

当代旅游研究译丛

 Routledge  
Taylor & Francis Group

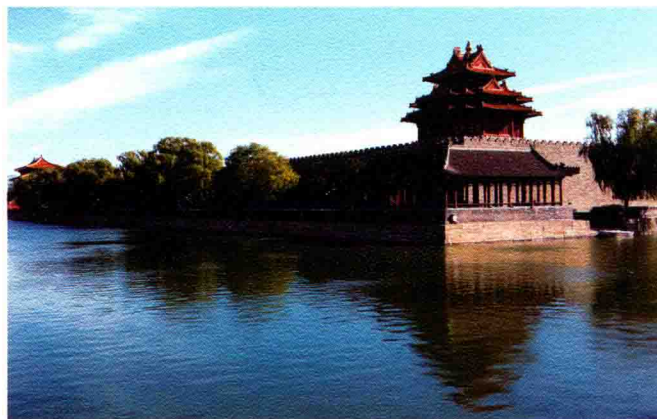
# 文化旅游

(第二版)

Hilary du Cros and Bob McKercher

〔澳〕希拉里·迪克罗 〔加〕鲍勃·麦克彻 著

朱路平 译



Cultural Tourism

当代旅游研究译丛

# 文化旅游

(第二版)

Hilary du Cros and Bob McKercher

〔澳〕希拉里·迪克罗 〔加〕鲍勃·麦克彻 著

朱路平 译

Cultural Tourism

 商务印书馆  
The Commercial Press

2017年·北京

图书在版编目(CIP)数据

文化旅游/(澳)希拉里·迪克罗,(加)鲍勃·麦克  
彻著;朱路平译. —北京:商务印书馆,2017

(当代旅游研究译丛)

ISBN 978-7-100-12906-0

I. ①文… II. ①希… ②鲍… ③朱… III. ①旅游  
文化—研究 IV. ①F590-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 010159 号

权利保留,侵权必究。

当代旅游研究译丛

文化旅游

(第二版)

〔澳〕希拉里·迪克罗

〔加〕鲍勃·麦克彻 著

朱路平 译

---

商务印书馆出版

(北京王府井大街36号 邮政编码100710)

商务印书馆发行

北京冠中印刷厂印刷

ISBN 978-7-100-12906-0

---

2017年4月第1版

开本787×960 1/16

2017年4月北京第1次印刷

印张21½

定价:49.00元

**Cultural Tourism**

Second Edition

© 2002 and 2015 Hilary du Cros and Bob McKercher

Authorised translation from the English language edition  
published by Routledge, a member of the Taylor & Francis Group.  
Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover  
are unauthorised and illegal.

All rights reserved.

本书中文简体翻译版授权由商务印书馆有限公司独家出版并限在  
中国大陆地区销售。未经出版者书面许可，不得以任何方式复制或发  
行本书的任何部分。

本书封面贴有 Taylor & Francis 公司防伪标签，无标签者不得销售。

# 文化旅游

## 第二版

《文化旅游》一书，依然是弥合文化旅游和文化及遗产管理两大领域之差异的唯一著作。该书第一版阐述了如何在一个管理与营销框架之内将遗产目标和旅游目标整合为一体，从而形成可持续的文化旅游。目前的这一版本则进一步贯彻了这一理念，基于旅游的繁荣必须对其所利用的资源基础取一平衡路径的理解，本书以文化及遗产管理的理论和实践为基础而展开了关于文化旅游的讨论。文化旅游的“伞型路径”是本书的一个特色，它为所有部门实现其最优结果提出了解决方案。

为体现文化旅游领域许多重要的新进展，新版在以下数方面对原书做了彻底修改和更新：

- 增补新的章节，专门论述物质与非物质文化遗产和联合国教科文组织命名的世界遗产；
- 增补材料，论述文化旅游产品的开发，文化旅游市场和消费者行为，特殊体验的策划和供给；
- 全书增添了新的案例研究，这些案例既来自于东南亚、中国、南非和太平洋地区的发展中国家，也来自于像美国、英国、日本、新加坡、澳大利亚和加拿大等发达国家。

本书由旅游和文化遗产管理两个领域的专家撰写，有助于这两个领域的专业人员和学者更好地理解相互之间在实现可持续文化旅游目标过程中所发挥的作用。本书为高品质的、长远的文化旅游产品的开发提供了一幅蓝图。

希拉里·迪克罗 (Hilary du Cros), 加拿大新不伦瑞克大学名誉研究员, 澳大利亚墨尔本莫纳什大学博士。她有在亚太地区从事三十余年学术研究并担任顾问的经历, 形成了关于旅游、遗产及艺术管理的独特视角。她的著作包括与李·乔利夫 (Lee Jolliffe) 合著的《文化与盛事》( *The Arts and Events*, Routledge 2014)、与李煜绍 (Y.S.F Lee) 合著的《中国文化遗产管理》( *Cultural Heritage Management in China*, Routledge 2007)。

鲍勃·麦克彻 (Bob McKercher), 香港理工大学旅游学教授。他有广泛的研究兴趣, 尤其关注特色旅游市场、产品开发和消费者行为的研究。他于澳大利亚墨尔本大学获得博士学位, 于加拿大渥太华的卡尔顿大学获得硕士学位, 于加拿大多伦多的约克大学获得本科学位。在进入学术界之前, 他曾在加拿大旅游业各种不同的经营和推介部门供职。

完全出乎所有人的意料, 可是他们确做到了! 本书的两位作者将一部原本就结构良好、信息丰富、富有见地的力作提升到了一个新高度。迪克罗和麦克彻扩充了新版的《文化旅游》, 使它在内容和涉及范围上更新、更全面。就那些对文化作为一种旅游资源所具有的艰巨性与普遍性抱有兴趣的学者和从业者而言, 这部博学的著作乃是必读的作品。

——达伦·J. 蒂莫西 (Dallen J. Timothy), 美国亚利桑那州立大学社区资源与发展学院教授

致 伊 芙

# 前 言

自 2002 年《文化旅游与文化遗产管理》第一版问世以来，形势已经发生了很大的变化。为充分反映这一变化的潮流，《文化旅游》第二版增添了创意艺术、物质与非物质文化遗产以及世界遗产这些新内容。本书还对文化旅游产品的开发、文化旅游市场和消费者行为、特殊体验的策划和传递等章节进行了扩展。

作者试图将世界各地规模各异的、跨部门的文化资产和旅游吸引物皆囊括在内，不仅是要阐明现有资产的文化多样性，而且也试图阐明出于长远目的而把这些文化资产开发为旅游产品所遇到的一些问题。这里所说的开发，还应包括把文化吸引物和产品与其所在社区更加紧密地联系在一起。尽管这一取向在一些地方已被普遍接受，但在另一些仍以追求短期收益为重要工作事项的地方，则需要大声疾呼。

因此，《文化旅游》第二版强调了文化旅游伙伴关系的建设、战略营销和持续管理的一些关键性问题。本书还为理解文化旅游提供了一个理论上与操作上的整体语境，旨在帮助人们更好地理解这些问题。最后，鉴于文化旅游市场的不断成长，以及未来 12 年或更长时间内可能进行的可持续旅游产品的开发，本书就未来的改进和研究提出了建议。



## 致 谢

从事旅游、遗产与艺术管理的许多专业人士，还有其他一些人，都为本书的出版做出了贡献。他们或介绍自己所处的情景，或提供照片，或提出建议，给予了我们切实的帮助。作者在此特别感谢 Lee Jolliffe, Angie McGowan, Barry Hiern, Chin Ee Ong, Sammie Liu 和 Shelby Harrison, 他们对本书提出的评论极为有益。而泰勒与弗朗西斯集团 (Taylor & Francis) 的 Emma Travis 和 Philippa Mulling, 则是本书作者需要特别提及的。

我们还要向加拿大新不伦瑞克大学、香港理工大学和新加坡国立大学表示感谢，感谢它们在作者撰写本书期间所提供的制度上的支持。

## 缩 写 词

|               |                                                                                                   |                 |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <b>AM</b>     | arts management                                                                                   | 艺术管理            |
| <b>AMO</b>    | Antiquities and Monuments Office                                                                  | 古物古迹办事处（中国香港）   |
| <b>BBC</b>    | British Broadcasting Corporation                                                                  | 英国广播公司          |
| <b>CHM</b>    | cultural heritage management                                                                      | 文化遗产管理          |
| <b>CM</b>     | cultural management                                                                               | 文化管理            |
| <b>DEA</b>    | Department of Environment Australia                                                               | 澳大利亚环境部         |
| <b>DMO</b>    | destination marketing organization                                                                | 目的地营销组织 / 机构    |
| <b>EIA</b>    | environmental impact assessments                                                                  | 环境影响评估          |
| <b>HKIEd</b>  | Hong Kong Institute of Education                                                                  | 香港教育研究所         |
| <b>HUL</b>    | historic urban landscape                                                                          | 历史都市景观          |
| <b>IATF</b>   | Inter-Agency Task Force                                                                           | 机构间工作组          |
| <b>ICCROM</b> | International Centre for the Study of<br>the Preservation and Restoration of<br>Cultural Property | 国际文物保护与修复研究中心   |
| <b>ICH</b>    | intangible cultural heritage                                                                      | 非物质文化遗产         |
| <b>ICOM</b>   | International Council of Museums                                                                  | 国际博物馆协会         |
| <b>ICOMOS</b> | International Council on Monuments<br>and Sites                                                   | 国际古迹遗址理事会       |
| <b>IFACCA</b> | International Federation of Arts<br>Councils and Cultural Agencies                                | 国际艺术理事会与文化机构联合会 |

|               |                                                                                                                       |                           |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| <b>IFT</b>    | Institute for Tourism Studies                                                                                         | 旅游学院（中国澳门）                |
| <b>IGO</b>    | intergovernmental organization                                                                                        | 政府间组织                     |
| <b>IUCN</b>   | International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources (also known as the World Conservation Union) | 国际自然与自然资源保护联盟（也称世界自然保护联盟） |
| <b>IVE</b>    | immersive virtual environment                                                                                         | 沉浸式虚拟环境                   |
| <b>MOS</b>    | Museum of Sydney                                                                                                      | 悉尼博物馆                     |
| <b>NEA</b>    | National Endowment for the Arts                                                                                       | 国家艺术基金会（美国）               |
| <b>NGO</b>    | non-governmental organization                                                                                         | 非政府组织                     |
| <b>NHA</b>    | National Heritage Area                                                                                                | 国际遗产区域（美国）                |
| <b>NOHJF</b>  | New Orleans Heritage and Jazz Festival                                                                                | 新奥尔良遗产与爵士音乐节              |
| <b>SAR</b>    | special administrative region                                                                                         | 特别行政区                     |
| <b>SCA</b>    | sustainable creative advantage                                                                                        | 可持续的创作优势                  |
| <b>UNESCO</b> | United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization                                                      | 联合国教科文组织                  |
| <b>UNTWO</b>  | United Nations World Tourism Organization                                                                             | 联合国世界旅游组织                 |
| <b>WHC</b>    | World Heritage Centre                                                                                                 | 世界遗产中心                    |
| <b>WHC</b>    | World Heritage Committee                                                                                              | 世界遗产委员会                   |
| <b>WHS</b>    | World Heritage site                                                                                                   | 世界遗产地                     |
| <b>WKCD</b>   | West Kowloon Cultural District                                                                                        | 西九文化区（中国香港）               |
| <b>WTTC</b>   | World Travel and Tourism Council                                                                                      | 世界旅行旅游理事会                 |

# 目 录

|           |    |
|-----------|----|
| 前言 .....  | ix |
| 致谢 .....  | x  |
| 缩写词 ..... | xi |

## 第一部分 背景设定

|     |                       |    |
|-----|-----------------------|----|
| 第一章 | 导论：定义文化旅游 .....       | 3  |
|     | 什么是文化旅游？ .....        | 4  |
| 第二章 | 文化旅游可持续发展所面临的挑战 ..... | 17 |
|     | 导言 .....              | 17 |
|     | 可持续性的三重底线 .....       | 19 |
|     | 旅游和文化管理的独立发展 .....    | 21 |
|     | 合作者还是竞争者？ .....       | 23 |
|     | 旅游和文化管理之间的关系 .....    | 24 |
|     | 后果 .....              | 32 |
| 第三章 | 问题、收益、风险与成本 .....     | 34 |
|     | 导言 .....              | 34 |
|     | 社区 .....              | 34 |
|     | 文化旅游与生活品质提升 .....     | 37 |
|     | 文化旅游的成本 .....         | 45 |
|     | 利益最优化与影响最小化？ .....    | 57 |

## 第二部分 文化资产

|     |                       |     |
|-----|-----------------------|-----|
| 第四章 | 文化遗产管理原则和实践 .....     | 61  |
|     | 导言 .....              | 61  |
|     | 文化遗产管理 .....          | 61  |
|     | 管理挑战 .....            | 75  |
|     | 世界遗产 .....            | 76  |
|     | 结论 .....              | 81  |
| 第五章 | 物质文化遗产 .....          | 83  |
|     | 导言 .....              | 83  |
|     | 公约、准则、宪章和宣言 .....     | 83  |
|     | 四阶段规划程序 .....         | 84  |
| 第六章 | 非物质文化遗产和创意艺术 .....    | 102 |
|     | 导言 .....              | 102 |
|     | 公约、准则、宪章和宣言 .....     | 103 |
|     | 守护非物质文化遗产的三阶段方法 ..... | 104 |
|     | 当代文化和创意旅游的出现 .....    | 122 |
|     | 结论 .....              | 126 |

## 第三部分 旅游、旅游者、利益相关者

|     |                                |     |
|-----|--------------------------------|-----|
| 第七章 | 旅游的运作 .....                    | 131 |
|     | 导言 .....                       | 131 |
|     | 旅游的本质 .....                    | 131 |
|     | 结论 .....                       | 149 |
| 第八章 | 文化旅游市场：文化旅游的一种系统分类 .....       | 150 |
|     | 导言 .....                       | 150 |
|     | 文化旅游者 .....                    | 150 |
|     | 细分文化旅游市场 .....                 | 153 |
|     | 文化旅游者的一种系统分类：动机的核心与体验的深度 ..... | 154 |

|     |                       |     |
|-----|-----------------------|-----|
|     | 对文化旅游的作用 .....        | 165 |
|     | 警惕过于完美的数字 .....       | 166 |
| 第九章 | 旅游吸引物系统、标识和守门人 .....  | 169 |
|     | 导言 .....              | 169 |
|     | 旅游吸引物系统 .....         | 169 |
|     | 标识 .....              | 170 |
|     | 守门人和知识经纪人 .....       | 173 |
|     | 众多守门人对旅游信息传达的影响 ..... | 187 |

## 第四部分 产品

|      |                                |     |
|------|--------------------------------|-----|
| 第十章  | 文化旅游产品 .....                   | 193 |
|      | 导言 .....                       | 193 |
|      | 作为旅游产品的文化资产 .....              | 195 |
|      | 作为吸引物的产品 .....                 | 201 |
|      | 陌生与熟悉、环境气泡、产品标准化与商品化的必要性 ..... | 207 |
|      | 结论 .....                       | 211 |
| 第十一章 | 产品潜力评估 .....                   | 213 |
|      | 导言 .....                       | 213 |
|      | 考量更广泛的背景 .....                 | 213 |
|      | 在环境中理解资产 .....                 | 216 |
|      | 资产的具体考量：地方与文化空间 .....          | 218 |
|      | 利益相关者及咨询问题 .....               | 220 |
|      | 人员、技术与金融资源 .....               | 223 |
|      | 结论 .....                       | 224 |
| 第十二章 | 市场吸引力 / 坚固性矩阵——具体资产的审核工具 ..... | 226 |
|      | 导言 .....                       | 226 |
|      | 市场吸引力 / 坚固性矩阵 .....            | 227 |
|      | 审核工具的操作：两步骤程序 .....            | 234 |
|      | 结论：文化遗产与体验管理的先导 .....          | 240 |

## 第五部分 运作

|      |                 |     |
|------|-----------------|-----|
| 第十三章 | 理解成功吸引物之必要因素的框架 | 245 |
|      | 导言              | 245 |
|      | 成功要素            | 245 |
|      | 发展策略            | 250 |
|      | 创造难忘的体验         | 260 |
| 第十四章 | 应用性规划与管理框架      | 266 |
|      | 导言              | 266 |
|      | 规划              | 267 |
|      | 形势分析            | 271 |
|      | 确立使命、愿景与目标      | 272 |
|      | 制订行动计划          | 273 |
|      | 市场营销            | 274 |
|      | 评估与反馈机制         | 278 |
| 第十五章 | 创造体验            | 280 |
|      | 导言              | 280 |
|      | 创造顶级体验的策略       | 280 |
|      | 解释资产的价值         | 289 |
|      | 传达信息的有效方法       | 290 |
| 余论   |                 | 298 |
|      | 需做的改进           | 298 |
|      | 依然存在的挑战         | 299 |
|      | 几点总看法           | 299 |
|      | 一些可能的研究领域       | 300 |
| 术语表  |                 | 301 |
| 参考文献 |                 | 305 |

## 第一部分

# 背景设定



