

# 旅游资源及其评价过程与机制： 技术性评价到社会建构视角

保继刚<sup>1,2</sup>, 陈苑仪<sup>2,3</sup>, 马 凌<sup>4</sup>

(1. 中山大学旅游学院, 广州 510275; 2. 中山大学旅游发展与规划研究中心, 广州 510275;

3. 中山大学地理科学与规划学院, 广州 510275; 4. 广州大学地理科学学院,

广州大学华南人文地理与城市发展研究中心, 广州 510006)

**摘要:** 合理评价旅游资源, 发掘具有价值的潜在旅游资源, 是促进旅游产业发展的重要基础。采用文献分析法, 结合理论与实践, 系统梳理回顾我国旅游资源评价的发展历程, 分析旅游资源评价变迁所经历的三个不同阶段及其基本特征, 并尝试探索转变的关键驱动力和影响机制。研究发现: 我国的旅游资源评价经历了“要素评价—综合评价—社会评价”的过程, 与旅游资源相对应的旅游吸引物等概念也被广泛接受和使用, 在此过程中, 政策、资本、社会经济、客源市场结构和信息传播媒介等是不同阶段转变的主要影响因素。未来的旅游资源评价将更注重实用性和可持续性, 及游客的需求和体验, 并关注其经济、政治、文化、社会和生态综合价值; 而新技术如5G的应用, 会提高旅游资源(吸引物)的可视化和提高评价效率。

**关键词:** 旅游资源; 旅游吸引物; 技术评价; 社会建构; 体验

旅游目的地能够得到成功开发并吸引游客, 关键在于正确地评价旅游资源。适合开发的资源种类、发展方式等, 都是旅游业实践过程中必须解决的核心问题。20世纪50年代末, 地理和林业学者首先关注旅游资源评价<sup>[1]</sup>, 他们从自然资源的物理客观属性着手, 逐渐构建了一系列的分类评价体系、理论和方法; 还有部分学者从供给和需求两个角度对旅游资源进行评估, 以游客需求来决定旅游资源潜在价值的方法, 其不足之处在于无法详细地列出以自然为基础的旅游资源的数量和质量<sup>[2]</sup>。因此, 20世纪80至90年代逐渐引入土地评价技术并在此基础上加以改进, 从而设计出较为成熟的评价系统, 并应用到旅游资源的开发和管理实践中。同时期, 国内社会经济和旅游业初步发展, 国内旅游客源市场扩大、游客体验要求提高, 对旅游资源开发评价不再是单一的技术性评价, 而是在吸收国外研究成果的基础上, 引入旅游开发、旅游体验和旅游活动视角, 从美感、交通、市场、区位等多方面对旅游资源进行综合性的技术评价和体验性评价。进入21世纪, 随着旅游发展类型的更加丰富和多元化, 旅游资源开发的评价也逐渐从供给者角度转向需求者角度, 更关注旅游市场的动态需求, 并引入旅游吸引物的概念; 其中, 更多的旅游学者和旅游开发实践者从社会建构视角对旅游资源和旅游产品开发进行分析和评价。总体来说, 在过去旅游发展的60多年间, 旅游资源开发的评价经历了“要素评价——综合评价——社会评价”的过程。

通过系统回顾国内外旅游资源概念理解和评价的综合过程, 本文力图展现在社会经

收稿日期: 2020-01-07; 修订日期: 2020-03-13

基金项目: 国家自然科学基金项目(41971183)

作者简介: 保继刚(1964-), 男, 云南个旧人, 博士, 教授, 博士生导师, 研究方向为旅游地理与旅游规划。

E-mail: eesbjg@mail.sysu.edu.cn

济发展的大背景下,旅游开发中旅游资源从要素评价到社会综合评价的不同时期特点,并进一步分析其转换背后的关键驱动因素和影响机制。可以看到,随着国内外旅游资源评价的理论、方法和视角的动态演变,人们对于旅游资源发展和评价的认识也在逐渐深化,旅游发展越来越被整合到旅游市场发展和社会变迁的框架之中。因此,本文回顾和分析了国内旅游资源评价的过程和机制,一方面从动态的视角来审视旅游资源开发的评价和理念,理解不同时期旅游发展目标和社会发展阶段之间的关系;另一方面,面对未来旅游发展,如何充分考虑不同类型旅游产品需要的旅游者需求以及适应新技术的发展,是未来旅游资源评价的重要方向。

## 1 基于我国旅游发展实践的旅游资源评价的动态过程及特征

### 1.1 旅游资源的概念与内涵发展

“旅游资源”(Tourism Resources)是旅游发展早期普遍采用的概念,指一切可以用于发展旅游业的自然资源和人文资源的总称<sup>[3]</sup>,是一个复杂而包容性广泛的系统<sup>[4]</sup>。我国的旅游业发展始于20世纪70年代末,地理学、经济学等学者最先进入旅游研究领域,主要依据旅游资源的客观物理属性进行开发评价。后来随着更多学科进入旅游研究,逐渐从旅游的主体、市场观念的角度出发进行综合定义,认为凡能激发旅游者产生旅游动机并对其产生吸引力<sup>[1,5,6]</sup>、满足其旅游需求<sup>[7]</sup>及可以被开发利用并产生经济、社会和环境效益的各项物质和非物质的因素<sup>[8-10]</sup>,都能视作旅游资源。

随着国内外研究的不断深入和旅游资源评估实践发展的需求,对旅游资源价值的评价逐渐从侧重于开发实践转变为侧重于满足游客和市场需求。从本质上来说,“旅游资源”以其“物”的形式对游客产生吸引力,其表述带有明显的经济学色彩,而“旅游吸引物”一词能够更直观地陈述其本质属性。因此,“旅游吸引物(Tourist Attraction)”能消除“旅游资源”一词带来的部分歧义<sup>[11]</sup>,旅游吸引(物)的概念更广泛<sup>[12]</sup>,更强调其对游客形成的吸引力<sup>[13,14]</sup>。Lew<sup>[15]</sup>指出旅游吸引物由所有驱使旅游者离开惯常生活环境的元素组成,包括观赏到的风景、参与的活动和值得回忆的体验。Holloway<sup>[16]</sup>提出旅游地吸引游客的所有因素的总和都能成为吸引物。MacCannell<sup>[17]</sup>则认为旅游吸引物是一个系统,由旅游者、景观、标志物组成。Leiper<sup>[18]</sup>进一步发展了这个观点,并构建了由旅游者、核心吸引物、标识物等要素组成的旅游吸引物系统。Gunn<sup>[19,20]</sup>指出旅游吸引物是迎合游客需求而被开发出来的地方,了解自然、人文资源以及这些资源在游客心中的形象对旅游规划来说极其重要。总的来说,旅游吸引物与旅游资源的区别在于前者更加强调旅游资源只有被游客接受、对游客产生吸引力才能被视作旅游吸引物。当然,旅游吸引物的吸引力不能脱离旅游者和信息传播媒介而独立存在,它需要各种符号和宣传才能被游客识别,包括交通、标识、可被理解、广告营销等等<sup>[21]</sup>。

随着国内旅游研究的发展和与国外研究的接轨,旅游资源的表达方式和概念内涵不断完善,也已引入旅游吸引物的概念和理论视角。在大多数情况下,旅游吸引(物)的概念包括旅游资源,它包括传统的自然和人文资源,同时还可以指代人造景观、节事活动等更大范围的旅游活动对象。它一方面保留了旅游资源的固有属性,另一方面也强调所有对旅游者产生吸引力的因素,一定程度上更加具有现实使用价值<sup>[11]</sup>。此外,考虑到研究操作中的便利性,旅游和日常休闲资源有时也可统称为“游憩资源(Recreation Resources)”<sup>[22,23]</sup>,其定义近似于旅游资源,但其内涵会比旅游资源略为丰富,种类也更

多。相对应于旅游资源的概念和内涵发展过程,旅游资源和旅游吸引物评价的过程和特征也应社会发展时期和阶段的不同而表现出明显差异,下面将对我国旅游资源评价过程中的各阶段分别进行详细阐释。

## 1.2 旅游资源要素的技术性评价阶段(20世纪70年代末至80年代中)

### 1.2.1 研究视角和评价方法

此阶段主要采用科学实证主义的方法论和研究视角。开发旅游资源,首先要对资源进行评价,而评价必然带有价值标准<sup>[1]</sup>。这个时期一般根据资源属性简单分为自然旅游资源和人文旅游资源,不同的类型应该用不同的价值标准来衡量。例如自然旅游资源需要区分山体、水体或者测量海拔高度、形状外观、水体质量、安全性等指标<sup>[24]</sup>,以及会影响旅游活动的条件,如旅游地的气候<sup>[25-28]</sup>;人文旅游资源则需要参照年份、经历的社会事件、涉及的人物故事等指标来评价。旅游资源的价值是综合的、动态变化的,但最终仍然应以服务游客为主要目的,所以评价工作的开展要符合大众的价值判断结果,从而进行实践应用。无论是专家的经验评价、基于大样本的游客问卷调查、其他自然影响因子计算或是资源评价系统,都需要通过模型计算、赋分、评定等级,以数量化的形式判断旅游资源的价值,这是实证主义主导的发展阶段。

从具体方法上看,旅游资源评价一开始以定性描述的经验法为主。我国旅游资源评价工作是20世纪70年代末开展的,对风景景观的评价不仅取决于资源本身的客观物理属性,还取决于观赏者的主观思想,因此最开始对于风景景观的评价是定性的,如雍万里<sup>[29]</sup>通过经验法对武夷山风景区进行评价。这些基于经验的描述结果比较片面,评价者自身条件的差异对结果影响较大<sup>[30]</sup>。为了探索更科学、客观的评价方法,部分学者逐渐转向定量方法<sup>[30]</sup>,包括调查分析法<sup>[31,32]</sup>、民意测验法<sup>[33]</sup>、直观评判法<sup>[34,35]</sup>、功能评分法<sup>[36]</sup>等。长期在实际开发评价工作中逐步积累得到的定量化经验值,有助于学者或者实践者在考察同类型旅游资源的时候建立合理、全面的考核结构,提高资源评价效率,也有助于为最大多数的游客提供符合他们需求的旅游产品。另一方面,在得到游客反馈的同时,旅游供给者能够更为客观地调整或者发掘新的开发方向,推出新的旅游产品,形成旅游供给和需求之间的良性循环。

### 1.2.2 阶段性特征

国内的旅游资源评价工作一开始主要是应用导向,目的是配合旅游地开发规划,对旅游资源的概念和内涵等并没有特别清晰的认识。早期的工作,有的是旅游资源评价,有的则是开发评价,前者以资源的价值判断为主,后者则加入了开发条件等非资源属性的要素。概念和内涵上有一定的混乱。受限于市场发育的影响,旅游业处于供给决定需求的阶段,旅游资源的含义界定、分类标准等也都没有构建出完善或受广泛认可的体系,此阶段的旅游资源主要以技术性评价为主,往往聚焦于旅游资源本身的物理和客观属性。通过单一或多个要素组合进行测评,注重实用性,强调评价的数量化处理<sup>[37]</sup>,通过试图建立统一标准对旅游资源进行分类和评判,为旅游资源的开发提供参考依据。在这个阶段,资源的本底属性决定了是否能成为旅游资源、能够被划分为哪一种类型或哪一层级的旅游资源,还没有考虑到游客的偏好、资源所处自然环境或社会系统中的地位等要素,旅游供给决定了旅游市场的需求行为。

## 1.3 体验性与综合性评价阶段(20世纪80中期至90年代)

### 1.3.1 研究视角和评价方法

此阶段仍然以实证主义为主要研究视角。在旅游资源评价和开发最开始的阶段,受



限于计算机和摄影技术的不成熟,国外研究者对旅游资源的划分一般限定为风景资源。针对资源的物理客观属性,通过实地问卷调查完成公众对风景资源的评价调研,或者依靠专家主观地划分等级,人力、物力、耗费的时间成本都较高。随着科学技术的进步,旅游学者可以借助计算机解决众多在旅游资源评价过程中遇到的数学计算问题,更多地采用计算权重并赋值、建立模型进行拟合等方法对旅游资源进行相对更客观的评判,加上公众对环境质量日益关注、国家法律法规的明确要求,20世纪60至70年代西方已经有部分心理学家、美学家、地学家和园林学家等开始对风景景观进行定量分析,对自然风景视觉质量评估进行研究<sup>[31,38]</sup>,主要形成了四大学派(专家学派、心理物理学派、认知学派和经验学派)<sup>[39,40]</sup>。有学者以形式美方法评价风景资源价值<sup>[38]</sup>,协助改进了美国的风景资源管理系统。与此同时,国内一批学者也关注到了国外关于风景资源的美学研究,并把其评价方法应用到国内的旅游资源评价中来。杨汉奎<sup>[41]</sup>较早开始对风景资源进行美学的模糊定量评价;佟玉权<sup>[42]</sup>指出这种方法的不足在于指标的选取和权重设立具有较强的主观性;为了解决这个问题,程道品等<sup>[43]</sup>建立模糊综合评价模型,弥补了这一不足。俞孔坚<sup>[44]</sup>基于国外已有的定量研究修正提出BIB-LCJ方法,并对不同类型的群体进行风景审美的评判测量,提高了旅游资源美感定量评价的科学性,也初步验证了旅游资源评价的价值判断统计性规律。之后还有一些学者回归国内传统文化的审美观本位对旅游资源开发进行思考<sup>[45-47]</sup>。

在引入新的风景资源测量方法的同时,这个阶段也出现了层次性指标评价以及体验性综合评价方法。保继刚<sup>[48]</sup>首次采用层次分析法和特尔斐法,将定量和定性方法相结合,把整体的旅游资源层层分解,建立了较为系统、全面的评价体系,层次分析法也逐渐成为国内旅游资源定量评价的主要方法之一,广泛应用于水利旅游资源<sup>[49]</sup>、生态旅游资源<sup>[50,51]</sup>、旅游小镇<sup>[52]</sup>、民族旅游资源<sup>[53]</sup>、乡村文化旅游资源<sup>[54]</sup>、冰雪旅游资源<sup>[55]</sup>、湿地旅游资源<sup>[56]</sup>等进行综合评价。楚义芳<sup>[37]</sup>在保继刚<sup>[48]</sup>之后进一步应用层次分析法建立旅游地评价模型,以探讨旅游地开发评价的方法论。这个模型已不是单一的旅游资源评价,而是扩展到了旅游资源所在区域、区位特性,同时还有许多分模型,涵盖面更广。还有学者改进了层次分析法存在的信息不确切、样本量少等不足,开发多层次灰色评价法<sup>[57-59]</sup>、模糊综合评价方法<sup>[60-62]</sup>、熵权—TOPSIS法<sup>[63,64]</sup>等,将定性和定量分析结合,提高评价方法的客观性。1992年《中国旅游资源普查规范(试行稿)》发布,对全国各个地理尺度(跨省、市、县)的旅游资源分类和评价起到了重要指导作用。

除了对旅游资源本体的审美和体验评价,也有学者关注资源本体以外的“应用评价”。尹泽生等<sup>[65]</sup>指出“应用评价”即“区域开发评价”,关注的是不同旅游资源之间构成的旅游资源系统评价。在系统中,环境质量与容量、可进入性、客源市场等<sup>[8,30,43,66]</sup>,都是关系到旅游资源评价的因素。此外,也有学者批判对旅游资源的分类评价过于侧重资源客体特征,忽略了市场需求。马耀峰<sup>[67]</sup>、周建明<sup>[68]</sup>等学者指出应综合考虑区位、旅游消费偏好、客源市场等要素,强化市场拓展、提高服务质量。

另一方面,这个阶段地理信息技术系统也在逐步建立和完善,旅游地理学家开始借助地理信息系统对旅游资源进行评价,如将GIS技术应用于数据管理、模型计算、制图等<sup>[69-72]</sup>。此方法有助于建立、管理旅游资源的空间和属性数据库,为较为广域的旅游资源群评价提供了便捷的工具。许多旅游目的地和旅游景区都在此基础之上进行各类型的旅游规划,大大促进了旅游活动和旅游业的发展。

### 1.3.2 阶段性特征

在这个阶段中,对旅游资源的评价更注重从自然、人文历史、美学等角度进行层次化的和综合性的技术评价;此外,逐渐开始建立起来的除旅游资源本体之外的生态环境、社会经济环境、交通、客源市场等更大范围的评价体系,更注重从旅游资源系统的角度来对待旅游资源的评价和开发。随着中国旅游业的逐渐兴盛,国际和国内旅游市场都处于不断扩张的阶段,综合性和体验性的评价阶段不再仅关注于旅游资源本体条件,而是注重将多学科对于旅游资源的体验(如美学体验)引入到旅游资源的综合评价之中,它有助于对旅游资源的整体认识,并促进旅游资源开发过程中对旅游目的地在交通、文化、社会经济等整体的综合发展。

### 1.4 旅游资源研究的社会建构阶段(2000年以来)

随着新世纪的到来,教育部颁布的“十五”至“十二五”国家级规划教材中,《旅游资源与开发》《旅游规划与开发》《旅游资源开发及管理》等系列教材,从概念定义、分类,到调查程序与步骤、评价方法,再到开发原理和管理体制等方面对我国旅游资源体系进行了全方位、系统的梳理<sup>[73-75]</sup>,在中国旅游管理教育高等院校中发行量大、影响大,对我国旅游资源调查与评价的作用不可小视。另一方面,旅游研究出现了“社会理论”转向,国内学者引入旅游吸引物的概念,强调从社会建构的视角理解旅游资源的吸引力问题<sup>[76]</sup>。这里的“旅游资源”指的是被开发利用之后对游客形成吸引力的吸引物,旅游资源被人为赋予了建构的信息和符号,它不再只含有原来旅游资源需要开发、利用的意思<sup>[1]</sup>,因此在讨论旅游活动时,学界与业界在采用“旅游资源”的表达方式的同时,也更多采用包含内容和信息更广的“旅游吸引物”一词。由于旅游吸引物明确指向旅游者,而且是因旅游者才突显其价值,所以旅游吸引物不仅仅是独立要素,而是包含复杂社会关系的旅游吸引物系统<sup>[14]</sup>。在此语境下,旅游吸引物既拥有作为“物”的与“旅游资源”相同的自然属性和客观属性;还拥有与其吸引力指向对象——旅游者产生社会关系的社会属性;最后,系统中的标志物是吸引物与旅游者的重要介质,体现了旅游吸引物的符号属性<sup>[14]</sup>。越来越多的学者开始从建构主义和社会建构论的视角对旅游形象、旅游目的地、旅游吸引物等展开研究<sup>[77-79]</sup>。

#### 1.4.1 研究视角和评价方法

在此阶段中,对于旅游资源的评价逐渐转向注重社会过程中的话语、社会规范和主流价值在旅游资源开发和建构过程中的重要意义,旅游资源开发的评价从实证主义转向更侧重于建构主义的阶段。

建构主义理论为旅游资源评价带来了新的研究范式和视角<sup>[80]</sup>。建构主义认为实在本身永远不等于建构的实在,所以科学才会不断进步<sup>[81]</sup>。在旅游研究中,旅游行为带来了多元社会和文化的融合,旅游被赋予了建构的意义<sup>[82]</sup>。旅游资源所具有的人为建构的象征性、符号信息等,已经超越了旅游业起步阶段创造的“旅游资源”一词原本隐含的“原材料”之意<sup>[1]</sup>。对于旅游资源的评判也不再局限于资源的客观属性或者基于资源而获得的体验效果,而是拓展到旅游吸引物所带来的社会价值、游客情感的投射,两者之间形成了互动。游客选择出游与否不再局限或决定于资源等级的高低,而是该旅游吸引物能否为其提供符合预期的个体或社会意义。

在建构主义视角下,旅游吸引物的属性往往包括客观的物理属性和独特符号属性<sup>[76]</sup>。原来旅游资源中其客观、物理的属性无法改变,产生一定意义上的绝对吸引力;而其符

号属性则是社会建构的产物,代表着旅游者的价值认同,是一种动态的相对吸引力,这种吸引力会随着社会价值和理想的时代发展而产生改变。旅游吸引物的社会建构事实上是社会价值、理想和意义的转移过程——在旅游营销中,通过符号价值的建构,社会世界的某种价值与理想被转移到旅游吸引物中去;另一种转移则是旅游者通过亲身实践(阅读、观看等),获得旅游吸引物的知识,再进行重构<sup>[76,79]</sup>。

旅游吸引物的变化是社会发展与旅游之间关系变化的直接反映<sup>[83]</sup>。MacCannell<sup>[17]</sup>指出旅游者的“仪式化心理”能促进吸引物的建构;Urry<sup>[84]</sup>、Hunter<sup>[85]</sup>、Guachalla<sup>[86]</sup>、孙九霞等<sup>[87]</sup>、屈册<sup>[88]</sup>等探索了国内外不同旅游目的地在各种社会文化影响下所建构、塑造而成的旅游地形象;Xie等<sup>[89]</sup>、Cook<sup>[90]</sup>等从旅游者角度分析了嘻哈旅游和医疗旅游是如何被建构的;林清清等<sup>[91]</sup>、周欣琪等<sup>[92]</sup>则聚焦于具体的旅游资源并分析其在社会传播中形成的符号价值。这些研究所使用的方法也发生了变化,更多地利用质性方法进行分析,包括符号分析法、扎根理论法、内容分析法等。

#### 1.4.2 阶段性特征

在旅游吸引物的社会建构阶段,不仅强调前面技术性评价阶段对旅游资源的相对客观物理属性的科学评定,更多地是要根据社会主流价值、深入挖掘文化属性、依托新技术和营销手法,建构新的符号价值和吸引力,来促进旅游资源作为旅游吸引物的整体可持续开发。旅游吸引物凭着游记、大众传媒、开发过程中的吸引物形象塑造、机构认证等方式<sup>[76]</sup>,通过社会价值的投射而建构起某种符号价值;游客通过旅游消费和旅游体验来消费这种符号价值和回应旅游吸引物符号所代表的社会理想。各时期社会价值和理想动态发展,旅游吸引物符号价值的社会建构也是一个动态的循环过程。比如,博物馆旅游在西方一直是一个被热捧的旅游方式,而在中国,由于社会发展阶段不同,人们对这样的旅游吸引物有一个逐渐接受的过程。当然,在重视吸引物的社会建构的同时,现在出现了部分过度将旅游吸引物视为获得他人认同的符号形式的现象,导致旅游供给者开发和建造各种满足游客猎奇消费心理的旅游资源、旅游景观或旅游产品<sup>[93]</sup>。这些过度迎合旅游者炫耀心理、忽略旅游目的地客观自然、经济、特色文化、生态环境等条件,过于重视媒体营销而忽略景区质量提升,依赖旅游资源而轻视旅游体验良好氛围的营造等的现象,值得学者、政府、开发商的关注和反思。

## 2 我国旅游资源评价阶段转变的关键驱动力和影响机制

在技术性评价阶段,政策因素、资本因素、客源市场结构是核心要素。20世纪70年代末,我国的旅游业处于初步发展阶段,发展旅游是国家创外汇的重要途径之一,所以当时的旅游业发展带有很强的经济色彩,旅游规划工作的开展是自上而下的,旅游资源的开发资金来源于有限的财政拨款。在此背景下,我国对旅游资源区域开发评价的需求较多,主要有两种形式:局部区域和较大的地区<sup>[30]</sup>,旅游资源开发评价的主体主要为地方政府或者为决策机构提供参考意见的旅游规划专业工作者。该时期我国通过发展旅游业吸引了大量的外国游客,旅游资源的开发、旅游线路的规划、旅游产品的营销重点在于突显中国的自然风光和人文风俗,对旅游资源的评价仍然停留在资源本身的客观价值和美学价值,类型较为单一,而且多为一般观光型<sup>[94]</sup>。

在20世纪80年代末至90年代,社会经济因素、交通条件是促进旅游资源开发与评



价进入体验性与综合性评价阶段的关键驱动力。从供给方面看,随着我国逐渐进入社会主义市场经济阶段,区域旅游资源开发加速,旅游产品从观光型向娱乐型、参与型多元化发展,对旅游资源的评价从资源转向客源市场<sup>[94]</sup>。从需求方面看,首先,国民的消费水平提高,对旅游的需求加大、对旅游产品的要求提高,国内游客出游占比提高,超过国际客源市场份额;其次,双休日、黄金周等节假日制度也为居民出游提供了闲暇时间段。从旅游的配套设施来看,这个时期内我国的海陆空交通设施和通讯设备等得到了明显的改善;国内的投资环境良好,吸引了大量外资用以建设景区景点、接待设施等<sup>[94]</sup>。旅游资源的开发主体不再仅局限于各级政府,参与开发和评价的主体范围扩大到各类型的开发商,旅游产品的供给更为多样;旅游产品的开发以及营销宣传重点也逐渐转移到国内客源市场,旅游资源的开发评价更加关注游客需求以及偏好,关注范围也从资源本体扩大到之外的生态环境、社会文化经济方面,形成了较为全面的旅游资源吸引力的评价体系。

进入21世纪,后实证主义对旅游研究的影响、信息传播媒介的兴起、旅游者更关注个性化的旅游体验等因素产生综合作用,使得旅游吸引物的开发评价不再仅局限于政府或者旅游专业工作者,旅游者也能通过各种方式参与到旅游吸引物的建构当中,旅游资源的开发与评价进入社会建构阶段。国内整体生活消费水平的提高为旅游者提供了良好的经济基础;大众旅游的成熟发展让更多希望通过旅游突显个性的旅游者寻求小众的、标新立异的旅游景区;新媒体的迅速成长,旅游吸引物的各种信息能够被广泛传播、接收,这些因素都直接影响了潜在旅游者的决策。比如,湖南湘西凤凰古城从沈从文描绘的淳朴静谧的边城形象到都市人的小资天堂就是一个社会建构变化的过程;重庆洪崖洞景区、成都IFC熊猫爬楼背影等一系列近年来兴起的热门景点,都是通过社交媒体的传播从而建构起来的旅游吸引物。此外,旅游政策导向(如文化和旅游融合)、逃离日常生活的营销及宣传、通过旅游手段彰显身份地位及品味的个人符号化行为<sup>[79]</sup>等,都直接促进了旅游吸引物的开发与评价从以往较为单一的资源价值向多元价值转变。政府、旅游开发商、游客除了关注旅游吸引物的经济价值外,更加注重其实现个人理想的价值、文化价值、社会影响等。我国旅游资源开发与评价发展转变历程及其影响作用机制可用图1进行总结。

### 3 结论与讨论

#### 3.1 结论

本文从概念发展、研究视角和研究方法、阶段性特征、关键驱动力和影响因素等方面系统性梳理了我国改革开放以来旅游资源评价从技术性到社会建构阶段的发展历程,得出结论如下:

(1) 20世纪70年代末至80年代中期,由于创外汇的需要,中国开始发展旅游业。在国外游客为主要客源市场的情况下,我国旅游资源评价与开发的主要核心是自然风光及传统文化。评价的主体是地理学、经济学等学者和各级政府,受到当时国内旅游资源开发的实际需求和国外定量研究方法的影响,对旅游资源的评价以技术性评价为主。

(2) 20世纪80年代中至90年代,随着社会经济的进步、国内旅游市场及旅游产品的发展成熟、游客体验要求的提高、交通等基础设施的改善等等,以前单一的评价方法

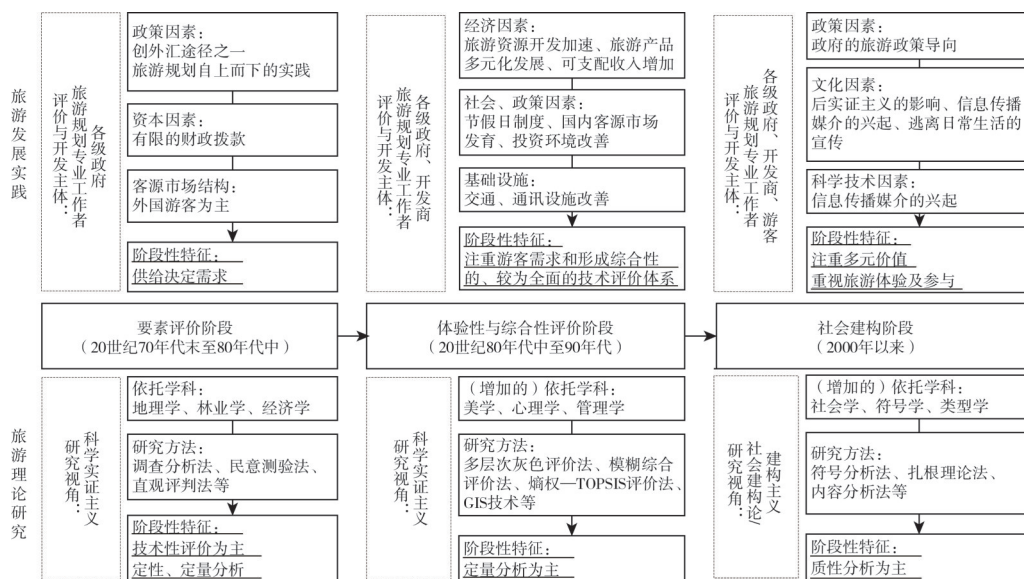


图1 我国旅游资源开发与评价发展历程及其影响机制

Fig. 1 The influencing mechanism of tourism resources exploitation and evaluation in China

已经无法满足市场需求。在这个过程中，国内旅游开发经历了“资源、市场和产品导向”三个阶段<sup>[95]</sup>，要求注意正确处理资源、产品和市场的关系。这个阶段引入了自然、人文、审美等多重标准，更注重游客需求；美学、心理学、管理学等学科介入，更强调客观的定量分析方法，形成了从旅游体验、旅游活动的视角来进行体验性和综合性评价的阶段特征。

(3) 进入21世纪，在后实证主义兴起、政府新的旅游政策导向、信息传播媒介的改变等等因素的综合影响下，开始采用建构主义视角对旅游资源的社会话语进行建构与分析。在这个阶段里，“旅游吸引物”与“旅游资源”两个词语在表达中并存，常根据学者和旅游实践者在实际需要阐释的含义和不同的语境中分别选择使用其一。从内涵上看，旅游吸引物比原来的旅游资源的客观物理属性多了一层隐含着的社会建构意义；从使用上看，旅游资源更多代表的是供给和“生产”视角，而旅游吸引物则更多反映的是需求和消费视角。旅游资源评价既关注原有资源（包括自然和人文资源）的价值和保护，也开始关注市场和旅游发展的需要，同时还要考虑到社会整体发展的需要（比如博物馆的建立）。而从消费的视角看，旅游者也不再像以前一样，仅仅单纯地欣赏旅游景观的自然人文特色，更多地是希望通过旅游吸引物彰显自己的个性、对社会的认同以及希望获得他人的认可。因此，旅游吸引物评价的社会建构阶段里，社会学、符号学等学科和方法与旅游研究结合，以质性分析为主，更注重旅游吸引物的多元价值建构、游客的旅游体验及参与。

(4) 我国旅游资源评价发展过程经历了三个阶段，然而，这三个阶段并不是截然分开的，后一个阶段会包含前一个阶段的内容，社会建构阶段也包含着前面两个阶段的内容。原因之一是中国幅员辽阔，区域间社会经济发展条件不一样，旅游发展的程度也不一样，所需的评价方式会有所不同；另外，某些旅游资源仍然需要技术性评价，比如冰雪资源、冬季避寒度假资源、夏季避暑气候资源等。



### 3.2 讨论

结合旅游资源以往评价的过程及其概念内涵的发展认为,未来学术界关于旅游资源、旅游吸引物评价的理论以及应用发展主要有四个方面。

首先,受到旅游者追求小众的、新兴的旅游目的地影响,关于旅游资源的评价将更关注细分领域,对某种重要或主要的单要素进行评价,如冰雪资源<sup>[55]</sup>、湿地和森林资源<sup>[56,96]</sup>、避寒避暑地气候<sup>[97]</sup>、养生旅游资源<sup>[98]</sup>等。

其次,随着旅游资源评价更注重实用性、旅游吸引物更注重游客的需求和体验,未来会融入更多GIS技术<sup>[99]</sup>、5G技术<sup>[71]</sup>,从而提高旅游资源开发及利用的效率、降低成本,以及促进旅游吸引物的可视化发展,尽可能加深游客多方面参与旅游过程、深度体验旅游活动的程度。

第三,在各类旅游资源全面开发和旅游快速发展的背景下,在原有普查基础上建立对于旅游资源的分类保护及其相关规范的政策制度将变得越来越重要。思考如何开发、打造和保护有持续吸引力的旅游吸引物,就需要从持续变化的社会理想和价值意义方面入手,结合大众媒体的传播手段,不断赋予旅游吸引物新的符号和理念,引起政府、开发商、旅游者、研究者的共鸣,多主体共同参与到“保护性开发”的过程中。

最后,我国新时期对旅游吸引物的评价,需要更多关注其经济、政治、文化、社会和生态价值。经济方面,旅游吸引物不仅仅通过其“物”的属性产生经济价值,还通过“溢出效应”带动周边社区的经济发展,因此未来对旅游吸引物的评价,仍然需要关注其为周边社区带来的各种经济影响。政治方面,2018年文化和旅游部合并成文化和旅游部之后,大力发展红色旅游,说明纪念地、标志物等旅游吸引物能够强化其红色旅游功能,增加其政治教育价值。文化方面,在文旅融合的背景下,应该更多地关注我国非物质文化遗产资源,将旅游的产业属性和文化的事业属性相结合,更好地传承与保护传统文化;旅游供给者不应该只为一味迎合旅游者而打造与地方特色无法融合的旅游产品,更重要的是深入挖掘当地的自然和民俗文化特色,形成文化资本和核心竞争力,关注旅游资源的可持续开发和后续经营,为旅游者创造优质的、独特的旅游体验。社会方面,旅游吸引物与旅游者之间形成的社会关系以及互动,有助于用以传达正确的社会价值观念。生态方面,以自然为主导的旅游吸引物有重要的生态价值,必须切实保护、合理开发与利用。总的来说,未来的旅游吸引物评价理论与实践发展会更注重实用性、多元价值,政府、开发商、游客不再仅享有单一身份,会多方面地参与评价与开发过程并在多主体间进行互动。

### 参考文献(References):

- [1] 保继刚, 楚义芳. 旅游地理学(第三版). 北京: 高等教育出版社, 2012. [BAO J G, CHU Y F. Tourism Geography (the 3rd edition). Beijing: Higher Education Press, 2012.]
- [2] PRISKIN J. Assessment of natural resources for nature-based tourism: The case of the central coast region of Western Australia. *Tourism Management*, 2001, 22(6): 637-648.
- [3] JAFARI J. *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge, 2001.
- [4] 郭来喜, 吴必虎, 刘锋, 等. 中国旅游资源分类系统与类型评价. *地理学报*, 2000, 55(3): 294-301. [GUO L X, WU B H, LIU F, et al. Study on the tourist resources classification system and types evaluation in China. *Acta Geographica Sinica*, 2000, 55(3): 294-301.]
- [5] 《旅游概论》编写组. 旅游概论. 天津: 天津人民出版社, 1982. [Editorial Board of Conspectus of Tourism. *Conspectus of Tourism*. Tianjin: Tianjin People's Press, 1982.]
- [6] 陈传康, 刘振礼. 旅游资源鉴赏与开发. 上海: 同济大学出版社, 1990. [CHEN C K, LIU Z L. *Appreciation and Development of Tourism Resources*. Shanghai: Tongji University Press, 1990.]

- opment of Tourism Resources. Shanghai: Tongji University Press, 1990.]
- [7] 郭来喜. 一门新兴的学科: 旅游地理学. 见: 中国科学院地理研究所. 旅游地理文集. 北京: 科学出版社, 1982. [GUO L X. A new subject: Tourism Geography. In: Institute of Geography of Chinese Academy of Sciences. Memoir of Tourism Geography. Beijing: Science Press, 1982.]
- [8] 孙文昌. 应用旅游地理. 长春: 东北师范大学出版社, 1990. [SUN W C. Applied Tourism Geography. Changchun: Northeast China Normal University Press, 1990.]
- [9] 国家旅游局资源开发司, 中科院地理研究所. 中国旅游资源普查规范(试行稿). 北京: 中国旅游出版社, 1993. [Department of Resource Development of National Tourism Administration and Institute of Geography of Chinese Academy of Sciences. The Criterion of General Investigation of Tourism Resources in China (the trial edition). Beijing: China Tourism Press, 1993.]
- [10] 张凌云. 市场评价: 旅游资源新的价值观: 兼论旅游资源研究的几个理论问题. 旅游学刊, 1999, (2): 47-52, 79. [ZHANG L Y. Market evaluation: A new outlook of tourism resources. Tourism Tribune, 1999, (2): 47-52, 79.]
- [11] 徐菊凤, 任心慧. 旅游资源与旅游吸引物: 含义、关系及适用性分析. 旅游学刊, 2014, 29(7): 115-125. [XU J F, REN X H. Tourism resources and tourist attraction: Analysis on their meaning, relation and applicability. Tourism Tribune, 2014, 29(7): 115-125.]
- [12] 胡抚生. 国外旅游吸引物理论研究综述. 北京第二外国语学院学报, 2008, (3): 31-37. [HU F S. Tourism attractions theory: A literature review. Journal of Beijing International Studies University, 2008, (3): 31-37.]
- [13] SPOTTS D M. Regional analysis of tourism resources for marketing purposes. Journal of Travel Research, 1997, 35(3): 3-15.
- [14] 张进福. 旅游吸引物属性之辨. 旅游学刊, 2020, 35(2): 134-146. [ZHANG J F. Contesting on the attribute of tourist attraction. Tourism Tribune, 2020, 35(2): 134-146.]
- [15] LEW A A. A framework of tourist attraction research. Annals of Tourism Research, 1987, 14(4): 553-575.
- [16] HOLLOWAY J C. The Business of Tourism. London: Pitman, 1986.
- [17] MACCANNELL D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. New York: Schocken Books, 1976.
- [18] LEIPER N. Tourist attraction systems. Annals of Tourism Research, 1990, 17: 367-384.
- [19] GUNN C A. Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases. New York: Taylor and Francis, 1988.
- [20] GUNN C A. A Proposed Methodology for Identifying Areas of Tourism Development Potential in Canada. Ottawa: Canadian Government Office of Tourism, 1982.
- [21] KUŠEN E. A system of tourism attractions. Tourism, 2010, 58(4): 409-425.
- [22] PIGRAM J. Outdoor Recreation and Resource Management. London: Croom Helm, 1983.
- [23] COCKLIN C, HARTE M, HAY J. Resource assessment for recreation and tourism: A New Zealand example. Landscape and Urban Planning, 1990, 19(3): 291-303.
- [24] 李貽鸿. 观光行政. 台北: 淑馨出版社, 1986. [LI Y H. Sightseeing Administration. Taipei: Shuxin Press, 1986.]
- [25] PEARCE D G. Tourism Development. Harlow: Longman, 1981.
- [26] DAVID M. In search of warmer climates?. The impact of climate change on flows of British tourists. Climatic Change, 2001, 49(1): 193-208.
- [27] HOUGHTEN F C, YAGLOU C P. Determining lines of equal comfort. Transactions of the American Society of Heating and Ventilating Engineers, 1923, 29: 165-176.
- [28] 刘继韩. 秦皇岛市旅游生理气候评价. 地理学与国土研究, 1989, 5(1): 35-39. [LIU J H. Evaluation of the tourism physical climate of Qinhuangdao. Geography and Geo-Information Science, 1989, 5(1): 35-39.]
- [29] 雍万里. 武夷山风景区划及其旅游资源评价. 地理科学, 1984, 4(3): 269-276. [YONG W L. Division of scenic spot and tourist resources of the Wuyi Mountains. Scientia Geographica Sinica, 1984, 4(3): 269-276.]
- [30] 邢道隆, 王玫. 关于旅游资源评价的几个基本问题. 旅游学刊, 1987, 2(3): 34-39. [XING D L, WANG M. Few basic question of tourism resources evaluation. Tourism Tribune, 1987, 2(3): 34-39.]
- [31] 俞孔坚. 自然风景景观评价方法. 中国园林, 1986, (3): 38-40. [YU K J. Evaluation method of natural landscape. Journal of Chinese Landscape Architecture, 1986, (3): 38-40.]
- [32] FARRARIO F F. The evaluation of tourist resources: An applied methodology(Part I). Journal of Travel Research, 1979, 17(4): 24-30.
- [33] JENSEN Ø, LI Y, UYSAL M. Visitors' satisfaction at managed tourist attractions in Northern Norway: Do on-site factors matter. Tourism Management, 2017, 63: 277-286.
- [34] MYKLESTAD E, WAGER J A. Preview: Computer assistance for visual management of forested landscapes. Landscape Planning, 1977, 4: 313-331.
- [35] SHUTTLEWORTH S. The use of photographs as an environment presentation medium in landscape studies. Journal of

- Environmental Management, 1980, 11: 61-76.
- [36] 霍义平. 应用功能评分方法分析并评价区域旅游资源: 以江苏省镇江市为例. 自然资源研究, 1982, 4(2): 19-26. [HUO Y P. Analysis of applied function evaluation and regional tourism resources: An example of Zhenjiang, Jiangsu province. Natural Resources Study, 1982, 4(2): 19-26.]
- [37] 楚义芳. 旅游地开发评价研究. 地理学报, 1991, 46(4): 396-404. [CHU Y F. A study on the evaluation of tourist areas in China. Acta Geographica Sinica, 1991, 46(4): 396-404.]
- [38] 王晓俊. 美国风景资源管理系统及其方法. 自然资源学报, 1993, 8(4): 371-380. [WANG X J. The scenery resource management system of the USA and its method. Journal of Natural Resources, 1993, 8(4): 371-380.]
- [39] 俞孔坚. 论风景美学质量评价的认知学派. 中国园林, 1988, 4(1): 16-19. [YU K J. The cognitive paradigm of landscape aesthetic quality evaluation. Journal of Chinese Landscape Architecture, 1988, 4(1): 16-19.]
- [40] 王晓俊. 关于风景评价中心理物理学方法局限性的探讨. 自然资源学报, 1996, 11(2): 170-176. [WANG X J. A critical view on the limitation of the psycho-physical method in landscape assessment. Journal of Natural Resources, 1996, 11(2): 170-176.]
- [41] 杨汉奎. 论风景资源的模糊评价: 以贵州省为例. 自然资源学报, 1987, 2(1): 49-58. [YANG H K. A fuzzy appraisal method for scenic resources in Guizhou province. Journal of Natural Resources, 1987, 2(1): 49-58.]
- [42] 佟玉权. 旅游资源的模糊性及其评价. 桂林旅游高等专科学校学报, 1998, 9(2): 15-16. [TONG Y Q. The fuzzy of tourism resources and its evaluation. Journal of Guilin Institute of Tourism, 1998, 9(2): 15-16.]
- [43] 程道品, 林治. 模糊评价法在旅游资源评价中的应用. 桂林工学院学报, 2001, 21(2): 186-190. [CHENG D P, LIN Z. The application of fuzzy evaluation to tourism resources appraisal. Journal of Guilin Institute of Technology, 2001, 21(2): 186-190.]
- [44] 俞孔坚. 自然风景质量评价研究: BIB-LCJ 审美评判测量法. 北京林业大学学报, 1988, 10(2): 1-11. [YU K J. Landscape preference: BIB-LCJ procedure and comparison of landscape preference of different groups. Journal of Beijing Forestry University, 1988, 10(2): 1-11.]
- [45] 卢云亭. 论名山的特性、类别和旅游功能. 旅游学刊, 1988, 3(s1): 36-40, 29. [LU Y T. The discuss of characteristic, category and tourism function of famous mountains. Tourism Tribune, 1988, 3(s1): 36-40, 29.]
- [46] 谢凝高. 中国的名山与大川. 北京: 中共中央党校出版社, 1991. [XIE N G. The Famous Mountains in China. Beijing: Party School of the Central Committee of the Communist Party of China Press, 1991.]
- [47] 王兴中. 对旅游景观认知构成与评价的浅见. 人文地理, 1990, 5(1): 15-19. [WANG X Z. The cognition and evaluation of the constitute of tourism landscape. Human Geography, 1990, 5(1): 15-19.]
- [48] 保继刚. 旅游资源定量评价初探. 干旱区地理, 1988, 11(3): 60-63. [BAO J G. A preliminary study on the quantitative evaluation of the tourist resource. Arid Land Geography, 1988, 11(3): 60-63.]
- [49] 黄显勇, 毛明海. 运用层次分析法对水利旅游资源进行定量评价. 浙江大学学报: 理学版, 2001, 28(3): 327-332. [HUANG X Y, MAO M H. The quantitative evaluation of the tourism resources of water conservancy by using analytical hierarchy process. Journal of Zhejiang University: Sciences Edition, 2001, 28(3): 327-332.]
- [50] 王谊, 陈存根, 朱耀勋, 等. 陕北地区生态旅游资源的综合评价. 西北林学院学报, 2002, 17(3): 89-92. [WANG Y, CHEN C G, ZHU Y X, et al. Comprehensive evaluation of the ecotourism resources in Northern Shaanxi. Journal of Northwest Forestry College, 2002, 17(3): 89-92.]
- [51] 余尤骋, 吴耀宇, 王伟. 系统动力学在都市生态农业旅游资源评价中的应用: 以江苏省苏州市为例. 旅游论坛, 2019, 12(1): 20-25. [YU Y C, WU Y Y, WANG W. The application of system dynamics in the evaluation of urban eco-agriculture tourism resources: Take Suzhou in Jiangsu province as an example. Tourism Forum, 2019, 12(1): 20-25.]
- [52] 杨立国, 刘沛林, 李强, 等. 旅游小镇成熟度评价指标体系与实证研究: 以首批湖湘风情文化旅游小镇为例. 经济地理, 2017, 37(7): 191-197. [YANG L G, LIU P L, LI Q, et al. The maturation and its evaluation system of tourism town: A case study of Hunan Customs and Cultural Tourism Town. Economic Geography, 2017, 37(7): 191-197.]
- [53] 胡静, 王蓉, 李亚娟, 等. 基于网络信息的民族地区旅游资源吸引力评价: 以贵州省黔东南州为例. 经济地理, 2018, 38(4): 200-207. [HU J, WANG R, LI Y J, et al. Evaluation of tourism resources attraction in ethnic areas based on network information: A case study of Qiandongnan in Guizhou province. Economic Geography, 2018, 38(4): 200-207.]
- [54] 单福彬, 周静, 李馨. 乡村文化旅游吸引力的多层次评价: 以辽宁赫图阿拉村为例. 干旱区资源与环境, 2017, 31(12): 196-202. [SHAN F B, ZHOU J, LI X. The multi-level evaluation of tourism attraction of rural culture: A case of Hetuala village. Journal of Arid Land Resources and Environment, 2017, 31(12): 196-202.]
- [55] 张雪莹, 张正勇, 刘琳. 新疆冰雪旅游资源适宜性评价研究. 地球信息科学学报, 2018, 20(11): 1604-1612. [ZHANG X Y, ZHANG Z Y, LIU L. Suitability evaluation of ice and snow tourism resources in Xinjiang. Journal of Geo-Information Science, 2018, 20(11): 1604-1612.]
- [56] 李悦铮, 牟万元, 梁娟. 湿地旅游资源评价指标体系构建与应用. 经济地理, 2019, 39(1): 192-197. [LI Y Z, MOU F



- Y, LIANG J. Construction and application of evaluation index system for wetland tourism resources. *Economic Geography*, 2019, 39(1): 192-197.]
- [57] 汪侠, 顾朝林, 刘晋媛, 等. 旅游资源开发潜力评价的多层次灰色方法: 以老子山风景区为例. *地理研究*, 2007, 26(3): 625-635. [WANG X, GU C L, LIU J Y, et al. Multi-level grey evaluation of tourism resources exploration potential: A case of Laozi Mountain Tourism Attraction. *Geographical Research*, 2007, 26(3): 625-635.]
- [58] 贾真真, 罗时琴, 毛永琴. 基于多层次灰色方法的贵州黔东南苗岭国家地质公园开发潜力评价研究. *贵州科学*, 2015, 33(5): 85-90. [JIA Z Z, LUO S Q, MAO Y Q. Multi-level grey evaluation of exploration potential of Guizhou Qian-dongnan Miaoling National Geo-park. *Guizhou Science*, 2015, 33(5): 85-90.]
- [59] 管玉梅, 王浩, 夏冬艳, 等. 我国民族文化旅游资源开发潜力的多层次灰色评价研究: 以海南疍家文化旅游资源开发潜力评价为例. *科技通报*, 2017, 33(10): 256-260. [GUAN Y M, WANG H, XIA D Y, et al. Research on multi-level grey evaluation of exploitation potential of national cultural tourism resources in China: Take Hainan Danks cultural tourism resources as an example. *Bulletin of Science and Technology*, 2017, 33(10): 256-260.]
- [60] 黄瑞红, 唐明晖. 丹霞山丹霞地貌旅游资源模糊综合评价. *中山大学学报: 自然科学版*, 1996, 35(2): 129-132. [HUANG R H, TANG M H. A fuzzy synthetical appraisal for danxia landform tourism resources of the Mt. Danxia. *Acta Scientiarum Naturalium Universitatis Sunyatseni*, 1996, 35(2): 129-132.]
- [61] 刘传华, 张捷, 曹靖, 等. 层次分析和模糊数学方法在我国岩溶洞穴旅游资源综合评判中的应用. *中国岩溶*, 2008, 27(2): 189-196. [LIU C H, ZHANG J, CAO J, et al. Application of analytic hierarchy process and fuzzy math in the evaluation of Chinese cave tourism resources. *Carsologica Sinica*, 2008, 27(2): 189-196.]
- [62] 刘英, 刘晓静, 梁宗正. 基于AHP和模糊数学的河南省体育旅游资源评价研究. *地域研究与开发*, 2012, 31(3): 108-111, 150. [LIU Y, LIU X J, LIANG Z Z. Evaluation of Henan sports tourism resources based on AHP and fuzzy mathematics. *Areal Research and Development*, 2012, 31(3): 108-111, 150.]
- [63] HONG Z, CHAOLIN G, LUWEN G, et al. The evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS & information entropy: A case in the Yangtze River Delta of China. *Tourism Management*, 2011, 32(2): 443-451.
- [64] 李国兵, 田亚平. 珠三角旅游资源竞争力与旅游业发展水平的效度分析. *经济地理*, 2019, 39(3): 218-224, 239. [LI G B, TIAN Y P. Validity analysis of tourism resources competitiveness and tourism development level in Pearl River Delta. *Economic Geography*, 2019, 39(3): 218-224, 239.]
- [65] 尹泽生, 宋关福. 区域旅游资源评价基本原理. *旅游学刊*, 1995, 10(5): 39-42, 61. [YIN Z S, SONG G F. On the basic principles of the evaluation of regional tourism resources. *Tourism Tribune*, 1995, 10(5): 39-42, 61.]
- [66] 陈传康. 中国旅游资源的开发评价、途径和对策. *人文地理*, 1991, 6(2): 24-36. [CHEN C K. Evaluation of the exploitation of the tourist resources in China: Some suggestions and measures to be taken. *Human Geography*, 1991, 6(2): 24-36.]
- [67] 马耀峰. 制约陕西旅游业发展的主要问题及对策. *陕西师范大学学报: 哲学社会科学版*, 1999, 28(3): 136-141. [MA Y F. The main problem restrict tourism develop in Shaanxi province and its countermeasures. *Journal of Shaanxi Normal University: Social Science*, 1999, 28(3): 136-141.]
- [68] 周建明. 旅游资源分类评价的规划学研究. *国土与自然资源研究*, 1999, 21(3): 67-70. [ZHOU J M. A new view on the classification and evaluation of tourism resources. *Territory & Natural Resources Study*, 1999, 21(3): 67-70.]
- [69] 蒋勇军, 况明生, 齐代华, 等. 基于GIS的重庆市旅游资源评价、分析与规划研究. *自然资源学报*, 2004, 19(1): 38-46. [JIANG Y J, KUANG M S, QI D H, et al. GIS-based evaluation, analysis and planning of tourism resources in Chongqing. *Journal of Natural Resources*, 2004, 19(1): 38-46.]
- [70] 姚志强, 胡文海. 基于GIS的池州市旅游资源群开发潜力评价. *地理与地理信息科学*, 2012, 28(2): 89-93. [YAO Z Q, HU W H. Study on exploiting potential evaluation of regional tourism resource population in Chizhou city based on GIS. *Geography and Geo-Information Science*, 2012, 28(2): 89-93.]
- [71] 李鹏, 王英杰, 虞虎, 等. 基于LBS & GIS的旅游资源普查、评价与可视化系统. *中国科学院大学学报*, 2017, 34(6): 692-700. [LI P, WANG Y J, YU H, et al. Survey, evaluation, and visualization system of tourism resources based on LBS and GIS. *Journal of University of Chinese Academy of Sciences*, 2017, 34(6): 692-700.]
- [72] 杨桂芳, 姚长宏, 殷鸿福, 等. GIS在生态旅游中的应用及展望. *自然杂志*, 2002, 24(4): 231-233. [YANG G F, YAO C H, YIN H F, et al. Applications and prospects of GIS in ecotourism. *Chinese Journal of Nature*, 2002, 24(4): 231-233.]
- [73] 甘枝茂, 马耀峰. 旅游资源与开发. 天津: 南开大学出版社, 2000. [GAN Z M, MA Y F. *Tourism Resources and its Exploitation*. Tianjin: Nankai University Press, 2000.]
- [74] 马勇, 李玺. 旅游规划与开发. 北京: 高等教育出版社, 2002. [MA Y, LI X. *Tourism Planning and Exploitation*. Beijing: Higher Education Press, 2002.]
- [75] 马耀峰. 旅游资源开发及管理. 北京: 高等教育出版社, 2010. [MA Y F. *Tourism Resources Exploitation and Management*. Beijing: Higher Education Press, 2010.]

- [76] 马凌. 社会学视角下的旅游吸引物及其建构. 旅游学刊, 2009, 24(3): 69-74. [MA L. Tourist attraction and its construction under the perspective of sociology. Tourism Tribune, 2009, 24(3): 69-74.]
- [77] 马凌. 旅游社会科学中的建构主义范式. 旅游学刊, 2011, 26(1): 31-37. [MA L. On the paradigm of constructivism in tourism social science. Tourism Tribune, 2011, 26(1): 31-37.]
- [78] 马凌, 朱竝. 旅游研究中建构主义方法论的合法性基础及其方法应用: 兼议旅游世界的本质. 旅游学刊, 2015, 30(7): 100-107. [MA L, ZHU H. Establishing the legitimacy of constructivist methodology and methods in the study of tourism: On the essence of tourism world. Tourism Tribune, 2015, 30(7): 100-107.]
- [79] 马天, 谢彦君. 旅游体验的社会建构: 一个系统论的分析. 旅游学刊, 2015, 30(8): 96-106. [MA T, XIE Y J. Social construction of tourism experience: An analysis of systematic theory. Tourism Tribune, 2015, 30(8): 96-106.]
- [80] CUBA E G. The alternative paradigm dialog. In: CUBA E G. The Paradigm Dialog. London: Sage Publications, 1990.
- [81] 黄光国. 社会科学的理路. 北京: 中国人民大学出版社, 2006. [HUANG G G. The Logic of Social Science. Beijing: China Renmin University Press, 2006.]
- [82] HOLLINSHEAD K, TRIBE J. The shift to constructivism in social inquiry: Some pointers for tourism studies. Tourism Recreation Research, 2006, 31(2): 43-58.
- [83] SHARPLEY R. Tourism, Tourists & Society. Huntingdon: ELM Publications, 1994.
- [84] URRY J. Consuming Places. London: Routledge, 1995.
- [85] HUNTER W C. The social construction of tourism online destination image: A comparative semiotic analysis of the visual representation of seoul. Tourism Management, 2016, 54: 221-229.
- [86] GUACHALLA A. Perception and experience of urban areas for cultural tourism: A social constructivist approach in Covent Garden. Tourism and Hospitality Research, 2018, 18(3): 297-308.
- [87] 孙九霞, 王心蕊. 丽江大研古城文化变迁中的“虚无”与“实在”: 以酒吧发展为例. 旅游学刊, 2012, 27(9): 73-83. [SUN J X, WANG X R. The "Nothing" and "Something" during the cultural changes in Lijiang Ancient Town: A case study of Lijiang Ancient Town's bars. Tourism Tribune, 2012, 27(9): 73-83.]
- [88] 屈册. 基于网络文本分析的旅游世界建构对比研究: 以平遥古城为例. 北京第二外国语学院学报, 2014, 36(3): 69-79. [QU C. Comparing research about tourism world construction based on network text analysis: Based on Pingyao. Journal of Beijing International Studies University, 2014, 36(3): 69-79.]
- [89] XIE F P, OSUMARE H, IBRAHIM A. Gazing the hood: Hip- Hop as tourism attraction. Tourism Management, 2007, 28(2): 452-460.
- [90] COOK P S. Constructions and experiences of authenticity in medical tourism: The performances of places, spaces, practices, objects and bodies. Tourist Studies, 2010, 10(2): 135-153.
- [91] 林清清, 保继刚. 茶王树的诉说: 作为旅游吸引物被建构的过程及其折射的环境变迁. 旅游学刊, 2015, 30(8): 77-87. [LIN Q Q, BAO J G. Storytelling of the Tea Tree Kings: The process of social construction as tourist attractions and the environmental changes they reflect. Tourism Tribune, 2015, 30(8): 77-87.]
- [92] 周欣琪, 郝小斐. 故宫的雪: 官方微博传播路径与旅游吸引物建构研究. 旅游学刊, 2018, 33(10): 51-62. [ZHOU X Q, HAO X F. Snowy scenery in the forbidden city: Communication and construction of a tourism attraction using Sina Weibo. Tourism Tribune, 2018, 33(10): 51-62.]
- [93] 蒋萌. 旅游吸引物的符号化与社会建构. 教育文化论坛, 2016, 8(3): 103-108. [JIANG M. Signifying of tourism resources and social construction. Tribune of Education Culture, 2016, 8(3): 103-108.]
- [94] 翟辅东. 我国区域旅游资源的复式评价. 地理研究, 1993, 12(3): 72-79. [ZHAI F D. Re-evaluation of regional tourism resources in China. Geographical Research, 1993, 12(3): 72-79.]
- [95] 范业正. 旅游者需求与消费行为始终是旅游研究的前沿问题. 旅游学刊, 2005, 20(3): 10-11. [FAN Y Z. Tourist demand and consumption behavior have always been frontier issues of tourism research. Tourism Tribune, 2005, 20(3): 10-11.]
- [96] 黄杰龙, 王立群, 陈秋华. 基于资源比较优势的森林公园旅游增长方式合理性研究. 自然资源学报, 2019, 34(2): 261-273. [HUANG J L, WANG L Q, CHEN Q H. The rationality of the model of tourism economic growth in forest parks based on the comparative advantage of resources. Journal of Natural Resources, 2019, 34(2): 261-273.]
- [97] 保继刚, 邓粒子. 气候因素对度假地型第二居所需求的影响: 基于云南腾冲与西双版纳的比较研究. 热带地理, 2018, 38(5): 606-616. [BAO J G, DENG L Z. Impact of climate on vacation-oriented second home demand: A comparative study of Tengchong and Xishuangbanna. Tropical Geography, 2018, 38(5): 606-616.]
- [98] HEUNG V C S, KUCUKUSTA D. Wellness tourism in China: Resources, development and marketing. International Journal of Tourism Research, 2013, 15(4): 346-359.
- [99] 李鹏, 王英杰, 虞虎, 等. 基于GIS格网化分析支撑的旅游空间规划技术方法研究: 以青岛市为例. 自然资源学报, 2018, 33(5): 813-827. [LI P, WANG Y J, YU H, et al. Study on method of tourism spatial planning based on GIS grid analysis: An example of Qingdao. Journal of Natural Resources, 2018, 33(5): 813-827.]

## The process and mechanism of tourism resources evaluation: From technical evaluation to the social construction perspective

BAO Ji-gang<sup>1,2</sup>, CHEN Yuan-yi<sup>2,3</sup>, MA Ling<sup>4</sup>

(1. School of Tourism Management, Sun Yat-Sen University, Guangzhou 510275, China; 2. Center for Tourism Planning and Research, Sun Yat-Sen University, Guangzhou 510275, China; 3. School of Geography and Planning, Sun Yat-Sen University, Guangzhou 510275, China; 4. School of Geographical Science, Research Center for Human Geography and Urban Development, Guangzhou University, Guangzhou 510006, China)

**Abstract:** Tourism resources are the most essential factor in tourism development. Therefore, making rational evaluation and developing valuable potential tourism resources are important foundations. In the late 1950s, geographers and forestry scholars began to be involved in regional tourism resources evaluation. Physical properties and attributes of tourism resources were considered as fundamental factors and taxonomy when evaluated. In order to make the result more scientific, quantitative methods were applied gradually. In the 1970s, addressing the need of tourism planning and destination development, scholars in China and abroad adopted qualitative methods to evaluate tourism resources. Since the 1980s, with the fast growth of tourism market, the scholars have paid more attention to the demand of tourists. Tourism scholars have introduced the perspective of tourist experience as well as a holistic perspective, including nature, humans, aesthetics and other standards, to evaluate the attractiveness of tourism resources. In the 21st century, with the turn of social theory in tourism research, the evaluation of tourism resources began to lay more stress on the importance and the role of discourse and socialization process in tourism development. Tourism scholars and practitioners have used the term of tourism attraction rather than tourism resources to place emphasis on their social and symbolic attributes. Social value and cultural meanings were transmitted to tourism attraction. On the other hand, tourists could receive the meanings through the visit and consumption in the attractions. This paper reviews the process of tourism resources research at home and abroad chronologically, to reveal how the methods, perspectives and theories of tourism resources evaluation evolved from the 1970s to nowadays. It puts forward that the evaluation of tourism resources in the future will show more concern about their practicability and sustainability, tourists' needs and experiences. Moreover, the economic, political, cultural, social, and ecological values are as fundamental as the former aspects. Finally, the new technology, such as the application of 5G, will help raise efficiency of tourism evaluation as well as its visualization.

**Keywords:** tourism resource; tourism attraction; technical evaluation; social construction; experience