

doi:10.3969/j.issn.1672-626x.2023.06.007

# 旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位

——以桂林为例

杜 茜<sup>1</sup>, 黄燕玲<sup>1,2</sup>, 洪万杰<sup>1</sup>

(1. 桂林理工大学 旅游与风景园林学院, 广西 桂林 541000; 2. 广西旅游产业研究院, 广西 桂林 541000)

**摘要:**大数据时代,数字资源日益成为影响区域旅游经济发展的影响要素。以桂林17个区县为研究对象,利用2011—2021年统计数据、网络数据,基于供需视角分析典型旅游城市代表——桂林的旅游资源丰裕度与网络关注度的时空演变及其空间错位特征,根据IPA模型对处于不同状态的区域提出优化建议。结果表明:(1)桂林旅游资源丰裕度总体呈现增长的趋势,网络关注度以2013年为拐点,呈现倒U型;(2)桂林旅游资源丰裕度与网络关注度在重心迁移过程中供给—需求不完全匹配,二者重心呈现南—东北的空间位置偏离;(3)桂林旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位格局呈现分层特征,各区县之间旅游资源与网络关注度之间的状态存在明显差异。

**关键词:**旅游资源丰裕度;网络关注度;空间错位;IPA模型;桂林

**中图分类号:**F590.31

**文献标志码:**A

**文章编号:**1672-626X(2023)06-0086-12

当前我国面临着粗放式增长导致的资源过度消耗、生态破坏、旅游产品及产业迭代升级缓慢等现实问题<sup>[1]</sup>。国务院发布的《“十四五”旅游业发展规划》中明确强调“以推动旅游业高质量发展为主题,以深化旅游业供给侧结构性改革为主线,注重需求侧管理……使优质供给、弹性供给、有效供给更为丰富”。旅游业发展过程中供给端的旅游资源开发与需求端网络关注度的动态平衡是推动需求侧管理与供给侧改革有效协同,着力推进旅游业高质量发展的充分必要条件,更是桂林打造世界级旅游吸引物,建设世界旅游城市的应有之义。大数据时代,旅游客源市场呈现出个性化、散客化、大众化的趋势,传统的旅游营销已不能满足当前游客的需求<sup>[2]</sup>。一方面,面对激烈的客源市场竞争和游客多样化需求,旅游目的地应充分利用数字化技术营销其资源的独特性和差异性,以获得游客关注,从而影响当地及周边地区旅游经济<sup>[3]</sup>。另一方面,游客的数字信息获取行为经由搜索引擎转换为网络关注度,当前已有研究证明网络关注度与实际客流量正相关并存在明显的空间协同性<sup>[4]</sup>。因此,虚拟旅游流能够反映一定的潜在旅游者的需求倾向<sup>[5]</sup>。旅游目的地组织可以通过分析网络关注度,明晰游客偏好,变革旅游景区营销<sup>[6]</sup>。

**收稿日期:**2023-07-04

**基金项目:**国家自然科学基金项目(72064007);广西研究生教育创新计划项目(YCSW2023360);广西旅游产业研究院研究生科学研究基金项目(LYCYX2023-42)

**作者简介:**杜茜(1999-),女,湖南株洲人,桂林理工大学旅游与风景园林学院硕士研究生,研究方向为大数据、旅游者行为;通讯作者黄燕玲(1976-),女,广东四会人,桂林理工大学旅游与风景园林学院教授,理学博士,研究方向为旅游心理与行为、休闲旅游、酒店管理;洪万杰(1998-),男,浙江金华人,桂林理工大学旅游与风景园林学院硕士研究生,研究方向为应用经济、旅游经济。

学界关于网络关注度的研究主要集中在旅游需求预测<sup>[7-8]</sup>、区域时空特征及其影响因素<sup>[9]</sup>、旅游流网络结构特征<sup>[9]</sup>等,广泛应用于旅游领域,但比较缺乏从供需视角探讨二者空间演化特征的研究,如此容易导致旅游目的地对其供给资源的认识不足,供给侧和需求侧不匹配,从而影响区域旅游的高质量发展。因此,本文以国内著名旅游城市桂林为案例地,收集2011—2021年桂林A级旅游景区的数量和质量、网络关注度等相关数据,利用重心模型、空间错位指数等方法,定量分析桂林旅游资源丰裕度和网络关注度的时空格局及其演化过程,运用IPA模型为处于不同状态的区域提供优化建议。以期在我国“十四五”文化和旅游发展规划、桂林建设世界级旅游城市规划等战略框架下,综合认知桂林旅游业发展的区域差异,切实提升旅游资源开发,打造世界级旅游吸引物,为实现桂林旅游高质量发展和桂林世界级旅游城市的建设提供科学合理的决策参考,也为其他传统旅游城市发展提供参考。

## 一、理论基础与研究方法

### (一)理论基础

空间错位理论作为城市地理与城市规划研究的重要基础理论,由学者Kain于1968年提出<sup>[10]</sup>,是反映居住—就业空间关系的理论假设<sup>[11]</sup>。空间错位理论假设一经提出就获得众多学者的关注,并通过实证研究验证或测度该理论假设<sup>[12-14]</sup>。随后,该理论被引入教育学<sup>[15]</sup>、社会学<sup>[16]</sup>、地理学<sup>[17]</sup>、法学<sup>[18]</sup>、环境学<sup>[19]</sup>、管理学<sup>[20]</sup>等领域。相较于国外,我国关于空间错位理论的研究起步较晚。2008年,李连璞首次将空间错位理论运用于旅游领域,按“旅游资源—游客数量—旅游收入”的关系对区域旅游发展情况进行分类,并提出其转化路径及实现途径<sup>[21]</sup>。近年来,学术界对于旅游空间错位给予越来越多的关注,取得了较为丰硕的研究成果。李朝军(2022)通过构建空间测度模型探寻了山东省旅游资源与地区旅游经济发展关系<sup>[22]</sup>;吴寒青等(2023)在高质量发展的背景下对安徽省旅游发展时空错位情况进行了分析<sup>[23]</sup>。

总之,国内旅游空间错位的研究主要集中于旅游经济<sup>[24]</sup>、旅游资源<sup>[25]</sup>、旅游收入<sup>[26]</sup>等方面,研究方法多样<sup>[27-28]</sup>,研究尺度较为全面<sup>[29-31]</sup>,总体看来,宏观尺度的研究多于中观和微观尺度的研究,且较少有学者从供需视角对旅游资源丰裕度与网络关注度的错位现象进行研究。

### (二)研究方法

#### 1. 旅游资源丰裕度

A级旅游景区是中国旅游资源标准化管理的重要体现,本文通过资源丰裕度指数来测度区域内旅游资源的数量和质量<sup>[32]</sup>,结合前人研究,对桂林旅游资源丰裕度进行测算,用以表征桂林旅游资源水平,其计算公式如下:

$$R = 5.0N_1 + 2.5N_2 + 1.75N_3 + 0.5N_4 + 0.25N_5 \quad (1)$$

其中,桂林市的旅游资源丰裕度用R表示; $N_1 \sim N_5$ 代表桂林各级景区的数量,并根据等级赋予相应的数值。两江四湖—象山景区和漓江风景区作为跨区域的景区,本文对此类景区所有涉及的区域均赋予相同的数值。

#### 2. 网络关注度

大数据时代,网络已然成为游客获取信息的主要途径之一。网络关注度是以网民在搜索引擎中的搜索量为数据基础,以相关关键词为统计对象,科学分析并计算出各个关键词在搜索引擎中搜索频次的加权和。

#### 3. 重心模型

重心模型源自于物理学,于1874年由学者沃尔克引入社会经济领域,现已被广泛运用于分析要素空间分布特征及其时序变化中<sup>[33]</sup>。本文运用重心模型探究桂林旅游资源丰裕度和网络关注度的重心迁移路径,

把握二者重心迁移偏差,初步了解二者空间错位情况,重心模型公式如下:

$$X_T = \frac{\sum_{i=1}^n (T_i \times X_i)}{\sum_{i=1}^n T_i} \quad (2)$$

$$Y_T = \frac{\sum_{i=1}^n (T_i \times Y_i)}{\sum_{i=1}^n T_i} \quad (3)$$

其中, $X_T$ 和 $Y_T$ 用于代指桂林旅游资源丰裕度以及网络关注度重心的纬度和经度; $X_i$ 、 $Y_i$ 代表桂林各区及其下属县市重心的纬度和经度,为了确保研究的可行性,研究以区域内行政中心的经纬度来代指重心的经纬度; $T_i$ 为桂林各区及其下属县市的旅游资源丰裕度以及网络关注度。

#### 4. 空间错位指数

空间错位指数可以从较为微观的层面有效地揭示二级区域旅游资源丰裕度和网络关注度之间的空间分布匹配程度。该指数最初由 Martin(2004)提出<sup>[34]</sup>,目前被广泛运用于地理、人口、经济、旅游等领域的研究。本文基于前人扩展,通过对桂林市区及其下属县市 SMI 的计算,明确桂林旅游资源丰裕度与网络关注度的空间错位类型及错位程度。具体计算公式如下<sup>[35]</sup>:

$$SMI = \frac{1}{P} \left[ \left( \frac{e_i}{E} \right) P - p_i \right] * 100 \quad (4)$$

$$G_i = |SMI| / \left| \sum_{i=1}^n |SMI| \right| \quad (5)$$

其中, $e_i$ 是桂林各区及其下属县市的旅游资源丰裕度,即旅游资源丰裕度指数, $E$ 是桂林旅游资源丰裕度水平总值; $p_i$ 是桂林各区及其下属县市的网络关注度, $P$ 是桂林旅游网络关注度水平总值; $G_i$ 为*i*区域的错位指数贡献度。其中,当 $SMI > 0$ 时,表示该区域内旅游资源应获得的关注度远高于当前,表明区域内旅游资源丰富但对游客的吸引力不足;当 $SMI < 0$ 时,相较于网络关注度,该区域旅游资源的开发与建设处于滞后状态,需要进一步提升旅游资源的开发和管理水平<sup>[36]</sup>。此外, $SMI$ 值的大小可以反映桂林旅游资源丰裕度与网络关注度的空间分布同步性。相似程度越高则空间错位程度越低,即 $SMI$ 的绝对值越小;反之,空间错位现象越明显。本文借助已有研究<sup>[37-38]</sup>,将各地区空间错位程度划分为三级:高度错位( $|SMI| > 4$ )、中度错位( $2 < |SMI| \leq 4$ )、低度错位( $2 \leq |SMI|$ )。

#### 5. IPA 模型

IPA 模型(Importance-Performance Analysis)称为重要性-感知表现分析法,最早由 Martilla 和 James 于 1977 年提出<sup>[39]</sup>,是运用消费者对重要性的关注度和其感知程度建立的思维象限,来衡量产品的各方面,以更加准确地采取合适的措施。旅游景区的数量和级别即为旅游供给市场中所提供的重要元素,而网络关注度是需求端的游客的真实反馈,即重要元素的表现性。通过对旅游资源丰裕度和网络关注度进行无量纲化处理呈现于 IPA 矩阵中,以更准确地根据桂林各区县旅游资源丰裕度与网络关注度状态提出相应的提升优化措施。

## 二、区域概况与数据来源

### (一) 研究区域概况

桂林,是首批国家历史文化名城、国务院批复确定的中国对外开放国际旅游城市、最早对外开放的旅游

城市之一、全国旅游创新发展先行区、国际旅游综合交通枢纽、广西首批体育旅游示范市试点城市。2021年,习近平总书记在视察桂林时强调要加快营造宜业、宜居、宜乐、宜游的良好环境,将桂林打造成为世界级旅游城市。截至2022年,桂林共有世界自然遗产1处、世界灌溉工程遗产1处、全球重要农业文化遗产1处、世界生物圈保护区1处、5A级景区4处,是非省会地级市中5A级景区最多的城市,旅游资源禀赋高。但2018年后桂林旅游人均消费增速放缓(见图1),当前旅游资源和产品无法与游客需求相匹配,无法刺激游客消费增长。而随着互联网的快速发展,数字技术改变了信息获取方式。新时代下通过数字营销吸引网络关注已成为区域旅游发展的重要方式。近年来,桂林网络关注度持续下跌。因此探寻桂林旅游资源丰裕度与网络关注度的空间错位具有代表性、典型性和现实意义。



图1 2011—2021年桂林旅游人均消费

## (二)数据来源

A级旅游景区建设是国家产业政策发展的产物,是中国旅游资源标准化管理的重要途径<sup>[40]</sup>,同时A级旅游景区能够反映区域旅游供给能力<sup>[41]</sup>。因此A级旅游景区的数量、质量在一定程度上可以代表区域内旅游资源开发和旅游供给情况。本研究将桂林A级景区的数量和质量作为桂林旅游资源丰裕度的代理变量。其中,桂林A级旅游景区相关数据来自2012—2022年的《广西统计年鉴》和桂林文化广电与旅游局官网。

百度指数是依托百度搜索引擎的用户搜索数据共享平台,以关键词为统计对象,通过指数展现用户近期搜索状况,能较为客观地反映社会公众的潜在需求<sup>[42]</sup>。目前,学界研究大多通过百度指数来衡量网络关注度<sup>[6,43]</sup>,具有可行性。因此,本文利用百度指数来衡量网络关注度,以“县名+旅游”“桂林+区名+旅游”及桂林被百度指数收录的旅游景区的相关关键词作为搜索词,将2011年1月1日至2021年12月31日全国PC端和移动端逐日搜索指数作为基础数据。当搜索词未被百度指数收录时,则百度指数视为0。

## 三、桂林旅游资源丰裕度与网络关注度时空演化特征分析

### (一)桂林旅游资源丰裕度与网络关注度时序格局变化特征分析

由图2可知,桂林旅游资源丰裕度呈现总体上升趋势,从2011年的92上升至2021年的249。随着经济社会的不断发展和大众旅游的需求不断扩大,桂林为了发展旅游业扩大旅游产品的供给量,对其区域内的旅游资源进行开发与建设,因此桂林旅游资源丰裕度总体上呈现上升的趋势。而桂林网络关注度的时序变化则呈现驼峰状,其中,2011—2013年桂林网络关注度呈现持续上升的趋势,由2011年的111372.6增加至2013年的201479.3,达到驼峰位置;2014年开始桂林的网络关注度呈现持续下降趋势,2021年下降至62540.0。

一方面,随着互联网的发展,从2013年开始其他的非传统旅游城市通过社交媒体平台进入游客视野。这些城市借助娱乐化数字化手段进行文化宣传、营销以维持热度与关注度。另一方面,桂林一直将山水观

光作为主要营销宣传点。但随着经济社会的发展,游客消费需求升级,走马观花的观光旅游已不能满足游客日益增长的需求,加上桂林整体宣传营销没有与数字化接轨,桂林旅游资源和产品无法应对市场改变,无法满足新兴市场的需求,吸引力不足,导致桂林网络关注持续下降。

因此,2011—2013年,桂林旅游资源丰裕度和网络关注度变化趋势相同,但是在2014—2021年二者的时序变化趋势相反,旅游资源丰裕度和网络关注度的演化和空间错位关系存在一定的复杂性。这直接反映出桂林旅游资源供给与游客需求之间存在矛盾。

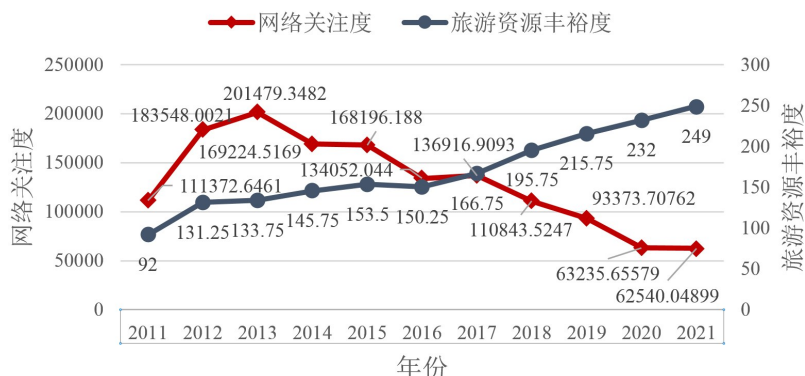


图2 2011—2021年桂林市旅游资源丰裕度与网络关注度时序变化特征

## (二) 桂林旅游资源丰裕度与网络关注度重心迁移特征分析

### 1. 桂林旅游资源丰裕度与网络关注度重心演变分析

基于桂林旅游资源丰裕度与网络关注度相关数据,本文通过重心模型测算出二者历年的重心经纬度,并绘制出其重心迁移路径图(图3,图4),以展示桂林旅游资源丰裕度与网络关注度重心的动态变化过程。

了解旅游资源丰裕度的重心演变路径能更好地把握桂林旅游供给侧发展。根据图3,可将2011—2021年桂林旅游资源丰裕度重心迁移过程分为2个阶段。第一阶段为2011—2016年,在这段时间旅游资源丰裕度重心落在雁山区和七星区两个区域内。该阶段重心大体呈现南北方向上的迁移,重心最大迁移幅度为0.05个纬度。为满足旅游需求,扩大旅游供给,桂林大力开发与建设新的旅游产品。阶段初期桂林市和桂林偏北的县区在景区开发和管理上水平较高,获得挂牌资格的星级景区较多,因此,2011—2015年桂林旅游资源丰裕度重心大体呈现由南至北方向上的迁移。2016—2017年,由于桂林各区、龙胜族自治县、灌阳县等区域出现景区管理质量不达标导致的摘牌、降级现象,以及阳朔县和荔浦市等区域挂牌景区的增加,旅游资源丰裕度重心迁移路径大体为北—东南。2017—2021年为重心演变路径的第二阶段,桂林各区、恭城瑶族自治县、全州县、兴安县、灌阳县等区域大力开发其人文旅游资源,并且不断提升原有景区管理质量,使得旅游资源丰裕度重心的迁移呈现西—东北方向上的演变。此阶段旅游资源丰裕度重心从雁山区迁移至灵川县区域内,经度迁移幅度较大,期间最大迁移幅度为0.097个经度。总体来看,旅游资源丰裕度重心由南—北—东北,表明桂林为了适应旅游市场需求的改变,提升区域吸引力,旅游资源的开发与建设呈现出从自然资源向人文资源转移的趋势。

为更全面地了解游客需求的演变,本文对桂林网络关注度重心的迁移路径进行观测。从图4可以看出,桂林网络关注度重心迁移趋势可大体分为3个部分:2011—2016年重心在西南—东北方向上变动,2017—2019年重心演变至西北方向,2020—2021年重心则又在西南—东北方向上迁移;重心最大跨度为0.024个经度、0.018个纬度,迁移幅度微小,重心始终落在灵川县区域内。2012年桂林新增两个5A级景区,漓江风景区内尽览桂林山水风光,吸引无数游客目光。因此2012年网络关注度的重心大体向西南迁移。随着交通可达性提升、游客旅游需求变化、红色旅游相关政策的出台等原因,桂林中部、北部吸引了众多游客,桂林网络

关注度重心大体上向北迁移。2021年,习近平总书记乘船考察漓江,桂林网络关注度重心向西南方向回迁。

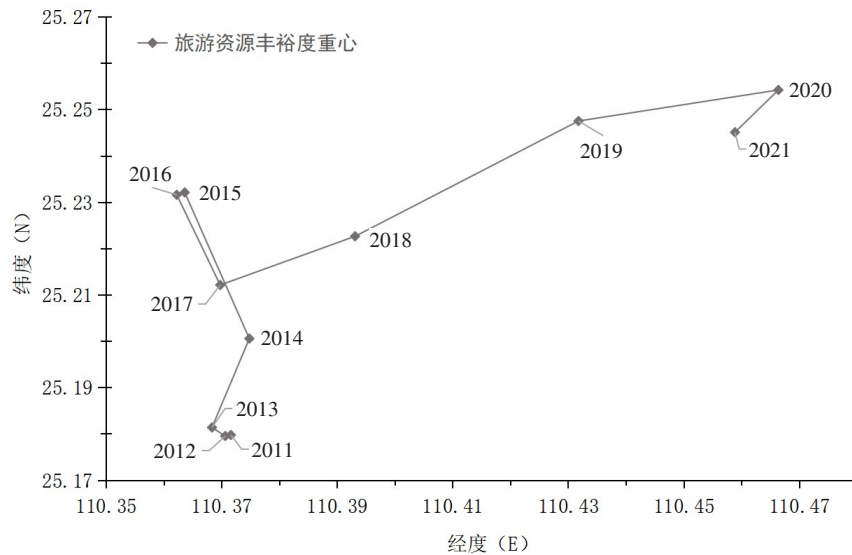


图3 2011-2021年桂林市旅游资源丰裕度重心演变

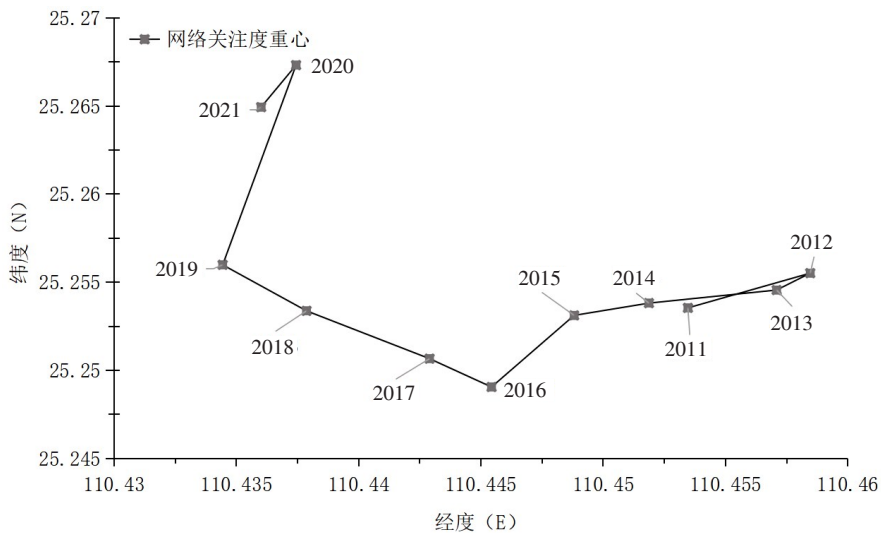


图4 2011-2021年桂林市网络关注度重心演变

## 2. 桂林旅游资源丰裕度与网络关注度重心相对迁移分析

本文将旅游资源丰裕度和网络关注度重心迁移路径放置在同一经纬度坐标系中,能更加清楚地呈现二者重心在空间层面上的分布。从图5可以看出,2011—2021年桂林旅游资源丰裕度与网络关注度整体呈现南—东北的空间位置偏离。其中,旅游资源丰裕度重心相较于网络关注度重心更加偏向南,表明桂林中部、南部的旅游产品供给数量多于北部,其旅游资源的开发与管理质量较高;网络关注度的重心则一直位于旅游资源丰裕度重心的北侧,说明在旅游资源开发的过程中,中部、南部部分新开发的旅游资源无法与游客的需求相匹配,呈现供不应求的现象,使得桂林显露出旅游资源丰裕度与网络关注度不协同的情况。资源禀赋较高的区域更容易开发和建设成产品,但其无法满足游客需求,获得游客关注,这就使得桂林旅游资源丰裕度与网络关注度的重心在空间层面呈现出偏差。2011—2021年,旅游资源丰裕度与网络关注度之间的空间距离整体上呈现逐步靠近的趋势,但空间错位问题仍然存在。因此,如何开发和建设符合游客需求的旅游景区,如何提升已有景区的吸引力以获取游客关注,满足游客需求是旅游目的地当前重要任务。

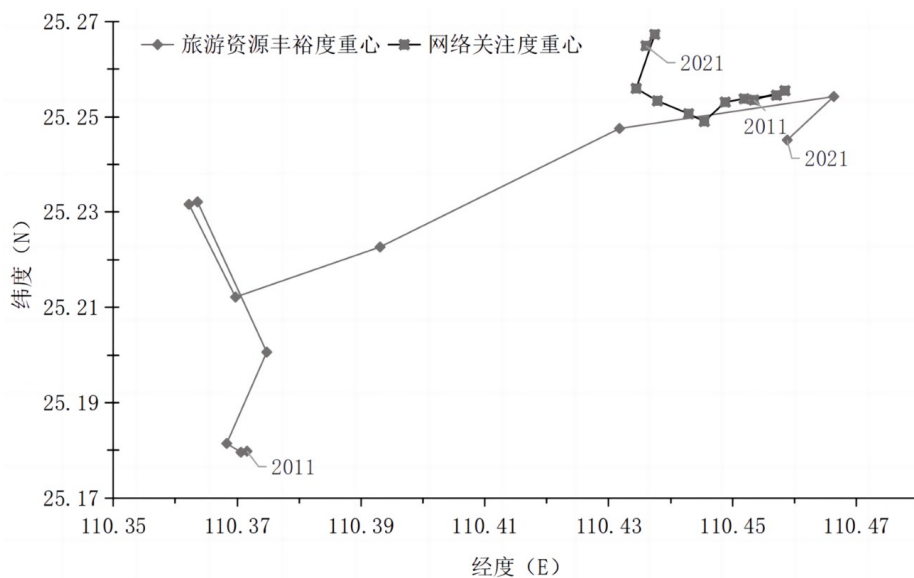


图5 2011—2021年桂林市旅游资源丰裕度与网络关注度重心相对演变

### (三) 桂林旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位分析

#### 1. 桂林旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位时空分布及演变

本文通过各区域空间错位指数SMI及其贡献度G来衡量各区域的空间错位程度及其时序变化,更具体地分析各个区域旅游资源丰裕度与网络关注度错位的时空演变情况(如表1)。2011—2021年桂林旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位大体呈现“正向—负向—正向—负向”的分层特征。期间,桂林各区域旅游资源丰裕度与网络关注度正向空间错位大约为50%,即桂林各区县之间旅游资源与游客吸引力之间的状态存在明显差异。具体而言,秀峰区、叠彩区、永福区一直处于正向错位状态,资源县和平乐县一直处于负向错位状态;象山区、七星区和雁山区在2011—2021年的前中期出现由正负向错位变换,但最终呈现出高度负向错位;阳朔县由最初的正向错位转变为负向错位;临桂区、恭城瑶族自治县和全州县初始状态均为负向高度错位,随着时间的推移错位程度减弱,甚至状态发生根本性变化;灵川县、龙胜各族自治县、荔浦市和灌阳县的空间错位指数变化相对较为复杂,其空间错位的状态及程度不断波动;兴安县一直处于低度错位中,其经历了正向—负向—正向—负向的状态演变过程。

2021年桂林各区域中空间错位贡献度G值最高为秀峰区,达到了18.2%,其次是七星区、灌阳县、象山区,分别为12.5%、10.8%、9%。这四个区域对桂林出现空间错位现象贡献之和达到了50.5%,是造成目前桂林旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位最主要的区域,在这些区域内部进行优化是解决桂林旅游资源丰裕度与网络关注度重心存在偏差的关键。

表1 2011—2021年桂林市旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位时空演变

区域	2011	2012	2013	2014	2015	2016
秀峰区	高度正向	高度正向	高度正向	高度正向	高度正向	高度正向
叠彩区	高度正向	中度正向	中度正向	中度正向	中度正向	中度正向
象山区	低度负向	低度正向	低度负向	低度负向	中度负向	中度负向
七星区	低度正向	中度正向	低度负向	低度负向	中度负向	中度负向
雁山区	低度负向	中度正向	中度正向	中度正向	中度正向	低度正向
临桂区	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向	中度负向

表1 2011—2021年桂林旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位时空演变(续)

区域	2011	2012	2013	2014	2015	2016
阳朔县	高度正向	高度正向	高度正向	中度正向	中度正向	低度正向
恭城瑶族自治县	高度负向	高度负向	高度负向	中度负向	中度负向	中度负向
兴安县	低度正向	低度负向	低度负向	低度负向	低度正向	低度正向
灵川县	低度正向	低度负向	低度负向	低度正向	低度负向	低度正向
全州县	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向	中度负向
资源县	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向
平乐县	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向
龙胜族自治县	低度负向	低度负向	低度负向	中度负向	中度正向	低度正向
荔浦市	中度正向	低度正向	低度正向	低度正向	低度负向	低度正向
永福县	中度正向	低度正向	低度正向	低度正向	低度正向	低度正向
灌阳县	中度正向	低度正向	低度正向	低度正向	低度正向	低度负向
区域	2017	2018	2019	2020	2021	—
秀峰区	高度正向	高度正向	高度正向	高度正向	高度正向	—
叠彩区	中度正向	中度正向	中度正向	中度正向	中度正向	—
象山区	中度负向	中度负向	中度负向	高度负向	高度负向	—
七星区	中度负向	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向	—
雁山区	低度负向	中度负向	中度负向	中度负向	高度负向	—
临桂区	高度负向	中度负向	低度负向	低度负向	低度正向	—
阳朔县	中度正向	低度正向	中度负向	低度负向	低度负向	—
恭城瑶族自治县	中度负向	低度正向	中度正向	中度正向	低度正向	—
兴安县	低度正向	低度负向	低度负向	低度负向	低度负向	—
灵川县	低度负向	低度正向	中度正向	中度正向	低度正向	—
全州县	中度负向	中度负向	低度正向	低度正向	低度负向	—
资源县	中度负向	低度负向	中度负向	高度负向	高度负向	—
平乐县	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向	高度负向	—
龙胜族自治县	低度正向	低度正向	低度负向	中度负向	中度负向	—
荔浦市	高度正向	中度正向	低度正向	低度正向	低度正向	—
永福县	低度正向	中度正向	中度正向	中度正向	中度正向	—
灌阳县	低度负向	低度负向	低度正向	高度正向	高度正向	—

## 2. 桂林旅游资源丰裕度与网络关注度典型地区错位分析

为了剖析旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位形成的原因,本文对典型的高度错位的区县进行分析(如表2)。桂林高度正向错位的区域主要为秀峰区,在这一区域内旅游资源丰裕度远高于网络关注度,即区域内旅游供给端吸引力不足,旅游供给内容、质量以及其宣传营销有待进一步提升。2011—2021年,秀峰区拥有的旅游景区从2个发展至8个,其中涉及3个5A级景区,占桂林5A级景区的75%,其旅游资源的开发相对较好,但是秀峰区的网络关注度非常低。秀峰区位于漓江景区和两江四湖—象山景区边缘区域,且相较于七星区、象山区,该区域相关旅游资源及产品无突出优势,无竞争力;而独秀峰—王城景区作为桂林突出的人文旅游资源并未获得较好的营销宣传。此外,秀峰区拥有的其他旅游资源的知名度较低,未能大范围引发游客关注。总之,秀峰区旅游业发展呈现出旅游资源供给较多但网络关注度低的结果,凸显了该区域旅游供需之间的矛盾。



桂林高度负向错位的区域主要为资源县和平乐县,这两个区域内旅游资源丰裕度滞后于网络关注度,即区域内旅游产品供给与游客需求相匹配,但是供给端开发与管理水平有待进一步提升,以促进区域旅游资源丰裕度的增长。其中,资源县2011—2016年景区数量少,但是区域内号称“华夏第一漂”的资江漂流,让游客能在漂流体验中感受桂林山水之美,吸引了众多游客的目光,获得较高关注。2017—2018年,资源县星级景区增加至7个,但网络关注度提升缓慢甚至下降,由此资源县旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位由高度负向错位降为低度负向错位。2019—2021年,资源县星级景区合并,景区数量下降,旅游资源丰裕度下降,空间错位程度再次呈现高度负向错位状态。而平乐县立足于当地生态,开发出极具体验性的漂流、温泉产品,符合游客需求和偏好的改变。再者,在过去的十年里,平乐县开发多种“旅游+”的深度融合模式,区域内举办各类赛事,获得各领域游客的目光。最后,平乐县致力于促进本地文化和旅游的深度融合,符合旅游发展的潮流和游客的需求,平乐县走出了与其他区县不同的具有浓烈区域特色的旅游发展之路。这些让平乐县产生了与其资源不匹配的吸引力。2011—2021年,平乐县仅拥有1个3A级景区,表明平乐县资源开发与管理能力较低,造成旅游资源丰裕度与网络关注度失衡的现状。

表2 2011—2021年桂林主要旅游资源丰裕度与网络关注度空间高度错位区域

错位程度	2011	2012	2013	2014	2015	2016
高度正向	秀峰区	秀峰区	秀峰区	秀峰区	秀峰区	秀峰区
高度负向	资源县	资源县	资源县	资源县	资源县	资源县
	平乐县	平乐县	平乐县	平乐县	平乐县	平乐县
错位程度	2017	2018	2019	2020	2021	—
高度正向	秀峰区	秀峰区	秀峰区	秀峰区	秀峰区	—
高度负向				资源县	资源县	—
	平乐县	平乐县	平乐县	平乐县	平乐县	—

#### 四、桂林旅游资源丰裕度与网络关注度IPA模型分析

对2021年桂林各区域旅游资源丰裕度与网络关注度进行IPA模型分析,结果如图6所示。桂林过半区域的网络关注度低于平均值,表明桂林目前在旅游市场中供给的旅游资源和产品不符合游客需求与期望,游客对桂林关注整体较低。

具体而言,落在优势区的有象山区、雁山区、临桂区、阳朔县和兴安县。这些区域内景区数量多和质量较高,并且获得了较高的网络关注度,说明在这些区域内其供应的旅游产品较为符合目前游客的需求,相较于其他区县来说,能够对游客产生较强的吸引力。当前,这些区域应当更加注重对大数据的运用,关注小红书、微博、携程等网站和APP上的相关信息,了解游客的需求和偏好,对旅游资源和产品进行及时地调整。同时,根据区域网络关注度现状,以当前游客需求偏好为依据,运用不同的数字化营销策略。

七星区和资源县落在第二象限。这两个区域虽然A级旅游景区较少但获得了较高的游客关注度,表明游客需求能在该区域内得到满足,但旅游产品的供给较少。落在第二象限的区域应分析游客评价,明确区域内目前的吸引力和游客的需求,加强区域内旅游资源开发与建设能力,向市场供给具有强旅游吸引力和能够满足游客多样化、个性化需求的旅游产品。同时,管理组织应及时关注游客动态,更新产品营销宣传,加强旅游产品的宣传广度和深度。

第四象限有秀峰区、恭城瑶族自治县、灵川县、荔浦市和灌阳县等区域。该区域内旅游资源的开发与建设水平较高,使得区域内产品供给较多,但无法对游客产生强吸引力。落在第四象限的区域应该对目前现

有已开发的旅游产品、游客偏好需求进行分析,探寻当前区域供给市场存在的问题。一方面,重视区域文化和各领域赛事的运用,增强区域关注度;另一方面,根据现有产品和资源,整合全媒体渠道,根据当前游客偏好,打造“网红”打卡点,提升供给产品的知名度和吸引力。

叠彩区、全州县、平乐县、龙胜族自治县和永福县在机会区。在该区域内代表旅游资源供给的旅游资源丰裕度和代表游客需求的网络关注度均低于桂林整体平均水平。在机会区的区域,当前旅游业发展处于弱势,应该加快转型升级,完善旅游配套设施,提高旅游服务质量,开发与需求匹配的旅游产品;瞄准当前数字化营销的风口,不断提升营销有效性。

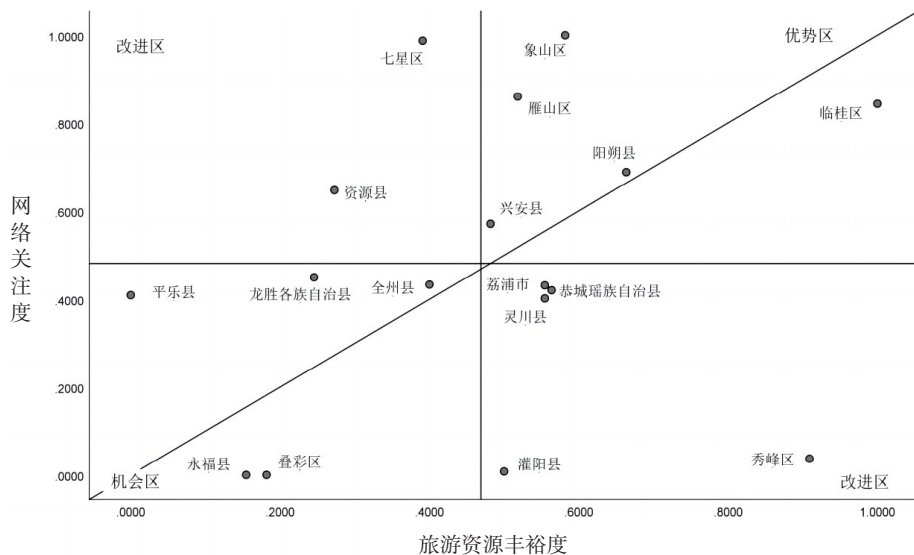


图6 桂林旅游资源丰裕度与网络关注度IPA模型分析

## 五、结论与讨论

### (一) 结论

本文对桂林旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位的时空演变进行了定量分析,明确了桂林总体及其下属区县空间错位的演变特征,并根据2021年的数据提出了优化建议。本文主要得出以下主要结论:

2011—2013年桂林旅游资源丰裕度与网络关注度时序变化特征具有同步性,2014—2021年时序变化特征相反。其中旅游资源丰裕度总体呈现上升的趋势,网络关注度则以2013年为驼峰,先上升后下降。

根据重心模型发现,桂林旅游资源丰裕度与网络关注度存在空间错位现象。旅游资源丰裕度与网络关注度呈现出南—东北方向上的偏移。根据旅游资源丰裕度与网络关注度重心经纬度差值的变化可知,相较于2011年,二者重心之间的偏差缩小。

2011—2021年桂林旅游资源丰裕度与网络关注度空间错位大体呈现“正向—负向—正向—负向”的分层特征。期间,桂林各区域旅游资源丰裕度与网络关注度正向空间错位大约为50%。2021年桂林各区域中空间错位贡献度G值最高的区域为秀峰区,其次是七星区、灌阳县、象山区。桂林高度正向错位的区域主要为秀峰区,高度负向错位的区域主要为资源县和平乐县。

### (二) 讨论

旅游资源丰裕度与网络关注度能够体现目前旅游市场的供需状况,但是二者之间可能出现的关系根据区域发展的不同存在巨大的差异。本文基于成熟的空间错位理论分析二者重心的演变,计算其空间错位指数,发现桂林作为典型的旅游城市,探究其旅游资源丰裕度与网络关注度的空间错位程度具有重要的现实

意义。本文只选择了特定的方面来衡量两类重心的迁移状况。其中,旅游资源丰裕度只选择了A级旅游景区的数量和质量,虽然这具有一定代表性,但是会忽略部分已开发却没有被评级的旅游资源;在网络关注度获取方面,部分搜索词未被收录,后续研究可以通过增加其他指数补充相关数据。本研究对旅游资源丰裕度与网络关注度的错位现象进行了分析,未来可以进一步探究桂林与当前“网红”城市在旅游资源上的不同,和“网红”城市在空间上进行资源与网络关注度上的比较,探寻能够持续吸引游客的原因,为桂林旅游进一步发展提出建议。

#### 参考文献:

- [1] 刘英基,韩元军.要素结构变动、制度环境与旅游经济高质量发展[J].旅游学刊,2020,35(3):28—38.
- [2] 郭赟,蔡霞,黄羽婷.精准营销下的旅游业发展策略——评《互联网+旅游营销》[J].中国科技论文,2023,18(3):368.
- [3] Ruan W-Q,Zhang S-N. Can Tourism Information Flow Enhance Regional Tourism Economic Linkages?[J].Journal of Hospitality and Tourism Management,2021,49(4):614—623.
- [4] 汪秋菊,黄明,刘宇.城市旅游客流量—网络关注度空间分布特征与耦合分析[J].地理与地理信息科学,2015,31(5):102—106+127.
- [5] 杨勇,眭霞芸,刘震.中国省际虚拟旅游流网络结构的时空演变特征研究[J].地理科学进展,2022,41(8):1349—1363.
- [6] 杨晓霞,玉波香,刘亚男.5A级旅游景区网络关注时空特征及影响因素研究——基于成渝地区双城经济圈的分析[J].价格理论与实践,2023(4):185—189.
- [7] Pan B, Fesenmaier D R. Online Information Search: Vacation Planning Process[J]. Annals of Tourism Research, 2006, 33(3): 809—832.
- [8] 马丽君,刘鑫.高铁开通对城市居民旅游需求的影响——以昆明为例[J].湖南师范大学自然科学学报,2022,45(4):34—43.
- [9] 梁逍遥,马丽君.我国国内旅游流循环空间格局及形成机理——基于网络关注度的分析[J].旅游学刊,2023,38(9):104—117.
- [10] Kain J F. Housing Segregation, Negro Employment, and Metropolitan Decentralization[J]. The Quarterly Journal of Economics, 1968,82(2):175—197.
- [11] 刘志林,王茂军,柴彦威.空间错位理论研究进展与方法论评述[J].人文地理,2010,25(1):1—6.
- [12] Zenou Y, Smith T E. Efficiency Wages, Involuntary Unemployment and Urban Spatial Structure[J]. Regional Science and Urban Economics, 1995,25(4):547—573.
- [13] Arnott R. Economic Theory and the Spatial Mismatch Hypothesis[J]. Urban Studies, 1998,35(7):1171—1185.
- [14] Patacchini E, Zenou Y. Spatial Mismatch, Transport Mode and Search Decisions in England[J]. Journal of Urban Economics, 2005,58(1):62—90.
- [15] Hassink J, Agricola H, Veen E J. The Care Farming Sector in the Netherlands: A Reflection on Its Developments and Promising Innovations[J]. Sustainability, Multidisciplinary Digital Publishing Institute, 2020,12(9):3811.
- [16] Cidell J. Concentration and Decentralization: The New Geography of Freight Distribution in US Metropolitan Areas[J]. Journal of Transport Geography, 2010,18(3):363—371.
- [17] Lyons T, Ewing R. Does Transit Moderate Spatial Mismatch? The Effects of Transit and Compactness on Regional Economic Outcomes[J]. Cities, 2021,113(6):103160.
- [18] Roddy A L, Morash M, Northcutt Bohmert M. Spatial Mismatch, Race and Ethnicity, and Unemployment: Implications for Interventions With Women on Probation and Parole[J]. Crime & Delinquency, 2022,68(12):2175—2199.
- [19] Yang X, Feng Z, Chen Y. Study on the Spatio-temporal Patterns of Urban Air Pollution and its Spatial Mismatch with Air Pollutant emissions in the Yellow River Basin, China[J]. Environmental Research Communications, IOP Publishing, 2023,5(5):055008.
- [20] Shen Y, Sun F, Che Y. Public Green Spaces and Human Wellbeing: Mapping the Spatial Inequity and Mismatching Status of Public Green Space in the Central City of Shanghai[J]. Urban Forestry & Urban Greening, 2017,27(7):59—68.
- [21] 李连璞.区域旅游发展“同步—错位”诊断及差异分析——基于中国31省(区、直辖市)国内旅游统计数据[J].人文地理,2008(2):87—90.
- [22] 李朝军.基于空间错位测度模型的旅游资源与地区经济发展关系研究[J].西南大学学报(自然科学版),2022,44(10):81—90.

- [23] 吴寒青,张鑫,刘倩倩. 高质量发展背景下安徽省旅游发展时空错位及影响因素分析[J]. 湖南师范大学自然科学学报, 2023,46(1):81-90.
- [24] 王莎莎,林珍铭. 桂林市旅游资源与旅游经济空间错位研究[J]. 干旱区资源与环境, 2023,37(5):198-208.
- [25] 王红艳,马耀峰. 基于空间错位理论的陕西省旅游资源与入境旅游质量研究[J]. 干旱区资源与环境, 2016,30(10):198-203.
- [26] 刘敏,张芙蓉,解智涵. 山西省A级景区与旅游收入的空间错位分析[J]. 地域研究与开发, 2020,39(2):82-87+93.
- [27] 宋小龙,米文宝,李陇堂,等. 宁夏旅游经济与生态环境系统空间错位研究[J]. 干旱区地理, 2022,45(2):593-605.
- [28] 李如友,石张宇. 长江经济带传统村落与非物质文化遗产分布空间错位及其机理[J]. 地理与地理信息科学, 2022,38(5):129-137.
- [29] 王玮芹,汪聪聪,王益澄,等. 浙江县域文化资源与旅游经济的空间错位分析[J]. 资源开发与市场, 2022,38(3):344-349.
- [30] 杨宇民,焦胜,廖婧茹,等. 人口规模与交通环境影响的中国城市旅游资源-经济空间错位[J]. 经济地理, 2021,41(1):221-231.
- [31] 汪丽,孙海文,刘慕华. 供需视角下的西安市A级景区与游客到访景点空间错位研究[J]. 资源开发与市场, 2021,37(9):1122-1129+1031.
- [32] 白洋,杨晓霞,樊昊. 我国旅游资源经济转化率及其省际差异分析[J]. 西南师范大学学报(自然科学版), 2015,40(6):85-90.
- [33] 李善同,黄怡,刘云中. 中国产业空间重心移动特征与启示[J]. 经济地理, 2022,42(9):1-10.
- [34] Martin R W. Spatial Mismatch and the Structure of American Metropolitan Areas, 1970-2000[J]. Journal of Regional Science, 2004,44(3):467-488.
- [35] 曾通刚,赵媛. 中国老龄事业发展水平时空演化及其与经济发展水平的空间匹配[J]. 地理研究, 2019,38(6):1497-1511.
- [36] 仇方道,张新林,尹鹏星,等. 镇域尺度下资源型城市农业转型的空间错位及问题类型识别——以徐州市为例[J]. 经济地理, 2022,42(12):152-161.
- [37] 赵书虹,陈婷婷. 旅游经济与生态环境空间错位分析:以云南省为例[J]. 统计与决策, 2020,36(17):74-78.
- [38] 王琪林,杨霞,方怡. 四川省旅游资源丰裕度与旅游网络关注度空间错位演变及影响因素分析[J]. 旅游科学, 2023,37(1):43-58.
- [39] Martilla J A, James J C. Importance-Performance Analysis[J]. Journal of Marketing, SAGE Publications Inc, 1977,41(1):77-79.
- [40] 高燕,孙根年. 中国A级景区空间关联性及异质性分析[J]. 经济地理, 2022,42(12):194-204.
- [41] 彭东慧,梁留科. 黄河国家文化公园A级景区发展效率分异特征与影响因素分析[J]. 河南大学学报(社会科学版), 2023,63(3):24-29+153.
- [42] 许艳,陆林,赵海溶. 乌镇景区网络关注度动态演变与空间差异分析[J]. 经济地理, 2020,40(7):200-210.
- [43] 赖继年. 红色旅游经典景区发展路径——以网络关注度时空演变为视角[J]. 社会科学家, 2022(8):44-51.

(责任编辑:颜 莉)