

基于游客感知的开平碉楼传统村落文化景观优化策略研究

A Study on Strategies for Optimising the Cultural Landscape of Traditional Diaolou Villages in Kaiping Based on Tourist Perception

崔子健 黄家平*

CUI Zijian, HUANG Jiaping*

基金项目: 广东省哲学社会科学规划学科共建项目“广州市水务遗产价值评价与保护策略研究”(编号: GD23XGL098)

摘要

现有遗产旅游的相关研究多局限于遗产地或旅游目的地单一视角, 对游客认知、情感共鸣与行为互动的探讨不足。基于“认知-情感-行为”理论框架, 以开平碉楼与村落为实证案例, 分析游客认知结构、情感偏好及空间行为特征。研究发现, 游客认知结构呈现“核心-过渡-边缘”特征; 整体情感以积极为主, 对文化价值的认可与对旅游服务的不满之间形成认知张力; 游客兴趣点空间分布呈现“一核多点”格局, 行为活动受碉楼分布、路网交通等因素约束。最后结合游客感知“认知分层-情感张力-行为导向”的内在逻辑, 提出了景观优化策略: 认知方面串联侨乡故事, 构建认知体系; 情感方面锚定情感偏好, 打造沉浸体验; 行为方面优化空间治理, 引导游憩行为。

Abstract

Existing studies on heritage tourism are mostly limited to a single perspective of heritage sites or tourist destinations, with insufficient exploration of tourists' cognition, emotional resonance, and behavioral interaction. Based on the 'cognition-affect-behavior' theoretical framework, this study takes Kaiping Diaolou and Villages as an empirical case to analyze tourists' cognitive structure, emotional preferences, and spatial behavioral characteristics. The results show that tourists' cognitive structure presents a 'core-transition-periphery' characteristic. Their overall affection is predominantly positive, while a cognitive tension exists between their recognition of cultural value and dissatisfaction with tourism services. The spatial distribution of tourists' points of interest forms a 'one core, multiple nodes' pattern, and their behavioral activities are constrained by factors such as the distribution of Diaolou and road networks. This study, by integrating the internal logic of tourists' perception of 'cognitive stratification-emotional tension-behavioral orientation', puts forward corresponding landscape optimization strategies: in terms of cognition, it connects the stories of the overseas Chinese to construct a cognitive system; in terms of affect, it anchors tourists' emotional preferences to create immersive experiences; in terms of behavior, it optimizes the spatial governance to guide recreational activities.

文章亮点

1) 以统一的“认知-情感-行为”理论框架为支撑, 剖析了开平碉楼与村落游客的认知结构、情感偏好与空间行为特征, 完善了遗产地旅游体验研究的系统性视角。2) 揭示了“认知分层-情感张力-行为导向”内在逻辑关联, 丰富了“认知-情感-行为”理论在遗产旅游领域的实证应用。3) 针对开平碉楼传统村落文化景观的现状问题提出了相应的景观优化策略, 为同类遗产地的旅游体验升级与精准运营提供了差异化参考。

关键词

开平碉楼与村落; 游客感知; “认知-情感-行为”理论; 传统村落文化景观; 世界文化遗产

Keywords

Kaiping Diaolou and Villages; Tourist perception; 'Cognition-affect-behavior' theory; Cultural landscape of traditional villages; World cultural heritage

收稿日期: 2025-11-08

修回日期: 2025-12-09

世界文化遗产承载着历史印记, 具有审美价值、教育功能及经济社会等多方面的意义, 是实现文化强国目标过程中文化传承与弘扬的重要载体^[1]。1992年, 世界遗产委

员会将“文化景观”正式纳入遗产范畴^[2], 强调其是“人类有意识地利用自然、改造自然所创造的景象”。传统村落文化景观作为文化景观的一种特殊类型, 反映了在一定条件下

人与自然相互影响作用后产生的文化景观现象。2007年,“开平碉楼与村落”作为华侨文化的典型载体,因符合世界遗产标准(ii)、(iii)和(iv)而被联合国教育、科学及文化组织列入《世界遗产名录》,成为中国第35处世界遗产,具有重要的历史、文化和艺术价值。

作为遗产旅游过程中的重要感知主体,游客在遗产价值传承、遗产地发展与保护进程中扮演着重要角色。从旅游行为和环境心理学的角度来看,游客体验是认知与情感交织的过程^[3],因此游客对传统村落文化景观的感知是多维度的复杂过程。“认知-情感-行为”模型作为理解游客体验心理机制的经典模型,认为游客对目的地的认知评价会引发特定的情感反应,进而驱动其行为意向或实际行动^[4]。该理论框架最早可追溯至20世纪50年代Albert Ellis提出的ABC情感理论^[5]与60年代Aaron T. Beck的认知理论^[6]。1997年,Seyhmus Baloglu与David Brinberg^[7]进一步提出了“认知-情感”模型,用于解释游客对旅游目的地形象的认知评价与情感反应如何共同影响其整体感知。随着舆情数据分析技术的发展,研究人员能够获取大量与游客空间行为相关的数据,如在线评论文本、GPS轨迹数据以及地图兴趣点(Point of Interest, POI)等多源数据。分析这些文字和行为信息,有助于深入解析游客在遗产空间中的认知结构^[8]、情感偏好^[9]与空间行为特征^[10]。

然而,现有研究虽已利用文本或轨迹数据对遗产地游客感知进行了有益探索,但仍存在以下不足:一是大多数研究直接将城市中旅游目的地形象的研究范式套用到乡村环境,难以充分捕捉传统村落生产、生活和生态交织而成的文化景观特征^[11]。二是多数研究主要依赖问卷调查^[12-14]和网络文本分析^[15-16]等研究方法,局限于遗产地或旅游目的地的单

一视角,对游客在认知激发、情感共鸣与行为互动等方面的探讨仍显不足。三是对游客空间行为的研究多停留在“模式描述”,对行为动因的解释较弱。

综上所述,本研究选取世界文化遗产开平碉楼与村落作为实证案例,将文本与轨迹数据纳入统一的“认知-情感-行为”框架,采用网络文本分析和GIS空间分析等研究方法,系统解析游客的认知结构、情感偏好和空间行为特征。研究旨在弥补现有研究的缺口,并为世界文化遗产、传统村落文化景观的精细化管理提供更全面的实证依据。

1 研究概况与方法

1.1 研究区概况

开平碉楼与村落位于广东省开平市,是中国首个以华侨文化为主题的世界遗产项目。目前,开平碉楼与村落已形成“保护-开发-融合”的良性循环,实现了从世界文化遗产到世界级旅游目的地的转型,成为农文旅融合发展的典范。考虑到其“分散型村落遗产”^[17]的特殊性,结合网络文本数据丰富度和游客活动轨迹密度,选择4个遗产片区所处的塘口镇、赤坎镇、百合镇和蚬冈镇作为研究范围,研究对象包含遗产保护边界内的自力村、马降龙、锦江里和三门里4处遗产旅游景点,以及遗产保护边界外的立园和赤坎古镇2处热门旅游景点(图1)。

1.2 数据来源与预处理

本研究数据主要分为主观评论、客观行为和空间属性数据三部分。1)主观评论数据来源于“携程旅行”“去哪儿”“马蜂窝”等主流旅游网站。研究利用“八爪鱼采集器”爬取13774条在线评论,并对原始文本数据进行初步清洗,最终获取有效游客评论11710条,评论信息的时间跨度为

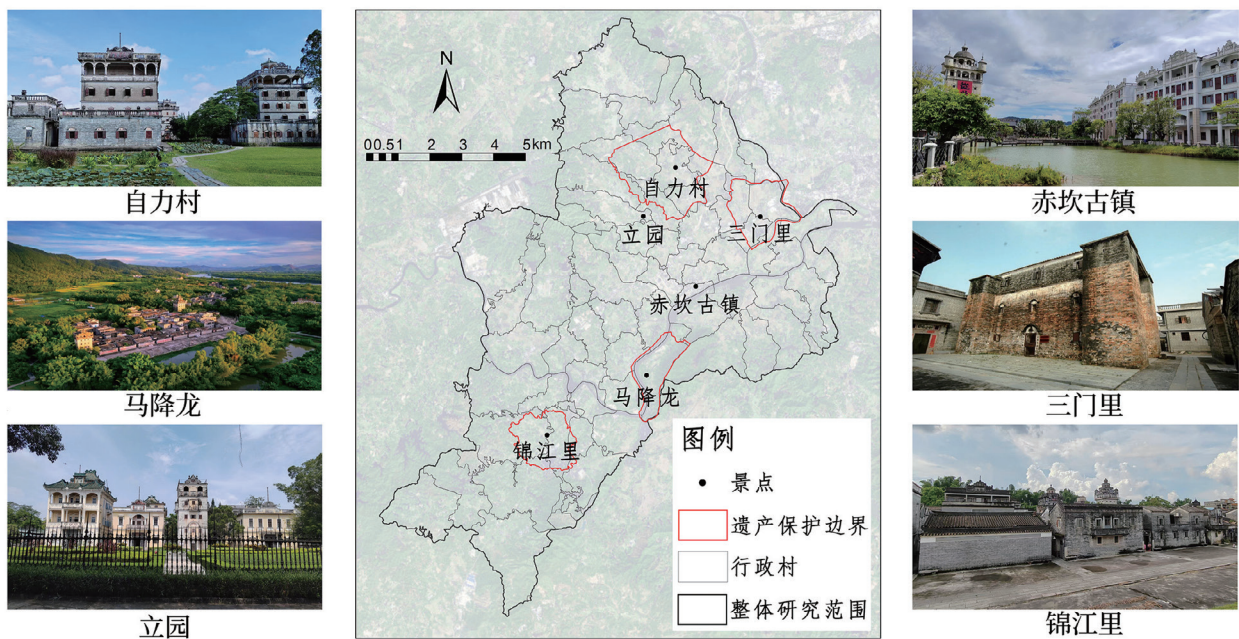


图1 研究区概况

Fig.1 Overview of the study area

2015 年 5 月至 2025 年 5 月。2) 客观行为数据来源于用户生成内容 (User-Generated Content, UGC) 数据分享平台“两步路”网站。研究爬取了 4 665 个游客拍摄点, 删除无效拍摄点后, 提取出 3 996 个有效的游客拍摄点。3) 空间属性数据中碉楼与行政村的经纬度坐标通过实地调研进行验证, 最终获得研究区域内 750 座重点碉楼和 65 个行政村的坐标; 路网矢量数据则来源于 Open Street Map (OSM) 平台, 经过坐标系统一、数据清理与整理、拓扑检查与修复后再进行后续深入分析。

1.3 研究方法

研究主要采用网络文本分析和 GIS 空间分析相结合的方法, 整合定量和定性分析, 既能体现游客的主观感受, 又具备客观的数据支撑, 为开平碉楼与村落的后续研究和发展建议提供了科学依据 (表 1)。

首先进行词频分析。词频分析是文献计量学中一种传统的内容分析方法, 可以减少个人主观性对分析结果的影响, 因此在各个领域得到了广泛的应用 [18]。本研究借用 ROST CM6 的词频分析功能, 识别开平碉楼与村落的游客评论的高频特征词。

接着进行语义网络分析。语义网络是复杂网络技术在自然语言处理领域的一种应用, 能够对评价对象之间的属性进行可视化呈现 [19]。本研究通过 Ucinet6 软件的 Netdraw 功能对开平碉楼与村落旅游形象的游客认知结构进行可视化表达。

然后进行情感分析。情感分析作

为旅游形象感知的重要组成部分, 能够反映游客对旅游目的地的情感态度。本研究使用 ROSTCM6 的情感分析功能, 对游客积极情绪、中性情绪和消极情绪的占比进行整体分析。

接着进行核密度分析。核密度估计 (Kernel Density Estimation, KDE) 是一种估计概率密度函数的非参数方法 [20], 其因对数据分布的灵活性和非参数假设而被广泛使用。本研究利用 KDE 可视化游客兴趣点的聚集程度, 以揭示开平碉楼与村落游客兴趣点的空间分布特征。

最后进行邻域分析。邻域分析工具可识别最接近要素或计算各要素之间的距离 [21]。本研究利用缓冲区与多环缓冲区分析统计重点碉楼及路网不同范围内的游客兴趣点; 利用点距离统计研究区域内各行政村与市区之间的空间距离, 并分析不同距离下行政村内游客兴趣点数量的分布差异。

2 结果与分析

2.1 认知维度分析

2.1.1 高频特征词分析

高频词能够反映游客感知的核心内容。使用 ROST CM6 软件, 从在线评论数据中截取前 100 个关键词, 从高到低排序, 得到高频词表 (表 2), 其中包含 62 个名词、23 个形容词和 15 个动词。

高频词可划分为以下几类: 首先是遗产特征词 (名词), 包括游客重点感知的特定遗产空间, 如“碉楼”“立园”“自力村”“马降龙”等。其次是情感感知词 (形容词), 例如“值

得”“方便”, 主要侧重于表达游客在体验开平碉楼与村落后的情感体验。最后是游玩活动词 (动词), 能够反映开平碉楼与村落游客的主要行为和目的。其中, 与拍照相关的“拍照”“拍摄”等词汇在动词中的出现频率最高, 总计 396 次, 由此可见, 拍照是大多数游客访问开平碉楼与村落的核心目的。

2.1.2 语义网络分析

根据高频词的语义网络关系图 (图 2), 发现高频词的联动呈现出以碉楼为核心的复杂语义网络, 并表现出“核心-过渡-边缘”的层级关系。

第一层为核心层, 展现了游客对开平碉楼与村落印象最为深刻的内容。其中, “自力村”“立园”“碉楼”“建筑”等词汇的高频共现, 表明自力村和立园给游客留下的印象较为深刻, 同时体现了碉楼建筑是游客旅游过程中的关注重点。第二层为过渡层, 揭示了核心层词汇中游客感受的具体来源。“地方”“特色”“历史”“文化”等词汇与核心层中的高频词“碉楼”“建筑”紧密关联, 表明深厚的历史文化底蕴和浓郁的地方特色是游客满意度的重要因素。第三层为边缘层, 是对过渡层中游客感受内容的补充。其中, “景色”“环境”“漂亮”等词汇与“碉楼”频繁共现, 表明游客除了关注碉楼的建筑风格外, 对村落周边的自然风光和田园环境也颇为重视, 侧面反映了该传统村落文化景观的遗产特征。

2.2 情感偏好维度分析

2.2.1 游客情绪总体分布

为了量化游客在社交媒体上表达的情感体验, 本研究借助 ROSTCM6 中的情感分析功能对评论文本进行分析。其中, 积极情绪占比 74.45%, 消极情绪占比 24.68%, 中性情绪占比 0.87% (表 3)。结果表明, 开平碉楼与村落作为世界文化遗产和旅游目的地, 已经得到了游客的普遍认可。

2.2.2 积极和消极情绪的驱动因素分析

为了探究游客积极和消极情绪的驱动因素, 对积极和消极评论的高频词进行提取和词云分析 (图 3)。

其中, 积极情绪的驱动因素主要集中于 2 个方面: 一是文化特色, “值

表 1 研究数据类型与研究方法

Tab.1 Types of research data and research methods

研究内容	数据类型		数据来源	研究方法
认知维度	主观评论数据	游客评论文本	携程旅行、去哪儿、马蜂窝网站	词频分析、语义网络分析
情感维度				情感分析
	客观行为数据	游客拍摄点	两步路 APP	核密度分析
行为维度	空间属性数据	碉楼空间坐标、行政村空间坐标	实地调研	邻域分析
		路网矢量数据	Open Street Map (OSM) 平台	

得”“不错”“推荐”表明游客对广东省唯一的世界文化遗产开平碉楼与村落具有较强的认同感;二是自然环境,“优美”“安静”“舒适”表明游客沉浸于碉楼周边的自然景观和田园风光。

消极情绪的驱动因素则集中在3个方面:一是门票价格,“贵”“不值”表明游客认为景区票价性价比不高、价格偏贵;二是交通条件,“远”“不便”反映景点相对分散、距离较远,不利于游客的交通出行;三是景点吸引力,“没什么”“大差不差”表明各个景点均以碉楼建筑群为特色,游客体验维度较为单一,易产生审美疲劳。

综上,游客的情感体验呈现出显著的认知张力:游客因开平碉楼与村落这一世界文化遗产而来,对其独特的文化特色与优美的自然环境给予高度评价,但同时景区门票价格、交通条件等旅游配套服务表达了强烈不满。这一发现为开平碉楼与村落未来的发展方向和服务质量提升提供了明确的指引。

2.3 行为特征维度分析

2.3.1 游客兴趣点的空间分布特征

游客拍摄点即为兴趣点,将游客拍摄点导入 ArcGIS 10.8 中,可直观反映出游客兴趣点的热点区域(图 4)。核密度分析结果显示,游客在开平碉楼与村落的兴趣点呈现出“一核多点”的分布模式,形成了以自力村为主核心,立园、赤坎古镇和马降龙为次核心的热点区域,三门里和锦江里则为边缘节点。其中,三门里和锦江里的游客兴趣点数量明显偏少,属于感知盲区和振兴缺口,直观揭示了遗产空间活化和利用的严重失衡。

2.3.2 游客兴趣点分布的影响因素分析

从现有关于游客时空行为的研究结论可知,影响游客兴趣点分布的空间环境因素主要包括景观资源分布、路网交通条件,以及与市区的空间距离等^[22-24]。本研究选取碉楼、路网以及行政村与市区距离 3 个客观因素,探索影响游客兴趣点分布的具体因素。

1) 碉楼空间分布的影响

为探究碉楼与游客兴趣点之间的空间关系,本研究借助 ArcGIS 10.8 的邻域分析工具,考虑碉楼建筑的尺度

表 2 网络点评前 100 个高频词表

Tab.2 Top 100 high-frequency words in online reviews

排名	高频词	频次	排名	高频词	频次	排名	高频词	频次	排名	高频词	频次
1	碉楼	2 721	26	影视	375	51	开放	216	76	拍摄	135
2	值得	2 070	27	赤坎古镇	374	52	遗产	215	77	侨乡	133
3	立园	1 526	28	优惠	358	53	朋友	212	78	空气	132
4	建筑	1 525	29	参观	357	54	游客	211	79	气息	130
5	方便	1 328	30	旅游	349	55	世界文化遗产	205	80	商业	130
6	景区	1 313	31	交通	329	56	电影	202	81	设施	130
7	自力村	1 270	32	锦江里	317	57	自驾游	200	82	人员	129
8	特色	1 218	33	游玩	312	58	优美	196	83	自然	128
9	门票	1 084	34	中西	309	59	民国	181	84	实惠	126
10	地方	1 080	35	套票	302	60	开心	180	85	周边	121
11	开平	947	36	广东	296	61	游览	178	86	好吃	117
12	历史	770	37	油菜花	293	62	江门	167	87	超值	117
13	开平碉楼	749	38	好看	290	63	别墅	166	88	舒服	117
14	环境	667	39	便宜	288	64	田园	162	89	集中	116
15	文化	650	40	建议	286	65	天气	156	90	年代	115
16	马降龙	579	41	当地	280	66	独特	154	91	艺术	112
17	景色	559	42	订票	275	67	花园	152	92	导游	111
18	取票	507	43	表演	264	68	让子弹飞	151	93	设计	104
19	时间	486	44	拍照	261	69	分散	148	94	居住	96
20	碉楼群	474	45	票价	244	70	保存	143	95	传统	95
21	适合	437	46	园林	229	71	保护	140	96	开发	95
22	赤坎	430	47	村落	229	72	乡村	140	97	美丽	86
23	风景	424	48	自驾	226	73	风光	138	98	时期	82
24	风格	417	49	通票	224	74	收费	137	99	民居	81
25	华侨	392	50	中国	222	75	距离	136	100	精美	81

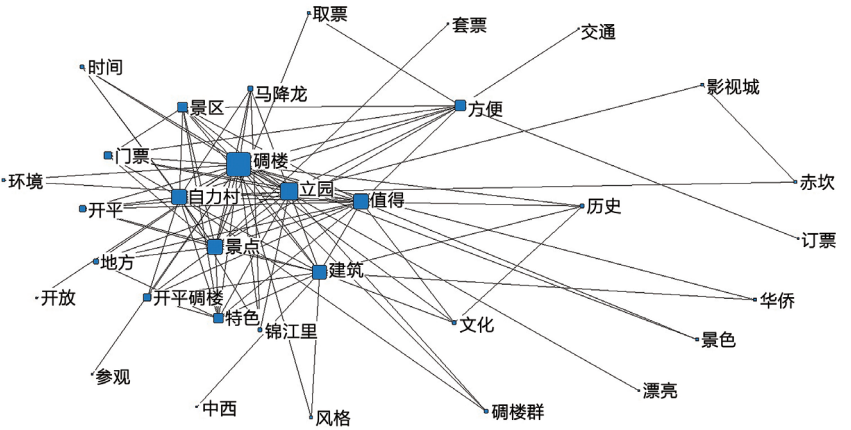


图 2 旅游网站在线评论数据的语义网络分析

Fig.2 Semantic network analysis of online review data from tourism websites

表3 情感分析结果
Tab.3 Results of sentiment analysis

情绪类型	数量 / 条	占比 / %	分段统计	分段数量 / 条	占比 / %
积极情绪	8 718	74.45	一般	3 129	26.72
			中度	2 686	22.94
			高度	2 903	24.79
中性情绪	102	0.87	-	-	-
消极情绪	2 890	24.68	一般	2 117	18.08
			中度	509	4.35
			高度	264	2.25



图3 积极和消极情绪的词云图对比
Fig.3 Comparison of word clouds between positive and negative emotions

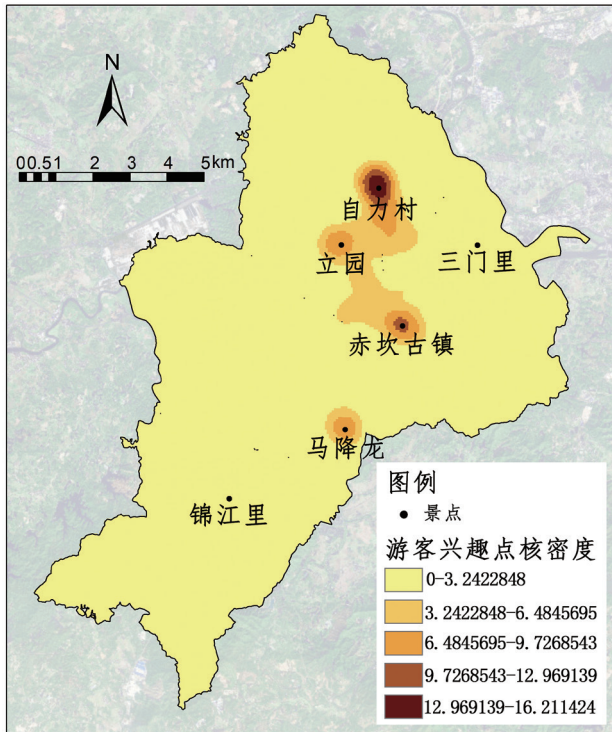


图4 游客兴趣点及核密度分析
Fig.4 Analysis of tourists' points of interest and kernel density

特征^[25],以500 m作为最大分析范围,以50 m为间隔,统计各距离段内的游客兴趣点数量。结果显示,游客兴趣点数量随着与碉楼的距离增加呈现幂函数形式的递减趋势,拟合优度 R^2 为0.807 7,表明模型拟合效果良好(图5)。拟合曲线呈现“前期陡降、后期趋缓”的非线性衰减趋势,曲线拐点约位于100 m处,这一临界值具有重要现实意义:以此为界可划分碉楼的核心影响圈层(0~100 m)与次级影响圈层(100~500 m)。核心圈层内兴趣点高度集聚,是游客深度体验的核心区域;次级圈层吸引力减弱,可作为功能补充区进行业态拓展。

综上,游客兴趣点围绕碉楼呈集聚分布特征,证实碉楼对游客具有较强空间吸引力;拟合曲线的趋势与拐点特征,进一步揭示了碉楼吸引力的圈层辐射规律,为遗产地空间规划提供量化依据。

2) 路网交通条件的影响

为探究路网与游客兴趣点之间的空间关系,本研究以10 m为间隔,在道路100 m范围内构建了多环缓冲区,并统计各缓冲区内的兴趣点数量。结果显示,游客兴趣点数量随着与路网的距离增加呈现幂函数形式的递减趋势,拟合优度 R^2 为0.989 2,表明模型拟合效果极优(图6)。拟合曲

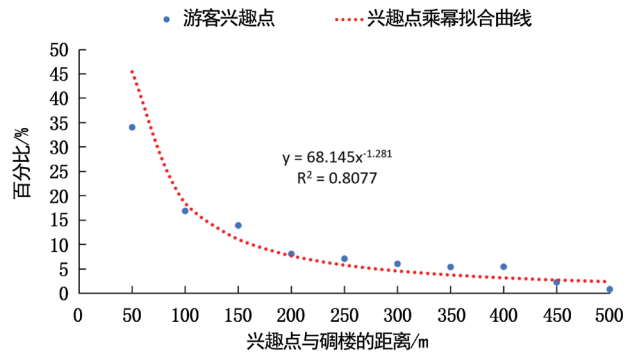


图5 兴趣点与碉楼距离的幂拟合曲线
Fig.5 Power fitting curve of the distance between points of interest and Diaolou

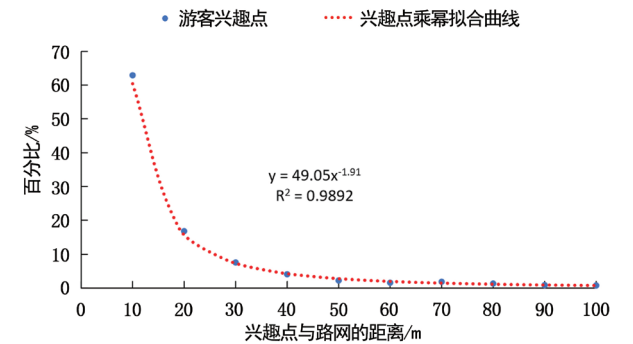


图6 兴趣点与路网距离的幂拟合曲线
Fig.6 Power fitting curve of the distance between points of interest and the road network

线呈现“前期骤降、后期趋缓并趋近于0”的非线性衰减趋势，曲线拐点约位于20 m处，这一临界值具有重要现实意义：以此为界可划分路网的核心影响圈层（0~20 m）与次级影响圈层（20~100 m）。核心圈层内兴趣点高度集聚，是游客游览活动的核心承载区域；次级圈层可达性衰减，可作为交通联动的功能补充区，提高路网连通性。

综上，游客兴趣点沿路网呈高密度集聚特征，证实交通可达性对游客分布具有强主导作用；拟合曲线的趋势与拐点特征，进一步揭示了路网影响的圈层衰减规律，为遗产地交通网络优化提供量化依据。

3) 行政村与市区距离的影响

为探究行政村与市区距离和游客兴趣点之间的空间关系，本研究利用ArcGIS 10.8的点距离工具，统计了研究区域内各行政村与市区之间的空间距离，以及不同距离条件下行政村内的游客兴趣点数量。结果显示，与市区不同距离的行政村内，游客兴趣点数量呈现出显著的波动（图7）。例如，强亚村距离市中心约13.27 km，其兴趣点数量高达1 344个；马降龙村距离市区17.46 km，兴趣点数量也位居前列，仅次于强亚村；然而，水边村、塘联村等距离市区不足10 km，兴趣点数量却不足10个。

综上，行政村的游客兴趣点分布未随与市区的距离呈现规律性变化，证实开平碉楼与村落的游客行为并非由“与市区的空间距离”主导，而是

更依赖景点自身的吸引力。这一结果也明确了遗产地旅游吸引力的核心来源，为后续村落旅游资源的差异化开发提供了方向依据。

3 景观优化策略

根据上述对开平碉楼与村落游客的认知结构、情感偏好与行为特征分析结果，基于“认知-情感-行为”模型，提出认知、情感和行为3个方面的优化建议。

3.1 认知维度：串联侨乡故事，构建认知体系

开平碉楼与村落的各遗产片区分散独立，文化叙事断裂，导致游客对碉楼的核心价值认知碎片化，难以形成有效认知触点。应以“侨乡故事线”串联各片区，结合自力村碉楼的集群特色、马降龙村落的生态融合优势，设计主题导览线路；激活侨乡旧宅等空间，通过场景复原、碉楼营造技艺展演，构建“物质空间+非物质文化遗产”的价值阐释体系，帮助游客实现从碎片化感知到系统化认知的升级。

3.2 情感维度：锚定情感偏好，打造沉浸体验

开平碉楼与村落的现有业态以碉楼观光为主，形式单一，游客被动观赏，与碉楼、侨乡文化的情感联结薄弱，场所依恋感不足。应围绕碉楼布局沉浸式业态，增设碉楼模型制作、侨批书写等手工作坊，推出“侨乡人家”主题民宿，还原华侨生活场景，提供侨乡美食体验；策划开平民歌、祭祀崇礼、婚嫁情景再现等活动，让游客

从被动观赏转为主动参与，强化情感共鸣与场所依恋感。

3.3 行为维度：优化空间治理，引导游憩行为

开平碉楼与村落的空间布局存在路网连通性弱、核心与边缘区域设施分布失衡等问题，游客多集聚知名碉楼，边缘村落闲置，游憩路径低效。需结合碉楼与路网的影响圈层划分，针对性优化空间与治理：在碉楼100 m核心圈层强化步行导览，100~500 m次级圈层布局特色业态；在路网20 m核心圈层增设休憩驿站与标识，在20~100 m次级圈层提升连通性。同时增设核心与边缘片区接驳专线，为边缘片区增设碉楼主题打卡点，引导游客均衡分布。

4 结论

本研究通过整合游客评论文本与GPS轨迹数据，从认知、情感、行为3个维度出发，对开平碉楼与村落的游客感知进行量化评估，得出以下结论：游客认知结构呈现“核心-过渡-边缘”的层级特征；游客整体情感倾向虽然以积极情绪为主导，但游客对文化价值的高度认可与对服务设施的不满评价形成鲜明的认知张力，进而导致情感体验的差异化特征；而这种认知与情感倾向，又与碉楼分布、路网交通等客观空间要素共同作用，最终促使游客兴趣点空间分布呈现“一核多点”格局，完整串联起“认知分层-情感张力-行为导向”的内在逻辑链路。目前，虽然开平碉楼与村落已经实现了从世界文化遗产到世界级旅游目的地的转型，但仍存在侨乡文化叙事碎片化、体验业态单一同质化和空间治理协同性不足等问题，制约了其吸引力的进一步增强。为此，本文提出了针对性的改进建议，包括：在认知维度上，串联侨乡故事，构建认知体系；在情感维度上，锚定情感偏好，打造沉浸体验；在行为维度上，优化空间治理，引导游憩行为。上述建议不仅有助于提升开平碉楼与村落的整体游览体验，也为其他文化遗产地的保护与发展提供了参考。

本研究的创新价值在于突破了既

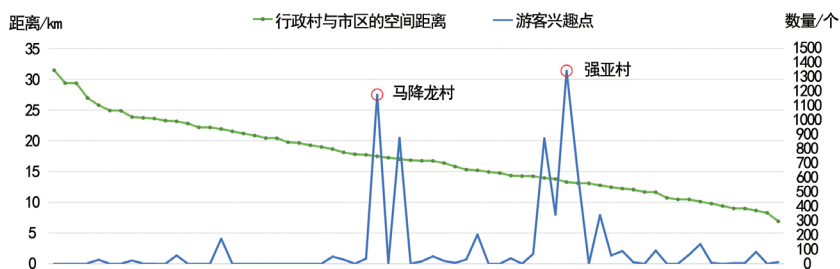


图7 游客兴趣点随行政村与市区距离变化的关系

Fig.7 Variation relationship between tourists' points of interest and the distance from administrative villages to the urban area

有研究局限,以统一的“认知-情感-行为”理论框架为依托,系统剖析了游客对开平碉楼传统村落文化景观的认知结构、情感偏好与空间行为特征。研究揭示的“认知-情感-行为-行为导向”内在逻辑关联,为理解遗产地旅游体验提供了更具深度与多元性的视角,既丰富了“认知-情感-行为”理论在遗产旅游领域的实证应用,也为类似传统村落文化景观的优化策略提供了可参考的经验方法与现实依据。

但本研究仍存在局限性。在数据来源层面,社交媒体数据难以全面覆盖各类游客群体,尤其缺少对老年群体与儿童群体的关注;在技术方法层面,评论文本的内容分析仅聚焦游客明确表达的认知过程,其背后的隐性认知机制仍有待深入探究。后续相关研究可从以下方面进行完善与深化:其一,补充线下问卷调查,收集老年群体和儿童群体对传统村落文化景观的感知与体验数据,提升研究结论的普适性;其二,结合机器学习技术方法,整合图片、文本等多模态数据,突破单一文本内容分析的局限,深入挖掘游客隐性认知的形成机制、影响因素及作用路径,丰富研究的深度与广度。

注:图1马降龙、三门里图片来自开平市人民政府网http://www.kaiping.gov.cn/kpszf/xwdt/kpdx/content/post_3453511.html,其余图片均由作者自绘自摄。

参考文献:

- [1]LIU Y, WANG Y, DUPRE K, et al. The impacts of world cultural heritage site designation and heritage tourism on community livelihoods: A Chinese case study[J]. *Tourism Management Perspectives*, 2022, 43: 100994.
- [2]傅方煜.“地方性”视角下的西江流域石文化景观研究[D].武汉:华中科技大学,2017.
- [3]HUANG D, GONG W, WANG X, et al. A Cognition-Affect-Behavior Framework for Assessing Street Space Quality in Historic Cultural Districts and Its Impact on Tourist Experience[J]. *Buildings*, 2025, 15 (15): 2939.
- [4]马天, 谢彦君. 旅游体验中的情感与情感研究: 现状与进展[J]. *旅游导刊*, 2019, 3 (2): 82-101.
- [5]TIBA A, DRUGAŞ M, SÎRBU I, et al. The ABC model of positive feelings: A preliminary test[J]. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 2025, 43 (1): 14.
- [6]BECK A T. A 60-year evolution of cognitive theory and therapy[J]. *Perspectives on Psychological Science*, 2019, 14 (1): 16-20.
- [7]BALOGLU S, BRINBERG D. Affective images of tourism destinations[J]. *Journal of travel research*, 1997, 35 (4): 11-15.
- [8]李渊, 罗疑惠, 赵炜. 基于网络文本分析的工业遗产游客感知研究——以成都市东郊记忆为例[J]. *华中建筑*, 2021, 39 (12): 91-96.
- [9]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.
- [10]刘馨怡. 基于旅游数字足迹的文化遗产地旅游者时空行为特征研究[D].兰州: 西北师范大学, 2023.
- [11]朱鹏程, 李红波. 基于村民感知的江南乡村意象研究[J]. *湖北农业科学*, 2017, 56 (15): 2979-2982, 2990.
- [12]JEBBOURI A, ZHANG H, WANG L, et al. Exploring the relationship of image formation on tourist satisfaction and loyalty: evidence from China[J]. *Frontiers in Psychology*, 2021, 12: 748534.
- [13]ZHUANG X, YAO Y, LI J. Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China[J]. *Sustainability*, 2019, 11 (3): 840.
- [14]RYAN C, CHAOZHI Z, ZENG D. The impacts of tourism at a UNESCO heritage site in China—a need for a meta-narrative? The case of the Kaiping Diaolou[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2011, 19 (6): 747-765.
- [15]XU X, LIN H. Analysis of Image Perception and Influencing Factors Based on Online Reviews: Take Kaiping Watchtowers and Villages of China as an Example[C]//International Conference on Human-Computer Interaction. Cham: Springer International Publishing, 2022.
- [16]WANG B, SUN X, LIU Q. Data mining of Kaiping Watchtower YouTube video comments: a machine learning approach[C]//4th International Conference on Internet, Education and Information Technology (IEIT 2024). Dordrecht: Atlantis Press, 2024.
- [17]陈耀华, 杨柳, 颜思琦. 分散型村落遗产的保护利用——以开平碉楼与村落为例[J]. *地理研究*, 2013, 32 (2): 369-379.
- [18]VILKAITĖ-LOZDIENĖ L, SCHMITT N. Frequency as a guide for vocabulary usefulness: High-, mid-, and low-frequency words[M]//The Routledge handbook of vocabulary studies. London: Routledge, 2019: 81-96.
- [19]HOU Z, CUI F, MENG Y, et al. Opinion mining from online travel reviews: A comparative analysis of Chinese major OTAs using semantic association analysis[J]. *Tourism Management*, 2019, 74: 276-289.
- [20]焦胜, 郑志明, 徐峰, 等. 传统村落分布的“边缘化”特征——以湖南省为例[J]. *地理研究*, 2016, 35 (8): 1525-1534.
- [21]刘艳平, 保继刚, 黄应淮, 等. 基于 GPS 数据的自驾车游客时空行为研究——以西藏为例[J]. *世界地理研究*, 2019, 28 (1): 149-160.
- [22]宋启, 李侃侃, 刘建军. 基于 UGC 数据的乡村游客行为时空特征研究[J]. *中国园林*, 2021, 37 (8): 80-85.
- [23]孙硕, 郑文俊, 樊亚明, 等. 基于 GPS 数据的桂林龙脊梯田遗产地游客时空行为特征及其影响因素[J]. *桂林理工大学学报*, 2023, 43 (4): 720-729.
- [24]桑瑾涵, 刘滨谊, 郑文俊. 基于 GPS 数据的桂林漓江风景名胜区分游客时空行为研究[J]. *广东园林*, 2023, 45 (4): 80-84.
- [25]阴劼, 杨雯, 孔中华. 基于 ArcGIS 的传统村落最佳观景路线提取方法——以世界文化遗产: 开平碉楼与村落为例[J]. *规划师*, 2015, 31 (1): 90-94.

作者简介:

崔子健/1999年生/男/河南漯河人/华南农业大学林学与风景园林学院(广州510642)/在读硕士研究生/专业方向为风景园林规划设计、城乡文化遗产保护与保护规划

黄家平(*通信作者)/1973年生/男/四川乐山人/博士/华南农业大学林学与风景园林学院(广州510642)/副教授、高级工程师/研究方向为风景园林规划设计、城乡文化遗产保护与保护规划/E-mail: huangjp913@scau.edu.cn