

新疆境内旅游者游憩活动空间分析

The Analysis on Recreation Action Space of Tourists in the Provincial Region of Xinjiang

刘玲¹, 谭灵芝²

Liu Ling¹, Tan Lingzhi²

(新疆大学资源与环境学院, 新疆乌鲁木齐 830046)

(Resource and Environment School, Xinjiang University, Urumqi, Xinjiang, 830046, China)

摘要:根据2001年、2002年新疆城市经济社会调查队的国内旅游调查报告和2002年8~9月乌鲁木齐市市内及周边旅游景点的实地调查资料,将新疆作为整体,以乌鲁木齐为中心,分析国际、国内、区内旅游者的游憩活动空间。认为旅游者的空间分布呈距离衰减模式,并指向知名景点景区;旅游者的旅游行程多为闭合线路的环状旅游形式;旅游者出游目的和时间影响其空间活动规律。建议突出区域特色,有针对性地开发新疆的旅游,同时还要注意加强旅游宣传营销,细分入境旅游市场。

关键词:旅游者 游憩活动 空间结构

中图分类号:F590

Abstract: The resorts and attractions in Xinjiang provincial region for overseas and local tourists are discussed. The survey on the scenic spots inside and around the city of Urumqi was conducted in August and September 2002, and the Domestic Tourism Reports of 2001 and 2002 of Xinjiang Statistic Bureau are used. It is found that travel distance has more impact on tourists, and the well-known of resorts is an important factor. The travel course is subject to the requirements of tourists and the time that tourists would like to spend. Some suggestions are as follows. The local features should be more attended in the development of travel products. The travel establishments should be improved. Tourist market should be specified and marketing and advertised to meet the demands of different tourists.

Key words: tourists, recreation action, space configuration

由于受出游时间和游憩者出游决策的影响,旅游者的游憩活动空间存在大、中、小三个尺度不同的出行范围、频率、目的地选择等差异。本文根据2001年、2002年新疆城市经济社会调查队的国内旅游调查报告和2002年8~9月乌鲁木齐市市内及周边旅游景点的实地调查资料,将新疆作为整体,以乌鲁木齐为中心,分析国际、国内、区内旅游者的游憩活动空间。着重研究旅游者在新疆大、中、小不同尺度的空间分布规律,旅游对距离的感应、旅游者出游时间和目的对其空间分布的影响及景点(区)知名度对其旅游决策的影响,并在此基础上提出新疆旅游开发营销的建议。

1 新疆的旅游者游憩空间结构

乌鲁木齐作为新疆旅游中心城市,不仅提供主要的出游者,而且对于国际旅游和国内旅游具有重要的依托功能。阎顺等^[1]以乌鲁木齐为中心将新疆旅游地划分为内圈层、中圈层和外圈层。内圈层是乌鲁木齐市,资源类型以各种博物馆、展览馆、纪念馆、动植物园、公园、游乐场所、购物中心为主体;中圈层是亚洲大陆中心,旅游景点距离在一日游范围内,包括天池风景区、博格达峰、南山风景区、一号冰川区、康家石门子岩画、庙尔沟、西域硅化木园、交河故城、柏孜克里克千佛洞、火焰山、艾丁湖等重点景区;外圈层即是指外延区,包括未纳入内圈、中圈的新疆全区,乌鲁木齐是这些景区的中转站,包括喀纳斯湖风景区、伊犁草原风景区、赛里木湖风景区、博斯腾湖风景区、卡拉麦里自然保护区、塔克拉玛干沙

漠景区、库车人文景区、喀什民族景区、卡拉库里景区、托木尔峰景区、阿尔金山自然保护区。

1.1 乌鲁木齐市市内旅游区

作为旅游中心地的城市,乌鲁木齐市内旅游在接待旅游者、旅游者中转中起着重要的集散作用。在小尺度的周末旅游中,游憩者类型多样,有本市市民、国内旅游者及国际旅游者。近年来乌鲁木齐市接待的游客量呈逐年增加的趋势,2000年、2001年、2002年分别接待国际旅游者144830人、154959人、156689人,年均增长率为4.05%;2001国内旅游者290.39万人,2002年325.85万人,年增长率为12%。

在小尺度的旅游区中,游憩者多采用节点状旅游线路;受目的地的引力影响较大,距离衰减不明显,容易对新的景点感兴趣,表现出很强的求新求异心理^[2]。

在乌鲁木齐市内,旅游者到访率最多的景点依次为:红山公园、二道桥大巴扎、自治区博物馆、人民公园、水磨沟公园、动物园、植物园。在此圈层的旅游者大多都为本市市民进行的周末休闲活动、穆斯林的宗教朝拜,以及国内外旅游者的旅游购物活动。

乌鲁木齐市内的旅游者出游目的地的选择具有以下几个特点:(1)公园,如红山公园、人民公园、水磨沟公园和动、植物园是旅游者尤其是本市市民进行周末旅游的目的地,以红山公园为高频出游目的地的景点,其到访率达80%以上,表明该地是市民假日休闲的主要场所。(2)二道桥大巴扎是国内其他省区游客及海外游客进行旅游购物的首选目的地,成为市内旅游的热点。

1.2 乌鲁木齐一日游旅游区

此圈层是新疆旅游资源开发较为成熟的地区,有国家级的风景名胜区以及丰富的人文旅游资源,是新疆开发旅游业的重点地区。

该圈层的众多景点是旅游者(国内旅游者或国际旅游者)的必到之地。以吐鲁番为例,2002年接待海外旅游者35378人,占全疆接待总量的12.8%,国内旅游者65.88万人,占全疆接待总量的6.8%。

此圈层到访率最高的景点依次为:天山天池、交河故城、坎儿井、葡萄沟、高昌故城、柏孜克里克千佛洞、苏公塔、火焰山。天山天池的到访率为9.21%,交河故城、坎儿井和葡萄沟的到访率分别为7.75%、7.07%和7.05%。中尺度旅游的旅游者一般活动的最大半径在250 km左右,出游目的地选择具有明显的扇形衰减特征。即以乌鲁木齐为中心,

北到天池、东到吐鲁番旅游区是一个到访率极高的地区,达到50%以上;其中以天池、吐鲁番的部分重点景区是高频到访中心。在此圈层旅游者大多采用闭合线作一日游或两日游形式,游览完成后回到乌鲁木齐市再继续旅游行程或出疆返回客源地。

1.3 全新疆大范围旅游区

从乌鲁木齐出发的旅游者在全疆范围内的游览活动呈现明显的3个旅游环线:第一环线:乌鲁木齐—库尔乐—轮台—库车—那拉提—伊宁—博乐—奎屯—石河子—乌鲁木齐,该旅游环线以伊犁草原风光民族风情旅游为主,以伊犁州为次级旅游中心地,该地区2002年接待国际游客19734人,比上年增长了1.7倍,国内旅游者84.27万人,比上年增长11.8%。第二环线:乌鲁木齐—石河子—奎屯—阿勒泰—乌鲁木齐,该环线以阿勒泰为次级旅游中心地的自然风光旅游为主,正成为新疆旅游的热线地区,阿勒泰地区2002年接待国际游客17599人,2001年接待3230人,增长了445%,国内旅游者接待量也增加了13.4%。第三环线:乌鲁木齐—库车—喀什—和田—轮台—库尔勒—乌鲁木齐,该线是南疆旅游热线,以喀什、库尔勒为次级旅游中心地,这两地国内旅游接待总量占全疆的16.4%。

1.4 其它边境购物旅游区

到目前为止,经有关部门批准,新疆对外开放的口岸达15个,其中航空口岸2个(乌鲁木齐、喀什),陆路口岸13个。这13个陆路边境口岸是邻国旅游者进入新疆的主要通道,购物旅游者主要流向霍尔果斯口岸、巴克图口岸、红旗拉甫口岸、和塔克什肯口岸,其中霍尔果斯口岸的旅游者就将近占到边境购物旅游者的一半。在边境购物旅游者中,大多是经边境直接进入口岸,从航空港到乌鲁木齐并以其为旅游中心城市的旅游者数量较少。边境购物旅游者中以独联体国家游客为主,新疆接待的独联体国家游客总量点国际旅游者的60%左右,他们的主要目的是商品交易与贸易,对旅游景点的游览较少。

2 新疆旅游者游憩空间结构特征

2.1 旅游者的空间分布呈距离衰减模式

这反映了旅游者对距离的感应,距离在形成旅游者出游空间过程中具有很大作用。从上述分析中可知,国际国内旅游者在都分布在以乌鲁木齐—吐鲁番一日游旅游区内,交通较为便利的天池、吐鲁番等地的到访率较高,而距乌鲁木齐市较远的和田地区旅游者分布较少。这从一方面说明旅游地的吸引

力与距离相关,与旅游中心地距离越远,其吸引程度越小,旅游者分布衰减越快。

2.2 旅游者的空间分布指向知名景点景区

景点的知名度是影响旅游者目的地选择的一个重要因素。如国家级旅游风景区天池、国家重点文物保护单位,尤其是丝绸之路沿线的知名旅游品牌是大多数旅游者的必到之地。另外,虽然大多数旅游者对风景名胜表现了极大的偏好,但仍有些级别较高的风景点由于宣传不够,在旅游者头脑中尚未建立明晰的印象,因此,在他们做旅游决策时,无法对这些景区的进行选择。

2.3 旅游者的旅游行程多为闭合线路的环状旅游形式

从新疆范围上来看,旅游者大多以乌鲁木齐为旅行的起点和终点,沿南北疆旅游热线做环状闭合线路的游览。这是因为,新疆地域广博,景点分散,景点间的距离较远,采用环状旅游线路可以节约旅行时间,另外,首府乌鲁木齐便捷的交通和完善的旅游接待设施为接待和集散旅游者提供了条件。

2.4 旅游者出游目的和时间影响其空间活动规律

从出游目的和时间上来看,来疆旅游者有近三分之一以休闲观光为目的,这些游客在旅游线路的选择上基本符合一般游客的活动规律;以商务、会议、探亲访友为目的的旅游者占到近一半,这些旅游者的旅游活动因受到各种客观因素的影响,其空间活动规律显然有一定的限制。从出游时间来看,疆内旅游者在周末、五一、十一等时间形成旅游高峰;因为季节和距离的影响,国际和国内其他省份的游客在8月至9月形成旅游流高峰,而在五一、十一黄金周并未形成大规模的旅游热潮。

3 旅游开发建议

新疆境内旅游者的空间行为特征符合旅游者在大中尺度空间行为上的普遍规律,即在大中尺度空间活动中,旅游者总是选择或者尽可能多地选择高等级的旅游点,而不去或很少去选择低等级旅游点。我们认为,将新疆作为整体旅游产品推向旅游市场具有长远意义,鉴于此,我们对丝绸之路旅游的开发

设计提出几点建议。

3.1 突出区域特色

新疆地域广博,各旅游区域各具特色。在区域旅游产品开发与组合上尤其要注意突出区域间的资源特色,形成开发设计上的变异,通过这种变异构建新疆旅游整体形象。各旅游区域应以最典型旅游景区、景点作为重点开发设计对象,形成区内互补。切忌开发设计上的近距离重复。

3.2 有针对性地开发新疆旅游

作为小尺度旅游区的乌鲁木齐市应搞好旅游基础设施建设,合理安排旅游食宿、交通设施,突出城市旅游的枢纽功能;中尺度旅游区应加大旅游开发力度,以自然风光和人文特色为基础开发出具有特色的旅游精品产品;作为大尺度旅游的全疆旅游业除了要开发出有特色的旅游精品外,还要注重改善旅游交通状况。因新疆景点之间的距离总体上比较分散,游客在行程中十分疲劳。我们可能通过改善交通状况、提高旅行舒适度、缩短交通时间距离等措施来弥补空间上的旅途劳顿,给旅游者以足够的时间和精力来增加旅游行程。

3.3 加强旅游宣传营销,细分入境旅游市场

依据国籍(地区),可将入境旅游者分为外国人、华侨、港澳同胞、台湾同胞、国内游客及区内游客,依距离可分近程、中程、远程入境旅游市场,依接待规模可分一级、二级、三级旅游市场;还可依年龄、职业、旅游目的进行细分。如前所述,对客源市场的不同区分,在新疆境内旅游行为会有不同的表现,应采取不同的策略,努力扩大旅游消费,延长旅游行程,实现入境旅游者的旅游消费效用最大化,达到双赢的目标。

参考文献:

- 1 阎顺,张春明,仇家琪,等.乌鲁木齐旅游业与旅游资源开发.干旱区地理,2001,24(1):1~8.
- 2 吴必虎,徐斌,邱扶东,等.中国国内旅游客源市场系统研究.上海:华东师范大学出版社,1999.118.

(责任编辑:邓大玉)