

基于IPA分析法的主题公园游客满意度提升策略研究

——以上海迪士尼乐园为例

李远波

云南农业大学人文社会科学学院, 云南 昆明

收稿日期: 2025年3月14日; 录用日期: 2025年3月27日; 发布日期: 2025年4月29日

摘 要

主题公园是旅游业的重要组成部分, 在旅游产业链中扮演着重要角色。随着市场竞争的加剧, 游客满意度成为主题公园持续成功运营的重要因素, 不仅直接关系着重游率和口碑传播, 更是主题公园持续发展和品牌竞争力提升的关键。本研究以上海迪士尼乐园为研究案例, 主要采用问卷调查和IPA分析法, 深入探究主题公园游客满意度现状。结果表明: ① 游客对上海迪士尼乐园的总体满意度较高, 29项因子的重要性和满意度均值分别为3.96和3.93。② 将29项评价因子定位到IPA模型四个象限中, 主题定位与设计等4个因子处于优势区, 品牌形象与口号设计等8个因子处于保持区, 项目情景设计等7个因子位于机会区, 价格费用等10个因子处于改进区。基于IPA模型分析结果, 对优势区、保持区、机会区和改进区分别提出有针对性的策略, 以进一步提升主题公园游客满意度和市场竞争力。

关键词

主题公园, IPA分析法, 游客满意度

Research on the Strategies for Improving Tourist Satisfaction in Theme Parks Based on IPA Analysis Method

—A Case Study of Shanghai Disney Resort

Yuanbo Li

College of Humanities and Social Sciences, Yunnan Agricultural University, Kunming Yunnan

Received: Mar. 14th, 2025; accepted: Mar. 27th, 2025; published: Apr. 29th, 2025

文章引用: 李远波. 基于 IPA 分析法的主题公园游客满意度提升策略研究[J]. 现代管理, 2025, 15(4): 317-328.
DOI: 10.12677/mm.2025.154115

Abstract

Theme parks are an important part of the tourism industry and play an important role in the tourism industry chain. With the intensification of market competition, visitor satisfaction has become an important factor for the sustainable successful operation of theme parks, which is not only directly related to the rate of visit and word-of-mouth communication, but also the key to the sustainable development of theme parks and the improvement of brand competitiveness. This study takes Shanghai Disney Resort as a case study, and mainly uses questionnaire survey and IPA analysis method to deeply explore the status quo of theme park visitors' satisfaction. The results show that: ① The overall satisfaction of visitors to Shanghai Disney Resort is high, and the average importance and satisfaction of 29 factors are 3.96 and 3.93, respectively. ② 29 evaluation factors are located in the four quadrants of IPA model, 4 factors such as theme positioning and design are in the advantage zone, 8 factors such as brand image and slogan design are in the maintenance zone, 7 factors such as project scenario design are in the opportunity zone, and 10 factors such as price and cost are in the improvement zone. Based on the results of IPA model analysis, targeted strategies were proposed for advantage area, retention area, opportunity area and improvement area, respectively, to further improve the satisfaction of theme park visitors and market competitiveness.

Keywords

Theme Parks, IPA Analysis Method, Tourist Satisfaction

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

我国旅游业发展前景广阔，主题公园作为旅游业中的重要组成部分，在旅游产业链中扮演着重要角色。中国作为全球最大的主题公园市场之一，吸引了众多国内外知名主题公园品牌的入驻。以 Hello Kitty 乐园、迪士尼、环球影城为代表的国际一流大型主题公园逐一落地，给当地产业链、产业环带来显著整合效应，带动区域经济升级发展。目前，我国主题公园市场的竞争者较多，且各派系都处于稳步发展中，现有企业间的竞争较为激烈[1]。2023 年 11 月，中国主题公园研究院发布的《2023 中国主题公园竞争力评价报告》中称，2022 年全国 80 家主题公园共接待游客约 7573.61 万人次，同比下降 0.33% (北京通州区人民政府，2023) [2]。随着市场竞争的加剧，游客满意度成为主题公园持续成功运营的重要因素，不仅直接关系着重游率和口碑传播，更是主题公园持续发展和品牌竞争力提升的关键。

游客满意度的提升是各界共同关心的议题。传统的满意度调查方法多侧重于整体评价，难以深入挖掘游客对于不同服务要素的期望与实际感知。而 IPA 分析法作为一种有效的服务质量评估工具，能够帮助主题公园识别游客对各项服务要素的重视程度与实际体验水平，进而找出服务提升的关键点。上海迪士尼乐园作为主题公园市场中的佼佼者，其成功的背后是对于游客体验的高度关注和持续创新。本研究以上海迪士尼乐园为研究案例，选择 IPA 分析法作为研究工具，旨在通过对上海迪士尼乐园服务质量的深入分析，提出有针对性和可操作性的游客满意度提升策略，不仅有助于上海迪士尼乐园服务质量的持续改进，也为其他主题公园提供相关借鉴和参考。

2. 理论基础与测评体系

2.1. 相关概念界定

1. 主题公园

主题公园是一种特殊类型的旅游景区，其主要以特定的主题或故事线为基础，通过建筑、游乐设施、表演等多种方式营造出一个独特的、富有创意的游乐环境。游客在这里可以体验到与日常生活不同的、富有想象力和趣味性的活动。

2. 游客满意度

游客满意度是指游客在旅游活动结束后，对其旅游经历的整体评价。这包括对旅游景区的设施、服务、景观、活动等方面的满意程度。游客满意度是衡量旅游景区服务质量的重要标准，也是旅游景区持续改进和发展的重要参考。

3. 游客体验

游客体验是指游客在旅游景区中的实际感受和经历。这包括游客对景区环境、设施、活动等的直观感受，以及通过这些经历产生的情感反应和认知评价。优质的游客体验可以提升游客的满意度和忠诚度，增强主题公园的竞争力。

2.2. 理论基础

1. 满意度理论

满意度理论是心理学中衡量消费者对产品或服务满意程度的重要理论。它强调客户期望与实际体验之间的对比，当实际体验满足或超越期望时，客户会感到满意。满意度可通过量化指标评估，涉及产品性能、服务质量等方面。客户满意度对企业至关重要，满意的客户更可能成为忠诚客户，并为企业带来口碑传播和更多潜在客户。

2. 期望 - 实绩理论

期望实绩理论，也称为期望 - 实绩模型，是由美国营销学家奥立佛(Richard L. Oliver)在 1980 年提出的客户满意度的理论模型。它关注顾客对产品或服务的期望与实际体验之间的差异。当实际体验超过期望时，顾客会感到满意；相符则基本满意；未达期望则不满意。这一理论有助于企业了解顾客需求，通过对比期望与实绩来优化产品或服务，从而提升顾客满意度和忠诚度。企业应积极应用这一理论，不断改进，以满足顾客期望并创造更好的消费体验。

3. IPA 分析法

IPA 分析方法最早由 Mantilla 和 James (1977)提出[3]，并在教育、医药、物流、旅游、餐饮业等领域得到了广泛的应用。IPA 法是通过比较各个评价因子的重要性的对各个评价因子的满意度，来判定各个评价因子的表现。在 IPA 矩阵中，重要度、满足感是纵向的坐标。通过对各指标的重要性和满意度进行了分析，得到了各指标的矩阵，并将各指标分为四个象限。第一象限占主导地位，其重要程度和满意程度均较高；第二象限维护区比较少，满足程度也比较高；第三象限为机会区域，不太受关注，满意度也不高；第四象限是一个有待改进的地方，它越是重要，人们对它的满意度就越小。

2.3. 测评体系构建

1. 评价因子筛选

本研究基于 IPA 模型对上海迪士尼乐园的各项服务的重要性的和游客满意度进行评估，进而提出有针对性的改进建议。IPA 模型的两个核心维度重要性和绩效感知，以及由此形成的四个象限，能够非常直观地展示游客对上海迪士尼乐园服务的满意程度，这与本研究的目标高度契合。满意程度，作为衡量上

海迪士尼乐园游客体验的关键指标，并非仅仅是乐园提供服务和游乐项目的直接反映，它更多地体现了游客在游玩过程中所获得的心理满足和愉悦感。游客的满意感不仅来源于刺激与惊喜的游乐项目、贴心周到的服务、优美的环境和氛围，还与游客个人的期望、情感反应、游玩体验以及心理预期等因素密切相关。本研究进行了广泛的文献分析，参考了学术界在旅游服务质量、顾客满意度等领域的成熟理论成果。同时，结合上海迪士尼乐园独特的游乐项目、主题特色以及实际运营状况，进一步细化了可能影响游客满意度的各项因素。

2. 测评体系构建

Table 1. Hierarchy structure of the index system
表 1. 指标体系的层次结构

一级指标	二级指标	一级指标	二级指标
设计与构思	主题定位与设计	管理与配套设施	排队时间
	建筑物特色景观设计		价格费用
	项目情景设计		内部交通
	服务与基础设施布局		设施安全
	景区品牌形象与口号设计		厕所、停车
	演艺节庆		休憩设施
	旅游商品设计		环境卫生
餐饮服务	就餐场地环境	人员服务质量	急救与物品存放
	餐饮独特性		指示路标
	餐饮性价比		服务专业性
旅游商品	商品便捷性		个性化服务
	商品品种		服务态度
	商品性价比		服务及时性
	商品特色		服务全面性
	品质多样性		

参考刘翟淳，王崇，杨钊(2015)等相关文献[4]，结合对上海迪士尼乐园的实地调研，选取主题公园设计与构思、管理与配套设施、餐饮服务、旅游商品、人员服务质量为一级指标，在每个一级指标下设计二级指标，共设计 29 项因子(见表 1)。

3. 实证研究

3.1. 上海迪士尼乐园概况

上海迪士尼乐园是世界第六个、亚洲第三个、中国第二个迪士尼主题公园，位于上海市浦东新区川沙镇黄赵路，于 2016 年 6 月 16 日正式开园，占地 1.16 平方公里，是中国现代服务业中外合作项目之一，曾荣获“第八届中国食品健康七星奖”。2009 年，上海迪士尼项目正式获得国家批准，选址川沙。2011 年 4 月 8 日，上海迪士尼乐园项目正式开工建设。上海迪士尼乐园主题园区分为米奇大街、奇想花园、探险岛、宝藏湾、明日世界、梦幻世界、玩具总动员、疯狂动物城主题园区八大主题园区，拥有迪士尼城

堡、漫威英雄总部、巴斯光年星际营救等游乐项目等 30 余个游乐项目，20 多项娱乐演出[5]。

上海迪士尼乐园的各个主题区都有独特的景观、游乐设施和表演，以及经典的迪士尼角色、精彩的表演和烟火秀、先进的游乐设施以及优质的服务，这些都为游客带来了独特而精彩的体验，让游客沉浸在迪士尼的奇妙世界中[6]。

3.2. 问卷设计

调查问卷分为两个部分。第一部分是受访者基本信息，主要包括：受访者的人口统计学特征，如性别、年龄、文化程度和职业等；以及旅游特征，如游客旅游次数、购票方式、到达途径、人均费用和游玩时间等。第二部分侧重于对上海迪士尼乐园服务质量因子的重要性与满意度进行调查分析。依据构建的上海迪士尼乐园游客满意度测评指标体系设计相关题项，采用李克特五级量表评估法，受访者可以根据自己的感受选择“非常重要(非常满意)”“比较重要(比较满意)”“一般”“不太重要(不太满意)”“很不重要(很不满意)”五种不同的回答，这些回答将分别对应计分 5、4、3、2、1 [7]。

3.3. 调研过程

问卷调查采用电子问卷的形式，于 2024 年 2 月 17 日至 2024 年 2 月 29 日期间，通过线上方式邀请游玩过上海迪士尼乐园的游客参与调查。在调查时间内，共发放 226 份调查问卷，回收问卷 226 份，问卷回收率 100%，有效问卷 226 份，有效率是 100%。

3.4. 分析方法

经过调研收集的数据，将借助统计软件 SPSS26.0 进行深入的处理与分析。首先，我们将对所收集的数据进行信度分析与检验，确保其可靠性；其次，采用描述性分析方法，对受访者的人口统计学特征以及旅游特征等进行统计与分析。为了全面揭示上海迪士尼乐园游客满意度的现状，我们将运用均值与标准差等统计指标，对各影响因子的重要性和满意度进行描述性统计分析[8]。最后，在 IPA 模型图上，以坐标形式展现所有影响因子的重要度与满意度平均值，以便直观地分析并解读 IPA 模型。

4. 数据结果与分析

4.1. 受访者基本信息

1. 人口统计学特征

表 2 显示，本次的研究样本有以下人口统计学特征：在性别方面，男性占比为 46.5%，女性占比为 53.5%，女性游客略大于男性；在年龄构成方面，年龄大多分布在 18~25 岁和 26~45 岁之间，分别占比 37.6%和 31.4%，其次是 36~45 岁和 46~55 岁，分别占比 16.4%和 7.5%，最后是 18 岁以下和 55 岁以上，分别占比 5.8%和 1.3%，说明主题公园吸引了以年轻游客与中年游客为主的消费群体；在职业方面，学生游客比例占比最高，达到了 36.7%，其次是企业/公司员工和自由职业，分别占比 24.8%和 19%，之后依次分别是政府机关/事业单位职工占比 17.3%，离退休人员占比 1.3%，其他占比 0.9%，说明迪士尼乐园在学生群体和工作人群有着较高的吸引力和认可度，他们可能将迪士尼乐园视为一个放松身心、缓解压力的好去处；从文化程度来看，大专/本科占比最高，高达 65%，紧随其后的是高中/中专，占比 24.3%。最后是初中及以下和硕士及以上分别占比 7.1%和 3.5%。这提醒我们上海迪士尼乐园在市场推广和品牌建设方面，可以更加关注高学历人群的市场细分。例如，可以通过与高校合作、开展线上线下活动等方式，吸引更多的高学历人群成为主题公园的忠实粉丝。

2. 受访者旅游特征

从游玩次数来看，第 1 次和 2~3 次占比较高，分别是 53.5%和 31%，而 3 次以上占比最少，占比

15.5%。表明对于第一次游玩的游客来说，他们可能是在体验上海迪士尼乐园的新鲜感和独特魅力。这部分游客可能对乐园的各个方面都有较高的期望，包括游乐设施、主题表演、餐饮服务等。如果乐园能够在这些方面提供出色的体验，那么这些游客有很大可能成为忠实粉丝，并在未来多次回访。其次，2~3 次游玩的游客可能说明乐园在游客心中具有较高的重游价值。而三次以上的占比说明上海迪士尼乐园在提升游客忠诚度和促进重复游玩方面取得了良好的效果。在购票方式中我们可以看到，上海迪士尼官网购票和旅游网站分别占比 35.8%和 33.2%，现场购票人数比例低，为 19.5%。表明官网在提供购票服务方面的便捷性和可信度得到了广泛的认可，以及游客在选择购票渠道时，也高度依赖旅游网站。

Table 2. Basic information of respondents
表 2. 被调查者基本信息

项目	测量题项	频次	频率	项目	测量题项	频次	频率
性别	男	105	46.5%	游玩次数	第 1 次	121	53.5%
	女	121	53.5%		2~3 次	70	31%
年龄	18 岁以下	13	5.8%		3 次以上	35	15.5%
	18~25 岁	85	37.6%	购票方式	旅游网站	75	33.2%
	26~35 岁	71	31.4%		官网	81	35.8%
	36~45 岁	37	16.4%		现场购票	44	19.5%
	46~55 岁	17	7.5%		APP	26	11.5%
	55 岁以上	3	1.3%	文化程度	初中及以下	16	7.10%
职业	学生	83	36.7%		高中/中专	55	24.3%
	政府机关/事业单位职工	39	17.3%		大专/本科	147	65.0%
	企业/公司员工	56	24.8%		硕士及以上	8	3.50%
	自由职业	43	19%	游玩时间	一天	96	42.5%
	离退休人员	3	1.3%		两天	93	41.2%
	其他	2	0.9%		两天以上	37	16.4%
出游方式	与朋友来	97	42.9%	人均费用	1000 元以下	43	19.0%
	与家人来	72	31.9%		1000~2000 元	89	39.4%
	独自出游	45	19.9%		2000~3000 元	59	26.1%
	单位组织	12	5.3%		3000 元以上	35	15.5%

从出游方式来看，与朋友、家人一起来占比较高，分别为 42.9%和 31.9%，说明游客对上海迪士尼乐园的信任和安全感，认为在这里共度时光是安全、愉快的，这也与乐园提供的优质服务和高品质的环境密切相关。独自出游和单位组织的占比比例低，分别为 19.9%和 5.3%。从游玩时间来看，一天与两天占比较高，分别为 42.5%和 41.2%，其次是两天以上占比为 16.4%，说明游客在选择游玩上海迪士尼乐园时更偏好于短途紧凑的行程。在人均花费方面来看，1000~2000 元占比最高为 39.4%，其次是 2000~3000 元占比 26.1%，最后 3000 元以上和 1000 元以下占比较低，分别为 15.5%和 19%，反映了游客对于适中消费水平的偏好，他们可能希望在不造成过大经济压力的情况下，享受一次愉快的主题公园旅行体验。

4.2. 游客对上海迪士尼乐园的重要性的和满意度的感知

为了确保本次调查数据的可靠性和一致性，利用 SPSS26.0 对问卷重要性量表和满意度量表的各个维

度进行克隆巴哈信度系数 α 检验。经检验，如表 3 所示，问卷重要性量表和满意度量表的各个维度的 α 值都在 0.9 以上，表明问卷和数据具有较高的信度水平[9]。

Table 3. Summary table of reliability analysis of each scale
表 3. 各量表信度分析汇总表

标度	项数	Cronbach's α
主题公园设计与构思	14	0.961
主题公园管理与配套设施	18	0.968
主题公园餐饮服务与旅游商品	16	0.960
人员服务质量	10	0.942

表 4 显示，从各项指标的重要性来看，29 项指标中均值超过 4.0 的共 12 项，占总指标的 41%，说明这些指标在游客游玩上海迪士尼乐园过程中起到重要作用，游玩前期望值较高，排名靠前的分别是服务与基础设施布局 4.1、服务专业性 4.1、服务态度 4.09、建筑物特色景观设计 4.05、主题定位与设计 4.04、设施安全 4.04 和商品性价比 4.04。各项指标中，餐饮服务的指标排名都靠后，说明顾客对餐饮服务的重视度不高。从各项指标的满意度来看，29 项指标中均值超过 4 分的有 6 项，占总指标数量的 21%，分别是环境卫生、服务态度、服务全面性、商品特色、厕所、停车、旅游商品设计。反映出游客对乐园在这些方面的表现较为满意，特别是环境卫生和服务态度得到了高度认可。

从整体来看，发现上海迪士尼乐园在 29 指标中，主题公园的设计与构思、人员服务质量对游客的重要性感知影响最为显著，特别是服务与基础设施布局、服务专业性，其重要性均值均高达 4.1。同时，游客对主题公园管理与配套设施的环境卫生满意度最高，满意度均值达到 4.08。并且 29 项指标中有 12 项满意度高于重要性：景区品牌形象与口号设计、内部交通、厕所、停车、环境卫生、指示路标、就餐场地环境、餐饮性价比、商品品种、商品特色、个性化服务、服务及时性、服务全面性。说明上海迪士尼乐园在多个关键环节上不仅满足了游客的基本需求，还超出了游客的预期，从而赢得了游客的高度满意。

Table 4. Descriptive statistics on the importance and satisfaction of the indicators
表 4. 重要性与满意度描述性统计

类别	题项	重要性均值	标准差	排名	满意度均值	标准差	排名
设计与构思	主题定位与设计	4.04	1.089	5	3.99	1.127	7
	建筑物特色景观设计	4.05	1.208	4	3.86	1.094	23
	项目情景设计	3.94	1.092	16	3.91	1.133	15
	服务与基础设施布局	4.10	1.095	1	3.90	1.129	19
	景区品牌形象与口号设计	3.92	1.055	18	3.97	1.209	9
	演艺节庆	3.9	1.135	22	3.80	1.054	28
	旅游商品设计	4.02	1.155	9	4.00	1.123	6
管理与配套设施	排队时间	3.96	1.131	15	3.92	1.191	13
	价格费用	3.99	1.183	13	3.78	1.148	29
	内部交通	3.87	1.071	26	3.91	1.182	15
	设施安全	4.04	1.207	5	3.85	1.082	24
	厕所、停车	3.87	1.106	26	4.02	1.205	5

续表

	休憩设施	4.00	1.106	10	3.91	1.106	15
	环境卫生	3.91	1.071	21	4.08	1.070	1
	急救与物品存放	3.97	1.160	14	3.89	1.104	20
	指示路标	3.88	1.066	24	3.96	1.203	11
餐饮服务	就餐场地环境	3.92	1.014	18	3.98	1.139	8
	餐饮独特性	4.00	1.151	10	3.88	1.099	21
	餐饮性价比	3.89	1.094	23	3.97	1.177	9
旅游商品	商品便捷性	4.00	1.097	10	3.82	1.107	26
	商品品种	3.88	1.047	24	3.96	1.127	11
	商品性价比	4.04	1.119	5	3.82	1.172	26
	商品特色	3.92	1.088	18	4.03	1.097	4
	品种多样性	3.93	1.075	17	3.84	1.136	25
人员服务质量	服务专业性	4.10	1.111	1	3.87	1.146	22
	个性化服务	3.85	1.113	29	3.92	1.150	13
	服务态度	4.09	1.151	3	4.07	1.175	2
	服务及时性	3.86	1.101	28	3.91	1.209	15
	服务全面性	4.03	1.148	8	4.07	1.112	2

4.3. 上海迪士尼乐园游客满意度影响因素的 IPA 分析

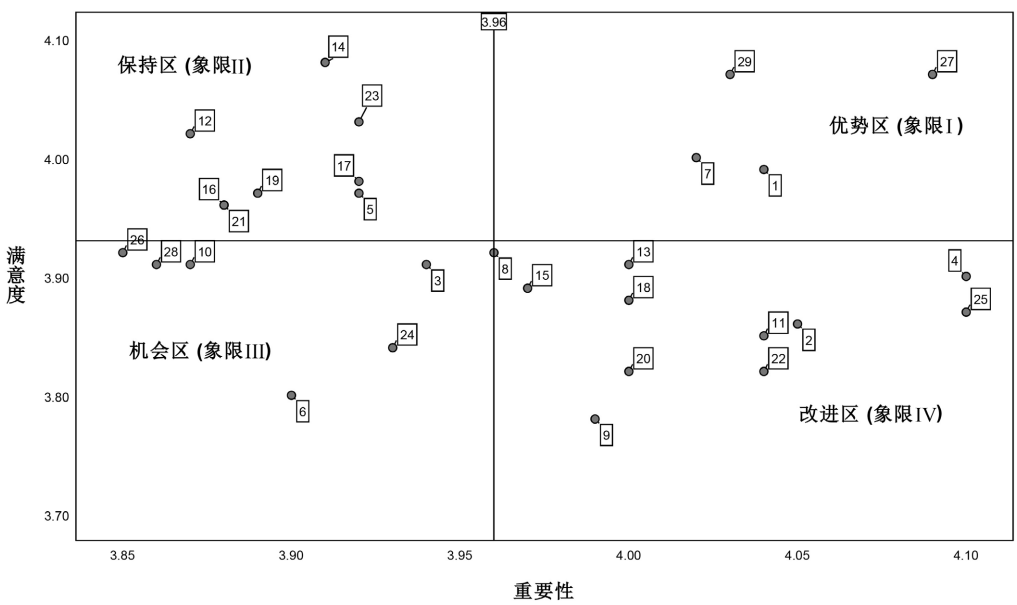


Figure 1. Importance-satisfaction IPA analysis
图 1. 重要性 - 满意度 IPA 分析

通过对上海迪士尼乐园游客满意度影响因子的重要性和满意度均值进行分析，将这些数据映射在 IPA 方格矩阵图中，以便更直观地了解游客对乐园不同服务要素的感知情况[10]。在 IPA 分析图中，我们

将以重要性为横轴，满意度为纵轴，并以重要性均值($M=3.96$)和满意度均值($M=3.93$)作为分界点，划分出四个象限(如图1所示)[11]。

优势区(象限I): “1 主题定位与设计” “7 旅游商品设计” “27 服务态度” “29 服务全面性”。表明这4项因子的重要性和满意度都较高。

保持区(象限II): “5 景区品牌形象与口号设计” “14 环境卫生” “16 指示路标” “17 就餐场地环境” “19 餐饮性价比” “12 厕所、停车” “21 商品品种” “23 商品特色”。表明这8项因子的重要性较低，满意度较高。

机会区(象限III): “3 项目情景设计” “6 演艺节庆” “8 排队时间” “10 内部交通” “24 品种多样性” “26 个性化服务” “28 服务及时性”。表明这7项因子的重要性和满意度都较低。

改进区(象限IV): “15 急救与物品存放” “9 价格费用” “20 商品便捷性” “18 餐饮独特性” “13 休憩设施” “11 设施安全” “2 建筑物特色景观设计” “22 商品性价比” “4 服务与基础设施布局” “25 服务专业性”。表明这10项因子的重要性较高，满意度较低。

5. 基于IPA模型分析的上海迪士尼游客满意度提升策略

5.1. 优势区游客满意度提升策略

经过IPA方格矩阵图的分析，主题定位与设计、旅游商品设计、服务态度和服务全面性等4个因子均落在优势区(象限I)，这充分展现了上海迪士尼乐园在游客满意度提升策略上的显著优势。这些优势因素不仅在游客心中占据重要地位，而且在实际体验中也获得了较高的满意度评价，对于进一步提高游客的整体满意度起到了关键作用[12]。

具体来说，主题定位与设计的成功，使得上海迪士尼乐园的主题特色鲜明、吸引力强，为游客带来了独特而难忘的体验。旅游商品设计则紧密结合乐园主题，不仅具有纪念意义，还满足了游客的个性化需求。服务态度的优质体现在园区工作人员的热情周到和专业素养上，为游客提供了温馨、贴心的服务。而服务全面性则确保了游客在乐园内能够得到一站式的便捷服务，无论是游玩项目的引导、餐饮住宿的安排还是应急处理的及时响应，都展现了乐园对游客需求的细致关怀。这些影响因子的满意度均在平均水平以上，说明上海迪士尼乐园在这些方面已经具备了较高的服务质量和游客认可度。

5.2. 保持区游客满意度提升策略

景区品牌形象与口号设计、环境卫生、指示路标、就餐场地环境、餐饮性价比、厕所、停车、商品品种、商品特色这8项因子落在保持区(象限II)，表明虽然游客对这些因子的主观重视程度不高，但在实际体验中他们的满意度却相对较高。这可能是因为景区在这些方面已经做得相对较好，超出了游客的期望。

1. 强化品牌形象与口号宣传。在品牌形象和口号设计方面，上海迪士尼乐园凭借其独特的魅力和创新理念，成功塑造了一个深入人心的品牌形象。乐园的口号简洁而富有感染力，有效地传达了其核心价值，使得游客在初次接触时便能感受到其独特的魅力。这种强大的品牌影响力使得游客在游览过程中更容易产生情感共鸣，从而增强了游客对乐园的整体满意度。所以可以通过社交媒体、线上广告等多种渠道持续宣传，确保游客在游览前已有一定的认知和期待。

2. 持续优化环境卫生。环境卫生方面，上海迪士尼乐园注重细节，为游客提供了一个干净、整洁的游玩环境。可以通过加大清洁力度，特别是在游客高峰期增加清洗频次；或引进先进的清洁设备和技术，提高清洁效率和质量；以及对员工进行环境卫生培训，提升员工卫生和责任感[13]。

3. 提升指示路标设计。定期进行指示路标的检查和更新，确保信息的准确性和清晰度，同时根据游客反馈调整路标布局，使其更加符合游客的游览习惯，并且在关键节点设置交互式电子地图或导航设备，

方便游客快速获取目的地信息。这样人性化的设计考虑到了游客的需求和便利性,有效提高了游客的游览效率,也减少了游客在寻找目的地过程中的困扰和不满。

4. 提升就餐场地环境。保持就餐场地环境干净整洁,同时座位布局要考虑到游客的舒适度和便利性,座位之间的距离要适当,避免过于拥挤,也可以通过音乐、灯光和装饰等手段,创造出独特的氛围。

5. 优化厕所设施与服务,提升停车服务效率。定期进行厕所设施的维护和更新,确保设施运行正常且干净整洁,并且设置明显的指示牌和方便的导向标识,帮助游客快速找到厕所位置,在厕所设施中可以提供足够的厕纸、洗手液等必需品,确保游客的基本需求得到满足。同时扩大停车场规模,增加停车位数量,以应对游客数量的增长。并且要优化停车指引系统,提供清晰、明确的停车指引信息,增加停车收费透明度,避免游客对停车费用产生误解。

6. 丰富商品种类特色与创意设计。定期更新商品种类,引入新的纪念品和特色商品,注重商品的创意设计和文化内涵的挖掘,打造具有独特魅力的商品,同时提供多样化的购物体验,如主题商店、互动式购物等。这些策略不仅丰富了游客的购物体验,也增强了游客对乐园的归属感和纪念价值。

5.3. 机会区游客满意度提升策略

项目情景设计、演艺节庆、排队时间、内部交通、品种多样性、个性化服务、服务及时性 7 个影响因子落在机会区(象限Ⅲ),说明这些因子具有潜在的机遇和发展空间。

1. 可以通过创新和创意来增强游客的参与感和沉浸感。例如深入研究目标游客群体的喜好和需求,设计出更符合他们心理预期的场景和氛围。集合当地的文化和特色,打造出独特且具有辨识度的项目情景,使游客在参与过程中产生情感共鸣。同时要不断更新和优化项目情景设计,保持其新鲜感和吸引力,避免游客产生审美疲劳。

2. 演艺节庆是提升项目有吸引力和文化内涵的重要手段。通过结合项目的主题和定位,开发具有创意和独特性的演艺节目,增加游客的观赏价值。也可以定期举办各类节庆活动,如主题晚会、文化节、美食节等,丰富游客的文化体验。

3. 优化排队管理。一是引入排队预约系统:通过在线平台或移动应用,允许游客提前预约所需的服务或活动。系统可以实时更新队列状态,为游客提供最佳的时间选择建议,从而避免长时间等待;二是动态调度工作人员:在高峰时段,通过增加人手或调整人员配置,确保服务窗口或活动区域的流畅运作。同时,利用数据分析预测游客流量,提前做好人力资源的规划和调配。

4. 在园区内应当优化交通布局,合理规划游客的流线,减少拥堵和等待时间,吸引多样化的交通方式,如观光车、小火车等,为游客提供多种出行选择。

5. 深入研究游客的购物和消费需求,增加符合期望的商品和服务种类,引入地方特色商品和手工艺品,提升项目独特性和文化内涵。同时,注重商品和服务的品质及价格定位,提供多样化选择以满足不同游客需求。利用大数据、人工智能等技术手段分析游客消费行为和喜好,通过调查问卷、会员制度等方式收集游客信息,以便提供贴心服务。在服务流程中适当简化,减少游客等待时间,如提前预约、自助点餐等。对于投诉和建议,建立快速反馈机制,及时处理和改进。

5.4. 改进区游客满意度提升策略

针对落在改进区(象限Ⅳ)的 10 项因子:急救与物品存放、价格费用、商品便捷性、餐饮独特性、休憩设施、设施安全、建筑物特色景观设计、商品性价比、服务与基础设施布局、服务专业性,虽然这些因子对于游客至关重要,但游客的满意度较低。因此,提出以下针对性的满意度提升策略:

1. 完善急救与物品存放设施。一是增加急救站点:在游客密集的区域设置更多的急救站点,并配备

专业的急救人员和设备。定期开展急救培训和演练,提高员工的应急处理能力;二是改善物品存放设施:提供更大容量的储物柜或寄存服务,并设置明确的标识和指示牌,方便游客快速找到并使用。

2. 增强定价合理性与费用透明度。在显眼的位置或在线平台上公开价格明细表,确保游客对费用有清晰的了解。同时,提供多种货币结算选项,满足不同游客的支付需求。并且优化支付流程,减少支付过程中的繁琐步骤,提高支付效率。

3. 提升商品便捷性与独特性。根据游客的购物习惯和需求,合理规划商品的布局 and 分类。设置清晰的指示牌和导购图,方便游客快速找到所需商品。结合当地的文化、历史或地理特色,开发具有独特性和吸引力的商品。同时,注重商品的品质和包装设计,提高游客的购买欲望[14]。

4. 强化餐饮特色与品质。除了常见的快餐和小吃外,引入更多的地方特色餐饮或国际美食选择。同时,注重食材的新鲜和口味的创新,满足不同游客的口味需求,并且加强对餐饮服务人员的培训和管理,确保食品的安全和卫生。同时,优化餐饮服务流程,提高点餐、制作和送餐的效率。

5. 完善休憩设施。在游客密集的区域或活动结束后设置更多的休息座椅,方便游客休息和放松。考虑不同游客的需求,提供多样化的座椅选择,如带扶手的椅子、软垫座椅等。并且在游客活动的区域增加绿化植被和遮阳设施,为游客提供舒适的休息环境。

6. 加强设施安全与维护。建立设施检查制度,定期对各类设施进行安全检查和维护。发现问题及时修复或更新设备,确保设施的正常运行和安全使用。对员工进行定期的安全培训和教育,提高他们对安全问题的认识和应对能力。

7. 突出建筑物特色与景观设计。融入文化元素,在建筑和景观设计中加入当地文化元素,并且提供导游服务,介绍建筑物的历史背景、设计理念和文化内涵,导游可以通过生动有趣的讲解方式,激发游客对建筑特色的兴趣和好奇心。

8. 提高商品性价比。确保商品价格与其价值相符,避免出现价格过高或过低的情况。同时,根据市场需求和竞争状况,灵活调整价格策略,以吸引更多游客的购买。定期推出各种促销和优惠活动,如折扣、满减、买一赠一等,提高游客的购买欲望和满意度。

9. 优化服务与基础设施布局。减少不必要的步骤,提高服务效率,简化服务流程同时合理布局基础设施,确保游客能够便捷地访问所需的设施和服务。为员工提供定期的专业培训和机会,提高他们的专业技能和服务水平。培训内容可以包括业务知识、沟通技巧、应急处置等方面。建立游客反馈机制,积极收集游客的意见和建议。对反馈进行认真分析和整改,不断优化服务质量和游客体验。同时,通过奖励和激励措施,鼓励员工积极参与改进和创新。

参考文献

- [1] 周祥,王寒,李媛媛.国内主题公园研究综述[J].现代商贸工业,2015,36(13):73-74.
- [2] 北京市通州区文化和旅游局.《2023 中国主题乐园竞争力评价报告》:去年主题乐园营收北京环球影城高居榜首[EB/OL].2023-11-27.<https://www.bjtz.gov.cn/bjtz/fzx/202311/1685121.shtml>,2024-06-11.
- [3] 邓忠强.重庆 ATJ 主题公园游客满意度评价及提升策略研究[D]:[硕士学位论文].重庆:重庆工商大学,2023.
- [4] 刘翟淳,王崇,杨钊.基于 IPA 分析法的主题公园游客满意度研究——以芜湖方特为例[J].池州学院学报,2015,29(6):75-78.
- [5] 李淑苓.上海迪士尼乐园游客满意度研究[D]:[硕士学位论文].上海:上海师范大学,2021.
- [6] 宋晓晓.迪士尼主题公园对上海发展世界著名旅游城市的影响研究[D]:[硕士学位论文].上海:上海工程技术大学,2015.
- [7] 王光伟.基于 IPA 法的广西五彩田园景区游客满意度评价[J].桂林航天工业学院学报,2019,24(3):382-387.
- [8] 康鑫莹,任瀚.中外品牌主题公园酒店体验对比研究——基于上海迪士尼酒店和广州长隆酒店的网络评论[J].

泰山学院学报, 2020, 42(5): 41-49.

- [9] 刘扬. 影视主题公园游客旅游体验质量评价研究——以横店影视城为例[J]. 首都师范大学学报(自然科学版), 2012, 33(1): 67-72.
- [10] 胡晨. 基于 IPA 模型的景区游客满意度测评研究——以岳西明堂山、彩虹瀑布景区为例[D]: [硕士学位论文]. 安庆: 安庆师范大学, 2016.
- [11] 郑德琛. 基于 IPA 分析的石牛山景区游客满意度研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 西北师范大学, 2023.
- [12] 杨晓宇. 基于 IPA 分析法的邯郸 FT 主题公园服务质量提升对策研究[D]: [硕士学位论文]. 沈阳: 辽宁大学, 2022.
- [13] 张倩倩. 基于游客感知的伏尔加庄园旅游者满意度影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨商业大学, 2022.
- [14] 卢慧娟, 李享. 基于 IPA 分析法的民宿旅游吸引力研究——以北京城市核心区四合院民宿为例[J]. 地域研究与开发, 2020, 39(1): 112-117.