

doi: 10.16104/j.issn.1673-1891.2022.03.008

基于结构方程的安徽省红色建筑文化旅游 体验质量影响因素研究

潘和平, 沈丹

(安徽建筑大学经济与管理学院, 安徽合肥 230601)

摘要: 为了提升安徽省红色建筑文化旅游质量, 促进安徽省红色建筑文化旅游产业发展, 采用问卷调查法、结构方程法对安徽省红色建筑文化旅游体验质量影响因素进行研究, 旨在为安徽省红色建筑文化旅游产业发展路径提供合理建议。研究选用5个潜变量, 20个显变量建立结构方程模型, 运用SPSS、AMOS软件对安徽省红色建筑文化旅游体验质量深入分析。研究表明: 红色历史因素、景区因素、参与性因素对安徽省红色建筑文化旅游体验质量均呈显著正相关影响。今后, 可从深入融合红色历史因素、提升服务质量、创新体验形式、增强参与性等方面着手, 促进安徽省红色建筑文化旅游发展。

关键词: 文化旅游; 红色建筑; 结构方程; 体验质量

中图分类号: TU-87; F592.754 文献标志码: A 文章编号: 1673-1891(2022)03-0040-07

Study on the Experience Influence Factors in the Visits to Buildings Bearing the Red Culture in Anhui Based on SEM Model

PAN Heping, SHEN Dan

(School of Economics and Management, Anhui Jianzhu University, Hefei, Anhui 230601, China)

Abstract: In order to improve the touristic quality of buildings with red culture in Anhui Province and promote its development, this paper searches in the influence factors of experience quality in the visits to red culture building in Anhui with questionnaire and structural equation model, so that sensible suggestions can be brought about for the development of red-cultured building tourist industry. Five latent variables and 20 dominant variables are selected to establish the structural equation model, and SPSS and AMOS software are used to deeply analyze the tourism experience quality of red culture in buildings Anhui Province. The research shows that factors of red history, scenic spots and participation are positively correlated with the experience quality in the visits to red-cultured buildings in Anhui. In future, we can promote its development from the perspectives of integrating red culture history, improving service quality, innovating experiencing forms, and strengthening participation.

Keywords: cultural tourism; buildings bearing red culture; structural equation; experience quality

0 引言

红色建筑主要指反映中国共产党革命斗争历史、蕴含重要革命教育意义的建筑物和构筑物, 是红色文化的一种存在形式。目前, 关于红色建筑与文化旅游的研究以理论研究为主。其中, 张俊^[1]从红色建筑的社会价值出发, 重点论述了红色建筑保护、红色精神传承与区域发展的关系; 彭颜红等^[2]通过阐释红色建筑的历史内涵、文化底蕴及其特殊的

思想政治教育功能, 强调红色建筑在高校思想政治教育中的重要性; 王涛^[3]以五台山为例, 从政府、社会、红色文化本身以及市场等5个方面分析红色文化发展的困境, 并提出相应对策; 郭剑衡^[4]以苏州红色文化为研究对象, 总结出区域特色整合较弱、核心定位欠缺、产业融合不足等发展困境是制约苏州红色文化发展的主要原因, 并提出红色文化品牌以及相关产业融合等发展路径。关于红色建筑、红色文化的研究多停留在理论层面, 且多从政府和地方

收稿日期: 2022-04-20

基金项目: 安徽省省级自然科学基金项目(YJS20210506)。

作者简介: 潘和平(1974—), 安徽桐城人, 教授, 硕士, 研究方向: 技术经济。

景区的角度出发,阐述提升红色文化发展质量的对策。而本研究以安徽省红色建筑为主要对象,从游客角度出发,通过分析416位安徽省红色建筑文化旅游游客的问卷调查数据,以游客实际体验为切入点,采用定性和定量分析相结合的方式,运用结构方程模型对红色建筑文化旅游体验质量影响因素深入分析,进而为红色建筑的合理配置、红色文化资源的充分利用提供参考建议,为安徽省乃至全国红色文化旅游可持续、高质量发展提供理论支撑。

1 研究设计

1.1 问卷设计及发放

以安徽省31处红色景区为调研地点,调查时间为2021年12月—2022年3月,问卷发放对象为现场

随机选取的体验过安徽省红色建筑文化旅游的游客,采取现场发放、填写、及时回收的方式保证工作效率,共收回416份有效问卷。

问卷主要包括2个部分,第1部分为受访游客人口社会特征调查,主要内容为受访游客的性别、受教育程度、所处年龄段、职业、月收入以及所来自区域;第2部分为红色建筑文化旅游体验质量以及影响体验质量的因素2个维度对应的题项。旅游体验为感知性体验,是指游客在旅游过程中,通过观赏、参与活动、交流等方式与外界产生联系,进而改变心理状态的一种感悟系统,其影响因素复杂,本文主要参考孙小龙等^[4]学者的量表,体验质量影响因素维度包括红色历史因素、景区因素、参与性3个潜变量,体验质量维度构建情感体验和价值体验2个潜变量,如表1所示。

表1 安徽省红色建筑文化旅游体验质量影响因素的测量指标

潜变量	显变量	题项描述
红色历史因素	具有红色意义	该红色建筑具有深刻的红色历史意义
	增加相关知识	该红色建筑让我了解到更多的历史文化知识
	红色文化主题明确	该红色建筑红色文化主题明确
	保护红色文化	该红色建筑唤醒保护红色文化意识
景区因素	景区可达性	该红色建筑所在景区可达性强
	环境舒适	该红色建筑所在景区环境舒适
	设施齐全	该红色建筑所在景区设施齐全
	工作人员积极	该红色建筑所在景区工作人员态度积极
参与性	就餐、住宿方便	该红色建筑所在景区就餐、住宿方便
	活动参与度高	游客参与景区活动的积极性高
	游客分享感悟	与游客互动,成功分享彼此感悟
	解说精彩	解说内容十分精彩
情感体验	可融入性强	景区红色建筑让我感到身临其境
	内心震撼	让人内心震撼
	增加民族自豪感	增加民族自豪感
价值体验	增加对未来信心	增加对未来信心
	具有独特性	这次旅游具有独特性
	产生强烈获得感	我觉得这次旅游是值得的
	让游客总体满意	对于这次旅游,我总体满意
	实现文化旅游目的	这次旅游实现了我的旅游目的

1.2 样本人口特征统计分析

统计数据显示,调查对象大部分来自安徽省,占90.87%,男性为212人,女性为204人,占比分别

为50.96%和49.04%,说明在选择红色建筑文化旅游的游客中,性别比例基本均衡;年龄段集中在26~60岁,占受访者群体的66.94%,值得注意的是,18~

25岁青年占比仅为20.43%,应加强对青年群体的红色精神、红色文化教育;样本受教育程度集中在大专及本科层次,分别占样本数29.81%和42.55%。受访群体职业统计数据显示,56.25%的受访者的职业为公务员及事业单位工作人员,受访者职业调查中,学生仅占14.18%,与年龄段统计中的“18~26岁”年龄段比例较低这一结果相符,再次说明青年红色实践教育有待加强。

1.3 理论基础及研究假设

文化作为体验-价值理论的重要因素之一,通常指人类活动或者物体被人类赋予的特定内涵,其产生与情感密切相关,同时会直接影响情感体验。红色建筑文化旅游本身包含红色文化,红色建筑作为游客接受文化信息的载体,正面的文化传递能够激发游客的积极情感和价值感知,加深对红色文化的理解和认同。景区通常借助历史故事和历史人物来体现文化内涵,游客通过了解当地历史故事和历史人物认知景区所蕴含的红色历史因素。红色建筑所在的景区同样如此,其通过具有红色文化内涵的文创品、建筑风格显著的红色建筑以及历史文物帮助游客解读红色文化、传承红色精神。从已有研究来看,张洁^[5]等学者通过实证研究提出,红色历史因素对游客的情感体验存在显著正相关效应,王佳果^[6]等在“认知-情感-意动”理论的基础上,建立了感知文化、体验意愿和旅游经验等模型,研究旅游者感知文化距离对民族文化遗产价值体验的影响机制,因此,红色历史因素对情感体验和价值体验均有影响,故提出假设H1和H2:

H1:红色历史因素对情感体验存在正向影响。

H2:红色历史因素对价值体验存在正向影响。

刺激-机体-应对理论认为,在旅游体验过程中,景区通过对游客提供服务,对游客产生一定程度的刺激,同时,游客通过服务体验,进而对景区以及服务工作产生相应的评价和反馈^[7]。作为红色建筑文化旅游中的主体之一,景区的服务直接影响游客体验,景区的交通可达性、营销效果以及环境质量等均能直接影响游客的文化旅游活动体验质量。景区通过提供活动设施以及附加产品等服务活动让游客的心理需求得以满足,有研究认为,景区因素包括2个不同的维度,分别是外在的技术层面服务和内在层面的功能质量,技术层面主要包括景区现场的设备设施,内在功能则通常包括现场的工作人员提供的服务^[8],如引导路线、提供游览帮助以及饮食、住宿方面的服务等,让游客主观感受得以升华。吕宛青等^[9]认为旅游服务质量评价主体不仅为游

客,更应包括其他利益相关者,从多维感知角度提出旅游服务质量评价方法,研究服务水平对旅游体验质量的影响;蒋海萍等^[10]提出消费者参与、服务主导以及情感互动均对游客体验质量存在复杂影响关系,故提出景区因素对情感价值存在正向影响的假设,即H3:

H3:景区因素对情感价值存在正向影响。

社会交换理论提出,互动关系良好的个体之间能够通过个体行为产生相应的回应,游客对参观主体持有积极态度,则会促进体验价值的提升,就红色文化旅游体验而言,良好的互动让游客产生民族自豪感和强烈的自信心,与景区服务者之间的互动以及与解说员的现场互动、游客间彼此的交流将有助于游客产生地方依恋,因此,游客与其他主体之间产生的良好互动关系是景区的重要竞争力之一,直接影响游客对体验经历做出的评价^[11]。程慧^[12]基于S-O-R理论为框架,结合感知互动性理论与价值理论,构建旅游网站中旅游经历分享行为的研究模型,论述了互动参与会通过社会认同影响满足感,证明参与性将影响旅游体验;杜法成等^[13]等从人与人及人与物之间的关系,探讨了互动本真性、情感体验和地方依恋的关系,安徽省红色建筑文化旅游作为特色性强的一种旅游产品形态,其体验价值应全面考虑其影响因素。基于以上理论基础,提出H4、H5假设:

H4:参与性因素对情感体验存在正向影响。

H5:参与性因素对价值体验存在正向影响。

随着对特色旅游关注度的提升,游客的旅游体验质量研究日渐重要,游客体验质量的高低直接影响游客对景区的评价,从而影响当地的旅游业发展。由于体验质量是主观性的感知,关于体验质量的测度研究多集中在将游客和景区作为旅游体验的重要主体^[14],从景区服务和游客参与2个角度出发,探讨二者对旅游体验质量的影响。事实上,作为旅游体验的2大重要参与者,二者对旅游体验的影响是相互依赖的,因此,单纯地将二者作为主体割裂开来测度旅游体验不能全面衡量旅游体验质量。根据“认知-情感-意向”理论,感知作为游客在旅游体验经历中的主观认知结果^[15],分为情感和认知价值2方面,情感层面更多考虑自身情况,而价值感知多来自外在影响,强调获得性,可包含社会价值也可包含获得的客观价值,例如对旅游体验的总体获得感以及总体评价等,基于以上理论,提出假设H6:

H6:情感体验对价值体验存在正向影响。

基于以上论述, 构建红色建筑文化旅游游客体验质量影响理论模型如图 1 所示。

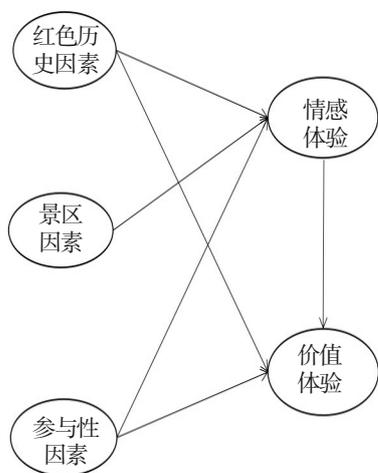


图 1 红色建筑文化旅游游客体验质量影响理论模型

1.4 计量模型

结构方程模型用以处理多元变量之间路径影响关系, 为验证红色历史因素、景区因素和参与性与安徽省红色建筑文化旅游体验质量之间存在的关系, 建立结构方程模型。由测量方程和结构方程 2 部分组成:

测量方程:

$$X = A_x \zeta + \delta \quad (1)$$

$$Y = A_y \eta + \varepsilon \quad (2)$$

式中: X 和 Y 分别表示外生变量和内生变量 (情感体验和价值体验), A_x 和 A_y 分别代表外生指标和外生潜变量之间的关系、内生指标和内生潜变量之间的关系, ζ 和 η 分别为外生潜变量和内生潜变量, δ 和 ε 分别是外生变量和内生变量的测量误差。

结构方程:

$$\eta = B\eta + \Gamma\xi + \zeta \quad (3)$$

式中: η 为内生潜变量, B 为内生潜变量之间的关系, Γ 为外生潜变量对内生潜变量的影响, ξ 为外生潜变量, ζ 为残差项。

2 结果与分析

2.1 信度、效度检验

信度检验用于检验调查问卷数据的可靠性与一致性, 体现随机误差大小。文章借助 SPSS, 计算不同维度的潜变量数据, 得到相应的 Cronbach's Alpha 系数, 选用其作为信度测量标准, 量表信度达到标准, 一般要求 Alpha 值 > 0.7, 显示内部一致性程度较好, 可以开展深层次的研究分析。在实验过程

中, Cronbach's Alpha 系数 < 0.7, 则需要对研究量表以及调查问卷进行科学调整, 提升问卷信度。信度检验如表 2 所示。

表 2 信度检验

潜变量	观测变量	平均值	二级指标		一级指标 Cronbach's Alpha 系数
			Cronbach's Alpha 系数	Cronbach's Alpha 系数	
红色历史因素	具有红色意义	13.33	0.910		0.927
	增加相关知识	13.49	0.918		
	红色文化主题明确	13.34	0.895		
	保护红色文化	13.29	0.895		
景区因素	景区可达性	18.27	0.891		0.894
	环境舒适	18.18	0.865		
	设施齐全	18.13	0.863		
	工作人员积极	18.16	0.872		
参与性因素	就餐、住宿方便	18.14	0.865		0.845
	活动参与度高	13.08	0.792		
	游客分享感悟	13.06	0.801		
	解说精彩	13.26	0.810		
情感体验	可融入性强	13.13	0.810		0.791
	内心震撼	9.17	0.701		
	增加民族自豪感	9.10	0.700		
	增加对未来信心	9.05	0.744		
价值体验	具有独特性	13.70	0.836		0.844
	产生强烈获得感	13.67	0.777		
	让游客总体满意	13.63	0.776		
	实现文化旅游目的	13.54	0.810		

由表 2 可见,红色历史因素的 Cronbach's Alpha 系数是 0.927、景区因素的 Cronbach's Alpha 是 0.894, 互动功能性的 Cronbach's Alpha 系数是 0.845, 情感体验的 Cronbach's Alpha 系数是 0.791, 价值体验的 Cronbach's Alpha 系数是 0.844, 各个维度均满足 Cronbach's Alpha 系数 > 0.7 的条件, 因此, 此次研究所测量的 5 个维度的题项均达到信度要求。

进行因子分析前,要衡量问卷整体稳定性,测量题项设计是否有效,KMO 越接近 1,说明样本越好,标准值在 0~1 之间,通常要求实验数据 KMO 值 > 0.7,巴特利特球形检验用以检验变量相关性程度,通常要求显著性系数 $P < 0.05$,越小越好,本研究样本数据 KMO 值系数 0.897,超过了 0.7。巴特利特球形检验近似卡方值 6 065.316,显著性系数 P 为

0.000。样本数据达标,结构良好,适合做因子分析。

2.2 探索性因子分析

探索性因子分析(Exploratory Factor Analysis)用来分析计算不同观测变量之间的内在关系,找出核心因子,并将多变量综合为几个公共因子,从而进行数据降维。研究选用主成分分析来做探索性因子分析,对因子荷载矩阵进行旋转,随机选择 5 个特征值在 1 以上的公共因子,公共因子对原始变量总方差解释率为 73.736%,超过 60%,由此说明该测量量表适合做因子分析。

2.3 结构方程分析

2.3.1 结构方程模型建立与检验

安徽省红色建筑文化旅游游客体验质量影响因素的结构方程模型如图 2 所示,拟合性检验结果如表 3 所示。

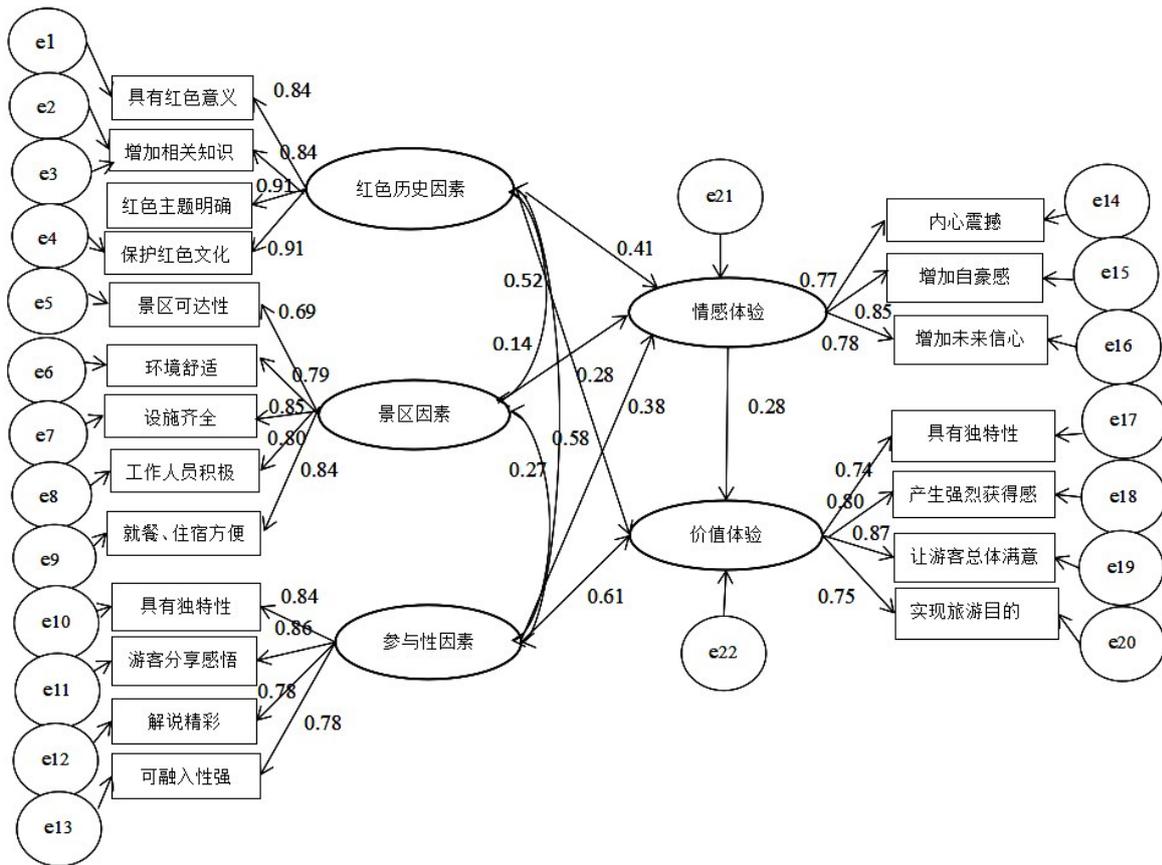


图 2 安徽省红色建筑文化旅游体验质量影响因素结构方程模型

对于拟合度较好的结构方程模型而言,要求拟合度指标中的 χ^2/df 值越小越好,此研究中, χ^2/df 值是 2.061;其他指数如 IFI、NFI、CFI、IFI 标准值 > 0.8,此研究结果显示依次为 0.913、0.888、0.913、0.897 均满足标准值要求;要求

RMSEA 值 ≤ 0.08 ,此研究结果中 RMSEA 值为 0.015,符合模型拟合良好要求,由以上指标结果可知,安徽省红色建筑文化旅游体验质量影响因素结构方程模型拟合效果良好,如表 3 所示。

表3 结构方程模型拟合结果

	X^2/df	RMSEA	IFI	NFI	CFI	TFI
模型拟合	越小	< 0.08	> 0.9	> 0.8	> 0.9	> 0.8
标准值	越好					
模拟数值	2.061	0.015	0.913	0.888	0.913	0.897

2.3.2 影响路径分析

路径分析作为结构方程模型多元分析的一种重要方法,广泛用于心理学、社会学和市场调研等领域,运用 Amos 建模得到的路径分析结果如表 4 所示。

表4 影响路径

影响路径	标准化路径系数	CR	P	是否支持假设
情感体验←红色历史因素	0.346	6.080	***	支持
情感体验←景区因素	0.148	2.954	0.000 3	支持
情感体验←参与性因素	0.474	7.149	***	支持
价值体验←情感体验	0.415	4.448	***	支持
价值体验←红色历史因素	0.280	4.469	***	支持
价值体验←参与性因素	0.215	3.023	0.000 3	支持

注:***表示 $P < 0.001$, 差异具有高度统计学意义。

1) 红色历史因素影响路径分析

红色建筑依托红色文化,而红色建筑又是红色文化的载体,红色历史因素作为红色建筑特征因素之一,其对红色文化旅游游客的体验质量影响显著,游客对红色文化的感受强化游客在旅游过程的爱国情感,红色历史因素对情感体验这一影响路径的 CR 值是 6.08, P 值小于 0.001, 表示存在正向关联效应,假设 H1 成立;同样,红色历史因素为红色建筑赋予独特的社会价值、思想政治教育价值,让游客价值观得以升华,红色历史因素对价值体验的 CR 值为 4.469, $P < 0.001$, 具有高度统计学意义,说明红色历史因素对价值体验存在正向影响,因此,假设 H2 成立。

2) 情感体验影响路径分析

红色建筑本身具有的历史性为游客提供了情感功能,价值影响因素是复杂的,其中,情感作为不容忽视的一部分,将直接影响到游客对红色建筑、红色文化旅游的价值体验,从影响路径表来看,情感体验对价值体验的 CR 值是 4.448, $P < 0.001$, 存在正向关联效应,故而假设 H6 成立。

3) 参与性影响路径分析

红色文化旅游发展离不开景区工作人员与游客以及游客之间的互动,旅游活动中,互动参与通常包括物品互动、行为互动、信息互动等形式。提升游客体验质量需要充分考虑所有文化旅游利益相关者的真实性认知及其互动关系,结果显示,参与性对情感体验这一影响路径的 CR 值是 7.149, $P < 0.001$, 表明参与性对情感体验具有正向关联效应,假设 H4 成立;红色文化旅游的价值体验无法仅由红色建筑单独创造,其离不开红色建筑所在景区、游客参与的活动等,参与性对价值体验的 CR 值为 3.023, P 值 $0 < 0.001$, 差异具有高度统计学意义,说明参与性对价值体验具有显著正向影响,假设 H5 成立。

4) 景区因素影响路径分析

情感体验的研究过程通常会忽视景区因素,景区因素包括红色建筑所在景区、地方政府为游客提供的服务活动。作为景区的服务对象,服务体验质量是游客最直观的感受,红色文化旅游游客对服务的体验正向、负向将影响其对本次红色文化旅游的情感体验好坏,情感变化受到红色建筑所在地其他旅游资源、设施、景点服务、旅游地文化习俗等共同影响,景区因素对情感体验的 CR 值是 2.954, $P < 0.001$, 表明假设 H3 成立,景区因素对情感体验具有正相关效应。

3 结论与建议

通过安徽省红色建筑文化旅游体验质量影响因素的结构方程构建模型,主要得出以下几点结论:

1) 文化因素、情感体验和参与性因素均对价值体验呈现显著的正相关影响。其中,情感体验影响因子最大。与其他旅游产品不同,红色建筑作为红色精神的重要承载者,其本身就被赋予独特情感,游客选择红色建筑所在的景区为旅游对象或实地体验红色建筑文化旅游,存在一定的情感效应。

2) 文化因素、服务因素和参与性因素均对情感体验呈现显著的正相关影响。其中,参与性因素影响因子最大。随着对旅游质量要求的提高,人们对

旅游过程中的交互性体验需求不断增加,红色建筑和相关景区的工作人员服务态度、提供的互动体验等均会正向影响到文化旅游的体验效果。

针对以上结论,就提升安徽省红色建筑文化旅游体验质量提出以下建议:

1)以红色文化为旅游铸魂。

深入挖掘红色资源,凝练红色符号。安徽省是红色文化重要发源地之一,有着丰富的红色建筑资源,应加大对红色建筑的挖掘力度,统筹建设红色文化旅游发展品牌,注重结合安徽地域特色、发展历史等凝练红色文化符号,强化红色文化宣传,提升产品竞争力,打造以红色文化为特征的区域旅游品牌,例如:可按照皖西(大别山区域)、皖南区域、皖东、皖北(淮海区域)等进行划分,因地制宜、科学开发,全面梳理安徽省红色文化历史,充分发挥红色文化综合功效,拓展安徽红色文化发展新格局。

2)以优质服务为产业添翼。

增强对红色文化旅游产业服务质量重要性的认识^[6]。红色建筑所在景区提供的服务质量将会直接影响游客对红色文化旅游的感知,高质量的服务有利于加深游客对红色建筑所蕴含的精神内涵的了解,从现实需求来看,没有高质量的服务就难以满足游客不断提升的旅游体验需求;对红色建筑

所在地方而言,服务质量不升级,就难以让红色文化旅游产业发展与当地总体发展相匹配,直接影响地方产业综合竞争力。因此,只有加大优质服务供给,提升红色文化旅游景区管理水平,提高红色文化旅游景区知名度,才能充分发挥红色文化资源和特色产业优势,辐射红色文化产业体系。

3)以融合创新为体验赋能。

体验红色文化旅游,重在充分调动游客感知。游览形式多样化,有助于增强游客参与性。将科技创新注入红色文化旅游,借助多元化高科技场景,运用新媒体技术,发挥沉浸式体验特色,在观光空间中高效运用多媒体技术,营造出充满历史感的视觉体验,通过真实场景现场演绎历史故事情节,让游客主动融入红色文化旅游,获得个性化、差异化体验感知。借助AR、CR、VR等智能科技方式,真实还原红色历史场景。后疫情时代,更需要积极探索新技术,用以丰富红色文创作品形式,在加强红色景区基础建设的同时,更需要借助智慧科技辅助展览,既保证游客安全、减少因文旅活动传播疫情的可能,又赋予游客沉浸式体验红色文化的机会。创新必将为新时代红色文化旅游高质量发展注入强劲动力。

参考文献:

- [1] 张俊. 统筹保护红色建筑弘扬传承红色精神[J]. 城市建筑, 2021, 18(24): 79-82.
- [2] 彭颜红, 郝宏博, 詹翔. 红色建筑物的思想政治教育功能探析[J]. 学校党建与思想教育, 2019(4): 90-91.
- [3] 王涛. 红色文化旅游产业在五台山地区的境遇与出路[J]. 经济问题, 2021(1): 119-124.
- [4] 郭剑衡. 苏州红色文化旅游产业的发展实现路径研究[J]. 江苏商论, 2021(7): 64-66.
- [5] 孙小龙, 林璧属, 郝捷. 旅游体验质量评价述评: 研究进展、要素解读与展望[J]. 人文地理, 2018, 33(1): 143-151.
- [6] 张洁, 赵凤双. 红色旅游情感体验对大学生红色文化认同的影响研究[J]. 绿色科技, 2021, 23(23): 200-203+206.
- [7] 王佳果, 杨海鑫, 郑密. 旅游者感知文化距离对民族文化遗产体验意愿影响机制[J]. 热带地理, 2022, 42(1): 55-66.
- [8] 王建芹. 高质量发展视阈下乡村旅游主客互动对游客公民行为的影响[J]. 地域研究与开发, 2021, 40(4): 85-90.
- [9] 袁玲. 景区服务质量对游客口碑推荐的影响: 不同旅游动机的调节分析[J]. 商业经济研究, 2022(5): 92-95.
- [10] 吕宛青, 夏汉军. 多维感知视角下目的地旅游服务质量评价方法研究[J]. 思想战线, 2014, 40(6): 150-153.
- [11] 蒋海萍, 董晓宁. 消费者参与、服务主导逻辑和旅游体验价值: 一项实证研究[J]. 安徽大学学报(哲学社会科学版), 2021, 45(2): 135-144.
- [12] 程慧. 旅游网站中旅游经历分享行为的影响因素研究——基于感知互动性[J]. 资源开发与市场, 2021, 37(3): 358-364.
- [13] 杜法成, 李文勇, 戚兴宇. 旅游本真性、情感体验与地方依恋的关系研究[J]. 资源开发与市场, 2018, 34(6): 878-883.
- [14] 蒋海萍, 董晓宁. 消费者参与、服务主导逻辑和旅游体验价值: 一项实证研究[J]. 安徽大学学报(哲学社会科学版), 2021, 45(2): 135-144.
- [15] 白凯, 马耀峰, 李天顺, 等. 西安入境旅游者认知和感知价值与行为意图[J]. 地理学报, 2010, 65(2): 244-255.
- [16] 陈红玲. 地方感视角下旅游地居民感知对旅游业发展态度的影响[J]. 西昌学院学报(自然科学版), 2021, 35(1): 45-48+57.