

节庆体育文化原真性对游客行为意向的影响

——以“两江两村”为例

田小英

贵州民族大学社会学院，贵州 贵阳

收稿日期：2024年5月14日；录用日期：2024年6月16日；发布日期：2024年6月25日

摘要

原真性理论常常运用在旅游研究中，却很少在节庆体育文化旅游情景中运用，更不用说在少数民族地区的节庆体育文化节中被探讨。本文从“两江两村”与游客的角度出发，运用文献资料、访谈等方法，对游客的旅游意向进行了实证分析。结果表明，旅游者对于节庆运动文化的原真性持积极的态度。节庆体育文化原真性强会影响游客行为意向；“两江两村”在保持节庆体育的原真性上增强策略。

关键词

节庆体育，原真性，“村BA”，“村超”，游客行为意向

The Influence of Cultural Authenticity of Festival Sports on Tourists' Behavior Intention

—Taking “Two Rivers and Two Villages” as an Example

Xiaoying Tian

School of Sociology, Guizhou Minzu University, Guiyang Guizhou

Received: May 14th, 2024; accepted: Jun. 16th, 2024; published: Jun. 25th, 2024

Abstract

The theory of authenticity is often used in tourism research, but it is rarely used in festivals, sports and cultural tourism scenes, let alone in festivals, sports and cultural festivals in ethnic minority areas. From the perspective of “two rivers and two villages” and tourists, this paper makes an em-

pirical analysis of tourists' travel intentions by using the methods of literature and interviews. The results show that tourists have a positive attitude towards the authenticity of festival sports culture. The strong authenticity of festival sports culture will affect tourists' behavior intention; "Two Rivers and Two Villages" strengthens the strategy in maintaining the authenticity of festival sports.

Keywords

Festival Sports, Authenticity, "Rural Basketball", "Village Football League", Tourists' Behavior Intention

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在当今旅游业的发展中，文化旅游作为一种独特的旅游形态，日益受到广大旅游者的青睐。其中，节庆体育文化是文化旅游的一个主要内容，因其丰富多样的文化内涵而受到众多旅游者的青睐。节庆体育活动往往在庆祝特定的节日、纪念日或宗教活动时举办，通过体育竞赛、文艺表演和民俗活动等形式展示民族的独特风情和文化特色。随着社会和经济的发展，越来越多的旅游目的地开始将节庆体育文化作为吸引游客的重要旅游资源，以此提升旅游地的知名度和吸引力。

虽然节庆体育文化在旅游业中具有重要地位，但目前对于节庆体育文化原真性对于游客行为意向的影响尚未得到充分探究。因此，本研究的目的是以“两江两村”——“村BA”和“村超”为案例，探讨节庆体育文化原真性对游客行为意向的影响，并揭示其中的潜在机制。

2. 文献综述

2.1. 文化旅游的概念和特点

2.1.1. 文化旅游的定义

Smith (1978)认为文化旅游是将土著人的异域情调和古朴习俗销售给游客的过程[1]。文化旅游作为一种追求文化体验和认知的旅行方式，旨在促进人们对异国文化的理解和尊重。游客在旅行中积极参与并体验其他文化的活动。文化旅游是旅客根据对目的地文化的兴趣和好奇心，有意识地寻求了解和体验目的地文化的旅行行为。为旅行者在自由意志下，为了获取、体验、欣赏和感知文化资源而产生的旅游行为。

以上是一些学者对文化旅游的定义的例子，尽管存在一些差异，但总体而言，文化旅游被广泛理解为一种旅游方式，强调旅客对目的地文化的体验、认知和参与。这种旅游方式注重在旅途中深入了解和感知当地的文化资源、传统和遗产。

2.1.2. 文化旅游的特点

文化旅游具有以下几个特点：① 文化体验：文化旅游注重旅客对目的地文化的体验和认知。旅客可以通过参观博物馆、遗址、文化村落等，以及参与传统节庆活动、工艺体验等方式，深入了解和感受当地的文化内涵[2]。② 可持续性：文化旅游强调对文化遗产和资源的保护与传承。旅游目的地为了吸引游客，需要保护和维持文化景观、传统建筑等，同时注重传统文化的传承和发展，确保文化旅游的可持续发展。③ 交流与对话：文化旅游鼓励旅客与当地居民进行文化交流和对话。旅客可以与居民共进餐食、参与传统手工艺

制作、学习当地语言等，从而加深对文化的理解和认知[3]。④ 多元性：文化旅游涵盖了世界各地的文化多样性。旅客可以选择不同的文化旅游目的地，体验不同的文化元素，从而丰富自己的视野和文化认知。

2.1.3. 文化旅游的意义

文化旅游具有以下几个重要意义：① 文化保护与传承：文化旅游促进了对文化遗产的保护与传承。旅游目的地为了吸引游客，需要保护和维持文化景观、传统建筑等，从而确保文化遗产得以保存下来并得到推广[4]。② 文化交流与理解：文化旅游带来了不同地域、背景的人们之间的交流与理解。旅客在文化旅游中与当地居民接触、交流、学习，增进了文化对话与互动，促进了文化的多样性与包容性。③ 经济发展与就业机会：文化旅游为旅游目的地带来经济效益，创造就业机会。④ 文化教育意义：文化旅游丰富了旅客的知识和视野，带来了世界不同文化的认知和理解。通过文化旅游，旅客可以学习到新的文化知识，培养自己的文化素养和全球视野[5]。

总的来说，文化旅游具有保护、传承、交流、经济发展和教育意义等多个层面的重要意义，对旅游目的地和旅客都具有积极的影响。

2.2. 节庆体育文化的概念和特点

Adams (1987)将节庆体育文化定义为一种集体行为，在特定的时间和地点，通过体育竞赛、文艺表演、传统仪式等形式来庆祝、纪念和感受共同的价值观和经验。Funes 和 Tomlinson (2001)指出，节庆体育文化是一种跨越国界、超越语言和文化差异的现象，它通过体育竞赛和庆典活动，传播着人类的共同价值观和文化表达。Searle (2003)认为节庆体育文化是一种社会行为，通过传统的体育竞赛、舞蹈、音乐和娱乐活动等形式，表达和强调群体身份和社会组织。Mishra (2007)将节庆体育文化描述为一种集体的、动态的、富有传统意义的体育活动形式，它在固定的时间和地点举行，通过竞技和表演，弘扬和传承社会的文化传统[6]。

综上所述，不同学者对节庆体育文化的概念和特点有一些共同之处，包括集体行为、庆祝、纪念、传统仪式、价值观传播、社会身份和组织表达等方面。节庆体育文化通过体育竞赛、文艺表演、传统仪式等形式，以庆祝、纪念和感受共同的价值观和经验。它跨越国界、超越语言和文化差异，弘扬和传承社会的文化传统，并带有庆祝性质、娱乐性质和社交性质。

2.3. 原真性的概念和重要性

原真性最早出现于《威尼斯宪章》(Venice Charter)，是定义人类文化遗产的一个重要标准[7]。原真性(Authenticity)是一个广泛应用于文化领域的概念，旨在描述某个事物或体验的真实性、原始性和纯正性。在文化旅游和体育事件中，原真性可以指代保留、展示和传承传统文化和体育活动的真实性和纯粹性。重要的原真性体验应该是不受商业化、消费主义或人为干预的影响，能够提供真实、纯粹以及独特的文化或体验。

原真性的重要性体现在以下几个方面：

① 保护和传承文化遗产：强调原真性有助于保护和传承特定文化或体育传统。它使得人们能够对过去的价值观、技艺、仪式和习俗进行真实地了解和认知。原真性体验有助于防止文化的商业化和虚假的呈现。② 丰富游客体验和满足需求：旅游者和体育爱好者倾向于寻找真实、独特和纯粹的体验。原真性的存在提供了一种与真实文化和体育传统互动的机会，满足了游客对文化和体育的深度认知和体验的需求[8]。③ 促进跨文化理解与交流：原真性体验有助于加强不同文化间的交流和理解。在节庆体育文化中，原真性可以作为一个桥梁，促进人们的互动、对话和共享。它有助于消除文化误解和刻板印象，增进不同民族和社群之间的和谐与合作。

2.4. 节庆体育文化与原真性的关系

节庆体育文化与原真性之间存在紧密的关系。节庆体育文化是表达和传承社会文化的方式之一，而原真性则强调保留和传递传统文化的真实性和纯正性。

在节庆体育文化中，原真性体验意味着游客能够亲身体验和参与节庆体育活动，并感受到其文化传统的真实性。在游客完成一个整体的旅游体验后会对旅游目的地产生地方文化认同。地方依恋理论在研究旅游体验和地方文化认同方面比较具有代表性，地方依恋分别从心理和社会两个层面表现人与地方文化的契合度，包含了地方认同和地方依赖两个维度[9]。地方认同和地方依赖这两个维度所产生的效果会直接影响到游客对目的地行为意向的选择，节庆体育文化原真性与前三者形成相互建构的辩证关系(图 1)。

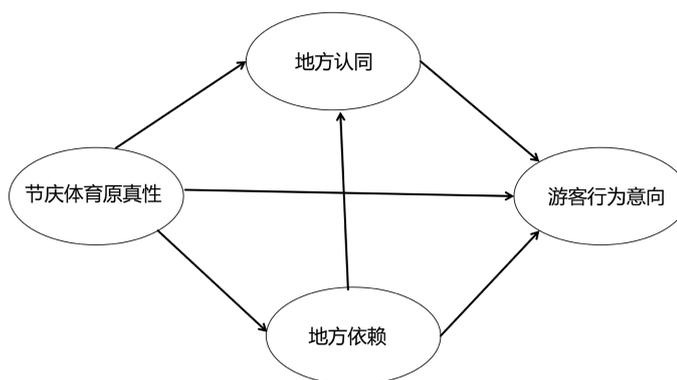


Figure 1. Research frame diagram
图 1. 研究框架图

3. 游客行为意向的影响因素

3.1. 游客行为意向的定义

游客行为意向是通过游客的态度、动机和期望来衡量的。它反映了游客对旅游产品和服务的感受和评价，并能够对游客的实际行为产生影响。游客行为意向可以体现在游客的预定意愿、重复访问意愿、推荐意愿等方面，对旅游目的地和旅游业的发展具有重要意义。

游客行为意向是一个复杂的概念，受到多个因素的影响，包括个体特征、社会文化、旅游体验、目的地品质等。研究人员可以通过调查问卷、访谈、观察等研究方法来测量和分析游客行为意向，从而深入了解游客的态度和期望，并为旅游目的地和旅游企业提供决策参考。

3.2. 旅游动机对游客行为意向的影响

旅游动机是指推动游客参与旅游活动的内在驱动力和目的。它可以影响游客对于旅游目的地的选择、旅游活动的参与程度以及满意度评价等方面。旅游动机可以分为两种类型。第一种称为内在动机是指游客内心的需求和目标，如寻求新奇、放松身心、满足好奇心等。外在动机是指外部环境和因素对于游客行为意向的影响，如社交影响、物质奖励等[10]。

旅游动机会直接或间接地影响游客的行为意向。例如，如果旅游动机是为了寻求冒险和刺激，游客可能更愿意参与冒险性的旅游活动或选择具有刺激性的目的地。如果旅游动机是为了放松和休闲，游客可能更倾向于选择宁静和舒适的目的地和活动。

因此，了解游客的旅游动机对于预测和理解游客行为意向十分有必要。以便于满足游客的需求，提高他们的行为意向和满意度。

3.3. 文化体验对游客行为意向的影响

文化体验对游客行为意向具有重要的影响。文化体验是游客在旅游目的地感受和融入当地文化的过程，包括参与传统活动、体验当地风俗、游览文化景点、品尝当地美食等。文化体验可以对游客的行为意向产生正面影响。首先，文化体验能够增加游客的满意度和忠诚度。当游客能够深入了解并体验当地的文化传统和价值观，他们通常会对旅游产品和目的地产生更高的满意度，并愿意再次选择该目的地或向他人推荐[11]。

另外，文化体验也能够激发游客的学习和成长需求，提供丰富和深入的文化体验可以增加游客的满意度和忠诚度，促进文化学习和成长，并为游客提供独特和难忘的旅游体验。因此，旅游目的地和旅游企业应该注重提供具有文化特色和丰富文化体验的产品和服务，以引导和满足游客的文化需求和行为意向。

4. 研究对象与方法

4.1. 研究对象

“村BA”是贵州省台江县“六月六”吃新节篮球比赛衍生出来的一个项目，这个项目在台盘村已经有数十年的历史了，比赛地点就在村口，由村民们组织，参赛选手大多是村民，充满了乡土气息的比赛方式，让这个项目充满了一种别样的热情与意义。

“村超”的全称是贵州榕江和美乡村的超级联赛，是以群众为主导的，主要参赛选手是村民。“村超”并不是一夜之间兴起的，据《榕江县志》记载，广西大学迁址后，也就是与之相伴而来的橄榄球运动，也就是在20世纪40年代兴起的[12]。20世纪90年代，一群对足球情有独钟的乡下人在那里建造了一座简单的户外足球场。“要想找到一份无忧无虑的工作，就得学着踢足球”，足见榕江市民对足球的喜爱。至今为止，“村超”联赛从未停歇。

4.2. 人群对象

以“村BA”、“村超”的负责人和举办“村BA”、“村超”期间前往观看比赛的游客为人群对象。

4.3. 研究方法与过程

全文贯穿的原真性理论已通过文献分析得到其定义和重要性。本人在暑假期间前往“村BA”、“村超”的举办地围绕节庆体育原真性对影响游客行为意向进行相关对象的访谈；由于个人能力有限，本次共访谈游客15人，台江、榕江政府旅游工作人员共2人，村民6人，高赧村村委1人(表1)。游客编码为YK，第一为游客编号为YK-01，以此类推；政府旅游工作人员编号为ZF；村民编号为CM；临村寨工作人员编号为LZF。

Table 1. Basic information of interviewees

表 1. 受访对象的基本情况

受访对象	数量	受访地点
游客	15	赛场观众席上、街上
政府旅游工作人员	2	台江、榕江政府办公室
村民	5	村民家里
临村寨工作人员	1	高赧村村委

4.4. 结果分析

4.4.1. 游客为何选择“两江两村”

“村BA”，“村超”的原始特征满足游客对原真性的探索。

台盘村的篮球比赛，从四五十年代开始，一直到现在都没有停止过。只要过吃新节，就会有篮球比赛。大约七八年前，村里庄稼收成不好，“六月六”快到来的时候，篮球赛的热心组织者去募资，挨家挨户寻访下来，也没筹到多少钱。“筹不到钱，而且人手也不够。”(CM-01)，那一年篮球赛准备停办。

停办篮球赛的消息传出来后，村子里几位德高望重的老人家，怒气冲冲找到家里去，将他批评教育了一番：“你们这些年轻人，还没有我们当年‘雄’。”“村BA”不仅是一种深受村民欢迎的运动项目，更是联络关系的仪式。“我喜欢篮球，我喜欢运动，我要把我的篮球梦实现，欢迎大家来到台江县台盘乡的‘村BA’篮球现场观看热血沸腾的篮球比赛。”(CM-03)

“球员们从身体情况到技术层面，都不可能跟职业足球队相提并论。但正是这种来自民间的对足球纯粹的爱，才分外感人！”来自上海(YK-02)感慨地说，“‘村超’让大家看到了久违的勃勃生机，看到了体育精神。”

第一，台江，榕江的商业化程度低构成“两村”的吸引要素。

“村BA”的决赛在一片欢腾中落下帷幕。凯里市拿到了第一名，奖励了一只榕江黄牛，二十包台江稻谷。麻江县拿到了第二名，收获了两只雷山黑毛猪和二十只从江香禾。剑河县，收获了两只岑巩湖羊，二十袋富硒米，第三名。台江县拿到了二十只天柱鸡，二十包台江稻谷。队伍所获的奖励也有自己独特的“村味儿”，都是本地人饲养、本地人栽培的。“村BA”以其“农趣”的“农味”，原汁原味的快乐，让每个参赛选手，游客，球迷们，都深深地感受到了篮球的魅力，运动的魅力。“我觉得这场比赛做得很好，真正的目的是让年轻人参与到这项运动中来，让他们感受到了一种民族的气息，一种原始的气息，我很喜欢。”(YK-03)

“村超”的商业化问题，从一开始就没有考虑过，也没有考虑到。不能有任何的广告，不能有任何的收入。每一轮的优胜者都会得到一份非常具有地方特色的奖励，那就是一对猪蹄。总冠军奖励一头小黄牛，亚军奖励三头黑毛野猪，季军奖励三只塔石小香羊，季军奖励十二只土鹅。唯一的赞助商就是啦啦队，也就是整个村子的人，所有的开销都是从村子里拿出来的，有的人拿出了五百块，有的人则拿出了二十块，甚至有人拿出了一百块糯米、两百块芋头、一百块粉条……

第二，台江，榕江的民族特色促进游客前往的出游意向。

比赛间隙与球迷的互动是“村BA”的重头戏，也是备受观众青睐的。黄平县带来的《侗家踩亲舞》展现了贵州的传统民族文化；从江县带来的《岜沙汉》表演，展示了岜沙苗族的独特民族风情和文化；台江县的《踩桥芦笙舞》、州歌舞团演唱的《追梦前行》等独具特色的歌舞展演，赢得了观众的阵阵掌声，这些表演节目也都展现了少数民族的热情和对幸福生活的向往。“来到台盘可以看到很多民族类的特色的东西，让我感觉到了中国的民族的特色，真的很强。”(YK-13)

在这里，“村超”的每一个环节，都散发着浓郁的乡土味儿。而更让人期待的是，在比赛的间歇时间，来自各个村庄的人们，穿着民族服装，轮流上台，表演侗族的琵琶，水族的铜鼓，瑶族的舂杵舞，苗族的芦笙，这些民族的舞蹈，还有他们特有的乐器，都会通过“村超”这个舞台，向世界展现他们丰富多彩的民族文化，气氛一瞬间达到了高潮。“这简直就是一个大派对，有美丽风景、有浓浓风情、有吃有玩，人们奔着‘村超’而来，但又不只是为了观赛，而是为了欣赏乡村生活的美丽模样。”(YK-05)

许多不远千里来看球的人，都大呼过瘾，纷纷称这就是最具中国特色的狂欢节。“真的好接地气啊，不光是比赛的激烈程度，现场也是一片欢声笑语，充满了乡土气息，充满了民族风情，充满了欢乐。”(YK-15)

4.4.2. “两江两村”原真性的体验

第一，按村规处理“村BA”违规现象。

篮球比赛的参与者原始是全体村民。“球场上的规则，就是台盘的村规民约。”(CM-04)在苗族的传统村子里，有一条规矩，叫做“120”，也就是说，若是有人做了错事，就要上交120斤的酒，120斤的米，120斤的肉。篮球比赛的时候，如果队伍违反了规则，也会受到同样的惩罚。

凯里市队击败麻江县队，获得了贵州省黔东南地区的第二次“美丽乡村”篮球联赛的冠军。然而，这一次的比赛，却引起了很多人的怀疑，“你是怎么赢的？所谓的“打假球”，是从之前的团体赛开始的，有人说，凯里队是“故意”输给了麻江，让黎平队出局的。

“村BA”的主办者准备查证凯里队确实在小组赛的最后一轮没有发挥出最好的水平，于是决定处罚他们三个“120”，也就是大米120斤，酒120斤，肉120斤。但是主管说，由于主力队员都有伤在身，连续作战的客观条件，凯里的球队在保证晋级的前提下保留了实力，这是一种策略，并不是在打假球。如果说他是在作弊，那就太勉强了，而且惩罚也太重了。不过考虑到“村BA”是一种单纯的篮球文化，它的确违背了竞技的公正，于是村子里就对它做出了相应的惩罚。

第二，加固“村BA”、“村超”的原真性。

村BA火爆之后，一家公司主动找上门，愿意出资50万元，赞助村BA联赛，条件是让他们公司冠名的球队参加比赛。村民们商量了一下，决定不能把“村BA”当成一门赚钱的生意，而要从长期来看，让它保持单纯的性质，从长期来看，只有这样，才能保证它的质量。

榕江村超的负责人对于“村超”爆火之后，面对商业化的赞助行为也保持克制，(ZF-01)表示：“村超出圈后，一些企业主动找到村里的球队要求赞助，但我们担心过多的资本介入会通过炒作出问题，会破坏村超最初追求快乐的纯粹，让村超变味。”

第三，旅游目的地好客精神。

赛事期间，为了提高比赛的吸引力，提高比赛的互动参与性和趣味性，从而激发出省内外观众观看比赛的热情，促进乡村旅游发展，帮助农民增加收入，在比赛过程中，在比赛的间隙时间里，举办了一系列的精彩比赛，如投球、接力赛、抢西瓜等。“我来自重庆梁平，头一次在这么多人面前打篮球，第一次有这么多人对我的进球鼓掌，我感觉很开心，很高兴。这些是我今天赢得的奖品，我也要带回梁平去。”(YK-09)

NBA、CBA 传奇球星马布里将现身台江“村BA”，同时将参加一系列精彩篮球互动。所谓上下同欲者胜，诸如此类正能量的故事，在“村超”可谓遍地皆是。酒店爆满后，村民就将家中的空房清理了一遍，让没能预订到的游客免费入住，并坚持不收费；现场有很多老奶奶和大家一起分享自己做的美食；远方来客，所到之处，必有厚礼。淳朴、热情、真诚的民俗，构成了“村超”之外的又一道风景线。

4.4.3. 促进周边村寨合作与发展

节庆体育文化原真性可以促进村寨内外的合作与发展。在距离榕江县三十多公里的高赧村，有一个不到五公里长的峡谷，但却有108个大瀑布，被称为“十里百瀑”，吸引了众多游客前来拍照。“白天看看瀑布，避暑纳凉，晚上去看‘村超’，十分安逸。”举办“村超”以来，村里经济收入好多了。(LZF-01)

乌公村的“逐梦谷”营地，平堡村的“月畔湾”营地，都是以食宿为主要服务的景点，游客数量也在不断增加，收入也在不断增加。寨蒿咸鱼，寨蒿麻饼，水晶饼，七彩糕，还有其他的特产，销量都翻了几番。据不完全统计，寨蒿镇自“村超”活动开展以来，共为全镇带来了一百万元以上的经济效益。

4.4.4. 保护和传承文化遗产

“两江两村”绘就民族团结“新示范”。对运动项目与地方民间文化的融合进行了创新性的探讨，

为民族文化、地方文化和现代文化搭建了一座交流的桥梁，使“两江两村”真正具有了文化传承和乡愁记忆的价值内涵。要大力宣传篮球运动，促进全民健身，要把它作为地区乃至全国各个民族之间互动交流、增进了解、加深友谊、增强团结的一个重要平台。将民族团结食堂、推进移风易俗等工作与体育比赛、民族文化相结合，使“团结互助、包容互鉴”的民族文化价值观，在“两江两村”比赛中焕发出勃勃生机，彰显出新时代的魅力。

4.5. 探讨“两江两村”原真性对游客行为意向的直接和间接影响

“两江两村”原真性可以对游客行为意向产生直接和间接的影响。下面将解释这两种影响方式：

(1) 直接影响：“两江两村”原生态对旅游者行为意愿的直接效应，是指旅游者对节庆运动文化原生态的感受与评价，会对旅游者的行为意愿产生直接的影响向[13]。当参观者感受到节日体育文化的真实性时，即认为所体验的节庆活动、传统表演等是真实、传统和纯粹的，他们更有可能对此产生积极的行为意向[14]。这包括对于旅游目的地的选择、参与度、满意度、重复访问意向等。

(2) 间接影响：“两江两村”原真性对游客行为意向的间接影响是通过中介变量来实现的。中介变量可以是游客的知觉价值、文化体验、满意度等。当游客感受到节庆体育文化的原真性，他们通常会体验到独特和真实的文化价值，进而提升其对旅游产品和目的地的满意度。满意度的提升进一步推动了游客的忠诚度和再访意愿[15]。此外，游客在参与节庆体育文化活动中可以洞察和体验到当地文化，从而丰富了文化知识和体验，促进了其文化学习和成长需求的满足，这也会对游客的行为意向产生积极的影响。

因此，“两江两村”原真性对游客行为意向的影响既可以通过游客直接的感知和评价，也可以通过中介变量的影响机制实现[16]。了解这种直接和间接影响的关系对于旅游目的地和旅游企业来说非常重要。他们可以通过提供具有原真性的节庆体育文化活动，满足游客对于真实文化体验的需求，提升游客的满意度和忠诚度，并促进目的地的可持续发展。

5. 结论和讨论

5.1. 总结研究发现

综合以上讨论，可以得出以下发现：“村BA”，“村超”的原真性对游客行为意向具有显著的正向影响。游客对于节庆体育文化活动的真实性和原汁原味的体验能够提高他们的满意度、忠诚度和重复访问意愿。“村BA”，“村超”的原真性直接影响游客的行为意向。游客认可、感知和评价“村BA”，“村超”的原真性，直接影响他们前往“两江两村”的选择。台江、榕江的管理人员通过增加策略来保持节庆体育文化原真性。使游客在体验原真性节庆体育文化活动中，会产生独特的文化体验和学习，并提升他们对于旅游产品和目的地的满意度，进一步影响他们的行为意向。

5.2. 对观点的解释和启示

研究发现表明，注重节庆体育文化的原真性可以对游客行为意向产生积极影响。在旅游目的地和旅游企业的发展中，以下解释和启示值得关注：重视本地文化传统和节庆体育活动的保护和传承。原真性是吸引游客的关键因素，因此保护和传承本地文化遗产、举办真实传统的节庆体育活动对于提升游客行为意向至关重要；提供丰富和独特的文化体验。给游客提供真实的文化体验是提升其满意度和忠诚度的重要途径。旅游目的地和企业可以开发旅游产品和活动，让游客深入到节庆体育文化中，提供独特和难忘的文化体验。加强旅游服务的专业性培训。要确保节庆体育文化活动的原真性，旅游从业人员需要具备丰富的文化知识和专业技能，以提供高质量、真实的旅游服务。对从业人员进行文化素质和专业培训非常重要。

5.3. 研究的局限性和未来研究方向

尽管本研究探讨了节庆体育文化原真性对游客行为意向的影响，但我们也要认识到其局限性。本研究可能只针对特定地区或特定节庆体育文化进行调查，限制了研究结果的推广性。未来的研究可以扩大样本的范围，涵盖更多的地理区域和不同类型的节庆体育文化，以增加研究的代表性和普适性。使用访谈法来评估节庆体育文化原真性和游客行为意向之间的关系。未来的研究可以进一步量化，增加测量工具，提高准确性和可靠性，使结果更具说服力。节庆体育文化原真性可能涉及多个维度，例如活动的真实性、传统性、纯粹性等。未来的研究可以从更多角度考虑节庆体育文化原真性的影响因素，以提供更全面的研究结论。

综上所述，将这些局限性与未来的研究方向结合起来，可以进一步完善对节庆体育文化原真性对游客行为意向的理解，并提供更具实践意义的建议。

参考文献

- [1] Smith, S., Costello, C. and Muenchen, R.A. (2010) Influence of Push and Pull Motivations on Satisfaction and Behavioral Intentions within a Culinary Tourism Event. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, **11**, 17-35. <https://doi.org/10.1080/15280080903520584>
- [2] 谷松, 薛岚. 节庆体育文化原真性对游客行为意向的影响——基于楚雄、石林彝族火把节的实证研究[J]. *体育与科学*, 2020, 41(1): 112-120.
- [3] 岑鸿, 李储林. 布依族节庆民俗旅游资源开发及利用研究[J]. *贵州民族研究*, 2016, 37(10): 178-181.
- [4] 袁超, 孔翔, 陈品宇. 建构主义下传统村落旅游者原真性体验研究——以呈坎村为例[J]. *旅游学刊*, 2023, 38(5): 115-126.
- [5] 陈振勇, 童国军. 节庆体育的集体记忆与文化认同——以凉山彝族自治州火把节为例[J]. *体育学刊*, 2013, 20(4): 124-128.
- [6] 李春霞, 彭兆荣. 彝族“都则”(火把节)的仪式性与旅游开发[J]. *旅游学刊*, 2009, 24(4): 79-84.
- [7] Gazzolo, P.E. (1964) The International Charter for the Conservation and Restoration of Monuments (Venice Charter). *Cancer*, **29**, 1575-1578.
- [8] 邓小艳. 基于建构主义原真性理论对非物质文化遗产旅游开发的解读[J]. *贵州民族研究*, 2010, 31(2): 90-95.
- [9] 崔庆明, 和琳珊, 徐红罡. 遗产旅游动机的核心-边缘结构研究——以丽江为例[J]. *旅游学刊*, 2016, 31(10): 84-93.
- [10] 骆泽顺, 林璧属. 旅游情境下内隐-外显地方依恋模型研究——基于心理学视角[J]. *旅游学刊*, 2014, 29(12): 45-54.
- [11] 咎胜锋, 陈旭. 少数民族传统体育文化资源的旅游开发及应用[J]. *贵州民族研究*, 2018, 39(7): 157-160.
- [12] 张文勋, 等. 榕江县志[M]. 贵阳: 贵州人民出版社, 1999.
- [13] 张小林, 孙玮, 刘兰. 少数民族特色村寨体育文化旅游资源创意开发研究——基于湘西德夯苗寨的调查研究[J]. *贵州民族研究*, 2015, 36(1): 156-159.
- [14] 黄翔, 连建功. 中国节庆旅游研究进展[J]. *旅游科学*, 2006(1): 45-49.
- [15] 赵雯, 王语晨. 旅游目的地的影视营销活动对游客出行意愿的影响分析[J]. *江苏第二师范学院学报*, 2019, 35(4): 32-35.
- [16] 秦兆祥. 内蒙古民族文化旅游资源的保护性开发[J]. *贵州民族研究*, 2017, 38(11): 181-184.