

[旅游规划研究]

旅游交通干道的系统化思考* ——以宁国旅游交通干道的创设为例

翁 莉

(华东师范大学 商学院旅游系,上海 200062)

[摘 要]旅游交通条件的改善和功能的健全成为旅游业新一轮发展的重点。在分析旅游交通干道的基本概念、条件和功能的基础上,将旅游交通置于旅游系统中考虑其要素构成和系统角色,指出旅游交通干道在旅游资源优化整合、旅游地开放性空间形成、旅游目的地系统构建中的效用,并以宁国市为例分析旅游交通干道的创设。

[关键词]旅游交通干道;旅游系统;要素构成

[中图分类号]F592 [文献标识码]A [文章编号]1008-6080(2006)01-0056-05

一、引言

旅游是一个追新求异的过程,人们希望离开熟悉的氛围和环境去感受异地的自然风光、风土人情,来获得新知识和新快乐。旅游的异地性表现为旅游者地域空间的移动,因而交通成为旅游活动必不可少的条件,贯穿旅游的始终。旅游交通是为旅游者由客源地到目的地的往返,以及在旅游目的地进行旅游活动所提供的交通设施及服务,是旅游者与旅游对象相结合的行动过程。如今,随着旅游资源的挖掘和拓展,旅游市场的不断成熟,旅游产业的日趋完善,旅游交通条件的改善和功能的健全成为旅游业新一轮发展的重点。旅游交通使客源地和旅游目的地的空间相互作用产生成为可能,但旅游交通应区别和超越单纯以“空间移动”为目的的交通体系,旅游所具有的审美愉悦的本质属性赋予其更多的功能和特点。旅游交通应置于旅游大产业、旅游大环境中进行整体、系统的思考和配置,使其成为成就旅游业新一轮辉煌的龙头。

二、旅游交通干道的基本概念

(一)定义

根据本文的研究范围,旅游交通干道被定义为“以旅游地现有的交通道路为基础,能有效连接旅游地内各景区、景点,承担旅游地主要旅游流的交通干道体系”。从这个角度考虑,旅游交通体系包括了旅游交通干道和旅游交通支道,而旅游交通干道是旅游交通的重要组成部分,承担着旅游交通的主要功能。下

面就针对这一定义对本文所讨论的旅游交通干道的概念进行进一步的比较和界定:

旅游交通干道包括如铁路、水路、公路、航空等多种交通方式和交通工具。虽然国外也开辟有观光铁路交通线,但我国铁路交通网络不密集、功能局限;水路交通独具特色,但受地理环境的约束和限制。因此本文讨论的旅游交通干道集中为公路交通体系。

旅游交通干道的范围界定可分为分为大、中、小 3 个尺度:大尺度以某一区域为旅游目的地,旅游交通干道体系则主要为连接区域内各城市和景区的高速公路、国道和省道;中尺度以某一城市为旅游目的地,旅游交通干道则主要为城市内连接各景区景点的国道、省道和城市内的主要公路;小尺度以某一乡镇和景区为旅游地,旅游交通干道以省道、县道和乡道为主。本文所提及的宁国为中尺度的旅游交通干道体系,主要以省道和县道构成。

(二)条件

1. 通达性

旅游交通干道承担着旅游客流和旅游目的地主要景区和景点的连接、流动和沟通的功能,旅游目的地主要景区景点、各种旅游设施、旅游服务和娱乐场所分布在交通干道沿线和附近区域,通过旅游交通干道的延伸和贯通,使旅游要素能有效地连接和组合。交通干道的通达与否是决定旅游地可进入性和决定地方旅游发展的关键因素。

* [收稿日期]2005-05-23
[作者简介]翁莉(1981-),女,汉族,江西人,华东师范大学商学院旅游系 2002 级硕士研究生,研究方向为旅游资源开发与规划。

2. 舒适性

由于旅游过程中花费在交通干道上的时间相对较多,因而旅游交通干道的舒适度对于评价整个旅游经历至关重要,要求交通干道的路面等级较高,路况、路面宽度、道路类型达到较高标准,且具备较完善的道路服务设施,实现旅游时间分配。在景点间的交通过程,应以舒适为主,避免在开展游览活动之前就使游客产生疲劳反映。

3. 协调性

借助旅游交通干道,旅游活动能够紧凑、方便、可靠的衔接和组合,既要减少旅途的疲劳、不安全感,又要增强道路的景观性,使旅游廊道融入整个旅游景区系统,成为构筑当地历史文化氛围的桥梁和展示当地文脉的风景区。

(三)功能

1. 基本功能——安全和顺畅

旅游交通干道的首要功能应保证旅游地与外界道路的畅通,排除道路拥挤现象,提高旅游地的可进入性,确保游客的安全旅程。

2. 服务功能——服务和引导

在超越“空间移动”的交通原始目的之后,旅游交通干道要体现“以人为本”的设计理念,为游客提供良好的的人性化服务,并在旅游过程中时刻为游客提供旅游景区的相关信息,使游客产生心理期望,发挥旅游廊道的引导作用,增强景区的连贯性;

3. 拓展功能——生态景观和文化体现

这是体现旅游交通干道特殊性的终极功能,将旅游与交通充分融合,为旅游者开启和串联美好旅途,将旅游审美和愉悦的理念贯穿旅游的全过程。

三、旅游交通干道的系统分析

(一)系统理论

系统广泛存在于自然、社会和人类思维活动中,它是各要素之间相互作用、相互依存的整体,用系统观去认识事物,有利用全面的把握事物的本质和规律。在旅游现象的各要素之间,也形成了具有强大市场竞争能力、内部要素互为支持、具有特定结构和功能的有机整体,这一有机整体称为旅游系统。研究普遍认为,旅游系统是由旅游客源地、旅游媒介和旅游目的地3部分组成,有学者将旅游系统空间结构模式界定为以目的地和客源地为节点、交通线路为连接所形成的占据一定空间范围的网络。

旅游客源地、目的地和媒介分别形成了旅游系统的3个子系统。客源地系统为旅游市场中存在的现实和潜在游客及旅游客源地的经济、社会文化等特征;

从空间的角度来看,客源地系统为经济发展水平较高、对某一旅游地有现实和潜在旅游动机的周边或国内外城镇和区域。目的地系统主要包括旅游吸引物、旅游设施和旅游服务,为旅游者提供直接的旅游享受或感受;从空间结构角度分析,目的地系统为具备较为丰富的旅游资源、能产生旅游吸引力的旅游地。旅游媒介系统主要为旅游交通系统,完成游客空间运移功能。客源地系统和目的地系统在空间上是2个相对独立的子系统,只有通过旅游交通这一媒介的空间连接作用,才能为旅游需求和旅游供给的内在逻辑联系提供实现的可能,从而组成一个完整的旅游系统。进而,在一个旅游大系统中,3个相对独立的子系统相互作用、相互影响,发挥“整体大于部分之和”的系统功能,旅游交通干道在完成旅游者从客源地到目的地空间移动的基本功能前提下,通过旅游地信息和吸引物的展示,让客源地的旅游需求得以满足。

(二)旅游交通干道的要素构成

1. 空间要素

旅游过程中的各项活动是以各旅游景点、景区、旅游城市为节点展开的,而旅游交通干道则是连接各节点的轴线,从而带动旅游地不同区域或整个区域的产品开发和旅游活动。因此旅游交通干道的空间要素分别从点、轴、面3个角度来考虑。

• 点:节点指拥有旅游资源或旅游服务设施、能吸引旅游者停留并开展某些旅游活动的旅游区,包括旅游景区、景点、旅游集散地、旅游城镇等。从这一角度出发,旅游地系统可以分为单节点目的地和多节点目的地。这种分类也是相对的,在较大尺度范围内旅游城市可以作为单节点目的地,但从小尺度范围考虑,城市内的各个区、乡、镇则形成了多个旅游节点,组成旅游系统的目的地也可以是单独的多节点目的地系统或单节点目的地系统。

• 轴:连接了各个旅游节点的交通干道就形成了旅游活动的“轴线”,一条没有串联旅游景区、旅游集散地的交通道路不能构成一条有意义的旅游“轴线”。此外,在旅游活动中,旅游交通干道除了具有连接客源地和目的地、连接景区交通、指示方向功能外,一条设计成功的旅游交通干道还可以起到“无声导游”的作用,并成为旅游活动的重要“导引”,充分体现旅游地的特色,组织合理的游览线路,使游客在旅游过程中始终沉浸在旅游地特有的氛围中。

• 面:旅游交通干线接连各个节点在空间上形成不同的区域,各个旅游节点所具备的资源禀赋和功能定位决定了区域的产品特点。而旅游者对旅游区域的

感受或旅游经历的优劣通常是通过对旅游区的整体印象来判断,并非限于对景点自身的满意程度,包括景区环境在内的旅游区域大环境。因此旅游交通干道连同各个节点共同构筑了旅游区域的自然景观特征和文化特色。

2. 设施要素

根据旅游交通干道的条件和在旅游系统中所应发挥的功能,需要对其设施进行相关要素的合理配置,使其成为承载游客完美旅游体验的“金光大道”。

- 道路设施:公路的车道、路面、宽度要具备一定的公路等级,如国道、省道和高速公路,改善路况,加强对公路的保修、保养和维护。

- 服务设施:在前往旅游地的交通干道各节点(如加油站、车站、服务岗亭)设置商店、维修点、信息咨询处等服务设施。

- 标识设施:道路上设置标识牌、险峻处的引路系统,标明前方有景区、景点的标志和公里数,以方便自驾车游客,体现人性化的管理;在景区之间的连接处设立大门、牌幅、宣传画等标识,突出旅游地形象。

- 景观文化设施:因势利导地利用旅游地的景观环境,如山体、河流、树林等,通过改善道路的绿化和美化、丰富道路两旁的风景,注意细节的表达,体现地方自然景观特色和当地文化氛围和文明程度,丰富游客途中的视域感观。

(三)旅游交通干道的系统角色

旅游交通虽然一直被冠以旅游业三大支柱之一的称号,但在旅游研究和旅游规划开发中,旅游交通却一直没有得到应有的重视。旅游交通被认为只是游客空间移动的工具,在旅游规划文本中,旅游交通规划通常与给水供电工程规划、通讯系统规划等基础设施规划一起列为旅游支持系统规划,而排除在旅游产品组织、旅游功能分区等核心内容之外,这不利于旅游地系统的综合建设,因此,旅游交通尤其旅游交通干道的系统角色应该给予重新定位。

1. 旅游产品的组成部分

由于旅游交通干道在旅游系统中具备的综合功能,旅游交通干道不仅可以对旅游地景观起到烘托和陪衬作用,而且还能够成为旅游地的游览观赏对象。江南城市的许多旅游交通干道都与河流、梯田、竹林相伴而行,比如某些旅游地利用当地的自然景观和资源条件,在旅游交通干道两旁栽种彩色稻、观赏植物,使旅游交通干道成为当地旅游吸引物、旅游产品的组成部分。

2. 旅游体验的组成部分

旅游交通干道作为旅游流的主要承担载体,无论从时间、费用,还是从活动过程上都不能将旅游者在交通干道上的体验从整个旅游经历中分离出来,这部分体验在很大程度上影响游客对整个旅游活动的评价和满意水平。旅游交通干道通过对旅游景点的串联、对当地文化的表现,或者旅游工作人员结合沿途风景的生动解说,使其成为旅游活动的纽带,构筑了旅游体验的系统空间。

(四)旅游交通干线的效用

1. 旅游资源优化整合

一个有着鲜明个性的旅游地,拥有古代历史的深厚沉积,又有现代文明的流光溢彩,既有耐人寻味的人文景观,又有风光旖旎的自然山水,但是没有旅游交通干道的有效连接,这些生动的旅游景区就像一盘散落的珍珠,不能带给旅游者一气呵成的完美体验。因此,为了便于游客依据各自喜好选择景点,最大限度地满足观光者的流动意愿,旅游交通干道就成为串联“珍珠”的丝线。

2. 旅游目的地系统构建

旅游目的地是能够使旅游者产生旅游动机,并追求旅游动机实现的各类空间要素的总和。随着旅游者的日渐成熟,他们并不满足于在各个独立的旅游景区景点所获得的分散的旅游体验,一次完整的旅游过程包括旅游者离开和返回常住地的一个循环,在目的地系统中包括旅游吸引要素、服务要素和环境要素。而旅游交通干道通过点、轴、面的结构体系,使旅游景点、旅游交通和旅游区域连为一体,为旅游者构筑了一个完整的体验空间。

3. 旅游地开放性空间形成

由于旅游交通干道是以现有和待开发的交通要道为基础的,在贯穿旅游地的同时势必向旅游地周边的城镇延伸,这就形成了开放的旅游系统和旅游环境,使旅游地与外界环境、周边潜在旅游客源地之间都有物质、能量和信息的交流。旅游交通干道是旅游业发展的大动脉,它使游客能够“进得来,散得开,出得去”,是区域旅游系统进行区际区内物质与能量转换的重要渠道,也是使旅游产品由“库存产品”转变为有实际获利能力的商品的必需环节。

四、旅游交通干线的创设——以宁国为例

(一)旅游交通干线的空间布局

旅游交通干道是地方基础交通的一部分,在旅游交通道路体系中,以主要风景点作为中心节点,将沿途的风景点和旅游设施串联成旅游发展的轴线。因此,旅游交通干道要在现有的地方交通体系的基础

上,选择能有效连接“点”、构筑“面”的“轴线”。

安徽省东南部的宁国市以两条穿城而过的 104 和 215 省道、县道青方公路为基础,以其延伸到的 3 个乡镇和宁国市为基点,构筑成“人”字形的“四点三轴”的旅游资源集聚带,并以三轴为主线形成现代城市诗意栖居游憩区、乡村观光旅游区、自然生态休闲旅游区,构建为有效的旅游交通大环境。

(二)旅游交通干道的供需对应

客源地的功能是产生旅游者和旅游需求推动力,目的地的功能是产生旅游吸引力和提供旅游服务、满足旅游者的旅游需求,旅游交通干道通过连接资源和市场形成供需对应。

1. 资源集聚

对于一个旅游目的地系统的建设,首先要对旅游资源进行调查和挖掘,即要弄清旅游地的地脉、文脉和人脉,而旅游交通干道通常为旅游资源集聚带,干道的延伸和沿袭传达着当地的风情风貌,刻画着当地人生存和发展的历史痕迹、生活脉络。根据宁国市“人”字形交通干道的旅游资源支持体系的分析,宁国的地脉、文脉和人脉都以 2 条省道为主轴成“人”字形集聚,凝结了野趣、自然、民俗、乡情、山珍、经贸等资源特征和形象要素,融合形成了“皖南新天地,宁国大观园”为主题的旅游系统。

2. 市场指向

• 市场的多极化对应

旅游交通干道所聚合的资源优势和空间区位的连接优势,可以提高旅游地的吸引力,延伸开发若干个能够带动本地旅游业发展的拳头产品和细分市场,特别是对于新开发的旅游地来说,在游客中的认知度很低,因此要借助交通干道延伸到的区域,利用距离优势和交通优势渐进式地开拓各级客源市场。

2 条省道将宁国的中心市、市郊和各乡镇有机联系在一起,可以开拓宁国市本地假日休闲旅游市场;同时,215 省道向北延伸到宣城,进而与安徽首府合肥市接通,利用合肥市的旅游集散功能开拓安徽省内的观光、休闲、商务会议旅游市场;104 省道向东南方向延伸,与浙江省的安吉连通,进而接通杭州,通过杭州的周转带动浙江省、江苏省和上海联动的“长江三角洲地区”,这一地区经济发达,出游可能性大,旅游消费水平相对较高,宁国应积极开拓这一潜在的客源市场,使之成为观光、休闲、商务、度假旅游的目的地;215 省道由西南方向与安徽省的绩溪县、黄山市连接,利用其旅游市场知名度,开发到宁国旅游的二次客源市场

万方数据

• 市场的区域联动

旅游交通干道的资源聚合和交通连接,为旅游地与周边区域的旅游发展进行联动开发提供了极为有利的条件。宁国旅游发展可以借助安徽省政府提出的“两山一湖”旅游发展战略对周边景区的辐射和带动效应,利用区位优势乘上这趟旅游发展的“顺风车”;宁国市旅游交通干道延伸到邻近浙江省和江苏省,这些地区拥有良好的资源及不低的市场知名度,与周边地区联手开发、联手营销从而共享资源和市场,为宁国带来较高的联动发展机会。

(三)基于旅游交通干线的产品组合

任何旅游产品的组合和包装都离不开旅游交通的参与和连接,随着出行方式和旅游方式的变化,旅游交通不仅作为旅游产品的组成要素之一,围绕旅游交通干道形成了更多创新性的主题线路和旅游产品系列,如自驾车游、摄影游、体育健身游等,下面就围绕宁国的“人”字旅游交通干道介绍相应的产品组合。

1. 自驾车旅游产品

自驾车出游是最近几年出现的旅游方式,主要沿着旅游交通干道游览相应的景区景点。宁国市地处山区,自然生态系统保持较为完好,以生态旅游资源为依托,以“人”字形交通干道为主轴可以展开自驾车旅游项目,包括自驾车观光度假游,针对邻近客源市场的有车族,自驾车沿着交通干道游览沿途景点和自然风光;自驾车乡村体验游,交通干道穿越宁国的各个乡镇,驾车前往乡村,车子停靠村口停车场,深入地方体验农家风情;山地自行车运动健身游,宁国的主要旅游景点深处乡镇腹地,自驾车族可将车停于乡镇中心,自备山地车或在当地租用自行车前往景点,旨在野外运动健身。

2. 文化体验旅游产品

“行”是人类生存的根本之一,沿着交通干道可以发掘当地的历史变迁和体验当地的生活风情。宁国在交通要道的节点上都体现出了文化的交融和渐变,分散各地的古桥、古民居、古祠堂见证着宁国的历史沧桑,当地蔚然成风的石文化和根雕文化注释着现代文明,通过旅游交通干道连接历史和现实,让游客感受宁国的昨天和今天。可设项目有:乡村人文生活漫游,以山村的宁静质朴为背景,通过交通干道的连接让游客感受宁国山村的历史变迁和现代休闲文明;红楼故乡体验游,宁国府是红楼文化的载体,以待建市郊的宁国大观园为中心,沿途在青山绿水中寻找红楼文化的蛛丝马迹。

参考文献：

[1] 保继刚. 旅游地理学[M]. 北京: 高等教育出版社, 1999. 44—46.

[2] 吴必虎. 区域旅游规划原理[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001.

[3] 吴人韦. 旅游系统的结构与功能[J]. 城市规划汇刊, 1999, (6): 19—22.

[4] 吴晋峰, 包浩生. 旅游系统的空间结构模式研究[J]. 地理科学, 2002, (1).

[5] 王昕. 旅游景区的旅游活动“导引”设计探讨[J]. 人文地理, 2002, 17(3): 44—46.

[6] 魏小安. 旅游目的地发展实证研究[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2002.

[7] 孙钰霞. 对重庆市旅游系统优化问题的思考[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2002, (9): 48.

Systematic Reflections on Tourism Traffic Trunk Road ——Taking the Foundation of Ningguo’s Touristm Traffic Trunk Road as an Example

WONG Li

(Tourism Department Business School Huadong Normal University, Shanghai 200062, China)

Abstract : The improvement of tourism traffic’s conditions and functions is becoming important during the new—round development of tourism industry . Based on the analysis on basic concept, condition and function of tourism traffic trunk road, this article studies its composing of elements and systemic role with systematic view, then puts forward functions of tourism trunk road on optimization of tourism resources, formation of destination’s exoteric space, construct destination system, and takes Ningguo as an example to analyse the foundation of tourism traffic trunk road.

Key words: tourism traffic trunk road; tourism system; elements’ composing

[责任编辑: 谌世龙]

(上接第 47 页)

注释：

- ① 为了区分当地居民和外地游客, 本文中的旅游者皆指外地旅游者。
- ② 利益主体及利益的追求者、创造者、所有者、支配者, 既可以是个人、也可以是某种群体或组织(国家、家庭、集团等), 而个人是最基本的利益主体。
- ③ 张家界武陵源景区原来 158 元的门票中, 只有 8 元用于保护费用。

参考文献：

[1] Sautter E T & Leisen. Managing Stakeholders; a Tourism Planning Model [J]. Annuals of Tourism Research, 1999, 26(2): 312—328.

[2] Yuksel F, B Branwell & A Yuksel. Staleholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey[J]. Tourism Management, 1999, 20(3): 351—360.

[3] 陈宏辉. 企业利益相关者的利益要求: 理论与实证研究[M]. 北京: 经济管理出版社, 2004: 123—133.

[4] 保罗·萨缪尔森. 经济学[M]. 北京: 华夏出版社, 1999(16): 45.

[5] Freeman R E. Strategic Management; A Stakeholder Approach [M]. Boston: Pitman, 1984: 46.

[6] 叶富春. 利益结构、行政发展及其相互关系[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2004: 11—13.

[7] 彭宗超, 薛澜等. 听证制度——透明决策与公共治理[M]. 北京: 清华大学出版社, 2004: 45.

[8] 吴晓巍, 牛学坤. 论内部审计制度的完善[J]. 财经问题研究, 1997, (12): 55—56.

Economic Analysis of the Adjustment of Scenic Spots’ Admission fee ——on a angle view of Stakeholder Theory

ZHANG Wei , GUO Lu-fang

(Department of Tourism Management, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310035, China)

Abstract : The adjustment of scenic spots’ admission fee is a result of the game among different stakeholders. This paper analyzes the role change of some stakeholders in the process of the rise of scenic spots’ admission fee, constructs the stakeholder changeable model. Then, gives a economic explanation on a angle of view of Stakeholder Theory about this phenomena, and points out the direction of scenic spots’ admission fee.

Key words: scenic spots; stakeholders; stakeholders group

[责任编辑: 谌世龙]