

# 韩中游客在上海外滩旅游满意度影响因素的差异化对比研究

吴云东

韩国东新大学 韩国 罗州 58245

**摘要:** 文章针对韩国籍与中国籍游客在上海外滩的满意度影响因素展开对比分析,以两国在校大学生为主要调查对象。结果显示,人员服务对韩国籍游客满意度的影响更为显著,而信息服务对中国籍游客的作用更为突出。两国游客对满意度影响因素的反应存在明显差异。该研究结果可为旅游业者开发更具针对性的服务与产品提供参考。

**关键词:** 上海外滩; 满意度; 旅游基础设施; 信息服务; 差异化策略

An Analysis of the Differentiated Factors Influencing Tourism Satisfaction among Korean and Chinese Visitors at the Shanghai Bund

Yundong Wu

Dongshin University, Graduate School, Naju, South Korea, 58245

**Abstract:** The article conducts an analytical study on the differentiated factors influencing the satisfaction of Korean and Chinese tourists at the Shanghai Bund, focusing primarily on university students from both countries as the survey subjects. The results reveal that personnel service has a more pronounced impact on the satisfaction of Korean tourists, whereas information service plays a more prominent role for Chinese tourists. There are evident differences in how tourists from the two countries respond to the factors affecting satisfaction. The findings of this study can offer valuable references for tourism practitioners in developing more targeted services and products.

**Keywords:** Shanghai Bund; Satisfaction; Tourism infrastructure; Information services; Differentiation strategy

在当下,以文化体验和感性消费为核心导向,积极构建集休闲、旅游活动于一体的生活空间基础设施,并配套提供优质的旅游相关服务,已成为推动旅游业发展的关键要素。

上海外滩,作为上海的标志性景点,承载着深厚的历史文化底蕴。它位于上海市中心黄浦区的黄浦江畔,南起延安东路,北至外白渡桥,东面濒临黄浦江,西面为旧上海金融、外贸机构的集中地。外滩全长约1.5公里,由52幢风格迥异的古典复兴大楼所组成,素有外滩万国建筑博览群之称,是上海重要的历史遗迹和代表性建筑景观。这里不仅有着迷人的江景,还能让人感受到上海百年来的沧桑巨变与繁华变迁<sup>[1]</sup>。据统计,2025年上半年来沪韩国游客约为42.4万人次,同比增长130.7%<sup>[2]</sup>。

考虑到上海外滩的地域特色、游客构成以及分布情况,可以预见,韩国人未来将成为中国大规模入境游客群体,他们所带来的经济效益将不可估量。基于这一现实需求,本研究首先对影响韩国籍游客与中国籍游客在上海外滩旅游满足感的各类因素进行比较分析,基于这样的现实需求,本论文首先对上海外滩影响韩国游客和中国籍游客旅游满足感的各类因素进行了比较分析,旨在揭示韩中游客在满足感知方面存在的差异。本研究通过对比韩国人和中国人对韩中游客的旅游的满足感差异,试图为旅游景区的开发与服务提供新的思路与启示。

## 1 理论背景

### 1.1 旅游景点的构成要素

旅游业的可持续发展受游客、景点、政府政策及旅游环境等多重因素影响,是一个复杂的系统。其中,住宿、交通、餐饮、信息服务等要素相互关联、相互作用,共同构成了这一复杂系统的结构基础<sup>[3]</sup>。

深入探究主要旅游学者对旅游目的地要素的分类研究,呈现出多样化的视角。Lee(1988)从宏观层面将旅游目的地要素划分为自然、社会、历史、娱乐购物设施、配套设施、住宿和餐饮这五大因素,并进一步细分为17个子因素,构建了一个较为全面的分类体系<sup>[4]</sup>。吴丽等人(2021)则侧重于文化维度,将旅游目的地的属性主要分为文化设施和景点两大类<sup>[5]</sup>。Park和Oh(1999)从消费者需求和旅游服务供给的角度出发,将其分为消费者方面、设施方面和信息方面三个因素,强调了旅游活动中不同主体的需求与供给关系<sup>[6]</sup>。Kwon(2001)的分类更加强调文化和形象的重要性,将旅游目的地要素分为形象、基本旅游设施和传统文化三个因素,突出了文化和形象在旅游目的地吸引游客中的关键作用<sup>[7]</sup>。Lee(2005)综合考虑了旅游目的地的自然与人文特色,将旅游目的地选择属性分为自然景观、社会文化、旅游休闲活动和基础设施四个因素,体现了自然与人文的融合<sup>[8]</sup>。

Chung 和 Chin (2008) 则从旅游体验的直接感受出发, 将旅游设施、食品和饮料、旅游服务和可达性等因素描述为旅游目的地的重要组成部分, 关注游客在旅游过程中的实际体验<sup>[9]</sup>。Choi (2008) 的分类更为细致, 将吸引力、可达性、住宿便利性、服务和价格、食品和饮料的环境和适当性、购物时的受欢迎程度、价格和质量、服务的信息性、及时性、稳定性和经济性等详细分为 15 种类型, 如交通工具的服务和稳定性等, 为深入理解旅游目的地要素提供了微观视角<sup>[10]</sup>。

### 1.2 满意度

满意度指的是旅游者在做出购买决策以及实地访问之前, 内心所怀有的期望与实际体验成果之间的对比关系<sup>[11]</sup>。具体而言, 当旅游者实际体验所获得的成果超出其事先的期望时, 即可判定该旅游者对此次旅游经历感到满意。

旅游满意度在旅游行业评价体系中占据着举足轻重的地位, 它是衡量游客对旅游服务综合感受的关键指标, 同时也是影响旅游业长远发展的重要决定性因素。从旅游企业的经营视角来看, 借助科学合理的旅游满意度评价机制, 能够有效识别游客的需求偏好与痛点问题, 进而采取针对性的改进措施。

## 2 研究方法

### 2.1 研究模型和假设设置

#### 2.1.1 研究模型

本研究在现有先行研究的基础上, 设计了如图 1 所示的研究模型, 对韩国籍游客和中国籍游客之间的差异对旅游基础设施及旅游服务满意度的影响进行分析。



图 1 研究模型

#### 2.1.2 研究假设

##### (1) 旅游基础设施与游客满意度的影响关系

H1. 旅游基础设施将对上海外滩韩国籍游客的满意度产生影响。

H2. 旅游基础设施将对上海外滩中国籍游客的满意度产生影响。

##### (2) 旅游服务与游客满意度的关系

H3. 旅游服务将对上海外滩韩国籍游客的满意度产生影响。

H4. 旅游服务将对上海外滩中国籍游客的满意度产生影响。

### 2.2 调查设计

#### 2.2.1 数据收集

本次调查聚焦于在 2025 年 6 月 15 日至 6 月 21 日期间, 曾有过上海外滩旅游体验的韩国某四年制大学韩国大学生以及中国

籍留学生群体。之所以把研究对象明确为大学生, 主要基于以下考量: 当下, 大学生是最为活跃的旅游群体<sup>[12]</sup>, 并且在未来较长一段时间里, 他们仍会作为主要的旅游消费群体持续存在。在问卷发放与回收方面, 针对韩国大学生发放了 100 份问卷, 最终成功回收有效问卷 90 份; 面向中国留学生同样发放了 100 份问卷, 回收的有效问卷数量为 74 份。这些回收的有效问卷将作为后续实证分析的重要依据。

#### 2.2.2 调查问卷的组成

问卷的构成如表 1 所示, 由常规问题 16 题、旅游基础设施相关问题 10 题、旅游服务相关问题 6 题、满意度问题 1 题组成。

表 1 调查问卷内容

题目类别	测量	问题数量
常规问题	名义尺度	16
旅游基础设施		10
旅游服务	李克特五点计分	6
满意度		1
合计		33

#### 2.3 分析方法

本研究借助问卷调查来收集相关数据资料, 并运用统计分析软件 SPSS 18.0 for Windows 对数据进行处理分析。具体而言, 首先利用 Cronbach's  $\alpha$  系数开展频率分析, 以此明确样本的整体特征, 同时检验各个调查项目所导出变量的可靠性。为了评估测量工具的适用性, 并挖掘出适宜测量的全新变量, 研究进行了因素分析。在探究上海外滩属性因素和游客满意度二者之间的关联时, 采用了相关分析方法。此外, 为进一步确认上海外滩属性因素是否会对游客满意度产生影响, 还运用了多重回归分析方法。

## 3 验证研究假设

### 3.1 可靠性验证

表 2 呈现了旅游基础设施与旅游服务这两个变量分别对应的可靠性系数情况。

表 2 可靠性分析

分类	Cronbach' s alpha
旅游基础设施	0.828
旅游服务	0.719

### 3.2 可行性分析

分析结果表明, 居住便利性、停车便利性、向导设施以及揽客活动这几项因素的共同性指标均低于 0.5。基于这一情况, 判定它们属于会对研究产生阻碍的因素, 所以在后续分析中将其排除。

在开展因素分析时, 采用了 Varimax Rotation 方法。分析结果与表 3 所呈现的一致, 旅游基础设施可细分为两个下位因素, 分别是旅游活动基础设施和基本基础设施; 旅游服务同样可划分为两个下位因素, 即人力服务和信息服务。基于上述分析, 总共推导得出四个因素, 并将它们应用于本研究之中。各因素的载荷值处于 0.616 至 0.829 的范围, 呈现出极为显著的数值特征, 这

充分证明了因素提取的集中性与可行性。

表 3 因子分析

因子	变量 1	Part			
		2	3	4	
旅游基础设施	休息设施	0.792	-0.009	0.067	-0.108
	停车设施	0.782	-0.095	0.129	0.103
	便利设施	0.767	0.156	0.030	0.088
	住宿设施	0.711	0.178	0.237	0.163
	娱乐设施	0.764	0.410	0.008	-0.057
旅游活动基础设施	吸引力	-0.070	0.800	0.230	0.200
	食物	0.401	0.733	-0.016	0.039
	服务质量	.125	0.216	0.775	0.108
旅游服务	友好	0.061	-0.296	0.720	0.273
	价格	0.170	0.255	0.616	-0.121
	指引服务	-0.055	0.005	0.225	0.829
信息服务	其他服务	0.175	0.172	-0.060	0.821

### 3.3 假设验证

为了测定韩国游客的满意度,假设 1 从假设 1-1 和假设 1-2 侧面进行了验证,假设 3 从假设 3-1 和 3-2 侧面进行了验证。

H1. 旅游基础设施将对上海外滩韩国籍游客的满意度产生影响。

H1-1. 基本的基础设施将对上海外滩韩国籍游客的满意度产生影响。

H1-2. 旅游活动的基础设施将对上海外滩韩国籍游客的满意度产生影响。

H3. 旅游服务将对上海外滩韩国籍游客的满意度产生影响。

H3-1. 人员服务将影响上海外滩韩国籍游客的满意度。

H3-2. 信息服务将对上海外滩韩国籍游客的满意度产生影响。

表 4 韩国籍游客满意度的回归分析

变量	自变量	B	$\beta$	t
满意度	(常量)	3.041		30.741
	基本的基础设施	0.257	0.257	2.575**
	旅游活动基础设施	0.419	0.409	4.158***
	人员服务	0.159	0.168	1.716*
	信息服务	0.056	0.070	0.721

R=.465, R2 =0.216, F=5.868, P=.000

\*\*\*p<0.01, \*\*p < 0.5, \*p<0.1

假设 1-1 的检验结果显示 p 值小于 0.05, 基于这一统计结果, 可以表明基本基础设施对韩国游客满意度在统计层面产生了显著的正向 (+) 影响; 假设 1-2 的检验结果为 p 值小于 0.01, 这意味着旅游活动基础设施对韩国游客满意度有着显著的正向 (+) 影响。

假设 3-1 的检验结果呈现 p 值小于 0.1, 由此说明人工服务对游客满意度具有正向 (+) 影响。

在衡量中国游客满意度时, 针对假设 2, 分别从假设 2-1 和假设 2-2 这两个维度展开验证; 对于假设 4, 则从假设 4-1 和假设 4-2 这两个方面进行验证。

H2. 旅游基础设施将对上海外滩中国籍游客的满意度产生影响。

H2-1. 基本的基础设施将对上海外滩中国籍游客的满意度产生影响。

H2-2. 旅游活动的基础设施将对上海外滩中国籍游客的满意度产生影响。

H3. 旅游服务将对上海外滩中国籍游客的满意度产生影响。

H4-1. 人员服务将影响上海外滩中国籍游客的满意度。

H5-2. 信息服务将对上海外滩中国籍游客的满意度产生影响。

表 5 中国籍游客满意度的回归分析

变量	自变量	B	$\beta$	t
满意度	(常量)	3.414		31.826
	基本的基础设施	0.252	0.283	3.079***
	旅游活动基础设施	0.315	0.435	4.684***
	人员服务	0.097	0.119	1.336
	信息服务	0.246	0.239	2.631**

R=.676, R2 =0.456, F=14.488, P=.000

\*\*\*p<0.01, \*\*p < 0.5, \*p<0.1

假设 2-1 的检验结果表明, 其 p 值小于 0.01, 从统计学角度而言, 这充分说明基本基础设施对中国游客满意度具有显著的正向影响。假设 2-2 的检验结果显示 p 值同样小于 0.01, 这意味着旅游活动基础设施对中国游客满意度有着极为显著的正向影响。

假设 4-2 的检验数据呈现 p 值小于 0.05, 由此可以表明信息服务对游客满意度具有正向 (+) 影响。

### 4 结论

本文聚焦于韩国籍游客与中国籍游客在游览上海外滩过程中满意度的影响因素, 展开对比研究。为此, 从旅游基础设施和旅游服务这两个维度对变量加以区分, 深入探究它们与游客满意度之间的关联。

研究结果显示, 影响上海外滩旅游满意度的因素在两国游客间存在差异。具体而言, 经分析发现, 影响韩国籍游客对上海外滩旅游满意度的因素涵盖旅游基础设施 (包括旅游活动基础设施和基本基础设施) 以及旅游服务 (主要是人员服务)。而对于中国籍游客, 影响其上海外滩旅游满意度的因素则是旅游基础设施 (同样包含旅游活动基础设施和基本基础设施) 和旅游服务 (侧重于信息服务)。

基于本研究得出的结果, 现将上海外滩可借鉴的启示阐述如下: 其一, 在旅游基础设施层面, 有必要扩充多样化的旅游资源, 完善公共便利设施与咨询设施; 其二, 应积极搞活周末及特定日期的庆典与活动, 提升旅游吸引力; 其三, 要为韩国及中国游客提供多元化的移动网络服务, 助力改善信息收集途径; 其四, 不应仅针对上海外滩制定单一的方案, 而应探索与周边旅游景点相联动的综合性旅游政策。

本研究也存在一些局限性。其一，在样本构成方面，两国的调查对象均以20多岁的大学毕业生为主，样本代表性存在一定局限；其二，从问卷设计来看，可开发的问卷调查项目仍有待进一步丰富。

#### 参考文献：

- [1] 沈霖 . 基于众源地理数据的上海市旅游目的地关注度研究 [D]. 上海师范大学 ,2015.
- [2] 新华网 . 免签政策推动中韩游客 “双向奔赴” 升温 [EB/OL]. ( 2025-08-08 ) [2025-09-06].<http://www.news.cn/world/20250808/6b3ab902e6654e8990ca92209870cbbe/c.html>
- [3] 楼嘉军 , 邱扶东 , 王晓云 . 旅游业结构调整与和谐发展 [M]. 上海 : 立信会计出版社 ,2005.
- [4] Lee A J. A Study on Tourist Destination Choice Behavior: Focused on Perceptions and Preferences of Tourists[D].Sejong University,1988:27.
- [5] 吴丽 , 梁皓 , 虞华君 , 等 . 中国文化和旅游融合发展空间分异及驱动因素 [J]. 经济地理 ,2021,41(2):214-221.DOI:10.15957/j.cnki.jjdl.2021.02.023.
- [6] Park S Y, Oh T H. The Evolution of Marketing Thought and Marketing Communication: The Perspective of Relationship Marketing[J]. Journal of Korean Academic and Industrial Society of Business Administration,1999,(-) (12):83-102.
- [7] Kwon O J. A Study on Tourist Behavior of Chinese Tourist in Korea[D].Sejong University, 2001:33.
- [8] Lee H. Analysis for the choice of domestic island travel Destination[J]. Journal of Korea Journey Society,2005,23(-):119.
- [9] Chung B W, Chin A N. A Study on the Effect of Tourism Satisfaction on Destination Choice Attributes of Chinese Tourist in Korea[J]. The Study of Economic Culture Society, 2008,11(2):47-71.
- [10] Choi Y H. The Effect of Attributes in Selection of Tourist Destination on the Level of Satisfaction of Tourists and the Intent to Revisit : Comparison by type and nationality of tourists[D].Kyonggi University,2008:51.
- [11] 王婷婷 . 基于旅游网站使用行为的旅游满意度影响研究 [D]. 山东 : 中国海洋大学 ,2015.
- [12] 中国网 . 年轻人成为旅游市场生力军 [EB/OL]. ( 2024-06-25 ) [2025-09-06].[http://henan.china.com.cn/travel/2024-06/25/content\\_42839764.htm](http://henan.china.com.cn/travel/2024-06/25/content_42839764.htm)