



21世纪旅游管理学
精品教材

21 SHIJI LUYOU GUANLIXUE JINGPIN JIAOCAI

休闲管理

休闲



XIUXIAN GUANLI



王婉飞/ 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

● 21 世纪旅游管理学精品教材

休闲管理

王婉飞 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

休闲管理 / 王婉飞著. —杭州:浙江大学出版社,
2009.1

21 世纪旅游管理学精品教材

ISBN 978-7-308-06517-7

I. 休… II. 王… III. 旅游经济—经济管理—高等学校—
教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 001965 号

休闲管理

王婉飞 著

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(E-mail: zupress@mail. hz. zj. cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>

<http://www.press.zju.edu.cn>)

电话: 0571—88925592, 88273066(传真)

责任编辑 应伯根

文字编辑 王元新

排 版 杭州求是图文制作有限公司

印 刷 杭州浙大同济教育彩印有限公司

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 15.75

字 数 291 千字

版 印 次 2009 年 2 月第 1 版 2009 年 2 月第 1 次印刷

印 数 0001—3000

书 号 ISBN 978-7-308-06517-7

定 价 28.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

内容提要

本书共分为 10 章,全面地论述了休闲管理理论与实践。第 1 至 5 章为理论篇,主要对休闲管理进行了阐述和梳理,分析了休闲市场的消费行为、城市内外部休闲空间、休闲文化与教育、休闲经济与产业的相关内容。第 6 至 10 章为休闲项目实践篇,主要从城市、乡村、度假、生态和房地产五个视角探讨了不同休闲项目的实践研究,探讨了城市休闲产品的营销推广策略,综述了国内外休闲农业与渔业的发展态势,并作了杭州农家休闲茶室的专题研究,分析了海滨、游轮和温泉三种有代表性的度假形式,介绍了国外国家公园开发管理的经验及对我国国家公园发展的启示,分析了郊野观光这种生态休闲的特点功能和开发的注意事项,最后提出了分时度假和产权酒店是休闲房地产的两种主要经营模式。

前言

随着社会经济快速持续发展,人们生活水平日益提高,闲暇时间从双休日到引入黄金周制,又到形成全年 115 天的休息日,出行旅游、休闲娱乐已然成为人们生活的重要组成部分,“休闲”一词也越来越引起人们的关注。尤其在 2006 年,以“休闲——改变人类生活”的杭州世界休闲博览会隆重召开,引进了先进的休闲理念,倡导了健康的休闲方式,提高了城市的休闲服务水平,丰富了人们的休闲体验,提升了人们的生活品质。休闲逐步走入人们的生活,成为一种生活态度和生活质量的标志。

然而,作为一个城市化水平相对较低的发展中国家,我国开展休闲活动、发展休闲产业仍处于起步阶段,我们更多的是把休闲和旅游结合在一起,而离将休闲作为一种大规模常规性的社会生活方式还有一定的距离。随着中国人口城市化速度的加快,休闲需求将越来越多样化,休闲方式也越来越丰富,这就要求我们对中国的休闲产业有一个正确的认识,对休闲项目与活动的经营管理须加强引导和规范,休闲市场的全方位培育也急需培养适应时代需求的休闲管理方向的人才。

本书就是在这样的背景下写作的。

《休闲管理》由浙江大学旅游研究所副所长、浙江大学管理学院旅游管理系教授、博士生导师王婉飞负责全书的撰写工作。

笔者自 1997 年就开始关注并研究中国休闲与度假旅游市场,尽管当时还处于产业萌芽阶段。自 2001—2007 年,曾多次主办或协办了“休闲国际论坛”,并应邀作为 2008 博鳌国际旅游论坛演讲嘉宾,将自己的研究成果与参会代表多次作了广泛交流,引起国内外学术界和企业界的高度关注和热情参与。学术成果被相关部门采纳,并受邀兼职担任了相关领域政府部门的负责人和企业的顾问,这些部门也成为本研究的实践基地。

笔者作为浙江大学管理学院旅游管理系休闲旅游学科方向带头人,在写作过程中与弟子进行了多次深入细致的研讨,如李凌、单文君、樊玲玲、周丹、彭春萍、王毅菲、苏富高、铃木达宜(日本)等,收集并参阅了大量相关资料。本书凝结了笔者多年来曾主持的国家社科基金、浙江省社科(自然)基金、浙江省科技厅等课题研究

成果的结晶。在完成了本书撰写的同时,逐步形成了“休闲与度假旅游管理”的学术团队,从而为休闲旅游的进一步深入研究奠定了基础。

本书共分为10章,全面地论述了休闲管理理论与实践,在国内尚属开拓性的尝试:第1至5章为理论篇,主要对休闲管理进行了理论阐述与研究。其中第1章为休闲理论与研究,对休闲与游憩、旅游进行了辨析和概念的界定,对国内外休闲理论研究及实践进展进行了梳理和综述,并提出了建立我国休闲理论学科体系的构想。第2章探讨了休闲经济与产业。第3章对休闲消费行为进行了分析,对休闲市场进行细分和目标地位,并以杭州为例,研究了居民休闲生活质量影响因素,提出提升对策。第4章为休闲空间研究,着重分析了城市内部休闲空间和环城游憩空间。第五章论述了休闲文化与教育的相关内容。第6至10章为休闲项目实践篇,主要有城市、乡村、度假、生态和房地产五个视角。其中第6章为城市休闲,列举了有代表性的城市休闲产品,并探讨了城市休闲产品的营销推广策略。第7章为乡村休闲,从休闲农业与休闲渔业两个角度展开,综述了国内外休闲农业与渔业的发展态势,并作了杭州农家休闲茶室的专题研究。第8章为度假休闲,主要分析了海滨、游轮和温泉三种有代表性的度假形式。第9章为生态休闲,一方面介绍了国外国家公园开发管理的经验及对我国国家公园发展的启示;另一方面分析了郊野观光这种生态休闲的特点功能和开发的注意事项。第10章为休闲房地产,提出分时度假和产权酒店是休闲房地产的两种经营模式。

本书撰写过程中,参考了大量文献资料 and 大量国内外著名学者的研究成果,并借鉴了中国台湾地区、日本和欧美国家休闲管理发展的经验,笔者从中得到无数的启迪和帮助。此外,本书的调研和资料收集工作得到了众多管理部门的大力支持和鼎力相助,在此深表谢意!

休闲领域的研究,对中国休闲市场、休闲文化教育、休闲产业经济、城乡休闲及休闲项目管理等方面的发展具有开拓意义。笔者在国内高校首次开设了休闲管理这门研究生课程,并以本书为教材。本书既可以作为国内高校相关专业的专业研究型参考书或教材,同时也对从事休闲管理的业内人士及一般读者具有一定的参考价值。由于资料及研究的局限,本书难免有不妥和疏漏之处,敬请广大读者不吝指正并给予宽谅。

作 者

2008年7月

目 录

第一章 休闲理论与研究	(1)
第一节 休闲与游憩、旅游	(1)
一、休闲的定义	(1)
二、休闲与游憩	(3)
三、休闲与旅游	(4)
第二节 休闲理论研究进展	(5)
一、西方学者的休闲观	(5)
二、我国休闲理论研究的现状及发展趋势	(8)
第二章 休闲经济与产业	(15)
第一节 休闲经济界定	(15)
一、休闲经济的涵义	(15)
二、休闲经济的产业特征	(16)
三、我国休闲经济的问题	(17)
第二节 休闲产业的发展预测	(19)
一、发展休闲产业的意义	(19)
二、休闲产业发展预测	(20)
第三节 休闲产业链的构建	(22)
一、内部整合	(22)
二、外部整合	(23)
第三章 休闲消费行为分析	(26)
第一节 休闲消费理论模型	(26)
第二节 我国城镇居民休闲消费行为特征分析	(29)
一、受休闲时间的软制约	(30)
二、消费需求多元化	(30)
三、以体验性消费为主	(30)
四、趋于个性化	(30)

五、非理性增强	(31)
六、休闲消费国际化	(31)
第三节 休闲市场细分和目标定位	(31)
一、老年休闲市场	(32)
二、女性休闲市场	(35)
三、中年人休闲市场	(42)
四、青少年休闲市场	(43)
第四节 杭州居民休闲生活质量影响因素及提升对策研究	(45)
一、研究背景及目的	(45)
二、生活质量影响因素研究回顾	(45)
三、城市居民休闲生活质量影响因素体系模型的构建	(49)
第四章 休闲空间研究	(57)
第一节 休闲空间概述	(57)
一、休闲空间和城市休闲空间	(57)
二、城市休闲空间的特性	(58)
三、休闲空间分类	(60)
第二节 城市内部休闲空间	(61)
一、城市内部休闲空间分类	(61)
二、城市游憩商业区	(64)
三、RBD 的空间布局结构	(69)
四、长三角 RBD 深度体验研究	(76)
第三节 环城休闲游憩空间	(88)
一、环城休闲游憩空间的内涵	(88)
二、ReBAM 的特征	(89)
三、环城游憩的出游方式和消费结构	(90)
四、ReBAM 的开发模式	(90)
五、环城游憩带发展现状	(91)
六、环城游憩带发展面临的问题	(91)
第五章 休闲文化与教育	(93)
第一节 休闲文化	(93)
一、休闲文化的概念	(93)
二、休闲文化的作用	(95)

三、休闲文化的构建	(97)
第二节 休闲教育	(98)
一、休闲教育概况	(98)
二、国外休闲教育的历程	(99)
三、国内休闲教育的现状	(100)
四、休闲教育规范	(101)
第六章 城市休闲	(103)
第一节 城市休闲产品	(103)
一、体育保健类休闲产品	(103)
二、文化娱乐类休闲产品	(110)
三、教育发展类休闲产品	(112)
四、生活消遣类休闲	(120)
第二节 城市休闲项目营销	(123)
一、城市休闲项目形象策划	(123)
二、城市休闲项目推广	(126)
第七章 乡村休闲	(133)
第一节 休闲农业	(133)
一、休闲农业研究综述	(133)
二、我国休闲农业的发展	(138)
三、休闲农业设计	(145)
四、杭州农家休闲茶室研究	(149)
第二节 休闲渔业	(156)
一、休闲渔业的内涵	(156)
二、国外休闲渔业发展模式	(157)
三、我国的休闲渔业发展	(161)
四、我国休闲渔业发展启示	(165)
第八章 度假休闲	(171)
第一节 海滨休闲度假	(171)
一、海滨度假地的特点	(172)
二、海滨度假者的人口学特征	(173)
第二节 邮轮休闲度假	(175)
一、邮轮的相关概念	(175)

二、邮轮市场产生的原因	(177)
三、发展邮轮产业的条件	(178)
第三节 温泉度假	(183)
一、日本温泉的定义	(183)
二、中国温泉的定义	(184)
三、温泉度假区的定义和特征	(186)
第九章 生态休闲	(188)
第一节 国家公园	(188)
一、国家公园的概念	(188)
二、国家公园的起源	(189)
三、国外国家公园的管理	(190)
四、国家公园的开发问题	(191)
五、国家公园的发展经验	(192)
六、国家公园发展的趋势	(194)
七、国外国家公园建设对中国国家公园建设的借鉴意义	(195)
第二节 郊野观光	(199)
一、郊野观光旅游条件	(200)
二、郊野观光旅游的特点与功能	(201)
三、郊野旅游开发方式	(202)
四、郊野旅游度假开发中应处理的几个问题	(203)
第十章 休闲房地产	(208)
第一节 休闲房地产的界定	(208)
一、旅游房地产	(208)
二、休闲房地产	(209)
第二节 休闲房地产现状及发展前景	(211)
一、休闲房地产的现状	(211)
二、休闲房地产的发展前景	(211)
第三节 休闲房地产的经营模式	(214)
一、分时度假	(214)
二、产权酒店	(218)
参考文献	(225)

第一章

休闲理论与研究

第一节 休闲与游憩、旅游

一、休闲的定义

《说文解字》中将“休”解释为“人倚木而休”，“闲”通“娴”，即“女在家里为娴”。从无休止的生产劳作中解脱出来，做自己喜爱的事，独立于自然和他人的束缚，这是个体对生活的追求之一。休闲是人类社会进步的指示器，反映了一个国家经济发展水平和社会文明程度的高低。随着人们收入的不断增加和闲暇时间的持续增多，休闲在人们的生活中占据越来越重要的地位。但对“休闲”一词的理解，存在着较大的局限性，把休闲等同于旅游、游憩、闲暇等早已司空见惯。在此，我们把国内外学者对“休闲”一词的理解加以归类评述，以便我们对休闲进行更为深入的研究。

(一)从时间的角度定义休闲

基斯特和弗瓦认为：“休闲是人们从劳动和其他工作中解放出来，自由地放松、转换心情，取得成就并促进个人发展的可利用的时间。”May & Petgen 认为：“休闲是生存问题解决以后剩下来的时间。”凯普兰发现，如果把休闲定义为，“自由时间”，则我们的社会中就存在四种不同形态的自由时间：“富有者持久而自愿的闲

暇,失业者临时而无奈的空闲,雇员们定期而自愿的休假和伤残者长期的修养,以及老年人自愿的退休。”由此可以看出,不同的自由时间对于不同的拥有者来说是不同的。王宁把休闲看成是“在工作时间和其他必要时间以外的闲暇时间内进行的自由活动”。楼嘉军指出:“所谓休闲是个人闲暇时间的总称,也是人们对可自由支配时间的一种科学和合理的使用。”^①

由上所述可知,学者们从时间的角度定义的休闲一般是指在日常生活中拥有的闲暇时间,在这段时间内自己可以支配时间去做自己想做的事。所以更为确切地说这是一种时间的利用,是个人在闲暇时间里所从事的各种非工作性活动,是一种社会普遍存在的、正常的人类行为,是一种社会建构和发展人的个性的场所。

(二)从心理体验的角度

休闲心理学家大多将休闲看做是一种心理体验,是一种精神状态,它包含了对获得快乐的自我表达。如格拉齐亚就把休闲视为一种愉悦的感觉,他认为休闲和休闲活动是有区别的,并不是所有的休闲活动都能给人们带来休闲的感觉。其他学者如纽林格(Neulinger)、曼内尔(Mannell)也都认为休闲是一种主观的感觉,是一种以人的闲适、放松、愉悦、发展等为目的的“精神状态”。他们认为,休闲是为了做或体验某种东西而自由选择的一种感知;自己醉心于其中的活动越是与工作无关,目标性越强,那么这样的体验就越有可能被定义为休闲。纽林格甚至希望可以用某种方式来测量休闲,即使这种测量必须是针对个人的感知。

从体验的意义上定义休闲,是将休闲看做是人们发自内心的一种自愿选择,从而揭示了人们选择休闲的心理本质和内心动机。但这一定义存在的缺陷是:由于一项活动是否被定义为休闲在很大程度上取决于参与者个人的体验,同样一项活动,对于一个人来说可能是休闲,而对于另一个人则可能不是。

(三)从生存状态的角度

这类观点主要以亚里士多德及其追随者为代表,他们认为休闲是生存的一种自由状态,是对必然性的摆脱。这一定义无疑是所有休闲定义中最为抽象的。来自哲学领域的休闲学者们认为,休闲与人的本质相联系,它与人的自我价值的实现密切相关,是人在完成社会必要劳动后,为不断满足多方面需要而处于一种文化创造、文化欣赏、文化建构的生命状态。因此,休闲常被用来表述人们从容、宁静的状态,被看成是一种优雅的存在状态。马惠娣认为休闲与闲暇时间是两个不同的概念:“闲暇时间只是计算时间的一种方式,是休闲的物质基础,而休闲则是人的一种

^① 楼嘉军. 休闲初探. 桂林旅游高等专科学校学报, 2000(2)

存在状态和理想。”^①休闲是一种成为人的过程,是一个人完成个人与社会发展任务的主要存在空间。休闲不仅是寻欢作乐,也是寻找生命的意义。

这类概念更多的是从哲学的意义上对休闲进行定义,考察的主要是休闲的哲学本质,认为自由是人类追求的最终目标,追求自由是人的本性。社会的进步、文明的演化、人类的解放和个性的发展,都是为了追求自由,为了实现由必然王国向自由王国的飞跃,使人真正“成为人”。而人类真正的自由是在闲暇时间里发展的,因而休闲才是生活的本来目的,而不是达到这一目的的手段。

(四)从经济学角度

在早期的经济学理论中,休闲就被看做是一种时间的非生产性消费。持这一观点的经济学家把时间本身看做是一种消费品,因而休闲就是一种以时间为消费对象的消费活动。如欧文(Owen)就认为,休闲可以被看做是一种用于生理、工作和家务劳动以外的自愿性活动的时间消费。事实上,消费者的休闲更重要的是一种物质和服务的消费活动。尤其是在现代社会中,由于工作时间的减少和闲暇时间的增多,人们在工作之余用于恢复体力和脑力的时间已经非常充裕,因而休闲中消遣和休息的成分日益减少,休闲成了一种更积极的自主选择活动。在这样的背景下,与其说休闲是时间的消费,不如说休闲是一种以闲暇时间为载体的对休闲物品和休闲服务的消费活动。

综合以上观点,本文定义“休闲”如下:所谓休闲是个人在工作和其他必要劳动之外的时间里进行的主要以物质和服务消费为主的活动,从而满足闲适、放松、愉悦、发展等身心状态的需要。

二、休闲与游憩

《雅典宪章》中将“工作”、“居住”、“交通”和“游憩(recreation)”列为城市的四项功能。因此,在城市研究、旅游研究领域里,“leisure and recreation”总是被译为“休闲与游憩”。可见,休闲和游憩存在一定的相同之处。

从目的上看,休闲与游憩都是为了使人们得到全面的发展。游憩是含有修养、娱乐、消遣、恢复健康等意义的一种行为,其特征是在自愿、有选择的、没有承担义务的情况下,利用非义务性时间完成的行为。^②而休闲则含有必然性生存的成分,是人们受外在目的、因素的制约而进行的活动。^③

① 马惠娣. 人类文化思想史上的休闲. 自然辩证法研究, 2003(1)

② 楼嘉军. 休闲新论. 上海:立信会计出版社, 2005

③ 毕爱萍. 闲暇的特点、意义与质量分析. 浙江师大学报, 1996(4)

从经济上看,在休闲和游憩过程中不一定存在消费。休闲“以缩短劳动工时为前提,劳动工时的缩短会使劳动时间更紧凑,劳动条件更好,休闲活动更丰富,对劳动产生更有益的影响。因此,休闲是一个国家生产力水平高低的标志,是衡量社会文明的尺度……”^①

从时间上看,休闲活动泛指人们在闲暇时间内根据个人意愿来打发和消磨时间的活动,但休闲不等于游憩。游憩活动可以在闲暇时间内进行,也可以在非闲暇时间内进行。只有在闲暇时间内所进行的游憩活动才是休闲活动,而许多休闲活动也不是游憩活动。

从空间上看,休闲的空间没有严格的规定,室内空间也可以进行休闲活动,如在家看电视。而游憩则是在离开居所一定范围内进行的。城市游憩空间由小到大可划分为:社区游憩空间、城市游憩空间和地区游憩空间^②。

因此,游憩可定义为游憩者自主离开居所一定范围内进行的,以满足人们的休息、消遣、文化需要为主要目的的游憩者的旅行和停留所引起的现象和关系的总和,是人的自主性生存所表现的活动。游憩行为包括旅游行为和单纯意义的精神消费的游玩行为。城市游憩设施配置具有既要为本地市民服务,又要为外来旅游者服务的特点。

三、休闲与旅游

休闲与旅游似乎是一对孪生姐妹,一提起休闲必然会联想到旅游,一说到旅游便会和休闲相挂钩。李仲广也曾写道,旅游从本质上与休闲没有任何区别,旅游是那些发生在异地的休闲。

休闲在社会经济生活中的重要性越来越显现,作为一种社会建制和生活方式,休闲必然会对社会的各个领域发生深刻影响,与之密切相关的旅游业也将面临新的变化和新的任务。

从时间上看,休闲是指“闲暇时间”或“自由时间”,即当工作、生活事务、睡眠和其他基本需求得到满足以后可以自由使用的时间,因此,分布在每一天,不局限于节假日。从活动意义上看,它是指满足个人爱好和兴趣的活动,因此内容极其丰富,不局限于旅游。从经济上看,旅游是在一定的社会经济条件下产生的一种社会经济现象,尽管旅游的首要目标和最终结果都不是经济问题,但是旅游作为第三产业的一种,其收入和支出直接影响政府的财政收入,在旅游过程中,必然存在消费,

① 马惠娣.文化精神之域的休闲理论初探.齐鲁学刊,1998,(3):90-107

② 秦学.城市游憩空间结构系统分析——以宁波市为例.经济地理,2003(2)

而在休闲过程中则不一定存在消费。

旅游,准确地说是游憩活动中的经济活动部分。作为一种产业,其收入和支出直接影响政府的财政收入,因此可以将其界定为有物质消费行为的游憩活动。

小 结

目前,休闲已成为社会文化、社会生活、社会经济的重要组成部分。作为一种文化,健康、积极的休闲成为引导人们自我发展、自我实现的动力和途径;作为一种全新的生活方式,休闲成为人们生活质量和生活方式提高的标志;作为一种产业,休闲将精神产品的生产和销售纳入整个经济活动,使之成为一个整体。^①完善休闲的概念,对于进一步完善我国的休闲学科体系,引导人们积极、健康地休闲具有重要的理论和实践意义。

第二节 休闲理论研究进展

一、西方学者的休闲观

(一)国外休闲研究的历史背景

尽管从亚里士多德最早提出“休闲是科学和哲学诞生的基本条件之一”等思想至今已有 2500 多年的历史,但正如保罗·朗格让先生所说:“就休闲的现代形式、范围、内容来看,它是大工业社会的产物。”^②产业革命极大地推动了生产力的发展,从而使得人们的自由时间增多,可以用于各种发展自我的“非生产性劳动”。随着资本主义经济的发展,人们可自由支配收入普遍提高;人口出生率的降低、家用设备的现代化、女性社会地位的提高等都在一定程度上改变了人们的生活方式。城市的发展,一方面使规模化的休闲服务成为可能;另一方面城市生活的压力和单调也使社会化的休闲消费成为必要。这些构成了休闲研究的最初起因。

20 世纪初,随着经济危机以及两次世界大战的爆发,资本主义的繁荣被打破。西方国家面临着众多的社会经济发展问题,此期间休闲研究并无太大进展。直到 20 世纪五六十年代,休闲问题才重新回到研究者的视野之中。这是因为,一方面,战后重建使得西方国家的经济得以复苏,社会重新恢复繁荣;另一方面,“二战”以后,西方国家普遍推行以“贝弗里奇计划”为蓝图的福利国家模式。社会和经济的

① 赵琳琳. 休闲、游憩、旅游辨析. 中国科技信息, 2007, 20: 169—171

② 保罗·朗格让. 终身教育论. 北京: 华夏出版社, 1989

全面发展极大地促进了人们对休闲的需求,也为更加广泛、多元、深入的休闲研究提供了充分的现实背景。

20世纪80年代中期以来,全球进入和平与发展时期,与此同时,科学技术的飞速发展也对人们的生活方式发生了深刻的影响,这些都为休闲研究的繁荣提供了良好的社会环境。尽管西方学者为“休闲”的定义已争论了几百年,但至今仍没有一个统一的定义,但正如 K. Roberts(1999)在《现代社会中的休闲》一书中所指出的:“休闲已经成为人们日常生活中的重要组成部分,也是人们生活质量的标志……休闲时间、休闲花费、人们对休闲活动的参与比例都在不断增加。人们的财富——物质的、精神的、社会的,都越来越取决于其休闲,休闲兴趣和休闲活动正在成为人们整体生活方式的核心。”

目前全球还没有一个统一的休闲统计体系,但不同国家、不同组织所提供的数据,多少从不同侧面反映了休闲在现代社会生活中的重要地位。根据美国休闲学会发布的休闲白皮书(White Paper of Leisure)中所引用的一组数据,1990年美国用于娱乐性商品和服务方面的总支出为2800亿美元,加上用于休闲的住房、服装、餐饮和教育的开支,休闲花销总额超过10000亿美元,大约占全部消费支出的1/3。也就是说,美国人将1/3的时间、1/3的土地、1/3的劳动力和1/3的资本用于休闲。因此,休闲实际上已经成为了美国经济的核心。^① 20世纪90年代中期,休闲业已成为西班牙经济的第四大产业,其收入占国内生产总值的4.5%。根据英国国家统计局提供的数据,2001年英国人全年花费在旅游和休闲上的开支为642亿英镑,就业人数为350万,各类休闲企业达22.3万家。^② 据韩国休闲产业研究院估计,2000年韩国人休闲服务消费达169亿美元,比1990年增长了4倍。2003年休闲市场可能相当于韩国GDP的2.5%,除餐饮、博彩、酒水消费外,年人均休闲消费占家庭支出的5.2%。^③ 显然,休闲已从凡勃伦所说的一个阶级名称发展为一个重要的消费门类,从人类社会发展的未来预测变成了现实经济社会中越来越重要的一个特征。在此背景下,休闲研究的重要性越发突出,休闲研究的视角也更加多元。

(二)国外休闲研究的进展

作为学科的条件之一就是要要有专业的组织从事有关的研究工作(谢彦君,2003)。总的来说,目前国外,尤其是发达国家,已经建立了包括休闲哲学、休闲社

① <http://www.als.org>.

② A J Veal (2002), Leisure and Tourism Policy and Planning (Second Edition), CABI, Publishing

③ Chon-bum Seo, Leisure Industry in the 2000s, 1997, KiaEconomic Research Institute

会学、休闲行为学、休闲经济学、休闲心理学、休闲美学、休闲政治、休闲运动、休闲宗教学、休闲人类学等在内的完善的休闲学科体系。同时,建立了许多组织机构,主要有如下一些。

1. 世界休闲组织

创建于1952年,是一个全球性的非政府协会,旨在推动休闲发展,将休闲作为人类发展、进步和幸福的一个推动力。

2. 世界休闲和娱乐协会

是一个世界性的非政府组织,是联合国的咨询机构。该协会致力于为提高个人及其社区的生活质量而提供追求休闲和自由时间体验的条件。

3. 世界休闲组织教育特别委员会

成立于1982年,其总目标就是要在全世界促进并激励培训与发现休闲领导人,通过国际交流与合作制订休闲教育项目与策略。

4. 欧洲旅游和休闲教育协会

成立于1991年,其宗旨在于开展各种跨国性的旅游和休闲教育活动。它提供了一个促进教育人员和学生之间交流、跨国性研究的平台。

5. 美国休闲研究院,

是一个美国休闲和娱乐协会,它致力于通过促进创造性的、有意义的休闲和娱乐项目来提高美国人的生活质量。

6. 加拿大休闲研究协会

是由那些对娱乐和休闲研究、休闲服务感兴趣的加拿大人和世界学者,以及业界人士所组成的一个非正式组织,每三年召开一次加拿大休闲研究大会。

这些机构有的主要从事休闲相关研究、培训和教育,有的则以服务业界、促进行业内交流为主旨;有的属全球性的国际机构,有的则立足本国。

西方一些国家进行学校休闲教育也取得了一定的效果。例如,在英美,很多大学都设有休闲专业、休闲系,甚至休闲学院。比较有影响的包括谢菲尔德大学、伦敦大学、明尼苏达州大学、北卡罗来纳州大学、佛罗里达大学、旧金山州立大学、印地安那州大学、纽约大学等。这些院校均设有休闲或相关专业,部分学校还有相应的硕士和博士学位授予权。

除此之外,作为休闲研究的交流平台和宣传阵地,20世纪六七十年代以来,尤其是80年代后期,国外出版了众多以休闲为主要内容的学术类刊物(见表1-1)。