

旅游景区的吸引力因素分析及实证研究

张科静 高阔 黄朝阳 (九江学院商学院, 江西九江332005)

摘要 从旅游资源的质量规模、旅游地经济环境、旅游地政策环境、旅游地可进入性、客源地收入水平、客源地与旅游地距离6个方面对旅游地吸引力进行了建模研究,同时也进行了实证研究。

关键词 旅游景区;客源地;旅游吸引力;旅游资源

中图分类号 F592.1 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2008)34-15121-03

一个旅游点或旅游区的核心是旅游吸引力^[1]。能否称得上是旅游点、旅游区,关键在于其能否对当地、周边以及更远范围的居民产生吸引力,使居民产生旅游动机,成为现实游客,至于旅游基础设施和旅游服务设施则是后期的问题。因此,对旅游吸引力的研究必不可少。一个旅游区开发理念越先进,发展思路越正确,则该旅游区的发展水平就越高,旅游吸引力就越大。显然,年旅游接待量就越大。

中国道教第一山——龙虎山隶属于江西省鹰潭市,位于鹰潭市南18 km处。龙虎山是中国历史上的道教圣地,1988年被评为第2批国家级风景名胜区,2000年又被列为第1批国家地质公园和国家森林公园,整个风景旅游区面积为200 km²,由6个景区构成,加上外围保护地带,总面积为320 km²。龙虎山不仅地域辽阔,而且旅游资源丰富,尤其是渊源流长的道教文化,秀美多姿的碧水丹山和千古未解悬棺之谜闻名遐尔,蕴藏着发展旅游业的巨大潜力。

为此,笔者以年旅游接待量作为指标,研究衡量一个旅游区的旅游吸引力大小。并建立旅游吸引力模型,以年旅游接待量为应变变量(Q),单位为人次。经过定性研究和实地考察,旅游区年接待量与旅游资源的质量规模、旅游地经济环境、旅游地政策环境、旅游地可进入性、客源地收入水平、客源地与旅游地距离6大因素密切相关,笔者对这6大因素进行了研究分析。

1 变量与模型

1.1 旅游资源的质量规模-变量 X₁ 广义上说,旅游资源包括景观资源、资金资源、设施资源、商品资源、人力资源、智力资源、信息资源和环境资源等,凡是能为旅游活动提供支撑和保证的一切物质与非物质的资源,都属于旅游资源^[2]。狭义上说,旅游资源仅指旅游景观和环境资源。构成旅游资源的核心因素是对旅游者具有吸引力。可将旅游资源或旅游景观分为3类,即自然景观、人文景观及自然人文景观。

1.2 旅游地经济环境-变量 X₂ 旅游地经济环境涵盖的内容较广,既包括整个国家或地区的经济发展水平,又包括国家或地区的城市化进程和农村城镇化建设进程^[3]。在考察一个景区所在市区或国家的旅游经济环境时,具有广泛代表性而又便于操作的指标通常包括:景区所在国家或市区的GDP;景区所在国家或市区物价指数和实际购买力;景区所在国家或市区内农村居民的人均收入或购买力;景区所在国家或市区的基础设施投资;景区所在市区或国家财政收入;景

区用于基础设施的投资占景区所在市或国家财政收入的百分比。以上指标都能够反映旅游地经济环境的一个方面,用于指标评价体系较合适^[4]。

1.3 旅游地政策环境-变量 X₃ 自改革开放以来,中国旅游产业政策经历了两次转折性的调整。第一次是在20世纪70年代末80年代初,在邓小平的倡导下旅游业从外事型、公益型的接待事业向经济型产业转变;第二次是在90年代末新旧世纪交替之际,中国旅游业将从第三产业的新兴产业和国民经济新的增长点向国民经济的重要支柱提升^[5]。旅游产业政策包括政府主导是发展旅游产业的基本政策,扩大市场需求的政策,发展旅游的供给政策(优化旅游行业结构政策,优化旅游地区结构政策)。

1.4 旅游地的可进入性-变量 X₄ 在旅游发展规划中,交通运输设施建设是旅游基础设施建设的中中之重,是旅游开发建设的发展环节。旅游交通规划的基本思路。旅游景区景点与交通建设相配套,“景随路建,路为景开”,旅游交通建设适度超前,是编制旅游交通规划的基本思路;旅游大交通建设。在旅游发展规划中,交通建设有两个方面:一是解决联通本地与客源地的外部“大交通”;二是解决沟通当地各景区景点内部的“小交通”;旅游小交通建设。“小交通”主要通过旅游汽车解决。旅游发展规划中,应规划通往各旅游景区景点旅游车辆的数量、档次、空调车的比例和指路牌、停车场、加油站等辅助设施。大、中型旅游城市,近距离城市之间和市区与当地旅游区(点)之间,应开通观光巴士,开辟旅游专线^[6]。

1.5 客源地的收入水平-变量 X₅ 通常考察客源地或潜在客源地人们收入水平时,应包括以下几个方面:客源地所在省份或市区的地区国民生产总值;客源地或潜在地的年人均消费支出水平及其结构(尤其是其中用于娱乐部分支出情况);客源地或潜在地居民消费价格分类指数;客源地或潜在地居民的实际购买力等^[7]。

1.6 客源地与旅游地距离-变量 X₆ 旅游吸引物是指能够对周边甚至更远地区的居民产生吸引力,使他们产生旅游动机,并前往旅游的旅游资源称为旅游吸引力物^[8]。但尽管各个旅游吸引物都具有一定吸引力,但并不是对所有地方的居民都能产生吸引力,即随着旅游地离居民距离的增大,旅游资源对居民的现实吸引力将随之减小。

2 实证研究

将吸引模型设为: $Q = KX_1^1 \cdot X_2^2 \cdot X_3^3 \cdot X_4^4 \cdot X_5^5 / X_6^6$, 其中 K, 1, 2, 3, 4, 5, 6 为待求参数^[9]。Q(应变变量游客接待量)为时间序列数据,6个自变量也是时间序列数据,运用 SPASS

作者简介 张科静(1979-),女,江西九江人,硕士,讲师,从事农村经济管理与旅游管理研究工作。

收稿日期 2008-10-06

统计软件,将自变量、应变量的时间数列输入,可求出参数 $K_1, K_2, K_3, K_4, K_5, K_6$ 。求出参数后,吸引力方程基本确定,但方程能否较真实地反映出旅游吸引力的基本情况,还需通过一系列检验。

2.1 龙虎山旅游景区质量规模 景区质量方面,龙虎山景区先后荣获4个景区荣誉称号,分别为“全国重点保护宫观”、“第二批国家级风景名胜区”、“国家级森林公园”、“4A”风景名胜区,即“全国生点文物保护单位”。据此,第一大要素龙虎山景区质量规模已确定,可以利用专家评分法打分,并将所列分值数据进行标准化处理。将质量、规模、潜力3个子指标标准化处理以后,并按照40%、40%、20%权数将它们加权组合得 X_1 的时间序列(表1)。由表1可知, X_1 时间序列逐渐增大,这说明景区质量规模逐年改善。

表1 龙虎山景区质量规模潜力

年份	质量	规模	潜力	X_1	年份	质量	规模	潜力	X_1
1993	5	3	9	-0.56	1998	5	8	8	-0.20
1994	5	3	9	-0.56	1999	5	8	8	-0.20
1995	5	3	9	-0.56	2000	7	11	7	0.44
1996	5	6	9	-0.25	2001	9	12	7	0.77
1997	5	8	9	-0.05	2002	9	14	5	0.67

注:数据来源于《龙虎山景区策略研究》。

2.2 龙虎山旅游景区经济环境 主要要素包括两个方面,即龙虎山旅游景区所在市区(鹰潭市)的GDP、景区基础设施投资,即龙虎山用于景区投资建设资金。将上述2个子指标进行标准化处理后,按50%、50%的权数加权组合得 X_2 的时间序列见表2。由表2可以看出, X_2 时间序列逐渐增大,这说明景区经济环境逐年改善。

表2 龙虎山景区区域经济环境表

年份	鹰潭市 GDP 万元	景区基 础设施 投资 万元	X_2	年份	鹰潭市 GDP 万元	景区基 础设施 投资 万元	X_2
1993	3 290	138	-1.08	1998	8 327	773.0	-0.17
1994	4 270	138	-0.91	1999	9 100	284.3	-0.09
1995	5 720	117	-0.67	2000	9 700	8 698.2	0.86
1996	6 583	174	-0.53	2001	10 500	11 292.4	1.27
1997	7 570	142	-0.36	2002	13 150	10 910.0	1.67

注:数据来源于《龙虎山景区策略研究》。

2.3 龙虎山旅游景区政策环境 龙虎山旅游景区政策环境主要包括4个方面: 景区法律法规。1994年开始,龙虎山景区理顺了管理体制,形成了区、旅游管理局、风景管理委员会三位一体管理体制,景区制度明晰到位; 旅游发展目标。提出到2010年,使旅游业的经济规模占全鹰潭市国内生产总值的8%以上; 旅游宣传力度。卓有成效的市场开拓提高了龙虎山的知名度,以龙虎山每年用于旅游宣传促销的投资额表示; 旅游政策倾向。指鹰潭市和龙虎山景区从政策、资金等方面大力支持。

旅游景区每年的招商引资情况反映了景区管委会在招商引资方面的政策和力度。用龙虎山每年招商引资额来表示龙虎山景区政策环境。龙虎山历年招商引资标准化处理以后情况见表3。由3表可以看出, X_3 时间序列呈上升趋势,这说明景区政策环境逐年改善。

2.4 龙虎山旅游景区的可进入性 龙虎山旅游景区的可进

表3 龙虎山景区区域政策环境表

年份	X_3	年份	X_3
1993	-0.60	1998	-0.40
1994	-0.59	1999	-0.29
1995	-0.57	2000	-0.06
1996	-0.56	2001	1.09
1997	-0.47	2002	2.45

入性主要包括两方面,即: 景区所在市区的可进入性。从客源地到达鹰潭市的可进入性。鹰潭火车站是江南重要交通枢纽,东起上海,西至昆明320国道,北起连云港,南至汕头206国道; 景区的可进入性。从鹰潭市再进入到龙虎山景区的便利性。每天从鹰潭火车站发出的车队(包括始发和经过的)较方便,车队表示对开的意思,即从鹰潭发出一列到某地,同时从某地发出一列到鹰潭称为一队,队数经标准化处理后的数列见表4。由表4可以看出, X_4 时间序列呈上升趋势,这说明景区可进入性逐年变好。

表4 龙虎山景区可进入性

年份	车队数	对	X_4	年份	车队数	对	X_4
1993	29		-1.43	1998	41		0.04
1994	31		-1.18	1999	45		0.53
1995	34		-0.82	2000	48		0.89
1996	37		-0.45	2001	50		1.14
1997	39		-0.21	2002	53		1.53

2.5 龙虎山景区对应的客源地收入水平 客源地收入水平包括两方面: 客源地人均收入水平。指客源地年人均收入,指实际购买力,用当年各地消费品物价总指数修正年人均收入,从而更能真实反映客源地的旅游外出能力; 客源地外出旅游消费支出系数。客源地居民要将旅游动机转化为现实,不仅取决于客源地年人均收入水平,而且还取决全居民外出旅游的偏好倾向,游客希望通过旅游提高生活质量,实现自我价值,获得个人尊重的期望值有多大,用娱乐消费支出与年人均总支出比例代表客源地居民外出旅游消费支出系数^[10]。

在得知各客源地(省市)实际人均收入(实际购买能力)和娱乐支出偏好系数以后,将两者相乘即为客源地居民用于外出旅游的实际支付能力(即娱乐支出偏好系数×客源地居民购买能力)。客源地居民实际旅游支付能力数据,反映各个省市客源地居民实际旅游支付能力时间序列,要将几个省市客源地时间序列综合为一个序列 X_5 ,用于代表客源地居民的整体旅游支付能力,将上海、江苏、浙江、广东、湖北、安徽、福建、江西各个省市游客分别占总游客的比例作为权数^[11],进行加权计算(表5),得到时间序列 X_5 (表6)。由表6可以看出, X_5 时间序列呈上升趋势,这说明客源地旅游外出能力逐年增强。

2.6 龙虎山旅游地与客源地距离 龙虎山景区游客60%以上来源于省内,而剩余30%~40%则主要来自上海、江苏、浙江、广东、湖北、安徽、福建。龙虎山这一旅游景区的第6大要素——旅游目的地与客源之间距离 X_6 ,江西游客到龙虎山距离较近,其他主要客源地省市(上海、江苏、浙江、广东、湖北、安徽、福建)到达龙虎山的时间都相差不大;其次,鹰潭

火车站又是江南重要交通枢纽,各地到达龙虎山都十分便利;再次,经济时间距离中用到各地居民日工资率,也即用到年实际收入,这就与 X_5 自变量形成共线性。这样,针对龙虎山旅游景区,旅游目的地与客源地之间距离 X_6 这一要素可不予考虑。

表5 龙虎山景区各省市游客权重

客源地	权重 %	客源地	权重 %
上海	13.3	湖北	5.9
江苏	3.5	安徽	1.1
浙江	3.1	福建	4.3
广东	2.7	江西	66.3

表6 龙虎山景区客源地收入水平表

年份	X_5 万元	X_6	年份	X_5 万元	X_6
1993	-1.44	32.31	1998	0.40	109.56
1994	-1.15	44.41	1999	0.39	108.85
1995	-0.95	52.93	2000	0.77	124.89
1996	-0.47	72.75	2001	1.17	141.97
1997	-0.20	84.47	2002	1.47	154.67

注:数据来源于《龙虎山景区策略研究》。

3 结论

以年游客接待量 Q 为应变量, X_1 为旅游地质量规模, X_2 为旅游经济环境, X_3 为旅游地政策环境, X_4 为旅游地可进入性, X_5 为客源地收入水平这5个因素为自变量,进行方程回归,假设回归方程较好。时间序列均为每年的数据,且每年都有两个黄金周,分居上半年与下半年,为了保证足够的自由度,将每年数据均分成两组,使样本容量由原来的10个变

(上接第15067页)

的产量较高。当氮肥和硼肥的施用水平较低时,交互作用明显。低氮低硼、高氮高硼的情况下均有利于石榴产量的提高,说明硼肥的施用效果与氮素水平有着密切的关系,氮肥施用量不足的情况下,即使增加硼肥的施用量,也达不到增产的效果。一般情况下,硼肥的施用量2~4 g/株较为适宜。在钾肥施用量较低的情况下,随着硼肥用量的增加,石榴的产量增加,而在钾肥施用量水平较高的情况下,增加硼肥的施肥量,石榴的产量反而会下降。因此,在钾肥施用量充足的情况下,硼肥的施用量不宜过多,2~4 g/株即可。在钾肥施用量较低的情况下,可以适当增加硼肥施用量。

3 结论与讨论

在凉山州安宁河中下游坝区的紫色大夹泥上,采用密植技术种植会理青皮软籽石榴时,要提高石榴的单株产量,首先应当注意氮肥和钾肥的施用,其次是硼肥、磷肥和有机肥的施用,由于硼肥的施用量小,只要在石榴生产上施用一定量的硼肥就能够满足其生长的需要。在试验条件下,矮

为20个。 $Q = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$,利用时间序列,运用SPASS统计软件,得出回归结果为: $Q = 2.715 \times 10^{-3} + 0.186 X_1 + 0.163 X_2 + 0.189 X_3 + 0.502 X_4 + 7.618 \times 10^{-2} X_5$, $F = 855.33$, $R^2 = 0.996$ 。

回归结果可知,拟合优度较好,显著性检验也通过, $t_1 = 1.285$, $t_2 = 1.12$, $t_3 = 4.451$, $t_4 = 4.087$, $t_5 = 0.819$, $t_{\alpha/2}(n-k-1) = 0.692$, $\beta_0 = 0.25$,所有 $t_i > t_{\alpha/2}$, $i = 1, 2, 3, 4, 5$, t 检验通过,进一步说明各个自变量对应变量的解释力度较好,回归方程有相当的解释力度。

参考文献

- [1] 宋国琴. 海岛型旅游目的地吸引力影响因素探析[J]. 企业经济, 2006(5): 83-85.
- [2] 何调霞. 旅游中心地空间外向度及等级体系研究——以全国27个优秀旅游城市为例[J]. 资源开发与市场, 2006(3): 297-300.
- [3] 苏斌, 张河清. 区域旅游协作的经济与政策分析[J]. 北京第二外国语学院学报, 2006(3): 31-34, 11.
- [4] 董观志, 杨凤影. 区域旅游产业化测度体系研究[J]. 地理与地理信息科学, 2006(3): 96-100.
- [5] 赵宗彪. 关于我国生态旅游可持续发展问题的探讨[J]. 经济师, 2006(6): 147-149.
- [6] 张红英. 城市旅游引力的影响因素分析[J]. 商场现代化, 2006(16): 218-219.
- [7] 刘佳慧, 杨新军. 城市旅游的拓展研究——以西安为例[J]. 内蒙古科技与经济, 2005(5): 17-20.
- [8] 颜丽丽, 朱海森. 促进我国城市旅游可持续发展的新思考[J]. 社会科学家, 2004(2): 90-92.
- [9] 熊元斌, 黄浩. 论城市旅游的特点及发展趋势[J]. 武汉理工大学学报: 信息与管理工程版, 2001(3): 61-64.
- [10] 中国统计年鉴编辑部. 中国统计年鉴1993~2002年[Z]. 1993-2002.
- [11] 张蕾, 赵中华, 贾志宏. 国外城市旅游研究进展——《Tourism Management》和《Annals of Tourism Research》文献分析[J]. 旅游科学, 2005(1): 17-23, 51.

化的青皮软籽石榴的最高理论产量是32.62 kg/株,相应的综合施肥是株施氮肥40 g,磷肥2.5 kg,钾肥440 g,硼肥2 g,有机肥75 kg。

在试验区域内,在其他的生产措施与规范化栽培相同的情况下,要获得15 kg以上的单株产量,每株的施肥量分别为氮肥98.88~128.76 g/株,磷肥1.372~1.500 kg/株,钾肥263.52~285.84 g/株,硼肥5.550~6.068 g/株,有机肥64.90~67.22 kg/株。

需要注意的是,各地的气候和土壤肥力状况、植株生长势有较大的差异,试验所获得的数学模型可能不同,应当根据当地的实际情况进行相应的试验。

参考文献

- [1] 杜琳辉, 赵素琴. 配方施肥对石榴幼树早期丰产的作用[J]. 北方果树, 2003(3): 36.
- [2] 程亚东, 刘洪莲, 王春立. 石榴的施肥效果[J]. 果树科学, 1996, 13(1): 35.
- [3] 梁存才, 刘洪莲. 石榴施肥试验[J]. 落叶果树, 1994(1): 51.
- [4] 吴健, 庄郁华, 吕富保. 农作物栽培技术系统优化设计[M]. 济南: 山东科学技术出版社, 1988: 86-106.