

## 游客满意度视角下安居镇旅游资源开发路径

鲁东楠 李红英

四川轻化工大学，宜宾

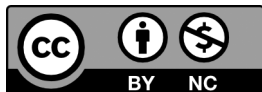
**摘要** | 随着国内旅游业的持续繁荣，乡村旅游作为一种独特的文化旅游形式，愈发受到关注。重庆安居镇拥有丰富的文化遗产资源，但在旅游开发中仍然存在着诸多问题。该研究通过系统梳理相关文献资料及安居镇的研究信息，对安居镇旅游文化遗产的开发现状进行了梳理与概括。在此基础上，设计出安居镇游客满意度调查问卷。全文通过调查游客对安居镇交通、价格、资源、服务、购物体验等方面的满意度，总结出安居镇存在交通便捷性不足、旅游价格与游客需求匹配不当、资源开发与文化传承脱节、基础设施建设与服务质量偏低等相关问题，进而提出针对性建议，为安居镇旅游文化遗产资源开发提供实践指导，最终通过优化游客体验推动安居镇旅游业长远繁荣。

**关键词** | 安居镇；游客满意度；旅游资源开发

Copyright © 2026 by authorx (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



### 1 引言

《“十四五”旅游业发展规划》展望2035年，旅游需求多元化、供给品质化、区域协调化、成果共享化特征更加明显，以乡村旅游重点村镇等为代表的优质旅游供给更加丰富，旅游业综合功能全面发挥，整体实力和竞争力大幅提升，为基本实现社会主义现代化作出积极贡献<sup>[1]</sup>。国家“十四五”规划中重视多元化旅游业发展，重点落在乡村旅游方面。因此，如何带动乡镇旅游与其他产业协同发展成为各级政府支持和关注的焦点。建设美丽乡村，应优先发展农村旅游业，其中核心议题在于旅游资源的合理开发路径<sup>[2]</sup>。随着城市化进程加深，古镇的原始风貌和自生身的文化脉络逐步消失散落，其自身蕴含的文化价值也在这个过程中丢失<sup>[3]</sup>。

安居镇如何实现古镇文化与旅游资源开发保护的融合发展，是值得探讨的关键问题。

### 2 安居镇旅游文化遗产现状分析

#### 2.1 安居镇概况

安居镇位于重庆市铜梁区，地处琼江与涪江之间，距离重庆中心城区60公里，距铜梁城区17公里。该镇拥有1500年人类居住史，是一座集抗战革命文化、宗教文化、山水文化、民族非遗文化于一体的历史文化古镇。安居镇总体规划面积8.29平方千米。

#### 2.2 安居镇文化遗产旅游资源

安居镇现有物质文化遗产共计198处，其中市、区级文物古迹197处<sup>[4]</sup>。早期的历史遗产保护侧重于孤立和

基金项目：酒旅融合与数智非遗四川省文旅重点实验室资助项目(JLYB09)；地方文化与旅游发展研究中心资助项目(2024WL05)。

通讯作者：李红英，四川轻化工大学副教授，研究方向：旅游资源开发与利用。

文章引用：鲁东楠，李红英. 游客满意度视角下安居镇旅游资源开发路径[J]. 社会科学进展, 2026, 8(1): 16-20.

<https://doi.org/10.35534/pss.0801004>

拆分,往往形成静止的局部保护。当前社会对文化遗产的重视程度日益提高,相关研究已开始倡导对历史文化遗产实行区域性和活态保护的观念<sup>[5]</sup>。截至2024年底,安居镇现存包括九宫十八庙(如波仑寺、妈祖庙、城隍庙等)、吴氏及李氏宗祠、古县衙、刘学庵音乐艺术馆等198处物质文化遗产<sup>[6]</sup>。

安居镇是铜梁民间彩扎工艺的关键发源地,其龙灯彩扎技艺已被纳入国家级非物质文化遗产名录。截至2024年,安居镇现存铜梁龙灯龙舞、彩扎、裱灯、石工号子编制表演、宗教文化、革命文化、巴渝文化、金钱板等文化传承和西眉油酥、翰林酥、砣砣鱼特色系列非物质文化遗产(以下简称“非遗”)。

伴随区域经济发展,安居镇积极把握农旅融合契机,建设蔬菜有机种植、水禽养殖、桑蚕养殖等农业基地,有效拓宽农产品销售渠道,带动乡村经济发展

### 2.3 安居镇文化遗产旅游开发模式

安居镇旅游开发模式涵盖文化遗产保护型、宗教

文化主题再现型、生态建设型、特色民族文化展示型四类,其中文化遗产保护型与宗教文化主题再现型为当前应用最为普遍的两种模式,主要布局于黑龙嘴、琵琶岛、黄家坝等游客集中的安居镇及其周边地区<sup>[7,8]</sup>。文化遗产保护型以天后宫、城隍庙为代表;生态建设型以安居国家湿地公园为核心内容;特色民族文化展示型主要通过非遗龙舟会、桃花节、滨水文明体验、文创夜市开展;传统技艺开发型则非遗龙舟和油纸画为代表。

## 3 基于游客满意度的安居镇旅游资源开发问题分析

### 3.1 安居镇游客满意度问卷设计

调查问卷主要采用线下发放的方式,共发放200份调查问卷,其中有效问卷192份,问卷有效率高达96%。

被解释变量为安居镇游客满意度,解释变量为旅游交通、旅游价格、旅游资源、旅游服务、购物体验,具体的变量名称如表1所示。

表1 游客满意度指标体系构建及变量赋值

Table 1 Construction of tourist satisfaction index system and variable assignment

类型	一级指标	二级指标	赋值
被解释变量	游客满意度 (Y)	本次旅行体验与你预期相比;您对重庆安居镇总体的满意度	
解释变量	旅游交通 (V <sub>1</sub> )	到达安居镇的交通时间及其道路状况 (X <sub>1</sub> ); 交通运输价格、安居镇内交通工具 (X <sub>2</sub> ); 汽车站、火车站、旅游专线车及其安居镇可选择的交通方式种类 (X <sub>3</sub> )	1= 非常不满意 2= 不满意 3= 一般满意 4= 满意 5= 非常满意
	旅游价格 (V <sub>2</sub> )	安居镇内部各个娱乐设施单项价格 (X <sub>4</sub> ); 餐饮价格 (X <sub>5</sub> ); 住宿价格 (X <sub>6</sub> ); 当地特产价格 (X <sub>7</sub> )	
	旅游资源 (V <sub>3</sub> )	利用自然资源打造旅游景点及其体验项目 (X <sub>8</sub> ); 旅游项目文化性 (X <sub>9</sub> ); 旅游项目特色性 (X <sub>10</sub> )	
	旅游服务 (V <sub>4</sub> )	安居镇服务人员工作效率和态度 (X <sub>11</sub> ); 安居镇购物市场秩序 (X <sub>12</sub> ); 安居镇秩序维护 (X <sub>13</sub> )	
	购物体验 (V <sub>5</sub> )	商品性价比 (X <sub>14</sub> ); 商品丰富度 (X <sub>15</sub> )	

数据来源: 调研数据。

### 3.2 研究建构

采用多元线性回归方法,运用SPSS 26.0软件,分析影响安居镇游客满意度的因素。多元回归分析法适用于研究某一变量受多个变量的影响的情境,通过分析变量间的数量依存关系,得出它们对被解释变量的相对作用大小。根据表中的变量,构建模型:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 V_{1i} + \beta_2 V_{2i} + \beta_3 V_{3i} + \beta_4 V_{4i} + \beta_5 V_{5i} + \epsilon_i \quad (1)$$

上述模型中, Y<sub>i</sub>为安居镇旅游游客满意度, V<sub>1</sub>为旅游交通满意度, V<sub>2</sub>为旅游价格满意度, V<sub>3</sub>为旅游资源满意度, V<sub>4</sub>为旅游服务满意度, V<sub>5</sub>为购物体验满意度, β<sub>0</sub>、β<sub>1</sub>、β<sub>2</sub>、β<sub>3</sub>、β<sub>4</sub>、β<sub>5</sub>为回归系数, ε<sub>i</sub>为随机误差项。

## 4 安居镇游客满意度实证结果及分析

### 4.1 因子分析

因子分析旨在实现数据降维与结构简化。本文采用

主成分分析法提取因子,对安居镇游客满意度的影响因素进行因子分析,运用凯撒正态化最大方差法对旋转后的成分矩阵进行分析,得到5个公共因子,以此来证明模型及评价指标体系的合理性,且15个测评因子的因子载荷均大于0.5,表明因子结构符合统计学接受标准(表2)。因此,本研究的调查数据具有较好的效度,可开展后续深入研究。

表2 数据旋转后的成分矩阵

Table 2 Component matrix after data rotation

	旅游交通 (V <sub>1</sub> )	旅游价格 (V <sub>2</sub> )	旅游资源 (V <sub>3</sub> )	旅游服务 (V <sub>4</sub> )	购物体验 (V <sub>5</sub> )
X <sub>1</sub>	0.840				
X <sub>2</sub>	0.827				
X <sub>3</sub>	0.783				
X <sub>4</sub>		0.844			

续表

	旅游交通 (V <sub>1</sub> )	旅游价格 (V <sub>2</sub> )	旅游资源 (V <sub>3</sub> )	旅游服务 (V <sub>4</sub> )	购物体验 (V <sub>6</sub> )
X <sub>5</sub>		0.838			
X <sub>6</sub>		0.828			
X <sub>7</sub>		0.791			
X <sub>8</sub>			0.854		
X <sub>9</sub>			0.832		
X <sub>10</sub>			0.808		
X <sub>11</sub>				0.833	
X <sub>12</sub>				0.802	
X <sub>13</sub>				0.808	
X <sub>14</sub>					0.826
X <sub>15</sub>					0.803

数据来源：问卷数据。

#### 4.2 相关性分析

本文采用皮尔逊相关分析对游客满意度及各个维度间的相关性(表3),在多元线性回归分析前,将旅游交通、旅游价格、旅游资源、旅游设施、旅游服务、购物体验、安居镇景点五个维度满意度与游客满意度进行相关性分析,结果为 $p < 0.01$ ,证实这5个维度均通过了显著性检验,可作为本研究的分析指标,并且所有的相关系数都大于0,证实这5个维度与总体游客满意度呈正相关。这为后续影响因素分析提供了依据和保障。

表3 指标相关系数

Table 3 Indicator correlation coefficient

指标	旅游交通	旅游价格	旅游资源	旅游服务	购物体验	游客满意度
旅游交通	1					
旅游价格	0.378**	1				
旅游资源	0.536**	0.396**	1			
旅游服务	0.445**	0.315**	0.525**	1		
购物体验	0.332**	0.305**	0.391**	0.370**	1	
游客满意度	0.514**	0.418**	0.494**	0.464**	0.386**	1

注: \*\*. 在 0.01 级别(双尾),相关性显著。数据来源于问卷数据。

#### 4.3 回归分析

表4中回归结果显示,  $\beta_1=0.238 > 0$ 且 $p=0.001 < 0.05$ ,表明旅游交通对安居镇游客满意度具有显著正向影响;旅游价格中,  $\beta_2=0.169 > 0$ 且 $p=0.008 < 0.05$ ,表明旅游价格对安居镇游客满意度具有显著正向影响;旅游资源中,  $\beta_3=0.131 > 0$ 且 $p=0.043 < 0.05$ ,表明旅游资源对安居镇游客满意度具有显著正向影响;旅游服务中,  $\beta_4=0.151 > 0$ 且 $p=0.014 < 0.05$ ,表明旅游服务对安居镇游客满意度具有显著正向影响;购物体验中,  $\beta_5=0.138 > 0$ 且 $p=0.047 < 0.05$ ,表明购物体验对安居镇游客满意度具有显著正向影响;根据表4的回归结果,得到方程如下;

$$Y_i = 0.768 + 0.238V_1 + 0.169V_2 + 0.131V_3 + 0.151V_4 + 0.138V_5 \quad (2)$$

多元线性回归分析结果可知,旅游交通的回归系数为0.238,其影响程度位列首位, $p < 0.05$ ,表明到达安居镇的交通时间及其道路状况(X<sub>1</sub>)、交通运输价格与镇内交通工具(X<sub>2</sub>)、汽车站、火车站、旅游专线车及其安居镇可选择的交通方式种类(X<sub>3</sub>)等各因子满意度与总体满意度呈正相关关系。旅游价格的回归系数为0.169,影响度排在第2位, $p < 0.05$ ,表明安居镇内部各个娱乐设施单项价格(X<sub>4</sub>)、餐饮价格(X<sub>5</sub>)、住宿价格(X<sub>6</sub>)、当地特产价格(X<sub>7</sub>)等各因子满意度与总体满意度呈正相关关系,与安居镇其他商品价格对比亦显著影响游客满意度。旅游服务的回归系数为0.151,影响度排在第3位, $p < 0.05$ ,游客对安居镇服务人员工作效率和态度(X<sub>11</sub>)、安居镇购物市场秩序(X<sub>12</sub>)、秩序维护(X<sub>13</sub>)等各因子满意度与总体满意度呈正相关关系。游客服务支付意愿随生活水平提升而增强,游客体验质量随之提升,进而增强满意度。购物体验的回归系数为0.138,影响度排在第4位, $p < 0.05$ ,表明游客进行消费选择时考虑是价格,还是体验,顾客愿意为自己享受到的体验付出相应的成本。旅游资源的回归系数为0.131,影响度排在第5位, $p > 0.05$ ,利用自然资源打造旅游景点及其体验项目(X<sub>8</sub>)、旅游项目文化性(X<sub>9</sub>)、旅游项目特色性(X<sub>10</sub>)等各因子满意度与总体满意度呈正相关关系。

表4 回归分析结果

Table 4 Results of regression analysis

指标	未标准化系数		标准化系数 B	t	显著性	共线性统计		R <sup>2</sup>	调整后 R <sup>2</sup>	F
	B	标准错误				容差	VIF			
常数	0.768	0.291		2.641	0.009					
旅游交通	0.238	0.068	0.248	3.525	0.001	0.647	1.547	0.404	0.387	25.164
旅游价格	0.169	0.063	0.170	2.663	0.008	0.783	1.277			
旅游资源	0.131	0.064	0.153	2.042	0.043	0.571	1.750			
旅游服务	0.151	0.061	0.172	2.472	0.014	0.661	1.514			
购物体验	0.138	0.069	0.128	1.996	0.047	0.784	1.275			

注: 数据来源: 问卷数据。

## 5 深化安居镇旅游资源开发的建议

### 5.1 完善交通网络,提升游客出行便捷性

安居镇应基于区域联动与古镇特色,构建衔接顺畅、层次分明的综合交通体系。对外层面,依托成渝地区交通一体化优势,增设连接主要客源地的旅游直通车和假日专线,并在重要交通节点设置醒目标识,方便自驾游客快速抵达。内部交通方面,相关部门需统筹考量乡镇街巷肌理和步行游览特征,优化安居镇慢行系统,完善主要游览线路的指引标识和便民设施,合理布局接驳车站点与步行区入口,实现车辆分流与人车分离,保障游客从到达、换乘到游览各环节的顺畅衔接,全面提升安居镇的交通便捷度与游客出行体验。

### 5.2 优化定价策略,提升游客支付意愿

安居镇应根据淡旺季客流变化,实行分时段、分周期的动态价格策略,在旺季适度调整价格并同步增加免费文化表演、特色讲解等附加服务,提升游客对价格的接受度;淡季通过特惠票和联动周边民宿、餐饮的组合套餐,激发区域客源市场活力。在价格信息公开方面,通过安居镇入口、官方网站等平台全面公示票务和二次消费项目收费标准,明确收费项目和服务内容,减少因信息不对称引发的消费疑虑。依托安居镇深厚的文化资源,将住宿、餐饮、购物等消费场景与非遗技艺、历史故事等文化元素深度结合,强化文化赋能,提升整体消费价值感。此外,鼓励与周边景点和交通部门联合推出“门票+交通+多景点联票”等跨区域产品,既能分摊成本压力,又可延长游客停留时间。通过上述举措,逐步形成价格合理透明、产品组合丰富、文化价值凸显的定价体系,全面提升游客支付意愿和消费信心。

### 5.3 提升服务质量,培养专业人才

安居镇管理部门联合行业协会、文化专家和资深导游,制定覆盖导览解说、商户经营、游客接待、应急处置等全流程的《安居镇服务标准白皮书》,明确不同岗位服务规范与操作细则,并通过现场示范、案例教学等形式,将标准要求转化为可执行的日常行为。建立动态化服务认证与星级评定制度,将商户和服务人员的服务质量与游客评价、专业资质挂钩,评定结果与场地租金、营销资源倾斜等直接关联,形成优胜劣汰的激励机制。全员培训实行分层分类推进,新员工入职前必须完成基础文化知识与服务礼仪培训,鼓励优秀老员工担任导师,形成“传帮带”机制,高峰期建立“服务预备队”,为游客提供场景式文化讲解,实现常态用工与弹性补充相结合。

### 5.4 推动可持续开发,传承地方文化

在保护和传承地方文化层面,应联合地方志专家、“非遗”传承人等专业力量,建立动态保护清单,并划定文化核心展示区、风貌协调区与商业服务区,明确不同区域的功能定位与开发边界。在开发层面,打造贯穿全域的文化IP,结合建筑实景、生活场景和互动体验,策划沉浸式文化游线和可参与、可体验的“非遗”传习项目,增强文化感染力与吸引力。此外,优先引导与地方文化紧密相关的业态入驻,并通过文化认证、租金减免等政策,鼓励传统手工艺、特色餐饮、地方戏曲等本土文化产业成长。此外,充分发挥原住民在文化传承中的主体作用,引导居民通过文化合作社等形式,凭借老宅、手工艺、民俗活动等资源参与旅游开发。

### 5.5 完善基础设施,改善游客体验

依托实时客流监测技术,掌握核心街区和重点景点的人流动态,按照无障碍建设标准,完善安居镇主游线及重点节点的坡道、盲道、无障碍观景平台等设施,配备轮椅租赁、AED急救设备、母婴室等便利服务设施,并在安居镇导览图中明确标注。在此基础上,将垃圾桶、指示牌、休憩座椅等设施外观与川东传统建筑风貌相协调,形成兼顾实用功能与文化审美的设施体系。构建多层次的标识与导览体系,结合多语言标识牌、地面引导标识、建筑编号标识和可扫描获取音频讲解的历史故事二维码,打造多维度、立体化的全域导览体系。

## 参考文献

- [1] 薛帅. 国务院印发《“十四五”旅游业发展规划》[N]. 中国文化报, 2022-01-21(1).
- [2] 吴晓莉. 基于织补理论的重庆历史文化名镇保护与发展研究[D]. 重庆: 重庆师范大学, 2021.
- [3] 吴金铃. 美丽乡村建设背景下农村旅游资源开发研究——以江苏省为例[J]. 农业经济, 2020, (3): 45-47.
- [4] 张程. 重庆市铜梁区安居镇大南社区科普体验馆正式开馆[J]. 植物医生, 2018, 31(10): 5.
- [5] 吴婷婷, 王守金. 安居变迁记[J]. 公民导刊, 2013, (12): 34-35.
- [6] 唐荣. 安居镇公共空间演变及保护更新研究[D]. 重庆: 西南大学, 2020.
- [7] 张良, 董菁, 代道军. 文化旅游资源开发模式评价研究——以西安市文化旅游资源为例[J]. 河西学院学报, 2019, 35(5): 69-77.
- [8] 王立安, 欧阳钦婷, 王静. 基于游客满意度的潮州市非物质文化遗产旅游资源开发问题探析[J]. 文化创新比较研究, 2025, 9(28): 60-64.

## Tourism Resource Development Path of Anju Town from the Perspective of Tourist Satisfaction

Lu Dongnan Li Hongying

*Sichuan University of Science & Engineering, Yibin*

**Abstract:** With the continuous prosperity of domestic tourism, rural tourism has emerged as a unique form of cultural tourism. The tourist attractions in Anju Town, Chongqing, boast rich cultural heritage resources, but numerous issues still exist in tourism development. This study reviews and collects relevant literature and information related to Anju Ancient Town and summarizes the current status of cultural heritage development in Anju Town. Based on this, a satisfaction survey questionnaire for Anju Town was designed. The study evaluates tourists' satisfaction with aspects such as transportation, prices, resources, services, and shopping experiences in Anju Town, and identifies issues including insufficient transportation and convenience, mismatched tourism prices with visitor demand, disconnection between resource development and cultural heritage preservation, and low standards of scenic area construction and service quality. It thus offers practical guidance for the development of cultural heritage resources in Anju Town, ultimately aiming to enhance the tourist experience and promote the long-term prosperity of Anju Town.

**Key words:** Anju town; Tourist satisfaction; Tourism resource development