

DOI: 10.13718/j.cnki.xdzk.2022.06.015

# 乡村旅游国内网络关注度的时空分布研究

万田户, 张志荣, 李树亮, 梁荣琼

上饶师范学院 历史地理与旅游学院, 江西 上饶 334001

**摘要:** 通过高峰指数、年际变动指数、季节性结构分量模型分析乡村旅游网络关注度的时间分布特征, 并以地理集中指数分析其空间特征。结果表明: 1) 年际变动上, 我国乡村旅游网络关注度呈现阶段性增长, 总体发展差异大; 2014年的年际变动指数最小, 关注度最稳定。年内分布上, 我国乡村旅游网络关注度总体呈现双峰型、三峰型和多峰型特征, 旺季时间长、平季与淡季时间短。2) 空间分布上, 我国乡村旅游网络关注度呈分散均衡式发展, 但四川、浙江、广东、山东、北京等地乡村旅游网络关注度较高; 华东地区乡村旅游网络关注度空间分布最为集中, 其次为西南、华中、华北、华南地区, 西北、东北地区空间分布则较均衡。

**关键词:** 乡村旅游; 网络关注度; 百度指数; 时空分布; 季节性

**中图分类号:** F590

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1673-9868(2022)06-0138-12

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



## Research on the Temporal and Spatial Distribution of the Attention to Rural Tourism on Domestic Network

WAN Tianhu, ZHANG Zhirong, LI Shuliang, LIANG Rongqiong

Faculty of History Geography and Tourism, Shangrao Normal University, Shangrao Jiangxi 334001, China

**Abstract:** The spatial and temporal distribution characteristics of online attention to rural tourism were analyzed by peak index, inter annual variation index, seasonal structure component model and geographical concentration index. The results showed that: 1) In terms of interannual change, the degree of online attention to rural tourism in China showed a phased growth. There was a large difference in overall development. The smallest interannual variation index appeared in 2014, and the attention degree was the most stable. In terms of annual distribution, China's network attention to rural tourism showed the characteristics of double peak type, three peak type and multi peak type, with long time of peak season, and short time of normal season and off-season. 2) In terms of spatial distribution, the online attention to rural tourism in China was decentralized and balanced, but the degree of attention was higher in Sichuan, Zhejiang, Guangdong, Shandong, and Beijing. The spatial distribution of network attention to rural tourism

收稿日期: 2020-10-13

基金项目: 江西省教育厅人文社会科学项目(JC18118); 江西省社会科学基金项目(20SH12); 江西省教育厅人文社会科学项目(GL20128, JC21207)。

作者简介: 万田户, 讲师, 主要从事旅游产业经济方面的研究。

in East China was the most concentrated, followed by Southwest, Central, North and South China. The Northwest and Northeast China are more balanced.

**Key words:** rural tourism; online attention; Baidu index; temporal and spatial distribution; seasonality

根据最新的互联网发展统计报告显示,截至2020年3月,我国网民规模为9.04亿人,互联网普及率达64.5%,庞大的网民构成了中国蓬勃发展的消费市场,也为数字经济发展打下了坚实的用户基础<sup>[1]</sup>。现实用户通过互联网搜索相关旅游信息,在线预订交通票务、宾馆酒店以及定制旅游计划等行为日渐趋于常态,在百度等搜索平台上汇聚了大量信息流,形成围绕旅游等关键词的网络关注度大数据资源。随着百度、谷歌等网络检索平台的不断发展,国内外学者注意到外部事物与网络数据搜索之间存在一定的关系,如Ettredge等<sup>[2]</sup>和Cooper等<sup>[3]</sup>分别将网络搜索数据应用于美国失业率研究与癌症相关话题研究。自此,网络数据分析在社会学、经济学等领域被广泛运用,成为学术研究的热点之一。Yang等<sup>[4]</sup>认为网络搜索引擎汇聚的信息流,不仅反映出搜索用户对旅游产品偏好的趋势,而且提供了预测搜索用户旅游消费行为的依据。Kim等<sup>[5]</sup>和FIRARDIN等<sup>[6]</sup>分别发现性别特征、文化背景对旅游者网络搜索行为的影响,这种决策前的信息获取行为,为分析、预测与最终决策提供了重要数据支撑。由于网络空间信息流是现实出游行为中一种重要的“前兆”现象<sup>[7]</sup>,网络关注度因此成为大数据时代旅游学科的研究热点之一。

1) 网络关注度与旅游流的相互关系及旅游需求预测研究方面:国外学者分别基于香港、加勒比海、西班牙等旅游目的地主要客源的信息搜寻数据,认为谷歌趋势信息对于研究现实旅游流与预测旅游需求大有裨益<sup>[5, 8-11]</sup>;国内学者一方面基于百度指数对目的地旅游需求、省城居民旅游需求、旅游需求与旅游产业耦合协调关系展开研究<sup>[12-14]</sup>;另一方面则聚焦国内旅游、区域旅游、城市旅游网络关注度与现实旅游流相互关系、时空差异及其影响因素等相关问题<sup>[15-19]</sup>,尤其在景区与目的地网络关注度与现实旅游流相互关系、时空差异及其影响因素方面的研究成果斐然<sup>[20-48]</sup>。

2) 旅游业态、旅游安全、游客满意等网络关注度及其时空差异研究方面:经过国内外文献检索发现,这是我国学者较外国学者研究较为个性化的领域。近年来,网络关注度与旅游业态结合方面的研究成果主要体现在红色旅游、邮轮旅游、体育旅游、户外旅游、冰雪旅游、自驾游、温泉旅游、美食旅游和乡村旅游等旅游新业态方向<sup>[49-60]</sup>。除此之外,亦有学者创新性地对旅游安全、游客满意度的网络关注度及其时空格局和影响因素进行了探索性研究<sup>[61-66]</sup>。以上成果数据来源均基于百度指数平台,搜索关键词多基于旅游业态名词以及研究对象本身进行精准锁定,以便从整体上、宏观上把握相关旅游业态以及研究对象的网络关注度及其时空格局和影响因素等,这也为本文研究关键词的设定和数据源的获取提供了相应标准和参考依据。

2014年《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》提出:要大力发展乡村旅游,加强乡村旅游精准扶贫;2018年国家发展改革委员会等部门印发的《促进乡村旅游发展提质升级行动方案(2018—2020年)》,从补齐乡村设施建设短板、推进人居环境整治、建立健全产品和服务标准、鼓励引导社会资本参与、加大配套政策支持5个方面对乡村旅游提质升级作出系统部署;2018年文化和旅游部等部门印发的《关于促进乡村旅游可持续发展的指导意见》倡导:通过落实乡村振兴战略、增加政策供给、强化要素保障,为实现乡村旅游可持续发展保驾护航;农业农村部发布的《2020年乡村产业工作要点》提出:要积极发展乡村休闲旅游,增添乡村产业发展亮点。在国家系列利好政策的推动下,各级政府高度重视乡村旅游发展,乡村旅游呈现市场需求旺盛、产品供给丰富的良好发展态势,热度有增无减。据统计,2019年前两季度全国乡村旅游总人次达15.1亿次,总收入0.86万亿元,就业总人数达886万人。

本研究通过百度指数抽取海量乡村旅游信息流的基础数据,获取数量充足的研究样本,深度挖掘与分析乡村旅游国内网络关注度的时空数据,旨在探究乡村旅游国内网络关注度的时间与空间分布规律,以了解国内(不含港澳台地区)网民对乡村旅游的搜索关注情况以及潜在消费意愿,以进一步为掌握乡村旅游市

场需求、促进乡村旅游资源开发与利用、实现乡村旅游充分平衡的高质量发展目标提供决策参考。

## 1 研究方法 with 数据来源

### 1.1 研究方法

#### 1.1.1 高峰指数

高峰指数是指乡村旅游网络关注数量最多的时间段相对于关注数量最少时间段的比值。公式如下：

$$P_n = \frac{V_1 - V_n}{(n-1)V_1} \times 100\% \quad (1)$$

$V_1$  是关注最高时期的关注数； $V_n$  是在第  $n$  个时间内的关注数； $n$  为参考时间段，一般取中间值。

#### 1.1.2 年际变动指数

年际变动指数是说明旅游流年际之间差异的相对量，它是以多年度旅游流流量的平均值为基准数，除年度流量值得到的商，公式如下：

$$Y_v = \frac{N_i}{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n N_i} \times 100\% \quad (2)$$

本文中的年际变动指数所代表的是乡村旅游网络关注度年际差异的相对量，以乡村旅游年度网络关注度为基准数，其中  $N_i$  为年度乡村旅游网络关注数值； $n$  为年度数； $Y_v$  值越趋于 100%，则说明乡村旅游网络关注度的年际变动强度越小，关注越稳定；而  $Y_v$  值过大或者过小，则说明乡村旅游网络关注度的年际变动强度越大，关注度越不稳定。

#### 1.1.3 季节性结构分量模型

季节性结构分量模型是为有季节性波动的数据准备的时间序列模型，也可处理确定性和随机季节成分，该模型将原来的数据分解为趋势、周期、时期和不稳定因素<sup>[13]</sup>。

$$Y_t = f(T_t, S_t, I_t) \quad (3)$$

其中： $T_t$  代表长期趋势； $S_t$  为季节因子； $I_t$  为随机波动，函数  $f$  有加法和乘法两种模型。一般使用乘法模型。

#### 1.1.4 地理集中指数

地理集中指数是表示某项经济活动在地域上集中程度的指标，用地理集中指数衡量乡村旅游分布集中程度，其计算公式为

$$G = 100 * \sqrt{\sum_{i=1}^n \left(\frac{X_i}{T}\right)} \quad (4)$$

$X_i$  为第  $i$  个地区的关注度总数， $T$  为总关注度数， $n$  为地区个数， $G$  为地理集中指数。地理集中指数越高，表示关注度越集中，发展越不均衡；地理集中指数越低，关注度分散，发展越均衡。

### 1.2 数据来源

百度指数作为一款基于百度搜索平台而开发的应用型软件，通过关键词的搜索能够挖掘并获得其完整的网民关注度时空数据，从而发掘特定关键词在特定时空内的演变、发展态势，聚焦、识别与分析网民对特定关键词进行关注的潜在需求。百度指数分为 PC 指数、移动指数以及综合指数，PC 指数自 2006 年开始沉淀，移动指数自 2011 年开始沉淀，故 PC 指数和移动指数相结合形成的综合指数从 2011 年开始统计。本文出于宏观研究的需要，重在搜集网民对乡村旅游整体业态的关注度，所以并未综合“乡村民宿”“乡村景点”“乡村美食”“乡愁文化”等元素类关键词展开地毯式搜索，而是直接突出“乡村旅游”这一研究对象，并将其设定为搜索关键词。虽然乡村旅游网络信息流与现实游客流无法精准匹配，但两者之间在时空维度上依然紧密相关，因而具有一定的典型性、代表性、适用性和合理性。所以，一方面不用苛求代表乡村旅游的关键词面面俱到，另一方面也不用担心计算出的乡村旅游关注度会小于实际的乡村旅游关注度。因此，通

过自定义时间为2011年1月至2018年12月、自定义区域为除港澳台地区以外的中国内陆31个省、自治区、直辖市,自定义指数为综合指数对乡村旅游关注度数据进行采集和整理。在获取了2011—2018年不同省网民对乡村旅游关注的月度综合指数后,为了保证统计口径的一致性,将2011—2018年不同省份网民乡村旅游关注度月度综合指数相加,则得到2011—2018年全国网民乡村旅游关注度综合指数。

## 2 乡村旅游国内网络关注度的时间分布研究

### 2.1 年际分布

如图1所示,2011—2018年我国乡村旅游网络关注度整体呈上升趋势。总体上,可将2011—2018年我国乡村旅游网络关注度划分为3个发展阶段:第一阶段(2011—2013年),波动中稳步上升,除2013年小幅度下降外,2014年小幅上升。第二阶段(2014—2016年),快速攀升阶段,2016年达到巅峰数值。第三阶段(2017—2018年)回拢阶段,在2016年出现顶峰后回到平稳阶段。结合乡村旅游的发展背景分析,2015年中共中央、国务院发布中央1号文件《关于加大改革创新力度加快农业现代化建设的若干意见》强调大力发展乡村旅游,该文件首次提及要推进农村一、二、三产业融合发展,积极开发农业多种功能,挖掘乡村生态休闲、旅游观光、文化教育价值,打造形式多样、特色鲜明的乡村旅游休闲产品。同时加大对乡村旅游休闲基础设施建设的投入,增强线上线下营销能力,提高管理水平和服务质量,落实乡村旅游休闲发展的用地、财政、金融等扶持政策和税收优惠政策,这系列的政策极大推动了乡村旅游的快速发展。同年8月国务院办公厅发布《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》强调,实施乡村旅游提升计划,推进乡村旅游扶贫,加大指导规划、专业培训、宣传推广力度,开展综艺活动,为乡村旅游的快速发展奠定了基础。2016年的关注数达到8年的巅峰,2015年底,国务院发布《关于支持沿边重点地区开发开放若干政策措施的意见》(国发〔2015〕72号)提出:要加大对边境回迁村(屯)的扶持力度,提高补助标准,鼓励边民自力更生发展生产。2016年4月,国家旅游局发布120亿旅游基建基金申报启动信息,乡村旅游为重点支持对象之一。农业部部署全国休闲农业和乡村旅游示范县的创建工作,提高了其他地区乡村旅游发展的积极性。2015年和2016年乡村旅游政策的连续发布,助推2016年乡村旅游网络关注度达到巅峰。

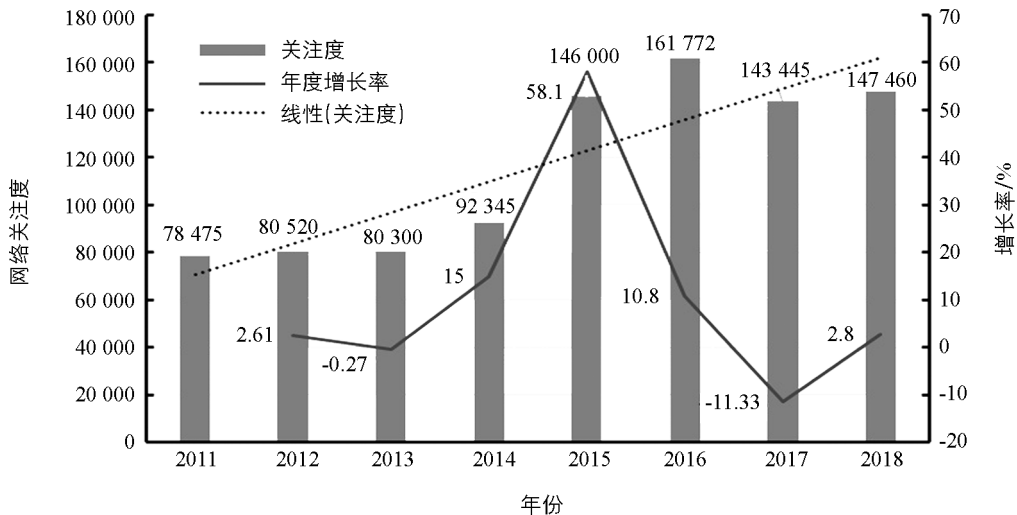


图1 2011—2018年乡村旅游网络关注数量

观察2011—2018年乡村旅游网络关注度、接待人次、收入年增长率曲线发现(图2),2015年作为“特殊点”将8年的旅游网络关注度、接待人次和收入年增长率分为两个阶段。第一阶段2011—2015年接待人次和收入的年增长率有相似的走势,乡村旅游网络关注度年增长率呈上下波动变化,2011—2014年乡村旅游网络关注度的增长速度慢,关注数量稳定,2012—2013年有微微下降。第二阶段2015—2017年接待人次和关注度年增长率及收入年增长率与第一阶段相反,呈逐渐下降趋势。

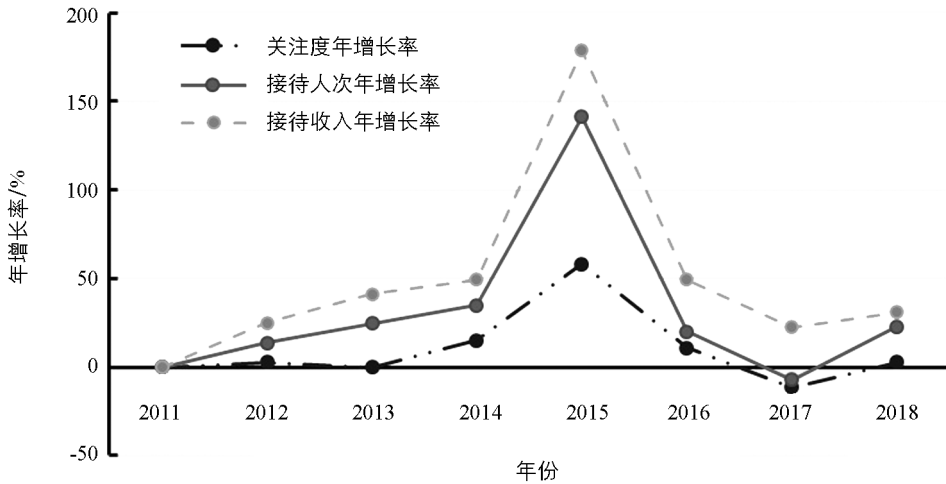


图 2 2011—2018 年乡村旅游网络关注度、接待人次、接待收入年增长率曲线

通过历年关注度数据的对比,发现 2016 年为关注度最高时期,2011 年为关注度最低时期。选择  $n$  值为 4,代表 8 年中的中间时段,得到 2011—2018 年乡村旅游网络关注度的高峰指数为 14.3,说明乡村旅游网络关注度在 8 年间的发展差异大,总体上升快。

综合表 1 中历年乡村旅游年际变动指数发现,2014 年的年际变动指数最接近 100%,则说明 2014 年的乡村旅游网络关注度年际变动小,关注度稳定;其他年份的乡村旅游网络关注度的年际变动指数分别为 148%,132%,120%,51.26%,34.98%,25.35%,12.50%,均过大于或过小于 100%,则说明乡村旅游网络关注度在 2011,2012,2013,2015,2016,2017,2018 年的年际变动大,关注较不稳定。

表 1 2011—2018 年年际变动指数

年份	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
变动指数/%	148	132	120	93.54	51.26	34.98	25.35	12.50

## 2.2 年内季节性分布

### 2.2.1 季节性分布形状差异

利用 SPSS 季节性结构分量模型将国内除港澳台地区以外的 31 个省、自治区、直辖市的关注数据进行分析处理。通过观察所有的季节因子图,将我国乡村旅游网络关注度形状特征总结为“双峰型”“三峰型”“多峰型”3 类,具体结果如表 2 所示。上海、四川、浙江、陕西、湖北为双峰型;北京、广东、天津、重庆、江苏、湖北、福建、黑龙江、山东、辽宁、吉林、云南、新疆、江西、安徽、甘肃、海南、青海为三峰型;多峰型有河南、广西、山西、湖南、内蒙古、贵州、宁夏、西藏。

### 2.2.2 季节性分布时间差异

季节因子图能够反映各地区每个周期(一年为一周期)对乡村旅游网络关注度水平的影响程度。以 100 和 85 的季节指数划分各地区乡村旅游网络关注度季节性状况:0~85,86~100,100 以上分别对应乡村旅游网络关注度淡季、平季与旺季,如表 2。

分析发现,国内各地区乡村旅游网络关注度普遍表现为旺季时间长,主要分布在 3,4,5,6,9,10,11,12 月份;淡季时间短,主要分布在 1,2 月份;7,8 月则更多处于平季,对乡村旅游网络的关注度一般。除港澳台地区以外的 31 个省、自治区、直辖市的极峰值分布在 3,4,5,6,8,10 月和 11 月,其中 5 月分布最多。

通过各地乡村旅游网络关注度的季节性对比分析发现:乡村旅游网络关注度经历了 1,2 月的淡季之后,将直接过渡到 3—6 月共 4 个月的关注度旺季。1—2 月受春节、下雪等极端天气以及春运出行人次多、票价高等因素影响,大多数人出游意愿受到一定抑制,从而形成整体关注度的低谷期;3—4 月一般是乡村踏青出游的好时节,加上清明假期的撬动效应,旅游正值从淡季、平季到旺季的过渡期;5 月因为劳动节小长假的驱动与刺激,6 月因为临近暑假。10 月因为国庆节长假,有时叠加中秋节的缘故,11—12 月因为临近次年元旦,正是因这种“前兆效应”的存在,乡村旅游网络关注度会在这些月份中也出现关注高峰。

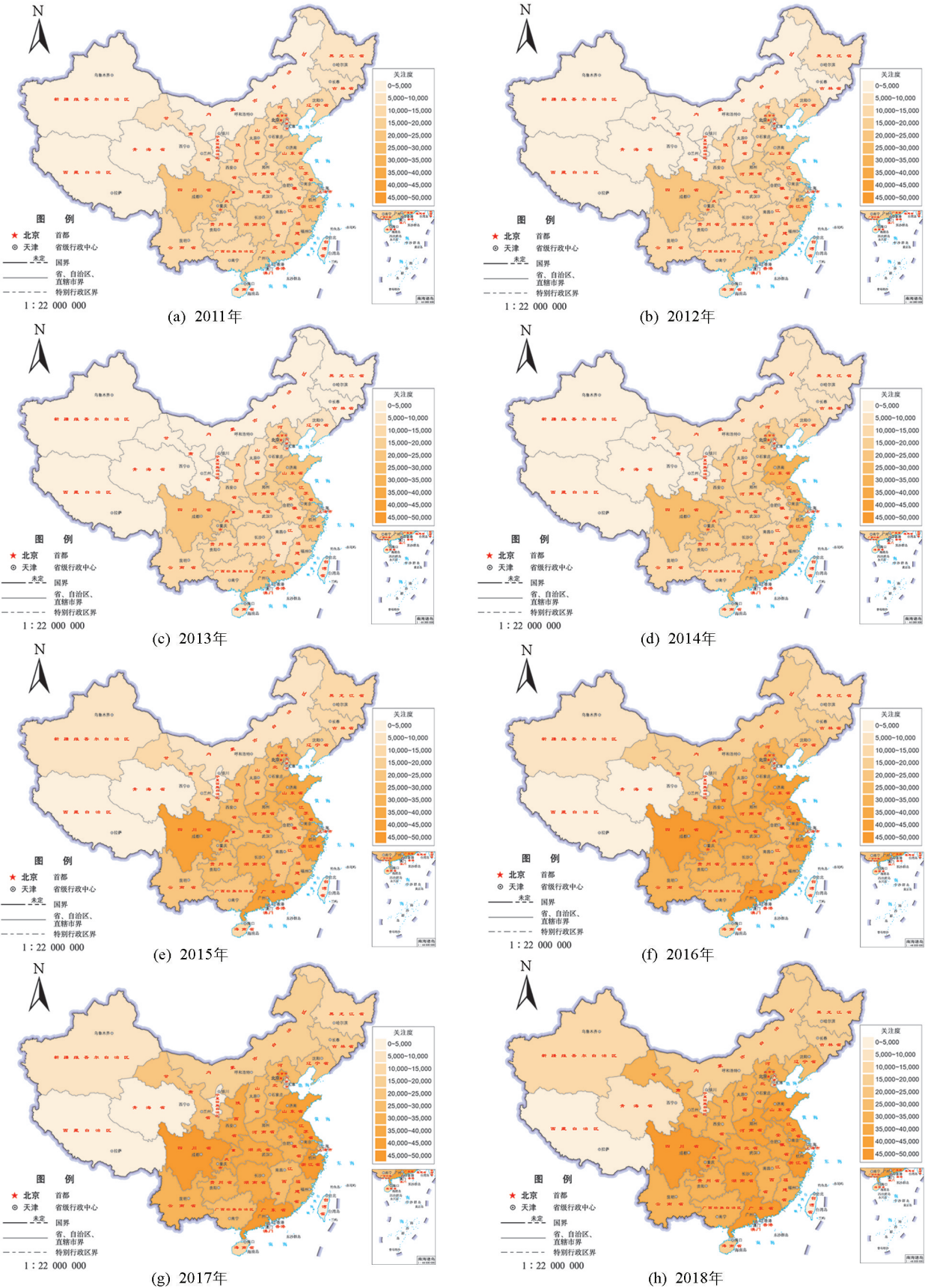
表2 季节性划分

地区	峰型	平季月份	淡季月份	旺季月份
上海	双峰	7,8	1,2	3,4,5,6,9,10,11,12
四川	双峰	7,8	1,2	3,4,5,6,9,10,11,12
浙江	双峰	1,2,7,8,12	/	3,4,5,6,9,10,11
陕西	双峰	6,7,8,9,10	1,2	3,4,5,11,12
河北	双峰	2,7,9,10,11,12	1	3,4,5,6,8
北京	三峰	6,7,8,12	1,2	3,4,5,9,10,11
广东	三峰	1,7,8	2	3,4,5,6,9,10,11,12
天津	三峰	8,9	1,2	3,4,5,6,7,10,11,12
重庆	三峰	6,12	1,2	3,4,5,7,8,9,10,11
江苏	三峰	7,8,11	1,2	3,4,5,6,9,10,12
湖北	三峰	1,7,8,12	2	3,4,5,6,9,10,11
福建	三峰	7,8	1,2	3,4,5,6,9,10,11,12
黑龙江	三峰	4,7,8,11,12	1,2	3,5,6,9,10
山东	三峰	7,8	1,2	3,4,5,6,9,10,11,12
辽宁	三峰	7,8,12	1,2	3,4,5,6,9,10,11
吉林	三峰	3,4,7	1,2	5,6,8,9,10,11,12
云南	三峰	7,8,10,12	1,2	3,4,5,6,9,11
新疆	三峰	4,6,7,8	1,2	3,5,9,10,11,12
江西	三峰	7,12	1,2	3,4,5,6,8,9,10,11
安徽	三峰	1,6,7,8,10,12	2	3,4,5,9,11
甘肃	三峰	9,10	1,2,12	3,4,5,6,7,8,11
海南	三峰	7,10,12	1,2,8	3,4,5,6,9,11
青海	三峰	4	1,2,10,11,12	3,5,6,7,8,9
河南	四峰	8,10	1,2,7	3,4,5,6,9,11,12
广西	四峰	7,8,10,12	1,2	3,4,5,6,9,11
山西	四峰	7,9	1,2,8	3,4,5,6,10,11,12
湖南	四峰	7,10	1,2	3,4,5,6,9,8,11,12
内蒙古	四峰	12	1,2,7	3,4,5,6,8,9,10,11
贵州	四峰	7,9	1,2	3,4,5,6,8,10,11,12
宁夏	四峰	6,11	1,2,4,7	3,5,8,9,10,12
西藏	四峰	/	1,2,9,10,12	3,4,5,6,7,8,11

### 3 乡村旅游国内网络关注度的空间分布

#### 3.1 省域空间分布集中度

将2011—2018年国内除港澳台地区以外的31个省、自治区、直辖市对乡村旅游网络关注度数据进行整理,再通过ArcGIS将其可视化,如图3所示。2011—2018年乡村旅游网络关注度分别从南到北扩大分布、从东往西扩大分布,整体呈现横纵向延伸状。乡村旅游网络关注度高值地区主要有北京、山东、浙江、四川、广东、江苏,较高地区有河南、湖南、陕西、重庆、安徽、贵州、湖北,关注度一般地区有江西、福建、广西、甘肃、山西、上海、云南、河北,较低地区有内蒙古、天津、吉林、黑龙江、辽宁、海南,关注度低的地区有新疆、青海、宁夏、西藏。同时,沿海地区的关注度高于内陆地区,华东地区和华南地区关注度较高。通过表3可知,31个省、自治区、直辖市的地理集中指数均低于6,说明乡村旅游网络关注度空间分布较均衡。



审图号: GS(2019)1833 号(自然资源部监制)

图 3 2011—2018 年各省乡村旅游网络关注度的空间分布

表3 31个省、自治区、直辖市乡村旅游关注度地理集中指数

省份	关注数	地理集中指数	省份	关注数	地理集中指数
西藏	8 766	0.18	云南	160 710	3.37
宁夏	20 454	0.43	安徽	169 476	3.56
青海	23 376	0.49	贵州	184 086	3.86
新疆	49 674	1.04	陕西	187 008	3.92
黑龙江	70 128	1.47	福建	189 930	3.99
内蒙古	78 894	1.66	湖北	192 852	4.05
天津	78 894	1.66	湖南	201 618	4.23
海南	84 738	1.78	河南	207 462	4.35
吉林	87 660	1.84	重庆	213 306	4.48
甘肃	93 504	1.96	江苏	245 448	5.15
辽宁	137 334	2.88	北京	251 292	5.27
河北	149 022	3.13	山东	257 136	5.4
山西	149 022	3.13	广东	265 902	5.58
广西	154 866	3.25	浙江	268 824	5.64
江西	154 866	3.25	四川	274 668	5.76
上海	154 866	3.25			

将2011—2018年全国除港澳台地区以外的31个省、自治区、直辖市的GDP数据整理成图4,并综合前文分析结果,发现广东、江苏、上海、浙江等GDP越高的地区乡村旅游网络关注度越高,而西藏、青海、宁夏等经济发展水平低的地区乡村旅游网络关注度则较低,新疆、青海、宁夏、西藏虽每年都有所增长,但总体关注度依旧偏低。

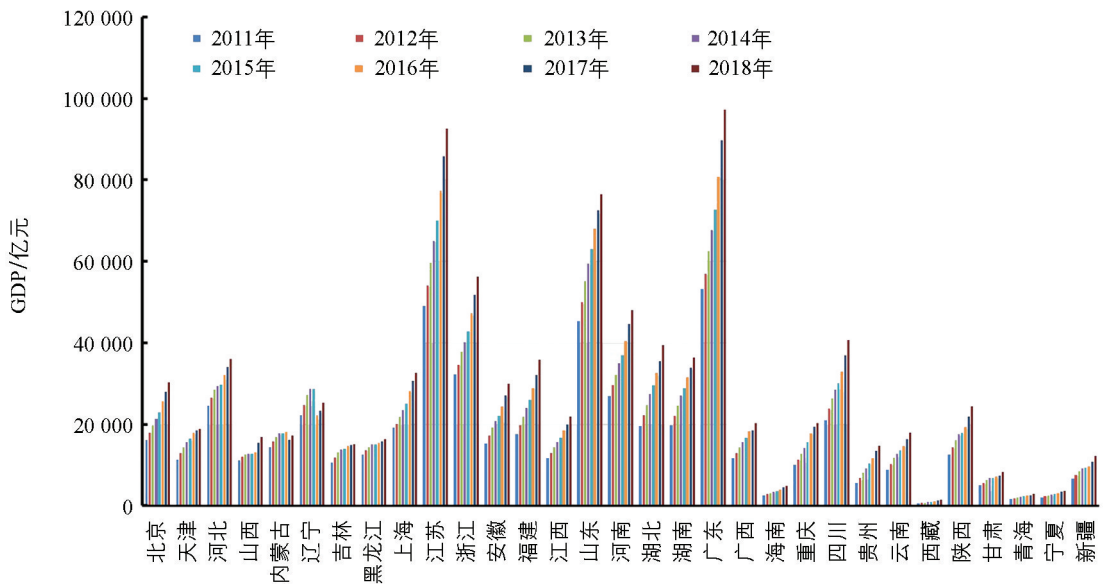


图4 2011—2018年31个省、自治区、直辖市GDP

### 3.2 区域空间分布集中度

为了从区域上更好地反映我国乡村旅游网络关注度的差异,我们将全国除港澳台地区以外的31个省、自治区、直辖市分为华东(山东、江苏、安徽、浙江、福建、上海)、华南(广西、广东、海南)、华中(湖北、湖南、江西、河南)、华北(北京、天津、河北、山西、内蒙古)、西北(宁夏、新疆、青海、陕西、甘肃)、西南(四川、云南、贵州、西藏、重庆)、东北(辽宁、吉林、黑龙江)七大区域。其中,出于江西省地理区位、资源属性、文化特质与乡村旅游发展现实的特殊性以及为了平抑华东区域过度集中的情况,经综合考量,本文



将江西省从华东区域抽离出来归入华中区域. 利用地理集中指数公式计算出七大区域的乡村旅游关注集中指数, 如表 4 所示. 华东地区的地理集中指数最高为 26.83, 其乡村旅游网络关注度分布相对集中, 各省之间的关注度差异较明显; 其次为西南、华中、华北和华南地区; 而西北和东北地区的集中指数均小于 10, 其乡村旅游网络关注度分布较均衡, 差异小.

表 4 七大区域乡村旅游关注集中指数

	华东	华南	华中	华北	西北	西南	东北
总搜索量	1 287 093	504 030	756 786	737 430	375 836	840 434	296 217
集中指数	26.83	10.51	15.77	15.37	7.83	17.52	6.17

## 4 结论与建议

### 4.1 结论

本文通过高峰指数、年际变动指数、季节性结构分量模型以及地理集中指数分析与解读乡村旅游网络关注度的时空分布特征, 主要结论如下:

#### 4.1.1 乡村旅游国内网络关注度的时间分布

年际变化上, 我国乡村旅游网络关注度呈现阶段性增长, 总体发展差异大, 2014 年年际变动指数最小, 关注度最稳定. 年内分布上, 我国乡村旅游网络关注度旺季时间长, 有 3,4,5,6,9,10,11 和 12 月共 8 个旺季时段; 平季与淡季时间短, 分别集中于在 7,8 月和 1,2 月.

#### 4.1.2 乡村旅游国内网络关注度的空间分布

我国乡村旅游网络关注度呈分散均衡式发展, 但四川、浙江、广东、山东、北京的乡村旅游网络关注度较高. 七大区域中, 华东地区乡村旅游网络关注度空间分布最为集中, 其次为西南、华中、华北、华南地区, 西北、东北地区空间分布则较均衡.

由结论可知, 乡村旅游网络关注度时间分布总体趋势与国家政策导向相一致, 不同政策强度引发的社会关注强度存在较大差异, 政策效应十分显著; 同时, 乡村旅游网络关注度季节性表现总体均衡, 与乡村旅游旺盛的市场消费需求较为匹配, 但 1,2,7 月和 8 月乡村旅游供需结构仍待进一步提升与优化. 乡村旅游网络关注度空间分布上, 因为当地资源禀赋、自然气候条件、经济发达程度等因素共同作用, 形成了空间分布上的热点、温点与冷点区域, 呈现出集中与均衡分布并存的局面, 这无疑对各级职能管理部门与乡村旅游市场相关主体在政策制定、决策等方面具有重要参考价值, 从而利于我国乡村旅游产业实现更充分、更平衡的高质量发展.

### 4.2 建议

#### 4.2.1 通过互联网赋能乡村旅游发展

乡村旅游国内网络关注度呈现出明显的阶段性增长特征, 这也预示着网络用户对乡村旅游偏好及潜在需求存在阶段性增长. 旅游管理部门与旅游企业应积极关注数据背后的乡村旅游产业发展导向, 整合相关乡村旅游发展要素, 通过积极拥抱互联网, 构建智慧乡村旅游政务平台、服务平台、乡建平台, 满足信息搜寻者的检索需求、预定需求、分享需求、点评需求等, 合理引导乡村旅游潜在需求向实际需求转化.

#### 4.2.2 通过多维创新平衡乡村旅游季节性

乡村旅游季节性既包括时间上形成的旺季、平季和淡季时段, 也包括空间上形成的热点、温点和冷点区域, 应通过产品、营销等主要创新手段进行适度平衡. 在乡村旅游平季和淡季期间需平抑季节性对乡村旅游带来的消极影响; 在西南、华中、华北与华南四大区域应加大推广力度, 实施重点营销; 在西北、东北区域, 应积极引导需求和培育市场, 提升乡村旅游的市场渗透率. 一方面, 可通过产品创新不断打造乡村旅游爆品, 制造旅游热点, 实现四季均衡发展. 如还原乡愁, 激活文化记忆, 摄影旅游等, 精心设计乡土研学旅行产品, 让教育为乡村旅游引流. 另一方面, 可通过营销创新不断演绎乡村生活方

式,利用抖音、快手等新媒体加大网红营销、事件营销、节庆营销、赛事营销力度。

#### 4.2.3 通过政策手段调节乡村旅游供需错位

随着乡村旅游旺盛市场需求的迸发,多元化、个性化、体验化、品质化乡村旅游需求进一步彰显。然而乡村旅游市场有效供给明显不足,不平衡不充分的供给水平难以满足当前市场需求,供需结构矛盾突出,急需转型升级、提质增效,逐步实现高质量发展目标。政府应主动作为,强化乡村旅游发展的顶层设计,放松规制,通过实施积极的乡村旅游产业发展政策,创新乡村旅游发展管理体制和运营机制,培育多元化、多层次的乡村旅游市场主体,激发乡村旅游市场主体的创造活力,加速推进乡村旅游与文化旅游、体育旅游、健康旅游等新业态融合,扎实推动乡村旅游市场供给侧改革,实现乡村旅游供需匹配、均衡发展。

由于目前乡村旅游网络关注度方面的宏观、中观和微观研究成果相对较少,在参考仅有的几篇相关文献的基础上,本文基于百度指数对乡村旅游国内网络关注度进行了探索性研究。毋庸置疑,大数据时代,数据渠道非常多元,百度指数只是沧海一粟、冰山一角,加上仅仅使用乡村旅游作为关键词对乡村旅游国内网络关注度进行研究,在数据的有效性和可靠性方面还显不足。本研究将在今后综合运用乡村旅游方面的点评数据、满意度数据、APP数据、直播平台等媒体数据进一步地深化研究。

#### 参考文献:

- [1] 搜狐网. 第45次《中国互联网络发展状况统计报告》全文 [EB/OL]. (2016-12-02)[2020-02-16]https://www.sohu.com/a/391724540\_100191017.
- [2] ETTREDGE M, GERDES J, KARUGA G. Using Web-Based Search Data to Predict Macroeconomic Statistics [J]. Communications of the ACM, 2005, 48(11): 87-92.
- [3] COOPER C P, MALLON K P, LEADBETTER S, et al. Cancer Internet Search Activity on a Major Search Engine, United States 2001-2003 [J]. Journal of Medical Internet Research, 2005, 7(3): e36.
- [4] YANG X, PAN B, EVANS J A, et al. Forecasting Chinese Tourist Volume with Search Engine Data [J]. Tourism Management, 2015, 46: 386-397.
- [5] KIM D Y, LEHTO X Y, MORRISON A M. Gender Differences in Online Travel Information Search: Implications for Marketing Communications on the Internet [J]. Tourism Management, 2007, 28(2): 423-433.
- [6] GIRARDIN F, FIORE F D, RATTI C, et al. Leveraging Explicitly Disclosed Location Information to Understand Tourism Dynamics: A Case Study [J]. Journal of Location-based Services, 2008, 2(1): 41-56.
- [7] 李山, 邱荣旭, 陈玲. 基于百度指数的旅游景区区空间关注度: 时间分布及其前兆效应 [J]. 地理与地理信息科学, 2008, 24(6): 102-107.
- [8] CHOI H, VARIAN H. Predicting the Present with Google Trends [J]. Economic Record, 2012, 88: 2-9.
- [9] BANGWAYO-SKEETE P F, SKEETE R W. Can Google Data Improve the Forecasting Performance of Tourist Arrivals? Mixed-Data Sampling Approach [J]. Tourism Management, 2015, 46: 454-464.
- [10] ARTOLA C, PINTO F, DE PEDRAZA GARCLA P. Can Internet Searches Forecast Tourism Inflows? [J]. International Journal of Manpower, 2015, 36(1): 103-116.
- [11] PAN B, CHENGUANG W D, SONG H Y. Forecasting Hotel Room Demand Using Search Engine Data [J]. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 2012, 3(3): 196-210.
- [12] 秦梦, 刘汉. 百度指数、混频模型与三亚旅游需求 [J]. 旅游学刊, 2019, 34(10): 116-126.
- [13] 马丽君, 龙云. 基于网络关注度的湖南省居民旅游需求时空特征 [J]. 经济地理, 2017, 37(2): 201-208.
- [14] 瓦哈甫·哈力克, 何琛, 朱永凤. 基于网络关注度的旅游需求与旅游产业的耦合协调分析及其空间差异 [J]. 生态经济, 2018, 34(11): 177-182.
- [15] 马丽君, 肖洋. 典型城市居民国内旅游流网络结构特征 [J]. 经济地理, 2018, 38(2): 197-205, 219.
- [16] 宋增文. 区域旅游络空间关注度与客源市场相关性研究 [J]. 中国人口·资源与环境, 2016, 26(S2): 270-273.
- [17] 龙茂兴, 孙根年, 马丽君, 等. 区域旅游网络关注度与客流量时空动态比较分析——以四川为例 [J]. 地域研究与开发, 2011, 30(3): 93-97.

- [18] 汪秋菊, 黄明, 刘宇. 城市旅游客流量—网络关注度空间分布特征与耦合分析 [J]. 地理与地理信息科学, 2015, 31(5): 102-106, 127.
- [19] 汪秋菊, 刘宇, 李新, 等. 中国主要城市旅游要素网络关注空间演化特征 [J]. 世界地理研究, 2017, 26(1): 45-55.
- [20] 林志慧, 马耀峰, 刘宪锋, 等. 旅游景区网络关注度时空分布特征分析 [J]. 资源科学, 2012, 34(12): 2427-2433.
- [21] 曾可盈, 周丽君. 基于百度指数的东北三省 4A 级及以上景区网络关注度分析 [J]. 东北师大学报(自然科学版), 2019, 51(1): 133-138.
- [22] 徐凡, 尤玮, 周年兴, 等. 基于百度指数的网络空间关注时空分布研究——以长三角 5A 级景区为例 [J]. 资源开发与市场, 2016, 32(4): 489-493.
- [23] 王硕, 曾克峰, 童洁, 等. 黄金周风景名胜旅游区客流量与网络关注度相关性分析——以庐山、华山、八达岭长城风景名胜旅游区为例 [J]. 经济地理, 2013, 33(11): 182-186.
- [24] 张丽峰, 丁于思. 北京 5A 级旅游景区网络关注度分布特征研究 [J]. 资源开发与市场, 2014, 30(11): 1382-1384, 1370.
- [25] 陆利军, 廖小平, 戴湘毅. 国家森林公园网络关注度的空间关联结构研究 [J]. 中南林业科技大学学报, 2019, 39(12): 137-147.
- [26] 安文, 彭建, 徐飞雄, 等. 热播电视剧对关联旅游景区网络关注度的影响 [J]. 地域研究与开发, 2019, 38(5): 105-110, 124.
- [27] 孙晓蓓, 杨晓霞, 张枫怡. 基于百度指数的中国 A 级旅游洞穴景区网络关注度分布特征研究 [J]. 西南师范大学学报(自然科学版), 2018, 43(4): 81-88.
- [28] 马莉, 刘培学, 张建新, 等. 景区旅游流与网络关注度的区域时空分异研究 [J]. 地理与地理信息科学, 2018, 34(2): 87-93.
- [29] 严江平, 宋志红, 李巍. 广州市旅游景区网络关注度时空特征研究 [J]. 资源开发与市场, 2018, 34(1): 88-93, 22.
- [30] 李会琴, 李丹, 董晓晴, 等. 中国 5A 级景区分布及网络关注度空间格局研究 [J]. 干旱区资源与环境, 2019, 33(10): 178-184.
- [31] 许艳, 陆林, 赵海溶. 乌镇景区网络关注度动态演变与空间差异分析 [J]. 经济地理, 2020, 40(7): 200-210.
- [32] 汪秋菊, 贾宇, 刘宇, 等. 奥运场馆水立方的客流量与网络关注度关系分析 [J]. 东北石油大学学报, 2013, 37(5): 118-124, 134.
- [33] 马丽君, 郭留留. 基于网络关注度的北京市居民对 5A 级景区旅游需求时空特征分析 [J]. 干旱区资源与环境, 2017, 31(10): 203-208.
- [34] 普拉提·莫合塔尔, 伊力亚斯·加拉力丁. 新疆旅游景区的网络关注度时空特征——基于百度指数的分析 [J]. 黑龙江民族丛刊, 2016(2): 81-85.
- [35] 孙烨, 张宏磊, 刘培学, 等. 基于旅游者网络关注度的旅游景区日游客量预测研究——以不同客户端百度指数为例 [J]. 人文地理, 2017, 32(3): 152-160.
- [36] 何小芊, 张艳蓉, 刘宇. 旅游洞穴网络关注度的时空特征研究——以中国最美五大旅游洞穴为例 [J]. 中国岩溶, 2017, 36(2): 275-282.
- [37] 蔡卫民, 彭晶, 覃娟娟. 韶山的全国网络关注热度矩阵及推广策略研究 [J]. 旅游科学, 2016, 30(4): 61-72.
- [38] 马丽君, 郭留留, 吴志才. “爸爸去哪儿”对拍摄地旅游发展的影响——基于游客网络关注度的分析 [J]. 旅游科学, 2016, 30(3): 57-68.
- [39] 陈金华, 胡亚美. 跨境网络舆情演化下目的地关注度时空特征——以普吉岛沉船事件为例 [J]. 华侨大学学报(哲学社会科学版), 2020(3): 68-79.
- [40] 刘玉芳, 王爱忠, 王春宝. 贵州省旅游网络关注度与游客客流量时空相关分析 [J]. 桂林理工大学学报, 2020, 40(2): 450-456.
- [41] 陆利军, 戴湘毅. 基于百度指数的湖南旅游目的地城市旅游者网络关注度及其空间格局研究 [J]. 长江流域资源与环境, 2020, 29(4): 836-849.
- [42] 刘嘉毅, 陈玲, 陶婷芳. 旅游舆情网络关注度城市差异——来自 289 个城市百度指数的实证研究 [J]. 信息资源管理学报, 2018, 8(3): 93-101.

- [43] 何琛,瓦哈甫·哈力克,朱永凤. 新疆旅游关注度的时空差异及其影响因素 [J]. 湖南师范大学自然科学学报, 2018, 41(3): 16-24.
- [44] 刘璐,王—然,于言,等. 蓬莱气候舒适度与旅客网络关注度相关研究 [J]. 西南师范大学学报(自然科学版), 2018, 43(5): 57-63.
- [45] 杨敏. 基于关键词查询的旅游目的地在线信息关注度分析——以我国8大旅游热点城市为例 [J]. 资源开发与市场, 2014, 30(2): 244-246, 251.
- [46] 龙茂兴,孙根年,龙珍付. 遵义红色旅游网络关注度的客流响应研究 [J]. 地理与地理信息科学, 2013, 29(5): 98-101, 118.
- [47] 黄文胜. 基于百度指数的广西旅游网络关注率矩阵及营销策略研究 [J]. 地域研究与开发, 2019, 38(5): 101-104.
- [48] 丁鑫,汪京强,李勇泉. 基于百度指数的旅游目的地网络关注度时空特征与影响因素研究——以厦门市为例 [J]. 资源开发与市场, 2018, 34(5): 709-714.
- [49] 高楠,张新成,王琳艳. 中国红色旅游网络关注度时空特征及影响因素 [J]. 自然资源学报, 2020, 35(5): 1068-1089.
- [50] 李霞,曲洪建. 邮轮旅游网络关注度的时空特征和影响因素——基于百度指数的研究 [J]. 统计与信息论坛, 2016, 31(4): 101-106.
- [51] 舒丽,张凯,王小秋,等. 基于百度指数的我国体育旅游网络关注度研究 [J]. 北京体育大学学报, 2020, 43(6): 110-122.
- [52] 陈哲,龙茂兴. 户外旅游网络关注度时空特征研究 [J]. 地理与地理信息科学, 2020, 36(5): 80-85, 94.
- [53] 陈玉萍,刘嘉毅,郭修金. 基于网络关注度的中国冰雪旅游产业发展启示 [J]. 天津体育学院学报, 2020, 35(5): 519-524.
- [54] 王章郡,方忠权,杜坤. 中国自驾车旅游网络空间关注度的时空演变——基于 Google 搜索解析的分析 [J]. 地域研究与开发, 2011, 30(5): 112-117.
- [55] 何小芊,刘宇,吴发明. 基于百度指数的温泉旅游网络关注度时空特征研究 [J]. 地域研究与开发, 2017, 36(1): 103-108, 124.
- [56] 张爱平,马楠,陶然. 美食网络关注度时空特征及其与旅游的耦合性研究——以沪苏浙皖为例 [J]. 美食研究, 2016, 33(2): 1-7.
- [57] 黄英,周智,黄娟. 大数据时代乡村旅游发展的时空分异特征 [J]. 浙江农业学报, 2014, 26(6): 1709-1714.
- [58] 据胜利,陶卓民,韩彦林. 南京乡村旅游景区游客网络关注与景区引力耦合协调度 [J]. 经济地理, 2017, 37(11): 220-228.
- [59] 据胜利,陶卓民,钱进. 基于游客网络关注度的南京市农家乐、旅游农庄空间集聚研究 [J]. 中国农业资源与区划, 2018, 39(12): 262-268.
- [60] 薛小洋. 国内乡村旅游网络关注度时空格局研究 [D]. 上海:上海师范大学, 2017.
- [61] 林炜铃,邹永广,郑向敏. 旅游安全网络关注度区域差异研究——基于中国31个省市区旅游安全的百度指数 [J]. 人文地理, 2014, 29(6): 154-160.
- [62] 邹永广,林炜铃,郑向敏. 旅游安全网络关注度时空特征及其影响因素 [J]. 旅游学刊, 2015, 30(2): 101-109.
- [63] 李勇泉,张雪婷. 旅游安全网络关注度空间差异及影响因素——基于地理探测器方法的研究 [J]. 华侨大学学报(哲学社会科学版), 2018(4): 15-25.
- [64] 孙瑾瑾,李勇泉. 中国旅游安全网络关注度的影响因素分析——基于中国省际面板数据的实证检验 [J]. 资源开发与市场, 2018, 34(5): 693-697.
- [65] 生延超,吴昕阳. 游客满意度的网络关注度演变及空间差异 [J]. 经济地理, 2019, 39(2): 232-240.
- [66] 万田户,冯学钢,黄和平. 江西省山岳型风景名胜区旅游季节性差异——以庐山、井冈山、三清山和龙虎山为例 [J]. 经济地理, 2015, 35(1): 202-208.