## 旅游凝视视角下徐州旅游形象的构建

## 结题报告

**主 持 人：高墨涵**

**小组成员：沈祎悠、王培沣**

**指导老师：韩宇、杨慧娟**

**学 校：中国矿业大学附属中学**

## 一、研究背景

随着全球旅游业的蓬勃发展，城市作为重要的旅游目的地，其旅游形象的构建日益受到关注。然而现实往往存在城市旅游形象构建偏差的现象，影响了当地旅游业的可持续发展。同时，传统的城市旅游研究多侧重于旅游行业的发展研究和地理学意义上的空间结构研究，忽视了旅游地和旅游者在城市旅游形象形成过程中的主体地位。

徐州，古称彭城，历史上为华夏九州之一，具有5000多年的文明史和2600多年的建城史，是著名的帝王之乡。徐州市位于江苏省的西北部，地处华北平原的东南部，是东部沿海与中部地带、上海经济区与环渤海经济圈的结合部，作为国务院正式批准的淮海经济区核心城市其地理位置十分优越，素有“五省通衢”之称，交通便捷，四通八达。徐州市拥有多维立体交通网络，京杭大运河穿境而过，京沪、陇海铁路/高铁，京沪、连霍高速公路在此交汇，为徐州市的经济发展和旅游业的繁荣提供了有力的交通支持。

徐州市特有的自然景观、人文景观、历史文化遗迹和美食特产等，都展现了“南秀北雄”的独特魅力和自身深厚的文化底蕴，吸引了大量游客前来观光旅游。

本研究拟从旅游凝视的视角出发，深入研究徐州城市旅游形象的构建，为徐州城市旅游形象的优化和提升提供科学依据和策略建议，希望能够为其他城市的旅游开发建设提供具有价值的参考。

## 研究目的

本研究旨在通过旅游凝视的理论视角，探讨徐州市旅游形象的构建过程及其影响因素，以期为城市旅游形象的优化和提升提供科学依据和策略建议。本研究基于旅游凝视的内涵与特征分析，明确旅游凝视的概念、发展脉络及其在城市旅游研究中的应用价值；揭示旅游者凝视与城市旅游形象的关系；探索徐州旅游形象构建的内在机制；提出徐州旅游形象优化的策略建议，以促进城市旅游业的可持续发展。

**三、研究意义及价值**

**（一）理论意义**

通过该理论的研究，可以进一步拓展和完善旅游形象构建的理论体系，为相关领域的研究提供新的思路和方向。旅游凝视不仅是对旅游景观的观看，更是一种文化、心理和社会现象的反映。通过对徐州旅游形象构建的研究，可以更加深入地理解旅游凝视的内涵和特征及其在旅游活动中的作用和影响。

**（二）实践意义**

1. **提升徐州旅游形象的知名度和美誉度**：

通过旅游凝视视角下的旅游形象构建，可以更加精准地把握游客的心理需求和文化偏好，从而设计出更具吸引力和竞争力的旅游产品和服务。这将有助于提升徐州旅游形象的知名度和美誉度，吸引更多的游客前来旅游观光。

1. **促进徐州旅游业的可持续发展**：

通过旅游凝视视角下的旅游形象构建，可以推动徐州旅游业在产品和服务上的创新，提高游客的满意度和忠诚度，从而促进旅游业的可持续发展。

1. **推动徐州地方文化的传承与发展**：

通过对徐州旅游形象的构建，可以深入挖掘和展示徐州的地方文化特色，推动地方文化的传承与发展，增强游客对徐州文化的认同感和归属感。

1. **为其他城市的旅游形象构建提供借鉴**：

徐州作为一座历史文化名城，其旅游形象的构建具有一定的代表性和示范性。通过对徐州旅游形象构建的研究，可以为其他城市的旅游形象构建提供有益的借鉴和参考，推动旅游业的整体发展。

1. **人员分工**

研究思路：高墨涵

数据分析：高墨涵、王培沣

查阅文献：高墨涵、沈祎悠

撰写报告：高墨涵、沈祎悠

**五、研究计划**

1.2024.7 讨论确定课题，并思考研究目的及其价值意义

2.2024.7-8 走访专家、查阅文献、搜集资料，撰写开题报告

3.2024.8 数据采集、数据筛选、数据处理

4.2024.8-9 数据分析

5.2024.9 撰写结题报告，完善各项工作

**六、研究方法**

**（一）文献分析法**

文献分析法涉及对相关领域文献资料的广泛搜集和研究，旨在揭示研究对象的本质和状态，并在此基础上形成独特的见解。

本研究依托中国知网等权威渠道，检索并分析了国内外相关研究文献。通过对这些文献的细致分类、深入剖析，借鉴了前人的学术成果，为本研究提供了坚实的理论基础，从而确保了研究的科学性和严谨性。

**（二）实地调查法**

实地调查法，旨在通过秉持客观态度并采用科学方法，在特定范围内对社会现象进行实地观察与考察，进而搜集丰富的数据资料，通过统计分析手段深入探究该社会现象的本质和规律。

本研究深入了解徐州旅游的现状及现存问题，对其旅游资源现状、旅游设施情况、管理情况进行统计，且在撰写过程中，持续收集最新信息，扩充实证材料，进行动态研究，以此为基础从而构建坚实的支撑。

**（三）网络文本分析法**

在21世纪这个互联网信息科技等迅猛发展的时代，大数据不仅加强了全球各地的紧密联系，还推动了新的研究方法的发展。网络文本分析法便是其中之一，它通过收集、筛选和分析特定目的地的网络评论内容，为研究提供了丰富的数据支撑和初步的分析结果。

本文利用后羿软件对携程网关于徐州旅游的网络评论进行文本抓取，使用微词云软件进行高频词分析和游客情感分析，分析构建徐州旅游城市形象，并且针对相关问题，提出可行的对策建议。

**七、课题研究可行性**

**（一）背景意义**

随着旅游业的快速发展，旅游形象的构建对于提升城市竞争力和吸引力具有重要意义。徐州作为一座历史文化名城，拥有丰富的自然和人文资源，具备构建独特旅游形象的潜力。从旅游凝视的视角出发，可以深入挖掘游客对徐州旅游形象的认知和感受，为徐州旅游形象的构建提供科学依据。

**（二）技术可行性**

随着信息技术的发展，数据处理和分析技术已经相对成熟。利用这些技术可以高效地处理和分析大量的游客数据，为课题的研究提供有力的技术支持。可以通过问卷调查、访谈、网络数据分析等多种方式收集游客对徐州旅游形象的认知和感受数据。同时，还可以利用徐州市旅游局、统计局等相关部门提供的官方数据，为课题的研究提供丰富的数据支持。

**（三）支撑条件**

我校重视研究性课题学习，鼓励学生查阅资料并展开研究性学习。

指导老师教学经验丰富，对我们进行课题研究以充分全面的帮助。

**八、预期效果**

本研究结合徐州的地方特色和资源优势，探讨旅游凝视视角下旅游形象构建的独特路径和策略，将为旅游形象构建理论注入新的元素和视角。在旅游形象构建过程中，深入挖掘和展示徐州的地方文化特色，能够促进地方文化的传承与创新，增强游客的文化认同感和归属感。本研究将提出具有针对性和可操作性的旅游形象构建策略，帮助徐州打造更具吸引力和竞争力的城市旅游形象。

**九、研究过程**

**（一）数据的获取与采集**

网络文本采集自动从网页、社交媒体、论坛等来源提取大量文本信息，为数据分析和研究提供丰富的素材，并有助于揭示隐藏在大量信息中的真相和规律。本研究通过后羿采集器收集数据，数据来源选择携程网，经过数据复核与筛选，最终成功收集到关于徐州旅游评论共9209条符合条件的评论数据。同时借助微词云软件，对所收集的游客评论进行深入数据分析，分析重点包括高频词汇的识别、语义网络的建构以及游客情感倾向的评估等。这些分析结果为徐州旅游形象构建提供了坚实的数据支撑。

**（二）高频词词性分析**

在运用微词云软件对采集的数据进行深度处理后，可获得详细的高频词分析可视化数据，如表1所示。在这份数据表中，已挑选出不同词性前20个最具代表性的高频词汇，其中值得注意的是，“汉墓”、“文化”、“博物馆”这几个词汇在网络评论中高频出现，突出了徐州在汉代历史文化方面的重要地位，也反映了城市在历史文化保护、传承和展示方面的努力。这些场所不仅为游客提供了丰富的历史文化体验，也提升了城市的文化软实力；“旅游景区”、“乐园”、“项目”等词汇则表明除了历史文化旅游外，徐州还为游客提供了可能包括主题公园、水上乐园、游乐园等多样化的休闲娱乐旅游项目，适合家庭亲子游、年轻人休闲娱乐等不同类型的游客。这些多样化的旅游产品和服务不仅丰富了徐州的旅游形象，也提高了城市的旅游吸引力和竞争力。

“很好”和“值得”这两个词汇表明游客对徐州的旅游体验给予了高度评价。他们可能觉得徐州的景点、服务、设施等方面都达到了或超出了他们的期望，认为这次旅行是值得的；“开心”和“喜欢”这两个词汇则直接反映了游客在旅行过程中的情感状态——他们可能享受了愉快的时光，对徐州的风土人情、美食、文化等方面产生了浓厚的兴趣；“特别”这个词汇表明徐州在某些方面有着与众不同的特点或优势，这些特点或优势可能是其他城市所不具备的，游客因此留下了深刻的印象。

表1评价前20个不同词性高频词

|  |  |
| --- | --- |
| 名词高频词 | 动词高频词 |
| F:\2024-2025学年第一学期\高中研究性学习报告\微词云最新生成\微词云-中文通用分析-词性-名词.png | F:\2024-2025学年第一学期\高中研究性学习报告\微词云最新生成\微词云-中文通用分析-词性-动词.png |
| 形容词高频词 | 副词高频词 |
| F:\2024-2025学年第一学期\高中研究性学习报告\微词云最新生成\微词云-中文通用分析-词性-形容词.png | F:\2024-2025学年第一学期\高中研究性学习报告\微词云最新生成\微词云-中文通用分析-词性-副词.png |

**（三）高频词云图分析**

在高频词云图中，字体的大小直接反映了词频的高低，字体愈大则表明该词在文本中出现的次数愈多。观微而洞真,见微而知著。深入分析高频词云图，可以观察得出徐州旅游形象的独特特征和显著特点。如图1所示，“不错”、“值得”等高频词反映了游客对整体旅游体验的评价是积极的，且表明游客认为徐州这座城市作为旅游目的地无论是从景点质量、文化体验还是美食享受等方面来看具有很高的性价比，自己在这里花费的时间和金钱都得到了充分的回报。

作为我国烹饪祖师彭祖的故乡，徐州美食源远流长。“好吃”作为高频词之一，凸显了徐州餐饮的特殊优势。徐州的菜点秉承有大彭风味,制作考究，风味独特，自成体系，且几乎每一道菜都有一个文化典故。游客在这里品尝到了各种美味佳肴，享受了独特的美食体验，学习了丰富多彩的美食文化。这种丰富的美食资源不仅提升了城市的吸引力，也成为了游客们流连忘返的重要因素之一。

而“再来”这一词汇表明了徐州能够让游客产生“再来”的念头，具有很强的旅游吸引力。这种吸引力来源于城市的自然风光、人文景观、历史文化、美食文化等多个方面。游客认为这个城市有太多的地方值得一游，太多的美食值得一品，太多的文化值得一探，高频词中的美食“烧烤”，游客出行“方便”的高铁——地铁——哈喽电车模式，徐州早点和小吃品类与味道的“特别”则是游客“再来”这一想法最好的注脚。



图1高频词云图

“可以”和“服务”这两个词汇虽然相对中性，但在高频词云图中出现，也反映了游客对徐州旅游服务的只管看法，经过深入分析评论内容，有约9.44%的游客觉得城市的旅游服务团队不够专业、热情、周到，并未为他们提供良好的旅游保障和支持，留下了比较一般甚至较差的旅游体验。

**（四）高频词情感分析**

相较于情绪的波动性，情感展现出了相对稳定的特质。情感不仅是人们行为的驱动力，更是人与人之间互动交流的重要媒介，同时扮演着符号象征和社会交流的关键角色[3]。旅游情感是一个动态的变化过程——最开始，他们怀揣着对徐州最理想的旅游期待，然而随着游玩进程的推进，这些期待可能会基于实际体验而有所增减，最终，这些不断累积的感受形成了游客在携程平台上对徐州整体旅游体验的综合评价。

表2高频词情感分析表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **单词** | **次数** | **正面条数** | **负面条数** | **中性条数** | **总条数** |
| 徐州 | 4771 | 2648 | 417 | 478 | 3543 |
| 云龙 | 2555 | 1399 | 175 | 242 | 1816 |
| 汉墓 | 2673 | 1310 | 371 | 337 | 2018 |
| 景区 | 2102 | 1062 | 260 | 248 | 1570 |
| 不错 | 2064 | 1347 | 131 | 131 | 1609 |
| 文化 | 1940 | 1035 | 224 | 215 | 1474 |
| 博物馆 | 1471 | 659 | 134 | 137 | 930 |
| 非常 | 1218 | 796 | 74 | 80 | 950 |
| 好 | 1178 | 777 | 72 | 99 | 948 |
| 可以 | 1053 | 677 | 73 | 123 | 873 |
| 乐园 | 1029 | 785 | 59 | 68 | 912 |
| 好吃 | 748 | 426 | 47 | 50 | 523 |
| 值得 | 882 | 737 | 59 | 58 | 854 |
| 味道 | 794 | 555 | 101 | 82 | 738 |
| 环境 | 655 | 538 | 38 | 45 | 630 |

游客的体验感与积极情感的高低密切相关，积极情感越高，游客的体验感就越好，反之，游客的体验感受也会随着积极情感的降低而变差。根据表2、图2数据显示，积极情感占据了高达71.49％的比例，这表明游客对徐州的评价较高，且大部分游客对徐州旅游持积极态度。然而，可以注意到的是，仍有相当一部分游客表达了不满，这主要集中在“一些收费景区门票较贵”、“食物油腻且辣”以及“部分景点不值得一去”、“热门打卡景点及美食拥挤”等方面，这些消极评价占据了13.73％的比例。针对这些问题，徐州需要在后续的旅游发展中采取相应的措施来加以解决，以进一步提升游客的满意度。

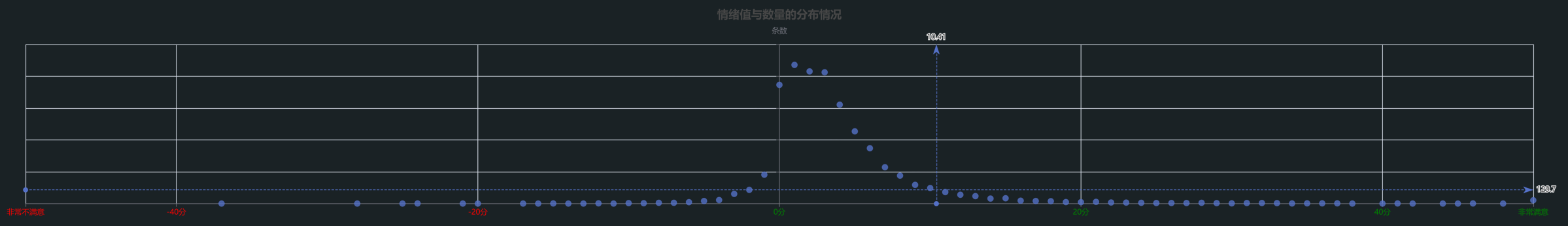
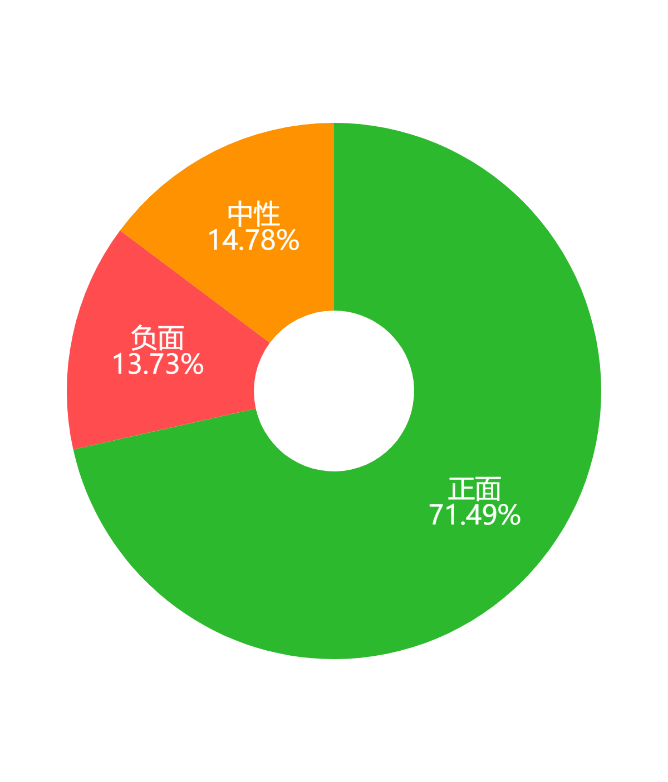
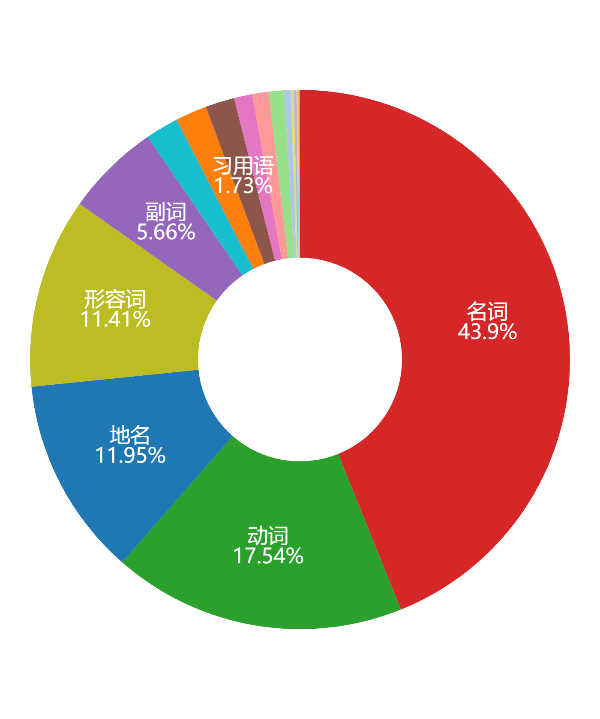


图2高频词情感分析图

**十、结论与对策**

本研究综合运用文献分析、实地调研、网络文本分析等多种研究方法，形成一套科学、系统的旅游形象构建研究框架。从旅游凝视的独特视角出发，深入探讨游客对徐州旅游形象的认知和感受，为旅游形象构建提供了新的思路和方法。

**1历史文化底蕴的深度挖掘**

徐州作为国家历史文化名城，拥有深厚的历史文化底蕴。这里是汉文化的发源地之一，也是楚汉相争的主战场。因此，在旅游形象的构建中，徐州应充分利用这一优势，挖掘和展示丰富的历史文化遗产，对历史遗址、古墓葬等进行针对性的系统考古调查和发掘，以获取更多珍贵的历史文物和资料，对已发掘的历史遗址进行深入研究，充分揭示其历史背景、文化内涵和时代特征。同时注重搜集、整理和保护与徐州历史相关的文献、古籍和档案资料，为深入研究徐州历史文化提供可靠的依据，专业人员加强对历史文献的解读和研究，挖掘其中的历史信息和文化价值；深入挖掘徐州地区的民间传说、民俗风情、传统手工艺等地方特色文化，展现徐州文化的多样性和独特性。通过举办文化节庆活动、民俗展览等方式，让游客亲身体验徐州的地方文化魅力。

历史文化体验离不开现代化的展示技术，徐州应充分利用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等现代科技手段，打造沉浸式历史文化体验空间，将历史文物、遗址等转化为数字资源，方便游客在线与现场浏览和学习。各大景区应设置智能导览系统、电子票务系统、在线预约系统等，提升游客的游览体验和便利性，以逐步建设成全国一流智慧景区。旅游管理单位应通过大数据、云计算等技术，分析游客的游览偏好和需求，为旅游规划、建设、管理、决策等提供科学依据。

**2自然景观的开发与利用**

徐州自然景观开发与利用总体规划应充分考虑自然景观的生态价值、美学价值和文化价值，确保开发与保护并重。在自然景观开发过程中，严格遵守生态保护红线，防止过度开发和破坏性建设。实施生态修复工程，如植树造林、水土保持、生物多样性保护等，提升自然景观的生态质量。依托徐州的自然资源和人文特色，打造一批具有地方特色的自然景观，如睢宁水月禅寺湿地公园等。

通过景观提升工程，如景观绿化、休闲设施完善等，提升自然景观的观赏性和游客体验。推广生态旅游理念，鼓励游客参与自然保护和生态体验活动。建设生态旅游示范区，提供生态旅游产品和服务，如徒步旅行、观鸟、野生动植物观赏等。同时在自然景观的开发中，融入徐州的历史文化元素，如汉文化、彭祖文化、道教文化等，提升自然景观的文化内涵，通过建设文化景观、举办文化活动等方式，让游客在欣赏自然景观的同时，感受徐州的历史文化魅力。

**3公共服务与游客体验**

管理部门应针对性的优化公共交通网络，确保游客能够便捷地到达各个旅游景点，在主要景区周边增设停车场、公交站点和出租车停靠点，解决游客停车和乘车问题。在主要景区、交通枢纽和旅游集散地设立旅游咨询服务中心，提供旅游信息咨询、票务预订、投诉处理等服务。通过旅游网站、社交媒体平台等及时更新发布旅游信息、活动预告和旅游攻略，方便游客获取旅游资讯，为游客提供实时交互的旅游服务。制定严格的景区管理制度，规范景区经营行为，维护景区秩序，建立健全旅游安全预警机制，利用上述平台及时发布旅游安全提示和预警信息。加强景区安全监管，确保游客在景区内的安全。建立景区监测预警系统，实时监测景区游客流量、环境质量等信息，为景区管理提供数据支持。设立医疗急救站点，提供紧急医疗救援服务。加强对旅游从业人员的培训和教育，提高他们的服务意识和专业水平，推广优质服务理念，鼓励从业人员为游客提供热情周到的服务。

**4市场营销和品牌推广**

利用媒体广告、网络营销、旅游节庆等方式，加大徐州旅游的宣传力度，提高知名度和美誉度。制作高质量的旅游宣传资料，如宣传册、海报、视频等，展示徐州的旅游资源和特色。加强与旅行社、航空公司、酒店等旅游企业的合作，共同推广徐州旅游产品，拓展旅游市场。参加国内外旅游交易会、博览会等活动，展示徐州旅游形象，吸引更多游客前来旅游。

举办具有地方特色的旅游节庆活动，如汉文化旅游节、地方美食节等，吸引游客参与互动，提高旅游吸引力。通过节庆活动展示徐州的历史文化、民俗风情、自然风光和现代气息，提升游客的旅游体验。

**十一、不足与展望**

未来研究可以采用更加多样化、更加科学的数据收集方法，如大数据分析、社交媒体监测等，提高数据样本的代表性和准确性。

未来研究可以进一步探讨旅游凝视理论与其他相关理论的融合应用，如结合旅游地理学、旅游心理学等理论，形成更加全面、系统的旅游形象构建理论体系。可以深入研究不同文化背景、不同心理需求的游客对旅游形象的认知和感受差异，为旅游形象构建提供更加精准的理论指导。