

风景名胜区游客满意度报告

综述

本报告利用海鳗数据平台实时采集的31家风景名胜区的互联网数据，主要分析它们的游客满意度情况。通过互联网大数据技术，以不同的维度对采集到的数据进行量化分析，从而得到游客对于景区的全面评价，以便改善管理、提升服务以及进行营销定位。

游客情绪评价十一月份整体较为稳定、下半月负面评价有上升趋势：

十一月份初期好评量最多，十一月下旬负面评价有增多的态势，主要受到突发事件【[突发！#一架直升机坠落峨眉山景区#](#)】的影响。

游客评价中景观满意度分值最高，安全维度分值较低：

冬季来临，有游客提及到景区有安全隐患，其中主要问题集中在护栏缺失、冬季路面结冰等方面。景区在后期的管理过程中应该及时解决此类问题。另一方面也有因游客不规范行为造成的不安全因素，比如[好危险！正在爬华山栈道，旅行者差点被上面游客跌落的水瓶砸伤](#)。景区应引导游客安全文明游览，同时做好安全宣传工作，更好的保障游客的安全。

数据概览与分析方法介绍

数据采集时间段	2018/11/01 - 2018/11/30
数据采集范围	资讯、微博、微信、贴吧、论坛、博客、视频、问答、OTA
数据采集总量	308782 条
数据采集单位名单	杭州西湖风景名胜区、四川九寨沟风景名胜区、安徽黄山风景名胜区、河北秦皇岛北戴河风景名胜区、青城山—都江堰风景名胜区、浙江普陀山-朱家尖风景名胜区、新疆天山天池风景名胜区、山西五台山风景名胜区、河北承德避暑山庄、山东泰山风景名胜区、陕西华山风景名胜区、江西三清山风景名胜区、河南云台山风景名胜

区、北京市慕田峪长城、峨眉山风景名胜区、安徽九华山风景名胜区、四川乐山大佛风景名胜区、湖北武当山风景名胜区、福建武夷山风景名胜区、北京市十三陵特区、青岛崂山风景名胜区、河北野三坡风景名胜区、河北嶂石岩风景名胜区、武汉市东湖风景名胜区、张家界武陵源风景名胜区、辽宁千山风景名胜区、盘山风景名胜区、广东罗浮山风景名胜区、襄阳隆中风景名胜区、泰山地下大裂谷

11 月份实时采集共计 308782 条数据，其中微博 162757 条、OTA3877 条。通过海幔平台自然语言处理技术、文本分析技术，挖掘游客评价文本数据信息，识别文本评价主语及评价词，同时关联到下述评价指标。

基于安全、服务、交通、景观、配套、体验、卫生、消费八个维度，设立共计 400 余项游客满意度评价指标。平均每个维度有 50 个具体评价指标。通过对这些评价指标的加权得分，合理量化游客满意度。

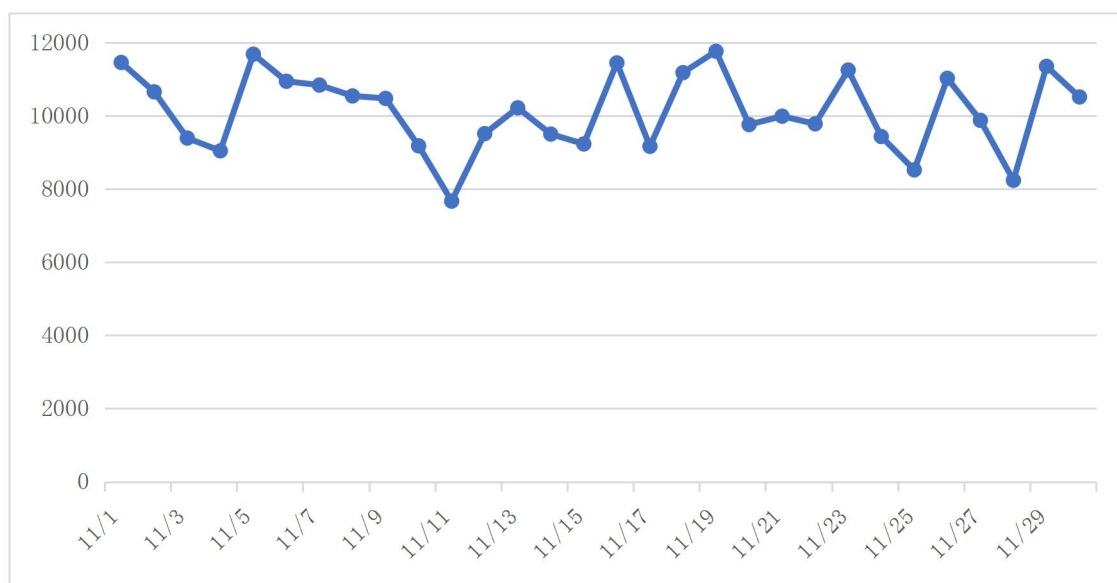
满意度	满意度分析								
一级指标（八大维度）	景观	消费	安全	交通	体验	配套	卫生	服务	
二级指标（400 余项评价标签）	景色美	门票便宜	景区有安全感	运力充足	值得游玩	项目多	景区卫生好	景区工作人员服务态度好	
	景色不美	门票贵	秩序混乱	运力不足	不值一游	项目少	景区卫生差	景区工作人员服务态度差	
	· ·	· ·	· ·	· ·	· ·	· ·	· ·	· ·	
技术	游客评价内容								评价标签
NLP 自然语言处理	<p>门票太贵。避暑山庄博物馆文物丰富，很值得参观。山庄里面山景很赞，观光车司机驾驶技术娴熟。水线完全骗人，乘船距离很短，步行完全可以解决。水线的体验感极差，船票贵的很不值，不建议乘坐。山庄里的指路牌不大完善，游客很不方便</p>								<p>门票贵；景色美；交通体验好；欺诈购物；游乐项目体验差，标示体验差。</p>
	<p>景色不错，工作人员较少，吃饭超级贵而且不好吃。</p>								<p>景色美；工作人员少；餐饮贵；餐饮体验差；</p>

景区数据量统计

排名	景区名称	总数据量	微博数据量	OTA 数据量
1	四川九寨沟风景名胜区	57587	39064	30
2	杭州西湖风景名胜区	53473	30537	95
3	安徽黄山风景名胜区	25980	6755	472
4	河北秦皇岛北戴河风景名胜	24692	13620	12

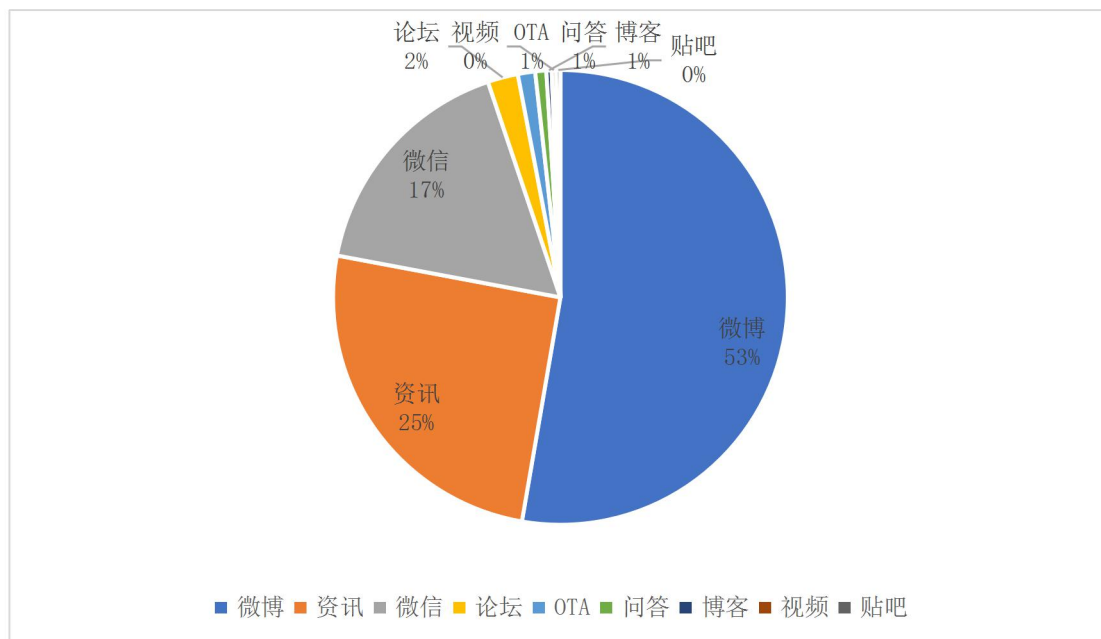
5	青城山—都江堰风景名胜区	20707	9734	654
6	浙江普陀山—朱家尖风景名胜区	19316	10488	386
7	新疆天山天池风景名胜区	16913	9497	35
8	江西三清山风景名胜区	12827	5628	45
9	山西五台山风景名胜区	11196	6619	52
10	河北承德避暑山庄	9923	4767	38
11	四川乐山大佛风景名胜区	9727	2115	194
12	峨眉山风景名胜区	9226	2129	294
13	安徽九华山风景名胜区	8633	4391	100
14	福建武夷山风景名胜区	8161	3390	95
15	湖北武当山风景名胜区	6543	3843	116
16	北京市慕田峪长城	6022	3272	118
17	河南云台山风景名胜区	6018	3434	118
18	山东泰山风景名胜区	5809	2021	261
19	陕西华山风景名胜区	4787	1654	364
20	张家界武陵源风景名胜区	4415	856	50
21	河北野三坡风景名胜区	3229	871	4
22	辽宁千山风景名胜区	2867	1159	112
23	武汉市东湖风景名胜区	2555	684	9
24	青岛崂山风景名胜区	2497	912	30
25	盘山风景名胜区	2482	333	58
26	北京市十三陵特区	2100	642	20
27	广东罗浮山风景名胜区	1966	243	67
28	河北嶂石岩风景名胜区	1587	993	2
29	襄阳隆中风景名胜区	399	98	30
30	泰山地下大裂谷	330	13	13
31	北京石花洞风景名胜区	154	30	3

总体数据趋势



11月期间，风景名胜区景区数据整体较为平稳，周末的数据量较平时有所降低。

总体数据信源占比



十一月份，风景名胜区景区数据集中在微博、资讯、微信中。其中微博数据有以下几种类型：

景区宣传性质数据：

① [【武当山】又名太和山、谢罗山、参上山、仙室山，古有“太岳”、“玄岳”、“大岳”之称，位于湖北省北部十堰市境内](#)

② [【天山天池风景区】天山天池风景区是乌市周边度假天堂，据说曾是王母娘娘的沐浴池，](#)

③ [崂山 \[太阳\] #这里是崂山# 最是一年秋红时，步月廊“枫”景正盛几株红树，幽静的道观，青苍的石板路等。](#)

明星宣传微博：

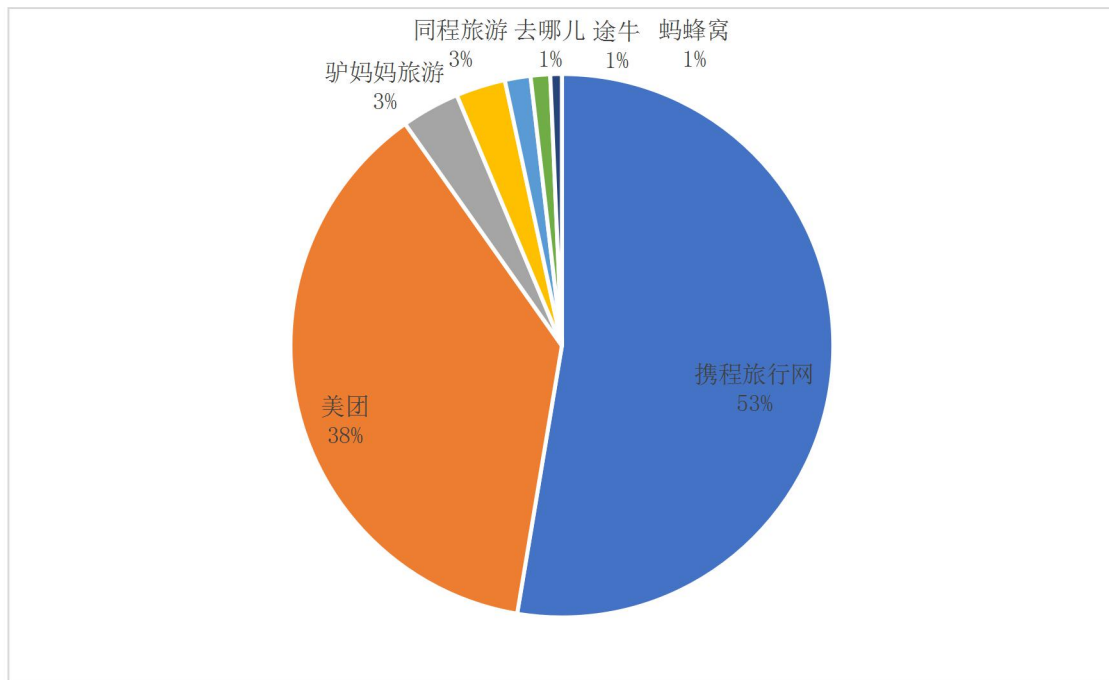
[#中国有我##辽聊 40 年# 我的家乡有众所周知的鞍钢，有风景秀丽的千山景区等。](#)

游客评价类型数据

① [今游大美江西\[坏笑\]三清山秀美景色\[鲜花\]\[赞\]](#)

② [湖光山色……杭州西湖傍晚！漫天彩霞……好迷人等。](#)

OTA 数据占比



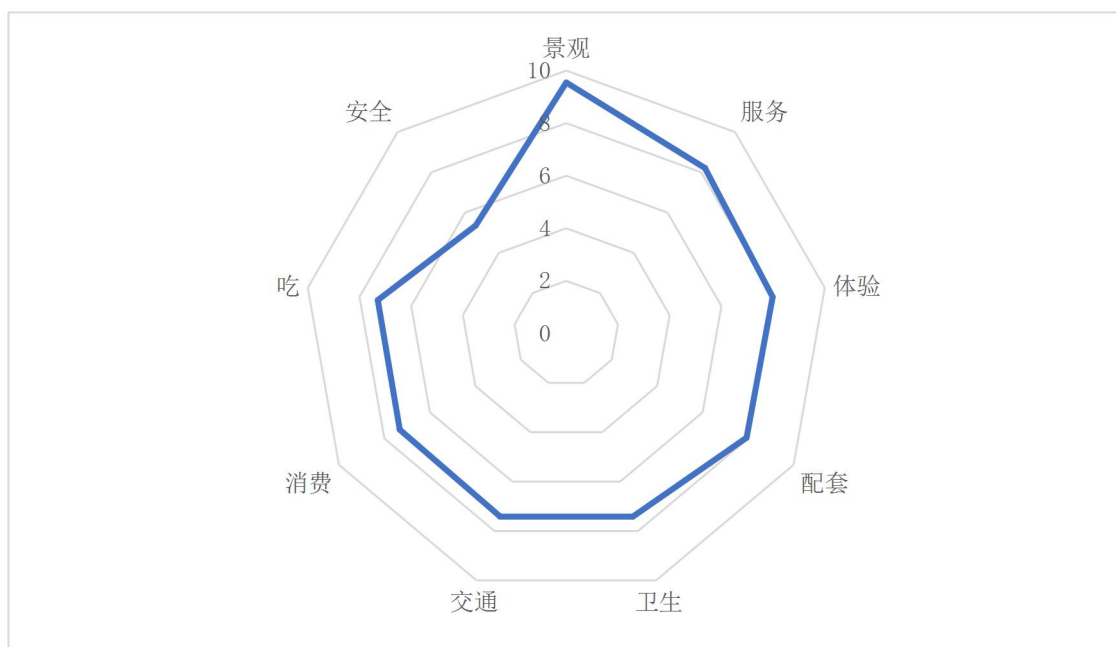
十一月份，通过美团网与携程旅行网线上平台购买旅游产品，并评价的游客居多。

游客满意度分析

我们从全量的互联网数据中，选取了微博和 OTA 数据进行游客满意度分析。风景名胜区在景观维度的满意度最高，在安全维度的满意度最低。十一月份游客整体的情绪趋势较为平稳，十一月下旬负面评价有所增加，主要是服务态度差、门票贵等问题引起。大部分游客由于景区景色美而流露出值得游玩、想再来的意愿。

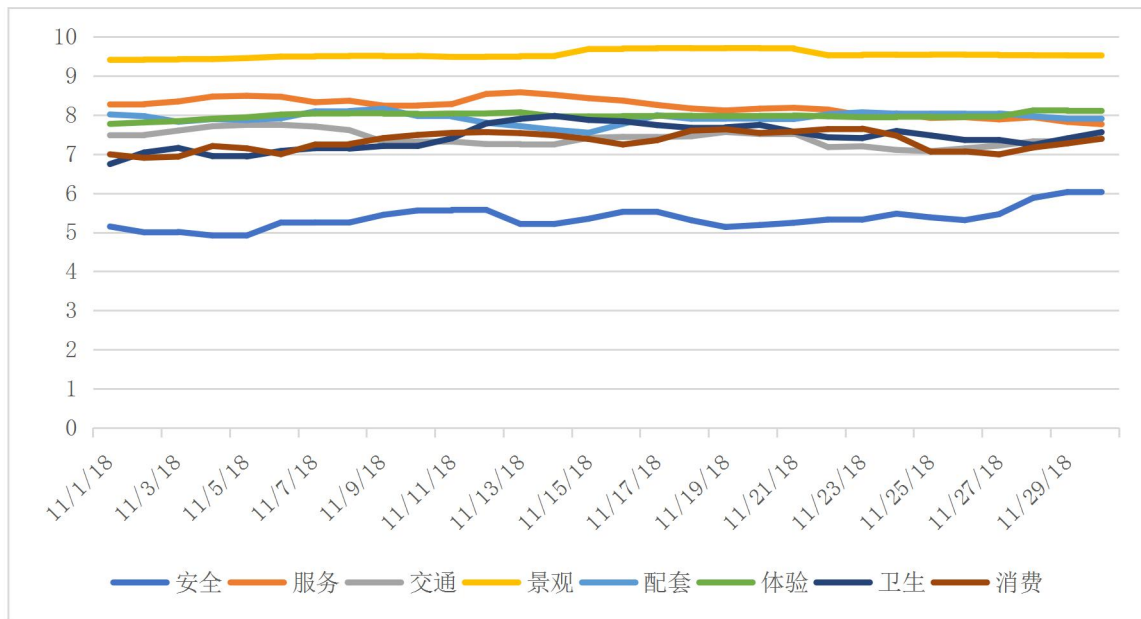
游客满意度整体分析

各维度满意度排行榜——景观满意度最高、安全满意度最低



十一月份期间，三十一家风景区在景观满意度最高，服务满意度次之。安全满意度较低除了受到“西湖景区浙江失联女大学生”这一事件影响外，还有护栏缺失、冬季路面结冰等问题，景区应针对以上问题及时改正，提升游客安全感。

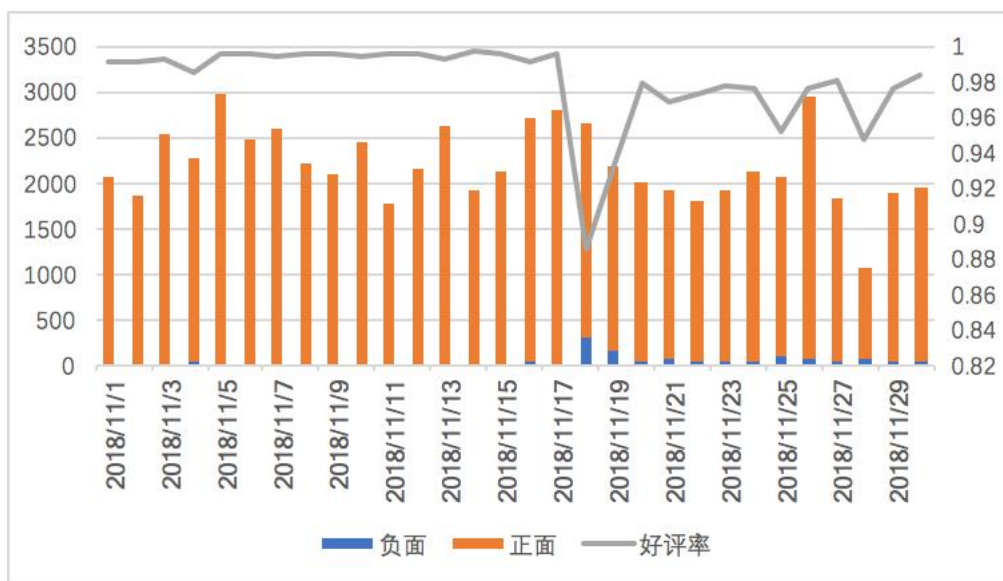
满意度趋势——整体趋势较为平稳、需提升景区安全满意度



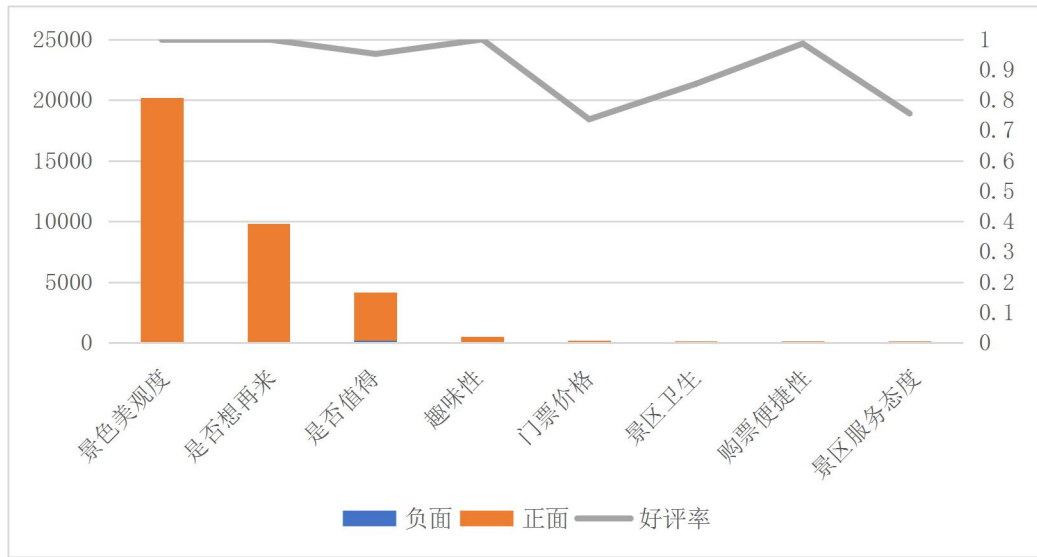
十一月份期间，满意度维度整体较为平稳，但安全维度分值整体较低，景区需提升安全维度满意度。

其中慕田峪长城游客反馈：[强烈建议，长城入口反复提醒游客不要在路两边扶手那里休息，要休息坐中间，那么陡，人又多，还得绕中间再绕去扶手那里上下行，非常不安全，尤其是老人和小孩。](#)

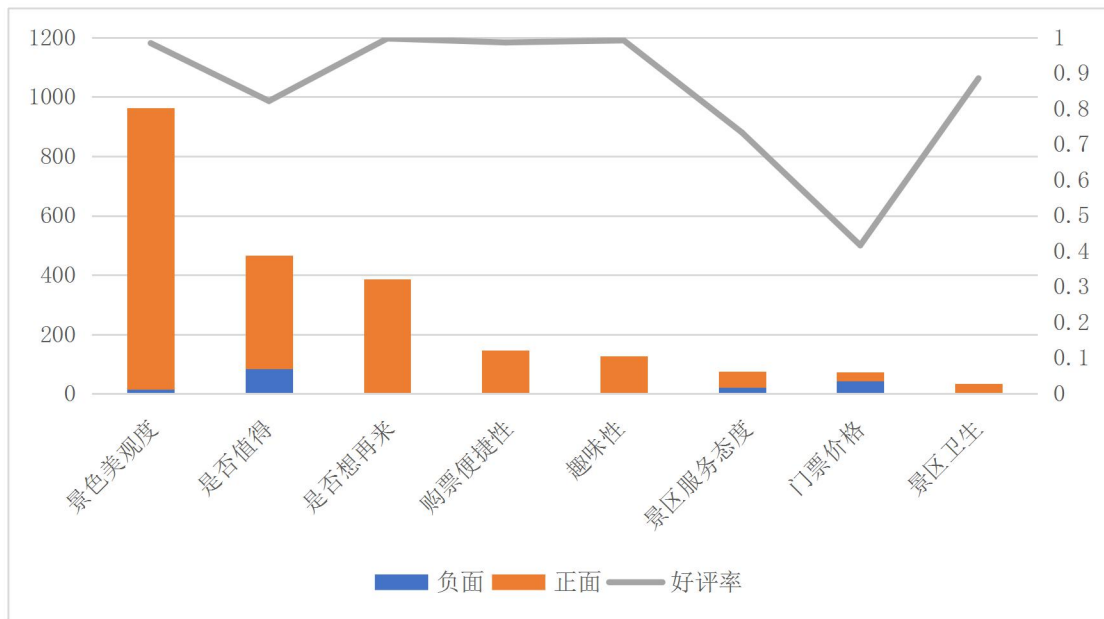
游客情绪分析



游客重点关注指标趋势及占比



OTA 重点关注指标趋势及占比



选取游客较为关注的八个指标进行分析发现，游客对于景观的整体关注度最高，对门票价格的好评率最低，同时“是否想再来”、“购票便捷性”、“趣味性”的高好评度也反映出游客对于景区的肯定。

OTA 重点关注指标交叉分析 TOP5

排名	正面标签	总计	负面标签	总计
1	(景色美, 想再来)	156	(服务态度差, 不值一游)	13
2	(景色美, 值得游玩)	139	(景色不美, 不值一游)	7
3	(值得游玩, 想再来)	41	(服务态度差, 景区管理差)	3
4	(景色美, 有趣)	33	(景区管理差, 不值一游)	2
5	(景区美, 票务便捷)	17	(门票贵, 不值一游)	1

注：以上为两个标签同时出现在一条数据中的频次

五个正面小指标分析发现，大部份游客评论景区景色美的同时也流露出值得游玩、想再来的态度。

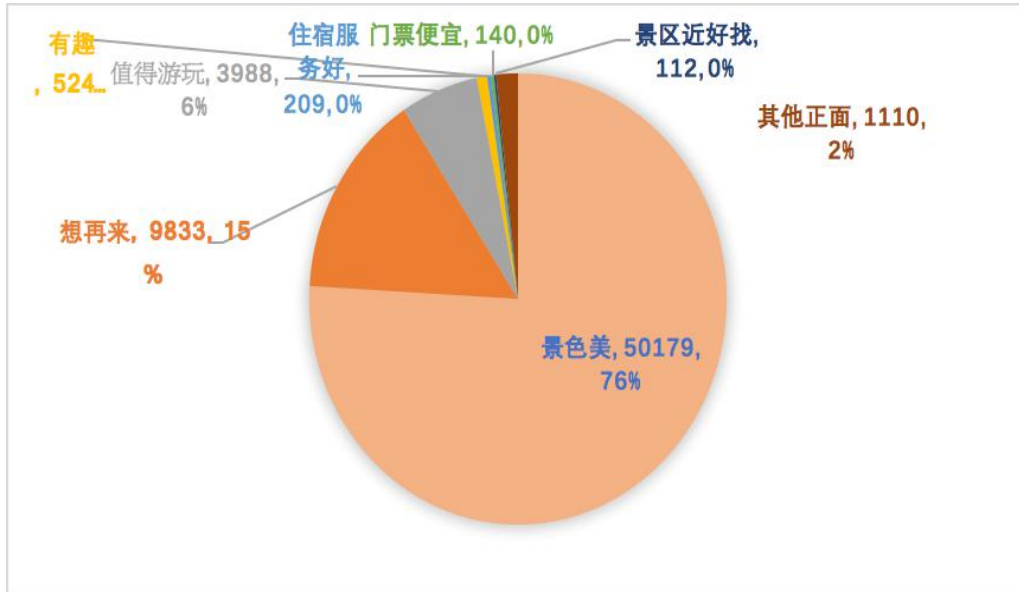
五个负面小指标分析发现，游客同时评价景区服务态度差及不值一游较多，景区在后续经营管理中应注意提升管理人员的综合素质、进一步提升景区管理能力，以达游客期望。同时我们发现也有一小部分游客由于景色不美而流露出不值一游的态度。

部分数据：

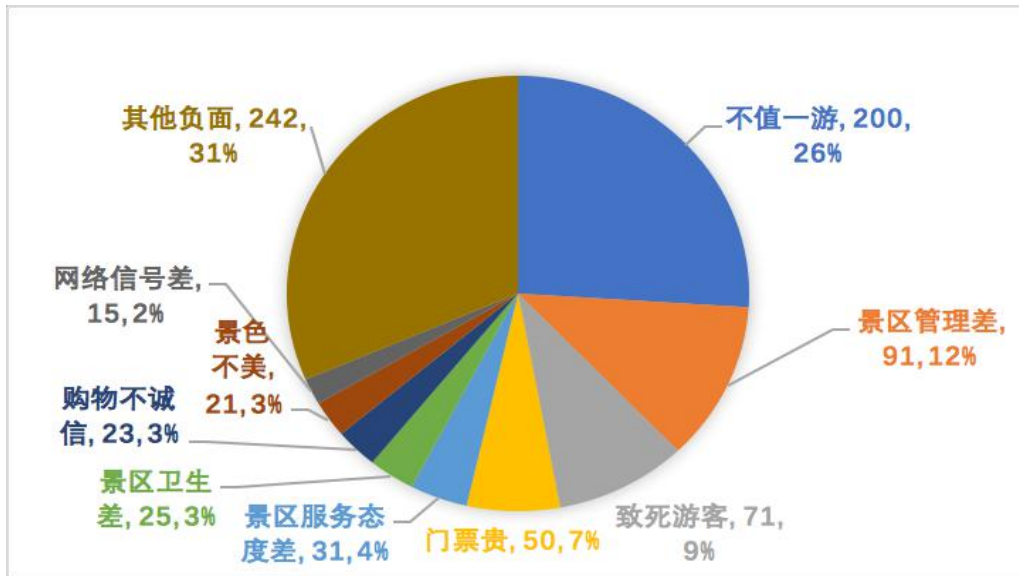
- ①冬天没啥看的门票还那么贵，真后悔去了；
- ②没啥看的，也就几间道观，而且大部分都在坐观光车，累；
- ③建议各位淡季都不要进去，没啥看的，有些商业化，错了。太商业化了。

游客主要情绪占比

正面情绪



负面情绪



游客满意度词云图



游客满意度词云图中词语的字体大小由词语出现的次数决定。词语越大，说明在文本中出现频次越多。通过风景名胜区满意度词云图我们可以发现“景色美”、“游览舒适”、“想再来”等正面词汇较为突出，说明游客对于景区景色、环境的是非常认可的。