
基于在线评论的湖南省植物园景区 游客满意度研究

杨芳¹ 范甜甜¹ 陈政颐² 范星鑫¹ 刘俊一¹ 邝杨涵钰³¹

(1. 湖南女子学院社会发展与管理学院, 湖南 长沙 410004;

2. 湖南省植物园, 湖南 长沙 410004;

3. 长沙市雅境中学, 湖南 长沙 410014)

【摘要】: 景区在线评论一定程度上反映了游客满意度, 无论是对景区管理提升还是打造广泛吸引力都有重要影响。本文通过收集大众点评网站上 2020 年 1 月 1 日-2021 年 10 月 31 日游客对湖南省植物园的评论信息, 分析游客评论内容, 了解游客对植物园的满意度及其影响因素, 最后为提升园区游客满意度提出相应策略。

【关键词】: 在线点评 游客满意度 湖南省植物园

【中图分类号】:F2 **【文献标识码】:**A

1 资料与方法

1.1 湖南省植物园景区概况

湖南省植物园位于长沙市雨花区, 占地面积约 120 公顷, 森林覆盖率达 90%, 被称为“城市天然氧吧”。有 15 个专类园和植物观赏场所, 是我国 4A 级旅游景区和湖南省两型示范景区, 是集科教、生态旅游和休闲娱乐于一体的综合性森林植物园, 是当地居民日常和节假日游憩的好地方。2019 年 12 月 11 日, 湖南省政府召开关于湖南省森林植物园实行“省市共建, 免费开放”的专题会议, 决定湖南省森林植物园 2020 年 1 月 1 日起正式免费开放。2020 年景区共接待游客量为 75 万人次, 受疫情影响, 总接待量有所下降。

作者简介: 杨芳(1979-), 女, 湖南宁乡人, 博士, 湖南女子学院副教授, 研究方向为人口、资源与环境经济; 范甜甜(2001-), 女, 湖南益阳人, 湖南女子学院社会发展与管理学院本科生; 陈政颐(1975-), 男, 湖南南县人, 硕士, 湖南省植物园经济师, 长沙天际岭旅游项目开发公司总经理; 范星鑫(2001-), 女, 湖南长沙人, 湖南女子学院社会发展与管理学院本科生; 刘俊一(2000-), 女, 湖南张家界人, 湖南女子学院社会发展与管理学院本科生; 邝杨涵钰(2009-) 女, 湖南长沙人, 长沙市雅境中学 2111 班学生。

基金项目: 湖南省大学生创新创业训练计划项目“湖南省森林植物园景区运营高质量发展研究”(湘教通[2021]197 号)的阶段性成果

1.2 数据与方法

本文收集了 2020 年 1 月 1 日至 2021 年 10 月 31 日大众点评网站上游客对湖南省植物园的点评信息，共选取有效评论 216 条。采取的方法是基于统计对游客评论的内容进行多方位综合分析，获取关键词，得出相关数据，最后结合可视化和文本分析反映游客对植物园的满意度情况。

2 湖南省植物园景区游客在线评论内容分析

2.1 游客满意度

有效评论中有 167 条好评，占比 77.31%;有 34 条中评，占比 15.74%;差评有 15 条，占比 6.94%(表 1)。总体来看，选择好评的游客量仅占总量的 77.31%,说明游客对植物园的满意度为中等偏高。

表 1 游客对湖南省植物园的总体评价

总体评价	人数(人)	占比(%)
好评	167	77.31
中评	34	15.74
差评	15	6.94

2.2 评论核心内容

2.2.1 景观/旅游体验评论

158 人对湖南省植物园的景观或个人旅游体验做出了评论。其中 97 位游客对植物景观及旅游地环境做出评论(高频词有重复出现在同一条评论的现象),高频词包括植物种类多(31 人)、空气新鲜(80 人)、景色优美/不错/好(62 人)、樱花美/漂亮(43 人)、花凋谢/衰败(15 人)、垃圾多/环境差(14 人)等;有 65 位游客对旅游体验做出评论,高频词包括好玩(18 人)、值得推荐(34 人)、体验差/不好(9 人)等。

2.2.2 天气评论

74 位游客天气做出评论。27 名游客提到晴天，占总量的 36.49%;24 名游客提到阴天，占比 32.43%;23 位游客提到雨天，占比 31.08%。据评论内容，发现在晴天和阴天时游客观赏到的风景更好、旅游体验更佳，开展的旅游活动也更丰富；而雨天则对游客的旅游体验造成了较大的负面影响。

2.2.3 旅游活动评论

143 名游客对旅游活动做出评论，基本都是简单描述(多名游客提到两种及以上旅游活动)。游客在植物园景区内的旅游活动主要分为赏花、拍照、散步、呼吸新鲜空气、体验游乐园娱乐项目五大类型。83 人提到赏花；89 人提到拍照；提到散步的有 76 人；80 位游客提到呼吸新鲜空气/亲近大自然(表 2)。

表 2 游客对湖南省植物园旅游活动的评论

旅游活动	人次	占比 (%)
赏花/看风景	83	58.04
拍照	89	62.23
散步/闲逛	76	53.15
呼吸新鲜空气/亲近大自然	80	55.94

2.2.4 消费评论

30 人对植物园景区消费情况进行了评论。均提到景区免费入园；6 名游客提到停车收费高，占比 20%;16 人表示园内商店及小吃摊物价高、消费高，占比 53.33%;3 名游客认为观光车消费高，占比 10%;5 名游客提到娱乐项目收费高，占比 16.67%(图 1)。

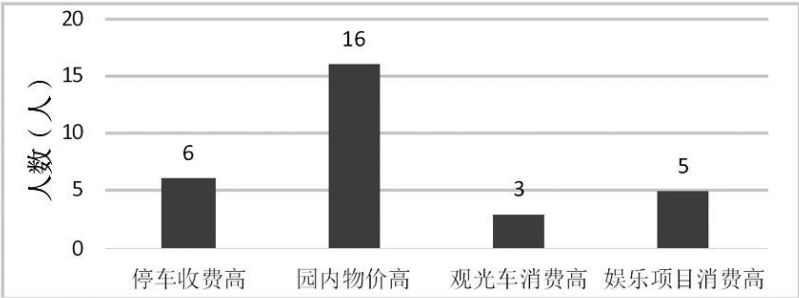


图 1 游客对旅游消费的评论

2.2.5 景区管理评论

对景区管理做出评论的有 85 位游客。其中 19 人提到旅游安全，认为园内穿行车辆多，影响游客安全，占比 22.35%;24 人提到景区建设和管理，包括基础设施修缮、值守工作人员不到位、管理差等，占比 28.24%;20 人提到景区各类服务，包括志愿服务、咨询服务等，占比 23.53%;22 人提到景区人流量大、拥挤造成旅游体验不佳，占比 25.88%(图 2)。

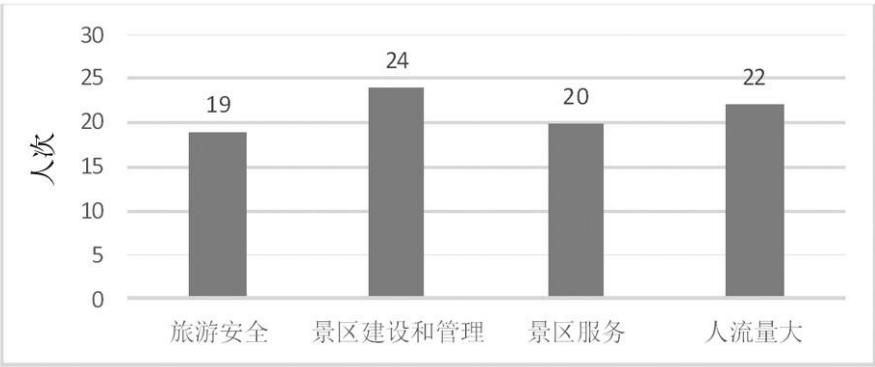


图 2 游客对景区管理的评论

2.3 游客评论点赞

得到点赞的评论共有 198 条，其中 170 条好评评论平均获赞数为 44.73 个；24 条中评评论平均获赞 3.92 个；4 条差评评论平均获赞 1.50 个，平均获赞数表现为好评>中评>差评。说明好评的影响大于中评和差评。

3 影响湖南省植物园游客满意度的因素分析

通过分析游客评论信息，发现影响湖南省植物园景区游客满意度的主要因素有品牌形象感知因素、景观(花期)因素、主题活动因素、景区建设因素、景区管理因素五大类。

3.1 品牌形象感知因素

旅游品牌形象感知是旅游者对于旅游目的地所打造品牌的认知及评价。总结游客在对评论中提到的高频词汇，多数游客表示自己过来游玩是通过他人直接推荐或是点评推荐，游客提到的旅游活动主要有赏花、散步、拍照等，而提到这些旅游活动的游客基本都给了好评或中评。这说明游客对植物园的旅游形象感知还是以“城市生态森林植物园”为主，也将其作为长沙网红拍照打卡好去处。植物园近年来主打的旅游形象是植物王国、科普殿堂、旅游胜地、幸福家园等。其品牌形象对游客满意度产生较大影响。

3.2 景观(花期)因素

对游客评论数据进行总体分析，发现游客评论高峰期集中在 3~5 月。经研究得出，每年 3~5 月是湖南省植物园旅游高峰期，这三个月为樱花、郁金香、杜鹃花和绣球花的花期，而这几种花被游客提到的次数也较多。相比之下，12~2 月为游客评论低谷期。有 43 位游客提到樱花美、15 位游客提出花衰败/花期未到/植物种类少，中评游客 Meanzzzz 指出“1 月啥也没有，这种时候就不要去植物园了”；游客 LiZzy 则提到“花草都长得随意，没什么观赏性。”花期及植物观赏性是影响游客满意度的一个重要因素。

3.3 景区主题活动因素

有 18 名游客提到了主题活动，12 人给好评，6 人给中评。有游客提到“经常有各种主题花卉展，挺不错的”；有游客提到“春日踏青活动”。植物园开展过较多类型的主题活动：名花主题活动方面，植物园以春之歌、夏之恋、秋之色、冬之韵四部曲为基调分季节开展各种名花展，举办了湖南世界名花生态文化节，打造的品牌形象被游客熟知；科普活动方面，开展“科普进校园”“世界野生动植物日”“‘碳’你知多少”公益活动；研学活动方面，开展了“负氧离子知多少”“年轮的秘密”系列主题研学，采取线下咨询与线上报名相结合的方式，与中小学取得合作。

3.4 景区建设因素

23 名游客对景区基础设施建设进行了评论。9 人认为景区停车不方便；7 人提出景区基础设施陈旧古老、不具现代化气息；6 人提到景区指示牌不完善；1 人提出建设细节需要改善。游客林小潇指出“厕所不好找”；游客 yaya666666666 提到“指示牌不完善”；游客目前不在提出“只有门口有小商店、路上指示牌太少了”。

3.5 景区管理因素

85 位游客评论内容涉及景区管理。其中 47 人好评,占比 55.29%;中评游客 25 人,占比 29.41%;差评游客 13 人,占比 15.29%。据评论内容,得出影响游客满意度的景区管理因素可以细分为四类:预约制度因素、天气应对因素、服务质量因素和综合管理因素。

3.5.1 预约制度因素

28 名游客提到了景区预约入园制度,对此评价褒贬不一。19 名游客持积极态度,认为这是一项不错的改革;9 名游客则表示怀疑,游客花生了什么树指出“提前一天在微信公众号上预约,北门入园很方便”;游客 lciingting 提出“预约完全是形式主义,人群直接往里冲”。

3.5.2 天气应对因素

51 位提到晴天和阴天的游客给了好评或中评;23 位提到雨天的游客中,2 位游客给差评、16 位游客给中评、5 位游客给好评。好评游客鱼子酱指出“碰上长沙难得的晴天,体验不错”;中评游客七分温柔提出“刚到就下雨,走了一圈就走了”;差评游客小璞提到“阴雨太久,已无樱花”。好评率为 59.46%,中评率同差评率共占 40.54%,说明天气因素对游客满意度也有较大影响。

3.5.3 服务质量因素

服务质量包括咨询、志愿、指挥和投诉服务等。20 名游客对此进行了评论。游客那个啥提出“员工素质差,真心不推荐”;4 位游客提到景区工作人员少,管理不到位。

3.5.4 综合管理因素

19 位游客对旅游安全进行了评论,指出园区内穿行车辆多,管理欠缺,对游客特别是儿童的人身安全造成了威胁;6 名游客提出景区存在虚假宣传;16 名游客指出景区管理不到位,游客杭州林志玲提出“相关宣传和管理根本没跟上,失望而归”;4 位游客对景区商业化程度做出评论,3 名游客都觉得植物园商业化较为严重;3 名游客提到景区无导览图/地图。

4 基于在线评论的湖南省植物园游客满意度提升策略

4.1 打造景区独特旅游 IP 形象

植物园目前被游客熟知的旅游形象仅仅停留在生态园林、网红拍照打卡两个方面。还需要进一步升级丰富旅游形象内涵,塑造具有竞争力的自主品牌。在升级景区形象感知 IP 形象设计方面,可以重点打造研学和康养旅游两大品牌:引入专业的研学导师,与旅行社和学校等达成合作,不定期组织团队来植物园进行研学旅游,并做好宣传工作;聘请康养旅游研究的专业人才,让其为植物园康养旅游的发展建言献策。与养老中心及社会各界取得联系,组织大小规模不等的康养旅游活动。同时应充分利用自身资源,以园内八大名花为主题,塑造旅游卡通形象并融合季节性活动,打造重复消费力。

4.2 塑造园内植物特色景观

据调研发现,湖南省植物园呼声较高的植物种类极少,仅包括樱花、杜鹃花、绣球花和郁金香。植物园应结合自身实际条件及当地自然条件引进更具观赏性和季节特征的植物。对于已经存在的植物品种,要加以保护,突出独有特色,也可增添适当的人工点缀。景区要尽可能提升植物资源的可观赏性和可互动性,进而将其转化为旅游吸引力。可以尝试着设立植物养殖与保护基地;还可以为珍稀植物编写优质讲解词并请专业讲解员进行讲解;最后可以设计一系列与植物园有关的图册书籍以及文创产品,

以便进行主题推广与营销。

4.3 丰富园内主题活动

景区可开展更多有特色的主题活动，设置不同类型的游客体验项目，让游客参与进来，提升游客参与感与满意度。以春夏秋冬四部曲为基调，增设各种名花展览活动并积极举办生态文化艺术节，打造植物园核心景观。其次，可以尝试开展一些游客参与科普活动，除了开设专家讲座，还应与游客进行互动，让其在实践中通过观察实验有所感悟收获。最后，要加大塑造园区八大名花卡通形象的力度，在淡季展开主题活动，采取角色扮演等形式与游客互动并让其参与进来。

4.4 完善园区硬件建设

景区应该在分叉处增设指示牌，指示牌上应该有明确的方位以及指向处的信息，并覆盖整个园区范围；应对陈旧老化的基础设施进行维修更换。此外，在园区规划方面，可在专业人员的指导下优化园区总体布局，适当增设名花园区。在园区讲解设备建设方面，多参考其他智慧景区建设案例，引入智能讲解设备以及智能导览图，运用旅游信息化技术打造现代化园区。

4.5 提升园区综合管理水平

(1) 完善预约入园制度，增设智慧线上服务。

除微信公众号和官方网站上能够进行预约外，植物园还应在各平台发布有关提前预约的信息、预约步骤以及注意事项，还要在平台增设智能人工客服，实时为游客解决预约问题。

(2) 完善天气预告制度，宣传不同天气景观。

景区应增设天气预告制度，保证天气预报的可信度；及时将天气预报信息通过各种渠道推送给游客，并附送温馨提示。同时收集不同天气状况下的园区风貌，对不同天气状况下的景观加以宣传，塑造风格各异的景区形象。

(3) 开展培训，提升综合服务质量。

景区应增设负责咨询和指挥疏通的员工，并对不同岗位的员工开展培训，制定服务标准，强化服务理念，保证工作人员能热情耐心地解决游客问题，带给游客更好的体验。

(4) 拓宽宣传营销渠道，线上线下相互融合。

旅游营销是发展旅游必不可少的一个重要环节。从游客评论点赞情况和评论内容中看到，到访游客的推荐好评或不推荐差评会对即将到访的游客造成直接影响。景区应拓宽营销与宣传渠道，可借助当红短视频播放平台及官网公众号等对景观进行宣传，文案应真实有吸引力，切忌过分夸张。充分结合线上线下宣传营销，进行更精准的市场定位，全方位提高游客满意度。

5 结语

2020年1月1日-2021年10月31日大众点评上关于湖南省植物园的在线评论总体来看好评率占94.34%，相对较高；但中评及差评也占比5.66%，虽占比较小但对景区提升具有重要意义。本文通过统计分析在线评论数据，得出品牌因素、景观因素、主题活动因素、景区建设和管理因素是影响游客满意度的五大因素，针对这五个方面也提出了可供参考的游客满意度提升策略。在

信息飞速传播的互联网时代，湖南省植物园应更加关注游客在线评论，不断改进和完善景区管理和服务水平，打造旅游形象突出和口碑良好的植物园景区。

参考文献:

[1]罗文斌, 鲁玉莲. 基于网络文本分析法的城市景区游客失望分析——以长沙七大城市景区为例[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2019, 13(1):81-88.

[2]Yu L, Golden M. A comparative analysis of international tourists' satisfaction in Mongolia[J]. Tourism Management, 2006, 27(6):1331-1342.

[3]北京北林地景园规划设计院有限责任公司. 城市绿地分类标准: CJJ/T85-2017[S]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2017.

[4]乔丽芳, 齐安国, 张毅川. 基于 AHP-TOPSIS 组合模型的植物园景观方案优选[J]. 西北林学院学报, 2012, 27(4):238-241.

[5]董楠, 张春晖. 全域旅游背景下免费型森林公园游客满意度研究: 以陕西王顺山国家森林公园为例[J]. 旅游学刊, 2019, 34(6):109-123.