

新形势下衡阳市文旅产业提质策略研究

——以南岳衡山风景名胜区为例

刘 旺

湖南环境生物职业技术学院马克思主义学院, 湖南 衡阳

收稿日期: 2024年10月16日; 录用日期: 2024年11月22日; 发布日期: 2024年11月29日

摘 要

本文以南岳衡山作为研究对象, 使用后羿采集器采集携程旅行网在线点评的大数据, 通过ROSTER CM6软件, 从词频、社会语义网络、情感分析三个方面对南岳衡山进行研究, 并对新形势下衡阳市文旅产业提质策略进行探究。研究表明: 旅游者对南岳衡山的点评以正面评价为主, 对景区的旅游资源和旅游活动关注度较高, 游客的负面评价主要集中在景区标识与解说、旅游设施、景区安全、卫生状况等方面。在此基础上, 建议新形势下衡阳市文旅产业提质应挖掘旅游特色与文化, 提升景区旅游竞争力; 优化景区解说与导览, 促进景区内涵的提升; 科学规划与管理, 提高景区服务与管理水平。

关键词

衡阳市, 文旅产业, 南岳衡山, 网络文本分析

Study on the Quality Improvement Strategy of Cultural Tourism Industry in Hengyang City under the New Situation

—Taking the South Great Mountain (Mount Heng) as an Example

Wang Liu

School of Marxism, Hunan Polytechnic of Environment and Biology, Hengyang Hunan

Received: Oct. 16th, 2024; accepted: Nov. 22nd, 2024; published: Nov. 29th, 2024

Abstract

This paper takes South Great Mountain (Mount Heng) as the research object, uses the houyi data collector to collect big data of online reviews on Ctrip, and studies South Great Mountain (Mount Heng)

from three aspects of word frequency, social semantic network, and emotion analysis by ROSTER CM6 software, and explores the quality improvement strategy of Hengyang cultural tourism industry under the new situation. The research shows that the tourists' comments on Hengshan Mountain are mainly positive, and they pay more attention to the tourism resources and activities of the scenic spot. The negative comments are mainly concentrated on the signs and explanations of the scenic spot, tourism facilities, safety and health of the scenic spot. On this basis, it is suggested that under the new situation, the quality improvement of Hengyang cultural tourism industry should explore the tourism characteristics and culture to enhance the tourism competitiveness of scenic spots; optimize the interpretation and tour of scenic spots to promote the enhancement of the connotation of scenic spots; scientifically plan and manage to improve the service and management level of scenic spots.

Keywords

Hengyang City, Cultural Tourism Industry, South Great Mountain (Mount Heng), Web-Text Analysis

Copyright © 2024 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

高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务[1]。近年来,文旅产业极大促进了我国国民经济和社会发展,然而 2020~2022 年旅游业成为受冲击和损失最大的行业之一,主要表现为旅游人数和旅游收入大幅下降、旅游人均消费持续降低、从业人员流失情况突出、产业链遭受严重冲击[2]。2023 年以来,旅游业逐步恢复,甚至达到新的高峰。衡阳市高度重视旅游行业的发展。2023 年 7 月 27 日,中国共产党衡阳市第十二届委员会第五次全体会议确立了衡阳市“制造立市、文旅兴城”发展战略。2024 年,适逢第三届湖南省旅游发展大会在衡阳举办,衡阳的旅游业发展迎来了巨大机遇。新形势下,需要结合衡阳“文化强市”建设,立足衡阳现有文旅资源实际和文旅产业发展现状开展研究。南岳衡山风景名胜区作为衡阳唯一一个国家 5A 级旅游景区,在研究新形势下衡阳市文旅产业提质策略研究中具有一定的典型代表性。

越来越多的学者运用 UGC (User Generate Content)数据开展旅游研究,如旅游形象感知、旅游体验、目的地形象、旅游意向、满意度等[3]-[6]。新形势下,研究者多从旅游业发展趋势、发展路径等主题开展研究[7]-[9]。而新形势下衡阳市文旅产业提质策略相关的研究却不多见,新形势下衡阳文旅产业发展前景分析、衡阳文旅产业发展战略及规划研究、统筹衡阳文旅产业链稳定性研究有待进一步深化。因此,本研究以南岳衡山风景名胜区为例,采集、挖掘携程旅行网关于南岳衡山的游客点评作为文本资料,分析新形势下衡阳市文旅产业提质策略。

2. 研究设计

2.1. 研究区域概况

南岳衡山风景名胜区位于湖南省中南部湘江中下游,范围近 30 平方千米,是我国五岳名山之一,素以“五岳独秀”、“宗教圣地”、“中华寿岳”、“文明奥区”、“抗战枢要”著称于世。

2.2. 资料来源

本文通过在携程网检索关键词“南岳衡山”,利用后羿采集器提取 2015~2024 年携程旅行网中游客

对南岳衡山的在线点评，最终获得南岳衡山在线旅游点评 2280 条，共计 152,385 个字符。

2.3. 研究工具和方法

本文使用后羿采集器采集 UGC 文本材料，以网络文本分析法作为研究方法，借助 ROSTER CM6 软件对文本资料进行分析。

3. 分析结果

3.1. 词频分析

采用 ROST CM6 “分词”功能，通过对结果的校对，完善了分词词表，在自定义词表中添加“祝融峰”、“南天门”、“磨镜台”、“南岳大庙”等专属名词，过滤了“然后”、“已经”等无意义词语；采用“词频分析”功能予以统计。对高频词汇进行分析总结，表 1 显示：在旅游资源方面，“祝融峰”、“南天门”、“南岳大庙”、“半山亭”等旅游景点出现频率较高，说明游客对上述景点的关注度较高，充分体现了南岳衡山的旅游吸引物因素；在游客感知方面，值得、方便、漂亮、秀丽、自然、性价比、优美、仙境、最好、免费、清新等褒义词词频较高，证明广大游客对南岳旅游的评价满意度高；在旅游活动方面，五岳、道教、佛教、云海、日出、雾凇、爬山、帐篷等高频词汇的出现也凸显了南岳衡山资源禀赋好、自然资源与人文旅游资源并存、旅游活动多样等独特特点。

Table 1. High-frequency word statistics of South Great Mountain (Mount Heng) online texts
表 1. 南岳衡山网络文本高频词统计

高频词	词频	高频词	词频	高频词	词频	高频词	词频
衡山	1137	南岳	560	风景	533	景区	402
景色	374	五岳	356	上山	315	祝融峰	310
山顶	268	小时	261	下山	230	山上	227
南天门	226	景点	216	值得	213	地方	211
日出	184	门票	180	缆车	176	方便	176
游客	175	坐车	174	值得一去	172	时间	172
爬山	164	索道	156	徒步	154	上去	137
排队	135	环保	131	步行	129	香火	128
烧香	125	建议	124	衡阳	121	中心	117
选择	107	天气	106	服务	105	一路	103
雾凇	100	中国	98	位于	98	南岳大庙	97
漂亮	96	体验	94	秀丽	93	自然	92
分钟	89	空气	88	圣地	88	名胜区	85
性价比	80	朋友	80	优美	79	道教	78
山下	78	旅游	77	祝融	77	下车	75
到达	72	登山	71	寺庙	70	云海	70
全程	70	游玩	69	祈福	69	佛教	68
交通	67	拜佛	65	风景区	63	仙境	62
管理	61	最好	61	这次	60	司机	60
山路	58	冬天	58	半山亭	58	独秀	58
路上	57	海拔	57	免费	57	下来	56
晚上	55	游览	54	名山	53	老板	53
第二	51	湖南	51	环境	50	下次	50
半山	50	清新	49	文化	48	湖南省	48
帐篷	47	注意	47	登顶	47	半山腰	46

3.2. 社会语义网络分析

通过语义网络分析，得出南岳衡山游客评论语义网络分析视图(图 1)，总共分为三层：第一层以“衡山”为中心，第二层主要围绕“上山”、“门票”、“山顶”、“风景”、“景色”、“南岳”等词汇的走向；第三层围绕着“山上”、“独秀”、“名胜”、“圣地”、“步行”、“坐车”等图形主体。

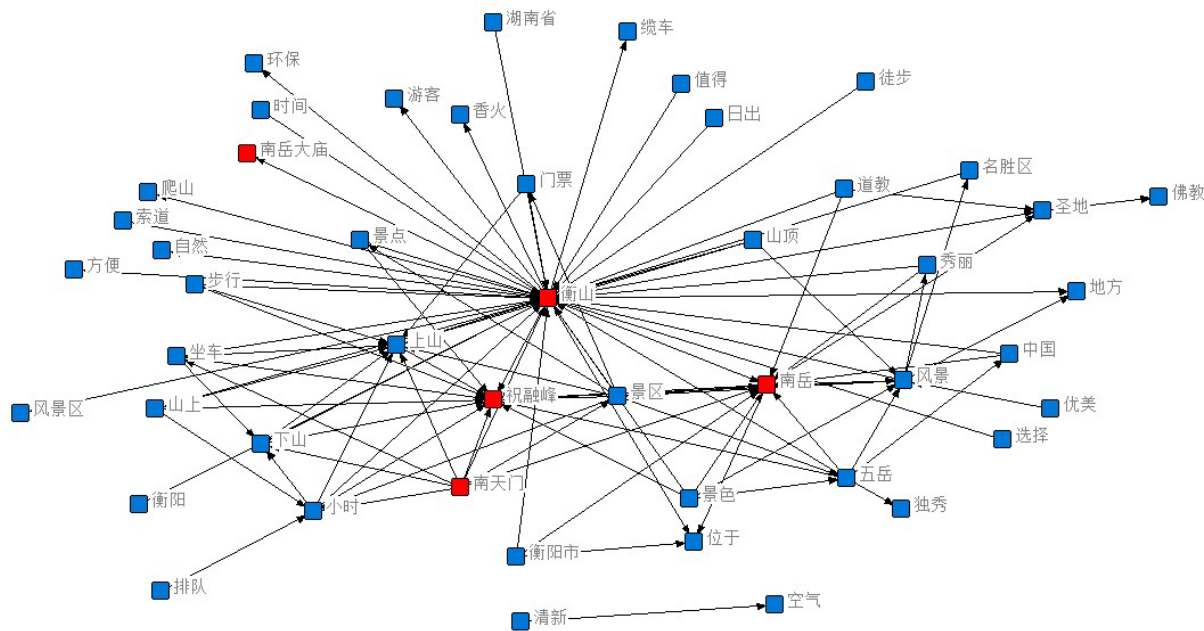


Figure 1. Semantic network analysis view of South Great Mountain (Mount Heng) tourist reviews
图 1. 南岳衡山游客评论语义网络分析视图

3.3. 情感分析

Table 2. Sentiment analysis of tourists’ online texts
表 2. 游客网络文本情绪分析

	积极情绪	2022 条	73.90%
	中性情绪	388 条	14.18%
	消极情绪	326 条	11.92%
积极情绪分段统计	一般(0~10)	823 条	30.08%
	中度(10~20)	614 条	22.44%
	高度(20 以上)	585 条	21.38%
消极情绪分段统计	一般(-10~0)	223 条	8.15%
	中度(-20~-10)	67 条	2.45%
	高度(-20 以下)	10 条	0.37%

本文将网络文本导入进行情感分析，结果显示：积极情绪为 73.90%；中度情绪为 14.18%；消极情绪为 11.92%(表 2)。可见，“挺舒服的”、“流连忘返”、“不虚此行”、“服务挺热情”、“风景很好”等词汇反映了广大游客在南岳旅游能够获得积极情感。如评论“古老的祝融峰，儒释道三教合一，大自

然的奇迹，中国古圣先贤的智慧”、“冬天去的，有雾凇，超美”、“云海很壮观，雾凇很好看，烧香祈福文化很浓厚”等，表明游客对南岳衡山的正向评价主要是南岳衡山的自然和人文风光。“照明设施非常少”、“容易被宰，价格悬殊太大”、“导向标志太少”、“节假日人太多”、“景点介绍不详细”、“垃圾无人清理”、“比较危险”等均反映出游客的消极情绪，如评论“许多岔路是和摆渡车共用的，带孩子徒步比较危险”、“节假日人太多，上山的路很窄，人车抢道，影响安全”、“路标还不够完善，走了蛮多的冤枉路，希望景区能把路标完善一点”、“徒步有很长一段是盘山公路，没有单独人行道，路上车来车往很不安全”、“景区巴士停靠点清晰度不高，景点介绍不详细，小巴只想把你拉到山顶，中途有什么景点没人说，进入景点也没有很好的地图景点介绍指南”等，可见游客的消极情绪主要来自南岳衡山的景区标识与解说、旅游设施、景区安全、卫生状况等。

3.4. 研究结论

通过以上对南岳衡山网络评论进行词频分析、社会语义网络分析和情感分析，研究发现：1) 游客对南岳衡山的旅游资源、旅游活动的关注度较高，且游客对南岳衡山的感知以正向为主；2) 游客对南岳衡山的评价词频中“五岳”、“风景”、“景色”涉及多；3) 游客对南岳衡山的评价以积极情绪为主，对南岳衡山的负面评价主要是景区标识与解说、旅游设施、景区安全、卫生状况等。

4. 新形势下南岳衡山风景名胜区旅游提质策略

4.1. 挖掘旅游特色与文化，提升景区旅游竞争力

南岳衡山风景名胜区素以“五岳独秀”、“宗教圣地”、“文明奥区”、“中华寿岳”著称于世，有着丰富的自然和人文旅游资源。自然旅游资源有群峰怪石、古树名木、气候气象、溪流泉瀑等资源，人文旅游资源有宗教文化、建筑雕刻、名胜楹联、名人墓庐遗址等。其中，游客点评中关注最多的是雾凇、日出、爬山、宗教文化等，而对于南岳衡山的寿文化、火文化、红色文化古镇文化、乡村旅游等涉及较少。所以，有关部门应当重视发挥南岳衡山的特色优势，提高衡山旅游的竞争力，为南岳衡山旅游产业的快速发展添油助力。新形势下文旅产业提质应该深入挖掘自身特色资源，结合旅游发展热点，打造高质量的旅游活动，促进旅游业转型升级，从而促进旅游行业提质。

4.2. 优化景区解说与导览，促进景区内涵的提升

从评论“衡山脚下的重要景点，历史悠久，边听讲解，边看古建筑，非常引人入胜”可见，好的解说对游客体验起着重要的作用。也有游客指出“得具备佛教方面的知识，里面几乎没有工作人员给你讲解的”、“导向标志少”、“容易迷路”、“找不到路”，反映了游客在旅途过程中产生的困惑，表明景区在解说与导览方面还可以进一步优化。党的二十大报告中指出“以文塑旅，以旅彰文”，文化内涵的建设，对景区的发展起着至关重要的作用。因此，新形势下衡阳文旅产业提质应当深入挖掘景区文化，加强完善景区解说与导览建设，促进景区内涵的提升。

4.3. 科学规划与管理，提高景区服务与管理水平

在情感分析中，游客对景区的负面评价主要来自旅游设施、景区安全、卫生状况等，游客旅游体验的好坏与景区的管理水平密切相关。从旅游目的地角度看，景区应当强化管理、统筹规划，充分发挥景区各部门联动机制，打造南岳“文明奥区”；从旅游从业者的视角出发，景区应当注重景区服务人员的培训与管理，以强化景区工作人员的道德品质和服务技能，秉持“游客至上，服务真诚”的原则，致力于提升应急响应与处理能力，从而全方位地增强旅游服务的品质与水平。鉴于此，新形势下衡阳文旅产业

亟需科学规划与管理，以期全面促进景区服务与管理的双重提升。

5. 研究结论

作为“五大幸福产业”之首的旅游产业，推动其高质量发展不仅关乎经济社会增长，更是满足人民对美好生活向往的重要抓手。近年来，文旅产业极大地促进了我国国民经济和社会的发展，在社会产业链条中已成为势头强劲的“朝阳产业”。本研究以南岳衡山作为研究对象，对新形势下衡阳市文旅产业提质策略进行探究，提出了新形势下南岳衡山风景名胜区旅游提质策略：1) 挖掘旅游特色与文化，提升景区旅游竞争力；2) 优化景区解说与导览，促进景区内涵的提升；3) 科学规划与管理，提高景区服务与管理水平。

基金项目

本文系衡阳市社会科学基金项目《后疫情时期衡阳市文旅产业链稳定性研究》(编号：2021D015)。

参考文献

- [1] 习近平. 高举中国特色社会主义伟大旗帜为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗：在中国共产党次全国代表大会上的报告[M]. 北京：人民出版社, 2022.
- [2] 王鸿儒. 多措并举 着力推动旅游业高质量发展[J]. 宏观经济管理, 2024(6): 29-35.
- [3] 廉凯芳, 杨铭铎, 赵福振, 等. 基于网络文本分析的三亚美食旅游发展研究[J]. 商业经济研究, 2024(9): 188-192.
- [4] 李经龙, 王海桃. 中国山岳型世界遗产地旅游形象感知研究[J]. 资源开发与市场, 2023, 39(5): 629-634.
- [5] 杨春梅, 赵原, 徐西帅, 等. 基于网络文本数据分析的冰雪旅游游客满意度研究——以哈尔滨为例[J]. 企业经济, 2022, 41(3): 133-140.
- [6] 彭丹, 黄燕婷. 丽江古城旅游地意象研究：基于网络文本的内容分析[J]. 旅游学刊, 2019, 34(9): 80-89.
- [7] 钱建农. 后疫情时代旅游业新趋势：Foliday 度假生活方式[J]. 旅游学刊, 2023, 38(2): 11-13.
- [8] 郑颖, 张高军, 张若愚. 你还会去武汉吗？疫情下的共情与旅游意愿——目的地形象的中介作用[J]. 热带地理, 2022, 42(12): 2110-2120.
- [9] 杜洁莉, 张跃. 后疫情时期粤港澳大湾区“城市-郊野”旅游流网络结构特征——基于网络数字足迹的分析[J]. 热带地理, 2022, 42(11): 1931-1942.