

基于网络文本分析的美食街区旅游体验研究 ——以北京簋街为例

郑金标

(福建商学院 旅游与酒店管理系,福州 350000)*

摘要:以北京簋街为案例,选取百度旅游网的评论文本为数据,采用内容分析法研究旅游者在美食街区旅游消费过程中的旅游体验感知特征。研究表明:旅游者的正面感知大于负面感知,满意度较高,旅游者满意度与食物的种类、味道及等待时间相关;旅游者旅游动机主要有追求美食、社交需要及休闲放松等;旅游者的美食偏好为川菜及北京本帮菜。基于网络文本的美食街区旅游体验研究对美食街区的发展具有一定的借鉴意义。

关键词:美食街区;网络文本;内容分析法;簋街;旅游体验

doi:10.3969/j.issn.2095-5642.2018.11.070

中图分类号:F592.7

文献标志码:A

文章编号:2095-5642(2018)11-0070-05

美食街区,又称餐饮街区,通常指由一条街道或多条街道所形成的以餐饮为主要业态,游、娱、购等为配套,具有生活气息与旅游意义的社会交往空间。改革开放以来,在经济发展和城市休闲化等因素的推动下,全国各大城市逐渐形成各式各样、规模不一的美食街区。作为城市餐饮、休闲娱乐等业态的载体,美食街区已成为广大城市居民及外来游客饮食消费、休闲娱乐、观光旅游的重要场所。美食街区不仅满足市民及旅游者对饮食的消费需求,丰富市民休闲娱乐生活,同时对吸引异地旅游者,拉动地方旅游业发展有着重要意义。

旅游体验是一种个人、主观的且具有高度异质性的内心感受,也是日常生活体验的一种延伸^[1]。对于城市旅游的发展而言,旅游者的旅游体验是非常重要的参考对象。因此,深入探究旅游者到访美食街区的旅游体验,对于准确把握旅游者的需求与满意度,改进美食街区的餐饮产品服务与质量,提升美食街区的管理水平有着积极意义。

1 研究现状

当前,针对美食街区的研究尚处在起步的阶段,其研究成果主要集中在两个领域:一是从城市规划的角度对美食街区进行了研究;二是从综合的角度对美食街区展开研究。郑贤贵对国内美食街区的发展演化过程及原因进行了探讨^[2],同时他还对美食街的规模与消费者的消费偏爱之间的关系进行了梳理^[3]。华钢以杭州的美食街区为例,通过文献分析法和田野调查法,总结了杭州美食街区的发展历史、演变规律及特征^[4]。许曦以重庆南岸区三大美食街区为案例,对三大美食街区的发展现状进行了归纳,分析三大美食街区的各自优劣势,提出了差异化定位的发展策略^[5]。赵婷婷以成都市“一品天下”饮食文化街区为例提出了都市休闲与旅游产品开发的几点建议与思考^[6]。张旗从名城视角对美食街区的概念、结构、以及影响其开发的因素等问题进行了探索^[7]。徐秀美以昆明祥云美食街为例构建美食主题街区游客餐饮满意度测评模型,初步对美食街区的旅游体验进行了探索总结^[8]。

综上所述,对美食街区的研究虽已取得一定的成果,但现有的研究多为定性研究,定量研究和理论研究明显不足。目前为止,尚无研究者利用网络文本,采用内容分析法研究探索美食街区的旅游体验。

* 收稿日期:2018-07-20

作者简介:郑金标(1977—),男,福建莆田人,讲师,硕士,研究方向:美食旅游。

因此,本文选取北京簋街为研究对象,搜集网络评论,采用内容分析法,提炼旅游者对北京簋街旅游体验的主题内容,总结旅游者在美食街区的旅游体验特征,可以为美食街区的科学规划、管理以及可持续发展提供一定的借鉴参考,既具有一定的学术意义,又有一定的实践价值。

2 研究方法与步骤

2.1 研究方法

内容分析法是一种对于传播内容进行客观、系统和定量的描述的研究方法。其实质是对传播内容所含信息量及其变化的分析,即由表征、有意义的词句推断出准确意义的过程。内容分析法与传统问卷调查法有着明显的区别,它无需直接面对受访者来获取信息,可以有效避免受访者因为担心个人隐私泄露而隐瞒其真实想法,不仅如此,这种方法还可以使受访者的意愿表达不受问卷内容的引导和限制。正因为此,越来越多的研究者开始使用内容分析法来开展相关的研究工作。本文利用内容分析法对网络文本信息使用武汉大学信息管理学院沈阳教授研发的 ROST CM 6 软件从分词、词频分析、聚类、相关性以及情感倾向等方面进行分析。

2.2 研究步骤

2.2.1 案例的选取

簋街坐落于北京市东城区,东至二环路东直门立交桥西段,西到交道口东大街东端。簋街长约 1.5 千米,集中分布着近 140 多家的餐馆,簋街是北京知名度最高的的美食一条街,每天都吸引大批市民及外地旅游者前往观光消费,簋街已经成为北京吸引本地及外地旅游者的重要吸引物之一。因此,簋街是一个非常具有代表性的美食街区,具备一定的研究价值。

2.2.2 网站文本内容获取

本文选择百度旅游网作为数据来源,以簋街为关键词,搜索相关旅游评论,共搜集到 653 条关于北京簋街的中文评论,将这些评论复制到一个 TXT 文档,作为分析文本,总计 2,9408 字。

2.2.3 高频词特征分析

一般认为,高频词是旅游者对目的地旅游形象感知中最突出的部分,这些词往往集中体现了旅游者旅游消费过程中的旅游体验特征,频次越高,表示旅游者的体验特征越强烈。本文使用 ROST CM6.0 软件对分析文本进行分词及词频统计,人工剔除部分无效词,获得有意义的高频特征词及其频次,初步了解旅游者对北京簋街旅游体验的认知及重视程度(表 1)。

表 1 簋街旅游者感知高频特征词(排名前 100)

特征词	频次	特征词	频次	特征词	频次	特征词	频次	特征词	频次
北京	169	天堂	32	灯笼	17	夜宵	12	灯火	10
龙虾	164	餐饮	30	饭馆	17	交道口	12	东端	10
麻辣	138	麻小	30	时间	17	重庆	12	生意	10
美食	123	牛蛙	28	名字	17	公交	12	几乎	10
好吃	117	著名	27	小时	16	立交桥	12	商业	10
小吃	114	烧烤	26	美味	15	红灯笼	12	错过	10
小龙	111	大街	26	方便	15	聚集地	12	名气	10
地方	85	京城	25	称为	15	仔仔	11	第二	10
晚上	81	出名	24	胡大	15	人多	11	夜市	10
东直门	71	川菜	22	饮食	15	尝尝	11	经常	10
味道	65	馋嘴	21	繁华	15	公里	11	交通	9
烤鱼	52	朋友	21	火爆	15	分店	11	爆肚	9

(接上表)

特征词	频次	特征词	频次	特征词	频次	特征词	频次	特征词	频次
特色	43	地铁	21	位于	14	场所	11	景点	9
热闹	41	餐馆	20	集中	14	展示	11	绝对	9
排队	41	餐厅	20	超级	13	酒店	11	建议	9
各种	39	为主	20	地道	13	花家怡	11	门口	9
吃饭	38	街上	18	白天	13	两边	11	文化	9
火锅	34	北新桥	18	附近	13	去处	11	选择	9
有名	34	下车	18	店铺	13	西段	10	风味	9
饭店	34	口味	18	夏天	13	大排档	10	街道	9

2.2.4 文本内容分析

语义网络构建:用ROST CM6软件分析文本,生成高频词。经过人工筛选、删除少数无意义的字、词,保留共现高频词,制成语义网络图,然后分析节点中心度,探析关键高频特征词之间的语义结构和相互关系。

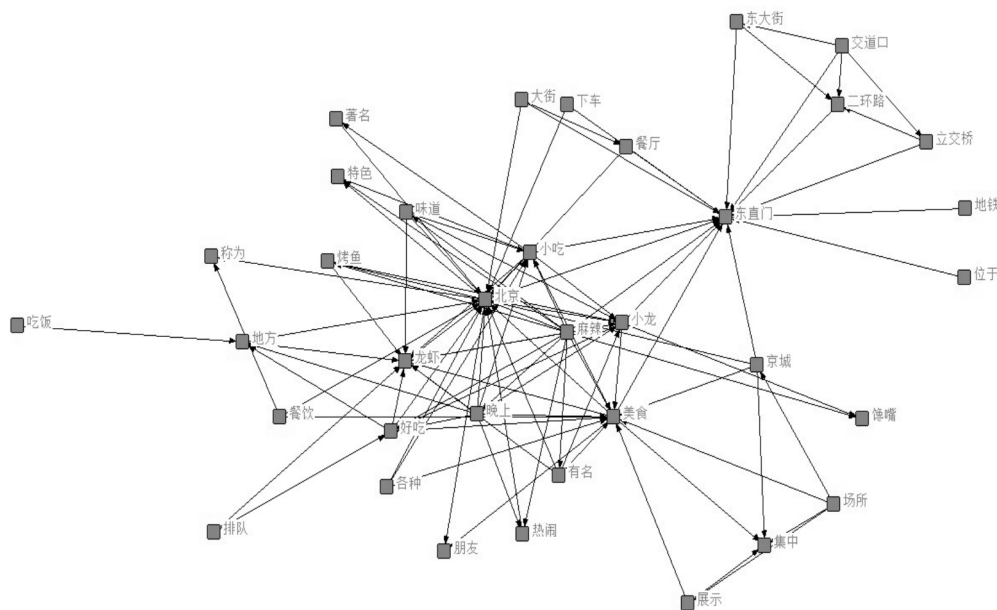


图1 网络文本的语义网络中心性

主题类目构建:建立分析类目,即对词频结果进行整理和归类,优化分析结果,抓住问题核心。综合排名前100位的高频特征词,构建核心主题和分析类目(表2),归纳总结出旅游体验特征。

表2 簋街旅游体验主题类目

主题	主类目	次类目	特征词(频次)
簋街	功能	功能	美食(123)、饭店(34)、餐厅(20)、餐馆(20)、饮食(15)、夜宵(12)、酒店(11)、夜市(10)、大排档(10)街道(9)、景点(9)
	美食	美食	龙虾(164)、麻辣(138)、小龙(111)、烤鱼(52)、火锅(34)、麻小(30)、牛蛙(28)、烧烤(26)、川菜(22)、爆肚(9)
	环境	环境	热闹(41)、排队(41)、天堂(32)、灯笼(17)、繁华(15)、集中(14)、红灯笼(12)、聚集地(12)、灯火(10)
	交通	交通情况	地铁(21)、下车(18)、公交(12)
	地理位置	北京(169)、东直门(71)、北新桥(18)、交叉口(12)、立交桥(12)	

(接上表)

主题	主类目	次类目	特征词(频次)
游客	动机	动机	馋嘴(21)、朋友(21)、夜宵(12)、尝尝(11)
	感知	正面感知	好吃(117)、热闹(41)、特色(43)、有名(34)、天堂(32)、著名(27)、繁华(15)、火爆(15)、超级(13)
		负面感知	排队(41)、人多(11)
	时间	时间	晚上(81)、夜宵(12)
	偏好	兴趣偏好	龙虾(164)、麻辣(138)、小龙(111)、烤鱼(52)、火锅(34)、麻小(30)、牛蛙(28)、烧烤(26)、川菜(22)、胡大(15)、花家怡(11)、爆肚(9)

3 结果分析

根据表1可知,出现次数最多的前100个高频词中,主要以名词和形容词为主。名词数量居多,多为地名、餐馆名称、食物名称等。形容词主要反映美食街区的内外部环境、食物的味道等,也表现游客的态度、心情、感知,体现旅游者的形象感官特征。综合分析上述100个高频词,可以发现以下结果。

3.1 旅游体验客体——簋街

美食街区旅游体验的客体主要是餐馆及其所属的街区。美食街区旅游吸引因素主要包括食物、餐馆及周边街区环境、管理与服务、区位交通等方面。

3.1.1 食物

高频词涵盖了簋街餐馆主要经营的食物,这些食物分别是“麻辣小龙虾”(“龙虾”频次164、“麻辣”频次138、“小龙”频次111、“麻小”频次30)、“烤鱼”(频次52次)、“火锅”(频次34)、“牛蛙”(频次28)、“烧烤”(频次26)、“川菜”(频次22)、“爆肚”(频次9),且均为排名靠前的高频词,“麻辣小龙虾”是旅游者提及最多的美食品类,“烤鱼”“牛蛙”“烧烤”“川菜”“爆肚”的频次靠前,说明以麻辣为主的川菜及北京本帮菜是簋街最主流、最受欢迎的美食,也反映了川菜在当前旅游者中的受欢迎程度。

3.1.2 餐馆及周边街区环境

关于簋街餐馆及周边街区环境方面的描述的高频词中,“热闹”(频次41)、“天堂”(频次32)、“红灯笼”(频次17)、“繁华”(频次15)、“人多”(频次11)的频次很高,说明旅游者对簋街的环境感知较为一致,高频词以正面词汇为主,说明旅游者对美食街区的外部环境较为认同。

3.1.3 管理与服务

关于管理与服务的高频词中出现了“排队”(频次41)、“人多”(频次11)等词,说明旅游者对簋街的管理存有一定的异议,旅游体验有待改进。

3.1.4 区位交通

关于区位交通的高频词中,“北京”(频次169)、“东直门”(频次71)、“北新桥”(频次18)、“交道口”(频次12)、“立交桥”(频次12)反映了簋街的区位位置,“地铁”(频次21)、“下车”(频次18)、“公交”(频次12)说明旅游者抵达目的地前对簋街的位置有过了解,出行方式主要以地铁及公交为主,其他交通方式为辅。

3.2 旅游者

3.2.1 游客动机

通过文本分析,提炼旅游者的旅游消费动机语句,可以发现,追求美食是游客到访美食街区的首要动机,“麻辣”“小龙虾”“牛蛙”等美食的出现频次排名靠前,“馋嘴”“尝尝”分别出现的次数为21次和11次,排名亦很靠前,说明旅游者赴簋街的主要目的就是为了品尝美味,满足口舌之欲。从分析文本中不难看出,旅游者对簋街的认知主要以美食为主。其次,社会交往是旅游者到访簋街的另一重要动机,在高频词中,“朋友”(频次41)出现的次数非常靠前,结伴到访簋街是最常见的形态,说明朋友聚会、情感交流是旅游者莅临簋街的重要动机之一。可见,友情互动和亲情交流是旅游者到簋街品尝美食之余的另一重要目的。第三,休闲放松亦是动机之一,高频词中经常出现“热闹”(频次41)、“火爆”(频次15)、“繁华”(频次15)、“灯笼”(频次17)等

词的频次很高,可见,旅游者喜欢在这种氛围中徜徉簋街,身心较为放松,也是旅游者的动机之一。

3.2.2 游客体验满意度

通过文本分析发现,旅游者对簋街的正面评价居多,满意度较高。在评论者的评分中,给予五星好评的占到全部评论的90%,给予一星好评的仅为7个,占全部评论的0.9%。高频词中,“好吃”(117)、“热闹”(41)、“特色”(43)、“有名”(34)、“天堂”(32)、“繁华”(15)、“火爆”(15)、“超级”(13)等正面感知较为主流。少数游客的旅游体验低于预期,负面感知反映的主要是就餐过程中的“排队时间过长”“人多拥挤”“食物的种类不够丰富”“味道亦没有预期中的美好”等等。

4 结论与讨论

本文以北京簋街为研究案例,使用内容分析法,对网络文本进行内容挖掘,系统获取了簋街旅游的体验情况,重点探析簋街旅游者类型、旅游动机、旅游者行为特征、旅游偏好和满意度等要素。研究发现:旅游者的动机依次为追求美食,社会交往、寻求热闹等。旅游行为主要体现在体验美食和社交,旅游者的消费偏好小龙虾、火锅等川菜及北京本地小吃。旅游者的旅游满意度较高,旅游者满意度与食物的种类、味道、价格及等待时间相关。

本研究还存在一定的不足之处。研究文本来源于网络,旅游者的个人信息缺失,无法进行人口学特征与旅游者动机、行为、偏好和满意度之间的相关性分析。其次,由于采集的文本来自于网络,评论皆为匿名,存在人为造假的可能,评论的真实性存在一定的瑕疵,对结论的可靠性带来一定的影响。再次,簋街作为著名的美食街区,其旅游体验特征对于全部的美食街区是否具有普遍意义,本研究并未给出确切回答。今后的研究应尽可能把研究对象扩大到更大的规模,使研究结论具有更好的可靠性。

参考文献:

- [1] 陈才.旅游体验的性质与结构:基于博客游记的探讨[M].北京:旅游教育出版社,2010:20.
- [2] 郑贤贵.美食街演化过程和原因的实证研究[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2008,29(4):243-245.
- [3] 郑贤贵,贾岷江.消费偏好与美食街区规模关系的实证研究[J].印度洋经济体研究,2009,24(1):53-55.
- [4] 华钢.杭州美食街区的时空分布及特征[J].杭州师范大学学报(自然科学版),2014(3):325-332.
- [5] 许曦.重庆南岸三大美食街区的发展现状及差异化定位研究[J].四川旅游学院学报,2015(6):34-37.
- [6] 赵婷婷.都市休闲与旅游产品开发——以成都市“一品天下”饮食文化街区为例[C].全国区域旅游学术开发研讨会暨度假旅游论坛论文集,2010.
- [7] 张旗.名城视角下的美食街区开发策略研究[J].美食研究,2014,31(4):19-23.
- [8] 徐秀美,李洁.美食主题街区顾客餐饮满意度评价模型研究——以昆明祥云美食街为例[J].旅游研究,2013,5(1):79-83.

On Traveling Experience of Gourmet Blocks Based on Internet Text Analysis: A Case Study of Gujije of Beijing

ZHENG Jinbiao

(Department of Tourism and Hospitality Management,
Fujian Business University, Fuzhou 350000, China)

Abstract: This paper conducted a case study of Gujije of Beijing based on travel notes collected from <https://lvyou.baidu.com>. Content analysis method was adopted to study visitors' experience perception features during the consuming process in gourmet blocks. The results showed that visitors had a higher degree of satisfaction, and the positive perception was greater than negative one. The degree of visitors' satisfaction is related to the taste and categories of food and waiting time. The motivations of visitors mainly include seeking food, the need for social contacts, and relaxation. Food preference of visitors stays with Sichuan cuisine and Beijing cuisine. The study on traveling experience of gourmet blocks based on internet texts can provide reference for the development of gourmet blocks.

Keywords: gourmet blocks; internet texts; content analysis; Gujije; traveling experience

(实习编辑:赵 杨 责任校对:暮 晨)