

尼尔·利珀 著
(NEIL · LEIPER)

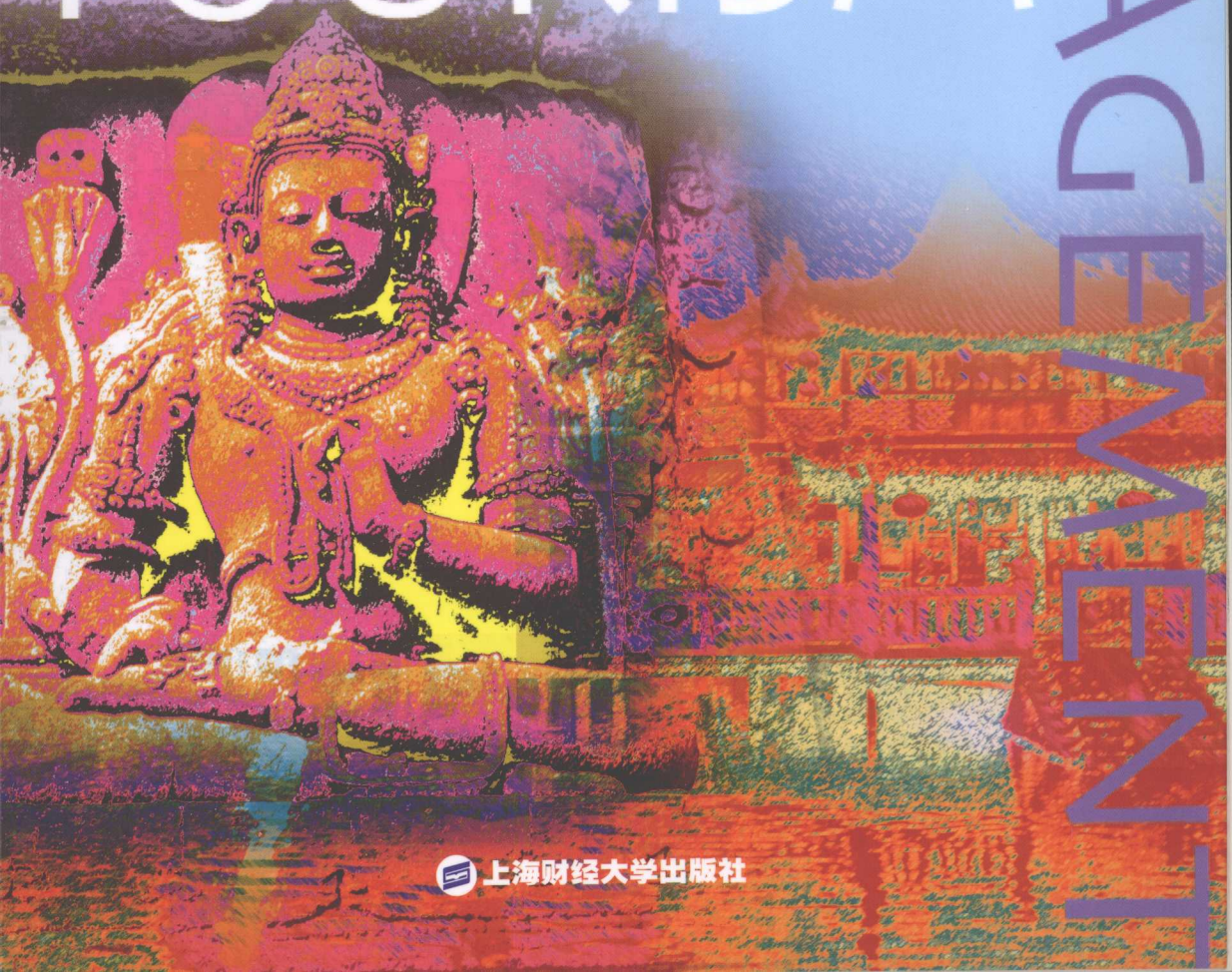
谢昌 翁瑾 陈林生 译

PEARSON
Education

(第三版)

旅游管理 TOURISM

MANAGEMENT



上海财经大学出版社

旅 游 管 理

(第三版)

[澳] 尼尔·利珀 著
(Neil Leiper)

谢 昌
翁 瑾 译
陈林生

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游管理(第三版)/(澳)利珀(Leiper, N.)著;谢昌,翁瑾,陈林生译.

—上海:上海财经大学出版社,2007.12

书名原文:Tourism Management

ISBN 978-7-5642-0040-4/F·0040

I. 旅… II. ①利…②谢…③翁…④陈… III. 旅游经济-经济管理
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 175622 号

- ☐ 策划编辑 张惠俊
- ☐ 特约编辑 肖 晞
- ☐ 责任编辑 袁 敏
张惠俊
- ☐ 封面设计 傅惟本

LÜYOU GUANLI

旅 游 管 理

(第三版)

[澳] 尼尔·利珀 著
(Neil Leiper)

谢 昌

翁 瑾 译

陈林生

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海竟成印务有限公司印刷装订

2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16 24.25 印张 488 千字

印数: 0 001—4 000 定价: 43.00 元

译者序

“江山如此多娇”。

拥有 960 万平方公里的中国,具备了丰富的旅游资源,从平原到高山,从冰峰到沙滩,从古典到现在,从人文到自然,无不向世人展示着我国梦幻的旅游魅力。

作为一种产业,我国的旅游业兴起于 20 世纪 60 年代,虽然起步较晚,但发展迅速,1966 年,我国接待的境外旅游人员只有 4 000 多人,而到 1978 年,则达到 188 万人次,此后每年呈跳跃式的增长。据世界旅游组织(WTO)预测,今后我国的旅游业将以 7%左右的年增长率迅速发展,到 2020 年我国有望成为世界第一大旅游国。

未来 20 年是我国旅游资源开发和旅游经济发展的黄金时期,这既是一次机遇又是一次挑战,在这种背景下,我们翻译了由著名旅游学界大师——尼尔·利珀(Neil Leiper)——所著的《旅游管理》(第三版)(*Tourism Management*)一书,旨在为我国各界与旅游相关或对旅游事业感兴趣的朋友带来世界先进的旅游及其管理知识。

这本《旅游管理》适合大学旅游专业的学生以及其他对旅游业及其管理感兴趣的各类读者。此书早在 1995 年便有了第一版,在其后的十多年中进行了完全的修正和编排,以适应不断发展的新形势,并适合学生对旅游学的入门以及更深层次的学习。

译者翻译的这本书是《旅游管理》的第三版,其英文原版已于 2004 年出版,全书分为两大部分:

第一部分,共九章,是关于旅游的入门介绍知识,包括:旅游的历史,旅游者和旅游的定义,学习旅游的整体系统方法,旅游社会学,旅游心理学,旅游地理学,旅游业的经济与政治学,旅游业中的管理角色,以及旅游业中的商业组织。

第二部分,共七章,主要是对旅游业管理的更深层次的探讨,其主要内容包括:环境与旅游系统的相互作用,从商业角度来考察旅游,以及一些较专业性的研究,如旅游业的边缘地带研究和旅游吸引物的科学分析,全书最后引入了一些关于旅游业管理成功与失败的案例,成功的案例是巴厘岛的内卡(Neka)艺术博物馆,而失败的案例举了三个,分别是关于一家大型胜地宾馆、一家航空公司与一个主题公园;最后一章则介绍了旅游管理中的一些其他问题,并对可持续的旅游业做了一系列的探讨。

我们要努力学习好先进的旅游管理知识,使我国旅游业健康、稳健、快速的发展,不仅让国人为我国壮美的山河而感到自豪,还要让国外朋友了解中国的秀美景色和风土人情,使我国成为国际上“开放、民主、和平”的象征!

译者
2007年11月

序 言

《旅游管理》(第三版)是自 1995 年第一版问世以来,并在第二版(2003 年出版)的基础上经过稍做修改形成的。这三种版本的主要研究方法和大致框架未发生变化。第三版的主要变化是在每一个章节后添加了讨论性问题和推荐读物的书单,以及一些额外的图表。

本书适合的读者是学生以及对旅游和旅游管理工作感兴趣的广大朋友。因此,在本书内容中,有的单元与学位课程相关,是关于旅游管理和工商管理的方面。在这些课程当中,此书能在旅游知识方面作为一本教材,并且也能在商业管理方面作为一本补充材料来学习。

大多数旅游系毕业的学生逐渐向从事管理的职位发展,或者向一些与管理事务相关的专业性职业发展。此书包括了大量的关于管理理论的介绍和练习,列举了旅游中的许多事例。但是,大学课程应该给学生们带来更多东西,而不仅仅是训练并提高其技能。

第一,这些课程应该具有教育意义,它们应该致力于增长学生的知识和提高学生的理解能力,而这些知识和理解力是一系列职业所必需的;同时,它们还应致力于培养学生的求知、自信和自立的态度,以便更好地理解自身的工作如何与外部世界联系起来。我在合适的地方以建议的形式针对每个话题,提出了一些关于旅游及其管理的传统观点,这一点很重要。其中一个原因在于旅游是一个相对较新的领域,而且在旅游研究和旅游教育里面有许多带有争论性的问题。举个例子来说,如果我们过多地关注旅游目的地,将不能正确理解旅游的内涵。为了弥补这一点,我在第三章的旅游的整体系统中,提出了另外一种观点。

第二,从“旅游是产业”这一过于简单的观点中,不可能产生清晰的概念和良好的政策,旅游首先是旅游者的一种行为,因此,最好把它理解为一种部分产业化了的行为。关于这一主题,我们在第七章最后进行介绍,并在第十一章进行深入探讨。

旅游的教育会被一些表述所妨碍,而这些表述大多出现在普通的著作当中,而且,它们易被人们望文生义地理解成一些核心概念,例如“旅游吸引物”。这种隐喻常常导致人们的曲解。我把它称做野性的隐喻(feral metaphors)。这一表述来自斯皮格曼(Jim Spigelman, 2002),他首先在其一篇文章中采用这一表述来揭露引起新南威尔士法院官员迷惑的思想的根源,当时,他在新南威尔士法院

任大法官。他还指出了来自同一根源但在不同专业领域中的一个类似的迷惑。

在一些相关的事宜上,许多关于旅游的文章都来源于两个方面:要么就是宣扬旅游,要么就是批评旅游给社会和自然环境造成损害。我希望这两方面都不会在本书中所看到。此书旨在帮助读者理解旅游,以及相关的环境,而不是宣扬或批评它。

此书由两部分构成。第一部分是旅游及其管理的介绍,共九章。正确理解旅游的现状要求知道其历史,知道过去的事件怎样影响现代的模式,因此,本书以介绍其历史作为第一章。将“旅游者是谁与旅游是什么”作为本书核心的两个问题在第二章中讨论。接着,第三章在整个旅游系统概念的基础上提出了学习旅游的一个系统性的观点。第四章~第七章,分别介绍了旅游的社会、心理、地理、经济和政治的思维方式。

第八章介绍管理。此章提出了两个管理模型[由卡罗尔(Carroll)和奎因(Quinn)设计],并以例子的形式列举出,这些事例来自于若干国家的管理者在旅游业中的角色。第九章提出了四个历史上的案例,从旅游机构入境旅游管理者、胜地宾馆以及待租的假日公寓的角度阐明了其间的管理工作以及商业活动的本质。

第二部分是,对旅游业管理的进一步探讨,从第十章开始,其内容是关于环境,尤其是旅游、旅游业和对环境关于经济、社会和心理的宽泛的定义之间的相互关系。

第十一章讨论的是以旅游服务和商品的供应者为主旋律的商业战略问题。这会引出一个认识旅游业的方法,那就是通过这些为旅游者提供商品或服务的组织来看旅游业。第十二章讨论了在旅游业边缘地带的四个组织案例,在这里旅游不仅仅是管理者所关注的。

旅游吸引物(attractions),这一个重要的但又经常被旅游研究和教育忽视的一个课题,将在第十三章得以关注。在第十四章中,以前章节的一些主题将被整合成一个关于一家机构的案例。这家机构依赖于旅游,并且在商业活动上,以及作为博物馆的遗产和旅游吸引物上都取得了成功。

第十五章包含了对于一些失败案例的讨论。来自旅游业的三个相关案例将被提出并讨论。我们挖掘商业组织为什么或如何因不同的方式而失败的目的是为了更好地理解一些类似的组织机构为什么或者如何能避免失败且幸存下来并取得成功的。换言之,目的就是学习一些“病理学”的知识。这对于投资者、企业家和管理者来说都是很有用的。在其他专业领域,例如医学和工程学,病理学知识的研究使得这些学科受益匪浅,然而无论是在广义上的商业领域中,还是在狭义的旅游中,病理学的研究还没有得到重视。

第十六章讨论了贯穿于旅游管理当中的6个问题。其他作者已经讨论了它们中的3个方面(季节性、能承受的发展和反馈),但是其他一些问题,例如激增的变化、部分产业化和谁实际上管理旅游的问题还没有得到关注。

致 谢

许多在旅游研究和教育方面的个人的活动应得到表彰和赏识,并且也感谢这些年来通过各种方式帮助过我和为本书做出贡献的人。其中大多数人都已在此书第一、第二版当中提及过,在这里就不再列出。我在南克鲁斯大学(Southern Cross University)商业研究部的同事,特别是在旅游和医院管理学院的同事应该得到提名表扬。

还要提到在我班上及研究项目上的学生,我从他们那里学到了许多,这不仅仅是想像上的学习,而是特别在通过阅读他们的论文和指导其研究的课题中的收获。有12个以前的学生通过在此书的参考文献中以作者的方式列出。通过以前对此科目的学习,现在他们都在此学科上有所建树。

同样地,我也要感激、答谢在全世界的许多大学里从事旅游学科并写作研究文章的同事们,以及帮助编辑这些文章的人们。

我还要感谢曾提供给我信息和观点的一系列组织机构中的管理人员和其他雇员。特别地,我要提到此版中帮助过我并提供新的材料的人们,他们是:ID南太平洋旅游服务公司(ID South Pacific)的执行主席比尔·怀特(Bill Wright),从他那里我通过与其在过去二十年的讨论中学到了许多;内卡艺术博物馆的创办人苏特加·内卡(Suteja Neka),在我对内卡艺术博物馆的研究期间,他给予我慷慨的帮助和招待;澳大利亚酒店有限公司(Australian Wine Lodge Ltd)的主席、前澳大利亚胜地公司(Australian Resorts Ltd)的首席执行官吉哦夫·必姆斯(Geoff Beames),他运用其丰富的经验对我的关于与旅游相关的许多问题给以独特性的回答。

我也要感谢大卫·卡宁汉姆(David Cunningham)和他在澳大利亚皮尔森教育公司(Pearson Education Australia)的同事们。大卫在我准备此书的过程中的支持和指导对我起着至关重要的鼓舞作用。

感谢 John Wiley Ltd 对于我们采用摘自《成为一名熟练的经理》(*Becoming a Master Manager*)一书的图表的同意。同时感谢奎因等人 and 贾发雷(Jafri)博士允许我们采用其图表——“A framework for tourism education”,这一图表首次出现在《旅游研究记事》(*Annals of Tourism Research*)上的一篇文章当中。

尼尔·利珀(Neil·Leiper)

目 录

译者序	(1)
序言	(1)
致谢	(1)
图表目录	(1)

第一部分 旅游及其管理导论

第一章 旅游的历史	(3)
第二章 旅游者是谁与旅游是什么?	(26)
第三章 学习旅游:整体系统的方法	(45)
第四章 旅游社会学	(59)
第五章 旅游心理学	(82)
第六章 旅游地理学:旅行日志里的地点	(104)
第七章 旅游业:经济学与政治学	(131)
第八章 管理及其在旅游业中的角色	(150)
第九章 旅游业中的商业组织	(175)

第二部分 对旅游业管理的进一步探讨

第十章 旅游系统中环境的相互作用	(207)
第十一章 旅游业:一个商业管理的视角	(235)
第十二章 边缘居民:在旅游业的边缘地带	(260)
第十三章 旅游吸引物:一种科学的分析	(275)
第十四章 管理一个成功的旅游吸引物:内卡艺术博物馆	(298)

第十五章 旅游业中失败的企业	(313)
第十六章 旅游管理中的问题	(343)
后记	(374)

图表目录

图

3.1	涵盖三个目的地的整体旅游系统布局图	(50)
3.2	一个简单的整体旅游系统及其环境	(51)
3.3	一个旅游学习的系统模型	(51)
3.4	一个关于旅游研究的多种学科模型	(55)
8.1	有管理的组织系统	(153)
8.2	管理工作:八种角色和四种竞争值	(166)
8.3	管理系统:八种角色	(170)
8.4	管理角色的线性模型	(171)
9.1	奥帕尔·叩伍的组织图	(194)
10.1	整体旅游系统的简单生态图	(231)
11.1	部分产业化:根据商业策略和产业合作而直接为旅游者提供商品 和服务的组织的四种位置	(239)
11.2	旅游与经济资源、市场、商务活动和产业	(255)
11.3	工业化的比较:日本和澳大利亚的旅游者	(258)
12.1	部分产业化:根据商业策略和产业合作,某些直接为旅游者提供 商品和服务的组织	(263)
13.1	旅游吸引物的系统	(289)
14.1	参观内卡艺术博物馆月客流量变化趋势	(308)
15.1	丽拉宫泛太平洋度假胜地的景点图	(319)

表

2.1	旅游者含义的三种类型	(29)
3.1	整体旅游系统的五要素	(48)
5.1	旅游者旅行前的心理进程(1~4项)和其他因素	(86)
5.2	需求及其潜在的旅游动机	(95)
7.1	造成旅游业这一概念出现的三个因素	(133)
7.2	关于旅游业的两种概念	(147)
9.1	诺沃特·奥帕尔·叩伍宾馆每日交易报告摘要	(197)

10.1	旅游业的九种经济效应	(209)
10.2	旅游支撑的四种就业类型	(213)
14.1	内卡艺术博物馆 1997~2001 年的年客流量	(307)
14.2	1997~2001 年参观内卡艺术博物馆的旅游者国籍分布	(307)
15.1	14 年来澳大利亚国内航班的历史记录	(327)
15.2	大香蕉主题公园的市场细分预测	(336)
15.3	大香蕉主题公园:可行性分析	(341)

第一部分

旅游及其管理导论



第一章 旅游的历史



导 言

认识了解历史是看清现状的前提,因为事物的现状是由历史决定的。这个原则也适用于对前景的展望,因为现在的行为将在某些方面影响未来。所有经营决策都反映了这一原则。哲学家桑塔亚纳(Santayana, 1962~1906)道出了另一个使得我们关注历史的实质性的理由:忽略历史的人容易再犯同样错误。因此,要学习到现代世界中的旅游管理,必然要求了解其历史背景。

所有人都在自觉不自觉中遵循着这一原则。我们常说“向经验学习”。而实际上尽量避免犯同样的错误,这就是一种向历史经验学习的范例。当然,实际生活中,我们学习历史的程度是非常有限的,因为要试图知道每一个历史事件根本就是浪费时间和精力。俄国有句古老的谚语:“沉溺于历史的人相当于瞎了一只眼,而漠视历史的人无异于瞎了两只眼。”这告诉了我们对待历史最明智的态度。要理解旅游,其中一门必修课就是旅游的历史。

实业家亨利·福特(Henry Ford)说过“历史就是胡言乱语”,这句话或许能够给那些想完全忽视历史的人带来些安慰。实际上福特的原话是“历史或多或少有些胡言乱语”(Ford, 1916),而且“或多或少”这个词很关键。历史不可能是过去的完全影像,历史学家们所记住、解释或者写下来的都只是一种近似。我们在理解历史时要记住这一点。当然,除了以上我们提及的好处,还有我们天生具有的了解历史的本能愿望也是我们关注历史的一个理由。

本章涵盖内容广泛,在介绍旅游历史时,对以前的事件和情形,提出了自己独到的见解。本章的最后一个部分是有关旅游学习的,其也是按照历史顺序揭示旅游学习在近百年内的发展情况。

旅游的历史

很久以前,大多数人是作为游牧者、朝圣者和移居者而旅游的,少数是作为商人、学者及胜地旅游者来旅游的,而以多目的地旅游者的身份来旅游只占了很小一部分。这些以前或早期的旅游形式通过不同的途径对现代旅游模式的形成起到了促进作用,这将在下文详加讨论。

游牧生活

几十万年以来,人们都过着游牧生活,人们没有固定的居住地,所以生活处于

旅行当中。一些作家,例如查特温(Chatwin,1987,1989,1996)认为人类发展史中存在如此之长的游牧生活,其深深地影响了人类的行为,比如现在良好的条件下,旅游使人们本能地感到愉快。尽管一些学者认为这点得不到证实而否定它,但它不能轻易被忽略。

当人们离开常规生活而启程去旅游的时候,其获得的外表上本能的快乐感觉,是由于我们游牧人员的祖先的旅游经历的快乐在我们潜意识中的复苏吗?这是一种远祖遗传的形式,其一些特点的表现便是源自祖先。请参见查特温的《歌之版图》(*Songlines*),并思考这些观点,这本书是由在澳大利亚中部的旅游故事所构成,揭示了土著文化和游牧生活。

贸易和商业上的旅游

商业上旅游的起源要追溯到史前游牧人员的易货贸易。在欧洲,考古发现,在几万年以前,人们作为商人需要走很长的路(Delouche,2001)。在澳大利亚的历史背景中,布莱恩(Blainey,1982)和查特温(Chatwin,1987:56—7)描述了游牧土著人的贸易行为。

几千年前,“丝绸之路”使亚洲和中东的商人得以穿越亚洲。七百年前,第一批访问中国的欧洲人来自意大利。马可·波罗(Marco Polo)是最著名的一个,他的记载旅行的书至今还在出版(Polo,1958)。此后,从15~20世纪,来自葡萄牙、西班牙、荷兰、英国、德国和法国的殖民者开创了与亚洲、非洲、美洲、澳洲和大洋洲的贸易路线。值得关注的是米尔顿(Milton)关于到香料之岛(Spice Island)的早期航行历史与布劳德尔(Braudel)关于贸易角色在文明历史中的讨论。

商业旅行建立了许多后来寻找快乐的旅游者所依照的旅行指南,这一过程可以由“旅游跟随商业”这一表述来概括。19世纪,新加坡和中国香港都是很重要的贸易中心,而在20世纪的后半期,它们都变成了受欢迎的度假集合地。有两个因素可以帮助解释这一结果。第一,商人们回到家中把他们访问的地方告诉了周围的人们,从而诱发其中一些人到这些地方来的动机。第二,开始为商人们提供的交通和住宿等资源可能没有充分利用,这一条件促使航班和酒店的经理们来寻找新的使用者、新的市场,以及一个明显的客户群——来度假的旅游者。

朝 圣

几千年来,参观圣地在不同的历史年代、不同的地方都是旅游的一个原因。朝圣源自杰恩斯(Jaynes,1982)所著的《意识的起源》(*Origins of Consciousness*)中的一章“神,坟墓和图腾”,并在萨姆欣(Sumpton,1975)的《朝圣》(*Pilgrimage*)中得以分析。这一习俗是在人类形成埋葬死者在一些特定地点上的习惯之