

成行

Go traveling

李罕梁 罗曾◎著

行走突破脚步边界 阅读突破认知边界
目视前方 路在脚下 但求归处是心安
ONCE STARTED, NEVER WILL STOP

一次旅行对人的改变是潜移默化的。在出行前中后的一整个过程中，我们看到的、做到的、经历的看似会很快遗忘的微不足道的小事，却会不依不饶地在我们心中留下暗影；经年过后猛然能想起那些或哭或笑或兴奋或惊悚的经历，是有着新奇体验的异地生活。曾经带着伤痛出行却悄无声息地被治愈，或者曾经兴高采烈却黯然而归，不管这一次自我放逐是呼朋唤友还是孤身一人，我们总会在哪天能发现，在这段完整的旅游过程里，有什么东西被悄悄地改变了。因由“出行前”和“出行中”阶段那些旅行经历的持续作用，“出行后”这一旅游阶段被拉到了无限长，它是一次出游过程物理层面上的结束，却是个体新生活心理层面上的开始。

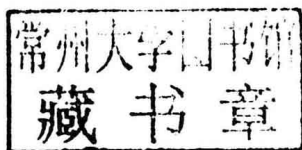


ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

成行

Go traveling

李罕梁 罗曾◎著



图书在版编目(CIP)数据

成行 / 李罕梁, 罗曾著. — 杭州: 浙江大学出版社, 2017. 12
ISBN 978-7-308-17541-8

I. ①成… II. ①李… ②罗… III. ①旅游—研究
IV. ①F590

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第256615号

成 行

李罕梁 罗 曾 著

责任编辑 葛 娟

责任校对 李 晨

封面设计 林智广告

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路148号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州林智广告有限公司

印 刷 浙江省邮电印刷股份有限公司

开 本 889mm×1194mm 1/24

印 张 17.75

字 数 263千

版 印 次 2017年12月第1版 2017年12月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-17541-8

定 价 55.00元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

序 一

记得是三个月前的八月份，罕梁博士通过微信给我发来一个书稿，并邀我写几句话作序。我说要先拜读一下书稿看看是不是能够读得懂再定是否接受这个光荣的任务。

但是这个学期又是异常的诸事忙乱，星期四一整天的北大本科生及研究生授课及旅研中心研究生周会，然后是全国各地的政府培训与各个大学的学术会议，同时还要担任国际旅游学会秘书处的日常管理工作以及世界各国旅游学者来访北大的接待工作，主编一种《旅游规划与设计》期刊，协调规模与影响力越来越大的中国古村镇大会，主编深圳海天出版社组织出版的“中国传统村落丛书”第一辑“中华文化区里的传统村落系列”15本，同时还要完成商务印书馆和中国旅游出版社交办的“世界著名游记丛书”第三辑“明清外国人游中国”十多种游记作品的遴选、通读与导读撰写工作……当然，还要适当赚钱养家糊

口。这么一来，就把拜读《成行》一书的任务暂放一边了。

十一月中下旬之交，就在忙完了第三届中国古村镇大会之前后，罕梁博士数次致询检查我的工作，也算是巧合吧，正好前一阵连续去南非、广州出差，犯了咳嗽的毛病，本来想抗一抗就好了，谁知竟然咳嗽到影响出境（短期内不宜面对公众演讲啦），正好躲在家里读《成行》一书。一旦翻开目录，就被该书的视角、领域、解释的方法、讲述的幽默、论证的严谨所吸引：一口气花了两天基本上通读了一遍。如果大家没有时间再往下读我的序言，我就一句话给你推荐：赶紧去网购一本来阅读或收藏。

近年来，旅游学界颇有一些文艺呈现欲的作者推出了他们在严谨但显得枯燥的日常论著之外的新型作品，或者干脆在旅游研究之外还耕作了他们的自留地，绘画摄影、吟诗作对、随笔散文，不一而足，并且有些作者还将其正式出版，令我这个打从小就喜欢做文学家梦的不文不理、亦文亦理的旅游地理工作者垂涎欲滴。记得中山大学的保继刚教授连续出了两本旅游摄影集，还和他夫人戴凡珠联璧合地配上了中英文双语的解说文字（戴凡文，保继刚摄影：《美加十万里行记》，商务印书馆1998年版；保继刚著/摄影：《走过三大洲》，广东旅游出版社2004年版）。原来在东北呆了半辈子最近跑到海南做国际旅游岛研究顺带避避寒的旅游体验大师谢彦君，在中国旅游出版社出版了销量很大的《基础旅游学》，估计是夹带私货搭配着出版了他压箱底的私密性的心理感悟和散

文、诗文混合的作品集，而且连续出了两版，可见其多么自得其乐！（哈哈哈哈哈）；听说最近彦君兄又在旅游出版社出了一本随笔集《灵水识潭》，据说连里面的插画都是他自己涂上去的，不过这一次是新的力作不是搭配进去的。（哈哈哈哈哈）（谢彦君：《枯叶集》，中国旅游出版社2008年版；谢彦君：《枯叶集》（第二版），中国旅游出版社2012年版；谢彦君：《灵水识潭》，中国旅游出版社2017年版）。另一位旅游学界更年轻一些的大牛戴斌博士身任官方旅游研究院的院长，平日所受各种约束不可谓不多，但他除了在平时的演讲当中时不时来几句经典诗句和格言并由此展开讲述引人入胜的故事和故事背后的道理，在散文著述方面也是硕果累累而且握得满满的家国情怀（戴斌，语路：《旅游学术随笔集》（一），旅游教育出版社2012年版；戴斌：《天下：旅游学术随笔集》（二），旅游教育出版社2013年版）。还有一位住在南京的东南大学的喻学才教授，按照学科出身来讲他本身就算是文人，对于中国传统山水文学、旅游文化那是他的看家本领。当然，严肃的科学研究著作等身之外。最近他也把躲在南京不知哪个角落、不知是不是真实建筑物的三元草堂（担心他的草堂通不过消防审核，哈哈！）里捣鼓多年的散文出了一部颇具个性的随笔（喻学才：《三元草堂随笔》，中国文联出版社2016年版）。

虽然以上列举的我几位交往很多年月、情谊好多万丈朋友们的非严肃作品都各有千秋，令我心向往之甚至也曾跃跃欲试企图出版一部打油诗加胡说八道

的小书。但是，当我读到《成行》时，仍然认为这是一本目前为止旅游界里最懂散文、散文界里最懂旅游的作品。很多情况下，两位作者选择某个话题时，往往会从很不被我们注意的一个细节入手，但经他们慧眼一瞥，从他们熟稔于心的旅游科学大辞典中信手拈来一个与之相匹配的理论、曲线、模型或者其他类似的解释，就会令读者心领神会、哑然失笑。当然，那些在旅游管理专业读大学、攻读硕士、博士学位的年轻人当年在教室里面面对这些理论、模型、公式推导曾经一头雾水的你们，是不是读到这种作品时就会感觉轻松好多、理解上也顿感容易好多了呢？

是为序。

吴必虎

国际旅游研究院 院士

北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心 主任

2017年11月22日

序 二

那年夏天，当杭城七月的蝉鸣渐次响起的时候，莫干山的气温也越来越高，一个跟往常无异的傍晚，山里的风轻轻抚动着西坡老康家爬满栏杆的爬山虎，我随手带上柴门转身，在夏日傍晚光影的摇曳中，一位身着白色衬衫的少年出现在我的面前。“你好，我叫李罕梁，我来自浙江大学，我们正在做一个关于乡村民宿的研究课题，希望可以和你聊一聊。”这一聊便是五年。

这五年，我们从西坡莫干山的老康家聊到了西坡千岛湖的桔子吧；这五年，我们从本地村民在民宿的打工就业聊到了年轻一代回归乡村的独特现象；这五年我们从共同研究民宿课题的合作伙伴变成了课堂理论与大堂实践结合的搭子。五年来，我胖了不少；那个夏日傍晚小伙子的白衬衫好像也越来越装不下他了。

五年前，李博士说他要写一本书，结果就出现了罗曾姑娘和这本《成行》。

收到白色衬衫装也装不下的少年发来的新书后，我便挑灯夜战，哦，是夜读。毕业已然7年，7年内的绝大多数时间都陷在非标准住宿的这样一个垂直领域，阅读的时间和阅读的量骤减，大概是自以为十几年读书读得还不错，不过几乎逢考必败的原因，曾经一度认为毕业后再也不愿多碰书的我，越来越觉得自己的无知与浅薄，越来越觉得精神世界的贫瘠沙漠需要一场酣畅淋漓的暴雨来浇湿浇透。某种程度上说，我应该感谢《成行》这一盆精神食粮，对，不是一碗，是一盆。这一盆，让我好饱！

作为一个英语专业毕业，实习到现在提笔的时刻都一直在深陷在酒店行业的人，我无时无刻不在寻找一个好的方法和途径去弥补自己专业理论知识的不足，为什么要学习呢？因为我发现我们有文字障碍的本地阿姨都在用拼音记录我们的服务理念；因为我发现来自浙大的“95后”实习生不仅理论基础扎实，还都能顺手抄起吉他填词作曲，很多这样的时刻我都为他们骄傲也为自己捏了把汗，扪心自问一下，到底自己对每天都在做的这个事情认知水平如何？毕竟拼年轻我是拼不过“95后”了。好在读完了《成行》这本书，我底气要强了不少。

在《成行》里，作者从生活方式谈起，以极其幽默的方式介绍了休闲旅游与商务旅游的区别，畅谈了互联网时代背景下的旅游行业大变革；“人生没有白走的路，每一步都算数”，我想是对本书作者最好的注解了吧。作者以自身旅游

经历为线索，详细阐明了他们眼中的亲子旅游、养老旅游、农场旅游、工业旅游、影视旅游，这些有趣的介绍我相信也算没有白白辜负那些为作者去世的当地海鲜山珍，哦，还有那一沓沓厚实的机票。当然，还有那些作者付出了自己很多个“第一次”的旅游骗术也让人回味无穷。什么？你以为就这些？除了故事，就没有专业理论啦？怎么可能！旅游的动机、旅游的安全、旅游与交通、旅游与环境、“非标与标的未来”，我在想，有了这本书，估计以后很少会有人带着伴手礼来向我讨教了。

旅游业变革的时代大幕缓缓地打开了，接下来就请大家“关灯办事，进入正题吧”。

刘 杰

西坡集团总经理

2017年8月31日星期四于西坡千岛湖

前 言

旅游包含“吃、住、行、游、购、娱”六个与生活有关的要素，游客也能够实地进行场景体验，因此旅游现如今几乎是传播生活方式最“活灵活现”的途径了，选择怎样的旅游方式，也在一定程度上代表了某种生活态度。

有趣的是，就算将范围缩小到单个旅游目的地，在这个旅游目的地中寻找同道中人，依然不是一件易事。举个例子，选择入住莫干山同一家网红乡村“洋家乐”，有些人是为了体验乡村休闲度假的生活美学；有些人是为了一睹乡村度假风潮中这家网红“洋家乐”的风采，这个时候研究人们的旅游动机就变得非常有意义了。

人是复杂的，不同的人有不同的动机，而一个个体也不太可能在一件事的选择上只抱有单一动机。我们生活的时代在变，像是绿皮火车沉寂了，高铁轻轨兴起了；像是快捷酒店沉寂了，度假酒店兴起了；我们的年龄在变，社会经

验在增加，收入在增加或减少；等等，这些因素会影响我们对生活中每件事的选择。旅游是“异地生活”，这些选择在异地这样特殊的环境里，又会被进一步放大了。

TCP (Travel Career Pattern, 也可以翻译为旅行生涯模式) 理论是李博士从澳大利亚恩师皮尔斯处引入国内的理论，旨在研究游客在不同人生阶段选择出游的动机变化。本书结合TCP理论，再加上国内外的一些案例，试图解读旅游过程中出现的一系列问题，让游客更好地享受旅游过程，也希望旅游相关行业的从业者能更加准确地把握游客的心理。

本书想做轻松有趣、可读性强的科普，因此设计了一版语言风格非常活泼的目录。目录后的章节阅读索引，是对每章节主要内容的概括。这样活泼+严肃的组合，希望能给阅读本书的读者带来愉快的心情，同时也能增加一些旅游方面的经验。

罗 曾

2017年9月28日 写于千岛湖渡空间

引 子 一个庸俗的噱头与一个严肃的概念界定 / 001

第一章 一个旅游重度瘾者的自我修养 / 011

有“预谋”的夏日迁徙 / 013

互联网+旅游，带节奏的“出行三部曲” / 020

出行前的规划强迫症 / 023

深度体验当地游，我只服菜市场 / 031

是结束也是开始 / 037

世界那么大，无人机替你去旅行 / 040

舌尖上的大智慧 起居间的小贴心 / 043

镜花水月，模糊界限的虚拟与现实 / 048

那些其他暖心的尝试 / 054

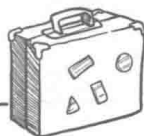
第二章 浪奔，浪流 / 057

站在风口的猪 / 059

陪伴是最长情的告白 / 063

一波未平，一波又起——标与非标的博弈 / 078

标准酒店的“大隐隐于市” / 082



偏染淤泥，野蛮生长	/ 084
耍流氓的长寿四小龙	/ 093
开轩面场圃，把酒话桑麻	/ 103
让科技变得有温度	/ 109
看我七十二变	/ 111
三千往事，妙手回春	/ 118
鞠起一泓明星梦	/ 124
囿于细微，不舍昼夜	/ 130

第三章 “严肃派” 玩家讲旅游 / 137

逃离，为了寻找坚守	/ 141
从“体验”到旅游	/ 149
天下的情难自禁，其实皆有缘由	/ 152
旅途中的心灵暗涌	/ 164
真知灼见的“本土化”引进	/ 182
“阴差阳错”的出游恐惧症	/ 192

第四章 那些有关于行走的博弈 / 199

享受眼花缭乱	/ 203
--------	-------

不远万里，抵不过近在眼前	/ 205
知马力不需路遥	/ 209
床第之间，掩着大心思	/ 218
何以解忧？唯有“踢皮球”	/ 237
千金散尽还复来	/ 244
块儿八毛的初级骗术	/ 246
“玄之又玄”的中级骗术	/ 250
五花八门的杂烩骗术	/ 256
江湖术法，皆有解药	/ 259
万事皆有一度	/ 266
不请自来的祸福相依	/ 279
不服水土服人心	/ 282
突发事件后的众生相	/ 288
乐从险中求	/ 299

第五章 永动机它一直在路上 / 305

人机交互，我们需要会说话的指南针	/ 308
时大时小的世界	/ 316
来自高校的困惑	/ 320



狂欢时候，最难将息 / 326

时大时小，“公道”自在人心 / 333

“聚众”旅游那叫迁徙 / 342

牵一发而动全身 / 348

第六章 是结束也是开始 / 363

个人变化的根源 / 367

出走是一场本能的追逐 / 369

化本能为理性的驱动力 / 373

改变为已亦为人 / 376

回首已是故人 / 387

一路延伸的人际链条 / 401

目视前方，路在脚下 / 407

引子 休闲旅游与商务旅游的概念区分 / 001

第一章 如何适应旅游业的科技变革 / 011

旅游变革中的众生相 / 013

行程规划与互联网旅游产品 / 020

出行前的资讯搜集 / 023

行程中的工具使用 / 031

出行后的感受分享 / 037

无人机与旅游发展 / 040

智慧餐厅与智慧酒店 / 043

虚拟现实概念与旅游发展 / 048

旅游业的其他科技创新 / 054

第二章 旅游业中的热门趋势 / 057

趋势的概念界定 / 059

火爆的亲子游市场 / 063

标准酒店与非标准酒店的博弈 / 078

专业化的标准酒店 / 082

