

引用格式: 吕宁, 吴新芳, 韩霄, 等. 游客与居民休闲满意度指数测评与比较: 以北京市为例[J]. 资源科学, 2019, 41(5): 967-979.
[Lyu N, Wu X F, Han X, et al. Evaluation and comparison of tourists and residents' urban leisure satisfaction: Taking Beijing as an example[J]. Resources Science, 2019, 41(5): 967-979.] DOI: 10.18402/resci.2019.05.13

游客与居民休闲满意度指数测评与比较 ——以北京市为例

吕 宁^{1,2}, 吴新芳^{1,2}, 韩 霄^{1,2}, 赵亚茹^{1,2}

(1. 北京第二外国语学院, 北京 100024; 2. 北京旅游发展研究基地, 北京 100024)

摘 要:随着城市休闲化发展渐成趋势, 休闲满意度日益成为衡量城市发展潜力的重要内容。本文将美国顾客满意度模型(ACSI)的概念框架应用于城市休闲满意度研究。通过重新梳理城市休闲要素, 构建了城市休闲满意度测评指标体系, 并基于北京市休闲满意度调查数据, 运用基于均方差的客观赋权法及IPA法对游客、居民两大休闲主体的城市休闲满意度水平、机理及其影响因素进行综合性测评与对比分析。研究结果如下: ①北京市游客休闲满意度指数为3.9016, 居民休闲满意度指数为3.6616, 仍具有较大的提升空间。②休闲感知质量是影响休闲满意度的主要准则层因素, 食购娱休闲活动、休闲服务水平因素对休闲满意度具有显著影响, 空气质量、气候舒适度、不推荐、向他人抱怨、向有关部门投诉等指标均对休闲满意度解释力较大, 休闲消费性价比、休闲消费物超所值均较为重要。③游客与居民休闲满意度存在一定的差异: 居民认为城市休闲氛围、人员服务水平、交通便利程度会显著影响满意度, 对休闲体验总体满意度、休闲实际体验休闲感知与理想的差异、再次休闲意愿等评价较低; 而游客更为关注城市的旅游设施与服务以及城市休闲环境氛围, 对城市旅游景观质量、休闲活动体验预期评价较低。本文有助于构建城市休闲满意度测评模型, 为提升城市休闲体验质量提供依据。

关键词:休闲满意度; 游客满意度; 城市休闲; ACSI模型; 北京市

DOI: 10.18402/resci.2019.05.13

1 引言

随着国民休闲意识的提高及休闲需求的快速增长, 城市休闲功能日益凸显。城市容纳众多需求各异的休闲者, 致使城市休闲活动也呈现出极大的复杂性与多元性。对所有休闲者来说, 整座城市都成为他们体验的对象, 因此, 城市面临着如何更好地满足不同休闲者的休闲需求、完善休闲功能的挑战。在此背景下, 城市休闲利益相关者对城市休闲供给感知评价显得尤为关键, 其中游客与社区居民是重要的休闲主体。目前对不同休闲主体的城市休闲感知研究仍相对不足, 但该研究对打造休闲都市、提升城市休闲质量具有重要的参考价值。据此, 对游客与社区居民的城市休闲体验满意度进行

评价, 可以识别不同休闲主体的满意度水平及其所关注的城市休闲关键因子, 为了解和管理提供更多行之有效的措施。提高城市休闲满意度, 有利于提升城市休闲形象、打造城市休闲口碑、增强城市休闲吸引力。

Beard等将休闲满意度定义为: 个体由于参与休闲活动所展现、形成或获得的积极感受^[1], 是个体从休闲体验中感觉到的满足程度, 已得到较广泛的认可^[2]。游客满意度的研究成果较为丰硕, 集中在游客满意度的理论概念^[3]、影响因素^[4]、影响机制^[5,6]、测评模型构建与实证研究^[7-9]、旅游开发对策^[10]等方面, 研究侧重点有所不同。已有研究主要从传统旅游要素体验的视角, 对国家^[11]、城市^[12]、世界遗产地^[13]、旅游

收稿日期: 2018-09-17 修订日期: 2019-01-07

基金项目: 北京市哲学社会科学规划项目(545001/003)。

作者简介: 吕宁(1980-), 女, 陕西宝鸡人, 副教授, 博士, 研究方向为旅游与休闲经济、休闲城市学、文化旅游等。E-mail: cinderella00900@sina.com

通讯作者: 吴新芳, E-mail: 907022654@qq.com

景区^[14]、主题公园^[15]、文化创意型旅游地^[16]等不同层面的旅游目的地游客满意度进行测评。而针对居民休闲满意度的研究主要从影响因素及其机制^[17,18]、量化评价^[19]、与生活满意度^[20,21]和幸福感^[22]的关系等方面进行探讨。在居民休闲满意度的量化评价上,应用较广的评价体系是Beard等提出的休闲满意度量表,包括心理、教育、社交、放松、生理、美学六大维度^[1],评价较为科学、系统。有学者运用该量表分析杭州市^[17,19]、深圳市^[23]居民的休闲满意度,该评价量表更多是针对休闲满意度的整体属性,并未涉及对城市休闲具体要素的评价。也有学者从休闲环境、休闲场所与设施、休闲活动等方面评价锦州市^[24]、上海市、武汉市、成都市^[2]居民的休闲活动满意度。

综上所述,游客作为城市休闲的外来体验者与需求方,其研究主要基于对传统旅游要素的体验,从休闲的视角专门针对游客城市休闲满意度的深入研究尚未展开。随着休闲大众化、全域化,游客在城市休闲的内涵将更加丰富,游客休闲满意度测评指标也亟需重新考量。而社区居民作为城市的常住人口,对其休闲满意度的测评仅更多地针对休闲满意度的整体属性,或是休闲体验的某方面,并未覆盖城市休闲内容的各方面,评价的全面性有待增强。值得注意的是,游客和居民均是城市休闲的核心利益相关者与评价者,但具有不同的群体特点。游客的外来性、短期停留性,与居民的本土性、长期居住性特点不同程度地影响游客与居民对城市休闲体验的感知情况。通过梳理发现,已有一些研究尝试探讨游客与居民作为城市休闲两大主体的休闲体验感知差异。如对城市森林休闲游客和居民的休闲感知进行对比^[25],对本地居民与到访游客的城市环境供给因素满意度及其对重游意愿的影响进行比较^[26],对入境游客与社区居民的旅游目的地旅游供给感知进行测评及差异分析^[27]。这些研究主要从城市环境、旅游供给方面的感知进行测评和对比,而更广泛的测评内容,尤其是对游客与居民的城市休闲体验都需做更进一步的分析研究。

本文基于经典的顾客满意度模型(ACSI),结合城市休闲要素,建立城市休闲满意度测评模型。从游客和居民两大群体视角对北京市休闲体验进行测评,分析不同休闲主体的休闲满意度水平及其影

响因素,比较两者重视的主要因素及其异同点。通过测度多群体对城市休闲体验感知的差异,拓展城市休闲满意度评价模型,对丰富城市休闲满意度的研究维度与视角具有一定理论意义,同时也为促进城市科学破解休闲满意度制约、提升城市休闲体验质量提供实践依据。

2 城市休闲满意度测评模型与指标体系

2.1 测评概念模型

目前国内外影响最广泛的满意度模型是美国的ACSI模型,能较好地解释满意度发生的内在成因,并成功运用于文化创意型旅游地^[4,16]、旅游景区^[7,28]、酒店^[29]、古村落^[30]和城市^[8]等不同对象的满意度测评。因此,本文借鉴ACSI模型,结合休闲的内容与特点,建立城市休闲满意度模型。该模型由期望阶段满意度(休闲预期)、体验阶段满意度(休闲感知质量和休闲感知价值)、评价阶段满意度(休闲满意)、后休闲阶段满意度(休闲忠诚、休闲抱怨)组成。其中,休闲期望、休闲感知质量、休闲感知价值是系统的输入变量;休闲满意、休闲抱怨、休闲忠诚是结果变量,共同构成了休闲满意度系统(图1)。

2.2 测评指标体系

根据城市休闲满意度模型,休闲满意度是由休闲者对休闲体验的期望、质量感知、价值感知共同作用,表现为主体的满意程度及行为倾向。基于该模型,并综合借鉴相关研究成果,本文构建了城市休闲满意度测评指标体系(表1)。该体系分为4个层次,目标层为城市休闲满意度,准则层为休闲期望、休闲感知质量、休闲感知价值、休闲满意、休闲抱怨、休闲忠诚。具体指标是基于相关的游客满意度^[12,31]、游客体验质量^[9]、居民生活质量^[32]评价指标体系内容进行选择。其中,对于休闲感知质量,本文从休闲活动、休闲服务与环境出发选择感知质量指

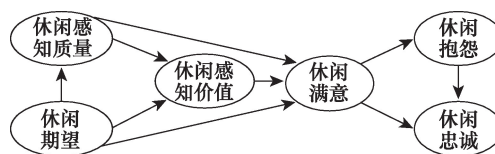


图1 城市休闲满意度模型

Figure 1 Urban leisure satisfaction model

2019年5月

表1 城市休闲满意度测评指标体系

Table 1 Urban leisure satisfaction evaluation index system

目标层	准则层	因素层	指标层	游客	居民
城市休闲满意度	休闲期望 (0.064 9)[0.071 1]	休闲活动体验期望 (0.064 9)[0.071 1]	休闲活动体验总体期望度	0.021 2	0.023 2
			休闲服务质量期望度	0.022 0	0.023 9
			休闲活动满足需求期望度	0.021 7	0.023 9
	休闲感知质量 (0.627 9)[0.616 5]	旅游景观质量 (0.081 0)[0.092 4]	旅游景观美感	0.020 8	0.023 2
			旅游景观特色	0.019 8	0.022 8
			旅游景观丰富	0.020 9	0.023 1
			旅游景观文化价值	0.019 5	0.023 4
		食购休闲娱乐活动 (0.206 4)[0.186 8]	休闲娱乐活动丰富	0.023 4	0.023 7
			休闲娱乐场所众多	0.023 8	0.023 2
			城市休闲氛围浓厚	0.024 9	0.026 7
			住宿设施条件	0.025 0	—
			餐饮特色	0.021 8	0.022 7
			餐饮环境卫生	0.022 1	0.023 1
			餐饮品种丰富	0.022 5	0.022 6
			商品种类	0.021 0	0.021 8
			商品特色	0.021 9	0.023 2
		休闲服务水平 (0.137 4)[0.124 2]	旅游咨询服务	0.023 1	0.024 3
			旅游投诉服务	0.024 6	0.025 3
			旅游信息服务	0.022 0	0.024 9
			解说标识标牌	0.022 1	0.023 5
			人员服务水平	0.023 4	0.026 2
			居民友好程度	0.022 3	—
		城市基础设施 (0.091 9)[0.099 9]	公共厕所设施完善程度	0.025 3	0.025 7
			城市治安	0.020 4	0.023 3
			交通便利程度	0.022 1	0.026 1
			休息设施完善程度	0.024 0	0.024 9
		城市自然环境 (0.111 2)[0.113 3]	环境卫生	0.024 0	0.025 5
			植被绿化	0.025 4	0.025 7
			空气质量	0.030 8	0.031 8
			气候舒适度	0.031 0	0.030 3
	休闲感知价值 (0.080 1)[0.113 3]	休闲感知价值 (0.080 1)[0.079 7]	休闲消费物超所值	0.026 1	0.026 8
			休闲消费性价比	0.027 0	0.026 9
			休闲消费价格合理度	0.027 0	0.026 0
	休闲满意 (0.097 0)[0.095 7]	休闲总体满意度(0.023 7)[0.022 8]	休闲体验总体满意度	0.023 7	0.022 8
		休闲感知与期望的差异(0.024 2)[0.023 6]	休闲感知与期望的差异	0.024 2	0.023 6
		休闲感知与理想的差异(0.023 8)[0.024 3]	休闲感知与理想的差异	0.023 8	0.024 3
		休闲感知与同类城市的差异(0.025 2)[0.025 0]	休闲感知与同类城市的差异	0.025 2	0.025 0
	休闲忠诚 (0.047 9)[0.049 6]	再次休闲意愿(0.023 6)[0.022 3]	再次休闲意愿	0.023 6	0.022 3
		推荐意愿(0.024 3)[0.027 3]	推荐意愿	0.024 3	0.027 3
	休闲抱怨 (0.082 2)[0.087 4]	向他人抱怨(0.027 9)[0.029 1]	向他人抱怨	0.027 9	0.029 1
		不推荐(0.027 2)[0.029 2]	不推荐	0.027 2	0.029 2
		向有关部门投诉(0.027 1)[0.029 1]	向有关部门投诉	0.027 1	0.029 1

注:①“住宿设施条件、居民友好程度”主要是从游客的角度进行体验^[9,11],因此未纳入居民休闲满意度指标体系。②小数点保留4位,以充分体现数据的完整。③()内为游客样本各指标权重,[]内为居民样本各指标权重。④向他人抱怨、不推荐、向有关部门投诉为负向指标,在数据分析中已进行归一化处理。

标,不仅涵盖食住行游购娱旅游6要素,并包含影响人们休闲的外在因素,如公共服务设施、环境、安全等,更为全面地衡量城市休闲体验的具体内容。

2.3 测评量化模型

2.3.1 态度量化

采用李克特5级量表进行态度量化,由休闲主体对每个项目表述的5级态度或感知进行判别,将“非常同意、同意、中立、不同意、非常不同意”分别赋予“5、4、3、2、1”的分值。为弥补封闭性问卷的不足,同时设计开放性问题进行填空。为补充问卷未涉及的问题,在实地发放问卷时与游客、居民进行深入访谈,以便获取更多的相关信息。

2.3.2 归一化处理

运用极差标准化法对原始数据归一化处理:

$$\text{正向指标: } X_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{j\min}}{x_{j\max} - x_{j\min}} \quad X_{ij} \in [0, 1] \quad (1)$$

$$\text{反向指标: } X_{ij} = \frac{x_{j\max} - x_{ij}}{x_{j\max} - x_{j\min}} \quad X_{ij} \in [0, 1] \quad (2)$$

式中: x_{ij} 、 $x_{j\max}$ 、 $x_{j\min}$ 和 X_{ij} 分别为第*i*个城市第*j*个指标的原值、最大值、最小值和标准化后的数值。

2.3.3 客观赋权

指标赋权法可分为主观赋权法与客观赋权法。主观赋权法主要有专家打分法^[7]、层次分析法^[16]等,但具有较多的主观色彩;客观赋权法主要有熵权法、均方差法、模糊数学法等。为确保评价结果的客观性和科学性,本文首先尝试运用熵权法进行赋权,但结果表明该方法依赖于指标相对均值的变化程度,造成指标评分较高,但相对变化小,反而满意度指数较低。而均方差法能较好地解决该问题。基于差异驱动原理,综合指标相对变化程度与均值大小,测算权重更为合理,常运用于城市休闲质量^[33]、城市生态系统健康^[34]等评价。因此,本文采用均方差法进行指标赋权,线性加权法进行测算,步骤如下:

(1)计算第*j*个指标的均方差 σ_j :

$$\sigma_j = \sqrt{\sum_{i=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_j)^2} \quad (3)$$

式中: X_{ij} 为第*i*个城市第*j*个指标的标准化数值; \bar{X}_j 为第*j*个指标的标准化数值平均值。

(2)计算第*j*个指标权重系数 w_j :

$$w_j = \sigma_j / \sum_{j=1}^m \sigma_j \quad (4)$$

式中: m 为某评价要素下指标个数; $w_j \in [0, 1]$,

$$\sum_{j=1}^m w_j = 1。$$

2.3.4 建立测评函数

采用式(5)、(6)多目标线性加权函数计算休闲满意度指数:

$$F_j = w_j \times X_j \quad (5)$$

$$F_t = \sum_{j=1}^n F_j \quad (6)$$

式中: F_j 为第*j*项指标的满意度指数; F_t 为总满意度指数; X_j 为第*j*个指标的标准化数值。

3 北京市游客与居民休闲满意度案例分析

3.1 研究区背景

北京市是中国的、政治、文化、国际交往和科技创新中心,同时也是休闲产业高度发达的城市。旅游资源高度富集,城市的食宿、交通、购物、娱乐、文化、通讯等设施较发达,为开展休闲活动提供了保障。北京市政府也为促进休闲活动的开展采取一系列举措,相继发布《北京市人民政府关于促进旅游业改革发展的实施意见》、《北京市推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展行动计划(2015—2020年)》、《北京市“十三五”时期体育发展规划》等政策。以北京市为例研究休闲满意度测评,从休闲主体的切身体验出发,了解游客、居民真实的休闲满意度水平及其影响因素,对北京市提升休闲体验、打造休闲宜居都市具有一定意义。

3.2 调查方法与数据处理

3.2.1 问卷设计

采用问卷调查法获取游客与居民的基础资料及其对北京休闲体验满意度的相关数据。问卷主要包含2部分:①休闲满意度调查,基于表1休闲满意度测评体系形成量表;②个人基本信息。包括性别、年龄、文化程度、婚姻状况、职业、月收入,对居民调查则增加了是否从事旅游休闲相关行业、居住时长等基本信息。

3.2.2 调查组织

本项研究于2017年12月10—23日、2019年3

2019年5月

月21日—4月1日进行正式问卷调查,问卷发放期共25天。综合采用线下线上相结合,且同时开展的调查方法。线下问卷调查中,采取随机拦截访问、现场回收的方式,为提高样本的代表性,拦截访问地点遵循被选场所的典型性和全覆盖性原则,包括城区的故宫、天坛、什刹海、颐和园、南锣鼓巷、天安门、前门大街、大栅栏、军事博物馆、玉渊潭公园、奥林匹克公园、朝阳公园、龙潭湖公园等游客和居民人流量均较大的主要旅游休闲场所。问卷调研通过询问被调查者由游客或居民填写相应的问卷。此外,为进一步扩大对居民的调研,深入到北京市主要城区的不同社区及其周边公共场所,调研社区的选择尽量覆盖北京市不同城区的各类社区,主要集中在朝阳区、海淀区、东城区和西城区的社区以及周边的商场、超市、餐厅等。线上调查则通过问卷星将问卷链接发给近1年内来北京休闲的游客及在北京居住达1年以上的当地居民填写。网络问卷设置筛选性问题“您最近1年内是否来过北京旅游休闲”“您在北京是否居住达1年以上”,以进一步确定调查样本的类型。

对于样本量,本文根据统计学中确定抽样样本量的一般公式,按照95%的置信度水平、允许误差5%以内的要求确定样本规模。其中,估计值置信度为95%(Z 为1.96),误差 e 为5%, p 为样本离散程度,取最大值0.5。经测算,满足本次调查允许误差和置信度要求的最低样本规模为384份。本次居民休闲满意度问卷共发放665份(线上168份,线下495份),游客休闲满意度问卷为758份(线上131份,线下627份),共计1423份。剔除有大缺失值、数据全部为同一选项的问卷4份,并筛除线上问卷中最近1年内未来过北京旅游休闲的游客问卷51份、未在北京居住达1年以上的居民问卷2份,有效问卷总共为1366份,有效率为96%。采用SPSS 19.0进行信效度测算,居民、游客问卷整体信度Cronbach's α 系数值分别为0.949、0.953,表明问卷调查结果具有较好的信度;且居民、游客休闲满意度量表KMO值分别为0.951、0.948,均通过显著性水平为0.05的巴特利球型检验,效度较好。

3.3 指标权重确定

采用基于均方差法的客观赋权法,根据式(3)、

(4)测算出休闲满意度各指标的权重,如表1所示。从游客休闲满意度各层次权重来看,准则层中休闲感知质量权重最大,为0.6280,与罗慧敏等的研究结果一致^[4],也验证了Anderson等所提出的感知质量对满意度影响最大的观点^[35];评价因素中,食购休闲娱乐活动(0.2064)、休闲服务水平(0.1373)影响较大。从具体指标权重来看,气候舒适度(0.0310)、空气质量(0.0308)、向他人抱怨(0.0279)、不推荐(0.0272)权重较大,说明这些指标对游客休闲满意度指数的影响较大,但后两者为反向指标。对居民来说,准则层中同样也是休闲感知质量权重最大(0.6165),休闲忠诚权重较小,仅为0.0500;评价因素中,食购休闲娱乐活动(0.1868)、休闲服务水平(0.1242)权重较大,而再次休闲意愿(0.0223)权重较小。具体评价指标中,空气质量(0.0318)、气候舒适度(0.0303)、不推荐(0.0292)、向他人抱怨(0.0291)对休闲满意度的影响较大。

3.4 结果与分析

3.4.1 样本描述

分别对回收的居民、游客问卷进行描述性分析,如表2所示,居民、游客样本的基本属性情况为:从整体来看,样本在年龄、文化程度和月收入分布上均呈现正态分布。在性别特征方面,居民与游客样本中男女比例基本保持平衡;在年龄分布方面,19~25岁、26~35岁、36~45岁年龄段的比例相对较高,以中青年群体为主;在职业构成方面,居民中事业单位员工比重最多,其次为教育卫生科研人员,而游客中普通企业员工居多,其次为学生、事业单位员工;从婚姻状况来看,已婚者稍多;在文化程度分布上,大学专/本科、研究生及以上的群体较多;从个人月收入水平看,5001~8000元中居民占比为24.5%,游客占比为28.1%;调查的居民中84.6%未从事旅游休闲相关工作,居住20年以上的居民占比39.7%。

3.4.2 休闲满意度指数分析

游客、居民休闲满意度指数如表3所示。游客休闲满意度指数为3.9016(满分为5分)。从各层次的满意度来看,准则层中游客休闲感知质量满意度指数最大,表明游客对城市休闲的体验感知对游客满意度指数贡献值最大,而休闲忠诚满意度指数较

表2 样本基本特征

Table 2 Basic characteristics of the samples

基本属性	分类	居民构成/%	游客构成/%	基本属性	分类	居民构成/%	游客构成/%
性别	男	49.2	49.9	婚姻状况	未婚	47.4	40.6
	女	50.8	50.1		已婚	50.3	56.0
年龄	≤ 18	3.5	4.8		其他	2.3	3.4
	19-25	28.9	30.0	文化程度	初中及以下	7.7	9.5
	26-35	28.7	26.0		高中/中专/技校	18.4	21.0
	36-45	18.6	20.5		大学专/本科	47.6	45.3
	46-60	13.1	12.9		研究生及以上	26.3	24.2
	≥ 61	7.3	5.8	月收入	≤ 3000	21.9	21.3
					3001~5000	16.8	21.3
职业	学生	15.1	15.5		5001~8000	24.5	28.1
	普通企业员工	8.8	24.0		8001~10000	13.0	17.8
	企事业管理人员	2.7	11.2		10001~15000	10.6	7.1
	事业单位员工	24.9	11.4		≥ 15001	13.2	4.4
	公务员	4.2	5.0	是否从事旅游 休闲相关工作	是	15.4	—
	教育卫生科研人员	18.7	7.0		否	84.6	—
	个体劳动者	2.9	5.3	居住时间	1~3	22.1	—
	自由职业者	5.0	5.8		4~5	11.8	—
	下岗或待业	2.6	1.3		6~10	11.6	—
	离退休人员	11.9	10.2		11~15	8.5	—
	其他	3.2	3.3		16~20	6.3	—
					≥ 21	39.7	—

低,表明游客重游、推荐意愿不强。评价因素中,食购休闲娱乐活动(0.8315)、休闲服务水平(0.5401)、城市自然环境(0.4055)满意度指数较高,不仅表明游客对这些因素体验较好,也说明这些因素对游客满意度影响较大。具体评价指标中,向有关部门投诉(0.1118)、向他人抱怨(0.1098)、不推荐(0.1093)指数较高,说明休闲抱怨的情况的较少;气候舒适度(0.1076)、空气质量(0.1050)、植被绿化(0.0992)、城市休闲氛围(0.0988)满意度指数较高,而旅游景观特色(0.0841)、旅游景观文化价值(0.0848)、对休闲活动体验的总体预期(0.0854)、城市治安(0.0861)、对休闲活动能满足需求预期(0.0869)、餐饮特色(0.0870)满意度指数则相对较低。

居民休闲满意度总指数为3.6616,相比游客略低。评价各层次中,准则层居民休闲感知质量满意度指数最大,为2.2803,而休闲忠诚(0.1829)满意度指数较低。评价因素中,食购休闲娱乐活动(0.7162)、休闲服务水平(0.4424)、城市自然环境(0.3856)、城

市基础设施(0.3756)满意度指数较高。具体评价指标中,向有关部门投诉(0.1114)、不推荐(0.1099)、向他人抱怨(0.1068)指数较高,说明这些情况出现得较少;交通便利(0.1010)、气候舒适度(0.1001)、推荐意愿(0.0991)、城市休闲氛围(0.0972)、空气质量(0.0967)、植被绿化(0.0944)满意度指数高;而休闲体验总体满意度(0.0821)、休闲感知与期望的差异(0.0827)、再次休闲意愿(0.0827)、休闲感知与理想的差异(0.0843)则相对较低,说明居民休闲实际体验较低,总体休闲满意度仍有提升空间。

3.4.3 测评指标重要性—满意度分析

运用IPA象限方格图对休闲满意度测评指标的权重和满意指数进行综合分析(图2)。从游客样本看,第1象限的指标变量重要性、满意度均较高,包括气候舒适度、空气质量、向他人抱怨、不推荐、向有关部门投诉、植被绿化、城市休闲氛围浓厚、住宿设施条件、公共厕所设施、休闲消费性价比、休闲消费价格合理度、旅游投诉服务、向他人推荐、休闲感

2019年5月

表3 游客与居民休闲满意度指数

Table 3 Leisure satisfaction indices of tourists and residents

目标层	准则层	因素层	序号	序号	指标层	游客休闲满意度指数	居民休闲满意度指数
城市 休闲 满意 度	休闲 期望	休闲活动体验期望	1	1	休闲活动总体期望度	0.085 4	0.088 2
			2	2	休闲服务质量期望度	0.087 9	0.090 4
			3	3	休闲活动满足需求期望度	0.086 9	0.091 5
	休闲 感知 质量	旅游景观质量	4	4	旅游景观美感	0.086 9	0.090 4
			5	5	旅游景观特色	0.084 1	0.087 7
			6	6	旅游景观丰富	0.088 6	0.089 5
		食购娱休闲活动	7	7	旅游景观文化价值	0.084 8	0.092 9
			8	8	休闲娱乐活动丰富	0.096 0	0.090 9
			9	9	休闲娱乐场所众多	0.096 7	0.089 4
			10	10	城市休闲氛围浓厚	0.098 8	0.097 2
			11	-	住宿设施条件	0.097 2	0.086 4
			12	11	餐饮特色	0.087 0	0.088 0
			13	12	餐饮环境卫生	0.087 3	0.088 0
			14	13	餐饮品种丰富度	0.091 9	0.087 3
			15	14	商品种类	0.087 3	0.088 9
			16	15	商品特色	0.089 4	0.090 9
		休闲服务水平	17	16	旅游咨询服务	0.091 6	0.087 5
			18	17	旅游信息服务	0.087 8	0.091 5
			19	18	解说标识标牌	0.088 0	0.085 3
			20	19	旅游投诉服务	0.093 5	0.084 6
			21	20	人员服务水平	0.091 0	0.093 5
			22	-	居民友好程度	0.088 1	-
		城市基础设施	23	21	城市治安	0.086 1	0.090 3
			24	22	公共厕所设施完善程度	0.097 9	0.093 5
			25	23	交通便利程度	0.091 6	0.101 0
			26	24	休息设施完善程度	0.093 6	0.090 8
		城市自然环境	27	25	环境卫生	0.093 7	0.094 3
			28	26	植被绿化	0.099 2	0.094 4
			29	27	空气质量	0.105 0	0.096 7
			30	28	气候舒适度	0.107 6	0.100 1
	休闲 感知 价值	休闲感知价值	31	29	休闲消费物超所值	0.087 1	0.087 3
			32	30	休闲消费性价比	0.093 4	0.088 2
			33	31	休闲消费价格合理度	0.093 8	0.085 7
	休闲 满意	休闲总体满意度	34	32	休闲体验总体满意度	0.089 0	0.082 1
		休闲感知与期望的差异	35	33	休闲感知与期望的差异	0.090 1	0.082 7
		休闲感知与理想的差异	36	34	休闲感知与理想的差异	0.087 6	0.084 3
		休闲感知与同类城市的差异	37	35	休闲感知与同类城市的差异	0.093 1	0.089 7
	休闲 忠诚 抱怨	再次休闲意愿	38	36	再次休闲意愿	0.091 7	0.083 8
		推荐意愿	39	37	向他人推荐	0.094 3	0.099 1
		向他人抱怨	40	38	向他人抱怨	0.109 8	0.106 8
		不推荐	41	39	不推荐	0.109 3	0.109 9
		向有关部门投诉	42	40	向有关部门投诉	0.111 8	0.111 4

知与同类城市休闲体验差异指标。游客更为关注城市自然环境、城市休闲氛围、旅游基础设施与服务、休闲消费价值,并体现出对北京休闲较强的推荐意愿、较少的休闲抱怨和相比其他同类城市相对满意的休闲体验感知。其中,气候舒适度、空气质量出人意料地满意度较高,这与北京市近年来采取一系列的大气污染治理举措有关。这些指标虽表现较好,但长期来看,仍会维持现状,需继续改进。第2象限为重要性相对较低,但满意度水平较高的指标,如休闲娱乐活动丰富度。第3象限的指标重要性、满意度均较低,如何发展应视情况而定,如旅游景观文化价值、旅游景观特色、城市治安、旅游景观美感、商品种类、休闲活动总体期望度等。第4象限重要性较高但满意度较低,如休闲消费物超所值、休闲感知与期望的差异、休闲感知与理想的差异。

从居民样本来看(图3),第1象限的指标主要为:向有关部门投诉、不推荐、向他人抱怨、空气质量、气候舒适度、推荐意愿、交通便利、城市休闲氛围、人员服务水平、公共厕所、环境卫生、植被绿化,其重要性及满意度均较高。而第2象限中旅游景观文化价值、休闲活动满足需求期望度指标是居民认为相对满意的要素。第3象限以休闲体验总体满意度、休闲感知与期望的差异、休闲感知与理想的差异、再次休闲意愿、商品种类、餐饮特色、解说标识服务等指标的重要性及满意度较低,居民休闲满意

指数较低。第4象限中,休闲消费物超所值、休闲消费性价比、休闲消费价格合理度、旅游投诉服务等,其重要性高但满意度较低。

3.4.4 居民、游客满意度综合对比分析

综合居民、游客休闲满意度指数与测评指标重要性—满意度综合分析结果来看,两大休闲主体休闲满意度存在共性与差异。其共性表现为:

(1)影响因素方面,准则层中休闲感知质量对两者休闲满意度影响最大,但两者休闲忠诚较低;因素层中食购娱休闲活动、休闲服务水平均存在显著影响;指标层中空气质量、气候舒适度、不推荐、向他人抱怨、向有关部门投诉指标均对休闲满意度解释力较大,对休闲消费性价比、休闲消费物超所值均较为看重。

(2)满意度水平方面,两者休闲满意度指数均处于3~4分之间。准则层中两者均对休闲感知质量最满意,休闲忠诚较低;因素层中对食购娱休闲活动、休闲服务水平、城市自然环境最满意;指标层中向有关部门投诉、向他人抱怨、不推荐的情况较少,对城市休闲氛围、气候、空气质量、植被绿化较满意,仍有提升空间

(3)从测评指标重要性—满意度来看,第1象限指标变量均出现向有关部门投诉、向他人抱怨、不推荐、城市休闲氛围浓厚、空气质量、气候舒适度指标,第3象限中游客与居民均对旅游景观特色、餐饮环境、餐饮特色、休闲活动体验总体预期、商品品种

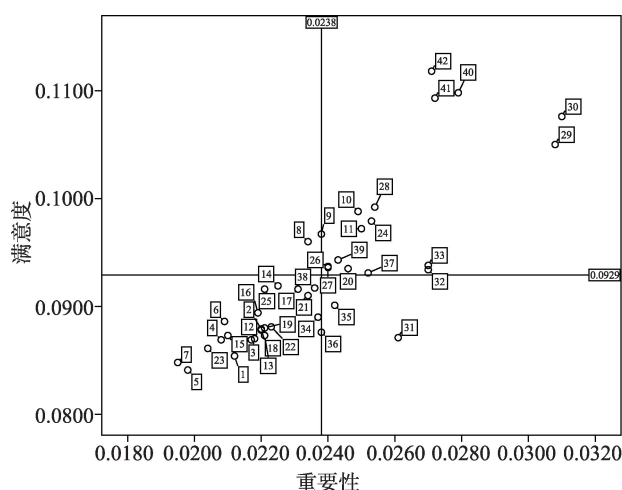


图2 游客测评指标重要性—满意度综合分析

Figure 2 Comprehensive analysis of importance-satisfaction of the evaluation indicators for the tourist samples

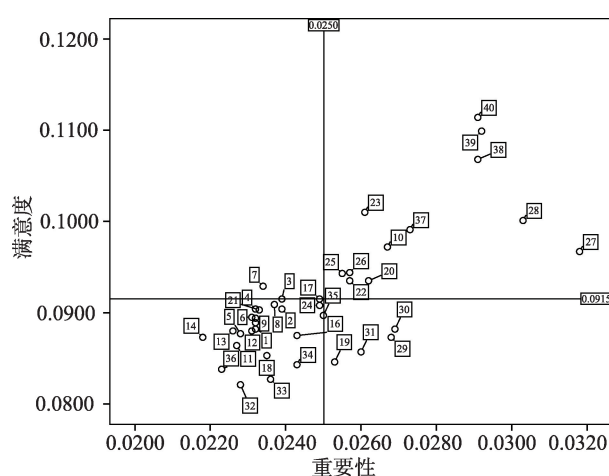


图3 居民测评指标重要性—满意度综合分析

Figure 3 Comprehensive analysis of importance-satisfaction of the evaluation indicators for the resident samples

2019年5月

等指标的重要性与满意度的评价较低,而第4象限中游客与居民均对休闲消费物超所值的休闲感知价值满意度较低。

其差异体现在:

(1)从具体指标的权重来看,居民认为城市休闲氛围、人员服务水平、交通便利程度会显著影响满意度。而游客对于植被绿化、公共厕所设施、与同类城市相比休闲体验差异、住宿设施条件、城市休闲氛围、旅游投诉服务更为看重,关注城市的旅游设施与服务以及城市休闲环境氛围。

(2)因素层中,游客对食购娱休闲活动、休闲服务水平、城市自然环境、休闲感知价值的满意度指数均高于居民,但对城市基础设施、旅游景观质量、休闲活动体验期望的满意度指数则稍低于居民。在具体指标中,除了共同的满意指标外,居民对交通便利程度更满意,有更强的推荐意愿;游客则对空气质量、植被绿化、公共厕所设施、住宿设施条件、休闲娱乐场所众多、休闲娱乐活动丰富度、休闲消费价格合理度的评价比居民稍高。居民对休闲体验总体满意度、休闲感知与期望的差异、再次休闲意愿、休闲感知与理想的差异评价较低,而游客对旅游景观特色、旅游景观文化价值、对休闲活动体验的总体预期、城市治安、休闲活动满足需求期望度、餐饮特色等评价较低,偏向于城市旅游景观质量、休闲活动体验预期方面。

(3)测评指标重要性—满意度的分析也显示,第1象限中游客对住宿设施条件、休闲消费性价比、休闲消费价格合理度、旅游投诉服务、向他人推荐、休闲感知与同类城市休闲体验差异指标较为关注;而居民对交通便利程度、人员服务水平、环境卫生较为重视。第2象限中游客对休闲娱乐活动丰富度相对满意;居民则对旅游景观文化价值、休闲活动满足需求期望度相对认同。第3象限中游客对旅游景观文化价值、旅游景观特色、城市治安、旅游景观美感、商品种类、对休闲活动体验总体期望度等的重要性和满意度评价均相对较低;而居民则呈现出较低的休闲满意和再次休闲意愿。第4象限中游客对休闲感知价值、对实际休闲感知与期望和理想休闲体验相比评价较低;居民则对休闲消费较不

满意。

4 结论与讨论

4.1 结论

本文参考美国顾客满意度模型(ACSI)的概念框架,融入城市休闲内容,构建了城市休闲满意度测评指标体系,并基于北京市游客与居民休闲满意度调查数据,利用均方差的客观赋权法及IPA法对北京市不同休闲主体的休闲满意度水平及其影响因素进行了测评与对比。研究结果如下:

(1)基于ACSI模型能较好地构建城市休闲满意度测评模型与体系。城市休闲满意度的形成机理与休闲者在期望、体验、评价阶段的休闲活动密切相关。休闲者对城市休闲活动产生期望满意度;通过实际体验城市的休闲活动与环境,获得感知体验满意度;基于期望差异理论,根据自身城市休闲体验,对城市休闲给出综合满意度评价;体验结束后,形成城市后休闲阶段满意度。在这不同活动阶段,多种因素均影响着城市休闲满意度。

(2)城市休闲满意度的权重分析表明,在准则层,其主要影响因素是休闲感知质量;在因素层,食购娱休闲活动、休闲服务水平均存在显著影响;在指标层,空气质量、气候舒适度、不推荐、向他人抱怨、向有关部门投诉指标均对休闲满意度解释力较大,对休闲消费性价比、休闲消费物超所值均较为看重。

(3)北京市游客休闲满意度指数为3.9016,居民休闲满意度指数为3.6616,相比游客略低,均需进一步提升。准则层中两者均对休闲感知质量最满意,休闲忠诚较低;因素层中对食购娱休闲活动、城市自然环境最满意;指标层中向有关部门投诉、向他人抱怨、不推荐的情况较少,对城市休闲氛围、气候舒适度、空气质量、植被绿化较满意。

(4)游客与居民休闲满意度的影响因素和指数上存在一定的差异。居民认为城市休闲氛围、人员服务水平、交通便利程度也会显著影响满意度,游客则认为城市的旅游设施与服务以及城市休闲环境氛围更重要。在食购娱休闲活动、休闲服务水平、城市自然环境、休闲感知价值上游客满意度评价相对高于居民,但对于城市基础设施、旅游景观

质量、休闲活动体验期望游客满意度指数则相对较低。居民对休闲体验总体满意度、休闲感知与期望的差异、再次休闲意愿较低,而游客偏向于对城市旅游景观质量、休闲活动体验预期的感知方面。

研究结论为提升北京市休闲满意度提供了可供借鉴的建议:

(1)改善城市自然环境,提升空气质量。空气质量和气候舒适度是城市游客和居民休闲满意度的共同重要影响因素。北京市应进一步完善环保制度,完善司法领域的环保法规、环境诉讼程序及平台,加大对环境污染、环境破坏等行为的打击惩罚力度。同时,还应扩大绿地面积,提高城市绿地覆盖率,并推广清洁能源,加强对人们环保节能低碳生活的引导和鼓励。

(2)丰富城市休闲活动,提升城市休闲氛围,满足游客与居民的休闲需求。分析表明,休闲感知质量这一结构变量、食购娱休闲活动这一因素对游客与居民休闲满意度具有显著影响。同时,北京市居民对城市休闲氛围感知较低,偏向于城市休闲要素,游客则对旅游要素更为看重。这均要求北京市提供更为丰富、更为满意的城市休闲体验。针对居民的城市休闲需求,北京市政府应提升居民休闲活动的硬环境建设,抓好居民健身、休憩、休闲消费以及其他休闲活动的基础设施建设;通过政策制定来规划城市休闲产品的开发,整合北京市丰富的旅游、历史与文化资源,丰富休闲产品。对相关企业而言,应围绕居民日益个性化多元化的休闲需求,打造涵盖休闲餐饮、休闲住宿、休闲旅游、休闲购物、休闲娱乐、康养医疗、运动休闲、文化休闲、休闲商务、节事等多样化且富有吸引力的休闲活动与休闲产品。针对游客的城市休闲需求,北京市应继续提升旅游休闲体验质量,不仅应提高旅游景观对游客的吸引力,更需提升城市旅游休闲形象。

(3)加强城市休闲管理,提升休闲服务功能。休闲服务水平对游客、居民休闲满意度影响较大。这不仅要求北京市政府应将提升休闲满意度作为一大发展目标,引导休闲消费,加强对休闲市场的监管,丰富管理手段,为人们提供更多更便捷的休闲服务;同时也要求北京市休闲行业加强服务标准的制定,提高服务人员的素质与技能。

4.2 讨论

本文研究证实了休闲感知质量的休闲满意度指数较高,这与以往研究结论相一致^[16]。城市休闲满意度受到多层次多要素的影响,不同层次的影响因素有所不同。本文研究表明,城市休闲满意度在准则层受休闲感知质量影响较大,受到食购娱休闲活动、休闲服务水平因素,空气质量、气候舒适度等指标的显著影响,这与已有研究所提出满意度在结构变量层由感知质量主导^[4]、受内外部驱动要素影响^[16]相符合。值得注意的是,本文研究发现,空气质量、气候舒适度对北京游客与居民休闲满意度具有重要影响,并且在实际体验中满意度相对较高。不少研究均发现北京市雾霾天气会对居民的旅游意愿及行为倾向产生影响^[36,37]。北京市环境公报显示,2017年空气质量达标(优和良)天数为226天,达标天数比例为62.1%,达标天数比上年增加28天,比2013年增加50天;PM2.5浓度在10—12月均为近5年来的最低月均浓度水平。北京市空气质量感知改善与大力控制污染物排放、治理大气污染、加强环境管理等举措与行动密切相关。

本文在一定程度上深化了对游客与居民城市休闲满意度的差异研究,探讨了游客与居民作为具有不同特性的休闲主体对城市休闲体验的感知情况。研究发现,居民更加看重城市休闲氛围,而游客则相对更关注城市的旅游设施与服务,这与居民的长期居住、游客注重城市的旅游休闲观光资源有关。居民在对休闲体验总体满意度、休闲感知与期望的差异、再次休闲意愿的评价较低,说明居民对北京市的实际休闲体验的满意度仍有提升空间。为此,需要从食购娱休闲活动、休闲服务水平、城市自然环境、休闲感知价值这些方面加以改善。而游客对城市旅游景观、休闲活动体验预期、食购娱休闲活动的感知较低,需要针对游客的旅游休闲需求加以提升。

本文基于ACSI模型构建了城市休闲满意度测评体系和评估方法,以北京市游客与居民为例进行实证研究。该体系具有较好的应用效果,可作为城市休闲满意度的一大测评工具,有利于丰富城市休闲、休闲城市、休闲满意度测评等研究。本文为城市休闲满意度测评与提升提供了科学的理论指导

2019年5月

与案例借鉴,有利于推动城市休闲质量提升、休闲城市建设。对北京市而言,提升游客与居民的休闲满意度,不仅需要创造良好的休闲环境,提升空气质量,不断丰富城市休闲活动,也需要加强城市休闲管理,提升休闲服务水平。

由于城市休闲活动的广泛性与复杂性,游客与居民休闲满意度受多种因素的影响,本文综合已有研究成果,根据城市休闲的要求,构建了城市休闲满意度测评指标体系,并以北京市为案例进行实证研究。今后,仍需对不同城市进行深入研究,并对休闲满意度问卷调查内容进一步细化,不断完善测评指标体系与测评方法,作为研究深化的主要方向。

参考文献(References):

- [1] Beard J G, Ragheb M G. Measuring leisure satisfaction[J]. *Journal of Leisure Research*, 1980, 12(1): 20-33.
- [2] 楼嘉军, 徐爱萍, 岳培宇. 城市居民休闲活动满意度研究: 上海、武汉和成都的比较分析[J]. *华东经济管理*, 2008, 22(4): 32-38. [Lou J J, Xu A P, Yue P Y. Research on inhabitants' leisure satisfaction degree: Analysis on Shanghai, Wuhan and Chengdu [J]. *East China Economic Management*, 2008, 22(4): 32-38.]
- [3] 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. [Ma T, Li X, Xie Y J. Old wine in new bottle? The myth of tourist satisfaction measurement[J]. *Tourism Tribune*, 2017, 32(6): 53-63.]
- [4] 罗慧敏, 喻忠磊, 张华. 文化创意型旅游地游客满意度测评及影响因子分析: 以上海市田子坊、M50和红坊为例[J]. *资源科学*, 2016, 38(2): 353-363. [Luo H M, Yu Z L, Zhang H. Tourists' satisfaction and influencing factors in cultural and creative tourism destination for Tianzifang, M50 and Hongfang in Shanghai[J]. *Resources Science*, 2016, 38(2): 353-363.]
- [5] Lee S, Jeon S, Kim D. The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: The case of Chinese tourists in Korea[J]. *Tourism Management*, 2011, 32(5): 1115-1124.
- [6] Song H Y, Veen R V D, Gang L, et al. The Hong Kong tourist satisfaction index [J]. *Annals of Tourism Research*, 2012, 39(1): 459-479.
- [7] 王群, 丁祖荣, 章锦河, 等. 旅游环境游客满意度的指数测评模型: 以黄山风景区为例[J]. *地理研究*, 2006, 25(1): 171-181. [Wang Q, Ding Z R, Zhang J H, et al. Study on the model of tourist satisfaction index about tourism environment: A case study of Huangshan Mountain[J]. *Geographical Research*, 2006, 25(1): 171-181.]
- [8] “游客满意度指数”课题组. 游客满意度测评体系的构建及实证研究[J]. *旅游学刊*, 2012, 27(7): 74-80. [Research Group of China Tourist Satisfaction Index. On the construction of tourist satisfaction evaluation system and its empirical study[J]. *Tourism Tribune*, 2012, 27(7): 74-80.]
- [9] Sarra A, Di Z S, Cappucci M. A quantitative valuation of tourist experience in Lisbon[J]. *Annals of Tourism Research*, 2015, 53: 1-16.
- [10] 俞万源, 冯亚芬, 梁锦梅. 基于游客满意度的客家文化旅游开发研究[J]. *地理科学*, 2013, 33(7): 824-830. [Yu W Y, Feng Y F, Liang J M. Hakka culture tourism development based on tourist satisfaction[J]. *Scientia Geographica Sinica*, 2013, 33(7): 824-830.]
- [11] Kozak M. Comparative assessment of tourist satisfaction with destinations across two nationalities[J]. *Tourism Management*, 2001, 22(4): 391-401.
- [12] 程溪苹, 孙虎. 基于IPA方法的中国历史文化名城游客满意度分析: 以韩城市为例[J]. *资源科学*, 2012, 34(7): 1318-1324. [Cheng X P, Sun H. Analysis of tourist satisfaction of China's historical and cultural cities based on the IPA theory: A case study in Hancheng City[J]. *Resources Science*, 2012, 34(7): 1318-1324.]
- [13] 贺小荣, 孟川瑾, 罗文斌. 世界遗产地游客满意度的测量模型构建与实证[J]. *经济地理*, 2013, 33(11): 169-174. [He X R, Meng C J, Luo W B. A measurement model of tourist satisfaction in world heritage sites[J]. *Economic Geography*, 2013, 33(11): 169-174.]
- [14] 董观志, 杨凤影. 旅游景区游客满意度测评体系研究[J]. *旅游学刊*, 2005, 20(1): 27-30. [Dong G Z, Yang F Y. A study on the evaluation system of tourist satisfaction degree in tourist areas[J]. *Tourism Tribune*, 2005, 20(1): 27-30.]
- [15] 廉同辉, 余菜花, 包建先, 等. 基于模糊综合评价的主题公园游客满意度研究: 以芜湖方特欢乐世界为例[J]. *资源科学*, 2012, 34(5): 973-980. [Lian T H, Yu C H, Bao X J, et al. Research on the satisfaction of theme park visitors based on fuzzy comprehension evaluation: A case study in Wuhu Fantawild Adventure[J]. *Resources Science*, 2012, 34(5): 973-980.]
- [16] 王凯, 唐承财, 刘家明. 文化创意型旅游地游客满意度指数测评模型: 以北京798艺术区为例[J]. *旅游学刊*, 2011, 26(9): 36-44. [Wang K, Tang C C, Liu J M. A measuring model on tourist satisfaction index in cultural creative-type tourism destination[J]. *Tourism Tribune*, 2011, 26(9): 36-44.]
- [17] 蒋艳. 城市居民休闲时间投入意愿及其影响因素研究: 以杭州市为例[J]. *生态经济*, 2012, (3): 78-83. [Jiang Y. Study on the urban residents' willingness to devote time for leisure and the influencing factors: Taking Hangzhou as an example[J]. *Ecological Economy*, 2012, (3): 78-83.]
- [18] 宋瑞. 时间、收入、休闲与生活满意度: 基于结构方程模型的实证研究[J]. *财贸经济*, 2014, (6): 100-110. [Song R. Time, income, leisure and life satisfaction: An empirical study based on SEM model[J]. *Finance & Trade Economics*, 2014, (6): 100-110.]
- [19] 宋子千, 蒋艳. 城市居民休闲生活满意度及其影响机制: 以杭州为例[J]. *人文地理*, 2014, (2): 53-60. [Song Z Q, Jiang Y. Leisure

- life satisfaction of urban residents and its influential mechanism: A case study of Hangzhou[J]. *Human Geography*, 2014, (2): 53–60.]
- [20] Lapa T Y. Life satisfaction, leisure satisfaction and perceived freedom of park recreation participants[J]. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2013, 93: 1985–1993.
- [21] Wang S S. Leisure travel outcomes and life satisfaction: An integrative look [J]. *Annals of Tourism Research*, 2017, 63: 169–182.
- [22] Kuykendall L, Lei X, Tay L, et al. Subjective quality of leisure & worker well-being: Validating measures & testing theory[J]. *Journal of Vocational Behavior*, 2017, 103: 14–40.
- [23] 吴凌菲. 基于休闲方式的城市居民休闲满意度研究[J]. *统计与决策*, 2013, (24): 146–148. [Wu L F. Research on leisure satisfaction of urban residents based on leisure mode[J]. *Statistics & Decision*, 2013, (24): 146–148.]
- [24] 张笛, 祖康康. 城市居民休闲活动满意度调查研究: 以锦州市四区为例[J]. *经济研究导刊*, 2013, (31): 250–251. [Zhang D, Zu K K. Research on satisfaction survey of urban residents' leisure activities: Take the four districts of Jinzhou as an example[J]. *Economic Research Guide*, 2013, (31): 250–251.]
- [25] Deng J Y, Andrada R, Pierskalla C. Visitors' and residents' perceptions of urban forests for leisure in Washington D. C[J]. *Urban Forestry & Urban Greening*, 2017, 28: 1–11.
- [26] 李艳, 曾菊新, 程绍文. 城市环境供给的游憩者满意度及对重游意愿的影响: 基于游客与居民差异的分析[J]. *人文地理*, 2014, (6): 133–139. [Li Y, Zeng J X, Cheng S W. Research on tourists' satisfaction of urban environment supply and their revisit intention: Based on the difference analysis between visitors and residents [J]. *Human Geography*, 2014, (6): 133–139.]
- [27] 刘军胜, 马耀峰. 入境游客与社区居民旅游供给感知测评及差异分析: 以北京市为例[J]. *资源科学*, 2016, 38(8): 1476–1490. [Liu J S, Ma Y F. Evaluation and difference analysis on inbound tourists and local resident perception for tourism supply in Beijing [J]. *Resources Science*, 2016, 38(8): 1476–1490.]
- [28] 汪侠, 顾朝林, 梅虎. 旅游景区顾客的满意度指数模型[J]. *地理学报*, 2005, 60(5): 807–816. [Wang X, Gu C L, Mei H. Tourist attraction customer satisfaction index model[J]. *Acta Geographica Sinica*, 2005, 60(5): 807–816.]
- [29] Agyeiwaah E, Adongo R Dimache A, et al. Make a customer, not a sale: Tourist satisfaction in Hong Kong[J]. *Tourism Management*, 2016, 57: 68–79.
- [30] 伍百军. 基于ACSI模型的古村落游客满意度研究: 以“中国民间艺术之乡”兰寨为例[J]. *湖南农业大学学报(社会科学版)*, 2016, 17(5): 63–68. [Wu B J. Tourist's satisfaction for the ancient villages on the base of ACSI model: Case study in Lan village, a “home for China's rural folk art”[J]. *Journal of Human Agricultural University (Social Sciences)*, 2016, 17(5): 63–68.]
- [31] 李瑛. 旅游目的地游客满意度及影响因子分析: 以西安地区国内市场为例[J]. *旅游学刊*, 2008, 23(4): 43–48. [Li Y. An analysis of tourists' satisfaction and influencing factors in tourist destinations: Taking Xi'an domestic tourism market as an example[J]. *Tourism Tribune*, 2008, 23(4): 43–48.]
- [32] Liang Z X, Hui T K. Residents' quality of life and attitudes toward tourism development in China[J]. *Tourism Management*, 2016, 57: 56–67.
- [33] 楼嘉军, 刘润, 李丽梅. 城市休闲质量评价体系的构建与应用[J]. *统计与决策*, 2015, (12): 46–48. [Lou J J, Liu R, Li L M. Construction and application of urban leisure quality evaluation system [J]. *Statistics & Decision*, 2015, (12): 46–48.]
- [34] 陈克龙, 苏茂新, 李双成, 等. 西宁市城市生态系统健康评价[J]. *地理研究*, 2010, 29(2): 214–222. [Chen K L, Su M X, Li S C, et al. Xining urban ecosystem health assessment[J]. *Geographical Research*, 2010, 29(2): 214–222.]
- [35] Anderson E W, Sullivan M W. The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms[J]. *Marketing Science*, 1993, 12 (2): 125–143.
- [36] 彭建, 张松, 罗诗呷, 等. 北京居民对雾霾的感知及其旅游意愿和行为倾向研究[J]. *世界地理研究*, 2016, 25(6): 128–137. [Peng J, Zhang S, Luo S X, et al. Smog's impacts on tourism willingness and decision-making behavior of Beijing residents[J]. *World Regional Studies*, 2016, 25(6): 128–137.]
- [37] 彭建. 大陆居民对北京雾霾的旅游影响感知和态度研究[J]. *中国人口·资源与环境*, 2016, 26(10): 168–176. [Peng J. Mainland Chinese residents' perception of tourism impacted by haze in Beijing and their attitudes[J]. *China Population Resources and Environment*, 2016, 26(10): 168–176.]

Evaluation and comparison of tourists and residents' urban leisure satisfaction: Taking Beijing as an example

LYU Ning^{1,2}, WU Xinfang^{1,2}, HAN Xiao^{1,2}, ZHAO Yaru^{1,2}

(1. School of Tourism Sciences, Beijing International Studies University, Beijing 100024, China;

2. Research Center of Beijing Tourism Development, Beijing 100024, China)

Abstract: This study followed the conceptual framework of the American Customer Satisfaction Index (ACSI) and applied it to urban leisure satisfaction research. The urban leisure elements were reorganized, and an improved system of urban leisure satisfaction evaluation index system was established for the study area. Based on the survey data of leisure satisfaction of tourists and residents in Beijing, objective weighting based on mean square error and interpretative phenomenological analysis (IPA) methods was used to analyze the leisure satisfaction level, mechanism, and influencing factors for tourists and residents. The results were compared to comprehensively understand the perception of urban leisure experience of different leisure subjects in order to provide a basis for improving urban leisure satisfaction. The results are as follows: (1) The leisure satisfaction index value of Beijing tourists was 3.9016, and the leisure satisfaction index value of residents was 3.6616, which is slightly lower than that of tourists but both are at a medium to high level of satisfaction and still have room for improvement. (2) Perceived quality of leisure activities was the main influencing factor of leisure satisfaction. Food and beverage, entertainment and leisure activities, and leisure service level had a significant impact. Air quality, climate comfort, less recommendation to others, complaints to others, and complaints to related government authorities all affected leisure satisfaction. Leisure consumption price and leisure consumption goods with excellent value for money were relatively important. (3) There was a certain difference in leisure satisfaction between tourists and residents. The resident samples believed that urban leisure atmosphere, service level and support of personnel, and transportation convenience also significantly affect satisfaction. Residents showed lower overall satisfaction with leisure experience, worse actual experience of leisure compared to previous and ideal leisure experiences, and lower willingness to consume again. Visitors paid more attention to the city's tourism facilities and services as well as urban leisure atmosphere, and their evaluation of the importance of urban tourism landscape quality and leisure activities was low. This study constructed a model of urban leisure satisfaction assessment, which may provide a basis for improving the quality of urban leisure experience.

Key words: leisure satisfaction; tourist satisfaction; urban leisure; ACSI model; Beijing