

基于网络数据的城市夜间旅游游客体验研究

孙希瑞¹ 吴贵华² 魏琳²¹

(1. 安徽商贸职业技术学院 国际商务与旅游学院, 安徽 芜湖 241000;

2. 华侨大学旅游学院, 福建 泉州 362021)

【摘要】: 以北京、西安、重庆、苏州、广州 5 个城市为样本, 依据具身理论, 从游客体验的角度探究了这 5 个城市夜间旅游的发展情况。结果表明: (1) 游客对 5 个城市的情感倾向于中性和正向, 说明游客对这 5 个城市夜间旅游的整体感知是基本满意的。(2) 游客在这 5 个城市开展夜间旅游活动时, 社会人文类的旅游目的地比自然禀赋类的旅游目的地更吸引游客。(3) 集食、游、娱多功能于一体的旅游目的地对夜间旅游游客的吸引力大。(4) 旅游体验感知包括景观体验感知、身体体验感知和环境体验感知, 旅游体验感知对游客的夜间旅游地选择与价值内化具有较大影响。

【关键词】: 夜间旅游 具身理论 网络评价 游客体验

【中图分类号】: F590.75 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 1005-8141(2022)02-0249-08

夜间旅游是夜间经济和现代旅游的重要组成部分^[1], 是满足旅游消费多元化、拉动旅游消费、推动旅游供给提质、丰富旅游文化体验的有效途径之一。中国旅游研究院发布的《夜间旅游市场数据报告 2019》显示, 2019 年春节期间, 国内夜间总体消费金额为全日消费额的 28.5%, 夜间旅游拉动旅游目的地夜间经济发展的成效显著^[2]。夜间旅游区别于传统的日间旅游, 不仅表现在旅游时间的延长上, 还体现在旅游目的选择和旅游者活动范围的差异上^[3]。

当前, 夜间旅游已引起了产学研各界的广泛关注, 但城市夜间旅游研究作为夜间旅游研究中的一个领域, 研究成果较少。学者们对城市夜间旅游的研究主要集中在城市夜间旅游产品^[4,5,6]、城市夜间旅游开发^[7,8,9,10]、城市夜间旅游体验^[11,12,13]、城市夜间旅游行为^[14,15]方面。此外, 还有学者对城市夜间旅游产业动态演进历程与演化规律进行了研究^[16]。本文通过整理分析发现, 一是前人关于城市夜间旅游的研究对象多是某个具体的城市, 没有对比分析不同城市间的夜间旅游异同, 研究结果的普适性有待提高; 二是研究方法上, 多以定性研究为主, 缺乏定量数据的支撑, 研究结果的准确性有待论证; 三是研究视角上, 较少基于游客的真实体验, 研究结果的实践应用性有待考量。

旅游者旅游活动的主体, 旅游者体验是旅游的核心^[17]。在城市夜间旅游市场竞争日益激烈、城市夜间旅游产品质量良莠不齐、城市夜间旅游游客旅游获得感与参与感有待提高的背景之下, 如何提升游客体验成为城市夜间旅游发展的关键问题。具身理论认为, 身体处于旅游体验中的核心地位, 由生理身体决定的视觉、其他感官知觉、躯体觉体验构成了游客群体旅游具身体验的共通性层面^[18]。游客体验现场性、情境性、流动性等特点, 要求为获取真实的游客体验, 必须深入旅游活动发生的第一现场^[19]。

作者简介: 孙希瑞 (1990-), 女, 河南省驻马店人, 硕士, 助教, 主要从事酒店管理和乡村旅游研究。吴贵华 (1985-), 男, 福建省政和人, 博士, 实验师, 主要从事旅游经济学和新经济地理学研究。

基金项目: 安徽省高校人文社会科学研究重点项目 (编号: SK2021A1055); 安徽商贸职业技术学院学科 (专业) 拔尖人学术资助项目 (编号: SMBJRC202108); 安徽商贸职业技术学院人文社科一般项目 (编号: 2021KYR13); 安徽商贸职业技术学院三平台两基地项目 (编号: 2020ZDF16)

互联网开放、共享、自由、匿名的特点，为旅游者表达自己的真实想法提供了一个平台，而网络评论则成为旅游研究领域新的数据来源^[20]。学者们利用网络评论数据对旅游目的地游客体验与游客行为进行了大量的研究^[21, 22, 23]，但采用网络评论数据对城市夜间旅游的研究则较少。

基于此，本文将具身理论引入到城市夜间旅游游客体验的研究中，选取马蜂窝《夜间旅游攻略 2019》大数据公布的夜间旅游热度最高的前 5 个城市北京、广州、苏州、西安和重庆为研究对象，采集游客城市夜间旅游的网络评论数据，运用网络文本分析法分析不同城市夜间旅游的异同，以期丰富城市夜间旅游研究，并为优化城市夜间旅游产品，提高城市夜间旅游经济效益提供参考。

1 研究对象与研究方法

1.1 研究对象

马蜂窝《夜间旅游攻略 2019》大数据显示，夜间旅游热度最高的前 5 个城市分别是北京、广州、苏州、西安和重庆。网络评论较多的夜间旅游城市在一定程度上说明该城市夜间游客到访量较高，城市夜间旅游发展较好，对研究问题具有较大的参考价值。

1.2 研究方法

携程网是中国最大的综合性旅游网站，去哪儿网产品类型丰富，两个网站的用户群体数量大，游客评论数量多且评论内容丰富^[24]。基于此，本文选择从携程、去哪儿这两个知名 OTA 平台上采集北京、西安、重庆、苏州、广州 5 个城市夜间旅游的游记。游记数据选取时间为 2017 年 1 月—2019 年 12 月。为提高网络文本分析的准确性，对游记内容进行筛选、整理，剔除网址、作者姓名、照片、广告、与夜间旅游无关的游记^[25]，共获取 350 篇 5 个城市的夜间旅游游记，总计 1651120 字。将收集到的游记汇总成 5 个文档，导入 Gooseeker 软件中进行高频词分析、情感分析和语义网络分析。

2 结果及分析

2.1 高频词分析

使用 Gooseeker 软件进行分词和高频词检索，得到高频词组。具身体验理论认为，身体处于旅游体验中的核心地位，身体体验会以身体感觉的形式传递给旅游者^[26]。基于此，本文依据具身体验理论，结合夜间旅游的特点，选择与游客城市夜间旅游整体感知、游客身体体验（感官体验和身体感）、城市夜间旅游目的地（自然禀赋类和社会人文类）和城市夜间旅游保障设施（美食、交通、住宿）相关的前 50 个高频词。其中，游客身体体验中的感官体验是指游客在城市夜间游览过程中通过听觉、嗅觉、视觉、触觉、味觉直接获得的体验，身体感则是指游客在城市夜间旅游活动中身体的本体感觉和身体状态，包括舒适感、放松感、疲惫感等^[27]。根据词频数将高频词进行从高到低排序，得到 5 个城市的高频词分类统计表。

游客对北京夜间旅游的整体感知是“特色”“热闹”“繁华”，感知结果较为统一。游客身体体验方面，游客的评论主要集中在：(1) 夜间旅游食物的口味、价格上，如“味道”“好吃”“口味”“便宜”；(2) 城市夜景的观赏性，如“漂亮”“游览”“好看”；(3) 城市夜间旅游的体验感知，如“附近”“方便”“服务”“体验”。北京夜间旅游目的地方面，社会人文类比自然禀赋类的游客吸引力大。北京夜间旅游保障设施方面，游客评论最多的是北京特色美食，如“烤鸭”“美食”“小吃”“全聚德”等，特色美食逐渐成为一项重要的夜间旅游吸引物；北京公共交通便利，多数游客选择乘坐“公交”和“地铁”出行；住宿方面，“酒店”和“青旅”获得了多数游客的青睐。与此同时，北京特色的四合院民宿也引起了部分游客的关注。进一步分析发现，受冬季气候和春节的影响，北京夜间旅游的游客较少，夏季是北京夜间旅游市场火爆的季节；游客偏好于选择旅

游目的地较为集聚，旅游目的地之间交通便利的区域开展夜间旅游活动，如北京东城区。

从西安的高频词分类统计结果来看，游客对西安夜间旅游的整体感知是“特色”“著名”“传统”，感知结果较为统一。游客身体体验方面，游客的评论主要集中在：(1)夜间旅游食物的口味和价格上，如“味道”“好吃”“便宜”“口味”；(2)夜间旅游活动内容，如“表演”“参观”“演出”“拍照”“游览”；(3)城市夜间旅游的体验感知，如“喜欢”“附近”“方便”“体验”“舒服”。西安夜间旅游目的地方面，社会人文类的比自然禀赋类的游客吸引力大。西安夜间旅游保障设施方面，游客评论最多的是西安特色美食，如“肉夹馍”“牛肉”“羊肉泡馍”“小吃”等，特色美食是吸引游客夜间旅游的重要因素之一；西安交通便利，多数游客选择乘坐地铁出行，还有部分游客选择步行；住宿方面，“酒店”和“青旅”获得了多数游客的青睐。分析游客游记发现，18:00至22:00是游客开展夜间旅游活动的“黄金四小时”；2018年和2019年春节期间，西安连续举办春节系列活动，夜间旅游获得了爆发式的增长；五一、暑假和十一期间，也是西安夜间旅游较为火爆的时间段，回民街、大雁塔、小雁塔等知名核心旅游目的地对夜游游客的吸引力较大。

从重庆的高频词分类统计结果来看，游客对重庆夜间旅游的整体感知是“特色”“文化”“文艺”“繁华”“传统”“现代”，说明重庆是一个多元化的城市。游客身体体验方面，“好吃”“味道”“口感”“新鲜”“便宜”高频词的出现，表明游客注重重庆特色美食的感官体验；“拍照”“游玩”“欣赏”“美丽”“漂亮”这些高频词表明重庆夜景的观赏性较高，游客愿意拍照留念；游客对重庆夜间旅游的身体体验是“方便”“服务”“舒适”。重庆夜间旅游目的地方面，社会人文类的比自然禀赋类的游客吸引力大。重庆夜间旅游保障设施方面，“火锅”“美食”“小吃”“辣椒”是游客评论较多的词组，也是吸引游客开展重庆夜间旅游的重要因素之一；重庆地形特殊，游客夜间旅游的出行方式除了日常的城市基础交通设施外，“轻轨”和“索道”也成为大多数夜间旅游游客喜欢的交通方式。分析游客游记发现，游客夜间旅游活动主要集中在晚18:00到20:00的时间段内，暑期是重庆夜间旅游的火爆时期；渝中区网红景点较多，是多数游客的必游打卡地。

从苏州的高频词分类统计结果来看，游客对苏州夜间旅游的整体感知是“特色”“文化”“精致”“著名”“繁华”，结果较为分散，说明苏州也是一个多元化的城市。游客身体体验方面，游客对苏州食物的感官体验有要求，“味道”“好吃”“便宜”表明游客重视食物的口味和价格；“拍照”“表演”“欣赏”“漂亮”“观赏”说明游客对苏州夜景较为满意，会拍照留念，但苏州夜间旅游活动的参与性不强；“附近”“方便”“喜欢”“服务”表明游客对苏州夜间旅游的便利性和整体感知是较为满意的。苏州夜间旅游目的地方面，社会人文类的比自然禀赋类的游客吸引力大。苏州夜间旅游保障设施方面，苏式糕点全国闻名，多数游客倾向于尝试“美食”“苏式”“糕点”类的食物，出行方面以“公交”和“地铁”为主，住宿方面，除了日常的“酒店”和“青旅”之外，“庭院”成为一部分游客的选择。进一步分析发现，苏州这座城市悠闲、柔和的气质，使得苏州夜间旅游活动与其他城市略有不同，文化场所最受游客喜爱，如苏州博物馆、山塘街历史文化街区，夜晚8:30是游客较为活跃的时间点，姑苏区是游客到访率较高的区域。

从广州的高频词分类统计结果来看，游客对广州夜间旅游的整体感知是“特色”“特别”“文化”“传统”“繁华”“豪华”，结果较为分散，说明广州城市夜间旅游定位上有待进一步明确。游客身体体验方面，游客对广州食物的感官体验有要求，“味道”“好吃”“便宜”“美味”表明游客重视食物的口味和价格；“拍照”“游览”“表演”说明广州夜间旅游产品中观赏性的较多，游客互动参与性的产品略显不足；“方便”“服务”“休闲”“享受”表明游客对广州夜间旅游的身体体验是较为满意。广州夜间旅游目的地方面，社会人文类的比自然禀赋类的游客吸引力大。广州夜间旅游保障设施方面，广式甜品作为广东传统饮食的代表，获得了多数游客的青睐，多数游客愿意尝试“美食”“甜品”“小吃”类的食物，出行方面以“地铁”为主。进一步分析发现，广州夜间旅游活动丰富，夜间旅游时间段从晚18:00至次日6:00，寒暑假和国庆期间是游客夜间旅游的旺季，越秀区、海珠区游客的到访率较高。

5个城市相同的是：(1)游客夜间旅游出行方便、城市夜景漂亮，能激发游客的拍照意愿，游客的旅游体验较好；(2)城市夜间旅游活动中观赏性、表演性的旅游产品较多，而互动性、参与性的产品较少；(3)5个城市夜间旅游社会人文类的旅游目的地比自然禀赋类的旅游目的地对游客吸引力大，这可能是由于夜间旅游时间较晚，光线较暗，社会人文类旅游目的地安全性较高；

(4)集食、游、娱多功能属性于一体的旅游目的地对夜间旅游游客的吸引力大，游客在时间成本和精力成本消耗较小的前提下能获得多维度的旅游感知体验。

5个城市不同的是：(1)游客对北京、西安城市夜间旅游整体的感知较为统一，两个城市夜间旅游定位明确，而重庆、苏州、广州的夜间旅游形象定位有待进一步明确；(2)除重庆火锅、西安肉夹馍外，游客对其他城市的特色小吃、美食的感知度较低，有待进一步提高宣传营销的力度；(3)除重庆因受特殊地形的影响，游客偏向于选择轻轨和索道出行外，其他4个城市的游客主要以地铁出行为主；(4)特色住宿，如北京四合院、苏州庭院受到部分游客的青睐。

2.2 情感分析

利用 Gooseeker 软件对5个城市的夜间旅游高频词进行情感分析可见，夜间旅游游客对5个城市的情感倾向偏向于中性和正向，表明游客对其所游览、参与的夜间旅游项目整体的体验感知是基本满意，5个城市的夜间旅游得到了游客的广泛认可。游客对夜间旅游的中性情感倾向远高于正向，表明尽管5个城市的夜间旅游具有广阔的旅游消费市场和发展前景，但仍然有可优化之处。

2.3 语义网络分析

根据高频词的分析结果，剔除其中的代词、副词后，利用 Gooseeker 软件进行语义网络分析，得到图1。图1中，灰色圆点代表高频词组所代表的词，两点之间的线条表示词组之间存在关联性，两点之间的距离远近代表词组之间的密切程度。

从图1a可见，故宫、王府井、胡同、美食、小吃、好吃、方便、酒店、地铁，味道等词的结点较大，视觉效果较为突出，是北京夜间旅游高频词语义网络分析图的重要节点。进一步分析发现：以“小吃”为例，“小吃”与“好吃”“地道”“味道”“王府井”“晚餐”、“便宜”联系密切，表明夜间旅游游客偏向于在美食街就餐，注重“食”的地区特色性、味觉体验和价格属性。以“故宫”为例，“故宫”与“烟袋斜街”“王府井”“附近”联系密切，从地理位置来看，“故宫”与“烟袋斜街”“王府井”的实地距离较近，表明夜间旅游游客不仅对旅游目的地的集聚性和交通通行便利性有诉求，还对目的地的景观观赏价值、游乐性有一定的需求。

从图1b可见，回民街、大雁塔、酒店、肉夹馍、味道、好吃、表演等词组是西安夜间旅游高频词语义网络分析图的重要节点。进一步分析发现，“回民街”是西安著名的美食文化街区，兼具游玩、享受美食、感受回民生活、欣赏中国传统建筑、穆斯林建筑的多重旅游功能。“回民街”与“老字号”“特色”“羊肉泡馍”“口味”“环境”联系密切，表明夜间旅游游客对西安特色旅游小吃关注较多，注重美食服务体验和环境感知。“大雁塔”与“表演”“永兴坊”“参观”“特色”“回民街”“古城”联系密切，表明夜间旅游游客在选择目的地时偏向于选择具有景观观赏价值的旅游目的地，对景观的视觉环境和自然环境有着一定的要求。

从图1c可见，洪崖洞、解放碑、火锅、味道、轻轨、夜景等词组是重庆夜间旅游高频词语义网络分析图的重要节点。进一步分析发现，“洪崖洞”是重庆著名的美食文化街区，它与“夜景”“火锅”“味道”“现代”联系密切，表明夜间旅游游客对重庆夜间旅游的景观观赏性，特色食物有诉求。“解放碑”位于重庆渝中区步行街中心带，它与“特色”“火锅”“轻轨”“洪崖洞”“夜景”联系密切，表明夜间旅游游客在选择旅游目的地时，不仅会考虑目的地之间的距离、目的地的景观资源价值、观赏价值，交通的便利性，还会品尝当地的特色美食。

从图1d可见，山塘街、拙政园、酒店、美食等词组是苏州夜间旅游高频词语义网络分析图的重要节点。进一步分析发现，“美食”与“拍照”“老字号”“山塘街”“步行街”联系密切，表明苏州特色美食能够引起游客的拍照欲望，游客偏向于选择集食、游、购、娱为一体的旅游目的地品尝当地老字号的小吃，注重美食的服务体验。“拙政园”与“地铁”“李公堤”“诚

品书店”“山塘街”联系密切，表明夜间旅游游客在选择旅游目的地时不仅会考虑目的地之间的距离、交通的便利性，还对目的地的游览体验和文化体验有一定的需求。

从图 1e 可见，珠江、酒店、广州塔、步行街、上下九步行街、码头、游船等词，是广州夜间旅游高频词语义网络分析图的重要节点。进一步分析发现，“珠江”与“码头”“夜景”“环境”联系密切，表明夜间旅游游客在选择旅游目的地时，注重景观的观赏价值和环境感知价值。“酒店”与“地铁”“步行街”“码头”“游船”联系密切，表明夜间旅游游客倾向于选择交通便捷、距离旅游目的地近，且具有景观观赏性的住宿点。

综上，5 个城市语义网络分析图的重要节点具有以下特点：(1)夜间旅游游客对旅游目的地的景观资源价值、观赏价值、目的地的集聚性有诉求，注重目的地开展的特色旅游活动；(2)集食、游、娱多功能属性于一体的旅游目的地对夜间旅游游客的吸引力大；(3)夜间旅游游客对城市夜间旅游保障设施有要求，倾向于选择交通便利的旅游目的地、住宿场所，愿意尝试当地特色美食，并关注其口味与性价比。

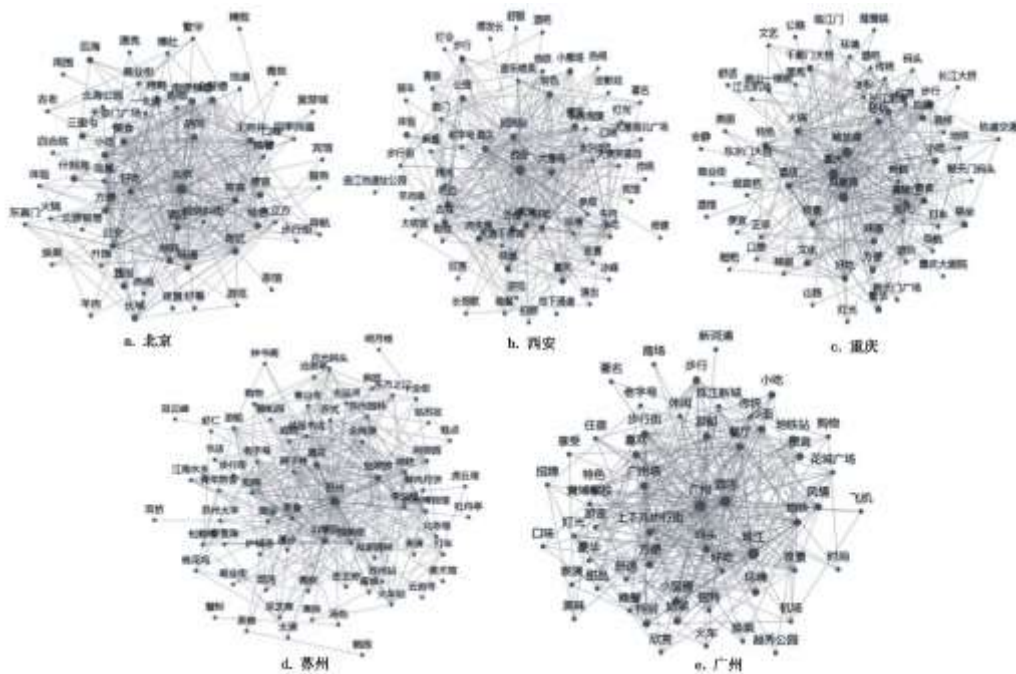


图 1 5 个城市游客体验语义网络

2.4 夜游游客体验产生及价值内化框架

基于“影响夜间旅游者的因素—夜间旅游者参与活动—夜间旅游感知生成—夜间旅游群体感知与价值内化—夜间旅游复游及推广—影响夜间旅游者的因素”分析框架，结合前文分析，得到 5 个城市夜间旅游游客体验产生及价值内化框架（图 2）。

夜间旅游感知与价值内化是由旅游主体（夜间旅游游客）、旅游客体（夜间旅游活动/旅游目的地）、游客旅游感知与价值三者构成的。其中，夜间旅游游客的期望与需求是夜间旅游游客的旅游内生动机，来源于夜间旅游游客休闲、娱乐等的需求；夜间旅游地的城镇化建设（包含城市基础设施建设、夜间城市灯光布局、交通网络布局等）、夜间旅游的吸引力建设（包含城市夜间旅游资源的知名度、夜间旅游活动的丰富性、夜间旅游交通的便利性等）、夜间旅游地的口碑宣传（包含城市自身的夜间旅游宣传营销和游客线上线下的口碑宣传）是影响夜间旅游游客决策的外部因素。结合前文的文本分析，将游客获得的体验感知划分为

3 大种类，分别是景观体验感知、身体体验感知和环境体验感知。景观体验感知，指游客在游览、欣赏和参与夜间旅游活动时获得的对景观影响力及景观资源价值的感知，如“著名”“文化”等；身体体验感知是游客在参与夜间旅游活动中通过身体获得的体验感知，如“好吃”“方便”等；环境体验感知包括人文环境、自然环境、安全环境，如“特色”“繁华”等。受到夜间旅游的时间限制，夜间旅游活动不可避免会存在一些安全问题，较多的游客选择社会人文类的旅游目的地也在无形中体现了这点，因此本文在分析框架中融入了安全环境的因素。

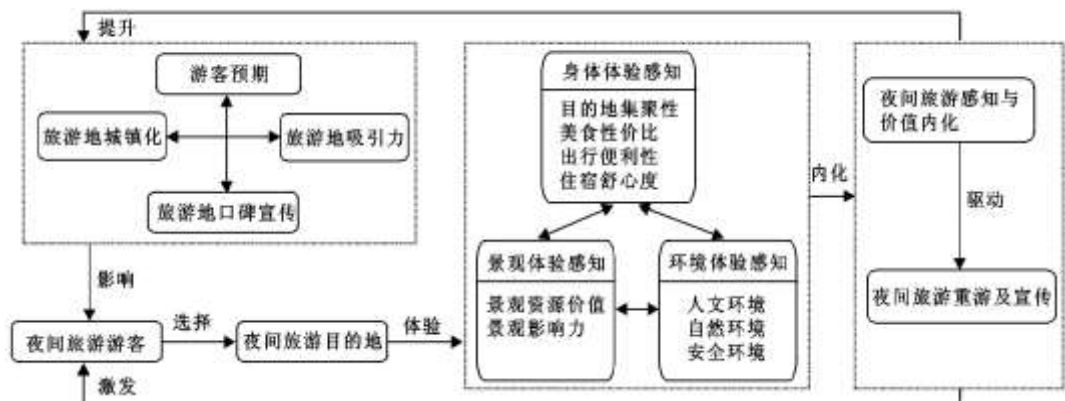


图 2 城市夜间旅游游客体验产生及价值内化框架

夜间旅游地的城镇化建设、夜间旅游游客的预期、夜间旅游地的吸引力建设、夜间旅游地的口碑宣传这 4 个因素会影响旅游主体对旅游客体的选择。根据具身体验理论，旅游主体在参与夜间旅游活动时，通过身体获得景观体验感知、活动体验感知和环境体验感知，进而内化形成夜间旅游感知与价值内化，驱动夜间旅游游客重游及向周围人宣传城市夜间旅游。游客的重游及宣传一方面会直接影响到潜在的旅游主体，激发其产生夜间旅游的需求；另一方面，还会通过提升夜间旅游地的城镇化建设、夜间旅游地的口碑宣传，夜间旅游游客期望与需求、夜间旅游地吸引力，间接影响潜在旅游主体对城市夜间旅游目的地的选择。

3 结论与建议

3.1 结论

本文以北京、西安、重庆、苏州、广州 5 个城市为样本，依据具身理论，从游客体验的角度探究了这 5 个城市夜间旅游的发展情况，主要结论如下：(1) 北京、西安、重庆、苏州和广州这 5 个城市夜游出行便利、夜景漂亮，能激发游客拍照意愿，游客的情感倾向于中性和正向，说明游客对这 5 个城市夜间旅游的整体感知是基本满意的。然而，中性情感倾向远高于正向，可能的原因是城市夜间旅游产品中参观游览社会人文类目的地，欣赏表演、夜景、灯光秀的较多，游客能够参与互动的项目或产品较少，这有待各个城市加以完善。(2) 游客在 5 个城市开展夜间旅游活动时，社会人文类的旅游目的地比自然禀赋类的旅游目的地更吸引城市夜间旅游游客，可能的原因是担忧夜间旅游活动的安全问题。旅游目的地的知名度越高，游客的吸引力越大。(3) 集食、游、娱多功能于一体的旅游目的地对夜间旅游游客的吸引力大，这是由于在时间成本和精力成本有限的前提下游客能够获得更好的、多维度的旅游感知体验。游客对夜游旅游目的地的景观资源价值、观赏价值、目的地相互之间的集聚性、城市特色美食的口味与性价比、出行的便利性和住宿场所有一定的诉求，特色美食、住宿，独特的交通方式对部分游客也具有一定的吸引力。(4) 目的地旅游资源的综合效益与吸引力不仅能给城市夜间旅游带来成倍的经济效益，还能满足夜间旅游游客的多种旅游体验感知。旅游体验感知包括：景观体验感知、身体体验感知和环境体验感知，旅游体验感知对游客的夜间旅游地选择与价值内化具有较大影响。

3.2 建议

基于上述结论,本文提出以下促进我国城市夜间旅游发展的优化建议:(1)优化夜间旅游资源的投入与配置。一方面,政府及相关旅游管理机构在创新旅游景点的景观设计、挖掘城市旅游地的资源价值的基础上,可大力开发加强感官刺激和身体互动的夜游旅游产品,以提高游客的满意度和参与感;另一方面,针对自然禀赋类旅游目的地游客关注度偏低的情况,可学习“广州珠江夜游”“苏州金鸡湖夜游”的成功案例,结合城市自身资源特色,在保障游客安全的前提下,完善和丰富现有的夜游旅游产品,提高自然禀赋类旅游目的地的游客吸引力,(2)加强城市特色旅游吸引物的宣传与营销。特色美食与住宿,独特的交通方式对游客有一定的吸引力。但除重庆火锅、西安肉夹馍游客关注度较高之外,其他城市的特色美食、资源,如苏州糕点与评弹、广州甜品、北京四合院等游客的关注度相较而言并不是很高。作为城市自身独特的资源,各个城市应加强宣传与营销,提高其知名度和吸引力,进而促进城市夜间旅游知名度和竞争力的提升。此外,针对游客对重庆、苏州和广州这3个城市夜游的整体感知较为分散的现状,应明确自身夜间旅游形象的定位,加强宣传和营销,以提高城市的旅游竞争力,并促进各个城市夜间旅游长期稳定的发展。(3)挖掘城市文化符号,打造城市夜游名片。随着人们精神文化需求的日益提升,各个城市一方面应依据游客的兴趣爱好和城市独特的文化内涵,挖掘动态表演和静态文化展示相结合的旅游产品,并使其与互动参与性的旅游产品相结合,创新设计出城市特色文化夜游线路,满足游客在时间成本和精力成本有限的情况下希望获得多重旅游体验的需求,促进城市夜游名片的打造;另一方面,可借鉴“广州塔mini塔雪糕”“故宫创意水杯”等成功创意案例,对城市饮食文化、传统文化和建筑文化通过创意化方式进行展示推广和宣传营销,不仅能满足游客对文化消费和体验的需求,还能提升游客对城市夜游文化内涵的认识,帮助打造靓丽的城市夜游名片。

参考文献:

- [1]于萍. 夜间旅游与夜经济:城市发展的新动力[J]. 改革与战略, 2010, 26(10): 32-33, 128.
- [2]徐颖,储德平,陈银春,等. 基于 Web of Science 的国际夜间经济研究热点与脉络[J]. 资源开发与市场, 2021, 37(3): 320-326.
- [3]余得光. 旅游公共服务视域下的城市夜间旅游发展研究[A]. 中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心). 2020 中国旅游科学年会论文集旅游业高质量发展[C]. 中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心): 中国旅游研究院, 2020: 7.
- [4]张静. 昆明夜间旅游产品开发策略分析——基于体验营销理论[J]. 品牌研究, 2019, (12): 80-83.
- [5]谢颖. 厦门市夜间旅游产品研究[J]. 农村经济与科技, 2020, 31(22): 170-171.
- [6]卢松,刘名,李乾程. 中国大型主题公园夜场旅游产品游客满意度研究——以芜湖市方特梦幻王国为例[J]. 亚热带资源与环境学报, 2019, 14(1): 70-78.
- [7]刘杰,陈宁,周晓晴. 广州夜间旅游开发研究[J]. 营销界, 2020, (43): 106-107.
- [8]赵宇迪,杨俊新,刘祥恒. 哈尔滨夜间旅游开发探讨[J]. 合作经济与科技, 2020, (7): 33-35.
- [9]刘卉妍,孙厚琴. 苏州夜间旅游开发探析[J]. 经济师, 2009, (6): 255-256.
- [10]韩飞燕. 太原市夜间旅游开发研究[J]. 黑龙江生态工程职业学院学报, 2020, 33(1): 43-44, 112.
- [11]宿奥宇,王晓迪,张庚鑫. 基于 AHP—模拟综合评价法的景区夜间旅游体验度研究——以哈尔滨市中央大街为例[J]. 哈尔滨学院学报, 2020, 41(07): 55-59.

-
- [12]涂丹吟. 基于 IPA 分析的历史街区夜间旅游体验质量研究——以福州三坊七巷为例[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2020, (8): 42-45.
- [13]鄢志武, 梁小涵, 郑汉妮, 等. 基于修正 IPA 分析法的武汉市夜间旅游游客满意度研究[J]. 湖北农业科学, 2020, 59(20): 215-220.
- [14]卢冬梅, 骆培聪. 厦门城市夜间旅游意愿与行为研究[J]. 旅游论坛, 2010, 3(4): 407-412.
- [15]顾至欣, 陆明华, 张宁. 基于行为注记法的休闲街区夜间旅游活动研究[J]. 地域研究与开发, 2016, 35(3): 86-91.
- [16]徐颖, 储德平, 肖慧捷, 等. 城市夜间旅游产业动态演进历程与演化规律研究——以福州市闽江夜间旅游为例[J]. 资源开发与市场, 2020, 36(5): 550-555.
- [17]吴俊, 唐代剑. 旅游体验研究的新视角: 具身理论[J]. 旅游学刊, 2018, 33(1): 118-125.
- [18]樊友猛. 旅游具身体验研究进展与展望[J]. 旅游科学, 2020, 34(1): 1-19.
- [19]樊友猛, 谢彦君. 旅游体验研究的具身范式[J]. 旅游学刊, 2019, 34(11): 17-28.
- [20]侯兵, 陶然, 陈倩. 基于网络游记的城市饮食文化景观意象感知与评价——以扬州为例[J]. 美食研究, 2016, 33(4): 20-25, 37.
- [21]郭玲霞, 封建民, 刘宇峰. 基于网络评论的关中汉唐帝陵游客体验感知分析[J]. 资源开发与市场, 2020, 36(1): 95-100.
- [22]施金凤, 胡婷. 移动互联网背景下美食类 APP 用户体验与购买意向研究[J]. 美食研究, 2019, 36(3): 31-35.
- [23]吴妙薇, 张建国, 崔会平, 等. 诸葛八卦村游客行为特征与旅游体验评价研究——基于百度指数和网络文本分析[J]. 中国农业资源与区划, 2019, 40(12): 259-267.
- [24]张菊. 游乐型主题公园具身体验要素结构特征研究——基于迪士尼和欢乐谷网络评论的分析[D]. 兰州: 兰州大学硕士学位论文, 2020.
- [25]索志辉, 梁留科, 苏小燕, 等. 游客体验视角下开封旅游目的地形象研究——基于网络评论的方法[J]. 地域研究与开发, 2019, 38(2): 102-105.
- [26]樊友猛. 具身范式下的乡村旅游体验研究[D]. 大连: 东北财经大学博士学位论文, 2017.
- [27]刘海朦, 胡静, 贾焱, 等. 具身视角下历史文化街区旅游体验质量研究——以江汉路及中山大道历史文化街区为例[J]. 华中师范大学学报(自然科学版), 2021, 55(1): 128-136.