

乡村振兴背景下农文旅融合游客满意度研究

——以黄山西溪南村为例

刘丹丹¹, 焦琳琳¹, 高增琦², 李士林¹, 郑世忠¹

¹大连海洋大学经济管理学院, 辽宁 大连

²大连海洋大学海洋科技与环境学院, 辽宁 大连

收稿日期: 2026年4月24日; 录用日期: 2026年5月22日; 发布日期: 2026年5月28日

摘要

在乡村振兴背景下, 农文旅融合已成为推动乡村旅游高质量发展的重要路径。游客满意度作为衡量乡村旅游目的地发展质量的关键指标, 对提升重游意愿与口碑传播具有重要意义。本文以黄山西溪南村为研究对象, 基于309份游客问卷调查数据, 运用信效度分析、描述性统计分析、IPA分析及多元线性回归分析, 探讨农文旅融合背景下游客满意度的总体特征及其影响因素。研究表明: 西溪南村游客总体满意度处于中等偏上水平; 当地农产品品质、古村落风貌、民宿餐饮特色、乡村生活体验、非遗民俗活动及网红打卡点体验构成游客感知的主要优势; 农产品包装、旅游标识、基础设施及旅游业态丰富度仍存在提升空间。回归分析显示, 网红打卡点体验、农文旅结合自然感以及游客受教育程度对总体满意度具有显著正向影响, 其中特色体验与文化融合感知是提升游客满意度的关键因素。研究认为, 农文旅融合背景下乡村旅游竞争力正由资源开发转向综合体验营造, 未来应强化地方文化表达, 丰富消费场景, 延长游客停留时间, 推动乡村旅游由“到访型消费”向“停留型消费”升级。

关键词

乡村振兴, 农文旅融合, 游客满意度, IPA分析, 西溪南村

Research on Tourist Satisfaction of Agriculture-Culture-Tourism Integration under the Background of Rural Revitalization

—A Case Study of Xixinan Village in Huangshan

Dandan Li¹, Linlin Jiao¹, Zengqi Gao², Shilin Li¹, Shizhong Zheng¹

¹School of Economics and Management, Dalian Ocean University, Dalian Liaoning

文章引用: 刘丹丹, 焦琳琳, 高增琦, 李士林, 郑世忠. 乡村振兴背景下农文旅融合游客满意度研究[J]. 农业科学, 2026, 16(5): 842-853. DOI: 10.12677/hjas.2026.165103

²School of Marine Science and Environment Engineering, Dalian Ocean University, Dalian Liaoning

Received: April 24, 2026; accepted: May 22, 2026; published: May 28, 2026

Abstract

Against the background of rural revitalization, the integrated development of agriculture, culture and tourism has become an important path to promote the high-quality development of rural tourism. As a key indicator measuring the development quality of rural tourism destinations, tourist satisfaction is of great significance in enhancing revisit intention and word-of-mouth communication. Taking Xixinan Village in Huangshan as the research object, this paper explores the overall characteristics and influencing factors of tourist satisfaction under the background of agriculture-culture-tourism integration based on 309 questionnaires from tourists, using reliability and validity analysis, descriptive statistical analysis, IPA analysis and multiple linear regression analysis. The results show that the overall tourist satisfaction of Xixinan Village is above the medium level. The quality of local agricultural products, the style of the ancient village, the characteristics of homestay catering, rural life experience, intangible cultural heritage and folk activities, and internet-famous scenic spots constitute the main advantages of tourist perception. There is still room for improvement in the packaging of agricultural products, tourist signs, infrastructure and the diversity of tourism formats. Regression analysis reveals that experience at internet-famous scenic spots, the sense of natural integration of agriculture, culture and tourism, and tourists' education level exert significant positive effects on overall satisfaction, among which characteristic experience and perception of cultural integration are the key factors to improve tourist satisfaction. The study argues that the competitiveness of rural tourism under the background of agriculture-culture-tourism integration is shifting from resource development to comprehensive experience construction. In the future, efforts should be made to strengthen local cultural expression, enrich consumption scenarios, extend tourists' stay time, and upgrade rural tourism from "visit-oriented consumption" to "stay-oriented consumption".

Keywords

Rural Revitalization, Agriculture-Culture-Tourism Integration, Tourist Satisfaction, IPA Analysis, Xixinan Village

Copyright © 2026 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

乡村振兴战略不断推进之时，乡村旅游成了推动农村产业转型、拓宽农民增收途径、激活乡村资源价值的关键举措。农文旅融合相比于传统的观光型乡村旅游来说，更加重视农业资源、地域文化和旅游消费场景三者的协同发展，不是简单的“看乡村”，而是“体验乡村”、“感受乡村”、“消费乡村”。怎样提高游客满意度、增加游客的重游意愿和口碑传播已经成为评价乡村旅游目的地发展质量的重要问题[1]。

近些年来，西溪南村依靠徽州古村风貌、自然景观、网红打卡场景以及乡村休闲体验等要素，渐渐塑造起以观光、休闲、文化体验和乡村消费为内容的综合发展态势。但是游客对于不同的体验要素感知并不是完全相同的，影响游客满意度的因素还需要经过实证研究来确定。本文以黄山西溪南村为例，采

用游客问卷调查数据,运用信效度分析、描述性统计分析、IPA 分析、多元回归分析等方法,探究农文旅融合背景之下游客满意度的总体特征及其影响因素。

2. 文献综述

目前的研究认为,游客满意度是衡量旅游目的地吸引力和发展的指标,它实质上就是游客对于旅游体验结果和心理预期是否相匹配的一种评价[2]。有关乡村旅游满意度,学者主要从旅游环境、服务质量、文化体验、感知价值、重游意愿等几个方面进行研究。已有研究普遍认为,基础设施、服务质量、交通状况、景观环境等都会对游客满意度产生较大的影响;同时伴随着体验经济不断发展并且深入到旅游消费当中,文化感知、休闲氛围、参与感等也成了重要的影响变量[3]-[5]。一些实证数据的研究也表明,游客满意度不但会影响重游意愿,还会通过感知价值等中介途径,对个体最终的行为选择产生持续的影响,也就是说它不是一条直线的线性关系,而是存在着很多层次的作用机制;而从农文旅融合研究的角度来说,相关的研究大多是从乡村振兴和产业融合的角度出发,认为它并不是简单的农业、文化、旅游要素的简单叠加,而是通过资源整合、业态延伸来达到多元价值的协同提升,是乡村高质量发展的关键路径[6]。

从总体上看,目前的研究大多是从乡村旅游满意度或者农文旅融合单一的角度出发,缺少将两者结合起来,以具体的案例地为研究对象,对量化数据进行分析研究,在游客感知维度下找出关键影响因素的实证研究还比较少。因此,本文以西溪南村为例,结合问卷调查数据,用 IPA 分析和回归模型来对农文旅融合背景下的游客满意度影响因素进行系统的分析。

3. 研究设计

3.1. 研究区概况

西溪南村位于黄山市,有比较典型的徽州乡村特征。村庄在空间景观、古村风貌、自然环境和文化资源等方面有较好的基础,依靠乡村休闲、打卡体验、民宿餐饮和乡村消费业态的发展,逐步形成了农文旅融合发展现实场景。因此,选择西溪南村作为研究对象具有一定的代表性。

3.2. 问卷设计与数据来源

本文的数据来源于游客的问卷调查,共得到有效的样本 309 份。问卷包含四个部分,第一部分为游客个人属性特征,包括性别、年龄、教育程度、收入水平、来源地、到访次数、停留时间等;第二部分为游客对西溪南村农文旅融合各要素的满意度评价;第三部分为游客对各项要素的重要性评价;第四部分为游客总体满意度、重游意愿、推荐意愿。

3.3. 变量设计与研究方法

本文将游客总体满意度作为因变量,把农文旅融合体验相关指标和游客个人属性变量作为自变量,研究方法有:

- 第一,用描述统计法对样本的基本特征和游客评价总体情况进行描述。
- 第二,用 Cronbach's Alpha 系数、KMO 检验来检验量表的信度和效度。
- 第三,用 IPA 分析来识别各个要素在“重要性-满意度”二维空间中分布的特征[7]。
- 第四,用多元线性回归来考察各个因素对于总体满意度的影响程度。

4. 农文旅融合游客满意度实证分析

4.1. 信效度检验分析

通过表 1 可知,满意度量表克隆巴赫 α 系数为 0.933,有 13 个条目,说明量表内部一致性很高,整

体信度较好, 说明受访者对于各个满意度条目的回答比较一致, 测量结果可信。

Table 1. Reliability test results of the satisfaction scale
表 1. 满意度量表信度检验结果

克隆巴赫 Alpha	项数
0.933	13

通过表 2 可知, 重要性量表克隆巴赫 α 系数为 0.928, 包含 13 个条目, 说明量表内部一致性较好, 信度较高。

Table 2. Reliability test results of the importance scale
表 2. 重要性量表信度检验结果

克隆巴赫 Alpha	项数
0.928	13

通过表 3 可知, 满意度量表的 KMO 值为 0.964, 巴特利特球形度检验显著(近似卡方 = 2150.423, $df=78$, $p < 0.001$), 表明数据适合进行因子分析。高 KMO 值说明样本适合提取公共因子, 量表有较好的结构效度。

Table 3. Validity test results
表 3. 满意度量表效度检验结果

KMO 取样适切性量数		0.964
	近似卡方	2150.423
巴特利特球形度检验	自由度	78
	显著性	0.000

通过表 4 可知, 重要性量表 KMO 值为 0.963, 巴特利特球形度检验显著(近似卡方 = 2031.224, $df=78$, $p < 0.001$), 说明量表条目之间相关性高, 效度较高。

Table 4. Validity test results of the importance scale
表 4. 重要性量表效度检验结果

KMO 取样适切性量数		0.963
	近似卡方	2031.224
巴特利特球形度检验	自由度	78
	显著性	0.000

4.2. 描述性统计分析

通过表 5 可知, 本次调查共得到有效样本 309 份, 性别分布比较均衡, 男性占 49.8%, 女性占 50.2%。受访者年龄集中在 26~45 岁(31.1%+27.2%=58.3%), 以青年与中年群体为主。教育程度上本科及以上占

42.7%，初中及以下占 15.9%，说明参与者的文化水平较高。月均可支配收入分布较均匀，其中 2000 元以下及 6001~10,000 元两档比例较高，分别为 28.8%和 27.2%。来源地以黄山市内(37.5%)和安徽省内其他地区(36.6%)为主，说明受访者大多为周边地区游客。

旅游经历上，约有半数的受访者是首次到访的(50.5%)，而有过三次以上旅游经历的老访客只占 17.8%；出行方式主要是朋友、同学结伴(41.4%)、家庭出游(29.1%)，停留时间最长的是当天往返(46.3%)。信息来源主要依赖亲友推荐(68.6%)、社交媒体(59.5%)及旅游平台(57.3%)。旅游目的多种多样，其中休闲放松(57%)、拍照打卡(43%)、欣赏古村落建筑及自然风光(40.5%)、领略徽州文化、民俗、历史内涵(40.5%)等居多。

Table 5. Basic information of the sample

表 5. 样本的基本信息统计

变量	选项	频率	百分比(%)
性别	男	154	49.8
	女	155	50.2
年龄	18 岁以下	4	1.3
	18~25 岁	62	20.1
	26~35 岁	96	31.1
	36~45 岁	84	27.2
	46~60 岁	51	16.5
	60 岁以上	12	3.9
教育程度	初中及以下	49	15.9
	高中/中专	85	27.5
	大专	43	13.9
	本科	102	33
	硕士及以上	30	9.7
月均可支配收入	2000 元以下	89	28.8
	2000~4000 元	40	12.9
	4001~6000 元	46	14.9
	6001~10,000 元	84	27.2
	10,000 元以上	50	16.2
来源地	西溪南村本地	47	15.2
	黄山市内	116	37.5
	安徽省内	113	36.6
	长三角地区	22	7.1
	其他地区	11	3.6

续表

到访次数	第一次	156	50.5
	第二次	98	31.7
	三次及以上	55	17.8
出行方式	独自出行	8	2.6
	朋友/同学结伴	128	41.4
	家庭出游	90	29.1
	学校/单位组织	44	14.2
	其他	39	12.6
停留时间	当天往返	143	46.3
	1 晚	83	26.9
	2 晚	67	21.7
	3 晚及以上	16	5.2
信息来源	社交媒体	184	59.5
	旅游平台	177	57.3
	亲友推荐	212	68.6
	电视/报刊	83	26.9
	旅行社	97	31.4
	其他	16	5.2
旅游目的	观赏古村落建筑与自然风光	133	43
	体验田园、茶园、稻田等农业景观	93	30.1
	感受徽州文化、民俗与历史底蕴	125	40.5
	休闲放松、拍照打卡	176	57
	体验特色民宿	88	28.5
	品尝徽州特色美食	115	37.2
	研学、写生、摄影	61	19.7
	其他	7	2.3

通过表 6 可知, 根据 309 份样本的农文旅满意度统计结果可知, 各项体验总体评价处于中等偏上的水平, 均值大约为 3.27~3.43。能够感受到真实徽州乡村生活气息的有 3.43 分, 旅游标识清楚的有 3.42 分, 厕所等设施完善的有 3.42 分, 网红打卡点体验好的有 3.42 分, 当地农产品品质好的有 3.38 分, 这说明游客对于乡村生活氛围、基础设施以及特色体验持认可态度。民宿/餐饮品质、农事体验活动趣味性、古村落风貌保存和非遗民俗体验等各项指标都处在 3.27~3.38 之间, 说明游客总体满意度处于中等偏上的水平, 但是各个体验还有待提高。标准差在 1.263~1.406 之间, 说明受访者对于各个体验项目评价有较大的分散性, 体现出了不同的游客对于乡村旅游体验感受的不同。

Table 6. Descriptive analysis results of various indicators of the importance of tourists
表 6. 游客重要性各项指标描述性分析结果

	N	最小值	最大值	平均值	标准差
当地农产品(茶叶/蜂蜜/特产)品质好	309	1	5	3.38	1.303
农事体验活动(采摘/制茶等)有趣味性	309	1	5	3.34	1.367
农产品包装有特色, 适合作为旅游伴手礼	309	1	5	3.33	1.282
古村落风貌保存完好, 建筑有观赏价值	309	1	5	3.29	1.341
非遗/民俗体验(鱼灯夜游会等)丰富有趣	309	1	5	3.32	1.406
能够感受到真实的徽州乡村生活气息	309	1	5	3.43	1.266
交通便利, 进出村落方便	309	1	5	3.30	1.344
民宿/餐饮有特色, 品质好	309	1	5	3.36	1.296
工作人员/村民服务态度热情	309	1	5	3.28	1.294
旅游标识清晰, 厕所等设施完善	309	1	5	3.42	1.376
旅游业态丰富(不止观光, 有吃住购娱)	309	1	5	3.27	1.351
农文旅结合自然, 没有生硬拼凑感	309	1	5	3.38	1.328
网红打卡点(秘境小火车等)体验好	309	1	5	3.42	1.263

通过表 7 可知, 对 309 名游客对于乡村旅游各个方面的重视程度进行调查, 各项指标的平均值在 3.34 到 3.53 之间, 总体处于中等偏上的水平。游客对旅游业态丰富度(均值 3.53)、网红打卡点体验(均值 3.50)的重视程度在各项指标中位居前列, 能感受到真实徽州乡村生活气息的为 3.49, 能感受到丰富、有趣的农文旅融合自然的为 3.48, 能感受民俗体验丰富有趣的为 3.46, 古村落风貌保存较好的为 3.45。除当地农产品品质、农事体验趣味性、交通便利、民宿餐饮特色外, 其他指标得分较高。标准差范围是 1.198 到 1.402, 说明游客对于各个要素的重要性认识有差别。

Table 7. Descriptive analysis results of various indicators of tourist satisfaction
表 7. 游客满意度各项指标描述性分析结果

	N	最小值	最大值	平均值	标准差
当地农产品(茶叶/蜂蜜/特产)品质好	309	1	5	3.37	1.198
农事体验活动(采摘/制茶等)有趣味性	309	1	5	3.47	1.275
农产品包装有特色, 适合作为旅游伴手礼	309	1	5	3.34	1.358
古村落风貌保存完好, 建筑有观赏价值	309	1	5	3.45	1.295
非遗/民俗体验(鱼灯夜游会等)丰富有趣	309	1	5	3.46	1.298
能够感受到真实的徽州乡村生活气息	309	1	5	3.49	1.350
交通便利, 进出村落方便	309	1	5	3.35	1.322
民宿/餐饮有特色, 品质好	309	1	5	3.38	1.272

续表

工作人员/村民服务态度热情	309	1	5	3.44	1.322
旅游标识清晰, 厕所等设施完善	309	1	5	3.39	1.318
旅游业态丰富(不止观光, 有吃住购娱)	309	1	5	3.53	1.283
农文旅结合自然, 没有生硬拼凑感	309	1	5	3.48	1.325
网红打卡点(秘境小火车等)体验好	309	1	5	3.50	1.402

通过表 8 可知, 游客总体满意度的均值为 3.36, 标准差为 1.348, 说明游客对本次旅游体验的评价大体上处于中等偏上水平。游客的再次旅游意愿平均值为 3.36 (标准差为 1.280), 和总体满意度大体上相同, 说明满意度和回访意愿也大体上相同。向亲友推荐意愿平均值为 3.47 (标准差为 1.255), 比总体满意度和回访意愿略高, 说明游客虽然对旅游体验有肯定, 但是也会把该地推荐给亲友。从整体上看, 游客对西溪南村的满意度以及口碑推荐意愿都处于中等偏上的水平, 但是评价存在一定的差异(标准差都在 1.255~1.348 之间), 说明不同的游客感受是不一样的。

Table 8. Descriptive analysis results of overall tourist satisfaction and willingness to recommend
表 8. 游客总体满意度与推荐意愿描述性分析结果

	N	最小值	最大值	平均值	标准差
您对本次西溪南村旅游的总体满意度	309	1	5	3.36	1.348
您是否愿意再次来此地旅游	309	1	5	3.36	1.280
您是否愿意向亲友推荐此地	309	1	5	3.47	1.255

4.3. IPA 矩阵分析

(1) 优势区(高重要性 × 高满意度): 主要是当地的农产品品质(茶叶、蜂蜜、特产)、古村落风貌保存、民宿/餐饮品质、乡村生活体验感、农文旅融合自然度、农事体验活动(采摘、制茶等)、非遗/民俗体验(鱼灯夜游等)、网红打卡点体验。这些指标都在 IPA 右上象限, 说明游客非常重视, 实际体验也很好, 是目的地的主要吸引力和竞争优势。

(2) 机会区(低重要性 × 低满意度): 主要有农产品包装设计(伴手礼属性)、旅游标识清晰度、基础设施(厕所)、旅游业态丰富度(吃住购娱多样性), 游客当前关注度不高, 满意度也较低, 说明这些方面还没有成为主要的吸引点, 但是有优化的空间。

(3) 保持区(高重要性 × 低满意度): 本研究中不明显或者基本没有集中指标说明目前没有突出的“关键短板”问题, 整体发展比较均衡。

(4) 修补区(低重要性 × 高满意度): 涉及较少, 部分可能包括交通便利性、服务态度。游客感知较好, 但是重要性一般, 说明存在一定程度的投入较高但是感知价值较低的现象。

从图 1 IPA 分析结果可知, 各个评价指标在四个象限中的分布有明显的特点。位于优势区的指标主要为农产品品质、古村落风貌、民宿餐饮质量、乡村生活体验、农文旅融合程度等, 从重要性和满意度两个方面都处在较高的水平上, 说明这些要素是游客关注的重点, 也是游客的实际体验中的亮点, 是目的地的吸引力的基础。农事体验活动、非遗民俗项目、网红打卡点等也表现较好, 提高旅游参与性、趣味性, 增加游客停留时间和消费转化。

与之相比,农产品包装设计、旅游标识系统、基础设施完善度、旅游业态丰富性等指标主要分布在机会区,说明游客对它们的重视程度较低,但是满意度也不高,说明这些领域还有待提高。伴随着旅游消费升级,这些要素可能会慢慢变成影响游客体验的因素,在以后的发展中要予以重视,并且逐步改善。

本研究中保持区的指标没有明显表现出来,说明目前还没有出现高重要性但是低满意度的突出短板,整体发展比较均衡,修补区的内容很少,说明资源配置总体上是合理的。

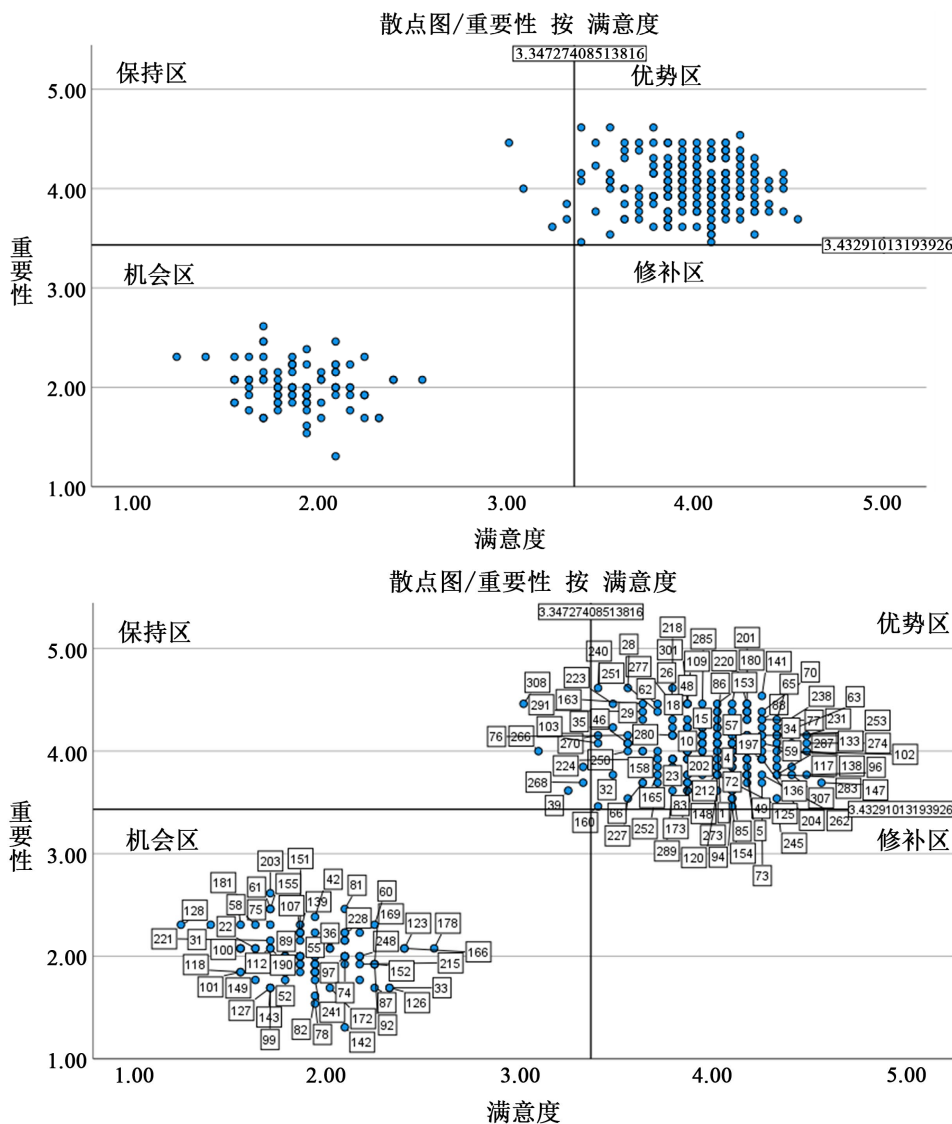


Figure 1. Importance-satisfaction analysis results
图 1. 重要性 - 满意度分析结果

4.4. 多元回归分析

通过表 9 可知,多元线性回归模型整体拟合效果较好($R = 0.760$, $R^2 = 0.578$, 调整后的 R^2 为 0.551),说明纳入的 19 个自变量对于游客对西溪南村总体满意度的影响比较明显。回归方差分析结果表明,整体模型是显著的($F = 20.861$, $p < 0.001$),说明有部分预测变量对满意度有显著的影响,模型有统计学意义。

Table 9. Fitting results of the tourist satisfaction regression model**表 9.** 游客满意度回归模型拟合结果

模型	R	R 方	调整后 R 方	标准估算的错误
1	0.760a	0.578	0.551	0.903

注: a: 预测变量(常量), 网红打卡点体验, 您的性别, 您在西溪南村停留的时间, 您的月均可支配收入, 您是第几次来西溪南村, 您的受教育程度, 您的年龄, 交通便利性, 农产品包装特色, 民宿餐饮特色品质, 工作人员服务态度, 旅游业态丰富性, 真实徽州乡村生活感受, 旅游标识及设施完善, 农事体验活动趣味性, 农文旅结合自然感, 当地农产品品质, 古村落风貌保存, 非遗民俗体验丰富性。

通过表 10 可知, ANOVA 分析再一次证明了回归模型是显著的, 回归平方和为 323.516, 自由度为 19, 均方为 17.027, F 值为 20.861, $p < 0.001$, 残差平方和为 235.889, 说明模型的预测变量可以很好地解释总体满意度的变异。总平方和为 559.405, 可以解释出大约 57.8%的满意度差异。

Table 10. Regression model variance analysis (ANOVA) results**表 10.** 回归模型方差分析(ANOVA)结果

		ANOVAa				
模型		平方和	自由度	均方	F	显著性
1	回归	323.516	19	17.027	20.861	0.000b
	残差	235.889	289	0.816		
	总计	559.405	308			

注: a: 因变量, 您对本次西溪南村旅游的总满意度; b: 预测变量(常量), 网红打卡点体验, 您的性别, 您在西溪南村的停留时间, 您的月均可支配收入, 您是第几次来西溪南村, 您的受教育程度, 您的年龄, 交通便利性, 农产品包装特色, 民宿餐饮特色品质, 工作人员服务态度, 旅游业态丰富性, 真实徽州乡村生活感受, 旅游标识及设施完善, 农事体验活动趣味性, 农文旅结合自然感, 当地农产品品质, 古村落风貌保存, 非遗民俗体验丰富性。

通过表 11 可知, 从系数上看, 网红打卡点体验($\beta = 0.206, p = 0.001$)、农文旅结合自然感($\beta = 0.139, p = 0.048$)、受教育程度($\beta = 0.144, p = 0.010$)都会对总满意产生明显的正向作用, 也就是说, 游客在体验特色景点的时候会更满意, 在感受乡村文化自然融合的时候会更加满意, 在受教育程度较高时也会给出更高的满意评价。性别、年龄、收入、停留时间、交通便利性、民宿餐饮品质、工作人员服务态度等都没有显著水平($p > 0.05$), 也就是说, 它们对总体满意度的影响很小。从整体上看, 特色体验以及文化感受属于决定游客满意程度的重要变量。

Table 11. Multiple regression analysis results**表 11.** 多元回归分析结果

		系数 a				
模型		未标准化系数		标准化系数	t	显著性
		B	标准误	Beta		
1	(常量)	-0.238	0.531		-0.448	0.654
	您的性别	0.108	0.105	0.040	1.027	0.305
	您的年龄	-0.013	0.075	-0.011	-0.181	0.857

续表

您的受教育程度	0.152	0.059	0.144	2.580	0.010
您的月均可支配收入	-0.015	0.043	-0.016	-0.339	0.735
您是第几次到访西溪南村	0.077	0.074	0.044	1.044	0.297
您在西溪南村的停留时间	-0.043	0.058	-0.030	-0.756	0.450
当地农产品品质	0.051	0.087	0.042	0.584	0.560
农事体验活动趣味性	0.034	0.078	0.030	0.432	0.666
农产品包装特色	0.076	0.076	0.064	0.993	0.322
古村落风貌保存	0.089	0.087	0.075	1.024	0.307
非遗民俗体验丰富性	0.013	0.087	0.012	0.154	0.878
真实徽州乡村生活感受	0.035	0.078	0.029	0.447	0.655
交通便利性	0.048	0.076	0.041	0.639	0.524
民宿餐饮特色品质	0.043	0.076	0.035	0.563	0.574
工作人员服务态度	0.011	0.079	0.009	0.138	0.890
旅游标识及设施完善	-0.035	0.078	-0.031	-0.451	0.652
旅游业态丰富性	0.121	0.078	0.099	1.542	0.124
农文旅结合自然感	0.164	0.083	0.139	1.986	0.048
网红打卡点体验	0.242	0.075	0.206	3.207	0.001

注：a：因变量，您对本次西溪南村旅游的总体满意度。

5. 讨论

在农文旅融合的大背景下，乡村旅游目的地的竞争优势已经不再来源于资源本身，而是来自于资源能否被组织成有连续性、有辨识度的综合体验。相比传统的依靠自然景观、古村风貌来发展乡村旅游的模式，现在的乡村旅游更加注重农业场景、地方文化和休闲消费三者之间的协同建设。本研究发现，“网红打卡点体验”对游客满意度有显著正向影响($\beta=0.206$)，这说明在数字经济赋能的背景下，乡村旅游的吸引力正在发生结构性改变[8]，数字化的场景传播已成为获取流量的关键。游客关注的重点也从原来的“有什么可以看”转变为现在的“能获得怎样的体验”，这说明乡村旅游的发展逻辑已经由资源开发转向了体验生产，由项目供给转向了情境营造。游客满意度不是对单个要素的单独评判，它是对环境氛围、文化表现、活动参与、消费体验等诸多方面内容的综合评判。农文旅融合的关键不是把农业、文化、旅游元素简单地堆砌在一起，而是要实现三者之间的自然衔接和整体表达[9]。只有当农业资源不再只是观赏背景、文化内容不再只是符号装饰、旅游活动不再只是表层消费的时候，乡村旅游才真正形成了有地方感、有记忆点的体验结构。在西溪南村的实践中，乡村旅游体验场景对于游客的心理恢复和地方依恋具有显著的促进作用[10]。目前，西溪南村的发展已经由“资源引流”向“场景吸引”转变，但仍需进一步实现由“到访型消费”向“停留型消费”的延伸。特别是在民宿旅游的发展中，应进一步强化环境氛围与地方文化的深度融合[11]，以提升游客的感知价值与重游意愿。乡村旅游高质量发展，并不是仅仅提

高知名度、吸引游客来,而是要从乡村生活、地方文化、消费场景等各个方面构建起完整的体验链条。农文旅融合的价值,并不只体现在旅游开发上,而是在于对资源进行活化、文化进行表达、产业进行延伸,从而提高乡村发展的内在动力。

参考文献

- [1] 王宏星, 崔凤军. 我国乡村旅游产品体系及其影响研究[J]. 西藏大学学报(社会科学版), 2005(1): 81-86+90.
- [2] 宋子斌, 安应民, 郑佩. 旅游目的地形象之 IPA 分析——以西安居民对海南旅游目的地形象感知为例[J]. 旅游学刊, 2006, 21(10): 26-32.
- [3] 汪侠, 梅虎. 旅游地顾客忠诚模型及实证研究[J]. 旅游学刊, 2006, 21(10): 33-38.
- [4] 王兵, 罗振鹏, 郝四平. 对北京郊区乡村旅游发展现状的调查研究[J]. 旅游学刊, 2006, 21(10): 63-69.
- [5] 张春琳. 乡村旅游游客满意度及再次游览意向影响因素研究——来自贵州省西江千户苗寨的经验证据[J]. 农业经济问题, 2012(1): 60-66, 111-112.
- [6] 李师娜, 刘贤明. 文旅融合赋能乡村振兴的广义路径[J]. 旅游学刊, 2024, 39(11): 3-6.
- [7] 陈文强, 王免, 洪美玉, 等. 基于修正 IPA 方法的乡村旅游产品价值提升策略研究[J]. 安顺学院学报, 2024, 26(5): 25-31.
- [8] 欧宇航. 数字经济赋能乡村旅游高质量发展的路径研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 606-613.
- [9] 刘锐, 卢松, 邓辉. 城郊型乡村旅游地游客感知形象与行为意向关系研究——以合肥大圩镇为例[J]. 中国农业资源与区划, 2018, 39(3): 220-230.
- [10] 刘卫梅, 林德荣. 乡村旅游体验场景对心理恢复的作用机制研究——兼论地方依恋的中介作用[J]. 旅游学刊, 2024, 39(3): 106-118.
- [11] 刘莹, 潘卫华, 李颖. 文旅融合背景下民宿旅游发展影响因素研究——以武当山为例[J]. 湖北社会科学, 2025(9): 74-83.