

LUYOUYEJINGJI WENHUAXIETONGLUN

旅游业经济——文化 协同论

季玉群◎著



东南大学出版社
Southeast University Press

东南大学科技出版基金资助

旅游业经济文化协同论

季玉群 著

东南大学出版社
• 南京 •

内 容 提 要

本书主要从经济文化协同动作的视角,将旅游管理研究建立在一种对旅游活动的广义上,尤其是对人的全面发展的意义的理解之上,基于人类文明一体化的视野探讨旅游业的管理模式,既有一定的理论创新,也有较强的实际应用价值。

随着世界旅游业的迅猛发展,旅游的经济意义和文化意义得以充分的展现,并最终与人的全面发展,与人类文明的健全和提升相联系。本书将对旅游及旅游管理的研究建立在符合其经济-文化一体化特性的学科框架下,以经济-文化的协同互动为目标,由此既实现一种学科视野和研究方法的超越,又促进有利于旅游业持续成长的管理品质和管理模式的构建。

图书在版编目(CIP)数据

旅游业经济-文化协同论/季玉群著. —南京:
东南大学出版社, 2011. 1

ISBN 978-7-5641-2531-8

I. ①旅… II. ①季… III. ①旅游经济学—研究
IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 223177 号

东南大学出版社出版发行

(南京市四牌楼 2 号 邮编:210096)

出版人:江建中

网址:<http://www.seupress.com>

电子邮箱:press@seu.edu.cn

全国各地新华书店经销 南京玉河印刷厂印刷

开本:889mm×1194mm 1/32 印张:8.75 字数:232 千

2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5641-2531-8

定价:25.00 元

本社图书若有印装质量问题,请直接与读者服务部联系。

电话(传真):025-83792328

在乎山水之间

——代前言

1. 旅游总是有一些非旅游因素的……

旅游，就是来和去的过程，于来来去去的云水之间，托付着些许梦想。

旅途，负载着温暖的心情——抵达抑或离开，托付着所有怀恋和思旧的分量，总和心理记忆相关。

“你从远方交错而过，回首再见，小站就像时光擦出的伤感。”月台送行，若有地久天长的情人在小站吻别，应以战火烽烟为背景，衬托着旧汽轮机蒸发的一笼白烟。青灰的天空，躁乱月台的深深一吻。她戴着一条深红的毛绒围巾，他穿一身方格子呢绒衬衫。缓缓出站的火车，车窗里有一个深情的恋人。

相似的场景总是会出现在著名的地方，卡萨布兰卡、罗马、巴黎……那些游人如织如潮的旅游胜地，谁能说得清是去寻找别样的风景、胶片中的意境，还是脑海中若有若无的一份向往和挂牵？只是今天再不见马龙·白兰度的风衣、礼帽，也再不见玛丽莲·梦露的一袭白裙，游走在满大街的都是牛仔裤、登山鞋以及假冒的名牌包包……

或者是萧瑟的冬天，可以等待一场飞雪。银装素裹，诗意盎然。看神奇依旧在这里上演，梦想从这里绽放，希望升腾于山林之间。

这又是一种记忆，在大自然的鬼斧神工之下，人们把自己想象成了风景；想象成某幅山水大写意中峨冠博带的雅士；想象成某章经典诗句中的意向；想象成某个民间传说中或浪漫或凄美或幸福，总之要

永恒的男女主角……

又可能是某个过去和未来的某个空间，由三维转成四维，神仙姐姐、ET 潘多拉、开天辟地指环王……国产大片的拍摄地已经无法引起游客的兴趣，背包客的护照上盖满了密密麻麻看不懂文字的签证章，鬼佬对着支票发呆，上车睡觉下车拍照的人群口袋竟然如此奢侈，他们要的只是到此一游的影像版。更狡猾的觉悟者已经把土著的山水更名为 ABCD 山、JQK 水，他们早已经把金库腾空了，等着朝圣的人们前来布施。

……

有了这些，恐怕这一生将不会虚无。这些，就是和旅游有关的一些记忆吧，又有太多的非旅游的色彩。

2. 旅游者需要非物质性解读……

我们去旅游，从繁华的城市逃奔异乡的荒野或者投奔另一色的奢靡，渴望这一天，好像已经很久了。山水青苍，天无端这样蓝起来了，倒是干净、清爽，于是忽然间发现，自己也可以坦率得毫无城府，像一个真正的过客。诗人可以吟诗，写——大江东去浪淘尽千古风流人物；乐者可以操琴，唱——来易来去难去，数十载的人世游；禅者可以修心，云——天晴月圆功德满。于是，心便静了下来，在风轻云淡的地方歇脚，人生的千头万绪也许就在这里打卷拐弯。有人说，从未对旅游有过书中美好的体验，像《艳遇丽江》之类的书只是景区一种高明的宣传手册；另一群人则坚称，旅途需要非物质性的体验，怕就怕对旅游表面化的解读和格式化的感受。

游客出行一般都要求：山，必然是名山；水，必定是灵水。但一切解释权在景区。有一次，一个景区编纂了一本民间传说，里面彻底地颠覆了几处历史的真实事件，不等任何人质疑，人家已经笑咪咪地解释：谁会去查汗牛充栋的古籍来纠正一本小册子？民间传说就是老百姓口口相传的故事，自然有演绎的成分；鲁迅都说“走的人多了就成了路”，传说时间长了说不定就成了史实了。就像景区的故事一样完美，

花把一切的荒凉压住了，人却遮住了一切的虚无，哪里都是人影叠叠。后来的人问：上面还有什么？你想要什么就有什么！

不信邪的人非要上去看个究竟，门楣上书写着，“去年今日此门中，人面桃花相映红。”房屋的里面，则不伦不类地放着电冰箱微波炉。“人面不知何处去，桃花依然笑春风。”人面当然要常常更新，铁打的景区流水的游客，这样才能保持旺盛的消费力。但又有不满足的，嫌填不饱肚子就偷吃夜草，搞点歪门邪道。尤其在有仙则名、有龙则灵的风景区，多有些人捧着相术给游人添些彩头或败了兴致。

山里住着神仙？穿着有点怀旧中山装的人，神神鬼鬼的，端坐于山顶的岩石之上。他细细解析达·芬奇密码。看几个妇人有些犹豫，他说，该出手时就出手啊。在云泉之处，透露些前世今生的细节，不由你不将信将疑。

背包客要找谁？山泉虎啸龙吟，宣泄着愤怒或者快乐。大雨如注下逃亡的，是落难的公子以及丽人？那年碧云天，黄花地，肝肠寸断的离人泪。游客都买一顶遮檐的草帽，摘了放于桌边，埋头狼吞虎咽。不同的人群自然有不同的心境，“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”，只有一处相似，就是导游坐在包房里吃着工作餐，免费。

在山与树构筑起的辽阔空茫间，我看见了蝴蝶。

3. 谁说旅游是一场完美的旅行？

有人说，如今的江湖，处处是陷阱，时时有埋伏。比如：旅行社派来的导游，把一行人带进了一个道观就不管，讲解员说是不收费，结果道士却要每人烧400元一柱的高香；那边冒充少数民族的“竹竿舞”，不由分说，就抢亲一般拉了男人们上台，然后号称进洞房，每人敲诈百元。一路上，明明可以走路看景的，导游偏偏建议游客坐轮渡、上缆车，不答应，就摆脸子给大家看。直至最后分手，导游都没有公开站出来和游客说一句话。至于把顾客锁在某个购物中心，不把指标买足，大有放狗咬人的架势，更是让游客体会到什么叫虎落平阳被犬欺。为此有人电话投诉了这个导游。旅行社百般推脱，说这个是他们临时聘

的导游，决定停她三个月的工作。本来，还有个朋友要组织一次境外游，也想推荐这家旅行社的，这下，一切到此为止了。但也很难保证另一家就没有“临时聘的”导游。想起90年代初的一次“3·15”晚会，推出了一首红遍大江南北的打假歌曲《雾里看花》，年轻的那英磁性的嗓子唱着——借我借我一双慧眼吧，让我把这纷扰看个清清楚楚明明白白真真切切……差不多借了快二十年的慧眼，却让我们越来越不抱希望了。但是你能告诉我，哪一个行业可以让我们全心信任？小到奶粉大到建筑，连学术都需要打假的斗士。

黄钟毁弃，瓦釜雷鸣。一个倒错的年代，教你做的事做不得，不教你做的偏是好事，反过来一般是对的。仔细想想，该怎么教育我的孩子呢？在旅游的路上，孩子已经把好多人当成防范的对象，因为他也能看到许许多多的陷阱。在他这个年龄，原本我们应该教给他——用微笑拥抱人群，现在，却不得不用北岛的诗朗诵——告诉你吧世界，我不相信！

什么不幸诗家幸？我所认识的那个恃才傲物的广告人李帆，还在悲愤地一个人在室内咆哮吗？

4. 古往今来，旅游就是被文化的过程……

我喜欢看有些文明积淀的景点，想象那古老的旗帜生机勃勃招展着，仿佛云间飘曳的长裙子，燃情舞动，雍容飘扬，丝丝缕缕都是人文精神。尽管那些异样灿烂的事物，镶嵌在历史的云深不知处，那些过程，随着时光的流逝，终究会幽幽地完结，如同消散了的香水的芬芳，只能引发我们的无限惆怅和怀想。我们坐在山巅或水边，想象着历史的真实和真实的历史，想象哪一种才是导致我们今天生活的原因。还原的历史一定是美的吗？英雄也罢，悲剧也罢，他们在同一个空间下上演一幕幕生死剧，可想过给后人留一点真相或掩盖某些细节，让后人为了一处墓穴打得天昏地暗，羞辱斯文。他们大概没想到，一代枭雄可以掌握成千上万人的生死，千百年后还可养活更多的后人，而且是长期饭票。旅游这个经济范畴的行为，一转身就被文化了。

晚上去看演出，庭院里没有花影，雕栏玉砌干净得让人感到不真实，蓄谋已久的漫漫长夜就登场了。月朦胧人朦胧，高高的灯笼幽怨地亮着，有一种失魂落魄中的安慰。此时，正宜上演才子佳人或者阴谋爱情，我们都恍然变了个人，变成了心理阴暗的偷窥者。舞台上咿咿呀呀，西皮二黄，在天在地在人间，为官为匪为盗贼，或一世奸雄，或一介草民，飞檐走壁，乘风御奔，一出从古演到今的杀人游戏、黄钟大吕的连台本戏。

远处星星点点的灯火和寂寞亲密连线，迷离的萤火从一个个古老的王朝里飞来。耳畔一串叽叽喳喳，空气中仿佛都沾上了黄袍马褂的气味，真实和虚幻如同蒙太奇一般毫无规律地切换起来，人间如戏，这里的主人到哪里去了？曹雪芹共十二钗一色，朱元璋与大明王朝齐飞。想一想民间的这种意识倒是经久不衰——国事成了帝王的家事，忠君便是报国。就说那和珅——好一个权臣，忽而在《刘罗锅》里大奸，忽而在《乾隆王朝》里大忠。他到底是人是鬼？百家讲坛，讲的多半是老百姓喜欢看的主流社会；实景演出，完全是会议室吞云吐雾编造的传说故事。不知不觉之间，历史沉重，个人轻薄，山水无辜，游人如潮，天下熙熙，旅游包车，天下攘攘，游轮靠港。

是不是文化里某些神秘的东西真的不可讲述？是不是一个聒噪的世界里面，那些神秘的东西已经离我们越来越远？是不是对文化解密，本身就是我们的一种游戏，无关文化本身而仅仅是景区的一种招牌？在花果山，我们看到了几个打扮成《西游记》中人物的演员，游人纷纷解囊与之合影，玄奘大师是我们民族的标志性人物，余下的都是从天上贬下人间的，是小说家虚构的人物，不经意间成为旅游照片的道具，不知道该感恩玄奘大师的西行，还是该谢吴承恩老先生的如椽大笔；在西湖，我们看到了在湖中心踏浪而来的白面书生和翩翩玉人，《印象西湖》的编舞者刻意隐瞒了书生美人的身份，又似乎引导观众往许仙、白娘子上联想，聪明的编舞者装进了好多现实的事物，如杭州的断桥、雷峰塔，镇江的金山寺……在西安，我们可以和长乐未央宫里的排名不分前后左右忠奸的人物，一起承接大唐芙蓉园的阴晴圆缺。

除了半真实半虚拟的文化记忆外，山水之间也有各种历史拼贴。一条细线般的山道，串联着自始皇帝封禅以降的泰山史迹；自唐古拉山飞泻而下的滚滚长江，浪花淘尽多少英雄和掌故，直到百万雄师过大江：走进一座小小的紫金山都恍若时空穿梭；在朱元璋的孝陵前，是三国豪杰孙权风雨如磐地坚守着墓道，孙陵岗的上端是民国勇士和大汉奸混合体的汪精卫墓，还都之后被国民政府摧毁，在原址建了一座据说可以镇压邪气的正气亭，既满足了民愿，又成为某种文化遗存，山背后又发现了巨大的六朝皇家祭坛……我猜想，历史有时候可以成为一个很好的剪辑师，他熟练地运用蒙太奇手法，将看似毫无关联的事件串联在一起，就像旅游线路需要设计，需要一个妥帖的题目。文化原本是民族的骨髓、胎记、DNA，现在又可以成为商标、票房、GDP，究竟是商业养活了文化，还是文化孕育出了商业，就像历史和英雄的依存关系一样，难有结论，一百个旅游学者就有一百种纠结。好在旅游是票房写的，数字才是硬道理。

说来说去，最主流的旅游招牌还是骨子里头的古典式浪漫加上现代的充满生命的表达——表面平和而内心力量强大——尘封的记忆，穿越了无数次寒来暑往，连接着远古与未知的明天，迈过了那一道道幽深的过往之门，举步便迈进前朝，看过尽千帆，拍遍玉砌雕栏。所谓江山如画者，第一重的看山是山看水是水，是儿童画，山青青水碧碧，过尽千帆皆不是，黄山归来不看岳；第二重的看山不是山看水不是水，是写意大泼墨，醉翁之意不在酒，有仙则名，有龙则灵；第三重的看山还是山看水还是水，是剪影，月朦胧鸟朦胧，不识庐山真面目，只缘身在此山中。游客中大抵也分为这样的三类群体。

6. 谁都有不可言状的尴尬，况旅游乎？

我生长于斯的故土南京，骨子里弥漫着哀怨，那喉咙里本色的音质挥之难去，过多的屠城记录在垂柳间种下阴柔的气韵，早有“无情最是台城柳，依旧烟笼十里堤”的悲怆诗句，以致许多文人称之为悲情城市，又有诗人气质者称之为所有书生的梦中情人。但主流的南京，却

不愿意悲情，更不可艳情，十里秦淮沉凝的胭脂金粉哪里上得了今天正襟危坐的台面。偏偏在数千年的史册上，会出其不意地斜刺划出几道金陵的印记，洗刷不去，又连不成线，无法突出重点，让人好生为难，就像好客的主人宴请宾客，面对着长长的杂色菜单却定不下主菜肴，唐宋元明清，从古吃到今，谁也没有如此好的胃口。我既不如春秋的洛阳，也不如汉唐的西安，更不用说明清的北京，好容易熬过了封建社会，洋买办的上海如阴影般地覆盖过来，即便你脱下历史的黄袍马褂，而天下千篇一律的高楼大厦，你自然又比不过人家。这可怎么办才好？

这样的尴尬，没有人来调解，这也许是官员和学者共同的纠结。相同的纠结不也同时存在于发展和保护、增长和环境、高房价和幸福指数……之间吗？

7. 不是任何人都排斥尴尬的，比如我……

旅游学是研究过程的，可是今天的年代只要目的，没有过程，因此，从做管理学论文开始走到旅游学研究领域的我，一直很困惑。我常想如果写写小说，谈谈电影，好像心得颇多。若是写评论，则有些犯难：尽管道德评价可以有，不过常被人等同于肥皂剧的庸俗舆论；可以上大雅之堂的历史评价，却只偏爱胜利者的脸，不喜欢多余的话，多余的情。然而我生性鄙薄小人，包括马到成功的小人，和屡败屡战的小人。而旅游研究似乎更加需要纯学术性的探讨，只是目前看来有被混乱的市场秩序干扰之嫌。即便如此，我也还是愿意在这一领域驻足，因为它毕竟承载了丰富的内容和梦想。

广告牌上的青春玉女王璐丹正笑颜如花，马伊琍与佟大为则因为过度油滑而嚣张，符合大众的价值观却并不讨人喜欢。这恰恰反映了现实世界的审美价值，你可以质疑，但绝不能忽略，无论你是哪一个领域的专家。

这些年，变化的确有许许多多，秋风萧瑟今又是，雨后春笋般换了人间。不过，多的是幸运，少的是幸福；多的是感伤，少的是感恩；多的

是情绪，少的是情怀。鸟一般飞来这个世界的孩子啊，果真像初升的太阳，完全不知愁滋味。记得当年费翔唱《故乡的云》的时候，好像还有些矫情，当年似乎就成了夫子庙的“庙歌”，后来还有齐秦、崔健、郑智化、黑豹、任贤齐……渐渐唱到麻木。夫子庙庙歌是一面旗帜，是时代的标签，伴随着成千上万游人的脚步，他们有的来瞻仰王谢古居，看一眼乌衣巷口的夕阳，格调高古；有的来孔庙烧一炷高香，保佑挣扎在各种考试中的子孙们，诉求现实；还有的是来此上当或假装上当地买一件古玩，回去送人或骗人，也算凑趣。人面不知何处去，庙歌依旧笑春风。

现在旅游，多半是起点到终点的漫游。少有我渴望的那种走一走，看一看，停一停，精神与云天契合的那一种，于是，标签就显得不那么重要，旅游的程式化与我便犹如多余的束缚，拖着箱子赶飞机便成了旅游的记忆，就算到了饭店，家的感觉也完全没有。

正是缺乏了那样的归宿感，旅游于是成了苦旅。

也许，精神的流离失所，才更需要我们执迷不悟，需要一处旅程安心。真实的不要细想，也不可细说，且听午夜时的一曲歌，畅饮微醺时的一杯酒，酒阑歌罢，我们继续生活、欢笑、继续梦想。

独唱团——韩寒的这个词组，标志着我们这个年代的文化悖谬和倒错。苏芮曾经喊唱“因为路过你的路，因为梦过你的梦”，那是十几年前，我们还有温情梦的年代。真的想念那旧棉袄般的温暖气息，那样的折折叠叠的绵绵情意，那时的旅人为了印证一句古诗意，可以翻过九座山头，因为他们相信屈原夫子仅凭饮露餐霞就可以写出不朽诗篇，那真真正正是一种境界。

8. 积压多年的“谢谢”终于可以印成铅字……

五六年前，这些拙作就基本成稿了，写成了又改，然后就是反复的犹豫，出版社也在催。但我总犹豫，犹豫它的远瞻性，犹豫它的概括性，犹豫它的全面性，总想多些回味可能更好些，因此，光阴蹉跎，迟迟没有付梓，不小心，这些文字竟然被我耽搁了数年之久。眼下就要赴

澳洲访学,远行在即,拖是无法再拖了。又一重原因是因为害怕,作为访问学者客居南半球一年之后,远山远水阔别故土后的眼界和心境,又不知变化几多,恐怕对本书稿又多出再生的犹豫和奢望,到那时再下决心出版,无疑难上加难了。故此由它去吧,且当抛砖。下定决心付梓之时,倒有了却债务的轻松,方知道若干年以来,心底的积郁颇为浓厚,前言所表一如开闸泄洪,从业以来的感想感言,理性非理性,自觉不自觉,无所不言有所修饰地和盘托出,望诸方家不吝赐教。

前言之所以成言,还因深深感谢学习工作中的师长和伙伴,非常抱歉的是在成书之际就应表达的谢意也随本书稿积压了多年,但这份谢意却随着时光荏苒而越发浓郁。谨此感谢东南大学人文学院院长樊和平教授,感谢引进我到东南大学旅游学系工作时首先签下自己姓名的喻学才教授以及旅游学系的所有同仁,感谢推动我在旅游学会的工作中感知旅游的江苏省旅游学会会长周武忠教授和南京市旅游学会会长邢定康先生,感谢给我提供了丰富实践机会的建邺区旅游局,还有人文学院所有的良师益友。值得我珍惜和骄傲的,不仅是他们所拥有的丰富的学识和才能,更是他们所给予我的无私而宝贵的友情。还要感谢东南大学科技出版基金的资助,使本书得以顺利出版。感谢所有即使不常常见面,也令我受益颇多的好朋友们,你们的温暖常在我心头。最后,我要感谢我的家人,感谢我的先生杨骏以及他和我所挚爱的双方的父母、亲人,感谢我们健康成长的儿子杨嘉木,亲情是我人生之流永远的灯塔和永恒的动力。

季玉群

2010年9月

目 录

第一章 导 论	1
1.1 选题背景和意义	1
1.2 研究定位和方法	5
1.3 基本思路和分析框架	7
1.4 可能的创新点	9
第二章 经济-文化协同运作的方法论资源探讨	11
2.1 经济-文化:物质生产的效率与精神生活的品质	11
2.1.1 经济:以人为主体的物质生产的效率	12
2.1.2 文化:以人为主体的精神生活的品质	14
2.1.3 经济-文化一体化:探寻经济发展的人文动力	17
2.2 经济-文化一体化理论产生的背景和动因	21
2.2.1 企业面临市场环境的变化	22
2.2.2 从生产型经济到服务型经济	29
2.3 国外经济-文化理论研究及其进展	34
2.3.1 经济-文化:早期经济学家的视野	34
2.3.2 韦伯命题及其回应	38
2.3.3 当代经济学研究中经济-文化整合的趋向	41
2.4 国内经济-文化理论研究及其进展	44
2.5 对国内外经济-文化理论研究的评述	48

第三章 旅游业的经济-文化本性及其历史发展	55
3.1 “经济-文化人”假设:旅游管理的基本前提	55
3.2 旅游的目的	58
3.2.1 政府层面发展旅游的目的	58
3.2.2 旅游企业推进旅游的动机	59
3.2.3 旅游者的旅游动机	59
3.2.4 社会文明体系的视野:物质文化与精神文化共生共荣	62
3.3 旅游的条件	64
3.3.1 充足的闲暇时间	65
3.3.2 足够的经济收入	68
3.3.3 文化沟通与文化理解能力	70
3.4 不同历史阶段旅游活动中的“经济-文化”互动	73
3.4.1 古代的旅游	73
3.4.2 近代旅游的兴起	76
3.4.3 现代旅游的发展	78
第四章 旅游业经济-文化协同运作系统	83
4.1 一组相关概念的界定	83
4.1.1 闲暇	83
4.1.2 游憩	84
4.1.3 旅行	86
4.1.4 旅游	86
4.1.5 旅游者	88
4.1.6 旅游产品	89
4.1.7 旅游业	89
4.2 旅游业的系统结构分析	92

4.2.1	系统科学及其研究方法	92
4.2.2	系统方法在旅游研究中的应用	93
4.2.3	基于各种变量关系的旅游系统结构	94
4.3	旅游系统的原生变量	95
4.3.1	资源禀赋要素	96
4.3.2	比较优势要素	98
4.3.3	旅游需求要素	99
4.4	旅游系统的外生变量	100
4.4.1	旅游系统中的政府行为	100
4.4.2	旅游系统中的企业行为	100
4.4.3	旅游者行为	104
4.5	旅游系统经济-文化特性的协同关系分析	105
4.5.1	指标体系的确立	105
4.5.2	灰色关联分析法	107
4.5.3	经济-文化特性协同关系研究模型	109
4.5.4	实例研究	114

第五章 旅游业系统结构的原生变量分析 120

5.1	“资源禀赋—比较优势—旅游需求”的经济-文化过程分析	120
5.1.1	资源禀赋:客观性和历史性的存在	120
5.1.2	旅游需求:主观性和未来导向	122
5.1.3	比较优势:由客观到主观、由历史到未来的经济-文化过程	124
5.2	“资源禀赋—比较优势—旅游需求”的经济-文化逻辑分析	127
5.2.1	资源禀赋:物质要素的形态与品质	127

5.2.2	旅游需求:心灵生活的体验与感知	131
5.2.3	比较优势:环境空间与精神内涵的相互作用	136
5.3	“资源禀赋—比较优势—旅游需求”的经济-文化动态协同	138
5.3.1	旅游需求与资源禀赋的相互创造	138
5.3.2	旅游需求与比较优势的共同提升	141
第六章	旅游业经济-文化协同运作的运行模型	144
6.1	第一种驱动:政府的主导力量	144
6.1.1	政府主导力量的相关理论回顾	145
6.1.2	政府与旅游业的经济-文化协同运作	147
6.2	第二种驱动:企业的市场行为	161
6.2.1	旅游企业:服务性产品的生产与提供	161
6.2.2	以市场为导向的旅游企业行为	165
6.2.3	旅游企业行为——城市花卉公园的旅游开发策略	167
6.3	第三种驱动:旅游者的管理及自我管理	173
6.3.1	旅游者行为及其特征	174
6.3.2	旅游者的管理及自我管理	177
6.4	政府—企业—旅游者模型	180
6.4.1	政府与旅游企业之间的博弈	180
6.4.2	旅游企业与旅游者之间的博弈	185
第七章	旅游业经济-文化协同运作的运行机理	191
7.1	旅游业市场行为合理性体系	191
7.2	以旅游者价值为运行导向	195
7.2.1	旅游者价值:从经济视角到人文视角的考察	195

7.2.2 旅游者价值:从消费极大化到生活质量极大化	197
7.3 以品牌形象提升核心能力	199
7.3.1 品牌形象对旅游业的意义	200
7.3.2 旅游业的品牌形象塑造策略	202
7.4 以产品创新实现持续竞争优势	206
7.4.1 旅游产品创新系统的主体和客体	207
7.4.2 旅游产品创新系统的动力机制	210
7.4.3 旅游产品创新:工业遗产的旅游开发	213
第八章 旅游业经济-文化协同运作的环境支持	222
8.1 要素禀赋环境	223
8.2 宏观经济环境	224
8.3 体制和制度环境	225
8.4 社会文化环境	226
8.5 国际化环境	230
第九章 经济-文化:南京阅江楼风景区之彩凤双飞翼	233
9.1 狮子山阅江楼:天然景观与人文传奇的结合	233
9.2 社会经济环境分析	239
9.3 以明文化为主题的市场化运作	242
结束语:旅游管理的文化品质、文化建构与旅游业持续成长中的经济- 文化整合	245
主要参考文献	252