

基于UGC数据与IPA模型的漓江流域典型传统村落旅游形象感知与优化路径研究

Research on Tourism Image Perception and Optimization Path of Typical Traditional Villages in the Li River Basin Based on UGC Data and IPA Model

朱文霜¹ 孟靖委¹ 方昭晖¹ 张鹦琪¹ 郑文俊^{2*}

ZHU Wenshuang¹ MENG Jingwei¹ FANG Zhaohui¹ ZHANG Yingqi¹ ZHENG Wenjun^{2*}

(1. 桂林理工大学艺术学院, 桂林 541004; 2. 桂林理工大学旅游与风景园林学院, 桂林 541004)

(1. College of Arts, Guilin University of Technology, Guilin, Guangxi, China, 541004; 2. College of Tourism & Landscape Architecture, Guilin University of Technology, Guilin, Guangxi, China, 541004)

文章编号: 1000-0283(2025)11-0062-08

DOI: 10. 12193 / j. laing. 2025. 11. 0062. 008

中图分类号: TU986

文献标志码: A

收稿日期: 2025-04-07

修回日期: 2025-04-23

摘要

在智能技术深度融合的当代社会, 社交平台逐渐成为公众参与空间认知建构的核心媒介。梳理用户生成内容 (User Generated Content, UGC) 数据与游客感知的关系, 采用ROST-CM6文本分析工具, 系统化分析漓江流域典型传统村落的网络旅游评论及游记内容。综合运用网络文本分析和情感倾向计算方法, 借助重要性-绩效分析 (Importance-Performance Analysis, IPA) 模型, 针对旅游感知要素的重要性及其表现性开展量化评估。研究发现, 漓江流域传统村落的旅游形象感知核心聚焦于自然景观、人文景观、设施服务、文化体验、旅游评价感知5个方面, 存在资源利用失衡与感知错位、设施服务供给不足、商业化与原真性冲突和文化体验浅层化4类问题。由此提出“空间重构—文化赋能—服务提质”的漓江流域传统村落优化路径, 期望推动传统村落实现更好的保护与传承, 为同类地区相关研究提供参考。

关键词

旅游形象感知; UGC数据; IPA模型; 漓江流域; 传统村落

Abstract

In modern society, with the profound integration of intelligent technologies, social network platforms have gradually become the primary medium through which the public constructs spatial cognition. This paper delineates the relationship between User-Generated Content (UGC) data and tourists' perceptions employing the ROST-CM6 text analysis tool to systematically examine the contents of online tourism reviews and travelogues of typical traditional villages within the Li River basin. By integrating online text analysis and affective tendency assessment methods, the study quantitatively evaluates the significance and expressiveness of tourism perception elements using the Importance-Performance Analysis (IPA) evaluation model. Findings indicate that the core components of tourism image perception of traditional villages in the Li River Basin encompass five aspects: natural landscape, humanistic landscape, facilities and services, cultural experience, and tourism evaluation perception. Additionally, four issues are identified: imbalance in resource utilization and misalignment, insufficient supply of facilities and services, conflict between commercialization and originality, and 'superficiality of cultural experiences'. The paper proposes an optimization pathway for traditional villages in the Li River Basin, comprising "spatial reconstruction, cultural empowerment, and service improvement", aimed at fostering the preservation and inheritance of traditional villages and offering a reference for analogous regions.

Keywords

Tourism image perception; UGC data; IPA model; Li River basin; traditional village

朱文霜

1976年生/女/湖北荆门人/硕士/教授, 正高级工艺美术师/研究方向为民族村寨景观及环境设计

孟靖委

2001年生/女/河南漯河人/在读硕士研究生/研究方向为民族文化与村落景观

郑文俊

1979年生/男/湖北天门人/博士/教授/研究方向为乡土景观遗产保护、风景园林规划设计

*通信作者 (Author for correspondence)

E-mail: 2004023@glut.edu.cn

基金项目:

国家自然科学基金项目“多尺度视角下乡村景观遗产系统建构及其数字化表达: 以漓江流域为例”(编号: 52368005)

旅游目的地形象是游客对旅游地所形成的综合认知与情感联结的体现,兼具文化增值^[1]与营销传播^[2]双重价值。在社交媒体用户生成内容(User Generated Content, UGC)构成海量数据源的背景下,传统词频统计方法因语义解析深度不足存在局限,重要性—绩效分析(Importance-Performance Analysis, IPA)模型通过构建要素重要性—满意度评价矩阵,可系统解构游客感知的多维特征,为旅游形象研究提供兼具解释力与实践导向的方法论支撑。

传统村落承载着农耕社会的历史记忆和民族文化,一直是学者重点关注的议题。在快速城镇化进程中,村落目前面临着文化断层与空间消解的双重危机。而传统村落作为地域文化基因的核心空间载体,其研究历经三个阶段演进:20世纪80年代以建筑测绘为核心的形态记录阶段^[3];2000年后转向文化遗产价值阐释阶段^[4];2015年至今进入多学科交叉的创新探索期^[5]。在空间形态研究领域,学界通过空间句法^[6]、GIS空间分析^[7]等技术,系统揭示传统村落的空间层级结构与生态适应性特征,如对安徽宏村“牛形水系”生态智慧的量化解析^[8]。文化传承研究呈现“物质—非物质”二元互动视角,并提出基于空间叙事理论^[9]的文化记忆唤醒路径。然而,当前研究存在双重局限:一方面,过度侧重物质空间保护,忽视人地关系的动态演变^[10-11];另一方面,在旅游开发导向下,商业化改造导致文化原真性流失,亟需构建保护与发展协同路径。近年来,社交媒体数据挖掘成为新的研究趋势,如黄琢玮等^[12]通过社交媒介化视角,揭示了传统村落游客的时空行为规律。因此,重视游客对空间的认知体验,对传统村落的场景塑造、文化价值挖掘及增强文化认同感具有关键意义。通过

捕捉游客对街巷肌理、建筑符号的情感反馈,可优化空间功能布局,激活历史场所的现代价值,为村落文化认同的内生性生长提供感知基础。

旅游形象感知通过分析游客对目的地的多维认知和情感联结,充分挖掘了旅游体验的深层价值,为目的地形象塑造、品牌传播及管理策略提供了一定理论依据。某一地点的形象感知不仅影响着其他游客的选择,更是判断该地是否具有竞争力的关键因素。UGC数据因其海量性、实时性与真实性,成为旅游形象感知研究的核心数据源。技术方法上,学者们利用ROST CM6.0、Nvivo等工具,从关键词提取到主题模型构建,实现了进阶分析^[13]。语义分析法可揭示游客对传统村落空间要素(如建筑风貌、街巷尺度、文化氛围)的感知差异;IPA模型则通过重要性—表现性矩阵,识别影响旅游形象的关键因子^[14],例如福建土楼研究发现原真性体验与基础设施完善度的感知错位^[15]。然而,现有研究存在数据质量参差不齐、感知维度碎片化等问题,尤其缺乏对空间形态与文化感知交互关系的深度解析。此外,现有研究侧重城市空间复兴,传统村落领域的研究较少。游客感知作为文化传承与空间活化的纽带,对村落价值挖掘与文化认同塑造具有独特意义。

漓江流域传统村落作为“桂林山水”文化景观的核心载体,当前面临物质空间异化、文化体验同质化及社区认同弱化等突出问题。研究选取流域内5个典型传统村落为样本,即浪石村、兴坪古镇、旧县村、龙潭村和朗梓村。通过爬取网络评论,整合网络文本分析与IPA模型方法,构建高频特征词分析(认知维度)—情感分析(情感维度)—IPA满意度矩阵(行为维度)的三维分析框架,深度挖掘传统村落的物质空间特征、文化体验要

素及游客情绪表达,揭示现有村落存在的问题,据此提出空间重构、文化赋能、服务提质等优化路径,为漓江流域传统村落可持续发展提供决策依据。

1 研究对象

1.1 漓江流域传统村落空间概述

漓江流域传统村落的空间布局具有自然随机性与亲水性,在兴安县、平乐县、雁山区等地形成集中连片,且多分布于主流及支流5 km辐射范围内^[16]。漓江流域现存大量历史村落(表1),其中12处已获评国家及省级历史文化名镇(村),另有20余处保存完整但未列入法定保护名录的村落,也蕴含着重要的文化遗产价值。这些村落的空间营建遵循“藏风聚气”的景观基因理论,选址突显风水要义,形成“负阴抱阳、背山面水”的理想格局,与山水林田构成人地和谐的生态基础^[17]。

1.2 研究样本的遴选

阳朔县位于漓江流域核心地带,作为桂林市的重要组成部分,集中展现了漓江风景与文化精华。该县是全国首批旅游对外开放县,拥有旧县村、渔村等保存完好的传统村落,并融合了壮族等少数民族文化元素,具有独特的乡村魅力。基于此,研究选取阳朔县的5个典型传统村落——浪石村、兴坪古镇、旧县村、龙潭村和朗梓村作为案例样本。这些村落地理分布特征明显:浪石村和兴坪古镇紧邻漓江,旧县村和龙潭村靠近漓江支流,而朗梓村则背靠青山。因地理位置差异,各村落在旅游开发程度显著分化:兴坪古镇最为成熟,旧县村次之;而浪石村、龙潭村和朗梓村由于远离漓江核心景区,旅游开发相对滞后。所选样本涵盖了漓江流域

表1 漓江流域各级传统村落分布情况表
Tab. 1 Distribution of traditional villages at all levels in the Li River basin

级别 Rank	县域 County	村(镇)名 Village (town) name	入选时间 Selection time	流域位置 Basin location
国家历史文化 名镇(村)	灵川县	大圩镇	第二批(2005年11月)	漓江流域中游
		青狮潭镇江头村	第六批(2014年3月)	漓江支流甘棠江上游
	阳朔县	兴坪镇	第三批(2007年6月)	漓江流域中下游
		白沙镇旧县村	第六批(2014年3月)	漓江支流遇龙河上游
		福利镇	第七批(2019年1月)	漓江流域下游
	自治区历史文 化名镇(村)	兴安县	高田镇朗梓村	第七批(2019年1月)
兴安镇			第一批(2010年12月)	漓江流域上游
灵川县		严关镇	第三批(2017年1月)	漓江流域上游
		灵田镇长岗岭村	第二批(2013年12月)	漓江流域上游
		大圩镇熊村	第二批(2013年12月)	漓江流域中游
阳朔县		兴坪镇渔村	第二批(2013年12月)	漓江流域中下游
普通古村落 (部分)	平乐县	张家镇榕津村	第一批(2010年12月)	漓江流域下游
	兴安县	水源头村	—	漓江流域上游
	灵川县	迪塘村	—	漓江流域上游
	阳朔县	遇龙村	—	漓江支流遇龙河上游
		龙潭村	—	漓江支流遇龙河上游

核心区域内不同等级传统村落的主要特征。这些传统村落的建筑风格呈现出“大统一、小差异”的特点：一方面继承了西南民族干栏式建筑基因与桂北明清古民居风格^[6]，形成以穿斗式木结构为主的建筑体系；另一方面又因多元文化碰撞，在保留本土形制基础上融入徽派建筑元素，如青砖黛瓦、马头墙、雕花门窗等，形成独特的装饰美学。然而，漓江流域部分村落面临文化资源同质化严重的问题，旅游开发陷入瓶颈。由于旅游产品单一化导致游客体验不足的发展困境在桂北地区具有典型性，因此将村落作为旅游形象感知研究样本，具有较强的代表性和现实意义。

2 数据来源和研究方法

2.1 数据采集及处理

为确保研究数据的可靠性和准确性，研究基于Alexa对旅游网站的排名，选取了用户活跃度高、信息内容丰富的三个主流旅游平

台：携程、去哪儿和马蜂窝。通过八爪鱼采集软件分别爬取这三家平台的相关评论，并整理保存为TXT文档，导入ROST CM 6.0软件进行分词、高频词汇分析、语义网络分析和情感分析。借助微词云软件生成高频词云图，以分析游客对漓江流域传统村落的感知。数据筛选条件如下：(1) 选择2014-2025年的评论；(2) 剔除与漓江流域传统村落无关的评论；(3) 删除广告性的文本数据。截至2025年3月5日，经筛选得到1782条符合条件的文本数据，共计11.68万字。数据处理步骤如下：(1) 基础文本内容修改(替换文本中的表情符号、修正文本错别字、删除多余的标点符号)；(2) 进一步将文本内容进行标准化，如“景区”“景点”统一为“景点”，“十里”“画廊”合并成“十里画廊”；(3) 建立停用词过滤表，将与漓江流域传统村落无关的地点设置到过滤表中，如“东西巷”“两江四湖”等。运用ROST CM6.0对处理后的有效数据进

行分词处理，通过分词、停用词过滤、语义网络构建等步骤，提取高频特征词并生成主题聚类图谱，进而进行情感形象分析。

2.2 研究方法

2.2.1 UGC内容分析法

UGC内容分析法通过系统性采集、清洗和分析社交媒体及旅游评论平台的非结构化数据，揭示游客对景观环境的认知偏好与情感倾向。这种分析方法为传统村落的价值阐释提供了鲜活视角，也为活化利用指明了方向。

2.2.2 IPA模型

IPA模型通过构建二维矩阵，量化对比游客对景观要素的重要性评价与实际体验表现，识别关键改进领域^[9]。IPA矩阵图将要素划分为4个策略区间：I象限(高重要性—高表现性)为优势要素，需重点维持；II象限(高重要性—低表现性)为改进重点，需优先优化；III象限(低重要性—低表现性)为次要要素，可逐步完善；IV象限(低重要性—高表现性)为过度投入要素，需合理调整。该模型能够有效衔接游客主观感知与客观评价，实现从现象描述到策略制定的研究闭环^[20]。

3 漓江流域传统村落旅游形象感知分析

3.1 旅游地形象感知内容分析

3.1.1 高频词统计分析

结合自定义词表对专有名词进行合并，最终从202个词语中提取前60个高频词汇，用以提炼漓江流域传统村落的旅游形象感知。这些高频词汇反映了游客对漓江流域传统村落的主要认知和情感倾向，具体结果如表2所示。

通过内容分析法提取的60个高频词汇呈现出名词主导、动形和形容词辅助的语义结

构特征。名词类词汇以“古镇”“漓江”“阳朔”等地理标识和“竹筏”“码头”等特色载体为主，构成旅游目的地的核心识别符号，其中，“古镇”一词频次高达1 265次，成为连接自然与人文景观的关键节点。动词类词汇如“漂流”“拍照”“体验”反映了游客的行为模式，而“值得”“选择”则揭示了游客决策心理与情感反馈，显示旅游活动兼具景观消费与文化参与的双重属性。形容词类词汇以“安静”“古朴”“漂亮”等积极情感为主，表明游客对村落的整体感知偏向正向。高频词分析表明，漓江流域传统村落旅游形象感知围绕三大核心主题：自然风景（“漓江”“阳朔”“竹筏”“桂林”“码头”“风光”“江边”“甲天下”）构成了旅游形象的基础；建筑遗产（“古镇”“建筑”“老街”“老

寨”“古街”“街道”“房子”“环境”“古戏”）作为文化传承的载体；人文体验（“特色”“值得”“安静”“体验”“古朴”“味道”“漂亮”）体现了游客的情感联结。三者相互融合，共同塑造漓江流域传统村落山水人文共融的独特旅游形象。

3.1.2 高频词词云分析

传统高频词统计仅呈现词频数据，难以直观展示词汇的分布特征及其相互关系。故对漓江流域传统村落网络评价数据进行语义分析，通过词云可视化分析生成高频特征词云图(图1)。

词云分析图通过字体大小表征高频词权重，其中“古镇”“漓江”“阳朔”“竹筏”“桂林”等词汇因出现频次高而呈现显著



图1 高频词词云分析图
Fig. 1 Word cloud analysis chart for high-frequency words

视觉特征。这种可视化呈现不仅直观反映游客感知主线，还揭示了“竹筏漂流”“桂林山水”等具象化吸引物在旅游形象建构中的关键作用，为识别旅游地核心竞争力要素提供了可视化依据。

3.1.3 高频词社会网络语义分析

单纯词频统计虽能反映高频词汇特征，但难以揭示词汇间的语义关联及文本深层结构。为深度挖掘游客感知的语义网络，研究采用ROST CM6.0的语义网络分析模块，结合NetDraw工具构建共现矩阵(图2)。图中节点大小表征中心度指标，节点间连线密度反映词汇共现频次，密度越高表明游客认知中两要素的关联性越强。

分析结果显示，“古镇”节点占据图谱核心位置，其中心度指标显著，表明兴坪古镇作为漓江流域传统村落的典型代表，已形成较强的认知效应。次级核心节点“漓江”“阳朔”与“古镇”呈现强关联，显示游客以核心景观为决策中心。其中“漓江”节点与“竹筏”“山水”“风景”等自然要素高度共现，印证游客对喀斯特地貌与水域景观的深刻

表2 高频词汇分析表
Tab. 2 High frequency vocabulary analysis

序号 NO.	特征词 Trait word	频次 Fre- quency	词性 Part of speech	序号 NO.	特征词 Trait word	频次 Fre- quency	词性 Part of speech	序号 NO.	特征词 Trait word	频次 Fre- quency	词性 Part of speech
1	古镇	1265	名词	21	旧县	93	名词	41	商业	56	名词
2	漓江	514	名词	22	旅游	91	动词	42	古街	54	名词
3	阳朔	399	名词	23	游客	82	名词	43	街道	54	名词
4	竹筏	250	名词	24	小时	81	名词	44	体验	54	动词
5	地方	229	名词	25	商业化	81	形容词	45	江边	52	名词
6	桂林	207	名词	26	建筑	80	名词	46	县城	52	名词
7	风景	207	名词	27	老街	73	名词	47	美景	52	名词
8	景色	163	名词	28	老寨	70	名词	48	免费	51	形容词
9	码头	154	名词	29	公里	69	名词	49	古朴	51	形容词
10	景点	132	名词	30	阳朔县	68	名词	50	房子	50	名词
11	特色	132	名词	31	电瓶车	65	名词	51	味道	50	名词
12	分钟	126	名词	32	拍照	64	动词	52	晚上	49	名词
13	背景	124	名词	33	安静	62	形容词	53	选择	49	动词
14	山水	122	名词	34	游玩	60	动词	54	二十	49	数词
15	历史	118	名词	35	游船	60	名词	55	环境	49	名词
16	导游	116	名词	36	建议	60	动词	56	漂亮	46	形容词
17	漂流	116	动词	37	行程	59	名词	57	倒影	45	名词
18	值得	104	动词	38	位于	58	动词	58	甲天下	45	形容词
19	小镇	96	名词	39	风光	58	名词	59	乘坐	44	动词
20	时间	94	名词	40	服务	56	名词	60	古戏	44	名词

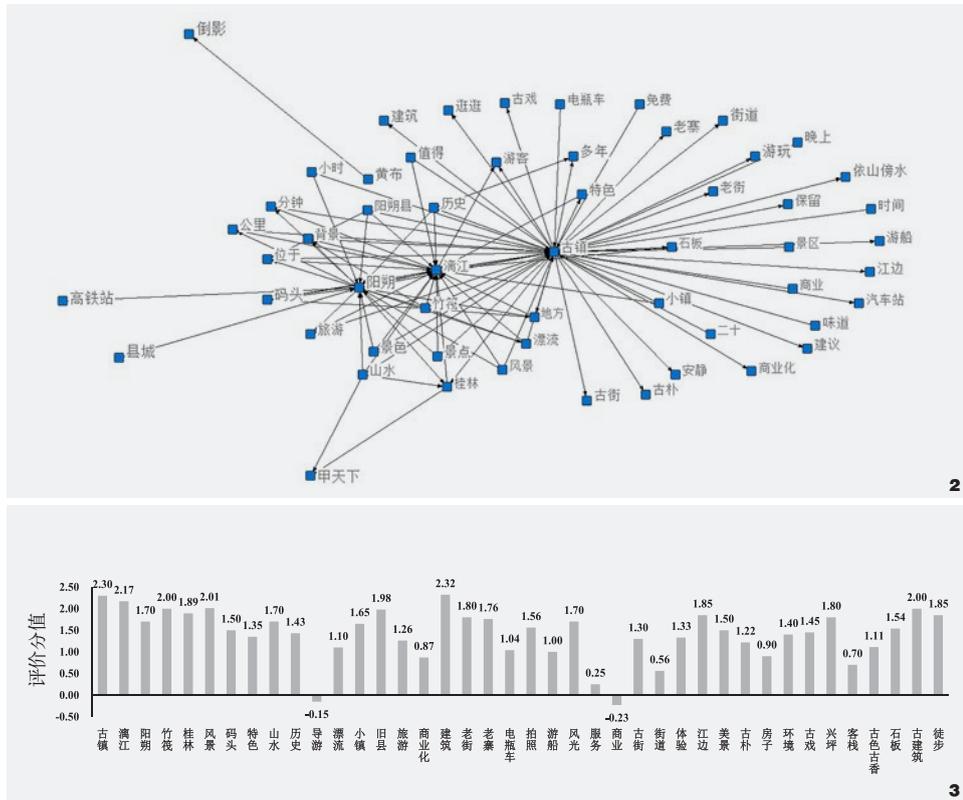


图2 社会网络语义分析图
Fig. 2 Social network semantic analysis diagram

图3 高频词汇情感得分图
Fig. 3 Sentiment score chart for high frequency vocabulary

印象；而“古镇”节点连接的“古街”“石板”“建筑”等文化遗产符号，则反映出游客对物质空间的历史真实性期待。“古镇”作为网络图的中心，所提取的词汇基本与兴坪古镇密切相关，表明游客在阳朔县所进行的旅游活动均与漓江流域传统村落紧密相关。然而，图中“历史”“文化”“民俗”等深度文化体验词汇的共现频率较低，表明当前游客感知仍聚焦于景观表层符号，对村落活态文化、非遗技艺等内涵价值的认知有待深化。

3.1.4 旅游情感形象分析

基于ROST CM6.0的情感分析模块，提取漓江流域传统村落网络评价中的情感倾向性词汇，通过正面、负面、中性三类情感词频

统计(表3)，量化分析游客对旅游地的情感形象感知特征。

情感倾向分析结果(表3)显示，游客对漓江流域传统村落的评价以积极情绪为主(占比59.88%)，其中“体验”“特色”等高频词突显了其吸引力。然而，消极情绪仍占一

定比例(39.34%)，“性价比”“服务态度”成为主要负面反馈；中性评价占比仅为0.78%，部分游客使用“一般”“普通”等词汇，反映出对目的地缺乏差异化体验认知。总体而言，游客对漓江流域传统村落的情感形象呈现高满意度与低辨识度并存的特征。基于内容分析法，提取村落相关高频词汇及游客观点，结合ROST EA计算发现(图3)，游客对“建筑”“古镇”等核心要素的评价较为积极，而与“商业”业态相关的词汇得分较低。进一步文本分析表明，负面评价主要源于部分村落的运营管理问题，如导游强制消费、行程安排不合理等现象，这些问题导致游客对商业化开发产生抵触情绪。

游客情感评价显示，漓江流域传统村落旅游情感形象总积极，但负面反馈仍较为突出。核心问题主要集中在宣传不足、过度商业化、人流超载及管理缺位等方面。为此，建议管理部门针对游客体验质量提升需求，从加强文化遗产保护、优化游客容量管理和规范旅游市场秩序三方面着手，巩固游客的积极情绪，将中性感知转化为积极体验，并消除负面体验，从而全面提升游客满意度。

3.2 基于IPA模型的对比分析与评价

3.2.1 旅游形象感知要素分析

通过高频词聚类归纳，将漓江流域传

表3 游客情感分布情况统计表
Tab. 3 Statistics on the emotional distribution of tourists

情感倾向 Emotional disposition	情绪分段 Emotional segmentation	占比/% Percentage	总占比/% Total percentage
积极情绪	一般	23.64	59.88
	中度	16.32	
	高度	19.92	
中性情绪	—	0.78	0.78
消极情绪	一般	8.27	39.34
	中度	29.46	
	高度	1.61	

统村落旅游形象感知划分为5大主类目与11个次类目。其中，“自然景观”涵盖山水风光、季节特色，“人文景观”包含建筑风貌、村落布局与历史传承，“设施服务”包含交通设施与接待服务，“文化体验”分为传统活动与文化沉浸，“旅游评价”整合正面感知与负面反馈。重要性指标(I值)通过要素出现频次占总频次的百分比反映游客期望，表现性指标(P值)以要素平均评分表征实际体验。各维度指标得分详见表4。

3.2.2 旅游形象感知要素IPA分析

基于要素重要性(I值) — 表现性(P值) 评价结果，绘制IPA象限模型(图4)，按象限划分：I区(高I高P)为优势巩固区，II区(高I低P)为潜力发展区，III区(低I低P)为渐进提升区，IV区(低I高P)为关键重塑区。

第I象限(优势巩固区)包含“山水风光”“建筑风貌”两项要素，双高分表明自然风貌与建筑遗产构成目的地核心吸引力。游客评论显示，“桂林山水甲天下”的生态风光与“青砖黛瓦马头墙”的建筑风貌形成强烈视觉冲击，获得“人与自然和谐共生”的高度评价。建议实施真实性保护与景观叙事强化策略，划定山水轮廓线保护缓冲区，建立建筑风貌修缮技术标准，通过AR导览系统深化空间文化解读，持续巩固核心优势。

第II象限(潜力发展区)涵盖“季节特色”“历史传承”“传统活动”“文化沉浸”4类要素，呈现低预期高体验的特征。典型案例包括龙潭村科举文化展演、朗梓村壮族婚嫁习俗体验，游客评价为“超

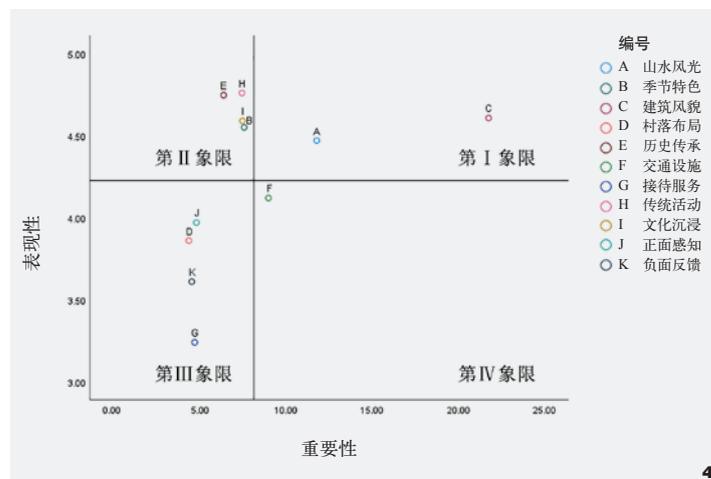


图4 IPA象限图
Fig. 4 IPA quadrant chart

出预期的文化惊喜”。建议设置文化符号显性化提升路径，通过开发主题游线、非遗活态展演、美食文创产品开发等方式，推出当地特色食物，如竹筒鸡、醋血鸭、田螺酿、艾叶粑等，将潜在优势转化为显性竞争力。

第III象限(渐进提升区)涉及“村落布局”“接待服务”“正面感知”“负面反馈”要素，双低评分反映服务短板与情感联结不足。游客抱怨集中在“导游讲解敷衍”“餐饮卫生不达标”“商业化氛围过浓”等问题。该象限要素虽当前重要性较低，但存在体验恶化风险。建议应重点优化游客动线设计、提升服务响应速度，规划游客中心—停车场—标识系统的一体化服务，激发游客主动传播意愿。

表4 各要素重要性与表现性评价得分
Tab. 4 Importance and performance evaluation scores for each element

主类目 Main category	编号 Serial number	次类目 Subcategory	元素 Element	频数 / 次 Frequency	重要性评价 / % Importance rating	表现性评价 / 分 Expressive evaluation
自然景观	A	山水风光	2 漓江、14 山水、45 江边、47 美景、57 倒影、58 甲天下	830	11.77	4.47
	B	季节特色	4 竹筏、17 漂流、35 游船、39 风光、55 环境	533	7.56	4.55
	C	建筑风貌	1 古镇、26 建筑、27 老街、28 老寨、42 古街	1 542	21.86	4.60
人文景观	D	村落布局	21 旧县、38 位于、43 街道、46 县城、50 房子	307	4.35	3.86
	E	历史传承	11 特色、15 历史、28 老寨、42 古街、49 古朴、60 古戏	469	6.65	4.73
	F	交通设施	9 码头、12 分钟、20 时间、24 小时、29 公里、31 电瓶车、59 乘坐	633	8.97	4.12
设施服务	G	接待服务	16 导游、37 行程、40 服务、48 免费、53 选择	331	4.69	3.24
	H	传统活动	4 竹筏、17 漂流、32 拍照、51 味道、60 古戏	524	7.43	4.76
	I	文化沉浸	11 特色、15 历史、33 安静、34 游玩、44 体验、49 古朴、52 晚上	526	7.46	4.59
文化体验	J	正面感知	18 值得、25 商业化、39 风光、55 环境、56 漂亮	338	4.79	3.97
	K	负面反馈	20 时间、36 建议、37 行程、41 商业、51 味道	319	4.52	3.61
旅游评价						

第IV象限(关键重塑区)仅含“交通设施”一项要素,高重要性与低满意度之间的矛盾较突出。游客反映的问题有“前往村落只能依靠电瓶车”“往返接驳车班次少”“停车场距离核心区过远”“道路标识不清晰”等。作为旅游体验的首要接触点,交通可达性直接影响后续感知评价。建议优化景区接驳车运营频次,新设生态停车场并配置新能源充电设施,推动要素向优势区转化。

4 基于感知数据的传统村落问题与优化路径分析

4.1 问题分析

基于数据分析与实地调研,5个传统村落存在着以下4类问题。

(1) 资源利用失衡与感知错位。“交通设施”类数据表明,游客对交通便捷性的期待与实际体验差距显著,具体表现为村落间通达性不足,电瓶车调度混乱及停车规划缺失,导致“行程拥堵”“时间浪费”等负面反馈。此外,“村落布局”类数据显示,商业化开发挤压传统街巷空间,建筑肌理遭破坏(如兴坪古镇和朗梓村的徽派建筑因过度修缮丧失原有风貌),导致“古朴”“历史”等核心感知元素弱化。

(2) 设施服务供给不足。首先,服务质量存在缺陷,导游误导性讲解,跟团游强制消费现象频发,民宿卫生与医疗急救设施不完善。其次,交通接驳存在短板,电瓶车接驳与停车规划满意度低,实际服务未达游客预期。

(3) 商业化与原真性冲突。过度开发导致文化空间被挤占,表现为商铺同质化严重(如兴坪古镇传统民居功能被商业替代),“景观符号化”现象突出,游客对“历史传承”“文化沉浸”等深层要素感知薄弱。

(4) 文化体验浅层化。资源利用低效,部分代表性建筑、水系等因年久失修、风貌混乱或污染未能形成村落标志性景观。同时,受龙脊古壮寨等周边村落竞争影响,文化挖掘流于表面(如龙潭村“古戏台”仅作拍照背景),缺乏沉浸式体验设计,非遗资源感知频次与活动参与度低。

4.2 优化路径分析

基于感知数据结果,针对漓江典型传统村落现存问题,提出“空间—文化—服务”三维协同优化路径以及对优质服务潜在风险的建议。

4.2.1 空间重构:生态韧性更新

景观体系优化:整合漓江山水与古建肌理,通过滨水观景平台、古街视觉通廊等设计,强化“倒影如画”“渔舟唱晚”等标志性场景的沉浸式呈现。要避免过度商业化倾向带来的原住民生活环境被挤压或生态承载力超负荷的潜在风险,建议在景观优化中注重生态保护与文化遗产的平衡,并通过公众参与机制保障原住民利益,提升社区凝聚力。

建筑风貌管控:规范商铺立面改造,严格保持桂北民居小青瓦、坡屋顶、白粉墙的地域特色。要规避因管控过严对当地居民造成的生活便利性或经济活力的阻碍,建议管控需结合地方特色与现代需求,允许适度创新,引入数字化技术进行风貌监测和管理,提高效率并降低成本。

空间分区整治:依据语义网络中“古街—老寨—码头”关联路径,划分为核心保护区(禁止新建)、建设控制区(风貌协调)与业态引导区(限定商业类型,仅准入传统手工艺等非破坏性业态)三级分区。针对分区整治可能导致的管理成本上升和监管模糊问

题,建议明确区域功能定位和管理细则,建立动态调整机制,加强跨部门协作与监督,确保政策执行的连续性和有效性。

4.2.2 文化赋能:深度体验创新

活态文化展示:在古戏台、祠堂等节点嵌入桂剧表演、竹编工艺等非遗互动项目,通过“文化地图”串联资源,提升隐性文化感知。需警惕过度迎合游客需求导致文化内涵弱化的问题,建议加强专业指导,确保文化展示的真实性与完整性,并通过线上线下互动增强游客对文化背景的理解。

节庆IP开发:依托“三月三”歌圩节等传统节庆,设计“稻田艺术节”“渔家文化周”等活动,结合AR技术还原农耕场景。需避免节庆IP开发的同质化风险,建议注重地方特色,提炼独特符号,合理控制商业化程度,确保文化价值优先。

闲置空间活化:通过“匠人驻场”计划将荒废场地改造为非遗工坊(如油茶制作、竹编体验),增强历史传承认知。需解决运营维护成本高、游客参与度不足等问题,建议初期明确盈利模式,借助社区共建提升长期效益,加强匠人培养,优化体验项目的专业性和吸引力。

体验式游线设计:开发“漓江生态研学”“古建营造工坊”等项目,推动游客行为从“拍照打卡”向“文化沉浸”转变。需应对游客过度集中削弱沉浸体验的问题,建议科学规划流量,分时段引导参与,通过智能化预约系统优化资源配置,加强工作人员的文化培训,提升服务质量和互动效果。

4.2.3 服务提质:主客共享治理

交通优化方面:实行分级管控,核心区限制机动车,建设生态停车场,推行电瓶车

预约制;构建“水陆联动”慢行系统,增设竹筏码头(如遇龙河沿线),建设智慧骑行绿道(如十里画廊景观带),配套智能租赁站点。针对核心区机动车限行会影响居民出行,且骑行绿道、竹筏码头等公共设施因游客集中而导致体验质量下降问题,建议建立分级交通管理系统,优先保障居民通行权,设置灵活预约机制;对公共设施实施游客分时预约制度,加强智能化管理,实时监测景区容量并优化资源配置,提升工作人员服务意识,及时响应游客需求。

适老化服务方面:优化无障碍设施,调整公共卫生间布局,增设文化休憩点(间距 ≤ 200 m),座椅采用木石材质并按人体工学设计;开发专项产品,推出“银发旅游专线”,配套医疗站点与4小时“慢游漓江”行程(串联“古戏台听曲”“老宅品茶”等低强度活动)。考虑到适老化设施及专项产品开发所面临的运营成本高、收益低问题,建议探索多元化盈利模式,引入社会资本或政府补贴;加强与医疗机构合作,提升“银发旅游专线”吸引力;定期评估服务效果并优化方案,确保可持续性。

社区参与方面:建立培训认证体系,组织村民担任文化讲解员,通过“家庭作坊认证”将民宿、茶室转化为文化体验节点;进行服务文化改造,在接驳工具植入“漓江故事”语音导览,服务人员着民族服饰,以“情景剧互动”形式传递地域文化,将功能服务转化为文化体验。考虑部分村民因培训成本高、收益分配不均导致的参与动力缺乏,以及文化性项目可能流于形式而导致的内涵缺乏问题,建议建立激励机制,如提供经济补贴、培训机会或品牌推广支持,提升村民参与积极性;加强文化挖掘与研究,确保服务设计贴合地域特色;对服务人员进行系统化培训,

提升文化传播的专业性,并引入专家团队参与内容策划,避免体验流于表面。

5 结论

研究基于旅游网络文本数据,以漓江流域5个典型传统村落为案例,运用UGC文本挖掘与IPA模型,构建“高频词筛选—情感分析—IPA评价”分析框架,得出游客对漓江流域传统村落的自然景观认可度最高,但对文化体验与设施服务满意度较低,呈现“高期待—低供给”的结构矛盾。这一矛盾表明,传统村落旅游发展存在资源优势与市场需求不匹配的问题,其核心文化资源未能有效转化为游客可感知、可参与的体验价值,而基础设施与服务体系的建设滞后进一步放大了供需错位问题。进而验证了UGC文本挖掘与IPA模型在传统村落旅游形象研究中的适用性,为同类研究提供方法参考。提出的“空间重构—文化赋能—服务提质”优化路径,回应了当前传统村落旅游发展的现实困境,可有效缓解供需矛盾,推动传统村落可持续活化。

未来研究可从两方面深化,一是数据来源拓展,当前样本覆盖以网络文本为主,缺乏原住民与经营者的多元视角,未来可结合问卷调查与田野访谈,增强结论普适性。二是动态监测体系构建,建议纳入多源时空数据,建立传统村落活化的动态评估与长效调控机制。

注:文中图表均由作者绘制。

参考文献

[1] 吕连琴,陈天玉.旅游目的地宣传形象与游客感知形象对比研究——以河南省为例[J].地域研究与开发,2020,39(06):98-102.

[2] 张鹏杨,郑婷.文本挖掘的旅游地官方投射形象与游客感知形象差异——以昆明市为例[J].华侨大学学报(哲学社会科学版),2022(04):24-36.

[3] 凡来,刘洋,张大玉.中国传统村落旅游发展空间格局及其影响因素[J].经济地理,2023,43(07):203-214.

[4] 唐承财,万紫微,刘蔓,等.基于多主体的传统村落文化遗产保护传承感知及提升模式[J].干旱区资源与环境,2021,35(02):196-202.

[5] 陶奎,李庚,肖大威,等.我国传统乡村聚落研究发展历程与展望[J].南方建筑,2024(09):1-24.

[6] 林可枫,陶伟,古恒宇.传统村落空间形态与空间认知的句法研究:贵州加车村案例[J].地理科学,2023,43(09):1608-1618.

[7] 陈斌,徐尚昭,周阳阳,等.传统村落空间分布下的多尺度特征及影响因素分析——以广东省263个传统村落为例[J].水土保持研究,2023,30(01):423-429.

[8] 吴江,李秋贝,胡正义,等.基于IPA模型的乡村旅游景区游客满意度分析[J].数据分析与知识发现,2023,7(07):89-99.

[9] 赵红红,唐源琦.当代“空间叙事”理论研究的演进概述——叙事学下空间的认知转变与实践[J].广西社会科学,2021(03):74-81.

[10] 钟敬秋,高梦凡,韩增林,等.基于生态系统文化服务的人地关系空间重构[J].地理学报,2024,79(07):1682-1699.

[11] 明庆忠,王娟.山地旅游目的地人地关系研究框架[J].山地学报,2022,40(04):485-490.

[12] 黄琛玮,保继刚,周彤昕.社会媒介化视角下旅游目的地的地方建构[J].旅游论坛,2024,17(01):1-8.

[13] 黄昌莉,黄燕玲,于海涛,等.基于LDA和扎根理论的桂林旅游地感知形象研究[J].地域研究与开发,2022,41(05):91-97.

[14] 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,2019,35(08):83-87.

[15] 许为一,杨昌新,李静波.社区营造理念下历史建筑与建成环境的再生路径——以福建塔下土楼青普文化行馆为例[J].中国园林,2021,37(08):74-79.

[16] 秦浩.漓江流域传统村落空间分布特征及影响因素[C]//见山见水见风景——中国城市规划学会风景环境规划设计学术委员会2022年论文集.线上会议,2022:132-141.

[17] 蒋江生.漓江流域古村落研究[D].杭州:浙江工业大学,2013.

[18] 郭佳琪.漓江流域传统村落建筑景观装饰艺术转译及模式语言研究[D].桂林:桂林理工大学,2023.

[19] 林龙飞,何庆雅.基于网络游记的长沙市夜间旅游体验要素研究[J].湖南社会科学,2023(01):59-66.

[20] 文捷敏,余颖.基于扎根理论的滨海旅游体验研究——以广东省惠州市巽寮湾为例[J].地域研究与开发,2023,42(02):111-117.