

# 文化遗产活化体验质量对游客满意度的影响及提升路径 ——以嵊州越剧小镇为例

陈浩 胡慧真 温惠君 陈焯 陈瑞意

浙江越秀外国语学院 浙江 绍兴 312000

**摘要:** 旅游目的地文化遗产对旅游者的吸引日益增加,在高质量发展的时代主题下,文化遗产活化体验质量正成为旅游者满意度的一个重要影响因素。本文理论分析并以嵊州越剧小镇为例检验了文化遗产活化体验质量对游客满意度的影响,以及游客感知在两者之间的中介作用,具有重要的理论意义和现实意义

**关键词:** 文化遗产活化体验质量;越剧小镇;路径设计

Influence of Cultural Heritage Activation Experience Quality on Tourists' Satisfaction and Its Improvement Path  
—— A Case Study of Shaoxing Opera Town in Shengzhou

Hao Chen、Huizhen Hu、Huijun Wen、Ye Chen、Ruiyi Chen

**Abstract:** Tourism destination cultural heritage attracts tourists increasingly. Under the theme of high-quality development, the quality of cultural heritage activation experience is becoming an important factor affecting tourists' satisfaction. This paper theoretically analyzes and takes Shaoxing opera town in Shengzhou as an example to test the influence of cultural heritage activation experience quality on tourists' satisfaction and the intermediary role of tourists' perception between them, which has important theoretical and practical significance

**Key words:** Experience quality of cultural heritage activation; Shaoxing opera town; Path design

## 一、背景:

根据中国文旅部统计数据显示,2010-2019年,国内旅游市场持续平稳增长;2017年国内旅游人数首次突破50亿人次,2019年国内旅游人数突破60亿人次,达到60.06亿人次,较2018年同比增长8.43%。据中国旅游研究院测算,预计2020年全年,国内旅游人次将负增长15.5%,全年同比减少9.32亿人次;国内旅游收入负增长20.6%,全年旅游收入减少1.18万亿元。到2020年底,预计全国游客人数下降至50.74亿人次,全国旅游收入降至4.55万亿元。但未来,随着人们生活水平的进一步提高以及消费主体和消费观念的改变,旅游的需求将会不断增加,旅游业的发展前景广阔可观。因此前瞻预测,至2025年,国内旅游人数将突破83亿元,旅游收入接近10万亿元。

目前我国政府注重新型城镇化发展,这难免带来城市现代化建设与历史文化遗产保护之间的平衡问题。在5000多年文明发展进程中,中华民族创造了博大精深的灿烂文化,文化是城市是国家的灵

魂,是传承历史、延续文明、拓展未来的内在动力和宝贵财产。在现代化建设过程中的当下,要将中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调,以新型的方式传承推广,“活化”中华优秀传统文化。环顾全球,文化产业与相关产业融合、更深度走入人民生活是大势所趋。基于该趋势,旅游能促进遗产保护与活化及当代文化创意产业的发展。拥有文化遗产资源的旅游景区是文化遗产借助旅游实现活化的主要空间场所,因此对这些区域进行文化遗产活化至关重要。高质量的活化可以有效推动优秀文化资源的“活化”开发,让其在人们的日常生活中延伸生命力,并融合时代精神获得新的发展,并且可以给游客高质量的文化遗产活化体验,提升游客满意度。

## 二、研究意义:

### 1、理论意义

从目前的相关文献资料看,学术界对文化遗产活化体验质量对游客满意度的影响研究少,鲜有学者将研究对象直接聚焦于文化遗产活化体验质量和

游客满意度之中。很多学者都关注了文化遗产活化体验质量或是游客满意度的问题，但多数集中在单方面的文化遗产活化体验质量或是游客满意度的研究上，对于两者结合的研究少。因此，此文章的研究是对文化遗产活化体验质量和游客满意度领域内容的有益补充，丰富了文化遗产活化体验质量对游客满意度的影响的研究内容。其次，从文化遗产活化体验质量入手，研究游客文化体验质量和游客满意度之间的关系，寻找出在文化遗产活化体验质量中影响游客满意度的关键因素，为游客满意度的提升设计新的活化路径，并为以后相关研究提供借鉴。

## 2、实践意义

通过文化遗产活化体验质量对游客满意度的影响研究，有利于了解文化遗产活化体验质量是如何影响游客满意度，可以给各地文化遗产活化体验建设提供相关的启示和建议，为各地文化遗产活化选择关键文化遗产活化体验因子提供依据使其更有针对性地设计活化路径，从而对旅游者形成强大和持续的吸引力，实现各地进一步发展；有利于为各地提供相似文化遗产活化质量建设的成功经验，带动旅游目的地经济发展；同时，对于文化遗产活化的体验也有利于进一步弘扬传统文化，加快建设社会主义文化强国。

文化遗产活化体验的本质是对传统文化的感受与欣赏，而文化景区的发展关键是要使得当地特色文化对游客更具有吸引力。在文化景区吸引游客的过程中也是对传统文化的宣传与弘扬，对于保护传统文化、保护非遗文化都有深刻意义，是“文化自信”的表现形式之一，对于社会主义文化强国建设有着深刻意义。目前存在大量文化景区因“活化不足、活化不当和过度活化”等原因导致的游客满意度低下，从而难以形成经济效益和社会效益。

## 三、存在问题：

### 1. 消费群体单一

越剧小镇以“越剧”而闻名，首次吸引的大多是对戏剧感兴趣的老年群体。而当今主要旅游消费群体以年轻人为主，戏剧这一类比较传统的节目演出、文化传播等内容难以吸引到这一类消费群体。同时，在实地调研考察中，我们也发现在周末也有部分家长与他们的孩子在越剧小镇内活动，野炊等。但这部分消费群体受环境的限制，仅在下班过程中或是部分闲暇时间才可选择是否出行。所以，目前

越剧小镇的消费群体主要是老年群体以及小部分亲子游群体，对比庞大的年轻消费群体，越剧小镇仍需要从其他方面提高自己的核心竞争力，以吸引更多消费群体。

### 2. 宣传不够

越剧小镇仅覆盖在其周围县市，仍没有打响自己的名号，或者说以越剧为核心的宣传难以对其他地区的游客产生吸引力。近年来，随着互联网的高度发展，越剧小镇也开始运营起自己的公众号等线上内容，但却难以出圈，在网上相关内容较少，难以扩大越剧小镇的知名度，并将对越剧小镇感兴趣的人群真正转化为自己的游客群体。

### 3. 特色产品吸引力不足

产品以越剧为主，辅以其他当地传统文化，如竹编、制茶、越剧服装体验等。这对于年轻消费群体来说吸引力相对较低，难以产生消费欲望。越剧小镇本身想要宣传当地传统文化，但没有针对当下游客群体作特定分析，其产品本身更多停留在十年甚至二十多年前，缺乏产品本身的创新与发展，导致现在产品缺乏较高的吸引力。

### 4. 基础设施不够

在基础设施方面，目前娱乐休闲场所诸如KFC、星巴克、电影院较少；同时也缺乏民宿等以供游客暂留过夜的场所。小镇内的古戏台等也需要完善和扩建，以便更多游客可以同时体验传统文化。

## 四、越剧小镇活化路径：

### 1. 挖掘越剧小镇文旅 IP

在研发初期根据越剧小镇特色文化（越剧、茶文化、竹编文化等非遗文化），设计“林黛玉、柳毅”等经典越剧人物卡通形象，通过宣传、扩散这些卡通形象提高越剧小镇知名度。此外，还将越剧的历史、竹编文化、茶文化等历史典故创造出相关文创产品，在研发后期将整理出更多的文化产品用以出售。

### 2. “互联网+越剧宣传”

越剧小镇不仅要依靠线下宣传，更需要通过互联网的力量进行线上宣传。例如，通过当下正火的“直播带货”、Vlog、抖音宣传等。宣传词包括“越戏剧，越生活”、“乡愁乌托邦”、“戏如人生，人生如戏”等以提高越剧小镇吸引力，吸引不同年龄结构的消费人群。同时也可以通过电视直播、与当地公共交通机构合作宣传等以扩大宣传范围。

### 3. 降低门票价格

目前日间门票价格为60元/人,夜间门票价格为10元/人。其中日间门票价格超出游客消费预期,致使消费欲望下降,导致鲜有回头客。同时,夜间内容丰富程度高于日间。因此我们选择将日间门票下降到30元/人,夜间门票不变以吸引新老游客。

#### 4. 增加体验场次,保障游客文化体验

经过实地调查发现,越剧小镇内非遗体验、越剧观赏场次少,尤其是越剧观赏,门票价格较高,场次少。对此研究后,越剧小镇可以分淡旺季进行场次设计。例如淡季时,场次可以为一天三场:上午十点,下午三点以及晚上七点,同时门票价格为20元/人。旺季时,场次可以为一天五场:上午十点,中午十二点,下午三点,晚上六点以及晚上八点,门票价格稍稍上扬,为15元/人。同时,在表演过程中要做好表演质量保证。

#### 5. 设立非遗体验馆

越剧小镇内有竹编和越剧艺术,但缺少体验场所。通过增设非遗体验场所,吸引游客进行二次消费以提高景区收入。同时,在体验馆内摆放文创IP产品以供观赏、出售;也可以通过设立“DIY区域”以供游客自主体验产品(包括竹编、制茶等当地传统产品)制作过程以及了解传统文化,自觉接受文化传承,争做传统文化的继承人。

#### 6. 做好景区服务工作

景区服务是游客游玩质量的核心,是保证游客重游景点的关键。比如售票处要做好售前和售后工作,购票人员要有一定的能力为游客介绍景区内容、活动等;其次,建立专门的安保队伍以备不时之需;第三,建立文旅人才队伍或召集部分志愿者作为导

游免费或低价为游客进行景区介绍引导等内容。同时可以通过建设其他的娱乐休闲场所如电影院、咖啡厅等来吸引游客,招商引资吸引酒店建设以供游客暂留等。

#### 五、结语

文化遗产活化体验质量对游客满意度起着正相关作用。在以越剧小镇作为典型中,它作为仍在开发中的特色小镇,有问题存在是无法避免的。但越剧小镇可以通过深度开发,比如文旅IP、形象设计、进一步基础设施完善降低票价等方面将会使得现状有所更改,其存在的问题将会被一一解决,提高越剧等传统文化遗产活化体验质量,提高游客满意度,不断吸引游客,也不断往游客所期待的方向发展。

#### 六、参考文献

- [1] 魏爱萍,金潇. 嵊州越剧小镇深度开发研究[J]. 新西部,2020(12):52-53+51.
- [2] 吕建军. 探索越剧小镇产业化之路[J]. 中外企业文化,2019(06):64-67.
- [3] 方智果,邵林,常清华,易依. 黄桥乐器文化特色小镇规划设计[J]. 华中建筑,2021,39(08):84-88.
- [4] 李丽群,黄大星. 乡村振兴下特色小镇产业市场分析——以韶关温泉特色小镇为例[J]. 现代农村科技,2021(08):1-2.

(陈浩)基金课题:2021年国家级大学生创新创业项目计划:“基于“非遗文化”的新型社区零售平台的构建——以绍兴“一食二带”公司为例”(编号:202112792039X)