

# 什么因素让旅游城市“爆火”？

## ——基于12座城市发展数据的动态QCA分析

韩发<sup>1,3</sup>, 张薇<sup>2</sup>, 刘燕<sup>2</sup>

(1. 内蒙古鸿德文理学院 经济管理系, 内蒙古 呼和浩特 010070;

2. 内蒙古财经大学 旅游学院, 内蒙古 呼和浩特 010051;

3. 韩国中部大学 教育系, 韩国 京畿道 31020)

**摘要:** 随着淄博烧烤、开封王婆说媒等网红事件的传播, 旅游城市“爆火”成为社会热点现象。文章以12座经历“爆火”的城市为例, 基于社会生态系统理论, 收集2016—2023年间18类可能促使城市“爆火”的数据指标, 并采用动态定性比较分析(QCA)方法, 从时空维度阐释这一现象的路径形成及影响机制。研究表明, 监督管理有序、网络热度陡增、市民热情好客是城市“爆火”的必要条件。此外, 通过分析不同区域间发展模式的共性与差异, 提出推动城市“爆火”的五条路径。

**关键词:** 城市“爆火”; 网络传播; 消费友好; 资源带动; 政策推动

**中图分类号:** F59 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674-5841(2025)05-0013-17

### 引言

伴随着以创新为主导的新质生产力的形成, 借助传统旅游业促进城市发展的路径与模式正在发生深刻变革<sup>[1]</sup>。特别是新冠疫情之后, 淄博烧烤、哈尔滨冰雪世界、开封王婆说媒等纷纷成为旅游热点。这些现象不仅重新定义了旅游事件的媒介传播方式, 而且对城市发展模式产生了深远影响。一系列看似偶然的現象, 实际上是多种因素相互作用的结果。因此, 对于那些致力于发展旅游产业的城市而言, 深入探究这一“泼天富贵”背后的驱动因素、

**收稿日期:** 2024-11-20

**基金项目:** 内蒙古自治区社会科学基金常规项目“内蒙古旅游视觉形象与中华文化符号的融合、诠释与传播策略研究”(2024AY06); 内蒙古财经大学社科基金一般项目“铸牢中华民族共同体意识视域下内蒙古地区红色文化资源和旅游发展研究”(NCXKY25016)。

**作者简介:** 韩发(1978—), 男, 内蒙古呼和浩特人, 特聘副教授, 韩国中部大学教育系2023级博士研究生, 研究方向为旅游管理与服务教育; 刘燕(1975—), 女, 内蒙古呼和浩特人, 教授, 硕士, 研究方向为旅游文化学。

**通信作者:** 张薇(1979—), 女, 内蒙古呼和浩特人, 副教授, 博士, 研究方向为旅游视觉形象开发与设计、旅游心理学。

形成路径及运行机制,对理解和指导城市的可持续发展具有至关重要的意义。

关于依托旅游产业提升城市形象、促进城市发展的问题,国内外学者进行了大量的探索研究。这些研究主要围绕资源—技术—媒介—营销这一脉络展开。然而,从现有文献来看,虽然资源、技术、媒介和营销都有可能是旅游城市“爆火”的原因,但这也引发了一些新的思考:哪些因素是旅游城市火爆的必要条件?哪些因素的组合更有利于快速提升城市知名度?那些已经火爆的城市多年来做了哪些有效的工作?实际上,我国城市间发展存在显著的不平衡性,各地区旅游经营模式也不尽相同。为了更全面地理解旅游产业对城市发展的影响,研究重点有必要转向多因素、多条件分析的组态研究上,并兼顾时空维度下的影响因素。

鉴于此,本文充分考虑了城市发展的复杂性和多样性,以社会生态系统理论作为研究框架,选取12个曾经历过旅游爆火的城市作为案例,通过运用动态定性比较分析(QCA)方法,验证推动城市爆火的必要条件和路径组合。

## 一、文献综述与模型构建

### (一) 相关文献回顾

旅游城市,通常是指旅游资源丰富多样、服务体系完善、创新能力卓越,并对旅游市场具有显著影响力的城市或地区<sup>[2]</sup>。在旅游产业的带动下,旅游城市往往能够借助网络迅速爆火,而其爆火的实质是物质经济和信息网络发展所产生的一种社会现象。已有文献围绕旅游城市的发展与知名度的提升进行了深入研究,并取得了丰硕的成果。通过对这些文献的梳理分析,可以从三个角度进行归纳总结。

#### 1. 形象传播视角

现有文献深入探讨树立城市形象过程中的网络传播问题,强调在游客心中建立独特形象的必要性。研究表明,城市的文化遗产、自然风光、地标建筑、特色美食以及节庆活动等元素,都能作为形象符号来提炼和打造,这样更易于被公众识别记忆,从而快速提高城市品牌认知度。通过结合故事叙述和文化内涵的深度挖掘,可以加强城市形象符号与公众的情感联系,使其成为强有力的记忆点<sup>[3]</sup>。网红城市形象传播是网络时代下的一种特殊现象。当城市借助网红或热点爆火时,便形成具有强大吸引力的现象级传播事件。这种传播方式以其鲜明的时代性和互动性,既能快速吸引公众眼球,也能有效促进旅游消费和产业升级<sup>[4]</sup>。

#### 2. 协同发展视角

城市知名度的提升有赖于本地区的快速发展,而城市发展则需要整体布局统筹推进。首先是“区域协同”,即以城市群的发展为引擎,推动整个区

域旅游资源的统合,打造具有活力的旅游经济圈。通过优化区域交通、整合区域市场、共享区域信息等手段,提升地区整体的旅游吸引力和竞争力<sup>[5]</sup>。其次是“城乡共建”。这一模式强调城乡一体化,通过发展乡村旅游、推广农产品直销、振兴乡村文化等措施,激发乡村经济新活力,缓解城市压力,发掘更多旅游产品,丰富市场供给<sup>[6]</sup>。最后是“全域旅游”。将城市的吃、住、行、游、购、娱等各方面资源进行全面整合和提升,创新服务模式,提高服务质量,以满足游客多样化的需求<sup>[7]</sup>。

### 3. 资源环境视角

旅游资源的丰富性往往决定了城市旅游业的发达程度。一座城市拥有丰富的旅游资源,通常能够更有效地吸引游客关注,从而显著促进当地的经济的发展。在开发城市旅游资源时,保护文化遗产的任务尤为重要,这不仅关系到保留文化遗产的原真性和完整性,同时也涉及在不损害其内在价值的基础上,如何使文化遗产产生经济效益的问题,而找到其中的平衡点始终是学术研究的核心<sup>[8]</sup>。此外,城市空间规划和利用直接关系到旅游资源的有效配置。通过优化空间布局,不仅可以提高旅游资源的使用效率,还能进一步增强城市魅力<sup>[9]</sup>。

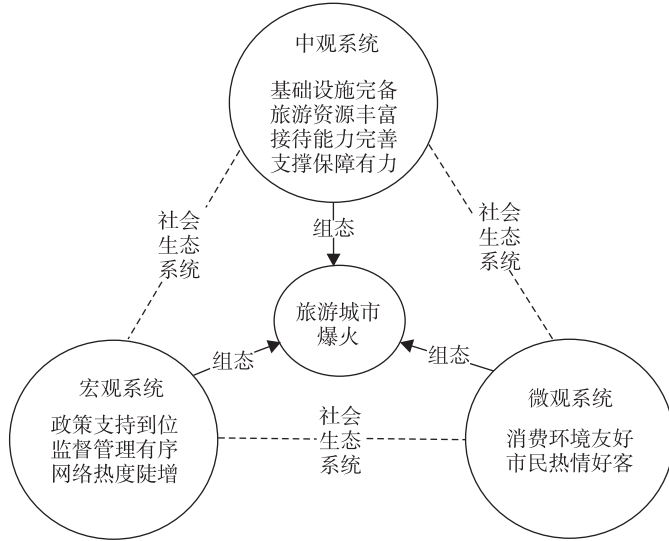
当前国内旅游业的蓬勃发展以及大众消费观念的剧烈转变,对学术研究提出了新的要求,也反映出现有研究的一些不足。首先,从研究角度来看,现有文献往往聚焦于特定的案例或问题,较少从整体和宏观的视角出发探究旅游发展,忽视了城市作为一个综合性系统所涵盖的复杂因素和互动效应。其次,从研究时效来看,目前大量研究成果是基于固定时段的分析,缺乏对城市长期发展轨迹的深入考察,使得发现其发展问题变得困难。最后,从研究方法来看,定性研究与定量研究的融合不够充分,导致分析手段相对单一,无法全面揭示旅游城市爆火的复杂性和多维性。针对这些问题,采用动态QCA(定性比较分析)方法来研究旅游城市爆火现象的成因与对策,可为旅游城市的研究和规划提供更为丰富、细致的建议。

## (二) 模型构建

要全面分析旅游城市“爆火”现象,就必须将其视为一个有机整体,避免孤立地看待各个因素。因此,本文采用社会生态系统理论作为构建框架模型的依据。社会生态系统理论的发展可以追溯至达尔文的进化论,进入20世纪60年代后,该理论趋向于多学科交叉融合,尤其关注系统间的复杂交互作用及其对个体和集体行为的影响。在模型构建方面,查尔斯·扎斯特罗进一步发展了这一理论,将个体所依赖的社会生态系统划分为三个层次,即微观系统、中观系统和宏观系统<sup>[10]</sup>。

在旅游城市发展情境中,本文选取的微观系统要素为消费环境友好、市民热情好客2个变量;中观系统涵盖个体与间接环境之间的联系,本文确定基础设施完备、旅游资源丰富、接待能力完善、支撑保障有力4个要素为中

观变量；宏观系统是指对个体有广泛影响的较大范围环境，本文将政策支持到位、监督管理有序、网络热度陡增3个变量作为宏观系统要素。通过以上分析，建构理论模型架构（见图1）。



注：实线代表组态关系，虚线代表理论系统关系。

图1 理论架构模型

## 二、研究方法 with 数据准备

### （一）研究方法

传统的研究方法，如QCA的三种值集分析，主要关注静态的横截面数据，使得研究缺乏深度，难以全面描述现象形成的来龙去脉。因此，本文采用动态QCA方法，使用R语言软件分析具有时间维度的组态关系。动态QCA的优势在于：首先，能够帮助识别出哪些因素是推动旅游城市“火爆”的关键要素，并评估其对旅游城市发展的贡献；其次，能够更加直观地展示案例和环境要素之间的变化，更准确地揭示因果关系；最后，通过计算汇总一致性（pooled consistency）、组间一致性（between consistency）和组内一致性（within consistency）调整距离，对不同时间点的案例进行跨时间效应研究，从而充分反映组态随时间的连续变化情况。三种一致性的计算公式为：

$$\text{Pooled Consistency } (X_{it} \leq Y_{it}) = \frac{\sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \min(X_{it}, Y_{it})}{\sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T X_{it}} \quad (1)$$

$$\text{Between Consistency } (X_{it} \leq Y_{it}) = \frac{\sum_{i=1}^N \min(X_i, Y_{it})}{\sum_{i=1}^N X_{it}} \quad (2)$$

$$\text{Within Consistency } (X_{it} \leq Y_{it}) = \frac{\sum_{j=1}^T \min(X_{it}, Y_{it})}{\sum_{i=1}^T X_{it}} \quad (3)$$

公式(1) — (3)中:  $X_{it}$ 为条件组合中*i*地区第*t*年的隶属分数;  $Y_{it}$ 为结果的隶属分数。

## (二) 样本选取

在选择样本时,通过梳理近年来备受游客青睐的旅游目的地并咨询专家意见,最终确定12座城市作为研究对象(见表1)。同时,充分考虑这些城市的地域特点、规模差异和旅游发展模式的区别,以确保研究具有代表性。在时间跨度的选择上,本文选取2016—2023年8年间的数据进行研究。选择2016年为研究的起点,主要因为2016年是“十三五”的开局之年,许多城市都制定了相应的“十三五”旅游产业发展规划,并开始实施,这对数据的选择具有重要的参考价值。而选择2023年为研究终点的原因是,受新冠疫情3年的影响,2023年的各种城市发展指标几乎已经回归常态,能够较为客观地分析这期间的因果关系。

表1 样本选取

序号	城市	热点景区与事件	序号	城市	热点景区与事件
1	三亚	热带气候	7	威海	火炬八街; 诗和远方
2	重庆	洪崖洞; 李子坝; 网红城市	8	淄博	淄博烧烤
3	成都	慢节奏生活; 大运会	9	天津	狮子林桥“大爷跳水”; 美食
4	长沙	夜市	10	哈尔滨	冰雪大世界
5	武汉	观赏樱花季节	11	西安	传统文化; 大唐不夜城
6	丽江	风景秀丽	12	杭州	亚运会; 西湖风景

## (三) 数据与指标构建

通过对已有文献与城市爆火现象的梳理,本文确定10个研究变量,并收集12座城市的18类旅游发展相关指标进行计算。

### 1. 结果变量

旅游城市爆火。城市旅游业是否繁荣,可以直观地从旅游业总收入以及旅游产业在GDP中所占比例这两项指标体现出<sup>[11]</sup>。旅游业总收入反映该城市在一定年度内旅游产业的产值水平。旅游产业占比则采用本年度城市旅游收入占地区生产总值(GDP)的比重作为评估标准<sup>[12]</sup>。

### 2. 条件变量

#### (1) 政策支持到位

本文采用两项指标来评估政策支持的有效性:一是是否编制本地的旅游发展规划。考虑到不同城市旅游规划的发布时间可能存在差异,我们借鉴现有的研究方法,将规划发布的年份赋予8分,并以此为基础,向前和向后逐

年递减或递增1分<sup>[13]</sup>。二是关注年度《政府工作报告》中与旅游发展相关的词汇出现频率与总词数的比例,在量化过程中,参考韦彬和陈永洲<sup>[14]</sup>的研究。

### (2) 监督管理有序

此项指标以政府建立旅游投诉监督部门及其持续运作为衡量标准。该指标的数据来源主要是当地开通旅游投诉处理热线,或12345市长热线、315消费者权益保护热线设置专门的旅游投诉频道。在指标计算方面,采用二变量法,即如果该城市设立了监督投诉热线,则开通当年及之后的年份记为1;若未设立,则记为0<sup>[15]</sup>。

### (3) 网络热度陡增

网络热度已成为衡量城市受关注程度的核心指标。本文采用“百度指数平台”提供的“新闻头条”搜索次数来量化旅游城市的网络热度。具体统计方法为选取当年该城市点击量最大,并将与旅游相关的热点新闻搜索次数作为数据指标,如当年没有旅游热点新闻事件,则采用年度搜索平均数<sup>[16]</sup>。

### (4) 基础设施完善

一是将所在城市的机场年客运吞吐量作为衡量标准。二是统计高铁开通年份。将高铁开通当年及其后续年份记为1,反之则为0。三是统计5G基站数量。我国自2019年起大力推进5G基站建设,对于2019年之前的年份则记为0<sup>[17],[18]134</sup>。

### (5) 旅游资源丰富

本文主要以3A级及以上旅游景区的数量作为依据。A级景区的数量是一个动态变动的过程,每年都有新增和取消资格的景区景点<sup>[19]</sup>。为了使研究更加全面,本文还参照相关研究,选取所在城市拥有的国家级非物质文化遗产数量作为旅游资源丰富变量数据的补充。

### (6) 支撑保障有力

一是本地旅游大数据平台的建设与运行情况。这一指标的具体判定标准为城市是否已建立旅游大数据平台,并实现数据共享。二是评估其是否已制定并实施相关的“旅游应急管理办法”,以提高对本地旅游突发事件的应对和处理能力。对于这两项指标,若已建成使用或颁布实施,当年及之后的年份记为1,否则记为0<sup>[18]135</sup>。

### (7) 接待能力完善

选取城市星级酒店数量以及旅行社数量的年度变化数据,来评估旅游接待能力的强弱<sup>[20]</sup>。

### (8) 消费环境友好

一是目的地居民日常生活受物价变动的影响,参考城市居民消费价格指数(CPI)<sup>[21]25</sup>;二是游客旅游人均消费金额,这一数据通过该城市年度旅游

总收入除以当年游客接待人次得出,反映了游客在目的地的平均消费水平<sup>[22]</sup>。

### (9) 市民热情好客

由于直接获取12座城市居民热情程度的数据较为困难,本文转而采用“全国游客满意度调查报告”中发布的“非凡十年·魅力二十城”榜单作为衡量市民热情的指标<sup>[18]136</sup>。具体赋值方式为:当年入选榜单的城市赋予值1,未入选则赋予值0。所有变量指标体系以及数据来源详情见表2。

表2 指标体系及数据来源

变量类型	变量分类	变量名称	具体指标	单位	来源
条件变量	宏观系统	政策支持到位	是否制定本地旅游发展规划	1或0	当地政府工作报告、政府与文化 and 旅游局网站
			年度政府工作报告相关旅游发展词频占词数比例	%	
		监督管理有序	政府建立旅游投诉监督部门的年份并持续运作	1或0	当地政府与职能机构网站、相关服务热线
		网络热度陡增	百度搜索指数年度热点新闻头条	次	百度指数平台
	中间系统	基础设施完备	机场客运吞吐量	人次	《民航机场生产统计公报》、中国国家铁路集团有限公司数据平台、当地政府网、《通信行业统计年报》
			高铁开通年份 5G基站数量	1或0 个	
		旅游资源丰富	3A级以上景区的数量	处	《全国A级景区名录》、中国非物质文化遗产网、当地文化和旅游局官网、所在地《旅游景区质量等级评定委员会的公告》
		支撑保障有力	国家级非物质文化遗产数量	个	
		接待能力完善	本地旅游大数据平台建设运行	1或0	所属省市文化和旅游局数据中心、当地文化和旅游局网站
			应急办法出台	1或0	
		接待能力完善	星级酒店数量	个	《中国旅游统计年鉴》、各城市《国民经济和社会发展统计公报》
			旅行社数量	个	

表2 (续)

变量类型	变量分类	变量名称	具体指标	单位	来源
	微观系统	消费环境友好	城市居民消费价格指数	%	国家统计局国家数据网、文化和旅游部数据中心(中国旅游研究院)、各城市年度《国民经济和社会发展统计公报》。
			旅游人均消费金额	元	
		市民热情好客	全国游客满意度调查报告	1或0	文化和旅游部数据中心(中国旅游研究院)
结果变量	旅游城市爆火		旅游总收入	亿元	国家统计局国家数据网、各城市年度《国民经济和社会发展统计公报》
			旅游产业占比	%	

鉴于部分指标的起始统计时间较晚,以及部分数据的缺失,本文依据现有数据,采用历年市场化指数的平均增长幅度进行预测。同时,考虑到变量中具体单位的不统一性,对收集到的数据进行了均值化处理。此外,运用熵值法来确定变量中的具体指标权重,并据此进行变量综合指数计算。在最终数据选取过程中,监督管理有序、网络热度陡增、市民热情好客3个变量直接采用原始报告中的数值。

#### (四) 数据校准

本文对相关数据进行统一校准处理,以保证后续分析中组内、组间及整体的一致性与代表性<sup>[23]12</sup>。鉴于所涉及变量的数值特性,本文采用直接校准法,确定95%、50%、5%分位数作为校准的锚点,分别对应完全隶属、交叉点和完全不隶属的状态。具体的校准过程和结果详见表3。

表3 变量校准

变量类型	变量	编码	校准		
			完全隶属	交叉点	完全不隶属
结果变量	旅游城市爆火	Y	3 966. 543	1 376. 180	413. 666
	政策支持到位	A	1. 03	1. 02	1. 01
	监督管理有序	B	1	—	0
	网络热度陡增	C	52 659	9 684	2 165
	基础设施完备	D	4. 539	2. 003	0. 190
条件变量	旅游资源丰富	E	201	60	12
	支持保障有力	F	1	—	0
	接待能力完善	G	256. 75	65	26
	消费环境友好	H	2 375. 5	1 207	871. 25
	市民热情好客	I	1	—	0

### 三、数据分析

#### (一) 单个条件分析

##### 1. 必要条件分析

在动态QCA的验证中单个必要性需要通过一致性以及一致性调整距离进行判断。参照相关文献,本文将一致性调整距离判定标准设置为0,距离小于0.2时则表明汇总一致性精度较高<sup>[24]</sup>;而当一致性调整距离大于0.2时,需要结合样本时间的面板数据逐年进行分析。本文通过R语言对旅游城市爆火和非旅游城市爆火的必要条件进行了分析,结果见表4。研究显示,一致性系数大于0.9且覆盖度大于0.5的必要条件有三个,分别是监督管理有序、网络热度陡增和市民热情好客。而对于非旅游城市爆火,仅发现一个必要条件,即非消费环境友好。

表4 必要条件结果

条件变量	编码	旅游城市爆火				非旅游城市爆火			
		汇总一致性	汇总覆盖度	组间一致性调整距离	组内一致性调整距离	汇总一致性	汇总覆盖度	组间一致性调整距离	组内一致性调整距离
政策支持到位	A~A	0.401	0.562	0.882	0.580	0.476	0.734	0.557	0.249
		0.810	0.584	0.359	0.203	0.716	0.569	0.275	0.175
监督管理有序	B~B	0.996	0.501	0.003	0.008	0.897	0.552	0.107	0.016
		0.109	0.969	0.345	1.063	0.099	0.967	0.265	0.822
网络热度陡增	C~C	0.922	0.784	0.107	0.157	0.515	0.599	0.218	0.506
		0.621	0.537	0.218	0.374	0.815	0.777	0.111	0.160
基础设施完备	D~D	0.833	0.820	0.131	0.253	0.445	0.482	0.161	0.662
		0.474	0.437	0.466	0.565	0.834	0.846	0.087	0.343
旅游资源丰富	E~E	0.728	0.796	0.107	0.370	0.491	0.592	0.141	0.611
		0.627	0.528	0.121	0.413	0.830	0.771	0.111	0.335
支持保障有力	F~F	0.859	0.548	0.174	0.125	0.860	0.606	0.181	0.129
		0.383	0.713	0.681	0.557	0.359	0.736	0.745	0.608
接待能力完善	G~G	0.651	0.634	0.111	0.362	0.639	0.686	0.084	0.491
		0.678	0.630	0.174	0.358	0.659	0.675	0.077	0.498
消费环境友好	H~H	0.520	0.521	0.117	0.541	0.688	0.760	0.195	0.393
		0.760	0.689	0.141	0.347	0.906	0.565	0.084	0.126
市民热情好客	I~I	0.917	0.629	0.020	0.140	0.724	0.547	0.027	0.277
		0.341	0.528	0.134	0.857	0.510	0.871	0.148	0.709

##### 2. 组间效应分析

本文深入探讨组间调整距离大于0.2的因果关系,见表5。分析表明:第一,情况2、4和6~11的8种因果组合在各年份的一致性均未超过0.9,

因此,其并不满足成为旅游城市爆火的必要条件。第二,情况3和5虽在部分年份的一致性超过0.9,但所有年份的覆盖度均未超过0.5,故也不能作为必要条件。第三,情况1中,2022年政策支持与旅游城市爆火的一致性达到0.941,覆盖度为0.537,但通过绘制散点图发现其都集中右侧y轴,未通过必要条件检验。

表5 调整距离大于0.2的组间数据

情况	因果组合	年份								
		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
1	A与Y	组间一致性	0.118	0.105	0.115	0.252	0.397	0.609	0.941	0.928
		组间覆盖度	0.512	0.536	0.524	0.742	0.558	0.529	0.537	0.722
2	A与~Y	组间一致性	0.208	0.234	0.269	0.387	0.521	0.585	0.731	0.839
		组间覆盖度	0.962	0.975	0.988	0.785	0.929	0.754	0.728	0.487
3	~A与Y	组间一致性	0.965	0.978	0.997	0.927	0.956	0.716	0.405	0.411
		组间覆盖度	0.472	0.453	0.328	0.487	0.469	0.438	0.209	0.393
4	~A与~Y	组间一致性	0.875	0.877	0.875	0.873	0.752	0.635	0.427	0.521
		组间覆盖度	0.584	0.505	0.542	0.546	0.613	0.707	0.941	0.668
5	~B与Y	组间一致性	0.981	0.931	0.949	0.933	0.999	0.933	0.998	0.976
		组间覆盖度	0.429	0.438	0.471	0.429	0.488	0.428	0.319	0.423
6	~B与~Y	组间一致性	0.148	0.096	0.107	0.106	0.081	0.082	0.072	0.113
		组间覆盖度	0.953	0.948	0.973	0.886	0.929	0.911	0.974	0.925
7	C与~Y	组间一致性	0.531	0.595	0.541	0.622	0.383	0.464	0.413	0.681
		组间覆盖度	0.735	0.581	0.522	0.508	0.492	0.718	0.872	0.499
8	~C与Y	组间一致性	0.729	0.549	0.599	0.585	0.499	0.733	0.868	0.545
		组间覆盖度	0.523	0.564	0.618	0.692	0.389	0.479	0.405	0.721
9	~D与Y	组间一致性	0.488	0.403	0.368	0.324	0.557	0.565	0.991	0.382
		组间覆盖度	0.416	0.435	0.465	0.465	0.418	0.419	0.402	0.534
10	~F与Y	组间一致性	0.693	0.645	0.612	0.362	0.195	0.214	0.258	0.082
		组间覆盖度	0.622	0.682	0.733	0.688	0.694	0.997	0.938	0.992
11	~F与~Y	组间一致性	0.608	0.629	0.641	0.542	0.204	0.124	0.126	0.113
		组间覆盖度	0.772	0.697	0.619	0.708	0.919	0.855	0.947	0.925

### 3. 组内一致性分析

参照相关文献的研究方法,本文深入探讨组内一致性调整距离大于0.2的旅游城市爆火正向因果关系,通过分析表6,得出以下结论。第一,在政策支持到位与旅游城市爆火关系以及接待能力完善与旅游城市爆火因果关系组合中,12个城市没有同时满足一致性超过0.9且覆盖度超过0.5的情况。第二,在基础设施完备与旅游城市爆火关系中,杭州、成都、重庆、西安4个城市的一致性超过0.9且覆盖度超过0.5。这表明基础设施的完备性对城市旅游爆火起到了重要的支撑作用。第三,在旅游资源丰富与旅游城市爆火关系中,成都、西安、杭州符合一致性条件,其旅游资源的丰富性显著促进

了区域旅游的发展。第四,在消费环境友好与旅游城市爆火关系中,长沙、淄博、哈尔滨、杭州符合一致性条件,说明物价水平和游客消费体验好感是促进城市爆火的必要条件。

表6 组内一致性分析

因果组合关系		成都	重庆	长沙	哈尔滨	威海	杭州	丽江	三亚	天津	武汉	西安	淄博
政策支持到位/ 旅游城市爆火	组内一致性	0.272	0.178	0.481	0.473	0.498	0.697	0.992	0.985	0.249	0.194	0.625	0.724
	组内覆盖度	0.843	0.829	0.761	0.622	0.152	0.666	0.338	0.166	0.772	0.937	0.876	0.184
基础设施完备/ 旅游城市爆火	组内一致性	0.969	0.953	0.892	0.845	0.659	0.956	0.502	0.946	0.603	0.601	0.924	0.613
	组内覆盖度	0.939	0.85	0.988	0.895	0.995	0.605	0.887	0.224	0.982	0.906	0.804	0.99
旅游资源丰富/ 旅游城市爆火	组内一致性	0.943	0.884	0.877	0.751	0.947	0.976	0.258	0.608	0.737	0.312	0.981	0.929
	组内覆盖度	0.934	0.785	0.966	0.792	0.348	0.753	0.923	0.964	0.838	0.941	0.966	0.197
接待能力完善/ 旅游城市爆火	组内一致性	0.641	0.864	0.303	0.723	0.992	0.878	0.981	0.976	0.684	0.363	0.618	0.594
	组内覆盖度	0.986	0.82	0.966	0.837	0.373	0.675	0.208	0.087	0.901	0.936	0.962	0.985
消费环境友好/ 旅游城市爆火	组内一致性	0.683	0.272	0.952	0.914	0.954	0.933	0.974	0.952	0.164	0.315	0.254	0.937
	组内覆盖度	0.957	0.639	0.636	0.662	0.161	0.585	0.222	0.087	0.976	0.984	0.944	0.575

## (二) 条件组态充分性分析

为了深入挖掘城市爆火现象背后的多因素结果,结合已经确定的必要条件变量,同时参考相关文献<sup>[23]15</sup>的做法,在组态充分性分析过程中预设变量方向,即在旅游城市爆火中将条件变量 *B* (监督管理机制)、*C* (网络热度陡增) 和 *I* (市民热情好客) 设置为“1”,表示存在,其他变量设置为“—”,表示不确定。在评估充分性的一致性水平时,根据 Schneider 和 Wagemann 的研究<sup>[25]</sup>, 阈值应当不低于 0.75。

### 1. 汇总结果分析

本文主要采用增强型中间解法,并以增强型简化解法为辅助,进而识别核心条件和边缘条件<sup>[26]</sup>。表7为整体分析结果,共呈现5种不同的组态,总体覆盖度为0.640,总体一致性达到了0.94,而总体 *PRI* 值为0.876。所有单个配置的汇总一致性都超过了0.9的标准。同时,这些组态的组间和组内一致性调整距离均低于0,这表明汇总一致性具有较强的解释力。

表7 组态分析结果

条件变量	组态 1	组态 2	组态 3	组态 4	组态 5
A/政策支持到位		⊗	⊗	⊗	●
B/监督管理有序		●	●	●	●
C/网络热度陡增	●	●		⊗	⊗
D/基础设施完备	●	●	●		⊗
E/旅游资源丰富	●	⊗	⊗	●	●
F/支持保障有力	●	●	●	●	●
G/接待能力完善	●	⊗	⊗	●	
H/消费环境友好	●		●	⊗	⊗

表7 (续)

条件变量	组态 1	组态 2	组态 3	组态 4	组态 5
<i>I</i> /市民热情好客	●	●	●	●	●
一致性	0.944	0.973	0.977	0.972	0.989
<i>PR</i> <i>I</i>	0.871	0.922	0.910	0.932	0.958
覆盖度	0.525	0.405	0.325	0.392	0.238
唯一覆盖度	0.067	0.026	0.021	0.014	0.008
组间一致性调整距离	0.074	0.037	0.034	0.067	0.168
组内一致性调整距离	0.058	0.047	0.043	0.035	0.031
总体 <i>PR</i> <i>I</i>			0.876		
总体一致性			0.943		
总体覆盖度			0.640		

### (1) 多因驱动模式

组态 1 揭示了旅游城市发展中的核心要素，即网络热度的急剧上升、基础设施的完备性、旅游资源的多样性以及消费环境的相对友好，这些核心要素的结合，为城市旅游业提供了坚实的基础。具体案例涵盖重庆（2016—2023 年）、成都（2016—2021 年、2023 年）、西安（2016—2020 年、2023 年）和杭州（2016—2021 年、2023 年）4 个城市。这些城市无论是在旅游资源储备、对外宣传推广，还是市民对旅游业、游客的态度方面，都表现出均衡且持续的发展态势。以重庆为例，该市坚持全域旅游的发展理念，不仅着力打造“五张牌”的旅游资源，还促进旅游与媒体、交通、农业等领域的融合发展。重庆在“非凡十年·魅力二十城”2012—2022 全国游客满意城市评选中名列榜首，这充分证明了城市居民对发展旅游产业的支持。在这些要素的共同作用下，重庆成为一座流量爆棚的旅游明星城市。

### (2) 网络传播模式

组态 2 揭示了两个核心条件：网络热度的急剧上升和基础设施的完备，以及三个辅助条件——有序的监督管理、有力的支持保障以及市民的热情好客。核心条件中，基础设施的建设尤其是数字通信网络的完善，为网络传播提供了有力的支持。其包含的案例有丽江（2016—2020 年）、武汉（2017—2021 年）、成都（2018—2021 年、2023 年）3 座城市。这些案例表明，即使在缺乏传统旅游资源、接待能力和政策支持的情况下，互联网新媒体的强大影响力也能够推动旅游城市迅速获得高度关注和流量人气。武汉和丽江都是较早通过在线平台如抖音、今日头条、西瓜视频等进行网络传播而爆火的旅游城市。2017 年，歌曲《成都》走红，这首歌随着在短视频媒介的传播，集中展现了成都深厚的文化底蕴、宁静的生活氛围以及繁荣的商业环境。文化、传媒与旅游在此深度融合，成为网络助力

城市快速走红的典型例证。

### (3) 消费友好模式

组态3识别了两个核心要件:消费环境友好和基础设施完备。城市火爆的原因虽多种多样,但合理的门票价格、良好的消费体验和性价比较高的旅游产品是推动旅游业整体发展的主要动力。该组态的案例包括长沙(2016年、2019—2021年)、哈尔滨(2019年)、淄博(2019—2021年)、天津(2017—2018年)和西安(2016—2018年)5座城市。这些地区以中西部和二、三线城市为主,物价和人均旅游消费相对较低。从时间角度分析,这些城市组态持续时间并不长,可能的原因是在城市火爆之后,市场销售量增加,导致物价和旅游产品价格上涨,使得消费友好的模式难以长期维持。案例中呈现的长沙夜市消费被称为“最具人间烟火气的夜经济”,而另一个城市淄博,2023年初因烧烤而火出圈。烧烤之所以能成为一张亮丽的名片,主要原因是价格亲民,加之市民热情好客、真诚朴实,淄博因此成为2023年最具人气的城市之一。

### (4) 资源带动模式

在组态4中,旅游资源的丰富性是唯一的核​​心条件,这一点突显了传统旅游资源在推动城市旅游业发展中的作用。此外,有序的监督管理、有力的支持保障、完善的接待能力以及市民的热情好客构成这一模式的辅助条件。相较于其他模式,组态4特别强调旅游资源本身的价值和对城市发展的贡献。案例包括西安(2016—2023年)、杭州(2017—2023年)、天津(2019年、2022—2023年)和重庆(2019—2023年)。这些城市主要为历史文化名城,拥有丰富的旅游文化遗产和著名的景区景点。以重庆为例,该市拥有9个5A级景区,居全国之冠。杭州所在的浙江省则拥有257项国家级非物质文化遗产,数量位居全国首位。这些资源不仅促进了历史文化的传承,也为城市发展注入了活力。

### (5) 政策推动模式

相对于组态1至4,组态5中政策支持的出现,凸显了政策在推动旅游城市发展中的影响力。近年来,随着旅游产值的不断增长,各级政府加大了对旅游业的政策支持。然而,旅游城市的迅速走红不仅仅要依赖于政策的强化,更需要自下而上的口碑式推动。因此,政策支持虽然重要,但其仅可以作为辅助条件。组态5包括的案例有哈尔滨(2020—2023年)和武汉(2019—2022年)2座城市。哈尔滨在政策支持方面,于2023年出台《释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展50条措施》,措施涉及加大优质旅游产品和服务供给、大力发展冰雪经济、激发旅游消费需求等内容。武汉则在2021年疫情阶段性结束后,由湖北省政府制定《关于支持文化旅游产业恢复发展振兴若干措施实施细则的通知》,明确发挥文化赋能和旅游拉动的作

用，以促进湖北特别是武汉疫情后的重振和高质量发展。

在分析5组路径时，一个共同的辅助条件：市民热情好客，贯穿于所有路径中。这一变量条件虽然难以量化，但却是城市旅游产业发展中一个不可或缺的关键要素。旅游原本应该就是一场旅游者和旅游目的地居民的双向心灵奔赴，旅游的本质不仅在于景点的观赏，更在于旅游者与目的地居民之间的心灵交流。

### 2. 组态组间结果分析

在分析组间结果时，需要关注组态路径是否存在时间效应。为此，绘制5种组态的组间一致性趋势图（见图2）。值得注意的是，组态1在2020至2022年期间出现明显的下滑，其一致性水平分别为0.895、0.870和0.859，直至2023年才快速回升。这一变化趋势很可能是受到连续疫情的影响，由于组态1所涉及的条件较多，因此其受疫情冲击的程度也相对较为明显。

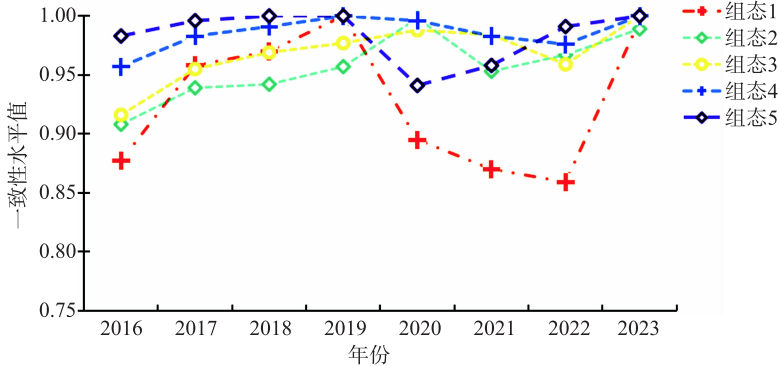


图2 各组态组间一致性

### 3. 组态组内结果分析

组内一致性距离能够揭示不同组态在解释各城市的旅游发展是否存在个体差异。在本文中，所有组态的组内一致性调整距离均低于0，这表明各组态对于所选案例的解释力度具有较高的一致性，且无明显的个体效应，见图3。在12座城市中，多数城市在5个组态间的一致性均达到了0.9以上，显示出较高的稳定性。但三亚、丽江和哈尔滨这3座城市不同组态间的波动幅度相对较大，这表明这些城市的旅游发展路径效果存在较大差异。分析其原因，可能与这3座城市旅游业的发展对气候季节的依赖程度较高有关。在这种情况下，部分组态的效果可能无法完全显现，这也提示这些城市需要采取更加均衡的旅游发展策略。

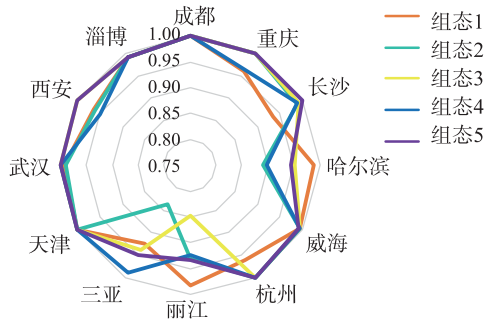


图3 各组态组内一致性

#### 4. 稳定性检验

为确保研究结果的稳健性,本文采取两种方法策略进行稳健性检验。第一,调整PRI阈值,将PRI一致性阈值从0.80调整为0.85进行QCA分析,调整PRI后的组态路径核心条件和一致性与前文保持一致。第二,更换使用模糊集定性比较分析方法,利用fsQCA.0软件重新进行分析。研究结果的核心条件与上文的分析结果基本保持一致,证明研究结论的稳健性。

### 四、结论与启示

#### (一) 结论

##### 1. 旅游城市“爆火”的必要条件

旅游城市爆火需要多因素共同推动,但是有效监督、网络传播、旅游目的地居民的热情态度是不可缺少的必要条件。同时,不够友好的消费环境会阻碍旅游产业的长远发展,降低游客对旅游城市的好感度。

##### 2. 旅游城市“爆火”的组态路径

旅游城市要实现发展,提升城市知名度,可以根据本地实际情况,采取多因驱动、网络传播、消费友好、资源带动和政策推动等5种发展模式促进本地旅游产业的发展。

##### 3. 旅游城市“爆火”的影响因素

多因驱动的路径由于其组态内构成要素较多,因此会受到如疫情等时间事件的影响。而城市所处地域的差异、旅游发展模式的不同,也会使其发展路径产生较大的波动,从而促使旅游城市探索更优质的成长模式。

#### (二) 旅游城市发展建议

结合以上研究结论和旅游城市的实际情况,本研究提出以下发展建议:

##### 1. 重视长远规划,实现均衡发展

城市的爆火不仅依赖于旅游资源丰富或政策支持等单一的因素,还需要综合考虑多种因素的组合。因此,城市管理者应当制定整体发展策略,同时强化基础设施、监管机制、消费环境等关键要素,以实现旅游城市的长期可持续发展。

##### 2. 使用新兴媒介,打造城市品牌

数字化时代,网络热度的快速上升可以迅速提升城市知名度。旅游城市应当利用社交媒体、在线旅游平台和口碑传播等网络工具,积极开展品牌建设和宣传,同时注意维护良好的网络形象,以吸引和服务更多游客。

##### 3. 坚持全面发展,激发群众热情

市民热情好客不仅能够提升游客的体验质量,还能通过口碑效应吸引新游客。因此,旅游城市要重视市民热情态度的培育,使之成为城市文化的一部分,并在推广中将其作为体现城市特性的亮点。

##### 4. 主动求新求变,应对外部冲击

在面对外部冲击时,依赖多因素驱动模式的城市可能会受到更大的影

响。城市管理者需要建立灵活的应对机制,以快速适应外部环境的变化,并通过调整营销策略来应对不同的挑战。

#### 5. 优化消费环境,提升游客体验

消费环境的友好性是旅游城市成功的关键因素之一。因此,要尽可能为游客提供物有所值的服务和体验。对于依赖消费友好模式的城市,应特别强化消费政策的执行,提高消费者保护力度,同时创新消费模式和体验,以吸引游客重复访问。

### [参考文献]

- [1] 王金伟,陆林,王兆峰,等. 新质生产力赋能旅游业高质量发展:理论内涵与科学问题 [J]. 自然资源学报, 2024, 39 (7): 1643 - 1663.
- [2] 陆军. 世界级旅游城市的发展模式、评价体系与当前挑战 [J]. 社会科学家, 2024 (6): 33 - 40.
- [3] 张辉,黎映彤. 城市型旅游目的地品牌性别气质:量表开发与实证检验 [J]. 旅游学刊, 2020, 35 (1): 109 - 120.
- [4] 张玉,王雨欣. 小城的突围:网红“小城”的构筑逻辑和长红对策 [J]. 城市发展研究, 20, 30 (11): 126 - 132.
- [5] 柴寿升,张雪唱,单军. 城市旅游化与交通资源协同发展水平测度及演化特征 [J]. 中国人口·资源与环境, 20, 33 (10): 175 - 186.
- [6] 张圆刚,郝亚梦,郭英之,等. 共同富裕视域下乡村旅游空间正义:内涵属性与研究框架 [J]. 经济地理, 20, 42 (11): 195 - 20.
- [7] 王莉琴,石培华,张毓利,等. 国家全域旅游示范区旅游经济网络演化及驱动因素 [J]. 干旱区资源与环境, 20, 37 (11): 182 - 190.
- [8] 杨亮,徐明,赵霞,等. 新时代历史文化名城保护规划探索:以洛阳为例 [J]. 城市规划, 20, 46 (9): 46 - 58.
- [9] 温永林,张阿城,王巧. 低碳城市建设与旅游业发展:来自中国城市的经验证据 [J]. 旅游科学, 2024, 38 (1): 101 - 119.
- [10] 任宗伟,刘钰冰. 生态系统理论视角下“虚拟养老院”服务聚合研究 [J]. 华东经济管理, 2021, 35 (7): 10 - 16.
- [11] 林欣芸,查瑞波,黄悦. 全域旅游背景下安徽省市域旅游经济影响因素组态研究 [J]. 福建师范大学学报(自然科学版), 20, 39 (6): 119 - 130.
- [12] 张正荣,杨金东. 跨境电子商务综试区的区位选择与推广路径研究:基于70个案例的模糊集定性比较分析(fsQCA) [J]. 技术经济, 2019, 38 (10): 118 - 127.
- [13] 曾凡军,陈永洲. 什么样的数字治理生态能提高数字政府发展水平?:基于生态视角的动态QCA分析 [J]. 电子政务, 2024 (4): 27 - 41.
- [14] 韦彬,陈永洲. 注意力分配、重大事故经历与政府安全生产治理:基于NCA与QCA混合研究 [J]. 中国安全生产科学技术, 20, 19 (4): 21 - 27.
- [15] 徐换歌. 中国城市电视问政创新扩散的多元路径分析:基于组态效应QCA方法的研究 [J]. 公共管理评论, 2020, 2 (3): 91 - 110.
- [16] 王浩,张海芹. 旅游生活化:“网红城市”旅游者行为与体验特征研究:基于百度指数和UGC的淄博市游客大数据分析 [J]. 干旱区资源与环境, 2024, 38 (2): 173 - 180.
- [17] 王新越,芦雪静,朱文亮. 我国主要旅游城市旅游业发展影响因素分析与评价 [J]. 经济

- 地理, 2020, 40 (5): 198 - 209.
- [18] 陈曦, 白长虹, 陈晔, 等. 数字治理与高质量旅游目的地服务供给: 基于31座中国城市的综合案例研究 [J]. 管理世界, 20, 39 (10).
- [19] 宋学通, 李勇泉, 阮文奇. 海峡西岸城市群旅游经济网络演化的动力机制与因果组合配置 [J]. 世界地理研究, 2022, 31 (6): 1321 - 1331.
- [20] 楼嘉军, 李丽梅. 成都城市休闲化演变过程及其影响因素 [J]. 旅游科学, 2017, 31 (1): 12 - 27.
- [21] 程恋军, 王琳茜. 资源型城市经济高质量发展的制度组态研究: 基于NCA和动态QCA的分析 [J]. 城市问题, 2023 (9).
- [22] 李双成, 王俊霞. 京津冀入境旅游对经济发展的溢出效应分析: 基于分省面板数据 [J]. 经济与管理, 2016, 30 (6): 18 - 21.
- [23] FAN X, REN S, LIU Y. The driving factors of green technology innovation efficiency: a study based on the dynamic QCA method [J]. Sustainability, 2023, 15 (12).
- [24] GARCIA-CASTRO R, ARIÑO M A. A general approach to panel data set-theoretic research [J]. Journal of Management and Decision Making, 2016, 1 (1): 11-41.
- [25] SCHNEIDER C Q, WAGEMANN C. Set-theoretic methods for the social sciences: a guide to qualitative comparative analysis [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
- [26] 张放. 影响地方政府信息公开的因素: 基于省域面板数据的动态QCA分析 [J]. 情报杂志, 20, 42 (1): 133 - 141.

## What Factor Makes the “Tourist Cities Explosion”? Dynamic QCA Analysis Based on Sample Data from 12 Cities

HAN Fa<sup>1,3</sup>, ZHANG Wei<sup>2</sup>, LIU Yan<sup>2</sup>

(1. Department of Economics and Management, Inner Mongolia Hongde College, Hohhot 010070, Inner Mongolia, China;

2. School of Tourism, Inner Mongolia University of Finance and Economics; Hohhot 010051, Inner Mongolia, China;

3. Department of Education, Central Korea University, Gyeonggi-do 31020, Korea)

**Abstract:** The viral spread of internet sensations like Zibo's barbecue craze and Kaifeng's “Wang Po Matchmaking” has turned tourism city “explosive popularity” into a social hotspot. This study examines 12 cities that experienced such phenomena, applying the social ecosystem theory to collect 18 data indicators from 2016-2023 that could drive urban “explosive popularity”. Through dynamic qualitative comparative analysis (QCA), it explores the spatiotemporal pathways and mechanisms behind this phenomenon. The research reveals three essential conditions: well-regulated supervision, sudden surge in online buzz and residents' warm hospitality. By analyzing commonalities and differences in regional development models, it proposes five strategies to boost cities' “explosive popularity”.

**Keywords:** urban “explosion”; network communication; consumer-friendly; resource-driven; policy-driven