

中图分类号 F59

学校代码 10240

密 级 公开

学 号 Y2305400022



哈爾濱商業大學

旅游管理硕士学位论文 (专业学位)

基于在线文本的淮安西游乐园景区游客满意度研究

作 者 王巧玲
培养单位 旅游烹饪学院
学位类别 旅游管理硕士
研究方向 旅游目的地营销与管理
学习方式 全日制
导 师 轩福华教授
完成时间 2025 年 6 月

Classified Index: F59
Confidential (yes/no): no

Code: 10240
NO.: Y2305400022

Dissertation for the Master of Tourism Administration
(Professional Master Degree)

Study on Tourist Satisfaction of Huai'an West
Amusement Park Scenic Spot Based on Online
Text

Candidate: Wang Qiaoling
College: School of Tourism and Cuisine
Degree Category: Master of Tourism Management
Research Field: Marketing and management of tourism destinations
Study Mode: Full-time
Supervisor: Prof. XuanFuhua
Completion date: Jun. 2025

摘要

随着体验经济时代的到来,游客满意度成为主题乐园核心竞争力的重要体现,游客对旅游目的地的期望和要求也日益提高。淮安西游乐园作为以西游记文化为主题的现代化游乐园,其满意度的提升直接关系到景区的运营效益和市场竞争能力,而且能提升游客忠诚度,还能够为景区带来持续稳定的客源与经济效益,进而推动其长期稳健发展。通过情感得分均值衡量游客对各主题的满意程度(如“满意/不满意”的主观评价)。深入探讨淮安西游乐园游客满意度的提升策略与实践,可以为其在体验经济时代下保持竞争优势、实现可持续发展提供有益的参考与借鉴。

基于在线文本分析法的淮安西游乐园景区游客满意度研究首先采用Python语言从携程、大众点评网及美团平台成功抓取了淮安西游乐园的10251条在线文本。经过预处理步骤,筛选出有效评论7371条。然后利用高频词识别游客对淮安西游乐园不同方面的关注热点,并采用社会语义网络分析,探索关键词之间的内在联系。再运用LDA主题模型,并结合一致性和困惑度曲线,确定了在线文本的最优主题数量,提炼出六个主要主题及其特征词,分别为排队服务、基础服务设施、夜场表演、游玩体验、游玩项目和亲子游乐体验六大类。之后对在线文本进行了量化处理,通过Python程序计算每条有效在线文本的情感得分均值(-1至1分,代表从“非常不满意”到“非常满意”的主观评价),量化各主题的游客满意度。最后,采用IPA模型分析,探讨淮安西游乐园各主题对游客满意度的影响,研究结果显示淮安西游乐园在排队服务、夜场表演、游玩体验和游玩项目这四个方面满意度较高,且均在第一象限优势区,但在第三象限的亲子游乐体验,第四象限的基础服务设施方面仍存在不足,淮安西游乐园游客满意度在平均值以下。

淮安西游乐园景区通过IPA模型的分析,发现在游客满意度方面存在以下问题:一是劣势区的亲子游乐体验有待提升,二是改进区的基础服务设施存在不足。具体来说,亲子游乐体验方面缺乏足够的亲子特色项目,未能充分满足家庭游客的需求;在基础服务设施方面,游乐设施维护、交通设施、餐饮质量、休息与卫生环境以及园区智能化水平等方面均有待完善。针对这些问题,本文建议从教育与科普结合、亲子竞技与团队挑战、艺术与文化体验等五个方面深入挖掘亲子特色项目,以丰富亲子游乐体验;同时,从游乐设施维护体系、交通设施改善、餐饮质量提升等五个方面完善基础服务设施,以提高游客的整体满意度。本研究通过情感得分均值量化满意度,为主题乐园精准识别服务短板、制定体验提升策略提供了数据驱动的决策参考,助力其在体验经济时代构建可持续竞争优势。

关键词: 游客满意度; 文本情感分析; LDA 主题模型; IPA 模型; 淮安西游乐园

Abstract

With the advent of the experience economy, tourist satisfaction has become an important expression of the core competitiveness of theme parks, and tourists' expectations and requirements for tourist destinations have also increased. As a modern amusement park with the theme of western travel notes culture, Huainan west amusement park, The improvement of its satisfaction is directly related to the operational efficiency and market competitiveness of the scenic spot, and can enhance the loyalty of tourists, bring a steady and stable source of visitors and economic benefits to the shrine, thereby promoting its long-term steady development. Visitors' satisfaction with each theme was measured through an average of emotional scores (e.g. subjective evaluations of "satisfied / dissatisfied"). The in-depth study of the Huainan west amusement park tourist satisfaction promotion strategy and practice, can maintain competitive advantage in the experience economy era, to achieve sustainable development to provide useful reference and reference.

Based on the online text analysis method of Huainan tourist satisfaction study of the West Amusement Park. First of all, using Python language from Ctrip, Volkswagen Dianping and Meituan platform successfully captured 10251 online text of Huainan West Amusement Park. After a pre-processing process, 7,371 valid comments were filtered out. Then, we use the high-frequency words to identify the hot spots of different aspects of Huainan Amusement Park, and use social semantic network analysis to explore the internal relationship between the key words. Then using the LDA topic model, and combining the consistency and confusion curves, The optimal number of topics for online text was determined and six main topics and their characteristic words were refined into six categories: queuing services, basic services, night shows, entertainment experiences, entertainment projects and parent-child entertainment experiences. Online texts were then quantified, with a Python program calculating the average emotional score for each valid online text (-1 to 1 points, representing subjective evaluations ranging from "very dissatisfied" to "very satisfied") and quantifying visitor satisfaction for each topic. Finally, the IPA model is used to analyze the impact of each theme of Huainan West Amusement Park on tourist satisfaction. Night performances, play experience and play projects of these four aspects of high satisfaction, and are in the first quadrant advantage area, but in the third quadrant parent-child amusement experience, the fourth quadrant of the basic service facilities are still insufficient, Huainan west amusement park tourist satisfaction is below the average.

Through the analysis of the IPA model of Huainan West Amusement Park, it is found that there are the following problems in the tourist satisfaction: First, the parent-child amusement experience in the disadvantaged areas needs to be improved, and second, the basic service facilities in the improved areas are insufficient. Specifically, there is a lack of adequate

parent-child specialities in the playground experience, which fails to adequately meet the needs of family visitors; In terms of basic service facilities, the maintenance of rides, transportation facilities, the quality of catering, the rest and hygiene environment, and the intelligent level of the park all need to be improved. In response to these issues, this paper recommends deepening parent-child special projects in five aspects, including the integration of education and science education, parent-child competition and team challenges, and art and cultural experiences, to enrich parent-child pleasure experiences. At the same time, the basic service facilities are improved in five aspects, including the maintenance system of rides, improvement of transportation facilities, and improvement of the quality of catering, to enhance the overall satisfaction of tourists. This study quantifies satisfaction through the mean emotional score, providing a data-driven decision reference for theme parks to accurately identify service weaknesses and formulate experience improvement strategies, helping them build sustainable competitive advantage in the era of the experience economy.

Keywords : Tourist satisfaction; text sentiment analysis; LDA theme model; IPA model; Huaian West Amusement Park

目 录

摘 要	I
Abstract	II
1 绪论	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究目的及意义.....	1
1.2.1 研究目的.....	1
1.2.2 研究意义.....	2
1.3 国内外研究现状.....	2
1.3.1 国外研究现状.....	2
1.3.2 国内研究现状.....	4
1.3.3 国内外研究现状评述.....	6
1.4 研究内容、方法及技术路线.....	7
1.4.1 研究内容.....	7
1.4.2 研究方法.....	7
1.4.3 技术路线.....	8
1.5 论文创新点.....	8
2 相关概念及理论基础	10
2.1 基本概念界定.....	10
2.1.1 游客满意度.....	10
2.1.2 游客体验.....	10
2.2 相关理论基础.....	11
2.2.1 游客满意度理论.....	11
2.2.2 体验经济理论.....	11
2.2.3 期望差异理论.....	12
2.3 分析方法.....	12
2.3.1 LDA 主题分析法.....	12
2.3.2 IPA 模型分析法.....	13
3 淮安西游乐园在线文本采集	14
3.1 淮安西游乐园景区概况.....	14
3.1.1 服务人员构成.....	15
3.1.2 服务设施.....	15
3.1.3 游乐项目.....	15

3.1.4 价格促销	15
3.2 淮安西游乐园在线文本获取	16
3.3 淮安西游乐园在线文本数据预处理	17
3.3.1 数据清洗	17
3.3.2 文本分词	17
3.3.3 自定义词典	18
3.3.4 停用词处理	19
3.4 淮安西游乐园在线文本高频词处理	19
3.5 淮安西游乐园在线文本语义网络分析	22
3.6 本章小结	23
4 基于在线文本的淮安西游乐园游客满意度分析	24
4.1 LDA 主题模型分析	24
4.1.1 主题数的确定	24
4.1.2 在线文本主题分类	27
4.2 游客满意度文本数据量化	29
4.2.1 情感词典的构建	29
4.2.2 情感值计算	31
4.3 IPA 模型分析	37
4.3.1 IPA 分析	37
4.3.2 结果分析	39
4.4 本章小结	43
5 淮安西游乐园景区游客满意度提升策略	44
5.1 挖掘亲子游乐特色项目	44
5.1.1 教育与科普结合项目	44
5.1.2 亲子竞技与团队挑战项目	44
5.1.3 艺术与文化体验项目	45
5.1.4 特色餐饮与住宿体验	45
5.1.5 互动体验与虚拟现实项目	46
5.2 优化基础服务设施	46
5.2.1 完善游乐设施维护体系	46
5.2.2 完善交通设施	47
5.2.3 提升餐饮质量	47
5.2.4 完善休息与卫生环境设施	48
5.2.5 加强园区智能化设备	48
5.3 本章小结	49

结 论.....	50
致 谢.....	52
参考文献.....	53
攻读硕士学位期间发表的学术论文.....	59

1 绪论

1.1 研究背景

根据最新的旅游业发展趋势分析，我国旅游业正逐步进入全民旅游的新阶段，这标志着旅游产业需持续响应国民不断升级的文化体验诉求，同时也面临着服务供给体系转型升级的双重压力。在消费升级浪潮推动下，旅游消费需求呈现结构性转变，游客体验期待正从传统的景观游览模式向复合型、定制化、沉浸式体验需求迁移，这对旅游服务系统的创新供给能力提出了更高要求。同时，互联网技术的普及和大数据的应用，使得旅游市场更加透明，游客的评价和反馈对旅游目的地的影响越来越大。在当今旅游市场中，主题乐园作为一种独特的旅游形态，以其丰富的文化内涵、独特的游乐设施和优质的服务体验，吸引了大量的游客。淮安西游乐园，作为一座以中国古典名著《西游记》为主题的大型乐园，其游客满意度不仅关系到乐园的声誉和经济效益，还影响着淮安市的旅游形象和整体旅游业的发展。

淮安西游乐园作为融合文化遗产、休闲娱乐与沉浸式体验于一体的复合型文旅目的地，其游客满意度已成为关乎品牌声誉、市场吸引力及可持续发展的核心指标。IPA分析法（Important-Performance Analysis）作为成熟的服务质量诊断工具，通过量化游客对预期重要度与实际体验表现度的匹配程度，可精准定位景区服务体系中的短板环节，为管理者提供数据驱动的改进决策依据，最终实现服务资源的高效配置和游客体验的价值提升。因此，将其应用于淮安西游乐园景区的游客满意度研究，具有很高的可行性和实用性。

淮安西游乐园景区作为一处具有独特文化背景的旅游景区，其游客满意度的研究不仅有助于提升景区自身的竞争力，还能同为同类文旅项目提供了可复制的服务优化范式，更在产业融合层面展现出战略价值。通过揭示游客体验需求与服务供给的耦合机制，该研究为旅游产业链延伸与相关产业协同创新提供了理论支撑，有助于构建“旅游+”的产业升级路径，最终助力区域经济的多元化发展。

1.2 研究目的及意义

1.2.1 研究目的

通过IPA模型分析，对淮安西游乐园从多维度进行评估，获得游客对淮安西游乐园的满意度。并深入分析情感得分均值量化满意度，识别出淮安西游乐园景区存在的问题，提出针对性建议，从而提升淮安西游乐园游客满意度。

1.2.2 研究意义

（1）理论意义

本研究扎根于淮安西游乐园的实证场域，创新性融合 LDA 主题建模技术与 IPA 分析模型，构建起“文本挖掘-主题识别-满意度测评”的链式研究范式。该方法论突破有效拓展了传统游客满意度研究的解释边界，不仅为文旅融合背景下的满意度研究提供了范式创新，更在方法论层面构建起具有跨场景迁移能力的理论分析框架，形成了从个案实践到理论升华的完整创新链路。

（2）实践意义

运用 IPA 矩阵分析模型，可精准诊断淮安西游乐园在服务供给体系中存在“期望-感知”差距，为管理决策层提供基于证据的优化方案。游客满意度作为体验经济时代的核心竞争维度，其提升不仅直接关联游客忠诚度的培育，更能通过口碑传播形成品牌溢价效应。通过 IPA 分析揭示的体验痛点与改进方向，可指导景区实施精准服务升级，这种需求侧驱动的供给侧改革，既能增强游客获得感，又能构建可持续发展的文旅生态，最终实现社会效益与经济效益的良性循环。

1.3 国内外研究现状

1.3.1 国外研究现状

（1）对游客满意度内涵的研究

国外关于游客满意度的研究已经相当深入和广泛，涉及到多个维度和方法。游客满意度通常被视为游客对旅游体验的整体评价，这种评价涉及旅游目的地的各个方面，如景点、服务、设施等。

游客满意度的概念最早由 Pizam（1978）提出，他强调游客满意度是一种基于期望与实际体验对比的心理感受^[1]。Chon（1989）进一步呼应了 Pizam 的观点，认为游客满意度源于期望与感知的比较，并强调游客在旅游过程中会持续进行对照，最终形成满意度评价^[2]。在维度拓展上，Baker 等人（2000）引入情感反应维度，在定义游客满意度时，强调了情感反应的维度，认为游客满意度是游客在接受旅游服务过程中形成的感知和体验，这些感知和体验最终转化为一种情绪状态^[3]。Oliver（2014）则从产品和服务满足需求的角度对游客满意度进行了界定^[4]。Mwageni（2024）发现服务效率感知在满意度评价中权重提升^[5]。Tengan 等（2023）研究表明生态教育价值、基础设施可达性等情境化要素构成满意度核心维度，验证了自然类景区满意度的特殊评价框架^[6]。Raksmeay 等（2024）基于泰国样本的 VR 旅游实验发现，技术沉浸感通过刺激-机体-响应链式机制显著影响满意度，验证了技术中介变量的独立解释力，该研究将技术接受模型纳入满意度框架，揭示了数字时代的新评价维度^[7]。Marino 等（2024）对伊斯特里亚海岸的研

究表明,可持续实践感知成为满意度评价新要素,与传统服务质量共同构成双维驱动模型^[8]。

(2) 对游客满意度影响因素的研究

游客满意度影响因素研究呈现多维度、多层次的深化特征,形成了包含资源属性、设施配置、体验过程、认知机制的理论框架。Sharafuddin 等(2024)将营销理论与创新扩散理论结合,丰富了满意度前因变量体系^[9]。Sun(2020)融合情感分析与 LDA 主题模型,实现了对生态旅游满意度因子的量化解构,为隐性影响因素的识别提供了技术路径^[10]。认知机制研究领域,Chen 等(2021)通过心理传导路径分析,证实目的地形象感知通过价值认同可提升满意度 32%-47%,凸显了情感认同对满意度的放大效应^[11]。

Ur 等(2023)研究发现价格合理性通过体验质量间接影响满意度^[12]。A.M.M.O & Assumpció(2023)证实 AI 互动通过信息即时性显著提升满意度,揭示技术要素在预体验阶段的独立贡献^[13]。Juan 等(2023)对埃特纳火山交通系统的情感分析表明,其中负面情感体验对满意度评价具有放大效应^[14]。

(3) 游客满意度评价模型研究

游客满意度评价模型研究呈现方法多元、理论深化与实践创新的发展趋势。不同评价模型通过多维视角揭示了满意度形成机制及其行为影响,形成了丰富的理论成果。IPA 方法作为一种有效的评估工具,被广泛应用于旅游服务质量的评估中。Martilla 和 James(1977)提出了 IPA 方法,其核心在于通过重要性和表现程度两个维度来评估和衡量一个产品或服务的质量^[15]。在旅游领域,Nam S 和 Lee CH 采用文本分析方法对航空服务进行了 IPA 分析,通过分析大量关于航空服务的文本数据,识别服务中的优势和不足^[16]。Bynum BB 和 Evan J 利用 IPA 差距分数来预测旅游意愿,为旅游市场的细分和定位提供了依据^[17]。Azadeh K 和 Bynum B 应用了四种互补的 IPA 技术来系统了解居民和游客对文化遗产地不同方面的期望和实际感受,从而识别出服务质量提升的关键领域^[18]。

此外,IPA(重要性-绩效分析)模型作为多属性决策工具,在旅游及相关领域展现出广泛的应用适配性。在交通服务领域,Loan 等(2023)认为服务质量通过满意度中介影响忠诚度,并运用 SmartPLS-SEM 模型证实其中响应效率与移情性服务是关键前因变量^[19]。目的地管理研究中,Hasrina M 等(2020)通过 IPA 模型诊断旅游目的地竞争力,揭示文化原真性与服务效率是提升竞争力的关键要素^[20]。在满意度研究中,Bogale D 等(2021)运用 IPA 方法解构游客满意度决定因子,发现餐饮质量与导游服务是影响东非旅游体验的核心要素^[21]。活动偏好分析方面,Mimbs PB 团队(2022)借助 IPA 模型解析水上娱乐活动偏好,发现安全设施与项目创新性是决定选择行为关键绩效指标^[22]。策略开发领域,Jun YY 等(2018)运用 IPA 制定停留式旅游促进策略,指出特色体验活动与本地化服务是提升停留意愿的关键^[23]。社会包容性研究层面,Seungmin N 等(2023)通过 IPA 评估无障碍旅游目的地认知,发现信息可达性与设施适配性是残障游客最关注

的绩效维度^[24]。产业经济领域，KIMM 与 KIMCH（2024）运用 IPA 模型诊断 IT 融合产业出口竞争力，指出技术创新速度与服务质量是核心改进方向^[25]。在邮轮旅游研究中，II TK 等（2025）借助 IPA 解析邮轮游客选择决策，发现航线多样性与船上服务是影响决策的首要因素^[26]。这些研究共同验证了 IPA 模型在属性优先级诊断、绩效差距识别及策略优化中的方法论价值。

在模糊评价领域，Guelein（2012）创新性地运用模糊综合评价法，有效处理了满意度评价中的不确定性问题，为识别关键影响因素提供了量化工具^[27]。结构方程模型（SEM）的应用进一步拓展了研究深度，Chand 和 Ashish（2014）通过构建游客感知服务-满意度影响框架，揭示了满意度与忠诚度、重游意愿间的正向关联机制，验证了“满意度-行为意向”的理论路径^[28]。

ACSI 模型的应用为满意度研究提供了系统性分析框架。ALIS 和 KAURR（2018）基于 ACSI 模型，不仅识别出顾客期望、感知质量、感知价值等核心决定因子，更建立了“期望-感知-满意度-忠诚度”的完整作用链，凸显了价值感知对满意度转化的中介效应^[29]。Jimber D 等（2020）在 ACSI 基础上提出的感知-忠诚度模型，进一步证实了旅游资源价值感知对满意度的正向影响，以及满意度对目的地忠诚度的传导作用，同时指出期望差异模型在满意度研究领域仍占据基础地位^[30]。

1.3.2 国内研究现状

（1）对游客满意度内涵的研究

近年来，随着旅游业的快速发展，游客满意度研究在国内逐渐受到重视，并取得了一系列显著成果。李瑛（2008）从心理学角度出发，认为游客满意度是一个相对主观的概念，源于游客对目的地的期望与实际感知相比较后所产生的心理反应^[31]。万绪才（2004）则深入剖析了游客满意度的多维内涵，强调了其复杂性和多样性^[32]。董观志（2015）细化了满意度的影响因素，指出游客满意度主要关注的是游客在游玩活动中对旅游目的地的基础设施等因素相关质量感受与游客期望之间存在的差异^[33]。黄大勇（2015）也强调了游客自身的期望和感知相比较的结果在游客满意度中的重要性^[34]。汪侠（2010）将满意度界定为包含期望评价、体验结果和旅游印象的三维心理过程，构建动态评价模型^[35]。

理论深化方面，王芳（2018）指出满意度兼具认知判断与情绪反应双重属性，是目的地发展水平的核心评价指标^[36]。董楠（2019）拓展研究视角，认为满意度不仅是旅游体验质量的反映，更是评估目的地经济社会效益的综合性指标，直接影响资源配置效率与服务优化方向^[37]。在领域拓展上，孙宝生（2022）将满意度研究引入生态旅游领域，强调其对旅游地可持续发展、管理决策及政策制定的三重价值^[38]。这些研究共同构建了包含心理学基础、多维解构、动态过程、双重属性、综合评估及领域拓展的满意度研究体系，形成了从理论建构到实践应用的完整框架。

（2）对游客满意度影响因素的研究

国内游客满意度研究涉及多个应用领域，包括城市公园、民宿、历史文化街区、森林公园等。王琦对城市公园游客满意度的研究进行了分类和归纳，探讨了研究方法、满意度影响因素以及不同年龄段人群满意度差异等方面^[39]。刘佳雨（2020）指出，民宿同质化现象导致满意度下降，而地域文化融入与个性化服务成为关键提升路径^[40]。崔凯鑫（2021）对八廓街的研究表明，历史氛围原真性、商业开发适度性、解说系统有效性是影响满意度的三大支柱^[41]。白颜丰（2022）运用 IPA 模型发现，徐州森林公园的自然景观完整性与配套设施安全性是满意度提升的核心要素^[42]。顾杰利用 SPSS 软件和 IPA 分析法研究顾村公园游客满意度，将指标因素基于重要性和满意度均值分布在四个象限^[43]。黄程（2022）构建的大熊猫国家公园效益评价体系，将生态价值感知、科普教育功能、社区参与程度纳入满意度评估框架^[44]。绪鑫钰（2023）对林芝民宿的实证分析显示，卫生条件、主人互动质量、民俗体验活动对满意度贡献率最高^[45]。仙鹏（2022）基于马斯洛需求理论，揭示生理需求（设施舒适度）、社交需求（主客互动）、自我实现需求（文化认同感）的层次化影响机制^[46]。吴水田以广州市农讲所纪念馆为案例，探讨了红色资源数字化开发感知价值与游客满意度之间的关系^[47]。

吴娜（2021）研究发现游憩环境作为首要前因变量，通过环境获得感与服务水平双重路径提升满意度，其中空气质量、景观美学等感官维度对体验效果影响显著^[48]。范玉强等（2021）通过实证分析发现，敬畏情绪作为高唤醒度的积极情感，能显著提升满意度评价，为目的地体验设计提供了情感营销新视角^[49]。许鹏（2022）基于品牌信任理论揭示，旅游产品的品牌承诺通过增强沉浸体验提升满意度，其中品牌声誉、服务可靠性是关键承诺维度^[50]。黄杰等（2022）基于注意恢复理论，运用 Mehrabian-Russell 模型证实，环境的迷人性与兼容性通过恢复性感知中介作用正向影响满意度，拓展了环境要素的心理影响机制^[51]。顾雅青和崔凤军（2022）在传统 ACSI 模型中引入认知变量，构建“认知-感知-忠诚度”链式模型，发现文化遗产认知通过影响感知价值直接提升满意度，揭示了知识资本在满意度形成中的调节作用^[52]。这些研究共同表明，游客满意度是资源属性、服务质量、体验设计、文化认同等多因素交互作用的结果，其影响因素具有场景特异性，需通过精细化分析与针对性优化实现提升。

（3）游客满意度评价模型研究

在研究方法上，杨博雷（2018）提出基于网络文本的国家公园满意度评价框架，通过语义分析与情感计算，实现了非结构化文本向满意度指标的转化^[53]。赵文博则通过 python 程序爬取在线评论文本数据，完成语料库的文本预处理工作，为后续的游客满意度分析提供了数据支持^[54]。邓金波（2020）基于 IPA 法构建需求-满意度矩阵，通过象限分析识别关键改进要素，为旅游资源开发提供了精准指导^[55]。赵玲玲、戴蔚、俞霞^[55]等学者都运用了 IPA 分析法对不同类型的旅游目的地或旅游服务进行了游客满意度的深

入分析和评价^[56]。殷章馨和罗文斌（2018）构建 SEM 模型揭示了感知质量与满意度、忠诚度的正向交互关系，指出提升感知质量是优化满意度的关键路径^[57]。刘志成和钱怡伶（2019）对武陵源生态旅游区的 SEM 分析发现，旅游资源感知对游后满意度的解释力最强，验证了资源本体价值在满意度评价中的基础性作用^[58]。马慧强等（2021）针对平遥古城的案例研究，运用 SEM 模型拟合与 IPA 分析法，实现了指标重要性与满意度的双维度测度^[59]。

此外，还有学者采用了模糊综合评价法、KANO 模型、因子分析法等其他方法对游客满意度进行研究。如杨晓星利用模糊综合评价法对世界遗产地游客满意度进行调查^[60]，王智弘对城市公园微度假供给质量的重要性和满意度进行深入分析^[61]，画至焜利用 KANO 模型对河南省沉浸式研学旅游进行满意度研究等^[62]。龚剑、郭豫蕾和杨远瑶（2023）针对成都大熊猫繁育研究基地的实证研究，运用 SMARTPLS 软件构建 SEM 模型，通过假设验证揭示了游客感知与满意度的多维影响路径^[63]。

1.3.3 国内外研究现状评述

当前游客满意度研究已构建起包含概念深化、维度拓展、机制解析的三维理论框架。国际研究经历了从期望-感知对比范式向多维情感反应模型的认识转变。国内研究在引入国际理论框架并进行本土化改造的同时，也创新性地拓展了理论边界，将满意度研究融入目的地综合效益评估，形成了包含体验质量、资源配置、社会效益的分析闭环。研究内容超越了资源属性和设施配置等传统变量，建立了涵盖技术要素、情感机制、认知调节的多层次影响因素体系。IPA 模型作为关键分析工具，在服务质量诊断中发挥着重要作用，广泛应用于交通、遗产地、邮轮等多个领域。

尽管国内外在游客满意度研究领域取得了丰硕成果，但仍存在一些不足之处。第一，数据来源的局限性，大多数研究依赖于问卷调查等传统数据收集方式，这种方式可能受到样本量、调查时间、调查对象等因素的限制，导致研究结果存在一定的偏差。第二，对特定群体的关注度不足，如亲子游客、老年游客等特定群体的满意度研究较少，这些群体的需求和期望可能与普通游客存在差异。

针对上述不足之处，本文进行了以下补充和完善。第一，多源在线文本数据的综合运用，本文创新性地利用了携程、大众点评网及美团平台上的多源在线文本评论数据，为游客满意度的全面分析提供了丰富的素材，弥补了以往数据来源的不足。第二，对亲子游客满意度的特别关注，本文特别关注了亲子游客这一特定群体的满意度，通过文本分析和实地考察，深入挖掘了淮安西游乐园在亲子游乐体验方面存在的问题和不足，并提出了针对性的改进建议，增强了研究的针对性和实用性。

1.4 研究内容、方法及技术路线

1.4.1 研究内容

第一章首先系统阐述文旅融合背景下景区服务质量研究的现实动因，从理论创新与实践需求双重视角阐明研究价值。通过系统梳理游客满意度测评领域的主流方法论体系，确立研究路径，整理研究框架。

第二章精准界定游客满意度、游客体验等核心概念的内涵与外延，系统梳理体验经济理论、期望差异理论等经典范式，阐释 LDA 模型和 IPA 分析法的核心界定，为后续实证研究奠定扎实的理论支撑。

第三章首先介绍淮安西游乐园的景区概况。其次运用网络爬虫技术采集在线文本，经数据清洗与标准化处理后，提高数据的科学性。然后展开高频词分析，发现在线文本基本特征，最后采用社会语义网络分析技术，可视化呈现高频词关联网络，揭示游客体验关注点的多维结构。

第四章创新融合 LDA 主题建模与情感分析技术，构建“主题提取-情感量化-影响评估”的分析链路。首先通过主题模型挖掘体验维度，其次将非结构化文本转化为情感强度值，最后运用 IPA 矩阵映射技术，精准解构各体验要素对整体满意度的驱动效应。

第五章根据前文的研究结论，总结影响游客满意度的原因，根据 IPA 模型分析的问题，针对性提出建议加以改进。

1.4.2 研究方法

(1) 文献研究法

通过利用知网、超星、维普和万方等电子数据库，以游客满意度为关键词索引相关研究文献，同时查阅新闻、期刊和书籍，全面了解该领域的研究方向和重点。此外，还需大量查阅关于淮安西游乐园及类似乐园的文献，以掌握基础理论，理清研究脉络，总结现阶段的研究成果与不足，从而为本人的理论支持和突破点打下基础。

(2) 实地调研法

通过实地考察淮安西游乐园，了解服务人员构成、设施、游乐项目及价格促销，建立游客满意度测评体系，识别主要影响因素，实地调研法有效保证论文的科学合理性。

(3) 定性与定量结合分析法

定性与定量结合分析法是一种综合了定性和定量两种研究方法的策略，旨在更全面地理解和分析问题。这种方法的核心在于通过定性的方法提供深入的背景、情境和主观理解，同时通过定量的方法提供精确的数据和统计分析，以支持或反驳定性发现。定性分析法是侧重于非数值化信息，如文字描述、图像、声音等，用于探索、理解和解释现象、观点或行为，定性分析法提供深入的背景和理解，但可能缺乏客观性和普遍性。定

量分析法则使用数值化数据，通过统计和数学方法来分析、比较和预测现象或行为，定量分析法提供精确的数据支持，但可能过于简化或忽略复杂情境。因此本文利用定性与定量结合分析法来分析淮安西游乐园的游客满意度，本文使用定性方法 LDA 分析来初步了解研究主题，识别关键变量和因素。接着使用 IPA 模型对数据进行处理和分析。通过综合使用这两种方法，可以更好地理解淮安西游乐园存在的复杂现象和问题，以便为决策提供有力支持。

1.4.3 技术路线



图 1-1 技术路线图

1.5 论文创新点

本研究在在线文本挖掘与理论框架融合、结合理论提出优化策略以及多维度多层次的游客满意度分析等方面展现了其创新性。

(1) 在线文本挖掘与双理论框架融合的分析模型

本文创新性地构建了在线文本挖掘与双理论框架（体验经济与期望差异理论）融合的分析模型。通过语义网络分析、LDA 主题建模与情感词典量化技术，实现了游客体验需求的多维度动态挖掘。

(2) 结合体验经济与期望差异理论提出优化策略

本文不仅停留在游客满意度的量化分析上,还进一步结合体验经济与期望差异理论,提出了基于西游 IP 的亲子沉浸式体验优化策略。

(3) 多维度、多层次的游客满意度分析

本文采用 LDA 主题模型将游客评论划分为六个主要主题,并结合 IPA 模型对这些主题的重要性和满意度进行了深入分析,揭示了西游乐园各主题对游客满意度的影响。

2 相关概念及理论基础

2.1 基本概念界定

2.1.1 游客满意度

在游客满意度的概念界定上,不同学者提出了各自独到的见解,Nam J 学者在研究旅游服务质量管理时,创造性地提出了整体满意度和短期满意度的划分理论^[64]。Swan J E 等学者(2008)则运用社会交换理论,将满意度解构为服务交易中资源交换的价值感知函数,强调投入成本与获得效用的动态平衡关系^[65]。

国内学者董观志(2015)通过扎根理论研究,细化了满意度的影响因子体系,指出其核心矛盾在于服务质量感知与游客期望阈值的匹配程度^[33]。李瑛(2008)基于认知心理学范式,将满意度定义为期望-感知错位心理反应函数,揭示了主观体验在满意度形成中的决定性作用^[31]。万绪才(2004)运用多维标度法,解构了满意度评价的多层次指标体系,涵盖景观质量、服务效能、环境氛围等关键维度^[32]。黄大勇(2015)在期望失验理论框架下,构建了“期望-感知-评价”的链式反应模型,强调需求满足程度对满意度等级的量化映射关系^[34]。

本研究在继承上述理论精髓的基础上,将游客满意度界定为:旅游者在消费过程中,基于服务接触链产生的多维感知,与行前预期进行认知比较后,形成的综合心理评价状态。这种评价状态呈现满意、基本满意、不满意等梯度分布,本质上是旅游服务质量感知与期望阈值动态博弈的结果。其内涵维度涵盖服务接触质量、环境沉浸体验、文化认同价值、情感共鸣强度等多维构面,既包含对硬件设施的功能性评判,也涉及对软性服务的情感性评估,形成了“理性认知-情感反应”的双轨评价结构。

2.1.2 游客体验

Kastenholz 认为旅游体验是由多个关键要素互动影响、共同塑造的复杂动态体验。旅游者作为体验的主体,其背景、期望、偏好、情感状态等都会对体验质量产生直接影响。他们通过感知、理解并参与到旅游目的地的一切活动中,形成独特的心理感受和情感联结^[66]。在旅游体验研究领域,Erik Cohen(1979)创新性地构建了三维坐标系理论模型,以游客在整体世界观中的空间定位、与感知核心的关联强度、以及该核心与社会结构的耦合程度为分析维度,将旅游体验细分为五种模态类型,为体验研究提供了拓扑学分析框架^[67]。谢辉基与杨振之(2016)则基于现象学哲学,构建了旅游体验的认知三元组模型,揭示出“意向行为-意向内容-意向对象”的螺旋式互动机制,强调旅游体验的本质是意识活动与外部世界的双向建构过程,而非单向的行为响应^[68]。

本研究认为，旅游体验是旅游者在完整行程链中，通过多感官参与形成的全息式感知记忆。游客体验不仅仅是对某一特定活动或服务的评价，而是一个综合的、动态的过程，涵盖了从计划旅行到返回后的整个旅程。旅游体验的本质是旅游者通过身体-情感-认知的复合界面，与旅游环境进行的能量交换和信息重构，最终形成具有个人意义的情境化知识。

2.2 相关理论基础

2.2.1 游客满意度理论

游客满意度理论作为服务质量管理领域的重要分支，聚焦于解构旅游者在消费过程中形成的复合性心理评价系统。该理论体系突破了传统顾客满意度研究的普适性框架，实现了顾客满意度理论在旅游服务领域的情境化重构。1978年，Pizam在其开创性研究中，首次将满意度概念引入旅游行为研究范畴，构建了包含“期望生成-服务接触-感知评价”的三阶理论模型，明确指出满意度是旅游者基于服务体验与预期基准的认知比较产生的情感响应^[1]。到了1989年，Chon进一步呼应了Pizam的观点，也认为游客满意度源于期望与感知的比较，强调了游客会在旅游过程中持续进行对照并最终形成满意度评价^[2]。

Baker等人在2000年的研究著作中，对游客满意度的定义强调了情感反应的维度，他们认为游客满意度是指游客在接受旅游服务过程中形成的感知和体验，这些感知和体验最终转化为一种情绪状态。他们提出，这种情绪状态不仅基于服务的质量，还涉及到游客的个人期望、需求以及消费经历等诸多因素，是一种深层次、综合性的心理反应^[3]。而在2014年，Oliver则从产品和服务满足需求的角度对游客满意度进行了界定，这种满足感源自于游客对旅游经历的总体感知与期望之间的对比关系^[4]。运用游客满意度理论，本文能够更有效地采用情感分析技术来量化西游乐园在线评论中的情感倾向，并依据这些量化得分来评估西游乐园的游客满意度。

2.2.2 体验经济理论

作为20世纪末诞生的前沿经济学范式，体验经济理论颠覆了传统价值创造逻辑，揭示出消费行为的体验转向趋势。该理论由Pine和Gilmore（1999）在里程碑式著作《体验经济》中首次系统阐释，构建了“商品-服务-体验”的价值演进模型，研究者们深刻指出，当代经济形态正经历着从产品功能交付向体验价值共创的范式转型，企业竞争领域已从有形产品延伸至记忆塑造维度^[69]。

体验经济的核心思想是消费者在购买产品或服务时，越来越重视所获得的体验，而不仅仅是产品本身的功能或价格。体验经济的五大要素分别是体验的价值、体验的设计、个性化、参与感以及情感连接。借助体验经济理论，本文得以深入剖析游客在西游乐园

游玩过程中的个性化需求展现、对游客参与度和感受的关注，以及情感分析与体验价值量化等方面的内容。

2.2.3 期望差异理论

期望差异理论作为服务营销领域的基础性理论框架，由 Oliver（1980）在零售服务研究中首创，构建了消费体验满意度形成的解释性模型。其核心逻辑在于揭示认知预期与实际体验的动态博弈过程：消费者在消费前会通过信息整合形成服务质量基准线，这种预期图式包含先验经验、营销承诺、社会评价等多源输入变量。在体验过程中，消费者实时进行“期望-感知”的镜像对照，形成三种认知状态：当体验绩效与预期图式匹配时，产生认知一致性；若体验低于基准线，则触发期望未达成的心理落差；若体验超越预期，则激活期望超越的情绪溢价^[4]。

期望差异理论认为顾客的满意度是期望与实际体验之间差异的直接结果。满意度的高低会影响顾客的重购意愿、品牌忠诚度和口碑传播。本文通过期望差异理论可以比较出游客对于来西游乐园之前的期望与游玩以后的实际感受之间的差距，有利于探讨游客在游玩后对于淮安西游乐园的满意度水平。

2.3 分析方法

2.3.1 LDA 主题分析法

潜在狄利克雷分配模型（Latent Dirichlet Allocation, LDA）作为 21 世纪初诞生的概率主题建模范式，由 Blei 等学者（2003）在机器学习领域提出，构建了文档集合的生成式主题发现框架^[70]。该模型在概率潜在语义分析（PLSA）基础上引入贝叶斯先验分布，形成了包含词汇层、主题层和文档层的三层概率图结构。其核心思想在于，通过概率生成过程解构文档集合的潜在语义结构：每篇文档被建模为主题概率分布的混合体，而每个主题则表现为词汇表中特定词项的生成概率模式。模型的核心计算任务在于双重概率推断，第一是文档-主题关联矩阵的构建，量化文档层与主题层的概率关联强度，其概率值反映文档对特定主题的语义承载程度；第二是主题-词汇共现模式的挖掘，揭示词汇在主题空间中的分布特征，概率权重表征词项与主题的语义绑定强度。假设 d 代表文档， w 代表文档中的词语， t 代表主题，该生成过程遵循概率链式法则，词语在文档中的出现概率 P 可分解为条件概率的乘积：

$$P(w|d)=P(w|t) \times P(t|d) \quad \text{公式 (2-1)}$$

其中，观测概率 $P(w|d)$ 对应词项在文档中的频数统计，隐变量 $P(w|t)$ 表示词项在主题中的生成概率， $P(t|d)$ 反映主题在文档中的出现概率。模型通过迭代优化这些概率分布，最终生成如图 2-1 所示的概率图模型。

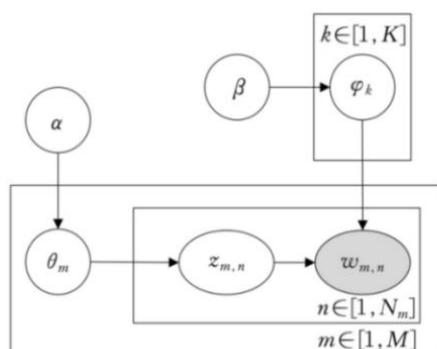


图 2-1 LDA 概率图模

2.3.2 IPA 模型分析法

重要性-绩效二维评价模型（Importance-Performance Analysis, IPA）由 Martilla 和 James（1977）在服务质量研究领域首创，构建了基于双维坐标系的属性分类矩阵^[71]。这种方法的核心在于通过两个维度来评估和衡量一个产品或服务的质量：一是各个指标的表现程度，即实际测量到的结果或性能水平；二是这些指标的重要程度，即对于用户或消费者来说，这些指标相对于其他指标的相对重要性。这种方法特别适用于旅游业中的游客满意度分析，帮助企业 and 机构识别并优先改进那些对游客体验最为关键且目前表现不佳的领域。该方法通过将顾客对服务或产品的各个属性的重要性与实际表现进行比较，帮助企业识别出需要改进的关键领域。

该图形以重要性和满意度为轴，分为四个区域，每个区域代表了不同的服务和产品特性及游客体验。其中，第一象限为优势保持区需要持续提升，第二象限是供给过度区，不必过度投入，第三象限为缓慢改进区需寻找拓展机会，第四象限重点改革区则需要重点优化。IPA 象限图因其直观形象，因此被广泛用于景区营销、旅游产品开发等领域的游客满意度研究。IPA 象限图如下图 2-2 所示。



图 2-2 IPA 象限图

3 淮安西游乐园在线文本采集

3.1 淮安西游乐园景区概况

作为全国首个以西游文化为核心的沉浸式主题体验园区，淮安西游乐园坐落于江苏省淮安市，项目累计投资达 22 亿元人民币，规划用地面积 560 亩，构筑起 6.6 万平方米的奇幻空间。据新华网发布的文旅产业监测数据显示，该园区在 2024 年暑期运营期间（7-8 月）实现游客接待量 70 万人次，创造营收突破亿元大关，较上一年同期分别实现 7.87% 和 10.39% 的增长幅度。国庆黄金周期间，园区更迎来 14.8 万客流高峰，其中市域外游客占比近七成，同比增幅达 21 个百分点，在淮安市重点景区人气排行榜中位列第四。

淮安西游乐园以《西游记》文化为核心，构建了九个主题区域，其设计构思巧妙呼应原著中的四大部洲、取经师徒及作者吴承恩的文学印记。这种文化分区策略既展现了作品的深厚底蕴，又通过现代科技手段实现了传统 IP 的沉浸式转化。乐园深度融合神话叙事与现代娱乐，打造出 42 项主题游乐设施及 46 场沉浸式演艺，其中花车巡游、闭园灯光秀等动态演绎将西游故事立体化呈现。在场景还原上，项目团队运用数字投影、全息成像等前沿技术，在三维空间重构了花果山瀑布飞泻、高老庄炊烟袅袅、雷音寺佛光普照等经典场景，配合环境特效系统，使游客获得“穿越西游世界”的感官体验。这种将文学 IP 转化为可感知、可互动、可传播的现代主题乐园形态，开创了传统文化创新性表达的典范。

自 2021 年 7 月 10 日运营以来，该乐园凭借精准的文化定位、专业的运营管理和持续的服务创新，不仅收获了游客的高满意度评价，更在主题公园领域斩获多项权威奖项。行业认证与市场口碑的双重肯定，不仅验证了其“科技赋能文化”运营模式的成功，也使西游乐园成为展示中国传统文化魅力的现象级文旅地标，持续吸引全球游客探索体验。淮安西游乐园总览图见图 3-1。



图 3-1 淮安西游乐园总览图

3.1.1 服务人员构成

淮安西游乐园的服务人员主要包括演艺人员、活动策划与执行人员、保洁与安保人员、客服与售票人员以及志愿者五大类构成。

其中演艺人员主要负责迎宾秀、花车巡游、氛围演出等；活动策划与执行人员负责西游乐园内的各类活动的策划并执行；保洁人员与安保人员分别确保园区环境整洁和维护乐园的秩序与安全；客服与售票人员负责在游客中心、售票处等位置为游客提供咨询、购票、换票等服务；志愿者负责引导游客、宣传园区项目、维护秩序等服务。

3.1.2 服务设施

淮安西游乐园的服务设施组成部分包括游客服务中心、卫生与清洁设施、安全保障设施、导览与指引设施、休闲与娱乐设施、无障碍设施、智能服务设施等构成。

其中游客服务中心主要提供游客咨询票务服务、行李寄存、失物招领、医疗急救等服务；卫生与清洁设施分布园区的各个区域，提供充足的卫生设施和清洁用品；安全保障设施中安保团队负责巡逻、监控及应对突发事件，设立医疗急救站；导览与指引设施提供园区地图和导览手册，设置清晰的指示牌和标识；休闲与娱乐设施设多个休息区及餐饮选择，并设有纪念品商店；无障碍设施提供轮椅租赁，同时设置无障碍通道；智能服务设施覆盖智慧旅游平台，通过官方网站、微信小程序等提供园区智能服务。

3.1.3 游乐项目

乐园内部分主要的游乐项目分别是三打白骨精、火焰山大滚筒、智取芭蕉扇、菩提树、火焰山的怒火、天马行空、猴王巡山过山车、金鲤跃龙门、勇闯盘丝洞、真假美猴王等。

其中三打白骨精通过超感官飞翔车的方式感受飞翔和失重的体验；火焰山大滚筒模拟八百里火焰山的场景给游客带来刺激和挑战；智取芭蕉扇以4D影院的形式展现，情景再现了孙悟空与牛魔王打斗的故事；菩提树在高处俯瞰整个乐园，体验与众不同的观景乐趣；火焰山的怒火该项目由两根长杆作轴，长椅在空中不停地变换角度来回旋转；天马行空以“天马”为特色，让游客体验旋转的感受；猴王巡山过山车乘坐过山车在花果山中体验爬升、速降、急转弯等刺激感受；金鲤跃龙门随着海盗船跳跃，让游客体验鲤鱼跃龙门的快感；勇闯盘丝洞游客乘坐动感骑行在黑暗中，深入盘丝洞；真假美猴王以跳楼机为形式的项目，让游客在急速下降中体验紧张氛围。

3.1.4 价格促销

淮安西游乐园为吸引游客前来游玩，其园区的门票价格促销可能会随季节、节假日和特殊活动而有所变化。

门票价格中成人票 在常规时期，成人票的价格通常为 199 元；学生票的价格相对优惠，一般为 135；老年票/儿童票针对老年和儿童游客，通常会有优惠，价格一般为 155。

优惠活动主要包括以下几项，暑期特惠如单人夜场票 129 元，双人全天票 368 元等；提前购票优惠如提前一天或更久通过官方渠道购票可以享受更优惠的价格；节假日促销如在国庆、春节等重大节假日，乐园可能推出特价票或家庭套票；团体票如对于团体游客，通常提供团体票优惠；会员优惠如推出会员制度，会员可以享受门票折扣、优先入园等特权；线上购票优惠如通过官方网站或合作平台购票，可能会有额外的折扣或优惠。

3.2 淮安西游乐园在线文本获取

网络在线文本作为游客对旅游体验的真实反馈，承载着丰富的行为数据与情感信息。这类由用户自发生成的文本内容，不仅涵盖景区自然景观、历史人文等核心资源评价，还包含对基础设施、服务质量和消费体验等细节的立体化描述。通过深度挖掘这些分散于互联网平台的用户声音，研究者能够构建游客行为轨迹图谱，揭示其消费决策机制、满意度驱动要素及品牌忠诚度的动态演化规律。

在针对淮安西游乐园的在线文本采集中，前期调研发现部分平台数据密度不足。为确保样本的充分性与代表性，本研究参考 Alexa 网站排名体系，综合平台流量竞争力与内容产出量两大核心指标，最终锁定携程、大众点评和美团三大头部平台作为数据来源。通过部署 Python 网络爬虫系统，累计获取有效评论 10251 条，其中携程平台贡献 3453 条，大众点评采集 2146 条，美团平台获取 4652 条。各个网站的评论信息部分展示在表 3-5 的表格中。

表 3-5 各网站文本评论信息举例

网站	评论信息
携程	以西游为主题，整体娱乐项目还行，室内除了三打白骨精有刺激感，其余室内项目都很温和，室外过山车好玩 带孩子过来玩的非常开心，里面西游记项目多种多样，吃饭的地方也多，晚上还有烟火表演，很充实的一天，性价比很高，下次还会再来，点赞
大众点评	在游乐园里性价比蛮高哒！项目种类多过山车很刺激旋转很多很值得去排队还有许多室内项目特效也很奈斯 家里终于有个以西游记为主题的乐园，随处可见都是熟悉的人物形象、熟悉的名字，建筑风格也充满了童话感，开心呀
美团	玩得很开心，天气热，人少不用排队。猪八戒跳舞很性感。小姐姐们都很漂亮，两个孩子玩得很开心 乐园的入口很好就能找到了，而且方便停车，连公交站也很好的找到，设施很新，也很安全，小孩子玩的很开心！下次游玩夜景

3.3 淮安西游乐园在线文本数据预处理

3.3.1 数据清洗

数据清洗（Data Cleaning）主要是为改善数据质量，确保数据准确性，以便后续的分析工作能够有效顺利进行。

（1）删除无效评论，移除无意义的短评论、过长评论（超过 300 字）及与主题无关的评论。在爬虫获取的西游乐园在线文本中，有的文本与西游乐园没有任何的关系，如用户“OIR991108389”在 2024-07-02 这个时间在美国团上点评“很喜欢这个包包呀，很漂亮。”、用户“朱家，大小姐”在 2024-01-25 于美团上点评“@用户 304452600575: 弟|冇遇见你真好 i 姐每时 i 每刻都想念你...”、用户“zok317893062”在 2023-01-15 于美团上点评“水滴纷纷扬扬，飘飘洒洒，携带者青草的香味在空气中酝酿着...”，需对该类文本进行内容处理以及删除无效内容。

（2）文本去重，通过编程工具或 Excel 去重，仅保留一条有效评论，并整理重复词。将删选出的有效评论进行压缩、剔除出重复出现的词语，比如“人人人人人人人。。。。假期人太多了”可改为“假期人太多了”；“太太太太太好玩了”修改为“太好玩了”。

（3）修改错误词句，修正错别字和错误的词句，在线文本中经常出现错别字，或者错的语法，错误的词语，这些均需修改，比如将“日月州”改为“日月洲”、“几个热门景点都挺推荐的大闹天宫智取芭蕉扇三打白骨精是室内的老少皆宜”此处没有断句，需要修改为“西游乐园几个热门景点都挺推荐的，比如大闹天宫、智取芭蕉扇、三打白骨精，这几个游玩设备在室内，其他几个都是老少皆宜的。”

（4）标准化文字和语言，统一转换繁体字、网络用语为简体字及标准表达。一些游客在网站上进行在线文本评论时会使用英语、网络用语、拼音和繁体字，需要对其修改。比如“Henbc”改为“很不错”、“非常莱斯”改为“非常不错”、“灰常满意”改为“非常满意”、“墙裂推荐大家来玩！”改为“强烈推荐大家来玩！”。还有游客对西游乐园的称呼可能会不一致，比如有游客将“西游乐园”称为“西游记乐园”，在进行数据处理时需要统一景点的名称。

（5）去除非中文字符，清除多余的符号和空白，确保文本整洁。使用正则表达式删除标点与英文字符，并执行去重和去除空值操作。由于爬虫在线文本时，爬取到的在线文本中表情符号是无法显现出来的，可能会出现“????”情况，需要将多余的标点符号以及空格删除掉。

3.3.2 文本分词

在中文自然语言处理流程中，文本切分技术作为数据预处理的核心环节，承担着将连续字符序列解析为语义单元的关键任务。相较于英语等使用显式空格符进行词汇界定

的语言体系，汉语书面文本的词汇边界具有天然的模糊性，这种语言特性使得分词技术在中文文本处理中具有不可替代的战略价值。本研究采用 Jieba 作为分词工具，该系统作为开源中文分词领域的标杆项目，在分词效率与准确度方面表现出色。其提供的三种分词策略——精确模式、全模式和搜索引擎模式，分别对应不同的应用需求。下面将分别介绍这三种模式的分词操作，使用 Jieba 分词库对句子“国内游乐场的性价比之王当之无愧，这次除了就是天气太热之外别的挑不出来毛病。”分词结果举例展现在表 3-6 之中。

表 3-6 Jieba 三种分词模式介绍

分词模式	特点	举例
精确模式	尽量将句子切分成最精确的词语，适合需要精确分词的场景	国内 游乐场 的 性价比 之王 当之无愧 这次 除了 就是 天气 太热 之外 别的 挑 不 出来 毛病
全模式	将句子中所有可能的词语都切分出来，包含所有的词语组合	国内 国内游 游乐 游乐场 的 性价比 之 王 当之无愧 无愧 这次 除了 就是 天气 太 热 之外 别的 挑不出 不出 出来 毛病
搜索引擎模式	在精确模式基础上，对长词进行再次切分，以提高搜索的召回率	国内 游乐 游乐场 的 性价比 之王 无愧 当之无愧 这次 除了 就是 天气 太热 之外 别的 挑 不 出来 毛病

通过三种模式的分词对比可以看出，精确模式的分词相对而言会更适合淮安西游乐园在线文本分析，因此本文的研究文本分词采用精确模式对淮安西游乐园在线文本进行分词处理。

3.3.3 自定义词典

自定义词典（Custom Dictionary）在网络文本数据预处理中，主要用于提升文本处理的准确性和效率，尤其是在进行文本分词、词性标注、情感分析、实体识别等自然语言处理任务。自定义词典根据特定的应用场景或需求，定义一系列特殊词汇、短语或表达，以确保这些元素在文本处理过程中能够被正确地识别和处理。

这一小节主要是在利用 Jieba 分词的精确模式进行分词，由于研究对象的不同，关注点也是不同的。比如在西游乐园的评论中，出现次数较高的“值得去”一词，通过评论的本来意思可以看出，“值得去”表明游客认为西游乐园是值得前往游玩的，对其是比较满意的，并且推荐给大家，但是如果不进行自定义词典干预，这个“值得去”就会被拆成“值”和“得去”这两个无义词，拆分完的两个词明显与评论本身的含义相违背了，“西游乐园”这一特定景点名称词汇被分为了“西游乐”和“园”两个词，“智取芭蕉扇这个项目排队很久”这一句文本评价在利用 Jieba 分词时，“智取芭蕉扇”景区被分为了“智取芭”和“蕉扇”两个词，这样分词明显是违背正确语义的，添加自定义词典便可以解决这类问题，从而使分词更加准确。

3.3.4 停用词处理

停用词处理是文本预处理中的一个重要步骤，它涉及到从文本中移除那些对于自然语言处理任务（如文本分类、情感分析、信息检索等）没有实质性贡献的词语。这些词通常是高频出现但对文本意义理解没有帮助或帮助很小的词，如“的”、“了”、“是”、“在”等。

3.4 淮安西游乐园在线文本高频词处理

这一节主要是关于淮安西游乐园在线文本的高频词处理，处理高频词本文主要是利用 python 中 Collection 包中的 Counter 计数器来统计文本的词频，关于处理在线文本高频词，主要是为了方便判断游客在淮安西游乐园游玩的行程中游客提及的次数最多的语句以及关注的地方，高频词可以看出游客的游玩感受以及满意度感知情况，可以初步了解游客的游玩意向。本文利用 python 得出语料库中 587 个高频词汇，不过高频词汇中也包含了一些比如“就”“一个”“时候”“收起”这类不重要的词语，因此为了提高本研究的科学性和谨慎性，对于 587 个高频词汇进行筛选以及优化，最终保留 138 个频数均出行 100 个以上的高频词汇。本文保留的高频词汇如下表 3-7 所示。

表 3-7 淮安西游乐园在线文本高频词表

序号	高频词	词频	序号	高频词	词频	序号	高频词	词频
1	项目	4002	47	西游	315	93	假期	149
2	排队	2322	48	超级	307	94	精彩	149
3	好玩	1643	49	分钟	304	95	白天	148
4	表演	1418	50	小孩子	295	96	游乐场	147
5	不错	1372	51	朋友	293	97	摆锤	143
6	真的	1314	52	门票	284	98	有意思	143
7	体验	1200	53	热门	275	99	票价	142
8	小时	1075	54	主题乐园	266	100	海盗船	140
9	晚上	1017	55	拍照	266	101	门口	140
10	烟花	975	56	下午	256	102	电影	138
11	推荐	965	57	花车巡游	249	103	哈哈	136
12	评价	945	58	价格	235	104	热情	136
13	游乐园	913	59	人太多	234	105	态度	135
14	孩子	846	60	东西	228	106	便宜	134
15	值得	830	61	服务	226	107	旋转木马	133
16	刺激	827	62	天气	224	108	灯光秀	132
17	西游乐园	809	63	交通	220	109	效果	131
18	无人机	787	64	游客	220	110	巡游	129
19	时间	748	65	好多	217	111	人多	129
20	三打白骨精	748	66	性价比	216	112	快速通道	129
21	乐园	745	67	室外	212	113	满意	128
22	感觉	734	68	中国	208	114	暑假	127
23	淮安	643	69	小孩	201	115	灯光	126
24	西游记	596	70	特色	199	116	插队	125
25	游玩	592	71	花车	198	117	互动	123
26	喜欢	589	72	身高	194	118	大人	120
27	好看	565	73	氛围	188	119	水幕	119
28	夜场	560	74	有趣	187	120	风格	119
29	适合	560	75	环境	187	121	结束	116
30	小朋友	510	76	周末	185	122	菩提树	114
31	过山车	488	77	智取芭蕉扇	181	123	网上	114
32	工作人员	488	78	第一次	180	124	不好	114
33	游戏	487	79	盘丝洞	174	125	停车场	113
34	室内	460	80	总体	173	126	不想	112
35	开心	454	81	整体	169	127	五一	112
36	建议	429	82	震撼	165	128	餐厅	109
37	大闹天宫	398	83	景区	164	129	早上	108
38	主题	398	84	很大	164	130	可爱	108
39	打卡	359	85	演员	164	131	国庆	108
40	地方	354	86	工作日	163	132	宝宝	107
41	下次	343	87	入园	163	133	设计	104

续表 3-7 淮安西游乐园在线文本高频词表

序号	高频词	词频	序号	高频词	词频	序号	高频词	词频
42	节假日	340	88	垃圾	162	134	挺不错	103
43	迪士尼	321	89	很棒	160	135	半小时	101
44	现场	321	90	雷音寺	159	136	攻略	101
45	设施	320	91	挺好玩	158	137	佛法无边	101
46	中国人	316	92	提前	157	138	好吃	101

从表中可以清晰地看出，排名前二十的高频词全部与景区项目的游玩体验和评价相关。从淮安西游乐园的高频词如“项目”、“三打白骨精”、“体验”、“刺激”等可以看出，游客对西游乐园的各类游玩项目关注度较高。同时，词汇“排队”、“小时”、“人太多”等也体现了淮安西游乐园的受欢迎程度。

此外，从淮安西游乐园的高频词“喜欢”、“好玩”、“不错”、“推荐”、“值得”等中，“好玩”出现 1643 次、“不错”出现 1372 次，且均排在高频词词频的前五，可以看到很多游客对淮安西游乐园的整体体验感受非常良好，评价也相对较高。词汇“花车”、“巡游”、“表演”则表现了游客对乐园中花车巡游项目的游玩偏好。关于夜场灯光秀的高频词如“夜场”、“烟花”、“晚上”、“灯光”等，也显示了游客对西游乐园夜场灯光秀的浓厚兴趣。

同时，在谈到“门票”、“性价比”、“价格”等词汇时，可以看出游客对淮安西游乐园的门票关注度颇高。通过一些如“下次”、“超级”等词汇可以看出，游客的重游意愿较高。高频词如“环境”、“垃圾”等显示了游客对乐园环境也有一定的要求。词汇“好吃”、“餐厅”等频繁出现，代表游客对园区内的餐饮服务也表现出了一定的关注，对于家庭游客而言，评论中提到的“小朋友”、“宝宝”、“大人”等高频词也意味着游乐园中亲子较多。游客对工作人员的服务态度也给予了一定的反馈，频繁出现的词汇如“热情”、“服务”、“态度”等，说明乐园的员工在游客的游玩体验中起到了一定的影响。

为了更直观的分析以上高频词表，对该表进行云词图可视化处理，其结果如下图 3-2 所示。



图 3-2 评论数据云词图

通过图 3-2 云词图可以看出，这些在线文本涉及到不同的主题方向，涵盖了游乐园的各项项目、游客对淮安西游乐园的游玩感受、园区内的表演活动以及排队时间等多个方面。这些信息表明，不同的游客对于淮安市的印象和关注点各有不同，反映出他们在游玩过程中的多样化需求和体验。

3.5 淮安西游乐园在线文本语义网络分析

语义网络分析是一种用于理解和分析信息、概念及其之间关系的方法。它通过构建一个图形化的网络，展示不同概念（节点）之间的关系（边），以帮助研究人员和分析师识别和理解信息的结构和模式。淮安西游乐园的在线文本语义网络分析可以帮助理解该乐园的主题、吸引力、游客体验等方面的信息结构。据此，本文借助 ROST CM6 软件绘制游客感知形象的语义网络图。从更深的结构层次上分析游客形象感知。游客形象感知语义网络图如下图 3-3 所示。

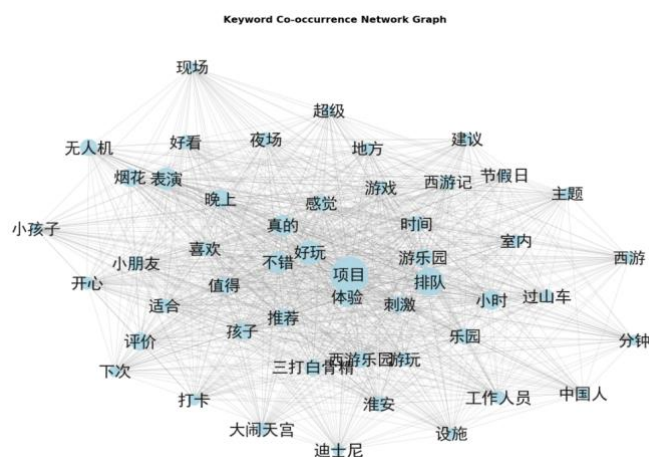


图 3-3 游客形象感知语义网络图

根据图 3-3 淮安西游乐园游客的形象感知中，有几个关键词在语义网络中占据了核心地位。这些关键词包括“项目”、“排队”、“体验”、“好玩”、“刺激”和“游乐园”等。这些因素共同构成了游客认知的核心层，表明它们在游乐园整体感知中扮演着至关重要的角色，成为游客理解和评价游乐园的基础。围绕这一核心层，进一步衍生出其他关键词，这些关键词丰富了整体感知的层次和细节，反映出游乐园的多样性和吸引力。例如，涉及旅游吸引物的关键词有“夜场”、“表演”、“设施”、“大闹天空”、“三打白骨精”、“烟花”等，这些都生动地反映了游乐园吸引游客的各类项目和活动，展现出游乐园丰富多彩的娱乐选项，满足了不同游客的需求和兴趣。此外，还有关于游玩人员的描述，如“小朋友”、“小孩子”、“中国人”等，这显示出西游乐园特别受到儿童的喜爱，许多中国游客也因西游记的文化因素而前来体验其独特的氛围和乐趣。对于游客的评价方面，相关词汇如“值得”、“适合”、“喜欢”等丰富多样，均源自于核心层。

此外，外延关键词如“主题”、“建议”、“节假日”、“分钟”、“开心”、“下次”、“评价”、“打卡”、“现场”、“工作人员”等，也进一步体现了游客的反馈。这些关键词不仅反映了游客对游乐园的整体印象，也揭示了他们在游玩过程中的具体感受和期望。因此，可以看出，淮安西游乐园不仅在游客心中占据了一个重要的位置，其核心关键词和外延关键词的组合，全面展现了游客对游乐园的认知和体验，进一步强调了游乐园在满足游客需求方面的成功。

3.6 本章小结

本章首先详细介绍了淮安西游乐园的景区概况，其次描述了获取在线文本的相关过程，以及预处理步骤，这些步骤至关重要，目的是为了清洗和整理原始数据，以确保能够从中提取出有效的信息和有意义的洞察。预处理的每一个环节都在为后续分析打下良好的基础，使得数据更加可靠和有效。然后，通过对高频词的深入分析，能够更清晰地了解游客们对淮安西游乐园的各种反馈意见和情感反应。这一分析不仅帮助识别出游客所关注的主要话题，也提供了关于游客态度的初步看法，使得本文能够进一步探讨他们的需求和期望。最后运用社会语义网络的理论，深入探讨了这些高频词之间的关系和相互作用，以便更全面地理解淮安西游乐园的整体状况，还能看到游客们之间的互动和对特定主题的共同关注。

4 基于在线文本的淮安西游乐园游客满意度分析

4.1 LDA 主题模型分析

4.1.1 主题数的确定

根据第 2 章 2.3.1 节 LDA 主题分析法的介绍,由公式(2-1)进行在线文本主题分类。在应用 LDA 主题模型进行文本分析时,首先需要确定最合适的主题数目。不同的主题数目设置将直接影响模型提取的主题质量、数量以及解释力度,因此选择合适的主题数是确保模型有效性和准确性的重要环节。为了确定最佳的主题数量,可以采用两种重要的评价方法。一是通过观察 LDA 模型的困惑度曲线(Perplexity);二是利用一致性曲线(Coherence Score)来评估模型生成主题的连贯性和质量。在 LDA 主题模型中,困惑度是评价模型对于未知文档预测能力的一个指标。较低的困惑度通常意味着模型具有更好的泛化性能,能够更好地适应和预测未见过的文档。一致性曲线则是通过计算不同主题数下模型的一致性得分来绘制的。一致性得分是衡量主题内部词语之间关联程度的一个指标,得分越高,表示主题内部的词语越相关,主题的质量也就越好。

(1) 困惑度曲线图

从下图 4-1 所展示的困惑度曲线中,进行了深入细致的分析,清晰地揭示了主题数量与模型困惑度之间的动态关系。随着主题数量的逐步增加,模型的困惑度经历了显著的变化过程。起初,随着主题数量的增多,模型的困惑度呈现出下降的趋势。这一阶段的现象可以理解为,当模型面临更多的主题时,其能够从更多的特征和上下文中学习和捕捉信息,从而使得对未知数据的预测和判断更为准确,进而降低了困惑度。然而,进一步增加主题数量超过某个临界点后,模型的困惑度开始出现上升的现象。这表明,虽然增加主题数量在一定程度上可以提高模型的表达能力,但过多的主题可能会导致模型过度拟合训练数据,使得模型在面对新的未知数据时表现出较差的泛化能力,从而导致了困惑度的上升。

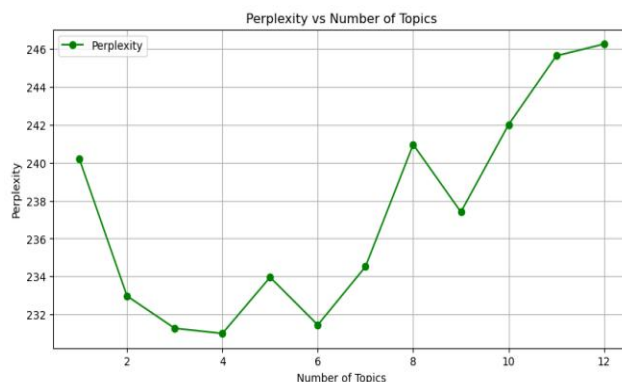


图 4-1 困惑度曲线图

具体来看,当把主题数量设定为 4 和 6 时,这两个特定的主题数下,困惑度的数值在主题数为 4 时达到了最低点,主题数为 6 时仅仅比 4 高一点点。这一现象表明,在这 4 个主题数的情况下,模型的整体表现是最为优越的,其次是主题为 6 的时候。

(2) 一致性曲线图分析

在深度探究下图 4-2 所展示的一致性曲线图时,可以清晰地观察到不同主题之间连贯性得分的显著差异。这些得分的高低直接反映了主题内部词汇间关联度的紧密程度,高的得分意味着主题中的词汇更倾向于聚集在一起,形成紧密的概念网络,从而使得该主题具有更强的内在联系和更明确的代表性。

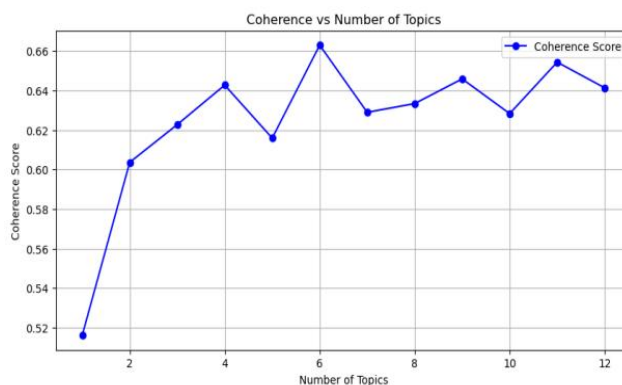


图 4-2 一致性曲线图

通过仔细分析一致性曲线的变化趋势,可以发现一种先上升后波动下降的明显模式。这种趋势在主题数为 6 时达到了一个显著的转折点,即曲线在此处达到最高点。在主题数量为 6 的情况下,各个主题之间的内在逻辑和相关性的增强达到了顶峰。

(3) 主题数量确定

通过对困惑度和一致性曲线进行结合深入分析,可以清晰地从图上看到,在主题数量设定为 6 个的情况下,模型实现了最佳的平衡状态。一方面,模型的泛化能力得到了充分保持,这从困惑度的显著下降中可以得到明显体现。另一方面,主题词汇之间的连贯性和一致性也得到了最大程度的优化,这种提升直接推动了主题整体质量的提高。

此外,在文本挖掘和数据可视化领域中,关键词作为文本数据的核心组成部分,为了更有效地归纳各个主题,本文设定每个主题词对应 30 个关键词。这些关键词是每个主题最具有代表性的词汇集合,它们构成了每个主题的独特“指纹”。通过 LDA 模型进行分析,可以得到每个主题的一系列关键词分布情况,从而可视化展示出各个主题之间的关系和层次结构。

(4) 在线文本主题 pyLDAvis 可视化

在利用 LDA (潜在狄利克雷分配) 模型进行主题提取的过程中,设置了一系列参数以确保模型能够高效地识别出核心主题,根据一致性曲线和困惑度曲线,确定提取的主题数量为 6 个。模型训练中,设置迭代次数 max_iter 为 50,采用批量学习方式,并调整学习速率以确保模型稳定收敛并防止过拟合。此外,引入先验概率以增强文档生成

特定主题的倾向性，鼓励主题词汇的多样性。最后，为了确保实验的可重复性，设置 `random_state` 为 1，保证每次运行模型结果的一致性。主题数为 6 (`n_topics=6`) 时的可视化结果如图 4-3 所示。

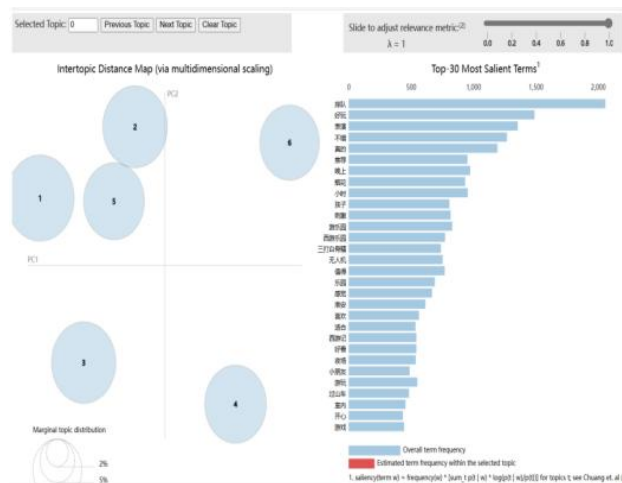


图 4-3 淮安西游乐园在线文本主题 pyLDAvis 可视化

如上图 4-3 淮安西游乐园在线文本主题 pyLDAvis 可视化，图中左侧面板上每一个圆圈代表着一个主题，每个圆圈的大小和对应主题在淮安西游乐园在线文本语料库中出现的频率成正比关系，左侧面板上的圆圈越大，则说明此主题在整个淮安西游乐园在线文本中语料库中的比重就会越大；而每个圆圈之间的距离大小反映了每个主题之间的相似程度以及相关性，两个圆圈之间的距离越大说明这两个主题的含义相差就越大，反之就越小。面板上的 6 个主题是通过关键词来区分开的，从而形成了较为清晰的主题聚集效果。在处理关键词集合进行 LDA（潜在狄利克雷分配）主题模型归类时，需要基于这些关键词的共现模式和上下文含义来推测它们可能形成的主题。

图上的右侧面板上展现的是与主题有关的对应主题特征词，通过对这些特征词进行概况总结就可以得到该主题的实际意义，在可视化网页中，如下图 4-4，当把鼠标放在左侧面板图上具体的某一个圆圈上，那么右侧面板就会出现与其对应圆圈的特征词，例如当把鼠标放在“1”气泡上时，与气泡“1”对应的特征词如下图 4-4 右半部分所示，主题 1 下的特征词有：“排队”、“小时”、“体验”、“时间”、“工作人员”、“节假日”、“分钟”、“热门”、“建议”、“人太多”、“游客”、“服务”、“垃圾”、“门票”等词语，总结这些词语的含义，就可以得到该主题所含的具体意义。

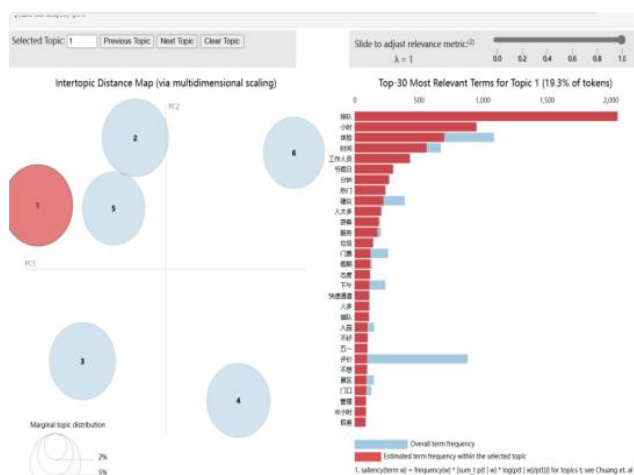


图 4-4 “1”主题和对应的主题特征词

各主题下特征词与主题的关联强度存在显著差异，关联强度可通过图 4-4 右上方的调节参数 λ 进行动态调控。 λ 的取值范围限定在 0 至 1 的闭区间内，其数值变化会显著影响主题模型的语义捕捉机制：当 λ 趋近于 1 时，模型会优先强化主题内高频出现的核心词汇与主题的关联权重，形成基于统计频次的主题表征；而当 λ 趋近于 0 时，算法则更注重挖掘主题中稀有且具备强区分度的特异性词汇，从而构建更具辨识度的主题特征。通过系统性调节 λ 参数，研究者能够动态调整词汇与主题的关联强度阈值，进而探索具有深度语义价值的主题结构。

4.1.2 在线文本主题分类

根据 4.1.1 本文确定主题数为 6 个， λ 值为 1。每个模型的主题特征词为 30 个，但其中包括一些意义不大的虚词和重复词。因此，选择最具代表性的 20 个词以总结具体主题。各个主题及其特征词见表 4-1。根据表 4-1，所确定的 6 个主题涵盖了研究的主要领域。每个主题不仅体现了特征词的具体含义，还反映了文本数据中的潜在趋势和模式。例如，主题 1 的特征词包括“时间”、“排队”、“热门”等，突出显示了在西游乐园的火爆程度，以及其在节假日的时候排队情况会更严重。而主题 6 则集中于“表演”、“烟花”、“演出”、“花车巡游”、“震撼”、“精彩”、“互动”等词语，说明在淮安西游乐园夜场表演很精彩，其中灯光秀和花车巡游很受游客喜欢，令游客仿佛置身于西游记之中。

在随后分析这些主题时，发现它们之间并非孤立存在。例如，主题 1 还与“体验”、“评价”、“门票”等词汇相关，强调了游乐园各方面给游客的整体感受的重要性。此外，通过比较这些主题特征词的共现情况，能够更深入地理解文本之间的关联性，并且揭示出在不同主题间的交互影响。LDA 主题及对应的特征词见下表 4-1。

表 4-1 LDA 主题及对应的特征词

主题 1 排队服务	主题 2 基础服务 设施	主题 3 夜场表演	主题 4 游玩体验	主题 5 游玩项目	主题 6 亲子游乐 体验
排队	不错	表演	好玩	推荐	孩子
小时	值得	晚上	真的	刺激	西游乐园
体验	乐园	烟花	游乐园	三打白骨精	淮安
时间	游玩	无人机	感觉	过山车	喜欢
工作人员	评价	好看	西游记	室内	适合
节假日	设施	夜场	游戏	大闹天宫	小朋友
分钟	迪士尼	现场	超级	室外	开心
热门	中国人	拍照	主题	体验	二刷
建议	西游	花车巡游	打卡	智取芭蕉扇	下次
人太多	主题乐园	花车	体验	盘丝洞	评价
游客	价格	氛围	特色	天气	朋友
服务	交通	震撼	有趣	工作日	带娃
垃圾	东西	演员	第一次	雷音寺	出行
门票	性价比	精彩	有意思	摆锤	身高
假期	环境	白天	逼真	海盗船	强烈推荐
态度	总体	很棒	风格	电影	挺好玩
下午	整体	灯光秀	满意	评价	大人
快速通道	周末	巡游	网上	效果	宝宝
人多	很大	灯光	可爱	菩提树	快乐
评价	建议	互动	挺不错	佛法无边	亲子

本文对淮安西游乐园的在线文本进行了深入而细致的 LDA 分析，旨在识别出整体评价中存在的六个主要主题。这些主题包括但不限于“排队服务”、“基础服务设施”、“夜场表演”、“游玩体验”、“游玩项目”、“亲子游乐体验”。

在主题 1 中提取的关键词包括“热门”、“排队”、“小时”、“分钟”、“工作人员”、“服务”、“人太多”、“假期”、“插队”和“态度”。这些词汇主要集中在“排队服务”这个主题上，清晰地反映了游客在游玩过程中的时间分配和安排的重要性。游客在游乐园游玩时，尤其是在高峰时段的实际体验和和建议，表明了他们对游乐园繁忙时段的高度关注。这种关注不仅体现在他们对排队时间的感知上，也体现在他们对服务质量和工作人员态度的评价上。

主题 2 中的关键词主要围绕着“基础服务设施”这一重要方面展开，并且在这一主题中涵盖了多个与之密切相关的词汇，例如“设施”、“价格”、“性价比”、“交通”、“环境”、“整体”、“建议”、“很大”、“值得”、“游玩”、“评价”等等。这些关键词的频繁出现充分表明，游客们对于西游乐园内的各种基础服务设施关注较高，他们在游园的过程中对于乐园中提供的各类服务设施给予了一定的评价。同时，游客们对价格的合理性以及性价比的高低也给出了评价。

主题 3 中的关键词如“表演”、“烟花”、“夜场”、“水幕”、“无人机”、“巡游”、“花车”、“互动”、“演员”和“氛围”，显然都围绕着“夜场表演”展开。这些词汇不仅传达了游客在活动中对演出的热情与参与度，同时也强调了各种表演质量的重要性，尤其是在提升整体游乐体验方面的关键作用。

在讨论主题 4 的时候，观察到关于“游玩体验”的关键词库非常丰富，这些关键词主要包括“好玩”、“游乐园”、“好玩”、“感觉”、“西游记”、“有趣”、“有意思”、“体验”、“满意”、“挺不错”、“打卡”和“特色”等等。可以看出，这些词汇不仅数量多，而且各自具有独特的特征，有效地反映了游客对于淮安西游乐园整体游玩过程的评价。游客对游乐园的高满意度与他们在游玩过程中所获得的多样感受以及愉快情绪之间是密切相关的关系。

主题 5 深入探讨了“游玩项目”这一重要且引人注目的概念，其核心在于理解这类设施对于游客的吸引力和影响力。相关的关键词包括“推荐”、“刺激”、“三打白骨精”、“海盗船”、“过山车”、“大闹天空”、“体验”、“室内”、“室外”、“智取芭蕉扇”和“雷音寺”。这些关键词不仅展示了游客对各种游乐设施的认知和理解，还清晰地看出，游客对于游玩项目的丰富性和独特性给予了高度的关注和重视，反映了他们在选择游乐设施时的多种考虑和更深层次的思考。

主题 6 的关键词涵盖了多个方面，包括“孩子”、“适合”、“开心”、“亲子”、“儿童”、“强烈推荐”、“二刷”、“身高”、“挺好玩”、“宝宝”、“带娃出行”。这些主要是关于淮安西游乐园亲子游乐体验的关键词，表明很多家长更关注儿童在游乐园内的游玩体验，亲子游玩感受，因此重点聚焦于“亲子乐园体验”。

4.2 游客满意度文本数据量化

4.2.1 情感词典的构建

在获取到的淮安西游乐园在线文本中，游客在线上发表的评论有很多都是带着感情色彩的语句和句子，从而可以更直接的表达自己对景区的评价感受，比如“还是挺好玩的，假期值得一去”中“挺好玩”、“值得”都可以表现出游客对于淮安西游乐园的较为积极的情感倾向，而“管理非常混乱，我们三家一起去玩，排队两个半小时，好不容易排到了，说孩子身高不足 120cm，不让玩；而且最过分的是，孩子上车了，大人还没上车就关门了，居然把孩子一个人关在车上！气的我都要报警了！”就很直接的表现了游客对于淮安西游乐园非常不满的情绪，也就是消极的情感倾向。

因此，对淮安西游乐园的在线文本进行量化分析，建立一套科学的可行性高的情感词库是基础，运用的情感词库质量越高往往就会得到更为准确的文本情感得分，在构建完基础情感词典后，还需构建否定词词典。通过这几个情感词词典的构建，就可以计算

出每一条在线文本的情感得分，并且通过情感得分来判断出游客对于淮安西游乐园的情感倾向。

(1) 基础情感词典

本文利用情感词典进行文本情感分析，在自然语言处理领域，情感分析的目标是识别、提取和量化文本中的情感、态度或情绪，这些情感词典包含了大量预定义的词汇，每一个词汇都配有标注，指明其情感极性分类，包括正面、负面或中性情感，以及可选的情感强度值。本文主要聚焦于知网情感词库的应用，该词库作为中国著名的语义知识库之一，涵盖了丰富的中文词汇，并广泛覆盖了日常生活、新闻报道和社交媒体评论等多个领域，充分支撑中文文本的情感分析研究。本文的情感词按照积极情感词分值为1，中性情感词分值为0，消极情感词分值为-1来进行探究在线文本的情感值。基础情感词见下表4-2。

表 4-2 基础情感词

情感词	情感值
喜欢、好玩、值得、开心、好看、秀、不错、满意、便宜、热门、友好、期待、接受、超级	1
失望、可惜、垃圾、难吃、遗憾、不好、恐怖、差、恶心、差评、贵	-1

(2) 否定词词典

在一条评论中如果出现否定词，那句子会与原来所表达的意思相反，例如“我推荐淮安西游乐园”，当情感词“推荐”前面出现“不”否定词的时候，那句子就会变成“我不推荐淮安西游乐园”，这个时候，这两个句子是相反意思。因此在进行在线文本的情感分析时，构建一套否定词词典就变得尤其重要。当一个情感词前只有奇数个否定词的时候，就将情感词的具体情感值乘以“-1”，如果情感词前面是偶数个否定词，就将情感得分乘以“1”。本文否定词情感词典如表4-3所示。

表 4-3 否定词词典

否定词	权重
不、不能、不应该、不对、不让、不好、不许、不允许、不同意、不赞成、不支持、否、勿、禁、没、没有、无、非、莫、忌、禁忌、禁止、防止、拒绝、杜绝	-1

4.2.2 情感值计算

(1) 情感值测量

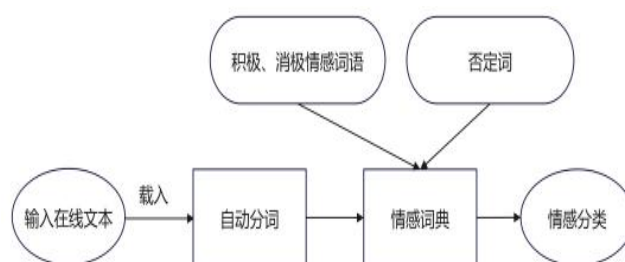


图 4-5 情感值运算过程图

在本文的研究过程中，通过运用 python 编程语言，对上图 4-5 所示的情感分析流程进行了实现和优化。首先，从数据预处理阶段开始，系统会读取并清洗评论文件，接下来加载知网情感词典这一核心资源，引入否定词词典。程序通过识别这些特殊词汇，并根据它们在评论中的出现情况，能够自动调整并计算出更准确的情感倾向得分。若得分大于 0，则判定该评论为具有明显积极情感的评论；若得分小于 0，则判定为具有明显消极情感的评论；而当得分为 0 时，则认为该评论的情感态度较为中立。

下表 4-4 展示了部分运行结果的详细内容，从中可以清晰地看出每条评论的具体情感倾向以及对应的得分情况。

表 4-4 情感值计算部分结果

情感分析文本	情感值	情感倾向
西游乐园太棒啦园区充满西游特色建筑美轮美奂游乐项目刺激又有趣像三打白骨精等超有代入感表演也十分精彩花车巡游热闹非凡夜晚灯光秀和烟花更是绚丽	3	积极
整体还算满意乐园不大拍照很出片但是设定的项目出现故障后解决规则不太好只给等到最后一批的人才给快速通早走人就白等了找了客服中心才给快速通里面吃的挺多的	1	积极
游玩项目很多但是天气太热人太多很多项目排队时间都非常的长建议不要暑假来玩	0	中性
交通停车场很大交通挺方便的游玩路线可以按照排队时间游玩千万别节假日去人太多了体验感很差排队两小时游玩分钟	0	中性
不理解为什么这么慢的猴王出世项目不让米的小孩玩反而海盗船和猴王过山车那么刺激的都可以让米的小宝宝玩猴王出世的工作人员态度还很差劲差评游乐场里的东西还巨贵	-2	消极
堵车就不说了花了几百块钱进来玩每个项目排四五个小时的队场地协调能力极差毫无体验感垃圾中的垃圾	-3	消极

将淮安西游乐园的在线文本情感分析的结果进行统计分析,分析结果如表 4-5 所示。

表 4-5 情感分析结果统计

情感倾向	频数	比率	均值
积极	4566	61.945	1.824
中性	2131	28.910	0
消极	674	9.1439	-1.357
合计	7371	100%	—

为了更清晰的展现三种情感分析结果占比关系,利用图表可视化进行分析,如下图 4-6 所示。

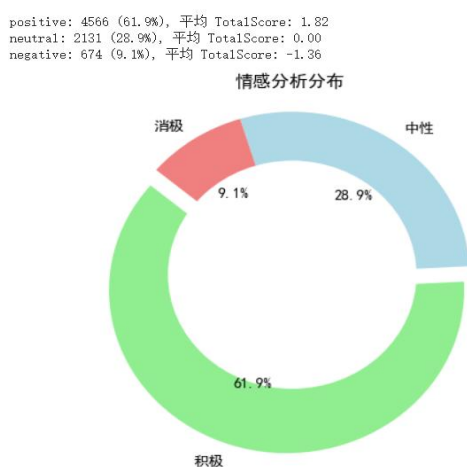


图 4-6 淮安西游乐园情感分布图

对淮安西游乐园的游客在线评论进行情感分析后,可以清楚地看出整体评价呈现出一种积极的趋势。这项分析是在对所收集的评论数据进行了充分的预处理后开展的,共有 7371 条评论被纳入分析的范围内。结果显示,这其中有 4566 条评论,即约占总评论数的 61.945%,表达了游客的积极情感。这些积极的反馈反映出大多数游客对于乐园的服务质量、设施的完善程度以及整体游乐体验感到非常满意,说明乐园在满足游客期望方面做得相当不错。

然而,值得注意的是,在这些评论中,仍然存在 674 条被归类为消极评论,这占总评论数的 9.144%。这些负面评论揭示了部分游客在乐园体验过程中对某些具体方面的不满,或者对服务和设施的改进提出了需求和期望。此外,评论中还有 2131 条属于中性评论,这些评论占比为 28.910%。尽管这些中性评论未能表现出明显的赞扬或批评情绪,但它们为乐园的管理团队提供了中立而重要的反馈。这些反馈同样非常重要,值得被进一步关注和深入分析,以便更好地理解游客的具体需求和未来的期待。

(2) 提取情感词及分析

前 20 个积极情感词、词频统计及其词云图如下表 4-6。

表 4-6 高频积极情感词表

情感词	词频	情感词	词频	情感词	词频	情感词	词频
好玩	1643	不错	1372	值得	830	喜欢	589
好看	565	开心	454	超级	307	热门	275
有趣	187	精彩	149	有意思	143	热情	136
便宜	134	满意	128	可爱	108	好吃	101
快乐	97	接受	94	逼真	89	好评	66

经过对评论数据的深入挖掘与分析，发现大部分游客所使用的词汇（例如“好玩”、“不错”、“值得”、“喜欢”等）都显示出他们对乐园的高度满意程度。这些词汇的选择表明，乐园在营造愉悦的氛围方面取得了显著的成功，能够让游客在游玩的过程中感受到快乐与放松。这种积极的情感体验不仅增进了游客的参与感，也在一定程度上增强了他们对乐园的认同感和忠诚度。

积极情感词所涉及的词汇种类非常丰富，涵盖了多个维度。例如，在娱乐性方面，游客使用的词汇包括“好玩”、“有趣”、“精彩”等；在观赏性方面，出现了“好看”等表达；在情绪体验层面，游客提到“开心”、“快乐”等词汇；此外，还有与性价比相关的“便宜”，以及与服务质量和视觉氛围相关的“满意”、“好评”、“超级”、“热门”、“热情”等词汇。这些多样化的表达能够全面了解游客的多元体验，从而为改进乐园的服务和项目提供更为有力的数据支撑。

在众多分析词汇中，“好玩”这一高频词汇（其出现次数高达 1643 次）明确表现出乐园内的游乐项目备受游客的喜爱和青睐，反映出这些项目的独特魅力使得它们成为游客游玩时的首选。积极词汇（例如“热门”）在评论中也频频出现，凸显了这一主题元素对游客吸引力的重要性。游客对园区独特的文化体验表示高度认可，表明主题文化的成功融入是提升游客体验、加强乐园吸引力的关键所在。

为了更直观的对高频积极情感词表进行分析，展示高频词积极情感词云图如下图 4-7。



图 4-7 高频积极情感词图

从淮安西游乐园的积极情感词云图中可以明显看出，淮安西游乐园在游客和评论者的心目中营造了一种积极的情感体验，同时也收获了大量的正面反馈。这样的反馈不仅体现在游客的评价中，也反映在他们对乐园整体体验的满意度上。

前 20 个消极情感词、词频统计及其词云图如下表 4-7。

表 4-7 高频消极情感词表

情感词	词频	情感词	词频	情感词	词频	情感词	词频
垃圾	162	不好	114	极差	95	差评	88
遗憾	64	恐怖	58	后悔	58	可惜	54
不行	52	失望	50	恶心	40	很差	38
胆小	32	最差	30	难吃	29	差劲	28
生硬	3	硬生生	2	难过	2	小瞧	2

对上述淮安西游乐园的消极情感词数据进行分析，从分析结果来看，高频消极词汇的出现率非常可观，例如“垃圾”（共计 162 次）、“不好”（共计 114 次）、“极差”（共计 95 次）、“差评”（共计 88 次）等词汇的高频出现，反映出游客对于乐园的强烈负面评价。这些负面情感词语的频繁出现，明确指出了游客对乐园整体体验的不满，表示他们的期待没有得到满足。

在对具体不满意方面的分析中，可以看到游客的反映涉及多个领域。例如，在服务与体验方面，词汇如“不行”（52 次）和“失望”（50 次）充分表明游客对乐园的服务质量以及整体体验的不满。在情感反应的层面，一些强烈的负面词汇如“恶心”（40 次）可能涉及到乐园内的卫生问题或食品质量等方面的困扰。对于评价与期望的匹配程度，词汇“很差”（38 次）和“最差”（30 次）反映了游客的实际感受远低于他们的期待，令人遗憾。关于细节问题的反映，词汇如“难吃”（29 次）和“差劲”（28 次）可能主要是针对乐园的餐饮服务，明显指出其存在不足。而“胆小”（32 次）的出现，也表明某些游乐项目可能过于刺激，未能考虑到所有游客的需求和脆弱性。此外，其他一些词如“生硬”（3 次）可能涉及员工的服务态度或设施设计的合理性问题，而“难过”（2 次）则反映出游客在游乐过程中与工作人员的互动交流中所经历的不愉快经历。为了更直观的对高频消极情感词表进行分析，展示高频词消极情感词云图如下图 4-8。



图 4-8 高频消极情感词云图

通过高频消极情感词云图, 清楚看到游客对淮安西游乐园的消极情感态度及他们所存在的具 体不满之处。乐园应该优先解决“垃圾”、“不好”、“极差”、“差评”等一系列负面反馈, 这些问题可能涉及到设施的维护、卫生状况以及员工的服务态度等多个方面。这些反馈信息为乐园管理者提供了宝贵的改进方向, 有助于提升整体服务质量及游客的满意度。

(3) LDA 主题分析

为了更深入地了解游客对淮安西游乐园在线文本各主题的满意度具体情况, 需要进行 LDA 主题分析, 在 LDA 主题分析中, 每一条评论语句都可以被分配到一个或多个主题中, 每个主题都有一个概率值表示其归属的确定性。在本文中, 只关注概率值最大的主题, 将每一条评论归属到这个主题中。这个过程借助 python 程序实现, 通过这样的方式, 可以为每一条评论打上相应的主题标签, 进而对各个主题下的评论进行深入的分析 和总结。

例如, 对于“游玩项目”这一主题, 可以统计出有多少条评论表达了满意的情感倾 向、多少条评论表达了消极的情感倾向以及哪些方面是游客最满意的和哪些方面是游客 认为需要改进的。这些具体的分析结果将为淮安西游乐园的管理者和运营者提供宝贵的 参考意见, 帮助他们更好地提升游客的满意度和优化服务质量。

此过程的实现借助 python 程序。运行程序后, 将每条评论的主题添加至情感分析结 果文档, 并通过 Excel 进行简单统计, 统计结果见表 4-8。

表 4-8 各主题情感分析结果统计

主题	主题下 评论数量	积极情感倾 向评论数量	中性情感倾向 评论数量	消极情感倾向 评论数量	情感得分均值
主题 1: 排队 服务	1206	747	315	144	1.157407407
主题 2: 基础 服务设施	1640	454	766	420	0.093292683
主题 3: 夜场 表演	1137	846	274	17	1.393139842
主题 4: 游玩 体验	1190	890	271	29	1.451260504
主题 5: 游玩 项目	1281	1074	199	8	1.558157689
主题 6: 亲子 游乐体验	917	555	306	56	0.954198473

根据表 4-8 的数据, 深入分析了六个主题中的游客评论, 发现“游玩项目”这一主 题的评论数量达到了 1281 条之多。具体分析这些评论后, 发现其中积极情感的评论总 数为 1074 条, 这一数字显示出绝大多数游客对游玩项目持有非常正面的看法, 他们表 达了对游乐园项目的喜爱与认可。而中性评论的数量则是 199 条, 这表明还有一部分游

客对游玩项目的感受较为中立，他们可能觉得这些项目既不特别好，也不算令人失望，没有太强烈的情感倾向。值得注意的是，消极评论的数量相对较少，仅有 8 条，显示出大多数游客的体验是积极的。通过这些数据的计算，得出的情感得分均值高达 1.558，这一得分在所有分析的主题中是最高的，足以表明游客们对于淮安西游乐园内的游玩项目表现出高度的满意度。

在对数据进一步深入分析的过程中，发现这六个主题的情感得分平均值达到了 1.1 分。这个数值实际上代表了整体游客对各主题的满意程度和情感倾向。从每个单独主题的得分来看，可以看到“排队服务”、“夜场表演”、“游玩体验”以及“游玩项目”这四个主题的得分分别为 1.157、1.393、1.451 以及 1.558。令人注意的是，这四个主题的得分均高于整体的平均分，这充分显示出游客们在这四个方面的满意程度相对较高，体现了游乐园在这些领域内的表现非常出色，深受游客的喜爱和认可。

与此相对的是，也观察到另外两个主题的情感得分则显著低于整体的平均值。在具体的分析中，发现“基础服务设施”这一主题的评论量达到了 1640 条之多，其中积极情感的评论为 454 条，中性评论的数量为 766 条，而消极评论的数量则高达 420 条。这些数据显示的情感得分均值仅为 0.093，这表明游客们对基础服务设施的满意度显著较低。这无疑是一个需要园区管理层认真对待的问题，若不及时改善，将可能导致游客满意度的进一步下降。

此外，在“亲子游乐体验”这一主题下，共有 917 条评论，其中积极情感的评论数量为 555 条，中性评论为 306 条，而消极评论则为 56 条。经过情感得分的计算，该主题的情感得分结果为 0.954。这个结果反映出游客对亲子游乐体验持有一定的正面态度，尽管这一态度相对较弱。然而，与其他更受欢迎的主题相比，游客对亲子游乐体验的总体满意度依然不尽如人意，表明在这个领域还有进一步提升的空间，以便能够更好地满足游客的期待。

综上所述，“基础服务设施”以及“亲子游乐体验”这两个主题的情感得分均大于 0，这表明游客在这两个方面仍然保持着一定的积极态度，尽管这种态度并不是特别强烈。然而，若与其他更受欢迎的主题相比，可以明显看出，这两个主题的情感值显著较低。这样的现象意味着游客在这六个主题中对于这两个主题的满意度明显不足。因此，园区亟需采取有效措施，进一步改进并提升这两个方面的服务质量，以更好地满足游客日益提高的期待与需求，以及增强他们的整体游乐体验。

4.3 IPA 模型分析

4.3.1 IPA 分析

在 4.1 节中，详细分析了来自淮安西游乐园的在线文本评论，并从中提炼出了具体的主题。这些主题包括排队服务、基础设施、夜场表演、游玩体验、游玩项目和亲子游乐体验。为了深入探讨这些主题如何影响游客的满意度，现采用第 2 章 2.3.2 介绍的 IPA（重要性-绩效分析）模型进行分析，并将结果通过 IPA 四象限图进行可视化处理，以便更直观地展示各个指标在游客体验中的表现。

构建 IPA 模型前需先界定 6 个主题指标的重要性，通过对语料库中各个指标出现频次的分析，各指标关注度差异显著，高频指标通常更具重要性。因此通过计算指标在评论中的出现比例，可精准衡量其在淮安西游乐园满意度体系中的地位。基于 4.1 节已完成的评论主题分类，可快速计算各指标重要性并匹配满意度分值（详见表 4-9）。

表 4-9 各指标的重要性和满意度关系表

指标	重要性	满意度
主题 1: 排队服务	0.163614164	1.157407407
主题 2: 基础服务设施	0.222493556	0.093292683
主题 3: 夜场表演	0.154253154	1.393139842
主题 4: 游玩体验	0.161443495	1.451260504
主题 5: 游玩项目	0.173789174	1.558157689
主题 6: 亲子游乐体验	0.124406458	0.954198473

（注：表中重要性来自各主题出现比率；满意度来自情感得分均值）

根据表 4-9 中的指标重要性及满意度数据，将这些信息导入到 SPSS 软件中，以便进行更加详细的四象限图可视化分析。该分析的结果可以在下图 4-9 中找到。图中的横轴表示影响淮安西游乐园游客满意度的六个指标的重要性程度，而纵轴则显示游客对于这六个指标所表现出的满意度水平。这些指标在四个不同的象限中分布，分别被称为优势区、机会区、劣势区和改进区。通过这一分析，可以更直观地了解每个指标在游客体验中的相对位置，以及它们对顾客满意度的具体影响，为以后的改进措施提供重要依据。淮安西游乐园游客满意度 IPA 四象限图，如下图 4-9 所示。

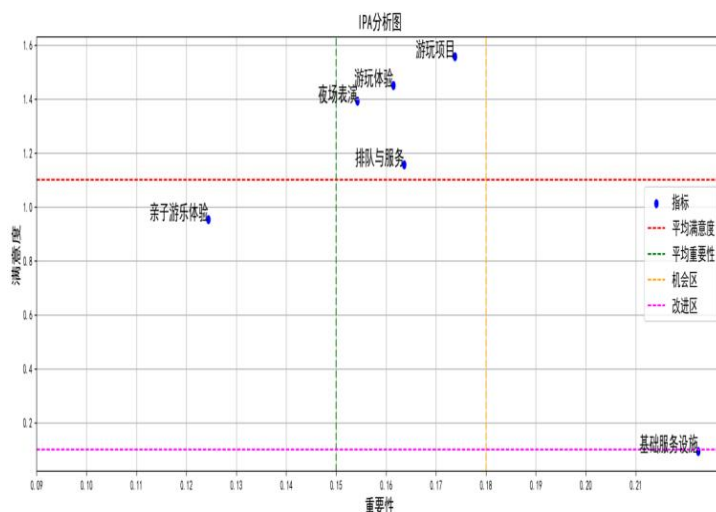


图 4-9 淮安西游乐园游客满意度 IPA 四象限图

根据淮安西游乐园游客满意度的 IPA 四象限图分析，可以清晰地看到其中各个象限对服务表现的不同反映。在第一象限的优势区，有四个重要的指标，分别是游玩项目、游玩体验、现场表演以及排队服务。这些因素被认为对于游客而言不仅具有极大的重要性，同时也能带来较高的满意度，说明这一部分的表现相当优秀，吸引了大量游客的光临，并且成功地留住了他们的身影。这些指标的优异表现无疑提升了游客的整体满意度，增强了他们的游玩体验，也使得他们在未来可能会再次选择光顾这个乐园，促进了乐园的持续发展。

而在第二象限，并未发现任何具体的指标，这一特征意味着在这一领域内，游客并没有找到任何重要但表现不佳的项目。这种情况表明，乐园在这一区域的管理相对平稳，没有显著的短板。游客在这一象限中的反馈显示出一种愉快的体验，同时也意味着乐园在在这一方面与游客的期待达成了良好的匹配。

在第三象限中，可以看到明显的劣势区。其中，亲子游乐体验这一指标受到了游客的普遍不满，许多游客认为该体验不仅在他们看来不够重要，同时也带来了相对较低的满意度。这反映出在这方面确实存在待改进的空间，乐园需要认真倾听游客的声音，进行针对性的优化和提升，以便让这部分服务能够更好地满足家庭游客的需求，增强他们的游玩体验。

在第四象限中，只有基础服务设施这个指标被提及。尽管游客对此项服务表示了重视，认为这个方面不可或缺，但他们的满意度却处于较低水平。这一现象显示出在该领域依然需要加强和优化，务必要提升基础服务的质量和细节管理，才能更有效地满足游客的期望，从而进一步提高整体的游客满意度，增强乐园的吸引力与竞争力。

4.3.2 结果分析

(1) 优势区满意度评价

在第一象限优势区中的满意度指标其满意度和重要性得分都高于它们的平均值。该优势区包括游玩项目、游玩体验、现场表演以及排队服务这四个维度，说明淮安西游乐园这四个方面的表现很好，是吸引游客的主要原因，应将这优势继续保持下去。

1) 游玩项目

游玩项目在淮安西游乐园在线文本中总的评价出现了 1281 次，其中积极评价达到了 1074 次，这表明游客对乐园的整体满意度较高。在评估指标中，满意度和重要性分别是 1.558 和 0.174，说明西游乐园的吸引力在市面上具有一定的优势，同时其重要性排名位列第二，显示出乐园有继续发展及提升游客体验方面的潜力。乐园内的主要游玩项目包括了备受欢迎的“三打白骨精”、“智取芭蕉扇”以及“勇闯盘丝洞”等，这些项目因其独特的设计和趣味性受到了广泛的赞誉。游客们在评价中提到：“好好玩哦，我第一次入园便体验了三打白骨精，竟然刷了两次，虽然在盘丝洞的排队时间长达 90 分钟，没能及时打卡，但整体而言，游玩的体验非常棒。”这些评论充分表明，乐园的游玩项目不仅具备了强大的吸引力，还能够为游客提供优质、难忘的游玩体验，让人们充满了期待和欢愉。

2) 游玩体验

游玩体验在整个在线文本数据中出现的频率达到了 1190 次，其中 890 条属于积极评价，这表明游客对乐园的整体感受相当良好，并且在六个不同的维度中，这些积极评价占据了中位数的位置，证明了其评估的一致性与可靠性。满意度评分为 1.451，排名第二，反映出大多数游客对于来此游玩的整体满意度较高。而重要性评分则为 0.161，位居第四，显示出游客对该乐园的认可程度和看重程度也同样可观。在游客的评论中，他们对乐园的体验感受主要表现在“好玩”、“满意”、“有趣”等一系列积极的词汇中，透过这些词汇，能更好地理解游客的真实感受。评论中更是提到了“非常好玩”、“刺激，有许多室内项目值得体验”、“三打白骨精是最有趣的项目”等具体例子，这些具体的反馈不仅展示了游客享受游玩的过程，也强烈说明了他们在游乐体验中的愉悦和乐趣所在。这反映了游乐园在提供各种各样的娱乐活动和贴心服务方面取得的显著成功，满足了游客的期望，游客游玩体验评价较高，从而赢得了良好的口碑和持续的热度。

3) 夜场表演

夜场表演的评论总数达到了 1137 条，在这些评论中，积极的评论占据了 846 条，显示出大多数游客对夜场活动的认可和满意程度非常高。与之相比，消极评论仅有 17 条，这进一步佐证了高水平的客户满意度。根据满意度评分，夜场表演的得分为 1.393，排名第三，但其重要性评分仅有 0.154，位列所有活动中的倒数第二位。夜场表演的满意度和重要性指标均高于整体平均水平，这体现出夜场活动在游客心目中的价值。有游

客提到“无人机表演与烟花喷泉效果特别精彩，让人赞叹，推荐大家前去观看。”还有一些游客提到“夜场的烟花与灯光音乐搭配得十分浪漫，同时有刺激和不刺激的项目，适合女性朋友参加。”许多游客表示他们在这里玩得非常开心，尤其是“晚上的焰火和花车巡游更是令人难以忘怀。”不少人提到夜场票的价格非常合理，表示“游玩非常开心，花车巡游特别受小孩的喜爱，演职人员的装扮也是相当精美，未来有机会一定会再来一趟。”这些评论充分说明了游客对夜场表演的高度重视与关注，夜场项目也为西游乐园增添了许多好感度，成为了游客们心目中的亮点。

4) 排队服务

排队服务的评论数在总评论中占有 1206 条，其中积极评论包含了 747 条，该评论数在总评论中位居第三位，属于中等水平。其重要性有 0.163 分，也位居第三，满意度分值为 1.157，位居第四，同样其满意度和重要性也都在各自平均值以上，可以看出排队服务还是很重要的，并且大部分游客对于乐园的排队服务项目还是较为满意的，不过也有一小部分游客对于排队颇有怨言，其主要体现在“排队”、“时间”、“态度”、“人太多”、“服务”等词语上。具体在游客在线评论中如“人很多，买的全天票，排队人超级多，就玩了 3 个 4 个项目，全是人，最多的大闹天宫排了 3 个多小时，“挺不错的，工作人员都很友善！服务很好！这点非常满意！”、“很开心服务态度很好”、“快乐小猪，旋转木马服务态度极好”等。可以从举例出的评论看出，游客对于工作人员的服务态度评价褒贬不一，而该项目的满意度居于平均水平之上说明园区内工作人员服务大多是让游客满意的。

(2) 机会区满意度评价

在对第二象限机会区进行深入分析时，需要关注两个关键的维度：顾客的满意度得分和重要性得分。这个区域的显著特征在于，顾客对相关指标的满意度得分普遍高于平均水平，而它们的重要性得分则低于平均水平。这一现象表明，尽管顾客在这些方面感到满意，但他们并没有将这些因素视为选择游乐园时的关键决定因素。从 IPA 四象限上可以看出，所讨论的主题没有落入这一象限，反映了顾客在关注焦点上存在较大差异。顾客似乎更倾向于关注那些直接影响游乐体验的关键因素，例如所提供的游玩项目和基础服务设施，因为这些是构成他们整体体验的核心要素，而第二象限的指标则可能涉及一些附加服务。尽管这些方面的顾客满意度较高，但大多数顾客并不将其视为选择游乐园的首要考虑。因此，乐园的管理层应当把重点放在提升顾客认为重要但目前满意度较低的领域上，也就是本文提到的“急需改进区”。

(3) 劣势区满意度评价

在 IPA 四象限图的第三象限中，本文可以观察到游客的满意度与重要性指标均显著低于整体的平均水平。这一现象清晰地表明，游客对于该象限内涵盖的各项指标，并没有给予足够的重视，且这些指标的表现也未能达到游客心目中的期望，因此相应的优先

级确实相对较低。需要指出的是,该象限主要集中关注的是亲子游乐体验,因此它的表现直接影响着这一群体的整体满意度。根据收集到的数据,这些与亲子游乐体验相关的指标在总共 7371 条评论中仅出现了 917 次,显示出其重要性得分为 0.124,而满意度得分为 0.954。这两个得分分别所有指标中排名最后和倒数第二,这些数字直观地显示出淮安西游乐园在提供亲子游乐体验方面的表现并不尽如人意。

通过分析游客的评论,可以发现其中反映出许多存在的问题。例如,许多设施和项目并不适合成年人进行娱乐,造成成年人在游乐园内的体验感不足。另一方面,某些项目对于儿童来说又显得过于刺激,这让一些家长感到不安。此外,儿童游玩项目在身高方面设定的限制,也使得一些孩子无法参与其中,减少了他们的游玩乐趣。例如,有游客在评论中提到,参加“美猴王出世”这个项目后,感到非常后悔,表示体验并不如预期。还有游客表示“小孩无法参与,大人也无可奈何,整体体验极差”,说明这样的现象影响到家庭的整体满意度。

园区实际亲子项目上投入不足,如西游乐园以《西游记》故事线为核心,但文化呈现更多依赖表演和游乐设施,例如“智取芭蕉扇”4D 影院、舞台剧,项目缺乏对原著科学知识,如天文、地理、神话体系的科普化设计。花果山区域虽有“美猴王过山车”等设施,但未结合猴子生态或古代神话中的自然现象进行知识延展,导致游玩与教育割裂,这使得孩子对于西游记的认识浮于表面。并且乐园现有项目多以个体体验为主,如旋转木马、自控飞机等,其中大摆锤与过山车过于刺激,不大适合低龄儿童。而火云洞的绳网攀爬游玩要求 130cm 以下、汽车小镇要求 70-140cm 等等,很多家长无法参与游玩,导致家长的参与度低。仅有“真假美猴王”双塔太空梭等少数设施涉及轻微互动,但未形成家庭协作或团队竞技机制。西游乐园定期会举办非遗市集、花车巡游等活动,如春节期间的鱼灯巡游、糖画制作,但游客多处于被动观赏状态,缺乏动手创作的机会。例如,手工艺品店仅展示商品,未提供亲子手工体验课程,家长在带领孩子玩耍时,体验感也会缺乏。再者西游乐园中的餐饮以快餐为主,如汉堡、炸鸡,缺乏西游主题特色菜品,如“蟠桃宴”创意餐、人参果造型甜点,无法形成独特记忆点。同样住宿方面,周边酒店多为标准连锁品牌,未结合西游 IP 打造主题客房或故事化住宿体验。另外还发现西游乐园现有科技项目如 4D 影院、飞翔车(“三打白骨精”)虽有一定沉浸感,且互动形式单一,如固定轨道体验,未能充分结合西游 IP 开发个性化玩法。

可以看出,淮安西游乐园内亲子项目的短板主要体现为文化内涵挖掘不足、互动形式单一及家庭协作场景缺失。未来需通过科技赋能增强沉浸感,如 AR/VR 体验、深化西游 IP 的科普与艺术价值,如手作与剧情参与、设计家庭协作任务链,如闯关挑战,并结合主题化食宿延长游客停留时间,从而全面提升亲子游客的满意度与重游率。

（4）改进区满意度评价

在 IPA 第四象限的改进区，满意度指标的得分明显低于平均水平，而重要性得分却高于平均水平。这个现象足以表明，游客对于这些特定指标的重视程度是相当高的，但实际上，他们的体验未能达到预期，给人一种失望的感觉，因此这些方面亟需本文重点进行改进。对于该问题的研究发现，主要问题集中在基础服务设施上。目前，该指标的在线评论总数已经达到了 1640 条，其中负面评价的数量达到 420 条，这一数字反映了游客对基础服务设施的不满程度非常明显。在这六个主题中，基础设施的重要性得分最高，达到了 0.224，而其满意度得分则最低，仅为 0.093，这两个得分之间形成了鲜明的对比。

从在线文本可以看出，主要问题包括餐饮服务质量、游玩车的运营状况、游乐设施的卫生状况以及其他基础服务设施的不足等。游客们的评论普遍显示出较高的不满情绪，许多人提到“虽然食物种类丰富，但价格高且口味不佳”、“游乐园的卫生状况令人堪忧，人多、垃圾多，设施内甚至还有蜘蛛网”等等的具体情况。此外，还有游客提到“餐饮费用偏高，建议大家自带食物”、“排水系统不完善，下雨时车辆几乎会进水”等等。

园区内的现有基础服务设施存在很多问题，如园区内部分热门游玩设施如“三打白骨精”飞翔车、“美猴王过山车”，因高频使用导致设备磨损明显座椅松动，而维护周期较长，故障修复效率低，影响游客体验。此外，设施排队区的防护栏、安全提示标识存在破损或缺失，存在安全隐患。网上也有游客反馈“火焰山”区域的旋转设备偶有异响，但未及时暂停检修，导致排队时间延长和信任度下降。并且西游乐园远离市区，公共交通覆盖不足，自驾游客面临停车场容量不足，高峰时段车位紧张、指引标识不清晰等问题。园区内道路狭窄，婴儿车、轮椅通行不便；接驳车班次少且路线未覆盖冷门区域，如“盘丝洞”主题区，导致游客步行疲劳感加剧。同时发现园区餐饮以快餐为主，缺乏差异化，如多个摊位均售卖炸鸡、汉堡以及面条米线为主，价格高于市价且口味单一。并且部分餐厅服务员工数量不足，餐厨垃圾处理不及时，增加游客等待就餐时间，且游客反映价格过高时，员工表现不耐烦的态度。再者园区内休息长椅与遮阳设施数量少，形式过于单一且分布不均，热门项目周边拥挤，冷门区域闲置。垃圾桶布局密集度低，尤其节假日垃圾清运不及时，卫生间异味明显、厕纸补充慢，影响游客舒适度。另外园区现有服务依赖传统人工模式，智慧化应用不足，如园内导览设施不完善，语言系统单一、一些标识牌不醒目等，实时排队时长仅通过纸质公告牌显示，信息更新滞后。小程序虽有电子导览地图、AR 导航等工具，但是运用起来不顺畅，导航功能不强，存在技术上的问题，导致游客易迷路。

通过在线文本分析和线下实地考察两者结合所反映的实际情况，突显了淮安西游乐园在基础服务设施方面存在较多问题，其中主要问题是游乐设施维护、交通设施、餐饮

服务、休息环境与卫生环境设置以及园区智能化设备等方面的种种困扰，这些问题不仅影响了游客的整体体验，也在一定程度上影响了乐园的声誉。

4.4 本章小结

本章深入探讨了如何运用 python 编程语言来对文本文件进行全面的处理和细致的分析。首先，本文通过采用 LDA 主题分析方法提取了来自游客的在线评论，分析结果显示在线文本可以归纳为六个主要主题。然后使用情感词典对在线文本进行情感得分计算，通过文本情感分析揭示了游客对淮安西游乐园整体满意度的现状，而情感得分则清晰具体地反映出游客满意程度的高低，为全面评估乐园的服务质量提供了重要而客观的依据。最后，通过对 IPA 模型的深入分析，本文更进一步探讨了各个主题对游客满意度所产生的具体影响。分析结果显示，游客对“游玩项目”、“游玩体验”、“夜场表演”以及“排队服务”等几个主题的满意度相对较高，说明在这些领域游客的体验相对来说是满意的。然而，值得特别注意的是，“亲子游乐体验”和“基础服务设施”这两个主题的满意度却表现得较低，这无疑是乐园亟需加强和改善的领域，以期显著提高游客的整体满意度。特别是针对“基础服务设施”，游客们在这一方面表现出了强烈的重视与关切。因此，本文建议在接下来的服务改进过程中，针对亲子游乐体验和基础服务设施这两个满意度较低的主题，进行针对性而有效的增强措施，以更好地满足游客的期待和实际需求，实现更高水平的游客满意度。

5 淮安西游乐园景区游客满意度提升策略

根据第4章的深入文本挖掘和细致的定性定量分析结果显示亲子游乐体验的满意度和基础服务设施的满意度均未能达到平均水平，其中，亲子游乐体验主要问题是亲子项目过少，亲子互动特色需要深入挖掘。而基础服务设施的问题则主要集中在基础服务设施的不完善、陈旧落后、分布不均匀以及收费等问题的不合理性上。不同影响因素的改善对于淮安西游乐园游客满意度的提升都起着至关重要的作用。因此，就这两个方面出发，提出具有针对性和可操作性的相关对策，将能够有效提升西游乐园景区的游客满意度，促进乐园的持续健康发展。

5.1 挖掘亲子游乐特色项目

5.1.1 教育与科普结合项目

第一，为增强游客的文化体验感，园区可以在亲子活动区设置“西游故事屋”，这里可以布置可触摸的电子壁画和能旋转的3D立体模型。家长们带着孩子走近展台时，屏幕会自动播放对应章节的动画解说。比如点击花果山水帘洞场景，全息投影会跳出孙悟空的成长故事。每周末下午两点，园区可以请来戏曲院团的老师傅，前来讲述原著里的冷知识，还可以手把手教孩子们制作皮影戏道具。

第二，结合园区西游记中的奇幻元素，为游客设计一系列有趣的科学实验项目。可以在园区的西北角设置“奇幻实验室”。工作人员可以将名著场景改造成科学体验站，比如用柠檬酸与小苏打混合实验模拟“熄灭火焰山”的过程。孩子们套上特制的龙宫潜水镜后，可以通过调节浮力装置让金箍棒模型在水中保持平衡。这里还可以设置闯关游戏区，家长和孩子组队参与西游化学谜题挑战，答对三道题就能解锁“腾云驾雾”特效体验。

5.1.2 亲子竞技与团队挑战项目

第一，为亲子设计一系列富有创意和挑战性的寻宝任务，不仅限于解谜和搜集特定物品。例如，可以设置“寻找失传的法宝”任务，让亲子家庭在乐园内寻找隐藏的“法宝”（可以是实物道具或虚拟线索），并解开与之相关的谜题或挑战。同时，也可以结合乐园内的游乐设施，设计“飞跃火焰山”、“潜入龙宫寻宝”等冒险任务，增加寻宝的乐趣和刺激感。在寻宝过程中，家长可以引导孩子分析线索、解决问题，孩子则可以发挥想象力和创造力，为团队提供新奇的思路和建议，这样不仅能增强团队协作能力，还能培养亲子间的信任和默契。

第二，结合西游记中的角色和故事，在园区设计更多富有创意和趣味性的亲子运动项目。例如，“唐僧师徒取经接力赛”可以模拟取经路上的艰难险阻，让亲子家庭在接力赛中体验师徒四人的团结与坚持；“观音菩萨祈福舞”则可以设计成亲子家庭共同参与的舞蹈比赛，通过舞蹈表达祈福和感恩之情。在亲子运动会中，既要有竞技性的比赛项目，也要有互动性的游戏环节。例如，“孙悟空与白骨精的对决”可以设计成亲子家庭之间的对抗赛，而“沙僧挑担接力”则可以设计成亲子家庭内部的协作比赛。

5.1.3 艺术与文化体验项目

第一，园区可以每周举办西游记主题戏剧表演，除了上演西游记的经典剧目，还可以邀请剧团或演员创作改编作品，将现代元素融入传统故事中，为亲子家庭带来耳目一新的戏剧体验。例如，可以改编“三打白骨精”为环保主题的剧目，强调人与自然和谐共生的重要性；或者将“火焰山”的故事与现代科技相结合，探索科技创新与环境保护的平衡。在戏剧表演中增加互动环节，如让观众参与剧情决策、角色扮演或现场互动游戏，加深他们对西游记故事的理解和感受。

第二，园区管理者可以引入西游主题艺术创作，如绘画、雕塑和陶艺等传统创作媒介，还可以引入数字艺术、光影艺术等新兴媒介，让亲子家庭有更多选择来表达自己的创意和想法。例如，可以设立数字绘画区，利用平板电脑或数字画板进行创作；或者设置光影艺术区，利用灯光和镜子创造独特的视觉效果。同时，将艺术创作与西游记的文化元素相结合，鼓励亲子家庭在创作中融入西游记的故事情节、人物形象或象征意义。例如，可以设计以“孙悟空的七十二变”为主题的绘画比赛，让孩子们发挥想象力创作各种变化的孙悟空形象；或者举办以“西游记中的自然风光”为主题的摄影展，展示西游记中描绘的美丽景色和生态环境。

5.1.4 特色餐饮与住宿体验

第一，餐饮管理者可以策划餐厅内部设计应充满西游记的奇幻色彩，可以运用大量西游记元素进行装饰，如孙悟空的金箍棒、猪八戒的九齿钉耙、沙僧的禅杖以及唐僧的袈裟等。墙面可以绘制西游记的经典场景，如大闹天宫、三打白骨精等，营造出浓郁的西游记文化氛围。餐厅提供的菜肴应与西游记的故事情节或角色紧密相关。例如，可以推出“火焰山烤鸡”、“龙宫海鲜宴”、“孙悟空的仙桃”等特色菜品，让亲子家庭在品尝美食的同时，也能感受到西游记的奇幻魅力。餐厅可以定期举办西游记主题的美食节或特色宴会，如“孙悟空生日派对”、“猪八戒美食大赛”等，让亲子家庭在享受美食的同时，也能参与到有趣的活动中来，增进亲子间的互动与乐趣。

第二，酒店管理员同时应该将酒店房间的设计应充分融入西游记的元素，如孙悟空、猪八戒、沙僧和唐僧等角色的房间装饰，以及与之相关的家具和设施。房间内还可以放

置西游记的书籍、玩具或纪念品，让亲子家庭在住宿期间也能感受到西游记的奇幻氛围。为了满足亲子家庭的住宿需求，酒店应提供宽敞舒适的亲子套房或家庭房。这些房间应配备儿童床、儿童玩具和儿童用品等设施，确保亲子家庭在住宿期间能够享受到便利和舒适。酒店可以定期举办西游记主题的活动或体验，如“孙悟空武艺培训”、“猪八戒美食制作”等，让亲子家庭在住宿期间也能参与到有趣的活动中来，增进亲子间的感情和默契。

5.1.5 互动体验与虚拟现实项目

第一，园区可以利用先进的虚拟现实技术，精心打造西游记中的经典场景，如“大闹天宫”的震撼、“三打白骨精”的智斗、“火焰山”的炽热等。通过头戴式显示器、体感设备等，让亲子家庭仿佛置身于西游记的奇幻世界，亲身体验那些耳熟能详的故事情节。在虚拟现实体验中融入互动剧情，让亲子家庭在体验过程中能够做出选择，影响故事的发展。例如，在“三打白骨精”场景中，亲子家庭可以选择不同的战斗策略或对话选项，从而体验不同的故事结局。这种设计能够增强体验的互动性和沉浸感，让亲子家庭更加投入地参与到故事中。

第二，在园区的室内设立互动游戏区，提供丰富多样的西游记主题电子游戏和桌游。电子游戏可以包括动作冒险、角色扮演、益智解谜等多种类型，满足不同年龄段亲子家庭的需求。桌游则可以设计成策略对抗、团队合作等形式，鼓励亲子家庭共同参与，增进亲子间的互动和默契。并且园区可以定期举办亲子游戏比赛，如“西游记知识问答大赛”、“电子游戏挑战赛”等。通过比赛的形式，激发亲子家庭的参与热情，增进亲子间的互动和乐趣。

5.2 优化基础服务设施

5.2.1 完善游乐设施维护体系

第一，根据西游乐园设施的类型、使用频率及制造商建议，制定详细的定期检查与保养计划。园区的维护人员按照规定进行日常检查、月度维护、季度大修及年度全面检查。组建由资深工程师和技术人员组成的维护团队，负责在西游乐园内执行检查与保养工作。团队人员的挑选应具备丰富的游乐设施维护经验，能够准确识别并解决设施潜在问题。每次检查与保养后，详细记录园区设施状态、发现的问题及采取的解决措施。

第二，在猴王巡山过山车等游玩项目上安装传感器和监控摄像头，实时监测西游乐园内游乐设施的运行速度、振动、温度等关键参数。系统应能自动报警，当参数超出安全范围时，立即通知维护团队。利用大数据和人工智能技术，分析游乐设施的运行数据，预测潜在故障，提前采取措施避免停机。例如，通过机器学习算法识别设施磨损模式，预测部件更换周期。

第三，同时设立游客反馈渠道，收集游客在西游乐园游玩过程中关于游乐设施的意见和建议。定期分析反馈数据，作为设施改进和维护的依据。与游乐设施制造商建立长期合作关系，确保及时获取技术支持、备件供应及升级信息。基于维护记录、游客反馈及行业趋势，不断优化维护流程、提升设施性能，为游客创造更加安全、舒适的游乐环境。

5.2.2 完善交通设施

第一，在西游乐园现有停车场的基础上，合理规划并扩建新的停车区域，确保即使在旅游旺季，前来游玩的游客也能轻松找到停车位置。扩建时应考虑地形、环境等因素，确保新停车场的可持续性和美观性。在条件允许的情况下，可以考虑建设多层停车场，以在有限的地面空间内大幅增加停车位数量。同时，多层停车场应配备电梯或坡道，方便游客上下。

第二，在园区安装车位引导系统，通过 LED 显示屏实时显示停车场内各区域的空闲车位数量，引导游客快速定位空闲车位，减少寻找车位的时间。引入电子支付功能，游客可以通过手机 APP、自助缴费机或停车场出口处的电子支付终端完成缴费，无需等待人工收费，节省宝贵时间。同时，电子支付系统应支持多种支付方式，如微信支付、支付宝、银行卡等，以满足不同游客的需求。

第三，根据游客流量和园区规模，合理规划并增加观光电瓶车的数量和运行班次。确保游客在等待电瓶车时无需过长时间排队，同时电瓶车应覆盖园内所有主要景点，让游客可以轻松畅游整个园区。观光电瓶车的行驶路线应经过精心规划，确保覆盖所有主要景点，同时避免拥堵和重复路线。在高峰期，应灵活调整路线和班次，以满足游客需求。在西游乐园的园区内如三界轮回、火焰山的怒火等项目处设置清晰明确的步行道标识，引导游客选择步行游览。步行道应宽敞平坦，方便游客行走。标识应简洁明了，易于识别，确保游客能够快速找到目的地。

5.2.3 提升餐饮质量

第一，西游乐园可以引入特色餐厅，丰富园区内餐饮选择。园区可以提供素斋套餐和单点菜品，满足不同游客的用餐需求，并且以西游记中的花果山为背景，打造一处充满神话色彩的鲜果主题餐厅，餐厅内可以摆放各种鲜果模型和装饰品，让游客仿佛置身于仙境之中。还可以考虑引入如“高老庄农家菜”、“龙宫海鲜宴”等特色餐厅，分别提供农家风味、海鲜大餐等不同类型的餐饮选择。

第二，提升餐饮服务质量，定期对餐饮服务人员进行培训，提高他们的服务意识和专业技能。设立服务标准和考核机制，对服务人员的表现进行定期评估和奖惩，激励他们不断提升服务水平。对餐饮区域的布局进行合理规划，确保游客能够方便快捷地找到

餐厅和座位。加强餐饮区域的清洁和维护工作，定期对餐桌、餐具和地面进行清洁消毒，确保用餐环境的干净和卫生。加强对西游乐园餐饮供应商的管理，从源头上确保食品的卫生和安全。同时制定合理的价格策略，确保餐饮价格与品质相符，避免价格过高或过低对游客体验造成负面影响。

5.2.4 完善休息与卫生环境设施

第一，改进园内休息设施，在园内大雷音寺、智取芭蕉扇等人员密集的项目处增设充足的休息长椅，确保游客在游览过程中随时能够找到休息的地方。在休息长椅附近设置雅致的亭子和实用的遮阳伞，为游客提供一个遮阳避雨、舒适宜人的休息环境。结合西游主题，精心打造一系列特色休息区域，如在美猴王出世处设置充满神秘色彩的“水帘洞休息区”和在勇闯盘丝洞处建设浪漫迷人的“盘丝洞休息区”。

第二，优化环境卫生状况，增大清洁人员的配比，这意味着园区内的每个角落都能得到及时且彻底的清洁。此外，还需定期对园区内的游玩设施设备进行深度清洁和维护。在园区游玩项目如快乐小猪、佛法无边、火云洞等各个角落处设置了充足的垃圾分类回收箱。在园内花果山、高老庄、北俱芦洲、花果山等游玩区域增设哺乳室、卫生间，特别是在热门景点如大闹天空等处、和餐饮区域周边，确保游客能够方便快捷地使用，且定期对卫生间进行清洁、提供充足的卫生纸、洗手液等用品，并确保用品的及时补充和更换。定期对园区的环境卫生进行检查和评估，从地面清洁、垃圾分类到公共设施维护等各个方面进行全面细致的考察，确保各项清洁和消毒工作得到有效落实。

第三，加强绿化与美化工作，精心挑选并种植多样化的植物，如乔木、灌木、花卉等，这些植物不仅丰富园区的自然景观，还提升园区的生态价值。安排专门人员定期对园区内的绿化设施进行修剪和维护，确保植物健康生长、景观整洁美观，这些绿化工作不仅为游客提供了一个更加舒适、宜人的游玩环境，还展示西游乐园对生态环境保护的坚定承诺和实际行动。

5.2.5 加强园区智能化设备

第一，强化和完善园内导览设施，标识牌应采用清晰、醒目的设计，确保在各种光线条件下都能被游客轻松识别。字体大小、颜色对比和图标设计都应考虑到不同年龄段游客的阅读习惯。在园内各个路口、景点和设施处精心设置标识牌，确保游客在行进过程中能够随时获取所需信息。标识牌应涵盖景点介绍、路线指引、安全提示等关键信息，对于重要景点，可以提供简短的历史背景和文化内涵介绍，增强游客的文化体验。并且考虑到西游乐园可能接待来自不同国家和地区的游客，标识牌应提供多语种服务，

第二，提供智能导览服务，西游乐园小程序提供个性化的景点推荐和游玩路线规划，提升游客的游览体验。该功能通过乐园内部的数据接口实时在小程序上获取各项目当前

的排队情况，包括预计等待时间和当前队伍长度，帮助游客合理规划游玩路线，避免长时间等待带来的疲惫感。乐园可以提供智能穿戴设备，如智能手表或手环，与微信小程序连接后，可以实时显示游客的位置、剩余游玩时间、最近的卫生间或餐饮点等信息。智能穿戴设备还可以用于支付园内消费、解锁游乐设施等，进一步提升游客的便捷体验。

5.3 本章小结

本章内容深度整合了前文各章节的研究成果，特别是利用 IPA 数据分析工具，对淮安西游乐园现存的问题进行了剖析，并在此基础上，针对性地提出了一系列旨在提升乐园综合品质的对策建议。综合考量乐园的发展现状与未来趋势，为淮安西游乐园精心提炼了以下两大改进方向：一方面，深入挖掘西游记的文化内涵，结合亲子市场的独特需求，开发具有创新性和互动性的亲子游乐项目，增强游客的参与感和体验感，通过精心策划淮安西游乐园与西游记这一经典 IP 深度结合的系列亲子游乐特色项目，为亲子家庭打造了一个全方位、多层次的游玩天堂。这些项目不仅丰富了亲子家庭的休闲娱乐选择，更在寓教于乐中促进了家庭成员间的情感交流与共同成长。另一方面，应着重优化并升级西游乐园的基础服务设施，确保设施的完善性、便捷性和人性化设计，以满足游客日益增长的多元化需求，还能在游客心中树立起更加现代化、多元化、安全可靠的乐园形象，进而吸引更多游客，促进乐园的长期可持续发展。

结 论

本研究以淮安西游乐园为对象，旨在探索游客满意度及其影响因素。研究的第一步是广泛阅读相关文献，深入理解主题乐园在线文本的研究现状，寻找创新点，并明确论文的研究切入点、方法和内容。数据收集方面，本研究采用 Python 爬虫程序，从在线旅游平台获取游客的文本评价信息。在对所有评论进行数据清洗和文本分词等预处理后，最终保留了 7371 条有效评论。针对游客满意度的分析，本研究从多个维度进行探索：首先，通过高频词分析和社会网络语义分析，识别出游客关注的主要因素，这些因素直接影响游客的满意度；其次，运用 LDA 主题分析方法，提炼出在线评论的六个主题，并通过情感分析计算每条评论的情感倾向，其积极倾向表示游客对淮安西游乐园的满意，消极倾向则反映不满，这为衡量游客整体及各主题的满意度提供了依据；最后，本研究还利用 IPA 模型深入分析满意度影响机制，明确优势区、机会区、劣势区和改进区的具体影响因素。

根据研究结果，本文提出了相应的策略建议，以期提升淮安西游乐园的游客满意度。本文的具体研究结论有以下四个方面：

(1) 通过 LDA 主题模型，对淮安西游乐园的在线文本语料库进行了分析，得出了六个主要主题：排队服务、基础服务设施、夜场表演、游玩体验、游玩项目和亲子游乐体验。在游客的评论中，不同的观点层出不穷，有人认为淮安西游乐园的游玩体验非常刺激，而另一些人则认为该乐园不适合孩子游玩。LDA 主题模型的应用使得所有评论得以分类，从而提取出这六个核心主题，这些主题反映了游客在游玩过程中的主要关注点。

(2) 通过文本情感分析，为 7371 条经过预处理的在线评论确定了情感得分和情感倾向。其中，积极情感倾向的评论有 4566 条，占总评论数量的 61.945%；消极情感倾向的评论为 674 条，占 9.144%；中性评论则有 2131 条，占 28.910%。这些数据表明，游客的情感总体上以正向为主，显示出对淮安西游乐园的较高满意度，但也存在一些不满意的情况。具体到各个主题，游玩项目、游玩体验、夜场表演和排队服务这四个方面的平均情感得分均高于整体平均值，表明游客对这四个方面的表现较为满意。然而，亲子游乐体验和基础服务设施的情感得分则低于平均水平，反映出这两个方面仍需改进。

(3) 本章运用 Python 处理分析游客在线评论，通过 LDA 方法提炼出六大主题，并利用情感词典计算情感得分，评估淮安西游乐园服务质量。IPA 模型分析显示，“游玩项目”、“游玩体验”、“夜场表演”及“排队服务”满意度较高，而“亲子游乐体验”和“基础服务设施”满意度较低，尤其是后者备受游客关注。因此，建议重点改进这两方面，以提升游客整体满意度。

(4) 淮安西游乐园运用 IPA 模型分析游客满意度, 发现两大问题亟待解决: 一是亲子游乐体验需增强特色, 未能充分满足家庭游客需求; 二是基础服务设施存在不足, 包括游乐设施维护、交通、餐饮、休息卫生及园区智能化水平等方面。为此, 本文提出从教育与科普、亲子竞技挑战、艺术文化体验等五方面开发亲子特色项目, 丰富亲子游玩体验; 同时, 从游乐设施维护、交通改善、餐饮提升等五方面优化基础服务设施, 以提升游客整体满意度。本研究通过量化情感得分, 为乐园精准定位服务短板、制定提升策略提供数据支持, 助力乐园在体验经济中构建可持续的竞争优势。

本文在研究中存在着以下不足方面:

(1) 研究主要集中在游客在在线旅游平台上发表的文本信息, 未分析游客的特征差异对满意度的影响, 例如性别、年龄、职业等变量对满意度的具体影响。

(2) 虽然本文的文本语料库包含 10251 条在线文本, 但评论数量相对较少。这主要是因为目前关于淮安西游乐园的在线评论数量有限。

针对上述不足, 未来的研究应着重于以下个方面: 第一, 丰富研究内容, 探讨在线旅游平台上其他变量对游客满意度的影响机制; 第二, 扩大语料库, 积极从多个平台获取更多更新的在线评论数据, 以支持更科学的学术研究。

参考文献

- [1] Pizam A, Neumann Y, Reichel A. Dimensions of tourist satisfaction with a destination area[J]. *Annals of Tourism Research*, 1978, 5(3): 314-322.
- [2] Chon K S. Understanding recreational traveler's motivation, attitude and satisfaction[J]. *The Tourist Review*, 1989, 44(1): 3-7.
- [3] Baker D A, Crompton J L. Quality, satisfaction and behavioral intentions[J]. *Annals of Tourism Research*, 2000, 27(3): 785-804.
- [4] Oliver R L. Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer: A behavioral perspective on the consumer[M]. Routledge, 2014, 1-544.
- [5] Mwangeni D, Mlozi R S, Uiso H. Satisfaction of International Tourists with Departure Services at Kilimanjaro International Airport: A Study in Tanzania[J]. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 2024, 24(5): 240-253.
- [6] Tengan C, Maayir G, Sakyi R, et al. Dimensions of Visitor Satisfaction at Attractions: A Study of Kakum National Park, Ghana[J]. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 2023, 13(2): 173-187.
- [7] Raksmeey S, Pakkapol L, Rawisara R. The effects of virtual reality travel on satisfaction and visiting intention utilizing an extended stimulus-organism-response theory: perspectives from Thai tourists[J]. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 2024, 7(5): 2684-2703.
- [8] Marino G, Martin G, Elin K. Tourists' Satisfaction and Quality Attitudes towards Tourism Supply on the Eastern Coast of Istria County: An Empirical Study[J]. *Vallis Aurea: Journal of Sustainable Development and Innovation*, 2024, 10(2): 72-84.
- [9] Sharafuddin A M, Madhavan M, Wangtueai S. Assessing the Effectiveness of Digital Marketing in Enhancing Tourist Experiences and Satisfaction: A Study of Thailand's Tourism Services[J]. *Administrative Sciences*, 2024, 14(11): 273-273.
- [10] Sun B, Ao C, Wang J, et al. Listen to the voices from tourists: evaluation of wetland ecotourism satisfaction using an online reviews mining approach[J]. *Wetlands*, 2020, 40(5): 1379-1393.
- [11] Chen S, Wei H, Ran Y, et al. Waiting for a download: The effect of congruency between anthropomorphic cues and shopping motivation on consumer patience[J]. *Psychology & Marketing*, 2021, 38(12): 2327-2338.

- [12]Ur A R, Mazhar A, Ahmad F A, et al.How Tourist Experience Quality, PerceivedPrice Reasonableness and Regenerative Tourism Involvement Influence Tourist Satisfaction: A Study of Ha'il Region, Saudi Arabia[J].Sustainability, 2023, 15(2):1340-1340.
- [13]A. M M O, Assumpció H. Tourist interaction and satisfaction with the chatbot evokes pre-visit destination image formation? A case study[J]. Anatolia, 2023, 34(4):509-523.
- [14]Juan P, Martina F, Le M P, et al. A sentiment analysis approach to investigate tourist satisfaction towards transport systems: the case of Mount Etna[J]. Transportation Research Procedia, 2023, 69400-407.
- [15]Martilla J A, James J C. Importance-performance analysis[J]. Journal of marketing,1977, 41(1): 77-79.
- [16]Nam S, Lee C H. A Text Analytics-Based Importance Performance Analysis and Its Application to Airline Service [J]. Sustainability, 2019, 11 (21): 6153-6153.
- [17]Bynum B B, Evan J. Leveraging IPA gap scores to predict intent to travel[J]. Journal of Hospitality and Tourism Management, 2023, 5797-101.
- [18]Azadeh K, Bynum B. Service Quality Assessments of Cultural Heritage Sites by Residents and Tourists: Application of Four Complementary IPA Techniques[J]. Tourism Planning & Development, 2023, 20(4): 541-565.
- [19]Loan T N, Vu A M, Tuyen V V. The Relationship between Tourism Service Quality, Tourist' s Satisfaction and Loyalty: A Study by Using Smart PLS-SEM Approach[J]. Journal of Behavioural Economics, Finance, Entrepreneurship, Accounting and Transport, 2023, 11(1): 1-7.
- [20]Hasrina M, Bahiyah O, Syed N S M. Measuring destination competitiveness: an importance-performance analysis (IPA) of six top island destinations in South EastAsia[J]. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 2020, 25(3): 223-243.
- [21]Bogale D, Wondirad A. Determinant factors of tourist satisfaction in Arbaminch City and its vicinity, Southern Ethiopia[J]. International Journal of Tourism Policy,2019, 9(4):
- [22]Mimbs P B, Boley B B, Bowker J, et al. Importance-performance analysis of residents' and tourists ' preferences for water-based recreation in the Southeastern United States[J].Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 2020, 31.
- [23]Jun Y Y, Hun J L, Jo Y C. A Study for Promotion of the Stay Type Tourism in Ulsan by IPA Analysis Techniques[J].Journal of the Korea Entertainment Industry Association, 2019, 13(8): 1-12.
- [24]Seungmin N, Hana M. A Study on the Recognition of Tourists in Accessible Tourism for All Destinations: Using IPA Analysis[J]. Journal of Tourism and LeisureResearch, 2019, 31(10): 45-57.

- [25]KIM M, KIM C H. On exploring factors for enhancing export competitiveness in IT Convergence industries[J]. Journal of Sanjing Research (JIDB), 2019, 10(5): 21-26.
- [26]Il T K, Hee S R. A study on the influence relationships among cruise tourist' s selection attributes using the IPA method, satisfaction, reuse and recommendation intention[J]. Korean Journal of Hospitality & Tourism, 2019, 28(2): 217-232.
- [27]Guelein Bueyuekoezkan. An integrated fuzzy multi-criteria groudecision-making approach for green supplier evaluation[J]. International Journal of Production 2012, 50(10/12): 156-161.
- [28]Chand M, Ashish D. The Impact of Service Quality on Tourist Satisfaction and Loyalty in Indian Tour Operation Industry [J]. british journal of anaesthesia, 2014.
- [29]ALI S, KAUR R. An analysis of satisfaction level of 3PL service users with the help of ACSI. Benchmarking Int. J. 2018(5): 24 - 46.
- [30]JIMBER D, HERNÁNDEZROJAS D, VERGARAROMERO A, et al. Loyalty in heritage tourism: The case of Córdoba and its four World Heritage Sites. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2020, 17(23): 8950-.
- [31]李瑛. 旅游目的地游客满意度及影响因子分析——以西安地区国内市场为例[J]. 旅游学刊,2008,(04):43-48.
- [32]万绪才,丁敏,宋平. 南京市国内游客满意度评估及其区域差异性研究[J]. 经济师,2004,(01):246-247.
- [33]董观志,杨凤影. 旅游景区游客满意度测评体系研究[J]. 旅游学刊,2005,(01):27-30.
- [34]黄大勇,陈芳. 国内外旅游满意度研究综述[J]. 重庆工商大学学报(社会科学版),2015,32(01):49-55.
- [35]汪侠,刘泽华,张洪. 游客满意度研究综述与展望[J].北京第二外国语学院学报,2010,32(01):22-29.49 吉林外国语大学硕士学位论文
- [36]王芳,谢朝武,吴必虎.景观空间尺度对游客满意度的影响及情绪体验的中介作用研究 [J].人文地理,2018,33(06):142-151.
- [37]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(06):109-123.
- [38]孙宝生,敖长林,王菁霞等.基于网络文本挖掘的生态旅游满意度评价研究[J].运筹与管理,2022,31(12):165-172.
- [39]王琦,燕亚飞,韩一峰.城市公园游客满意度的研究进展[J].林业调查规划,2024,49(02):219-224.
- [40]刘佳雨,马瑛,苏向辉,等.基于游客满意度调查的乡村民宿旅游发展研究——以乌鲁木齐县为例[J].农村经济与科技,2024,35(04):144-147.

- [41] 崔凯鑫,陶建阳.基于 IPA 分析的拉萨市八廓街历史文化街区游客满意度研究[J].旅游与摄影,2023,(06):46-48.
- [42] 白颜丰,康颖梅.基于 IPA 分析法的徐州环城国家森林公园游客满意度研究[J].旅游与摄影,2023,(06):49-51.
- [43] 顾杰.基于 IPA 的顾村公园游客满意度提升策略研究[D].华东师范大学,2023.
- [44] 黄程,易亚霖,林川楠,等.基于 IPA 模型的大熊猫国家公园景区游客满意度分析——以大相岭自然保护区为例[C]//成都信息工程大学管理学院.“劳动保障研究”2023 研讨会论文集.成都信息工程大学,2023:5.
- [45] 绪鑫钰,张洪鸣,李红岩,等.基于 IPA 分析的林芝市民宿游客满意度实证探究[J].高原农业,2023,7(02):213-220.
- [46] 仙鹏,王春燕,冯啸林.乡村旅游民宿管家工作满意度影响因素分析——基于浙江省五市的调查[J].中南农业科技,2024,45(05):201-204+209.
- [47] 吴水田,刘卷.基于感知价值的红色资源数字化旅游产品满意度研究——以广州市农讲所纪念馆为例[J].科技传播,2024,16(07):30-34+39.
- [48] 吴娜,陈海鹰,傅安国.游憩环境、游憩体验对游客满意度和行为意向的影响——以海南东寨港红树林旅游区为例[J].湿地科学,2021,19(01):64-77.
- [49] 范玉强,陈志钢,刘涛慧等.红色旅游情境下敬畏情绪对游客满意度的影响研究——以延安为例[J].西北大学学报(自然科学版),2021,51(02):259-269.
- [50] 许鹏.旅游品牌价值对游客满意度的影响——基于沉浸体验理论视角 [J].商业经济研究,2022,No.840(05):88-91.
- [51] 黄杰,黄安民,杨飞飞,成汝霞.旅游者恢复性环境感知与游后行为意向——影响机制和边界条件[J].旅游学刊,2022,37(02):31-45.
- [52] 顾雅青,崔凤军.世界文化遗产地认知对游客满意度及忠诚度的影响——以杭州为例[J/OL].世界地理研究:1-12[2022-07-04].
- [53] 杨博雷.基于网络文本挖掘的国家公园旅游满意度评价研究——基于武夷山国家公园的数据分析[J].黑龙江生态工程职业学院学报,2024,37(02):56-62.
- [54] 赵文博,许敬阳,彭武良,等.基于在线评论的长岛旅游满意度研究[J].信息与管理研究,2022,7(Z2):37-45.
- [55] 邓金波.基于 IPA 法的南疆兵团红色旅游资源游客满意度研究[D].塔里木大学,2022.
- [56] 赵玲玲,李思梦.基于 IPA 分析的徽杭古道游客满意度评价[J].现代园艺,2024,47(03):24-26.
- [57] 殷章馨,罗文斌.非旅游要素对城市旅游的影响关系:感知、满意与忠诚——以长沙市为例[J].经济地理,2018,38(01):212-217.
- [58] 刘志成,钱怡伶.基于 SEM 模型武陵源生态旅游景区游客满意度研究[J].湖南社会科学,2019(03):121-127.

- [59]马慧强,刘玉鑫,燕明琪,席建超.基于 SEM 与 IPA 模型的旅游公共服务游客满意度研究[J].干旱区资源与环境,2021,35(06):192-199.
- [60]杨晓星.世界遗产地丽江古城游客满意度研究[J].大理大学学报,2023,8(11):122-128.
- [61]王智弘,刘礼俊,张柳坪,等.基于 IPA 分析的城市公园微度假供给质量满意度评价探究——以成都市为例[J].旅游纵览,2023,(21):25-29+33.
- [62]画至焜,李云阳,李昊泽.基于 KANO 模型的河南省沉浸式研学旅游满意度研究[J].旅游与摄影,2024,(02):127-129.
- [63]龚剑,郭豫蕾,杨远瑶等.野生动物旅游景区游客满意度影响因素研究——以成都大熊猫繁育研究基地为例[J].干旱区资源与环境,2023,37(02):203-208.
- [64]Nam J,Ekinci Y, Whyatt G. Brand Equity, Brand Loyalty and Consumer Satisfaction [J]. Annals of Tourism Research, 2011, 38(3): 1009-1030.
- [65]Swan J E, Mercer A A. Consumer Satisfaction as a Function of Equity and Disconfirmation[C]. Bloomington: Indiana University School of Business, 1981: 7-12.
- [66]Kastenholz Elisabeth, Figueiredo Elisabete. Rural tourism experiences. Land, sense and experience-scapes in quest of new tourist spaces and sustainable community development[J]. PASOS Revista deturismoy patrimonio cultural, 2014, 12(3).
- [67]Erik Cohen. A Phenomenology of Tourist Experiences[J]. Sociology, 1979, 13(2).
- [68]谢辉基, 杨振之. 感知与意向性——解释体验内涵的一种现象学尝试. 旅游学刊, 2016, 31(12): 96-105.
- [69]B-Joseph Pine II, James H-Gilmore. Experience economy [M]. Beijing: Machinery Press, 2002.
- [70]Blei D M, Ng A Y, Jordan M I. Latent dirichlet allocation[J]. Journal of machineLearning research, 2003, 3(1): 993-1022.
- [71]Martilla J A, James J C. Importance-performance analysis[J]. Journal of marketing,1977, 41(1): 77-79.
- [72]戴蔚,杨倩,张文强.基于 IPA 分析法的游客满意度提升研究——以东山县滨海旅游为例[J].邢台职业技术学院学报,2023,40(04):91-96.
- [73]范宇,符红光,文奕.基于 L D A 模型的专利信息聚类技术 [J] . 计算机应用, 2013,33 (S1) :87-89.
- [74]方飞,金铭.基于游客满意度的全域旅游目的地发展策略研究——以长春市九台区为例[J/OL].资源与产业,1-24[2024-06-17].
- [75][1]冀旭梦.基于 IPA 分析的邯郸市粮画小镇游客满意度研究[D].河北地质大学,2024.
- [76]刘资媛.顾客满意度影响因素的理论分析及实证研究[D].湖南大学,2005.
- [77]柳娥,伍学龙,崔厅,等.基于因子分析法的昆明市西山森林公园游客满意度影响评价 [J].西部林业科学,2024,53(01):172-177+187.

- [78]倪雪,曹华.基于IPA模型的葡萄文化旅游游客满意度实证研究[J].乌鲁木齐职业大学学报,2024,33(01):42-47.
- [79]任志艳,丁玮怡.基于IPA分析法的陕西省西安市永兴坊夜间旅游游客满意度分析[J].西部旅游,2023,(22):40-42.
- [80]夏冰.俄罗斯游客海南旅游目的地形象感知满意度调查研究[J].现代商贸工业,2024,45(07):76-78.
- [81]徐淑媚,商密川,赵霏,等.基于扎根理论的茶庄园旅游环境质量与游客满意度的实证研究——经营者与消费者双重视角[J].农业展望,2024,20(02):105-115.
- [82]俞霞,余珏璇.基于IPA方法的网红民宿游客满意度研究——以厦门曾厝垵为例[J].福建商学院学报,2023,(04):75-84.