

基于区域空间判别视角国家地质公园二维分类方案研究 ——以陕西翠华山等地质公园为例

戴宏,杜双,杨露,丁华

(长安大学,陕西 西安 710064)

摘 要:国家地质公园是一类专业性较强的旅游景区,社会公众在区域旅游空间上对国家地质公园的判别是决定其发展规模与速度的核心因素。基于区域旅游空间判别视角,笔者共选取 21 个指标构成资源辐射力与市场聚集力二维矩阵模型,将国家地质公园划分为自然胜地型、准自然胜地型、环城游憩带型、混合型和科研主导型 5 种类型。并以陕西省国家地质公园为例进行实证研究,提出未来国家地质公园旅游发展应以提高吸引力和资源-旅游产品转化力为核心。

关键词:区域旅游空间判别;国家地质公园;资源辐射力;市场聚集力;二维分类

中图分类号:P592.7

文献标志码:A

文章编号:1009-6248(2018)03-0259-06

Two-dimensional Classification of National Geopark Based on the Regional Space Discriminate

DAI Hong, DU Shuang, YANG Lu, DING Hua

(Chang'an University, Xi'an 710064, Shaanxi, China)

Abstract: National geopark is a kind of special and professional scenic area. Regional tourism space discriminate of social public is the core element for the development scale and speed of national geopark. Based on the regional tourism space discriminate, a two-dimensional matrix model has been set up, which is composed of resources radiating force and market gathering force, with 21 indexes. And then, the national geoparks have been classified as five types, including natural resort type, must natural resort type, recreational belt around the city type, scientific research type and mixed type. Besides, taking Yuntai Mountain Geopark and Cuihua Mountain Geopark as examples to do empirical study, the tourism development model of national geoparks has been put forward, that is, the core work is to improve the attraction and resources-tourism products transformation force in future.

Keywords: regional tourism space discriminate; national geopark; resources radiating force; market gathering force; two-dimensional classification

“地质公园”、“国家地质公园”等都是由中国地质学家首次提出(陈安泽,2016),后来联合国教科文组织提出“世界地质公园计划”,为配合世界地质公

园的建立,2000 年国土资源部下发了《关于申报国家地质公园的通知》(国土资行发[2000]77 号),详细规定了国家地质公园申报、评审等一系列工作的

收稿日期:2017-11-18;修回日期:2018-05-06

基金项目:国家地调局项目“关中盆地城市群城市地质调查”(1212011089077)

作者简介:戴宏(1968-),男,辽宁营口人,在读博士,主要研究方向为交通规划与管理、国家公园开发与规划等。E-mail: daihong@chd.edu.cn

内容和要求,使中国国家地质公园从开始建立就步入规范化道路(陈安泽,2014,2015)。原国土资源部在 2001 年、2002 年、2003 年、2005 年、2009 年、2011 年、2014 年和 2018 年先后审批了 272 处国家地质公园(其中 35 处为世界地质公园),遍布全国 32 个省/自治区/特别行政区,基本涵盖了主要地质遗迹类型,已形成区域分布较为合理、代表性较强的国家地质公园框架体系。中国在推动国家地质公园发展建设方面走在了世界前列,在推动全球地质公园建设中做出了自己应有的贡献(陈安泽,2014,2015;丁华等,2007,2012;许涛等,2010)。

1 问题的提出

国家地质公园是一类非常特殊的旅游景区,其特殊性在于旅游发展所依托的资源是地质遗迹,而地质遗迹是一种自然遗产,是大自然在 46 亿年漫长的历史演化过程中馈赠给人类的自然财富(胡炜霞等,2007;丁华,2008),具有不可再生性,与其他旅游资源相比更脆弱,更易被毁损。然而传统的“保护主义”方法(将人和公园分离,通常是强迫性地分离)是行不通的,必须把保护与旅游发展有机结合,才能实现地质遗迹的可持续利用。中国国家地质公园在旅

游发展中体现了以下特点(丁华,2008):①专业性较强。国家地质公园相比较风景名胜区等其他类型的景区,其所依托的核心资源是地质遗迹,由于地质遗迹的科学性、专业性较强,社会公众对国家地质公园的社会认知程度较低,对其观光游览功能和休闲度假功能感知不够全面。②整体效益较好,但是差异较大。据历年中国旅游业统计报告,多数地质公园在开园揭牌后,游客平均增幅为 30%,门票收入平均增幅为 50%,成为拉动地方旅游经济新的增长点(马伯永等,2009)。但值得注意的是,同样是国家地质公园,但是效益差别较大。以陕西翠华山、陕西洛川黄土剖面和河南云台山国家地质公园为例,2000 年翠华山、云台山旅游人次与规模差别不大,但是 2017 年河南云台山国家地质公园旅游人次达到 556 万,实现门票收入 4.01 亿元,纳税 1.17 亿元,成为河南省财税贡献过亿元的旅游景区;而翠华山国家地质公园旅游人次为 48.4 万,门票直接经济收入约为 3 630 万元,云台山地质公园旅游人次、门票收入和综合收入分别是翠华山的 11 倍、11 倍和 10 倍(表 1);而陕西洛川黄土剖面虽然在成为地质公园后,有了一定的发展,但发展缓慢。3 个地质公园巨大的差别,形成了国家地质公园旅游发展均衡不一的现象(丁华,2008;左静,2014)。

表 1 国家地质公园旅游人次及旅游收入统计表
Tab. 1 Statistics of tourist times and tourist income of National Geopark

统计类别	旅游人次(万人)		门票收入(万元)		综合收入(万元)	
	2000 年	2017 年	2000 年	2017 年	2000 年	2017 年
陕西翠华山国家地质公园	20.09	48.4	400	3 630	680	4 829
陕西洛川黄土剖面	2.1	7.8	44.5	271	210	690
河南云台山国家地质公园	19.61	556	339	40 100	760	50 500

注:相关数据来源于西安市及焦作市旅游行政主管部门。

基于旅游者认知与行为视角,区域旅游空间是区域旅游在空间上的投影,指社会公众对于某一具体旅游景区地理空间的整体感知与认知,只有判别价值较高的旅游景区才能成为大众旅游目的地(涂人猛,1994)。区域旅游空间的区位论以其与市场选择行为的紧密结合和抽象精炼的表达方式,一直受到旅游研究者的重视(丁华,2008)。国家地质公园是一类专业性较强的旅游

景区(丁华,2008;马伯永等,2009;张玉萍等,2009),社会公众在区域旅游空间上对国家地质公园的判别是决定其发展规模与速度的核心因素,是造成国家地质公园旅游发展均衡不一的原因(丁华,2008)。

笔者尝试从区域旅游空间判别视角对其进行分类,对于揭示国家地质公园旅游发展客观规律有着很强的理论意义和实践意义。

2 研究方法 与模型

2.1 研究假设

假设 1:游客对国家地质公园区域旅游空间的感知与认知在某个维度指标上具有特征差异。笔者认为如果特征差异存在,就可以通过实地访谈、问卷调查并借鉴一定数学方法寻找出一定的统计规律,从而利用指标来进行排序,科学界定国家地质公园的层次和类别。

假设 2:翠华山国家地质公园、洛川黄土剖面国家地质公园、云台山国家地质公园不属于同一层次和类别的旅游目的地。

2.2 模型与问卷设计

在实地调研与访谈中,笔者发现国家地质公园的科研价值并不是社会公众出游决策时考虑的主要因素,旅游者对国家地质公园旅游产品游憩价值的感知与认知决定人们的内在出游意愿,同时人们在决策行为中多受到国家地质公园旅游供给主体市场空间拓展的聚集效应的影响。因此,影响人们对国家地质公园进行出游选择的主要影响因素是 2 个方面,一个是资源辐射力(F),即人们感知与认知中的

国家地质公园的游憩价值;一个是市场聚集力(J),即国家地质公园对于区域旅游及影响范围内的客源集聚能力的强弱。如果没有资源辐射力就不会激发旅游者的出游动机;如果没有市场聚集力,就无法使旅游者的出游动机转化为现实的旅游空间行为并产生一系列联动效应。在对国家地质公园的性质判别中,笔者以资源辐射力与市场聚集力 2 个维度,依据旅游者的问卷调查来判断国家地质公园的发展态势并对其进行分类。在指标选取方面,共选取 21 个次级指标构成资源辐射力与市场聚集力矩阵模型的等级指标体系(表 2)。资源辐射力包含“美学观赏价值”、“历史文化价值”、“对区域内的典型景区(点)的补充及丰富”等次级指标,每一次级指标依据其感知与社会认知赋予 1~3 分不同的分值,分值越高表明国家地质公园的资源辐射力越强,旅游价值越高,景观吸引力越大;市场聚集力包括“是区域内的代表景区吗”、“区域外的知晓度”、“区位优势,有较为发达的旅游交通网络”等次级指标,依据其感知与社会认知赋予 1~2、1~3 分不同的分值,分值越高表明国家地质公园的市场聚集力越强,资源转化为旅游产品的市场潜力越大,帮助社会公众完成旅游活动的便利程度越高,市场拓展的区域空间范围越大。

表 2 国家地质公园资源辐射力与市场聚集力指标体系与评分等级表

Tab. 2 Index system and grading scale of radiation resources and market power of National Geopark resources

资源辐射力(F)		市场聚集力(J)	
(一)资源价值		(一)产品优势	
1 美学观赏价值	1~3	1 是区域内的代表景区吗	1~2
2 是否罕见稀有	1~3	2 区域外的知晓度	1~3
3 历史文化内涵	1~3	3 区位优势,有较为发达的旅游交通网络	1~3
4 生态休闲价值	1~3	4 有良好的口碑效应	1~3
5 是否典型独特,区别于其它景区(点)	1~3	5 有较多的影响较大的节庆活动	1~3
6 对区域内典型景区(点)的补充及丰富	1~3	6 观光/度假/娱乐产品多样	1~3
7 是否具有较强体验性	1~3	7 旅游配套设施和服务质量	1~3
(二)资源保护与限制因素		(二)市场营销	
8 环境容量(游览面积)及规模	1~3	8 强有力的宣传媒介	1~2
9 景观脆弱性较低	1~3	9 完备的营销网络	1~2
10 消极影响产生的可能性较小	1~3	10 雄厚的市场推介费用	1~3
		11 旅行社等旅游经营商积极协作	1~3
低等资源辐射力 F≤11		低等市场聚集力 J≤11	
中等资源辐射力 F=12~20		中等市场聚集力 J=12~24	
高等资源辐射力 F=21~30		高等市场聚集力 J=25~33	

以市场聚集力为横坐标,以资源辐射力为纵坐标,可以构建二维空间矩阵模型。这一模型能够反映国家地质公园地质遗迹的资源特征与资源转化为市场产品的二维组合关系。

2.3 国家地质公园分类

依据国家地质公园在矩阵中的位置,可以将其分为 5 类(图 1)。

自然胜地型(A1):总特点是高资源辐射力、高市场聚集力。这类国家地质公园资源景观价值较高,地质遗迹承载力较高,同时由于政府或者地质公园管理委员会对于市场网络的拓展和培育非常重视,区位条件优越,与旅行社等旅游经营商关系密切,目前旅游规模和效益非常显著。这类国家地质公园科研价值也较高,但人们的感知与认知中,其观光游览、度假休闲等游憩价值更为突出。

准自然胜地型(B2、B3):总特点是高资源辐射力、中低市场聚集力。这类国家地质公园资源景观价值较高,地质遗迹承载力也较高,但是由于区位交通、区域内其他景区的屏蔽或者市场促销等原因造成旅游规模和效益的发展较为缓慢。

环城游憩带型(D1、D2、D3):这一类国家地质公园往往位于城市郊区或者城市居民一日游的范围内,是城市居民周末休闲度假的旅游目的地。有 2 种情况:一是资源辐射力中等,市场聚集力中等的国家地质公园(D1),这类国家地质公园的景观价值中等,在成为国家地质公园后采取了一定的市场拓展手段,但是规模和效益一般,旅游发展速度较为缓慢;第二类是资源辐射力较低,市场聚集力较高的国家地质公园(D2、D3),这类国家地质公园资源景观价值一般,但是通过旅游开发与规划、市场营销网络建设、节庆策划等方面弥补了景观游览价值的不足,使得旅游规模和效益较为明显。

混合型(C1):介于自然胜地型(A1)和环城游憩带型(D1、D2、D3)之间的一种国家地质公园,资源辐射力中等,但是市场聚集力高,这主要是旅游供给主体采用了超常规的市场营销手段,使国家地质公园聚集客源的能力较强,吸引半径要大于一般的环城游憩带型地质公园。

科研主导型(E1、E2):总特点为中低资源辐射力,低市场聚集力。这类国家地质公园的景观价值中等或较低,但由于地质遗迹承载力有限,不适宜举行影响较大的节庆活动,以及项目知晓度较低,营销

网络尚未建立等各种原因,旅游规模和效益不明显,旅游业发展举步维艰。

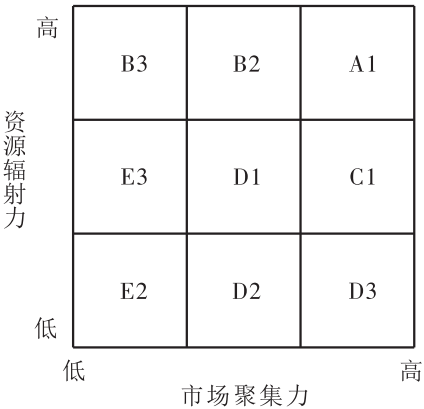


图 1 国家地质公园资源辐射力与市场聚集力二维矩阵分类图

Fig. 1 Two dimensional matrix classification of radiation resources and market power of national geopark

3 实证研究

笔者于 2017 年 7~8 月先后在翠华山国家地质公园、洛川黄土剖面国家地质公园、云台山国家地质公园各发放问卷 500 份。其中翠华山国家地质公园回收问卷 476 份,有效问卷 408 份,问卷有效率 85.71%;洛川黄土剖面国家地质公园回收问卷 323 份,有效问卷 259 份,问卷有效率 80.18%;云台山国家地质公园回收问卷 424 份,有效问卷 396 份,问卷有效率 93.39%。依据问卷调查评分结果,可计算出基于资源辐射力与市场聚集力二维矩阵模型翠华山、洛川黄土剖面、云台山国家地质公园的类别和等级(表 3、图 2)。

从计算结果显示,基于二维空间矩阵模型翠华山属于中资源辐射力、中市场聚集力的地质公园,结合地理区位为环城游憩带型旅游目的地;洛川黄土剖面属于低资源辐射力、低市场聚集力的地质公园,为科研主导型旅游目的地;云台山属于高资源辐射力、高市场聚集力的地质公园,是人们向往的自然胜地型旅游目的地。

上述研究结果全面验证了假设 1、假设 2,也进一步验证了依据资源辐射力、市场聚集力二维空间矩阵模型对国家地质公园类型划分方案的科学性和合理性。

表 3 翠华山、洛川黄土剖面、云台山国家地质公园资源辐射力与市场聚集力指标评分表

Tab. 3 Table of resources radiation force and market aggregation index of Cuihua mountain, Luochuan loess section and Yuntai mountain national geopark

地质公园	翠华山	洛川黄土剖面	云台山
资源辐射力(F)	19.0 分	11.7 分	28.8 分
1 美学观赏价值	2.1 分	1.3 分	2.8 分
2 是否罕见稀有	1.8 分	1.3 分	2.8 分
3 历史文化内涵	1.0 分	1.0 分	2.9 分
4 生态休闲价值	1.8 分	1.0 分	3.0 分
5 是否典型独特,区别于其他景区(点)	2.1 分	2.1 分	2.9 分
6 对区域内典型景区(点)的补充及丰富	2.2 分	1.0 分	2.9 分
7 是否具有较强体验性	2.0 分	1.0 分	2.7 分
8 环境容量(游览面积)及规模	2.0 分	1.0 分	3.0 分
9 景观脆弱性较低	2.1 分	1.0 分	3.0 分
10 消极影响产生的可能性较小	1.9 分	1.0 分	2.8 分
市场聚集力(J)	15.7 分	11.0 分	32.1 分
11 是区域内的代表景区吗	1.0 分	1.0 分	3.0 分
12 区域外的知晓度	1.0 分	1.0 分	3.0 分
13 区位优势,有较为发达的旅游交通网络	2.1 分	1.0 分	2.9 分
14 有良好的口碑效应	1.8 分	1.0 分	3.0 分
15 有较多的影响较大的节庆活动	2.0 分	1.0 分	2.6 分
16 观光/度假/娱乐产品多样	1.8 分	1.0 分	2.7 分
17 旅游配套设施和服务质量	2.0 分	1.0 分	3.0 分
18 强有力的宣传媒介	1.0 分	1.0 分	3.0 分
19 完备的营销网络	1.0 分	1.0 分	2.9 分
20 雄厚的市场推介费用	1.0 分	1.0 分	3.0 分
21 旅行社等旅游经营商积极协作	1.0 分	1.0 分	3.0 分

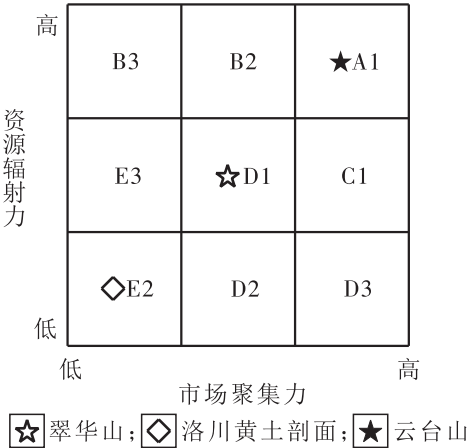


图 2 翠华山、洛川黄土剖面、云台山国家地质公园资源辐射力与市场聚集力二维分类图

Fig. 2 Two dimensional classification of resource radiation force and market concentration of Cuihua mountain, Luochuan loess section and Yuntai mountain national geopark

4 结论

依据上述结果,可得出以下结论。

(1)影响人们对国家地质公园进行旅游选择的主要因素有 2 个方面,一个是资源辐射力(F),即人们感知与认知中的国家地质公园的游憩价值;一个是市场聚集力(J),即国家地质公园对于区域旅游及影响范围内的客源集聚能力的强弱。洛川黄土剖面、翠华山、云台山国家地质公园的资源辐射力由低到高,其中“景观脆弱性”、“是否具有较强体验性”对于资源辐射力高低具有较大影响,景观脆弱性越大、体验性越低、资源辐射力越低;在市场聚集力方面,“公园知晓度”、“区位优势,有较为发达的旅游交通网络”、“完备的营销网络”等是造成差异的主要原因。

(2)依据区域旅游空间判别的资源辐射力与市场聚集力组成的二维空间矩阵模型可将国家地质公园划分为自然胜地型、准自然胜地型、环城游憩带型、混合型和科研主导型 5 种类型,这 5 种类型特征不同,旅游功能、游客规模、空间尺度、溢出效应不同。自然胜地型地质公园主要以观光、休闲及度假功能为主,游客规模大,省外及境外游客占到较大比率;环城游憩带型地质公园主要以周边城市居民为主要客源,空间尺度较小,溢出效应较低;科研主导型地质公园主要以科普教育为主,旅游功能整体较弱。

(3)国家地质公园区域旅游空间判别的类型划分会随着旅游发展呈现一定的变化。随着旅游项目的实施和互联网等的应用,资源辐射力和市场聚集力也会随之调整,地质公园的类型不是一成不变,未来国家地质公园的重点是提高资源-旅游产品转化力和核心吸引力。

参考文献(References):

陈安泽. 论旅游地学与地质公园的创立及发展兼论中国地质遗迹资源——为庆祝中国地质科学院建院 60 周年而作[J]. 地球学报, 2016, 37(5): 535-561.

CHEN Anze. The Establishment and Development of Tourism Earth-science and Geopark, and Geoheritage Resources in China: Celebrating the 60th Anniversary of Chinese Academy of Geological Sciences[J]. Acta

- Geoscientica Sinica, 2016, 37(5): 535-561.
- 陈安泽. 中国国家地质公园丛书科学导游指南[M]. 上海: 上海科学出版社, 2014.
- CHEN Anze. Guide to Scientific Guide of Chinese National Geopark Series[M]. Shanghai: Shanghai Science Press, 2014.
- 陈安泽. 论旅游地质思想和今后十年(2015—2025)发展战略设想[J]. 旅游地质, 2015, 2: 52-55.
- CHEN Anze. On the Idea of Tourism Geoscience and the Development Strategy of the Next Ten Years (2015-2025)[J]. Tourism Geology, 2015, 2: 52-55.
- 丁华, 董凤, 岳丹. 中国国家地质公园相关利益主体研究——以翠华山和云台山国家地质公园为例[J]. 干旱区资源与环境, 2012, 26(6): 205-213.
- DING Hua, DONG Feng, YUE Dan. The Researches on the Related Stakeholders of the National Geological Parks [J]. Journal of Arid Land Resources and Environment, 2012, 26(6): 205-213.
- 丁华, 陈杏, 张运洋. 中国世界地质公园空间分布特征与旅游发展对策[J]. 经济地理, 2012, 32(12): 187-190.
- DING Hua, CHEN Xing, ZHANG Yunyang. Research on Space Distribution, Tourism Benefit and Future Development of Global Geoparks in China[J]. Economic Geography, 2012, 32(12): 187-190.
- 丁华, 曹明明, 戴宏. 陕西省地质遗迹特征与地质公园建设[J]. 干旱区资源与环境, 2007, 21(10): 131-136.
- DING Hua, CAO Mingming, DAI Hong. Features of Geological Heritages and Construction of Geoparks in Shaanxi[J]. Journal of Arid Land Resources and Environment, 2007, 21(10): 131-136.
- 许涛, 田明中. 我国国家地质公园旅游系统研究进展与趋势[J]. 旅游学刊, 2010, 25(11): 84-92.
- XU Tao, TIAN Mingzhong. On the Study Progress of Tourism System of China's National Geoparks and Several Problems Required to be Urgently Studied [J]. Tourism Tribune, 2010, 25(11): 84-92.
- 胡炜霞, 吴成基. 中国国家地质公园建设特色及快速发展过程中的问题与对策研究[J]. 地质评论, 2007, 53(1): 98-103.
- HU Weixia, WU Chengji. The Characteristics of National Geopark in China, Some Problems and a Study on Some Measures for Its Rapid Construction[J]. Geological Review, 2007, 53(1): 98-103.
- 丁华. 基于相关利益主体视角中国国家地质公园旅游发展运行机制研究[D]. 西北大学, 2008, 77-87.
- DING Hua. Research on Operation Mechanism of China's National Geopark Tourism Development Based on Stakeholder Perspective [D]. Northwest University, 2008, 77-87.
- 马伯永, 段怡春, 徐红燕, 等. 中国地质公园文化资源特征及建设与发展构想[J]. 中国国土资源经济, 2009, 22(1): 15-17.
- MABoyong, DUAN Yichun, XU Hongyan, et al. Cultural Characteristics of Geological Parks in China and Its Construction and Development[J]. Natural Resource Economics of China, 2009, 22(1): 15-17.
- 孙玉萍, 张国华. 中国国家地质公园建设中的有关问题研究[J]. 资源与产业, 2009, 11(1): 68-69.
- SUN Yuping, ZHANG Guohua. Issues During Geoparks Construction in China [J]. Resources & Industries, 2009, 11(1): 68-69.
- 左静. 陕西省国家地质公园可持续发展的问题研究[D]. 西安建筑科技大学, 2014, 22-31.
- ZUO Jing. Sustainable Development Problems Research of National Geopark in Shaanxi Province[D]. Xi'an University of Architecture and Technology, 2014, 22-31.
- 涂人猛. 区域旅游理论研究[J]. 社会科学家, 1994, (5): 83-88.
- TU Renmeng. Research on the Theory of Regional Tourism [J]. Social Scientist, 1994, (5): 83-88.