

徐州市旅游者空间行为路径分析及旅游发展对策*

刘梦圆¹ 赵媛^{1,2} 李亚兵³

(1. 南京师范大学地理科学学院, 南京 210023; 2. 南京师范大学金陵女子学院, 南京 210097;
3. 兰州理工大学经济管理学院, 兰州 730050)

提 要: 以旅游者角度为切入点, 利用实地考察和问卷调查数据, 对徐州市旅游者人口统计学、旅游动机和偏好、旅游客源地空间分布以及旅游者空间路径选择等特征进行分析, 并结合徐州市旅游发展的实际情况, 提出应针对客源市场加大宣传促销、完善旅游交通线路设计、加强旅游区域合作等旅游发展的对策措施。

关键词: 旅游者空间行为; 路径分析; 发展对策; 徐州市
中图分类号: F590 **文献标识码:** A

当前中国已迈入全民旅游新时代, 作为主角的旅游者越来越成熟, 需求个性愈加凸显, 对旅游者空间行为的研究和管理, 对旅游目的地的可持续发展有着不可忽视的作用。国内外很多学者对旅游者空间行为进行了研究。如凯姆贝尔(1978)提出在旅游过程中游客受不同旅行动机影响会呈现不同的空间行为^[1]; 明思克等(1993)对美国黄石公园旅游者进行分析, 将其空间行为分为直游式、直游一周游式、周游式和飞行或驾驶式四种模式^[2]。在我国, 肖星等(2002)对丝绸之路入境旅游者空间行为影响因素进行研究, 提出旅游开发策略^[3]; 宣国富等(2004)分析了三亚市旅游者空间行为, 提出其空间行为以飞行/驾驶式模式为主^[4]; 钟士恩等(2009)探讨了农村居民旅游流的集中、分布及空间扩散行为^[5]; 张骏等(2011)分析了南京市旅游流行为路径特征, 提出旅游营销升级等优化策略^[6]; 陆林等(2014)研究发现珠三角都市圈旅游者空间行为模式以营区基地式和完全环游式为主, 不同客源地旅游者行为模式差异较大^[7]; 李文龙等(2016)构建了入境旅游目的地客流空间集中指数等模型, 并运用GIS功能对内蒙古入境旅游目的地客流时空动态演变及入境旅游市场特征进行了分析研究^[8]。这些研究涉及面广泛, 既有基本理论探讨, 也有对实际现状的分析和论证。

近年来, 徐州市加快旅游强市和区域旅游中心城市建设步伐, 实施“大旅游、大项目、大开发”战略, 旅游经济有了持续增长, 旅游城市整体形象得到新的提升。2011年京沪高铁开通, 徐州成为该线路上重要的交通枢纽。京沪高铁优化了徐州客源市场, 扩大了其旅游空间格局和旅游市场需求^[9]。2014年, 徐州旅游收入430.48亿元, 比上年增长15.5%; 接待国内外游客总人数3569.56万人次, 增长15.5%。2014年末, 全市有4A级景区18家, 云龙湖风景区通过国家5A级景区评审^[10]。但与长三角城市相比, 徐州旅游业发展仍较缓慢。文中以旅游地理学和旅游心理学为理论基础, 对徐州市旅游者空间行为进行研究, 分析旅游者对旅游目的地、旅游线路和旅游交通工具选择等行为特征, 提出相应的优化策略, 为徐州市旅游业更快、更好发展提供参考。

1 研究方法与数据来源

1.1 研究方法

运用SPSS等软件对问卷调查和网络搜索的数据进行分析。其中对旅游者空间路径研究, 主要采用Pearson卡方检验分析法, 运用SPSS17.0统计软件, 对问卷调查数据进行交叉分析和Pearson卡方检验, 目的在于找出不同客源市场在游客性别、职业、年龄、学历与收入水平等影响下空间路径选择上是否存在差

* 收稿日期: 2016-2-27; 修回日期: 2016-3-19。

作者简介: 刘梦圆(1994-), 女, 硕士研究生, 研究方向为旅游资源规划、旅游管理等。E-mail: 13851986843@163.com

通讯作者: 赵媛(1963-), 女, 江苏南京人, 教授, 博士生导师, 主要从事人文地理学研究。E-mail: zhaoyuan@njnu.edu.cn

异和差异程度。卡方检验中所设定的显著程度为 0.05 P 值大于 0.05 表示差异不显著,P 值小于 0.05 则表示差异显著。

1.2 数据来源

采取问卷调查方式获得一手资料,同时通过官方统计数据以及搜索整理网络游记的方式获得二手资料。

问卷调查时间为 2015 年清明小长假和五一假期。以来徐州旅游的游客为调查对象,两次调查均采用随机抽样方式发放问卷,问卷内容包括游客性别、年龄、职业等个体社会背景资料,还包括旅游目的、交通方式、旅游线路、对旅游地感知与旅游后反馈等游客主观旅游资料。共发放问卷 300 份,均当场收回,回收 284 份,除去字迹潦草或模糊不清者,有效问卷 275 份,有效回收率为 91.67%,符合抽样分析基本要求。在此期间,还在问卷网发布相关问卷调查,收到 113 份反馈问卷。

相关统计数据来源于国家旅游局、江苏省旅游局、徐州市旅游局官方网站,还通过大量网络查询,搜索出徐州市旅游者的游记,整理出旅游者旅游线路,对问卷分析进行补充。

2 结果与分析

2.1 旅游者样本特征分析

2.1.1 旅游者个体属性特征分析

从性别上看,徐州市男女游客性别比是 61:39,男性游客高于女性,这可能是徐州市厚重的历史文化底蕴及军事战争旅游特色更符合男性旅游者的需求;中青年游客是徐州市的主要客源,同时青少年旅游群体有很大的市场潜力;从文化程度上看,"大专或本科"群体所占比重最大,为 47.56%,高素质旅游者对休闲度假产品和生态探险产品表现出较高兴趣,可大力开发适合这类旅游群体的高端旅游产品;旅游者主要从事的职业范围较广,其中企事业单位管理人员、服务销售人员等占比较大,达到 53.2%;离退休人员所占比重虽然不是很多,但旅游消费较高;此外,徐州处于淮海经济区中心,周围地区农业比较发达,若开发出相适应的旅游线路和产品,农民旅游市场也是亟待挖掘的(表 1)。

表 1 旅游者样本属性特征

Table 1 Situations of the samples

个体属性	结构比例 (%)	个体属性	结构比例 (%)	个体属性	结构比例 (%)
性别	男 61	文化程度	硕士研究生及以上 22.57	职业	个体业者 8.57
	女 39		大专或本科 47.56		学生 9.60
年龄 (岁)	<16 5.23		高中及以下 29.87		军人 5.85
	16-28 30.50	职业	企事业单位管理人员 17.30		离退休人员 6.73
	29-50 43.65		服务销售人员 11.50		农民 7.84
	51-65 18.76		公务员 13.65		其他 7.21
	>65 1.86		文教科技人员 11.80		

2.1.2 旅游者行为特征分析

(1) 旅游动机和获取旅游信息方式。调查显示,来徐旅游者中,求知求奇的占 38.65%,休闲度假的占 26.37%,二者共 65.02%,占来徐旅游者的一半以上(图 1)。可见徐州市游客旅游动机主要在于主观心理动机,希望通过徐州的旅游景观带来精神上的满足和放松。

散客与团队在获取旅游信息时都对报刊、杂志、电视有很高的依赖性,区别在于,67.85%的团队游客最终在旅行社参团,对旅行社的推介有较强的依赖性,而散客从网络获取旅游信息的比例高达 53.65%(图 2)。此外,无论是散客还是团队旅游者,他们觉得朋友家人的推荐置信度高,因此亲友的出游感受会对旅游者的决策行为起重要影响,产生口碑效应^[11]。

(2) 旅游者客源市场分布和交通方式选择。徐州市旅游客源市场分布较为集中,主要集中在经济发达、人口密集的中东部沿海地区。其中江苏省内游客占了 32.63%;邻近的山东、安徽和河南三省合占 40.61%。随着距徐州市空间距离的增加,旅游客源市场所占份额逐渐降低(图 3)。

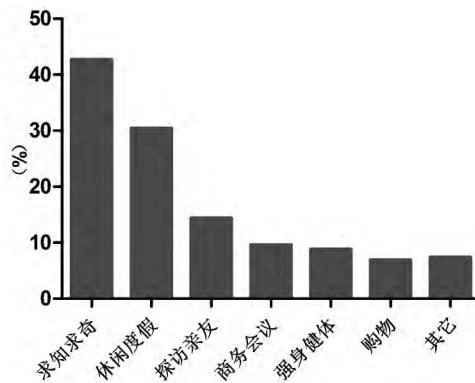


图 1 旅游者旅游动机

Figure 1 The tourism motivation of the tourists

火车、汽车和自驾车是徐州市游客选择的主要交通方式,京沪高铁的开通更让火车成为旅游者出游的首选交通工具,占 38.76%;此外,自驾车旅游的比例相当高,占到了 21.75%。私家车占有率不断增长,不仅表明人们的经济生活水平有了很大的提高,同时也与徐州市四通八达的交通路线相一致,再次凸显了徐州交通地理位置的优越性(图 4)。

2.2 旅游者空间行为路径分析

旅游空间行为路径是旅游者在目的地城市区域内的空间移动轨迹。徐州城市旅游区大致分为三大类,一是城市中心旅游区,指主城区范围内的旅游吸引物聚集体,包括汉文化风景区、淮海战役纪念馆区、云龙山和云龙湖风景区等;二是环城旅游区,是与中心旅游区相对而言的城市周边旅游空间,主要包括蟠桃山佛教文化区、各个艺术博物馆及军事纪念馆等;三是下属各县市旅游区,主要包括邳州艾山风景区、新沂马陵山风景区等。旅游空间行为路径就是指旅游者在这些旅游景区及区内各旅游节点之间的空间移动轨迹。

2.2.1 省内旅游客源呈现"链式旅游路径"出行轨迹

Lue 等指出,链式旅游是"以客源地为中心的链式游览"^[1]。江苏省内旅游者对徐州市旅游景区选择较为多样,82.17%的省内游客表示,他们一般会选择各旅游区的首要节点,如楚汉风韵景区的汉文化或龟山景区,而放弃汉画像石等次要节点;紧接着下一个目的地就会是山水城市旅游区的云龙山和云龙湖风景区,放弃彭祖园等次要旅游节点;而且对于邳州艾山、新沂马陵山等各县市旅游景区,他们几乎不会涉足。总体来说,省内旅游客源虽然会放弃一些旅游景区的次要节点,但对徐州市旅游目的地的选择还算比较全面。

表 2 省内游客空间路径选择影响因素的 Pearson 卡方检验
Table 2 The Pearson chi-square test on the influence factors for spatial route selections of tourists in Jiangsu province

	性别	职业	年龄	学历	收入
省内游客空间路径选择	0.166	0.000	0.008	0.967	0.430

在省内客源市场中,对旅游者的五大人口统计特征与空间路径选择进行交叉分析与卡方检验可以看出,职业和年龄因素与游客空间路径的选择有显著差异(表 2)。进一步分析发现,16 岁以下年龄段的游客中 100% 呈现出链式路径,而 16-28 岁年龄段的旅游者仅有 67.5% 呈链式路径。至于收入、学历、性别因素则对旅游者空间路径选择无明显差异(表 3)。

2.2.2 邻省客源呈现"线形旅游路径"出行轨迹

毗邻省份旅游者在对徐州市的旅游景区选择时具有一定的跳跃性。调查表明,该类旅游者和省内旅游者一样,也会首要选择各旅游区的首要节点,但是他们却不会将不在同一条旅游线路的景区列为其此次出游的目的地,如汉文化景区和云龙区几乎是 73.6% 的邻省旅游者的必备选项,可他们却不会绕道去淮海战役纪念馆林;或者还有部分邻省旅游者在游览完龟山汉墓区后会选择军事景区作为下一旅游目的地,却同样不会选择绕道去云龙风景区,因此,邻省旅游者的空间行为路径的选择呈"线形"轨迹。

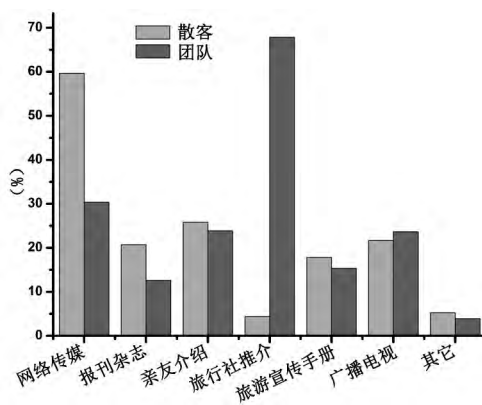


图 2 旅游者获得旅游信息方式
Figure 2 The ways for the tourists to obtain travel information

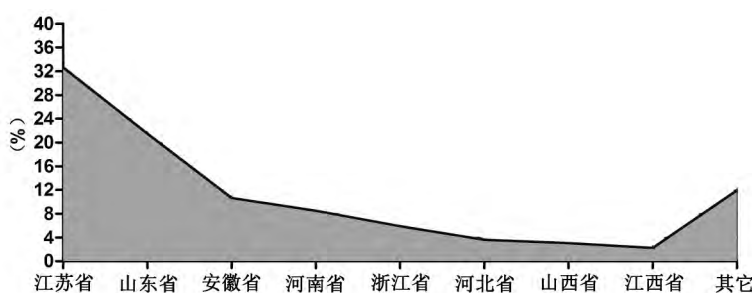


图 3 旅游者客源市场空间分布
Figure 3 The space distribution of the tourist market for the tourists

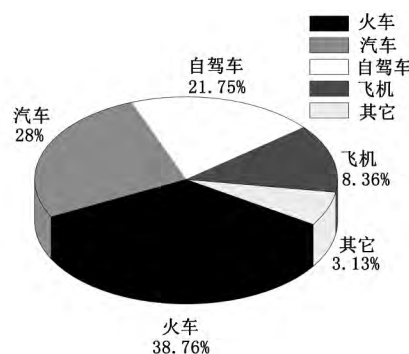


图 4 旅游者出游交通方式
Figure 4 The travel modes for the tourists

在邻省客源市场中,性别、职业、年龄、学历和收入与游客在徐州市的空间路径选择之间的P值分别为0.462、0.000、0.249、0.083和0.401,其中职业因素的P值<0.005,因此在邻省客源市场中,只有职业对游客空间路径的选择有显著影响。表4表明,企事业单位管理人员、个体业者和农民在徐州市的空间路径选择几乎全呈现出线形路径,而公务员、文教科技人员和军人的空间路径选择无明显规律。

2.2.3 远距离客源呈现"单节点式旅游路径"出行轨迹

80.95%的远距离旅游者对徐州旅游景区的选择简单而直接,他们会直接到达事先确定好的中心旅游景区的首要旅游节点,随即展开旅游活动,中途不会做任何停留,而且会跳过次要旅游节点以及大部分旅游景区。对于72.5%的远距离旅游者来说,汉文化及龟山景区是他们在徐州的唯一旅游目的地。这与Lue提出的"旅游者的大部分旅游活动集中在一个目的地即是典型的单一目的地旅游"相吻合^[1]。

在远距离客源市场中,性别、职业、年龄、学历、收入与游客在徐州市的空间路径选择之间的P值分别是0.047、0.001、0.000、0.018、0.000,均小于0.005,因此,这五大人口统计特征与旅游者的空间路径选择都有显著相关性,其中年龄和收入对游客空间路径的选择影响最明显。表5显示,学历在硕士及以上的游客,其空间路径100%呈现出单节点式规律,而学历为高中及以下的游客中,仅有75.86%呈现出单节点式路径。

2.2.4 本地游客呈现"单节点式"与"线形"路径相结合的出行轨迹

徐州本地居民的空间行为路径选择也呈现一定的规律性。此类旅游者由于常年生活在徐州,96.5%的市民对徐州市的中心旅游区及各大旅游景区都有过一定的游览经历,也仅有17.6%的本地游客未曾游览过各旅游景区的次要节点,因此,徐州本地旅游者多将各旅游景区的次要节点作为其旅游目的地,更有75.4%的旅游者表示会去徐州市的各县市景区,如邳州艾山风景区、沛县微山湖千岛湿地度假区等进行观光游览。

在徐州本地客源市场中,性别和学历因素对本地游客的空间路径选择无显著差异,而职业、年龄和收入三个因素在本地游客的空间路径选择上影响较大(表6)。表7显示,收入在2000-4000元和6000-8000元的游客在徐州市的空间路径选择全部呈"单节点式"与"线形"路径相结合的出行轨迹,而收入在

表3 省内游客年龄与旅游者空间路径选择交叉表
Table 3 The Crosstabulation between the ages and the spatial route selections of the tourists in Jiangsu province

		链式路径	非链式路径	Total	
年 龄 (岁)	<16	Count	9	0	9
		Expected Count	7.4	1.6	9.0
16-28	Count	27	13	40	
	Expected Count	32.9	7.1	40.0	
29-50	Count	54	5	59	
	Expected Count	48.5	10.5	59.0	
51-65	Count	16	5	21	
	Expected Count	17.3	3.7	21.0	
Total	Count	106	23	129	
	Expected Count	106.0	23.0	129.0	

表4 邻省游客职业与旅游者空间路径选择交叉表
Table 4 The Crosstabulation between the occupation and the spatial route selections of the tourists in the neighboring provinces of Jiangsu

		线形路径	非线性路径	Total
企事业 管理人员 服务销售 人员 公务员	Count	10	1	11
	Expected Count	7.4	3.6	11.0
文教科技 人员 个体业者	Count	16	0	16
	Expected Count	10.8	5.2	16.0
职业 学生	Count	6	6	12
	Expected Count	8.1	3.9	12.0
军人	Count	4	12	16
	Expected Count	10.8	5.2	16.0
离退休人员	Count	15	0	15
	Expected Count	10.1	4.9	15.0
农民	Count	12	6	18
	Expected Count	12.2	5.8	18.0
其他	Count	0	14	14
	Expected Count	9.5	4.5	14.0
Total	Count	16	8	24
	Expected Count	16.2	7.8	24.0
Total	Count	9	0	9
	Expected Count	6.1	2.9	9.0
Total	Count	10	0	10
	Expected Count	6.8	3.2	10.0
Total	Count	98	47	145
	Expected Count	98.0	47.0	145.0

表5 远距离游客学历与旅游者空间路径选择交叉表
Table 5 The Crosstabulation between the education and the spatial route selections of the long-distance tourists

		单节点式路径	非单节点式路径	Total
高中及以下	Count	22	7	29
	Expected Count	23.5	5.5	29.0
大专或本科	Count	53	17	70
	Expected Count	56.7	13.3	70.0
硕士及以上	Count	27	0	27
	Expected Count	21.9	5.1	27.0
Total	Count	102	24	126
	Expected Count	102.0	24.0	126.0

8000 元以上的游客,仅有 40% 的空间路径选择符合"单节点式"与"线形"路径相结合的出游规律。

3 讨论

3.1 针对客源市场空间差异进行宣传促销

徐州旅游知名度还不是很高,客源地主要集中在江苏本省及周围毗邻省份,是相对集中的客源市场结构。广东等东南沿海经济发达,旅游消费力高,客源分布却比较松散,因此,徐州市在做宣传促销时,除了继续稳定发展现有的主要市场之外,还应加大对远距离但有潜力的客源市场的宣传促销,增加远距离市场的来徐旅游市场份额。

3.2 完善旅游交通路线设计

分析表明,徐州市旅游者对高铁、高速公路、省道的依赖性较强。目前徐州市的旅游交通路线开发已初具规模,但截止到 2013 年,仍有 35.38% 的景区游客无法快捷到达,这对于旅游者来说是一种较强的制约因素。因此,应继续加快完善旅游交通路线,将各级道路的规划建设有意识地靠近旅游景区,形成旅游交通网,方便游客的自由出入。此外,应加快建立 GIS 技术支持下的风景区旅游环境承载力调控系统,努力改善交通线路标识建设,加快旅游客流的更新流动,减轻旅游景区的承载压力^[12]。

3.3 开展丰富多样的旅游活动

分析表明,邻省游客及远距离游客在徐州市的旅游空间行为路径多呈现单节点、跳跃式,对旅游景区的选择不够全面。开展丰富多样的旅游活动,可以在各旅游景区之间起到一定的联结互动作用,增强各旅游景区的关联性,引导游客依循旅游活动的步伐游览更多的旅游景区。如 2015 年 3 月 28 日徐州市第十五届樱花节的开幕,就成功吸引了大批游客从首要节点云龙风景区前往次要节点彭园踏春赏樱,"三维立体花海游"、"婚纱礼服时尚秀"以及"樱花论坛"等 20 多个主题活动的举办丰富了此次旅游活动的内涵,其中"夜赏樱花"环节更是引得许多游客在徐州过夜,提高了徐州市旅游者的过夜率。

3.4 依托地理优势重组优化旅游线路

由于缺乏空间行为理论的指导,次要旅游区、旅游节点等多被排斥在现有的徐州市旅游线路之外,这在很大程度上造成了徐州市旅游产品的单一化。徐州市应充分发挥地理位置的优势,优化重组旅游线路,形成全新的旅游线路网络,例如,省内与连云港、宿迁等加大联合力度,重点把握楚汉相争的旅游脉络;省外以山东为依托,与曲阜、泰安等城市合作,继续推广楚汉遗踪和"一山两汉三孔"的旅游线路;同时,徐州应充分利用旅游交通的优势,加强与京沪沿线城市的资源整合,联网开发,科学规划,充分发挥其在淮海经济区的核心作用和聚集带动功能,以促进徐州旅游又好又快地发展。

4 结论

目前,对徐州市旅游发展的研究成果较为缺乏,尤其是从旅游者空间行为分析上入手的理论研究仍相当有限,文中通过对徐州市旅游者的空间感知调查以及定量统计分析,总结出徐州市旅游者对旅游目的地、旅游线路和旅游交通工具等行为的选择特征,从旅游空间优化的角度为徐州市旅游业的可持续发展提出了相应的策略。在这个过程中,笔者还需要不断的深入学习和掌握这种方法,以求更好更灵活的运用于旅游空间结构的研究。

表 6 本地游客空间路径选择影响因素的 Pearson 卡方检验

Table 6 The Pearson chi-square test of the influence factors for spatial route selections of tourists in the Xuzhou city

	性别	职业	年龄	学历	收入
本地游客空间路径选择	0.246	0.001	0.001	0.199	0.001

表 7 本地游客收入与旅游者空间路径选择交叉表

Table 7 The Crosstabulation between the income and the spatial route selections of tourists in the Xuzhou city

			单节点式	非单节点	Total
			与线形相结合路径	式与线形相结合路径	
收 入 (元)	<2000	Count	13	4	17
		Expected Count	14.1	2.9	17.0
	2000 - 4000	Count	18	0	18
		Expected Count	14.9	3.1	18.0
	4000 - 6000	Count	22	3	25
		Expected Count	20.7	4.3	25.0
	6000 - 8000	Count	5	0	5
		Expected Count	4.1	0.9	5.0
	>8000	Count	4	6	10
		Expected Count	8.3	1.7	10.0
	Total	Count	62	13	75
		Expected Count	62.0	13.0	75.0

参考文献

- [1] Lue C , Crompton J , Fesenmaier D. Conceptualisation of multi – destination pleasure trips [J]. *Annals of Tourism Research* ,1993 ,20(2) : 289 – 301.
- [2] Mings R C , McHugh K E. The spatial configuration of reveal to Yellowstone National Park [J]. *Journal of Travel Research* ,1992 ,30(4) : 38 – 46.
- [3] 肖星 李文兵 伍延基. 丝绸之路入境旅游者空间行为浅析与旅游开发建议 [J]. *甘肃社会科学* 2002(2) : 115 – 117.
- [4] 宣国富 陆林 汪德根 等. 三亚市旅游客流空间特性研究 [J]. *地理研究* 2004 23(1) : 115 – 124.
- [5] 钟士恩 张捷 任黎秀 等. 农村居民国内旅游空间行为分析 [J]. *地理与地理信息科学* 2009 25(3) : 103 – 107.
- [6] 张骏 古风 卢凤萍. 城市旅游空间行为路径分析及优化 – 以南京市为例 [J]. *地理与地理信息科学* 2011 27(1) : 85 – 89.
- [7] 陆林 汤云云. 珠江三角洲都市圈内旅游者空间行为模式研究 [J]. *地理科学* 2014 34(1) : 10 – 18.
- [8] 李文龙 林海英. 内蒙古入境旅游目的地客流集散时空动态研究 [J]. *干旱区资源与环境* 2016 30(3) : 195 – 201.
- [9] 谢五届. 京沪高铁开通对徐州旅游经济的影响 [J]. *现代经济信息* 2012 22(11) : 310 – 311.
- [10] 2014 年徐州市国民经济和社会发展统计公报 [Z]. http://epaper.cnxz.com.cn/xzrb/html/2015-03/18/content_307907.htm.
- [11] 陈修谦 叶莉 谢益民. 基于信息渠道的旅游者行为分析 [J]. *湖南商学院学报* 2007 ,14(4) : 46 – 49.
- [12] 郭静 张树夫. 南京东郊风景区旅游者出游行为的探讨及其意义 [J]. *南京师范大学学报(自然科学版)* 2005 28(3) : 111 – 114.

Analysis of tourist spatial behavior path and countermeasures of tourism development in Xuzhou City

LIU Mengyuan¹ , ZHAO Yuan^{1 2} , LI Yabing³

(1. School of Geography Science ,Nanjing Normal University ,Nanjing 210023 ,China;

2. Ginling College ,Nanjing Normal University ,Nanjing 210097 ,China;

3. School of Economics and Management ,Lanzhou University of Technology ,Lanzhou 730050 ,China)

Abstract: We analyzed and studied the characteristics of tourist spatial behavior using the data received from practical investigation and questionnaire survey from the perspective of tourists. We also analyzed the statistics of population , the motivation and preference of traveling , the spatial distribution of tourist source and route of tourist's choice. Accordingly , in the light of the physical truth of the development of Xuzhou , it is necessary to point out these following optimized strategies for spatial tourism , that are to enhance the propaganda of sales , promote the market of tourist source , improve the design of traffic route in tourism , and strengthen the cooperation with tourism region.

Key words: tourist spatial behavior; analysis of the path; countermeasures of development; Xuzhou city