

湿地公园游客体验价值量表的开发方法 ——以杭州西溪湿地公园为例

魏 遐, 潘益昕

(浙江财经学院工商管理学院, 杭州 310018)

摘要: 随着体验经济时代的到来和湿地生态旅游的兴起, 湿地公园游客体验价值越来越引起学术界和实践界人士的关注, 如何提高游客体验价值成为增强湿地公园竞争力的有效途径。尽管有不少学者对游客体验价值的结构维度进行探讨, 但对游客体验价值的概念没有深入研究, 尤其是对游客体验价值的定量研究, 没有一套科学合理的测量方法。因此, 本研究提出量表开发的五个步骤, 选取西溪湿地公园为实证研究对象, 通过项目个项—总体相关分析、探索性因子分析、验证性因子分析、信度效度检验等方法, 开发出由服务、特色、教育、成本、生态、信任、关怀 7 个体验因子、26 个项目构成的湿地公园游客体验价值量表, 为游客体验价值的测量提供量化工具。

关键词: 西溪湿地公园; 游客体验价值; 量表开发; 杭州

文章编号: 1000-0585(2012)06-1121-11

1 引言

近十几年来, 生态旅游的发展以年平均 20% 的速率增长, 研究范围涉及甚广。Christopoulou^[1]曾提出开发生态旅游应首先发展湿地生态旅游, 以多学科为基础的湿地生态旅游由于环境问题的日益突出和人类近水亲水的天性, 必将成为一种旅游趋势。因此到上世纪 80 年代, 湿地旅游, 尤其是湿地的生态旅游价值作为湿地研究的分支领域逐渐受到国外学术界的高度关注。目前国内对湿地的开发和保护主要通过建立湿地公园或湿地保护区来实现, 同时许多城市开展湿地生态旅游, 在国内兴起一股“湿地旅游热”。我国城市湿地公园始于 2005 年, 依据国家保护湿地的需要建立的一种新型公园类型。据统计, 自 2005 年第一个国家湿地公园诞生以来, 截至目前我国林业局已批复 100 个国家湿地公园试点, 其中国家城市湿地公园共 37 处。但是, 由于我国城市湿地公园属于新生事物, 理论和实践研究较少, 从而制约了其发展。目前, 关于城市湿地公园的概念尚未有统一的标准, 但是对城市湿地公园的特征已经得到普遍认可, 即城市湿地公园是集湿地生态保护、生态旅游、科普教育和休闲娱乐等生态和社会功能于一体的公园形式。

另一方面, 早在 20 世纪 60 年代, 国外学术界就出现了对旅游体验的研究, 如波斯汀^[2]把旅游体验定义为一种流行的消费行为, 是大众旅游非自发的预制的体验。21 世纪是体验经济的时代, 人们的旅游活动已不再局限于传统的观光、休闲和购物, 而是追求高

收稿日期: 2011-08-21; 修订日期: 2012-02-02

基金项目: 国家自然科学基金项目 (51078215)

作者简介: 魏遐 (1964-), 女, 籍贯辽宁昌图, 教授, 博士, 主要研究方向为旅游地理、风景旅游规划等。

E-mail: wendy@zufe.edu.cn

质量的旅游体验和体验价值最大化,提供的旅游也不再是单纯的旅游产品和服务,而是需要为游客塑造难以忘怀的旅游体验,满足游客消遣娱乐、求知审美、自我实现等更高层次的需求。谢彦君^[3]曾提出对旅游体验的研究作为旅游学基础理论研究的硬核,具有其无法比拟的魅力。龙江智^[4]认为旅游体验具备成为旅游学科范式构建的核心范畴;因为游客能否迈入旅游体验的最佳状态是旅游企业经营能否成功和游客愉悦之旅终极目的是否达成的关键。因此,基于学科建设、旅游企业经营管理、旅游者目的三方面的影响,对旅游体验研究的重要性不言而喻。

综上所述,本文将湿地生态旅游的实现形式——湿地公园和旅游体验价值的重要内容——游客体验价值相结合,试图开发相关的评价量表,为广大湿地公园对游客体验价值的测量提供量化工具。

2 实证研究对象及量表开发步骤

2.1 实证研究对象

游客体验价值作为旅游体验研究的重要内容,国内外学者主要通过案例研究来分析游客体验价值的情况。本研究则选取浙江省杭州市的西溪湿地公园作为实证研究对象(图1)。其地理位置为 $30^{\circ}14'55''\sim 30^{\circ}16'56''\text{N}$ 、 $120^{\circ}02'19''\sim 120^{\circ}05'08''\text{E}$,位于杭州西北近郊,距西湖约5公里。东起紫金港路,西至绕城公路,南起沿山河,北至文二西路,总面积为 10.08km^2 。



图1 西溪湿地公园区位示意图

Fig. 1 The diagram of Xixi Wetland Park's position

西溪湿地公园具有“杭州之肾”之美誉,历史上曾与杭州西湖齐名,是罕见的城中次生湿地,是杭州市绿地生态系统的重要组成部分,是目前国内第一个集城市湿地、农耕湿地、文化湿地于一体的国家湿地公园。2005年2月1日被国家林业局批准成为中国第一个国家级湿地公园,在我国的湿地开发保护上具有无可替代的典范作用。同时,西溪湿地公园的区位优势突出、游客资源充足、湿地物种和植被类型丰富、景观特色浓郁、文化积

淀深厚、地方经济发达且具备湿地保护和管理的成功经验,具有良好的开发条件与前景^[5]。

国际湿地公约秘书长皮特布里奇华特指出,西溪湿地为全球其他湿地的建设提供了很好的经验,也为21世纪全球各地进行城市中湿地的保护和利用提供了科学、有效的模式。近年来,国内许多专家学者也在环境状况调查和资料分析基础上,对西溪湿地资源保护、可持续综合利用、开发模式及保障体系等方面开展了研究和理论探讨,提出打造湿地保护和利用的“西溪模式”。但是,作为全球第一个以湿地公园名义列入世界湿地名录的西溪湿地,以游客体验为重点的研究却很少,因而本研究以西溪湿地公园为实证研究对象,提出湿地公园的游客体验价值量表开发及应用,研究结果将对推进湿地公园游客体验相关研究具有较好的应用价值。

2.2 量表开发步骤

尽管有不少学者对游客体验价值的结构维度进行探讨,但对游客体验价值的概念没有深入研究,尤其是对游客体验价值的定量研究,没有一套科学合理的测量方法,衡量标准的不一样使得游客体验价值的研究缺乏可归纳性和可比较性。因此,本研究以 Devel-lis^[6]、Sidhu 等^[7]、Parasuraman 等^[8]、程兴火^[9]等学者关于量表开发方法为依托,提出本研究量表开发步骤:结合湿地公园特点,采用统计分析的方法,尝试开发湿地公园游客体验价值量表,为测量游客体验价值提供规范系统的量化标准,为城市湿地公园规划、设计与管理提供科学参考。

为了保证量表能够真实地测量所要研究的对象,在量表编制过程中需要一套科学的方法。在理论研究的基础上,本研究探索性尝试地提出了湿地公园游客体验价值量表开发程序和方法。主要包括概念界定、建立项目库、项目修正与初步提纯、初始量表生成、量表优化五个步骤,详见图2。

3 量表开发过程及结果

本研究按照五个步骤开发湿地公园游客体验价值量表,以西溪湿地公园游客为实证研究对象,采用随意抽样的方法获取调研样本,运用 SPSS16.0 和 AMOS17.0 统计软件进行数据处理。

3.1 游客体验价值

本研究对湿地公园游客体验价值的认识是在旅游体验、顾客价值理论上建立起来的。由于旅游产品或旅游服务是产品或服务的一个类别,游客从属于顾客,所以顾客价值与顾客体验价值理论也适用于游客体验价值,体现理论的可移植性。本研究认为游客体验价值是在体验经济的大背景下,顾客价值理论与旅游体验理论相结合产生的一个概念,是对服务经济背景下顾客价值的完善和延伸。湿地公园游客体验价值就是“旅游体验+顾客体验价值”的完美衔接,是游客在湿地公园所能体验到的旅游利益与其在获取旅游产品或旅游服务时所付出的成本进行权衡后对旅游产品或旅游服务价值的一种整体体验和评价,这种整体体验和评价是游客行为与湿地公园所呈现的景观、旅游产品或旅游服务之间相互作用的结果,即游客体验价值是游客对湿地公园景观、旅游产品或旅游服务众多关键点上形成的交互体验^[10,11]。

3.2 建立项目库

随着湿地生态旅游的迅猛发展,湿地公园所提供的服务以解说、教育、体验为主,服

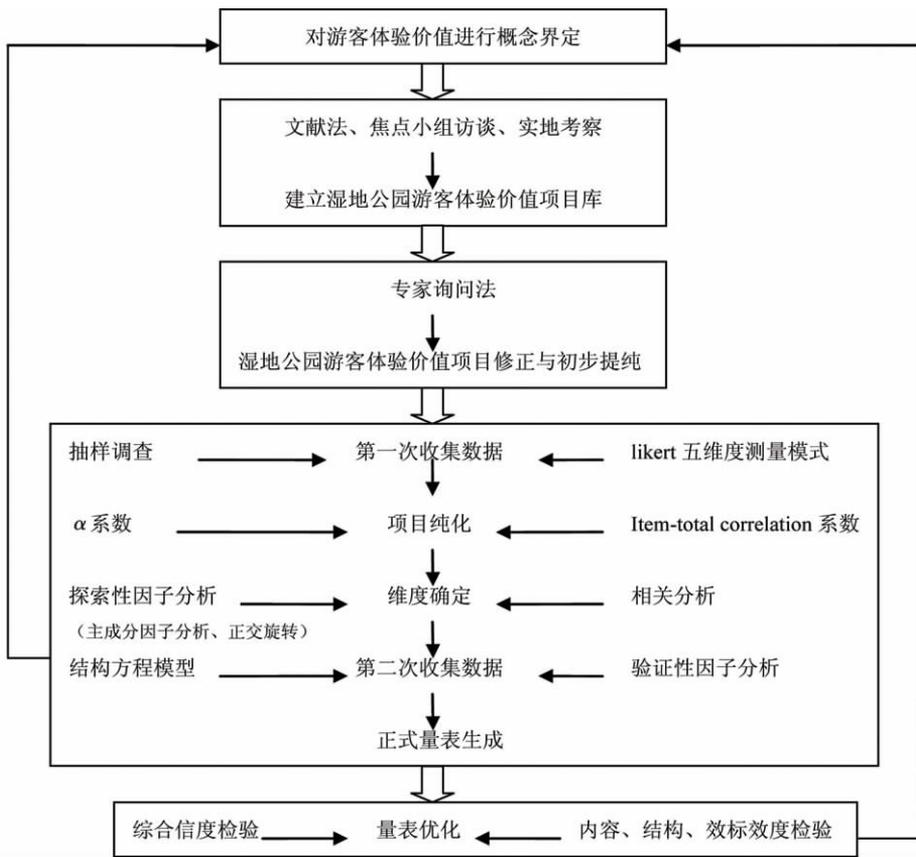


图 2 湿地公园游客体验价值量表开发程序

Fig. 2 Development program of Wetland Park Tourist's Experience Value Scale

务质量逐渐成为湿地公园提高竞争优势的重要方面。游客体验价值影响因素研究离不开服务质量，是构成体验价值的重要组成部分。科学合理的测量项目应当充分借鉴前人的研究成果。因此，本研究中的初始测量项目的产生以服务质量测量项目为核心展开，主要参考 Maryam^[12]、欧维新等^[13]、程兴火^[9]提出的旅游业服务质量测量项目，再根据游客体验价值的定义（体验利益和体验成本两方面），结合湿地公园承载着生态观光休闲、科普教育、文化历史、美学娱乐等功能进行归纳、提取，建立了一个包含 53 个初始项目的湿地公园游客体验价值项目库，因篇幅限制此表省略。

3.3 项目修正与初步提纯

项目修正由旅游管理、市场营销专业的研究生来完成，主要从语言的措辞、内容完备等方面提出建设性意见。主要问题如下：部分项目设计上没有很好地体现湿地公园的特征、缺乏针对性（个性）；项目数量太多，有不少项目在意思表达上存在一定的重叠（冗余），应合并项目，以达到精简项目；有项目语言表述上存在模糊或多重意思，意图不明确，应删除或拆分项目。

项目初步提纯在项目修正的基础上，邀请旅游管理、城乡规划、市场营销、公司战略等方面的六位专家对各个项目重要性进行评价。由于是项目的初始提纯，因此本研究采取

“只有当各位专家一致认为某个项目不具有代表性或重要性，才删除项目”。在对专家意见进行归纳、总结、分析的基础上，对专家的意见进行取舍，使项目达到初步纯化的目的。

经过项目修正和初步提纯后，形成 41 个量表测量项目，见表 1。

表 1 初步提纯后的量表项目

Tab 1 Scale project after initial purification

项目
1. 湿地公园服务设施颜色、造型与生态环境融为一体
2. 湿地公园服务设施的建设对生态环境没有造成太大的破坏
3. 湿地公园拥有丰富的资源（如自然生态景观资源、人文景观资源等）
4. 服务人员的着装与园内环境相协调、易于游客识别
5. 湿地公园游览路线设计合理
6. 湿地公园生态环境整洁、幽雅、适宜
7. 湿地公园餐饮服务展现地方特色
8. 住宿设施体现当地特色并与环境相协调
9. 湿地公园服务设施（如停车场、厕所、休憩设施等）设置合理，能满足游客的需求
10. 湿地公园游览活动有当地特色（如传统手工艺制作演示、特色的节庆活动等）
11. 湿地公园的土特产品或纪念品有特色
12. 服务人员提供个性化服务（如赶时间，给游客安排最省时间的路线），给予个别关怀
13. 湿地公园开放时间合理，考虑到游客的便利性
14. 湿地公园游客数量控制合理，不会产生拥挤现象
15. 湿地公园为特殊群体（如残障人士、儿童、老年人等）提供专用通道和服务设施
16. 湿地公园游览活动丰富，适合不同游客人群
17. 服务人员能够及时地提供有效的服务（菜肴、门票等）
18. 当游客有问题时，服务人员能积极热情地给予帮助
19. 服务人员能很好地完成所承诺的服务（上茶水、菜肴等）
20. 湿地公园按照门票的内容提供游览景点
21. 湿地公园各项设施（厕所、水龙头等）运行正常
22. 湿地公园的空气、溪水质量是良好的
23. 湿地公园服务设施让游客在游览过程中感到安全舒适
24. 游客对园内出售的各类特色商品（餐饮、纪念品等）感到放心
25. 服务人员对待游客态度友善、热情
26. 湿地公园标识系统、解说牌及相关文字解说提供的信息清楚、全面
27. 服务人员对待游客有礼貌，工作繁忙时态度依然良好
28. 服务人员（导游）对于游客提出有关湿地公园的问题能给予专业的回答
29. 服务人员的行为让游客产生信任感
30. 通过此次旅游，使我了解到湿地公园的科普知识
31. 通过此次旅游，使我认识到湿地公园的历史文化
32. 通过此次旅游，使我体验到湿地公园的民俗风情
33. 通过此次旅游，使我增强了环境保护的意识
34. 通过此次旅游，让我体验到湿地生态的魅力
35. 通过此次旅游，让我的工作压力暂时得到缓解和释放
36. 通过此次旅游，让我的身心得到休息和调节
37. 通过此次旅游，让我获得了新的体验（垂钓、农耕、采摘等体验）
38. 通过此次旅游，使我增进了人际关系（朋友之间、亲人之间等）
39. 我觉得此次旅游花费的金钱（如餐饮、交通、门票、购物、住宿等）是值得的
40. 我觉得此次旅游花费的时间是值得的
41. 我觉得此次旅游消耗的体力和精力是值得的

3.4 初始量表生成

研究以西溪湿地公园为实证对象,采用随意抽样的统计方法获取样本数据,于2010年6月通过网络对曾经去过杭州西溪湿地公园的游客进行电子问卷发放76份,有效回收76份,有效回收率100%。于2010年7月11日实地发放问卷100份,采用现场面对面填写方式,当场回收;由于调研时间的缘故,大部分游客是随团而来,因此在收集数据的过程中,笔者选择每个旅行团不超过5份的调查方法进行发放,回收有效问卷90份,有效回收率90%,具体发放点主要集中在西溪湿地植物园、河渚街、深潭口三个地点。并应用SPSS16.0分析软件对166份有效问卷进行相关性分析和探索性因子分析。

(1) 项目与总体之间的相关分析

在探索性因子分析之前,通过SPSS16.0计算项目与整体的相关系数。依据文献[8]开发服务质量量表时采用的研究方法,按照删除与整体的相关系数小于0.4的项目,且删除该项目使整体的相关系数提高的原则,本研究经过三次迭代先后删除了项目2、项目3、项目4。

(2) 探索性因子分析

从表2可以看出,KMO值为0.903(>0.9),非常适合做因子分析。表中的巴特勒球形检验的 χ 值的显著性概率为 $0.000 < 1\%$,数据相关矩阵不是单位矩阵,具有相关性,也适合做因子分析^[14]。

表2 KMO测度和巴特勒球形检验

Tab 2 KMO and Bartlett's Test

KMO 样本测度		0.903
近似卡方值		3.361E3
巴特勒球形检验	自由度 DF	703
	显著性概率 Sig	.000

本研究采用主成分分析方法对数据进行探索性因子分析,经方差最大正交旋转处理后抽取共同因子,保留特征值大于1,因子载荷大于0.5的项目。通过两次探索性因子分析迭代,先后删除项目29、1、20、23、33、16、18和项目34、21。依据为删除该项目,可以提高因子的总体解释度(累积解释变异百分比)。再次通过两次探索性因子分析,先后删除项目37、14、9。研究显示有7个因子的特征值都大于1,这些因子是有意义的;同时这7个因子解释了68.633%的总方差,概括了41个项目的六成多信息,因而可以用这7个因子代替41个初步提纯的项目,由此可以认为这7个因子代表了项目大多数的信息。

剩余26个项目与其所在维度的相关性,对项目—总体相关系数低于0.4的项目进行删除。结果分析,每一个项目在其所在维度上的相关系数均高于0.4,因而此过程保留了分析的26个项目。经过相关分析、因子分析、项目—总体修正系数分析后,发现此时量表的因子结构已比较稳定,根据各因子下所包含的项目内容和特征,依次命名为服务体验、特色体验、教育体验、成本体验、生态体验、信任体验、关怀体验7个因子,湿地公园游客体验价值初始量表见表3。

(3) 验证性因子分析

根据初始量表设计问卷,增加了游客个性特征和效标效度指标(“总体而言,此次旅

游我的体验价值非常高”；“总体而言，我对此次旅游感到非常满意”。本研究采用随意抽样的统计方法，于2010年7月17日对杭州西溪湿地公园实地发放350份，回收349份，有效问卷328份，有效回收率93.7%。由于西溪湿地公园生态优先、限量纳客，每天的游客量控制在3000人左右，因此328份样本量代表10%的总体。

表3 湿地公园游客体验价值初始量表
Tab 3 The initial scale of Wetland Park Tourists Experience Value

维度	项目概要	载荷	解释变异/% (特征值)	提取信息比例	α 系数	
服务 体验 因子	25. 服务人员游客态度友善、热情	0.759		0.696	0.816	
	27. 服务人员工作繁忙时态度依然良好	0.732	11.817 (9.389)	0.703		
	28. 服务人员能给予专业的回答	0.644		0.577		
	26. 湿地公园解说牌清楚全面	0.631		0.591		
7. 湿地公园餐饮服务展现地方特色	0.733	0.561				
特色 体验 因子	11. 湿地公园的土特产品或纪念品有特色	0.685		0.633	0.787	
	10. 湿地公园游览活动有当地特色	0.622	10.901 (1.881)	0.523		
	8. 住宿设施体验当地特色并与环境相协调	0.602		0.525		
	5. 湿地公园游览线路设计合理	0.571		0.578		
教育 体验 因子	31. 认识到湿地公园的历史文化	0.796			0.782	0.855
	30. 了解到湿地公园的科普知识	0.779	10.671 (1.683)	0.724		
	32. 体验到湿地公园的民俗风情	0.777		0.679		
成本 体验 因子	40. 花费的时间是值得的	0.810			0.789	0.850
	41. 消耗的体力和精力是值得的	0.756	10.450 (1.550)	0.719		
	39. 花费的金钱是值得的	0.741		0.661		
生态 体验 因子	22. 湿地公园的空气、溪水质量是良好的	0.734			0.490	0.757
	36. 身心得到休息和调节	0.662	8.674 (1.215)	0.638		
	6. 湿地公园生态环境整洁、幽雅、适宜	0.648		0.502		
信任 体验 因子	35. 工作压力暂时得到缓解和释放	0.604			0.612	0.732
	17. 服务人员能及时提供有效的服务	0.675		0.564		
	19. 服务人员能很好地完成所承诺的服务	0.628	8.209 (1.107)	0.568		
关怀 体验 因子	24. 游客对园内出售的商品感到放心	0.586			0.531	0.750
	15. 湿地公园为特殊群体提供服务设施	0.717			0.562	
	18. 服务人员积极地帮助游客解决问题	0.577	7.913 (1.020)	0.602		
	12. 服务人员提供个性化服务，给予关怀	0.527		0.599		
13. 湿地公园开放时间考虑到游客的便利	0.506	0.425				
湿地公园游客体验价值量表				68.633	0.928	

利用 AMOS17.0 对探索性因子分析中提取出来的 7 个因子进行结构稳定性验证。其中把 26 个项目作为观察变量，7 个因子作为潜在变量，7 个因子代表了湿地公园游客体验价值的 7 大维度，由此构造路径模型^①，见图 3。

Liden 等指出要验证多维度的构思结构^[9]，模型中的因子之间的相关系数只要小于 1

①模型中的小圈 $x_1, x_2 \dots g_3, g_4$ 表示每一个体验因子下的误差项。

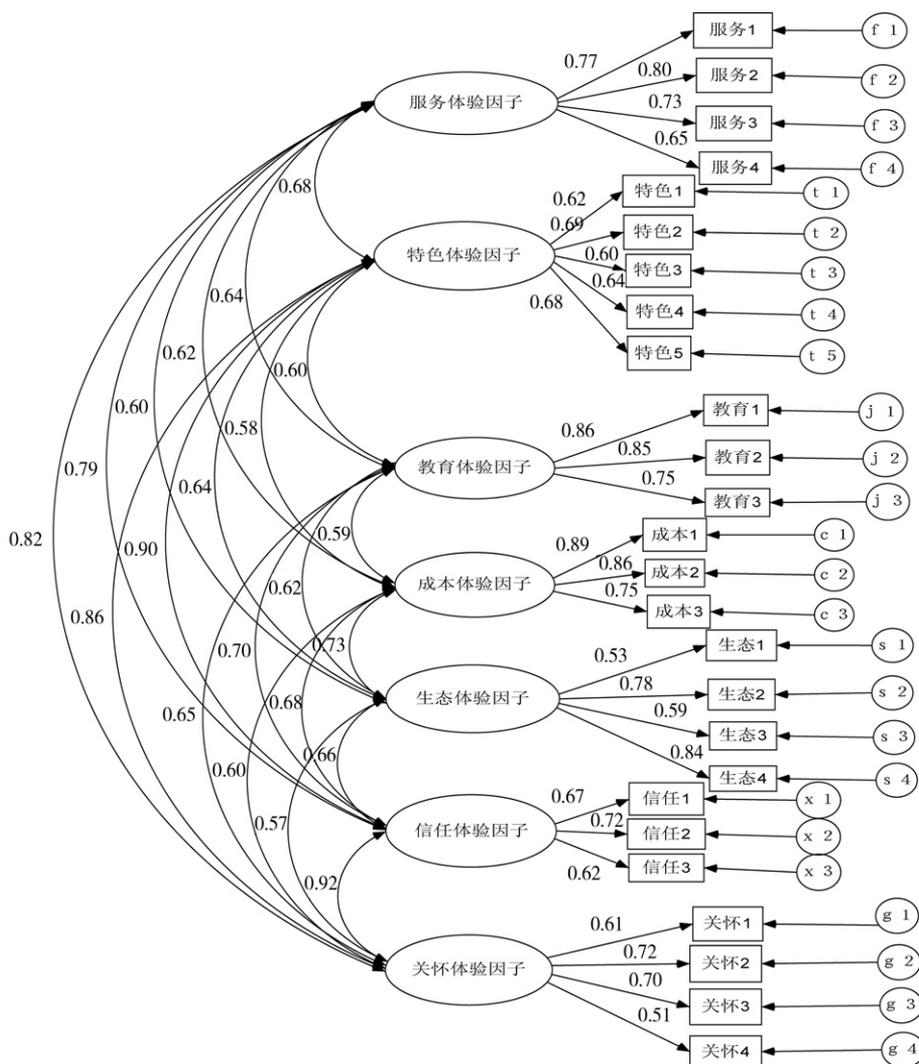


图 3 湿地公园游客体验价值验证性因子分析模型

Fig. 3 Model of confirmatory factor analysis of wetland park tourist's experience value

就被认为是可接受的。从图中可以看出符合要求，因子之间最大的相关系数（信任体验因子与关怀体验因子之间）也只有 0.92，而且没有交叉负荷和缺失路径的题项。

本研究在 AMOS17.0 中对模型运用极大似然估计，主要选取 CMIN（卡方）、DF（自由度）、CMIN/DF、RMR、CFI（比较拟合指数）、IFI（增量拟合指数）、TLI（非标准型拟合指数）、RMSEA（近似误差根均方）拟合指标，具体拟合指数见表 4。

表 4 验证性因子分析的拟合指数

Tab. 4 The fit index of confirmatory factor analysis

CMIN	DF	CMIN/DF	RMR	CFI	IFI	TLI	RMSEA
568.991	278	2.047	0.039	0.929	0.930	0.917	0.057

从表 5 的各种拟合指数看, $CMIN/DF=2.047$ 远远小于 5, 该指标越小拟合效果越好; $RMR=0.039$ 小于 0.05, 拟合效果很理想; CFI、IFI、TLI 指标均大于 0.9, 拟合得良好。虽然 $RMSEA=0.057$ 大于 0.05, 但是 Browne 等指出 RMSEA 指数在 0.05—0.08 间表示模型拟合尚可^[16]。

3.5 量表优化

经过探索性因子分析和验证性因子分析后, 形成了湿地公园游客体验价值量表。为了提高量表的普适性, 对其进行信度和效度检验。

(1) 信度检验

为了检验同一因子下所有项目的信度, 本研究采用综合信度^①来衡量。Fornell 等建议综合信度的值在 0.6 以上, 综合信度越高, 测量项目越是相关, 表明越能测出该潜在变量^[14]。

表 5 游客体验价值综合信度检验

Tah 5 Comprehensive reliability inspection of tourists experience value

体验因子	服务	特色	教育	成本	生态	信任	关怀
综合信度	0.867	0.809	0.886	0.894	0.824	0.764	0.766

由表 6 可知, 湿地公园游客体验价值各体验因子的信度都在 0.7 以上, 已达到 0.6 以上的门槛标准, 该量表项目具有很好的内部一致性, 也就是说量表的可信度比较高。

(2) 效度检验

① 内容效度

Ping 等认为对量表各个维度的测量项目通过深度访谈、概念化操作与相关文献综述来设计可行的测量项目, 产生合适的结构变量的测量项目基本上决定了测量内容效度^[18]。

问卷的内容效度主要是为了了解湿地公园游客体验价值量表中所涵盖的项目, 是否能准确地衡量湿地公园游客对体验价值的感受。由于本研究的湿地公园游客体验价值量表的项目是根据文献研究、焦点小组访谈和前期实地调研提取出来的, 并且在发放问卷之前征求了多位相关专家的修改意见, 因此本研究应该具有一定的内容效度。

② 结构效度

本研究主要是通过构建湿地公园游客体验价值验证性因子分析模型, 对量表的结构效度进行衡量。数据的效度检验就转化为结构方程模型评价中的模型拟合指数评价, 从图 2 中的结构模型与表 4 中的数据表明具有不错的拟合效果, 具有良好的结构效度。

③ 效标效度

通过数据分析发现, 量表七大因子的均值为 3.6731, 两个效标效度指标游客体验价值总体评价、游客满意度的均值分别为 3.7378、3.8201。七大因子汇总得分与两个效标效度的得分之间的相关系数分别为 0.787、0.795, 说明量表项目汇总得分与两效标效度显著正相关, 而且量表的效标效度良好。

综合上述模型的参数、拟合指数和信度效度检验, 表明湿地公园游客体验价值各维度在构思上是可以接受的; 经过项目与总体之间的相关分析、探索性因子分析生成的初始量表, 具有较好地测度湿地公园游客体验价值的功能。由于相关研究较少, 本研究试图对湿

① 综合信度的计算公式为: 综合信度 = 标准载荷之和² / (标准载荷之和² + 测量误差和)。

地公园游客体验价值各维度进行探索性研究,该结果应该是可以接受的,湿地公园游客体验价值量表见表 3。

4 结论与讨论

随着体验经济时代的带来和湿地生态旅游的兴起,湿地生态旅游者的旅游活动已不再局限于传统的观光、休闲和购物,而是追求高质量的旅游体验和体验价值最大化。根据国内外目前湿地保护和管理的趋势,湿地公园提供的旅游也不再是单纯的旅游产品和服务,而是需要为游客塑造难以忘怀的旅游体验,满足游客消遣娱乐、求知审美、自我实现等更高层次的需求。西溪湿地公园作为国内第一个国家级城市湿地公园,对湿地的保护和管理具有“先锋”作用和典型性。针对游客体验价值没有统一的评价标准,本研究提出了量表开发的五个步骤。

本研究选取西溪湿地公园为实证研究对象,通过问卷调查方式,收集数据并通过项目—总体相关分析、探索性因子分析后,得到 26 个项目、7 个因子组成的游客体验价值初始量表。初始量表通过验证性因子分析、信度效度检验后,表明具有较好地拟合效果和较高的信度效度。运用量表对湿地公园游客进行调查,通过方差分析、回归分析等,发现西溪湿地公园游客体验价值和满意度较高,游客的个性特征与各体验因子之间存在显著性差异,可见游客体验价值已趋于多样化,多元化。本研究据此得到的最终调查结果,可使西溪湿地公园管委会的管理者及时认识到西溪湿地公园在服务、特色、教育、成本、生态、信任和关怀 7 方面存在的问题,有利于为改进与和提升游客体验价值提出针对性的对策。

同时,本研究开发的量表在游客体验价值定量研究上有一定程度的突破,建立了一套较为科学合理的测量方法,因而也适用于其他湿地公园游客体验价值的测量和评估,为其他湿地公园规划管理者进行资源规划开发、环境保护、科学管理提供了测量方向。湿地公园的管理者可以结合本研究开发的湿地公园游客体验价值量表和当地湿地公园的个性特征,科学合理地筛选量表的测量项目。如在教育体验因子中,应根据实际情况酌情考虑是否保留“认识到湿地公园的历史文化”和“体验到湿地公园的民俗风情”两个项目。从而根据测量结果有针对性地提出相应的管理对策,有利于提升湿地公园游客体验价值和满意度,最终更好地实现湿地公园生态、社会、经济的可持续发展。

参考文献:

- [1] Christopoulou OG, Tsachalidis E. Conservation policies for protected areas(wetland)in Greece:A suevey of Local Resident's Water, Air, and Soil pollution. *Focus*, 2004, 4: 445~457.
- [2] 厉新建. 旅游体验研究:进展与思考. *旅游学刊*, 2008, 6(23): 90~95.
- [3] 谢彦君. 旅游体验研究——一种现象学的视角. 天津:南开大学出版社, 2005. 102~105.
- [4] 龙江智. 中国旅游体验研究 30 年评述. 见:中国旅游研究院. 中国旅游研究 30 年专家评论:1978~2008. 北京:中国旅游出版社, 2009. 64~67.
- [5] 缪丽华. 杭州西溪湿地生态旅游开发现状与前景初探. *湿地科学与管理*, 2009, 5(2): 38~41.
- [6] Devellis R F. *Scale Development: Theory and Applications*(第 2 版). 魏勇刚, 等. 译. 重庆:重庆大学出版社, 2004. 67~110.
- [7] Sidhu J S, Commandeur H R, Volberda H W. The Multifaceted Nature of Exploration and Exploitation: Value of Supply, Demand, and Spatial Search for Innovation. *Organization Science*, 2007(1): 20~38.
- [8] Parasuraman A, Valarie A, Zeithmal L, *et al.* SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 1988, 64(1): 12~40.

- [9] 程兴火. 森林生态旅游景区竞争优势研究——基于游客感知价值视角的分析. 北京: 光明日报出版社, 2009. 47~77.
- [10] 谢彦君. 基础旅游学. 北京: 中国旅游出版社, 1999. 90~95.
- [11] Zeithaml V A. Consumer perception of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 1988, 52: 2~22.
- [12] Maryam K. ECOSERV. Eco-tourists Quality Expectations. *Annals of Tourism Research*, 2003, 30(1): 109~124.
- [13] 欧维新, 孙小祥, 龚佳莹, 等. 盐城滨海湿地资源与开发情景设计与评价. *地理科学*, 2010, 30(4): 594~599.
- [14] Fornell C, Larcker D F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 1981, 18(1): 39~50.
- [15] 李华敏. 基于顾客价值理论的旅游地选择意向形成机制研究. *地理研究*, 2010, 23(7): 1335~1344.
- [16] 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. *地理学报*, 2010, 65(2): 244~255.
- [17] Sharma S, Mukherjee S, Kumar A, et al. A simulation study to investigate the use of cutoff values for assessing model fit in covariance structure models. *Journal of Business Research*, 2005, 58(7): 935~943.
- [18] Ping, R. A. The effects of satisfaction and structural constraints on retailer exiting, voice, loyalty, opportunism and neglect. *Journal of Retailing*, 1993, 69(3): 320~352.

Methodological study on development of value scale for tourists' experience in wetland parks

WEI Xia, PAN Yi-ting

(Business Administration College, Zhejiang University of Finance & Economics, Hangzhou 310018, China)

Abstract: As experience economy began to flourish and wetland ecological tourism came into vogue, tourists' experience value of wetland parks has attracted more attention from both academic and practical circles. Investigating the approach to improving the tourists' experience value is an effective way to enhance the competitive strength of wetland parks. Although many scholars have researched structural dimension of the tourists' experience value, the concepts of the tourists' experience value still remain vague and ambiguous, especially the quantitative research of the tourists' experience value, which lacks scientific and reasonable methods for measurements. Therefore, the five steps for developing the value scale have been proposed. Through the methods of item-total correlation, exploratory factor analysis, the confirmatory factor analysis, reliability and validity test, this paper takes Xixi Wetland Park as an empirical object. Seven experience factors that include service, characteristics, education, cost, ecology, trust and concern, together with Wetland Park Tourists' Experience Value Scale (WPTEVAL) which comprises of 26 items are developed to provide quantitative tools for the measurement of tourists' experience value.

Key words: wetland parks; tourists' experience value; scale development; Hangzhou