

北部湾红树林保护地旅游者游憩体验价值感知比较

王 强^{1,2}, 张育芬¹, 李林欣¹

(1. 广东海洋大学管理学院, 广东 湛江 524088; 2. 广东沿海经济带发展研究院, 广东 湛江 524088)

摘要: 以携程、马蜂窝等平台游客点评与游记为数据源, 利用内容分析、语义与社会网络分析方法科学比较与探讨北部湾3个红树林保护地旅游者游憩体验价值感知状况。研究表明: 红树林保护地旅游者游憩体验价值感知度最高的皆为环境价值, 次之为特色价值, 再次之为服务及管理价值、教育与成本价值, 而3个红树林保护地不同类型游憩体验价值感知度存在一定程度的组间与组内分异; 北部湾3个红树林保护地旅游者游憩体验价值感知则基本形成了以“红树林”元素为体验价值核心, 地点-吸引物-设施-活动-服务-情绪情感等辐射关联元素为体验价值轴线的红树林社会网络结构特征, 然而每个红树林保护地游憩体验价值社会网络也因区域特色而存在核、轴等层面的一定分异; 3个红树林保护地旅游者游憩体验情绪总体皆为正面, 积极情绪总体评价排序为金海湾(85.07%) > 东寨港(65.64%) > 海陵岛(58.82%), 消极情绪总体评价排序为海陵岛(14.15%) > 东寨港(12.88%) > 金海湾(5.92%)。

关键词: 北部湾; 红树林保护地; 旅游者; 体验价值; 比较

中图分类号: F592 **文献标志码:** A **文章编号:** 1671-1807(2024)21-0055-09

红树林是海洋自然生态系统的重要组成部分, 其不仅是“海岸卫士”“滨海生物乐园”, 更是海洋生态文明建设的重要标志。此种海洋植物群落一般生长在热带及亚热带特定范围, 而北部湾地区为我国红树林资源分布的典型区域^[1-2]。随着国内海洋旅游高质量发展以及生态产品价值实现机制相关政策的实施, 北部湾地区红树林生态旅游迎来发展机遇。值此背景, 北部湾各市政府高度重视红树林生态保护与开发利用, 湛江、北海、阳江、海口等滨海城市已经建成具有区域标识与特色的红树林自然保护地, 如湛江红树林国家自然保护区、北海市金海湾红树林生态旅游区、广东海陵岛红树林国家湿地公园、海口东寨港红树林自然保护区。而保护地(protected areas)是一种资源保护的理念, 因较好地处理了保护与利用的矛盾而成为全球各类资源保护的共同语言和公认范式^[3]。世界自然保护联盟(IUCN)认为保护地是一块清晰界定的、被国家或相关组织(团体或个人)所承认的、并受法律或其他规范性文件约束的、通过实施积极的管理能够实现自然相关生态服务和文化价值的长期有效保存

的地理空间^[3]。然而, 经过多年发展上述这些红树林自然保护地虽然因其生态文化服务功能与价值而成为我国生态旅游景区体系中的重要一员, 但在发展实践过程中也形成了生态保护与开发利用之间失衡、开发模式单一、产品缺乏吸引力等实际问题^[3-4]。基于此, 本文从游客感知视角出发, 对北部湾多个红树林保护地生态旅游区的旅游者游憩体验价值感知进行科学比较分析, 以此为北部湾红树林生态旅游开发以及海洋旅游高质量发展提供参考与启发。

红树林景观因其独特的旅游价值而引起国内外学者关注。关于红树林旅游相关研究主要集中在红树林生态旅游开发以及相关评价指标的设立, 并针对现存问题提出红树林旅游发展相关对策。例如, 陈燕等^[5]以星湖国家湿地公园为研究对象, 从生态旅游角度出发建立了一套包括景观美学价值、社会使用价值和自然生态价值的红树林景观评价体系。而国内外学者对于旅游价值感知问题的研究已经比较丰富^[6-9], 保护地旅游价值研究主要集中于湿地公园^[10-12], 但关于红树林游憩体验价值及其

收稿日期: 2024-02-19

基金项目: 广东省哲学社会科学规划项目(GD23YDXZGL02); 湛江市哲学社会科学规划项目(ZJ22YB11); 广东海洋大学人文社科项目(C20126, 030301092314)

作者简介: 王强(1992—), 男, 江西婺源人, 博士研究生, 讲师, 研究方向为海洋及生态旅游、乡村旅游与旅游地理; 通信作者张育芬(1989—), 女, 江西婺源人, 硕士, 讲师, 研究方向为海洋旅游、旅游消费者行为; 李林欣(2001—), 女, 广东肇庆人, 研究方向为生态旅游。

对比分析的相关研究较少。吴娜等^[4]以海南东寨港红树林旅游区为例,利用结构方程模式研究游憩环境与体验对游客满意度和行为意向的影响。郭华和段萍^[12]以龙岩市东山湿地公园为例,采用模糊综合评价法建立城市湿地公园游客体验价值评价体系。近年,随着北部湾城市群国家战略的提出,北部湾滨海旅游发展成为学者关注的一大议题,其研究内容大都集中于区域旅游竞争^[13-14]、区域旅游效率^[15-16]、区域旅游空间结构^[17-18]等方面,而关于北部湾滨海红树林旅游发展相关的高质量研究成果较为缺乏。综上研究不难发现,大部分学者聚焦旅游目的地的感知价值与旅游意向等问题研究且多以单个旅游目的地为例,但缺乏对相同类型的旅游目的地游客价值感知进行对比分析,尤其缺乏红树林保护地游客价值感知比较的研究成果。鉴于此,本文以北部湾3个典型的红树林保护地生态旅游区为研究案例地,科学比较与分析3个案例地旅游者游憩体验价值感知状况,以期丰富红树林生态旅游研究理论以及北部湾红树林生态旅游高质量发展提供借鉴。

1 研究区域、数据来源与处理

1.1 研究区域概况

海口东寨港红树林、北海金海湾红树林、阳江海陵岛红树林3个案例地具有红树林资源丰度与禀赋的优越性,其是北部湾沿海地区3个典型的红树林保护地生态旅游区。海口东寨港红树林国家级自然保护区位于海南海口市美兰区,与三江镇、演丰镇交界,属热带季风气候,保护区总面积3 337.6 hm²,核心区面积1 635 hm²,缓冲区面积1 167.1 hm²,实验区面积535.5 hm²,其中红树林面积1 771 hm²,滩涂面积1 759.4 hm²。海口东寨港红树林是我国建立的第一个以红树林为主的湿地类型的自然保护区,保护区内设有东寨港红树林科普馆,围绕红树林起源分布、动植物资源等信息面向大众进行科普教育^[4]。

北海金海湾红树林生态旅游区位于北海市区东南端,距离市中心(北部湾广场)约15 km,距离银滩旅游区约5.9 km。景区面积6 000亩(1亩≈666.7 m²),海岸线长约4.5 km,属亚热带滨海生态湿地型旅游区。北海金海湾红树林生态旅游区为国家4A旅游景区,由门景区、红树林观光区和疍家民俗园3部分构成,景区突出北海疍家文化、海洋文化,是人与自然和谐统一的典型代表。而海陵岛红树林国家湿地公园位于广东省阳江市海陵岛神前湾畔,公园总面积6.08 km²,公园是以亚热带红

树林湿地为风景特征、以生态保护为主、以观光休闲和科普教育为辅的多功能生态公园,是海陵岛“新八景”之一,其主要是以近陆浅海与海岸滩涂湿地为主的湿地生态系统,主要保护对象为红树林湿地生态系统及生物多样性、海岸典型自然景观。

1.2 数据来源及处理

1.2.1 数据来源

选择中国具有代表性及典型性的旅游服务平台“携程旅游网”“马蜂窝网”“穷游网”作为收集数据的主要来源。采用后羿采集器以及八爪鱼采集器爬取在线旅游平台点评以及游记文本,设定采集器所需参数以及抓取规则,抓取平台当中的“游客名称”“发布时间”“点评内容/游记内容”以及“相关回复”4类信息。以“东寨港红树林”“海陵岛红树林”“金海湾红树林”为关键词进行搜索,分别在携程旅游网初步搜索到关于东寨港红树林的游记有6篇,点评有257条;关于海陵岛红树林的游记有3篇,点评有572条;关于金海湾红树林的游记有2篇,点评有5 324条。在马蜂窝旅游网初步搜索到关于东寨港红树林的游记有7篇,点评有153条;关于海陵岛红树林的游记有48篇,点评有39条;关于金海湾红树林的游记有49篇,点评有179条。在穷游网初步搜索到关于东寨港红树林的点评有106条;关于海陵岛红树林的点评有23条;关于金海湾红树林的点评有16条。

通过采集器采集并按照研究地分类汇总,最终实际采集到东寨港红树林共333条文本,其中携程网共201条(点评195、游记6),马蜂窝共82条(点评75、游记7),穷游网共50条。海陵岛红树林共674条文本,其中携程网共567条(点评564、游记3),马蜂窝共84条(点评40、游记44),穷游网共23条。金海湾红树林共3 098条文本,其中携程网共2 960条(点评2 960、游记0),马蜂窝共122条(点评75、游记47),穷游网共16条作为初始样本。网络文本初始样本数据统计见表1。

表1 网络文本初始样本数据统计

来源	类型	文本数量		
		东寨港红树林	海陵岛红树林	金海湾红树林
携程网	点评	195	564	2 960
	游记	6	3	0
马蜂窝	点评	75	40	75
	游记	7	44	47
穷游网	点评	50	23	16
	游记	0	0	0
总计		333	674	3 098

1.2.2 数据处理与分析

对东寨港红树林、海陵岛红树林、金海湾红树林收集到的文本数据做以下3步处理。

(1)略读每一条数据,为保证样本准确性,按照如下原则对数据进行筛选处理:①删除内容重复、内容单薄或无意义的文本;②将同一用户且同一时间的文本进行合并;③删除具有明显广告宣传性质、与红树林旅游不相关的游记;④删除游记中介绍景区、科普红树林的部分;⑤为保证网络数据的时效性以及景区升级改造后游客体验的准确性,删除在2018年1月至2022年12月共5年时间范围以外的文本。

(2)选择具有游客态度、情感等明显情感倾向的文本,便于对游客的体验价值感知进行分析。

(3)仔细阅读每一条数据,为保证后续分析的准确性,按照上述原则对文本内容进行整理替换。最终通过对相似文本作同义替换、修改明显的字词错误、删除不具有研究价值的表情和符号等获得东寨港红树林163条有效文本以及总字数11 920字,海陵岛红树林共有862条有效文本以及总字数37 942字,金海湾红树林844条有效文本以及总字数41 390字,并分别以txt文档格式进行保存。数据分析则采用文本数据广泛使用的内容分析与社会网络分析方法^[19-21];内容分析法是将不系统的、定性的符号性内容转化成系统、定量数据资料的研究方法^[21]。借助ROSTContentMining文本分析软件“高频特征词”“情感”以及“社会与语义网络”等分析功能对红树林保护地旅游者游憩体验价值感知的文本数据进行科学深入的内容分析。

2 研究结果与分析

2.1 红树林游憩体验价值感知的高频特征词分析

在旅游领域中不同的学者对于游客的体验价值测量开发了不同的量表,为研究旅游者体验质量提供了较为全面的概念框架。那梦帆等^[9]开发了一个具有较高信度和效度的旅游目的地体验价值模型。随着体验价值量表的研究发展,有更多针对特定场景的体验价值量表被提出。魏遐和潘益昕^[10]以杭州西溪湿地公园为例,编制了7个维度的湿地公园游客体验价值量表。王莉等^[11]以西溪和溱湖两个湿地公园为案例地,通过探索性和检验性因子分析得到湿地公园类目的地感知价值维度。上述两个湿地公园体验价值量表具有相似性,两者都具有旅游服务、旅游特色、教育科普、旅游成本、生态环境方面的感知维度。结合3个红树林旅游地实际

发展情况,本文参考王莉等^[11]的湿地公园类目的地感知价值维度模型,将红树林游憩体验价值感知维度归结为环境价值、特色价值、服务价值、管理价值、教育价值、成本价值6个维度。

从3个红树林保护地网络文本中提取出前100个高频特征词并将其归类至上述体验价值体系当中,进而得到东寨港、海陵岛、金海湾3个红树林保护地游憩体验价值感知的高频词归类分析表(表2~表4)。从表2不难发现,东寨港红树林保护地旅游者游憩体验价值感知度排序为:环境价值>特色价值>服务价值>管理价值>教育价值>成本价值。环境价值处于主要地位,总频数为497,占比63.47%,超过其他价值总频数以及其他价值占比之和。东寨港红树林保护地优美的生态环境以及红树林群落形态特征是游客体验和感知的主要对象,正如游客所言“东寨港涨潮时分,茂密的红树林会被潮水淹没,只露出翠绿的树冠随波荡漾,成为壮观的‘海上森林’;此外,这里还是‘鸟类天堂’和

表2 东寨港红树林旅游体验高频词分析表

高频词(频数)	总频数	占比/%	体验价值维度
红树林(161)、风景(41)、自然(16)、保护(14)、生态(12)、景观(10)、树冠(10)、红色(9)、优美(8)、植物(8)、海水(8)、大海(8)、退潮(8)、感受(8)、涨潮(8)、景色(8)、空气(8)、环境(8)、海上森林(8)、白鹭(7)、水中(7)、潮水(6)、沿海(6)、海边(6)、动物(6)、美景(6)、海岸(6)、沙虫(6)、树木(6)、树干(6)、海岸线(5)、绿色(5)、树林(5)、湿地(5)、鸟类(5)、公园(5)、滩涂(5)、漂亮(5)、大自然(4)、休闲(4)、海滩(4)、奇观(4)、壮观(4)、火烈鸟(4)、热带(4)	497	63.47	环境价值
栈道(44)、坐船(43)、游船(19)、游览(16)、游玩(11)、适合(10)、欣赏(8)、乘船(8)、海底村庄(7)、好玩(5)、海鲜(5)、观景(5)、独特(5)、项目(5)、小孩(5)、老人(4)、特有(4)、吸引(4)	208	26.56	特色价值
开船(9)、讲解(4)、声音(4)	17	2.17	服务价值
停业(7)、方便(6)、停车(5)、施工(4)	22	2.81	管理价值
博物馆(10)、知识(5)、体验(4)	19	2.43	教育价值
免费(5)、票价(5)、性价比(5)、值得(5)	20	2.55	成本价值

表3 海陵岛红树林旅游体验高频词分析表

高频词(频数)	总频数	占比/%	体验价值维度
风景(265)、螃蟹(210)、红树林(186)、老鼠山(126)、湿地(84)、景区(62)、小岛(54)、退潮(51)、岛上(48)、海上(44)、公园(44)、环境(43)、海边(42)、漂亮(41)、滩涂(41)、舒服(39)、天气(37)、海水(35)、跳跳鱼(33)、木桥(32)、优美(31)、海风(24)、涨潮(23)、空气(22)、小鱼(20)、海岛(20)、沙滩(19)、贝壳(17)、好看(16)、休闲(16)、大海(15)、感受(15)、自然(15)、海里(14)、景观(13)、海景(13)、保护(13)、好地方(12)、风光(12)、海滩(12)、宜人(12)、生物(12)、生态(12)	1 895	59.50	环境价值
栈道(249)、小孩(148)、好玩(76)、适合(65)、赶海(34)、有趣(34)、拍照(33)、游玩(29)、特色(24)、走走(23)、开心(23)、爬山(21)、公交车(20)、渔民(15)、长廊(14)、环岛(13)、老人(13)、徒步(13)、朋友(13)、散步(13)、海鲜(12)、大人(12)	897	28.16	特色价值
取票(16)、买票(12)	28	0.88	服务价值
方便(51)、停车(15)、交通(13)	79	2.48	管理价值
体验(48)、知识(13)	61	1.91	教育价值
值得(60)、便宜(46)、性价比(43)、收费(26)、免费(20)、停车费(18)、票价(12)	225	7.06	成本价值

‘天然养殖场’。”其次,表征特色价值的特征词频数总计 208,占比 26.56%,这无疑表明了旅游者在红树林保护地的特色价值体验凸显。回顾网络文本,不难发现“生态游船”“生态美食”是该红树林保护地比较具有旅游吸引力的特色项目与活动;而游客可以根据自身偏好选择乘船以及特色美食餐饮等体验红树林生态旅游价值。红树林保护地游客对景区服务价值、管理价值、教育价值以及成本价值等的游憩体验感知度较低,分别占比 2.17%、2.81%、2.43%、2.55%。这说明了红树林保护地注重生态保护的同时忽视了保护地的优质生态游憩服务与管理,在红树林生态教育价值传递等方面仍然存在较大的提升空间。

从表3中不难发现,海陵岛红树林保护地旅游者游憩体验价值感知度排序为:环境价值>特色价值>服务价值>管理价值>教育价值>成本价值。

表4 金海湾红树林旅游体验高频词分析表

高频词(频数)	总频数	占比/%	体验价值维度
红树林(394)、风景(378)、景区(206)、优美(142)、螃蟹(94)、空气(80)、环境(61)、生态(56)、清新(42)、漂亮(40)、滩涂(37)、天气(34)、湿地(32)、退潮(32)、海边(31)、沙滩(31)、海滩(31)、贝壳(30)、美丽(27)、招潮蟹(26)、自然(25)、舒服(24)、白鹭(20)、海水(20)、涨潮(20)、心情(20)、保护(19)、沙虫(18)、跳跳鱼(17)、大海(17)、干净(16)、宜人(16)、海螺(16)、秀丽(15)、树林(15)、生物(15)、生态环境(15)、贝类(15)、弹涂鱼(15)、好看(14)、植物(14)、小鱼(14)	2 169	53.98	环境价值
赶海(213)、小孩(102)、好玩(92)、查家(78)、适合(72)、有趣(59)、观光车(59)、表演(51)、游玩(51)、开心(44)、拍照(36)、栈道(31)、朋友(29)、观光(24)、渔民(24)、电瓶车(24)、游览(17)、特色(16)、项目(14)、老人(14)、挖螺(14)、珍珠(13)	1 077	26.80	特色价值
服务(95)、服务人员(52)、服务态度(47)、热情(41)、态度(30)、周到(24)、买票(20)、取票(15)、购票(14)、司机(14)	352	8.76	服务价值
方便(45)、交通(22)	67	1.67	管理价值
体验(72)、文化(29)、民俗(23)	124	3.09	教育价值
值得(91)、性价比(55)、免费(30)、便宜(23)、票价(15)、优惠(13)	229	5.70	成本价值

海陵岛红树林保护地旅游者体验价值的环境价值最高,其相关特征词频数总计为 1 895,占比为 59.50%。回顾网络文本,从“螃蟹(210)、红树林(186)、老鼠山(126)、湿地(84)”等特征词及其词频可以发现,游客在保护地体验到了红树林、大海、小岛、生物等整体宜人景观风貌,而游客从中获得了生态休闲舒适性体验。景区的特色价值处于次要地位,占比 28.16%。“栈道(249)、小孩(148)、好玩(76)、赶海(34)、拍照(33)、爬山(21)、渔民(15)、徒步(13)、海鲜(12)”等特征词及词频反映了海陵岛红树林保护地存在栈道观光、生态赶海、渔民文化体验、徒步爬山等众多特色性休闲游憩活动,这满足了老人、家庭亲子、研学等多种旅游市场客群需求。“体验(48)、知识(13)”等特征词表明了保护地科普教育价值的游客感知度较低(占比 1.91%),保

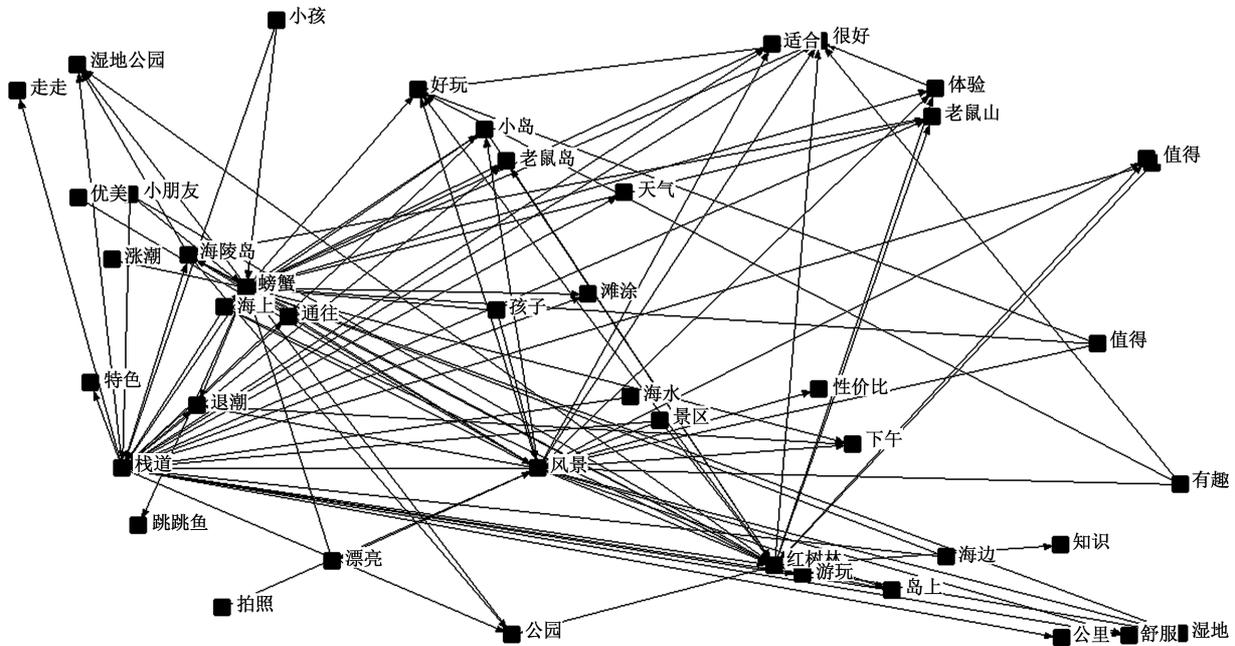


图 2 海陵岛红树林网络文本语义网络图

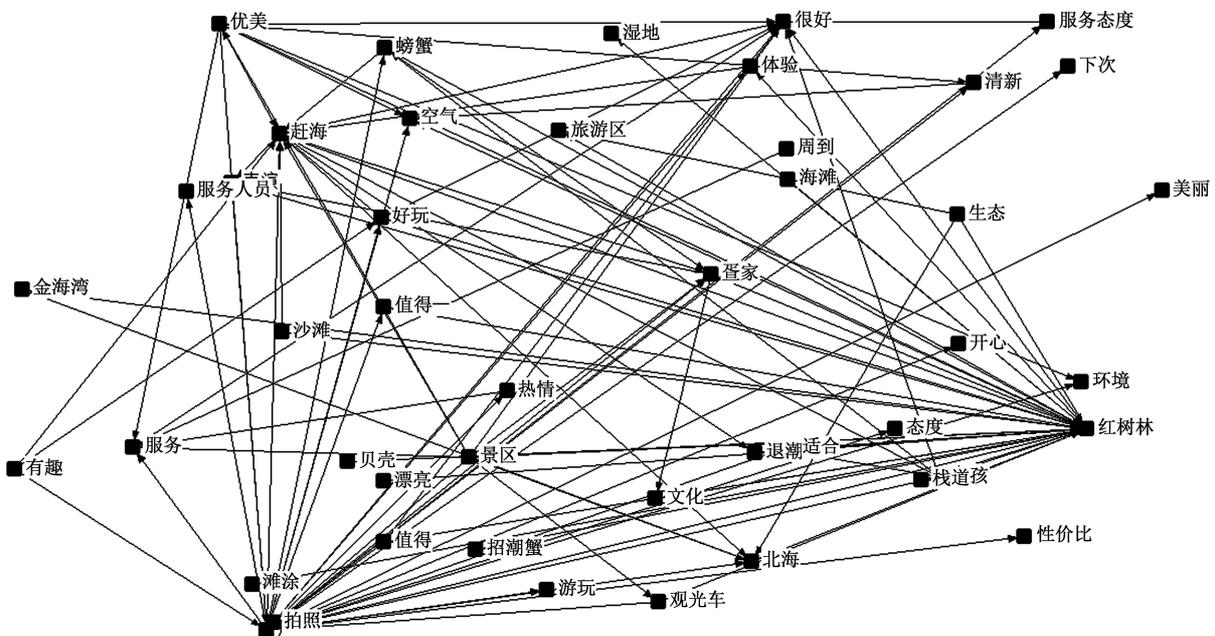


图 3 金海湾红树林网络文本语义网络图

景”从而辐射“遗憾”“优美”等感受类特征元素，这说明该保护地游客积极或者消极情绪主要来源于栈道、游船等主要体验活动，但是保护地旅游者积极性游憩情绪体验所依托游憩空间结构集中且较为单一。而从海陵岛红树林的语义网络图可知，“栈道，螃蟹，跳跳鱼，风景，红树林”特征词间联系紧密，这说明了“栈道-螃蟹-风景-红树林”等已然成为海陵岛红树林保护地游憩体验网络核心关联轴线。在游客的感知体验中，“栈道”为红树林保护地突出的游憩服务设施；通过栈道旅游者可以体验优

美红树林风光并通往特色景点“老鼠山”，从而开展具有核心吸引力的“赶海”游憩活动。而以核心词辐射出的“拍照，知识，走走，有趣，舒服，孩子”等特征元素说明该保护地能给游客带来多元、舒适游憩体验，其对家庭亲子旅游市场具有较高的吸引力。此外，网络辐射出的“值得”等词汇也反映游客积极性的体验情感。最后，从金海湾红树林的语义网络图可知，以“红树林”元素为核心辐射出“栈道、湿地、沙滩、观光车、贝壳、赶海、蟹家、文化”等特征词，这说明金海湾红树林保护地形成了“红树林-湿

地-栈道”“红树林-沙滩-贝壳-赶海”“红树林-观光车”“红树林-渔家-文化”等为核心轴线的游客体验网络。游客在金海湾红树林景区能够体验渔家文化展演、观光车、栈道、沙滩等多元游憩活动。以“风景”“文化”等自然人文元素为核心辐射出“美丽、开心、下次、性价比、服务”等情绪情感表征特征词,这表明游客对于红树林湿地景观的总体情绪情感以正面为主,从而表现出愉悦放松的心情状态并产生重游意愿。“渔家、赶海”的线条密度仅次于“红树林、风景”,且辐射出的“很好、好玩”等特征词,这也说明金海湾红树林保护地形成了以“生态赶海文化”“渔家文化”等为核心的红树林特色吸引物,旅游者对该保护地生态文化体验价值感知度高。

2.3 红树林游憩体验价值感知的情感分析

将东寨港红树林、海陵岛红树林、金海湾红树林 txt 文档导入 ROST EA 软件进行红树林游憩体验价值的情感分析。最后导出得到 3 个红树林旅游地的情感分析结果,包括情感分布统计结果、情感分析详细结果、情感细粒度结果、正面情感结果、中性情感结果、负面情感结果以及情感分布视图。对游客的点评以及游记等网络文本进行情感分析是识别游客旅游体验感受的主要方式,相较于问卷调查分析法更能真实地反映游客的旅游情感。本文主要通过东寨港、海陵岛、金海湾红树林情感分布统计结果进行情感分析,统计结果见表 5~表 7。

由表 5 可知,游客在东寨港红树林进行旅游后,65.64%的游客产生积极情绪,21.47%的游客为中性情绪,12.88%的游客产生消极情绪,其中产生中性情绪以及消极情绪占比为 34.35%。在积极情绪中,一般、中度以及高度等级情绪分别占比为 29.45%、19.02%、17.18%,而消极情绪 3 大等级分别占比为 11.04%、1.23%、0.61%。游客总体的体验水平较高,但是积极情绪偏向一般程度,一般程度占积极情绪整体的 44.56%。游客产生积极情绪的主要原因为东寨港红树林的原生态的自然风貌,旅游者亲近红树林的生物资源与良好生态能够获得身心幸福体验,正如一名游客的点评,“近半年整改停业,但是游客热情不减,风很凉,景很美,光是在港口看就很美啦,正常营业的时候是可以坐快艇穿越整个红树林,超级酷,还可以看到很多白色的飞鸟”。而东寨港红树林的游客的中性情绪以及消极情绪主要是因为“景点停业”“景区单调,互动项目少”“开船的人服务态度不好”“价格偏贵,不值这

个价”等方面,可见东寨港红树林旅游地在服务态度、娱乐项目、收费制度、消息传播方面存在不足,东寨港红树林旅游地的服务管理仍然存在较大提升空间。

由表 6 可以看出,在参与旅游之后游客产生了不同的情感类型,其中积极情绪占比 58.82%、中性情绪占比 27.03%、消极情绪占比 14.15%。在积极情绪当中一般程度、中度程度以及高度程度分别占比为 24.13%、27.03%、14.15%。消极情绪中一般程度、中度程度以及高度程度分别占比为 11.02%、2.44%、0.70%。海陵岛红树林游客的体验感受较好,产生积极情绪的游客占半数以上,且 3 个程度的积极情绪分布较为平均。产生正面情感的游客评价为,“现在是淡季,早晨去人少,微风,舒服,早晨是涨潮,要走得比较远才可以从桥上下去。退潮的时候可以下去抓小螃蟹,还可以捡小的生蚝。走近老鼠山这里水更清澈。沿着木桥走到老鼠山了。喜欢爬山的可以走走”。游客在海陵岛红树林旅游地通过散步、赶海、爬山、拍照等旅游活动感受红树林自然风光,获得休闲体验。产生负面情感的游客评论道,“配套设施简单了点,娱乐项目太少了,基本没有,只能自己找乐子。”其他负面关键词集中表现在“晒”“累”“可玩性低”,说明景区旅游设施设计的合理性不高、娱乐项目较少是导致游客产生消极情绪的主要原因。

表 5 东寨港红树林游客情感分布统计

情感类型		数量	占比/%
积极情绪(5, +∞)		107	65.64
中性情绪[-5, 5]		35	21.47
消极情绪(-∞, -5)		21	12.88
积极情绪	一般(5, 15]	48	29.45
	中度(15, 25]	31	19.02
	高度(25, +∞)	28	17.18
消极情绪	一般[-15, -5)	18	11.04
	中度[-25, -15)	2	1.23
	高度(-∞, -25)	1	0.61

表 6 海陵岛红树林保护地游客情感分布统计

情感类型		数量	占比/%
积极情绪(5, +∞)		507	58.82
中性情绪[-5, 5]		233	27.03
消极情绪(-∞, -5)		122	14.15
积极情绪	一般(5, 15]	208	24.13
	中度(15, 25]	172	19.95
	高度(25, +∞)	127	14.73
消极情绪	一般[-15, -5)	95	11.02
	中度[-25, -15)	21	2.44
	高度(-∞, -25)	6	0.70

表7 金海湾红树林游客情感分布统计

情感类型		数量	占比/%
积极情绪(5, +∞)		718	85.07
中性情绪[-5, 5]		76	9.00
消极情绪(-∞, -5)		50	5.92
积极情绪	一般(5, 15]	182	21.56
	中度(15, 25]	235	27.84
	高度(25, +∞)	301	35.66
消极情绪	一般[-15, -5)	37	4.38
	中度[-25, -15)	9	1.07
	高度(-∞, -25)	4	0.47

由表7得知,金海湾红树林游客的情感类型集中为积极情绪占85.07%,中性情绪以及消极情绪分别占9.00%、5.92%。其中,积极情绪一般程度占比21.56%,中度程度占比27.84%,高度程度占比35.66%。消极情绪一般程度占比4.38%、中度程度占比1.07%,高度程度占比0.47%。游客产生积极情绪占比高,且高度程度占总体积极情绪的41.92%,说明游客的旅游体验质量高。影响游客产生积极情绪主要体现在“风景优美”“空气清新”“负氧离子含量高”“服务非常热情”“可以体验赶海的乐趣”“表演非常精彩”等方面,游客对金海湾红树林旅游地的环境风貌、旅游服务、娱乐活动、服务设施等方面的满意程度较高。虽然金海湾红树林旅游地能够给游客带来较高的体验价值,但是也存在值得改善的地方。游客消极情绪主要来源于“性价比不高、门票很贵”“天气炎热,很晒”“有消费套路,坑”等。

3 结论与建议

3.1 研究结论

以北部湾3个滨海红树林生态旅游地游客点评以及游记为数据源,采用内容分析、社会网络分析等从高频词、社会与语义网络、情感等方面科学分析了旅游者游憩体验价值感知状况并进行了比较研究,得到如下结论。

(1)北部湾3个红树林保护地旅游者游憩价值感知度可以划分为3个等级层次。第1层次为环境价值,其感知度皆为最高;第2层次为特色价值,其感知度皆排序第2;第3层次为管理价值、服务价值、教育价值、成本价值4大价值,其感知度皆处于末位。局部而言,每个红树林保护地不同类型游憩价值感知度存在一定程度的组间与组内分异。

(2)北部湾3个红树林保护地旅游者游憩价值感知形成了以“红树林”元素为核心,地点-吸引物-设施-活动及服务-情绪情感等价值关联轴线与组团辐射影响的社会网络结构特征。东寨港红树林以乘船游景区作为主要旅游特色,海陵岛红树林以赶海、漫步栈

道、爬老鼠山等作为主要旅游活动,而金海湾红树林以盍家海洋民俗文化为核心旅游吸引物。

(3)红树林游客游憩体验价值感知度越高,则旅游者正面情绪比例越高。金海湾红树林相比于东寨港红树林和海陵岛红树林的文化底蕴更深厚,特色活动更多样,旅游服务更完善,因而游客对金海湾红树林的正面情感比例相对较高;东寨港红树林以及海陵岛红树林的游客正面情绪占整体情绪的比例为中等偏上,旅游者游憩体验积极情绪情感比例较之于“金海湾”则相对较低。

3.2 对策建议

(1)保护红树林生态环境与系统,提高红树林生态旅游地体验价值。合理利用北部湾滨海红树林旅游资源,统筹兼顾生态保护与旅游发展,维护优质红树林湿地景观、生物多样性、水土资源,以此形成对游客的持续吸引力。完善景区内旅游设施设备以及管理制度;依据景区特色打造丰富多样的旅游特色活动、优化升级旅游服务、合理制定游览路线以及收费制度;同时,注重数字赋能红树林科普教育体系的建设,让游客更深入了解当地自然文化以及风土民俗,进一步提升红树林旅游地特色价值、管理价值、服务价值、教育价值以及成本价值的旅游者感知度。

(2)深化红树林保护地生态旅游发展的主元素,丰富次元素。挖掘红树林生态文化,突出红树林旅游特色,将红树林生态与景区其他旅游元素有机相连。在可持续发展前提下丰富次元素,合理设计景区设施,营造丰富多元的生态湿地景观;拓展生态旅游娱乐休闲活动,结合时间或事件热点策划旅游节庆或研学等旅游活动,并探索红树林“生态+文化+旅游+科技+演艺+…”开发利用模式。

(3)重视游客旅游需求,优化游客体验质量。不同游客的旅游需求不同,开发以及充分运用智慧旅游服务系统,深入了解游客的用户画像、情感动机、消费习惯、旅游时间等游客特征,以游客的需求为导向,设置多样化旅游活动以及服务满足不同游客群体的旅游需求;对不同游客群体进行细分,提高景区管理水平,控制景区游客数量,及时处理解决游客问题并消除负面情绪,提升游客的景区认可度,从而提高游客的旅游满意度以及体验质量。

(4)共塑北部湾红树林品牌,实现旅游区域联动发展。中国北部湾是红树林旅游资源富集地区,通过利用特色红树林旅游资源进而打破北部湾3省区域限制。一方面,可以提炼北部湾各红树林景区的特色

文化,将北部湾红树林景区景点有机串联,进而联合北部湾其他特色旅游资源,以此构建红树林旅游发展联动机制,最终形成红树林生态旅游发展共同体;另一方面,应该大力提升红树林旅游地环境价值、特色价值、教育价值、管理价值和成本价值,针对游客需求培育多元特色的红树林保护地生态旅游产品,共同打造北部湾红树林优质生态旅游品牌。

参考文献

- [1] 马昇鑫,周玲玲,王晋,等. 基于遥感的湛江红树林保护区生态系统时空变化特征[J]. 资源科学, 2022, 44(12): 2580-2593.
- [2] 张槿,廖宝文. 我国红树林湿地生态修复技术研究现状分析[J]. 中国科学基金, 2022, 36(3): 412-419.
- [3] 李鹏. 国家公园中央治理模式的“国”“民”性[J]. 旅游学刊, 2015(5): 5-7.
- [4] 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(1): 64-77.
- [5] 陈燕,郑松发,武锋. 基于生态旅游功能的红树林景观评价指标体系构建[J]. 西北林学院学报, 2016, 31(2): 275-279.
- [6] 程伟玉,杜晓希. 汶川特大地震纪念地黑色旅游体验与游憩价值感知评价[J]. 科技和产业, 2023, 23(6): 119-123.
- [7] 文彤,李思敏,苏海洋,等. 动机、成本、风险:家长视角下研学旅游产品价值感知研究[J]. 热带地理, 2022, 42(10): 1677-1689.
- [8] 王强,龙文丽. 基于游客感知的火山地质遗迹型保护地科普教育解说系统评价:以湖光岩世界地质公园为例[J]. 经营与管理, 2022(7): 149-155.
- [9] 那梦帆,谢彦君, GURSOY D. 旅游目的地体验价值:维度辨识、量表开发与验证[J]. 旅游学刊, 2019, 34(12):

48-60.

- [10] 魏遐,潘益昕. 湿地公园游客体验价值量表的开发方法:以杭州西溪湿地公园为例[J]. 地理研究, 2012, 31(6): 1121-1131.
- [11] 王莉,张宏梅,陆林,等. 湿地公园游客感知价值研究:以西溪/溱湖为例[J]. 旅游学刊, 2014, 29(6): 87-96.
- [12] 郭华,段萍. 基于模糊综合评价的城市湿地公园游客体验价值评价研究:以龙岩市东山湿地公园为例[J]. 宜春学院学报, 2021, 43(6): 85-90.
- [13] 王强,张育芬,李志勇. 北部湾城市群滨海城市旅游生态位综合测评及动态变迁[J]. 生态经济, 2020, 36(8): 120-127.
- [14] 杨莎莎,魏旭,魏雪纯. 中国城市群旅游产业竞争力爬升规律的定量模拟与验证[J/OL]. 重庆大学学报(社会科学版): 1-17[2023-12-17]. <http://kns.cnki.net/kcms/detail/50.1023.C.20230915.1028.002.html>.
- [15] 王慧,王晓川,邓学龙. 沿海城市群旅游效率测度及评价:以北部湾城市群为例[J]. 社会科学家, 2023(2): 45-52.
- [16] 文冬妮. 城市群文旅产业高质量发展的驱动机制及优化路径:以广西北部湾城市群为例[J]. 社会科学家, 2022(5): 53-60.
- [17] 杨二鹏,邓渠成. 北部湾城市群旅游规模时空格局演化与影响因素研究[J]. 广西科学, 2022, 29(3): 595-606.
- [18] 李会琴,罗玉杰,侯林春. 北部湾城市群旅游经济联系空间结构演变及优化研究[J]. 热带地理, 2023, 43(8): 1586-1598.
- [19] 郝飞. 社会网络分析:软计算方法及应用[M]. 北京:科学出版社, 2021.
- [20] 罗伯特·汉尼曼,马克·里德尔. 社会网络分析方法:UCINET的应用[M]. 陈世荣,钟栋娜,译. 北京:知识产权出版社, 2019.
- [21] 金伯莉·纽恩多夫. 内容分析方法导论[M]. 李武,译. 重庆:重庆大学出版社, 2020.

Comparative on Tourists' Recreation Experience Value Perception in the Coastal Mangrove Protected Area of Beibu Gulf

WANG Qiang^{1,2}, ZHANG Yufen¹, LI Linxin¹

(1. College of Management, Guangdong Ocean University, Zhanjiang 524088, Guangdong, China;

2. Guangdong Academy of Coastal Economic Belt Development, Zhanjiang 524088, Guangdong, China)

Abstract: Based on the tourist reviews and travelogues from platforms such as Ctrip and Mafengwo as data sources, content analysis, social and semantic network analysis methods were used to scientifically compare and explore the perceived value of tourists recreational experience in three mangrove protected areas in the Beibu Gulf. The research results show that the highest perceived value of tourists recreational experience in mangrove protected areas is environmental value, followed by characteristic value, and then the service and management value education and cost value. While, there is a certain degree of inter group and intra group differentiation in the perceived value of different types of recreation in the three mangrove protected areas. The tourism value perception of the three mangrove protected areas in the Beibu Gulf has basically formed a mangrove social network structure with “mangrove” elements as the core experiential value, and the “location-attraction-facility-activity-service-emotional” as the experiential value axis. However, the recreational experience value social network of each mangrove protected area also has certain differences at the core, axis and other levels due to regional characteristics. The overall recreational experience emotions of tourists in the three mangrove protected areas are positive. The overall evaluation ranking of positive emotions is Jinhaiwan (85.07%) > Dongzhaigang (65.64%) > Hailing Island (58.82%), while the overall evaluation ranking of negative emotions is Hailing Island (14.15%) > Dongzhaigang (12.88%) > Jinhaiwan (5.92%).

Keywords: Beibu Gulf; mangrove protected areas; tourists; experience value; compare