

引用格式:秦晓楠,杜雪婷,王兴康,等.黄河旅游文化空间的场景认知与生产机理[J].资源科学,2023,45(12):2400-2413.[Qin X N, Du X T, Wang X K, et al. The scene cognition and production mechanism of the Yellow River tourism cultural space[J]. Resources Science, 2023, 45(12): 2400-2413.] DOI: 10.18402/resci.2023.12.08

黄河旅游文化空间的场景认知与生产机理

秦晓楠¹,杜雪婷²,王兴康³,王悦²

(1. 中国海洋大学管理学院,青岛 266100;2. 山东师范大学商学院,济南 250014;

3. 浙江师范大学工学院,金华 321004)

摘要:【目的】基于黄河上、中、下游三区段划分,从文化场景演化和游客感知的双视角,解析黄河流域旅游文化空间的场景表征与文化本底内涵的市场化认知,对空间生产优化和产业差异化发展具有指导意义。【方法】本文嵌合场景理论和空间生产理论,建构出“感知空间场景—构想空间场景—交互空间场景”的递进式认知框架,采用评价文本预编码的方式提炼场景认知的二级维度,通过机器学习算法和组态分析工具,挖掘黄河旅游文化场景差异化的区段特征和动态化的生产机理。【结果】①三区段的感知空间场景呈现出统一的共性特征,其中,自然生态场景感知显著一致。而构想空间场景与交互空间场景呈现多元化、叠加式分布。上游构想空间场景表征为奇特性与娱乐性,主要以产品差异体验为交互反馈;中游构想空间场景表征为知识性,主要以文化原真体验为交互反馈;下游构想空间场景表征为休闲性,主要以服务品质体验和生态环境体验为交互反馈。②三区段旅游文化空间生产处于不同的演化发展阶段。上游处于感知空间生产阶段,对构想空间的延伸、交互空间的构建相对缺失;中游处于构想空间生产阶段,尚未脱离对物质资源的依赖;下游处于交互空间生产阶段,倾向于自然生态和休闲性场景并重的生产机理。【结论】黄河旅游文化空间是一个多层次、多维度的文化复合体,各区段聚合为强认同性和归趋性的文化体系。为此,提出不同区段内部应着力挖掘特色文化资源,推动适地性的文化品牌建设,探索差异化的空间发展路径与驱动机制。

关键词:旅游文化;空间场景;空间生产;机器学习;组态分析;黄河

DOI: 10.18402/resci.2023.12.08

1 引言

黄河流域横跨中国四大地貌单元、三大地势阶梯和东中西三大经济带,既构成中国重要的生态保护屏障,也是传统文化的集聚彰显区和经济社会发展的重要空间载体。2020年,具有公共旅游文化属性的黄河国家文化公园首次被纳入国家文化公园建设体系^[1,2]。以黄河文化为内核的旅游空间作为流域内文旅资源的产业载体和旅游主客体互动实践的呈现场域,具有“区段间多元纷呈,区段内高度凝聚”的特征属性^[3]。因此,分区段挖掘差异化的地域文化特征,打造多元化主题场景能打破以往黄河文化场景建设的表征趋同化和模式范式化,是黄河

旅游产业高质量发展的创新思路。

场景被视为一种空间要素的识别方式,是区域空间的功能属性和文化价值融合构建的产物,也是空间特色挖掘、文化价值呈现的重要视角。21世纪初,Silver等^[4]学者以消费为导向提出的场景理论,强调文化艺术、消费实践对区域经济增长和空间吸引力提升的助推作用,构建了空间发展与转型研究的全新话语体系。该理论赋予文化意识形态可量化的指标评价框架,启发了文化空间场景内涵的规律性探究^[4-6]。文化空间汇聚了具有地方代表性的文化基因和文化景观,研究者侧重从文化要素识别^[5]与文化特征提炼^[7]两个方面,解构人地共生的场景内

收稿日期:2023-03-09,修订日期:2023-06-30

基金项目:国家社会科学基金重点项目(23ATY005);国家自然科学基金青年项目(41901169);山东省自然科学基金项目(ZR2019BG001)。

作者简介:秦晓楠,女,山东济南人,教授,研究方向为旅游空间生产与空间权益。E-mail: sdqinxn@126.com

2023年12月

涵,进而提出文化空间更新^[7]、文化价值赋能^[8]、文化认同强化^[6]等相关策略建议。黄河旅游文化空间承载着自然资源、精神文脉、社会生活等场景要素本底^[1-3],游客通过互动实践对景观客体的自然本质和被建构的文化表征对应本文构想空间表征的理论基础形成场景认知,该场景感知对黄河文化的挖掘与活化具有指导意义^[7]。

空间生产与场景具有共性的理论基础,均是空间要素作为区域空间发展、空间特征识别的基础单元^[5,7]。空间生产理论(Space Production)将空间视为一种重要的要素资源,强调生产过程的阶段性与动态性,打破了固定的、不可流动的、被动容纳着社会关系及资源分配的容器束缚^[9-11],指出空间生产不是对空间内部事物的生产,而是对空间资源的重新配置及再生产^[12-14]。以往研究主要探讨了空间生产理论对空间重构研究的启示^[15],提出了流动人口与移民人口的生计空间^[16]、城市空间演变与再造^[17]、旅游空间再造与景观重构^[18]、居民空间诉求^[19]等研究主题。该理论强调空间要素识别与演化机制分析^[15,19]。因此,将空间生产理论引入到文化场景研究中,一方面,使生产资源与场景表征相结合,能够将物质空间具象化为文化场景^[5];另一方面,将静态的场景特征转化到动态的空间演化机制中,能架构出文化场景的动态演化路径与阶段差异特征^[7]。近年来,部分研究者开始关注空间生产与场景的理论结合,以揭示空间生产视角下的文化场景建构和文化价值生成^[20,21]。但以往研究大多基于客观物质载体对文化空间进行静态分析与共性提炼,忽视了场景主体的体验感知和文化空间的演化转向与区域差异,从而弱化了研究适用性与指导意义。

黄河流域呈现出资源多样性、文化多元性和经济发展不平衡性,应对架构于共性的黄河文化框架下的不同文化空间进行识别与区分,强调流域内部的文化本性与差异特征,促进地方文化传承保护和空间特色产业建设。游客评论文本记载了对黄河文化的直观感知,能作为识别黄河旅游文化场景特征的基础数据^[22]。本文主要的研究目的在于:将场景理论引入空间生产理论中,构建基于旅游者体验感知的黄河旅游文化空间场景认知框架,分析黄河旅游文化空间的场景特征与生产驱动机理,辨析黄

河旅游文化空间建设的倾向与缺失,为差异化的黄河文化内涵挖掘、旅游产业空间优化提出相关的策略建议。

2 理论基础

随着旅游产业对黄河流域资源空间的嵌入,黄河旅游文化空间逐渐形成以空间生产为内驱动力,本土特色场景表达为外壳的空间元素集合。基于Lefebvre^[9]的“空间三元论”,本文以空间实践(Spatial Practice)、空间表征(Representations of Space)、表征空间(Spaces of Representation)三阶段作为理论基础对黄河旅游文化空间场景进行认知解析,将其解析成以物质场景建设为基础,以情感场景传递为介质,培育交互性消费空间的生产过程,进而建构出“物质场景感知—情感场景构想—消费场景交互”的递进式黄河旅游文化场景认知框架,提出空间场景认知的一级维度(图1)。第一,感知空间场景(Perceptual Space Scene),对应空间生产的第一阶段“空间实践”。该类型的场景空间主要表现在物质的、可感知的空间元素上,描述了旅游业对物质空间实际的、具象化的占有,转向,与改造。第二,构想空间场景(Concept Space Scene),对应空间生产的第二阶段“空间表征”。该类型场景是指“空间实践”所构建的物质空间在游客精神与心理层面的投射,是旅游产业驱动下的区域空间在游客感知中的构想与抽象。该类型的空间场景用以描述旅游产业空间在游客感知中逻辑式、形式化的抽象表达。第三,交互空间场景(Interactive Space Scene),用以分析空间生产的第三阶段“表征空间”,是游客对旅游产业物质空间的利用与体验,对旅游构想空间场景与感知空间场景的覆盖与融合。该类型空间是游客依据自我构想对空间场景主观的、自发的改变与占据。而这种旅游实践行为使游客成为旅游空间价值共创与场景再生产的参与者。

在黄河旅游文化空间场景一级维度认知的基础上,研究小组采用对评价文本预编码的方式提炼场景认知的二级维度。为提高编码过程的严谨性,对文本挖掘得到的关键词和关键短语,两个编码小组独立进行开放性预编码,同时抽取30%的长篇幅评论文本(≥30字(不包含表情符号))作为参考,采

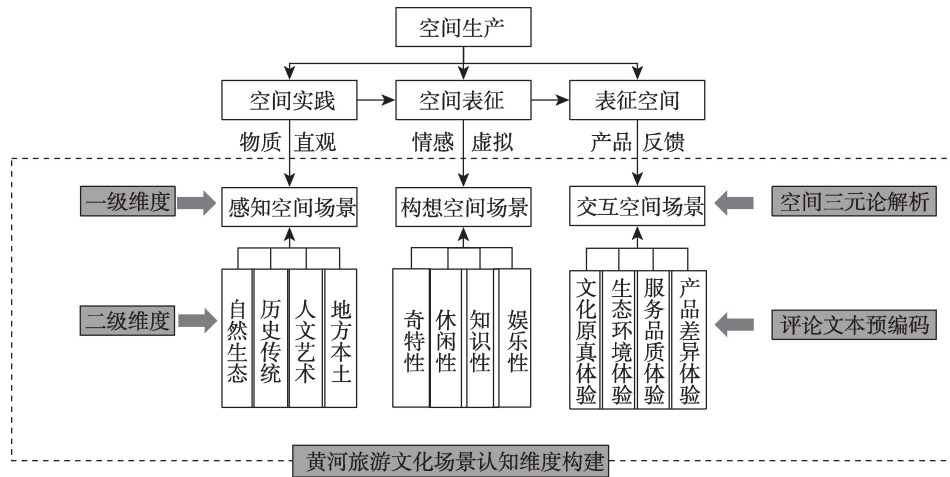


图1 黄河旅游文化空间生产机理与场景表达示意图

Figure 1 The space production and scene expression of the Yellow River tourism cultural space

用人工贴标签和概念化的方式,解析黄河旅游文化场景表征的二级维度。通过交替比对两组编码结果的共性和差异性,逐一归纳提炼二级维度的核心概念,直至不再出现新的范畴和概念,视为理论饱和。依据编码结果和相关文献,研究提炼出场景表征的二级维度,建立起各个维度的评价指标体系(表1)。

①感知空间场景的二级维度。依据游客感知的预编码,将感知空间场景的外延界定为游客对具象化旅游产业空间的直接感知与性状表述,是游客对黄河文化旅游资源物质属性的描述。研究以自然生态、历史传统、人文艺术、地方本土4个子维度,表征旅游业对黄河流域物质空间的改造生产。

②构想空间场景的二级维度。研究将构想空间场

景界定为游客对旅游产业空间的情感感知与精神反馈。基于情感体验和价值感知,旅游者对感知空间场景进行接收与解码,完成对旅游空间的认知与解读。从情感反馈与功能价值两个层面,将黄河旅游文化空间的构想场景分为奇特性、休闲性、知识性、娱乐性4个子维度。

③交互空间场景的二级维度。交互空间场景是旅游者对感知空间场景的交互与使用,对构想空间场景的反馈与呈现。依据产品使用与情感体验,游客与旅游产业空间场景进行消费交互与价值共创,通过自身反馈形成对黄河旅游文化空间的商业化认知。结合游客评论文本,将交互空间场景分为4个子维度:文化原真体验、生态环境体验、服务品质体验、产品差异体验。

表1 黄河旅游文化空间场景认知维度及指标体系

Table 1 Scene cognitive dimensions and indicator system of the Yellow River tourism cultural space

一级维度	二级维度	二级维度定义
感知空间场景	自然生态	生态系统和生态过程以自然为物质基础和存在本源,处于高质量的自然状态 ^[23]
	历史传统	历史文脉资源富集,历史文化具有较强的现实影响力和文化感召力 ^[18]
	人文艺术	具有显著时代性和地域性的人文艺术风格和审美趣味 ^[5]
	地方本土	地方依托独特环境外化而成的,且区别于他者的本土特色 ^[21]
构想空间场景	奇特性	基于独特的自然风景、地形地貌、人文景观等,游客具有打破“常规”的新奇性 ^[22]
	休闲性	游客从契合自身意愿与偏好的休闲活动中,所获取的身心愉悦、自我实现及精神满足 ^[24]
	知识性	游客在文旅场景中能够获得异质性的文化感知和体验,自身的求知需求得到满足 ^[21]
	娱乐性	文旅活动及体验项目能够吸引游客的兴趣和注意力,强调游客在此类活动中的愉悦程度 ^[22]
交互空间场景	文化原真体验	游客对旅游目的地的现代商业浸染程度和原真文化样态的实践反馈 ^[25]
	生态环境体验	游客对旅游目的地的自然风貌和生态环境涵育程度的体验感知 ^[7]
	服务品质体验	游客对旅游目的地的基础设施、配套设施和管理服务质量的交互反馈 ^[5]
	产品差异体验	旅游产品存在有价值的特殊性,且受自然干扰因素的影响程度较低,促使游客产生偏好和忠诚 ^[26]

2023年12月

3 研究区、数据与研究方法

3.1 研究区概况

黄河自西向东流经青海、四川、甘肃、宁夏、内蒙古、山西、陕西、河南及山东9个省(自治区),于山东东营注入渤海海域。基于黄河流域自然地理差异和保护治理需求,国家水利部黄河水利委员会将其分为上(河源至内蒙古托克托河口镇)、中(托克托河口镇至河南桃花峪)、下游(桃花峪至入海口)三大河段^[27,28]。以黄河文化为内核的高等级旅游景区(4A和5A)作为流域内旅游资源的产业载体和文化资源的呈现场域,其知名度和影响力普遍较强,并在国家A级景区管理制度下形成了较高的规范性与认可度。本文以2018中国黄河旅游大会上游客参与评选的“中国黄河50景”为基础,依据2022年各省文旅厅公布的A级名录,剔除以济南百里黄河风景区为代表的16个等级不够的景区,补充20个以黄河文化为内核的高等级旅游景区(4A和5A),最终选取黄河干流直接流经的54个高等级(4A和5A)旅游景区为研究对象(图2)。

3.2 数据收集

基于景区创建发展和游客感知的时效性,本文

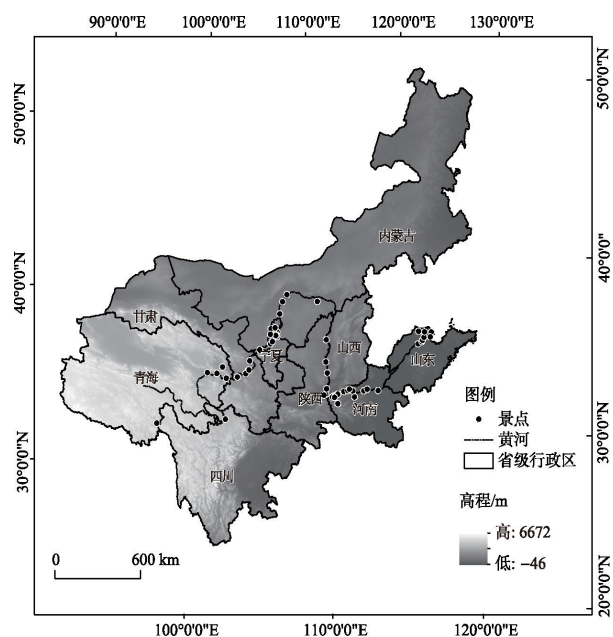


图2 研究样本分布图

Figure 2 Distribution of the study samples

注:基于自然资源部标准地图服务网站GS(2016)1609号标准地图制作,底图边界无修改。

以携程(<https://www.ctrip.com>)和去哪儿网(<https://www.qunar.com>)为数据源,将黄河划分为上、中、下游三区段,以前述54个景区为检索关键词,抓取了2017年1月—2022年10月的“用户名称”“游客评分”“评论时间”“评价内容”4个维度的元数据,评论文本共计120,516条,剔除基本信息不完善的、重复的、评论文字较少的、以表情符号、图片等为主的杂乱数据后,共计117673条评论,2824152字符。同时,本文通过“贴情感标签”对原始评论进行正负分类,以区分游客情感体验差异:本文借鉴李春晓等^[29]、史达等^[30]的研究方法,将游客评分为1分和2分的合并为负面评论,5分的划分为正面评论,3分和4分的合并为情感区分不大的灰色数据并剔除。

3.3 研究方法

3.3.1 空间场景特征认知

本文采用机器学习算法TF-IDF和TextRank对评论文本进行分析,构建游客情感细粒语义库^[30],并在语义库的基础上认知黄河旅游文化空间场景特征。从正负面评论层面提炼出游客评论文本的关键词和关键短语,以此映射出游客情感细粒度的感知体验结果。①TF-IDF是无监督关键词抽取算法。TF指词频,IDF指逆文本频率指数,其核心思想为:字词的重要性随词频呈正比增加,但同时会随着在语料库中出现的频率呈反比下降,TF-IDF值越大,词越关键。②区别于高度依赖语料库的TF-IDF算法,TextRank算法通过局部词汇之间的关系(共现窗口)构建网络,然后计算并排序Rank值提炼关键词,实现对游客评论文本的逐条分析。为弥补单一算法的局限性和误差性,通过两种算法的联合使用,进一步提高评论文本关键词和关键短语的精度和效率。

本文通过Pycharm软件使用Python编程语言读取评论文本数据并进行预处理与分析,构建游客情感细粒语义库。具体过程如下:①关键词抽取:利用Python语言中的Jieba库实现分词。②利用TF-IDF算法抽取三区段正面评论文本中的前50个高频关键词及TF-IDF值,共计150个。③关键词短语扩展:利用TF-IDF和TextRank算法抽取54个景区的关键共词,并将其扩展成关键短语,共计10800个(图3)。

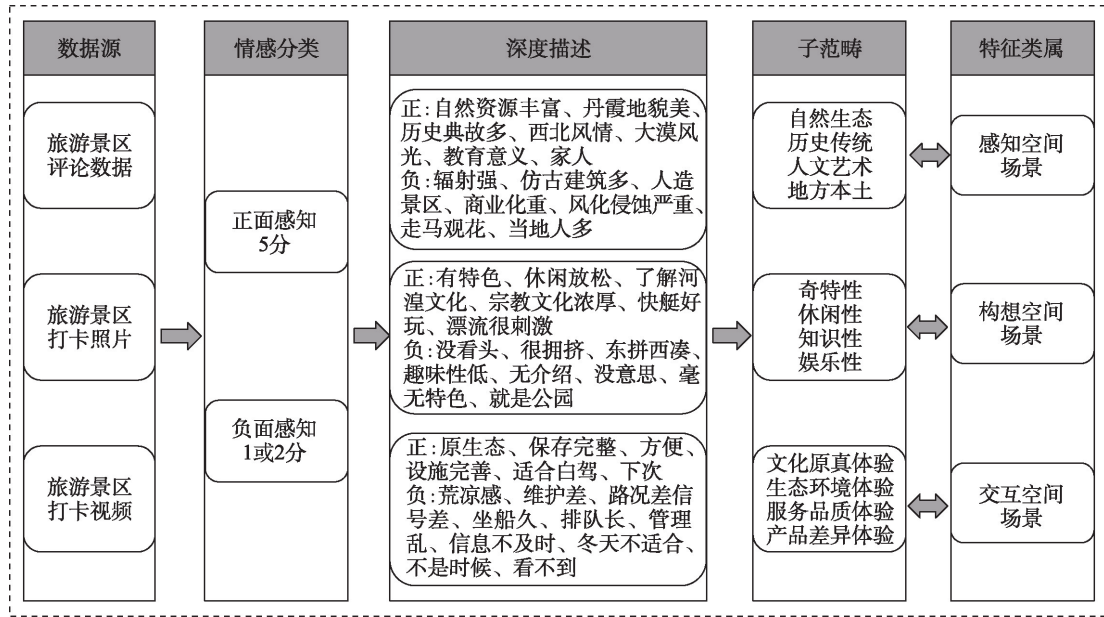


图3 黄河旅游文化空间场景特征认知过程

Figure 3 Cognitive process of the characteristics of the Yellow River tourism cultural space scenes

3.3.2 空间生产驱动识别

依据游客情感语义库,根据场景理论分析策略,采用德尔菲法和清晰集定性比较分析方法(csQ-CA),对黄河旅游文化空间的场景维度进行评价,并识别关键场景组合。

本文基于二分类变量采用csQCA识别黄河旅游文化空间场景的阶段特征,探究黄河旅游文化空间生产的作用机理^[31]。csQCA(Crisp-Set Qualitative Comparative Analysis, csQCA)基于布尔代数和集合分析的基本原理,通过多案例之间的比较,试

图寻找条件组态和结果变量间的多重并发因果关系^[31,32]。本文采用韦恩图来表示黄河旅游文化空间场景驱动的因果模型(图4),图中描绘的前因变量代表黄河旅游文化空间场景驱动的组合条件。

具体研究过程如下:①场景得分矩阵构建。本文以黄河旅游文化空间场景认知的维度体系为基础,采用德尔菲法对黄河旅游文化空间场景的二级维度进行打分评价,经加权综合后得到一级维度场景得分^[5,7]。同时,为提升评分结果的客观准确性,抽取评论文本的正负关键短语、景区场景照片和打

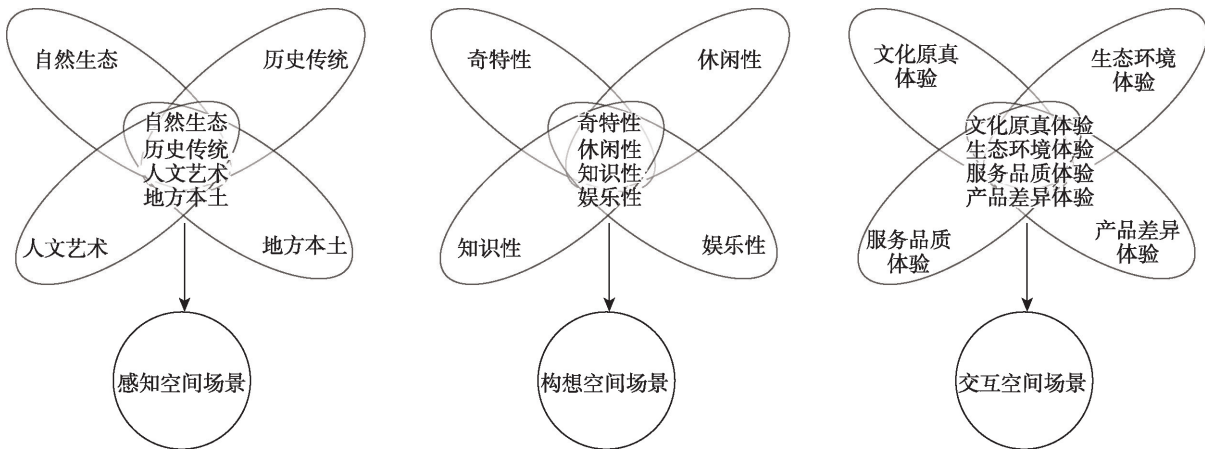


图4 黄河旅游文化空间场景驱动的因果模型

Figure 4 Causal model driven by the Yellow River tourism cultural space scenes

别。将csQCA的频数阈值设为1^[34],原始一致性阈值设为0.8^[35],PRI一致性阈值设为0.7^[36,37],识别黄河旅游文化空间场景驱动的条件组态,在条件组态表达式中,“*”表示逻辑“且”,“~”表示逻辑“非”^[38]。

4 结果与分析

4.1 黄河旅游文化场景特征分析

本文提取正面评论文本中TF-IDF值倒序排名前50的词作为关键词^[39],限于篇幅,表3仅展示每区段的前20个关键词。研究小组按照黄河旅游文化场景表征的二级维度对关键词进行了分类汇总和TF-IDF值占比统计,并采用桑基图可视化了黄河上、中、下游三区段游客正面场景感知关键词的特征类属(图5),以此揭示黄河旅游文化场景表征的共性与差异性。

依据表3与图5进行分析,黄河旅游文化场景呈现出统一的共性特征与鲜明的区段差异。第一,场景的共性特征分析:感知空间场景呈现出统一的共性特征,其中,自然生态场景感知显著一致。如图5所示,三区段中自然生态场景维度的关键词占比均较高。这反映出游客对黄河自然生态场景感知较为鲜明,尤其是黄河下游的表现最为突出,自然生态维度占比高达17.5%,主要集中于“生态环境”“湿地”“空气”等关键词。以黄河生态本真为主要特征的旅游空间构成了黄河旅游场景吸引力的重要核心,这与黄河流域生态保护保护优先、区域经济高质量发展的重大国家战略相协调。第二,场景的差异化分析:黄河流域三区段中,构想空间场

景与交互空间场景呈现多元化、叠加式分布。构想空间场景与交互空间场景均呈现出较大差异性,结合游客评论文本的原始数据分析:①上游构想空间场景以奇特性与娱乐性为主,交互空间场景以产品差异体验为主。“沙漠”“羊皮筏子”“趣味性”表现为旅游业利用原生的黄河生态环境、地方特色生活生产方式延伸出的特色旅游项目,呈现出更强的本土化、差异性特点。②中游以知识性构想空间场景和文化原真体验交互空间场景为主,其中研学体验产品是典型的购买偏好类型。“道教”“文化”“陕北风情”“教育”等游客场景感知关键词的高频出现,反映了旅游业对文化空间的活化与利用。以研学教育为主的产品项目呈现出较强的知识性特点。③下游构想空间场景以休闲性为主,交互空间场景以服务品质体验和生态环境体验为主。值得注意的是黄河下游旅游文化空间的规划布局高度契合都市休闲空间的营造设计,其休闲服务项目是对日常城市休闲的空间延伸,成为周边居民休闲项目的补充。“休闲”“本地人”“周末”等关键词展现出下游场景交互的现代化、都市性特点。黄河下游沿线更多的是为旅游产品提供空间承载容纳,而专注于融合与表达黄河文化内涵的空间资源相对较少。

4.2 黄河旅游文化空间驱动识别

黄河旅游文化场景的布尔真值表中不存在矛盾组态^[40](即同时包含结果值为1和0的组态,见表2),因此直接进入布尔运算,得到复杂解、中间解和简约解。通过中间解和简约解的嵌套关系对比,识

表3 游客正面感知关键词提取

Table 3 Keyword extraction of tourists' positive perception

上游				中游				下游			
关键词	TF-IDF	关键词	TF-IDF	关键词	TF-IDF	关键词	TF-IDF	关键词	TF-IDF	关键词	TF-IDF
景色	0.258	滑沙	0.128	文化	0.220	黄河	0.127	景色	0.277	入海口	0.112
坐船	0.248	黄河	0.124	门票	0.218	石刻	0.121	生态环境	0.253	芦苇	0.110
门票	0.210	体验	0.121	道教	0.205	孩子	0.120	服务	0.251	野生动物	0.108
壮观	0.202	水电站	0.114	陕北风情	0.187	趣味性	0.112	休闲	0.199	家人	0.107
沙漠	0.196	生态	0.113	研学	0.168	自驾	0.110	湿地	0.163	周末	0.104
自驾	0.177	观景台	0.107	风景	0.154	休闲	0.103	面积	0.151	自驾	0.094
趣味性	0.176	文化	0.104	壮观	0.145	自然	0.102	本地人	0.145	表演	0.093
西北风光	0.151	民艺	0.097	湿地	0.142	高兴	0.095	交通	0.131	亲子	0.090
大自然	0.132	孩子	0.096	服务	0.135	建筑	0.094	空气	0.128	鸟类	0.088
羊皮筏子	0.132	讲解员	0.096	教育	0.129	大禹	0.092	贝壳	0.114	黄蓝交汇	0.087

2023年12月

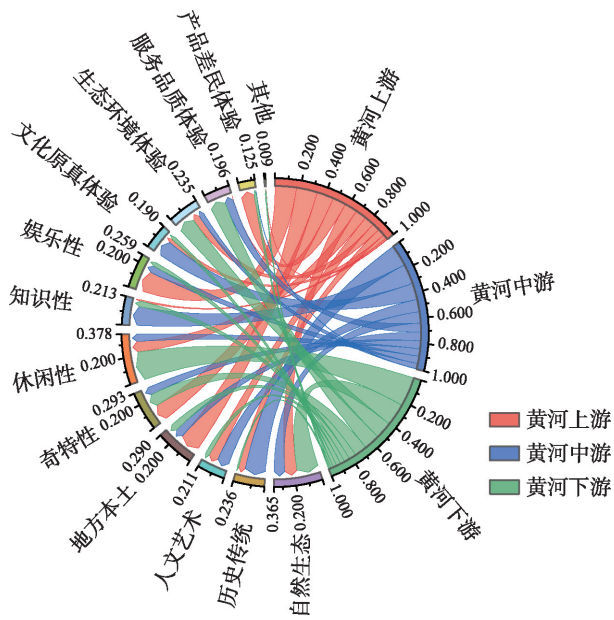


图5 游客正面感知关键词类属

Figure 5 Keyword categories of tourists' positive perception

注:图中数值为分类汇总后的正面评论文本TF-IDF值。

别出每个解的核心条件和边缘条件,最终选取中间解的条件组态进行解释,以揭示黄河旅游文化空间场景的特征组合和空间优化路径。

4.2.1 感知空间场景的驱动组合

感知空间场景的关键组合是旅游业对物质空间演化的核心驱动,对旅游业物质空间的建构特征与发展趋向具有关键导向作用。依据表4,对感知空间场景维度中的驱动组合进行分析,辨识驱动旅

游业物质空间建设的关键要素组合与有效路径。

首先,基于单因素必要性分析结果:上游“地方本土”一致性值为0.937,中游“历史传统”一致性值为0.988,均高于临界值0.900。因此,上游“地方本土”和中游“历史传统”是驱动感知空间场景维度的必要条件,奠定了旅游业物质空间建设的本土特征与资源依赖趋向。而下游区段不具备一致性显著的单项因素,其空间建设更加趋向于多元化。其次,条件组合分析结果得到7条驱动路径(表4),具体分析如下:①上游区段关键场景组合为“自然生态*地方本土”^①,该路径原始覆盖率为0.750。②中游区段,“自然生态*历史传统*地方本土”是最强有力的驱动组合。其中,历史传统为核心条件,自然生态和地方本土为补充条件,该路径能够解释80%(原始覆盖率0.800)的场景。这体现了中游文化遗产资源丰富,传统文化根基深厚的绝对优势。③下游区段,“自然生态*~历史传统”^②构成了该区域的强力驱动组合,其中以自然生态为核心条件,非历史传统为补充条件,该路径解释度为80%。黄河下游大多以生态观光型旅游场景为主,提供休闲娱乐产品服务于周边市场。而相对地,该区段的儒家文化体系尚未与黄河文化场景进行融合交互,旅游者对黄河下游的历史文化感知较弱。

4.2.2 构想空间场景的驱动组合

构想空间的关键场景组合是旅游业对情感空

表4 感知空间场景驱动组态

Table 4 Perceptual space scene driven configuration

	上游感知空间场景			中游感知空间场景		下游感知空间场景	
	路径1	路径2	路径3	路径4	路径5	路径6	路径7
自然生态	●		●	●	●	●	●
历史传统		●	●	●	●	⊗	
人文艺术		⊗	●	⊗			●
地方本土	●	●	⊗		●		●
一致性	1	1	1	1	1	1	1
原始覆盖率	0.750	0.250	0.562	0.200	0.800	0.800	0.400
独特覆盖率	0.187	0.187	0.062	0.100	0.345	0.600	0.200
解的覆盖率				1			
解的一致性				1			

注:根据Fiss提出的QCA结果表达方式,表中黑点表示该条件在组态中存在,带圈叉号表示不存在;大的黑点和带圈叉号表示核心条件;而小的黑点和带圈叉号则表示边缘条件;空白表示无关条件^[41]。

① 在条件组态表达式中“*”表示逻辑“且”。

② 在条件组态表达式中“~”表示逻辑“非”。

间演化的核心驱动,对旅游业情感空间的建构特征与发展趋向具有关键导向作用。依据表5,揭示构想空间场景维度中的驱动组合,辨识驱动旅游者对黄河文化精神感知的关键要素组合与有效路径。

首先,单因素必要性分析结果显示,其一致性指标均低于临界值0.900,因此构想空间场景不具备必要条件。其次,构想空间场景的条件组合共生成8条路径,具体特征如下:①上游区段主要呈现为两条核心驱动路径:“奇特性*娱乐性”与“知识性*娱乐性”。第一条路径呈现出更强的感知度与凝聚力。这反映出以新奇的、地方感为主的娱乐性旅游产品是上游旅游产业发展的核心优势。②中游区段“知识性*~娱乐性”路径驱动着构想空间场景的建设,该路径原始覆盖率为0.769。这反映出中游旅游空间生产中,文化空间建设对游客黄河文化感知具有重要的引导支撑作用,但娱乐趣味性的缺失削

弱了旅游者与空间场景的主动交互与价值感知。③下游区段路径7和8形成了参照组,以休闲性为必备前提,奇特性、知识性和娱乐性构成了一组相反条件,且在各自路径内同时存在。这反映出下游构想空间生产以休闲体验为主,叠加奇特性、知识性、娱乐性等空间属性有利于旅游产品的多元化发展。

4.2.3 交互空间场景的驱动组合

交互空间场景的关键驱动组合反映了旅游者对物质空间的占据与使用,对构想空间的实践和呈现,投射出文旅资源与物质空间相交互融的保障延伸。依据表6,探究不同区段游客对黄河旅游文化空间的商品化认知,辨识驱动黄河旅游交互空间场景的关键要素组合与有效路径。

首先,单因素必要性分析结果显示,其一致性指标均低于临界值0.900,不足以构成交互空间场景

表5 构想空间场景驱动组态

Table 5 Conceptual space scene driven configuration

	上游构想空间场景			中游构想空间场景			下游构想空间场景	
	路径1	路径2	路径3	路径4	路径5	路径6	路径7	路径8
奇特性	●		●		●	⊗	⊗	●
休闲性			●		●	●	●	●
知识性		●	⊗	●	●	⊗	⊗	●
娱乐性	●	●		⊗		●	⊗	●
一致性	1	1	1	1	1	1	1	1
原始覆盖率	0.562	0.500	0.437	0.769	0.307	0.153	0.666	0.333
独特覆盖率	0.062	0.187	0.250	0.538	0.076	0.153	0.666	0.333
解的覆盖率					1			
解的一致性					1			

表6 交互空间场景驱动组态

Table 6 Interactive space scene driven configuration

	上游交互空间场景				中游交互空间场景			下游交互空间场景	
	路径1	路径2	路径3	路径4	路径5	路径6	路径7	路径8	路径9
文化原真体验					●	●	●		
生态环境体验	●	●	⊗	●	●	●		●	●
服务品质体验		⊗	●	●	●		●	●	●
产品差异体验	●	●	●			●		⊗	●
一致性	1	1	1	1	1	1	1	1	1
原始覆盖率	0.600	0.466	0.200	0.200	0.600	0.800	0.500	0.750	0.250
独特覆盖率	0.133	0.133	0.133	0.133	0.200	0.400	0.133	0.750	0.250
解的覆盖率					1				
解的一致性					1				

2023年12月

的独立必要条件。其次,交互空间场景的条件组合分析结果共生成9条路径,其特征如下:①上游区段最显著的场景要素组合为“生态环境体验*产品差异体验”,该驱动路径能够解释60%的场景。这表征了上游旅游业发展更加重视黄河文化的本土性展示,致力于呈现黄河旅游文化资源的自然生态特征。而且在这样天然的、排他的物质空间中,上游旅游产品的独特价值和异质体验更具市场竞争优势,能有效提升游客的购买偏好和消费忠诚。②在中游区段,“文化原真体验*生态环境体验*产品差异体验”构成了最有力的要素组合,其路径原始覆盖率为0.800。这反映出区域空间的自然保护和文化赅续双因并重的生产机理,其丰厚的文化遗产资源是打造差异化旅游产品体系的核心优势。③在下游区段,“生态环境体验*服务品质体验*~产品差异体验”有效驱动了交互空间场景维度,该路径原始覆盖率为0.750。这意味着下游旅游空间中生态保护成效显著,管理服务品质优良。但下游区段主要以都市休闲产品为主,游客倾向于“亲子”(活动)、(沿黄)“自驾”等都市周边的休闲娱乐项目。同时,差异化的生态景观也成为地方特色旅游产品,例如“黄蓝交汇”、(黄河)“入海口”等部分奇特生态景观资源。但这类型景观极易受季节气候等因素的干扰,难以给游客带来持续的、稳定的消费体验,相对削弱了游客体验效益。

5 机理分析

基于上述分析,本文从文化场景的演化发展和游客感知的双视角揭示了黄河旅游文化空间的场景驱动组合和空间生产的阶段表征。具体场景表征和生产机理如下:

(1)黄河上游呈现出生态性、本土化的场景特征,形成了以凸显生态环境特色、构建本土化感知空间生产为核心的特征。而娱乐性为主的构想空间、产品差异体验为主的交互空间建设则服务于感知空间的生产。上游属河湟-藏羌文化彰显区,涵盖着黄河源、沙漠、峡谷等独特的自然景观资源,呈现出农耕、游牧和民族文化交汇相融的黄河文化内核。这样的旅游空间具有显著的排他性与特色性,也成为旅游者感知最为强烈的场景特征。如旅游者的正面感知聚焦于“三江源头”“中国的科罗拉

多”“景色独特”“沙漠和水域”“很奇特”等关键词。总之,上游旅游文化空间生产仍是以资源导向发展、物质空间建设为主,而对人文精神空间的延伸、消费交互空间的多元化塑造相对较少。

(2)黄河中游呈现出文化性、教育性的场景特征,形成了地方性空间与构想化空间并重的生产机理。以西安为典型代表的关中文化区和以伊洛河、汾河为代表的河洛-三晋文化区是中游黄河文化的集中展示区。该区段厚重丰富的历史遗存、鲜明稀缺的陕北风光彰显着独特的地域文化特征。“土窑洞”“陕北风光”“多元文化”“教育意义强”“古建筑多”“历史悠久”也成为游客正面感知的焦点。因此,中游区段在地方本土空间的基础上,叠加知识性、教育性的空间属性是旅游产业空间发展的核心与优势。但中游构想空间的生产仍处于探索阶段,尚未完全脱离对物质空间的依附与从属,其知识观念局限于对物质资源的刻板传递,游客容易产生“历史厚重”而“单一无聊”的感知。

(3)黄河下游呈现出生态游览、休闲观光的场景特征,形成了以都市休闲空间与体验交互空间为核心的生产机理。下游是湿地资源富集区,以建设生态保护、自然景观和城市风貌和谐统一的沿黄生态廊道为时代使命。限于季节气候因素对下游“黄河入海”“黄蓝交汇”等奇特景观资源的极大干扰,以及儒家文化与黄河自然景观在地理空间上的壁垒等,下游旅游产业发展形成了以生态空间为基础,都市休闲体验空间为核心驱动的场景表征。因此,将良好的生态环境转化为休闲娱乐的空间载体,培育多元化、体验性的现代旅游休闲产品是极为优越的现代化空间生产方式。

6 结论与政策建议

6.1 结论

本文将空间生产的“三阶段”理论与场景认知理论相融合,构建出“物质场景感知—情感场景构想—消费场景交互”的递进式旅游文化场景认知框架,将旅游文化场景演化解析成以物质场景建设为基础,以情感场景传递为介质,培育交互性消费空间的生产过程。在实证研究中,本文选取黄河流域54个典型景区为研究样本,以相关游客评论文本的研究数据,采用机器学习算法和组态分析工具挖掘

旅游文化场景差异化的区段特征和动态化的生产机理。主要结论如下:

(1)黄河旅游文化空间场景呈现出统一的共性特征与鲜明的阶段差异。在感知空间中,三区段呈现出较强的一致性,尤其是突显了自然生态的场景特征。而构想空间场景与交互空间场景呈现出较强的差异性。上游构想空间场景以奇特性与娱乐性为主,交互空间场景以产品差异体验为主。中游以知识性构想空间场景和文化原真体验式交互空间场景为主,其中研学旅行产品是典型的购买偏好类型。下游构想空间场景以都市休闲性为主,交互空间场景依托于优质服务品质体验和生态环境体验。

(2)黄河旅游文化空间生产处于不同的演化发展阶段。上游属资源导向型,处于物质感知空间生产阶段,而对人文精神空间的延伸、消费交互空间的多元化塑造相对较少。中游属情感导向型,处于构想空间生产阶段,尚未脱离对物质性感知空间的依附从属,其知识构念的传递路径固化单一,旅游者对历史文化的接收和认知相对刻板。下游属体验交互型,处于交互空间生产阶段,倾向于生态空间和都市休闲空间的打造,塑造了生态游览、休闲观光、服务优良的场景特色。

6.2 政策建议

黄河旅游文化空间生产的阶段升级是旅游产业优化的核心驱动力与主要表征,这对黄河流域生态保护与高质量发展,特别是对建设具有公共旅游文化属性的黄河国家文化公园等重大国家战略有探索性的指引意义。因此,基于本文研究,对黄河旅游文化空间的优化升级提出以下策略建议:

(1)营造自然与文化交织共生的原真场景,推动文化资源向文化资本转化。黄河旅游文化场景根植于本土性与特色资源,依托地域景观载体和文化本底内涵,打造奇特性的自然场景和原真性的历史文化场景是指引人们感知抽象的黄河文化价值、民族精神意涵,构建集体文化认同的有效路径之一。同时,挖掘并活化文旅资源,深化游客感知体验层次,培育多元化的市场需求,有助于拓宽旅游产业空间的发展边界和生产方式,发挥黄河旅游资源的福音效应^[42],实现文化资本的增值。

(2)挖掘各区段的多元化场景特色,丰富旅游产品类型,建构动态的空间演化驱动机制。黄河旅游文化空间是一个多层次、多维度的文化复合体,各区段聚合为强认同性和归趋性的文化体系。因此,区段内应集中优势文化资源,统筹规划政策体系、交通体系、产品体系、营销体系等,推动黄河文化的品牌建设。区段间应依据不同的场景特色与空间生产阶段,建立差异化的发展路径与驱动机制。上游区段推动空间生产向知识性构想空间和服务优质、环境优良的交互空间演化。中游区段重点关注文化遗产资源的活化与更新,打造知识性和娱乐性协同共生的构想空间。下游应依附生态性与都市休闲性,持续培育体验性、差异化的现代旅游休闲产品,同时加强儒家文化和沿黄生态景观的互补互构功能,打造多元的旅游产品体系,以期削弱生态景观资源的季节性干扰,实现旅游地生命周期的叠加效应。

参考文献(References):

- [1] 刘鲁,郭秋琪,吴巧红.立足新时代,探索新路径:“国家文化公园建设与遗产活化”专题研讨会综述[J].旅游学刊,2022,37(8):150-158. [Liu L, Guo Q Q, Wu Q H. Based on the new era, explore new paths: “National Cultural Park Construction and Heritage Activation” Symposium Review[J]. Tourism Tribune, 2022, 37(8): 150-158.]
- [2] 王静,刘晶晶,宋子秋,等.黄河流域高质量发展的生态保护与国土空间利用策略[J].自然资源学报,2022,37(11):2930-2945. [Wang J, Liu J J, Song Z Q, et al. Strategies of ecosystem protection and territory land spatial utilization for high-quality development in the Yellow River Basin[J]. Journal of Natural Resources, 2022, 37(11): 2930-2945.]
- [3] 李冬花,张晓瑶,陆林,等.黄河流域高级别旅游景区空间分布特征及影响因素[J].经济地理,2020,40(5):70-80. [Li D H, Zhang X Y, Lu L, et al. Spatial distribution characteristics and influencing factors of high-level tourist attractions in the Yellow River Basin[J]. Economic Geography, 2020, 40(5): 70-80.]
- [4] Silver D, Nichols Clark T. The power of scenes: Quantities of amenities and qualities of places[J]. Cultural Studies, 2015, 29(3): 425-449.
- [5] 陈波,林馨雨.中国城市文化场景的模式与特征分析:基于31个城市文化舒适物的实证研究[J].中国软科学,2020,(11):71-86. [Chen B, Lin X Y. The cultural scene patterns of cities and their characteristics in China: Empirical study based on cultural

2023年12月

- amenities in 31 cities[J]. *China Soft Science*, 2020, (11): 71-86.]
- [6] 戴靖怡, 黄潇婷, 孙晋坤, 等. 国家文化公园的旅游者文化认同生成机制研究: 以黄河国家文化公园标志性自然景观为例[J]. *旅游学刊*, 2023, 38(1): 31-41. [Dai J Y, Huang X T, Sun J K, et al. Research on the formation mechanism of tourists cultural identity in national cultural parks: Taking the iconic natural landscape of the Yellow River National Cultural Park as an example[J]. *Tourism Tribune*, 2023, 38(1): 31-41.]
- [7] 陈波, 庞亚婷. 黄河国家文化公园空间生产机理及其场景表达研究[J]. *武汉大学学报(哲学社会科学版)*, 2022, 75(5): 66-80. [Chen B, Pang Y T. Space production and scene manifestation of the Yellow River National Cultural Park[J]. *Wuhan University Journal (Philosophy & Social Science)*, 2022, 75(5): 66-80.]
- [8] 曹志奎, 陈雪莹, 武前波, 等. 场景理论框架下的未来乡村建设要素与场景类型研究: 以杭州市桐庐县大路村为例[J]. *规划师*, 2022, 38(12): 125-130. [Cao Z K, Chen X Y, Wu Q B, et al. The elements and dimensions of future village construction under the framework of scenes theory: A case study of Dalu Village in Tonglu County, Hangzhou[J]. *Planners*, 2022, 38(12): 125-130.]
- [9] Lefebvre H. *The Production of Space*[M]. Oxford: Blackwell, 1991.
- [10] Silver D A, Clark T N. *Scenescapes: How Qualities of Place Shape Social Life*[M]. Chicago: University of Chicago Press, 2016.
- [11] Lichter D T, Parisi D, Taquino M C. White integration or segregation? The racial and ethnic transformation of rural and small town America[J]. *City & Community*, 2018, 17(3): 702-719.
- [12] Brodyn A, Ghaziani A. Performative progressiveness: Accounting for new forms of inequality in the gayborhood[J]. *City & Community*, 2018, 17(2): 307-329.
- [13] Pollio A. Architectures of millennial development: Entrepreneurship and spatial justice at the bottom of the pyramid in Cape Town [J]. *Environment and Planning A*: 2020, 52(3): 573-592.
- [14] 窦银娣, 叶玮怡, 李伯华, 等. 基于“三生”空间的传统村落旅游适应性研究: 以张谷英村为例[J]. *经济地理*, 2022, 42(7): 215-224. [Dou Y D, Ye W Y, Li B H, et al. Tourism adaptability of traditional villages based on Living-Production-Ecological spaces: A case study of Zhangguying Village[J]. *Economic Geography*, 2022, 42(7): 215-224.]
- [15] 张衍春, 唐承辉, 岳文泽. 地域重构视角下区域空间生产与治理: 以深汕特别合作区为例[J]. *地理科学*, 2022, 42(3): 373-380. [Zhang X C, Tang C H, Yue W Z. Investigating the regional spatial production and governance from the perspective of territorial reconstructing: A case study of Shenzhen-Shanwei cooperation zone[J]. *Scientia Geographica Sinica*, 2022, 42(3): 373-380.]
- [16] 王伟军, 赵雪雁, 李花. 易地扶贫搬迁对贫困山区农户生计空间的影响机理: 以陇南山区为例[J]. *经济地理*, 2022, 42(5): 165-174. [Wang W J, Zhao X Y, Li H. The impact mechanism of poverty alleviation relocation on farmers' livelihood space in poor mountainous areas: A case of Longnan mountainous area[J]. *Economic Geography*, 2022, 42(5): 165-174.]
- [17] 吴金群, 巢飞. 空间生产视角下我国城市行政区划调整的三元互动逻辑[J]. *人文地理*, 2022, 37(3): 110-117. [Wu J Q, Chao F. The ternary interactive logic of urban administrative division adjustment from the perspective of space production[J]. *Human Geography*, 2022, 37(3): 110-117.]
- [18] 侯兵, 金阳, 胡美娟. 空间生产视角下大运河文化遗产重生的过程与机制: 以扬州运河三湾生态文化公园为例[J]. *经济地理*, 2022, 42(3): 160-171. [Hou B, Jin Y, Hu M J. Process and mechanism of the rebirth of the grand canal cultural heritage from the perspective of spatial production: Take Sanwan Ecological and Cultural Park in Yangzhou as an example[J]. *Economic Geography*, 2022, 42(3): 160-171.]
- [19] 安传艳, 李同昇, 翟洲燕. 话语、资本与遗址区空间的生产: 以安阳市殷墟为例[J]. *旅游学刊*, 2021, 36(7): 13-26. [An C Y, Li T S, Zhai Z Y. Discourse, capital and production of the heritage space: A case study of Yinxu in Anyang City[J]. *Tourism Tribune*, 2021, 36(7): 13-26.]
- [20] 牟伦超, 程励. 空间生产视域下“古”镇旅游的地方营造: 以恩施土家女儿城为例[J]. *旅游学刊*, 2023, 38(3): 107-124. [Mou L C, Cheng L. The place making of “ancient” town tourism from the perspective of the theory of production of space production: A case from Enshi Tujia Daughter Town[J]. *Tourism Tribune*, 2023, 38(3): 107-124.]
- [21] 陈波, 徐若蓝. 传统村落文化空间生产与价值生成: 以二官寨为例[J]. *中国软科学*, 2022, (12): 61-71. [Chen B, Xu R L. Production of traditional village cultural space and its value generation: A case study of Erguanzhai[J]. *China Soft Science*, 2022, (12): 61-71.]
- [22] 柯健, 华哲铭, 许鑫. 基于网络游记挖掘的城市旅游文化元素识别: 以上海为例[J]. *资源科学*, 2022, 44(1): 127-142. [Ke J, Hua Z M, Xu X. Identification and analysis of urban tourism cultural elements based on Internet travel notes mining: Taking Shanghai as an example[J]. *Resources Science*, 2022, 44(1): 127-142.]
- [23] 张朝枝, 吴辉, 杜杰. 自然原真性内涵演变及其在中国自然保护地的实践[J]. *自然资源学报*, 2023, 38(4): 874-884. [Zhang C Z, Wu H, Du J. Evolution of the connotation of natural authenticity and its practice in natural protected areas in China[J]. *Journal of Natural Resources*, 2023, 38(4): 874-884.]
- [24] 吴悦芳, 徐红罡. 幸福在他处: 退休流动者的深度休闲与心理幸福感[J]. *旅游学刊*, 2022, 37(6): 69-78. [Wu Y F, Xu H G. Better well-being at home away home: Influences of serious leisure on psychological well-being of the seasonal retirement migrants in China[J]. *Tourism Tribune*, 2022, 37(6): 69-78.]
- [25] 陈贤斐, 把多勋, 马利邦. 基于建构主义原真性和游客体验的新型民族文化空间重构[J]. *旅游学刊*, 2023, 38(4): 8-10. [Chen X F, Ba D X, Ma L B. Reconstruction of new ethnic cultural space

- based on constructivist authenticity and tourist experience[J]. *Tourism Tribune*, 2023, 38(4): 8–10.]
- [26] 刘泽华, 章锦河, 彭红松, 等. 旅游季节性测度指标的敏感度研究[J]. *地理学报*, 2018, 73(2): 295–316. [Liu Z H, Zhang J H, Peng H S, et al. Sensitivity analysis of the measures of tourism seasonality[J]. *Acta Geographica Sinica*, 2018, 73(2): 295–316.]
- [27] 朱兰琴, 魏世祥, 许立新. 黄河300问[M]. 郑州: 黄河水利出版社, 1998. [Zhu L Q, Wei S X, Xu L X. 300 Questions about Yellow River[M]. Zhengzhou: Yellow River Water Conservancy Press, 1998.]
- [28] 董哲仁, 朱兰琴, 王国仪, 等. 中国江河1000问[M]. 郑州: 黄河水利出版社, 2001. [Dong Z R, Zhu L Q, Wang G Y, et al. 1000 Questions about Chinese Rivers[M]. Zhengzhou: Yellow River Water Conservancy Press, 2001.]
- [29] 李春晓, 李辉, 刘艳箏, 等. 多彩华夏: 大数据视角的入境游客体验感知差异深描[J]. *南开管理评论*, 2020, 23(1): 28–39. [Li C X, Li H, Liu Y Z, et al. A research on the differences of inbound tourist perceived experience based on text mining[J]. *Nankai Business Review*, 2020, 23(1): 28–39.]
- [30] 史达, 张冰超, 衣博文. 游客的目的地感知是如何形成的? 基于文本挖掘的探索性研究[J]. *旅游学刊*, 2022, 37(3): 68–82. [Shi D, Zhang B C, Yi B W. How is tourists destination perception formed? Exploratory research based on text mining[J]. *Tourism Tribune*, 2022, 37(3): 68–82.]
- [31] Ragin C C, Shulman D, Weinberg A, et al. Complexity, generality, and qualitative comparative analysis[J]. *Field Methods*, 2003, 15(4): 323–340.
- [32] 杜运周, 刘秋辰, 程建青. 什么样的营商环境生态产生城市高创业活跃度? 基于制度组态的分析[J]. *管理世界*, 2020, 36(9): 141–155. [Du Y Z, Liu Q C, Cheng J Q. What kind of ecosystem for doing business will contribute to city-level high entrepreneurial activity? A research based on institutional configurations[J]. *Journal of Management World*, 2020, 36(9): 141–155.]
- [33] 凌欢, 程励. 非对称视角下区域旅游经济差异形成机制研究: 基于31个省(区、市)的清晰集定性比较分析[J]. *旅游科学*, 2023, 37(4): 161–182. [Ling H, Cheng L. A study of the formation mechanism of regional tourism economic disparity from asymmetrical perspective: Based on a comparative analysis of csQCA of the 31 provinces[J]. *Tourism Science*, 2023, 37(4): 161–182.]
- [34] 蔡媛青, 王文娟, 欧阳雁玲. 社会网络对中国公共部门知识共享的影响机制: 基于混合方法的研究[J]. *中国软科学*, 2022, (4): 55–66. [Cai Y Q, Wang W J, Ouyang Y L. Research on the influence mechanism of social network on public organizational knowledge sharing: Based on mixed method analysis[J]. *China Soft Science*, 2022, (4): 55–66.]
- [35] 文杰, 黎红梅. 农田灌溉系统治理绩效增进及组态路径: 基于多因协同联动的QCA方法[J]. *资源科学*, 2022, 44(5): 1066–1078. [Wen J, Li H M. Configuration path analysis of farmland irrigation system governance performance improvement: Based on the QCA method of multifactor synergy[J]. *Resources Science*, 2022, 44(5): 1066–1078.]
- [36] 孙佼佼, 郭英之. 城市旅游政策变迁的多元路径研究: 基于苏州的清晰集定性比较分析(csQCA)[J]. *经济地理*, 2021, 41(4): 166–173. [Sun J J, Guo Y Z. Multiple paths of urban tourism policy change: A clear set qualitative comparative analysis based on Suzhou (csQCA)[J]. *Economic Geography*, 2021, 41(4): 166–173.]
- [37] 杜运周, 刘秋辰, 陈凯薇, 等. 营商环境生态、全要素生产率与城市高质量发展的多元模式: 基于复杂系统观的组态分析[J]. *管理世界*, 2022, 38(9): 127–145. [Du Y Z, Liu Q C, Chen K W, et al. Ecosystem of doing business, total factor productivity and multiple patterns of high-quality development of Chinese cities: A configuration analysis based on complex system view[J]. *Journal of Management World*, 2022, 38(9): 127–145.]
- [38] Skaaning S E. Assessing the robustness of crisp-set and fuzzy-set QCA results[J]. *Sociological Methods & Research*, 2011, 40(2): 391–408.
- [39] Zhang S X, Zhu H Z. An Adaptive Tracking Algorithm for Microblog Topic Based on Association Semantic Network[C]. Shanghai: International Conference on Applications and Techniques in Cyber Security and Intelligence, 2018.
- [40] 王铁, 李梅, 孙德健, 等. 农户参与乡村旅游的前因条件与组态路径: 基于QCA方法的探索[J]. *旅游学刊*, 2021, 36(3): 70–82. [Wang T, Li M, Sun D J, et al. Investigating the causal conditions and configurations of farm household participation in rural tourism: A methodological examination based on QCA[J]. *Tourism Tribune*, 2021, 36(3): 70–82.]
- [41] Fiss P C. Building better causal theories: A fuzzy set approach to typologies in organization research[J]. *Academy of Management Journal*, 2011, 54(2): 393–420.
- [42] 李文静, 张朝枝. 基于路径依赖视角的旅游资源诅咒演化模型[J]. *资源科学*, 2019, 41(9): 1724–1733. [Li W J, Zhang C Z. An evolutionary process model of tourism resource curse: Based on path dependence theory[J]. *Resources Science*, 2019, 41(9): 1724–1733.]

The scene cognition and production mechanism of the Yellow River tourism cultural space

QIN Xiaonan¹, DU Xueting², WANG Xingkang³, WANG Yue²

(1. School of Management, Ocean University of China, Qingdao 266100, China; 2. Business School, Shandong Normal University, Jinan 250014, China; 3. Engineering School, Zhejiang Normal University, Jinhua 321004, China)

Abstract: **[Objective]** Based on the division of the upper, middle, and lower reaches of the Yellow River, this study analyzed the scene representation of the Yellow River tourism cultural space and the market-oriented cognition of the cultural background connotation from the dual perspectives of cultural scene evolution and tourist perception, which has guiding significance for the optimization of space production and the differentiation of industrial development. **[Methods]** This study combined the scene theory and space production theory to construct a progressive cognitive framework of perceptual space scene-conceptual space scene-interactive space scene. The second-level dimension of scene cognition was refined by evaluating text precoding. Machine learning algorithms and configuration analysis tools were used to explore the differentiated section characteristics and dynamic production mechanism of the Yellow River tourism cultural space scenes. **[Results]** (1) The material perceptual space scenes of the three sections showed a unified common feature, and the perception of natural ecological scenes was consistently significant. The conceptual space scene and the interactive space scene present a diversified and superimposed distribution. The upstream conceptual space scene is characterized by uniqueness and entertainment value, mainly with product difference experience as the main interactive feedback. The midstream conceptual space scene is characterized by knowledge value, mainly with cultural authenticity experience as the main interactive feedback. The downstream conceptual space scene is characterized by leisure value, mainly taking service quality experience and ecological environment experience as interactive feedback. (2) The production of cultural space in the three sections is in different stages of evolution and development. The upstream is in the stage of perceptual space production, and the extension of conceptual space and the construction of the interactive space are relatively lacking. The middle reaches are in the stage of conceptual space production, which has not yet broken away from the dependence on material resources. The downstream is in the stage of interactive space production, which tends to focus on the production of natural ecological and leisure scene. **[Conclusion]** The Yellow River tourism cultural space is a multi-level and multi-dimensional cultural complex. Each section is aggregated into a cultural system with strong identity and orientation. Here, it is proposed that different sections should focus on excavating characteristic cultural resources, promoting the construction of local cultural brands, and exploring differentiated spatial development paths and driving mechanisms.

Key words: tourism culture; space scene; space production; machine learning; configuration analysis; Yellow River