

中国旅游景区管理 模式研究

邹统钎 著

南开大学出版社

中国旅游景区管理模式研究

邹统钎 著

南开大学出版社

天津

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游景区管理模式研究 / 邹统钎著. —天津:南开大学出版社, 2006. 8

ISBN 7-310-02463-X

I. 中... II. 邹... III. 旅游点—经济管理—研究—中国 IV. F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 042254 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

河北昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月第 1 次印刷

880×1230 毫米 32 开本 15.375 印张 2 插页 438 千字

定价:27.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

内容提要

本书以资源经济学以及体验经济学理论为基础,把旅游景区划分为遗产型景区与开发型景区,提出了中国旅游景区管理的分类管理模式与标准管理模式。分类管理模式中又分为遗产型管理模式与体验型管理模式,前者适合遗产型景区,后者则适合开发型景区。在标准管理模式中分为绿色、等级与示范管理。提出了中国遗产型景区管理体制改革的“上统下放”说,即国家级以上遗产由国家集中管理,省级以下遗产管理模式相机选择。

本书的主要结论是:

1. 多业共生是中国旅游景区成功的常见模式,如农游合一、林游合一、渔游合一、牧游合一、商游合一模式。多业共生模式的特点是:旅游业与其他行业互为依托,形成完整的共生生态;多种赢利渠道;协同、规模经济与范围经济。

2. 地格是遗产型景区开发的依托,维系与发展地格是旅游管理的核心使命。地格是一个地方长期积累形成的自然与人文本质特征,这种本质特征决定了它的发展倾向与当地人的世界观。地格是地脉与文脉的有机合成。多样性、真实性与完整性是维系地格的三项原则。

3. 对于开发型景区,它的管理目标是以服务为舞台,以商品为道具,以消费者为中心,创造能够使消费者参与、值得消费者回忆的活动。畅爽是游客体验的最高标准。

4. 主张在国家遗产管理委员会统一指导下,采取分级分类管理体制,国家级以上垄断性遗产应该逐步采用中央集权式管理,省级垄断竞争性遗产则采取公有属地化管理与委托企业经营相机选择,而市县级以下的遗产可采用民有民营化管理。

Abstract

Based on resource economics and experience economics, the author proposes that the management patterns of tourist attractions could be classified into two categories: classification-based management and standard-based management. Classification-based management is subdivided into heritage-oriented management and experience-oriented management. Standard-based management is subdivided into ecolabelling, hierarchical and modeling management. The author proposes a way of “upper concentration and lower decentralization” to reform the traditional heritage management system. Through comparison, theoretical analysis and case studies, the book concludes:

1. Symbiosis is a popular scheme, combining tourism with agriculture, forestry, fishery, herding, business, etc. It highlights the following characteristics: to rely on each other and constitute a complete ecosystem; to make profit through different channels; with synergy effect, economies of scale and scope accompanied.

2. The exploration of heritage attractions relies on placeality, whose maintenance and development is the core mission of tourism management. Placeality is the essence of local natural and humane characteristics accumulated upon time, and such essence determines that its development is oriented by local people's world view. Placeality is a combination of geographical context and cultural context. The maintenance of placeality should follow three principles, namely diversity, authenticity and integrity.

3. The management goal of exploration-oriented attractions is to

create activities that involve consumers' participation and are worthy their recollection. This process features service as its stage, commodities as its property and consumers as its key factor. The highest standard of tourist experience is "flow".

4. The author proposes a level—and classification—based management system under the guidance of National Heritage Committee. According to this system, monopolizing heritage above national level should gradually adopt the centralization management model; monopolizing heritage of provincial level should make the nation-owned entities managed by local authorities and entrust their operation to certain enterprises; while those under city/county level could be entitled to and managed by individuals.

旅游大篷车写真

(代序)

在丽江、中甸、德钦、得荣、林芝、墨竹工卡及拉萨考察大香格里拉旅游时,看到藏民转山的情景,想到不少人死在去拉萨朝拜的路上,我深深地体会到,人生就是被一种虚幻的梦想所支撑,没了梦想,生不如死。我们这群旅游研究者就像大篷车队,虽然跋山涉水,给人们送去欢乐的种子,但在不少大学科的学者看来只不过是一群学术流浪者。在这个把恶俗当时尚的世界里,只有自己觉得快乐才有快乐,否则永远没有我们的心灵家园。想到那些倒在朝圣路上的藏民,我又昂起头,哼着嗨嘛呢叭■吽,揣着梦想上路了。

一、学术江湖上的大篷车队

(一)缺乏理论根基导致学术摇摆

旅游学者和旅游从业人员一直宣称旅游业是世界上最大的产业,可是就是得不到人们的公认。旅游学者一直认为旅游业是生产快乐的行业,得到大多数人公认的是:旅游业是侍候人的行业。一群生产快乐的人自己却并不快乐,就像建筑工人永远只能住工棚一样。研究快乐的旅游学者并不快乐,因为大学科的学者马上会轻蔑地哼道:“吃喝玩乐也算是学问?”尽管我们对社会的贡献并不比许多脱离实际的大学科的研究者贡献得小,但没人把我们当回事。我们这些生产快乐的人在与正统学者们交往时并不快乐。

有相当多的院校设立旅游管理专业是为了解决传统的历史学科与地理学科的学生就业与经济创收问题。旅游学科为这些学科的学生提

供了一条前途十分光明的出路，一些历史学家与地理学家也纷纷跻身旅游开发规划，可一到学术上就不给旅游学好脸，批评此学科肤浅。吃我们的饭，骂我们的娘。而在工商管理学院设立旅游管理学科则主要是一种边缘化成长的选择。在全国能够把旅游学科当成重点学科来办的只有少数几所大学。

漂泊并非漂泊者的最初偏好，只是一种求生的本能反应，只不过后来习惯了也就慢慢地成为了一种偏好。流浪者之所以流浪，是因为它没有根，或者说没有属于自己的领地。漂泊者之所以漂泊，是因为它有顽强的生命力与求生欲。

漂泊者就是盲流，漂泊者多骚客，漂泊者心气高。动辄要一统天下，至少也要南北划江而治。尽管漂泊者的座右铭是：“四海为家！”但漂泊者一直在问自己：我的家到底在哪里？

学旅游的原来是拿经济学学位，后来改为管理学学位。屡次成为变革的牺牲品，1998年差点就被大学专业宽口径厚基础给砍了。1999年到2000年左右全国兴起了高校合并与并系改院的热潮，在这次改革中，许多相对独立的旅游系或旅游学院被并入工商管理学院。旅游学科的发展遇到一次重大冲击，也导致了学者的大规模流动。以后申报博士点要以工商管理一级学科申请，给旅游学科的独立生存无疑又是致命的打击。旅游学科总在空间与层次之间犹豫：依附工商管理，上了层却次失去了自由的空间；脱离工商管理，赢得了空间又上不了层次。反正鱼和熊掌不可得兼。

（二）做事业还是做职业

旅游大篷车自然属于混迹江湖，江湖嘛，必然是险恶的。人在江湖，身不由己。从目前旅游理论研究水平来判断，真正热爱旅游学的学者寥寥，大多数是为了混口饭吃，后来才知道这饭还真不好混。

这些年来，旅游规划是旅游学科中最活跃的领域，从而云集了一大批旅游专家，总体来说，以地理学（在区域旅游规划中占优）、历史学、建筑学与园林学（在景点景区规划中占优）背景的学者为主。应该说规划为政府发展旅游业确实提供了许多有益的帮助，也是旅游学科直接服

务社会的最好渠道。传统学科总是看不惯,其实是酸葡萄心理作怪。而且规划的水平确实在很大程度地提高,随着国际化程度的提高,越来越多的外国专家参加了中国的旅游规划。

现在的规划的弊端确实不少,多是要钱规划与政绩规划,因此名气重于内容。规划单位的声誉比规划者更重要。如果我的团队中规划的顾问组是院士团、规划的领导小组是博导团、规划的写作小组是博士团,这样的规划机构竞标无往而不胜。评审会还时不时地请院士参加,院士那可是学术界的原始天尊。每次五年计划的开始就是一次规划的高峰,每次政府换届,又有一次规划高峰。最害怕的是投标失败的专家参加终期评审几乎没有什么好话。而中标单位有意选择专家来评审就必定得到一个“世界一流、国际领先”的评价。开始几个规划没有经验,出于公正与提高学术水平的动因,尤其是出于对自己成果的信心,在聘请专家时让招标单位随意请,结果不甚理想;后来学乖了,评语的用词也反映自己规划水平的直线上升。

学者型官员的大量涌现,使得旅游规划的要求越来越高。许多地方主管旅游的省长、市长、县长、旅游局长理论水平越来越高,学位也越来越高,学士、硕士乃至博士都有,许多还在高校做兼职教授指导研究生,只要他们真用心,肯定业务水平极高。加上熟悉地方情况,只要不客气,真能把我骂个狗血喷头。多次参与规划时,倾听他们的意见就像当年文革期间小学生接受贫下中农再教育一样心服口服加佩服。他们才是这个行业真正的专家,真正的旅游创新来源于实践的第一线。我只不过是把别人的故事讲给别人听再向别人要钱。

从我个人看来,旅游规划太需要想象力了,我发自内心地对那些规划公司感到钦佩。对我来说每个规划几乎都是绞尽脑汁,这种活根本无法长久干下去。一部招标方案不比几篇核心期刊论文轻松,您还只有1/3到1/5的中标机会。真的不是人干的活!近年来,旅游规划公司在这个行业商业化运作非常成功,有名家做顾问,有职业攻关者,有一批一天能够写一部书、不去实地考察也能写得头头是道的枪手,时不时还中西联合一把,找两个洋顾问,有鼻子有眼,总之很有面子。而且采取总规打影响,详规出效益的经营方式,很见效。

可惜最大的悲剧是这么多成功的旅游开发案例,没有哪个是由国内著名旅游学者策划出来的。而他们失败的案例倒听说过不少,为什么?更多的成功来自于企业家与政府官员的头脑,而非学者的策划。明茨伯格早就指出:战略规划最重要的是洞察力,而不是计划。老明的观点是,战略规划不是规划师作出来的,而是在规划师的帮助下由经理作出来的。规划师起一种催化酶的作用。战略规划制定过程应该是把经理从各方面掌握的信息综合成一个关于企业应该追求的大方向的远景。战略制定过程往往是一个学习的过程。战略家要亲自去挖掘思考才能形成战略。在许多情况下,战略规划应该只是一个宽泛的远景,而不是准确描述的计划,以便能更好地适应不断变化的环境。总之,按照老明的说法,一个旅游开发项目的成功不是规划师的功劳,失败也不是规划师的罪过。我国最成功的旅游战略规划家是马志民(华侨城)、黄巧灵(宋城)、秦玉海(焦作)与陈清华(碧峰峡)。

在老一辈旅游学家中,陈传康的脑与郭来喜的腿最让我佩服。我目前希望深化陈先生的文脉理论,将其拓展为地格理论来指导旅游行业的实践。同时希望继承郭来喜先生的令所有学者敬佩的扎实的实地考察精神(2004年宁波之行我对此感悟深刻)。据说郭先生为黔东南作旅游规划时对其资源评价的准确让地方旅游行政领导佩服得五体投地。在遗产旅游方面,徐嵩龄先生的思想一直引导着我,他清晰遗产旅游的改革思路就像如来佛的掌心,我怎么也难以超越,只是在其上细化而已。从1995年赴美国夏威夷大学留学之后,我更多的是研究旅游景区的开发与经营模式,同时在旅游规划中更多地重视赢利机制的研究。我从来就是把旅游规划当作一个纵向研究课题来做的。一个课题,一个理念,一篇文章与一个团队,不管怎样,就凭我清晰的战略思路、简约的管理模式与详尽的说明书,他们要欠我钱必将遭受心灵的折磨。对我来说,旅游研究一半是为了混口饭吃,一半是当作学术来研究。作为一个性情中人,既想欣赏祖国的大好河山,又想悟点旅游产业之道。

(三)江湖规矩:这是一个只有盟主没有侠客的江湖

旅游江湖有没有规矩?这主要取决于摆擂台者。在旅游学术圈,摆

播就是召开各种旅游发展大会。摆播者自然就是盟主。这是一个官本位的社会，谁的地位最高，谁的学问也就最大，旅游学科也是如此。学而优则仕成为了旅游学术的通则。搞学问搞好了就得弄个官当当。高校留人或吸引人都靠官爵。这是一个没有侠客只有盟主的江湖。至今没有一个自己独创的学术概念，更谈不上理论体系，最缺乏的是没有一批能够在山洞里苦心修炼的侠客。旅游学科缺乏孤独求败的寂寞高手，高手必然寂寞，耐得住寂寞才能成为高手。无以伦比者必是不与人比者。真正能够做学问是在担任行政职务之前，一旦从政，大多数只编书作序而不亲自写文章了。在这个我爱垃圾的时代，出名的最好办法是评奖与排名，排名者司马昭之心路人皆知，自己排名必然给自己一个好的名次，而且找几个名人陪绑以显示自己的公平性与可信度。一个学科最可耻的不是弱小，而是不能自强却偏要自封强大。

当代人类为自己创造了第六感觉即秀觉，秀觉灵敏成为当今世界成功的关键因素。秀觉发达者善于发现并表达自己的优点，无论何时何地，想秀就秀。而且善于因地制宜，一切皆可秀。在这个“我秀(Show)故我在”，个个都恨不得用行为艺术、变性、写真乃至裸奔来吸引人们眼球的世界里，修炼者非癫即傻。学者们逐步染上了暴露癖，争夺话语权成为使命与炫耀的资本。啥叫时尚，脱呗。脱口秀成为旅游大讲堂。最常听见的话是：我来说两句。据说现在广东人已经把“Show”由“秀”改译为“骚”啦。本书封笔之时恰好是《超级女声》大赛落幕之日，《超级女声》的火爆，恰恰说明了这个世界对个性暴露的狂热追求。

并非我崇尚西方的治学方式，但至少西方扎实的实证方法可以得出令人信服的结论。我们却以指点江山，寻找治国韬略为己任。其实学者的使命是解释现象，发现规律，也就是悟“道”。就像医生看病，首先必须清楚病理，否则只能是草菅人命。寻找旅游产业的“道”是旅游学者真正的使命。我们没有真正沉下心来悟“道”，因为我们的心不在“道”上。“道”构成学科的基础，没有“道”自然就没有理论，这也是我们学术人生悲剧的根源。

我们只是随意说“道”，没有“悟”的过程。这种“道”就不是“道”，难以站住脚，我们的论文的最大缺陷就是没有扎实的论证过程，观点与结

论根本经不起推敲。就像大篷车的流浪者一样没有安营扎寨,只是一味流浪。

二、体验经济时代应该是旅游学者安营扎寨的时代

总体说来,旅游学科对中国旅游实践的推动作用实实在在的,但最大的缺陷是基础理论的薄弱。没有理论就没有学科地位,就像没有钱的人就没有脾气一样。旅游学科的最大悲哀是没有自己独立的理论体系。国内如此,国外也罢。尽管我们一再强调,服务管理理论来自旅游学,体验理论来自旅游学,旅游产业是最具代表性的体验经济,但就是没有人承认旅游学科的地位。因为它没有独立的概念体系与理论假说。没有理论就像浮萍没有根,旅游学者只有终生漂泊的命运了。

中国的旅游学术研究就像低矮的宽轨,而国际的旅游研究像高深的窄轨。为什么中国的研究总是无法与西方接轨,关键是方法的缺失。西方在研究方法上强调:

1. 小题大做;
2. 假设—检验。

在研究之初必须作详细的文献回顾,然后提炼总结前人的结论凝练成为假设,然后根据假设作问卷调查,采用 SPSS 或 SAS 等进行定量分析,接受或者拒绝某些假设。这种八股文式的研究方法很让我们瞧不起,认为这是用大炮打苍蝇。我们研究的更多是大问题,动辄冠以中国、世界、产业、战略、理论体系、框架之类。而且对解释世界的兴趣远不如对改造世界的兴趣大。对“为什么”的兴趣远不如对“怎样”的兴趣大。

旅游学科缺乏原创性理论这已经是够要命的事了,即使有的那么点理论也不是真正的旅游学者创立的。外来的和尚好念经,这句话在旅游学科也具有适用性。虽然说怪胎是没有生命力的,但杂种往往既聪明又彪悍。目前主宰旅游理论主流的“舞台化的真实(Staged Authenticity)”理论是美国社会学家 MacCannell 在 1973 年的《美国社会学杂志》上首先提出来的。比较有影响的旅游区生命周期理论是由加拿大地理学家 Butler 在 1980 年《加拿大地理学家》杂志上首先提出来的。而体

验经济理论则是由美国战略管理学家 Pine II 与 Gimore 在 1998 年《哈佛商业评论》上系统提出来的。

太多的人希望成为发现大真理的大师。确实在学术研究中,大师总是自己创见性地提出理论,他们只讲故事,很少验证故事的真伪;二流的学者要么去证实检验大师的理论,要么自己提假设自己检验;三流的“学者”往往提出一大堆的假设自己不去检验,别人也不会去检验。大师与庸才之间的差别不是在提不提假设,而是在是否验证假设,谁来验证。我们既需要会讲故事的大师,更需要大量踏踏实实论证大师观点的学者。时代呼唤小题大做的实证研究。

如果再不重视基础理论的研究,旅游学术大厦将永远是烂尾楼。因为我们都想当包工头,没有一个人愿意踏踏实实地测图、奠基、打砖、制瓦、和泥、采木。最后没有办法只好用纸糊个大厦,看起来很美,一遇风吹日晒,马上变成泥土。没有大厦避风雨,则只有继续流浪。

长期的漂泊使得我们感到疲惫,当我们发现融入主流没有希望时,剩下的选择就是:“傍”与卡拉 OK。

不自信的我们偶尔也傍大官、大款或大腕,以获得某某局长的青睐而得意。我们开始给安南、弗朗加利、布什、温总理至少是部长写信。因为同样是个课题,如果是国家部委局办的就冠以省部级以上,不用抽成纳税,而课题来自地方就要上交近 40%。而拉个老外就算是国际化了。所以,我们也想围着老冒(政府领导为冒号)/老总/老外转。以三老为伴是学术身份的象征。官员也好个清静,图个尊重知识的好名声,开始盖有国徽的公章分课题立项啦。挟老冒/老总/老外以自重也成为一种时尚。当然,想傍大官/大款/大腕又不招人待见时只好成为不吃酸葡萄的狐狸。其实其他学科也是如此,凭什么我们做旅游的就得老实巴交地吃糠咽菜?

没有人傍的时候我们就唱卡拉 OK,最爱唱《爱的旅程》与《我的家在哪里》。我们的家究竟在哪里呢?梁山英雄只有在水泊梁山时才是英雄,虽然期待招安,但一旦招安就不再是英雄了。就像旅游学科总是无法融入大学科一样。旅游学似乎只有当它们流浪之时才有生命力。进入主流后再也没有生命力了。综合性大学的商学院的旅游专业几乎千

篇一律地无法逃脱这种命运。旅游学像一粒砂子，独立虽然渺小但意味着存在，一旦丢入大海，就消失啦。分则生，合则死似乎成为了旅游学科的宿命。不是我们不合群，只因我们在群落中总是弱者。改变这一命运的根本是重视基础理论研究。没有那降龙十八掌如何一统天下。体验经济时代应该是旅游与休闲学者的时代。如果体验经济时代的今天，旅游学科还没有安营扎寨的话，这个学科将永远难以安生。只有当旅游学者提出的理论能够成为其他学科的基础的时候，它就可以安身立命了。

三、寻找目的地的流浪者

在漠河这个中国的北极考察时，我深深体会到我多年在旅游研究上找不着北。作为流浪者的典型代表，一生中总有许多阴差阳错，当我的靶心瞄准地上的兔子5秒钟后，砰的一声，兔子依然蹦蹦跳跳地走了，天上的一只大雁应声栽了下来。选择旅游学也是偶然，开始时帮别人做一个旅游规划的最边沿的人力资源规划，后来找工作到了北京第二外国语学院就专门研究旅游。别人戏称我是先湿身后下水。我是一个不得不靠旅游研究作为谋生手段的人，别无选择地进了旅游圈，而且一度希望跳出旅游圈最后又真正爱上旅游学的人。真像包办的美满姻缘。在研究领域上，国内外许多旅游专家朝秦暮楚、喜新不厌旧，旅游开发、酒店管理、会展管理、分时度假、危机管理、无脊椎动物语言学、风水、麻衣相面、巫术等等几乎无所不会，而且胆子贼大，写本教材就敢称自己是某某学科的鼻祖与奠基人。这也许是生活所迫。本人自然也是用心不专，研究跨度有过之而无不及，就学术历程来说，经历了：

地理学(1982—1989)：从本科到研究生我学的都是地理学，在研究方法上却是学到了许多方法，包括：用碳14测年代，植物孢粉与植物年轮确定气候条件与植物生态，微量元素界定地球化学特征，遥感技术估算生态含量，晶体表面特征确定水文气候特征等，应该说研究方法多样而且严谨，但当时最大的体会是这些研究没有什么实用价值。

社会学(1987—1992)：上研究生第二年就对费孝通的社会学理论着了迷，大量学习了社会学思想史、社会学研究方法与现代社会学理

论,一直准备攻读费孝通的博士研究生。还曾发誓不离不弃,要为社会学研究奉献一生。我的社会科学理论功底基本上是在这个阶段奠定的。甚至1996年从夏威夷留学回国后仍然有准备攻读社会学博士学位的打算。我一生中总有那种有心栽花花不开,无心插柳柳成荫的事件发生。后来一不小心考上了管理学博士,对社会学就此说再见啦。

旅游学(1989—):即使在旅游学科内部我也研究了旅游开发与规划、酒店经营战略与旅游目的地开发与管理。目前还少量涉足休闲学,研究俱乐部管理(外国人认为俱乐部在中国是个“人傻钱多”的行业)。看来这辈子可能会在旅游目的地管理、休闲经济与战略管理中打转了。

管理学(1993—):1993年9月到1994年7月参加了在北京大学经济学院举办的教育部高校经济学骨干教师培训班,系统地学习了整整一学年的经济学与管理学的理论,尤其是对经济学与管理学思想史进行了系统的学习。1995年8月到1996年8月到美国夏威夷大学旅游管理学院学习一年,当时学习的课程主要是该校工商管理学院的一般管理学理论。1999年进入南京大学商学院攻读企业管理博士学位。2003年至今在中国人民大学商学院做博士后研究。曾经在复旦大学出版社出版了《战略管理思想史》、《行业选择战略》,前者还再版作为复旦博学精品MBA系列教材。这些年一直以管理(旅游景区管理、俱乐部管理)为主要研究内容。

寻找归宿的我最后终于明白,为什么几年来我活得很累,因为我涉足的领域太多,而且每次到了收获的季节我就离开了。文革后上学的人中我是最早研究旅游开发的人之一,在旅游开发快进入黄金期的时候我突然转向研究酒店管理。多年的漂泊使我认识到,安索夫(Ansoff)的协同(synergy)对于做学问来说也是非常重要的。战线拉得过长使我丧失了许多重要的机会。专深比宽泛更容易赢得成功。

漂泊让我心碎,什么能够医治我心灵的创伤?老丈人说:谁道呢(他总是省略“知”字)?老岳母说:抹点芦荟呗!流浪者无悔,流浪的经历成为我一生最大的财富。恰恰是我广泛涉猎地理学、社会学、旅游学、管理学才使我对旅游现象有自己独特的视角与理解。索尔、马康耐、高夫曼、派恩二世与明茨伯格的思想已经渗透进了我的学术灵魂。

我在研究了战略管理几年之后又回过头来研究旅游目的地管理,确实是有“回马枪”之嫌,或者说是匹吃回头草的劣马。不管别人怎么评说,我只想钻研旅游目的地管理,尤其以研究城市型旅游目的地为中心。从北京开始,首先研究郊区旅游,然后研究城市旅游,接着是都市乡村旅游、京津冀旅游合作。先研究透北京,然后扩展到全国。

把中国旅游发展的成功经验介绍给发展中国家是我今后的长久使命。中国有许多成功的例证,如华侨城、宋城、碧峰峡、成都农家乐、贵州屯堡游、北京民俗游、北京蟹岛循环经济、焦作现象等。这些都需要我去总结,而且近年中国旅游业上的大多数创新来自于旅游开发领域,旅游景区行业也是高利润的行业。

长期的研究发现:共生(Symbiosis)是旅游产业的普遍现象。许多成功的旅游开发源于共生,无论是蟹岛的“农游合一”模式、宋城的“休闲社区”模式,还是影视城的“影游合一”模式都说明了旅游产业的共生性。长期以来,北京一直是国内外旅游者在中国的首选旅游目的地城市,但一场“非典”把北京拉下马。2004年国际入境旅游人数首次落后于上海。我个人预见,“十一五”是北京与上海争夺中国首选旅游目的地城市的决战时期,很可能从2009年之后,上海将迅速成长为中国的首选旅游目的地城市。主要外部因素是2008年后北京旅游的低增长与2010年上海世博会导致的上海高增长,两者的剪刀差很可能使北京丧失首选旅游目的地城市的位置。

上海这些年成功的重要因素在于共生理念:首先是旅游业与其他行业共生,任何大型地标建筑[外滩、新天地(商业)、明珠塔(广电业)与金贸大厦(酒店业)]都作为一个旅游吸引物来建设。其次是区域共生,上海旅游业的成功很大程度上来自于区域旅游合作,通过长三角的区域旅游合作,上海与长三角资源共享、客源共享,迅速提升了上海作为旅游目的地城市的竞争力。对于北京来说只有创新与合作才能重新夺回中国首选旅游目的地城市的位置。

产业链的本土化(Localization of Industrial Chains)是旅游产业深化分工的结果,也是最有效地扩大旅游产业效应的必然方向。对于乡村旅游来说,劳动力与物质供应的本土化以及本地经营者与外来经营者

的共生化是成功的关键。

过去人们对遗产的管理强调要保护资源、环境与文物，而我提出遗产保护的核心是地格。地格(Placeality)是我对索尔的文化景观、地方感(Sense of place)以及陈传康的文脉(Context)概念的改造与深化后提炼的一个概念。虽然这个词以前存在，但我赋予它全新的含义。地格是我最核心的旅游开发理念。我迷信性格决定命运，我也认为地格决定旅游发展的方向。地格是旅游分工的基础。解读地格是旅游开发的前提。地格要通过建筑、节庆、饮食、人物等来展示。地格的可持续即维系地格的多样、真实与完整是旅游开发的中心任务，而地格的变迁应该是传统地格的延伸，是适应时代变迁的结果。旅游体验过程就是认识与感知地格的过程。

四、经历过而超越

长期的学术漂泊，总在坚持与放弃之间选择。探索旅游近二十年，同学相聚，别人总在介绍成功的经验，而我似乎总在总结失败的教训。别人总是把天上飞的天鹅端上了桌子，而我总是把煮熟的鸭子放飞上了天空。对于大多数人来说，“谦虚使人进步”是一句至理名言，可对我来说则是绝对的谬误。数次重大机遇的丧失均因为自己的谦虚、愚忠和妇人之仁。人们夸耀某人出息说“鸡窝里飞出了金凤凰”，而我家也是英雄辈出。照门系论在人文地理学上我是文化地理学鼻祖加州伯克利大学索尔(Sauer)教授的徒孙，他是我的硕士导师周廷儒院士在美读研时的导师。在战略管理学领域我是当代世界管理学大师明茨伯格(Mintzberg)的徒孙，因为他是我的博士后导师徐二明教授在加拿大攻博的导师。“我爷爷那辈也曾经阔过。”按照隔代繁荣理论，我应该做得比我导师还好才对。祖师爷还指望着我能够开宗立派呢。

“树欲静而风不止”是我目前心态的最好描述。我一直都向往到一个著名大学去过“一杯茶、一本书”的清静日子，可惜命运总让我跟忙碌与奔波相伴。我想拒绝快节奏，拒绝社会参与。但是没有深入参与实践，著作自然无法立地，内容自然空洞。过度研究实证或陷于旅游规划工