

欢迎按以下格式引用:蒋晨丽,陈钦兰.基于AHP法的国家自然保护区生态旅游资源吸引力评价——以梅花山为例[J].长江大学学报(社会科学版),2021,44(3):88-94.

基于AHP法的国家自然保护区生态旅游资源吸引力评价

——以梅花山为例

蒋晨丽¹ 陈钦兰²

(1. 龙岩学院 经济与管理学院,福建 龙岩 364012;2. 华侨大学 工商管理学院,福建 泉州 362021)

摘要:以福建梅花山国家级自然保护区为例,通过分析保护区内生态旅游资源特性和分类体系,构建生态旅游资源吸引力评价体系模型。设计并实施游客对生态旅游资源吸引力的问卷调查,运用层次分析法(AHP)和调查数据,计算并得到生态旅游资源的权重评价。从中可以得出,国家自然保护区生态旅游资源吸引力权重值大小的顺序依次为,自然景观、现代人造设施、人文景观。其成果对生态旅游资源管理者了解、整合、利用和规划有吸引力的旅游资源,提升自然保护区生态旅游发展的整体形象有重要的价值。

关键词:生态旅游资源;旅游资源吸引力;层次分析法

分类号:X37 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-1395(2021)03-0088-07

自然保护区利用其既丰富又独特的旅游资源,可以发展成典型的生态旅游地,为游客提供丰富的生态旅游活动。自然保护区的生态旅游要实现可持续发展必须以科学的规划和合理的开发为基础,而科学规划、合理开发的前提就是要分析保护区内生态旅游资源的吸引力,明确吸引力的强度和方向。

有关国家级自然保护区生态旅游资源的评价大多沿用普通的旅游评价,评价中重点关注旅游资源现状,对旅游资源吸引力评价的研究较为少见。因此,笔者突破传统的研究视角,以福建省梅花山国家级自然保护区为例,利用对游客的问卷调查和层次分析法,对生态旅游资源吸引力进行定量研究和评价。其研究成果对生态旅游资源管理者了解、整合、利用和规划有吸引力的旅游资源,提升自然保护区生态旅游发展的整体形象有重要的借鉴作用。

一、国内外研究状况

(一)国内生态旅游资源吸引力相关研究

1. 生态旅游相关研究

生态旅游在我国起步较晚,但是发展迅速。我国的生态旅游主要是依托自然保护区、森林公园、风景名胜区等发展起来的^[1]。我国生态旅游发展虽取得了很好成绩,但也出现了一些问题:一是缺乏科学规划,二是无序开发破坏生态,三是缺乏技术标准规范,四是缺乏战略思维,五是科技含量不足^[2]。生态旅游丰富了旅游的内涵和外延,有利于解决环境破坏问题,是旅游业发展的重要方向^[3]。

2. 旅游吸引力相关研究

旅游吸引力概念与内涵的研究。各学者对旅游

收稿日期:2020-11-23

基金项目:福建省教育科学“十三五”规划课题“基于‘课程思政’理念的《旅游礼仪》教学改革探索与实践”(FJJKCG20-322);国家级大学生创新创业训练资助项目“基于夜间灯光数据的龙岩市GDP空间化研究”(202011312008);福建省教育厅中青年项目“基于夜间灯光数据的福建省电力消耗量估算及时空动态研究”(JAT200583)

第一作者简介:蒋晨丽(1980-),女,福建龙岩人,讲师,主要从事生态旅游管理研究。

通信作者:陈钦兰(1966-),女,福建顺昌人,教授,博士,主要从事营销管理、供应链管理、网络营销、(旅游)服务业战略管理与决策等领域研究,E-mail:719676155@qq.com。

吸引力的定义不尽相同。陈岩英^[4]认为,旅游吸引力是一个复杂系统,包含自然、人文、心理、体验等各种吸引力要素。吴晓山^[5]认为旅游吸引力是旅游行为动机、旅游消费需求等产生旅游行为的各种吸引元素的融合。吴必虎^[6]等认为,旅游吸引力就是各种条件和因素综合作用而形成的对旅游者的诱惑程度。聂献忠^[7]认为,旅游吸引力是旅游资源对游客心理的刺激程度。旅游吸引力的高低,其实就是旅游资源在旅游市场中的影响力、号召力、知名度的高低。

旅游吸引力评价体系研究。开展旅游吸引力研究,关键在于构建旅游吸引力评价体系。张文彬^[8]等认为旅游吸引力评价体系是由旅游资源、区域条件、区位特性三个方面组成。旅游资源吸引力评价结果对于旅游资源分析与开发、旅游资源营销策略制定、旅游形象与品牌建设均具有一定的参考价值和借鉴意义。

(二)国外生态旅游资源吸引力相关研究

1. 生态旅游相关研究

世界自然保护同盟(IUCN)生态旅游特别顾问谢贝洛斯·拉斯喀瑞(Ceballos-Lascurain)于1983年首次提出生态旅游概念^[9],他认为:“生态旅游就是前往相对没有被干扰或污染的自然区域,专门为了学习、赞美、欣赏这些地方的景色和野生动植物与存在的文化表现的旅游。”Lindberg^[10]等研究了生态旅游对当地或社区积极正面的经济和文化影响。Martha^[11]对加拉帕戈斯群岛和Monteverde等地生态旅游收入分配开展研究,结果表明,城市大的私人企业获取了大部分生态旅游的利益,而当地社区的生态旅游收入很少。

2. 旅游资源吸引力相关研究

第二次世界大战结束后,欧美一些研究学者已经开始把研究精力集中到旅游地的吸引力模型方面。克朗蓬(L. J. Crampon)^[12]首次证明了引力模型在旅游研究中的有用性和价值性。Mehmetoglu和Abelsen^[13]认为旅游吸引力主要包括自然吸引力(自然风光或人类遗迹)和侧重于游客知觉体验的其他相关方面。Hu Y和Ritchie J R B^[14]将吸引力作为生态旅游目的地资源吸引力各个属性特征的集合体。

二、福建梅花山国家级自然保护区概况和旅游特性分析

梅花山自然保护区于1985年经福建省人民政

府批准建立,1988年经国务院批准晋升为福建梅花山国家级自然保护区,主要的保护对象是森林生态系统和珍稀濒危野生动物。它位于福建西南部,地处连城、上杭、龙岩三县(市)的交界地带,俗称“梅花十八洞”。它是玳瑁山的主体部分,面积共有225.7平方公里,地势中高四周低,西高东低,平均海拔900米。主峰海拔1811米,是闽江、汀江、九龙江的发源地,被称为“八闽母亲山”。保护区介于东经116°45′25″~116°57′33″,北纬23°15′14″~25°35′44″之间,由于地球上与它相同纬度的地区几乎都是荒漠地带,而梅花山就像一颗绿色翡翠镶嵌在北回归线上,所以福建梅花山国家级自然保护区荣获“北回归荒漠带上的绿色翡翠”的称号。

梅花山自然保护区非常适合生态旅游。它拥有如下旅游特性。

第一,生态旅游资源的优势明显。梅花山自然保护区地貌特征独特,区内生物多样性和自然景观多样性均十分明显,能够满足人们探索自然的需求。区内有国家重点保护植物18种,其中国家一级保护植物3种(钟萼木、南方红豆杉和莼菜);有国家重点保护动物45种,其中国家一级保护动物8种(华南虎、梅花鹿等)。保护区的奇特景观、珍稀资源和丰富的人文旅游资源,使其成为游客休闲的理想场所^[15]。

第二,自然生态环境的优势突出。保护区地处亚热带南缘,具有从中亚热带向南亚热带过度的特点,有闽西“天然空调”之称。年平均气温为13℃~18℃,最高气温35℃,最低气温-5.5℃。月均温≥10℃的年活动积温为4500℃~5100℃,年日照时数将近1920小时。降雨周期长,相对湿度高,四季分明,温和湿润,雨量适中。全年皆适宜旅游,夏季避暑效果极佳。保护区绿色生态资源优势突出,森林景观资源类型多样,奇山异石应有尽有^[15]。

三、国家自然保护区生态旅游资源分类和吸引力模型设计

(一)国家自然保护区生态旅游资源分类

郭来喜^[16]根据生态旅游景物的生成机理将生态旅游资源划为两大类型:内生型或原生型地域生态旅游系统与外生型或外延型地域生态旅游系统。内生型地域生态旅游系统,指纯天然生成物,如原始森林、草原、湿地、未污染的河流、湖泊、海洋等;外生型地域生态旅游系统,指人工干预下形成的景物,它又可细分为人工自然型地域生态旅游系统(如人工

森林、人造水体、植物园、动物园等)和人造文化型地域生态旅游系统(如历史文化遗产、民俗风情、特种纪念地等)。根据郭来喜关于生态旅游景物分类的理论,笔者把福建梅花山自然保护区生态旅游资源分为自然景观、人文景观和现代人造设施三类。在此基础上,再细分为12个基本类型。

(二)福建梅花山国家级自然保护区生态旅游资源分类

1. 自然景观

福建梅花山国家级自然保护区境内危峰兀立、怪石嶙峋,自然景观奇特,有连绵数公里的黄连孟大绝壁,鲤鱼寨瀑布,美猴潭瀑布,天诉池,梅花湖以及大自然长期雕琢而成的老鹰石、大象石、弥勒佛石、禾仓石、金龟下蛋等奇岩怪石。

根据气候特点保护区内保存着较好的原始林区,形成了典型的亚热带森林植被,拥有针叶林,亚热带常绿阔叶林,竹林,针、阔、竹混交林,灌木林,灌丛等11个植被类型。

保护区内的维管束植物共184科,734属,1628种。包括,蕨类植物107种,被子植物1499种,裸子植物22种。据统计有18种属于国家重点保护植物,其中被列为国家一级保护植物的有钟萼木、蕨菜和南方红豆杉3种,被列为国家二级保护植物的有杜仲、鹅掌楸、伞花木等15种,被列为福建省级保护植物的有福建柏等53种。红豆杉生态园位于梅花山南麓,整片生态园里密集地耸立着300多株500年至1600多年的南方红豆杉,还有2株并体而生的姐妹红豆杉和千年的红豆杉王。其中,最高的高达30多米,最粗的至少要5人合抱。

保护区内分布着华南虎野化繁育豢养区、珍禽区、梅花鹿区、猕猴区等。动物景观有陆栖野生动物362种,各种兽类62种,鸟类166种,爬行类69种,两栖类29种,鱼类65种,贝类27种,浮游动物170种,昆虫2000余种,大型真菌116种。据统计,有45种属于国家重点保护野生动物,包括国家一级保护动物8种(华南虎、云豹、金钱豹、梅花鹿、白颈长尾雉、黄腹角雉、金斑啄凤蝶、蟒蛇)和国家二级保护动物37种(猕猴、金猫、黑熊等)。华南虎是中国特有的虎种,梅花山是华南虎现存数量最多、活动最频繁的区域。

2. 人文景观

马头山寺位于梅花山麻林溪畔,建于明崇祯年间,寺内有中国南方罕见的“肉身佛”。先人诗云:“杭辖百二里,坐地一禅关;近接梅花洞,迟迎双髻

山;四周多胜概,游人任往还,生佛跌跏坐,分来罗汉班。”这首诗说的就是马头山寺的开山大师至道和尚,相传其圆寂6年之后,他的弟子收其真身木乃伊缕金祀奉,成为“南方活佛”。380多年来,马头山寺慕名而来的朝拜者纷至沓来。

闽西素有“梅花十八洞”之说,梅花洞位于上杭县步云乡梅花山国家级自然保护区。《杨文广征蛮十八洞》描述的是杨文广闽南征蛮的传说,具体讲述的是宋朝仁宗时期福建南蛮王蓝奉高统领的十八洞妖精蔑视宋朝,宋仁宗闻讯委派杨家名将杨文广率军征战南蛮王的故事。丘复先生曾在民国《上杭县志》中说到:“梅花洞……其地荒秽不可治,或曰南蛮窟宅地,或曰土寇巢穴地也。”台湾诗人丘逢甲先生诗曰:“梅花十八洞中天,闻有桑麻未垦田。洞口云封人不到,空中楼阁住神仙。”新《上杭县志》又说到:“梅花十八洞……有南蛮王墓及碑刻。”据闽西民俗专家邹文清先生考证:杨文广征南蛮的故事在闽、粤、赣、浙流传甚广。

梨岭步云书院位于上杭县步云乡梨岭村,它是由林开莘于1789年建成的。梨岭乡山势高耸,云雾弥漫,风景秀丽,当林开莘走出院门时,他发现自己好像置身于白云之间,于是便将书院取名为“步云”。书院大门两侧悬挂着一幅长达3.58米的楹联,是由林开莘等人题刻的。梨岭步云书院虽然不能与宋代的嵩阳、白鹿、岳麓、睢阳四大著名书院相媲美,但在闽西,它却是家喻户晓的。在闽西三年游击战争中,这里曾是红军游击队的据点之一。

3. 现代人造设施

福建梅花山国家级自然保护区观光栈道项目包括全长约2000米的尖峰顶观光栈道、全长约1100米的红豆杉园观光栈道和全长约为1000米的森林浴场观光栈道,还包括峭壁上的悬空栈道、玻璃栈道、玻璃平台、滑道滑索、树上走廊等。玻璃栈道、平台于2017年10月8日到11月7日实行为期一个月的试体验。于2017年12月30日起正式对外开放。

梅花山步云索道从步云镇游客服务中心开始,经过红豆杉生态园,最终到达中国虎园景区内。它是8人吊箱式的索道,单向每小时可以运营1500人,速度为每秒6米,单程体验时长约为20分钟。索道全程共设有上、中、下三个站点,分别为步云站、红豆杉站、虎园站,上下站高度差503米。索道全长4853米将近五公里,成为中国目前最长的双驱动拐弯索道。

(三)构建生态旅游资源吸引力评价层次结构模型

根据福建梅花山国家级自然保护区生态旅游资源的分类及对旅游者吸引力的情况,将保护区的生态

旅游资源吸引力的各种相关旅游资源要素依据其逻辑层次进行分层:最高层为决策层或目标层;中间层为考虑的因素即中间要素层;最底层为备选方案即对象层,见图 1。

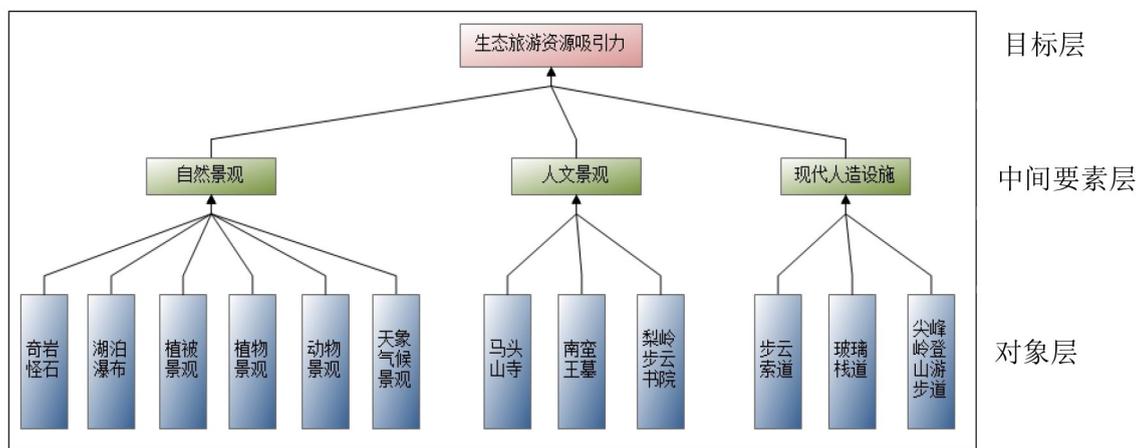


图 1 福建梅花山国家自然保护区生态旅游资源吸引力评价层次结构模型

四、国家自然保护区生态旅游资源吸引力评价结果

(一)调查问卷结果

通过向实地游客发放 100 份国家级自然保护区

生态旅游资源吸引力调查问卷,问卷主要以文字、图片以及语言表述的形式向实地游客展示说明福建梅花山国家级自然保护区生态旅游资源的现状及特点,了解资源对游客的吸引程度,并用数据化的方式进行统计。调查问卷的结果见表 1。

表 1 生态旅游资源对游客吸引程度的大小

类别	项目	非常不吸引人	不吸引人	一般	吸引人	非常吸引人
自然景观	奇岩怪石	15	31	46	8	
	湖泊瀑布	11	32	42	12	3
	植被景观	8	20	30	35	7
	植物景观	4	8	23	47	18
	动物景观	2	4	17	58	19
	气象气候景观	34	44	22		
人文景观	马头山寺	7	19	34	38	2
	南蛮王墓	51	43	6		
	梨岭步云书院	48	39	10	3	
现代人造设施	步云索道		2	18	53	27
	玻璃栈道		1	11	54	34
	尖峰岭登山游步道	1	3	32	46	18

从表 1 可以看出,自然景观中,奇岩怪石对游客吸引程度达到“一般”的有 46 人,“不吸引人”的有 31 人,而“非常吸引人”的没有。湖泊瀑布对游客吸引程度达到“一般”的有 42 人,“不吸引人”的有 32 人,“非常吸引人”的有 3 人。植被景观对游客吸引程度达到“吸引人”的有 35 人,“一般”的有 30 人,而“非常不吸引人”的才 8 人。植物景观对游客吸引程度达到“吸引人”的有 47 人,“一般”的有 23 人,“非

常不吸引人”的才 4 人。动物景观对游客吸引程度达到“吸引人”的有 58 人,“非常吸引人”的有 19 人,多达 77 人。气象气候景观对游客吸引程度“非常不吸引人”的 34 人,“不吸引人”的 44 人,多达 78 人。

人文景观中,马头山寺对游客吸引程度达到“一般”的有 34 人,“吸引人”的有 38 人,而“非常不吸引人”的有 7 人。南蛮王墓对游客吸引程度达到“非常不吸引人”的有 51 人,“不吸引人”的有 43 人,多达

94人。梨岭步云书院对游客吸引程度达到“非常不吸引人”的有48人,“不吸引人”的有39人,多达87人。

现代人造设施中,步云索道对游客吸引程度达到“吸引人”的有53人,“非常吸引人”的有27人,多达80人。玻璃栈道对游客吸引程度达到“吸引人”的有54人,“非常吸引人”的有34人,多达88人。尖峰岭登山游步道对游客吸引程度达到“吸引人”的有46人,“一般”的有32人。

(二)构建矩阵

将各生态旅游资源进行排列,在其后设有:非常

不吸引人、不吸引人、一般、吸引人、非常吸引人五个标度,游客为旅游资源进行1分至5分制的打分,最后把同一资源全部游客的打分相加求和并计算其平均数,即求出各类资源的得分与吸引力程度。以动物景观为例;在笔者所做的100名游客的问卷调查中,对于动物景观资源有2个人表示“非常不吸引人”,得2分;有4个人表示“不吸引人”,得8分;有17个人表示“一般”,得51分;有58个人表示“吸引人”,得232分;有19个人表示“非常吸引人”,得95分。由此可得,动物景观C₅的总得分为388分,平均数为3.88分。统计结果见表2。

表2 生态旅游资源吸引力评价体系及吸引力得分

目标层 A	要素层 B	对象层 C	得分	吸引力程度
生态旅游资源 A	自然景观 B ₁	奇岩怪石 C ₁	247	2.47
		湖泊瀑布 C ₂	264	2.64
		植被景观 C ₃	313	3.13
		植物景观 C ₄	324	3.24
		动物景观 C ₅	388	3.88
		天象气候景观 C ₆	188	1.88
	人文景观 B ₂	马头山寺 C ₇	309	3.09
		南蛮王墓 C ₈	155	1.55
		梨岭步云书院 C ₉	168	1.68
		步云索道 C ₁₀	405	4.05
		玻璃栈道 C ₁₁	421	4.21
		尖峰岭登山游步道 C ₁₂	377	3.77
	现代人造设施 B ₃			

由表2的结果可知,要素层B按照吸引力得分排列的顺序,依次是B₁自然景观>B₃现代人造景观>B₂人文景观。对象层C每一层按照吸引力排列的顺序分别为:C₅动物景观>C₄植物景观>C₃植被景观>C₂湖泊瀑布>C₁奇岩怪石>C₆天象气候景观;C₁₁玻璃栈道>C₁₀步云索道>C₁₂尖峰岭登山游步道;C₇马头山寺>C₆梨岭步云书院>C₈南蛮王墓。

AHP主要是以人们对每一个层次各因素的相对重要性给出的判断作为信息基础,这些判断用数值表示出来,形成判断矩阵^[17]。笔者采用吸引力评价体系进行判断矩阵的构建,要素之间依据表1的吸引程度大小进行两两比较,得出比较的结果,再依据表3对各要素重要性进行赋值。

以现代人造设施B₃为例,对步云索道C₁₀、玻璃栈道C₁₁、尖峰岭登山游步道C₁₂进行两两比较。首先对这三个资源的吸引力大小进行排序,玻璃栈道C₁₁的吸引力为4.21排在第一位,步云索道C₁₀的吸引力为4.05排在第二位,尖峰岭登山游步道C₁₂

的吸引力为3.77排在第三位。其次进行两两比较:C₁₀:C₁₀,前者比后者同等重要,取值为1;C₁₀:C₁₁,前者比后者稍微不重要,取值为1/3;C₁₀:C₁₂,前者比后者稍微重要,取值为3。C₁₁:C₁₀,前者比后者稍微重要,取值为3;C₁₁:C₁₁,前者比后者同等重要,取值为1;C₁₁:C₁₂,前者比后者比较重要,取值为5。C₁₂:C₁₀,前者比后者稍微不重要,取值为1/3;C₁₂:C₁₁,前者比后者比较不重要,取值为1/5;C₁₂:C₁₂,前者比后者同等重要,取值为1。

表3 评判矩阵取值标准

取值	含义
1	两要素相比,前者比后者同等重要
3	两要素相比,前者比后者稍微重要
5	两要素相比,前者比后者比较重要
7	两要素相比,前者比后者十分重要
9	两要素相比,前者比后者绝对重要
2、4、6、8	分别代表两个要素的重要程度介于1-3、3-5、5-7、7-9之间

注:两要素相比,如果前者不如后者重要,则取其相应数值的倒数。

表 4 生态旅游资源判断矩阵

A	B ₁	B ₂	B ₃
B ₁	1	5	3
B ₂	1/5	1	1/3
B ₃	1/3	3	1

表 5 自然景观判断矩阵

B ₁	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅	C ₆
C ₁	1	1/2	1/3	1/4	1/5	2
C ₂	2	1	1/2	1/3	1/4	3
C ₃	3	2	1	1/2	1/3	4
C ₄	4	3	2	1	1/2	5
C ₅	5	4	3	2	1	6
C ₆	1/2	1/3	1/4	1/5	1/6	1

表 6 人文景观判断矩阵

B ₂	C ₇	C ₈	C ₉
C ₇	1	5	3
C ₈	1/5	1	1/3
C ₉	1/3	3	1

表 8 福建梅花山国家级自然保护区生态旅游资源吸引力评价各要素权重

目标层 A	要素层 B	权重	位次	对象层 C	权重	位次
生态旅游 资源	自然景观 B ₁	0.6370	1	奇岩怪石 C ₁	0.0408	7
				湖泊瀑布 C ₂	0.0641	6
				植被景观 C ₃	0.1017	4
				植物景观 C ₄	0.1595	3
				动物景观 C ₅	0.2436	1
				天象气候 C ₆	0.0273	8
	人文景观 B ₂	0.1047	3	马头山寺 C ₇	0.0667	5
				南蛮王墓 C ₈	0.0110	11
				梨岭步云书院 C ₉	0.0271	10
	现代人设施 B ₃	0.2583	2	步云索道 C ₁₀	0.0667	5
				玻璃栈道 C ₁₁	0.1645	2
				尖峰岭登山游步道 C ₁₂	0.0271	9

以看到,自然景观(B₁)的权重值是 0.6370 位列第一位,现代人设施(B₂)的权重值是 0.2583 位列第二位,人文景观(B₃)的权重值是 0.1047 位列第三位。由此三项数据可以说明福建梅花山国家级自然保护区的情况,生态旅游吸引力是以自然景观和现代人设施为主,以人文景观为辅。

2. 对象层的权重及次序分析

由表 8 可以看出,基本类型的权重值靠前的是,动物景观(C₅)0.2436、玻璃栈道(C₁₁)0.1645、植物景观(C₄)0.1595。保护区内动物和植物资源丰富,种类繁多而且大都是国家级重点保护动植物,对游

表 7 现代人设施判断矩阵

B ₃	C ₁₀	C ₁₁	C ₁₂
C ₁₀	1	1/3	3
C ₁₁	3	1	5
C ₁₂	1/3	1/5	1

利用 yaahp 绘制层次模型之后,软件会根据层次模型进行解析并自动生成判断矩阵。判断矩阵数据的输入可以采用文中描述的形式,在输入数据时软件能根据数据的变化实时显示判断矩阵的一致性比例,对于不一致的判断矩阵,yaahp 还提供了自动修复功能。矩阵的一致性检验都在软件 yaahp12.0 中进行,经检验,一致性符合要求。

(三)权重的计算

yaahp12.0 软件将结合吸引力评价体系和构造的判断矩阵,自动计算出各个资源的权重。

(四)权重数据分析

1. 要素层的权重及次序分析

从表 8 生态旅游资源吸引力评价的要素层中可

客的吸引程度较大,其权重值也相应较大。现在很多游客都喜欢惊险刺激的旅游项目,玻璃栈道刚好满足游客冒险的心理需求,让其吸引力较大;另外植被景观、马头山寺、步云索道的权重值属于中等水平;较少的是湖泊瀑布、奇岩怪石、天象气候景观、尖峰岭登山游步道、梨岭步云书院;其中最少的是南蛮王墓。

五、结论

福建梅花山国家级自然保护区生态旅游资源三大主类的权重值按照大小的顺序依次为:自然景观、

现代人造设施、人文景观。基本类型的权重值靠前的是动物景观、玻璃栈道、植物景观。

第一,动物景观的权重值在目标层和要素层中均位居第一。因为国家把梅花山自然保护区定位为“华南虎的故乡”和“世界上唯一培育、人工驯养华南虎的基地”,所以动物景观这个要素的宣传力度远远大于其他要素。由此说明动物景观是影响保护区生态旅游资源吸引力最主要的因素。

第二,玻璃栈道的权重值在要素层中位居第二,玻璃栈道惊险刺激非常符合现代旅游者冒险的精神。并且玻璃栈道在2017年12月30日才正式对外开放,游客求新的心理使其对该资源的兴趣程度也大幅度上升。

第三,植物景观和植被景观在要素层中位居第三、第四。现代人讲究生态环保,讲究亲近自然、享受自然,保护区内的森林资源极其丰富,林间空气含有负氧离子可以算是“天然氧吧”,适合开展“森林浴”。

第四,马头山寺和步云索道的权重值都在要素层中位居第五。马头山寺拥有中国南方罕见的“肉身佛”,这对于有佛教信仰的游客来说极具吸引力。步云索道是中国目前最长的双驱动拐弯索道,又因其刚投入使用能够满足游客的求新心理,具有一定的旅游吸引力,但其价格与玻璃栈道相比较来说比较高,所以旅游吸引力也略低于玻璃栈道。

第五,权重值较小的是湖泊瀑布、奇岩怪石、天象气候景观、尖峰岭登山游步道、梨岭步云书院;其中最小的是南蛮王墓。这些景点不具有代表性所以位于较低水平。

旅游资源吸引力就是旅游吸引力的重要组成部分,简单来说旅游资源吸引力就是旅游资源的丰富性对游客旅游动机的刺激程度,它是影响旅游者选择旅游地区、旅游方式和旅游类型等旅游活动的基

础和重要作用力,所以,人们要重视旅游资源吸引力评价。

参考文献:

[1]严力蛟.生态旅游学[M].北京:中国环境出版社,2007.

[2]中国生态旅游建设标准研讨会纪要[EB/OL].http://xueshu.baidu.com,2006.

[3]程占红,张金屯.生态旅游的兴起和研究进展[J].经济地理,2001(1).

[4]陈岩英.旅游地的吸引力系统及其管理研究[J].旅游科学,2004(3).

[5]吴晓山.民族文化旅游吸引力的评价体系与营造策略研究[J].开发研究,2014(1).

[6]吴必虎.中国国内旅游客源市场系统研究[M].上海:华东师范大学出版社,1999.

[7]聂献忠.现代城市旅游业经营[M].北京:社会科学文献出版社,2003.

[8]张文彬,李松林,余建坤,等.模糊数学在旅游吸引力评价中的应用研究[J].云南师范大学学报(自然科学版),2005(6).

[9]Ceballos-Las curain H. The Future of Ecotourism [J]. Mexico Journal,1987(2).

[10]Lindberg,Emriquez,and Sproule. Eco-tourism Questioned:Case Studies from Belize[J]. Annals of Tourism Research,1996(3).

[11]Martha Honey. Eco-tourism and Sustainable Development: who Owns Paradise[M]. Washington: Island Press,1999.

[12]Crampon,L. J. Gravitational model approach to travel market analysis[M]. Journal of Marketing,1966.

[13]MehmetogluM, Abelsen B. Examining the Visitor Attraction Product: A Case Study[J]. Tourism Analysis,2005(4).

[14]Hu Y. Ritchie J R B. Measuring destination attractiveness: A contextual approach[J]. Journal of Travel Research,1993(2).

[15]聂明华.梅花山自然保护区生态旅游开发的SWOT分析及对策[J].林业建设,2008(3).

[16]郭来喜.中国生态旅游——可持续旅游的基石[J].地理科学进展,1997(4).

[17]谭跃进.定量分析法[M].北京:中国人民大学出版社,2006.

责任编辑 胡号寰 E-mail:huhao2@126.com