

基于网络文本分析的海南乡村民宿游客感知价值研究

王业统

海南科技职业大学, 中国·海南 海口 571126

【摘要】本文选择海南乡村民宿业为研究对象,通过新浪、微博等自媒体对海南乡宿游客网络文本评价进行检索,对评价内容使用ROSTContentMining6软件分析,探索探究海南乡宿游客的感知情况,为海南发展符合消费者需求的特色民宿,摆脱海南民宿的发展瓶颈、促进民宿产业快速且健康发展提出有益的建议。

【关键词】网络文本; 乡村民宿; 感知价值

【基金支柱项目】海南省高等学校科学研究项目,项目名称: 基于网络文本分析海南自贸区旅游形象感知仿人学习算法模型的应用研究; 项目编号: Hnky2019-105。

近年来,随着海南加快国际旅游岛建设的步伐加快,旅游业已成为海南的支柱产业之一。同时,海南的旅游已从观光旅游逐步向休闲旅游升级,休闲度假区域随之不断扩大,从而逐步进入了自然环境优美的乡村之中。海南省对于发展乡村民宿产业具有比较完善的基础和资源。同时,地方政府也出台了相应的扶持政策。但是,由于海南乡村民宿产业产业发展起步较晚,服务质量存在一定问题,进一步制约了该产业的发展。因此,本文基于网络文本分析,分析了海南乡村民宿产业服务质量的现状,探索提升乡村民宿产业服务质量的合理途径。

1 资料与方法

1.1 资料选取

本研究之所以选择海南民宿为例,原因如下:海南具有良好的民宿发展基础,主要体现在优惠政策、优越的自然资源、丰富的文化资源和理想的交通条件。在国际旅游岛建设的大背景下,海南是旅游发达的省份,来自世界各地的游客在海南随处可见,这就为海南民宿产业的发展具备了独特的条件。本文从海南乡宿中的服务产品、服务设施、服务流程、投诉咨询服务、智能服务模式等,探究出游客对海南乡村民宿的感知、评价。

1.2 研究内容

本研究在微信、新浪微博等平台中搜索栏里输入“海南乡村民宿”,剔除纯图片、纯营销和纯介绍文字,共获得198条有效评价。使用ROSTCM6软件进行分词。从高到低选择20个高频词作为分析依据,并根据 $F_t = R_t * L_t / L$ 公式计算词频。在词频表达中, F_t 是某个词 T 的频率强度; R_t 是词汇 T 的频率,即在文本统计中出现的词汇 T 的频率; L_t 是文本统计中词 t 的单词的字数长度; L 文本统计中所有单词的字数长度。根据该公式,按频率从高到低选择了与海南乡村民宿有关的20个高频词。

1.3 检测标准

本研究采用定量分析内容的分析法,对自媒体平台中的文字、口语、图片信息等交流与评论等内容,进行客观、系统及定量描述。以相关网络文本为分析样本,通过提取高频关键词后,使用Rostcon-tent Mining6软件对文本内容加以技术分类、分析,从而得出海南乡村民宿的游客感知价值。

2 文本分析

根据ROST高频关键字,以及感知情感的分析,并结合游客对海南乡村民宿的评价情况,对文本进行分类,构建了包括经济、享乐、审美和情感等四个价值的维度的民宿游客感知价值的概念模型。

2.1 经济价值

“便捷交通”、“经济实惠”和“高性价比”是游客在经济价值中,最为常见的高频词语。通过文字分析得知游客对基础设施的感知(包括装饰风格、地理位置、交通状况等),反映出游客对乡村民宿提供的基础设施的良好印象。但是,也有一些游客有消极的评论,例如“破旧的房间”和“陈旧的设施”,这在某种程度上也表明乡村民宿价格便宜,而且没有形成固定和统一的规模。这是因为乡村民宿主要是作为家庭副业经营,为游客提供了住宿场所,这使

其与正规的酒店和餐馆区分开来。

2.2 享乐价值

“热情好客”、“风景怡人”和“心情舒畅”是与游客享乐价值相关的词汇。在线评论中与高频词相关的享乐价值主要分为服务和产品两个部分。首先,游客对乡宿经营者的服务态度的表示赞赏,“寄宿家庭的女主人很友善很好客”,反映出游客对主人服务态度的满意;其次,游客对寄宿家庭提供的产品认可,例如“远离城市的喧嚣,生活与工作的压力骤减”等评论,反映出游客的心情愉悦、放松。

2.3 美学价值

“文艺”、“意境”是游客感知审美价值相关的高频词。一位游客评论说:“民宿环境布置有远古时代感,有原生态性”。这是因为民宿运营商已将民宿场景与美学元素融为一体。首先,民宿经营者不仅将吃住作为唯一提供的商品和服务,而且还增加了内部环境和外部环境的视觉感受;其次,民宿经营者以个性塑造为出发点来吸引游客的眼球。民宿在设计时,其在为了取悦游客实际所用的基础上,追求让游客心灵放松、感悟生活的境界。

2.4 情感价值

诸如“乡愁”、“童年记忆”之类的词汇体现了游客对乡宿的情感价值。“身在海南寂静的乡村,使我想远方家乡的父母现在是否安好?”,游客的评论反映了其在特定生活环境之中的复杂情感,形成了一种充满回忆的情感体验。

3 结论与讨论

首先,乡村民宿游客的感知价值包括经济、享乐、审美和情感等几个价值。其次,通过对高频词的分析得知,大多数民宿价格相对便宜且性价比高,有部分游客抱怨或不满意客观条件,例如入住的中房间太小、设施太旧。但是,通过增加了某些其他服务(例如,热情态度以及入住期间美好的回忆),也可能会改变游客对乡宿的态度。第三,作为“非标准住宿”,乡宿经营要注意规范化运作,特别是基本卫生、安全和服务方面,应符合行业标准,满足游客的个性化需求得到满足。最后,本文从游客感知价值的角度出发对民宿这一新型的、个性化的、非标准住宿进行了游客体验维度的初探,这是研究具有一定的探索性。但是,本文的不足之处,缺少对游客感知价值的分类以及测量的定量研究。

参考文献:

- [1] 邱枫, 干青亚, 张望望. 基于游客感知的四明山民宿意象研究[J]. 华中师范大学学报(自然科学版), 2017, 51(04): 561-568.
- [2] 林育彬, 郭伟锋, 林开森. 基于网络文本分析的陶然有山茶文化主题民宿服务质量评价研究[J]. 西安建筑科技大学学报(社会科学版), 2020, 39(01): 47-54.
- [3] 郭莹莹. 基于Airbnb下浙江临海精品民宿体验感知研究[J]. 济南职业学院学报, 2019(05): 79-81+106.

作者简介:

王业统(1979-), 男, 汉, 研究生, 副教授, 研究方向: 物联网。