

分类号 _____
U D C _____

密级 _____
编号 10741



硕士学位论文

论文题目 生态旅游者环境态度对环境友好行为的影响研究

研究生姓名: 张鹏亮

指导教师姓名、职称: 董原 教授

学科、专业名称: 工商管理 旅游管理

研究方向: 旅游企业管理

提交日期: 2022年5月20日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 张刚亮 签字日期： 2022年5月20日

导师签名： 董 签字日期： 2022年5月20日

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定， 同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1. 学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2. 学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入 CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 张刚亮 签字日期： 2022年5月20日

导师签名： 董 签字日期： 2022年5月20日

A Study on the Impact of Eco-tourists' Environmental Attitude on Environmental Friendly Behavior

Candidate : Zhang Pengliang

Supervisor: Dong Yuan

摘 要

近年来,随着我国经济的迅速发展和人民生活水平的提高,人们的消费观念及思维模式已经发生变化,旅游无疑是人们用以缓解工作及生活压力、娱乐身心的首选方式。但就目前而言,公众对于旅游产业的认知始终停留在经济领域,过分的重视对旅游业潜在价值的挖掘而忽视了对周边生态环境的维护及关联产业的发展平衡。尤其在旅游旺季,景区人满为患,游客数量骤增给旅游目的地生态环境产生巨大压力,甚至还会带来一系列的环境问题,如水资源紧张、土壤固化、植被破坏等。此外,游客在游览过程中也有可能给旅游目的地生态环境产生影响甚至造成污染,例如垃圾、大气及土壤等污染,并由此导致旅游地的生态平衡受到干扰甚至遭到破坏,从而造成森林覆盖率下降和生物多样性减少。2015年8月,习总书记在西藏工作座谈会上重点就生态文明建设重要性发表了讲话,这为以后深化旅游产业的可持续发展及和谐生态环境的建设提供了思路,也为统筹兼顾旅游业、地方生态及其他关联产业发展的同步奠定了根基。因此本文以河南省驻马店嵯峨山风景区作为研究对象,从环境友好行为的角度来探讨环境态度、环境友好行为意向、外部情景因素和环境友好行为之间的关系,明晰其影响机制,为旅游目的地企业提供有效的对策和建议。

本文首先对环境态度、环境友好行为意向、外部情境因素和生态旅游者环境友好行为的相关文献进行了回顾,在学习和借鉴前人研究成果的同时提出假设并构建与之相关的理论模型。其次,本次研究采用科学化的统计手段对318份有效问卷结果进行了相关性检验及回归分析,得出以下结论:嵯峨山生态旅游者环境态度显著正向影响环境友好行为意向;环境友好行为意向会从侧面直接作用于旅游者的环境友好行为;旅游者的环境友好行为意向对环境态度对环境友好行为的影响中起部分中介作用;外部情景因素对环境友好行为意向与生态旅游者环境友好行为之间存在调节作用。最后,根据以上研究结果,本文得到启示:第一提高旅游者保护环境的认识;第二营造旅游者保护环境的良好氛围;第三旅游景区要直接管理和间接管理相结合。积极引导旅游者保护生态旅游目的地的环境,积极响应国家政策号召实现与地方环保机构的密切协作,统筹兼顾地方旅游经济发展与生态维护的同步,实现人与自然环境之间的和谐。

关键词: 环境态度; 环境友好行为; 生态旅游者; 外部情景因素

Abstract

In recent years, with the rapid development of China's economy. People's consumption concept and thinking mode have changed. Tourism is undoubtedly the first choice for people to relieve the pressure of work and life and entertain their body and mind. However, at present, the public's cognition of the tourism industry has always remained in the economic field, paying too much attention to the excavation of the potential value of the tourism industry and ignoring the maintenance of the surrounding ecological environment and the development balance of related industries. Especially in the peak tourist season, the scenic spots are full of people, and in the number of tourists soar and exert great pressure on the ecological environment of the tourist destination, and even bring about a series of environmental problems, such as shortage of water resources, solidification of soil, destruction of vegetation, etc. In addition, tourists may also affect and pollute to the ecological environment of the tourist destination during the tour, such as garbage, air and soil pollution, and thus the ecological balance of the tourist destination may be disturbed and destroyed, resulting in a decrease in forest cover and biodiversity. In August 2015, General Secretary Xi focused on the importance of building an ecological civilization at a symposium on work in Tibet , which will provide ideas for deepening the sustainable development of the tourism industry and building a harmonious ecological environment, it also lays a foundation for the

coordinated development of tourism, local ecology and other related industries. which pointed out the correct direction for the construction of ecological civilization in the new era. This has also become the core concept of China's tourism development in the new era. and discusses the relationship among environmental attitude, environmental friendly behavior intention, external situational factors and environmental friendly behavior from the perspective of environmental friendly behavior, clarifies its impact mechanism, and provides effective countermeasures and suggestions for tourism destination enterprises.

Firstly, this article reviews the related literature on environmental attitudes, environmental friendly behavior intentions, At the same time, the author puts forward the hypothesis and constructs the related theory model. Secondly, this study used scientific statistical methods to test the correlation and regression analysis of 318 valid questionnaires, then, this article uses SPSS19.0 and AMOS21.0 and other statistical tools to carry out and draws the following conclusions: the environmental attitude of eco-tourists in chaya mountain significantly positively influences the intention of environmental friendly behavior; the intention of environmental friendly behavior significantly positively affects the environmental friendly behavior of eco-tourists; the intention of environmental friendly behavior partially mediates the effect of environmental attitude on environmental friendly behavior; external

situational factors have first, improve the awareness of tourists to protect the environment; Second, create a good atmosphere for tourists to protect the environment; Third, scenic spots should be managed directly and indirectly. TO guide actively tourists In response to the call of the national policy, we should cooperate closely with the local environmental protection agencies, balance the development of local tourism economy and ecological protection, and realize the harmony between human beings and the natural environment. then improve the level of destination environment, to achieve harmony between human and natural environment.

Key words: Environmental attitude, Environmental friendly behavior, Eco-tourists, External situational factors

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究目的和意义.....	2
1.2.1 研究目的.....	2
1.2.2 研究意义.....	3
1.3 研究内容与方法.....	4
1.3.1 研究内容.....	4
1.3.2 研究方法.....	7
2 研究综述与理论基础	8
2.1 国内外研究综述.....	8
2.1.1 生态旅游研究综述.....	8
2.1.2 生态旅游者研究综述.....	9
2.1.3 环境态度研究综述.....	10
2.1.4 环境友好行为意向研究综述.....	12
2.1.5 外部情景因素研究综述.....	13
2.1.6 环境友好行为研究综述.....	15
2.2 国内外研究述评.....	16
2.3 理论基础.....	16
2.3.1 计划行为理论.....	16
2.3.2 可持续发展理论.....	17
2.3.3 规范激活理论.....	18
3 研究设计	19
3.1 研究假设.....	19
3.1.1 环境态度与环境友好行为意向的关系.....	19
3.1.2 环境友好行为意向与环境友好行的关系.....	20
3.1.3 环境友好行为意向的中介作用.....	20
3.1.4 外部情景因素的调节作用.....	21
3.2 研究模型.....	21
3.3 变量测量.....	22
3.3.1 环境态度的测量.....	22
3.3.2 环境友好行为意向的测量.....	23
3.3.3 外部情景因素的测量.....	24
3.3.4 环境友好行为的测量.....	25
3.4 问卷前测与调整.....	26
3.4.1 前测问卷发放.....	26
3.4.2 前测数据分析.....	26
3.4.3 前测数据分析结果.....	26
3.5 数据收集与分析方法.....	31
3.5.1 数据收集.....	31

3.5.2 数据分析方法	31
4 数据分析与假设检验	33
4.1 样本描述性统计分析	33
4.2 变量的均值及标准差分析	34
4.3 量表的信度和效度分析	36
4.4 变量间的相关分析	37
4.5 假设检验	39
4.5.1 环境态度对环境友好行为意向的影响研究	39
4.5.2 环境友好行为意向对环境友好行为的影响研究	40
4.5.3 环境友好行为意向的中介作用检验	41
4.5.4 外部情景因素的调节作用检验	43
4.5.5 小结	46
5 研究结论及启示	48
5.1 研究结论与讨论	48
5.1.1 环境态度正向影响环境友好行为意向	48
5.1.2 环境友好行为意向正向影响生态旅游者环境友好行为	49
5.1.3 环境友好行为意向起部分中介作用	49
5.1.4 外部情景因素起调节作用	49
5.2 管理启示	50
5.2.1 提高旅游者对环境保护的认识	51
5.2.2 营造旅游者保护环境的良好氛围	52
5.2.3 旅游景区要直接管理与间接管理相结合	52
6 研究不足与展望	53
6.1 研究不足	53
6.2 研究展望	53
参考文献	55
附录	63
致 谢	73

1 绪论

1.1 研究背景

近年来，随着中国市场经济的快速发展以及民众生活水平的改善，旅游无疑是人们用以缓解工作及生活压力，娱乐身心的首选方式。在此背景下，旅游业发展的同时景区也发生了一些变化：

(1) 游客大量涌入，景区环境不堪重负。

众所周知，中国旅游业也具有无烟行业的美称。但是长期以来，人们更多地

将旅游的发展看成一项商业经营性活动，而着重于寻求观光旅游的发展所形成的经济效益，而相对忽视了旅游活动对自然所形成的影响。尤其在旅游旺季，由于景点人满为患，旅游者数量激增将会给游览目的地自然环境形成很大压力，甚至还会带来一系列的环境问题，如水资源紧张、土壤固化、植被破坏等。另外，游人在游行过程中也有机率给旅行目的地自然环境产生影响或者带来环境污染，例如垃圾、大气、土地等污染物，并因此使得旅行地的生态平衡遭受影响或者受到损害，进而导致林木覆盖面的减少或者海洋生物资源多样性减少。

(2) 生态旅游者环境友好行为是影响旅游景区环境的重要因素

生态旅游者作为旅游活动的主体，其在景区的不文明行为阻碍了景区的可持续发展。恩格斯在其学术中特别强调：“人类的每一次行为都是对自然的挑战，取得的每一次胜利也终将反馈到我们身上。”基于此，面对严峻的形势，国家出台了一系列保护环境的相关政策。二零一三年《旅游法》中明确提出，旅游者在旅游活动中必须遵循社会主义公共秩序和社会主义道德，尊重当地人的传统风俗、文明习俗和信仰，爱护游览资源，保护自然环境，严格按照地方旅游的相关规定约束自身行为。2015年，国家基于对地方文明生态的保护制定了“515战略”，对旅游产业中潜在的顽瘴痼疾予以整顿，切实将打造智慧生态和文明旅游的良好政治格局作为当前战略发展的首要，把惩处游客不文明言行列入其重要行动。但治标不治本，并没有从根本上解决这一问题，因为生态旅游者的环境友好行为才是真正影响游览景区质量的关键因素，所以必须研究哪些因素促进了生态旅游者自觉遵守环境友好行为，将生态旅游者纳入到景区环境保护这一主体中去。

(3) 环境态度是生态旅游者落实环境友好行为的重要推力

二零一五年八月，习近平总书记指出“绿水青山便是金山银山”的科学价值理论，为构建新时期社会主义生态文明提供了正确方向。这将成为新时期我国旅游业发展的核心理念。而以往管理人员则采取了处罚、抬高门票价格、严格控制游人活动范围等举措，来保障生态旅游地的可持续发展，但这些措施仅从外部因素来控制游客的行为，很少涉及旅游者的主观因素。而旅游者的环境态度主要体现在旅游者对环境友好行为所持有的一般倾向和立场，积极的环境态度会促使旅游者更好的落实环境友好行为，消极的行为态度则会阻碍环境友好行为的发生。因此，管理者不能一味地在景区采取强制措施来限制旅游者的行为，而是要在了解旅游者的环境态度和环境友好行为意向的基础上因地制宜地制定政策法规，这样不仅能起到事半功倍的效果，而且还可以有针对性地开展特色旅游产品。

综上所述，要想进一步优化生态旅游环境，必须培养旅游者环境友好行为的环保意识。因此，本文将河南省驻马店嵯峨山景观作为研究对象，以环境友好行为的视角来研究环境态度、环境友好行为意向、外部情景因素和环境友好行为之间的关联，明晰其影响机制，为旅游目的地企业和管理部门提供有效的对策和建议。

1.2 研究目的和意义

1.2.1 研究目的

本研究的目的在于探索生态旅游者环境态度对环境友好行为的具体影响，环境友好行为意向的中介作用及外部情景因素的调节作用。通过大量文献查阅、理论推导，提炼出本研究的基本理论模型，通过实践论证的模式对每一个假设进行科学验证，确保研究结果的真实性和有效性，最后根据结果为旅游目的地及生态旅游的研究和管理提供指导意见。因此，本研究的目的主要有：

第一，探究国内外学者对旅游者环境友好行为研究的不足，形成较为全面的文献综述。系统梳理环境态度、外部情景因素、环境友好行为意向和环境友好行为的相关文献，构建理论模型，总结并分析环境态度、外部情景因素、环境友好行为意向和环境友好行为之间的关系。

第二，促进环境友好行为的普遍化。本文通过引入外部情景因素，检验评论

环境友好行为意向作为中介变量的合理性，验证外部情景因素的调节作用是否显著，系统研究在情景因素的作用下环境态度与环境友好行为的内在联系机制，培养旅游者良好的环境态度和环境友好行为。

第三，根据调查，积极挖掘生态旅游行为及关联目的地的开发。在明晰生态旅游意义、生态旅游行为影响原因、生成机理后，将根据生态旅游行为意向的潜在效应，推动实施措施或达到预期目标从而带动生态消费，并通过各因素的逻辑关系和合理的干预手段，促进生态旅游者的环境友好行为意向及行为的形成，以及政府、旅游相关主管部门等根据影响因素和程度进行有效控制。

1.2.2 研究意义

(1) 理论意义

第一、生态旅游一直是我国学术界研究的热点，但是关于生态旅游者的环境友好行为的研究较为匮乏，本研究丰富了环境友好行为的前因条件及作用机理。

第二、通过构建生态旅游者环境态度对环境友好行为影响的研究模型并进行实证，以确定环境态度通过生态旅游者环境友好行为意向对环境友好行为的影响和效果，探寻出影响环境友好行为的关键因素，对这些因素进行深入分析，帮助人们在理论上了解环境友好行为产生的主要因素和机理，从而得到更加深刻的理解。

第三、研究评论环境敏感度、环境关注和环境价值观在环境友好行为中对旅游者信息采纳意愿影响中的作用，通过环境友好行为意向的中介作用，及外部情景因素的调节作用，进一步丰富了环境友好行为相关研究，同时，也对生态旅游者环境友好行为影响因素进行了进一步的解释说明。

(2) 实践意义

第一、生态旅游者的环境友好行为对旅游可持续发展的重要意义已经得到多方的论证。同时，习近平总书记在最新的政治会议上提出了“绿水青山就是金山银山”的学术理论，这显然与十九大中“构建智慧生态、打造文明旅游”的发展理念相一致，共同建设美好中国的新要求和新战略部署，生态旅游者的环境友好行为是生态可持续发展的必然需要，辨识影响环境友好行为的重要影响变量及各影响变量之间的作用机理，对旅游管理实践中如何形成更加自觉积极的环境友好

行为，激发旅游者自觉主动地参与环保行为具有重要意义。

第二、本研究为生态观光旅游目的地管理人员提供了一种崭新的视野，即以往为维护自然环境所实行的保护措施往往是采取抬高门票价格来控制游客数量，设置标志警示游客不能损害自然环境，采取处罚来遏制游客损害自然环境的行为，这些举措都是被动的，在一定程度上背离了生态观光旅游目的地建设原则，并且从实际成效上来说，上述举措的成效是非常有限的。本研究主要是着眼于旅游者的环境友好行为的培养，通过探索环境态度（环境敏感度、环境关注、环境价值观）对旅游者环境友好行为意向的具体影响，分析其作用机理，最终促进环境友好行为的产生。

1.3 研究内容与方法

1.3.1 研究内容

本文研究生态旅游者环境态度对环境友好行为的影响研究。主要有六章，具体如下：

第一章，绪论。深层次剖析了此次研究的历史背景、研究的方向、研究的目的及意义、研究内容和研究方法。

第二章，研究综述与理论基础。主要包括环境态度、环境友好行为意向、外部情景因素和环境友好行为等核心范畴界定以及中外研究综述，并利用相关的基础理论展开研究，通过总结和分析影响环境友好行为的相关变量和作用机制，为之后深化假设方面的实证研究奠定理论基石。

第三章，研究设计。利用上述原理，深入分析目前我国生态旅游过程中旅游者对环境友好行为的现状，建立了生态旅游者环境态度对环境友好行为的影响研究模型，并用环境友好行为意向作为中介变量，外部情景因素作为调节变量，在此基础上提出相关研究假设，明确研究方法、设计与修正问卷及对样本来源进行描述。

第四章，数据分析与假设检验。首先，通过问卷调查的形式对其中的有效数据进行描述性统计，其次运用 SPSS19.0 和 AMOS21.0 来对这些数据的真实性和相关性进行信效度检验及回归分析，验证环境友好行为的影响因素是否显著。再次

对环境友好行为意向的中介效应和外部情景因素的调节效应进行分析检验。

第五章，研究结论及启示。对实证研究的结果进行总结和讨论，并从旅游者做出环境友好行为的影响因素的大小权重出发制定针对性的措施，为旅游目的地更好地了解生态旅游者提供了全新的思路。

第六章，研究不足与展望。重点就此次研究的创新点和不足予以说明，并提出对未来研究的展望。

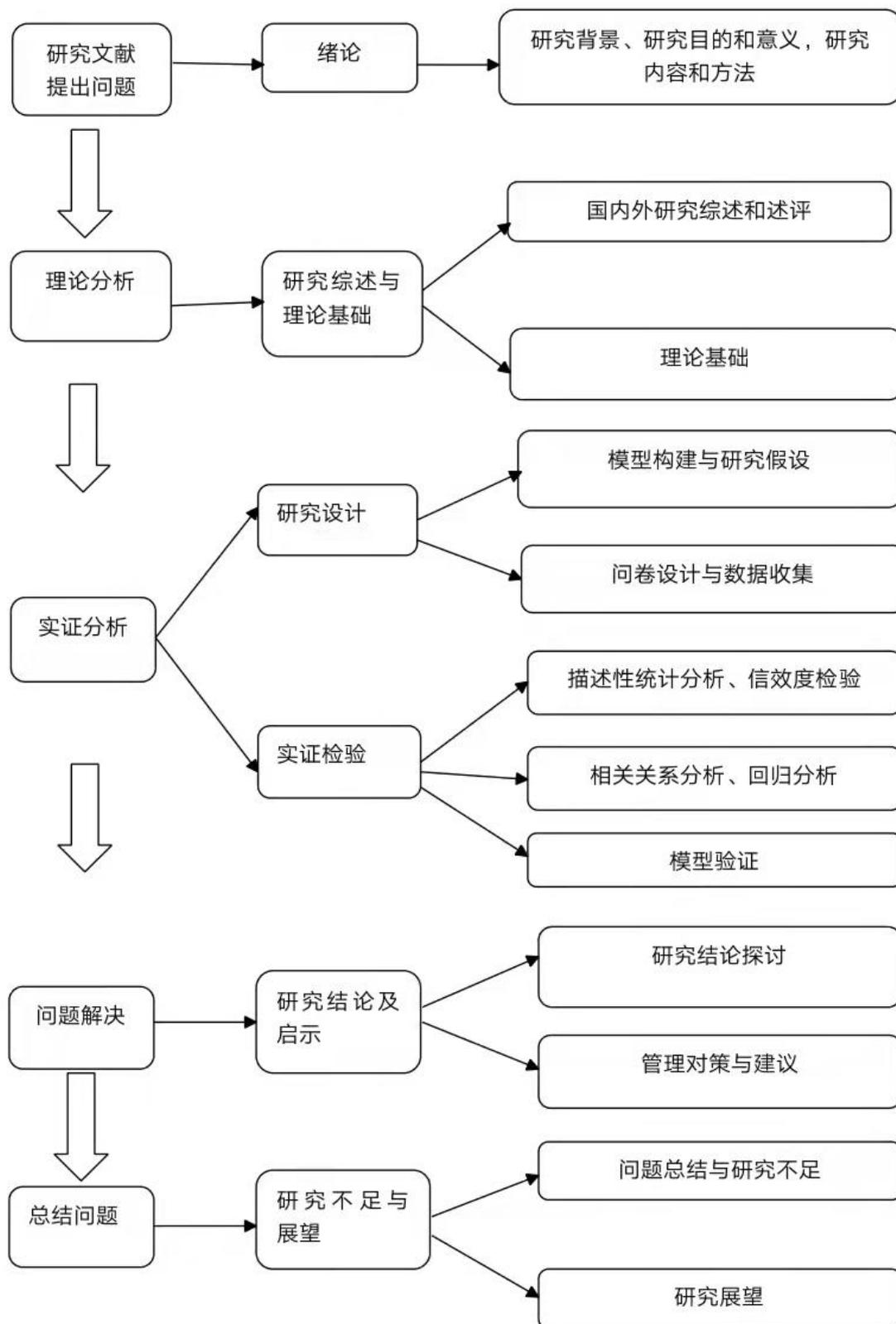


图 1-1 论文内容与逻辑关系

1.3.2 研究方法

(1) 文献研究法。全文作者在国内数据库、国外数据库中，搜索了有关生态旅游者环境态度、环境友好行为意向、外部情景因素、环境友好行为的相关文献资料，获取了大量的文献资料，作者通过阅读与总结，可以概括出与本研究内容有关的范畴定义、核心理论和重要变量之间的相关关系，进而为之后的理论与实证研究做好学术铺垫，同时构建与本次研究有关的基本研究模型。

(2) 问卷调查法。根据此次研究的方向随机抽选部分群体进行相关内容的问卷调查，有助于更加全面的了解这类群体的行为特征及思维模式。本次研究旨在通过对测量量表的分析来进行实践调研，根据信息反馈的结果对数据进行修订完善，确定量表数据能够直观的反映真实情况，再进行特定人群的量化分析和数据处理。

(3) 统计分析方法。对问卷调查的结果予以分类汇总，运用 SPSS19.0、AMOS21.0 等科学化的统计手段对这些数据的有效性、相关性进行验证，用以描述信效度检验、结构方程模型和回归性数据分析等方式加以整理，检验模型中变量的具体意义。

2 研究综述与理论基础

2.1 国内外研究综述

2.1.1 生态旅游研究综述

生态旅游概念，首先由全球自然保护联合会（IUCN）的特别顾问瑞拉斯喀瑞于一九八三年开始提倡（钟生林等，2016）。生态旅游是近几年发展起来的一种对自然生态破坏较小的旅游模式，带动地方旅游产业快速发展的同时实现对周边生态的维护及环境保护，方式主要是通过参加环保活动和为当地社会提供收入，而这种收入也将推动当地社会的环保活动（Huang et al, 2015）。其中以社区为基础的生态旅游（CBE）得到了推广和广泛采用，作为资助养护举措的一种途径，同时也为宿主社区的福祉作出了贡献（Kibria et al, 2021）。理解旅游开发与环境保护之间的权衡关系，对于生态旅游的可持续管理至关重要（Dushani et al, 2021）。生态旅游发展的主要目的是通过产生经济收入、环境教育和当地村民的涉入来维护自然生态环境（Ross et al, 1999）。在国家公园中开展生态旅游越来越被认为是实现可持续发展目标的一种很有前途的选择，但也可能带来各种矛盾的管理挑战。有学者力求提供一个利用基于ES的社会景观指数（SLM）的方法框架，以解决管理生态旅游综合多功能国家公园的潜在障碍（Yee Jie Ying et al, 2021）。陈等（J. Chen et al, 2013）则指出自然资源旅游目的地往往会随着发展而使自然受到破坏，如对旅游相关基础设施的建造和经营所造成的环境污染，旅游相关设备的低效使用，过量利用土地资源和对服务质量恶劣的管理方式等。

研究方向除围绕生态旅游的特点及现实意义进行探讨外，同时还就该模式下的旅游者态度及行为影响程度进行了全方位的剖析（张立生，2004）。马丁·克拉姆马克（Martin Krummeck et al, 2020）等通过对巴厘岛三个自然旅游目的地264名国际和国内游客的访谈，采用描述性统计分析、相关性分析和结构方程模型（SEM）分析等多种技术进行处理，结果表明生态旅游知识对旅游者的环境态度及其实际环境行为有直接影响，生态旅游知识水平对环境态度、行为意向和实际行为具有正向影响。米拉·兰吉特（Meera Ranjith, 2020）以特里万德鲁姆生态旅游目的地游客为研究对象，考察喀拉拉生态旅游的潜力和范围。李婷等（2021）

利用基于 PLS 的结构方程建模 (SEM) 技术发现表演、趣味学习和情感体验对基于属性和整体的目的地形象都有影响, 旅游体验通过目的地形象和满意度的中介作用对忠诚 (包括目的地忠诚和生态旅游忠诚) 产生间接影响。

综上所述, 生态旅游自提出以来, 就一直引起人们广泛的重视, 在全球范围内, 生态旅游堪称灵丹妙药: 一种保护脆弱和原始的生态系统、造福广大乡村社区、推动贫穷国家的发展、提高对生态与人文敏感性、在旅游业中灌输环境意识和人类社会良知、以及满足与教育游客的科学研究方式。当明确了生态旅游意义、生态旅游行为意向影响因素及产生机理后, 又怎样通过将生态旅游行为意向的潜在效果促成实践以达预期目标, 从而有效推动生态消费? 又怎样通过针对上述各原因的逻辑关系, 进行合理的干预手段促进了生态旅游者的环境友好行为意向和行为效果的产生形成? 以及当地政府、旅游有关主管部门等该怎样针对危害原因和危害程度进行管理, 并且挖掘与生态旅游行为相关的目的地研究、商品经营等? 均为本文应用性的主要研究内容。

2.1.2 生态旅游者研究综述

为剖析生态旅游者行为的相关变量及作用机制, 就必须对生态旅游者的概念有一个初步的认识和评价。基于学者们针对生态旅游的定义研究尚没有取得统一的想法, 学术界对生态旅游者的概念也有很多不同的说法。

全球野生动物基金会 (WWF) 是研究天然生态旅游活动较多的国际, 其研究人员在学术论证中通常将生态旅游者定义为那些能够尊重自然生态法则, 为达到教学、科研、观赏和体验等目的, 而受影响程度比较小或不会遭到污染的天然地方开展游览活动的旅行者。

巴立克 (Buckley, 2003) 认为生态旅游者属于非消耗性活动的范畴, 旅游者到自然保护区旅行以获得文化体验、审美、休闲、环境教育、科学实地考察等机会。

李正欢和李祝舜 (2004) 认为生态旅游者主要可分为两大类型: 第一类是诸如摄影师、科学家、背包客等有特殊爱好的专家; 第二类是乐于感受各种文化习俗, 爱好欣赏自然风光的公众。

朱梅和汪德根 (2018) 定义生态旅游者具有较高的觉悟, 能够自觉、主动地

保护当地生态环境，重视旅游目的地环境质量的考量；能够协助景区管理者保护生态环境，教育游客。

田里和李常林（2004）认为生态旅游者指的是游客的首要动机是体验、欣赏、亲近大自然，且其旅游目的地通常是原始自然区域，通常是未经过任何破坏、开发的。同时此类旅游者至少能够得到一种生态旅游体验。

不同学者由于研究角度的不同，对生态旅游者的定义也不尽相同。本文通过调查和查阅文献，根据本文的具体研究内容所采用的李正欢和李祝舜对生态旅游者的定义是乐于感受各种文化习俗，爱好欣赏自然风光的公众。

2.1.3 环境态度研究综述

（1）环境态度的概念界定

在社会心理学中，态度指的是个体对人和事以及周遭世界所具备的某种持续和统一性的偏好。国内针对态度的概念及理论研究尚未形成统一定论，通过查阅相关历史文献及资料不难发现，学术界对于“环境态度”的概念适用并没有特定的限制，类似的理论还有环境素养（王博文等，2021；刘妙品等，2019）、环境意识（欧阳斌等，2015；苏芳等，2020）、环境情感（薛彩霞等，2021；李玮等，2021）、环境关注（陈宗仕等，2018；杜宇等，2018）等等。这些概念内涵相似或交叉，还没有清晰的界定。

阿耶兹（Ajzen，1991）提出“个人对某种环境行为所持有的看法和立场就是环境态度”。

赫伯利（Heberling，2012）将环境态度定义为在环境中环境主体依据自身的主观经验或者客观经历，对环境整体或者某些具体环境行为所产生的看法或态度，也可指环境主体对环境的关心及做出某种具体环境行为的动机。

洪大用（2005）在其学术论证中指出，针对个体环境意识及态度的理论研究应立足三个层面：一是对自然生态的演变规律及相关理论有一个清晰的认识及评价；二是对当前国内外所制定的各项环保政策及法规熟记于心；三是对自然之于人类长远发展的重要性及相关性全面了解。

虞佳丽（2013）将环境态度界定为：个人依据自身学习经历和经验，对环保意识的理解，对环境问题与活动所采取的积极和消极态度与倾向，是对个人环保

信仰和环境价值观念的直接反映。

目前对环境态度的定义大致包括两种：一类是围绕广义层面而言，是游客对于其所处环境的自然反应，一类是特定的环境态度，是对某些特殊环境情况的态度，如绿色采购、生态旅游等。文中针对环境态度的理论研究及实践论证主要是就特定环境而言。根据本文的研究内容，将对旅游者环境态度界定为旅游者对旅游环境情况以及有关行为所具有的道德观念、情感和行为意图。

（2）环境态度的维度划分与测量

纵观以往的研究文献，早期针对环境态度的研究主要是立足于相关变量来进行层层剖析：一是游客对于生态环境的认知，二是游客对于所处环境的情感领悟，三是游客对于环境友好态度的科学评价及行为动机（陈蔚，2017）。其中，认知即游客在参与旅游体验时对于其所在环境的认识过程和理解过程；情感即游客对于生态环境的友好态度及情感回应；意向即游客对生态环境所作出的行为反映或者是动机前的准备状态。本文将着重以此为理论基础，来对环境态度之于友好行为的相关性及作用机制进行剖析（Maloney M P et al, 1975）。

此后国内外学者通过不同的方式，从不同的视角对环境态度的维度展开了研究。恺撒（Kaiser, 1999）等人针对环境态度的理论研究主要立足三个层面来进行解析：即与环境有关的各类知识；环境所能创造的实际价值；人类发展中对环境所作出的一系列行为。洪大用（2005）在对环境意识进行理论分析的同时将其进行细化处理。郭彬（2009）针对环境意识的分析主要围绕七个方面来进行，即社会对环保教育的评价及行为、个人对环境保护的认知水平、适用于环保检测的技术、特定环保领域的认知、对个人环境影响评估以及对外界环境影响评估。以武春友、孙岩（2006）为首的研究团队针对环境态度的研究主要围绕三个维度来进行：个人对环境的洞察力、个人对环境的重视程度、个人对环境的主观评价。祁秋寅等（2009）以世界自然遗产地旅游者为例，对环境态度与环境行为之间的相关性及其作用程度进行了剖析，同时根据行为主体的主观需求将其分为四个层次，包括：环境情感、环境责任、环境知识和环境道德。

整体而言，本次研究中针对环境态度的论述主要是学习和借鉴武春友等（2006）人的理论成果，根据个人的反应程度将其划分成三个维度，各个维度的划分与定义具体如下：

表 1-1 环境态度维度划分及定义

维 度	定 义
环境价值观	人类与环境在相互作用过程中产生的问题及思维模式，以此来对二者的相关性进行的解释和评价。学者们针对环境价值观的理论研究分为两派：一派主张以人为本，认为人的利益高于一切；一派则认为实现人与自然和谐共处是人类共同的责任，强调可持续发展的价值理念。基于人类视角及认知差异将其进行细分，本文通过对前人研究成果的梳理和总结来对此次研究的环境价值观进行理论定义。
环境敏感度	个人对待环境的情感特征，即个人对自然环境的认识、研究、欣赏、尊重与关注。许世璋分析了个人环境敏感性所产生的主要影响因子如下：（1）亲身体验；（2）走向环境；身边其他人及线上线下资源库；（3）所在区域的感官认知。研究发现卷入程度同个人的环境敏感度之间呈显著负相关性，对个人消费观及环境行为的影响程度同样如此。
环境关注	个人对其所在区域的情感认知及信念程度。很多学者认为“新环境范式”实际上也从侧面体现了个人对于环境的重视程度，它所凸显出来的是文明旅游的发展理念。

资料来源：作者整理

2.1.4 环境友好行为意向研究综述

（1）环境友好行为意向的概念界定

通常在环境行为调查中，研究者们用自己所报告的行动或行为意向，来取代实际的环保行动（徐嵩龄，1997；Victoria K et al，2011）。这是因为人们的行为很难被直接观测。虽然一些可以被直接观测，不过，由于直接观测人的活动必须耗费巨大的时间、精力和其他成本投入，这显然是不切实际的。行为意向主要是针对个体对于实施某种特定行为的认可度，它体现了个人对某一种特殊行动的采取意愿（Ajzen，1991）。因此环境友好行为意向是指对生态旅游者所采取保护环境的某种行动机率的主观判断，也体现了生态旅游者对环境友好行为选择的意向。科学研究已经证实了两者之间具有显著的正向推动作用，即个体对于实施某个行

为的认可度决定了该行为发生的概率，也常常被用于对个人环境行为的主观评价（Kaiser F G et al, 1999）。阿耶兹（Ajzen, 1991）分析时指出通过对个人行为意向的综合评价能够对其心理认知及行为动机进行更为精准的评估（Julia K, 2015）。

（2）环境友好行为意向的划分与测量

国内针对环境友好行为的研究最早可追溯至 1980 年。就目前来看，学者们主要是立足于单维度和多维度两个层面来对行为意向进行测量和划分，研究方向的差异性造成最终的选择也各有不同。普雷斯科特（Sebasto, 1995）在其学术论文中首次提到了“环境友好行为”的概念并对其进行科学定义，他对于维度的划分方式更是备受其他学者的认同与推崇。宗鸿利（Tsung Hung Lee, 2015）等人重点围绕教育、实施、法治及共鸣层面来对友好行为加以论述；斯特恩分析指出个人对于环境的友好态度主要体现在其消费意愿、付出程度、主观意识等层面（邱宏亮等, 2018）。同国外相比，国内针对环境友好行为的研究相对较为落后，选择的测量工具也都是学习和借鉴其他国家的有关模板和研究手段。因而，根据本文研究内容的具体情况选取单维度进行研究。

2.1.5 外部情景因素研究综述

（1）外部情景因素的概念界定

外部情景因素即为个人所不能控制的，能够对其心理及行为产生直接或间接作用的因素（周媛等, 2020）。人际行为模式显示意向、习性、外部情况等，在一定程度上可以联合性的对行动产生影响。海因斯（Hines et al, 1987）通过一百多篇关于环境行为的文献进行了总结概括显示，发现其内容主要是围绕环境表现、环保技术、特定领域的环保意识及个体的主观因素四个层面来展开，通过对不同变量之间的相关性及作用机制进行剖析，将表达出行为意愿对自然环境行为的影响结果（于亢亢等, 2018）。以上情况除外，环保压力（曹国等, 2014）、社会环境（唐健雄等, 2014）、人口特征（宋慧林等, 2016）等都是重要的情境因素，但是对于环境行为实施来说显得格外的重要。

（2）外部情景因素的划分与测量

外部情景在一定程度上对自然环境行为产生影响（徐彪, 2014）。目前科学研究证明，大部分的因素涵盖了经济激励（刘勇, 2019）、供给管理（苏京春等,

2019)、宣传教育(李玮等, 2021)等。

经济激励的表现形式体现在产品定价、税率调整、政策辅助等层面, 以实现人均消费水平的下滑, 最大的优点是效果明显, 不足之处在于不能维持较长时间、效果后劲不足(岳婷等, 2016)。一九七二年, 罗威(Lowi, 1972)立足广义层面对激励形式进行了科学分类: 一种是以国家强制力手段为保障实施的, 一种是以非条款进行约束的制约机制; 国际经济组织将作用方式看成分类根据, 最后得到的结果是命令控制型、经济激励型、劝说型。经济激励也是迄今为止成效最为显著的使用最广泛的一种方式(牟凌云, 2019)。相较于欧洲发达国家, 经济方式是居民养成环境负责任行为的重要方式, 用奖励激励和限制的方法来作用行为成本, 引导行为达到环境保护、资源节约、节能减排、可持续发展的效果(马海韵, 2017)。从另一方面来说经济方式对行为的导向和刺激影响只是短暂性的, 在这短暂的时期内可以产生直接的影响, 然而没有在行为意愿上来限制, 并不能导致人们长久的环境保护行为。由此, 我们从经济政策对环境行为的刺激影响的情况来观察, 起到最大作用的是补贴与税收优惠(Peter et al, 2004)。立足于其他层面看, 并不能保证每一次的资金及政策扶持都能起到正向的节能效应(樊丽明和郭琪, 2007)。

供给管理通常是针对景区的设施配备及服务质量的 effective 管理。李春晓(2020)通过实践论证了不同变量之间的相关性, 供给因素可以划分两个因素即“设施便利”和“标示清晰”。赵黎明(2015)把供给因素界定为“旅游地低碳情境”。根据上述科学研究证明, 本文也把供给因素划分为设施条件及服务水平两个方面。设施条件指旅游者实施环境友好行为时的交通、居住环境及垃圾处理方式的友好性, 服务方面则是针对人流量较大区域的环保标志是否醒目或其他便利条件的配备情况。

宣传教育(Propagation and Education, PE)是借助一定的平台或手段, 在人流量较大的区域张贴横幅或是进行宣传视频的巡回播放, 以此来激发和提升游客对所在区域的环境友好动机和知识掌握程度(唐士亚, 2020)。根据目前关于环境行为影响的科学论断达成了一些共识: 媒体的宣传、宏观政策的调控及公众的评价, 在某种层面上都能有效宣传环境友好行为的价值观(唐士亚等, 2020)。政府在环保意识的提高中扮演着重要角色, 促进环保意识在教育上得到很好的实施, 从某种程度上使人们养成了较好的环境价值观(王晓楠和曾宪扬, 2021)。

在环境行为的引导上，宣传教育的作用举足轻重。本文针对外界情境因素的理论
与实证研究选择了具有代表性的宣传教育作为论点，将其概念定义为：国家、社
会及舆论群体基于构建环境友好型社会而实施的一系列教育行为，旨在纠正游客
对这一理念的错误认识和评价，激发个人情感上的共鸣并作用其行为。

2.1.6 环境友好行为研究综述

“环境友好行为”的概念最早是从“社会环境行为”理论中衍生而言，针对
这一理论的研究可以追溯至 1960 年，引发了学术界的激烈讨论。此后，由于中国
环境保护问题愈演愈烈，关于“环境行为”探讨的社会意义也越来越突出，因此
引起了国内外研究者的广泛关注和探讨，并逐步形成了国际环境行为学。二零零
零年，由于中国对环境社会学的探索正步入高速成长期，关于环境行为的探讨也
受到了国内外研究者的明显关注，此后，相关学者也开始了对旅游者环境行为的
探索和讨论。赵宗金等（2013）通过研究沙滩旅游人群，探讨了环境友好行为和
地方依附感二者之间的关联，将环境友好行为定义以个人的认知价值观和情感状
态为基础，人类为了保护环境或处理危害自然环境的问题时所做出的主动性行为；
周玲强等（2014）根据计划理论，探讨了人类行为效能、主观认知及行为意愿之
间的相关性及作用机制。范钧等（2014）在其学术论证中强调了旅游者在同特定
区域环境进行相互作用的过程中享有保护地方生态的责任及义务，产生有利于景
区可持续发展的动机及行为。何秀红和王迎春（2021）采用环境友好行为视角，
建立“认知—情感—行为”的理论框架，解析了人们新能源车选购行为，并探讨
外在因素对人们的态度和购车意向等不同情况下的影响机理。张会来（2021）重
点围绕可持续发展理念下的共治思想为理论核心，剖析了人与环境之间的作用机
制、群体规范及舆论效应等，剖析了不同年龄阶段学生对于环境友好行为的动机。

通过查阅国内外与之相关的历史材料，很多学术论文中针对有益行为的表述
均是用环境友好行为的概念进行替代，本文也是以此作为理论基础进行表示，并
且学习和借鉴李秋成（2014）的相关理论成果，即个体出于对其旅游环境的维护
而自发的实施一系列有益环境的行为。

2.2 国内外研究述评

综上所述，环境友好行为已经受到国内外学者的关注，学者们从各个角度对环境友好行为进行了研究，成果丰硕。但是关于环境态度、环境友好行为意向和外部情景因素以及环境友好行为的研究时间相对较短，虽已经形成了一些的研究成果，总体而言还存在一些不足之处。

(1) 到目前为止关于生态旅游者的环境态度还缺乏统一并被社会普遍认可的概念定义，但根据研究范围的差异可将其细化为：一类是围绕广义层面而言，是游客对于其所处环境的自然反应。一类则是个体对特定领域下的情感回应，或是在特定环境下做出的友好行为，如绿色采购、生态旅游等，本文将讨论的主要是特定的环境态度。

(2) 实际上，早期针对“环境友好行为”这一理论的研究是围绕特定区域内的个体行为特征、景区的服务与监管机制、绿色发展的可行性进行筛查，直至近几年才开始逐步发展成为一门针对内在及驱动因素的专项学科。

(3) 国内对环境态度、环境友好行为意向、外部情景因素和环境友好行为的研究主要倾向于不同变量下的相关性及关联程度，并未将其纳入到同一研究体系，针对环境友好行为的研究也大多是立足于个人的友好意向及外部情景因素两个层面来进行线性回归分析。

因此，本文以河南省驻马店嵯峨山风景区作为案例地，采用实证的方式进行数据分析，以生态旅游为视角探求环境态度对环境友好行为的影响，并将环境友好行为意向作为中介，外部情景因素作为调节变量引入研究，建立起环境态度、环境友好行为意向、外部情景因素以及环境友好行为之间的研究框架，更加合理清晰地说明各变量之间的关系。

2.3 理论基础

2.3.1 计划行为理论

计划行为理论是由阿耶兹（Ajzen, 1991）提出的用来对个体作用于环境的各项行为予以分析的理论。旨在引导人们更为全面的了解个人实施环境友好行为的

动机及其他因素。计划行为理论主张人的行为受到行为态度、主观规范、知觉行为控制、行为意向的共同影响（图 2-1）。

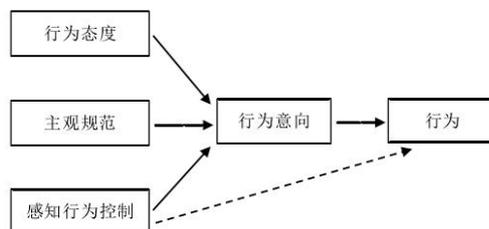


图 2-1 计划行为理论结构模型图

计划行为理论是一种专注于解释并预测被明确界定的人类活动的理论（王昶和章锦河，2017）。“计划行为理论是从消息加工的视角、以期望价值理论为思想出发点，阐释了个人行动与普遍决定过程关系的新理论”（段文婷，2008）。

2.3.2 可持续发展理论

一九八七年，全球环境与发展委员会详细介绍了“可持续发展”的概念，即在全力助推经济实现稳增长的同时，也必须保证现有的资源能够维持后代人的生存所需。1992年，巴西里约热内卢邀请国内外发展中国家联合创办了国际环境和人类健康发展大会，178个发达国家和地方领袖一起签订了《21世纪发展议程》、《气候变化框架公约》等系列文件，可持续发展成为世界发展观的核心内容。可持续发展，即在经济环境、生态和经济社会三种领域方面的一致协调性、共享和可持续。促进国家经济社会发展、文化资源环境保护、社会的和谐发展，强调以生态可持续为基本发展社会经济建设，追求市场经济发展的最高质量，促进市场经济发展，已经成为一个有关国际社会经济发展的全面性战略。可持续发展理论不能只重视时代内公平，更注重代际公平，既要实现当代中国人的经济发展目标，也要维护好后代人的经济发展环境资源，文化资源等的需要（方行明等，2017）。本研究成果将以可持续发展理论为指导，对生态旅游者参加旅游环境友好行为的影响机理展开深入研究，用以探索培育生态旅游者环境友好行为的新方式和途径。

2.3.3 规范激活理论

施瓦兹 (Schwartz, 1973) 创立了规范激活学说, 这个学说的中心观点是: 被激活的个人规范可以影响个人的环保活动。规范激活理论提出后, 得到了学术界的广泛认可, 之后许多学者在深化环保机制的理论与实证分析时, 均是以此作为理论根基予以开展。里尔和邓洛普 (Lier 和 Dunlap, 1978) 在前人研究的基础上构建了与之相关的理论模型, 深层次剖析了规范之于个体行为及环保活动的影响, 研究发现, 如果消费者了解自己的行为将给别人造成的影响 (AC), 消费者的个人道德规范将被激活, 在一定程度上降低或避免人们自身的破坏环境行为。威德格伦 (Widegren, 1998) 根据规范激活理论, 研究了瑞典消费者的环境行为, 研究结论发现个人规范与环境活动之间具有强烈的相互关联。斯特恩 (Stern, 1999) 更进一步发展并深化了规范激活理论, 通过对个人价值观的形成机制进行分析, 结合新生态范式方面的理论与实证成果, 提出了 VBN 学说。这里将“规范”定义为“能够促使行为人积极主动的给予环境友好回应的制度规章”, 以此来就个人主观行为意向之于环保行为之间的正向作用进行论证。从上述研究可以看出, 个人只有在意识到某种行为将给别人的福利带来的危害并认为自己有责任改变这种危害的时候, 个人规范才会被激活。因此本文将基于规范激活理论, 来探讨环境态度、环境友好行为意向、外部情景因素对于环境友好行为的激活作用。

3 研究设计

3.1 研究假设

结合前人研究生态旅游者环境行为方面的成果与不足，本研究将研究视角聚焦在生态旅游者的环境友好行为上，尝试从环境态度和外部情景因素来研究旅游者环境友好行为。再结合计划行为理论、规范激活理论及可持续发展理论方面的学术资料或文献，本研究提出生态旅游者环境态度、环境友好行为意向、外部情景因素与环境友好行为关系假设。

3.1.1 环境态度与环境友好行为意向的关系

环境态度是旅游者对旅游环境问题以及有关活动所具有的观点、情感和活动意向。而环境友好行为意向是生态旅游者采取保护环境的特定行为机率的主观判定，也体现了生态旅游者对环境友好行为选择的意向。朱慧（2017）则从青年视角入手，研究了环境认知、主观意向及主观行为之间的相关性，对比了发现青年在不同领域下的友好行为表现及行为意向存在差异，就个体自身而言，其行为意向更多的取决于其社会阅历、经济实力、环保认知等；就公共领域而言，则主要取决于当代社会的共同认知和行为模式影响。海因斯（Hires, 1987）在建立生态环境负责任模式中，表明生态认知、环境态度通过影响生态环境行为意图，对生态活动产生一定的影响。曾菲菲（2014）对于旅游者的界定主要围绕三个层面来进行，即体验动、学习动机、环境态度。根据三者之间的得分排名来予以确定，分值越高，表明旅游者对于实施有利于环境的行为意愿越强烈。基于以上研究成果以及本文对环境态度的维度划分提出以下假设：

H1：崆峒山生态旅游者环境态度显著正向影响环境友好行为意向

H1a：环境价值观显著正向影响环境友好行为意向

H1b：环境敏感度显著正向影响环境友好行为意向

H1c：环境关注显著正向影响环境友好行为意向

3.1.2 环境友好行为意向与环境友好行的关系

行为意向是离个人实际行为表现最近的认知前提，拜因（Fishbein, 1984）等人重点就该指标适用于个人行为评估的可行性进行了论证。罗艳菊等（2012）则认为，环境友好行为的产生是建立在一定环境认知基础上的，即要让居民产生环境友好行为的意向，进而促进环境友好行为实践的生成。夏赞才和陈双兰（2015）认为，特定环境所能提供的感知体验直接影响到旅游者的主观评价及行为意向，为此通过提升环境的感知体验价值能够有效激发旅游者参与环境行为的内在动机，进而做出有利于环境的友好行为。拜因和阿耶兹在基础理论与实验研究的基础上，立足多个相关变量提出了多属性态度理论，在此基础上衍生出了理性行为论，强调了个人的主观态度之于结果的直接影响。基于此，本文也认为环境友好行为意向对环境友好行为具有重要的作用。因此提出以下假设：

H2：环境友好行为意向显著正向影响环境友好行为

3.1.3 环境友好行为意向的中介作用

通常学者通过研究行为意向，即根据人类对某种特定行为的意向，来估计人类的活动。而行为意向是指个人对于做出某些特定行动的主观机率的判断，它体现了个人对某一种特殊行动的采取意向。环境行为的主体受人口特征（聿凌云等，2018）、外部环境（刘乐等，2017）、社会环境准则（王友明，2011）等一系列因素的影响，最终才产生环境行为。张玉玲等（2014）根据对 NAM 理论，分析了能够影响居民环境行为的相关变量，得出了居民对于实施友好行为的认知程度占据行为主导。刘春济（2012）选择 TPB 理论作为论证基础，随机抽选了部分社区居民进行环境行为的影响机制分析。社会心理学家认为只有当人们具有某种特定的行为意向时才会产生与之相对应的行为。生态旅游者在环境友好行为这一目标价值信念的持续驱动下，综合各种信息判定执行环境友好行为的必要充分条件，然后形成环境友好行为意向，最终直接产生环境友好行为。因此，环境友好行为意向对环境友好行为的影响过程中起中介作用。基于以上研究，本文提出以下研究假设：

H3：环境友好行为意向在环境态度对环境友好行为关系中起中介作用

H3a: 环境友好行为意向在环境价值观对环境友好行为关系中起中介作用

H3b: 环境友好行为意向在环境敏感度对环境友好行为关系中起中介作用

H3c: 环境友好行为意向在环境关注对环境友好行为关系中起中介作用

3.1.4 外部情景因素的调节作用

当前学术界针对个体环境外部情景因素的研究更多的是集中在个体的认知层面, 诸如对待实施友好行为的态度、动机及认知水平等, 但却忽视了情景因素与个体主观行为之间的相关性, 对于个体的基本信息统计也并未将其环境行为纳入其中, 没有统筹兼顾周边环境、政策机制、行为后果等因素, 针对其环境行为的评价也仅仅体现在意识层面(王民, 2000)。该结论显然同王玲(2011)的研究成果相吻合, 片面的将个体的主观行为同其意识层面混为一谈。ABC理论及负责任的环境行为理论为基础, 海因斯(Hines, 1986)、瓜纳诺德(Guagnano, 1995)、孙岩(2008)等人在学习和运用ABC理论及负责人环境行为理论的基础上, 证实了外部情景因素在个体环境行为实施全过程中呈正向作用。在环境行为研究中, 外部情境因素的调节作用越来越受到关注。本研究通过文献梳理, 从经济激励、供给管理和宣传教育三个层面来对外部情景因素作用于个体行为的影响路径进行了分析。基于以上研究结果, 本文提出以下研究假设:

H4: 外部情景因素在环境友好行为意向与环境友好行为之间起调节作用

H4a: 经济激励在环境友好行为意向与环境友好行为之间起正向调节作用

H4b: 供给管理在环境友好行为意向与环境友好行为之间起正向调节作用

H4c: 宣传教育在环境友好行为意向与环境友好行为之间起正向调节作用

3.2 研究模型

根据有关文献总结和理论基础, 本文建立了以生态旅游者环境态度为前因变量、个人环境友好行为意向为中介变量、个人外部情景因素为调节变量、环境友好行为为因变量的理论框架, 见图3-1。

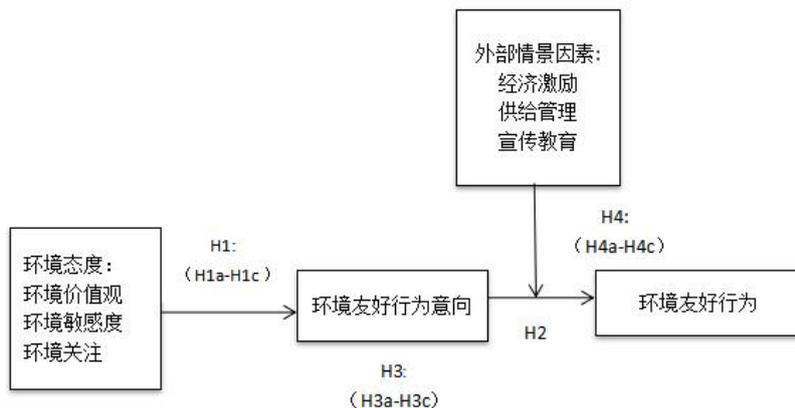


图 3-1 理论模型

3.3 变量测量

本研究涉及的变量有自变量环境态度、环境友好行为意向、外部情景因素，因变量环境友好行为共 4 个变量。上文中已经对相关变量的定义进行了阐述。由于本研究的对象是生态旅游者，在研究设计部分主要针对生态旅游者的特点与研究内容，选择合适的量表划分。

3.3.1 环境态度的测量

态度是个体对环境行为实施的后果、认知及主观意向的统称。本文所选择的是已经得到社会普遍认可的学者武春友等（2006）对环境态度维度的界定，将其界定为三种维度，依次是：环境敏感度、环境关注和环境价值观，其中生态旅游者的环境价值观的测度使用了邓拉普和范利尔（Dunlap & Van Liere, 2002）所设计的 NEP 值。NEP 指标包括了涉及人类与自然的冲突、增长的极限、人类在自然中的作用等方面的 9 个陈述。本文选取了其中 7 个题项比较贴近本案例地的实际情况，其他选取的题项主要参考的文献是罗斯（Roth, 1992）、祁秋寅，张婕等（2009）、斯特恩（Stern, 2000）、韦弗（Weaver, 2002）、黎杰，井悦玲（2005）。

表 3-1 环境态度测量题项

因 素	题 项
-----	-----

续表 3-1 环境态度测量题项

环境价值观	<p>A1、人类将自然作为自己的私有物而随意处置</p> <p>A2、人与自然生物应当享有同等被尊重的权利</p> <p>A3、人类工业所产生的诸多废弃物并不会打破自然的平衡</p> <p>A4、虽然人类可以对自然万物进行随意征服，但不能脱离社会发展规律</p> <p>A5、地球所拥有的空间和资源是非常有限的</p> <p>A6、生态平衡非常脆弱很容易被打乱</p> <p>A7、人类能够完全掌握自然运行的规律并最终控制它</p>
环境敏感度	<p>B1、旅游产业会直接打破区域生态的平衡</p> <p>B2、景区环境的现状直接影响到游客感官体验</p> <p>B3、于你而言，环境的好坏会直接影响到你的生活</p> <p>B4、游客在景区随意丢弃的废弃物是造成环境问题的根源</p> <p>B5、废弃物排放对区域环境及游客体验的影响很大</p> <p>B6、过分的追求短期效益而对区域生态进行随意破坏，给环境造成不可逆伤害</p>
环境关注	<p>C1、环境所能承受的负荷有限，不可以破坏环境为代价来换取经济</p> <p>C2、必须统筹兼顾人与环境的和谐并进，始终将战略可持续摆在首位</p> <p>C3、人与自然在进行对抗中占据主导，应自觉肩负起保护环境的重担，任何经济体系都需以保护环境为前提</p> <p>C4、人与环境中的生物处于同等地位，应让其享受同人类一样的被尊重被保护权利，始终将环境摆在人类发展首位</p>

资料来源：笔者整理

3.3.2 环境友好行为意向的测量

当前，国内针对个体友好行为的研究尚未发展成熟，针对个人环境友好的评

价主要是学习和借鉴其他国家的有关经验及测量表。基于此，本章在对个人环境友好意向进行分析时主要立足于单维度来进行，通过查阅国内外相关历史文献及资料，对此次研究的内容及方向进行架构，根据学者张冬（2013）的研究形成以下数据表。

表 3-2 环境友好行为意向测量题项

因素	题项
环境友好行为意向	D1、我会尝试去说服同行的亲朋好友采取对生态环境有利的行为 D2、我会尽可能的去买那些便于分解的产品（如可二次回收利用的包装袋） D3、我会随时提醒他人减少对环境的破坏（如让别人拾起他人随意丢弃的垃圾） D4、我会尝试去阅读有关环境方面的报刊或书籍 D5、我会告诉我的同伴不要随便给动物喂食

资料来源：作者整理

3.3.3 外部情景因素的测量

外部情景因素存在于一定的时间和地点内，这些因素会对生态旅游者的当前环境友好行为产生影响，不因个人而产生，也不能长期有效地刺激生态旅游者的行为。结合以往研究的结果，本文选取了经济激励、供给管理和宣传教育三个影响环境友好行为的情景因素。根据本文研究目的，对黄雪丽（2012）、赵黎明（2015）现有外部情景因素的测量进行适当的修改得到本研究的测量量表。

表 3-3 外部情景因素测量题项

因素	题项
经济激励	E1、降低出行成本 E2、打造地方经济特色产业

续表 3-3 外部情景因素测量题项

	E3、对表现良好的给予适当的经济或精神鼓励
供给管理	Q1、合理的设施及其他资源配备 Q2、使用垃圾桶分类标志并放入人流量较大的区域 Q3、消费较低的环保就餐点 Q4、方便快捷的饮水场地 Q5、便于绿色交通工具停放和取出的区域 Q6、方便参观的步行区域
宣传教育	T1、新闻媒体的宣传 T2、生态旅游的讲座和培训 T3、生态旅游的指引手册

资料来源：作者整理

3.3.4 环境友好行为的测量

本文将游客环境友好行为视为单维度变量，是旅游者在旅游情景下为了保护旅游目的地环境而采取一系列的环保行为。本章在立足这一维度进行测量时主要学习和借鉴克尔斯特（Kerstetter, 2004）、塔帕（Thapa, 2010）等人的理论与实践成果，立足七个方面来进行测评，根据崆峒山风景区的实际情况对题项做适当修改。

表 3-4 环境友好行为测量题项

因素	题项
环境友好行为	G1、我会遵守崆峒山景区的游客行为规范 G2、我会尽力保持崆峒山的环境质量 G3、针对他人破坏环境的行为会及时向有关部门报备 G4、支持地方的特色产业 G5、游览之于引导他人了解生态旅游并自觉践行

续表 3-4 环境友好行为测量题项

	G6、对他人丢弃的垃圾进行分类归置
	G7、尽可能的不去影响区域生物的生活习性

资料来源：作者整理

3.4 问卷前测与调整

此次调研的初衷旨在对前测问卷结构及内容的合理性、测量结果的有效性进行验证和回归分析，以保证后期刊问卷调查的可操作性，便于理解。

3.4.1 前测问卷发放

本研究选取河南省驻马店嵯峨山风景区为目的，调研者于 2021 年 10 月 1 日—2 日进行了两天的实地调研。调研者在最大程度上避免打扰到游客的前提下，选择在游客休息厅和景区小凉亭进行问卷调查。为保证研究调研结果的真实性及有效性，此次研究采用线下发放的形式进行数据统计，对外发放问卷 100 份，有效数据 90 份，合格率为 90%。

3.4.2 前测数据分析

信度分析中为了探究定量数据（尤其是态度量表题）地回答可信准确度，首先分析科隆巴赫系数（Cronbach's alpha），如果科隆巴赫系数值大于 0.8，则表示可信度系数高；如果科隆巴赫系数值介于 0.7~0.8 之间，则表明可信度系数较好；如果科隆巴赫系数值介于 0.6~0.7，则表明可信度系数可以接受；如果科隆巴赫系数值小于 0.6，说明信度不佳。同时对量表题之间的关联度进行效度检验，只有效度值大于 0.3 时才予以认可，反之则予以剔除。

3.4.3 前测数据分析结果

1. 环境态度的信度检验

表 3-5 环境态度信度检验

维 度	题 项	校正项总 计相关性 (CITC)	项已删除 的 α 系数	Cronbach α 系数
环境价值 观	A1、人类将自然作为自己的私有物而随意 处置	0.795	0.926	0.936
	A2、人与自然生物应当享有同等被尊重的 权利	0.837	0.923	
	A3 人类工业所产生的各种废弃物不会打 破自然原有的平衡	0.804	0.925	
	A4 虽然人类可对自然万物进行随意征服， 但不能脱离社会发展规律	0.799	0.926	
	A5 地球所拥有的空间和资源是非常有限 的	0.766	0.929	
	A6 生态平衡非常脆弱很容易被打乱	0.763	0.929	
	A7 人类能够完全掌握自然运行的规律并 最终控制它	0.796	0.926	
环境敏感 度	B1、旅游产业会直接打破区域生态的平衡	0.660	0.870	0.884
	B2、景区环境的现状直接影响到游客感官 体验	0.763	0.853	
	B3、于你而言，环境的好坏会直接影响到 你的生活	0.742	0.856	
	B4、游客在景区随意丢弃的废弃物是造成 环境问题的根源	0.746	0.856	
	B5、废弃物排放对区域环境及游客体验的 影响很大	0.630	0.875	
	B6、过分的追求短期效益而对区域生态进 行随意破坏，给环境造成不可逆伤害	0.640	0.873	

续表 3-5 环境态度信度检验

环境关注	C1 环境所能承受的负荷有限，不可以破坏环境为代价来换取经济	0.639	0.841	0.856
	C2 必须统筹兼顾人与环境的和谐并进，始终将战略可持续摆在首位	0.731	0.803	
	C3 人与自然在进行对抗中占据主导，应自觉肩负起保护环境的重担，任何经济体系都需以保护环境为前提	0.700	0.816	
	C4 人与环境中的生物处于同等地位，应让其享受同人类一样的被尊重被保护权利，始终将环境摆在人类发展首位	0.727	0.804	

由表 3-5 可知，环境价值观、环境敏感度和环境关注三个维度的科隆巴赫系数分别为 0.936、0.884、0.856，表明环境态度信度较高，且各题项 CITC 值均大于 0.3，达到可接受值，因此保留全部题项。

2. 环境友好行为意向信度检验

表 3-6 环境友好行为意向信度检验

维 度	题 项	校正项总计相关性 (CITC)	项已删除的 α 系数	Cronbach α 系数
环境友好行为意向	D1、我会尝试去说服同行的亲朋好友采取对生态环境有利的行为	0.805	0.882	0.909
	D2、我会尽可能的去买那些便于分解的产品（如可二次回收利用的包装袋）	0.811	0.881	
	D3、我会随时提醒他人减少对环境的破坏（如让别人拾起他人随意丢弃的垃圾）	0.738	0.896	
	D4、我会尝试去阅读有关环境方面的报刊或书籍	0.714	0.901	

续表 3-6 环境友好行为意向信度检验

	D5、我会告诉我的同伴不要随便给动物喂食	0.787	0.886	
--	----------------------	-------	-------	--

由表 3-6 可知，环境友好行为意向的科隆巴赫系数均达到了 0.8 以上，表明环境友好行为意向信度高，由于题项“D4 我会尝试去阅读有关环境方面的报刊或书籍”被舍弃后的系数值达到了 0.901，较之于此次测量的整体值 0.909 差距不明显，加之其他题项系数值均比 0.3 大，表明此次测量的量表数据是符合客观实际的。

3. 外部情景因素信度检验

表 3-7 外部情景因素信度检验

维度	题项	校正项总计相关性 (CITC)	项已删除的 α 系数	Cronbach α 系数
经济激励	E1、降低出行成本	0.812	0.883	0.912
	E2、打造地方经济特色产业	0.851	0.850	
	E3、对表现良好的给予适当的经济或精神鼓励	0.810	0.886	
供给管理	Q1、合理的设施及其他资源配备	0.832	0.924	0.938
	Q2、使用垃圾桶分类标志并放入人流量较大的区域	0.811	0.926	
	Q3、消费较低的环保就餐点	0.818	0.926	
	Q4、方便快捷的饮水场地	0.840	0.923	
	Q5、便于绿色交通工具停放和取出的区域	0.825	0.925	
	Q6、方便参观的步行区域	0.770	0.932	
宣传教育	T1 新闻媒体的宣传	0.708	0.784	0.843
	T2 生态旅游的讲座和培训	0.747	0.746	

续表 3-7 外部情景因素信度检验

	T3 生态旅游的指引手册	0.674	0.815	
--	--------------	-------	-------	--

由表 3-7 可知,经济激励、供给管理和宣传教育的科隆巴赫系数都超过了 0.7,说明此次的信效度检验结果符合客观依据,单个题项的系数值也都不低于 0.3,表明此次的量化结果是值得借鉴的。

4. 环境友好行为信度检验

表 3-8 环境友好行为信度检验

维度	题 项	校正项总计相关性 (CITC)	项已删除的 α 系数	Cronbach α 系数
环境友好行为	G1 我会遵守崆峒山景区的游客行为规范	0.830	0.934	0.944
	G2 我会尽力保持崆峒山的环境质量	0.818	0.935	
	G3、针对他人破坏环境的行为会及时向有关部门报备	0.762	0.940	
	G4、支持地方的特色产业	0.871	0.930	
	G5、游览之于引导他人了解生态旅游并自觉践行	0.820	0.935	
	G6、对他人丢弃的垃圾进行分类归置	0.756	0.940	
	G7、尽可能的不去影响区域生物的生活习性	0.845	0.932	

由表 3-8 可知,生态旅游者环境友好行为的科隆巴赫系数为 0.944,且所有题型 CITC 均大于 0.3,本文对该题项不作删除,予以保留。

3.5 数据收集与分析方法

3.5.1 数据收集

此次研究着重选择了比较具有代表性的景区河南省驻马店市遂平县嵯峨山做典型案例，选择的依据是：首先，该景区属于国家重点保护区域，是集国内地质公园、森林公园、文物保护单位、地方景区中排名靠前、备受游客欢迎的山水景区之一等众多荣誉称号于一身的风景名胜区，具有较高的生态经济价值、观赏价值、科学研究利用价值，所以具备了较好的代表性；其次，景区所在位置处于国内第三级自然景点区域，贯通了南阳盆地东缘和淮河北部的淮河流域平原，交通便利、经济发达，吸引了各个国家的游客前往参观，具有很强的参考价值。最后，基于曾经出于学习及工作需要在该市待过很长一段时间，在社会调查实践上更富有便利性。游客逐年递增造成的最直接影响就是对景区生态的破坏，这之于景区的长远发展显然极为不利，为此深入剖析环境友好行为的外在表现、动机及后果是十分必要的。调查对象为到生态旅游景区旅游的旅游者，调查对象要满足以下三个特征：第一，一年内具有自然景区旅游的经历，第二，对问卷的问题有正确的理解，第三，平常生活中更加注重环境保护，并且在旅游过程中希望为景区生态保护和经济发展尽一份力。针对这三个特征，调研者于2021年10月12日至2021年10月17日为期五天的实地调研。调研者在最大程度上避免打扰到游客的前提下，选择在游客休息厅和景区小凉亭进行问卷调查。此次的线下调查共发放问卷350份，有效问卷335份。去掉填写的不认真和无效答卷，有效答卷318份，有效回收率为90.8%。

3.5.2 数据分析方法

SPSS 和 AMOS 应用软件都是近年来行为及社科领域研究中比较常见的应用系统软件，本研究将运用这两个软件对所获取的数据结果进行解析。我们一般利用 SPSS19.0 和 AMOS21.0 对随机抽选的样板进行测量评估和效度检验、变量之间的关联分析和回归分析。

在分析数据与模型之前，先做好描述性研究法统计分析，具体掌握每一个调

查对象的基本状况，描述性数据含括能够直观反映出个体性别、年龄、受教育程度、职业及收入等基本信息，同时含括题项中的系数值、均值及标准查等。

其次是进行量表的信度和效度检验。本文针对量表的信效度检验主要是通过对比不同题项科隆巴赫系数值（Cronbach's alpha）和 CITC 值的均值差异，结果显示最终的分析结果与实际较为贴近。这种验证方式主要是就量表数据的有效性进行解释，立足于内容和结构两个层面来加以阐述，也是迄今为止国内运用比较多的一种，为此立足不同变量因子的差异进行效度检验是可行的。

最后进行变量间的相关分析和回归分析。相关分析主要是针对两个及以上变量间的相互相关程度的统计分析方式，所用相关系数的高低和正负代表关联程度大小和方向。回归分析主要是就两个及以上变量间的关联程度进行量化和比较。本文主要采用线性回归分析模型来剖析各变量间的关系和规律。

4 数据分析与假设检验

4.1 样本描述性统计分析

本研究将调研所获得的 318 份数据进行初步统计,基本情况分布如表 4-1 所示。

表 4-1 样本描述性统计分析

人口学特征	指标	样本数	百分比
性别	男	150	47.2%
	女	168	52.8%
年龄	20 及以下	18	5.7%
	21-30	125	39.3%
	31-40	53	16.7%
	41-50	50	15.7%
	51-60	49	15.4%
	61 及以上	23	7.2%
学历	初中及以下	47	14.8%
	高中	62	19.5%
	专科/本科	188	59.1%
	硕士及以上	21	6.6%
职业	在校学生	39	12.3%
	企业员工	169	53.1%
	事业单位/公务员/机关干部	25	7.9%
	自由职业者	32	10.1%
	退休人员	33	10.4%
月收入	其他	20	6.3%
	3000 元以下	54	17%
	3001-6000 元	158	49.7%
	6001-10000 元	68	21.4%
	10001 及以上	38	11.9%

如表 4-1 所示,在所调查的 318 名生态旅游者中,男性占 47.2%,女性游客数量占比为 52.8%;该群体中的绝大多数都是中青年人群,人数占比达 87.1%,其中,年龄在 20-30 岁之间的游客数量占比为 39.3%,年龄在 31-40 岁之间的游客数量占比为 16.7%,年龄在 41-50 岁之间的游客数量占比为 15.7%,年龄在 51-60 岁之间的游客数量占比为 15.4%;此次调研的人群中大多数都是高中学历,高中、大专/本科水平的生态旅游者所占百分比分别是 19.5%、59.1%,初中及以下、研究生及以上学历的生态旅游者不多,占据游客总数量的比值分别为 14.8%、6.6%;结合这些人员的职业分布看,企业员工的比例最高,占 53.1%,在校学生位居第二位,占 12.3%,自由职业者、退休人员、事业单位/公务员/机关干部所占比例分别为 10.1%、10.4%、月收入情况分布在 3000 元以下、6001-10000 元的生态旅游者所占比例比较接近,分别为 17%、21.4%,3001-6000 元的生态旅旅游者所占比例最高,占据总人数的 49.7%。10001 及以上的群体最少,仅仅占据总人数的 11.9%。考虑到问卷调查的覆盖人群较为广泛,为此通过对样本的调查分析发现中青年人的环境友好意向最为强烈,占据总人数的比例也最高。

4.2 变量的均值及标准差分析

文中采用 SPSS19.0 对能够影响个人环境行为的相关变量及作用程度进行对比分析,发现其均值均位于 3.90-4.16 之间,标准差处于 0.728-1.043 之间,其中环境价值观和环境友好行为意向两个变量题项的均值均在 4 以上,说明生态旅游者对环境保护有较好的认识,并且有为环境保护作出一些贡献的意愿。

表 4-2 变量均值与标准差

量表名称	项目编号	N	极小值	极大值	均值	标准差
环境价值观	A1	318	1	5	4.08	0.950
	A2	318	1	5	4.16	0.728
	A3	318	1	5	4.11	0.916
	A4	318	1	5	4.11	0.815
	A5	318	1	5	4.07	0.905
	A6	318	1	5	4.15	0.831

续表 4-2 变量均值与标准差

	A7	318	1	5	4.11	0.980
	B1	318	1	5	3.95	0.991
	B2	318	1	5	4.06	0.965
环境敏感 度	B3	318	1	5	4.10	0.919
	B4	318	1	5	4.11	0.884
	B5	318	1	5	4.00	0.931
	B6	318	1	5	4.11	0.927
	C1	318	1	5	3.99	0.968
环境关注	C2	318	1	5	4.02	0.951
	C3	318	1	5	4.16	0.958
	C4	318	1	5	4.08	0.923
	D1	318	1	5	4.03	1.043
环境友好 行为意向	D2	318	1	5	4.07	1.004
	D3	318	1	5	4.03	1.040
	D4	318	1	5	4.03	0.967
	D5	318	1	5	4.04	0.998
	E1	318	1	5	3.90	1.041
经济激励	E2	318	1	5	3.97	1.001
	E3	318	1	5	3.98	1.009
	Q1	318	1	5	3.97	0.999
供给管理	Q2	318	1	5	4.02	0.987
	Q3	318	1	5	4.00	1.017
	Q4	318	1	5	4.05	0.885
	Q5	318	1	5	3.93	0.980
	Q6	318	1	5	4.03	0.898
	宣传教育	T1	318	1	5	3.98
T2		318	1	5	4.01	0.940
T3		318	1	5	4.03	0.954

续表 4-2 变量均值与标准差

	G1	318	1	5	3.94	1.008
	G2	318	1	5	3.99	0.948
	G3	318	1	5	3.98	1.001
环境友好	G4	318	1	5	4.08	0.920
行为	G5	318	1	5	3.98	0.931
	G6	318	1	5	4.03	0.924
	G7	318	1	5	4.05	0.930

4.3 量表的信度和效度分析

本章针对变量信效度的检验主要采用 SPSS19.0 测量工具，结果显示这些变量的信效值全部在 0.7 以上，说明此次调查结果真实性较高可做参考之用，可以科学测量各个变量。

表 4-3 量表信度

变 量	题 号	Cronbach's Alpha
环境态度	1-17	0.722
环境价值观	1-7	0.872
环境敏感度	8-13	0.864
环境关注	14-17	0.842
环境友好行为意向	18-22	0.886
外部情景因素	23-34	0.707
经济激励	23-25	0.851
供给管理	26-31	0.889
宣传教育	32-34	0.795
环境友好行为	35-41	0.901
总体问卷	1-41	0.709

本研究使用验证性因子分析来检测量表的结构效度，通过观察下表可知，根据该模型的评估方式及标准（ $\chi^2/df < 5$ ，IFI、TLI、CFI 均大于 0.9，RMR 小于 0.05）不难发现八因子模型的测量结果最为贴合实际，说明该量表结构效度良好。

表 4-4 验证性因子分析

模 型	χ^2	df	χ^2/df	RMR	TLI	IFI	CFI
八因子模型	830.843	751	1.106	0.036	0.985	0.986	0.986
七因子模型	1721.533	758	2.271	0.072	0.819	0.843	0.833
六因子模型	2476.459	764	3.241	0.094	0.681	0.705	0.702
五因子模型	2974.299	769	3.868	0.104	0.591	0.620	0.617
四因子模型	3267.362	773	4.227	0.109	0.540	0.570	0.567
三因子模型	4087.950	776	5.268	0.128	0.392	0.429	0.425
二因子模型	5008.319	778	6.437	0.145	0.225	0.270	0.265
单因子模型	5419.643	779	6.957	0.151	0.151	0.199	0.194

注：八因子模型为环境价值观、环境敏感度、环境关注、环境友好行为意向、经济激励、供给管理、宣传教育、环境友好行为。

4.4 变量间的相关分析

本章针对变量间相关性及作用机制的分析同样采用的是 SPSS19.0 分析工具，以此来对多个变量作用于个体行为的影响路径，运用 Pearson 相关系数分析环境价值观、环境敏感度、环境关注、环境友好行为意向、经济激励、供给管理、宣传教育、环境友好行为这八个变量来进行系统的剖析和对比参照。如下表 4-5 示

表 4-5 变量的均值、标准差、相关系数

变 量	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8
环境价值观	4.12	0.673	1							
环境敏感度	4.07	0.721	0.56**	1						

续表 4-5 变量的均值、标准差、相关系数

环境关注	4.10	0.725	0.52**	0.55**	1					
环境友好 行为意向	4.05	0.851	0.50**	0.47**	0.57**	1				
经济激励	3.98	0.861	0.47**	0.49**	0.48**	0.49**	1			
供给管理	4.04	0.741	0.53**	0.53**	0.54**	0.49**	0.52**	1		
宣传教育	4.00	0.795	0.58**	0.47**	0.50**	0.34**	0.42**	0.45**	1	
环境友好 行为	4.00	0.793	0.54**	0.61**	0.52**	0.46**	0.45**	0.60**	0.47**	1

注：***为 $P<0.001$ ，**为 $P<0.01$ ，*为 $P<0.05$ 。表中 1-8 分别代表变量环境价值观、环境敏感度、环境关注、环境友好行为意向、经济激励、供给管理、宣传教育、环境友好行为。

通过对上面的数据进行分析，发现这些变量因子作用于个人行为意向的均值为 4.05，环境友好行为的均值为 4，这也体现了个人的主观意向及行为存在很大的提升空间。通过对双尾检验结果的有效性进行分析发现，首先，个人对其所在区域环境的感官意愿或态度直接作用于其行为，二者呈显著正相关性（ $\gamma=0.50$ ， $P<0.01$ ），这一对比显示了旅游者对于环境友好行为的认知程度直接影响其主观意愿，同时环境价值观和环境敏感度、环境关注、经济激励、供给管理、宣传教育、环境友好行为显著正向相关。其次环境敏感度和环境友好行为意向显著正相关（ $\gamma=0.47$ ， $P<0.01$ ），说明生态旅游者敏感度越高，其环境友好行为意向越显著，同时环境敏感度和环境关注、经济激励、供给管理、宣传教育、环境友好行为显著正向相关。最后环境关注和环境友好行为意向显著正相关，（ $\gamma=0.57$ ， $P<0.01$ ），这说明生态旅游者对生态环境普遍的关注和所持的一般信念越强，环境友好行为意向就越高。环境关注和经济激励、供给管理、宣传教育、环境友好行为成正向相关。上述对于环境友好意向的相关变量分析与此次研究的初衷存在一致性，为此其分析结果对于以后深化这方面的逻辑研究奠定了根基。

4.5 假设检验

4.5.1 环境态度对环境友好行为意向的影响研究

环境态度与环境友好行为意向之间的关系本部分以控制变量和环境态度的三个维度为自变量，环境友好行为意向为因变量分别构建模型一、模型二、模型三和模型四，用以检验环境态度对环境友好行为意向的影响。

表 4-6 环境态度对环境友好行为意向的回归分析

变量	变量名称	环境友好行为意向			
		M1	M2	M3	M4
控制变量	性别	0.095	-0.026	0.032	0.020
	年龄	-0.002	0.041	0.015	0.002
	学历	-0.081	0.012	-0.017	-0.024
	职业	-0.085	-0.071	-0.058	-0.021
	收入	0.030	0.031	0.019	0.016
自变量	环境价值观		0.715***		
	环境敏感度			0.539***	
	环境关注				0.326***
	F	0.690	53.56***	73.99***	78.00***
	R ²	0.011	0.508	0.626	0.669
	ΔR ²	0.011	0.497	0.615	0.658

注：***、**、*分别表示在 0.001、0.01、0.05 上显著相关。M1-M4 分别表示模型一、模型二、模型三、模型四。

观察表 4-6 检验结果可知，模型二在模型一的基础上加入了环境价值观作为自变量对环境友好行为意向进行回归分析，解释力显著提高 49.7%，回归系数为 0.715 且在 $P < 0.001$ 水平上显著，说明环境价值观能够显著正向影响环境友好行为意向，H1a 通过验证；模型三在模型一的基础上加入了环境敏感度作为自变量对环境友好行为意向进行回归分析，解释力显著提高 61.5%，回归系数为 0.539 且在 $P < 0.001$

水平上显著,说明环境敏感度能够显著正向影响环境友好行为意向,H1b 通过验证;模型四在模型一的基础上加入了环境关注作为自变量对环境友好行为意向进行回归分析,解释力显著提高 65.8%,回归系数为 0.326 且在 $P<0.001$ 水平上显著,说明环境关注能够显著正向影响环境友好行为意向, H1c 通过验证。

4.5.2 环境友好行为意向对环境友好行为的影响研究

本部分将控制变量、环境友好行为意向和环境友好行为行为纳入回归分析模型来探讨环境友好行为意向对生态旅游者的环境友好行为的影响。

表 4-7 环境友好行为意向对环境友好行为的回归分析

变量	变量名称	环境友好行为	
		M1	M2
控制变量	性别	-0.006	-0.073
	年龄	0.029	0.031
	学历	-0.053	0.005
	职业	-0.088	-0.027
	收入	0.023	0.001
自变量	环境友好行为意向		0.713***
	F	0.418	49.286
	R ²	0.007	0.487
	ΔR^2	0.007	0.480

注:***、**、*分别表示在 0.001、0.01、0.05 上显著相关。

模型一是将性别、年龄等控制变量对生态旅游者环境友好行为进行回归,模型二是在模型一的基础上分别加入了环境友好行为意向对生态旅游者环境友好行为进行回归分析。由检验结果可知,模型二较模型一解释力显著提高 48%,且环境友好行为意向显著正向影响生态旅游者的环境友好行为($\Delta R^2=0.480$, $\beta =0.713$, $P<0.001$),说明环境友好行为意向能够有效促进生态旅游者的环境友好行为的产生,因此假设 2 通过验证。

4.5.3 环境友好行为意向的中介作用检验

1. 环境友好行为意向在环境价值观与环境友好行为间的中介作用

本部分将环境价值观，环境友好行为意向和生态旅游者环境友好行为纳入到回归分析模型中用以检验环境友好行为意向的中介作用。

表 4-8 环境友好行为意向在环境价值观与环境友好行为间的中介作用

变量	变量名称	环境友好行为	
		M1	M2
	性别	-0.125	-0.114
	年龄	0.072	0.054
控制变量	学历	0.040	0.035
	职业	-0.075	-0.044
	收入	0.024	0.011
自变量	环境价值观	0.710***	0.403***
中介变量	环境友好行为意向		0.429***
	F	47.005***	56.957***
	R ²	0.476	0.563
	ΔR ²	0.476	0.087

注：***、**、*分别表示在 0.001、0.01、0.05 上显著相关。

根据模型一可知环境价值观对环境友好行为的影响为 0.710，虽然说明环境价值观显著正向影响生态旅游者环境友好行为，但是这里并作为本研究的重点。模型二是在模型一的基础上加入了中介变量环境友好行为意向后对生态旅游者环境友好行为进行回归分析，研究结果表明环境价值观仍显著正向影响生态旅游者环境友好行为，回归系数由 0.710 降为 0.403，且环境友好行为意向对生态旅游者环境友好行为的回归系数为 0.429，在 $P < 0.001$ 水平上显著，因此可以说明环境友好行为意向在环境价值观对生态旅游者友好行为的实施起到一定的辅助作用，说明 3a 中的假设是能够成立的。

2. 环境友好行为意向在环境敏感度与环境友好行为间的中介作用

本部分将环境敏感度、环境友好行为意向和生态旅游者环境友好行为纳入到回归分析模型中用以检验环境友好行为意向的中介作用。

表 4-9 环境友好行为意向在环境敏感度与环境友好行为间的中介作用

变量	变量名称	环境友好行为	
		M1	M2
控制变量	性别	-0.020	-0.041
	年龄	0.026	0.028
	学历	-0.019	-0.006
	职业	-0.057	-0.042
	收入	0.006	0.002
自变量	环境敏感度	0.861***	0.612***
中介变量	环境友好行为意向		0.261***
	F	78.144***	74.865***
	R ²	0.601	0.628
	ΔR ²	0.601	0.027

注：***、**、*分别表示在 0.001、0.01、0.05 上显著相关。

根据模型一可知环境敏感度对环境友好行为的影响为 0.861，虽然说明环境敏感度显著正向影响生态旅游者环境友好行为，但是这里并不作为本研究的重点。模型二是在模型一的基础上加入了中介变量环境友好行为意向后对生态旅游者环境友好行为进行回归分析，研究结果表明环境敏感度仍显著正向影响生态旅游者环境友好行为，回归系数由 0.861 降为 0.612，且环境友好行为意向对生态旅游者环境友好行为的回归系数为 0.261，在 $P < 0.001$ 水平上显著，因此可以说明环境友好行为意向在环境敏感度对生态旅游者环境友好行为的影响中起到部分中介作用，假设 3b 得到验证。

3. 环境友好行为意向在环境关注与环境友好行为间的中介作用

本部分将环境关注、环境友好行为意向和生态旅游者环境友好行为纳入到回归分析模型中用以检验环境友好行为意向的中介作用。

表 4-10 环境友好行为意向在环境关注与环境友好行为间的中介作用

变量	变量名称	环境友好行为	
		M1	M2
控制变量	性别	-0.071	-0.082
	年龄	0.013	0.022
	学历	-0.024	-0.001
	职业	0.007	-0.001
	收入	0.009	0.002
自变量	环境关注	0.684***	0.347***
中介变量	环境友好行为意向		0.457***
	F	42.300***	51.787***
	R ²	0.449	0.539
	ΔR ²	0.449	0.09

注：***、**、*分别表示在 0.001、0.01、0.05 上显著相关。

根据模型一可知环境关注对环境友好行为的影响为 0.684，虽然说明环境关注显著正向影响生态旅游者环境友好行为，但是这里并不作为本研究的重点。模型二是在模型一的基础上加入了中介变量环境友好行为意向后对生态旅游者环境友好行为进行回归分析，研究结果表明环境关注仍显著正向影响生态旅游者环境友好行为，回归系数由 0.684 降为 0.347，且环境友好行为意向对生态旅游者环境友好行为的回归系数为 0.457，在 $P < 0.001$ 水平上显著，因此可以说明环境友好行为意向在环境关注对生态旅游者环境友好行为的影响中起到部分中介作用，假设 3c 得到验证。

4.5.4 外部情景因素的调节作用检验

1. 经济激励的调节作用

在进行外部情景因素对环境友好行为意向关于生态旅游者环境友好行为的相关性分析之前，为保证线性回归分析的结果更具真实性，本章对不同变量的调节作用进行中心化处理并构建能够反映二者交互关系的回归模型。

表 4-11 经济激励的调节作用

变量	变量名称	环境友好行为		
		M1	M2	M3
控制变量	性别	-0.073	-0.086	-0.068
	年龄	0.031	0.030	0.044
	学历	0.005	0.009	-0.012
	职业	-0.027	-0.017	-0.053
	收入	0.001	0.004	0.006
中介变量	环境友好行为意向	0.713***	0.538***	0.316***
调节变量	经济激励		0.256***	0.126*
	经济激励*环境友好 交互效应			-0.252***
	F	49.286***	48.525***	52.938***
	R ²	0.487	0.523	0.578
	ΔR ²	0.487	0.036	0.091

注：***、**、*分别表示在 0.001、0.01、0.05 上显著相关。

模型二是在模型一的基础上加入了经济激励后对生态旅游者环境友好行为进行回归分析，对比发现该模型的调节作用较之于模型一上升了3.6个百分点，说明经济激励对于生态旅游者环境友好行为具有显著正向影响（ $\beta=0.256$, $P<0.001$ ）。模型三是在模型二的基础上加入了环境友好行为意向和经济激励的交互项对生态旅游者环境友好行为进行回归分析，结果表明，交互项回归系数显著，且交互项系数为负说明经济激励反向影响了环境友好行为意向对生态旅游者环境友好行为的发生，根据实地调研得知目前国民生活条件水平提升，私家车的较为普及，题项E1“便宜的公共交通价格”并不能很好的激励人们进行环境友好行为的实践，假设4a没有通过验证。

2. 供给管理的调节作用

表 4-12 供给管理的调节作用

变量	变量名称	环境友好行为		
		M1	M2	M3
控制变量	性别	-0.073	-0.032	0.012
	年龄	0.031	0.005	0.010
	学历	0.005	0.011	0.039
	职业	-0.027	0.033	0.010
	收入	0.001	0.000	0.021
中介变量	环境友好行为意向	0.713***	0.318***	0.151**
调节变量	供给管理		0.537***	0.347***
交互效应	供给管理*环境友好 行为意向			0.234***
	F	49.286***	66.593***	67.893***
	R ²	0.487	0.601	0.637
	ΔR ²	0.487	0.114	0.160

注：***、**、*分别表示在 0.001、0.01、0.05 上显著相关。

模型二是在模型一的基础上加入了供给管理后对生态旅游者环境友好行为进行回归分析，对比发现该模型的调节作用较之于模型一上升了11.4个百分点，说明供给管理对于生态旅游者环境友好行为具有显著正向影响（ $\beta = 0.537$, $P < 0.001$ ）。模型三是在模型二的基础上加入了环境友好行为意向和供给管理的交互项对生态旅游者环境友好的相关性检验及回归分析，对比发现作用成效显著，由此说明假设4b是成立的。

3. 宣传教育的调节作用

表 4-13 宣传教育的调节作用

变量	变量名称	环境友好行为		
		M1	M2	M3
控制变量	性别	-0.073	-0.055	-0.017

续表 4-13 宣传教育的调节作用

	年龄	0.031	0.042	0.057
	学历	0.005	0.007	0.021
	职业	-0.027	-0.049	-0.076
	收入	0.001	0.011	0.026
中介变量	环境友好行为意向	0.713***	0.487***	0.279***
调节变量	宣传教育		0.356***	0.254***
交互效应	宣传教育*环境友好 行为意向			0.236***
	F	49.286***	57.728***	63.677***
	R ²	0.487	0.556	0.613
	ΔR ²	0.487	0.069	0.126

注：***、**、*分别表示在 0.001、0.01、0.05 上显著相关。

模型二是在模型一的基础上加入了宣传教育后对生态旅游者环境友好行为进阶相关性及回归分析后，对比发现该模型的调节作用较之于模型一上升了6.9个百分点，说明宣传教育对于生态旅游者环境友好行为具有显著正向影响（ $\beta = 0.356$, $P < 0.001$ ）。模型三是在模型二的基础上加入了环境友好行为意向和宣传教育的交互项对生态旅游者环境友好的相关性检验及回归分析，对比发现作用成效显著，由此说明假设4c是成立的。

4.5.5 小结

本部分着重围绕能够反映社会人口特征的相关变量进行描述性分析；之后对这些数据的真实性及有效性进行检验和对比剖析；进而对与之相关的变量因子进行现相关性检验，最后，根据回归分析对研究中的假设进行验证。研究结果如下：

假设H1a, H1b, H1c: 由表4-6知, H1旅游者对于环境友好行为的主观认可程度直接影响其实施友好行为的意向。H1a旅游者对于其所在区域环境的情感认知直接影响其实施友好行为的动机（M3, $\beta = 0.539$, $p < 0.001$ ）；H1c生态旅游者环境关注正向影响环境友好行为意向（M4, $\beta = 0.326$, $p < 0.001$ ），H1a, H1b, H1c得

到支持。

假设H2：由表4-7知，生态旅游者环境友好行为意向显著正向影响环境友好行为（M2， $\beta=0.713$ ， $p<0.001$ ）H2得到支持。

假设H3a，H3b，H3c：环境友好行为意向在价值观与环境友好行为之间起到部分中介作用，在环境敏感度与环境友好行为之间起到部分中介作用，在环境关注与环境友好行为之间起到部分中介作用，假设H3a，H3b，H3c得到支持。

假设H4a，H4b，H4c：经济激励在环境友好行为意向与环境友好行为之间起到负向调节作用，供给管理在环境友好行为意向与环境友好行为之间起到正向调节作用，宣传教育在环境友好行为意向与环境友好行为之间起正向调节作用。假设H4a没有得到支持，H4b，H4c得到支持。实证研究结果表明生态旅游者环境态度通过环境友好行为意向对环境友好行为产生正向显著影响并且外部情景因素在环境友好行为意向与环境友好行为之间起调节作用。

5 研究结论及启示

5.1 研究结论与讨论

论文中根据已有的成果，对有关资料加以了整合，以计划行为理论、可持续发展理论和规范激活理论为研究依据，建立了基于环境态度、环境友好行为意向、外部情境因素和生态旅游者环境友好行为的研究结构，并给出了三大基本假设。经过对崆峒山风景区的实地调研以及问卷的发放与收集得到了大量的调研数据，运用科学的数据统计工具对样本数据进行描述性、均值、标准差分析及有效性检验等，通过实证对比来剖析不同变量之间的相关性及其作用机理，并进行结论汇总：

5.1.1 环境态度正向影响环境友好行为意向

本文研究利用回归分析方法，重点阐述了旅游者在不同维度下的环境态度主导其行为的作用程度，研究结果表明，环境价值观、环境敏感度、环境关注在不同程度上都可以对环境友好行为意向产生正向影响。具体而言，环境价值观能够显著正向影响环境友好行为意向，表现为生态旅游者对人类面临环境问题和环境危机和人与环境关系的理解越深入，生态旅游者就更易于形成环境友好行为意向；环境敏感度能够显著正向影响环境友好行为意向则体现为生态旅游者对待环境的人文和情感特征，即生态旅游者对自然环境的探索、研究、欣赏、尊重与关心，也就是说生态旅游者环境敏感度越高环境友好行为意向越强；环境关注能够显著正向影响环境友好行为意向，则体现为生态旅游者们对于做出有利环境行为的认可或支持程度，为此在很多学术中都把“新环境范式”作为一种重要的指标参照，以突显人与自然和谐共治的发展格局，也就是说生态旅游者对生态环保问题普遍的关切程度更多和所持信念也更强烈，越易于形成环境友好行为意向。在相关性分析中生态旅游者的环境价值观、环境敏感度、环境关注与环境友好行为意向相关系数达到0.50、0.47、0.57，同时在以环境友好行为意向为因变量，环境价值观、环境敏感度、环境关注为自变量的一元线性回归方程中回归系数分别达到0.715、0.539、0.326，且相关系数与回归系数都具有显著性。因此得出：生态旅游者的环境价值观、环境敏感度、环境关注与环境友好行为意向之间存在着显著的正相关关系，即一个在环境价值观、环境敏感度和环境关注方面具有较高水平的生态旅游者越倾向于实施环境友好行为。

5.1.2 环境友好行为意向正向影响生态旅游者环境友好行为

环境友好行为意向是指生态旅游者对于采取环境友好行为机率的主观判定，它体现了生态旅游者对环境友好行为的采取意愿，行为意向被认为是预测个人行为的最好方法，大量的研究结论已经得到证明。本研究采用的实证分析方法也支持了这一论点，并表明环境友好行为意向对于生态旅游者环境友好行为具有显著直接正向影响。原因在于行为意向是离实际行为表现最近的认知前提，同时环境友好行为影响因素的理论基础是计划行为理论，这为以后深化变量因子之间的相关性检验提供了研究理论框架。此外，回归分析结果也表明环境友好行为意向对生态旅游者环境友好行为影响的回归系数为 0.713，合理地说明了环境友好行为意向对生态旅游者环境友好行为存在着显著的正向影响。

5.1.3 环境友好行为意向起部分中介作用

本研究在探讨生态旅游者环境态度对环境友好行为的影响中引入了环境友好行为意向变量，并研究了其中介效果。结果表明，环境友好行为意向在环境价值观、环境敏感度和环境关注对生态旅游者环境友好行为的影响过程中起到部分中介作用，其中环境友好行为意向在环境价值观对于影响生态旅游者环境友好行为过程中的中介效应最强。由此可见生态旅游者对人类面临环境问题和环境危机和人与环境关系的理解越深入，生态旅游者越容易产生环境友好行为意向。环境友好行为意向不仅能够显著的影响环境友好行为，且能够在环境价值观、环境敏感度、环境关注与环境友好行为间起到部分中介作用和沟通桥梁的作用。

5.1.4 外部情景因素起调节作用

本研究利用分层回归法，对外部情境因素在环境友好行为意向和生态旅游者环境友好行为间的调节作用进行检验，立足三个层面来对外部情景因素作用于个人主观性为的程度进行分析，发现二者之间确实存在显著的正向调节作用。其中，尽管经济激励在环境友好行为意向与环境友好行为之间存在显著的调节作用，但是与以往的调查结论有所不同的是，经济激励削弱了环境友好行为意向和生态旅游者环境友好行为间的关联。这主要是基于市场经济方法确实是引导生态旅游者

环境友好行为的主要工具，以市场激励或约束的经济方法来影响行为成本，从而诱导行动达到环保、可持续发展的目的，但经济激励措施对环境友好行为的诱导和激发效果并不具备长期持续性，或许仅仅在短期内可以看到直接效果，也没有从环境友好行为意愿上加以约束，并没有很好的激发生态旅游者进行更长期的环境友好行为。此外，随着人民生活水平的提高，以及私家车日益的普遍，再像以往一样降低公共交通的花费，来激励旅游者进行环境友好行为，也并没有达到良好的成效；而供给管理在环境友好行为意向与生态旅游者环境友好行为之间有显著的正向调节作用，这主要体现在设施条件及服务水平两方面。一方面生态旅游景区若能为生态旅游者在旅游途中提供便捷的交通工具、适宜的食宿条件、环保废弃物的无害化处理、以及景点的环保清洁措施等都能够很大程度上帮助于生态旅游者环境友好行为意向产生实践，另一方面生态旅游景区节能减排宣传标识、环境保护常识讲解等服务质量的提升也能有效激发行为主体内心的环境意识；宣传教育对于提升个人的环境认知及环境意向有显著的正向调节作用，而目前的对生态行为因素的研究已经得到了比较统一的结果：宣传媒介的传播、政府和社会的教育、以及社会舆论导向宣传的方式，都是可以促进环境友好行为形成的重要原因，本研究成果在实验过程中就证明了这一点，宣传教育可以在较大程度上促进生态旅游者的环境友好行为意向转化为环境友好行为的形成。

5.2 管理启示

在生态旅游蓬勃发展的大背景下，生态旅游地在接待大量旅游者到来的同时还肩负着保护自然环境的重任。旅游者的大量涌入在很大程度上给旅游接待地自然环境的保护带来一定的压力，面对这样的压力通常的解决办法无非就是提高门票价格、限制游客进入、对破坏环境者进行罚款等，这些措施的效果并不是很理想，甚至影响旅游者的游玩体验。在明确了生态旅游意义、生态旅游行为意向影响因素及产生机理之后，将生态旅游行为意向的潜在效用推动和实施，以达到预期目标进而有效推动生态消费是关键，并且通过利用各因素的逻辑关系提供合理的干预手段，促进了生态旅游者的环境友好行为意愿与活动的产生，包括了当地政府、旅游相关主管部门等应如何针对环境影响原因与危害程度进行管理，以及挖掘与生态旅游行为相关的目的地开发、产业推广等。

5.2.1 提高旅游者对环境保护的认识

本文研究结果表明，环境价值观、环境敏感度、环境关注在不同程度上均能够对环境友好行为意向产生正向影响，且通过环境友好行为意向显著的影响环境友好行为。因此景区可以从环境价值观、环境敏感度、环境关注三个方面培养旅游者环境友好行为。

首先，正确价值观的形成有赖于人们对构建友好型社会的重视，为此纠正人们对环境友好理念的错误认识，加大对环保知识的宣传力度，强化公众的环保意识是解决问题的关键。立足于生态层面来激发公众对其所在区域的环保责任，地方有关机构应当进行环保工作的密切协作，通过在人流量大的区域拉横幅、宣传手册和文明标语指示牌等方式进行宣传教育，一是让每一个外来游客都能对文明旅游的重要性有一个更加全面的认识，二是激发游客参与环境友好行为的强烈意愿和行为动机，并将其转化为自身的行为理念，使旅游者对文明旅游的责任产生根深蒂固的影响，从而更加持久性、针对性促成环境友好行为的产生。

其次，由于环境敏感度在对生态旅游者环境友好行为构成中有着重要影响，及很强的评估性，为此，强化对旅游者环境敏感度的宣传教育是提升其友好行为意向的关键。环境敏感度形成的主要原因包括：（1）户外活动；（2）接触自然环境；家长、老师及书籍等；（3）居住地自然环境变化感知。据此，为提高旅游者的环境敏感度，培育旅游者对环境的重视和爱护情感，可从如下方面入手：①组织大型生态公益活动、讲座、发行图书等方法，让旅游者认知和了解自然界的鬼斧神工和保护生态环境的重要性；②组织旅游者参观并了解自己身边的自然保护区，增强其环境保护意识；③提供相关数据，让旅游者了解自己所处环境的现状，例如垃圾、大气及土壤等污染，并由此导致旅游地的生态平衡受到干扰甚至遭到破坏，从而造成森林覆盖率下降和生物多样性减少的案例。

最后，要加强旅游者对生态环境的普遍关注和增强旅游者对环境保护的一般信念。必须将环境教育纳入到国家战略发展的层面，提升公众的环保理念，尊重自然发展规律，让更多的旅游者自觉加入到环保团队。

5.2.2 营造旅游者保护环境的良好氛围

引导旅游者树立正确的行为理念必须立足其心理认知着手，全面围绕供给管理、经济激励及宣传教育三个维度来进行贯彻落实。这就需要政府强化环境保护宣传教育和激励机制，并提供完善的环境友好的旅游设施和服务。旅游者环境友好行为的科学引领离不开地方机构的密切协作，这给各项环保制度的落实创造了诸多便利。首先，地方旅游机构及其他相关部门可借助线上线下的有关平台进行文明旅游的知识宣传，明确环境友好行为的价值理念及手段，借助多种手段来强化对游客环境友好行为的政治引领及文化建设，纠正公众对文明旅游的错误认识。其次供给管理是旅游者将环境友好行为意愿转向环境友好行为的重要因素。旅游供给主要含括了出行、居住、饮食及其他消费等层面。政府必须强化对地方特色产业的资金及政策扶持，加大对旅游企业环境友好型模式的转变。针对实施环境友好行为的企业或个人制定税收优惠政策，例如，对低碳景区、绿色饭店给予必要的政策优惠或适当的经济鼓励。

5.2.3 旅游景区要直接管理与间接管理相结合

基于个人旅游目的及旅游频率差异，景区管理者可立足不同年龄段人群需求的不同进行策略制定，实现直接管理与间接管理的有效融合。一方面，通过建立健全相关旅游法规来对游客行为予以监管，拟定相关机制作出硬性规定，奖罚分明，以避免破坏环境行为，同时在旅游目的地资源敏感区及其他特殊区域进行人员的限定，通过地方监管部门的强制性干预来达到保护性效果。另一方面，组建一支环境友好意愿比较强烈的志愿者团队，定期到指定的旅游景点进行环保方面的解说，让每一个外来游客都能享受到更为优质的旅游体验，激发游客情感上的共鸣并提升环境行为意向，以此来最大程度减少游客的不良行为。但是在现实景区管理过程中，难以对游客的类型及行为意向进行有效区分，这就需要地方旅游机构通过直接与间接管理相结合的模式来达到理想的效果。

6 研究不足与展望

6.1 研究不足

本次研究将环境态度作为前因变量，环境友好行为意向作为中介变量，外部情境因素作为调节变量，重点探讨生态旅游者环境友好行为的形成机制，在研究过程中对大量文献进行梳理，随机抽选比较具有代表性的旅游区域作为典型，以实地考察的形式来对数据样本进行测量与相关性检验，尽可能的保证研究结果真实性及有效性，为生态旅游者环境友好行为的研究提供了新的视角。但考虑到笔者的时间精力和能力限制，本文还具有如下缺点：

第一，研究样本覆盖范围局限。本研究仅选取了河南省驻马店嵯峨山风景区游客作为主要调查对象，虽然这个方法确实给科学研究提供了便利，但是作为以生态旅游者为主要调研对象的实验研究成果，本调查样本也只是对部分旅游者的抽样调查结果，仅能代表部分生态旅游者，可能给科学研究评论带来一定偏差。限于科研时间、资金和精力，本研究不能开展比较深入的样品普查与试验。

第二，研究内容上的局限。本文在开展实地研究时只选择了有代表性的自然风光类型河南省驻马店嵯峨山风景区为研究案例地，所得到的结果能否应用到人文景观类型景区中值得进一步进行考证，但未来研究人员将考虑拓展研究范围和丰富样本数量以提升研究结果的普适性。

第三，研究方法上的局限。本研究进行方法是问卷调查研究法，由于资料的主要获取工具为受访者自填的问卷调查，所以受访者能否按照实际状况回答问题和作答，是否受个人的当时心境、身体状况等各种因素影响都会造成调查结论的误差，这都是研究者不易掌握的。

6.2 研究展望

针对本研究研究局限，未来科学研究的方向应该尽力解决上述局限，并进一步深化、细化研究内容。

第一，拓展样本收集范围，尽可能的选择多个具有代表性的旅游景区作为对比参照，强化与地方旅游机构的长期友好协作，提高样本数据的真实性和全面性，

保证最终的研究成果更具说服力。

第二，在研究视角方面，选取不同类型景区和不同类型旅游者为对象进行研究，进一步深入探究环境态度对于生态旅游者环境友好行为的影响，以丰富现有结论提高其普适性。

第三，在研究内容上，本研究所涉及环境友好行为的影响因素还不全面，在未来的研究中要更加全面的考虑各种因素，比如认知因素、情感因素、群体因素等。

参考文献

- [1] Ajzen I. The theory of planned behavior [J]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991, 50(2):66-69.
- [2] Chun Che, Huang et al. A rough set-based corporate memory for the case of ecotourism [J]. *Tourism Management*, 2015, 47: 22-33.
- [3] Camille M, Alexander O'Connor. A Theory of Cognitive Dissonance [M]. *Macat Library*, 2017: 07-15.
- [4] Dushani S N, Aanesen M, Vondolia G K.. Balancing conservation goals and ecotourism development in coastal wetland management in Sri Lanka: A choice experiment [J]. *Ocean and Coastal Management*, 2021, 9, 210-220.
- [5] Dwayne A., Baker, Crompton J L. Quality, satisfaction and behavioral intentions [J]. *Annals of Tourism Research*, 2000, 27(3):45-47.
- [6] Dunlap Riley E, Kent D., Van Liere. The New Environmental Paradigm: A Proposed Measuring Instrument and Preliminary Results[J].*The Journal Environmental Education*,1978 ,9(4): 10-19.
- [7] David B. Weaver. Overnight Ecotourist Market Segmentation in the Gold Coast Hinterland of Australia [J]. *Journal of Travel Research*, 2002, 40(3) : 270-280.
- [8] Fishbein L. Overview of analysis of carcinogenic and/or mutagenic metals in biological and environmental samples. I. Arsenic, beryllium, cadmium, chromium and selenium.[J]. *International journal of environmental analytical chemistry*, 1984, 17(2):230-240
- [9] Gungaano G. A., Stern P. C., Dietz T. Influences on attitude-behavior relationships: A natural experiment with curbside recycling [J]. *Environment and Behavior*, 1995, 27(5): 699-718.
- [10] Hires J M, Hungerford H. R., Tomera A. N. Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: A meta analysis[J].*Journal of Environmental Education*,1987,18(2):1-8.

- [11] Jue Chen, Daijian Tang, Jing Wang. A Comprehensive Cost Analysis on New System Structure for Nature-Based Tourism Destination: Perspective of Front and Back Stage Decoupling [J]. 2014, 19(11): 1345-1358.
- [12] Julia K., Andreas E. The attitude cube—A three-dimensional model of situational factors in IS adoption and their impact on the attitude–behavior relationship [J]. *Information & Management*, 2015, 52(6):88-90.
- [13] Kerstetter D. L., Hou J. S., Lin C H. Profiling Taiwanese ecotourists using a behavioral approach. *Tourism Management*, 2004, 25(4): 491-498.
- [14] Kibria, Abu Smg et al. Potentials of community-based-ecotourism to improve human wellbeing in Cambodia: an application of millennium ecosystem assessment framework [J]. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 2021, 28(5): 461-472.
- [15] Kaiser F. G., Wolfing S., Fuhrer U. Environmental attitude and ecological behavior [J]. *Journal of environmental psychology*, 1999, 19(1): 1-19.
- [16] Kent D, Van L, Riley E D. Moral Norms and Environmental Behavior: An Application of Schwartz's Norm-Activation Model to Yard Burning [J]. *Journal of Applied Social Psychology*, 1978, 8(2): 174-188.
- [17] Tina, Liu F, Soutar G N. Experiences, post-trip destination image, satisfaction and loyalty: A study in an ecotourism context [J]. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2021, 19.
- [18] Martin K et al. Tourists' Behavioural Intention Towards Ecotourism in Bali Under Consideration of Issue-Related Knowledge [J]. *Management Studies*, 2020, 8(5):897-900.
- [19] Meera Ranjith. To Examine the Potential and Scope of Ecotourism in Kerala with a Special Focus on Tourists to Ecotourism Destinations in Trivandrum [J]. *Journal of Tourism & Hospitality*, 2020, 9(4): 1-12.
- [20] Maloney M P, Ward M P, Braucht G N. Psychology in action: a revised scale for the measurement of ecological attitudes and knowledge [J]. *American Psychologist*, 1975, 30(3): 787-790.
- [21] Orjan W. The New Environmental Paradigm and Personal Norms [J]. *Environment*

and Behavior, 1998, 30(1): 75-100.

[22] Poortinga W, Steg L, Vlek C. Values, environmental concern, and environmental behavior: A study into household energy use [J]. Environment and Behavior, 2004, 36(1): 70 -93.

[23] Paul C. Stern. A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism [J]. Human Ecology Review, 1999, 6(2): 81-97.

[24] Paul C. Stern. New Environmental Theories: Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior [J]. Journal of Social Issues, 2000, 56(3):35-37.

[25] Roth C E. Environmental Literacy: Its Roots, Evolution and Directions in the 1990s[R]. ERIC Clearing house for Science, Mathematics, and Environmental Education, Columbus, Ohio. 1992.

[26] Sheryi R, Geoffrey W. Ecotourism: towards congruence between theory and practice [J]. Tourism Management, 1999, 20(1):567-586.

[27] Smith S, Ayres D. Designing a Liker Type Scale to Predict Environmentally Responsible Behavior in Undergraduate Students: A Multi-step Process [J]. The Journal of Environmental Education, 2010, 27(1):44-47.

[28] Schwartz H., Shalom. Normative Explanations of Helping Behavior: A Critique, Proposal, and Empirical Test [J]. Journal of Experimental Social Psychology, 1973, (9): 349-364.

[29] Stefan G, Paul P, Paul C J, Ghislain D et al. The eco-efficiency of tourism [J]. Ecological Economics, 2004, 54(4):107-113.

[30] Tsung H L, Fen H J. The influence of recreation experience and environmental attitude on the environmentally responsible behavior of community-based tourists in Taiwan [J]. Rout ledge, 2015, 23(7):23-29.

[31] Thapa B. The mediation effect of outdoor recreation participation on environmental attitude-behavior correspondence. The Journal of Environmental Education, 2010, 41(3): 133-150.

[32] Thomos A. Heberlein. Navigating Environmental Attitudes [J]. Conservation Biology, 2012, 26(4) : 583-585.

- [33] Victoria K W, Cerys A P, Ken P. Behaviour and climate change: Consumer perceptions of responsibility [J]. *Journal of Marketing Management*, 2011, 27(03):200-210.
- [34] Yee J, Ying et al. Socio-geographical evaluation of ecosystem services in an ecotourism destination: PGIS application in Tram Chim National Park, Vietnam [J]. *Journal of environmental management*, 2021, 291: 112656-112656.
- [35] 陈利顺, 孙岩, 戴大双等. 城市居民能源消费行为的评价方法研究[J]. *软科学*, 2008, 22(12): 29-33.
- [36] 曾菲菲, 罗艳菊, 毕华, 赵志忠. 生态旅游者:甄别与环境友好行为意向[J]. *经济地理*, 2014, 34(06): 182-186+192.
- [37] 曹国, 沈利香, 应可福. 环保压力、绿色创新与小微企业的竞争优势——来自江苏省小微企业的实证分析[J]. *现代财经(天津财经大学学报)*, 2014, 34(04): 64-76.
- [38] 陈蔚. 社区参与对环境态度及环境行为的影响研究——基于结构方程模型[J]. *安徽师范大学学报(自然科学版)*, 2017, 40(04): 386-390.
- [39] 陈宗仕, 黄彦婷, 沈秋宜, 张思鹏. 从环境关注到环保意愿——知识、财富与组织经历的调节作用[J]. *浙江学刊*, 2018(03): 91-100.
- [40] 杜宇, 马蓓蕾. 环境相关变量与绿色消费行为关系实证研究[J]. *内蒙古农业大学学报(社会科学版)*, 2017, 19(06): 39-46.
- [41] 段文婷, 江光荣. 计划行为理论述评[J]. *心理科学进展*, 2008(2): 315-320.
- [42] 方行明, 魏静等. 可持续发展理论的反思与重构[J]. *经济学家*, 2017(3): 24-31.
- [43] 范钧, 邱宏亮, 吴雪飞. 旅游的意象、地方依恋与旅游者环境责任行为——以浙江省旅游度假区为例[J]. *旅游学刊*, 2014, 29(01):55-66.
- [44] 樊丽明, 郭琪. 公众节能行为的税收调节研究[J]. *财贸经济*, 2007(07): 57-63.
- [45] 郭彬. 大学生环境意识与环境行为关系研究[D]. 大连理工大学, 2009.
- [46] 何秀红, 王迎春. 环境友好行为视角下新能源汽车购买行为影响因素的实证研究[J]. *武汉纺织大学学报*, 2021, 34(04):17-22.
- [47] 洪大用. 中国城市居民的环境意识[J]. *江苏社会科学*, 2005(01): 127-132.
- [48] 黄雪丽. 低碳旅游生活行为影响因素及其作用机制研究[D]. 南京: 江苏大学, 2012.

- [49] 黎洁, 井悦玲. 我国生态旅游者的激励因素与市场细分研究: 以陕西太白山国家森林公园为例[J]. 预测, 2005(05): 38-43.
- [50] 刘春济, 高静. 基于计划行为理论的社区居民参与生态旅游发展的行为意向研究—以崇明岛为例[J]. 北京第二外国语学院学报, 2012, 34(07): 56-64.
- [51] 刘乐, 张娇, 张崇尚, 仇焕广. 经营规模的扩大有助于农户采取环境友好型生产行为吗——以秸秆还田为例[J]. 农业技术经济, 2017(05): 17-26.
- [52] 李秋成, 周玲强. 社会资本对旅游者环境友好行为意愿的影响[J]. 旅游学刊, 2014, 29(09): 73-82.
- [53] 李春晓, 李辉, 刘艳箏, 梁赛. 多彩华夏: 大数据视角的入境游客体验感知差异深描[J]. 南开管理评论, 2020, 23(01): 28-39.
- [54] 刘勇. 环境管制、经济激励、促进绿色购买与环境质量动态响应—基于太湖流域水环境治理中农村面源污染整治的分析[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2019, 18(04): 75-86+112.
- [55] 李玮, 王志浩, 刘效广. 宣传教育对城市居民垃圾分类意愿的影响机制—环境情感的中介作用及道德认同的调节作用[J]. 干旱区资源与环境, 2021, 35(03): 21-28.
- [56] 李正欢, 李祝舜. 生态旅游者生态行为的意识层次[J]. 资源开发与市场, 2004(03): 231-233.
- [57] 田里, 李常林. 生态旅游[M]. 天津: 南开大学出版社, 2004: 45-48.
- [58] 刘妙品, 南灵, 李晓庆, 赵连杰. 环境素养对农户农田生态保护行为的影响研究——基于陕、晋、甘、皖、苏五省 1023 份农户调查数据[J]. 干旱区资源与环境, 2019, 33(02): 53-59.
- [59] 罗艳菊, 黄宇, 毕华, 赵志忠. 基于环境态度的城市居民环境友好行为意向及认知差异——以海口市为例[J]. 人文地理, 2012, 27(05): 69-75.
- [60] 马海韵. 新型城镇化视角下地方政府治理工具创新研究——以南京江北新区为例[J]. 行政论坛, 2017, 24(06): 35-42.
- [61] 聿凌云, 丛金秋等. 城市居民低碳行为认知失调的成因——“知识—行为”的双中介模型[J]. 资源科学, 2019, 41(05): 908-918.
- [62] 聿凌云, 芦金文. 文化取向、环境信念与生态消费行为——基于人口特征差异的比较分析[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2018, 17(04): 54-66+87.

- [63] 欧阳斌, 袁正, 陈静思. 我国城市居民环境意识、环保行为测量及影响因素分析[J]. 经济地理, 2015, 35(11): 179-183.
- [64] 邱宏亮, 范钧, 赵磊. 旅游者环境责任行为研究述评与展望[J]. 旅游学刊, 2018, 33(11): 122-138.
- [65] 祁秋寅, 张捷, 杨旸, 卢韶婧, 张宏磊. 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.
- [66] 宋慧林, 吕兴洋, 蒋依依. 人口特征对居民出境旅游目的地选择的影响——一个基于 TPB 模型的实证分析[J]. 旅游学刊, 2016, 31(02): 33-43.
- [67] 苏芳, 宋妮妮, 马静, 阚立娜, 冯俊华. 生态脆弱区居民环境意识的影响因素研究——以甘肃省为例[J]. 干旱区资源与环境, 2020, 34(05): 9-14.
- [68] 苏京春, 王琰. 里根经济学供给管理再研析: 政策体系、实践效力与得失[J]. 经济研究参考, 2019(06): 5-13+20.
- [69] 唐健雄, 朱媛媛. 湖南省生态旅游与旅游环境耦合协调关系研究[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2020, 14(02): 96-103.
- [70] 唐士亚. 互联网金融信息规制的法治化研究[D]. 上海交通大学, 2020.
- [71] 王民. 环境意识概念的产生与定义[J], 自然辩证法通讯, 2000(4): 19-25.
- [72] 王玲. 国内环境行为研究综述[J]. 资源与环境科学, 2011, 22, 08: 15-17.
- [73] 王友明. 基于可持续发展的苏南城市旅游环境承载力[J]. 辽宁工程技术大学学报(自然科学版), 2011, 30(05): 793-796.
- [74] 王昶, 章锦河. 计划行为理论在国内旅游研究中的应用进展与启示[J]. 山东师范大学学报(人文社会科学版), 2017, 62(1): 131-139.
- [75] 王晓楠, 曾宪扬. 感知、意向与行动: 城市居民垃圾分类行为的影响路径[J]. 南京工业大学学报(社会科学版), 2021, 20(02): 49-64+111-112.
- [76] 王博文, 杨馥玮, 王雅楠. 环境素养视角下的农户人居环境整治参与行为[J/OL]. 农林经济管理学报, 2021, 60(2), 1-11.
- [77] 徐彪. 公共危机事件后政府信任受损及修复机理——基于归因理论的分析 and 情景实验[J]. 公共管理学报, 2014, 11(02): 27-38+140.
- [78] 薛彩霞, 姚顺波, 李桦. 环境情感与技能对秦巴山区茶叶种植户亲环境行为的影响[J]. 长江流域资源与环境, 2021, 30(09): 2287-2298.

- [79] 武春友, 孙岩. 环境态度与环境行为及其关系研究的进展[J]. 预测, 2006(04): 61-65.
- [80] 于亢亢等. 环境态度及其与环境行为关系的文献评述与元分析[J]. 环境科学研究, 2018, 31(06): 1000-1009.
- [81] 夏赞才, 陈双兰. 生态游客感知价值对环境友好行为意向的影响[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2015, 9(01): 27-32+77.
- [82] 徐嵩龄. 环境意识关系到中国的现代化前途[J]. 科技导报, 1997(01): 46-49.
- [83] 虞佳丽. 环境知识与环境态度、环境行为的关系研究华东理工大学[D]. 华东理工大学, 2013.
- [84] 岳婷, 龙如银, 陈红. 能源相对价格对能源效率的非对称效应研究[J]. 价格理论与实践, 2016(09): 136-139.
- [85] 钟林生, 马向远等. 中国生态旅游研究进展与展望[J]. 地理科学进展, 2016, 35(06): 679-690.
- [86] 张立生. 近期国外旅游学研究进展——《Annals of Tourism Research》文献分析[J]. 旅游学刊, 2004(03): 82-88.
- [87] 朱梅, 汪德根. 旅游地生态文明形象感知的测度与差异——基于不同行为类型旅游者比较[J]. 西南师范大学学报(自然科学版), 2018, 43(08): 44-51.
- [88] 周媛, 梅强, 侯兵. 基于扎根理论的旅游志愿服务行为影响因素研究[J]. 旅游学刊, 2020, 35(09): 74-89.
- [89] 赵黎明, 张海波, 孙健慧. 旅游情境下公众低碳旅游行为影响因素研究——以三亚游客为例[J]. 资源科学, 2015, 37(01): 201-210.
- [90] 赵宗金, 董丽丽, 王小芳. 地方依附感与环境行为的关系研究——基于沙滩旅游人群的调查[J]. 社会学评论, 2013, 1(03): 76-85.
- [91] 周玲强, 李秋成, 朱琳. 行为效能、人的情感与旅游者环境负责行为意愿: 一个基于计划行为理论的改进模型[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2014, 44(02): 88-98.
- [92] 张会来. 大学生环境友好行为意愿的影响因素研究[J]. 学校党建与思想教育, 2020(20): 50-53.
- [93] 朱慧. 环境知识、风险感知与青年环境友好行为[J]. 当代青年研究, 2017(05): 66-72.

- [94] 张玉玲, 张捷, 赵文慧. 居民环境后果认知对保护旅游的环境行为影响研究[J]. 中国人口·资源与环境, 2014, 24(07): 149-156.
- [95] 赵黎明, 张海波, 孙健慧. 旅游情境下公众低碳旅游行为影响因素研究——以三亚游客为例[J]. 资源科学, 2015, 37(01): 201-210.

附录

附录一 问卷调查（预调研）

尊敬的先生/女士：

您好！感谢您能在百忙之中抽出时间配合我们的问卷调查！此次研究旨在剖析“生态旅游者环境态度对环境友好行为的影响研究”的相关问题，以获得相应的研究数据。本问卷完全采用匿名方式进行，您不需要有任何顾虑，所收集的各种信息均只做参考之用，绝不会用作任何商业用途。您的配合对于此次的调查研究至关重要，请您根据自身实际仔细答题，您的答案将直接作用于最终的研究结果。

非常感谢您的支持与配合！祝您工作顺利，生活幸福！

一、环境态度题项（请您根据您的真实感受对此次崆峒山旅游活动进行评价，根据您的同意程度进行选择）

1. 环境价值观[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
A1、人类将自然作为自己的私有物而随意处置	<input type="radio"/>				
A2、人与自然生物应当享有同等被尊重的权利	<input type="radio"/>				
A3 人类工业所产生的各种废弃物不会打破自然原有的平衡	<input type="radio"/>				
A4 虽然人类可对自然万物进行随意征服，但不能脱离社会发展规律	<input type="radio"/>				
A5 地球所拥有的空间和资源是非常有限的	<input type="radio"/>				
A6 生态平衡非常脆弱很容易被打乱	<input type="radio"/>				
A7 人类能够完全掌握自然运行的规律并最终控制它	<input type="radio"/>				

2. 环境敏感度[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
B1、旅游产业会直接打破区域生态的平衡	<input type="radio"/>				
B2、景区环境的现状直接影响到游客感官体验	<input type="radio"/>				

B3、于你而言，环境的好坏会直接影响到你的生活	<input type="radio"/>				
B4、游客在景区随意丢弃的废弃物是造成环境问题的根源	<input type="radio"/>				
B5、废弃物排放对区域环境及游客体验的影响很大	<input type="radio"/>				
B6、过分的追求短期效益而对区域生态进行随意破坏，给环境造成不可逆伤害	<input type="radio"/>				

3. 环境关注[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
C1 环境所能承受的负荷有限，不可以破坏环境为代价来换取经济	<input type="radio"/>				
C2 必须统筹兼顾人与环境的和谐并进，始终将战略可持续摆在首位	<input type="radio"/>				
C3 人与自然在进行对抗中占据主导，应自觉肩负起保护环境的重担，任何经济体系都需以保护环境为前提	<input type="radio"/>				
C4 人与环境中的生物处于同等地位，应让其享受同人类一样的被尊重被保护权利，始终将环境摆在人类发展首位	<input type="radio"/>				

二、环境友好行为意向题项（请您根据您的真实感受对此次崆峒山旅游活动进行评价，根据您的同意程度进行选择）

4. 环境友好行为意向[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
D1、我会尝试去说服同行的亲朋好友采取对生态环境有利的行为	<input type="radio"/>				
D2、我会尽可能的去买那些便于分解的产品（如可二次回收利用的包装袋）	<input type="radio"/>				
D3、我会随时提醒他人减少对环境的破坏（如让别人拾起他人随意丢弃的垃圾）	<input type="radio"/>				
D4、我会尝试去阅读有关环境方面的报刊或书籍	<input type="radio"/>				

D5、我会告诉我的同伴不要随便给动物喂食	<input type="radio"/>				
----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

三、外部情景因素题项（请您根据您的真实感受对此次崆峒山旅游活动进行评价，根据您的同意程度进行选择）

5. 经济激励[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
E1、降低出行成本	<input type="radio"/>				
E2、打造地方经济特色产业	<input type="radio"/>				
E3、对表现良好的给予适当的经济或精神鼓励	<input type="radio"/>				

6. 供给管理[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
Q1、合理的设施及其他资源配备	<input type="radio"/>				
Q2、使用垃圾桶分类标志并放入人流量较大的区域	<input type="radio"/>				
Q3、消费较低的环保就餐点	<input type="radio"/>				
Q4、方便快捷的饮水场地	<input type="radio"/>				
Q5、便于绿色交通工具停放和取出的区域	<input type="radio"/>				
Q6、方便参观的步行区域	<input type="radio"/>				

7. 宣传教育[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
T1 新闻媒体的宣传	<input type="radio"/>				
T2 生态旅游的讲座和培训	<input type="radio"/>				
T3 生态旅游的指引手册	<input type="radio"/>				

四、环境友好行为题项（请您根据您的真实感受对此次崆峒山旅游活动进行评价，根据您的

同意程度进行选择)

8. 环境友好行为[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
G1 我会遵守崆峒山景区的游客行为规范	<input type="radio"/>				
G2 我会尽力保持崆峒山的环境质量	<input type="radio"/>				
G3、针对他人破坏环境的行为会及时向有关部门报备	<input type="radio"/>				
G4、支持地方的特色产业	<input type="radio"/>				
G5、游览之于引导他人了解生态旅游并自觉践行	<input type="radio"/>				
G6、对他人丢弃的垃圾进行分类归置	<input type="radio"/>				
G7、尽可能的不去影响区域生物的生活习性	<input type="radio"/>				

五、基本信息

9. 性别 [单选题] *

A 男 B 女

10. 年龄 [单选题] *

A 20 及以下 B 21-30 C 31-40 D 41-50 E 51-60 F 60 及以上

11. 学历 [单选题] *

A 初中以下 B 高中 C 专科/本科 D 硕士及以上

12. 职业 [单选题] *

A 在校学生 B 企业员工 C 事业单位/公务员/机关干部 D 自由职业者

E 退休人员 F 其他

13. 收入 [单选题] *

○A 3000 元以下○B 3001-6000 元○C 6001-10000 元○D 10001 及以

附录二 问卷调查

尊敬的先生/女士：

您好！感谢您能在百忙之中抽出时间配合我们的问卷调查！此次研究旨在剖析“生态旅游者环境态度对环境友好行为的影响研究”的相关问题，以获得相应的研究数据。本问卷完全采用匿名方式进行，您不需要有任何顾虑，所收集的各种信息均只做参考之用，绝不会用作任何商业用途。您的配合对于此次的调查研究至关重要，请您根据自身实际仔细答题，您的答案将直接影响研究结果的准确性。

非常感谢您的支持与配合！祝您工作顺利，生活幸福！

一、环境态度题项（请您根据您的真实感受对此次崆峒山旅游活动进行评价，根据您的同意程度进行选择）

1. 环境价值观[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
A1、人类将自然作为自己的私有物而随意处置	<input type="radio"/>				
A2、人与自然生物应当享有同等被尊重的权利	<input type="radio"/>				
A3 人类工业所产生的各种废弃物不会打破自然原有的平衡	<input type="radio"/>				
A4 虽然人类可对自然万物进行随意征服，但不能脱离社会发展规律	<input type="radio"/>				
A5 地球所拥有的空间和资源是非常有限的	<input type="radio"/>				
A6 生态平衡非常脆弱很容易被打乱	<input type="radio"/>				
A7 人类能够完全掌握自然运行的规律并最终控制它	<input type="radio"/>				

2. 环境敏感度[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
B1、旅游产业会直接打破区域生态的平衡	<input type="radio"/>				
B2、景区环境的现状直接影响到游客感官体验	<input type="radio"/>				

B3、于你而言，环境的好坏会直接影响到你的生活	<input type="radio"/>				
B4、游客在景区随意丢弃的废弃物是造成环境问题的根源	<input type="radio"/>				
B5、废弃物排放对区域环境及游客体验的影响很大	<input type="radio"/>				
B6、过分的追求短期效益而对区域生态进行随意破坏，给环境造成不可逆伤害	<input type="radio"/>				

3. 环境关注[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
C1 环境所能承受的负荷有限，不可以破坏环境为代价来换取经济	<input type="radio"/>				
C2 必须统筹兼顾人与环境的和谐并进，始终将战略可持续摆在首位	<input type="radio"/>				
C3 人与自然在进行对抗中占据主导，应自觉肩负起保护环境的重担，任何经济体系都需以保护环境为前提	<input type="radio"/>				
C4 人与环境中的生物处于同等地位，应让其享受同人类一样的被尊重被保护权利，始终将环境摆在人类发展首位	<input type="radio"/>				

二、环境友好行为意向题项（请您根据您的真实感受对此次崆峒山旅游活动进行评价，根据您的同意程度进行选择）

4. 环境友好行为意向[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
D1、我会尝试去说服同行的亲朋好友采取对生态环境有利的行为	<input type="radio"/>				
D2、我会尽可能的去买那些便于分解的产品（如可二次回收利用的包装袋）	<input type="radio"/>				
D3、我会随时提醒他人减少对环境的破坏（如让别人拾起他人随意丢弃的垃圾）	<input type="radio"/>				

D4、我会尝试去阅读有关环境方面的报刊或书籍	<input type="radio"/>				
D5、我会告诉我的同伴不要随便给动物喂食	<input type="radio"/>				

三、外部情景因素题项（请您根据您的真实感受对此次崆峒山旅游活动进行评价，根据您的同意程度进行选择）

5. 经济激励[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
E1、降低出行成本	<input type="radio"/>				
E2、打造地方经济特色产业	<input type="radio"/>				
E3、对表现良好的给予适当的经济或精神鼓励	<input type="radio"/>				

6. 供给管理[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
Q1、合理的设施及其他资源配备	<input type="radio"/>				
Q2、使用垃圾桶分类标志并放入人流量较大的区域	<input type="radio"/>				
Q3、消费较低的环保就餐点	<input type="radio"/>				
Q4、方便快捷的饮水场地	<input type="radio"/>				
Q5、便于绿色交通工具停放和取出的区域	<input type="radio"/>				
Q6、方便参观的步行区域	<input type="radio"/>				

7. 宣传教育[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
	<input type="radio"/>				

T1 新闻媒体的宣传	<input type="radio"/>				
T2 生态旅游的讲座和培训	<input type="radio"/>				
T3 生态旅游的指引手册	<input type="radio"/>				

四、环境友好行为题项（请您根据您的真实感受对此次崆峒山旅游活动进行评价，根据您的同意程度进行选择）

8. 环境友好行为[矩阵单选题] *

	很不赞同	不赞同	无所谓	赞同	很赞同
G1 我会遵守崆峒山景区的游客行为规范	<input type="radio"/>				
G2 我会尽力保持崆峒山的环境质量	<input type="radio"/>				
G3、针对他人破坏环境的行为会及时向有关部门报备	<input type="radio"/>				
G4、支持地方的特色产业	<input type="radio"/>				
G5、游览之于引导他人了解生态旅游并自觉践行	<input type="radio"/>				
G6、对他人丢弃的垃圾进行分类归置	<input type="radio"/>				
G7、尽可能的不去影响区域生物的生活习性	<input type="radio"/>				

五、基本信息

9. 性别 [单选题] *

A 男 B 女

10. 年龄 [单选题] *

A 20 及以下 B 21-30 C 31-40 D 41-50 E 51-60 F 60 及以上

11. 学历 [单选题] *

○A 初中以下 ○B 高中 ○C 专科/本科 ○D 硕士及以上

12. 职业 [单选题] *

○A 在校学生○B 企业员工○C 事业单位/公务员/机关干部○D 自由职业者

○E 退休人员○F 其他

13. 收入 [单选题] *

○A 3000 元以下○B 3001-6000 元○C 6001-10000 元○D 10001 及以

致 谢

时光飞逝，人生很奇妙，美好的时光总感觉过得很快，当毕业论文写到致谢的时候才真正意识到我要毕业了，要结束我的学生时代，开启人生的另一个阶段，此时此刻，心中五味杂陈，老师的谆谆教导，朋友间的欢声笑语，往事一幕幕浮现在眼前。

在毕业论文设计过程中，我面临着很多的问题。首先，我要对董原教授和王嘉瑞教授两位导师表示衷心的感谢，是你们在我遇到科研难题的时候给予了耐心指导和帮助。董原教授锲而不舍的学习作风，认真求实的态度，对科研工作的严谨都深深感染着我，从最开始的构思到论文的顺利完成，董原教授都给予了我无私的帮助和鼓励。再次，我要对全院领导表示感谢，是你们的指导和关心给予了我坚持下去的勇气。最后谢谢硕士研究生三年讲授本专业的所有教授，也谢谢你们呕心沥血的指导。此外，要感谢那些曾经给予我帮助和鼓励的老师同学们，他们给了我无数的关爱和激励，也使我的研究生生活充满了温馨与快乐。如果不是他们的支持，这个毕业论文的实现将会更加困难。因为他们在我设计时给了我很多珍贵的意见和建议。感激自己没有因为困难而退缩，始终坚持理想不放弃，努力探寻最好的解决路径。

最后，也谢谢生我养我的爹妈。感谢你们给了我无私的关爱，为我学习而做出的很多贡献与付出。