

文化主题公园旅游演艺满意度 影响因素研究

程金林¹, 李惠², 荣培君³, 程卫进⁴

(1. 河南大学 商学院, 河南 开封 475001;

2. 东北财经大学 旅游与酒店管理学院, 辽宁 大连 116025;

3. 河南财经政法大学 旅游与会展学院, 河南 郑州 450052;

4. 海南大学 国际旅游与公共管理学院, 海南 海口 570228)

摘要: 游客对旅游演艺的满意度是影响文化主题公园可持续发展的重要因素。文章以清明上河园为例, 选取该景区的32个旅游演艺节目作为研究对象, 运用必要条件分析(NCA)与模糊集定性比较分析(fsQCA)相结合的方法, 探究文化主题公园旅游演艺满意度的影响因素。研究发现: 演出时长、演出效果、服务质量、舞台形象是旅游演艺满意度的必要条件, 并且这些变量通过一定条件的组合能够对旅游演艺满意度产生显著的协同影响效应。文章据此提出了6条文化主题公园旅游演艺满意度的提升对策, 以期为文化主题公园旅游演艺产品的创新设计与开发提供决策参考。

关键词: 旅游演艺满意度; NCA; fsQCA; 文化主题公园; 清明上河园

中图分类号: F59 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674-5841(2024)04-0015-13

引言

旅游演艺是旅游业和演艺业相互融合产生的一种新业态, 已经成为文化主题公园的标配产品与关键吸引物。文化主题公园是以特定的文化为背景,

基金项目: 国家社会科学基金重大项目“建设黄河国家文化公园研究”(21ZDA081); 广西高校中青年教师科研基础能力提升项目“旅游地社会责任对居民主-客价值共创的影响研究”(2023KY0838)。

作者简介: 程金林(1996—), 男, 河南开封人, 2022级博士研究生, 研究方向为服务创新、旅游管理; 李惠(1988—), 女, 河南开封人, 2021级博士研究生, 研究方向为美食旅游; 荣培君(1986—), 女, 河南开封人, 副教授、博士, 研究方向为旅游可持续发展。

通信作者: 程卫进(1994—), 男, 贵州毕节人, 2024级博士研究生, 研究方向为旅游者行为。

继承了公园的娱乐性而形成的主题公园,这类主题公园具有主题显著性、文化独特性、寓教于乐性和参与体验性等特征,是能够满足游客的文化认知和精神需求,并提供休憩娱乐的场所^[1]。对文化主题公园来说,旅游演艺能够有效活跃其整体环境氛围、带动游客参与以及提升游客体验质量。随着旅游市场竞争日益激烈,提升游客对旅游演艺的满意度已经成为文化主题公园保持竞争力的重要手段。

一直以来,学者们给予旅游演艺、文化主题公园充分的关注和探讨。有关前者的研究主要集中在旅游演艺特征^{[2]164}、游客观看旅游演艺的动机^{[3]372}、游客对旅游演艺的体验感受及内容^{[4]359}、旅游演艺满意度^{[5]1}等;有关后者的研究主要从文化主题公园自身和游客感知两个视角探讨文化主题公园的发展问题^{[6]44}。近些年,开始有学者对文化主题公园旅游演艺满意度进行研究,如对深圳欢乐谷的旅游演艺满意度提升策略进行分析^{[7]51},以及探讨清明上河园《大宋·东京梦华》游客的动机、感知对其满意度的影响^{[8]94}。

然而,当前研究仍然存在一些不足。首先,有关文化主题公园旅游演艺满意度的实证研究比较缺乏,研究成果有待丰富。其次,现有研究多属于因果关系分析中的充分性讨论,主要对单一要素净效应进行论证,较少关注因果关系分析中的必要性问题以及讨论多要素组合状态对旅游演艺满意度的影响。为了弥补这些不足,本文采用必要条件分析(NCA)与模糊集定性比较分析(fsQCA)相结合的方法,试图发现哪些前因变量是旅游演艺满意度形成的必要条件,以及在多大程度上和何种组态下会影响旅游演艺满意度,以期为文化主题公园旅游演艺产品创新设计和开发提供理论依据和决策参考。

一、文献综述

(一) 旅游演艺研究

旅游演艺是指在旅游目的地特定演出场所内进行,致力于展示该区域历史文化或民俗风情的表演或演出活动^{[5]47}。20世纪70年代,以音乐剧和舞台剧为代表的旅游演艺产品受到西方旅游者的追捧,由此触发国外学者对旅游演艺的积极探索。随后,学者们从特征、动机、体验、满意度等多方面对旅游演艺展开研究。有研究指出,旅游演艺是面向游客、具有娱乐功能的文化和艺术产品,其特征通常包括娱乐性、文化性、艺术性和游客主体性等^{[2]165},游客观看旅游演艺的动机主要有缓解压力、了解文化、满足好奇心和提高生活满意度等^{[3]373}。与此同时,游客的旅游演艺体验感受到情感状态^[9]、美学以及传统的怀旧叙事^[10]和享乐主义消费观念^{[4]363}等方面的影响。有关旅游演艺体验的研究还聚焦于探讨游客体验的内容。例如, Lim 等^[11]

识别出游客的旅游演艺体验主要包含表演、服务和设施三层内容。在旅游演艺满意度方面,学者们构建了旅游演艺业核心利益主体满意度^[12]和基于ACSI的旅游演艺游客满意度^[13]等测评模型,并发现游客对演艺节目的动机、情绪、期望、评价、理解等因素与其满意度密切相关^[14-15];剧场形象感知、演艺产品形象感知、顾客期望、服务质量、演艺产品质量等是游客旅游演艺满意度的重要影响因子^[16-17]。

(二) 文化主题公园旅游演艺满意度研究

文化主题公园作为现今的热门旅游目的地,已经受到学术界的广泛关注,现有研究大多探讨文化主题公园的发展问题。一方面,从文化主题公园自身出发,研究相关发展策略。例如,Hunter^[18]讨论了本土文化如何在主题公园中的呈现问题;保继刚等^[19]探讨了在宏观区位不占优势的情况下,文化主题公园如何以地域文化为导向实现可持续发展。另一方面,从游客感知视角识别文化主题公园发展中需要解决的问题。例如,Zhang等^[20]通过网络文本分析考察了文化主题公园游客的情感体验;Duan等^[21]从游客角度识别了不同产品的感知真实性。此外,一些研究还探讨了文化主题公园的旅游演艺的发展问题。例如,李蕾蕾等^{[6]48}分析了深圳华侨城主题公园旅游表演的文化产业生产模式;张建亮^[22]对深圳世界之窗的成功发展历程和演化路径进行系统梳理。近年来,有部分学者开始研究文化主题公园旅游演艺满意度的提升策略和影响因素。例如,伍新蕾等^{[7]53}从节事营销视角分析了深圳欢乐谷的游客满意度;廖佰翠等^{[8]97}对清明上河园《大宋·东京梦华》的研究发现,游客动机和游客感知是游客满意度的重要影响因素。

综上所述,学术界对文化主题公园、旅游演艺的研究由来已久,并产生了大量的相关研究。其中,对文化主题公园的研究侧重于发展问题,对旅游演艺的研究主要涉及特征、动机、体验、满意度等方面。同时,也有一些研究探讨了文化主题公园旅游演艺满意度的提升策略和影响因素。但是,纵观国内外研究,有关文化主题公园旅游演艺满意度的文献整体上还比较少,文化主题公园旅游演艺满意度的影响因素还需要进一步丰富,提升策略也需要不断拓展。

二、研究设计

(一) 案例选取及数据收集

清明上河园坐落于河南省开封市,是以《清明上河图》为蓝本建造的大型宋文化主题公园,同时也是国家5A级景区,每日大小演艺节目达百余场。在众多文化主题公园中,清明上河园是具有典型性和代表性的一个。该景区每年都会在不同季节推出特色节目,其中夏季节目最为丰富,因此,本文选取该景区在夏季推出的32个旅游演艺节目作为研究对象,以探讨游客

对其旅游演艺满意度的影响因素和提升对策。本文采用问卷调查的方式收集数据，由笔者及清明上河园景区工作人员于 2022 年 7 月至 8 月对景区游客展开线下调查。为了保证问卷作答率和数据质量，对每一位参与问卷填写的游客都赠送一把印有八阕经典宋词的“东京梦华”扇子。本次调查共计发放 1500 份问卷，最终收回 1437 份问卷，经检查，所有问卷均为有效问卷。

(二) 变量设定及假设提出

1. 变量设定

本文以演出时长、游客年龄（包括青年游客、中年游客、老年游客）、游客体验（包括演出效果、服务质量、舞台形象）、场地面积作为演艺满意度的前因变量。各变量详细内容见表 1。

表 1 变量名称、含义和阈值设定

| 变量分类 | 变量名称 | 变量含义 | 阈值设定 |
|------|---------------------|---------------------|-------------------------------------|
| 前因变量 | 演出时长/分钟 | 节目演出的时长 | 高于 10 分钟@，为 1；低于 10 分钟，为 0 |
| | 青年游客比例 | <35 岁游客占全部游客的比例 | 超过 50% *，为 1；小于 50%，为 0 |
| | 中年游客比例 | 35 < 60 岁游客占全部游客的比例 | 超过 50%，为 1；小于 50%，为 0 |
| | 老年游客比例 | ≥60 岁游客占全部游客的比例 | 超过 50%，为 1；小于 50%，为 0 |
| | 演出效果 | 节目演出效果达到游客期望的程度 | 超过 50% **，为 1；小于 50%，为 0 |
| | 服务质量 | 节目演出场地的服务质量水平 | 超过 40%，为 1；小于 40%，为 0 |
| | 舞台形象 | 节目舞台形象与演出主题的契合程度 | 超过 60%，为 1；小于 60%，为 0 |
| | 场地面积/m ² | 节目演出场地的面积 | 大于 5000m ² ***，为 1；小于为 0 |
| | 演艺满意度/% | 游客对演艺节目的满意度 | 高于 50%，为 1；低于 50%，为 0 |

注：@ 阈值根据景区演艺节目情况设定；* 阈值根据年龄分布规律设定；** 阈值根据原始数据平均值设定；*** 阈值根据原始数据平均值设定。

2. 假设提出

首先，节目演出时长影响到游客对节目的接受程度和体验质量，进而影响演艺满意度。节目演出时长较短，游客难以有效接受节目所传达的内容和意义，也难以充分融入其中，产生“沉浸式”体验感^{[5]48}。因此，节目演出时长是演艺满意度形成的关键要素。其次，年龄的大小影响着游客对节目的理解程度，进而影响演艺满意度。在不同年龄阶段，游客的社会阅历和理解能力存在差异，对节目质量的要求也不尽相同，因而游客年龄也是演艺满意度的影响因素之一^[23]。本文将游客的年龄分为青年（<35 岁）、中年（35 < 60 岁）和老年（≥60 岁），以便于考察各年龄段的观演需求，识别各年龄段游客对演艺满意度的差异。再次，游客体验效果直接影响着游客对演艺的满意度。本文将游客体验细分为演出效果、服务质量、舞台形象，以便从细

节方面剖析旅游演艺对游客产生的综合效应。其一, 按照期望—不一致理论, 当产品或服务表现达到或超过期望时, 产生满意; 当产品或服务表现未达到期望时, 产生不满意^[24]。节目演出效果只有达到游客观演前的期望, 演艺满意度才会形成。其二, 服务质量是影响游客满意度的重要体验因子^[25]。服务质量的高低影响着游客从进场到退场整个过程的体验感受, 决定游客是否对旅游演艺作出积极满意的评价^[26]。其三, 舞台形象是使游客快速融入演出情境的外在条件, 舞台的整体风格、高科技元素的运用、场景布置的整体舞美效果等与演出主题的契合程度能够强化或削弱游客对演出节目的印象, 进而提高或降低演艺满意度^[27]。最后, 演出场地面积会作用于游客情绪, 进一步影响演艺满意度。过于狭窄的演出场地容易使游客产生拥挤感和压抑感, 进而导致负面情绪, 制约满意度的提升^[28]。因此, 演出场地面积大是演艺满意度产生的重要基础。

基于上述分析, 本文提出如下假设, 并构建如图 1 所示的研究模型。

- H1: 节目演出时长是演艺满意度高的必要条件;
- H2: 青年游客比例大是演艺满意度高的必要条件;
- H3: 中年游客比例大是演艺满意度高的必要条件;
- H4: 老年游客比例大是演艺满意度高的必要条件;
- H5: 节目演出效果达到游客期望是演艺满意度高的必要条件;
- H6: 服务质量高是演艺满意度高的必要条件;
- H7: 舞台形象布置与演出主题契合是演艺满意度高的必要条件;
- H8: 演出场地面积大是演艺满意度高的必要条件。

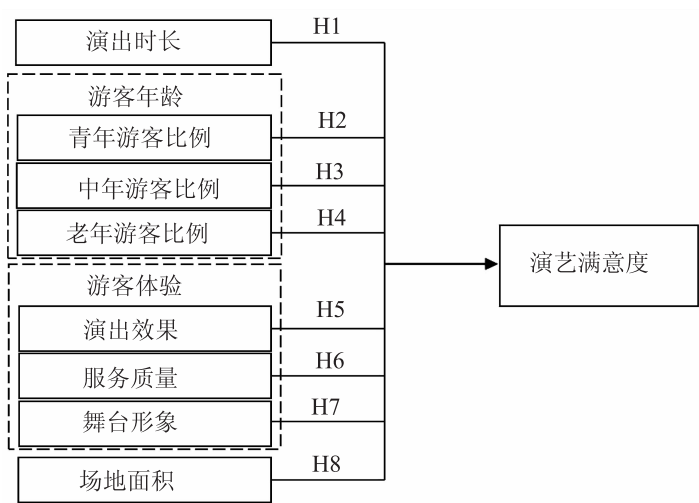


图 1 研究模型

（三）研究方法

本文采用 NCA 和 fsQCA 相结合的方法。前者用于检测前因变量的必要但不充分性；后者通过布尔代数以及布尔最小化公式，找到一种可以解释某一二分结果的因果关系的成分和机制。首先，采用 NCA 来检验演出时长、青年游客比例、中年游客比例、老年游客比例、演出效果、服务质量、舞台形象、场地面积 8 个前因变量是否以及多大程度上是演艺满意度的必要条件。其次，应用 fsQCA 对 NCA 结果作做一步验证，以探究这 8 个变量间的不同组合如何对演艺满意度产生影响，进一步得出文化主题公园旅游演艺满意度的提升对策。

三、研究结果分析

（一）必要条件分析

NCA 分析的起点是使用直角坐标系绘制数据的散点图，散点图中包含了潜在必要条件 X 和对应的每种情况 Y （结果）。如果散点图的左上角存在空白区域，则 X 可能是 Y 的必要条件。分析结果显示，在演出时长、青年游客比例、中年游客比例、老年游客比例、演出效果、服务质量、舞台形象、场地面积的散点图中，左上角均存在空白区域，初步表明这 8 个变量可能是演艺满意度的必要条件。进一步，采用包络上限技术（CE - FDH）对必要条件进行识别。根据 Dul 等的建议，必要条件的效应量（ d ）应大于 0.1 且达到显著性水平（ $P < 0.05$ ），并且效应量越大且 P 值越显著，前因变量对结果变量的约束力就越大^{[29]37}。由此可以得到，演出时长、演出效果，服务质量、舞台形象是演艺满意度的必要条件（ $d > 1$ 且 $P < 0.05$ ，见表 2）。所以，在 8 个假设中，H1、H5、H6、H7 成立，其余假设不成立。

表 2 前因变量的 NCA 参数

| 变量 | 精确度/% | 上限区域 | 范围 | 效应量 | P 值 |
|--------|-------|--------------|----------------|--------|--------|
| 演出时长 | 100 | 585. 710 | 4 956. 600 | 0. 118 | 0. 000 |
| 青年游客比例 | 100 | 451. 641 | 4 032. 900 | 0. 112 | 0. 454 |
| 中年游客比例 | 100 | 553. 965 | 2 645. 770 | 0. 209 | 0. 259 |
| 老年游客比例 | 100 | 238. 550 | 3 837. 600 | 0. 062 | 0. 553 |
| 演出效果 | 100 | 1 503. 311 | 4 305. 480 | 0. 349 | 0. 000 |
| 服务质量 | 100 | 1 158. 825 | 4 779. 360 | 0. 242 | 0. 000 |
| 舞台形象 | 100 | 1 688. 410 | 4 457. 180 | 0. 379 | 0. 000 |
| 场地面积 | 100 | 306 920. 000 | 3 717 450. 000 | 0. 083 | 0. 006 |

接着，分析前因变量的瓶颈水平。瓶颈表反映了当结果变量达到观测范

围内某一水平时,条件变量最少要达到的水平。如表3所示,演艺满意度要达到10%及以上水平,1个或多个条件变量具有不同程度的必要性(不充分)。例如,当演艺满意度达到50%时,演出时长需要达到1.5%的水平,青年游客比例需要达到16.6%的水平,中年游客比例需要达到23.0%的水平,老年游客比例需要达到0.2%的水平,演出效果需要达到29.7%的水平,舞台形象需要达到51.3%的水平,场地面积需要达到0.6%的水平;当演艺满意度达到90%时,演出时长需要达到24.2%的水平,青年游客比例需要达到17.6%的水平,中年游客比例需要达到65.7%的水平,老年游客比例需要达到32.7%的水平,演出效果需要达到96.5%的水平,服务质量需要达到62.0%的水平,舞台形象需要达到77.4%的水平,场地面积需要达到1.0%的水平;当演艺满意度达到100%时,青年游客比例需要达到37.2%的水平,中年游客比例需要达到71.0%的水平,老年游客比例需要达到37.0%的水平,舞台形象需要达到的97%的水平。

总体来看,演艺满意度在50%的水平以下,只需老年游客比例、舞台形象、场地面积等条件变量达到较小量的水平即可实现既定目标。而随着演艺满意度从50%提高到90%,演出时长、中年游客比例、老年游客比例、演出效果、服务质量、舞台形象都发生了较大变化,需要达到的水平显著提升。倘若演艺满意度要达到100%的水平,对青年游客比例、老年游客比例、舞台形象等的要求进一步增强,其中对舞台形象的要求最高。上述表明,不仅单个变量会对演艺满意度产生显著影响,多变量间的协同运作也能对演艺满意度产生较大影响。

表3 基于CE-FDH方法的瓶颈表结果 单位:%

| 演艺 满意度 | 演出 时长 | 青年游 客比例 | 中年游 客比例 | 老年游 客比例 | 演出 效果 | 服务 质量 | 舞台 形象 | 场地 面积 |
|-----------|----------|------------|------------|------------|----------|----------|----------|----------|
| 0 | NN | NN | NN | NN | NN | NN | NN | NN |
| 10 | NN | NN | NN | 0.2 | NN | NN | NN | NN |
| 20 | NN | NN | NN | 0.2 | NN | NN | 13.3 | 0.4 |
| 30 | NN | NN | NN | 0.2 | NN | NN | 13.3 | 0.4 |
| 40 | NN | NN | 13.9 | 0.2 | NN | NN | 16.1 | 0.4 |
| 50 | 1.5 | 16.6 | 23.0 | 0.2 | 29.7 | NN | 51.3 | 0.6 |
| 60 | 6.1 | 16.6 | 23.0 | 0.2 | 29.7 | 24.2 | 51.3 | 1.0 |
| 70 | 6.1 | 16.6 | 23.0 | 0.2 | 58.7 | 50.9 | 54.1 | 1.0 |
| 80 | 6.1 | 17.6 | 28.7 | 0.2 | 85.8 | 56.2 | 55.6 | 1.0 |
| 90 | 24.2 | 17.6 | 65.7 | 32.7 | 96.5 | 62.0 | 77.4 | 1.0 |
| 100 | NN | 37.2 | 71.0 | 37.0 | NN | NN | 97.0 | NN |

注:NN表示条件不必要。

(二) 条件组合分析

在 fsQCA 方法中,通过对单个变量进行必要条件分析能够确立组态中的核心条件。根据 Dul 等的建议将判断必要条件的一致性阈值设定为 0.9^{[29]33}。本文中,演出时长、青年游客比例、中年游客比例、老年游客比例、演出效果、服务质量、舞台形象、场地面积的一致性数值依次为 0.579、0.263、0.158、0.053、0.789、0.526、0.737、0.368,所有前因变量均不能单独作为演艺满意度的必要条件,因此需要进行条件组合才能实现预期的目标。

进一步分析,本文将案例频数阈值设定为 2,原始一致性阈值设定为 0.8, PRI 一致性阈值设置为 0.7,运行 fsQCA 软件,得到复杂解、中间解和简约解。本文参照魏明珠等的做法^[30],选取中间解作为数据基础,共得出 8 个组合结果。由表 4 可知,8 个组合结果的总覆盖度为 0.947,解释了 94.7% 的路径变化。进一步观察发现,前因变量演出时长、演出效果、服务质量和舞台形象在 8 个组合结果中均占据 4 个“存在条件”,其他条件则不具备同样效果,因此能够判断这四个变量是演艺满意的重要条件,这与 NCA 的结果是一致的。

表 4 旅游演艺满意度条件组合结果

| 前因条件 | 组合 1 | 组合 2 | 组合 3 | 组合 4 | 组合 5 | 组合 6 | 组合 7 | 组合 8 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 演出时长 | | ● | | | ● | | ● | ● |
| 青年游客比例 | | | ● | ● | ○ | | | |
| 中年游客比例 | ● | | | | | | | |
| 老年游客比例 | | | | | | ● | | |
| 演出效果 | | ○ | ● | | ● | ● | ● | |
| 服务质量 | ○ | ● | | ● | ○ | ● | | ● |
| 舞台形象 | | | ● | | | ● | ● | ● |
| 场地面积 | ○ | | | ● | | | | |
| 一致性 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 原始覆盖度 | 0.158 | 0.053 | 0.211 | 0.105 | 0.211 | 0.053 | 0.474 | 0.316 |
| 唯一覆盖度 | 0.053 | 0.053 | 0.158 | 0.053 | 0.053 | 0.053 | 0.000 | 0.000 |
| 总一致性 | 1 | | | | | | | |
| 总覆盖度 | 0.947 | | | | | | | |

注：●表示条件存在；○表示条件不存在；“空白”表示条件可存在也可不存在。

(三) 文化主题公园旅游演艺满意度提升对策

根据表 4 中的结果,组合 2 和组合 8、组合 5 和组合 7 均有 2 个相同的“存在条件”,为了避免重复分析,故只保留“存在条件”较多的组合 7 和

组合8。据此,提出6条供文化主题公园选择的旅游演艺满意度提升对策。

对策1:开发中年游客喜闻乐见的旅游演艺节目

在不考虑服务质量、演出场地面积及其他5个条件可存在可不存在的条件下,当中年游客比例较大时,依然可以获得较高的演艺满意度。这种情况下,文化主题公园应当集中资源开发吸引中年游客的旅游演艺节目,通过扩大中年游客的数量,提升整体演艺满意度。

对策2:开发吸引青年游客的旅游演艺节目,注重节目演出效果和舞台形象布置

在其他5个条件可存在可不存在的条件下,当青年游客比例较大,节目演出效果达到游客期望并且舞台形象布置与演出主题相契合时,会产生较高的演艺满意度。这种情况下,文化主题公园应当开发更多吸引青年游客的旅游演艺产品,着重打磨演艺剧目,提高演出质量,使其达到甚至超过游客期望,同时结合演出主题,设计和布置与之契合的舞台形象。

对策3:开发吸引青年游客的旅游演艺节目,提高服务质量和扩大演出场地面积

在其他5个条件可存在可不存在的条件下,当青年游客比例较大、服务质量较高并且演出场地面积较大时,可以产生较高的演艺满意度。这种情况下,文化主题公园应当开发更多吸引青年游客的旅游演艺产品,加强员工培训,提高服务质量,同时适当扩大演出场地面积或严格控制演出场地的游客数量,杜绝出现游客拥挤等现象,使游客在较为舒适的环境中观看演出。

对策4:关注老年游客市场,提高节目演出效果和服务质量,注重舞台形象设计

在其他4个条件可存在可不存在的条件下,当老年游客比重较大、节目演出效果达到游客期望、服务质量较高、舞台形象布置与演出主题契合时,会产生较高的演艺满意度。这种情况下,文化主题公园应当开发更多吸引老年游客的旅游演艺产品,着重打磨演艺剧目,提高演出质量,使其达到甚至超过游客期望,同时加强员工培训,提高服务质量,设计和布置与演出主题高度契合的舞台形象。

对策5:增加节目演出时长,增强节目演出效果及布置与演出主题相契合的舞台形象

在其他5个条件可存在可不存在的条件下,当节目演出时长较长、节目演出效果达到游客期望、舞台形象布置与演出主题契合时,会产生较高的演艺满意度。这种情况下,文化主题公园应当结合自身条件,适当延长节目演出时间,着重打磨演艺剧目,提高演出质量,使其达到甚至超过游客期望,同时布置与演出主题高度契合的舞台形象。

对策6:增加节目演出时长,提高服务质量及舞台形象与演出主题的契

合度

在其他5个条件可存在可不存在的条件下,当节目演出时长较长、服务质量较高、舞台形象布置与演出主题契合时,会产生较高的演艺满意度。这种情况下,文化主题公园应当结合自身条件,适当增加节目演出时长,同时加强员工培训,提高服务质量,设计和布置与演出主题高度契合的舞台形象。

四、研究结论与启示

(一) 研究结论

本文以清明上河园2022年夏季推出的32个旅游演艺节目为研究对象,综合运用必要条件分析与模糊集定性比较分析,探究文化主题公园旅游演艺满意度的影响因素,得出以下结论:

第一,通过必要条件分析发现,演出时长、演出效果、服务质量、舞台形象是旅游演艺满意度的必要条件。并且,这4个变量具有较大的效应量和显著性 P 值,在瓶颈表中也占据较大的比例和较高的水平,表明它们对旅游演艺满意度具有较强的约束作用。文化主题公园想要不断提升旅游演艺满意度,实现高质量发展,则应当在节目时长设计、演出效果呈现、演出服务质量提高、舞台形象布置等方面持续投入资源。

第二,根据瓶颈表分析结果,不仅单个变量对旅游演艺满意度存在显著影响,多个变量的联合效应也对旅游演艺满意度具有较大影响。例如,要产生90%的旅游演艺满意度,则需要重点考虑演出效果、舞台形象、中年游客数量、服务质量等内容,同时兼顾节目演出时长、青年和老年游客数量。这表明影响文化主题公园旅游演艺满意度的因素是多发性的,不仅要关注单个因素对旅游演艺满意度的影响作用,更要关注多因素组合对旅游演艺满意度产生的综合均衡作用。

第三,根据模糊集定性比较分析结果,提出6条供文化主题公园选择的旅游演艺满意度提升对策。①开发中年游客喜闻乐见的旅游演艺节目;②开发吸引青年游客的旅游演艺节目,注重节目演出效果和舞台形象布置;③开发吸引青年游客的旅游演艺节目,提高服务质量和扩大演出场地面积;④关注老年游客市场,提高节目演出效果和服务质量,注重舞台形象设计;⑤增加节目演出时长,增强节目演出效果及布置与演出主题相契合的舞台形象;⑥增加节目演出时长,提高服务质量及舞台形象与演出主题的契合度。这6条建议是通过对演出时长、青年游客比例、中年游客比例、老年游客比例、演出效果、服务质量、舞台形象、场地面积8个变量进行不同组合所得到的,反映了文化主题公园旅游演艺满意度的提升路径具有“多重并发”“殊途同归”的特点。

(二) 启示及建议

游客满意度是促进旅游演艺健康、可持续、高质量发展的根本动力。文化主题公园有必要强化对游客满意度的重视程度,并进一步重视影响游客对旅游演艺满意度的各种因素。研究表明,旅游演艺时长、游客体验效果两类因素构成旅游演艺满意度的必要条件;同时,结合游客年龄、演出场地面积两类因素产生6条旅游演艺满意度提升路径。文化主题公园在资金比较充足的情况下,可选择“多管齐下”的策略,同时从演艺剧目开发、节目时长设计、演出效果呈现、演出服务质量提高、舞台形象布置等方面发力,持续投入资源,不断为玩家提供高质量、高水平的旅游演艺产品;在资金比较有限或者需要投放其他更为重要的产品时,则需要突出因素组合优势,依据文化主题公园类型及企业自身特点,合理选择发展策略,参照本文提供的一条或多条对策集中力量突破较为制约自身旅游演艺发展的问题,从而实现效益最大化。

(三) 局限与展望

本文以清明上河园为例深入剖析文化主题公园旅游演艺满意度的影响因素及提升路径,进一步丰富了关于旅游演艺满意度形成机制理论的研究文献。但本文也存在一定的局限性和不足之处,需要进一步展开研究。首先,本文只选取了一个典型的文化主题公园作为研究案例,研究结论可能不完全适用于其他文化主题公园,未来研究可选取多个案例进行对比研究,以验证本文的研究结论。其次,影响游客旅游演艺满意度的因素颇多,本文只考虑几个较为核心的要素,未来研究可继续纳入其他变量,以进一步完善旅游演艺满意度影响因素理论和得到更加丰富的旅游演艺满意度提升路径。最后,本文建议在今后的研究中,同时使用回归分析、结构方程模型分析、必要条件分析、模糊集定性比较分析等,借助更加多元的数据处理方法,为文化主题公园旅游演艺产品创新设计与开发提供更加可靠的理论和实践依据。

[参考文献]

- [1] 陈雅晴. 文化主题公园规划设计研究:以山东东阿福地公园为例 [D]. 济南:山东建筑大学, 2020.
- [2] HUGHESHL. Culture and tourism: a framework for further analysis [J]. *Managing Leisure*, 2002, 7 (3).
- [3] KIM S S, CHUNG J Y, KING B. Intra - Asian performing arts tourism - the motivations, intentions, and performance preferences of Japanese visitors [J]. *Tourism Recreation Research*, 2018, 43 (3).
- [4] MA J, GAO J, SCOTT N, et al. Customer delight from theme park experiences [J]. *Annals of Tourism Research*, 2013, 42.
- [5] 施思, 黄晓波, 张梦. 沉浸其中就可以了吗: 沉浸体验和意义体验对旅游演艺游客满意度

- 影响研究 [J]. 旅游学刊, 2021, 36 (9).
- [6] 李蕾蕾, 张晗, 卢嘉杰, 等. 旅游表演的文化产业生产模式: 深圳华侨城主题公园个案研究 [J]. 旅游科学, 2005, 19 (6).
- [7] 伍新蕾, 陈思瀚, 徐沛. 节事营销视域下主题公园演艺活动游客满意度研究: 以深圳欢乐谷为例 [J]. 科技和产业, 2023, 23 (8).
- [8] 廖佰翠, 王雨桐, 张梦瑶, 等. 旅游演艺的游客动机、感知和满意度研究: 以《大宋·东京梦华》为例 [J]. 宁波大学学报 (人文科学版), 2017, 30 (3).
- [9] HUANG Y, SCOTT N, DING P, et al. Impression of Liusanjie: effect of mood on experience and satisfaction [J]. International Journal of Tourism Research, 2012, 14 (1): 91 - 102.
- [10] OH J E, KIM K J. How nostalgic animations bring tourists to theme parks: the case of Hayao Miyazaki's works [J]. Journal of Hospitality and Tourism Management, 2020, 45: 464 - 469.
- [11] LIM C C, BENDLE L J. Arts tourism in Seoul: tourist - orientated performing arts as a sustainable niche market [J]. Journal of Sustainable Tourism, 2012, 20 (5): 667 - 682.
- [12] 周运瑜, 尹华光, 阳芳. 旅游演艺业核心利益主体满意度测评模型构建与实证研究 [J]. 资源开发与市场, 2013, 29 (10): 1090 - 1093.
- [13] 李广宏, 潘雨晨, 梁敏华. 基于 ACSI 模型的旅游演艺游客满意度研究: 以“印象·刘三姐”为例 [J]. 西北师范大学学报 (自然科学版), 2019, 55 (3): 125 - 134.
- [14] SONG H, CHEUNG C. Attributes affecting the level of tourist satisfaction with and loyalty towards theatrical performance in China: evidence from a qualitative study [J]. International Journal of Tourism Research, 2010, 12 (6): 665 - 679.
- [15] HUANG Y, SCOTT N, DING P, et al. Impression of Liusanjie: effect of mood on experience and satisfaction [J]. International Journal of Tourism Research, 2012, 14 (1): 91 - 102.
- [16] 曹蕾. 甘肃省旅游演艺产品顾客满意度影响因素研究: 以《又见敦煌》为例 [D]. 兰州: 西北师范大学, 2018.
- [17] 胡慧君. 旅游者本真性感知差异与满意度关系: 以赣南采茶戏为例 [D]. 北京: 首都经济贸易大学, 2021.
- [18] HUNTER W C. Performing culture at indigenous culture parks in Taiwan: using Q method to identify the performers' subjectivities [J]. Tourism Management, 2014, 42: 294 - 304.
- [19] 保继刚, 张若曦, 梁增贤. 地域文化对主题公园可持续发展的影响: 以开封清明上河园为例 [J]. 中国名城, 2023, 37 (8): 37 - 42.
- [20] ZHANG T, LI B, HUA N. Chinese cultural theme parks: text mining and sentiment analysis [J]. Journal of Tourism and Cultural Change, 2022, 20 (1/2): 37 - 57.
- [21] DUAN X, CHAN C S, MARAFA L M. Does authenticity exist in cultural theme parks? A case study of Millennium City Park in Henan, China [J]. Journal of Tourism and Cultural Change, 2019, 17 (3): 321 - 338.
- [22] 张建亮. 《案例》: 深圳世界之窗——旅游演艺发展路径研究 [D]. 广州: 暨南大学, 2017.
- [23] 全艳婷, 孙景荣. 旅游演艺产品顾客满意度的社会学分析: 以杭州“宋城千古情”为例 [J]. 长春理工大学学报 (社会科学版), 2019, 32 (4): 68 - 73.
- [24] 马天, 李想, 谢彦君. 换汤不换药 游客满意度测量的迷思 [J]. 旅游学刊, 2017, 32 (6): 53 - 63.

- [25] 马天. 旅游体验质量与满意度: 内涵、关系与测量 [J]. 旅游学刊, 2019, 34 (11): 29 – 40.
- [26] 郑焱, 刘小同, 许春晓. 实景演出游客感知、情感、满意的关系探究 [J]. 旅游研究, 2013, 5 (2): 42 – 49.
- [27] 廉洁. 剧场类旅游演艺产品游客满意度实证研究 [D]. 大连: 东北财经大学, 2010.
- [28] 胡婷, 张朝枝. 拥挤会唤醒游客负面情绪吗? 基于泰山观日情境的实证研究 [J]. 南开管理评论, 2024, 27 (1): 98 – 107.
- [29] DUL J. Necessary condition analysis (NCA): logic and methodology of “necessary but not sufficient” causality [J]. *Organizational Research Methods*, 2016, 19 (1).
- [30] 魏明珠, 郑荣, 雷亚欣, 等. 数智驱动背景下全域产业数据治理能力提升路径研究: 基于非对称创新理论的组态分析 [J]. 现代情报, 2023, 43 (4): 17 – 27.

Influential Factors of Satisfaction of Tourism Performing Arts for Cultural Theme Parks

CHENG Jinlin¹, LI Hui², RONG Peijun³, CHENG Weijin⁴

(1. School of business, Henan University, Kaifeng 457001, Henan, China;

2. School of Tourism and Hotel Management, Dongbei University of Finance & Economics, Dalian 116025, Liaoning, China;

3. School of Tourism and Exhibition, Henan University of Economics and Law, Zhengzhou 450052, Henan, China;

4. College of International Tourism and Public Administration, Hainan University, Haikou 570228, Hainan, China)

Abstract: The tourists' satisfaction with tourism performing Hainan, important factor for the sustainable development of cultural theme parks. This study takes the Millennium City Park as an example, selects 32 performing arts programs in the scenic spot as the research object, and uses the method of combination of NCA and fsQCA to explore the factors influencing the satisfaction of performing arts in cultural theme parks. The study finds that the performance duration, performance effect, service quality and stage image are the necessary conditions for satisfaction of tourism performing arts, and these variables can have a significant synergistic effect on satisfaction of tourism performing arts through a combination of certain conditions. Based on this, the study also puts forward six measures to improve the satisfaction of cultural theme park tourism performing arts to provide decision – making reference for the innovative design and development of cultural theme park tourism performing arts products.

Keywords: satisfaction of tourism performing arts; NCA; fsQCA; cultural theme parks; Millennium City Park