

王慧娴, 陈思静, 杨蓓, 等. 旅游休闲街区 citywalk 网络影响力评价与发展路径 [J]. 地理科学, 2025, 45(3): 545-555. [Wang Huixian, Chen Sijing, Yang Bei et al. Citywalk network influence evaluation and development paths of tourism leisure street blocks. Geographical Science, 2025, 45(3): 545-555.] doi: 10.13249/j.cnki.sgs.20240102; cstr: 32176.14.geoscience.20240102

旅游休闲街区 citywalk 网络影响力评价与发展路径

王慧娴^{1,2}, 陈思静¹, 杨蓓¹, 刘筱喆¹

(1. 山西财经大学文化旅游与新闻艺术学院, 山西 太原 030006; 2. 山西财经大学
山西文化旅游产业技术创新研究院, 山西 太原 030006)

摘要:以国家级旅游休闲街区为研究对象,采用加权求和、网络文本分析和模糊集定性比较分析的方法,评价旅游休闲街区的 citywalk 网络影响力,提炼核心发展要素,识别街区发展路径及要素间关系。研究发现:①游客对国家级旅游休闲街区整体关注度较高,citywalk 网络影响力较高的街区主要分布在重庆、福建、广东等省(市),区域差异较大;②旅游休闲街区的良好发展是核心发展要素组态效应的结果,5 个核心发展要素通过组态形成 3 条等效发展路径,分别是产品强驱型、设施业态双驱型、文化营销助力型路径;③条件变量文化赋能与产品驱动之间存在互斥关系,设施加持与业态创新之间存在协同关系。因此,科学合理投放产品、千方百计创新业态将有助于旅游休闲街区获得较高 citywalk 网络影响力。

关键词:旅游休闲街区; citywalk 网络影响力; 模糊集定性比较分析

中图分类号: F592 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-0690(2025)03-0545-11

citywalk 即城市漫步,荣膺 2023 年旅游业热词。它不仅是一种旅游方式,也是一种生活态度,体现出游客和本地居民对城市生活的深度参与和体验^[1],而街区兼具的市井气息和生活美学使其成为 citywalk 的热门场景。随着社会的全面进步,人们消费水平和消费能力显著提升,旅游休闲街区成为满足群众高品质生活需求、激发城市文化活力、推动构建新发展格局的重要空间载体,彰显了城市独特的文化特色,也促进当地旅游经济的加速发展^[2]。citywalk 为旅游休闲街区带来了大量的人气和消费,而旅游休闲街区则为 citywalk 提供了丰富的内容和体验场景,二者共同推动城市旅游发展。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》(https://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content_5592681.htm)提出“打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区”。《国民旅游休闲发展纲要(2022—2030 年)》(https://www.mct.gov.cn/whxz/whyw/202207/t20220718_934744.htm)明确了新时期旅游休闲发展方向、路径与重点任务。

虽然“旅游休闲街区”一词 2021 年出现,但前人关于“商业街区”“历史文化街区”“休闲街区”“特色街区”的研究,为本文奠定了深厚的理论和方法基础。2022 年以来,关于旅游休闲街区的研究成果日益丰富、研究内容趋向多元。在厘清概念和内涵的基础上^[3-4],学者们采用热词词频分析、POI(兴趣点)数据分析、空间分析、问卷调查、访谈、网络文本分析、扎根理论等方法深入阐释街区空间分异规律^[5]、演化机理^[6]、动力机制^[7]、模式类型^[4]及发展策略^[8],通过构建评价指标体系,探寻最佳运行模式。旅游休闲街区的发展注重文化

收稿日期: 2024-02-16; **修订日期:** 2024-07-01

基金项目: 国家社会科学基金青年项目(24CGL055)资助。[Foundation: Youth Program of National Social Science Foundation of China (24CGL055).]

作者简介: 王慧娴(1986—),女,山西交口人,教授,硕导,主要从事旅游经济宏观理论与数字文化旅游研究。
E-mail: victoria3890@hotmail.com

氛围生产^[9]、消费场景构建^[4]、地域特色展现^[10]和主客共享实现^[4],通过创新和优化业态,融合观光、餐饮、娱乐、购物、住宿、休闲等多种功能,完成地方营造,满足游客和居民的多元化需求^[4]。同时,街区的环境保护^[11]和可持续发展^[12]也是重要研究问题,游客环境责任行为受到怀旧情感的影响。关于街区的科技应用^[13]、夜间活动^[14]及其满意度^[15]等问题也得到广泛关注,在旅游者凝视下,街区的符号情境发生转变,通过对多元景观的感知和认同^[16],形成日常超越的集体记忆,进一步提升旅游休闲街区吸引力,带动旅游经济发展^[17]。总体而言,旅游休闲街区的研究正逐渐形成一个多视角切入、多内容集聚、多方法共用的综合性领域,对城市的文化传播、经济发展、社区融合 and 环境保护等发挥着重要作用。因此有2个问题值得深入探究:旅游休闲街区发展受到哪些因素影响?是否存在科学可靠的发展路径?

目前关于街区发展路径问题,主要是围绕具体的案例地开展定性描述^[18]。网络影响力是指网络媒体通过文字、图片、视频和百度指数等方式向受众传递信息^[19],并对其生活和决策产生影响。其中,用户生成内容^[20],例如照片、短视频和评论,对扩大网络影响力起到了重要作用。citywalk作为旅游界的“网红”,自在松弛、深度在地的特点深得人心,其网络影响力不容小觑。本文从citywalk网络影响力的视角,探索具有理论价值的旅游休闲街区发展路径,可为文化和旅游深度融合与高质量发展、城市更新与管理提供参考。为解决上述问题,本文对citywalk网络影响力较高的旅游休闲街区游客评论进行网络文本分析,以提炼关键发展要素,进而将发展要素作为前因条件开展模糊集定性比较分析,由此揭示旅游休闲街区发展路径及要素间的内在关系。

1 研究方法 with 数据来源

1.1 研究方法

1)网络文本分析。网络文本分析是通过网络文本提取信息从而做出有效推断的研究方法,借助ROST CM6软件进行客观、系统的定量描述^[21]。本文对筛选出的54个街区,采集其在大众点评旅游服务平台的评论数据,通过高频词统计,了解用户对旅游休闲街区发展要素的认知。

2)模糊集定性比较分析。定性比较分析是基于多案例样本,挖掘复杂因果关系的定性研究方法^[22]。本文条件变量与结果变量的取值并没有清晰的临界点,故选择模糊集定性比较分析(fsQCA)方法^[22]。通过fsQCA识别出旅游休闲街区citywalk网络影响力得分与发展要素频数间的因果关系。

1.2 数据来源

2022年1月—2023年11月,文化和旅游部发布了3批国家级旅游休闲街区名单(<https://www.mct.gov.cn/mctso/s?qt=旅游休闲街区>)共计165个。获评街区根据中华人民共和国旅游行业标准《旅游休闲街区等级划分》(LB/T 082—2021)(https://www.gov.cn/xinwen/2021-04/01/content_5597352.htm)认定,分布在31个省(区、市)(不含港澳台数据),尽显当地文化特色和旅游吸引力,故成为本文的研究对象。以街区名+“citywalk”为检索词,分别获取2023年7月10日—2024年3月31日抖音^①、快手^②、小红书^③、微博^④4个平台citywalk网络影响力指标数据。同时利用百度拾取坐标系统批量获取各街区经纬度,呈现165个国家级旅游休闲街区citywalk网络影响力得分在全国的3级分布情况。旅游休

① <https://www.douyin.com/discover> [2023-07-10—2024-03-31]

② <https://www.kuaishou.com/?isHome=1> [2024-03-31]

③ <https://www.xiaohongshu.com/explore> [2024-03-31]

④ <https://weibo.com> [2024-03-31]

闲街区发展要素数据来源于排名第 1 级的 55 个街区在大众点评平台^①相关评论, 获取并整理截至 2024 年 3 月 31 日平台综合排序前 20 条的评论文本, 逐级编码得到旅游休闲街区发展要素。

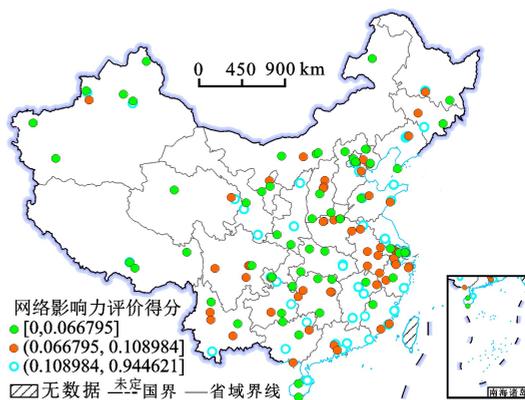
2 旅游休闲街区 citywalk 网络影响力评价

2.1 国家级旅游休闲街区 citywalk 网络影响力指数测评

截至 2023 年 6 月, 中国互联网络信息中心(CNNIC)发布中国网民总量达到 10.79 亿人, 互联网普及率达 76.4%^②。网络成为信息创作、传播、获取、利用和评论的重要渠道。为保证数据的典型性和结果的可靠性, 本文借鉴赵成安等^[23]的研究, 旅游休闲街区 citywalk 网络影响力指数由抖音指数、快手指数、小红书指数和微博指数构成。抖音具有较强的内容创作和社群属性, 是短视频 APP 下载量和在线量排名第 1 的平台^[24], 通过搜索街区地点评价中的用户评论, 用评论量表征旅游休闲街区的抖音指数。快手容易遴选出体现场景完整、内容真实的 Vlog(视频日志)^[25], 快手指数用街区最热视频点赞量、收藏量、评论量总和来表示。小红书是以分享购物体验为主的社交平台^[26], 其网络影响力在年轻人中间“扶摇直上”, 本文以街区名+“citywalk”为检索词, 将最热视频点赞量、收藏量、评论量总和作为旅游休闲街区的小红书指数。微博在全球社交媒体的热度名列前茅^[27], 然而微博热搜的生成机制涉及到用户活跃度、讨论热度、时间因素等多个方面, 微博的算法和内容推荐机制可能在一定程度上影响了 citywalk 相关内容的可见度, 除了继续以街区名+“citywalk”为检索词, 因 citywalk 目前暂无统一的标准翻译, 搜索时还加入“漫步”“漫游”等中文关键词, 将最热微博点赞量、评论量、转发量总和作为旅游休闲街区的微博指数。本文采用熵权法确定各指标权重, 国家级旅游休闲街区 citywalk 网络影响力得分由 4 个指数加权求和获得。

2.2 旅游休闲街区网络影响力评价结果分析

本文对 165 个旅游休闲街区的 citywalk 网络影响力得分进行排序后, 在数量上平均分成 3 级, 每一级各有 55 个街区。将街区经纬度和得分导入 ArcGIS10.8 软件, 直观展示国家级旅游休闲街区的空间分布情况(图 1)。从总数上来看, 江苏、浙江、新疆、重庆、福建 5 个省(区、市)的国家级旅游休闲街区最多, 吉林、黑龙江、海南、甘肃、青海、宁夏 6 个省(区)的数量最少。从第 1 级的街区分布情况来看, 重庆、福建、广东 3 个省(市)遥遥领先, 而山西、内蒙古、安徽、河南、湖南、宁夏 6 个省(区)数量为 0。参考已有的研究^[28], 排名靠前的研究对象发展成熟、要素完备、具有代表性。故将 citywalk 网络影响力在第 1 级的 55 个旅游休闲街区作为后续分析对象。



基于审图号: GS(2019)1825 号(自然资源部监制)制作, 底图边界无修改; 不含港澳台数据

图 1 国家级旅游休闲街区 citywalk 网络影响力空间分布

Fig.1 Distribution of national tourism leisure street blocks' citywalk network influence

① <https://www.dianping.com> [2024-03-31]

② <https://www.cnnic.net.cn/n4/2023/0828/c88-10829.html> [2023-11-31]

3 旅游休闲街区发展要素编码

3.1 文本编码与处理

因甘肃省陇南市武都区古今里旅游休闲街区在大众点评上没有相关评论,可编码的街区共计 54 个。利用八爪鱼采集器采集 54 个旅游休闲街区在大众点评平台上的 1067 条评论,共计 207 990 字。采用 ROST CM6 对网络评论文本^[29]进行词频分析,筛选出排名前 400 的高频特征词,去除无意义、无法编码及与主题相关性较弱的特征词,合并意思相近的特征词,共获得 199 个特征词。按照“次类目-主类目-主题”的顺序逐级编码,直到无新次类目出现,编码趋于饱和。

3.2 发展要素分析

采用归纳式主题分析法^[30]对与旅游休闲街区发展相关特征词进行归纳与凝练。首先,阅读包含高频词的评论内容,寻找评论间的相似性和差异性,忠实于评论者语言形成次类目。其次,基于数据结果和已有理论间的反复迭代,形成 10 个主类目。最后,对主类目进一步整合,形成设施加持、文化赋能、业态创新、产品驱动、营销助力 5 个主题,即旅游休闲街区核心发展要素,分别用字母 A、B、C、D、E 表示。

设施加持方面,游客提及最多的高频词包括“建筑”“设计”“灯光”“干净”等,体现出对街区风貌的认可与关注,国家级旅游休闲街区环境舒适,给游客留下深刻印象。另外关于街区内服务体系的高频词有“停车场”“餐厅”“导航”“地铁”等,说明游客在 citywalk 过程中注重实用性和便捷性,完备的服务体系可大大提升游客的游览体验。

文化赋能方面,游客评论主要集中在文化实践和文化激活 2 方面,高频词有“手工艺品”“表演”“民族”“气氛”等,街区的文化活动和节庆风俗吸引了游客的注意力,通过亲身体验了解当地的风俗和艺术,注重文化体验的互动性和体验感,以及文化展示的创新性和吸引力。

业态创新方面,游客更加注重潮流创意与夜间经济。创新业态能提升游客体验质量和旅游“注意力”,对于推动旅游业发展和城市经济繁荣具有积极作用。高频词有“拍摄”“打卡”“夜市”“夜景”等,相较于传统体验项目,游客日益渴望新颖的创意体验。此外,夜间经济的兴盛不仅提供了更广的消费选择,也为游客创造了更多的社交和娱乐机会。

产品驱动方面,游客关注点为美食购物和休闲娱乐,说明游客寻求综合性的旅游体验,高频词有“美食”“琳琅满目”“休闲”“漫步”等。美食购物满足游客物质消费的需求,休闲娱乐满足游客放松身心的需求,街区为游客提供了集购物、餐饮、娱乐为一体的多功能空间,是具有地方特色旅游目的地形象的重要组成部分。

营销助力方面,游客评论体现了街区品牌建设和市场特征的重要性。高频词有“悠久”“著名”“火爆”“值得”等,反映出游客对于街区特色和差异化的需求。此外品牌通过一致的价值观、优质的服务和独特的体验培养特定游客群体的忠诚度。

4 旅游休闲街区发展路径识别

4.1 变量选择

将 54 个旅游休闲街区的 citywalk 网络影响力得分作为结果变量,街区发展要素频数作为条件变量,探索旅游休闲街区发展路径,从而更好地解决 citywalk 网络影响力视角下街区“如何助力城市旅游发展”的问题。

4.2 变量校准

在组态分析前,检验条件变量的可靠性和准确性,并进行数据校准。本文结合理论及

案例情况采用直接校准法, 选取样本数据的 75%, 50%, 25% 分位数作为完全隶属、交叉点、完全不隶属 3 个锚点对 5 个条件变量进行校准^[31]。如果交叉点为 0.500, 将其调整为 0.501。校准后的条件变量均在原字母基础上加前缀“F”, 即用 FA、FB、FC、FD、FE 表示。

4.3 必要性条件检验

必要性条件检验是对单个条件的因果必要性进行检验, 本文利用布尔代数^[32]对各条件变量的一致性进行计算。当一致性 > 0.9 时, 则认为该条件变量是旅游休闲街区发展的必要条件。表 1 表明, 所有条件变量的一致性水平均未超过阈值 0.9。因此, 各条件变量均不构成旅游休闲街区发展的必要条件, 其发展是多种因素共同作用的结果。

表 1 旅游休闲街区发展的必要性条件检验结果

Table 1 Necessity condition test results of tourism leisure street blocks' development

条件变量	一致性	覆盖度	条件变量	一致性	覆盖度
FA(设施加持)	0.620238	0.577819	FD(产品驱动)	0.654365	0.619459
FB(文化赋能)	0.630159	0.584683	FE(营销助力)	0.632936	0.573535
FC(业态创新)	0.648016	0.603920			

注: 不包含港澳台数据。

4.4 充分性条件检验

本文进一步对设施加持、文化赋能、业态创新、产品驱动、营销助力 5 个条件变量组态的充分性进行检验。参考 Ragin 的标准, 将原始一致性阈值设定为 0.8, PRI(不一致性的比例减少)一致性阈值设置为 0.7, 案例频数阈值设定为 1^[33]。最终得到复杂解、中间解和简约解 3 种结果。

如表 2 所示, 旅游休闲街区发展路径共有 3 条。这 3 种组态的总体一致性 > 0.8, 表明这 3 条路径具有较高的解释力; 总体覆盖率为 0.432 976, 表示 3 种组态解释了 43.30% 的旅游休闲街区发展路径。根据各组态结果、定性资料及与现有理论的对话^[31], 本文将 3 条路径 a、b、c 命名为产品强驱型路径、设施业态双驱型路径、文化营销助力型路径。

1) 产品强驱型路径。路径 a 的具体组合为 $\sim FA^* \sim FB^* \sim FC^* FD^* \sim FE$ 。其中, 核心条件为产品驱动。该路径一致性为 0.820 961, 具有 82.10% 的解释力。以湄公河星光夜市为例, 该街区 citywalk 网络影响力得分排名第 6, 游客评论以美食购物、休闲娱乐为主。作为大

表 2 旅游休闲街区发展路径组态分析

Table 2 Configuration analysis of tourism leisure street blocks' development path

条件变量	路径a	路径b	路径c
FA(设施加持)	⊗	●	●
FB(文化赋能)	⊗	⊗	●
FC(业态创新)	⊗	●	●
FD(产品驱动)	●	●	⊗
FE(营销助力)	⊗	-	●
原始覆盖率	0.149206	0.178175	0.202024
唯一覆盖率	0.123413	0.094048	0.131389
一致性	0.820961	0.863461	0.833088

注: ●表示核心条件存在; ●表示边缘条件存在; ⊗表示核心条件缺失; -表示条件变量不影响结果变量; 不含港澳台数据; 总体覆盖率为0.432 976, 总体一致性为0.825 278。

型东南亚风情休闲购物街区,涵盖了旅游购物、品牌餐饮、民俗活动、文化体验、东南亚小吃、体验式娱乐、影视文化等综合性服务功能。街区中的油纸伞、泰式灯笼、傣族银器、傣族烧烤成为了发展“新引擎”。在产品驱动支持下,2023年1—10月,湄公河星光夜市游客接待量达912万人次,预计年游客接待量可达1200万人次(https://www.jhs.gov.cn/130.news.detail.dhtml?news_id=121852)。综上,本文将组态a命名为“产品强驱型”发展路径。这种路径通常需要有吸引力的商业环境和多样化的商品及服务,以此来吸引不同需求的游客。

2)设施业态双驱型路径。路径b的具体组合为FA*~FB*FC*FD。其中,核心条件为设施加持和业态创新,边缘条件为产品驱动。该路径一致性为0.863461,具有86.35%的解释力。以镇远古城文化步行街为例,该街区citywalk网络影响力得分排名第2,设施以及业态较为完善。街区拥有标识导览系统、智慧旅游平台以及多种交通工具,提供快捷便利的出行条件。咨询服务点、A级旅游厕所、SOS(紧急呼救信号)报警系统、分类环卫设施、沿河观景慢行步道分布合理,并且古城内设有大型舞蹈史诗“古韵镇远”、水上游船、河坝美食、河畔酒吧、鱼疗养生等体验项目。综上,本文将组态b命名为“设施业态双驱型”发展路径。这种路径侧重于通过优化基础设施和提供创新的商业业态来提升旅游街区的吸引力。通过这种方式,街区能更好地适应市场变化和游客需求多样化,为当地居民带来经济收益、提升生活质量。

3)文化营销助力型路径。路径c的具体组合为FA*FB*FC*~FD*FE。其中,核心条件为设施加持、文化赋能、业态创新、营销助力。该路径一致性为0.833088,具有83.31%的解释力。以大唐不夜城步行街为例,该街区citywalk网络影响力得分最高。街区配套设施智能完善,安装有触控电子屏、全国首个刷脸支付商圈、数百根集成杆。与此同时,街区打造了“大唐制造”街面商业体系,涵盖唐食荟萃、百艺文创、沉浸式演艺、综合商业等多种休闲业态,还有文化场馆和博物馆坐落其间。将唐文化及流行元素融合,街区文化特色鲜明。“不倒翁小姐姐”成为知名文化IP,塑造了广泛传播的品牌形象。综上,组态c在组态b的基础上增加了文化赋能和营销助力2个核心条件,为凸显本路径这2个核心条件的作用,同时又有别于组态b,因此本文将组态c命名为“文化营销助力型”发展路径。该路径侧重于通过优化服务体验、展示文化特色、创新消费模式、构建独特品牌来增强游客的参与性与体验感,提高街区的吸引力和竞争力。

4.5 稳健性检验

为提高研究结果的科学可靠性,学者们提出多种检验QCA(定性比较分析)稳健性的方法,包括改变校准值、改变一致性阈值以及增删案例等^[22],本文选择调整校准阈值的稳健性检验方法。将变量校准点设置为80%,50%,20%分位数值再次进行组态分析,发现得出的组态路径与原结果一致,覆盖度与一致性也同原先结果基本一致,表明研究结论具有稳健性。

4.6 条件变量间的关系

1)文化赋能与产品驱动间的互斥关系。通过对比组态a、b、c,发现当产品驱动变量不论是以核心条件还是边缘条件出现时,文化赋能变量必然不存在,而当文化赋能变量出现时,产品驱动变量亦必不存在,二者间具有互斥关系。街区在不同的发展条件下,其发展路径是不同的,当某些条件缺失时,可以通过发展其他条件达到同样良好的效果。

2)设施加持与业态创新的协同关系。通过观察组态b、c,发现设施加持和业态创新均作为核心条件同时出现,表明设施加持与业态创新以协同方式促进旅游休闲街区的发展。设施完善为游客和居民营造宜人的街区风貌、提供便捷的服务体系,是吸引消费者的重要基础。业态创新使得街区不断推陈出新,丰富产品和服务内容,更好地满足游客的消

费需求与消费体验。

5 结论与讨论

5.1 结论

本文以国家级旅游休闲街区为研究对象,利用抖音指数、快手指数、小红书指数和微博指数的加权求和法对旅游休闲街区 citywalk 网络影响力进行评价,借助网络文本分析提炼核心发展要素,运用 fsQCA 识别发展路径及要素间关系。结论如下:

1)在 citywalk 网络影响力方面,游客对 165 个国家级旅游休闲街区的关注度整体较高,最具网络影响力的街区主要分布在重庆、福建、广东 3 省(市),区域差异较大。

2)在旅游休闲街区发展路径方面,旅游休闲街区发展主要受到设施加持、文化赋能、业态创新、产品驱动、营销助力 5 个发展要素的影响,单一要素均不足以成为旅游休闲街区高 citywalk 网络影响力发展的必要条件,发展要素需以条件组态的形式出现,共形成 3 条等效路径,分别为产品强驱型、设施业态双驱型、文化营销助力型路径。路径 a 显示即使街区设施不充分、文化特色不鲜明、创新业态不丰富、市场营销不给力,当街区美食购物与休闲娱乐等要素完备时,可通过产品强驱型路径实现好的发展和高的网络影响力;路径 b 显示在良好的街区设施和充分的创新业态条件下,街区不具备成熟的文化赋能环境时,则通过设施业态双驱型路径提升街区的高质量发展;路径 c 显示在完备的设施和丰富的业态基础上,可通过增强文化动能、加大市场营销来驱动街区的发展。

3)在街区发展要素关系方面,通过对组态结果的对比分析,发现条件变量文化赋能与产品驱动之间存在互斥关系、设施加持与业态创新之间存在协同关系,不同类型发展路径的街区应结合自身发展条件,因地制宜、扬长避短。

5.2 讨论

旅游休闲街区是具有鲜明文化特色和完备旅游休闲功能的融合发展空间,当前,国家和社会重视旅游休闲街区的发展,探索其发展路径成为满足游客和居民高质量文化旅游消费需求、提升城市旅游竞争力、促进经济社会可持续发展的应有之义。本文借助组态分析,研究 5 个发展要素如何促进旅游休闲街区发展,为 citywalk 网络影响力较低的旅游休闲街区提供理论参考。

① 有关旅游休闲街区发展路径的研究既需要学术洞见,又需要现实体察,本文从 citywalk 网络影响力的视角破题,继而对旅游休闲街区的 citywalk 网络影响力进行定量评价,并将评价得分作为结果变量,运用 fsQCA 方法识别出高 citywalk 网络影响力的旅游休闲街区发展路径,创新性地回答了旅游休闲街区发展路径理论和实践提出的问题。② 旅游休闲街区发展的复杂性,势必要求对街区发展路径问题的理论探索秉承系统思维,而组态理论致力于从整体性、生态性和复杂性角度理解和解释社会现象^[34],本文基于该理论细粒度地探索旅游休闲街区发展要素与 citywalk 网络影响力间的复杂因果关系,拓展了组态理论的应用边界。研究发现“发展要素需以条件组态的形式出现”验证了复杂系统观强调的相互交织的多因素间为非线性关系,旅游休闲街区发展呈现多元组合路径。然而在发展要素构成的生态系统中,要素间并非孤立存在,它们相互依赖,共同对旅游休闲街区的发展持续发力。生态性强调条件变量在不断变化的社会环境中相互作用和适应,不同城市可能通过设施加持、文化赋能、业态创新、产品驱动、营销助力的不同组合促进旅游休闲街区的发展,形成等效的高 citywalk 网络影响力发展路径。本文有关整体作用大于部分之和的研究发现对于旅游休闲街区的理论研究具有重要意义。③ 本文在探索旅游休闲街区的发展路径时引入 QCA 分析,有利于在传统定性描述的基础上,综合定性与定量相结合的

方法厘清旅游休闲街区的发展路径,支持复杂系统观采取“组合”数学的方法论观点^[35],对深入理解旅游休闲街区发展背后的因果关系具有方法论方面的启示。

从实践角度看,本文设计了旅游休闲街区 citywalk 网络影响力的测量方案,为政府部门管理旅游休闲街区提供决策依据,为推动旅游休闲街区管理科学化、提高管理质量开辟新的途径。同时,借助 fsQCA 方法探索形成旅游休闲街区发展的有效路径,为促进街区高质量发展、推动城市旅游繁荣、提高游客和居民的幸福贡献可复制、可推广的经验。每条路径的核心条件不同,说明现有的发展基础不尽相同,未来发展的着力点亦不相同。不同城市需要结合自身发展条件,充分发挥发展要素的组态合力,从而提出以下管理启示:① 科学合理地投放产品。路径 a 为产品强驱型发展路径,说明街区在美食购物、休闲娱乐方面的投入卓有成效,这一类街区应沿着当前的发展战略,继续在旅游休闲产品上下足功夫,不仅要有计划、有节奏地引进各种与时俱进的产品和服务,持续吸引消费者眼球,还要严格管控质量、深挖产品内涵、提升服务品质,增强游客和居民的消费体验深度与层次。② 多途径创新业态。针对路径 b 和路径 c 的共同核心条件设施加持和业态创新,街区应进一步丰富夜间娱乐项目,提升游客的夜间出游体验,积极推进“夜间经济”消费区建设,推出多样化的夜游项目和夜间娱乐主题消费活动。结合地方特色,通过创新性地开展街区“三化”工程等具体举措,为游客提供安全感十足的出游环境^[1]。同时,完善图书馆、文化馆、博物馆等文化场馆的夜间经营模式,使得旅游休闲街区的发展兼具质感与品味。

参考文献(References):

- [1] 王慧娴,刘筱喆. Citywalk 何以“出圈”?——青年城市漫步中“三感”的评价、检验及提升 [J]. 中国青年社会科学, 2024, 43(5): 43-58. [Wang Huixian, Liu Xiaozhe. How citywalk has made itself known outside of fixed circle: Evaluation, testing and improvement of “three senses” in youth city walking. Journal of Chinese Youth Social Science, 2024, 43(5): 43-58.]
- [2] 刘俊. 旅游新风尚: 爱上“城市漫步”[J]. 人民论坛, 2023(17): 90-93. [Liu Jun. New trend of tourism: Fall in love with “city walk”. People's Tribune, 2023(17): 90-93.]
- [3] 龙顺发,曹开军,商宁. 旅游促进乡村发展的空间效应——基于新疆 83 个县市的实证分析 [J]. 地理科学, 2024, 44(8): 1387-1395. [Long Shunfa, Cao Kaijun, Shang Ning. Spatial effect of tourism promoting rural development: An empirical analysis of 83 counties in Xinjiang Uygur Autonomous Region. Scientia Geographica Sinica, 2024, 44(8): 1387-1395.]
- [4] 陈波,涂晓晗. 旅游休闲街区消费场景的模式类型与文旅融合策略 [J]. 南京社会科学, 2023(8): 134-145+166. [Chen Bo, Tu Xiaohan. Pattern types and cultural tourism integration strategies of the consumption scenes of tourism leisure street blocks. Nanjing Journal of Social Sciences, 2023(8): 134-145+166.]
- [5] 孔翔,许杨博文. 历史文化街区餐饮业态与地方营造策略的空间分异——以黄山市屯溪老街街区为例 [J]. 经济地理, 2020, 40(6): 147-155. [Kong Xiang, Xu Yangbowen. Spatial differentiation of catering business format and place making strategy in historic and cultural district: A case of Tunxi Historical District. Economic Geography, 2020, 40(6): 147-155.]
- [6] 高雅. 文化空间视角下旅游休闲街区演化机理与游客感知评价研究 [D]. 上海: 上海师范大学, 2023. [Gao Ya. Research on the evolution mechanism and tourists' perception evaluation of tourism leisure street blocks from the cultural space perspective. Shanghai: Shanghai Normal University, 2023.]
- [7] 郑久良. 空间生产视角下非遗旅游街区空间结构演化与动力机制——基于屯溪老街的案例分析 [J]. 人文地理, 2023, 38(5): 62-70,106. [Zheng Jiuliang. Spatial structure evolution and dynamic mechanism of intangible cultural heritage tourism blocks from the perspective of spatial production: A case study on Tunxi Old Street. Human Geography, 2023, 38(5): 62-70,106.]
- [8] 张中华,焦林申. 城市历史文化街区的地方感营造策略研究——以西安回民街为例 [J]. 城市发展研究, 2017, 24(9): 10-14. [Zhang Zhonghua, Jiao Linshen. Strategies of sense of place production in historical and cultural district: A case study of Xi'an Huimin Street. Urban Development Studies, 2017, 24(9): 10-14.]
- [9] 王晓晓,曾晓茵,张朝枝. 仿古商业街区的文化氛围生产与游客体验——基于张家界溪布老街的探索性研究 [J]. 旅游科学, 2020, 34(4): 46-55. [Wang Xiaoxiao, Zeng Xiaoyin, Zhang Chaozhi. Cultural atmosphere production and tourist experience in archaize commercial streets: An empirical study of Xibu Street in Zhangjiajie. Tourism Science, 2020,

- 34(4): 46-55.]
- [10] 陈品玉, 蒋芹琴, 王超, 等. 少数民族村寨旅游文化软实力提升路径研究——基于对贵州肇兴侗寨的田野调查 [J]. 贵州民族研究, 2023, 44(3): 147-153. [Chen Pinyu, Jiang Qinqin, Wang Chao et al. Study on the path of improving the soft power of tourism culture in minority villages: Based on the study of Zhaoxing Village in Liping County. *Guizhou Ethnic Studies*, 2023, 44(3): 147-153.]
- [11] 顾至欣. 城市夜间旅游产品定义及分类 [J]. 城市问题, 2013(11): 98-102. [Gu Zhixin. Definition and classification of urban night tourism products. *Urban Problems*, 2013(11): 98-102.]
- [12] 宋长海. 城市休闲街区运行模式评价指标体系构建与运用 [J]. 统计与决策, 2017(20): 87-89. [Song Changhai. Evaluation index system construction and application of urban leisure blocks operation mode. *Statistics & Decision*, 2017(20): 87-89.]
- [13] 张金荣, 梅运田. 数字赋能视域下未来社区公共服务供给模式研究 [J]. 贵州师范大学学报 (社会科学版), 2023(4): 92-104. [Zhang Jinrong, Mei Yuntian. The research on the future community public service supply mode from the perspective of digital empowerment. *Journal of Guizhou Normal University (Social Science)*, 2023(4): 92-104.]
- [14] 顾至欣, 陆明华, 张宁. 基于行为注记法的休闲街区夜间旅游活动研究 [J]. 地域研究与开发, 2016, 35(3): 86-91. [Gu Zhixin, Lu Minghua, Zhang Ning. Empirical research on night tourism activities in leisure block based on behavioral mapping. *Areal Research and Development*, 2016, 35(3): 86-91.]
- [15] 朱玺, 刘敏. 基于 Kano 改进模型的旅游休闲街区夜间旅游产品游客满意度研究: 以西安市大唐不夜城为例 [J]. 西安电子科技大学学报 (社会科学版), 2022, 32(2): 1-15. [Zhu Xi, Liu Min. Research on tourist satisfaction of night tourism products in tourism leisure blocks based on Kano improved model: A case study of Grand Tang Mall in Xi'an. *Journal of Xidian University (Social Science Edition)*, 2022, 32(2): 1-15.]
- [16] 韩秋晨, 乌铁红, 王珏, 等. 民族地区历史文化街区多元文化景观感知与景观认同研究——以呼和浩特市大召历史文化街区为例 [J]. 干旱区资源与环境, 2022, 36(3): 195-201. [Han Qiuchen, Wu Tiehong, Wang Jue et al. Multicultural landscape perception and landscape identity in historical and cultural block in ethnic areas. *Journal of Arid Land Resources and Environment*, 2022, 36(3): 195-201.]
- [17] 王慧娴, 刘艳儒, 张鑫慧, 等. 全域旅游示范区创建推动县域旅游经济发展了吗? ——来自山西省的实证检验 [J]. 资源开发与市场, 2023, 39(10): 1354-1363. [Wang Huixian, Liu Yanru, Zhang Xinhui et al. Does the establishment of the all-for-one tourism demonstration zone promote the county-scale tourism economy? An empirical study on Shanxi Province. *Resource Development & Market*, 2023, 39(10): 1354-1363.]
- [18] 郭云娇, 王嫣然, 罗秋菊. 旅游开发影响下民族社区文化记忆的代际传承——以西安回民街历史文化街区为例 [J]. 地理研究, 2021, 40(3): 869-884. [Guo Yunjiao, Wang Yanran, Luo Qiuju. Remembering the past and the present together: Intergenerational cultural memory amidst tourism development in Huimin historical and cultural district. *Geographical Research*, 2021, 40(3): 869-884.]
- [19] 吴湘华, 吕柔, 王亚丽, 等. 基于用户关注度的百度指数在学术期刊网络影响力评价中的应用研究 [J]. 出版发行研究, 2018(12): 56-62. [Wu Xianghua, Lyu Rou, Wang Yali et al. Research on the application of Baidu Index based on user attention in the evaluation of academic journals' network influence. *Publishing Research*, 2018(12): 56-62.]
- [20] 史鹏飞, 明庆忠. 移动与停泊: 山地徒步旅游的移动性实践 [J]. 人文地理, 2023, 38(6): 160-170. [Shi Pengfei, Ming Qingzhong. Mobile and mooring: Mobility practice in mountain trekking tourism. *Human Geography*, 2023, 38(6): 160-170.]
- [21] 张广海, 袁洪英. 非物质文化遗产资源时空分布特征及景区响应机制——基于网络文本信息挖掘与定量测度分析 [J]. 地域研究与开发, 2023, 42(1): 102-107. [Zhang Guanghai, Yuan Hongying. Distribution characteristics and scenic response mechanism of intangible cultural heritage resources: Based on network text information mining and quantitative measure analysis. *Areal Research and Development*, 2023, 42(1): 102-107.]
- [22] 杜运周, 贾良定. 组态视角与定性比较分析 (QCA): 管理学研究的一条新道路 [J]. 管理世界, 2017, 33(6): 155-167. [Du Yunzhou, Jia Liangding. Configuration perspective and qualitative comparative analysis (QCA): A new path for management research. *Management World*, 2017, 33(6): 155-167.]
- [23] 赵成安, 乔海波, 彭岩. 国家重点实验室网络影响力评价及实证研究 [J]. 科技管理研究, 2020, 40(1): 53-58. [Zhao Cheng'an, Qiao Haibo, Peng Yan. Evaluation and empirical research on the influence of online media in state key laboratory. *Science and Technology Management Research*, 2020, 40(1): 53-58.]
- [24] 丁志伟, 马芳芳, 张改素. 基于抖音粉丝量的中国城市网络关注度空间差异及其影响因素 [J]. 地理研究, 2022, 41(9): 2548-2567. [Ding Zhiwei, Ma Fangfang, Zhang Gaisu. Spatial differences and influencing factors of urban network attention by Douyin fans in China. *Geographical Research*, 2022, 41(9): 2548-2567.]
- [25] 饶武元, 陈林. 基于扎根理论的大学生符号消费式“网络自拍”研究 [J]. 当代青年研究, 2022(1): 81-89. [Rao Wuyuan, Chen Lin. College students' symbolic consumption "online selfies" based on grounded theory. *Contemporary Youth Research*, 2022(1): 81-89.]

- [26] 凡来, 张大玉. 新社交媒体下城市意象热点空间感知研究——以北京小红书笔记数据为例 [J]. 城市发展研究, 2022, 29(10): 1-8. [Fan Lai, Zhang Dayu. Research on spatial perception of urban image hotspots under new social media: Take the note data of Beijing Xiaohongshu as an example. Urban Development Studies, 2022, 29(10): 1-8.]
- [27] 万旋傲, 刘丛. 微博微信使用对公民知识差距的影响差异研究——政治兴趣和偶然接触的调节作用 [J]. 新闻记者, 2021(1): 68-79. [Wan Xuan'ao, Liu Cong. Research on the differences in the impact of micro-blog and WeChat use on citizens' knowledge gap: The moderating role of political interest and accidental contact. Shanghai Journalism Review, 2021(1): 68-79.]
- [28] 王慧娴, 杨蓓, 陈思静, 等. 基于网络关注度的黄河流域乡村旅游发展模式研究 [J]. 中国农业资源与区划, 2024, 45(7): 221-235. [Wang Huixian, Yang Bei, Chen Sijing et al. Research on the development mode of rural tourism in the Yellow River Basin based on network attention. Chinese Journal of Agricultural Resources and Regional Planning, 2024, 45(7): 221-235.]
- [29] 黄晶, 邢丹璞, 王文鹤, 等. 历史文化街区属性绩效对游客满意度的非对称影响研究——以天津五大道为例 [J]. 干旱区资源与环境, 2024, 38(1): 180-189. [Huang Jing, Xing Danpu, Wang Wenge et al. Examining the asymmetric impact of attribute-level performance of historical districts on tourist satisfaction: A case of Wudadao Historical District. Journal of Arid Land Resources and Environment, 2024, 38(1): 180-189.]
- [30] 池毛毛, 王俊晶, 王伟军, 等. 基于用户抵制理论的共享住宿平台用户不持续使用意愿——一项混合方法研究 [J]. 图书情报知识, 2024, 41(4): 134-145. [Chi Maomao, Wang Junjing, Wang Weijun et al. Users' discontinuance intention in sharing accommodation platforms based on user resistance theory: A mixed method study. Documentation, Information & Knowledge, 2024, 41(4): 134-145.]
- [31] 查瑞波, 黄悦, 杜书滢, 等. “软-硬”关系框架下城市型目的地出入境旅游响应路径——基于 1997—2019 年中国香港特区数据的组态分析 [J]. 地理科学, 2022, 42(10): 1788-1798. [Zha RuiBo, Huang Yue, Du Shuying et al. The response path of inbound and outbound tourism of urban destinations under inter-regional relationship influence framework: Configuration analysis based on the data of Hong Kong, China, from 1997 to 2019. Scientia Geographica Sinica, 2022, 42(10): 1788-1798.]
- [32] 郭卫东, 杜德斌. 基于模糊集定性比较分析的中国研发密集型企业格局特征与集聚路径 [J]. 地理科学, 2024, 44(4): 598-609. [Guo Weidong, Du Debin. Characteristics of R&D-intensive enterprise pattern and agglomeration path based on fsQCA in China. Scientia Geographica Sinica, 2024, 44(4): 598-609.]
- [33] Ragin C C. Set relations in social research: Evaluating their consistency and coverage[J]. Political Analysis, 2006, 14(3): 291-310.
- [34] 杜运周, 刘秋辰, 陈凯薇, 等. 营商环境生态、全要素生产率与城市高质量发展的多元模式——基于复杂系统观的组态分析 [J]. 管理世界, 2022, 38(9): 127-145. [Du Yunzhou, Liu Qiuchen, Chen Kaiwei et al. Ecosystem of doing business, total factor productivity and multiple patterns of high-quality development of Chinese cities: A configuration analysis based on complex systems view. Management World, 2022, 38(9): 127-145.]
- [35] Arthur W B. Foundations of complexity economics[J]. Nature Reviews Physics, 2021, 3(2): 136-145.

Citywalk network influence evaluation and development paths of tourism leisure street blocks

Wang Huixian^{1,2}, Chen Sijing¹, Yang Bei¹, Liu Xiaozhe¹

(1. *Faculty of Culture Tourism and Journalism Arts, Shanxi University of Finance and Economics, Taiyuan 030006, Shanxi, China*; 2. *Shanxi Cultural Tourism Industry Technical Innovation Research Institute, Shanxi University of Finance and Economics, Taiyuan 030006, Shanxi, China*)

Abstract: Tourism leisure street blocks are fusion development spaces with distinct cultural characteristics and sufficient tourism and leisure functions, which have attracted the attention of government departments and academic communities. Therefore, exploring their development paths is of great significance to meet the high-quality cultural and tourism consumption needs of tourists and residents, enhance the competitiveness of urban tourism, and promote sustainable economic and social development. This paper takes the National Tourism Leisure Street Blocks as research objects, evaluates the development degree of tourism leisure street blocks from the citywalk network influence perspective, uses software ArcGIS to visualize the spatial layout characteristics of tourism leisure street blocks' citywalk network influence, extracts the core development elements with the help of network textual analysis method, and identifies the development paths of tourism leisure street blocks and the relationship between development elements through fuzzy set qualitative comparative analysis. The results show that : 1) Tourists pay more attention to national tourism leisure street blocks, and the blocks with high citywalk network influence are mainly distributed in Chongqing, Fujian and Guangdong, representing great regional differences. 2) A single element is insufficient to become a necessary condition for shaping the development path of tourism leisure street blocks, prosperous development is the result of configuration effect of the core development factors. Three equivalent development paths are formed through 5 elements' configuration, which are the path of product intensive driving, dual-drive path of facility & format, the assisting path of culture & marketing. 3) There is a mutually exclusive relationship between conditional variable culture empowerment and product driving, and a synergistic relationship between facility support and format innovation. Therefore, scientifically and reasonably launching products and innovating formats by all means will help the tourism leisure street blocks gain a higher citywalk network influence.

Key words: tourism leisure street blocks; citywalk network influence; fuzzy-set qualitative comparative analysis (fsQCA)