

城市居民游憩地方依恋特征分析 ——以南京夫子庙为例

唐文跃

(江西财经大学旅游与城市管理学院,江西 南昌 330013)

摘要:城市居民游憩地方依恋研究为认识居民与城市游憩空间的关系提供了一个新的视角。以南京夫子庙为案例研究发现,南京居民的夫子庙游憩地方依恋具有地方依赖和地方认同两个维度的结构特征,其中对夫子庙的情感性依恋大于功能性依恋。时间和经济状况是居民游憩地方依恋形成的主要影响因素,其中对夫子庙的地方依赖程度主要受居民经济状况的影响,地方认同程度主要受时间因素的影响;夫子庙主要满足了中等文化程度(高中、中专)和中等收入阶层游憩者的消费需求,是一个大众化的休闲游憩街区。

关 键 词:城市居民; 游憩; 地方依恋; 南京夫子庙

中图分类号: F590 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-0690(2011)10-1202-06

在快速城市化过程中,内涵式城市化是现代城市更新和旧城改造的必然选择。为满足城市居民日益增长的户外休闲娱乐需求和城市旅游发展的需要,许多城市争相挖掘城市历史文化,涌现了许多集旅游观光、休闲游憩、服务商贸等多功能于一体的城市游憩步行街区。城市化、郊区化和城市更新过程中的地方依恋问题得到了国外研究者的关注,如地方依恋对人们改造居住环境行为的影响^[1]、地方依恋在身份和社区缔造中的作用^[2]、移居城市的居民对乡村环境的依恋^[3]、郊区化过程中农村社区的地方依恋和社区认同的丧失及其影响^[4]、留学生的地方依恋形成过程^[5]、地方依恋在邻里复兴中的作用^[6]等等。国内的地方依恋地理学研究仍在起步阶段,一些研究者对此进行了有益的探索,主要运用地方依恋和地方认同理论分析了旅游发展对居民的影响和居民地方依恋对资源保护态度、对旅游开发态度影响^[7-10],景区竞争力的本质与关联机制和景区旅游竞争力的指标体系^[11],游客的地方依恋与忠诚度的关联^[12],游客的地方依恋对购物行为影响^[13,14],地方依恋与游客游后行为倾向的关系^[15],地方依恋在乡村旅游地品牌个性与游客忠诚中的中介作用^[16]等。然而,关于城市居民对城市游憩空间的地方依恋,及其对于城市居民生活和城市旅游的意义与作用等

问题,国内尚缺乏相应的案例研究。本文以南京夫子庙为案例,对南京市居民对夫子庙的游憩地方依恋进行研究,探讨其地方依恋的特征及其影响因素,为游憩街区的建设和管理提供参考。

1 研究区域及研究方法

1.1 研究区域

南京夫子庙古建筑群由孔庙、学宫、江南贡院组成,是秦淮风光的精华。以夫子庙古建筑群为中心景区的“十里秦淮”风光带,自古以来就是南京最繁华的地方之一,美称“十里珠帘”。目前已形成以内秦淮河为轴线,以夫子庙为中心的具有明清风格、庙市街景合一的文化、旅游、商业、服务等多功能相结合的秦淮风光景区,被评为国家5A级旅游景区。本文的研究区域主要是作为城市居民户外休闲游憩场所的夫子庙步行街区,调查的范围集中在以夫子庙古建筑群为中心的核心景区,不包括白鹭洲、瞻园、桃叶渡等地,也不包括室内休闲娱乐场所。

1.2 研究方法

1.2.1 问卷设计与调查

调查问卷主要包括城市居民人口统计学特征调查、游憩特征调查和居民游憩地方依恋测量量表。调查对象为南京市居民,按其特性又分为南京市民和暂住南京的居民。城市居民游憩地方依恋

收稿日期:2010-11-25; 修订日期:2011-05-27

基金项目:国家自然科学基金项目(40961007),教育部人文社科研究项目(10YJCZH082)资助。

作者简介:唐文跃(1973-),男,江西安远人,博士,副教授,主要从事游憩地理与地方感研究。E-mail: twy1001@qq.com

测量量表的设计主要借鉴 Williams 等 (1989, 1992) 的地方依恋测量理论和测量项设计方法^[17,18] 结合南京夫子庙的实际情况, 共设计了测量地方依赖和地方认同两个维度的 12 个陈述句, 形成从 1 (代表“强烈反对”) 到 5 (代表“非常同意”) 的 5 分制李克特量表。调查小组于 2007 年 10 月至 11 月期间在夫子庙步行街区的孔庙前广场、大成殿、大观园、东市等处对居民游憩者展开问卷调查和访谈 2010 年 7 月做了补充调查, 回收整

理后获得有效问卷 699 份。借助统计分析软件 SPSS 16.0 进行分析。

1.2.2 样本描述统计

由表 1 可知, 调查对象中南京暂住居民占主体, 居住时间在 10 a 以下的居民、青年人和高等院校的大学生占样本总体的主体, 样本反映出来的这些情况与调查者在夫子庙观察到的情况是比较相符的, 因此调查有一定代表性。

表 1 样本基本情况

Table 1 The summary of the samples

基本情况	类别	比例(%)	基本情况	类别	比例(%)
调查对象	南京市民	30.0	职业	公务员	2.1
	暂住居民	70.0		企事业单位管理人员	7.3
性别	男	52.9		军人	1.4
	女	47.1		农民	1.1
年龄	14 岁以下	1.6		工人	11.2
	15 ~ 24 岁	72.5		学生	57.2
	25 ~ 44 岁	20.9		专业文教技术人员	6.8
	45 ~ 64 岁	2.5		服务销售商贸人员	3.3
	65 岁以上	2.5		离退休人员	2.0
平均月收入	≤500 元	47.0		其他	7.6
	501 ~ 1000	11.9	居住时间	10 a 以下	74.9
	1001 ~ 2000	21.0		11 ~ 20 a	9.4
	2001 ~ 3000	11.8		20 a 以上	15.7
	3001 ~ 5000	4.2	对夫子庙熟悉程度	非常熟悉	2.2
	5000 元以上	4.1		熟悉	9.0
文化程度	小学及以下	1.3		一般了解	68.3
	初中	7.4		不了解	20.1
	高中、中专	20.4	逛夫子庙频率	从未听说	0.4
	大专	29.1		平均每周都来逛	20.0
	本科	37.6		平均每月逛一次	30.9
	研究生	4.2		一年来逛几次	33.0
				很少来逛	16.1

1.2.3 问卷信度与效度

利用 SPSS 16.0 中 Scale 模块的可靠性分析功能考察陈述项, 发现“在南京其它地方逛街比在夫子庙逛街更让您满意”、“到夫子庙逛街已经成为您生活中不可缺少的一部分”等陈述项降低了量表的整体可靠性。在剔除了这两个陈述项后, 最终获得一个由 10 个陈述项组成的居民游憩地方依恋测量量表。量表的 Cronbach α 系数为 0.841, 地方依赖和地方认同两个维度分量表的 Cronbach α 系数分别为 0.792 和 0.761, 均在 0.7 以上, 因而量表具有较好的信度 (表 2)。效度分析主要考察问卷的内容效度和结构效度。分析显示, 10 个陈述项

与总和之间的相关系数在 0.533 ~ 0.715 之间, 在 0.01 的显著性水平下呈显著相关, 因而量表具有较好的内容效度 (表 2)。量表的结构效度可通过下面的因子分析进行测量 (表 2)。

2 居民游憩地方依恋特征

2.1 维度结构特征

运用探索性因子分析考察南京居民的夫子庙游憩地方依恋的维度结构特征。运用列表删除法 (listwise) 删除有缺失值的样本后, 共获得 599 个居民样本用于因子分析。经检验, KMO 统计量为 0.873, 球形 Bartlett 检验发现变量间在 0.01 显著

表 2 均值、因子载荷表 ($N = 599$)Table 2 Means and factors loading ($N = 599$)

居民游憩地方依恋($\alpha = 0.841$) ^a	均值	标准差	单项-总和 相关系数 ^b	因子 ^c	
				1	2
一、地方依赖维度($\alpha = 0.792$)	3.19	0.619			
1. 只要有时间就会想来夫子庙玩	3.40	0.786	0.654	0.702	0.206
2. 逛街时,首先想到的是夫子庙	3.26	0.862	0.671	0.754	0.167
3. 夫子庙比南京其它任何地方都更值得一逛	3.29	0.840	0.686	0.713	0.240
4. 夫子庙是南京最好的休闲游憩场所	2.99	0.828	0.615	0.733	0.099
5. 您对夫子庙的喜欢程度超过南京其它任何地方	2.94	0.811	0.653	0.643	0.264
二、地方认同维度($\alpha = 0.761$)	3.58	0.580			
6. 跟外地朋友说起南京,您总是会提到夫子庙	3.86	0.754	0.533	0.006	0.777
7. 夫子庙令您为自己生活在南京而感到骄傲和自豪	3.47	0.845	0.673	0.296	0.680
8. 作为休闲场所,夫子庙在您心目中的地位不可替代	3.28	0.844	0.715	0.396	0.642
9. 到了外地,您也会经常想起南京的夫子庙	3.53	0.855	0.638	0.289	0.622
10. 外地朋友来到南京,首先向朋友推荐的地方就是夫子庙	3.82	0.755	0.558	0.145	0.664

注: a. 采用 5 分制的李克特量表; b. 在 0.01 的显著性水平下显著相关; c. 主成分法提取公因子,经方差最大正交旋转。

性水平下显著相关,因而适宜进行因子分析。利用主成分法提取公因子,经方差最大正交旋转后得到 2 个公因子(表 2)。据因子载荷表可知 2 个公因子分别在功能性依恋和情感性依恋的测量项上有较大的载荷,由此可将这 2 个公因子分别命名为地方依赖因子和地方认同因子,说明南京居民的夫子庙游憩地方依恋是由地方依赖和地方认同两个维度构成的,从而反映出城市居民游憩地方依恋的维度结构特征。同时这也反映了所设计的居民游憩地方依恋测量量表具有较好的结构效度。

2.2 总体特征

一般而言,刻度为 1~5 的李克特量表得分均值在 1~2.4 之间表示反对,2.5~3.4 之间表示中立,3.5~5 之间表示赞同^[19]。计算可知,居民游憩地方依恋量表总均值为 3.38,因而总体上,南京市居民对夫子庙产生了一定的地方依恋,但依恋水平不高。从地方依恋的两个维度来看,地方依赖维度均值($M_1 = 3.19$)小于量表总均值,各测量项的均值均小于 3.5;相比之下,地方认同维度均值($M_2 = 3.58$)大于量表总均值,地方依赖维度均值小于地方认同维度均值。这说明南京市居民对夫子庙的情感性依恋要大于功能性依恋,居民对夫子庙的游憩地方依恋主要来源于对夫子庙的情感性依恋。

分析起来,主要有以下几个方面的原因:

1) 南京城市休闲游憩空间建设发展迅速。除了钟山风景区和玄武湖等城市风景游览区之外,为满足广大市民休闲游憩的需要,其它街区如新街口、湖南路、长江路等,均被建设成为南京重要的休闲游憩街区。近年来规划建设了奥体中心、滨江休

闲游憩带等新的游憩区,另外还形成了诸如“1912”这样的高档休闲游憩场所,如今南京市休闲游憩场所的可选择性大大增加,夫子庙不再是唯一的选择。

2) 南京地铁的修建弱化了夫子庙的游憩区位条件。南京地铁串联了玄武湖、湖南路、新街口、奥体中心和滨江风光带等休闲游憩区,大大增强了这些游憩区的可达性。相比之下,夫子庙的交通便捷性和可达性大不如以上游憩区,这在一定程度上影响到市民对夫子庙的利用,降低了对夫子庙的依赖。

2.3 差异特征

以居民游憩地方依恋均值、地方依赖维度均值和地方认同维度均值为变量,运用方差分析方法分析游憩地方依恋及其两个维度在不同性别、年龄、职业、文化程度、收入水平、居住时间、逛夫子庙频率、对夫子庙历史文化背景的熟悉程度的南京居民之间以及南京市民和南京暂住居民之间的差异,从而进一步考察这些因素在南京居民对夫子庙的游憩地方依恋形成中的影响作用。为了尽量消除样本量差异悬殊对分析结果的影响,居民游憩地方依恋的年龄差异分析中,忽略样本量太少的“14 岁以下”和“45 岁以上”的样本,利用“15~24 岁”和“25~44 岁”两个年龄组进行比较分析;文化程度差异分析忽略样本量较少的“初中”以下样本和“研究生”的样本进行分析;收入差异分析忽略样本较少的平均月收入 3 000 元以上的样本进行分析;职业差异分析忽略样本量太少的“公务员”、“军人”、“农民”、“服务销售商贸人员”、“离退休人员”等样本进行分析。根据样本总体的职业构成分析可

知,居住时间 10 a 以下的样本大多为学生,因而将居住时间 11 a 以上的样本合并成一组,与居住时间 10 a 以下的样本进行对比分析。在对夫子庙的历史文化背景熟悉程度差异分析中,忽略样本太少的“非常熟悉”、“从未听说”和样本较少的“熟悉”等样本,用样本量较大的“一般了解”和“不了解”的样本进行方差分析(表 3)。

表 3 居民游憩地方依恋方差分析

Table 3 Variance analysis of residents' recreation place attachment

	df		游憩地方依恋		地方依赖维度		地方认同维度	
			F	P	F	P	F	P
性别	1	603	0.914	0.339	1.130	0.288	0.458	0.499
年龄	1	580	5.027	0.025	0.428	0.513	12.039	0.001
文化程度	2	542	21.767	0.000	22.180	0.000	11.813	0.000
收入	3	490	3.177	0.024	3.208	0.023	2.365	0.070
职业	4	545	3.474	0.008	2.588	0.036	3.462	0.008
调查对象	1	631	5.094	0.024	1.429	0.232	7.908	0.005
居住时间	1	548	7.795	0.005	5.769	0.017	6.338	0.012
逛夫子庙频率	3	596	6.547	0.000	11.165	0.000	2.687	0.046
背景熟悉程度	1	546	3.757	0.053	2.095	0.148	4.054	0.045

平差异主要体现在地方认同维度上($P=0.001$),而在地方依赖维度上差异不显著($P=0.513$)。

2) 文化程度: 居民对夫子庙的游憩地方依恋、地方依赖和地方认同在不同文化程度的居民之间均在 0.01 的显著性水平下差异显著。随着文化水平的提高,居民的游憩地方依恋、地方依赖和地方认同均显著降低。

3) 收入水平: 不同收入水平的居民对夫子庙的游憩地方依恋在 0.05 的显著性水平下差异显著,但这种差异主要体现在地方依赖维度上($P=0.023$),在地方认同维度上差异不显著($P=0.070$)。在平均月收入 2 000 元以下的居民中,随着收入水平的提高,居民对夫子庙的游憩地方依恋和地方依赖均显著增强。

4) 职业: 分析发现,工人、学生、企事业管理人员、专业/文教技术人员对夫子庙的游憩地方依恋、地方依赖和地方认同分别在 0.01、0.05 和 0.01 的显著性水平下差异显著,其中工人的游憩地方依恋、地方依赖和地方认同最高。

5) 调查对象: 对夫子庙的游憩地方依恋在南京市民与暂住居民之间在 0.05 的显著性水平下差异显著。这种差异主要表现在地方认同维度上($P=0.005$),而在地方依赖维度上差异不显著($P=0.232$)。南京市民对夫子庙的游憩地方依恋和地

根据方差分析的结果,结合均值比较的情况,可以看出居民对夫子庙的游憩地方依恋、地方依赖和地方认同在以下因素上的变化特征:

1) 年龄: 南京市居民对夫子庙的游憩地方依恋在不同年龄居民之间在 0.05 的显著性水平下差异显著。随着年龄的增加,居民对夫子庙的游憩地方依恋也增加,但不同年龄居民之间的地方依恋水

方认同明显高于南京暂住居民。

6) 居住时间: 不同居住时间的居民对夫子庙的游憩地方依恋、地方依赖和地方认同分别在 0.01、0.05 和 0.05 的显著性水平下差异显著。居住时间在 11 a 以上的居民对夫子庙的游憩地方依恋、地方依赖和地方认同均显著高于居住时间 10 a 以下的居民。

7) 逛夫子庙频率: 对夫子庙的游憩地方依恋、地方依赖和地方认同在具有不同逛夫子庙频率的居民之间分别在 0.01、0.01 和 0.05 的显著性水平下差异显著。频率越高的居民,表现出对夫子庙的地方依恋、地方依赖和地方认同也越高,说明逛夫子庙频率是居民游憩地方依恋的一个度量指标。

8) 熟悉程度: 对夫子庙历史文化背景熟悉程度不同的居民之间只在地方认同维度上差异显著($P=0.045$),对夫子庙的历史文化背景越熟悉的居民对夫子庙的地方认同也越高。

2.4 影响因素分析

结合差异分析的结果,从地方依恋及其地方依赖维度和地方认同维度的角度综合分析居民游憩地方依恋及其 2 个维度的影响因素。

1) 时间和经济状况是居民游憩地方依恋形成的主要影响因素。南京市居民对夫子庙的游憩地方依恋在不同年龄、居住时间的居民之间和在南京

市民与暂住居民之间的显著差异共同反映出时间因素对居民游憩地方依恋的影响,而在不同文化程度、职业、收入水平的居民之间的显著差异则共同反映了居民经济状况对其游憩地方依恋的影响。

2) 经济状况是影响居民对夫子庙的地方依赖程度的主要因素。地方依赖维度的差异主要表现在不同文化程度、职业、收入水平的居民之间。由于文化程度和职业在一定程度上决定了居民的经济状况,因而居民对夫子庙的地方依赖程度主要受其经济状况的影响。

3) 时间是影响居民对夫子庙的地方认同程度的主要因素。地方认同维度的差异主要表现在不同年龄、居住时间、对夫子庙历史文化熟悉程度的居民之间和南京市民与暂住居民之间,年龄越大、居住时间越长的居民对夫子庙的地方认同程度也越高,说明地方认同的形成需要时间的积淀。而对夫子庙历史文化的熟悉程度反映了居民平时对夫子庙的关注程度和关于夫子庙的知识与信息的积累程度,作为地方认同的一个度量指标,同样反映了时间因素的影响。

4) 夫子庙是一个大众化的城市休闲游憩区。其中,中等文化程度(高中、中专)居民和中等收入水平(平均月收入在1 000~2 000元之间)居民对夫子庙的游憩地方依恋、地方依赖和地方认同均最高,说明夫子庙主要满足了中等收入阶层的消费需求,是一个大众化的休闲游憩街区。这也是经济状况成为地方依赖的主要影响因素的原因。

3 结论与讨论

1) 南京居民的夫子庙游憩地方依恋具有由地方依赖和地方认同两个维度构成的维度结构特征。

2) 总体上,南京居民对夫子庙的地方依恋水平不高,其中对夫子庙的情感性依恋大于功能性依恋,说明对夫子庙的游憩地方依恋主要来源于对夫子庙的情感性依恋。

3) 时间和经济状况是居民游憩地方依恋形成的主要影响因素,其中对夫子庙的地方依赖程度主要受居民经济状况的影响,地方认同程度主要受时间因素的影响。

4) 夫子庙主要满足了中等文化程度(高中、中专)和中等收入阶层的消费需求,是一个大众化的休闲游憩街区。

城市游憩者对城市游憩空间的地方依恋研究

为认识城市游憩空间的地方意义提供了一个新的视角。研究表明,城市居民对城市游憩空间不仅有功能上的要求,而且还有情感上的需求,居民与所喜爱的游憩空间形成一定的情感关系,这种现象必须在城市游憩空间规划建设中得到重视。城市游憩空间被居民赋予一定的意义之后,两者之间建立了某种联系(如情感依恋关系),这种联系影响到居民对游憩空间的利用。城市居民对城市游憩空间的地方依恋影响居民的游憩空间选择行为,从而影响城市游憩空间的布局与发展。因此,后续的研究可以进一步探讨居民游憩地方依恋的空间效应,既包括城市游憩空间的外延式扩张,更应该关注游憩空间的内涵式发展,正是由于游憩者对城市游憩空间的利用并赋予游憩空间越来越丰富的意义和内涵,才使得游憩空间向具有独特地方性的场所转化。此外,具有城市历史风貌的游憩街区作为城市RBD,是城市旅游形象的“光环效应区”。城市居民的口碑宣传在传播城市旅游形象、打造城市旅游品牌中起着独特的作用,而对城市游憩空间的认同是城市居民正面、积极传播城市旅游形象的前提和基础。因此,无论是对于城市游憩空间的规划建设,还是城市旅游形象的传播,居民游憩地方依恋研究都具有重要的现实意义。

致 谢:感谢董晓莉、廖仁静、李倩、杨英、卢韶婧、祁秋寅等同学在问卷调查中的帮助。

参考文献:

- [1] Brook I. Making here like there: place attachment, displacement and the urge to garden [J]. *Ethics, Place and Environment*, 2003, 6(3): 227-234.
- [2] Corcoran M P. Place attachment and community sentiment in marginalized neighborhoods: a European case study [J]. *Canadian Journal of Urban Research*, 2002, 11(1): 47-67.
- [3] Smith J S. Rural place attachment in Hispanic urban centers [J]. *Geographical Review*, 2002, 92(3): 432-451.
- [4] Salamon S. From hometown to nontown: rural community effects of suburbanization [J]. *Rural Sociology*, 2003, 68(1): 1-24.
- [5] Ryan M M, Ogilvie M. Examining the effects of environmental interchangeability with overseas students: a cross cultural comparison [J]. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 2001, 13(3): 63-74.
- [6] Brown B, Perkins D D, Brown G. Place attachment in a revitalizing neighborhood: individual and block levels of analysis [J]. *Journal of Environmental Psychology*, 2003, (23): 259-271.
- [7] Gu H, Ryan C. Place attachment, identity and community impacts of tourism—the case of a Beijing hutong [J]. *Tourism Man-*

- agement 2008 **29**(4): 637-647.
- [8] 唐文跃, 张捷, 罗浩, 等. 古村落居民地方依恋与资源保护态度的关系[J]. 旅游学刊, 2008, **23**(10): 87-92.
- [9] 唐文跃. 皖南古村落居民地方依恋特征分析——以西递、宏村、南屏为例[J]. 人文地理, 2011 **26**(3): 51-55.
- [10] 项文惠, 王伟. 基于地方依恋理论的古村落旅游开发研究——以富阳龙门为例[J]. 浙江工业大学学报(社会科学版), 2010 **9**(3): 269-273.
- [11] 李九全, 王立. 基于地方依附感原理的景区旅游竞争力探析[J]. 人文地理, 2008 **23**(4): 79-83.
- [12] 白凯. 乡村旅游地场所依赖和游客忠诚度关联研究[J]. 人文地理, 2010 **25**(4): 120-125.
- [13] 钱树伟, 苏勤, 祝玲丽. 历史街区旅游者地方依恋对购物行为的影响分析——以屯溪老街为例[J]. 资源科学, 2010 **32**(1): 98-106.
- [14] 钱树伟, 苏勤, 郑焕友. 历史街区顾客地方依恋与购物满意度的关系——以苏州观前街为例[J]. 地理科学进展, 2010, **29**(3): 355-362.
- [15] 余勇, 田金霞, 栗娟. 场所依赖与游客游后行为倾向的关系研究——以价值感知、满意体验为中介变量[J]. 旅游科学, 2010 **24**(2): 54-62.
- [16] 张春晖, 白凯. 乡村旅游地品牌个性与游客忠诚: 以场所依赖为中介变量[J]. 旅游学刊, 2011 **26**(2): 49-57.
- [17] Williams D R, Roggenbuck J W. Measuring place attachment: some preliminary results[M]// Proceeding of NRPA Symposium on Leisure Research, San Antonio, TX, 1989.
- [18] Williams D R, Patterson M E, Roggenbuck J W. Beyond the commodity metaphor: examining emotional and symbolic attachment to place[J]. Leisure Sciences, 1992 **14**(2): 29-46.
- [19] Tosun C. Host perceptions of impacts: a comparative tourism study[J]. Annals of Tourism Research, 2002, **29**(1): 231-253.

The Characteristics of Urban Residents' Place Attachment to Recreational Block: A Case Study of Nanjing Confucius Temple Block

TANG Wen-Yue

(School of Tourism and Urban Management, Jiangxi University of Finance and Economics, Nanchang, Jiangxi 330013, China)

Abstract: In the process of rapid urbanization, how to build an urban outdoor recreation space with local characteristics and historical and cultural meaning is a practical and significant issue worthy of further research. Understanding the meaning and value of urban space and the relationship between people and urban space is the prerequisite and basis for the construction of this kind of urban space. Place attachment, an emotional attachment to a certain place, is a kind of special phenomenon of man-land relationship and a hot topic of western recreation geography and environmental psychology. Residents' place attachment to urban recreational block research provides a new perspective for understanding the relationship between residents and urban recreation space. This paper takes Nanjing Confucius Temple block, an urban residents' outdoor recreational place and 5A tourism area, as a study case, and estimates its recreationists' place attachment with 5-point likert scale. The result shows that Nanjing residents' place attachment to Confucius Temple recreational block is constructed by two dimensions: place dependence and place identity. Place identity is more important than place dependence for Nanjing residents. Time and economic condition are the main factors in the formation of residents' place attachment to Confucius temple block. Place dependence is mainly affected by residents' economic condition while place identity by time. Confucius temple block as a popular recreational block primarily meets medium educational level and the middle income class recreationists' demand. This study also demonstrates the validity of the measurement scale and the applicability of this measurement technology in the research of urban residents' place attachment in China. Study on urban residents' place attachment to recreational block provides not only practical guidance and reference for the planning and construction of urban historic district and recreation space, but also a new perspective for the theory and method of modern urban recreation space planning and design.

Key words: urban residents; recreation; place attachment; Nanjing Confucius Temple Block