

# 基于慢城理念的历史文化名镇目的地地形形象优化研究

——以朱仙镇为例

高伟洁,朱蓉菲

(郑州大学 管理学院,郑州 450001)

**摘要:**“慢城理念”倡导高品质的生活方式、保护原生态的自然环境、传承保护地方文化特色、追求人与自然的和谐,这一理念为历史文化名镇的发展提供了新思路,对目的地地形形象优化提供了新视角.以慢城理念视角切入,对网络文本数据进行处理分析,采用网络文本分析和情感分析方法,从认知形象、情感形象、整体形象探索朱仙镇的目的地形形象.结果表明,人文类旅游吸引物是游客的基本认知形象,其次是活动类;游客对朱仙镇的情感态度普遍较为积极,但也有超过 20%的消极情绪不容忽视;游客对朱仙镇的整体感知较为满意,有较高的重游和推荐意愿.基于对朱仙镇目的地地形的探究,文章构建慢城理念与历史文化名镇目的地地形形象优化契合关系模型,并从“慢环境”“慢文化”“慢旅游”层面提出对历史文化名镇目的地地形的优化建议.

**关键词:**慢城理念;目的地形象;网络文本分析;朱仙镇

**中图分类号:**F592.7

**文献标志码:**A

随着城镇化进程的加快以及现代旅游业理念的转变,宜居宜游的特色小镇、历史文化名镇成为游客回归生命体验的首选旅游目的地,而目的地形象是游客选择旅游地的重要影响因素之一,因此提升当地目的地形象对于游客旅游意愿有重要作用.然而,部分历史文化名镇在发展中忽略了对遗址建筑原有风貌的维护,大尺度地增加现代化建筑,在与现代化旅游结合的同时丧失了文化底蕴,使游客在旅游体验过程中无法满足精神层面的需求,影响目的地形象的传播.《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》明确提出:要强化历史文化保护、塑造城市风貌.同时也指出推动绿色发展,促进人与自然和谐共生.慢城理念倡导高品质的生活方式、保护原生态的自然环境、传承保护地方文化特色,追求人与自然的和谐,为历史文化名镇的可持续发展提供了新思路,对目的地形象的优化提供了新视角<sup>[1]</sup>.

## 1 文献综述

### 1.1 慢城理念

“慢城”(cittaslow)由“慢食运动”衍生而来,是一种新的城市发展模式,最早在意大利等西方发达国家兴起,于 21 世纪初在中国逐渐得到发展<sup>[2]</sup>.自 2010 年 11 月高淳桧溪镇成为中国第一个国际慢城后,截至 2022 年底,中国已有 13 个城镇通过国际慢城认证.慢城运动的有关倡导者希望通过慢城理念的推广和慢城模式的建设来抵制快速推进的城市工业化进程和快节奏的生活,激发城市居民和管理者深度挖掘城市的内涵、塑造城市个性以及注重个人生活品质<sup>[2-3]</sup>.宗仁<sup>[4]</sup>将慢城理念概括为“SLOW”,即可持续(sustainable)、低碳(low-carbon)、选择(option)、富有(wealthy),阐述了慢城运动以人为本和逆城市化理念.由此看来,慢城理念是将现代化技术与传统生活相结合,并在现代与传统之间寻求一种可持续发展的共生性的理念,其核心是

收稿日期:2022-09-09;修回日期:2023-06-07.

基金项目:教育部人文社会科学研究规划基金(19YJA770004).

作者简介:高伟洁(1976—),女,河南滑县人,郑州大学副教授,博士,硕士生导师,研究方向为旅游目的地管理,E-mail:gaoweijiewa@zzu.edu.cn.

通信作者:朱蓉菲,E-mail:Fei7428718@163.com.

通过对原生态环境的保护、地方特色文化的传承、居民高质量生活的创造以及经济增长方式的可持续,达到人与自然的和谐统一,构建多元化的城市发展模式。

国外研究多以某个具体的慢城为对象,将慢城理念作为实现城市环境和经济和谐发展目标战略性理念<sup>[2]</sup>。国内研究主要围绕首个国际慢城-高淳桡溪对村镇发展建设<sup>[5]</sup>、特色小镇城市品牌化建设及成效评估<sup>[6]</sup>等进行探究,以慢城理念为指导为城市病所存在问题提出治理策略<sup>[7]</sup>。将慢城理念融入旅游目的地形象研究领域,有待进一步探索。慢城主张以人为本,对于目的地形象的探讨也基于游客对目的地认知、情感和整体形象的综合感知,在慢城理念视角下以游客感知为基点为历史文化名镇的目的地形象提升提供相应建议,有助于历史文化名镇传统文化的传承和保护,构建和谐宜居人文环境,打造独特地域文化品牌形象。

## 1.2 旅游目的地形象

旅游目的地形象相关研究最早由 HUNT<sup>[8]</sup>于 20 世纪 70 年代提出。迄今为止,学界对于旅游目的地形象的概念界定仍然没有达成共识,但对基于 BALOGLU 目的地形象的构成有一致见解<sup>[9]</sup>。文献<sup>[10]</sup>首次提出了目的地感知形象由认知、情感和整体形象 3 维结构组成,指出认知形象来源于游客对旅游目的地相关属性的认识,情感形象是基于游客认知对目的地形象所产生的积极、中性或消极的情感态度,两者结合形成游客对目的地形象的整体感知。总体而言,目的地形象与游客对目的地属性的认知、旅游体验的情绪态度以及是否有重游和推荐意愿高度相关。

旅游目的地形象测量方法主要分为结构化测量、非结构化测量以及结构化和非结构化相结合测量。其中,结构方程模型、李克特量表以及方差分析法是结构化测量中的主要使用手段,内容分析法和文本分析法是结构化测量的代表性方法<sup>[11-12]</sup>。肖亮等<sup>[12]</sup>利用网络文本分析概括出台湾目的地形象主题,并发现不同旅游网站所构建的形象有差异,自此互联网成为研究目的地形象感知的新兴方式。陆利军等<sup>[13]</sup>抓取旅游网站游记和评论,从认知、情感和整体形象探究南岳衡山的旅游目的地形象。谭红日等<sup>[14]</sup>以在线游记文本为数据源,基于“认知-情感”模型,构建“核心-次核心-外围”的语义网络圈层结构,探索游客对大连市的旅游形象感知。

本文运用网络文本分析法,利用 Python,ROST CM6 软件对网络文本数据爬取处理,分析游客对朱仙镇感知形象的积极和消极情感因素,从认知、情感、整体形象三方面探究游客对朱仙镇的目的地形象感知,将“慢城理念”应用到旅游目的地形象的提升上,以历史文化名镇的城市空间为依托,通过游客自下而上的慢生活追求及相关管理者自上而下的慢城空间规划,塑造“慢城”旅游目的地形象,完成自上而下的慢城精神赋予,吸引追求“慢生活”的游客,为历史文化名镇目的地形象的提升提供理论和实践依据,为其发展慢游经济提供参考借鉴。

# 2 研究设计

## 2.1 案例地及选择依据

朱仙镇位于河南开封市祥符区,地处郑汴洛沿黄“三点一线”黄金旅游线上,距离开封市区 22.5 km,镇域总面积 70.26 km<sup>2</sup>,以“朱亥”封仙而得名。朱仙镇有着极其丰厚的历史文化底蕴,是中国历史文化名镇、中国民间文化艺术之乡、豫剧祥符调的发源地,拥有国家级非物质文化遗产“朱仙镇木版年画”。明清年间,朱仙镇位居华北水陆交通联运码头之首,商贾云集,空前繁荣,成为“中国四大名镇”之首。现有岳飞庙、启封故园、清真寺等名胜古迹,其中启封故园还是国家文化生态旅游示范区。

文章选择朱仙镇为案例地,主要基于以下考虑:第一,朱仙镇具备典型代表性。近年来,朱仙镇旅游发展整体态势良好,旅游目的地形象塑造初见成效。但同“四大名镇”中的广东佛山镇、江西景德镇和湖北汉口镇相比,其旅游目的地形象仍有待进一步优化提升。此外,旅游产品同质化、旅游环境质量等方面亦存在一些不容忽视的问题。这些问题都对朱仙镇目的地形象造成了一定影响。从宏观视角来看,以上问题不是朱仙镇所独有,而是我国历史文化名镇旅游发展中所普遍存在的典型问题。第二,朱仙镇具备孵化“慢城”的基本要素。朱仙镇作为中国四大名镇之首,历史文化底蕴丰厚,生态环境优良,为游客深度体验名镇内涵提供了天然空间和交互场所,充分具备形成“慢城”的基本要素,在主体、客体以及发展理念上与慢城理念高度契合。

## 2.2 数据来源与处理

文章选取游客口碑较好的携程、去哪儿、马蜂窝、穷游网及同程旅行作为数据源,其中携程、去哪儿网站的在线评论居多,且内容丰富,所爬取的数据具有典型有效性.本文利用 Python 软件,爬取 2022-03-01 之前五大网站上朱仙镇的用户评论文本.经过去重、去除网站默认评论、删除对景区的历史文化描述以及语言表达不够清晰的无效评论,对最终得到的 1 253 条有效评论进行分析.

首先采用 Python 正则表达式清洗文本数据,过滤掉数字、链接、英文字母及其他特殊字符;其次,将“启封故园、岳飞庙、木版年画”等景点代表性名词添加至自定义分词表中,确保分词的准确性;再次,整合替换相同或相近意义的词语,提高分词的有效性;最后,将“这、了、把”等虚词加入停用词表.

## 2.3 研究方法

文章采用网络文本分析法,以 Python 软件为依托,调用 jieba 库对文本进行分词,提取出词频较高的前 60 个名词,调用 Wordcloud 库绘制词云图;借助 Rost CM6 软件对清洗后的文本数据进行社会网络和语义网络文本分析,构建语义网络图谱,分析游客对目的形象的情感倾向,从认知形象、情感形象和整体形象三方面探索朱仙镇整体旅游形象.

# 3 朱仙镇旅游目的地形象分析

## 3.1 认知形象分析

词频越高代表游客对其认知程度越高<sup>[14]</sup>.反映游客对朱仙镇形象认知程度的高频词见图 1 和附表 I.“朱仙镇”最高,“岳飞庙”“启封故园”“清真寺”等提及率也较高,均为游客重点关注的历史文化景点.同时游客提及了“杭州”“汤阴”代表性地标与“岳飞庙”作对比,从“不错”“值得”“值得一游”“推荐”“好玩”等评价性词语可以看出游客对朱仙镇的感知态度较为积极;“岳飞”“木版年画”“历史”“江南水乡”“文化”等词汇体现了朱仙镇作为历史文化名镇的文化底蕴.这与慢城理念中人们对地方特色文化的追求相一致.历史文化名镇目的地形塑造和慢城理念都是以保护和维持历史文化遗址原真性、挖掘城市内涵为目的,两者在这一方面也是相契合的.“便宜”“偏贵”两词的同时出现表明游客对于门票价格认知不一.此外游客对朱仙镇设施建设及开发状况较为关注.



图1 高频特征词云图

Fig.1 High-frequency feature word cloud

为进一步分析词汇内在关系,文章运用 ROST CM6 软件分析得出朱仙镇语义网络关系图(图 2).语义网络中词汇及词汇间关系反映出游客对朱仙镇形象的态度和感知.由图 2 可知,语义网络图呈现了以“朱仙镇”“不错”“开封”“岳飞庙”为中心节点的网状分布状,是游客评论文本中提及率较高的代表词汇,其中围绕词汇“朱仙镇”的网络节点最多,其次是词汇“不错”,表明游客对朱仙镇景区中肯的评价.“中国—开封—朱仙镇—四大名镇”连线彰显朱仙镇的地理位置,也反映了朱仙镇作为中国四大名镇之一的重要角色.“启封故园-历史-文化”“朱仙镇-景区-不错-游玩”两条连线表明朱仙镇自然景观和深厚的文化底蕴深受游客青睐,是吸引游客的主要元素.“景色-体验-不错”“朱仙镇-江南水乡-景区-游玩”体现游客享有较为满意的旅游体验.

## 3.2 情感形象分析

文章调用 Python 第三方库 SnowNLP 分析情感倾向,从 0 到 1 对网络文本进行情感赋值,所赋分值越接近 1,情感倾向越积极,越接近 0,情感倾向越消极,同时将 0.4 和 0.6 作为消极情感和积极情感的区间最



象的感知,且整体感知形象较好。

## 4 结论与建议

### 4.1 结论

研究发现游客对朱仙镇的形象感知态度良好,满意度较高,可以看出游客对朱仙镇的生态和人居环境、地方特色文化及城市精神内涵都有较高要求,基于慢城理念下的朱仙镇目的地形象提升对当地旅游及经济的可持续发展有重要作用。

具体而言,在认知形象方面,游客对朱仙镇最深刻的印象是“启封故园”“岳飞庙”“清真寺”等地标性景区景点,其次是对“木版年画”“岳飞”“历史”“文化”等人文类旅游吸引物的形象认知,可以直观看出自然资源和人文资源是历史文化名镇塑造良好目的地形象的基础,体现了文化本真型游客期待与目的地文化深度交融的强烈愿望。

在情感形象方面,积极情绪占比高达72.4%,说明游客对朱仙镇认同度较高,情感态度较为积极,但21.0%的消极情绪仍不容忽视,通过对负面情绪的文本分析,发现“景区环境卫生脏乱”“开发建设不完善”“过度商业化”和“服务体验差”是造成游客负面情绪的重要因素,旅游环境质量的提升和“本真性”旅游体验的打造是改善游客负面感知的有效措施。

在整体形象方面,“值得”“值得一游”“推荐”等词汇表明了游客对朱仙镇的整体感知是十分满意的,有较高的重游和推荐意愿,游客对朱仙镇的认知形象主要集中在“启封故园”“岳飞庙”“木版年画”等旅游吸引物上,在认知形象的基础上享受了“江南水乡”的旅游体验,给予了“不错”的肯定性评价,产生了“喜欢”等正向情感态度,并且表达了“值得一游”和“推荐”的重游意愿,进而形成了朱仙镇的整体旅游形象<sup>[16]</sup>。

### 4.2 启示

慢城理念这种新兴的城市生活理念是后现代旅游得以发展的关键因素,也是旅游消费市场对于新型“慢环境”“慢文化”“慢旅游”需求的主要推力,这种需求继而成为慢城理念与历史文化名镇目的地形象塑造之间的联系,目的地形象的提升恰恰是基于游客对城市内涵的探索,将城市再品牌化为广域的认知空间,它能够满足“慢”思维下人们对于宜居宜游交互空间和特色文化体验的需要,随着慢城理念在多个领域的广泛应用,“慢”逐步成为一种生活文化和旅游吸引点,综上,本文尝试构建慢城理念与历史文化名镇目的地形象优化契合关系模型,如图4所示。

历史文化名镇目的地形象优化是以自然和历史人文资源为基础,依托地方特色文化内涵,以人为本,以游客市场需求为导向,以可持续发展为目标,通过多元举措打造差异化的城市品牌形象,以提高其知名度和旅游吸引力,由图4可以看出,慢城理念和历史文化名镇目的地形象优化在环境的打造、特色文化的挖掘、以人为本的原则、可持续发展目标的实现上高度契合,慢城理念可以很好地助力历史文化名镇目的地形象的提升,为历史文化名镇彰显地域文化特质,打造特色文旅精品IP,进而推动历史文化名镇目的地可持续发展提供新思路。

### 4.3 优化建议

1)改善“慢环境”,营造和谐慢城氛围。“景区卫生脏乱”等是游客形成消极情绪的集中点,而游客在进行旅游活动时首先则是对景区环境风貌的认知,因此,改善景区环境、提供舒适宜游的空间场所以增强游客对朱仙镇“江南水乡”的感知,加快完善设施设备建设,建立生态环境保护与经济发展齐头并进的平衡发展状态,在旅游开发中注重保护生态环境原真性、遗址完整性及其文化本真性,在推进数字化和智慧化发展过程中突显朱仙镇地方文化特色,避免同质化而造成发展特质流失情况的出现,同时,加大朱仙镇软环境建设力度,提升景区工作人员的服务能力,加强当地社区居民参与,调动当地居民的积极参与性,创建和谐的主客互动关系,营造友好融洽的“慢氛围”,为居民和游客提供共享的旅游交互空间。

2)构建“慢文化”,打造品质慢城形象。“木版年画”“岳飞”等人文类旅游吸引物占重要地位,重点发掘历史文化内涵对游客形象感知的契合性,加大对木版年画非物质文化遗产的创新传承和对外传播,讲好“岳飞”等历史人物故事,结合朱仙镇特色戏曲(豫剧祥符调)、庙会及民俗文化等发展节庆旅游,使游客切身体验参

与到旅游活动中,引导游客“慢”下来深度体验传统文化特色.通过打造特色民宿和农家乐来营造“慢居”“慢食”,推动“慢经济”的发展,树立高品质的“慢文化”品牌形象.

3)发展“慢旅游”,塑造特色慢城品牌.“历史建筑”“江南水乡”的物理空间以及充满深厚历史文化内涵的空间意境为朱仙镇“慢旅游”的发展提供条件.首先,发展慢旅游需高度重视对生态环境的保护,保护修缮古建筑风貌,减少现代化建筑的污染,再现传统历史文化名镇氛围.第二,设计个性化的慢行旅游路线.朱仙镇水路纵横,设计自行车环湖车道、水上游船路线等慢行游览方式,将自行车道与湖水相结合,避免放置过高障碍物遮挡游客欣赏水景视线,在确保游览安全的前提下最大化景观价值,同时鼓励游客步行深入感受北方“江南”韵味.第三,开发具有当地特色的慢旅游产品,加大木版年画的创新设计和推广营销.第四,打造智慧型的慢城景区管理模式.提供智慧景区导览,增设智能语音讲解等.

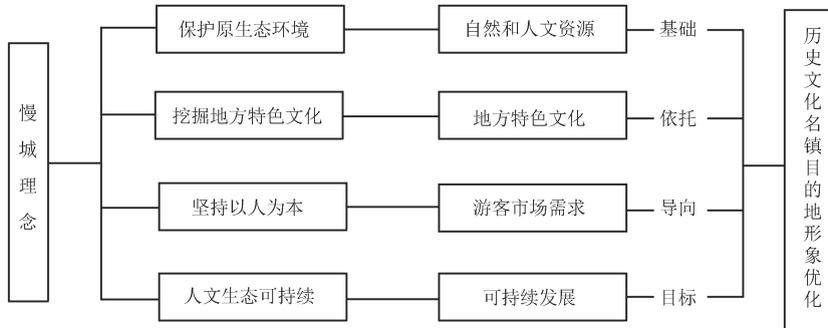


图4 慢城理念与历史文化名城目的地形象优化契合关系模型

Fig. 4 The relationship model of cittaslow concept and the destination image optimization of historical and cultural towns

## 附 录

附表 I、II 见电子版(DOI:10.16366/j.cnki.1000-2367.2023.05.010).

## 参 考 文 献

- [1] CHI X T, HAN H. Performance of tourism products in a slow city and formation of affection and loyalty: Yaxi Cittaslow visitors' perceptions[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2021, 29(10): 1586-1612.
- [2] MAYER H, KNOX P L. Slow cities: sustainable places in a fast world[J]. *Journal of Urban Affairs*, 2006, 28(4): 321-334.
- [3] HATIPOGLU B. "cittaslow": quality of life and visitor experiences[J]. *Tourism Planning & Development*, 2015, 12(1): 20-36.
- [4] 宗仁. "国际慢城"在中国及其现实意义研究[J]. *现代城市研究*, 2011, 26(9): 14-17.  
ZONG R. International cittaslow and its realistic meaning in China[J]. *Modern Urban Research*, 2011, 26(9): 14-17.
- [5] 雷诚, 初筱, 范凌云. 国际慢城: 中国村镇振兴特色发展路径之经验镜鉴[J]. *规划师*, 2021, 37(16): 35-41.  
LEI C, CHU X, FAN L Y. The inspiration of cittaslow movement for rural revitalization in China[J]. *Planners*, 2021, 37(16): 35-41.
- [6] 施益军, 翟国方, 周妹天, 等. 慢城理念下的特色小镇品牌创建及效应评估: 以柘溪国际慢城为例[J]. *世界农业*, 2019(1): 33-40.  
SHI Y J, ZHAI G F, ZHOU S T, et al. Brand creation and effect evaluation of characteristic towns under the concept of Cittaslow: A case study of Yaxi International Cittaslow[J]. *World Agriculture*, 2019(1): 33-40.
- [7] 梁俊山, 文晓丽. "慢城"理念下城市病问题治理的策略[J]. *生态经济*, 2017, 33(8): 68-73.  
LIANG J S, WEN X L. The management strategies of city disease under the idea of "slow cities"[J]. *Ecological Economy*, 2017, 33(8): 68-73.
- [8] HUNT J D. Image as a factor in tourism development[J]. *Journal of Travel Research*, 1975, 13(3): 1-7.
- [9] BALOGLU S, MCCLEARY K W. A model of destination image formation[J]. *Annals of Tourism Research*, 1999, 26(4): 868-897.
- [10] BEERLI A, MARTIN J D. Factors influencing destination image[J]. *Annals of Tourism Research*, 2004, 31(3): 657-681.
- [11] 徐凤增, 裘威. 基于游客数字叙事的黄河旅游目的地形象与文化传播研究[J]. *河南师范大学学报(自然科学版)*, 2022, 50(5): 1-8.  
XU F Z, XI W. Research on the destination image and cultural communication of the Yellow River based on tourists' digital narrative[J]. *Journal of Henan Normal University(Natural Science Edition)*, 2022, 50(5): 1-8.
- [12] 肖亮, 赵黎明. 互联网传播的台湾旅游目的地形象: 基于两岸相关网站的内容分析[J]. *旅游学刊*, 2009, 24(3): 75-81.

- XIAO L,ZHAO L M.The tourism destination image of Taiwan disseminated on internet:Based on a content analysis of travel-related websites across Taiwan Straits[J].Tourism Tribune,2009,24(3):75-81.
- [13] 陆利军,廖小平.基于UGC数据的南岳衡山旅游目的地形象感知研究[J].经济地理,2019,39(12):221-229.  
LU L J,LIAO X P.Research on image perception of tourism destination based on UGC data:a case study of south mount Heng[J].Economic Geography,2019,39(12):221-229.
- [14] 谭红日,刘沛林,李伯华.基于网络文本分析的大连市旅游目的地形象感知[J].经济地理,2021,41(3):231-239.  
TAN H R,LIU P L,LI B H.Perception of tourism destination image in Dalian based on network text analysis[J].Economic Geography,2021,41(3):231-239.
- [15] 徐菲菲,刺利青,YE Feng.基于网络数据文本分析的目的地形象维度分异研究:以南京为例[J].资源科学,2018,40(7):1483-1493.  
XU F F,LA L Q,YE F.A research on destination image and perceived dimension difference based on big data of tourists' comments;a case of Nanjing[J].Resources Science,2018,40(7):1483-1493.
- [16] 李勇,陈晓婷,刘沛林,等.“认知—情感—整体”三维视角下的遗产旅游地形象感知研究:以湘江古镇群为例[J].人文地理,2021,36(5):167-176.  
LI Y,CHEN X T,LIU P L,et al.Research on image perception of heritage tourist destinations from the three-dimensional perspective of "cognition-emotion-integrity":taking Xiangjiang ancient town group as an example[J].Human Geography,2021,36(5):167-176.

## Research on destination image optimization of famous historical and cultural town based on cittaslow concept: A case study of Zhuxian Town

Gao Weijie, Zhu Rongfei

(School of Management, Zhengzhou University, Zhengzhou 450001, China)

**Abstract:** The concept of cittaslow advocates high-quality lifestyle, protects the original ecological natural environment, inherits and protects the local cultural characteristics, and pursues the harmony between man and nature. It offers a new idea for the development of historical and cultural towns, and provides a new perspective for the optimization of destination image. Starting from the perspective of cittaslow concept, we analyze network text data, and uses network text analysis and emotion analysis methods to explore the destination image of Zhuxian Town from cognitive image, emotional image and overall image. The results show that tourism attractions of humanities are the basic cognitive image of tourists, followed by activity. Tourists' emotional attitude towards Zhuxian Town is mainly positive, but the negative attitudes can not be ignored, which is more than 20%. Tourists are satisfied with the overall perception of Zhuxian Town and have a high willingness to revisit and recommend. Based on the exploration of the destination image of Zhuxian Town, this paper constructs the relationship model between the concept of slow city and the destination image optimization of the famous historical and cultural city, and puts forward the optimization suggestions on the destination image of the famous historical and cultural town from the aspects of "slow environment", "slow culture" and "slow tourism".

**Keywords:** cittaslow concept; destination image; network text analysis; Zhuxian Town

[责任编辑 杨浦 刘洋]

附表 I 朱仙镇网络文本高频词汇表

Attached tab. I High-frequency vocabulary list of network text in Zhuxian Town

序号	词语	次数	序号	词语	次数	序号	词语	次数
1	朱仙镇	500	21	古镇	90	41	票价	40
2	不错	305	22	河南	82	42	孩子	40
3	岳飞庙	253	23	建设	77	43	表演	39
4	开封	219	24	值得一游	69	44	时间	39
5	岳飞	212	25	文化	69	45	喜欢	36
6	景区	208	26	推荐	65	46	交通	36
7	启封故园	158	27	体验	62	47	整体	36
8	景点	145	28	四大名镇	58	48	小时	35
9	木版年画	145	29	很大	56	49	门口	35
10	地方	141	30	全国	54	50	汤阴	35
11	历史	136	31	好玩	50	51	风景	35
12	值得	134	32	环境	48	52	杭州	34
13	景色	124	33	性价比	46	53	开放	34
14	门票	124	34	特色	46	54	中原	34
15	建筑	101	35	便宜	45	55	项目	34
16	江南水乡	100	36	旅游	44	56	偏贵	33
17	感觉	99	37	开发	44	57	小镇	33
18	中国	99	38	明清	42	58	感受	32
19	游玩	96	39	总体	42	59	秦桧	31
20	清真寺	91	40	游客	41	60	纪念	31

附表 II 朱仙镇认知形象维度表

Attached tab. II Cognitive image dimensions of Zhuxian Town

维度	词语(次数)	(单维度词汇累计出现次数/ 所有词汇出现总次数)/%
自然类	景区(208)景点(145)景色(124)环境(48)风景(35)	10.7
人文类	朱仙镇(500)岳飞庙(253)岳飞(212)启封故园(158)木版年画(145)历史(136) 清真寺(91)古镇(90)文化(69)四大名镇(58)特色(46)明清(42)小镇(33)秦桧(31)	35.7
活动类	地方(141)感觉(99)游玩(96)体验(62)旅游(44)总体(42)游客(41)孩子(40)表演(39) 时间(39)整体(36)小时(35)门口(35)开放(34)项目(34)感受(32)纪念(31)	16.9
建筑/设施	建筑(101)建设(77)开发(44)交通(36)	4.9
场所/地域	开封(219)中国(99)河南(82)全国(54)汤阴(35)杭州(34)中原(34)	10.7
旅游服务	门票(124)性价比(46)便宜(45)票价(40)偏贵(33)	5.5
旅游评价	不错(305)值得(134)江南水乡(100)值得一游(69)推荐(65)很大(56)好玩(50)喜欢(36)	15.6