

# 高质量发展背景下旅游资源研究转型： 新属性、新框架与新方向

孙佼佼<sup>1,2</sup>

(1. 苏州科技大学商学院, 苏州 215009; 2. 复旦大学工商管理博士后流动站, 上海 200433)

**摘要：**高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。传统以存量资源空间盘点为主要思路、以经济为主要指向的旅游资源研究范式, 已无法满足新时代旅游业发展和国家战略需求, 亟待明晰旅游资源新属性、新框架与新方向。基于此, 从国内外研究总格局出发, 基于CiteSpace 6.2.2分析中外旅游资源研究知识图谱, 对比其研究现状与趋势特征, 揭示理论需求; 进而基于中国实践与时代趋势, 探索旅游资源新属性与新范畴变迁模型, 以高质量发展为目标, 以旅游资源新属性为起点, 以人本理念为基础、以科技与文化为动力、以创新和创意为引领, 阐释旅游资源性质拓展与研究范畴的新变化; 从核心层、发展层、系统层(点、线、面)提出以高质量发展为导向的旅游资源创新研究框架, 阐释旅游资源内涵创新、旅游资源全链理念创新、“五位一体”领域架构创新; 提出“五位一体”与“三层级”交叉融合的旅游资源研究矩阵, 从经济、政治、文化、社会和生态五维度的微观、中观、宏观层面提出旅游资源高质量发展的研究方向。旨在推动旅游资源研究承担时代使命、服务国家战略, 以资源研究为杠杆促进新时代高质量发展。

**关键词：**高质量发展; 旅游资源; 新属性; 研究框架; 新方向

党的“二十大”指出, 高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。习近平总书记指出, 创新是高质量发展的第一动力。以创新为动力的高质量发展任务目标对旅游资源研究提出了新挑战, 传统资源驱动型的开发与研究理念已无法满足新时代旅游资源的性质转型和理论需求, 从资源驱动到创新驱动的转向是必须要解决的新课题。传统理念上, 旅游资源的基础是独特的地方自然与文化条件, 具有地方性、不可逆性与历史性<sup>[1]</sup>。在此理念下的传统旅游资源研究以资源盘点、空间格局分析、应用性评价研究居多, 以调查、记录、统计、评价和制图等研究方法为主, 理论创新相对不足, 研究视野不够开阔, 跨学科综合研究比较薄弱<sup>[2]</sup>。当下, 无论从国家宏观发展还是产业发展需要来看, 旅游业都到了从高速增长阶段转向高质量发展阶段的关键节点<sup>[3]</sup>。新时代的高质量发展是一种涵盖经济系统、社会系统的整体发展观<sup>[4]</sup>, 其本质在于高效率、公平、协调、稳健和可持续的发展, 特征在于以人和技术创新为动力<sup>[5]</sup>。在此背景下, 旅游资源研究面对新的时代使命, 亟待超越静态的资源存量空间分布和现状特征的描述, 以国家重大战略和经济社会发展需求为研究导向<sup>[6]</sup>, 探寻新的研究框架与方向。

实现旅游资源研究与国家重点战略实践的耦合需明确两个问题, 一是新时代旅游资

收稿日期: 2023-08-21; 修订日期: 2023-10-20

基金项目: 国家自然科学基金项目(42101225); 教育部人文社会科学研究青年基金项目(21YJCZH140); 江苏高校“青蓝工程”; 姑苏宣传文化人才计划项目(LL2023010)

作者简介: 孙佼佼(1989-), 女, 陕西咸阳人, 博士, 副教授, 主要从事文化旅游和文化地理相关研究。

E-mail: sunjiaojiao1028@163.com

源具有的新属性是什么?明确了该问题,则能够明确新内涵、新需求、新挑战,能够系统发掘资源研究的引领、基础、动力;二是新时代旅游资源研究如何对标国家战略,是否有可供参考的政策框架?明确了此框架,则能够在旅游资源研究中有为的放矢,推进旅游资源研究服务于国家战略需求。基于此,本文通过对国内外旅游资源研究的格局与趋势进行分析,结合高质量发展需求,探索新时代旅游资源新属性、新框架和新方向。研究阐明旅游资源研究如何跳出“就资源论资源”的盘点式惯习,打破“数山数水”的旅游资源研究圭臬;系统论述以创新性思维探索如何创造、如何赋能、如何增值、如何可持续、如何利用好旅游资源提升人民幸福,从而以旅游资源研究耦合经济社会发展多维格局,以旅游资源理论创新贡献国家战略推进。

## 1 研究方法与数据来源

首先以中国知网数据库(<https://www.cnki.net/>)为数据来源,按如下标准进行检索:以“旅游资源”为主题,不限制检索年度和文献来源,共产生11.71万个结果,其中学术期刊论文7.45万篇,发表年度早至1978年。考虑到研究的权威性和针对性,以南大核心期刊和北大核心期刊论文为基本盘,对篇名中包含旅游资源的科研成果进行分析,共检索到2840个结果,发表年度跨度为1992—2023年。对国际文献的研究以Web of Science([www.webofscience.com](http://www.webofscience.com))为数据来源,选择主题为“tourism resource(s)”,共获得28881个检索结果,发表年度早至1970年。限定Social Sciences Citation Index(SSCI)和Science Citation Index Expanded(SSCI扩展)收录论文,以“tourism resource(s)”为标题词,获得论文7329篇,时间跨度为1970—2023年,数据分析采用CiteSpace 6.2.2软件。

## 2 结果分析

### 2.1 国内外研究现状特征

#### 2.1.1 国内外旅游资源研究知识图谱

通过CiteSpace分析可发现,1992—2023年间,中国旅游资源研究呈现以下聚集特征(图1)。除“旅游资源”外,前十五类高频词分别是“旅游开发(利用/模式)”“生态旅游”“旅游业”“评价”“乡村旅游”“体育旅游”“开发对策/策略”“整合”“红色旅游”“茶文化”“文化旅游”“保护”“空间结构/分布”“分类”“旅游区”。总体特征如下:(1)总量上以“开发”为主,多基于供给侧探讨宏观对策,这与中国旅游资源研究在发展初级阶段的经济指向紧密相关。(2)以宏观视角为主,主要关注资源的空间分布、分类和评价。(3)自然资源与文化资源综合研究,一方面,旅游中的自然资源研究以生态旅游为代表;另一方面,文化资源举足轻重,乡村旅游、红色旅游、体育旅游成为近年来新出现的领域,因其与国家政策的紧密关联也快速成为重点领域。在此基础上,文化与自然资源开发产生重要融合,促进了特定资源研究的热度上升,例如茶与文化的融合开发。

与国内旅游资源研究相比,国际旅游资源研究呈现出不同的特征(图2)。除“tourism”与“resource”之外,前十五类高频词分别是“management”“impact”“conservation”“model”“climate change”“sustainable tourism/sustainability”“performance”“per-





研究的重要起点，对人的感知、满意度、行为态度等微观变量的探索成为众多研究的焦点；（3）旅游资源研究中社区议题凸显，与旅游资源相关的管理与影响研究较为凸显。

2.1.2 国内外旅游资源研究趋势特征

利用 CiteSpace 对论文研究主题词时间线进行分析，发现国内外高质量期刊旅游资源研究相关主题词不断涌现。近年来，国内外研究与“旅游资源”研究相关的共现词如表 1 所示。

表 1 国内外高质量期刊旅游资源研究共现词（时序前 30 位）

Table 1 Co-occurrence keywords of tourism resource research in high-quality journals both domestically and internationally (chronologically top 30)

首次共 现年份	主题词 （国内）	首次共 现年份	主题词 （国内）	首次共 现年份	主题词 （国际）	首次共 现年份	主题词 （国际）
2023	共同富裕	2021	红色文化	2023	organizational citizenship behavior	2022	accessibility
2023	空间错位	2021	红色资源	2023	blue economy	2022	advantage
2023	大运河	2020	黄河流域	2023	HRM	2022	attraction
2023	共生系统	2020	康养旅游	2023	enterprise	2021	engagement
2023	创新发展	2020	水利旅游	2023	crisis management	2021	destination competitiveness
2023	增权理论	2020	乡村民宿	2023	causality	2021	commitment
2022	价值转化	2020	文旅融合	2022	geotourism	2021	perceived value
2022	传播危机	2020	乡村振兴	2022	agritourism	2021	artificial intelligence
2022	便利度	2020	精准扶贫	2022	environmental kuznets curve	2021	carbon footprint
2022	人民实践	2020	乡村建设	2022	history	2020	machine learning
2022	南极地区	2020	两极分化	2022	intangible cultural heritage	2020	big data
2022	传播路径	2019	支付意愿	2022	hotel employee	2020	social network analysis
2022	可达性	2019	乡土文化	2022	social exchange theory	2020	creative tourism
2022	供需耦合	2019	五大理念	2022	time series	2019	sharing economy
2022	兴趣点	2019	人居环境	2022	planned behavior	2019	pro environmental behavior

从新生共现词的特征与类型可以看出，中国旅游资源近年呈现四大趋势：（1）旅游资源研究紧跟政策导向，共同富裕、乡村振兴、精准扶贫、《“十四五”规划》中最新提出的“打造黄河文化旅游带”和“壮大乡村旅游、民宿经济”等政策皆及时反映在旅游资源研究中。（2）对资源的利用视角超越旅游边界，对微观视角的“人”之关注增加，出现对“人民实践”“人居环境”等主题的探索；关注资源与人、社会之间的关系，例如对资源保护传承和人民精神生活共同富裕<sup>[7]</sup>的分析、对资源与居民幸福<sup>[8]</sup>的关注等；开始关注基于人的东道主社区与旅游开发中的资源权力问题<sup>[9]</sup>，出现了共生系统、增权理论等关键词；对旅游者的支付意愿、兴趣、便利度等开始探索。（3）多元化创新趋势凸显。纵向上，体现为资源从生产、利用到效应的全链条多节点创新，例如对资源创造性利用<sup>[7]</sup>、对资源创新传播的关注<sup>[10]</sup>、对旅游资源开发后数字网络关注度的分析<sup>[11]</sup>、资源衰退型城市的旅游资源转型发展研究<sup>[12-14]</sup>等；横向上，体现为旅游资源向多领域扩张，水利

旅游、冰雪资源<sup>[15]</sup>、南北极旅游资源<sup>[16]</sup>、乡村民宿、康养旅游等新的旅游资源开发形式不断涌现，新的资源形态背后蕴含着新的旅游资源性质，例如乡村民宿的发展是将原本属于居民生活的建筑与本地日常、家庭餐饮等“非旅游资源”建构为旅游资源的性质转化过程。(4) 旅游资源研究开始超越单向的供给侧视角，对需求侧的关注增加，对供需耦合的探索开始深入。

国际旅游资源相关研究呈现以下趋势：(1) 经济学和管理学的理论特征更加显著，近年来关注市场行为，例如与旅游资源相关的酒店研究、危机管理、企业/创业研究等。(2) 旅游资源涉及的理论模型丰富，广泛地将源于管理学、社会学、人类学、生态学等学科的理论模型融入旅游资源分析之中，例如社会交换理论、组织公民行为理论、计划行为理论等。(3) 旅游资源研究持续关注微观视角，并在理论上更加具体化，充分应用于源于管理学、环境科学等学科概念，例如涉入、承诺、感知价值等微观变量。(4) 智能时代研究特征更加明显，人工智能、机器学习、大数据等与旅游资源的融合研究开始大量涌现。

综合国内外旅游资源研究总体格局与新趋势，中国相关研究虽然近年来出现多样化创新趋势，但传统资源观将旅游资源概念静态化、固化<sup>[17]</sup>，大多数研究仍旧是一种对存量资源的盘点与创收式开发思维，在理论创新、学科融合、领域扩展等方面仍存在不足。定位《“十四五”规划》高质量发展目标，借鉴国际研究中适用于中国的新思路，基于中国旅游资源发展实践的多重需求，亟待探索适用于新时代的旅游资源研究转型。

## 2.2 高质量发展背景下旅游资源研究转型：新属性与新框架

### 2.2.1 基于建构型旅游资源的新属性与新范畴

虽然传统上，旅游资源包含自然资源和文化资源<sup>[18]</sup>，但与此同时，旅游资源的内涵不断丰富、外沿逐渐扩大，传统上的非标准资源<sup>[19]</sup>逐渐成为新的旅游资源类型。如图3所示，旅游资源在变迁中展示出三个层级，核心为物质型资源，包含自然和人文物质景观资源，即传统上的山川湖海、古城建筑、手工艺品和动植物等物质资源，具有固着性、有形性、景观性，以及资源利用上的有限性。第二层可拓展至精神型资源，包括艺术、历史风俗、节庆、仪式等具有旅游吸引力的无形资源，具有文化性、无形性、景观性和历史风俗、节庆、仪式等具有旅游吸引力的无形资源，具有文化性、无形性、景观性和

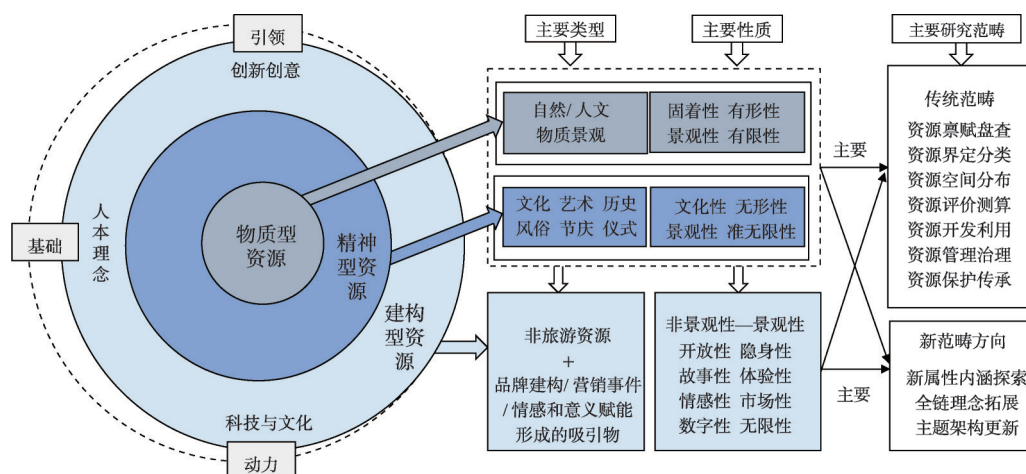


图3 中国旅游资源新属性与新范畴模型

Fig. 3 A model for the changes of new attributes and categories of tourism resources in China

准无限性。这种准无限性体现在其与物质资源相比具有更高的可持续性,但也存在开发不足、开发不当,以及文化低级开发而导致的资源浪费问题。第三层建构型旅游资源是在新时代背景下旅游资源属性的重要拓展。传统上的非旅游资源经过品牌建构,通过故事、情感、意义和营销事件赋能,借助大众传媒形成广泛的传播效应,形成旅游吸引力,将原本并不具备旅游属性的要素(例如当地的某项日常活动<sup>[20]</sup>和地方精神<sup>[21]</sup>等)建构为重要的旅游资源。实际上,以往旅游资源的定义中也潜在地蕴含着建构型旅游资源的可能性,例如国标中所界定的旅游资源为:“自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素”<sup>[22]</sup>。“吸引力”作为旅游资源的核心,为建构型资源的出现奠定了基础,使具有潜在吸引力的“非景观”要素实现到景观性的转换。在转化之前,建构型资源在存在方式上具有开放性和隐身性;在转化与供给过程中,建构型资源通过故事性实现吸引力和附加值;在吸引力的实现过程中,建构型资源能够满足旅游者的体验性、情感性需求。因此,建构型资源的价值高度由市场消费者所决定,其吸引力的传播需要数字媒介作为重要载体和动力,从而在资源形式和生成上具有更高的无限性,近年来的民间日常生活转化为旅游资源<sup>[23]</sup>、基于大众视频形成的目的地数字形象资源、目的地IP资源的建构与传播等皆为典型的例子<sup>[24]</sup>。

旅游资源的性质转变是高质量发展进程在旅游领域的具象体现。在此进程中,以人为本是旅游业从高速发展到高质量提档升级的根本<sup>[18]</sup>，“人本驱动”需要研究者通过科学方法了解人的需求<sup>[19]</sup>。然而,以往研究主要从资源的客观供给角度出发,针对传统物质型和精神型资源进行探索,研究思路围绕资源禀赋盘查、资源界定分类、资源空间分布、资源评价测算、资源开发利用、资源管理治理和资源保护传承等展开,虽然近年来也逐渐涉及资源传播营销、资源数字空间、资源产权管理与社会治理等,但仍处于起始阶段,出发点仍以资源的“存量”为主。在高质量发展需求中,无论是对于物质型和精神型资源创新性发展,还是对于建构型旅游资源的创造性生产来说,创新边缘的开放性、生产方式的参与性、生产工具的数字性等都对未来研究提出了系统化的创新要求。在以人为本作为资源转型之基础、创意创新作为旅游资源转型之引领、科技与文化作为旅游资源之动力的背景下,推动旅游资源高质量发展的研究包括旅游资源新内涵探索、旅游资源全链理念创新以及旅游资源系统化主题架构创新。

### 2.2.2 高质量发展导向下旅游资源研究的“点线面”拓展:核心层、发展层与系统层

旅游资源研究从资源空间盘点思维到资源高质量发展的系统创新思维转型,需拓展至“点、线、面”三个维度,包含内涵创新、全链理念创新与架构创新,涵盖核心层、发展层、系统层(图4)。

(1) 核心层面,新时代旅游资源内涵面对新的挑战。首先,资源性质变迁上,在显性资源之外的隐性资源日益成为重要的旅游吸引力来源,这种“隐性”不仅体现在传统的文化艺术等资源的精神性和抽象性,更进一步体现在建构型旅游资源的“隐身”特征,需要研究者在目的地的非传统旅游资源中进行发掘探索与创造。旅游资源不仅是静态的已存资源,且资源的存在与价值处于动态的变化之中,在此基础上,资源开发过程从简单的“开发利用”扩展至对隐性资源的“价值建构”。旅游资源的开发并非是一个对有限资源消耗的过程,而是一个不断进行创造和生产的过程,资源载体也从线下拓展至



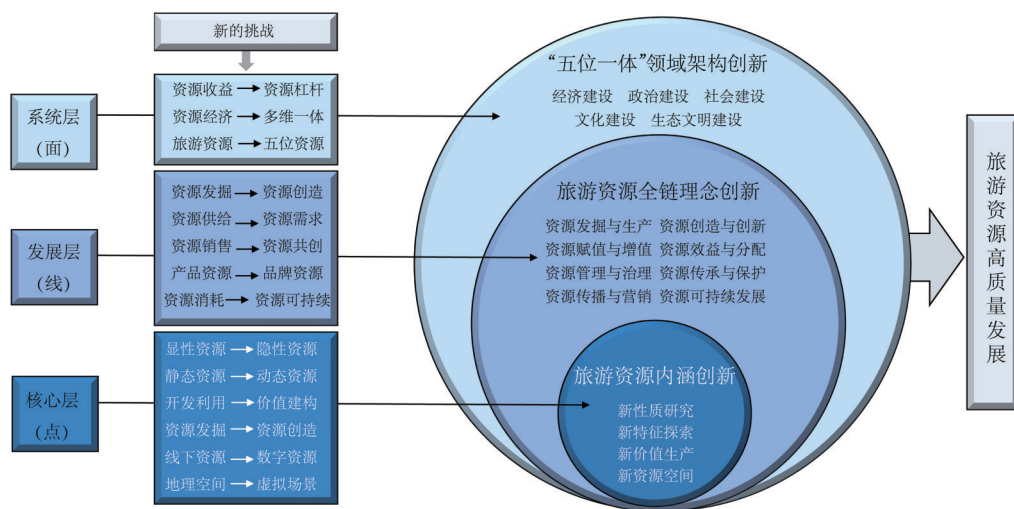


图4 高质量发展导向下旅游资源创新研究框架：内涵创新、全链理念与架构创新

Fig. 4 Research framework for high-quality development oriented tourism resource innovation:  
Connotation innovation, whole-chain concept and structure innovation

线上数字载体，从传统地理空间拓展至基于数字技术的虚拟场景。针对以上挑战，需深入探索资源的新内涵、新特征、新价值生产机制，以及新的资源空间。

(2) 发展层面，高质量旅游资源发展对全产业链发展理论创新提出了要求。旅游“资源”已超越生产前端的静态存在，需要研究涵盖从生产到消费的全链条。以往粗放式的开发模式导致了旅游地出现供需错配等结构性问题<sup>[25]</sup>，而当下，有价值的旅游资源的生产方式由供给端过渡到需求端，从传统的资源销售过渡到更具参与性和价值性的资源共创，需要多角色参与<sup>[26,27]</sup>，传统旅游发展从政府主导向全民参与转化<sup>[18]</sup>，从以量取胜的产品资源转化到具有高溢价的资源品牌。在此背景下需探索的新议题包括资源发掘与生产、资源创造与创新、资源赋值与增值、资源效益与分配、资源管理与治理、资源传承与保护、资源传播与营销，以及资源可持续发展等。

(3) 系统层面，旅游资源研究亟待全系统领域创新。中国旅游业已全面融入国家社会经济体系<sup>[28]</sup>，旅游资源的开发与保护是一个触及经济、社会、环境多重底线的复杂系统，涉及当地政府、开发商、社区居民、旅游者等众多利益相关者<sup>[18]</sup>。资源效应从传统的靠卖资源获益转化到以资源为杠杆，撬动当地品牌价值、文化影响力以及多产业的综合发展，从以资源促经济的思维转化到以资源为杠杆实现多维一体综合提升的理念，旅游资源在经济建设、政治建设、社会建设、文化建设、生态文明建设维度具有的“五位一体”性质亟待系统探索。

### 2.3 旅游资源研究新方向：“五位一体”与“三层级”融合矩阵

“五位一体”是中国特色社会主义事业的总体布局，从党的“十八大”到“二十大”，党中央统筹推进“五位一体”总体布局，《“十四五”规划》进一步指出要统筹推进经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设。从物质和精神“两个文明”，到经济、政治、文化、社会建设“四位一体”，再到党的“十八大”把生态文明建设纳入“五位一体”总体布局，中国特色社会主义进入统筹推进、全面协调的阶段。“五

位一体”布局为党和国家事业发展提供了总体架构和基本路径<sup>①</sup>。

随着中国式现代化深入推进,旅游产业发展的关联辐射功能日益复杂,旅游在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力等方面的作用日益凸显<sup>[29]</sup>,对推进实现“五位一体”格局的重要性日益凸显。但是,目前旅游资源跨学科综合研究比较薄弱,需要推进研究的关注点从单一的旅游功能向复合的社会经济功能转变<sup>[2]</sup>。“五位一体”与旅游资源研究的系统耦合不仅体现在为旅游发展提供了经济资源、政治资源、文化资源、社会资源、生态资源作为产业资源基础,更为重要的在于旅游资源从被动到主动之角色转变,研究者需要主动承担时代新使命,以旅游资源研究为杠杆,促进经济、政治、生态、文化、社会综合发展,推进“五位一体”总布局的实现,服务国家战略。在此背景下,旅游资源研究与“五位一体”总体格局在微观层、中观层和宏观层产生交叉。据此,本文提出“五位一体”与“三层级”交叉融合的旅游资源研究矩阵(图5)。

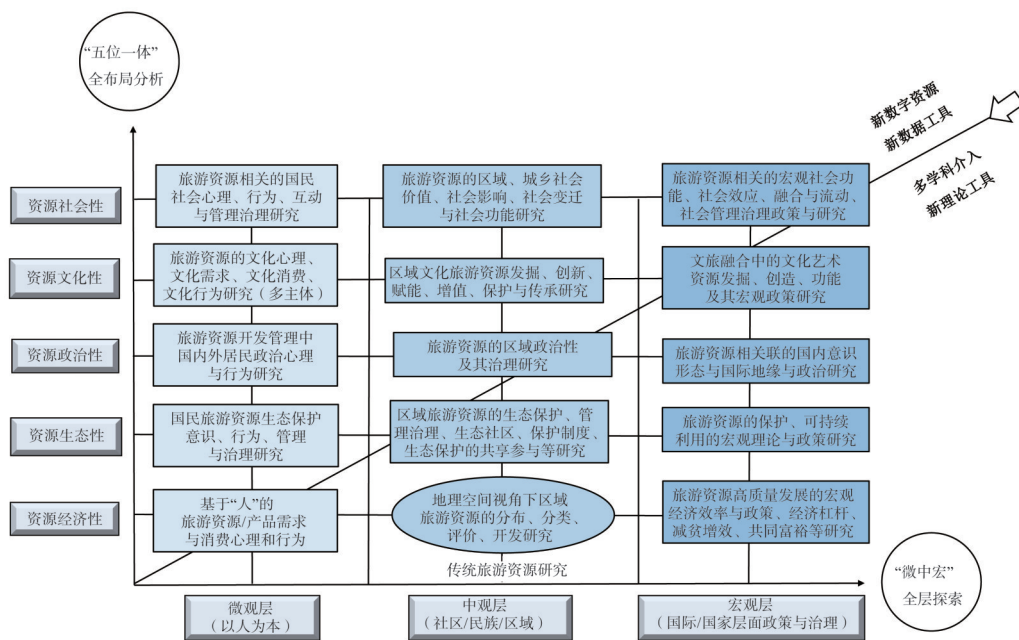


图5 “五位一体”与“三层级”交叉融合旅游资源研究矩阵

Fig. 5 Research matrix of tourism resources with the intersection and integration of the "five in one" and the "three levels"

### 2.3.1 微观层:以人为本创新旅游资源研究全流程理念

“人”是旅游人地关系主体<sup>[30]</sup>,人本观是旅游资源研究的基础,此处的“人”既包含旅游者,也包含东道主居民等利益相关者。在新的旅游资源内涵中,以人为本即以多重利益相关者的需求与权益为出发点和平衡点,探索资源开发、发展与效应的全流程。

(1)在微观经济维度,需基于“人”进行旅游资源产品需求与消费心理行为研究,并基于此探索旅游资源的增值机制。从传统供给思维转换到以人为本的需求思维,将旅游地理资源转换为人的价值感知<sup>[31]</sup>,立足人的体验,对标人的需求,定位人的幸福,通

① 全国工商联. 经济、政治、文化、社会、生态文明建设相互协调相互促进, 中国特色社会主义是全面发展的社会主义. 人民日报, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1730155641422041155&wfr=spider&for=pc>, 2022-04-15.



过文化创意增值、服务增值、品牌心理增值、审美品味增值、数字和科技资源赋能等途径提升资源的附加值和边际效益。(2) 微观政治维度包含旅游资源开发管理中的国内外居民政治心理与行为研究,例如带有政治性的旅游体验研究,典型体现为红色旅游资源开发中的政治情感分析<sup>[32]</sup>;再例如人本理念下旅游资源的权力研究,可关注资源开发和消费多个阶段中的多元主体权力,包括资源定位与开发阶段的所有权归属、社区参与权力<sup>[33]</sup>、开发后弱势群体消费与使用的权力以及收益后利益相关者的分配权力等。(3) 微观社会维度可探索人本理念下旅游资源社会性研究,旅游资源相关的国民社会心理、行为、互动与管理治理研究,旅游资源相关的人力资本研究<sup>[34]</sup>。(4) 微观文化维度包含人本理念下文旅融合的微观体验与效应等研究,基于多主体的旅游资源文化心理、文化需求、文化消费、文化行为研究,文化情境分析<sup>[35]</sup>。文化贯穿旅游资源生命周期的全阶段,包括探索期的文化资源发掘;开发期以文化赋能其他类型资源,例如农业资源、自然资源、饮食资源以及“非传统”旅游资源;对资源客源市场的文化背景和消费文化分析;以及旅游资源开发后的文化影响。(5) 微观生态维度指人本理念下的生态旅游资源研究,主要体现为国民旅游资源生态保护意识、行为、管理与治理研究。

### 2.3.2 中观层:以旅游资源研究为动能实现城乡地方创新发展

中观层关注城乡区域、东道主社区、特定地方区域相关的旅游资源议题。(1) 中观经济维度涉及区域资源发掘、分类、评价、分布、开发与保护研究,传统研究以旅游资源的空间分析和评价最为典型。当下,创新探索已初露头角,包括:方法创新<sup>[36]</sup>;资源类型的创新发现,例如邮轮游艇、低空旅游、海洋旅游等新型资源探索;资源的数字化转型与保护探索<sup>[37]</sup>;以及与传统产业创新融合中对生产功能、生态功能、观光功能、体验功能、教育功能转化为旅游产品的探索<sup>[38]</sup>。(2) 中观政治维度包括旅游资源的区域政治性及其治理研究,包含区域旅游资源管理与分配、基于旅游资源的区域/社区关系治理、地方情感塑造与培育政策等探索。(3) 中观社会维度包括旅游资源的区域、城乡社会价值、社会影响、社会变迁与社会功能研究。(4) 中观文化维度包括区域文旅深度融合探索、区域文化旅游资源发掘、创新、赋能、增值、保护、传承与空间建设<sup>[39]</sup>研究,推进以文化为导向促进乡村旅游业发展,以艺术赋能乡村旅游资源开发<sup>[40]</sup>。(5) 中观生态维度包括多元生态旅游的探索<sup>[41]</sup>,区域旅游资源的生态保护、管理治理、生态社区、保护制度、生态保护的共享参与等研究。

### 2.3.3 宏观层:以旅游资源为杠杆推动多维并进的高质量发展

宏观层探索旅游资源相关的国际和国家层面政策与治理等议题。(1) 宏观经济维度包括围绕旅游资源高质量发展的宏观经济效率与政策、经济杠杆、减贫增效、共同富裕、数字资源发展与政策研究,例如以旅游为杠杆推进脱贫致富、旅游资源相关投融资或经济政策研究,以及资源生产效益的经济分析等。(2) 宏观政治维度包括与旅游资源相关的意识形态与国际地缘政治研究,例如旅游资源高质量发展中的政治功能,目前典型体现为红色资源开发的意识形态和政治功能研究<sup>[42]</sup>,未来可拓展至更广泛的旅游资源政治功能探索,例如基于旅游资源的国际地缘政治分析。(3) 宏观社会维度包括旅游资源相关的宏观社会功能、社会效应、融合与流动、社会管理治理政策研究。(4) 宏观文化维度体现为文旅深度融合中的文化艺术资源发掘、创造、功能及其宏观政策研究。(5) 宏观生态维度涉及旅游资源的保护、可持续利用的宏观理论与政策研究,不仅包含

如何保护生态旅游资源,也需进一步探索如何通过旅游资源开发的管理、治理与制度,促进全民生态意识和生态责任的提升,以旅游资源为杠杆促进自然与文化生态系统的可持续发展。

### 2.3.4 以新视角和新工具推动融合框架持续更新

“五位一体三融合”作为一种框架性指南,在新数字资源、新数据工具、多学科介入和新理论工具的支撑下,会不断产生新的研究切入点,例如将科技(创新)驱动纳入宏观产业分析、中观区域目的地建设分析、微观主客心理分析等;将场景建构纳入目的地景观分析;从价值共创切入分析产学研协同和主客微观协同;从内容生产视角分析目的地实地建设、文化建设、数字化建设;从居民生活角度分析宏中微观的旅游业影响等。总体而言,在“五位一体三融合”框架中,旅游资源研究的理论工具也扩展至地理学之外的多学科,包括管理学、传播学、社会学、人类学、政治学、生态学以及针对资源多重利益相关者的心理学与行为学研究。与此同时,所使用的数据工具和类型也超越传统的地理空间统计,涵盖从微观深度数据到宏观大数据的多领域、多源、多类型数据采集和分析,包括移动互联网、物联网、5G、大数据、深度学习、量子计算、人工智能和区块链<sup>[2]</sup>等数字技术和智慧技术,在以上趋势下,资源科学的研究不断进行着大胆创新<sup>[43]</sup>。

## 3 结论

中国式现代化包含旅游的现代化,需要旅游发展和旅游研究的有力支撑<sup>[6]</sup>,旅游资源研究在此过程中承担基础性角色。在高质量发展的新时代,旅游资源已超越传统形态,成为一种价值或价值存在方式<sup>[17]</sup>,其研究也亟待拓展更新。黄震方等<sup>[2]</sup>指出,要从资源本底、资源利用、空间格局和系统协同层面,建立旅游资源的基础理论。在此背景下,本文贡献以下结论:

(1) 研究分析国内外旅游研究总格局与新趋势,建构国内外旅游资源研究知识图谱与近年新趋势,通过与国际研究进行比较分析,提炼中国旅游资源研究的三大结构与四大趋势。

(2) 基于中国实践提出以高质量发展为目标、以旅游资源新属性为起点、以人本理念为基础、以科技与文化为动力、以创新和创意为引领的旅游资源新属性与新范畴变迁模型;厘清物质型、精神型、建构型旅游资源属性、类型及其研究范畴和创新方向。

(3) 基于新时代旅游资源新属性,将研究视野拓展至“点、线、面”三个维度,从核心层、发展层、系统层和工具层提出高质量发展导向下旅游资源的创新研究框架,阐释旅游资源内涵创新、旅游资源全链理念创新、“五位一体”领域架构创新转型。

(4) 研究建构“五位一体”与“三层级”交叉融合的旅游资源研究矩阵,从经济、政治、文化、社会和生态五维度的微观、中观、宏观层面提出旅游资源高质量发展的研究方向,以旅游资源研究耦合国家战略,以旅游资源高质量发展推进社会主义现代化建设。

### 参考文献(References):

- [1] 张进福. 物之序: 从“旅游资源”到“旅游吸引物”. 旅游学刊, 2021, 36(6): 45-59. [ZHANG J F. From "tourism resource" to "tourist attraction". Tourism Tribune, 2021, 36(6): 45-59.]
- [2] 黄震方, 葛军莲, 储少莹. 国家战略背景下旅游资源的理论内涵与科学问题. 自然资源学报, 2020, 35(7): 1511-1524.

- [HUANG Z F, GE J L, CHU S Y. Theoretical connotation and scientific problems of tourism resources under the background of national strategy. *Journal of Natural Resources*, 2020, 35(7): 1511-1524.]
- [3] 王琪林, 杨霞, 方怡. 四川省旅游资源丰裕度与旅游网络关注度空间错位演变及影响因素分析. *旅游科学*, 2023, 37(1): 43-58. [WANG Q L, YANG X, FANG Y. A research on the spatial mismatch evolution and influencing factors of tourism resource abundance and tourism network attention in Sichuan province. *Tourism Science*, 2023, 37(1): 43-58.]
- [4] 高培勇, 袁富华, 胡怀国, 等. 高质量发展的动力、机制与治理. *经济研究*, 2020, 55(4): 4-19. [GAO P Y, YUAN F H, HU G H, et al. Motivation, mechanism and governance in high-quality development. *Economic Research Journal*, 2020, 55(4): 4-19.]
- [5] 吴康, 张文忠, 张平宇, 等. 中国资源型城市的高质量发展: 困境与突破. *自然资源学报*, 2023, 38(1): 1-21. [WU K, ZHANG W Z, ZHANG P Y, et al. High-quality development of resource-based cities in China: Dilemmas and breakthroughs. *Journal of Natural Resources*, 2023, 38(1): 1-21.]
- [6] 黄震方, 黄睿, 葛军莲. 中国式现代化理论视角的旅游地理研究: 科学问题与学术使命. *经济地理*, 2023, 43(5): 16-25. [HUANG Z F, HUANG R, GE J L. Tourism geography research from the perspective of Chinese path to modernization: Scientific issues and academic mission. *Economic Geography*, 2023, 43(5): 16-25.]
- [7] 明庆忠, 李志飞, 徐虹, 等. 共同富裕目标下中国乡村旅游资源的理论认知与应用创新. *自然资源学报*, 2023, 38(2): 286-304. [MING Q Z, LI Z F, XU H, et al. Theoretical cognition and application innovation of Chinese rural tourism resources under the goal of common prosperity. *Journal of Natural Resources*, 2023, 38(2): 286-304.]
- [8] 麻学锋, 胡双林. 自然资源驱动型旅游城镇化与居民幸福协调发展及演化: 以张家界为例. *自然资源学报*, 2023, 38(2): 442-459. [MA X F, HU S L. Coordinated development and evolution of natural resource-driven tourism urbanization and residents' happiness: Take Zhangjiajie as an example. *Journal of Natural Resources*, 2023, 38(2): 442-459.]
- [9] 胡晶晶, 保继刚. 科层制度视角下旅游地水资源治理的演变研究: 以哈尼梯田为例. *自然资源学报*, 2022, 37(8): 2102-2117. [HU J J, BAO J G. Research on the evolution of water resources governance in tourism destination from the perspective of hierarchy: A case study of Hani Terraces. *Journal of Natural Resources*, 2022, 37(8): 2102-2117.]
- [10] 林明水, 胡晓鹏, 杨勇, 等. 流量经济对旅游资源创新性开发的影响: 热反应与冷思考. *自然资源学报*, 2023, 38(9): 2237-2262. [LIN M S, HU X P, YANG Y, et al. The impact of flow economy on innovative development of tourism resources: Hot reaction and cold thinking. *Journal of Natural Resources*, 2023, 38(9): 2237-2262.]
- [11] 李磊, 陶卓民, 赖志城, 等. 长征国家文化公园红色旅游资源网络关注度及其旅游流网络结构分析. *自然资源学报*, 2021, 36(7): 1811-1824. [LI L, TAO Z M, LAI Z C, et al. Analysis of the Internet attention and tourism flow network structure of red tourism resources in Long March National Cultural Park. *Journal of Natural Resources*, 2021, 36(7): 1811-1824.]
- [12] 刘霆, 申玉铭. 服务业对资源枯竭城市转型的经济增长效应: 基于23座地级市的面板数据. *自然资源学报*, 2023, 38(1): 140-156. [LIU T, SHEN Y M. The economic growth effect of the service industry on the transformation of resource-depleted cities: Based on panel data from 23 prefecture-level cities in China. *Journal of Natural Resources*, 2023, 38(1): 140-156.]
- [13] 张赛茵, 雷婷, 孙洁, 等. 资源衰退型城市旅游转型发展的影响因素及组态路径: 基于模糊集定性比较分析. *自然资源学报*, 2023, 38(3): 601-617. [ZHANG S Y, LEI T, SUN J, et al. Influencing factors and multiple paths of tourism development in resource-declining cities: A fuzzy-set qualitative comparative analysis approach. *Journal of Natural Resources*, 2023, 38(3): 601-617.]
- [14] 弓颖, 薛东前, 宋永永, 等. 黄土高原资源型城市文化娱乐业发展对经济转型的影响. *自然资源学报*, 2023, 38(1): 91-108. [GONG Y, XUE D Q, SONG Y Y, et al. The impact of cultural entertainment development on economic transformation in resource-based cities on the Loess Plateau. *Journal of Natural Resources*, 2023, 38(1): 91-108.]
- [15] 蒋依依, 张月, 高洁, 等. 中国冰雪资源高质量开发: 理论审视、实践转向与挑战应对. *自然资源学报*, 2022, 37(9): 2334-2347. [JIANG Y Y, ZHANG Y, GAO J, et al. High-quality development of ice and snow resources in China: Theoretical review, practice turn and challenge response. *Journal of Natural Resources*, 2022, 37(9): 2334-2347.]
- [16] 刘杰, 唐荣, 李萍. 南极旅游资源分类及空间分布特征. *自然资源学报*, 2022, 37(1): 83-95. [LIU J, TANG R, LI P. Research on the classification and spatial distribution of Antarctic tourism resources. *Journal of Natural Resources*, 2022, 37(1): 83-95.]



- [17] 任以胜, 陆林, 韩玉刚. 新旅游资源观视角下旅游资源研究框架. 自然资源学报, 2022, 37(3): 551-567. [REN Y S, LU L, HAN Y G. Research framework of tourism resources from a new perspective of tourism resources. Journal of Natural Resources, 2022, 37(3): 551-567.]
- [18] 朱鹤, 唐承财, 王磊, 等. 新时代的旅游资源研究: 保护利用与创新发展: 旅游地理青年学者笔谈. 自然资源学报, 2020, 35(4): 992-1016. [ZHU H, TANG C C, WANG L, et al. Research on tourism resources in the New Era: Protection, utilization and innovative development: Comments of young tourism geographers. Journal of Natural Resources, 2020, 35(4): 992-1016.]
- [19] 秦萧, 甄峰, 魏宗财. 未来城市研究范式探讨: 数据驱动亦或人本驱动. 地理科学, 2019, 39(1): 31-40. [QIN X, ZHEN F, WEI Z C. The discussion of urban research in the future: Data driven or human-oriented driven. Scientia Geographica Sinica, 2019, 39(1): 31-40.]
- [20] 孟威. “媒介化”景观与城市品牌的文化整塑: 以淄博烧烤引流出圈为例. 人民论坛, 2023, (12): 98-102. [MENG W. The cultural integration of “media oriented” landscape and urban brands: Taking Zibo barbecue as an example. People's Tribune, 2023, (12): 98-102.]
- [21] 郑鹏. 城市精神之于旅游目的地形象的离析与契合研究: 以郑州市为例. 资源开发与市场, 2013, 29(3): 310-313. [ZHENG P. Study on city spirit and tourism destination image: Taking Zhengzhou city for an example. Resource Development & Market, 2013, 29(3): 310-313.]
- [22] 罗浩, 冯润. 论旅游景区、旅游产品、旅游资源及若干相关概念的经济性质. 旅游学刊, 2019, 34(11): 116-123. [LUO H, FENG R. On the economic nature of tourism scenic area, tourism product, tourism resource and several related concepts. Tourism Tribune, 2019, 34(11): 116-123.]
- [23] 魏晓, 匡勇胜. 少数民族地区音乐资源与旅游产业深度融合研究: 以阿坝地区为例. 社会科学家, 2021, (12): 89-93. [WEI X, KUANG Y S. A study on the deep integration of music resources and tourism industry in ethnic minority regions: A case study of Aba Region. Social Scientist, 2021, (12): 89-93.]
- [24] 刘中华, 焦基鹏. 文旅融合背景下海派传统工艺美术IP资源开发策略研究. 浙江大学学报: 人文社会科学版, 2022, 52(1): 126-135. [LIU Z H, JIAO J P. A research on the development strategies of Shanghai-style traditional arts and crafts IP resources in the context of culture-tourism integration. Journal of Zhejiang University: Humanities and Social Sciences, 2022, 52(1): 126-135.]
- [25] 邓涛涛, 王丹丹, 刘璧如. “资源诅咒”理论在旅游研究中的应用: 综述与启示. 旅游学刊, 2017, 32(11): 63-71. [DENG T T, WANG D D, LIU B R. Application of resource curse theory in tourism research: Review and enlightenment. Tourism Tribune, 2017, 32(11): 63-71.]
- [26] 刺利青, 徐菲菲, 何云梦, 等. 基于游客视角的红色旅游资源开发价值共创机制. 自然资源学报, 2021, 36(7): 1647-1657. [LA L Q, XU F F, HE Y M, et al. Research on the value co-creation mechanism of red tourism development from the perspective of tourists. Journal of Natural Resources, 2021, 36(7): 1647-1657.]
- [27] 张江驰, 谢朝武. 旅游凝视视角下城市边缘型社区居民: 游客价值共创研究. 人文地理, 2021, 36(6): 173-182. [ZHANG J C, XIE C W. The value co-creation of resident and tourist in urban fringe communities from tourism gaze perspective. Human Geography, 2021, 36(6): 173-182.]
- [28] 席建超, 刘孟浩. 中国旅游业基本国情分析. 自然资源学报, 2019, 34(8): 1569-1580. [XI J C, LIU M H. Analysis of basic national conditions of China's tourism industry. Journal of Natural Resources, 2019, 34(8): 1569-1580.]
- [29] 陆林, 张清源, 黄剑锋, 等. 基于全球地方化视角的旅游地演化理论探讨与展望. 地理学报, 2021, 76(6): 1504-1520. [LU L, ZHANG Q Y, HUANG J F, et al. A theoretical research and prospect of tourism destination evolution based on a globalization perspective. Acta Geographica Sinica, 2021, 76(6): 1504-1520.]
- [30] 黄震方, 黄睿. 基于人地关系的旅游地理学理论透视与学术创新. 地理研究, 2015, 34(1): 15-26. [HUANG Z F, HUANG R. The theoretical perspective and academic innovation of tourism geography based on human-environment interactions. Geographical Research, 2015, 34(1): 15-26.]
- [31] 肖建红, 程文虹, 赵玉宗, 等. 群岛旅游资源非使用价值评估嵌入效应研究: 以舟山群岛为例. 旅游学刊, 2021, 36(7): 132-148. [XIAO J H, CHENG W H, ZHAO Y Z, et al. The study on embedding effects resulted from using the contingent valuation method to measure non-use values of marine tourism resources in archipelago tourism destinations: Based on a case of Zhoushan Archipelago of Zhejiang. Tourism Tribune, 2021, 36(7): 132-148.]

- [32] 刘佳, 滕金凌. 红色旅游资源开发中敬畏感与自豪感对游客文明旅游行为意向的驱动机制. 自然资源学报, 2021, 36(7): 1760-1776. [LIU J, TENG J L. The driving mechanism of awe and pride to tourists' civilized behavioral intention in the development of red tourism resources. Journal of Natural Resources, 2021, 36(7): 1760-1776.]
- [33] 尹寿兵, 王鑫. 湖泊型旅游地社区参与的去权过程及启示: 以安徽省太平湖为例. 自然资源学报, 2020, 35(9): 2105-2119. [YIN S B, WANG X. The process and enlightenment of community disempowerment in lake-type tourism destination: Taking Anhui Taiping Lake as an example. Journal of Natural Resources, 2020, 35(9): 2105-2119.]
- [34] 杨樾. 以脱贫致富实践为旅游资源的定制化扶贫旅游申论: 兼议“消费者下乡”的人力资本效应和资源整合效应. 西部论坛, 2020, 30(4): 84-92. [YANG X. Analysis of customized tourism for poverty alleviation by the practice in taking poverty elimination for richness as tourism resources: Discussion on human capital effect and resources integration effect of "consumers going to countryside". West Forum, 2020, 30(4): 84-92.]
- [35] 孟浩. 产业融合视野下旅游情境化的创意构建: 以音乐资源融合为例. 社会科学家, 2021, (3): 46-51. [MENG H. Creative construction of tourism contextualization from the perspective of industrial integration: Taking the integration of music resources as an example. Social Scientist, 2021, (3): 46-51.]
- [36] 李鹏, 虞虎, 李仁杰, 等. 旅游资源格网化框架及其空间分析方法: 以青岛市为例. 地域研究与开发, 2022, 41(1): 104-109, 121. [LI P, YU H, LI R J, et al. Gridding framework and spatial analysis method of tourism resources: A case study of Qingdao city. Areal Research and Development, 2022, 41(1): 104-109, 121.]
- [37] 詹琳, 黄佳, 王春, 等. 基于景观基因理论的红色旅游资源三维数字化呈现: 以清水塘毛泽东杨开慧故居为例. 旅游学刊, 2022, 37(7): 54-64. [ZHAN L, HUANG J, WANG C, et al. Three-dimensional digital presentation of red tourism resources based on landscape gene theory: Taking the former residence of Mao Zedong and Yang Kaihui in Qingshitang as an example. Tourism Tribune, 2022, 37(7): 54-64.]
- [38] 丰晓旭. 共同富裕目标下的乡村旅游资源开发逻辑及关键问题分析. 自然资源学报, 2023, 38(2): 305-317. [FENG X X. Analysis on the logic and key problems of rural tourism resources development under the goal of common prosperity. Journal of Natural Resources, 2023, 38(2): 305-317.]
- [39] 杜彬. 文旅融合背景下文化遗产资源推动旅游空间建设的思考. 文化遗产, 2021, (2): 32-41. [DU B. Reflections on the promotion of tourism space construction by cultural heritage resources under the background of cultural and tourism integration. Cultural Heritage, 2021, (2): 32-41.]
- [40] 孙九霞, 明庆忠, 许春晓, 等. 共同富裕目标下乡村旅游资源创造性传承与开发. 自然资源学报, 2023, 38(2): 271-285. [SUN J X, MING Q Z, XU C X, et al. Innovative utilization and development of rural tourism resources under the goal of common prosperity. Journal of Natural Resources, 2023, 38(2): 271-285.]
- [41] 党晓宏, 李小乐, 刘静, 等. 中国沙漠旅游资源开发利用现状及发展前景. 干旱区资源与环境, 2022, 36(7): 194-201. [DANG X H, LI X L, LIU J, et al. Current situation and prospects of development and utilization of desert tourism resources in China. Journal of Arid Land Resources and Environment, 2022, 36(7): 194-201.]
- [42] 钟士恩, 陆文斌, 彭红松, 等. 红领巾儿童对红色旅游资源与爱国主义的认知: 雨花台烈士陵园案例实证及启示. 自然资源学报, 2021, 36(7): 1684-1699. [ZHONG S E, LU W B, PENG H S, et al. Red scarf children's cognition of red tourism resources and patriotism: Evidence from Yuhuatai Revolutionary Martyrs Memorial Area in Nanjing. Journal of Natural Resources, 2021, 36(7): 1684-1699.]
- [43] 成升魁, 沈镭, 封志明, 等. 中国自然资源研究的发展历程及展望. 自然资源学报, 2020, 35(8): 1757-1772. [CHENG S K, SHEN L, FENG Z M, et al. The development history and prospect of natural resources research in China. Journal of Natural Resources, 2020, 35(8): 1757-1772.]

## The transformation of tourism resource research in the context of high-quality development: New attributes, new framework and new directions

SUN Jiao-jiao<sup>1,2</sup>

(1. Business School, Suzhou University of Science and Technology, Suzhou 215009, Jiangsu, China;

2. Postdoctoral Station of Business Administration, Fudan University, Shanghai 200433, China)

**Abstract:** High-quality development is the primary task of comprehensively building a socialist modernized country. The traditional research paradigm of tourism resources, which mainly focuses on the spatial inventory of existing resources and the economy, cannot meet the development of the tourism industry and national strategic needs in the New Era. It is urgent to clarify the new attributes, frameworks, and directions of tourism resources. Based on this, this study starts from the overall research pattern at home and abroad, analyzes the knowledge graph of tourism resource research based on CiteSpace 6.2.2, compares its research status and trend characteristics, and reveals theoretical needs. Furthermore, based on China's practices and trends, this research explores the model for the transformation of new attributes and categories of tourism resources. With the goal of high-quality development, starting from the new attributes of tourism resources, based on humanistic concepts, driven by technology and culture, and led by innovation and creativity, it explains the new changes in the expansion and research scope of tourism resources. It proposes a research framework for tourism resource innovation guided by high-quality development from the core layer, development layer, system layer (point, line to plane), explaining the innovation of tourism resource connotation, the innovation of tourism resource full chain concept, and the innovation of the "five in one" (it refers to the comprehensive development of economic construction, political construction, cultural construction, social construction, and ecological civilization construction) domain structure. It proposes a research matrix for the intersection and integration of "five in one" and "three levels" of tourism resources, and proposes research directions for the high-quality development of tourism resources from the micro, medium, and macro levels of the five dimensions of economy, politics, culture, society, and ecology. The research aims to promote tourism resource research to undertake the mission of the times, serve national strategies, and use resource research as a lever to promote high-quality development in the New Era.

**Keywords:** high-quality development; tourism resources; new attributes; research framework; new direction