

引用格式:周彬,刘思怡,虞虎,吴娟,刘健琛.森林康养旅游感知利益对游客消费意愿的影响研究——以浙江省四明山为例[J].山地学报,2023,41(3):422-434.

ZHOU Bin, LIU Siyi, YU Hu, WU Juan, LIU Jianchen. Perceived benefits of forest wellness tourism lead to a positive consumption intention: A case study in the Siming Mountain resort, Zhejiang, China [J]. Mountain Research, 2023, 41(3): 422-434.

森林康养旅游感知利益对游客消费意愿的影响研究 ——以浙江省四明山为例

周彬^{1*}, 刘思怡¹, 虞虎^{2*}, 吴娟¹, 刘健琛³

(1. 宁波大学 旅游系, 浙江 宁波 315211; 2. 中国科学院地理科学与资源研究所, 北京 100101;

3. 南开大学 计算机学院, 天津 300071)

摘要: 游客对旅游目的地的感知利益对其态度及行为变化具有决定作用,是影响游客是否愿意再次前往旅游地进行消费的关键因素。从旅游活动主体视角研究感知利益对游客消费意愿的影响,对森林康养旅游开发具有重要意义。现有研究多从供给层面探讨康养旅游发展,缺乏从需求层面即旅游活动主体的环境态度和开发态度对消费意愿影响机制的实证检验和学理解释。本文以浙江省四明山为案例地,依托436份有效调研问卷,以森林环境保护态度和康养旅游开发态度为中介变量,构建了森林康养旅游感知利益对游客消费意愿影响的结构方程模型。研究表明:(1)游客感知利益对森林康养旅游消费意愿产生显著的正向影响;(2)积极的森林环境保护态度和康养旅游开发态度有助于提升游客消费意愿;(3)游客森林环境保护态度和康养旅游开发态度在感知利益和游客消费意愿之间发挥部分中介作用,同时森林环境保护态度和康养旅游开发态度发挥链式中介作用,形成了森林康养旅游“游客感知利益→森林环境保护态度→康养旅游开发态度→游客消费意愿”路径。本研究结果可以为探究游客森林康养旅游消费心理路径提供新视角。

关键词: 森林康养旅游;感知利益;消费意愿;环境保护态度;旅游开发态度;浙江四明山

中图分类号: F592

文献标志码: A

旅游能够保持或改善个体的身体和精神状态^[1]。康养旅游由于能够满足游客身体、心灵、精神、环境等多方面的健康需求^[2],正逐渐成为新兴的旅游产品^[3]。森林康养旅游是林业经济、健康产业和旅游经济融合发展的产物,在其发展过程中形成了以自身为撬动力的区域旅游创新发展新路径,受到了各地发展主体的广泛欢迎。伴随着健康中国战略的实施以及人们对健康和休闲需求的日益增加,森林康养旅游成为健康服务业的生力军。为保

障森林康养旅游的发展,2020年中国林业产业联合会专门制定了《国家级森林康养基地标准》^[4],进一步从学术层面开展森林康养旅游研究,是明确森林康养旅游发展现状,指导森林康养旅游的高质量发展的必要条件。

目前,学术界基于供给侧层面充分探讨了康养旅游产业发展路径^[5],并从全域旅游视角探讨了康养旅游发展现状与对策^[6-7]。还有学者在分析康养旅游发展优势的基础上,探讨康养旅游产业链与创

收稿日期(Received date): 2021-09-05;改回日期(Accepted date): 2023-05-22

基金项目(Foundation item): 国家社会科学基金(19BJY205);中国科学院-青海省人民政府国家公园联合研究专项(YHZX-2020-07)。
[National Social Science Fund of China (19BJY205); Chinese Academy of Sciences - People's Government of Qinghai Province Joint Grant on National Park Research (YHZX-2020-07)]

作者简介(Biography): 周彬(1979-),男,博士,教授,主要研究方向:旅游地理学和旅游生态学。[ZHOU Bin (1979-), male, Ph.D., professor, research on tourism geography and tourism ecology] E-mail: zhoubin@nbu.edu.cn

* 通讯作者(Corresponding author): 周彬;虞虎(1986-),男,博士,副研究员,主要研究方向:旅游地理学与国家公园。[YU Hu (1986-), male, Ph.D., associate professor, research on tourism geography and national park] E-mail: yuhu@igsnr.ac.cn

新链融合发展问题^[8]。此外,森林康养资源分布特征^[9]与评价^[10-11]、发展潜力评价^[12]、动力因素^[13]、发展模式^[14]、人力资源^[15]、产业融合机制和路径^[16]等科学问题也得到了深入地研究。但是,从需求侧出发探究森林康养目的地游客行为意向和感知偏好的研究文献尚不多见,这也是当前森林康养旅游供给侧和需求端不匹配的原因之一^[5]。感知利益是指个体为社会活动付出一定成本的同时希望获得相应的回报^[17]。消费者对产品或服务的感知利益是影响其购买意愿的主要因素^[17-18]。同样,游客对旅游目的地的感知利益决定其后续的购买态度和重游意愿^[19],而游客环境态度^[20-21]及其对目的地的认知和态度^[22]也会影响消费意愿。后疫情时代,游客前往森林开展游憩活动首要驱动因素是健康和放松^[23],故在森林康养旅游已经成为引领区域旅游经济复苏新动力的背景下,从需求侧视角研究森林康养旅游的消费意愿影响机制就成为了一个重要的科学命题。然而,从已有成果来看,康养旅游感知利益对游客消费意愿影响机制与路径尚不明晰,游客环境保护态度和旅游开发态度在两者之间的中介作用也有待深入探讨。

鉴于此,本文以浙江省四明山这一典型森林康养旅游地为案例地,采用问卷调研方法获取样本数据,并依托 SPSS 和 AMOS 软件,运用结构方程模型和链式中介作用等方法分析数据,从旅游活动主体视角研究感知利益对游客消费意愿的影响及其作用机理,为探究游客森林康养旅游消费心理路径提供新视角,为健康中国战略背景下的四明山森林康养旅游开发实践提供决策参考和理论支撑。

1 文献综述与理论模型建构

1.1 感知利益与消费意愿

感知利益是游客在旅游体验中追求的理想收益,是影响旅游目的地选择和旅行行为的重要因素^[24-25]。感知利益由游客与目的地之间的实际接触和互动所决定的,随着游客感官体验的增强而提高^[26]。森林是重要的旅游资源,游客在森林中体验丰富的活动,如徒步、温泉、野营、钓鱼、自然教育和珍稀动植物观赏等^[27]。因此森林旅游资源具有游憩、医疗、教育和文化体验的价值^[28-29]。另一方面,追求健康是康养旅游的首要动机^[30]。森林凭借高

质量的空气、优质的地表水、高浓度的负氧离子、高含量的植物抗菌素、宜人的气候,可以让游客获得身体和精神的健康效益^[31]。此外,有学者从消费者角度提出:游客感知利益也包括较低的产品价格、优质的服务和专业性的产品品质等^[32-33]。

感知利益作为满足消费者需求和欲望的产品优势总和,能直接刺激消费者的购买意愿和行为^[17-18]。在旅游领域中,已有研究也证实了游客对目的地资源价值感知对旅游项目消费意愿的影响。如 HENDERSON-WILSON 等研究研究发现:如果城市公园游客对获得的锻炼、社交和放松体验感知价值越高,则其消费意愿更强^[34]。PARK 等发现城市湖泊公园的感知利益不仅对公园访客消费意愿影响显著,而且影响程度与访客类别相关性显著^[35]。因此,本研究得出以下假设:

H1:森林康养旅游感知利益对游客消费意愿具有显著的正向影响。

1.2 环境保护态度的中介作用

态度是指个人对有关特定对象、事件、人、背景和/或行为的社会相关问题的心理倾向^[36]。已有大量的国外文献研究环境态度与环境行为的关系,但环境态度的定义仍未被统一、清晰地界定,有学者将其进一步地细分为环境情感、环境责任、环境知识和环境道德^[37]。根据已有研究结果^[38-39],本文中的环境保护态度是指游客在森林康养旅游情境下对于环境保护的积极或者消极看法。对于不同类型旅游地如生态、自然、城市等的游客来说,其环境态度不尽相同^[40]。研究发现,在生态旅游景点中游客感知健康利益显著地促进了其环境保护态度的转变^[41]。生态中心主义的游客通常比人类中心主义更支持国家公园可持续旅游的发展^[42]。自然旅游地不仅为游客提供游览和体验自然的机会,还能潜在地增加游客对自然环境的了解,加深游客与自然的连结性,从而影响游客环境态度的形成和变化^[43]。生态旅游地的自然环境具有教育功能,游客通过体验生态旅游活动能提高环境意识,更加重视对旅游资源与旅游环境的保护^[44]。学者通过对国家公园、保护区、森林等多种自然旅游地的研究结果显示,游客对自然环境的感知利益对环境保护态度的具有正向影响作用^[45-46]。

环境保护态度是最具影响力的绿色消费行为预测变量^[47]。环保意识强的游客更愿意参与生态旅

游^[20],更偏好居住在绿色酒店^[48],更愿意购买环保的旅游产品^[49]。由于游客普遍意识到旅游开发活动对环境的负面影响,为了保护珍稀野生动植物,很多游客愿意专门支付一定金额的环境保育费用^[50]。为了降低旅游负外部性,那些对环境持保护态度的游客更愿意为生态景区管理提供资金支持^[51]。

自然旅游地游客的行为模型被提出并得到证实,即游客在自然环境中获得的休闲娱乐体验能增强其环境保护态度,提高其对生物圈的认知价值,促进游客对环境责任行为的参与,并且环境态度在游客体验和环境责任行为中发挥中介作用^[52]。绿色消费行为是环境责任行为的一种表现,环境保护态度对绿色消费行为有重要驱动作用^[47]。此外,环境保护态度还能介导游客对自然的态度与可持续旅游发展之间的关系^[42]。故而,本文提出以下假设:

H2:游客森林康养旅游感知利益对森林环境保护态度具有显著的正向影响。

H3:游客森林环境保护态度对消费意愿具有显著的正向影响。

M-H1:游客森林环境保护态度在感知利益和消费意愿之间发挥中介作用。

1.3 旅游开发态度的中介作用

有观点指出,居民和游客之间的冲突和矛盾制约了旅游可持续发展^[53]。国内外学者有关旅游开发态度主要以社区居民视角展开研究^[54],较少研究关注游客对于资源开发利用的态度。然而对旅游开发的态度的桥梁游客的心理与行为的重要环节^[55]。有学者认为,以国家公园为主体的自然保护地体系的旅游资源开发利用需要平衡利益相关者利益^[56],而其中游客对旅游发展的态度与目的地旅游利益感知密切相关^[24-25]。还有观点认为:感知收益是游客支持目的地旅游发展的前提^[57],且游客越支持目的地资源开发,其对体验旅游活动和购买旅游商品的意愿越强烈^[55]。因此,游客对目的地的积极感知会激发其对旅游开发的支持态度,进而提升游客的旅游产品愿意购买。研究发现森林康养游客对目的地资源的积极态度在感知利益和游客行为之间具有显著中介作用^[58]。因此,本研究提出以下假设:

H4:游客森林康养旅游感知利益对开发态度具有显著的正向影响。

H5:游客森林康养旅游开发态度对消费意愿具有显著的正向影响。

M-H2:游客森林康养旅游开发态度在感知利益和消费意愿之间发挥中介作用。

1.4 环境保护态度和旅游开发态度的链式中介作用

游客对旅游开发所持态度是其自然景观欣赏和利用态度的体现之一。旅游者在开展旅游活动时,环境保护态度和游客开发态度同时产生并对游客行为产生影响。这一观点在很多实证研究中得到证实,研究发现游客的国家公园自然体验既增强了游客的环境保护意识,又使其更加欣赏公园并积极保护公园生态环境,并更加支持公园通过门票来获得资金支持^[46]。一些研究调查了游客对自然景区保护和管理的偏好,结果发现游客在旅游活动结束后,更愿意为保护生物多样性支付金钱^[59]。

随着人地关系和谐共生的观念成为主流,不断有学者提出旅游目的地的有序开发是实现环境保护的重要前提^[60]。在这种观念的影响下,游客对自然环境的态度和行为也发生着转变。实证研究表明:人们愿意为了更环保、更可持续的旅游方式支付溢价^[20-21]。然而,很少有学者研究环境保护态度、游客开发态度在游客消费意愿中的共同作用机制。有研究发现:在游客的非物质文化遗产保护态度对旅游开发具有显著影响,继而影响游客的消费意愿^[55]。故而可以推断:游客对自然地的感知能够唤醒其环境保护意识,环保意识又能促进游客对旅游可持续发展的支持,进而提升其消费意愿。因此,本文提出以下假设:

H6:游客森林环境保护态度对康养旅游开发态度具有显著的正向影响。

M-H3:游客森林环境保护态度和康养旅游开发态度在感知利益和消费意愿之间发挥链式中介作用。

根据以上假设构建了理论模型,如图1所示。

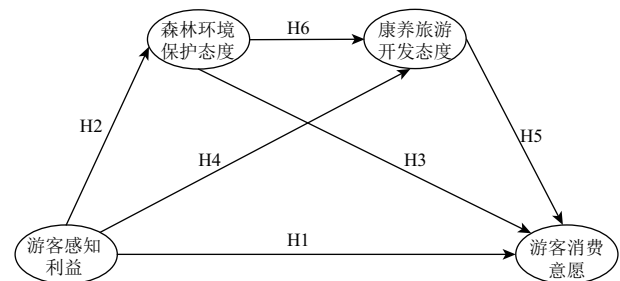


图1 理论模型

Fig. 1 Theoretical model

2 研究设计

2.1 案例地概况

四明山横跨浙江省宁波市余姚、海曙、奉化和绍兴市嵊州、上虞共五个县市区,海拔 600 ~ 900 m,如图 2 所示。四明山属中亚热带季风气候,四季分明,温和湿润,年平均气温 13 ℃,兼具山地气候特征;四明山现存植被多为次生植被,主要的植被类型包括常绿阔叶林、人工针叶林、常绿落叶阔叶混交林、灌木林和竹林等,森林覆盖率超过 96%。2018 年 7 月,全国气候与气候变化标准化技术委员会组织召开了国家气候标志评估报告专家评审会,会上四明山被授予为全国首个“气候休闲胜地”(气候生态类)国家气候标志^[61]。

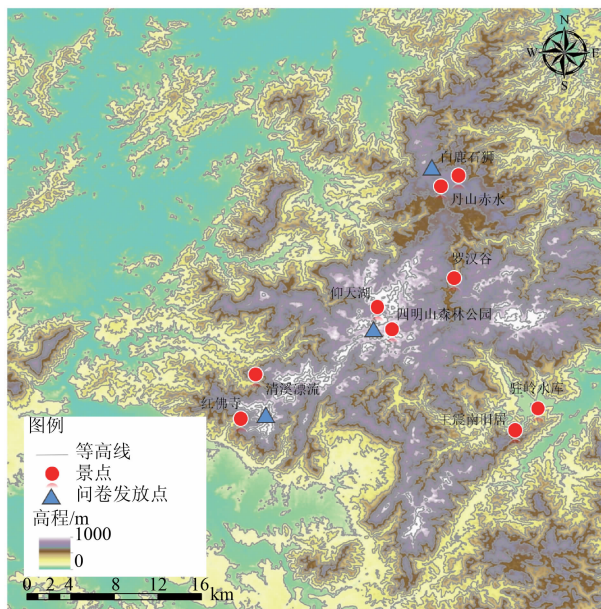


图2 四明山区域等高线地形区位图

Fig. 2 Contour map of the Siming Mountain resort, Zhejiang, China

2.2 问卷设计

本文使用问卷调查作为获得研究数据的主要途径。调查问卷的第一部分为游客行为调查,主要包括游客在四明山体验森林康养旅游的次数、停留时间、交通工具、出游同伴、出游目的和消费金额等内容。第二部分为游客感知利益、森林环境保护态度、旅游开发态度和游客消费意愿四个变量的测量题项。其中,森林康养游客感知利益的测量题项参考已有研究^[24-25]量表;森林环境保护态度变量和旅游开发态度变量的测量题项分别参考文献^[62]和

[57]的研究成果;游客消费意愿的测量题项采用文献[63]中的量表。以上题项都结合森林康养旅游的情景进行了修改,最终形成了包含19个题项的量表,采用李克特七点量表方法量化每个题项(1=非常不赞同,7=非常赞同)。第三部分为游客个人信息,包含性别、学历、年龄、职业、婚姻状况和家庭年收入水平等内容。

2.3 数据收集

本研究为了确保量表题项的语义一致性,邀请了3名旅游领域的专家进行修订。在问卷正式发放之前,研究人员进行了预调研,即委托有过四明山游玩经历的游客填写初始问卷。对回收的20份有效问卷进行语言表述的修正和数据分析。本研究正式问卷的数据收集自2018年3月22日至2018年5月3日结束,调查地点为四明山国家森林公园、丹山赤水景区以及位于四明山区域的森林步道。调查方式采用对游客进行偶遇式随机抽样,为确保问卷的真实有效性,现场发放并当场回收问卷。本研究共发放了505份问卷,收回有效问卷436份,有效问卷回收率为86.34%。

2.4 数据分析方法

本文在数据分析之前进行共同方法偏差的检验。接着,对量表的信效度开展检验,进行验证性因子分析和考察模型的拟合度;继而通过构建结构方程模型,检验研究假设是否成立;最后,本研究通过Bootstrap法重复抽取样本5000次,并利用偏差校正非参数95%置信区间检验中介效应。所有数据分析均借助SPSS 25.0和AMOS 24.0软件完成。

3 结果与分析

3.1 共同方法偏差分析

本研究通过多种方法来避免可能存在的共同方法偏差,首先,在问卷设计过程中进行了程序控制,在问卷卷首语处向受访者声明了调查的匿名性,明确了森林康养旅游等重要概念的定义,每个维度都至少包含了4个题项。其次,通过 Harman 单因子法进行事后统计分析检验,即基于未旋转的主成分分析法,对所有题项进行探索性因子分析,从而提取出特征值大于1的因子。结果表明,第一个因子方差解释度为37.207%,小于40%,表明检验结果可以接受。因此,本研究使用的数据不会受到同源误

差干扰。

3.2 人口学统计特征

受访游客的人口学统计特征分析结果显示:样本中的女性游客比例(56.0%)大于男性(44.0%);停留一天且不过夜和停留两天的游客占比为45.9%和46.1%;游客的交通方式以自驾占绝对优势(60.1%);游伴以家人为主(45.4%);消费金额在300元以下的占比为30.3%,300~600元的占28.2%;游客年龄在26~35岁的样本占44.0%;受访游客学历主要以本科学历(39.4%)为主,其次为初中及以下学历(17.2%);已婚游客比例(60.6%)明显高于未婚(39.4%);游客家庭收入以平均水平为主,其比例为68.8%,高于平均水平的占21.6%;在游客职业方面,私营企业、学生和国营企业占比较大,分别为18.6%、17.7%和16.1%。

3.3 信效度检验

总体量表的Cronbach's α 值为0.877,表明量表具有较好的可靠性和稳定性。通过AMOS 24.0软件对游客感知利益、森林环境保护态度、康养旅游开

发态度和消费意愿进行下一步的验证性因子分析。结果显示:游客感知利益维度下的题项“四明山森林康养旅游可颐养生命”和森林环境保护态度维度下的题项“了解四明山森林康养旅游资源保护措施”和“了解四明山康养旅游资源保护法律法规”,由于标准化因子载荷低于规定值0.5被删除,最终保留了16个题项。由表1可知,偏度为-0.720~-0.106,峰度为-0.784和-1.167,绝对值均小于3的门槛值,说明样本数据符合服从正态分布的假设。各测量题项的标准化因子荷载值为0.679~0.888,所有维度的平均变异萃取量值(AVE)为0.530~0.666,均大于0.5的建议值,组合信度(CR)均大于0.70,说明每个题项对相应变量的解释性较好,达到收敛效度的理想标准。

量表的区分效度检验结果见表2。经比较,各维度的AVE算术平方根值均大于此维度与其他维度之间的相关系数,说明区分效度得到了有力支持。此外,模型拟合参数结果显示,绝对适配指数SRMR、RMSEA为0.029和0.024,小于0.05的标

表 1 因子载荷、组合信度、平均变异萃取量以及正态性检验结果

Tab. 1 Results of factor loading, composite reliability, average variance extracted and normal distribution

维度	测量题项	因子载荷	Cronbach's α	正态性		组合信度	平均变异萃取量
				偏度	峰度		
游客感知利益	四明山森林康养旅游可以缓解压力	0.714	0.828	-0.074	-0.430	0.830	0.550
	四明山森林康养旅游使人心情愉悦	0.775		-0.125	-0.265		
	四明山森林康养旅游能保持健康	0.759		-0.120	-0.451		
	四明山森林康养旅游能增强体能	0.716		0.106	-0.545		
森林环境保护态度	保护四明山森林康养旅游资源环境非常重要	0.737	0.771	-0.685	0.146	0.772	0.530
	参与四明山森林康养旅游资源环境保护工作	0.702		-0.720	1.167		
	阻止四明山森林康养旅游资源环境破坏行为	0.745		-0.366	-0.155		
康养旅游开发态度	四明山森林康养旅游有必要深度开发	0.771	0.869	-0.720	1.008	0.870	0.572
	四明山森林康养旅游开发要体现当地特色	0.779		-0.586	0.681		
	四明山森林康养旅游开发要体现养生文化	0.738		-0.421	0.251		
	乐于看到更多的四明山森林旅游康养项目	0.753		-0.392	0.564		
	愿意体验新的四明山森林康养旅游项目	0.739		-0.351	0.850		
游客消费意愿	愿意为四明山森林康养旅游项目支付费用	0.679	0.885	-0.364	-0.784	0.888	0.666
	愿意为四明山森林康养旅游商品支付费用	0.844		-0.312	-0.176		
	愿意为体验四明山森林康养文化支付费用	0.838		-0.284	-0.007		
	愿意为接受四明山森林康养教育支付费用	0.888		-0.390	-0.157		

表 2 区分效度检验结果
Tab. 2 Results of discriminant validity

维度	均值	标准差	相关系数与区分效度			
			游客感知利益	森林环境保护态度	康养旅游开发态度	游客消费意愿
游客感知利益	5.164	0.860	0.742			
森林环境保护态度	5.353	0.909	0.532***	0.728		
康养旅游开发态度	5.300	0.778	0.536***	0.681***	0.756	
游客消费意愿	5.202	1.137	0.532***	0.575***	0.659***	0.816

注：*** 为 $p < 0.001$ 水平显著,加粗的数值为平均变异萃取量(AVE)的算术平方根。

准,GFI、AGFI 为 0.967、0.954,大于 0.9 的标准;增值适配度指标 TLI、NFI、CFI、IFI、RFI 值分别为 0.991、0.965、0.993、0.993、0.958,均处在大于 0.9 的理想值范围内;简约适配度指标 PGFI、PNFI 值为 0.697、0.788,大于 0.5 的标准, χ^2/df 为 1.252,也处于标准值范围内,表明数据与模型拟合良好。

3.4 研究假设检验

模型假设检验结果如图 3 和表 3 所示。基于模型验证结果,六个假设均得到实证支持,结果如下:
(1)游客森林康养旅游感知利益、开发态度对游客消费意愿的路径系数分别为 0.211、0.430,在 0.001 水平显著,因此假设 H1、H5 成立,游客感知利益和开发态度均对游客消费意愿有正向显著作用。相对游客感知利益而言,对康养旅游开发态度消费意愿的路径系数值更大,影响作用也更大。
(2)游客感知利益对森林环境保护态度、康养旅游开发态度的路径系数分别为 0.532 和 0.242,在 0.001 水平上显著,表明游客感知利益对森林环境保护态度、康养旅游开发态度具有显著的正向影响,因此研究假设

H2、H4 成立。
(3)森林环境保护态度对消费意愿的路径系数是 0.170,在 0.05 水平上显著,假设 H3 成立。森林环境保护态度对康养旅游开发态度的路径系数是 0.553,在 0.001 水平上显著,研究假设 H6 成立,森林环境保护态度显著正向影响康养旅游开发态度。

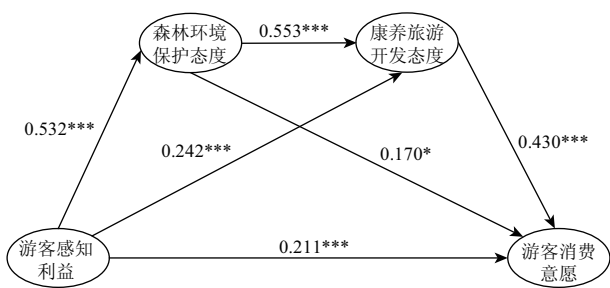


图 3 模型路径系数
Fig. 3 Path coefficients of the model

3.5 中介作用检验

本研究通过偏差校正非参数百分位 Bootstrap 法重复抽样 5000 次,应用 PROCESS 宏程序的 Model 6 对中介效应进行了检验。结果显示(表 4),

表 3 理论模型的假设路径系数检验
Tab. 3 Path hypothesis coefficients test of the theoretical model

路径	非标准化回归系数	S. E.	C. R.	p	标准化回归系数
H1:游客感知利益→游客消费意愿	0.244	0.067	3.624	***	0.211
H2:游客感知利益→森林环境保护态度	0.576	0.071	8.130	***	0.532
H3:森林环境保护态度→游客消费意愿	0.182	0.078	2.329	*	0.170
H4:游客感知利益→康养旅游开发态度	0.244	0.061	4.022	***	0.242
H5:康养旅游开发态度→游客消费意愿	0.492	0.085	5.796	***	0.430
H6:森林环境保护态度→康养旅游开发态度	0.516	0.064	8.007	***	0.553

注：* $p < 0.05$, *** $p < 0.001$ 。

总效应 95% CI = [0. 491, 0. 713], 总间接效应的 95% CI = [0. 248, 0. 471], 直接效应 95% CI = [0. 161, 0. 383], 均不包含 0, 即游客感知利益对消费意愿的总效应、间接效应和直接效应均显著, 表明两者之间存在部分中介作用。进一步地检验游客森林环境保护态度和游客森林康养旅游开发态度的中介作用机制, 对模型所构建的三条路径进行特定中介效应分析。首先, 森林环境保护态度在游客感知利益和游客消费意愿之间的间接效应显著, 具体中介效应为 0. 089, 95% CI = [0. 037, 0. 143], 置信区间不包含 0, 说明森林环境保护态度的单独中介作用显著, 即中介作用假设 M - H1 成立。其次, 在“游客感知利益→康养旅游开发态度→游客消费意愿”路径 (Ind2) 中, 康养旅游开发态度的具体中介效应为 0. 140, 95% CI = [0. 088, 0. 202], 置信区间不包含 0, 即康养旅游开发态度的单独中介效应显著, 中介作用假设 M - H2 成立。再者, 森林环境保护态度和康养旅游开发态度为连续链式中介, 形成“游客感知利益→森林环境保护态度→康养旅游开发态度→游客消费意愿”路径 (Ind3), 其中介效应值为 0. 102, 95% CI = [0. 065, 0. 145] 不包含 0, 即假设 M - H3 得到了支持。最后, 比较直接效应和中介效应的效应量。三条中介路径的总中介效应为 0. 330, 总中介效应的相对效应占比为 54. 82%, 与直接效应 (效应值 = 0. 272, 相对效应占比 =

45. 18%) 相比, 中介效应作用相对较大, 表明在游客感知利益对消费意愿的影响机制中, 环境保护态度和康养旅游开发态度起着重要的传递作用。

4 讨论

本文以浙江省四明山为例, 依托调研问卷法和结构方程模型研究了森林康养旅游游客感知对消费意愿的影响, 并将游客森林环境保护态度和康养旅游开发态度为中介变量纳入其中。研究结果显示: 森林环境保护态度和康养旅游开发态度分别在游客感知利益和消费意愿之间发挥着部分中介作用, 森林环境保护态度和康养旅游开发态度发挥着链式中介作用。说明在今后探究自然旅游地的游客感知利益和消费意愿的关系时, 需要考虑环境保护态度和旅游开发态度的中介作用, 这对感知利益和消费意愿关系的研究成果具有创新意义。

目前, 如何提升健康水平已经成为满足人民对美好生活需求过程中亟待解决的重要命题之一。本文研究得出的森林康养旅游情境下“游客感知利益→森林环境保护态度→康养旅游开发态度→游客消费意愿”路径的结论, 为探究游客森林康养旅游消费心理路径提供了新的视角, 并为唤醒人们的森林休闲与健康意识、提升其心理和身体健康水平提供理论依据。

本研究结果显示: 游客感知利益对消费意愿的直接效应系数是 0. 272, 占总效应系数 0. 602 的 45. 18%。研究结果支持了以往研究的结论, 即游客感知利益是消费意愿的重要影响因素^[32-33], 游客认可森林康养旅游放松身心、强身健体的功效, 同时他们也渴望利用森林康养旅游资源开展丰富的康养活动, 如游憩、医疗、养生等。这与大多数关于森林康养感知利益的研究结果保持一致^[29, 64]。当前, 四明山区域森林康养旅游开发仍处于初级阶段, 缺乏林业与旅游、文化、康养等深度融合的产品供给。

根据亲生物假说 (biophilio hypothesis), 在自然环境因素的刺激下, 人们会产生自然连结性, 进而引起环境态度的转变^[43]。一些研究指出游客在自然环境中的感知利益能激发环境保护态度^[44-46], 但较少采用定量方法验证两者间的关系。本文通过结构方程模型证明森林康养旅游感知利益对游客森林环境保护态度具有显著的正向影响。学者通常认为游

表 4 多重中介效应分析结果

Tab. 4 Results of multiple mediating effect analysis

路径	效应值	95% 置信区间	相对中介 效应%
总效应	0. 602	(0. 491, 0. 713)	-
直接效应	0. 272	(0. 161, 0. 383)	45. 18
总间接效应	0. 330	(0. 248, 0. 471)	54. 82
Ind1: 游客感知利益→ 森林环境保护态度→ 游客消费意愿	0. 089	(0. 037, 0. 143)	14. 73
Ind2: 游客感知利益→ 康养旅游开发态度→ 游客消费意愿	0. 140	(0. 088, 0. 202)	23. 20
Ind3: 游客感知利益→ 森林环境保护态度→ 康养旅游开发态度→ 游客消费意愿	0. 102	(0. 065, 0. 145)	16. 89

客的感知利益越多,越容易对目的地及旅游活动形成积极的态度^[65]。另有学者探讨了人们是否会因为感知利益而支持开发旅游资源^[66]。然而,这类研究主要以本地社区居民为研究对象,较少研究游客的旅游开发态度及形成因素^[53]。本文结果表明,游客森林康养旅游感知利益对其开发态度具有显著的正向影响。

本研究发现森林康养游客的感知利益既直接影响游客消费意愿,又可以通过游客的康养旅游开发态度间接影响消费意愿。实证结果进一步地支持了现有的研究,即游客的环境保护态度越强,越愿意为景区支付入场费、环境保育费用^[50-51]。在本文情境中同样成立的原因可能是森林康养满足了游客的身心健康利益需求,对森林康养旅游形成了积极的开发态度,从而提升了他们的消费意愿。此外,已有研究探讨了中国森林康养游客健康信念、态度和行为意向之间的关系,发现游客对自然的態度在感知健康利益和游客行为意向之间发挥中介作用^[58]。本文同样发现了环境保护态度在感知利益和消费意愿之间的中介效应,即游客在自然森林情境中参与康养旅游,从中充分感知到健康利益有助于强化其积极的保护环境态度,并最终影响到游客为森林康养产品消费的意愿。

KAISER^[67]提出环境保护态度与对自然的欣赏利用态度相互影响。本研究通过调查森林康养游客,验证了森林环境保护态度对开发态度的显著正向影响。而且,森林环境保护态度和游客开发态度在游客感知利益和消费意愿之间构成了链式中介作用。已有研究也发现游客对保护自然旅游地的多种生物属性(野生动物、植被、土壤、水质等)感兴趣,并支持小规模的自然为基础的可持续旅游开发^[46,68]。但本研究的意义在于通过结构方程模型明确游客森林环境保护态度和开发态度之间的关系路径。自然环境体验对游客有教育作用,既能增强游客的环保态度,也会进一步驱动游客体验自然环境的意愿,从而支持发展可持续旅游,同时达到满足游客需求和保护生态环境的目的。

5 结论与启示

5.1 结论

(1)在森林康养旅游情境下,游客感知利益对

消费意愿具有显著的正向影响,即游客感知利益的提升能显著增强其森林康养旅游产品消费意愿。(2)游客森林环境保护态度和康养旅游开发态度均对消费意愿产生显著的正向影响。换言之,积极的森林环境保护态度和开发态度可以显著增强其森林康养旅游消费意愿。(3)在森林康养旅游感知利益和游客消费意愿之间,游客森林环境保护态度和康养旅游开发态度均能独立发挥部分中介作用。即感知利益还可以通过游客森林环境保护态度和康养旅游开发态度两个变量间接影响森林康养旅游的消费意愿。在游客感知利益和康养旅游消费意愿之间,森林环境保护态度和康养旅游开发态度发挥链式中介作用,从而形成了森林康养旅游“游客感知利益→森林环境保护态度→康养旅游开发态度→游客消费意愿”的路径。

5.2 管理启示

在确保旅游用地指标的前提下,建设四明山森林康养小镇项目,通过开发森林运动康养、森林康养文化体验产品等途径,让游客充分体验其康养价值继而提升其感知利益。

四明山森林康养旅游开发应基于本轮国土空间规划核实划定并严守生态保护红线,推进森林生态建设和修复工作,强化森林旅游资源综合监管和环境执法,多措并举保护四明山森林康养旅游资源,着力推动当地康养旅游产业可持续发展。

完善四明山游客自然教育途径,如完善森林动植物知识资讯板,开发建设森林环境教室、森林博物馆等环境教育场馆和设施,提升游客森林环境保护意识,拓宽和增强森林康养产品消费空间和意愿。

管理部门应统筹考虑游客森林环境保护和森林康养开发态度,合理利用四明山森林生态资源、景观资源、文化资源、食用和药用资源,开发更多森林康养旅游与文化等深度融合的新业态产品。

6 研究不足与展望

首先,本研究证实了森林康养旅游感知利益对消费意愿的影响,而非实际的游客消费行为。消费者的实际行为并不总是与其声明的行为意图一致^[69]。因此,未来的研究可以关注森林康养游客旅游消费行为研究。再者,本研究属于横断面研究,游客森林康养旅游感知利益对环境态度的影响可能被

高估。在旅游活动开展前,游客可能已表现出不同的环境态度倾向。未来可以尝试纵向研究,对比游客旅游前和旅游后的环境态度变化,进一步明晰环境态度变化对游客消费意愿的影响是否存在前后差异。最后,本研究主要考虑了森林环境保护态度和康养旅游开发态度两个变量的中介作用,未来可以研究消费者绿色行为、环境道德规范、环境解说等变量的中介作用。

参考文献 (References)

- [1] LIM Y J, KIM H K, LEE T J. Visitor motivational factors and level of satisfaction in wellness tourism: Comparison between first-time visitors and repeat visitors [J]. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2015, **21**(2): 137 – 156. DOI: 10.1080/10941665.2015.1029952
- [2] DILLETTE A K, DOUGLAS A C, ANDRZEJEWSKI C. Dimensions of holistic wellness as a result of international wellness tourism experiences [J]. *Current Issues in Tourism*, 2020, **24**(6): 794 – 810. DOI: 10.1080/13683500.2020.1746247
- [3] CSIRMAZ É, PETÖ K. International trends in recreational and wellness tourism [J]. *Procedia Economics and Finance*, 2015, **32**: 755 – 762. DOI: 10.1016/S2212 – 5671(15)01458 – 6
- [4] 国家林业和草原局科技司. 生态旅游和木雕标准化技术委员会筹建方案公示[EB/OL]. (2020-05-08) [2022-01-13]. http://www.forestry.gov.cn/lykj/1705/20200509/072619894_525427.html. [Science and Technology Department of National Forestry and Grassland Administration. Publicity of the preparation plan for the standardization technical committee of ecotourism and woodcarving [EB/OL]. (2020-05-08) [2022-01-13]. http://www.forestry.gov.cn/lykj/1705/20200509/072619894_525427.html]
- [5] 宋维明. 关于森林康养产业发展必然性与路径的思考[J]. *林业经济*, 2020, **42**(1): 3 – 8. [SONG Weiming. Research on the necessity and development path of forest recreation industry [J]. *Forestry Economics*, 2020, **42**(1): 3 – 8] DOI: 10.13843/j.cnki.lyjj.2020.01.013
- [6] 杜萍. 全域旅游视域下康养旅游发展现状及对策[J]. *社会科学家*, 2022(10): 47 – 53. [DU Ping. The current situation and countermeasures for the development of wellness tourism from the whole domain tourism [J]. *Social Scientist*, 2022(10): 47 – 53]
- [7] 吴娟. 浙江省宁波市四明山区森林康养旅游开发对策研究[D]. 宁波: 宁波大学, 2018: 1 – 60. [WU Juan. Study on measures for forest healthcare tourism development in Siming Mountain area of Ningbo in Zhejiang province [D]. Ningbo: Ningbo University, 2018: 1 – 60]
- [8] 李钰. 云南康养旅游产业链与创新链融合发展[J]. *旅游学刊*, 2023, **38**(1): 11 – 14. [LI Yu. The integration development of wellness tourism industry chain and innovation chain in Yunnan province [J]. *Tourism Tribune*, 2023, **38**(1): 11 – 14] DOI: 10.19765/j.cnki.1002 – 5006.2023.01.006
- [9] 赵鹏宇, 刘芳, 崔婧. 山西省康养旅游资源空间分布特征及影响因素[J]. *西北师范大学学报(自然科学版)*, 2020, **56**(4): 112 – 119. [ZHAO Pengyu, LIU Fang, CUI Qiang. Spatial distribution characteristics of health and wellness tourism resources in Shanxi province [J]. *Journal of Northwest Normal University (Natural Science)*, 2020, **56**(4): 112 – 119] DOI: 10.16783/j.cnki.nwnuz.2020.04.017
- [10] 张贝尔, 黄晓霞. 康养旅游产业适宜性评价指标体系构建及提升策略[J]. *经济纵横*, 2020, **412**(3): 78 – 86. [ZHANG Beier, HUANG Xiaoxia. Construction of the evaluation index system of the health and wellness tourism industry suitability and the promotion strategy [J]. *Economic Review Journal*, 2020, **412**(3): 78 – 86] DOI: 10.16528/j.cnki.22 – 1054/f.202003078
- [11] 李济任, 许东. 森林康养旅游评价指标体系构建研究[J]. *林业经济*, 2018, **40**(3): 28 – 34. [LI Jiren, XU Dong. Study on the construction of forest health tourism evaluation index system [J]. *Forestry Economics*, 2018, **40**(3): 28 – 34] DOI: 10.13843/j.cnki.lyjj.2018.03.007
- [12] 李济任, 许东. 基于 AHP 与模糊综合评价法的森林康养旅游开发潜力评价——以辽东山区为例[J]. *中国农业资源与区划*, 2018, **39**(8): 135 – 142 + 169. [LI Jiren, XU Dong. Evaluation on exploitation potential of forest health tourism based on AHP and fuzzy synthetic evaluation: A case study of Liaoning mountain area [J]. *Chinese Journal of Agricultural Resources and Regional Planning*, 2018, **39**(8): 135 – 142 + 169] DOI: 10.7621/cjarrp.1005 – 9121.20180818
- [13] 李莉, 陈雪钧. 康养旅游产业创新发展的动力因素研究——基于共享经济视角[J]. *技术经济与管理研究*, 2021, **297**(4): 36 – 40. [LI Li, CHEN Xuejun. Research on the driving factors of health and wellness tourism industry: Based on the perspective of sharing economy [J]. *Journal of Technical Economics and Management*, 2021, **297**(4): 36 – 40]
- [14] 陈雪钧, 李莉. 共享经济下康养旅游产业创新发展模式研究[J]. *企业经济*, 2021, **40**(12): 152 – 160. [CHEN Xuejun, LI Li. Research on development of innovative development mode for wellness tourism industry based on the perspective of sharing economy [J]. *Enterprise Economy*, 2021, **40**(12): 152 – 160] DOI: 10.13529/j.cnki.enterprise.economy.2021.12.019
- [15] 闭闲, 杨红英. 基于投影寻踪模型的康养旅游人才环境评价研究[J]. *社会科学家*, 2021(4): 47 – 51. [BI Xian, YANG Hongying. Research on the evaluation of talent environment of wellness tourism based on projection pursuit model [J]. *Social Scientist*, 2021(4): 47 – 51]
- [16] 杨红, 夏茂生. 基于动态演化博弈的康养旅游产业融合演化机制及路径研究[J]. *云南财经大学学报*, 2022, **38**(7): 100 – 110. [YANG Hong, XIA Maosheng. Research on the integration and evolution mechanism and the path of health care

- tourism industry based on dynamic evolutionary game [J]. *Journal of Yunnan University of Finance and Economics*, 2022, **38**(7): 100 – 110. DOI: 10.16537/j.cnki.jynufe.000799
- [17] YUE Ting, LIU Junli, LONG Ruyin, et al. Effects of perceived value on green consumption intention based on double-entry mental accounting: Taking energy-efficient appliance purchase as an example [J]. *Environmental Science and Pollution Research*, 2021, **28**(6): 7236 – 7248. DOI: 10.1007/s11356 – 020 – 11027 – 0
- [18] WANG E S T, TSAI M C. Effects of the perception of traceable fresh food safety and nutrition on perceived health benefits, affective commitment, and repurchase intention [J]. *Food Quality and Preference*, 2019, **78**: 103723. DOI: 10.1016/j.foodqual.2019.103723
- [19] CHEN Chunchu, PETRICK J F. The roles of perceived travel benefits, importance, and constraints in predicting travel behavior [J]. *Journal of Travel Research*, 2014, **55**(4): 509 – 522. DOI: 10.1177/0047287514563986
- [20] KAZEMINIA A, HULTMAN M, MOSTAGHEL R. Why pay more for sustainable services? The case of ecotourism [J]. *Journal of Business Research*, 2016, **69**(11): 4992 – 4997. DOI: 10.1016/j.jbusres.2016.04.069
- [21] LISSNER I, MAYER M. Tourists' willingness to pay for blue flag's new ecolabel for sustainable boating: The case of whale-watching in Iceland [J]. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2020, **20**(4): 352 – 375. DOI: 10.1080/15022250.2020.1779806
- [22] TING H, FAM K S, HWA J C J, et al. Ethnic food consumption intention at the touring destination: The national and regional perspectives using multi-group analysis [J]. *Tourism Management*, 2019, **71**: 518 – 529. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.11.001
- [23] 周彬, 雷凤瑶, 虞虎, 等. 四明山国家森林公园游客游憩动机 [J]. *林业科学*, 2019, **55**(5): 163 – 168. [ZHOU Bin, LEI Fengyao, YU Hu, et al. Recreational motivations of tourists visiting the Simingshan national forest park [J]. *Scientia Silvae Sinicae*, 2019, **55**(5): 163 – 168] DOI: 10.11707/j.1001 – 7488.20190518
- [24] CHEN Chunchu, ZOU Suiwen, PETRICK J F. Is travel and tourism a priority for you? A comparative study of American and Taiwanese residents [J]. *Journal of Travel Research*, 2018, **58**(4): 650 – 665. DOI: 10.1177/0047287518771211
- [25] WANG Fuyuan, DENG Zhaoming, PETRICK J F. Exploring the formation mechanisms of urban residents' travel behaviour in China: Perceptions of travel benefits and travel constraints [J]. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2018, **35**(7): 909 – 921. DOI: 10.1080/10548408.2018.1445575
- [26] AGAPITO D, MENDES J, VALLE P. Exploring the conceptualization of the sensory dimension of tourist experiences [J]. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2013, **2**(2): 62 – 73. DOI: 10.1016/j.jdmm.2013.03.001
- [27] CHEN Bixia, NAKAMA Y. Thirty years of forest tourism in China [J]. *Journal of Forest Research*, 2017, **18**(4): 285 – 292. DOI: 10.1007/s10310 – 012 – 0365 – y
- [28] BRATMAN G N, HAMILTON J P, HAHN K S, et al. Nature experience reduces rumination and subgenual prefrontal cortex activation [J]. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 2015, **112**(28): 8567 – 8572. DOI: 10.1073/pnas.1510459112
- [29] KONU H. Developing a forest-based wellbeing tourism product together with customers: An ethnographic approach [J]. *Tourism Management*, 2015, **49**: 1 – 16. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.02.006
- [30] BUSHELL R, SHELDON P J. Wellness and tourism: Mind, body, spirit, place [M]. New York: Cognizant Communication, 2009: 218 – 230.
- [31] RAJOO K S, KARAM D S, ABDULLAH M Z. The physiological and psychosocial effects of forest therapy: A systematic review [J]. *Urban Forestry and Urban Greening*, 2020, **54**: 126744. DOI: 10.1016/j.ufug.2020.126744
- [32] CHAULAGAIN S, PIZAM A, WANG Youcheng. An integrated behavioral model for medical tourism: An American perspective [J]. *Journal of Travel Research*, 2020, **60**(4): 761 – 778. DOI: 10.1177/0047287520907681
- [33] PONNAPUREDDY S, PRISKIN J, VINZENZ F, et al. The mediating role of perceived benefits on intentions to book a sustainable hotel: A multi-group comparison of the Swiss, German and USA travel markets [J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2020, **28**(9): 1290 – 1309. DOI: 10.1080/09669582.2020.1734604
- [34] HENDERSON-WILSON C, SIA K L, VEITCH J, et al. Perceived health benefits and willingness to pay for parks by park users: Quantitative and qualitative research [J]. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2017, **14**: 529 – 547. DOI: 10.3390/ijerph14050529
- [35] PARK C, SONG H. Visitors' perceived place value and the willingness to pay in an urban lake park [J]. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2018, **15**(11): 2518 – 2533. DOI: 10.3390/ijerph15112518
- [36] Hill R J, FISHBEIN M, AJZEN I. Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research [J]. *Contemporary Sociology*, 1977, **6**(2): 244 – 245. DOI: 10.2307/2065853
- [37] 祁秋寅, 张捷, 杨旸, 等. 自然遗产地游客环境态度与环境行为倾向研究——以九寨沟为例 [J]. *旅游学刊*, 2009, **24**(11): 41 – 46. [QI Qiuyin, ZHANG Jie, YANG Yang, et al. On environmental attitudes and behavior intention of tourists in natural heritage site: A case study of Jiuzhaigou [J]. *Tourism*

- Tribune, 2009, **24**(11): 41–46]
- [38] 邱宏亮. 旅游节庆意象、节庆依恋、节庆游客环境责任态度与行为——以杭州西溪花朝节为例[J]. 浙江社会科学, 2017(2): 84–93+117+158. [QIU Hongliang. Tourism festival image, festival attachment, festival tourist's environmentally responsible attitude and behavior: A case of Hangzhou Xixi flower fairy festival [J]. Zhejiang Social Sciences, 2017(2): 84–93+117+158] DOI: 10.14167/j. zjss. 2017. 02. 007
- [39] NEWHOUSE N. Implications of attitude and behavior research for environmental conservation [J]. The Journal of Environmental Education, 1990, **22**(1): 26–32. DOI: 10.1080/00958964.1990.9943043
- [40] CAMPOS-SORIA J A, GARCÍA-POZO A, MARCHANTE-MERA A J. Explaining tourists' attitudes to environmental support: A multilevel approach [J]. Journal of Sustainable Tourism, 2018, **26**(6): 987–1006. DOI: 10.1080/09669582.2018.1435667
- [41] CHENG Mingming, JIN Xin, WONG I A. Ecotourism site in relation to tourist attitude and further behavioral changes [J]. Current Issues in Tourism, 2014, **17**(4): 303–311. DOI: 10.1080/13683500.2013.800030
- [42] XU Feifei, FOX D. Modelling attitudes to nature, tourism and sustainable development in national parks: A survey of visitors in China and the UK [J]. Tourism Management, 2014, **45**: 142–158. DOI: 10.1016/j. tourman. 2014. 03. 005
- [43] BALLANTYNE R, PACKER J, FALK J. Visitors' learning for environmental sustainability: Testing short- and long-term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modelling [J]. Tourism Management, 2011, **32**(6): 1243–1252. DOI: 10.1016/j. tourman. 2010. 11. 003
- [44] DENG Feihu, LIU Liangming, TIAN Qiaoli. Effects of ecotourism experience on value and environmental attitude [J]. Journal of Environmental Protection and Ecology, 2020, **21**(1): 135–141.
- [45] CHIU Y T H, LEE W I, CHEN T H. Environmentally responsible behavior in ecotourism: Antecedents and implications [J]. Tourism Management, 2014, **40**: 321–329. DOI: 10.1016/j. tourman. 2013. 06. 013
- [46] RUSSELL D W, RUSSELL C A. Experiential reciprocity: The role of direct experience in value perceptions [J]. Journal of Travel and Tourism Marketing, 2010, **27**(6): 624–634. DOI: 10.1080/10548408.2010.507157
- [47] MILLAR M, MAYER K J, BALOGLU S. Importance of green hotel attributes to business and leisure travelers [J]. Journal of Hospitality Marketing and Management, 2012, **21**(4): 395–413. DOI: 10.1080/19368623.2012.624294
- [48] WANG Jing, WANG Shanyong, WANG Yu, et al. Extending the theory of planned behavior to understand consumers' intentions to visit green hotels in the Chinese context [J]. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 2018, **30**(8): 2810–2825. DOI: 10.1108/IJCHM-04-2017-0223
- [49] GAUTAM V. Examining environmentally friendly behaviors of tourists towards sustainable development [J]. Journal of Environmental Management, 2020, **276**: 111292. DOI: 10.1016/j. jenvman. 2020. 111292
- [50] SCHUHMAN P W, SKEETE R, WAITE R, et al. Visitors' willingness to pay marine conservation fees in Barbados [J]. Tourism Management, 2019, **71**: 315–326. DOI: 10.1016/j. tourman. 2018. 10. 011
- [51] CHEUNG L T O, FOK L, FANG Wei. Understanding geopark visitors' preferences and willingness to pay for global geopark management and conservation [J]. Journal of Ecotourism, 2014, **13**(1): 35–51. DOI: 10.1080/14724049.2014.941848
- [52] LEE T H, JAN F H. The effects of recreation experience, environmental attitude, and biospheric value on the environmentally responsible behavior of nature-based tourists [J]. Environmental Management, 2015, **56**(1): 193–208. DOI: 10.1007/s00267-015-0488-y
- [53] 褚玉杰, 赵振斌, 张铖, 等. 旅游社区多群体态度差异和冲突倾向的空间特征——以西安汤峪镇为例[J]. 地理学报, 2016, **71**(6): 1045–1058. [CHU Yujie, ZHAO Zhenbin, ZHANG Cheng, et al. Spatial features of preference difference and conflict potential among multi-groups in tourism community: A case of Tangyu town in Xi'an [J]. Acta Geographica Sinica, 2016, **71**(6): 1045–1058] DOI: 10.11821/dlxb201606011
- [54] 武晓英, 李辉, 周彬. 基于结构方程模型的社区居民感知对旅游发展态度影响研究[J]. 山地学报, 2021, **39**(2): 275–289. [WU Xiaoying, LI Hui, ZHOU Bin. Impact of community resident's perceptions on their attitudes toward tourism development based on structural equation model [J]. Mountain Research, 2021, **39**(2): 275–289] DOI: 10.16089/j. cnki. 1008-2786. 000594
- [55] 张希月, 陈田. 基于游客视角的非物质文化遗产旅游开发影响机理研究——以传统手工艺苏绣为例[J]. 地理研究, 2016, **35**(3): 590–604. [ZHANG Xiyue, CHEN Tian. Influence mechanism of tourism development on intangible cultural heritages (ICH) based on the perception of tourists: A case study of traditional handicraft Suzhou Embroidery [J]. Geographical Research, 2016, **35**(3): 590–604] DOI: 10.11821/dlyj201603016
- [56] 李群绩, 王灵恩. 中国自然保护地旅游资源利用的冲突和协调路径分析[J]. 地理科学进展, 2020, **39**(12): 2105–2117. [LI Qunji, WANG Lingen. Conflicts and coordination of tourism resource use in protected areas in China [J]. Progress in Geography, 2020, **39**(12): 2105–2117] DOI: 10.18306/dlkxjz. 2020. 12. 012
- [57] LEE T H, JAN F H, LIN Y H. How authentic experience affects traditional religious tourism development: Evidence from the Dajia Mazu Pilgrimage, Taiwan [J]. Journal of Travel Research, 2020, **60**(5): 1140–1157. DOI: 10.1177/0047287520921240

- [58] ZHAO Jing, AN Yonggang. Behavioural intention of forest therapy tourism in China: Based on health belief model and the theory of planned behaviour [J]. *Current Issues in Tourism*, 2021, **24** (24): 3425–3432. DOI: 10.1080/13683500.2021.1886256
- [59] CERDA C, FUENTES J P, MANCILLA G. Can conservation in protected areas and visitor preferences converge? An empirical study in central Chile [J]. *Biodiversity and Conservation*, 2018, **27** (6): 1431–1451. DOI: 10.1007/s10531-018-1501-6
- [60] ARBOLINO R, BOFFARDI R, DE SIMONE L, et al. The evaluation of sustainable tourism policymaking: A comparison between multicriteria and multi-objective optimisation techniques [J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2021, **29** (6): 1000–1019. DOI: 10.1080/09669582.2020.1843044
- [61] 张明禄. 宁波四明山和宁夏中宁枸杞获评国家气候标志[N/OL]. 中国气象报社, 2018-07-30. (2018-07-30) [2023-04-11]. https://www.cma.gov.cn/2011xwzx/2011xqxxw/2011xqxyw/201807/t20180730_474810.html?from=groupmessage. [ZHANG Minglu. Ningbo Simingshan and Ningxia Zhongning goji berries have been rated as national climate indicators [N/OL]. China Meteorological News Agency, 2018-07-30. (2018-07-30) [2023-04-11]. https://www.cma.gov.cn/2011xwzx/2011xqxxw/2011xqxyw/201807/t20180730_474810.html?from=groupmessage]
- [62] MILFONT T L, DUCKITT J. The structure of environmental attitudes: A first- and second-order confirmatory factor analysis [J]. *Journal of Environmental Psychology*, 2004, **24** (3): 289–303. DOI: 10.1016/j.jenvp.2004.09.001
- [63] YADAV R, PATHAK G S. Young consumers' intention towards buying green products in a developing nation: Extending the theory of planned behavior [J]. *Journal of Cleaner Production*, 2016, **135**: 732–739. DOI: 10.1016/j.jclepro.2016.06.120
- [64] 耿藤瑜, 傅红, 曾雅婕, 等. 森林康养游憩者场所感知与健康效益评估关系研究——以成都龙泉山城市森林公园为例[J]. *林业经济*, 2021, **43** (3): 21–36. [GENG Tengyu, FU Hong, ZENG Yajie, et al. Study on the relationship between site perception and health benefit evaluation of people in forest recreation tourism [J]. *Forestry Economics*. 2021, **43** (3): 21–36] DOI: 10.13843/j.cnki.lyjj.20210518.001
- [65] PARK E, LEE S, PETERS D J. Iowa wetlands outdoor recreation visitors' decision-making process: An extended model of goal-directed behavior [J]. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 2017, **17**: 64–76. DOI: 10.1016/j.jort.2017.01.001
- [66] RIBEIRO M A, PINTO P, SILVA J A, et al. Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries [J]. *Tourism Management*, 2017, **61**: 523–537. DOI: 10.1016/j.tourman.2017.03.004
- [67] KAISER F G, HARTIG T, BRÜGGER A, et al. Environmental protection and nature as distinct attitudinal objects: An application of the campbell paradigm [J]. *Environment and Behavior*, 2011, **45** (3): 369–398. DOI: 10.1177/0013916511422444
- [68] ALCON F, ALBALADEJO-GARCÍA J A, ZABALA J A, et al. Understanding social demand for sustainable nature conservation: The case of a protected natural space in south-eastern Spain [J]. *Journal for Nature Conservation*, 2019, **51**: 125722. DOI: 10.1016/j.jnc.2019.125722
- [69] JUVAN E, DOLNICAR S. The attitude-behaviour gap in sustainable tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 2014, **48**: 76–95. DOI: 10.1016/j.annals.2014.05.012

Perceived Benefits of Forest Wellness Tourism Lead to a Positive Consumption Intention: A Case Study in the Siming Mountain Resort, Zhejiang, China

ZHOU Bin^{1*}, LIU Siyi¹, YU Hu^{2*}, WU Juan¹, LIU Jianchen³

(1. Department of Tourism, Ningbo University, Ningbo 315211, Zhejiang, China;

2. Institute of Geographic Sciences and Natural Resources, CAS, Beijing 100101, China;

3. School of Computer Science, Nankai University, Tianjin 300071, China)

Abstract: Tourists' perceived benefits to a recreational destination play a decisive role in their motivation toward repeat visit to the same place with active consumption. To study the influence of perceived benefits on tourists' intention to consume from the perspective of the main body of tourism activities is of great significance to the development of forest wellness tourism. Past studies discussed the development of wellness tourism mostly on the

basis of tourism supply, but in view of consumption demand there was a lack of empirical testing and theoretical explanation how tourists' environmental and development attitude govern their consumption awareness.

In this study it targeted the Siming Mountain Resort, Zhejiang, China as a case study. A questionnaire was designed to complete a survey of how perceived benefits of forest wellness tourism influence tourists' consumption intentions. 436 questionnaires were collected and analyzed by a proposed structural equation model; the attitude towards forest environmental protection and attitude towards wellness tourism development was regarded as mediating variables in the model.

The study find that: (1) Benefits perceived by tourists had a significantly positive influence on the consumption intention of forest wellness tourism. (2) Positive attitudes towards forest environmental protection and wellness tourism development contributed to enhancing tourists' consumption intentions. (3) Tourists' attitudes toward forest environmental protection and wellness tourism development attitudes played a partial mediating role between tourists' perceived benefits and consumption intention. The attitudes towards forest environmental protection and wellness tourism development played a chain intermediary role, forming a path as tourists' perceived benefits → attitude towards forest environmental protection → attitude towards wellness tourism development → tourists' intention to consume.

This study provides a new perspective for exploring the psychological path of tourists' consumption of forest wellness tourism.

Key words: forest wellness tourism; perceived benefits; consumption intention; environmental protection attitude; tourism development attitude; the Siming Mountain Resort

(责任编辑 李嵘)