

## 遊憩體驗、地方依戀及重遊意願關係之研究： 以自行車道遊憩使用者為例

柳立偉 林志偉 林祐陞\*

朝陽科技大學

\*通訊作者：林祐陞  
通訊地址：413 臺中市霧峰區吉峰東路 168 號  
E-mail: linyusheng3117@yahoo.com.tw  
DOI: 10.6167/JSR/2014.23(1)1  
投稿日期：2013 年 8 月 接受日期：2014 年 3 月

### 摘 要

本研究主要目的在探討高雄市自行車道遊憩使用者之遊憩體驗、地方依戀及重遊意願之間的影響關係。係以高雄市西臨港線自行車道及旗津環島踩風自行車道之遊憩使用者為主要研究對象，採用立意抽樣方式來進行問卷發放，共回收 446 份有效問卷，有效回收率為 93%。資料分析方法包括描述性統計、因素分析及結構方程模式 (structural equation modeling, SEM)。主要研究結果發現：(1) 自行車道參與者知覺到較高的遊憩體驗及較佳的地方依戀，並擁有高度的重遊意願。(2) 遊憩體驗會正向影響地方依戀與重遊意願，而地方依戀亦會正向影響重遊意願。結論：自行車道參與者的遊憩體驗與地方依戀對重遊意願皆有正向影響關係存在，因此建議相關單位應研擬出如何讓遊客持續重遊此車道之意願。

關鍵詞：自行車道、地方依賴、地方認同

## 壹、緒論

### 一、研究背景與動機

近年來因為能源短缺、油價日漸高漲及全球暖化加劇，環保議題逐漸開始受到重視，世界各地開始重視及發展具備綠能環保的替代性交通工具，故「自行車」這項問世已久的交通工具，因而再度受到重視且大受歡迎。而國內民眾基於上述種種原因，也開始熱衷於參與自行車運動。根據交通部統計處(2010)調查，國內在2009年中有約51%的民眾曾經騎乘過自行車，其中有六成的民眾是利用它來從事「休閒、運動、旅行」等活動，而更有超過六成六的人是每週都會固定參與這項運動；換言之，這表示國內目前自行車運動人口即高達360萬人。高雄市近年來因應產業轉型及推動「市港合一」政策，市府大力推動以休閒、觀光為主軸的城市發展政策，大量整建、宣傳市、港區各個重要景點，營造出「海洋首都」、「健康城市」的城市意象。除此之外，市府為呼應上述中央政府所推動的計畫以及落實「節能減碳」等環保政策，及主辦「2009年世界運動會」的機會，全面啟動了一系列的自行車道整建計畫以及建置公共腳踏車租賃系統，這對於推廣自行車運動和發展休閒觀光可說是助益良多。且目前高雄市自行車道中「西臨港線自行車道——高雄港站鐵道博物館、漁人碼頭、香蕉碼頭、駁二藝術特區、情人碼頭、愛河出海口、光榮碼頭、新光碼頭、夢時代購物廣場」及「旗津環島踩風自行車道——旗津砲臺、旗津燈塔、海水浴場、海岸公園、風車公園及高字塔」

等知名景點，是最具有「港都城市」意象且為高雄市政府大力宣傳推廣的兩條自行車道。這兩條自行車道更可藉由「旗津—鼓山輪渡站」和「前鎮—中洲輪渡站」兩條渡輪航線串連起來，形成一條連貫富含「港都」地方特色之環港自行車道，總長度約為24公里，長度和騎乘時間非常適合規劃「自行車一日遊」的行程。

根據李宗鴻(2006)及蘇瑞蓮與金喆(2008)指出，影響遊客旅遊行為的因素很多，「旅遊目的地意象」及「遊憩體驗」是戶外遊憩及觀光領域常用來衡量遊客遊憩行為為感受的變項之一(宋威穎、雷文谷、熊婉君，2009)。因此在擁有了吸引遊客前來的因素後，最重要的就是要讓民眾能夠在此享受到美好的遊憩體驗，如此才能讓民眾感覺不虛此行。而高雄市建置自行車道的目的之一，就是為了吸引更多的遊客前來觀光。因此，瞭解遊客在該地的體驗感受也就是市府必須應重視的一環。因當遊客在經歷了每次的遊憩活動後，必定會留下特別的感受與經驗，而這種感受與經驗若是正面的，表示遊客本身對此次活動所接觸的人事時地物中的全部或某部分是滿意的。林裕強(2006)即指出遊客若對於旅遊景點具有正面的情感，且在遊程中獲得滿足之感受，並對該景點具有永恆的期待且願意去維持或促進該地的發展即稱為地方依戀；而這種依戀屬於情感性的部分稱為地方認同，屬於機能性依戀的部分稱為地方依賴。因此若遊憩地點能夠讓遊客產生依賴、認同的行為感受，代表該地不僅能夠滿足遊客的需求以外，更能夠持續地與遊客產生情感與行為上的維繫，進而

增加該遊憩地區與其他同類型區域間的競爭力，這對於相關機關單位來說，是非常重要的。

地方政府願意花費大量資源建置自行車道，無非就是希望能夠提供民眾一個優質的觀光遊憩環境，且透過不間斷的人潮來此遊玩，進而帶動地方整體的經濟發展，營造出一個能「永續經營」的優質觀光環境，因此，讓遊客願意在往後的時間，再次造訪該遊憩地點，也就成為各地方政府必須審慎面對的課題。Griffin (1995) 認為旅客的重遊意願是依據先前旅遊經驗的認知而來；當遊客對旅遊的目的地產生滿意而造成再次前往旅遊的意念甚至行爲，稱之爲重遊意願。故民眾是否願意再次此地遊玩，將是影響地方政府發展觀光產業能否成功的關鍵之一。經由上述內容可發現，遊憩體驗、地方依戀及重遊意願皆是影響遊客對於一個遊憩觀光地點的重要評價指標，然而在過往的眾多研究中發現，大多研究僅針對「遊憩體驗對地方依戀」(陳智珉，2008；劉宗穎、蘇維杉，2009)、「遊憩體驗對重遊意願」(張孝銘、李豪，2008；郭進財、王凱雯、黃文成，2010)以及「地方依戀對重遊意願」(江靜宜，2008；范啓敏，2008)兩兩變項間的關聯性與影響來進行探討。而在上述的過往研究中也發現，遊憩體驗、地方依戀及重遊意願兩兩變項間皆具有顯著的影響情形存在；由此可瞭解，遊客個人的各種心理評價感知，是會有相互影響的效果存在。因此將瞭解高雄市自行車道遊憩使用者遊憩體驗、地方依戀及重遊意願之整體情形與現況，並進一步分析其之間的整體關係

爲何。本研究也期望能將分析結果，提供給相關單位做爲參考之用，而相關單位若能夠在瞭解遊客遊憩體驗、地方依戀及重遊意願的現況情形後，針對不足之處予以改善，將對其觀光產業發展有極大的助力。

## 二、研究目的

- (一) 瞭解高雄市自行車道遊憩使用者，其遊憩體驗、地方依戀及重遊意願之現況。
- (二) 探討高雄市自行車道遊憩使用者，其遊憩體驗、地方依戀及重遊意願之影響情形。

## 貳、研究方法

### 一、研究對象

本研究採立意抽樣之方式，以高雄市「西臨港線自行車道」以及「旗津環島踩風自行車道」來進行問卷的調查，於2012年7月7日至7月15日期間(下午3點至6點)，並選取年滿14歲以上(依內政部統計慣例區分爲六個類別，發放前先詢問是否年滿14歲)之民眾爲施測對象，共計發出500份問卷，回收500份，回收率100%，刪去無效問卷48份後，有效問卷452份，有效率爲90.4%。

### 二、研究工具

#### (一) 個人資本基料

包含性別(男性、女性)；年齡(14~24歲、25~34歲、35~44歲、45~54歲、

55 ~ 64 歲及 65 歲以上)；居住地(高雄地區、非高雄地區)；造訪此自行車道次數(第 1 次造訪、再次造訪)；自行車來源(租用或借來、自行攜帶)；此次同行對象(獨自、朋友、家人親戚、車友)。

### (二) 遊憩體驗量表

此量表採用宋威穎與雷文谷(2009)所建構的「自行車道遊憩體驗量表初編之研究」，共計 19 題，以李克特五點量表計分。但檢視該量表後發現，第 4、7 兩題題意皆有兩個問項，不符合問卷題項設計原則，故將這兩題中的兩個問項，分別拆題來做施測，因此總題數增加至 21 題。本量表先以決斷值進行項目分析，考驗各問項之鑑別度，結果顯示無須刪除之題項，再經因素分析(球形檢定達顯著及 KMO 值為 .90)，利用主成分分析法萃取因素，採最大變異法進行轉軸，第一次因素分析後，第 2、9、10 題未達 0.5 之因素負荷量，予以刪除，再進行第二次因素分析，發現第 7、8 題跑離原引用量表原構面，再予以刪題，總計刪除 5 題，爾後進行第三次因素分析，共萃取出三個因素，為「自我成長體驗」、「實體環境體驗」及「心理體驗」等三個向度，共計 15 題，其累積解釋變異量為 61.99%，而 Cronbach's  $\alpha$  係數分別為 .85、.86 及 .84，整體信度為 .89，顯示本量表具有良好信效度之建構。

### (三) 地方依戀量表

此量表採用葉珮如(2010)在「臺北縣八里左岸自行車道使用者休閒涉入與地方依戀之研究」中的自行車道「地方依戀」

量表，共計 15 題，以李克特五點量表計分。本量表先以決斷值進行項目分析，考驗各問項之鑑別度，結果顯示無須刪除之題項，再經因素分析(球形檢定達顯著及 KMO 值為 .92)，利用主成分分析法萃取因素，採最大變異法進行轉軸，第一次因素分析後，發現第 1、7、8、9 題皆未達 0.5 之因素負荷量，故予以刪除，再進行第二次因素分析，共萃取出兩個因素，分別為「地方認同」及「地方依賴」兩個向度，共計 11 題，其累積解釋變異量為 61.83%，而 Cronbach's  $\alpha$  係數分別為 .85 及 .87，整體信度為 .90，顯示本量表具有良好信效度之建構。

### (四) 重遊意願量表

此量表係參考 Zeithaml, Berry, and Parasuraman (1996) 發展之行為意向量表後所擬定設計而成，共計有 3 題項，以李克特五點量表計分。本量表先以決斷值進行項目分析，考驗各問項之鑑別度，結果顯示無須刪除之題項，其累積解釋變異量為 69.33%，而整體信度為 .88，顯示其具有良好之信度。

## 三、資料處理分析

本研究以 SPSS 18.0 中文版軟體及 LISREL8.52 版進行統計分析，進行統計分析，分析方法包括：描述性統計、項目分析、因素分析、信度考驗、結構方程模式(structural equation modeling, SEM)，各項統計考驗，顯著水準均為  $\alpha = .05$ 。

## 參、結果

### 一、樣本特性

本研究所取得之樣本經描述性統計分析後，彙整如表 1 所示，其中男性 221 人 (48.9%)、女性 231 人 (51.1%)；年齡 14 ~ 24 歲 185 人 (40.9%)、25 ~ 34 歲 171 人 (37.8%)、35 ~ 44 歲 49 人 (10.9%)、45 ~ 54 歲 24 人 (5.3%)、55 ~ 64 歲 15 人 (3.3%)、65 歲以上 8 人 (1.8%)；居住地高雄地區 284 人 (62.8%)、非高雄地區 168 人 (37.2%)；第 1 次造訪此車道 189 人 (41.9%)、再次造訪 263 人 (58.1%)；自行車來源租用或借來 222 人 (49.1%)、自行車攜帶 230 人 (50.9%)；此次同行對象獨自

表 1 研究對象分布表

背景變項	類別	人數	百分比
性別	男	221	48.9%
	女	231	51.1%
年齡	14 ~ 24 歲	185	40.9%
	25 ~ 34 歲	171	37.8%
	35 ~ 44 歲	49	10.9%
	45 ~ 54 歲	24	5.3%
	55 ~ 64 歲	15	3.3%
	65 歲以上	8	1.8%
居住地	高雄地區	284	62.8%
	非高雄地區	168	37.2%
造訪此自行車道次數	第 1 次造訪	189	41.9%
	再次造訪	263	58.1%
自行車來源	租 / 借	222	49.1%
	自行攜帶	230	50.9%
同行對象	獨自	27	6.0%
	朋友	282	64.4%
	家人親戚	80	17.7%
	車友	63	13.9%

27 人 (6.0%)、朋友 282 人 (62.4%)、家人親戚 80 人 (17.7%)、車友 63 人 (13.9%)。

### 二、遊憩體驗、地方依戀與重遊意願之現況分析

由分析結果得知，遊憩體驗整體平均數為 3.82，以「心理體驗」感受程度較高 ( $M = 4.27$ ,  $SD = 0.69$ )，其次依序為「自我成長體驗」向度 ( $M = 3.83$ ,  $SD = 0.83$ )、「實體環境體驗」向度 ( $M = 3.42$ ,  $SD = 0.91$ )。地方依戀整體平均數為 3.73，於「地方認同」感受程度較高 ( $M = 3.74$ ,  $SD = 0.84$ )，其次為「地方依賴」向度 ( $M = 3.72$ ,  $SD = 0.80$ )。重遊意願整體平均數為 4.25，以「願意再次騎乘」( $M = 4.26$ ,  $SD = 0.66$ )與「願意推薦給親朋好友」( $M = 4.26$ ,  $SD = 0.65$ )兩個向度感受程度為較最高，其次為「願意分享美好經驗」向度 ( $M = 4.24$ ,  $SD = 0.65$ )。

### 三、模式適配適度考驗

本研究依據黃芳銘 (2004) 的建議，在進行模式整體適配度指標評估時，可採用絕對適配指標 (GFI、SRMR、RMSEA)、相對式配指標 (NNFI、CFI) 及簡效式配指標 (PNFI、CN) 等三種類型指標，來驗證其假設模式是否能被接受。經由表 2 可得知，在絕對適配指標中  $\chi^2 = 78.47$ ,  $p = .000$ ，達顯著水準，即本研究之假設模式之共變數矩陣與實證資料之共變數矩陣之間有顯著差異存在，因此，模式被拒絕，但  $\chi^2$  容易受樣本數大小所影響，而在統計上達顯著水準，因此須再參考其他指標題

來驗證(陳正昌、程炳林, 1998)。在絕對適配指標方面,  $\chi^2/df$  值為 4.61、GFI 值為 .96、SRMR 值為 .038、RMSEA 值為 .090。在相對適配指標方面, NNFI 值為

.96、CFI 值為 .98。在簡效式適配指標方面, PNFI 值為 .59、CN 值為 186.88。整體而言, 其三種類型的適配指標大部分均通過模式考驗, 顯示本研究模式適配度頗佳, 即本研究建構高雄市自行車道遊憩使用者遊憩體驗、地方依戀及重遊意願, 具有良好之模式建構。

表 2 整體適配度考驗指標摘要表

整體適配指標	參考指標	檢驗值	考驗結果
絕對適配指標			
$\chi^2/df$		78.47/17	-
Normed chi-square	3.0 ~ 5.0	4.61	接受
GFI	> .90	.96	接受
SRMR	< .05	.04	接受
RMSEA	< .10	.09	接受
相對配適指標			
NNFI	> .90	.96	接受
CFI	> .90	.98	接受
簡效適配指標			
PNFI	> .50	.59	接受
CN	> 200	186.88	被拒絕

#### 四、參數估計

由圖 1 顯示, 在各變項間其標準化係數可知, 自行車參與者之遊憩體驗(心理體驗、實體環境體驗與自我成長體驗)直接正向影響自行車參與者地方依戀的行為( $\gamma = .79, p < .05$ ); 自行車參與者之遊憩體驗(心理體驗、實體環境體驗與自我成長體驗)直接正向影響自行車參與者重遊意願之傾向( $\gamma = .57, p < .05$ ); 自行車參與者地方依戀(地方依賴與地方認同)直接正向影響重遊意願之傾向( $\gamma = .27, p < .05$ )。

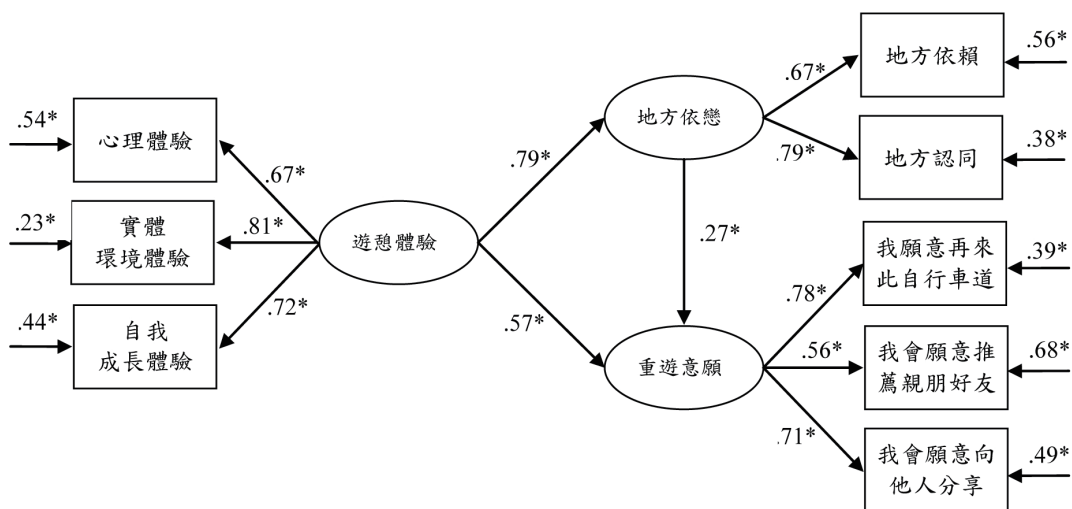


圖 1 研究驗證結果模式

\* $p < .05$

## 肆、討論

經描述性分析可知，在遊憩體驗量表中，在「心理體驗」得分最高，其與宋威穎等人(2009)針對自行車道遊客的研究，結果相符合。顯示經由高雄市自行車道進行遊憩活動後，大多認為對於減輕其個人壓力、放鬆身心以及增進與家人朋友的關係是最有助益的。在地方依戀量表中，發現「地方依賴」的得分高於「地方認同」，其與 Moore 與 Graefe (1994) 對地方依戀的發展過程所做出之解釋相一致，即偏向功能性的「地方依賴」會在較短的時間內形成，而較偏情感成分的「地方認同」就需要較長的時間來養成。在重遊意願的量表中，其得分介於願意至非常願意間，表示參與者在實際騎乘過高雄市自行車道後，個人重遊意願或是向他人推薦及分享經驗等方面，對再次造訪高雄市自行車道皆表達高度的重遊意願。

本研究結果顯示，高雄市自行車道遊憩使用者之遊憩體驗對於地方依戀具有正向影響效果，此結果與雷文谷、宋威穎、張涵菡、林聖峻與王顯斌(2009)及陳寬裕、林士豐與歐人豪(2012)針對自行車道使用者的研究結果相符。當遊憩者在高雄市自行車道進行遊憩活動過後，如個人認為在此車道活動是能獲得更多的成就感、知識以及學習到更多新事物等成長感受時，將最容易使個人對高雄市自行車道的萌生出強烈的地方依戀。目前各縣市政府皆全力發展休閒觀光產業，尤其是自行車運動當道的今日，許多富含地方景觀特色的自行車道如雨後春筍般的被建構出來，此

舉無非就是希望能夠吸引更多遊客前來該地方遊玩、消費，進而促進地方經濟發展。其次，遊憩體驗對重遊意願具有正向影響效果，此發現與劉季真、杜先惠、陳惠嫻、張明正與張偉雄(2009)針對高雄新光碼頭遊客的研究結果類似。當遊憩者到高雄市自行車道進行遊憩活動後，若當次的體驗感受程度愈高時，代表在此自行車道所進行的遊憩活動結果是符合或超過其個人需求的(如：能夠減輕個人日常生活緊張與壓力、能夠使其與家人朋友關係更為緊密時)，也因為在此地的活動感受是能夠滿足個人的需求時，因此這樣的體驗感受就會對於個體是否願意再次重遊此自行車道產生正面的影響效果。最後，地方依戀對於重遊意願具有正向影響效果，此發現與范啓敏(2008)針對休閒農場遊客的研究結果相符。當遊憩者對於高雄市自行車道的地方依戀感受越高時，即是代表對於此車道是會產生上述的實際行為依賴與個人情感認同；換言之，即遊憩參與者會將此車道視為其個人生活中非常重要且不可或缺的一部分，因為是重要且不可缺少的，因此再重遊此車道的意願與頻率則相對的增加。

目前自行車運動熱潮呈現消退的趨勢，要如何能夠讓民眾願意持續從事自行車運動與來此車道活動，將是市府未來必須面臨的課題。且本研究亦發現樣本族群為 34 歲以下佔約八成，可能為影響地方依戀對重遊意願相關性較低之因素，後續相關研究可對此一發現做後續深入探討，並建議未來能夠針對不同的研究變項來進一步探討遊憩者在高雄市自行車道進行活動

後的實際感受與影響程度，如：遊憩涉入、旅遊動機、旅遊意象等以提出鼓勵民眾持續參與自行車運動的策略，以及研議出自行車道環境永續經營的方式與政策，再提供給相關單位做為參考。

## 參考文獻

1. 交通部統計處 (2010)。自行車使用狀況調查摘要分析。取自 <http://www.motc.gov.tw/mocwebGIP/wSite/lp?ctNode=542&CtUnit=96&BaseDSD=7&mp=1>
2. 江靜宜 (2008)。遊客對國家公園遊憩體驗滿意度、場所依戀與重遊意願之研究：以墾丁國家公園為例 (未出版之碩士論文)。國立嘉義大學，嘉義市。
3. 宋威穎、雷文谷 (2009)。自行車道遊憩體驗量表初編之研究。《健康管理學刊》，7(2)，209-219。
4. 宋威穎、雷文谷、熊婉君 (2009)。東豐綠廊自行車道遊客特性與遊憩體驗之研究。《運動健康與休閒學刊》，11，96-109。
5. 李宗鴻 (2006)。遊客遊憩體驗之研究——以柴山自然公園為例。《休閒運動期刊》，5，223-232。
6. 林裕強 (2006)。地方依戀在生態旅遊地管理上的意涵——以陽明山國家公園為例。《國家公園學報》，16(2)，41-59。
7. 范啓敏 (2008)。休閒農場遊客活動涉入及場所依戀與再遊意願研究 (未出版之碩士論文)。國立嘉義大學，嘉義市。
8. 張孝銘、李豪 (2008)。觀光吸引力、遊憩體驗、遊憩滿意度及重遊意願之相關研究——以苗栗縣大湖鄉為實證。《休閒產業管理學刊》，1(2)，66-78。
9. 郭進財、謝凱雯、黃文成 (2010)。觀光吸引力、遊憩體驗、滿意度、與重遊意願之研究——以嘉義縣布袋好美里風景區為例。《海峽兩岸體育研究學報》，4(2)，1-19。
10. 陳正昌、程炳林 (1998)。SPSS、SAS、BMDP 統計軟體在多變量統計上的應用。臺北市：五南。
11. 陳智珉 (2008)。遊客遊憩涉入、遊憩體驗與場所依戀關係之研究——以高雄市愛河為例 (未出版之碩士論文)。國立屏東科技大學，屏東縣。
12. 陳寬裕、林士豐、歐人豪 (2012)。自行車活動參與者遊憩涉入、地方依戀與目的地忠誠度關係之研究。《休閒觀光與運動健康學報》，2(2)，18-36。
13. 黃芳銘 (2004)。結構方程模式在教育資料應用之研究。臺北市：五南。
14. 葉珮如 (2010)。假日自行車道使用者休閒涉入與地方依附之相關研究——以臺北縣八里左岸自行車道為例 (未出版之碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。
15. 雷文谷、宋威穎、張涵菀、林聖峻、王顯斌 (2009)。淡水金色水岸自行車道使用者涉入程度、遊憩體驗與場地依戀之研究。《人文暨社會科學期刊》，5(1)，67-81。
16. 劉季真、杜先惠、陳惠嫻、張明正、張偉雄 (2009)。遊憩體驗對遊客滿意度與重遊意願的影響——以高雄新光碼頭為例。《運動健康與休閒學刊》，13，109-120。
17. 劉宗穎、蘇維杉 (2009)。生態旅遊遊客環境態度、旅遊動機、遊憩體驗與地方依附之關係研究——以塔塔加遊憩區為例。《運動休閒管理學報》，6(2)，53-72。
18. 蘇瑞蓮、金喆 (2008)。旅遊意象、知覺價值、服務品質、知覺風險對遊後行為意圖的影響——以苗栗縣西湖渡假村為例。《聯大學報》，5(1)，181-200。



19. Griffin, J. (1995). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. New York: Lexington Books.
20. Moore, R. L., & Graefe, A. R. (1994). Attachments to recreation settings: The case of rail-trail users. *Leisure Science, 16*(1), 17-31. doi: 10.1080/01490409409513214
21. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing, 60*(2), 31-46. doi: 10.2307/1251929

# Assessment of Relationships among Recreation Experience, Place Attachment and Revisiting Willingness in Kaohsiung City Bike Riders

Li-Wei Liu, Chih-Wei Lin, Yu-sheng Lin\*

Chaoyang University of Technology

\*Corresponding author: Yu-sheng Lin

Address: No.168, Jifeng E. Rd., Wufeng Dist., Taichung City 413, Taiwan (R.O.C.)

E-mail: linyusheng3117@yahoo.com.tw

DOI: 10.6167/JSR/2014.23(1)1

Received: August, 2013 Accepted: March, 2014

## Abstract

The primary purpose of this study was to investigate the relationships among the recreation experience, place attachment and willingness to revisit the place in Kaohsiung City bike trail users. The subjects were selected from the users of the west adjacent-port loop bike trail and the Chichin cycling-around-Taiwan, via pedaling-winds bike trail in Kaohsiung, and questionnaires were distributed. Total 446 valid questionnaires were obtained from the participants, which made a participation rate of 93%. The research instruments, including the recreation experience scale, place attachment scale and willingness to revisit scale were used in this study. The obtained data were analyzed by descriptive statistics analysis, factor analysis and structural equation modeling (SEM). The major findings of the study were as follows: (1) The bike trails users perceived a higher degree of recreation experience and greater place attachment, and had a higher levels of willingness to revisit the place. (2) The users' recreation experience was positively influenced the place attachment as well as willingness to revisit; while place attachment was also positively influenced the willingness to revisit. This study concludes that the bike trail users' recreation experience and place attachment were positively influenced their willingness to revisit. Therefore, our study suggests that the concerned government department/authorities need to develop suitable strategies to promote revisit willingness of the bike trails users.

**Keywords:** bikeway, place dependence, local identity