

高等学校文化产业管理专业系列教材

丛书总主编：吴承忠

文化旅游管理

王子超 编著

GAODENG XUEXIAO

WENHUA CHANYE GUANLI ZHUANYE XILIE JIAOCAI



中国劳动社会保障出版社

高等学校文化产业管理专业系列教材

丛书总主编： 吴承忠

文化旅游管理

王子超 编著

中国劳动社会保障出版社

本书中作者进行的田野调查,受到了中南财经政法大学 2014 年教学研究项目之“旅游管理类课程文化内容的二维视野教学结构设计”资助,特此致谢!

图书在版编目(CIP)数据

文化旅游管理/王子超编著. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2017
ISBN 978-7-5167-2885-7

I. ①文… II. ①王… III. ①旅游文化-研究②旅游经济-经济管理-研究
IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 017636 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

*

北京宏伟双华印刷有限公司印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 16.25 印张 256 千字

2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

定价: 35.00 元

读者服务部电话: (010) 64929211/64921644/84626437

营销部电话: (010) 64961894

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

如有印装差错,请与本社联系调换: (010) 50948191

我社将与版权执法机关配合,大力打击盗印、销售和使用盗版图书活动,敬请广大读者协助举报,经查实将给予举报者奖励。

举报电话: (010) 64954652

高等学校文化产业管理专业 系列教材编委会

主 任 吴承忠

副主任 王志民 杨永忠

编 委 昝胜锋 占绍文 周明鹃 江 凌 唐月民

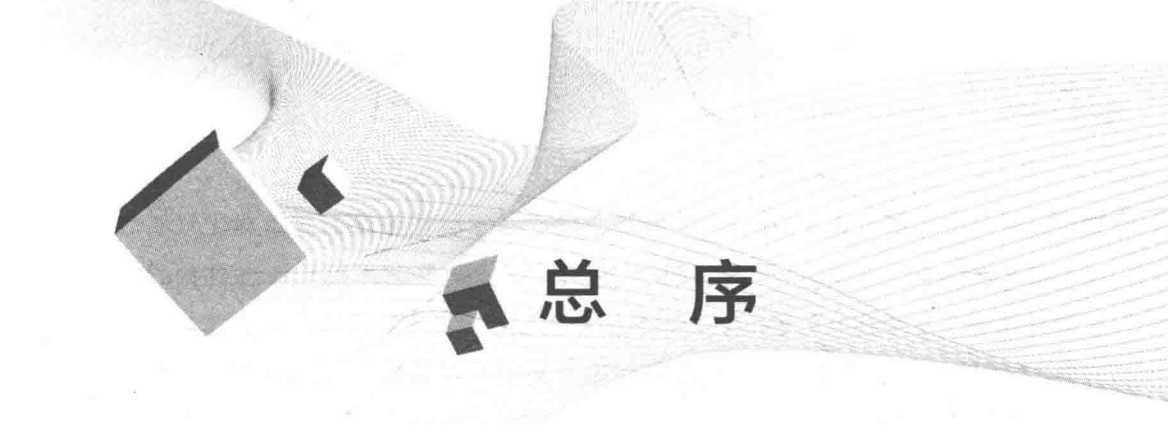
张 斌 王文杰 王子超 张凌云 贾 佳

叶凌红 吕伟男 李淑美 冯仕亮 王长松

内容提要

本教材编者在从事多年文化产业管理、文化古迹旅游、度假胜地经营与管理等课程的教学之余,通过深入的思考和文献分析,结合田野调查所得,设计和编写了此书。这里所探讨的文化旅游产业管理、服务管理和人才培养方面的内容,具有一定的创新性和普世性。具体来说,涉及文化旅游管理概论、旅游目的地的文化旅游吸引力营造、城市历史街区文化主题策划、乡村文化旅游开发管理、文化旅游规划的主要原理、文化旅游规划与建设的法律解读、旅游规划中的文化形象定位和文化增值、文化旅游景区的服务管理、酒店和旅行社的文化旅游服务管理、文化旅游的公共服务管理、文化旅游管理人才的培养等主题。结合各主题,本教材还探讨了如何在国际视野下对游客提供优质的文化服务,使中国游客获得世界文明的认同;提出了文化旅游的可持续性发展对策,包括维护旅游目的地文化传统和文化环境的完整性、传承性,以及如何在此基础上平衡和满足游客的文化体验需求等内容。

本教材弥补了目前关于文化旅游的科学管理活动缺乏专有教材的空缺,图文并茂,兼有独特的一手田野调查资料,可让学生涉猎文化学、管理学、可持续发展等不同的学科领域,拓宽知识层面,发挥其在文化旅游管理上的主体能动性,大大提高综合素质和创新能力。本教材注重对学生进行人文精神、科学素养和学识的培育,有利于热爱旅游的当代大学生心智的健康发展,有助于提升他们多样的文化素养,有利于未来文化管理领域优秀人才的培养。本课程中的历史街区文化吸引力开发与策划、古村落文化探析、文化遗址与爱国教育、跨文化交往中的素质培养、旅游企业文化服务设计等专题,均有利于学生更好地融入未来的企业管理、政府规划和素质教育类的工作岗位之中。



总 序

自 2004 年我国教育部批准开始招收文化产业管理本科学生至今，文化产业管理的教育在中国已经有 12 年的发展历史。据不完全统计，我国开设文化产业管理相关专业的高校有一百所左右，发展十分迅速，顺应了国内文化产业对管理人才的增长需求。我想从以下几个方面来分析我国文化产业管理专业课程体系的现状。

一、我国文化产业管理本科教育状况分析

（一）我国文化产业管理本科教育兴办学校类型

我国文化产业管理本科教育兴办学校大致分为六种类型：综合性大学、理工科大学、财经类大学、艺术类院校、师范大学、其他特色型大学。在特色型大学中，一些传媒类、政法类、语言类、海洋类大学在积极开设文化产业管理本科专业。

（二）专业设置和研究方向比较

我国文化产业管理本科教育在办学专业和方向上呈现一些特点。基本可以分成六种类别：一是直接按教育部设立的文化产业管理专业培养。二是以公共事业管理专业名义招生，但下面设立文化事业管理方向。文化事业管理和文化产业管理的内涵并不完全一样，文化事业管理更多是指公共文化事业管理。实际上这些学校的文化事业管理方向的培养目标和文化产业管理专业是一样的，既包括公共事业的管理，也包括产业的管理。三是一些艺术院校、电影院校和公共管理学科在公共事业管理专业下设立的影视制片管理、文化经纪人、文化艺术

管理、群众文化管理等方向。四是借助国际贸易学科优势设立国际文化贸易方向,或直接设立试点专业——国际文化贸易。五是一些艺术院校结合自身的艺术学科优势,在音乐专业和艺术学专业下设立文化艺术管理或艺术管理与策划方向。六是在文学、历史类本科专业下设立文化产业管理方向,如首都师范大学文学院汉语言文学专业下设立了文化产业方向。可以看到,我国文化产业管理本科办学专业或方向上呈现文化产业管理专业、公共事业管理专业、艺术专业或文史哲等传统专业下设有方向这三种力量并存和发展的格局。

（三）专业所在院系情况

目前我国文化产业管理有关专业大多设立在历史、文学、哲学、公共管理、新闻传媒、艺术学相关的学院等教学机构。如北京大学艺术学院开设文化产业管理专业(双学士学位),山东大学历史文化学院、中国传媒大学媒体管理学院、中央财经大学文化与传媒学院开设文化产业管理本科专业,中国海洋大学文学与新闻学院、对外经济贸易大学公共管理学院开设公共事业管理专业(文化事业管理方向),首都师范大学文学院开设汉语言文学专业(文化产业方向)。

（四）我国文化产业管理本科教育的特征

从前面的情况来看,我国文化产业管理本科教育反映出以下特征:

1. 对学科归属的认识不明确

文化产业管理应授予管理学学士学位,而且从内涵来看,一半属于公共管理学科,一半属于工商管理学科,2012年的本科目录调整将文化产业管理本科专业归属于工商管理一级学科。但国内不少学校对该专业的学科归属认识不清,甚至存在各种错误认识。学科归属直接决定课程设计方案和教师资源配置。

2. 综合性大学和特色型大学在本科专业方向上的不同定位影响着人才培养的目标

综合性大学和特色型大学的文化产业管理本科专业方向差异很大,如山东大学的文化产业管理专业以培养复合型管理人才为主,中国传媒大学的文化产业管理方向则以培养传媒行业管理人才为主。综合性大学和特色型大学在专业设置方向上的差异影响着它们是培养复合型管理人才还是特色型管理人才的目标。

3. 综合型管理人才将与特色型专业管理人才在就业方面竞争

如山东大学文化产业管理本科专业的培养目标是：培养具有纵贯古今的文化视野和现代产业理念及经营技能的复合型文化管理人才，为国家文化资源的有效管理、文化市场的科学运营和文化产业的全面发展提供高层次的专业人才。有的开设了文化产业管理本科专业或公共事业管理本科专业的学校则着眼于某一个特定的领域来培养特色型管理人才，如开设会展策划与管理、国际旅游管理等方向，这就会出现与特色型、专业型院校专业人才的就业竞争问题。

（五）课程设置特点

1. 差异明显

（1）专业和方向的差异

如文化产业管理专业、公共事业管理专业在专业基础课程上的差异；如文化经纪人方向、制片管理方向在必修课程上的差异。

（2）综合型人才培养目标与特色型人才培养目标的差异

综合型人才培养目标：专业必修课程和选修课程考虑了多个行业的管理特点。如对外经济贸易大学的文化管理人才培养偏重综合性、国际性，兼顾国际文化贸易学科优势，所以专业必修课程和选修课程中充分考虑了旅游管理、国际会展管理、娱乐管理、影视管理、文化传播与传媒、文化遗产管理、艺术品投资与管理、文化贸易等行业管理门类。特色型人才培养目标：专业必修课程和选修课程更多考虑行业管理人才需求特点。如中国传媒大学的文化产业管理专业（影视制片管理方向）明显倾向于影视行业管理，方向选修课程和专业选修课程中都设置了6门影视方面课程。这种差异与各自学校和学院学科优势、师资结构、校友资源、行业资源等有密切关系。

2. 某些方面已经形成了一定程度的共性

文化产业管理专业课程设置的特点：强调渗透性和学科交叉性，尤其是突出文化产业经济和文化公共事务管理，注重理论联系实际，强化案例教学。目前国内一些高校开设的专业基础课程大致有中国文化史、世界文化史、美学与艺术概论、管理学、公共经济学、产业经济学、文化传播学、文化项目策划与管理等；专业核心课程包括文化产业概论、世界文化产业概要、文化学、文化产业管

理、文化资源学、文化经济学、文化市场营销学、文化政策与法规、文化人力资源学等。

3. 存在一定程度的随意性

国内高校在学科、专业课程设置等方面存在一定的随意性。文化产业管理专业即使在全国也没有统一的课程设置规范,在其他专业下设置文化产业方向的学校,课程设置更是呈现“百花齐放,百舸争流”的景象。这种课程设置现状一定程度上会影响毕业生的质量以及学科的发展,尤其是学科体系构建的科学性。

二、本套系列教材的编写目的和特色

基于以往我们对国内高校文化产业管理专业教育,如课程体系建设及人才培养、需求的调研基础,这次由对外经济贸易大学牵头组织的“高等学校文化产业管理专业系列教材”,具有有别于同类型教材的新理念、新特点,编写目的是为了丰富我国文化产业管理专业的教材宝库,促进我国文化产业管理一级学科体系的建设。首先,本套教材考虑到了文化产业管理与经济学、管理学的紧密联系,突出了工商管理学科和公共管理学科与文化产业管理学科的特殊联系。我们认为文化产业管理学就其学科归属直接与工商管理学和公共管理学相关,其中属于企业管理的那部分知识体系属于工商管理学科,比如文化产业项目策划与管理、文化产业战略与商业模式、文化产业投融资、文化市场营销学等,而属于政府公共部门管理的那部分知识体系应属于公共管理学科,比如文化政策与法规、文化规划学等。实际上,学生毕业后的去向也主要分布在这两个领域。因此,本套教材在学科体系建设上有明确清晰的方向。其次,本套教材突出了文化产业与休闲产业交叉的特点。我们认为,文化消费本质上是休闲消费,文化产业与休闲产业之间有很大的内容交叉性,大部分产业是重合的。因此,从更广阔的视角来审视文化产业将有助于加强对文化产业特征的认识,而休闲科学在国外有较长的发展历史,运用休闲科学的理论和知识体系来研究分析文化产业,具有独特的学术意义。例如本套教材中的《休闲项目策划》就是我国为数不多的休闲项目策划教材之一,其作者队伍吸纳了文化产业和休闲产业兼通的多位学者。最后,案例分析与延伸阅读相结合。大部分章节中都配备了一定数量的案例或

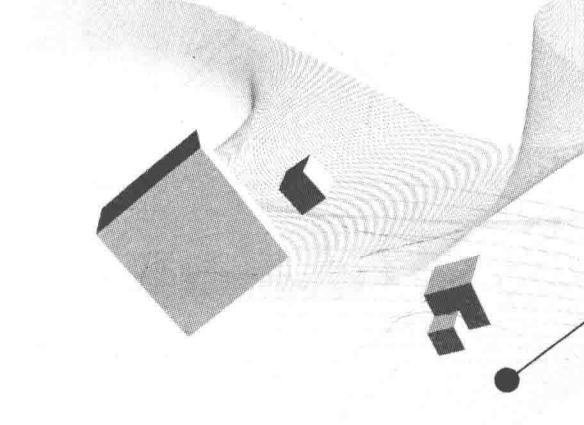
延伸阅读材料，有助于学生更好掌握相关概念、理论和知识。

由于各方面的原因，本套教材的编写肯定有诸多不足，我们诚挚地希望国内同行读者在使用过程中提出宝贵的意见，以利于再版时进行修订。

前路漫漫，让我们一起为文化产业管理早日壮大成为一级学科而努力奋斗！
是为序。

吴承忠

2016 年 11 月于对外经济贸易大学宁远楼



前言

自古以来，中国人的旅游活动就蕴含了丰富的文化色彩与因子。在自然风景中徜徉，可以吟咏历代文人的山水诗词；在历史街区中漫步，可以回想古老城市的市井繁华。个人的生命因旅游活动赋予的精神世界而变得多彩，人类社会生活亦因此得以更加丰富和发展。文化旅游始终表现出强大的生命力，是旅游者追求人性的自由和解放、塑造文化人格及民族和谐旅游性格，实现回归自然或融入社会的重要过程。它对于体现人类自然人性的回归、对休闲生活方式的向往、对文化交流的需求，均具有重要的现实意义。

文化旅游的概念建立在文化学的基础上。人类自古以来的旅游活动，从野蛮到文明，与文化的进步有着密切关系。中国传统的“文化”一词，其含义就是“以文教化”，以人伦秩序教化使人自觉按规范行动。在西方社会，文化通常被解释为通过学习人类思想与行为的精华来达到完美，包括文字、语言、建筑、饮食、工具、技能、知识、习俗、艺术等方面。文化旅游是以旅游文化的地域差异性为诱因，以文化的碰撞与互动为过程，以文化的相互融洽为结果的，它具有民族性、艺术性、多样性、互动性等特征。文化旅游的过程就是旅游者对旅游资源文化内涵进行体验的过程，这也是文化旅游的主要功能，它给人一种超然的文化感受，这种文化感受以饱含文化内涵的旅游景点为载体，体现了审美情趣激发功能、教育启示功能和民族、宗教情感寄托功能。

在探讨文化旅游功能的同时，我们还要思考文化景观和

环境的保护问题。联合国教科文组织 1962 年发布的《关于保护景观和遗址的风貌与特性的建议》中提到,人类在各个时期的活动不时地使自然景观和文化遗址的风貌与特征遭到破坏,从而使得全世界各个地区的文化、艺术甚至极重要的遗产濒于枯竭。这种现象亦影响到各种景观与遗址的艺术价值,因此,保护景观和遗址迫在眉睫。当代旅游活动需要实现可持续性的发展,其实质就是要求旅游与自然、文化、人类生存的环境成为一个整体。在文化旅游的过程中,我们必须思考如何保持这一整体之间各因素的平衡关系。在各地的文化旅游开发与游览活动中,到底应如何保护当地的文化景观和遗址风貌、特征,并采取必要的管理措施呢?这不得不说是当今旅游产业大热背景下我们需要的一个冷静的文化思考。

目 录

第一章 文化旅游管理概论

第一节 文化旅游管理的概念体系	3
第二节 文化在旅游管理中的价值	9
第三节 我国文化旅游管理策略及典型案例	14
延伸阅读	22
本章小结	27
思考题	27

第二章 旅游目的地文化吸引力营造

第一节 旅游目的地文化吸引力概述	31
第二节 世界遗产地提升文化吸引力的路径	33
第三节 世界遗产地文化旅游业的管理	45
本章小结	47
思考题	47

第三章 城市历史街区的文化主题策划

第一节 城市历史街区文脉与旅游规划	51
第二节 城市历史街区的文化主题策划案例	57
第三节 城市历史街区文化旅游业的管理	64
本章小结	67
思考题	67

第四章 乡村文化旅游的开发管理

第一节 乡村文化旅游的定义与特征	71
第二节 我国乡村旅游文化管理概况	75
第三节 乡村文化旅游研究热点与案例分析	78
延伸阅读	89
本章小结	92
思考题	92

第五章 文化旅游规划的主要原理

第一节 人类学原理	95
第二节 廊道原理	99
第三节 生态文化原理	103
延伸阅读	106
本章小结	108
思考题	108

第六章 文化旅游规划与建设的法律解读

第一节 《中华人民共和国旅游法》	111
第二节 部分专项旅游法规	114
第三节 部分地方性旅游法规与发展纲要	118
本章小结	126
思考题	126

第七章 旅游规划中的文化形象定位和文化增值

第一节 旅游规划中的文化形象思考	130
第二节 旅游规划与文化价值增值	135

延伸阅读	143
本章小结	146
思考题	146

第八章 文化旅游景区的服务管理

第一节 旅游景区票务文化服务	149
第二节 旅游景区讲解文化服务	155
第三节 旅游景区餐饮特色服务	160
本章小结	165
思考题	165

第九章 旅行社和酒店文化旅游服务管理

第一节 旅行社的文化服务	169
第二节 酒店的文化服务	174
延伸阅读	180
本章小结	183
思考题	183

第十章 文化旅游的公共服务管理

第一节 文化旅游的交通服务	187
第二节 文化旅游的信息服务	192
第三节 文化旅游的公共基础设施服务	196
第四节 文化旅游的公共营销与推广服务	198
第五节 博物馆、图书馆为文化旅游提供的公共服务	201
延伸阅读	203
本章小结	207

思考题	207
-----------	-----

第十一章 文化旅游管理人才的培养

第一节 问题提出与概念界定	211
第二节 文化管理融入高校旅游人才培养的必要性	214
第三节 文化管理在高校旅游人才培养中的应用	219
第四节 文化管理应用于旅游类课程的路径	222
延伸阅读	224
本章小结	227
思考题	227

参考文献/229

后记/241



第一章

文化旅游管理概论

本章学习要点

1. 熟练掌握文化旅游管理的概念，了解文化旅游管理的构成；
2. 了解文化在旅游管理中的价值；
3. 理解我国文化旅游管理四大策略；
4. 了解我国“一带一路”文化旅游需要的管理策略。