

## 基于在线评论的景德镇陶瓷文化旅游目的地 吸引力提升策略研究

周 森<sup>1</sup>, 张 纯<sup>2\*</sup>

(1.景德镇陶瓷大学管理与经济学院, 1772480167@qq.com; 2.通信作者, 景德镇陶瓷大学管理与经济学院, chunzhjd@126.com)

**摘 要:**基于网络文本分析消费者对旅游目的地感知是提升旅游目的地吸引力的重要手段。本文运用网络文本分析方法,爬取携程旅行网上景德镇陶瓷文化旅游目的地的在线评论,进行词频分析、语义网络分析和情感分析。研究表明:游客对景德镇陶瓷文化旅游目的地的情感整体偏向积极,满意度较高,但同时存在旅游产品有待丰富、景区服务质量有待提升、部分景区基础设施建设有待完善等问题。在此基础上,提出促进产业融合发展、增强数字科技应用、加强基础设施建设等有针对性的建议。

**关键词:**景德镇陶瓷文化旅游;在线评论;情感分析;旅游目的地的吸引力

《“十四五”旅游业发展规划》提出:“十四五”期间促进文化和旅游深度融合,加快建成旅游强国<sup>[1]</sup>。景德镇作为国家陶瓷文化传承试验区,其建设目标之一就是打造成世界一流的国际陶瓷文化旅游目的地<sup>[2]</sup>。近年来,随着文化旅游的兴起和人们对文化旅游的需求增加,景德镇旅游业得到了快速发展。景德镇市统计局数据显示:2023年景德镇市全年旅游接待总人数为5 896.35万人次,比上年增长32.0%;旅游总收入709.14亿元,增长95.4%<sup>[3]</sup>。尤其龙年春节,景德镇累计接待游客393.14万人次,旅游总收入29.96亿元<sup>[4]</sup>。而龙年春节,北京市接待游客1 749.5万人次,旅游收入286.5亿元<sup>[5]</sup>,南京市接待游客

总量达1 548万人次,旅游总收入169亿元<sup>[6]</sup>。尽管景德镇在陶瓷文化旅游方面取得了一定的成就,但与知名旅游城市相比,仍存在较大差距。因此,需进一步提升陶瓷文化旅游目的地的吸引力,促进景德镇文化旅游产业高质量发展。

不少学者开展了基于在线评论的旅游目的地吸引力提升方面的相关研究。如:潘玉辰等爬取携程旅行网用户对于图书馆的网络评论,运用清晰集定性比较分析法,提炼图书馆旅游吸引力要素的不同组态,得出图书馆旅游吸引力受多种要素影响<sup>[7]</sup>;张维亚等利用Python爬取2018年10月至2022年10月间与南京城墙文化遗产相关的游记与报道,使用ROST CM6软件,对文本进行词

[收稿日期] 2024-09-09

[基金项目] 江西省科学教育学会在校研究生课题“基于在线评论的景德镇陶瓷文化旅游目的地吸引力提升研究”(2023KXJYS204)

频分析、语义网络分析和情感分析,了解游客生态环境感知对文化遗产地旅游形象的影响<sup>[8]</sup>;寇瑞冰等以湖南博物院为研究对象,爬取携程旅行网旅游评论作为文本资料来源,借助 ROST CM6 文本分析软件,通过内容分析方法探究博物馆观众体验要素结构模型及其体验感知特征,并提出相应优化策略<sup>[9]</sup>。由此可见,网络评论文本分析是研究旅游目的地吸引力的一种重要方法,文本内容蕴藏着游客对旅游目的地的真实感受,可以为旅游目的地的吸引力提升提供重要参考。

现有关于景德镇旅游的相关研究,主要集中于传统手工艺当代复兴与创新、陶瓷文化产业赋能城市复兴、陶瓷特色小镇、陶瓷产业发展等方面,也有部分研究关注景德镇旅游目的地形象提升,打造国际文化旅游名城的对策<sup>[10-15]</sup>。从研究对象来看,多针对陶瓷文化产业发展与旅游名城建设而展开,缺乏对旅游目的地吸引力研究;从研究方法来看,多从供给端出发,采用单个案例进行分析,缺乏从需求端出发,针对游客的真实需求进行探讨。

基于上述分析,本文旨在探索将文本挖掘技术和数据分析方法应用于旅游研究的可行性及其在陶瓷文化旅游目的地分析中的应用价值。同时,本文也将为旅游服务质量和文化旅游目的地吸引力的提升提供理论支持。

## 1 研究方法与数据来源

### 1.1 研究对象概况

景德镇作为享誉世界的千年瓷都,拥有丰富的陶瓷文化资源,具有发展陶瓷文化旅游的独特优势:景德镇拥有全国唯一一个以陶瓷文化为主题的国家 5A 级旅游景区——景德镇古窑民俗博览区,4A 级景区同时也是明清两代专造皇家

瓷器之所——景德镇陶阳里御窑景区,中国首座以陶瓷文化为主题的一站式文化休闲娱乐旅游体验创意园区——景德镇陶溪川文创街区,中国国内首家陶瓷专题博物馆——景德镇中国陶瓷博物馆等等。然而,景德镇将陶瓷文化资源优势转化为陶瓷文化旅游的竞争优势尚不够全面,其他城市不断涌现的新的陶瓷文化旅游目的地使景德镇原有的陶瓷文化旅游目的地增加了市场竞争压力,迫使景德镇陶瓷文化旅游目的地需要努力地更新产品和保持竞争活力。因此,本文将通过词频分析、语义网络分析和情感分析来探究游客满意度,为提升景德镇陶瓷文化旅游目的地吸引力,发挥比较优势并将其转化为旅游吸引物,增强对客源市场的吸引力提供理论参考。

### 1.2 研究方法

本文利用 Python3.0、八爪鱼等数据获取工具,在携程旅行网平台上爬取截至 2024 年 2 月底,景德镇古窑民俗博览区、景德镇陶阳里御窑景区、景德镇中国陶瓷博物馆、景德镇陶溪川文创街区、皇窑景区、乐天陶社创意市集、明青园、浮梁县新平村瓷宫、景德镇丙丁柴窑等 9 个景德镇陶瓷文化旅游目的地的在线评论作为数据来源,采用文本分析法对数据进行可视化分析。运用 ROST CM6 的高频词分析、语义网络分析对文本数据进一步分析,通过在线评论的情感偏好来了解游客对景德镇陶瓷文化旅游目的地的实际感知和满意度,初步形成一个整体感知,并基于消极情感分析挖掘消费者不满的深层原因,从而提出相应策略,以期吸引更多的游客前来参观,提升陶瓷文化旅游目的地的吸引力。分析框架如图 1 所示。

### 1.3 数据采集与处理

携程旅行网的 APP“携程旅行”稳居 2023 年 3 月在线旅游服务类 APP 月活跃用户规模排名榜

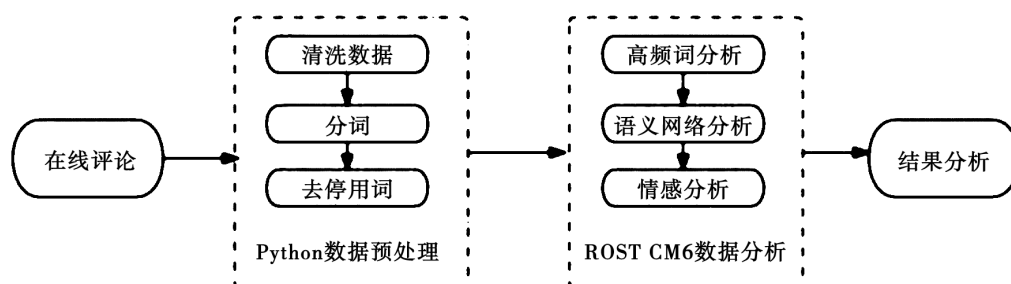


图1 景德镇陶瓷文化旅游目的地在线评论分析框架

首<sup>[16]</sup>。携程是国内领先的在线旅游服务提供商之一,拥有庞大的用户群体和丰富的旅游产品资源,其网站上的数据具有较高的代表性和可信度;且许多学术研究和商业应用都利用了携程旅行网提供的数据,这些研究成果和商业产品的质量和影响力都得到了认可和肯定<sup>[17-18]</sup>。可见,选择携程旅行网作为数据来源对象是合理和可靠的选择,可以为旅游研究和业务应用提供重要的数据基础。

本文利用数据采集技术,从携程旅行网在线平台收集了截至2024年2月涵盖景德镇古窑民俗博览区等9个不同的陶瓷文化旅游景点的评论,具体数据包括景点名称、用户昵称、用户评分、评价年份以及评论文本等关键信息字段。为确保所收集数据的准确性和可靠性,本文对采集到的原始数据进行了一系列的预处理:首先,人工清洗重复评论、来自组织机构的信息、没有情感特征以及毫无意义的表情符号等干扰文本;其次,运用Python编程语言中的jieba分词库对评论文本进行了分词处理,并根据研究需要设置了相应的停用词列表,以去除对分析无实际贡献的词汇。此外,为了保持数据的一致性和可读性,仅保留了文本中的汉字部分。最终筛选得到了4 095条有效评论数据,构成了本文的数据集,用于计算积极情绪、中性情绪和消极情绪三者的比例和情感值。具体有效评论数量如表1所示。

表1 景德镇陶瓷文化旅游目的地线上评论情况

景德镇陶瓷文化旅游目的地	有效评论数量/条
景德镇古窑民俗博览区	2 763
景德镇陶阳里御窑景区	962
景德镇中国陶瓷博物馆	267
景德镇陶溪川文创街区	200
皇窑景区	52
乐天陶社创意市集	47
明青园	36
浮梁县新平村瓷宫	24
景德镇丙丁柴窑	12

#### 1.4 ROST CM6 情感分析

研究利用 ROST CM6 对评论文本进行社会网络和语义网络分析,ROST CM6 是武汉大学研发的一款文本分析软件,可用于文本内容挖掘、词频分析、情感分析与社会网络分析等<sup>[19]</sup>。该软件用户界面简洁、操作便捷、执行效率高,易于用户使用。洞悉文本情感分析是 ROST CM6 的一大重要亮点,它能准确捕捉积极情绪、中性情绪和消极情绪,并为研究者提供一份详细的情感分析报告,能帮助研究者更好地掌握舆情动态、品牌声誉、消费者需求等,为决策提供有力支持。本文通过对在线评论的情感偏好来了解游客对景德镇陶瓷文化旅游目的地的印象,从而采取相对应的举措来吸引更多的游客前来参观,提升陶瓷文化旅游目的地的吸引力。

## 2 景德镇陶瓷文化旅游目的地吸引力分析

### 2.1 景德镇陶瓷文化旅游目的地吸引力线上评论分析

#### 2.1.1 词频分析

高频词是游客对景德镇陶瓷文化旅游目的

地感知的最直接反馈,有助于快速了解游客最关心的问题。利用 ROST CM6 对预处理过的数据进行高频词分析,得出关于旅游目的地的 300 个高频词。为直观地展现旅客的关注重点,特选取前 60 个高频词及其频次,详情如表 2 所示;并利用可视化功能绘制高频词词云(图 2),图上的文字大小与其出现的频次相对应。

表 2 景德镇陶瓷文化旅游目的地线上评论前 60 个高频词统计表

序号	高频词	频次	序号	高频词	频次	序号	高频词	频次	序号	高频词	频次	序号	高频词	频次
1	瓷器	1 390	13	景点	547	25	看到	290	37	现场	217	49	这里	192
2	陶瓷	1 120	14	制作	542	26	过程	276	38	东西	217	50	但是	189
3	可以	1 171	15	值得	539	27	景色	273	39	孩子	215	51	喜欢	189
4	景德镇	1 081	16	很多	517	28	知识	261	40	展示	213	52	各种	179
5	不错	1 043	17	一个	513	29	参观	242	41	我们	212	53	特别	178
6	景区	839	18	地方	506	30	博览	237	42	讲解	210	54	一些	176
7	古窑	774	19	博物馆	443	31	推荐	234	43	表演	209	55	导游	173
8	里面	700	20	体验	437	32	环境	232	44	有点	205	56	特色	171
9	了解	655	21	门票	312	33	遗址	231	45	小时	202	57	总体	170
10	文化	654	22	比较	309	34	工艺	229	46	时间	200	58	一般	169
11	非常	583	23	感觉	306	35	方便	225	47	瓷都	198	59	价格	168
12	历史	569	24	中国	293	36	民俗	224	48	自己	194	60	适合	168



图 2 景德镇陶瓷文化旅游目的地线上评论高频词词云

从表 2 的高频词的分布来看,第一,景德镇地方特色鲜明,拥有众多与陶瓷文化相关的旅游景区,作为瓷都,有着深厚的陶瓷文化底蕴和历史价值,“瓷器”“陶瓷”“景德镇”“景区”“文化”等词都排在前 10 位。第二,高频词中,“古窑”“博物馆”“遗址”“知识”“工艺”“孩子”等词通过固定的场所来向游客传递陶瓷相关知识,也表明游客在旅游的过程中表现出对历史文化的兴趣以及希望孩子能在亲身体验中学到知识的愿望。第三,“体验”“讲解”“现场”“展示”“表演”“特色”“过程”频次也较高,这些词是游客对旅游目的地的服务水平的评价,互动性和参与性的体验活动对游客具有很大的吸引力。第四,表达

积极情绪和满意度的词语也频繁出现,“不错”“值得”“方便”“推荐”“喜欢”等词反映出游客对陶瓷文化旅游目的地整体的认可度较高,有较强的推荐意愿。总体来看,游客对于陶瓷文化旅游目的地的情感倾向是正面的、积极的,愿意对旅游目的地进行推荐。

### 2.1.2 语义网络分析

高频词分析能提取词组的属性,进而揭示游客关注的主要因素,但是它并不能反映高频词之间的联系和文本内在深层联系。而语义网络分析能够对词语共现关系做出判断,其中连接线的疏密代表相关性的远近,连接线越密集,代表词汇间的关联度越高<sup>[20]</sup>。故将预处理后的数据进行分析之后以 ANSI 格式导入 ROST CM6 中进行分析,如图 3 所示。

总体来看,数据文本形成了以“陶瓷”为中

心向四周发散放射的聚点向心式构图,其他的词语与其有着直接和间接的相关性。“瓷器”“制作”“古窑”“景德镇”“文化”等词语为第二集聚中心,这些词反映了景德镇作为陶瓷文化旅游目的地在文化、历史、艺术和教育等多方面的价值和吸引力。“古窑”与“陶瓷”有着紧密的相关性,古窑民俗博览区是游客了解陶瓷文化的重要媒介和必打卡点。“古窑”作为研究的旅游目的地景点名出现得最多,这与它的知名度、独特的文化特色与历史价值紧密相关,更加吸引家庭和孩子这一群体的青睐。“门票”与“瓷器”相关联,这是因为景德镇古窑民俗博览区、景德镇陶阳里御窑景区、皇窑景区、浮梁县新平村瓷宫、景德镇丙丁柴窑等都需购买门票,景区管理者应当提供良好的购票服务和高质量的游览体验。

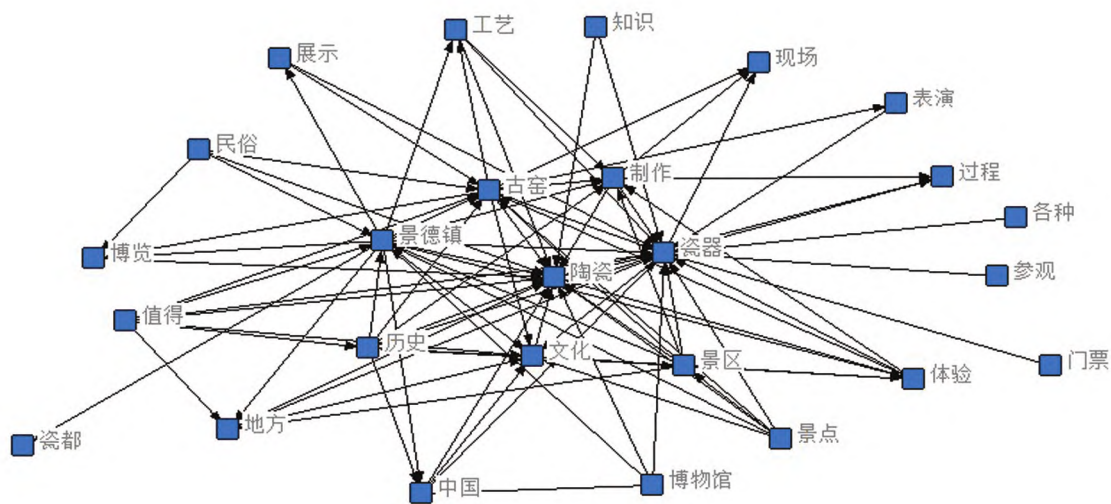


图 3 景德镇陶瓷文化旅游目的地线上评论语义网络图

### 2.1.3 游客情感分析

游客情感分析旨在通过对含有情感色彩评论的系统整理和处理,以直观有效地揭示旅游者对特定目的地的感情体验和满意程度,为深入理解旅游体验提供关键洞察<sup>[21]</sup>。本文利用 ROAT CM6 的情感分析功能对 4 095 条文本数据进行

分析,因一条评论中可能有 2 句或 3 句话,故得到 4 804 条具有情绪倾向的网络文本。其中,积极、一般、消极的情绪区间是根据情感分析算法和模型的输出结果而设定。具体结果如表 3 所示。

由游客情感分析结果可知,其中表示积极情

表3 景德镇陶瓷文化旅游目的地  
线上评论游客情感分析结果

情绪类型	数量/条	占比/%	
积极情绪	3 714	77.31	
中性情绪	580	12.07	
消极情绪	510	10.62	
积极情绪	一般(0~10)	1 577	32.83
	中度(10~20)	1 146	23.86
	高度(20以上)	911	20.63
消极情绪	一般(-10~0)	370	7.7
	中度(-20~-10)	106	2.21
	高度(-20以下)	10	0.21

绪的有 3 714 条,中性情绪的有 580 条,消极情绪的有 510 条,说明游客对景德镇陶瓷文化旅游目的地旅游有着较高的满意度。在积极情绪中,高度积极的情绪占比 20.63%,中度情绪占比 23.86%,一般情绪 32.83%。其中一般情绪占比最高,若游客接收到类似评论,可能会改变新的评论者的看法,甚至会向消极情绪转变。游客对陶瓷文化旅游目的地的积极情绪主要来自以下几个方面。

一是景区文化遗产和历史价值较高,陶瓷文化氛围较为浓厚。评论中有提到:“从外观看就非常具有特色。陶阳里御窑景区沉淀了景德镇陶瓷的历史文化。景区非常不错哦,来景德镇的朋友千万不要错过。不愧是中国瓷都景德镇。”“在景德镇旅游必去的地方,很有文化底蕴,在这里(古窑)可以看到各个朝代烧制瓷器的砖窑。另外有些手艺人制作的瓷器价格不算很贵,但是很独特。”景德镇陶瓷文化旅游目的地为游客提供了学习陶瓷文化和了解陶瓷历史的机会。

二是部分景区基础设施较为完善,配备齐

全。评论提及:“环境很幽静,停车方便,服务水平整体都不错”“景区蛮好玩的,里面有整个陶瓷制作过程,有讲解员介绍陶瓷每个制作过程,那天还看了开窑点火仪式,有表演,还买了一个景德镇瓷器。”特别是对老人实行半价政策,显示出景区的人文关怀;具有当地特色的窑火表演为旅客提供了一场视觉盛宴,让更多的人了解并爱上景德镇陶瓷文化。

三是陶瓷制品种类丰富。有评论提到:“这里倒是名副其实的瓷器集市,琳琅满目,目不暇接,每个周六周日开放,去的时候恰好周末。它分了两边,明清园里面大多数是学生作品,手链挂坠杯子碗应有尽有。”“想去淘些陶瓷工艺品的话可以去,便宜又实惠,款式也很多,都可以用支付宝支付很方便。”“很赞的地方,卖陶瓷店也很多,陶瓷品种多,而且超便宜!比如耳钉五块两对,手链十块三条等,里面风景也不错,古风味蛮足。”明青园、乐天陶社创意市集、景德镇陶溪川文创街区等地有着各式各样、精美有趣的手工瓷器,能满足人们审美日常生活化的需求。

游客的积极情绪代表了对旅游目的地的正面肯定和认可,而消极情绪则是指出了存在的问题与不足。通过在线评论文本可知,消极情绪主要来自以下几个方面。

一是旅游产品有待丰富,性价比有待提高。一些评论提道:“门票价格和里面的内容不太值,里面也还在大搞施工,新场馆里面也没有东西,收费这么高,确实性价比很低,可玩性低。”“取票排队 40 多分钟,没有任何工作人员指引,白白地排队浪费时间,排到我了,才告知不能取票。”“没去过的可以逛一逛,不过票价真心贵,95 元一张。”游客期望进行门票价格调整及票务系统优化,而“门票”也出现在前 60 位高频词

中,说明门票问题需要引起重视。

二是景区服务质量有待提升,工作人员素质有待提高。有游客表示:“引导员和讲解都没有,建议不单是门口,在景区里也可设置以便刚需。”“奇葩的是网上订票还需要门口取票,三台机器应付五一长假可想而知。”“工作人员方言口音重,听不太懂。”“人文景点真的需要有讲解,但是我觉得用 APP 可能更好,这样每个人都可以了解得更透彻。”讲解的目的在于让游客们更好地理解陶瓷文化底蕴,讲解人员少,游客听不清楚,带来不好的体验。评论中还提到:“一半的景点都在维修,没有很多地方可以参观,博物馆的藏品也不是很多,感觉这一次的旅程不是很愉快!希望下次景区可以及时更新维修信息,以免游客白跑一趟。”“有些作坊在维修有些可惜没看成。”游客们希望得到完整的参观体验,不想留下遗憾。

三是部分景区基础设施建设有待完善,硬件条件有待增强。有游客提到:“瓷宫距离景德镇市区大概 30 分钟,距离浮梁县城大概 20 分钟,没有班车或者公交车,只能自行打车或者自驾前往。”“交通不太方便,就近没有公交车站,只能打车。”旅游目的地之间的距离远,缺乏连通性,该问题也为旅游目的地的后续建设指明了方向。

## 2.2 景德镇陶瓷文化旅游目的地吸引力现状

基于在携程旅行网上收集到的游客评论文本数据,借用 ROST CM6 文本分析软件,运用词频分析、语义网络分析和情感分析,可以发现景德镇陶瓷文化旅游目的地吸引力现状。

从词频分析来看,“陶瓷”“瓷器”“景德镇”“文化”“古窑”“知识”“值得”“不错”等高频词和情感分析结果都显示游客对景德镇陶瓷文化旅游目的地的满意度和认可较高,同时也表明了

他们愿意分享自己的正面体验,对旅游目的地及时推荐。

从语义网络分析发现,以“陶瓷”“瓷器”“制作”“古窑”“景德镇”“文化”“门票”为主要中心词,游客前往景德镇的主要目的是体验陶瓷文化,感受陶瓷制作过程,特别是古窑景区深受游客喜爱,是景德镇旅游目的地的形象代表。“门票”一词也显示了游客对景区定价的关注度较高。

从游客情感分析来看,积极情绪占比 77.31%,中性情绪占比 12.07%,消极情绪占比 10.62%,积极情绪主要来源于景区文化遗产和历史价值较高,陶瓷文化氛围较为浓厚;部分景区基础设施较为完善,配备齐全;陶瓷制品种类丰富等。消极情绪主要来自旅游产品有待丰富,性价比有待提高;景区服务质量有待提升,工作人员素质有待提高;部分景区基础设施建设有待完善,硬件条件有待增强等。

## 3 景德镇陶瓷文化旅游目的地吸引力提升策略

在旅游过程中,游客情感的变化是由多种因素共同作用的结果。特别需要关注那些可能导致游客产生消极情绪的因素,例如旅游产品有待丰富、景区服务质量有待提升、部分景区基础设施建设有待完善等,基于此,提出以下提升策略。

### 3.1 促进产业融合发展,培育陶瓷文化旅游新产品、新业态

着力提升陶瓷产品服务供给品质,开发具有地方特色的陶瓷纪念品,如各旅游目的地的标志性建筑、器物等,通过不断提升产品质量和提供 DIY 定制服务等途径,以不断满足游客日益增长的多样化审美需求,让游客将陶瓷文化带回家。

在陶瓷产品的质量控制方面,建立严格的质量管理体系,杜绝低劣产品高价卖的情况。

培育“文旅+研学”融合发展新业态。陶瓷是景德镇一张厚重的文化名片,景德镇陶瓷文化旅游目的地首先就需要弘扬陶瓷文化。加强陶瓷艺术制作与教育培训的融合,利用特有陶瓷资源优势,依托现有旅游目的地场所,设置互动体验区,组织陶瓷制作工坊,让游客和青少年亲自体验陶瓷制作过程,在研学中,提升动手和解决问题的能力。

### 3.2 增强数字科技应用,营造陶瓷文化旅游新场景,提升服务品质

全面深化互联网、大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术在旅游目的地中的推广应用,加快与数字经济的深度融合发展,加强数字陶瓷管理、陶瓷场馆、数字化运营等领域的发展。例如利用全息投影、AR 技术或 VR 技术为游客提供沉浸式体验,将数字智慧和场景充分融入陶瓷展示和制作场景;加入数字化语音讲解,规避人工讲解员数量少、有口音等问题。

### 3.3 加强基础设施建设,提升游客旅游体验

优化旅游目的地总体规划布局设计,系统推进相关配套政策措施的落地落实和落细。如:加强对旅游目的地景区、景点从业者的规范管理;打造特色旅游专线,规划精品路线,增设专线景点往返公交线路;加大各类博物馆向社会免费或低收费开放力度,以提升游客量,提升陶瓷文化旅游目的地的吸引力。

### 3.4 加强宣传推介,持续提升旅游目的地知名度

网络媒体传播是提升旅游目的地吸引力的有效手段,各旅游目的地需充分利用各层级新媒体和传统媒体,全方位、多角度、深层次做好旅游

目的地的文旅新闻宣传,加强与携程、大众点评、小红书、今日头条等知名企业和平台的合作,有计划地策划营销方案,推广景德镇陶瓷文化旅游话题,守正创新,不断打造系列爆款,抢占流量高地。立足优势推亮点,借助“陶然集”“春秋大集”等大型活动的热度,挖掘陶瓷文化软实力,拍摄制作工艺,助推景德镇陶瓷文化宣传推广。

## 参考文献

- [1] 国务院关于印发“十四五”旅游业发展规划的通知[J].中华人民共和国国务院公报,2022(5):28-46.
- [2] 关于印发《景德镇国家陶瓷文化传承创新试验区实施方案》的通知[EB/OL].(2019-08-26)[2024-07-09].[https://www.mct.gov.cn/preview/whhlyqzcxwfw/zhgl/202012/t20201226\\_920115.html](https://www.mct.gov.cn/preview/whhlyqzcxwfw/zhgl/202012/t20201226_920115.html).
- [3] 景德镇市 2023 年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL].(2024-04-10)[2024-07-09].<https://www.jdz.gov.cn/sjzf/tjgb/t958462.shtml>.
- [4] 爆火!春节假期景德镇累计接待游客 393.14 万人次,旅游总收入 29.96 亿元[EB/OL].(2024-02-19)[2024-07-09].<https://jxjdz.jxnews.com.cn/system/2024/02/19/020403088.shtml>.
- [5] 多项指标创新高!龙年春节北京假日旅游市场持续火爆[EB/OL].(2024-02-17)[2024-07-09].[https://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/xwzx/gzdt/202402/t20240217\\_3561908.html](https://whlyj.beijing.gov.cn/zwgk/xwzx/gzdt/202402/t20240217_3561908.html).
- [6] 旅游南京,温暖向前[EB/OL].(2024-02-23)[2024-09-09].[https://wlj.nanjing.gov.cn/whyw/202402/t20240223\\_4172297.html](https://wlj.nanjing.gov.cn/whyw/202402/t20240223_4172297.html).
- [7] 潘玉辰,万思省.图书馆旅游吸引力要素研究:基于用户评论的清晰集定性比较分析[J].图书馆学研究,2021(22):25-32.
- [8] 张维亚,汤澍,陈玲玲,等.基于网络文本分析的文化遗产生态环境游客感知及其对遗产旅游形象影响研究:以南京明城墙为例[J].生态经济,2024,40(6):

- 135-140,171.
- [9]寇瑞冰,卞鸿昂.基于网络文本的博物馆观众体验要素结构与优化策略研究:以湖南博物院为例[J].家具与室内装饰,2024,31(5):138-144.
- [10]钟迪茜,卢颖,罗秋菊.从陶瓷生产中心到文化创意旅游地:知识视角下的景德镇传统手工艺当代复兴与创新[J/OL].旅游学刊,1-23[2024-08-10].https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=MdENDFpkZq4aTu7VVl53yj7mxcJGueRfx8u1J\_MevRFHMwIWQvCacX0e07jUvb6r5ZV-vhdIeZgoYSFX6ySJ1BNlpXCoTbaNOBZo8wfp057NWCF-a6uzbmvh056poowsBpuV\_SFxkUDbHojCT5UlKrHae8GXkaWoC9Cg0FcHfTi94QqeQV4Bzr5Q6wDswgB2NsZwIVUo-WT-WVgmuxS-GTg=&uniplatform=NZKPT.DOI:10.19765/j.cnki.1002-5006.2023.00.032.
- [11]郭建晖,李海东.陶瓷文化产业视野下国际瓷都复兴研究[J].江西社会科学,2022,42(4):30-40,206.
- [12]黄弘,张诚,许德.我国陶瓷特色小镇发展分析研究[J].中国陶瓷,2020,56(8):87-93.
- [13]邵方璇,吴兴陆.新形势下景德镇陶瓷产业管理研究:基于SWOT分析法的研究[J].陶瓷学报,2019,40(2):257-262.
- [14]邱婧佩,刘艳霞.基于网络文本的景德镇旅游目的地形象提升研究[J].景德镇学院学报,2022,37(1):56-62.
- [15]张纯,张梅.景德镇打造国际文化旅游名城的对策研究[J].江苏陶瓷,2019,52(2):14-16.
- [16]前瞻产业研究院.【行业深度】2024年中国在线旅游行业竞争格局及市场份额分析 企业竞争较为激烈[EB/OL].(2024-02-04)[2024-07-09].https://bg.qianzhan.com/trends/detail/506/240204-dfa00d6c.html.
- [17]武瑞娟,李佩毓,韩云.评论者专长对酒店评论有用性影响研究:一项基于携程网酒店负面评论的研究[J].旅游科学,2023,37(1):93-115.
- [18]朱镇,姚甜甜,刘琪.质量保证机制、平台治理透明度与旅游线路在线销售:携程网的准自然实验研究[J].旅游学刊,2021,36(8):71-85.
- [19]ROST CM6 软件下载及语义网络分析详细操作教程(附网盘链接)[EB/OL].(2024-02-02)[2024-07-09].https://developer.aliyun.com/article/1434726.
- [20]林德雨,孟子敏.基于网络文本分析与ASEB栅格分析的博物馆游客感知研究:以广东省博物馆为例[J].科学教育与博物馆,2020,6(4):243-251.
- [21]梁彩荣,李淑媛,余海天.基于网络文本的冰雪体育旅游目的地游客满意度研究:以吉林市为例[J].当代体育科技,2023,13(7):146-150.

(责任编辑:朱艳红)