

苍南县民宿与旅游资源的协同发展研究

杨心怡, 叶俏汝

浙江工商大学杭州商学院管理学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2022年5月27日; 录用日期: 2022年6月29日; 发布日期: 2022年7月6日

摘要

近年来, 苍南县处于打造“浙南大门”全域旅游高速发展的关键期, 在完善各大旅游景点基础设施和开发旅游项目的同时, 依托于相应景点存在的各类民宿也到了发展的重要时期。本文通过研究苍南县民宿和旅游资源的空间关系, 得到苍南县旅游资源呈分散状态, 圈层数量及类别呈显著差异; 苍南县民宿依托旅游资源, 呈一聚多散分布格局的结论, 同时发现苍南县民宿存在知名度不高、品质相对低小散等问题。对此, 本文给出了苍南县民宿应抓住发展关键期, 与旅游资源高效结合, 提升二者的空间耦合度; 使民宿在借助旅游资源名气提高知名度的同时带动旅游目的地的信息传播; 实现民宿、旅游双赢发展的建议。

关键词

全域旅游, 民宿, 旅游资源, 信息传播, 双赢发展

Study on the Coordinated Development of B&B and Tourism Resources in Cangnan County

Xinyi Yang, Qiaoru Ye

School of Management, Zhejiang Gongshang University Hangzhou College of Commerce, Hangzhou Zhejiang

Received: May 27th, 2022; accepted: Jun. 29th, 2022; published: Jul. 6th, 2022

Abstract

In recent years, Cangnan County is in the key period of building a “South Zhejiang Gate” global tourism rapid development. While improving the infrastructure of major tourist attractions and developing tourism projects, all kinds of B&B based on the corresponding attractions have also

reached an important period of development. By studying the spatial relationship between residential B&B and tourism resources in Cangnan County, this article finds that tourism resources in Cangnan County are scattered, and the number and category of circles are significantly different. Cangnan County's B&B relies on tourism resources, showing a scattered distribution pattern. At the same time, it is found that Cangnan County's B&B has problems such as low visibility and low quality. In this regard, this article suggests that Cangnan County B&B should seize the key period of development, and efficiently combined with tourism resources to improve the spatial coupling of the two. B&B promotes the information dissemination of tourist destinations while enhancing the popularity of tourist resources, realizing the win-win development of B&B and tourism.

Keywords

Global Tourism, B&B, Tourism Resources, Information Dissemination, Win-Win Development

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

我国民宿主要集中在旅游景区周边, 依托于旅游景点, 以景区为核心向周边辐射, 形成了集中于景区的特点。沈士琨的研究发现: 苏南、浙北民宿依托高禀赋旅游资源和交通干线集聚, 符合我国民宿分布特点[1]。胡小芳等学者提出旅游资源是民宿集聚的早期动力[2], 可见民宿与旅游资源之间联系密切。赵雅萍认为民宿作为近年来旅游业中发展势头强劲的新业态, 对其空间集聚特征的理论 and 实例的研究是格外重要[3]。

综上, 笔者认为苍南县民宿业也符合我国民宿空间分布格局, 民宿与旅游资源之间存在耦合发展关系, 借助耦合关系可实现民宿对旅游目的地信息的高效传播。本文选取苍南县当地旅游资源和周边民宿的空间位置信息, 着眼于两者的空间关系, 利用数据处理系统和兰图绘云 GIS 对搜集的数据进行处理和分析[4], 揭示苍南县民宿空间分布现状, 探索民宿与旅游资源的协同发展策略, 为后续苍南县民宿高质量发展和促进旅游目的地信息传播提供建议。

2. 研究对象、方法和数据处理

2.1. 研究区概况

苍南县, 隶属浙江省温州市, 位于浙江省的最南端, 素有浙江“南大门”之称。全省总面积 1261.08 平方公里, 海域面积 3.72 万平方公里, 海岸线长 155 公里, 辖 16 个镇、2 个民族乡。苍南县特产富饶, 拥有水产、矿产、旅游三大资源和最具开发前景的三大特优产品: 四季柚、甜橙、茶叶, 资源中长 1800 米的渔寮大沙滩为我国罕见沿海大陆聚沙滩。2021 年 7 月, 苍南县入选 2021 年全国县域旅游综合实力百强县。据《关于苍南县 2020 年国民经济和社会发展计划执行情况与 2021 年国民经济和社会发展计划(草案)的报告》, 炎亭悦海湾文旅综合体、莒溪精品民宿群等“旅游+”项目为全域旅游推进增添底色。苍南加快山海旅游发展, 提速建设半山半岛旅游综合体、海西国际游艇俱乐部、悦海湾旅游度假区等重大旅游项目, 加快建成大玉苍山和马站旅游集散中心, 以及通景公路、慢行绿道和景区停车场等旅游基础设施, 以实现全县旅游接待人数和旅游总收入增长 12%以上[5][6]。

2.2. 研究方法

本文将苍南县民宿和旅游资源的空间耦合关系作为切入点, 利用携程、苍南旅投集团公众号、百度搜索、在线经纬度查询等技术获取各点位的空间信息数据, 再补充实际考察所得数据, 运用数据处理系统和兰图绘云 GIS 平台进行数据处理和空间定位分析。

WCI 指数是清博数据团队在考虑各维度数据后, 通过一系列复杂严谨的公式推导出的具体指数, WCI 较其他指标而言更能权威地反映微信公众号的整体传播力和影响力, 是目前运用较为广泛的关于微信传播力的评价标准[7]。靳镇泽, 卞栎钰指出文章阅读量和在看数对微信公众号传播效果更具代表性[8]。因此, 本文使用 WCI 指数、文章阅读量和在看数研究信息传播效果, 获取现阶段主营苍南旅游的权威公众号——苍南旅投集团的 WCI 指数、文章阅读量和在看数, 更加直观地分析其在关于民宿及旅游目的地的信息传播效果。

2.3. 数据来源与处理

本文以苍南县旅投集团公众号最新发布的苍南县旅游资讯为苍南县旅游景点选取的数据源, 选取得到 60 个具有相应旅游发展价值的旅游资源。参考乡村旅游点功能及相关学者的分类并结合苍南县特有的沿海旅游资源特色, 本文将旅游资源分为以下六种不同的类别属性: 特色村镇型、观光休闲型、运动养生型、历史文化型、活动体验型、岛屿海景型。

本文利用数据挖掘技术, 基于百度地图、携程网采集 2021 年苍南县民宿点位作为基础数据源, 基于官方公众号和实地考察对近段时间来新增民宿点位进行补充, 筛选得到 87 个有效民宿点位。

利用兰图绘云 GIS 平台导入苍南县 87 家民宿和 60 个旅游资源的地理信息数据, 得到苍南县民宿与旅游资源空间分布图。

本文选取现阶段主营苍南旅游的权威公众号——苍南旅投集团发布的推文为主要数据来源。推文涉及的时间跨度为 2018 年 4 月 12 日至 2022 年 3 月 31 日。笔者在手机端对苍南旅投集团发布的所有推文进行“民宿”关键词搜索, 得到 209 条推文。为了保证数据的严谨性, 本文对所收集的数据进行筛选, 剔除其中与“民宿+”宣传无关的内容, 最后的得到 23 条有效数据。

运用清博智能收集这 23 条数据的发布时间、阅读量、在看数和当天 WCI 指数、推送内容这五个维度的信息作为本次研究的研究样本。

3. 研究结果及说明

3.1. 苍南县旅游资源呈分散状态, 圈层数量及类别呈显著差异

Table 1. A list of B&B and tourism resources in Cangnan County by township

表 1. 苍南县民宿与旅游资源分乡镇一览表

行政区	民宿数	旅游资源数	行政区	民宿数	旅游资源数
马站镇	53 (64.37)	7 (11.67)	钱库镇	1 (1.15)	1 (1.67)
霞关镇	11 (12.64)	2 (3.33)	炎亭镇	1 (1.15)	3 (5.00)
桥墩镇	6 (6.90)	10 (16.67)	凤阳畲族乡	2 (2.30)	4 (6.67)
矾山镇	5 (5.75)	5 (8.34)	南宋镇	0 (0.00)	1 (1.67)
金乡镇	2 (2.30)	4 (6.67)	宜山镇	0 (0.00)	0 (0.00)
灵溪镇	2 (2.30)	8 (13.33)	望里镇	0 (0.00)	0 (0.00)
莒溪镇	2 (2.30)	4 (6.67)	大渔镇	0 (0.00)	3 (5.00)
藻溪镇	1 (1.15)	2 (3.33)	沿浦镇	0 (0.00)	2 (3.33)
赤溪镇	1 (1.15)	3 (5.00)	岱岭畲族乡	0 (0.00)	2 (3.33)

从表 1 可知苍南县旅游吸引物主要集中在马站镇、桥墩镇、苍南县县城(灵溪镇)、矾山镇,体现了全域“104 国道 - 龙金大道 - 环海公路 - 78 省道 - 桥莒线”、环海“168 公里黄金海岸线带” [6]、沿海“马站滨海生态 - 绿能小镇旅游区块”、西部“桥墩山地生态旅游区块”、北部“县城城市旅游区块”、南部“矾山工业文化生态旅游区块”的一线一带四区空间分布特征,同时以金乡镇为代表的“金乡滨海卫城文化旅游区块”近年来也表现出强劲的旅游活力。

总体来看,特色村镇型数量最多(占比 28.33%), 观光休闲型次之(占比 23.33%), 而后是历史文化型(占比 20.00%)和运动养生型(占比 11.67%), 最少的是活动体验型和岛屿海景型(占比 8.33%)。

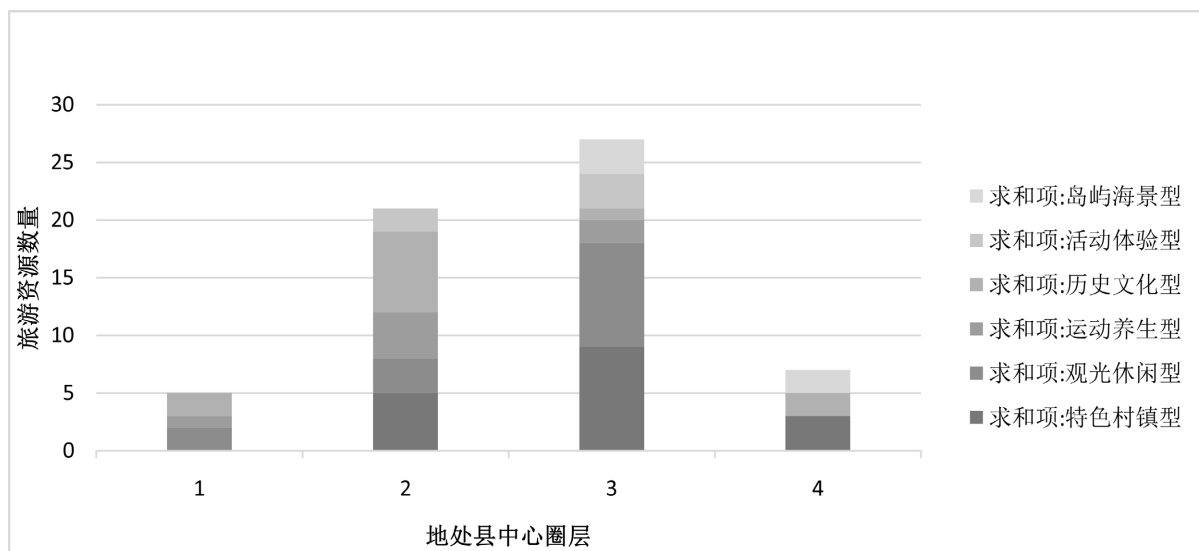


Figure 1. Changes in the classification and quantity of tourism resources in various circles in Cangnan County
图 1. 苍南县各圈层旅游资源分类数量变化图

旅游吸引物的空间分布整体上呈分散状态,在以苍南县政府为中心划分的 4 个距离圈层中,六类旅游吸引物分布呈现显著差异(见图 1): 旅游吸引物主要集中在第二、三圈层,第一、四圈层则分布较少;第二圈层的历史文化型资源表现突出,包括碗窑景区、福德湾景区等 A 级景区;第三圈层观光休闲型资源较多,渔寮景区、棕榈湾、炎亭景区等高频旅游目的地均分布在第三圈层;特色村镇型旅游资源在第二、三、四圈层均有分布,但主要集中在第二、三圈层;活动体验型资源分布在第二、三圈层,以农耕及生态体验为主;岛屿海景型集中在第三、四圈层,以欣赏海岛景色为主。

3.2. 苍南县民宿依托旅游资源, 呈一聚多散分布格局

苍南县民宿主要分布在苍南县高频旅游资源点附近。马站镇作为苍南是苍南县民宿分布的“高密度区”,霞关村则是苍南县民宿分布的“次高密度区”,而、南宋镇、宜山镇、望里镇、大渔镇、沿浦镇、岱岭畲族乡则为“零密度区”。具体来看最大的民宿聚集区为 168 公里黄金海岸线带:借力当地出色的旅游资源,包括渔寮风景区、雾城岙、多个特色乡村及特色海岛组成滨海生态旅游区,并持续优化产业结构,推陈出新,开发沿海绿色能源,致力于打造“马站滨海生态 - 绿能小镇旅游区块”。

此外,桥墩镇、莒溪镇虽民宿的聚合度不高,但也呈现出一定程度的产业聚集态势,基于山地、古村落、畲族文化、茶文化等预设和发展出相应的特色乡村民宿,分布在玉苍山风景区、碗窑风景区、莒溪镇、五凤茶园风景区的观光休闲旅游资源周边。

3.3. 苍南县民宿整体特色不突出、知名度低、品质低小散

苍南县民宿存在表里不一、同质化严重、市场对民宿概念模糊等问题[9]。除去近两年新兴崛起的精品民宿,如矾都左舍精品度假民宿、苍南半山丽舍、古道客栈民宿结合矾山镇矾矿工业等形象,对当地闲置民居或遗留古宅进行改造,在网络各大平台进行宣传的同时也传播了旅游目的地——矾山镇的旅游资源特色与旅游信息。

但这仅是民宿庞大体量中的一小部分,苍南县 87 家民宿中,仅 8 家(占总数 9.2%)民宿做到民宿特色与旅游目的地形象统一,助推旅游目的地信息传播。剩余 79 家(占总数 90.8%)民宿仅是民宿主对空闲住宅进行简单装修后再套入“民宿”概念的产物。可见这 79 家民宿间存在同质化严重、知名度低、品质低小散等问题。

3.4. 苍南民宿网络宣传时间不固定、广度窄、深度浅、传播能力弱

Table 2. The publicity effect of tweets related to the official account of Cangnan Tourism Investment Group

表 2. 苍南旅投集团公众号相关公众号推文宣传效果

序号	日期	阅读量	在看量	主要内容	日 WCI 指数
1	2021.4.19	604	3	民宿 + 景点介绍	880.58
2	2021.6.20	1522	2	民宿 + 旅游推荐	656.98
3	2022.1.30	829	7	民宿 + 景点介绍	619.98
4	2021.6.10	540	0	民宿 + 景点介绍	607.75
5	2021.4.17	459	1	民宿 + 景点介绍	582.35
6	2022.3.21	597	5	民宿 + 景点介绍	507.98
7	2021.6.21	1357	9	民宿 + 旅游推荐	493.09
8	2022.3.22	672	3	民宿 + 景点介绍	478.77
9	2021.4.10	168	0	民宿 + 景点介绍	452.57
10	2021.2.15	890	7	民宿 + 景点介绍	442.13
11	2022.3.31	413	0	民宿 + 旅游推荐	431.46
12	2021.8.4	510	1	民宿 + 景点介绍	418.85
13	2022.2.18	3266	24	民宿 + 旅游推荐	403.62
14	2020.9.14	322	2	民宿 + 景点介绍	397.02
15	2022.1.27	656	5	民宿 + 景点介绍	390.79
16	2021.12.24	233	2	民宿 + 景点介绍	380.48
17	2021.7.7	376	3	民宿 + 景点介绍	364.83
18	2020.8.13	199	1	民宿 + 旅游推荐	362.46
19	2020.9.15	237	0	民宿 + 景点介绍	361.28
20	2021.1.8	218	1	民宿 + 旅游推荐	360.72
21	2022.2.24	453	3	民宿 + 景点介绍	343.09
22	2021.11.10	1242	7	民宿 + 景点介绍	277.32
23	2020.7.12	326	1	民宿规划 + 景点介绍	271.37

表 2 的日 WCI 指数显示, WCI 指数在 500 以上的仅有 6 个推文, 有 2 个推文 WCI 指数在 300 以下。从发布时间看, 无固定公众号推送时间, 部分推送之间时间跨度大。从阅读量上看, 各个推送阅读量变动幅度大, 不稳定。从在看数看, 推送的在看数均数在 3.78。整体上看, 苍南旅投集团关于“民宿+”的发布时间、阅读量、在看数、WCI 指数普遍较低, 传播的时间不固定、广度窄、深度浅、传播能力弱。

3.5. 苍南“民宿+”的网络平台宣传不足

笔者在当前流行的四大新媒体平台: 微信、微博、小红书、抖音, 对“苍南民宿”进行检索, 结果均未发现专门运营的苍南民宿的账号。相关民宿信息依托于一些旅游信息宣传账号, 内容主要以“文字 + 图片”为主, 缺乏更具直观性的视频、音频宣传, 且数量少传播力度差。

4. 研究结论与建议

4.1. 借助旅游资源特色, 打造“民宿+”, 实现游宿合一

苍南县民宿呈依托旅游资源点位的分布态势, 与当地旅游资源尤其是 A 级旅游景区的分布之间存在强耦合关系。苍南县民宿要顺应苍南全域旅游大发展时代, 抓住“书画浙江”、“山水温州”等政策机遇, 结合当地特色文化, 迎合市场需求, 与旅游资源高度融合, 提升民宿与旅游资源间的空间耦合度, 让民宿助推苍南县各区域旅游信息的转播。

基于前文分析的苍南县旅游资源特点以及民宿现状, 笔者认为当下苍南县民宿要加强精品化, 抓住“山地生态养生福地”、“滨海休闲度假胜地”“古城文化体验圣地”“工业遗产矿硐旅游基地”“城市商贸旅游高地”五大苍南特色, 分别打造“民宿+ = 休闲康养、滨海、文化、商贸”等系列特色精品民宿。通过加强对民宿点位的特色文化打造, 实现“互联网 + 民宿”, 促进苍南县民宿业与旅游业的协同发展, 具体划分为图 2 所呈现的“三专线十一区”的特色“民宿+”旅游发展思路, 让民宿在设计、建设过程中充分体现和传播所在旅游目的地的形象和信息。

本文对民宿业的发展建议主要集中在“民宿 + 滨海、休闲康养、文化”这三条专线的不同区块。

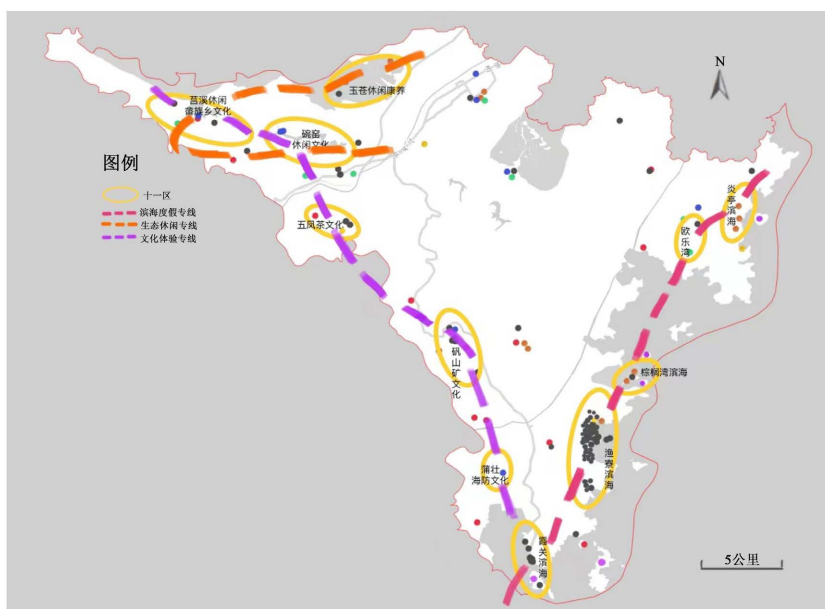


Figure 2. Cangnan county's "B&B+" tourism development ideas map
图 2. 苍南县“民宿+”旅游发展思路图

滨海度假专线(“欧乐湾-炎亭-棕榈湾-马站-霞关”)处于苍南县环海“168公里黄金海岸线带”,借助这独有的地理位置分布,滨海旅游资源在后续的发展中要加强各区块之间的联系,实现联合协助发展,并秉承海洋生态资源的开发与保护并重的原则。在文化挖掘上,旅游开发要注重结合自古以来的闽南渔民文化。该专线的民宿相对其他专线数量较多,但存在分布不均、同质化严重、品质较低、知名度不高的问题,建议在后续的民宿开发协调各区民宿分布、进行区块特色设计、打造精品、增强品牌效应[10],让民宿与旅游资源、与当地文化想融合,实现协同发展。在进行特色设计时,民宿应围绕滨海乡镇形象,开发和设计“海上牧场”、“渔民文化”等区域主题和相关配套活动,使民宿从装修、活动到整体形象符合滨海度假专线乡镇的旅游形象。

生态休闲专线(“玉苍山-莒溪大峡谷-碗窑”)拥有极好的自然山水旅游资源,该地区可借助良好的生态自然环境打造康养休闲项目。该专线的民宿存在数量少的问题,但也为民宿的后期重新规划发展提供了可能性,建议后续民宿可依托该专线发展方向,打造以“隐”为主题的康养休闲文化,让民宿结合旅游目的地成为寻求自我的空间。

文化体验专线(“莒溪畲族乡-碗窑-五凤-矾山-蒲壮所城”)各区块具有独特的文化特色,在旅游开发方面可依托莒溪畲族乡文化、碗窑陶瓷文化、五凤茶文化、矾山矿文化、蒲壮海防文化设计相应的文化体验类旅游项目和研学项目。该专线的民宿以有了一定程度的发展和知名度,但标杆民宿数量较少,部分景区还未发展民宿,建议在后续的发展中着重加强无民宿景区的民宿发展,同时精进已有的标杆民宿。在设计新民宿和精进标杆民宿的过程中,各区域民宿应结合所在旅游目的地的文化特色,将文化融入民宿的理念、设计和氛围中,让民宿成为特色文化宣传的重地,助力旅游目的地的信息传播。

4.2. 组织地区“民宿联合会”

同一专线民宿可相互联合,建构地区“民宿联合会”,加强地区间民宿的联系,区域内标杆民宿助力新生民宿或低品质民宿的发展,在区域民宿间形成强有力的内在产业联系,打造“不同专线不同主题,同一专线各不相同”的发展格局;将“品质微小散”的劣势转换为“区域强大聚”的优势。

4.3. 实施“互联网+民宿”的营销策略

信息技术的高速发展助推了旅游信息的快速发展。“互联网+民宿”营销策略可以加大民宿的网络宣传力度,具体做法:在知名网络社区,如微信公众号、微博、小红书、抖音等,开设各平台名称、形象一致地官方旅游民宿账号,发布民宿信息;信息主要内容可以包括民宿环境、民宿特色、周边旅游景点(将著名的景区直接标明)、旅游攻略推荐、周围文化氛围等。据此一方面可以依托著名景点定位知名度加大对民宿的宣传,另一方面也促进了民宿所在旅游目的地的信息传播。

5. 总结

本文关于旅游景点与民宿的相关信息主要来源于网络,缺乏部分未营业或再建民宿的数据,WCI指数仅选取了研究当天的实时数据,有一定程度的机械性。本次的研究范围也仅局限于苍南县,未来将不断改善研究手段进一步探究更大范围内的民宿与旅游资源间的关系,为民宿成为旅游目的地名片助力。

基金项目

项目名称:基于民宿点位的旅游目的地信息传播研究;项目编号:202113290007。

参考文献

- [1] 沈士琨,史春云. 苏南、浙北地区民宿空间分布特征及其影响因素[J]. 热带地理, 2022, 42(1): 123-135. <https://doi.org/10.13284/j.cnki.rddl.003417>

- [2] 胡小芳, 李小雅, 王天宇, 赵红敏, 杨铄, 邓磊, 李景旺. 民宿空间分布的集聚模式与影响因素研究——基于杭州、湖州、恩施的比较[J]. 地理科学进展, 2020, 39(10): 1698-1707.
- [3] 赵雅萍. 湖州市民宿空间集聚及发展研究[D]. [硕士学位论文]. 上海: 上海师范大学, 2018.
- [4] 殷鼎, 史兵, 陈小蓉. 我国体育非物质文化遗产旅游资源空间分布研究——基于 GIS 空间分析[J]. 北京体育大学学报, 2018, 41(11): 116-122. <https://doi.org/10.19582/j.cnki.11-3785/g8.2018.11.017>
- [5] 关于苍南县2020年国民经济和社会发展计划执行情况与2021年国民经济和社会发展计划(草案)的报告[EB/OL]. http://www.cncn.gov.cn/art/2021/2/23/art_1229242433_3898994.html, 2022-02-20.
- [6] 林思思, 林乃鹏. 浙南看一看 苍南第一站[N]. 温州日报, 2021-07-27(002). <https://doi.org/10.28840/n.cnki.nwzrb.2021.002262>
- [7] 来梦丽, 李征宇. 古城荆州文化与旅游类微信公众号传播力研究[J]. 城市学刊, 2021, 42(1): 82-87.
- [8] 靳镇泽, 卞栎钰. 反恐微信公众平台传播效果影响因素研究[J]. 辽宁警察学院学报, 2022, 24(1): 84-91.
- [9] 陈成丽. 苍南县民宿产业政策执行问题研究[D]. [硕士学位论文]. 成都: 四川师范大学, 2021.
- [10] 洪涛. 苍南县乡村旅游发展研究[D]. [硕士学位论文]. 重庆: 西南大学, 2021. <https://doi.org/10.27684/d.cnki.gxndx.2021.003996>