

# 弥勒市候鸟式旅居老人旅游消费行为特征及影响因素分析

冉正超

云南师范大学地理学部, 中国·云南 昆明 650500

**摘要:** 近年来, 候鸟式旅游发展迅速, 在中国, 以海南省的候鸟式旅游发展最为典型和迅速。由于人口老龄化日益加剧, 老年人口旅游市场日益壮大, 越来越多气候条件适合休闲养老的城市发展起候鸟式旅游, 弥勒市就是其中之一, 弥勒市拥有得天独厚的气候条件和旅游资源, 候鸟式旅游发展初具规模。论文旨在通过观察法、访谈法、问卷调查法、文献查阅法、AHP 等方法分析弥勒市候鸟式旅居老人的旅游消费行为特征和影响因素, 借鉴前人的研究理论和经验, 为弥勒市候鸟式旅游发展提出意见和建议, 同时也为相同资源类型的城市发展候鸟式旅游提供思路。

**关键词:** 候鸟式旅居; 旅游消费行为; 旅游消费行为影响因素; 候鸟老人; 弥勒市

## Analysis of the Characteristics and Influencing Factors of Tourism Consumption Behavior of Elderly People Living in Migratory Bird Style in Maitreya City

Zhengchao Ran

Geography Department of Yunnan Normal University, Kunming, Yunnan, 650500, China

**Abstract:** In recent years, the development of migratory bird tourism has been rapid. In China, the development of migratory bird tourism in Hainan Province is the most typical and rapid. Due to the increasing aging population and the growing tourism market for the elderly, more and more cities with climate conditions suitable for leisure and elderly care are developing bird like tourism. Maitreya City is one of them. Maitreya City has unique climate conditions and tourism resources, and the development of bird like tourism is taking shape. The paper aims to analyze the tourism consumption behavior characteristics and influencing factors of elderly residents living in migratory bird style in Maitreya City through methods such as observation, interview, questionnaire survey, literature review, and AHP. Drawing on previous research theories and experiences, it provides opinions and suggestions for the development of migratory bird style tourism in Maitreya City, and also provides ideas for the development of migratory bird style tourism in cities with the same resource type.

**Keywords:** migratory bird style dwelling; tourism consumption behavior; factors influencing tourism consumption behavior; elderly migratory birds; Maitreya City

### 1 引言

截至 2022 年最新一次的人口统计, 中国人口数量达 141175 万人, 65 岁以上的人口数量已达 20978 万人, 占总人数的比重达 14.85%, 人口老龄化进一步加深。人口老龄化现象引起了严重的人口问题, 同时也带来了广阔的养老市场。其他国家老年旅游市场的研究起步较早, Kennethf 很早就对老年市场做了研究细分了不同的老年市场, 中国老年市场研究则还处于相对稚嫩阶段。由于地区间的气候条件差异、旅游资源组合差异、老年人的康养理念的变化、国民人均收入的提升等要素的影响, 候鸟式旅游在中国的发展十分迅速, 以三亚、北海、昆明等南方气候条件较为优越的城市发展最为典型。

### 2 弥勒市候鸟式旅居消费行为特征分析

#### 2.1 弥勒市候鸟式旅居中购买行为特征分析

##### 2.1.1 弥勒市候鸟式旅居消费支出分析

弥勒市候鸟式旅居老人的消费支出在 5000~10000 的最

多, 所占比例为 67.32%; 然后是消费支出在 3000~5000 的老人占比较高, 占比为 25.26%; 消费支出在 10000 以上和在 3000 以下的都较少, 占比分别为 1.43% 和 5.69%。由于生活水平的提高, 旅居老人的消费水平也越来越高, 对身体健康的要求也越来越高, 他们愿意花更多的钱在康养旅游上。详细情况见图 1。

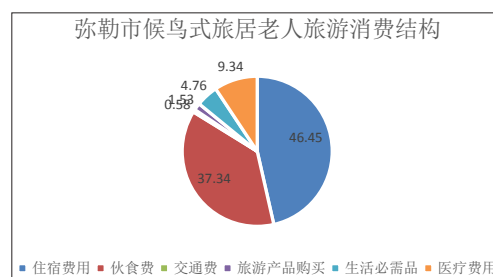


图 1 弥勒市候鸟式旅居老人旅游消费支出

##### 2.1.2 弥勒市候鸟式旅居消费结构分析

旅游消费的构成是众多方面构成的, 论文从住宿费用、

伙食费、交通费、旅游产品购买、生活必需品、医疗费用六个方面分析弥勒市候鸟式旅居老人的旅游消费结构，经调查统计后发现旅居老人在住宿上的花费最高，占比高达 46.45%；然后是伙食费的占比较高，占比达 37.34%；医疗费用、交通费（指旅居老人在弥勒市内流动的交通费用，并不是从定居地到弥勒市的费用）、生活必需品、旅游商品（纪念品、当地特产）购买所占的比重都较小，均未超过 10%。详细情况可见图 2。

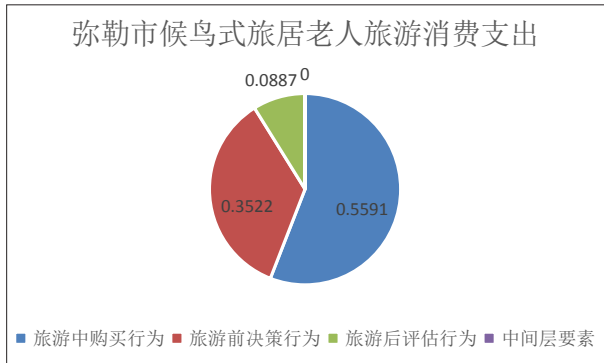


图 2 弥勒市候鸟式旅居老人旅游消费结构

候鸟式旅居老人的旅游活动与一般的旅游活动有一定的区别，候鸟式旅居老人更偏向于感受当地的生活，享受当地优越的气候，因而旅游花费的重点会放在住宿和饮食上。由于是较长时间的居住，旅居老人往往会选择民宿居住，这与前人的研究一致，Lieux 对美国老年人的旅游消费行为特征进行研究，认为老年人对住宿设施有特殊需求。基于饮食文化的差异，大部分老人会选择自己做饭，偶尔会品尝当地的特色美食。在选择住宿时候鸟老人通常会选择有电梯、有厨房、有马桶、空间布置较为合理的民宿，基础设施更加便捷的民宿，需求的增加导致住宿方面的花费也会增加。在饮食方面，旅居老人往往更偏好健康、清淡、具有保健效果的饮食，更加日常化，与一般旅游活动相比，候鸟式旅居更贴近当地居民的生活。

## 2.2 弥勒市候鸟式旅居后消费评估行为分析

### 2.2.1 弥勒市候鸟式旅居消费者满意度分析

李志飞在旅游消费者行为一书中认为旅游消费者满意度是指旅游消费者对旅游期望与旅游感知相比较的结果。旅游满意度不仅会影响老年旅游者下次的旅游决策，还会影响到相关群体的旅游消费行为。通过对弥勒市旅居老人对弥勒市的住宿、饮食、交通、服务、医疗条件、情绪体验、总体评价等指标的情况进行调查统计分析。详细情况见表 1。

从整体的数据来看，总体评价中满意和特别满意的占比较高，两者占比高达 83% 以上，不满意和特别不满意的占比较少，占比仅为 12% 左右。由此可见，弥勒市候鸟式旅居老人对弥勒的满意度整体还是比较高的，整体的旅游体验较为良好。从单项的指标来看，无论是住宿、交通、服务、情绪体验还是医疗条件，弥勒市总体的旅游消费者满意度都

较高，值得一提的是对交通的评价存在两极分化，部分老人认为弥勒市无论是外部交通区位还是内部公共交通都很便捷，尤其是湖泉生态园内的公共交通，得到多数老人的好评。但也有近 20% 的老人认为从弥勒高铁站和机场到市区的交通不够便捷，交通费用较高，从昆明到弥勒的交通费用仅需 34 元，而弥勒高铁站到市区的打车费用就要 30 元，而高铁站到市区的距离仅 8km，比昆明同距离的交通费高了两倍左右，而从高铁站到弥勒市区的公共交通不仅站点不好找，而且时间周期长。

表 1 弥勒市候鸟式旅居消费者满意度调查表

评价指标	特别满意	满意	一般	不满意	特别不满意
住宿	23.7%	35.54%	25.34%	11.21%	4.54%
饮食	8.95%	32.65%	37.75%	18.56%	2.09%
交通	26.55%	29.49%	15.32%	20.98%	7.66%
服务	14.28%	23.72%	47.55%	12.13%	2.32%
医疗条件	8.71%	39.87%	49.22%	1.99%	1.21%
情绪体验	11.57%	42.96%	39.66%	3.43%	2.38%
总体评价	26.75%	55.24%	6.21%	8.43%	3.37%

### 2.2.2 弥勒市旅居老人对弥勒候鸟式旅游的意见和建议

意见和建议是对一个地方游后的重要反馈，对这个地方的建设和整改提升有着重要意义，因此本文收集了弥勒市旅居老人对弥勒发展候鸟式旅游的意见和建议，并进行整合和分析，为弥勒市旅游发展提供更好的思路。收集的意见和建议大致分为三类：基础设施完善、个性化需求、服务提升。

基础设施方面的建议首先是建议完善弥勒市地铁到市区的公共交通，然后是酒店的基础设施，酒店的基础设施主要集中在贴合老年人的需求方面，老年人更偏向有电梯、有厨房、有马桶的民宿。民宿空间大小要适宜，有的民宿空间太小所有的设施在一起显得太过拥挤，有的则是太大，老人来回行动不便；也有部分老人反映湖泉生态园区的公共厕所和垃圾箱太少且距离过远，有使用需求时不能及时得到满足，加之旅居老人行动较为缓慢，造成了很大的不便。

个性化需求主要是老人作为社会弱势群体这个角度出发的，无论是在住宿还是在饮食上的方方面面，都应该增加更多对老年人的关照，如饮食上有部分老人反映没有专营养餐的饭店，老年人口味比较清淡，更注重健康。另外，有部分老人反映在湖泉生态园和红河水乡，供歇脚的凉亭或凳子间距过大。

## 3 弥勒市候鸟式旅居消费行为影响因素 AHP 分析

### 3.1 AHP 模型构建

运用层次分析法，第一步就是构建研究模型。建立研究模型要选取影响指标，谈志娟在老年健康休闲旅游消费行为及其影响因素研究中，将经济能力、家庭因素、自身旅游经验作为三大主要影响因素进行后续研究；黄凌云在老年旅

游消费行为及市场开发对策中将经济因素与消费理念、身体状况、家庭因素、交通因素作为主要影响因素指标；胡娟在基于消费行为特征的老年旅游产品开发研究中提出将旅游产品价格与质量、服务管理水平、旅游产品宣传营销、旅游安全作为主要分析指标来研究老年旅游产品的开发；Cathy 从心理学基础上分析后认为，身体健康是主要的动机；在借鉴前人的研究成果的基础上，考虑弥勒市的现实因素，建立弥勒市候鸟式旅居老人消费行为影响因素研究 AHP 模型。从旅游前决策行为、旅游中购买行为、旅游后评估行为，以及他们的制约指标层：信息获取、目的地、出游时间、出游动机、住宿条件、交通工具、餐饮水平旅游产品价格、旅游产品类型、情绪价值、基础设施、旅游满意度、整体服务 13 个制约层指标，以旅游资源基础、旅游体验、服务水平为备选方案层建立模型。详情见图 3。

### 3.2 AHP 分析结果

AHP 层次模型建立后，根据问卷调查上旅居老人的反馈、导师、同学以及旅游从业人员的建议和感受，对每个制约层和指标层进行两两比较，构建判断矩阵，进而进行计算，判断矩阵中的数据要进行一致性检验，计算出的结果按权重进行排序，权重越高说明影响越大。

从计算数据的排序权重中可以看出，备选方案层中旅游体验、服务水平、旅游资源基础设施的排序权重分别是 0.3905、0.3451、0.2644，说明到弥勒市旅居的候鸟老人最看重的是旅游体验，其次是服务水平、最后是旅游资源基础；中间制约层中，权重最高的是旅游中购买行为，其次是旅游前决策行为，最后是旅游后消费评估行为，所占的比重分别是 0.5591、0.3522、0.0887；旅游前决策行为的指标层中，出游动机和信息获取权重最高，分别为 0.4255 和 0.3114，出游时间和目的地权重较小，分别为 0.0734 和 0.1897；旅游中购买行为的指标层中交通工具、住宿条件、餐饮水平的

权重较高，占比分别为 0.3817、0.2545 和 0.1493，其他指标权重较小；旅游后评估行为的指标中旅游满意度所占权重最高，其次是整体服务，最后基础是设施，所占的权重分别是 0.5584、0.3196、0.1220。各个指标层的一致性检验均小于 0.1，数据具有参考价值。

## 4 研究结论与发展建议

### 4.1 研究结论

2023 年，中国人口老龄化程度进一步加深，随着年轻人婚育意愿的下降，在未来的不短时间内，中国的老龄化问题将会越发严重，养老市场十分广阔。国民经济发展的同时，居民可支配收入也随之增加，加之受教育程度的提高，康养旅游正在蓬勃发展，候鸟式旅居将成为更多老年人的养老方式和旅游选择。论文通过选取弥勒市为研究区域，在实际调查和访谈的基础上，查阅文献和资料，进行问卷调查，数据收集，结合弥勒市的资源状况和到弥勒市旅居老人的人口学特征分析了他们的旅游消费行为特征，引用 AHP 方法分析弥勒市旅居老人旅游消费行为特征的影响因素，得出了以下结论：

第一，弥勒市候鸟式旅居老人的消费行为特征与旅居老人的人口群体特征有着密切的关系。首先弥勒市候鸟式旅居老人在旅游决策行为上表现出很强的独立性，从问卷调查收集的数据来看，无论是在旅游前决策行为还是在旅游中的购买行为，旅居老人都是独立决策的，这与他们的年龄、身体状况、文化程度、思想观念等人口群体特征是密切相关的。

第二，弥勒市候鸟式旅居老人的消费意愿与旅游产品类型关系密切，明显偏好康养类的旅游产品。具有康养价值的旅游产品更多地得到他们的青睐，娱乐类的旅游产品消费意愿最低。

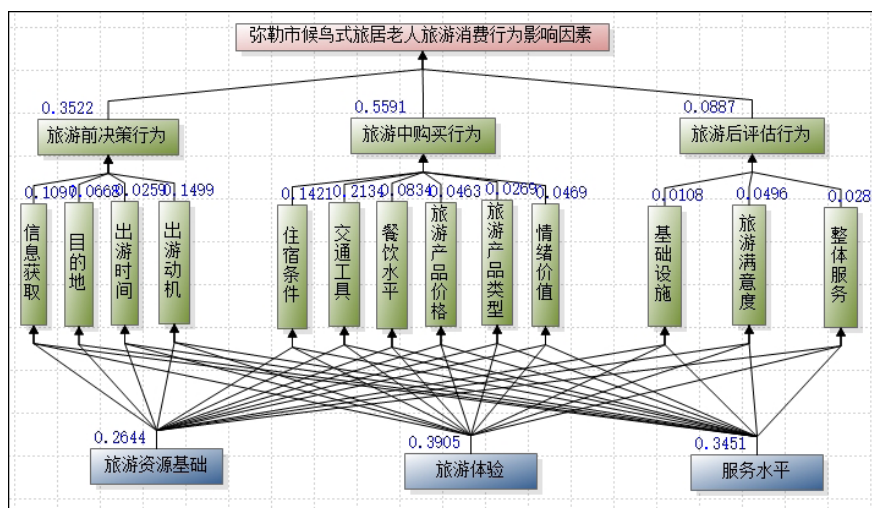


图 3 弥勒市候鸟式旅居消费行为影响因素模型

第三, 弥勒市候鸟式旅居老人的消费行为与强烈的康养理念相关, 旅游消费支出中很少有冲动消费和娱乐消费, 多集中在康养所必需的支出上。

第四, 影响弥勒市旅居老人消费行为的影响因素中, 影响旅居老人消费行为特征的因素是与旅居老人身体健康状况和承受能力息息相关的, 交通工具、住宿条件都直接影响到旅居老人的身体和心理的健康状况。

#### 4.2 发展建议

第一, 加强宣传。影响弥勒市候鸟式旅居老人旅游消费行为的因素中, 旅游动机所占的权重居第二位, 可见激发旅居老人到弥勒市旅游的动机很有必要。有效的宣传手段和多样化的宣传方式, 是激发老年群体旅游动机的重要实现途径, 在信息获取途径中我们已得知抖音等新媒体对老年人的出游决策有很多影响, 因此可以利用现代新媒体结合大数据精准投放弥勒候鸟旅游宣传, 提高弥勒的知名度。在利用现代媒体的同时, 把握好传统的宣传方式, 但应该做到精准投放以减少成本获取最大收益, 如加大在主要客源地的省份的医院、养老院、康养机构、旅行社、酒店等投放宣传广告。

第二, 进一步完善旅居老人基础设施和服务。如湖泉生态园等主要旅居生活区的旅游设施、保健设施、公共卫生间、使用贴合老年人使用习惯的设计。完善医保异地结算制

度, 公共交通结算更加一体化、便捷化、人性化, 增加产品的适老性。

第三, 注重康养旅游产品创新。在整个弥勒市内, 适合旅居老人的旅游活动较少, 可结合实际情况和旅居老人的需求, 进行旅游产品创新, 丰富旅居老人的康养生活。打造拥有弥勒市独特性的康养旅游产品, 在进一步挖掘弥勒市温泉和气候的优势的基础上创新。

#### 参考文献:

- [1] 国家统计局[R].2022年人口统计报告.
- [2] KENNETH F. BACKMAN, SHEILAJ BACKMAN, KENNETH SILVERBERGER. Involvement into the psychographics of senior nature-based travel travelers[J]. *tourism Recreation research*,1999,24(1):13-22.
- [3] 赵云飞.弥勒市春节接待游客[N].弥勒头条,2023.1.29.
- [4] 县情概况[R].2015:9-11.
- [5] 温泉的功效与特点[J].民心,2016(3):50-51.
- [6] Kim SS, Choongki L, Klenosky D B. The influence of push and pull factors at Korean national parks[J]. *Tourism Management*, 2003,24(2):169-180.
- [7] 郭鲁芳.老年人度假决策中的信息来源(译文)[J].*旅游学刊*,1990(1):69-71.