

Comparison of Tourist Satisfaction Characteristics Based on Text Mining —Take Yunnan Minzu Village and Stone Forest Scenic Area as Examples

Xingkai Wen^{1,a}, Xinghao Jin^{2,b}, Liping Che^{3,c}, Jiaying Liu^{4,d}, Jun Lu^{5,e*}

¹School of Mathematics and Statistics, Northeast Normal University, ChangChun, China 130024

²School of Statistics and Mathematics, Yunnan University of Finance and Economics, KunMing, China 650221

³School of Statistics and Mathematics, Yunnan University of Finance and Economics, KunMing, China 650221

⁴School of Statistics and Mathematics, Yunnan University of Finance and Economics, KunMing, China 650221

⁵School of Statistics and Mathematics, Yunnan University of Finance and Economics, KunMing, China 650221

^awxk17535807799@gmail.com

^bj201197266@gmail.com

^c18376405112@163.com

^dsy220284@163.com

^eleah_jun@hotmail.com

ABSTRACT

In order to promote the goal of building a number of world-class tourist attractions mentioned in the 14th Five-Year Plan and the 2035 Vision of Yunnan Province, and to promote the recovery of Yunnan's tourism industry, which has been hit by the new crown epidemic, this article uses the text based on tourists' online reviews. The mining method compares and analyzes the characteristics of tourists' satisfaction with two different types of scenic spots in Yunnan Minzu Village and Stone Forest Scenic Area from three aspects: high-frequency word analysis, semantic network analysis and sentiment analysis, and analyzes tourists' satisfaction with the two different types of scenic spots. The difference, combined with the emotional information of tourists' comments, was used to compare the tourism experience value of the two scenic spots by using the importance-representation analysis method. Finally, the field investigation verifies the analysis results, and puts forward a series of feasible suggestions for the planning, construction and operation management of these two scenic spots and other scenic spots of the same type in Yunnan Province.

Keywords: Text Mining, Tourist Reviews, Tourist Satisfaction, Semantic Web, IPA Analysis, Energy

基于文本挖掘的游客满意度特征比较 —以云南民族村和石林风景区为例

文星凯^{1, a} 靳星皓^{2, b} 车丽萍^{3, c} 刘佳颖^{4, d} 鲁筠^{5, e*}

¹ 东北师范大学数学与统计学院, 长春, 吉林, 中国

² 云南财经大学统计与数学学院, 昆明, 云南, 中国

³ 云南财经大学统计与数学学院, 昆明, 云南, 中国

⁴ 云南财经大学统计与数学学院, 昆明, 云南, 中国

⁵ 云南财经大学统计与数学学院, 昆明, 云南, 中国

^a wxk17535807799@gmail.com

^b j201197266@gmail.com

^c 18376405112@163.com^d syz220284@163.com^{e*} leah_jun@hotmail.com

摘要

为了推动云南省十四五规划和二〇三五年远景目标所提到的建设一批世界级旅游景区的目标，同时促进受新冠疫情冲击的云南旅游产业回暖复苏，本文基于游客网络评论运用文本挖掘方法从高频词分析、语义网络分析和情感分析 3 个方面对比分析了游客对云南民族村和石林风景区两种不同类型景区的满意度特征，并分析游客对于两种不同类型景区满意度差异，结合游客评论的情感信息运用重要性-表现性分析法对两个景区的旅游体验价值进行了对比，最后实地考察验证分析结果，并针对这两个景区和云南省其它同种类型景区的规划建设和运营管理提出一系列可行性建议。

关键词：文本挖掘， 游客评论， 游客满意度， 语义网络， IPA 分析法

1. 引言

中共云南省委在云南省十四五规划和二〇三五年远景目标的建议中提出：构建现代文化和旅游产业体系，建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，建设民族文化强省。截止 2020 年底，云南省有景区、景点共 200 多个，其中国家级 A 级景区有 134 个，国家级历史文化名城 6 座，国家级历史文化名镇 8 座。随着十四五规划的提出，云南越来越多的景区尝试开拓并宣传自己个性化的文化特色，但在发展过程中不免会存在不足，而改善景区现有的不足有助于旅游业更快的发展。同时，2020 年由于新冠肺炎疫情的冲击，云南旅游行业基本停顿，业绩呈现断崖式下降，研究得到的结论与建议可以助力云南旅游业打造富有文化底蕴的旅游景区，促进旅游产业回暖复苏。

游客满意度的研究最早起始于 20 世纪 70 年代。较为传统的研究方法是以问卷调查的形式获得数据，构建顾客满意度评价模型(彭文英, 2008)^[1]，或者基于问卷调查的数据用 IPA 分析法考察游客对影响景区满意度的指标及其重要性(杨微微和胡晓, 2015^[2]；王钦安等, 2017^[3]；李志刚等, 2020^[4])。实地调查得到的数据必然具有一定的真实性，但是结果会带有研究者很强的主观态度，理论依据不足，因此研究结果的客观性和普遍性还有待于进一步检验。在大数据的时代背景下，文本挖掘被广泛运用于旅游形象感知、游客喜好和旅游体验等方面的研究。近几年也有很多研究者基于文本挖掘对网络数据进行分析研究景区游客满意度(付业勤, 2012^[5]；王媛等, 2013^[6]；敬峰瑞, 2017^[7]；赵春艳和陈美爱, 2019^[8]；陈荣义, 2020^{[9][10]})。文本挖掘的研究方法具有数据获取方便、数据样本庞大和更强客观性的优点。然而，现有的研究都是针对单个或单一类型景区游客满意度特征进行研究。游客对于不同类型景区的旅游体验和形象感知是不同的，但是现有的结论较为单一，不具有普遍

性，所以本文针对两种不同类型景区的游客满意度提取特性，可以为两个景区提高游客满意度提供具体建议，并结合 IPA 分析法得到共性，进而可以为云南省其它同种类型景区的规划建设和运营管理提供借鉴。

2. 研究设计

2.1. 研究对象选择

云南民族村是国家 4A 级旅游景区，蕴含了云南主要的 25 个少数民族的文化，将少数民族真实的生活环境一一展现，是云南少数民族文化的缩影，是最具云南少数民族旅游资源特色的人文类旅游景观。石林风景区是国家 5A 级旅游景区，是世界上唯一能以“石林”景观系列展现地球演化历史的喀斯特地质地貌的自然景区，已被联合国教科文评为“世界地质公园”，是典型的自然类旅游景观。因此，选择云南省最典型的自然旅游景观和人文旅游景观作为研究对象，有利于探索不同类型景区的游客满意度特征。

2.2. 数据采集

本文以携程网和去哪儿网的游客评论作为样本来源，使用 Python 抓取云南民族村和石林风景区两个旅游景点用户游玩体验评论。为了保证评论的时效性，两个景区数据抓取的时间是从 2018 年年初到 2020 年年末，共计 5081 条评论。为了保证评论的客观性，删除了民宿、导游和官方景区的评论，再剔除与景区无关的评论。最终获取云南民族村有效评论 2581 条和石林风景区 2248 条，总字数分别约 10 万和 11 万。

2.3. 数据预处理

初步获取到的分词结果比较混乱，存在语义重复、分词错误等现象。所以需要对文本内容按以下步骤进

行调整:

1、构建过滤词表。去掉与文章研究内容无关和没有实际意义的逻辑词、语气助词、代词和副词等。比如:“由于”、“呢”、“什么”等。

2、合并语意重复的词汇。观察初步分词结果,发现有类似于“真棒”和“极棒”、“石林”和“石林风景区”、等语意重复或者异形词汇的问题,将其统一改为相同文本。

3、重新构建分词字典。仔细观察结果,发现存在有“值得一”等类似于这样的错误分词。因其对下文的语义网络和情感分析产生较大影响,统一对这些错误分词单独构建自定义库。即可得到“值得一去”等正确分词结果。完成上述三个步骤,然后排序获取词频数 30 及以上的高频词。利用 LDA 主题模型观察高频词特征将其分为三大类(如下表 1)作为文本分类基础与语义网络分析的词库。

表 1 游客满意度影响因素类目

类目	符号	要素	符号	景区	举例
景观特点	A	自然景色	A_1	云南民族村 石林风景区	景色、特色、滇池、大象、景区、石头、鬼斧神工、喀斯特地貌
		人文景色	A_2	云南民族村 石林风景区	少数民族、民族特色、风情、习俗 阿诗玛、彝族、博物馆
区位交通	B	地理位置	B_1	云南民族村 石林风景区	昆明、云南、园区 昆明、云南、自治县
		基础设施	B_2	云南民族村 石林风景区	公园、电瓶车 停车场、电瓶车
体验与服务	C	门票	C_1	云南民族村 石林风景区	便宜、价格、性价比、值得 门票、性价比、值得
		感受	C_2	云南民族村 石林风景区	不错、推荐、喜欢、有趣、适合 不错、推荐、值得一看、喜欢
		后勤服务	C_3	云南民族村 石林风景区	拍照、讲解、导游、表演、时间 取票、讲解、导游、服务

3. 高频词汇分析

3.1. 云南民族村

云南民族村的人文景观类高频词远高于自然景观类高频词,可以看出云南民族村是人文景观多于自然景观的景点。相关评论包括“30 元的大象表演十分推荐”等,说明了游客对云南民族村特色景点的赞誉,也说明了游客在游览云南民族村时更加重视其景区文化。区位交通高频词包含“电瓶车”“公园”等词汇,相关的评论包括“推荐进去后坐电瓶车”等,这说明游客在游览民族村的过程中普遍喜欢电瓶车这类便捷的方式,游客对便捷的景区交通工具满意程度较高。体验与服务高频词包含“性价比”、“导游”等词,评论有“但门票较贵,性价比不高”等,这说明了游客对民族村的门票价格满意度不高,反映出了游客对云南民族村景点内体验与服务的认知与评价的双面性,同时大部分游客都认为导游的陪同讲解可以更好地了解民族村的文化。

3.2. 石林风景区

石林风景区的自然景观类高频词远高于人文景观类高频词,可以看出石林风景区是自然景观多于人文景观的景点。相关评论包括“大自然的鬼斧神工,景区还是比较值得一游的”等,这说明了游客对石林风景区自然景色评价较高,同时,博物馆等人文景观也

得到了游客的推荐。总体而言,石林风景区的自然景观是吸引游客的主要因素。交通区位高频词包含“昆明”、“电瓶车”等词汇,相关的评论包括“停车场收费超便宜”等,这些评论说明游客在景区内可选择步行、电瓶车等多种不同游玩体验方式,不同的游玩体验方式能够满足不同人群的需求。体验与服务高频词包含“性价比”、“导游”等词,评论有“门票性价比也高”等,这说明了游客对石林风景区门票价格以及景区内部的服务水平的满意度较高。

4. 语义网络分析

4.1. 云南民族村

云南民族村景区语义网络分析结果如图 1(左)所示。第一层为核心层,主要以“表演”等词汇为代表。它们代表了游客在云南民族村旅游体验中最为关心部分,从其共现关系来看,“民族”和“表演”与“特色”共现次数最多,因此游客认为民族传统文化的演出是民族村的一大特色。“表演”与“不错”、“推荐”关联度高,说明了游客对云南民族村评价较高的原因是因为其表演非常有吸引力,同时“表演”和“建议”产生关联,说明游客对云南民族村的表演感兴趣的同时也会持有一些中性评价等。

第二层为次核心层,主要以“少数民族”等词汇为代表。“少数民族”与“不错”产生了高度关联,而且和“表演”产生了关联,由此可见云南民族村极具民

族特色的表演是游客保持其极高满意度核心支撑因素。

第三层为次外围层,主要以“门票”等词汇为代表。其中“景色”和“值得”产生较高的共现性,说明云南民族村不仅在表演方面受到欢迎,而且其优美的风景也是游客对其有较高满意度的原因之一。其次,“门票”并没有与“推荐”等积极的情感词产生关联,说明游客对云南民族村门票的评价基本为中性。

第四层为外围层,主要以“喜欢”等词汇为代表。外围层词汇之间并没有发生共现,并且都与“表演”和“民族”产生关联。由此可见,它们都在一定程度上让游客感知到了表演和讲解是云南民族村体验的一个部分,但对游客的整体体验满意度的影响不显著,“导游”和“讲解”并没有与“不错”等词相关联,同时与“小时”相关联,说明游客对云南民族村的导游机制有一定的中性和负面评价。“性价比”与“景色”相关联,说明游客在观看演出的同时,民族村其本身处于滇池湖畔优越的地理位置也为游客的满意度提供了一定的环境支撑保障。

4.2 石林风景区

石林风景区语义网络分析结果如图 1(右)所示。

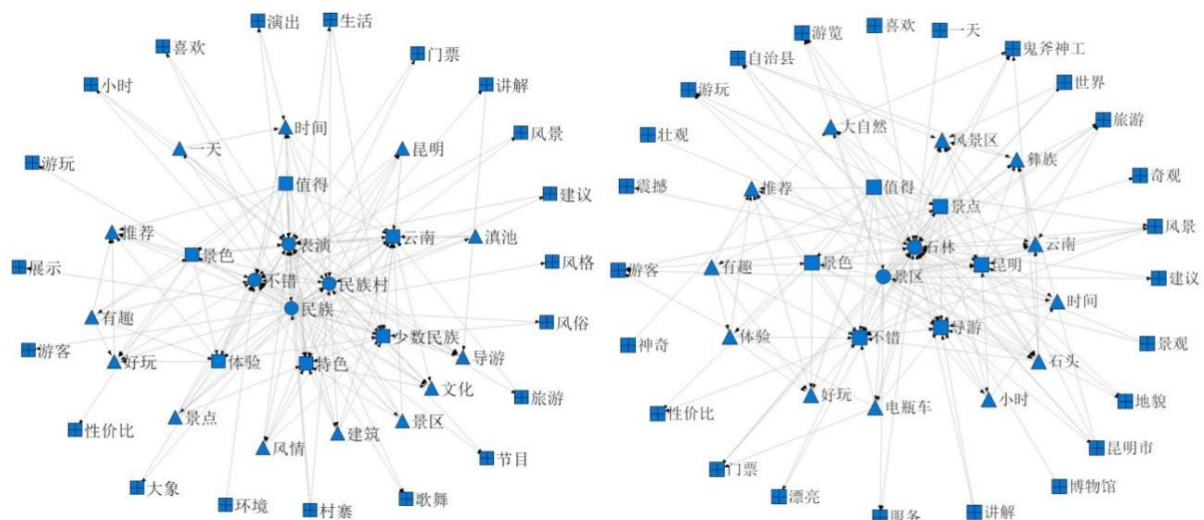


图 1 云南民族村(左)和石林风景区(右)语义网络图

5. 情感分析

游客对景点的情感好坏反映了游客对旅游景区及其服务是否满意,即是游客对一个景点的满意程度,对游客评论进行情感分析能够反映出游客的满意度。通过对搜集到的有效点评数据进行情感分析,得到了游客情感分析结果(见表 2)。由表 2 可见,游客对云南民族村和石林风景区的总体满意度分别为 64.12% 和 61.48% (积极情绪所占总和)。相比较而言,游客

第一层为核心层,主要以“石林”等词汇为代表。它们代表了游客在石林风景区旅游体验中最为关心部分,从其共现关系来看,“昆明”和“风景区”与“石林”共现次数最多,表明石林风景区的满意度也基于昆明优越的地理位置。

第二层为次核心层,主要以“值得”等词汇为代表。在相同一层中“值得”与“导游”和“景色”产生关联,可见石林风景区在自然景观以及导游的管理与服务方面游客的满意度较高。

第三层为次外围层,主要以“电瓶车”等词汇为代表。其中“电瓶车”与“时间”产生关联,且共现频数较高,可以认为游客非常注重在游玩景区时的交通体验。“鬼斧神工”和“值得”“石林”等产生较强的关联,表明石林风景区的石头造型独特,其独特的自然景观是极高满意度的一个因素。

第四层为外围层,主要以“博物馆”等代表词汇为代表。“性价比”与“景色”、“不错”产生关联,可以得到石林风景区优美的自然景观带给游客一种物有所值的游览体验。特征词“博物馆”并没有与“值得”、“推荐”等积极情绪的词汇产生关联,说明石林风景区在这方面仍需要重视,博物馆的体验感也是影响游客满意度的一个重要因素。

对云南民族村满意度较高。游客对两个景区持中性情绪分别为 16.71% 和 23.35%,景区应对这些中性评价内容积极关注,进一步让其向积极情绪转化。此外,分析结果还反映出,游客对两个景区持消极情绪分别为 19.17% 和 15.17% (消极情绪所占总和),其中高度消极情绪比例占消极情绪为 87.89% 和 72.86%,说明游客对两个景区的消极情绪都呈现极端化,很可能会导致一般消极情绪甚至中性情绪发展为高度消极情绪,因此,两个景区都应高度重视这些消极情绪产生的原因。

表 2 总体评论情感分析统计结果

情绪类型	积极情绪分段统计		消极情绪分段统计		中性情绪
情绪等级	高度	一般	高度	一般	一般
云南民族村	620	1035	435	60	432
	24.02%	40.10%	16.85%	2.32%	16.71%
石林风景区	426	956	251	90	525
	18.95%	42.53%	11.17%	4.00%	23.35%

从不同类目研究游客的满意度,才能够更具体地发现云南民族村和石林风景区存在的问题,进而制定有针对性的改进措施。具体分析结果如下。

5.1. 景观特点

从景观特点类目来看(见表3),57.50%的游客对云南民族村的评价没有提及自然景观类目,此外,分析评论可知,造成游客提到自然景观的原因是云南民族村邻近另外一个景点滇池。39.13%的游客对云南民族村的人文景观持正面评价,满意度较高。38.48%的游客对石林风景区的自然景观持正面评价,满意度较

高,而游客对石林风景区没有提及人文景观的比例高达90.08%,充分说明了石林风景区对景区文化底蕴的重视程度欠缺。同时,可以明显发现景区不同点有:对于云南民族村,游客更侧重于其本身多元的文化。而对于石林风景区,游客比较侧重于对自然景观的评价;在自然景观类目中,石林风景区的消极情绪(38.48%)整体要稍微高于云南民族村(31.34%),结合具体评论可知:其主要差异在于石林风景区的单一风景和导游介绍时单调乏味的解说词可能会造成游客的视觉疲劳等,云南民族村的消极情绪主要体现在景区的内部服务,比如休息区服务人员的态度、纪念品的不合理销售等。

表 3. 景观特点类目情感分析统计结果

类目	要素	评价标准	云南民族村		石林风景区	
景观特点 A	自然景观 A ₁	没有提及	1484	57.50%	980	43.59%
		正面评价	809	31.34%	865	38.48%
		负面评价	130	5.04%	121	5.38%
		正负兼有	158	6.12%	282	12.54%
	人文景观 A ₂	没有提及	1312	50.83%	2025	90.08%
		正面评价	1010	39.13%	145	6.45%
		负面评价	60	2.32%	4	0.18%
		正负兼有	199	7.17%	74	3.29%

5.2. 区位交通

从区位交通类目来看(见表4):在地理位置方面,两个景区的负面评价占比极小。两个景区有共同的优势但造成的原因并不相同:云南民族村地处云南省会昆明市市区,拥有便捷的机场、火车站、地铁等多种形式的交通方式可以到达,方便不同的游客选择。而石林风景区与市区之间有较完善的交通系统,方便国

内外的游客到景区游玩。在基础设施方面,游客对两个景区其持负面评价的比例分别0.35%和1.29%,可以看出,游客对云南民族村的基础设施的满意度较高。游客对云南民族村区位交通方面的满意度(3.41%)比石林风景区的满意度(3.38%)要高。结合具体评论可知,二者不足之处主要体现在云南民族村景区内的游览电瓶车单独收费不合理,从而导致游客认为云南民族村整体票价性价比不高。石林风景区的景区标识不够明确和景区规定不够人性化,导致游客体验不佳。

表 4. 区位交通类目情感分析统计结果

类目	要素	评价标准	云南民族村		石林风景区	
区位交通 B	地理位置 B ₁	没有提及	2063	79.94%	1885	82.52%
		正面评价	416	16.12%	252	11.21%
		负面评价	15	0.58%	20	0.89%
		正负兼有	87	3.37%	121	5.38%
	基础设施 B ₂	没有提及	2450	94.92%	2046	91.01%
		正面评价	88	3.41%	76	3.38%
		负面评价	9	0.35%	29	1.29%
		正负兼有	34	1.32%	94	4.18%

5.3. 体验与服务

从体验与服务类目来看（见表5）：门票方面，云南民族村有19.49%的游客持正面评价，3.64%的游客持负面评价，相对而言，游客对景区的门票价格持积极态度。石林风景区有21.57%的游客对其持正面评价，是因为石林风景区游客大多数购买石林与其他景区的套票，性价比较高；3.51%的游客对其持负面评价，分析评论可知原因有：票价不包含电瓶车费用等。感受方面，云南民族村有32.93%的游客持正面评价，相对而言大多为积极情绪。石林风景区有59.61%的游客没有对景区进行感受评价，出现较大比例没有对景区进行感受评价的现象。后勤服务方面，两个景区分别有1.31%和3.34%的游客持负面评价，所占比例都较高。依据上述数据可以得到：游客对石林风景区后

勤服务的正面评价（9.48%）显著低于云南民族村的正面评价（12.59%），并且是三个要素中积极情绪占比最低的原因。两个景区在后勤服务要素方面游客满意度较低的原因分别在于：云南民族村存在导游收费机制不合理等问题。而石林风景区后勤服务的游客负面评价主要集中于导游、取票和电瓶车方面，导游的消极评价主要是由石林风景区的景观特点所造成的，即在没有导游的情况下容易使游客产生消极情绪。同时，由于石林风景区的景区面积较大的同时没有指示牌，在没有导游的情况下容易迷路。在取票方面，石林风景区没有安置自动取票机，并且人工取票窗口只有一个，在旅游高峰期取票十分不方便，在体验与服务类目两个景区的相同点是：负面评价主要集中在对导游的需求方面，由于在没有导游的情况下，游客自行游览景区，会造成行程安排不合理等消极影响，使游客不能深入了解少数民族文化。

表5. 体验与服务类目情感分析统计结果

类目	要素	评价标准	云南民族村		石林风景区	
体验与服务 C	门票 C ₁	没有提及	1882	72.93%	1523	43.59
		正面评价	503	19.49%	485	38.48
		负面评价	94	3.64%	79	5.38
		正负兼有	102	3.95%	161	12.54
	感受 C ₂	没有提及	1377	53.35%	2025	90.08
		正面评价	850	32.93%	145	6.45
		负面评价	322	8.18%	4	0.18
		正负兼有	143	5.54%	74	3.29
	后勤服务 C ₃	没有提及	2078	80.51%	2025	90.08
		正面评价	325	12.59%	145	6.45
		负面评价	34	1.31%	4	0.18
		正负兼有	144	4.41%	74	3.29

6. IPA 分析

情感分析给出云南民族村以及石林风景区在同一类目下和不同类目的满意度差异，但是在景区资源有限的情况下，依据游客关注度优先提升游客对某些要素的满意度是符合实际情况的优化对策。

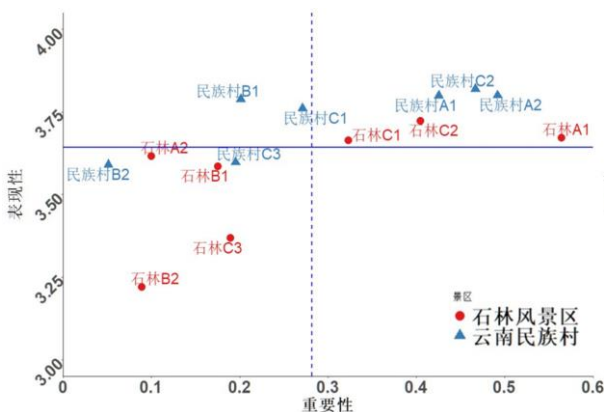


图2 游客满意度 IPA 分析结果 (A₁: 自然景色、A₂: 人文景色、B₁: 地理位置、B₂: 基础设施、C₁: 门票、C₂: 感受、C₃: 后勤服务)

IPA 的分析结果如图2，其具体表现形式是以重要性为横轴，表现性为纵轴建立坐标轴。其中，重要性和表现性取值的均值将空间分为4个象限。图中重要性指标I指归属于某一要素的所有高频词出现频次占该要素全部的词条数的比例，表现性指标P指归属于某一要素高频词的游客满意度，按非常消极到非常积极划分5个等级，分别赋予1至5分的分值。依据类目特征，将不依赖于景观类型的类目称为共性要素，将依赖于景观类型的类目称为特性要素。下面将LDA主题模型分类得到的7个类目归类为共性和特性要素。

1. 由于游客关注门票要素主要集中于价格及其性价比，景观特点的不同并不会使门票价格产生较大差距。所以门票为共性要素，由IPA分析可得：游客对门票的关注度均位于平均水平，即门票的性价比应该受到各景区的关注。

2. 由于感受要素的评价体系是多维度的，并不特别依赖于景观特点，所以感受为共性要素，由IPA分析可得：游客对景区游玩感受的关注度极高，即游玩感受应该受到各景区的重视。

3. 由于后勤服务主要依赖人为因素,与景观特点无较大联系,所以后勤服务为共性要素,由IPA分析可得:游客对后勤服务的关注均低于平均水平,即游客对后勤服务感知不强烈。

4. 因为云南民族村是典型的人文景观,而石林风景区是典型的自然景观,所以景观特点为特性要素,由IPA分析可得:云南民族村的游客关注度及其满意度均高于平均水平,石林风景区的游客满意度均位于平均水平,但人文景观的游客关注度远低于自然景观,说明景区的阿诗玛文化等并没有被景区所重视,欠缺深度挖掘与推广。

5. 因为云南民族村能够依靠云南省独特的多民族特点及滇池的天然优势,而石林风景区的喀斯特地貌得益于云南省得天独厚的地理环境,所以地理位置为特性要素,由IPA分析可得:云南民族村游客关注度较低但游客满意度高。其优越的地理位置没有被充分利用,即景区没有和滇池等周边地区产生联动,石林风景区的游客关注度及其满意度均低于平均水平。景区应该优先提高游客满意度,往返于市区和景区之间交通班车不足且宣传不到位,较长的路途会极大影响游客的兴致。

6. 因为云南民族村各村寨的少数民族表演是其一特色,而石林风景区中可提供游览线路的选择导致其对路标的依赖度较高,所以基础设施为特性要素,由IPA分析可得:云南民族村游客关注度及其满意度均低于平均水平。景区应该优先提高游客满意度,电瓶车的租用机制不完善,景区内部休息区域不足。存在设备老化的问题,石林风景区游客关注度及其满意度均低于平均水平。景区应该优先提高游客满意度,景区内部引导标识的建设不完善。

7. 结论与建议

7.1. 共性要素建议

在门票要素方面,应寻求合理的门票定价。例如引入“政府-景区-游客”三方定价听证会机制、积极采纳相关领域专家的建议、定期收集游客需求调查的反馈信息等,及时调整门票价格,灵活地增加门票的附加价值,使游客觉得物超所值,愿意重复消费。而对于云南民族村,可将各村寨内部的收费项目和景区门票灵活组合。

在感受要素方面,注重游客游玩体验,应在景区官网和景区建立多渠道反馈机制,例如安置游客反馈信箱,及时公开景区整改措施等。明确景区旅游形象定位,抓住景区内各民族文化的核心特点和特色项目,增加民俗体验活动和项目,增加各民族的大型节庆活动设计(如傣族泼水节、彝家猎神节等);或将非主要民族的节会打造为各村寨的深度体验日,游客可在各族村寨内体验一天的民族实景生活,增加游客参与的趣味性和体验感,不仅能强化游客的文化认知度,也能为传统人文景区增添活力和经济收益。

在后勤服务要素方面,加强游客与后勤服务体系的互动,例如随机地收集游客对园区后勤服务人员的打分情况,建立奖惩机制,完善员工福利,提升激励机制。可定期对后勤服务人员开展服务态度培训、加强对员工工作装,上岗证的管理。对于云南民族村,导游收费机制不合理,建议改为依据讲解景点个数收费。建立景区服务公众号,为游客提供每日游玩项目时间及地点安排。对于石林风景区,加强景区解说人员对阿诗玛文化的认识,引进竞争机制,实行游客打分累计制度,并按期举办讲解比赛,累计积分和比赛结果纳入员工考核体系。

7.2. 特性要素建议

云南民族村在景观特点要素方面,塑造了良好的景区形象且景区特点突出,通过表演和节会的形式创新性地展现少数民族优秀文化。石林风景区拥有以阿诗玛为代表的民族文化,可以多样性地展示撒尼人民的民族特色,例如重视博物馆的建设与宣传,在景区路口处设立阿诗玛文化展示区并分发博物馆路线图引导游客参观博物馆。

云南民族村在地理位置要素方面,省政府可鼓励旅行社将滇池、西山和云南民族村景区捆绑宣传,在滇池和西山景区应设立云南民族村的引导路标。民族村景区应与周边旅游社,共同推出“滇池-民族村”的旅游路线。石林风景区应增设往返于高铁站和景区之间的班车频次,并在高铁和班车等公共交通设施增加阿诗玛文化等相关文化元素,例如播放景区文化宣传短片,摆放景区文化宣传册,增加阿诗玛的实景演艺节目,深度实景体验民族生活等。

云南民族村在基础设施要素方面,应统一并适当下调景区内商家电瓶车的租用价格,在各村寨前设立特定的停放点。在适当的位置增设游客休息区和民族美食制作及购物区,更新园区内老化的基础设施。而石林风景区则应提供将电瓶车包含在整体服务,适当下调价格或者增加门票的附加价值,在景区内部增设必要的引导标识,完善智慧景区服务等。

REFERENCES

- [1] Peng Wenying, Li Jun. Analysis of tourist satisfaction and its influencing factors in Beijing tourist attractions [J]. Resource Development and Market, 2008(06):564-567.
- [2] Yang Weiwei, Hu Xiao. A Study on Tourist Satisfaction of Xishuangbanna Wild Elephant Valley Scenic Spot Based on IPA Analysis [J]. Journal of Southwest Forestry University, 2015(3):73-77. 123
- [3] Wang Qinan, Peng Jian, Sun Gennian. Tourist satisfaction evaluation of traditional scenic spots based on IPA method: Taking Langya Mountain scenic spot as an example [J]. Regional Research and Development, 2017, 36(04): 110-115.12

- [4] Li Zhigang, Sun Yu. A Study on Tourist Satisfaction of Tourism Public Service under the New Coronary Pneumonia Epidemic Based on IPA Analysis [J]. Journal of Tianjin University of Commerce, 2020, 40(05): 17-22+34.
- [5] Fu Yeqin, Wang Xinjian, Zheng Xiangmin. Research on Tourism Image Based on Web Text Analysis——Taking Gulangyu Island as an Example [J]. Tourism Forum, 2012,5(04):59-66.
- [6] Wang Yuan, Xu Xin, Feng Xuegang, Wu Wenzhi. A Study on the Perception of Ancient Town Tourism Image Based on Text Mining: Taking Zhujiajiao as an Example [J]. Tourism Science, 2013, 27(05): 86-95.23
- [7] Jing Fengrui, Sun Hu, Long Dongping. Analysis on the structural characteristics of tourism experience elements in Xixi Wetland Park based on web texts [J]. Journal of Zhejiang University (Science Edition), 2017,44(05):623-630.123
- [8] Zhao Chunyan, Chen Meiai. Analysis of factors influencing tourist satisfaction based on web text analysis [J]. Statistics and Decision, 2019, 35(13): 115-118.
- [9] Chen Rongyi, Han Baichuan, Lv Liang, Ma Tianzi, Pan Hui. Analysis of Influencing Factors of Tourist Satisfaction in National Park Recreation Areas [J]. Forestry Economic Issues, 2020, 40(04): 427-433.12
- [10] Ma Tianzi, Chen Rongyi, Lv Liang, Wang Xin, Zheng Shiyong, Pan Hui. Rehabilitation Behavior in Fuzhou Forest Park Based on Web Text Analysis [J]. China Urban Forestry, 2021, 19(01): 128-132.231.