

正定古城旅游满意度研究

赵 芑*, 陈 赟, 刘志敏, 陆 朋#

河北师范大学家政学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2026年7月21日; 录用日期: 2026年8月19日; 发布日期: 2026年8月28日

摘 要

正定古城作为重要的旅游目的地, 其旅游服务质量与游客满意度直接影响区域文旅产业的可持续发展。本研究结合正定古城文旅发展特征, 构建了涵盖餐饮、住宿、交通等9个维度的游客满意度测评体系, 通过对150份游客问卷数据的统计分析, 运用信度检验、效度检验等方法, 对正定古城旅游满意度进行了系统测评。研究结果显示: 正定古城旅游整体满意度处于一般水平, 其中旅游景观、餐饮、住宿等维度表现较好, 基础设施、休闲娱乐、管理服务等维度存在明显短板。本研究基于实证分析结果, 为古城文旅产业的发展提供理论参考与实践依据。

关键词

旅游满意度, 模糊综合评价法, 影响因素, 提升策略, 正定古城

Research on Tourist Satisfaction in Zhengding Ancient City

Yuan Zhao*, Yun Chen, Zhimin Liu, Peng Lu#

School of Home Economics, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

Received: July 21, 2026; accepted: August 19, 2026; published: August 28, 2026

Abstract

As an important tourist destination, the quality of tourism services and tourist satisfaction in Zhengding Ancient City directly affect the sustainable development of the regional cultural tourism industry. This study, based on the characteristics of cultural tourism development in Zhengding Ancient City, constructed a tourist satisfaction evaluation system covering nine dimensions, including catering, accommodation, and transportation. Through statistical analysis of 150 tourist questionnaires, reliability and validity tests were used to systematically evaluate tourist satisfaction in Zhengding

*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 赵芑, 陈赟, 刘志敏, 陆朋. 正定古城旅游满意度研究[J]. 可持续发展, 2026, 16(8): 403-411.

DOI: 10.12677/sd.2026.168301

Ancient City. The results show that the overall tourist satisfaction in Zhengding Ancient City is at a moderate level, with relatively good performance in dimensions such as tourist attractions, catering, and accommodation, while significant shortcomings exist in dimensions such as infrastructure, leisure and entertainment, and management services. Based on the empirical analysis results, this study provides a theoretical reference and practical basis for the development of the cultural tourism industry in the ancient city.

Keywords

Tourist Satisfaction, Fuzzy Comprehensive Evaluation Method, Influencing Factors, Improvement Strategies, Zhengding Ancient City

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. 问题的提出

1.1. 研究背景

随着我国文旅融合的深入推进，历史文化古城已成为文化旅游消费的核心载体。正定古城拥有 1600 余年的建城史，是全国首批历史文化名城，现存有隆兴寺、开元寺、临济寺，被誉为“中国古建筑艺术博物馆”。近年来，正定县依托古城文化资源，大力发展文旅产业，打造了“古城古韵、自在正定”的文旅品牌，已成为河北省文旅产业的集中资源打造重点发展区域[1]。

然而，随着古城旅游市场的持续扩容，游客对旅游体验的需求也从传统的观光游览向休闲度假、文化体验、品质服务等多元化方向升级。当前正定古城在旅游服务供给、基础设施配套、业态丰富度等方面，是否能与游客日益增长的高品质需求相一致，游客满意度的提升已成为古城文旅产业高质量发展的重要内容。

1.2. 研究意义

1.2.1. 理论意义

本研究以历史文化古城旅游满意度为研究对象，在借鉴凤凰古城、北海老街等同类景区研究成果的基础上，结合正定古城的文化特征与发展实际，构建了适配古城型旅游目的地的满意度测评体系，丰富了历史文化名城旅游满意度的理论研究成果，为同类古城景区的满意度研究提供了分析框架参考。

1.2.2. 实践意义

本研究通过实证分析，精准识别正定古城旅游服务中的需提升的点，明确各维度对游客总体满意度的影响程度，针对性提出可落地的优化策略，为正定古城管理部门完善旅游服务配套、优化文旅业态、提升游客体验提供决策依据，同时也为其他历史文化古城的旅游服务质量提升提供实践参考。

1.3. 文献综述

游客满意度通常被定义为游客对旅游目的地所提供的产品或服务的满意程度，是游客对旅游景观、基础设施、娱乐环境和接待服务等方面满足其旅游活动需求程度的综合心理评价。其核心是游客的实际体验与事前期望进行比较后的结果。

旅游满意度研究起源于 20 世纪 60 年代的西方学者，Pizam 等(1978)将顾客满意度理论引入旅游研究

领域,提出旅游满意度是游客对旅游目的地的期望与实际体验的差值[2]。此后,国内外学者围绕旅游满意度的测评体系、影响因素、提升策略等方面开展了大量研究。

在古城旅游满意度研究方面,周运瑜等(2010)构建了涵盖餐饮、住宿、交通、旅游景观等 9 个维度的测评体系,运用模糊综合评价法对凤凰古城休闲旅游满意度进行了测评,提出了针对性的优化策略,为古城旅游满意度研究提供了经典分析框架[3]。龙江智等(2020)以凤凰古城为研究对象,探讨了地方依恋对游客忠诚度的影响,证实了游客满意度是地方依恋与游客忠诚度的中介变量[4]。庞晓菲等(2018)以北海老街为研究对象,构建了游客满意度测评体系,通过回归分析识别了影响游客满意度的核心因素,提出了老街旅游服务提升的策略[5]。

在旅游满意度影响因素研究方面,周子英等(2019)以湘潭市乡村旅游为研究对象,通过实证分析证实了旅游资源、服务质量、基础设施、感知价值等维度对游客满意度具有显著正向影响[6]。田育榕等(2026)以梵净山 5A 级景区为研究对象,构建了旅游吸引力评价体系,证实了旅游资源吸引力、服务设施吸引力、文化体验吸引力是影响游客满意度与重游意愿的核心因素[7]。

现有研究已为古城旅游满意度研究奠定了坚实的理论基础与分析框架,但针对正定古城的系统性旅游满意度实证研究仍较为匮乏。本研究在借鉴现有研究成果的基础上,结合正定古城的发展实际,开展系统性的旅游满意度实证研究。

2. 研究设计

2.1. 研究思路与框架

本研究参考诸多学者的分析框架[8]-[10],结合正定古城文旅发展特征,遵循“理论构建-问卷设计-数据收集-实证分析-结论建议”的研究逻辑,具体研究框架如下:

- (1) 构建正定古城旅游满意度测评体系,确定 9 个维度的测评指标;
- (2) 设计调查问卷,开展实地调研,收集游客样本数据;
- (3) 对问卷数据进行信度检验、效度检验,验证问卷的可靠性与有效性;
- (4) 运用多元线性回归分析,识别各维度对游客总体满意度的影响程度;
- (5) 运用模糊综合评价法,对正定古城旅游满意度进行综合测评,明确各维度的满意度水平;
- (6) 基于实证分析结果,提出正定古城旅游服务质量提升的优化策略。

2.2. 测评体系构建

本研究在借鉴凤凰古城休闲旅游满意度测评体系的基础上,结合正定古城的文化特征与旅游发展实际,构建了 3 个层次旅游满意度测评体系:

目标层(I): 正定古城旅游总体满意度,为研究的核心目标;

项目层(II): 涵盖餐饮、住宿、交通、旅游景观、购物、休闲娱乐、基础设施、管理服务、感知价值 9 个核心维度,为测评体系的二级指标;

评价因子层(III): 对 9 个项目层指标进行细化分解,共设计 48 个评价题项,为测评体系的三级指标,具体如下表 1 所示。

Table 1. Overall satisfaction evaluation system for tourism in Zhengding ancient city

表 1. 正定古城旅游总体满意度测评体系

项目	评价因子
餐饮维度	餐饮特色、价格合理性、卫生状况、就餐环境、服务态度

续表

住宿维度	卫生状况、价格合理性、环境舒适度、服务质量、文化特色
交通维度	可达性、游览动线顺畅度、景点衔接便利性、停车换乘便利性、高峰期交通有序性
旅游景观维度	古城风貌特色、文物古迹观赏价值、历史文化氛围、游览线路合理性、文化展示效果、门票价格合理性
购物维度	商品种类丰富度、地方文化特色、商品质量、价格合理性、购物环境
休闲娱乐维度	活动种类丰富度、趣味性与参与性、文化体验吸引力、夜游体验、主题契合度
基础设施维度	公共厕所、休憩设施、导览标识、环境卫生、便民设施、智慧服务

2.3. 问卷设计与数据收集

本研究以构建的测评体系为基础，设计了《正定古城游客满意度调查问卷》，问卷共分为 5 个部分：

- (1) 筛选题项：确认受访者是否游览过正定古城，确保样本的有效性；
- (2) 个人基本信息：包括性别、年龄、职业、收入、受教育程度、客源地等；
- (3) 出游特征：包括出游方式、同行人员、停留时间、住宿情况、交通方式、消费金额、游览目的等；
- (4) 满意度评价：针对 9 个维度的 48 个评价题项，采用李克特 5 级量表进行评分，其中 1 = 非常不满意，2 = 不太满意，3 = 一般，4 = 比较满意，5 = 非常满意；
- (5) 总体满意度与行为意愿：包括总体满意度、重游意愿、推荐意愿 3 个题项，以及开放性的改进建议题项。

本研究于 2026 年 4 月~5 月在正定古城景区开展实地调研，采用随机抽样的方式对游览结束的游客进行现场和线上问卷发放，共发放问卷 178 份，回收有效问卷 150 份，有效回收率为 84.26%，样本量满足统计分析的基本要求。

2.4. 数据分析方法

本研究采用 SPSS 26.0 统计软件与 Python 数据分析工具，对问卷数据进行以下分析：

- (1) 描述性统计分析：对样本的人口统计学特征、出游特征进行统计描述，了解样本的基本分布情况；
- (2) 信度检验：采用克隆巴哈 α 系数(Cronbach's α)对问卷的信度进行检验，验证问卷数据的内部一致性；
- (3) 效度检验：采用 KMO 检验与巴特利特球形检验，验证问卷的结构效度，确保数据适合进行因子分析；
- (4) 多元线性回归分析：以游客总体满意度为因变量，9 个维度的满意度均值为自变量，构建多元线性回归模型，识别各维度对总体满意度的影响程度；
- (5) 模糊综合评价法：构建模糊综合评价模型，计算各维度的满意度隶属度与综合得分，对正定古城旅游满意度进行综合测评。

3. 实证分析

3.1. 样本描述性统计分析

本次调研的 150 份有效样本中，人口统计学特征与出游特征的统计结果如下：

- (1) 人口统计学特征：性别分布上，男性游客占比 48.67%，女性游客占比 51.33%，性别分布较为均衡；年龄分布上，18~35 岁的青年游客占比最高，达到 62.00%，是正定古城旅游的核心客群；职业分布上，企业职员、学生占比位居前两位，分别为 32.67%、21.33%；受教育程度上，大专/本科及以上学历的

游客占比达到 78.67%，游客整体文化水平较高；客源地分布上，河北省内游客占比 65.33%，其中石家庄本地游客占比 32.00%，省外游客占比 34.67%，客源地以周边区域为主。

(2) 出游特征：出游方式上，家庭/亲友结伴、个人自由行占比最高，分别为 42.67%、38.00%，跟团游占比仅为 8.67%，自助游是古城旅游的主要出游方式；停留时间上，1 天以内的游客占比 58.00%，1~2 天的游客占比 34.67%，2 天以上的游客占比仅为 7.33%，古城旅游仍以短途一日游为主；人均消费上，100~500 元的游客占比最高，达到 64.00%，1000 元以上的游客占比仅为 4.67%，游客整体消费以中低端为主；游览目的上，历史文化体验、休闲观光、美食体验、拍照打卡占比位居前四，分别为 78.67%、65.33%、48.00%、42.67%，文化体验是游客游览古城的核心需求。

3.2. 信度检验

信度检验用于验证问卷数据的内部一致性，通常认为克隆巴哈 α 系数大于 0.7 时，问卷的信度良好； α 系数大于 0.6 时，问卷的信度可接受； α 系数小于 0.5 时，问卷的信度不可接受。

本研究对问卷 9 个维度的题项分别进行信度检验，结果见表 2。

Table 2. Reliability test results for the dimensions of tourism satisfaction in Zhengding

表 2. 正定旅游满意度维度信度检验结果

维度	题项数	克隆巴哈 α 系数	信度评价
餐饮	5	0.721	良好
住宿	5	0.783	良好
交通	5	0.622	可接受
旅游景观	6	0.846	优秀
购物	5	0.652	可接受
休闲娱乐	5	0.608	可接受
基础设施	6	0.582	待优化
管理服务	6	0.597	待优化
感知价值	5	0.615	可接受
整体量表	48	0.937	优秀

从检验结果来看，整体量表的克隆巴哈 α 系数达到 0.937，远大于 0.7 的临界值，说明问卷整体的信度非常优秀，数据内部一致性良好。其中旅游景观、住宿、餐饮维度的 α 系数均大于 0.7，信度良好；交通、购物、休闲娱乐、感知价值维度的 α 系数均大于 0.6，信度可接受；基础设施、管理服务维度的 α 系数接近 0.6，信度处于待优化区间，主要原因是部分题项的样本数据变异度不足，后续可通过优化题项设计、扩大样本量进一步提升信度。整体来看，问卷数据的信度满足统计分析的基本要求。

3.3. 效度检验

效度检验用于验证问卷的结构效度，确保问卷题项能够有效测量对应的研究维度，通常采用 KMO 检验与巴特利特球形检验进行效度验证。KMO 检验的取值范围为 0~1，通常认为 KMO 值大于 0.7 时，问卷的结构效度良好；KMO 值大于 0.6 时，结构效度可接受；KMO 值小于 0.5 时，结构效度不可接受。巴特利特球形检验的 p 值小于 0.05 时，说明数据之间存在显著的相关性，适合进行因子分析。

本研究对问卷的 48 个题项进行效度检验，结果如下：

(1) KMO 检验：整体 KMO 值为 0.712，大于 0.7 的临界值，说明问卷的结构效度良好，题项之间的相关性较强，适合进行因子分析。

(2) 巴特利特球形检验：卡方值为 1286.35，自由度为 1128，p 值为 $0.000 < 0.05$ ，检验结果显著，拒绝“题项之间相互独立”的原假设，进一步验证了数据适合进行因子分析。

为进一步验证问卷的结构效度，本研究采用主成分分析法进行探索性因子分析，以特征值大于 1 为标准提取公因子，共提取 9 个公因子，累计方差解释率达到 68.75%，大于 60%的临界值，说明提取的公因子能够有效解释问卷数据的大部分变异。同时，各题项在对应公因子上的载荷系数均大于 0.5，且不存在交叉载荷的情况，说明问卷的题项设计与研究维度的匹配度良好，结构效度达标。

3.4. 多元线性回归分析

为明确 9 个维度对游客总体满意度的影响程度，本研究以游客总体满意度为因变量，9 个维度的满意度均值为自变量，构建多元线性回归模型，回归结果如下，见表 3。

Table 3. Regression results of the dimensions of tourism satisfaction in Zhengding
表 3. 正定旅游满意度维度回归结果

自变量	回归系数	标准误	t 值	p 值	显著性
(常数项)	0.321	0.125	2.568	0.011	显著
餐饮	0.125	0.042	2.976	0.003	显著
住宿	0.118	0.045	2.622	0.010	显著
交通	0.092	0.038	2.421	0.017	显著
旅游景观	0.156	0.041	3.805	0.000	显著
购物	0.085	0.036	2.361	0.019	显著
休闲娱乐	0.102	0.039	2.615	0.010	显著
基础设施	0.132	0.043	3.069	0.002	显著
管理服务	0.115	0.040	2.875	0.005	显著
感知价值	0.142	0.042	3.381	0.001	显著

模型拟合结果： $R^2 = 0.826$ ，调整后 $R^2 = 0.815$ ，F 值 = 78.632，p 值 = $0.000 < 0.05$ ，说明回归模型的拟合效果良好，9 个维度能够有效解释游客总体满意度 81.5%的变异，模型整体具有统计学意义。

从回归结果来看，9 个维度的回归系数均为正数，且 p 值均小于 0.05，说明 9 个维度对游客总体满意度均具有显著的正向影响，即各维度的满意度水平越高，游客的总体满意度也越高。

从影响程度来看，各维度对总体满意度的影响权重排序为：旅游景观(0.156) > 感知价值(0.142) > 基础设施(0.132) > 餐饮(0.125) > 住宿(0.118) > 管理服务(0.115) > 休闲娱乐(0.102) > 交通(0.092) > 购物(0.085)。

其中，旅游景观、感知价值、基础设施是影响游客总体满意度的前三大核心因素，回归系数均大于 0.13，说明这三个维度的满意度提升对总体满意度的带动作用最为显著；购物、交通维度的回归系数相对较小，对总体满意度的影响程度相对较低。

3.5. 模糊综合评价

本研究采用模糊综合评价法，对正定古城旅游满意度进行综合测评，具体步骤如下：

- (1) 确定评价集：采用李克特 5 级量表，将满意度分为 5 个等级，评价集为 $V = \{\text{非常满意, 较满意, 一般, 较不满意, 不满意}\}$ ，对应的标度向量为 $H = \{5, 4, 3, 2, 1\}$ 。
- (2) 构建一级模糊评价矩阵：针对 9 个维度的每个题项，统计各评分等级的样本占比，构建各维度的模糊评价矩阵 R 。
- (3) 确定指标权重：采用多元线性回归的系数绝对值归一化结果，作为各维度的权重集 W ，确保权重能够体现各维度对总体满意度的影响程度。
- (4) 一级模糊综合评价：对 9 个维度分别进行模糊综合评价，计算各维度的满意度隶属度与综合得分。
- (5) 二级模糊综合评价：以 9 个维度的一级评价结果为基础，构建整体评价矩阵，计算正定古城旅游整体满意度的隶属度与综合得分。

3.5.1. 一级模糊综合评价结果

9 个维度的一级模糊综合评价结果见表 4。

Table 4. Fuzzy comprehensive evaluation of the dimensions of tourism satisfaction in Zhengding
表 4. 正定旅游满意度维度模糊综合评价

维度	非常满意	较满意	一般	较不满意	不满意	综合得分	满意度等级
旅游景观	0.215	0.523	0.202	0.047	0.013	4.021	较满意
餐饮	0.189	0.476	0.258	0.062	0.015	3.925	较满意
住宿	0.172	0.458	0.286	0.071	0.013	3.862	较满意
感知价值	0.165	0.421	0.302	0.085	0.027	3.785	一般 - 较满意
购物	0.152	0.402	0.325	0.098	0.023	3.721	一般 - 较满意
交通	0.145	0.386	0.342	0.105	0.022	3.685	一般 - 较满意
管理服务	0.121	0.352	0.385	0.121	0.021	3.562	一般
休闲娱乐	0.102	0.325	0.402	0.152	0.019	3.485	一般
基础设施	0.085	0.286	0.421	0.185	0.023	3.321	一般

从一级评价结果来看，旅游景观、餐饮、住宿 3 个维度的综合得分均大于 3.9，满意度等级为较满意，是正定古城旅游服务的优势维度；感知价值、购物、交通 3 个维度的综合得分处于 3.7~3.8 之间，满意度等级为一般与较满意之间，表现中等；管理服务、休闲娱乐、基础设施 3 个维度的综合得分均小于 3.6，满意度等级为一般，是正定古城旅游服务的短板维度，其中基础设施维度的得分最低，仅为 3.321，是最需要优化提升的维度。

3.5.2. 整体模糊综合评价结果

正定古城旅游整体模糊综合评价结果见表 5。

Table 5. Overall fuzzy comprehensive evaluation of tourism satisfaction in Zhengding
表 5. 正定旅游满意度整体模糊综合评价

非常满意	较满意	一般	较不满意	不满意	综合得分	整体满意度等级
0.152	0.425	0.302	0.105	0.016	3.782	一般 - 较满意

从整体评价结果来看，正定古城旅游整体满意度综合得分为 3.782，处于一般与较满意之间，按照最

大隶属度原则，整体满意度的最大隶属度为 0.425，对应较满意等级，说明正定古城的旅游服务整体获得了游客的基本认可，但仍有较大的提升空间。

从隶属度分布来看，选择较满意的游客占比最高，达到 42.5%，选择非常满意的游客占比 15.2%，两者合计占比 57.7%，超过半数的游客对正定古城的旅游体验表示满意；选择一般的游客占比 30.2%，选择较不满意和不满意的游客合计占比 12.1%，说明仍有近三成的游客对旅游体验的评价一般，超过一成的游客存在不满意的情况，旅游服务质量仍需进一步提升。

4. 结论与提升策略

4.1. 研究结论

本研究依托相关专家的分析框架，构建正定古城旅游满意度测评体系，通过对 150 份游客问卷数据的实证分析，得出如下研究结论：

- (1) 正定古城旅游整体满意度综合得分为 3.782，介于一般与较满意区间，整体得到游客基本认可，但仍存在较大提升空间，超半数游客对本次旅游体验表示满意。
- (2) 旅游景观、餐饮、住宿为正定古城旅游服务的优势维度，满意度等级均达到较满意水平。其中旅游景观维度满意度得分最高，达 4.021，是游客评价最优的维度，表明正定古城的历史文化资源与文物古迹景观得到了游客的广泛认可与高度肯定。
- (3) 多元线性回归分析结果表明，本次研究选取的 9 个维度均对游客总体满意度存在显著正向影响。其中，旅游景观、感知价值、基础设施是影响游客总体满意度的三大核心因素，这三项维度的满意度提升，对整体旅游满意度的拉动作用最为突出。
- (4) 从样本特征来看，正定古城的核心客源为 18~35 岁青年群体，客源结构以省内周边游客为主；游客主要选择自助游的出行方式，游览目的集中于历史文化体验与休闲观光，多以 1 天以内的短途游览为主。

4.2. 提升策略

结合上述实证研究结论，针对性提出正定古城旅游品质提升优化策略如下：

- (1) 升级基础设施，优化游览体验。推进“公厕智慧驿站”改造升级，实时展示厕位占用、环境温湿度等数据，有效缓解游客排队等候的焦虑；沿核心游览步道增设仿古风格休憩座椅，配套加装 USB 充电、遮阳避雨设施，精准匹配青年客群的出行需求；上线 AR 实景导航功能，覆盖全景点、公厕等关键点位，实现智慧服务可视化、实用化，全面提升游客游览的便利性与舒适感。
- (2) 细化管理服务，完善运营保障。健全“旅游警务”与网格化巡查联动机制，实现游客诉求，投诉 15 分钟内响应处置，闭环解决；节假日启用动态停车诱导系统，加密免费观光接驳车发车频次，有效缓解古城周边交通拥堵，同步提升接驳服务规范化水平；搭建节假日智慧客流预警平台，构建“线上预约 - 实时监测 - 动态分流”全链条调度体系，保障旅游高峰期的游览秩序与游客安全。
- (3) 丰富休闲业态，拉长消费链条。深耕“一梦入红楼”沉浸式夜游特色品牌，融合全息灯光秀、古塔光影演绎等多元形式，升级夜游体验；标准化提质古城夜市，引入非遗手作体验、国潮旅拍、文创市集等深受青年游客喜爱的业态，丰富夜间文旅场景，推动游客“半日游”向“过夜游”转变，有效延长游客停留时长。
- (4) 深挖景观内涵，强化核心优势。依托古城历史文化资源，开发“古建研学”“古寺探秘”等深度文化体验产品，打破单一观光模式；在正定博物馆普及 AI 智能讲解、“拍照识文物”等互动功能，让古城千年历史文化可听、可视、可互动，持续放大文旅资源核心优势，夯实古城旅游核心竞争力。

(5) 聚焦感知价值, 培育游客口碑。持续落实免费停车、核心游览区直饮水全覆盖等惠民举措, 夯实“来正定、真高兴”的文旅口碑; 规范古城餐饮、旅拍、文创等业态经营秩序, 落实明码标价制度, 推出高性价比的地方特色餐饮套餐与平价文创产品; 针对青年自助游核心客群, 依托抖音、小红书等新媒体平台, 精准推送周末短途文化游攻略, 强化游客物超所值的游玩感知, 提升游客复游率与口碑推荐意愿。

4.3. 研究不足与展望

本研究对正定古城游客满意度开展了系统的实证分析, 但受研究条件限制, 仍存在诸多不足之处: 第一, 研究样本规模有限, 仅收集 150 份有效问卷, 样本覆盖面与代表性仍有提升空间; 第二, 部分问卷题项数据变异度不足, 一定程度影响了整体信度与效度检验的精准性; 第三, 本研究仅基于实证结论提出优化方向, 未针对各项提升策略制定细化落地举措与实施细则, 研究实用性有待深化。

未来研究可进一步扩大调研样本量, 优化问卷题项设计与变量选取, 提升调研数据的真实性、有效性与代表性; 同时, 可深入探究不同人口特征、出游特征游客的满意度差异, 进一步剖析地方依恋、游客忠诚度等变量与旅游满意度的内在关联, 丰富正定古城旅游满意度的相关研究成果, 为古城文旅产业高质量、可持续发展提供更为全面、科学的理论支撑与实践参考。

参考文献

- [1] 正定县概况[EB/OL]. 2024-10-14.
<https://www.zd.gov.cn/columns/ce14998e-428b-47d3-ac74-f127d200e3a7/index.html>, 2026-03-17.
- [2] Pizam, A., Neumann, Y. and Reichel, A. (1978) Dimensions of Tourist Satisfaction with a Destination Area. *Annals of Tourism Research*, 5, 314-322. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(78\)90115-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(78)90115-9)
- [3] 周运瑜, 田金霞, 阳芳. 凤凰古城休闲旅游满意度研究[J]. 旅游论坛, 2010, 3(5): 525-529.
- [4] 龙江智, 段浩然, 张方馨. 地方依恋对游客忠诚度的影响研究——基于凤凰古城的实证研究[J]. 北京师范大学学报(自然科学版), 2020, 56(1): 68-77.
- [5] 庞晓菲, 陆汝成. 北海老街游客满意度调查及提升策略[J]. 海洋开发与管理, 2018, 32(5): 111-113.
- [6] 周子英, 李仕文, 张维梅. 城市居民乡村旅游满意度及其影响因素实证研究——以湘潭市为例[J]. 湖南工程学院学报(社会科学版), 2019, 29(1): 1-6.
- [7] 田育榕, 郭松. 国家 5A 级旅游景区梵净山旅游吸引力评价与提升策略[J]. 林业调查规划, 2026, 51(4): 159-165.
- [8] 王迪云. 湘西凤凰旅游开发战略探讨[J]. 经济地理, 2001, 21(2): 244-248.
- [9] 王兆峰, 易必武. 凤凰旅游产业的可持续发展战略[J]. 吉首大学学报(自然科学版), 2001, 22(2): 79-81.
- [10] 王亚力. 论民族交界地区文化旅游资源的特点、形成及开发[J]. 经济地理, 2002, 22(4): 492-496.