

文化遗产旅游中游客的真实性感知对怀旧心理的影响^{*1}

关巧玉 罗芬

【摘要】：文化遗产旅游一直是旅游业的重要组成部分。文化遗产资源内涵丰富，包括文物、古迹等人类精神文明和物质文明。本文以江西省景德镇古窑民俗博览区为例，试图探讨游客在文化遗产旅游中的真实性感知和怀旧心理之间的关系。结果表明，游客的真实性感知正向影响怀旧心理，其中历史特征真实性感知对历史怀旧有显著的正向影响，独特性真实性感知和功能性真实性感知对个人怀旧心理有显著的正向影响。最后针对上述结论提出建议：文化遗产旅游的开发与规划，要注重游客的真实性感知，注重历史资源的开发，并关注基础设施建设和独特性的设计。

【关键词】：文化遗产旅游；真实性感知；怀旧心理

【中图分类号】：F276 **【文献标识码】**：A **【文章编号】**：1006-5024(2017)05-0124-06

DOI: 10.13529/j.cnki.enterprise.economy.2017.05.017

自 20 世纪初以来，文化遗产旅游一直是旅游业的重要组成部分，也是旅游研究的重要领域^[1]。截至 2015 年 7 月 4 日，随着土司遗址被列入世界遗产名录，中国已有 48 项遗产是被世界遗产委员会和联合国教科文组织确认的世界遗产，其中世界自然遗产 10 项，世界文化遗产 34 项，世界文化和自然遗产 4 项。文化遗产资源内涵丰富，包括文物、古迹等人类精神文明和物质文明，越来越受到旅游者的青睐。文化遗产旅游的研究对于旅游业的发展有着至关重要的作用。

“遗产（heritage）”是被遗留下的，是被继承的，具有时间与历史特征，其中工业遗产更是被称为“怀旧景观”^[2]。怀旧作为文化遗产旅游的重要特征，也是文化遗产旅游者的主要动机^{[3][4]}。怀旧是对过去的渴望，对昨日的向往^[5]。怀旧不仅可以维持和提高自我的积极性，使人具有存在的意义，而且可以增强社会联系，提高归属感^[6]。旅游者的怀旧心理来源于“真实的遗产”。真实性并非固定的，而是可以主观建构的，可以由不同的人从不同角度来评估，即旅游者在文化遗产旅游中所追求的真实性，是个人主观判断该环境是否呈现出当地原有风貌的一种知觉。

然而，在对文献的梳理之后，笔者发现，怀旧和真实性均为文化遗产旅游的重要因素，那么它们二者之间是否存在着关系？如果存在，又是何种关系？以往研究者对于真实性感知和怀旧心理之间的关系探究甚少。在为数不多的研究中集中于国外文献，关于文化遗产旅游的真实性感知与怀旧心理之间的关系研究，尚未在国内展开。为了深化该领域的研究，为我国文化遗产旅游

¹ **基金项目**：湖南省教育科学“十二五”规划 2011 年度课题“生态文明建设视阈下森林公园全民环境教育技术与示范研究”（项目编号：XJK011QXJ003）；湖南省哲学社会科学基金 2014 年度课题“国家森林公园旅游空间生产网络演化与机制研究”（项目编号：14JD68）；湖南省情与决策咨询 2015 年度课题“湖南省旅游业温室气体预警模型构建与减排路径研究”（项目编号：2015BZZ077）；2016 年湖南省科技计划项目“旅游景区创意导览导游利用技术与示范”（项目编号：2016SK2024）；湖南省高等学校教学改革研究课题“创新教育理念下旅游管理专业教学方法改革研究”（项目编号：XJT2016(400)-288）

作者简介：关巧玉，暨南大学管理学院硕士生，研究方向为旅游市场营销；（广东广州 510632）罗芬，中南林业科技大学旅游学院副教授，研究方向为旅游解说规划。（湖南长沙 410000）

实践提供理论支撑， 本文将对文化遗产旅游的游客真实性感知与怀旧心理之间的关系进行深入研究。

一、文献回顾与研究假设

以往相关的研究中，较少讨论游客的真实性感知与怀旧心理之间的关系。人们去旅游的一个重要因素是怀旧，并通过怀旧来寻找在日常生活中缺失的真实性^[7]。Baker 与 Kennedy（1994）认为怀旧情感需要情境的刺激才能产生^[8]。Baudrillard（1988）认为当真实不再是以前的样子，怀旧便展现出充分的意义^[9]。Goulding（2001）发现渴望获得真实性以及寻找过去的回忆是游客前往历史景点的重要动机因素^[10]。人们需要怀旧来平衡现代性带来的远离本真性和统一性^[11]。

更进一步，曾光华、陈贞吟与张永富（2004）发现老街、历史遗迹、古文物等对象能帮助游客产生怀旧心理^[12]。然而，并非处在老街、古镇或遗迹当中就一定会产生怀旧心理，当中的关键因素在于游客是否能够从这些对象中感知到真实性。如 Magelssen（2003）以传统的印第安人村落为例，证实旅游为当地带来正面的经济效益，却因为部落建筑或手工艺品脱离了传统元素而增加新的设计风格，则使游客难以体验到过去的时光^[13]。Chhabra 等（2003）提出，苏格兰节庆活动的举办愈是真实、愈是符合过去的传统，愈能引起居民的怀旧情感^[14]。McIntosh 与 Prentice（1999）经由访谈发现旅游者如果在旅游中感受到真实性，将会产生怀旧的情感^[15]。因而，旅游者在旅游中感知到一定程度的真实性，将引起他们的怀旧心理。也就是说，如果游客感受到文化遗产主体（如古迹、古镇或手工艺品）保有原有的风貌、能反映传统的历史意义或者具备当地的独特性等，便较容易使旅游者回想起个人的过去经验或者想象当时人们的生活场景。

对于真实性感知的维度，国内外学者提出了不同的测量标准。其中，Cohen（1988）以非洲工艺品为例，认为真实性应具备三个性质：手工制作、天然材料和非商品化^[16]。Littrell、Anderson 与 Brown（1993）以手工纪念品为例调查了 385 位美国中西部的旅游者，得出旅游者对手工纪念品的真实性感知包括独特性、手工制作、美观与效用、文化与历史的完整性、原创性、工匠的特质和购买体验七个因素^[17]。Revilla、Dodd（2003）测量游客对墨西哥陶器的真实性感知，其真实性测量量表共 25 个题项，分为外观/功能、传统的特征与证明、难以获取、当地生产和低成本五个因素^[18]。Waitt（2000）则探讨了澳大利亚遗产地 The Rocks 的旅游者的真实性感知，包括环境设置、建筑物和活动展演^[19]。因此，基于以往对真实性感知的测量，本文将真实性感知抽象为历史特征、功能性、独特性 3 个影响怀旧心理的因素。

不同学者对怀旧的类型划分和测量标准都有所不同。Davis（1979）从社会层面将怀旧区分为个人怀旧和共有怀旧^[5]。相似的，Baker 和 Kennedy（1994）提出集体怀旧^[8]。这种划分方法是基于怀旧主体的不同将其分为个人和集体。还有研究基于怀旧客体的不同将其划分为直接或间接经验。如，Stern（1992）将怀旧区分为个人怀旧和历史怀旧^[20]。Holak 与 Havlena（1998）根据社会经历来自个人或集体以及经验的直接性或间接性两个构面，将怀旧分为个人的、人际的、文化的、虚拟的四种^[21]。

基于上述，从真实性感知的三个维度和怀旧心理的两个维度出发，功能性是景区的基础功能之一，是游客产生怀旧心理的前提。景区的功能性包括正常运作、完善规划、安全、适当维护等。根据马斯洛需求理论，只有满足游客的最低需求，才能衍生出更高层次的需求。因此，游客的怀旧心理需要感知功能性真实性感知的刺激才能产生。基于此，本文提出如下假设：

H1a：文化遗产地功能性真实性感知对旅游者的历史怀旧心理有显著的正向影响。

H1b：文化遗产地功能性真实性感知对旅游者的个人怀旧心理有显著的正向影响。

历史特征是游客在文化遗产旅游过程中不可忽略的真实性感受之一，也是文化遗产旅游最重要的特征。怀旧主体通过想象，根据现在的需要捏造和编排过去，而作为历史的过去在任何时候都可以为人类提供现实的模型^[22]。Goulding（2001）在调查英国博物馆的游客时发现历史的工艺、改革和创新的证据会刺激游客产生怀旧心理^[10]。红色景点的游客的怀旧心理显著高于其他景点的^[23]。相似的，历史怀旧在遗产旅游中更易产生^[24]。因此，游客在游览过程中感受到历史特征的真实性程度越高，就越容

易产生怀旧心理。基于此，本文提出如下假设：

H2a：文化遗产地历史特征真实性感知对旅游者的历史怀旧心理有显著的正向影响。

H2b：文化遗产地历史特征真实性感知对旅游者的个人怀旧心理有显著的正向影响。

旅游资源，特别是文化遗产旅游资源的独特性是其保持生命力和吸引力的关键因素。在旅游者的真实性感知中，独特性不可或缺地包含在内^{[16][17][25]}。若旅游者在游览过程中，发现当地旅游资源与其他旅游资源雷同，且不具备有差异性的特征时，不仅会影响旅游者对当地旅游资源的评价，而且会影响旅游者的旅游体验，使其难以产生怀旧心理。相反，具有独特性的文化遗产旅游资源更容易满足旅游者的猎奇心理，也更容易让旅游者感受到真实性，因而刺激旅游者产生怀旧心理。基于此，本文提出如下假设：

H3a：文化遗产地独特性真实性感知对旅游者的历史怀旧心理有显著的正向影响。

H3b：文化遗产地独特性真实性感知对旅游者的个人怀旧心理有显著的正向影响。

同时，鉴于游客个人怀旧心理和历史怀旧心理在来源、表现上具有一定的差异性，个人怀旧主要源自个体的亲身经历，而历史怀旧与个体未参与的过去有关。因此，本文认为二者在其前因上也会表现出不一致，即真实性感知的每个因素对于二者的影响不一致。综上所述，本文的研究模型如图 1。

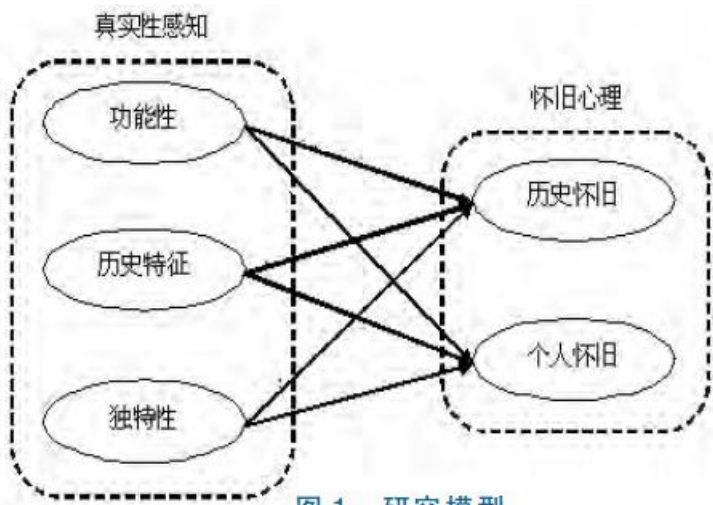


图 1 研究模型

二、研究设计与数据收集

（一）样本和数据收集

本研究选取数据收集地点为江西景德镇古窑民俗博览区。江西省景德镇市古窑民俗博览区是国家 5A 级景区、传承国家级非物质文化遗产——“景德镇手工制瓷工艺”，是著名的文化遗产旅游地之一。共计发放问卷 400 份，回收问卷 330 份，回收率为 82.5%，其中有效问卷 317 份，有效问卷回收率为 79.25%。

（二）问卷设计和研究工具

本问卷参考戴有德、林维榕等对真实性感知和怀旧心理的测量，并对该量表作细微的修改。将真实性量表分为历史特征、功能性和独特性三个因素，将怀旧情感分成个人怀旧与历史怀旧两类^[25]。

KMO 和 Bartlett 检验结果显示 KMO 值为 0.913，大于推荐值 0.9，Bartlett 的球形度检验的 sig=0.000，表明变量之间存在相关性。因此，数据适合于作因子分析。去掉因子载荷值不足 0.5 的一个问项，剩余 26 个题项。真实性和怀旧各选项的平均得分在 4.70—6.34 之间，都属于高同意程度。人口统计特征结果见下表。

表 人口统计特征表

属性	变量	频率	百分比	属性	变量	频率	百分比
性别	男	175	55.2	是否首次 来此景区	是	251	79.2
	女	142	44.8		否	66	20.8
年龄	15-18 岁	14	4.4	了解 途径 (多选)	报刊杂志	40	12.6
	19-24 岁	153	48.3		相关网站	104	32.8
	25-34 岁	67	21.1		旅行社	10	3.2
	35-44 岁	50	15.8		亲友推荐	127	40.1
	45-54 岁	21	6.6		广播电视	44	13.9
	55-64 岁	11	3.5		以前来过	60	18.9
	65 岁及以上	1	0.3	结伴 方式	跟随旅行团	5	1.6
婚姻 状况	已婚	133	42.0		家人亲戚	111	35.0
	未婚	184	58.0		同学	62	19.6
教育 水平	初中以下	6	1.9		朋友	112	35.3
	初中	14	4.4		独自旅游	17	5.4
	高中及中专	28	8.8		其他	10	3.2
	大学及大专	243	76.7	职业	学生	142	44.8
	研究生及以上	26	8.2		工人	11	3.5
月收入	2000 元以下	153	48.3		农民	2	0.6
	2000-5000 元	84	26.5		公司职员	51	16.1
	5001-8000 元	41	12.9		个体从业	14	4.4
	8001-12000 元	12	3.8		自由职业者	14	4.4
	12001-15000 元	5	1.6		公务员	33	10.4
	15000 元以上	22	6.9		专业技术人员	34	10.7
					离退休人员	5	1.6
					其他	11	3.5

三、实证分析

（一）验证性因子分析

在理论框架的基础上，利用 AMOS21.0 对真实性感知和怀旧心理的各个测量模型进行二阶验证性因素分析，以检验量表的信度与效度。

在效度上，对因素负荷量小于 0.4 且未达显著性的题项予以删除，分析表明 26 个题项皆达标得以保存。这 26 个观察变量在因素负荷量都大于 0.4 的基础上，都达到了显著性水平（ $t > 1.96$, $p < 0.05$ ），且每个因子的组成信度值都大于 0.7，表示量表具有收敛效度。平均变异量抽取量在 0.568—0.685 之间，大于 0.5 经验值，表明量表具有可接受的收敛效度。对于量表的信度，各个观察变量的多元相关平方值基本都大于 0.40，各个潜在变量的组成信度都大于 0.70。因此，可以认为量表具有良好信度。

同时，量表具有较好的区别效度。各因子间的相关系数矩阵表明各因子间的平均变异量抽取值的平方根在 0.754—0.828 之间，均大于因子间的相关系数，因此，本量表具有良好的区别效度。

（二）假设检验

本文采用结构方程模式对假设模型进行验证，首先，以极大似然法进行结构方程模型的适配度估计，由此检测假设模型与观察数据是否契合。其次，检测潜在变量间的因果关系，验证本文所提出的假设。模型适配度指标具体如下： $\chi^2/DF=1.257$, RMSEA =0.000, AGFI =0.995, GFI =0.997, CFI =1.000, NFI =0.998。它们均达到了模型适配标准，表示该模型和样本数据之间的一致性程度较高，结果可信。

实证结果表明，文化遗产地功能性真实性感知对个人怀旧有显著的正向作用（ $\beta=0.21$, $p<0.01$ ），H1b 成立；文化遗产地历史特征真实性感知对历史怀旧有显著的正向作用（ $\beta=0.53$, $p<0.001$ ），H2a 成立；文化遗产地独特性真实性感知对个人怀旧有显著的正向作用（ $\beta=0.18$, $p<0.05$ ），H3b 成立。具体结果如图 2。

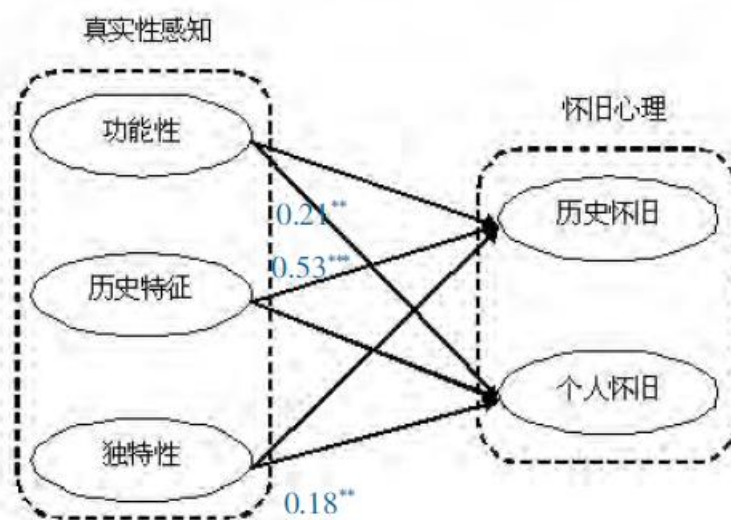


图 2 整体结构模型图

四、结论与建议

（一）研究结论

在文献回顾的基础上，本文探讨了文化遗产旅游中的怀旧心理和真实性之间的关系，结论如下：

1. 文化遗产地历史特征真实性感知对历史怀旧有显著的正向作用，对个人怀旧没有显著的正向作用。结果表明，旅游者感

知到历史特征的真实性的真实性更容易触发其历史怀旧心理。因此，旅游景点的历史有无真实地呈现，对于旅游者的历史怀旧心理有至关重要的作用。

2. 文化遗产地独特性真实性感知、功能性真实性感知对个人怀旧有显著的正向作用，而对旅游者的历史怀旧心理无显著的正向作用。这表明旅游者的个人怀旧心理需要景区正常运作、完善规划、安全、维护适当的铺垫。旅游者感受到旅游景点的独特性和功能性越高，则越容易产生个人怀旧心理。

3. 文化遗产地历史特征真实性感知对个人怀旧并无显著影响，且功能性真实性感知和独特性真实性感知对历史怀旧并无显著影响。细究之下，可总结为两方面：（1）从研究方法上来说，本文采用定量研究，以量表测量被试的真实性感知和怀旧心理。而定量研究的局限性在于旅游者对于每个因素感知的综合并不等同于整体真实性感知^[26]。因此，尽管自变量和因变量之间存在显著影响，但是自变量的每个因素并不一定对因变量的每个因素都具有显著影响。（2）从理论与实践上来说，游客的个人怀旧心理以自身亲身经历为基础，而文化遗产旅游的遗产主体鲜少与游客有直接联系。因此，游客对历史特征的真实性的感知较难作用于其怀旧心理中的个人怀旧。同时，游客对文化遗产旅游的功能性感知如安全、维护、建筑等，多源自遗产地的开发、规划、经营和管理工作，是对文化遗产的后期加工与处理，不同于历史特征源自于原真的历史。因此，笔者推论这正是功能性对于游客的历史怀旧无显著影响的原因之一。最后，文化遗产地的独特性、真实性感知，对历史怀旧无显著影响，与对个人怀旧有显著影响的结果相反。对此结果进一步分析，笔者认为正是个人怀旧与历史怀旧之间的差异造成了对独特性的需求不同，游客对于文化遗产地的独特性需求并不主观，而是客观的看待当地历史，却对自己的记忆更加主观，因而造成了对真实性感知的独特性对个人怀旧和历史怀旧的影响差异。

（二）理论贡献

本研究分析了文化遗产旅游中游客真实性感知和怀旧心理之间的关系，在前人研究基础上有一定的创新之处。

1. 本文首次将文化遗产旅游中的真实性感知和怀旧心理联系在一起，研究两者之间的关系。目前，大众的怀旧心理已经成为一种普遍且流行的社会文化景观，更形成了一种特有的怀旧经济，在一定程度上影响了大众的消费偏好和消费行为。但是，在文化遗产旅游乃至其他旅游中，现有研究对怀旧心理的重要作用关注不足，对于怀旧心理的前因关注较少。本文分析了游客的真实性感知正是其怀旧心理的前因之一，对于后续旅游怀旧心理的研究起到了抛砖引玉的作用。

2. 本文还对不同的怀旧心理的前因进行了初探，结果表明：历史怀旧和个人怀旧心理受到不同因素真实性感知的影响。该结论补充了现有的怀旧理论，后续研究在分析游客怀旧心理的同时，应注意怀旧心理的划分类型，根据不同的类型其前因也会发生变化，这一点值得注意。

（三）对策建议

文化遗产旅游是旅游业的重点内容之一，对于其游客怀旧心理的前因探究有助于旅游业的发展。根据假设检验的结果，游客的真实性感知中的历史特征对于历史怀旧有着显著的正向影响，独特性和功能性对个人怀旧有着显著的正向影响。本研究结果对于文化遗产旅游实践具有一定的现实指导作用：

1. 旅游者的历史怀旧心理受到其真实性感知的历史特征的显著正向影响，对于旅游景点的开发和规划者来说，在资源开发与规划中应注重对历史的挖掘与呈现，给旅游者创造一个身临其境的历史氛围，提高旅游者的旅游体验质量。同时，旅游景点的开发与规划应注意挖掘独特的品质，注意环境和建筑的设计，避免雷同重复与粗制滥造。

2. 游客的个人怀旧心理和历史怀旧心理不仅在内涵上具有较大的差异，在各自的前因上也具有差异性。根据旅游资源的

同，旅游经营者应该有所侧重，如若旅游资源含有较为丰富的历史文化，则需重点关注历史文化的挖掘和呈现；若旅游资源与时代较为接近，或者是贴近大众的历史文化，则在关注历史文化的同时，不能忽略景点的功能（如安全、建筑、维护等）设计与建设，也要注重景点开发规划的独特性，这样才能更易唤起人们在旅游过程中的个人怀旧心理，进而提高其重游意愿、推荐意愿等。

3. 个人怀旧心理应用范围广泛。其不仅发生在文化遗产目的地，还发生在其他类型的服务企业中，如餐厅^{[27][28]}、酒店。因此，遗产地、餐厅或酒店等旅游企业应注意环境因素、员工因素、事件活动因素等怀旧影响因素的设计与建设，以唤起更高层次的怀旧心理，进而促进消费者的推荐意愿和重游意愿等。

（四）研究局限与未来研究方向

本文研究文化遗产旅游者的真实性感知对怀旧心理的影响，通过问卷调查收集数据，并对数据进行了验证与分析。但由于研究能力和实践的局限，仍存在一些研究不足。本研究的样本为景德镇市古窑民俗博览区的游客，虽然研究结果具有良好的信度与效度，但是后续研究仍可进一步扩大调查范围，使研究结果更具代表性和典型性。此外，基于怀旧心理的复杂性，样本的人口统计特征可能影响样本的怀旧心理，未来研究可考虑将人口统计特征纳入旅游者怀旧心理的影响因素。最后，旅游资源的类型之间存在差异性，对于旅游者的真实性感知和怀旧心理可能都会造成差异。因此，未来研究可考虑在其他类型的旅游资源情境下，分析旅游者的真实性感知和怀旧心理的关系。

参考文献:

- [1] 张朝枝，保继刚．国外遗产旅游与遗产管理研究综述与启示[J]．旅游科学，2004，（4）．
- [2] 谢飞帆．新型城镇化下的工业遗产旅游[J]．旅游学刊，2015，（1）．
- [3] Hewison, R.. The heritage industry revisited[J].Museum Journal, 1991, 9(1):23-26.
- [4] Urry, J.. The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary[M].London: Sage, 1990.
- [5] Davis, F.. Yearning for yesterday: A sociology of Nostalgia[M].New York: Free Press, 1979.
- [6] 薛婧，黄希庭．怀旧心理研究述评[J]．心理科学进展，2011，（4）．
- [7] 纳尔逊·格雷本．旅游、现代性与怀旧[J]．民族艺术研究，2003，（5）．
- [8] Baker, S. M., & Kennedy, P. F.. Death by Nostalgia: A Diagnosis of Context-Specific Cases [J].Advances in Consumer Research, 1994, 21: 169-174.
- [9] Baudrillard, J.. Simulacra and Simulations[M].From Jean Baudrillard, Selected Writings, ed. Mark Poster. Stanford: Stanford University Press. 1988.
- [10] Goulding, C.. Romancing the Past: Heritage Visiting and the Nostalgic Consumer [J].Psychology & Marketing, 2001, 18(6):565 - 592.

-
- [11] 赵静蓉. 在传统失落的世界里重返家园——论现代性视域下的怀旧情结[J]. 文艺理论与批评, 2004, (4) .
- [12] 曾光华, 陈贞吟, 张永富. 以方法目的链探讨旅客怀旧体验的内涵与价值[J]. 户外游憩研究, 2004, (4) .
- [13] Magelssen, S.. The staging of history: Theatrical, temporal and economic borders of Historyland [J]. Visual Communication, 2003, (2) :7-24.
- [14] Chhabra, D., Healy, R., & Sills, E.. Staged authenticity and heritage tourism[J]. Annals of Tourism Research, 2003, 30(3):702-719.
- [15] McIntosh, A. J., & Prentice, R. C.. Affirming authenticity: Consuming cultural heritage [J]. Annals of Tourism Research, 1999, 26(3): 589-612.
- [16] Cohen, Erik. Authenticity and Commoditization in Tourism[J]. Annals of Tourism Research, 1988, (15): 371-386.
- [17] Littrell M A, Anderson L F, Brown P J.. What Makes a Craft Souvenir Authentic? [J]. Annals of Tourism Research, 1993, 20: 197-2151.
- [18] Revilla, G., Dodd, T. H.. Authenticity perceptions of Talavera pottery[J]. Journal of Travel Research, 2003, 42: 94-99.
- [19] Waitt, G.. Consuming heritage: Perceived historical authenticity[J]. Annals of Tourism Research, 2000, 27(4):835-862.
- [20] Stern, B. B.. Historical and personal nostalgia in advertising text: The fin de siècle effect [J]. Journal of Advertising, 1992, 21(4):11-22.
- [21] Holak, S. L., & Havlena, W. J.. Feelings, fantasies, and memories: An examination of the emotional components of nostalgia[J]. Journal of Business Research, 1998, 42(4), 217-226.
- [22] Poster M. . Jean Baudrillard: Selected Writings [M]. Stanford: Stanford University Press, 1988.
- [23] 薛婧. 旅游怀旧及其影响因素研究[D]. 重庆: 西南大学, 2012.
- [24] Kim H.. Research note: Nostalgia and tourism [J]. Tourism Analysis, 2005, 10(1): 85-88.
- [25] 戴有德, 林维榕, 陈冠仰. 遗产观光中的怀旧情感是否需要真实性? ——兼论解说之调节角色[J]. 户外游憩研究, 2010, (3).
- [26] 王婧, 吴承照. 遗产旅游真实性感知测量方法研究进展[J]. 现代城市研究, 2014, (2) .
- [27] Hwang J, Hyun S S.. The impact of nostalgia triggers on emotional responses and revisit intentions in

luxury restaurants:The moderating role of hiatus [J]. International Journal of Hospitality Management, 2013, 33: 250-262.

[28] Chen H B, Yeh S S, Huan T C.. Nostalgic emotion, experiential value, brand image, and consumption intentions of customers of nostalgic-themed restaurants[J]. Journal of Business Research, 2014, 67(3): 354-360.