

IPA视域下内生型特色小镇游客感知研究

——以天津市杨柳青文旅小镇为例

俞婧婷

天津师范大学, 天津
Email: yujingting001@163.com

收稿日期: 2021年1月26日; 录用日期: 2021年4月13日; 发布日期: 2021年4月20日

摘要

面对内生型特色小镇“同质性强、特色不足”的发展现状, 构建以市场需求为导向的小镇发展路径至关重要。为此, 本研究立足游客感知视角, 设置包含23项要素在内的游客感知评价指标体系, 对天津市杨柳青特色小镇进行案例研究。通过实地调研, 得到游客对于杨柳青小镇各旅游要素“重要性”与“满意度”的评估数据并绘制相应的IPA方格图。在此基础上, 对落入不同象限内的各旅游要素进行分析, 为国内同类型的特色小镇发展提供“杨柳青经验”, 也为小镇后续发展提出针对性提升策略。

关键词

IPA分析, 内生型特色小镇, 游客感知, 杨柳青特色小镇

A Study on Tourist Perception of Endogenous Characteristic Town from IPA Perspective

—A Case Study of Tianjin Yangliuqing Cultural Tourism Town

Jingting Yu

Tianjin Normal University, Tianjin
Email: yujingting001@163.com

Received: Jan. 26th, 2021; accepted: Apr. 13th, 2021; published: Apr. 20th, 2021

Abstract

Facing the development status of endogenous characteristic towns with “strong homogeneity”, it’s

vital to formulate a development path oriented by market demand. Therefore, this study sets up an evaluation system of tourist perception including 23 elements and conducts a case study of Tianjin Yangliuqing characteristic town. Through field research, the evaluation data of tourists for the “Importance” and “Satisfaction” of each element in Yangliuqing Town is obtained, and the corresponding IPA grid is drawn. On this basis, this paper tries to analyze the tourism elements falling into different quadrants, to provide “Yangliuqing Experience” for the same type of characteristic towns in China, and also put targeted promotion strategies for the follow-up development of Yangliuqing town.

Keywords

IPA Analysis, Endogenous Characteristic Town, Tourist Perception, Yangliuqing Characteristic Town

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

特色小镇是在块状经济和县域经济基础上发展而来的创新经济模式，是供给侧结构性改革的有益实践，也是联动推进新型城镇化与乡村振兴的重要抓手。2016年，特色小镇建设上升到国家层面，成为一种市场化主导的创新创业发展新模式，旨在实现产业、生活、旅游、文化的有机融合。根据发展的要素需求，特色小镇可分为内生型特色小镇和外生型特色小镇，前者主要依靠本土资源、文化、环境等要素，特色产业主要依靠其特色资源发展形成；后者则主要依靠外来投资打造，对区位、科技、交通等要求更多[1]。自从2014年在杭州云栖小镇首次被提及后，依托于本地资源、环境、文化而发展起来的内生型特色小镇在国内如火如荼地展开，然而在高速发展的过程中，内生型特色小镇也出现了“千镇一面”、服务能力滞后等问题，大多数小镇只是“照搬别处经验”，而并没有将自身的优势资源“盘活”，总体呈现出“发展活力不足，发展后劲尚欠”的局面。

针对发展过程中存在的种种问题，建立合适的因地制宜模式对于进一步推动内生型特色小镇的高质量发展至关重要，而精准的发展评估和市场行为掌握对于内生型小镇探寻适合自身的旅游发展路径来说尤为关键。然而，目前关于内生型特色小镇的评估成果大多是从小镇自身的产业、面积、功能等硬性条件切入展开研究，从市场主导原则下游客需求角度切入进行的研究则比较欠缺，即便有文章提出要注重小镇发展的市场需求导向，也大多是在文末的寥寥几笔，而非将游客需求作为研究视角。因此，本研究以天津杨柳青文旅小镇为例，采用市场调研中常用的“重要性-满意度分析法”（也称“IPA分析法”，Important-Performance Analysis)对其进行实证研究。

一方面，IPA分析法基于游客视角，在一定程度上可以弥补现有研究的视角单一性局限，从而为内生型特色小镇的后续发展更多依靠市场导向路径提供理论基础。另一方面，通过IPA评估结果，能够反映出特色小镇的实际状况与游客预期程度之间的差距，将杨柳青文旅小镇所拥有的“第一象限”优势项目进行总结，将“第二象限”与“第三象限”需要改进的问题进行分析，有助于小镇对自身条件和市场需求的洞悉，更好地构建小镇旅游式路径的持续发展路径，从而推动天津市内生型特色小镇建设发展，也为全国内生型特色小镇建设贡献天津智慧。

2. 杨柳青特色小镇概况与游客感知调查设计

2.1. 研究区概况

天津市杨柳青文化旅游特色小镇(以下简称“杨柳青特色小镇”)隶属于西青区杨柳青镇,东至柳霞路、南至润杨道、西至青静路、北至新华道,规划总用地面积约 3.21 平方公里,于 2016 年入选天津市第一批市级特色小镇创建名单。小镇拥有丰富的历史文化资源,现传承运河文化、大院文化等 5 大文化,存有杨柳青模板年画等 4 项市级以上非物质文化遗产项目,另设石家大院等 16 处文物保护单位,是典型的以“文化 + 旅游”为核心产业的内生型特色小镇。近年来,依据天津市特色小镇创建要求,结合宏观发展机遇,依托运河水系、历史文化等发展优势,杨柳青特色小镇遵从国家战略,对接京津冀发展格局,不断促进产业转型升级,逐渐成为京津冀古镇旅游市场的一张特色名片。2019 年 4 月,国家发改委规划司在浙江召开的全国特色小镇现场经验交流会上点名表扬了包括杨柳青特色小镇在内的 10 个模范特色小镇。因此,以杨柳青特色小镇为对象进行研究,有利于总结其已有的发展经验,为其他特色小镇建设提供思路;也有助于明确杨柳青特色小镇目前仍存在的不足,通过采取相应的措施提高游客的满意度,以促进小镇的进一步发展。

2.2. 问卷设计与调研

基于相关旅游景区内游客满意度影响因素的国内外研究成果,结合杨柳青特色小镇的实地考察,本研究拟定了由“资源”、“交通”、“餐饮”、“购物”、“住宿”、“服务”6 个维度构成的共计 23 项旅游因子(详见表 1),依次标记为“A-W”,以此创建针对杨柳青特色小镇的游客“重要性-满意度”评估体系,并设计问卷,在进行了 30 份的小范围样本测试后形成正式问卷。本研究的正式问卷分为三部分:第一部分是游客的人口统计学信息调查,包括性别、学历、月收入等。第二部分是杨柳青特色小镇的游客“重要性”感知量表(即游客对于旅游各要素的期待程度),采用李克特(Likert)5 点量表法将 23 项指标量化,选项 1~5 分别为“非常不重要”、“比较不重要”、“一般”、“比较重要”、“非常重要”¹。第三部分是杨柳青特色小镇的游客“满意度”感知量表(即游客对于旅游各要素的实际满意度),选取与重要性量表相对应的项目进行测量,选项 1~5 分别为“非常不满意”、“比较不满意”、“一般”、“比较满意”、“非常满意”。

笔者于 2020 年国庆期间前往杨柳青特色小镇景区进行调研,采取实地发放、实时收回的方式对游客进行问卷调查,实地调研地点涉及石家大院、安家大院、明清街、关帝庙等。调研共发放并收回问卷 210 份,剔除填写不完整以及前后存在明显逻辑错误的无效问卷后,最终得到有效问卷 201 份,问卷的有效率为 95.7%,符合统计学上对数据进一步分析的条件(表 1)。

2.3. 数据分析方案

在对有效问卷进行数据清洗后,本研究运用 SPSS 20.0 统计软件对所获得的数据进行统计分析。

首先,为保证数据的科学性,在对问卷进行信度与效度检验后,对问卷结果进行描述性统计分析。

其次,分析游客对于杨柳青特色小镇各旅游要素的“重要性”和“满意度”的均值,并将其进行排序,以此了解游客对于各旅游要素的期待程度和实际满意度,并运用配对样本 t 检验分析游客的实际满意度是否和预期存在显著差异²。

¹在实际的问卷填写中,为了便于游客理解,本问卷的提问方式为,“在您到杨柳青特色小镇之前,您对 XX 要素的预期程度为?”选项为“非常不期待”、“比较不期待”、“一般”、“比较期待”、“非常期待”,“期待值”指标可以等同为本文所研究的“重要性”指标。

²本研究设置的显著性水平为 0.05,如果 p 值<0.05,则说明有游客预期与实际感知之间存在显著差异,反之则无显著差异。

Table 1. Tourist perception evaluation system of Yangliuqing characteristic town
表 1. 杨柳青特色小镇的游客感知评估体系

维度层	要素层/指标层	维度层	要素层/指标层
旅游资源要素	A 小镇的特色建筑	旅游住宿要素	L 住宿卫生条件
	B 小镇的文化资源		M 住宿的价格
	C 小镇的生态环境		N 住宿的环境
旅游交通要素	D 景区外交通便捷程度	旅游购物要素	O 住宿位置的交通
	E 景区内交通便捷程度		P 特色商品的价格
	F 浏览区内路线设计		Q 特色商品的质量
	G 景区内停车收费情况		R 商人的诚信经营
旅游餐饮要素	H 餐饮的价格	旅游服务要素	S 特色商品的种类丰富程度
	I 食品的卫生安全		T 景区内的导游讲解
	J 餐饮的口味		U 景区工作人员服务态度
	K 餐厅的环境		V 工作人员解决问题效率
			W 通讯/环卫等基础设施

最后，绘制 IPA 方格图，将各因子放置在方格图中进行分析，具体步骤如下：计算出 23 项指标“重要性”与“满意度”的总均值，作为坐标原点，然后以“满意度”为横轴，“重要性”为纵轴绘制坐标轴，再将各项指标的“重要性”和“满意度”均值为点，得到包含所有因素的坐标图(见图 1)。其中，第一象限为“继续保持区”(高重要性高满意度)，第二象限为“重点改进区”(高重要性低满意度)，第三象限为“逐步改进区”(低重要性低满意度)，第四象限为“过度表现区”(低重要性高满意度)。由于图中一、四象限(高满意度区)的影响因子是景区旅游要素的优势所在，因而本文将对其进行经验总结；而二、三象限(低满意度区)的影响因子是景区进一步提升的着眼点，因而本文也会相应地提供些建言。

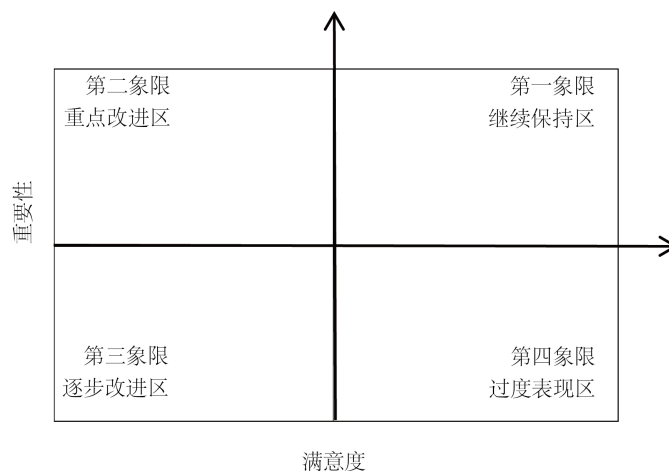


Figure 1. “IPA Analysis” grid
图 1. “IPA 分析法”方格图

3. 杨柳青特色小镇游客感知调查结果

3.1. 量表的信度与效度

信度(reliability)常用于研究定量数据(尤其是态度量表题)的回答可靠性,指的是采取同样的方法对同一对象重复进行测量时,其所得结果相一致的程度[2]。本研究采取 Cronbach α 系数对量表的信度进行检验,一般而言, α 系数高于 0.8,代表信度较高。计算过后,杨柳青特色小镇游客“重要性”和“满意度”量表的系数为 0.987(见图 2),说明研究数据具有较高的内部一致性,信度质量很高。

Cronbach 问卷信度分析		
项数	样本量	Cronbach α 系数
5+23+23	201	0.987

Figure 2. Reliability analysis of field survey questionnaire of Yangliuqing characteristic town

图 2. 杨柳青特色小镇实地调研问卷信度分析

效度(validity)指的是测量工具能够准确、真实地度量事物属性的程度,也称测量的准确度[3]。本研究使用 KMO 和 Bartlett 系数进行效度检验,一般而言 KMO 值高于 0.8,则说明效度较好。经计算,本研究 2 份量表的 KMO 值为 0.947(见图 3),说明数据效度非常理想,适合对各项因子进一步分析。

KMO 和 Bartlett 的检验		
KMO 值		0.947
Bartlett 球形度检验	df	1035
	p 值	0

Figure 3. Validity analysis of field survey questionnaire in Yangliuqing characteristic town

图 3. 杨柳青特色小镇实地调研问卷效度分析

3.2. 样本的描述性统计

201 份有效问卷的人口统计学特征如下(见表 2):从性别结构来看,男性占 42.79%,女性比例高于男性,占 57.21%,可能是女性更注重杨柳青特色小镇的旅游体验,因而填写问卷比男性更有耐心。从年龄分布来看,18 岁以下的占比 6.47%,18~30 岁占比最高 63.68%,41~50 岁占比 22.39%,41 岁以上占比为 7.47%,这说明填写问卷的主要以青年游客为主。从学历分布来看,高中及以下占比为 13.93%,硕博及以上占比 12.94%,填写问卷的游客以专科(21.89%)和本科(51.24%)学历为主,这与游客的年龄结构相符,因为多数受访游客来源于天津各高等院校,趁着国庆假期与同学来周边游玩。从月收入来看,3000 元以下占比最高,为 39.8%,3000~5000 元占比其次,为 27.86%,5000~7000 元与 9000 元以上占比均为 11.94%。从旅行方式来看,绝大多数(88.06%)受访者是自助游,仅有 11.94%的游客是跟团出行。

3.3. 杨柳青特色小镇游客“重要性”(I)感知

为了反映杨柳青特色小镇各旅游要素在游客眼中的重要性(期待程度),本研究计算了 23 项指标的“重要性”均值,并将其进行降序排列(详见表 3、图 4)。表 3 显示,杨柳青特色小镇各项旅游要素的“重要性”得分普遍较高,各项指标得分均值在 3.79~4.06 之间,位于“一般”和“非常重要”之间,23 项指

标的“重要性”总均值为3.97。

Table 2. Demographic characteristics of tourists in Yangliuqing town

表 2. 杨柳青特色小镇游客人口统计特征结果

名称	选项	频数	百分比(%)
性别	男	86	42.79
	女	115	57.21
年龄	18岁以下	13	6.47
	18~30	128	63.68
	31~40	45	22.39
	41~50	14	6.97
	51~60	1	0.5
学历	高中及以下	28	13.93
	专科	44	21.89
	本科	103	51.24
	硕士	22	10.95
	博士及以上	4	1.99
月收入	3000元以下	80	39.8
	3000~5000元	56	27.86
	5000~7000元	24	11.94
	7000~9000元	17	8.46
	9000元以上	24	11.94
旅行方式	自助游	177	88.06
	跟团游	24	11.94

Table 3. Tourists' "importance" and "satisfaction" perception results in Yangliuqing town

表 3. 杨柳青特色小镇游客“重要性”与“满意度”感知评分结果

代码	游客感知评价因素	重要性(I)均值	排名(I)	满意度(P)均值	排名(P)	差值(I-P)	t 值	p 值
C	小镇的生态环境, 例如:南运河的自然环境等	4.06	1	4.06	1	0.00	0.00	1.00
A	小镇的特色建筑, 例如:石家大院、关帝庙、明清街等	4.06	1	4.04	2	0.02	0.33	0.74
U	景区工作人员服务态度	4.04	3	3.99	5	0.04	0.97	0.34
B	小镇的文化资源, 例如:年画文化、大院文化、赶大营文化等	4.04	3	3.98	6	0.06	0.92	0.36
V	工作人员解决问题的效率	4.04	3	3.96	7	0.08	1.53	0.13
W	通讯/环卫/公共卫生等基础设施建设	4.03	4	4.02	3	0.02	0.34	0.74
F	浏览区内路线设计	4.03	4	3.92	8	0.12	2.13	0.035*
D	景区外交通便捷程度	4.03	4	3.87	13	0.16	2.86	0.005**

Continued

E	景区内交通便捷程度	4.03	4	3.83	19	0.19	3.30	0.001**
T	景区内的导游讲解	3.99	10	4.01	4	-0.02	-0.51	0.61
L	住宿的卫生条件	3.99	10	3.90	10	0.09	2.20	0.029*
N	住宿的环境	3.99	10	3.90	10	0.09	2.19	0.030*
O	住宿位置的交通	3.98	13	3.92	8	0.06	1.67	0.10
I	食品的卫生安全	3.98	13	3.87	13	0.10	2.25	0.026*
K	餐厅的环境	3.94	15	3.86	15	0.08	1.71	0.09
R	商人的经营诚信	3.93	16	3.90	10	0.03	0.63	0.53
S	特色商品的种类丰富程度	3.93	16	3.80	22	0.13	2.85	0.005**
M	住宿的价格	3.91	18	3.86	15	0.05	1.09	0.28
J	餐饮的口味	3.91	18	3.83	19	0.08	1.62	0.11
Q	特色商品的质量	3.91	18	3.82	21	0.08	2.06	0.040*
P	特色商品的价格	3.89	21	3.85	17	0.04	1.00	0.32
G	景区内停车收费等情况	3.85	22	3.76	23	0.09	1.41	0.16
H	餐饮的价格	3.79	23	3.85	17	-0.06	-1.02	0.31
	总均值	3.97		3.90				

*p < 0.05 **p < 0.01

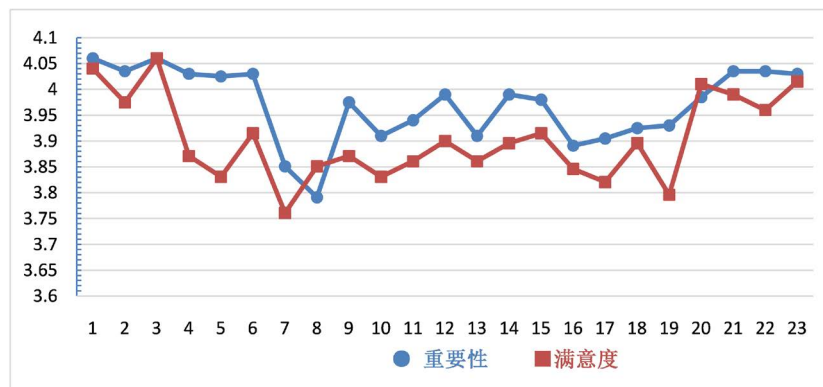


Figure 4. Comparison of tourists' perception of "importance" and "satisfaction"
图 4. 杨柳青特色小镇游客“重要性”与“满意度”感知对比图

其中，游客认为最重要的 5 项指标为“小镇的生态环境”、“小镇的特色建筑”、“小镇的文化资源”、“景区工作人员的服务态度”以及“工作人员解决问题的效率”。可以发现，本研究所设置的有关杨柳青特色小镇旅游“资源”要素的 3 项指标全部被纳入，这说明游客十分看重古镇的旅游资源，游客对于杨柳青特色小镇的建筑、文化、生态等资源要素的期待程度很高。与此同时，2 项关于杨柳青特色小镇旅游“服务”要素的指标也名列前茅，这表明游客在关注小镇的特色资源之外，还比较重视旅游时的服务体验，对杨柳青特色小镇景区的服务质量抱有较大的期望。

比较而言，重要性得分排名靠后的几项指标为“餐饮的价格”、“景区内停车收费情况”、“特色商品的价格”、“特色商品的质量”、“餐饮的口味”、“住宿的价格”。值得注意的是，不同于旅游

的“资源”与“服务”维度上重要性较高的各项要素，重要性得分较低的要素大多处于“餐饮”、“购物”以及“住宿”维度。经分析，笔者认为可能由以下原因造成：一是杨柳青特色小镇以优美的生态和独特的文化资源而闻名，是传统意义上的文旅古镇而非特色美食小镇，游客慕名于杨柳青镇悠久的历史而来，因此对于“餐饮”要素的期望相对较低。二是杨柳青特色小镇主要以年画为特色商品，其中又以杨柳青木板年画而著称，这种采用古老刻绘结合特色手法形成的木板年画由于制作流程复杂，致使其价位常常在千元以上，一般被用于高档礼品。然而，大部分游客到杨柳青特色小镇更多的是为了体验小镇的特色建筑或是民俗文化，对于价格较为高昂的年画则并无太大需求，因而并不非常关注“购物”要素。三是杨柳青特色小镇建筑面积并不是很大，这使得小镇更多地被游客选择作为一日游的短途旅游目的地，对于长距离的游客吸引力有限。笔者在实地调研中也发现，多数来杨柳青镇游玩的游客是“当日来，当日回”，并不需要考虑在小镇留宿的问题，因此对于“住宿”要素的期望程度平平。

3.4. 杨柳青特色小镇游客“满意度”(P)感知

表3显示，游客对杨柳青特色小镇各项旅游要素的“满意度”感知总均值为3.90，相较于重要性感知总均值得分而言，满意度得分较低，这说明杨柳青特色小镇的实际情况与游客的预期还是有所落差。

其中，游客最满意的5项旅游要素指标是“小镇生态环境”、“小镇特色建筑”、“小镇的基础设施建设”、“景区内的导游讲解”、“景区工作人员服务态度”，这表明小镇在这些旅游要素方面做的成效好，游客对其认同度高。可以看到，排名前2位的要素归于小镇旅游“资源”维度，而前3至5位的要素归于小镇旅游“服务”维度。这样的结果并不令人意外，这是因为：一方面，杨柳青特色小镇的文化旅游资源优势明显，生态资源优越，近年来小镇充分把握发展机遇，自身“资源”优势发挥效果显著；另一方面，杨柳青特色小镇近些年不断加强通讯、环卫等基础设施建设，在景区“服务”方面成效突出，获得游客的普遍认可。

比较而言，满意度得分较低的几个要素指标为“景区内停车收费情况”、“特色商品的种类丰富程度”、“特色商品的质量”、“餐饮的口味”、“景区内交通便捷程度”。总体而言，这几项游客满意度低的要素主要集中在“交通”、“餐饮”、“购物”维度，为何这些要素没有达到游客预期？本文将在分析IPA方格图“改进区”时进一步解释。

4. 杨柳青特色小镇游客感知的IPA分析

根据已有计算结果，在对各项指标的“重要性”与“满意度”均值进行排序的基础上，本研究进一步将数据纳入IPA方格图中，对各项指标重要性和满意度之间的差异进行更深层的细致研究。步骤如下：用重要性总均值和满意度总均值构成原点坐标(3.97, 3.90)并构建直角坐标系，将表X中“A”至“W”的23项旅游要素指标的重要性均值和满意度均值构成的点在各象限中用“·”进行标识，如图5所示³。

4.1. 第一象限“继续保持区”

第一象限为高重要性、高满意度区域，是杨柳青特色小镇发展的优势所在。由图可知，此象限共有9项指标，分别是A、B、C、F、O、T、U、V、W。按照IPA分析原理，这意味着游客对落在此区域内的各旅游要素期望程度高，同时杨柳青特色小镇在这几个要素上的表现也较为突出，因而游客对其实际满意度较高，落在此象限内的各要素需要小镇继续保持。

³本研究的调查结果显示，并无旅游要素落在第四象限，因此不再进行分析。事实上，第四象限意味着游客对该旅游要素的重视程度低，而实际满意度却较高，有“过度表现”之意，因而更多地可能被作为经验启发，而对景区下一步改进提供的思考则较为有限。

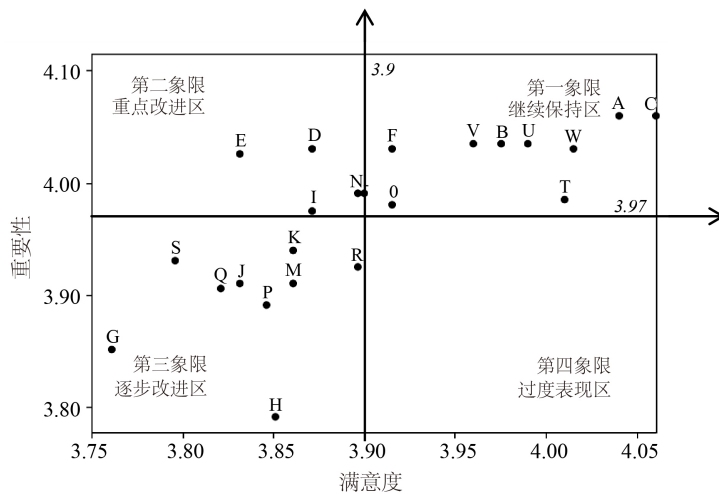


Figure 5. IPA analysis grid of tourists' perception in Yangliuqing characteristic town
图 5. 杨柳青特色小镇游客感知 IPA 分析方格图

从配对样本 t 检验的结果来看，此象限内“小镇的特色建筑”($t = 0.33, p = 0.74 > 0.05$)、“小镇的文化资源”($t = 0.92, p = 0.36 > 0.05$)、“小镇的生态环境”($t = 0.00, p = 1 > 0.05$)、“住宿位置的交通”($t = 1.67, p = 0.10 > 0.05$)、“景区内的导游讲解”($t = -0.51, p = 0.61 > 0.05$)、“景区工作人员服务态度”($t = 0.97, p = 0.34 > 0.05$)、“工作人员解决问题的效率”($t = 1.53, p = 0.13 > 0.05$)、“小镇基础设施建设”($t = 0.34, p = 0.74 > 0.05$)这 8 个要素的 p 值均大于 0.05，说明游客在这些要素上的“重要性”感知与“满意度”感知之间不存在显著差异，也就是说游客对这些要素的实际满意程度符合游客来小镇之前的预期，都属于“较高期待，较高满意度”，甚至有像“景区内的导游讲解”这一游客实际满意度超过预期的要素，这些要素都是小镇在未来应当重点保留并持续推进的。另外，“浏览区内路线设计”($t = 2.13, p = 0.035 < 0.05$)是第一象限内唯一 p 值小于 0.05 的要素，这说明虽然游客对于杨柳青特色小镇景区内的路线设计的实际满意度比较高，但是与游客心目中的标准还存在着显著的差距，因而对这一旅游要素而言，小镇还存在提升的空间。

4.2. 第二象限“重点改进区”

第二象限为高重要性、低满意度区域，是杨柳青特色小镇发展亟需改进之处。由图可知，此象限共有 4 项指标，分别是 E、D、I、N，依次对应的是“景区外交通便捷程度”($t = 2.86, p = 0.005 < 0.05$)、“景区内交通便捷程度”($t = 3.30, p = 0.001 < 0.05$)、“食品的卫生安全”($t = 2.25, p = 0.026 < 0.05$)、“住宿的环境”($t = 2.19, p = 0.030 < 0.05$)。按照 IPA 分析原理，游客对落在此区域内的各旅游要素期待程度较高，但是杨柳青特色小镇在这几个要素上的表现并不随人愿，游客对其实际满意度较低。另外，从配对样本 t 检验结果来看，该象限内 4 项指标的 p 值均小于 0.05，因此可以说游客对该 4 项旅游指标的重要性和满意度感知上存在显著差异，也就是说游客的实际满意度显著地低于预期。为此，本研究进一步分析该 4 项要素落入第二象限的原因，以期小镇下一步对其进行重点改进提供思路。

首先，该象限内的“景区外交通便捷程度”、“景区内交通便捷程度”2 项指标共同归属于本研究设置的旅游“交通”维度，也就是通常所说的“行”。当前，随着人们生活水平的提高以及交通方式的多元化，游客对于旅游“交通”要素的重视程度与日俱增。交通的可通达性、景区内外的交通便捷程度等，都会成为影响游客感知体验的重要指标。同样地，来到杨柳青特色小镇的游客对于小镇内外的交

通环境期待程度高。然而，杨柳青特色小镇虽地处“北京-天津-雄安新区”的地理交界处，城内有高速公路和铁路穿过，但是暂无天津地铁直达，公共交通相对来说较为落后，出游方式可替代性不强，大部分游客通常只能采取自驾游或者打车途径来到景区。也正是如此，景区面临着较大的停车需求，但目前杨柳青特色小镇的停车位主要集中在柳口路附近的主游客中心停车场，而这一停车场只有朝东的一个进口和一个出口，四周则被各类饭店酒店以及大戏台“包围”着，加上车位的供不应求，因停车导致拥堵的情况时有发生，尤其是节假日期间更为严重。与此同时，针对停车场堵车这一情况，小镇并没有及时做出整改，例如采取安排指挥停车的专业人员等措施。有游客在访谈的过程中提到，部分停车管理人员“只收钱不管理”，其业务素质能力和责任意识有待提高。综上，“交通出行替代性弱”、“停车不便”、“缺乏专业的停车管理人员”一并成为降低小镇游客在“交通”维度满意度感知的重要原因。

其次，该象限内的“食品卫生安全”归属于本研究所设置的“餐饮”维度，也就是“食”方面。之前在分析各项要素“重要性”排名时已经提到，由于杨柳青特色小镇并非以美食而驰名，因此游客对于小镇食品的口味和价格并无太高预期，但这并不意味着游客对于小镇食品的卫生安全把控方面有所懈怠。随着人们生活品质的提高，游客对于旅游地食品的卫生安全愈发看重，食品的卫生安全直接关系到游客的旅游兴致以及旅游地的声誉。从统计结果来看确实也如此，关于食品卫生安全的重要性均值得分为3.98，高于重要性总均值。然而，杨柳青特色小镇在这方面实际表现却差强人意。笔者在调研过程中发现，杨柳青特色小镇的餐饮主要分布在御河道、明清街、青远路以及如意大街沿线，另外还设有一条专门的“杨柳青小吃街”，道路沿线主要是以食品店铺的方式呈现，而小吃街上则主要以商家露天摆摊为主。总体而言，杨柳青小镇尚未将自身的民俗特色美食优势发挥出来，游客走在“古镇小吃街”上，看到的是几乎所有北方小吃街上都会有的品种，例如熟梨膏、驴打滚、肉夹馍等，甚至不乏充斥着“现代感”的炸鸡、烤鱿鱼等。可以说，这种同质性较高的“特色”小吃既缺乏创新，也给小镇的食品卫生安全打上了问号，而这也正是游客对“食品的卫生安全”要素的满意度均值仅为3.87的原因所在。

最后，该象限内的“住宿的环境”归属于本研究所设置的“住宿”维度，也就是人们常提到的“住”。前文已经分析过，杨柳青特色小镇常被游客作为短途游或周边游的理想去处，因而大部分游客并无在小镇留宿的打算，对于“住宿的价格”关注度不高，但这并不意味着对于真正有住宿需求的游客会将小镇住宿环境的标准降低。恰恰相反，随着人们居住环境的不断改善，对于旅游地的住宿要求也逐步升高，住宿环境的好坏已经成为评判旅游服务质量优劣的关键，因此本研究中游客对于小镇“住宿的环境”的重要性评价高。然而，杨柳青特色小镇目前仅有1家四星级酒店，其余多为各类民宿，尚未形成一批高质量的住宿产业群，这对于高端游客的吸引力有限，对于节假日等旅游高峰期时的游客住宿需求来说也显得相形见绌。另外，杨柳青小镇的特色民宿还处于发展初期，相关的民宿管理规范化条例以及游客权益保障体系也尚未成熟。以上原因致使游客对于杨柳青特色小镇“住宿的环境”这一旅游要素的实际满意度还远不如其预期，该要素尚难逃“高重要性，低满意度”的窠臼。

4.3. 第三象限“逐步改进区”

第三象限为低重要性、低满意度区域，是杨柳青特色小镇发展需要逐步改进之处。由图可知，此象限共有9项指标，分别是G、H、J、K、M、P、Q、R、S。按照IPA分析原理，游客在来杨柳青特色小镇之前对这些要素并不看重，而在实际的旅游满意度感知上也反响一般。相较于第二象限旅游要素改进的紧迫性来说，第三象限并不处于优先项，但是由于其同样属于低满意度区，因此对第三象限各要素的分析，于小镇提升游客满意度进而寻求新的增长点来说，也大有裨益。

从配对样本t检验结果来看，此象限内“景区内停车收费等情况”($t = 1.41, p = 0.16 > 0.05$)、“餐饮的价格”($t = -1.02, p = 0.31 > 0.05$)、“餐饮的口味”($t = 1.62, p = 0.11 > 0.05$)、“餐厅的环境”($t = 1.71, p$

= 0.09 > 0.05)、“住宿的价格”(t = 1.09, p = 0.28 > 0.05)、“特色商品的价格”(t = 1.00, p = 0.32 > 0.05)、“商人的经营诚信”(t = 0.63, p = 0.53 > 0.05)这 7 项指标其 p 值均大于 0.05, 说明游客对于这些旅游要素的满意度与期待程度之间不存在显著差别, 即游客感知评分都比较低。而此象限内“特色商品的质量”(t = 2.06, p = 0.040 < 0.05)与“特色商品的种类丰富程度”(t = 2.85, p = 0.005 < 0.05)这两项指标的 p 值小于 0.05, 也就是说, 游客对这两项要素的期望程度本来就不高, 但即便如此, 这两项要素的实际表现也依旧无法达到游客的低预期水平, 游客对其实际满意度与预期之间仍存在显著差别。经分析发现, “特色商品的质量”与“特色商品的种类丰富程度”同属于杨柳青特色小镇旅游“购物”维度, 也就是常说的“购”方面。由于上文在对各项指标的“重要性”均值排名时已经分析过游客对小镇特色商品“重要性”均值评分低的原因, 因而这里主要分析为何游客对小镇特色商品实际“满意度”评分低。

可以说, 随着大众消费和审美能力的不断提升, 特色商品的设计美感和地方特色越来越成为游客挑选旅游纪念品的重要考量。目前, 杨柳青特色小镇虽然已经对旅游特色商品进行了一定的开发, 例如杨柳青木板年画、剪纸等, 但是在市场化呈现方面却并不尽如人意。笔者在对御河道以及明清街沿线售卖特色商品的店铺进行走访后发现, 除了专业化程度较强的几家年画作坊之外, 其余的店铺售卖的多为雕塑、木刻玩具等“门槛低、同质化程度高”的旅游纪念品, 其中还掺杂着几家小饰品购物店, 因而小镇关于特色商品的市场反馈并不令人满意。实地调研过程中, 就有游客在接受访谈时表示, “乍一看, 好像来到了义乌小商品市场天津分店, 全国都能买到”。特色商品不够“特”因而无法吸引游客眼球, 也导致“特色商品的种类丰富程度”这一要素的实际满意度得分低。与此同时, 即便是作为小镇产业核心特色的年画, 游客买到的年画在质量上也良莠不齐, 这是因为: 一方面, 正品的年画难买, 真正销售年画的店铺都在一些小巷中, 位置较为隐蔽, 初次到达小镇的游客可能无法找到; 另一方面, 由于正品年画价格较高, 景区内也出现了一部分价格相对低廉但是假冒伪劣的年画, 初次到来的游客对其难辨真假, 导致对于“特色商品的质量”这一旅游要素堪忧, 满意度评分也低。

5. 杨柳青特色小镇游客感知研究启示

基于已有的调研资料以及杨柳青特色小镇游客感知的 IPA 方格图分析, 一方面, 本研究尝试对落入第一象限“优势区”内的各旅游要素成效及做法进行经验总结, 为同类型的内生型特色小镇发展提供“杨柳青样板”⁴; 另一方面, 对落入第二三象限“改进区”⁵的各旅游要素的提升策略提供一些建言, 以期为杨柳青特色小镇未来更好的发展提供些许思路。

5.1. 经验推广

由图可知, 在杨柳青特色小镇旅游“资源”维度领域, “小镇的特色建筑”、“小镇的文化资源”、“小镇的生态环境”要素发展成效显著, 均落入“优势区”, 此外“服务”维度的各项要素也都落入第一象限, 因此本文尝试对这些落入“双高”区域的各项指标进行经验总结。

从“特色建筑”要素来看, 其发展经验在于“保留历史风貌, 打造魅力古镇”。杨柳青特色小镇在建设过程中遵循“共抓大保护、不搞大开发”的发展共识, 注重对于传统建筑与古镇风貌的保护, 合理安排建设用地指标, 通过限价销售等手段防止产业的房地产化。2018 年, 当地政府出资对过去的住宅开发区进行回购, 将其调整为历史风貌保护区。同年, 杨柳青特色小镇启动街景立面改造项目, 主要对包括西青道等主干线上的仿古围墙、街景小品等在内的建筑进行改造, 通过采用复古风格, 装饰以千年古镇丰厚的历史故事, 奠定小镇的古韵基调, 该项目投资共达 3 亿元, 目前已完工。在 2019 年国家发改委发布的“第一轮全国特色小镇经验研究”中, 杨柳青特色小镇更是一枝独秀, 凭借“传统文化保护传承

⁴致谢: 本文有关杨柳青特色小镇的“经验推广”部分, 感谢杨柳青镇管理委员会、镇政府提供的相关数据。

⁵这里的“改进区”包括“重点改进区”(第二象限)以及“逐步改进区”(第三象限)。

的新平台”经验入选。此外，小镇现有的 2 处全国重点保护文物保护单位以及 6 处天津市文物保护单位，均保留了原汁原味的地方建筑特色。当前，石家大院、安家大院、文昌阁等一批古建筑群集聚效应明显，游客进入小镇，颇有置身于百年古镇之感，满意度自然就高。由此可见，在内生型特色小镇的发展过程中，对已有古建筑资源进行“保护性传承、继承性开发”十分必要。

从“文化资源”要素来看，其发展经验在于“精准产业定位，突出文化特色”。首先，杨柳青特色小镇以“发展民俗文化产业为核心”这一功能定位准确。自 2016 年入选天津市第一批市级特色小镇创建名单起，小镇的发展便始终坚持以“文化”为引领，通过“文化 + 旅游 + 创新”的发展模式，逐步形成了以“文化旅游”特色产业为主导，以“文化创意”为特色，以商务商贸为协助协同发展的产业体系。其次，小镇在积极申报非物质文化遗产项目的同时又将小镇的特色文化资源与时代要素进行紧密结合，推动杨柳青木板年画、香塔老会等国家级、天津市级非物质文化遗产项目走向全国甚至全世界。最后，小镇利用自身文化资源，围绕民俗文化及民间艺术，开展多样化的大型演出。当前，演出的主要形式为元宵节灯会和元宵节秧歌花会展演，通过对过节红纱灯赋予不同文化主题，展示节日文化、民俗文化、社会主义核心价值观等，不断将小镇打造成为“天津市创意文化聚集地”以及“天津市民俗文化展示区”。由此可见，对于内生型特色小镇来说，文化是小镇发展的灵魂，对于特色文化的传承、开发、利用是小镇发展的重要依托。

从“生态环境”要素来看，其发展经验在于“注重环境保护，整合相关业态”。长期以来，杨柳青特色小镇以全力改善镇内环境为重，坚持“走特色之路，搞绿色发展”[4]。自 2016 年以来，杨柳青特色小镇先后对南运河水质及两岸景观进行治理，对元宝岛及周边区域生态绿地景观进行优化，不断增设小镇的公共绿地节点，构建绿色网络。目前，小镇内绿化用地和广场面积大于 33 公顷，占比超过建设用地面积的 10%。除此之外，小镇还建立起完备的清洁巡查和网格管理制度，以保障环境整治的责任主体落实。可以说，生态环境的提升不仅将杨柳青打造成了生态宜居的秀丽小镇，也为提升小镇的旅游景区质量等级助力加分。现阶段小镇区域内已拥有 2 个 4A 级景区、1 个 3A 级景区、2 个 2A 级景区⁶，同时正在向着创建杨柳青古镇国家 5A 级旅游景区稳步前进。由此可见，内生型特色小镇在加强产业发展的同时，也需要重视生态环境的保护，实现保护与发展的协同，走可持续发展之路。

从“服务”维度的 4 项指标来看，其发展经验在于“建设高端服务载体，完善公共服务功能”。为了提高小镇吸引力，杨柳青特色小镇近年来不断加大固定资产投资，全面提升区域内基础设施、公共设施服务配套，完善“资源 + 产业 + 服务”的相关产业链集群。目前古镇景区内公共管理与公共服务设施用地面积大于 11 公顷，占建设用地面积的 4% 以上。通过集中布置相应设施，游客在旅行过程中的通讯、公共卫生服务等需求得以满足，因而对“服务”各要素的满意度感知也较高。由此可见，充分的公共基础设施供给对于内生型特色小镇的发展来说必不可少，加强各类“服务”要素的投入对于打造小镇旅游新亮点来说不可或缺。

5.2. 改进措施

杨柳青特色小镇在“资源”和“服务”旅游要素的成绩有目共睹，在对 IPA 第一象限内的优势指标进行经验总结过后，还应当正视小镇目前在第二、三象限所反映出的问题，即“交通”、“餐饮”、“购物”维度所存在的不足并加以提升。

一是针对“交通”维度存在的问题，可从以下 3 方面进行改善。首先，对于“交通出行替代性弱”这一问题，应当加强杨柳青特色小镇的区域通达性，进一步完善小镇与天津中心城区乃至京津冀地区的

⁶ 2 个 4A 级景区：天津杨柳青博物馆、石家大院；1 个 3A 级景区：杨柳青园艺科技博览馆；2 个 2A 级景区：平津战役天津前线指挥部旧址陈列馆、杨柳青年画馆，时间截止至 2019 年 3 月。

交通网络体系,若条件允许可以增设新的公交点或是地铁站,充分发挥小镇的区位优势,更好地融入京津冀共同发展。其次,对于“浏览区内路线设置有待改进”、“停车不便”等问题,需要不断优化小镇的空间规划,改善小镇景区内外部交通环境与游览区路线的设计。最后,对于“缺乏专业的停车管理人员”这一问题,则需要加快专业人才引进,加强专业管理团队的开发。目前杨柳青小镇的景区运营“本土化”现象较为严重,高素质管理人才不足也不仅仅体现在“停车”方面。为此,小镇可以把握与西青区大学城毗邻优势,通过与高校合作引入文旅产业相关专业人才,以解决专业管理队伍匮乏问题,提升景区的管理服务水平。

二是针对“餐饮”维度存在的问题,可从以下2方面进行改进。一方面,注重食品卫生安全的把控,加强景区内餐饮从业人员食品卫生知识的培训,建立健全各项卫生制度,同时定期请相关的食品卫生机构进行验收,保障小镇各街区尤其是露天售卖的食品卫生质量,提升游客对“食品的卫生安全”的满意度。另一方面,在保证食品卫生安全的基础上,尽量避免餐饮的同质性发展,探索差异性发展路径,增强杨柳青小镇各类小吃的特色性,对具有地方属性的杨柳青酥糖、沙窝萝卜等特产进行开发,呈现不一样的特色美食,着力开拓“美食资源”新的增长点。

三是针对“住宿”维度存在的问题,可从以下3方面进行改观。第一,对于高端游客吸引力不足问题,加大小镇酒店星级建设的投入,不断提升小镇中低档星级酒店的旅游配置,以更好地满足游客需求。第二,由于小镇目前仍有30%以上的居住用地,因而发展特色民宿的空间巨大,景区内“御上院”、“吉祥院子”等几家2019年新开张的特色民宿在“大众点评”、“马蜂窝”等平台上的游客反馈都不错。未来可以进一步加大政府对于特色民宿建设的扶持力度,依托小镇资源优势,将更多的特色元素融入到小镇民宿建设中,给游客以真正的千年古镇“沉浸式体验”,提高游客的住宿满意度。第三,相应地跟进并完善游客在住宿权益保障方面的相关制度,约束旅游住宿业在开发过程中的不规范行为,提升来到小镇住宿游客的安全感和幸福感。

四是针对“购物”维度产生的问题,可从以下2方面进行改良。一方面,对于“小镇特色产品的丰富程度不足”这一问题,可以进一步发掘年画、剪纸等特色产品的发展潜力,或是依托杨柳青的非遗优势⁷和已有的发展平台(例如杨柳青主题年画工作室、“莲年有余”文创社等)不断开发新的创意产品,或是依托网络、新媒体技术促进全国相关领域学者与艺术家的交流,为这些特色商品打造更高层次、更大范围的发展空间,丰富特色商品的种类,寻求高端精品产业发展,着力解决“特色商品同质化”这一小镇发展“痛点”。另一方面,对于“特色商品的质量不高”这一问题,加强相关行业部门对于景区各销售点的监管,决不能让质量不合格的商品混迹其中。

6. 总结与讨论

特色小镇是我国新型城镇化的有益探索,而以“文化+旅游”产业为发展核心的内生型特色小镇目前却面临着“广而不精”、“多而不特”的发展现状。为此,本文基于游客感知视角,对天津市杨柳青特色小镇进行案例研究。从游客“重要性”与“满意度”评分来看,各项旅游要素重要性的总均值高于满意度,也就是游客对于小镇的总体满意度不及预期。为进一步探寻产生这一现象的缘由,本文基于已有数据构建了关于杨柳青特色小镇游客感知的IPA四象限方格图。从IPA方格图来看,杨柳青特色小镇发展旅游要素优势明显,“资源”和“服务”维度成果显著,游客的重视程度和满意程度“双高”。但是小镇仍然存在一些发展的短板和不足,主要体现在落入第二象限内的各项旅游要素,分布于“交通”、“餐饮”、“购物”维度,游客对于这些维度内的各项要素重视程度或高或低,但是对其实际满意度都

⁷杨柳青特色小镇目前拥有3位国家级非遗传承人、5位市级非遗传承人、34名高级工艺美术师和上百名画师组成的杨柳青年画传承人队伍(2019年数据)。

较低。对此,本文着重将游客对其满意度评分低的可能原因进行了剖析,并针对调研数据所揭示的小镇发展“难点”和“困境”提出了一些改进措施。

然而,本研究还存在一些不足,例如仅仅对杨柳青特色小镇这一个案例进行研究,因而所提供的经验也只能是以文化旅游为核心的内生型特色小镇,对于以科技、数字等产业为核心的外生型特色小镇的借鉴意义有限。另外,对于杨柳青特色小镇游客感知问卷的设计指标上尚有提升空间,由于影响小镇发展的因素诸多,因而本研究所设计的23项指标难以全面地涵盖所有,这都有待于未来研究的继续深入。

基金项目

天津市市级大学生创新创业训练计划项目“IPA视域下内生型特色小镇发展研究——基于天津西青杨柳青文旅小镇的调研”(项目编号:202010065032)。

参考文献

- [1] 谢海生,等.我国特色小镇建设的经营模式研究[J].建筑经济,2018,39(8):26-30.
- [2] 风笑天.社会学研究方法[M].北京:中国人民大学出版社,2000:109.
- [3] 风笑天.社会学研究方法[M].北京:中国人民大学出版社,2000:110.
- [4] 胡果,龚相娟.喜看青青柳色新[N].人民日报,2019-11-01(013).