

基于网络游记的山地民族旅游体验研究

——以黔东南州为例

李亚娟^{1,2} 张雨莎³ 杨骏³ 张祥^{1,21}

(1. 华中师范大学 地理过程分析与模拟湖北省重点实验室, 湖北 武汉 430079;

2. 中国旅游研究院武汉分院, 湖北 武汉 430079;

3. 科罗拉多州立大学, 美国 柯林斯堡 80524)

【摘要】: 以携程网上与贵州省黔东南苗族侗族自治州有关的网络游记为例, 利用内容分析法、社会网络分析法(SNA)归纳总结民族旅游体验要素及结构, 通过“重要性-表现性”分析法(IPA)获取游客的民族旅游体验质量。结果显示: ①山地民族旅游包括自然风貌、民族人文风光、民族建筑要素、文化展示场所、民风民俗和民族节庆等22个要素指标。②通过SNA分析发现, 民族旅游体验要素网络结构核心多、密度高。其中, 民族自然风光、旅游身心体验和民族餐饮体验是最核心的3个要素, 最为边缘的要素为民族特色旅游产品、文化展示场所和山地气候感知。③黔东南民族旅游体验中游客总体较为满意, 旅游体验质量较好, 旅游者对黔东南的自然风光最满意, 对于民族旅游特色旅游产品评价最差。在上述研究结论的基础上, 提出针对性的对策建议。

【关键词】: 民族旅游 旅游体验 网络游记 内容分析法 SNA 分析 IPA 分析

【中图分类号】: F590.75 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 1005-8141(2020)09-1021-07

随着居民深度休闲需求的发展, 山地民族地区已成为我国居民休闲度假的主要目的地。贵州省自2016年开始打造“山地公园省”, 努力建设山地民族类旅游景区景点, 旨在为游客提供高质量的山地民族旅游体验。旅游体验质量的高低直接关系到旅游客源市场的满意度和重游率, 进而决定了旅游目的地的发展潜力和方向, 一直是旅游研究的核心问题^[1]。如何基于需求端科学了解“山地公园省”打造后游客的真实旅游体验, 为供给端提供真实的信息反馈, 成为行业亟需探讨的学术问题。

当前, 旅游体验研究主要包括旅游体验基础理论研究和旅游体验应用研究两大部分^[1-2]。其中, 旅游体验基础理论研究多建立在“主体性”角度上, 通过旅游体验的本质探析旅游体验的含义和本真^[3-4], 基于“认同”角度探索旅游体验过程中旅游认同的概念模型^[5], 基于“建构主义视角”剖析游客的旅游体验系统^[6], 基于“体验”的含义分析旅游体验的特征和具体属性^[1, 6]。同时, 还有基于符号学视角^[7]、现象学视角^[8]和流动性视角^[9], 针对旅游体验的类型、模式和过程的研究^[10], 为旅游体验基础理论研究提供了多个研究视角。国内外学者对旅游体验应用研究的主要内容包括旅游体验的动机^[11]、旅游体验产生的文化影响

基金项目: 国家自然科学基金项目(编号:41601123, 41601127); 国家民委委托项目(编号:2019-GME-045); 华中师范大学中央高校基本科研业务费项目(编号:CCNU20A06035、CCNU20KYZHSY19)。

作者简介: 李亚娟(1987-), 女, 河南省许昌人, 博士, 副教授, 硕士生导师, 主要研究方向为旅游地理、社会文化地理。张祥(1982-), 男, 湖北省黄冈人, 博士, 讲师, 硕士生导师, 主要研究方向为旅游企业地理、区域旅游与环境。

[12]、游客的体验质量 [13] 和体验营销 [14] 等方面,以基础理论研究为基本,对某一特定旅游目的地或游客类型的旅游体验进行理论验证,研究对象包括基于空间视角的主题公园 [15]、宗教旅游地 [16] 和乡村旅游地 [17] 等,也包括基于游客类别视角的观光旅游者 [8]、徒步旅游者 [18]、朝圣旅游者 [19] 和黑色旅游者 [20] 等不同类型的游客。理论基础涵盖了多种理论基础,包括社会学、心理学、人类学、地理学和管理学等,不同类型游客旅游体验的要素和评价内容因其旅游动机及旅游吸引物特征具有异质性,而掌握异质性特征可以科学地塑造旅游目的地的主题和形象,进而为游客提供独特的旅游体验。已有研究包括:基于地理学视角从游客旅行的游前“预体验”、游中“实体验”和游后“思体验”3个层面进行的分析 [20];基于具身理论从“身体”、“感知”和“情景”3个层面的探讨 [18],基于符号学理论从“态度”、“能力”和“解读结果”3个层面的讨论 [7]。数据来源的方式多样,主要从问卷调查、面对面访谈或网络游记中获得。

在大数据时代,互联网大数据飞速发展,互联网技术广泛应用于旅游业的发展,网络游记作为一种新的数据源为旅游研究提供了巨大的帮助 [17, 21],成为研究游客旅游体验的重要手段。网络游记是游客通过在互联网上记录自己的旅途过程及感受的文本数据,与问卷调查和访谈得来的传统数据相比能更加真实地反映游客的态度与感受,能够较好地调查游客真实体验 [22-23]。网络游记在研究旅游地形象感知方面具有可靠性和代表性 [24],网络游记能够让研究者更加方便快速地获取原始数据,数据更加全面、可获得的样本量更大。但网络游记作为研究旅游体验的新数据源也存在着一定的局限性,网络游记主要基于旅游者个人认知和感受,而对于在旅游过程中隐含的一些社会网络结构性要素关注较少 [25],且无法对游客体验的所有要素进行科学评价。本文基于已有的研究,以贵州省黔东南苗族侗族自治州为例,利用内容分析法、社会网络分析法(SNA)归纳总结了民族旅游体验要素及结构,通过“重要性—表现程度”分析法(IPA)获得民族旅游体验质量。基于研究结论找出黔东南州在民族旅游发展中存在的问题与不足,并提出建议。

1 研究设计与研究方法

1.1 研究区概况

黔东南州坐落于贵州省东南地区,森林覆盖率达 67%,全年空气质量优良天数达 100%。州内生活着 33 个少数民族,多彩的民族文化和宜人的自然风光吸引着大量的游客。2018 年,黔东南州旅游人数总计超过 1.08 亿人次,旅游总收入达 972 亿元,是贵州省民族旅游的重要旅游目的地,也是该省最具有代表性的民族旅游研究案例地。

1.2 数据来源

本文对携程网围绕黔东南州民族旅游相关的网络游记进行了分析。携程网在我国在线旅行服务公司中处于领先地位,将自己的旅游体验分享到携程网上的会员已超过 9000 万,拥有非常丰富的游记和点评资料。截至 2018 年 12 月 31 日,携程网上共计有 2316 篇与黔东南地区相关的游记。本文运用“火车头”采集软件采集了黔东南地区 2016 年 1 月 16 日至 2018 年 12 月 26 日期间共 724 篇游记。为确保研究数据的客观与精确,首先将有大量重复、明显不相关和有明显广告嫌疑等有瑕疵的游记予以剔除,其次将只有图片而没有文字内容或只有单独描述图中地名的游记进行排除。由于很多游客出游行程不仅包括黔东南地区,一次性会去好几个旅游地,如有的游客在假期中同时去了桂林、成都、黔东南等地,因此这些游记也是可以采集到的。但是由于这些游记中仅有一部分是在描述黔东南,因此描述黔东南的内容没有超过一半的,也予以剔除。经过多重筛选,最后选取符合标准的 310 篇游记作为本次调查的研究对象。

1.3 研究方法

内容分析法:内容分析法是指对研究对象的内容,通过客观、系统和量化的手段进行分析,从而展现内容本质的研究方法 [26, 27],现已被广泛应用在旅游游记文本分析当中。本文利用内容分析法具体进行了以下的分析步骤:①广泛搜集国内外民族旅游体验的相关文献,科学全面地整理出本研究所需的民族旅游体验要素。②对于携程网的网络文本进行整理,筛选出与黔东南州地

点相关的游记，删除旅游时间不符合，游记内容空白、重复的文档，字数过少的文档，同一作者写多篇游记合并为一篇游记，题材相关的文档，最终经筛选后共计 310 篇。③选取两位受过专门训练的专业操作人员对 310 篇经过筛选的游记逐一进行操作，从每篇游记中提取黔东南州民族旅游体验要素，两人共同探讨一致进而增加新的黔东南州民族旅游体验要素，最终达到两人一致认为不再出现新的编码，最终获得了黔东南州民族旅游体验要素结构表（表 1）。④完成首次的文本编码提取后，根据旅游者的情况进行二次编码，对该要素结构进行更加深入的分析（表 2）。表 2 中，数字代表黔东南州民族旅游体验要素种类，字母代表旅游者对旅游中该要素的评价等级，分别以 A、B、C、D、E 来代表“非常差、比较差、中立、比较好、非常好”，并分别赋值为 5、4、3、2、1 分。

表 1 黔东南州民族旅游体验要素结构

编号	要素	对应点评文本示例
1	民族自然风光	青山绿水景色是无可挑剔、山奇水秀、大山环绕、两岸山峰对峙、绿油油的梯田、晨雾迷离、瀑布颇为壮观……
2	民族人文风光	苗族人结婚的隆重场面、学生写生
3	民族建筑景观	干栏式建筑、密密麻麻的吊脚楼、犬牙交错、梯田中散落着苗乡特色的吊脚楼……
4	文化展示场所	镇远展览馆、黎平会议旧址、肇兴侗寨也是鼓楼文化的艺术之乡
5	民族风俗	此行接触的贵州人都非常热情和有耐心、很健谈,也很友善、都非常热情和有耐心、苗族的酒礼、拦路酒、侗寨将开寨门迎宾客、吃特色的乌米饭、丢自苺、打花脸等民俗活动
6	民族节庆	舞阳河龙舟演练、当地人的情人节——“谷雨节”、和邑沙苗族人共跳团圆舞、侗族大歌、苗家歌舞表演……
7	旅游开发程度	感觉贵州的景点每个都相隔挺远、苗寨第一感觉就是太商业化、个人认为组织差,景区摆渡车排队人多车少秩序乱、景区修建的特别漂亮整洁……
8	民族特色旅游产品	颜色很亮丽的民族服装、银器店很多
9	旅游基础设施	个人觉得设计的不是太人性化、感觉各方面配置都跟不上旅游的发展、整个寨子突然停电、寨里交通基本靠走……
10	旅游交通体验	附近居然没有滴滴、交通很方便、班车很多、凯里—镇远绿皮火车超值……
11	民族餐饮体验	荔波小吃街、金牌罗记肠旺面、贵州吃的东西真的不错、牛肉粉味道不错、太好吃太好吃了……
12	民族住宿体验	本身酒店整体情况也一般、位置极佳、条件一般,酒店整体情况也一般、床具柔软光滑很舒服……
13	民族娱乐体验	看夜间歌舞表演、观看篝火晚会、《美丽西江》大型情景演出、给游客体验蜡染、绞染等项目
14	旅游服务体验	老板娘非常热情、客栈的人还帮忙拿行李、老板娘比较好客,还送了免费饮料……
15	景区管理感知	车站外出租车、私家车无序乱停,全堵在出口最佳位置
16	旅游消费感知	名食红酸汤江团鱼 48 元一斤不便宜、宾馆价格不高、价格还行、部分地区只能现金支付……
17	旅途社会交往	客栈刚好碰到一对情侣,好心的哥哥姐姐租车玩、遇到很多有梦想的年轻人、一起谈天说地、感觉很不错……
18	山地气候感知	天气也是晴朗阴天小雨大雨电闪雷鸣都经历了、早晚温差有点大……
19	拍照摄影感知	无论是摄影还是写生都是最适合的、美美地拍了一番、尽情的拍摄美景、这里是拍摄人文的好地方……
20	旅行身心体验	心情也舒畅多了、很舒服惬意、真的美呆了……
21	拥挤度感知体验	景点人满为患、非常多人、排了很长的队、从进景点大门开始就是人流……

22	山地生态环境	山地公园省，有湛蓝的天空和清新的空气……
----	--------	----------------------

表 2 黔东南州民族旅游体验要素编码评分示例

编码	评分依据	游记原文示例
1A	游记中含有“非常、特别、尤其、极、很、太”等程度副词+表达正面评价的词语	但不得不说卧龙潭真的太美了！美呆了！可以用震撼心灵评价了，真心的美，美，美！景色非常美！空气特别清新
11B	游记中含有“比较、还、稍微”等程度副词+正面评价的词语	在荔波一家小酒楼进晚餐，虽属相对简陋，但吃的口味还不错
18C	游记中没有含有明显的情感态度，对旅游体验的描述相对客观中立	天气也是晴朗阴天小雨大雨电闪雷鸣都经历了，早晚温差有点大
10D	游记中含有“比较/有点”等程度副词+负面评价的词语	行程是黄果树瀑布景区，因发现转车比较麻烦，且黄果树里面有 3 个景区离得都挺远
7E	游记中含有“非常/很”等程度副词+负面评价的词语	苗寨第一感觉就是太商业化，个人认为景区组织差，景区摆渡车排队人多车少、秩序乱

社会网络分析法：社会网络分析法是适用于分析关系数据的研究方法^[28]，能够为研究不同行动者之间的结构和内在关系提供有效工具，凭借此来分析网络结构中位置和重要性等。本文为防止数据的旅游要素不能全面地体现，更深挖掘黔东南州民族旅游体验要素结构之间的关系，选取社会网络分析法（SNA）进行研究，力求分析文本数据内部的关系结构特征。本文运用 Ucinet6.212 软件进行社会网络分析，对黔东南州民族旅游体验要素的网络结构、中心性和子群密度数据进行测算分析，同时针对各要素内在的联系进行可视化分析。

IPA 分析法：IPA 分析法最早提出于 1977 年^[29]，主要以重要性和满意度两个方面对测评要素进行评价^[30]，游客在游记中表达出对于所感知到的旅游体验要素相关的评价。对民族旅游地的开发者和管理者而言，游客的评价格外重要，可以从中了解到黔东南地区作为民族旅游地在开发中存在的优劣势。本文应用 IPA 分析法对民族旅游地黔东南地区旅游体验要素进行了分析，并根据游客对黔东南地区旅游体验要素的评价，明确黔东南地区作为民族旅游地发展存在的优劣势和游客对黔东南地区旅游服务的满意程度。IPA 分析法以重要性为横轴（X 轴），表现性为纵轴（Y 轴），以表现性和重要性的均值作为 X 轴，Y 轴的切割点，其被划分为 4 个象限^[30]。本文中，重要性指标 I 表示旅游体验要素在游记中出现的频率，即 $I_n = (\text{游记中 } n \text{ 出现的频次} / \text{游记文本总量}) \times 100\%$ ；表现性指标 P 表示将游客对旅游体验要素的满意度评价分值。在此基础上，将游记文本中没有出现的要素等级设为“中立”，并赋值为 3，即 $P_n = \text{游记文本中要素 } n \text{ 的评价分值} / \text{游记文本中要素 } n \text{ 出现的次数}$ 。通过计算民族旅游地黔东南地区旅游体验各要素的 I 值和 P 值，并以 I 值最小值和最大值之和的均值和 $P=3$ 为均值切割点，建立坐标进行分析。

2 结果及分析

2.1 黔东南州山地民族旅游体验要素结构特征

网络密度表示在要素结构中各个节点彼此之间联系的紧密程度。测算结果显示，该要素结构中网络密度值为 0.632，密度较高，相互之间的联系较为紧密，结构也较为科学。同时，使用 Ucinet6.212 软件对列表中的各要素进行了可视化分析，不仅可知游客对各要素民族旅游体验感知程度的强弱，还可知各要素之间的联系程度。

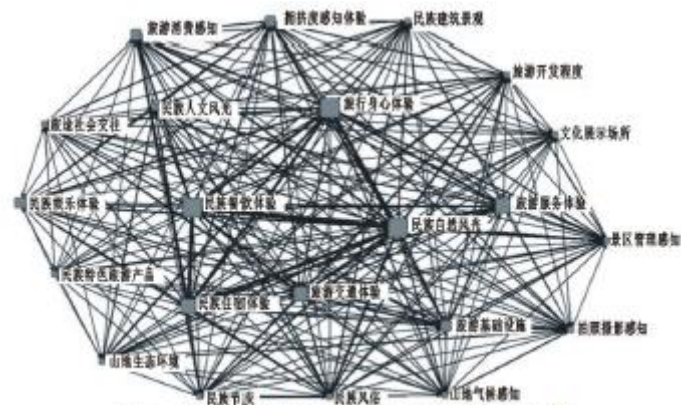


图 1 黔东南州民族旅游体验要素结构网络

根据图 1，节点之间的大小反映了节点的重要程度，节点越大，重要程度越大，节点越小，重要程度相对较小。从图 1 可见，位于核心位置的节点包括民族自然风光、民族餐饮体验、旅游交通体验、旅游身心体验、民族娱乐体验、拥挤度体验感知等，位于边缘的节点有景区管理感知、山地气候感知、旅游开发程度感知、民族特色旅游产品、拍照摄影感知等。在网络图中，还存在着多个要素节点，但无论是核心节点，还是边缘节点，每个节点之间都存在着联系，没有任何一个孤立的节点。

黔东南州民族旅游体验要素的中心性分析：中心性是用于衡量结构图中的要素在该结构中的重要性的一个重要指标，主要通过每个要素的点度中心度表现出来，一个要素的点度中心度越大，在结构中就显现出越高的重要性。利用 Ucinet 软件获得各要素的点度中心度，以此确定各个要素对于游客对黔东南州民族旅游体验的影响程度（表 3）。由表 3 可知，影响游客黔东南州民族旅游体验最为重要的要素是民族自然风光，其次是旅游身心体验和民族餐饮体验，民族特色旅游产品和文化展示场所是对于游客旅游体验影响最弱的两个因素。通过对黔东南州游记网络文本的具体分析，游客对于黔东南地区的民族自然风光感受的敏感度最高，这是所记载的游记中游客反映最为强烈和带给游客最深刻感受的

一个因素。黔东南地区自然风景区较多，青山绿水环绕，自然风光美丽，深得游客喜爱。此外，游客对于在旅途中的综合感受是非常关注的，除民族自然风光之外，游客身心体验也是影响游客旅游体验最重要的要素之一，这与游客出游的目的有着很大的关联。对于黔东南地区这类以自然风光为主的旅游胜地而言，游客出游目的多是为了寻找一个可以放松身心，让自己感到舒适惬意的地方。在对黔东南网络游记的分析中，多次出现“心情真是舒畅多了”和“真的特别舒服惬意”等表示游客身心体验的积极情绪词汇。黔东南州虽然是少数民族聚居地，但是游客对于民族旅游发展的感受主要来源于当地的民风民俗和在旅游期间感受到的民族节庆和活动，对民族特色旅游产品和当地文化展示场所的兴趣和关注度相对较小。

表 3 黔东南州民族旅游体验要素重要性排名

编号	要素	点度中心度	重要性排名
1	民族自然风光	39.300	1
2	民族人文风光	9.339	13
3	民族建筑景观	8.301	14
4	文化展示场所	3.483	21
5	民族风俗	12.692	7
6	民族节庆	6.189	18
7	旅游开发程度	7.689	16
8	民族特色旅游产品	2.779	22
9	旅游基础设施	10.673	11

10	旅游交通体验	15.194	5
11	民族餐饮体验	25.422	3
12	民族住宿体验	23.013	4
13	民族娱乐体验	9.524	12
14	旅游服务体验	14.767	6
15	景区管理感知	10.895	10
16	旅游消费感知	11.025	9
17	旅途社会交往	7.097	17
18	山地气候感知	4.373	20
19	拍照摄影感知	5.003	19
20	旅行身心体验	26.441	2
21	拥挤度感知体验	12.099	8
22	山地自然环境	7.708	15

黔东南州民族旅游体验要素的子群分析：当社会网络存在某些节点联系非常紧密，将这些节点结合在一起，就凝聚成了一个次级小团体，也就形成了一个个凝聚子群。这些子群之间具有紧密的内部联系，但是子群与子群之间又存在着较大的差异性。通过迭代相关收敛法（Concor）对要素结构进行聚类分析，其后分类出 4 个次级小团体，并通过分析得到子群密度矩阵（表 4）。为了使子群之间的差异性表现的更加清晰，本文在密度矩阵中，用 0 或 1 来表示所有子群的密度。0——子群表示网络结构中出现的洞，表示在整个网络结构中，这个子群与其他子群之间不存在直接和显著的差异性，即无法被理解成该网络的基本结构；1——子群代表网络基本结构。本文研究中用 0 表示上述密度矩阵中低于网络平均密度的值，大于或等于平均密度的值记为 1，将现有的矩阵进行转换，而后得到转换矩阵（表 4），据此有 3 个有意义和 1 个无意义的小团体出现。

表 4 黔东南州民族旅游体验要素子群矩阵

子群	密度矩阵				转换矩阵			
	1	2	3	4	1	2	3	4
1	16.333	8.125	13.583	10.333	1	1	1	
2	8.212	9.667	9.889	3.000	1	1	1	0
3	13.500	8.000	3.500	4.075	1	1	0	0
4	5.889	3.333	1.667	2.938	1	0	0	0

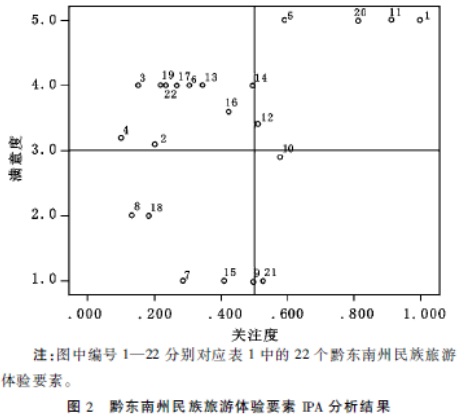
在对子群的具体分析中，不同的子群表示影响游客体验要素组合的差异情况，即游客对于影响旅游体验各要素的关注点存在差异（表 5）。如子群 1 中，游客频繁提及的旅游体验要素除了民族自然风光、旅游身心体验，还有旅游住宿体验、旅游消费体验、民族餐饮体验、旅游服务体验、民族娱乐体验、旅途社会交往，说明这些要素在同一游记中经常性同时出现，统计学上具有差异性，同时说明影响游客旅游体验的主要要素是自然风光、住宿、美食、娱乐、服务、社会交往等方面。这些要素在点度中心度的排名中都居于前六位，充分说明在影响游客体验的主要因素中上述因素占据了主要地位。子群 2 中的要素排名基本都是紧随子群 1 要素排名之后，包括民风民俗、旅游交通体验、旅游开发程度感知、拥挤度感知体验、旅游基础设施，说明在子群 2 所代表的这一类游客比较关注当地的风土人情、交通状况、基础设施、景区拥挤程度等方面，代表了黔东南州游客的另一部分游客群体。对于子群 3 代表的是黔东南地区民族旅游的一小部分游客类型，他们对于富有民族特色的当地建筑和民族节庆等具有浓厚少数民族特色的人文景观旅游元素更加感兴趣。子群 4 内各要素虽然不存在统计学上的差异，但是在结构上具有一定的相似性，其内部具有一定的联系，因此具有相同的特征。

表 5 黔东南州民族旅游体验要素子群结构

子群类别	要素
有意义	1 民族自然风光、旅游身心体验、民族餐饮体验、民族住宿体验、 旅游交通体验、旅游服务体验、民风民俗、拥挤度感知体验
	2 旅游消费感知、景区管理感知、旅游基础设施、民族娱乐体验、 民族人文风光、民族建筑景观、山地生态环境
无意义	3 旅游开发程度感知、旅途社会交往、民族节庆、拍照摄影感知、山地气候感知
	4 文化展示场所、民族特色旅游活动

2.2 黔东南州山地民族旅游体验质量评价

本文基于 IPA 分析法对黔东南州民族旅游地旅游体验各要素进行了分析（图 2）。其中，位于第一象限的主要有民族自然风光、民族餐饮体验、旅行身心体验、民风民俗、旅游住宿体验，说明游客对这些要素的关注度和满意度都比较高。位于第二象限的要素最多，第二象限属于游客关注度较低，但是满意度较高的范围，说明游客对于黔东南州的民族建筑景观、人文景观、民族节庆活动、拍照摄影和当地娱乐活动、消费水平、服务水平等方面的感受不那么明显，但是评价都较高，游客在黔东南州获得了良好的服务体验、娱乐体验，在社会交往方面也有非常不错的感受。落入第三象限的要素较少，主要为民族特色旅游产品、天气气候、旅游开发程度、基础设施、景区管理等方面，游客对于这些要素的感知程度较低，评价也较低，说明这是黔东南州发展旅游业需要加以改善的方面；游客对黔东南州旅游开发和景区管理等方面评价较低，主要在于景区的秩序混乱，交通工具随意停放、缺乏管理，苗寨等主要景点还存在着停电断电等情况，游客认为景区的各方面配置与其旅游业的发展程度不匹配。进入第四象限的要素最少，只有旅游交通体验和拥挤度感知体验两个要素，说明游客认为这两个要素是影响游客旅游体验的重要因素，但游客感受到的评价也一般，说明这是黔东南州发展旅游业必须采取相应措施和方案来进行改进，以提高游客的满意度。交通方面，交通是影响游客体验的重要因素，黔东南州须在交通方面采取措施进行改进；在拥挤度感知方面，游客反映许多景区旺季人满为患，适当控制景区人流量对于景区的良性发展有益。



民族地区旅游体验研究对民族地区提升旅游服务质量，满足游客需求具有重要的理论价值。本文以黔东南州民族旅游体验的实证研究为例，归纳总结了游客在民族地区旅游过程中的主要体验要素，将民族旅游体验归纳为“民族环境体验”、“设施与管理体验”、“游客真实感受”和“民族文化体验”4个维度，旨在为其他同类民族旅游地区旅游体验提升提供理论基础（图 3）。

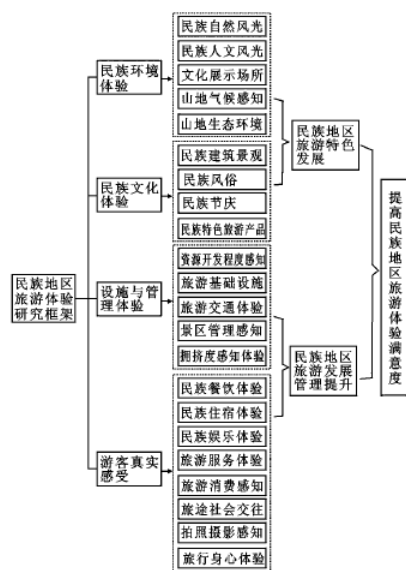


图3 民族地区旅游体验研究框架

3 结论与建议

3.1 结论

本研究基于 2016-2018 年黔东南州游客网络游记文本信息进行游客体验分析，得出如下主要结论：①通过社会网络分析法（SNA）发现黔东南州民族旅游体验结构核心多、密度高。在中心性分析中发现，最核心要素是民族自然风光，其次为旅行身心体验，最为边缘的要素为民族特色旅游产品，子群结构中存在 3 个有意义结构、1 个无意义结构。游客关注最多的是黔东南州的风光、身心、餐饮、住宿和交通，其次是民风民俗、旅游服务等要素，最后是文化展示、民族旅游特色产品、拥挤度等。②通过 IPA 分析法研究游客对黔东南州民族旅游体验评价，民族旅游体验要素平均分值为 3.28 分，说明总体上黔东南州民族旅游体验中游客较为满意，旅游的体验质量较好，但游客对黔东南州民族旅游中自然风光、民风民俗、民族餐饮体验、旅游身心体验等要素最为满意，而对于旅游开发程度感知、旅游基础设施、景区管理和拥挤度感知等要素评价最差。③通过以上研究，由于民族地区旅游体验的内容主要集中在民族旅游地的环境、民族文化特色、设施与管理 and 吃住行游购娱这类游客真实感受等方面，因此本文从“民族环境体验”、“设施管理体验”、“游客真实感受”和“民族文化体验”4 个方面构建了民族旅游体验的研究框架。

3.2 建议

基于本文研究结论，提出以下对策建议：①加强地方基础设施建设，提高游客旅游基础设施体验。在 IPA 得分中，旅游基础设施、旅游开发和拥挤度感知等得分较低，但在 SNA 重要性排名中，住宿、交通和拥挤度感知等排名前列。黔东南州由于地形复杂、经济条件落后、景区面积较大且不在同一区域等原因，导致景区设施与管理体验的满意度偏低。因此，开发与管理机构应在基础设施建设方面有所提高和改善，以提高游客的体验满意度。②秉承可持续发展原则，促进当地民族旅游发展。在黔东南州民族旅游中，民族自然风光和游客身心体验是最重要的两个体验要素，进一步保护黔东南州秀丽的民族自然风光，维护黔东南州良好的山地生态环境，是让游客拥有更加美好的旅游身心体验的关键。③防止旅游产品同质化，打造适合黔东南州当地特色的民族特色旅游产品。从上述 IPA 分析结果可知，民族特色旅游产品分值并不高。民族特色旅游的核心吸引点关键就是自身的民族特色和文化，虽然民族风俗和节日 IPA 得分较高，但是对于旅游后续的产品开发，周边产品容易陷入同质化，在我国众多旅游景点的开发中都存在这个问题，诸多景区的特色产品大同小异，民族旅游发展应对旅游产品同质化的现象进行改善和整顿。④完善旅游管理水平，提升管理主体治理能力。在 IPA 得分中，景区管理感知、拥挤度感知和旅游基础设施得分仅为 1，

反映了当地旅游管理主体治理能力上的不足和欠缺，且这些要素的游客关注度都不低。这是制约当地旅游发展的重要问题，迫切需要建立起稳定与合作兼具的旅游管理机制。

参考文献:

- [1]樊友猛, 谢彦君. “体验”的内涵与旅游体验属性新探[J]. 旅游学刊, 2017, 32(11):16-25.
- [2]谢彦君. 基础旅游学(第三版)[M]. 北京: 我国旅游出版社, 2011.
- [3]曹诗图, 曹国新, 邓苏. 对旅游本质的哲学辨析[J]. 旅游科学, 2011, 25(1):80-87.
- [4]陈才, 卢昌崇. 认同: 旅游体验研究的新视角[J]. 旅游学刊, 2011, 26(3)=37-42.
- [5]马天, 谢彦君. 旅游体验的社会建构: 一个系统论的分析[J]. 旅游学刊, 2015, 30(8):96-106.
- [6]彭丹. 旅游体验研究新视角: 旅游者互动的社会关系研究[J]. 旅游学刊, 2013, 28(10):89-96.
- [7]周永广, 张金金, 周婷婷. 符号学视角下的旅游体验研究——西溪湿地的个案分析[J]. 人文地理, 2011, (4):115-120.
- [8]赵刘, 程琦, 周武忠. 现象学视角下旅游体验的本体描述与意向构造[J]. 旅游学刊, 2013, (10):97-106.
- [9]张朝枝, 张鑫. 流动性的旅游体验模型建构——基于骑行入藏者的研究[J]. 地理研究, 2017, 36(12):2332-2342.
- [10]魏遐, 潘益昕. 我国旅游体验研究十年(2000-2009)综述[J]. 旅游论坛, 2010, (6):645-651.
- [11]Pearce P L, Moscardo G M. The Relationship between Travellers' Career Levels and the Concept of Authenticity [J]. Australian Journal of Psychology, 1985, 37(2): 157-174.
- [12]Crompton J L , McKay S L . Motives of Visitors Attending Festival Events [J]. Annals of Tourism Research, 1997, 24(2):425-439.
- [13]Ryan C, Glendon I. Application of Leisure Motivation Scale to Tourism [J]. Annals of Tourism Research, 1998, 25(1):169-184.
- [14]Natan Uriely. The Tourist Experience: Conceptual Developments[J]. Annals of Tourism Research, 2005, 32(1): 199-216.
- [15]肖妮, 刘继生, 李秋雨. 国内大型主题公园门票定价机制研究[J]. 资源开发与市场, 2017, 33(1):64-68, 89.
- [16]蒋婷, 张朝枝. 世俗与神圣的交集: 禅修旅游体验的核心[J]. 旅游论坛, 2019, 12(2):14-19.
- [17]王蓉, 黄朋涛, 胡静. 基于网络游记的婺源县乡村旅游体验研究[J]. 资源科学, 2019, 41(2):372-380.

-
- [18] 谢彦君, 樊友猛. 身体视角下的旅游体验——基于徒步游记与访谈的扎根理论分析[J]. 人文地理, 2017, 32(4): 129-137.
- [19] 崔庆明, 徐红罡, 杨杨. 世俗的朝圣: 西藏旅游体验研究[J]. 旅游学刊, 2014, 29(2): 110-117.
- [20] 宋竹芳, 张高军, 李树民. 黑亦非黑: 基于线上数据的黑色旅游体验及群体比较[J]. 旅游学刊, 2019, 34(5): 90-104.
- [21] 赵振斌, 党娇. 基于网络文本内容分析的太行山背包旅游行为研究[J]. 人文地理, 2011, (1): 134-139.
- [22] 李照航, 郭风华, 李仁杰, 等. 大量游记文本中热度地名提取方法与实证研究[J]. 地理与地理信息科学, 2015, 31(1): 68-73.
- [23] 赵刘, 程琦. 基于网络文本的无锡旅游形象 IPA 模型分析与对策[J]. 旅游论坛, 2017, 10(6): 74-84.
- [24] 张珍珍, 李君轶. 旅游形象研究中问卷调查和网络文本数据的对比——以西安旅游形象感知研究为例[J]. 旅游科学, 2014, 28(6): 73-81.
- [25] 郎朗. “地方”理论视角下的网络游记研究——以北京三里屯游记分析为例[J]. 旅游学刊, 2018, 33(9): 49-57.
- [26] 何芸, 杨晓霞. 内容分析法在我国旅游学研究中的应用及述评[J]. 西南农业大学学报(社会科学版), 2012, 10(4): 6-12.
- [27] 马文峰. 试析内容分析法在社科情报学中的应用[J]. 情报科学, 2000, 18(4): 346-349.
- [28] 约翰·斯科特. 社会网络分析法[M]. 重庆: 重庆大学出版社, 2007.
- [29] Martilla J A, James J C. Importance-performance Analysis [J]. Journal of Marketing, 1977, 41(1): 77-79.
- [30] 陈旭. IPA 分析法的修正及其在游客满意度研究中的应用[J]. 旅游学刊, 2013, 28(11): 59-66.