

- 杨晴晴, 杨效忠. 2022. 基于网络文本的廊道型旅游地意象研究——以皖南“川藏线”为例. 热带地理, 42 (4): 674-684.
- Yang Qingqing and Yang Xiaozhong. 2022. The Image of Corridor Tourism Destination Based on Internet-Text: A Case Study of Southern Anhui "Sichuan-Tibet Line". *Tropical Geography*, 42 (4): 674-684.

基于网络文本的廊道型旅游地意象研究 ——以皖南“川藏线”为例

杨晴晴, 杨效忠

(安徽师范大学 地理与旅游学院, 安徽 芜湖 241002)

摘要: 旅游地意象是旅游地理学的重要研究主题, 旅游者具身化意象认知结果对旅游地行为忠诚、满意度及旅游资源开发至关重要。借助蕴含旅游者记忆与叙事信息的网络游记文本及图片位置数据, 采用质性与GIS分析相结合的方法, 建构廊道型旅游地意象。研究发现: 1) 廊道型旅游地意象由线性意象、色彩意象、地方意象、审美意象和情感意象五维类属建构而成。2) 皖南“川藏线”旅游者在场体验过程中的情感评价积极情感占主导地位, 消极情感占比相对较少, 其中高度积极情感所占比例显著高于高度消极情感。3) 旅游者皖南“川藏线”意象要素感知特征呈现动静结合、线性体验与感知兼具两个层级。其中, 动静特征通过静态景观与动态体验共同展现, 线性体验更多强调旅游者产生的刺激、惊险、震撼的驾驶乐趣及情感升华。4) 皖南“川藏线”线性意象热点集中于桃岭公路及六道湾周边, 色彩意象热点集中于储家滩和红杉林两地, 审美意象热点集中于储家滩、青龙湖、红杉林沿线, 地方意象热点集中于储家滩、桃岭公路和水墨汀溪一带。

关键词: 廊道型旅游地; 旅游地意象; 情感评价; 意象认知热点; 皖南“川藏线”

中图分类号: F590

文献标志码: A

文章编号: 1001-5221(2022)04-0674-11

DOI: 10.13284/j.cnki.rddl.003474

开放科学(资源服务)标识码(OSID):



伴随中国私家车数量的快速增长, 兼具旅游与交通功能的廊道型旅游地成为自驾旅游者休闲度假的热门目的地。廊道型旅游地特有的串联、流动属性为自驾旅游者提供较好的驾驶体验及流动的视觉景观, 使其获得愉悦的旅游体验, 在区域旅游发展中具有重要作用。当前针对廊道型旅游地的研究涉及两个方面, 首先, 在实践操作层面, 廊道成果广泛应用于规划实践中, 内容涉及廊道适宜性评估、环境质量提升与空间优化方面(青菁等, 2016; 张云路等, 2017; 李欣鹏等, 2020)。廊道型旅游地是涵盖交通、旅游、经济、生态及美学价值的综合体, 廊道的系统性以及其作为线性空间在旅游休闲、文化传承、生态保护上具有重要作用(李龙等, 2020), 是地方政府旅游规划发展的重点内容。其次, 在学术研究层面, 廊道是近年来的热点, 研

究内容主要涉及廊道概念界定(邬建国, 2000; 戴嘉昕, 2019)、景观规划和空间设计(余青等, 2001)、视觉美学评价(吴必虎等, 2001)、生态保护(Lindsey, 1999)、历史文化保护(王志芳等, 2001)及旅游者体验(Yokohari et al., 2006)等方面。在廊道旅游地建设过程中, 关注旅游者在廊道线性空间中的体验感知与意象建构过程至关重要。已有学者研究旅游者廊道旅游过程中的感知特征、行为意愿及情感体验(梁明珠等, 2012; 胡传东等, 2015; 王镇宁等, 2020), 为廊道型旅游地内在结构的研究奠定了基础。

“意象”原指一个城市对其居民而言所具有的独特感觉形象, 是建立在可见实体基础上的“共同心理图像”(文媛等, 2021)。Hunt (1975)最早将意象研究引入旅游领域, 尔后学者们开始建构旅游

收稿日期: 2020-12-30; 修回日期: 2021-06-03

基金项目: 国家自然科学基金项目“旅游拥挤视角下的世界遗产地空间冲突特征、机制及调控研究”(41471129)

作者简介: 杨晴晴(1993—), 女, 安徽阜阳人, 硕士研究生, 研究方向为旅游意象, (E-mail) 1244348793@qq.com;

通信作者: 杨效忠(1969—), 男, 安徽六安人, 博士, 教授, 研究方向为旅游地理, (E-mail) 1075742914@qq.com。

地的意象概念 (Chon, 1990; Echtner et al., 1993; Kim et al., 2003), 使其逐渐成为旅游研究的重要话题 (田逢军等, 2008; 蔡礼彬等, 2019; 曹兴平等, 2020)。旅游意象更多强调个体对客观环境的内在知觉, Tasci (2007) 认为旅游目的地意象是一个复杂的、动态性的交互系统, 其核心在于对目的地共同属性和独特属性的认知及情感反应。意象的心理学属性及赋存于其上的抽象性特征致使旅游地意象维度的划分较为多元, Cartner (1993) 将旅游目的地意象划分为认知意象和情感意象, 指出这 2 种意象具备层次性和相关性, 从不同维度作用于目的地的意象。为进一步洞悉意象属性的优先性, 相关研究基于“认知—情感”二维模型, 通过辨析维度间的等级关系及依存关系 (Chon, 1990; Baloglu et al., 1999; Agapito et al., 2013; Papadimitriou et al., 2015), 指出认知意象与情感意象间的紧密连接。此外, Echtner 等 (1991) 从“整体—个别”“功能—心理”“普通—独特”三大维度建构旅游目的地意象维度, 强调旅游地意象是个体、整体及特殊属性感知的集合。旅游意象研究对象涉及层面较为广泛, 部分学者选取城市作为研究对象, 解析城市旅游意象内在结构 (田逢军等, 2008), 借助直指系统与涵指系统表征城市旅游意象 (蔡礼彬等, 2019)。周永博等 (2010) 则以江南水乡为例, 提出旅游意象是由文脉、地脉及功能属性共同建构的主观结构。此外, 有学者选取草原旅游地、古镇、历史文化街区 (乌铁红等, 2010; 彭丹等, 2019; 吴俊等, 2020;) 等作为研究对象, 探究旅游地意象影响因素、要素特征及游客情感倾向。当前旅游意象概念界定较为多样、意象维度划分较为多元、研究主体较为广泛, 但针对廊道型旅游地意象结构的研究相对较少。而廊道型旅游地与传统旅游目的地相比, 特殊性在于线性空间的串联与流动, 借助线性空间能够有效整合沿线旅游资源, 实现区域旅游效益和竞争优势的最大化。廊道型旅游地意象研究对区域经济发展、旅游资源的深度挖掘及旅游品质的提升有显著意义。

综上所述, 为厘清旅游者沉浸式旅游体验过程中的意象建构及情感表征, 以皖南“川藏线”为例, 采用质性与 GIS 空间分析相结合的方法, 围绕蕴含旅游者记忆及情感信息的网络文本对皖南“川藏线”意象建构展开研究。以期丰富旅游意象理论研究, 为廊道型旅游地的意象营造、开发管理提供对策和建议。

1 研究设计

1.1 研究区概况

皖南“川藏线”(宣城 S345 宁泾路) 又名“江南天路、皖南 318”, 全程核心路段 120 km, 东起宁国市西津街道, 西至泾县琴溪镇, 跨越泾县、宁国市两大市县。线路划分为宁国段与泾县段, 由不同县道共同组成, 途经杨柳镇、周王镇、港口镇、青龙乡、方塘乡、云乐乡、汀溪乡和蔡村镇等乡镇; 沿途道路曲折惊险, 自然景观别致, 地形地貌复杂多变, 特色植被红杉林及地方文化氛围, 能为旅游者提供别样自驾体验, 是国内热门的旅游廊道线路。

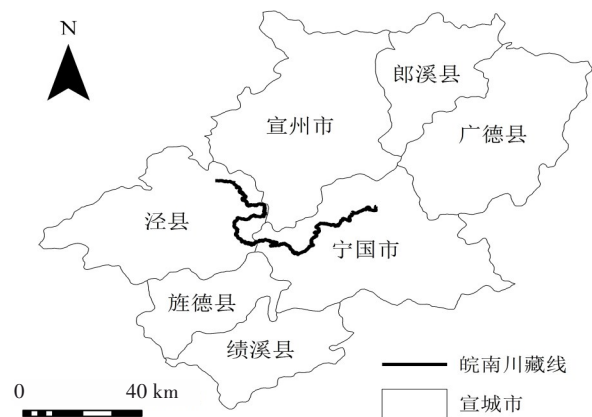


图1 皖南“川藏线”区位

Fig.1 Location of "Sichuan-Tibet line" in south Anhui

1.2 数据来源与处理

技术进步、全球媒体和日益激烈的国际竞争影响目的地被想象、感知和消费的方式, 意象的形成不再是大众传播的单向“推动”过程, 而是选择、反思、共享和体验的动态过程 (Govers et al., 2007)。信息技术建构的数字世界为旅游者体验过程中的内在感受提供了展示平台, 社交用户创造的旅游体验内容成为旅游者获取目的地意象及进行旅游决策的主要途径 (邓宁等, 2018)。网络游记文本迥然于旅游主流宣传片的旅游者记忆空间描绘, 实现了旅游体验的再现或再现中的旅游体验, 赋予旅游者以话语实现记忆情感的释放与表达。因此, 为进一步洞悉旅游者廊道旅游过程中的内在知觉, 以网络游记文本为载体, 探究游客廊道体验过程中的意象建构。

数据主要来自马蜂窝网、携程网、去哪儿网、

微博^①等主流的旅游社交媒体平台,以皖南“川藏线”、皖南“318”、小“川藏线”为关键词,搜索获取游客的游记文本及图片。文本材料的选择原则上保留能最大化体现游客真实感受且描写细致,能呈现多样信息的游记文本。在数据处理过程中,首先,对资料内容进行清洗,人工甄别并剔除政府部门及其他企业等发布的宣传性广告营销类游记和位置属性信息不明确图片。之后,对数据进行预处理,删去文本中的符号标记、数字以及与研究内容不相关的语句,再对文本资料进行一致性修改,如将“慧云禅寺”替换为“惠云禅寺”,英文及网络用语替换为同义文字等。最终,获得76篇网络游记,共计134 689字,获取有效图片2 483张。

1.3 方法与步骤

旅游地意象是旅游者对旅游地物质要素的主观意识图像凝结,其认知投射具有一定的隐喻性与复杂性(彭丹等,2019)。首先,基于获取所得游记文本数据,运用扎根理论,从开放性编码、主轴式编码及选择性编码着手,对文本数据展开详细

编码、建立联系、提取核心范畴,最终总结凝练旅游地意象认知类属。其次,借助ROST CM6软件对文本数据进行频次统计,研究旅游者目的地在场想象、感知内涵,揭示游客廊道旅游意象感知特征;此外,抽取文本中具备情感属性的语句,运用情感分析功能探究旅游者在场体验中的情感偏好;最后,依据游记图片的位置信息,借助ArcGIS空间可视化手段表征皖南“川藏线”旅游意象热点。

2 结果分析

2.1 皖南“川藏线”旅游地意象建构

2.1.1 游记文本的概念化与范畴化 开放式编码阶段是将文本资料分解、比较、概念化和范畴化的过程,即将原始资料打散后赋予概念,再以新的方式重新组织起来的操作过程(陈向明,2000)。实际编码过程中,抛开预设及主体先验知识,对原始材料逐字逐句进行编码,反复对比分析后最终提取30个初始范畴(表1)。

表1 游记文本的概念化与范畴化(部分编码)

Table 1 Conceptualization and categorization of travel note texts (partial coding)

编号	原始语句	代码	初始范畴
MFW-04	远远望去,桃岭公路这十八弯的山路好比怒江72道拐,一样惊险万分,险趣共生。当开车行驶在这段公路上,公路的一侧是陡峭高山,一侧是万丈悬崖,若是赶上了山雾弥漫,更是犹如行驶于天路之上,不由得心跳加速。	桃岭公路、惊险、行驶、陡峭、悬崖、天路、心跳加速	道路体验
XCW-31	我疑惑我所见的一切,这是人间之景吗,密集的水杉生在水中,与宽广碧绿的水面相互映衬,美不胜收。红、浅红、深红、金红,各种颜色相互交织着,浓雾笼罩下朦胧的水杉林,梦幻般的水面,美得不可思议,美得让人不相信。	水杉、碧绿、水面、红、浅红、深红、颜色、交织、梦幻、不可思议	自然景观色彩感知
XCW-06	快到青龙乡时,路边有个加油站,向右转弯就能看到路牌,穿过小镇,路的左边就是青龙湖水库的上船码头。	加油站、路牌、水库、码头	基础设施

2.1.2 概念的总结与链接 主轴式编码阶段可以进一步探究和建立概念类属间的各种联系,从而反映资料中各部分间的有机关联(Glaser et al., 1967)。通过对游记原文及语义的重复推敲进一步建立类属间的连接,获取更高层级的概念类属,最终得到12个主类范畴,即视觉流动景观、分段线性体验、人际相遇、自然色彩、人文色彩、理念色彩、审美知觉、审美想象、审美理解、文化氛围、生活氛围、公共服务(表2)。

2.1.3 核心范畴的凝练与抽取 为深度挖掘旅游地意象的核心范畴加以抽象,以故事线为媒介,探究主范畴之间的关系及脉络,进而识别确定统领全文

的核心范畴。通过对主范畴及相关范畴进行更为抽象、系统地分析,凝练出廊道旅游地认知类属。最终得到皖南“川藏线”旅游意象4维认知:线性意象、色彩意象、审美意象和地方意象(见表2)。

2.1.4 维度建构 旅游地意象是一个复杂动态的交互系统,个体的在场具身体验进程衍生出想象与感知,促使游客产生情感倾向的异质性,进而影响个体行为动机,使得旅游者对目的地产生不同的情感评价。廊道旅游地意象的形成离不开个体的情感评价,情感评价结果对目的地营销建设具有重要意义。因此,廊道型旅游地意象维度建构过程中,延续前人研究成果(Chon, 1990; Baloglu et al., 1999;

① 资料来源:马蜂窝网. <https://www.mafengwo.cn>; 携程网. <https://you.ctrip.com>; 去哪儿网. <https://travel.qunar.com>; 微博. <https://weibo.com>

表2 皖南“川藏线”认知意象类属

Table 2 The cognitive image category of "Sichuan-Tibet Line" in southern Anhui

认知意象 范畴	占比/%	子范畴	占比/%	数据原文
线性意象	28.0	视觉流动景观	13.6	一路驱车盘山,山路十八弯,悬崖峭壁,峰峦叠嶂环绕,盘山公路蜿蜒曲折,两岸梯田错落有致,鳞次栉比,风悠悠空谷来兮,雾濛濛深涧生烟,远眺群山缭绕飘渺,胸中律动着轻盈的欢快,喧嚣的心灵荡漾着缕缕宁静。 ——MFW-14
		分段线性体验	8.5	第二天前半段青龙乡到方塘乡,青龙乡到方塘乡是皖南川藏线比较缓的路段,路比后半段宽,也不陡,弯道少。后半段方塘乡到汀溪乡,方塘乡后面的道路渐渐变得陡,弯道多了起来,尤其是在“桃岭”段,从地图上看起来像锯齿一样。 ——MFW-28
		人际相遇	5.9	前往桃岭七星级弯道途中,一路上能看到许多自行车、摩托车骑行者,烈日炎炎下骑着自行车通过桃岭弯道需要相当大的勇气和耐力,休息的时候和两个四十多岁的骑行者聊起,他们说虽然烈日下骑着自行车一路上很辛苦,但是体验是完全不一样的。 ——MFW-02
色彩意象	19.6	自然色彩	9.7	山坳里遍布水田,山路曲折折,忽高忽低,一派秋季风光,一路盘山公路,坡陡弯多,一路上没有遇到行人和车辆,只有我们在行走。青的山,白的屋,红的瓦,美丽而耀眼。深秋是一个更加张扬的季节,山上的色彩更加丰富,一簇簇的黄,如抹,如染;一团团的红,似焰,似霞。此外,还有粉,还有黛,还有褐,还有那长青的绿永远是主色调。 ——XCW-31
		人文色彩	3.1	湖水清澈,波光粼粼,几间粉墙黛瓦的徽派老屋静静地伫立于碧水蓝天间。 ——MFW-01
		理念色彩	6.8	越来越多的私家车和我们一起驶入川藏线的精华部分。不过由于是节假日,竟然堵了起来,看着鲜红的褐色,真是可怕。 ——MFW-31
审美意象	29.9	审美知觉	17.0	有着“十里画廊”美誉的储家滩,位于青龙湾下游,有着江南水乡的独特韵味。水天连成一片,青山中藏着白墙黛瓦的人家,在烟雨时节或晨雾之中,湖面上薄雾飘渺,时而有白鹭在低空翱翔,时而有渔翁的轻舟驶过,在峰峦叠嶂间共同绘出一幅唯美的水墨画。 ——MFW-04
		审美想象	7.4	小岛水面环抱,青山围绕,隔着湖水看对岸,开阔的视野和梦境般的景色令人心醉神往。每一个角度,每一个镜头都是一幅幅美丽的画面。大自然的给予,处处都是景,处处都是一幅描摹不多的油画。我享受着色彩的诱惑,多次举起相机不忍放下。这一汪湖水将所有的色彩倒映其间。 ——XCW-31
		审美理解	5.5	我们在行走中,青山、竹海的一路相伴;石林悬崖陡壁之奇险;水库、河流一路的缠绵;它们在大自然中尽情地展现着各种的生命姿态,不事张扬,没有造作,自然而然。不经意间还会奇遇一些瞬间出现的景观,经天的流云,深奥的天空,燃烧夕阳,它们在瞬间的姿态变幻,显得自然而流畅。我们也会邂逅一些人和事,虽然那之前我们是陌生的,但那一刻我们是那么的亲近与友善,这也是一种缘分吧。 ——XCW-31
地方意象	22.5	文化氛围	4.0	月亮湾,在这里曾经拍摄过《渡江侦查记》《月亮湾的笑声》《月亮湾的风波》等影视作品,加之这次影响力非凡的《大江大河》,更使这片美丽的地方走进万千人的视线。 ——XCW-01
		生活氛围	7.4	山里的清晨,感觉醒得特别早,娃一早已经绕着院子跑了一圈了,有稻田蛙声,农家的孔雀叫声,树上的鸟叫,早起的农妇已经下地干活了,溪边三三两两的村民开始洗衣洗菜,处处一片田园风光。 ——XCW-25
		公共服务	11.1	罗陵湾自驾营地是由罗陵湾自驾酒店和罗陵湾房车露营地组成。营地内设有四合院的住宿和餐饮接待中心,有自行车房车营地和帐篷露营地,可以承接各种烧烤、篝火、企业拓展、会议、漂流、游船等活动。 ——MFW-03

Agapito et al., 2013), 将情感意象纳入维度。故而, 建构出皖南“川藏线”旅游意象5大维度, 即线性意象、色彩意象、地方意象、审美意象和情感意象。

1) 线性意象。线性意象是指旅游者在景观线性空间具身体验后, 产生心理及生理层级的旅游者线性廊道感知。线性空间体验过程中的流动视觉盛宴、刺激感受、人际相遇等共同构成旅游者廊道线性意象。

2) 色彩意象。色彩意象是旅游者在旅行过程中由色彩引发的心理感觉, 涵盖联想、象征、好恶及冷暖、兴奋等所有感觉, 综合起来形成色彩意象(白凯, 2012)。不同文化背景旅游者的色彩认知一

定程度影响旅游者的心理情感, 旅游者经过在场体验孕育内心的遐想与感受, 进而构建独特的目的地色彩意象。

3) 审美意象。审美意象是旅游者在对旅游地客观环境的体验过程中, 融入主观情意加以创造产生虚实相生的审美认知结果。不仅涉及旅游地物质、静态及外在意象层面, 还包含精神、动态及内在层级的审美意象。审美意象包含旅游者对旅游地审美对象产生的情感共鸣及理性化思考, 具备心理性、概念性及可意向性(文涛, 2000)。

4) 地方意象。地方意象是旅游者依托其在场体验、感受及知觉, 进而在脑海中产生旅游地空间的心理映像, 是旅游者与目的地地域空间相互作用

的结果(胡海燕等,2018)。地方不仅仅是简单的地图符号,还是拥有意象和感觉价值的中心,是令旅游者感觉到充满意义的地方(张中华等,2008)。

5)情感意象。旅游者在旅游地游览过程中产生的正向和负向的情感评价,共同构成旅游地的情感意象。

2.2 皖南“川藏线”旅游地情感倾向研究

情感作为个体普遍存在的内心感知,既态度的重要组成部分,也人对客观对象是否满足自身所需而产生的态度体验(朱智贤,1989)。旅游者在游览活动过程中,由于主客间复杂的相互作用而产生的情感行为,是目的地意象的重要组成单元。为充分剖析皖南川藏线情感意象倾向特征,选取ROST CM6软件中的情感分析功能,对游记文本内容进行分析(表3)。

表3 旅游者情感倾向分析

情感类型	数量	比例/%
积极情绪	3 989	55.74
一般	3 004	41.98
中度	695	9.71
高度	290	4.05
中性情绪	2 060	28.79
消极情绪	1 107	15.47
一般	926	12.94
中度	108	1.51
高度	73	1.02

从数据结果看,旅游者皖南“川藏线”情感体验中积极情感占主导地位,占比为55.74%,消极情感仅占15.47%,且旅游途中的高度积极情感所占比例显著高于高度消极情感。旅游者在驾驶过程中体会到的挑战、刺激、色彩、景观、自由、梦想、放松以及当地人的热情淳朴等因素促使游客产生积极情感。正如游客所描绘的:“你的孩子可能还没有过在河水里捕鱼、戏水的经历吧,带他来吧!带他体验最自然本真的山野生活,在河里打鱼、地里摘菜、山上喂鸡捡鸡蛋,吃最原生态美食,住带小院的屋子,仿佛生活本该如此平静祥和,住下来就不想再离开”(MFW-10)。旅游者皖南“川藏线”情感体验中中性情感占比为28.79%,一些游客在游览过程中的情感倾向并不明显,无论是旅游地线性空间的驾驶体验或沿途景观的欣赏,均未能带给旅游者较高的积极情感体验,但也并未产生过多消极的感受。“总的来说六道湾和桃岭公路游玩最累也

最吸引人,月亮湾和水墨汀溪因开发程度不够感受较为一般,整体来说感受还行但较为平庸”(MFW-06)。

然而,除了积极情感、中性情感外,皖南“川藏线”情感体验中的消极情感体验更加不容忽视。如部分游客反应的皖南“川藏线”知名度提升后,不断增加的游客对目的地的自然环境造成了一定程度的污染和破坏,使得原本绿色清新的地方景观失去了本色,破坏了旅游者内心的美好憧憬,产生了一些消极的情感。一位游客在游记中写到“今天我也打算拍夜景,但是这里光污染太严重,根本拍不到跟昨天一样的星空”(MFW-31)。

2.3 皖南“川藏线”旅游地意象感知特征

为深入凝练旅游者对皖南“川藏线”的认知意象感知特征,探究旅游者知觉偏好。运用ROST CM6软件中的词频抽取及语义分析功能,得到旅游者认知意象感知关键词频(表4)。进一步对关键词频信息加以整合归纳,得到旅游者皖南“川藏线”认知意象要素感知特征:

1)意象元素的动与静。旅游者在皖南“川藏线”驾驶体验过程中产生的感知并非是单一、孤立的,而是叠加上旅游者深层情感的综合感知。根据表4可以发现,旅游者对皖南“川藏线”的景观欣赏意象元素主要包括:桃岭公路、月亮湾、储家滩、水墨汀溪、青龙湖、红杉林、漂流、竹筏、小溪、游船、石林、水库、盘山公路、寺庙等意象要素。其中,以储家滩为代表的静态景观意象元素及以漂流为代表的动态意象要素共同构建起皖南“川藏线”意象景观要素。作为开敞的线性空间,廊道串联活化沿途静态及动态意象元素,建构出皖南“川藏线”多层次节奏性的旅游感知。动静结合的意象元素为旅游者描绘出一幅立体直观、灵巧精妙、绘声绘色的旅游景致,给予游客美的感受,使得置身其中的游客生成审美知觉、想象及个体理解,进而引发深度情感体验。正如游客所描述的:“在这么美的地方,待上一天都是快乐的,目光所及,皆是美景,名副其实的人间仙境。这里可以说是整个皖南川藏线上最美的景色,树木生长在水中,既有郁郁葱葱,也有枯枝败叶,枯木插在水中,原生态纯天然,毫无雕琢粉饰,就是那么自然纯净”(MFW-01)。当旅游深度融入自然景观中时,其情感也进一步得到升华。“第一次看到这样的画面别有一番感觉。竹筏孤单地在画中穿梭行走,不经意间飞起两只白色的水鸟,更有一两只野鸭出没

表4 网络游记高频词

Table 4 The high-frequency vocabulary of travel blogs online

关键词	词频	关键词	词频	关键词	词频	关键词	词频
景区	282	穿越	57	堵车	32	秋天	18
桃岭公路	252	山水	56	竹林	30	休闲	18
月亮湾景区	247	驾驶	53	干净	30	色彩	18
皖南川藏线	241	民宿	52	烧烤	30	热情	17
储家滩	180	清澈	50	欣赏	27	挑战	17
水墨汀溪	176	原始森林	49	吸引	26	车队	17
青龙湾	152	观景台	49	绿色	26	遗憾	16
漂流	146	刺激	47	罗陵湾	25	险峻	16
自驾游	137	小溪	45	江南天路	25	阳光	15
红杉林	131	青山	42	青山绿水	25	白云	15
风景	124	石林	42	港口湾水库	24	翠竹	14
山路	119	停车场	42	神秘	24	仙境	14
导航	93	游船码头	40	安全	24	漂亮	14
住宿	83	慧云禅寺	39	落羽杉	24	世京果园	14
农家乐	81	拍照	39	六道湾	24	世外桃源	14
自然	80	空气	39	独特	23	打卡	14
老板	80	感受	39	骑行者	22	黄田古村	13
沿途	78	美丽	39	红色	21	清新	13
停车	76	水墨画	38	享受	20	石壁山	13
美景	76	玩水	36	蓝天	20	度假	13
路线	75	精华路段	35	原生态	20	安静	12
体验	70	惊险	35	露营	20	令人神往	12
盘山公路	63	适合	33	七十二拐	19	美食	11
酒店	61	道路曲折	32	秀美	18	想象	11
竹筏	61	攻略	32	寺庙	18	惬意	10

其间，整个落雨杉湿地保护区静谧的氛围，让我们也安静了下来，出去游玩了多次，也只有到了这里，才知道什么是真正的美景”（MFW-01）。

2) 意象元素的线性体验与感知。“曲折”“刺激”“惊险”“震撼”“享受”等意象元素，凸显旅游者立足皖南“川藏线”直观体验下的感知特征。游客驾驶过程中沉浸式体验到电影场景中走就走的随意与洒脱，自驾过程中的刺激、惊险感受于游客而言是表达与释放内心的情感表征。亲身体验后的游客认为“桃岭公路十八弯的山路好比怒江72道拐，惊险万分，险趣共生。当开车驾驶在这段公路上，一侧是陡峭高山，一侧是万丈悬崖，若是赶上了山雾弥漫，更是犹如行驶在天路之上，不由得心跳加速”（MFW-04）。车窗外的风景无不刺激游客的感官，使之产生别样感受。“在这里行车，车窗外就是悬崖峭壁，四周是青翠的青山，既紧张刺激又心旷神怡。这么多弯道也是自驾游方式的乐趣所在，弯道驾驶对车辆及驾驶技术的要求也会更高。路面虽好但道路狭窄，会车时，尤其是弯道会车更是要小心”（XCW-29）。“这段路开始有了开车的乐趣和视觉的冲击，从山脚到山顶，再从山顶到山

脚，从这座山头到那座山头，穿上云端，穿下云层，穿行在云雾里，翻过了一座座山，山路十八弯，有较多270°以上的急转弯，开起来真过瘾”（WB-01）。旅游者自驾体验过程中，满足于视觉层面的流动景观享受以及驾车体验的自我诉求后，在与自然及自我的对话中收获良多，思维不断延伸，感知意象不断升华，进而产生更深层次的自我感知意象。正如旅游者所说“我们在行走中，青山、竹海的一路相伴；石林悬崖陡壁之奇险；水库、河流一路的缠绵；它们在大自然中尽情地展现着各种的生命姿态，不事张扬，没有造作，自然而然。不经意间还会奇遇一些瞬间出现的景观，经天的流云，深奥的天空，燃烧的夕阳，它们在瞬间的姿态变幻，显得自然而流畅。我们也会邂逅一些人和事，虽然在那之前我们是陌生的，但那一刻我们是那么的亲近与友善，这也是一种缘分”（XCW-29）。

2.4 皖南“川藏线”旅游地意象热点

图片作为承载隐喻数据信息的标志性符号，协助旅游者记录场景及记忆。旅游者在场体验过程中拍摄的照片蕴含着旅游者对旅游地的独特记忆，能较好展示游客的深刻认知意象点。通过解读图片标

记信息,有助于剖析旅游者游览体验中的意象热点。借助编码分析结果,依据4种认知维度将图片数据进行分类,借助ArcGIS10.2对获取坐标进行可视化处理,再通过核密度分析工具,最终得到皖南“川藏线”旅游意象认知维度意象热点区域(图2)。

从图2可知,线性意象热点集中于桃岭公路及六道湾周边,作为皖南“川藏线”驾驶体验的核心路段,桃岭公路刺激与震撼的驾驶体验使之成为旅游者感知强烈的道路区域;红杉林别具一格的色彩体验成为旅游者视觉享受的中心地带,储家滩沉浸式山水景观带来的水墨体验,促使两地成为色彩意象的热点集聚区域;储家滩、青龙湾、红杉林沿线绝美的自然景观与赋存于上的旅游者主观情感创造,使之成为审美意象的热点场所;地方是旅游者体验过程中充满意义的场所,承载旅游者的情感释放,驾驶中的人际交往、悠闲随意的乡野生活构建

出旅游者内心向往的生活,储家滩、水墨汀溪、桃岭公路特殊的旅游际遇使之成为地方意象的记忆核心。意象热点生动展现旅游者廊道体验过程中的知觉、感知及想象,使抽象的内心感知清晰可见。

廊道型旅游地隐喻的“移动-链接”属性,促使旅游者具身体验过程中空间认知格局的形成。以线性空间为载体组合串联沿线孤立散落的意象点,在旅游认知过程中逐渐形成意象点、意象流到意象场的分布格局。旅游者在场感知较为强烈的区域是线性体验、人际相遇、色彩感知、审美知觉及地方依附最为深刻的场所,与廊道型旅游地认知意象的建构存在内在关联。旅游地意象热点具备可意象性、独特性与强认知性,其旅游景观特质较为突出,高意象点是旅游者塑造深刻记忆的特殊场域;意象热点的建构对区域旅游吸引力的提升至关重要,打造拥有高意象点的旅游吸引资源是廊道型旅游地未来建设的要点。

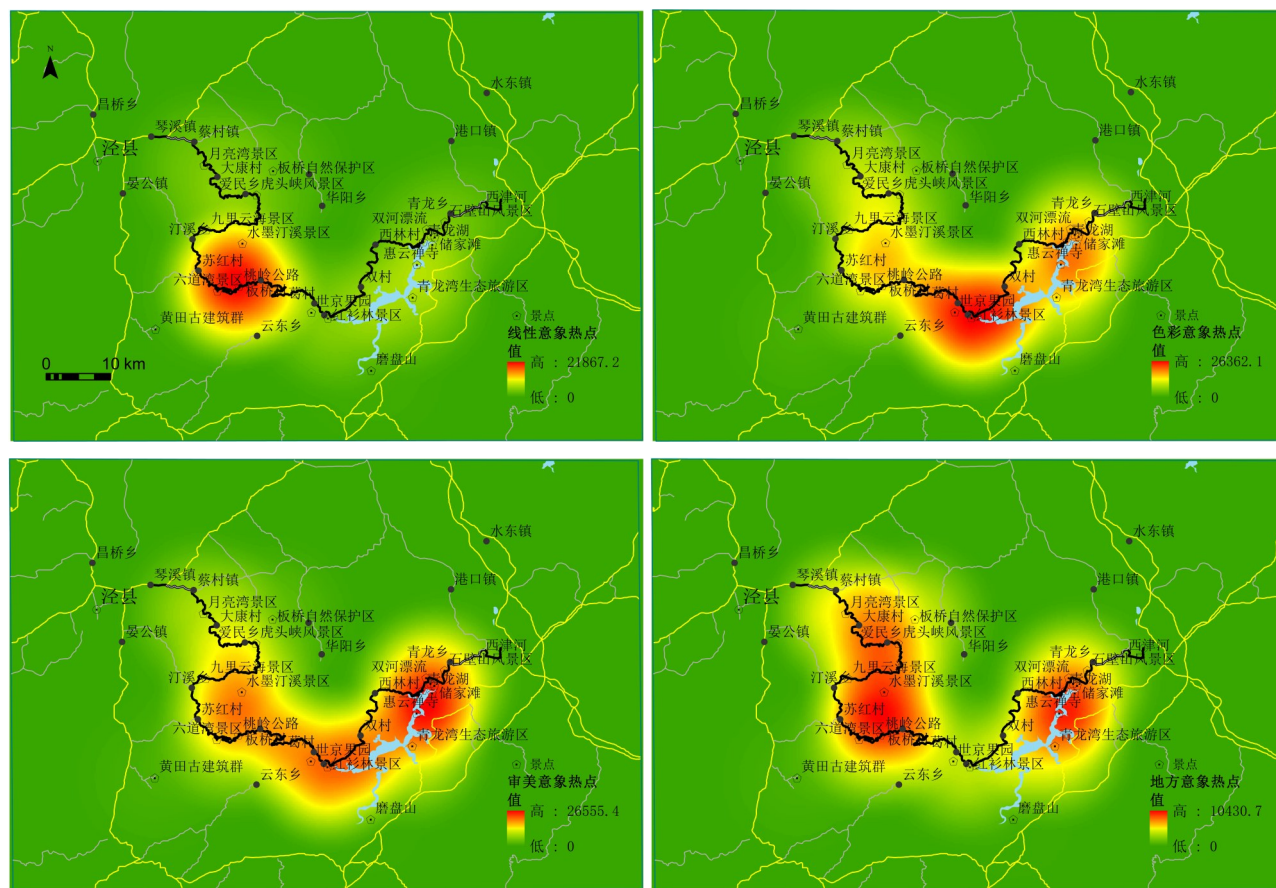


图2 皖南“川藏线”旅游意象热点 (a. 线性意象; b. 色彩意象; c. 审美意象; d. 地方意象)

Fig.2 Tourist hot spots of "Sichuan-Tibet line" in southern Anhui(a. linear image; b. color image; c. aesthetic image; d. local image)

3 结论与讨论

3.1 结论

以廊道型旅游目的地皖南“川藏线”为例,采用质性方法和GIS方法,基于对文本内容及图片数据的分析,探讨廊道型旅游地旅游者体验过程中意象维度的建构、旅游者内隐情感倾向的差异、驾驶过程中的感知特征及认知意象热点的空间格局,得出以下结论:

1) 皖南“川藏线”旅游意象由多维度的认知意象和情感意象五维结构构成。其中,依托旅游地典型性将认知意象细分为线性意象、色彩意象、审美意象和地方意象四大维度。线性意象通过视觉流动景观、分段线性体验、人际相遇3个层面表现;色彩意象从自然色彩、人文色彩、理念色彩3个角度展示旅游者色彩体验;审美意象则通过知觉、想象、理解3个层面构建审美体验;地方意象包括文化氛围、生活氛围、公共服务3个角度。

2) 旅游者皖南“川藏线”体验过程中的情感倾向以积极情感为主导,中性情感占比居中,消极情感占比较少,其中游客产生的高度积极情感比重显著高于高度消极情感。旅游者积极情感的产生源于旅游过程中的驾驶体验、景观欣赏及人际交往,中性情感旅游者体验过程中大多感知较为平庸,而消极情感的产生源于自然环境的破坏及内心憧憬的破碎。

3) 旅游者皖南“川藏线”意象要素感知特征主要从意象要素的动与静及意象要素的驾驶体验与感知两方面体现。其中,意象要素的动与静通过驾驶过程中静态的景观与动态的体验共同展现,而驾驶体验与感知更多强调旅游者产生的刺激、惊险、震撼的驾驶乐趣,以及驾驶过程中内心情感升华后的收获与寄托。

4) 皖南“川藏线”旅游意象热点空间分布格局主要从线性意象、色彩意象、审美意象与地方意象呈现。其中,桃岭公路、六道湾景区线性意象热点感知程度最高;色彩意象热点区域聚焦于储家滩、红杉林景区;审美意象热点场所集中于储家滩、青龙湾、红杉林沿线;地方意象的记忆核心聚集于储家滩、桃岭公路、水墨汀溪一带。意象热点空间格局直观地将旅游者廊道体验过程中的知觉、感知及想象加以展现,使抽象的内心感知清晰可见。

3.2 讨论

廊道型旅游地意象的建构不同于传统旅游地意象维度的划分,廊道体验过程中更加注重线性空间的体验及沿线色彩与流动景观的观赏,廊道线性体验与色彩感知是廊道意象维度建构的关键所在。线性意象从视觉流动景观、分段线性体验、人际相遇3个角度揭示旅游者廊道线性认知及情感的表征;色彩意象作为旅游者感受目的地客观环境意象要素的首要视觉直观,在旅游地的意象建构中必不可少,自然色彩、人文色彩、理念色彩共同建构廊道旅游意象的色彩体验;审美意象是旅游者建立在知觉、想象、理解基础上产生的审美体验,在旅游者景观感知的基础上叠加旅游者的创造与想象,是旅游者产生深刻印象与愉悦感的关键所在。故此,未来旅游地的建设要更加注重意境的营造,为游客提供创造性、情境性的旅游空间,使旅游者在交流互动的过程中产生强烈的获得感及认同感,从而增强旅游主体间、旅游主体与旅游客体间的情感链接,最终实现旅游地价值的再创。

在研究案例地上,相较于其他类型的廊道型旅游地(闫东升等,2016;张飞等,2020;杨雪可等,2021),本文选取的案例地以奇、险、美为主要特征,更加注重廊道的自然景观与驾驶感知,与城市绿道、遗产廊道及河流廊道存在差异,未来可进一步对比分析不同路程长度、景观、经纬度的廊道型旅游地的意象特征,为廊道型旅游地的线路开发和景观建设提供更有利的政策建议。在研究内容和方法上,本文主要以网络文本和位置图片作为分析材料,但所选数据的平台受众有限,所选样本主体不够全面,且缺乏对廊道旅游意象影响机制的深刻解读。未来可借助深度访谈、心理实验分析方法,拓宽样本人群,获取一手数据资料,探究廊道型旅游地意象形成的内在机制。此外,后续可构建廊道旅游地意象指标体系,采用定量手段进行实证研究。

参考文献 (References):

- Agapito D, Valle P O D and Mendes J D C. 2013. The Cognitive-Affective-Conative Model of Destination Image: A Confirmatory Analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(5): 471-481.
- Baloglu S and McCleary K W. 1999. A Model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4): 868-897.
- 白凯. 2012. 旅华美国游客目的地城市色彩意象认知研究. *地理学报*, 67 (4): 557-573. [Bai Kai. 2012. The Research on

- American Tourist about Their Cognition of Color Image of Urban Destination. *Acta Geographica Sinica*, 67(4): 557-573.]
- Chon K S. 1990. The Role of Destination Image in Tourism: A Review and Discussion. *The Tourist Review*, 45(2): 2-9.
- 蔡礼彬, 罗威. 2019. 基于扎根理论与文本分析的海洋旅游目的地意象研究——以夏威夷为例. *世界地理研究*, 28 (4): 201-210. [Cai Libin and Luo Wei. 2019. Study on Image of Marine Tourism Destination Based on Grounded Theory and Text Analysis: A Case of Hawaii. *World Regional Studies*, 28(4): 201-210.]
- 曹兴平, 贺涵, 冯琴, 胡家镜, 郭凌. 2020. 基于游客照片的皖南古村落目的地意象: 以安徽宏村为例. *资源科学*, 42 (5): 933-945. [Cao Xingping, He Han, Feng Qin, Hu Jiajing and Guo Ling. 2020. Destination Imagery of Ancient Villages in Southern Anhui Province Based on Tourist's Photos: A Case from Hongcun Village. *Resources Science*, 42(5): 933-945.]
- Cartner W C. 1993. Image Formation Process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(2/3): 191-215.
- 陈向明. 2000. 质的研究方法与社会科学研究. 北京: 教育科学出版社. [Chen Xiangming. 2000. *Qualitative Research in Social Sciences*. Beijing: Education Science Press.]
- 戴嘉昕. 2019. 长江泰兴城区段沿江生态廊道规划. 长沙: 中南林业科技大学. [Dai Jiaxin. 2019. Planning of Ecological Corridor along the Yangtze River in Taixing Urban Section of the Yangtze River. Changsha: Central South University of Forestry and Technology.]
- 邓宁, 钟栋娜, 李宏. 2018. 基于UGC图片元数据的目的地形象感知——以北京为例. *旅游学刊*, 33 (1): 53-62. [Deng Ning, Zhong Shuona and Li Hong. 2018. Perception of Travel Destination Image Based on User-Generated Photograph Metadata: The Case of Beijing. *Tourism Tribune*, 33(1): 53-62.]
- Echtner C M and Ritchie J R B. 1993. The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment. *Journal of Travel Research*, 31(4): 3-13.
- Echtner C M and Ritchie J R B. 1991. The Meaning and Measurement of Destination Image. *Journal of Tourism Studies*, 2(2): 2-12.
- Govers R, Go F M and Kumar K. 2007. Virtual Destination Image: A New Measurement Approach. *Annals of Tourism Research*, 34(4): 977-997.
- Glaser B and Strauss A. 1967. *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine Press.
- 胡传东, 李露茜, 罗尚焜. 2015. 基于网络游记内容分析的风景道骑行体验研究——以318国道川藏线为例. *旅游学刊*, 30 (11): 99-110. [Hu Chuandong, Li Lumiao and Luo Shangkun. 2015. Cycling Tourists' Experience of Scenic Byways Based on Content Analysis of Travel Blogs: A Case Study of the Sichuan-Tibet Section of National Highway 318. *Tourism Tribune*, 30(11): 99-110.]
- Hunt J D. 1975. Image as a Factor in Tourism. *Journal of Travel Research*, 13(3): 1-7.
- 胡海燕, 逯海勇. 2018. 基于地方意象的传统村落旅游形象设计研究. *设计*, (5): 56-57. [Hu Haiyan and Lu Haiyong. 2018. A Study of the Tourism Image Design for Traditional Villages Based on Local Images. *Design*, (5): 56-57.]
- Kim H and Richardson S L. 2003. Motion Picture Impacts on Destination Images. *Annals of Tourism Research*, 30(1): 216-237.
- 李欣鹏, 李锦生, 侯伟. 2020. 区域生态网络精细化空间模拟及廊道优化研究——以汾河流域为例. *地理与地理信息科学*, 36 (5): 14-20, 55. [Li Xinpeng, Li Jinsheng and Hou Wei. 2020. Delimitation of Urban Growth Considering Spatial Non-Stationary Driving Mechanism. *Geography and Geo-Information Science*, 36(5): 14-20, 55.]
- 李龙, 杨效忠. 2020. 旅游廊道: 概念体系、发展历程与研究进展. *旅游学刊*, 35 (8): 132-143. [Li Long and Yang Xiaozhong. 2020. Tourism Corridor: Concept System, Development Process and Research Progress. *Tourism Tribune*, 35(8): 132-143.]
- Lindsey G. 1999. Use of Urban Greenways: Insights from Indianapolis. *Annals of Tourism Research*, 45(2): 145-157.
- 梁明珠, 刘志宏. 2012. 都市型绿道的感知与满意度研究——以广州市为例. *城市问题*, (3): 14-18. [Liang Mingzhu and Liu Zhihong. 2012. Perception and Satisfaction Degree Research on Urban Greenway: Taking Guangzhou City for Example. *Urban Problems*, (3): 14-18.]
- Papadimitriou D, Apostolopoulou A and Kaplanidou K K. 2015. Destination Personality, Affective Image, and Behavioral Intentions in Domestic Urban Tourism. *Journal of Travel Research*, 54(3): 302-315.
- 彭丹, 黄燕婷. 2019. 丽江古城旅游地意象研究: 基于网络文本的内容分析. *旅游学刊*, 34 (9): 80-89. [Peng Dan and Huang Yanting. 2019. A Study on the Tourism Destination Imagination of Lijiang Ancient Town: Content Analysis Based on Travel Blogs. *Tourism Tribune*, 34(9): 80-89.]
- 青菁, 胥池, 杨彪, 杨志松, 齐敦武, 杨旭煜, 古晓东, 戴强. 2016. 小相岭山系大熊猫廊道规划. *生态学报*, 36 (4): 1125-1133. [Qing Jing, Xu Chi, Yang Biao, Yang Zhisong, Qi Dunwu, Yang Xuyu, Gu Xiaodong and Dai Qiang. 2016. Corridor Design for the Giant Panda in the Xiaoxiangling Mountains. *Acta Ecologica Sinica*, 36(4): 1125-1133.]
- 田逢军, 沙润. 2008. 城市旅游地意象空间分析——以南昌市为例. *旅游学刊*, 23 (7): 67-71. [Tian Fengjun and Sha Run. 2008. Spatial Analysis of the Image of Urban Tourist Destination: A Case Study on Nanchang. *Tourism Tribune*, 23(7): 61-67.]
- Tasci A D A, Gartner W C and Cavusgil S T. 2007. Conceptualization and Operationalization of Destination Image. *Journal of*

- Hospitality & Tourism Research*, 31(2): 194-223.
- 郭建国. 2000. 景观生态学——格局、过程、尺度与等级. 北京: 高等教育出版社. [Wu Jianguo. 2000. *Landscape Ecology Pattern, Process, Scale and Hierarchy*. Beijing: Higher Education Press.]
- 吴必虎, 李咪咪. 2001. 小兴安岭风景道旅游景观评价. 地理学报, 56 (2): 214-222. [Wu Bihu and Li Mimi. 2001. A Linear Landscape Evaluation Technique: A Case Study on the Xiaoxinganling Scenery Drive. *Acta Geographica Sinica*, 56(2): 214-222.]
- 王志芳, 孙鹏. 2001. 遗产廊道——一种较新的遗产保护方法. 中国园林, (5): 86-89. [Wang Zhifang and Sun Peng. 2001. Heritage Corridors: A Comparatively New Protection and Conservation Method of Heritage. *Chinese Landscape Architecture*, (5): 86-89.]
- 王镇宁, 骆培聪, 占惠珠, 赵雪祥, 唐艺烜. 2020. 城市休闲绿道游憩者涉入对幸福感的影响研究——以福州市福道为例. 福建师范大学学报 (自然科学版), 36 (3): 70-78. [Wang Zhenning, Luo Peicong, Zhan Huizhu, Zhao Xuexiang and Tang Yixuan. 2020. Research on the Influence of Urban Leisure Green Road Recreational Involvement on Wellbeing: Taking Fujian Forest Trail of Fuzhou as an Example. *Journal of Fujian Normal University (Natural Science Edition)*, 36(3): 70-78.]
- 文媛, 张瑾, 沈世伟. 2021. 传统村落旅游景观意象的社区感知研究——以江西省婺源县篁岭古村为例. 地域研究与开发, 40 (6): 123-128. [Wen Yuan, Zhang Jin and Shen Shiwei. 2021. Community Perception Research of Traditional Village Tourist Landscape Image: Taking Huangling Ancient Village, Wuyuan County in Jiangxi Province as Example. *Areal Research and Development*, 40(6): 123-128.]
- 乌铁红, 张捷, 李文杰. 2010. 地域文化差异对旅游者的旅游地意象感知影响——以内蒙古自治区草原旅游地为例. 旅游学刊, 25 (6): 66-72. [Wu Tiehong, Zhang Jie and Li Wenjie. 2010. The Impact of Regional Cultural Differences on Tourists' Perception of Tourism Destination Image: A Case Study of Tourists' Perception of Prairie Image in Inner Mongolia Autonomous Region. *Tourism Tribune*, 25(6): 66-72.]
- 吴俊, 韩金珂. 2020. 杭州清河坊历史街区的旅游情感意象研究——基于入境和国内旅游者的比较. 旅游论坛, 13 (2): 71-80. [Wu Jun and Han Jinke. 2020. A Research on Affective Image in Qinghe Block of Hangzhou: Based on Comparison of Inbound and Domestic Tourists. *Tourism Forum*, 13(2): 71-80.]
- 文涛. 2000. 旅游审美意象论——试析西双版纳的风情旅游. 思想战线, (3): 67-70. [Wen Tao. 2000. Image of Tourist Aesthetics—Ethnic Cultural Tourism in Xishuangbanna. *Thinking*, (3): 67-70.]
- 余青, 吴必虎, 刘志敏, 胡晓冉, 陈琳琳. 2001. 风景道研究与规划实践综述. 地理研究, 26 (6): 1274-1284. [Yu Qing, Wu Bihu, Liu Zhimin, Hu Xiaoran and Chen Linlin. 2001. Literature Review on Scenic Byway Research and Planning Practice. *Geographical Research*, 26(6): 1274-1284.]
- Yokohari M, Amemiya M and Amati M. 2006. The History and Future Directions of Greenways in Japanese New Towns. *Landscape and Urban Planning*, 76(4): 210-222.
- 闫东升, 朱战强, 黄存忠. 2016. 广州市城市绿道旅游景观意象研究. 旅游学刊, 31 (12): 85-95. [Yan Dongsheng, Zhu Zhanqiang and Huang Cunzhong. 2016. Exploring Tourism Landscape Image of Urban Greenway in Guangzhou. *Tourism Tribune*, 31(12): 85-95.]
- 杨雪可, 陈金华. 2021. “丝绸之路经济带”线性非遗廊道构建研究. 干旱区资源与环境, 35 (10): 202-208. [Yang Xuehua, and Chen Jinhua. 2021. Construction of Linear Intangible Cultural Heritage Corridor along the Chinese Section of the "Silk Road Economic Belt". *Journal of Arid Land Resources and Environment*, 35(10): 202-208.]
- 周永博, 沙润, 余子萍. 2010. 旅游目的地意象三维耦合结构——基于江南水乡古镇旅游者的实证分析. 地理科学进展, 29 (12): 1590-1596. [Zhou Yongbo, Sha Run and Yu Ziping. 2010. Structure of the Tourism Destination Image. *Progress in Geography*, 29(12): 1590-1596.]
- 张云路, 李雄. 2017. 基于城市绿地系统空间布局优化的城市通风廊道规划探索——以晋中市为例. 城市发展研究, 24 (5): 35-41. [Zhang Yunlu and Li Xiong. 2017. Study on Urban Ventilation Channels Planning Based on Optimization of the Spatial Layout in Urban Green Space: A Case Study of Jinzhong. *Urban Development Studies*, 24(5): 35-41.]
- 张中华, 文静, 李瑾. 2008. 国外旅游地感知意象研究的地方观解构. 旅游学刊, 23 (3): 43-49. [Zhang Zhonghua, Wen Jing and Li Jin. 2008. An Explanation of Theory of Locality in the Foreign Study of Perceptive Image in Tourist Destinations. *Tourism Tribune*, 23(3): 43-49.]
- 朱智贤. 1989. 心理学大辞典. 北京: 北京师范大学出版社. [Zhu Zhixian. 1989. *The Comprehensive Dictionary of Psychology*. Beijing: Beijing Normal University Press.]
- 张飞, 杨林生, 何勋, 石勇. 2020. 大运河遗产河道游憩利用适宜性评价. 地理科学, 40 (7): 1114-1123. [Zhang Fei, Yang Linsheng, He Xun and Shi Yong. 2020. Recreational Suitability Evaluation for the Heritage Sections along the Grand Canal. *Scientia Geographica Sinica*, 40(7): 1114-1123.]

作者贡献声明:

杨晴晴: 论文数据的收集、处理与分析, 撰写全文初稿及修改稿部分内容;

杨效忠: 确定文章的选题、内容结构, 修改稿理论框架的重建及内容的完善。

The Image of Corridor Tourism Destination Based on Internet-Text: A Case Study of Southern Anhui "Sichuan-Tibet Line"

Yang Qingqing and Yang Xiaozhong

(School of Geography and Tourism, Anhui Normal University, Wuhu 241002, China)

Abstract: The image of tourist destination is an important field in the study of tourism geography. The cognitive results of tourists' subject experience embodied image play an important role in the loyalty, satisfaction and development of tourist resources. In order to further explore the constitutive dimensions of tourists' images of corridor tourist destinations, this paper uses the Internet travel notes containing tourists' memory and narrative information to construct five dimensions of images of corridor tourist destinations, using qualitative analysis and GIS research methods. Finally, the following conclusions are drawn: 1) The image of corridor tourism destination is a complex dynamic process, which is the synthesis of cognition, imagination and emotion in the process of tourists' corridor experience. The construction of tourist destination image is of great significance to the construction of destination planning. Therefore, this paper deconstructs tourist image dimension with the help of grounded theory coding method, and finds that the image dimension of corridor tourism destination is constructed from five dimensions: linear image, color image, aesthetic image, local image and emotional image; 2) In order to deeply analyze the emotional results of tourists during corridor tourism, and to explore the emotional tendency of tourists by relying on emotion analysis tools, it is found that in the presence experience of tourists from "Sichuan-Tibet Line" in southern Anhui, positive emotions dominate, while negative emotions account for a relatively small proportion; 3) Through the analysis of key word frequency of travel notes, it is found that the perception features of the image elements of "Sichuan-Tibet Line" in southern Anhui show two levels: dynamic and static combination, linear experience and perception; 4) Relying on the spatial analysis function of GIS, the hot spots of tourists' perception of image elements are extracted, and finally it is found that the image cognition hot spot of "Sichuan-Tibet Line" in southern Anhui is presented in four dimensions: linear corridor, color, aesthetics and local.

Keywords: corridor tourist destination; tourism destination image; emotional evaluation; hot spots of image cognition; "Sichuan-tibet Line" in southern Anhui