

网络数据在地区文旅游客市场拓展实践中的应用研究

——以江苏常州为例

段毅琳

常州工学院外国语学院, 江苏 常州

收稿日期: 2024年2月20日; 录用日期: 2024年3月29日; 发布日期: 2024年4月8日

摘要

文旅游客市场是提升一地文旅产业发展、地区竞争力的重要因素, 因而如何拓展文旅游客市场规模的实践方向与办法, 成为一项有意义的议题。为此, 全面发挥“百度指数”及“知乎”等网络平台数据的应用价值, 能够有效补充文旅调研方式, 也有助于综合探索并定位地方拓展文旅游客市场的行动方向, 并形成一种有效的文旅发展实践模式。以常州为例, 针对性采用并分析相关网络数据, 从游客市场对该地文旅资源的认知与接受情况等角度, 获取当地文旅游客市场拓展方面的现状与问题, 进而尝试提出资源、服务与宣传等方面的优化措施。

关键词

网络数据, 游客市场, 拓展, 实践应用

Research on the Application of Network Data in the Tourists Market Expansion of Regional Cultural Tourism

—A Case Study of Changzhou, Jiangsu Province

Yilin Duan

School of Foreign Languages, Changzhou Institute of Technology, Changzhou Jiangsu

Received: Feb. 20th, 2024; accepted: Mar. 29th, 2024; published: Apr. 8th, 2024

Abstract

The tourist market of cultural tourism is an important factor in enhancing the development of a local cultural tourism industry and regional competitiveness. Therefore, how to expand the practical direction and methods of the tourist market of cultural tourism has become a meaningful issue. To this end, fully leveraging the application value of network platform data such as Baidu Index and Zhihu can effectively supplement cultural tourism research methods, and also help to comprehensively explore and position the action direction of expanding the tourist market of local cultural tourism, and form an effective practical model for the development of cultural tourism. Taking Changzhou as an example, targeted use and analysis of relevant network data are conducted to obtain the current situation and problems in the expansion of the tourist market of local cultural tourism from the perspectives of the tourist market's understanding and acceptance of the local cultural tourism resources. Then, optimization measures in terms of resources, services, and promotion are attempted to be proposed.

Keywords

Network Data, Tourist Market, Expansion, Practical Application

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,各地都在积极大力推动文旅融合产业的发展。从打造文旅产品体系、改善交通与生活服务配套设施、完善公共服务方式等角度,开展了较为全面的基础建设工作,积累诸多实践经验与独特做法。比如,文旅资源的开发建设,作为文旅融合发展的基础,是开拓游客市场必须准备的前提与基本条件,其重要性不言而喻。此外,基于现有的文旅资源,各地充分运用各种宣传方式方法,尝试树立自身独特的文旅形象,已成为重要的行动方向。事实上,上述相关活动在拓展文旅游客市场的过程中,普遍重视对各类有关当地文旅信息与数据的关注与利用。其中,一些重要的网络平台,越发成为各地认识自身文旅游客市场现状,进而制定针对性的解决办法的重要数据来源。而目前对相关数据的专题研究与专门利用,尚不充分。因此,探讨哪些网络数据资源具体如何应用于各地文旅游客市场的拓展实践活动中去,具有一定的现实意义。基于这一思考,接下来将以江苏常州为例,通过选用并分析以“百度指数”与“知乎”为代表的两种数据平台上的相关信息,来阐释一些重要的网络数据如何应用于拓展各地的文旅市场实践中去。

2. 常州文旅游客市场现状及相关网络数据选用

2.1. 常州的文旅游客市场现状

常州的城市知名度与发展水平的不平衡现状,是一个较为突出的问题。无论是从常州的苏南或江南区域属性角度,还是从常州在全国的文旅资源特色与城市知名度角度,都可以发现该城市文旅游客市场的这一现状。

作为综合发展水平较高的地区,常州所在的苏南或江南,具有很高的地域知名度。而“常州作为

一座具有 3200 多年历史的国家级文化名城，文化旅游资源非常丰富，但与同域旅游强市苏州、无锡、南京相比，在旅游号召力、文化资源挖掘程度、文化旅游体系构建方面却处于明显劣势” [1]。“‘形象遮蔽’现象造成了常州文化旅游发展难以吸引人、留住人的现实困境” [2]。从全国的情况来看，常州的经济发展水平较为突出，但文旅知名度或城市知名度却未达到与之相匹配的程度。也就是说，常州的文旅游客市场仍存在较大的拓展空间。为此，除了进行社会调研与文旅资源建设等重要工作之外，结合大数据资源，来认识游客市场对常州文旅的发展需求，并尝试探索相应的实践办法，具有一定的必要性。

2.2. 网络数据资源的选用

在海量的网络数据中，城市或地区旅游相关的调研可以采用的类型多种多样。其中，除了官方的各类调研数据(如“常州历史名人知名度问卷调查”)外，还有像“百度指数”这样的综合信息数据平台，以及“知乎”这种具有访谈式问卷性质的数据平台等。它们各具特色，又可互为补充，且都具有突出的应用价值。

“百度指数”是以百度海量网民行为数据为基础的数据分析平台，是当前互联网乃至整个数据时代最重要的统计分析平台之一，通过趋势研究、需求图谱、资讯关注、人群画像等功能，能够展示特定主题的综合样态及特征。首先它的相关主题数据规模显著，又可以从纵横两个维度加以利用。在考察常州的文旅状况时，既可以控制数据选用的时间跨度，还可以进行常州与周边城市(如扬州、徐州、南通、淮安等)及江苏其他地市的相关数据比较，从而展示文旅游客市场对常州的城市关注度及关注重心等现状，并获得常州与其他城市的相关数据差异结果。这有助于从宏观层面，了解游客市场对常州及其文旅的认知情况。再者，该平台可以从旅游出行、影视音乐、餐饮美食、金融财经、休闲爱好等多个视角，综合呈现人们对该城市的关注情况及其变化特征。通过对该类数据的分析，可以发现城市受关注度与相关社会事件或新闻话题之间的关系，由此思考如何利用各种话题，来提高常州城市及其文旅资源的宣传效果。

关于“知乎”平台上的讨论帖，首先它是具有访谈性质的数据信息。诸如一般性的话题讨论及围绕特定问题的调查问卷等，这些数据都具有一定的思辨性、回答内容是否有效的可辨性，以及回答视角的全面性等特征。所以，它们具有一定的可信性与实用性。再者，这类信息的相关群体相对容易判断。目前“知乎”平台的用户群体及文旅相关讨论帖的参与群体，以青年为主。他们带有较强烈的文旅兴趣，对城市文旅的关注点相对聚焦。因此，该群体的数据信息能够反映出特定议题较为切实的内在情况。此外，涉及常州文旅的讨论帖，“知乎”平台上有多个相关话题。综合这些讨论结果，有助于保证相关数据的丰富性与分析结果的准确性。

3. 网络数据在拓展常州文旅游客市场实践中的作用

3.1. 反映游客市场对常州城市印象与区域知名度的认知现状

结合“百度指数”中有关城市主题的多板块的数据，横向比较常州与其周边城市(南京、苏州、无锡、镇江等)，以及江苏省其他地市(如扬州、徐州、南通、淮安等)的被检索数据，阐明文旅游客市场对常州的城市关注度及区位认知度现状。

3.2. 反映游客市场对常州文旅资源知名度的认知现状

分析“知乎”平台上有关常州城市或文旅资源知名度等的讨论帖内容，纵向理清被游客市场广泛认知与接受的常州文旅资源状况，从而认识当前常州文旅的知名度现状以及问题点。

3.3. 探索常州拓展文旅游客市场的实践方向与具体办法

以文旅相关的网络数据为分析对象,从区位特征、文旅资源特色及运营现状等方面,明晰常州文旅游客市场现状的问题点,并结合“知乎”平台上的访谈数据,探讨并尝试提出拓展常州文旅市场与知名度的努力方向与实践办法。

4. 网络数据在了解常州文旅游客市场现状中的应用

4.1. “百度指数”平台的数据应用

“百度指数”平台的“趋势研究”“需求图谱”“人群画像”三大模块数据,呈现了相关主题的综合形态。为了了解游客市场上常州的城市印象与文旅形象大致特点,将以“常州”与“常州+旅游”为关键词的搜索数据,与其他相关城市的情况进行纵横比较,来展现一定时段内(主要为2020年1月至2024年1月期间)该数据平台所反映的常州城市像。

通过整理该数据平台的“趋势研究”模块下有关“常州”关键词的“搜索指数”与“资讯指数”两类信息后,将其与江苏其他部分城市(如南京、苏州、无锡、扬州、徐州、镇江、南通、淮安、连云港等)的同类数据比较可以看出,常州的城市受关注程度在江苏省内处于中游位置,而且与周边的部分城市(主要是南京、苏州、无锡)存在不同程度的差距。而以“城市名+旅游”为关键词得到的比较结果是,无论是常州,还是江苏省其他城市,旅游受关注情况与城市本身受关注度情况,呈现出了较为明确的正相关性。也就是说,文旅要素在城市受关注度中起到了积极作用,或者说占有重要地位。

游客市场对常州城市或文旅资源的关注点有哪些呢。有鉴于此,首先以“常州”为关键词的“百度指数”“需求图谱”数据显示,文旅相关要素(如景点推荐、区域、特产等)与常州周边城市(苏州、无锡、镇江等等),成为主要的相关数据内容。这表明,常州文旅资源与周边知名城市,是影响常州城市知名度的重要因素。其中,近四分之一与文旅资源直接相关的“需求图谱”年度关键词,直接显示了目前常州最受关注的常州文旅要素有哪些。因此,探索这些要素的运用方法,尤其是常州周边旅游名城的带动作用,对于拓展常州文旅游客市场及提高城市知名度来说,十分必要。

最后,利用“百度指数”的“人群画像”功能,可以从地域分布与年龄分布两个角度,粗略考察关注“常州”和“常州+旅游”的人群属性特征。统计结果显示,在地缘因素下,常州最重要的游客市场还在江苏省内。此外,或许由于经济往来密切、人员流动大等原因,诸如广东、浙江、山东等中国东部省份成为“常州”和“常州+旅游”搜索人群的主要来源地。从年龄结构来看,“常州”的关注人群以20~29年龄段为最多,其次是30~39年龄段。而这一情况在“常州+旅游”方面的表现正好相反,而且差异明显。对于这一结果,从相应的“兴趣分布”数据来看,在“常州”的搜索人群中,旅游出行的目标群体指数最高。而“常州+旅游”的搜索人群表现出了对旅游出行、休闲爱好等文旅密切相关要素之外领域的高度关联性。因此,综合上述结果可知,20~29岁年龄段应是常州相关信息搜索的最大群体,而且常州旅游是他们更为关注的方面。

总之,根据“百度指数”数据的分析结果可以看出,文旅要素与城市关注度之间存在显著的正相关性。而常州城市形象传播缺少“燃点”和“爆点”,以致受众难以对城市形象留下深刻印象[3]。此外,南京、苏州等大城市作为常州的周边城市,对常州城市知名度提高带来了正反双向影响作用。也就是说,这些知名城市的外溢影响力,在地理区位上给常州的游客市场拓展带起到了一定的积极作用,但同时这些城市又给常州的城市受众的扩大、常州文旅资源知名度的提高,及其多样性与特色性的传播等,带来了一定的遮蔽影响。

4.2. “知乎”平台的数据应用游客市场对常州文旅资源的认知与接受情况

通过整理分析“知乎”平台上诸如“你认为江苏省十三市知名度的排名如何？”¹“江苏存在感最低的地级市是哪个？”²“江苏存在感最低的地级市是哪个？”³等此类与常州文旅相关的开放性论坛数据，专门提取这些具有访谈性质的调查数据所反映的常州文旅现状，来了解游客市场认知的常州文旅像。

分析可知，无论是江苏13地市的城市排名，还是城市团体档次排名，常州都处在中等偏下的位置。从回答者的身份属地来看，省内对常州的评价等级在中游偏上，而省外回答者的回答分别多分布在中等偏下位置。从常州的文旅资源角度来看，在游客市场上，“常州恐龙园”和“苏锡常”是常州城市及文旅知名度最重要的两个因素。其中，前者的出现频率占绝对优势，但该文旅资源的娱乐功能效果与游客市场的体验要求之间，存在一定的差距。而“苏锡常”或者“苏南”这一地理标签的效果，与“百度指数”反映的情一样，这似乎并未给常州的城市知名度带来显著的积极作用，甚至有不少人将“常”的部分认为是苏州的常熟市。

另外，常州的自然景观与历史文化景观等在游客市场上缺少亮点。其实，无论是特色方面，还是规模方面，常州的文旅资源较为丰富，且能够匹配游客市场上的不同需求。但是，由于传播策略和文旅资源的集群度与利用整合度等方面，还存在一定的不足之处^[3]，导致常州的代表性文旅资源(比如地标建筑、特色文物、山水公园等)在规模性、特色性等方面的亮点不够突出，且缺少被游客市场广泛熟知的对象。调查数据中虽然出现了诸如天宁寺等历史文化遗迹、华罗庚等历史名人等要素，也仅限于被常州附近的游客所熟知。

总结来说，与大多数城市的情况一样，常州的城市知名度与其文旅资源密切相关，但被游客市场所熟知的常州标志性文旅要素较为缺少。不过，恐龙园成为常州旅游资源最为突出的代表，给拓展常州拓展城市文旅资源知名度提供了一个可借力的要素。再者，区位优势及其给常州文旅发展带来的“双刃剑”效果，需要思考如何取其利、弱其不利。区位优势虽然不是文旅资源实体，却是常州文旅发展格外需要关注的内容。总之，在文旅资源开放化的趋势下，游客市场的占有率与文旅资源的知名度，越发成为一地文旅发展最重要的因素。由于拓展文旅游客市场的活动，牵涉文旅事业的各个方面，因而文旅发展的全环节特色化做法，都是拓展游客市场的需要思考的内容。也就是说，在文旅资源开发的过程中，特色的文旅资源、有效的文旅经营模式(包括运行与相关配套服务)与具体措施，都有可能成为强烈影响游客市场拓展效果的影响因素。

5. 基于网络数据分析结果的常州文旅游客市场拓展对策

从上述“百度指数”与“知乎”平台上有关常州文旅的数据分析结果，已大致了解了目前游客市场认知的常州文旅现状与问题。基于此，为解决其中的部分问题，并进一步拓展常州文旅的游客市场，或许可以尝试从以下方面思考相应的实践对策。

5.1. 重视特色文旅资源的开发与深度利用

文旅资源的开发建设，作为文旅融合发展的基础工作，是开拓游客市场必须准备的前提与基本条件，其重要性不言而喻。但是，在坚持充分发挥自身丰富的文旅资源优势的同时，还需要基于现有的资源，针对开拓游客问题进行有专门探讨，并总结实践尝试办法。近年来，常州在不断深入推进“532”发展战略、努力建成长三角文旅中轴、休闲度假中心的过程中，印发了《关于加快推进文商旅融合发展的实施意见》等政府文件，积极部署与开展了文旅融合的相关工作，诸如打造文旅产品体系、建设城市配套与

¹<https://www.zhihu.com/question/519344785/answer/2369595317>

²<https://www.zhihu.com/question/386603439/answer/1277283786>

³https://www.zhihu.com/question/363123838/answer/1220251031?utm_id=0

完善社会公共服务等。但是,从游客市场对常州文旅的关注情况来看,该城市现在形成文旅资源“亮点”、充分运用好优势资源的带动作用等方面,还需要继续完善相关应用措施。

具体来说,基于网络数据的分析结果显示,在游客市场上,常州的城市印象与中华恐龙园的关系高度相关。因此,探索恐龙园与常州其他文旅资源的组团或一体化运行模式,或许是拓展常州文旅客源市场一个可尝试的方向。因为中华恐龙园占有的游客市场,可以成为常州其他文旅资源可以拓展的客源对象,所以可以思考如何将恐龙园与常州其他文旅资源联合起来,从而形成优势资源深度利用、同类资源规模化、异质资源体系化的文旅运营模式与宣传亮点。另外,常州拥有的特色文旅资源,不可谓缺乏,但真正进入全国游客市场的,相对有限。从游客市场的认知现状来看,常州特色文旅资源(如留青竹刻、梳篦等)的规模性、功能性等,尚不能完全满足游客的旅游体验要求[2]。因此,特色资源的发掘与利用,既要重视现有资源的利用潜力,也要重视培育文旅产业的周边业务(如吃喝游乐等),为优势文旅资源提供系统性的社会支持,以形成完善的文旅体系,给游客市场带来足够的吸引力。

5.2. 借力区位优势

“苏锡常”“江南”等作为常州的地理标签,可以成为开拓常州文旅游客市场的可利用资源。虽然目前该地区开展了一些领域的地域协调发展机制与城市合作发展战略等行动,但在文旅领域,南京、苏州、无锡等文旅强市常出现游客市场过载运行的情况,而其他部分城市却时常出现相反的市场表现。对于这种情况,各市之间协作分流导流游客市场的办法,就显得非常必要。因此,常州在思考如何发挥自身地理标签的福利时,也需要尝试借助周边城市的力量,从文旅制度与管理措施等角度,可以主动采用多种方式将其他更具市场吸引力的城市变为常州文旅发展的共同体。

5.3. 增强文旅服务意识

增强游客的融入式文旅体验,越来越成为高于旅游资源需求本身的要素。不仅是常规的文旅景点服务措施要完善人文性建设,城市服务的各相关主体也应继续提高文旅服务意识。近年来,文旅活动中良好的服务意识,可以促进游客市场爆发点的形成,如“淄博烧烤”等现象。而这种情况的形成,终究离不开一个城市良好的综合服务意识。其中,尤其是城市服务管理者,了解文旅游客市场需求的新特点,宣传并学习城市文旅服务的观念与方法,也是拓展文旅游客市场需要重视的一个方面。

5.4. 活用文旅宣传方法

在数据分析中,有关常州文旅宣传活动的的评价较少,且呈现消极倾向[3]。游客市场的“流量”是地区文旅的转化为其留量的基础。这一“流量”不仅指常州文旅已经实现的游客市场,而且指常州文旅宣传影响到的游客市场。要想更多地留住这个“流量”,就必须重视丰富宣传方法与途径。为此,除了常规媒介的宣传、节事活动推广[2]等之外,设立旅游大使或旅游代言等公益岗位,定期开展文旅主题宣传活动,发挥直播、微信等媒体新语境的宣传作用,从而树立起全民文旅宣传宣介意识。其中,“新媒体对城市形象的建构和传播影响着城市的发展。微信公众号作为新媒体的一种新型表现形式,为城市形象的建构和传播提供了更为便利、直接的平台,但如何更好地利用这个平台值得进一步研究。针对目前在建构与传播中还存在的的一些问题,合理有效的策略可以进一步提升新媒体语境下常州城市形象的传播效果”[4]。所以,重视文旅市场宣传,并采取多样创新的宣传方式方法,能够助力常州文旅更好地拓展游客市场。

6. 结语

文旅游客市场是提升一地文旅产业发展及地区竞争力的重要切入口。为了拓展文旅游客市场规模,

探索这一实践活动的行动方向，是一项有意义的议题。而诸如“百度指数”、“知乎”等各类网络平台上的数据信息，在记录与反映地区文旅相关情况方面具有显著的应用价值，成为相关调研值得关注的对象。全面利用此类网络数据资源，综合探索并定位地方拓展文旅游客市场的具体做法，有助于探索更为切实有效的文旅发展道路。以常州为例，针对性采用并分析相关网络数据，从游客市场对该地文旅资源的认知与接受情况等角度，获取当地文旅游客市场拓展方面的现状与问题，进而尝试提出开发资源、借力优势、增强服务、增强宣介等方面的解决措施。总之，文旅相关的网络数据分析结果显示，游客市场对地方文旅的全要素都表现出了一定的关注度，或者说地方文旅的各要素都有可能成为影响游客市场的因素。所以，重视并全面利用相关主题的各类网络数据，是各地探索文旅及其他行业发展路径时可以尝试的办法。

基金项目

本文系江苏省高校哲社项目(项目号：2020SJ1241)、常州工学院科研启动项目(项目号：YN20118)的阶段性研究成果。

参考文献

- [1] 陈良. 国家名城形象下常州文化旅游产业融合发展策略研究——与苏州、无锡、南京的竞争与借鉴分析[J]. 江苏商论, 2022(2): 61-64+67.
- [2] 邓勇勇, 魏向东. 城市文旅融合的模式构建与实践进路——以江苏省常州市为例[J]. 江南论坛, 2023(9): 64-68.
- [3] 王娟. 新媒体环境下常州城市形象传播研究[J]. 新媒体研究, 2021, 7(23): 45-47+58.
- [4] 罗迪英. 新媒体语境下常州城市形象的建构与传播研究: 以常州微信公众号为例[J]. 常州工学院学报(社科版), 2018(36): 11-17.