



21 世纪高等院校旅游专业引进教材系列

Cultural Tourism:

The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management



文化旅游与 文化遗产管理

(加) Bob McKercher 著
(澳) Hilary du Cros

朱路平 译

南开大学出版社

21世纪高等院校旅游专业引进教材系列

文化旅游与文化遗产管理

*Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism
and Cultural Heritage Management*

(加) Bob McKercher

(澳) Hilary du Cros

著

朱路平

译

南开大学出版社

天津

图书在版编目(CIP)数据

文化旅游与文化遗产管理 / (加)麦克切尔(Mckercher, B.), (澳)克罗斯(Cros, H.)著;朱路平译. 天津:南开大学出版社, 2006. 5

(21 世纪高等院校旅游专业引进教材系列)

ISBN 7-310-02526-1

I. 文... II. ①麦... ②克... ③朱... III. 旅游—文化—关系—文化遗产—管理—高等学校—教材
IV. F591

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 005001 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

*

天津市宝坻区第二印刷厂印刷

全国各地新华书店经销

*

2006 年 5 月第 1 版 2006 年 5 月第 1 次印刷

880×1230 毫米 32 开本 9.375 印张 253 千字

定价:18.00 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

出版说明

旅游业作为一种朝阳产业，在世界各国越来越受到重视。中国旅游业虽然起步较晚，但经过二十多年的发展，现已呈现兴旺发达的局面，跻身于世界旅游大国的行列。

旅游业的发展，离不开旅游教育和对旅游市场规律的研究与探索。我们要开创有中国特色的旅游发展道路，既要立足于中国的实际，又要借鉴外国的先进经验。目前，研究国际先进旅游管理理念与模式，“拿来”为我所用，是旅游业对旅游教育和旅游学科建设提出的迫切要求。因此，亟需一批与国内需求契合度高、反映国际旅游最新管理理念和模式的国外旅游教材，服务于我国旅游教学和学科建设。

南开大学出版社是国内出版旅游教材最早的出版单位之一。围绕国家教育部确定的旅游专业主干课程体系，我社历经十余年开发并出版了本科和专科教材以及相配套的教辅用书，经过一段时间的使用，得到了国内院校师生的广泛认可。另外，我社还出版了一批促进国内旅游研究的学术著作，在国内享有较高声誉。为进一步满足国内读者的需求，我们对国内设有旅游专业的二十所高等院校进行了旅游课程及旅游教材市场调查，通过一些专家学者和业内人士的甄选和论证，从 John Wiley & Sons、BH、CABI 等国外著名出版公司引进了一批在国际上处于前沿地位的旅游专业教材和著作。引进后，我们组织国内教学科研一线的专家和学者担纲翻译了这套“21 世纪高等院校旅游专业引进教材系列”。

该套教材涵盖了旅游学科的各个分支，如旅游服务质量管理、城市旅游管理、旅游跨文化行为研究等，以较新的视角系统而全面地反映了国际最新管理理念和模式，并为业界的实际工作提供了有益而又



及时的指导。该套教材具有前瞻性、系统性、指导性强的特点，适合作为旅游专业高年级本科生及硕士、博士研究生的教材，同时也可作为旅游专业教师和业内人士的参考用书。我们热切期望广大读者对这套丛书提出意见和建议。

南开大学出版社

2005年10月



前言

在过去的许多年里，我们在世界各地的旅行中，一直对这样一个事实感到惊讶，即在大多数地方，文化旅游和文化遗产管理都是作为两种平行的活动来经营的，而且两个领域之间的对话极其稀少。即使文化遗产管理界和旅游业在文化与遗产资产的管理、保护和展示方面有着共同的利益，这个事实也依然存在。由于不能使双方携手合作以创造出真正出色的文化旅游产品，这种历史性的隔离导致了文化旅游供给水平低下，运作不利。

这种局面的结果就是，许多地方在采取对社会、环境、伦理负责任的态度以及可持续的方式来对珍贵而又脆弱的资源进行管理的同时，却失去了向公众提供高品质访问体验的机会。有些时候，这种缺失会引发部分（我们强调的是部分）不道德的旅游经营者出于其私利目的剥夺当地的文化和遗产资产，而对资产的东道主社区以及资产的持续性维护却没有真正的回报。同样，部分文化遗产的管理者则对旅游心怀痛恨，他们会尽自己的一切可能去阻碍旅游的发展。在这种情形中，由于访问体验的质量往往大大低于期望值，因而旅游者同样也遭受了损失。最后，当文化遗产资产和东道主不再能够维持某种高品质的旅游体验来满足访问者的期望时，旅游者就去其他地方访问。

尽管在多数情况下，许多文化旅游活动的不良运作都可以归咎于旅游和文化遗产管理部门相互之间缺乏了解，理解幼稚，但是，我们见到太多这样的例子，即好心的文化遗产管理者在承担起那些强加给他们的文化旅游吸引物的管理者和促销者的角色以后，他们在这些不同的角色之间举步维艰；另一方面，我们也看到太多的旅游经营商和营销商，他们对当地的文化和遗产资产表现出令人难以置信的文化不敏感性——大多也仍然是出于无知。我们还看到太多的旅游者表现出了不恰当的方式，同样不是出于恶意，而基本上是由于他们只是按照

旅游业所提供给他们有关行为方式的信号行事，或者是由于根本没有人告诉他们应该如何行动。

为了在文化遗产管理和旅游之间架起跨越鸿沟的桥梁，我们撰写了这部著作。本书的构思，是要让这两个领域的专业人士和学生都能够阅读，并对其自身的专业训练在文化旅游管理中的作用有更好的理解，对由此而引导出其他的专业训练的必要性、益处以及价值有更好的理解。最为重要的是，本书就旅游和文化遗产管理如何可能在一种伙伴关系之中相互合作以实现其共同利益这一问题做了较全面的叙述。

本书在某种更为真实的意义上代表了旅游和文化遗产管理之间的联姻。我们采用了旅游市场营销和文化遗产管理的双重视角，并且容纳了我们在许多文化遗产地所实际观察到的情况以及各种不同的理论。鲍勃·麦克彻博士将他职业生涯的大部分贡献于旅游，他先是旅游的经营者，最近则从事旅游的学术研究。希拉里·迪克罗博士则将她的大部分职业生涯贡献于文化遗产的管理，作为澳大利亚考古与遗产管理咨询一家最重要的公司的所有人，她最近开始从事这方面的学术研究。在过去的 10 年中，我们双方都投入了大量的生活时间去理解对方在这些领域中的独特视角。对我们来说，本书既代表了双方的职业，又代表了双方的副业。

鸣 谢

有很多组织和个人都直接或间接地为本书作出了贡献。首先我们必须感谢中国香港特别行政区政府，尤其是大学教育资助委员会（University Grants Committee）为我们进行一项大规模的长期的香港文化旅游研究提供了资助。其次，我们还要对卫奕信勋爵文物信托机构（Lord Wilson Heritage Trust）表示感谢，感谢他们高瞻远瞩地对香港可持续文化旅游规划的研究给予资助。我们还要感谢澳大利亚墨尔本环境咨询公司文化遗产规划部（Context Proprietary Ltd. Cultural Heritage Planners）的 Chris Johnston 和香港的 Billie Chow So Ming 与 Pamela Ho Sau Ying，他们对本书的初稿进行了评论。我们还想感谢在过去这些年里我们与之进行过正式或非正式交谈的数百位文化遗产管理者、拥有者和旅游吸引物的经营者以及大学教师。最后，我们要感谢 Oscar、Lili、Poppy、Ben 以及 Mimi 的爱和支持。虽然本书的任何成功都必须由很多人来共享，但它的任何缺陷，却仅由我们自己来负责。

作者简介

鲍勃·麦克彻 (Bob McKercher), 博士, 香港理工大学酒店与旅游管理系副教授。自 1990 年以来, 他一直从事于旅游学术研究, 在澳大利亚和中国香港两地工作。在此之前, 他曾在加拿大的旅游业界供职。他的职业经历包括作为加拿大最大的区域自然旅游协会的执行主任而从事政策与咨询工作, 以及在自然旅游行业从事经营活动。

麦克彻博士已经发表了 100 多篇学术论文和研究报告, 题目范围广泛, 包括自然旅游、区域旅游开发、旅游营销、旅游教育等。他从澳大利亚墨尔本大学获得博士学位, 从加拿大渥太华的卡尔顿大学获得硕士学位, 从加拿大多伦多的约克大学获得本科学位。

希拉里·迪克罗 (Hilary du Cros), 博士, 文化遗产分析师与学者, 居住在中国香港。她曾作为遗产顾问在澳大利亚工作了将近 15 年, 并拥有澳大利亚最大的遗产咨询公司之一。

迪克罗博士是国际古迹遗址委员会下属的国际文化旅游科学委员会的成员之一。在 1997 至 1999 年之间, 她出任国际古迹遗址委员会澳大利亚分会的常务委员会成员。2000 年, 她作为社会文化分析师参与国际旅游组织在中国云南省的旅游总体规划工作。目前她作为联合国教科文组织的文化遗产专家之一, 协助该组织工作, 对亚洲地区的旅游项目提出建议。

迪克罗博士从澳大利亚墨尔本的莫纳什大学获得博士学位, 从悉尼大学获得本科学位。在她近 40 种出版物中, 有《何止石头和骨头: 20 世纪后期的澳大利亚考古》(*Much More than Stone and Bone: Australian Archaeology in the Late 20th Century*) 和《考古领域中的妇女: 女权主义的批评》(*Women in Archaeology: A Feminist Critique*) 等等。



专家评论

“《文化旅游与文化遗产管理》一书，弹奏出了一首互助、合作、理解、共赢的和弦曲，这些也正是旅游和遗产管理者要取得文化旅游的成功所必备的素质。本书坦率地指出，遗产管理者不仅需要理解旅游，而且需要把他们所管理的资产通过商品化过程转化为旅游产品。作者要求旅游业的管理者要尊重构成他们所销售的旅游吸引物的文化遗产资产，并且要充分了解与这种旅游产品的长期保持相联系的一系列问题。

最重要的是，本书识别了那些‘在评估文化或遗产资产旅游潜力时必须予以考虑的因素’，并就如何评估旅游与文化遗产管理之间的整合度提出了一种模型。作为一个评估和审核工具，这个模型是非常有价值的，即使读者从来没有真正运用过，它作为对文化旅游管理计划的制定过程中所必须考虑的一些问题的概括，也是极其有用的。该书把文化遗产和旅游管理者所必须了解的不同概念、视角和实际问题集合到一起，因此对旅游和文化遗产双方的管理者而言，都是一本必读的著作。”

Hisashi B. Sugaya

美国注册规划师协会会员

国际古迹遗址委员会前任主席

国际文化旅游科学委员会前任主席

美国旧金山亚太旅行协会基金会前任常务主任

“这本内容丰富的著作向读者介绍了文化旅游的一些非常重要的基本方面。它既对这一重要的旅游领域进行了概念上的审察，又对基本的管理实践进行了仔细的分析。本书将会引起广大旅游管理者的兴



文化旅游与文化遗产管理

趣，也将会是旅游规划和管理专业的本科生与硕士生课程的理想教材。我认为书中关于文化遗产管理的讨论和关于物质与非物质遗产的讨论是特别有益的。关于市场营销、营销组合以及遗产资产的展示与管理的几章内容，对于旅游管理者以及那些关心遗产地的运行的人们来说，将会引起特别的兴趣。

本书对我们在旅游开发的背景之下如何理解遗产的维护作出了非常有意义的贡献。”

Walter Jamieson 博士
泰国曼谷亚洲技术学院
都市环境管理专业教授



目 录

出版说明

前言

鸣谢

作者简介

专家评论

第一章 导论 /1

文化旅游的界定 /3

文化旅游的概念化——主题的切入 /6

关键问题：文化遗产管理与旅游管理的结合 /10

第二章 文化旅游可持续发展所面临的挑战 /13

导言 /13

文化与旅游——合作伙伴还是竞争对手 /13

旅游与文化遗产管理的独立发展 /15

旅游与文化遗产管理之间可能建立的七种关系 /17

后果 /26

出路 /27

第三章 旅游的运作 /29

导言 /29

旅游的本质 /31

吸引物驱动旅游 /35

影响访问量水平的因素 /37

旅游者行为 /41



文化旅游与文化遗产管理

文化旅游 /44

结论 /47

第四章 文化遗产管理 /49

导言 /49

核心概念 /50

文化遗产管理与旅游 /65

旅游的负面影响与正面影响 /66

结论 /69

第五章 物质遗产 /71

导言 /71

由程序驱动的物质文化遗产的保护 /72

物质遗产资产的范围 /73

遗产资产的文化意义 /77

真实性 /79

旅游、真实性和商品化 /82

物质遗产资产的游客可进入性 /86

作为管理程序一个重要成分的咨询 /87

第六章 非物质遗产及其管理 /89

导言 /89

对非物质文化遗产管理的承认 /90

非物质遗产资产——管理和旅游问题 /94

真实性和文化空间 /100

旅游及其对非物质遗产的改变 /102

以文化上适当的与可持续的方式利用资产 /103

在管理优先次序的确定过程中咨询利益相关者 /105



第七章 文化旅游产品——一种区域性视角 /107

导言 /107

产品 /109

采用营销方式从事产品开发的益处 /114

吸引物的层次结构 /116

开发文化旅游吸引物 /118

结论 /121

第八章 商品化、环境气泡与文化旅游产品 /123

导言 /123

消费——陌生与熟悉以及环境气泡 /123

创造文化旅游产品或吸引物 /132

策略 /135

结论 /143

第九章 文化旅游市场：文化旅游的一种系统分类 /145

导言 /145

谁是文化旅游者 /145

文化旅游者的一种系统分类：识别文化旅游者的细微差别 /149

文化旅游者的五种类型 /153

模型的检验：以香港为个案 /157

文化旅游的含义 /160

第十章 守门人 /163

导言 /163

利用文化和遗产资产为目的地打造品牌 /165

守门人在信息传达中的作用 /173

守门人对传递给旅游者的信息的综合影响 /179

第十一章 评估 /183

导言 /183

评估资产旅游潜力 /184

考虑更广泛的背景 /185

在背景中理解资产 /188

资产特有的问题：“地方”和文化空间 /189

利益相关者及其咨询问题 /192

人员、技术和金融资源 /195

结论 /197

第十二章 资产审核与规划 /199

导言 /199

审核模型 /199

审核程序 /204

程序检验——香港 /206

规划 /209

第十三章 市场营销 /215

导言 /215

作为管理工具的市场营销 /216

文化旅游领域市场营销的独有特征 /219

战略性思考 /220

可持续的竞争优势 /223

研究的作用 /224

组合起来——市场营销计划 /226

营销组合 /227

结论 /229



第十四章 遗产资产的展示和管理 /231

导言 /231

旅游的一种益处：旅游收入对保护的再投资 /237

在源头收取的税费 /240

结语 /247

参考文献 /249

译后记 /277



1

导 论

可以说,文化旅游是“新”旅游现象中最为古老的。自从罗马时代以来,人们就出于我们今天称之为文化旅游的原因而出外旅行,只是过去他们从未被视为某种特殊的旅行者群体而已。访问历史遗迹和标志性的文化建筑,参加特殊的节事活动,或者参观博物馆,这些一直都是全部旅游体验的组成部分。的确,所有的旅行都包含着某种文化因素。依其本质而言,旅行的艺术使旅游者离开其故乡文化,暂时置身于一种不同的文化环境之中,无论是临近的一座城市,抑或是半个世界之外的一个村庄。然而,文化旅游则被认为能够给旅游者以及旅游接待社区双方都提供某些更多、更独特的东西。

20 世纪 70 年代后期,文化旅游开始被看作是一个特殊的产品种类。那时,旅游营销者和旅游研究者已经意识到有一部分人是专门为了对某一目的地的文化或遗产获得更深刻的了解而旅行的(Tighe, 1986)。刚开始时,这种旅行被看作是一种专门化的、特殊领域的活动,从事者大多是受过良好教育、较为富裕的一小部分人,他们寻觅某种不同于阳光、沙滩与海水这种被标准化的度假方式。直到 90 年代,当大众旅游市场开始细分时,人们才对文化旅游的实质加以确认:它是一种特色鲜明的、拥有大众市场的活动。根据旅游客源地和目的地的不同,今天约有 35%~75% 的国际旅游者被视为文化旅游者(Richards, 1996c^①; Antolovic, 1999)。如果以这些数据为依据,那么每年有多达 2.4 亿人次的国际旅行都包含了某种文化旅游的因素。今天,文化旅游可

① 本书的随文注体例是:先列作者,后列文献发表年份;如同一作者在当年有不同文献,则在年份后分别以英文小写字母标示;如年份后加冒号,则冒号后的数字为该文献的页码。具体文献篇名详见书后所附参考文献目录。后不再加注——译者注。