

# Analysis and Evaluation of Tourism Location of Zipeng Mountain

Yunying Zhang<sup>1,2,3</sup>, Manping Xie<sup>1,2</sup>, Yuhui Li<sup>1</sup>, Chaomin Nong<sup>3</sup>, Yinxia Jiang<sup>3</sup>

<sup>1</sup>College of Tourism & Geography Science, Yunnan Normal University, Kunming Yunnan

<sup>2</sup>Key Laboratory of Plateau Lake Ecology & Global Change, Kunming Yunnan

<sup>3</sup>No.1 Middle School of Xishan District, Kunming Yunnan

Email: eagle21@126.com, formelody@126.com

Received: May 25<sup>th</sup>, 2020; accepted: Jun. 5<sup>th</sup>, 2020; published: Jun. 12<sup>th</sup>, 2020

---

## Abstract

The tourism location is the spatial relationship between the tourist destination and the tourist source, as well as the accessibility of other destinations around it, which can affect the status of the tourist destination and the number of passenger flow at a macro level. Therefore, in order to obtain a better allocation of tourism resources, location analysis is of great significance to the development of tourism resources. This paper analyzes the tourism area from the aspects of resource location, tourist source (market) location, traffic location, economic location, cultural location, etc., and finds that the main tourism resources' advantage of Zipeng Mountain scenic spot is prominent, the location condition is superior, and the short distance leisure tourism market has a broad prospect. But the infrastructure is slightly inadequate. Therefore, it is suggested that on the basis of continuing to protect the original ecological environment, the publicity of scientific research and research tourism should be strengthened, and the corresponding explanatory signs should be set up beside the important geological relics, so as to improve the scientific value of the area. At the same time, according to the different needs of tourists, different tour routes are designed to increase the tourists' sense of experience, and at the same time, improve the return rate of tourists. Extend the subway to this point, set up a special station, and create a unique site culture. Give full play to the advantages of mountains and local climate, develop forestry and specialty areas, extend the industrial chain, increase the added value, create more jobs for the local, improve the local economic income, and at the same time, create a unique brand in a disguised way, for the world tourist attractions to accumulate capital. We will continue to maintain the heritage of ancient architecture and culture, adopt various forms, and increase the experience and participation of tourists.

## Keywords

Zipeng Mountain, Tourism Location, Location Analysis

---

# 紫蓬山旅游区位分析与评价

张云鹰<sup>1,2,3</sup>, 谢曼平<sup>1,2</sup>, 李玉辉<sup>1</sup>, 依朝敏<sup>3</sup>, 蒋银霞<sup>3</sup>

<sup>1</sup>云南师范大学旅游与地理科学学院, 云南 昆明

<sup>2</sup>高原湖泊生态与全球变化重点实验室, 云南 昆明

<sup>3</sup>昆明市西山区第一中学, 云南 昆明

Email: eagle21@126.com, formelody@126.com

收稿日期: 2020年5月25日; 录用日期: 2020年6月5日; 发布日期: 2020年6月12日

## 摘要

旅游地与客源地, 及周围其它目的地之间的空间关系以及交通的可达性等即为旅游区位, 它可以在宏观上影响该旅游地的地位以及客流量的多少等。因此, 为了旅游资源可以得到更优的配置, 区位分析对旅游资源的开发具有重要的意义。本文从资源区位、客源(市场)区位、交通区位、经济区位、文化区位等方面对紫蓬山旅游区进行分析, 发现紫蓬山风景区主要旅游资源优势突出, 区位条件优越, 短途休闲旅游市场前景广阔。但基础设施略有不足。因此, 建议在继续保护好原有生态环境的基础上, 加强科考和研学旅游方面的宣传, 并在重要的地质遗迹旁边设立对应的讲解指示牌, 以提高该地的科学价值。同时, 根据游客不同的需求, 设计不同的游览路线, 增加游客体验感的同时, 提高游客的回头率。将地铁延伸至此, 设立专门的站点, 并打造独具特色的站点文化。适当发挥山地和当地气候的优势, 发展林业和特产区, 延长产业链, 增加附加值, 为当地增加就业岗位, 提高当地的经济收入的同时, 变相地打造独具特色的品牌, 为跻身世界旅游景点积累资本。继续维护古建筑和古文化的传承, 采用多种形式, 增加游客的体验感与参与度等。

## 关键词

紫蓬山, 旅游区位, 区位分析

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. 引言

区位, 是某一事物或主体所占据的位置, 具体可理解为一定的空间地理坐标[1]。区位作为区域经济发展的空间要素, 一向被视为实现最大化经济活动效益的位置条件[2]。传统观点中, 旅游区位被看成是影响旅游业发展和旅游景点开发的空间位置[3]。经济地理学中, 旅游区位还包括客源区位、资源区位和交通区位等[4]。在实践中, 王衍用[5]提出了“客源区位看位置、资源区位看结构、交通区位看线路”的策略, 以及区域旅游发展的环境评价等。此外, 李庆雷等[6]还补充提出了经济区位(影响旅游投入水平、本地消费规模和基础产业支持能力等)、生态区位(影响旅游景观环境质量在生态格局中的开发利用模式及地位), 文化区位(关系旅游地文化特色) [7]等。有鉴于此, 本文将试从资源区位、客源(市场)区位、交通区位、经济区位、文化区位等方面对紫蓬山旅游区进行分析与评价。

## 2. 地理概况

紫蓬山又称李陵山, 位于合肥市西南部, 景区距合肥市仅 18 公里(见图 1), 有“森林大道”与市区相通, 合六、合徐、合界、合宁高速公路, 宁西、合九、合蚌、合芜铁路从外围穿过, 距南京 1.5 小时的车程, 距武汉 2 个小时的车程, 距上海 3 个小时的车程, 交通便利(见图 2)。

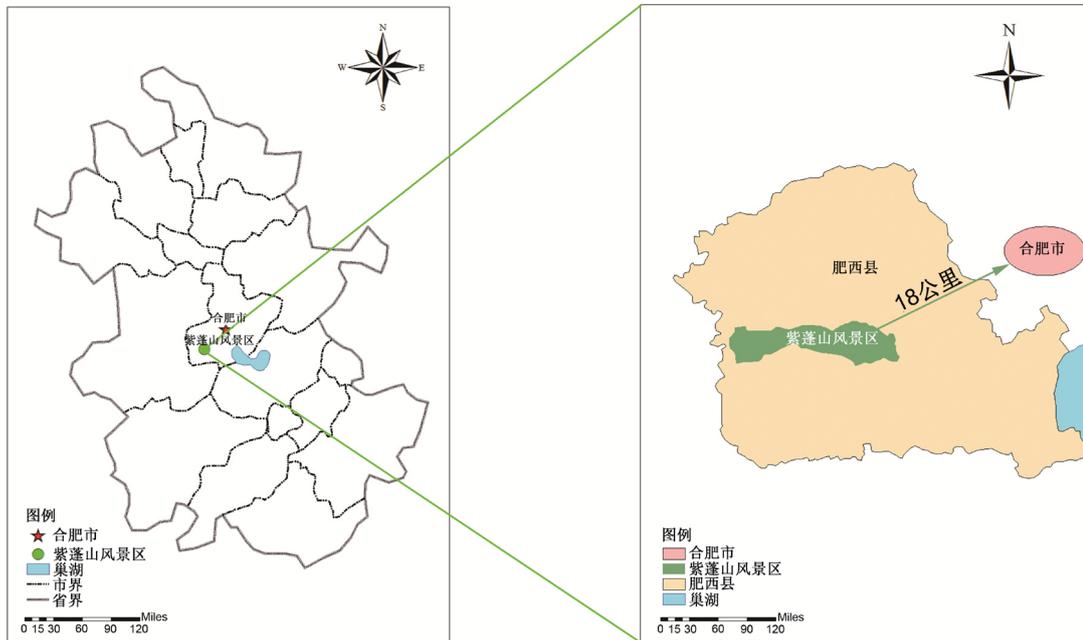


Figure 1. Map of Zipeng Mountain scenic spot  
图 1. 紫蓬山风景区省内区位图

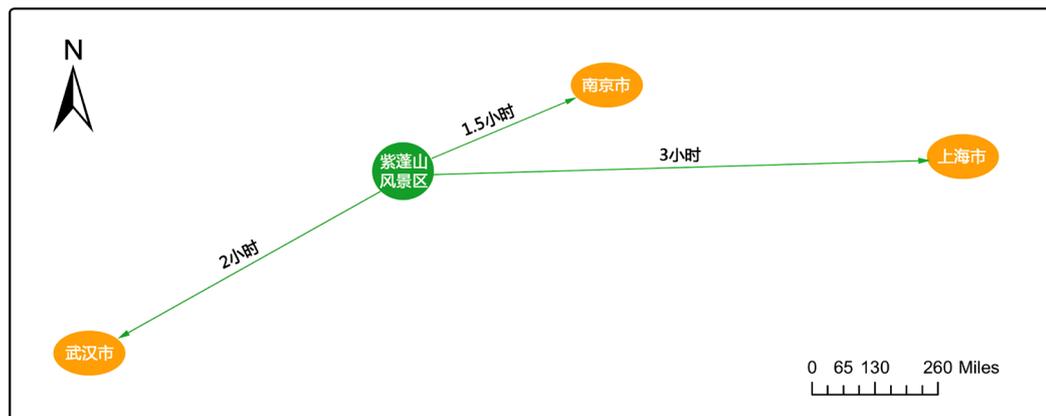


Figure 2. Railway traffic location of Zipeng Mountain scenic spot  
图 2. 紫蓬山风景区铁路交通区位简图

紫蓬山地处中纬度，位于江淮之间，虽为亚热带湿润季风气候，但实则属于暖温带向亚热带的过渡地带。气候温和，四季分明，降雨量近 1000 毫米，年平均气温约为 15.7℃。

紫蓬山拥有近百平方公里的国家级森林公园，植被覆盖率 96.3%以上，栖息鸟类 120 多种，名胜古迹众多。山丘自然生态景观、淮军故里圩堡群人文景观、佛教文化景观、以及体育训练基地，四者并重，成为独具特色的旅游资源。

### 3. 紫蓬山旅游区位分析

#### 3.1. 资源区位

资源区位即是指在空间位置某一旅游资源与其周围旅游资源之间的组合关系。即该地在空间位置上与其他邻近区域旅游资源的组合关系[8]。

紫蓬山风景区内森林面积达 5 万余亩, 覆盖率高达 99%, 拥有安徽乃至华东最大的古森林, 1000 多株百年以上的松树、栎树; 120 多种栖息鸟类, 生物多样性丰富, 自然生态景色宜人, 非常适合发展生态观光游。此外, 紫蓬山地区有发育完整的侏罗系沉积岩, 相比于同类自然旅游风景区, 其特色鲜明的地质遗迹, 又成为科考和研学旅游的圣地。

因此, 建议在继续保护好原有生态环境的基础上, 加强科考和研学旅游方面的宣传, 并在重要的地质遗迹旁边设立对应的讲解指示牌, 以提高该地的科学价值。同时, 根据游客不同的需求, 设计不同的游览路线, 增加游客的体验感的同时, 提高游客的回头率。

### 3.2. 客源(市场)区位

市场区位是指旅游目的地与游客之间的空间关系。其中, 出游的动机和出游能力与客源地的人均国民收入、人口密度和地方消费文化等有关。由于我国人口和经济发展不均, 因此, 对于我国现状而言, 经济相对落后的中西部地区的出游率明显低于经济比较发达的东部和南部沿海地区。同时, 游客的到访对于目的地而言, 实际上是市场分割的结果。

相比于中西部同类自然旅游风景区, 其距离东南沿海客源市场更近。据统计, 近年来紫蓬山风景区虽然客源稳定, 但仍以国内客流为主。因此可知, 该地的知名度还不是很高。

故建议在发挥当地特色的基础上, 利用各种方式, 加强紫蓬山风景区在国内外的宣传力度, 打造品牌优势, 吸引客源。

### 3.3. 交通区位

交通区位是决定游客是否能到达旅游地的重要基础。通过最小的活动量, 获得最大的接触机会, 不仅是人类活动的基本规律, 同时也是旅游活动的基本规律。行游比就是这一规律的度量和表征。发达的交通, 可以缩小游客的时间距离感, 同时提升游客的旅游舒适度。

紫蓬山位于我国安徽省合肥市的西南部, 虽然公路、铁路四通八达, 且距离机场也仅约 29.3 km。相比于西部同类自然旅游风景区, 其交通相对便利, 容易到达。但人气比较高的现代化地铁却未延伸至此, 实则有点惋惜。

故建议将地铁延伸至此, 设立专门的站点, 并打造独具特色的站点文化。地铁的建设, 不仅可以提升平日里周末本市的游客量, 同时还可以提升节日里外地游客的通达度及体验感。

### 3.4. 经济区位

经济区位可影响基础产业支持能力、旅游投入水平及本地消费规模。

随着紫蓬山风景区的建设, 其基础设施逐步完善, 地区接待能力也在不断增强。

因此, 建议紫蓬山可以适当发挥山地和当地气候的优势, 发展林业和特产区, 延长产业链, 增加附加值, 为当地增加就业岗位, 提高当地的经济收入的同时, 变相的打造独具特色的品牌, 为跻身世界旅游景点积累资本。

### 3.5. 文化区位

文化区位是旅游地文化的特色, 是吸引游客, 提升旅游价值的重要因素。

紫蓬山有着源远流长的佛教历史, 紫蓬山庙会, 不仅成为肥西县旅游的重要节日, 更是皖中地区乃至合肥的重要旅游节日, 且每年在此时都会吸引大量的游客。北部山顶有始建于三国的皖中名刹西庐寺、西汉大将李陵后代三国名将李典之墓、五百罗汉雕塑、周瑜读书处、洗砚池、文昌阁等众多胜迹遗址,

可让游人发思古之幽情。山下有淮军故里刘老圩、张老圩、唐老圩、周老圩等圩群堡享誉四方，相比于同类自然旅游景区，其文化价值和旅游价值日益凸显，影响辐射全国。

因此，建议紫蓬山继续维护古建筑和古文化的传承，采用多种形式，增加游客的体验感与参与度，例如，每年可在庙会时节，在山上举办独具特色的大锅饭，每人只需几元钱便可以随便吃。这样不仅可以提高游客的回头率，还可以有效的提升景点的知名度。

#### 4. 结论

1) 紫蓬山风景区旅游资源丰富，类型多样，美学、科学、历史文化价值高，资源集群状况优，旅游景观丰富，地域组合状况较好，优势突出，区位条件优越，短途休闲旅游市场前景广阔。

2) 紫蓬山风景区自然景观独特，适宜发展生态旅游，同时，特色鲜明的地质遗迹，也适宜开发地理研学产品。

3) 紫蓬山风景区北部山顶有始建于三国的皖中名刹西庐寺等众多胜迹遗址，可让游人发思古之幽情。山下有淮军故里刘老圩等圩群堡享誉四方，文化价值和旅游价值日益凸显，影响辐射全国。

4) 随着 AAAA 级国家风景名胜区的申报成功，其旅游地位将进一步提升，其经济价值会更加明显。

5) 紫蓬山风景区旅游业的发展将进一步推动地方产业结构的不断调整，拉动地方三产服务行业的快速发展，增加就业机会，提高服务水平，促进环境保护和可持续发展等。

#### 5. 建议

1) 建议在继续保护好原有生态环境的基础上，加强科考和研学旅游方面的宣传，并在重要的地质遗迹旁边设立对应的讲解指示牌，以提高该地的科学价值。

2) 同时，根据游客不同的需求，设计不同的游览路线，增加游客的体验感的同时，提高游客的回头率。

3) 将地铁延伸至此，设立专门的站点，并打造独具特色的站点文化。

4) 适当发挥山地和当地气候的优势，发展林业和特产区，延长产业链，增加附加值，为当地增加就业岗位，提高当地经济收入的同时，变相地打造独具特色的品牌，为跻身世界旅游景点积累资本。

5) 继续维护古建筑和古文化的传承，采用多种形式，增加游客的体验感与参与度等。

#### 参考文献

- [1] 郝寿义, 安虎森. 区域地理学[M]. 北京: 经济科学出版社, 1999: 42.
- [2] 栾贵勤. 区域经济学[M]. 北京: 清华大学出版社, 2008: 7-8.
- [3] 谌莉, 张树夫, 李巍, 郭静. 钟山风景区陵墓旅游资源的旅游区位特性分析[J]. 南京师范大学报(自然科学版), 2002, 25(4): 110-115.
- [4] 张郭富. 区域经济学原理[M]. 北京: 轻工业出版社, 1999: 331.
- [5] 王衍用, 殷平. 旅游规划与开发[M]. 北京: 北京大学出版社, 2007: 62.
- [6] 李庆雷, 唐跃军, 杨春和. 旅游区位创新论[J]. 西华大学学报(哲学社会科学版), 2011, 30(4): 110-114.
- [7] 李庆雷, 明庆忠. 旅游规划: 技术与方法[M]. 天津: 南开大学出版社, 2008: 112-113.
- [8] 要铁丽, 郑国. 旅游区位非优区的旅游业发展研究——以山西运城为例[J]. 旅游学刊, 2002, 17(5): 58-61.