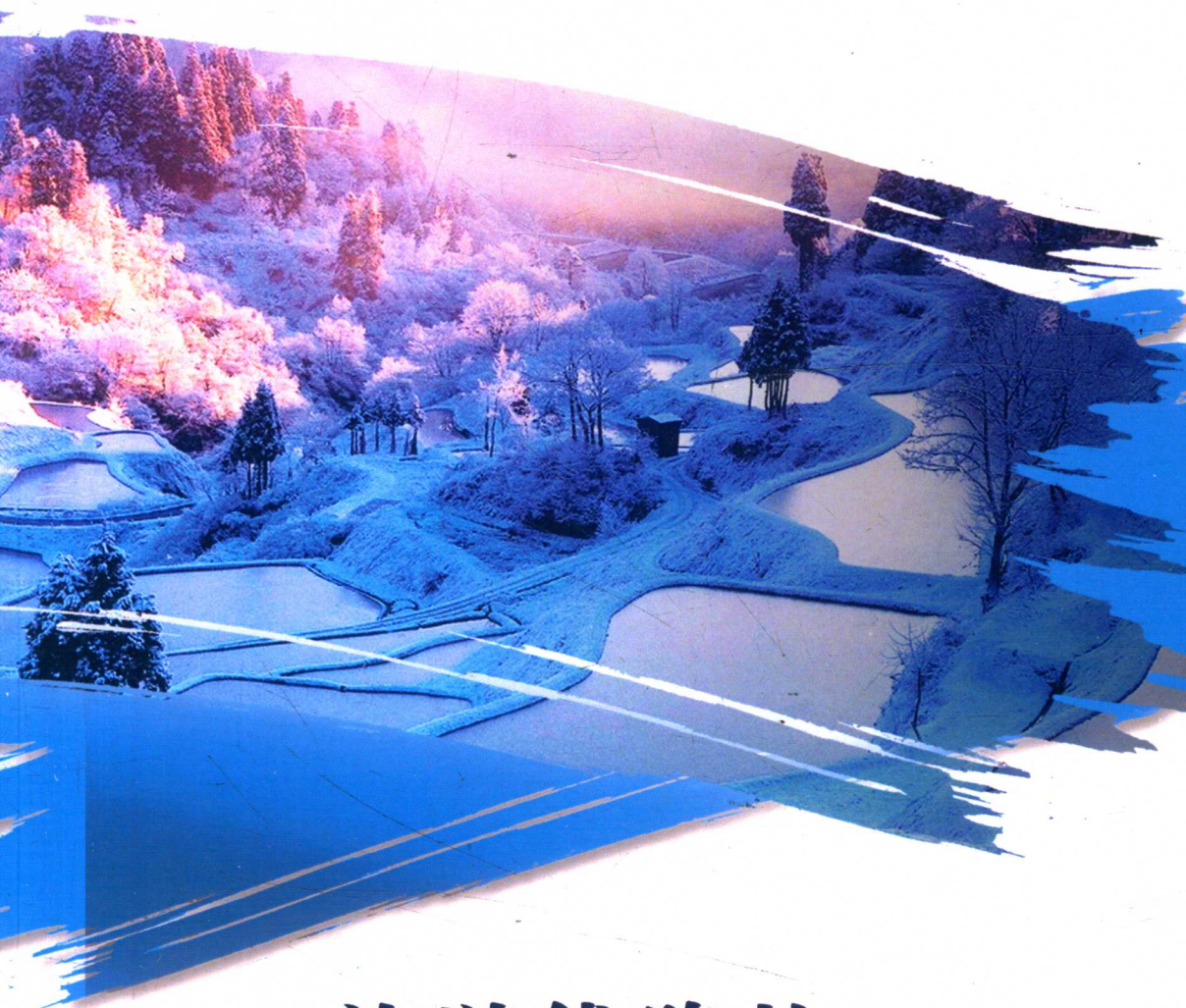




旅游线路的 空间模式及效应研究

史春云 朱 明 孙 勇 唐雯雯 等 著



科学出版社

旅游线路的空间模式及效应研究

史春云 朱 明 等 著
孙 勇 唐雯雯

国家自然科学基金青年项目 (NO. 41101130)

旅游线路模式的时空格局与目的地旅游合作网络模型研究

2016 年度江苏省教育厅高校“青蓝工程”中青年学术带头人培养对象

(苏教师〔2016〕15 号)

2014 年江苏省政府留学奖学金 (JS-2014-160)

联合资助出版

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书是课题组历时八年的系列成果的系统总结,是国家自然科学基金青年项目“旅游线路模式的时空格局与目的地旅游合作网络模型研究”(课题号:41101130)主体研究设计的实现和深入。

旅游线路是涉及点—线—面,具有典型空间属性的地理现象,也是旅游学重要的研究领域,是社会文化地理现象和经济地理现象在空间上的线性组织,是区域旅游合作的基本形式。本书基于我国百强旅行社线路详细报价单数据、实地问卷调查数据与旅游者网络游记,应用社会网络分析、计量经济学模型等方法 and ArcGIS 空间技术,研究我国旅游线路模式的时空格局与特征,并分别以四川省、海南省、云南省、长三角等区域为案例地,系统划分不同区域旅游线路的空间模式,深入分析基于不同旅游线路模式的目的地网络的空间结构和影响因素,深刻揭示目的地区域内节点间基于要素、功能、利益分配的分工与合作。旨在帮助促进目的地区域旅游经济的协调、均衡和可持续发展,为推动国家旅游产业布局的宏观战略调整、实现旅游强国服务。

本书可供旅游地理学、区域经济、旅游管理等相关专业研究人员及师生参考使用,也可作为政府部门、旅游规划人员、旅行社计调人员和旅游行业管理者业务指导用书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游线路的空间模式及效应研究/史春云等著. —北京:科学出版社, 2016.12

ISBN 978-7-03-051578-0

I. ①旅… II. ①史… III. ①旅游路线—研究 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 016719 号

责任编辑:周 丹 郑 昕/责任校对:王 瑞

责任印制:张 伟/封面设计:许 瑞

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京京华虎彩印刷有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2016 年 12 月第 一 版 开本:720 × 1000 1/16

2016 年 12 月第一次印刷 印张:17 3/4

字数:360 000

定价:88.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

作者名单

史春云 朱明 孙勇 唐雯雯
刘静 巫丹 袁欣 袁佳
冯亮 林杰

序

旅游线路的空间模式是一种特殊而典型的地理现象，也是旅游地理学重要的研究领域，其中客源地与目的地之间（O-D 对）和目的地之间（D-D 对）的空间连接关系和空间相互作用是多年来旅游地理学关注的领域。可惜的是，目前这方面的研究仍然较为薄弱，且缺乏系统的专门著述。目前呈现在我们面前的这本专著就是关于这个领域的最新系统研究成果，它是史春云教授及其研究团队基于国家自然科学基金项目，历时八年研究的学术成果。专著主要应用社会网络分析方法，以全国和长三角、四川、云南、海南等旅游热点区域为研究案例，不仅依托旅行社网上旅游线路报价单和调查问卷数据，还尝试了网上游客博客、游记等新的媒体数据，探索了我国旅游线路的空间模式及其效应。

我认为研究有以下三个亮点值得推荐：

（1）交通网络发达的长三角最接近于理想模式——完全环游式，游客选择进出目的地区域的节点最自由便利，出行的时间、花费最节省，同时目的地区域对枢纽的依赖最小，发展相对较为均衡。但这种模式对目的地区域发展基础和条件要求相对较高，我国西部的四川和云南省可能在相当长时间里仍将主要依赖于省会城市的枢纽作用。

（2）旅游线路空间模式研究的微观视角——景区的社会网络分析，由于旅游线路数据搜集和分析存在一定的难度，所以大部分研究都是基于中观视角——城市目的地。但在四川省的案例研究中尝试将景区作为节点进行了空间模式分析，结果发现景区具有与城市目的地相似的旅游线路模式。

（3）旅游线路模式对目的地区域的影响效应——利益分配，该书尝试基于旅游线路模式，对目的地区域不同节点之间的利益分配进行了深入系统地分析，研究发现，在旅游线路模式中城市节点扮演的角色不同，则收益显著不同，但只要能够进入到旅游线路中，即使是逗留型目的地，游客短暂停留也可以给目的地带来收益。

史春云教授 2007 年于南京大学地理与海洋科学学院（原城市与资源系）毕业获理学博士学位，在校期间参加了我主持的有关旅游流研究的国家自然科学基金并带队赴九寨沟调查，并协助负责江苏省旅游资源普查研究项目。在校期间在旅游目的地核心—边缘空间格局、旅游目的地竞争力、城市休闲空间等多个方面取得了学术成果，毕业后又自立门户，对旅游线路空间结构系列问题进行了深入研究。现在是中国地理学会旅游地理专业委员会委员，江苏省教育厅 2016 年度高校“青

蓝工程”旅游地理学中青年学术带头人，美国佛罗里达大学地理系访问学者。该书是史春云教授团队的国家自然科学基金青年科学基金项目“旅游线路模式的时空格局与目的地旅游合作网络模型研究”的系列研究成果。从旅游地竞争与合作到旅游线路的空间模式研究，史春云教授将自己的兴趣爱好与自己的教学研究工作很好地结合在一起，书中图文并茂，理论联系实际，对旅游专业的学生来说，这是一本有关旅游线路模式研究和社会网络分析方法应用的推荐学习书目；对旅游部门从业者来说，尤其是旅游地规划和旅行社计调人员来说，这是一本有关旅游线路组织与规划的指导用书；对普通读者来说，也可以通过该书了解不同区域较为适合的旅行模式和主要的热点旅游线路与景区。



2016年12月25日

目 录

序	
第一章 绪论	1
第一节 背景与意义	1
一、背景	1
二、意义	4
第二节 旅游线路模式相关研究进展	5
一、相关概念	5
二、旅游线路的空间模式与尺度研究	7
三、旅游线路模式中的目的地类型划分	12
四、不同旅游线路模式的游客空间行为特征	13
五、影响游客旅行空间模式选择的因素	15
六、研究述评	16
第三节 研究数据与研究框架	17
一、研究数据	17
二、研究框架	19
参考文献	19
第二章 理论基础与研究方法	23
第一节 相关理论基础	23
一、空间相互作用理论	23
二、距离衰减理论	24
三、劳动地域分工理论	25
四、“核心—边缘”理论	26
五、社会网络理论	27
六、共生理论	27
七、效用最大理论	28
第二节 社会网络分析方法	29
一、社会网络的概念	29
二、社会网络在旅游研究领域中的应用	31
三、旅游线路网络评价指标体系构建	37
参考文献	46

第三章 国内旅游线路模式的空间格局与网络结构	50
第一节 数据来源与处理	50
一、数据来源	50
二、数据预处理	51
三、旅游线路数据的基本属性特征	52
第二节 旅游线路模式类型划分	53
一、旅游模式类型定义	53
二、国内区域旅行空间模式判别及统计	55
三、基于旅行模式的目的地功能分类与统计	56
第三节 我国旅游线路模式的空间格局	60
一、我国旅游线路模式类型与空间分布	60
二、国内旅游目的地类型与空间分布	62
三、国内热点旅游目的地区域的空间分布	63
第四节 我国旅游线路模式的特征分析	63
一、不同旅游模式的线路特征	63
二、不同客源地的旅行模式与出游偏好	64
三、旅行模式中各节点的角色与地位	65
第五节 国内旅游目的地空间网络结构特征	66
一、网络分析数据预处理	66
二、网络特征分析	66
三、节点特征分析	71
第六节 小结	74
参考文献	75
第四章 四川省城市与景区旅游线路模式的网络结构	77
第一节 研究区域概况与数据来源	77
一、研究区域概况	77
二、数据来源	78
三、四川省旅游线路基本特征	79
第二节 城市旅游线路模式与社会网络分析	80
一、线路模式分析	81
二、目的地类型分析	83
三、城市目的地旅游线路的社会网络分析	85
四、个体网络分析	89
第三节 景区旅游线路模式与社会网络分析	90
一、四川省旅游景区的空间格局	91

二、旅游线路模式中的景区特征·····	94
三、基于线路模式的景区节点空间特征·····	98
四、景区目的地旅游线路的社会网络分析·····	103
第四节 基于旅行模式的目的地空间网络优化策略·····	115
一、优化的主要原则·····	115
二、城市尺度下的空间网络优化策略·····	116
三、景区尺度下的空间网络优化策略·····	119
第五节 小结·····	121
参考文献·····	122
第五章 海南省旅游线路模式的空间格局与经济分异·····	124
第一节 研究区域概况与数据来源·····	124
一、区域概况·····	124
二、海南岛旅游研究进展·····	125
三、研究数据来源·····	128
第二节 旅游线路空间模式类型与统计·····	129
一、旅游线路空间模式类型与分布·····	129
二、旅游线路模式的基本特征·····	131
三、旅游线路模式的主要景区分布·····	133
第三节 基于线路模式的目的地类型及经济收益·····	135
一、旅游目的地类型划分·····	135
二、旅游目的地频次分析·····	137
三、游览目的地个数与旅游花费·····	138
四、旅游目的地角色与经济收益·····	140
五、旅游线路中的目的地空间分布·····	141
第四节 基于旅游线路分析的海南岛旅游发展建议·····	142
一、基于旅游线路模式的海南岛旅游发展问题·····	142
二、海南岛旅游发展的具体优化对策·····	144
第五节 小结·····	146
参考文献·····	147
第六章 云南省旅游线路模式的社会网络结构与特征·····	149
第一节 区域概况与数据来源·····	150
一、区域概况·····	150
二、数据来源·····	153
第二节 旅游线路的空间模式与特征·····	154
一、线路模式统计·····	154

二、不同旅行模式的线路特征	156
第三节 基于旅行模式的目的地类型	157
一、目的地频次统计	157
二、目的地类型分析	158
第四节 旅游线路网络结构与特征	160
一、数据处理	160
二、整体网分析	162
三、个体网分析	170
第五节 旅游线路网络结构优化	175
一、节点优化	175
二、关系优化	177
第六节 小结	180
参考文献	182
第七章 长三角旅游线路模式与目的地区域类型	184
第一节 研究区概况与数据来源	184
一、研究区概况	184
二、数据来源	186
第二节 旅游线路空间模式类型与特征	187
一、旅游线路空间模式的类型划分	187
二、基于旅行模式的目的地空间分析	189
三、旅游线路模式的特征分析	196
第三节 旅游线路模式的动态演变	199
一、分析背景	199
二、旅游线路模式的变化特征	200
三、目的地节点的演化特征	202
第四节 基于旅游线路优化的目的地空间合作	205
一、旅游目的地的合作前提	205
二、旅游目的地的合作现状	207
三、旅游目的地空间合作优化路径	209
第五节 小结	211
参考文献	212
第八章 世博线路模式及对目的地区域经济影响	215
第一节 数据来源与分析方法	215
一、数据来源	215
二、数据处理	215

三、分析方法	216
第二节 世博旅游线路的空间模式与基本特征	217
一、世博旅游线路模式的类型统计	217
二、不同旅行模式旅游线路的特征分析	218
第三节 世博线路模式对目的地的经济影响	221
一、旅游线路模式对目的地区域经济影响概述	221
二、旅行模式对目的地区域经济影响的差异分析	222
第四节 小结	226
参考文献	227
第九章 基于旅行模式的自驾游客出游行为特征	229
第一节 自驾旅游研究进展	229
一、国外自驾旅游研究进展	229
二、国内自驾旅游研究进展	232
第二节 数据来源与样本统计学特征	233
一、数据来源	233
二、自驾游客样本人口统计学特征	233
三、自驾游客样本客源市场结构与时空分布	234
第三节 自驾游客旅行模式及出游行为特征	239
一、自驾游客的旅行模式	239
二、基于旅行模式的自驾游客出游行为特征	240
第四节 自驾游客旅行模式的影响因素	252
一、自驾游客旅行模式选择的 Logistic 回归分析	252
二、自驾游客旅行模式影响因素的回归分析	255
第五节 小结	257
参考文献	257
第十章 旅游线路模式研究结论与展望	260
第一节 几点基本说明	260
一、研究目的	260
二、数据类型	260
三、概念界定	261
四、案例地选择	261
第二节 主要研究结论	261
一、国内旅游线路空间模式研究结论与启示	262
二、四川省旅游线路空间模式研究结论与启示	262
三、海南省旅游线路空间模式研究结论与启示	263

四、云南省旅游线路空间模式研究结论与启示·····	264
五、长三角旅游线路空间模式研究结论与启示·····	264
六、世博旅游线路空间模式研究结论与启示·····	265
七、自驾旅游线路空间模式研究结论与启示·····	266
第三节 研究展望·····	266
一、目的地节点间空间作用机理的研究尚有待深入·····	266
二、目的地区域旅游线路模式的动态研究有待跟进·····	267
三、基于旅行模式的目的地微观经济学分析有待加强·····	268
参考文献·····	268
后记·····	270

第一章 绪 论

第一节 背景与意义

一、背景

(一) 旅游业地位不断提升, 国内旅游市场引起重视

自 1845 年英国人托马斯·库克 (Thomas Cook) 开办了世界上第一个旅行社, 现代旅游业已经过了一个半世纪的发展。从世界范围看, 早在 20 世纪 90 年代初, 旅游业经济总量就占到全球 GDP 的 10% 以上, 就业人数占全球就业人数的 8% 以上, 超过汽车、石油业成为世界第一大产业¹。旅游业日益成为现代经济和社会发展的重要标志, 根据世界旅游业理事会 (WTTC) 预测, 到 2025 年, 全世界每年的国际游客数量将达到 18 亿人次, 比 2014 年的 11 亿人次增长 58%; 2014 年旅游和旅行对 GDP 直接贡献达 23 648 亿美元, 约占 GDP 比 3.1%; 自 2015~2025 年将预计年均 GDP 贡献额提高 3.9%, 2025 年贡献额达 35 932 亿美元, 占比 3.3%; 2014 年旅游和旅行行业直接提供了 105 408 000 份就业机会, 占全部就业的 3.6%, 至 2025 年, 直接提供就业机会将年均提高约 2.0%, 达到 130 694 000 份就业机会, 占总就业的 3.9%; 2014 年, 旅游和旅行行业直接和间接提供 276 845 000 份就业机会, 占全部就业的 9.4%, 预计至 2025 年, 直接和间接提供的就业机会将年均提高 2.3%, 达到 356 911 000 份就业机会, 占总就业的 10.7%²。世界旅游业理事会 (WTTC) 透露, 各国旅游者当中, 中国游客是消费最高的群体³。作为世界新兴经济体, 我国旅游业发展潜力十分巨大。联合国世界旅游组织 (UNWTO) 2008 年预测, 到 2020 年, 中国将成为世界第一大目的地国和第四大客源国⁴, 但实际上, 早在 2013 年中国已成为世界第一大出境旅游消费国, 拥有世界最大的国内旅游市场⁵, 出境旅游人次于 2014 年首次突破 1 亿大关, 达 1.07 亿人次, 成为全球最大出境旅游客源国⁶。

1 中国青年报: http://zqb.cyol.com/html/2011-01/21/nw.D110000zgqnb_20110121_1-11.htm 搜索时间 2016/12/16

2 品橙旅游: WTTC: 2015 全球旅游和旅行经济影响权威报告 <http://www.pinchain.com/article/28373> 搜索时间 2016/12/24

3 国际在线 新闻: <http://gb.cri.cn/42071/2015/04/21/5311s4939166.htm> 搜索时间 2016/12/16

4 联合国世界旅游组织 (UNWTO): *Tourism Highlights 2009 Edition*.

5 凤凰资讯: http://news.ifeng.com/a/20140903/41849356_0.shtml 搜索时间 2016/12/16

6 新华网: http://news.xinhuanet.com/2014-12/14/c_1113635513.htm 搜索时间 2016/12/16

为此我国政府于 2009 年底颁布了《关于加快发展旅游业的意见》（国发[2009]41 号）被社会各界一致认为是一个具有里程碑意义的重要文件，是中国经济社会发展阶段划分的一个新标志，标志着全面建设小康社会背景下民生内容的拓展，标志着消费立国、服务业主导产业发展的新经济时代已经来临。此后密集出台相关促进旅游业发展新政（表 1-1）。2013 年 4 月 25 日，第十二届全国人大常委会第二次会议表决通过了《中华人民共和国旅游法》。

表 1-1 近年出台的我国重要的旅游发展新政

时间	相关文件	签发单位
2009.11	关于加快发展旅游业的意见	国务院
2012.2	关于金融支持旅游业加快发展的若干意见	国家七部委联合
2012.6	关于鼓励和引导民间资本投资旅游业的实施意见	国家旅游局
2013.2	国民旅游休闲纲要（2013~2020 年）	国务院办公厅
2013.4	中华人民共和国旅游法	人大常委会
2014.7	确定促进旅游业改革发展政策措施	国务院
2014.8	关于促进旅游业改革发展的若干意见	国务院
2015.8	关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见	国务院办公厅

《关于加快发展旅游业的意见》明确提出“坚持以国内旅游为重点，积极发展入境旅游，有序发展出境旅游”的市场战略，强调了以国内市场为基础。WTTC 的报告指出，2015 年国内旅游的消费增长比国外游客消费的增长要略快，分别为 3.7%和 2.8%，占全球总 GDP 3.7 万亿美元和 1.3 万亿美元；到 2025 年，国内游客的消费会是国外游客消费的两倍，国际游客的数量会激增，这意味着，目的地应该了解其国内市场的消费能力⁷。而对于中国这样一个国内旅游资源丰富、需求增长强劲的国家来说，今后旅游业发展的重点势必将转移到国内市场上来。《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》亦强调了国内市场的重要性，提出到 2020 年，境内旅游总消费达到 5.5 万亿元，城乡居民年人均出游 4.5 次，旅游业增加值占全国 GDP 的比重超过 5%⁸。我国旅游业从传统的以入境旅游为重点，到关注国内旅游板块是一个具有历史性意义的转变。

（二）旅游地竞合问题突显，旅游线路成为旅游合作的核心内容之一

随着旅游业的快速发展，旅游空间竞争现象日益突出（章锦河等，2005a）。

7 品橙旅游：WTTC：2015 全球旅游和旅行经济影响权威报告 <http://www.pinchain.com/article/28373> 搜索时间 2016/12/24

8 人民网：<http://travel.people.com.cn/n/2014/0821/c41570-25511087.html> 搜索时间 2016/12/16

基于提高竞争力与共享市场的需要,合作成为国家和地区应对激烈市场竞争、提高区域整体旅游竞争力的必然选择(史春云等,2005),其实质是推动和实现区域旅游的一体化(陶伟和戴光全,2002)。处在同一旅游线路上的不同旅游地之间产业和产品的空间竞争与合作的关系问题,是区域旅游竞争与合作的典型代表,较少有学者进行研究(杨振之和陈顺明,2007)。

必须看到我国旅游业的发展在取得辉煌成绩的同时,也出现了许多问题,如开发过热、地区间与部门间发展失调、规模效益低下、恶性竞争;在对区域旅游发展进行规划时分割旅游精品线路、与相邻区域重复建设等现象,严重阻碍了我国旅游业的发展。要实现成为世界旅游强国的目标和旅游业的可持续发展,就必须尽快改变目前这种竞争状况。各地进行旅游开发时,不仅要考虑地区自身因素,确立竞争优势,还要树立区域合作思想,考虑与之相关联的旅游区域,强化区域合作联系,优化区域系统组合,以谋求更大的整体利益。近年来旅游开发过程中的区域合作思想得到了许多国家和地区的重视。在国内,区域旅游竞争和合作也成为政府和学者们共同关心的研究课题。长江三角洲、珠江三角洲、环渤海、三峡、闽粤赣等区域已初步达成了加强合作、共同培育区域旅游整体优势的共识。如何切实地使区域内各旅游地真正实现相互协作、互惠双赢、共同发展成为当前重要研究方向。

旅游线路作为旅游产品最主要、最直观的表现形式,也是区域旅游合作必须要考虑的一个核心内容。世界上许多著名的旅游线路都是跨国、跨地区合作的成果,如欧洲的莱茵河沿线、阿尔卑斯山以及北美的大瀑布地区等。无论是国内国外,旅游线路的重要性一直为各方所关注。从游客角度来看,旅游线路的制定关系到旅行成本、旅行质量和对目的地的感知程度;从旅游企业角度来看,旅游线路的制定关系到企业运行成本和利润等问题;从旅游规划者和管理者的角度看,旅游线路的制定关系到旅游景点景区承载力、基础设施配置以及游客分流等问题;从参与旅游合作各目的地的角度来看,旅游线路的制定关系到它们之间的资源分配、客流分配、收益分配等问题。中国国土面积广袤、自然文化景观多样,客源市场遍布近中远各程,每个省都相当于欧洲的一个国家(吴必虎,2001),中国“地理实验室”的优越条件,使地理事物的集聚和扩散效应可以观察得十分清楚(章锦河等,2005b)。研究我国旅游线路模式的空间格局与目的地合作网络模型,通过构建目的地等级网络系统,可以在满足游客需求的同时,有效缓解我国热点旅游区域的客流接待压力;通过目的地的联合营销与联动发展,有助于促进目的地区域旅游经济的协调和可持续发展,为推动国家旅游产业布局的宏观战略调整、实现旅游强国服务。

(三) 目的地空间关系复杂,目的地网络的构建势在必行

众所周知,旅游是一个由多层次、多因子组成的复杂系统。而作为旅游活动

进行、发生的载体，目的地之间的关系也是相当复杂的。这种复杂的关系不仅表现在相对孤立的单个目的地之间，也存在于同属一个目的地集群的多个目的地内。从微观角度看，各因子（如旅游资源、基础设施、接待服务和管理营销等）在目的地内相互作用，共同决定了目的地本身的吸引力大小、职能定位、品牌形象等属性；从宏观角度看，各因子（如游客、资金、信息等）的空间流动构成了目的地之间相互联系的主要表现形式，这一方面体现在各目的地对客源市场的争夺以及不同利益主体对经济利益和信息的分配上；另一方面由于旅游资源禀赋或是区位条件的差异，目的地不得不考虑它在整个旅游区域当中所发挥的作用，进而寻求与其他目的地的合作，以取长补短，谋求更大的效益。这种关系是同时发生且相互统一的。但是传统的研究通常只关注的是目的地之间的一维线性关系，多是就一些具体的、表层的现象问题开展研究探讨并进行属性方面的统计分析，而忽略了目的地区域的整体性和网络性。按照结构主义的观点，孤立地对某一事物的分析可能会得出片面甚至不正确的结论，只有将它置于其所处的整体系统结构中看待才是有意义的。因此，为了全面、完整地把握目的地之间的相互关系，进而明确旅游区域内的利益分配情况，将目的地集群进行网络化形式的构建与模拟是不可或缺的。

二、意义

（一）理论意义

旅游目的地是由旅游线路串联、连接从而形成旅游产品的，同一目的地在不同旅行线路模式下所担当的职能是不同的。仅就脱离旅游线路的单个目的地进行的讨论过于理想化，且对于实际情况的指导意义不大。本书研究的理论意义在于，第一，在研究内容方面不仅将点状目的地置于其所处的线状旅行线路中进行分析，更进一步探究了目的地在整个目的地区域网络中所起到的作用和旅行模式对目的地区域所带来的经济效应，拓宽了旅游地理学的研究内容；第二，使用社会网络分析方法对目的地进行空间分析，扩展了目的地空间分析的研究方法，加强了旅游地理学与相邻学科的联系，同时大大丰富旅游地理学的研究方法。

（二）实践意义

第一，有利于宏观上对目前国内各种旅游线路空间分异现象和目的地职能类型分工进行把握，探寻其中的规律并进行归纳总结，明确目的地在旅游线路中的分工角色，为目的地找准定位、确定发展目标提供指导，促进区域旅游业共同发展。

第二,有利于对国内目的地网络的空间结构状况进行全面了解,明确目的地之间的合作关系以及网络空间中的关键节点,为旅游旺季热点目的地进行游客分流、提高目的地可达性提供指导性意见,推动国内旅游目的地区域的可持续发展。

第三,有利于认清一些分布偏远、地形复杂的热点旅游区旅游发展中的问题,通过旅游线路及模式的研究提出目的地区域旅游业协调、均衡与持续发展的方向,通过有针对性地提出优化措施,促进旅游发展资源在空间上合理配置,为区域、省内及省际旅游空间合作提供参考。

第二节 旅游线路模式相关研究进展

一、相关概念

(一) 旅游线路

旅游线路是旅游者从居住地(客源地)出行到达一个或多个旅游目的地游憩并返回居住地所经历的空间线路。旅游线路作为旅游产品的重要组成部分,它同时受到旅游者、旅游产品组织者(如旅行社)和设计管理者(如旅游规划者)的关注(孙艳红,2006)。就旅游者而言,对旅游线路的期望是在成本最小的前提下(包括金钱和时间)获得最大的旅行体验,日程安排最方便;对旅行社来说,则希望在满足旅游者需求的前提下,尽可能地实现利润最大化,并可面对突发事件及时调整线路;从旅游规划者的角度看,在对旅游景区规划设计时就要考虑景区内线路空间布局的合理性、科学性,在管理中也要考虑如何合理分流、控制游客数量的问题(吴凯,2004)。旅游线路的空间模式直接关系到旅游者的满意程度,而旅游者的满意程度也直接关系到一个地区旅游业的发展。

一个旅游区域内的若干景点落在不同的空间位置,这些景点游览或活动参与的先后顺序与连接方式,可有多种不同的串联方法,由此产生组合形成不同的旅游线路(管宁生,1999),旅游线路实际上是旅游系统在线性轨迹上的投射(吴必虎,2001)。由于受区域内资源分布和旅游市场偏好等因素影响,旅游线路呈现出不同的空间模式,它反映了对旅游资源的不同利用现状(刘法建等,2009)。

国内对旅游线路的研究始于20世纪90年代初,研究内容上比较注重实际问题的探讨。保继刚、楚义芳等学者较早开展了旅游线路方面的研究(1993)。许兴臣、冯玉清(1992)、刘振礼、王兵(1997)、管宁生(1999)从不同视角阐述了旅游线路设计的原则。尽管旅游线路研究已受到国内外学者的广泛关注,但关于旅游线路的确切定义尚无统一定论。学者们根据自身理解及不同的学术背景,从