

旅游者城市感知特征实证研究

——以长沙市为例

殷章馨¹, 罗文斌²

(1. 湖南第一师范学院 经管系, 长沙 410205; 2. 湖南师范大学 旅游学院, 长沙 410081)

摘要: 在深入阐释国内外现有研究不足的基础上提出旅游者城市感知研究主题。以405份实地调查问卷为数据源,应用均值比较等统计方法分析旅游者对长沙城市感知特征。结果显示:旅游者对长沙城市总体正面感知较弱,感知系数为3.088;旅游者对长沙城市各变量的感知强度存在差异,对“地方演艺”、“现代建筑”、“城市古建筑”以及“购物商场”等城市指标感知强烈,对“公交系统”和“出租车系统”感知相对较弱。研究表明,旅游者城市感知特征实证研究对同等或同类城市具有普遍性的政策借鉴意义,有利于加强旅游发展与城市发展的协调控制,共同推动旅游者城市总体感知的提升,促进城市各要素建设的效益最大化。

关键词: 城市旅游;城市感知特征;均值比较法;长沙市

中图分类号: F590.7

文献标志码: A

文章编号: 1003-2363(2013)04-0101-05

1 问题的提出

从主体心理感知的角度来研究城市旅游问题,是一种以消费者需求为出发点的市场方法,是行为研究领域的重要内容,对改善城市旅游产品和服务、优化城市资源配置、完善城市旅游市场以及促进城市与旅游的协调发展具有重要的作用。国外对旅游者感知的研究起步较早,感知研究内容主要集中在对旅游目的地的形象、服务、环境质量^[1-3],也有少部分涉及城市安全问题^[4]。我国学者对旅游感知的实证研究始于20世纪80年代,近些年呈现出大规模上升趋势,但研究深度和广度与国外相比还存在一定的差异^[5]。总的来说,国内外有关城市旅游的感知研究主要集中在游客的旅游认知与城市意象方面。

在游客的旅游城市认知方面,学者们主要对国内外游客对我国旅游城市旅游总体认知差异及影响因素方面进行了广泛的研究探索。李振亭等针对不同群体入境游客对我国旅游城市旅游总体认知程度差异以及影响因素进行研究^[6]。高静等利用文本分析法对国内旅游者的海滨旅游城市旅游总体的感知形象进行研究^[7]。高军等以11个热点城市为例研究外国游客对华旅游城市整体感知差异^[8]。谢雪梅等研究了旅华游客对中国

西部城市整体旅游认知差异并分析了旅游认知的主要影响因素^[9]。已有国内外旅游者感知研究中,旅游者感知对象仅局限在旅游产品质量、服务、安全、形象、环境影响及饭店员工行为等旅游要素为主的旅游目的地或景区,而缺乏对城市特别是旅游之外各个要素的感知研究。

在城市意象研究方面,1960年,凯文·林奇最早开创城市意象研究,从环境知觉与人类行为的视角对城市物质空间进行研究,其《城市意象》一书被地理学界普遍认为是城市感知环境研究的里程碑^[10]。之后,P. Orle-ans^[11],N. William^[12]针对不同种族和不同社会阶层的居民的城市意象差异进行分析;一些学者将其应用到旅游研究中,如P. L. Peace开展了旅游者意象草图的实证研究^[13]。国内学者顾朝林等^[14],冯建^[15]较早开展城市意象空间及构成要素、城市居民空间感知的基本类型、构成、发展阶段以及各种差异特征的研究。李瑞分析了城市旅游意向及其构成要素^[16]。田逢军等以城市游客为研究对象,采用照片选取和意象草图调查相结合的方法对南昌市旅游地意象空间进行研究^[17]。尹郑刚等采用意象草图调查和问卷调查相结合的方法对郑州市游憩地意象空间进行研究^[18]。车震宇研究了城市意象要素在城市旅游规划中的应用^[19]。关于城市意象研究,学者们多从城市规划和建筑设计的角度去研究城市主体对城市形象的感知,没有或者很少融入旅游的视角;多以城市居民为对象,而少以旅游者对象展开意象调查。这使得城市意象研究领域和功能受到极大的限制。

城市旅游发展的实践表明,城市的经济、文化、社会、交通、环境等综合要素是旅游发展的重要支撑。原本服务于城市发展的要素(如经济氛围、基础设施等)和与旅游直接相关的景区景点、主题公园、旅游饭店等旅游要素一起组成为广义的旅游资源,并在整体上转换成

收稿日期:2012-04-11;修回日期:2013-06-10

基金项目:湖南省教育厅科研项目(11C0277);湖南师范大学博士科研启动项目(2011BQ22);国家自然科学基金项目(51108405)

作者简介:殷章馨(1980-),女,湖南常德市人,讲师,硕士,主要从事旅游管理研究,(E-mail)yinzhangxin8341@163.com。

通讯作者:罗文斌(1982-),男,湖南衡南县人,讲师,博士,主要从事城市土地利用与城市旅游发展研究,(E-mail)luojie82610@126.com。

为一种旅游吸引力。随着大众旅游时代的到来,旅游者们日益关注城市大环境,而不再盯着旅游景点或相关接待设施。城市系统对旅游者的容纳与否开始成为旅游者判断旅行效果好坏的重要标准。旅游者城市感知的好坏逐渐影响到旅游感知、态度与旅游行为。而与此同时,城市的旅游功能将进一步得到挖掘和重视。城市意象不仅是居民的意象,也应该是旅游者的意象。

为弥补旅游感知研究中只重视旅游要素、城市意象中只注重居民视角的不足,本研究拟围绕旅游者城市感知这一主题,对旅游者的城市整体以及诸要素的感知特征进行调查研究,并分析其感知差异。研究将对提升城市建设水平、完善城市整体形象、更好发展城市旅游以及协调城市与旅游发展、最终促进“居民和旅游者”的综合城市建设等方面都有十分重要的意义。

2 研究设计

2.1 研究变量的确定

林奇的城市意象理论核心是研究人对物质环境的知觉以及形成的心理意象。通过实践研究指出,人对城市意象的认知是通过路径(path)、边缘(edge)、区域(district)、节点(node)和标志物(landmark)这5种要素来实现的^[19],这为城市物质空间认知研究提供了一个比较简单和可行的分析框架,得到了许多学者的认可。然而,城市意象学派的观点仅是从城市规划和建筑设计出发构造的理论范式,其目的在于弥补城市规划师和建筑设计师的主观局限,最大限度满足城市市场的需求,是一种规划思想的市场转变。它作为一种城市物质环境感知研究理论,可帮助研究旅游者的城市感知,但却不能涵盖城市感知的全部范畴,因为旅游者城市感知,既包括城市的物质空间感知,也包括城市的非物质空间感知。随着自助游的普及,旅游者不仅会感知城市空间物质实体,而且也会与城市居民、社区、交通、文化、经济、生活等要素接触,形成非物质感知,后者在某种程度上对旅游者的影响并不亚于前者。因此,对旅游者城市感知的研究需要拓宽范畴,本研究将其定义如下:旅游者城市感知是旅游者在城市旅游过程中,通过与旅游城市经济、社会、文化、环境、交通等诸多物质和非物质要素接触、互动,对获得的信息进行筛选、整理、选择、加工、评价后在头脑中的综合反映。

考虑到城市的经济、社会、文化、环境和交通等要素既可包括物质空间要素,也可包括非物质空间要素。因此,从这5个方面构建旅游者城市感知测度变量,各个变量之下又具体选择了13个不同的指标来测度,其中城市经济变量的测度主要涉及到城市现代建筑(写字楼)、购物中心、宾馆设施、商业中心等指标,城市社会变量的测度主要涉及居民态度、公共设施等,城市文化变量主要涉及地方演艺节目、城市古建筑^①(古迹、街区)等,城市环境变量主要包括街道卫生、公园绿地等,城市

交通变量主要涉及城市道路、公交系统、出租车系统等。

2.2 城市感知强度的测度

采用问卷调查法和均值比较法,通过对城市旅游者的问卷调查获取第一手数据,然后借助 SPSS 统计软件,利用统计学方法进行定量分析。其中,对旅游者城市感知的调查,主要运用李克特量表(Likert scale)工具,以精确区分旅游者的感知水平特征。调查问卷包括两部分内容:1) 旅游者的基本信息,包括性别、年龄、收入、学历、职业、家庭结构等人口统计特征因素;2) 旅游者的城市感知,包括旅游者对城市总体感知和城市单个要素的感知。感知测量的题项都给出每个指标的正面陈述,每个陈述的回答选项都分为“非常不同意”、“不太同意”、“一般”、“比较同意”和“非常同意”5个不同等级。

有关城市感知强度的测度主要采用均值转换比较法,将各个感知指标得分加总求和的总值转换为城市感知变量的强度。各指标和变量感知强度计算公式如下:

$$P_j = \sum_{n=1}^N P_{nij} / N. \quad (1)$$

$$P_i = \sum_{j=1}^M P_{ij} / M. \quad (2)$$

$$P = \sum_{i=1}^L P_i / L. \quad (3)$$

式中: P_j 为所有被调查旅游者第 j 个城市感知指标的强度系数; N 为所有被调查旅游者总人数; P_i 为所有被调查旅游者第 i 个城市感知变量的强度系数; P_{nij} 为第 n 个被调查旅游者对第 i 个感知城市变量中第 j 个指标的感知得分; P_{ij} 为被调查旅游者对第 i 个城市感知变量下第 j 个指标的感知得分; M 为第 i 个城市感知变量所包含的感知指标个数; P 为被调查旅游者城市感知综合得分; L 为所有城市感知变量个数。

2.3 数据收集

选择长沙市作为研究区域,以长沙市省内外旅游者的城市感知调查为研究数据。于2011年3月份进行30份问卷预调查,根据结果对问卷进行了部分修正,确保问卷的效度,并于同年4—6月在长沙市的岳麓书院、橘子洲头、湘江风光带、火车站、五一商业广场等旅游者集散地开展正式问卷调查,共发放问卷500份,收回问卷477份,经对所有问卷进行整理,剔除了较多问项未答、前后矛盾及填答质量不佳的不合格问卷后,获得有效问卷405份,有效率为84.90%。

3 旅游者城市感知特征实证研究

3.1 样本描述性统计和信度检验

从旅游者样本人口统计学基本特征(表1)可以看出:1)从性别来看,被调查者中男女数量几乎均等,男性

^① 这里主要是指城市中具有古代文化特色的建筑,并非旅游景点。

占50.1%,女性占49.9%;2)从年龄来看,被调查者中以19~35岁年龄群体为主,占79.7%;3)从学历水平来看,被调查者以本科学历为主,占59.3%;4)从收入水平来看,被调查者主要集中在月收入1 001~5 000元的群体,占56.8%;5)从职业类别来看,学生群体、企事业单位人员以及专业技术或文教人员的比例相对较大;6)从家庭结构来看,单身家庭和三口之家占比较大。

表1 旅游者样本人口统计学基本特征

Tab.1 Demographics of tourist's samples

人口统计特征	分类	比例	人口统计特征	分类	比例
性别	男性	50.1	职业	国家公务员	6.4
	女性	49.9		专业技术或文教人员	11.9
年龄	18岁及以下	1.5	企事业单位人员	企事业单位人员	17.0
	19~35岁	79.7		工人	6.4
	36~55岁	15.8		部队军人	1.0
	56岁及以上	3.0		学生	36.3
学历	初中及以下	2.5	离退休人员	离退休人员	2.7
	高中或中专	10.6		个体业主	5.7
	大专	22.5		服务销售商贸人员	7.4
	本科及以上	64.4		其他	5.2
收入	1 000元以下	32.8	家庭结构	单身家庭	23.2
	1 001~3 000元	37.0		二口之家	10.1
	3 001~5 000元	19.8		三口之家	37.3
	5 000元以上	10.4		其他	29.4

为检验李克特量表测度的可靠性,一般采用判断克伦巴赫信度系数的方法对量表进行信度分析。借助SPSS16.0软件信度分析模块计算量表总体 α 信度系数,得到量表总体 $\alpha=0.912>0.8$,表明测量工具的可靠性非常高^[20],说明该量表可用来测度旅游者的城市感知。

3.2 旅游者城市感知特征分析

3.2.1 旅游者城市感知总体特征分析。根据公式(1)和(2),借助SPSS 16.0软件计算出旅游者对城市感知指标和各个变量的感知强度系数(表2)。从数值上来看,各变量的感知系数普遍处于3~4之间(3~4为正面感知较弱区间,4~5为正面感知较强区间)。这说明旅游者对长沙城市变量的正面感知强度并不十分显著。尽管如此,仍可用于分析城市感知变量和感知指标之间的差异,进而反映城市感知问题。总体来看,旅游者对长沙城市变量的感知强度存在差异,城市文化、城市经济和城市环境3个变量的感知强度相对显著,感知系数分别为3.240,3.198,3.125,其中对城市文化变量感知最强烈。而对城市社会、城市交通2个变量的感知相对不太显著,感知系数分别为3.010,2.867。从感知指标来看,旅游者感知相对强烈的是“地方演艺”、“现代建筑”、“城市古建筑(古迹、街区)”以及“购物商场”等,感知相对较弱的是“公交系统”和“出租车系统”。根据公式(3),可计算出长沙城市总体感知强度系数为3.088,可见旅游者对长沙城市总体感知并不十分强烈。

表2 旅游者城市感知变量强度系数

Tab.2 Strength coefficient of variables of tourist's perception on urban

感知变量	感知指标	P_j	P_i	标准误差	最小值	最大值
城市经济	现代建筑	3.24	3.198	0.942 4	1	5
	宾馆设施	3.17		0.905 4	1	5
	购物商场	3.22		0.897 5	1	5
	商业中心	3.16		0.929 7	1	5
城市社会	居民态度	3.00	3.010	0.990 0	1	5
	公共设施	3.02		0.987 2	1	5
城市文化	城市古建筑(古迹、街区、博物馆)	3.23	3.240	0.997 7	1	5
	地方演艺节目	3.25		1.015 7	1	5
城市环境	街道卫生	3.14	3.125	1.008 5	1	5
	公园绿地	3.11		1.018 1	1	5
城市交通	城市道路	3.01	2.867	1.014 6	1	5
	公交系统	2.60		1.091 3	1	5
	出租车系统	2.99		1.036 4	1	5
城市总体感知(P)		3.088		0.919 0	1	5

3.2.2 旅游者城市分项感知特征分析。1)城市经济感知特征。城市经济感知是旅游者对城市的重要感知要素。一般来讲,一个城市经济越发达,其现代建筑、宾馆设施、购物商场、商业中心等越多、越好、越齐全,对旅游者的吸引力相对越大,越容易使旅游者产生正面意象,从而影响其旅游决策行为。由表2可知,旅游者对长沙城市经济变量感知强度在5个变量中处于第2位,感知系数为3.198,其中旅游者对长沙的“现代建筑(规模、

数量和样式)”的感知系数在经济变量中最强烈,感知系数为3.24,其次是对长沙“购物商场(品牌数量、价格、方便)”的感知,系数为3.22,再次为宾馆设施(服务质量、区位方便、设施齐全),感知系数为3.17,最后是商业中心(布局、规模、质量),感知系数为3.16。2)城市社会感知特征。城市社会感知是城市感知的重要软因素之一。旅游者,特别是背包自助游者,游走在城市中,城市居民的友好态度和城市的公共设施等无疑能够帮助

旅游者形成良好的旅游感知。从表 2 可知,旅游者对长沙城市社会变量感知强度在 5 个变量中处于第 4 位,感知系数为 3.010,说明长沙城市发展中社会感知因素还存在不足,应该加强对城市居民态度、公共设施等的培育和建设。其中旅游者对长沙“城市居民的态度(自身素质、行为举止、友好程度)”和“公共设施(公共厕所的数量、方便程度)”的感知一般,感知系数分别为 3.00 和 3.02。3)城市文化感知特征。城市文化感知是城市感知中比较深层次的软因素。一般来讲,一个城市的文化底蕴是通过其城市历史街区、古迹和古建筑(博物馆)等历史物质载体和地方风俗演艺节目等地方物质载体来展示。旅游者对城市文化感知是一种深层的城市旅游行为,城市文化底蕴对旅游者城市意象形成的影响比较深刻。表 2 表明,旅游者对长沙城市文化变量感知强度在 5 个变量中最强烈,感知系数最高,为 3.240,说明长沙城市发展中文化感知因素展示比较好,获得旅游者的普遍认可。其中旅游者对长沙“城市古建筑(保护程度、保护效果、文物历史)”和“地方演艺节目(地方特色、演艺中心规模)”的感知都比较强烈,感知系数分别为 3.23 和 3.25。4)城市环境感知特征。城市环境,主要包括卫生环境和生态环境,是旅游者进行城市旅游的基础和保障,也是旅游者在城市旅游过程中无法回避的感知要素。干净、生态的环境无疑是促使旅游者良好感知的重要条件。表 2 表明,旅游者对长沙城市环境变量感知强度在 5 个变量中处于第 3 位,感知系数为 3.125(第 1、2 位分别是城市文化和城市经济)。其中旅游者对长沙“街道卫生(干净程度、垃圾桶清理频率)”和“公园绿地(城市街头开敞公园、街头绿地规模)”的感知一般,感知系数分别为 3.14 和 3.11。5)城市交通感知特征。城市交通作为旅游者特别是自助旅游者城市空间位移的必然手段,对城市旅游行为影响重大。运行良好的城市交通,能够促使旅游者形成良好的城市感知。由表 2 可知,旅游者对长沙城市交通感知强度在 5 个变量中最弱,感知系数最低,为 2.867,说明长沙城市发展中交通系统给旅游者的印象普遍较差。其中旅游者对长沙“城市道路(主干道数量、道路宽敞程度、道路通畅程度)”感知强度一般,系数为 3.01,这与长沙市正在大规模建设地铁线路和过江隧道等城市基础交通设施的实际情况密切相关。而对“公交系统”(公交车级别、公交车路线、公交车司机)的感知强度在所有指标中最弱位置,感知系数为 2.60,对“出租车系统(出租车便利程度、出租车司机文明程度和职业水平)”的感知强度在所有指标中处于次弱位置,感知系数为 2.99。

4 结论与建议

城市整体,而非仅仅城市旅游要素,对旅游的支撑作用日益重要,开展旅游者城市感知的调查研究意义重大。以 405 份旅游者的城市感知问卷调查数据为基础,

利用社会统计方法对长沙城市感知特征进行了深入研究,结果表明:1)旅游者对长沙城市总体感知不是十分强烈;2)旅游者对长沙城市变量的感知程度存在一定差异,对城市文化、城市经济和城市环境 3 个变量的感知要强于对城市社会、城市交通的 2 个变量的感知;3)指标的感知差异主要表现在:旅游者对长沙的“地方演艺节目”、“现代建筑”、“城市古建筑(古迹、街区、博物馆)”以及“购物商场”等感知相对强烈,而感知相对较弱的是“公交系统”和“出租车系统”。

虽然以长沙为个案进行实证研究,但研究结论却可为同等或同类城市的旅游发展与城市建设提供具有普遍性的政策建议和启示:1)传统的城市旅游发展与管理思维注重旅游者旅游要素的感知,忽视城市经济、社会、环境、交通等物质或非物质要素对旅游者感知的影响,不利于城市整体旅游吸引潜力的挖掘,也容易导致城市旅游市场需求预测的不足。因此,城市旅游发展政策制定要加强旅游者城市要素感知的关注,重新定位城市的旅游吸引要素;2)传统的城市发展和管理观念仅从居民第一主体感知视角来考虑城市经济、社会、环境和交通要素的规划和建设,忽视旅游者作为城市第二主体对城市要素感知的实质,不利于城市要素建设的效益最大化。因此,城市政府在规划和发展政策制定过程中应该充分考虑旅游者的感受,做到居民和旅游者两大主体在城市发展中的互动;3)城市发展过程中,政府应加强旅游发展与城市发展的协调控制,积极开展对旅游者群体的城市感知调查研究。将旅游者感知视作城市建设和发展的需求来源,将城市建设为既满足城市居民需要,又满足外来旅游者需要的综合城市;4)对旅游者社会、交通要素感知较弱的城市而言,政府要加强对社会 and 交通感知变量等方面的建设和引导。城市社会感知方面,应该扩大城市旅游的宣传,提高城市居民的素质修养,培养社区居民友好、热情的旅游态度,加速和完善城市公共厕所、路标指示系统、旅游咨询中心等公共设施建设,营造良好的城市旅游社会氛围,让旅游者获取城市主人翁的感觉;城市交通感知方面,着重改善公交车形象,逐步淘汰有碍城市形象的破旧公交车辆,积极培养公交车、出租车诚实、文明、礼貌、热情的职业素养;进一步优化公交系统、出租车呼叫系统,提高公共交通的城市畅通性,提高出租车的便利性;5)对旅游者城市综合感知不强的城市而言,政府部门应该注重城市经济、社会、文化、环境和交通的协调发展,共同推动旅游者城市总体感知提升。

需要说明的是,城市要素包含了旅游要素。本研究目的主要是验证城市非旅游要素对游客的影响,因此,主要针对城市非旅游要素进行调查研究,而所有与城市旅游紧密相关的旅游要素没有纳入调查研究范围。今后对游客的城市旅游要素与非旅游要素的感知比较研究中可以继续深化拓展。

参考文献:

[1] Cullingford C. Children's Attitudes to Holidays Overseas [J]. *Tourism Management*, 1995, 16(2): 121 - 127.

[2] SimonWong Chak Keung. Tourists' Perceptions of Hotel Frontline Employees' Questionable Job-related Behaviour [J]. *Tourism Management*, 2000, 21(2): 121 - 134.

[3] Hillery M, Nancarrow B, Griffin G, *et al.* Tourist Perception of Environmental Impact[J]. *Annals of Tourism Research*, 2001, 28(4): 853 - 867.

[4] Carr N. An Exploratory Study of Gendered Differences in Young Tourists Perception of Danger within London[J]. *Tourism Management*, 2001, 22(5): 565 - 570.

[5] 白凯,马耀峰. 基于旅游行为研究的旅游感知和旅游认知概念[J]. *旅游科学*, 2008, 22(1): 22 - 28.

[6] 李振亭,李君轶. 不同群体入境游客对我国旅游城市认知研究[J]. *特区经济*, 2007(5): 186 - 187.

[7] 高静,章勇刚,庄东泉. 国内旅游者对海滨旅游城市的感知形象研究——基于对携程网和同程网网友点评的文本分析[J]. *消费经济*, 2009, 25(3): 62 - 65.

[8] 高军,马耀峰,吴必虎,等. 外国游客对华旅游城市感知差异——以 11 个热点城市为例的实证分析[J]. *旅游学刊*, 2010, 25(5): 38 - 43.

[9] 谢雪梅,马耀峰,白凯. 旅华游客对中国西部城市旅游认知研究[J]. *新疆师范大学学报(自然科学版)*, 2011, 30(1): 4 - 12.

[10] 凯文·林奇. 城市意象[M]. 方益萍,等译. 北京:华夏出版社, 2001.

[11] Orleans P. Differential Cognition of Urban Residents: Effects of Social Scale on Mapping [C]// Downs R, D Stea. *Image and Environment: Cognitive Mapping and Spatial Behavior*. Chicago: Aldine, 1973: 115 - 130.

[12] William N. *Human Geography* [M]. London: Oxford University Press, 2002: 320 - 321.

[13] Peace P L. Mental Souvenirs: A Study of Tourists and Their City Maps [J]. *Australian Psychology*, 1977, 29(3): 203 - 210.

[14] 顾朝林,宋国臣. 北京城市意象空间及构成要素研究[J]. *地理学报*, 2001, 56(1): 64 - 74.

[15] 冯健. 北京城市居民的空间感知与意象空间结构[J]. *地理科学*, 2005, 25(2): 142 - 154.

[16] 李瑞. 城市旅游意向及其构成要素分析[J]. *西北大学学报(自然科学版)*, 2004, 34(4): 494 - 498.

[17] 田逢军,沙涓. 城市旅游地意象空间分析——以南昌市为例[J]. *旅游学刊*, 2008, 23(7): 67 - 71.

[18] 尹郑刚,李学英,白阳. 郑州市游憩地意象空间分析[J]. *地域研究与开发*, 2010, 29(5): 79 - 85.

[19] 车震宇. 城市意象要素在城市旅游规划中的应用[J]. *社会科学家*, 2010(6): 99 - 101.

[20] 范柏乃,蓝志勇. 公共管理研究与定量分析方法[M]. 北京:科学出版社, 2008.

Empirical Study on Feature of Tourist's Perception on Urban: A Case of Changsha City

Yin Zhangxin¹, Luo Wenbin²

(1. *Department of Economics and Management, Hunan First Normal College, Changsha 410205, China*; 2. *College of Tourism, Hunan Normal University, Changsha 410081, China*)

Abstract: It is of great significance to investigate and study tourist's urban perception not only on tourism aspects, but also non-tourism aspects such as economy, society, culture, environment and traffic as these urban factors are becoming more and more important to urban tourism development day by day. After analyzing on the shortage of existing researches at home and abroad, this paper has done empirical research on the tourists' urban perception in Changsha based on survey questionnaire and social statistical method. Tourists' urban comprehensive perception on Changsha is not very intense and the coefficient is only 3.088; The perception strength on the urban variables are different, which on urban culture, urban economy and urban environment are relative strong, but on the urban society and urban traffic are weak; The perception indicators of "local performance", "modern architectures", "urban ancient buildings (heritage, ancient streets)" and "shopping mall" are relative strong, but the "public transport system" and "taxi system" are weaker. According to the results, some policy suggestions are discussed finally.

Key words: urban tourism; urban perception feature; method of average value compare; Changsha City