

# 旅游社区文化吸引营造研究

## ——基于鼓浪屿网络游记的扎根分析

凌欢, 郑向敏\*

(华侨大学旅游学院, 福建泉州 362021)

**摘要:** 文旅融合语境下, 旅游社区文化吸引的营造有利于发挥文化在旅游发展中的作用。运用扎根理论范式的质性分析方法, 以鼓浪屿网络游记为原始经验材料, 自下而上探究鼓浪屿文化吸引的内容构成, 建立适合于旅游社区文化吸引营造的实质理论。借助 Nvivo8 软件经过三级编码过程, 最后归纳提取 3 个核心范畴, 即旅游社区文化吸引构成的 3 个维度: 物质文化吸引、行为文化吸引和精神文化吸引。进而依据扎根分析构建的探索性理论, 从物质文化、行为文化和精神文化三大方面提出旅游社区文化吸引营造建议。

**关键词:** 社区营造; 旅游社区; 文化吸引; 扎根理论; 鼓浪屿

**中图分类号:** TU 982.2    **文献标识码:** A    **文章编号:** 1008-7192(2018)04-0034-06

### 一、问题的提出

文化是旅游的灵魂吗? 多年来相关说法一直在文献中活跃并引发学者讨论<sup>[1]</sup>, 至今未有定论。可以肯定的是, 文化对旅游的发展具有重要作用<sup>[2]</sup>, 特别是在国民对美好生活的需要日益增长的今天, 游客的消费不再限于物质层面, 而是包含了更多对内涵和意义的探求, 与此相关, 文旅融合、文化创意成为发展潮流。同时还应该看到, 虽然文化及其衍生产品繁荣了旅游发展形式和内容<sup>[3-4]</sup>, 但现实中并不是所有文化深厚的旅游地都能获得游客的追捧, 一些文化底蕴丰富的遗产地、历史博物馆鲜有游客问津, 而一些文化创意街区却游客如织。已有研究指出, 文化只有经过适当展示才能发挥其旅游吸引作用<sup>[1]</sup>。因此, 探究旅游地文化吸引的内容与表现, 以便于旅游地更好地利用文化形成吸引力, 是文旅结合语境下需要解决的突出问题。

社区营造最初是台湾为重振乡村社区实施的一项措施, 随着实践的发展在城市社区推广, 而

今作为一种成功经验被介绍到中国大陆和其他地方<sup>[5]</sup>。目前, 社区营造已经是一种比较成熟和可操作的社区规划方法, 涵盖“人、文、地、产、景”五大方向, 其中“文”主要指历史文化, 强调对文化进行营造<sup>[6,8][7]11-18</sup>。因此, 台湾社区营造非常注重文化元素的应用, 以形成社区内部的文化凝聚力和外部的文化吸引力, 实现社区的振兴和可持续发展<sup>[9]</sup>。与普通社区不同, 旅游社区因为以旅游业为主要发展产业, 且以游客为主要服务对象, 其如何利用文化形成旅游吸引力, 是关系社区旅游能否成功的重要问题。

相较于社区营造实践, 目前学术界对社区营造的理论探究稍显不足。现有文献对社区营造的研究仍处于经验引借阶段, 大多为台湾和日本实践经验的总结与介绍<sup>[10-13]</sup>, 更多本土化的实证尚未开启, 在旅游方面的探索更甚, 远不能回应经济和旅游发展提出的新问题。旅游的全域化和旅游消费特征的变化, 为旅游社区发展带来了更多挑战, 同时, 泛旅游化消费的聚集, 也给旅游社区发展提供了更大机遇, 社区营造是两者之间的现实路径, 而游客无疑是营造中需要充分关注的

收稿日期: 2018-02-05

基金项目: 华侨大学研究生科研创新能力培育计划资助项目(1611308006)

作者简介: 凌欢(1991-), 男, 华侨大学旅游学院硕士研究生, 研究方向为旅游规划与管理; 郑向敏(1954-), 男, 华侨大学旅游学院教授, 博士生导师, 研究方向为旅游安全。E-mail: 977600163@qq.com

\*通讯作者: 郑向敏。E-mail: xzm3353@126.com

对象。基于此,本文尝试通过扎根的质性研究方法,对游客发布的网络游记进行文本挖掘,分析旅游社区文化吸引的内容构成,归纳其本质特征和一般规律,概括提炼出理论范畴,自下而上建立适合于旅游社区文化吸引营造的实质理论,为实践中的旅游社区文化吸引营造提供指导。

## 二、 研究设计

### 1. 案例背景

本文选取厦门鼓浪屿作为案例地进行研究。鼓浪屿是位于厦门岛西南方的一个小岛,面积约1.9平方公里,因浪潮拍击洞礁发出擂鼓般声响而得名。鼓浪屿不仅自然景色优美,而且充满人文特色,集多元文化、历史风貌和现代气息于一体。岛上不管是旅游景点,还是寻常街巷,所到之处皆有风景,或别致、或优雅、或静谧……每一处都值得驻足细细品味,因此有“海上花园”之称。

独特的文化特征更让鼓浪屿散发着迷人魅力。因曾经是中国在鸦片战争后开辟的首批口岸之一,还曾是甲午战争后设立的公共租界,美、日、英、德、西班牙等十多个国家曾在鼓浪屿设置过领事馆,因此被称为“历史国际社区”,加之外国商人、传教士和返乡华侨等的活动,使鼓浪屿融汇世界多元文化,发展成为具有突出文化多样性和现代生活品质的国际社区。鼓浪屿的建筑风格便是其鲜明的体现,见证了在外来文化影响下本土建筑变化、创新的过程,既有闽南传统民居特点,又融合西方建筑风格及其景观营造理念,形成了特殊的历史建筑风貌和建筑装饰风格,因此又被称为“万国建筑博览”。同时,鼓浪屿还以其文艺气质著称,有悠久、浪漫的钢琴文化,享有“钢琴之岛”的美誉,艺术气息浓郁,还有深受文艺青年喜爱的一个个充满文化创意和巧思的社区店铺。此外,鼓浪屿还有一些重要历史遗迹和文化名人。历史遗迹如日光岩的水操台、石寨门故址,记录着明末民族英雄郑成功屯兵于此的历史,文化名人如舒婷等,这些都是鼓浪屿文化特质的重要组成部分。

鼓浪屿历史、人文和自然风光相映成趣,2017年成功申遗,成为中国第52项世界文化遗产。这座美丽的小岛,是一些人的旅行地,也是一些人

的居住地。岛上著名旅游景点主要有日光岩、菽庄花园、皓月园等,旅游与社区相融合,旅游发展较为成熟,客源来自全国,文化吸引力强,并能充分获取文本分析所需数据资料,作为研究案例地具有代表性、普遍意义和可行性。

### 2. 研究方法

本文主要采用扎根理论范式的质性研究方法。扎根理论(Grounded Theory)于1967年由社会学者Glaser和Strauss提出,常用于剖析社会学领域的诸多微观现象,提供了一种基于数据来发现研究线索的质性研究方法,在研究开始前一般没有理论假设,而是带着研究问题,从原始资料中归纳出概念与范畴,然后上升到理论,是一种自下而上建构理论的科学方法<sup>[14]18-48,[15-17]</sup>。基于扎根理论的质性分析方法在旅游研究领域已得到广泛应用,特别是在分析抽象事物的结构和内容<sup>[18-19]</sup>,提取维度和主要范畴<sup>[20-21]</sup>方面较为有效,能够起到很好的理论构建作用,进而从理论层次揭示事物或现象的本质与规律。

鉴于目前社区营造研究在本土化和理论化方面的缺陷,迫切需要借助科学的研究方法,从实际案例出发,通过自下而上的方式进行归纳、抽象,逐步构建和完善相应的理论体系。就旅游社区文化吸引营造研究来说:第一,旅游社区不同于普通社区,关于其营造的研究要考虑旅游的特殊情境,而在实践中旅游社区营造已经有相关经验,恰好为由下至上发展理论提供了案例素材;第二,文化吸引是一个比较抽象的命题,有待于通过具体情境的分析概括提取其维度和内容,这就要求应用具有某种探索性功能的研究方法。基于以上原因,扎根研究方法成为合理选择。

### 3. 资料收集及整理

研究主要通过马蜂窝(<http://www.mafengwo.cn/>)、百度旅游(<https://lvyou.baidu.com/>)等在线旅游社区选取游客发布的鼓浪屿游记和评论作为原始资料。在线旅游社区是游客表达真实旅游感受、进行旅游社交的重要平台,提供了丰富的关于旅游目的地的旅游攻略、游记和评论等旅游信息,可以收集到足够数量和较为全面、详实的游记及评论作为本研究资料。资料收集采用了以下标准:第一,将发布时间为最近五年(2013年1月1日之后)的鼓浪屿游记和评论作为采集范

围,剔除重复游记和评论;第二,筛选包含文化描述、游览感受和评价等内容充实的游记和与文化相关的评论,即所选择的游记和评论应具有文本编码时所需的与研究主题有关的内容。在此基础上运用扎根的质性研究方法进行了信息整理和编码。需要指出的是,本研究中资料收集和整理分析交替使用,通过分析反复检验资料的饱和度,填补资料空隙,直至不再出现新的概念才停止资料收集与整理。

### 三、鼓浪屿文化吸引的构成分析

#### 1. 扎根理论编码

(1) 开放式编码。开放式编码是为了归并原始资料中相同或相似的类型,确定类型代表的概念,具体操作是通过分解原始资料、不断对比,再赋予概念重新组合,是原始资料的概念化过程。本文在资料编码过程中借助质性分析软件 Nvivo8,首先利用自由编码功能,对采集的网络游记进行自由编码,反复比较资料,抽取本研究所需句子,然后运用类属编码功能,提取这些句子中重复出现的类型,整合相同或相近的类型,为了忠于原始材料,尽量使用原文加以命名,最终得到 41 个概念。限于篇幅,下面仅以与建筑文化相关的概

念为例进行开放式编码展示(表1)。

(2) 主轴式编码。主轴式编码的目的是通过探究概念之间的关联,进一步归并开放性编码获得的概念形成类属。在具体操作时应用 Nvivo8 的类属编码功能,根据概念之间的逻辑关系进行聚类并赋予类属,进而形成 13 个类属,分别是建筑、店铺、美食、工艺品、活动、服务、管理、生活、事件、礼仪、音乐、宗教和戏剧,均采用出现最为频繁的代码。由此通过对原始资料的进一步剖析,从更深层次理解经验资料隐含的理论逻辑。

(3) 选择式编码。选择式编码旨在选择核心范畴概括所有已经发现的概念类属,实现范畴之间的有机联系,并补充完全概念尚未发展完整的范畴。通过全面系统分析开放式编码和主轴式编码所得的概念范畴,带入原始资料进行多次提取、重组和整合,并与现有相关研究成果和理论不断比对,确保概念、类属和范畴贴近原始经验材料的同时更加科学合理,最后借鉴旅游地文化的三个层面<sup>[22]298</sup>归纳得出 3 个核心范畴,即构成旅游社区文化吸引的 3 个维度:物质文化吸引、行为文化吸引、精神文化吸引。扎根分析的三级编码过程如表 2 所示。

表 1 开放式编码举例

原始资料	开放式编码
具有各国风格的古老建筑	建筑风格多样
万国建筑自有万般风情	
每一座都有着悠久的历史,斑驳的墙壁上仿佛向人们诉说着它曾经兴盛的过往	
让它这么有味道的应该是这里的原始风貌保存的非常好	建筑保存完好
建筑很有特色	
鼓浪屿到处都是这种清水红砖,非常有特色非常好看	建筑富有特色
一个极具民国特色的建筑,是鼓浪屿上众多特色建筑中的一个,值得一去	历史建筑众多
有 51 组代表性历史建筑及宅园……现存 900 余栋历史风貌建筑	
有机的空间结构,内涵丰富的城市历史景观	
喜欢古老的建筑,喜欢教堂,喜欢走没有目的的小巷	建筑有机组合
中国第一大别墅八卦楼	
“三让遗风”的额题吸引我	建筑有代表性
不知建筑名牌是否为申遗特别制作,感觉有心了,尤其小速写搭配的挺有心意	
罗马式圆柱,哥特式尖顶,巴洛克式浮雕,门楼壁炉、阳台钩栏,细微元素都洋溢着古典与浪漫的文艺气息	
林语堂故居,林巧稚故居,弘一法师曾闭关两年的日光岩寺	名人故居

表2 三级编码过程

开放式编码	主轴式编码	选择式编码
建筑风格多样，建筑历史悠久，建筑保存完好，建筑富有特色，历史建筑众多，建筑有机组合，建筑有代表性，建筑构件吸引，名人故居	建筑	物质文化吸引
各种风格的店铺，精致小店，有格调的店铺，具有创意的文艺杂货铺，风貌建筑内的店铺，店铺装饰特别，店门口有拍照设计，店名好听有趣	店铺	
非物质文化遗产蛋满灌，中华老字号	美食	
工艺品极具艺术价值	工艺品	行为文化吸引
买盖章本寻找特色店盖章，寄明信片，怀旧岁月	活动	
服务态度好，服务方式贴切，服务细致周到	服务	
没有杂乱无章的商贩，不会乱改乱建，街道干净整洁	管理	
安逸闲适的生活，恬静、远离城市喧嚣，原住民生活的轨迹	生活	
历史事件，名人事迹，现代叙事	事件	
岛上居民非常友好	礼仪	精神文化吸引
音乐会，钢琴表演	音乐	
闽南民间大道公祭祀仪式，基督教信仰	宗教	
木偶戏表演	戏剧	

（4）理论饱和度检验。为了进一步确认编码的科学性与完整性，在全部编码过程结束后，本文通过最后收集8篇网络游记进行理论饱和度检验，具体做法是再次遵循扎根理论对新收集的游记进行逐级编码。最终结果表明，理论范畴已经发展得非常完备，没有发现文化吸引的3个主范畴之外的新范畴，并且3个主范畴内部也未发现新的构成要素。由此可以认为，上述理论构建达到了饱和<sup>[23]</sup>。

2. 研究发现

通过对鼓浪屿网络游记进行扎根理论范式的质性分析，可以发现鼓浪屿文化吸引的构成内容丰富、形式多样，归纳提炼得到41个概念、13个类属和3个核心范畴。

（1）物质文化吸引包括建筑、店铺、美食和工艺品文化吸引4个类属，其中建筑文化吸引表现为风格、历史、保存、特色、数量、组合、代表性、构件和名人故居9个概念；店铺文化吸引表现为风格、精致、格调、创意、建筑、装饰、设计和店名8个概念；美食文化吸引表现为非物质文化遗产和中华老字号2个概念；工艺品文化吸引主要表现在艺术价值上。

（2）行为文化吸引包括活动、服务、管理、生活、事件和礼仪文化吸引6个类属，其中活动文化吸引表现于盖章、寄明信片和怀旧3个概念；服务文化吸引表现于态度好、方式贴切和细致周到3个概念；管理文化吸引表现于没有杂乱的商贩、

不会乱改乱建和街道干净整洁3个概念；生活文化吸引表现于安逸闲适、恬静和原住民轨迹3个概念；事件文化吸引表现于历史事件、名人故事和现代叙事3个概念；礼仪文化吸引主要表现为居民非常友好。

（3）精神文化吸引包括音乐、宗教和戏剧文化吸引3个类属，其中音乐文化吸引表现在音乐会和钢琴表演2个概念上，宗教文化吸引表现在当地祭祀仪式和基督教信仰2个概念上，戏剧文化吸引主要为木偶戏表演。

四、 旅游社区文化吸引营造的建议

基于鼓浪屿文化吸引构成的扎根分析，以下分别从物质文化、行为文化和精神文化三大方面提出旅游社区文化吸引营造的普适性建议。

1. 物质文化吸引营造

（1）发挥建筑的文化吸引。建筑特别是历史建筑是旅游社区物质景观中最具文化吸引的部分，但限于历史建筑受先天影响较大，应重视原真性保护，尤其是历史风貌建筑和名人故居的原汁原味保存，同时，还应通过合理展示充分突出建筑的特色，如进行适当的解说来增加游客的认知。

（2）创造店铺的文化吸引。鼓浪屿案例说明，旅游社区的店铺带来的并不只是商业气息，文化创意可以激发店铺的文化吸引，如围绕特定主题进行风格、格调的一系列精心设计，利用风貌建

筑经营,充满创意和巧思的装饰,以及有趣的店名,都能够更好满足游客对个性和内涵的追求。

(3) 利用美食的文化吸引。美食是旅游社区饮食文化的集中体现,特别是具有“非物质文化遗产”和“中华老字号”称号的美食,本身具有丰富的文化意义,是重要的文化符号,应注重这类美食的传承与经营,让游客在享受美食的同时体会旅游社区的饮食文化。

## 2. 行为文化吸引营造

(1) 开展活动丰富文化吸引。旅游的本质在于体验,活动项目是增强旅游体验的重要途径,能丰富游客的旅游经历。旅游社区可以根据自身文化特点开展相应的文化活动,在活动中强化游客的文化体验,提高游客的文化认同。

(2) 形成规范增强文化吸引。管理和服是旅游社区人文素质的体现,形成良好的管理和服规范能展现和谐的人文气氛,赢得游客的好感。如旅游市场管理和旅游服务的规范化,都能在行为层面为旅游社区的文化吸引加分。

(3) 社区参与共建文化吸引。旅游社区不仅是游客的游览空间,也是社区居民的生活空间,并且旅游社区的文化来源于社区居民长期生活的积淀,其文化吸引的营造离不开社区居民的亲善与配合,应积极争取社区居民参与,获取原住民对旅游发展的支持,满足游客体验当地生活文化的深度旅游需求。

(4) 挖掘事件提升文化吸引。事件通过人物、故事、情节有利于旅游社区文化的传播,并且能给游客留下深刻印象,可以有效提升旅游社区的文化吸引。旅游社区既可以挖掘相关历史事件、名人事迹,还可以对现代典型事件进行叙事处理,表达特定的文化意义,呈现生动形象的旅游社区文化,如鼓浪屿“赵小姐”、“张三疯”的故事都形成了很强的文化吸引效果。

## 3. 精神文化吸引营造

精神文化是旅游社区文化的内核,也是旅游社区的本底文化。旅游社区精神文化吸引的营造涉及文脉的传承,以及艺术、宗教等文化形态的存续与发展,一方面,应结合旅游发展对传统文化的精神内涵进行解读,弘扬优秀传统文化;另一方面,还应通过旅游演艺、仪式活动等进行文化的活化利用,实现文化吸引与文化发展的相得

益彰。可以说,旅游社区的文化吸引始于物质文化,陷于行为文化,忠于精神文化,旅游社区精神文化吸引的营造,不仅可以提升旅游社区的文化形象,还能够增强游客对旅游社区的文化认同。

## 五、结 语

本文以世界文化遗产地鼓浪屿的文化吸引为标本,运用扎根理论范式的质性分析方法,通过分解、抽取、比较、整合等编码技术对游客发布的网络游记进行逐级剖析,自下而上归纳提炼鼓浪屿文化吸引的内容构成,建立针对旅游社区文化吸引营造的探索性理论,并提出相关营造建议,所得结论如下。

首先,基于鼓浪屿的实证经验,旅游社区的文化吸引可概括为物质文化吸引、行为文化吸引和精神文化吸引三大维度。其中,物质文化吸引包括建筑文化吸引、店铺文化吸引、美食文化吸引和工艺品文化吸引四个方面;行为文化吸引涵盖活动文化吸引、服务文化吸引、管理文化吸引、生活文化吸引、事件文化吸引和礼仪文化吸引六个方面;精神文化吸引包含音乐文化吸引、宗教文化吸引和戏剧文化吸引三个方面。

其次,根据旅游社区文化吸引的构成,其普遍营造思路可以从物质文化吸引营造、行为文化吸引营造和精神文化吸引营造三大方向出发,相应地,物质文化吸引营造应关注建筑、店铺、美食和工艺品等方面,行为文化吸引营造应从活动、服务、管理、生活、事件和礼仪等方面着手,而精神文化吸引营造应注重艺术、宗教等文化形态。

最后,研究回应了文化需要利用合理手段进行充分展示才能更好地发挥其旅游吸引作用的观点,并进一步指出旅游社区文化吸引营造是发挥文化的旅游吸引作用的有效途径,作为以游客为主要服务对象的旅游社区,依据游客的文化消费特点与偏好,通过有目的的营造使游客充分感受和体验旅游社区的文化元素,从而获取文化资源的旅游效益。

## 参 考 文 献

- [1] 张朝枝,孙晓静,卢玉平.“文化是旅游的灵魂”:误解与反思——武夷山案例研究[J].旅游科学,2010,24(1):61-68.

- [2] 罗明义. 论文化与旅游产业的互动发展[J]. 经济问题探索, 2009(9):1-5.
- [3] 吴巧红. 创新京津冀文化旅游产品[J]. 旅游学刊, 2014, 29(11):22-24.
- [4] 庄伟光. 传承历史文化基因视角的特色文化旅游创新发展——以粤东西北地区为例[J]. 广东社会科学, 2017(4):46-52.
- [5] 莫筱筱, 明亮. 台湾社区营造的经验及启示[J]. 城市发展研究, 2016, 23(1):91-96.
- [6] 丁康乐, 黄丽玲, 郑卫. 台湾地区社区营造探析[J]. 浙江大学学报(理学版), 2013, 40(6):716-725.
- [7] 曾旭正. 台湾的社区营造[M]. 台北:远足文化, 2007.
- [8] 凌欢, 郑向敏. 基于内容分析法的旅游社区营造研究——以福建永定土楼为例[J]. 西安建筑科技大学学报(社会科学版), 2017, 36(6):38-44.
- [9] 彭永庆. 社区营造与民族地区乡村文化建设[J]. 华南农业大学学报(社会科学版), 2017, 16(3):121-131.
- [10] 苗大雷, 曹志刚. 台湾地区社区营造的历史经验、未竟问题及启示——兼论我国城市社区建设的发展路径[J]. 中国行政管理, 2016(10):87-93.
- [11] 王国恩, 杨康, 毛志强. 展现乡村价值的社区营造——日本魅力乡村建设的经验[J]. 城市发展研究, 2016, 23(1):13-18.
- [12] 尹广文. 社区营造:一个新的社区建设的理论与实践[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2017(4):159-164.
- [13] 樊星, 吕斌, 小泉秀树. 日本社区营造中的魅力再生产——以东京谷中地区为例[J]. 国际城市规划, 2017, 32(3):122-129.
- [14] GLASER B, STRAUSS A. The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research[M]. Chicago: Aldine Press, 1967.
- [15] 胡宪洋, 白凯. 拉萨八廓街地方性的游客认同建构[J]. 地理学报, 2015, 70(10):1632-1649.
- [16] 邹永广, 林炜铃, 郑向敏. “驴友”旅游安全事故成因机理研究——基于扎根理论范式的质性分析[J]. 旅游科学, 2014, 28(3):76-86.
- [17] 罗秋菊, 陈可耀. 基于扎根理论的民营会展企业成长路径研究——以广州光亚展览公司为例[J]. 旅游学刊, 2011, 26(7):71-79.
- [18] 姚延波, 张丹, 何蕾. 旅游企业诚信概念及其结构维度——基于扎根理论的探索性研究[J]. 南开管理评论, 2014, 17(1):113-122.
- [19] 张天问, 吴明远. 基于扎根理论的旅游幸福感构成——以互联网旅游博客文本为例[J]. 旅游学刊, 2014, 29(10):51-60.
- [20] 苑炳慧, 辜应康. 基于顾客的旅游目的地品牌资产结构维度——扎根理论的探索性研究[J]. 旅游学刊, 2015, 30(11):87-98.
- [21] 谢彦君, 樊友猛. 身体视角下的旅游体验——基于徒步游记与访谈的扎根理论分析[J]. 人文地理, 2017(4):129-137.
- [22] 赵荣, 王恩涌, 张小林, 等. 人文地理学[M]. 2版. 北京:高等教育出版社, 2006.
- [23] 姜辽, 徐红罡. 文学旅游的审美消费——以水泊梁山为例[J]. 旅游学刊, 2017, 32(5):71-79.

## A Study on the Tourism Community Building with Cultural Attractions

——Based on the Grounded Theory analysis of the network travel notes about Gulang Island

LING Huan, ZHENG Xiang-min

(College of Tourism, Huaqiao University, Quanzhou 362021, China)

**Abstract:** In the context of culture and tourism integration, the tourism community construction with cultural attractions helps apply culture into the tourist development. By using the qualitative analysis of the Grounded Theory and the network travel notes about Gulang Island as the original empirical material, the paper explores the components of cultural attraction of Gulang Island from the bottom up, thus developing a substantial theory fit to the building of tourism community with cultural attractions. With the help of Nvivo8, the qualitative analysis software, and after a three-level coding process, the paper extracts inductively three cord categories, namely three components of cultural attraction of tourism community, that is, the material culture attraction, the behavioral culture attraction and the spiritual culture attraction. By conceptualizing the new theory based on the Grounded Theory analysis, the paper puts forward some advice for the tourism community building with attractions of material culture, behavioral culture and spiritual culture.

**Key words:** community building; tourism community; cultural attraction; Grounded Theory; Gulang Island

【编辑 高婉炯】