

学术论文

网络游记中的景区共现现象分析——以华东地区首批国家5A级旅游景区为例

华东师范大学商学院,上海 200241

摘要:

本文以游客发表在网络中的游记为研究对象,通过对游记中呈现的景点共现次数和烈度指标的统计分析,揭示了华东地区首批国家5A级旅游景区内热门景点的分布状态;运用社会网络分析方法描绘了这些景区之间的共现关系,并依据各景区距共现核心位置的远近及其所辖景点的冷热均衡状况这两项指标将景区划分为4种类型;针对不同类型景区的特点,本文提出了相应的营销策略建议。

关键词: 5A级景区 网络游记 共现 社会网络分析

An Analysis of the Cooccurrence Phenomenon of Scenic Areas in Online Travel Notes

Abstract:

This paper studies tourists' travel notes in different network communities.It reveals the distribution of hot attractions in each scenic area—the first approved national 5A scenic areas in east China—according to some factors,such as the number of cooccurrence in each tourist attraction and the intensity index,elaborates the relation of cooccurrence between scenic areas by using the Social Network Analysis (SNA),divides scenic areas into four types based on the distance from the center of cooccurrence in these scenic areas and the distribution of hot attractions in each scenic area,and provides relevant marketing strategies for efficiency operation,in light of different features among the above four types.

Keywords: national 5A scenic spot online travel note co-occurrence social network analysis

收稿日期 2010-09-15 修回日期 2011-03-16 网络版发布日期 2011-04-30

DOI:

基金项目:

通讯作者:

作者简介:

作者Email:

参考文献:

[1] Bickart B,Schindler R M.Internet forums as influential sources of consumer information [J] .Interact Market,2001,15(3): 31-40.
[2] Thomas W G,Talai O,Andrew J C.eWOM: the impact of customer to customer online know how exchange on customer value and loyalty [J] .Journal of Business Research,2006,59(4): 449-456.
[3] 柴海燕.旅游地网络口碑对消费行为的影响及营销对策 [J] .中国地质大学学报(社会科学版),2009(6): 105-107.
[4] 曹新向.充分利用网络为旅游研究和决策提供服务 [J] .旅游学刊,2007(5): 11-12.
[5] 李君轶.国内旅游市场研究——Internet环境下的新透视 [M] .北京: 科学出版社,2010.

扩展功能

本文信息

- Supporting info
PDF(OKB)
[HTML全文]
参考文献[PDF]
参考文献

服务与反馈

- 把本文推荐给朋友
加入我的书架
加入引用管理器
引用本文
Email Alert
文章反馈
浏览反馈信息

本文关键词相关文章

- 5A级景区
网络游记
共现
社会网络分析

本文作者相关文章

- 姚占雷
许鑫
李丽梅
杨勇

PubMed

- Article by Yao, Z. L.
Article by Xu, X.
Article by Li, L. M.
Article by Yang, Y.

- [6] 林巧,戴维奇.旅游目的地网络口碑信任度影响因素研究 [J].北京第二外国语学院学报,2008(7):16-22.
- [7] 于海波.网络话题作为定性数据来源的研究方法探讨——以旅游动机研究为例 [J].旅游科学,2011(1):46-53.
- [8] 朱庆华,李亮.社会网络分析法及其在情报学中的应用 [J].情报理论与实践,2008(2):179-183.

本刊中的类似文章

Copyright by 旅游科学