

上海市旅游景区(点)客流 时空分布特征及成因分析

刘春济¹,高 静²

(1. 上海师范大学 犹他科技学院, 上海 200234; 2. 上海对外贸易学院, 上海 201620)

摘要: 在调研的基础上,梳理了上海市旅游景区(点)的类型及其区域分布,分析了上海市旅游景区(点)客流时空分布的总量特征、区域特征和主要类型旅游景区(点)的客流时空分布特征,认为沪外游客旅游景区(点)到访率低、休闲游憩中心逐渐向市郊转移、旅游景区(点)供需存在矛盾、旅游地生命周期作用和竞争加剧是形成其特征的主要原因。最后,提出了上海市旅游景区(点)持续发展的对策建议。

关键词: 上海;旅游景区(点);客流;时空分布

中图分类号: F590 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-5137(2006)05-0093-08

1 背景分析与调查研究方法

1.1 背景分析

旅游景区(点)是旅游系统中最重要的重要组成部分,是旅游产品的核心,也是激发游客旅行的主要因素^[1]。但是从上海市旅游产业的发展态势来看,旅游景区(点)相对于旅游饭店和旅行社的经济产出功能正在弱化,浦东新区就是其中的代表性区域之一(表1)。

表1 1999~2005年上半年上海浦东新区宾馆业、旅行社业和景区(点)业收入消长情况表

年份	旅游饭店业(%)	旅行社业(%)	景区(点)业(%)
1999年	61	21	18.1
2000年	65.7	18.4	15.9
2001年	66.4	19.2	14.5
2002年	63.6	19.9	16.4
2003年	64	18.8	17.2
2004年	65	24	11
2005年上半年	66	23.2	11.8

资料来源:根据上海市浦东旅游会展网(<http://www.mice.pudong.gov.cn>)相关内容整理。

造成上述结果的原因较多,其中客流的原因比较关键^[2]。从这一视角出发,本文重点分析了上海市旅游景区(点)的客流时空变化特征及其成因,以期上海市旅游业的健康持续发展提供参考。

收稿日期:2005-12-01

作者简介:刘春济(1976-),男,上海师范大学犹他科技学院讲师;高静(1978-),女,上海对外贸易学院商务外语学院讲师。

1.2 调查研究方法

作者作为主要成员参与了2004年6月展开的上海市旅游景区(点)调研项目(该项目为上海市现代服务业调研项目中的子项目),在项目实施过程中,采用管理人员访谈、现场调查等方式获得了大量第一手资料;同时,在上海市旅游协会景点分会的帮助下,获得了景区(点)发展的基础数据资料,这些内容与《上海旅游年鉴》一起共同构成了本文定量分析的基础。

2 上海市旅游景区(点)类型及区域分布

旅游景区(点)类型划分的方法较多,本文参考斯沃布鲁克(Swarbrooke J,2003)的观点,将上海市主要的旅游景区(点)划分为4种类型(表2)。其中,类型(1)为自然环境景区(点),共14处;类型(2)是最初并非为吸引游客而建造的人造景区(点),计147处;类型(3)主要是为了吸引游客而建造的人造景区(点),为287处;类型(4)主要是特殊活动。同时,上海市中心城区(黄浦区、徐汇区、静安区、普陀区、虹口区、杨浦区、卢湾区、长宁区、闸北区和浦东新区)旅游景区(点)相对密集,市郊(主要指宝山区、闵行区、嘉定区、金山区、松江区、青浦区、南汇区、奉贤区和崇明县)旅游景点相对分散(表3)。

表2 上海市主要旅游景区(点)类型及数量统计表

类型(1)	类型(2)	类型(3)	类型(4)
水域景点(3)	近代西洋建筑(8)	展览馆、体育馆景点(10)	旅游节庆等
岛屿景点(3)	名人故居、寓所(23)	现代娱乐中心(56)	
山岳景点(2)	宗教场所景点(31)	科普教育类景点(22)	
湿地景点(2)	古塔(10)	博物馆景点(77)	
植物景点(1)	古城遗址(2)	现代桥梁及旅游交通类景点(13)	
鸟类栖息地(1)	革命纪念地(13)	现代建筑景点(8)	
野生动、植物园(2)	经济文化旧址(10)	购物场所(8)	
	名人陵墓、陵园(6)	休闲场所(1)	
	古典园林(5)	特色街区(14)	
	古文化遗址(10)	现代公园类景点(22)	
	楼阁(4)	主题公园、游乐园景点(16)	
	古桥梁(8)	度假地(22)	
	古镇景区(4)	工业旅游景点(7)	
	历史风貌区(13)	农业旅游景点(11)	

资料来源:根据“上海现代服务业——旅游业调研”成果及相关资料整理

表3 上海市主要旅游景区(点)区域分布统计表

区县	数量	区县	数量	区县	数量
黄浦	52	虹口	29	金山	8
卢湾	31	杨浦	5	松江	29
徐汇	58	浦东	35	青浦	33
长宁	22	宝山	15	南汇	16
静安	15	闵行	16	奉贤	6
普陀	14	嘉定	24	崇明	11
闸北	16				

部分旅游景区(点)由于范围过大或跨行政区域分布,故未完全统计。资料来源:同表2

3 上海市旅游景区(点)客流时空分布特征

3.1 上海市旅游景区(点)客流时空分布总量特征

从总量来看,1997年到2002年上海市主要旅游景区(点)接待的游客总数以及主要旅游景区(点)接待的国内游客总数比较稳定,波动幅度不大,比例基本维持在25%左右.但旅游景区(点)接待的入境游客总数增长幅度相对比较快,2002年主要旅游景区(点)接待的入境游客总数占上海入境游客总数的比值高达63%(表4).

表4 上海市主要旅游景区(点)接待情况统计表

年份	景区(点)接待游客总数(万人次)	占上海接待游客总数比例(%)	景区(点)接待入境游客总数(万人次)	占上海接待入境游客总数比例(%)	景区(点)接待国内游客总数(万人次)	占上海接待国内游客总数比例(%)
1997	1620.58	23	61.18	37	1559.4	23
1998	1418.87	20	70.25	46	1348.62	19
1999	2230.63	29	56.33	34	2174.3	29
2000	2326.74	29	50.79	28	2275.95	29
2001	2397.05	28	85.79	42	2311.26	28
2002	2213.26	25	171.97	63	2041.29	23

资料来源:同表2

3.2 上海市旅游景区(点)客流时空分布区域特征

从旅游景区(点)客流分布来看,浦东新区旅游景区(点)客流流量最大、最集中,并且增长迅速(图1),除此之外的中心城区如杨浦区、徐汇区、普陀区以及卢湾区等地的旅游景区(点)其客流量不仅增长极其缓慢,并且基本徘徊在年100万人次以下(图2).而近郊区的嘉定和远郊区的松江、青浦和南汇则呈现出了强劲的增长势头,其游客总量远远超过了中心城区的杨浦区、徐汇区、普陀区和卢湾区,部分区域则达到了年330万人次的规模(图3).

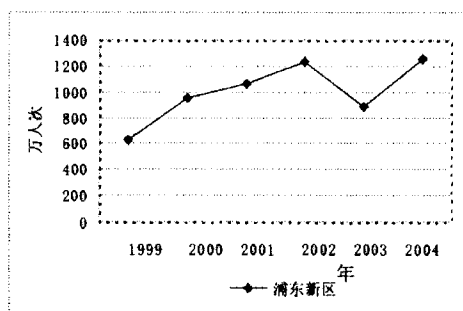


图1 1999~2004年浦东新区主要旅游景区(点)年接待游客量变化图.资料来源:根据《上海旅游年鉴》统计绘制

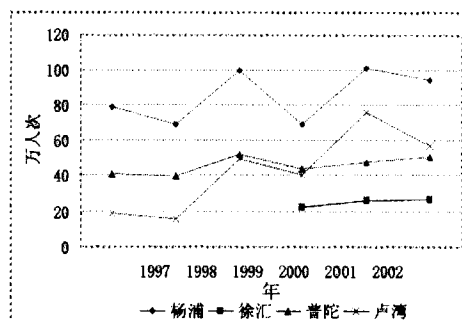


图2 1997~2002年中心城区主要旅游景区(点)年接待游客量变化图.资料来源:同图1

3.3 上海市主要旅游景区(点)客流时空分布特征

3.3.1 知名旅游景区(点)客流波动不大

在旅游景区(点)自身品位、区位、形象等因素的作用下,上海市知名旅游景区(点)逐步跨入了旅游产品生命周期的成熟期,客流变化弹性较小.以浦东新区7家最具有代表性的旅游景点(东方明珠、金茂大厦、上海科技馆、上海海洋水族馆、世纪公园、外滩观光隧道、磁悬浮)为例,春节黄金周期间客流

量基本保持在 45 万人次左右(2003 年为 45.83 万人次,2004 年为 49.6 万人次,2005 年为 41.02 万人次),“五一”黄金周期间游客流量基本保持在 66 万人次(2002 年为 65.8 万人次,2004 年为 65.9 万人次,2005 年为 66.6 万人次)。此外,东方明珠作为上海市最知名的旅游景点,“五一”旅游黄金周期间游客流量基本保持在 16 万人次左右(2002 年为 15.7 万人次、2004 年为 17 万人次、

2005 年 16.4 万人次),全年客流流量基本在 300 万人次左右(2001 年为 292 万人次、2002 年为 317 万人次、2003 年为 247 万人次、2004 年为 305 万人次),波动不大。

3.3.2 自然环境与古典园林类旅游景区(点)客流发展良好,休闲游客比例增长显著

近年来,自然环境类旅游景区(点)逐渐受到了青睐,客流发展良好,休闲游客日趋增多。以共青森林公园为例(图 4),该景点 2003 年客流流量达到了 133 万人次,是 1998 年的两倍,其中近 1/4 为持月票游客。这种情形在上海植物园中表现得更加明显,2003 年其购买门票游客量仅占全年游人量的 11%,而 2002 年这一比例还为 16%。

同时,古典园林与古镇类旅游景区(点)也呈现出了以上发展趋势。从图 5 可以看出,1997 年至 2002 年豫园客流量呈现出稳定的增长趋势,并且游人基本为外来游客。而上海其他古典园林景区(点)客流流量的变化,则更多的表现为休闲游客比重的逐渐增大,如醉白池、古猗园、秋霞圃、曲水园 2002 年持月票游客量占全年游人量的比例高达 41%、48%、53%、78%。

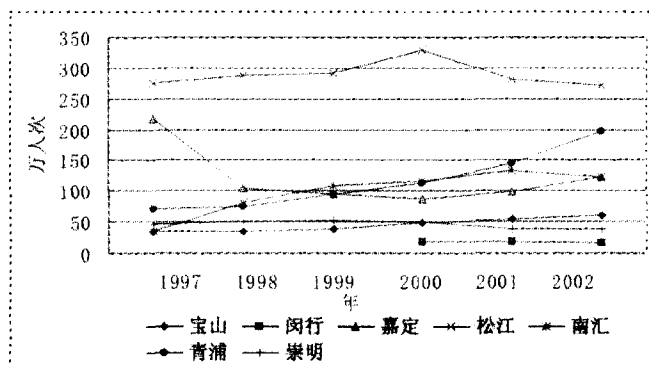


图 3 1997~2002 年郊区主要旅游景区(点)年接待游客量变化图。资料来源:同图 1

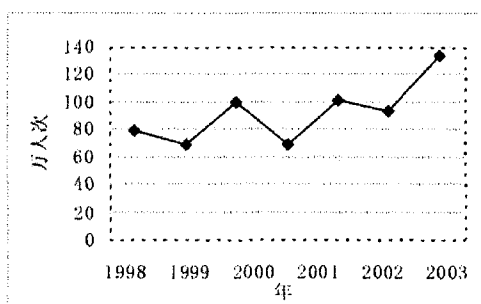


图 4 1998~2003 年共青森林公园年接待游客量变化图

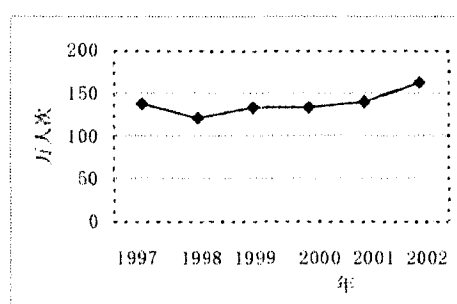


图 5 1997~2002 年豫园年接待游客量变化图

3.3.3 主题公园类旅游景区(点)客流增长呈现出了两极分化的状态

一方面,以大观园、锦江乐园为代表的一批主题公园类旅游景区(点)逐渐衰落。以大观园为例,其作为国家 4A 级旅游风景区(2002 年评定)于 1984 年开始部分开放,20 世纪 90 年代初期进入了发展的辉煌时期,是当时上海市民“到过次数最多或印象最好的景点”^[2],但不出几年时间该景点却迅速衰落,从 1997 年到 2002 年起游客流量一直徘徊在 30 万人次左右(图 6),出现了严重亏损。到了 2004 年第一季度其接待的游客仅仅 2 万多人次,还不及 20 世纪 90 年代初期一周的接待量。

另一方面,以上海植物园、上海动物园为代表的一批主题公园发展趋势良好。以上海植物园为例,上海植物园 1978 年正式对外开放,目前已经发展成为集科学研究、科普教育、休闲游憩和生产功能为一体的特色公园,不仅购买门票游客流量发展稳定(图 7),而且持月票游人数量庞大、增长迅速(2002 年为

170 万人次,2003 年约为 200 万人次)。

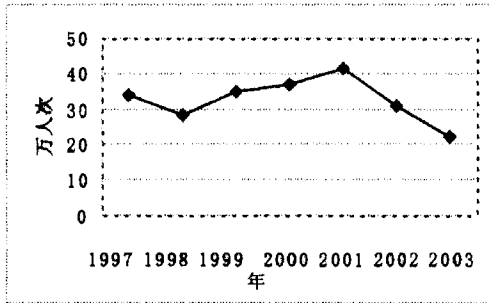


图6 1997~2003年大观园年接待游客量变化图

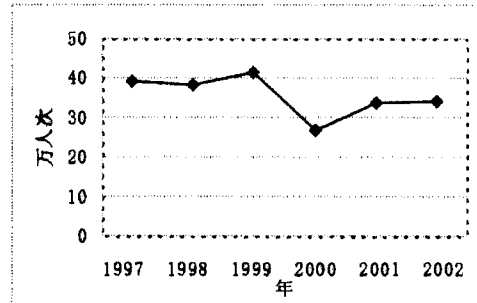


图7 1997~2002年上海植物园年接待游客量变化图

3.3.4 农业园区类旅游景区(点)客流状况局部恶化

以沪上最知名的孙桥农业园区为例,从1999年到2003年其客流量出现了直线下滑(图7):2000年为73万人次,而2003年为13万人次,缩小近5倍。而从其客流量的季节分布来看,3月到5月、10月到12月这两个旅游旺季越来越淡化,其季节性的发展在一定程度上有趋向于传统农业的走势(图8),这种现象说明,游客对孙桥农业园区的现代性感知正在减弱。

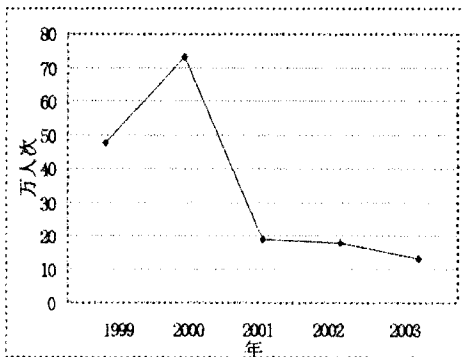


图8 孙桥农业园区(2000~2003)年接待游客量变化图

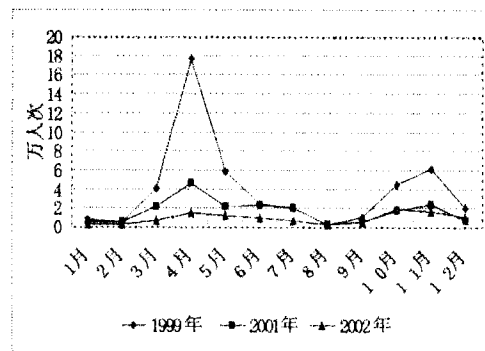


图9 孙桥农业园区游客量季节变化图。

3.3.5 博物馆、革命纪念地与名人故居类旅游景区(点)客流严重缺乏

上海拥有大量的博物馆、革命纪念地、名人故居和寓所旅游景区(点),在这些旅游景区(点)中,除了个别旅游景区(点)如上海博物馆之外,绝大部分景区(点)陷入了客流严重不足的状态。以其中颇具知名度的中共一大会址为例(图9),其客流量除了在2001年出现峰值之外,其余年份基本在20万人次左右徘徊,而宋庆龄故居、鲁迅纪念馆等地的客流量基本在10万人次左右,其中还包含了大量的免票客流。而事实上,以上列举的3个景区(点)在该类旅游景区(点)中已经属于客流量较大的了。

4 上海市旅游景区(点)客流时空分布成因解析

4.1 商务游热、逗留时间短,沪外游客旅游景区(点)到访率低

贾铁飞^[4]认为,上海旅游产业的发展仍处在“依靠经济整体发展来带动,而不是旅游发展强有力推动经济发展的阶段”^[4]。同时,刘艳静等人曾经对境外游客来沪的旅游目的做了专门的调查,结果发现从事商务往来的游客比例高达46.6%^[3];而在国内游客中,出于商务目的来沪的游客也占据了相当高的比例(表5)。可见,上海旅游业商务游热的特征十分显著。而商务游客的行为模式比较独特,在商务活动期间,商务旅客舒缓疲劳最常见的方法是选择观光(67%),其次是和同事或客户交际(60%),再次是

购物(55%),并且商务游客的观光行为近80%是市内观光^[5].商务游客的这种行为模式,使得人民广场和外滩一带的旅游景区(点)获得了较大的发展机会,而商务游客到访其他区县旅游景区(点)的概率则大大降低.

此外,由于绝大部分旅游景区(点)缺乏吸引力,大部分沪外游客在沪逗留时间较短;而对于境外游客而言,上海作为一个入境口岸和交通中转地的意义更甚于旅游目的地.这也是上海旅游景区(点)接待游客总量偏低的一个重要原因.

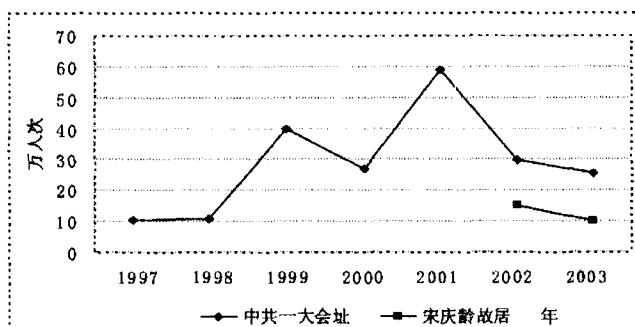


图10 中共一大会址(1997-2003年)、宋庆龄故居(2002-2003年)年接待游客量变化图

表5 1997-2003年国内旅游者来沪旅游目的比重

年份	旅游度假	探亲访友	商务、会议	医疗	文化交流	其他
1997	23	17	34	2	5	19
1998	19	19	42	3	5	12
1999	29	24	31	3	3	10
2000	29	29	30	2	3	7
2001	28	26	36	2	3	5
2002	23.3	28.3	36.8	2.3	1.9	7.4
2003	18.6	21.8	47.1	2.7	3.4	6.4

资料来源:同图1

4.2 上海市民观光游览的市场需求强劲,市郊旅游景区(点)更受青睐

就上海市民出游目的而言,观光游览的比重高达60%(表6),远远超过了全国40%的总体平均水平.若进一步将上海市民出游的目的细化则会发现,上海市民更加偏好于山水风光、草原森林、海滨等自然环境景观(表7),而这类旅游景区(点)恰恰是上海所缺乏的,在中心城区拥挤、环境质量不佳,而远距离沪外旅行又受到制约的情况下,地域辽阔的浦东新区、近郊区的嘉定和远郊区的松江、青浦以及南汇等地区的旅游景区(点)受到了上海市民的青睐,市民休闲、游憩中心出现了向市郊转移的倾向.而中心城区的徐汇、普陀和卢湾区的旅游景区(点)接待量却在低量徘徊,尽管这里的旅游景区(点)比较密集.

表6 2000-2003年上海城镇居民出游目的比重

年份	观光游览	探亲访友	商务	会议	度假休闲	文体交流	其他
2000	56.4	17.2	1.8	1.9	17.2	2.5	3.1
2001	65.4	14.7	0.2	1.7	13.8	2.4	1.5
2002	65.1	18.8	-	1.4	8.4	1.6	4.7
2003	59.3	16.1	5.2	1.3	14.8	0.8	2.5

资料来源:根据《中国旅游统计年鉴》(2001,2002,2003,2004年)整理

表7 上海市民旅游偏好

%

山水风光	草原森林	海滨	探奇猎胜	历史古迹	民俗风情	古镇园林	人造景观	其他
30.7	7.1	17.9	5.3	13.0	8.4	8.0	2.1	7.4

资料来源:见参考文献[6]

4.3 休闲、游憩需求旺盛,旅游景区(点)供需存在矛盾

2003年上海市民人均休闲娱乐支出为418元,远远高于人均旅游支出299元,但在人民的印象中仍然觉得“上海是个商业性的城市”是“没处可休闲”的^[7],而上海市民对各类休闲场所数量感知排序中,对旅游景区(点)的感知远远落后于商业性休闲场所(表8)。由此可见,面对强劲的休闲需求,本应该发挥重大作用的景区(点)正面临着的一系列尴尬:①旅游景区(点)数量丰富,但绝大部分旅游景区(点)对休闲潮的吸引力不强;②休闲需求强劲,但旅游景区(点)形象与休闲需求不符;③部分旅游景区(点)门票价格昂贵,令休闲者望而生畏;④绝大部分旅游景区(点)倾向于纯观光型旅游产品供给与休闲产品需求相悖。这种态势,严重影响了景区(点)对本地游客的招徕,从而限制了景区(点)发展的广度和深度。

表8 上海市民对各类休闲场所的数量感知排序

休闲场所类型	序次	休闲场所类型	序次
大型商场	1	高级宾馆	8
中低档饭店、餐馆	2	图书馆、书店	9
中小型百货商场	3	体育设施	10
现代城市建筑	4	城市休闲广场	11
休闲绿地	5	博物馆、展览馆	12
各类公园	6	度假区	13
娱乐设施	7	旅游景区	14

资料来源:见参考文献[7]

4.4 在旅游地生命周期作用与竞争加剧的情况下,部分旅游景区(点)进入了衰落期或停滞期

旅游地生命周期的演变对景区(点)的发展产生了深刻的影响。上海市部分旅游景区(点)客流量的严重下滑,尤其是主题公园和农业园区类旅游景区(点)客流严重不足的现象与之有着密切的关系。以大观园为例,在上海旅游景区(点)严重缺乏的20世纪80年代末90年代中期,旅游偏好并不占优势的人造景观因为替代作用明显而获得了较快的发展^[2],但随着旅游景区(点)数量与规模的扩张,以大观园为代表的—大批旅游景区(点)因单调乏味而逐渐失去了活力,完成了特定时代的使命进入了生命周期的衰落期。孙桥农业园区自1995年正式对外开放接待游客以来,获得了很好的国内、国际知名度,但是随着周边地区及上海本市类似观光农业景点如中荷玫瑰园(1996年开放)、交大农科花卉园艺场(1999年开放)、新桥花卉苗木交易中心(2000年开放)、松江番茄农庄(2002年开放)的不断推出,孙桥农业园区的游客流量直线递减,如果上海规划中的12个市级农业园区全部建成开放,孙桥农业园区面临的游客分流现象将更加严重。

5 结论与建议

上海市中心城区旅游景区(点)相对密集、数量占据了绝对优势,近郊区和远郊区旅游景区(点)相对疏散、数量较少。但从发展趋势来看,近郊区和远郊区旅游景区(点)的客流流量比绝大部分中心城区要好,这种现象和上海市自然风景旅游景区(点)缺乏但其需求强劲存在着密切的联系,这也是上海市休闲、游憩空间拓展的结果表现。休闲、游憩的发展,也带来了旅游景区(点)供给的矛盾,部分旅游景区

(点)因无法顺应这一趋势而出现了经营上的危机,同类旅游景区(点)数量的增多和竞争的加剧、旅游产品生命周期的演变在一定程度上则加重了这一危机,部分主题公园和农业园区、博物馆、革命纪念地与名人故居类旅游景区(点)陷入了衰落、停滞。

面对以上态势,上海市旅游景区(点)在发展中应该着重思考以下几点:①拓展都市旅游内涵、加强游客行为研究、加强旅游景区(点)的销售策略研究;②实现市区和郊区的联动发展,引导旅游流双向流动;③更多地立足于本地市场,承担起为当地居民休闲、游憩服务的重任,以拓展生存空间;④顺应旅游需求发展的潮流适时调整旅游景区(点)的经营方向。

调研过程得到了上海市旅游事业委员会、上海市绿化管理局、上海市旅游协会景点分会及其会员单位的大力支持,谨以致谢。

参考文献:

- [1] 约翰·斯沃布鲁克,张文. 景点开发与管理[M]. 北京:中国旅游出版社,2003:3-14.
- [2] 吴必虎,方芳,殷文娣. 上海市民近程出游力与目的地选择评价研究[J]. 人文地理,1997(1):17-23.
- [3] 刘艳静,马耀峰,张红. 上海境外游客旅游空间流动趋势研究[J]. 中山大学学报(自然科学版),2001(S2):119-122.
- [4] 贾铁飞,张振国. 上海都市旅游发展的若干问题[J]. 旅游科学,2004(4):39-43.
- [5] 刘春济,朱海森. 试论我国商务旅游市场开发[J]. 旅游科学,2003(3):37-41.
- [6] 张建. 沪渝两地市民假日出游市场状况实证对比研究[J]. 旅游学刊,2002(5):40-44.
- [7] 方田红. 上海市休闲空间布局研究[D]. 上海师范大学旅游学院硕士论文,2004.

The characteristics of the spatial – temporal distribution of visitor flows in visitor attractions in Shanghai and its affecting factors

LIU Chun-ji, GAO Jing

- (1. Utah institute of Science and Technology, Shanghai Normal University, Shanghai 200234, China;
2. Shanghai Institute of Foreign Trade, Shanghai 201620, China)

Abstract: Based on the investigation, the paper summarizes the types and the distribution of visitor attractions in Shanghai, and then analyzes the main characteristics of the spatial – temporal distribution of visitor flows in the city. The study shows the movement of the recreation center to the suburb, the conflict of tourism supply and demand, the life cycle of tourism products and the commercial competition in tourism are the main factors causing the formation of such characteristics in visitor flow. According to the study result, the author also put forward some suggestions for the sustainable development of the visitor attractions in Shanghai in the future.

Key words: Shanghai; visitor attractions; visitor flows; spatio – temporal distribution

(责任编辑:任芳萍)