

古蹟觀光社會經濟文化、環境衝擊、 歸屬感與遊客體驗之影響

甘唐沖*

(收件日期：110年12月03日；接受日期：111年05月16日)

【摘要】古蹟旅遊在旅遊市場中扮演著越來越重要的角色，本研究以觀光衝擊與地方依附為理論基礎，探討社會經濟文化效應、環境影響衝擊、歸屬感與古蹟資源信念，影響遊客對古蹟觀光的經驗。本研究問卷調查採取分層隨機抽樣方式，選取每年最多遊客到訪國內前五大古蹟地點作為行程內容，針對參團旅客進行實證研究，調查獲得267份有效問卷，分析方法使用結構方程模式驗證假設。研究結果顯示，藉由觀光旅遊可以增加政府對於當地觀光之重視，古蹟觀光目的地管理單位應規劃多元旅遊行程，鼓勵不同的遊客族群來參與古蹟觀光。未來應健全相關法規制度，維護自然資源及人文歷史古蹟之外，使古蹟觀光目的地得以維持一定的旅遊品質，提供遊客最佳的旅遊體驗。

【關鍵字】古蹟觀光、社會經濟文化效應、環境衝擊、歸屬感、遊客體驗、地方依附

* 國立高雄餐旅大學旅運管理系，通訊作者

Department of Travel Management, National Kaohsiung University of Hospitality and Tourism.
Corresponding Author. Email: kan@mail.nkuht.edu.tw

Environmental, Socio-Economic, Cultural Effects and the Impact of Traveler Experience and Sense of Belonging on Heritage Tourism in Taiwan

Tang-Chung Kan*

(Date Received: December 03, 2021; Date Accepted: May 16, 2022)

【Abstract】 In recent years, heritage tourism has become one of the most popular types of travel, playing an increasingly important role in the tourism market. This study explored environmental, socio-economic, and cultural effects, as well as the impact of the sense of belonging, and traveler experience on heritage tourism, and perceived market performance. The model and the hypotheses were evaluated using a structural equation modeling approach. Data from 267 valid questionnaires were used to test the reliability and validity of the measurement items. The findings of this study will assist in developing heritage tourism in Taiwan, and yield key managerial implications for market segmentation strategies and cultural heritage tourism. It will also assist in maintaining natural resources and historical monuments through laws and regulations to provide tourists with the best tourism experience.

【Keywords】 Heritage tourism, Socio-economic and cultural effects, Environmental impact, Sense of belonging, Traveler experience, Place attachment

壹、緒論

古蹟觀光是旅遊研究領域的一個分支，以旅遊目的地的文化古蹟遺產為導向。古蹟觀光被定義為在旅遊過程中體驗目的地代表過去的故事和人物的古蹟景點、文物和活動。古蹟觀光可以包括文化、歷史和自然資源，更進一步被視為保護古蹟觀光目的地、觀光發展經濟利益及遊客探訪行為間之綜合體，三者之間息息相關及相互影響(Hussain, et al., 2019; Luo, et al., 2016)。當遊客進行古蹟觀光行為，在整體旅遊體驗中對於觀賞旅遊美景、品嚐當地餐食、民俗文化活動體驗或良好住宿品質，產生感官或知覺情緒，並獲得心理或生理上滿足的一種感受，增進旅遊滿意度及感知價值，將會提升遊客重遊意願，進而促進支持古蹟觀光目的地經濟和古蹟資源維護(Zhong, et al., 2021)。提升遊客造訪古蹟觀光目的地，政府思考古蹟觀光行為對當地產生正向及負向的觀光衝擊影響，如何在保護古蹟觀光目的地、觀光發展經濟利益及遊客探訪行為間取得發展平衡，為現今觀光旅遊產業首要課題。觀光發展不但可刺激投資，增加就業機會，亦可改善土地使用以及經濟結構(Adu-Ampong, 2019; Butler & Rogerson, 2016; Yu, et al., 2017)。而因觀光所帶來之衝擊及產生的變化狀況為以一體兩面方式存在，除了正向利益增加，也帶來負面衝擊。當區域觀光活動被認為是國家復甦振興經濟的來源之一時(Beh & Lin; Higgins-Desbiolles, 2020)，在民間企業的重視之下，觀光旅遊發展被視為是促進經濟發展之重要手段。

本研究目的經由遊客角度探討經濟社會文化、環境衝擊與歸屬感(sense of belonging)對於古蹟觀光之旅遊體驗。相較於過去研究不同之處，過去研究中觀光衝擊常見的三大分類：經濟衝擊、實質環境衝擊、社會文化衝擊(Andriotis & Vaughan, 2009; Park, et al., 2015; Wright, et al., 2020)；正向衝擊如為當地帶來經濟利益與財富、增加當地就業機會等，負面衝擊如物價上漲、生態環境破壞等(Liu, 2020; Winter & Adu-Ampong, 2021)；並進一步發現影響觀光衝擊的原因為觀光客、當地居民與觀光目的地這三者的交互作用之後並超出承載量(Ma, et al., 2020)。這三大面向中又以區域居民扮演最重要的角色，因為居民對觀光發展的認知與態度對當地未來觀光的持續發展具有關鍵性影響(Godovykh & Ridderstaat, 2020; Gursoy, et al., 2019)。然而，本研究強調古蹟資源信念對其旅遊經驗之影響，並經由地方依附(place attachment)的角度探討，古蹟旅遊也為遊客帶來心靈的療癒功能(Lin, et al., 2020)，相較於過去研究，由地方依附的角度而言，探討歸屬感藉由古蹟旅遊影響遊客旅遊體驗，將是未來發展之重點。

古蹟保存具備教育及觀光之功能，當遊客越來越重視安排前往古蹟目的地的觀光旅遊，娛樂已經不再是唯一目的，逐年興起古蹟旅遊活動，具有學習與教育性質之效用(陳啟明, 2021; Hosseini, et al., 2021; Li, et al., 2016)。在旅遊過程中，旅客愈在乎在旅遊過程中是否能夠學習新知，或者見識到新鮮的事物，並可從中瞭解到古蹟歷

史事蹟，可提高對文化遺產的重視與保護意識 (Payntar, et al., 2021)。古蹟觀光是觀光發展中重要的一環，為觀光所帶來的經濟效益之外，本研究以觀光衝擊與地方依附為理論基礎，探討社會經濟文化效應、環境影響衝擊、歸屬感與古蹟資源信念，影響遊客對古蹟觀光的經驗。本研究採取分層隨機抽樣進行問卷調查，以觀光主管機關公佈到訪參觀人次前五大古蹟進行問卷發放，總計發出400份問卷，回收有效問卷共計267份。研究以結構方程模型(Structural equation modeling, SEM) 驗證研究模型，結果有助於業者了解遊客體驗古蹟旅遊行為，同時可以提供政府對於古蹟觀光目的地之重視，進而訂立相關法律來維護自然資源以及人文歷史古蹟，讓遊客、古蹟保護與觀光地區區域觀光品質有正向助益。

貳、理論背景與文獻探討

一、觀光衝擊與古蹟觀光

衝擊(impact)是指環境中某些活動或相關一連串事件對於不同層面所引起的相關地變化、效益或產生新的狀況；衝擊通常以一體兩面的方式存在，即包含正面與負面影響；觀光衝擊(tourism impact)主要是探討因觀光發展所引發的正面與負面之影響（吳宗瓊，2003，Joo, et al., 2019）。當一系列觀光活動過程改變，並超過地區承載量，即可能產生觀光衝擊 (Jordan, et al., 2019)。

過去研究指出「古蹟旅遊化」的概念，透過旅遊成長階段模型，包括早期傳統、晚期傳統、早期旅遊探索、早期旅遊涉入、擴大旅遊開發和集約化旅遊發展階段 (Adu-Ampong, 2017)。旅遊整合確定對旅遊發展造成影響，旅遊化發展約可分成三大觀點：第一種觀點認為旅遊化是一個強調活力和與時間相關變化的過程。旅遊化視為動態的，展示旅遊活動如何在形式和功能上標記一個城市或市區(McKercher, et al., 2005; Wang & Yotsumoto, 2019)；歷史地區的旅遊發展提供了一個「反映在建設、重建和拆除形象」之確定過程 (Shen, et al., 2016)。第二種觀點認為旅遊化會產生新的排序效應，伴隨著旅遊化進程，一些旅遊鄉鎮之土地功能正在「從滿足村民生活需求轉向滿足遊客需求」(Reggers, et al., 2016; Xi, et al., 2014)。第三種觀點認為旅遊化是促進區域活力和經濟成長的因素 (Butler, et al., 2012; Pratt & Alizadeh, 2018)，對於開發旅遊目的地而言，當地對識別和選擇目的地獨特賣點的投入是一個重要因素。

觀光衝擊帶來古蹟區域環境與生態之改變，在環境衝擊的方面，發現許多物種因戶外露營的影響逐漸消失，動植物多樣性減少。故必須定期監測當地樹木種類，以避免外來植物及遊客行為對當地生態環境及功能造成破壞(Canteiro, et al., 2018; Hao, et al., 2021)；相對地，古蹟地區之居民認為最受正向經濟影響的是餐旅業、購物設

施、商業機會或娛樂等方面；而負面影響則是購買土地和房屋、生活等花費和犯罪率等 (Yang, et al., 2021)。由過去研究可知，古蹟觀光發展對於地方影響通常是一體兩面 (Lin, et al., 2017)，如觀光促進文化交流的機會，也可能破壞文化品質；觀光提高安全防禦進而使犯罪率增加，增進地方形象產生社區的衝突點等。居民若是對觀光發展的影響瞭解不高，將會影響地區的永續發展 (Alrwajfah, et al., 2020)。因此，在以永續觀光為目標前提下，經濟發展、社會文化的交流與傳承及實質環境的維護應同時並重 (Canteiro et al., 2018; Silva & Henriques, 2021)。觀光衝擊之正向影響包括減少區域性人口外流而維持較健全的社會結構、促使區域或特有文化受重視而得以保存；許多研究指出在實質環境方面造成負面影響 (Qin, et al., 2021)，負面影響則包括改變當地原有地社會制度、造成居民個人行為的偏差、區域內人際與社會關係功利與冷漠、及種族歧視造成對區域內居民與社會的衝擊。

經濟及文化方面，店家反應較為平均，大部分除了因觀光發展而造成租金的增加外，外來業者也瓜分部分觀光利益，雖然收入有所增加，但收益並不顯著，正向地反應在就業及購物的機會增加 (Chen, et al., 2020)。部分觀光地區也依據政策的不同而改善或增加公共設施。對於當地社會文化方面，有一部分人認為由於觀光的影響，使得某些地區已逐漸失去原有風貌，甚至犯罪率增加或受到外來遊客的干擾等，但部分人認為當地的文化知名度提升感到榮耀 (Tsaur, et al., 2018)。綜合上述，大多數居民認為在環境上所帶來的影響較為負面，在經濟與文化方面則是正反面相當一致，店家對於觀光業之發展較不排斥，針對不同階段的衝擊，研擬策略加以改善，不至於造成太多負面的影響。

二、地方依附和古蹟旅遊

人與地方之間的聯繫被稱為地方依附 (王婷萱、鄭佳昆，2016；張梨慧等人，2015；Wang, et al., 2021)，地方依附包含地方依賴 (place dependence) 與地方認同感 (place identity) 兩個情感構面 (Su, et al., 2018)；地方依附是個人與特定地點之間積極情感樞紐的鏈結，其主要特徵是個人傾向於與該地點保持親近，亦是衡量遊客與旅遊目的地的聯繫最普遍的結構之一 (Boley, et al., 2021)；而歸屬感包括對地方的熟悉感、社區支持感和永恆感 (Aygenc, et al., 2020; Degnen, 2016; Jacquet & Stedman, 2014; Kaminakis, et al., 2019)，本研究由地方依附和透過地方的關係，包含歸屬感之觀點，分析遊客對於古蹟體驗之關係。

過去研究顯示，地方依附是旅遊滿意度和忠誠度、社區意識和親近環境行為之重要預測因素之一 (Hosany, et al., 2017; Prayag, et al., 2018; Su, et al., 2018)。遊客地方依附主要來源為旅遊體驗，並非與旅遊行銷和旅行業者管理相關 (Bimonte & Faralla, 2015; Han, et al., 2018; Reitsamer & Brunner-Sperdin, 2017; Vada, et al., 2020)，遊客地方

依附可應用為旅遊行銷人員和管理人員帶來更高效益。

另外，幸福的概念對於旅遊體驗具有重要意義，不同年齡層族群對地方依附與歸屬的看法不同，例如隨著越來越多的老年移民，採取跨國生活方式或退休後返回原籍國，對於探討年長者移民對地方情感落葉歸根之意義 (Degnen, 2016; Presenza, et al., 2020)。古蹟旅遊成為具吸引力的旅遊活動之選擇，因為古蹟可以為遊客帶來過去曾擁有的歸屬感 (Yang & Lau, 2019)。然而，從地方依附之角度，遊客離開原來居所或暫時離開工作場所，古蹟旅遊也為遊客帶來心靈療癒 (Lin et al., 2020)。過去研究指出，古蹟環境和古蹟體驗在老年族群獲得驗證，影響遊客的情緒反應和地方依附認知與影響滿意度，進而影響重遊旅遊體驗之意願和生活滿意度之提高 (Degnen, 2016; Wynveen et al., 2020)。由個體心理社會發展和個人價值觀塑造的旅行體驗，又受到社會和文化影響之生理塑造，有助於遊客對未來發展重新產生更高之價值。

利用古蹟旅遊可促進遊客身心健康、穩定和適當恢復遊客心理、身體和社會地方依附的活動，可提供情緒舒緩與心靈療癒之功能。旅遊目的地歸屬感之目的，在於提供旅客消遣娛樂、陶冶心性與追求知識，從中獲得精神層面之滿足，更進一步透過不同的觀光活動，達到滿足求知慾、研究學習某種事物以及增加學習之新機會，進而得到歸屬感涵養之效用。

三、社會經濟效應

觀光活動可帶來之經濟效應涵蓋提供遊客食、衣、住、行、育、樂等面向之產業所提供的就業機會，確實對國家產業結構帶來具有相當程度的影響力，更能透過資源整合、意見溝通與協調之後，共同推動觀光發展 (Kronenberg & Fuchs, 2021; Park et al., 2015)。觀光遊憩發展被視為是促進經濟發展之重要發展策略，一方面可刺激投資及增加就業機會，也改善土地使用以及經濟結構之狀況 (Al-Ansi, et al., 2021)。此外，由觀光活動所導致之社會文化影響，包括遊客特性、當地居民之文化信仰及該地區的設施、環境、社會心理的承受度對社會本質形成的改變。

過去研究指出，當「促進觀光發展」被認為是國家重要的經濟來源之一，在政府及民間企業的重視之下，其產業發展自然會受到高度重視，推動實質策略與配合工作後，藉由適當情況下發揮國家策略優勢，可使觀光產業整體發展性更加完備 (Mendoza-Moheno, et al., 2021; Yang, et al., 2021)。政策實施後，所造成實質消費的變化，立即會反應在國民福利之改變。另外，消費者行為可促進觀光的經濟蓬勃發展，對未來的社會福利亦有所貢獻。相關研究顯示，經濟影響較社會文化影響較為顯著。藉由古蹟觀光所帶來的經濟衝擊，使當地經濟收入增加、創造工作機會、改善地區經濟結構，而間接影響當地社會文化 (Chen, et al., 2021)。除了因應遊客觀光而建造設施及交通便利，以及居民生活品質提升之外，許多遊客湧入而造成交通混亂及犯罪率之

增加則為負面影響。

古蹟觀光在各地觀光經濟發展之下，扮演愈重要之角色。我國政府所制訂觀光政策與環境資產有關古蹟保護，有著關鍵性之影響。經濟蓬勃發展下，發展古蹟觀光具有帶動直接與間接之經濟效益(Birendra, et al., 2021)。換言之，古蹟觀光能夠發展區域產業、創造就業機會、提升生活品質等，因此，發展古蹟觀光相關產業，已成為近年來各國推廣經濟主要策略之一。

四、遊客對古蹟資源的信念

遊客對古蹟資源的信念定義為是一種持續進行的過程，亦即遊客經古蹟觀光活動參與過程中，對於古蹟當地文化的目標與價值內化於個人心中的一種現象（陳啟明，2021；Hunter, 2020）。必須透過外顯參與行動以及內化體驗感受之後，所表現出的一種目標與價值內化於個人或群體心中的現象。文化觀光強調文化交流是驅使遊客參與古蹟觀光的重要主因，遊客會因特殊文化意圖而產生觀光行為，例如實地考察、藝術表演、節慶活動等 (Liu, 2020)。在歷史古蹟開發中，功能隨著社會經濟轉型而產生變化，旅遊活動在歷史悠久地區受到歡迎。因此，文化資產具有旅遊目的地象徵性之重要意涵，對於遊客具有吸引力，在領隊及導遊人員專業解說之下，使遊客更瞭解文化古蹟之象徵性意涵。

有鑒於各國對於文化資產政策的重視，開始針對文化資產進行相關研究。對於文化資產保存之政策，已經逐漸受到相關學術單位以及社會大眾重視(Hunter, 2020)。以政府政策觀點，古蹟固然是國家級文化資產，就國家發展觀光而言，文化資產更是重要的國家級觀光資源。觀光資源泛指具有歷史、文化、藝術、科學等價值之資產。為保存及活用文化資產，充實國民精神生活，發揚多元文化，保存有價值之文化資產，可帶動地區繁榮，達到永續經營之目的(García-Villaverde, et al., 2021; Vergori & Arima, 2020)。此外，藉由保護文化遺產可帶來觀光收入。是故，古蹟資產再利用，對古蹟及歷史建築之保存與維護，可達成永續經營之目標。

對於古蹟旅遊化之概念，過去研究以六階段的旅遊成長階段模型，包括早期傳統、晚期傳統、早期旅遊探索、早期旅遊涉入、擴大旅遊開發和集約化旅遊發展階段(Adu-Ampong, 2017)，旅遊整合確定旅遊發展的影響。旅遊化發展衍生各種不同的觀點：第一種觀點認為旅遊化是強調活力和與時間相關變化之過程；此觀點主張將旅遊化視為動態，展示旅遊活動如何在形式和功能上標記城市或市區，歷史地區旅遊發展提供反映在建設、重建和拆除形象之錨定過程。第二種觀點認為旅遊化可產生新的排序效應，伴隨著旅遊化進程，旅遊村的土地功能正從滿足村民生活需求轉向滿足遊客需求(Xi et al., 2014)。第三種觀點認為旅遊化是促進區域活力和經濟成長之因素，對於開發旅遊目的地而言，當地識別和選擇目的地獨特賣點之投入是重要因素之一(Butler,

et al., 2012)。在研究進展方面，現有研究探索旅遊化之原因、過程和結果(Cuomo, et al., 2021)。透過歷史資源、資金整合、人力資源、地方特色發掘、空間氛圍情境之創造，多方鏈結與整合，使古蹟與歷史建築之文化得以永續發展。

對於歷史維護要同時思考必須保存與犧牲的部分，重點在於人文價值與所代表的社會文化性，如當地社會傳統文化、社會秩序、社會結構的維持和不變，且藉由古蹟存在去瞭解社會文化之發展，並透過觀光旅遊來結合當地文化及人民的價值觀，以及維持和增加社區居民的認同，期望能帶來最大的經濟利益回饋地方(Ponsignon & Derbaix, 2020)。結合社會文化與古蹟保存之永續經營觀念，針對地方歷史古蹟與荒廢地復原的新價值觀與利用方式，以強調地方特色進行觀光發展之規劃設計，並考量對當地文化、傳統活動的影響。台灣現今社會之中，傳統已逐漸式微，所有文物與秩序逐漸沒落，古蹟存在見證社會發展之歷程，對於逐漸消失之集體記憶與傳統文化，存在著喚醒社會意識之意義。

古蹟的生命延續，除了硬體設施之保存及發揚當地民俗文物的經營理念之外，藉由活動或儀式的延續與再創造，連接當下實質生活的脈絡，並使古蹟與當地居民和參訪遊客能相互溝通，將其融入全民的集體生活記憶之中，不但能夠更加瞭解其文化歷史意義與價值，也使得古蹟能夠成為文化傳承的媒介，達到永續發展之目標(Hung, et al., 2019)。古蹟觀光發展帶動經濟效益，為當地帶來收入增加，提高就業機會；因應遊客增加而實施配套措施，例如設置專屬公車或舉辦活動等，使居民生活品質提升，與外來觀光客增加文化交流機會。當古蹟區域之觀光資源越豐富時，遊客對於古蹟資源之意識亦會增加，對古蹟區域帶來更高之經濟效益。因此，本研究提出假說一。

假說一：古蹟地區的社會經濟效應將正向影響遊客對古蹟資源的信念。

五、環境影響 (environmental impacts)

環境影響可區分為對自然環境與人文環境之影響，自然環境包括土地、動植物及地形地貌等影響，而人文環境包括建築、區域景觀、觀光設施、文物、交通及垃圾等(Andriotis & Vaughan, 2009; Wu, et al., 2019)。觀光與環境間的關係是互相依存，也互相衝突，並且依照觀光發展對環境所帶來的衝擊，可分為觀光活動本身帶來之影響，及提供觀光活動的設施所帶來之影響 (Chaiyat, et al., 2020)；前者例如垃圾量增加、文化資產保存及停車位問題等，後者則如環境品質改善、建築物林立與當地環境形成不協調景觀等現象。

觀光衝擊主要區分為三個面向，經濟衝擊、環境衝擊，以及社會文化影響。而在觀光對環境影響，則可分為自然及人文環境兩部分，例如改善地方建設、維護社會環境資源等。此外，也造成部分負面影響，包含環境髒亂、交通過度擁擠等(Chen,

2020)。另一方面，社會文化為觀光價值體系、個人行為、以及社會集體生活型態等，帶來相當程度的影響。從一體兩面情況之下，觀光為環境所帶來正向影響，包含維護傳統建築及歷史遺址、增加公共設施建設等。而負面則影響包括環境汙染、建設過度擁擠以及過度使用資源，使資源大量消耗等(Li, et al., 2014)。而社會文化受到外來觀光客之影響，進而增加觀光客對於當地居民不同文化的認識，促進彼此間的文化交流等。同時帶來負面影響(Vaduva, et al., 2020)。例如為吸引觀光客而改變當地信仰及風俗習慣等，導致失去原有文化特色，以及增加當地犯罪率等。過去研究指出，為減少觀光對環境之影響，針對觀光客之需求、所從事的活動及觀光客人數來規劃觀光地區開發的程度，如果為環境敏感地區，也藉由控制遊客承載量，降低環境的破壞(Ruan, et al., 2019)。因此，透過周詳及有遠見的觀光開發計畫，保存與維護環境資源，可促進環境觀光之永續發展。

以古蹟觀光發展而言，在經濟及環境方面所帶來影響較為顯著。社會文化影響主要為探討觀光對於集體生活型態、傳統道德行為及社區的變遷型式之影響，社會文化影響觀光之成效，須歷經時間演變才能察覺(Zhang, 2021)。除了經濟對上述因素所產生之影響之外，還有環境衝擊。由於旅客湧入，使攤販過多而造成當地環境衛生問題，觀光發展亦使當地區域規劃過度擁擠。再者，干擾當地居民生活品質，以及當地社區關係不融洽，亦為值得省思之問題。

經由觀光衝擊觀點，古蹟觀光發展在環境有所助益，不但改善當地基礎建設，也可以保存當地文化資產，但因遊客湧入而造成環境汙染、交通秩序雜亂等狀況。此外，遊客過多也造成資源過度消耗，或文化遺跡之人為破壞等。為因應大量遊客的需求，使對外交通獲得改善，對當地居民的交通上較為便利，遊客對古蹟資源的信念與古蹟文化的瞭解及認識之機會是重要的。因此，本研究提出假說二。

假說二：古蹟地區的環境影響將正向影響遊客對古蹟資源的信念。

六、歸屬感

歸屬感是指一個地區或國家向觀光客所呈現歸屬感活動之風貌，包括旅遊目的地的視覺、景觀、區域內表演藝術和特殊地區生活型態、價值傳統、事件活動，並具有創造力和歸屬感之交流過程(Abou-Shouk & Soliman, 2021; Presenza et al., 2013)。旅遊歸屬感之目的在於提供旅客消遣娛樂、陶冶心性與追求知識，從中獲得精神層面的滿足。過去研究指出，可藉由推展歸屬感觀光來保存當地歸屬感，遊客可體驗不同生活方式，增廣見聞，提高人文素養。此外，透過歸屬感推廣，突顯當地風格，展現特色，具有教育歸屬感之傳承作用(Buckley & Westaway, 2020; Li, et al., 2020)。亦即除了吸引遊客旅遊，甚至讓在地居民與政府認同自己之歸屬感，提高對歸屬感之重視與保護。

許多遊客在同時參觀古蹟，能獲得消遣娛樂之外，亦可因為嚮往古蹟之歷史意涵或陶冶心性與追求知識，從中獲得精神層面之滿足(Rasoolimanesh, et al., 2021; Zhao, et al., 2020)；亦即透過觀光活動之過程，來自不同歸屬感背景遊客與在地社會之接觸，彼此因接觸深淺、頻率、時間等因素，產生不同層面之互動關係與相互影響。旅遊者體驗存在地方區域人事物之慾望，透過不同的觀光活動，達到滿足求知慾、研究學習，以及增加學習的新機會，進而獲得歸屬感涵養之效用。

當國人逐漸重視古蹟地區觀光旅遊，娛樂已不再是唯一目的，古蹟旅遊活動興起具有學習與教育性質之效用。在旅遊過程中，旅客越在乎他們在過程中是否能夠學習到新的知識，或見識到不一樣事物，並從中瞭解到古蹟歷史等種種事蹟。若能在參觀古蹟的過程中，先能瞭解到遊客之觀光需求，以及商家為了促進觀光所舉辦商業活動，提供給旅客更多的遊憩體驗，吸引更多遊客前往當地觀光，發揮更大觀光效益(Su, et al., 2020; Viken, et al., 2021)。依據地方依附之觀點，遊客參與觀光活動，進而獲得心理、實質環境與知識等方面之感受，遊客歸屬感與遊客對古蹟資源的信念產生關聯，遊客能由對古蹟資產的價值認知，產生對於古蹟的重視度和旅遊滿意度。因此，本研究提出假說三。

假說三：遊客對古蹟地區的歸屬感將正向地影響遊客對古蹟資源的信念。

七、旅遊體驗

旅遊體驗是指個人親自參與旅遊過程，透過不同的旅遊活動及環境組合，所產生感官或知覺的情緒，並獲得心理或生理上滿足之感受(Presenza et al., 2013; Su et al., 2020)。此外，遊客體驗包括旅遊活動的複雜因素對遊客所形成之混合體(Hu & Xu, 2021)，旅遊體驗包括遊客個人感知、對旅遊目的地的地方印象，以及觀光過程消費性產品之選擇。這些複雜因素受到個人、環境、社會動向、個性以及遊客溝通程度之影響，綜合這些因素之結果，產生完整之旅遊體驗。

過去研究說明，旅遊體驗是個人感受，經由觀賞旅遊美景、與當地居民交流以及旅遊參與方式，瞭解旅遊過程透過各種因素所獲得之感受，產生不同於以往的體驗(Ragb, et al., 2020)，且這些特別感受會使遊客產生評價，進而影響重遊意願(Oliveira, et al., 2020)；旅客對當地的生活方式、風俗習慣感到興趣，為了增進見聞、提高人文素養和體驗不同文化而前去旅遊，特別來自於自己親身體驗，比引人入勝之文化更具有吸引力。此外，利用真實性體驗探討古蹟遊憩區遊客之市場區隔，探究不同集群遊客對旅遊滿意度及忠誠度之差異，亦成為文化古蹟觀光之重要參考（李宗鴻等人，2021）。

遊客對古蹟資源的信念與態度會反映在旅遊行為，並對旅遊所在地的自然、人文

資源造成改變，甚至影響旅遊發展之效益。古蹟資源的社會文化本質亦是一種價值教育，透過旅遊體驗，創造觀光產業之附加價值、突顯地方風格表現地域文化特色，可培養個人對當地正確態度和價值觀，更是推動觀光產業之主要策略。因此，本研究提出假說四。

假說四：遊客對古蹟資源的信念將正向地影響遊客對古蹟旅遊體驗。

參、研究方法

一、研究模型

本研究以觀光衝擊與地方依附為理論依據，探討社會經濟效應、環境影響、歸屬感與透過遊客對古蹟資源的信念，進而影響對古蹟的旅遊經驗，研究架構如圖1所示：

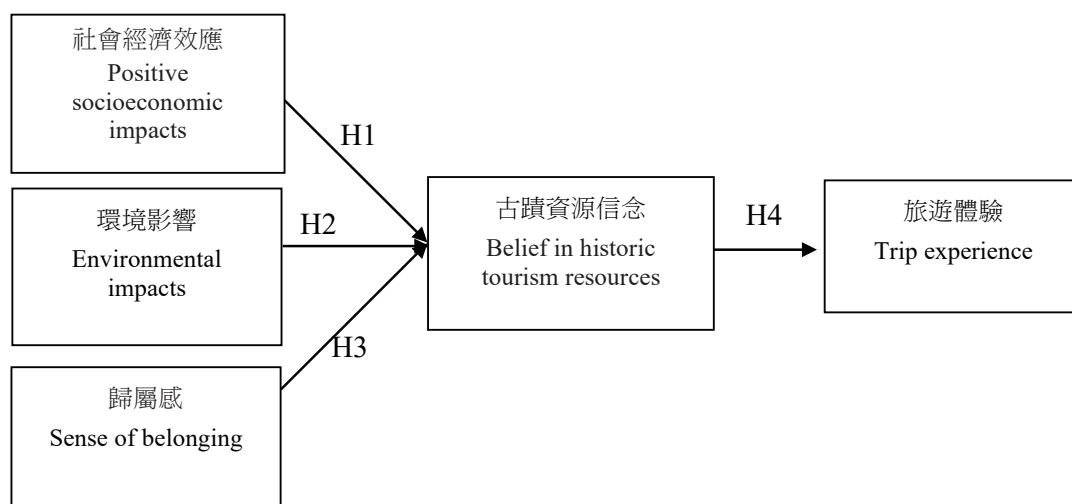


圖1 研究架構

Fig. 1 Research framework

二、測量工具

本研究問卷內容依據過去相關文獻匯集而成，雙向轉譯過程製作中文版問卷。為瞭解問卷設計可行性，並使問卷結果更趨於精確，先請二位觀光專長的教授與旅遊業總經理檢閱並修改後，對古蹟當地店家和遊客樣本30份進行前測，以瞭解施測所需的

時間、問題項目語意是否通順易懂、受試者對問題瞭解程度、無法作答題項及其它施測時可能遭遇困難，獲得受試者對題目之反映與意見等，針對前測所蒐集之問卷缺點與建議，加以修改與補強，最後完成正式問卷，衡量構念構面之資料來源，如表1所示。

表1 構念構面來源
Table 1 Reference of constructs dimensions

構念構面Constructs dimensions	論文來源Reference
社會經濟效應 Positive socioeconomic impacts (PSI)	Park et al., (2015)
環境影響 Environmental impacts (ENI)	Andriotis, K., & Vaughan, D. R. (2009)
歸屬感 Sense of belonging (SB)	Presenza et al., (2013)
古蹟資源的信念 Belief in historic tourism resources (BHTR)	Kim et al., (2008)
旅遊體驗 Trip experience (TE)	Hahm and Severt (2018)

三、研究對象

根據交通部觀光局「109年國內主要觀光遊憩據點遊客人數統計」資料，瞭解到台灣前五大古蹟的每月人數統計，實際探訪當地古蹟地區的店家，進而深入瞭解古蹟對周遭店家所帶來之影響。研究方法以問卷調查法為主，以觀光人數高於5萬人次的古蹟遊憩地點做為取樣樣本。透過交通部觀光局資料，選出票選前五大古蹟觀光地點，分別為北部地區淡水紅毛城，中部地區鹿港龍山寺，南部地區安平古堡、大天后宮及赤崁樓等。

本研究問卷調查部分，採取分層隨機抽樣方式，根據交通部觀光局「109年國內主要觀光遊憩據點遊客人數統計」，選取台灣最多遊客參訪五大古蹟為研究地區，其次分析並接洽五間規劃國民旅遊之國內旅行業者，國民旅遊行程中納入這五個古蹟之一作為旅遊行程之內容，同時確認每個行程中並沒有重複二個古蹟的行程，在徵得旅行業同意後，每個團體行程派發10份問卷，請隨團人員隨機邀請參團旅客填寫問卷，協助回收問卷，共計五個旅行社，每個旅行社八個國旅團，總計發出400份問卷。

肆、研究結果

一、受訪者基本資料分析

本研究總計發出400份問卷，扣除拒絕填答與填答不完整之問卷，回收有效問卷共計267份，回收率為66.75%，受訪者基本資料分析，如表2所示。

表2 受訪者基本資料(n=267)
Table 2 Profile of participants (n=267)

基本資料 profile	資料類別 characteristics	人次 frequency	樣本百分比(%) percent
性別 gender	男(male)	88	33.0
	女(female)	179	67.0
年齡 age	20-30歲(20-30 years old)	126	47.2
	31-40歲(31-40 years old)	70	26.2
	41-50歲(41-50 years old)	44	16.5
	51-60歲(51-60 years old)	22	8.2
	61歲以上(61 years old and above)	5	1.9
教育程度 education	國中（含）以下 (primary level and below)	12	4.5
	高中（職）(high school level)	98	36.7
	大專院校（大學）(bachelor)	153	57.3
	研究所（含）以上 (master degree and above)	4	1.5
古蹟 heritage	赤崁樓 (Fort Provintia)	43	16.1
	安平古堡 (Fort Zeelandia)	58	21.7
	鹿港龍山寺 (Longshan Temple)	55	20.6
	淡水紅毛城 (Fort San Domingo)	59	22.1
	大天后宮 (Great Empress of Heaven Temple)	52	19.5

二、測量模型信度與效度分析

本研究有效問卷267份，經評估後採用PLS-SEM (Partial least squares-structural equation modeling, PLS-SEM)進行分析，應用SmartPLS 3.0作為分析工具(Hair, 2021)，並採用SmartPLS中 Bootstrap 重新抽樣方法檢測研究模型當中假說路徑的顯著程度。PLS-SEM旨在解釋探索性研究之理論關係，PLS-SEM分析方法對潛在變項之間的因果模型分析較線性結構關係模式準確，且變數未必符合常態分配，樣本數要求較小，超

過PLS-SEM所建議的30 個最小樣本數之要求(Hair, et al., 2020)，本研究運用PLS-SEM分析和解釋模型之信度及效度，並檢驗模型路徑係數之顯著性及預測能力。

組合信度(Composite reliability, CR)及收斂效度(Convergent validity)指標方面，當組合信度均大於 0.7 代表研究問項對該研究構念具良好的內部一致性，有較佳的信度表現 (Chin, 1998)。此外，Cronbach's α 為分析信度指標之一，當 Cronbach's α 大於 0.7 代表研究題項具備良好信度(Sarstedt et al., 2020)。當使用多指標衡量某一模型結構時，應確保其收斂效度，收斂效度可以透過平均變異萃取量 (Average variance extracted, AVE) 檢驗，且所有構念平均變異數萃取量應大於 0.5，代表其具備足夠收斂效度。個別構念平均變異數萃取量反映出研究模型構念所測量出的差異。若平均變異萃取量小於 0.5，則構念衡量的平方差小於測量誤差，本研究指標因素負荷量均高於 0.5，顯示本研究架構具高度可靠性，檢定結果如表3所示。

表3 本研究構念信度及收斂效度相關指標表

Table 3 Measurement model reliability and convergent validity analysis

構念 Constructs	α 信度 Cronbach's α	rho_A	組合信度 Composite reliability	平均變異萃取量 Average variance extracted (AVE)
社會經濟效應 Positive socio-economic impacts	0.901	0.906	0.917	0.502
環境影響 Environmental impacts	0.902	0.913	0.918	0.506
歸屬感 Sense of belonging	0.862	0.872	0.892	0.509
古蹟資源的信念 Belief in historic tourism resources	0.834	0.844	0.879	0.549
旅遊體驗 Trip experience	0.786	0.842	0.860	0.608

區分效度主要有三種方法評估，包括 Cross-loadings analysis、Fornell-Larcker criterion與Heterotrait-Monotrait (HTMT) ratio of correlation三種方法；依照本研究分析，如表4-表6所示，顯示本研究具有良好的區別效度。

本研究所有衡量構念之成分組成信度皆高於門檻值0.70以上，顯示所設計之測量工具其內部一致性是可被接受。收斂效度方面，所有變項之因素負荷量皆大於0.60。同時，所有構念之AVE值均滿足最低門檻值0.5之要求。因此，本研究之測量模型通過檢驗，滿足收斂效度之需求，如表7所示。

表4 交叉因素負荷分析表
Table 4 Cross factor loadings analysis

Constructs	PSI	ENI	SB	BHTR	TE
PSI1	0.728	0.283	0.386	0.340	0.251
PSI2	0.658	0.270	0.353	0.330	0.072
PSI3	0.705	0.255	0.348	0.352	0.178
PSI4	0.692	0.296	0.313	0.417	0.283
PSI5	0.665	0.274	0.359	0.343	0.199
PSI6	0.688	0.192	0.370	0.274	0.102
PSI7	0.816	0.331	0.482	0.386	0.289
ENI1	0.380	0.768	0.368	0.608	0.342
ENI2	0.338	0.776	0.418	0.574	0.383
ENI3	0.242	0.683	0.283	0.399	0.183
ENI4	0.209	0.706	0.323	0.402	0.233
ENI5	0.213	0.664	0.341	0.381	0.270
SB1	0.320	0.277	0.686	0.253	0.200
SB2	0.351	0.284	0.711	0.301	0.254
SB3	0.344	0.473	0.653	0.378	0.297
SB4	0.355	0.304	0.706	0.288	0.303
SB5	0.489	0.408	0.786	0.403	0.416
SB6	0.404	0.421	0.826	0.425	0.384
SB7	0.377	0.308	0.645	0.283	0.314
SB8	0.426	0.305	0.746	0.288	0.294
SB9	0.277	0.686	0.820	0.320	0.253
BHTR1	0.363	0.567	0.355	0.758	0.326
BHTR2	0.341	0.527	0.347	0.789	0.273
BHTR3	0.369	0.456	0.364	0.729	0.370
BHTR4	0.452	0.540	0.373	0.817	0.386
BHTR5	0.363	0.509	0.356	0.727	0.452
BHTR6	0.239	0.397	0.160	0.607	0.198
TE1	0.252	0.255	0.299	0.253	0.640
TE2	0.297	0.324	0.395	0.365	0.847
TE3	0.107	0.263	0.225	0.279	0.761
TE4	0.255	0.440	0.420	0.478	0.851

註(Note)：PSI:社會經濟效應(Positive socioeconomic impacts); ENI:環境影響(Environmental impacts); SB:歸屬感(Sense of belonging); BHTR:古蹟資源的信念(Belief in historic tourism resources); TE:旅遊體驗(Trip experience).

表5 Fornell-Larcker criterion

Constructs	BHTR	PSI	ENI	SB	TE
BHTR	0.741				
PSI	0.487	0.709			
ENI	0.679	0.389	0.713		
SB	0.450	0.539	0.499	0.711	
TE	0.462	0.297	0.428	0.443	0.780

註(Note)：PSI:社會經濟效應(Positive socioeconomic impacts); ENI:環境影響(Environmental impacts); SB:歸屬感(Sense of belonging); BHTR:古蹟資源的信念(Belief in historic tourism resources); TE:旅遊體驗(Trip experience).

表6 Heterotrait-Monotrait ratio of correlation

Constructs	BHTR	PSI	ENI	SB	TE
BHTR					
PSI	0.533				
ENI	0.779	0.419			
SB	0.490	0.594	0.547		
TE	0.533	0.338	0.488	0.496	

註(Note)：PSI:社會經濟效應(Positive socioeconomic impacts); ENI:環境影響(Environmental impacts); SB:歸屬感(Sense of belonging); BHTR:古蹟資源的信念(Belief in historic tourism resources); TE:旅遊體驗(Trip experience).

表7 測量模型衡量構念相關矩陣與AVE平方根

Table 7 Measurement model estimations

衡量構念 Constructs	Mean	STD	PSI	ENI	SB	BHTR	TE
社會經濟效應 Positive socioeconomic impacts, PSI	4.01	0.75	0.708				
環境影響 Environmental impacts, ENI	3.82	0.82	0.402	0.711			
歸屬感 Sense of belonging, SB	3.45	0.84	0.527	0.469	0.798		
古蹟資源信念 Belief in historic tourism resources, BHTR	4.15	0.76	0.650	0.328	0.380	0.741	
旅遊體驗 Trip experience, TE	4.05	0.76	0.426	0.316	0.217	0.372	0.847

註：主對角線顯示AVE的平方根，顯著性 $p < 0.05$ 。

Note: Square root of average variances extracted are shown on diagonal. * $p < 0.05$.

三、檢定

透過上述結構模型分析結果發現，社會經濟效應、環境影響與歸屬感影響旅客與對古蹟資源之信念是支持的。而旅客對古蹟資源的信念影響旅客的旅遊體驗是支持的，本研究之假說一至四均為顯著支持，相關假說檢定結果彙整，如表8所示。

表8 假說檢定結果
Table 8 Hypothesis and results

Hypothesis	t Statistics	Results
(假說一) 社會經濟效應 → 古蹟資源的信念 Positive socioeconomic impacts → Belief in historic tourism resources	4.41**	Supported
(假說二) 環境影響 → 古蹟資源的信念 Environmental impacts → Belief in historic tourism resources	10.85***	Supported
(假說三) 歸屬感 → 古蹟資源的信念 Sense of belonging → Belief in historic tourism resources	2.66*	Supported
(假說四) 古蹟資源的信念 → 旅遊體驗 Belief in historic tourism resources → Trip experience	8.99***	Supported

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$

此外，為評估構念之間共線性的問題，可透過變異數膨脹因素(Variance inflation factor, VIF)作為評估指標，當VIF達到3.3，即表示構念之間存在共線性問題 (Kock, 2015)，本研究模型最大VIF為1.13，各構念之間VIF值皆未超過3.3最大指標，驗證本研究模型並不存在共線性問題。

伍、結論與建議

一、對理論的貢獻

(一) 觀光衝擊與地方依附

本研究以觀光衝擊與地方依附為理論依據，探討社會經濟效應、環境影響、歸屬感與透過遊客對古蹟資源的信念之影響研究，並以遊客對古蹟資源信念作為中介變數，深入分析對古蹟旅遊體驗影響效果。歸屬感包括對地方的熟悉感、社區支持感和

永恆感，本研究結果指出歸屬感是地方依附中重要的指標，進行古蹟觀光為遊客帶來過去曾擁有的歸屬感，也為遊客帶來心靈療癒，促進身心健康、穩定和適當恢復身心理平衡。

(二) 地方依附及歸屬感

本研究以地方依附及歸屬感層面探討遊客古蹟旅遊體驗，除了反映古蹟觀光的旅遊品質、環境意識及滿意度觀點，另外提供古蹟旅遊相關研究不同研究觀點；本研究提出遊客對古蹟資源的信念將影響個人旅遊體驗，古蹟觀光發展為需要透過周詳且具有遠見的觀光開發計畫來保存、維護環境資源，才能促進環境及觀光上的永續發展，同時指出旅遊歸屬感可以提供旅客消遣娛樂體驗；而古蹟旅遊亦可陶冶遊客心性與追求知識，從中獲得精神層面的滿足，從而增進對遊客古蹟觀光體驗。

二、對實務的建議

本研究結果顯示，社會經濟效應影響旅客對古蹟資源的信念是顯著支持 ($t = 4.41^{**}$, $p < 0.01$)，根據研究分析顯示，古蹟旅遊體驗不僅可從旅客接觸中增加文化交流，突顯當地文化特色，增進遊客知識，進而達到推廣宣傳之效果。透過旅遊瞭解當地古蹟文化，使旅客加深對當地的人文印象，證明古蹟地區的社會經濟能帶給觀光資源信念的正面影響。除了社會經濟衝擊之外，遊客體會旅遊樂趣之後，結合在地娛樂與遊憩，獲得寓教於樂的結果，亦可提升藝文活動之發展，藉由當地傳統文化所開發文物商品，增加旅客對本土文化之認知，對於當地經濟帶來貢獻。古蹟區域店家為吸引旅客前來消費，提升服務人員之素養，增進旅遊品質與經濟發展，重視旅遊目的地之環境管理是必要的，包括解決交通與停車等問題，進而促進當地現代化建築與基礎設施更新，提供便利安全的環境，藉以打造令遊客舒適的旅遊場所。對管理單位而言，控管遊客人數的承載量，避免旅遊擁擠與風險，降低當地犯罪率，均是未來須面臨之課題。

其次，環境衝擊是古蹟管理與政府單位必須注意的問題。本部份顯示環境影響旅客對古蹟資源的信念是顯著支持 ($t = 10.85^{***}$, $p < 0.001$)。遊客參觀古蹟為旅遊地區帶來經濟收入，但仍存在需要改善之處。例如大量遊客造訪導致環境破壞，殘留垃圾或造成空氣、噪音等汙染。遊客量增加必須增建旅館和餐飲設施，亦容易造成環境的負荷。旅遊活動與觀光資源息息相關，政府管理單位應要重視當地文化資產之保存，明訂法律與制度來保護當地觀光資源，民眾也需具備相關常識，不應破壞珍貴文化資產，觀光永續經營是需要民眾共同維護，重新審視環境與旅遊目的地共榮與永續發展之道。除了設立了相關法律制度維護自然資源與歷史古蹟外，同時也為古蹟資產維護與維持旅遊品質呈現平衡，提供遊客最佳的體驗。遊客參與旅遊活動能夠瞭解當地文化，進而體會觀光資源的珍貴。對旅遊地店家而言，應該以提升品質取代增建建設提

供遊客較佳品質之遊憩機會，藉此管制規劃遊客承載量，防止因大量人潮形成環境上的破壞。

第三，歸屬感影響旅客對古蹟資源的信念是顯著支持($t = 2.66^*$, $p < 0.05$)，部分原因因為政府振興旅遊政策所支持。本研究結果顯示，多數古蹟區域之店家對於旅客態度是友善的 (Mean = 3.45; SD = 0.84; Cronbach's $\alpha = 0.862$)。遊客可以與古蹟當地居民建立良好的互動關係，除了可從交談促進彼此交流之外，亦可參觀古蹟對於當地人文特色留下有更深之印象，藉由交流過程更加瞭解當地文化產生歸屬感，進而提高對於文化遺產之重視。對旅遊業者而言，由於古蹟蘊涵在地觀光資源豐富，在設計旅遊行程上，規劃更長的停留時間，讓遊客觀賞與體驗在地文化的時間增加，增加遊客歸屬感，透過停留時間之延長，能夠提供遊客以及當地居民更多的交流與互動；對當地店家與居民來說，不僅增加了許多娛樂及遊憩互動機會，更使生活與文化體驗品質得以交流。當地古蹟觀光為提升遊客歸屬感，可透過結合當地文化及風俗規劃體驗活動，讓遊客透過參與更加瞭解古蹟的文化歷史，或利用其他在地自然資源結合更多元的活動，讓遊客再次從市古蹟觀光能從中獲得心理上、實質環境與知識上各方面的感受，提升對古蹟觀光的價值認知。

第四，遊客對古蹟資源信念正向地影響遊客對古蹟旅遊體驗($t = 8.99^{***}$, $p < 0.001$)。遊客在從事古蹟旅遊過程中，個人感官、知覺、心智和行為不斷和古蹟環境產生互動，從這些互動關係得到感受與經驗。在地文化觀光產業與旅遊發展，具有直接且密切之關係，在旅遊發展過程應同時對遊客進行適度的環境教育，可建立遊客對於地方文化產業、生態環境、節能減碳及人文素養等之認知。強化遊客對古蹟資源信念有助於古蹟觀光當地的發展方向，讓文化觀光的拓展與遊客銜接，進一步發展當地觀光產業，更是創造觀光經濟成長的重要關鍵。政府與地方古蹟保護組織應該重視遊客參觀古蹟的行為，提高對於相關古蹟文物之重視，透過政策與資源挹注，確信古蹟觀光資源成為重要文化資產。此外，遊客古蹟觀光行為促使文化交流，提供遊客深入了解古蹟觀光文化機會，旅遊業者扮演提升遊客對古蹟觀光知正向旅遊體驗的角色；導遊或導覽人員能說明古蹟地區古蹟資源與文化推動觀光發展軌跡，讓導覽解說活化古蹟觀光的意義；對政府主管機關而言，完善規劃當地旅遊資源及串聯各古蹟景點，讓遊客能夠輕鬆便利從事古蹟觀光。更可透過當地獨特文化節慶，依古蹟之歷史背景創造具吸引力的文化活動，提升當地觀光產業發展，加強觀光宣傳，持續擴大古蹟觀光市場。

綜合上述，本研究結果針對古蹟資源保護、古蹟觀光服務、古蹟旅遊規劃與平衡及古蹟修繕四大面向提供實務建議。古蹟旅遊資源合理開發無疑對實現當地經濟、社會及環境效益具有重要意義，過度開發及開發後不當管理，嚴重影響古蹟文化及環境資源運用及永續保存，古蹟資源開發須同時兼顧資源永續保存及可持續發展的觀光收入來源，為完善達成古蹟資源保護，當地政府可招攬古蹟觀光發展領域學者與旅行

社、觀光經營管理人，共同規劃資源開發運用及保護規範，訂定觀光資源保護條例，透過法律效力有效規範，讓觀光資源得到妥善保護；對當地社區居民而言，除了分享古蹟資源開發所帶來的效益之外，更應積極投入資源保護，創造古蹟觀光與經濟共存之觀光模式。對遊客而言，透過參與古蹟觀光，除了解古蹟的文化歷史發展外，能夠充分理解古蹟資源是需要被妥善保護及規劃運用，培養對古蹟資源保持正確態度和價值觀，支持政府立法維護古蹟資源，對於推動古蹟觀光發展產生正向循環。

古蹟觀光服務對遊客體驗產生最直接的影響，增進觀光服務並提升相關人員維護古蹟旅遊品質，讓旅客能夠更加享受到遊憩娛樂，對當地文化有更深入的了解。觀光資源與旅遊息息相關，為響應古蹟觀光，政府每年應定期投入預算，以強化當地觀光服務，如持續培訓導覽解說員，滿足遊客對古蹟當地文化體驗及發展之需求，提升對古蹟觀光之正向體驗；當地社區居民則可透入古蹟觀光相關工作，結合自己成長經驗及熟悉當地文化發展，協助遊客進行文化體驗與知識探索，增加居民與遊客互動。對遊客而言，可將從事古蹟觀光過程中的感受與建議，回饋給當地政府與居民，讓遊客與古蹟觀光當地雙向溝通，不斷持續提升觀光服務品質。

古蹟文化資產再利用，重新讓老舊的有形物體重獲新生命，古蹟修繕傳承文化歷史的延續，也承載著創新之古蹟觀光旅遊和消費，現今在經濟蓬勃發展之下，推動古蹟活化與修繕，可成為滿足古蹟觀光需求的全民運動。古蹟修繕需在古蹟觀光消費價值和文化歷史價值兩者之間取得平衡，是生產、解釋或呈現文化藝術的方式之一。古蹟觀光旅遊發展及古蹟遺產保護觀念之興起，促使政府部門重視古蹟修繕再利用，將古蹟修繕和古蹟觀光活動，納入文化產業經濟的生產和消費體系中，提升古蹟使用效能，讓全民共享國家文化資產。當地居民對古蹟文化價值與發展最為熟悉，透過組織民間團體，在政府進行古蹟修繕活化時給予相關建議，在古蹟修繕產業化之餘，融入更豐富的歷史文化教育內涵，妥善保護並傳承當地文化價值。完善的古蹟修繕與活化再利用，讓遊客重視古蹟觀光旅遊之餘，能夠深入瞭解當地文化價值，滿足遊客寓教於樂的需求，更能讓遊客對古蹟當地產生歸屬感，進而提高對於文化資產之重視，逐步邁向聯合國永續發展目標(Sustainable development goals, SDGs)。

引用文獻

1. 王婷萱、鄭佳昆(2016)。地方依附對環境衝擊之影響探討—以北投纜車為例。《戶外遊憩研究》，29(2)，1-26。 [https://doi.org/10.6130/JORS.2016.29\(2\)1](https://doi.org/10.6130/JORS.2016.29(2)1)
Wang, T. H., & Cheng, C. K. (2016). Exploring the relationship between environmental impacts and place attachment: A case study of Beitou Gondola. *Journal of Outdoor Recreation Study*, 29(2), 1-26. [https://doi.org/10.6130/JORS.2016.29\(2\)1](https://doi.org/10.6130/JORS.2016.29(2)1)

2. 吳宗瓊(2003)。觀光發展階段與產業依賴程度對觀光衝擊認知影響之探討。《戶外遊憩研究》，16(1)，45-61。
Wu, T. C. (2003). The influences of development stages and tourism dependency on tourism impact perceptions. *Journal of Outdoor Recreation Study*, 16(1), 45-61.
3. 李宗鴻、黃三洋、張佩湘(2021)。古蹟觀光市場區隔：鹿港遊客的實證分析。《戶外遊憩研究》，34(4)，37-65。DOI:10.6130/JORS.202112_34(4).0002
Lee, T. H., Huang, S. Y., & Chang, P. S.(2021). Market segmentation of heritage tourism destinations: Empirical analysis of tourists at Lukang's heritage recreation sites. *Journal of Outdoor Recreation Study*, 34(4), 37-65. DOI:10.6130/JORS.202112_34(4).0002
4. 張梨慧、杜佩蘭、陳姿宏(2015)。地方依附對觀光發展認知影響之探討－金門出生者與非金門出生者。《戶外遊憩研究》，28(4)，103-139。https://doi.org/10.6130/JORS.2015.28(4)4
Chang, L. H., Du, P. L., & Chen, T. H.(2015). Place attachment and the perception of tourism development: Native and nonnative residents of Kinmen. *Journal of Outdoor Recreation Study*, 28(4), 103-139. https://doi.org/10.6130/JORS.2015.28(4)4
5. 陳啟明(2021)。以古蹟旅遊品質觀點探討旅遊發展與文化觀光關係之研究：以臺南市安平區為例。《品質學報》，28(2)，111-130。DOI：10.6220/joq.202104_28(2).0003
Chen, C. M.(2021). The study on the relationship between tourism development and cultural tourism from the perspective of historic site tourism quality: Taking Anping district of Tainan city as an example. *Journal of Quality*, 28(2), 111-130. DOI：10.6220/joq.202104_28(2).0003
6. Abou-Shouk, M., & Soliman, M. (2021). The impact of gamification adoption intention on brand awareness and loyalty in tourism: The mediating effect of customer engagement. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20(2), 100559. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100559
7. Adu-Ampong, E. A. (2017). Divided we stand: Institutional collaboration in tourism planning and development in the central region of Ghana. *Current Issues in Tourism*, 20(3), 295-314. https://doi.org/10.1080/13683500.2014.915795
8. Adu-Ampong, E. A. (2019). Historical trajectories of tourism development policies and planning in Ghana, 1957-2017. *Tourism Planning & Development*, 16(2), 124-141. https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1537002
9. Al-Ansi, A., Lee, J. S., King, B., & Han, H. (2021). Stolen history: Community concern towards looting of cultural heritage and its tourism implications. *Tourism Management*,

- 87, 104349. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104349>
10. Alrwajfah, M. M., Almeida-García, F., & Cortés-Macías, R. (2020). Females' perspectives on tourism's impact and their employment in the sector: The case of Petra, Jordan. *Tourism Management*, 78, 104069. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104069>
11. Andriotis, K., & Vaughan, D. R. (2009). The pattern-matching approach and its application in tourism development. *Current Issues in Tourism*, 12(4), 315-336. <https://doi.org/10.1080/13683500802346185>
12. Aygenc, B., Ozburak, C., & Uzunoglu, S. S. (2020). Investigation of place attachment and sense of belonging from the perspective of the residents - Samanbahce social residences as case study. *Amazonia Investiga*, 9(32), 91-107. <http://dx.doi.org/10.34069/AI/2020.32.08.10>
13. Beh, L. S., & Lin, W. L. (2022). Impact of COVID-19 on ASEAN tourism industry. *Journal of Asian Public Policy*, 15(2):300-321. <https://doi.org/10.1080/17516234.2020.1871180>
14. Bimonte, S., & Faralla, V. (2015). Happiness and outdoor vacations appreciative versus consumptive tourists. *Journal of Travel Research*, 54(2), 179-192. <https://doi.org/10.1177/0047287513513171>
15. Birendra, K., Dhungana, A., & Dangi, T. B. (2021). Tourism and the sustainable development goals: Stakeholders' perspectives from Nepal. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100822. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100822>
16. Boley, B. B., Strzelecka, M., Yeager, E. P., Ribeiro, M. A., Aleshinloye, K. D., Woosnam, K. M., & Mimbs, B. P. (2021). Measuring place attachment with the abbreviated place attachment scale (APAS). *Journal of Environmental Psychology*, 74, 101577. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101577>
17. Buckley, R., & Westaway, D. (2020). Mental health rescue effects of women's outdoor tourism: A role in COVID-19 recovery. *Annals of Tourism Research*, 85, 103041. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.annals.2020.103041>
18. Butler, G., & Rogerson, C. M. (2016). Inclusive local tourism development in South Africa: Evidence from Dullstroom. *Local Economy*, 31(1-2), 264-281. <https://doi.org/10.1177/0269094215623732>
19. Butler, R., O'Gorman, K. D., & Prentice, R. (2012). Destination appraisal for European cultural tourism to Iran. *International Journal of Tourism Research*, 14(4), 323-338. <https://doi.org/10.1002/jtr.862>

20. Canteiro, M., Córdova-Tapia, F., & Brazeiro, A. (2018). Tourism impact assessment: A tool to evaluate the environmental impacts of touristic activities in natural protected areas. *Tourism Management Perspectives*, 28, 220-227. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.09.007>
21. Chaibat, N., Chaongew, S., Ondokmai, P., & Makarkard, P. (2020). Levelized energy and exergy costings per life cycle assessment of a combined cooling, heating, power and tourism system of the San Kamphaeng hot spring, Thailand. *Renewable Energy*, 146, 828-842. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2019.07.028>
22. Chen, H. (2020). Complementing conventional environmental impact assessments of tourism with ecosystem service valuation: A case study of the Wulingyuan Scenic Area, China. *Ecosystem Services*, 43, 101100. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2020.101100>
23. Chen, Y. H., Kim, J., & Mueller, N. (2021). Estimating the economic impact of natural hazards on shared accommodation in coastal tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100634. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100634>
24. Chen, Y., Cottam, E., & Lin, Z. (2020). The effect of resident-tourist value co-creation on residents' well-being. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 30-37. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.05.009>
25. Chin, W. W., (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling, in Marcoulides, G. A. (eds.), *Modern methods for business research*, 1st, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 295-336.
26. Cuomo, M. T., Tortora, D., Foroudi, P., Giordano, A., Festa, G., & Metallo, G. (2021). Digital transformation and tourist experience co-design: Big social data for planning cultural tourism. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120345. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120345>
27. Degnen, C. (2016). Socialising place attachment: Place, social memory and embodied affordances. *Ageing & Society*, 36(8), 1645-1667. <https://doi.org/10.1017/S0144686X15000653>
28. García-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J., Hurtado-Palomino, A., De La Gala-Velásquez, B., & Zirena-Bejarano, P. P. (2021). Social capital and innovativeness in firms in cultural tourism destinations: Divergent contingent factors. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100529. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100529>
29. Godovykh, M., & Ridderstaat, J. (2020). Health outcomes of tourism development: A longitudinal study of the impact of tourism arrivals on residents' health. *Journal*

- of Destination Marketing & Management*, 17, 100462. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100462>
30. Gursoy, D., Boğan, E., Dedeoğlu, B. B., & Çalışkan, C. (2019). Residents' perceptions of hotels' corporate social responsibility initiatives and its impact on residents' sentiments to community and support for additional tourism development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39, 117-128. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.03.005>
 31. Hair, J. F. (2021). Next-generation prediction metrics for composite-based PLS-SEM. *Industrial Management & Data Systems*, 121(1), 5-11. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0505>
 32. Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101-110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
 33. Han, J. S., Lee, T. J., & Ryu, K. (2018). The promotion of health tourism products for domestic tourists. *International Journal of Tourism Research*, 20(2), 137-146. <https://doi.org/10.1002/jtr.2161>
 34. Hao, Y., Niu, X., & Wang, J. (2021). Impacts of haze pollution on China's tourism industry: A system of economic loss analysis. *Journal of Environmental Management*, 295, 113051. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113051>
 35. Higgins-Desbiolles, F. (2020). The “war over tourism” : Challenges to sustainable tourism in the tourism academy after COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(4), 551-569. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1803334>
 36. Hosany, S., Prayag, G., Van Der Veen, R., Huang, S., & Deesilatham, S. (2017). Mediating effects of place attachment and satisfaction on the relationship between tourists' emotions and intention to recommend. *Journal of Travel Research*, 56(8), 1079-1093. <https://doi.org/10.1177/0047287516678088>
 37. Hosseini, K., Stefaniec, A., & Hosseini, S. P. (2021). World Heritage Sites in developing countries: Assessing impacts and handling complexities toward sustainable tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100616. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100616>
 38. Hu, Y., & Xu, S. (2021). Memorability of a previous travel experience and revisit intention: The three-way interaction of nostalgia, perceived disappointment risk and extent of change. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100604. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100604>

39. Hung, K. P., Peng, N., & Chen, A. (2019). Incorporating on-site activity involvement and sense of belonging into the Mehrabian-Russell model—The experiential value of cultural tourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 30, 43-52. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.02.003>
40. Hunter, W. C. (2020). Syncretism and indigenous cultural tourism in Taiwan. *Annals of Tourism Research*, 82, 102919. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102919>
41. Hussain, K., Ali, F., Nair, P. K., Ragavan, N. A., & Nair, V. (2019). Perceived impacts and residents' support for tourism development in Port Dickson, Malaysia. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 67(4), 351-364
42. Jacquet, J. B., & Stedman, R. C. (2014). The risk of social-psychological disruption as an impact of energy development and environmental change. *Journal of Environmental Planning and Management*, 57(9), 1285-1304. <https://doi.org/10.1080/09640568.2013.820174>
43. Joo, D., Cho, H., & Woosnam, K. M. (2019). Exploring tourists' perceptions of tourism impacts. *Tourism Management Perspectives*, 31, 231-235. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.05.008>
44. Jordan, E. J., Spencer, D. M., & Prayag, G. (2019). Tourism impacts, emotions and stress. *Annals of tourism research*, 75, 213-226. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.01.011>
45. Kaminakis, K., Karantinou, K., Koritos, C., & Gounaris, S. (2019). Hospitality servicescape effects on customer-employee interactions: A multilevel study. *Tourism Management*, 72, 130-144. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.013>
46. Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of E-Collaboration*, 11(4), 1-10. <https://doi.org/10.4018/ijec.2015100101>
47. Kronenberg, K., & Fuchs, M. (2021). Aligning tourism's socio-economic impact with the United Nations' sustainable development goals. *Tourism Management Perspectives*, 39, 100831. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100831>
48. Li, G., Yang, X., Liu, Q., & Zheng, F. (2014). Destination island effects: A theoretical framework for the environmental impact assessment of human tourism activities. *Tourism Management Perspectives*, 10, 11-18. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.12.001>
49. Li, M. W., Teng, H. Y., & Chen, C. Y. (2020). Unlocking the customer engagement-brand loyalty relationship in tourism social media: The roles of brand attachment and

- customer trust. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 184-192. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.015>
50. Li, Y., Xiao, L., Ye, Y., Xu, W., & Law, A. (2016). Understanding tourist space at a historic site through space syntax analysis: The case of Gulangyu, China. *Tourism Management*, 52, 30-43. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.008>
51. Lin, L. P. L., Huang, S. C. L., & Ho, Y. C. (2020). Could virtual reality effectively market slow travel in a heritage destination? *Tourism Management*, 78, 104027. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104027>
52. Lin, Z., Chen, Y., & Filieri, R. (2017). Resident-tourist value co-creation: The role of residents' perceived tourism impacts and life satisfaction. *Tourism Management*, 61, 436-442. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.02.013>
53. Liu, S. T. (2020). Comparing the perspectives of municipal tourism departments and cultural departments on urban cultural-tourism development. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100432. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100432>
54. Luo, J. M., Qiu, H. Q., Goh, C., & Wang, D. (2016). An analysis of tourism development in China from urbanization perspective. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 17(1), 24-44. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.1016594>
55. Ma, X. L., Dai, M. L., & Fan, D. X. (2020). Land expropriation in tourism development: Residents' attitudinal change and its influencing mechanism. *Tourism Management*, 76, 103957. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.103957>
56. McKercher, B., Ho, P. S. Y., & du Cros, H. (2005). Relationship between tourism and cultural heritage management: Evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26(4), 539-548. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.018>
57. Mendoza-Moheno, J., Cruz-Coria, E., & González-Cruz, T. F. (2021). Socio-technical innovation in community-based tourism organizations: A proposal for local development. *Technological Forecasting and Social Change*, 171, 120949. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120949>
58. Oliveira, T., Araujo, B., & Tam, C. (2020). Why do people share their travel experiences on social media? *Tourism Management*, 78, 104041. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104041>
59. Park, D. B., Nunkoo, R., & Yoon, Y. S. (2015). Rural residents' attitudes to tourism and the moderating effects of social capital. *Tourism Geographies*, 17(1), 112-133. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.959993>
60. Payntar, N. D., Hsiao, W. L., Covey, R. A., & Grauman, K. (2021). Learning patterns

- of tourist movement and photography from geotagged photos at archaeological heritage sites in Cuzco, Peru. *Tourism Management*, 82, 104165. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104165>
61. Ponsignon, F., & Derbaix, M. (2020). The impact of interactive technologies on the social experience: An empirical study in a cultural tourism context. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100723. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100723>
 62. Pratt, S., & Alizadeh, V. (2018). The economic impact of the lifting of sanctions on tourism in Iran: A computable general equilibrium analysis. *Current Issues in Tourism*, 21(11), 1221-1238. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1307329>
 63. Prayag, G., Suntikul, W., & Agyeiwaah, E. (2018). Domestic tourists to Elmina Castle, Ghana: motivation, tourism impacts, place attachment, and satisfaction. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(12), 2053-2070. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1529769>
 64. Presenza, A., Del Chiappa, G., & Sheehan, L. (2013). Residents' engagement and local tourism governance in maturing beach destinations. Evidence from an Italian case study. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(1), 22-30. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.01.001>
 65. Qin, X., Shen, H., Ye, S., & Zhou, L. (2021). Revisiting residents' support for tourism development: The role of tolerance. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 114-123. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.010>
 66. Ragb, H., Mahrous, A. A., & Ghoneim, A. (2020). A proposed measurement scale for mixed-images destinations and its interrelationships with destination loyalty and travel experience. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100677. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100677>
 67. Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021). Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100621. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100621>
 68. Reggers, A., Grabowski, S., Wearing, S. L., Chatterton, P., & Schweinsberg, S. (2016). Exploring outcomes of community-based tourism on the Kokoda Track, Papua New Guinea: a longitudinal study of participatory rural appraisal techniques. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(8-9), 1139-1155. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1145229>
 69. Reitsamer, B. F., & Brunner-Sperdin, A. (2017). Tourist destination perception and well-being: What makes a destination attractive? *Journal of Vacation Marketing*, 23(1), 55-

72. <https://doi.org/10.1177/1356766715615914>
70. Ruan, W., Li, Y., Zhang, S., & Liu, C. H. (2019). Evaluation and drive mechanism of tourism ecological security based on the DPSIR-DEA model. *Tourism Management*, 75, 609-625. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.06.021>
71. Sarstedt, M., Ringle, C. M., Cheah, J. H., Ting, H. R., Moisescu, O. I., & Radomir, L. (2020). Structural model robustness checks in PLS-SEM. *Tourism Economics*, 26(4), 531-554. <https://doi.org/10.1177/1354816618823921>
72. Shen, S. Y., Zhao, J., Xu, J., Guo, J. Y., & Shi, L. N. (2016). Understanding tourism development of historic districts from a representational perspective. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 14(4), 291-306. <https://doi.org/10.1080/14766825.2015.1042388>
73. Silva, H. E., & Henriques, F. M. (2021). The impact of tourism on the conservation and IAQ of cultural heritage: The case of the Monastery of Jerónimos (Portugal). *Building and Environment*, 190, 107536. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2020.107536>
74. Su, D. N., Nguyen, N. A. N., Nguyen, Q. N. T., & Tran, T. P. (2020). The link between travel motivation and satisfaction towards a heritage destination: The role of visitor engagement, visitor experience and heritage destination image. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100634. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100634>
75. Su, L. J., Huang, Y. H., & Hsu, M. (2018). Unraveling the impact of destination reputation on place attachment and behavior outcomes among Chinese urban tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1(4), 290-308. <https://doi.org/10.1108/JHTI-11-2017-0026>
76. Tsaur, S. H., Yen, C. H., & Teng, H. Y. (2018). Tourist-resident conflict: A scale development and empirical study. *Journal of Destination Marketing & Management*, 10, 152-163. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.09.002>
77. Vada, S., Prentice, C., Scott, N., & Hsiao, A. (2020). Positive psychology and tourist well-being: A systematic literature review. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100631. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100631>
78. Vaduva, S., Echevarria-Cruz, S., & Takacs Jr, J. (2020). The economic and social impact of a university education upon the development of the Romanian tourism industry. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 27, 100270. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100270>
79. Vergori, A. S., & Arima, S. (2020). Cultural and non-cultural tourism: Evidence from Italian experience. *Tourism Management*, 78, 104058. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104058>

-
80. Viken, A., Höckert, E., & Grimwood, B. S. (2021). Cultural sensitivity: Engaging difference in tourism. *Annals of Tourism Research*, 89, 103223. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103223>
81. Wang, L. G., & Yotsumoto, Y. (2019). Conflict in tourism development in rural China. *Tourism Management*, 70, 188-200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.012>
82. Wang, R., Dai, M., Ou, Y., & Ma, X. (2021). Residents' happiness of life in rural tourism development. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100612. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100612>
83. Winter, T., & Adu-Ampong, E. A. (2021). Residents with camera: Exploring tourism impacts through participant-generated images. *Annals of Tourism Research*, 87, 103112. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103112>
84. Wright, K. A., Kelman, I., & Dodds, R. (2020). Tourism development from disaster capitalism. *Annals of Tourism Research*, 89, 103070. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103070>
85. Wu, K. J., Zhu, Y., Chen, Q., & Tseng, M.-L. (2019). Building sustainable tourism hierarchical framework: Coordinated triple bottom line approach in linguistic preferences. *Journal of Cleaner Production*, 229, 157-168. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.04.212>
86. Wynveen, C. J., Schneider, I. E., Arnberger, A., Cottrell, S., & von Ruschkowski, E. (2020). Integrating place attachment into management frameworks: exploring place attachment across the recreation opportunity spectrum. *Environmental Management*, 66(2), 248-262. <https://doi.org/10.1007/s00267-020-01292-7>
87. Xi, J. C., Zhao, M. F., Ge, Q. S., & Kong, Q. Q. (2014). Changes in land use of a village driven by over 25 years of tourism: The case of Gougezhuang village, China. *Land Use Policy*, 40, 119-130. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2013.11.014>
88. Yang, E., Kim, J., Pennington-Gray, L., & Ash, K. (2021). Does tourism matter in measuring community resilience? *Annals of Tourism Research*, 89, 103222. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103222>
89. Yang, F. X., & Lau, V. M. C. (2019). Experiential learning for children at World Heritage Sites: The joint moderating effect of brand awareness and generation of Chinese family travelers. *Tourism Management*, 72, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.011>
90. Yang, I., Michelle, C., French, J. A., Lee, L. M. Q., & Shrestha, K. M. (2021). An institutional isomorphism perspective of tourism impact. *Annals of Tourism Research*,

- 86, 102921. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102921>
91. Yu, C. P., Huang, Y. C., Yeh, P. F., & Chao, P. H. (2017). Residents' attitudes toward island tourism development in Taiwan. *Island Studies Journal*, 12(2), 159-176. <https://doi.org/10.24043/isj.32>
92. Zhang, J. (2021). Impacts of the emissions policies on tourism: An important but neglected aspect of sustainable tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 453-461. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.006>
93. Zhao, Y., Ponzini, D., & Zhang, R. (2020). The policy networks of heritage-led development in Chinese historic cities: The case of Xi'an's Big Wild Goose Pagoda area. *Habitat International*, 96, 102106. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2019.102106>
94. Zhong, L. N., Sun, S., Law, R., & Li, X. N. (2021). Tourism crisis management: Evidence from COVID-19. *Current Issues in Tourism*, 24(19), 2671-2682. <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2021.1901866>