**全域旅游大数据分析报告**

（2016年1月29日——8月29日）

****

2016年9月

**目 录**

[一、综述 1](#_Toc460716913)

[二、全国全域旅游综合分析 2](#_Toc460716914)

[（一）全域旅游搜索指数分析 2](#_Toc460716915)

[（二）全域旅游会议要素分析 4](#_Toc460716916)

[1.频次：24省召开相关会议155次 4](#_Toc460716917)

[2.形式：59次动员会推进全域旅游 5](#_Toc460716918)

[3.内容：加强全域旅游顶层设计 6](#_Toc460716919)

[4.创新：融合新元素打造智慧旅游 7](#_Toc460716920)

[5.共识：发挥区域优势推进融合发展 7](#_Toc460716921)

[（三）全域旅游示范区特点分析 8](#_Toc460716922)

[1.知名景区是示范区的“金名片” 9](#_Toc460716923)

[2.交通布局是示范区的“生命线” 9](#_Toc460716924)

[3.抱团集群是示范区的“增值术” 10](#_Toc460716925)

[4.政府扶持是示范区的“蝶变力” 10](#_Toc460716926)

[三、京津冀全域旅游综合分析 11](#_Toc460716927)

[（一）示范区核心影响力分析 13](#_Toc460716928)

[1.京津交通优势远超河北 14](#_Toc460716929)

[2.三地旅游资源禀赋差异大 15](#_Toc460716930)

[（二）代表性景区影响力分析 15](#_Toc460716931)

[1.景区基础设施建设分化明显 16](#_Toc460716932)

[2.代表性景区是全域旅游关键 17](#_Toc460716933)

[（三）危机应对能力分析 18](#_Toc460716934)

[1.三成景区舆情意识缺位遭重创 19](#_Toc460716935)

[2.景区普遍缺乏舆情应对技巧 20](#_Toc460716936)

[四、天津最受游客喜爱的十大景区 21](#_Toc460716937)

[五、全国最受天津游客喜爱的十大景区 23](#_Toc460716938)

# 一、综述

2016年1月29日,国家旅游局局长李金早在全国旅游工作会议上提出，中国旅游要从“景点旅游”向“全域旅游”转变。在中国经济下行压力依然较大的整体环境下，旅游业已然成为带动经济发展的重要引擎。在这一大背景下，“全域旅游”概念的提出，引发整个旅游行业及各地政府的关注。2月5日，国家旅游局公布了首批262个创建“国家全域旅游示范区”名单后，各地陆续就如何推进全域旅游进行探索，为地方经济发展提供新的动力和支撑。

从全国情况来看，各地大多已开始谋划全域旅游推进工作，积极探索各具特色的发展路径和发展模式，创新管理机制，整合多部门力量，盘活产业资源，相关工作开始破局。从京津冀地区来看，北京和天津示范区的影响力相对较强，两地全域旅游示范区推进工作初显成效。此外，河北省承德市全域旅游建设也表现突出，但其他示范区则仍有待进一步发展。值得注意的是，部分景区因对舆情预判不足、缺乏危机处置技巧，导致声誉受损，对示范区造成一定负面影响。

为全景式呈现全国以及京津冀地区全域旅游开展现状及舆情研判处置能力，人民网舆情监测室以互联网大数据为基础，对全国各地全域旅游示范区建设工作进行了系统分析，并建立“京津冀全域旅游示范区影响力指标体系”，对三地全域旅游示范区核心影响力、代表性景区影响力、危机应对能力做了量化剖析。报告还深度阐释了京津冀地区在全域旅游发展过程中取得的成绩与存在的问题，量化说明了示范区内景区景点与城市经济协同发展的关联。

京津冀一体化为三地全域旅游发展带来了重大契机，三地山水相依，道路相通，人文相近，在京津冀旅游圈建设上集中发力，不仅可以提升本地旅游影响力，而且也将互为依托，形成发展合力。天津具有发展全域旅游的先天优势，在京津冀全域旅游示范区建设中具有重要影响力。根据大数据显示，天津城区旅游资源吸附力较强，而乡村旅游业相对落后。在最受游客喜爱的十大景区中，人文景区多于自然景区即是重要体现。在全国最受天津游客喜爱的十大景区中，京冀两地就占了6个，分别是北京的故宫、八达岭长城和古北水镇以及河北的白石山、北戴河和白洋淀，反映了京津冀三地在旅游业方面的优势互补性。

# 二、全国全域旅游综合分析

## （一）全域旅游搜索指数分析

**表1：各地全域旅游搜索指数一览**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 排序 | 地区 | 新闻 | 论坛 | 博客 | 报刊 | 微博 | 微信 | APP | 热度 |
| 1 | **北京** | 41605 | 3555 | 2272 | 2573 | 20581 | 276 | 729 | 8.46  |
| 2 | **贵州** | 23216 | 2581 | 819 | 1055 | 10462 | 429 | 544 | 8.06  |
| 3 | **浙江** | 22780 | 2220 | 1063 | 1242 | 10110 | 343 | 356 | 7.95  |
| 4 | **海南** | 25930 | 1814 | 1150 | 1211 | 7380 | 477 | 407 | 7.95  |
| 5 | **四川** | 22631 | 2199 | 753 | 1258 | 8972 | 257 | 424 | 7.90  |
| 6 | **上海** | 24083 | 2387 | 1126 | 1673 | 11743 | 82 | 453 | 7.86  |
| 7 | **山东** | 18252 | 1684 | 1029 | 1196 | 8606 | 152 | 292 | 7.67  |
| 8 | **湖南** | 20066 | 1281 | 802 | 1630 | 7082 | 161 | 390 | 7.64  |
| 9 | **重庆** | 15069 | 1660 | 660 | 1145 | 6155 | 65 | 325 | 7.44  |
| 10 | **陕西** | 13428 | 1330 | 634 | 857 | 6680 | 200 | 177 | 7.43  |
| 11 | **云南** | 13010 | 1146 | 614 | 654 | 6237 | 177 | 266 | 7.40  |
| 12 | **湖北** | 11549 | 1307 | 551 | 1100 | 5177 | 193 | 217 | 7.37  |
| 13 | **河北** | 11560 | 812 | 706 | 871 | 6267 | 222 | 208 | 7.31  |
| 14 | **广东** | 11104 | 1163 | 562 | 854 | 6127 | 61 | 248 | 7.22  |
| 15 | **河南** | 11060 | 1076 | 664 | 768 | 5582 | 88 | 207 | 7.21  |
| 16 | **山西** | 8629 | 740 | 550 | 648 | 5178 | 213 | 229 | 7.17  |
| 17 | **江西** | 10508 | 934 | 537 | 855 | 5186 | 105 | 195 | 7.16  |
| 18 | **江苏** | 10820 | 928 | 513 | 736 | 5933 | 93 | 160 | 7.14  |
| 19 | **安徽** | 9281 | 725 | 571 | 823 | 4523 | 157 | 189 | 7.10  |
| 20 | **福建** | 9520 | 692 | 618 | 611 | 4721 | 140 | 175 | 7.07  |
| 21 | **宁夏** | 7959 | 706 | 325 | 445 | 4430 | 185 | 158 | 7.00  |
| 22 | **广西** | 8692 | 654 | 462 | 657 | 4046 | 114 | 176 | 6.97  |
| 23 | **新疆** | 7201 | 405 | 280 | 483 | 4495 | 108 | 111 | 6.73  |
| 24 | **天津** | 7540 | 590 | 480 | 467 | 3970 | 25 | 151 | 6.68  |
| 25 | **吉林** | 5585 | 599 | 183 | 327 | 2325 | 202 | 92 | 6.67  |
| 26 | **甘肃** | 7256 | 385 | 231 | 343 | 3793 | 86 | 127 | 6.66  |
| 27 | **内蒙古** | 5927 | 443 | 246 | 329 | 3570 | 79 | 100 | 6.59  |
| 28 | **辽宁** | 5295 | 463 | 261 | 530 | 2145 | 22 | 91 | 6.32  |
| 29 | **黑龙江** | 4265 | 306 | 193 | 254 | 2239 | 50 | 83 | 6.24  |
| 30 | **青海** | 4614 | 271 | 171 | 176 | 2299 | 46 | 74 | 6.18  |
| 31 | **西藏** | 4055 | 296 | 146 | 215 | 2083 | 21 | 65 | 6.04  |

**指标说明：**

各地全域旅游搜索指数由新闻、论坛、博客、报刊、微博、微信、APP七个维度加权归一化求得。综合热度采取10分制。各维度权重如下：新闻20%；论坛5%；博客5%；报刊20%；微博15%；微信20%；APP15%。

根据人民网舆情监测室数据，全国各省份全域旅游搜索指数评分均在6分以上，其中评分在8分以上省份2个，7-8分省份19个，7分以下省份10个。北京、贵州、浙江、海南、四川和上海五省份排在前五位，该五省份均为旅游大省，旅游资源丰富，旅游业产值占据当地经济较大比重，特别是海南在国际旅游岛建设中，以全省之力发展旅游业，在全域旅游建设方面走在了前列。西藏、青海、黑龙江、辽宁和内蒙古五省份则排在了后五位，尽管该五省份也具有相当的旅游资源，但省域经济整体水平相对落后，全域旅游发展受到多方面制约，且在发展理念上也缺乏与时俱进思维，如黑吉辽三省均排位靠后，与当地近年来经济发展整体减速、体制机制不畅、发展理念落后有重要相关性。

从全域旅游传播渠道来看，新闻媒体报道量占据绝对优势，反映出官方渠道仍是全域旅游传播主渠道。微博、论坛和博客等自媒体渠道传播量相对较低，特别是微信平台传播量最少，反映出社会公众对全域旅游的关注程度较低，全域旅游尚缺乏舆论话题引爆点。

## （二）全域旅游会议要素分析



**图1：各地全域旅游相关会议召开情况**

### 1.频次：24省召开相关会议155次

国家旅游局公布首批创建“国家全域旅游示范区”名单后，各地纷纷开始探索全域旅游示范区创建工作。据人民网舆情监测室统计，截至8月29日，全国已有24个省份召开155次相关会议，旅游资源丰富、旅游业发达地区省份表现更为积极。浙江省召开会议最多，达19次，山东省16次，湖南省、广东省、海南省分别召开13次、11次、10次，其他省份均在10次以下。

上半年，相关会议内容多为动员、部署、研讨，确定发展目标、制定发展纲要、组织人员培训等，以省市级为主。7月下旬以来，各地全域旅游相关会议开始密集召开，以推进会和半年度阶段性总结、汇报为主，市县级会议较多。1-8月，由省级部门主导的会议为32次，占全部会议的21%，体现了省级政府在“统筹布局、突破重点、强化考核、调动市县、整合资源”方面的作用。市县级作为全域旅游统筹推进的责任主体，共召开114次相关会议，占全部会议的76%，但从全国性密度上来看并不高。会议一般以旅游部门主导，为全域旅游提供支持的交通、宣传、城建等系统参与较少，部门之间的配合联动机制还有待加强。

### 2.形式：59次动员会推进全域旅游

各地有关全域旅游发展的动员和推进会议密度较高，着重在动员、推进、培训、推介、投资等方面，以整合资源、吸引投资、共建共享为主题践行全域旅游发展模式的会议数量达59次，贵州、海南、云南、宁夏、江苏、辽宁、湖南等省份都积极开展了省级层面的全域旅游发展会议。通过创建示范区、举办全域旅游培训会、建立旅游产业推进委员会、设立全域旅游服务中心、开展客源地品牌推介会等措施，多地将发展全域旅游的战略步骤进一步细化落实。



**图2：各地旅游会议相关媒体报道内容词云（样本数：75篇）**

### 3.内容：加强全域旅游顶层设计

在全域旅游建设元年，各地结合本地旅游产业发展实际，积极落实全域旅游发展战略和路径。各地以加强顶层设计为重点，进一步完善规章制度，编制具有前瞻性、科学性及可操作性的发展规划，强化资源整合，同时在统一思想、动员培训等方面也取得了积极成果。

以内蒙古阿拉善盟为例，当地旅游局为提升全域旅游示范区规划水平， 于8月16日邀请旅游界及学术界专家学者在北京专门举办相关会议，研讨论证《以建设国际旅游目的地为目标的阿拉善盟全域旅游发展总体规划》，并以此吸纳新思路、新设想，改善和提升规划编制水准，以期更好地指导实践。此外，贵州省为全面掌握及审视全省旅游资源发展情况，还开展了省内旅游资源大普查工作，以更科学地规划发展路径、扬长避短。

### 4.创新：融合新元素打造智慧旅游

在推进全域旅游建设中，提升区域内旅游产品及服务品牌化、规模化、系统化被放到了重要位置，着力通过完善自身产品的形象品牌及全方位管理经验，融合新元素延长及丰富产品线等，以对区域内旅游产品及服务进行改造升级。

湖北省通过加强旅游标准化服务的“武汉模式、湖北经验”，推动旅游厕所革命“八动法”，着力提升区域内旅游产业的服务体系。此外，为推动旅游产业提档升级，今年7月，辽宁省旅游局分别与省农发行、省农联社签署共同推进旅游产业发展战略合作协议，在推进重大旅游项目建设、开发重要旅游产品方面迈出了旅游与金融跨界融合的步伐。南京市也通过整合智慧旅游平台，实现旅游信息在PC端、手机WAP网站、客户端、互动式体验终端、微信平台等多个场域的互联互通。

### 5.共识：发挥区域优势推进融合发展

各地发展全域旅游事业尽管存在着多样化的思路和路径，但也有一些共性特征。

**首先，各地均强调着眼大局。**不管是青岛市的“全方位、全要素、全时空”要求，还是宁夏打造“全景、全民、全业、全时”特点的“全域宁夏”指导原则，皆着眼区域旅游产业的发展大局，以及区域内旅游产业与其他基础设施建设、环境维护、人民参与等其他社会事业的资源融合。

**其次，重点突出特色旅游资源，打造产业核心吸引力。**例如青岛要求全力打造滨海度假旅游集群，重点打造疗养度假、养生度假、体验度假等滨海度假系列旅游产品。今年3月，海南省长刘赐贵就省内全域旅游发展做出批示，指出省内应充分发挥全国最好的生态环境、全国最大的经济特区、全国唯一的国际旅游岛三大优势，实施“国际旅游岛+”计划，推进旅游产业融合发展。

## （三）全域旅游示范区特点分析



**图3：全国全域旅游示范区特点分析**

### 1.知名景区是示范区的“金名片”

知名景区能直接提升城市的知名度，带动示范区旅游资源优化配置。以黄山为例，其独特的自然风光蜚声海内外，有着巨大的品牌价值。1987年国务院批准成立黄山市，城市名称挂钩知名景区，提升了黄山市的知名度，带动了旅游经济。目前，黄山市以黄山为中心，以徽文化为特色，并将齐云山、花山谜窟等徽文化景点申报为国家级风景名胜区，屯溪老街申报为全国唯一的历史文化保护街区，黟县西递、宏村作为“皖南古村落”申报为世界文化遗产。建市20多年来，黄山市在现代国际旅游城市建设取得了前所未有的成就。黄山作为“金名片”带动了整个黄山市整合并优化配置徽州旅游资源，为全域旅游夯实了基础。

### 2.交通布局是示范区的“生命线”

交通是构建全域旅游的脉络，其便利程度是考量全域旅游发展水平最直观的维度之一。全域旅游示范区内由铁路、公路、水路和航空等组成的综合交通网络，是保障全域旅游发展的“生命线”。完善的交通布局，应以各城市重要枢纽为节点，实现省域间、市州间、城乡间的高效无缝衔接，构建铁路、公路、水路和航空等一体化的交通网络，为全域旅游发展提供保障。

以吐鲁番为例，2016年5月23日，吐鲁番开通第一条国内定期航线北京—哈密—吐鲁番航线，7月10日，新疆首次支线航线阿勒泰-吐鲁番旅游包机进行首航，吐鲁番在兰新高铁、高昌故城-吐峪沟景区旅游道路、坎儿井等主要景区景点周围“驴的”线路基础上，依托多条航线，初步建成了铁路、公路、飞机三位一体的交通网络。立体化、集约化的交通布局，解决了以往因没有形成交通枢纽地位、旅游交通和时间成本较高等制约吐鲁番旅游产业发展的突出问题，未来将在带动旅游客流量、提升交通网效率等方面发挥巨大作用，从整体上带动旅游经济跃上新台阶。

### 3.抱团集群是示范区的“增值术”

全域旅游示范区创建工作开展半年来，部分示范区积极探索与地缘相近的示范区抱团发展，发挥集群优势，进一步增强示范区旅游品牌吸引力。类似“1+1>2”的模式，比较适合在地缘相近、优势互补性强、经济社会融合度较高的示范区之间尝试推广。

以目前全域旅游发展较好的云南为例，如诗如画的丽江、风花雪月的大理、世外桃源香格里拉、理想乐土西双版纳，任何一个示范区都构成了优质旅游目的地。在此基础上，又有数量繁多的旅游路线将各个示范区连接起来，在更大区域内形成新的整体，强化了云南本身的旅游标签，放大了云南全域旅游示范区的品牌效应。

### 4.政府扶持是示范区的“蝶变力”

发展全域旅游示范区离不开党政机构的支持，如山西省委、省政府对旅游业高度重视，提出把加快发展文化旅游业作为七大非煤产业之首给予重视，相继出台了一系列政策措施，为山西旅游业发展提供了强有力的支撑。如何打造龙头，找到“快进键”，跑出“加速度”，实现企地共赢，“政府搭台景企唱戏”的山西思路值得借鉴。2016年，山西省11个地市书记、市长通过《人说山西好风光》电视真人秀，对旅游城市进行品牌推介，受到全国舆论广泛赞誉的同时，也为山西旅游带来了可观的经济效益。

此外，依托金融创新和资本运作促进旅游振兴也是山西的重要举措。为配合山西旅游振兴试点工作，在山西省旅游局和山西证监局的指导下，高新普惠旅游文化发展有限公司成立。该公司与高平市、阳高县、浑源县政府达成战略合作协议，深度挖掘当地旅游文化资源。7月以来历山景区接待游客13350人，环比增长175%，增加8500人；同比增长128%，增加7500人。井喷的游客数量，背后是党政领导的大力支持，以及高效的营销策略。

# 三、京津冀全域旅游综合分析

**表2：京津冀全域旅游示范区综合能力排名**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 排名 | 示范区 | 核心影响力 | 景区影响力 | 危机应对能力 | 总分 |
| 1 | 北京市昌平区 | 8.75 | 7.20 | 7.74 | 7.93 |
| 2 | 承德市 | 8.43 | 8.17 | 5.00 | 7.64 |
| 3 | 北京市延庆区 | 7.73 | 6.42 | 8.57 | 7.38 |
| 4 | 秦皇岛市北戴河区 | 7.36 | 8.19 | 5.00 | 7.22 |
| 5 | 保定市安新县 | 6.88 | 6.84 | 8.31 | 7.15 |
| 6 | 天津市蓟县 | 7.97 | 7.18 | 5.00 | 7.06 |
| 7 | 天津市和平区 | 7.44 | 7.66 | 5.00 | 7.04 |
| 8 | 石家庄市平山县 | 7.19 | 7.36 | 5.00 | 6.82 |
| 9 | 保定市涞水县 | 6.87 | 7.54 | 5.00 | 6.76 |
| 10 | 唐山市迁西县 | 7.10 | 6.79 | 5.00 | 6.56 |
| 11 | 北京市平谷区 | 7.43 | 6.03 | 5.00 | 6.38 |
| 12 | 保定市阜平县 | 6.68 | 6.10 | 5.00 | 6.11 |
| 13 | 保定市涞源县 | 6.69 | 5.96 | 5.00 | 6.06 |
| 14 | 张家口市蔚县 | 5.33 | 5.35 | 8.46 | 5.96 |
| 15 | 邯郸市涉县 | 6.41 | 5.99 | 5.00 | 5.96 |
| 16 | 天津中新生态城 | 5.68  | 6.66  | 5.00  | 5.94 |
| 17 | 张家口市张北县 | 5.26 | 7.46 | 3.93 | 5.87 |
| 18 | 保定市易县 | 6.90 | 5.23 | 5.00 | 5.85 |

**指标说明：**

全域旅游示范区综合影响力由示范区核心影响力、代表性景区影响力、危机应对能力三个维度加权归一化求得。综合得分采取10分制。各维度权重如下：示范区核心影响力40%；代表性景区影响力40%；危机应对能力20%。

全域旅游的核心在于整体规划布局，促进全区域、全要素、全产业链发展，并实现旅游业在该区域共建、共融、共享的发展模式。天津要做大做强文化旅游业，依托京津冀协同发展大战略布局无疑是最佳选择。北京、天津、河北三地均拥有丰富的旅游资源，结合三地的旅游功能定位、旅游产业布局和经济发展水平，构建京津冀大旅游格局，可发挥1+1+1>3的效果。

为全景式呈现京津冀全域旅游示范区半年来的创建成果以及存在的问题，以期提升旅游部门、示范区、景区的舆情管理和信息化建设水平，人民网舆情监测室从舆情研究角度出发，围绕全域旅游示范区核心影响力、代表性景区影响力、景区危机应对能力等创建了“京津冀全域旅游示范区影响力指标体系”。纳入指标体系的示范区包括：北京市（3个）：北京市昌平区、北京市平谷区、北京市延庆区；天津市（3个）：天津市和平区、天津市蓟县、天津中新生态城；河北省（11个）：石家庄市平山县、邯郸市涉县、保定市易县、保定市阜平县、保定市安新县、保定市涞源县、保定市涞水县、张家口市张北县、张家口市蔚县、唐山市迁西县、秦皇岛市北戴河区。另外，河北省承德市正在积极创建国家全域旅游示范市，也一并纳入全域旅游示范区考察范围。

表2为“京津冀全域旅游示范区综合能力排名”情况，由示范区核心影响力、代表性景区影响力、危机应对能力三项指标组成。以下将就每一项指标进行单独排名及分析。

## （一）示范区核心影响力分析

**表3：京津冀全域旅游示范区核心影响力**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **排序** | **示范区** | **媒体 传播度** | **A级景区保有量** | **交通 便捷度** | **环境优良指数** | **旅游 增加值** | **旅游 附加值** | **综合得分** |
| **1** | 北京市昌平区 | 2.00 | 1.93 | 1.00 | 1.85 | 0.97 | 1.00 | 8.76 |
| **2** | 承德市 | 1.99 | 2.00 | 0.79 | 1.31 | 1.45 | 0.91 | 8.44 |
| **3** | 天津市蓟县 | 1.71 | 1.64 | 0.75 | 1.91 | 1.33 | 0.64 | 7.98 |
| **4** | 北京市延庆区 | 1.88 | 1.64 | 0.78 | 1.70 | 1.03 | 0.72 | 7.74 |
| **5** | 天津市和平区 | 1.85 | 0.91 | 1.00 | 2.00 | 1.33 | 0.36 | 7.46 |
| **6** | 北京市平谷区 | 1.77 | 1.73 | 0.42 | 2.00 | 1.17 | 0.36 | 7.45 |
| **7** | 秦皇岛市北戴河区 | 1.50 | 1.25 | 0.70 | 1.55 | 1.65 | 0.72 | 7.37 |
| **8** | 石家庄市平山县 | 1.65 | 1.64 | 0.78 | 1.60 | 1.17 | 0.36 | 7.20 |
| **9** | 唐山市迁西县 | 1.48 | 1.25 | 0.29 | 1.75 | 1.59 | 0.76 | 7.12 |
| **10** | 保定市易县 | 1.42 | 0.91 | 0.00 | 1.75 | 2.00 | 0.82 | 6.90 |
| **11** | 保定市涞水县 | 1.49 | 1.50 | 0.00 | 1.68 | 1.63 | 0.59 | 6.88 |
| **12** | 保定市安新县 | 1.51 | 1.31 | 0.00 | 1.84 | 2.00 | 0.23 | 6.88 |
| **13** | 保定市涞源县 | 1.42 | 0.91 | 0.00 | 1.63 | 2.00 | 0.72 | 6.69 |
| **14** | 保定市阜平县 | 1.48 | 0.91 | 0.00 | 1.60 | 2.00 | 0.68 | 6.68 |
| **15** | 邯郸市涉县 | 1.57 | 0.91 | 0.51 | 1.62 | 1.36 | 0.46 | 6.42 |
| **16** | 天津中新生态城 | 1.64 | 0.39 | 0.47 | 1.84 | 1.33 | 0.00 | 5.68 |
| **17** | 张家口市蔚县 | 1.55 | 0.00 | 0.00 | 1.60 | 1.46 | 0.72 | 5.34 |
| **18** | 张家口市张北县 | 1.62 | 0.00 | 0.00 | 1.31 | 1.46 | 0.89 | 5.27 |

**指标说明：**

示范区核心影响力由媒体传播度、A级景区保有量、交通便捷度、环境优良指数、旅游增加值、旅游附加值六个维度加权归一化求得。由于六个维度的原始数据数量级不同，故上表中的数据均已经过加权计算或分级赋值处理。综合得分采取10分制。各维度权重如下：媒体传播度20%；A级景区保有量20%；交通便捷度10%；环境优良指数20%；旅游直接贡献率20%；旅游附加值10%。

媒体传播度由网络媒体、平面媒体、微博、微信等六大平台数据构成，主要用以评估示范区知名度；

A级景区保有量及旅游附加值两个指标的设计则是为了多角度考察示范区旅游资源的数量等级及产品特色，进而衡量当地的旅游吸引力大小；

交通便捷度、环境优良指数等指标意在考察示范区是否注重公共服务系统配套、生态环境整体优化情况；

旅游增加值指交通、住宿、餐饮、游览、娱乐、商业及通讯等行业为旅游者提供的服务和物质产品所实现的增加值，比较客观地反映了旅游业所提供的全部增加值。

京津冀18个示范区（含承德，下同）核心影响力得分均在5-9分之间，其中前六名中除河北承德排第二名外，其余均由北京和天津占据，两地在全域旅游建设中禀赋良好，对河北旅游业容易形成虹吸效应。三地区域旅游一体化，将有利于整合人文自然资源，实现区域内优势互补，提升京津冀全域旅游品质，共同形成对区域外游客的吸引力，使旅游业成为推动京津冀一体化的重要纽带。

### 1.京津交通优势远超河北

三地全域旅游资源禀赋差异主要体现在交通便捷度方面，北京作为首都的交通枢纽位置绝非河北可比拟，而天津除航空和陆上交通之外还拥有发达的海上交通，这对两地示范区建设无疑具有先发优势，而河北多个示范区远离中心城市，基本不具备空中和海上交通优势，与京津两地得分整体差距较大。具体来看，北京市内均有旅游专线直达三个示范区及景区，旅行社也有很多相关线路供游客选择。

### 2.三地旅游资源禀赋差异大

三地在A级景区分布上则互有优劣，北京昌平、平谷、延庆和天津蓟县，以及河北承德、平山和涞水A级景区保有量得分均在1.5分以上，其中承德为2分居首，显示出其A级景区在京津冀旅游大格局中的突出影响。此外，张家口蔚县和张北A级景区保有量得分为0分，旅游资源基础还十分薄弱，全域旅游建设需要打好基本功。

整体上，京津示范区的核心影响力排名大多高于河北，这与三地国民经济发展水平以及第三产业比重有一定相关性，如北京第三产业比重显著高于天津、河北，为全域旅游建设提供了良好支撑。

## （二）代表性景区影响力分析

**表4：京津冀全域旅游示范区代表性景区影响力**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **排序** | **示范区** | **对应景区** | **媒体 传播度** | **基础设施建设** | **游客 满意度** | **综合 得分** |
| **1** | 承德市 | 避暑山庄 | 2.90  | 2.16  | 3.41  | 8.47  |
| **2** | 秦皇岛市北戴河区 | 北戴河景区 | 2.55  | 3.00  | 2.91  | 8.46  |
| **3** | 北京市延庆区 | 八达岭长城 | 3.00  | 2.61  | 2.35  | 7.96  |
| **4** | 保定市涞水县 | 野三坡 | 2.56  | 1.69  | 3.56  | 7.81  |
| **5** | 张家口市张北县 | 张北草原 | 2.73  | 1.79  | 3.23  | 7.75  |
| **6** | 石家庄市平山县 | 西柏坡 | 2.90  | 1.11  | 3.65  | 7.66  |
| **7** | 北京市昌平区 | 明十三陵 | 2.53  | 1.34  | 3.69  | 7.56  |
| **8** | 保定市安新县 | 白洋淀 | 2.76  | 1.48  | 2.88  | 7.13  |
| **9** | 天津市和平区 | 五大道 | 2.74  | 0.83  | 3.34  | 6.91  |
| **10** | 天津市蓟县 | 盘山 | 2.91  | 0.78  | 3.04  | 6.72  |
| **11** | 天津中新生态城 | 滨海航母主题公园 | 2.78  | 0.77  | 3.04  | 6.66  |
| **12** | 唐山市迁西县 | 青山关 | 2.65  | 0.00  | 3.79  | 6.44  |
| **13** | 保定市阜平县 | 天生桥风景区 | 2.16  | 0.17  | 2.10  | 6.33  |
| **14** | 邯郸市涉县 | 五指山 | 3.00  | 0.12  | 3.19  | 6.30  |
| **15** | 保定市涞源县 | 白石山 | 2.52  | 0.45  | 3.26  | 6.23  |
| **16** | 北京市平谷区 | 京东大溶洞 | 1.63  | 0.67  | 3.90  | 6.20  |
| **17** | 张家口市蔚县 | 小五台山 | 2.10  | 0.00  | 3.47  | 5.57  |
| **18** | 保定市易县 | 狼牙山景区 | 1.61  | 0.31  | 3.49  | 5.40  |

**指标说明：**

通过初步筛选评估，每个示范区选取一个综合得分最高的景区作为考察对象，所得分数即代表该示范区分数。

示范区代表性景区影响力由媒体传播度、基础设施完备度、游客满意度三个维度加权归一化求得。由于三个维度的原始数据数量级不同，故上表中的数据均已经过加权计算或分级赋值处理。综合得分采取10分制。各维度权重如下：媒体传播度30%；基础设施完备度30%；游客满意度40%。

媒体传播度由网络媒体、平面媒体、微博、微信等六大平台数据构成，主要用以评估景区知名度；

基础设施建设由景区宾馆饭店数量、娱乐设施数量组成，用以评估景区的基础设施完备度；

游客满意度通过景区服务是否到位、门票是否合理、交通是否便利等八项指标加权计算求得。

代表性景区是示范区建设的基础和“排头兵”，是衡量示范区影响力的关键点。根据人民网舆情监测室相关监测数据，京津冀三地示范区的代表性景区影响力与示范区核心影响力之间有较大差异，如该项得分在7分以上的8个景区中，北京占据2个，河北占据6个，其中承德避暑山庄排名第一，而天津得分最高的为和平区五大道，为6.91分。河北人文和自然景区优势在全域旅游中得以体现。

### 1.景区基础设施建设分化明显

代表性景区三项指标得分各有高下，其中媒体传播度和游客满意度得分差别比较小，但基础设施建设项目分化明显，在景区评价体系中居于关键地位。

具体来看，在媒体传播度上，除了京东大溶洞和狼牙山的热度显著较低，天生桥和小五台山热度也略低外，其它景区得分均在2.50分以上，相互间差距不大。狼牙山景区拥有红色资源，小五台山又是驴友们心中的“户外圣地”，两景区可充分借助官方宣传和网友口碑提升知名度，以获取更高的传播热度。在游客满意度上，除天生桥风景区得分较低以外，景区得分大多在3.00左右浮动。

在基础设施建设方面，各景区呈现出了明显的阶梯性：北戴河景区、五大道和避暑山庄等以其交通发达，拥有星级酒店、快捷宾馆和农家乐等各类别各档次住宿和娱乐设施，适合跟团、自驾游和驴友自助等各类游客，用户覆盖面最广；张北草原、野三坡、白洋淀和明十三陵、西柏坡等景区基本都在县一级地区，住宿条件相对一般，娱乐设施较少，对追求高品质的游客缺乏吸引力，且由于交通不够发达，更适合自驾和跟团等游客；京东大溶洞、白石山和狼牙山景区，只拥有农家乐等住宿，缺乏娱乐设施，更适合户外社团和驴友组织等；至于小五台山，因属于自然保护区，而非一般景点，其路线复杂、缺乏餐饮住宿，游客覆盖面较窄，更适合年轻的户外爱好者。

### 2.代表性景区是全域旅游关键

在代表性景区影响力上，河北各示范区的排名普遍提升，带动示范区口碑正向传播效果明显。承德避暑山庄、秦皇岛北戴河等地，代表性景区与示范区都比较知名，互有借助，但更多地区则是“只知景区不知示范区”。如游客知道白洋淀，但不知道它在保定市安新县；知道野三坡，但不知道保定市涞水县；知道小五台山，不知道张家口市蔚县。代表性景区对整个示范区形象代言的作用较大，如代表性景区舆论口碑较差，将会影响到整个示范区的舆论形象，并连带影响到其他景区在游客心目中的地位。

代表性景区是全域旅游建设的坚实基础和关键力量，部分示范区因代表性景区形成带动效应，实现排名上升。在全域旅游发展思路中，培育具有代表性的核心景区、开发独特旅游产品仍是工作重点之一。

## （三）危机应对能力分析

**表5：京津冀全域旅游示范区危机应对能力**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **排序** | **示范区** | **事件** | **官方响应** | **信息透明** | **地方公信** | **动态反应** | **问责情况** | **网络技巧** | **综合应对能力** |
| **1** | 北京市延庆区 | 北京八达岭动物园老虎伤人事件 | 4.2 | 3.7 | 3.8 | 3.1 | 3.9 | 2.2 | 8.57 |
| **2** | 张家口市蔚县 | 草甸遭驴友破坏河北小五台山封山 | 3 | 3.5 | 3 | 3.3 | 5 | 4 | 8.46 |
| **3** | 保定市安新县 | 白洋淀观荷长廊倒塌致14名游客受伤 | 4.2 | 4 | 3 | 2.9 | 3.9 | 1 | 8.31 |
| **4** | 北京市昌平区 | 居庸关花海观景山路因存山火隐患被封 | 4.1 | 4.2 | 3.9 | 0 | 0 | 3 | 7.74 |
| **5** | 张家口市张北县 | 张北“草原天路”收费22天后取消 | 0 | -2.3 | -2 | 1 | 0 | -2.8 | 5.23 |

**指标说明：**

每个示范区选取一个负面涉旅舆情进行打分，所得分数即代表该示范区分数。若该示范区在监测期内无负面涉旅舆情，则不参与评分。

危机应对能力由官方响应、信息透明度、地方公信力、动态反应、问责情况和网络技巧六项指标组成。单项指标最高5分，最低-5分，综合应对能力采取10分制。各维度权重如下：响应速度20%；信息透明度20%；地方公信力20%；动态反映20%；问责情况10%；网络技巧10%。

官方响应是指地方党政机构对于突发公共事件和热点话题的响应和表达情况，包含响应速度、应对态度、响应层级（是否有党政主要领导人、部门领导人和警方发声）；

信息透明度是指地方党政机构新闻发布的透明度、官方媒体报道情况、互联网和移动通信管理以及对待媒体的态度等；

地方公信力用以考察突发公共事件和热点话题发酵前后对政府的信任度、满意度，以及由此引发的对地方党政机关形象的综合影响；

动态反应是指地方党政机构随着舆情的发酵，矛盾的激化或转移，迅速调整立场、更换手法；

问责情况是指对舆论关注的不作为或责任官员、相关责任人做出处理、问责；

网络技巧即是否很好地运用官方网站、微博、微信等媒体进行信息发布和意见沟通，是否熟悉网络沟通和舆论引导技巧。

示范区及景区对负面舆情的处理方式深刻影响着自身形象。鉴于此，全域旅游在考核示范区的核心影响力和景区影响力之外，还需关注其对突发危机事件的处理能力。如何采取积极的应对措施消弥舆论质疑与刻板印象，是考察该示范区及景区舆情应对能力强弱的重要因子。为此，人民网舆情监测室梳理了自全域旅游示范区创建工作开展以来，京津冀18个示范区及承德市的危机应对状况。

### 1.三成景区舆情意识缺位遭重创

京津冀18个示范区有5个遭遇舆情危机，占比近三成。负面事件的发生后，或多或少都会对景区声誉造成一定损伤。如“河北小五台山封山事件”，景区回应比较及时，且有动态发布信息，但还是对小五台山景区的声誉造成了一定影响。其实，这些事件的发生并非不可预测与防范。小五台山作为旅游心中的朝圣之地，在户外圈已经火了很多年，每年均有大量驴友自行结伴前来，不少户外网站和OTA网站中，也常有涉及网友在景区乱扔垃圾、破坏草甸、误走失联的照片或内容，但景区轻视了这些情况可能产生的风险。这也侧面反映出，相关部门对舆情可能造成的景区声誉影响没有充足的评估，缺乏对舆情风险的防范意识。

### 2.景区普遍缺乏舆情应对技巧

目前，全国范围内涉旅舆情事件的发酵多半由于相关监管部门及景区缺乏舆情应对技巧，京津冀的负面舆情危机事件也不例外。比如张北“草原天路”收费事件，从相关部门宣布收费到取消收费，始终伴随着舆论强烈的质疑声。相关部门回应不及时、信息透明度不足，致使地方公信力严重受损。正因该事件应对不当，在京津冀全域旅游示范区评比中，该地的应对能力拖了综合能力的后腿。

游客利用微信、微博、QQ等新媒体广泛传播旅游目的地信息，一方面为主管机构带来新的监管难度，另一方面也为发展全域旅游提供了契机：它要求示范区内交通、传媒、住宿餐饮等机构，甚至普通市民拥有良好的网络素养，才能利用新媒体尽快发现舆情风险，并且将自己更好地展现在全媒体网络平台。如果张家口市蔚县和北京市昌平区平时多关注景区在社交媒体上的相关话题，就可以预测相应的舆情风险；或是在户外网站、微信平台等垂直社区，以官方身份呼吁网民文明出行、摄影；或是利用旅游大V、户外达人、知名领队等意见领袖的影响力，号召驴友、摄影人员文明出行；在舆情发生后，也可以在微信、微博、豆瓣、知乎、户外网站等进行官方发声，对最敏感人群做出及时、合理的解释，消弭负面舆情的影响。

# 四、天津最受游客喜爱的十大景区

**表6：天津最受游客喜爱的十大景区一览**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 排名 | 景区 | 媒体传播度 | 游客满意度 | OTA推介度 | 得分 |
| 1 | 五大道 | 4.59  | 4.00  | 3.90  | 4.21  |
| 2 | 盘山 | 4.89  | 3.77  | 3.70  | 4.20  |
| 3 | 古文化街 | 3.87  | 3.90  | 4.84  | 4.17  |
| 4 | 天津之眼摩天轮 | 3.03  | 4.21  | 4.80  | 3.92  |
| 5 | 意式风情区 | 3.84  | 4.10  | 3.80  | 3.91  |
| 6 | 海昌极地海洋世界 | 3.57  | 3.90  | 2.66  | 3.39  |
| 7 | 滨海航母主题公园 | 3.01  | 3.80  | 2.91  | 3.22  |
| 8 | 天津欢乐谷 | 3.66  | 4.20  | 0.58  | 2.90  |
| 9 | 天津水上公园 | 3.95  | 3.70  | 0.07  | 2.71  |
| 10 | 独乐寺 | 4.08  | 3.10  | 0.38  | 2.67  |

**指标说明：**

天津最受游客喜爱的十大景区由媒体传播度、游客满意度、OTA推介度三个维度加权归一化求得。由于三个维度的原始数据数量级不同，故上表中的数据均已经过加权计算或分级赋值处理。综合得分采取5分制。各维度权重如下：媒体传播30%；游客满意度30%；OTA推介度40%。

媒体传播度由网络媒体、平面媒体、微博、微信等六大平台数据构成，主要用以评估景区知名度；

游客满意度通过综合考量网民、游客的态度、观点，对景区服务是否到位、门票是否合理、交通是否便利等八项指标加权计算求得。

OTA推介度是根据携程网、去哪儿网等5家OTA上以天津为出发地的基础数据，经过加权计算得出。

从景区类型来看，天津最受游客喜爱十大景区中，基本都是人文类景区，这与天津市一贯以人文类景区著称相符。

从景区位置来看，除盘山以外，其他景区均在市区，交通、餐饮、住宿等均有极大的便利条件，能够充分满足游客需求，媒体传播和网络口碑普遍较好，量化得分均不低于3分（满分5分）。

天津最受游客喜爱的景区在类型和位置上高度集中，对于天津来说既是机遇也是挑战，机遇在于地理位置高度集中具有发展全域旅游的天然优势，旅游产业建设工作相对省力；挑战则在于市区旅游资源吸引了大部分游客的注意力，导致蓟县等郊区的发展空间缩小，令这些原本资源不丰富、交通不便利的地区发展难度更大。

# 五、全国最受天津游客喜爱的十大景区

**表7：全国最受天津游客喜爱的十大景区一览**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 排名 | 景区 | 媒体传播度 | 游客满意度 | OTA推介度 | 得分 |
| 1 | 故宫（北京） | 4.21  | 4.05  | 4.60  | 4.32  |
| 2 | 八达岭长城（北京） | 4.72  | 3.04  | 4.50  | 4.13  |
| 3 | 上海迪士尼（上海） | 4.05  | 4.13  | 4.10  | 4.09  |
| 4 | 长白山（吉林） | 3.65  | 3.87  | 4.40  | 4.02  |
| 5 | 九寨沟（四川） | 3.71  | 4.11  | 4.10  | 3.99  |
| 6 | 古北水镇（北京） | 3.78  | 4.01  | 4.10  | 3.98  |
| 7 | 白石山（河北） | 4.00  | 3.60  | 4.00  | 3.88  |
| 8 | 北戴河（河北） | 4.10  | 2.91  | 4.20  | 3.78  |
| 9 | 白洋淀（河北） | 4.30  | 2.88  | 3.90  | 3.71  |
| 10 | 亚龙湾（三亚） | 3.31  | 3.87  | 3.70  | 3.63  |

**指标说明：**

全国最受天津游客喜爱的十大景区由媒体传播度、游客满意度、OTA推介度三个维度加权归一化求得。由于三个维度的原始数据数量级不同，故上表中的数据均已经过加权计算及分级赋值处理。综合得分采取5分制。各维度权重如下：媒体传播30%；游客满意度30%；OTA推介度40%。

媒体传播度由网络媒体、平面媒体、微博、微信等六大平台数据构成，主要用以评估景区知名度；

游客满意度通过综合考量网民、游客的态度、观点，对景区服务是否到位、门票是否合理、交通是否便利等八项指标加权计算求得。

OTA推介度是根据携程网、去哪儿网等5家OTA上以天津为出发地的基础数据，经过加权计算得出。

最受天津游客喜爱的十大景区中，北京、河北的景区占到六成。北京的人文类景区高度聚集，且多具有独特性和唯一性，综合吸引力较大，加之地缘优势，令故宫和八达岭长城吸引了大批天津游客。但就游客体验来讲，两景区口碑却不敌上海迪士尼和四川九寨沟。最受天津游客喜爱的河北景区则多为自然类景观。

随着京津冀一体化地推进，三地之间的交通更加便利，便于游客往返，三地旅游业迎来一体化发展新机遇。这也提示天津相关部门，下一步需在京津冀大旅游圈的建设上集中发力，为游客提供更高效、更便捷的旅游服务。