

国家旅游局旅游业青年专家培养计划 (TYETP201341)

联合资助

中国博士后科学基金第52批面上资助项目 (2012M521723)

基于游客体验质量的

民族村寨旅游产品优化研究

钟 洁◎著



科学出版社

国家旅游局旅游业青年专家培养计划(TYETP201341)

中国博士后科学基金第 52 批面上资助项目(2012M521723)

联合资助

基于游客体验质量的 民族村寨旅游产品优化研究

钟 洁 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书提出游客体验质量的概念并将其作为研究目标,拟解决这样一个问题:什么样的旅游经历能够长期影响旅游者自身的价值观和内在的感知度?也就是说,一个人一生的多次旅游经历,为什么许多被很快遗忘,而有些会刻骨铭心?具体而言,基于我国民族村寨景区旅游产品形式单一、缺乏个性特色、难以满足游客高质量体验需求等现象,本书尝试性开展了对游客体验质量因素结构模型、游客体验质量测评指标体系以及民族村寨旅游产品优化路径这三个核心问题的理论与实证研究,旨在科学评价民族村寨游客体验质量的基础上,提供民族村寨旅游产品优化路径。

本书适合旅游管理专业研究生、本科生及旅游行业从业人员阅读,并可为旅游学界相关研究提供文献参考。

图书在版编目(CIP)数据

基于游客体验质量的民族村寨旅游产品优化研究 / 钟洁著. —北京: 科学出版社, 2015.3
ISBN 978-7-03-043781-5

I. ①基… II. ①钟… III. ①民族地区-旅游业发展-研究-中国
IV. ①F592.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 052040 号

责任编辑: 杨 岭 杨悦蕾 / 责任校对: 杨悦蕾 王 玮
责任印制: 余少力 / 封面设计: 墨创文化

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号
邮政编码: 100717
<http://www.sciencep.com>

成都创新包装印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2015年4月第 一 版 开本: B5 (720×1000)

2015年4月第一次印刷 印张: 9 1/2

字数: 200千字

定价: 59.00元

前 言

1998年,约瑟夫·派恩二世(Joseph Pine II)和詹姆斯 H. 吉尔摩(James H. Gilmore)在《哈佛商业评论》中宣告了体验经济时代的来临,指出体验是以服务为舞台、以商品为道具、围绕消费者创造值得消费者回忆的活动。旅游从本质上来说也是一种体验,是旅游者离开惯常的环境而到新的地方去寻找某种刺激,领略某种文化,体验某种不一样的感觉。在这一背景下,本着向旅游者提供一种或多种经历和体验的民族村寨旅游也迅速发展成为一种潮流。一方面,旅游者对民族村寨的旅游需求已经发生了显著变化,他们不再满足于走马观花式的观光游,而是趋向于深层参与性的体验式旅游;另一方面,民族村寨旅游产品存在形式单一、缺乏个性特色、难以满足游客高质量体验需求的现象。因此,如何为民族村寨旅游者提供高质量的体验式旅游产品,成为当前迫切需要解决的现实问题。

游客满意度研究表明,目前游客满意度的理论研究是以传统的大众旅游者作为研究对象,分析的是旅游者对旅游目的地旅游过程的总体评价,其游客满意度的评价指标适合于传统的大众观光旅游研究。然而伴随着体验经济、体验旅游的兴起,单纯研究游客满意度、游客满意度指标评价体系难以说明旅游产品、旅游活动对旅游者自身价值和内在感知的影响程度,难以有效地指导能够满足旅游者高质量体验需求的旅游产品的开发。例如,舒适的交通、豪华的酒店、精美的饮食及适当的费用很容易提升旅游者的满意度,而使其忽略主体旅游活动的内在价值,且这样的旅游经历会很快让人遗忘。伴随着体验经济时代下体验旅游的兴起和发展,迫切需要一种适应体验式旅游下的游客体验评价方法及评价指标,以解决“当游客满意度提升,游客体验质量却不一定高”等问题。因此,本书提出将游客体验质量的概念作为研究目标,拟解决这样一个问题:什么样的旅游经历能够长期影响旅游者自身的价值观和内在的感知度?也就是说,一个人一生的多次旅游经历,为什么许多被很快遗忘,而有些会刻骨铭心?

本书基于我国民族村寨景区旅游开发管理实践,开展了对游客体验质量因素结构模型、游客体验质量测评指标体系及民族村寨旅游产品优化路径这三个核心问题的理论与实证研究。其主要研究贡献在于:①提出了民族村寨游客体验质量因素结构模型,为适应体验式旅游要求而尝试性探索出一个游客体验质量定量测评方法;②构建了民族村寨游客体验质量测评指标体系,开发并验证了《民族村寨游客体验质量测量量表》;③构建了基于游客体验质量的产品优化路径模型,为民族村寨产品优化寻求了一条可供借鉴的路径。

本书的结构与内容主要为：第1章引言，重点提出本书拟解决的核心问题，并针对这一问题拟定研究目的、研究意义、研究内容和研究方法，形成科学的研究技术路线；第2章文献述评，系统回顾旅游体验、旅游体验质量测度方法、游客体验质量评价指标及民族村寨旅游产品文献资料及相关研究成果，通过文献的系统分析，界定本书中的游客体验质量概念，并初步筛选出游客体验质量测评指标；第3章理论研究，确定研究变量与研究假设，根据研究假设构建总体理论研究模型；第4章实证研究，论证量表的开发、预试及正式量表测试过程；第5章民族村寨旅游产品优化，根据游客体验质量测评指标体系的实证评价结果，分析民族村寨游客体验质量影响因素，构建基于游客体验质量的产品优化路径模型，提供民族村寨旅游产品谱系优化与产品体验设计路径；第6章研究结论与展望，总结研究结论，提炼研究创新点，探讨研究局限，进一步展望未来的研究方向。

值得说明的是，2003年以来，我参与了四川、云南、西藏、贵州等西部民族地区大量的旅游研究工作，逐渐地，我开始关注民族村寨旅游这一研究论题，并于2008~2011年博士研究阶段形成了本书的研究成果。实际上，依靠我一个人的力量很难完成这项艰苦的研究工作，在此必须向给予过我帮助的所有人表示最由衷的感谢：感谢我的导师四川大学黎永泰教授、云南大学杨桂华教授，两位先生严谨、坚韧、朴实的科研态度和工作作风，无论在科研领域还是在其他领域都为我树立了典范；感谢所有为我提供过最无私学术指导、最深切人文关怀的专家学者和亲朋好友；感谢四川丹巴甲居藏寨和云南西双版纳傣族园景区领导、工作人员及社区居民为本书提供了第一手研究资料；感谢西南民族大学为本书的完成营造了一流的科研氛围；最后，感谢国家旅游局旅游业青年专家培养计划（TYETP201341）及中国博士后科学基金第52批面上资助项目（2012M521723）对本书出版的资助。在此，我要将本书尚不成熟的研究成果献给所有关心、支持和帮助我的人。

鉴于本书参考文献数量较大，故未能将其逐一列出，在此向原作者深表歉意并真诚致谢。尽管力求研究的科学性与严谨性，但由于时间、经费、人力及实证调查数据的难以获得性等因素限制，本书还存在诸多研究局限，恳请广大读者批评指正。

目 录

第1章 引言	1
1.1 研究背景	1
1.1.1 现实背景	1
1.1.2 理论背景	2
1.2 问题提出	3
1.3 研究目的	4
1.4 研究意义	5
1.4.1 现实意义	5
1.4.2 理论意义	6
1.5 研究内容	7
1.6 研究方法	8
1.7 研究路线	9
第2章 文献述评	11
2.1 旅游体验	11
2.1.1 体验经济研究概述	11
2.1.2 旅游体验概念研究	12
2.1.3 旅游体验内容研究	13
2.2 旅游体验质量测度方法	16
2.2.1 基于管理学的测度方法	16
2.2.2 基于心理学的测度方法	18
2.2.3 游客体验质量测度模型	21
2.3 旅游体验质量评价指标	23
2.4 民族村寨旅游产品	27
2.4.1 民族村寨	27
2.4.2 民族村寨旅游	28
2.4.3 民族村寨旅游产品	31
2.5 本章小结	33
2.5.1 相关概念界定	33

2.5.2 游客体验与民族村寨旅游产品	34
第3章 理论研究	36
3.1 研究问题提出	36
3.2 旅游体验与游憩体验	37
3.3 游客满意度测评指标体系	38
3.3.1 关于游客满意度	38
3.3.2 游客满意度测评指标体系	40
3.4 游客体验质量理论构建	42
3.4.1 概念界定及研究假设的提出	42
3.4.2 游客体验质量与游客满意度	44
3.5 游客体验质量测评指标体系构建	45
3.5.1 游客体验质量因素结构模型	45
3.5.2 游客体验质量测评指标体系	49
3.6 本章小结	50
第4章 实证研究	52
4.1 研究背景	52
4.1.1 概念的界定	52
4.1.2 案例点选择	53
4.1.3 案例点概况	55
4.2 量表开发	57
4.3 量表预试	62
4.3.1 小样本的描述性统计	64
4.3.2 初试量表变量筛选方法	66
4.3.3 初试量表信度效度检验与量表净化	68
4.4 正式量表的结构	71
4.5 正式测试	73
4.6 正式量表的检验	76
4.6.1 样本的描述性统计	76
4.6.2 正式样本探测性因子分析与假设验证	79
4.6.3 正式样本的项目总体相关系数分析	85
4.6.4 正式量表的信度和效度检验	86
4.7 本章小结	87
第5章 民族村寨旅游产品优化	89
5.1 民族村寨旅游产品开发存在的问题	89
5.1.1 旅游产品形式单一	89
5.1.2 民族文化特色缺乏	90

5.1.3	外来文化快速趋同	91
5.1.4	开发与保护的冲突	92
5.1.5	游客体验质量不高	93
5.2	基于游客体验质量的产品优化模型	93
5.2.1	民族村寨游客体验质量总体分析	95
5.2.2	民族村寨游客体验质量影响因素分析	95
5.2.3	基于游客体验质量的产品优化模型	99
5.3	民族村寨旅游产品谱系优化路径	100
5.3.1	民族特色文化产品	102
5.3.2	民族文化教育产品	107
5.3.3	民族村寨景观产品	110
5.3.4	社区参与型旅游产品	114
5.3.5	民族休闲运动产品	116
5.4	民族村寨旅游产品体验设计	118
5.4.1	主题化设计	119
5.4.2	个性化设计	120
5.4.3	参与性设计	121
5.4.4	体验氛围设计	123
5.5	本章小结	124
第6章	研究结论与展望	126
6.1	结论与讨论	126
6.2	研究创新点	128
6.3	研究局限性	129
6.4	未来研究展望	130
参考文献		132
索引		143

第 1 章 引 言

1.1 研究背景

1.1.1 现实背景

1. 体验经济时代的宣告来临

20 世纪 70 年代，著名的未来学家 Tomer 在《未来的冲击》一书中描述了“体验经济”，并进一步强调未来企业生产商将依靠提供体验服务而取胜^[1]。1998 年，Pine II 与 Gilmroe 发表于美国《哈佛商业评论》^[2]的一篇论文正式宣告了体验经济时代的来临。伴随着体验经济时代的来临，研究者指出越来越多的消费者不再仅满足于购买产品，而是更加注重享受产品购买过程中所产生的满足感；企业生产商在提高产品功能性使用价值的同时，应更积极开展各种沟通交流活动以增强消费者的购买体验，使其获得物质上和精神上的双重满足^[3]。而作为旅游产品的消费者，旅游者更加愿意走出日常生活空间，到郊外、异地甚至异国去寻求多姿多彩的自然人文风情、民俗历史文化，旅游的目的开始指向体验不同于日常生活的另一番情趣和经历。一方面，旅游者的旅游需求发生了显著变化，他们已不再满足于走马观花式的观光游，而是趋向于深层参与性的体验式旅游；另一方面，各种旅游产品的体验式开发已是大势所趋^[4]。为顺应体验经济时代要求，国内外旅游界不断探索体验式旅游产品的发展方向，这也就对本书提出了新的研究要求。

2. 民族村寨旅游的广泛兴起

民族村寨旅游是以少数民族村寨为旅游目的地,以民族村寨景观和民族风情为吸引物,集乡村旅游与民族旅游于一体的综合型旅游。20 世纪末,我国旅游业得到了快速发展,乡村旅游逐渐成为重要的旅游产品,并显现出强大的生命力和发展潜力。在这一背景下,本着向旅游者提供一种或多种经历和体验的民族村寨体验式旅游也迅速发展成为一种潮流。民族村寨旅游成为乡村旅游的组成部分,成为地方旅游业,特别是老、少、边、远地区旅游发展的新热点,并为地方经济的发展做出了巨大贡献。从全国范围来看,具有丰富独特少数民族文化资源的我国西部欠发达地区,其民族村寨旅游开发具有强大的优势。例如,云南的西双版纳傣族园、大理新华白族民族村、香格里拉霞给藏族民族村等;四川丹巴县甲居藏寨、理县桃坪羌寨、攀枝花市迤沙拉傈僳彝族村寨等;贵州西江千户苗寨、布依族镇山村、黔南州巴拉河流域民族村寨群(包括南花、郎德、季刀、怀恩堡、猫猫河、南猛等)等。由此,本书重点探讨基于游客体验质量的民族村寨产品开发问题,以期为我国蓬勃兴起的民族村寨旅游提供理论与实践指导。

3. 民族村寨产品开发的问题

近 20 年来,旅游在推动我国民族村寨地区经济发展的同时,也不可避免地给当地社会文化带来负面影响,导致其旅游产品开发中出现一些问题。研究发现,目前民族村寨旅游产品要么形式单一,缺乏特色与个性,要么产品开发投入大,却得不到旅游者青睐^[5],严重降低了游客的体验质量,制约着民族地区旅游经济的发展,尤其是针对我国民族村寨产品开发问题的理论与实证研究相对滞后。因此,本书试图通过实证研究方法,探寻民族村寨体验式旅游产品优化路径,以补充现有相关理论与实践研究的不足;在进一步深化游客体验质量理论研究的基础上,构建内涵丰富、形式多元、结构合理的民族村寨产品体系,最终为民族村寨景区旅游规划、旅游开发及旅游经营管理提供实际指导。

1.1.2 理论背景

1. 旅游体验质量理论研究的迫切需求

体验经济时代的来临对游客体验质量的理论研究提出了迫切需求。20 世

纪90年代末期, Pine II 与 Gilmroe^[2]指出, 体验是以服务为舞台、以商品为道具, 围绕消费者创造出值得消费者回忆的活动, 并将体验分为娱乐、教育、遁世和美学4种。实际上, 旅游从本质上来说也是一种体验, 是旅游者离开惯常的环境而到新的地方去寻找某种刺激, 领略某种文化, 体验某种不一样的感觉。体验经济时代背景下, 人们的旅游活动不再局限于传统的观光、休闲和购物, 而是追求更高质量的旅游体验; 旅游经营的中心任务不再只是提供旅游产品与服务, 而是为游客塑造难以忘怀的旅游经历, 满足游客求知审美、社会参与、自我实现等更高层次的体验需求。因此, 如何突出旅游产品的参与性与个性化、提高游客体验质量, 成为旅游开发商和我国旅游学术界所共同关注的问题。基于这一背景, 只有正确认识并客观评价游客体验质量, 才能更加有助于旅游产品的合理开发, 这也就对旅游体验质量的理论研究提出了更为迫切的需求。

2. 游客满意度相关理论研究的局限性

体验经济时代, 以往的游客满意度理论研究成果在实践应用中逐步显现出局限性。目前有关游客满意度的评价指标适合对传统大众观光旅游的研究, 这是因为: 游客满意度的研究是以传统的大众旅游者为研究对象, 分析游客对旅游目的地旅游过程的总体评价。游客满意度的研究指标反映的是旅游者对旅游过程的全部要素的总体评价。其中, 一些辅助的旅游要素对满意度的影响相当明显; 而旅游的本质要素可能成为影响满意度的次要因素, 从而忽略了旅游的本质要素对游客自身的影响^[6]。可见, 随着体验经济、体验旅游的兴起, 单纯研究游客满意度已不能说明旅游活动/旅游产品对旅游者自身价值和内在感知的影响程度, 难以为旅游管理者提供更为科学、精准和有效的信息。为适应旅游产品体验式开发的新要求, 本书有必要对游客体验质量理论进行深入的分析研究。

1.2 问题提出

游客满意度的研究源于20世纪70年代, 国内外学者对有关游客满意度的研究一直很重视, 并发表了很多相关研究成果。游客满意是一种心理活动, 是游客的需要得到满足后的愉悦感。游客是否满意取决于游客期望与实际感知效果之间

的关系^[7]。旅游者满意度是指旅游者对旅游地的旅游景观、基础设施、旅游环境和社会服务等方面满足其旅游活动需求程度的全面评价^[8]。

一方面,旅游者满意度的研究是以传统的大众旅游者为研究对象,分析旅游者对旅游目的地旅游过程的总体评价,研究结论对景区建设、市场营销有积极的指导作用。然而随着体验经济、体验旅游的兴起,单纯研究游客满意度难以说明旅游活动对旅游者自身价值和内在感知的影响程度。例如,舒适的交通、豪华的酒店、精美的饮食,以及适当的费用很容易提升旅游者的满意度,而忽略主体旅游活动的内在价值,但这样的旅游经历会很快让人遗忘。另一方面,研究游客满意度的指标是反映旅游者对旅游过程的全部要素的总体评价,一些辅助的旅游要素,如交通、住宿、饮食、购物、卫生、服务、费用等因素对满意度的影响相当明显,而旅游的本质要素,如旅游资源的开发、旅游活动的安排、景观营造、文化项目等旅游产品核心要素可能成为影响满意度的次要因素。

相对于游客满意度而言,游客体验实际上就是旅游者在旅游过程中对旅游相关要素的心理感受。体验经济的最大特征是生产与消费的个性化、参与性、互动性与同步性,旅游者得到的是游历过程中的印象、感受和体验,而不是具体的资源和设备。有关游客满意度的评价指标适合对传统大众观光旅游的研究,而体验经济时代下伴随着体验旅游的兴起和发展,迫切需要一种适应体验式旅游下游客体验质量的评价方法及指标,以解决“当游客满意度提升后,游客体验质量却不一定高”等问题。

因此,本书拟解决这样一个问题:为什么当游客满意度提升后,游客体验质量却不一定高?什么样的旅游经历能够长期影响游客自身的价值观、内在的感知度?也就是说,一个人一生的多次旅游经历,为什么许多被很快遗忘,而有些会刻骨铭心?并根据民族村寨游客对旅游产品的体验质量评价结果,指导民族村寨景区旅游产品优化。

1.3 研究目的

通过上述对理论背景与现实背景的分析介绍,可清楚地看出,研究游客体验质量已逐步引起当今学术界的关注。体验经济时代背景下,游客体验质量问题研究既是理论界亟待探索的一个重要学术问题,也是我国民族村寨景区在旅游管理

实践中迫切需要解决的现实问题。本书将在系统吸收相关理论研究及实践成果的基础上,以我国民族村寨景区旅游者为调查研究对象,探索民族村寨游客体验质量的因素,最终寻求基于游客体验质量的民族村寨产品优化路径。具体来说,本书的主要研究目的有以下三点。

(1)基于国内外研究文献述评,界定游客体验质量概念内涵,构建民族村寨游客体验质量的因素结构模型。本书拟在相关文献述评基础上,进行游客体验质量概念界定。体验经济时代,针对现有游客满意度评价指标的局限性,本书拟构建民族村寨游客体验质量的因素结构模型,该模型旨在测量民族村寨景区旅游产品对旅游者自身生理及心理内在价值的影响感受程度,突出个性化的体验性质的旅游产品给旅游者个体的内心满足感,并通过实证研究加以验证。

(2)构建并验证民族村寨游客体验质量测评指标体系,设计并修正《民族村寨游客体验质量测量量表》。基于民族村寨游客体验质量的因素结构模型假设、游憩体验偏好量表(recreation experience preference scale, REP)^[9]及民族村寨游客行为活动内容,本书拟构建民族村寨游客体验质量测评指标体系。通过深度访谈与文献研究,设计、检验并修正《民族村寨游客体验质量测量量表》,旨在适应体验式旅游下游客体验质量的实证测评要求。

(3)基于民族村寨游客体验质量评价结论,提供民族村寨产品优化路径模型。本书拟有目的地选择我国西部云南西双版纳傣族园、四川甲居藏寨为典型案例研究点,进行民族村寨游客体验质量实证研究,并针对实证研究评价结论,构建基于游客体验质量的产品优化模型,提供切实可行的民族村寨产品优化路径,旨在为我国民族村寨旅游产品开发与优化提供一个可供借鉴的典范,促进民族村寨旅游的可持续发展。

1.4 研究意义

1.4.1 现实意义

我国传统民族村寨多集中于云南、贵州、四川等地理位置偏远、社会经济基础薄弱、产业结构不合理的西部欠发达少数民族地区。而依托于少数民族文化资源和自然景观资源发展旅游业被认为是促进地方经济发展、民族村寨社区

脱贫和资源保护的有效手段^[10]。只要能够找到民族村寨旅游产品体验式开发与优化的路径,就能够为民族地区旅游产品开发提供指导,促进我国民族旅游业可持续发展。当前,本书以“基于游客体验质量的民族村寨旅游产品优化研究”为题,研究民族村寨旅游产品开发与优化问题具有极为重要的现实意义,主要原因有以下三点。

(1)顺应了我国社会主义新农村建设历史潮流。实际上,民族村寨旅游属于乡村旅游和民族旅游的交叉型旅游方式。近十多年来,民族村寨旅游开发对我国西部民族地区经济贡献显著,甚至成为一些地方的支柱产业。由于我国民族村寨绝大部分地处西部老、少、边、远的少数民族乡村地区,研究民族村寨产品的科学合理开发有助于促进地方乡村经济发展,这与当地新农村建设目标协调一致、互为补充,具有积极的现实意义。

(2)有助于民族村寨旅游产品的体验式开发。体验经济时代,从游客体验质量的研究角度关注民族村寨游客体验质量的因素与评价指标,有利于寻求民族村寨产品合理开发的可行性路径;其研究结论对指导民族村寨的个性化体验旅游产品开发、民族文化生态资源保护,以及实现民族地区旅游业可持续发展具有重大现实意义。

(3)有利于促进我国民族村寨旅游产品体系优化。随着旅游业进一步发展,我国许多民族村寨所开发的旅游产品多处于静态展示层次、缺乏创新,开始出现旅游产品形式单一、参与互动性差、体验主题不明确等问题,难以满足游客高质量旅游体验需求。因此,研究如何从提升游客体验质量的角度优化民族村寨产品,对民族地区旅游经营管理实践具有指导意义。

1.4.2 理论意义

自20世纪70年代以来,旅游体验研究逐渐成为国外旅游学界的重点课题。其中,国外有关旅游体验的研究进展迅速,成果较为丰富。国外相关研究涉及现象学、心理学、人类学、管理学、经济学等各个学科;其研究内容也十分广泛,包含旅游体验本质研究、旅游体验类型研究、旅游体验动机研究、旅游体验质量研究和体验式旅游研究等多个方面;研究方法在传统的定性研究基础上,逐步采用了定量研究,并取得了较为丰富的定量实证研究成果。其中通过广泛市场抽样调查所进行的统计分析的定量研究,在很大程度上使得研究结果更具有科学性和精确性,为旅游经营管理者提供了有效信息。20世纪90年代末,旅游体验开始

成为国内学术界的研究热点。国内旅游体验的研究尚处于起步阶段,研究方法大多采用定性研究;研究内容主要体现在旅游体验的基础理论和体验式旅游产品的设计两方面,它是在国外研究成果基础上的一种主观性演绎,缺乏更加科学严谨的实证研究。

旅游体验质量实证研究是一个比较新的研究领域,尚处于萌芽阶段。目前国内对于旅游体验质量的研究还停留在以游客满意度为评价标准的主观层面,缺乏科学、系统的定量评价方法。为了适应当前体验式旅游快速发展的需要,为旅游管理者提供景区产品开发依据,急需一套能科学评价景区游客体验质量的系统标准。因此,本书拟通过文献研究、实地调查和深度访谈并应用现代心理学、数理统计学原理,所期望构建的民族村寨游客体验质量的因素结构模型与测评指标体系,能够客观地揭示不同地域类型、不同民族特征、不同旅游开发模式下的民族村寨游客的体验质量,为旅游管理者提供一种旅游体验质量的测量方法和管理工具。最终,其研究结论有助于丰富旅游体验质量的实证研究成果,并推动旅游体验质量理论研究的深入开展。

1.5 研究内容

研究内容与结构如下:

(1)第1章引言。重点介绍本书的现实与理论研究背景,提出本书拟解决的核心问题。针对这一问题拟定本书的研究目的、研究意义、研究内容和研究方法,并最终形成科学的研究技术路线。

(2)第2章文献述评。系统回顾旅游体验、旅游体验质量测度方法、游客体验质量评价指标,以及民族村寨旅游产品文献资料及相关研究成果。通过文献的系统分析,界定本书中的游客体验质量概念,并初步筛选出游客体验质量测评指标。

(3)第3章理论研究。确定本书的研究变量与研究假设,根据研究假设构建本书的总体理论研究模型。基本思路是:系统评价传统游客满意度、游客满意度测评指标体系的理论研究不足,说明体验经济时代下游客体验质量测评指标体系理论研究的必要性。围绕前期理论与实证研究成果,结合专家访谈,界定游客体验质量概念,构建游客体验质量因素结构模型及游客体验质量测评指标体系,并提出本书的研究假设。

(4)第4章实证研究。论证量表的开发、预试(包括初试量表变量的筛选、信效度检验与初试量表净化)及正式量表的测试过程(包括样本的描述性统计、正式样本探索性因子分析与假设验证、正式样本的项目总体相关系数分析与正式量表的信效度检验)。基本思路是:基于文献研究和访谈研究形成初试量表,通过预试净化量表形成正式量表的调查问卷,再利用正式调查问卷开展正式调研,收集调查问卷并进行探索性因子分析(exploratory factor analysis, EFA),经过信效度检验的量表和数据用于假设及模型的检验。其中,特别说明实证研究案例点的选择背景与选择依据,以增大样本的代表性与有效性。有目的地选择我国西部典型民族村寨景区——云南西双版纳傣族园、四川丹巴县甲居藏寨进行实地田野调查:首先,进行民族村寨游客体验质量测量问卷调查统计;其次,与民族村寨游客、社区居民及景区管理者进行深入访谈,充分收集游客质量体验及民族村寨旅游产品开发的第一手数据资料。

(5)第5章民族村寨旅游产品优化。根据游客体验质量测评指标体系的实证评价结果,分析民族村寨游客体验质量影响因素,并结合现阶段我国民族村寨旅游产品开发中存在的问题,构建基于游客体验质量的产品优化路径模型,最终提供民族村寨旅游产品谱系优化与产品体验设计路径。

(6)第6章研究结论与展望。总结本书的研究结论,提炼研究创新点,探讨本书的研究局限,最终进一步展望未来的研究方向。

1.6 研究方法

主要的研究方法有以下几种:

(1)文献研究法。通过文献的查阅和梳理,明确基于游客体验质量的民族村寨旅游产品优化依据,并通过对实证数据与理论研究的对比差异的解释以实现理论上的创新。在总结文献研究结论的基础上,从理论上完成游客体验质量的概念界定、指标体系构建及问卷设计等工作。

(2)焦点访谈法。本书围绕“去一个民族村寨景区,如四川甲居藏寨、云南西双版纳傣族园,您会期望有什么样的体验呢?您比较关注民族村寨景区体验的哪些部分?”等核心研究问题,分别以两组大学生为对象进行焦点小组访谈。总结并提炼出关键表述,以期获得游客体验质量的变量因素。此外,在游客体验质量因素指标筛选和量表开发的过程中,本书拟对旅游学术界、旅游企业管理者等

相关专家开展深度访谈,以即时修正研究设计。

(3)问卷调查法。本书依据拟构建的民族村寨游客体验质量测评指标体系、REP及民族村寨游客行为活动内容等,开发并修正《民族村寨游客体验质量测量量表》调查问卷,以民族村寨景区游客为调查对象,发放和收集问卷,为探讨游客体验质量与民族村寨旅游产品优化提供参考数据。

(4)田野调查法。深入到预定的云南、四川等我国西部典型民族村寨景区进行实地研究,通过直接观察、访谈、居住等参与方式,分析我国民族村寨旅游产品的开发现状、开发类型、文化内涵等,探讨现阶段民族村寨产品开发所存在的问题,获取第一手研究资料。

(5)案例研究法。有目的地选取云南西双版纳傣族园、四川甲居藏寨作为本书的案例研究点,这两个案例点地处我国西部两省,属于不同省域范围、不同民族特征的民族村寨景区,集历史悠久的民居建筑、独特的民俗风情和乡村田园风光于一体,极具典型性和代表性,在扩大样本选择地域范围的同时,有助于增强研究的信度与效度。

(6)质性与定量研究相结合。在访谈等质性研究基础上进行调查问卷整理,建立民族村寨游客体验质量测量数据库,利用SPSS16.0等软件进行描述性统计分析、均值比较分析及EFA等定量研究,从不同角度测量民族村寨游客的体验质量,对比分析影响游客体验质量的影响因素与产品差异,最终提出旅游产品优化路径。

1.7 研究路线

本书的研究思路是:首先通过对大量国内外文献的综述和理论总结,提出研究假设与理论模型,实证分析中,通过实地社会调查获取民族村寨游客体验质量问卷数据,在进行数理统计分析的基础上,对游客体验质量状况进行整体把握;其次通过质性与定量分析,确定游客体验质量的因素结构,进而对影响游客体验质量的因素进行探讨,提供相应的民族村寨旅游产品优化路径;最后指出民族村寨产品如何进行体验设计,以进一步优化旅游产品、提升游客体验质量。

本书的研究路线如图1.1所示。