

基于 ACSI 模型的嘉兴市红色研学旅游优化策略探究

崔永静, 胡晓琴, 张俊藐

嘉兴职业技术学院, 浙江 嘉兴 314036

DOI: 10.61369/ETR.2025360034

摘 要 : 本文以嘉兴市红色研学旅游区为研究对象, 得出影响红色研学旅游的因素。以原始的 ACSI 模型为基础, 通过分析列出 13 个观测因子。根据实证分析的结果提出嘉兴市红色研学旅游的优化策略, 以期提升嘉兴市红色研学旅游产品的水平, 为嘉兴市红色研学旅游未来的发展提供借鉴。

关 键 词 : ACSI 模型; 红色研学; 游客满意度

Exploration on Optimization Strategies of Jiaxing Red Study Tourism Based on ACSI Model

Cui Yongjing, Hu Xiaoqin, Zhang Junmiao

Jiaxing Vocational and Technical College, Jiaxing, Zhejiang 314036

Abstract : This paper takes Jiaxing Red Study Tourism Area as the research object to identify the factors affecting red study tourism. Based on the original ACSI model, 13 observation factors are listed through analysis. According to the results of empirical analysis, optimization strategies for Jiaxing red study tourism are proposed, aiming to improve the level of Jiaxing red study tourism products and provide reference for the future development of Jiaxing red study tourism.

Keywords : ACSI model; red study tourism; tourist satisfaction

引言

在文旅融合与教育改革的大背景下, 红色研学旅行作为传承红色基因、培育时代新人的重要载体, 迎来了蓬勃发展的机遇。嘉兴, 作为中国革命红船的起航地, 拥有深厚的红色文化底蕴和丰富的红色研学资源。近年来, 嘉兴市积极推动红色研学旅行发展, “红船研学” 品牌已具备一定影响力。然而, 随着市场需求的日益多样化和个性化, 嘉兴市红色研学旅行产品在供给侧与需求侧之间逐渐暴露出一些不匹配的问题, 如产品同质化、体验性不足、教育与旅游融合不深入等, 这些问题制约了嘉兴市红色研学旅行产品的可持续发展。

本研究将 ACSI 模型引入嘉兴市红色研学旅行产品研究中, 有助于从游客满意度视角出发, 深入剖析产品现存问题, 为优化产品提供科学依据和针对性策略, 这对于提升嘉兴市红色研学旅行产品品质、增强市场竞争力、推动红色研学旅行产业高质量发展具有重要的现实意义。

一、ACSI 模型概述

模型中一共有 6 个变量, 这 6 个变量中顾客预期 (Customer Expectations, CE)、感知价值 (Perceived Value, PV)、感知质量 (Perceived Quality, PQ) 三个是原因变量。其余 3 个, 即顾客抱怨 (Customer Complaints, CC)、顾客忠诚 (Customer Loyalty, CL)、顾客满意度 (Customer Satisfaction, CS) 结果变量。原因变量会影响结果变量, 结果变量反作用于原因结果^{[1][2][4]}。

顾客预期是购买和使用产品或服务前对质量的估计, 受以往经验等因素影响, 通过产品顾客化预期等三个观测变量衡量。感知质量是使用后的实际感受, 与顾客预期观测变量对应。感知价值是综合质量和价格后的主观感受, 通过两个观测变量体现。顾客满意度是计量经济学变换得到的指数, 取决于实际感受与预

期、理想产品的比较, 通过三个观测变量衡量。顾客抱怨通过统计抱怨次数得到。顾客忠诚是模型最终因变量, 通过两个观测变量体现。

在作用机制上, 顾客预期、感知质量和价值共同影响满意度, 满意度又影响抱怨和忠诚。满意度高时, 抱怨减少、忠诚增加; 反之则相反。该模型科学利用顾客消费认知过程, 将变量置于因果互动系统, 能解释消费与满意度关系及后果, 赋予满意度前向预期特性。

二、嘉兴市红色研学旅行产品发展现状

(一) 资源基础与产品类型

嘉兴市红色资源丰富, 以南湖为核心, 拥有南湖革命纪念馆、沈钧儒故居等众多红色景点。近年来, 嘉兴市充分利用这些

基金项目: 嘉兴职业技术学院2023年校立科研项目“基于 ACSI 模型的嘉兴市红色研学旅行产品优化策略探究”(jzyy202429)。

资源，开发了多种类型的红色研学旅行产品。在课程设置方面，推出“红船少年行”“小青菱大学问”等特色研学课程，涵盖红色历史文化、革命精神传承、地方特色文化等多方面内容。从线路设计来看，打造了“南湖红色经典一日游”“重走一大路”^[5]等精品线路，其中新时代“重走一大路”经典红色旅游线路入选全国“建党百年红色旅游百条精品线路”，水上航线入选全国水路旅游客运精品航线。在研学基地建设上，嘉兴市积极培育红色研学综合实践基地，如嘉兴南湖红源文化发展有限公司统筹联动全市红色旅游资源，为红色研学旅行提供了良好的实践平台。

（二）市场规模与游客特征

随着红色研学旅行市场的升温，嘉兴市红色研学旅行的市场规模不断扩大。越来越多的学校、家庭和社会团体选择嘉兴作为红色研学目的地。嘉兴南湖景区的南湖区委与南湖区政府表示，年均接待游客超过 300 万人次，其中红色团队游客占比达到 60%，由此推算，红色团队的游客量约为 180 万人次。此外，“新时代重走一大路”主题线路年接待量突破百万人次，101 路红色旅游公交专线年运送游客超 50 万人次。他们主要以学校组织的集体研学形式参与，其次是亲子家庭游客，这类游客更注重亲子互动和家庭共同教育体验；此外，还有部分成年游客，多为对红色文化有浓厚兴趣的个人或团体。从地域分布来看，游客主要来自长三角地区，这得益于嘉兴优越的地理位置和便捷的交通条件，同时，来自国内其他地区的游客数量也在逐年增加。

三、基于 ACSI 模型的嘉兴市红色研学旅行产品满意度调查

（一）建立观测因子模型

通过参考文献以及结合本文研究对象的特点，构建了嘉兴市红色研学旅游 ACSI 模型的测量指标^[3]。如表 1 所示，共选取 13 个因子，进行模型的构建。

表 1 嘉兴市红色研学旅行 ACSI 模型的测量模型

潜变量	观测因子	观测因子数量 / 个	平均值
CE	整体期望	2 个	3.90
	对满足其需求的预期		
PQ	研学资源	3 个	3.40
	研学课程		
	研学活动		
PV	总体价值	2 个	3.11
	服务质量		
CS	整体满意度	2 个	2.27
	和期望中相比		
CC	投诉	2 个	3.45
	抱怨		
CL	推荐该地	2 个	3.26
	宣传该地		

（二）问卷描述性统计

由表 1 知：（1）游客对嘉兴红色研学旅游区 CE 平均值 3.90，说明游客对当地红色旅游产品期望较高；（2）PQ 平均得分 3.40，研学活动低于均值，感知质量待提高；（3）PV 平均值 3.11，CS 平均值 2.27，游客满意度低，旅游区未达期望；（4）CC 平均值 3.45，既说明未达预期效果，也表明综合质量不满足需求；（5）CL 平均值 3.26，推荐该地低于均值，游客满意度不高。综合分析，嘉兴红色研学旅游区综合分析存在问题：一是游客期望值高而满意度低，期望值过高会造成满意度下降；二是讲解员的素质和能力，对旅游者的满意度有较大影响；三是研修课程设置不规范，缺乏特色，与预期的成绩存在差距。

四、嘉兴市红色研学旅行产品存在的问题分析

（一）产品内容与游客预期存在差距

对比顾客预期与感知质量调查结果，游客对红色研学旅行产品的研学课程、活动预期与实际感知差距大。嘉兴部分产品内容单一，以参观讲解为主，缺深度体验与互动。如一些红色景点讲解传统枯燥，未结合现代科技展现故事，难吸引游客，尤其是青少年。且产品个性化定制不足，未考虑不同年龄、兴趣游客需求，缺适合中小学生的趣味活动及成年游客的深度文化学术内容。

（二）产品质量有待提升

从感知品质上讲，嘉兴研学游产品在红色研学旅游方面出现了不少问题。红色研究基地的一些基础设施已经陈旧。在软件服务方面，导游员、研修导师的业务素质参差不齐，有的导游员讲解缺乏精准性、生动性，对红色文化内涵理解不深，不能很好地为玩家提供高品质的讲解服务，缺乏科学合理的活动安排和有效的指导，致使研学辅导人员在组织研学活动时效果不佳。

（三）产品价值感知不高

游客对嘉兴市红色研学旅行产品的价值感知受价格和质量双重影响。一方面，部分红色研学旅行产品定价过高，超出了游客的心理预期。另一方面，产品在质量提升方面投入不足，导致游客在同等价格下，未能获得应有的价值体验。如一些研学课程内容空洞，实践活动流于形式，无法让玩家真正感受到红色文化的魅力和研学旅行的教育意义，从而降低了游客对产品价值的感知^[6]。

五、基于 ACSI 模型的嘉兴市红色研学旅行产品优化策略

（一）基于顾客预期，丰富产品内容与形式

对不同旅游者的需求期望进行深入的市场调查摸。设计南湖革命纪念馆红色角色扮演、手工制作等面向中小学生的趣味高参与度研学活动，并设置互动体验区，让学生在虚拟现实技术下亲身体验中共的一大场景。为成年游客开发深度文化内涵产品，如举办讲座、开展研讨^[7]。同时，通过设计“红色 + 文化”、“红色

+ 生态”等增强游客预期满足感的复合型研学线路，整合周边旅游资源。

（二）提升产品质量，增强游客感知质量

加大红色研学旅行基础设施投入，改善研学基地教学设备、住宿及餐饮环境。如更新景点展示设备，改造基地设施，加强供应商管理。加强导游和研学导师队伍建设，组织涵盖红色知识、讲解技巧等内容的培训，建立评价机制，奖优汰劣。完善安全保障体系，制定预案，加强安全检查，提供全方位保障，提升游客感知^[8]。

（三）优化产品定价，提升产品价值感知

综合考虑产品成本、市场需求和游客承受能力，制定合理的产品价格。对于不同类型的红色研学旅行产品，实行差异化定价策略。例如，对于基础型的研学产品，定价以满足大众需求为主，注重性价比；对于高端定制型的研学产品，在提供优质服务 and 独特体验的基础上，合理确定价格^[9-10]。同时，通过优化产品成本结构，降低不必要的开支，提高产品利润空间，为游客提供更具价值的产品。此外，加强对产品价值的宣传推广，让游客充分了解产品所包含的服务内容和教育价值，提升游客对产品价值的认知，从而提高游客对产品价值的感知。

六、结论

本文基于 ACSI 模型，采用问卷调查和数据分析的方法，对嘉

兴市的红色研学旅行产品进行了详细研究。研究结果显示，嘉兴市红色研学旅行产品在顾客期望、感知品质、感知价值、顾客满意度、客户抱怨、顾客忠诚度等方面都存在着一定的问题，嘉兴红色研学旅行产品的顾客期望值、感知质量、感知价值等方面都存在着一定的问题。产品内容与旅游者的期望有差距，产品质量有待提高，对产品价值的认知程度不高，这些问题导致顾客满意度处于中等水平，顾客投诉较多，需要进一步提高顾客忠诚度。针对这些问题，本文提出了基于顾客预期丰富产品内容与形式、提升产品质量增强游客感知质量、优化产品定价提升产品价值感知等优化策略。通过这些战略的实施，有望提升嘉兴红研游产品品质、提升市场竞争力、提升游客满意度和忠诚度，促进红研游产业在嘉兴的优质发展。

虽然这一研究取得了一定的成果，但局限性仍然存在。今后的研究可以从以下几个方面进行：第一，研究样本进一步扩大，覆盖更多不同地域、不同类型的旅游者，使研究成果更具有代表性，更具有普适性。二是深入探究不同游客群体在满意度影响因素上的差异，为精准化产品开发和营销策略制定提供更详细的依据。三是结合新技术的发展，如大数据、人工智能等，实时监测游客需求和满意度变化，为红色研学旅行产品的动态优化提供技术支持。此外，还可以结合 ACSI 模型和其他相关理论模型，从更全面的角度对红色研究旅行产品的优化和开发进行研究，将更多的理论和实践成果贡献给红色研究旅行行业的发展。

参考文献

[1] He Jing, Yang Zhichao. "An Empirical Study on Higher Vocational Students' Satisfaction with Online Courses based on ACSI Model." 2021 International Conference on Education, Information Management and Service Science (EIMSS)(2021).

[2] 郑义, 费湘军. 基于 ACSI 模型的苏州养老服务公众满意度评价框架构建 [J]. 产业与科技论坛, 2019, 18(06): 50-51.

[3] 张曦. 基于 ACSI 模型的青原区红色研学旅行产品优化策略研究 [D]. 南昌: 江西财经大学, 2020: 13

[4] Kucukergin N F, Kiliçlar A. Is it important for tourists to say, "This is my destination?" [J]. Journal of Vacation Marketing, 2025, 31(4): 983-999.

[5] 曹花. "红船精神"引领: 打造红色基因传承 "嘉兴样板" [J]. 中国共青团, 2021, (07): 70-71.

[6] 王强, 李丽. 红色旅游产品创新与游客满意度关系研究 [J]. 旅游学刊, 2022, 37(04): 88-95.

[7] 张伟, 赵敏. 基于游客体验的红色旅游景区服务质量提升策略 [J]. 旅游研究, 2023(02): 45-52.

[8] 李明, 王芳. 红色研学旅行的教育功能与实践路径 [J]. 教育研究, 2024(03): 78-85.

[9] 刘洋, 陈丽. 红色旅游产品开发与市场竞争力提升研究 [J]. 旅游科学, 2023, 35(05): 67-74.

[10] 赵磊, 张华. 基于游客满意度的红色旅游景区服务质量优化研究 [J]. 旅游管理, 2022, 36(06): 90-97.