表 1 受访居民的特征

Table 1 Basic composition of Residents

类别	频数 (N=343)	百分比	类别	频数 (N=343)	百分比
性别			职业		
男	237	69.1	公务员	82	24.0
女	106	30.9	私营业主	79	23.1
年龄			牧民	69	20.2
18 岁以下	10	2.9	僧侣	47	13.7
18—44 岁	73	79.3	学生	30	8.8
45—64 岁	55	16.1	家庭主妇	20	5.8
65 岁以上	6	1.7	其他	15	4.4
民族			平均月收入		
汉族	93	27.2	千元以下	43	12.5
藏族	202	59.1	1000—3000 元	185	53.9
回族	47	13.7	3000—5000 元	84	24.5
教育水平			5000 元以上	31	9.1
初中及以下	147	42.9	居住时间		
高中或中专	63	18.4	5 年及以下	23	6.7
大专	66	19.2	6—35 年	255	74.3
本科	64	18.7	35 年以上	65	19.0
硕士	3	0.9			

### 1.3 研究方法

#### 1.3.1 研究假设

由社会交换理论(SET)可知,居民的旅游支持行为是基于旅游影响的判断、权衡而做出的“有利”选择,即居民对旅游活动的收益感知超过预期成本时,居民更可能支持旅游活动。

##### (1) 居民对旅游影响的感知

旅游影响研究多运用社会交换理论(SET)解释居民态度对各种旅游开发的作用。基于互惠原则,SET 认为个人参与交换的意愿是整体评估的基础<sup>[26]</sup>。已有研究显示,由于旅游业不仅可增加就业机会,提高居民收入,还可增加社区娱乐设施,丰富社区结构、文化价值,改善当地居民的生活质量,从而增强居民旅游收益感知,增加旅游支持度。然而,旅游发展也增加了生活成本,带来了交通拥堵、犯罪率上升等一系列问题,扩大居民的旅游成本感知,从而降低旅游支持度。基于此,本文提出以下假设:

H1:居民的旅游收益感知对旅游支持度产生正向影响。

H2:居民的旅游成本感知对旅游支持度产生负向影响。

##### (2) 居民对旅游机构信任度

信任是 SET 概念的核心,是不同参与者进行社会交流的基础。旅游学者已经将信任纳入解释居民对旅

游发展态度的研究,并将其视为预测居民态度的有效工具<sup>[27]</sup>。居民对旅游机构的信任增加了他们对交换过程的信心,并激发了他们参与交换的意愿<sup>[28]</sup>。对旅游机构高度信任的居民更有可能相信当地旅游机构组织的旅游活动会使他们获得最大利益,从而支持旅游活动。相反,对旅游机构信任度较低居民往往怀疑当地旅游机构是否有能力和意愿减少旅游事件对当地社区造成的负面影响。因此,缺乏对旅游机构的信任迫使居民更加关注事件的可能负面影响,并降低其旅游支持意愿<sup>[29]</sup>。Gursoy 等通过旅游影响调查了居民的旅游机构信任度对其旅游支持度的影响<sup>[30]</sup>,也得出了同样结果。鉴于此,本文提出以下假设:

H3:居民的旅游机构信任度对旅游活动的支持产生积极影响。

H4:居民的旅游机构信任度对旅游收益产生正向影响。

H5:居民的旅游机构信任度对旅游成本产生负向影响。

### (3) 居民对外来文化的整合

文化整合是当地居民主动调适自身文化传统与外来文化相适应的过程。旅游活动为当地居民和游客提供了面对面跨文化接触的场景,一般而言当地居民会对本地传统文化产生较强的“留恋”情感,并在传统文化与外来文化之间做出调整<sup>[31]</sup>。通过文化整合既保留原有文化记忆又符合旅游商业发展趋势及游客需求,促进了当地的旅游发展,使居民旅游收入增加,但同时会带来一些负面影晌。因此,本文提出以下假设:

H6:居民的文化整合对旅游活动的支持产生积极影响。

H7:居民的文化整合正面影响旅游收益感知。

H8:居民的文化整合负面影响旅游成本感知。

### (4) 居民地方感

旅游地居民地方感即居民对社区认知和情感联结方式差异决定了居民个体不同的旅游发展态度和感知。根据许振晓等人研究成果<sup>[18]</sup>,提出以下假设:

H9:居民地方感正面影响旅游获益感知。

H10:居民地方感负面影响旅游成本感知。

H11:居民地方感对旅游支持度产生积极影响。

### (5) 居民对旅游事件的依恋

已有研究从环境心理学角度讨论了地方依恋或社区依恋对居民旅游支持度的影响。Chen 指出居民的社区依恋是他们对潜在旅游影响的重要预测因素<sup>[31]</sup>。Gu 和 Ryan 则发现居民对旅游发展的看法与他们地方依恋之间存在自我强化关系<sup>[32]</sup>。国内学者对地方感、地方依恋与旅游支持度的关系已开展了大量研究,目前把“依恋”由“地方”扩展至“事件”,探索“旅游事件依恋”对居民旅游支持度的影响有进一步研究的空间。且已有研究显示,居民对旅游事件的依恋激励着他们以积极的态度来看待旅游活动<sup>[33]</sup>。甘南藏族自治州旅游季节性显著,旅游活动集中在每年 6 月至 9 月,季节性约束加强了居民对过往旅游事件的回忆以及对来年旅游事件的期望,这种期望既涉及旅游经济活动,也涉及到旅游活动带来的文化交流<sup>[31]</sup>。因此,该地区居民对旅游事件有较强的“依恋心理”,从而对该地区居民的旅游影响感知及其支持度产生显著影响。基于此,本文提出以下假设:

H12:居民对旅游事件的依恋会积极影响其对旅游活动的支持。

H13:居民对旅游事件的依恋会积极影响其旅游收益感知。

H14:居民对旅游事件的依恋会负面影响其旅游成本感知。

根据上述讨论,提出了以下概念框架,本文共设置了对旅游机构的信任、对旅游事件的依恋、文化整合、地方感、旅游获益感知、旅游成本感知、旅游支持度这 6 个潜变量。在这 6 个变量中,我们根据前文所做的研究假设,将对旅游机构的信任、对旅游事件的依恋、文化整合、地方感作为外生潜在变量,将旅游获益感知、旅游成本感知、旅游支持度作为内生显变量,选取收入水平、年龄、民族作为控制变量,如图 2 所示。

## 1.3.2 探索性因子分析

本文对调查数据进行了分组,以便对不同样本数据进行探索性因子和验证性因子分析。利用 SPSS23.0



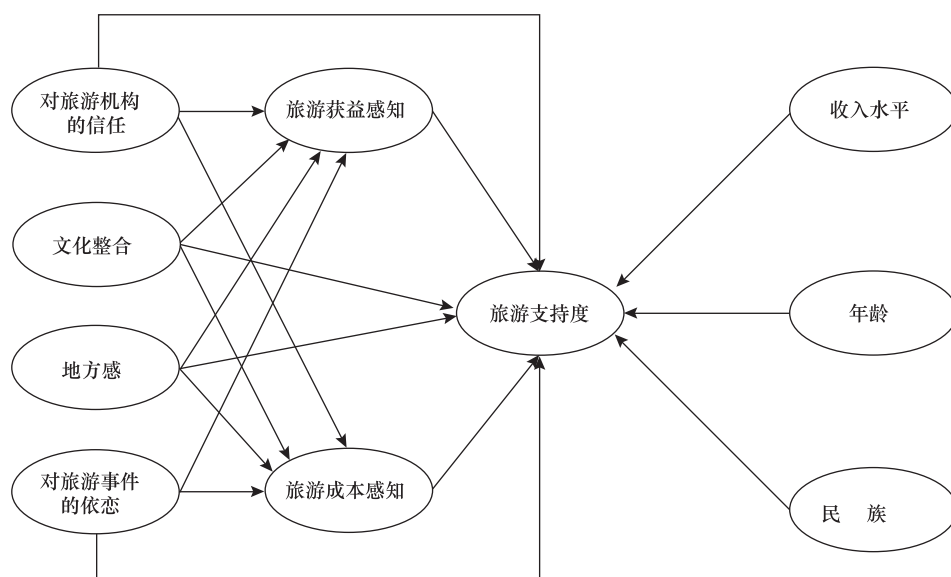


图2 假设模型

Fig.2 Assumption model

进行探索性因子分析,分别对自变量、旅游获益感知、旅游成本感知、旅游支持度量表进行 KMO 和 Bartlett's 球形检验,结果显示所有量表 KMO 均大于 0.7, Bartlett's 球形检验值显著 (Sig. < 0.001), 表明问卷数据符合因子分析的前提要求。因此进一步进行分析,因子提取时采用主成分分析方法,并以特征根大于 1 为因子提取公因子,因子旋转时采用方差最大正交旋转分别对各量表进行因素分析。每个因子分析结果共得到 3 个因素,自变量量表总解释能力为 68.889%,旅游获益感知量表总解释能力为 67.883%,旅游成本感知量表总解释能力为 63.802%,旅游支持度量表总解释能力为 71.233%,各量表解释能力均大于 50%,表明各量表筛选出来的 3 个因素具有良好的代表性,各个测量题项的最大因素负荷量均大于 0.5,且交叉载荷均小于 0.4,每个题项均落到对应的因素中,表明量表具有良好的结构效度。

### 1.3.3 信度与效度检验

本研究中每个维度的 Cronbach's  $\alpha$  系数均大于 0.7, 因此表明各个维度均具有良好的信度。同时本研究采用较严谨的 AVE 法对区别效度进行评估,各因素 AVE 开根号均大于对角线外的标准化相关系数,因此本研究仍具有区别效度。

### 1.3.4 验证性因子分析

本文利用第二组调查数据进行验证性因子分析,满足了利用不同样本数据进行验证性因子分析以考察潜变量之间相互关系的要求。其中,自变量共有三个维度,分别为对旅游机构的信任、对旅游活动的依恋、文化整合,共包含 17 个测量题目;地方感共有 2 个维度,分别为地方依赖、地方认同,共包含 8 个测量题目;旅游获益感知共有三个次级维度,分别为经济影响获益感知、环境影响获益感知、社会文化影响获益感知,共包含 19 个测量题目;旅游成本感知共有三个次级维度,分别为经济影响成本感知、环境影响成本感知、社会文化影响成本感知,共包含 25 个测量题目;旅游支持度共有 9 个测量题项。分别执行验证性分析可知各拟合指标 CMIN/DF 均小于 3 以下标准, GFI、AGFI、NFI、TLI、IFI、CFI 均达到 0.9 以上的标准, RMSEA 均小于 0.08, 各个拟合指标均符合一般的研究标准,因此各模型均拥有较好的适配度。

### 1.3.5 模型分析

本文将概念模型和若干研究假设以及初始模型构建中的相关注意事项相结合,构建出如图 3 所示的分析模型,以便为进一步的实证验证奠定基础。利用 AMOS23.0 执行计算,得到图 3。

### 1.3.6 路径分析

为辨明影响居民旅游支持度的关键因素及这些因素的作用路径,本文运用路径分析法,在 AMOS 20.0 环





经营业态主要以藏式餐厅、酒店、旅游纪念品、藏族日用品为主;回族居民经营业态主要以清真餐饮、小吃、特色牛羊肉制品为主;而汉族居民大部分通过劳务雇佣的间接方式获取经济收益。此外,藏族居民均集中居住在核心旅游资源周边,其中,拉卜楞镇藏族居民以扎西奇街两侧街区为聚居区,郎木寺镇藏族居民以寺院南侧社区、省道 313 沿线为主,这些藏族居民聚居区均是游客旅游活动的集中区域,这也在一定程度上增加了藏族居民的旅游收益。

## 2.2 不同职业居民的旅游支持度

采用方差分析,以及 LSD 事后检验发现不同职业居民的旅游支持度存在显著差异。其中,牧民的旅游支持度为 4.632,僧侣的旅游支持度为 4.273,家庭主妇的旅游支持度为 3.968,学生的旅游支持度为 3.927,私营业主的旅游支持度为 3.819,公务员的旅游支持度为 3.544。因此,牧民、僧侣、家庭主妇、学生、私营业主、公务员的旅游支持度呈递减趋势,如图 4 所示。

究其原因,主要在于不同群体的旅游经济收益、社会文化整合等存在差异,从而使其旅游支持度发生差异。调研发现,牧民通过牧家乐、旅游住宿、旅游餐饮、马队体验等旅游活动直接参与旅游经营活动,增加了家庭收入。从而使其旅游收益最强,对旅游活动的支持度也最高;大部分僧侣认为旅游活动有助于增进大众对藏传佛教的认识和对佛教教义的理解<sup>[35]</sup>,从而使其具有较高的旅游社会文化收益,旅游支持度较高;家庭主妇认为旅游活动为她们提供了接触外界、发挥自身特长、提高自己能力的机会,并在一定程度上改变了女性传统家庭角色和社会地位<sup>[36]</sup>,从而使其具有较高的旅游文化收益,旅游支持度也较高。

## 2.3 不同社区居民的旅游支持度

采用方差分析,以及 LSD 事后检验发现不同社区居民的旅游支持度存在显著差异,如图 4 所示。其中,吉科河社区居民旅游支持度为 4.966,加科社区居民旅游支持度为 4.561,卡哇社区居民旅游支持度为 4.439,塔哇社区居民旅游支持度为 4.103,扎西奇街社区居民旅游支持度为 3.778,拉卜楞寺社区居民旅游支持度为 3.621,下人民街社区居民旅游支持度为 3.428,上人民街社区居民旅游支持度为 3.419,河南社区居民旅游支持度为 2.847。根据不同社区类型,可以发现“易地搬迁型”乡村社区居民旅游支持度最高,“民宿开发型”次之,“寺院景区门户型”社区居中,“寺院僧舍型”社区较低,“景区边缘型”社区最低。

究其原因,“易地搬迁型”吉科河社区于 2014 年由郎木寺镇区西北角 3 公里外高山地带整体搬迁至郎木寺镇区北侧,白龙江南岸地段,原有村落旧址统一发展以藏乡民宿体验为主的旅游度假区。因此整体搬迁至郎木寺镇区后,吉科河社区居民的生活条件得到极大改善,生活更为便利,为从事旅游经营活动创造了条件。大部分居民认为旅游发展不仅促使易地搬迁项目成功实施,而且增加了自己的收入。该社区居民的旅游获益感知最为强烈,旅游支持度也最高。加科、卡哇社区位于郎木寺寺院区与郎木寺镇商业街之间,该区居民积极适应郎木寺镇旅游发展趋势,利用原有院落改造、兴建了家庭宾馆和旅游客栈等接待设施,改变了单纯依赖放牧的传统生计方式,增加了经济收入。因此,该社区居民的旅游经济收益较好,也表现出较高的旅游支持度。塔哇、扎西奇街社区位于拉卜楞寺院东侧,是拉卜楞镇旅游接待活动最为集中的区域,旅游餐饮、住宿、购物活动集中。因此,该社区居民同样有较好的旅游经济收益,旅游支持度也处于较高水平。拉卜楞寺社区居民由拉卜楞寺院僧众构成,僧众的旅游社会文化收益促使其对旅游表现出开放包容的态度。同时,旅游活动对拉卜楞寺僧众正常宗教、学习活动造成一定干扰,影响了僧众对旅游活动的积极态度。因此,与旅游经济收益较高的社区相比较,拉卜楞寺社区居民的旅游支持度较低。河南社区位于拉卜楞镇南部,大夏河以南,距离拉卜楞寺院、扎西奇街较远,不利于开发旅游接待设施,该社区居民的旅游经济收益较少,同时还要承担因旅游活动带来的物价上涨、环境污染等负面效应。因此,该社区居民的旅游支持度最低。

## 3 居民旅游支持度的影响因素

### 3.1 模型拟合度检验

从下表可知 CMIN/DF 为 2.060,小于 3 以下标准, GFI、AGFI、NFI、TLI、IFI、CFI 均达到 0.9 以上的标准,

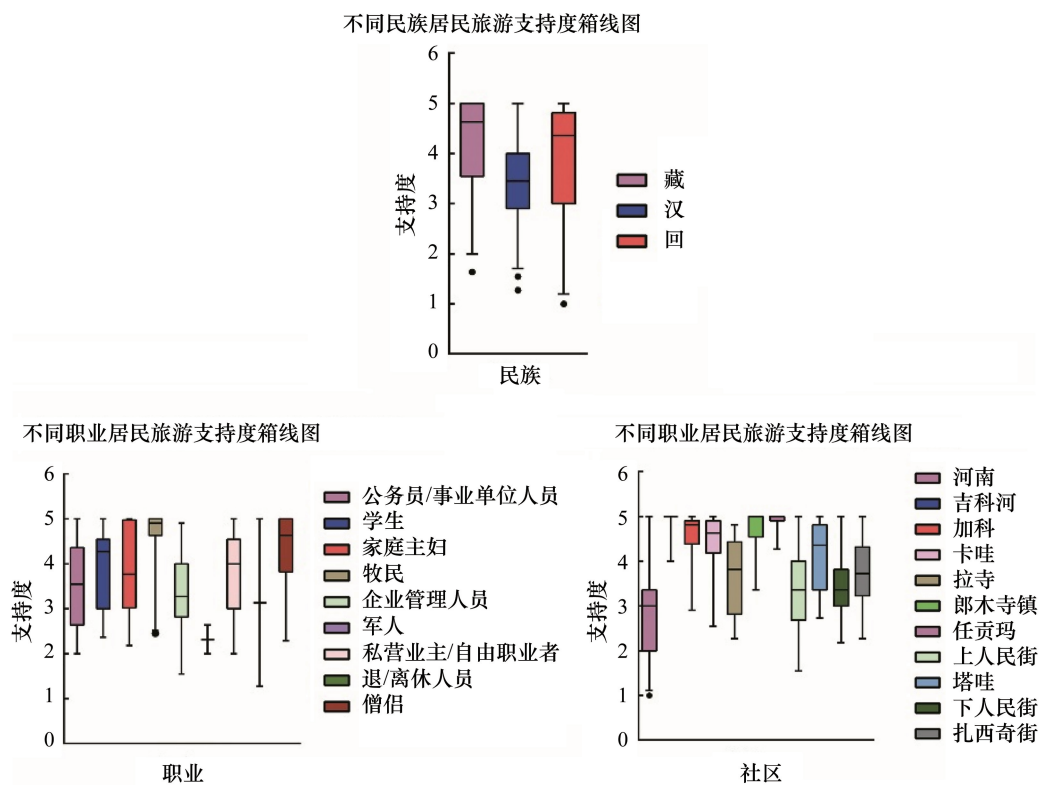


图 4 高寒民族地区不同类型居民旅游支持度的箱线图

Fig.4 Box diagram of tourism support for different types of residents in Cold Minority Area

RMSEA 为 0.039,小于 0.08,各个拟合指标均符合一般的研究标准,因此可以认为该模型由不错的配适度。

表 2 模型拟合度

Table 2 Model fitting degree

拟合指标	CMIN/DF	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	IFI	TLI	CFI
判断标准	<3	<0.08	>0.9	>0.8	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9
模型结果	2.060	0.039	0.912	0.899	0.931	0.963	0.960	0.963
结论	合格	合格	合格	合格	合格	合格	合格	合格

### 3.2 假设检验

由下表可以得到,对旅游机构的信任对旅游获益感知( $\beta=0.295, P<0.05$ )具有显著正向影响,假设成立;文化整合对旅游获益感知( $\beta=0.227, P<0.05$ )具有显著正向影响,假设成立;对旅游活动的依恋对旅游获益感知( $\beta=0.25, P<0.05$ )具有显著正向影响,假设成立;地方感对旅游获益感知( $\beta=0.184, P<0.05$ )具有显著正向影响,假设成立。

对旅游机构的信任对旅游成本感知( $\beta=-0.283, P<0.05$ )具有显著负向影响,假设成立;文化整合对旅游成本感知( $\beta=-0.26, P<0.05$ )具有显著负向影响,假设成立;对旅游活动的依恋对旅游成本感知( $\beta=-0.26, P<0.05$ )具有显著负向影响,假设成立;地方感对旅游成本感知( $\beta=-0.143, P>0.05$ )不具有显著负向影响,假设不成立。

对旅游机构的信任对旅游支持度( $\beta=0.152, P<0.05$ )具有显著正向影响,假设成立;文化整合对旅游支持度( $\beta=0.22, P<0.05$ )具有显著正向影响,假设成立;对旅游活动的依恋对旅游支持度( $\beta=0.202, P<0.05$ )具有显著正向影响,假设成立;地方感对旅游支持度( $\beta=0.176, P<0.05$ )具有显著正向影响,假设成立。

旅游获益感知对旅游支持度( $\beta=0.257, P<0.05$ )具有显著正向影响,假设成立;旅游成本感知对旅游支持

度( $\beta = -0.201, P < 0.05$ )具有显著负向影响,假设成立。

表 3 路径系数  
Table 3 Path coefficient

	路径	标准化系数	非标准化系数	S.E.	C.R.	P	假设
旅游获益感知	<--- 对旅游机构的信任	0.295	0.208	0.034	6.056	* * *	成立
游获益感知	<--- 文化整合	0.227	0.153	0.041	3.743	* * *	成立
旅游获益感知	<--- 对旅游事件的依恋	0.25	0.156	0.036	4.369	* * *	成立
旅游成本感知	<--- 对旅游机构的信任	-0.283	-0.18	0.032	-5.694	* * *	成立
旅游成本感知	<--- 文化整合	-0.26	-0.159	0.038	-4.218	* * *	成立
旅游成本感知	<--- 对旅游事件的依恋	-0.26	-0.147	0.033	-4.47	* * *	成立
旅游获益感知	<--- 地方感	0.184	0.159	0.069	2.319	0.02	成立
旅游成本感知	<--- 地方感	-0.143	-0.112	0.062	-1.794	0.073	不成立
旅游支持度	<--- 对旅游机构的信任	0.152	0.141	0.019	7.487	* * *	成立
旅游支持度	<--- 文化整合	0.22	0.196	0.022	9.034	* * *	成立
旅游支持度	<--- 对旅游事件的依恋	0.202	0.166	0.019	8.886	* * *	成立
旅游支持度	<--- 旅游获益感知	0.257	0.34	0.039	8.819	* * *	成立
旅游支持度	<--- 旅游成本感知	-0.201	-0.293	0.04	-7.366	* * *	成立
旅游支持度	<--- 地方感	0.176	0.202	0.038	5.341	* * *	成立

### 3.3 外生潜变量相关性分析

对外生潜变量进行相关性分析,得到对旅游机构的信任与文化整合( $r = 0.562, P < 0.05$ )具有显著正相关;对旅游机构的信任与对旅游活动的依恋( $r = 0.605, P < 0.05$ )具有显著正相关;对旅游机构的信任与对地方感( $r = 0.571, P < 0.05$ )具有显著正相关;文化整合与对旅游活动的依恋( $r = 0.545, P < 0.05$ )具有显著正相关;文化整合与对地方感( $r = 0.711, P < 0.05$ )具有显著正相关;对旅游活动的依恋与地方感( $r = 0.664, P < 0.05$ )具有显著正相关。

### 3.4 模型修正

通过对本文提出的研究假设进行验证,发现居民地方感对旅游成本感知的影响不显著。因此,根据数据结果对模型进行了修正,提出高寒民族地区居民旅游支持度检验模型,如图 5。

### 3.5 总效应、直接效应、间接效应

由下表可以得到,地方感、对旅游事件的依恋、文化整合、对旅游机构的信任对旅游支持度的总效应分别是 0.253、0.319、0.331、0.285,直接效应分别为 0.176、0.202、0.22、0.152;间接效应分别为 0.076、0.117、0.111、0.133,具体见表 4。

表 4 总效应、直接效应、间接效应  
Table 4 Total effect, direct effect, indirect effect

外生变量	内生变量		
	旅游成本感知	旅游获益感知	旅游支持度
总效应			
地方感	-0.143	0.184	0.253
对旅游事件的依恋	-0.26	0.25	0.319
文化整合	-0.26	0.227	0.331
对旅游机构的信任	-0.283	0.295	0.285
直接效应			
地方感	-0.143	0.184	0.176
对旅游事件的依恋	-0.26	0.25	0.202



续表

外生变量	内生变量		
	旅游成本感知	旅游获益感知	旅游支持度
文化整合	-0.26	0.227	0.22
对旅游机构的信任	-0.283	0.295	0.152
间接效应			
地方感	0	0	0.076
对旅游事件的依恋	0	0	0.117
文化整合	0	0	0.111
对旅游机构的信任	0	0	0.133

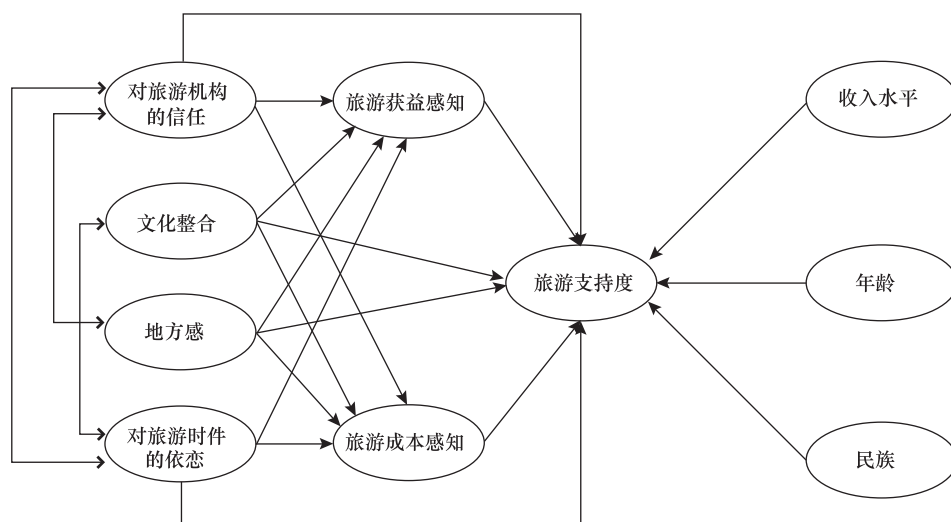


图5 模型修正

Fig.5 Model updating

#### 4 结论与讨论

阐明甘南藏族自治州居民的旅游支持度及其影响因素对该区旅游可持续发展至关重要。本文主要分析了居民对旅游机构的信任、文化整合、地方感以及居民对旅游事件的依恋是如何影响其旅游支持度的。本文证实了旅游收益与成本感知对居民旅游支持度的影响。旅游收益感知对居民旅游支持度产生积极影响,旅游成本感知对居民旅游支持度产生负面影响。根据 SET,居民寻求利益相关者之间的公平交换,他们对旅游活动的支持取决于他们对其影响的评估<sup>[37]</sup>。如果收益超过成本,则他们愿意投入更多的资源,支持开展旅游活动。同时,本文也证实了居民对旅游机构的信任直接或间接影响居民旅游支持度。居民对旅游机构的信任对收益感知产生了积极影响,对旅游活动的成本感知产生了负面影响,从而影响了他们对旅游活动的支持。由于可持续的社会交换是基于交换关系中利益相关者之间的信任,当对旅游机构缺乏信任时,居民往往会怀疑旅游机构的能力和善意,以减少旅游活动对当地社区的负面影响,其对旅游活动影响的态度更为消极,更不愿意支持旅游活动<sup>[38]</sup>。另一方面,对旅游机构信任程度相对较高的居民更可能相信政府将代表他们制定未来发展战略,以优化旅游活动的积极影响,从而使当地社区受益。因此,更高层次的旅游机构信任会形成积极的旅游收益感知和更有利的旅游支持度。

此外,本文也发现高寒民族地区文化整合是影响居民旅游支持度的关键因素,它会直接或间接地影响居民旅游支持度。其中,文化整合对旅游收益感知有显著正向作用,对旅游成本感知有显著负向作用,对旅游支持度有显著正向作用。同时,居民对旅游事件依恋会积极影响居民旅游收益及旅游支持度,同时对旅游成本

产生负面影响。居民对旅游活动的高度关注激励他们支持这一活动,从而引发更积极的情绪和感受<sup>[39]</sup>。此外,较高的依恋会激励居民考虑旅游活动的精神功能价值,从而激发他们对活动的支持<sup>[40]</sup>。

综上,本文针对高寒民族地区民族文化特征、旅游季节性特征提出了基于文化整合、对旅游事件依恋、地方感、对旅游机构信任为潜变量的结构方程模型,但是影响旅游支持度的因素众多,学者们从不同研究视角提出了影响旅游支持度的因素,如何整合构建更为全面的假设模型并通过验证性分析识别出更加全面的旅游支持度影响因素值得进一步研究;此外,目前国外旅游支持度研究更加关注居民个体尺度的影响因素,因此未来可以重点探讨如居民一般自我效能、创业自我效能等个体因素对其旅游支持度的影响。

根据本文结果,政府和相关机构应尽最大努力使旅游积极影响最大化,并将负面影响降至最低。政府应利用旅游活动作为催化剂,通过发展旅游业促进当地教育、卫生、社会融合和公民安全等领域的发展,提高本地区的福祉水平。与此同时,政府和相关机构应减少旅游活动的负面影响,重视居民对旅游机构的信任和旅游事件依恋的积极作用,提升自身“公信力”。通过加强旅游事件的有利属性,引起人们的关注;强化旅游事件的社会使命和重要性,提高居民对当地旅游活动的认同感,并促进他们对旅游事件的依恋,从而获得居民对开展旅游活动的坚定支持。

#### 参考文献 (References):

- [1] 陈秋昊. 历史视角下的全球协同发展历程探析——关于《2030 年可持续发展议程》的思考. 环境与可持续发展, 2016, 41(6): 101-102.
- [2] 汪侠, 甄峰, 沈丽珍, 吴小根. 基于贫困居民视角的旅游扶贫满意度评价. 地理研究, 2017, 36(12): 2355-2368.
- [3] 徐文燕, 钟丽莉. 基于地方依恋视角的旅游地居民对乡村旅游支持度研究. 哈尔滨商业大学学报(社会科学版), 2016(3): 100-110.
- [4] Prayag G, Hosany S, Nunkoo R, Alders T. London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, 2013, 36: 629-640.
- [5] Ward C, Berno T. Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists. *Annals of Tourism Research*, 2011, 38(4): 1556-1569.
- [6] Tasci A D A. Social distance: The missing link in the loop of movies, destination image, and tourist behavior? *Journal of Travel Research*, 2009, 47(4): 494-507.
- [7] Moscardo G. Exploring social representations of tourism planning: Issues for governance. *Journal of Sustainable Tourism*, 2011, 19(4-5): 423-436.
- [8] Lee Y J, Woosnam K M. Voluntourist transformation and the theory of integrative cross-cultural adaptation. *Annals of Tourism Research*, 2010, 37(4): 1186-1189.
- [9] Trauer B, Ryan C. Destination image, romance and place experience—An application of intimacy theory in tourism. *Tourism Management*, 2005, 26(4): 481-491.
- [10] Tomljenovic R. Tourism and intercultural understanding or contact hypothesis revisited // Moufakkir O, Kelly L eds. *Tourism, Progress and Peace*. Oxford: CABI, 2010: 17-34.
- [11] Nunkoo R, Ramkissoon H. Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research*, 2011, 38(3): 964-988.
- [12] Nunkoo R, Gursory D. Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 2012, 39(1): 243-268.
- [13] Moghavvemi S, Woosnam K M, Paramanathan T, Musa G, Hamzah A. The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 2017, 63: 242-254.
- [14] Chi C G Q, Ouyang Z, Xu X. Changing perceptions and reasoning process: Comparison of residents' pre- and post-event attitudes. *Annals of Tourism Research*, 2018, 70: 39-53.
- [15] 王咏, 陆林. 基于社会交换理论的社区旅游支持度模型及应用——以黄山风景区门户社区为例. 地理学报, 2014, 69(10): 1557-1574.
- [16] 包亚芳, 孙治, 薛群慧, 刘敬, 杨德合. 居民地方感对西湖世界遗产地低碳旅游支持度影响——环境态度的中介作用. 旅游研究, 2015, 7(2): 13-20.
- [17] 汪德根, 王金莲, 陈田, 章黎. 乡村居民旅游支持度影响模型及机理——基于不同生命周期阶段的苏州乡村旅游地比较. 地理学报, 2011, 66(10): 1413-1426.
- [18] 许振晓, 张捷, Geoffrey Wall, 曹靖, 张宏磊. 居民地方感对区域旅游发展支持度影响——以九寨沟旅游核心社区为例. 地理学报, 2009, 64(6): 736-744.
- [19] 李秋成, 周玲强, 范莉娜. 社区人际关系、人地关系对居民旅游支持度的影响——基于两个民族旅游村寨样本的实证研究. 商业经济与管理, 2015(3): 75-84.
- [20] 张洁, 杨桂华. 社区居民参与旅游积极性的影响因素调查研究. 生态经济, 2005(10): 303-306+311.

- [21] 魏雷, 孙九霞. 少数民族旅游社区现代性的本土化实践——以泸沽湖大落水村为例. 旅游学刊, 2017, 32(10): 47-56.
- [22] 孙九霞, 吴美玲. 商品化视角下族群内部主体的文化认同研究——以云南丽江纳西族东巴纸为例. 中南民族大学学报(人文社会科学版), 2017, 37(3): 67-73.
- [23] 周爱保, 侯玲. 双文化认同整合的概念、过程、测量及其影响. 西南民族大学学报(人文社科版), 2016, 37(5): 207-212.
- [24] 梁旺兵, 运金会, 徐彤, 张毓利. 基于居民感知视角下的少数民族地区旅游影响研究——以甘南藏族自治州为例. 资源开发与市场, 2015, 31(7): 893-896.
- [25] Huynh Q L. Variations in Biculturalism: Measurement, Validity, Mental and Physical Health Correlates, and Group Differences [D]. Riverside (CA): University of California, 2009.
- [26] Nunkoo R, Ramkissoon H. Power, trust, social exchange and community support. Annals of Tourism Research, 2012, 39(2): 997-1023.
- [27] Levi M, Stoker L. Political trust and trustworthiness. Annual Review of Political Science, 2000, 3(1): 475-507.
- [28] Bronfman N C, Vázquez E L, Dorantes G. An empirical study for the direct and indirect links between trust in regulatory institutions and acceptability of hazards. Safety Science, 2009, 47(5): 686-692.
- [29] Nunkoo R, Ramkissoon H, Gursoy D. Use of structural equation modeling in tourism research: Past, present, and future. Journal of Travel Research, 2013, 52(6): 759-771.
- [30] Gursoy D, Kendall K W. Hosting mega events: Modeling locals' support. Annals of Tourism Research, 2006, 33(3): 603-623.
- [31] Chen C F, Chen P C. Resident attitudes toward heritage tourism development. Tourism Geographies, 2010, 12(4): 525-545.
- [32] Gu H M, Ryan C. Place attachment, identity and community impacts of tourism—The case of a Beijing hutong. Tourism Management, 2008, 29(4): 637-647.
- [33] 李自然. 民族传统文化的本质及特征刍议. 中央民族大学学报(哲学社会科学版), 2008, 35(5): 82-89.
- [34] 雒丽, 赵雪雁, 王亚茹, 张钦, 薛冰. 基于结构方程模型的高寒生态脆弱区农户的气候变化感知研究——以甘南高原为例. 生态学报, 2017, 37(10): 3274-3285.
- [35] 牛延锋. 藏传佛教戒律精神述论. 西藏民族大学学报(哲学社会科学版), 2011, 32(6): 40-43.
- [36] 次仁央宗. 旅游开发对牧区女性地位的影响研究——以纳木错乡为例. 中国藏学, 2013(3): 174-177.
- [37] Andereck K L, Valentine K M, Knopf R C, Vogt C A. Residents' perceptions of community tourism impacts. Annals of Tourism Research, 2005, 32(4): 1056-1076.
- [38] Lühiste K. Explaining trust in political institutions: Some illustrations from the Baltic states. Communist and Post-Communist Studies, 2006, 39(4): 475-496.
- [39] Kyle G, Graefe A, Manning R. Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings. Environment and Behavior, 2005, 37(2): 153-177.
- [40] Florek M, Insch A. When fit matters: Leveraging destination and event image congruence. Journal of Hospitality Marketing & Management, 2011, 20(3-4): 265-286.