

基于网络文本分析的千山风景区旅游形象感知研究

◆任红颖 赵亮

(辽宁科技大学工商管理学院 辽宁鞍山 114051)

摘要: 千山作为国家5A级旅游景区,拥有丰富的自然资源与旅游资源。旅游者对千山的形象感知直接影响到旅游者的体验效果和满意度。本文利用驴妈妈旅游网、蚂蚁窝自由行、携程旅行网、游多多等旅游网站通过对游客旅行游记、网络日志、点评的归纳,总结出千山风景区的旅游形象感知。

关键词: 千山; 旅游景区; 网络日志; 形象感知

由于旅游感受等信息在网络上充分的交汇融合,使得其可以较为直观的反映出旅游者对于旅游目的地的直观感受。千山风景区是5A级景区,又是山岳型风景区之一,本文将尝试通过游记、网络日志等信息资源分析千山风景区的旅游形象感知,并与同是5A级景区兼山岳型风景区的普陀山风景区做对比,促进千山风景区更好地发展。

一、数据来源

本文通过利用驴妈妈旅游网、蚂蚁窝自由行、携程旅行网、游多多等旅游网站上游客的旅行游记、网络日志、点评为数据来源。驴妈妈、蚂蚁窝、携程、游多多都是国内较为热门的旅游网站,占据着国内大量的市场份额,因此为本次的数据信息准确性打下了坚实的基础。

在这四个旅游网站相关景区搜索中输入关键词“千山”,其中,在驴妈妈旅游网得到游记2篇,点评263条,其中好评率达到了96.5%。在携程旅行网获得游记122篇,游客点评1748条,其中好评占了1662条。在游多多旅行网上得到千山游记633篇,游客点评888条,好评率更是达到了百分之百。在蚂蚁窝自由行获得游记263篇。

由于得到的基础数据过多,因此对本次得到的基础数据进行了以下限制条件的筛选:其一,为了能够保证信息的有效性,选取了出行时间在2014年1月到2017年12月的游记。其二,以游记点击量超过500次及文字量超过500为条件。经过筛选,最后获得了游记80篇,其中,驴妈妈4篇,携程27篇,蚂蚁窝26篇,游多多23篇。

二、千山旅游形象的感知因素分析

(一)千山的积极形象感知

对80篇网络日志进行分析和归纳,从中提取出千山旅游形象的积极感知因素,主要有4个,分别是:“南有黄山,北有千山”,“奇观异景之地”,“空气环境好”,“集自然与人文景观于一体”。

“南有黄山,北有千山”是游客积极感知中最为显著的一个因素。游记样本中,游客对于千山风景的评价多种多样,但是“南有黄山,北有千山”的经典评论,在80篇样本中70篇有体现,占比87.5%。此评价出自费孝通:“南有黄山,北有千山”,即南有黄山迎客松,北有千山迎宾石。将千山与黄山相提并论体现出千山在游客心中的地位之高。正如游记样本中叹,游客登顶后感:“千山真不愧为辽东第一山!”还有的游客将千山比作东方明珠,可见千山深受游客喜爱。

“奇观异景之地”是排在第二位的积极感知影响因素。在80篇样本中有68篇中提到了千山风景的奇特。千山“无峰不奇,无石不峭,无庙不古,无处不幽”,游客“红SE花瓣”在游记中写到:“千山的奇峰,奇石,奇松给我留下了深刻的印象,尤其是青蛇岭及其生动形象。”此外,千山四季不同的景象也被多次提及。有一位游客这样点评千山的四季:春天梨花遍谷,山花满壑。夏天重峦叠嶂,郁郁葱葱。秋天漫山红叶,落霞飞虹。冬天银装素裹,雪浪连绵。

排名第三的是“空气清新”,名为“行者dazhi”在游记中写到:“千山的气候极为凉爽,空气特别清新,盛夏时节到千山避暑度假绝对是明智选择。”由于千山海拔较高,植被覆盖率较高,污染比较小,空气比较清新。有的游客将千山比作“天然氧吧”。有30篇样本中提到千山是“锻炼身体的好去处”。

集自然与人文景观于一体是排在第四位的积极感知影响因

素。千山作为国家重点风景名胜、国家5A级旅游景区,拥有着悠久的历史,自然与人文景观并存。因此,慕名而来的游客有很多。是自然景观和人文景观的完美统一,而宗教文化是千山人文景观的主体。“临山已闻金钟响,入庙先闻玉炉香。”正是千山的真实写照。在游记样本中,有50篇提到了千山悠久的宗教文化,其中有一部分游客是道教和佛教的爱好者。

(二)千山的消极形象感知

本文从80篇样本中提取了5000个高频词汇,其中有600个消极词汇,例如“不好”,“难过”,“遗憾”。对这些消极词汇在游记中位置进行锁定,筛选得出220条消极感知因素,并将这些消极感知因素归纳成以下四大类:旅游服务、旅游环境、旅游设施、旅游吸引。

在五个核心属类中,“旅游服务”是千山旅游消极感知因素中占比最高的,为37.5%。其中餐饮服务的消极影响较大。餐饮和住宿都是游客在旅游时所需要的基础服务,而游客对此不满意,对景区产生消极感知。由于千山景区景点较多,面积较大,游客的体力消耗较大,而不少游客反映,景区的餐饮价格较贵,服务人员的态度较差。大多数游客选择一日游,住宿需求量不高,而少量选择周边民宿的游客表示,其服务也不尽人意,达不到游客的预期效果。还有的游客在游记中提到从业人员素质差,出租车服务不规范等问题。

在有关千山景区环境问题的负面评论中,游客的批评多指向千山卫生环境。虽然在多数情况下卫生环境的破坏是由于部分游客乱扔垃圾造成的,但景区保护和环境的宣传和管理不力也是原因之一。随着千山游客的增多,千山景区的卫生环境问题已日渐凸显。

消极感知占比第三的是“旅游设施”类,占比16.2%。由于千山的岔路较多,因而需要明确的指示信息。名为“DESEN”的游客在游记中写出:“严重吐槽千山的旅游地图和指示牌,因为信息不明确,我和同伴们多走了很多路”。

在“旅游吸引”这一项消极感知中,有关“旅游吸引”的消极感知因素占比不高为13.7%,这说明景观吸引力较强,千山旅游的赏景体验较好。有少量的游客反映,千山山势陡峭,不利于老年人游玩。

三、建议

首先,要注重改革创新,深化环境整治,提升旅游产品的质量,全面提升旅游景区建设管理水平。一方面逐步提升景区内外部环境质量的水平,完善旅游交通、游览设施、安全设施;提高环境卫生、邮电服务、文化娱乐;健全咨询投诉、旅游购物、环境保护等各方面服务体系。另一方面,要提高千山风景区的管理水平,完善安全、质量、市场营销、导游、卫生、环境保护、统计等各方面的管理制度,确立质量目标、方针和口号,树立良好的产品形象、质量形象和鲜明的视觉形象。实现管理的规范化,有效的提高的景区服务质量。

参考文献:

- [1]刘超,胡梦晴,等.山岳型景区旅游形象感知研究:基于2014-2016年黄山网络游记分析[J].山地学报,2017,35(4):566-571.
- [2]滕善,杨勇,等.基于网络文本的景区感知及互动研究——以上海为例[J].旅游学刊,2015,30(2):33-41.

基金项目:辽宁科技大学2018年校级创新创业训练计划项目。

作者简介:

任红颖(1997-),女,辽宁省宽甸人,辽宁科技大学工商管理学院旅游管理15级学生。

赵亮(1977-),男,辽宁省阜新市人,副教授,硕士生导师,研究方向为旅游社会学。