

■ 区域经济社会发展研究

# 西安市学龄前儿童亲子旅游市场行为研究

苏 琨

(陕西学前师范学院历史文化与旅游系,陕西西安 710100)

**摘要:** 亲子旅游市场逐渐成为旅游市场中的新生力量。本文以西安市学龄前儿童为主要研究对象,通过对下辖区(县)的幼儿园抽样调查发现:(1)学龄前儿童出游比较集中,国内游的比例高达91.7%,近距离旅游以自驾游为主,景点选择上多以自然景观和人文古迹为主,安全因素是不利出游的首要因素;(2)性别、年龄与出游意愿的相关性较低,受教育程度、月收入均与出游意愿成显著相关性;(3)亲子游内容形式单一,存在基础配套设施不完善等诸多问题。最后,本文依据调研结果提出了相应的对策性建议。

**关键词:** 亲子旅游;旅游市场行为;学龄前儿童;西安市

**中图分类号:** F592.7

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2095-770X(2017)09-0037-05

**PDF 获取:** <http://sxxqsfxy.ijournal.cn/ch/index.aspx>

**doi:** 10.11995/j.issn.2095-770X.2017.09.008

## A Study on Parent-child Tourism Market for Preschool Children in Xi'an

SU Kun

(College of Historical Culture and Tourism, Shaanxi Xueqian Normal University, Xi'an 710100, China)

**Abstract:** Parent-child tourism has gradually become a thriving tourist market. Questionnaire was used to investigate of the parent-child tourism status for the preschool children in Xi'an in this paper. Then the author found:(1) Most of the preschool children's families were willing to take part in the parent-child tourism, the favorite scenic spots were landscape and cultural monuments, and safety factor was the primary factor of adverse travel;(2) the low correlation between gender, age and willingness to travel, and education level, monthly income were significantly associated with a willingness to travel;(3) facing some problem, such as the single product structure overstretched. Finally, based on the above market analysis, the paper puts forward the corresponding countermeasures.

**Key words:** parent-child tourism; tourism market; preschool child; Xi'an city

2013年湖南卫视的一档《爸爸去哪儿》的电视节目将国内的亲子旅游市场推向了高潮。其实,早在2002年中国青年旅行社推出的以“小白鹭亲子游”系列活动为主题的旅游就已拉开了我国亲子旅游市场的帷幕。亲子旅游市场的火爆带动和引发了学术界对亲子旅游研究的探索。作者以“亲子游”为关键词,年限2000—2016年,以中国知网为载体平台,共搜到中文期刊文献33篇,其中仅1篇发表于核心期刊,没有相关的硕博士论文;以“parent-child

tour”为关键词,年限2000—2016年,以 science direct 为载体平台,共搜到外文期刊文献30篇。但是,学术界对亲子游的研究尚未形成完善的理论体系,围绕着亲子游的教育目的研究,行业内的亲子游产品的开发缺乏深层次的管理,旺盛的市场需求与理论指导不到位形成了巨大的反差。

### 一、亲子游研究进展

国内关于亲子游的研究焦点主要集中在以下几

**收稿日期:** 2017-03-21; **修回日期:** 2017-05-04

**基金项目:** 陕西省软科学项目(2015KRM166); 陕西学前师范学院资助项目(2016YBKJ050)

**作者简介:** 苏琨,女,河南禹州人,管理学博士,陕西学前师范学院历史文化与旅游系讲师,主要研究方向:旅游管理。

个方面:第一,亲子游的内涵及特征研究,如张磊<sup>[1]</sup>、李菊霞<sup>[2]</sup>均对亲子游的基本含义作出了解释,并从出游成员的角度区分了与其他形式旅游的不同之处,刘妍<sup>[3]</sup>从中细分出来是由父母和未成年子女共同参与的,宋书楠等<sup>[4]</sup>从特征上对亲子旅游与其他旅游形式的差别作了详尽的阐述;第二,亲子游市场产品开发研究,孟昭翠、骈丽军<sup>[5]</sup>通过实例研究得出了现有的亲子游市场产品仅是“成人产品+”,没有考虑到儿童的特点与需求,刘妍、张红则对亲子游中的产品安全问题提出了疑问,余蓉认为旅游企业应开拓思路,开发形式多样,主题多元化的旅游产品;第三,亲子游出游行为研究,崔海波、王书侠<sup>[6]</sup>、何成军<sup>[7]</sup>对浙江省、成都市等地的实证研究表明,亲子出游时间集中在寒暑假,王书侠、马宏丽<sup>[8]</sup>的实证研究表明,近一半的家庭会选择自驾式的出游方式,张彩虹、陈春燕<sup>[9]</sup>、谢博卿<sup>[10]</sup>等对亲子游中不同年龄阶段(0—3岁、3—6岁、6—12岁)儿童的行为特点进行了研究;第四,其他方面的综合研究,如田川、陈春燕还对亲子游的营销方式提出了新看法,鼓励更多关注新媒体使用,李菊霞则提出了培养专业化的旅游服务人才来服务亲子游,提高专业化水平,张红利以西安市高校中学前儿童研学旅行资源开发为依托,阐述了其开发优势、原则和项目设计<sup>[11]</sup>。

国外的亲子游研究更多依托于家庭旅游,研究的重点主要在家庭旅游决策上, Martinez & Polo<sup>[12]</sup>, Antonie<sup>[13]</sup>, Samuel Seongseop<sup>[14]</sup>等实证研究表明,在不同的活动项目选择中家庭决策权会掌握在不同角色手中,如夫妻共同决策型的家庭参与休闲活动的比例最高,而妻子主导决策型家庭选择休闲活动的比例最少。

纵观国内外研究的进展,笔者认为:亲子游是在家庭旅游细分基础上衍生出来的,以拓宽孩子视野,促进长辈与孩子感情交流,利于孩子健康体魄为目的的一种旅游活动形式,可以是“2+1”模式,也可以是“2+1+2+2”,但核心是孩子。

## 二、西安市学龄前亲子旅游市场行为调查结果

### (一)调查对象及方法

#### 1. 调查对象

本文以西安市学前儿童家庭亲子旅游活动为研究对象,解析亲子旅游市场的现状。研究采用抽样调查的方法,分别随机抽取了西安市的新城、碑林、莲湖、雁塔、长安区五区中幼儿园各1所,随机抽取大中小班中的各1个班,共计5所幼儿园中15个班级的学生家长。

### 2. 研究方法

#### (1)问卷调查法

设计编制了具有科学性、针对性的调查问卷。问卷的内容涉及幼儿家长的基本情况,以详细了解样本家庭亲子游活动的现状。在2016年10月20日选取的幼儿园中共发送问卷432份,回收问卷421份,其中有效问卷401份,有效率95.2%,符合样本要求。

#### (2)数据分析

将问卷调查所获得的原始数据录入Excel数据库进行统计处理,使用SPSS13.0处理。

### (二)样本结果

#### 1. 被调查家庭基本情况

有效样本401位家长中,男性家长32.8%,女性家长67.2%;独生子女87.6%;受教育程度中,本科及以上学历高达50.9%,专科学历21.6%,高中及以下学历27.5%;家庭月收入中,每月5000元及以上30.2%,3000—4999元43.6%,1000—2999元21.5%,1000元以下4.7%;职业分布中,自谋职业者家庭12.7%,公务员家庭9.8%,事业单位家庭13.6%,国有企业员工家庭11.8%,民营企业家庭32.4%,科技文卫从业者家庭10.7%,其他9%;孩子所在班级,大班34.4%,中班30.6%,小班35%。

#### 2. 出游次数

过去一年中,出境游比例仅占1.6%,且出境目的地主要为港澳、台湾地区及日本、韩国等国家,国内游的比例高达91.7%,其中省内旅游90.8%,跨省旅游46.7%;过去一年中,旅游次数5次及以上且天数超过5天及以上的3.7%,旅游次数5次及以上逗留天数3—5天的10%,旅游次数在3次(含3次)—5次且逗留天数超过5天及以上的7.8%,旅游次数1次(含1次)—3次且逗留天数超过5天的17.8%,旅游次数在3次(含3次)—5次且逗留天数3—5天的10.2%,旅游次数在3次(含3次)—5次且逗留天数1—3天的17%,旅游次数1次(含1次)—3次且逗留天数3—5天的24.3%,旅游次数1次(含1次)—3次且逗留天数1—3天的9.2%。从出游频率上来看,出游次数在1次到3次且逗留天数3—5天的比例最高。

#### 3. 出游时间

调查显示,出游时间基本集中在法定节假日,其中十一期间出游逗留天数较长,均为5天;周末短途出游比例在49.2%,且以当天往返的一日游为主,由于时间的限制主要集中在西安市及其周边地区。学龄前儿童的出游时间更多的兼顾父母的休息时间,带孩子寒暑假出游的家庭仅占出游11.3%,原

因为寒暑假期间家长没有较长时间的公休假期,只能利用周末出行。

#### 4. 出游方式及目的

问卷统计结果发现,学龄前儿童出游省内旅游中自驾游为首选方式,占67.2%,因为自驾游的松散性能适应孩子的身体等方面需求,且自由度较高;跨省的国内游以火车为主要交通工具,自由行比例达78%;跨境旅游飞机为主要交通方式且主要是家庭团队旅游。

在出游目的上,42%的家长希望通过亲子旅游促进孩子健康成长,接触外来世界,26%的家长希望通过亲子旅游给孩子足够的快乐,21%的家长希望通过亲子旅游能促进亲子关系,3%的家长希望通过亲子旅游改善孩子的身体健康状况,8%的家长选择了其他目的。

#### 5. 不利于出游的因素

在影响出游因素中,安全、内容符合孩子兴趣、提升亲子关系、假期是前四位因素,所占比例为79%、69.8%、65.4%、57.1%,旅游服务周到、交通便利比重均不高。其中,影响女性家长出游的因素主要是安全、卫生、旅游时间长短,而男性家长关注孩子的兴趣、安全、交通便利。

#### 6. 出游决策

在出游决策上,家庭收入结构、孩子年龄和出游目的地对出游决策均有不同程度的影响。样本统计发现,首先,孩子在3—4岁之间,女性家长在旅游目

的地选择上拥有决策权,而孩子年龄从5岁以后,男性家长的决策权比例开始增加;其次,家庭中收入较多者在出游决策上决定权相对较大;第三,在出游目的地选择上,男性家长普遍喜欢选择冒险、娱乐性强、交通便利的旅游目的地,对线路安排、费用高低、耗时等因素不敏感,女性家长普遍喜欢选择距离近、差异大、安全系数高的旅游目的地,对活动项目的编排、旅游过程的细节比较在意。

#### 7. 出游景点类型

亲子旅游景点的类型主要是田园自然风光、人文古迹、主题公园、休闲娱乐,比例分别为68.9%、54.3%、51.6%、49.3%,国内游几乎不涉及到购物,出境游中,购物比例仅占12.7%。

省内旅游中主要旅游目的地是西安市及其周边、宝鸡市、延安市。其中,西安市旅游景点以自然风光为主的休闲活动和科技馆参观为两大板块,活动类型主要以踏青、户外采摘、爬山戏水、主题公园为主要形式。科技馆选择上陕西科技馆是首选目的地。户外采摘春季以长安区的草莓种植区、白鹿原的樱桃沟,夏季以王莽乡赏荷摘桃区,秋季以户县葡萄种植区为主要目的地。

### (三)西安市学龄前儿童亲子旅游市场行为分析

#### 1. 各经济指标与出游意愿分析

运用SPSS13.0对各社会经济指标与出游意愿进行了卡方 $\chi^2$ 检验,结果如表1。

表1 各社会经济指标对出游意愿的影响

要素	PearsonChi-Square	df	Asymp. Sig. (2-sided)	LikelihoodRatio	相关性
性别	1.021 <sup>a</sup>	1	0.009	1.001	弱相关
年龄	2.053 <sup>a</sup>	4	0.006	2.023	弱相关
月收入	6.337 <sup>a</sup>	4	0.002	6.255	强显著相关
受教育程度	17.957 <sup>a</sup>	7	0.000	17.817	极强显著相关

从表1可以看出,性别、年龄与出游意愿的相关性较低,说明在亲子旅游市场上性别和年龄不是影响出游意愿的主要因素;而受教育程度、月收入均与出游意愿成显著相关性,说明受教育程度越高出游意愿越强烈,月收入越高出游意愿也相对较高。对于月收入与出游意愿的进一步调查发现,制约月收入高出游意愿的主要因素是假期。

#### 2. 影响出游的因素分析

学龄前儿童的亲子旅游活动中,安全问题是家长最为关注的问题,因为安全问题会影响到出游最终决策和出游过程愉悦程度。各旅行社、旅游景区推出的各种适合市场需求的项目内容,或多或少都会出现安全隐患,如西安乐华城过山车骤停。家长在亲子旅游中最关注的就是安全问题,包括行程的

安全、活动内容的安全等。其次,多数家长也希望通过亲子游来帮助孩子开阔眼界,拓展视野,活动内容的选择上尽量符合孩子的兴趣特征,否则孩子不感兴趣,亲子旅游活动难以达到家长和孩子双满意的效果,更谈不上在亲子旅游过程中改进家庭关系的目的。因此,活动内容安排应该丰富多彩,活动内容安排的合理与否直接影响亲子游的愉悦程度。第三,家长假期也是影响出游主要因素。很多家长因为假期无法协调而放弃了亲子旅游,转而以“祖辈+儿童”的形式替代。在样本调查中,发现低学历家庭和高学历家庭相比较,后者在亲子旅游和获得收入的博弈中更愿意花费成本在亲子旅游中,因为低学历家庭在亲子旅游的价值意义方面的认知低于高学历家庭。

### 3. 活动内容分析

家长在选择亲子游景点类型时,多数倾向于山水风光以及人文古迹。近距离的旅游更多选择户外活动,跨省市的远距离旅游更多会倾向于选择旅游目的地标志性的景观。例如,北京市的旅游活动中,近57%的家长带孩子参观天安门、故宫等标志性的景观。

## 三、西安市学龄前儿童亲子旅游市场面临的问题及开发策略

### (一)西安市学龄前儿童亲子旅游市场面临的问题

#### 1. 亲子旅游内容(项目)单一,专业性不足

在样本调查中,我们发现目前市场上的亲子旅游活动内容专业性较弱,除了寒暑假推出的“夏(冬)令营”,很多线路规划可以看作是成人的“迷你版”。很多景点旅行社都是在原有线路上略作改动,儿童专属的几乎没有。活动内容比较局限于户外踏青、科技馆参观等传统项目,适合学龄前儿童生理和心理特点的专属旅游设计存在市场的空白。这就造成了市场的火爆需求和现实市场供给的不对称。专业性不足的第二个体现是专业导游和服务保障不足。市场上尚未出现针对亲子旅游市场服务的专业导游服务机构,很多服务人员不懂得学龄前儿童心理行为特征的基本属性,其服务难以引起儿童的兴趣。在旅游过程中,旅游服务人员还需要有极大的耐心 and 责任感,首先要确保儿童的安全,但现在情况主要依靠家长。

#### 2. 旅游产品时间分布不均衡

就目前西安市亲子旅游市场销售的情况来看,绝大多数的亲子旅游产品只是在寒暑假及六一儿童节期间推出,而针对周末的短途亲子游产品较少,日常销售的常规旅游产品中,几乎找不到亲子旅游产品的身影,这也是很多家庭出游跨过专业机构的原因之一。另外,亲子旅游产品的推出忽视了亲子旅游中家长的时间,调查中很多家长明确表示在寒暑假里家长是没有配套假期的,这一阶段的亲子旅游只能依靠带薪年假来解决。

#### 3. 旅游配套设施不完善

学龄前儿童亲子旅游的标配是“两大一小”或者“两大两小”,对相关的基础设施的要求对比其他群体而言有其特殊性。例如,住宿类产品传统的标准间难以满足这一群体的住宿需求,房间设计上没有童趣设计,市场上暂时也没有该类产品。餐饮类产品同样面临此问题,没有兼顾到儿童餐饮的饮食特点,比如儿童餐椅、儿童餐具配备不足,餐饮花色设计不能吸引儿童等。在景区景点内,母婴设施不健

全等诸多问题都影响到了远途出游。在调查中,很多家庭选择自助游的原因之一就是旅行社提供的产品不能很好兼顾孩子的需求。

#### 4. 亲子旅游过程中父母定位缺失

亲子旅游中父母的角色往往是保姆而非游伴。在样本调查中发现,大多数的父母很少参与到孩子的活动中,在很多方面受制于现有旅游设施的提供,父母难以从照顾孩子的日常事务中脱身。亲子游中父母角色定位缺失其实也反映了亲子游产品结构的不合理,这源于产品开发与设计的不成熟。

### (二)西安市学龄前儿童亲子旅游市场开发策略

1. 旅游企业:抓住产品主题线条,突出亲子,设计符合学龄前儿童生理和心理特征的活动内容

学龄前儿童的求知欲、探索欲强,独立性开始萌发但缺少勇气,容易情绪化,对外在世界的认知充满了好奇,通过观察他人来学习和模仿,初步有了社会交往的倾向。但是,6岁之前的孩子心智尚不成熟,参与旅游决策的机会不多,且这一阶段的孩子对感兴趣的事物会重复进行,这就是户外踏青活动重游率较高的原因之一。因此,要求旅游企业在开发这一阶段的亲子游产品时需要注意宜选择符合这一年龄阶段孩子的兴趣、便于观赏和游览、有一定娱乐设施的景区,带有浓重教育意味的旅游活动是无法吸引这一阶段的孩子的注意力的。也要注意开发具备家长与孩子同玩共乐的游玩品质的产品,要为家庭营造一个良好的亲子氛围。

从产品创意、产品设计到投放市场都应该将儿童需求充分纳入。例如,在广州长隆野生动物园的酒店里,专设有温馨的家庭房,房间里的摆设全部按标准的一家三人设置,简单的装饰中不失可爱动物的部分,大人、小孩都感到非常舒适。在导游服务中可以考虑聘请亲子导师来担任“兼职导游”工作,通过有趣体验式活动提升附加值。餐饮产品多开发适合3—6岁儿童专属的营养餐。

2. 政府管理部门:适应旅游基础服务设施的供给侧改革新要求

加强基础设施建设和配套设施建设,为儿童提供更多更好的娱乐和求知场所,加大儿童在餐饮、交通、门票、住宿上的优惠力度,鼓励儿童外出旅游,建立健全旅游安全保险制度。这一阶段的孩子生活主要依靠父母来完成,亲子游的服务对象不单单是成人还包括儿童,在提供相对应的配套设施时要充分考虑家庭整体需求。旅游管理部门为开发这类产品的旅游企业提供政策环境支持。学龄前的儿童尚未有学习的压力,出游频率相对较高,而多数父母假期制度制约了出游意愿。鼓励相关企事业单位制定相对

弹性的假期制度满足这一家庭结构阶段的出游意愿。

### 3. 旅游交通:完善自驾游接待系统

西安市交通发达,周边不同景区景点分布均衡,早出晚归的自驾游深受家庭推崇。应完善自驾游接待系统,为自驾游家庭提供更加便利的服务,如推出亲子自驾游加油卡、点对点式的自驾游补贴等形式。编制自驾游旅行手册,将全省自驾游景点和交通、加油站、救援等服务电话都囊括在内,发放到高速服务区或入口,供自驾游家庭取阅。

## 四、总结

笔者通过对西安市学龄前儿童的亲子旅游市场行为分析,认为要拓展西安市的亲子旅游市场,以亲子旅游产品供给侧改革为重点,旅游企业要加大市场产品投资的力度,加强市场产品研发的速度,不间断地推出主题鲜明、特色突出、符合学龄前儿童身心特点的产品体系;政府则需要在市场环境营造上,基础设施的改造等方面兼顾这一市场需求,让亲子游家庭真正的“游的放心、游的安心、游的开心”。

### 【参考文献】

- [1] 张磊. 浅谈亲子教育旅游的发展[J]. 今日科苑, 2008(20):9-10.
- [2] 李菊霞,林翔. 亲子游市场若干问题探讨[J]. 企业活力, 2008(12):32-33.
- [3] 刘妍. 我国亲子旅游开发的现状、问题及对策[J]. 科技广场, 2013(11):206-210.

(上接第36页)

4. 头胎是女孩,父母孤独程度高。从侧面反映了父母对子女陪伴的渴望,也说明如今子女对父母的关爱与陪伴不足。所以,除了传统的“以孝为本”观念的深化外,还应加深子女对父母心理需求的关注与了解,采取文化熏陶、实际体验、榜样示范等方式加强子女与父母的联系,从而促进亲子关系的培养,减轻父母的孤独感。

### 【参考文献】

- [1] 李建民. 如何正确理解坚持计划生育的基本国策[J]. 人口与计划生育, 2015(4):31-31.
- [2] Morgan S P and King R B. Why have children in the 21st century? Biological predisposition, social coercion, rational choice [J]. European Journal of Population, 2001,17:3-20.
- [3] 马良,方行明. 独生子女性别会影响父母的二胎生育意愿吗[J]. 人口学刊, 2016(38):17-26.
- [4] May R. The meaning of anxiety[M]. New york:Ronald Press, 1996:76-77.

- [4] 宋书楠,冯明会. 亲子旅游的特征研究——基于去哪儿网和同程旅游的调研报告[J]. 改革与开放, 2015(9):16.
- [5] 骈丽军. 我国亲子旅游产品的问题及对策分析[J]. 中小企业管理与科技, 2015(3):28-30.
- [6] 王书侠,沈洋. 浙江儿童在家庭旅游决策中的影响及分析[J]. 全国商情(理论研究), 2012(10):10-11.
- [7] 何成军,李娴. 亲子旅游市场调查——以成都市为例[J]. 全国商情(理论研究), 2013(6):43-45.
- [8] 马宏丽. 郑州市学前儿童亲子旅游市场现状调查[J]. 中国妇幼保健, 2013(26):4345-4348.
- [9] 陈春燕,李娴. 成都市亲子游产品的设计及促销研究[J]. 经济研究导刊, 2013(21):271-272.
- [10] 谢博卿. 亲子游产品开发的几点思考[J]. 旅游纵览, 2015(4):58.
- [11] 张红丽. 学前儿童研学旅行资源开发与实施——以西安市高校学前儿童研学旅行资源开发与实施为例[J]. 陕西学前师范学院学报, 2017(1):129-132.
- [12] Martinez E, Polo Y. Determining factors in family purchasing behavior: An empirical investigation [J]. Journal of Consumer Marketing, 1999,16(5):461-476.
- [13] Antonie Z. Wives' Involvement in Tourism Decision Processes[J]. Annals of Tourism Research, 1998, 25(4):890-903.
- [14] Kim S & Agrusa J. The positioning of overseas honeymoon destinations [J]. Annals of Tourism Research, 2005(4):887-904.

【责任编辑 朱毅然】

- [5] 朱自贤. 心理学大词典[M]. 北京:北京师范大学出版社, 1989:56.
- [6] 黄海. 大学生孤独感现状及其影响因素的研究[D]. 南昌:江西师范大学, 2004.
- [7] 李亚炜. 父母焦虑与幼儿入园适应关系的研究[D]. 天津:天津师范大学, 2015.
- [8] 陈宏伟. 大学生孤独感与其家庭环境和家庭功能关系研究[D]. 合肥:安徽医科大学, 2013.
- [9] 张亮. 城市居民的二胎生育意愿及影响因素[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2011(5):92-96.
- [10] 任煦,郭芳. “单独二胎”政策下陕西省部分家庭生育意愿及其影响因素调查[J]. 中国社会医学杂志, 2016(1):34-37.
- [11] 曹立新. 刍论家庭环境对子女性格形成的影响[J]. 渭南师范学院学报, 2016(15):42-47.
- [12] 周连福. 生育与相关社会经济因素关系的研究[J]. 人口学刊, 1997(5):58-64.
- [13] 张妍,王瑞芳. 我国“单独二胎”政策下居民生育意愿的调查[J]. 统计与管理, 2015(6):29-30.

【责任编辑 朱毅然】