

DOI: 10.13718/j.cnki.xdzk.2017.02.019

# 混合型主题公园国内游客游后评价研究

——以重庆乐和乐都主题公园为例<sup>①</sup>

刘德秀<sup>1</sup>, 王莉<sup>1</sup>, 秦翰<sup>2</sup>, 秦远好<sup>1</sup>

1. 西南大学 经济管理学院, 重庆 400715; 2. 纽约大学 工程学院, 美国 纽约 11201

**摘要:** 游后评价直接影响游客的满意程度和重游行为, 也决定着景区的生存与发展. 问卷调查发现国内游客对重庆乐和乐都主题公园的游后评价一般( $m=3.06$ ), 满意者为 30%~40%, 且具有初中等学历、中低收入、年轻的已婚男性游客的游后评价显著低于其他人口学特征的游客, 表明乐和乐都的游乐项目、景区环境、配套设施以及员工服务还不能完全满足主体客源群体的需求. 因此, 优化游乐项目, 完善配套设施, 美化景区环境和强化员工培训是乐和乐都缩小差距, 提升游客游后评价水平的基本路径.

**关键词:** 国内游客; 游后评价; 乐和乐都主题公园; 重庆

**中图分类号:** F590

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1673-9868(2017)02-0121-07

游后评价直接影响游客的满意程度和重游行为, 游后评价的优劣于投资规模巨大、客源市场依赖性强的混合型主题公园(即非单一主题的主题公园)的生存与发展至关重要. 因此, 本研究以位于重庆市永川区城郊, 以大型器械游乐和野生动物观赏为主题的乐和乐都主题公园为对象, 通过问卷调查搜集数据, 全面剖析国内游客对乐和乐都主题公园游乐项目、景区环境、配套设施和员工服务的评价, 找出差距, 为管理者制定更加科学的经营方案, 更为有效地满足游客需求、提升游客的游后评价水平和满意程度提供参考意见.

## 1 文献回顾

随着主题公园产业持续增长, 其服务质量受到学术界关注. 学者们构建了包含有形性、可靠性、响应性、保证性、移情性<sup>[1-2]</sup>, 价格、感知价值<sup>[1]</sup>, 生态有形性<sup>[2]</sup>, 环境便利性、人员表现性、设施可靠性、体贴关怀性、表演规划性、主题意向性<sup>[3]</sup>, 展现性、资源优质性、可靠性、休闲消费性、关怀性<sup>[4]</sup>等要素的主题公园服务质量评价模型. 相关研究发现整体体验与价值, 餐食种类、质量与价格, 环境氛围与整洁度评价主题公园<sup>[5]</sup>, 服务环境<sup>[6]</sup>, 游客参与强度、公园的收入指标<sup>[7]</sup>, 服务的保证性<sup>[8]</sup>以及服务人员<sup>[9]</sup>对游客的关怀<sup>[9]</sup>成为影响游客的体验评价、满意程度和重游意愿的重要因素. 实证研究表明西安大唐芙蓉园<sup>[10]</sup>, 杭州西溪湿地公园<sup>[4]</sup>的服务质量处于中等水平, 均有较大的提升空间; 马来西亚 Niah National Park 的服务质量水平(尤其是生态有形性要素质量)还不能满足游客的期望<sup>[11]</sup>, 而肯尼亚 Tsavo West National Park<sup>[1]</sup>和马来西亚 Gunung Gading National Park<sup>[2]</sup>的游客感知服务质量总体上超过了服务质量期望, 游客好评率都超过了 70%.

## 2 研究方案

### 2.1 研究对象概貌

重庆乐和乐都主题公园由重庆旅游投资集团下属的重庆乐和乐都旅游有限公司全额投资并运营管理,

① 收稿日期: 2016-03-21

基金项目: 国家社会科学基金资助项目(14BSH041); 重庆市社会科学规划一般项目(2014YBJJ037).

作者简介: 刘德秀(1963-), 女, 重庆南川人, 副教授, 硕士, 主要从事旅游心理与行为研究.

坐落于重庆永川区城郊,占地面积 330 余公顷,总投资 30 亿元,以大型器械游乐和野生动物观赏为主题,包括以自然生命为主题的“动物世界”、以器械游乐为主题的“欢乐世界”、以商业购物为主题的“地球村”、以自然生态休闲度假为主题的五星级酒店等 4 个功能区.重庆野生动物世界始建于 1999 年 12 月,2001 年 1 月试营业,是中国西部地区首家国家级野生动物生态旅游园区(国家林业局)、国家 AAAA 级旅游区(国家旅游局),2007 年重庆旅游投资集团入主重庆野生动物世界,2011 年 7 月以器械游乐为主题的“欢乐世界”奠基开建.公园拥有 280 多种 3 万余只野生动物,30 多套大中型游乐设备,10 多项人文演艺活动和 30 多项商业辅助性项目.2013 年 5 月乐和乐都主题公园试营业,2014 年接待游客 134 万人次,营业收入 1.67 亿元.

## 2.2 问卷设计与调查

1) 调查问卷设计 本研究在充分借鉴国内外研究成果的基础上,根据乐和乐都主题公园的消费特点设计调查问卷,内容包括被调查者的性别、年龄、学历、职业、月收入、家庭情况和居住地等背景信息,游后评价涉及游乐项目、景区环境、配套设施和员工服务 4 个方面共计 14 个量项,均采用李克特 5 级量表测量游客对量项的认同程度,其中:1 表示很不赞同,2 表示不赞同,3 表示中立,4 表示赞同,5 表示很赞同.

2) 问卷调查的实施 2014 年 4 月—9 月,研究者在法定假日、周末、特殊活动日以及工作日到乐和乐都景区或官方网站的游客信息反馈区开展问卷调查,先后发放问卷 1 700 份,收回 1 700 份,回收率 100%,有效问卷 1 511 份,有效率为 88.88%.

## 2.3 数据处理与分析方法

本研究通过问卷调查获得的数据均用 SPSS20.0 统计软件处理.其中描述性统计法主要分析被调查者的人口统计学特征和被调查者对乐和乐都的总体评价.均值比较法主要分析不同人口学特征游客对乐和乐都的游后评价差异.

# 3 研究结果

## 3.1 研究样本概貌

在 1 511 名被调查游客中 14~34 岁的青年游客高达 75%,接受过中高等教育的游客占 80%,月收入 5 000 元以下的游客占 88.7%,学生、公司职员、事业单位人员和自由职业者达 72.6%,未婚和已婚游客高达 99%,重庆市内游客占 66.8%(表 1),结果表明乐和乐都的主要客源群体是接受过中高等教育,月收入在 5 000 元以下,重庆市内的未婚或已婚的青年学生、公司职员、事业单位人员和自由职业者.

表 1 被调查者概貌统计

人口学特征		人数	百分比/%	人口学特征		人数	百分比/%
性别	男	721	47.7	教育程度	初等	291	19.3
	女	790	52.3		中等	720	47.6
年龄/岁	<14	147	9.7		高等	500	33.1
	14~24	643	42.6	月收入/元	<1 000	347	23
	25~34	490	32.4		1 001~3 000	507	33.6
	35~44	173	11.4		3 001~5 000	485	32.1
	45~60	47	3.1		5 001~7 000	115	7.6
	>60	11	0.7	>7 000	57	3.8	
职业	学生	371	24.6	家庭状况	未婚	653	43.2
	自由职业者	199	13.2		已婚无子女	422	27.9
	公司职员	201	13.3		已婚有子女	420	27.8
	事业单位人员	325	21.5		离异无子女	11	0.7
	个体经营者	132	8.7		离异有子女	5	0.3
	农民	125	8.3	常住地	重庆市外	502	33.2
	军警	67	4.4		重庆市内	1 009	66.8
	公务员	63	4.2		样本总量	1 511 人	
	离退休人员	28	1.8				

### 3.2 国内游客对乐和乐都的总体评价

调查结果显示,国内游客对乐和乐都的游乐项目、公园环境、配套服务及其价格和员工服务 4 个方面的总体评价一般( $m=3.04$ ).其中,游客对员工服务、景区环境的评价稍高( $m=3.19/3.16$ ),游乐项目的评价次之( $m=3.09$ ),配套设施的评价最低( $m=2.90$ ).对景区环境和游乐项目满意的游客分别为 39.9%和 37.1%,不满意的游客占 1/4 左右;对主题公园的配套设施表示满意的游客不足 1/3(31.6%),不满意的游客(34.7%)却超过了 1/3;对主题公园的员工服务满意的游客超过四成(42.7%),不满意的游客约占 1/4(表 2).这说明乐和乐都作为一个开园迎宾不久的主题公园无论是在游乐项目与配套设施的安排、园区环境氛围的营造以及员工的服务技能等各个方面与游客的愿意与要求都还存在着较大差距.

表 2 游客对乐和乐都的总体评价

代码	量 项	均值	标准差	赞同/%	中立/%	不赞同/%
●	游乐项目	3.09	1.03	37.1	35.1	27.8
P1	游乐项目刺激有趣	3.03	1.08	37.4	28.3	34.3
P2	游乐项目多样,能满足不同游客需求	3.18	0.97	38.1	38.6	23.3
P3	游乐设施安全可靠	3.28	0.96	43.4	37.5	19.1
P4	自驾观赏动物刺激,费用合理	2.89	1.08	29.2	35.9	34.9
P5	自驾投食非常有趣	2.97	1.09	32.0	34.8	33.2
●	景区环境	3.16	1.03	39.9	35.2	24.9
E1	园区整体环境好,景观配置效果好	3.18	1.06	39.3	33.8	26.9
E2	设备布局科学合理,与周边环境协调	3.12	1.00	40.3	36.7	23.0
●	配套服务与价格	2.90	1.12	31.6	33.7	34.7
F1	门票价格合理	2.88	1.13	31.9	33.4	34.7
F2	餐饮设施能满足需求,价格合理,服务好	2.98	1.13	34.0	32.5	33.5
F3	旅游纪念品丰富,价格合理	2.89	1.12	30.8	33.9	35.3
F4	住宿方便,价格合理,服务好	2.91	1.12	31.1	35.1	33.8
F5	园内交通工具能满足游客需要,收费合理	2.86	1.11	30.1	33.4	36.5
●	员工服务	3.19	1.12	42.7	31.5	25.8
S1	员工热情友好,服务技能强	3.17	1.12	42.3	31.8	25.9
S2	员工安全意识强,操作规范	3.21	1.12	43.0	31.3	25.7

注:赞同为赞同者和很赞同者的比例之和,不赞同为不赞同者和很不赞同者比例之和.

### 3.3 国内游客对乐和乐都的游后评价差异分析

1)不同性别游客的游后评价差异 通过均值比较后发现:女性游客对乐和乐都各个方面的评价均高于男性游客,且存在显著性差异(表 3),表明女性游客对乐和乐都的游乐项目、环境氛围、配套设施以及员工服务的认可度明显高于男性游客,这说明男性游客较女性游客更喜欢挑战性与刺激性强的游乐项目,要求更好的配套服务,追求更为合理的服务价格和更优质的员工服务.

2)不同年龄游客的游后评价差异 不同年龄游客对乐和乐都的游后评价差异显著.首先,除老少年年龄段游客外( $<14$ 岁/ $>60$ 岁),其他年龄段游客(14~60岁)对乐和乐都的评价基本上与年龄呈正相关,即评价均值随年龄的增加而上升.其次,青年游客(14~44岁)对乐和乐都游乐项目、公园环境、配套服务及其费用和员工服务等方面的评价均值明显低于少年儿童( $<14$ 岁)和中老年游客( $\geq 45$ 岁),差异非常显著(表 4),由此可见,乐和乐都的主体客源群体——青年游客对乐和乐都主题公园的满意程度在各年龄段游客中处于最低水平,调查结果说明乐和乐都目前的项目安排、景区环境、配套设施和员工服务与青年游客的需求尚有明显差距,究其原因在于青年游客较其他年龄段游客精力更加充沛、自我表现和自我挑战愿望更加强烈,消费欲望更加旺盛.因此,他们对公园游乐项目的刺激性、配套设施的安排以及员工服务水平有更高的要求;与此同时,青年游客中大多数是没有固定收入的中高等学校在校学生,

或是进入社会不久,收入较低且家庭负担较重的工薪阶层,购买能力有限.因此,他们更期望质优价廉的游乐项目与配套服务.

3) 不同教育程度游客的游后评价差异 从游客的受教育程度看,接受过高等教育的游客对乐和乐都的游乐项目、景区环境、配套设施和员工服务等方面的游后评价均值最高,初等教育程度游客次之,中等教育程度游客最低,且高等教育程度游客的评价均值显著高于初等或中等教育程度的游客(表 4).对于乐和乐都的初等(初中/小学)和中等(高(高中、中专或职高)教育程度游客而言,多数是靠父母提供游玩费用的未成年中小学生或是已成年的收入水平较低,生活压力较大消费群体,其知识水平、收入水准和社会接触面均不及受过高等教育的游客.因此,他们对乐和乐都的游乐项目、景区环境、配套设施以及员工服务等方面的评价与满意程度较高等学历游客更低.

4) 不同月收入游客的游后评价差异 就不同收入水平游客而言,除低收入( $<1\ 000$ 元)和高收入( $>7\ 000$ 元)游客外,月收入 $1\ 001\sim 7\ 000$ 元的游客对乐和乐都的游乐项目、公园环境、配套设施和员工服务等方面的评价均值随收入水准的上升而上升;同时,月收入 $1\ 001\sim 5\ 000$ 元的中低收入游客对乐和乐都各方面的评价均值显著低于月收入 $1\ 000$ 元以下或 $5\ 000$ 元以上的游客(表 4).深度数据分析发现月收入 $1\ 000$ 元以下的游客基本是在校学生,虽然没有固定收入来源,游玩资费主要由父母承担,且在乐和乐都可以享受优惠价,能以较低的代价享受同样的设施与服务.因此,他们的满足感较中低收入( $1\ 001\sim 5\ 000$ 元)游客强,满意程度较高.月收入超过 $5\ 000$ 元的游客在中国基本上属于高收入群体,价格敏感度较中低收入者低.因此,在付出同等代价购买同一服务的情况下,其满足感通常要高于中低收入者.调查结果也说明乐和乐都现有的游乐项目、环境状态、配套服务、员工服务以及消费标准还不能满足其主体客源群体——中低收入游客的愿望与要求.

5) 不同家庭状况游客的游后评价差异 从游客所处家庭环境来看,游后评价的显著性差异集中体现在未婚游客和已婚游客之间.其中:未婚游客对乐和乐都的游乐项目、景区环境和员工服务的评价明显高于已婚游客,对门票价格、餐饮住宿、园内交通等配套服务方面的评价明显高于已婚有子女的游客(表 4).究其原因在于已婚游客相对于多数是未成年的未婚游客而言,要承担家庭义务与责任,生活压力较大;尤其是已婚有子女的游客面临的生活压力会更大,且多数是陪玩型游客,花费金钱主要是为了满足子女的游玩愿望,也不能像未成年的子女一样享受优惠.因此,他们对乐和乐都的游后评价较未婚游客低.

6) 本地与外地游客的游后评价差异 通过均值比较后发现,本地(重庆市内)游客对乐和乐都的游乐项目、景区环境、配套设施以及员工服务等各个方面的评价显著高于外地(重庆市外)游客(表 3).外地游客之所以满足感低于本地游客,主要原因在于外地游客与乐和乐都的空间距离较本地游客更大,前往乐和乐都游玩得到的回报和本地游客相同,但他们要比本地游客花费更多的时间与精力,付出更高的经济代价,相形之下,其投入产出比就要比本地游客低,从而导致其游后评价明显低于本地游客.

## 4 研究结论与建议

### 4.1 研究结论

- 1) 乐和乐都的主要客源是接受过中高等教育,月收入在 $5\ 000$ 元以下,重庆市内的未婚或已婚者.
- 2) 游客对乐和乐都的总体评价一般( $m=3.04$ ),对其员工服务、景区环境和游乐项目的评价略高,满意者超过 $1/3$ ,不满意者约占 $1/4$ ;对配套设施的评价较低,满意者不足 $1/3$ ,而不满意者超过 $1/3$ .公园的游乐项目与配套设施、景区环境以及员工服务与游客的愿望与要求都还存在着较大差距.
- 3) 不同人口学特征游客对乐和乐都的游后评价差异明显,具有初中等学历、中低收入( $1\ 001\sim 5\ 000$ 元)、青年( $14\sim 44$ 岁)、已婚、男性游客对乐和乐都游乐项目、景区环境、配套设施以及员工服务的游后评价明显低于其他人口学特征的玩家.

### 4.2 提升乐和乐都国内游客游后评价水平的建议

- 1) 优化游乐项目,有效满足主体客源群体需求 调查结果表明,乐和乐都的主体客源群体即受过中高等教育的青年男性游客、已婚游客对其游乐项目的刺激性、多样性与安全性的评价明显偏低.鉴于此,乐和

乐都主题公园首先应当在充分调查游客游乐项目选择偏好的基础上,定期淘汰游客偏好度低的游乐项目。其次要充分考虑青年人、男性喜欢挑战自己、追求刺激与冒险的心理需求,在现有游乐项目的基础上,增设一些刺激指数和安全系数高,挑战性强的适合青年人、男性游客需求的游乐项目。最后要充分考虑已婚有子女游客的陪玩心理,适当增加一些老少皆宜、趣味性、体验性强的适合家庭游客需求的游乐项目。

2) 完善配套设施,满足游客多样性需求 餐饮住宿、购物和园内交通等配套设施不仅有助于提升公园的综合服务能力,满足游客的多种需求,而且能刺激游客的二次消费,增加公园的综合营业收入。从调查结果看,游客对公园的现有配套设施的评价最低,不满意和非满意(中立者)游客约占 70%,充分说明公园现有的配套设施还不能有效满足游客的需要。首先要优化餐饮服务设施。一是根据项目区的主要特色适当增设游道小吃档,引入能体现项目区特色的名特小吃,以满足游客求新求奇的心理需要。二是在强化现有快餐厅和儿童餐厅服务能力的基础上适当增设中档餐饮设施,提供比较精细的特色餐食以满足成年游客的就餐需求,刺激游客在园内的餐饮消费。其次要强化动物、卡通人物玩具/玩偶类纪念品的开发,满足青少年游客求奇求异的心理需求。

表 3 不同性别/客源地游客的游后评价比较:独立样本 T 检验结果

人口学特征	游乐项目					景区环境		配套设施					员工服务		
	P1	P2	P3	P4	P5	E1	E2	F1	F2	F3	F4	F5	S1	S2	
性别	男	2.88*	3.04*	2.73*	2.76*	3.15*	3.07*	2.96*	3.07*	2.85*	2.77*	2.75*	3.02*	2.78*	2.83*
	女	3.17	3.30	2.98	3.02	3.40	3.29	3.26	3.33	3.10	3.03	3.01	3.31	3.00	3.11
客源地	市内	3.18***	3.29***	3.39***	2.99***	3.06***	3.22***	3.29***	2.97***	3.06***	2.98***	2.99***	2.96***	3.30***	3.35***
	市外	2.70	2.94	3.04	2.70	2.78	2.89	2.96	2.71	2.81	2.72	2.73	2.63	2.89	2.90

注:① \*  $\leq 0.05$ , \*\*  $\leq 0.01$ , \*\*\*  $\leq 0.001$ ; ② 带下划线均值与组内带\*号均值之间具有显著性差异。

表 4 不同年龄/学历/收入和家庭状况游客的游后评价比较:单因素方差分析结果

人口学特征	游 乐 项 目					景 区 环 境									
	P1	P2	P3	P4	P5	E1	E2								
年龄/岁	<14	3.48***	3.48***	3.48*	3.52***	3.52***	3.47**	3.47*	3.23**	3.23***	3.34***	3.34***	3.33*	3.33**	3.33*
	14~24	2.88			3.08		3.20		2.75		2.81		3.03	3.03	3.11
	25~34	2.98	2.98		3.13	3.13	3.26	3.26	2.85	2.85	2.93	2.93	3.09	3.09	3.19
	35~44	3.23***	3.23**	3.23	3.26*		3.36*		3.21***	3.21***	3.29***	3.29***	3.26	3.26*	3.26
	45~60	3.40**	3.40*		3.48**	3.48*	3.61**	3.61*	3.10*		3.27**	3.27*	3.55*	3.55**	3.48*
	>60	3.18			3.27		3.45		3.18		3.54*		2.63	2.63	2.72
学历	初等	3.03**			3.22*		3.21**		2.85**		2.94**		3.03**		3.11**
	中等	2.87***			3.06***		3.19***		2.78***		2.84***		3.02***		3.12**
	高等	3.27			3.32		3.46		3.09		3.18		3.30		3.32
月收入/元	$\leq 1000$	3.34***			3.43***	3.43**	3.51***	3.51*	3.10***	3.10***	3.18***		3.40***		3.40**
	1001~3000	2.89			3.05		3.18		2.76		2.83		2.99		3.08
	3001~5000	2.90			3.10		3.22		2.79	2.79	2.89		3.03		3.13
	5001~7000	3.11			3.13	3.13	3.28	3.28	3.14**	3.14**	3.20**		3.19		3.18
	>7000	3.36**			3.40**		3.31		3.17**	3.17*	3.19*		3.14		3.24
家庭状况	未婚	3.22			3.29		3.40		2.98		3.07		3.25		3.29
	已婚无子女	2.95***			3.13**		3.22**		2.84*		2.88**		3.06**		3.14*
	已婚有子女	2.83***			3.05***		3.16***		2.80**		2.91*		2.98***		3.08**
	离异无子女	3.00			3.27		3.36		3.09		2.81		2.81		2.63*
	离异有子女	2.40			2.60		2.80		2.40		2.40		2.60		2.60

注:① \*  $\leq 0.05$ , \*\*  $\leq 0.01$ , \*\*\*  $\leq 0.001$ ; ② 带下划线均值与组内带\*号均值之间具有显著性差异。

表 4 不同年龄/学历/收入和家庭状况游客的游后评价比较: 单因素方差分析(续)

人口学特征	配套服务与价格										员工服务				
	F1		F2		F3		F4		F5		S1		S2		
年龄/岁	<14	3.08**	3.08*	3.18**	3.18*	3.07**		3.17***	3.17**	3.16***	3.16**	3.40***	3.40*	3.47***	3.47**
	14~24	<u>2.76</u>		<u>2.84</u>		<u>2.79</u>		<u>2.78</u>		<u>2.72</u>		<u>2.99</u>	2.99**	<u>3.06</u>	3.06
	25~34	2.86	<u>2.86</u>	2.96	<u>2.96</u>	2.87	<u>2.87</u>	2.88	<u>2.88</u>	2.84	<u>2.84</u>	3.17**	3.17	3.18	<u>3.18</u>
	35~44	3.13***	3.13**	3.26***	3.26**	3.10**	3.10*	3.18***	3.18**	3.13***	3.13**	3.46***	3.46**	3.48***	3.48**
	45~60	3.23**	3.23*	3.42**	3.42**	3.19*		3.25**	3.25*	3.06*		3.59***	3.59*	3.65***	3.65**
	>60	3.45*		3.18		3.27		2.72		2.81		3.72*		3.36	3.36
学历	初等	2.77***		2.84***		2.74***		2.79***		2.76***		3.00***		3.06***	
	中等	2.76***		2.87***		2.78***		2.80***		2.75***		3.05***		3.10***	
	高等	<u>3.14</u>		<u>3.23</u>		<u>3.14</u>		<u>3.13</u>		<u>3.08</u>		<u>3.44</u>		<u>3.46</u>	
月收入/元	≤1 000	3.11***	3.11***	3.20***	3.20**	3.12***	3.12***	3.15***	3.15***	3.11***	3.11***	3.45***	3.45***	3.50***	3.50***
	1 001~3 000	2.70		2.81		2.72		2.71		2.68		3.00		3.02	
	3 001~5 000	2.82	2.82	2.92	2.92	2.83	2.83	2.86*	2.86	2.78	2.78	3.08	3.08	3.13	3.13
	5 001~7 000	3.19***	3.19**	3.23***	3.23**	3.14***	3.14**	3.18***	3.18**	3.13***	3.13**	3.32**	3.32*	3.34**	
	>7 000	3.14**	3.14*	3.15*		3.12*		3.07*		3.10**	3.10*	3.40*	3.40*	3.47**	3.47*
家庭状况	未婚	<u>2.98</u>		<u>3.04</u>		<u>2.98</u>		<u>3.00</u>		<u>2.98</u>		<u>3.31</u>		<u>3.36</u>	
	已婚无子女	2.86		2.97		2.86		2.88		2.81*		3.11**		3.12**	
	已婚有子女	2.76**		2.90*		2.80**		2.79**		2.72***		3.02***		3.06***	
	离异无子女	2.90		3.00		2.81		<u>3.09</u>		2.81		3.27		3.09	
	离异有子女	3.00		2.80		2.60		2.20		2.40		2.80		3.00	

注: ① \* ≤ 0.05, \*\* ≤ 0.01, \*\*\* ≤ 0.001; ② 带下划线均值与组内带\*号均值之间具有显著性差异, 开发具有人机互动功能, 游客能够模拟体验的音像制品, 强化游客的游后体验, 刺激游客的购买与重游欲望。

3) 加快景区环境建设步伐, 营造更好的环境氛围 乐和乐都作为一个大部分为新建成投入运营的大型游乐园, 园内的景观环境、功能区域划分、设施设备布局均有优化与完善的空间。首先应当充分考虑所在地的夏季高温、雨水较多的气候特点, 尽可能为户外游乐设施, 游客等候区增加景观效果优美的遮阳避雨设施, 方便游客在各种天气条件下都能游玩体验。其次应在游道两侧或游客聚焦区种植冠幅大、遮阳效果好的乔木, 让游客行走在林荫道上或在树荫下休息, 以缓解炎热高温天气对游客的不良影响。三是利用公园的自然地貌配置与区域功能协调的动植物景观小品或台阁亭榭等建筑小品, 优化公园的景观环境, 为游客营造更好的宜游环境氛围。

4) 强化员工培训, 提升员工服务水平 员工的服务意识与服务能力是影响游客对乐和乐都整体评价水平的重要因素, 调查发现对此不满意和非满意者接近 60%。因此, 分层次、分领域强化员工培训, 提升员工服务能力势在必行。首先应强化全员服务意识, 让所有员工树立起想游客之所想、急游客之所急, 竭尽全力主动为游客服务的意识。其次是强化员工的安全责任意识, 始终将保证游客安全放在首位。再次是全面加强职业技能训练, 全面掌握本职岗位的操作规范、程序与方法, 保证为游客提供规范有效的服务。

## 参考文献:

- [1] AKAMA J S, KIETI D M. Measuring Tourist Satisfaction with Kenya's Wildlife Safari: a Case Study of Tsavo West National Park [J]. Tourism Management, 2003, 24(1): 73-81.
- [2] SAID A, JADDIL E F, AYOB N. An Assessment of Service Quality in National Parks: A Case Study of Gunung Gading National Park [J]. ICAFI Journal of Environmental Economics, 2009, 7(2): 74-88.
- [3] 李铭辉, 谢文丰和高仪文. 主题游乐园服务品质与游客购后行为关系之研究 [J]. 观光研究学报, 2005(2): 71-88.

- [4] 叶茜倩. 西溪湿地公园服务质量与游客游后行为意向研究 [D]. 杭州: 浙江大学, 2007.
- [5] GEISSLER G L, RUCKS C T. The Overall Theme Park Experience: A Visitor Satisfaction Tracking Study [J]. *Journal of Vacation Marketing*, 2011, 17(2): 127–138.
- [6] Ping Dong, Noel Yee-Man Siu. Servicescape Elements, Customer Predispositions and Service Experience: The Case of Theme Park Visitors [J]. *Tourism Management*, 2013, 36(1): 541–551.
- [7] FOTIADIS A K. Modifying and Applying Time and Cost Blocks: The Case of E-Da Theme Park, Kaohsiung, Taiwan [J]. *Tourism Management*, 2016, 54(1): 34–42.
- [8] 黄新惟. 都会型主题乐园服务质量及顾客满意度之研究——以布鲁乐谷亲水主题乐园为例 [D]. 衡阳: 南华大学, 2006.
- [9] 李国祯. 主题乐园服务品质与游客重游意愿之研究——以月眉育乐世界为例的探讨 [D]. 彰化: 大业大学, 2006.
- [10] 马 骞, 宋保平, 田祥利. 旅游主题公园服务质量评价研究——以西安大唐芙蓉园为例 [J]. *江西农业学报*, 2010, 22(4): 186–188.
- [11] SAID A, AYOB A S N, YAAKUB F. An Evaluation of Service Quality from Visitors' Perspectives: the Case of Niah National Park in Sarawak [J]. *International Journal of Business and Society*, 2013, 14(1): 61–78.

## Research on Post-tour Evaluation of Domestic Tourists to the Complex Theme Park ——A Case of Locajoy Resort Theme Park in Chongqing

LIU De-xiu<sup>1</sup>, WANG Li<sup>1</sup>, QIN Han<sup>2</sup>, QIN Yuan-hao<sup>1</sup>

1. School of Economics and Management, Southwest University, Chongqing 400715;

2. Tandon School of Engineering, New York University, Brooklyn 11201, NY, US

**Abstract:** The post-tour evaluation not only directly affects tourists' satisfaction and revisit behavior, but also determines the survival and development of scenic spots. Questionnaire survey finds that domestic tourists' post-tour evaluation to Chongqing Locajoy Resort theme park is in general ( $m=3.06$ ), the satisfiers are about 30–40% of surveyed tourists, and the evaluation of primary and secondary education, middle and low income, young married and male tourists was significantly lower than the other demography-characteristic tourists. The result shows that the recreational projects, scenic environment, supporting facilities and staff services of the Locajoy Resort theme park can't fully meet the needs of major tourist groups. Therefore, optimizing recreational projects, improving the supporting facilities, beautifying the environment and strengthening staff training is the basic path that the Locajoy Resort theme park enhances the evaluation level of tourists.

**Key words:** domestic tourists; post-tour evaluation; Locajoy Resort theme park; Chongqing

责任编辑 胡 杨

