

Study on College Students' Rural Tourism Decision-Making in Chenggong University Town

Meiqi Zhou, Jinping Lin*, Dan Yang, Zhujun Zhong, Yujie Han

School of Earth Science, Yunnan University, Kunming Yunnan
Email: *linjinp688@163.com

Received: Feb. 22nd, 2020; accepted: Mar. 10th, 2020; published: Mar. 17th, 2020

Abstract

With the advancement of China's urbanization process, more and more residents choose rural areas for leisure, and rural tourism is becoming increasingly prominent in the tourism industry. As a special group of tourists, college students pursue personalized travel experience. Rural tourism, as an ecotourism with low consumption and short time expenditure, has deeply attracted college students. Taking Chenggong university town as the research area, we collected primary data through questionnaire surveys, processed and analyzed effective data by using factor analysis method. The results showed that: (1) The college students' rural tourism decisions in Chenggong university town are influenced by six factors; (2) There are differences in rural tourism decision-making among diverse groups of college students; (3) The rural tourism decisions made by college students in Chenggong university town showed regional differences between inside and outside Yunnan province, and regional differences between urban and rural areas. The research on rural tourism decision-making of Chenggong university town students hopes to provide scientific suggestions for the development of rural tourism in other university towns.

Keywords

Rural Tourism, the Decision-Making of Rural Tourism, College Students, Chenggong University Town

呈贡大学城大学生乡村旅游决策研究

周美岐, 林锦屏*, 杨丹, 钟竺君, 韩雨婕

云南大学地球科学学院, 云南 昆明
Email: *linjinp688@163.com

收稿日期: 2020年2月22日; 录用日期: 2020年3月10日; 发布日期: 2020年3月17日

*通讯作者。

摘要

随着中国城市化进程推进,选择乡村休憩的居民日益增多,乡村旅游在旅游业中的地位日益凸显。大学生作为旅游的特殊群体,追求个性化的旅游体验,乡村旅游作为消费低、时耗短的生态旅游,深深吸引着大学生群体。以呈贡大学城为研究区,通过问卷调查途径获得一手数据,运用因子分析法统计与分析调研数据,结果表明:(1)呈贡大学城的大学生乡村旅游决策受六大因子的影响;(2)不同大学生群体存在乡村旅游决策的差异;(3)呈贡大学城的大学生乡村旅游决策表现出省内外和城乡之间有差异性。研究呈贡大学城大学生乡村旅游决策期盼能为其他大学城发展乡村旅游提供科学性的建议。

关键词

乡村旅游, 旅游决策, 大学生, 呈贡大学城

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

发端于 20 世纪 50 年代的中国乡村旅游,带有浓厚的政治色彩[1]。20 世纪 80 年代末,随着改革开放的持续推进和产业结构的调整,全国各地积极开展乡村旅游活动以带动农村经济发展[2]。1998 年,国家旅游局推出“华夏城乡游”,中国的乡村旅游正式拉开序幕[3]。随后,国家于 2006 年与 2007 年陆续推出“中国乡村游”与“中国和谐城乡游”,大力支持乡村旅游的发展[4]。2018 年,中共中央国务院将乡村旅游作为实现乡村振兴战略的重要领域写入中央一号文件,充分体现了政府对推进乡村旅游工作的高度重视,标志着乡村旅游进入下一个蓬勃发展时期[5]。

2012~2018 年间中国休闲农业与乡村旅游人数不断增加,2015~2017 年间乡村旅游人数占国内旅游人数比重超过 50%,至 2018 年达到 30 亿人,占国内旅游人数的 48.39%。《全国乡村旅游发展监测报告(2019 年上半年)》发布数据显示,2019 年上半年中国乡村旅游人数已达 15.1 亿人,同比增加 10.2%;总收入 0.86 万亿元,同比增加 11.7%。截至 2019 年 6 月底,全国乡村旅游就业总人数 886 万人,同比增加 7.6%。乡村旅游作为旅游业的重要组成部分,中国的乡村地区具有美丽的田园风光、悠久的农耕文化与多彩的民风民俗[6]。乡村旅游推销的核心与众不同的卖点在于其“乡村性”[7]。乡村旅游的出现与发展为大学生提供了新型的旅游休闲形式,大学生可以在体验中放松,在新奇中学习,在交流中交友,在参与中成长,是一种健康的休闲方式,有助于大学生身心的全面发展[8]。就其他旅游方式而言,乡村旅游具有消费水平低、往返距离短的特点,与大学生收入、休闲时间碎片化的状况相匹配。当代大学生与一般的乡村旅游者相比,具有文化程度高、求知欲强等特性,且旅游时间更充沛,更灵活[9]。鉴于此,本文通过研究昆明市呈贡大学城大学生乡村旅游决策,期盼能为乡村旅游经营者提供可操作性的建议,也有助于为大学生提供更好的乡村旅游体验,促进呈贡大学城周边乡村旅游的蓬勃发展,为中国广大乡村地区旅游可持续发展提供具有一定科学依据的建议。

2. 研究区概况

呈贡大学城地处昆明市呈贡区吴家营街道南部,坐落于吴家营、朗家营、缪家营自然村地界内,总

占地面积约为 43.15 平方公里,距昆明市区约 25 公里,拥有高铁、地铁、公交等多种交通工具,交通设施完善,交通可达性较强。截至 2019 年,共有云南大学、昆明理工大学、云南师范大学、云南民族大学、昆明医科大学、云南中医学院与云南艺术学院 7 所本科院校以及云南开放大学与云南交通职业技术学院 2 所职业院校入驻呈贡大学城,在校学生人数达到 15 万人左右,庞大的大学生群体是乡村旅游的重要客源市场[10]。

昆明拥有丰富的气候旅游资源,夏无酷暑,冬无严寒,既是避暑旅游地,又是避寒旅游地,全年可开展多样的旅游活动。呈贡大学城紧邻乡村地区,且大学城周边分布着规模不等的商业街、美食街和农家乐,为乡村旅游带来了大规模的集聚效应,丰富了乡村的发展模式。呈贡大学城周边的乡村地区后备土地资源充足,大面积种植花卉、蔬果等,为开展乡村旅游提供了物质基础。

3. 数据来源与研究方法

3.1. 数据来源

本研究以昆明市呈贡大学城的本科生、专科生与研究生为调查对象,采用问卷调查法对九所高校的大学生群体进行抽样调查。在结合相关理论与在呈贡大学城进行实地调研的基础上,设计了大学生乡村旅游决策影响因素研究调查问卷。问卷共分为两部分,第一部分为被调查者基本信息,包括被调查者的性别、年龄、年级、月基本生活费、家庭居住地情况、年平均参与乡村旅游次数以及进行乡村旅游时的出游形式;第二部分为乡村旅游决策的影响因素,通过对文献资料及访谈结果的整理,梳理出 26 个乡村旅游决策的影响要素。利用李克特量表的形式设置问卷,按“几乎没影响、影响较小、影响一般、影响较大、影响非常大”分别赋予“1、2、3、4、5”分。

通过网络与实地两种途径发放问卷,经过为期一周的问卷收集工作,回收样本 230 份,剔除无效问卷 26 份,共获得有效问卷为 204 份,有效问卷回收率为 88.70%。

3.2. 因子分析

因子分析法是指通过少数几个综合指标反映众多复杂指标信息的多元统计分析方法,是主成分分析法的扩展。该方法是据相关性大小,对具有相关性的原始变量进行分解,在众多变量中找出隐藏的具有代表性的因子,将相同本质的变量归入一个因子,从而减少变量的数目,化简数据,使各因子变量具有可解释性,但在计算因子得分时,该方法采用的是最小二乘法,可能会在一些情况下失效[11]。因子分析法将原始变量分解为两部分——公共因子和特殊因子,公共因子用来解释原始变量之间的关系,特殊因子则是某个变量独自具有的因素,公共因子比原始变量少且具有代表性,从而对其降维,简化了分析原始变量的难度。但是,因子分析方法作为数学统计分析方法的一种,仅凭因子分析结果来反映原始变量之间的关系不足以说明问题,紧紧围绕所研究领域进行结果分析才有科学意义。由于本研究对呈贡大学城大学生乡村旅游决策评价体系各指标之间存在相关性,因此可以根据相关性的大小把乡村旅游决策影响因子进行分组,以简化评价指标,最终提取的公共因子能从一定程度反映原始指标的信息,结合乡村旅游理论进行了分析。

运用 SPSS 22.0 软件对问卷调查数据进行可靠性检验与标准化处理,选用最大方差正交旋转法,进行因子分析。

4. 数据分析

4.1. 数据的信效度检验

调查问卷回收后,运用 SPSS 22.0 对测量量表进行可靠性检验,Cronbach's α 值为 0.951,说明量表具有较好的内部一致性。KMO 值为 0.923,Bartlett 球形度检验的近似卡方值显著性概率 Sig. = 0.000 < 0.05,达到显著水平,说明量表具有较好的效度(如表 1 所示)。

Table 1. The reliability and validity test of the questionnaire**表 1.** 问卷的信效度检验

Cronbach's α	项目数	KMO 值	Bartlett 的球形度检验		
			近似卡方	Df	Sig.
0.951	26	0.923	3319.288	253	0.000

4.2. 样本的人口学特征

样本人口统计学是分析旅游者基本特征的重要工具。大学生乡村旅游者的人口学统计基本特征如表 2。从性别上看,被调查者的男女比例分别为 45.1%与 54.9%,女性样本多于男性样本,但两者之间的差距并不显著,整体上看,男女比例相对均衡;从被调查者的年龄上看,本次调查的样本涵盖了大学城各个年龄段的大学生,22 岁的样本最多,占样本总量的 25.5%,25 岁及以上的样本量较少,仅占样本总量的 4.0%;从受教育层次上看,本科生为本次调查的主体,占样本总量的 63.7%,其次是专科生,其样本比重为 22.1%,而研究生的样本量与前两者相比较少,仅占样本总量的 14.2%;从月基本生活费分布上看,大多数呈贡大学城学生的月生活费集中在 1000 至 1500 元的区段;从被调查者的家庭居住情况上看,居住在云南省内城市的样本量占 15.7%、云南省内乡村的样本量占 38.2%,外省城市的样本量占 31.4%,外省乡村的样本量占 14.7%。综合上述,本次调查样本不仅覆盖面广泛,并且具有很强的代表性。

Table 2. Demographic characteristics of the sample**表 2.** 样本人口学特征统计

年龄	18 岁	19 岁	20 岁	21 岁	22 岁	23 岁	24 岁	25 岁及以上
人数/人	20	32	27	34	52	18	13	8
比例/%	9.8%	15.7%	13.2%	16.7%	25.5%	8.8%	6.4%	4.0%
月基本生活费(M)/元	[0, 1000]		[1000, 1500]		[1500, 2000]		[2000, +∞]	
人数/人	46		111		28		19	
比例/%	22.5%		54.4%		13.7%		9.3%	
家庭居住地	云南省内城市		云南省内乡村		外省城市		外省乡村	
人数/人	32		78		64		30	
比例/%	15.7%		38.2%		31.4%		14.7%	
教育程度	专科生		本科生				研究生	
人数/人	45		130				29	
比例/%	22.1%		63.7%				14.2%	
性别			男				女	
人数/人			92				112	
比例/%			45.1%				54.9%	

4.3. 乡村旅游特征分析

从乡村旅游次数与出游形式两方面对乡村旅游特征进行分析,统计数据如表 3。从乡村旅游次数上

看,参与调查的大学生年均参与乡村旅游的次数为1~2次的样本数为111,占样本总量的54.5%,年均参与乡村旅游次数为0次的样本数也达到67,占总样本的32.8%。这说明乡村旅游对大学生有一定的吸引力,大学生群体有乡村旅游的需求,有意愿参与乡村旅游活动;另一方面,乡村旅游市场的覆盖率还有提升的空间,乡村旅游的大学生市场还有较大的发展潜力。

Table 3. Statistical table of the annual number of rural tourism participation and travel forms
表 3. 年均参与乡村旅游次数与出游形式统计表

类别	样本分类	样本数/人	比重/%
年均参与乡村旅游次数	0次	67	32.8%
	1~2次	111	54.4%
	3~4次	17	8.3%
	5次以上	9	4.4%
乡村旅游的出游形式	独自出游	37	18.1%
	与家人出游	111	54.4%
	与朋友出游	139	68.1%
	社团组织	16	7.8%
	班级组织	31	15.2%
	其他	41	20.1%

从被调查者的乡村旅游出游形式上看,主要以群体出游为主,其中与家人出游和与朋友出游的形式所占的比重偏大,其比重分别为54.4%与68.1%。选择独自出游的大学生较少,仅占18.1%。由以上的统计数据可得知,乡村旅游是一个团体性较强的旅游活动,人们可以通过乡村旅游加强情感的交流,拉近人与人之间的距离。然而,从统计结果获悉,通过社团组织与班级组织参与乡村旅游的情况较少,其比重只有7.8%与15.2%。作为能轻松召集大量学生的班级与社团,是乡村旅游大学生市场不可忽视的客户源,拥有极大的开发潜力。因此,在未来的乡村旅游的开展中,需多关注班级与社团的需求,建立针对性的营销模式,大力吸引其参与乡村旅游。

5. 乡村旅游决策影响因子分析

5.1. 探索性因子分析

据204份有效问卷的数据特征,选用最大方差正交旋转法,保留特征根大于1的因子,进行探索性因子分析。剔除不集中于某一维度、因子载荷低于0.5的观测题项,保留26个观测题项。旋转得到6个公因子,其累计方差贡献率75.513%,超过50%的标准。根据观测题项测试内容及旋转后各观测题项的聚集情况,对公因子进行命名(表4)。第一个公因子解释8个观测题项,命名为乡村旅游接待条件;第二个公因子解释5个观测题项,命名为乡村特色;第三个公因子解释3个观测题项,命名为旅游地的消费;第四个公因子解释3个观测题项,命名为大学城与旅游地间的交通条件;第五个公因子解释2个观测题项,命名为个人喜好;第六个公因子解释2个观测题项,命名为宣传方式。各变量在其主成分上载荷绝对值在0.541~0.883,说明各观测题项聚敛度较好。

Table 4. Factor rotation load matrix
表 4. 因子旋转载荷矩阵

变量	1	2	3	4	5	6
卫生设施	0.840	0.134	0.075	0.189	0.199	0.142
住宿设施	0.828	0.123	0.092	0.177	0.259	0.125
安保设施(如围栏、摄像头等)	0.794	0.121	0.208	0.082	0.203	0.085
乡村及周边地区的整体治安状况	0.790	0.141	0.178	0.179	0.214	0.107
服务水平	0.762	0.233	0.138	0.037	0.196	0.187
通讯设施	0.755	0.204	0.226	0.263	0.152	-0.004
道路设施	0.752	0.098	0.185	0.214	0.012	0.122
休闲娱乐设施	0.686	0.251	0.098	0.211	-0.101	0.042
村落建筑景观	0.260	0.746	0.136	0.174	0.195	0.204
乡土民俗活动	0.237	0.719	0.110	0.225	0.08	0.127
乡村自然风光	0.139	0.712	0.152	0.041	0.381	0.349
采摘农事活动	0.085	0.663	0.375	-0.027	0.082	-0.154
特色饮食文化	0.456	0.541	0.019	0.202	0.065	0.334
旅游商品价格(手工艺品、农特产品等)	0.151	0.181	0.821	0.150	0.217	0.086
消费水平	0.251	0.182	0.779	0.262	0.123	0.169
餐饮价格	0.390	0.240	0.694	0.292	0.065	0.121
大学城到乡村的时间花费	0.253	0.181	0.226	0.801	0.081	0.096
交通费用	0.302	0.201	0.362	0.715	0.122	0.063

5.2. 结果分析

经过计算, 乡村旅游接待条件因子的平均值为 3.79; 乡村特色因子的平均值为 3.48; 旅游地消费因子的平均值为 3.37; 大学城与旅游地之间的交通条件因子的平均值为 3.67; 个人喜好因子的平均值为 3.71; 宣传方式因子的平均值为 3.15。

从各因子的平均值可以看出, 影响呈贡大学城内大学生乡村旅游决策的最重要因素是乡村旅游接待条件, 紧随其后的是大学生的个人喜好。宣传方式对大学生乡村旅游决策的影响最小, 其次为旅游地的消费水平。此外, 大学城与旅游地之间的交通条件对大学生乡村旅游决策行为有着比较重要的影响, 排在所有影响因子中的第 3 位, 而乡村特色排在第 4 位。

5.3. 人口学特征与影响因子的耦合分析

对表 5 进行横向分析结果显示, “乡村旅游接待条件”、“大学城与旅游地之间的交通条件”与“个人喜好”一直是影响呈贡大学城内大学生乡村旅游决策的前 3 项主要因子。继而, 对表 5 进行纵向分析:

在性别层面, 女生比男生更重视乡村旅游接待条件、乡村特色、旅游地消费、大学城与旅游地之间的交通条件。对所有影响因子进行程度分析得知, 对女生的影响程度大于男生。

在学历层面, 乡村旅游接待条件、大学城与旅游地之间的交通条件和个人喜好对本科生的乡村旅游决策影响较大, 其余因子对研究生的决策行为影响较大。综合所有因子的影响程度进行分析, 受其影响从大到小分别是: 研究生, 本科生, 专科生。

Table 5. Sample demographic characteristics * impact factor table
表 5. 样本人口学特征*影响因子表

项目	分类	乡村旅游接待条件	乡村特色	旅游地消费	大学城与旅游地之间的交通条件	个人喜好	宣传方式	总值
性别	男	3.73	3.37	3.28	3.61	3.72	3.11	20.82
	女	3.84	3.56	3.46	3.72	3.71	3.19	21.48
学历	专科生	3.48	3.49	3.27	3.41	3.56	2.63	19.84
	本科生	3.89	3.45	3.36	3.76	3.78	3.28	21.52
	研究生	3.80	3.56	3.57	3.68	3.64	3.41	21.66
月基本生活费(M)/元	[0, 1000]	3.60	3.39	3.46	3.74	3.78	3.05	21.02
	[1000, 1500]	3.72	3.55	3.41	3.61	3.68	3.15	21.12
	[1500, 2000]	4.16	3.59	3.36	3.75	3.82	3.23	21.91
	[2000, +∞]	4.12	3.07	2.96	3.72	3.53	3.32	20.72
家庭居住地情况	云南省内城市	3.7	3.49	3.32	3.53	3.7	3.09	20.83
	云南省内乡村	3.55	3.52	3.44	3.64	3.67	2.98	20.80
	外省城市	4.04	3.30	3.17	3.68	3.61	3.24	21.04
	外省乡村	3.96	3.73	3.69	3.88	4.05	3.48	22.79

在月基本生活费层面,个人喜好、乡村特色、大学城与旅游地之间的交通条件与乡村旅游接待条件对月基本生活费(M)为 1500 元 $< M \leq 2000$ 元的大学生的乡村旅游决策影响最大。旅游地消费因子、宣传方式因子分别对月基本生活费(M)为 0 元 $\leq M \leq 1000$ 元、 $M \geq 2000$ 元的学生影响较大。综合所有因子的影响程度,受其影响从大到小分别是:月基本生活费(M)为 1500 元 $< M \leq 2000$ 元的学生、1000 元 $< M \leq 1500$ 元的学生、 $M \geq 2000$ 元的学生与 0 元 $\leq M \leq 1000$ 元的学生。

在家庭居住地情况层面,乡村旅游接待条件、大学城与旅游地之间的交通条件与宣传方式对家住外省的城乡大学生乡村旅游决策影响较大。乡村特色与旅游地消费对家住省内农村的大学生决策影响较大。个人喜好因子则对家住外省乡村的大学生的决策影响最大,而对家住外省城市的大学生影响最小。综合所有因子的影响程度,受其影响从大到小分别是:家住外省乡村的大学生、外省城市的大学生、云南省内城市的大学生与云南省内乡村的大学生。

6. 结论与讨论

6.1. 结论

本文在总结前人研究成果的基础上,结合昆明市呈贡大学城的实际情况,设计调查问卷获取相关数据。通过因子分析法,得出影响大学生的乡村旅游决策影响因子,并通过计算其平均值,分析影响程度。最后,对样本的人口学基本特征与调研得出的影响因子进行耦合分析,结论如下:

1) 经过反复多次对不同旅游决策影响因子进行全面深入的研究得出,影响呈贡大学城大学生乡村旅游决策的六大因子为“乡村旅游接待条件”、“乡村特色”、“旅游地的消费”、“大学城与旅游地间的交通条件”、“个人喜好”与“宣传方式”。

2) 各因素对大学生旅游决策的影响程度不同,其中“乡村旅游接待条件”、“个人喜好”与“大学

城与旅游地之间的交通条件”，是影响大学生乡村旅游决策的主要因子。而“乡村特色”、“旅游地消费”与“宣传方式”对大学生影响程度较小。

3) 不同性别、不同学历、不同月基本生活费、不同家庭居住地的大学生受不同因子的影响程度也不一样。综合所有的影响因子，发现受影响程度相对较大的群体是：女生群体、研究生群体、月基本生活费(M)为 1500 元 $< M \leq 2000$ 元的学生群体与家住外省乡村的大学生群体。

4) 乡村旅游决策的各影响因子对在不同的地理环境下成长的大学生的影响程度有所不同，且主要体现在省内与省外，乡村与城市之间。外省的大学生更关注乡村旅游接待条件、大学城与旅游地之间的交通条件与宣传方式。家住乡村的大学生比家住城市的大学生更关注乡村特色与旅游地消费情况。

6.2. 讨论

基于因子分析法对呈贡大学城大学生的乡村旅游决策进行分析，在一定程度上能够说明大学生群体进行乡村旅游决策的普遍性特征。乡村旅游地应尝试尽可能更多了解旅游活动的主体——旅游者(大学生)的需求，切实有效的提供服务，提升乡村旅游的亮点，来吸引大学生参与乡村旅游活动。乡村社区应重视服务系统硬件设施的配备条件，特别是安全、卫生与通讯等设施，为乡村旅游者提供安全、卫生、舒适的旅游环境。

由于呈贡大学城地理位置相对偏僻，前往乡村旅游目的地的交通便捷度低，且大学生大多只能通过多次换乘公共交通工具才能到达旅游目的地。所以乡村旅游地应大力改善其交通条件，并合理设置旅游交通路线，提高交通便捷度，打造良好游客体验感受。一方面，应优化中小尺度的交通建设，即基于昆明市交通路线网络和各地地理位置特点，设计专门的旅游路线，打造旅游大巴等专门交通工具，缩短呈贡大学城与乡村旅游地之间的交通时间；另一方面，应打造微观、小尺度的特色内部交通，如在各乡村旅游地的景区景点之间规划设计特色交通方式，例如，索道、畜力车、骑马、游轮等特种交通。在宣传方式上，“朋友与同学的口碑推荐”影响力远远大于“网络、传单、广播等宣传”，所以旅游地应致力于树立好的口碑，通过“客人带客人”的形式吸引大学生游客。

在乡村旅游发展的浪潮中，乡村旅游地之间竞争日益加剧，只有凸显乡村特色文化的乡村旅游才能脱颖而出，各乡村旅游地应因地制宜，根据当地旅游资源提升“乡村特色因子”，特别是“特色饮食文化”。旅游地在保护乡村生态环境的前提下可通过调整餐饮营销方案，推出更多符合大学生消费水平的食品。

基金项目

“老年人群消费需求驱动下冬季避寒旅游地生态适宜度研究”国家自然科学基金(41561031)。

参考文献

- [1] 章怡. 乡村旅游发展趋势探讨——以阳朔乡村旅游为例[J]. 商情(科学教育家), 2007(4): 118-119.
- [2] 郭焕成, 韩非. 中国乡村旅游发展综述[J]. 地理科学进展, 2010, 29(12): 1597-1605.
- [3] 王峰, 王勇. 浅析“生态农业旅游”的正名[J]. 安徽农业科学, 2010, 38(5): 2673-2677.
- [4] 熊大寻. 一句话招来 13 亿人, 旅游形象口号的核心秘诀! [EB/OL]. <http://www.chinavalue.net/Biz/Blog/2018-5-2/1527507.aspx>, 2018-05-02.
- [5] 中国旅游报. 中央一号文件引领乡村旅游步入新时代[EB/OL]. http://www.cnta.gov.cn/xxfb/jdxwnew2/201802/t20180206_855846.shtml, 2018-02-06.
- [6] 陈如霞. 乡村旅游中农耕文化的利用探究[J]. 旅游纵览(下半月), 2019(4): 171-172.
- [7] 何景明, 李丽华. 关于乡村旅游概念的探讨[J]. 西南师范大学学报, 2002, 28(5): 125-128.

- [8] 李玲. 浅析大学生与乡村旅游[J]. 环球人文地理, 2014(11): 117-120.
- [9] 张浩, 董月宝, 胡静, 等. 大学生旅游市场影响因素分析[J]. 速读(下旬), 2017(5): 66-67.
- [10] 刘春林. 昆明市呈贡大学城周边“农家乐”休闲旅游开发的 SWOT 分析[J]. 安徽农业科学, 2017, 45(2): 191-192+247.
- [11] 何晓群. 多元统计分析[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2004.