

基于百度指数的网红景区网络关注度时空特征研究

——以重庆洪崖洞为例^①

杜梦珽, 杨晓霞, 陈 鹏

西南大学 地理科学学院, 重庆 400715

摘要: 网红景区可以为旅游地带来极大的流量与关注, 对旅游地的发展既是机遇也是挑战。基于网络搜索数据的网络关注度研究有利于了解网红景区现象, 推动景区健康可持续发展。以网红景区重庆市洪崖洞为例, 通过百度指数获取其网络关注度信息, 计算变异系数、月季集中指数、地理集中指数、弹性系数并结合 Arc GIS 分析洪崖洞网络关注度的时空特征, 结果表明: ①从年际变化来看, 2012—2018 年洪崖洞的网络关注度逐年提升, 2018 年网络关注度日均值的增长率达到最高, 并出现了淡季、旺季之分, 2018 年可以视为洪崖洞景区的网红元年; ②从月际变化来看, 年内关注度呈现双峰特征; ③31 个省级行政区对洪崖洞的网络关注度均逐年递增, 且在 2017—2018 年增长率达到最高; ④各区域对洪崖洞的网络关注度存在较大差异, 其中重庆本地居民对洪崖洞的关注最强; ⑤2018 年洪崖洞网络关注度各区域分布最为均衡, 重庆洪崖洞成为名副其实的网红景区。洪崖洞健康可持续发展可从以下几方面着手: 均衡淡旺季客流, 优化游客体验; 依托网红经济, 做强网红品牌; 挖掘景区文化, 着重内容生产; 提升服务质量, 提高接待能力等。

关键词: 网红景区; 网络关注度; 百度指数; 时空特征; 重庆洪崖洞

中图分类号: F590

文献标志码: A

文章编号: 1000-5471(2020)06-0072-08

“网红景区”是指那些因为某事件或某现象得到网友的关注, 从而走红的景区。“网红景区”可以为旅游地带来流量, 极大地提高旅游地知名度。重庆洪崖洞就是通过抖音、微博等网络平台一夜爆红的网红旅游景区。洪崖洞以具有巴渝传统建筑特色的“吊脚楼”风貌为主体, 将餐饮、娱乐、休闲、保健、酒店和特色文化购物等六大业态有机整合在一起, 形成别具一格的立体式空中步行街。马蜂窝旅游网、墨迹天气联合发布的《2018 年“五一”出行趋势报告》显示, 2018 年 4 月 29 日, 洪崖洞游客接待量突破 8 万, 热度跃升至全国第二位, 仅次于故宫。中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 42 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至 2018 年 6 月, 我国网民规模达 8.02 亿, 互联网普及率为 57.7%。网络已成为公众获取信息的重要渠道。百度指数是以百度海量网民行为数据为基础的一种重要的数据获取工具和方式, 可以为研究旅游网络关注度提供有力的支持和帮助。

网红景区与网络关注度之间有着相辅相成的天然联系, 对网络搜索数据的网络关注度的研究, 可以帮助人们了解网红景区现象, 推动互联网与旅游的融合发展。本研究以新晋网红景区洪崖洞为例, 通过百度指数获取其网络关注度信息, 分析洪崖洞网络关注度的时空特征, 以为洪崖洞更加合理的发展和管理提供参考。

① 收稿日期: 2019-02-25

作者简介: 杜梦珽(1994—), 女, 硕士研究生, 主要从事旅游地理与旅游规划研究。

通信作者: 杨晓霞, 教授, 博士研究生导师。

国内学者基于百度指数数据对网络关注度的相关旅游研究主要包括:①旅游景区网络关注度特征研究.李山等^[1]发现网络关注度在时间分布上存在前兆效益;林志慧等^[2]基于网络关注度数据对其周内分布和季节性分布进行实证分析;张晓梅等^[3]以平遥古城为研究案例地,运用回归方程分析网络关注度时空变化的影响因素.②旅游目的地网络关注度与游客量的研究.马丽君等^[4]构建了国内游客量与游客网络关注度的时空相关模型;黄先开等^[5]以北京故宫为例,利用计量经济学中的协整理论和格兰杰因果关系分析了百度关键词与北京故宫实际游客量间的关系;孙烨等^[6]以三清山为例,建立日游客量 ARMA 模型以及分别加入 PC 端和移动端百度指数的 VAR 模型,对游客量预测结果及预测能力进行比较分析.③其他类型旅游的网络关注度研究.林炜铃等^[7]采用泰尔指数测算方法,分析全国旅游安全网络关注度的区域差异特征;李勇泉等^[8]采用地理探测器方法结合 Arc GIS 技术,对旅游安全网络关注度的空间差异和影响因素进行研究.

目前国内对网红景区的研究较少,研究内容主要包含:①网红景区的冷思考.郭师绪^[9]认为众多网红景区是网红经济作用下的产物,网红景区的爆红所呈现出来的旅游市场供需不匹配的问题不容忽视;丁慎毅^[10]认为某些网红景区自身漏洞百出,并没有做好“红”的准备,难免昙花一现;苑广阔^[11]对涨渡湖景区为避免生态环境遭破坏闭门谢客,拒绝成为网红景区的举动表示赞赏.②互联网与网红景区的关系.周宁等^[12]从自媒体打造精准营销系统、网红品牌打造旅游目的地、内容营销打造文化个性等方面说明新媒体打造网红景区的优势.

1 研究方法和数据来源

1.1 研究方法

1) 变异系数.变异系数(GV)又被称为“离散系数”,是概率分布离散程度的一个归一化量度,为标准差与平均值之比,其计算公式为:

$$GV = \sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 / n\bar{X}^2} \quad (1)$$

式中: n 为样本数, X_i 为样本值, $\bar{X}$ 为样本平均值.本研究以此来衡量洪崖洞景区网络关注度年内分布的离散程度.变异系数越大,表示洪崖洞网络关注度的时间差异越大;变异系数越小,表示洪崖洞网络关注度的时间差异越小.

2) 月季集中指数.月季集中指数(R)是指某社会经济要素在年度内各月集中分布和离散均匀分布的度量指标^[13],本研究用它来分析洪崖洞网络关注度年内的时间分布状况,其计算公式为:

$$R = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{12} (x_i - \bar{m})^2}{12}} \quad i = 1, 2, \dots, 12, \bar{m} = (1/12) \times 100\% \quad (2)$$

式中: x_i 为各月网络关注度占全年网络关注度的比重; $\bar{m}$ 为全年各月数量指标平均分布时百分比的分子值.R 值越大,说明网络关注度在各月份间分布越集中;R 值越小,说明网络关注度在各月份间分布越分散.

3) 地理集中指数.地理集中指数(G)是衡量旅游流空间分布结构的一个指标,本研究利用它来反映洪崖洞网络关注度的空间分布集中程度,其计算公式为:

$$G = 100 \times \sqrt{\sum_{i=1}^n \left(\frac{X_i}{T} \right)^2} \quad (3)$$

式中: X_i 代表*i*省(自治区、直辖市)的网络关注度; T 代表所有省(自治区、直辖市)的网络关注度.G 的一般取值范围为 $[0, 100]$,G 越接近于 0,说明网络关注度空间分布集中度越低;G 越接近于 100,说明网络关注度空间分布集中度越高.

4) 弹性系数.弹性系数(ET)是一定时期内相互联系的 2 个经济指标增长速度的比率,用于衡量一个经济变量的增长幅度对另一个经济变量增长幅度的依存关系,本研究用它来衡量洪崖洞网络关注度增长幅

度与各区域网民增长幅度间的依存关系，其计算公式为：

$$ET = \frac{\Delta S/S}{\Delta N/N}$$

(4)

式中： ΔS 代表网络关注度的增长幅度； S 代表网络关注度总量； ΔN 代表网民数量的增长幅度； N 代表网民总量。 $ET > 1$ ，说明区域对洪崖洞的网络关注度增幅大于区域网民数量增幅； $ET = 1$ ，说明区域对洪崖洞的网络关注度增幅等于区域网民数量增幅； $ET < 1$ ，说明区域对洪崖洞的网络关注度增幅小于区域网民数量增幅。

1.2 数据来源

本研究 31 个省级行政区域 2012—2018 年对重庆洪崖洞的网络关注度数据来源于百度指数平台。本研究以洪崖洞为关键词进行搜索，发现 2014 年有网友发帖称重庆的洪崖洞与宫崎骏的经典漫画《千与千寻》的场景极为相似，自此迎来游客围观热潮，因此，2014 年可以看作是洪崖洞网络关注度的关键转折期。为了更加完整、全面地研究洪崖洞网络关注度时空特征，本研究在此年份基础上往前推 2 年，以 2012 年作为研究的起始年份，研究时段定为 2012 年 1 月—2018 年 12 月。

2012—2017 年各省市网民数量数据来源于《中国互联网络发展状况统计报告》。

2 洪崖洞网络关注度时间变化特征

2.1 年度变化特征

在百度指数平台上获取 2012—2018 年各年、各月份的洪崖洞网络关注度均值，并计算出增长率、标准差、变异系数、月季集中指数等数据结果(表 1)。

表 1 洪崖洞网络关注度年度变化

年份	搜索指数日均值	增长率/%	标准差	变异系数	月季集中指数
2012 年	317	—	41.05	0.13	1.08
2013 年	417	31.55	88.20	0.21	1.76
2014 年	685	64.27	179.65	0.26	2.19
2015 年	1 185	72.99	305.48	0.26	2.15
2016 年	1 688	42.45	340.17	0.20	1.68
2017 年	1 736	2.84	188.22	0.11	0.90
2018	2 959	79.45	1 076.01	0.36	3.03

由表 1 可以看出，洪崖洞网络关注度年度变化具有以下几个特征：

1) 从搜索指数日均值与增长率上看，2012—2018 年洪崖洞的网络关注度逐年递增，由 2012 年的 317 增长到 2018 年的 2 959；其中 2014 年、2015 年、2018 年的增长率均超过 50%，2018 年的增长率最高达到 79.45%，2017 年增长率最低，仅为 2.84%。2014 年，有网友发帖称重庆的洪崖洞与宫崎骏的经典漫画《千与千寻》的场景极为相似，自此迎来游客围观热潮，2015—2016 年间，各大旅游网站陆续出现了越来越多关于洪崖洞的游记，洪崖洞的关注度进一步提升。2017 年，虽然洪崖洞网络关注度仍有所提升，但增长率较低，是平稳增长的一年，2018 年洪崖洞网络关注度急速攀升，这与短视频 APP 抖音的推动密不可分，在抖音镜头下的洪崖洞夜景古色古香、光影璀璨，吸引了大量游客。

2) 从变异系数上看，除 2017 年变异系数达到最低 0.11 外，整体上呈现出波动上升的趋势。2012—2015 年，变异系数增大，说明洪崖洞网络关注度年内分布逐渐集中；2016—2017 年，变异系数下降，说明洪崖洞网络关注度年内分布逐渐分散；2018 年，变异系数达到最大值 0.36，这一年洪崖洞网络关注度年内分布最为集中。

3) 从月季集中指数上看，呈现出的特点与变异系数大致相符。2012—2014 年月季集中指数逐渐上升，2015—2017 年月季集中指数逐渐下降，2017 年达到最低值 0.90；2018 年，月季集中指数达到最大值 3.03。

除 2017 年外,各年的月季集中指数均大于 1,说明洪崖洞网络关注度的淡季、旺季较为明显,尤其是 2018 年,网络关注度的淡季、旺季分布较为显著.

4) 将变异系数、月季集中指数与网络关注度的各年日均值结合起来看可以发现,2012—2014 年洪崖洞网络关注度日均值总体较少,变异系数和月季集中指数逐步攀升,洪崖洞的人气聚集渐渐出现淡季、旺季之分;2015—2017 年网络关注度各年日均值持续上升,变异系数和月季集中指数略有下降,说明随着洪崖洞知名度的提升,全年均迎来较多关注度;2018 年无论是关注度日均值还是变异系数、月季集中指数都出现巨大提升,说明洪崖洞在 2018 年获得了极大的关注,并且这种关注度产生了强烈的淡季、旺季之分.

2.2 月际变化特征

在百度指数平台上获取 2012—2018 年各月份的洪崖洞网络关注度,并绘制成折线统计图(图 1).

由图 1 可以看出,洪崖洞网络关注度月际变化具有以下特征:①2012—2018 年,同月份的网络关注度日均值基本上是逐年递增(除 2016 年和 2017 年的 5,6,7,8 月),说明洪崖洞的知名度逐渐变大;自 2014 年起,各年同月份网络关注度涨幅开始变大,尤其是 2018 年,5 月的网络关注度是 2017 年同期的 3.4 倍.②各年的网络关注度折线图均呈现出双峰的特征,2018 年表现尤为明显,双峰分别出现在 5 月和 10 月,一方面与“五一”小长假和“十一”黄金周时间基本吻合,说明相当大一部分游客选择在这 2 个假期关注洪崖洞;另一方面说明重庆春秋两季气候适宜,游客出游意愿相对强烈,对洪崖洞的关注强烈.据统计,仅 2018 年 4 月 29 号,洪崖洞游客接待量突破 8 万,说明这种对洪崖洞的网络关注也能转化为现实的游客量,即网络关注度的变化能在一定程度上反映游客量的变化.③除双峰外,各年的网络关注度还存在一个相对较高点,出现在 7 月和 8 月,暑假期间是另一个洪崖洞网络关注的热点时段;相比较而言,岁末年初,尤其是各年 1 月,大众对洪崖洞的网络关注程度较低.

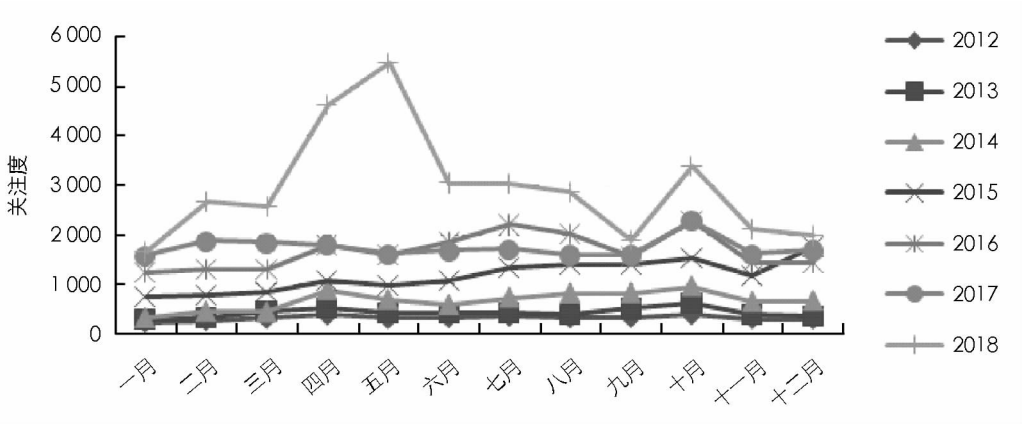


图 1 洪崖洞网络关注度月际变化

3 洪崖洞网络关注度空间特征

3.1 网络关注度各省级行政区域分布特征

在百度指数平台上获取 2012—2018 年各省级行政区域的洪崖洞网络关注度日均值(表 2),由表 2 可以看出:①2012—2018 年,各省级行政区域对洪崖洞的网络关注度均是逐年递增的,且在 2017—2018 年增长率最高,说明自 2012 年开始,洪崖洞的影响力逐步扩大,2018 年洪崖洞作为网红景区爆红之后,引来了各区域更加广泛的关注.②各个区域对洪崖洞的网络关注度存在较大差异.虽然各区域的网络关注度持续递增,但某些区域如宁夏、青海、西藏 2018 年的网络关注度仍低于 2012 年重庆本土对洪崖洞的网络关注度.

表 2 各省份网络关注度日均值

	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	合计
重庆	103	166	338	583	852	805	1 119	3 966
四川	61	93	144	213	361	351	506	1 729
广东	52	82	133	183	245	276	490	1 461
北京	58	85	131	164	198	222	311	1 169
江苏	43	65	114	156	203	228	338	1 147
上海	51	73	120	154	183	199	279	1 059
浙江	42	61	107	146	183	205	307	1 051
湖北	42	67	110	143	190	198	272	1 022
陕西	40	79	120	145	193	191	249	1 017
贵州	24	39	64	97	361	127	207	919
河南	29	46	87	123	163	182	255	885
山东	38	50	90	125	154	173	250	880
福建	28	39	84	117	144	158	220	790
湖南	29	42	92	114	143	154	210	784
河北	22	33	70	100	124	146	211	706
安徽	18	25	64	99	126	142	209	683
天津	24	47	83	103	119	129	166	671
辽宁	21	28	60	100	124	140	188	661
广西	19	36	59	91	115	125	186	631
云南	24	34	65	90	115	121	176	625
山西	18	34	63	92	111	124	174	616
江西	16	22	46	86	111	122	169	572
黑龙江	11	16	36	75	98	101	136	473
吉林	10	16	32	64	90	98	127	437
甘肃	8	17	31	60	86	98	133	433
内蒙古	4	11	28	56	82	96	122	399
新疆	4	12	23	49	77	84	109	358
海南	7	8	19	49	75	84	109	351
宁夏	1	4	7	19	50	60	81	222
青海	1	4	7	18	48	50	74	202
西藏	0	2	2	8	26	31	53	122

将各省级行政区域 2012—2018 年总的洪崖洞网络关注度数据导入 Arc map 软件中,生成洪崖洞网络关注度热度图. 其中,将 2012—2018 年洪崖洞网络关注度日均值总和大于 1 500 的区域定义为高热度关注区域;日均值总和为 1 000~1 500 的区域定义为较高热度关注区域;日均值总和为 500~1 000 的区域定义为较低热度关注区域;日均值总和为 0~500 的区域定义为低热度关注区域.

通过分析可知:①高热度关注区域包括重庆、四川 2 个区域;较高热度关注区域包括北京、湖北、江苏、上海、浙江、广东、陕西 7 个区域;较低热度关注区域包括天津、河北、山西、河南、湖南、山东、安徽、江西、福建、广西、辽宁、贵州、云南 13 个区域;低热度关注区域包括内蒙古、海南、宁夏、甘肃、青海、新疆、黑龙江、吉林、西藏 9 个区域. ②高热度关注区中的重庆,作为洪崖洞所属地,对其网络关注度远高于其他各区域,说明重庆本地人对洪崖洞的关注最强;其次是近邻重庆的四川. 较高热度区域包含 2 种类型,一是近渝地区,包括陕西、湖北,这 2 个省份的居民可能会因为空间距离较近,而更多地关注洪崖洞;二是北京及东部沿海省份,包括江苏、上海、浙江、广东,这些区域的经济发展水平、信息化程度等均较高,所

以更有可能关注洪崖洞这一新兴网红景区。③从整体上看,中国南方对洪崖洞的网络关注度大于中国北方对洪崖洞的网络关注度。

3.2 省级行政区域网络关注度变化特征

3.2.1 网络关注度分布集中程度特征

在百度指数平台上获取 2012—2018 年各省级行政区域的洪崖洞网络关注度日均值,计算出各年度的地理集中指数(表 3)。

表 3 2012—2018 年洪崖洞网络关注度的地理集中指数

年 份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
地理集中指数	23.43	23.37	23.12	23.50	24.11	22.91	22.73

由表 3 可以看出,2012—2014 年,地理集中指数下降,各区域网络关注度的集中程度降低,洪崖洞的影响力向各区域蔓延;2015—2016 年,地理集中指数上升,各区域网络关注度集中程度增大,受各网站热帖、游记的影响,洪崖洞在特定区域名气大增,关注度上升,造成了空间关注的不均衡;2017—2018 年,地理集中指数又呈下降趋势,并在 2018 年达到最低 22.73,说明成为网红景区的洪崖洞,影响力进一步扩大,关注的空间均衡性提高。

3.2.2 网络关注度增幅特征

为排除 2012—2017 年间各省级行政区域网民数量的增加对洪崖洞网络关注度增量的影响,从百度指数平台获取 2012 年、2017 年各省级行政区域的年度网络关注度日均值,从《中国互联网络发展状况统计报告》中获取 2012 年、2017 年各省级行政区域的网民数量,计算出各省级行政区域 2012—2017 年的弹性指数(表 4)。

表 4 2012—2017 年省级行政区域对洪崖洞网络关注度的弹性指数

省份	弹性指数	省份	弹性指数
上海	7.20	陕西	3.59
浙江	7.03	河北	3.54
江苏	6.53	湖北	3.39
福建	5.54	甘肃	3.30
海南	5.47	黑龙江	3.23
北京	5.38	西藏	3.10
广东	4.66	山东	3.03
辽宁	4.30	湖南	3.01
宁夏	4.12	广西	2.99
天津	3.95	四川	2.92
山西	3.90	安徽	2.79
青海	3.82	河南	2.76
重庆	3.76	云南	2.66
吉林	3.70	贵州	2.32
新疆	3.70	江西	2.30
内蒙古	3.63		

由表 4 可以看出,各省级行政区域的弹性指数均大于 1,说明各省级行政区域网民数量的增加并不是各区域网络关注度增加的决定性因素,即 2012—2017 年,洪崖洞网络关注度在排除网民数量增加的基础上仍是上升的,其中上海、浙江、江苏、北京等地表现尤为明显。

4 结论与建议

4.1 研究结论

1) 从年际变化上看,2012—2014 年洪崖洞的人气开始聚集,但总体仍较少,渐渐出现淡季、旺季之

分;2015—2017 年网络关注度各年日均值持续上升,全年均迎来较多关注,洪崖洞进入平稳发展期;2018 年网络关注度日均值的增长率达到最高,并且这种关注度产生了强烈的淡季、旺季之分。

2) 从月际变化上看,各年的网络关注度均呈现出双峰的特征,2018 年表现尤为明显,双峰分别出现在 5 月和 10 月,与“五一”小长假和“十一”黄金周时间基本吻合,暑假期间是洪崖洞网络关注的另一个热点时段。

3) 从区域上来看,2012—2018 年各省级行政区域对重庆洪崖洞的网络关注度均是逐年递增,且在 2017—2018 年增长率最高。

4) 各省级行政区域对洪崖洞的网络关注度存在较大差异,重庆本地居民对洪崖洞的关注最强,其次是临近重庆的四川、湖北、陕西以及经济发展程度、信息化程度等均较高的北京以及江苏、上海、浙江、广东等东部沿海省份。

5) 2018 年洪崖洞网络关注度地理集中指数达到最低,即各地均对洪崖洞产生关注,关注度分布均衡,重庆洪崖洞成为名副其实的网红景区。

4.2 建 议

1) 均衡淡季、旺季客流,优化游客体验。针对洪崖洞景区淡季、旺季明显这一现象,景区可在淡季(1 月、2 月、11 月、12 月)加强宣传力度、举办特色活动,吸引游客,有利于分散客流,提升游客旅游体验与景区效益。

2) 依托网红经济,做强网红品牌。洪崖洞在各省市间的影响力逐渐扩大,这与近年来各网络平台的宣传推广密不可分,因此,未来一段时间,洪崖洞可继续依托网红经济,利用网红品牌吸引更多的网红、游客参与进来,多平台、多渠道、多内容地发布洪崖洞相关资讯,将口碑营销、体验营销引入到营销体系中,维持洪崖洞的热度。

3) 挖掘景区文化,着重内容生产。洪崖洞以酷似“千与千寻”场景为契机爆红于网络,引发关注,这种吸引力毕竟不会长久,洪崖洞应抓住时机,深挖真正属于自己的独有的文化内涵,如吊脚楼文化、码头文化、美食文化等,打造独特的文化 IP,以此为魂发展旅游。此外差异化、系列化的内容生产可以为景区带来持续的关注与流量。

4) 提升服务质量,提高接待能力。面对各方对网红景区的唱衰声,洪崖洞应有针对性地拟定解决方案,提升景区质量,如严整景区卫生、严控物价水平、严把旅游服务人员素质等。

参考文献:

- [1] 李 山,邱荣旭,陈 玲. 基于百度指数的旅游景区络空间关注度: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.
- [2] 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.
- [3] 张晓梅,程绍文,刘晓蕾,等. 古城旅游地网络关注度时空特征及其影响因素——以平遥古城为例 [J]. 经济地理,2016,36(7): 196-202, 207.
- [4] 马丽君,孙根年,黄芸玛,等. 城市国内客流量与游客网络关注度时空相关分析 [J]. 经济地理,2011,31(4): 680-685.
- [5] 黄先开,张丽峰,丁于思. 百度指数与旅游景区游客量的关系及预测研究——以北京故宫为例 [J]. 旅游学刊,2013,28(11): 93-100.
- [6] 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.
- [7] 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 个省市旅游安全的百度指数 [J]. 人文地理,2014,29(6): 154-160.
- [8] 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.

- [9] 郭师绪. “网红”景区的冷思考 [J]. 新产经, 2018(8): 65-66.
- [10] 丁慎毅. 网红景区“变味”服务应该“补钙” [N]. 中国商报, 2018-08-09(P02).
- [11] 苑广阔. “网红景区”关门谢客的生态意义 [N]. 衢州日报, 2018-08-02(4).
- [12] 周宁, 梁爽. 新媒体对打造网红景区的优势 [J]. 度假旅游, 2018(11): 185.
- [13] 李仲广. 旅游经济学 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2006: 82-83.

On Spatial and Temporal Characteristics of Online Scenic Spot Based on Baidu Index ——Taking Hongyadong of Chongqing as a Case

DU Meng-ting, YANG Xiao-xia, CHEN Peng

School of Geographical Sciences, Southwest University, Chongqing 400715, China

Abstract: The online scenic spot can bring great traffic and attention to the tourist destination, and it is both an opportunity and a challenge for the development of the tourist destination. The network attention research based on web search data is conducive to understanding the phenomenon of online scenic spot and promoting the healthy and sustainable development of the scenic spots. In this paper, Hongyadong has been taken as an example. It obtains its network attention information through Baidu index, calculates the coefficient of variation, the concentration index of the rose, the geographic concentration index, the elasticity coefficient and analyzes the spatial and temporal characteristics of Hongyadong with Arc GIS, results show that: 1) From the perspective of interannual changes, the network attention of Hongyadong in 2012—2018 is increasing year by year. In 2018, the average daily growth rate of network attention is the highest, and there is a strong peak season. In 2018, it can be regarded as the online year of Hongyadong; 2) from the perspective of monthly changes, the attention of the year shows the characteristics of “double peaks”; 3) The network attention of the 31 provincial administrative regions to Hongyadong has increased year by year, and the growth rate is the highest in 2017—2018. 4) There is a big difference in the network attention of Hongyadong in various regions. Among them, residents in Chongqing have the strongest concern for it; 5) In 2018, the Hongyadong network attention has the most balanced regional distribution, and Hongyadong has become a veritable online scenic spot. Hongyadong’s healthy and sustainable development in the future can optimize the visitor’s experience from the balance of the peak season, rely on the network economy, strengthen the brand of online celebrity; excavate the culture of the scenic spot, focus on content production; improve service quality and reception capacity, etc.

Key words: online scenic spot; networkattention; Baidu index; spatial and temporal characteristics; Hongyadong of Chongqing