

基于 AHP - FCE 模型的乡村旅游服务质量评价——以武汉市大余湾为例

张大鹏¹, 刘红纯^{2*}, 夏雪莹¹

(1. 中南财经政法大学工商管理学院, 湖北武汉 430073; 2. 住房和城乡建设部世界自然遗产保护研究中心, 北京 100835)

摘要 基于乡村旅游服务质量的内涵, 初步构建了 3 个方面共 12 个指标的乡村旅游服务质量评价指标体系, 并运用层次分析法(AHP)确定了指标体系的权重, 进而利用模糊综合评价法(FCE)测算出武汉市大余湾乡村旅游的核心服务质量、基本服务质量、辅助服务质量 3 个层面最终评价结果, 具体评析了大余湾乡村旅游服务质量状况, 并提出了提高乡村旅游服务质量, 促进景区快速发展的针对性建议。

关键词 乡村旅游服务质量; 指标评价体系; 层次分析法; 模糊综合评价法

中图分类号 F591.63 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2016)27-0179-05

Evaluation of the Rural Tourism Service Quality Based on AHP-FEC Model—A Case Study of Dayuwan in Wuhan City

ZHANG Da-peng¹, LIU Hong-chun^{2*}, XIA Xue-ying¹ (1. School of Business Administration, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan, Hubei 430073; 2. World Natural Heritage Conservation Research Center, Ministry of Housing and Urban-rural Development of the People's Republic of China, Beijing 100835)

Abstract Based on the connotation of rural tourism service quality, the evaluation index system of rural tourism service was constructed including 12 indexes and 3 aspects. The weight of index system was determined by using AHP method, the core service quality, basic service quality and ancillary service quality of Dayuwan rural tourism in Wuhan City was measured with FCE method, the service quality of Dayuwan rural tourism was analyzed, and corresponding suggestions for improving rural tourism service quality and promoting rapid development of scenic spots were proposed.

Key words Rural tourism service quality; Evaluation index system; Analytic hierarchy process; Fuzzy comprehensive evaluation

20 世纪 80 年代以来, 我国乡村旅游发展经历了初级阶段、发展阶段、升级阶段和反思阶段 4 个时期^[1]。近年来, 国家非常重视乡村旅游发展, 国务院 31 号文件提出要大力发展乡村旅游, 2015 年中央一号文件明确提出要打造形式多样、特色鲜明的乡村旅游休闲产品, 乡村旅游业迎来了快速发展的良好机遇期。乡村旅游在扶贫富民、增加就业、保护古村落等方面将持续发挥积极作用, 成为我国旅游业发展中的重要支撑。

伴随着乡村旅游的快速发展, 不可避免地产生诸多问题, 如开发方式粗放、经营模式单一、设施环境简陋、产品同质化等, 严重影响了游客旅游体验, 从而导致乡村旅游服务质量下降。另一方面, 旅游者对乡村生态旅游产品需求的增长必然导致其对旅游服务质量提出更高要求。由此, 服务质量已成为乡村旅游景区竞争的关键因素, 对游客的旅游满意度和重游率有着重要影响^[2], 同时还会影响旅游目的地市场形象和声誉的建立和维持, 最终关系到乡村旅游的可持续发展。但由于乡村旅游服务质量感知的主观性和个体性, 长期以来欠缺相应的评价指标体系, 乡村旅游服务质量状况一直无法得到有效测度衡量, 对提高乡村旅游服务质量、促进景区快速发展形成了不利影响。鉴于此, 笔者在借鉴相关文献的基础上, 分析乡村旅游服务质量内涵, 构建评价指标体系, 利用层次分析法确定其权重, 继而通过问卷调查搜集游客评价数据, 运用模糊综合评价法进行分析研究, 以期对乡村旅游服务质量提升提供理论和实践参考。

1 文献回顾

乡村性与其所决定的乡村意象共同构成了乡村旅游的核心吸引力^[3]。城市居民对乡村旅游产品的热衷与其对乡村特色(如特色餐饮、乡土特产等)怀有好奇心有关, 且好奇心越大, 选择乡村旅游的意愿也就越强^[4]。Albacete-Súez^[5]等构建了包含 5 个维度的乡村住宿服务质量测评表。程兴火等^[6]构建了乡村旅游服务质量测评模型, 包括服务响应、乡村意象、服务承诺、游客信任、产品体验和人文关怀 6 个因子, 共 23 项指标。Reichel 等^[7]将以色列的乡村旅游问题作为研究切入点, 利用格罗鲁斯感知服务质量模型对其服务质量进行实证研究, 发现旅游者游前的期望值与游玩后的体验感受之间存在显著差异。受教育程度、家庭收入水平、平均每年旅行次数、期望旅行时间和期望餐饮水平这 5 个因素与潜在消费者的乡村旅游消费期望正相关^[8]。于静静等^[9]认为影响乡村旅游餐饮服务质量的的主要因素包括服务人员的基础服务、服务人员的超值服务、安全卫生、餐饮环境、乡土特征等 9 个因子, 并将其概括为核心服务质量因素、关系服务质量因素和边缘服务质量因素三大方面。

在乡村旅游服务质量评价方法的选择上, Rozman 等^[10]通过多准则模型评价斯洛文尼亚的 7 家观光农场的旅游服务质量。马敬桂等^[11]运用重要性-绩效性分析法(IPA)对住宿、公共交通、饭菜、环境保护、当地居民态度、地方特产等 18 个影响乡村旅游服务质量的因子进行分析, 形成四象限点阵图, 并阐释相关意义。刘涛^[12]运用服务质量法(SERVQUAL)模型构建了包含吃、住、行、游、购、娱 6 个方面的乡村旅游服务质量评价的 30 个题项。江波等^[13]结合乡村旅游的特征, 在原有的旅游六要素基础上提出了包括社区、人员服务在内的旅游目的地八要素的服务质量评价模型(TDSQE)及评价方法。张春琳^[14]则采用因子分析方法对西

基金项目 湖北省教育厅人文社会科学研究一般项目(15G012)。
作者简介 张大鹏(1983-), 男, 湖北黄冈人, 讲师, 博士, 从事乡村旅游研究。* 通讯作者, 工程师, 硕士, 从事遗产旅游研究。
收稿日期 2016-07-27

江千户苗寨游客满意度进行研究,发现游客满意度总体较高,这主要源于其较满意的饮食环境、民族特色、风土气候、休闲娱乐、安全与管理等因素。

乡村旅游服务的本质是为游客提供良好、安全、自在的乡村旅游环境,能让游客体验丰富的乡俗、淳朴的乡情和原生态的乡土景观,品尝乡村风味。上述研究成果对笔者构建乡村旅游服务质量评价指标体系提供了重要的参考依据。

2 评价方法

该研究将构建乡村旅游服务质量评价的层次结构模型,采用层次分析法(AHP)确定指标体系权重,进而运用模糊综合评价法(FCE)对武汉市大余湾的问卷调查数据进行分析,评价其乡村旅游服务质量。

2.1 层次分析法 层次分析法能够把复杂问题中的各种因素划分为相互联系的有序层次,使之条理化。第1步是根据评价对象情况和评价目的需求构建清晰有序的递阶层次结构模型,便于对所评判的对象进行层次分析,确立清晰的分级指标体系。第2步是从层次结构模型的第2层开始,对于影响上一层每个因素的同层诸因素,用两两比较法构造判断矩阵,直到最下层。设要比较 n 个因素 $y = (y_1, y_2, \dots, y_n)$ 对上一层目标的影响,每次取两个因素 y_i 和 y_j 进行比较,用 a_{ij} 表示 y_i 与 y_j 对上层目标的影响程度之比,按 1~9 的比例标度来度量 a_{ij} , n 个被比较的元素构成一个两两比较的判断矩阵 $A = (a_{ij})_{n \times n}$ 。第3步是计算每个判断矩阵最大特征根 λ_{\max} 及对应特征向量。最后进行一致性检验,设 CR 为一致性比率,且 $CR = CI/RI$, CI 为 A 的一致性指标, $CI = (\lambda_{\max} - n)/(n - 1)$, RI 为判断矩阵的随机一致性指标,其参考数值见表1。若 $CR < 0.1$ 时,表明通过一致性检验,可用其标准化的特征向量作为权向量,否则必须重新调整判断矩阵。

2.2 模糊综合评价法 模糊综合评价法可根据模糊数学的隶属度理论,将定性评价转化为定量评价,对受到多种因素制约的事物或对象进行总体评价,能较好地解决模糊复杂

表1 RI 标准值

Table 1 RI standard value

序号 Serial No.	n	RI
1	1	0
2	2	0
3	3	0.58
4	4	0.90
5	5	1.12
6	6	1.24
7	7	1.32
8	8	1.41
9	9	1.45
10	10	1.49

的、难以量化的问题。首先确定评价对象的因素集,设 $U = \{u_1, u_2, \dots, u_m\}$ 为刻画被评价对象的 m 种评价指标,其中 m 表示评价指标的个数。其次是确定评对象的评语集,设 $V = \{v_1, v_2, \dots, v_n\}$ 是受访者对评价对象做出的各种评价结果所构成的不同评语等级的集合。其中 $v_j (j = 1, 2, 3, \dots, n)$ 代表第 j 个评价结果, n 为评价结果总数,即评判等级数。第三,采用层次分析法进行各指标权重向量 (W) 的确定。第四,确定模糊评价矩阵,若对 u_i 第 i 个评价因素进行单因素评价,可得到一个相对于 v_j 的模糊评语集,故其模糊评价矩阵 $R_i = (r_{i1}, r_{i2}, \dots, r_{ij})$, $i = 1, 2, 3, \dots, m; j = 1, 2, 3, \dots, n$ 。其中 $0 < r_{ij} < 1$, r_{ij} 表示评价因素 u_i 具有 v_j 的程度。若对 n 个元素进行了综合评价,其结果是一个 m 行 n 列的隶属度矩阵 R 。最后,根据所确定评价因素的隶属度矩阵及其对应的指标权重向量,选择合适的模糊算子进行模糊合成运算,根据最大隶属度原则确定综合评价结果。

3 乡村旅游服务质量评价指标体系

3.1 构建评价层次结构模型 根据乡村旅游服务质量的内涵及相关文献成果,建立相应的评价层次结构模型,如图1所示,具体包括核心服务质量、基本服务质量和辅助服务质量等层面。

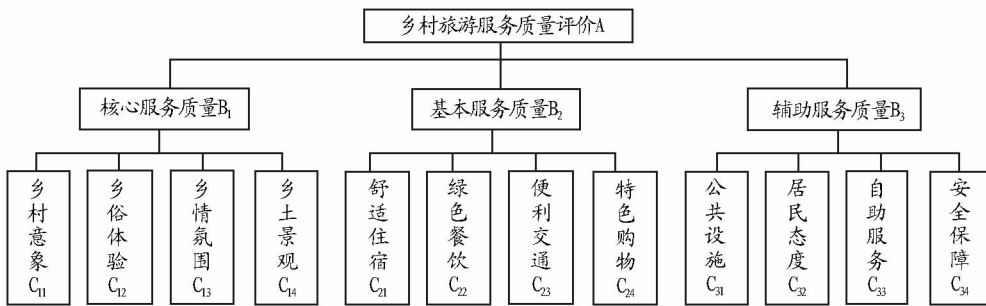


图1 乡村旅游服务质量评价层次结构模型

Fig. 1 Hierarchical structure model of rural tourism service evaluation

3.1.1 核心服务质量指标。

(1) 乡村意象。作为衡量游客在乡村旅游过程中对乡村印象的综合感知的指标要素,乡村意象感知越强烈,表明乡村旅游服务质量越好。

(2) 乡俗体验。作为衡量游客参与乡村旅游活动中获得

的体验感程度的指标要素,乡俗体验感越丰富,乡村旅游服务质量就越高。

(3) 乡情氛围。作为衡量乡村旅游目的地风情民俗的氛围程度的指标要素,乡情氛围浓厚,游客体验感更为丰满,服务质量的感知效果就越好。

(4) 乡土景观。作为游客感知乡村旅游服务质量的直接介质,富于特色的乡土景观能够强化旅游感受。

3.1.2 基本服务质量指标。

(1) 舒适住宿。住宿的舒适性用于评价住宿设施的舒适程度。乡村旅游住宿设施越舒适,游客的满意度就越高。

(2) 绿色餐饮。绿色餐饮对于游客感知乡村旅游服务质量有着重要影响。乡村旅游目的地如能提供当地特色的有机生态绿色餐饮服务,就容易吸引都市游客前来旅游消费。

(3) 便利交通。交通方式选择越多,交通条件越好,交通就越便利,越能节省游客的旅途时间,提高乡村服务质量的感知效果。

(4) 特色购物。购物商品的特色性是评价游客在乡村旅游过程中所购旅游商品是否具有地方特色,这对游客的乡村服务质量感知有着重要的积极影响。

3.1.3 辅助服务质量指标。

(1) 公共设施。作为衡量乡村旅游目的地为游客提供旅游厕所、游憩设施等公共服务的完善程度的指标,公共设施越完善,游客旅游体验感知越好。

(2) 居民态度。作为衡量乡村旅游目的地居民对游客的友善程度的指标,居民态度越友善,游客越能感知到乡村的质朴与醇厚。

(3) 自助服务。作为体现乡村旅游目的地为游客提供电子导游、标识系统、自主预定等服务的完备程度的指标要素,自助服务越完备,游客体验越自由自在。

(4) 安全保障。作为衡量乡村旅游目的地的治安状况以及旅游设施安全性的程度指标,安全保障性越强,游客对乡村服务质量感知越好、满意度越高。

3.2 确定评价指标体系的权重

3.2.1 构造两两比较的判断矩阵。邀请 9 名乡村旅游方面的专家、学者对 B 层和 C 层各因素相对于其上级评价因素的重要程度进行两两比较,运用德尔菲法和 1~9 的标度法最终确定各层次的判断矩阵,即分别为 A-B 和 B-C 的判断

矩阵,结果见表 2~5。

表 2 A-B 判断矩阵

Table 2 A-B judgement matrix

A	B ₁	B ₂	B ₃
B ₁	1	2	3
B ₂	1/2	1	2
B ₃	1/3	1/2	1

表 3 B₁-C_{1n}判断矩阵

Table 3 B₁-C_{1n} judgement matrix

B ₁	C ₁₁	C ₁₂	C ₁₃	C ₁₄
C ₁₁	1	3	2	3
C ₁₂	1/3	1	3	2
C ₁₃	1/2	1/3	1	2
C ₁₄	1/3	1/2	1/2	1

表 4 B₂-C_{2n}判断矩阵

Table 4 B₂-C_{2n} judgement matrix

B ₂	C ₂₁	C ₂₂	C ₂₃	C ₂₄
C ₂₁	1	1/2	2	1/2
C ₂₂	2	1	2	3
C ₂₃	1/2	1/2	1	1/2
C ₂₄	2	1/3	2	1

表 5 B₃-C_{3n}判断矩阵

Table 5 B₃-C_{3n} judgement matrix

B ₃	C ₃₁	C ₃₂	C ₃₃	C ₃₄
C ₃₁	1	2	3	1/2
C ₃₂	1/2	1	3	1/2
C ₃₃	1/3	1/3	1	1/3
C ₃₄	2	2	3	1

3.2.2 求解判断矩阵。该研究采取和积法,并利用 Yaahp10.1 求解上述判断矩阵,结果如表 6 所示。

表 6 各层指标权重及其一致性检验结果

Table 6 Index weight of each layer and consistency test results

判断矩阵 Judgement matrix	各层特征向量 Characteristic vector of each layer	λ_{max}	n	CI	RI	CR	一致性检验 Consistency check
A-B	$w = [0.539\ 0\ 0.297\ 2\ 0.163\ 8]^T$	3.009	3	0.005	0.58	0.009	通过
B ₁ -C _{1n}	$w = [0.441\ 2\ 0.268\ 1\ 0.175\ 9\ 0.114\ 8]^T$	4.264	4	0.088	0.90	0.098	通过
B ₂ -C _{2n}	$w = [0.195\ 9\ 0.419\ 4\ 0.137\ 0\ 0.248\ 1]^T$	4.216	4	0.072	0.90	0.080	通过
B ₃ -C _{3n}	$w = [0.287\ 5\ 0.208\ 1\ 0.098\ 1\ 0.406\ 3]^T$	4.122	4	0.041	0.90	0.046	通过

3.2.3 权重分配。根据表 7 可得出乡村旅游服务质量评价指标体系的权重分配。

4 大余湾乡村旅游服务质量评价

4.1 大余湾概况 大余湾位于武汉市黄陂区木兰乡,历史悠久,旅游资源丰富,是第二批国家历史文化名村、国家 4A 级旅游景区、湖北省重点文物保护单位和湖北省旅游名村。近年来,大余湾乡村旅游发展迅速,由一个贫穷落后的乡村

一跃成为湖北省旅游名村、武汉市十大魅力乡村。

4.2 模糊综合评价

4.2.1 对 B 层各因素进行综合评判。

(1) 构建指标评语集。根据前述评价指标设计乡村旅游服务质量调查问卷,随机走访在大余湾旅游的游客并进行面对面的访谈和问卷调查方式,于 2015 年 8 月 1~3 日完成,共发出 500 份问卷,回收 483 份有效问卷,有效率高达 96.6%。

实地调研运用百分制统计法确定各指标的评语集,如在核心服务质量的乡村意象这一项评价中,有92份问卷结果对大余湾乡村意象(C₁₁)的感知为“优”,除以总人数后得到“优”评价的隶属度为0.19;148份问卷结果认为“良”,则“良”评价的隶属度为0.31;210份问卷结果为“一般”,则“一般”评

价的隶属度为0.43;因此“差”评价的隶属度就为0.07,从而可确定C₁₁的模糊评价矩阵为[0.19 0.31 0.43 0.07]。采取如上方法依次计算各指标的评语集,汇总得到乡村旅游服务质量模糊综合评价矩阵(表8)。

表7 乡村旅游服务质量评价指标体系权重

Table 7 Rural tourism service quality evaluation index system weight

目标层 A Target layer A	B层 B layer	指标权重 Index weight	C层 C layer	指标权重 Index weight	指标总权重 Total index weight
乡村旅游服务质量评价 Evaluation of rural tourism service	核心服务质量 B ₁	0.539 0	乡村意象 C ₁₁	0.441 2	0.237 8
			乡俗体验 C ₁₂	0.268 1	0.144 5
			乡情氛围 C ₁₃	0.175 9	0.094 8
			乡土景观 C ₁₄	0.114 8	0.061 9
	基本服务质量 B ₂	0.297 2	舒适住宿 C ₂₁	0.195 5	0.058 1
			绿色餐饮 C ₂₂	0.419 4	0.124 7
			便利交通 C ₂₃	0.137 0	0.040 7
			特色购物 C ₂₄	0.248 1	0.073 7
			公共设施 C ₃₁	0.287 5	0.047 1
			居民态度 C ₃₂	0.208 1	0.034 1
	辅助服务质量 B ₃	0.163 8	自助服务 C ₃₃	0.098 1	0.016 1
			安全保障 C ₃₄	0.406 3	0.066 5

表8 乡村旅游服务质量模糊综合评价矩阵

Table 8 The fuzzy comprehensive evaluation matrix of rural tourism service quality

B层 B layer	C层 C layer	模糊综合评价矩阵 Fuzzy comprehensive evaluation matrix			
		优 Excellent	良 Good	一般 General	差 Poor
核心服务质量 B ₁ Core service quality B ₁	乡村意象 C ₁₁	0.19	0.31	0.43	0.07
	游览体验 C ₁₂	0.17	0.22	0.38	0.23
	人文关怀 C ₁₃	0.14	0.15	0.51	0.20
	景观价值 C ₁₄	0.16	0.56	0.14	0.14
基本服务质量 B ₂ Basic service quality B ₂	住宿服务 C ₂₁	0.25	0.35	0.20	0.20
	餐饮服务 C ₂₂	0.08	0.15	0.35	0.42
	交通服务 C ₂₃	0.31	0.35	0.21	0.13
	购物服务 C ₂₄	0.10	0.22	0.31	0.37
辅助服务质量 B ₃ Ancillary service quality B ₃	公共设施 C ₃₁	0.05	0.13	0.54	0.28
	居民态度 C ₃₂	0.20	0.47	0.23	0.10
	自助服务 C ₃₃	0.08	0.11	0.34	0.47
	安全保障 C ₃₄	0.29	0.34	0.25	0.12

(2)对B层各因素进行模糊综合评价。结合前文的权重向量与C层因素集模糊综合评价矩阵,将计算结果汇总得到B层因素集的模糊综合评价结果(表9)。

表9 B层各因素评判结果

Table 9 Judgement results of each factor in B layer

B层因素集 B layer factor set	评价结果 Judgement results			
	优	良	一般	差
	Excellent	Good	General	Poor
核心服务质量 B ₁ Core service quality B ₁	0.190 0	0.310 0	0.430 0	0.230 0
基本服务质量 B ₂ Basic service quality B ₂	0.195 5	0.220 0	0.350 0	0.419 4
辅助服务质量 B ₃ Ancillary service quality B ₃	0.290 0	0.340 0	0.287 5	0.280 0

4.2.2 对评价目标A进行模糊综合评价。同理,根据前文的权重向量与B层因素集的模糊综合评价结果,可计算大余湾乡村旅游服务质量综合评价结果(表10)。

表10 大余湾乡村旅游服务质量综合评价结果

Table 10 The comprehensive evaluation results of rural tourism service in Dayuwan

序号 Serial No.	等级 Grade	隶属度 Degree of membership
1	优	0.195 5
2	良	0.310 0
3	一般	0.430 0
4	差	0.297 2

4.2.3 评价结论。根据最大隶属度原则,大余湾乡村旅游服务质量最终模糊综合评价结果为“一般”。

5 结果分析及对策建议

5.1 结果分析

5.1.1 核心服务质量评价结果分析。从评价结果来看,大余湾乡村旅游服务质量的核心服务质量部分评价结果为一般。游客普遍认为大余湾具有较好的乡土景观,但在乡村意象、乡俗体验和乡情氛围等其他核心要素的服务感知上却评

价一般,有的游客甚至抱怨景区内可游玩的项目太少,且与其他古村落景区在游玩内容上并无区别,反映了大余湾景区在旅游开发中未能深挖景区文化内涵,找准市场定位,仅仅是简单粗糙式开发,缺乏大余湾的特色化产品,导致游客的核心服务质量评价一般。

5.1.2 基本服务质量评价结果分析。结合表8和表9可知,大余湾乡村旅游服务质量的基本服务质量部分评价结果为差。在食、住、行、购4个基本旅游要素上,游客对大余湾的交通通达性和环境方面普遍认可。大余湾与武汉市主城区具有较好的交通可达性,但其他基本服务要素方面则差强人意,特别是餐饮服务和购物服务,评价结果均为差。大余湾景区内充斥着各种当地居民利用自有民居经营的“农家乐”,菜品的质量、品类、卫生、价格等方面缺乏统一指导和规范经营,还处于一种较低层次的“农家乐”经营模式。同时,景区内随处可见以摆地摊形式售卖当地农产品,缺乏质量保障,且旅游商品种类单一,缺少地方文化特色。

5.1.3 辅助服务质量评价结果分析。结合表8和表9可知,大余湾乡村旅游服务质量的辅助服务质量部分评价结果为良。大余湾景区发展的整体环境较好,民风较为淳朴,当地居民支持景区旅游业发展,社会治安良好,具有较为完善的公共服务设施,为游客营造了一个自由、亲切、安全的旅游环境和氛围,但在提供自助服务方面较为落后,对散客造成了诸多不便,亟待改善。

5.1.4 总体评价结果分析。大余湾乡村旅游服务质量总体评价结果为一般,尽管基本服务质量较差,但由于核心服务质量为一般,辅助服务质量为良,总体上平衡了整体服务质量的评价结果。从各分项评价结果和整体评价结果的反馈信息来看,大余湾有着较好的先天资源优势,但在后天旅游开发中存在诸多问题,才导致其乡村旅游发展还处于初级阶段,服务质量整体一般。

5.2 对策建议 根据上述结果分析,针对大余湾乡村旅游经营服务中存在的问题,应本着“核心服务特色化、基本服务标准化、辅助服务人性化”的原则和目标进行经营政策的调整,以不断提高大余湾乡村旅游服务质量,提升大余湾旅游品牌形象并朝品牌化、特色化方向发展。

5.2.1 强化乡村旅游核心服务质量。富有大余湾地方特色的明清古民居、淳朴热情的村野居民、干净卫生的乡间小道和随处可见的乡土花卉植物等乡村元素是游客感知乡村意象的载体。除了这些静态元素展示外,还应设计参与性强的乡俗活动供游客体验,在动与静的双重感官刺激下,强化游客对乡村意象的感知,满足游客乡村旅游的基本需求。可设计丢沙包、打弹弓、跳房子、弹珠、钓龙虾等极具体验性的游戏项目,激发游客的参与热情。

5.2.2 提升乡村旅游基本服务质量。

(1)挖掘地方餐饮文化,开发农家绿色土菜。大余湾应深度挖掘利用特色民间乡土绿色美食及其背后的文化故事,选用与本地时令相一致的食材,培育新鲜绿色的美食品牌,突出传统烹饪方式,保留乡土菜肴“土”的特色,强调乡村美

食的原汁原味,满足城市居民追求绿色健康、安全环保的饮食需求。乡土绿色菜肴开发的方式主要有3个方面:①将大余湾本地菜肴重新命名,力求响亮、高雅,富有艺术魅力和文化内涵。②整理大余湾及其周边区域的民间美食传奇故事,增添乡土美食自身的文化魅力和传奇韵味,形成以历史故事彰显传播乡土菜肴文化,美食文化强化饮食乐趣的良性循环。③创新乡土菜肴的盛装器皿和方式。在选用器皿时应充分考虑乡土菜肴的食材、烹饪方式,菜肴形态和菜肴文化内涵的具体情况。在器皿的材质选取上,除了陶器、漆器、竹器、木器之外,应创新研发特色材料;在器皿的形状上,应根据菜肴的形态和所要传达的文化内涵进行艺术化加工,使乡土菜肴与盛装器皿融为一体,增强游客的美食体验。

(2)优化旅游购物环境,突出旅游商品特色。旅游购物是游客乡村旅游活动的重要环节。调查发现,大部分游客希望能够在品尝乡村美景美食之后,购买当地的土特产品自用或者馈赠亲朋好友。因此,良好的购物环境、货真价实的土特产品能够提高游客满意度,并能够强化游客对乡村旅游的口碑传播。大余湾景区应在购物场所、服务人员等方面进一步优化旅游购物环境,如购物场所宜安排在游客动线流经的节点上,且节点与节点之间有适当距离间隔,场所风格应与古村落环境相适宜,统一服务人员服饰,彰显古村风貌。此外,在旅游商品上应避免千篇一律的纪念品,重点出售本地新鲜绿色农产品,申请大余湾绿色农产品认证,创建大余湾绿色品牌,提高乡村旅游经济附加值。

5.2.3 完善乡村旅游辅助服务质量。散客游、自驾游一直以来都在乡村旅游市场中占有较大的比例,特别是小长假的增多,导致大量城市居民选择在周末或小长假自驾前往城郊乡村旅游目的地休闲度假。大余湾景区应完善公共服务设施,如建设生态停车场、星级旅游厕所、免费景区无线网络、清晰明确的标识系统等。此外还应在服务细节上突出人性化,提高自助服务水平,方便游客自助服务。如可在每栋古民居建筑的醒目位置张贴二维码标识,游客可通过扫码获得该栋建筑的历史、文化等相关信息,还可提供自助语音导游服务等。

参考文献

- [1] 邓爱民,龚鑫. 低碳背景下乡村旅游功能构建问题探讨[J]. 农业经济问题, 2013(2): 105-108.
- [2] 马耀峰,张佑印,梁雪松. 旅游服务感知评价模型的实证研究[J]. 人文地理, 2006(1): 25-28.
- [3] 尤海涛,马波,陈磊. 乡村旅游的本质回归:乡村性的认知与保护[J]. 中国人口·资源与环境, 2012(9): 158-162.
- [4] 唐德荣,杨锦秀,刘艺梅. 乡村旅游意愿及其影响因素研究:基于重庆市497位城市游客的调查数据[J]. 农业经济问题, 2008(12): 47-51.
- [5] ALBACETE-SÁEZ C A, FUENTES M, LORÉNS-MONTES F J. Service quality measurement in rural accommodation[J]. Annals of tourism research, 2007, 34(1): 45-65.
- [6] 程兴火,周玲强. 乡村旅游服务质量测评模型的构建[J]. 北京第二外国语学院学报, 2008(7): 1-7.
- [7] REICHEL A, LOWENGART O, MILMAN A. Rural tourism in Israel: Service quality and orientation [J]. Tourism management, 2000, 21(5): 451-459.
- [8] 安萌. 乡村旅游游客消费意愿及影响因素分析[J]. 消费经济, 2012(2): 75-78.

景观更新的使用要求。在对整体环境景观现代感的反映上,评价价值是2.48,评语为较好。对整体环境景观历史感的评价是3.11,评语为一般,说明园区对场所空间进行了大规模更新,致使场所在历史文脉和场所精神体现方面表现一般。在整体环境创意氛围的营造方面的评价结果是2.57,评语为一般,在创意人群中这种倾向更为明显,这说明人们更希望创意产业园能够为使用者,特别是创意阶层营造更能激发创意的氛围空间。

2.3.3 功能定位评价。园区功能定位的评价结果是2.35,评语是较好,标准方差为0.615,说明人们对园区拟打造以建筑设计、影视传媒、广告设计、咨询策划、动漫软件、创意环境设计等为特色的创意产业园的产业定位较为认同,但大量非创意型企业入驻使得园区产业特色很不明显。

2.3.4 服务管理水平评价。对园区服务管理水平的评价结果是2.06,评语是较好,其中有9人对园区的服务管理给予了最高的评价,并且没有任何使用者对园区服务管理提出不满,这与人们对入驻原因的选择形成了呼应,说明园区服务管理水平的优劣对园区发展产生了很大影响。

2.3.5 环境设施分析。在环境设施是否齐全的问题上,多数人表达了认同的态度,其评价结果是2.35,评语是较好。在对环境小品的设计上,评价结果是2.41,评语为较好,这与人们对园区标志性景观选择上有21%的选择相呼应。

2.3.6 建筑景观的评价。对建筑景观整体协调性方面的评价结果是2.13,评语是较好,标准方差为0.583。园区通过建筑景观更新时表皮再植和区域内统一色彩的应用形成了整体协调的环境氛围。人们在建筑景观现代感(时尚感)态度上的反映较为模糊,评价结果是2.50,评语虽然是较好,但已经接近一般。整体上,对建筑景观的评价较好,建筑景观更新达到了预期的效果。

2.3.7 绿化景观的评价。对园区绿化整体布局的评价结果是2.06,评语为较好,标准方差为0.446,这与园区进行大规模的室外绿化景观更新的设计目标相吻合。对绿化丰富性的评价结果是2.59,评语是一般,说明园区在绿化景观更新方面做得较好,良好的绿化环境更能为人们欢迎和喜爱。

2.3.8 水体景观的评价。对水体的特色的评价结果是2.30,评语为较好,说明园区水体设计较有特色,对园区使用

者产生了很大的吸引力。对水体造型的评价结果是2.33,评语是较好。同时结合园区标志性景观评价最高的结果,整体上说明园区使用者对水景的设计最为满意,水景已经成为园区最大的设计亮点。

2.3.9 空间布局的评价。空间规模尺度的评价结果是2.22,评语为较好;室外空间丰富性的评价结果是2.57,评语是一般;室外休憩、交流空间及设施充足性的评价结果是2.63,评语为一般,说明园区对空间尺度把握较好,但在空间丰富性和休憩交流空间及设施充足性方面做得不如人意。

2.3.10 园名的评价。对园区名字响亮程度的评价结果是2.48,评语为较好,说明园名较响亮,能够被大家所认可。

3 评价总结

通过对红山创意工厂的使用状况的评价分析,可知园区使用者对园区的总体评价比较好,是一个比较成功的以产业类历史建筑及地段为载体的创意产业园景观更新案例之一。该园区营造了一处为广大使用者所认同的环境优美、交通便利的工作、交流、休憩的商务办公场所。

3.1 使用后评价的正评价部分 ①区位优势,交通便利;②整体环境优美;③服务管理水平高;④环境设施齐全;⑤建筑景观整体协调性好;⑥绿化布局合理;⑦水体景观特色鲜明。

3.2 使用后评价的负评价部分 ①园区内创意文化氛围有待提高;②园区内交通组织有待改善;③园区内室外空间布局有待进一步完善。

4 小结

研究将POE方法引入园区景观更新中,目的是想通过问卷调查的方式获得项目建成后各项运作的第一手资料,并通过对所得到信息和数据的整理,得出使用状况评价分析报告,全面鉴定项目景观更新满足使用群体需要的程度,通过与前面所述可靠景观更新信息的比较,找出园区景观更新的成功与不足之处。

参考文献

- [1] 彭文洁,孔祥锋.设计的人文关怀:使用状况评价(POE)在高科技园区社会交往空间的运用[J].城市环境设计,2007(2):20-22.
- [2] 王伟,陈益,韦钰,罗蕊.南宁人民公园使用后状况评估(POE)研究[J].大众科技,2012(3):241.
- [3] 周之静.以产业类历史建筑及地段为载体的创意产业园景观更新研究[D].南京:南京农业大学,2009.

(上接第183页)

- [9] 于静静,朱冠梅,蒋守芬.基于旅游者感知的乡村旅游餐饮服务质量影响因素实证研究[J].旅游论坛,2009(2):243-247.
- [10] ROZMAN C, POTO ČNIK M, PAŽEK K, et al. A multi-criteria assessment of tourist farm service quality[J]. Tourism management, 2009, 30(5): 629-637.
- [11] 马敬桂,王增敏.乡村旅游服务质量分析:以湖北省为例[J].农业技

术经济,2010(8):94-100.

- [12] 刘涛.基于SERVQUAL模型的乡村旅游服务质量提升研究[J].资源开发与市场,2011(6):569-571.
- [13] 江波,郑红花.乡村旅游服务质量对顾客忠诚感影响的实证研究[J].江苏商论,2008(3):59-61.
- [14] 张春琳.乡村旅游游客满意度及再次游览意向影响因素研究:来自贵州省西江千户苗寨的经验证据[J].农业经济问题,2012(1):60-66.