

基于网络文本分析的古村落游客满意度研究

王翠琼, 赵 芃, 刘志敏

河北师范大学家政学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2026年8月14日; 录用日期: 2026年9月14日; 发布日期: 2026年9月24日

摘 要

随着古村落文旅开发不断推进, 游客体验问题逐渐成为影响景区可持续发展的重要因素。本文以宏村古村落为研究对象, 基于携程平台2019~2025年游客网络评论数据, 通过文本挖掘与内容分析法, 进行词频统计、语义网络分析与情感特征分析。研究结果表明, 游客整体游览评价较好, 对宏村徽派建筑风貌与山水景观认可度较高。但游客评论也集中反映出景区商业氛围偏重、日常管理不够细致、文化体验较为表层等现实短板。据此, 本文结合景区实际发展现状, 从文化资源、商业调控和服务管理等方面提出优化对策, 可为宏村文旅品质提升及同类古村落的开发治理提供参考依据。

关键词

游客满意度, 古村落, 网络文本分析

A Study on Tourist Satisfaction of Ancient Villages Based on Online Text Analysis

Cuiqiong Wang, Yuan Zhao, Zhimin Liu

School of Home Economics, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

Received: August 14, 2026; accepted: September 14, 2026; published: September 24, 2026

Abstract

With the continuous advancement of cultural-tourism development in ancient villages, tourist experience has gradually become a vital factor affecting the sustainable development of scenic spots. Taking Hongcun Ancient Village as the research object, this paper adopts tourist online review data from Ctrip covering 2019 to 2025. Using text mining and content analysis methods, it conducts word-frequency statistics, semantic network analysis and sentiment characteristic analysis. The research results show that tourists give generally positive evaluations of their visit and hold high recognition of Huizhou-style architectural features and landscape in Hongcun. Nevertheless, tourist

文章引用: 王翠琼, 赵芃, 刘志敏. 基于网络文本分析的古村落游客满意度研究[J]. 可持续发展, 2026, 16(9): 194-200.

DOI: 10.12677/sd.2026.169327

comments also reflect prominent practical drawbacks, including excessive commercial atmosphere, inadequate daily management and superficial cultural experience. Accordingly, combined with the actual development status of the scenic spot, this paper puts forward optimization countermeasures from the perspectives of cultural resources, commercial regulation and service management. It can provide references for improving the cultural-tourism quality of Hongcun and for the development and governance of similar ancient villages.

Keywords

Tourist Satisfaction, Ancient Villages, Online Text Analysis

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. 研究背景

古村落旅游作为新兴的复古产业，目前在国内非常热门，所谓古村落就是指形成较早、保留丰富历史文化遗产，具有较高历史、文化、艺术与社会价值，并延续至今的传统乡村聚落[1]，古村落承载着农耕文化的悠长记忆，在历史长河中形成独特的自然人文风貌，蕴藏丰富的非物质文化遗产，如家风家训、节庆习俗、传统手工艺、民间歌舞等。

如今，旅游行业发展势头愈发迅猛，游客的实际体验与满意程度，已然成为旅游地综合实力及能否实现长久稳定发展的重要依据。游客满意度最早由 Pizam 提出，指游客对旅游目的地游览前的期望与其实地体验后对比所形成的心理状态[2]，是衡量游客对景区游览满意程度的重要指标[3]。在互联网飞速发展的今天，网络已经深度融入人们的日常生活，成为大家离不开的重要组成部分，越来越多的游客在旅游体验后倾向于在旅游在线平台发表评论、游记，能够及时地反映旅游的动态变化，基于此，本文选取宏村景区为案例地，利用八爪鱼采集携程网在线评论，深入探究影响游客满意度的主要因素，结合游客真实反馈梳理宏村景区现存问题，并据此提出针对性优化建议，为宏村旅游品质的提升与可持续发展提供参考。

2. 文献综述

旅游目的地形象是游客通过对区域旅游资源禀赋、自然人文环境、公共服务设施、业态配套以及各类旅游体验活动的综合感知，所形成的整体性认知、主观感受与价值判断。依托网络游记、游客点评这类 UGC 文本开展旅游形象感知研究已经成为国内旅游研究的常用思路，国外较早关注 UGC 数据和目的地形象之间的关联，不少学者借助平台游记对比分析网络呈现的感知形象和旅游地实际面貌的差异。国内大多运用 ROST CM6 软件，通过词频统计、语义网络、情感分析开展实证分析，研究对象覆盖古村落、地质景区、主题公园等多种旅游地。现有研究发现，游客的感知主要集中在景观资源本身，而景区管理、配套服务、商业化程度则是产生负面评价的主要诱因，古村落还普遍面临体验浅层化、同质化突出的现实问题，部分研究也结合前童古镇等地的实践，探讨了保护活化、民宿赋能、村民参与等优化路径。不过现有成果大多集中在知名度较高的景区，不少研究局限于单一景点分析，针对小众城市、区域性整体旅游形象的实证研究相对偏少。基于此，本文利用网络 UGC 文本，对研究案例地开展旅游目的地形象感知分析，以此补充相关领域的实证研究。

3. 研究设计

3.1. 案例概况

宏村位于安徽省黄山市黟县东北部，始建于南宋绍兴年间(1131~1162 年)，距今约 900 年，为汪氏宗族聚居的徽派古村落，宏村在明清时期达到了文化的繁荣，徽派古村落的典型代表，留下了大量精美的徽派建筑，如太子庙、乐叙堂、正义堂等祠堂、庙宇。这些古建筑不仅体现了徽州建筑的特色，而且也是研究中国古代建筑艺术的重要资料。村落呈独特“牛形”布局，以人工古水系、明清古建筑群与田园风光闻名，广受赞誉，是一处如入画卷的乡村。

2000 年 11 月宏村与西递一同列入世界文化遗产名录；2003 年获评国家历史文化名村；2011 年晋升国家 5A 级旅游景区；2019 年入选首批全国乡村旅游重点村，是徽文化传承与文旅融合发展的典范村落。宏村还荣获多项荣誉称号，如十大中国最美村镇等，显示出其在全国旅游经济发展中的重要地位。在诸多旅游网站中，关于黄山市宏村的点评量较大、资料丰富。因此，本文选其作为案例的研究具有一定的代表性。

3.2. 数据来源与处理

本研究选取宏村作为案例对象，研究资料来源于在线旅游网站用户量较大的携程旅行网的用户在线评论，使用八爪鱼收集器进行数据收集，本次 2019 年 6 月至 2025 年 5 月期间获取携程网用户评论 2787 条。为提升分析的准确性和真实性，对采集的数据进行了预处理，包括去除表情符号、广告和商业推广以及与研究主题无关的评论。经过筛选，共得到有效 2775 评论条，并将这些评论保存为文本文件(.txt 格式)，随后导入 ROST Content Mining6 软件(以下简称 ROST CM6)进行量化分析。本研究从词频、语义网络、情感分析三个维度，系统探讨了游客满意度及其影响因素。

4. 数据分析

4.1. 高频词分析

本文通过运用 ROST CM6 软件对文本数据进行词频分析，筛选并排除了与研究主题无关的词汇，最终提取出了宏村游客满意度的高频词汇(详见表 1)。在这些高频词汇中，“宏村”一词的出现频次最高，紧随其后的是“建筑”“徽派”“景区”，这些词汇集中体现了功能定位。游客对景区体验的评价词汇是“值得”“文化”“景色”“南湖”“门票”“文化”等。

Table 1. High-frequency word statistics
表 1. 高频词统计

排名	高频词	频次/次	排名	高频词	频次/次	排名	高频词	频次/次	排名	高频词	频次/次
1	宏村	2845	26	游客	248	51	旅游	146	76	典型	108
2	建筑	1135	27	方便	231	52	风格	144	77	中国	107
3	徽派	893	28	村子	226	53	讲解	141	78	游览	107
4	景区	831	29	漂亮	220	54	清晨	140	79	倒映	106
5	南湖	687	30	商业	220	55	三天	139	80	景观	105
6	景色	614	31	晚上	219	56	游玩	137	81	美景	104
7	门票	501	32	水墨画	210	57	村里	137	82	村庄	101
8	文化	374	33	乡村	202	58	性价比	129	83	明清	101
9	值得	359	34	适合	196	59	环境	128	84	氛围	100

续表

10	黄山	343	35	黛瓦	192	60	安徽	126	85	独特	99
11	地方	340	36	水墨	192	61	倒影	124	86	小吃	99
12	风景	338	37	气息	190	62	皖南	120	87	不大	98
13	徽州	331	38	导游	189	63	选择	118	88	值得一去	97
14	很美	323	39	建议	185	64	马头	116	89	严重	97
15	历史	322	40	民居	173	65	白天	116	90	美食	96
16	景点	319	41	古镇	172	66	美丽	116	91	世界文化遗产	96
17	特色	315	42	古村	168	67	黟县	116	92	水系	94
18	商业化	304	43	整个	167	68	人文	116	93	住宿	94
19	古村落	298	44	自然	166	69	整体	115	94	仿佛	93
20	很好	297	45	小时	161	70	慢慢	114	95	孩子	92
21	村落	296	46	学生	160	71	保存	112	96	山水	91
22	体验	295	47	时间	155	72	木雕	112	97	总体	91
23	拍照	279	48	古建筑	151	73	代表	110	98	布局	90
24	写生	260	49	江南	149	74	夜景	110	99	味道	90
25	感受	250	50	书院	148	75	服务	109	100	粉墙	90

为了能够直观地呈现出游客对宏村的关注点,本研究借助于微词云工具对高频词汇进行可视化处理,直观地展示出各类词汇的重要程度,如图1所示。



Figure 1. Word cloud of high-frequency words

图 1. 高频词词云图

通过上述分析结果可以看出,景区本身丰富的旅游资源是吸引旅游者到访宏村的核心要素,该研究的结论能够优化游客对宏村的满意度提供了明确的方向。为了深入了解游客对宏村的满意度,本文结合相关研究,将高频词汇划分为三个方面:宏村旅游体验、宏村服务管理、宏村文化底蕴。

4.1.1. 宏村旅游体验

本研究通过游客对黄山市宏村的旅游体验的分析中得出,高频词汇主要集中在“值得”“很美”“特色”和“南湖”等,其中,“值得”一词的出现频次尤为突出,反映出游客对宏村的旅游体验整体满意度较高。然而,也存在“不大”“建议”“商业化”等负面评价,这些揭示了不同游客对宏村各方面体验感

知的差异性。

4.1.2. 宏村服务管理

从宏村游览体验的用户评论分析中可以看出，“门票”“方便”“感受”“服务”和“体验”等词汇频繁出现，这些词汇表明游客对门票、服务质量和旅游感受的重视。此外，“严重”等词汇不但揭示了景区的高人气，同时也暗示了景区在服务管理方面需要进行优化调整。

4.1.3. 宏村文化底蕴

本研究发现与文化底蕴相关的高频词汇主要涉及“徽派”“文化”“历史”“古村落”等词语。其中，“徽派”一词的出现频次最高，这反映出游客在游览过程中对徽派建筑的体验较为深刻。然而，游客对宏村文化底蕴的感知较为浅层，这同时揭示了宏村在文化传递设计方面仍有提升空间。

4.2. 社会网络语义分析

语义网络在将文本中出现的高频词作为连接节点的基础上，通过计算高频词组合共同出现的次数来直观展示各个节点之间的关系，再将信息的精神意境图以有向图的形式呈现出来[4]。分析结果显示，以“宏村”作为核心节点，与“建筑”“徽派”“景区”和“南湖”等词汇高度关联，共同构成语义网络的核心层。与此同时，“门票”“商业化”“性价比”等词汇，反映出游客在游览过程中对景区旅游服务质量和管理体系的综合感知；而“很美”“值得”“很好”等词汇，说明大部分游客对宏村的游览体验持有认可态度。

4.3. 游客情感分析

情感分析是指利用文本挖掘技术对具有主观性情感的文本进行分析、处理、归纳与推理，又被称为观点挖掘[5]。在旅游过程中，情感形象反映了游客的心理和情感变化，是游客对旅游目的地满意度评价的直观体现[6]。通过利用 ROST CM6 功能分析中的情感分析功能获取游客对旅游目的地的情感形象感知(如表 2 所示)。根据表 2 可知，游客对宏村的积极情绪占比 85.87%，表明绝大多数的游客对于宏村的旅游体验、服务管理和文化底蕴持积极肯定态度。从积极情绪的强度可以看出高度远高于中度和一般，这暗示虽然游客普遍持肯定态度，但仍需关注并改善宏村的服务与管理。游客对宏村的中性情绪占比 3.42%，这提示景区管理者需迅速采取措施，防止中性情绪向消极情绪的转变。游客对宏村的消极情绪占比 10.70%，这表明虽然部分游客对景区存在不满，宏村的管理者可以进行针对性的改进措施，将消极情绪转变为中性或积极情绪。

Table 2. Sentiment analysis results
表 2. 情感分析结果

情绪类型	比例	强度	比例
积极情绪	85.87%	一般(0~10)	21.55%
		中度(10~20)	22.95%
		高度(20 以上)	41.37%
中性情绪	3.42%		
消极情绪	10.70%	一般(-10~0)	7.57%
		中度(-20~10)	2.02%
		高度(-20 以下)	0.36%

5. 结论与建议

5.1. 结论

本文采用网络文本分析法,以黄山·宏村为例,探究游客对古村落的满意度。研究发现,游客对古村落认知清晰,对景区旅游产品、服务管理的关注度较高,对古村落的文化底蕴感知较为浅显;在游客对于景区的情感分析中,积极情绪占比最大为 85.87%,消极情绪为 10.70%,整体来看,游客对于景区的各方面满意度较高,但也存在着一定的不满。通过分析文本数据,提取出部分游客对宏村景区不满的主要原因:

(1) 文化体验浅层缺乏深度供给

游客不再满足于传统观光旅游模式,而是更注重旅游过程中的文化体验与精神享受,对具有深刻文化内涵、鲜明地域特色的旅游产品需求持续增长[7]。宏村目前的游览模式过度依赖“打卡拍照”,缺乏深度的文化体验内容,不能满足游客深度体验的需求。多数古宅开放范围有限,部分核心古宅的讲解服务需要额外收费,导致游客对宏村的核心内涵了解不深,多为走马观花式游览,难以感受到徽州文化的精髓。

(2) 景区管理模式有待进一步优化

游客评论里“建议”一词出现 185 次,这能看出大家对景区管理现状并不满意,也希望看到改善。不少游客直接指出管理上的问题,比如停车混乱、现场没人引导,还有电瓶车、商贩推车随意停放、占道等情况,这些都说明,要提升游客满意度,精细化管控是必须重视的关键。

(3) 景区商业氛围过浓

在游客网络评论的词汇统计中可以看出,“商业化”一词共出现 304 次。通过进一步的分析可以发现,不同游客源于自身出游诉求和审美偏好,对景区商业化程度的态度明显不同。一部分游客能接受景区适度的商业配套,也有不少游客对此表示反感。之所以会出现这种差异,从本质上说是因为景区发展商业是为了提高收益,但是古村的氛围收到了过度商业化的破坏,降低了游客体验感。因此,如何平衡商业开发与资源保护两者之间的关系是核心。

5.2. 建议

结合本文游客产生不满的原因,给出以下对策,以期提升宏村景区的游客满意度。

(1) 深耕地域特色资源,提升文旅核心吸引力

当地应该深化文旅融合,以文化为核心亮点,增强游客的文化认同与感知。景区适当地增设免费公益讲解,合理安排讲解场次,有重点地解读宏村牛形水系规划理念、徽派三雕艺术精髓、古宅历史典故及徽州宗族文化,进而降低游客了解徽州文化的门槛

景区立足于自身地域独特性的优势,要严格保护徽派古建、村落格局与自然生态环境,并且要深度挖掘本土民俗文化内涵,增设特色文化体验项目,持续优化游览环境与观景设施,从而巩固游客好感度与整体满意度。

(2) 完善景区管理机制,整治游览各类秩序问题

针对游客提出的各类管理建议,景区全面优化运营管理模式,重点解决停车难、交通疏导不到位等出行难题,明确管理人员工作职责,规范景区内车辆停放秩序,集中整治商贩占道经营、随意摆摊等乱象,以精细化管控规范景区游览秩序,切实改善游客实地游玩体验。

景区需要加快建立标准化的旅游服务体系,要落实服务质量考核制度,引导员工树立规范的服务意识,并持续加强员工日常管理、提升服务水平,确保游客的游玩体验达到预期,减少负面评价,同时推

动业态创新。

(3) 科学把控商业规模，营造古朴舒适游览氛围

景区合理规划商业业态与经营布局，有效缓解商业氛围过浓的问题，缩减核心街区同质化商业店铺占比，区分文化游览区域与商业经营区域，适度精简低端小吃、同类纪念品等重复性业态，在保障基础便民服务的前提下，最大程度保留古村落原生静谧风貌，满足不同游客的游览需求。

景区可以根据游客的实际需求推出个性化、定制化的服务模式，同时可以设置多样化的旅游项目组合套餐，完善特色住宿和餐饮服务，在常规酒店的基础上，可以增加主题特色住宿，丰富游客的住宿选择。景区也可以根据不同游客的需求推出差异化服务，为素食人群、儿童等有特殊饮食需求的人群，定制适配的专属餐食，同时为普通游客推荐当地特色美食，让游客感受到当地饮食文化。通过这项个性化定制服务的实施，才能够更好地满足不同游客的多样需求，进而能有效提升游客对景区的整体满意度。

6. 结束语

古村落凭借其独具特色的优势，已经成为旅游的重要载体。从宏村游客的网络评论文本中可以看出，尽管大部分游客对宏村的旅游体验整体满意度较高，但在商业氛围、景区管理和文化体验等方面仍然有部分游客提出了意见。宏村在文旅开发过程中还没有对保护与发展、流量与品质、商业化与文化传承形成有效的平衡。古村落要想实现长久的发展，不能单纯只是依赖自然和建筑资源，还要深度挖掘文化的内涵、提升管理水平以及持续优化游客体验。本研究围绕游客满意度展开探索性分析，虽然宏村在古村落中具有典型的代表性，但是本次研究仅以选取黄山市宏村为单一案例，选取的样本范围存在一定局限。后续的研究可以增加相关案例的数量，选择更多不同类型的古村落进行对比和分析，进一步提升研究结论的代表性与普适性，让整体的研究成果更加科学、可靠。

参考文献

- [1] 金字, 郭芳芳. 关于山西省乡村旅游可持续发展的思考[J]. 河南农业, 2020(34): 60-61.
- [2] Pizam, A. (1978) Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by Its Residents. *Journal of Travel Research*, 16, 8-12. <https://doi.org/10.1177/004728757801600402>
- [3] 董敏杰. 基于网络文本分析的丽江市玉龙雪山景区游客满意度研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南师范大学, 2024.
- [4] 苏上智, 卢家璐, 王倪璇, 等. 基于网络文本挖掘的甘肃省旅游形象感知研究[J]. 甘肃高师学报, 2025, 30(1): 137-142.
- [5] 徐德金, 张伦. 文本挖掘用于社会科学研究: 现状、问题与展望[J]. 科学与社会, 2015, 5(3): 75-89.
- [6] 马捷, 黄代秀, 王亚军. 基于 UGC 和问卷调查的康养旅游形象感知研究——以米易县为例[J]. 攀枝花学院学报, 2023, 40(3): 41-50.
- [7] 吴婧瑶. 文旅融合视域下乡村文化遗产旅游高质量发展策略[J]. 中原文化与旅游, 2025(24): 46-48.