

“水上嘉年华”区位选择的影响因子分析* ——以成都“移动水世界”和江阴“韩国之夏”为例

李红凤, 杨晓霞

(西南大学地理科学学院, 重庆 400715)

摘要 成都的“移动水世界”和江阴的“韩国之夏”均为引进韩国专利技术建立的室外季节性可拆卸式水上休闲娱乐项目,其设施、运营模式、客源市场都相似,但最终经济效益大相径庭。本文从理论上予以分析,着重对比了“移动水世界”和“韩国之夏”在区位上的差异性:江阴每年夏天的平均气温和晴天数均高于成都同期;江阴人均GDP为成都的3倍,恩格尔系数低于成都2~3个百分点,人均可支配收入为成都的1.5倍左右,娱乐消费倾向也强于成都;江阴市的“韩国之夏”市场竞争相对较小;“韩国之夏”地理位置优于“移动水世界”,可进入性相对较好,地价性价比上,江阴为0.096,明显高于成都的0.058;江阴市政府的支持力度也大于成都市政府;而劳动力因素方面,“韩国之夏”更注重员工的持续性,且平均工资比“移动水世界”低350~450元。因此认为影响水上嘉年华区位选择的因子包括气候气象因素、经济因素、市场竞争因素、可进入性、地价性价比、政策支持力度、劳动力因素等。最后得出结论,水上嘉年华应选址于:1)夏季炎热、干燥少雨、风速低、晴天多;2)人均GDP高、恩格尔系数低、人均可支配收入高、居民娱乐消费倾向强;3)人口基数大、同类竞争相对较弱;4)可进入性强、交通便捷、位于城市主干道、临近城市地标建筑附近;5)地价性价比高;6)政府支持力度大,劳动力数量充足、价格低廉、素质较高的地区。

关键词 水上嘉年华 区位选择 影响因子;“移动水世界”;“韩国之夏”

中图分类号 F590

文献标志码 A

文章编号 1672-6693(2011)06-0084-05

1 问题的提出

嘉年华(Carnival)最初特指基督教节日,后来泛指狂欢、庆祝、欢宴等有组织的联欢活动,以及在各地巡回流动的游艺团^[1]。水上嘉年华是以水上游乐设施和游艺活动为基础的一种短期性社会娱乐活动,具有可移动性、短期性等特点。

成都“移动水世界”和江阴“韩国之夏”是2010年引进韩国专利技术建立的室外季节性可拆卸式水上休闲娱乐项目。可拆卸式游泳池1997年诞生于韩国,顺应了泳池市场力求简便、可移动式、非硬性池壁等发展趋势,相继获得韩国和美国专利。可拆卸式游泳池造价是传统泳池的1/3左右,形状大小随意设计,安装拆卸简单,夏季使用时简单安装即可,秋冬季节拆卸后打包放入仓库,可最大程度地提高土地使用率;可拆卸式游泳池实行24h循环过滤,水质清澈,可以实现整个夏季不换水。

根据2010年“移动水世界”及“韩国之夏”的相关统计数据,不难发现两者采用相同的娱乐设施、经营模式,均针对以儿童为主体的家庭群进行运营,却

取得了截然不同的结果(表1)。尽管导致两个同类项目不同结果的原因众多,但区位因素在其中产生了重要的影响。

表1 成都“移动水世界”与江阴“韩国之夏”经营状况比较

	移动水世界	韩国之夏
利润/元	-1 210 000	543 571
日均客流量/人次	96	769

2 娱乐项目选址研究现状

水上嘉年华属于水上娱乐项目,对其区位选择的研究可以借鉴现有关于旅游娱乐项目区位选择的成果。

我国研究者对娱乐项目选址的研究主要集中于大型主题公园选址的影响因子研究。最早关注旅游娱乐项目选址问题的研究者是保继刚,他于1994年以深圳“锦绣中华”和珠海“珍珠乐园”为例,对大型主题乐园布局进行分析,认为城市感知形象、经济发达程度、流动人口数量是影响布局的宏观因素;是否位于城市边缘区、主要公路干道旁,主题公园分散与

* 收稿日期 2011-09-14 修回日期 2011-09-21 网络出版时间 2011-11-10 15:03

作者简介 李红凤,女,硕士研究生,研究方向为旅游经济,通讯作者 杨晓霞, E-mail: yangxx_2004@163.com

网络出版地址 http://www.cnki.net/kcms/detail/50.1165.N.20111110.1503.201106.84_018.html

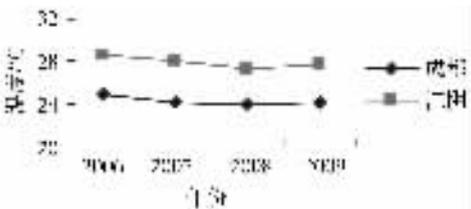
集中程度是影响布局的微观因素^[2]。黄秀琳对保继刚的研究结论进行了扩充,宏观因素包括依托地的社会文化特征、客源市场、可进入性、基础设施等;微观因素包括地价、交通、主题公园分散和集中程度^[3]。傅军认为,适宜主题公园选址建设的条件包括:人口密度大、出游率高;居民收入水平高,有较高的旅游消费能力;人口素质高,有广泛的需求爱好;经济发达,基础设施完善;旅游资源缺乏;政府支持^[4]。董观志、孟清超将影响主题公园布局的因素分为市场因素、投资环境、自然条件、文化因素 4 大类,共 13 个子因素,运用层次分析法建立了主题公园选址的层次结构,并把所有的影响因素进行了权重排序^[5]。

3 水上嘉年华区位选择的影响因子分析

3.1 气象气候因素

水上嘉年华为露天戏水型娱乐项目,选址主要受气象气候因素的制约。通过对 2010 年成都“移动水世界”和江阴“韩国之夏”2 个多月经营状况的对比分析,这些气象气候因素主要包括气温、风速、晴天数等。

气温高、风速低,人们裸露皮肤会感到酷热难耐,自然会增加对水上娱乐的需求。就“移动水世界”和“韩国之夏”两个项目所在地成都和江阴 2006—2009 年的气温状况而言,江阴每年夏天的平均气温高出成都 3~4℃左右(图 1)。根据 2010 年“移动水世界”和“韩国之夏”经营期间对项目所在地气温的实际监测,“韩国之夏”所在地 7~8 月的最高平均温度达 34.5℃,“移动水世界”30.2℃,与两地多年夏天平均气温的差异几乎相同。



注:图 1、图 2、表 2 的数据均来自《四川统计年鉴》(2007—2010 年)及《无锡统计年鉴》(2007—2010 年)。

图 1 成都市、江阴市 2006—2009 年夏季平均温度比较

晴天数对于水上娱乐项目的重要性是不言而喻的。首先,晴天一般较雨天气温高;其次,夏季降雨往往伴有雷电,在水中进行露天娱乐活动,危险系数较高,娱乐者的安全受到威胁。成都和江阴 2006—2009 年两地夏季降雨量波动较大,难以比较(图 2)。但实际统计表明,“韩国之夏”2010 年经营期间的晴

天数占总天数的 83.33%,而“移动水世界”则为 66.67%;“韩国之夏”高出 16.66 个百分点。

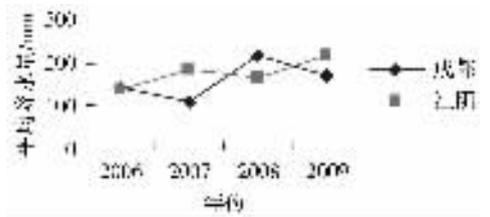


图 2 成都市、江阴市 2006—2009 年夏季平均降水量比较

3.2 经济因素

作为消费较高,集娱乐性、新奇性、时尚性为一体的水上嘉年华,选址时必须考虑项目所在地的经济发展水平、居民的消费水平、居民的消费结构等。

3.2.1 人均 GDP 人均 GDP 是衡量一个区域经济发展水平的常用指标。根据国际经验,当人均 GDP 达到 800~1 000 美元时,居民将普遍产生国内旅游的动机^[6]。统计表明,2006—2009 年成都市和江阴市的人均 GDP 均已超过产生国内旅游动机的标准。但是,江阴市人均 GDP 几乎是成都市的 3 倍,且呈逐年扩大的趋势(表 2)。

表 2 成都市、江阴市 2006—2009 年人均 GDP 比较

年份	江阴/元	成都/元	江阴:成都
2006	66 179	22 269	2.97:1
2007	78 223	26 525	2.95:1
2008	99 170	30 855	3.21:1
2009	109 869	35 215	3.12:1

3.2.2 恩格尔系数 恩格尔系数是反映居民消费水平和消费结构变动趋势的重要指标。计算公式为

$$\text{恩格尔系数} = \frac{\text{食物支出金额}}{\text{个人消费支出总额}} \times 100\%$$

恩格尔系数越接近于 1,表示该家庭越穷;越接近于 0,表示该家庭越富^[7]。根据联合国粮农组织划分贫困与富裕的标准,恩格尔系数在 59% 以上者为绝对贫困,50%~59% 为温饱,40%~50% 为小康水平,30%~40% 为富裕^[8]。通过查阅《成都统计年鉴》(2007—2010 年)、《江阴统计年鉴》(2007—2010 年)相关数据,计算出成都市和江阴市 2006—2009 年的恩格尔系数(表 3)。

表 3 成都市、江阴市 2006—2009 年的恩格尔系数

年份	2006	2007	2008	2009
成都市	33.88%	39.06%	37.38%	37.50%
江阴市	33.80%	35.45%	34.82%	35.60%

表 3 表明,2006—2009 年,成都市和江阴市居

民处于富裕阶段,生活水平较高,但江阴市的恩格尔系数从2007年以后平均低于成都市2~3个百分点,其居民消费水平高于成都市。

3.2.3 人均可支配收入 人均可支配收入既可以反映居民的消费能力,也能反映居民的消费结构。由于水上嘉年华的主要客源市场为城市居民,以下就成都市、江阴市城镇居民的人均可支配收入进行对比分析(表4)。

表4 成都市、江阴市2006—2009年城镇居民人均可支配收入比较

年份	江阴/元	成都/元	江阴:成都
2006	18 602	11 238	1.66 : 1
2007	21 013	13 617	1.54 : 1
2008	24 214	15 580	1.55 : 1
2009	27 119	17 589	1.54 : 1

注:资料根据《成都统计年鉴》(2007—2010)、《江阴统计年鉴》(2007—2010)相关数据整理而成。

菲利普·科特勒根据亚洲地区居民的年收入,将其消费特点概括成6个档次(表5)^[9]。从表4可知,2009年,成都市居民的可支配收入位于第Ⅲ层次,居民“娱乐或休闲的开支很显著”;江阴市居民的可支配收入位于第Ⅳ层次,居民产生“多样化的休闲开支,包括旅游度假”。并且,2006—2009年间,江阴市的人均可支配收入是成都的1.5倍左右。这表明江阴市居民的消费水平、消费结构的层次都高于成都市。

表5 亚洲地区居民收入水平与消费特点

层次	年收入/美元	消费特点
I	<1 000	主要集中在基本食品上;很少有可自由支配的消费开支
II	1 000~2 000	某些消费品开支;开始在外吃饭;某些超级市场购物开支,但所购产品范围有限
III	2 000~3 000	超级市场采购范围很广的产品;娱乐或休闲的开支很显著;耐用消费品的开支增加;购买个人使用的小型汽车和摩托车
IV	3 000~5 000	多样化的饮食消费;多样化的休闲的开支,包括旅游度假;耐用消费品开支范围很广,包括非必需的耐用品(摄像机或高保真音响);个人健身的开支增加;购买汽车增多
V	5 000~10 000	在外吃饭的开支增加;基本食品已为冷冻的加工食品所取代;开始出现奢侈饮料市场;休闲开支包括海外度假与购买奢侈品;出现投资
VI	>10 000	投资,奢侈品,家庭娱乐

3.2.4 娱乐消费倾向 居民的娱乐消费倾向可借用边际消费倾向模型来度量

$$\text{娱乐消费倾向} = \frac{\text{增加的娱乐消费支出}}{\text{增加的消费支出}}$$

通过查阅《成都统计年鉴》(2009—2010年)和《江阴统计年鉴》(2009—2010年)的相关数据,按照上述公式计算出成都市和江阴市2008—2009年的娱乐消费倾向(表6)。表6表明,江阴市城镇居民的娱乐消费倾向强于成都市。

表6 成都市、江阴市2008—2009年娱乐消费倾向比较

	2008年	2009年
成都市	0.062 5	0.095 6
江阴市	0.082 7	0.118 5

3.3 市场竞争因素

人工建造的旅游娱乐产品由于没有原赋旅游资源,容易被仿制,市场垄断性不强,竞争激烈^[10]。属于娱乐旅游产品范畴内的水上嘉年华在选址时必须考虑市场竞争因素。就空间范围而言,该类项目的主要客源为近程市场,中程和远程市场所占比重极低。比如,在“移动水世界”2010年经营期间,经营者对到访游客的调查统计表明,近程客源市场占总数的90%以上,且主要集中在以“移动水世界”为中心,半径1 300 m的范围内。因此,水上嘉年华选址的市场竞争因素着重分析其近程市场范围内的竞争状况。

江阴为县级市,辖区小,市区城镇人口48.4万(2010年)。江阴城区范围内不存在真正意义上的水上乐园;“韩国之夏”的出现正好迎合了市民的需求,没有同类竞争者,产品在市场竞争中处于有利地位。

成都是四川省的省会,辖9区,“移动水世界”位于锦江区内。尽管成都市城镇人口数量达到920.20万人(2011年第六次全国人口普查结果),但在成都市范围内,同类竞争项目众多。比如,“欢乐谷水世界”知名度较高,规模较大,已经形成了水上娱乐产品的品牌效应;即便是“移动水世界”所在的锦江区范围内,也存在着价格更低的“川大游泳馆”和“猛追湾游泳馆”。因此,“移动水世界”不仅竞争者较多,而且这些竞争者要么拥有品牌优势,要么拥有价格优势,致使其在竞争中处于不利地位。

3.4 可进入性

旅游活动在某种程度上表现为一种空间的转移和地理环境的变更。旅游者的到来是旅游地得以存

在和发展的前提,是旅游地吸引力和竞争力的重要影响因素^[11]。同属于旅游产品范畴的水上嘉年华在区位选择时应高度重视项目所在地的可进入性。可进入性是指旅游项目所在地“与外界交通往来的通畅和便利程度”^[12]。

“韩国之夏”位于江阴市澄江中路的体育馆,西临江阴市政府,东面为新的体育中心,南面为天华文化中心。江阴体育馆是江阴市民熟知的地标建筑,位于城市主干道上,距离京沪高速公路较近,进入者无论是乘公交车还是自己驾车都很便利。“移动水世界”位于成都市二环路锦华路东光小区停车场内,距万达广场约800 m,周围没有明显的标志性建筑,不在城市主干道上。许多游客反映,路途中耗费时间太长,旅游时间比高,感觉不合算。

3.5 地价的性价比

水上嘉年华项目所在地地价的高低与场地租金成正比,直接关系到其经营成本的高低,是影响该类项目选址的重要因素。但由于水上嘉年华属于娱乐项目,单纯考虑地价的高低是没有意义的,因为城市中地价高的地段多为市中心或繁华区,容易吸引游客,地价低的地段相对偏僻或者交通不便,游客较少。因此,应以地价的性价比作为选址的参考因素。

“移动水世界”选址于成都市东光小区内,日租金1 667元,经营期间平均日游客量为96人,则实际的地价性价比为0.058;“韩国之夏”选址于江阴体院馆内,日租金8 000元,经营期间平均日游客量为769人,实际的地价性价比为0.096。可见“韩国之夏”选址的实际地价性价比较“移动水世界”高。

3.6 政府支持力度

政府支持力度大小是水上嘉年华这类娱乐项目成功的又一关键因素。“韩国之夏”的成功运营与江阴市政府相关部门的鼎力支持密不可分。由于此前江阴市没有真正意义上的水上乐园,“韩国之夏”填补了这一空白,契合了江阴市政府打造“幸福江阴 和谐江阴”的目标。因此,无论是在项目审批上,还是在土地租借等方面,政府相关部门不仅大开绿灯,而且给予许多优惠,降低了项目的经营成本,保证“韩国之夏”能按照预定计划如期开业。相反,“移动水世界”从项目审批到土地租赁乃至开园等一系列活动,耗费了大量的人力和时间,错过了预定的最佳开业时间,为以后的运营埋下隐患。

3.7 劳动力因素

对水上嘉年华区位选择产生较大影响的劳动力

因素包括:劳动力数量、劳动力价格、劳动力素质等。

作为旅游项目的水上嘉年华,属于劳动密集型行业,对劳动力数量的需求较大。成都市和江阴市周边均为人口稠密区,具备了劳动力的数量条件。

为了降低水上嘉年华的经营费用,较低的劳动力价格会成为有利因素。“移动水世界”一般员工的月工资为1 650~1 850元;“韩国之夏”一般员工的月工资为1 200~1 500元;“韩国之夏”员工月工资较“移动水世界”低350~450元。

劳动力素质与娱乐产品的服务质量紧密相关。“移动水世界”雇佣的员工多为专科院校的大二学生,较缺乏社会经验和责任感,一旦觉得委屈或不如意,不管合约规定直接辞职,给“移动水世界”的经营带来一定的困难。“韩国之夏”在选择学生员工时,更注重员工积累的社会经验,并进行了前期培训考核,有效地避免了这一问题。

4 结论与讨论

4.1 结论

通过以上对“移动水世界”和“韩国之夏”所处区位的分析可知,影响水上嘉年华项目区位选择的因素主要有气象气候、社会经济发展水平、市场竞争因素、可进入性、地价的性价比、政府支持力度、劳动力因素等。具体而言,水上嘉年华应选址于以下地区:1)夏季炎热、干燥少雨、风速低、晴天多的地区;2)人均GDP高、恩格尔系数低、人均可支配收入高、居民娱乐消费倾向强的地区;3)人口基数大、同类竞争相对较弱的地区;4)可进入性强、交通便捷、位于城市主干道、临近城市地标建筑附近的地区;5)地价性价比高的地区;6)政府支持力度大,劳动力数量充裕、价格低廉、素质较高的地区。

4.2 讨论

1)水上嘉年华为时尚性娱乐项目,2010年刚刚引入我国成都和江阴进行尝试性经营。仅通过对两地区位条件的对比分析所得出的影响其区位选择因素的结论,普适性还需进一步验证。

2)本文仅描述性地给出了影响水上嘉年华选址的因子,对于指导该类项目选址的作用较为有限。如果能够通过进一步研究,将上述结论尽可能量化,其实际价值将会大大提高。比如,气象气候方面的夏季平均温度、风速、晴天数的具体数值;项目所在地人均GDP、恩格尔系数、人均可支配收入、居民娱乐消费倾向的具体数值;项目所在地地价性价比的

数值等等。

致谢 :成都沃特泰投资有限公司及陈小丽女士
为本文的撰写提供了资料 ,特致谢忱 !

参考文献 :

- [1] 李艳 ,张巧玲 ,董观志 . 中国嘉年华的制约因素与发展策略 [J]. 特区经济 , 2008(3) : 279-280.
- [2] 保继刚 . 大型主题公园布局初步研究 [J]. 地理研究 , 1994 , 13(3) : 83-89.
- [3] 黄秀琳 . 大型主题公园布局研究 [J]. 莆田高等专科学校学报 , 1999 (4) : 19-22 , 54.
- [4] 傅军 . 主题公园区位选址分析 [J]. 南方建筑 , 1999(3) : 77-78.
- [5] 董观志 , 孟清超 . 主题公园选址的层次结构分析 [J]. 商业时代 , 2006(2) : 79-80.
- [6] 保继刚 , 楚义芳 . 旅游地理学 [M]. 北京 : 高等教育出版社 , 2006 : 48.

- [7] 许纯祯 , 吴宇晖 , 张东辉 . 西方经济学 [M]. 3 版 . 北京 : 高等教育出版社 , 2008 : 36.
- [8] 陈友龙 , 缪代文 . 现代西方经济学 [M]. 北京 : 中国人民大学出版社 , 2002 : 72.
- [9] 菲利普 · 科特勒 , 洪瑞云 , 梁绍明 , 等 . 市场营销管理 (亚洲版 · 上) [M]. 梅清豪译 . 北京 : 中国人民大学出版社 , 1997 : 167.
- [10] 向旭 , 杨晓霞 , 赵小鲁 . 旅游规划原理与方法 [M]. 重庆 : 西南师范大学出版社 , 2009 : 148.
- [11] 王岚 , 张捷 , 曹靖 , 等 . 游客感知视角下的旅游地可进入性评价研究——以九寨沟风景区为例 [J]. 人文地理 , 2010(2) : 144-148.
- [12] 李天元 . 旅游学 [M]. 2 版 . 北京 : 高等教育出版社 , 2006 : 121.

The Influencing Factor Analysis of the Locational Choice of “ Water Carnival ” : Taking “ WaterPark ” of Chengdu and “ Summer of Korea ” of Jiangyin as a Case Study

LI Hong-feng , YANG Xiao-xia

(School of Geographical Science , Southwest University , Chongqing 400715 , China)

Abstract : “ Water Carnival ” debut in Chengdu and Jiangyin in 2010 after it has operated successfully many years in Korea , which was named “ waterpark ” and “ summer of Korea ” respectively . Although using the same facilities and the same operation mode , for the similar tourist market , it obtained the strikingly different economic benefit eventually . The reasons not only need investors to summarize , also is worthy of academia to analyze . This paper focuses on comparing the different location of “ waterpark ” and “ summer of Korea ” , which indicates the influencing factors on the location choice of the “ water carnival ” including : climate meteorological factors , economic factors , competitive factors in the market , accessibility , cost-effective in land price , policy support , labors and so on . “ Water Carnival ” should be located in : 1) the place where the summer is hot , dry and little rain , low wind speed and more sunny days ; 2) the place that is high in per capita GDP , low in Engel 's coefficient , high in per capita disposable income of urban residents , high in recreational consumption tendency ; 3) the place that has large population base in short-range tourist market and relatively weak competition in peer ; 4) the place that is easy accessible , convenient in traffic , near the main road and the landmark ; 5) the place that is highly cost-effective in land price ; 6) the place with great government supports , with abundant , low cost and high-quality labor forces .

Key words : “ Water Carnival ” ; location choice ; influencing factors ; “ WaterPark ” in Chengdu ; “ Summer of Korea ” of Jiangyin

(责任编辑 黄 颖)