

doi:10. 3969/j. issn. 1671-3168. 2024. 01. 038

基于网络数据的洛阳市王城公园景观形象感知研究

王 丽, 燕亚飞, 李舒蕾

(河南科技大学 园艺与植物保护学院, 河南 洛阳 471000)

摘要:以互联网络游客评论为数据来源,通过网络文本分析法,从词频分析、社会网络和语义分析、情感分析 3 个方面对洛阳市王城公园景观形象感知进行分析,以了解王城公园旅游地形象。结果表明,王城公园景观形象由空间场地、植物景观、景观设施和人文景观组成;游客感知由游客关注点、游客行为特征以及游客评价组成;游客对王城公园的整体感知印象较好,情感倾向以正面为主,负面情绪多集中在服务管理、景观设施和景观维护等方面。最后,基于为游客提供更优质的游憩体验,提出改善设施服务、提升互动体验、丰富景观内涵、加强高峰期与数字化的管理等优化建议。

关键词:城市公园;网络文本分析法;游客感知;景观形象;王城公园;洛阳

中图分类号:P901;TU986.52;TP311.13 文献标识码:A 文章编号:1671-3168(2024)01-0218-07

引文格式:王丽,燕亚飞,李舒蕾. 基于网络数据的洛阳市王城公园景观形象感知研究[J]. 林业调查规划, 2024, 49(1): 218-224. doi:10. 3969/j. issn. 1671-3168. 2024. 01. 038

WANG Li, YAN Yafei, LI Shulei. Landscape Image Perception of Wangcheng Park in Luoyang City Based on Network Data [J]. Forest Inventory and Planning, 2024, 49(1): 218-224. doi:10. 3969/j. issn. 1671-3168. 2024. 01. 038

Landscape Image Perception of Wangcheng Park in Luoyang City Based on Network Data

WANG Li, YAN Yafei, LI Shulei

(College of Horticulture and Plant Protection, Henan University of Science and Technology, Luoyang, Henan 471000, China)

Abstract: Based on the data source of online tourist reviews, this study used web text analysis method to analyze the perception of the landscape image of Wangcheng Park in Luoyang City from three aspects of word frequency analysis, social network and semantic analysis, and emotional analysis, to understand the image of Wangcheng Park. The results indicated that the landscape image of Wangcheng Park consisted of spatial sites, plant landscapes, landscape facilities and cultural landscapes; tourist perception was composed of focus, behavioral characteristics and evaluation; tourists had a good overall perception and impression of Wangcheng Park, with a positive emotional tendency and negative emotions mainly concentrated in service management, landscape facilities, and landscape maintenance. Finally, this paper proposed to improve facility services, enhance interactive experiences, enrich landscape connotations, and strengthen peak season and digital management, to provide tourists with a better recreational experience.

Key words: city park; web text analysis; tourist perception; landscape image; Wangcheng Park; Luoyang City

收稿日期:2022-05-25;修回日期:2022-06-28.

基金项目:河南科技大学博士启动基金(13480056).

第一作者:王丽(1997-),女,河南南阳人,硕士研究生.研究方向为风景园林规划与设计. Email:haustwl@163.com

责任作者:燕亚飞(1977-),女,河南焦作人,博士,讲师.研究方向为风景园林学、园林建筑设计. Email:gigi0924@163.com

城市公园作为城市建设的主要内容之一,是城市生态景观的重要组成部分^[1]。对城市公园进行评估能提高公园的景观质量与整体利用率^[2]。在互联网、旅游业的强力推动下,如今的城市公园不仅具备服务当地群众的功能,而且作为一座城市的文化象征,影响着外来游客对其印象^[3]。游客的景观形象感知是基于自身感受对景观各要素进行评价^[4-5],是衡量城市发展的一项重要指标和参考依据。以往的研究多采用问卷调查、访谈等形式进行,但该方式存在着诸多限制,如问卷的真实性、收集样本的时间和空间限制,以及人力资源的耗费等。

随着学科的交融和科技的发展,网络平台作为新兴的旅游评论阵地,因其易操作性与互动性愈发受到群众的喜爱^[6],而网络文本是游客自发产生的永久性易获取信息,具有数量庞大、动态、情感真实、低价值密度等特点^[8]。网络文本分析法作为一种全新的研究方式^[9],能够综合全面地探究游客对景观的真实感知^[10]。Stepchenkova 和 Morrison 针对美国与俄罗斯旅行网站的内容进行分析,探究了网络数据中俄罗斯的旅游目的地形象^[11]。Andsager、Drzewiecka、Echtner、Tapachai、Waryszak 等将网络文本中的高频特征词作为衡量指标,对旅游地意象进行了研究^[12-15]。张高军等以华山为例,利用网络采集游客游记及评价,探讨了对景区旅游形象认知产生影响的因素^[16]。吴林等人则通过网络文本对居民行为数据进行分析,探究了公园主题、时段、景点和人物行为活动之间的关系^[17]。王城公园作为河南省最大的综合性公园,采用网络文本分析法对其进行相关研究,分析其景观形象及游客感知,以期为公园的可持续发展提供可靠的参考意见。

1 研究地概况与研究方法

1.1 研究地概况

王城公园坐落于河南省洛阳市,占地约 39.77 hm²,始建于 1995 年,是中国洛阳牡丹文化节的发生地。作为著名的遗址公园及河南省最大的综合性公园,景区内部涵盖历史文化区、牡丹观赏区、动物园、大型游乐区,构成“牡丹争艳、周鼎雄踞、河图洛书”等独特景观^[18]。园内设有明堂、牡丹仙子、河图洛书碑、东周历史故事墙、三礼广场等景点(图 1)。

1.2 数据获取

选取国内影响力较大的点评网站大众点评网、



图1 洛阳市王城公园平面图

Fig. 1 Plan of Wangcheng Park in Luoyang city

携程网以及用户使用率较高的美团网作为样本来源,运用八爪鱼采集器爬取各平台评论样本,以“王城公园”为关键词检索 2019—2021 年 3 年的评价。结果显示,评论最为集中且最具代表性的时间段为每年的 4 月 1 日—5 月 10 日中国洛阳牡丹文化节期间,故以该时段作为研究区间进行研究。对所采集的 3 070 条评论进行初步筛选,删除部分重复和无意义的评论,最终获得有效评论 1 048 条(表 1)。

表1 网站获取的评论数量

Tab. 1 Amount of comments from the web

网站	数量/条
携程网	103
大众点评网	341
美团网	604
总计	1048

1.3 数据处理

为最大限度地降低数据误差对研究的科学性、严谨性造成影响,在进行系统分析前,对初步筛选的文本进行二次人工浏览处理^[19]。具体流程如下:

删除英文字符、空行,修正错别字,删减同一评论中重复出现的词语。

同义词替换。将文本中语义相似但表达不同的词语进行统一处理。

删除无意义词语。删除出现频率较高且与研究内容无关的助词、语气词、介词、代词等。

文本再审查。重新审核文本内容,以获得最终有效文本^[20]。

通过上述的方法处理后文本字数由 86 424 字缩减为 76 400 字。将最终有效文本导入 ROST CM

6.0 对其进行系统化统计,进而进行词频分析、高频词提取、社会语义网络分析及情感分析,最终得到王城公园的景观形象及游客感知结果。

2 结果与分析

2.1 词频分析

使用 ROST CM 6.0 对评论中代表形象感知的词语进行分词后,对文本进行词频分析,处理无意义词、同义词和近义词,按词频从高到低排序,得到公园评价的高频词汇。结果表明,前 200 高频词汇以名词、形容词和动词为主。名词共 98 个,占比 49.0%,主要描述区位、游览人群及景点方面;形容词 45 个,占比 22.5%,主要描述游客对景区的总体印象及环境的整体感受^[21];动词 44 个,占比 22.0%,主要反映游客的各种行为活动。王城公园网络评价前 30 高频词汇见表 2。

表 2 王城公园网络评价高频词汇(前 30)

Tab. 2 High-frequency words for online evaluation of Wangcheng Park (top 30)

排序	高频词	频数	排序	高频词	频数
1	牡丹	1540	16	时间	189
2	动物园	736	17	节假日	168
3	王城公园	683	18	设施	151
4	景区	590	19	游乐场	151
5	洛阳	463	20	人多	136
6	漂亮	367	21	整体	114
7	门票	339	22	观赏	105
8	品种	334	23	方便	104
9	牡丹节	286	24	开心	99
10	游玩	239	25	亲朋好友	91
11	值得	235	26	服务	89
12	环境	207	27	天气	82
13	孩子	200	28	华南虎	78
14	交通	198	29	便宜	76
15	盛开	197	30	遗憾	68

2.2 景观形象分析

根据词频统计表以及评价文本对高频词进行编码分析,构建王城公园形象感知高频词编码组,以景观形象和游客感知为核心建立主要编码,其中景观形象二级编码包括空间场地、植物景观、景观设施和人文景观 4 个具体维度(表 3)。

表 3 王城公园景观形象高频词编码

Tab. 3 Encoding of high-frequency words in the landscape image of Wangcheng Park

核心编码	二级编码	高频词
景观形象	空间场地	动物园、牡丹园、游乐场、综合性、整体、规模、很大、总体、一体、植物园
	植物景观	牡丹、种类、凋谢、颜色、繁多、国色天香、芍药、丰富、争奇斗艳、绿色、大片、树木
	景观设施	设施、项目、停车、地铁、卫生间、卫生、灯光
	人文景观	洛阳、华南虎、牡丹节、主会场、遗址、古都、历史、涧河、沉香楼

2.2.1 空间场地

在提及频率较高的要素中,主要包括“动物园”“牡丹园”“游乐场”等关于功能分区的词语,表明游客对游憩空间环境具有较高的关注度。王城公园作为河南省内最大的综合性公园^[19],拥有较高知名度和影响力,这一点从提及频次较多的“综合”“很大”“一体”等有关整体规模的词语中可以体现,表明游客对公园的景观资源、生态环境具有肯定的态度,这也是游客选择王城公园作为旅游目的地的重要影响因素。

2.2.2 植物景观

王城公园植物群落极其丰富。公园将园林景观与地域文化紧密结合,以品种资源丰富的牡丹造景为主,精心搭配乔灌木等^[22]。“牡丹”“种类”等高频词体现出牡丹作为植物中的主要观赏对象深受关注。“颜色”“国色天香”“争奇斗艳”等词语表明牡丹多样的花形花色是吸引游客观赏的重要因素。牡丹种质资源丰富,但文本中对其多是概括性形容,不同品种并无明确区分,说明针对牡丹的文化科普工作还不完善,景观营造方式存在同质化现象。同时,游客对“牡丹仙子”提及较少,表明该景观小品及背后典故辨识度不高,此文化元素未能真正融入自然景观设计中。牡丹花期较短,故搭配芍药以及晚开花种类可延长游园的“适宜期”,提升景观美景度。对此,“凋谢”“芍药”等词语皆有所体现。“丰富”“绿色”“树木”等也表现出王城公园良好的自然生态环境。

2.2.3 景观设施

景观设施指为满足游客在游览过程所产生的需

求而修建的卫生、交通、照明、服务等公共设施。景观设施的完善程度对游客旅游体验影响较大^[23]。游客在提到较多的“设施”“项目”中保持积极态度,表明王城公园整体的基础设施配置较为完善,能够满足游人的基本需求。在公共交通设施中,游客多以自驾、搭乘地铁等方式前往公园,这由“停车”“地铁”等词语可以体现。但大部分游客提出停车场数量较少,停车管理体制不健全等问题。游客对公共卫生设施满意度较低,主要表现在卫生间较小、人流量大及环境差,也有表示动物园卫生管理不妥当等。此外,游客的负面情感大多也与设施服务有关。这些都强调了基础设施更新的重要性,亟待解决。

2.2.4 人文景观

洛阳素有“牡丹花城”之称,洛阳牡丹文化节已成了洛阳展示城市形象的窗口,游客多次提到“洛阳”“牡丹节”“主会场”等,均表明洛阳牡丹独一无二的资源,也说明地方特色文化塑造较为成功,为洛阳创造了经济效益和社会价值。动物园部分,“华南虎”被作为区别于其他景区的珍贵物种具备竞争优势。王城公园坐落于东周王城遗址之上,拥有极其丰富的东周文化。游客提及较多的人文景观有“沉香楼”,但对河图洛书碑和东周历史故事墙并无过多关注,反映出游客对园区内东周文化、河图洛书等形象元素缺乏明显的感知。这也表明,王城公园

遗址文化资源丰富,但与更加出彩的牡丹文化相比,辨识度和知名度逊色不少。总结原因如下:首先,历史文化区相对偏僻,且并无相关主题的游览线路及解说标识系统,游客在常规线路游览过后缺乏精力去欣赏厚重的历史景观。其次,无相关东周文化的宣传及文旅活动,景点仅停留在你展我看状态,群众参与性、互动性低,并与牡丹节庆缺乏网状联系性。

2.3 社会网络和语义分析

语义网络分析图(图 2)呈发散状分布,大致呈 3 层结构:第一层为核心区,是由“牡丹”“王城公园”“动物园”等最高频共现词所形成的最小圈,“牡丹”一词位于最核心位置。第一层主要是游客对景区名称、活动内容和区位的客观认知。第二层是次核心圈,由“品种”“动物”“门票”“游玩”等组成,是对核心圈的拓展,也是对王城公园性质和观感的进一步认识。第三层为边缘层,主要由“牡丹节”“观赏”“漂亮”“环境”等词语组成。该层将游客对王城公园的形象特征认知和旅游评价感知进行反映,是核心圈和次核心圈的进一步描述和补充。从表 4 可得知,“动物园—牡丹”“洛阳—牡丹”等词汇保持着较高连接度,这也是游客对于王城公园的首要感知;“门票—牡丹”“动物园—动物”“品种—牡丹”等词语则反映了王城公园旅游服务的最大特点和最主要特色。“好看—牡丹”“孩子—动物园”等体现了游

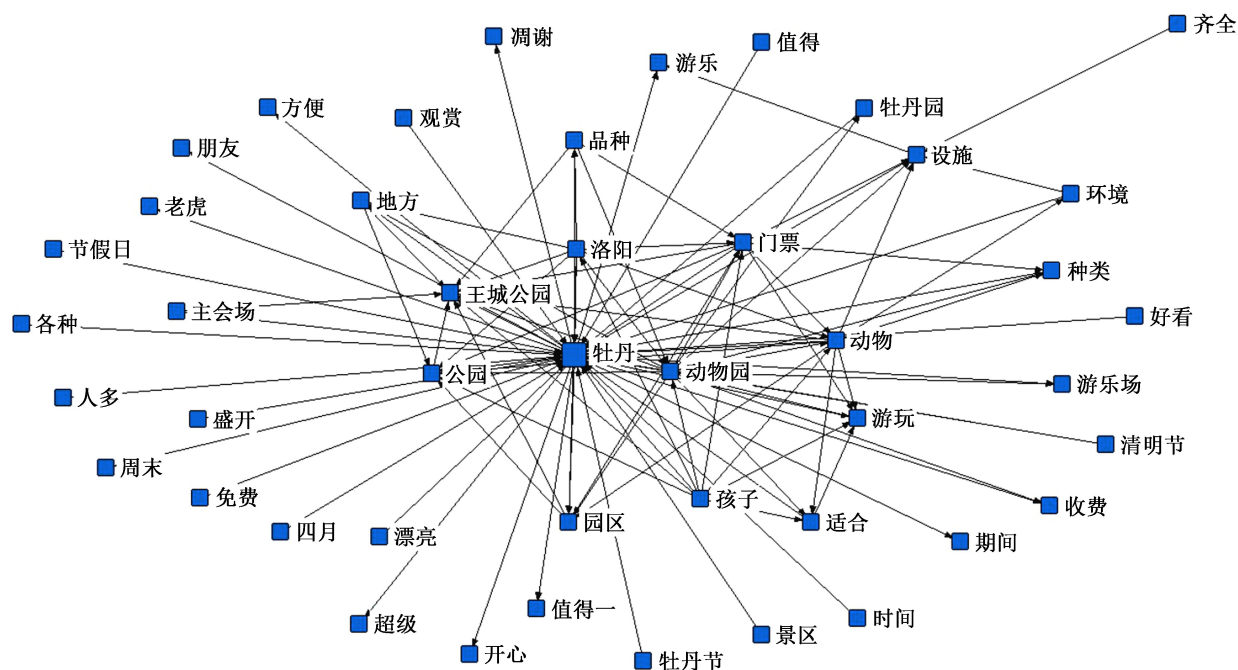


图 2 王城公园语义网络

Fig. 2 Semantic network of Wangcheng park

表 4 前 20 词汇连接强度
Tab. 4 Connection strength of top 20 words

排名	词汇	连接度	排名	词汇	连接度
1	动物园—牡丹	221	11	洛阳—动物园	97
2	洛阳—牡丹	199	12	动物园—门票	94
3	牡丹—王城公园	198	13	洛阳—公园	84
4	牡丹—公园	158	14	孩子—牡丹	73
5	动物—牡丹	143	15	孩子—动物园	70
6	洛阳—王城公园	142	16	好看—牡丹	69
7	门票—牡丹	117	17	门票—王城公园	67
8	动物园—动物	111	18	漂亮—牡丹	66
9	品种—牡丹	108	19	洛阳—品种	61
10	动物园—王城公园	105	20	洛阳—门票	58

客们对于王城公园游憩体验保持着较高的肯定。通过语义网络核心—次核心—边缘层的结构及词汇连接强度,可以全面地了解游客对王城公园旅游形象感知的全要素,并能反映出游客对景区的核心诉求以及景区在今后发展中应该注意的问题。

2.4 游客感知分析

游客感知二级编码包括游客关注点、游客行为特征以及游客评价(表 5)。

表 5 王城公园游客感知高频词编码
Tab. 5 Encoding of high-frequency words perceived by tourists in Wangcheng Park

核心编码	二级编码	高频词
游客感知	游客关注点	动物、门票、地区、环境、游乐场、交通、气候、服务、体验、性价比
	游客行为特征	孩子、游玩、节假日、朋友、家人、清明节、四月、观赏、拍照、天气、晚上、学生、喂食、老人
	游客评价	好看、漂亮、适合、方便、开心、齐全、超级、值得、好玩、遗憾、不大、唯一、失望

2.4.1 游客关注点

在游览体验中,游客对于出游目的地选择的切实关注要素主要包括门票价格、休闲活动、交通区位等。“牡丹”凭借得天独厚的观赏价值,在游客关注要素中占比(48.55%)最高。其作为洛阳市长久以来的文化旅游符号之一,相关产业受到地方扶持,这是其一大资源优势。其次,“动物”“游乐场”等主题

词占比较高,游客常以亲子家庭为主要结伴方式,更关注于公园的娱乐属性,这也说明王城公园景点多以家庭群体为目标客群,成为增进交流与亲情的重要载体。“区位”的关注度也较高,占比 11.09%,这在一定程度上说明了洛阳城市自身对外部游客存在客观吸引力,拥有较高的知名度。此外,多数游客对王城公园有较高的感知价值,而感知价值是重游意向最关键的驱动因素^[24]。

2.4.2 游客行为特征

针对游客不同的游憩行为特征进行分析,能够粗略得到其游玩王城公园的互动行为及游玩目的。“游玩”(39.89%)、“观赏”(16.85%)、“拍照”(10.11%)等为游客的主要行为特征,其分别从动、静两个角度表现了游客的出游动机^[25]。“拍照”是一种记录游玩历程与美景的方式;“观赏”则表现了游客对亲近自然的强烈需求。对于游玩时间,清明节和劳动节为客流量的两个高峰期,该时节气候条件与花卉景观状态较好,反映出天气状况、大众作息时间及植物生长状态是影响游客游览体验的重要因素。因此,迎合花期与气候、避开人流高峰期等方式可显著提升游园体验。

2.4.3 游客评价

游客对王城公园的评价占据王城公园形象感知高频词的将近 1/3,可将其分为积极(好看、漂亮、适合、值得)、中立(不大、唯一)和消极(遗憾、失望)三部分。大量的积极评价说明王城公园的游览体验通常是令人愉悦的,能够增加群众幸福感;而从消极评价中,主要反映了两个问题:园内游人过多,拥挤导致游览体验不佳;游客对旅游地感知不佳或自身行程原因导致的遗憾,如天气、时间等因素影响。

2.5 情感分析

通过 ROST CM 6.0 对游记数据进行分析,得到游客在游园时的情感倾向(表 6)。结果显示,游客对王城公园旅游形象以积极情感为主(77.91%),总体上呈现正面积的趋势,整体认同度较高,而中性情绪和消极情绪占比较小。正面情感结果显示,其景观资源丰富、活动形式多样、市场价格制定合理、牡丹文化底蕴深厚,游客自我感知达到了满意的程度。“很棒”“真漂亮”等词语具有喜悦、惊讶等强烈情感特点,表明该部分游客实际体验远超期望值。负面情感在游客情感表达中占 13.72%,与正面词汇相对比例相差较大,主要来自基础设施建设、环境卫生、人流控制、景观维护等因素,这表明游客并不只注重景观品质,同时也注重公共设施的高效配置

表 6 情感倾向统计分析

Tab. 6 Statistical analysis of emotional tendency

情感类型	占比 /%	频次 /次	分段统计结果	占比 /%	频次 /次
积极情绪	77.91	829	一般(0~10)	24.62	262
			中度(>10~20)	21.62	230
			高度(>20 以上)	31.67	337
中性情绪	8.36	89		8.36	89
消极情绪	13.72	146	一般(-10~0)	9.77	104
			中度(-20~-10)	2.44	26
			高度(<-20 以下)	0.75	8

(功能性和美观度),景区客容量合理控制,整体氛围的文明友好。正因这些不足,让部分游客的旅游体验小于期望值,降低了王城公园的旅游满意度,使景区客源减少、经济收益下降,影响游客的旅游意向。

3 结论与建议

3.1 结论

通过分析游客对王城公园的网络评价数据,可以得出以下结论:

在景观形象方面,可划分为空间场地、植物景观、景观设施、人文景观四类,游客对于植物景观感知较强;结合社会语义网络的聚类显示可知,牡丹位于最核心位置,景区特色和人文景观处于次核心,再往外是特征感知及评价,呈现出对王城公园由内而外扩散的理解。

在游客感知方面,主要由游客关注点、游客行为特征及游客评价构成。游客对王城公园整体情感倾向较为正面,重游意向及整体满意度较高;而消极情绪中,主要集中在服务管理、公共设施、人流控制、景观维护等方面。就客观条件来说,游客易对时间、天气等因素产生不满。

3.2 建议

根据文本分析结果,并总结实际情况,提出 5 点形象活化策略。

1) 提高环境卫生管理能力,完善公共基础设施建设

在园区内增设垃圾筒、卫生间等公共设施;对环卫人员增强培训与管理力度,根据园区旅游淡旺季及客流量动态调整保洁频次,营造干净整洁的园区环境。

2) 提升互动体验,丰富景观与文化内涵

王城公园地处文化底蕴深厚的洛阳,拥有独特的地理区位优势。园区可在优化现有项目的同时,积极开发牡丹文化、河洛文化、周文化以及大唐服饰等具有高辨识度的地域文化活动,提高趣味性与互动性,将活动有机串联起来,以此丰富游览体验,提升游客满意度。

3) 提升服务体验,规范经营管理

丰富意见反馈路径,使游客反映的问题切实得到解决。酌情增加园内餐饮种类与数量,保质保量满足大众需求。景区停车问题亟待解决。王城公园地处市中心繁华地段,兴建停车场代价过高,建议增加可达的公共交通,引导城市居民选择公共交通出行,并坚持以人为本发展理念,提升公共交通运行效率,满足游客不同的出行需求。

4) 加强高峰期与数字化的管理

高峰期客流与景区管理是影响游客感知的重要因素^[26],但天气预测、监测管理、科普知识等均未在文本中涉及,这说明王城公园在数字化应用方面不够深入。应加大数字化技术的开发,增设特色科普系统,提升景区预测与管理能力,科学控制客流量。

5) 加大营销力度,积极利用新媒体

景区可将新媒体平台作为重要宣传媒介,打造官方账号,做好内容输出,在节庆期间通过直播活动实时互动;同时,可扩大与旅行社合作范围,提升景区知名度与美誉度。

参考文献:

[1] 谢焕景. 福州金牛山综合公园景观视觉评价研究[D]. 福州:福建农林大学,2020.

[2] 符兴源,姜珊,王雪娜,等. 城市公园使用者景观偏好与景观认知比较研究——以哈尔滨市平房公园为例[J]. 西南师范大学学报(自然科学版),2020,45(3):127-136.

[3] 李珍妮,苗健,李莉萍. 城市公园的使用后评价——以河南省济源市清趣园为例[J]. 城市建筑,2020,17(1):187-189.

[4] 李玺,叶升,王东. 旅游目的地感知形象非结构化测量应用研究——以访澳商务游客形象感知特征为例[J]. 旅游学刊,2011,26(12):57-63.

[5] 张颖. 基于网络文本内容分析的乡村旅游形象感知研究——以济南朱家峪为例[J]. 福建农林大学学报(哲学社会科学版),2016,19(2):65-70.

[6] 高银,张建林. 基于网络数据的重庆园博园景观形象游客感知研究[J]. 西南师范大学学报(自然科学版),2021(3):132-141.

- [7] NEIDHARDT J, RÜMMELE N, WERTHNER H. Predicting happiness: User interactions and sentiment analysis in an online travel forum[J]. *Information Technology & Tourism*, 2017, 17(1): 101-119.
- [8] 王琳, 白艳. 基于网络点评的城市公园使用后评价研究——以合肥大蜀山森林公园为例[J]. *中国园林*, 2020, 36(6): 60-65.
- [9] 吴佳慧, 陈华清. 基于网络文本分析的洛阳旅游形象感知研究[J]. *创新科技*, 2018(12): 77-80.
- [10] 孙晓东, 倪荣鑫. 中国邮轮游客的产品感知、情感表达与品牌形象感知: 基于在线点评的内容分析[J]. *地理研究*, 2018(6): 1159-1180.
- [11] STEPCHENKOVA S, MORRISON A M. The destination image of Russia: From the online induced perspective[J]. *Tourism Management*, 2006, 27(5): 943-956.
- [12] ANDSAGER J L, DRZEWIEKA J A. Desirability of differences in destinations[J]. *Analysis of Tourism Research*, 2002, 29(2): 401-421.
- [13] ECHTNER C M. The Content of Third World tourism marketing: A 4A approach[J]. *International Journal of Tourism Research*, 2002, 4: 413-434.
- [14] ECHTNER C M, RITCHIE J R B. The measurement of destination image: an empirical assessment[J]. *Journal of Travel Research*, 1993, 31(Spring): 3-13.
- [15] TAPCHAI N, WARYSZAK R. An examination of the role of beneficial image in tourist destination selection[J]. *Journal of Travel Research*, 2000, 39: 37-44.
- [16] 张高军, 李君轶, 张柳. 华山风景区旅游形象感知研究——基于游客网络日志的文本分析[J]. *旅游科学*, 2011, 25(4): 87-94.
- [17] 吴林, 刘耿, 张鸿辉. 大数据视角下的公园绿地使用状况评估——以长沙橘子洲公园为例[J]. *中外建筑*, 2018(11): 95-98.
- [18] 李纳. 牡丹文化在洛阳城市公园中的应用研究[J]. *风景名胜*, 2019(9): 149.
- [19] 王雨文, 骆培聪, 刘莹楠, 等. 基于网络点评的涠洲岛游客满意度研究[J]. *福建师范大学学报(自然科学版)*, 2018(5): 83-92.
- [20] 吴珊珊. 南昌市红色旅游形象感知与提升策略研究——基于游客在线点评的内容分析[D]. 南昌: 江西财经大学, 2020.
- [21] 张瑞, 张建国. 基于网络文本与 IPA 模型分析的上海辰山植物园旅游形象感知研究[J]. *中国园林*, 2019(8): 83-87.
- [22] 李会云, 李世鹏, 程可可, 等. 洛阳王城公园园林植物配置调查研究[J]. *科技视界*, 2018(31): 64-66.
- [23] 王雅琼, 宋娥, 廖再毅. 苏州白鹭园公园景观设施 POE 研究[J]. *安徽农业科学*, 2015(8): 170-174.
- [24] 郭安禧, 黄福才, 黎微. 重游意向最关键驱动因素的实证研究——感知价值、感知吸引力、游客满意和游客信任的比较[J]. *江西财经大学学报*, 2013(1): 38-46.
- [25] 孟玮, 张建国, 张瑞. 基于旅游数字足迹的宁波植物园旅游形象感知与游客行为特征研究[J]. *西南师范大学学报(自然科学版)*, 2021, 46(1): 106-114.
- [26] 许亚元, 姚国荣. 基于在线点评的黄山风景区旅游形象感知研究[J]. *世界地理研究*, 2016(2): 158-168.

责任编辑: 刘平书

(上接第 196 页)

参考文献:

- [1] 吕俊芳. 基于 SWOT+AHP 分析法的旅游发展战略研究——以宁夏回族自治区为例[J]. *宁夏大学学报(自然科学版)*, 2015, 36(3): 288-292.
- [2] 赵临龙. 基于中西部南北旅游大通道的“盐道文化”廊道的旅游发展[J]. *社会科学家*, 2019(3): 97-105.
- [3] 芮旻, 马滕, 王兴, 等. 山地城市旅游景区空间结构分形研究——以安康市为例[J]. *山地学报*, 2018, 36(4): 607-616.
- [4] 崔晓明, 陈佳, 杨新军. 乡村旅游影响下的农户可持续生计研究——以秦巴山区安康市为例[J]. *山地学报*, 2017, 35(1): 85-94.
- [5] 赵临龙. 我国中西部南北旅游大通道构建的思考[J]. *西北大学学报(哲学社会科学版)*, 2015, 45(5): 117-124.
- [6] 李文正. 陕南 A 级旅游景区空间格局演变特征及内在机理研究[J]. *水土保持研究*, 2014, 21(5): 138-143.
- [7] 陈绪敖. 基于旅游产业链整合视角的旅游资源非优区开发研究[J]. *广西社会科学*, 2014(3): 75-78.
- [8] 百度百科. 安康[EB/OL]. [2022-05-01]. <https://baike.baidu.com/item/%E5%AE%89%E5%BA%B7/230475?fr=aladdin>.
- [9] 安康市文化和旅游广电局. 香溪洞景区[EB/OL]. (2021-10-11)[2022-05-01]. <https://wh.ankang.gov.cn/Content-2300540.html>.
- [10] 安康市文化和旅游广电局. 天宝梯彩农园景区[EB/OL]. (2021-09-24)[2022-05-01]. <https://wh.ankang.gov.cn/Content-2299870.html>.
- [11] 周璇, 郭丕斌, 黎斌林. 芦芽山风景区生态旅游发展战略研究——基于 SWOT-AHP 的实证分析[J]. *林业经济*, 2018, 40(2): 75-80.

责任编辑: 许易琦