

康养旅居老年住客人文关怀感知量表的开发与检验

张普伟¹, 付紫婷¹, 金小鹏¹, 贺海芳¹, 李睿^{2*}

¹江西师范大学城市建设学院, 江西 南昌

²江西师范大学图书馆, 江西 南昌

收稿日期: 2025年8月22日; 录用日期: 2025年10月24日; 发布日期: 2025年11月4日

摘要

老年住客在康养旅居目的地的人文关怀感知是影响他们对目的地忠诚度的重要影响因素。然而, 现有研究尚未探讨老年旅居住客人文关怀感知的内涵和测量方法。本研究以康养旅居为研究情境, 以老年旅居住客为研究对象, 采用探索性序列设计的混合研究方法。首先运用扎根理论编码方法对原始定性研究材料进行三级编码, 界定了康养旅居情境下老年住客人文关怀感知的内涵, 包含3个构成维度: 物质关怀感知、情感关怀感知和精神关怀感知。随后遵循通用的量表开发程序构建了康养旅居老年住客人文关怀感知量表, 且通过了信效度检验, 为后续研究提供了测量工具。本研究还为管理者提供了改善旅居目的地人文关怀服务质量的建议。

关键词

康养旅居, 城市老年人, 人文关怀感知, 量表开发

Development and Validation of a Scale for Assessing Perceived Humanistic Care for Healthcare Elderly Sojourners

Puwei Zhang¹, Ziting Fu¹, Xiaopeng Jin¹, Haifang He¹, Rui Li^{2*}

¹College of City Construction, Jiangxi Normal University, Nanchang Jiangxi

²University Library, Jiangxi Normal University, Nanchang Jiangxi

Received: August 22, 2025; accepted: October 24, 2025; published: November 4, 2025

*通讯作者。

文章引用: 张普伟, 付紫婷, 金小鹏, 贺海芳, 李睿. 康养旅居老年住客人文关怀感知量表的开发与检验[J]. 社会科学前沿, 2025, 14(11): 15-24. DOI: 10.12677/ass.2025.1411966

Abstract

The perceived humanistic care experienced by elderly sojourners at healthcare sojourn destinations is a significant factor influencing their loyalty to these destinations. However, existing research has yet to explore the meaning and measurement methods of elderly sojourners' perceived humanistic care. This study uses healthcare sojourns as the research context and elderly sojourners as the subjects, employing an exploratory sequential mixed-methods design. First, grounded theory coding methods were applied to conduct three levels of coding on the original qualitative data, defining the dimensions of elderly sojourners' perceptions of humanistic care in the healthcare sojourn context. These dimensions include material care perception, emotional care perception, and spiritual care perception. Subsequently, following a standard scale development procedure, a scale measuring the perception of humanistic care among elderly sojourners at healthcare sojourn destinations was constructed and validated through reliability and validity tests, providing a robust measurement tool for future research. This study also offers recommendations for managers to enhance the quality of humanistic care services at sojourn destinations.

Keywords

Healthcare Sojourn, Urban Elderly, Perceived Humanistic Care, Scale Development

Copyright © 2025 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

随着积极老龄化与健康老龄化理念的深化,银发经济正逐步成为推动我国经济高质量发展的重要引擎[1]。区别于常规旅游,康养旅居作为一种新型模式迅速兴起,吸引着大量城市老年群体前往自然条件优越的乡村地区开展田园休闲养老活动[2]。康养旅居是指老年群体离开惯常居住地,通过购置或长期租赁异地临时性居所,以实现身体、心智、精神等方面健康状态的一种生活方式[2][3]。与此同时,乡村振兴战略的持续推进为康养旅居产业提供了政策支持,促使社会资本参与乡村建设,康养旅居地产项目随之渗透到乡村社区,成为推动乡村经济发展、提升老年人生活质量的重要抓手[4]。康养旅居住客群体大多源于对目的地产生情感依恋的短期游客,因此推动康养旅居地产的可持续发展,除了注重旅游与居住功能的融合外,也应加强对旅居住客的人文关怀[3]。

人文关怀是以“人是目的”为宗旨的人类自我关怀理念,强调对人类生命、价值、命运及尊严的关注,体现了道德价值的核心[5]。“人文”的精髓在于对人类本质的理解。“关怀”表示关心和关注,代表行为主体采取的行动[6]。人文关怀的根源可以追溯到西方文艺复兴时期出现的人本主义哲学,以优先考虑“人类自身的生命价值”为原则[7]。20世纪五六十年代,美国入本主义心理学开始兴起,Abraham H. Maslow提出了马斯洛需求层次理论,该理论从五个不同的需求层次彰显了人文关怀的内在要求[8]。

在康养旅居情境中,融入人文关怀的服务可以提升住客的精神福祉[9],提高其旅居体验的价值并增加满意度[10]。由于身心健康及环境的限制,老年住客在旅居体验中遇到的困难和挑战比一般游客多,他们更加需要人文关怀。实地研究表明,旅居住客的显著行为特征是其高频重访行为,多数住客将“感知到的人文关怀”视为重访的关键原因之一。作为产业链的起点,客户留存是旅居地产及附加产业发展的

核心问题。因此，本研究认为通过提升人文关怀服务增强住客忠诚度，吸引重访与消费，对实现康养旅居产业可持续发展具有关键意义。

目前，关于人文关怀的研究主要集中在医护领域。护理人文关怀是一种以患者为中心的护理实践，它不仅提供必要的医疗技术服务，还包括多方面的关怀，满足患者的精神、文化和情感需求，反映了对生命价值的尊重和以人为中心的护理哲学[11]。在旅游领域，现有研究已广泛认识到人文关怀的重要性，但仍缺乏可靠的测量工具。如杨春宇和叶文[12]提出目的地规划应重视人文关怀；王晓耕和刘宇青[6]指出人文关怀揭示了体验式旅游的核心特质，并进一步提出其内涵包含物质与精神两个维度；索生安[9]从利益相关者角度探讨了旅游开发中人文关怀缺失与重构路径；王莉敏[13]、Song 等[14]均强调目的地服务应增强人文关怀；Chen 与 Ye [15]发现对员工的人文关怀可促进酒店企业发展。尤其地，康养旅居作为一种停留时间较长的旅游模式，本研究认为有必要深入探讨旅居老年住客人文关怀感知的内涵与维度，开发相应测量工具，进而推动相关实证研究，做到助力目的地优化服务水平，更好地满足老年旅居群体需求，从而提升整体竞争力。

2. 研究流程

参考现有量表研究文献[16][17]，本研究采用探索性序列设计的混合研究方法，该方法适用于研究工具尚不存在、关键变量未明确或理论框架尚不健全的情形，以支持研究者开发并验证新的研究工具。本研究分为两个阶段：第一阶段通过定性研究构建康养旅居情境下住客人文关怀感知的维度结构与相应题项；第二阶段通过定量研究完成量表的精炼与检验。研究过程如图 1 所示。

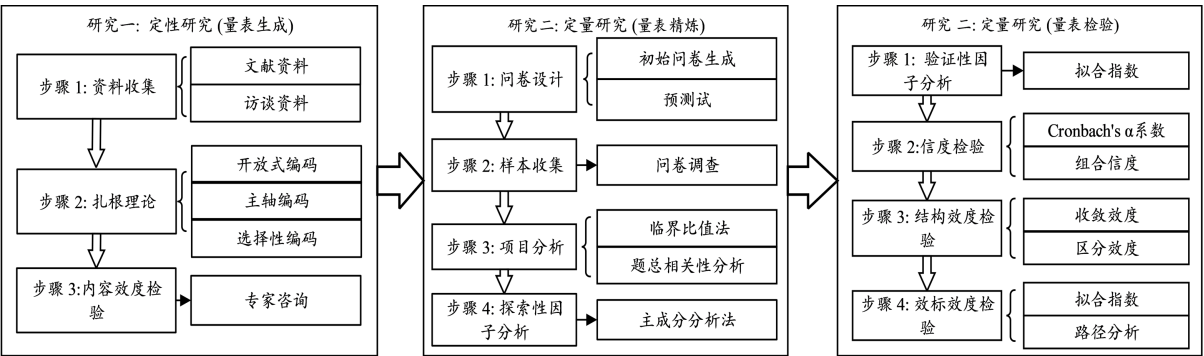


Figure 1. Research procedure
图 1. 研究流程

3. 研究一：康养旅居老年住客人文关怀感知量表的生成

研究一运用扎根理论的编码方法对收集到的文献和访谈数据进行定性研究，目的是识别老年旅居住客感知到的人文关怀的具体内容，建立结构框架模型，生成一个康养旅居住客人文关怀感知量表。然后根据扎根理论的编码结果设计各个主范畴对应的题项，并采用专家咨询法对其进行内容效度的检验。研究一主要包括三个步骤：(1) 资料收集；(2) 基于扎根理论的三级编码；(3) 量表题项的生成与初步精炼。

3.1. 资料收集

定性研究所需的资料包含两部分，一是与本研究主题相关的文献资料，主要在 CNKI 和 WoS 数据库中获取。二是在调研地获取的访谈资料，访谈对象为典型案例地江西省中源乡的 15 名目标住客和 5 名管理人员。

3.2. 基于扎根理论的三级编码

基于扎根理论的研究方法，本研究通过对原始访谈和文献资料进行三级编码分析：(1) 在开放式编码中，从原始材料提取出 65 个概念和 14 个初始范畴；(2) 在主轴编码中，归纳出物质关怀感知(MCP)、情感关怀感知(ECP)和精神关怀感知(SCP)三个主范畴；(3) 在选择性编码中，确立以“康养旅居老年住客的人文关怀感知”为核心范畴，构建出其包含三个维度的理论框架。

从访谈的原始材料逐级编码到核心范畴的过程，可以发现老年游客对人文关怀的感知是他们的需求被他人或者组织以人文关怀的方式满足的结果。物质关怀关乎人类生存，精神关怀关乎人类发展，反映了人类价值观。这一观点与马斯洛的需求层次理论[8]有着异曲同工之妙，他们的观点都强调了从低级到物质基础到高级的人类发展的层次演变。而人文关怀的情感维度，与之相对应的则是需求层次理论的归属与爱的需求层面。因此，本研究在三级编码结果的基础上，结合马斯洛需求层次理论，将康养旅居老年住客人文关怀感知定义为在康养旅居期间，老年住客从他人或组织的行为态度中所感知到的物质、情感与精神三个维度的关怀，分别对应满足其生理与安全、归属与爱、尊重与自我实现的需求。其中，物质关怀感知包括食物、安全保障、住宿环境、出行服务与基础设施五大方面；情感关怀感知包括社区融入、情感支持、热心服务及信任与诚信四个方面；精神关怀感知包括自我效能、自我实现、尊重、免于打扰和文化艺术享受五个方面。这些共同构成了老年旅居住客人文关怀感知的多维结构。

3.3. 量表题项的生成与初步精炼

3.3.1. 康养旅居老年住客人文关怀感知的初始题项

基于各个维度的内涵，同时追溯文献和访谈的原始资料，本研究设计了符合康养旅居目的地当前发展状况的 32 个量表初始题项，各题项见表 1。

Table 1. Initial dimensions and items of the scale
表 1. 量表初始维度及题项

维度	序号	初始题项
MCP	M01	经营者提供专门为满足老年住客口味和偏好而设计的餐饮服务。
	M02	经营者提供考虑老年住客营养需求的餐饮服务。
	M03	经营者关注老年住客的身体状况。
	M04	经营者提供了一个干净舒适、适合老年住客的生活环境。
	M05	老年住客在这个地方的财产安全得到保障。
	M06	经营者为有需要的老年住客提供便捷的出行服务。
	M07	当地为老年住客修建了健身步道供其散步。
	M08	当地为老年住客提供可以休息的座椅或凉亭。
	M09	当地为老年住客建造了娱乐场所供他们休闲娱乐。
	M10	当地修建了无障碍通道以方便老年住客的出行。
	M11	当地医疗资源可以帮助老年住客保持健康。
	M12	老年住客的人身安全有保障。
	M13	当地为老年住客提供了体育锻炼场所，让他们有更多的机会锻炼身体。

续表

ECP	E01	经营者会帮助初次到访的老年住客熟悉周围的环境。
	E02	经营者花时间倾听老年住客的心事。
	E03	经营者与老年住客分享最近发生的有趣事件。
	E04	经营者与老年住客的关系亲近得像家人一样。
	E05	来到这里后，老年住客结交更多的新朋友。
	E06	当地居民对老年住客十分友好。
	E07	这里的商贩诚实守信，让老年住客相信他们在交易中不会上当受骗。
	E08	经营者在老年住客情绪低落时为他们提供安慰。
	E09	经营者及时回应老年住客的要求。
	E10	经营者为老年住客提供的服务非常周到细致。
	E11	在老年住客遇到困难时，总能受到来自他人的热情帮助。
SCP	S01	来这里之后，来自周围人的支持让老年住客更加自信。
	S02	老年住客可以与他人交流学习自己喜欢的兴趣爱好。
	S03	老年住客的意见和建议受到了重视。
	S04	老年住客的个人习惯与爱好受到了尊重。
	S05	老年住客可以在目的地享受独处的时光。
	S06	目的地营造了一种安静祥和的生活氛围。
	S07	目的地组织的文化表演为老年住客提供了文化艺术享受。
	S08	目的地组织的各种活动有助于老年住客展现自我。

3.3.2. 量表的内容效度检验

本研究采用德尔菲专家咨询法，邀请五位具有博士学位、副教授以上职称且具备旅游管理研究经验的专家，对初步设计的量表进行评估。评估标准[18]包括：题项需具备普遍接受的定义、维度定义明确、题项与测量目的相关，以及题项内容在该研究领域中得到充分采样。经过多轮的专家反馈，最终，删除了 4 个题项，原因如下：M03 被删除，因为关注身体健康是一个相对综合的概念，且已有其他题项能具体表现如何关注健康；E11 和 M06 被删除，因为它们与 E09 相似，虽然它们的焦点不同，但它们仍然有一定程度的重复；E10 被删除，因为其定义太过模糊，缺乏具体性和针对性。

4. 研究二：康养旅居老年住客人文关怀感知量表精炼与检验

研究二是以探索性因子分析(Exploratory Factor Analysis, EFA)和验证性因子分析(Confirmatory Factor Analysis, CFA)为主的定量研究，通过调研得到问卷数据对量表进行精炼，再进行信效度的检验。研究二包括两个阶段：量表精炼和量表检验。

4.1. 量表精炼

4.1.1. 问卷设计

问卷设计分为三个部分，第一部分包括康养旅居住客人文关怀感知量表的剩余 28 个初始题项，第

二部分由三个测量忠诚度的题项组成，第三部分包含参与者的基本信息。在之前的访谈中，许多受访者强调，旅居住客的高忠诚度归因于他们感受到了更多的人文关怀。同时，有研究表明，游客感知到的人文关怀对忠诚度有显著影响[19]。由此，本研究使用忠诚度作为结果变量来检验旅居住客人文关怀感知的效标效度。本研究参考了已有文献[20]设计了3个代表忠诚度的题项。问卷的回答采用李克特5分制选项记录。

在设计了初始问卷后，本研究采用认知访谈的方法进行预测试，该方法重点关注受访者回答问卷时的思维过程，用于解决问卷中存在的歧义和理解困难等问题。根据预测试结果对一些理解有难度的题项进行修改，进一步完善了量表，从而确立了最终问卷。

4.1.2. 样本收集

本研究选取康养旅居产业发展较成熟的江西省靖安县中源乡作为调研地，问卷抽样采用方便抽样法，共回收有效问卷677份，有效率为98.12%。然后将收集到的样本随机分为EFA样本(331份)和CFA样本(346份)，用于后续分析。

4.1.3. 项目分析

本研究使用总样本数据进行项目分析。根据临界比值法，将量表总分前27%和后27%的样本划为高分组和低分组，对这两组的各个题项的得分进行独立样本t检验，排除了t值不显著的题项M05和M12，其余显著的题项具有鉴别度。然后采用题总相关性分析来检验整个量表中题项的同质性，以皮尔逊相关系数小于0.4作为删除标准，结果显示题项M07、M08、M10、M11、M13、E01、E03、E05、E07、E08、S03、S05、S07和S08与总分相关较低，予以剔除。这一过程后，量表剩余12个题项。

4.1.4. 探索性因子分析

为确定量表的最佳因子数量，本研究使用SPSS 27进行探索性因子分析，首先得到包含剩余题项的EFA样本数据的KMO值为 $0.845 > 0.7$ ，Bartlett球形检验显著性小于0.001。由此可对样本数据采用主成分分析法提取特征根 > 1 的因子，并依据以下标准筛选题项：(1) 因子载荷 > 0.4 ，(2) 共同度 > 0.4 ，(3) 不存在跨因子载荷 > 0.4 。结果如表2所示，各个题项均符合以上标准，且最终析出三个因子，其累计方差解释率为62.28%，表明因子结构具有良好的解释力。另外，总量表的Cronbach's α 系数为0.841，各因子Cronbach's α 也均高于0.7，说明量表信度理想。从结果可以看出，最终确定的因子结构与前期定性研究建立的维度框架一致，因此验证了原有分类的合理性与可靠性。

Table 2. Results of the EFA
表 2. EFA 的结果

因子	题项	因子载荷	共同度	Cronbach's α
MCP	M09	0.791	0.665	0.755
	M04	0.772	0.666	
	M01	0.753	0.594	
	M02	0.614	0.422	
ECP	E09	0.818	0.720	0.828
	E04	0.810	0.692	
	E02	0.800	0.691	
	E06	0.717	0.541	

续表

SCP	S04	0.805	0.710	0.790
	S02	0.781	0.689	
	S06	0.728	0.586	
	S01	0.693	0.496	

4.2. 量表检验

4.2.1. 验证性因子分析

验证性因子分析通过建立结构方程模型来评估所提出的模型与实际数据(CFA 数据)的拟合程度。拟合指数根据以下标准进行评估[21] [22]: $\chi^2/df < 3.0$; SRMR < 0.05 ; RMSEA < 0.08 ; NFI、CFI、GFI、AGFI、TLI、RFI 和 IFI > 0.9 。

本研究借助 Amos 25 构建了包含康养旅居住客人文关怀感知的三个维度及其各自题项的一阶因子模型, 并对测量模型进行分析, 如表 3 所示, 各拟合指数均符合既定标准, 表明该模型具有良好的拟合度。

4.2.2. 信度检验

信度用来衡量量表的内部一致性。本研究使用 SPSS 27 对 CFA 样本数据进行信度分析, 结果如表 3 所示, 各维度的 Cronbach’s α 系数均 >0.7 。另外, 根据各题项的标准化因子载荷计算各维度的组合信度 (CR), 结果如表 3 所示, 都超过 0.7。因此, 该量表的内部一致性良好, 信度检验通过[21]。

Table 3. Results of the EFA
表 3. CFA 的结果

维度	题项	标准化因子载荷	拟合指标	Cronbach’s α	AVE	CR
MCP	M01	0.690	$\chi^2/df = 1.775$	0.803	0.507	0.804
	M02	0.661	SRMR = 0.0361			
	M04	0.733	RMSEA = 0.047			
	M09	0.761	GFI = 0.96			
ECP	E02	0.767	AGFI = 0.938	0.831	0.557	0.833
	E04	0.752	NFI = 0.943			
	E06	0.639	CFI = 0.974			
	E09	0.817	TLI = 0.966			
SCP	S01	0.520	RFI = 0.926	0.790	0.502	0.797
	S02	0.807	IFI = 0.974			
	S04	0.780				
	S06	0.692				

4.2.3. 结构效度检验

量表的结构效度由收敛效度和区分效度来检验。如表 3 所示, 各题项的标准化因子载荷均 >0.5 , 各因

子的平均方差提取量(AVE)>0.5,表明量表收敛效度良好。由表 4 可知,各因子 AVE 的平方根均大于与其他因子的相关系数,满足区分效度标准[23] [24]。因此,该量表的结构效度通过验证。

Table 4. Results of discriminant validity analysis

表 4. 区分效度检验结果

维度	MCP	SCP	ECP
MCP	0.712		
SCP	0.498***	0.709	
ECP	0.424***	0.473***	0.747

注: 对角线数据为 AVE 的平方根。

4.2.4. 效标效度检验

本研究的效标效度检验以目的地忠诚度(Loyalty)为因变量,以人文关怀感知的三个维度为解释变量,构建结构方程模型并利用 CFA 样本进行路径分析。由于初始模型(图 2(a))拟合效果不理想,需进行模型修正[16],依据马斯洛需求层次理论[8],即低层次需求的满足会影响高层次需求。因此,本研究在模型中增设 MCP 对 ECP 及 SCP 的路径,以及 ECP 对 SCP 的路径。修正后模型(图 2(b))拟合良好: $\chi^2/df=1.498$, SRMR = 0.037, RMSEA = 0.038, GFI = 0.956, AGFI = 0.937, NFI = 0.932, CFI = 0.976, TLI = 0.970, RFI = 0.916, IFI = 0.977, 所有指标均符合标准。

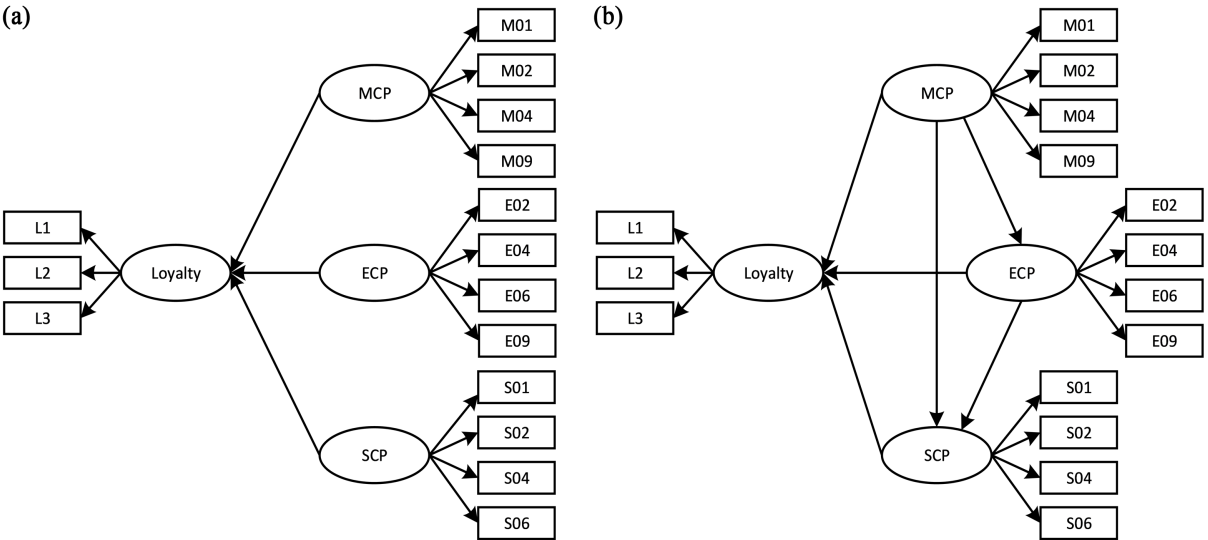


Figure 2. Structural equation model of criterion validity test. (a) Initial structural equation model; (b) Modified structural equation model

图 2. 效标效度检验模型。(a) 初始效标效度模型; (b) 调整后的效标效度模型

表 5 的路径系数结果表明, MCP、ECP 与 SCP 均对 Loyalty 存在显著正向影响,且所有路径及其中介路径均显著。其中, MCP、ECP 和 SCP 对 Loyalty 的总影响系数分别为 0.438、0.432 和 0.185。该结果证实量表得分与 Loyalty 得分间存在显著正相关,表明量表效标效度检验通过。

最终,包含三维度 12 个题项的量表通过了验证。其中 MCP 维度包含 M01、M02、M04 和 M09; ECP 维度包含 E02、E04、E06 和 E09; SCP 维度包含 S01、S02、S04 和 S06。

Table 5. Results of criterion validity test
表 5. 效标效度检验结果

路径	S.E.	C.R.	P	标准化因子载荷
ECP←MCP	0.086	6.134	***	0.423
SCP←MCP	0.065	4.698	***	0.364
SCP←ECP	0.049	4.382	***	0.319
Loyalty←MCP	0.093	2.337	0.019	0.188
Loyalty←ECP	0.074	4.724	***	0.373
Loyalty←SCP	0.116	2.216	0.027	0.185

注：***表示 P < 0.001。

5. 研究结论与讨论

5.1. 研究结论

本研究采用探索性序列混合研究方法，对康养旅居老年住客人文关怀感知的概念、维度及量表开发进行了系统研究，主要结论如下：首先，界定了康养旅居老年住客人文关怀感知的概念，即老年住客在康养旅居期间从他人或组织的行为态度中间接或直接感知到的物质、情感与精神关怀，旨在满足其从生理到自我实现的五个层次需求。其次，构建了包含物质关怀感知、情感关怀感知和精神关怀感知三个维度的理论框架，分别对应老年住客的生理与安全需求、归属与爱的需求，以及尊重与自我实现的需求。最后，开发出适用于康养旅居情境的老年住客人文关怀感知测量量表，该量表既体现康养旅居特色，维度划分也具备良好的通用性。

5.2. 讨论

在老龄化社会背景下，康养旅居产业的可持续发展需加强对老年住客的人文关怀。本研究在理论层面主要有以下贡献：(1) 界定了康养旅居老年住客人文关怀感知的概念及维度结构，通过将其与马斯洛需求层次理论相结合，丰富了人文关怀的内涵并拓展了该理论的应用范围。相较于既有研究[6]提出的二维结构，本研究新增“情感关怀感知”维度，更契合马斯洛理论的层次体系。(2) 开发了适用于实证研究的老年住客人文关怀感知量表。以往研究有强调人文关怀的重要性但缺乏可靠的测量工具[6] [13]，本研究整合老年旅游与护理领域成果，首次从旅居者视角开发出多维度量表，为相关实证研究提供了基础测量手段。(3) 所开发的量表植根于中国乡村康养旅居实践，题项设计反映本土现实，具有情境特殊性；而三个维度的划分方式具有普适性，可以适用于其他类型的旅游情境。

在实践层面，本文对乡村康养旅居产业发展提出以下建议：(1) 在目的地管理方面，管理者应统一规划建设，结合老年住客需求完善步道、健身设施等公共空间；规范市场秩序并打击消费欺诈，以保障住客的安全消费环境；同时建立合理的村民收益共享制度，促进当地村民与住客的良性互动，提升目的地村民的友好度。(2) 在经营服务方面，经营者应重点优化食宿服务质量，包括营养餐食和适老化设施；同时以家庭式关怀弥补老年人的孤独感，为老年住客提供社交与情感支持。康养旅居地可以通过以上措施提高其人文关怀服务水平，进而提升核心竞争力。

在测量老年旅居住客人文关怀感知的过程中，由于受到数据收集难度大、样本代表性受限等问题的限制，本研究存在一定局限性。未来的研究可以针对老年群体改善实地调研方法，增加调研地点，以增强研究结论的普适性，并深入探讨人文关怀感知形成机制与影响因素以及进一步检验人文关怀感知对满

意度、消费行为及目的地形象等多方面的影响。

基金项目

本研究由国家自然科学基金项目(72064020)、江西省社科规划项目(23GL11)、江西省教育厅研究生创新基金项目(YC2024-S196)资助。

参考文献

- [1] 朱荟, 李昉. “十五五”时期我国银发经济发展的重点方向和举措[J]. 江西师范大学学报(哲学社会科学版), 2025, 58(2): 37-48.
- [2] 周榕, 石磊, 庄汝龙. 中国旅居养老空间发展模式研究[J]. 地理学报, 2023, 78(6): 1553-1572.
- [3] 韵江, 郑密. 旅居何以康养?——节奏分析视角下康养旅居对身心健康的“单向度-循环”影响研究[J]. 旅游学刊, 2024, 39(3): 60-74.
- [4] 王金莲, 苏勤. 第二居所旅居者与当地居民社会互动过程及机制——以三亚市为例[J]. 地理研究, 2021, 40(2): 462-476.
- [5] 朱贻庭, 崔宜明. 伦理学大辞典[M]. 上海: 上海辞书出版社, 2011.
- [6] 王晓耕, 刘宇青. 体验旅游经济中的人文关怀效应初探[J]. 理论与现代化, 2010(6): 115-119.
- [7] 张秀伟, 姜安丽. 护理人文关怀概念的研究现状与分析[J]. 中华护理杂志, 2008(6): 540-543.
- [8] Maslow, A.H. (1943) A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, **50**, 370-396.
<https://doi.org/10.1037/h0054346>
- [9] 索生安. 旅游开发中的人文关怀缺失与重构——基于利益主体理论视角[J]. 湖北社会科学, 2012(3): 76-78.
- [10] Zhou, K. and Yao, Z. (2023) Analysis of Customer Satisfaction in Tourism Services Based on the Kano Model. *Systems*, **11**, Article 345. <https://doi.org/10.3390/systems11070345>
- [11] Zhang, Y. (2022) Application Research of Humanistic Care and Situational Integration in Nursing of Schizophrenia in Recovery Period. *Contrast Media & Molecular Imaging*, **2022**, Article ID: 4705107.
<https://doi.org/10.1155/2022/4705107>
- [12] 杨春宇, 叶文. 旅游规划与人文关怀浅析[J]. 人文地理, 2004(3): 89-92.
- [13] 王莉敏. 基于城乡居民需要的乡村休闲旅游项目选择与开发研究[J]. 农业经济, 2020(3): 42-44.
- [14] Song, C., Yang, J., Wang, L., Li, Y., Zhi, Y. and Xia, J. (2022) Spatiotemporal Reconstruction and Drivers of Tourism-Oriented Towns: A Case Study of Jinshitan. *Frontiers in Environmental Science*, **10**, Article ID: 1013908.
<https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.1013908>
- [15] Chen, K. and Ye, Y. (2023) Is Your Working Life Good? Alienation in the Nexus between Job Characteristics and Organizational Citizenship Behavior of Hospitality Frontline Employees. *Tourism Review*, **79**, 133-151.
<https://doi.org/10.1108/tr-09-2022-0427>
- [16] Zhang, P., Guo, S., Zeng, W. and Wu, L. (2023) Development of the Well-Being Scale for Urban Elderly Tourists Who Travel in the Countryside for Summer Health. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, **28**, 191-211.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2217955>
- [17] 吴明隆. 问卷统计分析实务: SPSS 操作与应用[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2010.
- [18] Guion, R.M. (1977) Content Validity—The Source of My Discontent. *Applied Psychological Measurement*, **1**, 1-10.
<https://doi.org/10.1177/014662167700100103>
- [19] 何奕康, 刘昕罗, 陈伯鹭, 等. 人文关怀服务对提高患者忠诚度的影响研究[J]. 科教导刊(下旬), 2018(6): 147-150.
- [20] Ramesh, V. and Jaunky, V.C. (2021) The Tourist Experience: Modelling the Relationship between Tourist Satisfaction and Destination Loyalty. *Materials Today: Proceedings*, **37**, 2284-2289. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2020.07.723>
- [21] 张伟豪. 与结构方程模型共舞[M]. 台北: 前程文化事业有限公司, 2013.
- [22] Hu, L. and Bentler, P.M. (1999) Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, **6**, 1-55.
<https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- [23] 袁登华, 谢一帆. 在线品牌社群中负性消费者品牌互动量表开发与检验[J]. 管理评论, 2022, 34(11): 118-132.
- [24] Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981) Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, **18**, 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>