

老年旅游者主观年龄同实足年龄差异 及其与旅游动机的关系研究*

周刚^{1,2}, 曹威³, 邓小海⁴

(1. 重庆师范大学 地理与旅游学院, 重庆 401331; 2. 重庆大学 经济与工商管理学院, 重庆 400030;
3. 四川省南部县旅游局, 四川 南充 637300; 4. 贵州省社会科学院农村发展研究所, 贵阳 550002)

摘要:主观年龄作为有别于实足年龄的一种年龄概念,越来越广泛地应用到人们生活品质的研究之中。以老年旅游者研究对象,通过问卷调查,获得了220个调查样本数据;运用描述性分析、因子分析和多元线性回归分析方法,从感觉年龄、活动年龄和识别年龄三个方面分析了主观年龄与实足年龄的差异,以及这一差异与旅游动机的关系。研究结果表明:1)多数老年旅游者认为其主观年龄比实足年龄小,感觉年龄、活动年龄、识别年龄比实足年龄分别平均小5.2岁、6.5岁和3.3岁。2)老年旅游者的主观年龄能够根据他们的旅游动机进行预测,其中感觉年龄可以通过学习动机进行预测,活动年龄可以通过学习、归属和物理刺激三个动机进行预测,识别年龄可以通过归属和提高地位两个动机进行预测。研究结果有助于企业营销人员和政策制定者重新认识老年旅游者,并在此基础上对老年旅游市场进行重新定位。

关键词:主观年龄;实足年龄;年龄差异;老年旅游者;旅游动机

中图分类号:F590

文献标志码:A

文章编号:1672-6693(2016)04-0180-07

据民政部《2014年社会服务发展统计公报》,2014年底,我国60岁及以上老年人口达到2.12亿人^[1],成为世界上第一个老年人口突破2亿的国家^[2],预计到2050年我国将成为一个高度老龄化的国家,届时老年人口将超过4亿^[3]。人口的严重老龄化会给社会带来巨大的挑战,但对于旅游业而言,这也是一个巨大的商机。近年来,我国老年旅游蓬勃发展,老年旅游的相关研究也在不断扩展和深入。

国内外目前对老年旅游的研究主要集中在老年消费者行为,以及在此基础上的市场细分、营销战略与策略上。年龄作为重要的一种市场细分标准,与旅游动机之间呈现出相互影响的关系,即不同的年龄阶段人群表现出不同的旅游动机,不同的旅游动机也对应不同的年龄段人群;关于不同年龄人群的旅游动机的研究已经较为成熟,而关于不同旅游动机对应的老年人群年龄段识别的研究,目前尚未见公开报道,只有不同动机与行为对应的人群(其中老年人群居多)年龄段识别的相关研究散见于人口学之中。在研究老年旅游者群体的内部特征时,学界普遍认同老年人按实足年龄(生理年龄)划分为3个阶段:即60~69岁的老年人被称为低龄老年人,70~79岁为中龄老年人,80岁及以上为高龄老年人^[4]。但在具体的老年旅游活动中,很多老年旅游者表现出主观年龄(心理年龄)比实足年龄小、乐于接受新鲜事物、外出旅游观念也较强的特征。

用实足年龄界定老年人和组织老年旅游活动显得不尽合理,有学者提出通过主观年龄来定义老年旅游者,以更好地组织老年旅游活动和开展老年旅游研究,但目前并无实质性研究。更进一步,关于老年旅游者的主观年龄的测度也亟待学界高度关注,以纠正以前市场细分与定位、营销战略和策略的误区,更好地服务老年旅游产业和研究。

1 相关概念与理论研究

1.1 实足年龄与主观年龄

实足年龄为人出生后按日历计算的实际的年龄,也叫实际年龄、年代年龄或时序年龄^[5]。主观年龄,有时候

* 收稿日期:2016-01-20 修回日期:2016-05-16 网络出版时间:2016-07-07 16:32

资助项目:教育部人文社会科学研究青年基金(No. 12YJCZH311);重庆市社会科学规划一般项目(No. 2014YBSH045);国家社会科学基金西部项目(No. 14XJL002);国家旅游局“万名旅游英才计划”研究型人才培养项目(No. WMYC20151127);重庆师范大学校级基金项目(No. 10XWQ09)

作者简介:周刚,男,讲师,博士研究生,研究方向为服务营销、老年旅游,E-mail:happy_gun@163.com

网络出版地址:<http://www.cnki.net/kcms/detail/50.1165.N.20160707.1632.014.html>

也指为自我感知年龄,或者认知年龄,是一种解释感觉自己有多大年龄的自我概念。这种自我感知,能够定位人们的生活圈。了解老年人的主观年龄比他们的实足年龄更能去懂得其观点和行为^[6]。

人们的实足年龄与主观年龄是不一致的。主观年龄的研究对老年人旅游动机的研究具有更重要的意义。首先,主观年龄能够更加准确的把握老年人的旅游行为,帮助老年相关组织和政府部门为提高老年人的生活质量制定相关措施提供依据;其次,能够使旅游企业更准确的进行市场定位,消除对老年旅游者的诸多误读和误解。很多老年旅游者,不愿意被描述为一个不能有效自理、做出明智的消费决策的弱势群体,实际上,他们更欢迎“健康、活力”的老年人代言他们自己^[7]。国外研究表明,主观年龄比自己实足年龄小的老年人对自己的生活方式和生活满意度都有很高的评价^[8],这样的老年人在生活中表现得更加自信、外向、乐于社交、喜欢运动、成为意见领袖;并且,竭力保持他们自身的独立性,行为上倾向于更多的融入社会,拥有更高的生活满意度以及乐于把自己塑造得更年轻。同时,主观年龄也能影响老年人们的旅游消费行为。一个感觉自己主观年龄比他实足年龄年轻的老年人更能让人们看出他是一个真正的消费者,他们会收集商品的信息,对商品进行对比然后做出购买决策,并且把去商店购物看做一种锻炼身体的方式,也更倾向于去消费和体验新的产品和服务^[9]。

主观年龄的测度方式一直是相关研究者关注的核心问题。Kastenbaum, Derbin, Sabatini 和 Artt 认为,主观年龄由他人识别(Look)和个人感觉(Feel)两个维度构成^[10];Barak 和 Schiffman 以及 Wilkes 的研究均指出,主观年龄由感觉(Feel)、识别(Look)、行为(Act)和兴趣(Interest)4个指标进行测度^[8,11]。在二者研究的基础上,Megan 和 Thomas 将主观年龄从3个维度进行了测度:1)感觉年龄(Felt age),即老年人感觉他现在的年龄程度;2)活动年龄(Activites age),即在旅游活动中,老年人会选择适合其自身年龄阶段的运动;3)识别年龄(Recognition age),即老年人在生活中希望别人把他们看得年轻与否^[6]。这一测量维度方式因其较为全面,得到学界的高度认同与广泛引用。

1.2 旅游动机

旅游动机是指一个人外出旅游的主观条件,通常包括旅游者身体、文化、社会交往、地位和声望等方面的动机。Huang 和 Tsai 分析了台湾老年人的旅游消费者行为,其研究结论认为老年人的出游动机主要集中在休闲、度假和散心,其次是休息、放松和社交等^[12];Jang 和 Wu 的研究利用了 OLS 模型(Ordinary least square model)证实了“年龄”、“性别”、“身体状况”、“经济条件”和“情感因素”在解释老年人出游动机分异上的有效性^[13]。Hsu, Cai 和 Wong 通过深度访谈得到的数据提出了中国内地老年人的旅游动机模型。其研究结论为:“生活水平”、“个人收入”、“自由支配时间”和“身体状况”是影响内地老年人出游的主要因素,同时该研究还认为“改善身体和精神状况”、“逃避常规”、“社交”、“求知”、“爱国主义”、“对以往艰辛的犒劳”和“怀旧”依次是内地老年人出游的动机^[14]。这些研究说明主客观因素会对人的旅游动机产生影响。

本文从主观年龄的视角出发,以老年旅游者为研究对象,分析了主观年龄与实足年龄的差异,并基于旅游动机对老年人主观年龄进行预测。

2 研究方法与设计

2.1 研究方法

运用问卷调查与深度访谈方式来了解老年旅游者的主观年龄和旅游动机。通过统计软件 SPSS 17.0 对主观年龄与实足年龄差异进行描述性分析,对旅游动机进行因子分析,并对以上得到的年龄差异与提取的动机因子进行多元线性回归分析,依据旅游动机对主观年龄进行预测。

2.2 研究设计

2.2.1 问卷设计 调查问卷包括三部分:1)老年人的实足年龄、受教育程度等基本信息;2)老年人的主观年龄状况;3)老年人的旅游动机。

老年人的主观年龄采用 Megan 和 Thomas^[6]提出的感觉年龄、活动年龄和识别年龄3个维度进行调查。对于各个维度主观年龄的测算,参考 Barak 和 Schiffman 设计的“年龄段量表”(Age Decade Scale)^[11],并以5年为一个时间段进行14个阶段的划分(从24岁及以下到80岁及以上)。具体调研时,针对3个主观年龄维度,被调查者选择出与自己的年龄感知最相符的年龄段,确定在某一阶段后计算其算术平均数作为被调查者的主观年龄值,如60多岁初期(60~64岁)经计算记录为62岁,60多岁晚期(65~69岁)经计算记录为67岁,其他年龄段计算以此类推。

老年人的旅游动机综合了 Hsu, Cai 和 Wong 提出的中国内地老年人的旅游动机模型^[14]和 Megan 和 Thom-

as 整理的老年人旅游动机量表^[6],结合本次实地访谈的相关信息,提出了 31 个旅游动机因素,并以李克特 5 级量表(1 = 很不同意、2 = 不同意、3 = 不确定或不知道、4 = 同意、5 = 完全同意)的形式制成问卷,对老年人进行试调查和问卷修改,之后进行正式调查。

2.2.2 调查样本选择 如前所述,学界普遍认同 60 岁及以上实足年龄的人群为老年人,但考虑到我国党政机构和企事业单位干部的退休标准,将实足年龄在 55 岁及以上的人定义为老年人。因此调查对象选择为 55 岁及以上年龄,且有一定旅游活动兴趣(参加与否均可)的潜在旅游者。同时,选择了重庆市沙坪公园和三峡广场两个老年人比较集中的地域作为调查地点,由于这两个地点老年人具有较强的流动性,人群类型分布广泛,因此调查样本具有很好的典型代表性。发放问卷 232 份,由于采取一对一的访问式调查方法,回收全部 232 份问卷,有效问卷 220 份,有效回收率为 94.83%。

2.2.3 问卷样本结构 根据本次调查的样本结构统计分析,男女比例相当,男性略多于女性;主要年龄段人群为 70 岁以下的低龄老年人;受教育程度较低,主要为中学及以下;职业分布广泛,工人、农民和企业管理人员为主;收入来源主要依靠(退休)工资、子女赡养或养老保险。样本结构情况在年龄、性别、职业、受教育程度和收入来源等多方面与实际人群构成情况基本相符,样本具有较好的典型性(表 1)。

表 1 调查样本结构情况

Tab.1 The structure of the survey sample

项目	人数	百分比/%	项目	人数	百分比/%		
年龄	55~59 岁	55	25.0	性别	男	116	52.7
	60~69 岁	97	44.1		女	104	47.3
	70~79 岁	61	27.7	教育程度	初中及以下	115	52.3
	80 岁以上	7	3.2		高中中专技校	55	25.0
职业	农民	57	25.9	收入来源	大专	21	9.5
	工人	55	25.0		大学本科	29	13.2
	企业管理人员	35	15.9	退休工资	119	54.1	
	教育工作者	26	11.8	养老保险	31	14.1	
	个体经营者	17	7.7	其他	政府补助	9	4.1
	公务员	11	5.0		子女赡养	43	19.5
	军人	7	3.2		经商或投资或工资	15	6.8
	自由职业者	7	3.2		其他	3	1.4
	其他	5	2.3				

3 数据分析及结果

3.1 主观年龄与实足年龄差异描述性分析

如表 2,无论是感觉年龄、活动年龄,还是识别年龄问题上,多数老年人认为自己的主观年龄与实足年龄有较大的差异。其中,感觉自己的主观年龄比实足年龄小的老年人比例较大:自我感觉比较年轻的老年人比例为 47.7%,感觉自己活动年龄比较年轻的老年人比例为 35.5%,感觉自己识别年龄比较年轻的老年人比例为 50.5%;只有 20%、11.4%和 15%的老年人感觉年龄、活动年龄和识别年龄上比实足年龄偏大。这与应斌的“50.22%的老年受访者的综合主观年龄与实足年龄存在差异”结论相似^[7]。由此,可以认为,老年旅游者的主观年龄能更真实地反映其旅游态度、旅游动机和旅游行为,以主观年龄来定义老年旅游者的年龄更具有理论价值和现实意义。

如表 3,感觉年龄、活动年龄、识别年龄与老年旅游者的实足年龄的差异都达到统计学意义上的显著性差异。根据分析,老年人的平均实足年龄约为 65 岁,平均感觉年龄比平均实足年龄低 5.2 岁,平均活动年龄比平均实足年龄低 6.5 岁,平均识别年龄比平均实足年龄低 3.3 岁。这一研究结论远低于 Megan 和 Thomas“关于澳大利亚的研究得到的平均年龄差异结论——感觉年龄与实足年龄差异 10.2 岁,活动年龄与实足年龄差异 11.2 岁,识别年龄与实足年龄差异 7.2 岁”^[6],造成这种差异的主要原因是中国老年人与西方发达国家老年人在经济、健康、文化、价值观念、自我认知等方面的不同。但这一结论又略高于杨逊“关于重庆的研究得到的一般老年

人平均年龄差异结论——感觉年龄与实足年龄少 2.82 岁,活动年龄与实足年龄差异 3.94 岁,识别年龄与实足年龄差异 1.17 岁”^[15],这反映出老年旅游者较之一般的老年人在实足年龄与感觉年龄、活动年龄和识别年龄的差异更大。

表 2 老年旅游者主观年龄与实足年龄差异描述性分析

Tab.2 Descriptive analysis of the gap between the subjective age and the chronological age of senior tourists

项目	感觉年龄		活动年龄		识别年龄	
	年轻	与实际有差异	年轻	与实际有差异	年轻	与实际有差异
频数/人	105	149	78	103	111	144
百分比/%	47.7	67.7	35.5	46.8	50.5	65.5

备注:“与实际有差异”项目包括主观年龄比实足年龄小和大两种情况

3.2 旅游动机因子分析

对旅游动机量表的 31 个项目进行 KMO 统计量分析和巴特利特球形检验的结果表明可以进行因子分析。

因子分析采用主成分提取法,使用方差最大化正交旋转法对提取的公因子进行旋转。通过分析发现“沉迷于稍微的逸豫”、“让自己去朋友和对手没有去过的地方”、“避免无聊”、“给自己一个参与运动的机会”、“寻求一个简单安静的思想和灵魂”和“告诉子孙游历经历”6 个动机项目的反映像相关的 MSA 值均小于 0.5,为了提高因子分析结果,将其删除,并对其余 25 个旅游动机量表项目再次进行 KMO 统计量分析和巴特利特球形检验。此时的 KMO 值为 0.791,巴特利特球形检验的显著性概率是 0.000,说明较适合做因子分析(表 4)。

根据上述方法再次做因子分析,剩余 25 个旅游动机量表项目在单一维度的因子负荷均大于 0.5,表明量表具有良好的收敛效度和单维度性。通过因子分析的主成分提取,获得 7 项其特征值大于 1 的旅游动机公因子(表 5),分别命名为:“学习动机”、“逃避动机”、“归属动机”、“物理刺激动机”、“怀旧动机”、“提高地位动机”和“家庭情感交流动机”(表 5)。

表 3 老年旅游者主观年龄与实足年龄差异的配对样本 T 检验分析

Tab.3 Paired sample t-test analysis of the gap between the subjective age and the chronological age of senior tourists

	均值/岁	标准差	T 值	显著性水平(双侧)
感觉年龄	59.8	1.376	8.616	0.000***
活动年龄	58.5	2.014	5.067	0.000***
识别年龄	61.7	2.199	6.162	0.000***

注:*代表 $P < 0.10$,**代表 $P < 0.05$,***代表 $P < 0.01$

表 4 老年人旅游动机量表信度效度分析

Tab.4 KMO and Bartlett's test

	KMO 检验值	0.791
	球形检验统计量的观测值	1 165.647
Bartlett 球形度的测试	自由度	300
	概率 P 值	0.000

表 5 老年人旅游动机因素分析摘要表

Tab.5 Factor analysis of senior tourist motivation

因素	问项	因素负荷量	特征值	解释量	
				个别	累积
学习动机	体验探索发现乐趣	0.748	3.768	15.072	15.072
	满足好奇心和增加知识	0.708			
	获得不同生活体验	0.696			
	提高旅游的技能	0.644			
	认识和结交朋友	0.643			
	让自己成为一个更有修养的人	0.598			
逃避动机	逃避在家庭和生活中的琐事	0.802	2.619	10.476	25.547
	放松什么事也不做	0.788			
	避免更多的思考	0.73			
	想一个人独处	0.581			

续表 5

因素	问项	因素负荷量	特征值	解释量	
				个别	累积
归属动机	和旅游的同伴分享自己的想法和感受	0.729	2.477	9.908	35.455
	告诉别人去过哪些地方	0.682			
	赶上他人旅行的步伐,随众	0.676			
	团体共同感和与他人的联系	0.551			
物理刺激动机	获得某种物理形式的鼓舞	0.803	2.347	9.388	44.843
	寻找刺激和兴奋	0.738			
	成为一个有冒险倾向的人	0.65			
怀旧动机	享受安静舒适环境	0.702	2.345	9.378	54.221
	去拜访友人	0.688			
	重温过去美好的时光	0.665			
	朝圣	0.652			
提高地位动机	获得他人的尊敬	0.751	1.825	7.301	61.522
	去一个让自己感到安全的地方	0.695			
家庭情感交流动机	家庭团聚	0.728	1.474	5.894	67.416

3.3 主观年龄和实足年龄差异与旅游动机的关系

基于感觉年龄、活动年龄和识别年龄 3 个方面主观年龄较实足年龄小的样本数据,以老年人的主观年龄与实足年龄差异作为被解释变量(具体计算时,这一差异值等于实足年龄减去主观年龄,下同),7 个旅游动机因子作为解释变量,运用多元线性回归方法分析主观年龄和实足年龄差异与旅游动机因子的关系。

3.3.1 感觉年龄(Felt age) 如表 6 模型 1 所示,老年人旅游动机中的学习动机与主观年龄同实足年龄差异呈显著性正相关($P=0.002<0.01$)。可以认为,老年人想要使自己成为一个更有修养的人,或满足自身的好奇心和增加自身的知识,或体验探索发现的乐趣,或提高和更新自己的旅游技能等而去旅游,其实足年龄与感觉年龄之间就存在更大的差异,感觉年龄就会比他们的实足年龄更小;相反,在学习动机比较弱的老年人,他们的感觉年龄则接近或超过他们的实足年龄。

表 6 实足年龄和主观年龄差异与旅游动机因子的回归分析结果

Tab. 6 Regression analysis between the gap of the chronological age and the subjective age and senior tourist motivation

模型	年龄差异	动机因子	非标准化系数		标准化系数	T 检验统计量 的观测值	概率 P 值
			偏回归系数	偏回归系数的标准误差	标准化偏回归系数		
模型 1	实足年龄与 感觉年龄差异	学习动机	0.222	0.070	0.299	3.198	0.002***
模型 2	实足年龄与 活动年龄差异	学习动机	0.355	0.072	0.412	4.933	0.000***
		归属动机	0.153	0.072	0.177	2.119	0.037**
		物理刺激动机	0.230	0.072	0.267	3.200	0.002***
模型 3	实足年龄与 识别年龄差异	归属动机	0.141	0.065	0.201	2.161	0.033**
		提高地位动机	0.163	0.065	0.232	2.490	0.014**

注: * 代表 $P<0.10$, ** 代表 $P<0.05$, *** 代表 $P<0.01$

3.3.2 活动年龄(Activities age) 如表 6 模型 2 所示,老年人的学习动机($P=0.000<0.01$)、归属动机($P=0.037<0.05$)和物理刺激动机($P=0.002<0.01$)与实足年龄同活动年龄差异呈显著性正相关。其中学习动机在其中显著性最强,表明倾向于去体验和获得更多的东西,去学习更多的东西的老年人,其实足年龄与活动年龄之间存在更大差异,活动年龄感知较实足年龄更年轻;其次是物理刺激动机,为了在旅游中寻找刺激和兴奋,为了获得某种物理形式的鼓舞等因素去旅游的老年人,其活动年龄较实足年龄小;最后是归属动机,老年人为了能够和同伴们分享自己的想法和感受、赶上他人旅行的步伐、告诉别人去过那些地方以及一种团体共同感而去旅

行,其活动年龄方面的感知较实足年龄更年轻;反之,老年人不是因为以上因素去旅游,或是即使去旅游了,也不会参加与自己年龄不相符的活动,也不大可能去结交更多的朋友,那他们就有一个比实足年龄大的活动年龄。

3.3.3 识别年龄(Recognition age) 如表6模型3所示,共有两个动机因素呈显著性正相关,分别为归属动机($P=0.033<0.05$)、提高地位动机($P=0.014<0.05$)。其中,提高地位这一类的旅游动机因素是其中最强的解释变量。这表明,为了获得他人的尊敬而去旅游的老年人,其实足年龄与识别年龄之间存在更大差异,他们会希望在旅游中被其他人看得更年轻;其次是归属这一类旅游动机,老年人倾向于告诉他人自己去过哪些地方和看到过什么、和同伴分享自己的感受和想法、赶上他人的旅行步伐以及为了团体共同感这些因素选择进行旅游活动,说明他们希望别人把自己看得更年轻。

4 结论与建议

4.1 研究结论

1) 多数老年人认为主观年龄比实足年龄小,感觉年龄比实足年龄小5.2岁,活动年龄比实足年龄小6.5岁,识别年龄比实足年龄小3.3岁。

2) 老年人旅游主要表现为七大旅游动机,分别是学习动机、逃避动机、归属动机、物理刺激动机、怀旧动机、提高地位动机和家庭情感交流动机。

3) 老年旅游者的主观年龄能够通过他们的旅游动机进行预测。感觉年龄可以通过学习动机进行预测;活动年龄可以通过学习、归属和物理刺激3个动机进行预测;识别年龄可以通过归属和提高地位两个动机进行预测。

4.2 研究启示与建议

1) 有助于老年政府部门和相关组织为提高老年人的生活质量制定相关措施提供依据。政府部门在制定相关政策措施时,应该充分考虑老年人的旅游动机,从而较为准确把握他们的主观年龄与实足年龄的差异大小,最终保证各种决策的科学性。

2) 有助于旅游企业根据老年人的旅游动机去测度他们的主观年龄,对老年旅游市场进行重新细分和定位;同时,在产品方面,旅游企业要从老年旅游者的旅游动机出发,准确把握老年人的主观年龄,创新老年人旅游市场的开发模式和思路,开发设计符合老年旅游者主观年龄的旅游产品,完善旅游过程中的各项要素,切实提高老年旅游者的游客满意度;另外在对老年人旅游市场进行市场定位的基础上制定适宜的营销方案,提出适合老年旅游者主观年龄特征的营销战略和策略。

参考文献:

- [1] 中华人民共和国民政部. 中华人民共和国2014年社会服务发展统计公报[M]. 北京:中国统计出版社,2015.
Ministry of Civil Affairs of the People's Republic of China. Statistical report of the People's Republic of China on the development of social services in 2014[M]. Beijing: China Statistics Press,2015.
- [2] 姜丽钧. 中国人口年龄结构变化“惊人”:老人从最少到最多不足百年[EB/OL]. (2015-06-16) [2016-02-24]. http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1341998.
Jiang L J. The structure change of China's population is "surprising": It takes less than one hundred years for the population growth of elderly people from the least to the most[EB/OL]. (2015-06-16) [2016-02-24]. http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1341998.
- [3] 全国老龄工作委员会办公室. 中国人口老龄化发展趋势预测研究报告[EB/OL]. (2007-12-27) [2016-02-24]. <http://www.cncaprc.gov.cn/contents/16/11224.html>.
China National Committee on Ageing. The research report on the development trend prediction of China's ageing population[EB/OL]. (2007-12-27) [2016-02-24]. <http://www.cncaprc.gov.cn/contents/16/11224.html>.
- [4] 曲海波. 论老年人口学的基本范畴及其理论框架[J]. 中国人口科学,1988(1):52-58.
Qu H B. Study on the fundamental category and theoretical framework of geriatric demography[J]. Chinese Journal of Population Science,1988(1):52-58.
- [5] 国立编译馆. 教育大辞书(九)[M]. 台北:文景书局,2000.
National Institute for Compilation and Translation. Educational dictionary(9)[M]. Taipei: Win-Join Book Co., Ltd, 2000.
- [6] Megan Cleaver, Thomas E. Miller. I want to pretend I'm eleven years younger: subjective age and seniors' motives for vacation travel[J]. Social Indicators Research,2002,60(1):227-241.
- [7] 应斌. 我国老年消费者心理年龄研究[J]. 管理世界,2009(5):182-183.
Yin B. Research on the psychological age of China's older consumers[J]. Management World,2009(5):182-183.
- [8] Wilkes R E. A structural modeling approach to the measurement and meaning of cognitive age[J]. Journal of Con-

- sumer Research, 1992, 19(2): 292-301.
- [9] Stephens. Cognitive age: a useful concept for advertising? [J]. Journal of Advertising, 1991, 20(4): 37-48.
- [10] Kastenbaum R, Derbin V, Sabatini P, et al. "The Ages of Me": toward personal and interpersonal definitions of functional aging[J]. International Journal of Aging & Human Development, 1972, 3(2): 197-211.
- [11] Barak B, Schiffman L G. Cognitive age: a nonchronological age variable[J]. Advances in Consumer Research, 1981, 8(1): 602-606.
- [12] Huang L, Tsai H T. The study of senior traveler behavior in Taiwan[J]. Tourism Management, 2003, 24(3): 561-567.
- [13] Jang S C, Wu C M E. Seniors' travel motivation and the influential factors: an examination of Taiwanese seniors [J]. Tourism Management, 2006, 27(2): 306-316.
- [14] Hsu C H C, Cai L A, Wong K K F. A model of senior tourism motivations—anecdotes from Beijing and Shanghai[J]. Tourism Management, 2007, 28(5): 1262-1273.
- [15] 杨逊. 老年人认知年龄与风险决策倾向[D]. 重庆: 西南大学, 2014.
- Yang X. Study on cognitive age and risk decision tendency [D]. Chongqing: Southwest University, 2014.

Gap between the Subjective Age and the Chronological Age of Senior Tourists and Its Relation to Tourist Motivation

ZHOU Gang^{1,2}, CAO Wei³, DENG Xiaohai⁴

(1. College of Geography and Tourism, Chongqing Normal University, Chongqing 401331;

2. School of Economics and Business Administration, Chongqing University, Chongqing 400030;

3. Tourism Bureau of Nanbu County, Nanchong Sichuan 637300;

4. Institute of Rural Development, Guizhou Academy of Social Sciences, Guiyang 550002, China)

Abstract: The subjective age, different from the actual age, is more and more wide applied to the study on people's life quality. With senior tourists as objects, 220 sample data are collected through questionnaire survey. The gap between the chronological age and the subjective age, measured in terms of felt age, activities age and recognition age, is analyzed by descriptive analysis. Furthermore, factor analysis and multiple linear regression analysis method is used to study the relationship between the above gap and senior tourist motivation. The conclusion of the study shows that most senior tourists believe that the subjective age is younger than the chronological age, that felt age, activities age and recognition age is respectively 5.2 years old, 6.5 years old, 3.3 years old younger than the chronological age on average, and that the seniors' subjective age can be predicted from their tourist motivation, which felt age can be predicted from learning motivation, activities age can be predicted from learning motivation, a sense of belonging, and physical stimulation, recognition age can be predicted from a sense of belonging and status enhancement. These conclusions can help the business marketers and policymakers re-recognize the elderly people, and re-positioning the senior tourism market on this basis.

Key words: subjective age; chronological age; age gap; senior tourists; tourist motivation

(责任编辑 许 甲)