

基于百度指数的浙江 5A 级古镇景区网络关注度研究¹

余欣

(浙江科技学院, 浙江杭州 310000)

【摘要】大众旅游时代已然来临,互联网的广泛应用使得网络搜索行为可以一定程度上反映游客的市场需求情况,因此,本文以百度指数平台提供的互联网用户搜索行为数据为基础,以位于浙江的三大江南古镇即乌镇、西塘和南浔古镇景区为例,经检索获得 2014 年至 2018 年的网络关注度曲线图,了解网络关注度年度分布特征及景区对比情况,为古镇景区未来发展提供建议。研究结果表明:浙江省 3 个 5A 级古镇景区的总体网络关注度在近五年均先升后降,其中乌镇的的网络关注度最高,远高于南浔及西塘,3 个古镇景区年均百度指数也先升后降。最后根据研究结果提出了一些建议,为景区发展提供有益参考。

【关键词】旅游景区;网络关注度;百度指数;江南古镇

【中图分类号】F592.7 **【文献标识码】**A

1 引言

旅游者的消费需求趋于多样化,互联网时代的到来使得网络搜索软件越来越成为大众出游住行的有效工具。百度指数是以百度海量互联网用户搜索行为数据为基础的数据分享平台,可以根据关键词反映某个时间段内 PC 端及移动端的搜索数据量,通过“搜索指数”“资讯指数”可反映时段内的数据量变化情况,而“需求图谱”“人群画像”则可以反映特定时段内关键词相关的搜索内容情况及用户空间分布。

运用互联网搜索引擎,了解位于浙江省的三大江南古镇游客的网络关注度变化,可进一步探究游客需求和消费行为,从而为古镇景区的发展和建设提供指导,促进景区的发展,提高其经济效益和社会效益,使旅游业更好地成为省内支柱性产业。本文以百度指数搜索平台为基础,重点探讨了浙江三大江南古镇景区的需求时间变化,基于 2014 年至 2018 年的景区搜索指数及其趋势变化,将百度搜索指数名为网络关注度,由此反映网络用户对古镇景区的关注状况。

2 数据处理及结果

2.1 总体网络关注度年趋势分析

江南六大古镇以其深邃的历史文化底蕴、清丽婉约的水乡古镇风貌,古朴的民俗风情,在世界上独树一帜、驰名中外。江南六大古镇包括:碧玉周庄;富土同里;风情角直;梦里西塘;水阁乌镇;富甲南浔。其中,乌镇、西塘、南浔位于浙江省,且均为国家 5A 级景区,本文选择这三大古镇作为搜索关键词,获取 2014 年至 2018 年连续五年的网络关注度的情况及变化数据,反映潜在的游客需求。

以三个古镇景区为代表,将 3 个景区 2014 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日的百度用户关注度数值按年相加求其平均值,

¹ [收稿日期]2019-06-13

由此可得 2014 年至 2018 年的景区总体网络关注度年均分布情况。由图 1 可知，近五年来古镇景区的网络关注度总体而言先升后降，在 2016 年达到顶峰；2014 年指数为 15995，2015 年指数为 18217，2016 年指数为 21725，2017 年指数为 16076，2018 年指数为 12222。

2.2 2014-2018 年景区网络关注度指数分析

由表 1 可知，自 2014 年至 2018 年，三个古镇景区总体网络关注度呈先上升后下降趋势，且乌镇、西塘古镇、南浔古镇网络关注度指数均呈现先上升后下降的变化趋势。

表 1 2014-2018 浙江三大古镇景区网络关注度指数均值

景区	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
乌镇	9719	10902	15607	11137	8106
西塘古镇	5186	5773	4258	3102	2609
南浔古镇	1090	1542	1860	1837	1507
旅游景区网络关注度	15995	18217	21725	16076	12222

将三个古镇景区的年度网络关注度指数加总后求均值，可一定程度上反映三个景区各自的网络关注度，可由此获知 2014-2018 年的网络关注度变化趋势。三个景区的网络关注度均先升后降。乌镇的网路关注度最高，远高于西塘及南浔；在 2014-2016 年网络关注度上升，尤其是 2016 年达到了顶峰，而 2016-2018 年网络关注度持续下降。西塘的网络关注度在 2015 年有所增加，但 2015-2018 年持续下降，在 2018 年下降到五年最低点。三大古镇当中，南浔古镇的网络关注度最低，2014-2016 年关注度平缓上升，2016-2018 年有所下降，幅度较小。近五年乌镇一直有较大的网络关注度，但变化幅度也很大，相比之下，西塘的关注度较低，而南浔古镇的网络关注度很低且基本没有什么变化。

3 研究结论与建议

3.1 结论

基于百度指数平台，以乌镇、西塘、南浔古镇为例，对三个古镇景区在 2014-2018 年的网络关注度指数的变化趋势及影响因素进行分析研究，得出以下结论：

(1)浙江三个 5A 级古镇景区总体网络关注度在 2014-2018 年变化明显，先升后降，在 2016 年达到顶峰。由于乌镇的网路关注度远高于西塘和南浔，很大程度上影响了总体关注度，因此乌镇网络关注度的先升后降也使三个古镇景区关注度呈现基本一致的趋势。

(2)乌镇的网路关注度很高，在 2014-2016 年持续上升，2016 年以后下降，每年均值都远高于西塘、南浔。由于乌镇自 2014 年底以来成为了世界互联网大会永久会址，名声大噪，为招商引资开启了便利通道，同时也吸引了全国乃至世界各地游客，同比西塘及南浔，乌镇景区面积大，设施新，旅游资源更丰富，知名度更高；但游客的大量涌入也带来了一系列问题，例如景区服务质量下降、市场监管不到位、环境问题等，使乌镇的网路关注度近年来有所下降。

(3)西塘古镇的网路关注度较高，在 2015 年有略微上升，而后持续下降。西塘古镇近年来缺乏创新活动，基础设施完善度不够，关注度持续下降。

(4) 南浔古镇网络关注度一直比较小,浮动也较小,在三个景区中是最小的,变化也最和缓。乌镇与南浔的距离很近,游客在同类景区对比之下更多会选择知名度高的乌镇。

3.2 建议

近三年来浙江 5A 级古镇景区的网络关注度都呈现下降趋势,因此根据研究结果,为浙江省古镇景区的未来发展提出一些建议:

(1)创新旅游产品,提高服务质量。产品单一化是古镇景区难有“回头客”的重要原因之一,无论是西塘、乌镇还是南浔,都以水乡江南风情为主题,以购物观光、游船、民俗体验为主要旅游产品,没有很大的差异度,因而创新旅游产品、避免同质竞争、提升服务质量对于古镇景区来说是提升网络关注度的重要途径。

(2)发掘地域文化,拓展发展空间。古镇景区为增加经济效益,过度进行商业化建设,冲淡了文化底蕴,因而充分利用旅游资源,以特有的地域文化为支撑,以人为本,通过举办旅游文化节、多渠道媒体宣传等形式,提高景区的品牌影响力和知名度。

(3)找准市场定位,实施精准营销。古镇景区应找准属于自己的定位,例如乌镇将目光着眼于休闲度假,大力拓展商务会议市场。找准目标市场才能以精准营销迎合游客需求,提升体验质量,进行差异化竞争。

【参考文献】

[1]尚姝欣,王兰霞,孟凯欣,孙学霞,杨冰蕊.基于百度指数的哈尔滨热点旅游景区网络关注度研究[J].经济师,2017(12).

[2]邹梦,冯晓兵.基于百度指数的旅游景区网络时空关注度比较研究——以九寨沟与黄龙景区为例[J].科技和产业,2019(02).