

学校编码：10384

分类号_____密级

学号：17820121151171

UDC

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

**厦门市体检旅游者消费行为研究
——以某专业体检中心为例**

**A Research on the Consuming Behavior of Physical
Examination Tourists at a Professional Center in Xiamen**

王淑燕

指导教师姓名：张进福 副教授

专 业 名 称：旅游管理 (MTA)

论文提交日期：2017 年 5 月

论文答辩时间：2017 年 5 月

学位授予日期：2017 年 6 月

答辩委员会主席：

评 阅 人：

2017 年 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为()课题(组)的研究成果，获得()课题(组)经费或实验室的资助，在()实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘 要

随着居民经济收入的提升,传统的体检服务已经不能满足消费者深层次的需求,催生了体检旅游产业。消费者不断追求健康检查与旅游需求的双重满足,且需求量在不断增长。厦门作为一个旅游大城市和区域性医疗服务中心,具有丰富的旅游资源和提供体检旅游的服务能力,但其体检旅游产业发展水平仍相对落后。因此,在国内外都缺乏对体检旅游消费者需求及消费行为等详实分析的情形下,有必要加强对体检旅游产业的调查与研究,以帮助厦门提升与推广体检旅游业。

基于上述,本文通过综合国内外研究,对医疗旅游、体检旅游以及体检旅游消费行为等概念进行了界定,以某专业体检中心的消费群体——体检旅游者为对象;以消费者心理影响理论、消费者需求层次理论、消费者决策——行为理论等相关理论为依据,利用文献检索法、实地调研走访以及问卷调查法,调查体检旅游者的特征,分析该群体的消费需求和消费行为。从而把握厦门体检旅游产业的发展趋势,丰富体检旅游的理论内涵;同时为正在寻求通过旅游业与医疗业相互融合渗透发展,实现产业转型升级的人员提供有益借鉴;为政府制定有关行业的扶持及推广政策做参考依据。本文,通过对体检旅游者特征及消费行为研究分析。主要有如下的结论:

体检旅游目前没有真正进入大众消费阶段,客户群体主要是高福利的工薪阶层;体检旅游往往是消费者在基本需求得到满足之后,所注重的一种更高层次的、更深层次的生理、心理双重需求,同时目标群体的需求主要受薪酬福利等多因素影响;体检旅游的出游动机主要表现在对健康检查服务的渴望与追求;在决策——行为中,体检旅游者在所表现的各种感知与态度受“圈子口碑”的影响大;在消费体验行为中,体检旅游主要利用周末赴异地接受健康检查服务,同时进行度假活动,体现出了近距离出行,逗留时间短,亲子游居多,食宿花费最多的消费行为习惯;从消费评价行为角度来看,重购意向、推荐意向都较高,且与健康检查满意度成正相关。

关键词: 体检旅游; 消费者特征; 消费行为

ABSTRACT

With the improvement of the residents' economic income, the traditional physical examination service has been unable to meet the deep-seated needs of consumers, gave birth to the medical tourism industry. Consumer continue to pursue on the dual needs of physical examination and tourism, and people with such needs are expanding. As a tourist city and regional medical service center, Xiamen has a wealth of tourism resources and the provision of physical education services, but its physical examination tourism industry is still relatively backward level of development. Therefore, at home and abroad the research present status of physical examination tourism is lacking, especially research on consumer demand and consuming behavior. It is necessary to strengthen the investigation and research on the tourism industry, to help Xiamen to enhance and promote physical examination tourism.

Based on the above, this paper defines the concept of medical tourism, physical examination tourism and medical tourism consumption behavior through comprehensive domestic and foreign research, and takes the consumer groups of the professional medical center as the object. The consumer psychology influence theory, Consumer demand level theory, consumer decision-making theory and other related theories as the basis, using the literature search method, field research visits and questionnaire survey, to investigate the characteristics of physical examination tourists, analysis of the group's consumer demand and consuming behavior. So as to grasp the development trend of Xiamen physical examination tourism industry, enrich the theoretical connotation of medical tourism; at the same time to seek through the tourism industry and the medical industry integration of infiltration and development, to achieve industrial transformation and upgrading of personnel to provide useful reference for the government to develop relevant industry support and Promotion policy to do reference. In this paper, through the study of the characteristics of tourists and consumer behavior analysis. There are the following conclusions:

Physical examination tourism is not really into the mass consumption stage, the customer group is mainly high welfare working class; physical examination tourism is

often the basic needs of consumers to be met, the focus on a higher level, a deeper level of physical and psychological dual Demand, while the needs of the target groups are mainly affected by the pay and benefits and other factors; physical examination tourists travel out of the main performance of the health inspection services in the desire and the pursuit. In decision-making, various senses and attitudes are influenced by "Circle word of mouth"; in actual consumption, people mainly use the weekend to go to offsite on vacation, at the same time to participate in physical examination; reflecting the following consumption habits: short-term travel, short-time stay, parent-child travel accounts for a large proportion. From the perspective of evaluation behavior, the intention to repurchase and recommended intentions are higher, and positively correlated with satisfaction of physical examination.

Keywords: Healthy Physical Examination Tourism; Consumer Characteristics; Consuming Behavior

目 录

摘 要.....	III
ABSTRACT.....	IV
第一章 绪 论	1
第一节 研究背景	1
第二节 研究目的与意义	2
一、研究目的.....	2
二、研究意义.....	3
第三节 研究思路与内容	4
第四节 研究方法	6
第五节 研究创新	7
第二章 概述	8
第一节 概念界定	8
一、医疗旅游.....	8
二、体检旅游.....	8
三、体检旅游者.....	9
四、“体检旅游”消费行为.....	9
第二节 文献综述	10
一、国外研究现状.....	10
二、国内研究现状.....	14
三、文献评述.....	17
第三节 国内外主要体检旅游地分析	18
一、国外主要体检旅游地分析.....	18
二、国内主要体检旅游地分析.....	19
第四节 厦门市体检旅游发展潜力分析	21
第三章 理论基础及分析模型	25
第一节 理论基础	25
一、体检旅游需求理论.....	25

二、消费者心理影响理论.....	25
三、消费者决策——行为过程理论.....	26
第二节 分析模型.....	28
第四章 方案设计与数据统计.....	31
一、收集资料.....	31
二、研究问卷方案.....	31
三、初步设计问卷.....	32
四、完善问卷.....	32
五、问卷的预调研.....	32
六、问卷的发放和填写.....	34
第五章 体检旅游者人口统计特征及消费需求分析.....	35
第一节 消费者人口统计特征分析.....	35
一、性别.....	35
二、年龄.....	36
三、文化程度.....	36
四、职业.....	37
五、家庭结构.....	38
六、收入水平.....	39
第二节 消费者需求分析.....	40
一、需求源点分布.....	40
二、需求潜力容量.....	41
第三节 小结.....	42
第六章 体检旅游者消费行为分析.....	44
第一节 消费者动机分析.....	44
第二节 体检消费行为分析.....	48
一、决策行为.....	49
二、体验行为.....	52
第三节 旅游消费行为分析.....	56
一、决策行为.....	57

二、体验行为.....	59
第四节 消费评价行为分析.....	65
一、满意度分析.....	65
二、相关性分析.....	71
第五节 小 结.....	73
第七章 结 论.....	75
第一节 研究结论.....	75
第二节 建议 and 对策.....	77
第三节 研究不足.....	79
参考文献.....	81
致 谢.....	85
附录一 体检旅游消费调查问卷.....	86

Content

Chapter I.Introduction.....	1
Section 1. Research background	1
Section 2. Research Purpose and Significance	2
Section 3. Research route and contents.....	4
Section 4. Research Methods.....	6
Section 5. Innovation.....	7
Chapter 2.Summary.....	8
Section 1. Concept Definition.....	8
Section 2. Literature Review.....	10
Section 3. Development status at home and abroad.....	18
Section 4. The development potential of Xiamen.....	21
Chapter 3.Theoretical Basis & Model.....	25
Section 1. Theoretical basis.....	25
Section 2. Research Research model.....	28
Chapter 4.Questionnaire Design	31
Chapter 5.Analysis on Demographic Characteristics and Consumer Demand....	35
Section 1. Analysis on Demographic Characteristics of Consumers.....	35
Section 2. Analysis on Consumer Demand.....	40
Section 3. Summary.....	42
Chapter 6.Analysis ON Consuming behaviour	44
Section 1. Consumption Motivation.....	44
Section 2. Consuming Behavior of Physical Examination.....	48
Section 3. Consuming Behavior of Tourism.....	56
Section 4. Evaluation	65
Section 5. Summary.....	73
Chapter 7.Conclusion.....	75
Reference.....	81
Acknowledgements.....	85
Appendix I.....	86

第一章 绪论

第一节 研究背景

为了适应经济发展新常态，大力发展现代服务业，推进城市产业转型升级，已成城市发展共识。其中，旅游业是现代服务业的重要组成部分，并且发展成为闪光点，是厦门经济和社会发展的支柱产业。在消费者需求层面，旅游需求随着社会发展和人们观念的改变正发生着日新月异的变化，在世界创新性的旅游项目中，最引人注目的是包括体检旅游在内的医疗旅游。在国际发展实践中，医疗旅游产业不仅能产生巨大的经济效益，而且能拉动目的地周边大量的行业，使其协同发展，促进共同进步，使得国际上各类具备资源优势的国家都相继抢占先机、抢滩医疗旅游的市场。医疗旅游作为将旅游和健康服务结合起来的一种新型旅游形式，发展势头迅猛，据麦肯锡公司预测，国际医疗旅游产值将保持 20% 以上的年增长速度。

2016 年 10 月，国务院办公厅发布《“健康中国 2030”规划纲要》^[1]，提出发展健康产业，加强供给侧结构性改革，支持发展健康医疗旅游等健康服务新业态，积极发展健身休闲运动产业，提升医药产业发展水平，不断满足群众日益增长的多层次多样化健康需求。旅游、文化、体育、健康、养老被称为五大幸福产业，与人们的生活品质息息相关。随着人们健康观念的加强，健康产业旅游业融合发展的模式从小众化市场走向更多人的视野，成为旅游市场的新宠。

随着国内生活水平提高，富裕群体逐渐增多，对于能够在同个时间段内，享受健康检查与旅游双重满足的消费需求不断增长。我国医疗旅游产业发展相对比较缓慢，在广义的医疗旅游市场上开展医疗旅游没有太多优势，使得我国参加境外医疗旅游消费的数量已经日益增长，目的地国涉及欧美、韩国、日本等，项目涉及异地就诊询医、异地健康检查、癌症筛查、慢病管理、异地康复疗养服务、美容抗衰老以及海外生子等。

一边是异地旅游与体检需求的正日益盛行，另一半是我国区域医疗水平发展严重不平衡，正是这一矛盾给国内一些发达城市提供了发展体检旅游的契机。厦门市作为我国经济特区，经济社会发展水平极高；旅游业已经成为厦门市的支柱

产业，每年外来探亲、旅游、度假人数不断增多；同时还是区域性医疗服务中心。总体而言，厦门市已经具备发展体检旅游的条件。在厦门推广体检旅游，可为厦门地区整体的健康管理产业进一步发展提供动力，同时使地区旅游业发展再上新台阶。然而，厦门市体检旅游的发展尚处于起步阶段，体系尚未形成。如今国内各城市都对健康体检旅游产业虎视眈眈，如何在同业竞争中找准定位、保持核心竞争力、发扬长处、宣传优势，使厦门市体检旅游在现有基础上得到更进一步的发展，是需要政府、从业人员、学术界共同认真推敲琢磨的问题。

研究体检旅游者消费行为是进一步发展体检旅游产业相互效益的重要研究课题。鉴于研究该课题具有重大的意义及现有研究的缺乏，所以提出本研究。

第二节 研究目的与意义

一、研究目的

体检旅游是近几年新兴的旅游产品，并逐渐在国内外旅游城市得以发展，其中包括厦门市。厦门市地处闽南“金三角”（厦漳泉）的经济中心，首先医疗服务体系在区域内相对完善，加上交通发达，目前厦门已成为周边县市居民（包括泉州、漳州等）追求更高品质健康检查服务的首选目的地；其次，厦门作为一座著名的国际港口风景旅游城市，旅游资源丰富，也吸引了大量周边县市居民节假日进行短线旅游。近年来，利用周末时间，赴厦门做一次体检，顺便进行游玩活动的现象，日渐兴起。除此之外，厦门面对台湾、东南亚，拥有大量的国内外游客，其中部分游客也为寻求体检服务而来，或因价格低廉或因台式服务等。总体而言具备了发展体检旅游的硬件基础和市场空间。但是，相比于发达旅游城市，厦门市的体检旅游产业发展仍是比较滞后，因此有必要加强对厦门市的体检旅游研究。

本文研究目的在于：

（一）通过调查了解体检旅游者人口特征和分布，分析厦门市体检旅游消费群体的构成与特征，进而帮助体检旅游相关企业进行更精准的市场细分与定位，跳出红海、创造蓝海，以及制订更全面的经营管理战略和更有针对性的营销策略。

（二）通过分析体检旅游在体检消费、旅游消费的行为过程以及满意度分析，

把握体检旅游者的消费影响因素、习惯以及偏好，帮助体检服务商以及旅游主管部门找到新的商业模式或改进体检旅游现有商业模式的突破口，做好有针对性的“供给侧改革”，在当前激烈的旅游市场竞争下中立于不败之地。

(三) 通过消费者需求及体检旅游市场前景分析，帮助厦门开发体检者的旅游消费潜力，甚至是旅游者的体检潜力，将大量外地体检者转换成体检旅游消费者，以迎合追求身心双重健康、享受健康的“疗养游”发展趋势，并通过“体检+旅游”的跨界融合，促进厦门市旅游产业的转型升级。

二、研究意义

(一) 理论意义

体检旅游是随着消费需求不断升级变化产生的，是旅游业与体检服务业的融合渗透发展，发展时间并不长，是一种新型的旅游形式，其基础理论研究不仅少而且还处于比较粗浅、零散且混乱的状态。本文是对体检旅游进行系统探讨的初步性尝试，也想借此为我国体检旅游的发展略尽微薄之力，并为研究的进一步深入建立平台。

一是通过大量的文献阅读，本文比较分析了不同学者对体检旅游概念的界定，在前人研究的此基础上将旅游新形式“体检旅游”的现象渗透到内涵界定之中；

二是揭示了厦门市体检旅游者人口学基本特征和消费规律。进一步丰富、完善了体检旅游者消费需求的理论和方法，具有一定的理论意义。

三是丰富了体检旅游作为一种消费行为的理论意义。体检旅游作为一种新型消费活动，正逐步接受市场的检验与认可，本研究从消费者特征及消费行为角度探讨体检旅游深层次的理论。

(二) 现实意义

首先，从消费经济学的角度看，体检旅游是创新性消费模式，实现体检和旅游的无缝整合，扩展了传统产业链，并具有很强关联产业带动性，能够为目的地带来巨大经济收益和就业容量。随着大健康产业的不断发展，体检旅游的品质受到越来越多的关注，从而将产业的研究重点提升到消费者中来。只有准确熟悉体检旅游消费行为，准确把握消费动机、偏好等内在的心理因素，以及分析研究影

响他们消费行为的外在因素,才能使体检旅游相关企业的经营者们在科学基础之上提供产品和服务,本研究对于指导正在经营相关企业的商家们指明方向,对其未来发展具有重要现实意义。

其次,从人道主义精神上来说,医疗技术的进步是最应该被人类共享的。虽然每个人的出生无法选择,但在生存权利及医疗就医权利方面,每个人应该是平等的,医疗就医不应该有地界之分。而医疗体系的僵化,我们无法期待其短期内可有效解决这一问题。任何一次的技术及社会进步往往不能仅仅依靠事物内部力量来实现自我突破的。在“健康中国”国策影响下,本文希望通过研究健康检查与传统旅游结合,试图为厦门周边县市乃至国内的民众提供更多、更便捷的健康检查服务选择及高质量、个性化的疗养服务。

再次,体检旅游是在当下的医疗资源紧张的时代背景下应运而生的,它是公认的少数在互联网时代尚未被“开星”的领域。对于厦门市政府建设特色产业,帮扶和推广相关的产业政策具有参考价值,乃至全国其他同类城市具有借鉴意义。

最后,为打算进入或者正在进入体检旅游行业的人或机构提供参考,并对于能够及时发现新型消费模式商机的人们进行创业具有理论指导和前车之鉴。

第三节 研究思路与内容

本研究主要围绕“提出问题、分析问题、解决问题”的研究思路展开,主要研究内容可分为七个章节。

本文研究技术路线如图 1-1 所示:

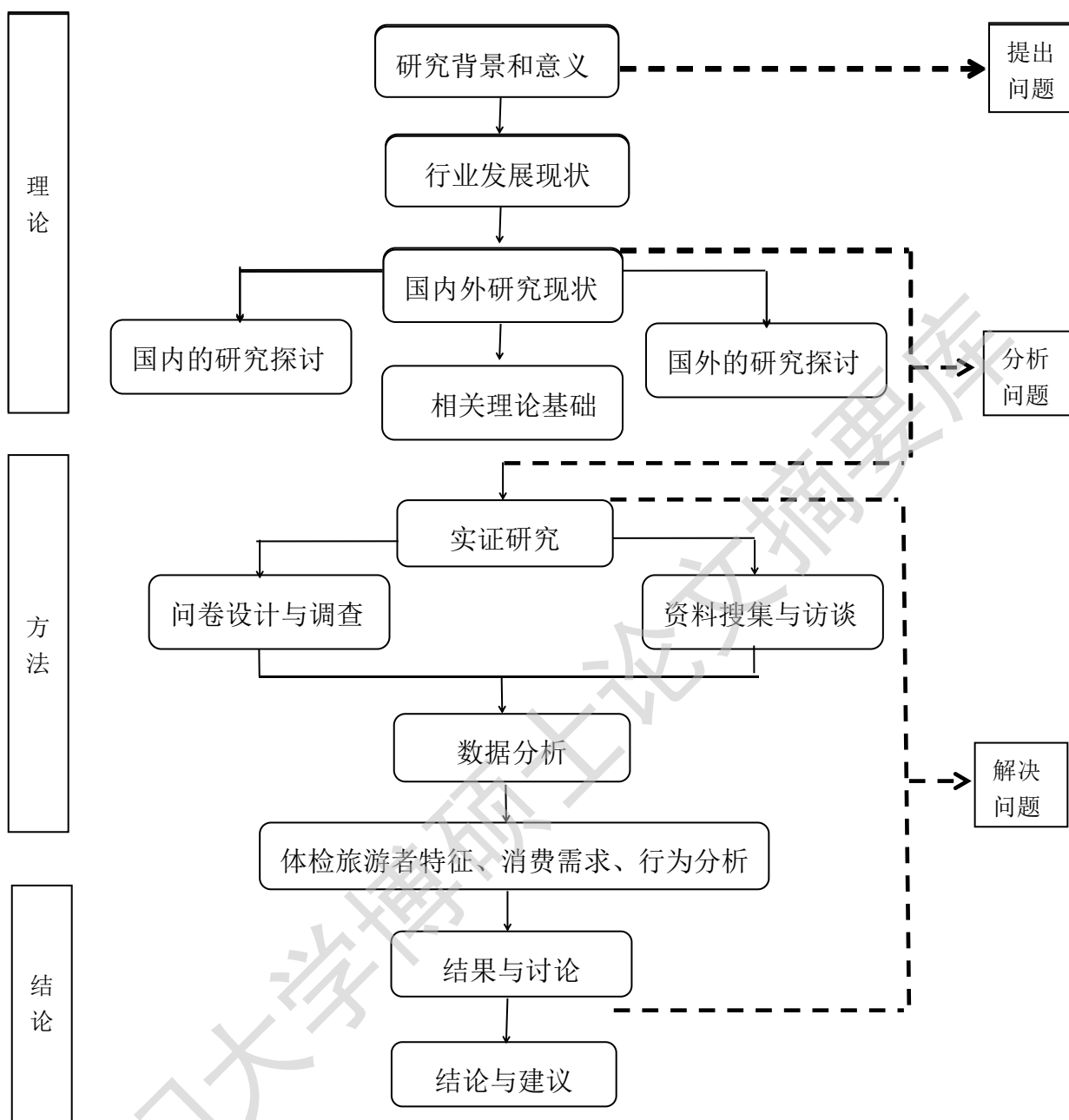


图 1-1 研究技术路线

Fig.1-1 Research technical route

本文的主要研究内容分为七章，具体如下：

第一章为绪论。主要介绍研究背景、研究目的与意义、研究思路及方法等。

第二章为概述。首先介绍了体检旅游相关概念，同时介绍国内外在医疗旅游的研究及发展，最后进行厦门市体检旅游发展潜力分析。

第三章为理论基础及分析模型。首先侧重阐述了体检旅游消费需求理论、消费者行为心理影响理论、消费者决策——行为过程理论等，并建立了体检旅游行

为分析模型。

第四章为方案设计与数据统计。主要介绍方案设计及数据分析情况。

第五章体检旅游者人口统计特征及消费需求分析。首先分析了消费者意愿，然后通过性别、年龄、职业、收入、家庭背景等人口统计指标，分析了不同消费者在体检旅游上的差异；此外分析了厦门市体检旅游的需求分布及潜力。

第六章为体检旅游者消费行为分析。主要分析了体检旅游者在体检消费的决策与实际消费行为、旅游消费的决策与实际消费行为等；同时分析了体检游者在体检旅游硬件设施、医疗水平、服务态度、消费价格等的满意度，以及分析了体检旅游者对体检旅游消费活动的总体印象。

第七章为结论。主要对全文进行总结、研究不足，同时为体检旅游提出发展建议和对策。

第四节 研究方法

针对体检旅游消费者行为研究的调查，由于研究对象的分布范围大、调查难度大，所以采用多种调查方法相结合的方式，主要有以下几类：

一、文献收集法

文献收集法亦叫历史文献收集法，主要通过收集、分析、研究现存的各种有关文献资料，并从中选取所需信息，以达到调查研究目的。首先充分利用和借助身边的馆藏资源和电子数据库资源，包括厦门大学图书馆以及厦门市图书馆等，以期尽可能多的获得与本课题研究相关的最新成果。其次，查阅国内外以医疗旅游以及体检旅游产业发展和相关问题研究为主题的最新文章，以了解全球范围内体检旅游的发展成果、研究热点及研究空白。最后查看不同国家和地区已经开通的医疗旅游官方网站，以把握体检旅游产业的最新动态。笔者在写作过程中，尽量完整地收集了医疗旅游消费者特征、体检旅游消费特征、国内外体检旅游产品开发与营销等相关文献资料，并对这些文献进行了收集、整理和进一步的加工。

二、访谈法

围绕调研目标，组织体检及旅游行业等服务机构有关人员、研究对象的消费

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库