

基于生态位理论的上海郊区(县)旅游发展策略研究

王立龙 (上海杉达学院旅游管理系, 上海 201209)

摘要 突破传统的研究视角, 以上海6个郊区(县)乡村旅游地为例, 基于生态位理论, 采用定性与定量的分析方法构建衡量乡村旅游发展的生态位评价体系, 运用评价模型对乡村旅游生态位的指标进行评价, 最后以测评结果为基础, 对上海郊区(县)乡村旅游发展策略进行了探讨。

关键词 上海郊区(县); 旅游; 生态位; 评价体系; 发展策略

中图分类号 S181.4 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2013)27-11084-03

Research on Tourism Development Strategy in Shanghai Suburb Based on Ecological Niche

WANG Li-long (Department of Tourism Management, Sanda University, Shanghai 201209)

Abstract For changing the traditional research view, with six suburban counties in Shanghai as example, the niche evaluation system on rural tourism development was constructed by using qualitative and quantitative analysis method based on ecology niche theory. Further more, evaluation model was used for evaluating ecological niche on six Shanghai suburb. At last, Shanghai rural tourism development strategy were discussed based on evaluation results mentioned above.

Key words Shanghai suburb; Tourism; Ecological niche; Evaluation system; Development strategy

郊区旅游发展是上海市旅游发展的重要区域, 在上海市乡村旅游发展中具有重要作用。据估计, 2011年上海市乡村旅游接待人次达3 500万, 旅游直接收入和带动消费110亿元, 新增就业岗位5 000个, 发展势头迅猛^[1]。然而, 上海市乡村旅游发展中存在的问题也不容忽视, 如郊区旅游资源同质化竞争严重、市场稳定性不足、生态环境保护意识不强、郊县之间各自为伍, 很难发挥整体效益等。目前, 上海市乡村旅游研究主要集中在客源市场、发展规划、产品设计、游客评价等定量和定性方面, 出现了从经济学、城市规划、营销学等多角度的研究, 很少有从以研究目的地竞争机制、环境系统的多样性和稳定性、旅游生态为内容的生态位理论入手。

1 生态位理论基础

生态位概念首先由自然生态学家约翰逊于1910年提出, 此后格林尼尔(1917)、埃尔顿(1927)、哈奇森(1957)^[2-4]分别从空间生态位、营养生态位和n维超体积生态位3个角度对其进行界定。国内学者, 如李向明(2007)、李丰生等(2008)、袁立梅(2009)、邹仁爱等(2005)、孟德友(2006)、向延平(2007)^[5-10]等将旅游生态位定义为通过生态位理论和竞争排斥原理, 某地在区域旅游系统中地位、作用、表现及与其他区域旅游目的地之间的相对关系。

根据生态位的态势理论, 生态位既是生物单元的状态, 也是生物单元对环境的现实影响力或支配力。前者为生态单元的态, 后者为生物单元的势, 两个方面的综合体现了特定生物单元在生态系统中的相对地位和作用^[11]。因此, 旅游地生态位可界定为某一旅游地在同一性质的综合旅游地集群中所处的地位和作用, 由此体现该地的特殊职能和影响力。同样, 旅游地生态位也包括态和势两个方面, 综合体现

了一个旅游地在同一性质的综合区域旅游系统中所处的地位, 本身具有的优劣势以及对区域内其他旅游地所具有的潜在和现实的影响力。邹仁爱等^[12]认为, 旅游地的“态”表示旅游地的生存状态, 是旅游地过去发展、学习以及与环境相互作用累积的结果, 而“势”可以表示为旅游地的更新速率、增长率、占据新生环境的能力。也就是说, “态”是现实存在的一种状况, 而“势”是指变化的趋势。旅游地生态位态势的计算公式为:

$$N_i = \frac{S_i + A_i P_i}{\sum_{j=1}^n S_j + A_j P_j} \quad (1)$$

式中, i, j 取值为 $1, 2, \dots, n$ (n 表示综合旅游地数量); N_i 为旅游地 i 的生态位; S_i 为旅游地 i 的态; P_i 为旅游地 i 的势; S_j 为旅游地 j 的态; P_j 为旅游地 j 的势; A_i 和 A_j 为量纲转换系数; $S_j + A_j P_j$ 称为绝对生态位。

根据生态位原理, 生态因子生态位分值越高, 在生态环境中所起的作用和职能相对而言就越大, 其生态位宽度也就越大。同样的道理, 在旅游地生态位中, 生态位宽度越大的因子, 在旅游地发展中所起的作用也就越大, 生态位不同的旅游地在旅游发展中采取的策略也相应有所不同。

2 乡村旅游生态位评价体系构建

基于生态位理论的乡村旅游发展策略不仅具有旅游发展的共性, 而且由于乡村旅游目的地的特殊性, 在一定程度上展现出不同于一般旅游地生态位的个性特点。与其他目的地相比, 乡村旅游地最大的特点体现在具有乡土气息的自然景观、村落、民俗文化、农园果园、土特产品、乡村节庆活动、特殊的自然生态环境以及客源市场和供给市场等, 从可测量的生态位指标考量选择评价体系指标。

乡村旅游发展策略影响因素有很多, 结合乡村旅游指标的针对性、系统性以及可操作性的原则, 影响乡村旅游发展策略的主要有4个因子: “社会经济发展水平”、“旅游市场状况”、“生态环境质量”、“旅游资源条件”。四大类因子共有24个因素(表1)。

基金项目 2011年“上海市民办高校骨干教师科研”项目。
作者简介 王立龙(1981-), 男, 安徽宣城人, 讲师, 硕士, 从事生态旅游、旅游市场、旅游规划研究, E-mail: lilongwang0919@163.com。
收稿日期 2013-08-11

表 1 乡村旅游生态位评价指标

目标层	因子层	因素层
A 乡村旅游区综合生态位	B ₁ 社会经济发展水平	C ₁ 人均生产增加值; C ₂ 全社会固定资产投资总额; C ₃ 第三产业生产总值; C ₄ 社会消费品零售总额; C ₅ 年末居民储蓄余额; C ₆ 邮电业务总量
	B ₂ 旅游市场状况	C ₇ 旅游总收入; C ₈ 旅游总人次; C ₉ 旅行社数量; C ₁₀ 星级旅游饭店数量
	B ₃ 生态环境质量	C ₁₁ 环境空气质量优良率; C ₁₂ 人均公共绿地面积; C ₁₃ 工业废水排放达标率; C ₁₄ 可吸入微粒数; C ₁₅ 城镇生活污水处理率; C ₁₆ 二氧化硫浓度
	B ₄ 旅游资源条件	C ₁₇ 国家级森林公园; C ₁₈ 国家级自然保护区; C ₁₉ 国家级旅游度假区; C ₂₀ 全国重点文物保护单位; C ₂₁ 历史文化名镇; C ₂₂ 全国农业旅游示范点; C ₂₃ 全国休闲农业与乡村旅游示范点; C ₂₄ 旅游节庆活动

注:由于旅游资源各项指标无法直接计算,故需要对资源等级进行赋值才能进行量化计算。积分依据是国家级森林公园 10 分,国家级自然保护区 10 分,国家级旅游度假区 10 分,全国重点文物保护单位 10 分,历史文化名镇 5 分,全国农业旅游示范点 10 分,全国休闲农业与乡村旅游示范点 10 分,旅游节庆活动 5 分。

3 上海郊区(县)旅游发展生态位测评

该研究运用生态位态势理论,采用生态位态势计算公式计算旅游地生态位大小,即利用公式(1)对 24 个具体指标进行各个生态位大小的计算。

在统一考虑各区现状的基础上,根据现实数据的可获得性与科学性,选取了上海 6 个郊区(县)2008~2011 年度旅游发展生态指标数据资料,以 2011 年的现状数据作为“态”的衡量指标,平均年变化率作为“势”的测量指标,以时间为量纲转换系数,选取 1 年,即量纲转换系数为 1。通过计算,得

出表示各区各变量因子的生态位得分(表 2)。

运用公式(2)得出各城市各状态层生态位的分值以及综合生态位的大小(表 3)。

$$M_{ij} = \sum_{i=1}^n N_{ij} / n \quad (2)$$

式中, M_{ij} 表示某旅游城市的旅游生态位; N_{ij} 为每个变量的生态位; n 表示因子个数; j 表示城市的个数。各类生态位及生态位总值的取值范围在 0~1,且总和为 1。

表 2 上海六郊区(县)各变量因子生态位分值

因子	青浦	崇明	松江	金山	奉贤	嘉定
C ₁	0.191 052	0.094 220	0.189 163	0.168 753	0.162 107	0.194 704
C ₂	0.191 682	0.082 814	0.193 205	0.095 997	0.171 855	0.264 448
C ₃	0.198 568	0.058 678	0.242 296	0.116 143	0.138 586	0.245 728
C ₄	0.188 194	0.034 742	0.218 329	0.160 995	0.186 034	0.211 706
C ₅	0.140 247	0.123 528	0.200 236	0.121 720	0.163 275	0.250 994
C ₆	0.090 106	0.270 985	0.231 292	0.059 039	0.128 310	0.220 268
C ₇	0.210 016	0.032 431	0.336 949	0.139 265	0.170 900	0.110 439
C ₈	0.162 769	0.096 878	0.252 893	0.111 001	0.164 915	0.211 544
C ₉	0.150 177	0.099 529	0.222 026	0.174 323	0.152 532	0.201 413
C ₁₀	0.230 916	0.162 214	0.127 863	0.179 389	0.089 695	0.209 924
C ₁₁	0.165 451	0.165 988	0.164 488	0.169 837	0.167 845	0.166 391
C ₁₂	0.220 073	0.118 074	0.202 871	0.196 893	0.106 273	0.155 815
C ₁₃	0.161 655	0.166 431	0.168 520	0.169 889	0.164 063	0.169 441
C ₁₄	0.163 496	0.231 877	0.164 524	0.131 877	0.143 445	0.164 781
C ₁₅	0.173 309	0.166 296	0.185 243	0.165 169	0.145 166	0.164 817
C ₁₆	0.154 190	0.124 022	0.290 503	0.111 732	0.143 575	0.175 978
C ₁₇	0	0.333 333	0.333 333	0	0.333 333	0
C ₁₈	0	1	0	0	0	0
C ₁₉	0	0.5	0.5	0	0	0
C ₂₀	0.333 333	0	0.666 666	0	0	0
C ₂₁	0.333 333	0	0	0.333 333	0	0.333 333
C ₂₂	0	0.333 333	0.083 333	0.166 666	0.25	0.166 666
C ₂₃	0.5	0.5	0	0	0	0
C ₂₄	0.156 250	0.093 750	0.156 250	0.125 000	0.156 250	0.312 500

表 3 上海六郊区(县)各维度生态位分值及综合排名

郊区(县)	社会经济发展水平		旅游市场状况		生态环境质量		旅游资源条件		综合生态位	
	数值	名次								
松江	0.212 420	2	0.234 933	1	0.196 025	1	0.217 448	2	0.160 844	1
嘉定	0.231 308	1	0.183 330	3	0.166 204	3	0.101 562	4	0.145 210	2
青浦	0.166 642	3	0.188 470	2	0.173 029	2	0.165 365	3	0.132 035	3
奉贤	0.158 361	4	0.144 510	5	0.145 061	6	0.092 448	5	0.111 983	4
金山	0.120 441	5	0.150 995	4	0.157 566	5	0.078 121	6	0.107 250	5
崇明	0.110 828	6	0.097 763	6	0.162 115	4	0.345 052	1	0.092 676	6

采用 IBM SPSS19.0 统计分析软件对上海 6 个郊区(县)的旅游地 4 个维度的综合生态位进行聚类分析。分析选用离差平方和聚类方法,用欧氏距离法测量类间距离,将各地区分为 3 类:①松江。其综合生态位在上海 6 个郊区(县)中最高,占上海 6 个郊区(县)生态位总和的 21.4%,占据核心地位。②嘉定、青浦。二地的综合生态位之和占上海 6 个郊区(县)生态位总和的 37.0%,是次级中心。③奉贤、金山、崇明。三地是占有功能最弱的地区。

4 基于旅游生态位理论的上海郊区(县)旅游发展策略

4.1 区域发展策略 结合上海郊区旅游发展的中心点,即处于第一类的松江,通过该区乡村旅游在“旅游市场状况”和“生态环境质量”方面的发展优势,吸纳乡村旅游发展要素的积聚,包括旅游发展资金、旅游信息、旅游相关技术、旅游人才等。通过松江与第二类的嘉定、青浦以及第三类的奉贤、金山、崇明联通,发挥联动效应,实现旅游相关技术、旅游资

金、旅游信息、客源等要素的对外扩展。以松江为中心地区,各地间主要交通干线为轴线,建立上海郊区乡村旅游发展合理的空间结构,实现中心节点地区与其他地区之间旅游生态位构成要素之间的顺畅流动,促进松江乡村旅游的深度发展和相对弱势地区乡村旅游的提升,使上海郊区乡村旅游协调发展。上海 6 个郊区(县)旅游生态位构成了不同的 3 个等级,第一等级(松江)为增长极,第二等级(嘉定、青浦)为次级增长点,即节点,第三等级(奉贤、金山、崇明)为网络节点,以各地区之间的交通线路为连接线,构建合理的区域网络发展结构;以松江为区域旅游的增长极核,以上海郊区(县)各交通干线为发展轴,以六郊区(县)构成的上海乡村旅游网为区域旅游发展战略圈,通过政府引导、政策扶持、旅游资源整合开发、旅游线路的相互衔接,完善上海郊区乡村旅游区,实现六郊区(县)经济、旅游一体化。

4.2 内部发展策略 包括生态位分离策略和生态位扩充策

略。根据俄罗斯生物学家格乌司的理论,“不同物种要想生存下去就必须选准自身的生态位,在生存的时间和空间上与其他物种错开”^[13]。因此,不同地区旅游资源在竞争时可以通过生态位的调整而改变,以此避免各自之间的恶性竞争,生态位的分离策略主要通过空间错位(市场错位)、时间错位和营养错位(产品错位)实现。对于生态位较高的地区,如松江,应针对现状,应以国内和国际客源市场为主,打造旅游精品、提升旅游产品等级。对于生态位等级较低的地区而言,今后的发展方向应以高等级地区客源为主,临近地区客源为辅,实现各地区旅游产品目标细分市场错位。时间错位要求区域旅游开发和旅游产品开发与投放的时间分离,各地区在相同的季节打造不同的季节性产品,比如拥有海滨资源的金山、奉贤地区,可以在夏季打造海滨旅游产品;拥有大闸蟹等土特产资源的崇明在秋季开发美食游,实现与其他地区旅游产品的时间错位;而嘉定举办一年一度的 F1 赛事期间,也是其时间错位发展的重要依据。产品错位要求依据地区旅游业发展的客观条件、市场需求状况、时空等因素,实现地区旅游产品的生态错位发展。上海 6 个郊区(县)的旅游产品“色彩”分明,东部地区崇明旅游产品色彩为“绿色”,主打生态牌,南部地区金山和奉贤旅游产品色彩为“蓝色”,主要以滨海旅游资源为主;北部地区嘉定以千年古城为特色,旅游产品色彩为“黄色”;西部地区的松江、青浦以“红色”旅游资源为主,红色指革命文化、革命遗址旅游资源。针对地区旅游资源的特色,开发出相应特色的产品,做到旅游产品的生态错位。

生态位扩充策略包括旅游地潜在生态位的开拓以及引进新生态位两方面。对于上海 6 个郊区(县)旅游地生态位的 3 个等级来说,都存在潜在生态位。相较而言,低等级地区旅游地潜在生态位部分要大于高等级地区。对于松江来说,潜在生态位提升指标主要集中在“旅游资源条件”因子,特别是“全国休闲农业与乡村旅游示范点”的挖掘和培育;嘉定区潜在生态位提升指标体现在“旅游市场状况”、“生态环境质量”、“旅游资源条件”,特别是其中的“旅游总收入”、“城镇生活污水处理率”。“旅游资源条件”因子中更是多项指标排名落后,因此挖掘与开发更多更好的资源条件是制约嘉定乡村旅游发展的重要因素;青浦区生态旅游发展的各项指标相对比较均衡,但未来开发的重点可以落在在邮政业务发展、旅行社的发展和旅游资源条件的改善等方面;奉贤区潜在生态位提升主要集中在“生态环境质量”的改善上,特别是人均公共绿地面积、城镇生活污水处理率方面,此外,星级

饭店的发展、旅游资源条件的改善也是潜在的生态位提升方向;金山区的潜在生态位提升指标相对较多,主要因为其相对落后的生态位排名,包括“年末居民储蓄余额”、“邮政业务总量”、“旅游总收入”、“可吸入微粒数”、“二氧化碳浓度”以及自然类旅游资源环境和条件的改善等;除“旅游资源条件”外,排在最后一名的崇明县,潜在生态位的改善因素则更多,主要有“社会经济发展水平”因子中绝大多数因素的提升、“旅游市场状况”因子中绝大多数因素的改善和“人均公共绿地面积”因素的增加等;生态位等级高,经济发展基础好,环境质量佳的地区,如松江、嘉定、青浦,可以通过现有要素的整合,针对多元化的市场需求,开发精品类型、高等级质量产品来扩充生态位宽度;旅游资源质量不足,开发环境条件不理想的地区,如奉贤、金山等地,可以通过引进新的旅游资源,引进资金、技术、人才,以及新的发展项目等,提升生态位宽度,开发新的旅游产品和建设新的服务设施;旅游资源等级高,经济发展水平、旅游市场状况相对落后的地区,如崇明县,重点应放在招商引资、加大基础设施建设、拓宽产业链拉动消费,提高经济发展水平,加速旅游市场的发展方面,为崇明县生态旅游发展提供坚实的基础和保障。

参考文献

- [1] 《中国要闻》上海旅游局料明年乡村旅游接待 3 200 万人次[EB/OL]. (2010-03-12) http://www.etnet.com.cn/etnetChina/news/allnewscontent? qid=news_10057&nid=200312831.
- [2] GRINNEL J. The Niche - Relationship of the California Thrasher[J]. *Auk*, 1917, 34:427-433.
- [3] LEIBOLD M A. The niche concept revisited: Mechanistic models and community context[J]. *Ecology*, 1995, 76(5): 1371-1382.
- [4] HUTCHINSON G E. Concluding remarks. Cold Spring Harbor Symp[J]. *Quant Biol*, 1957, 22:415-427.
- [5] 李向明. 略论旅游资源生态位的概念与选择策略[J]. *旅游学刊*, 2007, 22(2): 49-53.
- [6] 李丰生, 吴琳. 旅游资源生态位的概念及整合开发策略研究[J]. *旅游论坛*, 2008, 1(1): 39-44.
- [7] 袁立梅. 区域旅游资源生态位测评与开发策略研究——以河北省为例[D]. 石家庄: 河北师范大学, 2009.
- [8] 邹仁爱, 陈俊鸿, 陈绍愿. 旅游地群落: 区域旅游空间关系的生态学视角[J]. *地理与地理信息科学*, 2005, 21(4): 79-83.
- [9] 孟德友, 陆玉麟. 基于生态位理论的旅游地发展策略研究——以黔东南州巴拉河流域乡村旅游地区为例[J]. *安徽农业科学*, 2006, 34(21): 44-47.
- [10] 向延平, 陈友莲. 基于生态位理论的旅游发展问题探析——以湖南凤凰为例[J]. *长江大学学报(自科版) 次学卷*, 2007, 4(4): 19-24, 34-36.
- [11] 朱春全. 生态位势态理论与扩展假说[J]. *生态学报*, 1997(3): 324-332.
- [12] 邹仁爱, 陈俊鸿, 陈绍愿, 等. 旅游地生态位的概念、原理及优化策略研究[J]. *人文地理*, 2006(5): 36-40.
- [13] 曹康林. 解读格乌司生态位原理[J]. *中国供销合作经济*, 2002(5): 22-25.
- [14] 翟辅东, 陈文光. 张家界地貌风光及其产业导向[J]. *山地研究*, 1997, 15(4): 243-246.
- [15] 黄瑞红, 唐明晖. 丹霞山丹霞地貌旅游资源模糊综合评价[J]. *中山大学学报: 自然科学版*, 1996(2): 129-132.
- [16] 王桂珍. 丹霞山旅游资源的分类、特征及其开发[J]. *佛山科学技术学院学报: 自然科学版*, 2008(5): 34-37.
- [17] 曾爱花, 郭福生与曹养同. 江西省丹霞地貌分布特征及旅游开发初步评价[J]. *江苏地质*, 2008, 32(1): 41-45.
- [18] 冯淑华, 沙润, 欧阳冬. 基于分形理论的江西丹霞地貌景区点空间特征及优化整合研究[J]. *江西师范大学学报: 自然科学版*, 2007, 31(3): 321-326.

(上接第 11071 页)

- [26] 韦跃龙, 覃建雄, 陈莉莉. 四川广元剑门关景区丹霞地貌成因分析及旅游资源评价[J]. *桂林工学院学报*, 2007, 27(4): 490-495.
- [27] 梁百和, 朱素琳, 陈国能. 粤北金鸡岭丹霞地貌的岩石学分析[J]. *热带地理*, 1992, 12(2): 133-140.
- [28] 欧阳杰, 朱诚, 彭华. 浙江方岩丹霞地貌类型及其空间组合[J]. *地理学报*, 2009, 64(3): 349-356.
- [29] 黄林燕, 朱诚. 张家界岩性特征对峰林地貌形成的影响研究[J]. *安徽师范大学学报: 自然科学版*, 2006(5): 484-489.
- [30] 徐行, 肖晖. 丹霞盆地红层时代的初探[J]. *成都地质学院学报*, 1990, 17(2): 79-86.