

Study on the Promotion Strategy of Mountain City Walkway from the Perspective of Recreation

—A Case Study of the Third Mountain City Walkway of Chongqing

Yuan Gao, Yunyao Zhang*

College of Geography and Tourism, Chongqing Normal University, Chongqing
Email: zhyunyao@126.com

Received: Mar. 11th, 2020; accepted: Mar. 25th, 2020; published: Apr. 1st, 2020

Abstract

Based on the recreational vision, the third Mountain City Walkway in Chongqing is selected as the research object, and the SWOT analysis of the recreation experience of the Mountain City Walkway is carried out by using the methods of field investigation and theoretical research. Combined with the characteristics of mountain city walkway and the method of five senses of experience stimulation, this paper puts forward the path of mountain city walkway experience promotion from the aspects of walking system, walking environment, cultural and natural landscape characteristics, supporting infrastructure, ecological environment and so on. It is beneficial to the brand building of "Mountain City Walkway" in Chongqing to meet the increasing demand of people for the recreation experience of the track itself, and it is hoped that it will be helpful to the design and development of the recreation experience of the same type of mountain city Walkway.

Keywords

Recreation, Mountain City Walkway, Chongqing

基于游憩视角下山城步道体验提升策略研究

——以重庆第三山城步道为例

高源, 张云耀*

重庆师范大学地理与旅游学院, 重庆
Email: zhyunyao@126.com

收稿日期: 2020年3月11日; 录用日期: 2020年3月25日; 发布日期: 2020年4月1日

*通讯作者。

摘要

本研究基于游憩视野, 选择重庆第三山城步道为研究对象, 采用实地调研和理论研究的方法, 针对山城步道的游憩体验进行了SWOT分析, 并结合山城步道特征以及五感体验刺激的方法, 从山城步道的步行系统、步行环境、文化与自然景观特色、配套基础设施、生态环境等角度, 提出了山城步道体验提升的路径, 满足人们对步道本身日益增加的游憩体验需求, 有利于重庆“山城步道”品牌塑造, 希望有助于对同类型山城步道的游憩体验设计和发展提供一些参考。

关键词

游憩, 山城步道, 重庆

Copyright © 2020 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. 绪论

由于城市化的不断发展, 人民生活质量也不断提升, 休闲意识也逐渐增强。在面对压力和繁忙的工作之外, 人们更需要释放压力, 放松自我, 消除疲劳, 渴望在不断发展的城市中, 体验轻松、自然、趣味的游憩活动。重庆市政府现已出台《重庆市城市提升行动计划》, 其中提到丰富慢行系统“毛细血管”, 打造“山城步道”特色品牌, 将山城步道与历史人文相结合, 打造精彩的城市步道体验路线。因此, 规划适合休闲度假的山城步道旅游资源、打造良好的山城步道游憩体验环境, 提升整体步道体验是旅游城市面对休闲时代场地旅游发展的必然[1]。本文通过对山城步道体验的游憩视角下的SWOT分析, 充分利用山城步道的独特性, 结合游憩体验的要素, 找到提高山城步道游憩体验的路径和方法, 满足游客的游憩体验需求, 促进山城步道体验的发展, 促进山城步道系统的合理利用, 这对于塑造特色的“山城步道”品牌, 打造重庆城市特色, 促进重庆旅游发展有着非常重要的现实意义。

2. 理论基础及研究对象

早在上世纪 20 年代, 西方国家就开始建立和研究步道。深入研究了关于步道的景观设计、生态化、人性化等, 步道的建设就是将本国优美的自然环境和独特的人文景观来满足人们日益增长的旅游体验需求[2]。国内对步道的研究还在起步阶段, 主要在步道网络体系、景观设计、文化传承、生态规划等方面进行了研究。在山城步道的体验性研究中, 普遍认为山城步道的体验包括了山城步道生态旅游、自然体验、环境教育、休闲游憩与景观欣赏等诸多方面[3]。同时, 提出步道系统的建设与体验设计, 要与环境相适应, 要突出步道文化的体现和保护, 充分考虑步道与周边自然风景的相适应[4]。为了解游客体验的质量引用了满意度进行衡量[5], 主要指出要从提高游客融入度和互动参与性方面来改善游客的体验。由于人们的休闲与生态旅游的观念不断深入, 步道体验已经是一种新的旅游趋势, 对于山城重庆而言, 山城步道体验是山地城市的独特魅力的最佳体验方式之一。基于此, 本文对于山城步道的游憩吸引物、解说系统、游憩活动、游憩环境、游憩服务设施等体验方面进行SWOT分析, 并结合人性化、生态化、系统化等原则[6], 提出山城步道体验提升的方法和路径。

重庆第三山城步道处于重庆市渝中区的核心区域, 位于重庆文化的发源地渝中半岛, 具有典型的山地城市竖向轮廓风貌特色。步道全长 3.9 公里, 由于山地地形的影响, 其高差达到了 80 米, 是山城步道中距离最长, 其坡度也高的历史古道。山城步道, 除了承载交通出行功能, 还是人们漫步山水间, 品味城市历史文化的重要载体, 每条步道都带给人不一样的体验。

3. 山城步道体验的 SWOT 分析

3.1. 优势

1) 游憩体验资源丰富。重庆在历史的长河中, 已经留下来三千年的辉煌了, 拥有壮丽的自然风光, 集高山、绿水、清泉、峡谷、溶洞等独特景观, 还融合了丰富的人文景观, 如巴渝文化、民族文化、移民文化、三峡文化、陪都文化、都市文化。独特的山城景观, 使山城步道体验更富有层次感, 步道体验中的游憩方式和景观变化的多样性得到充分展现。

2) 地理区位优势。作为西部最大城市和唯一直辖市, 重庆市拥有良好的水、陆、空这三大交通体系条件, 是东西部的连接桥梁, 良好的交通条件赋予重庆强大的游憩吸引力。

3.2. 劣势

1) 山城步道体验零散化和碎片化。由于缺乏对整个城市的山城步道的统筹规划, 系统联系不足, 重庆的山城步道整体呈现出零散性和碎片化的特点。山地城市游憩空间[7]现状布局零散, 且分布不均衡。游憩空间之间也缺少关联性, 而且空间的联系性弱, 使游憩活动不能连续的展开。

2) 步道体验环境较差。对于山城步道而言, 由于山地地形的影响, 游客的游憩体验所需的步行需求量较大, 但其步行空间拥挤、步行环境较差、步行交通设施不足。

3) 步道体验的便捷性、舒适性不足。山城步道与城市的公共交通之间的衔接不够, 人们到底山城步道周围的交通站点后, 还是需要持续步行一段距离后才能到达其起点, 部分地区可能还会出现严重的绕路情况, 没有解决景点与轨道、公交站点的“最后 500 米”的实际问题。人们的游憩活动体验具有、依靠性、人看人、亲自然性等游憩行为特征, 但是大部分山城步道体验空间往往是背街、小巷, 出入口较为偏僻且不明确, 路牌也不够明显, 对绝大多数游客, 尤其是外来人群而言, 他们很难找到正确的步道体验路径。

4) 游憩体验开发力度不足。由于山城步道的多样性, 不仅有山林步道纵向空间, 也有滨江步道横向的线性空间, 具有丰富的旅游的自然资源和人文资源。而这样丰富的资源在步道中只是简单的存在, 没有得到充分的步道游憩体验开发。而且步道中还存在一些待开发的“灰色空间”, 这些“灰色空间”不仅没有得到有效的步道体验开发, 其标识缺失, 没有路灯、路牌等基础设施, 也影响了山城步道体验的安全性和畅通性。

5) 配套设施不完善。山城步道游憩体验的配套设施不完善, 道路中休闲设施和服务设施不够完善, 无法满足居民的游憩活动需求[7]。山城步道中, 一方面有的基础设施使用多年, 没有得到及时的更新和修复, 其自身的陈旧落后难以与不断发展的现代化生活相匹配。另一方面, 步道中的基础设施还受到了人为破坏。

6) 缺乏对特殊人群的关怀。对于山林步道这种山城步道体验来说, 由于地形的限制, 步道由大量的梯道和坡道组成, 其高差较大, 而在这些步道中, 缺乏对于体力不好的、例如老人、小孩等群体的关怀, 没有设置帮助其完成步道体验的设施, 比如扶手, 电梯。

3.3. 机遇

1) 休闲游憩需求增加。随着我国城市化的不断发展, 人民生活质量也不断提升, 休闲意识也逐渐增强。在面对压力和繁忙的工作之外, 人们更需要释放压力, 放松自我, 消除疲劳, 渴望在不断发展的城市中, 体验轻松、自然、趣味的游憩活动。

2) 政策支持。近年来, 随着城市的发展和市民对健康生活方式的追求, 山城步道的作用和意义日益凸显。《重庆市城市提升行动计划》提出, 要丰富慢行系统“毛细血管”, 打造山城步道特色品牌; 重庆规划自然资源局已编制完成《重庆市主城区山城步道专项规划》, 细化了山城步道建设的具体路径。

3.4. 挑战

1) 建设改造使其失去原生性。大量步道的原生性^[8]遭到破坏甚至丢失。许多具有传统意义的步道因为没有被重视起来, 被现代化建设覆盖, 失去其本身步道的特色, 有的步道虽然被保存下来, 但其原有的居住功能被餐饮旅游功能代替, 其原生性也遭到破坏。

2) 生态环境的破坏。山城步道所处的生态环境大多是脆弱。如陡坡、山崖、山脊、山顶等自然区域。在目前的建设形势下, 对生态的关注不够, 所以也存在许多的问题, 主要体现在绿化面积不足, 绿化具有较差的渗透性, 植物破坏和树种危机等。

3.5. SWOT 总结

通过 SWOT 分析法的运用, 发现了山城步道体验性的两大优势, 即游憩体验资源丰富和地理区位优势; 发现了六大劣势, 即山城步道体验零散化和碎片化, 环境较差, 便捷性和舒适性不足, 开发力度不足, 配套设施不完善, 缺乏对特殊人群的关怀。显然目前山城步道的体验性虽然有着无法替代的优势, 但同时也存在着较大的劣势, 这也给提升步道的体验性提供了较大的空间与可能性, 而真正要实现品质的提升还需要把握住当下休闲游憩需求增加和政策支持力度大增的机遇, 同时, 深入思考建设改造使其失去原生性和生态环境破坏带来的威胁。

4. 基于游憩视角下山城步道体验提升路径

4.1. 加强山城步道游憩体验的路径连接

由于山城步道的便捷性不足, 建议将山城步道内部的路径与外部的交通系统进行衔接, 增强其步行交通的可达性、转换性。将步道内分散的游憩空间节点, 通过多样性的路径连接起来, 形成步道内系统的且有连续性的游憩体验空间, 满足并丰富游客多样的、延续性的游憩体验需求。根据游客游憩体验的安全性和便捷性特征, 在原有环境的基础上, 设计出游客游憩路径的整体路线, 使游客的游憩体验路线更清晰明了。

4.2. 优化山城步道的步道体验环境

鉴于山城步道的环境较差, 建议山城步道应合理布置植被, 一方面, 从视觉上, 规划设计山城步道特色的景观植被, 加强对步道的环境管理, 保证步道的清洁度。另一方面在听觉上, 种植具有降噪降音的景观植被, 还可以在沿途放置小音箱, 播放轻音乐, 打造安逸舒适的步道体验的环境氛围, 满足游客在游憩体验过程中舒适感及愉悦感等主观感受。

4.3. 营造特色, 打造地域特色性山城步道

由于山城步道的城步道体验零散化和碎片化、体验开发力度不足, 建议要从游憩的角度考虑山城步道体验, 就得挖掘出山城步道存在的游憩体验资源。自然资源本身具有生态和游憩两大功能, 将山城步道以及周边的自然资源通过步道串联起来, 可凸显出山城步道的自然特色和独特城市魅力。同时, 自然游憩资源也能为游人带来多方位的步道视觉体验, 结合建筑有意识的预留视线廊道, 营造更加整体、多变的视觉景观。人文资源是展现城市文化底蕴的重要载体, 主要是历史文化遗产和本土文化场所。包括历史街巷、文化遗址、纪念地、特色建(构)筑物、宗教场所等。它们具有较高的历史价值, 能够反应城市

的历史足迹和特色风貌, 将其与步道的自然环境相结合, 以人文游憩资源为吸引点, 不仅能实现教育、景观和游憩的步道体验, 还能起到保护和传承文化资源的作用, 从而提高山城步道的文化内涵, 突出城市的文化底蕴。

4.4. 加强游憩设施建设, 满足游憩需求

由于目前山城步道的舒适性不够, 游憩满足度不高, 建议增加山城步道游憩服务, 丰富步道游憩体验内容。游憩服务设施是步道体验的灵魂, 是体验活动产生的诱发剂。适当合理的游憩设施配置, 不仅可以满足人们游玩、消遣的需求, 还可以陶冶人们的情操, 锻炼人们的体智与心智[9]。例如, 在步道观景体验方面, 考虑到日夜、四季不同的景观特色, 可以建设位置合理的眺望点、观景台等设施, 展现出山城独一无二的夜景景观和人文景观, 让大家更好地眺望“山水之城”。

4.5. 完善山城步道游憩公共设施

目前山城步道的配套设施仍不完善, 缺乏对特殊人群的关怀, 因此需要从以下几个方面完善山城步道游憩公共设施。

1) 休息设施。山城步道体验会消耗游人的大量体力带来疲惫感, 休息设施是步道体验中常用但不可或缺的基础设施, 在山城步道合理的布置休息设备和游憩休息节点, 休息设施不仅提供舒服休息, 还是人们社交的平台。可以丰富多样的座椅形式, 有单人和多人的选择, 考虑天气的因素, 防止日晒雨淋, 休息设施可以设置在绿荫处或者建设具有遮阳避雨功能的半封闭式的休息空间。

2) 信息和标识设施。不仅在明显的交叉路口设置指示方向和景点的引导牌, 也要考虑到引入一些与附近区域相关的信息。在一些尚未开发的灰色空间和危险地带, 不仅要有引导牌的指引, 还需要设置警示标示, 避免不安全因素。所有的标识系统也要考虑到自身特点, 要结合自身周围的环境因素, 从色彩、材质、性质等方面, 寻求与环境的和谐统一。

3) 安全保障设施。这是维护步道, 保证步道体验的安全的必要前提, 也是必要的基础设施, 设在路况复杂、容易造成混淆和尤其明显的位置上, 置报警点、报警标识、定位救援辅助设施, 并标注求助电话、报警点编号等信息。照明设施主要为夜间体验步道提供可能性, 不仅仅提供光线的功能, 也是确保安全的有力措施。不仅能增加人们在步道游憩体验的时间, 还能利用光线、光影等不同的特性营造或温馨静谧或明亮欢快的环境, 打造出一个与众不同的夜景, 丰富步道体验的多样性和重庆山城步道体验的独特性。

4) 完善基础服务设施。便捷性与舒适性是吸引人们进行游憩体验的特征, 由于现代化的发展, 可以在山城步道建设便民的驿站, 提供便利的商业设施、休息座位, 洗手间、饮用水、无线网络和充电设施等; 提升游客步道体验的便捷性体验, 居民和游客在进行步道体验活动中, 休憩、如厕、上网、充电等需求将更好地得到满足。对于商业设施, 可采用自动售货机的模式, 提高使用的自助功能。

5) 人性化无障碍设计。在步道地形起伏较大或距离较远的区域, 可以考虑建设一些交通设施来实现各个群体的无障碍步道体验。例如在街巷步道上, 可以建设升降电梯与电动扶梯, 一方面可以满足步道体验的交通方式的多样性, 另一方面, 可以满足老年人或者不适合山地步道爬坡上坡步道体验的居民和游客的游憩体验需求。在一些突出位置, 还可以设置扶手来实现老年群体的无障碍步道体验。

4.6. 协调性发展, 生态环境的保护

面对着失去原生性和生态环境破坏带来的威胁, 在步道体验的发展建设中, 要实现经济、社会、生态效益的和谐统一。由于山城步道大多处于在生态敏感的地区, 尽量对生态环境做最少的干扰, 要用科学的理论利用和营造生态环境。

基金项目

重庆市教育委员会科学技术研究计划青年项目: 大数据综合运用下重庆都市慢行交通系统提升路径研究; 重庆师范大学校立项目: 基于大数据综合应用的重庆旅游慢行交通系统研究(18XWB009)。

参考文献

- [1] 温碧莉. 浅谈游憩视角下旅游城市慢行系统规划——以桂林市为例[J]. 广西城镇建设, 2012(8): 68-71.
- [2] 黄红华. 国家步道旅游体验的影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 湖南师范大学, 2018.
- [3] 罗清吉, 陈宗承. 北大武山登山步道系统规划之研究[C]//海峡两岸科技与经济论坛, 2008.
- [4] 朱忠芳. 森林公园游步道产品规划设计研究[D]: [硕士学位论文]. 福州: 福建师范大学, 2009.
- [5] 王婉飞, 王毅菲, 樊玲玲. 城市游憩商业区(RBD)深度体验研究[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2009, 39(1): 43-50.
- [6] 曹静怡. 基于游憩功能的城市绿地系统规划研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京林业大学, 2010.
- [7] 史靖源, 史耀华. 文化景观视野下的山城步道构成与特征解析——以重庆渝中半岛山城步道为例[J]. 中国园林, 2017, 33(9): 120-123.
- [8] 赵阳. 基于可视化大数据的城市徒步路径环境研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨工业大学, 2015.
- [9] 杨晋苏. 基于自组织适应性的重庆渝中半岛山城步道发展规划策略研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆大学, 2011.