

基于网络信息的江西省乡村旅游地 吸引力评价及空间分析

朱中原 王蓉 胡静 李亚娟¹

(1. 华中师范大学 城市与环境科学学院, 湖北 武汉 430079;

2. 中国旅游研究院武汉分院, 湖北 武汉 430079;

3. 华中师范大学 地理过程分析与模拟湖北省重点实验室, 湖北 武汉 430079)

【摘要】: 旅游吸引力是目的地旅游发展的动力源泉, 基于需求侧的旅游吸引力评价对于乡村旅游地的经营管理和市场营销具有重要的指导意义。以江西省为例, 在乡村旅游地类型划分的基础上, 构建了基于网络信息的乡村旅游地吸引力评价体系, 同时采用空间自相关和核密度分析方法分析了乡村旅游地吸引力的空间分布格局, 研究发现: (1) 江西省乡村旅游地可以划分为生态观光类、休闲度假类、农事体验类、农业科技类、乡土文化类和特色村镇类六大类和 24 个基本类型; (2) 江西省乡村旅游地单体吸引力指数相差较大, 不同类型乡村旅游地吸引力指数差异显著, 生态观光类吸引力指数最高, 农业科技类最低; (3) 江西省乡村旅游地为旅游者带来了良好的游憩体验, 旅游者整体满意度较高, 但网络关注度与分享程度相对较低; (4) 江西省乡村旅游地吸引力集聚特征显著, 且主要集中在“南昌-九江-宜春”、“萍乡-宜春”、“上饶-景德镇”三大片区, 各类型乡村旅游地吸引力集聚状况空间差异较大。基于研究结论, 文章为江西乡村旅游吸引力的提升及未来乡村旅游的发展提出了针对性的意见与建议。

【关键词】: 旅游吸引力 吸引力评价 网络信息 乡村旅游地

【中图分类号】: F592 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1004-8227(2020)08-1713-10

“旅游吸引力(Tourist Attraction)”是国内外旅游研究的重点内容之一, 旅游者对旅游目的地吸引力的感知更是影响其旅游决策的关键因素^[1]。虽然现有的研究中关于旅游吸引力的定义并没有明确而统一界定, 但总体上来说, 国内外学者们主要从供给侧(旅游目的地)或需求侧(旅游者)的角度对旅游吸引力进行界定^[2]。对目的地而言, 其旅游吸引力是由多种吸引力要素所构成的一种综合性吸引力, 具体包括旅游资源吸引力、旅游服务吸引力(满意度)和旅游环境吸引力等^[3]。而对于旅游者来说, 目的地吸引力指的是目的地对其旅游需求的满足程度, 旅游者需求的满足程度越高, 目的地旅游吸引力越强^[4]。目前, 国内外学者关于旅游吸引力的评价研究已积累了丰硕的研究成果。国外学者 Gearing 等^[5]较早地从自然风光、历史文化、气候环境、待客态度、餐饮、住宿、购物、娱乐及节庆活动等方面评价了目的地旅游吸引力, Cho^[6]、Formica 等^[7]和 Tam^[8]学者在此基础上增加了旅游交通、居民生活、物价水平、语言交流等测量指标, 进一步丰富了目的地旅游吸引力的评价指标体系; Maria^[9]、Jin 等^[10]和 Wu 等^[11]学者则

作者简介: 朱中原(1990-), 男, 硕士研究生, 主要研究方向为旅游资源与环境、旅游与区域发展。E-mail: zhuzhy@mails.ccnu.edu.cn; 胡静, E-mail: huj@mail.ccnu.edu.cn

基金项目: 国家自然科学基金项目(41601127); 教育部哲学社会科学发展报告项目(11JBG041)。

通过问卷调查实证探索了旅游者对目的吸引力的感知情况^[12]。而国内学者关于旅游吸引力的评价研究,一方面与国外学者类似,从旅游者感知的视角对泰山、衡山、国家森林公园等知名旅游地吸引力进行了评价^[13~16],另一方面,则以统计数据为数据来源,运用引力模型、空间交互模型等方法对区域或城市旅游吸引力进行了测度与评估^[17~20]。

随着近年来互联技术的迅速发展,在线旅游平台已成为旅游者分享其旅游体验与经历的重要渠道,学者们也逐渐开始利用网络数据对目的地旅游吸引力进行研究。Simona 等^[21]学者以旅游者在 Flickr 网站上分享的图片为数据来源,运用数学和机器学习模型研究了意大利六大旅游城市的吸引力;王辉等^[22]则以网络游记为数据来源,运用内容分析法和吸引力值模型对韩国济州岛旅游吸引力进行了评价。此外,朱鹤等^[23]、敬峰瑞等^[24]、胡静等^[25]学者也基于网络信息对城市和民族地区的旅游资源吸引力进行了探索。综上,虽然国内外旅游学者们一直重视目的地旅游吸引力的评价研究,但现有的研究大都以城市、知名旅游景区或区域等为研究对象,而对当前旅游研究热点之乡村旅游吸引力的关注极少。在快速发展的城市化进程中,乡村传统文化和价值认同在城市流行文化和价值观的影响下逐步异化,如何“留住乡愁”、保持并提高乡村旅游地的核心吸引力对目的地乡村旅游发展具有重要的指导意义^[26]。

江西省是我国乡村旅游发展的典型和代表,其优越秀美的自然生态环境、深厚丰富的历史文化资源及日益创新发展的农业科技,有效实现了江西乡村旅游的快速多样化发展。因此,本研究选取江西省为案例地,以业界访问量高、口碑较好的携程、去哪儿、蚂蜂窝和百度旅游四大国内知名的在线旅游平台为数据来源,尝试在对江西省乡村旅游地进行类型划分的基础上,评价分析江西省不同类型乡村旅游地吸引力情况,并采用 GIS 空间分析方法探索不同类型乡村旅游地吸引力空间分布格局,以为江西省乡村旅游发展与规划提供参考依据。

1 研究设计

1.1 研究区域概况

江西省,简称“赣”,位于中国东南部,长江中下游南岸,地处华东地区,因公元 733 年唐玄宗设江南西道而得省名,古有“吴头楚尾,粤户闽庭”之称。江西经济发展迅速,现为长江经济带的重要组成部分,长江三角洲经济区、珠江三角洲经济区和海峡西岸经济区的中心腹地。江西省生态环境优越、历史文化悠久、人文底蕴深厚,境内多山地丘陵,河流湖泊交织,素有“六山一水二分田、一分道路和庄园”之说,其中以“匡庐奇秀甲天下山”美誉的庐山和“中国第一大淡水湖”之称的鄱阳湖较为著名;陶瓷文化、宗教文化、农耕文化与客家文化源远流长,山岳湖泊、人文景观和田园风光融为一体,造就了独特的地域文化景观,为江西省乡村旅游发展奠定了坚实的基础。自 20 世纪 90 年代以来,江西省依托良好的生态与文化资源优势率先发展乡村旅游,随后乡村旅游发展影响力扩至全国,尤其是被外界誉为“中国最美乡村”的婺源,是江西乡村旅游发展的一颗璀璨明珠。2018 年,江西省乡村旅游接待游客量高达 3.6 亿人次,乡村旅游总收入 3400 多亿元,有效促进了江西旅游业从“配角”到“主角”的转变。

1.2 数据来源

江西省乡村旅游地数量众多,考虑到研究数据的全面性和典型性,本文选取国家级和省级层面且具有代表性的江西省乡村旅游地为研究对象。具体研究数据主要包括 3 个方面:(1)江西省乡村旅游地数据,主要来源于国家农业农村部、住房和城乡建设部、文化与旅游部、江西省文化和旅游厅(旅游)在 2010 年 1 月~2018 年 12 月期间公布的全国休闲农业与乡村旅游示范点(17 个)、全国特色景观旅游名镇(村)(16 个)、中国乡村旅游创客示范基地(3 个)、中国乡村旅游模范村(35 个)、江西省 5A、4A 级乡村旅游点(157 个)、江西十大休闲旅游小镇(10 个)、江西省旅游风情小镇(25 个),剔除重复的样本后,共得到 246 个有效的乡村旅游地数据;(2)乡村旅游地吸引力评价指标数据(截止到 2018 年 12 月 31 日),主要来源于国内排名相对靠前、数据较为充分、信息较为全面的携程旅行网、去哪儿网、马蜂窝旅游网、百度旅游四大在线旅游网站,分别从游憩价值、关注度、满意度、好评指数、分享指数 5 个维度搜集了 24 个评价指标数据;(3)图件数据,研究中的江西省底图数据来源于国家自然资源部和江西省自然资源厅官网数据。

1.3 研究方法

1.3.1 熵值法

熵值法是一种客观的赋权方法,可根据指标特性用熵值来反映指标的离散程度,即确定某个指标的权重。且熵值越小,指标的离散程度越大,则该指标在综合评价中所起的作用越大,即权重越大。本研究用其来确定乡村旅游地旅游吸引力评价体系中评价项目与评价因子的权重。计算步骤如下:

(1) 首先根据原始数据生成 X 矩阵,其中, i 是指第 i 个乡村旅游地, j 表示第 j 项评价指标, x_{ij} 表示第 i 个乡村旅游地第 j 项评价指标的数值。

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \cdots & x_{1j} \\ x_{21} & x_{22} & \cdots & x_{2j} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{i1} & x_{i2} & \cdots & x_{ij} \end{bmatrix}$$

(2) 对各项评价指标进行标准化处理,得到对应的 Y 矩阵。在此基础上,计算各指标下各样本值所占该指标的比重 z_{ij} ,其中 y_{ij} 为 x_{ij} 对应的标准化的值, n 为乡村地的数量。

$$z_{ij} = y_{ij} / \sum_{i=1}^n y_{ij}$$

(3) 计算各指标的熵值 e_j , 其中

$$k = 1/\ln n, \quad e_j = -k \cdot \sum_{i=1}^n z_{ij} \ln z_{ij}$$

(4) 计算各项指标的信息熵冗余度。

$$d_j, \quad d_j = 1 - e_j$$

(5) 计算各项指标的权重 w_j , 其中 m 指评价指标的数量。

$$w_j = d_j / \sum_{j=1}^m d_j$$

(6) 计算各乡村旅游地评价项目的值 s_i ,

$$s_i = \sum_{j=1}^m w_j y_{ij}$$

根据计算得出的评价项目的指标值,重复上述步骤,再次使用熵值法来确定评价项目的权重,由此可以得出江西各乡村旅游地的综合旅游吸引力。

1.3.2 空间自相关分析

空间自相关分析是反映空间分布的指标,包括空间全局自相关和空间局部自相关。全局自相关分析可以揭示乡村旅游地吸引力整体的空间相关性情况,包括离散、随机、集聚三种状态,通常用 Moran' sI 指数来表示。计算公式如下:

$$I_1 = \frac{n}{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \cdot \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij} (x_i - \bar{x}) (x_j - \bar{x})}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij}}$$

局部自相关分析则能够进一步解释局部空间范围内乡村旅游地吸引力的离散或集聚状况,通常用 LISA 集聚图来表示。计算公式如下:

$$I_2 = \frac{n(x_i - \bar{x}) \sum_{j=1}^n (x_j - \bar{x})}{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}$$

式中:n为乡村旅游地的个数; x_i 、 x_j 分别为第 i 和第 j 个乡村旅游地的吸引力; $\bar{x}$ 为乡村旅游地吸引力的平均值; w_{ij} 为空间权重矩阵。当 $-1 < I < 0$ 时,呈负相关性,为离散分布;当 $I=0$ 时,无相关性,为随机分布;当 $0 < I < 1$ 时,呈正相关性,为集聚分布。

1.3.3 核密度分析

核密度分析法是重点反映要素对周围影响强度的指标,能够清晰地反映研究要素的空间分布及集聚特征。本研究是指乡村旅游地吸引力的空间分布及集聚状况。其表达式为:

$$f(x) = \frac{1}{nh} \sum_{i=1}^n k\left(\frac{x - X_i}{h}\right)$$

式中:f(x)为核密度估计值;h为半径($h > 0$);n为江西乡村旅游地的数量; $(x - X_i)$ 则表示估值点 x 到事件 X_i 处的距离。其中, f(x)

值越大,表示乡村旅游地吸引力越强,区域乡村旅游的发展程度越好。

2 乡村旅游地吸引力评价指标体系构建

2.1 乡村旅游地类型划分

乡村旅游地是指以乡村地域上的景观环境和乡土风情为核心吸引物,吸引旅游者前往观光、休闲、体验等的乡村旅游活动的场所^[27]。本文在借鉴相关乡村旅游地分类研究^[28,29]的基础上,依据乡村旅游的资源属性与功能,并结合江西省乡村旅游发展现状,将江西省 246 个乡村旅游地划分为生态观光类、休闲度假类、农事体验类、农业科技类、乡土文化类和特色村镇类 6 大类型,并进一步细分为 24 个子类(表 1)。在 6 大类型乡村旅游地中,特色村镇类乡村旅游地最多,占比高达 27.24%。江西省丰富多样的乡村旅游资源类型与特色鲜明的地域文化,为特色乡村旅游地的建设发展提供了良好的资源禀赋;相关政府部门一直大力支持乡村旅游发展,积极推出各类特色村镇建设的鼓励政策,且自 2012 年以来每年评选出多类优秀的乡村旅游特色村镇,极好地促进了特色乡村旅游地的建设发展。乡土文化类占比为 19.11%,排名第 2,表明江西省的生态文化、徽州文化、红色文化、客家文化等文化资源正在以乡村旅游为载体,进行有效地弘扬与传承。休闲度假类旅游地占比 15.85%,农事体验类占比 13.41%,而生态观光类相对较少,仅为 12.60%。这主要是由于江西省是全国乡村旅游起步最早、也是目前乡村旅游发展较好的省份,其乡村旅游发展正逐渐由传统的观光游览向休闲度假、体验转型升级,因此其乡村休闲度假类旅游地数量较多,同时农事体验类旅游地也正在日益增加。农业科技类作为新型的乡村旅游地,占比 11.79%。江西省依托丰富多样的农业资源,以乡村旅游为契机,大力发展农业科技,提升休闲农业旅游资源品质,将有助于江西由农业资源大省向农业科技强省转变。

表 1 江西省乡村旅游地类型划分

一级指标	二级指标	数量(个)	比例(%)
A 生态观光类(31;12.60%)	A ₁ 农业观光园	8	3.25
	A ₂ 生态观光园	8	3.25
	A ₃ 自然风景区	10	4.07
	A ₄ 森林公园	2	0.81
	A ₅ 湿地公园	2	0.81
	A ₆ 植物园	1	0.41
B 休闲度假类(39;15.85%)	B ₁ 生态休闲农庄	20	8.13
	B ₂ 休闲农业度假村	11	4.47
	B ₃ 生态旅游度假区	8	3.25
C 农事体验类(33;13.41%)	C ₁ 农业采摘园	12	4.88
	C ₂ 生态体验园	17	6.91
	C ₃ 田园综合体	4	1.63
D 农业科技类(29;11.79%)	D ₁ 农产品种植基地	22	8.94

	D ₂ 农业科技产业园	5	2.03
	D ₃ 现代渔业养殖基地	2	0.81
E 乡土文化类 (47;19.11%)	E ₁ 文化古村落	33	13.41
	E ₂ 生态古村落	9	3.66
	E ₃ 民俗文化村	5	2.03
F 特色村镇类 (67;27.24%)	F ₁ 生态文明示范村	10	4.07
	F ₂ 旅游风情小镇	33	13.41
	F ₃ 休闲旅游小镇	11	4.47
	F ₄ 民族特色村寨(镇)	5	2.03
	F ₅ 历史文化名村(镇)	7	2.85
	F ₆ 现代工农业示范村	1	0.41

2.2 吸引力评价指标体系构建

吸引力评价指标的构建是乡村旅游地吸引力评价关键,旅游者在乡村旅游地游览过程中的体验是乡村旅游的本质与核心,因此本文基于需求侧——旅游者乡村旅游体验视角,借鉴朱鹤等^[23]、敬峰瑞等^[24]、胡静等^[25]学者在研究旅游资源吸引力时基于网络信息提出的总体评价、分享情况、游憩价值、知名度、美誉度评价因子,并综合考虑评价指标的客观性与科学性 & 网络数据的可获取性,从游憩价值、关注度、满意度、好评指数、分享指数 5 个维度构建江西省乡村旅游地吸引力评价指标体系(表 2)。其中,游憩价值是指旅游者在乡村旅游地游览过程中,对旅游资源与景观特色的感受和评价,具体由“景色评分、趣味评分、性价比评分”三项评价因子反映。关注度指现有游客与潜在游客对乡村旅游地的关注程度,可以由旅游者关于旅游地的“问答数量”和“点评数量”来体现。满意度是指乡村旅游地对旅游者旅游需求的满足程度,是旅游者对乡村旅游地客观的总体评价,主要通过“总体评分”一项评价指标来反映。好评指数能够反映乡村旅游地给旅游者留下的主观印象,是旅游者对乡村旅游地的主观认可或赞许程度,由“好评率”一项评价因子反映。分享指数是衡量乡村旅游地传播推荐及效果的重要指标,反映了是游客对乡村旅游地旅游经历的分享情况,具体由“图片数、游记数、画册数、攻略数”4 项评价因子来体现。此外,本研究评价项目中的 5 项评价指标均为正向指标,即指标值越大,乡村旅游地的吸引力越强。

表 2 乡村旅游地吸引力评价指标体系

评价目标	评价项目	评价因子	指标来源
乡村旅游地吸引力	游憩价值 (0.111)	景色评分 (0.334)	携程旅行网
		趣味评分 (0.333)	携程旅行网
		性价比评分 (0.333)	携程旅行网
	关注度 (0.300)	问答数量 (0.240)	携程旅行网

		点评数量 (0.188)	携程旅行网
		点评数量 (0.173)	去哪儿网
		点评数量 (0.223)	马蜂窝旅游网
		点评数量 (0.176)	百度旅游
	满意度 (0.108)	总体评分 (0.251)	携程旅行网
		总体评分 (0.274)	去哪儿网
		总体评分 (0.475)	百度旅游
	好评指数 (0.143)	好评率 (0.208)	携程旅行网
		好评率 (0.223)	去哪儿网
		好评率 (0.276)	马蜂窝旅游网
		好评率 (0.293)	百度旅游
	分享指数 (0.338)	图片数量 (0.091)	携程旅行网
		图片数量 (0.099)	去哪儿网
		图片数量 (0.125)	马蜂窝旅游网
		图片数量 (0.099)	百度旅游
		游记数量 (0.102)	携程旅行网
		游记数量 (0.126)	马蜂窝旅游网
		游记数量 (0.125)	百度旅游
		画册数量 (0.123)	百度旅游
		攻略数量 (0.110)	去哪儿网

3 乡村旅游地吸引力评价

3.1 综合旅游吸引力评价

由评价结果得出,江西省 246 个乡村旅游地的平均吸引力指数为 0.086。其中,在 6 大类乡村旅游地中,生态观光类的平均吸引力指数最高为 0.130;乡土文化类为 0.117,排名第二;休闲度假类、特色村镇类和农事体验类分别为 0.093、0.077 和 0.070;农业科技类吸引力最弱,仅为 0.021(图 1)。可见,江西优越的自然生态环境和独特的乡土文化资源有效地促进了生态观光和乡土文化类旅游地发展,而由于农业科技类是以农业种植为核心辅以旅游功能,因此其旅游吸引力相对较低。在 24 个子类乡村旅游地中,排名前三的乡村旅游地分别为森林公园、自然风景区和文化古村落,其旅游吸引力指数分别为 0.184、0.180 和 0.153,且前两

名均为生态观光类乡村旅游地;而农业科技产业园、现代渔业养殖基地、民族特色村寨(镇)、现代工农业示范村 4 个子类在所有子类型中旅游吸引力最弱,吸引力指数接近为零。这不仅体现出不同子类的乡村旅游地吸引力相差较大,而且也从侧面反映出生态观光类乡村旅游地吸引力较高,农业科技类旅游吸引力较低。最后,从单个乡村旅游地吸引力指数来看,排名前五的乡村旅游地及吸引力指数依次为江岭风景区(0.752)、篁岭村(0.749)、江湾镇(0.511)、庆源村(0.493)和瑶里镇(0.457)。这些乡村旅游地呈现出如下特征:(1)均是当前江西乡村旅游发展较好、游客较多的知名旅游地;(2)地理位置上均集中于赣东北地区,其中前 4 个均位于江西省乡村旅游发展最好的婺源县;(3)类型上集中于生态观光、乡土文化和特色村镇类乡村旅游地。

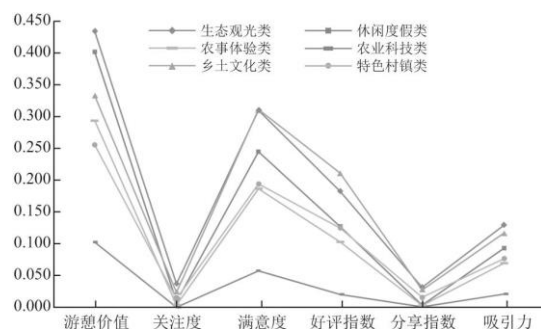


图 1 江西省各类型乡村旅游地吸引力

3.2 旅游吸引力维度评价

通过对江西省乡村旅游地吸引力 5 个评价维度的得分情况进行分析发现:在游憩价值方面,排名前 3 的乡村旅游地类型分别为植物园(A6)、田园综合体(C3)和自然风景区(A3),说明这 3 类旅游地给旅游者带来了良好的乡村游憩体验。关注度方面,森林公园(A4)、生态观光园(A2)和农业观光园(A1)排名靠前,均属于生态环境较好的生态观光类乡村旅游地,这说明在我国的城市化进程中,生态观光类旅游地能够较好地满足旅游者日益追求回归自然的旅游需求,因此该类乡村旅游地得到了旅游者的特别关注。满意度方面,自然风景区(A3)、文化古村落(E1)和田园综合体(C3)满意度较高,这说明这 3 类旅游地较符合旅游者心理预期,能够较好的满足其旅游需求。好评指数方面,排名前 3 位的是自然风景区(A3)、文化古村落(E1)和森林公园(A4),说明江西省以优越的生态环境和独特的乡土文化为基础开发的乡村旅游地得到了旅游者的认可和赞许,好评率较高。分享指数方面,农业观光园(A1)、历史文化名村(镇)(F5)、森林公园(A4)3 个类型排名靠前,说明在乡村旅游发展过程中,自然景观和人文建筑最容易让游客记住和回忆,旅游者的推广和口碑将有助于提升这 3 类乡村旅游地知名度。而农业科技产业园(D2)、现代渔业养殖基地(D3)、民族特色村寨(镇)(F4)和现代工农业示范村(F6)4 个类型的乡村旅游地在 5 个维度中均排名靠后,这说明农业科技类和特色村镇类的乡村旅游地知名度较低、吸引力较弱。一方面需要乡村旅游地的管理部门协助经营者做好宣传营销,提升区域内乡村旅游的知名度;另一方面需要乡村旅游地的经营者增强旅游地综合实力来提升自身的旅游吸引力。

4 乡村旅游地吸引力空间分析

4.1 吸引力全局自相关分析

本研究采用反距离权重插值法对江西省乡村旅游地吸引力进行空间自相关分析。结果显示,江西省所有乡村旅游地全局 Moran' sI 指数为 0.135(>0),P 值为 0.000(<0.01),Z 值为 5.551(>2.58),这说明在 99%的置信区间内,江西省乡村旅游地吸引力呈现出明显的空间集聚特征。这是因为以生态文化为核心内涵的乡村旅游地,对自然生态环境具有较高的依赖性,导致乡村旅游地吸引力具有一定的相似性,所以其吸引力整体上表现出较强的空间集聚性。各类型乡村旅游地中,若仅从 Moran' sI 指数看,乡土文化类和特色村镇类乡村旅游地吸引力 I 值大于 0,生态观光类、休闲度假类、农事体验类和农业科技类 I 值小于 0,说明各类型乡村旅游地吸引力中均存在空间上的集聚或离散特征。但除了乡土文化类的乡村旅游地吸引力 P 值为 0.011(<0.05),其他各类

P 值均大于 0.05(表 3),未通过显著性检验,说明乡土文化类乡村旅游地吸引力在空间上呈现出明显的空间集聚特征,其余各类型乡村旅游地吸引力在空间上都呈现随机分布,不存在明显的空间集聚或离散特征。这主要是因为以特色文化为核心吸引力的文化古村落具有地域上的集聚性和内在的文化关联性,促使乡土文化类乡村旅游地吸引力在空间上表现为较为明显的集聚特征;而其他各类乡村旅游地吸引力大小除了受区位因素影响之外,还可能与其自身资源条件、相关政策支撑及旅游者行为偏好等因素有关,因此空间相关性相对较弱。

表 3 各类型乡村旅游地吸引力的全局 Moran' sI 指数

类型	Moran' sI	Z 值	P 值
全部乡村旅游地	0.135	5.551	0.000
生态观光类	-0.101	-0.650	0.516
休闲度假类	-0.067	-1.062	0.288
农事体验类	-0.059	-0.323	0.747
农业科技类	-0.091	-0.549	0.583
乡土文化类	0.213	2.531	0.011
特色村镇类	0.071	1.464	0.143

4.2 吸引力局部自相关分析

为进一步深入探析江西省不同类型乡村旅游地吸引力在局部空间的差异变化情况,对乡村旅游地吸引力进行局部自相关分析,并在 0.05 置信水平上,绘制出 LISA 集聚图(图 2)。结果显示,9 个乡村旅游地为高高(H-H)集聚区,即自身和周围相邻旅游地的吸引力都较强,主要集中分布在赣东北地区,且其中 8 个位于婺源县,1 个位于景德镇;2 个为高低(H-L)集聚区,自身吸引力较强而周围相邻旅游地吸引力较弱,分别位于鹰潭市和吉安市;2 个为低高(L-H)集聚区,自身吸引力较弱而周围旅游地吸引力较强,均位于婺源县。这表明江西省乡村旅游地吸引力空间格局差异较大,且婺源县是江西省乡村旅游发展的代表,其乡村旅游吸引力明显较强。各类型乡村旅游地吸引力中,生态观光类均不显著,没有明显的相关性;休闲度假类中,2 个为高低集聚区,1 个位于吉安市,1 个位于宜春-萍乡的交界处;农事体验类中,1 个为高高集聚区,位于赣州市,1 个为高低集聚区,位于鹰潭市;农业科技类中,1 个为高低集聚区,位于萍乡市;乡土文化类中,5 个为高高集聚区,其中 4 个分布在婺源,1 个位于吉安市;特色村镇类中,4 个为高高集聚区,位于上饶和景德镇,3 个为高低集聚区,分别位于南昌市、鹰潭市、吉安市。由此可知,江西省各类型乡村旅游地吸引力集聚状态各不相同,除生态观光类旅游地吸引力空间分布较为均衡,其余各类型旅游地吸引力差异明显。此外,通过核密度分析发现(图 3),江西省乡村旅游地吸引力呈现出显著的集聚特征,且主要分布在“南昌-九江-宜春”、“萍乡-宜春”、“上饶-景德镇”、三个片区,呈三足鼎立态势。具体表现为生态观光类、休闲度假类乡村旅游地吸引力主要集中在前两个片区,乡土文化类吸引力在后一个片区较为集中,而其他三类旅游地吸引力虽相对较为分散,但整体上呈现出赣北集中、赣南分散的特征。

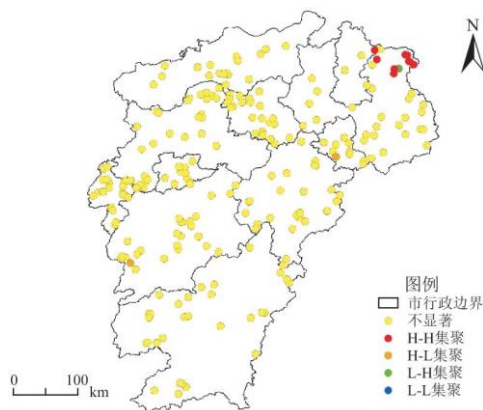


图2 江西省乡村旅游地吸引力空间集聚分析图

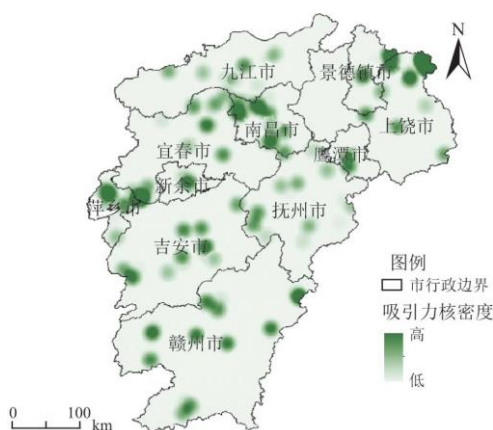


图3 江西省乡村旅游地吸引力核密度分析图

5 结论与建议

5.1 结论

文章将江西省 246 个乡村旅游地划分为生态观光类、休闲度假类、农事体验类、农业科技类、乡土文化类和特色村镇类 6 个大类和 24 个子类,从游憩价值、关注度、满意度、好评指数、分享指数五个维度构建了乡村旅游地吸引力评价指标体系,对江西省不同类型的乡村旅游地吸引力进行了评价研究,主要得出以下结论:

(1)江西省乡村旅游地平均吸引力指数为 0.086,单个乡村旅游地吸引力指数差距较大。排名前三的乡村旅游地分别为江岭风景区(0.752)、篁岭村(0.749)、江湾镇(0.511);而有 112 个乡村旅游地在四大网络平台上均没有出现相关的指标评价信息,基于网络信息的旅游吸引力指数极低。虽然在政策的引导下,近年来江西省乡村旅游发展如火如荼,已发展了一批成熟的吸引力较强的乡村旅游地,但仍然有较多的乡村旅游地仍处于起步阶段,从而导致江西省乡村旅游地整体吸引力指数较低。

(2)江西省不同类型乡村旅游地吸引力指数差别显著。在六大类型乡村旅游地中,生态观光类平均吸引力指数最高为 0.130;乡土文化类次之,为 0.117;休闲度假类、特色村镇类和农事体验类分别为 0.093、0.077 和 0.070;农业科技类最弱,仅为 0.021。江西优越的自然生态环境和独特的乡土文化资源有效地促进了生态观光和乡土文化类旅游地发展,而由于农业科技类旅游地,目

前仍然是以农业种植为核心辅以简单的旅游功能,相关的旅游服务配套设施还不够完善,因此其旅游吸引力相对较弱。

(3)江西省乡村旅游地整体游憩价值较高,而旅游者网络关注度和分享程度相对较低。根据江西省乡村旅游地吸引力五个评价维度的得分情况可知,游憩价值的得分最高(0.303),满意度次之(0.222),而乡村旅游地的关注度和分享指数得分均较低(均为0.015)。江西省乡村旅游地为旅游者带来了良好的游憩体验,旅游者整体满意度较高,但旅游者对江西省乡村旅游地的关注程度不足、分享程度较低。

(4)江西省乡村旅游地吸引力整体上具有显著的空间集聚特征,且各类型乡村旅游地吸引力空间差异较大。江西省乡村旅游地吸引力主要集中在“南昌-九江-宜春”、“萍乡-宜春”、“上饶-景德镇”三大片区。各类型乡村旅游地中,生态观光类、休闲度假类旅游地吸引力主要集中在“南昌-九江-宜春”和“萍乡-宜春”两个片区,乡土文化类旅游吸引力集中在“上饶-景德镇”片区;而其他三类乡村旅游地吸引力则较为分散,没有明显的集聚区域。

5.2 建议

针对上述研究结论,本文为未来江西省乡村旅游发展与规划提出以下几点建议:

(1)挖掘乡村旅游地资源特色,避免同质化、商业化发展困境。江西省需要进一步深入挖掘各地乡村自然与文化资源特色,系统规划省域范围内乡村旅游发展,适度控制邻近区域内同类型乡村旅游地的开发建设。与此同时,重视旅游发展与乡村种植业、养殖业的融合发展,以控制过度的商业化开发,运用旅居、游居、野居、诗意栖居、第二居所等新理念丰富乡村旅游发展内容与形式,实现江西省乡村旅游的多元化发展。

(2)提升旅游吸引力较弱的乡村旅游地发展质量,促进不同类型乡村旅游地协调发展。对于平均旅游吸引力较弱而数量较多的农业科技类、农事体验类及特色村镇类乡村旅游地,需要立足自身资源优势,提升旅游发展质量。农业科技类旅游地可以依托先进的农业科学技术,增强旅游者在农产品生产与加工过程中的参与性与体验性,并进一步完善相应的配套设施,提升旅游服务接待功能;农事体验类旅游地可以打造亲子、研学等创意农事体验活动,丰富旅游者乡村旅游经历;特色村镇类旅游地需要进一步发挥其资源特色优势,以满足旅游者个性化的旅游需求。

(3)加大乡村旅游地营销宣传力度,提升旅游者网络关注度与分享力度。江西省乡村旅游地一方面应该借助知名在线旅游网站、旅游微博、微信公众号等网络平台,及时推送更新乡村旅游地信息,提高乡村旅游地知名度;另一方面,创新乡村旅游网络营销模式,运用有奖竞猜、礼品赠送、意见征询、征文比赛等活动形式增强主客互动,促使现有客源带动潜在客源,提升旅游者对乡村旅游地的分享推荐意愿。

(4)优化江西省乡村旅游发展格局,实现区域乡村旅游均衡发展。赣北地区凭借良好的资源与交通优势,成为了江西省乡村旅游吸引力的主要集聚区。而赣中、赣南地区不仅需要以红色文化、客家文化等地域文化为核心吸引力,打造主题突出、特色鲜明的乡村旅游地;还应该加快完善旅游交通等配套设施建设,提高区域旅游通达性,拓展中南部地区乡村旅游客源市场,有效促进江西省乡村旅游均衡发展。

参考文献:

[1]UM S,CHON K,RO Y H.2006.Antecedents of revisit intention[J].Annals of Tourism Research,33(4):1141-1158.

[2]郭安禧,郭英之,孙雪飞,等.国外旅游目的地吸引力研究述评与展望[J].世界地理研究,2016,25(5):153-166.

-
- [3]陈岩英. 旅游地的吸引力系统及其管理研究[J]. 旅游科学, 2004(3):16-21.
- [4]HU Y, RITCHIE J R B. Measuring destination attractiveness:A contextual approach[J]. Journal of Travel Research, 1993, 32(2):25-34.
- [5]GEARING C E, SWART W W, VAR T. Establishing a measure of touristic attractiveness[J]. Journal of Travel Research, 1974, 12(4):1-8.
- [6]CHO B H. Segmenting the younger Korean tourism market:The attractiveness of Australia as a holiday destination [J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 1998, 7(4):1-19.
- [7]FORMICA S, UYSAL M. Destination attractiveness based on supply and demand evaluations:An analytical framework[J]. Journal of Travel Research, 2006, 44(4):418-430.
- [8]TAM B T. Application of contextual approach for measuring tourism destination attractiveness[J]. Journal of Science, 2012, 70(1):217-226.
- [9]MARIA F C, PETER N. The attractiveness and competitiveness of tourist destinations:A study of Southern Italian regions[J]. Tourism Management, 2009, 30(3):336-344.
- [10]JIN X, WEBER K, THOMAS B. Impact of clusters on exhibition destination attractiveness:Evidence from Mainland China[J]. Tourism Management, 2012, 33(6):1429-1439.
- [11]WU T C, PHILIP F X, TSAI M C. Perceptions of attractiveness for salt heritage tourism:A tourist perspective[J]. Tourism Management, 2015, 51:201-209.
- [12]MARYSE B, GEORGES A T. Analysis of the determinants of urban tourism attractiveness:The case of Québec City and Bordeaux[J]. Journal of Destination Marketing & Management, 2019, 11:67-79.
- [13]宋振春, 陈方英, 宋国惠. 基于旅游者感知的世界文化遗产吸引力研究——以泰山为例[J]. 旅游科学, 2006(6):28-34.
- [14]蔡梅良, 钟志平. 南岳旅游地吸引力综合评价与对策研究[J]. 经济地理, 2010, 30(3):514-518.
- [15]余意峰, 保继刚, 丁培毅. 基于旅游经历的目的地吸引力感知差异研究[J]. 旅游学刊, 2010, 25(5):51-55.
- [16]陈海波. 旅游地吸引力的游客感知差异及其对重游意愿的影响——以海南国际旅游岛为例[J]. 北京第二外国语学院学报, 2012, 34(9):73-77, 82.
- [17]路春燕, 白凯. 中国省域入境旅游吸引力空间耦合关系研究[J]. 资源科学, 2011, 33(5):905-911.
- [18]李会云. 城市旅游吸引力影响因素综合分析——基于面板数据的实证研究[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2011, 33(3):145-150.

-
- [19]沈惊宏,陆玉麒.中国市域旅游综合吸引力指数评价[J].自然资源学报,2012,27(4):661-673.
- [20]张红贤,游细斌,白伟杉,等.目的地旅游吸引力测算及相关因素分析[J].经济地理,2018,38(7):199-208.
- [21]SIMONA G,FRANCESCA B,ELEONORA B,et al.Using social media to identify tourism attractiveness in six Italian cities[J].Tourism Management,2019,72:306-312.
- [22]王辉,马婧,王亮.基于网络文本的韩国济州岛旅游吸引力研究[J].旅游论坛,2017,10(1):61-72.
- [23]朱鹤,刘家明,陶慧,等.基于网络信息的北京市旅游资源吸引力评价及空间分析[J].自然资源学报,2015,30(12):2081-2094.
- [24]敬峰瑞,孙虎,袁超.成都市旅游资源吸引力空间结构特征[J].资源科学,2017,39(2):303-313.
- [25]胡静,王蓉,李亚娟,等.基于网络信息的民族地区旅游资源吸引力评价——以贵州省黔东南州为例[J].经济地理,2018,38(4):200-207.
- [26]安传艳,李同昇,翟洲燕,等.1992~2016年中国乡村旅游研究特征与趋势:基于CiteSpace知识图谱分析[J].地理科学进展,2018,37(9):1186-1200.
- [27]刘德谦.关于乡村旅游、农业旅游与民俗旅游的几点辨析[J].旅游学刊,2006(3):12-19.
- [28]卢云亭.两类乡村旅游地的分类模式及发展趋势[J].旅游学刊,2006(4):6-8.
- [29]李涛,陶卓民,李在军,等.基于GIS技术的江苏省乡村旅游景点类型与时空特征研究[J].经济地理,2014,34(11):179-184.