

湖北省 A 级旅游景区的空间格局与优化

王雯萱¹, 谢双玉^{1,2}

(1. 华中师范大学 城市与环境科学学院, 武汉 430079; 2. 中国旅游研究院 武汉分院, 武汉 430079)

摘要: 为了充分利用、整合湖北旅游资源,运用图表法、空间计量分析法研究了湖北省 125 家 A 级旅游景区的空间结构特征及其与资源、行政区、交通、水系等要素之间的关系。结果表明:湖北省旅游景区趋于集聚型分布,以武汉市为中心呈现出一定的集聚规律;绝大多数旅游景区属于自然资源导向型;各地市(州、林区)景区的数量和等级组成、空间结构特征不同;旅游交通网不够完善;旅游景区有较明显的沿长江及其支流分布的趋势。进一步探讨了湖北省旅游景区空间布局中存在的问题,并提出优化方案。

关键词: A 级旅游景区;空间格局;优化;湖北省
中图分类号: F592 **文献标志码:** A **文章编号:** 1003-2363(2012)02-0124-05

0 引言

旅游景区是旅游者选择目的地的决定因素,其等级、数量及分布格局很大程度上决定着旅游业的地域发展战略。旅游景区的空间结构,不仅可以直接引发旅游者的空间行为,而且对旅游资源的开发速度、规模效益、时空安排都有重要的影响^[1]。

国外学者对旅游空间结构的研究主要是从空间布局的角度研究旅游业的发展、探索旅游目的地空间规划布局模式等,并提出了多种描述空间结构的数学模型和地理方法。我国主要是通过旅游规划优化旅游地空间布局,同时,采用空间分析手段研究旅游区在不同地域范围的空间分布规律,揭示其空间结构整体特征^[2],采用系统理论、分形理论和旅游学理论和方法,研究旅游景区系统的等级结构和空间结构^[3]等。分析国内外关于旅游景区空间结构的文献可以看出,多数研究都停留在宏观层面,对较小区域的旅游景区空间结构的研究比较少,难以为地方政府的旅游空间布局决策提供科学依据和指导。湖北省旅游产业发展现状与其丰富的旅游资源、优越的地理区位很不相符。为了充分利用湖北省旅游资源,促进区域协调、可持续发展,有必要对全省旅游空间结构进行深入研究。本研究以湖北省 125 家 A 级旅游景区为研究对象,探讨其空间分布规律,并通过分析其与旅游资源、行政区、交通、水系等要素的关系对其进行阐释,为湖北省旅游资源的整合、区域旅游合作等提供参考依据。

1 湖北省 A 级旅游景区空间结构特征

截至 2009 年 1 月 23 日,湖北省已有 125 家国家批准的 A 级旅游景区,其中 5A 级 2 家,4A 级 42 家,3A 级 35 家,2A 级 42 家,1A 级 4 家,其空间分布如图 1 所示。

1.1 空间分布类型

本研究采用最近邻分析法^[4]定量判别湖北省 A 级旅游景区的空间分布类型。即,先求出理论最近邻距离 r_E (即点状事物在地理空间中相互邻近的程度),而后求出最邻近点指数 R (即实际最邻近距离 r_r 与理论最邻近距离 r_E 之比)。当 $R = 1$ 时,表明点状要素为随机分布;当 $R > 1$ 时,点状要素趋于均匀分布;当 $R < 1$ 时,点状要素趋于集聚分布。

当区域中的点状要素分布为随机型 (Poisson 分布型) 时,理论最邻近距离的计算公式为:

$$r_E = 1 / (2 \sqrt{n/S})$$
 (1)

式中: S 为区域面积, n 为景区的数量。

由公式 (1) 计算得到湖北省 A 级旅游景区的 r_E 为 18.10 km。运用 CorelDRAW 中的测量工具,在图 1 上测量每个景区与其最邻近景区之间的实际最邻近距离,并计算出 125 家景区的平均 r_r 为 16.64 km。从而求得湖北省 A 级旅游景区的最邻近点指数 $R = 0.92$,这表明湖北省 A 级旅游景区的分布属于集聚型。

1.2 集聚规律

运用等距离线法、空间结构分析法^[5]进一步分析湖北省 A 级旅游景区以武汉市为圆心的空间集聚特征。首先,在图 1 上,以武汉市市中心 (武汉市人民政府) 为圆心,以 100 km 为单位逐渐增大半径画圆,并统计在不同半径尺度内的各等级景区的数量和所占比例 (表 1)。然后,根据表 1 数据,以等距离增加的半径尺度为横坐标,以各尺度范围内的旅游景区数量为纵坐标,绘制出湖北省 A 级旅游景区空间分布曲线图 (图 2)。

收稿日期: 2011-06-02; 修回日期: 2012-02-16
基金项目: 国家社会科学基金项目 (09CJY037)
作者简介: 王雯萱 (1988-), 女, 湖北随州市人, 硕士研究生, 主要从事区域与旅游可持续发展研究, (E-mail) wangwenxuan1988@yeah.net。

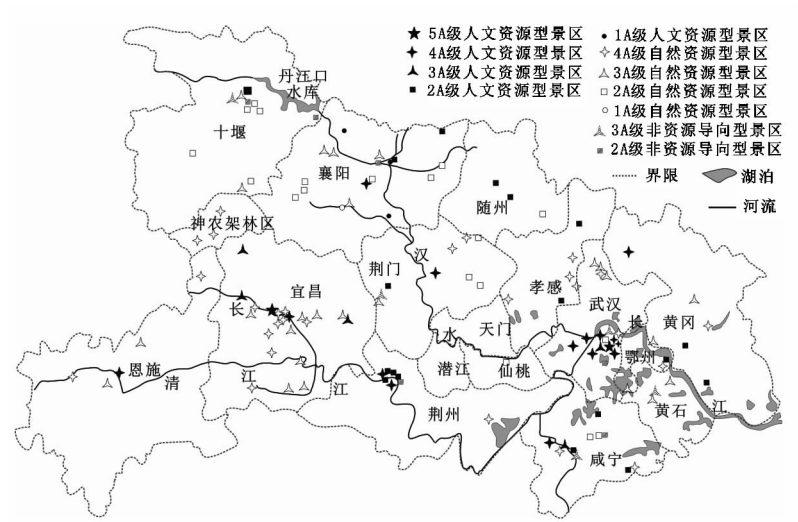


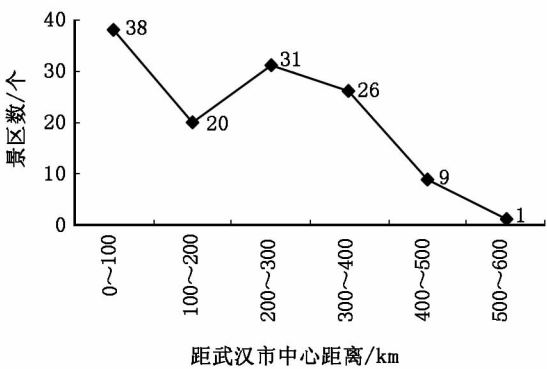
图1 湖北省A级旅游景区分布图

Fig.1 The distribution of the A-grade tourism sites in Hubei Province

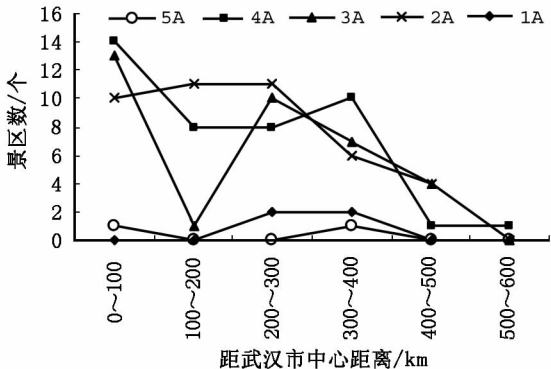
表1 湖北省A级旅游景区以武汉市为中心的分布情况

Tab.1 The distribution of the A-grade tourism sites in Hubei Province with Wuhan as the clustering center

距离/km	5A级景区		4A级景区		3A级景区		2A级景区		1A级景区		总数/个	总比重/%
	数量/个	比重/%	数量/个	比重/%	数量/个	比重/%	数量/个	比重/%	数量/个	比重/%		
<100	1	50	14	33.33	13	37.14	10	23.81	0	0	38	30.40
100~200	0	0	8	19.05	1	2.86	11	26.19	0	0	20	16.00
200~300	0	0	8	19.05	10	28.57	11	26.19	2	50	31	24.80
300~400	1	50	10	23.81	7	20.00	6	14.29	2	50	26	20.80
400~500	0	0	1	2.38	4	11.43	4	9.52	0	0	9	7.20
500~600	0	0	1	2.38	0	0	0	0	0	0	1	0.80
总计	2	100	42	100	35	100	42	100	4	100	125	100



(a) 总体



(b) 分等级

图2 湖北省A级旅游景区的空间分布曲线:(a)总体;(b)分等级

Fig.2 The distribution curve of the A-grade tourism sites in Hubei Province:(a) overall;(b) graded

由图2(a)可见:在距武汉市100 km内分布有38家旅游景区,占总数的30.4%,集聚现象明显;在200~300 km范围内,旅游景区数为31,出现第二个集聚区;而在100~200 km范围内,旅游景区数量急剧减少到20个;300 km以外,景区数量随距离的增加而减少,并在500~600 km范围内出现旅游景区分布的盲区。

由图2(b)可见:4A、3A级景区的数量均在距武汉市100 km以内达到峰值,并在100~200 km范围内急剧

减少,而后又在200 km以外出现另一个高峰,再急剧减少,与总体集聚特征一致;2A级景区在300 km以内的3个圈层中的分布数量相当,在300 km以外其数量随距离的增加而逐渐减少,到500 km以外降至最低点;5A级景区只有2家,分别分布在100~200 km和300~400 km范围内;1A级景区全部分布在200~400 km范围内。可见,湖北省各等级旅游景区的空间集聚特征不同。

2 湖北省 A 级旅游景区空间结构阐释

本研究通过分析湖北省 A 级旅游景区与旅游资源、行政区、交通、水系等要素的关系,对其空间结构进行阐释。

2.1 旅游景区分布与旅游资源的关系

根据《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003),湖北省的自然旅游资源包括:山岳景观(如神农架等山峦风光,腾龙洞等岩溶洞穴,自然遗迹、地质构造、生物化石景观多处),水域景观(如长江三峡等江河湖泊景观,三峡瀑布等泉水、瀑布景观),动植物景观(如大洪山等古老的森林资源和珍稀动植物资源);人文旅游资源包括:遗址遗迹(如盘龙城等古文化遗址,古隆中等古战场古城遗址等),建筑与设施(如黄鹤楼、明显陵等古建筑、古墓葬,归元寺等宗教寺观,湖北省博物馆等展示演示场馆,李时珍纪念馆、武昌起义纪念馆等名人故居与历史纪念建筑,葛洲坝等大型现代工程,以及土家吊脚楼等传统与乡土建筑),人文活动(如土家风情等民间习俗和现代节庆)。

按照开发时的主要依托,旅游景区可分为资源导向型、市场导向型和产品导向型 3 种模式^[6]:资源导向型旅游景区主要依托所拥有的资源,较少考虑是否有旅游需求、市场,其运作模式为“资源—产品—市场”;市场导向型旅游景区是针对市场需求,对旅游资源进行筛选、加工或再创造,然后设计适销对路的旅游产品,并推向市场,其运作模式为“市场—资源—产品—市场”;产品导向型旅游景区是从旅游资源状况和开发现状出发,规划开发出富有本地特色的旅游产品,其运作模式是将“市场—资源”相结合。分析湖北省 A 级旅游景区发展的主要依托发现,115 家属于资源导向型景区,占 92%,市场导向型和产品导向型景区仅占 8%,这说明湖北省旅游景区的开发尚停留在早期。进一步分析上述 115 家资源导向型景区所依托的资源类型发现,71 家旅游景区(占 61.74%)依托自然旅游资源,只有 44 家景区(占 38.36%)依托人文旅游资源(图 1)。可见,湖北人文类旅游资源尚未被充分开发。

2.2 旅游景区分布与行政区的关系

2.2.1 各行政区旅游景区数量及等级组成。统计湖北省各地市(州、林区)A 级旅游景区的数量和等级得到表 2。从景区数量来看,宜昌市分布有 22 家 A 级景区,占全省的 17.6%,位居榜首,其后依次是襄阳市(18 家,占 14.4%)、武汉市(16 家,占 12.8%)、十堰市(12 家,占 9.6%)、咸宁市(11 家,占 8.8%)、荆门市(9 家,占 7.2%)、荆州市(7 家,占 5.6%),而其他地区的景区数量很少,不足全省的 5%。从各行政区的高等级景区(3A 级以上景区)比重来看,宜昌市、恩施州、黄石市、神农架林区等地区达到 100%,而仙桃市、随州市、襄阳市、十堰市高等级景区比重较小。根据旅游景区的数量及

高等级景区所占比重,可将湖北省的地市(州、林区)分为 4 类:第一类为数量多(比例 >10%)且高等级景区比重大(>50%)的地区,包括宜昌市、武汉市;第二类为数量多(比例 >10%)但高等级景区比重小(<50%)的地区,包括襄阳市;第三类为数量少(比例 <10%)但高等级景区比重大(>50%)的地区,包括荆门市、黄冈市、恩施州、孝感市、鄂州市、黄石市、神农架林区;第四类为数量少(比例 <10%)且高等级景区比重小(<50%)的地区,包括十堰市、咸宁市、荆州市、随州市、仙桃市。可见,湖北省各地市(州、林区)A 级景区的数量和等级组成差异较大;这与各地旅游资源赋存的差异相关,也与各地的社会经济发展水平相关。

表 2 湖北省各地市(州、林区)A 级旅游景区的构成

Tab.2 The structure of the A-grade tourism sites in each county (autonomous prefecture, forest area) of Hubei Province								
行政区	5A 数量	4A 数量	3A 数量	2A 数量	1A 数量	总计	总比重 /%	3A 以上 比重/%
宜昌市	1	10	11	0	0	22	17.60	100.00
襄阳市	0	1	4	9	4	18	14.40	27.70
武汉市	1	8	5	2	0	16	12.80	87.50
十堰市	0	1	3	8	0	12	9.60	33.33
咸宁市	0	3	2	6	0	11	8.80	45.45
荆门市	0	3	2	4	0	9	7.20	55.56
荆州市	0	3	0	4	0	7	5.60	42.86
黄冈市	0	2	2	2	0	6	4.80	66.67
恩施州	0	3	2	0	0	5	4.00	100.00
孝感市	0	4	0	2	0	6	4.80	66.67
随州市	0	0	0	3	0	3	2.40	0.00
鄂州市	0	1	1	1	0	3	2.40	66.67
黄石市	0	0	3	0	0	3	2.40	100.00
神农架 林区	0	3	0	0	0	3	2.40	100.00
仙桃市	0	0	0	1	0	1	0.80	0.00
全省	2	42	35	42	4	125	100.00	63.20

2.2.2 各行政区旅游景区的空间结构特征。同样采用最近邻分析法,分析湖北省各地市(州、林区)旅游景区的空间分布特征(表 3)。由表 3 可知,鄂州市、孝感市、黄冈市、恩施州、仙桃市、神农架林区的旅游景区的最邻近点指数都大于 1,说明这些地区的旅游景区趋于均匀分布;而其他地区的旅游景区的最邻近点指数都小于 1,说明这些地区旅游景区的分布属于集聚型。

2.3 旅游景区分布与交通网络的关系

交通网是实现旅游景区间人与物质流动的重要通道和手段,因此,旅游景区空间结构的优劣取决于旅游景区间交通网的完善程度。为了研究湖北省 A 级旅游景区分布与交通网络的关系,用 CorelDRAW 在图 1 上叠加湖北省境内的高速公路、国道、铁路,并将此图看成一个以旅游景区为结点、以交通线为连线的拓扑图;以此图为基础,可用旅游景区的交通连结度和通达度来衡量

表3 湖北省各地市(州、林区)A级景区最邻近点指数

Tab.3 The nearest point index
of the A-grade tourism sites in each county
(autonomous prefecture, forest area) of Hubei Province

行政区	r_E/km	r_r/km	R
武汉市	10.80	5.81	0.54
黄石市	18.52	8.78	0.47
十堰市	20.83	13.80	0.66
宜昌市	14.93	11.55	0.77
襄阳市	15.63	9.88	0.63
荆州市	21.28	11.94	0.73
荆门市	17.54	15.59	0.68
鄂州市	10.63	16.22	1.53
孝感市	18.87	23.15	1.23
黄冈市	25.64	36.79	1.43
咸宁市	14.08	6.13	0.44
随州市	27.03	23.00	0.85
恩施州	32.26	33.66	1.04
仙桃市	23.81	52.09	2.19
神农架林区	15.38	18.49	1.20

湖北省A级旅游景区区间交通网的完善程度。

2.3.1 旅游景区的交通连结度。交通连结度反映各旅游景区之间交通网络的发达程度以及客流联系的可能性(即景区间有无直接交通连接)^[7],可用 β 指数(即连接旅游景区的交通网络中景区间的平均交通线路数目)来度量。一般, β 指数的范围处于0~3之间,且 β 值越大,景区间的交通连结度越好,旅游者往来各旅游景区之间就越方便;其计算公式为:

$$\beta = L/P。$$

式中: β 为交通连结度; L 为直接连接景区间的交通线路的数量; P 为景区数量(结点数)。

在前述拓扑图上,统计得到湖北省A级旅游景区的 $L=206,P=125$,计算其 $\beta=1.65$ 。可见,湖北省A级旅游景区的交通连结度处于中等水平。

2.3.2 旅游景区的交通通达度。交通通达度是衡量旅游景区区间移动的难易程度,即由每个景区出发,到其他景区的通畅程度,表征旅游景区之间联系的快捷性。在其他条件相同的情况下,连接旅游景区的交通线所构成的闭合面的形状越紧凑,通达度就越好,因此,可用紧密度指数(C)来描述通达度^[8],其计算公式为:

$$C = T/D。$$

式中: T 为与连接旅游景区的交通线所构成的闭合面面积相同的圆的直径; D 为连接旅游景区的交通线所构成的闭合面中相离最远的两景区之间的距离。一般 $0 \leq C \leq 1$, C 值越高,表示区域越紧凑。

在前述拓扑图上,将最边缘界线上的各旅游景区连结起来,构成一个闭合面;以闭合面上各景区连线作为底边,以武汉市中心为顶点,将闭合面分成若干三角形;测量、计算出各三角形的面积并累计,得到闭合面总面积为105 399.62 mm²,据此求出相同面积的圆的直径 T

为366.42 mm。拓扑图中相离最远的两点(恩施州的利川腾龙洞风景旅游区、黄冈市浠水三角山旅游风景区)之间的距离 D 为558.31 mm,由此计算出湖北省旅游景区的 $C=0.66$,这表明湖北省A级旅游景区的交通通达度不高。

2.4 旅游景区分布与水系的关系

为了分析湖北省A级旅游景区与境内水系的空间关系,运用CorelDRAW中的测量工具,在图1上统计分布在距长江、汉水等主要河流和湖泊岸边1 km内的景区数。结果发现:125家景区中,有47家景区(占37.6%)分布于此,且形成了两个沿江分布带,即沿丹江口水库、汉水、长江分布带和沿清江、长江分布带;可见,湖北省A级旅游景区有较明显的沿长江及其支流分布的现象。

分析表明:湖北省旅游景区的分布格局主要受其旅游资源特别是自然旅游资源赋存的空间格局控制,且在社会经济发展水平较高的地区集中分布,并受到河流、湖泊水网格局的牵引,呈现出沿水系岸边分布的格局。

3 湖北省A级旅游景区空间结构优化

3.1 空间结构问题所在

通过对湖北省A级旅游景区空间结构特征的总结和分析,发现湖北省A级旅游景区空间结构及其开发存在以下几个方面的问题:一是资源依赖度较高。这难以适应多元化、新型化市场的需求。二是空间分布不均衡。在社会经济较发达的武汉市、宜昌市、襄阳市和十堰市出现明显的集聚分布。这也是造成湖北省旅游发展地区差异的主要原因。三是连结通达性不强。这严重制约了景区之间的沟通和联系,不利于整合开发旅游资源、组织旅游线路、共享互换旅游客源,难以发挥集聚效益和规模效应。四是特色性彰显不够。人文类旅游资源和丰富的水资源尚未被充分开发。

3.2 空间结构优化思路

3.2.1 深度开发人文旅游资源。要完成旅游资源优势向经济优势的转变,旅游资源的深度开发起着极为重要的作用。所谓深度开发是指不仅仅停留在旅游资源表象所反映的价值的利用上,而是深入发掘、充分利用旅游资源的深层内容和各方面价值,使其对旅游者形成强大而持续的吸引力^[8]。另外,应变隐性文化资源为显性旅游产品。例如,以恩施、宜昌为节点,通过策划鄂西土家族文化节、建设一批浓缩土苗文化精华的景区、策划山水文化实景演出等措施,构建清江土苗民俗文化旅游风情长廊,充分展示土苗文化资源的鲜明特色。

3.2.2 完善景区间的交通体系。湖北旅游交通要尽快解决“有干无网”问题,完善景区之间的交通体系,重点解决旅游景区和旅游城市间的交通问题。此外,应大力发挥湖北“得中独厚”的航空地理优势(以武汉1 500 km

半径画圆,全国 38 个重要机场有 32 个处于圆内),加强旅游航空运输建设及旅游、民航部门的合作,扩大地区性包机业务。

3.2.3 建立区域旅游合作机制。湖北省已根据省内旅游资源分布特征和旅游产品状况,提出了构建“两圈一带”(即武汉城市旅游圈、鄂西生态文化旅游圈和长江经济带)旅游发展战略构想^[9]。为了实现“两圈一带”的良性互动,共同发展,必须建立完善的区域旅游合作机制。一方面,要以武汉为龙头,以主题鲜明(如三国文化、炎帝文化等)的旅游线路为载体,加强鄂西生态文化旅游圈和武汉城市旅游圈的对接与合作,优势互补,增强全省旅游的市场吸引力和竞争力,实现湖北省内的区域旅游合作;另一方面,要加强湖北省与周边各省的合作^[10],实现旅游景区和旅游线路的有机链接,做到“资源共享、客源互送、线路互推、政策互惠、信息互通、节庆互动、交通互联、争议互商”,共同提升中部地区在全国的旅游竞争力。

3.2.4 充分利用水资源优势。通过开发以水为载体的旅游产品,发挥水资源的作用。如长江干流的渡江活动;长江及众多支流的旅游观光;多种类型的湖泊旅游;河渠与田园构成的水乡园林风景线;将温泉开发成旅游佳景;发挥湿地自然保护区对游人的吸引力等。

参考文献:

[1] 耿丽娟,孙虎,薛瑞芳. 洛阳市旅游资源空间分布特征

分析[J]. 江西农业学报, 2008, 20(6): 130 – 132.

[2] 谢志华,吴必虎. 中国资源型景区旅游空间结构研究[J]. 地理科学,2008,28(6):748 – 752.

[3] 戴学军,林岚,许志晖,等. 基于分形方法的旅游景区(点)系统等级结构研究——以南京市旅游景区(点)系统为例[J]. 地理科学,2006, 26(2):244 – 249.

[4] 王恒,李悦铮. 大连市旅游景区空间结构分析与优化[J]. 地域研究与开发,2010,29(1): 84 – 89.

[5] 吴希冰,张立明. 武汉环城游憩带旅游地类型与空间结构研究[J]. 桂林旅游高等专科学校学报,2007, 18(3):364 – 368.

[6] 郑耀星,周富广. 体验导向型景区开发模式:一种新的旅游开发思路[J]. 人文地理,2007,22(6):19 – 20.

[7] 袁俊,鲁励夫. 旅游资源空间结构研究——以石首市为例[J]. 襄阳学院学报,2004,25(5):78 – 80.

[8] 谭白英. 论湖北旅游资源的深度开发[J]. 江汉论坛, 2010(5):28 – 29.

[9] 曹诗图,陈晓亮,张文雅. 湖北旅游产业发展战略创新研究[J]. 理论月刊,2010(3):87 – 88.

[10] 胡文海. 皖西南地区旅游资源开发研究[J]. 安徽师范大学学报,2003,26(1):71 – 74.

The Spatial Pattern of the A-grade
Tourist Sites in Hubei Province and Its Optimization

Wang Wenxuan¹, Xie Shuangyu^{1,2}

(1. College of Urban and Environmental Science, Central China Normal University,
Wuhan 430079, China; 2. Wuhan Branch of China Tourism Academy, Wuhan 430079, China)

Abstract: In order to sufficiently utilize and integrate the tourism resources in Hubei Province, this paper investigate the spatial pattern of the 125 A-grade tourist sites in Hubei Province and its relationship with tourism resources, administrative areas, transportation and water system by using mapping and spatial modeling. The results indicate that the distribution of the A-grade tourist sites in Hubei Province tends to be clustering, with Wuhan as the clustering center, 92% of the 125 tourist sites are resource-oriented and most of them are natural resource-oriented. The administrative areas are different from each other in the numbers, rank and spatial patterns of the A-grade tourist sites, the transportation network between the tourist sites is not perfect. There is a clear trend that the tourist sites distribute along the Yangtze River and its tributaries. On the basis of these results, we summarize the problems existing in the spatial structure of the A-grade tourist sites in Hubei Province and propose several suggestions to optimize it.

Key words: A-grade tourist sites; spatial patterns; optimization; Hubei Province