

基于修正 IPA 分析法的湘西土家族乡村旅游吸引力评价研究

田宁¹, 牛晓茹¹, 吕长平^{1,2*}

(1. 湖南农业大学风景园林与艺术设计学院, 湖南长沙 410128; 2. 湖南省中亚热带优质花木繁育与利用工程技术研究中心, 湖南长沙 410128)

摘要 以旅游吸引力为引线, 以湘西土家族乡村旅游吸引力为研究对象, 通过主成分分析法、因子分析法, 构建 6 个一级指标和 28 个二级指标。运用修正 IPA 分析法, 以引申重要性和满意度对评价体系的各项指标进行分析, 结果表明, 投诉与反馈、基础设施、民俗活动的多样性、民俗活动的新颖性、民族文化氛围、周边交通、到达旅游地所需时间是否合适是游客重视的指标, 但体验满意度不高; 对优美的自然环境、传统民居、原真性的民俗风情、土家美食、消费价格、吊脚楼民宿和一定的知名度、美誉度游客也重视, 且体验满意度较高。游客对导游服务、商品、景区线路、标识、同类差异以及到达旅游地费用和文化传承不太在意, 实际体验也不太满意; 对遗留的文物古迹、管理有序、旅游从业者热情服务、当地居民热诚好客、向亲朋好友推荐度、与周边同类旅游地距离的合理性也不太关注, 但体验满意度较高。

关键词 修正 IPA; 乡村旅游; 旅游吸引力; 湘西; 土家族

中图分类号 F 590.75 **文献标识码** A

文章编号 0517-6611(2023)07-0146-04

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2023.07.034



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

Study on the Evaluation of Xiangxi Tujia Rural Tourism Attractiveness Based on Modified IPA Analysis

TIAN Ning¹, NIU Xiao-ru¹, LÜ Chang-ping^{1,2} (1. School of Landscape Architecture and Art Design, Hunan Agricultural University, Changsha, Hunan 410128; 2. Hunan Central Tropical High Quality Flower Breeding and Utilization Engineering Technology Research Center, Changsha, Hunan 410128)

Abstract This paper takes tourism attractiveness as the lead and takes Xiangxi Tujia rural tourism attractiveness as the research object, and constructs 6 primary indicators and 28 secondary indicators by principal component analysis and factor analysis. Using modified IPA analysis, the indicators of the evaluation system are analyzed in terms of lead importance and satisfaction, and the results show that: complaints and feedback, infrastructure, diversity of folk activities, novelty of folk activities, ethnic cultural atmosphere, surrounding traffic, and the appropriateness of the time required to reach the tourist place are the indicators that tourists value, but the experience satisfaction is not high; tourists also attach importance to the beautiful natural environment, traditional dwellings, authentic folk customs, Tujia cuisine, consumption price, hanging foot tower lodging and certain popularity and reputation, and have higher experience satisfaction. Tourists are less concerned about guide services, merchandise, scenic routes, signage, similar differences and the cost of arriving at the tourist destination and cultural heritage, and are less satisfied with the actual experience; they are also less concerned about the remaining cultural relics and monuments, orderly management, enthusiastic service of tourism practitioners, hospitality of local residents, recommendation to friends and relatives, and the reasonableness of distance from similar tourist places in the surrounding area, but are more satisfied with the experience.

Key words Amending IPA; Rural tourism; Tourism attractiveness; Xiangxi; Tujia

随着国民经济的发展, 国家政策支持, 旅游业发展迅猛。人们精神文化需求的不断增长, 对大自然和乡村生活方式的双重回归^[1], 使乡村旅游逐步成为国民旅游休闲的重要方式^[2]。在乡村旅游发展的同时, 旅游地之间的竞争也越来越激烈。旅游吸引力是影响旅游目的地发展的重要因素, 其对游客选择目的地、停留时间和消费水平均有重要影响^[3], 而乡村旅游吸引力是旅游吸引力的进一步延展^[4]。因此, 在原有旅游资源基础上和开发现状上, 进行乡村旅游吸引力的分析, 从而提升短板、补足不足, 提高旅游地旅游吸引力^[5]。游客满意度可以作为旅游目的地的质量的综合衡量指标, 是通过了对旅游目的地的期望与游览后的体验结果进行对比后使得游客产生的一种心理状态^[6]。

研究表明^[7-8], 不同旅游地、民族、文化其旅游吸引力都有不同, 该研究借鉴和引用许咏媚等^[9]部分成果的维度指标, 结合湘西地区土家族旅游特色构建旅游吸引力体系, 设

计调查问卷, 调查湘西土家族旅游地游客满意度, 以分析结果为湘西土家族乡村旅游发展提出建议。

1 研究设计

1.1 研究对象 湘西土家族苗族自治州位于湖南省西北部, 是湖南省唯一的少数民族自治州, 拥有 24 个国家级非物质文化遗产保护名录, 属于武陵山区土家族苗族文化生态保护区, 是“中国十佳魅力城市”和“最佳旅游去处”。

该研究以湘西土家族苗族自治州中土家族乡村旅游地游客为调研对象, 依据以下 3 个条件对土家族乡村旅游调研地进行初步筛选:

第一, 选取在大湘西文化生态旅游精品线路覆盖区域的土家族乡村旅游地, 保证一定知名度, 也会在一定程度上促使游客提前了解土家文化旅游地, 更加准确地了解湘西土家族乡村旅游吸引力的状况。

第二, 通过详细查阅文献、网络, 调查各选取的乡村旅游地发展现状, 选取发展相对比较成熟完善的乡村旅游地, 保证整个评价因素的合理性。

第三, 选择地区以纯粹的土家族旅游地为主, 避免出现游客在游玩其他民族旅游地时, 一时兴起选择周边土家族旅游地游玩, 不利于旅游吸引力的调查。

通过结合湘西土家族苗族自治州土家风情线路中永顺

基金项目 湖南省教育厅重点研究项目(16A094); 湖南农业大学优势特色重点学科开放基金项目(2016YYX003); 湖南省中亚热带花木繁育与利用工程技术中心建设项目(201809)。

作者简介 田宁(1998—), 男, 河南许昌人, 硕士研究生, 研究方向: 风景园林。* 通信作者, 副教授, 博士, 研究生导师, 从事园林植物与观赏园艺的栽培生理研究。

收稿日期 2022-09-09; **修回日期** 2022-10-10

县、古丈县、龙山县、保靖县土家族乡村旅游地资源分布和古丈县及保靖县中苗乡风情线路资源的分布,考虑调研的时间精力、土家族旅游地游客的纯粹性,笔者选取永顺县和龙山县的芙蓉镇、双凤村、洞坎村、里耶镇、惹巴拉景区等主要的土家族乡村旅游发展地区游客为实地调研对象,其中双凤村、惹巴拉村是中国首批传统村落,里耶镇是位于土家族聚居区的湖南省国家级历史文化名镇,芙蓉镇 2012 年被评为 4A 景区,洞坎村于 2016 年被州、县评为美丽乡村精品村。

1.2 问卷设计 该研究以湘西地区土家族旅游特色初步设计了 7 个一级指标 28 个二级指标,并以此为基础进行问卷调查,包括基于人口统计学特征,指标满意度评价,总体满意度等内容。社会调查领域最常用的一种态度量表形式是李克特量表^[10],基于此满意度调查采用李克特五级量表分别以数值 1、2、3、4、5 代表很不满意、不满意、一般、满意、非常满意。

1.3 问卷收集 以纸质问卷的方式,于 2022 年 8 月 3—10 日在永顺县芙蓉镇、双凤村、洞坎村,龙山县里耶镇、惹巴拉景区等区域,通过随机方式发放纸质问卷共 300 份,回收并整理后获得有效问卷 289 份,有效率 96.3%。

运用 SPSS25.0 软件对样本进行信度分析和效度分析,以保证问卷的可靠性和有效性,结果显示克隆巴赫 Alpha 0.934>0.900,可见问卷信度较高,KMO 值是 0.92>0.70, Bartlett 的球形检验的显著性为 $P=0(<0.001)$,表明效度检验结果较好、有效性较高,适合做下一步研究。

1.4 研究方法 马提拉和詹姆斯 1977 年提出重要性-绩效(importance-performance analysis, IPA)分析理论^[11]。IPA 模型将绩效表现程度设置为横轴 X,将重要性程度作为纵轴 Y,2 个因素总体的平均值为 X 轴和 Y 轴的分割点,从而分为 4 个象限,但 IPA 分析法有前提假设“重要性与满意度两个维度上的变量相互独立并与受访者的总体感知呈线性相关”在

现实中难以满足^[12-15],Deng^[16]对传统 IPA 法进行统计学方法上的优化,其主要思想是以计算单项满意度与总体满意度之间的偏相关系数作为引申重要性得分替代自述重要性,多位学者以实证的方法验证了修正之后的 IPA 方法更加客观和真实^[17],该研究采用修正后 IPA 分析湘西土家族乡村旅游吸引力各项指标因素,以四象限分析结果提出乡村旅游发展参考建议。

2 数据处理分析

2.1 人口变量统计分析 分析结果显示:从性别来看,受访者男性 141 名,占比 48.8%;女性 148 名,占比 51.2%。从年龄来看,受访者 26~30 岁较多,占比 35.3%;其次是 19~25 岁,占比 25.3%。从民族来看,来玩游客汉族最多,占比 61.2%;其次是土家族,占比 22.5%。从文化程度来看,大学及以上最多,占比 69.2%;其次是高中毕业,占比 21.8%。从常居地方面看,以省内游客居多,占比 69.9%。从出行方式看,56.7%游客选择自驾游,17.0%游客选择乘坐公共交通。土家文化旅游体验调查频率分析结果表明,45.3%游客简单了解土家族文化;游客旅游主要是文化活动体验、研学旅游和休闲旅行,分别占比 28.0%、18.3%和 16.3%;有 33.9%游客是通过上网第一次了解土家族文化;47.1%游客是第一次来土家族景区旅游,仅 22.1%游客来土家族景区达 3 次以上。

2.2 吸引力指标检验 通过运用因子分析,各因子载荷都达到 0.5 以上,故不需要进行指标剔除。再运用主成分分析法,得到总方差解释,提取出 6 个新的且特征值均大于 1 的公因子(表 1)。通过检验,6 个公因子的信度检验系数 $\alpha>0.7$,KMO 值均大于 0.7,数据可以使用。通过凯撒正态化最大方差法旋转,a 旋转在 6 次迭代后已收敛,得到绝对值大于 0.5 系数旋转后的成分矩阵(表 2),并对初构评价体系进行修正。

表 1 总方差解释

Table 1 Total variance explained

成分 Ingredients	初始特征值 Initial eigenvalue			提取载荷平方和 Extraction of the sum of squares of loads			旋转载荷平方和 Sum of squared rotating loads		
	总计 Total	方差百分比 Percentage of variance	累积 Cumulative %	总计 Total	方差百分比 Percentage of variance	累积 Cumulative %	总计 Total	方差百分比 Percentage of variance	累积 Cumulative %
1	10.426	37.236	37.236	10.426	37.236	37.236	4.370	15.607	15.607
2	2.186	7.805	45.042	2.186	7.805	45.042	3.510	12.535	28.142
3	2.181	7.790	52.831	2.181	7.790	52.831	3.378	12.065	40.207
4	1.828	6.527	59.359	1.828	6.527	59.359	2.956	10.556	50.763
5	1.503	5.368	64.726	1.503	5.368	64.726	2.606	9.306	60.069
6	1.177	4.203	68.930	1.177	4.203	68.930	2.481	8.860	68.930

表 2 旋转后的成分矩阵 a

Table 2 Component matrix a after rotation

序号 Serial number	指标 Indicators	成分 Ingredients					
		1	2	3	4	5	6
T1	优美的自然环境				0.722		
T2	保留完整传统民居建筑(土家传统民居吊脚楼)				0.794		
T3	原真性的民俗风情(土家饮食、婚礼等风俗)				0.800		
T4	遗留的文物古迹				0.763		

接下表

续表 2

序号 Serial number	指标 Indicators	成分 Ingredients					
		1	2	3	4	5	6
T5	投诉与反馈					0.912	
T6	导游服务					0.900	
T7	基础设施完备(服务大厅、停车场等)					0.835	
T8	旅游线路、方式(徒步、游览车等)		0.767				
T9	民俗项目活动的新颖性		0.778				
T10	民俗项目活动多样性		0.750				
T11	特色纪念产品(土家文化商品)		0.803				
T12	文化教育展示度(国家级非遗传承展示)		0.562				
T13	带有土家文化特色的旅游地标识、导览系统完备,清晰可见	0.718					
T14	管理有序、无不良影响	0.755					
T15	民族文化氛围	0.779					
T16	旅游从业者热情服务	0.695					
T17	餐饮卫生、可口、具有当地特色(土家饮食三绝)	0.707					
T18	旅游地消费价格合理	0.562					
T19	住宿安全舒适、独特体验感(吊脚楼)	0.604					
T20	当地居民热诚好客(土家族人)	0.565					
T21	向亲朋好友推荐度			0.635			
T22	旅游地美誉度高、口碑好			0.663			
T23	旅游地知名度高			0.680			
T24	周边交通条件便捷						0.841
T25	到达旅游地所需费用是否值得						0.798
T26	到达旅游地所需时间是否合适						0.790
T27	与周边同类旅游地差异性			0.681			
T28	与周边同类旅游地距离的合理性			0.702			

2.3 指标修正 公因子 1 以旅游环境吸引力进行解释,包括带有旅游地标识导览系统、管理有序、民族文化氛围、旅游从业者热情服务、当地居民热诚好客、旅游地消费价格合理、住宿、餐饮等。

公因子 2 以旅游产品吸引力进行解释,包括民俗项目活动多样性(舍巴日等)、民俗项目活动的新颖性、旅游线路方式(徒步、游览车等)、特色纪念产品(土家文化商品)、文化教育展示度(国家级非遗传承展示)。

公因子 3 以旅游地认知进行解释,包括旅游地知名度高、旅游地美誉度高口碑好、向亲朋好友推荐度、与周边同类旅游地差异性、与周边同类旅游地距离的合理性。

公因子 4 以旅游地资源吸引力进行解释,包括优美的自然环境、保留完整传统民居建筑(土家传统民居吊脚楼)、遗留的文物古迹、原真性的民俗风情(土家饮食、婚礼等风俗)。

公因子 5 以旅游地服务吸引力进行解释,包括导游服务、投诉与反馈、基础设施完备(服务大厅、停车场等)。

公因子 6 以旅游地可进入性进行解释,包括到达旅游地所需时间是否合适、到达旅游地所需费用是否值得、周边交通条件便捷度。

因此,该研究构建了 6 维度 28 个指标的湘西地区土家族乡村旅游吸引力的综合评价指标体系。

3 土家族乡村旅游吸引力评价

3.1 引申重要性-满意度(修正 IPA)分析 通过对 6 个维度 28 个指标进行数据处理与分析,可以得到各指标因素的满意度。同时,运用 SPSS25.0 软件取各项满意度自然对数,求出与整体满意度的偏相关系数,以此作为引申重要性(表 3)。其中满意度均值为 3.603,引申重要性均值为 0.071。

表 3 引申重要性和满意度数值与排序

Table 3 Implied importance and satisfaction values and ranking

指标 Indicators	满意度 Satisfaction		引申重要性 Importance of derivation	
	数值 Value	排序 Ranking	数值 Value	排序 Ranking
T1	4.194	1	0.165	1
T2	3.990	3	0.135	4
T3	3.830	4	0.096	10
T4	3.813	5	-0.008	27
T5	3.318	25	0.132	5
T6	3.467	20	0.016	24
T7	3.381	22	0.076	15
T8	3.588	15	0.026	21
T9	3.398	21	0.078	14
T10	3.322	24	0.084	13
T11	3.284	26	0.047	19
T12	3.571	17	-0.041	28
T13	3.578	16	0.028	20
T14	3.609	14	0.057	17
T15	3.557	18	0.142	2
T16	3.751	7	0.014	25
T17	4.017	2	0.092	11
T18	3.619	13	0.108	8
T19	3.630	12	0.101	9
T20	3.758	6	0.019	23
T21	3.689	10	0.026	21
T22	3.713	8	0.142	2
T23	3.699	9	0.132	5
T24	3.284	26	0.089	12
T25	3.370	23	0.001	26
T26	3.256	28	0.123	7
T27	3.523	19	0.049	18
T28	3.685	11	0.063	16

数据结果显示(表 3),游客在旅游过程中,体验感良好,对各项指标均值分大于中位数 3 分,总体呈较满意的状态。

3.2 IPA 模型分析 根据以上满意度和引申重要性结果,以引申重要性为横轴,以满意度为纵轴,以满意度平均值(3.603),引申重要性平均值(0.071)作为分界点,形成四象限(图 1)。

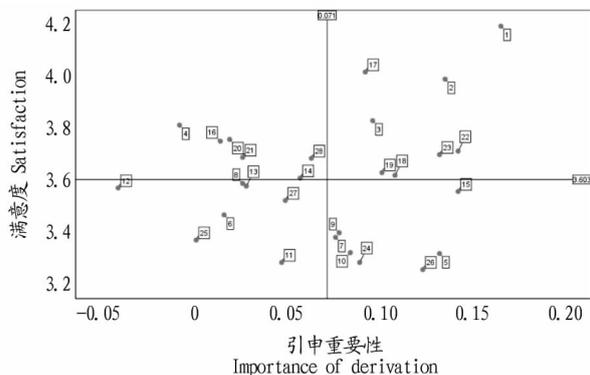


图 1 修正 IPA 模型定点图

Fig. 1 Modified IPA model fixed point map

第一象限为保持提升区,区域为高满意度——高重要性,包含 8 个指标。优美的自然环境、保留完整传统民居建筑(土家传统民居吊脚楼)、原真性的民俗风情(土家饮食、婚礼等风俗)、土家美食、旅游地消费价格合理、吊脚楼住宿、旅游地美誉度高、旅游地知名度高。分析发现,这几个方面体现在“原生态”、民宿与美食方面,这些因素游客认为重要,实际绩效表现也还不错,但进一步分析会发现对于消费价格和民宿体验上来讲满意度仅刚高于平均值,说明这 2 方面还需要进一步加强,控制消费价格,另一方面要不断创新,使之成为土家族旅游地吸引力核心。

第二象限为保持维护区,区域为高满意度——低重要性,包含 6 个指标。遗留的文物古迹、管理有序、旅游从业者热情服务、当地居民热诚好客(土家族人)、向亲朋好友推荐度、与周边同类旅游地距离的合理性。分析发现,游客对于这些因素指标并未有期许,实际绩效显示的满意度确很高,对于此区域因素应采取保持、维持策略。

第三象限为积极改进区,区域为低满意度——低重要性,包含 7 个指标。导游服务、旅游线路(步行、游缆车等)、特色纪念产品(土家文化商品)、文化教育展示度(国家级非遗传承展示)、带有土家文化特色的旅游地标识、到达旅游地所需费用是否值得、与周边同类旅游地差异性。目前受访者中对这几方面满意度不高,但从对某一旅游目的地一无所知到完全熟悉,旅游需求引力将发生倒 U 型变动,当游客需求变化后,这些因素也会成为土家族乡村旅游发展的新动力^[18]。

第四象限为重点完善区,区域为低满意度——高重要性,包含 7 个指标。投诉与反馈、基础设施完备(服务大厅、停车场等)、民俗活动的多样性、民俗活动的新颖性、民族文化氛围、周边交通条件便捷、到达旅游地所需时间是否合适。通过分析与实际调研得知,湘西土家族旅游地活动还是较为

单一,平日的表演活动较少,基础设施不完备,各旅游地之间,路程较远,更适合自驾游的旅客。这些因素对游客来讲比较重视,但满意度都不足以达到平均值,还需要重点改进。

4 土家族乡村旅游吸引力提升策略

该研究以湘西土家族旅游地吸引力为研究对象,收集游客对旅游地满意度,通过修正 IPA 方法进行分析,以各个指标在四象限的分布,针对实际情况,提出以下几方面的建议。

4.1 保持提升策略 游客对优美的自然环境要素持高重要性态度,湘西土家族旅游地对于自然环境要继续保持,其次游客认为在传统民居、原真性民俗、吊脚楼民宿、土家美食方面较为重要并且对其满意度也较高,这种原汁原味的民族文化也是吸引游客的核心,在之后的发展提升中要注重土家族民族文化的保护与发展,另外也要提高当地居民素质,采取办法提高当地居民对文化保护的认知与积极性。

4.2 保持维护策略 加强对文物古迹的保护与管理,维持从业者和当地居民的热情不减,带给游客欢声笑语,同时规划建设文物馆,对文物古迹保护的同时,弘扬土家族历史文化,提高旅游地吸引力。

4.3 积极改进策略 创新项目活动,以民族文化为本,提取文化符号完善旅游地标识、导览系统,打造民族文化活动节,开发土家文化产品,发展夜间经济如摆手舞的篝火晚会,毛古斯舞的丛林狩猎(夜游)等活动,积极发扬各自区域内国家级非遗传承人优势,同时要加快引入或培训土家族导游人才,为游客介绍土家族历史文化,加深游客对土家族文化的理解与认识。

4.4 重点完善策略 第一,丰富特色民俗活动。开展织锦技艺大赛、摆手舞和毛古斯舞的研学活动等,增强游客对文化的了解,提高旅游地民族文化氛围感。第二,完善旅游设施与服务。针对多数游客来讲,基础设施和服务是旅游过程中重要的一环,目前湘西土家族旅游地应当进一步完善基础服务和接待设施等,从而提高服务质量。湘西地区环境优美,土家族旅游地多且分散,适合自驾游出行,在原有自驾游服务基础设施基础上,完善自驾游指示标牌,导览系统等。第三,建立完善的投诉与反馈系统。清晰了解游客需求变化,对提高旅游地旅游吸引力和发展乡村旅游具有现实意义。

5 结语

该研究应用了问卷调查法、修正 IPA 分析法等方法,在了解湘西土家族乡村旅游概况的基础上,对相关因素进行文献研究构建初步评价体系,经过实地调研进行评价修正,找出湘西土家族乡村旅游发展存在的问题,然后提出针对性的旅游吸引力提升策略,可为湘西土家族乡村旅游发展提供参考。

参考文献

- [1] 周玲强,黄祖辉.我国乡村旅游可持续发展问题与对策研究[J].经济地理,2004,24(4):572-576.
- [2] 李佳,朱敏.国际与国内乡村旅游研究比较与启示[J/OL].中国农业资源与区划,2022-07-22[2022-08-26].<https://kns.cnki.net/kcms/detail/11.3513.S.20220721.1236.008.html>.

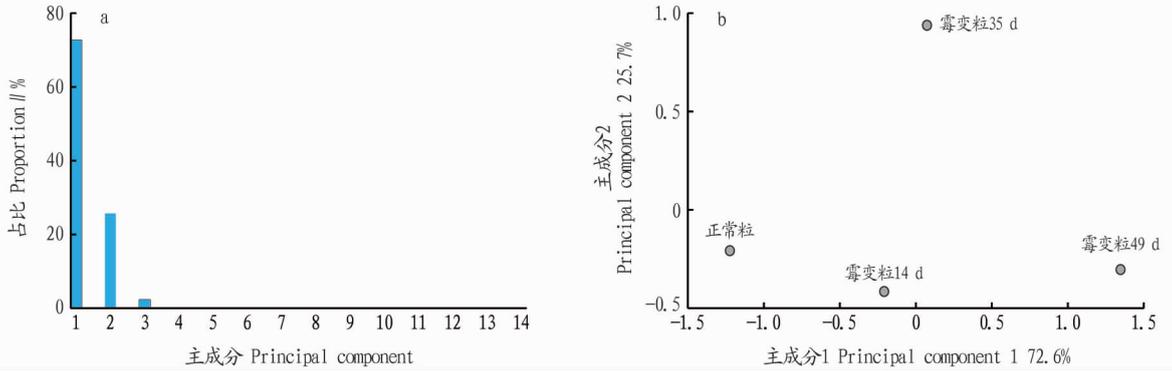


图5 霉变粒气味主成分信息占有率(a)及得分图(b)

Fig. 5 Information share(a) and score(b) of principal components of moldy grain odor

3 结论

小麦发生霉变后,微生物在小麦表面生长并产生孢子,菌丝还可以侵入糊粉层、胚乳内部生长并产生孢子,造成部分淀粉颗粒和蛋白颗粒发生降解,导致小麦营养价值降低。霉变也会导致小麦气味发生变化,有可能是小麦霉变后刺激了氨气、醇类和有机硫化物等的生成。

参考文献

- [1] 刘鸿飞,刘锐,赵明辉,等. 储藏时间影响小麦蛋白质理化特性的灌溉效应[J]. 核农学报,2022,36(7):1466-1474.
- [2] 尚玉婷,杨薇,毛金蓉,等. 小麦霉变过程中品质变化与微生物之间关系的研究进展[J]. 安徽农业科学,2022,50(9):1-3.
- [3] 钟建军,吕建华,谢更祥,等. 不同储藏方式对小麦粉水分、脂肪酸值和白度的影响[J]. 粮食与饲料工业,2013(2):13-15,25.

- [4] 刘焱. 储藏中主要真菌生长和毒素形成与产生 CO₂ 的关系[D]. 郑州:河南工业大学,2015.
- [5] 路永才,史兆新,赵良金,等. 高产小麦新品种新麦 51 系谱及产量表现[J]. 农业科技通讯,2021(7):291-293.
- [6] 焦梦悦,高涵,王伟娜,等. 四种测定直链淀粉和支链淀粉方法的比较[J]. 食品工业科技,2019,40(12):259-264.
- [7] 孙媛,蔡迪,向琴,等. 麦麸中四种蛋白的 Osborne 法提取分离及性能研究[J]. 食品工业科技,2015,36(9):136-139,203.
- [8] 张航. 温度对储粮安全水分及微生物活动速率的影响[D]. 郑州:河南工业大学,2011.
- [9] 郭亚鹏,王若兰,赵露露,等. 储藏小麦发热霉变前后微观结构的变化[J]. 食品科技,2019,44(11):157-162.
- [10] 邓森磊,陈斯,李磊,等. 智能感官技术在储藏小麦品质评价中的研究进展[J]. 中国粮油学报,2022,37(6):36-44.
- [11] 赵天霞,沈飞,周日春,等. 小麦霉菌侵染程度电子鼻快速检测方法的初步研究[J]. 中国粮油学报,2019,34(6):135-140,146.

(上接第 149 页)

- [3] 陈霄,石强,陈婉欣. 中国游客对游艇旅游的感知与吸引力研究[J]. 经济地理,2021,41(11):218-224.
- [4] 戴柳燕,周国华,吴国华,等. 乡村吸引力研究进展与展望[J]. 人文地理,2022,37(1):9-17.
- [5] 张建强,冯妍,黄学彬,等. 海南疍家传统文化传承与旅游吸引力提升研究[J]. 科技和产业,2021,21(11):117-122.
- [6] 鄢志武,梁小涵,郑汉妮,等. 基于修正 IPA 分析法的武汉市夜间旅游游客满意度研究[J]. 湖北农业科学,2020,59(20):215-220.
- [7] 管玉梅,黄诚. 疍家文化旅游吸引力评价研究[J]. 特区经济,2019(9):108-112.
- [8] 单福彬,周静,李馨. 乡村文化旅游吸引力的多层次评价:以辽宁赫图阿拉村为例[J]. 干旱区资源与环境,2017,31(12):196-202.
- [9] 许咏媚,张河清,王蕾蕾,等. 基于 IPA 方法的肇兴侗寨旅游吸引力评价研究[J]. 经济论坛,2018(6):30-36.
- [10] 元莱滨. 李克特量表的统计学分析与模糊综合评判[J]. 山东科学,2006,19(2):18-23,28.
- [11] MARTILLA J A, JAMES J C. Importance-performance analysis[J]. Jour-

- nal of marketing, 1977,41(1):77-79.
- [12] MATZLER K, BAILOM F, HINTERHUBER H H, et al. The asymmetric relationship between attribute-level performance and overall customer satisfaction: A reconsideration of the importance-performance analysis[J]. Industrial marketing management, 2004,33(4):271-277.
- [13] HU H Y, LEE Y C, YEN T M. Amend importance-performance analysis method with Kano's model and DEMATEL[J]. Journal of applied sciences, 2009,9(10):1833-1846.
- [14] FÜLLER J, MATZLER K, FAULLANT R. Asymmetric effects in customer satisfaction[J]. Annals of tourism research, 2006,33(4):1159-1163.
- [15] 宋娟,代兰海. 基于修正 IPA 法的张掖景区厕所游客满意度研究[J]. 旅游研究,2021,13(6):83-95.
- [16] DENG W J. Using a revised importance-performance analysis approach: The case of Taiwanese hot springs tourism[J]. Tourism management, 2007,28(5):1274-1284.
- [17] 陈旭. IPA 分析法的修正及其在游客满意度研究的应用[J]. 旅游学刊,2013,28(11):59-66.
- [18] 王海啸. 旅游吸引力分析及理论模型[J]. 科学·经济·社会,2003,21(4):44-47.