

DOI:10.16104/j.issn.1673-1883.2025.01.008

凉山彝族漆器客户需求特征体系 构建及产品改进策略研究

杜 浩

摘要：在线评论在消费者网购过程中有着独特的参考价值。从凉山彝族漆器客户视角出发，以在线评论为研究对象，爬取抖音、淘宝、京东和闲鱼四个平台的 739 条评论文本，通过 BER-Topic 主题模型提取客户关注的主题，构建凉山彝族漆器产品的客户需求特征体系，运用专家标注法探析客户满意度，据此提出产品改进策略。研究发现：客户需求维度分为艺术文化价值维度、质量可靠性维度、设计创新性维度、价格敏感性维度、实用功能维度、获取便捷性维度、产品安全性维度，且各需求维度的占比呈递减趋势。产品改进策略应从提升文化传递的广度与深度、强化设计创新性、提高质量可靠性、巩固性价比、扩展销售渠道和维持艺术品属性等方面着手。

关键词：凉山彝族漆器；客户需求特征体系；产品改进策略

中图分类号：J527；F426.8 **文献标志码：**A **文章编号：**1673-1883(2025)01-0069-10

收稿日期：2024-10-09

作者简介：杜浩（1994—），男，山西晋中人，西昌学院艺术学院讲师，博士，研究方向：少数民族艺术文化，
E-mail: 1253446528@qq.com。

一、引言

在数字化快速发展的背景下，消费者的购物行为与决策过程正受到新媒体平台的深刻影响。2024 年 10 月 18 日，国家统计局发文称，今年前三季度，实物商品网上零售额同比增长 7.9%，占社会消费品零售总额的 25.7%。直播带货、即时零售等电商新模式快速发展，拉动线上消费增长作用明显。这一趋势表明，电商新模式已成为消费增长的重要驱动力。随着直播、短视频等新媒体形式的普及，消费者可以更加直观地了解产品信息，这不仅缩短了购买决策时间，还在一定程度上提高了用户的消费体验。与此同时，个性化推荐、大数据分析等技术手段的应用，使得消费者的需求能够被精准识别和满足，推动了消费场景的进一步丰富。

在互联网平台的匿名性、交互性及个性化特征的驱动下,客户得以自由表达对某产品或服务的真实看法,在线评论则成为他们表达想法的主要载体。因此,在线评论在消费者网购过程中有着独特的参考价值^[1]。越来越多的消费者在选择购买之前倾向于通过观看在线评论来了解产品的使用体验和真实评价。根据调查机构 Reviewtrackers 的研究,94%的消费者表示在阅读负面评论后会选择避开某家企业,而约70%的消费者使用评级过滤器以剔除不符合需求的商品。在线评论已成为获取信息和辅助决策的重要工具之一^[2]。中国有43.8%的网民喜欢在互联网上发表评论,只有17.9%的用户表示购物前从不看在线评论,这意味着大多数人在形成网购决策前都会阅读在线评论^[3]。在线评论对消费者的影响是一个说服的过程,潜在消费者会自动筛选认为真实的评论内容并逐渐形成自己的主观态度^[4]。客户评论的互动性和即时性使其成为了解市场反应和消费者偏好的有效工具。海量的在线评论不仅反映了消费者对产品不同特征的偏好,更为潜在消费者提供了深入了解产品的重要信息,帮助其做出更为明智的购买决策,同时在线评论信息也成为企业获取消费者反馈的重要渠道,各企业或商家能够通过网友的评论了解其情感倾向,并据此及时作出调整,为产品改进、市场定位及营销策略的制定提供了重要支撑。因此,本研究将抖音、淘宝、京东、闲鱼四大网购平台客户对凉山彝族漆器的在线评论数据进行系统性收集,识别消费者的关注维度,并探究其购买偏好,建构客户需求特征体系。

二、研究设计

(一) 研究流程设计

为了深入挖掘凉山彝族漆器网购客户的需求特征,改进现有客户需求分析方法的不足,本文结合BERTopic主题模型与专家标注法,构建了如图1所示的研究流程。

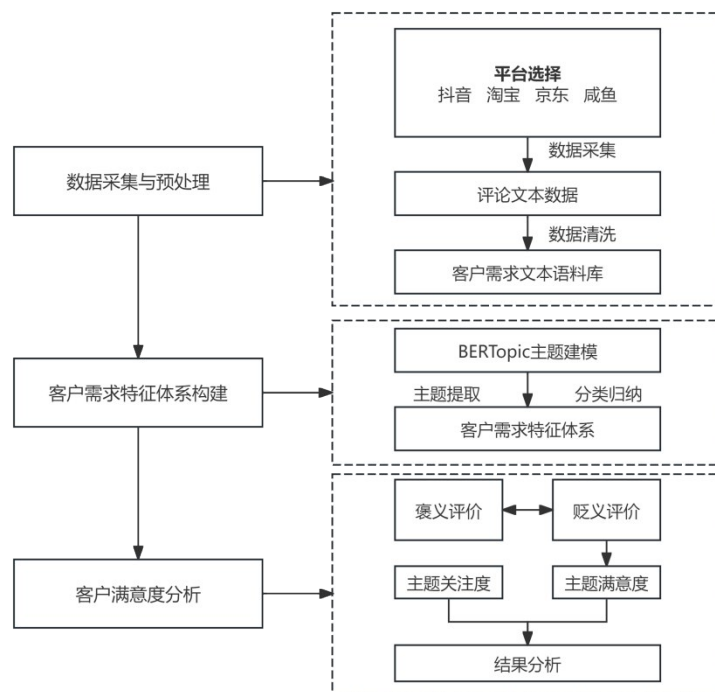


图1 研究流程图

(二) 研究方法设计

BERTopic作为一种无监督深度学习模型,已经应用于微博数据的健康信息需求演化规律^[5]、抖音数据的客户层次化需求和动机^[6]等研究。凉山彝族漆器产品的评论具有数量多、篇幅短、内容丰富且情感表达复杂等特征,BERTopic的无监督学习方法能够自动识别评论中的隐藏主题,帮助研究者揭示客户的核心需求与偏好。该模型能够有效提取客户对彝族漆器的需求主题,为漆器产品的改进和市场策略的制定提供科学依据。该模型的实施过程为:①嵌入文本。通过BERT预训练模型实现文本向量嵌入。②聚类文本。采用UMAP算法降低嵌入向量的维度,再运用HDBSCAN算法减少嵌入并创建语义相似文本的聚类。③表征主题。使用C-TF-IDF算法计算类中词汇的重要性,然后提取与主题最为相关的主题词。通过以上步骤,最终可以得到彝族漆器评论的主题分类结果。

本文采用专家标注法分析客户满意度,主要是为了应对评论中复杂的情感表达,如隐喻、讽刺、幽默等,这些表达方式往往难以被自动化情感分析模型准确捕捉。通过结合领域知识和语言感知力,专家能够精准识别这些复杂情感。同时,专家标注法可以提升分析的准确性,尤其在处理不规范语言、拼写错误或地方方言时,能够捕捉细微差别并解释其背后的情感。此外,专家标注法允许分析者运用特定领域的知识背景,深入理解评论中的文化符号、特殊词汇和产品特性,特别是在涉及凉山彝族漆器等文化特色产品时,这种方法能够更好地揭示客户的真实需求和满意度。

凉山彝族漆器作为具有文化特色的产品,其评论中可能包含独特的文化符号、方言词汇或特定的历史背景。BERTopic虽能处理主流语言中的常见模式,但在面对文化特异性较强的数据时,可能难以准确捕捉。专家标注法通过结合领域知识,能够更好地理解这些文化符号和语言背后的含义,提升对客户需求的理解精度,特别是在涉及地域文化和民间艺术时。

三、数据与结果分析

(一) 数据采集与预处理

从社交媒体中采集客户对热点事件的观点和态度已成为客户行为研究领域的常见方法^[7]。为了更精准、高效地研究客户对凉山彝族漆器的需求特征及规律,通过四个平台关于凉山彝族漆器系列产品的数据来展开研究。其中,抖音作为短视频社交平台,是当前非遗文化宣传与产品销售的重要渠道,海量的在线评论是客户即时反馈和消费趋势的宝贵数据来源;淘宝则是中国最大的在线购物平台,代表了主流电商客户群体,客户评论和销量数据能揭示消费者的价格敏感性;京东以高品质商品和快速物流服务著称,吸引那些对产品质量和购物体验要求较高的消费者,其评论多注重商品质量、物流速度和售后服务的反馈;闲鱼则是一款二手交易平台,客户主要追求性价比或独特的产品,在闲鱼的交易评论反映了对商品实用性和价格的考量。通过综合分析这四个平台的数据,能够整合各类客户的特征与偏好,从而更深入地挖掘凉山彝族漆器客户的需求与特征。

以“凉山彝族漆器”为搜索关键词,在抖音、淘宝、京东、闲鱼四个平台爬取了2020年1月1日至2024年9月30日期间的相关文本数据。对收集到的原始数据进行清理,包括去除重复内容、无效符号、空格和表情符号等无效信息。使用Python的Jieba分词工具对文本进行分词处理,并根据初步的分词结果建立自定义词库,剔除不具分析意义的词汇,最终得到462条有效数据,如表1所示。

表1 数据来源与结构

		网络购物平台				
数据采集	抖音	淘宝	京东	闲鱼	合计	
总数据/条	532	466	102	59	739	
有效数据/条	214	201	32	15	462	

(二) 客户需求特征体系构建

通过训练 BERTopic 主题模型, 识别出 96 个与凉山彝族漆器客户需求相关的主题。但部分主题之间存在相似性或包涵性。因此, 基于主题的相关词, 对所有主题进行了人工筛选, 并对关键词进行合并处理。随后, 针对合并后的主题文档集进行了专家评审和判断, 最终确认各主题文档集具有较高的一致性, 并且主题的表征符合凉山彝族漆器客户需求的普遍认知, 能够较好地反映分类下文档的主要内容, 最终得到 45 个合并后的主题分类结果, 如表 2 所示。

表2 客户关注维度表

客户关注维度	关键词
艺术文化价值维度	文化遗产、民族特色、历史背景、非遗、彝族文化、美学设计、独特风格、线条丝滑、手工艺
实用功能维度	实用性、功能、日常使用、储物、装饰兼用、无用
获取便捷性维度	购买方便、线上购买、物流快、库存、售卖渠道、繁琐
质量可靠性维度	耐用、漆面不均匀、高品质、有味、粗糙、不平稳
设计创新性维度	现代设计、创新、时尚、图案少、颜色单调、过时、器型少
产品安全性维度	环保材料、无毒无害、安全性、绿色环保、有害
价格敏感性维度	物美价廉、性价比、价格实惠、值得购买、超值、贵

在识别出凉山彝族漆器客户关注的七个核心维度后, 进一步分析这些维度在客户需求中的占比显得尤为重要。这一分析能够揭示每个维度在客户心中的权重, 帮助企业明确产品改进的优先级。通过对评论数据的定量研究, 可以清晰地看到客户对于艺术文化价值、设计创新、质量可靠性、价格敏感性、获取便捷性、实用功能和产品安全性等维度的关注度分布(图1)。这些关注维度的占比不仅反映了市场需求的多元化, 还为制定优化策略提供了重要依据。

艺术文化价值维度占比为 89%, 成为客户关注的核心。凉山彝族漆器的客户高度关注其文化与艺术价值, 特别是文化遗产、民族特色和工艺的独特性。这表明, 对于消费者而言, 购买漆器不仅是获取一个物件, 更是追求文化遗产的体验与情感连接。作为一种富有民族文化和历史背景的产品, 彝族漆器背后的文化意义对客户具有很大的吸引力。消费者对手工艺和艺术感的重视也表明, 他们倾向于欣赏这种产品的非凡工艺与审美设计。随着社会的发展, 越来越多的人关注非物质文化遗产的保护与传承, 凉山彝族漆器作为一种传统工艺, 因而受到更广泛的重视。在购买时, 客户不仅是在获取产品, 更是在支持和保护这一传统文化的延续。质量可靠性是客户第二大关注的维度, 占比为 21%。这说明消费者对彝族漆器的耐用性、工艺精良度和材质的优质性有较高要求。因为漆器往往被认为是高品质的工艺品, 客户

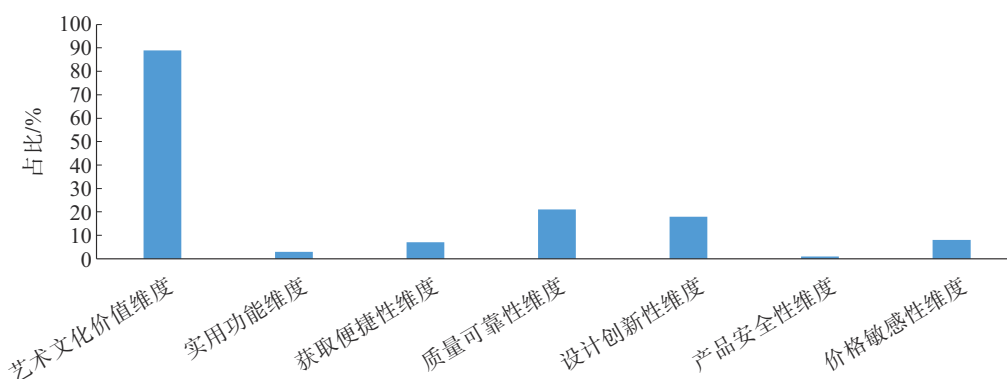


图1 客户关注度占比情况

期望其在材质、制作工艺和持久性方面表现优异,以确保其不仅在文化上有价值,也在实用性和收藏性方面具有长期的可靠性。设计创新性占18%,表明客户对于传统与现代的结合非常关注。他们希望在漆器中看到现代设计和创新元素,同时保持对传统工艺的尊重。这种对现代与传统融合的需求反映了客户在追求文化与时尚并存的消费理念,他们期望产品在功能改良和时尚感上有所体现。客户对性价比的关注占比8%,相对较低。这说明尽管价格是一个影响因素,但彝族漆器的消费者更愿意为其文化价值和高品质付出更高的价格。尽管只有7%的客户关注购买渠道的便捷性,但这一点仍然反映出线上购买、物流和库存管理对于提升客户体验的重要性。随着电商渠道的发展,客户对购买的便捷性有一定期待,尤其是高端工艺品在全球范围内的流通便利性。实用性仅占3%,表明客户并不特别看重漆器的日常使用功能。这说明彝族漆器更多被视为艺术品或装饰品,客户关注的是其文化象征意义和艺术美感,而非日常生活中的实用性。产品的安全性仅占1%,说明大多数消费者对彝族漆器的环保性或无毒无害的特性不太关注,可能因为彝族漆器的材料和制作工艺已经被广泛认为是安全可靠的。

综上,凉山彝族漆器的客户需求具有多维特征,其中艺术文化价值成为客户最为关注的核心因素。客户对漆器的文化遗产、民族特色和工艺独特性高度重视,漆器不仅是实物产品,更代表着文化体验与情感认同,反映出消费者对传统工艺与非物质文化遗产保护的关注。同时,消费者也期望漆器在质量可靠性方面表现优异,尤其是耐用性和工艺精良度。这表明,除了文化意义,漆器的实用性和收藏价值也是客户应该考虑的因素。此外,客户对设计创新同样看重,反映了他们希望在漆器中看到传统与现代结合的创新设计趋势,尤其是在功能改良和时尚感方面的融合。尽管性价比和获取便捷性对客户有一定影响,但相对较低的关注比例表明,客户更愿意为高文化价值和高质量的产品付出更高的价格,且更重视文化与艺术的象征意义。凉山彝族漆器的客户不仅追求其文化与艺术价值,还要求产品在质量和设计上与现代审美相契合,从而满足其文化遗产、身份认同和工艺欣赏的多重需求。

(三) 客户满意度分析

客户满意度分析采用专家标注法进行,由具备凉山彝族文化和产品知识的专家组成团队,对评论中的情感表达进行人工标注。标注的情感类别主要分为褒义类(积极的评论)、贬义类(消极的评论)和中性类(评价较为客观、无明显情感倾向的评论)。专家在筛选过程中,将特别关注复杂情感表达,如隐喻、讽刺和幽默,确保精准分类。为了确保分析结果的准确性和一致性,标注结束后,专家团队进行交叉复核,讨论并修正存在分歧的情感标注。对于多义或模糊的情感表达,团队将根据具体的文化背景和

语言环境做出合理判断。在标注完成后,对情感数据进行统计分析,计算不同情感类别在总体评论中的占比。结合对褒义类和贬义类评论的深入分析,可以更清晰地揭示客户对凉山彝族漆器的满意度及其背后的具体原因。

满意度基于褒义评论和贬义评论的比例来计算,忽略中性评论。可以用以下公式计算总体满意度得分(Satisfaction Score):

$$\text{满意度得分} = \frac{N_{\text{positive}}}{N_{\text{positive}} + N_{\text{negative}}} \times 100$$

这个公式计算的是净满意度,它考虑了实际有情感倾向的评论,忽略了中性评论。得分范围在0到100之间,数值越高,表示客户总体满意度越高(图2)。

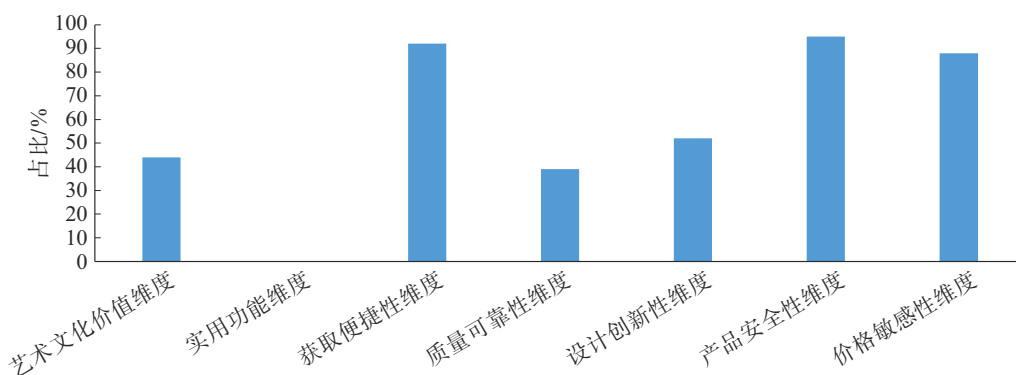


图2 客户满意度情况

从图2数据可知,客户在各个维度上的满意度表现出显著差异。通过分析不同维度的均值和方差,可以揭示客户对不同属性的偏好及其稳定性。最高满意度维度为产品安全性维度,满意度高达95%,表明该维度的客户满意度平均值接近上限,且该维度的分布具有较小的方差,反映出客户对漆器的安全性具有高度一致的认可。安全性作为客户关注的核心因素,是产品市场竞争力的主要驱动力。获取便捷性(92%)和价格敏感性(88%)也表现出较高的满意度,说明产品的销售渠道广泛且便捷,且价格定位符合大部分客户的心理预期。然而,价格敏感性虽然满意度较高,但其较高的绝对值意味着客户在价格上的弹性较小,说明价格调整对购买行为可能有显著影响。设计创新性(52%)和艺术文化价值(44%)均处于中等水平。客户对设计的创新性有所认可,但满意度仅略高于50%,说明该维度仍有提升空间。而艺术文化价值的满意度偏低,反映出客户对该产品的文化内涵和艺术表现认同度不足。质量可靠性(39%)的满意度也相对较低,表明客户对产品的耐用性和可靠性持保留态度,会影响客户的长期购买意愿。实用功能满意度为0%,表明该产品在客户心中完全不具备实用性,反映出彝族漆器的市场定位偏向艺术品或装饰品而非功能性商品。

产品安全性、价格敏感性、设计创新性等高满意度的维度与客户购买决策之间存在较高的正相关性。较高的满意度意味着这些维度对客户行为的影响较大。例如,安全性高可能直接增加客户的购买意愿,而价格敏感性表明产品需要在定价策略上保持谨慎,以确保满足客户期望。相反,实用功能的0满意度显示出明显的短板,表明该维度在客户决策过程中几乎不起作用。彝族漆器的客户群体主要关注的是产品的美学价值和文化象征,而非其实用功能。因此,功能性不强并不会明显影响客户的购买行为。

(四) 关注度与满意度的关系分析

理解客户需求是产品改进和市场定位的核心工作之一。通过分析客户在不同维度上的关注度和满意度,可以揭示客户在决策过程中的偏好与需求差异,从而为产品优化提供科学依据。彝族漆器客户的需求分布在七个维度上,其中以艺术文化价值为最主要的关注点,其次是质量可靠性和设计创新性,其他维度如性价比、购买渠道的便捷性、实用性等则相对较低。这种需求特征表明客户对漆器的期望主要集中在文化、质量与设计方面,而对实用性和安全性的关注较为次要。艺术文化价值、质量可靠性、设计创新性是客户高度关注的维度,但满意度较低。高关注度意味着客户对这些属性有较高期望,而低满意度表明这些领域存在显著的改进需求,这些维度的改善将直接影响整体客户满意度的提升。尽管客户对产品安全性和购买渠道便捷性这些维度的关注度较低,但满意度很高,表明这些方面已经达到了客户的预期需求,企业应维持现有优势,确保持续的高满意度。从实用性维度的数据可以看出,彝族漆器在市场定位上是作为一种艺术品,而非功能性商品,因此,未来的发展方向应继续强调漆器的艺术表现和文化价值,而不必过度强调其实际使用功能。

四、凉山彝族漆器系列产品的改进策略

根据凉山彝族漆器客户需求特征体系的分析,企业在产品的改进方向上需优先考虑客户最为关注的维度,包括文化传递、设计创新和质量可靠性。这些维度对客户满意度和产品市场竞争力具有关键影响。结合客户关注度和满意度的差异性分析,围绕提升产品文化传递广度与深度、增强设计创新性、改善质量可靠性、巩固性价比与购买渠道优势等方面提出具体改进策略。

(一) 增加产品的文化广度与深度

根据分析结果,文化艺术价值是客户关注度最高的维度,达到89%,但满意度仅为44%,显示出客户对产品文化内涵的期望远未得到满足。彝族漆器作为承载凉山彝族文化的传统工艺品,其市场竞争力主要依赖于独特的文化传承和艺术表现。因此,提升文化传递的广度与深度是提高客户满意度的核心任务。根据客户在线评论反馈的问题,主要集中在产品无命名、图案寓意不明和用途不清晰等方面。

一是优化产品命名。在产品命名上,需尊重彝语文化传承,并结合具体用途或工艺特点为每件产品命名,以增强文化辨识度。例如,彝族酒壶的名字在彝语中称为“撒勒博”,可以为其命名为“萨勒宝壶”。这一名称保留了彝语音韵,同时带有珍贵感,吸引消费者将其视为收藏品或礼品,提升产品文化与商业价值。二是增强图案寓意的理解。针对图案寓意不明的问题,建议在每件彝族漆器的标签和说明书上附带详细的图案解读,使客户了解每个图案的象征意义及其与彝族传统文化的关联。例如,古老的旋涡纹、太阳纹来表现彝族人川流不息的生命力和他们对大自然的崇敬心理^[9],可以通过二维码技术引导客户观看相关文化视频或参与在线讲座,增强客户的文化体验和情感认同。三是明确漆器材质。针对漆器材质不明的问题,应在产品包装和宣传资料中明确标注材料类型。同时,可以举办线上线下的漆器制作体验活动,让客户亲自触摸和感受材质特性,增强对产品品质的信任。此外,安排专门讲解员展示不同材料的加工工艺,增加客户的文化共鸣和满意度。

(二) 增强产品设计的创新性

设计创新性维度的关注度为18%,满意度为52%。尽管该维度未成为客户关注的核心,但提升设计

创新仍具有重要意义。设计创新是产品吸引力的重要来源,尤其在现代消费者个性化需求日益增强的背景下,富有创意的设计不仅能提高产品感知价值,还能拓展新的市场群体。客户的负面评价主要集中在颜色单一和器型不丰富。为此,可以从以下几个方面进行改进:

一是色彩方面的创新。针对客户对彝族漆器三色(黑、红、黄)配色单调的反馈,结合彝族漆器传承人吉伍五呷的创新观点,可以适当引入其他天然色彩,如石青、石绿等^[9]。天然色彩不仅能丰富视觉效果,还可保持漆器的自然风格。这些颜色能够与原有的三色形成对比与协调,使漆器更具层次感和视觉冲击力,同时保持传统工艺的精神内核。此外,借鉴中国汉族笔墨山水画中的“留白”概念,漆器的色彩可以在黑、红、黄的基础上,适当进行留白或减少颜色的使用。推出个性化定制服务,允许客户根据个人偏好选择不同的颜色搭配,不仅满足消费者的个性化需求,还能激发他们的参与感,提升产品的情感价值。二是器型方面的多样化。传统彝族漆器器型丰富,主要有酒具、餐具、马具^[10],其中库祖(汤盆)、册底(高底饭盘)、奢匹(高底肉盘)^[11]、鹰爪杯、猪脚杯等器型极具特色,展现了其在宗教仪式、日常生活及文化象征方面的重要性。然而,随着现代市场的发展,市面上常见的彝族漆器产品多集中于餐具、酒具和小饰品类,传统器型的多样性尚未被充分开发,这为未来的产品设计和市场扩展提供了可能。为了适应现代市场需求,彝族漆器的设计可进行创新开发。在现代家居装饰方面,可设计带有彝族传统图案和色彩的现代台灯或吊灯;在办公用品方面,可设计高端漆器文具,如文件盒、笔筒等,满足实用性需求;在生活用品方面,开发适合现代厨房使用的漆器调料罐、便携式茶具等,迎合现代人对便携性与精致生活方式的追求。

(三) 提升产品质量

质量可靠性维度的关注度是客户的第二大关注点,但其满意度较低。这表明产品在质量上存在显著的提升空间。客户对产品的耐用性和可靠性提出了更高的要求,主要问题包括漆面不均匀、有漆味、坯体粗糙或底面不稳固等。

一是漆面均匀性改进。为解决漆面不均匀的问题,建议采用更加精细化的多层涂漆工艺。每一层涂漆完成后,应进行中间固化处理,并通过轻打磨技术来提升漆面的平滑度和均匀度。大规模企业可引入光学测量技术,通过非接触式激光扫描实时监测漆面厚度,提高生产精度。相对规模较小的企业,则可通过人工检查结合适当的光照条件,确保漆面光滑且一致。二是气味改进。客户提到的漆味问题多与不合适的涂料选择有关。为确保产品符合环保和传统工艺要求,建议严格执行传统天然漆料的使用规范,并加强漆器的风干工序。在开放式通风场所自然风干,并延长风干时间,确保异味充分挥发。同时,企业应根据不同地域的气候条件优化风干设施设计,减少残留的异味。三是木坯体精细化改进。木坯制作过程中,选材和加工工艺对坯体质量影响显著。工匠应考虑木纹走向,按照自然纹理进行切削和打磨,减少木材内部应力。建议通过严格的干燥处理,确保木材含水率控制在10%~12%之间,避免因快速干燥导致裂纹。此外,企业应加强质检环节,采用“四眼法”进行检验,确保每件产品的细节经过双重验证,提高木坯的整体质量与稳定性。

(四) 优化产品价格与购买渠道

尽管性价比和购买渠道便捷性的关注度相对较低,但其满意度均较高,表明企业在价格定位和销售渠道策略上已经获得了客户的广泛认可。但仍需要定期进行市场调研,分析同类产品定价策略及客户对

价格的敏感度,确保产品在合理范围内保持竞争力。考虑推出促销活动,如限时折扣、套餐优惠或会员专享价格,吸引更多客户。针对不同消费者群体,可开发分层定价策略,推出高端系列和经济系列,满足不同市场需求。在现有销售渠道基础上,探索更多线上和线下销售途径。线下可与商超、专卖店及文化艺术展览等合作,增加实体店铺覆盖率,增强客户购物体验。线上销售可进入国际市场,如亚马逊、eBay等,开设品牌旗舰店,直接接触海外客户,展示彝族漆器的独特文化价值。

(五) 明确市场定位,增强产品艺术性

客户对实用性的关注度低,且满意度为0%,反映出凉山彝族漆器在市场上的定位更倾向于艺术品或装饰品,而非功能性商品,因此,企业在产品定位上应继续保持艺术品的属性。

一是跨界合作。通过与现代艺术家或设计师的跨界合作,凉山彝族漆器能够实现传统与现代的融合。在合作过程中,邀请知名艺术家与传统漆器工匠一同设计,赋予漆器作品现代的形状、色彩或装饰风格。例如,艺术家可以为漆器设计极具现代感的线条或几何形状,同时保持传统彝族漆器的标志性元素,如独特的漆面和色彩搭配。此类限量版的系列不仅在视觉上有吸引力,还能让传统工艺得到新的诠释与传播。通过限制发行量,这些作品能成为高端消费者和收藏家追逐的焦点,强调独特性和稀缺性,以此提高其艺术市场价值。二是专业鉴定与档案建立。为每件高端漆器产品进行专业鉴定是树立市场信任的关键一步。通过权威的艺术鉴定机构对作品进行认证,确保其工艺和文化价值,同时为每件漆器提供独立认证标识,标志其工艺水平和艺术价值。为了帮助消费者更好地理解每一件漆器的文化背景和艺术内涵,建立详细的产品档案也至关重要。该档案应包含创作背景、制作工艺细节、艺术家及工匠的个人信息,以及作品的故事等,以增加作品的历史感和文化深度。这样的做法能够帮助消费者更深入地欣赏每一件凉山彝族漆器,感受到其背后的文化价值。三是个性化定制服务。提供个性化定制服务是一种与消费者建立深度连接的方式。客户可以参与到漆器的设计过程中,根据个人偏好选择图案、颜色、形状等细节,这样的互动不仅能够满足消费者对独特性的需求,还能使他们与产品建立情感联结。例如,客户可以选择自己喜欢的彝族传统纹样或色彩搭配,并与工匠讨论如何将元素融入漆器的设计中。通过定制化的方式,每件漆器不仅仅是装饰品,更是一种情感的表达,客户对产品的情感认同感也随之增加。

五、结语

通过挖掘四个社交媒体平台中的在线评论文本,基于BERTopic主题建模技术构建了凉山彝族漆器系列产品的客户需求特征体系,借助专家标注法探讨了客户对不同需求维度的关注度与满意度,提出了一系列具有针对性的产品改进策略。企业应从提升产品文化传递的广度与深度、强化设计创新性、提高质量可靠性、巩固性价比与购买渠道优势、明确市场定位,继续保持艺术品属性等方面着手,将凉山彝族漆器打造为兼具文化价值与艺术表现力的高端工艺品,推动其在更广阔的市场中实现可持续发展。这些策略不仅为产品改进提供了方向性指导,也为未来企业的市场拓展提供了学术支持与实践依据。

参考文献:

- [1] 刘明,赵媛媛.基于扎根理论的在线负面评论内容维度探索性分析[J].中国广告,2024(7):86-89.
- [2] 孔繁慧,陈驰茵.口碑一致性对多样化寻求意愿的影响——判断信心的中介作用和内隐人格倾向的调节作用[J].时代经贸,

- 2024(9):135-143.
- [3] 俞飞,胡志杰.顾客“故事讲述”与社会认知的交互——来自经济型酒店在线评论的证据[J].北方工业大学学报,2024,36(3):131-142.
- [4] 鄢慧丽,沈宸欣,熊浩.反讽对评论有用性的机制研究:以酒店在线评论为情境[J/OL].旅游科学,1-23[2024-10-06].https://doi.org/10.16323/j.cnki.lykx.20240913.001.
- [51] 高春玲,姜莉媛,董天宇.基于BERTopic模型的老年人健康信息需求主题演化研究——以新浪微博平台为例[J].情报科学,2024,42(4):111-118.
- [6] 刘洋,柳卓心,金昊,等.基于BERTopic模型的用户层次化需求及动机分析——以抖音平台为例[J].情报杂志,2023,42(12):159-167.
- [7] 马晓悦,孙铭菲.融合热点事件主题演化的民族文化扩散研究[J].图书情报工作,2022,66(3):106-117.
- [8] 吕荔.凉山彝族漆器纹样研究[J].民族学刊,2011,2(5):68-72+95.
- [9] 陈雨萌.彝族漆器艺术元素在现代产品设计中的应用研究[D].北京:北京化工大学,2022.
- [10] 蒋宇.艺术人类学视域下的羌族水磨漆器数字化保护研究[D].绵阳:西南科技大学,2022.
- [11] 罗阿进.当代非遗展览中的文化阐释与知识生产——以彝鼎圭璋首届东西部非遗展为例[J].中国民族博览,2023(17):256-258.

On the Construction of Customer Demand Characteristics System and Product Improvement Strategies for Liangshan Yi Lacquerware

DU Hao

Abstract: Online reviews hold unique reference value in the online shopping process for consumers. From the perspective of customers of lacquerware products from Liangshan Yi Autonomous Prefecture, this study analyzes online reviews by scraping 739 comment texts from four online shipping platforms of TikTok, Taobao, JD, and Xianyu. With the BERTopic model, the study extracts themes of customer concern and constructs a customer demand characteristics system for lacquerware products from Liangshan Yi Autonomous Prefecture. Additionally, expert annotation methods are employed to analyze customer satisfaction and formulate product improvement strategies. The research findings reveal that customer demands can be categorized into dimensions of artistic cultural value, quality reliability, design innovation, price sensitivity, practical functionality, accessibility, and product safety, with a decreasing trend in the proportion of each dimension. Product improvement strategies should focus on expanding the breadth and depth of cultural transmission, strengthening design innovation, improving quality reliability, consolidating cost-performance ratio, increasing sales channels, and maintaining the artistic attributes of the products.

Keywords: Liangshan Yi lacquerware; customer demand characteristic system; product improvement strategies