

## 国内旅游者人口学特征研究\*

吴必虎 刘小玲 赵 荣

**【提要】** 本文根据对上海、西安、黄山和华山等地国内旅游者6000多份问卷抽样调查资料,分析了作为一类特殊流动人口的旅游者的人口学特征。分别讨论了性别、年龄、收入、职业、受教育水平、家庭结构等因素与旅游者的出游力、目的地选择、购物活动等旅游行为的关系。

**【作者】** 吴必虎 华东师范大学国际商学院旅游系,副教授;刘小玲 华东师范大学人口研究所,硕士;赵 荣 西北大学地理系,教授。

90年代以来,中国大陆居民随着收入和休闲时间的增加,出现了前所未有的国内旅游热。1994年国内旅游总数为5.24亿人次<sup>①</sup>,占全国年交通客运量的5%左右。其中城镇居民2.05亿人次,农民3.19亿人次,农村人口甚至超过城镇居民,这与汹涌澎湃的“民工潮”的形成有关。在所有出游人口中,通过旅行社承办接待的国内游客人数仅占国内旅游总人数的3.8%,说明国内旅游具有很强的自发性。

从人口学角度观察,国内旅游可以看成是一类特殊的人口流动,是在特定的社会经济条件下产生发展的,有其自身的特征。由于国内旅游兴起时间不长,人们对这类特殊的人口流动现象研究甚少。本文根据近3年(1992~1994)的调查研究,利用抽样问卷方法,获取了代表沿海城市的上海、内地城市的西安以及风景名胜区黄山和华山的国内游客的有效问卷6172份,依据此次调查对国内旅游者的性别、年龄、收入、职业、受教育水平、家庭结构及其对旅游行为的影响进行了分析。

### 1. 性别分布与旅游行为

在所调查的6172人中,男性占65.41%,女性占34.59%,男性高于女性。但游客的性别分布在不同情况下有一定差异。第一,由大城市出发到周围地区旅游的性别分布较为均匀。如上海1370名出游者中,男性占51.6%,女性占48.4%;又如西安1036名外出旅游者中,男女比例各占59.6%和40.4%。沿海城市上海比内陆城市西安在性别分布上更为均匀。第二,由周边地区到大城市的游客中,男女比例差别较大,如1021名外地来沪游客中,男性占80.3%,女性仅占19.7%;同样西安的1965名外地游客中,男性占69.9%,女性占30.1%,性别差异都大于城市外出游客的性别差异。第三,到远离城市的风景区旅游的人口也是男性显著多于女性,如被调查的300名黄山游客中,男性占72.7%,女性仅占27.3%;480名华山游客中,男性占63%,女性占37%。

游客的性别构成中男性多于女性。这是因为男性较女性更富于异向型心理特质,体魄也较女性强健。加之中国传统文化的影响,尽管近代以来妇女的地位有了较大提高,但总体上女性无论在身体素质、文化水平,还是经济独立方面皆不如男性。这就导致她们的出游力低

\* 国家自然科学基金资助项目。本文写作过程中,得到华东师范大学人口研究所丁金宏博士的帮助,谨此致谢。

① 国家旅游局《1994年中国旅游业统计公报》,中国旅游报,1995年7月1日,第3版。

于男性,全国平均出游性别比(男:女)高达2.89:1也就不足为奇了。

另一方面,在出游行为中女性并不总是处于第二位。在购物旅游的消费水平上,男性即低于女性。上海外地购物旅游者中,消费水平在200~500元之间的共347人,男性只占41.8%,女性则占58.2%,表明女性比男性更喜欢、更舍得花钱购物。

## 2. 年龄分布与旅游行为

**2.1 年龄分布** 不同年龄组游客的出游率不同。图1给出了上海、西安出游者和外地至黄山游客的年龄分布。从图1可以看出,游客年龄在21~30岁之间的占优势,由于目的地性质不同,游客年龄的分布也有显著差异。黄山游客年龄结构偏轻,2/3的游客年龄集中在20~30岁之间,40岁以下的占94.33%,60岁以上的游客仅占0.67%。这是因为黄山风景区部分景点山高坡陡,部分地段十分险要,因此游览黄山对体力的要求相对高些,老年人及儿童因受限于体力,出游力迅速降低。西安作为中国著名的历史文化名城,游客年龄也较集中,但较黄山为和缓。与上述二地不同的是,上海以购物旅游著称,年龄最集中的游客是40~50岁之间。这是因为这一年龄段的游客多为一家之长,购物行为更多地发生在他们身上。

**2.2 年龄与目的地偏好** 旅游者对目的地的偏好与其年龄有关。以上海市民旅游者为例,无论哪个年龄层次,选择自然风景类景点都名列首位。这说明观光动机是大多数上海市民外出旅游的动机,但体力较好的20~49岁的人所占比重高于其他年龄组。年龄较大的偏好于文史类景点,50~59岁年龄层的选择占了首位,其次为40~49岁。这与年龄大的人对中国传统文化的熟悉以及容易怀旧的情绪有关。对于娱乐游戏类,学生集中,10~19岁年龄段占了41.25%。总的趋势是年龄越高,对娱乐游戏类的偏好越低。总体上,偏好人造景观的旅游者不多,且年龄越小其兴趣有降低趋势,尽管这种降低比较微弱(见图2)。

**2.3 年龄与购物行为** 年龄是影响购物消费的一个重要因素。上海购物旅游的游人中,50岁以上的游客消费水平最低,以消费50~100元之间的居多;30岁以下的游客消费稍高,以100~200元之间的居多;30~50岁的游客消费以200~500元之间的居多,处于较高水平(见图3)。究其原因,30~50岁的中年游客在事业、家庭方面均有了一定基础,社会地位相对稳固,经济收入相对偏高,是家庭中经济支出的主要决策

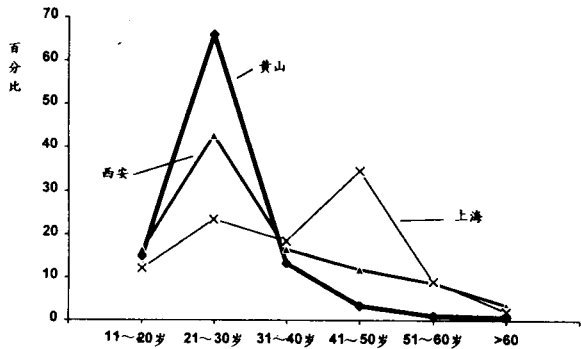


图1 3个调查点被调查者的年龄分布

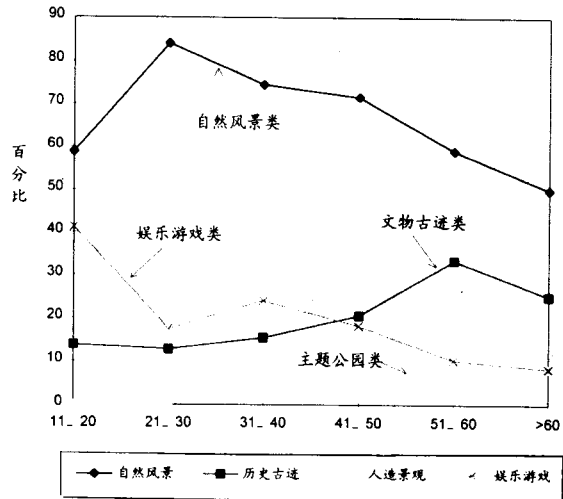


图2 各年龄层的上海市民对目的地类型的偏好

者，购物行为发生率也就高于其它年龄组。

2.4 年龄与旅游决策 不同年龄组在作出旅行决策时，所受的影响因素有所不同。从图4中可以看出；30岁以上的人群，特别是30~50岁的人群应孩子要求而出游的占了相当的比重；而随自己意愿计划出游的人中，10~30岁的占了绝大多数。这提醒旅游景点的设计者们应充分考虑青少年的旅游需求，配套设施家庭化，将更有助于产品的推销。亲友推荐与报刊广播电视的宣传对人们出游的影响都不大，一方面说明景点吸引力较低，不足以使旅游者再次向其他人推荐；另一方面说明，目前中国旅游产品的营销力度仍很缺乏。

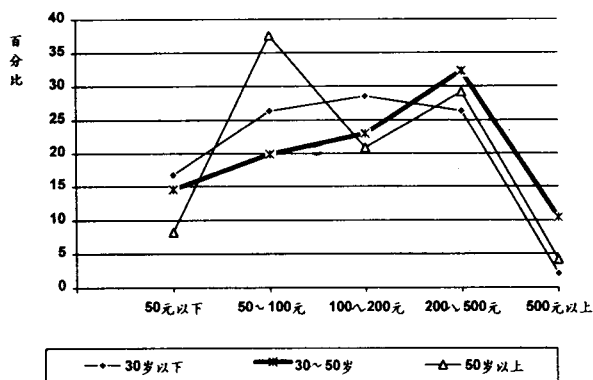


图3 不同年龄段游客的购买力

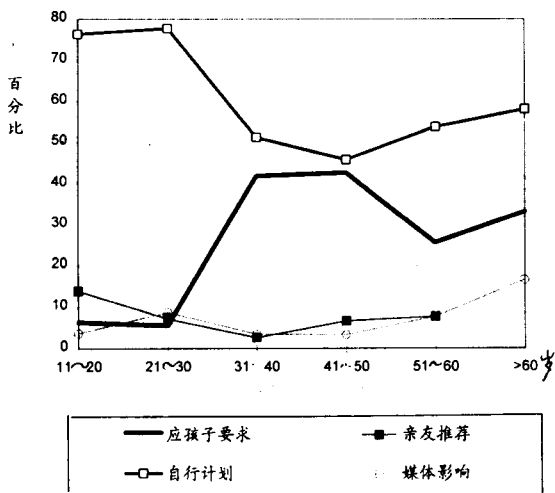


图4 影响旅游者作出出游决策的因素

### 3. 收入分布与旅游行为

3.1 收入分布 从图5可以看出，到黄山和西安的游客、上海市民外出的游客月收入的

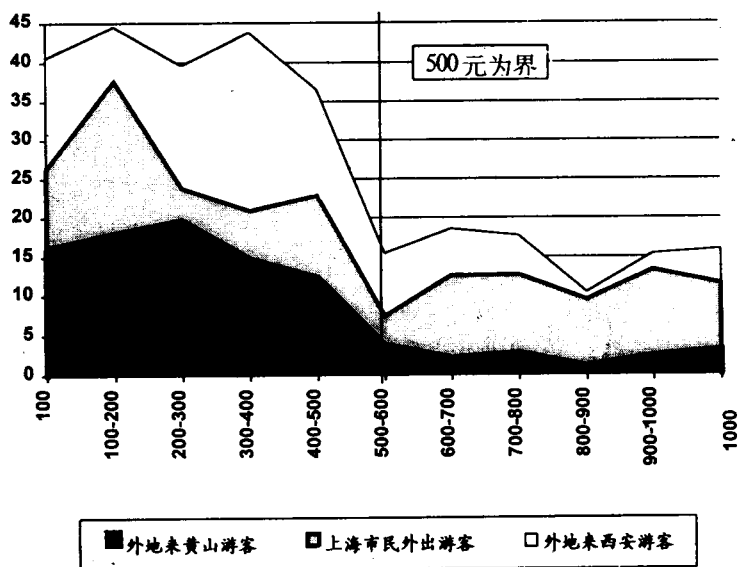


图5 国内旅游者月收入分布

总体水平分布，明显以500元为界，即500元以下各层占较大比例，而500元以上的比例明显下降。

以平均水平衡量，上述所有出游者的收入水平高于全国人口平均收入水平。黄山游客月平均收入为300元左右，西安游客月平均收入为413元，上海市民出游者的月平均收入则达584元，皆远高于同期全国平均水平及城镇人均收入水平。这一结果表明：出游者比普通居民在收入水平上具有一定

优势,使他们更易形成出游动机和行为。

**3.2 收入与购物旅游行为** 调查显示,国内赴上海的购物旅游者月平均收入以500~1000元一组为最多,占45.0%;1000元以上的占21.3%,而200~500元之间的占25.2%,200元以下的占8.5%。在消费水平分布上,仍以月收入500元为界,收入在500元以上的以200~500元的消费为主,月收入500元以下则以50~100元消费为主。图6中两个收入层的消费曲线有明显的差异,峰值一个偏右(高消费),另一个偏左(低消费)。

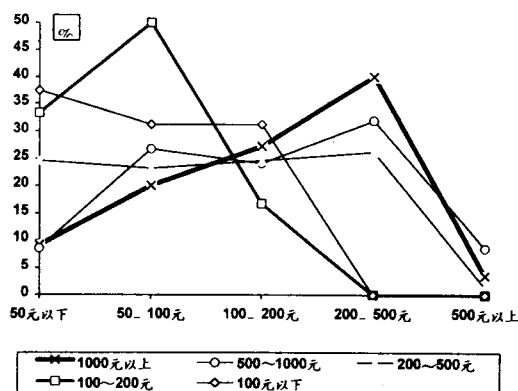


图6 赴沪购物旅游者的消费曲线

#### 4. 职业分布与旅游行为

**4.1 职业分布** 职业不同,意味着收入、闲暇时间和受教育程度的不同,旅游的倾向和需求也不一样。将在上海、西安、黄山等城市和风景区测量得到的旅游者的职业分布进行分析,可以发现国内旅游者的职业多以工人、学生、公务员、第三产业员工和科技教育工作者为主(见图7)。这些职业人们一般收入较稳定、文化程度也较高,具有较大的出游力。

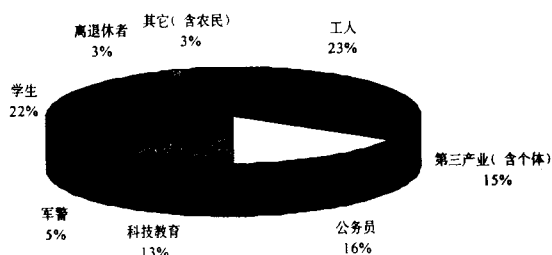


图7 国内旅游者的职业分布

**4.2 职业与目的地选择** 不同职业的旅游者对目的地的选择是不同的(见表1)。各种职业的人都把观赏风景放在首位,这说明各年龄层对自然风景的偏好是一致的。科技人员与公务员更有机会借出差之机到目的地旅游,并且由于社会福利的原因,度假休养的机会也多。相关分析还表明,第三产业从业人员外出娱乐的比例在各职业中居首位,且与家人同游和与人结伴同游的更多。这表明第三产业职员的高工资水平(比其他职员平均高出200~400元)使他们出游能力更强。离退休人员外出集中于探亲访友、度假休养及娱乐等目的上。而学生除观赏风景外,以娱乐为目的的出游比例上升。他们的经济实力虽然低下,但依靠家庭的经济基础,出游欲望强烈,是个不容忽视的旅游群体。

表1 上海市民的职业与旅游目的地选择

(%)

	观赏风景	出差	探亲访友	扫墓	做生意	调查实习	度假休养	娱乐	购物
工人	54.25	10.02	—	7.29	—	0.81	7.69	6.88	1.62
商业服务者	43.48	17.38	6.52	10.87	6.52	—	13.04	4.35	—
公务员	45.23	23.81	2.38	9.52	2.38	—	19.05	—	—
个体经营者	53.85	7.69	7.69	—	7.69	—	15.28	—	7.69
学生	71.20	2.96	5.92	3.70	—	0.74	3.70	18.33	0.74
教师	52.00	12.00	8.00	4.00	—	—	8.00	8.00	2.00
科技人员	60.00	24.00	—	2.00	—	2.00	6.00	6.00	—
离退休人员	38.89	—	11.11	5.56	—	—	16.67	16.67	—
公司职员	51.04	16.67	2.08	2.08	1.04	2.08	17.71	17.71	—

## 5. 受教育水平分布与旅游行为

**5.1 受教育水平分布** 一般而言,受教育程度越高,对旅游的需求越大,越是宁愿牺牲部分物质享受,通过旅游获得精神生活的享受。表2反映了上海市民出游者和造访黄山、华山游客文化水平的分布及其三地平均情况。从平均水平来看,旅游者的受教育水平较高,大专及以上学历的占总体的42.87%,高中以上的占近80%,这一比例远高于全国总人口的平均水平,甚至超过经济文化发展水平最高的北京、上海。上海市民出游者中,尽管受教育水平也很高,但高中以上所占比例为61%,既低于黄山(88.6%)也低于华山(84.1%)游客。说明国内风景名胜区的旅游者中,有非常高的文化水平。根据马斯洛(A.H.Maslow)关于人的需求层次理论,旅游属于一种较高层次的精神活动,而追求较高层次需要的人往往自身的文化素质也较高。

表2 国内旅游者受教育水平分布 (%)

受教育水平	上海市民出游者	黄山游客	华山游客	三地平均
大专及以上	28.0	53.3	47.3	42.87
高中(含中专)	33.0	35.3	36.8	35.03
初中及以下	39.0	11.4	15.9	22.0

**5.2 受教育水平与观光旅游** 研究表明,旅游者的受教育水平与平均每年观光旅游次数基本呈正相关。例如,上海市民最近3年(1992~1994)平均每年出游(到郊县与邻省)次数

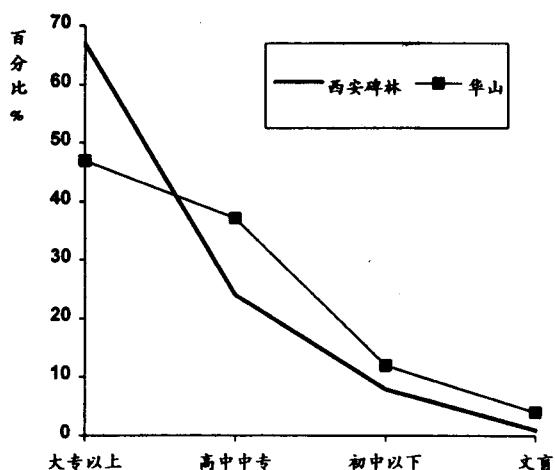


图8 西安碑林和华山游客的受教育程度

从高到低分别为大专(2.65次)、高中(2.60次)、本科以上(2.59次)、中专(2.19次)、初中(1.78次)、小学及以下(1.17次),清晰地表明了出游水平与受教育程度之间的关系。交叉分析表明,受教育水平越高,收入居于上中水平,出游能力越高。

受教育水平还明显地影响到游客的目的地选择行为。西安碑林和华山是两个相距不远的高等级目的地,但一个是历史文化目的地,另一个是山景目的地。二者相比,碑林游客的文化程度高于华山(见图8)。碑林游客中,仅大专以上文化程度的游客就占到67%以上,而华山游客中,大专以上文化程度的占47%。两地其余层次都是自上而下依次

递减,但华山游客大专以下文化程度的比例都高于西安碑林,说明碑林游客的受教育程度总体上高于华山,而且这些游客出游前受报刊书籍介绍影响的比例也较高为24%。

**5.3 受教育水平与购物旅游** 游客购物消费水平与受教育程度有明显关系。文化程度越高,消费能力越强。主要原因在于不同的文化层次间接地造成了游客社会地位、经济收入及需求层次的明显差异(见表3)。

## 6. 家庭结构分布与旅游行为

交叉分析表明,家庭结构对出游能力有一定的影响。出游行为的发生,除与游客个体特征密切相关外,还在一定程度上与游客的家庭规模、结构相关。分析发现,城市或风景区游客的家庭结构类型呈多样化。我们把1990年第四次全国人口普查资料略作整理,将2代户

表3 受教育程度不同的来沪游客的消费分布

(%)

学历	50元以下	50~100元	100~200元	200~500元	500元以上	占游客比重
大专以上	9.6	23.4	22.3	41.5	3.2	35.6
高中	14.9	21.9	27.2	28.9	7.0	43.2
初中	21.2	36.5	26.9	9.6	5.8	19.7
小学	75.0	25.0	0	0	0	1.5

近似等同于夫妻子女型（实际上略有偏高），单身户近似视为独身或一人在外工作学习者（实际总体可能偏低，因为集体户在总人口中所占比例很小，在此可忽略）。比较“第四次全国人口普查”得到的家庭结构分布和上海、黄山两地调查得到的家庭结构分布（见表4）情况表明，总体上未婚的独身或一人在外工作和学习的人群有较大出游倾向。上海市民（10%）和黄山游客（35%）都大于全国的比例，且风景区，年轻、单身的人群出游力更显突出。两代户在全国家庭类型中占有高达66%的比例，但出游力在自然景区中减小，而在城市周围近程景点中减少较平缓。

表4 国内旅游者家庭类型与全国家庭类型比较

全国	百分比	国内旅游者调查	百分比 (%)	
家庭类型	(%)	家庭类型	上海市民	黄山游客
单身户	4.88	独身或一人在外工作学习	10	35
夫妻二人	6.45	夫妻二人	2	6
2代户	65.77	夫妻子女型	57	36
3代户	16.50	3代同堂	32	16

从城市居民每年出游频率来看，以上海市为例，家庭结构的影响也是显著的。初婚后的2人世界，虽然在被调查人群中所占比例很小，但他们的出游倾向却不低，平均每年出游3.16次。夫妻子女型家庭因子女要求出游的比例增加，出游次数次之，平均每年为2.30次。独身或一人在外地工作、学习者，活动性一般大于生活在家庭内部的成员，本应有较高的出游次数，但调查表中显示出独身者多为离家就读的大学生，因经济尚未独立，平均每年出游2.22次。3代同堂的家庭由于家庭事务多、负担重，平均每年出游次数最低，为2.1次。

## 7. 结论

通过以上分析，可以得到以下几个结论：

**7.1** 现代人类出游行为是人口运动中一个特殊的现象，人口学的研究视角对旅游现象的研究具有相当重要的意义，人口学家应加强这一方面的研究，尤其侧重其社会性的研究。

**7.2** 人口的出游力受多因素影响，而人口社会经济特征则是其中最为基本的要素。性别、年龄、职业、收入、受教育水平和家庭结构等都对出游力具有重要作用。

**7.3** 人口地理上的差异造成游客流动规律的不同。城市居民和农村居民之间、沿海地区和内陆地区之间、大城市和中小城市之间，人口的出游行为是不同的。

**7.4** 出游人口在时间上的波动和周期规律、在空间上的距离衰减规律、在心理上的态度和动机规律，仍需要进一步研究。

## 参 考 文 献

- 1 吴必虎. 上海城市游憩者流动行为研究. 地理学报, 1994.49.2
- 2 Stephen L.J. Smith, Recreation Geography, Longman, 1983.

(本文责任编辑: 徐培英)