

旅游者文化遗产价值认知对遗产责任行为的影响研究

——以八达岭长城为例

徐子怡

中央民族大学管理学院，北京

收稿日期：2025年8月9日；录用日期：2025年9月18日；发布日期：2025年9月28日

摘要

文化遗产旅游的保护与发展这一辩证性问题由来已久，旅游者作为旅游主体对可持续旅游的影响作用愈发重要。本文构建了旅游者文化遗产价值认知对其遗产责任行为的影响模型，将地方认同作为中介变量，文化氛围作为调节变量纳入其中。以八达岭长城游客为研究样本，利用结构方程模型进行检验，得到以下研究结果：(1) 文化遗产价值认知对遗产责任行为有显著正向影响；(2) 文化遗产价值认知对地方认同有显著正向影响；(3) 地方认同对遗产责任行为有显著正向影响；(4) 文化氛围在地方认同与遗产责任行为之间具有调节作用。

关键词

文化遗产价值认知，遗产责任，责任行为，地方认同，文化氛围

Research on the Influence of Tourists' Cultural Heritage Value Cognition on Heritage Responsibility Behavior

—Taking Badaling Great Wall as an Example

Ziyi Xu

School of Management, Minzu University of China, Beijing

Received: August 9, 2025; accepted: September 18, 2025; published: September 28, 2025

Abstract

The dialectical issue of the protection and development of cultural heritage tourism has a long history. This paper constructs a model of the impact of tourists' cultural heritage value cognition on their heritage responsibility behavior, including place identity as a mediating variable and cultural atmosphere as a moderating variable. Taking tourists of Badaling Great Wall as the research sample and using structural equation model to test, the following research results are obtained: (1) cultural heritage value cognition has a significantly positive impact on heritage responsibility behavior; (2) cultural heritage value cognition has a significantly positive impact on place identity; (3) place identity has a significantly positive impact on heritage responsibility behaviors; (4) cultural atmosphere plays a moderating role between place identity and heritage responsibility behaviors.

Keywords

Cultural Heritage Value Cognition, Heritage Responsibility, Responsibility Behavior, Place Identity, Cultural Atmosphere

Copyright © 2025 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

随着时代变迁,消费需求转型升级,文化遗产旅游已经成为一种重要的旅游方式[1]-[3]。作为文旅融合大背景下的重要旅游产品,文化遗产旅游承载着丰富的文化内涵,可以为游客提供与现实空间进行深度互动的机会。虽然文化遗产旅游与文化遗产保护的矛盾与冲突一直存在[4],但是文化遗产的价值需要通过旅游活动来实现[5]。《“十四五”文化和旅游发展规划》更是提出,要“深挖遗址价值认知,让旅游成为人们感悟中华文化、增强文化自信的过程,引导游客成为中华文明的实践者和传播者”,这表明回避遗产旅游并非是进行文化遗产保护的可行措施,认识遗产地的价值并形成可持续的旅游模式才是解决问题的关键[6]。因此,本研究将关注点放在遗产旅游过程中的游客行为上。

作为旅游活动主体的旅游者发出的不当行为是影响遗产可持续管理的重要因素[7][8],而激发旅游者的遗产责任行为,则被认为是更为有效、更为可控的解决措施[9][10]。相较于一般旅游地而言,遗产保护涉及的维度则更加丰富,然而目前关于游客在文化遗产旅游中责任行为的研究尚局限于环境责任行为方面[11],缺乏更全面、更深入的认知。因此,探讨文化遗产旅游中游客遗产责任行为(Heritage Responsibility Behavior, HRB)的形成,能够弥补当前旅游研究中存在的不足[12]。

受到旅游实践与旅游学术将遗产休闲化处理的影响,目前旅游学术界对于遗产旅游中对游客行为影响因素的讨论主要集中在“感知”层面,忽视了旅游相关利益主体对遗产内涵的深挖[13]。虽然有学者基于美国顾客满意度指数(American Customer Satisfaction Index, ACSI)讨论了游客的文化遗产地认知对其感知价值的影响[13],但仍存在文化遗产地商业化的局限,将固化的商品感知价值维度移植到文化遗产旅游领域,没有认识到文化遗产的丰富价值与其对主体行为的直接调控作用。因此,有必要直接对文化遗产的认知价值对游客的行为影响作用进行讨论。

地方认同是主体通过与物理空间进行互动从而重构自我精神空间的一个概念[14]。在遗产旅游领域,

地方认同常被视为感知价值对遗产保护意愿、保护态度的中介变量,但现有研究仅停留在地方认同对游客的精神层面的抽象影响,并没有关注游客的具象延伸,游客是否真正发出遗产保护行为才是判断地方认同究竟能否在可持续旅游中发挥正面影响作用的关键。因此,有必要将地方认同对游客行为的影响做进一步的讨论。

此外,游客往往对旅游目的地的文化氛围有较高的要求[15]。文化氛围是文化的各种要素依托于物化和意识形态的载体为人所感知的效应场[16]。遗产地的文化氛围会通过价值观内化[17]等方式影响游客的精神空间从而作用于其行为实践上[18][19]。

基于以上,本研究构建了以地方认同为中介变量的假设模型,试图探究遗产旅游中游客文化遗产价值认知对其责任行为的影响作用机制,并将文化氛围作为调节变量纳入其中,以期从游客角度为文化遗产的价值保护提供解决思路。

2. 理论基础与假设提出

2.1. 文化遗产价值认知对遗产责任行为的影响

文化遗产的价值具有多重维度,《巴拉宪章》提出的五大价值维度被广泛采纳[20]。国内外组织在遗产价值方面也达成了相对一致性,认为世界文化遗产强调“突出普遍价值”(Outstanding Universal Values)的真实性与完整性,而非物质文化遗产强调“历史、科学、文学、艺术”等方面的特殊价值(Special Values)。当前研究基本认为不同主体对遗产价值的认知程度与遗产价值的实现程度、主体的保护行为有紧密联系[21]。

“遗产责任”是由张朝枝根据遗产与遗产旅游的本质属性特征提出的概念[4],建立了遗产保护与责任行为对话的基础。后有学者逐步发展出遗产地居民和游客的遗产责任量表[22],探讨了居民遗产责任行为的影响机制[23],将遗产责任行为定义为对遗产资源负责任的行为[11]。

根据格式塔心理学派对于个体行为发出的整体性认识,个体对于外界的认知程度会影响其行为,游客的文化遗产价值认知会影响其遗产责任行为。有学者已经对二者的关系作出了一定程度的讨论,但局限在计划行为理论的框架下[21]。一方面,计划行为理论只是建立了在行为态度、主观规范和知觉行为控制与行为意向的关系,并没有直接确立变量与游客行为的影响关系。另一方面,旅游体验是一个情感能量驱动的动态过程,在文化遗产旅游地的浸润下游客会对自身以及外部空间进行重新建构,其先决性的态度、规范与控制会发生跃迁性变化[24]。

因此,本研究跳出计划行为理论的框架,从人本主义的视角出发提出以下假设:

H1: 文化遗产价值认知对遗产责任行为有显著正向影响。

2.2. 文化遗产价值认知对地方认同的影响

地方认同最早由 Proshansky 提出[25],地方认同常被用于研究旅游消费行为、环境责任行为以及遗产旅游中[26],是指人们有意识和无意识中存在的信念、情感、价值观、想法、偏好、目标、行为趋势以及技能的复杂交互作用[25],可受到“地理环境”的影响[27]。在内外交互中,地方认同的构建会改变主体的行为意识[28],通过激发主体对自我的认同、对物理空间的归属感[29],从而发出行为[30],将行为视为精神空间的延伸。在遗产旅游研究领域,有学者延伸出遗产认同这一概念,从不同角度研究了遗产认同的内涵[31]-[33]。但关于遗产认同的研究尚少,量表也未得到成熟开发。不过遗产作为旅游目的地的重要组成部分是游客建构地方认同的主要对象,所以为方便讨论本文采用地方认同这一概念进行开展研究。

遗产旅游可以通过提供给游客体验过去的机会激发游客对自我身份的重塑[34],在这一过程中,游客将场景、时空与记忆进行综合[35],吸纳文化遗产地空间的文化基因,形成对遗产地的认知,实现地方认同的构建[36]。何银春等基于游客视角,运用定性研究的方法探索了永顺老司城游客的价值感知对遗产认同[37]的作用机理,认为价值感知经过动机趋势、具身感知、情感湍流和认知升华四个阶段最终形成遗产认同,认知在其中起到关键性的链接作用,也是感知价值作用于主体并发挥作用的重要环节。可见遗产地的价值认知与地方认同之间的关系已被学者发现,但还缺乏进一步量化验证。

基于此,本研究提出以下假设:

H2: 文化遗产价值认知对地方认同有显著正向影响。

2.3. 游客地方认同对遗产责任行为的影响

Howard 提出的遗产化过程模型包括“遗产的形成”、“保护遗产”、“对遗产进行修复、阐释,再现已商品化”以及“遗产的破坏、甚至消亡”四个阶段[33],表明遗产的识别是遗产保护行为的前提。在构建与自我身份与遗产的认同后,人们往往通过传播遗产价值、保护与修复遗产、进行遗产旅游等方式实现对遗地方认同的身份表达[31]。因此,游客地方认同是激发自身责任行为的因素之一。Gursoy 等研究发现地方认同对遗产责任行为有显著的正向影响[23];冯萍等发现游客的文化遗产保护行为会受到心理层面的地方依恋这一因素的影响[38];巨英英等运用模糊集定性比较分析的方法从旅游社区居民角度研究了居民遗产责任行为的形成机制,证明了地方依恋对居民遗产责任行为的影响[5]。地方认同与地方依恋时常被认为是处于同等地位或是交织关系[39],因此,从游客角度出发,前期研究也可以支持地方认同对居民遗产责任行为的影响作用。

基于此,本研究提出以下假设:

H3: 地方认同对遗产责任行为有显著正向影响。

2.4. 游客地方认同在文化遗产价值认知与遗产责任行为之间的中介作用

综合以上分析,地方认同在游客文化遗产价值认知对遗产责任行为中间起到一定路径作用。游客通常会基于遗产地的价值感知,赋予遗产认同某种特定的地方性联结与意义[26][36][37],由此形成地方认同,从而生成遗产责任行为。

基于此,本研究提出以下假设:

H4: 地方认同在文化遗产价值认知与遗产责任行为之间产生中介作用。

2.5. 文化氛围在地方认同与遗产责任行为之间有调节作用

氛围(atmosphere)起源于营销学领域,最早由 Kotler 提出,是指为增强消费者购买行为发生的可能性而设定的一种可感知情境[40]。氛围这一概念则由 Nunez 从文化人类学的角度引入旅游领域,并提出文化氛围这一概念[41]。学界一般认为文化氛围是旅游地独特文化气质的体现,是由物质层面与意识层面共同构成的一个独特环境[42]。文化氛围被视为遗产旅游游客体验的重要构成要素[43],可以对游客产生更深远的影响。

文化氛围在引导顾客行为的作用已被发现[44],在遗产旅游领域也得到了支持。文化氛围可以调动游客的情绪,凸出旅游的在地性与文化的显著差异,从而增强地方性文化认同,也可以激发游客的购买行为,实现精神空间对物质空间的浸润与延展[45]。黄涛等发现文化氛围对游客的文明行为会产生显著影响[42]。万兆彬发现少数民族社区中文化氛围的消失会对青年群体是否选择传承非遗产生负面影响,使得青年群体很难通过接受社区的文化熏陶来传承非遗[46]。吴晓颖等的研究认为积极的文化氛围有利于增强

社区居民对文化遗产的认知从而实现对文化遗产的保护[47]。可见,文化氛围可以对主体发出有利于遗产保护的行为。同时,良好的遗产地文化氛围可以帮助游客建立与遗产地的强烈情感关联,增强对遗产地文化的认同程度。

基于此,本研究提出以下假设:

H5: 文化氛围在地方认同与遗产责任行为之间具有调节作用。

通过上述文献综述和研究假设,本研究构建理论模型如图 1:

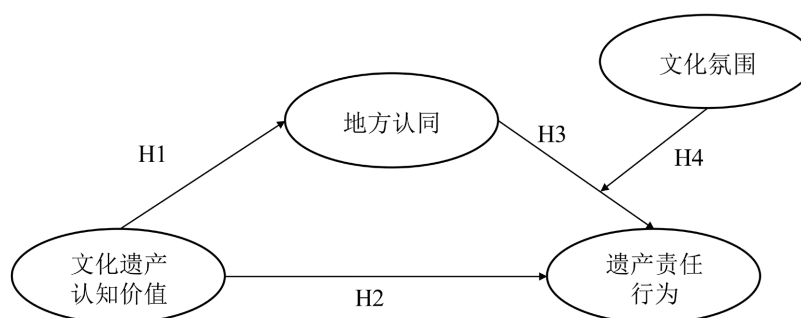


Figure 1. Hypothesis model

图 1. 假设模型

3. 研究设计

3.1. 案例地概况与数据来源

长城作为中国典型的线性文化遗产,凝聚了中华民族自强不息的奋斗精神和众志成城、坚韧不屈的爱国情怀,是中华民族的文化底蕴和精神特质[48]。长城的“遗产价值的保护与展示”是推动新时代文化繁荣发展的重要工作之一[49]。根据八达岭长城管理处的数据,2023 年八达岭长城景区年接待游客量超 1000 万人次,首次突破千万大关。北京市文化和旅游局数据显示,2023 中秋国庆假期期间八达岭长城凭借多样的文化体验活动成为北京最火爆的十大景点之一。综合历史文化底蕴与旅游市场发展趋势,以及景区频发不文明行为的现状,八达岭长城是探究文化遗产价值认知与旅游责任行为之间关系的典型案例地。

2023 年 12 月 10 日至 12 月 18 日,通过问卷星开展网络问卷调查,进行多渠道分发,尽量保证样本的代表性。共发放问卷 206 份,回收有效问卷 203 份,问卷有效率 98.54%。样本中男女比例相差不大,女性为 58.1%,男性为 41.9%。年龄以 21~30 岁(55.7%)与 31~40 岁(24.1%)为主。其中,本科学历(60.1%)最多,硕士及以上(24.6%)次之,高中及以下学历(15.3%)最少。

3.2. 变量测量

问卷包含两个部分。第一部分是对游客基本信息的调查,包括游客的性别、年龄、学历等人口统计特征。第二部分是正式量表(如表 1 所示)。长城文化遗产价值认知采用周小凤与张朝枝[50]开发的测量量表,从历史价值、美学价值、科学价值、精神价值和经济价值五个维度进行测量。地方认同的测量参考 Lengen 和 Kistemann 的经典量表[51],结合既有研究以及案例地进行调整得到测量题项。责任行为的测量借鉴了黎耀奇等[22]研究设计的量表。文化氛围的测量参考了许春晓等[52]开发的量表。问卷采用 likert5 点量表测量,1~5 分依次表示“非常不同意”到“非常同意”或“非常不符合”到“非常符合”。为得到方便受访者阅读,根据具体题项内容进行调整,最终形成共计 37 个题项的问卷。

Table 1. Variable measurement and source of questions
表 1. 变量测量与问项来源

变量	操作变量	来源
文化遗产认知价值	精神价值	周小凤和张朝枝(2020)
	科学价值	
	美学价值	
	经济价值	
	历史价值	
地方认同	情感认同	LENGEN C 和 KISTEMANN T(2012)
	认知认同	
	意向认同	
文化氛围	物质文化氛围	许春晓和朱湘平(2016)
	精神文化氛围	
	制度文化氛围	
遗产责任行为		黎耀奇等(2019)

4. 实证分析与结果

4.1. 信度与效度检验

本文利用 spss29.0 和 R 语言进行量表的信度和效度检验。部分变量标准化因子载荷值不理想, 低于 0.5, 予以删除, 对调整后的数据再次进行分析。量表总信度为 0.936, 各显变量的 Cronbach's α 系数值在 0.520~0.814 (表 2), 可通过信度检验。量表 KMO = 0.918, Bartlett 球性检验结果良好($p < 0.01$), 适合进行因子分析。C. R. 值均大于 0.7(>0.6), 各个构面的内部一致性较好。各潜变量的 AVE 值介于 0.36~0.5, 说明本文中所选的操作变量可以解释变量的方差, 问卷数据的收敛效度可以接受。通过 R 语言测量模型的整体拟合指数结果显示, $\chi^2/df = 1.64$ ($1 < \chi^2/df < 3$), $p < 0.001$, SRMR = 0.062 (<0.08), RMSEA = 0.071 (<0.08), 各潜变量所对应的标准化载荷值在 0.484~0.780。可知, 模型的整体拟合程度基本可以通过检验。

Table 2. Reliability and validity test of the scale
表 2. 量表信效度检验

变量	操作变量	标准化因子载荷	Cronbach's α	C. R.	AVE
文化认知价值	精神价值	0.670	0.664	0.810	0.361
		0.594			
	美学价值	0.575	0.709		
		0.633			
		0.557			
	经济价值	0.604	0.719		
		0.541			
0.541					
地方认同	情感认同	0.515	0.669	0.813	0.363
		0.721			
	认知认同	0.536	0.520		
		0.551			

续表

文化氛围	精神文化氛围	0.780	0.697	0.814	0.468
		0.639			
	制度文化氛围	0.682	0.729		
		0.683			
遗产责任行为		0.625			
		0.541			
		0.639			
		0.589			
		0.534	0.814	0.771	0.372
		0.484			
		0.624			
		0.576			

4.2. 假设路径的检验

本文利用 R 语言构建结构方程模型，通过运算得出结果，对本文的研究假设依次进行检验。由图 2 可知，文化遗产认知价值与遗产责任行为之间的标准化路径系数为 0.424， $p < 0.001$ ，表明文化遗产旅游者对文化遗产的认知价值显著正向影响其遗产责任行为，即拥有更高层次的文化遗产认知价值的旅游者更容易发出遗产责任行为，因此，假设 H1 成立。文化遗产认知价值与地方认同之间的标准化路径系数为 0.579， $p < 0.001$ ，表明文化遗产旅游者的对文化遗产的认知价值显著正向影响其对文化遗产地的地方认同，即，拥有更为积极的文化遗产认知价值的旅游者更倾向于对文化遗产地产生地方认同，因此，假设 H2 成立。地方认同与遗产责任行为之间的标准化路径系数为 0.733， $p < 0.001$ ，表明文化遗产旅游和的地方认同显著正向影响其遗产责任行为，即地方认同越强的遗产旅游者越容易产生遗产责任行为，因此，假设 H3 成立。

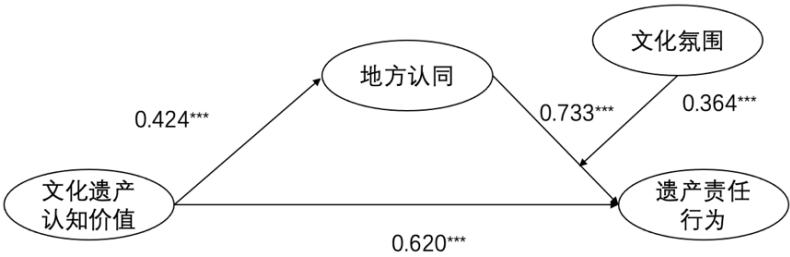


Figure 2. Hypothesis test results
图 2. 假设检验结果

4.3. 中介效应检验

本文采用 Bootstrapping 法进行中介效应检验，利用 semTools 包中的 sem 功能进行检验。通过检验发现地方认同作为文化遗产认知价值与遗产责任行为之间的中介变量的中介效应并不显著。因此假设 H4 不成立。

4.4. 调节效应检验

本文的调节变量文化氛围为潜变量，因此优先进行交互项的构建，再建立结构方程模型中的路径模

型,进行调节效应的检验。通过对文化氛围调节效应的检验可知,调节变量的标准化路径系数为-0.162, $p < 0.001$, 调节效应显著。这表明文化遗产旅游地的文化氛围可以增强文化遗产旅者因为对该地形成地方认同而发出遗产责任行为的可能性。因此,假设 H5 成立。

5. 结论与讨论

5.1. 研究结论

本文引入地方认同作为中介变量,引入文化氛围作为调节变量,分析文化遗产旅游地旅游者的文化遗产认知价值对其遗产责任行为的影响路径,通过对调查问卷进行数据分析,5条假设中的4条假设得到支持:

(1) 文化遗产认知价值对遗产责任行为的驱动作用明显,文化遗产提供了改变旅游者认知的机会。通过认知层面的作用,驱使旅游者发出遗产责任行为,保护旅游者所处的外部空间。旅游者对文化遗产的深度认识,可以增强旅游者对文化遗产的重视和尊重,多方面的认知价值的形成可以激发旅游者的参与热情,在享受文化遗产的同时,他们也愿意为保护和留存,甚至是传播文化遗产的价值和意义付出行动。旅游者对文化遗产的全面认知,可以使其认识到文化遗产与周围环境的紧密关联,旅游者也会更加注重环境资源的保护,从而采取可持续的旅游行为和负责任的消费行为。

(2) 文化遗产认知价值对游客地方认同的影响显著,旅游者通过对文化遗产地的深度认知,对文化遗产地形成地方性认同,将文化遗产地内化在自己的精神世界中。但具体而言,长城的科学价值与历史价值尚未被良好开发与广泛认同,数据未得到良好支持。不过,其他维度的认知价值对游客的地方认同的形成有着显著影响。游客通过游览遗产地,可以直观感受到文化遗产地的符号化形象,即长城是中华民族精神象征的一种存在。文化遗产地旅游业的兴起与开发也可以让游客感受到对于当地经济的带动作用,从更加实际的层面感知到文化遗产地的价值,形成对遗产地的认可,构建对遗产地的多维度认知,达成对文化遗产地的地方认同。

(3) 地方认同是影响旅游者遗产责任行为的重要因素。游客通过游览文化遗产地,可以建立与当地的情感联系,产生归属感,提高其对当地的忠诚度,促使游客对文化遗产地产生保护欲望,改变自身的旅游决策与旅游行为。同时,地方认同也使得旅游者更加关注当地的文化和环境,在旅游行为中更加注重负责任的态度。并且,地方认同可以影响旅游与当地的融入程度,促进他们与当地社区居民的交流和互动,更加关注当地的物质文化遗产与非物质文化遗产,提升旅游者对遗产的保护意识,从而促发可持续的旅游行为。更重要的是,地方认同中包含着向他人推荐旅游目的地这一维度,地方认同可以吸引更多具有认同感的旅游者,形成正向的循环效应。

(4) 地方认同的中介效应没有验证,可能是本文在对地方认同这一变量进行测量时模糊了“地方”与“文化遗产地”这两个概念,因此混乱了路径效应。地方认同与文化遗产地的认同在测量时没有做出区分,文化遗产地与周边社区等共同构成了地方的概念,甚至还可以在更广范围上延伸,这就导致了测量的偏差。虽然文化遗产的认知价值对地方认同有着影响作用,地方认同对遗产责任行为也有着显著影响,但中介效应还待进一步更严谨的考察。

(5) 文化氛围在地方认同与遗产责任行为之间有着显著的调节效应。文化氛围是地方认同形成和发展的重要背景。一个充满文化活动、传统习俗和历史遗迹的文化氛围,能够增强旅游者对地方的文化认同感和归属感,进而更倾向于采取负责任的遗产行为。相反,缺乏文化特色的地方可能削弱旅游者的地方认同,从而降低其遗产责任行为。文化氛围对旅游者的行为选择具有引导作用。当旅游地具有浓厚的文化氛围时,旅游者更可能选择与当地文化和遗产相符合、相协调的旅游活动,如参与当地的文化活动、

尊重当地的风俗习惯等。

5.2. 理论与实践启示

本文验证了文化遗产价值认知、地方认同与遗产责任行为之间的关系。这表明旅游者的认知、情感和社会认同对他们的行为选择具有重要影响。这一发现为文化遗产旅游的理论研究提供了新的视角和框架,有助于深入理解旅游者行为背后的动机和影响因素。本文将文化氛围作为调节变量的引入遗产旅游的研究领域,为理解文化遗产旅游与旅游者行为之间的关系提供了新的思路。文化氛围在地方认同对遗产责任行为的影响有显著的增强或削弱的作用力,表明了文化氛围在文化遗产旅游中的重要性。并且,本文构建的模型不仅关注了旅游者的个体认知和情感因素,还考虑了外部环境因素的影响,为遗产旅游的可持续发展提供了理论支持。

在实践层面,本文认为文化遗产旅游的发展需要重视对旅游者认知和情感的引导。通过提高旅游者对文化遗产价值的认识,可以增强他们的遗产责任行为,推动文化遗产的保护和可持续发展。地方认同是激发旅游者参与遗产保护的重要因素。遗产旅游目的地同样应注重营造具有地方特色的文化氛围,以增强旅游者对地方文化的认同感和归属感,从而引导他们采取负责任的遗产责任行为。政府、企业和相关组织应加强合作,制定和完善相关政策和标准,为旅游者提供更多负责任的旅游产品和服务。同时,应加强对文化遗产价值的宣传和教育,提高旅游者的遗产保护意识。文化遗产旅游的发展应注重可持续性。在追求经济效益的同时,应充分考虑环境和社会文化的可持续性,确保文化遗产的长期保存和传承。

参考文献

- [1] Garrod, B. and Fyall, A. (1998) Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism? *Tourism Management*, **19**, 199-212. [https://doi.org/10.1016/s0261-5177\(98\)00013-2](https://doi.org/10.1016/s0261-5177(98)00013-2)
- [2] Herbert, D. (2001) Literary Places, Tourism and the Heritage Experience. *Annals of Tourism Research*, **28**, 312-333. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(00\)00048-7](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(00)00048-7)
- [3] Huh, J., Uysal, M. and McCleary, K. (2006) Cultural/Heritage Destinations: Tourist Satisfaction and Market Segmentation. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, **14**, 81-99. https://doi.org/10.1300/j150v14n03_07
- [4] 张朝枝. 遗产责任: 概念、特征与研究议题[J]. 旅游学刊, 2014, 29(11): 45-51.
- [5] 巨英英, 程励. 文化遗产地旅游社区居民遗产责任行为的形成机制——基于模糊集定性比较分析[J]. 自然资源学报, 2023, 38(5): 1135-1149.
- [6] 张朝枝. 文化遗产与可持续旅游: 共容、共融、共荣——“文化遗产与可持续旅游高峰论坛”的总结与反思[J]. 遗产与保护研究 2017, 2(3): 54-60.
- [7] Gao, J., Huang, Z. and Zhang, C. (2016) Tourists' Perceptions of Responsibility: An Application of Norm-Activation Theory. *Journal of Sustainable Tourism*, **25**, 276-291. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1202954>
- [8] 张希月, 陈田. 基于游客视角的非物质文化遗产旅游开发影响机理研究——以传统手工艺刺绣为例[J]. 地理研究, 2016, 35(3): 590-604.
- [9] Moeller, T., Dolnicar, S. and Leisch, F. (2011) The Sustainability-Profitability Trade-Off in Tourism: Can It Be Overcome? *Journal of Sustainable Tourism*, **19**, 155-169. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.518762>
- [10] Kafyri, A., Hovardas, T. and Poirazidis, K. (2012) Determinants of Visitor Pro-Environmental Intentions on Two Small Greek Islands: Is Ecotourism Possible at Coastal Protected Areas? *Environmental Management*, **50**, 64-76. <https://doi.org/10.1007/s00267-012-9856-z>
- [11] Mody, M., Day, J., Sydnor, S., Jaffe, W. and Lehto, X. (2014) The Different Shades of Responsibility: Examining Domestic and International Travelers' Motivations for Responsible Tourism in India. *Tourism Management Perspectives*, **12**, 113-124. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.09.008>
- [12] 凌欢, 程励, 赵晨月, 等. 寓责于游: 旅游者的遗产责任行为形成机制研究[J]. 旅游科学, 2021, 35(2): 30-51.
- [13] 顾雅青, 崔凤军. 世界文化遗产地认知对游客满意度及忠诚度的影响——以杭州为例[J]. 世界地理研究, 2023, 32(5): 138-147.

- [14] Williams, D.R. and Roggenbuck, J.W. (1989) Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results. *Proceeding of NRPA Symposium on Leisure Research*, San Antonio, 20-22 October 1989, 12-16.
- [15] Richards, G. (1996) Production and Consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, **23**, 261-283. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00063-1](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00063-1)
- [16] 许春晓, 万搏微. 旅游目的地文化氛围、游客情感与游客忠诚的关系——以凤凰古城为例[J]. 湖南财政经济学院学报, 2017, 33(1): 55-62.
- [17] 白海霞. 红色旅游地文化氛围生产与旅游者价值观内化关系研究[J]. 大理大学学报, 2022, 7(9): 21-28.
- [18] 全洁洁. 城市文化氛围满意度对游客行为意向的影响研究[J]. 文教资料, 2021(13): 51-53, 87.
- [19] 黄丽满, 王晓宇. 文旅融合背景下酒店文化氛围对游客行为影响机制的研究[J]. 中国集体经济, 2021(13): 76-77.
- [20] 国际古迹遗址理事会中国国家委员会. 中国文物古迹保护准则(修订版) [Z]. 2015.
- [21] 张磊玲. 居民文化遗产价值认知对责任行为影响研究——基于计划行为理论视角[J]. 黑龙江生态工程职业学院学报, 2023, 36(4): 51-57.
- [22] 黎耀奇, 王雄志, 陈朋. 基于游客与居民视角的遗产地遗产责任量表开发与检验[J]. 旅游学刊, 2019, 34(10): 60-75.
- [23] Gursoy, D., Zhang, C. and Chi, O.H. (2019) Determinants of Locals' Heritage Resource Protection and Conservation Responsibility Behaviors. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, **31**, 2339-2357. <https://doi.org/10.1108/ijchm-05-2018-0344>
- [24] 谢彦君, 徐英. 旅游场中的互动仪式: 旅游体验情感能量的动力学分析[J]. 旅游科学, 2016, 30(1): 1-15.
- [25] Proshansky, H.M. (1978) The City and Self-Identity. *Environment and Behavior*, **10**, 147-169. <https://doi.org/10.1177/0013916578102002>
- [26] 李永乐, 肖蕾, 杨剑桥等. 大运河景观价值感知对游客遗产保护意愿的影响研究——以无锡清名桥历史文化街区为例[J]. 干旱区资源与环境, 2022, 36(2): 202-208.
- [27] 庄春萍, 张建新. 地方认同: 环境心理学视角下的分析[J]. 心理科学进展, 2011, 19(9): 1387-1396.
- [28] 戴旭俊, 刘爱利. 地方认同的内涵维度及影响因素研究进展[J]. 地理科学进展, 2019, 38(5): 662-674.
- [29] 冶建明, 李静雅, 厉亮. 草原旅游地游客感知价值、地方认同与行为意向关系研究[J]. 干旱区资源与环境, 2020, 34(9): 202-208.
- [30] Relph, E. (1976) Place and Placelessness. Pion.
- [31] 张朝枝, 屈册, 金钰涵. 遗产认同: 概念、内涵与研究路径[J]. 人文地理, 2018, 33(4): 20-25
- [32] Ashworth, G.J. and Larkham, P.J. (1994) From History to Heritage-From Heritage to Identity: In Search of Concepts and Models. Routledge, 13-31.
- [33] Howard, P. (2003) Heritage: Management, Interpretation, Identity. Continuum, 158-196. <https://doi.org/10.5040/9781350933941>
- [34] Park, H.Y. (2010) Heritage Tourism: Emotional Journeys into Nationhood. *Annals of Tourism Research*, **37**, 116-135. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.08.001>
- [35] Waterman, S. (1998) Carnivals for Elites? The Cultural Politics of Arts Festivals. *Progress in Human Geography*, **22**, 54-74. <https://doi.org/10.1191/030913298672233886>
- [36] 黄和平, 邴振华. 民宿文化微空间的游客感知多维分异与地方认同研究——以上海地区为例[J]. 地理研究, 2021, 40(7): 2066-2085.
- [37] 何银春, 张慧仪, 曾斌丹, 王金伟. 文化遗产地游客价值感知对遗产认同的作用机理研究[J]. 旅游学刊, 2023, 38(12): 71-85. <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2023.00.011>
- [38] 冯萍, 阮文奇, 李月. 游客地方依恋与文化遗产保护行为的关系研究: 基于扩展的规范激活模型[J]. 福建农林大学学报(哲学社会科学版), 2021, 24(5): 60-70.
- [39] 丘萍, 张鹏. 地方认同与世界遗产保护意愿研究——以京杭大运河杭州段为例[J]. 首都师范大学学报(自然科学版), 2020, 41(2): 41-51.
- [40] Kotler, P. (1973) The Major Tasks of Marketing Management. *Journal of Marketing*, **37**, 42-49. <https://doi.org/10.1177/002224297303700407>
- [41] 刘坤梅, 金永兵, 全培. 红色旅游景区文化氛围与游客忠诚度的关系: 情绪体验的调节作用[J]. 西藏大学学报(社会科学版), 2022, 37(4): 178-185.
- [42] 黄涛, 刘晶岚, 张琼锐. 旅游地文化氛围对游客文明行为意向的影响——以长城国家公园试点为例[J]. 浙江大

- 学学报(理学版), 2018, 45(4): 497-505.
- [43] Hasse, J. (2016) Traffic Architecture-Hidden Affections. In: Bille, M. and Sorensen, T., Eds., *Elements of Architecture: Assembling Archaeology, Atmosphere and the Performance of Building Spaces*, Routledge, 177-194.
- [44] 李慢, 马钦海, 赵晓煜. 服务场景研究回顾与展望[J]. 外国经济与管理, 2013, 35(4): 62-70, 80.
- [45] 王晓晓, 曾晓茵, 张朝枝. 仿古商业街区的文化氛围生产与游客体验——基于张家界溪布老街的探索性研究[J]. 旅游科学, 2020, 34(4): 46-55.
- [46] 万兆彬. 基于协同创新的少数民族非物质文化遗产传承人培养模式研究[J]. 青海民族研究, 2017, 28(2): 71-75.
- [47] 吴晓颖, 张士伦, 刘爱丽. 社区居民文化自觉性视角下的文化遗产旅游地保护策略研究——以广西灵山大卢村为例[J]. 文化学刊, 2015(6): 193-197.
- [48] 曹铮, 张晓华. 凝聚民族精神-长城大运河国家文化公园建设谱新篇[N]. 河北日报, 2023-05-21(003).
- [49] 关于加强保护和利用推进长城国家文化园建设的提案[J]. 中国发展, 2023, 23(1): 44.
- [50] 周小凤, 张朝枝. 长城文化遗产价值的量表开发与维度结构[J]. 中国文化遗产, 2020(6): 4-14.
- [51] Lengen, C. and Kistemann, T. (2012) Sense of Place and Place Identity: Review of Neuroscientific Evidence. *Health & Place*, **18**, 1162-1171. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2012.01.012>
- [52] 许春晓, 朱湘平. 旅游地文化氛围的内涵及其测定方案[J]. 湖南财政经济学院学报, 2016, 32(1): 133-140.