

鼓浪嶼世界遺產文化旅遊滿意度調查及提升路徑研究 Research on the Satisfaction Survey and Promotion Path of Kulangsu World Heritage Cultural Tourism

周怡婷^{1*} 周奕辰² 張貴鵬² 黃梓穎² 王柳平³
Yi-Ting Zhou Yi-Chen Zhou Gui-Peng Zhang Zi-Ying Huang Liu-Ping Wang

摘要

“十四五”時期，文化和旅遊部將以推動高質量發展為主題，開創文化和旅遊工作新局面。廈門作為“21 世紀海上絲綢之路”戰略的支點城市，加快發展旅遊業對於廈門的經濟發展具有非常重要意義。現基於對世界遺產地鼓浪嶼及其具有世界遺產價值的區域及建築的發展現狀研究，針對世界遺產地鼓浪嶼旅遊開發所存在的問題進行提升路徑的研究。在對相關文獻做了理論研究後，進行問卷調查，並使用信效度檢驗、樣本描述性統計分析、指標分析和 IPA 分析法進行數據分析，得到影響鼓浪嶼世界遺產地旅遊滿意度的多重因素。根據以上調研分析，我們對鼓浪嶼世界遺產文化旅遊提升路徑做出以下展望：鼓浪嶼有關部門應維修保護歷史建築，並創新鼓浪嶼世界遺產文化宣傳方式，充分發揮鼓浪嶼遺產文化優勢；在商業方面，優化鼓浪嶼價格機制、加強鼓浪嶼商業監管力度、促進文旅融合、創新旅遊產品營銷策略，走健康的可持續發展經濟道路；在構建人文和諧自然社區方面，提升社區參與度、鼓勵社區參與旅遊服務品質提升必不可少，讓居民和鼓浪嶼一起，共同打造優秀的國際社區。

關鍵詞：鼓浪嶼、世界遺產文化、旅遊滿意度、提升路徑

Abstract

During the “14th five-year plan” period, the Ministry of culture and tourism will take promoting high-quality development as the theme to create a new situation in the work of culture and tourism. Accelerating the development of tourism is of great significance to Xiamen’s economic development, which is the fulcrum city of the 21st century Maritime Silk Road strategy. Based on the research of the development status of World Heritage Site Kulangsu and its regions and buildings with world heritage value, this paper research the improvement path for the problems existing in the tourism development of World Heritage Site Kulangsu. After theoretical research on relevant literature, a questionnaire survey was conducted, and data analysis was conducted by using reliability and validity test, sample descriptive statistical analysis, index analysis, and IPA analysis. The multiple factors influencing tourism satisfaction of the Kulangsu World Heritage site are obtained. According to the above research and analysis, we make the following prospects for the promotion path of cultural tourism of Kulangsu World Heritage: relevant departments of Kulangsu should maintain and protect historical buildings, and innovate the way of cultural

¹ 廈門大學嘉庚學院國際商務學院國際商務專業 2398808075@qq.com*通訊作者

² 廈門大學嘉庚學院國際商務學院國際商務專業

³ 廈門大學嘉庚學院國際商務學院市場營銷專業

publicity of Kulangsu world heritage, to give full play to the cultural advantages of Kulangsu heritage; In terms of Commerce, we should optimize the price mechanism of Kulangsu, strengthen the commercial supervision of Kulangsu, promote the integration of culture and tourism, innovate the marketing strategy of tourism products, and take a healthy and sustainable economic development road; In terms of building a humanistic and harmonious natural community, it is essential to enhance community participation, encourage community participation, and improve the quality of tourism services, so that the residents and Kulangsu can work together to build an excellent international community.

Keywords: Kulangsu, World Heritage Culture, Tourism Satisfaction, Improvement Path

1. 研究背景

中國旅遊研究院發佈的《2019 年旅遊市場基本情況》的數據顯示，2019 年全年我國實現旅遊總收入 6.63 萬億元，同比增長 11%；說明隨著社會進步與生產力的不斷發展，人們的消費水平提高，思想觀念轉變，越來越注重精神消費。

文化旅遊簡稱為文旅，定義是指通過旅遊實現感知、瞭解、體察人類文化具體內容之目的的行為過程。泛指以鑒賞異國異地傳統文化、追尋文化名人遺蹤或參加當地舉辦的各種文化活動為目的的旅遊（高科，2010）。尋求文化享受已成為當前旅遊者的一種風尚。中國文化旅遊可分為以下四個層面，即以文物、史記、遺址、古建築等為代表的歷史文化層；以現代文化、藝術、技術成果為代表的現代文化層；以居民日常生活習俗、節日慶典、祭祀、婚喪、體育活動和衣著服飾等為代表的民俗文化層；以人際交流為表像的道德倫理文化層。在我國，發展旅遊業，開展文化旅遊是相當重要的，它不僅可以增強產品吸引力，提高經濟效益，還可大力弘揚中國文化，讓世界瞭解中國，同時也可改變越來越多的中國人不懂中國文化這一狀況。

2017 年 7 月 8 日，在第 41 屆聯合國世界遺產大會上，鼓浪嶼入選世界文化遺產名錄。“鼓浪嶼：歷史國際社區”成為中國第 52 個世界遺產，它曾經是一個現代社區的獨特範例，文化特色多樣，遺留著萬國建築，形成濃厚的歷史文化氛圍。隨著中國旅遊業的繁榮，鼓浪嶼在申遺成功之後“爆火”，成了熱門旅遊景點，在網絡上人們關於鼓浪嶼的評價也褒貶不一。由於商家的逐利心態和遊客的需求，導致了鼓浪嶼文化遺產地的珍稀屬性與大量商業活動的功利屬性之間的矛盾日益嚴重，從而使鼓浪嶼的人文內涵不斷消退。島上的人來來去去，歷史的浪潮一次次洗刷，島上的醫院、學校逐步外遷，原來的居民也逐漸流失，只有一些老人，還在守著亟需修繕的老建築，而新出現的網紅店、土特產店，正逐步佔領鼓浪嶼，鼓浪嶼也因過度商業化、基礎設施缺失、早期居民流失、環境惡化等問題飽受詬病，難覓以往的嫺靜與優雅。

本調研小組旨在探究鼓浪嶼的發展現狀，挖掘鼓浪嶼世界遺產文化旅遊存在的問題。通過對遊客的旅遊滿意度調查，探究影響遊客滿意度的因素，並提出相應的提升路徑，使鼓浪嶼這座被譽為“文化瑰寶”的旅遊勝地重新煥發生機。

2. 理論研究

2.1 旅遊滿意度

由於現代人對生活的需求越來越高，隨著旅遊業的發展，人們外出旅遊成為了時尚和假期的代名詞，但由於我國對旅遊業的法律限制不夠，導致旅遊出現拉客、強賣、強買等侵犯到遊客的自身權利的事情發生。於是，旅遊滿意度這一名詞也漸漸浮出大家的視野。旅遊滿意度是遊客對目的地的期望和到達目的地的實際感知相比較後，所

形成的愉悅或失望的感覺狀態，它會影響到遊客對旅遊目的地的選擇、旅遊產品和服務的消費、是否重遊、是否推薦給親朋好友等方面，遊客滿意度在目的地管理及營銷中具有重要作用（李瑛，2008）。

2.2 IPA 分析模型

本文採用 1977 年 Martilla 和 James 提出的 IPA 分析法，即重要性-表現程度分析法（Importance-Performance Analysis，IPA），其基本思想是顧客對產品、服務的滿意感源自其對於該產品與服務各屬性的重視程度，以及對各屬性績效表現程度的評價。IPA 模型是將重要性列為橫軸（X 軸），感知表現列為縱軸（Y 軸），將顧客對產品與服務的重要性均值與績效表現均值作為 X-Y 軸的分割點，將空間分為 4 個象限（表 1）。

如表 1 所示，A 象限為需要保持努力區，該區域產品與服務的要素顧客非常重視，並對感知表現同樣感到滿意，故該象限的產品服務屬性應繼續保持；B 象限為無需特別努力的區域，該區域產品和服務的要素顧客不重視，但顧客對感知績效表示滿意，B 象限的產品服務屬性可以適當削減或降低關注度；C 象限優先順序較低區，顧客不重視、對感知表現也不滿意，故該象限優先次序僅高於 B 象限項目；D 象限為加強改善重點區，該區域產品與服務的要素顧客非常重視，但對感知表現的績效不滿意，故該 D 象限為業者亟待加強改善的重點項目。通過 IPA 分析方法能夠充分瞭解消費者對產品的滿意度，並能掌握未來產品優先改進的領域，是測量休閒活動與服務的理想工具（頡潔，2021）。

表 1. 重要性-滿意度象限

滿意度	第 II 象限：可能浪費區 “低重要性-高滿意度”	第 I 象限：繼續保持區 “高重要性-高滿意度”
	第 III 象限：緩慢改進區 “低重要性-低滿意度”	第 IV 象限：重點改進區 “高重要性-低滿意度”
重要性		

資料來源：根據 IPA 分析法整理

3. 基於 IPA 的問卷分析

3.1 問卷設計與數據收集

3.1.1 維度建立

本問卷維度的設定主要目的在於測量遊客的體驗和期望，在實際操作中，將體驗和期望轉換為滿意度指標和重要性指標，對於指標的選取，應注意綜合各方面的因素進行選取，避免片面化。

基於以上，最終確定了關於鼓浪嶼世界遺產文化旅遊遊客滿意度的五個構面：餐飲要素、住宿要素、景點要素、購物要素、世界文化遺產體驗要素，在確定三級指標時，盡可能的參考實地調查與深入訪談的結果，對三級指標進行細化，建立體系（表 2）。本表最終列出構面 5 個，指標共計 20 個。

表 2. 鼓浪嶼旅遊滿意度三級指標體系

項目	構面	指標
鼓浪嶼總體 形象滿意度	餐飲要素	用餐環境
		餐廳價格
		餐館特色
		菜肴口味
		餐廳服務禮貌
	住宿要素	居住環境
		住宿價格
		旅館員工服務禮貌
	景點要素	景點的觀賞性
		景點特色項目
		門票價格
		公共休息場所
		指示標識
	購物要素	商品價格
		商品質量
		商店員工服務質量
		商品當地特色
	文化遺產要素	遺產建築風格
		遺產建築的保護完好性
		遺產建築的種類豐富度

資料來源：本文自行整理

3.1.2 問卷調查及收集

本次調查問卷的發放採用線上線下相結合的方式，線上主要通過網絡媒體平臺及問卷星小程序公開收集，線下則採用對鼓浪嶼遊客進行隨機抽樣調查的方式進行問卷的發放和收集。本次調查問卷調查時間為 2021 年 2 月 18 日至 4 月 3 日，調查共回收問卷 546 份，通過審核有效答卷數為 508 份，回收有效率為 93.04%。

3.1.3 信度和效度分析

信度分析是一種檢測調查結果是否具有穩定性和一致性的方法，通常用係數 α 來表示，如果 α 大於 0.7 表示信度高，問卷能進行使用（閔海 2020）。本研究通過 SPSS 檢驗遊客重要性與滿意度評價共 20 項指標結果的可靠性程度。表 3 數據結果表明，重要性與滿意度感知的信度係數 α 均達到 0.85 以上，總問卷信度係數 α 為 0.925，表明本問卷信度具可靠性，通過內部一致性，可以進行下一步分析。

表 3. 鼓浪嶼總體形象重要性和滿意度的信度分析結果

標度	項數	克隆巴赫 Alpha
總量表	40	0.925
鼓浪嶼總體形象重要性	20	0.898
鼓浪嶼總體形象滿意度	20	0.908

資料來源：本文自行整理

KMO 和巴特利特球形檢驗通常用來對遊客問卷的內容進行檢驗，也就是檢驗各變量間相關性的大小，以此來判斷遊客問卷能否進行因子分析(閔海 2020)。若 KMO 的值大於 0.7，表示本問卷數據適合做因子分析。表 4 因子分析得出滿意度與重要性的 KMO 值為 0.873，大於 0.6 且顯著性水平 $p < 0.005$ ，說明各變量之間具有較強相關性，該數據效度也較好，適合進行因子分析。

表 4. 鼓浪嶼總體形象重要性和滿意度的效度分析結果

KMO取樣適切性量數		.873
巴特利特球形度檢驗	近似卡方	12,231.53
	自由度	780
	顯著性	.000

資料來源：本文自行整理

表 5 反映通過因子分析得到的特徵根值及累計解釋方差結果(提取方法：主成分分析法)，由於前六個主成分解釋了總方差的 74.99%，因此用 5 個因子代替 20 個指標變量，可以概括原始變量七成的信息，因此可以初步認為，這 5 大因子能夠解釋大部分變量，概括絕大部分信息，將問卷劃分為 5 個構面是有效的。

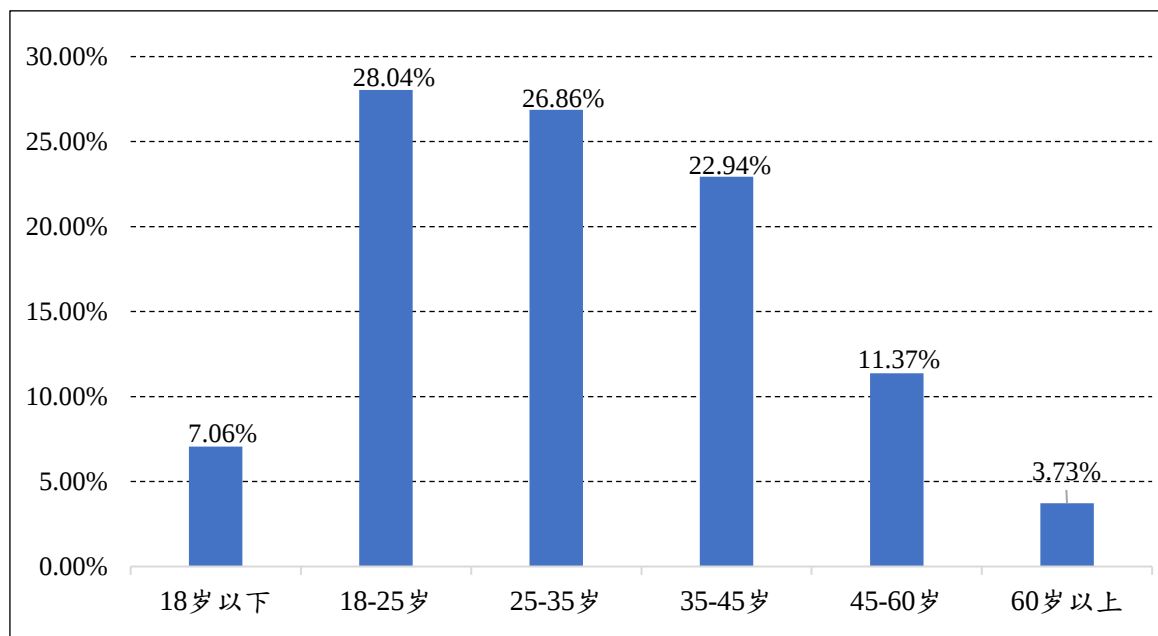
表 5. 鼓浪嶼總體形象重要性和滿意度的總方差解釋

成分	初始特徵值			提取載荷平方和			旋轉載荷平方和		
	總計	方差 百分比	累積%	總計	方差 百分比	累積%	總計	方差 百分比	累積%
1	6.971	34.856	34.856	6.971	34.856	34.856	3.584	17.922	17.922
2	2.459	12.297	47.153	2.459	12.297	47.153	3.432	17.162	35.084
3	2.246	11.232	58.385	2.246	11.232	58.385	2.85	14.252	49.336
4	1.927	9.634	68.019	1.927	9.634	68.019	2.727	13.635	62.971
5	1.394	6.971	74.99	1.394	6.971	74.99	2.404	12.019	74.99
6	0.87	4.349	79.339						
7	0.567	2.834	82.173						
8	0.453	2.264	84.437						
9	0.387	1.933	86.37						
10	0.367	1.837	88.207						
11	0.348	1.738	89.945						
12	0.309	1.547	91.492						
13	0.286	1.43	92.922						
14	0.256	1.278	94.201						
15	0.246	1.228	95.428						
16	0.216	1.078	96.507						
17	0.201	1.005	97.511						
18	0.181	0.907	98.419						
19	0.168	0.841	99.259						
20	0.148	0.741	100						

資料來源：本文自行整理

3.2 樣本描述性統計分析

從本次調查結果看，填寫本次問卷的男女比例為 48.43%和 51.57%，男女比例相近；且年齡段分佈比較均勻，28.04%的受試者年齡為 18~25 之間，25~35 歲和 35~45 歲的受試者分別占 26.86%和 22.94%，可見本次問卷調查面向的主要使用群體是年輕群體（圖 1）。



資料來源：本文自行整理

圖 1. 問卷年齡分佈圖

在職業、學歷和收入問題上，受試者中有 29.80%為學生，且 67.84%的受試者擁有專科或本科學歷，22.35%的受試者收入在 2,000 元以下，37.65%的受試者收入在 2,000~4,000，因此此次滿意度調查的主要人群為大學生和普通收入人群，並且文化程度較高。

對於是否知道鼓浪嶼是世界遺產地這一問題，67.84%的受試者表示知道，說明鼓浪嶼申遺成功，成為世界遺產地廣為人知；對於是否去過鼓浪嶼，83.14%的受試者表示已經去過，說明鼓浪嶼的知名度較高，且填寫此問卷的受試者對於鼓浪嶼較為瞭解；16.86%的受試者表示沒去過，但在這其中 70.65%的受試者願意在未來嘗試去鼓浪嶼旅遊，說明受試者對於鼓浪嶼旅遊的期待度較高。

3.3 指標分析

本問卷採用 5 點計分法制作重要性與滿意度量表，總體形象重要性劃分為非常不重要、比較不重要、一般、比較重要、非常重要 5 個等級，滿意度則劃為非常不滿意、比較滿意、一般比較滿意、非常滿意 5 個等級，分別記 1~5 分，分值越高表示越重要或越滿意。

3.3.1 鼓浪嶼總體形象重要性指標分析

本研究根據樣本數據作總體形象重要性分析，以餐飲、住宿、景點、購物和文化遺產五個要素作為構面，共計 20 個指標。由表 6 可知，各指標平均值都在 3.8 以上，

說明遊客對鼓浪嶼旅遊的總體重要性較高；其中，在重要性指標均值排序前五名的分別是景色特色項目、遺產建築風格、公共休息場所、遺產建築的保護完好性和住宿價格。

表 6. 鼓浪嶼的總體形象重要性

構面	指標	N	平均值	標準差	方差	均值排序
餐飲要素	用餐環境	426	3.896	1.143	1.307	17
	餐廳價格	426	3.906	1.081	1.168	15
	餐館特色	426	3.934	1.083	1.172	11
	菜肴口味	426	3.984	1.025	1.051	10
	餐廳服務禮貌	426	3.802	1.432	2.050	20
住宿要素	居住環境	426	4.007	1.132	1.282	6
	住宿價格	426	4.009	1.01	1.021	4
	旅館員工服務禮貌	426	3.929	1.391	1.934	12
景點要素	景點的觀賞性	426	4.002	1.099	1.207	7
	景點特色項目	426	4.033	0.996	0.992	1
	門票價格	426	3.929	0.95	0.903	12
	公共休息場所	426	4.019	0.996	0.993	3
	指示標識	426	3.849	1.401	1.963	19
購物要素	商品價格	426	3.925	1.099	1.208	14
	商品質量	426	3.995	1.027	1.054	8
	商店員工服務質量	426	3.993	1.002	1.005	9
	商品當地特色	426	3.887	1.388	1.926	18
文化遺產要素	遺產建築風格	426	4.024	1.112	1.237	2
	遺產建築的保護完好性	426	4.009	1.013	1.026	4
	遺產建築的種類豐富度	426	3.901	1.404	1.971	16

資料來源：本文自行整理

3.3.2 鼓浪嶼總體形象滿意度分析

本研究根據樣本數據作總體形象滿意度分析，同樣以餐飲、住宿、景點、購物、文化遺產五個要素作為構面，共計 20 個指標。由表 7 可知，各指標平均值都在 3.5 以上，說明遊客對鼓浪嶼旅遊的滿意度較好；其中，在滿意度指標均值排序前五名的分別是遺產建築風格、遺產建築的保護完好性、遺產建築的種類豐富度、公共休息場所、商店員工服務質量，且文化遺產構面的三個指標位於前三，說明遊客對於鼓浪嶼文化遺產比較滿意。滿意度均值最低的六個指標是餐廳服務禮貌、商品質量、旅館員工服務禮貌、門票價格、餐廳價格、商品價格，說明遊客對於鼓浪嶼的物價和服務較不滿意。

結合重要性和滿意度指標表，將滿意度均值與重要性均值相減，在 20 個指標中，19 個指標的計算結果為負數，從而得出結論：總體來說，鼓浪嶼旅遊沒有達到遊客的預期，還存在很大的上升空間，需進行改善。

表 7. 鼓浪嶼的總體形象滿意度

構面	指標	N	平均值	標準差	方差	均值排序
餐飲要素	用餐環境	426	3.718	1.152	1.327	11
	餐廳價格	426	3.600	1.136	1.289	19
	餐館特色	426	3.729	1.087	1.181	9
	菜肴口味	426	3.715	1.02	1.041	12
	餐廳服務禮貌	426	3.664	1.402	1.964	15
住宿要素	居住環境	426	3.816	1.116	1.246	6
	住宿價格	426	3.713	1.105	1.221	13
	旅館員工服務禮貌	426	3.659	1.389	1.928	17
景點要素	景點的觀賞性	426	3.814	1.121	1.257	7
	景點特色項目	426	3.739	1.061	1.125	8
	門票價格	426	3.609	1.297	1.683	18
	公共休息場所	426	3.821	1.074	1.154	4
	指示標識	426	3.722	1.404	1.970	10
購物要素	商品價格	426	3.598	1.243	1.544	20
	商品質量	426	3.664	1.073	1.150	15
	商店員工服務質量	426	3.819	1.021	1.042	5
	商品當地特色	426	3.668	1.355	1.836	14
文化遺產要素	遺產建築風格	426	4.012	1.064	1.132	1
	遺產建築的保護完好性	426	3.969	0.995	0.990	2
	遺產建築的種類豐富度	426	3.915	1.375	1.889	3

資料來源：本文自行整理

3.4 IPA 分析

所有評價指標的重要性與滿意度總體均值分別為 3.95、3.75（保留兩個位小數），因此兩者垂直交叉點為（3.95、3.75），劃分出四大象限，分別為第Ⅰ象限優勢區、第Ⅱ象限保持區、第Ⅲ象限改良區與第Ⅳ象限弱勢區。根據 IPA 分析圖，可以直觀的看出有 6 個指標處於第一象限，位於第二象限的有 1 個，有 9 個指標處於第三象限，有 4 個指標位於第四象限。具體分析如下：

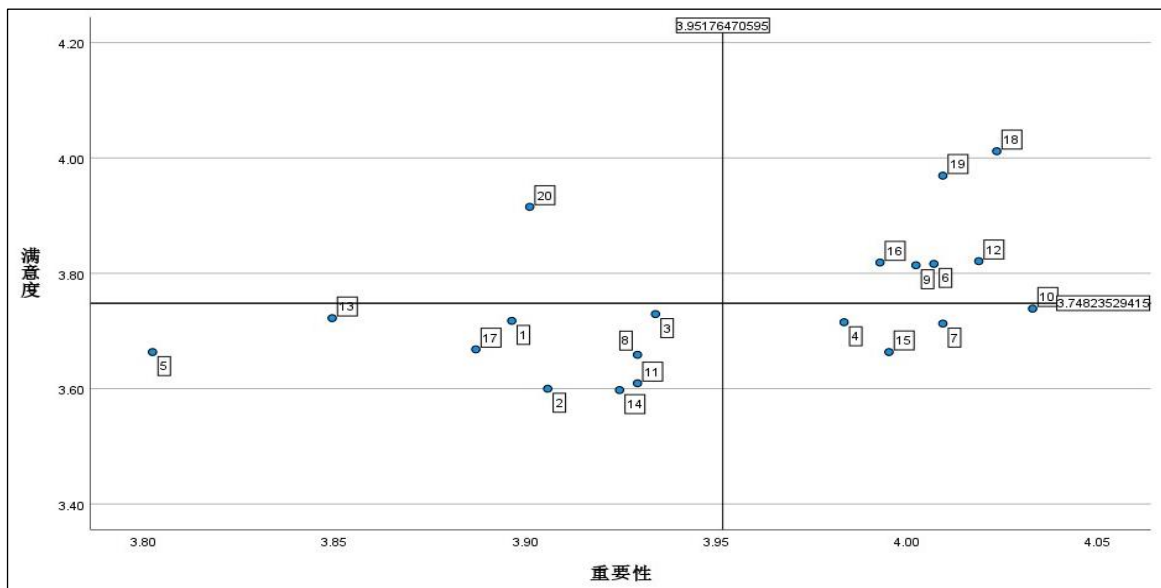
第Ⅰ象限“繼續保護區”的指標有：6.居住環境、9.景點的觀賞性、12.公共休息場所、16.購物時服務質量、18.遺產建築風格、19.遺產建築的保護完好性。對於鼓浪嶼的遊客來說，這六個方面的因素非常重要，並且與滿意度的整體均值相比表現良好。它們是鼓浪嶼旅遊發展的優勢，應在旅遊營銷活動中重點突出。

第Ⅱ象限“可能浪費區”的指標有：20.遺產建築的種類豐富度。這個指標對於遊客的重要性相對比較低，但實際感知超過了遊客的期待值，可以繼續保持。

第Ⅲ象限“緩慢改進區”的指標有：1.餐廳的用餐環境、2.餐廳的價格、3.餐館特色、5.餐廳員工服務禮貌、8.住宿時員工的服務禮貌、11.門票價格、13.指示標識、14.景區商品價格、17.景區商品的當地特色。此象限的 9 個指標可作為緩慢改進的內容，在改進第四象限的指標後，再將此象限的內容進行改進和完善。

第Ⅳ象限“重點改進區”的指標有：4.菜肴口味、7.住宿的價格、10.景區的項目、15.景區商品質量。根據檢驗結果可知，此象限的指標在遊客的期望與他們的實

際感知之間存在顯著差異。因此，這四個方面是鼓浪嶼旅遊業發展的不足，需要重點改進。



資料來源：本文自行整理

圖2. 鼓浪嶼總體形象重要性和滿意度的IPA分析

餐飲要素構面落在第Ⅲ象限“緩慢改進區”，遊客對此緯度的期望度較低，滿意度也低。在改進第四象限的指標後，再將此象限的內容進行改進和完善。

文化遺產要素構面落在第Ⅰ象限“繼續保護區”，表明遊客對此緯度較重視，且滿意度高，是鼓浪嶼的重點發展優勢。

購物要素構面散佈在第Ⅲ象限“緩慢改進區”和Ⅳ象限“重點改進區”，表明遊客對此構面現狀滿意度較低，對此期望較高，是鼓浪嶼應關注和改進的地方。

住宿要素構面和景點要素構面散佈在第Ⅰ象限“繼續保護區”，Ⅲ象限“緩慢改進區”和Ⅳ象限“重點改進區”，遊客大體上對這兩個構面較重視，滿意度較低，這兩個構面既有發展優勢也有重點改進的地方，是需要具體分析保持和改進的兩個構面。

3.5 問卷數據分析結論

本研究問卷結果說明在遊覽過鼓浪嶼的旅遊者中，願意將鼓浪嶼推薦給身邊家人、朋友或是網友的人較少，從這一方面體現出鼓浪嶼的遊客期望值與實際體驗感存在一定的差距，也進一步說明鼓浪嶼景區需要在保持現有優勢基礎上加以改進，提升旅遊服務品質和遊客滿意度；同時也要利用旅遊營銷手段，借助流量吸引遊客。

4. 提升路徑

本研究基於文獻研究、問卷數據分析、訪談結論，總結出鼓浪嶼目前的發展問題，並結合當今旅遊熱點趨勢，給出以下創新提升路徑。

4.1 創新鼓浪嶼世界遺產文化宣傳方式

政府相關部門應加強對鼓浪嶼旅遊世界遺產的宣傳，增強核心景點的形象感知。鼓浪嶼2019年7月在國內首創“文化創意+智能科技”為一體的體驗店“遇見鼓浪嶼”，

創新的用 AR 展現鼓浪嶼的歷史文化，開啟遊客的文化旅遊新體驗。利用 AR 等新興現代科技來把鼓浪嶼抽象的人文精神形象化，對凸顯核心景點的特色和吸引力具有重要作用，應加以培養和推廣。具體方案舉例如下：

4.1.1 搭建碼頭文化長廊，在客船播放文化視頻

由於三丘田碼頭靠近商業區和景區，大部分遊客會選擇在鼓浪嶼的三丘田碼頭上岸，因此大量遊客也是從此處開始鼓浪嶼的旅行。為了更加快速地讓遊客進入旅遊目的地的氛圍，可在此搭建一處沿著道路的文化長廊，向遊客介紹鼓浪嶼的世界遺產，讓遊客初步瞭解鼓浪嶼上的世界遺產；同時可以將文化遺產景點結合島上原有的地圖，來更好的安排自己的行程路線，選擇自己感興趣的遺產地進行遊覽，從而達到提升遊客在鼓浪嶼世界遺產文化旅遊體驗的目的。

4.1.2 科技與文化遺產地相結合，做到智慧旅遊

目前鼓浪嶼上大多數展館是單純的文字介紹，而當今 AR 技術正快速發展，且對於大眾來說具有很強的吸引力。可以在部分有故事性的遺產地的部分場地先進行試驗，例如在滙豐銀行設置 AR 體驗區，通過 AR 設備設立虛擬導遊進行講解，走到或看到某一地點時觸發虛擬情景，智慧旅遊可以讓遊客在高科技的幫助下，增強對此地點歷史文化的瞭解（遲澤興與邱瑛，2020）；創新地用 AR(增強現實)展現鼓浪嶼的歷史文化，虛擬遊客在鼓浪嶼遇見鄭成功、蔡元培等歷史名人，通過與“歷史名人”合影、講歷史故事，開啟遊客的文化旅遊新體驗；利用 AR、VR(虛擬現實)等現代科學技術把抽象的人文精神形象化，對凸顯核心景點的特色和吸引力有重要作用（姚麗梅，2020）。

4.2 優化鼓浪嶼價格機制，創新景點門票購買方式

鼓浪嶼的海天堂構、黃榮遠堂等熱門景點門票價格偏貴，且沒有學生票優惠。針對海天堂構等鼓浪嶼世界遺產，有關部門應當改良相關景點門票價格。關於創新景點門票購買方式，可以推出“自助餐”形式購買景點套票。具體方案舉例如下：

4.2.1 “點餐”式套票

可提前將需要收費的景區，在之前設置的文化長廊進行告知，並設立售票區，推出“點餐”形式的景點套票，讓遊客們自由選擇想遊覽的景點，並可以根據景點數量多少來給予一定的優惠；同時可以提供幾個官方推薦旅遊線路套票，讓遊客減少時間成本，以及將每個門票樣式設計各具鼓浪嶼特色，以此來優化遊客鼓浪嶼世界遺產文化旅遊體驗。

4.2.2 高收費景區給予學生、老年人門票優惠政策

鼓浪嶼遊客的主要組成部分是以青少年且大部分為在讀學生，另一部分為老年人。具體實施可以適當給予學生和老年人優惠政策，來刺激這兩大群體的文化旅遊體驗欲望，既能為景區贏得好口碑，同時可以增加景區收入，更好地向遊客展示了鼓浪嶼的文化遺產。

4.3 加強鼓浪嶼商業監管力度，更好地保護遊客消費權益

根據問卷調研結果可知，鼓浪嶼上餐廳的用餐環境、價格、菜肴口味、餐廳員工服務禮貌、住宿的價格、住宿時員工的服務禮貌、景區商品質量滿意度與遊客重要性

存在差異，且滿意度值均不高。可通過優化投訴機制，讓遊客更加方便地反映鼓浪嶼島上的個體商戶所存在的問題（服務態度，價格是否過高，商品質量等）。遊客投訴機制幫助節省有關部門監管時間進行精準調查，若發現問題，責令其改進；對於多次被投訴者，監管部門可以通過制定合理的處罰方式，來保護鼓浪嶼文化遺產旅遊地的形象。

4.4 促進文旅融合，創新旅遊產品營銷策略

文旅融合是近年來旅遊業發展的大趨勢，同時也對提升旅遊服務質量有著重大意義，政府有關部門可通過旅遊業態發展引導和密度，控制促進商業街的發展，弱化鼓浪嶼店鋪商業氣息，加強旅遊文創產品的研發，激發店鋪的文化吸引力。創新旅遊產品營銷策略，可通過抖音、微博、小紅書等網絡平臺來推廣文旅產品，如抖音直播鼓浪嶼文旅產品，或通過輿論渠道掀起鼓浪嶼世界遺產文化地打卡熱潮。重點包裝“非物質文化遺產”稱號的產品，如島上的美食葉氏麻糍、蛋滿灌。

4.5 提升社區參與度，鼓勵社區參與旅遊服務品質提升

鼓浪嶼的遺產價值來源於歷史上這個社區的成長和完善，其保存和延續也必然依託于這個社區的良性發展和積極參與。鼓浪嶼現在已經形成以“鼓浪語”社群為代表的，致力於鼓浪嶼文化遺產保護的民眾組織，在鼓浪嶼的遺產保護過程中，與地方行政主管部門和廣大社區公眾間形成了良好的協作關係，使得鼓浪嶼的遺產保護在社會輿論、信息收集、學術研究以及社會監督等各方面，獲得了廣泛的民眾支持。因此，鼓浪嶼相關部門應堅定的讓社區居民參與鼓浪嶼的旅遊文化，共同打造優秀的國際社區。

4.6 維修保護歷史建築，發展建築文化旅游

在鼓浪嶼島上，密密麻麻遍佈著各類建築，中間有 70%左右是本世紀初至二三十年代建造的，時間的風雨錘洗，賦予了鼓浪嶼中西文化交匯、自然景觀與人文景觀交融的深厚底蘊。迄今島上留存著千餘幢中西合璧、風格各異的風貌建築，建築的傳統工藝技術一旦失傳，就很難再找回來，需要後人整理傳承發揚。島上的多數歷史建築，共 1,000 多處已列入文物保護單位和歷史風貌建築名錄，有關部門應該建立有效機制，嚴格保護島上的歷史建築。

5. 結束語

基於文化與旅遊深度融合發展的新趨勢，依據世界文化遺產地的保護需要，也應該大力發展鼓浪嶼世界遺產文化，鼓勵大家積極參與文化旅游融合，提升鼓浪嶼社區參與度，鼓勵社區參與旅遊服務品質提升。本研究建議轉變旅遊開發策略，把鼓浪嶼建設成集海島風光、歷史風情、文化藝術體驗等多功能的城市休閒文化體驗區，進一步提升旅遊服務品質；並且創新鼓浪嶼世界遺產文化宣傳方式，深入與線上旅遊運營商的合作，提高國際旅遊吸引力，幫助構建“美麗中國”的國家形象（魏衛，2020）。

參考文獻

1. 高科（2010）。文化遺產旅遊原真性的多維度思考。旅遊研究，2(2)，14-19。
2. 李瑛（2008）。旅遊目的地遊客滿意度及影響因子分析—以西安地區國內市場為例。旅遊學刊，4，43-48。

3. 顏潔(2021)。體驗經濟視角下基於 IPA 分析的旅遊餐飲發展研究-以甘肅省為例。中國經貿導刊(中), 5, 64-67。
4. 遲澤, 邱瑛(2020)。旅遊景區遊客滿意度提升對策研究-以大連發現王國主題公園智慧景區為例。經濟研究導刊, 29, 85-87。
5. 姚麗梅(2020)。基於 Wmatrix 的鼓浪嶼國際旅遊形象感知話語分析。黎明職業大學學報, 3, 35-44。
6. 閔海(2020)。台兒莊古城景區遊客滿意度提升策略研究(未出版之碩士論文)。甘肅省: 西北師範大學。
7. 魏衛(2020)。“美麗中國”國家形象的國際旅遊吸引力研究。社會科學家, 9, 8-14。

收稿日期: 2021-05-18
責任編輯、校對: 周霖珊、趙子辰