

# 基于LDA主题建模的旅游失败叙事挖掘与演变分析

林晓慧<sup>1</sup>, 赵美玲<sup>2</sup>

<sup>1</sup>海南热带海洋学院旅游学院, 海南 三亚

<sup>2</sup>海岛旅游资源数据挖掘与监测预警技术文化和旅游部重点实验室, 海南 三亚

收稿日期: 2026年6月8日; 录用日期: 2026年6月30日; 发布日期: 2026年7月13日

## 摘要

旅游体验研究长期聚焦“满意度”而忽视“失败”视角, 导致对游客核心痛点的识别不足。本文特引入负面体验分析视角, 以豆瓣“旅游失败小组”的用户生成内容为研究对象, 运用LDA主题模型对“突发公共卫生事件期间”与“常态化时期”的旅游失败文本进行主题挖掘与对比分析。研究表明, 后一时期(即常态化时期)旅游失败的主要矛盾已从应对外部风险, 转变为管理系统内部的服务效能与协同韧性, 标志着旅游体验叙事范式从“危机应对”向“压力管理”的根本转换。

## 关键词

旅游失败, LDA主题模型, 用户生成内容

# Mining and Evolution Analysis of Tourism Failure Narratives Based on LDA Topic Modeling

Xiaohui Lin<sup>1</sup>, Meiling Zhao<sup>2</sup>

<sup>1</sup>School of Tourism, Hainan Tropical Ocean University, Sanya Hainan

<sup>2</sup>Key Laboratory of Island Tourism Resource Data Mining and Monitoring and Early Warning Technology, Ministry of Culture and Tourism, Sanya Hainan

Received: June 8, 2026; accepted: June 30, 2026; published: July 13, 2026

## Abstract

Tourism experience research has long predominantly concentrated on “satisfaction” while largely

neglecting the “failure” perspective, resulting in an insufficient identification of tourists’ fundamental pain points. To address this gap, this study introduces a negative experience analysis framework. Utilizing user-generated content from the Douban “Travel Failure Group” as the research subject, it applies the LDA topic model to conduct thematic mining and a comparative analysis of tourism failure narratives from both the “public health emergency period” and “normalization period”. The findings indicate that in the latter period (*i.e.*, the normalization period), the primary contradiction underlying tourism failure has shifted from responding to external risks to addressing the service efficacy and collaborative resilience within the management system. This transition signifies a fundamental paradigm shift in tourism experience narratives, moving from a “crisis response” model to a framework of “pressure management”.

## Keywords

Tourism Failure, LDA Topic Model, User-Generated Content

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

随着社会经济的持续发展和生活水平的不断提高, 旅游已经成为越来越多人追求美好生活的重要选择。然而, 与愉悦、满意的旅游体验并存的, 是大量容易被忽略的“旅游失败”经历。这些不尽如人意的体验不仅直接损害游客的权益, 也对旅游目的地的声誉和可持续发展带来长远的负面影响。以往的研究大多从“满意度”出发, 关注的是成功的、正面的旅游体验, 形成了相对完整的理论体系。但这种“正向”视角存在一定的局限: 它容易看到“锦上添花”的因素, 却常常忽视那些一旦出现问题就足以毁掉整个旅程的关键环节。因此, 从“失败”入手, 直面旅游过程中的痛点、抱怨与挫折, 能够为理解旅游体验的全貌提供重要的补充视角。

值得关注的是, 2020 年初发生的一场重大突发公共卫生事件, 不仅改变了人们的出行决策、行为方式和评价标准, 也如同一场“社会实验”, 让我们得以观察旅游系统在压力下的真实韧性。突发公共卫生事件期间的旅行, 是在公共卫生风险、政策多变和社会普遍焦虑的背景下进行的“危机决策”, 其间的失败经历能够清晰地暴露出极端状态下旅游系统的脆弱之处和游客容忍的底线。进入常态化阶段, 影响旅游体验的核心要素可能已经发生了结构性变化, 这一时期因此成为一个关键的“分水岭”, 为我们考察旅游失败因素的动态演变提供了难得的窗口。在此背景下, 网络社群中积累的大量游客自述内容, 成为观察旅游失败真实样态的重要来源。例如, 豆瓣“旅游失败小组”自 2020 年 7 月成立以来, 已吸引超过 11 万用户, 汇集了将近 2000 篇真实发帖, 形成了丰富的游客自述文本。这些由亲身经历者自发书写的“失败”记录, 以其真实感、即时性和情感冲击力, 完整呈现了从出行期待到体验受挫的全过程, 从而为研究提供了超越传统问卷调查的可能, 有助于我们深入挖掘旅游失败背后的复杂因素。

基于以上背景, 本研究拟运用 LDA 主题模型, 对“突发公共卫生事件期间”与“常态化时期”两个阶段的旅游失败自述文本进行主题挖掘和对比分析。研究主要希望实现两个目标: 一是分别识别两个阶段旅游失败体验的核心主题及其构成; 二是系统对比这两个时期旅游失败因素的延续性与变化特征, 揭示其结构性的演变轨迹。在理论层面, 本研究期望能够拓展旅游负面体验的研究视角, 深化对重大公共危机下旅游系统韧性与游客行为演变机制的理解; 在实践层面, 则希望为旅游相关机构识别服务短板、优化运营管理、提升系统抗风险能力, 提供更具针对性的参考。

## 2. 文献综述

### 2.1. LDA 模型在旅游研究中的应用

近年来, LDA 主题模型正从单一的主题识别向多方法融合分析深度演进。Kirilenko 等[1]基于对 UCG 文本的 LDA 分析, 证明了“安娜·卡列尼娜原则”在旅游领域的适用性, 即正面评论的主题趋同而负面评论的主题分散。认为在利用无监督主题挖掘算法分析负面评论时, 应确保数据样本足够丰富, 以覆盖各类主题。Saoualih 等[2]将 VADER 情感分析与 LDA 模型相结合, 提出当代游客十分注重旅游体验, 而旅游体验主要由游客评论所塑造, 景区管理者在其中的作用被削弱的观点。张莹莹等[3]在旅游住宿接待能力研究中, 利用 LDA 模型识别出住宿主题, 再结合机器学习算法筛选出核心影响指标, 根据最终的住宿接待能力评价结果提出优化建议。涂晨等[4]将 LDA 模型与 Apriori 算法相结合, 建立以主题分类、热度分析、关联分析等 3 个模块为核心的研究模型, 从而得到更有效的文旅产品关联推送及市场关联分析。罗佳琦等[5]系统梳理了深度学习技术在旅游研究中的应用、发展与趋势, 基于 Leiper 旅游系统框架, 结合 LDA 主题模型, 梳理出游客、客源市场、旅游通道、目的地、旅游酒店产业 5 大研究类别, 为未来开展进一步研究提供助力。

### 2.2. 旅游失败相关研究

随着旅游失败研究的深入, 学者开始引入多学科理论解释旅游者的内在反应机制。易柳凤等[6]基于心理账户理论, 系统构建了包含经济性、功能性、社会性、情感性与风险性五类账户的旅游者心理核算体系。提出旅游失败本质上是多维价值在心理账户中失衡的结果, 并识别出交易效用为负、获得效用为负及风险性账户损失三种失败类型。姚延波等[7]进一步将视角延伸至家庭旅游场景, 基于归因理论发现, 在价值共毁发生后, 成年子女若将失败归因于自身, 会通过负债感的中介作用, 更主动地推动关系修复与价值共创。在数字化沟通成为主流的背景下, Casaló 等[8]较早关注到在线评论的效用差异, 他们发现对于旅行者而言, 负面评论比正面评论更有用, 而通过引入专家评论、图片等线索可以增强正面评论的说服力。朱张祥等[9]聚焦于在线投诉回复场景, 通过实验研究发现, 管理者使用消极情绪符号相比积极符号更能引发游客的共情与宽恕, 尤其是在过程失败情境下效果更为显著。这表明在旅游失败沟通中, 情绪表达与情境的一致性具有特殊作用。Akarsu 等[10]通过对酒店和旅游业服务失败相关研究的系统性回顾, 将该领域划分为五大核心研究流派, 并提出情景线索、互动线索、危机管理等 3 大新兴研究方向。栗路军等[11]聚焦旅游地危机事件相关研究, 指出现有研究基础不扎实、形成机制不明晰、未掌握变化规律、应对策略不够有效等 4 方面不足, 并提出研究建议, 为旅游地危机事件管理理论体系奠定基础。

### 2.3. 文献评述与研究切入点

当前学界在文本挖掘与旅游失败体验领域的研究已取得显著进展。LDA 主题模型已成为解析旅游业发展的关键工具, 正向多学科融合的决策支持系统演进。同时, 旅游失败相关研究通过引入心理账户、归因理论等视角, 对其发生机制与补救策略进行了深入阐释。不过, 现有研究对旅游失败叙事在重大社会冲击下的动态演变过程关注不足, 这也成为本研究的核心切入点。

现有研究大多着眼于综合性评论的整体主题描绘或需求预测, 针对“旅游失败”这一叙事类型进行专门化、历时性的主题挖掘与对比的研究尚不多见。同时, 旅游失败的相关研究多建立在常态化社会情境的假设之上, 未能深入剖析重大公共危机如何系统性重构游客的叙事逻辑与归因框架。

鉴于此, 本研究聚焦重大外部冲击事件, 将 LDA 主题模型系统应用于“豆瓣旅游失败小组”这一垂类社群。通过对“突发公共卫生事件期间”与“常态化时期”两个阶段的文本对比, 揭示旅游失败核心主题的延续性与结构性变化, 为理解新常态下游客行为期望的变迁与服务管理的优化, 提供基于真实、

动态叙事数据的实证依据。

### 3. 研究方法

#### 3.1. 数据来源与文本收集

豆瓣“旅游失败小组”属于半开放型社区,其准入机制要求成员满足预设条件并经审核通过后,才能加入小组并获得发帖、评论权限,且内容发布的形式与主题需严格遵循小组规则。选择该小组作为数据来源,主要基于三方面考量。一是该小组的成员与发帖内容均经过筛选审核,有效规避广告推广、主题混乱等无价值文本噪音。二是小组文本主题高度聚焦,均围绕“旅游失败”相关经历展开,具备强垂直性。三是当前小组仍以图文作为分享载体,未涉及短视频内容,可以提供充足的文本数据。

以该小组为数据源,将样本选取区间划为两段:第一段为“突发公共卫生事件期间”,始于2020年7月15日小组成立,止于2022年12月9日公共卫生防控优化政策发布,共878日历天;第二段为“常态化时期”,作为对照,同样选取878日历天,即2022年12月10日至2025年5月5日作为样本区间。

通过八爪鱼数据采集器,爬取两段样本区间的文本数据,去重后共获得1842条主题帖与69,486条评论。人工去除“内容不可见”等系统生成文本后,“突发公共卫生事件期间”获得2,297,114字的原始文本数据,“常态化时期”获得1,532,853字的原始文本数据。将两段样本区间的数据分别保存为纯文本文档,通过Python的jieba库进行分词。针对已有研究指出LDA模型在分析负面评论时存在的局限性,本研究从数据规模与文本预处理两个维度进行了针对性优化。一方面,在两个样本区间共采集了3,829,967字的文本数据,通过扩大UGC数据规模为模型训练提供了坚实基础。另一方面,构建专有停用词表。分别以两段区间中前1000位的高频词为基础,人工甄别筛选出无意义词,最终形成“突发公共卫生事件期间”停用词表与“常态化时期”停用词表。基于此,对两个样本区间的文本数据进行清洗,剔除数字、标点及字母等噪声,得到最终分析语料。

#### 3.2. 分析方法: LDA 主题模型

本文采用潜在狄利克雷分布LDA(Latent Dirichlet Allocation)进行数据分析。该方法是由Blei等(2003)提出的一种生成式主题模型,用来识别大数据及语料库中潜在的主题信息。作为一种无监督机器学习技术,具有无需人工构造训练数据的特点。在LDA建模过程中,主题数量的设定是决定分析粒度与结果解释力的关键:主题数量过少,可能导致文本中的异质性内容被过度聚合,从而损失关键语义细节;主题数量过多,则容易将连贯的语义结构割裂为琐碎片段,引入噪声并降低主题的可解释性。因此,科学确定主题数量是确保模型能够有效揭示文本内在结构、支撑后续分析的核心步骤。

### 4. 数据分析与主题发现

#### 4.1. 主题模型的构建与结果识别

##### 4.1.1. 主题数量的确定

为平衡模型拟合优度与主题解释力,采用一致性分数(coherence score)与主题分布可视化相结合的综合判定方法。具体步骤如下:首先,分别对“突发公共卫生事件期间”与“常态化时期”两个文本语料库,依次计算主题数量为2至10时的主题一致性得分(c\_v指标),并按得分从高到低排序,形成候选主题数序列;其次,从得分最高的主题数开始,逐一生成对应的主题词分布气泡图,直观检验各主题在语义空间中的分离程度与重叠情况;若发现气泡存在显著交叉或重叠,表明主题区分度不足、边界模糊,则顺次考察得分次高的主题数,直至找到气泡分布相对独立、重叠最小的主题数量为止。该方法兼顾了模型内在一致性指标与外部可视化判读,有助于提升主题划分的稳健性与可解释性。

经计算,“突发公共卫生事件期间”语料在主题数为2至10时的一致性得分排序为:7、8、6、5、10、9、4、3(得分分布见图1)。结合主题分布可视化结果发现,当主题数为7、8时,主题气泡之间存在明显重叠,语义区分不够清晰;而当主题数设定为6时,各主题在气泡图中呈现较高的独立性与区分度。因此,本研究将“突发公共卫生事件期间”的LDA主题数量确定为6个。同理,“常态化时期”语料的一致性得分排序显示,主题数为5时,一致性得分最高(得分分布见图2),且气泡分布最为清晰、重叠最小,故将“常态化时期”的主题数确定为5个。

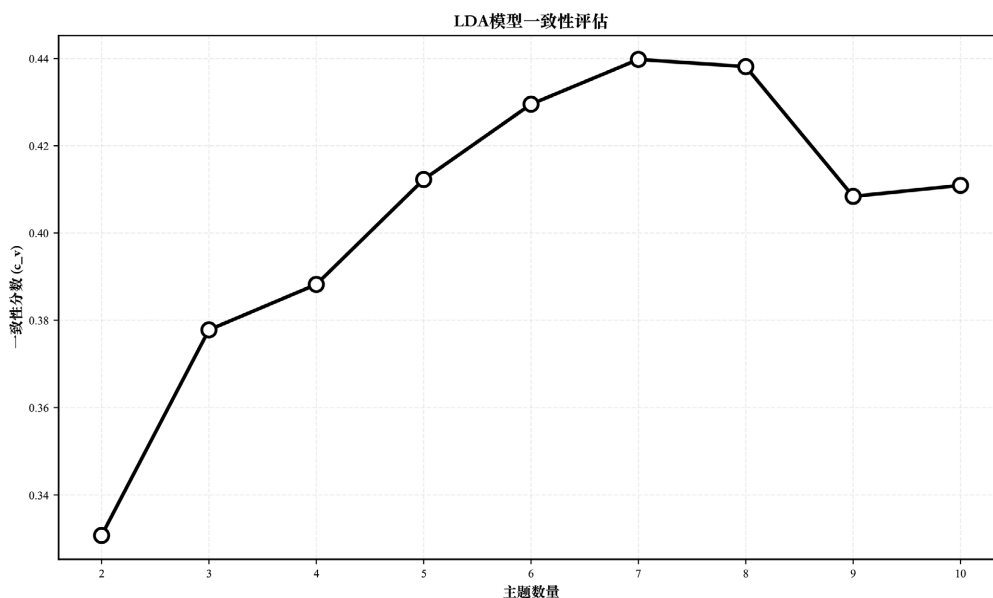


Figure 1. Consistency assessment results during “public health emergency period”

图 1. “突发公共卫生事件期间”一致性评估结果

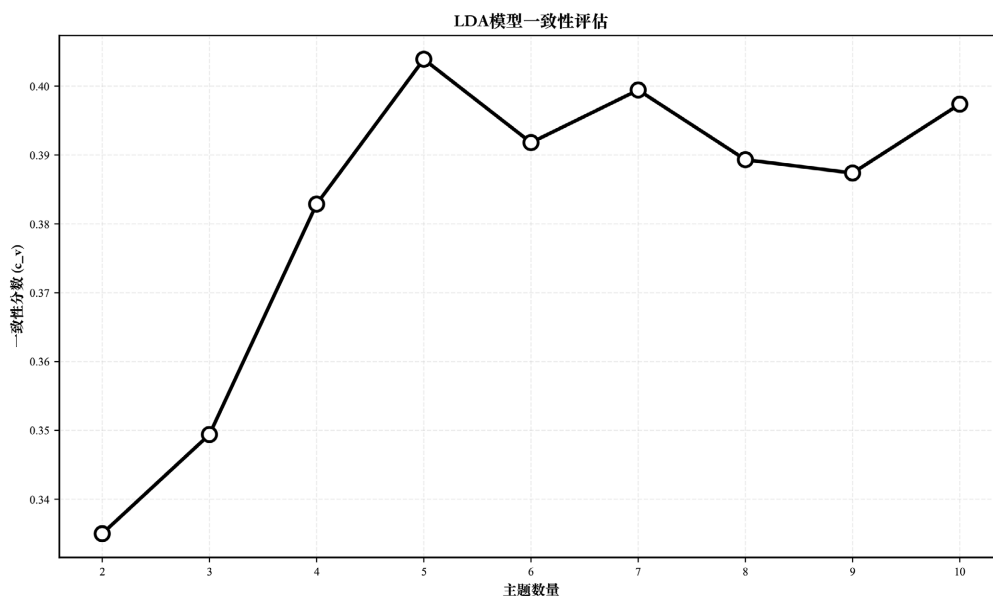


Figure 2. Consistency assessment results in the “normalization period”

图 2. “常态化时期”一致性评估结果

### 4.1.2. LDA 主题建模与分析

本研究基于 Python 的 Gensim 库构建 LDA 主题模型。在文本预处理阶段, 设置 `no_below = 3` 以过滤语料中出现低于 3 次的低频词, 降低噪声干扰; 同时设定 `no_above = 0.8`, 剔除在超过 80% 文档中出现的通用词, 以提升主题区分度。模型参数方面, 设 `alpha = 0.08`, 促使文档集中于少数主题; 设 `eta = 0.15`, 强化主题内部词汇的语义集中性。经多次迭代训练后, 利用 pyLDAvis 生成交互式可视化图谱, 分别呈现“突发公共卫生事件期间”(图 3)与“常态化时期”(图 4)的主题结构。

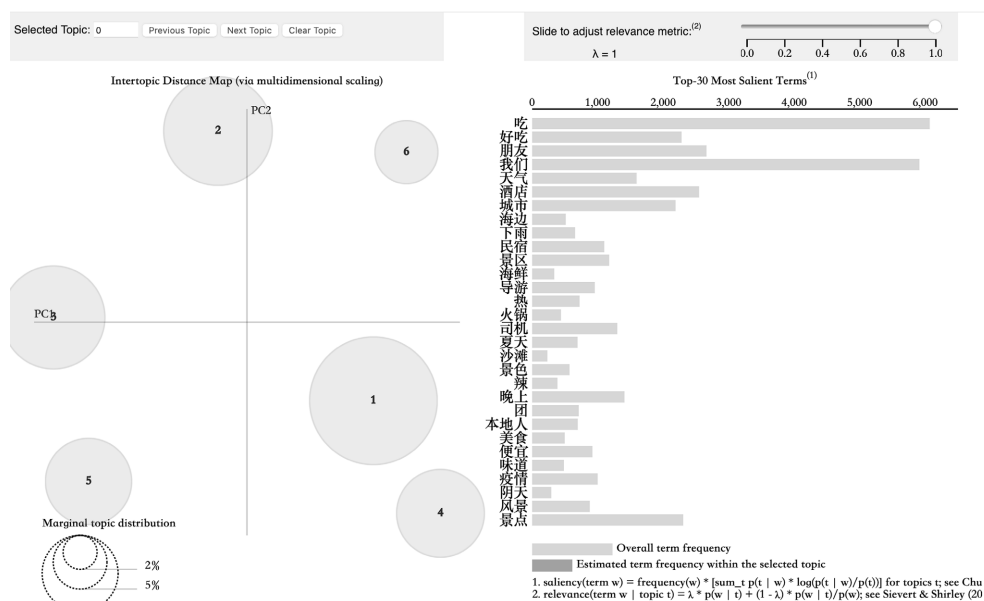


Figure 3. Topic bubble chart during “public health emergency period”

图 3. “突发公共卫生事件期间”主题气泡图

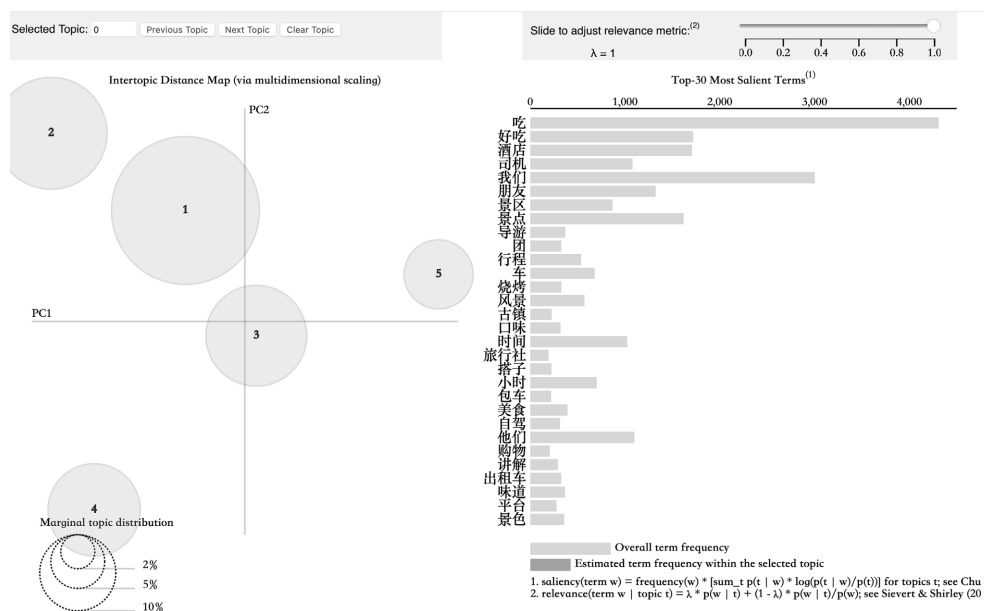


Figure 4. Topic bubble chart in the “normalization period”

图 4. “常态化时期”主题气泡图

观察图 3 与图 4 可见, 两个时期的主题在二维空间中分布均匀、彼此分离, 未出现明显重叠, 表明主题设置合理且具有较好的区分效度。各主题前五位特征词归纳如表 1 所示。

结合图表分析可知, 两个时期均稳定出现“美食体验评价”与“旅伴关系冲突”主题, 表明此类问题具有跨时期的普遍性。然而, 其具体特征词有所演变, 例如“旅伴关系”从“朋友”“孩子”等泛称转向“搭子”“消费观”等更具契约性与价值冲突的描述, 反映出旅游社交模式与矛盾焦点的迁移。

此外, 主题结构呈现明显的时期特异性: “突发公共卫生事件期间”的失败叙事集中于旅游安全与服务投诉、城市气候适应性、高原旅游挑战及海滨度假体验等与健康风险、远程出行、特殊环境适应相关的主题; 而到“常态化时期”, 失败焦点则转向城市旅游拥堵、交通服务困境与跟团服务质量等与传统大众旅游复苏伴随的运营与管理问题。这一对比揭示了旅游失败的关注点已从突发公共卫生事件期间的“风险与环境应对”逐步演变为常态化时期的“服务与体验质量”, 体现了旅游系统压力从外部冲击向内部管理的结构性转移。

**Table 1.** LDA topic characteristic words of “public health emergency period” and “normalization period”

**表 1.** “突发公共卫生事件期间”与“常态化时期”LDA 主题特征词

| 序号 | 突发公共卫生事件期间 |                | 常态化时期  |                 |
|----|------------|----------------|--------|-----------------|
|    | 主题         | 特征词            | 主题     | 特征词             |
| 1  | 旅游安全与服务投诉  | 投诉、警察、客服、巴黎、报警 | 城市旅游拥堵 | 城市、景点、天气、排队、地铁  |
| 2  | 美食体验评价     | 吃、好吃、城市、火锅、辣   | 美食体验评价 | 吃、好吃、烧烤、口味、美食   |
| 3  | 城市气候适应性    | 城市、热、夏天、景点、天气  | 交通服务困境 | 司机、出租车、车、下山、开车  |
| 4  | 旅伴关系冲突     | 朋友、孩子、我俩、女生、抱怨 | 旅伴关系冲突 | 搭子、消费观、旅伴、迁就、自私 |
| 5  | 高原旅游挑战     | 高反、猴子、亚丁、下雨、海拔 | 跟团服务质量 | 团、导游、旅行社、跟团、报团  |
| 6  | 海滨度假体验     | 海鲜、海边、沙滩、海水、海滩 |        |                 |

## 4.2. 旅游失败主题叙事挖掘与演变分析

基于 LDA 主题模型对旅游失败文本的分析, 揭示了旅游失败影响因素在突发公共卫生事件期间与常态化时期之间的动态演变与内在结构。研究发现主要从以下两个方面展开: 一是贯穿两个时期的稳定性因素, 反映了旅游体验中持续存在的核心痛点; 二是随外部环境变化而产生的结构性演变, 体现了旅游失败主要矛盾的根本性重构。整体来看, 旅游失败的叙事逻辑已从突发公共卫生事件期间的“外部风险应对”, 逐步转向常态化阶段的“系统效能管理”。

### 4.2.1. 稳定性因素: 旅游体验中持续存在的风险维度

研究发现, 有两类核心失败因素不受外部环境剧变影响, 始终贯穿于游客的叙事中, 构成了旅游体验的固有风险维度。

① 美食体验: 评判标准从“个人偏好”转向“公共标准”。研究发现, “美食体验评价”在两个时期均作为独立失败主题存在, 说明饮食体验是旅游满意度的基础构成, 其负面评价直接指向旅游失败。突发公共卫生事件期间, 相关叙述集中于“辣”“火锅”等具体味觉冲突, 反映出游客在不确定性中通过特定口味寻求情感慰藉, 失败常源于这种个性化期待的落空。常态化时期, 表述转向“口味”“美食”等整体性评价词汇, 表明游客开始以更具公共性的品质标准来审视餐饮体验。这揭示出美食作为旅游基础诉求的“双面性”: 它既是高度个人化的情感载体, 又必须接受公共标准的检验。其失败风险从“个人偏好失衡”转向“未达公共标准”, 但其作为旅游基础诉求的风险属性始终存在。

② 旅伴关系：从行为摩擦到价值不合的深化。“旅伴关系冲突”主题在两个时期持续出现，印证了旅游作为高强度共同经历所蕴含的固有社交风险。突发公共卫生事件期间的矛盾多表现为由具体事件引发的“抱怨”，属于表层的行为协调问题。常态化时期的冲突则更多指向“消费观”“自私”等深层次价值观或人格特质分歧。这表明，旅游已成为检验人际关系兼容性的“高压情境”，游客对旅伴的期待已从行为层面的配合提升至价值层面的契合，根本性的价值观不合已成为导致旅行彻底失败的核心原因。

#### 4.2.2. 结构性演变：旅游失败主要矛盾的根本性转移

随着社会语境从“非常态”转向“新常态”，旅游失败的主要矛盾发生了清晰且深刻的结构性转移。

① 焦虑核心：从生存安全转向体验效率。在突发公共卫生事件期间，“旅游安全与服务投诉”是突出主题(关键词：投诉、警察、报警)，这反映了游客在巨大不确定性下，对人身安全与基本权益保障的深切担忧，是一种“生存安全焦虑”。到了常态化阶段，这一主题被“城市旅游拥堵”和“交通服务困境”等取代(关键词：排队、地铁、司机)。游客焦虑的核心，已然转变为对行程顺畅度和时间成本的“体验效率焦虑”。这一转变清晰地表明，旅游服务的“合格线”已系统性地上移：从提供基本安全，提升到了必须优化流程、保障体验效率的新层面。

② 失败归因：从外部环境适应转向内部服务审视。突发公共卫生事件期间，游客的抱怨常集中在“城市气候适应性”“高原旅游挑战”等主题上——天气太热、高原反应等自然因素，成为许多人解释旅行不顺的主要原因。而到了常态化阶段，讨论的焦点明显转向了“跟团服务质量”等问题，关键词变成了导游、旅行社等。此时，旅行的不如意更多地被归因于人为服务的不到位：是否专业、有没有规范、能不能兑现承诺。这一重心的移转，实则折射出游客心理的深层变化：大家不再只是被动接受外在环境的挑战，而是更主动地以消费者的眼光，去衡量自己付出的金钱是否换来了等值的体验与服务。

## 5. 研究结论与启示

以社会运行模式的重大转变作为宏观背景分界，基于 LDA 主题模型对豆瓣“旅游失败小组”在两个时期的叙事文本进行挖掘与对比，旨在揭示旅游失败因素的动态演变及其深层逻辑。研究发现，旅游失败的核心矛盾已发生结构性变迁，并据此提炼出对理论与实践的系统性启示。

### 5.1. 主要结论

#### 5.1.1. 稳定痛点的内在深化

研究发现，“美食体验”与“旅伴关系”是贯穿两个时期的稳定性痛点，但其内涵呈现显著演变。美食体验的评价标准逐渐从满足个体口味的情感慰藉，转向寻求具有公共认可度的品质评估；旅伴冲突则从表层的行为摩擦，深化为关乎消费观念与行为边界的价值观冲突。这表明游客对旅游体验的要求从单纯的功能满足升级为对品质与价值适配的高阶追求。

#### 5.1.2. 关注重心的层次深化

游客的关注重心呈现“由外向内”的层次深化。从关注关乎安全的生存性焦虑，转向追求服务流程与质量的体验性效率焦虑；从适应“热”“高反”等外部自然环境，转向审视“导游”“排队”等内部服务流程与质量。这一由外向内的转移，标志着旅游消费诉求从安全底线向体验高线的实质性跃升。

#### 5.1.3. 系统协同的压力凸显

常态化时期，旅游服务质量已成为核心短板与主要抱怨对象。随着外部环境约束的解除，旅游系统在需求反弹背景下暴露出其韧性不足这一短板。旅游失败不再是单一的要素缺陷，更是从宏观管理、中观运营到微观服务的系统性效能瓶颈。这揭示了新常态下旅游体验的主要矛盾，已从应对外部风险，转

变为内部管理的优化。

## 5.2. 管理启示与对策

### 5.2.1. 餐饮品质升级, 打造核心美食吸引物

针对游客对旅游中美食的评判标准从满足个体口味的情感慰藉, 转向寻求具有公共认可度的品质评估这一点, 旅游目的地应将餐饮从配套要素提升为核心吸引物进行系统打造。首先, 需着力挖掘或创造具有高度地域标识性与传播力的“必体验”餐饮符号, 并围绕其设计系列旅游体验。将餐饮动线深度融入旅游规划, 开发以美食探访为主题的游览线路, 并配套手作体验、原料溯源等深度内容, 使餐饮消费升维为理解地方文化的核心体验, 从而牢牢稳固这一影响旅游满意度的基础维度。

### 5.2.2. 旅伴社交匹配优化规避价值观冲突

为应对旅伴冲突从表层的行为摩擦, 深化为关乎消费观念与行为边界的价值观冲突, 旅游在线平台需开发社交匹配机制。一方面分析用户的历史订单、评论情感倾向等行为轨迹; 另一方面引入轻量化的专项测评, 如对行程节奏、费用分摊偏好、社交边界态度的测量。利用大数据模型据此生成兼容性评分, 并在组队界面直观呈现核心匹配与风险提示, 如“消费观念契合度高, 但作息偏好差异显著”等。同时, 平台还应引导匹配成功的用户在出行前就预算框架、争议解决机制等关键事项进行协商并生成电子约定, 从源头管理因价值观适配不良导致的社交旅游困境。

### 5.2.3. 动态调控体系构建化解效率焦虑转化体验价值

为应对旅游失败因素从关注关乎安全的生存性焦虑, 转向追求服务流程与质量的体验性效率焦虑的转变, 旅游目的地管理需超越静态的信息公示, 构建基于实时大数据的动态调控系统。例如政府部门可以联合导航应用, 开发“旅游专属交通模式”, 针对旅行社、自由行等不同旅游模式制定个性化路线。将不可控的等待转化为可规划、可选择的选项。或借鉴主题乐园的体验设计, 在热门等候区部署增强现实(AR)叙事性导览, 将等待时间转化为一段与文化或景观相关的沉浸式交互体验, 从而在物理等待中创造认知价值, 将效率焦虑转化为预期管理与附加体验。

### 5.2.4. 服务提升闭环建立响应品质评估需求

为应对旅游服务质量已成为核心短板与主要抱怨对象这一现象, 旅游业管理者需建立可衡量、有反馈的服务提升闭环。应借鉴航空、高端酒店等高信任度行业的服务标准, 将游客与服务者的接触点解构为数个关键时刻, 并为每个时刻定义最低行为标准。如“司机在接到预订后 10 分钟内必须主动联系确认”“导游在每日行程开始时应明确当日购物安排政策”等, 通过视频记录等数字化工具使标准执行可记录、可核查。同时, 可参考网约车行业, 建立游客微反馈通道。在每项关键服务结束后, 游客可对特定服务者进行单点评分, 形成“服务交付-质量评价-激励反馈”的实时正循环, 切实解决服务质量提升不同步的矛盾。

## 5.3. 研究不足与展望

一是数据来源与样本代表性的局限。本研究的数据全部来自豆瓣“旅游失败小组”, 该社群具有特定的用户画像: 成员多为年轻、受教育程度较高、习惯于网络社群互动的用户, 且需通过审核才能加入。这种准入机制和平台文化可能导致样本偏向于愿意公开分享负面经历的“表达者”, 而沉默的失败体验者或被平台过滤的内容未被纳入。因此, 本研究揭示的旅游失败主题及其演变规律, 在向中老年群体、低频出游者或非社群活跃用户推广时可能存在一定偏差。未来研究可通过多平台(如小红书、微博、大众点评)交叉验证, 或结合大规模问卷调查, 以检验结论的外部效度。二是方法论的局限。LDA 模型在揭示

主题间的动态关联与因果路径上存在局限。本研究识别了各时期的独立主题, 但未能充分解释主题之间的相互影响或驱动关系。后续研究可结合社会网络分析(SNA)、情感计算或定性比较分析(QCA)等方法, 深入探究旅游失败因素的相互作用机制与关键驱动条件, 从而为构建更具韧性的旅游体验管理系统提供更精细的理论支撑。

## 基金项目

海南省哲学社会科学研究基地课题[HNSK(JD)22-6]; 海南省自然科学基金资助项目(725RC786)。

## 参考文献

- [1] Kirilenko, A.P., Stepchenkova, S.O. and Dai, X. (2021) Automated Topic Modeling of Tourist Reviews: Does the Anna Karenina Principle Apply? *Tourism Management*, **83**, Article 104241. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104241>
- [2] Saoualih, A., Safaa, L., Bouhatous, A., Bidan, M., Perkumienė, D., Aleinikovas, M., et al. (2024) Exploring the Tourist Experience of the Majorelle Garden Using VADER-Based Sentiment Analysis and the Latent Dirichlet Allocation Algorithm: The Case of Tripadvisor Reviews. *Sustainability*, **16**, Article 6378. <https://doi.org/10.3390/su16156378>
- [3] 张莹莹, 陈恒宇, 张梦迪. 基于 LDA 模型旅游住宿接待能力评价——以济南市为例[J]. 科技和产业, 2025, 25(6): 204-214.
- [4] 涂晨, 李鑫, 叶程轶. 基于 LDA 主题模型与 Apriori 算法的旅游数据挖掘[J]. 物联网技术, 2023, 13(3): 108-112.
- [5] 罗佳琦, 金贤珠, 黄松山, 等. 深度学习技术在旅游研究中的应用的发展与展望[J]. 世界地理研究, 2025, 34(12): 188-200.
- [6] 易柳凤, 陈晔, 王紫逸, 等. 花钱买罪受? 基于旅游者心理账户的旅游失败评价机制研究[J]. 旅游学刊, 2023, 38(7): 143-155.
- [7] 姚延波, 吴艾凌, 刘亦雪, 等. “先共毁, 后共创”: 成年子女与父母旅游价值共毁恢复的实证研究[J]. 旅游科学, 2025, 39(11): 56-75.
- [8] Casalo, L.V., Flavián, C., Guinalíu, M. and Ekinci, Y. (2015) Avoiding the Dark Side of Positive Online Consumer Reviews: Enhancing Reviews' Usefulness for High Risk-Averse Travelers. *Journal of Business Research*, **68**, 1829-1835. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.01.010>
- [9] 朱张祥, 杨可宁, 许春晓, 等. 赔笑还是卖惨? 旅游在线投诉回复中的表情符号对游客宽恕的影响研究[J]. 信息系统学报, 2025(1): 68-88.
- [10] Akarsu, T.N., Marvi, R. and Foroudi, P. (2022) Service Failure Research in the Hospitality and Tourism Industry: A Synopsis of Past, Present and Future Dynamics from 2001 to 2020. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, **35**, 186-217. <https://doi.org/10.1108/ijchm-11-2021-1441>
- [11] 粟路军, 贾伯聪. 旅游地危机事件研究回顾、述评与展望[J]. 湖南师范大学自然科学学报, 2023, 46(1): 57-69.