

北京城市游憩商业区游客价值比较研究

李 佳

(摘 要) 运用源自营销学的顾客价值理论,从质量、效率、成本、社会、享乐五个方面构建了城市游憩商业区游客价值测量量表。选择北京市王府井、什刹海、798 艺术区三个较为成熟且类型不同的游憩商业区(RBD)进行问卷调查,运用数理统计方法开展游客价值人口特征分析,采用 IPA 方法开展三处 RBD 实证对比分析。根据 IPA 分析结果,结合三处 RBD 的特点,提出了“完善质量价值、提高效率价值、扩大享乐价值、培养社会价值、巩固成本价值”等五个方面的对策建议。

(关键词) 游憩商业区;游客价值;IPA 分析;北京

(中图分类号) F592.71;F294

(文献标识码) A

一 引言

作为以休闲娱乐、旅游、零售商业为主的、设施集聚的综合性功能区域,城市游憩商业区(Recreational Business District,简称 RBD)是城市旅游和本地居民游憩的集中承载空间。随着体验经济时代的到来,城市 RBD 的建设日益受到关注。目前,在我国城市旅游相对发达的北京、深圳和上海等城市出现了多个不同类型的城市 RBD,竞争态势逐步显现。

自 1995 年保继刚将 RBD 概念运用于我国城市和旅游研究^[1]以来,我国学者在城市 RBD 研究方面做出了不懈的努力,并取得了一定的成果。但现有文献主要着眼于 RBD 的概念、功能、类型、形成机

制、空间结构、开发规划等本体研究^[2-3],关于 RBD 游客心理和行为等本体之外的相关性研究相对较少;从开发、规划、经营者等供给角度进行的研究较多,而从游客需求角度进行的研究相对较少;实证研究中往往只是对单个城市的某个 RBD 的发展进行剖析,缺少对于不同类型 RBD 之间的比较分析。

20 世纪 80 年代末形成的顾客价值理论表明,顾客价值是企业竞争优势的新来源^[4],创造高的顾客价值是企业成功的关键因素^[5-6]。20 世纪 90 年代中期以来,该理论已逐渐应用于旅游业,相关研究涉及旅游企业、旅游目的地、旅游产品、旅游市场、旅游定价、旅行俱乐部、旅游网站等众多方面^[7-12],然而,针对城市 RBD 游客价值的研究还相对缺乏。

基于此,本研究选择北京发展较为成熟的王府井 RBD(传统商业街区型)、什刹海 RBD(历史文化

(作者简介) 李 佳(1980—),女,汉族,重庆万州人,首都经济贸易大学工商管理学院旅游管理系副教授,博士,研究方向为旅游开发与管理。

(基金项目) 北京市教育委员会社会科学计划项目(SM201210038006)——北京城市游憩商业区游客价值研究。

(收稿日期) 2013-05-11

(修回日期) 2013-06-21

街区型) 和 798RBD(文化创意旅游区型) 进行问卷调查, 运用数理统计方法开展游客价值人口特征分析, 采用 IPA(Importance - Performance Analysis) 分析法探求各 RBD 的游客价值, 将游客价值的重要性测量与实际表现测量结合在一个二维的方格图中, 以识别关键价值要素, 明确战略路径选择, 有针对性地提出对策建议。

二 城市 RBD 游客价值研究设计

1. 量表与问卷编制

游客价值是指在游览过程中游客相对于自己对旅游产品的期望以及游客实际感知到的利益与相应付出的成本之间的权衡。

游客价值可细分为质量价值、效率价值、成本价值、社会价值、享乐价值五个维度。其中, 成本价值表征利失, 其他四个维度表征各种利得。质量价值主要指游客对于旅游资源禀赋或产品品质的感知; 效率价值主要指游客对于游憩便利程度的感知; 成

本价值主要指游客对于游憩经济成本及非货币成本的感知; 社会价值主要指游客对于游憩是否能够增强社交能力的感知; 享乐价值主要指游客对于游憩所带来的愉悦、新奇、趣味等方面的感知。

质量价值、效率价值、成本价值、社会价值、享乐价值都是高度概念化的, 难以直接观测和测定, 需要遴选可直接观测和便于测定的具体因素加以分析评价。基于游客价值相关理论, 结合北京城市 RBD 的特点, 从五个维度筛选游客价值的影响因素, 然后进行专家咨询, 并根据专家意见对影响因素进行调整和完善, 形成最终的游客价值测量量表(表 1)。

根据城市 RBD 游客价值测量量表进行问卷设计, 游客价值的每个因子包含表现性和重要性两个方面。表现性是指游客在游览过程中感知到的各个因子的实际表现, 重要性是指游客认为该因子在整个游客价值体系中的相对重要程度。有关研究显示, 五级量表是最可靠的, 因此, 本研究中每个因子的测量采用五级量表, 以便被调查人员能够合理地进行评价选择。

表 1 城市 RBD 游客价值量表

项目层	因子层	RBD 的表现性分项均值(X)			RBD 的重要性分项均值(Y)		
		798	王府井	什刹海	798	王府井	什刹海
质量价值	1. 游憩资源的吸引力	3. 720	4. 042	3. 717	4. 000	3. 969	3. 869
	2. 商业区业态的多样性	3. 462	3. 469	3. 232	3. 903	3. 708	3. 485
	3. 解说指示系统的准确易懂	3. 355	3. 427	3. 081	3. 688	3. 760	3. 647
	4. 周边景观和卫生环境	3. 613	3. 885	3. 444	3. 903	4. 042	3. 849
效率价值	5. 购物特色和便利度	3. 376	3. 396	3. 222	3. 376	3. 552	3. 283
	6. 餐饮特色和多样性	3. 344	3. 490	3. 354	3. 720	3. 854	3. 768
	7. 停车方便程度	3. 581	3. 729	3. 596	3. 753	3. 771	3. 768
	8. 服务的响应性和可靠性	3. 323	3. 563	3. 222	3. 667	3. 708	3. 616
	9. 游憩信息获取的便捷性	3. 290	3. 802	3. 535	3. 753	3. 771	3. 778
成本价值	10. 物价水平	3. 731	3. 885	3. 465	3. 742	3. 563	3. 414
	11. 商业秩序	3. 581	3. 865	3. 647	3. 839	3. 844	3. 758
	12. 往返时间	3. 387	3. 635	3. 444	3. 656	3. 740	3. 768
社会价值	13. 游览可增强我的自尊感	3. 376	3. 344	2. 980	3. 247	3. 354	3. 141
	14. 游览有助于我的社会交往	3. 118	2. 802	2. 758	3. 355	3. 000	3. 051
享乐价值	15. 游览是令人愉悦的	3. 710	3. 760	3. 727	4. 097	4. 010	3. 909
	16. 游览是令人新奇的	4. 022	3. 604	3. 626	4. 022	3. 583	3. 788
	17. 游憩活动项目的可参与性和趣味性	3. 269	3. 375	3. 030	3. 753	3. 635	3. 697

2. 实地问卷调查

问卷调查时间为 2012 年 2 月和 2012 年 7 月, 调查实施地点为王府井 RBD、什刹海 RBD 和 798RBD, 对象为在上述三个区域游憩的游客。

两次调查在王府井、什刹海、798 艺术区三处分别发放问卷 200 份, 共发放问卷 600 份。其中, 王府井 RBD 回收问卷 196 份, 什刹海 RBD 回收问卷 192

份, 798 RBD 回收问卷 194 份, 共回收问卷 582 份, 回收率为 97%。剔除填答不完整的问卷、所有项目得分没有显著差别(即得分完全相同) 的问卷, 本次调查从王府井 RBD 获得有效问卷 183 份、从什刹海 RBD 获得有效问卷 175 份、从 798 RBD 获得有效问卷 185 份, 共计回收有效问卷 543 份, 有效回收率为 90. 5%。调查问卷完成的总体情况较好, 调查问卷的

总体信度为 0.917,说明问卷的信度很高,且每个因子的 CICT(纠正的项目——总体相关系数)值都大于 0.3,说明问卷的有效性较好。

3. 总体样本的人口统计特征

运用 SPSS12.0 软件对总体样本的人口统计特征进行描述性分析。从游客性别结构看,男性占 49.7%,女性占 50.3%;从游客年龄构成看,18 岁以下者占 7.6%,19-25 岁者占 54.9%,26-35 岁者占 28.5%,36-45 岁者占 7.6%,46-60 岁者占 0.7%,61 岁以上者占 0.7%;从游客教育程度构成看,初中及以下教育程度者占 9.0%,高中、中专及高职教育程度者占 18.4%,大专教育程度者占 27.8%,本科教育程度者占 43.8%,研究生及以上教育程度者占 1.0%;从游客的月收入构成看,月收入 1000 元以下者占 34.0%,1001-3000 元者占 20.2%,3001-5000 元者占 39.2%,5001-8000 元者占 3.5%,8000-10000 元者占 2.4%,10001 以上者占 0.7%;从游客的职业构成看,政府或事业单位高职人员占 5.6%,企业工作人员占 21.5%,个体工商户占 11.1%,农民占 2.8%,学生占 43.4%,离退休人员占 0.7%,其他人员占 14.9%。

三 基于游客特征的北京城市 RBD 游客价值差异分析

以游客人口特征变项(性别、年龄、教育程度、收入、职业)与 17 个游客价值因素进行独立 T 检验和方差分析,并以 Scheffe 法进行事后比较^[13],比较结果发现,不同人口特征的游客在一些游客价值因素上有显著差异。

1. 游客性别差异分析

不同性别游客在“13. 游览可增强我的自尊感”问题的回答上有显著差异,且女性强于男性。

2. 游客年龄差异分析

不同年龄游客在八项因素上有显著性差异,具体是 18 岁及以下游客和 61 岁及以上游客对“2. 商业区业态的多样性”的正向看法强于 26-35 岁和 36-45 岁的游客;18 岁及以下的游客对“3. 解说指示系统准确易懂”、“5. 购物特色和便利度”、“9. 游憩信息获取的便捷性”、“17. 活动项目的可参与性和趣味性”的正向看法强于 19-25 岁、26-35 岁、36-45 岁的游客;46-60 岁的游客对“8. 服务的响应性和可靠性”的正向看法强于 19-25 岁、26-35 岁、36-45 岁的游客;61 岁及以上的游客对“8. 服务

的响应性和可靠性”的正向看法强于 18 岁及以下、19-25 岁、26-35 岁、36-45 岁的游客;46-60 岁的游客对“10. 商业区物价水平”的正向看法强于 18 岁及以下、19-25 岁、26-35 岁、36-45 岁的游客,弱于 61 岁及以上的游客;46-60 岁的游客对“13. 游览可增强我的自尊感”的正向看法强于 19-25 岁、26-35 岁、36-45 岁的游客。

3. 游客教育程度差异分析

不同教育程度的游客在八项因素上存在显著性差异,具体是初中及以下教育程度游客、高中、中专及高职教育程度游客对“2. 商业区业态的多样性”的正向看法强于大专教育程度游客;初中及以下教育程度游客、高中、中专及高职教育程度游客对“3. 解说指示系统准确易懂”的正向看法强于本科教育程度游客;初中及以下教育程度游客、高中、中专及高职教育程度游客对“4. 周边景观和卫生环境”的正向看法强于大专、本科教育程度游客;初中及以下教育程度游客对“8. 服务的响应性和可靠性”的正向看法强于本科教育程度游客,研究生以上教育程度游客的正向看法强于大专、本科教育程度游客;初中及以下教育程度游客对“9. 游憩信息获取的便捷性”、“10. 商业区的物价水平”的正向看法强于大专、本科教育程度游客;初中及以下教育程度游客对“16. 游览是令人新奇的”、“17. 活动项目的可参与性和趣味性”的正向看法强于大专、本科教育程度游客,高中、中专及高职教育程度游客强于本科教育程度游客;高中、中专及高职教育程度游客对“17. 活动项目的可参与性和趣味性”的正向看法强于大专、本科教育程度游客。

4. 游客收入差异分析

不同收入的游客在“11. 商业区的商业秩序”方面存在显著性差异。月收入 8000 元以上的游客较月收入 1000 元以下、1001-3000 元、3001-5000 元的游客对商业秩序的正向看法弱。

5. 游客职业差异分析

不同职业的游客在五项因素上存在显著性差异。具体是政府机关或事业单位工作人员对“11. 商业区的商业秩序”的正向感知弱于学生;政府机关或事业单位工作人员对“12. 商业区的往返时间”的正向感知弱于学生、离退休人员及其他人员,企业工作人员的正向感知弱于其他人员,个体工商户的正向感知弱于学生、其他人员;企业工作人员对“13. 游览可增强我的自尊感”的正向感知弱于学生、离退休人员、其他人员;学生对“14. 游览让我结

交新朋友”的正向感知强于政府机关、事业单位及企业工作人员;政府机关或事业单位工作人员对“16. 游览是令人新奇的”的正向感知弱于企业工作人员、个体工商户、学生、离退休人员、其他人员。

四 北京 RBD 游客价值的 IPA 分析

1. 北京三处 RBD 游客价值的二维方格图

计算 798RBD 17 个游客价值因素的重要性和表现性的分项均值和总均值(表 1),分项均值越大,表明其重要性越高或表现性越好。除一项外,其他项的得分都在 3.0 以上,说明游客对于 798RBD 重要性和表现性的看法总体上是正向的。

运用二维方格图对游客价值的重要性和表现性进行比较分析,构建“重要性(Y 轴)与表现性(X 轴)”坐标体系,用重要性的总均值(3.734)和表现性的总均值(3.486)划分四大象限,根据重要性的分项均值和表现性的分项均值将 17 个因素放在该坐标体系中(图 1)。

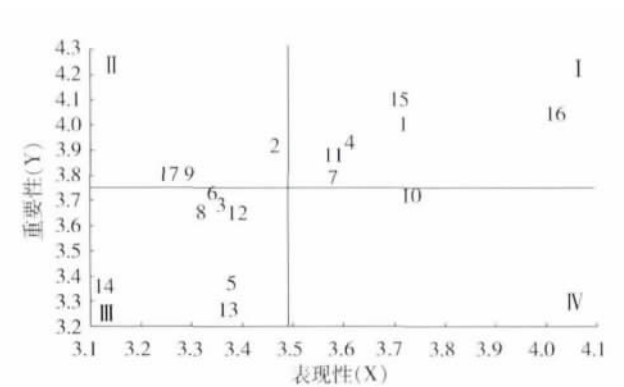


图 1 798RBD 游客价值二维方格图

需要指出的是,由于坐标轴的刻度值并不是等同的,所以二维图中的重要性和表现性都是相对概念。其中,第一象限中的指标是重要性高实际表现也比较好的因素;第二象限中的指标是重要性相对较高但实际表现不令人满意的因素;第三象限中的指标是重要性和表现性都相对较低的因素;第四象限的指标是重要性相对不高但实际表现相对较好的因素。同理可以得到王府井 RBD 和什刹海 RBD 游客价值的二维方格图,汇总整理得到表 2。

2. 北京三处 RBD 游客价值的对比分析

根据表 2 可以得出以下初步结论。

第一,从游客价值的重要性看,三处 RBD 总体上具有较强的一致性,游客最为重视质量价值,最不

表 2 北京三处 RBD 游客价值 IPA 分析

	王府井 RBD	什刹海 RBD	798RBD
第一象限	1、4、7、9、11、12、15	1、4、7、9、11、12、15、16	1、4、7、11、15、16
第二象限	2、3、6、8	3、6、17	2、9、17
第三象限	5、13、14、17	2、5、8、13、14	3、5、6、8、12、13、14
第四象限	10、16	10	10

重视社会价值。质量价值方面,三处 RBD 均重视游憩资源的吸引力、周边景观和卫生环境;什刹海 RBD 不重视商业区业态的多样性;798RBD 不重视解说指示系统的准确易懂性。效率价值方面,三处 RBD 均重视停车方便程度和游憩信息获取的便捷性,均不重视购物特色和便利度;798RBD 不重视餐饮特色和多样性;王府井 RBD 重视服务的响应性和可靠性。成本价值方面,三处 RBD 均重视商业秩序,均不重视物价成本;798RBD 不重视往返时间。社会价值方面,三处 RBD 均不重视相关指标。享乐价值方面,三处 RBD 均重视游览是令人愉悦的;王府井 RBD 不重视游览的新奇性、游憩活动项目的可参与性和趣味性。

第二,从游客价值的表现性看,三处 RBD 总体上呈现较强的一致性,成本价值表现最好,社会价值表现最差。王府井 RBD 和什刹海 RBD 总体表现好于 798RBD,这主要与 798RBD 形成的时间短、需要完善的方面较多有关。质量价值方面,三处 RBD 在游憩资源的吸引力、周边景观和卫生环境方面表现较好,而在商业区业态的多样性、解说指示系统的准确易懂性方面均表现得不够好。效率价值方面,三处 RBD 在停车方便程度方面均表现较好,而在购物特色和便利度、餐饮特色和便利度、服务的响应性和可靠性方面均表现不好;王府井 RBD 和什刹海 RBD 在游憩信息获取的便捷性方面表现较好,而 798RBD 在这方面表现较差。成本价值方面,三处 RBD 在物价水平、商业秩序方面均表现较好;王府井 RBD 和什刹海 RBD 在往返时间方面表现较好,而 798RBD 表现较差。社会价值方面,三处 RBD 相关指标均表现不好。享乐价值方面,三处 RBD 在游览的愉悦性、新奇性方面均表现较好,在游憩活动项目的可参与性和趣味性方面表现不好。

第三,从 IPA 方格图综合看,北京城市 RBD 游客价值指标可划分为优势指标(重要性高且表现性好)、劣势指标(重要性高但表现性差)、次劣指标(重要性低且表现性差)、次优指标(重要性低但表

现性好) 四类。

第一象限的指标(重要性高且实际表现好)是需要继续维持或提高的优势指标。在第一象限中, 三处 RBD 拥有五项共性指标, 即游憩资源的吸引力、周边景观和卫生环境、停车方便程度、商业秩序、游览是令人愉悦的; 王府井 RBD 和什刹海 RBD 拥有两项共性指标, 即游憩信息获取的便捷性和往返时间; 什刹海 RBD 和 798RBD 拥有一项共性指标, 即游览是令人新奇的。

第二象限的指标(重要性高但实际表现差)是急需改进的劣势指标, 应给予重点关注。其中, 王府井 RBD 和什刹海 RBD 拥有两项共性指标, 即解说指示系统的准确易懂性、餐饮特色和多样性; 王府井 RBD 和 798RBD 拥有一项共性指标, 即商业区业态的多样性; 什刹海 RBD 和 798RBD 拥有一项共性指标, 即游憩活动项目的可参与性和趣味性; 王府井 RBD 和 798RBD 分别有一项个性指标, 即服务的响应性和可靠性、游憩信息获取的便捷性。

第三象限的指标(重要性低且实际表现差)是需要逐步改进的次劣指标, 应给予持续适度的关注。这是因为指标的重要性并不总是一成不变的, 其在某些情况下可以实现从量变到质变的飞跃。在第三象限中, 三处 RBD 拥有三项共性指标, 即购物特色和便利度、游览可增强我的自尊感、游览有助于我的社会交往; 什刹海 RBD 和 798RBD 拥有一项共性指标, 即游憩信息获取的便捷性; 王府井 RBD 有一项个性指标, 即游憩活动项目的可参与性和趣味性; 什刹海 RBD 有一项个性指标, 即商业业态的多样性; 798RBD 有三项个性指标, 即解说指示系统准确易懂性、餐饮特色和多样性、往返时间。

第四象限的指标(重要性低但实际表现好)是需要适当关注并加以维持或提高的次优指标。在第三象限中, 三处 RBD 拥有一项共性指标, 即物价水平, 表明游客更重视游憩所获得的收益, 而对价格敏感度不太强; 王府井 RBD 拥有一项个性指标, 即游憩是令人新奇的。

五 提升北京城市 RBD 游客价值的对策

综合游客特征的差异分析和三处 RBD 游客价值的 IPA 分析, 结合 RBD 特点, 本研究认为, 北京市应采取有针对性的策略, 提升游客价值, 实现游客满意度和忠诚度, 推动城市 RBD 持续健康发展。

1. 完善质量价值

应进一步突出王府井 RBD 传统商业特点、什刹海 RBD 历史和酒吧文化特点、798RBD 文化创意特点, 巩固游憩资源核心吸引力、周边良好的景观和卫生环境, 进一步塑造其独特的主题形象。王府井 RBD 和 798RBD 要更多配置适宜的商业业态, 满足游客的多重游憩需求。王府井 RBD 和什刹海 RBD 应进一步完善和规范解说指示系统, 采用新颖的传播手段和独特的表达方式, 给游客新颖、清晰、有效的指引, 特别要考虑中间年龄段(26-45 岁)游客以及受教育程度高的游客对质量价值要求相对较高的情况, 重视他们的相关需求。

2. 提高效率价值

三处 RBD 都应进一步突出餐饮特色和多样性、购物特色和便利性。饮食供应应以地方风味美食为主, 兼顾国内外不同游客的个性需求。要打造符合自身特色的旅游商品, 注重发挥 18 岁以下游客在餐饮特色、游憩信息获取方面的正向感知优势, 重视年轻游客和学历较高游客对服务响应性和可靠性的更高要求。如 798RBD 可挖掘工艺美术学院师生和工作室艺术家的旅游商品研发、制作能力, 举办 798 旅游商品创意设计大赛, 建设创意旅游商品设计制作基地, 设立创意商品集市或展览, 研发出文化性、地域性强、创意独特的旅游商品。王府井 RBD 和什刹海 RBD 应通过加强服务人员培训、增加智能化服务设施、培养应急服务能力等多种措施, 提升游客服务的响应性和可靠性。798RBD 应针对散客为主的特点, 加强定制化、智能化的公共服务体系建设, 增强游客游憩信息获取的便捷性。

3. 扩大享乐价值

北京三处 RBD 在享乐价值方面具有较好基础, 重点应提高游憩活动项目的可参与性和趣味性, 打造适应不同年龄层次特别是 18 岁以下游客的游憩项目组合, 使游客从消费者的单一角色向消费与价值创造兼顾的综合角色转变, 进一步丰富享乐价值的内涵和外延, 重视受教育程度较高游客、来自政府机关或事业单位游客对享乐价值的更高追求。王府井 RBD 可通过打造富有特色的节庆活动、传统特色商品的生产体验活动等方式, 为游客提供全方位的体验。什刹海 RBD 应深度挖掘以往放荷灯、冰床围酌等令游客有新奇感的民俗活动, 同时组织开展游客乐于参与的活动项目。798RBD 可打造供游客展示自身文化创意理念和能力的活动项目, 如以生态文明为主题的行为艺术、以国际时尚为主题的服饰

搭配秀,让游客在游憩的同时实现自己的“创意”。

4. 培养社会价值

应通过加强圈子营销、策划有影响力的主题活动等多种方式,引导和培养游客的社会价值,在提升游客需求层次的同时提升城市 RBD 的游客价值。应针对女性游客以及 46-60 岁游客对社会价值正向感知强以及学生游客想通过游览促进社会交往的需求策划相关活动,以带动其他家庭成员和亲朋好友到 RBD 游览消费。王府井 RBD 应突出民族自有老字号品牌的社会影响力,在畅游传统商业街区、品尝风味美食、购买名特产品的过程中,增强游客的民族自豪感。什刹海 RBD 应突出酒吧休闲和京味历史文化相交融的特点,增加游客的社交机会和历史认同感。798RBD 应突出文化创意产业的特点,以艺术爱好者和时尚人士为主要目标市场,组织开展集体性的艺术创意与时尚活动,不断增强游客的自尊感,增进游客间的交往。

5. 巩固成本价值

北京三处 RBD 应注重保持合理的物价水平和良好的商业秩序。中年及以上游客对 RBD 物价水平的敏感程度相对较弱,月收入在 8000 元以上的高收入游客、来自政府机关或事业单位的游客更加重视 RBD 的商业秩序,可进一步挖掘其潜在购买能力。来自政府机关或事业单位、企业、个体工商业的游客比较关注 RBD 的往返时间,交通状况的好坏对其影响较大。王府井 RBD 和什刹海 RBD 要注意防止交通状况恶化;798RBD 应进一步完善周边的交通设施,特别是构建 798RBD 与游客集散地的轨道交通链接,提高可进入性,降低往返时间。

六 结语

随着我国城市居民休闲需求的快速增长,游客需求层次日益提升且趋于多样化。城市 RBD 的开发与管理应更多地关注游客的心理和行为,通过提升游客价值,增加游客满意度和游客忠诚度,获得城市 RBD 的竞争优势,实现可持续发展。城市 RBD 的开发管理者应在合理控制游客游憩成本的基础上,完善质量价值,提高效率价值,扩大享乐价值,培养社会价值。城市 RBD 游客价值的构成维度和影响因子不是一成不变的,应随着游客价值取向的变化而调整、完善。同时,不同地区、不同类型城市 RBD 的游客价值具有不同特点和表现,有必要进一步开展对比分析,进一步拓展城市 RBD 游客价值研

究的空间。

【Abstract】 The scale of the tourist value which includes quality, efficiency, cost, society and enjoyment factors is built based on customer value theory from the marketing. The mathematical statistics are applied to the demographic analysis of tourist value. Questionnaire survey and Importance-Performance Analysis (IPA) are applied to three types of comparably mature RBDs in Beijing which are Wangfujing, Shichahai and 798 Art Zone. Five countermeasures and suggestions which include perfecting quality value, raising efficiency value, broadening enjoyment value, cultivating society value and consolidating cost value are proposed based on the IPA and the characteristics of three RBDs in Beijing.

【Key words】 recreational business district; tourist value; importance-performance analysis; Beijing

参考文献

- [1] 保继刚. 主题公园的发展及其影响研究——以深圳市为例[D]. 中山大学, 1995: 105-108
- [2] 吴郭泉等. 桂林城市 RBD 开发研究[J]. 城市问题, 2004(4): 33-39
- [3] 鄢慧丽, 邓宏兵. 城市游憩商业区的环境和功能——以武汉市江汉路为例[J]. 城市问题, 2004(1): 40-43
- [4] Woodruff, R. Customer value: the next source for competitive advantage[J]. Academy of Marketing Science, 1997(2): 124-129
- [5] Day, George. s. Market driven strategy: process for creating value[M]. New York: Free Press, 1990: 2-5
- [6] Porter, Michael. E. Competitive strategy[M]. New York: Free Press, 1980: 21-22
- [7] 李佳, 成升魁, 钟林生. 顾客价值理论在旅游中的应用研究进展[J]. 人文地理, 2009(5): 21-24
- [8] 张立生. 中国城市 RBD 发展的驱动机制研究——沪宁苏杭汴等城市的案例[D]. 华东师范大学, 2006: 134-149
- [9] 王毅菲. 基于长三角地区对比实证分析的城市游憩商业区深度体验研究[D]. 浙江大学, 2007: 31-99
- [10] 黄颖华, 黄福才. 旅游者感知价值模型、测试与实证研究[J]. 旅游学刊, 2007(8): 42-47
- [11] 隋丽娜, 李颖科, 程圩. 中西方文化遗产旅游者顾客价值差异研究[J]. 旅游学刊, 2010(2): 35-41
- [12] 张迪. 乡村旅游游客感知价值研究[D]. 浙江大学, 2006: 95-105
- [13] 李佳, 钟林生, 成升魁. 民族贫困地区居民对旅游扶贫效应的感知和参与行为研究——以青海省三江源地区为例[J]. 旅游学刊, 2009(8): 71-76

(责任编辑: 刘媛君)