

广州市城市绿道旅游景观意象研究

闫东升^{1,2,3}, 朱战强¹, 黄存忠⁴

(1. 中山大学地理科学与规划学院综合地理信息研究中心, 广东 广州 510275;

2. 南京大学经济学院, 江苏 南京 210093; 3. 中国科学院南京地理与湖泊研究所, 江苏 南京 210008;

4. 中山市城乡规划编研指导中心, 广东 中山 528400)

[摘要]广州市作为我国重要的旅游城市,近年来旅游业发展较快,但观光旅游对城市旅游发展的贡献有所下降。近年来,针对观光旅游资源相对欠缺的现象,广州市致力于打造更多优质观光旅游资源。作为国内较早开始绿道建设的城市,广州市绿道建设较为完善,大力发展绿道旅游这一新兴的旅游形式对提升城市观光旅游发展具有重要作用。旅游目的地意象对研究旅游者行为及旅游资源的开发具有重要作用,文章基于旅游目的地的理论与研究方法,通过分析旅游者对广州市绿道的景观意象特征,进而探讨广州市绿道建设与旅游开发状况。对广州市绿道旅游者问卷调查获取相关数据,并将广州市绿道旅游景观意象分为自然环境、基础设施及人文要素3类,分析旅游者的绿道意象特征,结果表明:(1)旅游者对城市绿道旅游整体评价较高,体现在正面词汇较为集中,负面意象相对较少;(2)绿道旅游景观意象词汇分散,尚未形成一个比较认可的“公众意象”;

(3)相比于高频词汇,低频词汇更加关注绿道建设的细节,这些针对性较强、指向明确的意象词汇对旅游目的地建设具有更加重要的意义。

[关键词]绿道;绿道旅游;景观意象;广州市

[中图分类号]F59

[文献标识码]A

[文章编号]1002-5006(2016)12-0085-11

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.12.015

引言

广州市是我国优秀的旅游城市,也是我国重要的旅游目的地之一,近年来旅游收入呈现快速增长趋势。然而,对广州市城市旅游收入结构研究发现,商务旅游收入比重远大于观光旅游收入,二者比例约为2:1;此外,相比于商务旅游收入比重的持续增加,广州市观光旅游收入占比呈现下降趋势。

针对观光旅游资源相对欠缺的现象,广州市在加快生态文明建设同时,致力于打造更多优质观光旅游资源。继2008年增城市^①绿道建设成功后,广州市利用举办亚运会的契机,率先建成了1060 km的绿道,掀起了广东省绿道网络建设的浪潮^②。到2015年初,广州市建成长达2763 km的绿道系统,串联起320个主要景点、151个驿站和服务点,服务人口超过800万^[1]。目前,广州市绿道网已经初具规模,绿道旅游也成为市民生活的一部分。作为一种新兴的旅游资源,绿道的经济效益也逐渐显现,以绿道建设较早的增城市为例^[2],2008—2014年间,增城市共建成477 km的绿道,并着力将绿道旅游打造成城市旅游新的名片,带动当地旅游业快速发展。

[基金项目]本研究受国家自然科学基金项目“社会公平视角下的城市绿色开放空间重构:评价、机理和调控”(41401166)、国家自然科学基金优秀青年项目“城市时空行为与交通”(41522104)、广东省自然科学基金“基于Huff模型的绿道网络吸引力及可达性研究——以广州市海珠区为例”(S2012010009543)、中央高校基本科研业务费专项资金“广州市城市绿道使用时空规律及影响因素研究”(15lgpy40)和中央高校基本科研业务费专项资金“基于时空大数据的个人活动与交通需求预测与模拟”(15lgjc24)资助。[This study was support by grants from the National Natural Science Foundation of China(to ZHU Zhanqiang)(No. 41401166)、the National Natural Science Foundation of China Outstanding Youth Project (to ZHOU Suhong)(No.41522104)、the Natural Science Foundation of Guangdong (to ZHU Zhanqiang)(No.S2012010009543)、the Fundamental Research Funds for the Central Universities(to ZHU Zhanqiang)(No. 15lgpy40)and the Fundamental Research Funds for the Central Universities(to ZHOU Suhong)(No.15lgjc24).]

[收稿日期]2015-05-28; **[修订日期]**2015-08-14

[作者简介]闫东升(1990—),男,河南周口人,博士研究生,研究方向为区域发展与规划,E-mail: yds1223@163.com; 朱战强(1979—),男,湖南郴州人,博士,讲师,主要研究方向为城乡生态规划、3s应用,E-mail: zhuzhanq@mail.sysu.edu.cn,通讯作者;黄存忠(1987—),男,湖南郴州人,硕士。

① 2014年2月,国务院同意撤销县级增城市,设立广州市增城区;2015年5月,增城举行撤市设区挂牌仪式。考虑到文章相关数据在撤市设区之前,因此仍称增城市。

② 曾妮. 广州1060公里绿道建成 十区两市贯通成网[N]. 南方日报, 2010-10-14.

2013年,增城市接待游客1870万人次,实现旅游收入52.67亿元,6年时间内,全市年接待游客数量增长了6倍多;另一方面,绿道串起了沿线景区景点和村庄,引导沿线村民大力发展农家乐、农家旅馆等旅游配套服务,带动了农民就业和创业,2012年增城市农民人均纯收入达到14037.72元,比2009年增长50.6%^[1-2]。未来,作为城市生态文明建设的载体,城市绿道不仅能为居民提供绿色公共空间,还将在拉动城市观光旅游、改善旅游结构等方面发挥更大的潜力。

2010年以来,广州市作为国内绿道建设及绿道旅游开发较早的城市,绿道建设已趋成熟,绿道旅游的效益逐步显现。依托城市绿道发展,广州市观光旅游的改善成效已经初步显现,加强对城市绿道旅游者需求偏好分析,对于完善城市绿道旅游建设、吸引外地旅游者具有重要意义。因此,本文从广州市绿道旅游目的地意象特征出发,研究旅游者对绿道建设的感知与建议,为探讨绿道旅游资源建设及推动绿道旅游开发提供依据,也可为其他城市绿道建设及旅游开发提供参考。

1 研究综述

1.1 城市绿道旅游研究

绿道(Greenway)的概念起源于1858年著名景观设计师奥姆斯特德(Olmsted)主持的美国纽约中央公园的园道设计,而其作为城市绿色空间所具有的休闲游憩功能也一直是学者关注的方面^[3-5]。城市绿道一方面是居民就近休闲游憩的重要场所,体现了为城市社区服务的功能^[5];另一方面,城市绿道还串联起重要的人文、自然景点和城市公园,是城市观光旅游体系的重要骨架,因其优质的景观环境和便利的基础设施配套,成为具有极高吸引力的旅游目的地^[6-7]。经过100余年的发展,绿道游憩已成为欧美国家居民日常休闲活动的重要组成部分^[3-4]。与此同时,国外城市绿道旅游相关理论研究发育较为成熟,已经分化出了绿道旅游开发、旅游目的地评价、绿道旅游效益等研究方向^[5-7]。

相比于国外较为完善的绿道研究体系而言,国内的绿道研究起步较晚,张文等于2000年较早将绿道的概念、功能及国外发展经验等介绍到国内^[5],C. Y. Jim等于2003年将“Greenway”的概念应用于南京市综合绿地规划研究中,这些都是国内较早的绿道研究^[6]。随后,绿道的理论和实践研究开始升温,绿道的建设也有较大发展:珠三角和株洲、杭州等城

市都推动了大规模绿道建设运动,收到了较好的经济、环境和社会效益^[4,8-9]。与国外较为成熟的绿道相关研究相比,我国的城市绿道旅游相关研究仍处于初期阶段^[5,7-8]。近年来,国内学者意识到绿道旅游作为一种新兴的城市旅游形式,可以提升旅游品质、拓展旅游的可选范围,激活城市旅游及地区发展^[7,10],部分学者开始关注城市绿道旅游开发建设,如基于当地本底条件,提出针对性的城市绿道旅游开发与发展规划^[11-13]及绿道旅游功能开发和运营管理^[13]等,推动了国内绿道旅游的建设。随着国内绿道建设及绿道旅游的升温,关注城市绿道旅游的经济社会效益^[8-10]、旅游者的旅游满意度、需求及绿道体验影响因素等的研究^[14-15]也开始出现。总体上,国内城市绿道旅游仍处于起步阶段,然而绿道旅游的研究逐步从早期的引入国外经验为主转向国内绿道旅游实践经验总结、绿道旅游经济社会效益与开发建设评估、旅游者满意度等方面;此外,由物质空间建设向“以人为本”的转向较为显著,即更加注重旅游者的体验及需求,从旅游者角度研究城市绿道旅游的开发与建设^[11-15]。当然,相关研究也显示了国内城市绿道旅游研究以案例分析和定性为主的特征,暴露了理论建树不足,定量与空间研究缺乏等问题。

1.2 旅游目的地意象研究

意象是大脑对获取外界信息处理的结果,是外在形象和内在意蕴的有机统一^[16-17]。意象的概念由Boulding于1956年引入到学术研究^[18],被Hunt于1971年引用到旅游目的地建设研究中,构建了旅游目的地意象的概念^[19]。旅游目的地意象是旅游者对目的地的整体印象,对完善旅游地建设具有重要参考价值^[20-21]。经过不断发展,旅游目的地意象作为研究意愿及态度的一种手段,一方面是市场细分、市场定位及竞争分析的重要工具^[22],有助于目的地的形象定位、竞争力提升及平衡旅游产品的市场供需等^[23];另一方面被认为是旅游出行的重要决定因素^[24-25],营造良好的目的地意象可以提高旅游者重游率^[26]。

近年来,国外旅游目的地意象研究表现为典型的心理学视角,如Baloglu和McCleary对旅游目的地意象模型的构建^[24,27]。而旅游目的地意象数据获取方式主要分为结构性或非结构性方法,但超过75%的研究聚焦在结构性的方式上^[20]。对比发现,两种方法各有利弊:结构性研究方法强调研究者的主观认知,具有灵活性、便于分析等优势,然而该方法忽视了受访者个性差异,常难以揭示吸引旅游者

到访的真实因素^[20,25];而非结构化方法强调个性分析,可以有效解决这些缺陷^[28],但稍有不足的是,如何最大限度地减少非结构化研究中的词义歧义仍然是实践中的一个挑战。另一方面,量化和非量化方法的讨论与选择也是重要的话题^[29],但目前应用计量方法的研究较多,非量化技术较少^[22]。此外,旅游目的地意象的分析方法呈现出多样化的趋势,近年来发展出如意象图示的方法^[25]、因素分析法^[30]、词汇分析法^[20,23]等多种创新形式,相比于前两者的量化分析特征,非量化的词汇分析法虽然相对繁琐,但其针对性也更强,更能体现“以人为本”的思想。相关学者研究发现,意象词语的频率说明了受访者对目的地认知水平及偏好的差异^[31],尽管旅游目的地的意象多由一些常用的词语(高频词汇)构成,但其中频率小、针对性强的词语(低频词汇)同样具有较为重要的价值。高频词语代表了多数旅游者的意象,低频词汇则有助于了解典型类型的旅游者的旅游目的地意象,有助于提高旅游者回头率^[20,31],因此在实际研究中,应当对部分频率较小、针对性较强的意象词汇给予足够的重视^[28]。总体上,国外旅游目的地意象研究呈现多样化特征,已经经历着从量化分析转向非量化的过程,更加注重对旅游者需求及其差异的研究,而对低频词汇的关注也体现了从关注整体到个体的转向。

与国外较为丰富的理论与实践相比,国内相关研究较为贫乏,且以借鉴国外研究成果为主。整体上,理论构建较少,实践分析居多,且主要表现为量化研究的特征,对低频词汇一类非量化的创新研究并不多见。尽管如此,近年来国内学者也取得了一定的成果:理论方面,周永博等提出旅游目的地意象三维耦合性^[32],李瑞提出城市旅游要素可意象性概念^[33];在方法上,国内文献多采用量化的结构性研究方法^[32]、非结构式的研究较少,仍存在较大提升空间;在实践上,出现了不少与旅游(景观)意象相关、有趣的研究,如旅游地意象分类^[17]、旅游景观意象评价指标^[34]、基于旅游意象图的旅游景区规划^[35]、目的地意象色彩认知特点及基础规律^[36]等。

城市绿道旅游目的地意象研究对城市绿道旅游的形象定位、竞争力提升及完善、提升城市绿道旅游品质和吸引旅游者等具有重要意义^[23-26]。然而,已有相关研究中,将旅游目的地意象引入传统观光旅游中的研究较为常见,但对新兴的旅游形式特别是城市绿道旅游的相关研究并不多见。因此,在广州市绿道建设初见成效、绿道旅游起步阶段,基于城市绿道旅游目的地意象相关研究、探讨城市

绿道旅游如何推动城市旅游发展具有重要的应用价值,也可为调动旅游者参与城市绿道旅游的开发提供参考。

2 研究思路、研究区域及数据处理

2.1 研究思路

完善绿道的景观建设及景观资源开发对提升绿道质量及后续的旅游开发都具有重要意义^[3,7]。本文基于城市绿道旅游、旅游目的地意象对城市旅游发展及其建设的重要作用,研究广州市绿道旅游景观意象。参考相关研究^[32,34],笔者认为绿道旅游目的地的景观意象是指旅游者在旅游过程中对城市绿道及其环境感知的总和。此外,城市旅游是指旅游者在城市中的旅游活动及其对社会、经济和环境产生的影响^[37],参考彭华的“大旅游”理念,将城市居民的休闲活动纳入城市旅游范畴^[38]。

在研究方法上,基于周永博等提出的旅游目的地意象三维耦合理论及范钧等对目的地意象的分类,将城市绿道旅游景观意象按旅游资源属性划分为自然环境、基础设施、人文要素 3 类^[17,32,37],从旅游者角度出发,基于旅游目的地意象的理论与研究方法,分析旅游者对绿道建设评价,并分析其需求特征,为完善绿道旅游资源开发、提升旅游品质提供参考。

以往研究表明,高频词汇是多数游客认可的普遍特性,可揭示目的地建设较为宏观的成就或不足^[20]。然而,与高频词汇相比,低频词汇对于城市旅游开发具有更为重要的现实意义,对低频词汇的分析或可导向较为细致且重要的发现^[25]。相关原理可回溯到现实中普遍存在的 Power law 法则,而在统计中则通常发现,低频词汇的使用者多为旅游频率大、目的地认知度高的旅游者^[20,28]。因此,本文尝试开展低频词汇分析,以揭示更多的相关细节。

2.2 研究区域

绿道按照其使用性质可以分为区域绿道、城市绿道和社区绿道^[14]。在绿道建设仍不完善、绿道旅游刚刚起步阶段,对城市绿道和社区绿道的研究使用价值也更高。但由于二者性质差异、绿道建设不完善等因素,在广州市绿道网络中不同区段的绿道建设存在显著差异:作为连接城市内各空间的城市绿道,考虑到接近大自然的需求而多在空旷区选址,但存在绿道道路维修不足、与公路接驳之处存在隐患、基础设施不完善、标识系统不清晰等问题;而作为连接社区公共空间和街道公园绿地的社区

表 2 被调查者基本属性

Tab. 2 Some basic properties of respondents

分类 Classification	样本数 Number	百分比/%
使用绿道目的 休闲	428	51.32
The purpose of using greenway 健身	319	38.25
通勤	77	9.23
其他	10	1.20
使用绿道频率 每天两次及以上	84	12.80
The frequency of using greenway 每天一次	211	32.14
每周几次	176	26.93
偶尔	178	27.23
其他	6	0.89
每次使用绿道时间 < 0.5h	110	16.79
The time of using greenway 0.5h~1.0h	312	47.70
1.0h~2.0h	161	24.52
> 2.0h	72	11.00

闲、健身为主,使用绿道频率较高,每次时间也较长,这些都说明绿道建设初期能够在一定程度上满足居民对绿色公共空间的需求,被访者使用绿道频率相对固定,也为绿道旅游的开发提供了机遇。

其中,问卷中涉及意象访谈的题目是:请用 3~5 个词语描述您印象中的绿道:_____,主要目的是获取受访者对广州市城市绿道旅游的整体评价及旅游者的个人偏好。基于 655 份有效问卷中获得的意象词汇进行整理,将意象划分为自然环境、基础设施、人文要素 3 类,对其中获取的词语进行合并、分类整理形成 3 个大类及若干子类,进而分析旅游者绿道旅游的意象特征,评价广州市城市绿道旅游建设状况。

3 广州市绿道旅游景观意象分析

3.1 自然环境意象

自然环境是旅游资源第一要素,良好的自然资

源是城市旅游得以发展的重要保障^[32]。本文的自然环境以靠近绿道为主要标志,如珠江、广州塔、绿道绿化及绿道相关的自然环境,对应的意象既包括单个景点的意象也有整体意象。通过对自然环境意象分析,找出受访者的关注点及绿道建设的薄弱点,为城市绿道的形象定位及产品开发提供参考,激活城市绿道旅游。具体数据如表 3。

受访者对自然环境的评价中,绝大多数方面正面的信息远大于负面的评价,这说明绿道的自然环境的建设相对完善,对受访者具有一定的吸引力且能在较大程度上满足受访者的需求;但也有部分方面如对空气质量、卫生状况及珠江印象等方面也存在一定的负面评价,这些负面评价也是后续广州市绿道旅游开发提升的重要方面。

受访者对自然环境较为关注的方面包括整体环境(18.07%)、空气质量(20.67%)、卫生状况(27.85%)及绿化情况(18.07%)等,这表明受访者对绿道自然环境的关注较贴近实际需求。同时,尽管以正面评价居多,但也包括部分负面评价较多的如卫生(8.40%)、空气(6.67%)等方面,而这也表明绿道建设在部分方面仍不完善。整体上,关注比例最高的仅为 27.85%,且不同方面的关注度存在较大差异,这一方面说明受访者自然环境需求的多样化,另一方面也表明受访者并未形成一个或多个公众较为认同或关注的意象要素。

研究表明:一方面,受访者的意象概念较为明确,这对提升绿道建设具有重要意义;另一方面,自然环境建设满足了大部分受访者的需求,这与广州市在城市绿道绿化、景点改造及建设投入成本较高的情况相契合。因此,未来基于良好的自然环境的绿道旅游可成为广州市旅游新的增长点。此外,意象分析也暴露了广州市绿道建设的不足之处,如空

表 3 旅游者自然环境要素意象

Tab.3 Tourists' images of natural environmental elements

分类 Categories	子类 Subcategories	小计/% Subtotal	合计/% Total	分类 Categories	子类 Subcategories	小计/% Subtotal	合计/% Total	
整体环境 The overall environment	环境优美	17.28	18.07	绿化 Green status	绿化较好	14.94	18.07	
	环境差	0.74			绿化不好	2.72		
自然景色 Natural scenery	景色好	4.81	5.20		树木低矮	0.37		
	景色单调	0.37			珠江印象 Pearl River impression	江景美好	1.98	3.71
	景点多	0.25			江水脏	1.60		
空气质量 Air quality	空气较好	13.95	20.67		江水干净	0.12		
	空气一般	6.67			其他 Others	凉爽	3.33	6.44
卫生状况 Health conditions	卫生好	19.38	27.85		公园一样	1.23		
	卫生差	8.40				湿度大	0.99	
					开阔	0.86		

气状况欠佳、卫生整治不彻底、珠江水质仍需治理等。

3.2 基础设施意象

基础设施是城市旅游的第二要素及重要的辅助要素^[32],在绿道旅游开发初期阶段,基础设施对旅游者的意象构建具有重要的作用。考虑到城市绿道建设及现阶段旅游者特性,文中基础设施主要指道路设施、交通状况、相关配套及相关管理情况等。通过对基础设施意象的分析,总结受访者相关评价及偏好,发现广州市绿道基础设施建设的不足,为改善其基础设施状况、持续吸引旅游者等提供参考。具体数据见表4。

受访者较为关注的包括道路设施(38.27%)、交通状况(17.97%,指到达绿道及对外交通的便捷度)、治安管理(17.12%)等;整体上,对基础设施的关注相对集中且较为细致,但关注度较弱,这可能与现阶段旅游者以当地居民为主有关。同样,受访者最关注的道路设施也仅有38.27%的居民提及,同样未形成一个公众较为认同的意象要素。

道路是绿道旅游的基础,也是绿道特性的集中体现。道路设施意象中约25%的受访者做出了负面评价,这也是广州市绿道建设的现实反映:位于市中心区的绿道相对狭窄,而郊区的绿道相对宽敞;虽然绿道在一定程度上为步行者提供了便利,但人车混行的路段则让步行者及骑车者都觉得绿道相对狭窄。对交通状况的评价体现了对可达性的要求,以为居民提供绿色公共空间为初衷的城市绿道靠近居民点,其可达性相对较好;但由于道路里程与基础设施的不匹配,郊区绿道可达性相对较低。此外,对配套设施、治安状况的关注也体现了

绿道建设过程中基础设施的不完善:郊野绿道使用者较少,治安、维护人员配备也较少,给旅游者以管理不完善的感觉;相比而言,市中心相对较为完善。

研究表明:一方面,受访者对绿道的基础设施的意象表达也相对明确;另一方面,自然环境意象中有79.12%为正面词汇,而基础设施意象中比例仅为59.41%,这说明相比于自然环境意象,受访者对基础设施评价较差,同样缺乏关注度广且“绝对优势”的要素;这些都体现了基础设施不完善、旅游者需求多样化且分散特性。广州市绿道基础设施同样存在较多的问题,这主要体现在绿道本底差异及建设初期绿道基础设施配套差异的现状。

3.3 人文要素意象

人文要素意象是提升旅游地竞争力及提高重游率的重要因素,相比于前两者,人文要素意象更“隐性”,但可塑性也更强。人文要素是指绿道旅游相关的人文景点及呈现出的人文环境、人文氛围等,在一定程度上是城市绿道旅游文化的反映。由于需求侧重点差异,不同的旅游者对相同的人文要素意象存在较大的差异,导致其人文要素的意象也存在较大的分异,针对人文要素的意象评价较为模糊,也更加难以把握。具体数据如表5。

人文要素意象较为细致且多为正面词汇,多认为绿道能够提供良好的环境及生活休闲、娱乐及交往空间,给人以舒适的感觉,这体现了绿道在较大程度上迎合了受访者的需求。但提及最多的也仅占27.38%,且意象表达较为模糊,这说明绿道旅游的人文环境意象也并未形成一个较为集中的、公众普遍认可的意象要素。此外,在特定方面的负面评

表4 旅游者基础设施要素意象
Tab.4 Tourists' images of infrastructure elements

分类 Categories	子类 Subcategories	小计/% Subtotal	合计/% Total	分类 Categories	子类 Subcategories	小计/% Subtotal	合计/% Total		
道路设施 Road infrastructure	道路整洁	11.84	38.27	配套设施 Facilities	设施不齐全	5.50	10.78		
	道路宽敞	10.78			设施齐全	5.29			
	绿道狭窄	4.02		使用性质 Using features	人车混行	7.82	12.47		
	道路平坦	3.17			车多	4.65			
	道路不连续	2.96			治安管理 Security management	治安较好		8.88	17.12
	道路不平坦	2.75				绿道缺乏管理		6.34	
	道路较长	2.75				治安较差		1.90	
交通状况 Traffic situation	方便到达	12.05	17.97	灯光 Lighting	灯光漂亮	1.27	3.38		
	交通便捷	3.38			灯光太亮	1.27			
	交通不便	2.54			灯光暗	0.85			

表 5 旅游者人文环境要素意象

Tab.5 Tourists' images of humanities environment elements

分类 Categories	子类 Subcategories	小计/% Subtotal	合计/% Total	分类 Categories	子类 Subcategories	小计/% Subtotal	合计/% Total
整体氛围 The overall atmosphere	安静	13.02	21.37	功能作用 Function	休闲空间	16.03	24.71
	热闹	6.18			娱乐空间	3.84	
	嘈杂	2.17			交往空间	2.67	
心理感知 Psychological perception	舒适	15.86	27.38	使用者特征 User features	健身空间	1.84	26.54
	清闲自由	4.34			丰富生活	0.33	
	浪漫	2.50			人多	17.86	
	惬意	1.67			人少	4.17	
	心情愉快	1.50			宠物多	2.00	
	慢节奏	1.50		老少皆宜	2.50		

价如部分区段人员密集带来的嘈杂感、宠物较多导致的安全性问题及卫生较差等,都是受访者比较关注的。

与心理感知(27.38%)、功能作用(24.71%)不同,针对使用者特征(26.54%)及整体氛围(21.37%)评价出现了差异化、对比明显的声音。人少与人多的对比、安静与嘈杂的对比等都体现了受访者需求的多样化及个人特性对绿道旅游开发带来的复杂性,也是绿道旅游后续开发中需要考虑的问题。造成这种分异的主要原因是绿道里程较长,不同地段的绿道使用强度存在较大差异:如中山大学北门广场段的使用者要远远多于珠江啤酒博物馆段,不同的使用者强度及居民的需求差异导致居民对绿道旅游的整体意象存在差异。人文环境要素意象是绿道旅游建设过程中最具可塑性、也应该引起足够重视的要素。

研究发现:一方面,受访者人文要素意象关注较为细致、贴近实际需求,但表达也最为模糊;另一方面,相比于前两个方面,受访者对人文要素意象的评价更为正面、负面的评价较少。这些都体现了受访者对于绿道旅游需求的巨大潜力及广州市绿道旅游开发的可行性。

3.4 低频词汇意象

分别分析高频词汇和低频词汇的特点。一方面,对高频词汇的研究发现,尽管受访者对绿道建设的整体认可度较高,但这些词汇多缺乏明确的指向性,且意象表达具有一定的模糊性,在一定程度上制约了高频词汇对绿道建设的引导作用。另一方面,问卷结果统计发现,整体上绿道周游憩均值为4.31,而低频词汇使用者的均值为6.28;其中,每

天两次及以上的比例分别为12.9%、65.1%;这说明低频词汇使用者参与绿道旅游的频率较大,对绿道也更为熟知。相对而言,这些受访者关注的方面也是绿道建设过程中长期存在的、有重要影响的方面,因此,对低频词汇的分析对于旅游目的地的建设具有更加重要的作用^[39]。因此,文章对三类意象的低频词汇^①进行了重点的分析,结果如下:

(1)自然环境意象中,低频词汇主要关注如景色单调(0.37%)、树木低矮(0.37%)、江水干净(0.12%)、湿度大(0.99%)、开阔(0.86%)等方面,既有正面的评价,也包含负面的评价。如珠江印象中,约40%受访者提及珠江水较脏,这表明珠江作为滨江绿道最大的自然景观对于绿道旅游的提升作用有限,也存在较大的提升空间。尽管提及较少,但相比高频词汇而言,低频词汇多是最直接、针对性较强的评价,关注点也更为细致,这也为后续的广州市绿道建设开发提供了最直接的参考。

(2)整体上,基础设施意象关注度存在较大差异,且表现为大集中、小分散的格局。关注度较低的如道路狭窄(4.02%)、道路平坦(3.17%)、交通便捷(3.38%)、交通不便(2.54%)、车多(4.65%)、治安较差(1.90%)、灯光暗(0.85%)等,与自然环境意象相比,不同类别间差异较大,但整体上正、负方面的评价相对均衡,这主要由于在绿道基础设施相对完善的大格局下,绿道里程过长、区域本底差异等带来的后期维护差异的明显状况,导致不同旅游者的感受存在一定差异。与高频词汇类似,基础设施意象主要表现为区域差异,但部分较为直接、针对性较强的负面评价如人车混行、交通不便、灯光暗等,

① 使用人数少于20(参考相关文献并咨询专家并结合文章数据获得)的词汇。

都与受访者游憩质量息息相关,也是后续提升过程中不可忽视的“小问题”。

(3)与前两者不同,人文要素意象词汇较为集中,同时低频词汇同样体现了受访者对于绿道建设的满意。较少的受访者提及了惬意(1.67%)、心情愉快(1.50%)、慢节奏(1.50%)及丰富生活(0.33%)等,这些词汇表达了受访者对绿色生活的追求,也反映了绿道建设对于提升居民生活质量的重要作用。人文要素意象分布相对集中,且高频词汇与低频词汇都以正面评价为主,但由于个人需求以及感受的差异,部分受访者也指出了绿道的嘈杂(2.17%)及宠物多(2.00%)等问题。整体上,正面的、针对性的评价是城市绿道旅游良好开端表征,也体现了绿道旅游开发的可行性。

为了深入挖掘低频词汇对于绿道建设完善的重要作用,在前文对低频词汇简单分析的基础上,将3类意象的低频词汇进行分类整体,并进行对比研究,具体数据如表6。整体上,3类意象的低频词汇更关注绿道建设的细节方面,如对珠江、绿道绿化、道路建设、灯光、治安、个人体验及绿道功用的关注等等,这些低频词汇的针对性更强,也更贴近绿道建设及游客的直接需求,对旅游目的地建设也具有更加重要的意义。

综上所述,受访者对3类意象的关注度存在明显差异:低频词汇较多关注基础设施建设,且更多的揭露了广州市绿道建设过程中不完善的方面。而对自然环境、人文要素的低频词汇对比看,这些低频词汇中正面的意象较多,特别是人文要素意象;但相比于自然环境与基础设施的明确指向性不同,人文要素的意象更多地体现为受访者在绿道游憩过程中的个人感受及绿道对日常游憩生活的补充功用的体现。对比看,所有低频词汇中,针对基础设施进行的负面评价远大于其他两个方面,而人文要素评价最少,体现了广州市绿道旅游开发过程

中基础设施建设仍有较大提升空间。而分析这些低频词汇中的负面词汇可知,关注点中的整体环境、珠江、道路、治安、灯光、人多带来的嘈杂及宠物较多带来的安全性都是受访者较为关注,同样也是后续的绿道建设中需要不断完善的方向。对广州市绿道旅游者的3类意象及低频意象词汇的分析发现,整体上受访者对广州市绿道旅游的建设具有较高的认可度,这也为未来广州市绿道旅游的开发建设提供了信心。但对不同方面的关注、评价均存在一定的差异,这也体现了在绿道旅游建设开发初期,广州市绿道建设的不完善,这些都需要后续的建设不断完善。

4 结论与讨论

4.1 结论

本文引入旅游目的地意象的方法,结合实地调研获得的相关数据,从旅游者角度出发,对旅游者的绿道建设评价及旅游者需求进行分析,获得以下几点结论:

(1)研究发现,整体上受访者对广州市绿道旅游的建设具有较高的认可度。对比看,自然环境意象最为清晰、细致;对基础设施的评价相对较差、区域差异显著;对人文环境要素评价更为正面,但相对分散;这些都体现了广州市绿道旅游开发中的自然环境开发不足、基础设施仍不完善、人文环境尚未显现等现象。

(2)低频词汇多具有明确的指向性,对旅游目的地建设也具有更加重要的作用。相关分析发现,低频词汇较多关注基础设施建设中不完善方面;对自然环境、人文要素的低频词汇对比看,这些低频词汇中正面的意象占绝对优势,但相比于自然环境与基础设施的明确指向性不同,人文要素的意象更多的体现为受访者在绿道游憩过程中的个人感受

表6 绿道旅游景观意象低频词汇

Tab. 6 Low frequency vocabulary of greenway tourism landscape image

分类Categories	样本数Number									
自然环境 Natural environment	景点多 2	江景美好 16	江水干净 1	公园一样 10	湿度大 8	开阔 7	环境差 6	景色单调 3	江水脏 13	树木低矮 3
基础设施 Infrastructure	道路 平坦 15	道路 较长 13	交通 便捷 16	灯光 漂亮 6	道路 不连续 14	道路 不平坦 13	交通 不便 12	治安 较差 9	灯光 太亮 6	灯光 暗 4
人文要素 Human factor	浪漫 15	惬意 10	心情愉快 9	老少皆宜 15	交往空间 16	健身空间 11	丰富生活 2	慢节奏 9	嘈杂 13	宠物多 12

及绿道对日常游憩生活的补充功用的体现。

(3)城市绿道可以在为居民日常游憩提供绿色公共空间的同时,为城市旅游业开辟新的发展方向。基于旅游目的地意象的城市绿道建设及受访者需求研究分析表明,受访者对不同方面的关注、评价存在显著差异,这体现了绿道旅游开发的复杂性。因此,在后续的建设中,一方面要加强绿道自然环境的改善、基础设施的提升、休闲形式多样化的创造等,另一方面要建立持续的管理维护机制,提升城市绿道旅游的可持续性,全面激活广州市绿道旅游发展。

4.2 讨论

旅游目的地意象是旅游者对旅游地最直接的评价,也是旅游地提升的重要参考^[21,30]。首先,本文采用定性与定量结合的方法对广州市典型区域绿道旅游景观意象展开研究,为广州市绿道旅游资源的开发建设与完善提供参考。基于目的地意象的研究,还可以为在更大区域范围内降低区域间的同质化竞争、构建区域合作框架提供依据,为旅游者参与绿道旅游的开发建设提供了可行化的路径。其次,与以往较多研究不同,本文认为低频词汇代表了旅游者最直接、针对性也更强的绿道旅游评价,更能明确地表征旅游者的实际需求及对绿道建设的建议,推动“以人为本”的绿道建设及旅游开发模式。此外,作为一种在前人研究基础上的创新方法,本文对受访者的绿道旅游景观意象特别是相关低频词汇的非量化深入分析研究,还可为类似城市的绿道旅游目的地的非量化评价研究提供参考。

当然,本文尚存在部分不足,首先应继续深入探讨如何获取最有价值的意象词汇,并进行深入分析以推动绿道旅游建设,未来仍需深入挖掘低频词语及使用者的相关特性。其次,尽管基于非量化的分析方法固然能够避免研究者的个人主观性对研究结果的影响,但在针对旅游目的地意象的分类中,如何消除词汇歧义、有效分类仍是后续研究努力方向。最后本文意象词汇的分类难免存在一定的主观性、量化技术的使用不足等,这些都是未来研究中需要不断完善的方向。

致谢:非常感谢审稿专家提出的富有建设性的指导意见,也对编辑部老师提供的无私帮助致以谢意。

参考文献(References)

[1] Li Shulong, Song Chao. The Guangzhou city is gradually

revealing the pattern of “the flower city, the green city and the water city” [EB/OL]. news.xinhuanet.com, 2015-03-24. [李书龙, 宋超. 羊城渐显“花城绿城水城”格局 [EB/OL]. news.xinhuanet.com, 2015-03-24.]

[2] Guo Guangming. Zengcheng: “the little greenway” is pulling “the large industry” [EB/OL]. www.ctnews.com.cn, 2014-04-07. [郭光明. 增城:“小绿道”拉动“大产业” [EB/OL]. www.ctnews.com.cn, 2014-04-07.]

[3] Gobster P H, Westphal L M. The human dimensions of urban greenways: Planning for recreation and related experiences[J]. *Landscape and Urban Planning*, 2004, 68 (2-3):147-165.

[4] He Zhiming. *Urban Riverside Greenway Post Occupancy Evaluation Research: Taking Main Urban Area of Hangzhou for Example*[D]. Hangzhou: Zhejiang University, 2013. [何志明. 城市滨河绿道使用状况评价研究——以杭州主城区为例[D]. 杭州:浙江大学, 2013.]

[5] Zhang Wen, Fan Wenjie. Greenway in cities and its functions [J]. *Urban Planning Overseas*, 2000, (3):40-42. [张文, 范闻捷. 城市中的绿色通道及其功能[J]. 国外城市规划, 2000, (3):40-42.]

[6] Jim C Y, Chen S. Comprehensive green space planning based on landscape ecology principles in compact Nanjing city, China[J]. *Landscape and Urban Planning*, 2003, 65(3):1-22.

[7] Munder L, Coenders G. Greenways: A sustainable leisure experience concept for both communities and tourists[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2010, 18(5):657-674.

[8] Guo Xudong. *Research on Consumer's Participation in the Management of City Leisure Greenway*[D]. Dalian: Dalian University of Technology, 2013. [郭栩东. 基于消费者参与的城市游憩型绿道经营管理研究[D]. 大连: 大连理工大学, 2013.]

[9] Lin Li. *Studying the Greenways Landscape Construction of Country Ecotourism in the Xiaolou Town*[D]. Guangzhou: South China University of Technology, 2011:15-17. [林莉. 小楼乡村生态旅游绿道景观建设研究[D]. 广州: 华南理工大学, 2011: 15-17.]

[10] Deenihan G, Caulfield B, O'Dwyer D. Measuring the success of the Great Western Greenway in Ireland[J]. *Tourism Management Perspectives*, 2013, (7):73-82.

[11] Guo Xudong. Research of greenway tourism development model: The perspective of tourism green supply chain[J]. *Resource Development & Market*, 2012,(8):764-768. [郭栩东. 绿色旅游供应链管理视角下的绿道旅游开发模式研究[J]. 资源开发与市场, 2012,(8):764-768.]

[12] Liu Qi. *The Application Research of the Greenway in Urban Tourism Development: Taking Greenway Tourism Master Planning of Xunshan, Rongcheng City as an Example* [D]. Tai'an: Shandong Agricultural University, 2013. [刘琦. 绿道在城市旅游发展中的应用研究——以荣成市寻山绿道旅游总体规划为例[D]. 泰安: 山东农业大学, 2013.]

[13] Jiao Jianchun. Preliminary discussion on the operations management and tourism development of China's greenways [J]. *Modern Urban Research*, 2012,(3):19-23. [焦建春. 绿道旅

- 游功能开发与运营管理初探[J]. 现代城市研究, 2012,(3):19-23.]
- [14] Wu Juanyu. Post occupancy evaluation (POE) on the Zengcheng greenway system in Guangdong province[J]. *Chinese Landscape Architecture*, 2011,(4):39-43. [吴隽宇. 广东增城绿道系统使用后评价(POE)研究[J]. 中国园林, 2011,(4):39-43.]
- [15] Yang Xianghua, Liu Yungang. Public greenway satisfaction evaluation of IPA- based approach: Foshan city, Guangdong province as an example[J]. *Journal of Southwest Agricultural University: Social Sciences Edition*, 2012, 10(6):1-7. [杨香花, 刘云刚. 基于IPA方法的绿道公众满意度评价研究——以广东省佛山市为例[J]. 西南农业大学学报: 社会科学版, 2012, 10(6):1-7.]
- [16] Li Hong. Two understandings of tourism destination image[J]. *Tourism Tribune*, 2006, 21(6):9. [李宏. 对旅游目的地形象概念的两种理解[J]. 旅游学刊, 2006, 21(6):9.]
- [17] Fan Jun, Qiu Hongliang, Wu Xuefei. Tourist destination image, place attachment and tourists' environmentally responsible behavior: A case of Zhejiang tourist resorts[J]. *Tourism Tribune*, 2014, 29(1):55-66. [范钧, 邱宏亮, 吴雪飞. 旅游地意象、地方依恋与旅游者环境责任行为——以浙江省旅游度假区为例[J]. 旅游学刊, 2014, 29(1):55-66.]
- [18] Bai Kai, Zhao Anzhou. Studies on convergence and divergence of city image and destination image[J]. *Progress in Geography*, 2011, 30(10):1312-1320. [白凯, 赵安周. 城市意象与旅游目的地意象研究中的趋同与分野[J]. 地理科学进展, 2011, 30(10):1312-1320.]
- [19] Hunt J D. *Image: A Factor in Tourism*[D]. Colorado: Colorado State University, 1971.
- [20] Pan B, Li Xiang. The long tail of destination image and online marketing[J]. *Annals of Tourism Research*, 2011, 38(1):132-52.
- [21] Li Xiang, Hans V. Comparing methods of measuring image change: A case study of a small-scale community festival[J]. *Tourism Analysis*, 2006, 10(4):349-360.
- [22] Pike S. Destination image analysis: A review of 142 papers from 1973 to 2000[J]. *Tourism Management*, 2002, 23(5):541-549.
- [23] Li Xiang, Bing P, Lixuan Z, et al. The effects of online information on image development[J]. *Journal of Travel Research*, 2009, 48(1):45-57.
- [24] Zhang Jingru, Chen Yingzhen, Zeng Qi, et al. An integrative model of destination image in a country context: A case study based on international tourists in Beijing[J]. *Tourism Tribune*, 2015, 30(3):13-22. [张静儒, 陈映臻, 曾祺, 等. 国家视角下的目的地形象模型——基于来华国际游客的实证研究[J]. 旅游学刊, 2015, 30(3):13-22.]
- [25] Stepchenkova S, Li Xiang. Chinese outbound tourists' destination image of America: Part II[J]. *Journal of Travel Research*, 2013, 51(6):687-703.
- [26] Li Xiang, Petrick J F, Zhou Yuan. Towards a conceptual framework of tourists' destination knowledge and loyalty[J]. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 2008, 8(3):79-96.
- [27] Bai Kai. A review of researches on tourism destination image positioning: A psychological perspective[J]. *Tourism Science*, 2009, 23(2):9-15. [白凯. 旅游目的地意象定位研究述评——基于心理学视角的分析[J]. 旅游科学, 2009, 23(2):9-15.]
- [28] Stepchenkova S, Li Xiang. Destination image: Do top-of-mind associations say it all?[J]. *Annals of Tourism Research*, 2014, (45):46-62.
- [29] Gallarza M G, Saura I G. Destination image towards a conceptual framework[J]. *Annals of Tourism Research*, 2002, 29(1):56-78.
- [30] Li Xiang. Examining the 'relative image' of tourism destinations: A case study[J]. *Current Issues in Tourism*, 2012, 15(8):741-57
- [31] Li Xiang, Stepchenkova S. Chinese outbound tourists' destination image of America: Part I[J]. *Journal of Travel Research*, 2011, 51(3):250-266.
- [32] Zhou Yongbo, Sha Run, Yu Ziping. Structure of the tourism destination image[J]. *Progress in Geography*, 2010, 29(12):1590-1592. [周永博, 沙润, 余子萍. 旅游目的地意象三维耦合结构——基于江南水乡古镇旅游者的实证分析[J]. 地理科学进展, 2010, 29(12):1590-1592.]
- [33] Li Rui. Analysis of urban tourism image and its main factors[J]. *Journal of Northwest University: Natural Science Edition*, 2004, 34(4):494-498. [李瑞. 城市旅游意象及其构成要素分析[J]. 西北大学学报: 自然科学版, 2004, 34(4):494-498.]
- [34] Zhou Yongbo, Sha Run, Yang Yan, et al. Tourism landscape image evaluation[J]. *Geographical Research*, 2011, 30(2):359-371. [周永博, 沙润, 杨燕, 等. 旅游景观意象评价——周庄与乌镇的比较研究[J]. 地理研究, 2011, 30(2):359-371.]
- [35] Xu Mei, Liu Chunla, Chen Jianshe, et al. Tourism image map: A new scenic spot planning idea based on tourists' perception[J]. *Tourism Tribune*, 2012, 27(4):21-27. [徐美, 刘春腊, 陈建设, 等. 旅游意象图: 基于游客感知的旅游景区规划新设想[J]. 旅游学刊, 2012, 27(4):21-27.]
- [36] Bai Kai, Zhang Chunhui, Zheng Rongxia, et al. Color cognition of China tourism destination image within the groups of cross-culture tourists[J]. *Progress in Geography*, 2011, 30(2):231-238. [白凯, 张春晖, 郑荣霞, 等. 跨文化群体游客的中国旅游目的地意象色彩认知[J]. 地理科学进展, 2011, 30(2):231-238.]
- [37] Gu Shiyun, Bao Jigang. A survey of research on urban tourism [J]. *Tourism Tribune*, 1999, (2):15-21. [古诗韵, 保继刚. 城市旅游研究进展[J]. 旅游学刊, 1999, (2):15-21.]
- [38] Peng Hua. An initial thoughts on the city's tourism development drive mechanism[J]. *Human Geography*, 2000, 15(1):1-5. [彭华. 关于城市旅游发展驱动机制的初步思考[J]. 人文地理, 2000, 15(1):1-5.]
- [39] Li Renjie, Fu Xueqing, Zhang Junhai. Text mining of the value orientation of regional culture goods selling in online shops: A case study of Yuxian Paper-cuts[J]. *Geographical Research*, 2013, 32(8):1541-1554. [李仁杰, 傅学庆, 张军海. 网络店铺中地域文化商品价值取向的文本挖掘——蔚县剪纸的实证研究[J]. 地理研究, 2013, 32(8):1541-1554.]

Exploring Tourism Landscape Image of Urban Greenway in Guangzhou

YAN Dongsheng^{1,2,3}, ZHU Zhanqiang¹, HUANG Cunzhong⁴

(1. *Center of Integrated Geographic Information Analysis, School of Geography and Planning, Sun Yat-sen University,*

Guangzhou 510275, China; 2. School of Economics, Nanjing University, Nanjing 210093, China;

3. Nanjing Institute of Geography and Limnology, Chinese Academy of Sciences, Nanjing 210008, China;

4. Zhongshan Urban Planning & Research Center, Zhongshan 528400, China)

Abstract: Tourism in Guangzhou, one of the excellent tourism cities in China, has undergone a rapid development over recent years. However, unlike the flourishing of business tourism in Guangzhou, development of sightseeing tourism is relatively slow, and its contribution to the tourism sector is in fact decreasing. In order to promote urban sightseeing tourism, Guangzhou is committed to learning from western countries for their experience in providing high-quality public open space (tourism resources). The construction of a greenway network across Guangzhou is thus being used as a new way to meet tourists' needs. So far, few studies have been done on greenway tourism. Hence, our research focuses on the destination image of Guangzhou greenway tourism. Taking a typical urban greenway as an example, the objective of this study is to explore tourism landscape image of urban greenway in Guangzhou. Based on a review of domestic and foreign literature on urban greenways tourism and tourism destination image, we find that tourism destination image plays an important role in: (1) image positioning of a city's greenways tourism, quality promotion of urban greenways tourism and enhancement of competitiveness; and (2) better understanding urban greenway tourist behavior so as to formulate targeted greenway tourism resources development strategies to attract tourists. Based on relevant theories and methods of tourism destination image, we obtained data through distributing questionnaires and investigating greenway travelling patterns in Guangzhou to analyze the image characteristics of greenway tourism. A methodology of low-frequency vocabularies was used to reveal more details on the greenway tourism landscape image. The results show that: (1) tourists generally hold very positive views on greenway tourism construction, with more positive vocabularies recorded than negative ones; (2) the vocabularies of greenway tourism destination image are quite diffused, which have not formed a public image for greenway tourism destinations in Guangzhou; (3) compared to high-frequency vocabularies, we believe that low-frequency vocabularies give more attention to the details of greenways. Therefore, this paper also gives more attention to the details of greenways and those low-frequency imagery vocabularies that point to the most immediate needs of tourists are more important to the construction of greenway tourist destination. In this research, we apply the theory of tourism destination landscape image to greenways tourism, along with low frequency vocabulary analysis methods, which we hope will be useful to the forging of tourism destinations images. On the other hand, our results may also inform policy-making for the optimization of greenway tourism in Guangzhou.

Keywords: greenway; greenway travel; landscape image; Guangzhou

[责任编辑:吴巧红;责任校对:王玉洁]