

黄山市自驾车入游流旅行空间行为研究

卢 松¹, 吉 慧², 蔡云峰¹

(1 安徽师范大学国土资源与旅游学院, 芜湖 241003; 2 安徽师范大学皖江学院, 芜湖 241008)

摘要:以安徽黄山市为研究案例, 分析了自驾车入游流空间行为。结果表明: ① 自驾车入游客源地市场结构表现出近域性明显、东向发展特征显著、集中于4小时交通圈等特征, 其中安徽省和长三角地区客源占据了绝对比重, 达到76.6%。② 自驾车旅游空间使用曲线具有较为典型的Boltzman曲线特点, 即随距离增加, 旅游人数不断增长, 在400 km处达到最高峰, 随着距离的进一步增加, 旅游人数出现快速下降趋势, 其引力场主要集中在600 km范围以内。③ 自驾车入游流空间流动行为特征表现为: 高速公路构成黄山市自驾车旅游交通线路流量的骨架, 自驾车在区域内形成了较为显著的集聚中心, 交通流量区域空间分布明显不平衡, 景区空间相互作用影响自驾车旅游者的空间流动行为。④ 黄山市自驾车旅行空间模式主要表现为直游式为主(64%), 没有完全的环形线路模式。

关键词: 自驾车; 旅游流; 空间行为; 旅游空间使用曲线; 黄山市

1 引言

旅游流是旅游客源地和目的地相互作用的一种形式, 地理学意义上的旅游目的地和旅游客源地因旅游流的流动而存在(主要指旅游者的流动)。旅游流是旅游地理学的基本问题, 而旅游流空间模式的研究, 自20世纪50年代以来则构成了国外旅游流研究的热点问题^[1]。国外学者先后提出了关于旅行空间行为的诸多概念模型, 代表性的有Campbell游憩度假模型^[2]、Pearce城市旅游流模式^[3]、Lundgren旅游流空间等级模型^[4]、Mings-Mchugh旅行模式^[5]、LCF度假旅行模式^[6]、Stewart-Vogt多目的地旅行模式^[7]、Opperma旅游线路空间模式^[8]、McKercher路径模式等^[9], 近年来开始从旅游地层面加强游客空间活动模型的研究^[10-11]。与国外相比, 中国旅游流空间行为模式研究要晚约40年, 研究成果主要集中在旅游者流动规律的理论探讨^[1,12]、旅游流空间结构与旅游者空间行为^[13-17]、城市居民出游流空间行为规律^[18-20]、中国入境旅游流的流动模式^[21-22], 同时也开始关注城市旅游地内部游客流动研究^[23-24]。与此同时, 旅游流空间行为模式研究仍然是旅游地理学中需要加强的薄弱环节, 比如旅游流在旅游地层面的空间流动特征及其形成机制尚缺乏系统的研究; 尽管长时间以来人们就认识到游客空间行为和旅行线路问题的重要性, 但在旅游研究中很少有学者进行实证或概念上的研究与模拟^[25]; 交通技术和工具改善对旅游流空间行为模式的影响研究也相对缺乏^[26]等。

交通在旅游业中发挥着重要作用, 是沟通旅游目的地和旅游客源地的通道和桥梁, 成为促进旅游者旅行、观光和旅游业发展的一个基础性要素, 直接影响着旅游流时空流动特性及其空间行为模式的形成。以美国为代表的发达国家在20世纪上半叶就先后实现了汽

收稿日期: 2012-03-18; 修订日期: 2012-07-30

基金项目: 国家自然科学基金项目(41230631, 40801054), 安徽省哲学社会科学规划项目(AHSKF09-10D41)

作者简介: 卢松(1974-)男, 安徽黄山人, 教授, 博士, 博士生导师, 主要从事旅游地理研究。E-mail: ahlusong@126.com

车的普及化和大众化,小汽车成为其国内旅游中最重要的旅行交通工具,自驾车旅游迅速成为最受中产阶级欢迎的一种旅游方式^[27]。截止2010年底,中国民用轿车保有量4029万辆,比上一年增长28.4%,其中私人轿车3443万辆,增长32.2%。私人轿车保有量占民用轿车保有量的85.5%^[28],这标志着中国汽车消费进入以私人消费为主的发展新阶段。再加上人们收入水平的不断提高(2010年中国人均GDP超过4000美元),以及中国交通网络尤其是高速公路网络的日益完善(中国高速公路已经仅次于美国稳居世界第二),自驾车旅游呈现出井喷发展态势,很多著名的景区(点)自驾车旅游者已成为了主角,自驾车已成为中国城镇居民节假日出游的主要方式^[27]。作为一种重要类型的游憩方式,自驾车旅游较早引起了国外学者的关注,取得了一些成果,包括自驾车旅行路线^[29-31]、自驾车旅游空间行为特征^[32-34]、风景道旅游^[35]、自驾车旅游的影响(尤其是小汽车带来的环境影响)^[36-39]以及公共交通对私家车的替代^[40-41]等。21世纪以来中国也出现了一些类似研究成果^[42-45]。令人遗憾地是,现有研究均忽视了小汽车对旅行模式、旅游者流动行为和活动的影响,有关其在旅游者旅行模式形成和目的地建设过程中的重要作用也缺乏细致深入的研究^[34]。

本文从入游流空间结构和空间行为模式两个方面,选择安徽省黄山市这一典型旅游地为案例区域,开展自驾车入游者空间行为研究,一方面有利于从特定交通方式视角丰富旅游流空间结构和行为模式的研究内容,另一方面也从实践上为自驾车旅游地开发与管理、旅游线路设计及营销等战略的制定提供决策依据。

2 研究区概况与数据来源

2.1 研究区域背景

黄山市位于安徽省南部,辖3区(屯溪、徽州、黄山三区)、4县(休宁、歙、黟、祁门四县)以及黄山国家级风景区、黄山经济开发区、黄山高铁新区,总面积为9807 km²,户籍人口150多万人,紧临我国经济最发达的长三角地区。黄山市拥有丰富的高品质旅游资源,拥有世界文化遗产2处(黄山风景区、皖南古村落-西递、宏村)、全国重点风景名胜区3个(黄山风景区、齐云山风景区、花山谜窟-浙江风景名胜区)、4A级以上旅游景区21处(其中包括黄山、西递、宏村等3处5A级景区),已发展成为我国著名的旅游目的地,2010年黄山市旅游总收入突破200亿元、旅游接待人次突破2500万,其中国内游客总数达2400万人次,占95%,国内旅游市场是目前黄山市旅游市场的主体,以旅游业为主的第三产业增加值占全市GDP的50%以上。近年来黄山市内外公路交通取得了长足发展,旅游交通瓶颈不断得到改善,205国道南北向、326省道东西向穿境而过,徽(黄山)杭(州)高速公路、合(肥)铜(陵)黄(山)高速公路、黄塔桃高速公路先后开通,在黄山市境内形成了近“丫”字形格局,屯(溪)景(德镇)高速、屯(溪)婺(源)高速正在修建,连接区内重点景区之间的旅游公路长度和密度不断得到发展。作为一个颇具代表性的旅游区域,黄山市秀丽的山水风光、深厚的文化底蕴、优越的生态环境、便捷的公路交通网络,为发展自驾游提供了有利条件,黄山市因此也成为全国特别是长三角地区游客自驾车旅游的最佳目的地(图1)。

2.2 数据来源与方法

本文有关自驾车旅游流研究数据来源于实地调研。调研包括:①入游流量实地观测。选择合铜黄高速公路汤口出口处进行入游流量实地观测,这是因为一方面自驾车主通

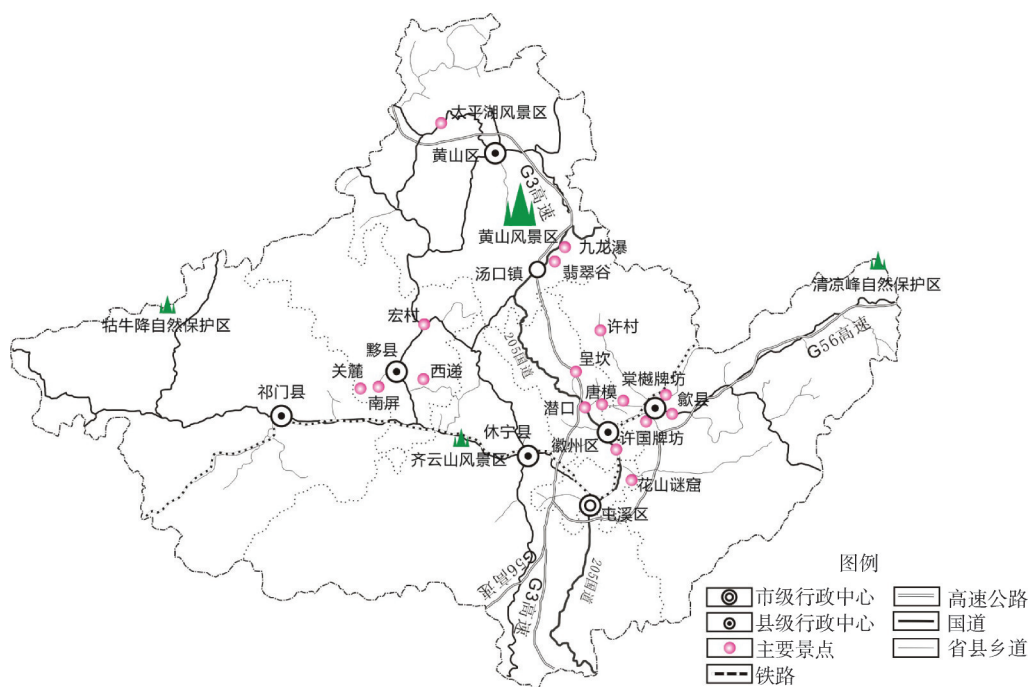


图1 研究区域示意图

Fig. 1 Map of the study area, Huangshan City

常选择高速公路进入目的地,另一方面汤口镇是黄山风景区的南大门和最佳入口,同时合铜黄高速公路是安徽省旅游“心脏搭桥”工程,被誉为风景道、文化路、生态路。根据黄金周客流已有研究,国庆节期间著名景区入游流主要集中前4天,故观测时间上选择2010年“十一”黄金周1-3日。具体监测方法上,对车辆按照5种车型采用人工记数法分别计数(车型确定参照安徽省高速公路收费有关车型和价格的相关规定),客车分4类,货车未加以分类。记录时间为每天早上9、10、11点和下午14、15、16、17点,每小时监测两个十分钟,3天共做6小时40分钟的断面监测,获得共有2775车辆的类型和所属地数据,有87.71%的车辆为非黄山市车辆。因自驾车大多为1和2类客车,所以在对入游流车辆空间分布进行分析时,排除3、4类客车、货车以及黄山市的车辆,即确定自驾车样本总量为2281。②实地问卷调查。在已有文献基础上^[17,34],设计了自驾车旅游者调查问卷,包括被访者基本特征、游客流动线路(附上黄山市交通旅游图,请被访者标注出沿途经过的主要交通路线和主要景点)、游客主要停靠节点及其停靠目的等。调查时间为2010年10月1~7日,地点为黄山风景区南大门汤口镇、黟县宏村及歙县县城等著名景区,共发放500份问卷,回收有效问卷383份,有效率76.60%。

自驾车的识别和确定是本研究的难点和关键点。首先,旅游业是黄山市经济发展的主导型支撑产业,这在很大程度上会在其进入交通车辆结构中得以体现。其次,合铜黄高速公路本身就是为了适应旅游发展需要而修建的;考虑到黄山风景区的绝对影响力及其在黄山市乃至安徽省旅游发展中的龙头地位,黄山景区是自驾车游客到黄山市的必游之地;同时据当地政府、景区工作人员介绍,外来自驾车大部分游客从汤口出口首访黄山景区,且黄金周期间汤口出口车流绝大部分为外来自驾车游客。最后,进一步将高速公路流量观测和问卷调查两组数据进行对比,结果显示无论在省级层面上还是地市层面,两组数据的市

场结构、份额及排序几乎完全一致,获得较好的相互验证结果^①。综上所述,本文收集的自驾车研究数据具有较好的科学性和合理性。下文中客流市场空间分布使用高速公路出口观测和问卷调查的合计数据,自驾车入游客流基本特征和空间行为特征使用问卷调查数据。其中市场空间分布和样本基本特征分析采用SPSS和EXCEL软件,自驾车入游流空间模式分析采用ArcView和SPSS软件进行。

3 自驾车入游市场空间分布

3.1 自驾车入游者基本特征

黄山市自驾车入游者人口学特征表现出男性占优势、中青年为主,高学历、高收入、企事业管理人员比例突出等特征。从性别上来看,男性所占的比例要大于女性,分别为77.22%和22.78%;年龄上21~50岁的样本占90.97%;文化程度上,大专学历占27.65%,本科及以上学历占48.11%,两者合计占总数的75.76%;收入上看,月均收入在3000元以上的比例超过70%;职业上看,企事业管理人员所占的百分比较为突出,占30.11%。这主要是因为自驾车旅游是一种消费水平相对较高的活动,对游客的收入水平有一定要求,而通常情况下,收入的高低和年龄、文化程度、职业密切相关,学历越高其越容易获得较高的收入,职业为公务员、企事业管理人员、专业/文教技术人员及服务销售商贸人员也容易获得较高收入,而中青年人员则对于自驾车这一较为时尚的旅游方式更加青睐。

在问卷调查中,有57.57%的人是第一次来黄山市,而过夜游客达95.98%。旅游动机上,以休闲度假和观光游览为主,分别为55.83%和33.44%;旅行方式上选择家庭和亲友结伴出游占85%以上,家庭出游在黄山市自驾车旅游市场中占有绝对地位;同行人数平均为5.76个,其中2~9个之间的较多(85%以上)。逗留天数上,35.05%的游客在此停留时间为1~2天,而有84.78%的游客表示在这停留不超过三天,人均停留天数在2.60天左右,这比2009年黄山市国内游客平均逗留天数(1.77天)高0.83天。游玩景区数量上,自驾车游客人均游玩景区为2.07个,人均消费支出集中在500~2000元区间段,占样本量的77.82%,而平均每人花费约1500元,比2009年黄山市国内游客平均每人花费(863元)高出637元,可见,自驾车旅游者的消费水平较高。由此可以看出,自驾车旅游的发展对提高黄山市旅游经济效益将有重大的意义。

3.2 自驾车入游客源市场结构

借鉴已有研究文献,采用省级行政单位作为客源地基本统计单元,进行黄山市自驾车国内客源地分析。黄山市自驾车入游客源市场结构表现出以下特征:

(1) 近域性十分明显。本省和长三角地区客源占据了绝对比重,达到76.6%,再加上毗邻的湖北、河南和江西共计85.4%;西部12省全部在1%以下,其中海南、新疆、黑龙江、云南分别仅发现1辆自驾车(0.03%),而调研中青海、西藏、贵州、宁夏等省份尚未发现有自驾车游客进入黄山市。

(2) 地理上十分集中,东向发展特征显著。客源地分布虽然涉及到27个省份,但是在空间分布上很集中,所占百分比在1%以上的仅有11个省级行政区,除了高度集中于本省和毗邻省份(达到85.4%),还有山东、北京、广东和福建等经济发达地区在1%以上,其他地区均只有零星分布(均在1%及以下),其他20个省份合计仅为6%。另外,地理集中

^① 具体数据比较见:吉慧,黄山市自驾车旅游者空间行为研究,安徽师范大学硕士学位论文,2011: 22-23

性指数 G 可以定量分析旅游客源市场空间分布的集中程度。 G 值越接近 100, 游客来源越集中, 旅游经营越不稳定; G 值越小, 游客来源越分散, 旅游经营越稳定^[47]。计算得出黄山市自驾车入游市场地理集中指数 $G=41.21$, 该数值远高于黄山市大众旅游客源市场地理集中指数 (1994 年和 2001 年分别为 34.66 和 28.4^[46]), 可见黄山市自驾车入游市场空间分布较大众旅游更为集中。

(3) 时间距离主要集中在 4 h 交通圈。从客源市场结构来看, 黄山市自驾车旅游市场主要集中在 400 km

范围内, 占到市场总体的 61.86%; 在高速公路快速发展的背景下, 按照时速 100 km/h 计, 4 h 交通圈构成了黄山市自驾车旅游市场的主体。按照城市来看, 市场占比最高的合肥市 (10.52%) 大约车程在 3.4 h, 其次南京市 (9.16%) 在 3.7 h, 第三位的上海市 (8.97%) 在 4 h, 第四位的杭州 (7.79%) 为 2 h (图 2)。

3.3 黄山市自驾车入游流空间使用曲线

旅游客流空间使用曲线是指旅游者旅游过程中所涉及空间的分布范围和结构, 是旅游目的地使用人数随着距离的变化而发生改变的一种统计描述, 能较好地描述旅游客流量随距离的增加呈距离衰减规律^[16,18]。一般常见的有基本型、U 型、Maxwell-Boltzman 型曲线类型。已有研究表明, 旅游客流空间使用曲线会随着旅游地等级 (吸引力大小)、旅游地所处的区位 (包括经济区位、旅游区位、交通区位) 的不同而不同, 旅游客流空间使用曲线会随着旅游目的地的景区 (点) 级别、区位条件及交通方式的变化而变化。如黄山旅游客流空间使用曲线是 Boltzman 型、U 型和基本型曲线的三者复合, 九华山旅游客流空间使用曲线是 U 型与基本型曲线的复合。而三亚市旅游客流空间使用曲线难以用上述 3 种类型曲线加以解释, 客流分布在空间上出现了多次波动, 距离衰减趋势不明显^[17]。

本文以各省 (自治区、直辖市) 政府所在地到黄山市的公路距离为距离指标, 绘制黄山市自驾车入游客流空间使用曲线。黄山自驾车旅游空间使用曲线具有较为典型的 Boltzman 曲线特点, 即随距离增加, 旅游人数不断增长, 在 400 km 处达到最高峰; 随着距离的进一步增加, 旅游人数出现快速下降趋势, 直到 800 km; 然后平缓下降至 1600 km, 1600 km 以上旅游人数几乎为零。从分区段来看, 0~200 km 区段的游客非常少, 仅占 1.9%; 200~400 km 区段游客数量迅速增加, 市场占有率为 59.96%; 在这之后随距离增加游客数量迅速减少, 400~600 km 区段累计占到 17.51%; 600 km 以上区段旅游人数累计占 20.63%。可见, 黄山市对自驾车游客的引力场主要集中在 600 km 范围以内, 该范围内的旅游者数累积百分比为 79.37%, 与黄山等大众型游客相比, 其入游市场分布更为集中、距离衰减规律更为显著。黄山市自驾车入游流空间使用曲线的形态与它所处的不东不西、不南不北的独特区位、小汽车这种特定的旅行交通方式以及城市密集区、客源地经济发展水平在空间上的分布是密切相关的。按照公共交通法规, 单程 400 km 以上的长途汽

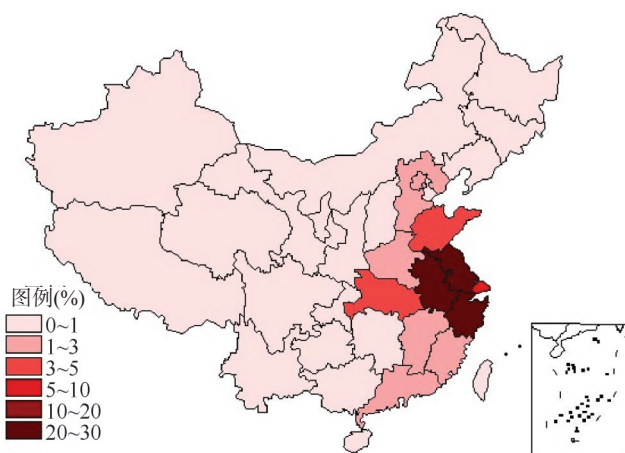


图2 黄山上自驾车游客客源市场空间分布

Fig. 2 Spatial distribution of tourist markets of Huangshan City

车就要配备2名驾驶员。可见400 km是自驾车主单程的安全而又理想的距离,因此在这个距离上自驾车入游者数达到最大。距离黄山市600 km范围以内聚集着皖江城市带、长三角城市群、武汉都市群、中原城市群、昌九经济带等城市密集区,人口密集、经济发展水平较为发达,小汽车拥有率和自驾车出游率较高,从而构成了黄山市自驾车入游的主要市场范围(图3)。

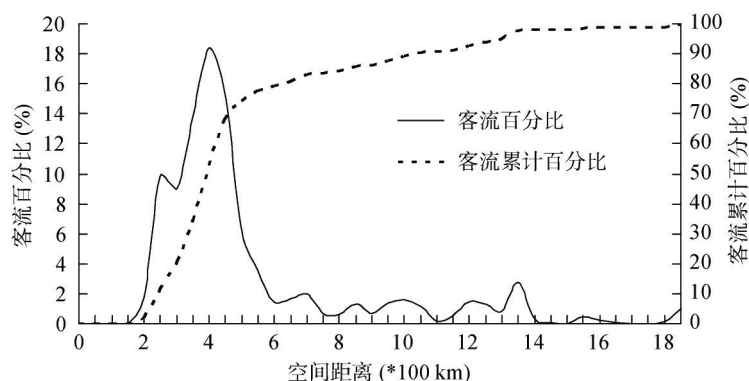


图3 黄山市自驾车客流空间使用曲线

Fig. 3 Huangshan self-driving tour spatial use curve

4 黄山市自驾车入游流空间行为模式

本文重点调查研究自驾车旅游者在旅游地层面(黄山市)的流动行为规律,以便加深对自驾车旅游者旅行空间模式的理解和认识。

4.1 自驾车入游流空间流动行为特征

4.1.1 高速公路构成黄山市自驾车旅游交通线路流量的骨架

合铜黄、徽杭高速构成了黄山市自驾车入游的主要进出通道。黄山市高速公路呈现出“Y”字型,合铜黄(2007年9月建成通车)、徽杭(2006年12月通车)和黄桃塔高速公路分别自西北、东北和南部进入黄山市,三条高速公路交汇于屯溪。在作答的372份样本中,346人回答是“从高速公路进入黄山市”,其中从合铜黄高速进入的有198人,徽杭高速进入的有132人,从黄桃塔高速进入的有16人。作为“安徽旅游心脏搭桥线路”,合铜黄高速公路的全线贯通极大地促进了皖南、皖中、皖北三大旅游板块的交通互动和旅游互动,优化了安徽省旅游空间结构,成为安徽中北部、华北自驾车游客进入皖南的主要通道;徽杭高速公路的开通意义重大,使得黄山市与杭州市的车程压缩至2 h,实现了皖南旅游区与其最主要客源市场——长三角地区的无缝对接,构成了江浙沪以及福建、广东自驾车游客的主要通道;而由于黄桃塔高速所连接的黄衢南高速2011年初才通车、知晓度有限,从南面进入的自驾车游客尚很少,但其未来潜力巨大。同样,在作答的333份样本中,有180人表示从合铜黄高速离开黄山市,122人从徽杭高速离开,16人从黄桃塔高速离开,而仅有15人选择不走高速公路。

从区域内交通流量上看(图4),高速公路流量占到自驾车游客在黄山市内总交通流量的52%,其中31%的交通流量集中在区内合铜黄高速公路上,20%在区内徽杭高速公路上。除高速公路以外,联系屯溪和汤口镇、汤口镇和宏村、宏村和黟县、黟县和西递、屯溪和歙县的交通线路交通流量也较大,主要集中在汤口—黟县、慈张线歙县—徽州区—屯溪—休宁—(黟县)渔亭等路段。这与景区(点)知名度、服务(城镇)社区级别、重要景区之间联系的密切程度直接相关。如由于宏儒公路(2004年通车,实现了黄山景区和宏村景区的无缝对接)的存在,汤口镇和宏村间具有普通公路上最大的交通流量。

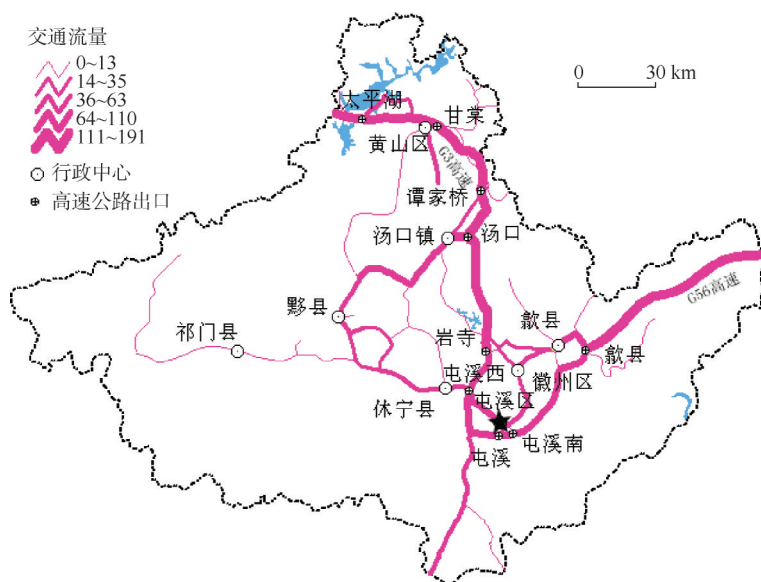


图4 交通流量空间分布

Fig. 4 Spatial distribution of traffic flow

4.1.2 自驾车在区域内形成了较为显著的集聚中心

黄山市自驾车入游流在区域内形成了较为明显的交通流量集聚和辐射中心,主要表现在旅游服务社区上。黄山市自驾车旅游者在区域内停留节点涉及到7个服务社区(城镇),自驾车游客主要选择汤口镇、屯溪、歙县、宏村镇等具有相对完善的自驾车服务设施的城镇,占到住宿停留总次数的89.1%。前三者本身就是临近高速公路的出口处,构成了自驾车入游者下高速入黄山市的主要通道,分别有45.8%、17.8%、10.3%的自驾车游客通过汤口、屯溪(含屯溪西、屯溪、屯溪南)、歙县高速公路出口进入黄山市;而黟县、休宁、岩寺、甘棠共仅占10.1%。因此,汤口镇、歙县、屯溪、宏村成为自驾车旅游者的主要服务社区,成为区域自驾车旅游交通流量的集聚中心(图5)。

汤口镇是世界文化和自然双遗产、5A级景区黄山的南大门,是游客进入最为重要的通道,附近有丰富的旅游资源,如翡翠谷、猴谷及九龙瀑等景区(点),且汤口镇高速出口临近,从而形成自驾车重要的旅游集散地。而屯溪作为黄山市市府所在地,具有最完备的基础设施,历来都是黄山市南部最为重要的旅游接待地,且也拥有如屯溪老街、花山谜窟及醉温泉等景区(点),是游客进入或离开的重要通道。对于浙江、上海游客来说,歙县是G56高速在黄山市境内第一个高速公路出口,且周边有众多的著名景区(点),作为县级行政中心,也提供有相对完善的基础设施和服务,从而使之成为了重要的进入或离开通道。分析发现,被寄予厚望的黄山北大门甘棠服务社区在为自驾车游客服务中并未发挥出应有的作用,同时黟县县城也未发挥出其二级服务基地的作用。相反作为5A级景区、世界文化遗产宏村的所在地,宏村镇凭借着奇墅湖度假村、水墨宏村等相对完善的旅游接待设施,成了自驾车游客选择住宿等服务的热点,这实际上从一个侧面反映出当地“小黟县(城)、大宏村(镇)”的尴尬格局。

4.1.3 交通流量区域空间分布明显不均衡

从图4上可以看出,黄山市自驾车入游者流动在区域内呈现明显的空间差异,交通流

间的作用力存在差异,如宏村、西递和徽州古城的自驾车旅游者分别有56.57%、42.86%、46.15%流向黄山风景区(点),而黄山风景区(点)则分别有33.94%、9.32%、18.40%流向宏村、西递和徽州古城。不同流向的比例大小存在差异,即宏村、西递和徽州古城游客流向黄山风景区(点)的比例要高于黄山风景区(点)游客流向宏村、西递和徽州古城景区(点)的比例。由此可以看出,景区(点)存在合作,但景区(点)之间的作用力大小存在差异,同时可以看出黄山风景区(点)的核心地位。数据结果在一定程度上也说明了西递古村落

在黄山市区域旅游发展中的劣势地位,即黄山风景区、宏村、徽州古城三个景区游客仅有少量游客游览过或有进一步游览西递古村落的打算(表1)。

表1 黄山市自驾车旅游者景区(点)间空间流向和流量

Tab. 1 Spatial mobility of self-drive tourists

自驾车景区间空间流动	黄山风景区	宏村	西递	徽州古城
黄山风景区	--	33.94	9.32	18.40
宏村	56.57	--	36.36	23.47
西递	42.86	94.74	--	25.71
徽州古城	46.15	34.33	13.43	--

4.2 自驾车入游流空间行为模式

旅游者空间行为模式主要可以分成4类:①直游式,一般直接到旅游目的地,然后原路返回,但在旅行途中,有可能关顾其他旅游地。②直游一周游式,部分线路与直游式相同,当到达目的地附近区域时,他们的线路呈环形。③周游式,路线呈环形,线路少有重复,并可能在不同目的地区域有不同的线路模式,并且交通方式可能是多样的。④基地—辐射式,以住所或某一旅游目的地为基地,旅游基地周边的景区(点)^[10]。

问卷调查显示,黄山市自驾车旅行空间模式包含了上述4种类型中的3种:①以直游式为主,这类游客约占样本总数的64%。这类游客通常将黄山风景区作为唯一旅游目的,并可能参观旅行途中的景区(点),这类模式中主要表现为合铜黄高速进入的游客客源地—汤口—黄山—客源地、从徽杭高速进入的游客客源地—汤口—黄山—客源地,其中江苏、合肥方向来的游客则会顺便游览太平湖景区(点),浙江和上海省市的游客在返回途中顺便去屯溪老街。②直游一周游式约占12%。因为假期时间的有限性,部分线路与直游式相同,很多自驾车旅游者表示,直接通过高速返回住宿地。当到达目的地附近区域时,他们的线路呈环形。从杭州方向的游客,在黄山市境内旅行线路呈“客源地—徽州古城—宏村—黄山—客源地”线路;从合肥方向来的游客,形成客源地—黄山—宏村—西递—屯溪老街—客源地。对于少数时间宽裕(游览天数为6天)的游客而言,其构成了更为复杂的区域内环线“客源地—棠樾—徽州古城—唐模—潜口—花山谜窟—屯溪老街—休宁齐云山—西递—宏村—汤口—翡翠谷—黄山—客源地”,该线路基本涵盖了区域内所有高品质景区。③基地—辐射式约占12%。这类模式主要以屯溪为基地,游览黄山风景区(点)、宏村、齐云山等周边的景区(点),或探亲访友的游客以亲朋好友的住宿地为基地,对周边的景区(点)进行游览。另外,还存在着一些其他旅行线路(约占12%),如客源地—池州九华山—太平湖—黄山—客源地、客源地—杭州西湖—千岛湖—黄山—客源地。值得注意的是,黄山市自驾车旅游者没有完全的环形线路模式,这一点与我们的常识有很大出入,即根据旅游效益最大化原则,一般认为旅游者旅行空间行为会以环形线路模式占主导。

5 结论与讨论

综上,本文得出了黄山市自驾车入游流空间行为的若干基本认识:①入游客源市场结构表现出近域性十分明显、东向发展特征显著、集中于4 h交通圈等特征,本省和长三角地区客源占据了绝对比重,达到76.6%。②黄山自驾车旅游空间使用曲线具有较为典型的Boltzman曲线特点,即随距离增加,旅游人数不断增长,在400 km处达到最高峰,尔后随着距离的进一步增加,旅游人数出现快速下降趋势,其引力场主要集中在600km范围以内,该范围内的旅游者数累积百分比为79.37%。③黄山市自驾车入游流空间流动行为特征表现为:高速公路构成黄山市自驾车旅游交通线路流量的骨架,自驾车在区域内形成了较为显著的积聚中心,交通流量区域空间分布明显不均衡,景区空间相互作用影响自驾车旅游者的空间流动行为。④黄山市自驾车旅行空间模式主要表现为直游式为主(64%)、直游一周游式(12%)、基地—辐射式(12%)、其他形式12%,没有完全的环形线路模式。

在自驾游快速成长和自助游市场渐成主流的背景下,开展自驾车旅游者的旅行空间行为研究意义重大。①有助于进一步明确黄山市自驾车旅游市场的定位和拓展。作为最重要的客源市场,长三角地区占据市场总量的47%,其中上海市、南京市、杭州市、苏州市合计占31.32%,而其他12个城市所占份额仅为15.68%,其中湖州、泰州、南通、扬州、舟山均不足1%,因此在维持前4位城市优势的同时,应大力挖掘其他12个城市的市场潜力。同时大力开拓武汉都市群、中原城市群、昌九经济带等等客源市场。②有助于促进旅游地规划、建设和管理。本文分析表明汤口、屯溪、歙县构成了自驾车入游者的最重要服务社区和门户地区,不仅是目的地的进入地点和游客信息源地,而且是形成对旅游地的整体印象的核心,在许多方面具有关键作用(如及时为游客提供信息、解释和教育,影响游客行为,影响旅游逗留和旅行模式等),同样这些地方作为最重要的出口,是游客返回之前游览的最后一个地方,是游客准备返回之前形成最后印象的区域,因此要加强这三个城镇针对自驾车游客的服务功能和设施建设。同时调查过程中,自驾车主也反映了道路交通和景区解说系统不规范和不明确、汽车配套服务有限(如修车等)、交通收费站拥堵、市区内停车难和停车贵、安全设施不完善、汽车旅馆缺乏等问题。总体上看黄山市自驾车旅游产品开发还远远不够,尚未出现专门的自驾车旅游线路,针对自驾车的接待设施建设和服务配套能力相对较弱,自驾车营地建设虽已开始重视,但进展滞后,这些都是黄山市旅游地发展急需解决的问题。③有助于助推中国新休闲度假方式的形成和带薪度假制度的完善。与国外自驾车游客空间行为模式相比^[34],中国自驾车游客直游式比重更大,这与游客的闲暇时间、度假传统和生活方式有关,黄山市自驾车游客所预留的时间较为有限,且我国尚未形成成熟的休闲度假传统和意识,相比较而言欧美等国家具有较完善的带薪度假制度、拥有度假传统和追求高质量的生活方式,对中国具有很好的启示意义。另外,未来研究中需要进一步加强自驾车旅游者空间行为规律研究,尤其是在数据收集、研究方法、研究手段等方面需要更多、更大规模的探索和尝试。

致谢: 安徽师范大学国土资源与旅游学院潘蕙、杨仲元、任劲劲、曹超轶、田艳争等研究生同学参加了实地问卷调查工作,谨此致谢!

参考文献(References)

- [1] 钟士恩, 张捷, 韩国圣, 等. 旅游流空间模式基本理论: 问题分析及其展望. 人文地理, 2010, 25(2): 31~36.
- [2] Campbell C K. An approach to research in recreational geography. In the University of British Columbia Occasional Papers No. 7, Department of Geography, University of British Columbia, Vancouver, 1967. 85~90.
- [3] Pearce D. Tourist Development. New York: Longman, 1981.
- [4] Lundgren J O J. The tourist frontier of Nouveau Quebec: Functions and regional linkages. Tourist Review, 1982, 37(2): 10-16.
- [5] Mings R, McHugh K. The spatial configuration of travel to Yellowstone National Park. Journal of Travel Research 1992, 30: 38-46.
- [6] Lue C, Crompton J L, Fesenmaier D R. Conceptualization of Multi-destination pleasure trips. Annals of Tourism Research, 1993, 20: 289-301.
- [7] Stewart W P, Vogt C A. Multi-destination trip patterns. Annals of Tourism Research, 1997, 24(2): 458-461.
- [8] Oppermann M. A Model of travel itineraries. Journal of Travel Research, 1995, 33: 57-61.
- [9] McKercher B, Packer T, Yau M, et al. Travel agents: Facilitators or inhibitors of travel for people with disabilities? Tourism Management, 2003, 24: 465-474.
- [10] Lew A, McKercher B. Modeling tourist movements: A local destination analysis. Annals of Tourism Research, 2006, 33(2): 403-423.
- [11] Connell J, Page S J. Exploring the spatial patterns of car-based tourist travel in Loch Lomond and Trossachs National Park, Scotland. Tourism Management, 2008, 29: 561-580.
- [12] 杨兴柱, 顾朝林, 王群. 旅游流驱动力系统分析. 地理研究, 2011, 30(1): 23-36.
- [13] 张捷, 都金康, 周寅康, 等. 自然观光旅游地客源市场的空间结构研究. 地理学报, 1999, 54(4): 357-364.
- [14] 保继刚, 郑海燕, 戴光全. 桂林国内客源市场的空间结构演变. 地理学报, 2002, 57(1): 96-106.
- [15] 陆林. 山岳风景区客流研究. 地理学报, 1994, 49(3): 236-244.
- [16] 陆林. 山岳风景区旅游者空间行为研究——兼论黄山与美国黄石公园之比较. 地理学报, 1996, 51(4): 315-321.
- [17] 宣国富, 陆林, 汪德根, 等. 三亚市旅游客流空间特性研究. 地理研究, 2004, 23(1): 115-124.
- [18] 吴必虎. 上海市游憩者流动行为研究. 地理学报, 1994, 49(2): 117-126.
- [19] 吴必虎, 唐俊雅, 黄安民. 中国城市居民旅游目的地选择行为研究. 地理学报, 1997, 52(2): 97-103.
- [20] 吴必虎, 李咪咪, 黄国平. 中国世界遗产地保护与旅游需求关系. 地理研究, 2002, 21(5): 617-626.
- [21] 马耀峰. 中国入境旅游研究. 北京: 科学出版社, 1999, 12.
- [22] 王永明, 马耀峰, 王美霞. 北京入境旅游流空间扩散特征及路径. 经济地理, 2011, 31(6): 1019-1024.
- [23] 牛亚非, 谢丽波, 刘春风. 北京旅游客流时空分布特征与调控对策. 地理研究, 2005, 24(2): 283-292.
- [24] 杨兴柱, 顾朝林, 王群, 等. 南京市内部旅游客流空间测度与模拟. 地理科学, 2011, 31(7): 802-809.
- [25] McKercher B, Lew A. Tourist flows and the spatial distribution of tourists. In: Lew A, Hall C M, Williams A (eds.), A Companion of Tourism. Oxford: Blackwell, 2004: 36-43.
- [26] 卢松. 旅游交通研究进展及启示. 热带地理, 2009, 29(4): 394-399.
- [27] 北京绿维创景规划设计院自驾游课题组. 我国自驾游发展研究. 中国旅游报, 2010, 4-23.
- [28] 国家统计局. 2010年国民经济和社会发展统计公报. 国家统计局网, 2011-02-28.
- [29] Wall G. Socioeconomic variations in pleasure trip patterns: The case of Hull car owners. Transactions of the Institute of British Geographers, 1972, 57: 45-58.
- [30] Coppock J T, Duffield B. Recreation in the Countryside. London: Macmillan, 1975.
- [31] Taplin J, Qiu M. Car trip attraction and route choice in Australia. Annals of Tourism Research, 1997, 24(3): 624-637.
- [32] Glyptis S. People at play in the countryside. Geography, 1981, 66(4): 277-285.
- [33] Chubb M. Tourism patterns and determinants in the Great Lakes region: Population, resources and perceptions. GeoJournal, 1989, 19(3): 291-296.
- [34] Connell J, Page S J. Exploring the spatial patterns of car-based tourist travel in Loch Lomond. Tourism Management, 2008(29): 561-580.
- [35] Eby D, Molnar L. Importance of scenic byways in route choice: A survey of driving in the United States. Transportation Research A, 2000: 95-106.
- [36] Briedenham J, Wickens E. Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas: Vibrant hope or impossible dream? Tourism Management, 2004, 25(1): 71-79.

- [37] Dickinson J, Calver S, Watters, K, et al. Journeys to heritage attractions in the UK: A case study of National Trust visitors in the south west. *Journal of Transport Geography*, 2004, 12: 103-113.
- [38] Eaton B, Holding D. The evaluation of public transport alternatives to the car in British national parks. *Journal of Transport Geography*, 1996, 4(1): 55-65.
- [39] Peeters P, Szimba E, Duijnisveld M. Major environmental impacts of European tourist transport. *Journal of Transport Geography*, 2007(15): 83-93
- [40] Holding D M. The Sanfte Mobiliteit project, achieving reduced car-dependence in European resort areas. *Tourism Management*, 22(2001): 411-417.
- [41] Page S J. *Transport and Tourism: Global Perspectives*. 2nd ed. Harlow: Pearson, 2005.
- [42] 陈乾康. 自驾车旅游市场开发研究. *旅游学刊*, 2004, 19(3): 66-71.
- [43] 张晓燕, 张善芹, 马勋. 我国自驾车旅游者行为研究. *旅游学刊*, 2006, 21(9): 31-35.
- [44] 陆军. 广西自驾车旅游营地发展研究. *旅游学刊*, 2007, 22(3): 35-39.
- [45] 冯淑华. 自驾车旅游者的行为特征及空间效应分析. *旅游学刊*, 2008, 23(9): 34-38.
- [46] 汪德根, 陆林, 刘昌雪, 等. 山岳型旅游地国内客流时空特性——以黄山、九华山为例. *山地学报*, 2004, 22(5): 625-632.
- [47] 保继刚, 楚义芳. *旅游地理学*(修订版). 北京: 高等教育出版社, 1999.

A study on the spatial travel behavior of self-driving tourists into Huangshan City

LU Song¹, JI Hui², CAI Yunfeng¹

(1. College of Territorial Resource and Tourism, Anhui Normal University, Wuhu 241003, Anhui, China;

2. Tourism Department, Wanjiang College of Anhui Normal University, Wuhu 241008, Anhui, China)

Abstract: Taking Huangshan City as the study area, the paper studies the spatial travel patterns of self-driving tourists inside a tourism destination. It can be concluded as follows. (1) There are three market characteristics of self-driving tourists: an adjacent character, a clear character for eastbound development and the character concentrated on the 4-hour drive. In the flow of self-driving tourists into Huangshan City, those who come from Anhui Province and Yangtze River Delta account for 76.6%. (2) The tourism spacial use curve of self-driving is consistent with curves of Boltzman. The number of tourists increases with distance and peaks at 400 km, then, the number of tourists shows a rapid decrease. On the whole, its gravity field concentrates on the scope of 600 km, and the accumulation percentage of tourists reaches 79.37%. (3) Spatial travel behaviors of self-driving tourists into Huangshan City are shown in the following: the highways constitute the skeleton of the traffic of self-driving tourism into Huangshan City, self-driving forms the prominent center for the accumulation in the district, the traffic flow shows the regional unbalance evidently, and spatial interaction between scenic sites has an impact on the spatial behavior of self-driving tourists. (4) The spatial pattern of self-driving tourism into Huangshan City are mainly taken as the forms of “single destination” (64%)”, “transit leg and circle tour” (12%), and some others take up 12%, and a completely round-route pattern has not been found.

Key words: self-driving; tourism flow; spacial travel behavior; tourism spatial use curve; Huangshan City