

基于网络文本分析的和田地区旅游体验 及发展路径研究

杨小燕 严荣 白亚青 王婕

和田师范专科学校 生地学院

DOI: 10.12238/ems.v6i6.8026

[摘要] 以和田地区为研究对象,运用 ROST CM6 软件对携程网、马蜂窝等旅游网站中以“和田”为主题的网络游记及相关评论进行网络文本分析,探究旅游者形象感知和体验感知。结果表明:游客的正面情感大于负面情感,但满意情绪中饱满度不够;负面感知与基础设施建设、环境卫生、景区规模、景区服务、交通、票价等因素密切相关。基于此,提出和田地区旅游业可持续发展建议。

[关键词] 旅游体验; 发展路径; 和田地区; 网络文本

Tourism Experience in Hotan Region Based on Network Text Analysis Research on Development Path

Yang Xiaoyan, Yan Rong, Bai Yaqing, Wang Jie

Hetian Normal College College of Geography

[Abstract] Taking the Hotan area as the research object, ROST CM6 software was used to analyze the online travel notes and related comments with "Hotan" as the theme on travel websites such as Ctrip and Mafengwo, exploring the perception of tourists' image and experience. The results indicate that the positive emotions of tourists are greater than the negative emotions, but the satisfaction level is not sufficient; Negative perception is closely related to factors such as infrastructure construction, environmental sanitation, scenic area scale, scenic area services, transportation, and ticket prices. Based on this, propose sustainable development suggestions for the tourism industry in Hotan area.

[Keywords] tourism experience; Development path; Hotan region; Network Text

和田地区拥有悠久的历史文化、独特的民俗风情以及美丽的自然风光。近年来,地区旅游业发展态势良好,但相较于其它地区,仍存在旅游者体验感差的问题,从一定程度上制约了旅游业的持续健康发展。因此,了解旅游者体验感知,为和田地区旅游业可持续发展提供有力支持。

一、研究现状

近年来,通过网络游记、网络评价研究旅游者体验感知已成为一种趋势。主要表现在:一是旅游形象感知研究,如莫纪灿、钟赢、李克强、罗文军、李思梦等分别对苏州古典园林、临海市、湖南茶文化、中外游客历史街区、浙江省指

南村等旅游目的地形象感知进行了研究^[1-5]。二是旅游动机、旅游体验研究,如朱佳仪、符丽君等分别对西部地区博物馆、黄山风景区旅游体验进行了研究^[6-7]。即国内基于网络文本分析的相关研究涉及园林、城市、景区、古镇、乡村、博物馆等^[1-7]。综上,本文以和田地区为例,利用旅游者在各旅游平台发表的网络游记和评价分析旅游者体验感知,以期丰富旅游者行为相关理论的同时,充分了解游客需求,从而探索旅游业可持续发展的对策建议。

二、研究对象与研究方法

(一) 研究对象

Copyright © This work is licensed under a Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

		鲁木纪念馆（22）团结广场（12）尼雅遗址（34）策勒县（18）
	特色景观	民族风情（130）歌舞（22）表演（71）建筑风格（23）约特干故城（13）
服务设施	食宿环境	环境（29）住宿（14）宾馆（12）
	交通设施	交通（17）车辆（12）徒步（14）
	旅游设施	设施（22）建设（12）
文化底蕴	文化渊源	民俗文化（76）民族风情（91）维吾尔族（26）丝绸之路（21）红色旅游（14）克里雅人（28）
	历史脉络	历史（66）西域（20）千年（20）
旅游氛围	消费氛围	休闲（26）娱乐（21）探险（19）各种项目（26）
	服务意识	服务（26）
生活体验	饮食体验	夜市（60）烤包子（45）美食（42）烤肉（22）石榴（22）无花果（21）葡萄（18）羊肉（14）
	购物体验	玉石（31）巴扎（13）
	物价水平	门票（24）性价比（20）
	情感体验	很差（12）好看（18）神秘（18）热情（18）美好（17）美丽（66）独特（16）方便（13）壮观（11）干净（11）好吃（56）值得（56）很好（60）荒凉（19）

3. 情感特征

游客情感特征分析是衡量旅游者对旅游目的地服务质量及景区景点满意度的重要依据，能够直接反映旅游者游览前后的主观体验感受^[8]。运用 ROST CM6 的情感分析功能，将旅游者评论文本划分为正面情感、中性情感及负面情感（表 2）。从表中可以看出，游客整体体验感受正面情感占比为 61.96%，即游客对和田地区的整体满意度较高，但“正面情

感”中高度正面情感仅占 9.98%，说明游客满意情感中饱满度不够。

负面情感占比 11.88%，将旅游者评论文本中负面情绪进行归纳如下：①城市基础设施建设落后、环境卫生差；②景区规模小、基础设施不完善、交通便利性不足、门票定价过高；③餐饮企业环境卫生差、服务意识欠缺；④服务人员国语水平差。以上存在的问题需引起高度重视并亟待整改。

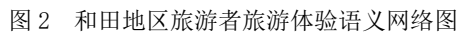
表 2 游客情感态度分析

情感态度	情感强度	词频	占比	总计
正面情感	一般（0—10）：	652 条	35.38%	61.96%
	中度（10—20）：	306 条	16.60%	
	高度（20 以上）：	184 条	9.98%	
中性情感	—	482 条	26.15%	26.15%
负面情感	一般（-10—0）：	176 条	9.55%	11.88%
	中度（-20—-10）：	34 条	1.84%	
	高度（-20 以下）：	3 条	0.16%	
总计	—	1843 条	100%	100%

4. 整体评价

上文对旅游者点评和游记中的高频词进行了分析，统计了词汇的属性，揭示了影响旅游者体验的主要因素，但无法完整呈现旅游者对旅游地的旅游体验^[9]。因此，运用 ROST CM6 软件对高频词之间的语义联系进行社会语言网络分析（图 2）。由图 5 可以看出，“和田”位于语义网络的核心位置，次核心词主要围绕其向四周散开。从共变关系来看，与“和田”关系较为密切的词有“夜市”“沙漠”“遗址”“昆仑山”，说明游客对这些旅游项目关注度较高，旅游经营者可以将其作为重点旅游项目进行开发，同时加大宣传推广力度。其次，

“文化”等也与核心词产生了比较微弱的共变关系，可以充分利用这种历史文化遗产，将文化与旅游深度融合，开发出更具吸引力的旅游资源。此外，新疆地域辽阔，景区之间相隔较远，途中花费时间较长，这一点从“公里”“公路”等词汇可以加以说明，政府部门应进一步完善旅游地交通基础设施建设，同时建议游客旅途前应提前规划行程，合理安排时间。



(一) 结论

4. 提升旅游服务质量

基金项目：新疆维吾尔自治区社会科学基金项目“红色文化与筑牢中华民族共同体意识”（项目编号：2023VZX008）。