

中国旅游发展笔谈

——旅游资源分类与评价问题(二)

刘 益:从旅游规划角度论《旅游资源分类、调查与评价》的实践意义

黄 向:旅游资源标准的理论盲点与解决方法

刘家明:从规划实践看旅游资源开发评价

李红玉:休闲经济时代的旅游资源分类与评价

李 舟:浅谈《国标》的是与非

夏赞才:旅游资源亟需美学价值评价

从旅游规划角度论《旅游资源分类、调查与评价》的实践意义

刘 益

(暨南大学管理学院旅游管理系, 广东 广州 510632)

旅游资源的认识和评价问题是旅游规划研究的基础性课题,它决定了区域旅游开发的方向和重点。《旅游资源分类、调查与评价》(以下简称《国标》)作为国家标准颁布以来,在旅游规划界得到了广泛的应用。应该说,《国标》的颁布对于各地区摸清资源家底,促进旅游资源的开发和保护起到了积极作用。但在旅游规划实践中,《国标》仍然存在一定的局限性,其评价标准的科学性也受到了一些质疑。笔者曾在广东省旅游发展研究中心从事旅游规划研究工作多年,对于《国标》的局限性也深有体会,笔者认为,要科学认识《国标》的应用价值应首先确立四个命题:

命题一:旅游资源分类和评价的意义在于制定开发决策而不是分级比较

《国标》采用的是专家赋分法来确定旅游资源等级,由于这一方法受主观因素影响较大,评价结果对于反映区域内部比较优势是有效的,但对于不同评价主体和不同评价客体来说,评价结果的可比性则较差。因此,旅游资源分类和评价的真正意义不在于进行区域间的比较,而是为了科学地开发利用区域旅游资源。从旅游规划的角度来说,就是要通过旅游资源的分类和评价,科学地确定区域旅游资源的开发重点和方向。

命题二:旅游资源的评价等级并不等同于旅游产品的等级

一流的旅游资源有可能开发成二流的产品。反之,二流的旅游资源也有可能开发出一流的产品。这种情况在旅游开发实践中已是屡见不鲜。从这个意义上说,确定旅游资源的开发重点比确定旅游资源的等级更加重要。

命题三:历史文化科学艺术价值不能等同于旅游价值

有历史文化科学艺术价值的不一定就有旅游价值。三元里平英团遗址是第一批全国重点文物保护单位,但对于游客的吸引力却很小。浙江省长兴煤山地质剖面被国际地质科学联合会命名为“金钉子”,在地层学研究上享有世界级科学荣誉,但却谈不上旅游观光价值。反之亦然,三亚亚龙湾的历史文化科学艺术价值并不高,但没有人会否认它属于国家级的旅游资源。

命题四:单项世界冠军也是世界冠军

《国标》的评价因子是按照复合型资源来分解资源要素价值的,而实际的情况是,很多资源往往只具有单一的要害价值。如果按照《国标》的评价因子,这些资源哪怕具有世界级的观赏游憩使用价值,而不具备历史文化科学艺术价值的话,最多也只能评为四级旅游资源。和命题三产生的问题一样,显然这种评价体系是不够严谨的。

如果以上命题都成立的话,则有必要对《国标》不合理的内容进行修订,并且根据旅游规划的需要灵活应用。根据笔者参加旅游规划研究的实践体会,提出以下几点建议,以供探讨:

第一,旅游资源的分类宜简不宜繁,宜宽不宜窄,应能直观体现资源的开发利用价值。目前《国标》的分类过专过窄,学术味较重。如地文景观类旅游资源,基本类型过多,一些基本类型多偏重于地质价值,作为旅游吸引物并不常见。而常见的岩溶地貌景观却没有相应的类型,类似的还有观光农业(果园)、红树林湿地、甚至海滨沙滩等都没有适当的匹配类型。建议《国标》的类型适当简化,并以常见的通俗名称为主框架,重点考虑资源类型的旅游价值,以利于决策层直观地了解当地资源的类型及特征。

第二,旅游资源评价因子应具有弹性,允许单一要素价值的旅游资源成为“特品级旅游资源”。

第三,旅游资源分类评价工作应因地制宜有所侧重,不宜教条地搬用。旅游资源分类评价工作一般是在区域旅游发展规划层面上开展的,但在《旅游规划通则》中,却要求在旅游区规划层面上也要开展(图件要求),结果容易把一个作为一个整体的复合型资源生硬地分解为若干个价值较低的资源单体。实际上,对于一般意义的旅游区,只需对资源进行比较优势评价就够了。

第四,旅游资源的分级体系可根据开发的需要灵活确定,以利于开发决策。为了便于地方政府或开发商直观地了解资源评价结果,在采用《国标》体系进行分级评价的基础上,可建立一套区域内部资源等级评价体系,以确定重点旅游资源和一般旅游资源,从而确定旅游开发的方向和重点。

(作者为该系讲师,博士;收稿日期 2005 - 12 - 09)

旅游资源标准的理论盲点与解决方法

黄向

(中山大学旅游发展与规划研究中心,广东 广州 510275)

1951年,塞莫曼(Zimmerman)指出“资源”并不是自身形成的,也不是静态的,而是相对于人类活动会产生膨胀或压缩,也就是说,自然界中存在的树木、水、岩石等在没有能够满足人类需要的能力时就不是资源。这个观点对于旅游资源的讨论也是适用的,事物对游客有吸引力才成为旅游资源。

德国的啤酒世界知名,啤酒对德国的国际游客而言是重要吸引物。对绝大多数的德国人而言,啤酒是日常用品,并不够成吸引的因素。那啤酒到底是不是旅游资源?国家标准《旅游资源分类、调查与评价》对旅游资源的定义是: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。一个旅游目的地对于游客而言,几乎所有的东西都是旅游吸引物,或者说不同的游客群体,对吸引力的感受不一样。因此,严格地来看,该标准最后很可能会陷入所有事物均是旅游资源的尴尬境地。

旅游资源是很难定义的一个概念。笔者曾经在加拿大滑铁卢大学的图书馆大面积地查阅外文书籍和知名旅游学术杂志,如《Annals of Tourism Research》和《Tourism Management》等,从中寻找旅游(休闲或游憩)资源的概念,发现研究资源的文章和书的章节不少,可是对于该概念竟然没有任何描述。虽然从方法论上不能证明旅游资源概念不存在(因为可能会存在于没有被查找到的文献中),但一般而言,定义为科学研究第一步,以英语文献严谨的研究风格来看,这种反常的现象至少可以肯定的是,关于旅游(休闲或游憩)资源的研究中,概念并没有进入主流研究者的法眼。此外,笔者也广泛询问国外的旅游研究者,发现发达国家均没有单独的旅游资源标准,如加拿大的旅游标准数不胜数,也没有旅游资源这一项。那我国单独制定旅游资源的标准究竟是领先了,还是走偏了呢?

依照国家标准进行的旅游资源普查,最重要的目的是让决策者了解自己的家底,这在近年来的旅游规划工作中起到了相当积极的作用。因此,标准的需求是客观存在的。但是从前文的分析来看,不可否认的是现有标准在理论上存在盲点。解决的办法可以尝试通过如下途径:首先,参照加拿大、澳大利亚和丹麦等国的做法,加快分门别类的旅游吸引物(tourism attractions)标准的制定,如生态旅游区、文化旅游区、高尔夫球场、滑雪场和激水漂流等。其次,在这些产品标准制定的基础上调整现有的旅游资源标准,不规定资源的分类,但规定资源开发成相应旅游产品的价值等级的评定标准。规划单位最后提交的资源普查报告将会以旅游产品为参照系而形成等级评判,在避开了旅游资源概念的同时,也能令决策者了解自己的家底。

(作者系该中心博士生,加拿大滑铁卢大学访问学者;收稿日期:2005 - 10 - 22)

从规划实践看旅游资源开发评价

刘家明

(中国科学院地理科学与资源研究所,北京 100101)

旅游资源是地方发展旅游的基础,其开发评价又是编制旅游规划的重要基础。正确认识旅游资