

服务经济译丛

主编 江小涓 薛 澜
总校译 许德金

旅游和休闲业
塑造未来

The Tourism and Leisure Industry
Shaping the Future

[奥]克劳斯·韦尔梅尔
克里斯廷·马西斯 主编
宋瑞 马聪玲 蒋艳 译
宋瑞 审校

 Routledge
Taylor & Francis Group

格致出版社  上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游和休闲业:塑造未来/(奥)韦尔梅尔,(奥)
马西斯主编;宋瑞,马聪玲,蒋艳译.—上海:格致出
版社:上海人民出版社,2012

(服务经济译丛)

ISBN 978-7-5432-2188-8

I. ①旅… II. ①韦… ②马… ③宋… ④马… ⑤蒋…
III. ①旅游业发展—研究 IV. ①F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 253623 号

责任编辑 王 静
装帧设计 陈 楠

服务经济译丛

旅游和休闲业

——塑造未来

[奥]克劳斯·韦尔梅尔

克里斯廷·马西斯 主编

宋瑞 马聪玲 蒋艳 译

宋瑞 审校

出 版 世纪出版集团 格致出版社
www.ewen.cc www.hibooks.cn
上海人民出版社
(200001 上海福建中路193号24层)



编辑部热线 021-63914988
市场部热线 021-63914081

发 行 世纪出版集团发行中心
印 刷 苏州望电印刷有限公司
开 本 787×1092 毫米 1/16
印 张 16.5
插 页 4
字 数 257,000
版 次 2012 年 12 月第 1 版
印 次 2012 年 12 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-5432-2188-8/F·593
定 价 43.00 元

服务经济理论的引进借鉴和创新发展

——对“服务经济译丛”的几点说明

“服务经济译丛”即将出版。现将出版宗旨、选书标准和丛书主要内容简介如下。

从经济理论研究的角度观察,“服务”与“商品”的性质有很大差异。服务的定义和测度方法,服务业的劳动分工、规模经济和生产率变化等都有独特性,服务业还广泛涉及一些超经济、非经济的问题。服务业加快发展的含义及其对增长、就业、物价、收入分配和国民福利的影响,比物质产品为主的时期更复杂。理解服务经济,找到适宜的研究思路和分析方法,需要长期理论研究的积累和支撑。

与经济学其他领域相比,我国服务经济理论研究相对滞后。导致这种状况的一个重要原因,是对国外服务经济理论的引入和借鉴不足。发达国家服务业发展较早,已经成为国民经济的主要部门,因而服务经济理论研究也发展较早,相对成熟。翻译一批国外经典文献,是促进我国服务经济理论发展的一项基础性工作。

丛书首批译著共有 15 本书,其中服务经济理论有 6 本,服务行业研究有 6 本,服务全球化研究有 3 本。下面分三个方面,对各本译著的主要内容做一概要介绍,并就理解服务经济特殊性的角度和思路做一些探讨。

一、服务经济理论及相关测度和统计问题

研究服务经济时,最先碰到的困惑往往是服务的独特性质、服务体系的构成和服务业中不同行业的性质差异。服务的本质特点是非物质性,即服务的结果不是有形产品。服务业既包括传统“纯劳务”型的家庭服务、保安服务等,也包括资金、技术高度密集的信息服务和知识含量很高的研发、创意服务等,还包括教育、文化、卫生以及社会管理和政府部门等公共属性很强,市场失灵比较突出的各种服务。不同类型服务业的经济性质很不相同。传统劳务型服务业缺乏规模经济,技术含量低,劳动生产率提高缓慢;而信息服务等现代服务业却具备了技术含量高、规模经济显著、劳动生产率提高快的特征。其中电信网络服务等更具有网络外部性等独特的市场特征。

服务经济的上述特征给理论研究带来不少难题,也导致了一些易误易谬的问题。举几个典型

例子。一是对服务业比重上升的多重含义理解不足。在不少服务业特别是以提供劳务为主的服务业中,劳动生产率上涨缓慢甚至“停滞”,劳动成本的上涨直接传递为服务价格的上涨,此时服务业在国民经济中比重的上升并不是服务量的实质增长,而只是服务价格上升相对较快的结果,这就是所谓的“成本病模型”,已经成为服务经济研究基本出发点之一。但是,国内许多方面包括不少研究者对其理解不足,在主张服务业加快发展的同时,却对“非生产加工环节”在产品价值链中比重上升、服务价格持续较快上涨等现象难以接受。然而,服务业比重上升这种宏观趋势的微观表现,就是产品价值链中服务环节所占比重的上升,不可能只有前者而没有后者。二是对精神和心理需求在服务业发展中的重要性理解不足。在实物经济为主的时期,人们追求食品、服装、汽车、住宅等“物品”,推动了经济发展。而服务经济比重上升,意味着未来的经济增长取决于精神和心理消费在消费总额中比例的上升。如果认为“商品”与“服务”在经济发展中同等重要,就要承认物质和非物质两种消费行为同样重要:爱迪生发明的电灯满足了人们的物质消费需求,任天堂的游戏和迪斯尼的米老鼠满足了人们的娱乐消费需求,然而这种理念远未达成共识。三是服务业的“共性”难以概括,服务业各个行业性质和特点差异大,反映服务业一般特征的普适分析框架不易构造。四是服务业测度和统计困难,服务业统计中存在的缺口和缺陷相对较多。在各国经济统计中,服务经济都是遗漏较多的部门,我国也不例外。

本译丛中主要讨论上述服务经济基本问题的有6本著作。《服务经济思想史——三个世纪的争论》(*Services in Economic Thought: Three Centuries of Debate*)是关于服务业经济理论演进的经典综述。作者对三个世纪以来服务经济思想的发展作了梳理,引述了近百位学者的观点,并对各种理论观点进行比较分析。在结尾部分,作者提出了需要继续研究的问题,今天来看,大部分仍然是服务经济理论研究中最有挑战和最有意义的问题。《服务部门产出的测算》(*Output Measurement in the Service Sectors*)是一本论文集,涉及服务业核算中的根本性、基础性问题。内容包括:使用修正过的数据测算服务部门的产出,服务行业的生产率测算,6个特定服务行业产出的测算等。此外,

还从服务业与制造业的关系、服务业的微观基础、服务业的国际比较以及公共部门四个角度,讨论服务部门的统计测算及其影响。《服务业的增长——成本激增与持久需求之间的悖论》(*The Growth of Service Industries: The Paradox of Exploding Costs and Persistent Demand*)是一本论文集,作者使用多种方法对服务业生产率进行重新测算,探讨服务业成本病是否依然存在、服务业真实产出份额是否下降、服务外包对生产率的影响等问题。建立“成本病模型”的鲍莫尔教授是本书第一章的作者,他根据新的数据,进一步证实了服务业成本病的存在。《服务业——生产率与增长》(*The Service Sector: Productivity and Growth*)也是一本论文集,焦点集中在与服务业增长和生产率有关的问题上,包括生产性服务业在经济增长过程中的作用,服务业对国民经济其他行业生产率的影响,服务业增长与通货膨胀之间的关系,服务业较低的技术变化速度和持续的通货膨胀压力之间的关系等。《生产率——信息技术与美国经济复苏》(*Productivity Information Technology and the American Growth Resurgence*)一书,阐述了自 1995 年以来,信息技术对美国及全球经济体系所带来的影响,追溯美国经济复苏性增长的源头。作者使用数量分析方法,评估 1989—2004 年间信息技术对经济发展的贡献。作者在书中所用的方法,已成为生产力测算的国际标准,这项研究也成为分析信息技术与经济增长之间关系的一个范本。《服务业的生产率、创新与知识——新经济与社会经济方法》(*Productivity, Innovation and Knowledge in Services: New Economic and Socio-Economic Approaches*)是一本论文集,鲍莫尔为此书作序并撰写了其中一章。书中论文聚焦于服务业和整体经济增长的关系,讨论的内容包括服务业增长滞后的真实性问题,生产率概念在服务业中的误用问题等。书中还有若干章研究服务业的创新问题,包括知识性服务业的增长和生产率,知识密集型服务业在创新中的作用等。

二、若干服务行业研究

服务部门行业繁多,不同行业性质差异很大。译丛首批选择了 6 本研究特定行业的著作,重点是国内从经济角度特别是服务业这个角度关注不足的行业,如教育、医疗、体育等行业。这些行业

以往主要被归为“社会事业”领域,对其经济性质重视不够。随着收入水平的提高,愈来愈多的消费者愿意增加教育、文化、卫生等消费支出,使得这些“社会事业”的经济性质明显增强。因此,需要增加经济学的视角,更完整地理解这些行业的多种性质,特别是作为服务产业的性质。这里举两个例子。一是通过市场配置部分资源的必要性。需要看到,由政府提供公共服务并不是真正的免费,而是居民以纳税方式集体付费,以这种方式提供的服务内容,既需要有高度的社会共识,也需要有比较完善的提供网络以保证低收入者也能够平等地分享以保障社会公平正义,例如义务教育、公共卫生和公共文化服务等。而许多非基本公共服务消费需求分布不均匀,愈是中高端消费和新拓展的领域,往往较高收入居民消费较多。例如,城市青年接受高等教育的比例高出农村青年,如果高等教育免费或者财政大幅度补贴,就相当于补贴那些相对高收入家庭的学生。当然,孩子在任何阶段都不应因为家庭贫困而不能接受教育,但解决问题的办法不是所有阶段的教育都免费,而是通过助学体系的建立和完善。二是借鉴经济学分析方法的必要性。例如从前些年某项社会事业投入的平均收益率很高这个现实,就认为今后继续增加投入就会获得同样高的回报率,这种方法在社会事业领域的分析中较常见到,但从经济学的角度看,却是用平均收益率取代边际收益率的不当方法。儿童接受义务教育,提高全面素质,肯定有较高的个人和社会回报,继续接受高中教育和大学教育也可能总体上有正的回报。但是,如果没有跟经济社会发展的趋势有机结合,如果没有能够跟受教育者未来的职业发展需求很好地结合,这种教育服务的投资就有可能回报极低甚至是负回报了。

丛书中有相关行业性研究的几本译著,从经济学的角度出发,权衡不同的利益关切,统筹考虑公共资源和市场资源的合理配置问题。《教育与培训经济学》(*The Economics of Education and Training*)是一本论文集,对教育经济学基本研究方法有新的扩展与延伸,反映了教育经济学的新进展。研究内容包括各类资源对学生的成绩的影响,对不同年龄段学生进行政策干预的效果,哪些因素影响教育的经济和社会回报等。书中还研究了与职业培训相关的问题。《要钱还是要命——给美国医疗体制的一剂强药》(*Your Money or Your Life: Strong Medicine for America's Health*

Care System)一书,介绍了美国医疗体系发展的历史和存在的问题,以及各国医疗体制发展改革中的若干共性问题,讨论的内容涉及如何公平而有效地分配稀缺的医疗资源,如何建立符合本国国情的卫生服务及医疗融资体制,如何在保证国民健康水平的前提下控制快速增长的医疗开销等问题。书的前半部分回顾了美国近一个世纪以来医疗卫生领域的发展成果和存在的缺陷,后半部分通过经济学的视角,为如何解决医疗融资、保险覆盖、支付手段以及成本与质量控制等方面的问题提供了独到的建议。《旅游和休闲业——塑造未来》(*The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future*)是一本论文集。作者认为,面对经济社会新的重大变化,需要研究这些变化对未来休闲行为的影响。文集的主要内容包括:人口统计变化和休闲时间的变化,生活步伐放缓的要求与全球化加快发展之间的冲突,文化性休闲行为,生活方式的变化,信息和通信技术的发展等,以及这些因素对未来休闲和旅游产业的影响。《体育经济学》(*The Business of Sports*)第一卷和第二卷是两本研究体育经济的论文集,涉及的经济视角包括产业组织、团队所有权、投入产出关系、组织价值和市场供求关系、融资和设施建设、市场化及非市场化收益等。前一本文集的内容包括:美国体育产业概况,体育团队盈利能力,大型赛事对举办地区经济社会的影响,职业运动的收益,数字和网络技术的发展对体育转播和内容销售方式等方面影响,大学体育发展等。书中有一章专门分析了中国体育产业的发展状况。后一本文集的内容包括:比赛中的奖金分配问题,体育联盟问题,职业体育中的成本和产出的关系,政府行为和体育活动产生的非市场化收益问题,体育场馆设备的融资问题等。《世界电信经济学》(*World Telecommunications Economics*)是一本关于电信经济学理论和政策问题的概论性著作,可分为电信产业简介、电信经济学理论、管制政策及企业运营四个部分。内容包括:电信业务的供给和需求,电信市场结构及其变化,电信业务运营成本,电信业务价格的确定,电信产业所有权,电信产业的管制政策,电信产业的普遍服务,电信产业经济绩效及服务质量的衡量方法等。

三、服务全球化和服务贸易、服务外包研究

研究服务全球化问题有一些理论特点和现实难点。首先是定义和统计问题。“服务贸易”与

“商品贸易”的含义相差甚远,商品贸易主要的形式是商品的跨境交易,服务贸易却包括服务本身、生产要素、服务提供者或服务消费者中任何一项的跨境移动。服务贸易可分为四种类型:一是过境贸易,即服务产品跨境交易,例如出口影视产品贸易和软件贸易等;二是当地贸易,即服务消费者跨境消费,例如入境旅游、留学生教育等;三是商业存在,即服务供应商跨境提供服务,例如设立外资服务企业;四是自然人过境服务,即服务供应者跨境提供服务,例如从国外聘请教师、医生护士等。由此可见服务贸易定义的宽泛及统计方面的困难。第二,服务外包这种独特贸易形式产生的问题。服务外包影响到国际贸易理论中的一些重要结论,例如贸易双方的距离已经不是贸易流向的决定因素,对贸易区域分布理论产生影响;例如劳动力“虚拟跨境流动”的现象,即不必发生人员跨境流动,却能向境外提供劳务,减弱了距离、文化差异和各国移民政策等因素对劳动力流动限制所产生的影响,而这些影响在传统贸易理论中地位重要。第三,人力资本在服务贸易中的特殊地位。制造业可以以资本和设备为主要载体实现跨国转移,而服务的生产和消费过程都需要人直接参与,人的流动是多种类型服务跨境转移最重要的载体。第四,部分服务业具有社会和政治敏感性。对进入诸如文化、传媒、通信、网络等具有“战略意义”的行业,无论是东道国还是投资方,都要考虑“非经济因素”影响,东道国政府对开放这些行业也相对谨慎,需要权衡利弊,在经济利益和社会成本之间、在开放获益和控制风险之间寻求平衡。

丛书中关于服务全球化方面的译著有3本。《国际服务贸易手册》(*A Handbook of International Trade in Services*)对服务贸易做了全面介绍。前半部分包括服务贸易相关理论问题的概述,《服务与贸易总协定》及其影响,服务贸易的基本原理以及不同形态服务贸易的统计方法等。后半部分是若干服务行业的研究,包括金融服务贸易问题,贸易政策对运输服务的影响和作用,国际电信和信息服务贸易协定的谈判,健康服务和健康政策的制定,电子商务的经济规模和监管问题等。《服务业全球化——理论与实践启示》(*Globalization of Services: Some Implications for Theory and Practice*)是一本论文集,除总论外共分三个部分。第一部分阐述服务业外商投资产生的背景,包括

紧随客户、市场营销发展、服务可交易性等。第二部分阐述服务业全球化的理论基础和服务业国际化竞争力的决定因素,包括地理位置、公司竞争力、声誉、专业服务、创造和传播知识的能力等。第三部分介绍几类服务行业的国际化发展案例,包括航空服务、快递服务、酒店服务等。《21 世纪的外包与离岸外包——一个社会经济学视角》(*Outsourcing and Offshoring in the 21st Century: A Socio-Economic Perspective*)也是一本论文集,分为三个部分。第一部分是离岸外包的理论和实践,包括外包的分类、外包方式选择、外包与降低风险和不确定性、电子商务离岸外包等。第二部分是外包决策和风险控制,包括外包决策的分析、外包对风险投资的影响、开放源代码和软件外包问题等。第三部分是印度、德国、西班牙等国别案例分析。书中还有一章专门分析了大型 IT 外包项目“失败”的案例及应该吸取的教训。

最后对丛书的译校者团队作一点简介。

丛书的主编对这套丛书的翻译出版已经准备了数年,从近百本备选文献中挑选出 20 本著作,因版权等方面的原因,最后选定了 15 本作为译丛首批著作。本书翻译团队的成员大多数是长期研究服务经济问题、具有高级职称的著名学者,分别来自中国社会科学院、清华大学、北京大学、复旦大学、北京师范大学、上海交通大学、中央财经大学、对外经贸大学、人民日报社等机构。总校对许德金教授负责组织了以对外经贸大学教师为主的校对团队。为了体现丛书的性质并确保译著质量,翻译工作开始前,译者和校者团队举行过数次工作会议,商议各种细节,形成了丛书统一的规范要求。每本书都经过了三次校对,译者和校者都有过多次沟通,反复修改。总校对除了制订校对的总体方案,还同时承担了所有译著的三校工作,对每本译著均亲自阅读过目,提出具体的意见与建议。我们共同的愿望是,每本译著都能做到意思准确、用语规范、文字流畅。

清华大学公共管理学院产业发展与环境治理研究中心(CIDEG)为丛书的出版提供了资助,CIDEG 的部分学术委员组成了丛书的编委会,对丛书的选择、翻译和出版工作提供学术指导。上海世纪出版集团陈昕总裁长期以来大力支持学术性著作的出版,对这套丛书的出版予以了积极支持,



提出了做好翻译出版工作的具体要求。上海世纪出版集团旗下的格致出版社负责具体的出版工作,何元龙社长、王炜先生及忻雁翔女士深度参与了这项工作,在译校工作全过程中提出了许多重要建议,各本书的责任编辑耐心细致地编辑每一本书,为丛书的质量把好了最后一关。

衷心感谢所有为丛书的翻译和出版而努力工作的同仁和朋友。

这套丛书还将努力做下去,译介服务经济领域更多的国外经典和前沿文献,推动我国服务经济理论发展和创新,促进服务业加快发展。

江小涓 薛 澜

旅游和休闲是人类古已有之并将始终伴随的社会现象,它既是社会发展的外在表现,也是其演进的内在动力。在更加全球化、城市化、高速化、多元化的未来,人类的旅游和休闲将呈现出怎样的状态?生活在不同文化背景下的人们,曾经如何、还将如何选择他们的旅游和休闲生活?身处于不同竞争环境中的决策者、管理者,曾经如何、还将如何制定他们的发展战略……对于这些问题,本书提供了一个全景式的扫描与解答。作为一本论文集,全书由欧美旅游和休闲研究领域的顶尖学者撰写而成,个别文章从宏大的视野出发,揭示人类社会的未来走向和旅游休闲的相应变化,更多文章则以细致的案例分析来展示不同地域和文化背景中的旅游和休闲消费者行为或经营管理问题。每一篇,都如一扇窗,透过其中,可洞见天地。

此书视野开阔、内容丰富、方法多样,从经济学、管理学、地理学、社会心理学、哲学到信息技术、市场营销,各个学科均有涉及。翻译过程中,三位译者温习、学习了相关领域的术语和知识,牢记并努力达到“信、达、雅”,常常为某个词、某段话的精准表达而再三推敲,但恐怕错误、疏漏还是难以避免。这或许是翻译的遗憾所在,恳请读者指正。

全书共 22 章,宋瑞负责翻译第 1 章至第 4 章、第 11 章至第 14 章以及全书审校工作,马聪玲完成了第 15 章至第 22 章的翻译,第 5 章至第 10 章由蒋艳翻译。尽管翻译过程看似艰辛琐碎,却让我们获得了在历史视域和哲学思辨中徜徉的乐趣,引发了对旅游和休闲本质与趋势,乃至更广泛地,人类社会过往和未来的无限思考。

一本好书的价值恐怕不仅仅在于它能告诉读者一些具体知识和研究方法,更重要的是,可激发对相关问题的延伸思考。作为译者,我们从中受益良多。也愿您开卷有益。

宋 瑞

2012 年 7 月 10 日于美国宾州

举办一个有关休闲未来发展问题的国际会议,在理论和实践方面都有诸多先例。在实践方面,这是长期讨论的一个问题——总体上,休闲的未来是怎样的;特定地,作为休闲产业中最主要的部分,旅游又是怎样的。尽管二战后至今,旅游业增长稳定,直到 20 世纪八九十年代也还保持着持续增长,然而过去五到十年,旅游业增长的环境更加地不稳定起来。

基于可观察到的休闲时间、收入和价格等方面的变化,对休闲和旅游趋势进行探讨,已经不再是明智的做法了。这些因素已经不足以可靠地把握未来的发展方向了。当“老旅游”正慢慢地让位于“新旅游”,旅游和休闲业者突然意识到需要接受新的概念,这些新概念与全球化、快速变化的社会价值观、加速的技术进步、变化的经济市场环境等环境特征更趋一致。21 世纪初,不少休闲和旅游业者被这些环境变化弄得措手不及,其中一些变化,例如人口统计方面的变化,理应较为容易地被预测得到。突然间,出现了新研究的需求,这并不意外,而作为这一需求的体现,全国性和地区性旅游组织正频繁地呼吁对未来旅游趋势做出更透彻、更确切的分析。

对于那些一直服务于有稳定休闲倾向的、保守的、忠诚的、重复购买的顾客的子部门和休闲、旅游企业而言,重新评估旅游业的生产力和市场营销做法,显得尤为紧迫。再加上新的旅游和休闲一代的出现,技术变化和全球化所带来的竞争的加剧,使得这些部门面临开发新产品和市场的压力。因此,很多旅游研讨会以及来自大西洋两岸的专家们都对旅游趋势进行了分析和研究。过去由旅游专家所做的旅游趋势分析的优势在于其规模较大,而且在技术细节上可用来分析特定旅游市场和子部门行为。不过这些分析的不足在于,很多时候可能是忽视了最终推动旅游趋势发展的、更广泛的社会经济、政治和技术力量。

“休闲未来:塑造休闲和旅游业的未来”会议的一个主要目标就是从更广泛的、可观察得到的、可预测的社会变化背景出发,就休闲和旅游发展得出结论,并加以运用。

会议试图涵盖主要的社会变化,同时重点集中于这些变化对未来休闲发展的影响:从人口统计变化(第一部分),到休闲时间的变化以及生活步伐放缓与全球化之间的对抗(第二部分),再到文化



休闲行为(第三部分),生活方式的变化及其在休闲和旅游产品上的反映(第四部分),再到信息和通信技术对未来休闲和旅游行为的影响(第五部分)。

本书对未来休闲行为一些可以预期的主要变化进行了相对较多的讨论,尤其是人口统计变化及与之相关的生活方式类型的变化(第一部分和第五部分),例如老龄化现象以及与健康有关的旅游和休闲市场的增长。另一方面,有关未来休闲时间和工作时间、教育时间、家庭劳务时间之间的相互关系,得到了、也应该得到更多的关注。因为“休闲未来”(leisure futures)是要形成一个双年度的国际会议,这个议题以及其他相关但尚未讨论的议题将在 2004 年下一届会议上加以讨论。

编者衷心感谢所有参与和支持此次会议的人,尤其是旅游研究和教育国际中心(ICRET)与奥地利经济商务部旅游局,资助了此书的出版。

目录

引言 当蚁丘被踩踏之后:生活与休闲的定制化 1

杰弗里·戈德比

第一部分 人口、生命阶段和休闲行为的变化 15

1 休闲未来:人口分布变化 17

戴维·K. 富特

2 有关青年人休闲的关注和考虑:国际视角 26

琳达·L. 考德威尔 谢里尔·K. 鲍德温

3 新西兰 X 代人的休闲生活方式研究 38

萨拉·托德 罗布·劳森 乔尔治·诺斯

第二部分 休闲的全球化或者重新发现慢生活 47

4 休闲活动的空间化和时间化 49

加布里埃勒·莫雷洛

5 重新发现慢生活或休闲时间作为自身和作为自我强化 59

卡尔海兹·韦尔勒

6 慢游能否为阿尔卑斯山地区带来新生 66
拉斐尔·马托斯

7 休闲投资:全球供给与需求 74
约翰·R.凯利

第三部分 (跨)文化休闲行为 85

8 跨文化行为:从亚洲人的视角看休闲 87
约翰·艾普

9 文化旅游与休闲范式:澳大利亚经验 95
弗朗西斯·洛博

10 德国、法国、意大利、英国、西班牙和葡萄牙的休闲方式对比 106
琼·苏瑞达 约瑟普-弗朗塞斯克·瓦尔斯

第四部分 生活方式类型的变化及其对休闲行为的意义 123

11 夹在追求乐趣最大化、寻求冷静和狂热追求内在价值之间的混合型休闲消费者 125
安德烈亚斯·赖特

-
- 12 全健康:全球健康市场中欧洲的休闲中心、保健旅游和温泉浴场 131
沃尔夫冈·纳尔斯特德
- 13 阿尔卑斯山健康旅游:医疗角度而言的未来前景 144
沃尔夫冈·肖伯斯伯格 斯文·格雷 埃贡·亨拔勒
- 14 滑雪者、滑雪迷、遗产继承者、移民、电子迷和企业家:卡罗拉多度假产业的变化 151
理查德·R.珀杜
- 15 主题公园旅游目的地:在采取主题公园展示战略的传统旅游目的地中创造体验环境 163
罗兰·舍雷
- 16 体育节事在未来发展中的作用:旅游影响评估 171
西蒙·赫德森 唐纳德·盖茨 格雷厄姆·米勒 格雷厄姆·布朗
- 17 未来生活条件和移动:阿尔卑斯旅游者行为研究 179
托马斯·比格 克里斯琴·莱塞
- 18 从“掠夺”到“体验”旅游:绿道的旅游效果评估 192
玛利亚·卡拉·菲朗 萨布丽娜·梅内捷洛 瓦莱里亚·明赫蒂



第五部分 休闲和旅游中的信息技术 201

19 搜索体验:技术领域的趋势奠定了旅游业的未来 203

丹尼尔·R.费森梅尔 乌尔莱克·格雷茨尔

20 意大利的在线旅游:新的商业模式 213

马格达·安东尼奥利·科里格利安诺 鲁道佛·巴焦

21 旅游电子商务推荐代理商和旅游者选择 225

杰拉尔德·豪伯 本尼迪克特·G.C.德拉厄特

22 通过在线信息系统评估旅游和休闲发展趋势 231

卡尔·沃伯