

# 青岛酒店管理职业技术学院学报

(季 刊)

编辑委员会

主 任 姜玉鹏

副主任 于 敏

委 员 (以姓氏笔划为序)

刁洪斌	于 敏	王 文	王 健	王昌玉	王建明
王桂云	刘 刚	刘 焱	刘迎华	刘雅莉	关宏远
孙月香	张 勇	国 锋	罗冬梅	金国强	赵 琪
姜玉鹏	宫恩龙	唐文君	董瑞虎		

# 青岛酒店管理职业技术学院学报

---

## 目 次

### 【旅游·酒店】

- 旅游精准扶贫问题探讨:山西省方山县案例..... 王庆生,张行发(1)
- 新型城镇化背景下浙江特色小镇的旅游发展研究..... 沈旭炜(7)
- 基于内容分析法的平遥古城旅游意象感知分析 ..... 王晓鹏(15)
- 星级酒店顾客满意度指标构建研究..... 郭贵荣,周海磊(21)
- 中国高星级酒店的营销策略研究 ..... 石增业(26)
- 主题酒店餐厅设计的研究与探索..... 周 莉,周海燕(29)
- 自媒体时代下的节事活动营销宣传对策研究..... 朱丽男,孙雪莹(32)

### 【经济·管理】

- 大数据背景下的小微企业银行融资模式研究 ..... 潘 罡,王 萍,李文峰(34)
- 基于因子分析的海洋灾害筹资研究..... 孙圣涵,肖 凡(39)
- 高校教师个人所得税纳税筹划 ..... 王 萍(43)

**【历史·文化】**

天圣泰州捍海堰的修筑及其环境效应

——兼论唐宋苏北沿海海堰修筑…………… 王昌玉,马文辉(46)

**【政治·法律】**

CAS 39 的逻辑矛盾研究综述…………… 董江春(50)

**【教育·教学】**

发挥学生会组织在大学生创业教育转型发展中的作用…………… 刘纪勇(56)

基于众创空间建设的高职院校创新创业培育体系研究

——以“海斯曼创客岛”众创空间为例…………… 孙秀宝(60)

加强党对高校意识形态工作领导权途径研究…………… 王志飞(63)

高职院校专业教师与辅导员协同育人的方法初探…………… 谢一冰,孙丕波,胡大见,马文辉(66)

基于六何分析法的高职院校教学质量评价模式探析…………… 高琳(69)

---

---

Contents

On Targeted Pro-poor Tourism: A Case Study of Fangshan County in Shanxi Province ..... WANG Qingsheng, ZHANG Xingfa(1)

Research on Tourism Development of Zhejiang Distinctive Town under a Background of New-type Urbanization ..... SHEN Xuwei(7)

Research on Tourism Image Awareness of Pingyao Ancient City Based on Content Analysis ..... WANG Xiaopeng(15)

A Research into the Establishment of Customers' Satisfaction Index in Star Hotels ..... GUO Guirong, ZHOU Hailei(21)

A Research into the Marketing Strategy of Chinese High-star Hotels ..... SHI Zengye(26)

Research and Exploration on the Dining Space Design of Theme Restaurants in Hotels ..... ZHOU Li, ZHOU Haiyan(29)

Research on the Marketing Promotion Strategies of Festival Events in the We-media Era ..... ZHU Linan, SUN Xueying(32)

Research on Bank Financing Mode of Small and Micro Enterprise in the Era of Big Data ..... PAN Gang, WANG Ping, LI Wenfeng(34)

Study on the Funding of Marine Disasters Based on Factors Analysis ..... SUN Shenghan, XIAO Fan(39)

On the Taxation Planning of Individual Income Tax of University Teachers ..... WANG Ping(43)

On the Construction and Environmental Effect of Taizhou Weir in Tiansheng Period  
——Discussion on Weir Construction of Sea Coastal during Tang and Song Dynasties in northern Jiangsu ..... WANG Changyu, MA Wenhui(46)

A Review of CAS 39's Logical Contradiction ..... DONG Jiangchun(50)

On the Function of Students Union in the Transformation Development of Enterprising Education for University Students ..... LIU Jiyong(56)

Research on Innovation and Entrepreneurship Cultivation System of Higher Vocational Colleges Based on Creative Space Construction  
——Take "Hismile Creative Guest Island" the Co-working Space as the Example ... SUN Xiubao(60)

Research on the Approach of Strengthening the Party's Leadership in Ideological Work in Colleges and Universities ..... WANG Zhifei(63)

A probe into the Methods of Cultivating Talents by Coordinating Professional Teachers and College Counselors in Higher Vocational Education ..... XIE Yibing, SUN Pibo, HU Dajian, MA Wenhui(66)

A Probe into the Teaching Quality Evaluation Model of Higher Vocational Colleges Based on the 5W1H Analysis Method ..... GAO Lin(69)

## 旅游·酒店

## 旅游精准扶贫问题探讨:山西省方山县案例\*

王庆生,张行发

(天津商业大学,天津 300134)

**摘要:**精准扶贫是我国未来一段时期的重点工作之一。我国贫困人口众多,在旅游资源丰富的贫困地区实施旅游精准扶贫有助于加快这些地区的脱贫致富步伐。本文梳理了我国近年来旅游扶贫研究及进展,界定了旅游扶贫的内涵,提出了旅游扶贫的原则,并以天津商业大学校地合作对象山西省方山县为例,初步探讨了旅游精准扶贫的问题及对策。

**关键词:**旅游扶贫;进展;原则;对策;方山县

**中图分类号:**F590 **文献标识码:**A

## 一、旅游扶贫进展述评

2017年3月国务院《政府工作报告》明确指出,要把深入实施精准扶贫精准脱贫工程作为2017年重点工作之一。2016年12月国务院印发“十三五”旅游业发展规划(国发〔2016〕70号),其中把“实施乡村旅游扶贫工程”作为“共建共享,提供人民群众满意度”的重点工作之一,并要求启动旅游扶贫观测点计划,设立全国乡村旅游扶贫观测中心,对乡村旅游扶贫精准度和实效性进行跟踪观测,为有效推进乡村旅游扶贫工作提供决策依据。旅游精准扶贫已经成为一项重要富民工程。

## (一)相关研究进展

国务院在2014年发布的《关于促进旅游产业改革的若干意见》中首次提出了“旅游精准扶贫”的概念,强调旅游精准扶贫主要是指对旅游资源较为丰富的贫困地区或者欠发达地区,通过对地区旅游资源进行保护性规划开发,大力发展旅游产业,发挥旅游产业的综合带动作用,从而推动贫困地区相关产业的发展,提升贫困地区自我发展能力,走出一条脱贫致富的产业化路子。通过梳理近三年旅游扶贫研究文献,关注点主要集中在以下方面,即旅游扶贫的问题诊断和对策研究;旅游扶贫的模式选择和创新;旅游扶贫的路径选择;旅游扶贫的扶贫效应等方面。

在旅游扶贫社区参与方面。卢冲(2017)通过双

槛理论对藏区贫困居民参与旅游扶贫的意愿和行为进行了研究,提出可通过精准培训、提供资金和技术支持、大力宣传旅游业的优势等来提升贫困牧民的旅游参与。卡茜燕(2017)对贫困地区的社区参与旅游扶贫进行了研究,认为应从社区全面发展的角度来进行旅游扶贫,并建议采用社区参与的方法。邓小海等(2014)通过贫困人口参与识别的方法,将贫困人口划分为四类,有意愿参与并有参与能力的人;有意愿参与但无参与能力的人;无参与意愿但有参与能力的人;无参与意愿也无参与能力的人,并据此提出了针对性的贫困人口参与措施。李佳等(2009)通过对青海三江源贫困地区的调查研究,指出不同人口特征的居民参与机会和能力在旅游扶贫效应感知、态度和参与意向上有显著差异;当地居民整体对旅游扶贫呈支持态度。

在旅游扶贫模式研究方面。毛峰(2016)对乡村旅游模式创新和策略的深化进行了相关研究,认为旅游扶贫是乡村扶贫的中坚力量,提出乡村旅游扶贫要创新体制机制,加强战略引导,发挥企业主体作用,发展乡村旅游,实现旅游和一二三产业的融合发展。杨德进等(2016)从国外关注贫困问题的视角,提出了我国民族地区负责任的旅游开发模式与实现路径,并提出旅游者驱动和社会型企业带动两种扶贫模式。龚燕等(2016)认为有限政府主导型的旅游扶贫模式是扶贫社会化的必然归宿;政府、企业、市

\* 收稿日期:2017-04-28

基金项目:国家自然科学基金面上项目(71373174)

作者简介:王庆生(1963-),男,河南偃师人,天津商业大学商学院院长、教授、博士,主要从事旅游规划与开发研究。

场、居民和旅游者都是这种扶贫模式的构成主题,发挥着自身独特的作用。党荔(2016)则对政府扶持旅游扶贫模式、企业主导旅游扶贫模式、贫困人口参与扶贫模式、志愿者—社区旅游扶贫协作模式进行了相关比较,为长安镇旅游扶贫提供指导。肖建红等(2014)运用国外PPT研究核心理念,以六盘山重要景区和特色旅游资源为基础,从微观经济视角提出了三种PPT模式。王孔敬(2015)运用PPT战略来研究湖北武陵山区的旅游扶贫开发,提出了适度超前发展的旅游扶贫开发模式,力争尽快形成具有较强带动力和影响力的旅游增长极。

在旅游扶贫路径方面。董法尧等(2016)通过对西南地区民族村寨的研究,提出了旅游扶贫路径与民族村寨旅游发展阶段高度相关,旅游扶贫路径由过去的发展经济使村民脱贫致富向更加公平的旅游收益分配转变。沈涛等(2016)通过对云南边疆地区的研究,提出本地区的旅游扶贫应该走包容绿色发展之路,坚持旅游精准扶贫,贫困人口参与机会均等化,对贫困人口制度增权,保护绿色生态环境。邓小海(2015)在其旅游精准扶贫精确帮扶研究中,提出了构建“三位一体”旅游扶贫帮扶体系,即地区层次帮扶(旅游扶贫开发条件改善帮扶)、社区层次帮扶(贫困社区建设帮扶)和个体层次帮扶(贫困人口旅游扶贫参与帮扶)。

在旅游扶贫问题和对策方面。郭清霞(2003)认为旅游扶贫中有着将旅游扶贫简单地看做旅游开发,将陋习看成地方特色,旅游扶贫城市化的发展格局等,并提出了政府引导、群众参与、保护环境、发挥地方特色等措施。胡强等(2014)从旅游扶贫的产业链角度来诊断问题并提出相关对策,指出旅游扶贫产业链环节薄弱,应大力培育旅游核心企业、加强贫困地区旅游产业要素整合、加强旅游扶贫区域合作、促进旅游扶贫产业链本地化等。张婉玉等(2013)从民族文化角度为我国旅游扶贫提供了崭新的视角。覃建雄等(2013)通过对秦巴山区的资源特色分析,构筑了不同的旅游扶贫模式,并提出了政府主导、政策支持,创新投融资机制,加强区域协调,明确旅游部门相关职责等发展措施。

在旅游扶贫的效应方面。张侨(2016)通过对海南贫困地区的数据分析,得出初步结论:参与旅游业前越贫困的人口旅游扶贫效应最强,以“企业开发+农户参与经营”的旅游扶贫模式精准扶贫程度最高。蒋莉等(2015)采用因子分析和数理调查法来研究当地居民对扶贫效应的感知和态度,发现居民参与意

愿较强,对经济、社会效应敏感,而对环境效应不敏感。当前学者对旅游扶贫的效应研究已经从宏观的经济领域转向社会、生态并重的领域,研究的重点也从贫困地区向贫困人口转变。郭舒(2015)设计了可以用于微观指标分析的“产业链跟踪法”,来探究旅游扶贫到底有多少进入了目的地贫困家庭,并提出了增加贫困家庭旅游收入的对策,一是从产业链内部着手,改变产业链结构、降低进入障碍、帮助贫困家庭承担产业链上那些收入更多的功能;二是着眼于产业链外部,增加贫困地区总收入。

## (二)述评

随着旅游扶贫研究内容的不断深入,我国旅游扶贫在未来时期将会持续关注以下方面:旅游扶贫影响评价、旅游扶贫生态实践、旅游扶贫社区居民参与以及旅游扶贫模式等。

## 二、旅游精准扶贫的内涵和意义

### (一)旅游精准扶贫的内涵

据统计,我国70%的优质旅游资源分布在中西部地区、边境地区和革命老区等贫困地区;在全国832个贫困县中,有近300个县属于国家主体功能区的限制开发县,经济发展落后却生态环境良好,是名副其实的“好山好水好风光”;在全国12.8万贫困村中,至少有50%具备发展乡村旅游的基本条件。所谓旅游精准扶贫就是在拥有丰厚旅游资源的贫困和欠发达地区,通过对本地区旅游资源进行保护性开发,以脱贫致富为主要目的,以贫苦人口全面参与为手段,带动本地区经济发展,实现贫困人口的脱贫致富。旅游精准扶贫就是要求我们要对贫困地区和贫困人口情况进行精确识别,精准帮扶,精准管理,真正让贫困地区走出一条脱贫致富的好路子。

### (二)旅游精准扶贫的意义

1. 脱贫致富新路径。旅游产业作为我国的战略性新兴产业,必将以其强大的产业规模和实力对贫困地区经济具有强烈辐射带动作用。我国旅游产业已经步入了黄金发展时期,中国已经进入大众旅游时代,政府也明确提出“到2020年要将旅游业建设成为国民经济的支柱型产业和人民群众更加满意的现代服务业。”同时旅游产业具有规模大、产业链长、就业门槛低、就业量大的产业特性。面对旅游业发展的绝佳契机和旅游业本身为综合性产业的特质,其必将发挥在脱贫攻坚战中巨大的带动和辐射作用,助推整个贫困地区经济发展,实现贫困人口脱贫致富。

2. 乡村旅游目的地。贫困地区丰厚的旅游资源、良好的生态环境和独特的人文景观必将成为我国旅游业发展的新宠。我国大部分贫困地区拥有着独特的旅游资源。随着城市生活和工作的巨大压力,越来越多的游客向往着那种充斥着浓厚乡土气息和田园生活的旅游目的地来愉悦身心、感知生活、陶冶情操。而贫困地区因其相对闭塞,工业基础薄弱,进而保留着地区优美的生态环境,原汁原味的乡土生活和淳朴的民俗民风。同时,伴随着国家精准扶贫工作的切实落实,贫困地区的高速公路和铁路等一系列交通方式也将相继开通。便捷的交通条件使得这些“世外桃源”成为新兴的旅游目的地,成为游客们心中向往的殿堂,成为旅游业的新宠。

3. 可持续发展新空间。旅游精准扶贫将为贫困地区注入新思想、新观念,实现由“注血式扶贫”到“造血式致富”的巨大转变。旅游精准扶贫依托地区独特的自然资源、历史文化资源、人文资源,发挥地区绿色生态优势,深入挖掘地方文化内涵,打造特色旅游产品,构筑知名旅游品牌,进而吸引外部旅游消费市场,为贫困地区创造巨大的经济效益。旅游扶贫摆脱了传统扶贫给钱给物的落后扶贫方式,使贫困地区的贫困人口参与到旅游经营服务当中去,具有广泛的带动性和参与性。同时,旅游业的发展和游客的涌入,也必将为贫困地区带入新的思想和观念,实现贫困人口思想的进一步开化,最终加速贫困地区由脱贫到致富。

### 三、旅游精准扶贫的原则

#### (一)因地制宜,凸显地方特色原则

旅游精准扶贫应坚持因地制宜的原则,根据贫困地区实际拥有资源情况,切不可脱离实际,杜绝盲目跟风发展旅游产业。对于资源禀赋良好,具备发展旅游产业条件的地区我们要依托地方资源优势,挖掘文化内涵,发挥生态优势,开发形式多样、特色鲜明的旅游产品。对于不适宜发展旅游的贫困地区,我们要深入发掘其在其他产业方面的优势,比如特色农产品的推广与营销等,而不可盲目跟风。

#### (二)全员参与,共享利益分配原则

研究与实践表明,贫困地区和贫困人口是我国全面建成小康社会的最大短板。旅游产业作为综合性的新兴战略产业,具有产业链条长、带动就业强、就业门槛低、方式灵活、辐射带动作用强的产业优势。旅游扶贫作为精准扶贫的重要组成部分,要充分调动全体贫困人口参与到旅游产业的经营与服务

当中,为其提供就业机会,加强教育培训等,使贫困人口共享经济发展利益,实现贫困地区人口的全员参与,切实推动贫困人口的全部脱贫。

#### (三)科学开发,保护生态环境原则

在对旅游资源的开发过程中,“我们既要绿水青山,也要金山银山。宁要绿水青山,不要金山银山,而且绿水青山就是金山银山。”我们要坚持保护与开发并重的原则,切忌为了经济利益而破坏了当地优美的生态环境,切忌为了一时经济利益而使地方文化特色和民俗风情丧失。我们在对贫困地区的资源进行挖掘时,既要追求经济效益,深入挖掘其最为独特的地方感,又要尊重自然、保护生态、呵护环境。生态环境一旦遭到破坏,旅游业也一切归为零。

#### (四)重点推进,有序分批实施原则

在对贫困地区旅游资源进行开发时,我们要集中力量,突出重点挖掘开发一批最具本地特色、最具文化内涵的旅游产品。打造特色旅游品牌、确立鲜明旅游形象,构筑旅游产业链条,形成强势品牌带动弱势品牌的旅游产业格局,确保旅游精准扶贫工作实施的有效性。

## 四、山西省方山县案例

### (一)县域概况

方山县位于山西省西部,吕梁山西麓腹地,属国家贫困开发重点县,县域面积 1434.1 平方公里,耕地面积约 35 万亩,林地面积约 90 万亩。总人口 14.7 万,其中农业人口 11.7 万,贫困人口 37295 人。年平均温度 8.7℃,年降水 440—650 毫米。方山县历史悠久,拥有着良好的生态环境,全县森林覆盖率达 41%,高出全省 23 个百分点,被誉为“吕梁的后花园”。方山县水资源充沛,由于其没有遭受重工业污染,可谓是山西省少有的原生态保存地。本地区特色农业生产条件优越,盛产莜麦、荞麦、土豆等特色农产品。方山县特定的地理位置和气候条件,悠久的历史 and 地域文化,造就了其山清水秀、林草丰茂的自然美景,同时也造就了其文化内涵深厚的人文景观。全县遍布着自然景观、人文景观、历史遗产、名人故里等优良的旅游资源,有着国家 4A 级风景名胜区北武当山,国家自然保护区庞阳沟、省级风景名胜区南阳沟休闲度假风景区、清代张家塔民居和“天下廉政第一”于成龙故里等 23 处禀赋优良的旅游景点,如此丰富的旅游资源为本地区旅游业的发展造就了得天独厚的优势条件。

### (二)方山县旅游资源及其评价

### 1. 自然旅游资源及其评价

方山县山清水秀,林草茂盛,具有优良的自然和生态环境。北武当山坐落在北武当镇东北侧,是中国道教发源地,我国北方重要道教活动场所,长达4500多年历史。由72峰、36崖、24洞组成,层峦叠嶂,连绵起伏,以“雄、奇、险、修”著称,有“三晋第一名山”之称。因此,北武当山不仅是一座自然风光优美的山,它更是北方地区散发着浓郁道教文化的名山。南阳沟省级风景名胜区,其主峰孝文山是华北第二大高峰,景区内南阳水库,北依笔架山、玉女峰,南连狮子峰,依山傍水,拥有原始森林,素有“天然氧吧”之美誉。云顶山亚高山草甸草原接近2000亩,可以骑射赛马,有着“塞北小西藏的美誉”。本景区得天独厚的自然生态环境,将吸引更多的都市游客前来休闲度假养生。还有,方山县的北川河,水域宽广,波澜壮阔,河水清澈,环绕县城,这种水源优势是很多旅游目的地所不具备的,具有发展休闲娱乐、垂钓的独特优势,颇具野趣。

北武当山和南阳沟是方山县最核心的自然旅游资源,是链接、整合方山县其他旅游资源的重要纽带,同时也是打造方山县精品旅游品牌的核心。但目前北武当山宣传力度不够,未能与湖北武当山错位发展,导致游客量不容乐观。南阳沟风景区虽然不断加强基础设施建设,但是其休闲度假产品开发处于浅层次阶段,不能满足游客多样化和个性化的休闲度假需求。

### 2. 人文旅游资源及其评价

人文旅游资源主要有于成龙故居、左国城遗址等。于成龙故居位于北武当镇来宝村,共三座院落,总占地2600多平方米,房屋15间,窑洞22孔,照壁2座,修复后的于家豆腐坊、醋坊、油坊、酒坊遗址均还原明清时代风貌,独具特色。方山县可以借助于成龙这张廉政名片,努力打造山西乃至全国的廉政文化教育中心。左国城遗址位于方山县峪口镇南村境内,据资料显示,是春秋皋狼邑、汉皋狼县所在地,距今约有2500年历史,具有极高考古价值,是探寻匈奴文化,追溯匈奴历史的绝佳去处,具有极高的历史文化价值。另外,位于方山县峪口镇的张家塔村的张家塔民居也颇具开发潜力,这是一座始建于明末清初的砖瓦石木结构的民居,民居的大门独具特色风味,或以名人字匾镶嵌,或者二龙戏珠、凤凰展翅等图案雕琢,两项绘有各色的壁画、诗词歌赋、鱼虫花鸟。民居是明清民俗文化建筑的代表,文化氛围浓郁,有望成为山西大院文化的新亮点。

方山县人文旅游资源独具特色,不仅有着廉政文化的代表人物于成龙,也有着具有极高考古价值的匈奴文化,同时张家大院作为明末清初的民居建筑,将进一步成为新的旅游亮点。但是,这些景点的开发都处于初步开发或待开发状态,宣传力度不够,知名度不高,未能形成品牌效应,对游客的吸引力不高。

#### (三)方山县旅游资源开发存在的问题

##### 1. 旅游形象特色不鲜明

方山县遍布自然景观、人文景观、历史遗产、名人故里等旅游资源,具有发展旅游业得天独厚的优势。但其在发展过程中未能树立本地区鲜明的旅游形象和知名的旅游品牌,导致其在旅游市场当中整体竞争力不强,市场占有率低,游客的认知度不高。例如北武当山和南阳沟,虽具有资源潜力,但旅游形象特色不突出,市场占有率低。

##### 2. 旅游目的地营销理念滞后

旅游目的地营销在旅游业发展中发挥着重要的作用。狭义的来讲,旅游目的地营销包括旅游形象设计和旅游形象推广两个基本步骤。而方山较为落后的旅游目的地营销方式,导致其所具有的得天独厚的旅游资源未能被世人所熟知,未能在众多的竞争对手中脱颖而出,建立游客心目中独特的感应形象,致使其游客数量与所具有的资源禀赋不相称。在特色农产品的营销上,如当地的特色沙棘、莜麦等还处在简单的传统营销模式当中,也未融入先进的营销理念,宣传力度不够,营销方式落后,产品卖不出去,市场占有率低,竞争力不强,经济效益不容乐观。

##### 3. 旅游基础设施薄弱

方山县旅游产业基础设施较为薄弱,旅游产业要素亟待完善提升,通过调研发现,方山旅游产业的六大要素(吃、住、行、游、购、娱)都比较薄弱,主要表现在住宿设施需多元化、旅行社经营活力不足、旅游交通需完善、夜间娱乐消费不足、旅游商品需开发、特色餐饮需提升等。

##### 4. 旅游景区的商业化程度较低

方山县旅游资源丰厚,而在实地调研过程中发现,大部分景区开发只是浅尝辄止,景区商业化程度非常低。在道教圣地游的北武当山和休闲体验游的南阳沟,景区周边的商业化开发程度较低,满足不了大众旅游时代游客出行的需求,消费者时代的到来让每一个消费主体对自己的消费对象有着更加个性化、标签化、体验化、定制化的需求,单一的旅游提供



商或旅游资源要素已经不能满足这个时代旅游消费者的需求。旅游产业作为综合性的产业,需要的不仅是门票收入,更多的是游客的综合性消费等。未来的旅游提供商需要真正迎合消费者的需求,基于一个共赢的商业合作模式,最大限度整合丰富资源,向游客推出更加多元化和商业化的服务。

5. 区域旅游合作尚待突破

区域之间的旅游开发既有激烈的竞争,也需要紧密的合作。由于游客的出行过程中不可能只滞留在一个地方,因此,旅游目的地之间建立良好的合作伙伴关系,协调利益、联合营销、加强合作。方山县旅游资源禀赋优良,但未能站在全域旅游的角度去开发,区域内的旅游景点大都单打独斗,未能加强与国内知名旅行社的联系合作,未能加强与周边县城及省内各大景区的全方位旅游合作,未能联手打造跨区域的具有吕梁特色的旅游线路。

(四)方山县旅游业发展对策

1. 着力打造品牌

的核心竞争力,方山其优良的旅游资源,培育一批特色鲜明、独特性,打造本地旅游响亮品牌,逐步形成习于成龙,写生张家北川河”的旅游格局。

品牌、旅游形象和特色营销的基础上,加强共营销的力度。通过县整体旅游形象营销目标市场的交通台和大力宣传本地旅游。探索推广,与其他各类等紧密对接,帮助各合作网站扩大营销,与与蚂蜂窝、途牛旅游作组织活动促销产品;还包括微信推送、微博对旅游市场,充分利用闻、影视作品等公共。

知名旅行社的合作,前来观光游玩,加强与

各大景点串珠成链,发挥其整体集聚效应。大力提升本地区旅游接待能力,大力支持周边村发展特色农家乐,建设一批服务质量好、档次高的星级宾馆、娱乐产业,满足商务、团体、家庭度假等各种类型游客的接待。提升旅游景区的商业化程度,开发特色旅游产品,建设一批大型高档购物街,在景区景点、宾馆饭店、游客检中心等建立农副产品销售专区。

5. 打造方山旅游精准扶贫模式

以乡村旅游开发为突破口,打造方山旅游精准扶贫模式。方山县具有特定的地理位置和气候环境,悠久的历史 and 独具特色的文化内涵;同时本地区较为闭塞,工业基础薄弱,是吕梁地区唯一的一块净土,生态环境良好。随着城市生活和工作压力的加大,越来越多的游客向往着那种生态优良、环境优美、充斥着浓厚乡土气息的地方来放松身心、陶冶情操、愉悦生活。而方山县优良的资源禀赋具有发展乡村旅游的良好条件。要鼓励和支持本地区开展地方特色的民俗义演、节事节庆、农事体验活动,让游客体验到本地区原汁原味的乡土人情。引导本地农民以土地经营权入股、联营等形式,与合作社、企业等共同合作,带动贫困人口增收,实现脱贫致富的目标。

五、初步结论

综上所述,基于对我国旅游扶贫研究的分析,以山西省国家贫困县方山县为例,探讨了旅游精准扶

周边县市以及山西省内知名景区的全方位合作,实现互利共赢,努力打造具有本地特色的精品旅游线路。要借助旅行社推介,将方山县特色农产品沙棘、酒和醋、美食碗托、莜面栲栳栳等推介给游客,将方山县的旅游形象和特色产品联合营销,不断丰富本地区的旅游内涵,使游客不仅看得见风景,更能摸得着生活,能够体验本地浓厚的风土人情、民风民俗,提升本地旅游产业的综合性收入。

4. 完善公共服务体系

加强本地区旅游基础设施建设,建设本地区的游客集散中心体系。大力发展“智慧旅游”,推进智能 OA 管理系统、旅游景区智能管理系统、旅行社智能管理系统、饭店智能管理系统、旅游超市系统、智能行程规划系统、智能信息管理系统、旅游目的地展示营销系统、旅游产业分销系统建设。改善交通条件,推进重要交通干线连接景区的道路建设,实现机场、车站到主要景区的交通无缝衔接。打通连接各大景点的循环路,使分散旅游资源得到有效聚合,将

旅游品牌是旅游产业发展县要充分发挥其资源优势,整合深挖资源背后的深刻文化内涵丰富的旅游景点,突出本旅游业的亮点,树立方山旅游业“问道北武当,养生南阳沟;学塔;左国城里话匈奴,戏水娱乐

2. 实施整合营销

针对方山县的核心旅游产品,在广告、广播等传统媒体新媒体营销以及事件活动等公电视广告品牌宣传,达到方山目的;广播节目产品推广,选择生活类电台为主要传播媒介,新媒体精准营销,一是 PC 端搜旅游网站、手机 App、社交账号区县旅游网站有效导流;借助各大平台网站合作宣传品牌;网、同程网等各大旅游网站合作二是手机端互动分享,主要路在分享、微电影推广等。同时要专用节庆活动、重大赛事、焦点新营销手段推广方山县旅游形象

3. 加强区域合作

要不断加强方山县与国内依托旅行社的力量,组织客源前

贫的相关论题。我们认为,旅游精准扶贫应坚持因地制宜、全员参与、科学开发和重点推进等原则,使贫困地区脱贫致富和旅游资源科学开发有机结合,探讨建立符合贫困地区实际的旅游精准扶贫开发模式,从而使旅游业实实在在地为推动我国贫困地区经济、社会、环境协调发展做出贡献。

#### 参考文献:

- [1] 李克强. 国务院政府工作报告[N]. 光明日报, 2017-03-17(2).
- [2] 卡茜燕. 精准扶贫视野下的社区参与旅游扶贫研究——基于大理双廊村的调查[J]. 旅游研究, 2017, 9(1): 74-82.
- [3] 邓小海, 曾亮, 罗明义. 精准扶贫背景下旅游扶贫精准识别研究[J]. 生态经济(中文版), 2015, 31(4): 94-98.
- [4] 李佳, 钟林生, 成升魁. 民族贫困地区居民对旅游扶贫效应的感知和参与行为研究——以青海省三江源地区为例[J]. 旅游学刊, 2009, 24(8): 71-76.
- [5] 毛峰. 乡村旅游扶贫模式创新与策略深化[J]. 中国农业资源与区划, 2016, 37(10): 212-217.
- [6] 杨德进, 白长虹, 牛会聪. 民族地区负责任旅游扶贫开发模式与实现路径[J]. 人文地理, 2016(4): 119-126.
- [7] 龚艳, 李如友. 有限政府主导型旅游扶贫开发模式研究[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2016, 33(6): 115-121.
- [8] 党荔. 基于PPT战略的长安镇旅游扶贫模式研究[D]. 重庆: 重庆师范大学, 2016.
- [9] 肖建红, 肖江南. 基于微观经济效应的面向贫困人口旅游扶贫(PPT)模式研究——以宁夏六盘山旅游扶贫实验区为例[J]. 社会科学家, 2014(1): 76-80.
- [10] 王孔敬. PPT战略视野下民族山区旅游扶贫开发模式研究——以湖北武陵山区为例[J]. 湖北民族学院学报(哲学社会科学版), 2015, 33(6): 35-38.
- [11] 董法尧, 陈红玲, 李如跃, 等. 西南民族地区民族村寨旅游扶贫路径转向研究——以贵州西江苗寨为例[J]. 生态经济(中文版), 2016, 32(4): 139-142.
- [12] 沈涛, 朱勇生, 吴建国. 基于包容性绿色发展视域的云南边疆民族地区旅游扶贫路径转向研究[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2016, 33(5): 124-129.
- [13] 邓小海. 旅游扶贫精准帮扶探析[J]. 新疆大学学报(哲学人文社会科学版), 2015, 43(6): 21-27.
- [14] 郭清霞. 旅游扶贫开发中存在的问题及对策[J]. 经济地理, 2003, 23(4): 558-560.
- [15] 邓小海, 曾亮, 罗明义. 产业链视域下旅游扶贫问题诊断及对策研究[J]. 当代经济管理, 2014, 36(11): 56-59.
- [16] 张婉玉, 张晓林, 程思. 四川民族文化旅游扶贫SWOT分析及对策[J]. 贵州民族研究, 2013(5): 159-162.
- [17] 覃建雄, 张培, 陈兴. 旅游产业扶贫开发模式与保障机制研究——以秦巴山区为例[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2013, 34(7): 134-138.
- [18] 张侨. 旅游扶贫模式和扶贫效应研究——基于海南省贫困地区的调查数据分析[J]. 技术经济与管理研究, 2016(11): 124-128.
- [19] 蒋莉, 黄静波. 罗霄山区旅游扶贫效应的居民感知与态度研究——以湖南汝城国家森林公园九龙江地区为例[J]. 地域研究与开发, 2015, 34(4): 99-104.
- [20] 郭舒. 基于产业链视角的旅游扶贫效应研究方法[J]. 旅游学刊, 2015, 30(11): 31-39.
- [21] 孙玉望. 整合旅游资源打造魅力方山——方山县旅游业发展探索[J]. 山区经济, 2013(6): 18-19.
- [22] 卢冲, 耿宝江, 庄天慧, 等. 藏区贫困农牧民参与旅游扶贫的意愿及行为研究——基于四川藏区23县(市)1320户的调查[J]. 旅游学刊, 2017, 32(1): 64-76.

## On Targeted Pro-poor Tourism: A Case Study of Fangshan County in Shanxi Province

WANG Qingsheng, ZHANG Xingfa

(Tianjin University of Commerce, Tianjin 300134, China)

**Abstract:** Targeted poverty alleviation is one of the key tasks for our country in the near future. Our country has a large number of poverty-stricken people, the implementation of tourism poverty alleviation will help accelerate the pace of poverty alleviation in the poor areas of rich tourism resources. This paper reviews the pro-poor tourism research and development in recent years in China, defines the connotation of pro-poor tourism, puts forward the principles of tourism poverty alleviation, taking the cooperation partner of Tianjin commercial university, Fangshan county in Shanxi province, as an example, discusses the problems and countermeasures of targeted pro-poor tourism.

**Key words:** pro-poor tourism; development; principles; countermeasures; Fangshan county

(责任编辑:魏有广)

# 新型城镇化背景下浙江特色小镇的旅游发展研究\*

沈旭炜

(杭州市京杭运河杭州段综合保护中心,浙江 杭州 310015)

**摘要:**特色小镇是旅游引导的新型城镇化的有效实践途径之一。特色小镇作为浙江在推进内涵式、质量型城镇化过程中的一个重大战略突破与新引擎,被寄予了重振历史经典产业、促进经济转型发展和提升生活消费水平的时代厚望。在对特色小镇进行背景分析与概念解读的基础上,研究梳理浙江特色小镇的总体创建、旅游特征、空间类型,并在新型城镇化背景下提出特色小镇旅游发展的对策建议。

**关键词:**特色小镇;新型城镇化;浙江;旅游

**中图分类号:**F590 **文献标识码:**A

## 一、引言

城镇化是我国扩大内需、推动经济增长的强大内驱力。旅游业则是我国城镇化释放潜力的重要载体,也是新型城镇化质量水平的衡量标志。美、英、澳以及拉美等国多年实践表明,大量以旅游业为主导产业的旅游型小镇的开发建设,是推进其城市化的最有效途径。特色小镇作为浙江在推进内涵式、质量型城镇化过程中的一个重大战略突破与新引擎,尤其在换挡降速的经济新常态下,叠加了产业、文化、旅游和社区四大功能,被寄予了重振历史经典产业、促进经济转型发展和提升生活消费水平的时代厚望。较省外以云南模式为代表的旅游小镇和省内心镇、风情小镇、小城市培育试点等不同的是,特色小镇淡化甚至抹去了“小镇”的行政区划色彩,休闲旅游是其标准配置,并成为引导和架构特色小镇建设发展的重要权重指标和主体功能元素。在对特色小镇进行背景分析与概念解读的基础上,研究梳理浙江特色小镇的总体创建、旅游特征、空间类型,并在新型城镇化背景下提出特色小镇旅游发展的对策建议,因而具有一定的理论价值和实践推广意义。

## 二、特色小镇建设背景与解读

### (一)建设背景

随着2014年《国家新型城镇化规划》的出台,国

内各地掀起了新一轮城镇化建设的热潮,雄心勃勃的特色小镇建设计划如雨后春笋般涌现。如江苏提出在2016年建成一批具有江苏特点的特色小镇,通过“十三五”努力,加大重点镇和特色镇的培育力度,到2020年形成100个左右富有活力的重点中心镇和100个左右地域特色鲜明的特色镇。云南提出到2020年建设210个特色小城镇。

改革开放以来,浙江凭借民营经济为主体的体制机制优势,不断集聚生产要素,形成了绍兴柯桥轻纺业、杭州四季青服装业、嘉兴海宁皮革业等具有显著区域特色的“块状经济”,其中不少块状经济已突破“一县一品”、“一县多品”的行政性区域经济格局。高度细密的块状经济在浙江的地理版图上勾勒出色彩斑斓的经济“马赛克”,继而促成县域经济的繁荣和星罗棋布的小城镇的普遍成长,甚至导致大量小城镇赶超县城和市区的“小马拉大车”的现象出现。回顾30多年改革开放历程,浙江每一次重大的区域经济社会转型和自下而上的地方改革都是从小城镇起步,并形成了面向区域重镇和工业强镇的“中心镇培育工程”和面向农村现代化的“新农村建设工程”两条政策主线。但从当下的现实看,浙江的块状经济在取得显著成效的同时也积累了新的矛盾,区域产业总体呈现“低端产品、低加工程度、低附加值”特征,企业创新意识不强,缺乏品牌建设、自主研发和国际营销等高增值环节,产业综合竞争力不强。同时,也衍生出土地资源粗放式利用、环境治理与基础

\* 收稿日期:2017-04-12

作者简介:沈旭炜(1984-),男,浙江杭州人,杭州市京杭运河(杭州段)综合保护中心中级经济师,硕士,主要研究方向为旅游目的地管理、旅游规划、遗产管理。

设施建设成本高、非农产业综合带动性不强、城镇重复建设等一系列突出问题。“强镇扩权”的传统思路不利于解决块状经济产业转型和小城镇规划建设本身的结构性问题,“特色小镇”的建设发展呼之欲出。

## (二)概念解读

纵观国内其他省市的特色小镇建设,多数指的是传统意义上的行政建制“镇”或“乡”的镇区部分,是一种正从乡村性的社会向多种产业并存的现代城市转变中的过渡性社区。浙江所提的特色小镇与这些传统行政意义上的小镇不同,它指的是一种相对独立于市区,具有明确产业定位、文化内涵、旅游和一定社区功能的发展空间平台。浙江特色小镇旨在运用现代科技和技术提升改造原有经济传统发展模式,核心是产业转型升级而非一般的土地开发。它打破了县市区、乡镇(街道)管辖的限制,并根据产业要素相互衔接、互补、替代等集聚关系对区域进行重新划分。浙江的特色小镇已不是单纯行政地域划分意义上的建制镇,也不是传统单一功能的产业园区,而是产业转型升级与融合发展的创新空间和创业空间,是同业企业协同创新、合作共赢的企业型社区。

### 1. 物理空间

从物理空间上看,浙江的特色小镇追求“小而美”,求精不求大,规划面积一般控制在3平方公里左右,建设面积一般控制在1平方公里左右。

### 2. 产业类型

浙江的特色小镇聚焦信息经济、环保、健康、旅游、时尚、金融、高端装备制造等支撑浙江未来发展的七大产业,兼顾茶叶、丝绸、黄酒、中药、青瓷、木雕、根雕、石雕、文房等历史经典产业。从产业发展类型上可以将特色小镇界定为两类,一类是基于高科技产业要素的信息经济、金融、高端装备制造、环保、时尚等先进服务业和新兴产业,一类是基于传统产业要素具备较强发展后劲的历史经典产业。

### 3. 运作方式

城镇化道路是市场对城镇化起决定性作用而不是政府对城镇化包办一切。浙江特色小镇坚持“政府引导、企业主体、市场化运作”的方式。企业主体在打造特色小镇的过程中,担负起特色小镇投资建设、经营管理的主体角色,所有特色小镇都以企业为主推进项目建设和具体运营,原则上需要在3年内完成固定资产投资50亿元左右(不含住宅和商业综

合体项目)。政府主要扮演“引导员”、“服务员”的角色,重点在规划编制、基础设施配套、资源要素保障、文化内涵挖掘、生态环境保护等方面发挥组织、引导、协调、服务的作用。

### 4. 功能特征

产业、文化、旅游和一定的社区功能叠加,是特色小镇的重要内涵和特点。相较于传统的产业园区和中心城镇,特色小镇的主要特色就在于产、城、人的有机融合。

特色小镇的旅游功能,一方面是指具备标准化星级景区开展旅游活动接待的能力,所有特色小镇要建设成为3A级以上景区,旅游产业类特色小镇要按5A级景区标准建设;另一方面,特色小镇通过产旅结合、文旅结合,进一步整合小镇资源,放大产业效应,通过旅游活动的开展推动小镇的形象塑造,成为展示浙江推进新型城市化的新窗口。

特色小镇的文化功能主要体现在两方面,一是传承所在区域的历史文化,提炼和表现以传统建筑、传统民俗、传统节庆等为代表的乡土文化;二是基于产业转型升级形成的产业生活文化、创业创新文化等。这些文化将被植入小镇建设的各个层面和领域,逐渐塑造形成小镇个性文化,从而增强企业与居民的文化认同感。

特色小镇的社区功能,是指要有为小镇常住人口和创业就业人员提供社区服务的功能,并有利于吸引人口形成新的集聚。

## 三、浙江特色小镇创建与旅游发展

### (一)特色小镇总体创建概况

长期以来,速度型外延式的城镇化发展方式积累了土地财政过度依赖、房地产业产能过剩、公共服务资源不足、城市文化特色缺失等弊端。整个城市体系不平衡、不协调,亟待优化和改进。浙江的特色小镇无疑是顺应经济新常态、推进经济转型发展、优化城乡体系布局的一种有效载体和全新平台。2014年下半年浙江启动特色小镇培育工程,概念一经抛出,全省各地纷纷借此东风,整合特色产业元素,以七大产业和历史经典产业为依托,先后两批共79个承载了创新理念、创新产业、创新人才的小镇随即进入公众视线(表1),成为浙江经济增长的新模式,也为浙江旅游的“万亿产业”打造开足了引擎。

表1 浙江省省级特色小镇创建名单

城市	首批特色小镇	产业定位	第二批特色小镇	产业定位
杭州 (19个)	上城玉皇山南基金小镇	金融	下城跨贸小镇	信息经济
	江干丁兰智慧小镇	信息经济	拱墅运河财富小镇	金融
	西湖云栖小镇	信息经济	滨江物联网小镇	信息经济
	西湖龙坞茶镇	历史经典产业	萧山信息港小镇	信息经济
	余杭梦想小镇	信息经济	余杭梦栖小镇	高端装备制造
	余杭艺尚小镇	时尚	桐庐智慧安防小镇	高端装备制造
	富阳硅谷小镇	信息经济	建德航空小镇	高端装备制造
	桐庐健康小镇	健康	富阳药谷小镇	历史经典产业
宁波 (7个)	临安云制造小镇	高端装备制造	天子岭静脉小镇	环保
			西湖艺创小镇	时尚
	江北动力小镇	高端装备制造	鄞州四明金融小镇	金融
	梅山海洋金融小镇	金融	余姚模客小镇	高端装备制造
温州 (5个)	奉化滨海养生小镇	健康	宁海智能汽车小镇	高端装备制造
			杭州湾新区滨海欢乐假期小镇	旅游
	瓯海时尚智造小镇	高端装备制造	瓯海生命健康小镇	健康
湖州 (6个)	苍南台商小镇	高端装备制造	文成森林氧吧小镇	健康
			平阳宠物小镇	时尚
	湖州丝绸小镇	历史经典产业	吴兴美妆小镇	时尚
嘉兴 (9个)	南湖善琚湖笔小镇	历史经典产业	长兴新能源小镇	环保
	德清地理信息小镇	信息经济	安吉天使小镇	旅游
	南湖基金小镇	金融	秀洲光伏小镇	高端装备制造
	嘉善巧克力甜蜜小镇	旅游	平湖九龙山航空运动小镇	时尚
	海盐核电小镇	高端装备制造	桐乡乌镇互联网小镇	信息经济
绍兴 (6个)	海宁皮革时尚小镇	时尚	嘉兴马家浜健康食品小镇	健康
	桐乡毛衫时尚小镇	时尚		
	越城黄酒小镇	历史经典产业	柯桥酷玩小镇	时尚
	诸暨袜艺小镇	历史经典产业	上虞E游小镇	时尚
金华 (6个)			新昌智能装备小镇	高端装备制造
	义乌丝路金融小镇	金融	杭州湾花田小镇	旅游
	武义温泉小镇	旅游	东阳木雕小镇	历史经典产业
衢州 (5个)	磐安江南药镇	历史经典产业	永康赫灵方岩小镇	旅游
	龙游红木小镇	旅游	金华新能源汽车小镇	环保
	常山赏石小镇	旅游	江山光谷小镇	高端装备制造
台州 (5个)	开化根缘小镇	旅游	衢州循环经济小镇	环保
	黄岩智能模具小镇	高端装备制造	温岭泵业智造小镇	高端装备制造
	路桥沃尔沃小镇	高端装备制造	天台天台山和合小镇	旅游
丽水 (8个)	仙居神仙氧吧小镇	旅游		
	莲都古堰画乡小镇	旅游	龙泉宝剑小镇	历史经典产业
	龙泉青瓷小镇	历史经典产业	庆元香菇小镇	历史经典产业
	青田石雕小镇	历史经典产业	缙云机床小镇	高端装备制造
舟山 (3个)	景宁畚乡小镇	旅游	松阳茶香小镇	历史经典产业
			定海远洋渔业小镇	健康
		无	普陀沈家门渔港小镇	旅游
		朱家尖禅意小镇	旅游	

资料来源:本研究整理,截至2017年2月。

## (二) 特色小镇的旅游特征

### 1. 个性鲜明,区域协同

在推动城镇化的过程中,必须坚决反对非理性城镇化的发展,防止过于追求城镇化的形式与速度而忽视其内容与质量的行为出现。从目前公布的创建名单看,特色小镇遴选把关严格,特色小镇所处区

域均是围绕原有特定产业要素高度集聚的原生地。每个特色小镇的产业优势和个性特色鲜明,且注重定位目标和发展质量的顶层设计,能够在最大程度上从源头避免“百镇一面”、“百镇一业”的局面出现。

在空间布局上,特色小镇基本呈现出“以点带

面,区域协同”的特点。除省会城市杭州占据相对较多的名额(24.0%)外,甬、台、温等沿海发达市和丽、衢等西部山区市都有均等数量的特色小镇分布(图1)。在具体选址上,特色小镇在城区、郊区和乡村等不同区域均有分布,其中绝大多数位于城市的近郊区。近郊是城市短途旅游和日常休闲的集中游憩带,也是城市人口、产业“双溢出”的承接带。这些区域的特色小镇建设,能够为城市的产业、人口转移最大程度地创造条件,进而有利于推进农业人口的就地城镇化和为城市传统产业的转型升级腾挪新的发展空间,更好地促进区域经济的整合和城乡基本公共服务的均等化。

## 2. 产业集聚的地缘现象:特色小镇线

产业集聚与结构转型是城镇化发展的基本动力之一。产业集群极大地推动了农村工业化进程,从多层、全方位地驱动城市空间结构演进,驱动地方城镇化的发展。浙江特色小镇高度聚焦于信息经济等七大产业和茶叶等历史经典产业,全面提升产业层次、优化产业结构,集聚创新资源、激活创新资源、转化创新成果,实现产业发展从资源要素驱动向创新驱动转变。特色小镇打破了原来以单一的产业结构为主的园区发展思路,加快引导信息经济、金融、高端装备制造等业态与原有产业的融合,构建一种集产业、文化、旅游、社区功能融为一体综合发展的新型平台,加快推动产业转型升级。这种转型升级至关重要,因为目前我国的产业集群普遍面临升级的压力——单纯的地理集聚只能降低生产成本保持价格优势,这样微弱的优势难以持久。特色小镇跨区域地理的集聚模式为产业提升提供了全新载体,同类优势产业“混搭”集聚组合,带动产业链各环节相互融合创新,实现同类市场主体间的有序竞争,进而提升产业发展层次和增强产业竞争力。

产业集聚一旦形成,就会吸引更多的相关产业或者同类产业企业在集聚区域布局。作为产业演化过程中的一种地缘现象,产业集聚不仅能促进本地区城镇化水平的提升,而且能通过正向空间溢出效应,推动邻近地区城镇化水平的提升。浙江特色小镇的分布与产业集聚在地缘层面表现出了一定的内部关联性和空间趋同性,大致沿“建德航空小镇—义乌丝路金融小镇—宁海智能汽车小镇”一线呈南北区域分异。如图1所示,分线以北地区的特色小镇以信息经济、金融、高端装备制造、时尚、环保等高科技产业为主。这些主导产业具有技术密集和附加值高等特点,对自然资源、交通运输的依赖程度低,产

业的集聚度要明显高于南部。分线以南地区的总体城镇化水平较以北地区相对要低,特色小镇的产业集聚则以健康、旅游和历史经典产业等本地特有的资源型产业为主,这些产业的集聚度则要显著高于分线以北。通过数据统计进一步可以发现,杭、湖、嘉、绍、甬、舟分线以北6市的信息经济、金融、高端装备制造、时尚、环保等高科技产业特色小镇的总数与健康、旅游和历史经典产业等资源型产业特色小镇的总数之比为34:16,约2:1;台、温、金、丽、衢分线以南5市的这一比值则为11:18,接近1:2。两大分区的特色小镇主导产业分异较为明显,因此这条分线似乎又是浙江特色小镇的一条产业分异线,对特色小镇的区域产业集聚与个性定位起到某种标志与界限的作用。当然,更科学的结论需要更多统计数据和方法来支撑,囿于第三批省级特色小镇尚在培育之中,本文暂将此线标记命名为“特色小镇线”,以待后续更深入的推理论证与专项研究。

## 3. 休闲旅游业:特色小镇的主力军

相较于传统产业园区、一般中心镇、产业集聚区,特色小镇的核心价值在于产、城、人的有机融合,而且更突出人文关怀。按照要求,所有79个特色小镇都要充分利用自身的旅游资源,利用3—5年打造成3A级以上景区,旅游产业类特色小镇则要按照5A级景区标准建设。5A级旅游景区是我国旅游资源开发与旅游地建设的最高标准。用5A级景区的建设标准来作为特色小镇的创建考核指标,并将3A级景区的建设标准作为特色小镇的“基本配置”,在工作空间、创业平台之外引导和创造更多的休闲空间、消费场所和旅游目的地,是特色小镇以人为本、彰显生活元素这一核心价值的充分体现。这不仅可以使每个特色小镇的旅游资源得以显性化,进而培育形成旅游新亮点,创新休闲新业态,更有利于招徕人气、积聚财气,为特色小镇的发展注入更多的活力,最终推进新型城镇化的内涵式质量型可持续发展。

从目前公布的创建名单看,多数特色小镇位于自然环境优越的市区或城郊,有的直接选址在景区内或周边,拥有相对理想的人文生活环境和公共服务配套。其中,旅游产业类特色小镇占总比为19.0%,意味着每5个特色小镇中就有1个是按照国家旅游景区最高标准建设的旅游类特色小镇。值得注意的是,由于特色小镇采用的是“宽进严定”的创建制,竞争激烈,出于提高申报成功率的实际工作需要,诸如舟山定海远洋渔业小镇、温州文成森林

氧吧小镇、宁波奉化滨海养生小镇等特色小镇虽然在创建申报名称上定位为健康产业类,嘉兴平湖九龙山航空运动小镇、温州平阳宠物小镇将产业定位为时尚类,但这些特色小镇的依托资源、市场基础、功能规划和产品开发,与旅游类特色小镇基本保持同一个大方向和大节奏。诸如杭州西湖龙坞茶镇、丽水龙泉青瓷小镇、金华东阳木雕小镇和绍兴越城黄酒小镇等绝大多数历史经典产业特色小镇,已开发或正开发旅游景区、农家乐、精品民宿、博物馆(展陈馆)等旅游产品,并且已积累了相当的旅游产业规

模和旅游市场知名度。这些历史经典产业、时尚、健康等特色小镇能为人们提供艺术性、趣味性、刺激性、知识性等体验消费,因此可被视为“泛旅游产业类特色小镇”(图 2)。此外,如杭州上城玉皇山南基金小镇、西湖云栖小镇、拱墅运河财富小镇等金融、信息经济类特色小镇,集结了大量的高级知识分子和商业精英,这些群体和圈层对工作环境和社会交际空间都有着相对较高的要求。这几个特色小镇也都选址于西湖、运河等成熟的旅游区内,工作需求、休闲需求、交际需求和精神需求都可获得更高层次的满足。

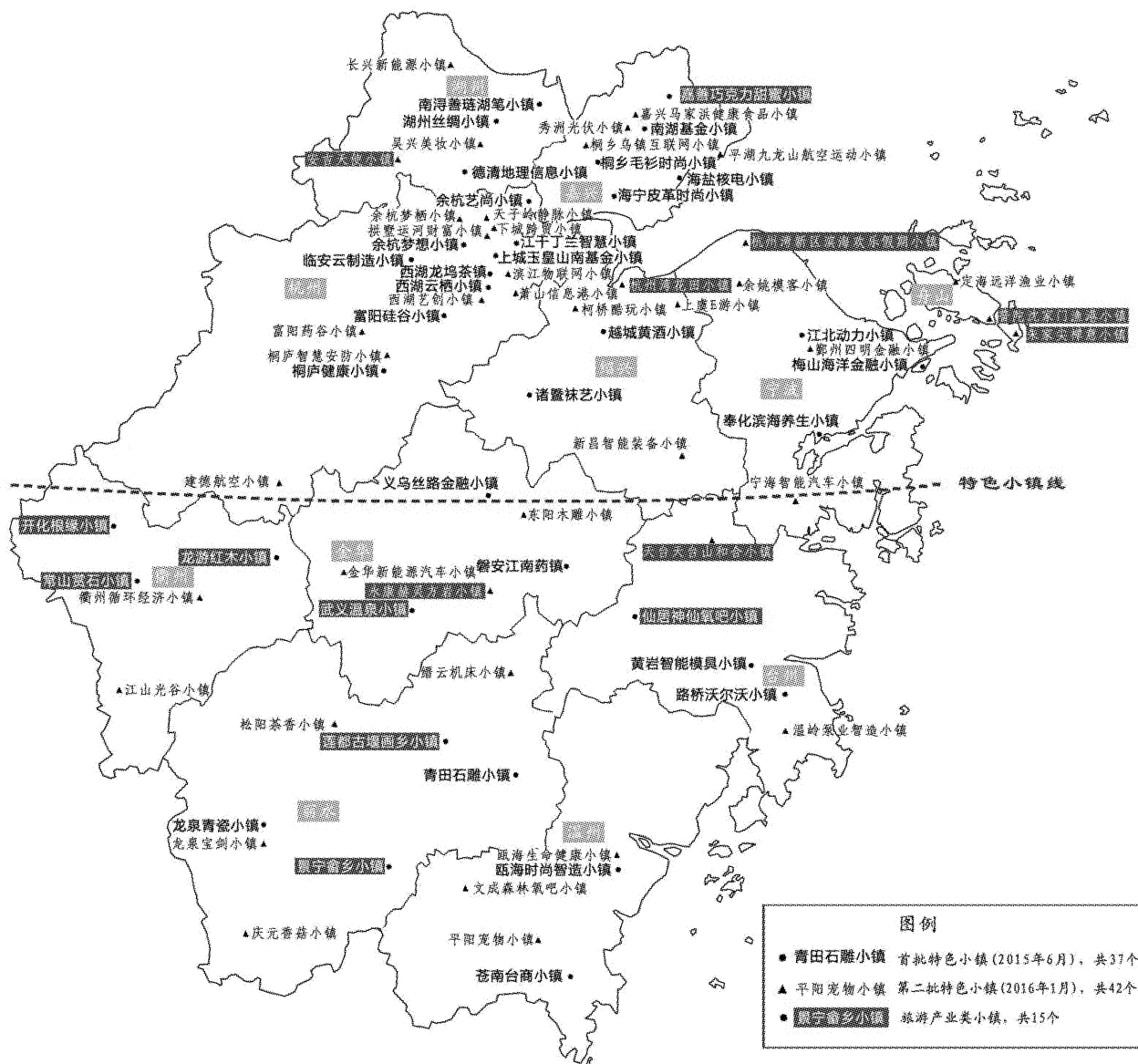


图 1 浙江省省级特色小镇分布图  
资料来源:作者自绘,截至 2017 年 2 月。

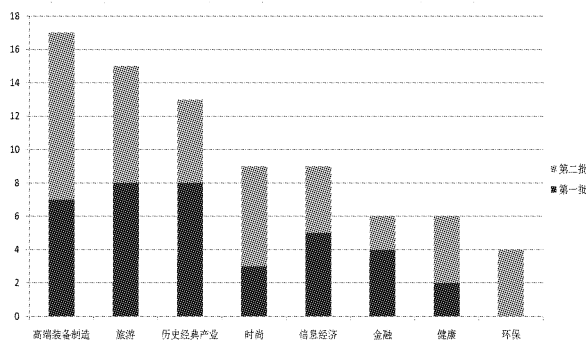


图2 浙江特色小镇产业定位情况(单位:个)

资料来源:本研究整理,截至2017年2月。

### (三)特色小镇的空间类型

空间是一种复杂的离散系统,整体来看所有要素都在随机性地移动,但遵循着某些内在的本地规则,即社会逻辑,使得空间系统在貌似无章可循的外表下潜藏着一定的结构和规律,在表现形式和运转模式上具有一定的稳定性,形成类型空间。特色小镇就是一种类型空间,虽然具有不同的生态环境、历史文脉、产业基础,但具有某种内在使用功能,决定了他们在空间结构关系上具有规律性和相似性,呈现出不同的发展模式。

#### 1. 休闲驿站型

休闲一般指两方面:一是解除体力上的疲劳,恢复生理平衡;二是获得精神上的慰藉,成为心灵驿站。休闲驿站型特色小镇一般位于成熟的市区,拥有信息经济、金融、高端装备制造等特色产业。依托良好的公共配套设施和服务环境,特色小镇多以个性文化、时尚文化、怀旧文化为文化元素符号进行内部空间的氛围营造,并积极引入各类符合小镇招商目标人群消费需求的业态品牌,如咖啡馆、音乐酒吧、简餐、健身馆、书吧、SPA等,形成独特的休闲氛围,营造独特的文化景观,创造的是“忙碌的工作之余”可供休憩、商务交际、知识学习、康体健身等多种消费的特色空间,也为市民游客提供了一个全新的充满文化气息的游玩欣赏的选择去处。

如杭州玉皇山南基金小镇,原本是一块2000亩的杂乱地块,旧厂房、旧仓库、旧民居凌乱布局,废弃的火车轨道横卧而过。经过特色小镇的改造,变废为宝,旧厂房被“修旧如旧”,旧仓库变身为一幢幢中式小楼和中式庭院,成为集新兴产业文化集聚、商务洽谈、度假休闲诸功能于一体的休闲驿站。

#### 2. 近郊游憩型

随着城市居住功能的不断外溢,我国城镇化将从过去中心大城市的“单核”向“中心城区+小城镇”

的“双核、多核”时代迈进。整合郊区资源环中心城区布点的特色小镇,大多位于城乡结合部的环城游憩带,这是旅游出行活动频率和活力最强的区域。环绕中心城区布局的特色小镇,城郊地区具有良好的生态条件,依托中心城区成熟的消费市场,能够就近吸引潜在的休闲旅游客源。相对于中心城区拥挤的交通、高昂的生活成本,小镇拥有低廉的价格、劳动力以及大容量的环境等先天优势,更容易吸引创业型企业和小型企业集聚。这类特色小镇的休闲旅游开发能够有效缓解普遍的“城市病”,提高城乡居民的生活质量和消费水平。

如毗邻杭州主城区的余杭梦栖小镇,致力于打造一座国际级的“设计奥斯卡”小镇,将依托毛家漾、邱家坞、玉鸟流苏等人文景观,打造“一街一山一河”的设计产业布局,形成设计产业集聚区、设计创客创意区、设计人才生活区三大功能集聚产业,推动资源有效整合,真正实现生产、生态、生活“三生融合”。

#### 3. 资源依托型

以原生的、自然赋存的或历史遗存的生态景观或自然人文复合体景观(如中药、青瓷、木雕、根雕、石雕等)为载体,以独具特色的民居、公共建筑和特色商贸配套为“表”,以乡村生活、特色民俗为“里”,以具有地方特色的历史经典产业、健康产业和旅游业为支柱,形成旅游、文化、产业、居住相互交融又可承接规模旅游的特色小镇,即为资源依托型特色小镇。资源依托型特色小镇的选址以资源的具体集聚为导向,一般都拥有高品位的自然生态资源或人文产业基础,旅游开发力度根据当地的经济发展水平大小不一。这类特色小镇的旅游发展充分依托与利用当地的气候、生态、地缘和人文等资源,本质上就是对当地生态资源和特色古文化的开发,具有较高的排他性,因此也成为避免与其它特色小镇在结构上趋同或低水平重复建设的有效方式。

如绍兴越城黄酒小镇依托绍兴黄酒这一优势资源,以“大绍兴、大黄酒、大文化、大旅游”为战略目标,积极做好历史传承保护、黄酒民俗记忆和休闲文化旅游三篇大文章。规划有游客中心及配套设施、越秀演艺中心、酒吧街区、特色酒店区、民宿街区、酒坊街区、黄酒历史文化中心和黄酒产业创意园等多个重点项目,逐步打造成为保护发展历史经典产业的重要平台和推动黄酒产业升级的主要抓手。

### 四、新型城镇化下特色小镇的旅游发展对策

旅游引导的新型城镇化是特色城镇化的一种重



要途径。经过多年发展,我国旅游业从观光旅游到休闲旅游、体验旅游、智慧旅游,已经完成从传统的门票旅游时代向深度体验的泛旅游时代转变。旅游业不但能推进区域经济社会的综合发展,在传承历史文化、提升幸福指数和促进城乡统筹等方面也具有重要的社会价值。浙江特色小镇的兴起与发展并带动泛旅游产业融合形成新的产业集聚,随着公共服务与基础配套健全和产业联动与产城一体化的发展,休闲旅游引导下的特色小镇成为浙江新型城镇化发展的重要形式之一,成为实现以人为核心的新型城镇化的一种理想选择。

#### (一)深化改革创新,优化制度环境

要进一步深化特色小镇管理体制改革,确定管理范围、权力清单、责任主体,以增强特色小镇产业发展活力为重点。不同于行政区划和产业集聚区,特色小镇的建设应是市场主导、政府引导,市场主体的力量应在特色小镇的建设中起主要作用,政府应思考和谋划如何更好地发挥政府在创造制度环境方面的职能,以充分调动市场主体的发展活力,为特色小镇的开发建设带来新鲜血液。要通过科学规划、制度供给和服务型政府的建设,不断优化地方政府在特色小镇建设发展进程中的引导作用,尤其是户籍制度、土地制度、财税金融制度和行政管理体制机制等改革要及时有序推进。政府要加强小镇管理和服务体系智能化建设,促进大数据、物联网、云计算等现代信息技术与小镇管理服务融合,提升特色小镇治理和服务的精细化水平,从而进一步优化创新创业生态链,为产业要素自由流动营造良好的制度环境。

#### (二)坚守生态底线,打造宜居优势

特色小镇的建设要摒弃一味的投资生产导向,竭力避免盲目性投资和高强度开发的出现,避免沦为一个个新的经济开发区或产业集聚区。要统筹生产、生活、生态三大布局,坚守生态底线,提高生活首位度,以创造优良人居环境作为中心目标,努力把特色小镇建设成为人与人、人与自然和谐共处的美丽家园,提高特色小镇的宜居性。要按照绿色循环低碳的理念进行基础设施规划建设,开发利用清洁能源,促进发展低碳生活方式的形成。积极融入让小镇生活更舒适的理念,以环境容量和综合承载能力为基础,加强设施设备的人性化设计与配置。要依托现有山水脉络等独特风光,尽可能在原有地理形态上开展风貌与景观塑造,让小镇融入大自然。要把小镇改造、产业转型升级与传承优秀文化紧密结

合,走“文化产业化、产业园区化、园区景区化”发展路子,突出一镇一品、一镇一景、一镇一韵,营造具有地方特色、民俗风情的环境空间,使每个特色小镇都能形成独特的风景线,打造独特的小镇精神,对外树立形象,对内凝聚人心。

#### (三)集聚产业要素,强化发展后劲

“整合集聚”和“提高效率”是新型城镇化追求的重要目标,同时也是推进新型城镇化的重要手段。特色小镇建设对内要强化建设特色小镇的专项土地、资金、政策等要素扶持。科学规划,留足充分的配套空间满足未来产业集中发展需求,坚持走精品集中、深度集中之路,使有限的土地资源产生最大的效益。要千方百计采取多种形式筹集资金,完善基础设施建设,充分发挥基础设施对项目投资的承载作用。必须从单纯引进企业、引进项目向形成产业链、做大做强产业转变,本着“同业集聚、资源共享”原则,使集中入驻项目向集群化产业转变。对外要加强与“美丽乡村”建设、“三改一拆”、“四边三化”、“五水共治”等目前全省已经在推进的产业转型升级和重点工作相结合、相推动,形成各类要素的集聚效应。通过把有限的生产要素向优势企业集中,提高企业产出的同时,增强特色小镇经济发展后劲。

#### (四)完善公共服务,实现主客共享

要进一步健全特色小镇公共服务设施,加强特色小镇社区服务场所建设,打造开放性空间体系,方便开展文体活动和促进社区交流,打造方便快捷的特色小镇生活圈。要推动公共图书馆、美术馆、文化馆(站)、博物馆、科技馆等城市公共文化场馆与特色小镇建设的结合,并打开围墙对外实行免费开放,打造富有书香味的特色小镇文化圈。要突出休闲旅游导向,分类引导特色小镇培育休闲旅游产品,提升泛旅游产业类特色小镇“办公室——卧室”间的“第三地”公共空间的休闲氛围与生活环境品质,提高旅游产业类特色小镇休闲旅游资源与市场之间的有效达到率和消费满意率,以更好地满足特色小镇工作者、居住者和消费者等群体的共享需求。

### 五、结语

特色小镇是旅游引导的新型城镇化的有效实践途径之一,是在休闲旅游业集群化发展城镇化进程双重因素推动下产生的,是产业发展与城镇建设的产城一体化系统整合,也是未来旅游投资的热点领域之一。浙江特色小镇以一个龙头产业为主,延伸产业上下游,并与文化、旅游、社区功能融为一体

的模式,对于“十三五”时期我国加快推进新型城镇化具有很好的示范意义。浙江特色小镇的旅游发展,就是要以生态资源为依托、以文化传承为内涵、以经典产业为特色、以市场需求为导向,通过特色小镇的规划规范和旅游产业的规划规范双重标准来主导,实现核心吸引力的打造,带来产业的集中、文化的传承和人口的吸纳,以此实现人口集聚、消费集聚和产业集聚,实现产、城、人的有机融合与多向提升,最终推动经济从单一的封闭的生产型园区经济向多元的开放的生产、服务、消费等多点支撑的特色小镇经济转型。“特色小镇”,这个富有田园意味的名词,延续着历史经典产业和独特的文化内涵,在不久的将来,一个个百花齐放的特色小镇必将成为浙江旅游诗画魅力的金名片。

#### 参考文献:

- [1] 余凤龙,黄震方,曹芳东,等.中国城镇化进程对旅游经济发展的影响[J].自然资源学报,2014,29(8):1297-1309.
- [2] 郭大奇,高鹤鹏.基于生态保护下的特色旅游小镇开发模式探讨:以沈阳棋盘山国际风景旅游区旅游小镇开发为例[C].2012中国城市规划年会论文集,2014.
- [3] 江苏省人民政府.2016年政府工作报告[EB/OL].[http://leaders. people. com. cn/n1/2016/0205/c58278-28112908. html](http://leaders.people.com.cn/n1/2016/0205/c58278-28112908.html).
- [4] 江瑜.全省空气质量现“拐点”,PM<sub>2.5</sub>呈下降趋势[N].南京日报,2015-12-03.
- [5] 周永广,沈旭炜.基于时空维度的国内城市滨水区开发导向研究[J].城市问题,2011(2):30-35.
- [6] 钟文.特色小镇无需土地开发:浙江5000亿元园区升级试验[N].中国企业报,2015-08-04.
- [7] 郑文晖.块状经济主导下的浙江省城镇化模式研究[J].安徽农业科学,2011,39(36):22492-22494.
- [8] 陈前虎,寿建伟,潘聪林.浙江省小城镇发展历程、态势及转型策略研究[J].规划师,2012,28(12):86-90.
- [9] 费孝通.费孝通论小城镇建设[M].北京:群言出版社,2000.
- [10] 李强.用改革创新精神推进特色小镇建设[J].今日浙江,2015(13):8-10.
- [11] 林梦.浅议城镇化进程中的城市特色与个性:对我国城市面貌趋同现象的思考[J].软科学,2013,27(7):142-144.
- [12] 王胜男,马昭.海南省新世纪城镇化进程的阶段性及其影响因素[J].地域研究与开发,2013(4):59-63.
- [13] 徐维祥,唐根年,陈秀君.产业集群与工业化、城镇化互动发展模式研究[J].经济地理,2005(6):868-872.
- [14] 王缉慈.产业集群和工业园区发展中的企业邻近与集聚辨析[J].中国软科学,2005(12):91-98.
- [15] 张华,梁进社.产业空间集聚及其效应的研究进展[J].地理科学进展,2007,26(2):14-23.
- [16] 袁丹,雷宏振.高技术产业集聚与省域城镇化:基于空间面板模型的实证分析[J].科技进步与对策,2015,32(12):45-49.
- [17] 袁露,杨彦平,王继建.中国5A级旅游景区发展特征研究[J].华中师范大学学报(自然科学版),2014,48(2):301-306.
- [18] 陈可石,潘安妮.基于空间句法理论的旅游小镇空间结构概述及案例研究[J].现代城市研究,2014(8):86-93.
- [19] 李志飞,曹珍珠.旅游引导的新型城镇化:一个多维度的中外比较研究[J].旅游学刊,2015,30(7):16-25.
- [20] 林峰.旅游引导的新型城镇化[M].北京:中国旅游出版社,2013.
- [21] 包双叶.新型城镇化背景下城市综合体的创新发展[J].理论探索,2014(3):91-94.

## Research on Tourism Development of Zhejiang Distinctive Town under a Background of New-type Urbanization

SHEN Xuwei

(Hangzhou Grand Canal Protection Center, Hangzhou 310015, China)

**Abstract:** Distinctive Town is long seen as one of effective practice ways to carry forward tourism oriented new-type urbanization, which is also proposed as a major strategic breakthrough and a new engine in the process of building intensive-expanding and quality-oriented urbanization in Zhejiang, a province in Eastern China. Distinctive Town in Zhejiang is placed great hope on reviving historical classic industries, promoting transformation of economic development and improving life consumption level. Based on background analysis and concept interpretation of Distinctive Town, this paper studies its overall creation, characteristics of tourism industry, and space types in Zhejiang. Some suggestions on tourism development of Distinctive Town are proposed at last.

**Key words:** distinctive town; new-type urbanization; Zhejiang; tourism

(责任编辑:魏有广)

# 基于内容分析法的平遥古城旅游意象感知分析\*

王晓鹏

(上海师范大学旅游学院, 上海 200234)

**摘要:**大众旅游时代与 Web2.0 交互时代的相遇引发了旅游地意象传播方式的巨大改变。本文以平遥古城为研究对象,运用内容分析法和情感分析法探究新浪微博平台上旅游者对古城意象的感知情况,并根据研究结论提出相应的营销建议。

**关键词:**旅游意象;平遥古城;内容分析;情感分析

**中图分类号:**F592.7 **文献标识码:**A

## 一、研究背景

通常旅游者对未游览过的目的地了解有限,因此出游前会通过他人分享的旅游经验、攻略收集信息,为决策提供参考。旅游者在网络中创建的旅游相关内容被学者称为“旅游者生产内容”(tourist-generated content,以下简称 TGC)。TGC 因其公正、真实且获取方便的特性,在旅游者之间具有很高的信誉度。因此众多专业的 TGC 集合网站——线上旅游平台已经成为 web2.0 时代下影响原生意象的重要信息源,对旅游行为和目的地选择具有强大的影响力。

在这样的背景下,旅游者实际具有双重身份:既是意象的消费者,也是意象的再生产者。意象的传播不再是从旅游地到旅游者的单向线性传播,旅游者可以借助线上平台独立塑造互联网世界中的“线上旅游意象”,并由此形成“电子口碑”(electronic word-of-mouth,即 eWOM),彻底颠覆了传统的旅游意象传播方式。

本文结合时代特点,以新浪微博作为数据挖掘平台,运用内容分析法和情感分析法分析数据。其中,笔者运用 ROST CM 6 软件和 NLPPIR 语义分析系统对收集到的 214 篇微博文本进行语义分析,利用腾讯云的万象优图程序对旅游照片进行内容分解。文本与照片数据相结合共同分析平遥古城旅游意象感知状况。希望本文抛砖引玉,拓宽旅游意象感知研究的思路。同时,为古城管理者提供意象营

销参考依据。

## 二、数据收集与处理

微博短小精悍,可随文本发布图片,相比游记更加精炼,便于提取有价值的关键词。本研究文本与照片全部采集自国内主流微博平台——新浪微博。

### (一)数据收集

笔者在新浪微博上以“平遥”为关键词进行检索,设定时间范围为 2015 年 1 月 1 日至 2017 年 1 月 31 日,同时设置微博类型为“原创”。为确保数据规范有效,笔者在收集时遵循如下原则:

第一,微博需为原创,且文本内容需不少于 10 个汉字;

第二,微博为旅游者个人发布;

第三,发布者需亲身去平遥古城旅游过;

第四,内容必须仅针对平遥古城一地;

第五,文本符合收集条件才收集所附照片;

第六,照片内容需为平遥古城旅游资源。

依检索结果顺次筛选,最终收集微博 214 篇,照片 340 张。

### (二)文本处理

第一步,将文本进行规范化处理。笔者将收集到的微博录入 word 软件,并对文本进行预处理:删除表情符号等无关信息;将繁体字、英文统一转化为汉语简体字;补全简称词汇;修正错别字;统一“栲栳”、“土炕”等词语的表达,以此保障文本数据的真实、有效。

\* 收稿日期:2017-05-10

作者简介:王晓鹏(1994-),女,上海师范大学旅游学院旅游管理专业 2013 级本科生。

第二步,分词。将预处理过的文本储存为TXT纯文本格式,利用ROST CM 6软件进行分词,然后根据分词结果对自定义词表进行修正。如此反复直至分词结果能够基本覆盖原文本主要词汇。

对最终的分词文本进行高频词提取,过滤后保留频次大于等于5的高频词,使其具有较强的统计意义。其中,频次大于等于10的高频词如表1所示。由此表可以初步看出旅游者所感知到的主要意象元素。

表1 文本高频词

高频词	频次	高频词	频次
回忆	48	店铺	16
岁月	39	酒吧	16
街巷	35	第一次	16
怀念	32	中国	15
文化	30	再见	15
历史	29	美食	13
山西	28	故事	13
客栈	25	建筑	12
醋	25	震撼	12
城墙	25	朋友	12
旅行	22	美味	12
古朴	22	票号	11
再来	20	走进	11
感受	20	依旧	11
美丽	20	爱上	11
宁静	19	北方	11
地方	17	气息	10
演出	17	小吃	10
穿越	16	味道	10

资料来源:本研究整理

(三)社会语义网络图

笔者利用ROST CM6软件对微博文本进行共词分析,绘制出如图1的社会语义网络图,将微博文本内容转化为形象的网络图,得出高频词汇之间的语义关联。

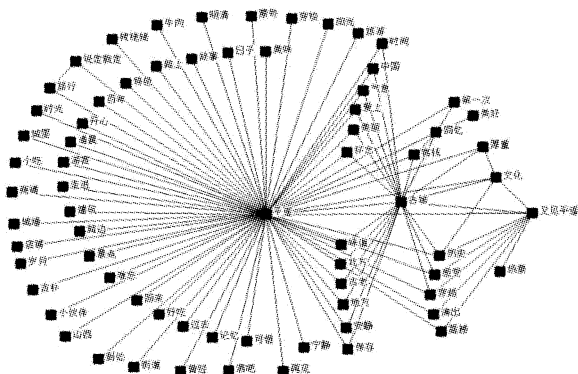


图1 社会语义网络

资料来源:本研究整理

由于平遥古城是本文的研究对象,所以各高频词围绕“平遥”这一中心节点和“古城”这一副中心节点展开。在图1中,“怀念”、“爱上”等动词次节点表明“平遥”在旅游者心目中具有区别于其他古城的特殊地位,“古老”、“安静”等形容词次节点表明了“平遥”的意象特点。而其中多个节点相联结形成的局部语义网络,如“平遥”、“又见平遥”、“文化”这三个节点互相联结,则展现出旅游者的感知脉络:在平遥古城旅游的过程中观看了《又见平遥》,感受到了古城的文化。由此网络图能够看出旅游者的感知元素、感知脉络以及平遥古城旅游资源的主要特点。

(四)照片处理

Urry, J. 认为镜头可以展示旅游本身,因此拍摄对象构成了旅游的实质。作为微博游记不可或缺的一部分,照片与文字相得益彰共同体现旅游者的感知意象,对于研究旅游意象感知具有重要作用。

笔者利用腾讯云平台中万象优图程序的图片标签功能对照片内容进行解构,从而把照片内容转化为文本信息。

首先,笔者对收集到的340张照片进行筛选,去除同一旅游者发布的内容相似的重复照片,如同一背景下不同姿势的人物照,仅保留相似照片的最后一张。最终得到305张符合要求的照片,依次命名为“照片1”、“照片2”、“照片3”……。

其次,将照片顺序上传至腾讯云网页进行内容分析,获得每张照片的内容标签。由于平遥古城的旅游资源有别于日常生活中的事物,因此照片内容十分丰富,图片标签功能的识别准确度难以保证。所以尽管部分照片标签置信度很高,笔者仍对所有图片的分析结果进行人工审查、修正。

将照片内容解构后所获得的标签录入为文本,得到由词语组成的照片内容数据,对其提取高频词并同样保留频次大于等于10的高频标签如表2所示。

表2 照片高频标签

高频标签	频次	高频标签	频次
天空	124	楼阁	24
房屋	90	灯光	22
文本	74	菜品	21
灯笼	74	雕塑	21
人群	70	门窗	17
夜晚	37	酒吧	17
街道	37	碗盘	15
店铺	32	演员	11
女旅游者	32	旗帜	10
城墙	28	合影	10
树木	27	舞台	10

资料来源:本研究整理

(五)平遥古城旅游意象元素整理

微博文本的高频词和照片的高频标签均反映了旅游者所感知的古城旅游意象元素,因此为了探究旅游者的感知意象,将微博文字和照片的处理结果合并得出平遥古城旅游意象元素。

笔者结合本研究所得数据特点将古城旅游意象元素划分为景观、活动、人物以及感受评价四大主类目,下含九个次类目,另含一个“其他”类目包含“平遥”、“山西”等无实际意义的高频词。对全部 2447 频次的高频词语进行分类得到如表 3 所示。

表 3 平遥古城旅游意象元素分类

主类目	次类目	高频词及频次
景观 (922)	自然景观 (242)	天空(124)、夜晚(51)、树木(27)、清晨(11)、雪(9)、冬日(8)、阳光(7)、空气(5)
	人文景观 (680)	房屋楼阁(126)、古城(101)、灯笼(81)、文本(74)、街巷(72)、城墙(53)、文化(30)、灯光(22)、雕塑(21)、票号(19)、门窗(17)、旗帜(10)、景区(9)、土炕(8)、晋商(8)、桌椅(7)、县衙(7)、镖局(5)、缸(5)、城隍庙(5)
活动 (303)	动态活动 (0)	无
	静态活动 (303)	又见平遥(76)、美食(65)、店铺(53)、酒吧(33)、客栈(33)、醋(30)、漫步(7)、工艺品(6)
人物 (187)	旅游者 (62)	女旅游者(32)、朋友(12)、合影(10)、男旅游者(8)
	当地人 (47)	老板(6)、当地人(24)、演员(17)
	游人(78)	人群(78)
感受 评价 (584)	评价(340)	岁月(39)、历史(29)、古朴(22)、美丽(20)、宁静(19)、穿越(16)、故事(13)、特色(13)、震撼(12)、美味(12)、风格(12)、厚重(12)、依旧(11)、气息(10)、味道(10)、古香古色(9)、完好(9)、沧桑(9)、明清(8)、保存(8)、值得(7)、古代(6)、年轻(6)、浓厚(6)、热情(6)、美好(6)、喧嚣(5)、底蕴(5)
	感受(244)	回忆(48)、怀念(32)、再来(20)、感受(20)、第一次(16)、再见(15)、爱上(11)、遗憾(11)、留恋(9)、说走就走(8)、离开(8)不虚此行(7)、向往(8)、难忘(7)、感谢(7)、开心(6)、感动(6)、放慢(6)、心情(5)、惬意(5)、舒服(5)
	其他 (451)	平遥(285)、山西(28)、旅行(22)、地方(17)、中国(15)、碗盘(15)、北方(11)、走进(11)、景象(8)、日子(6)、一路(6)、路边(6)、手脚(6)、标识(5)、下午(5)、寻找(5)

资料来源:本研究整理

根据最终高频词数据绘制高频词频次折线图,由图 2 可以看出感知元素呈长尾分布,只有少数元素拥有高关注度,大部分元素是低频次利基词汇。可见,尽管平遥古城的旅游资源类型单一且分布集中,但是不同旅游者在平遥古城的旅游活动中所感知到的元素却是分散的,不同旅游者对古城各项属性的感知并不十分相似。

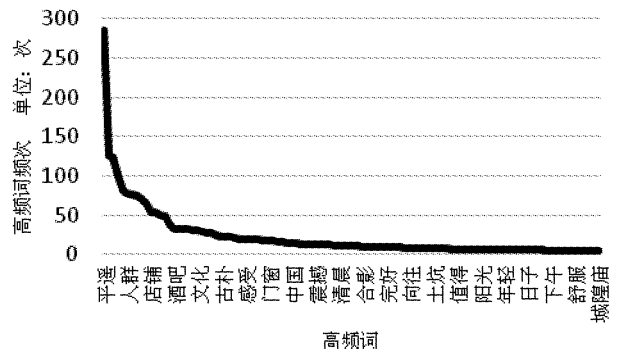


图 2 感知元素频次  
资料来源:本研究整理

三、平遥古城旅游意象分析

Balagu 和 McCleary 认为旅游目的地的意象由认知意象、情感意象及总体意象构成,且总体意象受前两者的影响。本文按照此观点,分别对平遥古城的认知意象、情感意象和总体意象加以分析。

(一)平遥古城认知意象分析

首先,在景观类元素中,“房屋楼阁”、“古城”、“街巷”和“城墙”等非具体景点建筑频次均较高,相比之下,“票号”、“县衙”这些具体景点的频次很低。而“灯笼”、“文化”、“雕塑”等衬托、反映古城历史文化名城环境氛围的元素虽非重要景观,频次却比较高。可见,旅游者所感知到的平遥古城是以一座古城的整体形象出现的,他们并非被平遥古城的具体景点所吸引,而是享受置身于千年古城中仿佛穿越时空般的特殊氛围。结合评价类目中的“岁月”、“历史”、“古朴”等词语,可以更加明显地看出旅游者眼中其古朴宁静的氛围特点。

其次,与景观类词语相比,平遥古城旅游者所感知到的活动类词语频次很少。其中“又见平遥”实景演出、“美食”、“店铺”、“酒吧”、“客栈”和“醋”的频次比较高。从中可以分析得出如下结论:

第一,“又见平遥”频次最高,甚至超出了“美食”,可见该演出的反响很好,受到诸多旅游者的喜爱。而“美食”的频次较高符合现今旅游活动的特

点,地方美食几乎是每位旅游者都会关注的旅游地意象元素。而平遥古城隶属山西,拥有众多造型、名称皆具特色的面食小吃,如“栲栳栳”和“碗秃”,这些地方美食都很容易受到旅游者的关注。

第二,“店铺”和“酒吧”的较高频次出现展现出古城商业化带来的一点好处,即受到部分年轻游客的欢迎。结合表3平遥古城旅游意象元素分类的高频词和具体微博文本内容,可以发现很多年轻游客在微博中表现出对各式店铺、酒吧所持的欢迎态度。如:

平遥的酒吧很干净。点一杯鸡尾酒,朋友坐在一起听着驻唱,浅酌。没有现实,没有欲望,有的是无限的松懈。我想以后都不可能再这么肆无忌惮了,年轻的我们终究不年轻。

由此可见饱受诟病的商业化店铺、酒吧也有其受众,它们的存在在一定程度上丰富了平遥古城的意象。

第三,“客栈”和“醋”的频次也较高,由此体现出旅游者对平遥古城的民俗文化元素比较敏感。古城中的客栈均为中式仿古建筑或由古宅改建,而当地的醋是比较闻名的特产,二者均属于当地民俗文化的产物,极具地方特色,能够给旅游者带来较强的新鲜感,因而旅游者较易对其产生兴趣。

最后,人物类高频词中“当地人”的频次虽然不高,但是也有部分旅游者予以关注并通过文字或照片展示出来,结合本文收集到的微博文本内容,可见旅游者所感知到的当地人的民风较为淳朴善良,给旅游者留下了较好的印象。

综上所述,旅游者认知意象如下:景观以古建筑群等人文景观为主,缺少极具吸引力的独立景点;活动以演出、美食等休闲放松的静态活动为主;古城整体氛围古朴宁静;当地人比较质朴热情。

## (二)平遥古城情感意象分析

本研究使用的情感分析工具是NLPIR语义分析系统,基于大连理工大学信息检索研究室整理、标注的中文情感词汇本体库对文本进行情感分析,该情感词库囊括了27466个情感词,在将情感词划分为正面和负面两种的基础上,进一步划分了“乐”、“好”、“怒”、“哀”、“惧”、“恶”、“惊”7个主类目,下属21个次类目。

以词语级粒度对微博文本进行情感分析,得到表4。

表4 微博文本情感分析结果

情感极性	情感强度	总词频	情绪	词频
正面	1875	620	好	494
			乐	126
			哀	126
负面	539	244	恶	96
			惧	17
			惊	5
			怒	0

资料来源:本研究整理

该分析结果说明以下三项内容:

其一,正面、负面情感强度分别为1875和539。情感词语不仅反映情绪,也体现强度。该系统根据词语语义所展现出的不同情感强度,将情感强度由1到5分为五档,数字越大强度越大。

其二,正、负面情感词的频次,即正面情感词出现620频次,负面情感词244频次,共计864频次。

其三,“乐”、“好”、“怒”、“哀”、“惧”、“恶”、“惊”七种情绪词频次,即乐情绪词出现126次,好情绪词494次,怒情绪词无,哀情绪词126次,惧情绪词17次,恶情绪词96次,惊情绪词5次,共计出现864频次的情绪词。

根据结果可以看出,正面情感词语620频次远高于负面情感词语244频次,并且正面情感强度达到1875,亦远高于负面的539。说明旅游者所感知的古城情感意象不仅以正面情感为主,且强度很高。

## (三)平遥古城总体意象感知分析

由于微博游记中的内容极少涉及对旅游地总体意象的直接评价。因此本研究借鉴顾客行为意愿理论,利用推荐意愿和重游意愿两项指标对平遥古城总体意象进行间接分析、说明。通常可以认为旅游者的推荐和重游意愿越强,其对旅游地的总体意象就越积极。

笔者对微博进行整理分类,得出表5所示的平遥古城总体意象评价结果。

表5 平遥古城总体意象评价

总体意象评价	积极	中立	消极
数量(篇)	110	103	1
比例(%)	51.40	48.13	0.47

资料来源:本研究整理

由此可见,文本分析结果显示旅游者对平遥古城总体意象的感知以积极评价和中立评价为主,消极评价极少。其中虽然积极评价与中立评价的数量

相近,但是由以下两点可以看出旅游者对平遥古城总体意象的积极倾向是比较明显的:

首先,如表3,即平遥古城旅游意象元素分类中的感受类高频词中,“回忆”、“怀念”、“再来”等具有明显积极倾向的词语合计出现222频次,平均每一篇微博文本都包含一个这样的积极词汇。

其次,前文的情感意象分析结果显示,正面情感的强度约是负面情感的3.48倍,说明旅游者对平遥古城是比较喜爱的。

因此可以认为,旅游者对平遥古城总体意象具有较为明显的积极倾向,整体印象较佳。

#### 四、研究结论与启示

##### (一)研究结论

第一,旅游者所感知到的平遥古城旅游意象元素包括景观类、活动类、人物类和感受评价类四大类。其中数量较多的依次是人文景观类元素、评价类元素和静态活动类元素。

第二,旅游者所感知的平遥古城认知意象是:景观以古建筑群等人文景观为主。旅游者注重的是古城整体而非某一特定景点,说明平遥古城的吸引力来自于古城整体环境氛围所带给游客的穿越时空般的感受;活动以《又见平遥》实景剧、美食等休闲放松的静态活动为主;古城整体氛围古朴宁静;当地人比较质朴热情。

第三,旅游者所感知的平遥古城情感意象以正面情感为主,且正面情感强度远高于负面情感,大部分旅游者比较喜爱平遥古城。

第四,旅游者对平遥古城总体意象较好,许多旅游者在平遥古城留下了珍贵的回忆。

##### (二)研究启示

###### 1. 合理开展商业经营

根据微博文本来,很多旅游者表示出对平遥古城内店铺、酒吧的喜爱,与目前大众批判商业化的情况有所差异。据此,笔者认为古城管理者应该对商业活动进行合理管控,既不能完全打压,也不可放任自由。一方面,古城内的店铺、酒吧可以提供基本的购物、休闲需求,实为古城旅游链上重要的一环。此外,酒吧在古城旅游地的兴盛也有其原因。酒吧本身就是放松身心的休闲场所,加之古城的环境氛围易让人产生穿越时空的与世隔绝感,在这种轻松愉悦的环境下更能与旅游地发生互动,产生积极情感。另一方面,必须承认酒吧等现代化商业场所与千年古城的意象反差极大,会破坏古城古朴宁静的

氛围。因此古城管理者应该将古城内酒吧、纪念品店铺等商业场所的数量控制在合理范围内。同时对商家进行合理引导,可以通过经济补贴、税收减免等手段支持、鼓励商家结合当地文化特色开展经营。此外,古城管理者可以联系生产厂商,与古城商家进行三方合作,由古城管理者聘请专业人员,根据古城民俗文化设计开发旅游纪念品,交由厂商生产定制商品,而古城商家负责出售。如此既可以充分展示古城民俗文化,真正发挥古城的文化优势,也可以避免旅游纪念品毫无特色、千篇一律的问题。

###### 2. 增强表演活动互动性和参与性,提升文化内涵

笔者在研究过程中发现,很多旅游者非常喜欢《又见平遥》实景演出,古城管理者可以借鉴这一成功经验,开展可参与、可互动的表演活动增强游客的旅游体验。

在表演形式方面,可以借助平遥古城这座巨型舞台开发更多表演活动,展现古代生活场景,表演场地跟随剧情发展转移,每一位旅游者都可以扮演普通百姓,演员在表演过程中与在场的旅游者对话、互动,根据旅游者的表现设计不同的支线剧情,让游客充分体验穿越时空之感。

在表演内涵方面,应该充分挖掘平遥的优秀传统文化,将其融入到表演活动之中,寓教于乐。这样的方式不仅远比导游讲解、标识介绍生动有趣,更容易被旅游者所接受,而且可以发挥古城的文化优势,大幅度提升古城的感知价值。

###### 3. 细分客源,挖掘利基市场潜力

由图2感知元素频次图可以看出,不同旅游者在平遥古城所感知到的元素是呈长尾形态分布的,可以由此推测出旅游者需求也是分散的,各有其特点。对此,古城管理者应该将游客类型加以细分,采用针对性的营销方法,同时利用微信、微博等网络平台加以宣传推广,充分开发利基市场,扩大客源市场的覆盖范围。例如可以进一步推广现有的“平遥国际摄影展”,创建独立的摄影活动宣传微博,吸引更多的摄影爱好者,借摄影带动旅游;可以定期举办美食节,进行美食评选,并发行官方美食手册,为游客推荐美食游路线;可以为第二次观看《又见平遥》的旅游者提供打折购买门票的优惠,既可以赠送亲友,也可以再次观看,如此可以塑造良好的口碑,同时借助人际关系加以宣传。

总之,旅游者的需求日益多样化,古城管理者应该注意将客源根据不同的特征加以区分,做到精准

营销,以争取开发利基市场,增加旅游收益。

#### 4. 重视 TGC 调研,取长补短促发展

TGC 对于旅游地来说是极其重要的市场情报,平遥古城管理者可以组织专业技术人才,定期开展基于 TGC 的市场调研。

针对古城自身进行调研可以帮助古城管理者了解市场信息。首先,可以分析旅游者所感知的古城优缺点,掌握消费舆情,从而根据反馈改进现有不足,强化优势。其次,可以利用社交媒体进行针对性的宣传营销,改变一些旅游者对平遥古城所持有的负面刻板印象,增强其出游意愿。

针对热门旅游地的调研则可以通过既有的成功案例吸取经验,可以通过 TGC 信息挖掘,获取拥有这些旅游地出游经历的旅游者喜欢而平遥古城却未开发的意象元素,借鉴他人的营销策略,结合自身实际加以转化、运用,提升竞争力。

管理者根据市场反馈塑造平遥古城的旅游意象,最大程度满足旅游者的期待,使旅游者能乘兴而来,也能令其满意而归,如此一来便可形成“生产—

消费—再生产”的良性旅游意象循环,依靠电子口碑使平遥古城占据越来越多的市场份额。

#### 参考文献:

- [1] Sun, M. H., C. Ryan, & S. Pan. Using Chinese travel blogs to examine perceived destination image the case of New Zealand[J]. *Journal of Travel Research*, 2015, 54(4):543-555.
- [2] Mak, A. H. N. Online destination image: Comparing national tourism organisation's and tourists' perspectives[J]. *Tourism Management*, 2017, 60:280-297.
- [3] Litvin S W, R. E. Goldsmith. & B. Pan. Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management[J]. *Tourism Management*, 2008, 29(3):458-468.
- [4] Urry, J. & J. Larsen. *The tourist gaze*[M]. Sage Publications, 2011.
- [5] Baloglu, S. & K. W. McCleary. A model of destination image formation[J]. *Annals of Tourism Research*, 1999, 26:808-889.

## Research on Tourism Image Awareness of Pingyao Ancient City Based on Content Analysis

WANG Xiaopeng

(College of Tourism, Shanghai Normal University, Shanghai 200234, China)

**Abstract:** The encounter of the mass tourism era and Web2.0 Interaction era led to a dramatic change of the way tourism image spread. Taking the ancient city of Pingyao as the study objective, this paper applies the method of content analysis and emotional analysis to probe into the tourist perception of the ancient city image on Sina microblog platform, and puts forward the corresponding marketing proposal according to the conclusions.

**Key words:** tourism image; Pingyao ancient city; content analysis; emotional analysis

(责任编辑:魏有广)



# 星级酒店顾客满意度指标构建研究<sup>\*</sup>

郭贵荣,周海磊

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

**摘要:**在分析现行酒店顾客满意度评价体系的基础上,结合星级酒店运营特点,运用顾客期望理论和服务补救理论,增加了对星级酒店顾客补救服务方面的考察指标,完善了当前的星级酒店顾客满意度评价体系。采用层次分析法确定各个指标的权重,通过模糊综合评价的方法确定酒店的顾客满意度水平。结合酒店实例,进行顾客满意度评价指标应用分析,最终结果为顾客对酒店较为满意,并根据评价结果提出了改进建议。

**关键词:**星级酒店;顾客满意;服务补救;层次分析法;模糊综合评价

**中图分类号:**F590 **文献标识码:**A

## 一、引言

服务利润链理论认为,顾客的满意会影响到顾客忠诚,顾客忠诚则会影响到顾客的终身价值(包括顾客保留、重复消费、产品推荐等),进而影响到企业的利润。与以标准服务和低廉价格为主要优势的经济型酒店不同,星级酒店定位于高端商务酒店,目标人群主要是高端商务人群以及高收入的旅游人群。精确的市场定位在保证星级酒店长久发展的同时,也导致其拥有较小的目标顾客受众,更加依赖于顾客的重复消费。因此,相较于经济型酒店,星级酒店要更加注重顾客满意度水平,尽力保持顾客的忠诚度。

目前的星级酒店顾客满意度指标大多以顾客感知理论为基础,从酒店服务质量、酒店菜品质量、酒店居住质量等质量因素的酒店质量,酒店内部环境与外部区位环境等因素的酒店环境,酒店价格以及酒店品牌等方面考察顾客满意度水平。现存星级酒店顾客满意度测评体系侧重于对酒店提供的有形服务的多方位考察,忽略了对酒店服务失败后补救能力的考察。服务失败一旦发生,必然会导致顾客的满意度下降,进而造成顾客流失。通过服务补救措施,酒店可以对感受到服务失败的顾客进行挽回,提升顾客的满意程度。另外,由于星级酒店目标受众

较小,单位消费者利润贡献大,酒店补救措施是否及时有效会对酒店利润产生直接影响。因此,对酒店服务补救措施的考察是星级酒店顾客满意度调查的重要方面。

在前人研究基础上,以顾客感知理论为基础,从服务失败—补救的角度,衡量顾客对酒店服务补救方面服务的评价情况,采用层次分析法和模糊综合评价的方法,拟解决以下两个问题:(1)考虑补救措施的星级酒店顾客满意度指标构建,(2)星级酒店顾客满意度评价。

## 二、构建星级酒店顾客满意度指标体系

在构建星级酒店顾客满意度指标体系时,为保证指标体系切实可用,应满足如下原则:以顾客体验为立足点,测评指标可以量化测量,指标测度可控等。

### (一)指标体系框架模型

参考美国顾客满意指数、顾客期望—满意理论以及服务失败—补救等相关理论,针对星级酒店的特点,选择顾客及酒店中高层管理人员20名,采用头脑风暴法对星级酒店顾客满意度指标项进行讨论,最终从酒店质量、酒店环境、酒店价格以及酒店补救四个方面构筑星级酒店顾客满意度评价指标。指标如表1所示。

<sup>\*</sup> 收稿日期:2017-04-17

作者简介:郭贵荣(1982- ),女,山东淄博人,青岛酒店管理职业技术学院讲师,主要从事旅游文化、酒店管理等现代服务业研究。

表1 星级酒店顾客满意度指标体系及权重

一级指标	二级指标	三级指标
酒店质量 (0.44)	餐饮质量 (0.16)	饭菜品种多, 上菜速度快 (0.14)
		饭菜有品位, 符合酒店星级标准 (0.38)
		饭菜干净、安全、健康 (0.35)
		餐具干净整洁, 摆放有条理 (0.13)
		洗浴用品准备齐全、补充及时 (0.05)
	住宿质量 (0.54)	电气家具配备齐全 (0.23)
		设计装潢豪华及个性化 (0.09)
		床单被罩等床上用品干净舒适 (0.28)
		睡床舒适, 符合人体功能学 (0.35)
		酒店工作人员服务态度良好 (0.41)
服务质量 (0.30)	酒店工作人员工作效率高 (0.13)	
	酒店工作人员工作积极性高, 愿意主动服务 (0.07)	
	酒店服务标准高, 符合星级标准 (0.17)	
	用心履行服务承诺 (0.22)	
	大厅干净明亮 (0.34)	
酒店环境 (0.31)	大厅环境 (0.28)	大厅休息、洽谈设施充足 (0.13)
		大厅豪华气派 (0.14)
		娱乐和健身设施充足 (0.39)
	客房环境 (0.46)	客房安全措施齐全 (0.41)
		客房及卫生间干净整洁, 打扫及时 (0.11)
		客房装潢舒适, 色调搭配合理 (0.19)
		隔音效果良好, 睡眠时间无噪音 (0.29)
	餐厅环境 (0.10)	餐厅整体干净、整洁、明亮 (0.49)
		餐厅座椅舒适, 就餐空间充足 (0.20)
	区位环境 (0.16)	餐厅位置方便, 易于寻找 (0.31)
酒店外观大气有品位 (0.67)		
酒店价格 (0.10)	价格优势 (0.67)	酒店所处位置交通便利 (0.33)
		与同星级酒店相比, 酒店定价有优势 (0.54)
		与同星级酒店相比, 酒店知名度更高 (0.16)
	价格合理 (0.33)	与同星级酒店相比, 酒店具有自身特色 (0.30)
		酒店客房及餐饮定价符合标准 (0.59)
酒店补救 (0.15)	改进补救 (0.74)	酒店附加定价产品范围及定价均合理 (0.25)
		酒店没有协议外收费 (0.16)
		及时发现顾客日常行为中的不满 (0.54)
	挽回补救 (0.25)	重视顾客提出的意见要求 (0.30)
		委婉拒绝顾客提出的不合理要求 (0.16)
		对顾客的投诉做出快速反应, 重视顾客投诉 (0.47)
		投诉处理结果及时反馈给顾客, 征询顾客意见 (0.28)
		对投诉的顾客提供合理的经济补偿 (0.12)
		委婉拒绝顾客的无理投诉 (0.13)

酒店质量,分为酒店餐饮质量、酒店住宿质量以及酒店服务质量三个二级指标。酒店餐饮和住宿质量主要从酒店的硬件设施方面考察酒店满足顾客需求的程度,服务质量从软件设施方面考察酒店对顾客需求的满足能力。在三个二级指标下包含 14 个三级指标。

酒店环境含有大厅环境、客房环境、餐厅环境以及区位环境四个二级指标。其中大厅环境、客房环境以及餐厅环境主要考察顾客对酒店内部环境的满意程度,区位环境考察顾客对酒店外部交通、外部区位的满意程度。四个三级指标包含 13 个三级指标。

酒店价格主要考察酒店产品价格与顾客心理价格之间的匹配程度,包括价格优势和价格合理性两个方面。价格优势考察酒店与同行业竞争对手之间的价格距离,价格合理性考察消费者的价格预期与实际价格之间的距离。酒店价格指标下每一个二级指标包含 3 个三级指标。

酒店补救侧重于考察酒店处理顾客意见乃至顾客纠纷的能力。酒店补救由改进补救与挽回补救两方面构成,两者发生情景不同。改进补救是在服务失败未发生前,对顾客抱怨的处理能力。若酒店对顾客的抱怨置之不理,量变促成质变,最终会导致服务失败的发生。挽回补救主要考察酒店在服务失败发生后对顾客的挽回能力。

(二)确定评价方案

根据表 1 的星级酒店顾客满意度指标,在 20 名星级酒店中高层管理人员以及酒店管理方面专家的调研基础上,采用层次分析法对同一层次中的各个风险两两比较,确定各个风险的相应权重。通过构造判断矩阵、计算最大特征根及特征向量以及一致性检验,最终权重结果如表 1 所示。

使用模糊综合评价方法确定顾客的满意度类型。通过模糊综合评价法,减少顾客满意评价过程中的主观性影响,并处理客观世界中的模糊现象。星级酒店顾客满意度指标存在三个层次,使用多层次模糊综合评价对顾客满意度进行评价。

确定顾客满意度评价指标集。借鉴心理学的研究理论,将顾客对星级酒店的满意类型分为四类:满意,基本满意,一般,不满意。

1. 确定指标层次及权重

星级酒店顾客满意度指标分为三层,第一层指标集合为  $U = \{U_1, U_2, U_3, U_4\}$ ,各个指标的权重为  $W = \{W_1, W_2, W_3, W_4\}$ 。对应第一层的第二层指标集合为  $U_i = \{U_{i1}, U_{i2}, \dots, U_{im}\}$ ,各个指标的权重为

$W_i = \{W_{i1}, W_{i2}, \dots, W_{iw}\}$ 。对应第二层的第三层指标为  $U_{ij} = \{U_{ij1}, U_{ij2}, U_{ij3}, \dots, U_{ijn}\}$ ,各个指标的权重为  $W_{ij} = \{W_{ij1}, W_{ij2}, W_{ij3}, \dots, W_{ijn}\}$ 。

2. 确定隶属矩阵

三级指标隶属矩阵:对某一类别中的所有指标进行综合评价。设对第一层指标  $i$  中的第  $j$  个二级指标的三层指标  $p$  进行评价,评价指标隶属于评价结果集合中的第  $k$  个模糊评价满意类型的隶属度为  $r_{ijpk}$ ,则第一层指标  $i$  包含的三级指标隶属度矩阵为:

$$R_{ij} = \begin{bmatrix} r_{ij11} & r_{ij12} & r_{ij13} & r_{ij14} \\ r_{ij21} & r_{ij22} & r_{ij23} & r_{ij24} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ r_{ijn1} & r_{ijn2} & r_{ijn3} & r_{ijn4} \end{bmatrix}$$

其中  $r_{ijpk} = d_{ijpk} / \sum_{k=1}^4 d_{ijpk}$ 。  $d_{ijpk}$  为参与测评人员认为第一层指标  $i$  下的二层指标  $j$  中的第  $p$  个三级指标属于评价  $k$  的人数。  $\sum_{k=1}^4 d_{ijpk}$  是参与测评的总人数。

二级指标隶属矩阵  $N_i$ :根据顾客满意度测评指标隶属矩阵  $R_i$  以及三级指标权重  $W_{ij}$ ,可得顾客满意度隶属矩阵:

$$N_i = W_{ij} R_{ij} = [d_{ij1} \quad d_{ij2} \quad d_{ij3} \quad d_{ij4}]$$

一级指标隶属矩阵  $N$ :根据二级指标隶属矩阵  $N_{ij}$  以及二级指标权重  $W_i$ ,可得二级指标隶属矩阵:

$$N = W_i N_{ij} = [D_{i1} \quad D_{i2} \quad D_{i3} \quad D_{i4}]$$

3. 确定模糊综合评价矩阵

模糊综合评价矩阵  $N$ :根据一级指标隶属矩阵  $N_i$  以及一级指标权重  $W$ ,得到星级酒店顾客满意度评价结果矩阵:

$$Z = W N_i = [B_1 \quad B_2 \quad B_3 \quad B_4]$$

4. 结果分析

得到模糊综合评价矩阵后,四项满意类型(满意,基本满意,一般,不满意)分别隶属于模糊综合评价矩阵中的某一分量。最大分量对应的满意类型即为总体顾客对酒店的满意水平。

三、实例分析

依据前文确定的星级酒店顾客满意度评价指标、指标权重以及顾客满意度评价方法,以青岛市某四星级酒店顾客满意度测评为例,进行满意度测评。

(一)确定顾客满意度分布

按照顾客满意度方法,在 2014 年 6 月随机对入住某酒店的 100 名客人发放酒店顾客满意度调查问卷,回收 92 份,其中有效问卷 86 份。顾客满意度评价结果如表 2 所示。

表2 客户满意度评价结果

指标	满意	基本满意	一般	不满意
饭菜品种多,上菜速度快	23	34	28	1
饭菜有品位,符合酒店星级标准	40	31	12	3
饭菜干净、安全、健康	35	43	7	1
餐具干净整洁,摆放有条理	20	50	16	0
洗浴用品准备齐全、补充及时	40	41	2	3
电气家具配备齐全	30	32	20	4
设计装潢豪华及个性化	43	41	2	0
床单被罩等床上用品干净舒适	37	44	4	1
睡床舒适,符合人体功能学	22	46	16	2
酒店工作人员服务态度良好	21	35	26	4
酒店工作人员工作效率高	30	26	25	5
酒店工作人员工作积极性高,愿意主动服务	26	33	24	3
酒店服务标准高,符合星级标准	30	42	13	1
用心履行服务承诺	36	37	11	2
大厅干净明亮	29	34	19	4
大厅休息、洽谈设施充足	34	30	20	2
大厅豪华气派	28	32	22	4
娱乐和健身设施充足	33	25	26	2
客房安全措施齐全	35	34	17	0
客房及卫生间干净整洁,打扫及时	32	36	18	0
客房装潢舒适,色调搭配合理	31	36	17	2
隔音效果良好,睡眠时无噪音	25	35	25	1
餐厅整体干净、整洁、明亮	26	32	27	1
餐厅座椅舒适,就餐空间充足	27	31	28	0
餐厅位置方便,易于寻找	21	32	29	4
酒店外观大气有品位	29	41	15	1
酒店所处位置交通便利	30	30	24	2
与同星级酒店相比,酒店定价有优势	25	35	24	2
与同星级酒店相比,酒店知名度更高	34	25	26	1
与同星级酒店相比,酒店具有自身特色	27	34	24	1
酒店客房及餐饮定价符合标准	28	34	21	3
酒店附加定价产品范围及定价均合理	23	34	28	1
酒店没有协议外收费	30	35	21	0
及时发现顾客日常行为中的不满	25	32	22	7
重视顾客提出的意见要求	30	25	24	7
委婉拒绝顾客提出的不合理要求	35	23	25	3
对顾客的投诉做出快速反应,重视顾客投诉	24	24	23	15
投诉处理结果及时反馈给顾客,征询顾客意见	18	21	29	18
对投诉的顾客提供合理的经济补偿	22	24	32	8
委婉拒绝顾客的无理投诉	12	30	34	10

(二) 星级顾客满意度评价

1. 确定三级指标隶属矩阵

通过对 86 份问卷的统计,可以得到指标餐饮质量下三级指标的隶属矩阵:

$$R_{11} = \begin{bmatrix} 0.27 & 0.39 & 0.33 & 0.05 \\ 0.47 & 0.36 & 0.14 & 0.03 \\ 0.41 & 0.50 & 0.08 & 0.01 \\ 0.23 & 0.58 & 0.19 & 0.00 \end{bmatrix}$$

$$R_{12} = \begin{bmatrix} 0.47 & 0.48 & 0.02 & 0.03 \\ 0.35 & 0.37 & 0.23 & 0.05 \\ 0.50 & 0.48 & 0.02 & 0.00 \\ 0.43 & 0.51 & 0.05 & 0.01 \\ 0.26 & 0.53 & 0.19 & 0.02 \end{bmatrix}$$

$$R_{13} = \begin{bmatrix} 0.24 & 0.41 & 0.30 & 0.05 \\ 0.35 & 0.30 & 0.29 & 0.06 \\ 0.35 & 0.49 & 0.15 & 0.01 \\ 0.42 & 0.43 & 0.13 & 0.02 \end{bmatrix}$$

2. 确定二级指标隶属矩阵

根据  $N_i = W_j R_{ij} = [d_{ij1} \quad d_{ij2} \quad d_{ij3} \quad d_{ij4}]$ , 得到

$$N_1 = \begin{bmatrix} 0.39 & 0.44 & 0.15 & 0.02 \\ 0.36 & 0.48 & 0.14 & 0.02 \\ 0.32 & 0.41 & 0.24 & 0.04 \end{bmatrix}$$

$$N_2 = \begin{bmatrix} 0.36 & 0.35 & 0.26 & 0.03 \\ 0.36 & 0.40 & 0.23 & 0.01 \\ 0.29 & 0.37 & 0.32 & 0.02 \\ 0.34 & 0.43 & 0.21 & 0.02 \end{bmatrix}$$

$$N_3 = \begin{bmatrix} 0.34 & 0.43 & 0.21 & 0.02 \\ 0.31 & 0.38 & 0.28 & 0.03 \end{bmatrix}$$

$$N_4 = \begin{bmatrix} 0.33 & 0.33 & 0.27 & 0.07 \\ 0.24 & 0.28 & 0.31 & 0.17 \end{bmatrix}$$

3. 确定一级指标隶属矩阵

根据  $N = W_i N_{ij} = [D_{i1} \ D_{i2} \ D_{i3} \ D_{i4}]$ , 得到

$$N = \begin{bmatrix} 0.35 & 0.45 & 0.17 & 0.03 \\ 0.35 & 0.39 & 0.24 & 0.02 \\ 0.31 & 0.39 & 0.28 & 0.02 \\ 0.30 & 0.31 & 0.28 & 0.11 \end{bmatrix}$$

4. 得到模糊综合评价矩阵

$$Z = [0.34 \ 0.41 \ 0.22 \ 0.03]$$

(三) 结果分析

由模糊综合评价矩阵可知, 顾客满意类型满意、基本满意、一般、不满意的隶属度分别为 0.34、0.41、0.22、0.03。根据最大隶属原则, 该酒店的总体客户满意度属于基本满意, 该星级酒店顾客满意度差强人意。

从表 2 客户满意度评价结果可以看出, 在四个一级指标中, 相较于酒店质量、酒店环境和酒店价格三个指标, 隶属于酒店补救中的评价指标客户不满意比例明显偏高。这是由于以前的酒店顾客满意度评价中很少涉及对服务补救方面的考核, 相较于酒店质量、酒店服务和酒店价格等方面的因素, 酒店对服务补救的重视程度不够, 在酒店补救方面客户不满意的程度较大。这也导致顾客对酒店仅为基本满意, 没有达到满意级别的主要原因。

四、结论

以顾客感知理论为基础, 从服务失败—补救的角度, 衡量顾客对酒店服务补救方面服务的评价情况, 采用层次分析法和模糊综合评价的方法, 完善星级酒店顾客满意度指标体系。相较于先前的评价体系, 新的体系能够更全面地衡量顾客的满意水平, 为提高酒店顾客的忠诚度提供参考。

分析调整与完善了星级酒店顾客满意度指标体系, 增加了服务补偿方面的考察, 丰富了顾客满意度的考察方面。采用层次分析法确定指标权重, 采用模糊综合评价方法确定最终顾客的满意度水平, 并通过实例验证了新的星级酒店顾客满意度指标体系的有效性。

通过顾客满意度测评, 实现了不同时期不同类型顾客满意度的相互比较, 有助于星级酒店决策者制定改进措施。在实例中, 通过新的指标体系的考察, 发现目前酒店对顾客补救措施不够重视, 导致顾客满意度下降, 为酒店服务的进一步发展提供了参考。

参考文献:

- [1] 沈涵, 郭旻. 经济型酒店顾客满意度指标体系研究[J]. 消费经济, 2010, 26(4):30-33.
- [2] MA Jun-ping, LI Chun-qing, ZHU Zhi-an. Impact of the Value Perception of the Reward Programs on Customer Retention [J]. Forecasting, 2011, 30(5):13-17.
- [3] 肖慧慧. 沈阳市四星级酒店顾客满意度评价体系研究[D]. 沈阳: 沈阳大学, 2011.
- [4] 罗振鹏, 刘聪. 酒店前厅服务质量与顾客满意度分析——以北京富特和平宾馆为例[J]. 旅游学刊, 2007, 22(3):58-62.
- [5] 欧湛颖. 不同客源地游客对广州酒店业的满意度测评——基于期望—差异理论[J]. 广州大学学报(自然科学版), 2014, 13(1):82-89.
- [6] 王增民, 胡伟, 潘煜. 服务补救理论综述及战略意义探讨[J]. 商业研究, 2014(7):121-126.
- [7] 卜正学, 赵小丹. 基于 AHP 理论顾客再满意度指标体系的构建[J]. 企业科技与发展, 2014(6):79-81.
- [8] 徐薛艳, 姜红. 酒店服务满意度差异化评价体系的构建研究[J]. 商业研究, 2012(4):1-3.
- [9] 唐红喜. 基于 TQM 的宾馆业顾客满意度评价方案研究[J]. 甘肃科学学报, 2013, 25(3):154-158.
- [10] Parasuraman A, Zeithaml V, Berry L. A multiple-item-scale for measuring consumer perceptions of service quality [J]. Retailing, 1988, 64(1):12-40.
- [11] 王倩倩. 层次分析法在顾客满意度分析中的应用——以武汉梨园大酒店西餐厅为例[J]. 铜陵职业技术学院学报, 2014(1):88-90.
- [12] 汪应洛. 系统工程[M]. 第 4 版. 北京: 机械工业出版社, 2011.
- [13] 赵宝山, 俞会新. 顾客价值模糊综合评价研究[J]. 技术经济与管理研究, 2011(7):17-21.

# 中国高星级酒店的营销策略研究\*

石增业

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

**摘要:**随着旅游业的快速发展,我国高星级酒店的数量不断增多,面对的市场竞争也在不断加剧,中国高星级酒店要想在竞争日益激烈的市场中取得进一步的生存、发展,做好市场营销工作是一个关键点。本文在强调高星级酒店市场营销重要性的基础上,从把握市场、广告策略以及公共关系三个方面详细分析了高星级酒店的市场营销策略。

**关键词:**星级酒店;酒店管理;营销策略

**中图分类号:**F590 **文献标识码:**A

从一定程度上来说,酒店是一个广泛的概念,从酒店的整体结构、设备设施、经营管理、服务质量、客户满意度等多个不同的角度对其进行综合评价之后,一般主要可以分为两类,一类是星级酒店,另外一类是一般酒店。高星级酒店主要是指包括四星级和五星级酒店在内的星级酒店。对于高星级酒店来说,不仅需要在经营和管理中采用更加科学的方法,同时采取的市场营销策略也应该更加具有针对性和独特性。

根据国家旅游局的相关统计资料显示,自2007年开始,随着中国旅游业的快速发展,我国高星级酒店数量快速增长,到2016年年底,中国高星级酒店数量已达3000余家。随着酒店供给数量的快速增长,中国高星级酒店之间的竞争日益激烈。

## 一、高星级酒店市场营销的重要性

酒店行业属于服务业中的一种,随着市场经济的不断快速发展,酒店行业面临着复杂的市场变化和经济环境。消费者的需求不断提高、市场经济不断成熟和发展、竞争不断加剧、经济发展不断向知识经济偏移,都是酒店行业当前面临的主要形势。尤其是对于中国高星级酒店来说,由于其消费的群体具有一定的特殊性,顾客消费层次提高,消费心理日趋成熟,消费者的消费需求日趋多样化和个性化,在进行服务的过程中更是需要关注消费者的需求,不断提高消费者的体验满意度,制定合理的、有针对性

的市场营销策略。良好的市场营销不仅可以帮助企业扩展市场的占有率,同时可以树立高星级酒店良好的品牌影响力,对于酒店的发展具有重要意义。

## 二、有效把握市场定位

进行市场定位具体的方法就是首先需要对酒店所在地区的市场环境信息进行收集,包括客源的来源、种类等相关数据,和自己有密切关系的竞争对手的情况以及发展状况。同时还需要对所在的地区发展规划有较为深入的了解和分析,做好目标市场的现状以及潜力的预测;再者就是需要对酒店的能力、条件以及特色进行分析,确定针对目标市场的经营是否具备相关的条件。对于高星级酒店来说,其主要的市场定位应该是高端消费人群,但仅进行粗放式的市场定位肯定是不够的,对于高星级酒店而言,还需要从市场营销环境分析、市场调查与预测等方面进行酒店市场细分与定位,从年龄、性别、职业、学历等各个方面做好目标市场的相关调查和分析工作。对市场定位进行充分的把握和分析,使市场定位和酒店的特色、发展战略有更好的匹配度。

## 三、采取合理有效的广告策略

就目前的情况来说,高星级酒店的相关产品趋于同化,酒店与酒店之间的差异性逐渐缩小。对于高星级酒店来说,要想取得更好的发展就应该有自己的特色,不断创新酒店产品,做好对应的广告宣传

\* 收稿日期:2017-05-03

作者简介:石增业(1971-),男,山东临沂人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,主要研究方向为旅游与酒店管理。

工作,提高酒店的品牌价值和效应。

#### (一)树立更加具有竞争力的市场定位

高星级酒店面对的竞争是非常大的,究竟为客户提供什么样的服务才能更好占领市场是非常重要的问题。在进行酒店宣传时应该从酒店特色以及市场定位出发,宣传广告需要做到重点和特色突出,这样才能更好保证广告的宣传效果。

#### (二)控制好广告的预算

对于广告宣传酒店一定要做好对应的预算控制,当前的广告宣传有很多不同的形式,媒体种类也非常多,所以在进行广告宣传时根据预算进行一定的选择是非常必要的,不仅可以保证最终的宣传效果,同时还能有效的降低成本。在广告的预算中主要可以分为两个部分,一是直接的广告费用,二是促销的费用。对于高星级酒店来说,其客户群体具有特殊性,广告投放的位置和形式也是需要认真考虑的,但是基本的要求还是需要做好预算工作。

#### (三)选择适当媒体

高星级酒店的消费者一般都是高收入人群,在日常的生活中接触到的媒体有一定的特殊性,因此在进行广告投放时需要对受众的心理进行分析,选择合适的媒体进行广告的投放。基本的原则就是让目标或者潜在的客户有更大的覆盖面,可供选择的渠道包括电视、展览会、平面媒体等,选择合适的媒体对于最终的宣传效果是非常重要的。

### 四、加强公共关系营销

对于高星级酒店来说,酒店公关是非常重要的营销方式,因为高星级酒店的消费水平和服务质量都较高,面对的是特定的消费群体,针对性地酒店公关是非常有必要的。在进行酒店公关的过程中需要对各个方面的因素进行综合分析和考虑,对拥有的资源进行不断的优化配置,在对市场进行深入了解的基础上,采取具有针对性的策略来进行公关,和客户建立更加融洽的关系。

#### (一)走访跟进销售

有针对性地对客户进行走访跟进的销售就需要销售员和公关人员进行充分有效的合作,通过回访对客户的购买行为、消费心理有更加详细、充分和全面的了解,在这个基础上进行有效的总结和归纳,针对性地对潜在客户进行开发。在了解这些信息之后,酒店可以根据情况推出定制服务等特色,不断培育出酒店的新产品。

#### (二)重视对编外参谋工作的开展

对于高星级酒店的客户来说,其对于酒店的相关财务质变有着最为直接的影响,酒店的所有经营活动都是和客户的沟通相关的,而且具有连续性和一贯性。所以说,在进行相关的公关工作时,应该积极组织公关人员针对客户开展走访、问卷调查、客户反馈、网络调查等形式,对客户的消费需求以及倾向进行多方位的了解和调查。对酒店客户的情况进行及时准确的掌握,便于在制定酒店营销策略时有针对性的考虑,以客户为中心,以客户的消费需求为导向,不断提高酒店和客户之间的相互信任。

#### (三)为客户策划专题的商务活动

对于高星级酒店来说,举办会议和相关的活动是其业务中非常重要的部分。尤其是在公关营销中,为了和客户建立更加紧密的合作关系,在举办相关的商业活动时,酒店不应该只是提供一个必备的酒店服务工作,还应该根据自身的活动策划经验,从客户的角度出发,积极主动帮助客户进行活动的策划、实施、宣传、控制以及安排等工作,为整个商务活动的开展提供更加有价值的建议和具体的方案。同时从客户的角度出发,从活动的细节、风险、效果等方面入手,对客户在活动策划中没有注意到的问题进行及时补充。通过上述措施可以在客户群体中留下一个良好的印象和口碑,无形中就会吸引更多的客户。

### 五、结语

总之,对于中国高星级酒店的市场营销来说,首先应该结合不同酒店管理集团市场营销工作的特点与方法以及地区市场差异进行分析,同时紧密结合当前酒店市场营销最新发展趋势,以客户的满意度为基本出发点,不断加快产品到资金的转化,将市场营销作为酒店管理经营的重要组成部分;同时制定的市场营销策略应该和酒店的发展战略相配套,保持高星级酒店发展的可持续性和连贯性,促进高星级酒店更好的成长。

#### 参考文献:

- [1] 王秀敏.现代市场营销理念在酒店经营中的应用[J].黑龙江科学,2013(12):220.
- [2] 邓芳.浅议酒店常用的市场营销方法和技巧[J].当代经济,2015(19):28-29.
- [3] 葛丽珍,周波.酒店本科生员工流动原因分析及对策[J].人力资源开发,2016(22):114-116.
- [4] 陈婷.酒店业员工流失的对策研究[J].商场现代化,2014(31):116-117.

## A Research into the Marketing Strategy of Chinese High-star Hotels

SHI Zengye

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** With the rapid development of tourism industry, the number of high-star rated hotels is increasing constantly. Faced with the continuously reinforced marketing competition, the high-star rated hotels have to make efforts on the marketing work, which could promote the further development of the hotels in fierce competition. Based on the emphasis of the importance on marketing work in high-star rated hotels, this paper analyzes the marketing strategy of hotels from the following three aspects: seizing the market opportunities, elaborating the promotion strategies and extending the public relations.

**Key words:** star-rated hotels; hospitality management; marketing strategy

(责任编辑:魏有广)

~~~~~  
(上接第 25 页)

## A Research into the Establishment of Customers' Satisfaction Index in Star Hotels

GUO Guirong, ZHOU Hailei

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** Based on the analysis of the evaluation on customers' satisfaction system in current hotels, this paper added on the investigation to the star hotel customers remedial services index, perfect the current star hotel customer satisfaction evaluation system by combining with the characteristics of star hotel operation and customer expectation theory and the theory of service recovery. Analytic hierarchy process (ahp) was adapted to determine the weight of each index and the method of fuzzy comprehensive evaluation was applied to define the hotel customers' satisfaction levels. Combined with the hotel as an example, the evaluation index of customers' satisfaction was analyzed and the final result was that customers were relatively satisfied with the hotel service. Lastly, improvement suggestions were put forward according to the evaluation results.

**Key words:** star hotel; customer satisfaction; service remedy; analytic hierarchy process; fuzzy comprehensive evaluation

(责任编辑:魏有广)



# 主题酒店餐厅设计的研究与探索\*

周莉,周海燕

(青岛酒店管理职业技术学院,山东青岛266100)

**摘要:**餐饮空间是酒店空间功能区域划分中的一个重要区域,人们在酒店居住过程中与餐饮空间密不可分。主题酒店餐厅设计是近年来餐饮空间设计的热点之一。本文概括了主题酒店从产生到现在的发展状况,在此基础上分析了主题酒店餐饮空间设计出现的问题,并据此在设计方法与设计构思方面提出具体的实施策略,期待这些策略对我国主题酒店餐厅设计提供参考。

**关键词:**主题酒店;餐饮空间;设计

**中图分类号:**F590 **文献标识码:**A

## 一、主题酒店餐厅设计的发展历程

### (一)餐饮空间设计的发展过程

饮食文化历史悠久、源远流长,在人们的日常生活中,习惯于将“餐饮”一词理解为一个字面意思,但是在餐饮空间设计中,这两个字是分开解释的。这里的“餐”是指餐厅的意思,主要以固态食物为主的就餐环境,如餐厅、饭馆、酒店等。“饮”是指以液态食物为主的就餐环境,一般有酒吧、茶吧、咖啡厅。通过空间设计将“餐饮”二字分开,可以看出空间设计的严谨性。从空间设计形式来看,餐饮最初是钻木取火、用火煮食,那时候人们的饮食空间是以族人为单位,以篝火为中心来用餐,人们在饮食的同时来交流捕食的经验、生活趣事,以及今后的发展等。这个时期人们对于进餐环境的要求是有光明、有气氛、场地要大,人们可以载歌载舞等。

随着社会的发展,人们对于餐饮空间的要求也有所变化。唐代是我国封建社会发展最为繁荣的时期,因为社会发展相对稳定,人们的经济能力也比较富足,从而餐饮文化就得到了相应的发展。人们在饮食的同时,也将就餐的环境进行了艺术设计,同时也将音乐、舞蹈融入到餐饮空间中。对于餐饮空间的装饰要求也有所提高,常用纱幔、珠帘、书法、绘画、器皿等陈设品进行装饰。随着朝代的更替,餐饮空间在宋代又有了一个新的发展,这个时期的社会交流活动比较多,中外文化的发展带动了餐饮文化

的发展。各种饭馆、酒楼出现并发展,它们的餐饮空间出现了空间的划分,私密区与公共区有了明显的划分,主要有一楼的散席区域、二楼的包间区域、专门封闭的厨房等等。在就餐区域还会设有戏台作为装饰,包间使用字画、瓷器等装饰品进行装饰等,这个时期是餐饮室内设计的萌发时期。到了明代和清代,外国文化的引入日益增多,人们可以随处可见西方的一些文化产品,如餐饮用的器皿、装饰画、家具等等。最为重要的是西方的饮食文化的引入,人们对于西餐的初步认识和就餐文化特点,产生了适合西式就餐环境的餐饮空间设计。在西式的就餐环境中可以见到浓厚异域风格的家具、陈设品等,在就餐的空间中出现了不同风格的室内装饰造型。

### (二)主题酒店餐厅设计的出现

在20世纪初,引入主题餐厅这个概念最早是美国加利福尼亚的MadonnaInn酒店。独特的餐饮空间设计让就餐者能够在品尝美味食物的同时欣赏到独具特色的装修风格,MadonnaInn酒店首先推出12间主题客房,随后发展到109间,成为当时最早、最具代表性的主题酒店餐厅。MadonnaInn主题酒店餐饮空间设计尽量营造一个舒适的独具特色的就餐环境,以此吸引消费者。

从二十世纪五十年代到八十年代,我国的餐饮行业有了更加繁荣的发展,人们聚餐由原来的家中聚会发展到酒店聚会,同时传统的节假日增多,人们也更愿意在具有特色的餐厅进行聚会。随着需求的

\* 收稿日期:2017-02-24

作者简介:周莉(1975-),女,江苏泗阳人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,主要研究方向为高等职业教育、国际交流。

增加,餐饮空间设计品味与档次也受到了挑战,人们对于空间的风格要求越来越丰富,对于酒店餐饮空间设计个性化、主题性要求也越来越高。从此,我国主题餐厅应运而生。

总之,主题餐厅设计是以一个主题为核心对餐厅空间进行装饰装修,所选用的装饰材质、陈设、家具、灯光色调等都要围绕主题来选购和设计。设计师需要做到客人在就餐时通过灯光、色彩、家具、陈设的设计以及风格定位等,达到自己所预期的就餐环境。具体的设计手法和风格定义范围很广,常用的手法有以文化为主题、以地方特色为主题、以民族特色为主题、以兴趣爱好为主题、以不同年龄段为主题等。

## 二、当今主题酒店餐饮空间设计现状与问题

主题餐饮空间近几年在我国得到发展,受到很多消费者的青睐,这也是整个餐饮文化发展的新阶段,也体现了当今我国良好的经济发展趋势下人们的精神文化得到重视。人们的文化层次普遍提高,对于就餐的环境也有了不同的选择,从而产生一系列特定的主题餐厅空间设计模式。

目前国内比较常见的有“忆青春系列”、“车友会”系列、“自然休闲”系列等。比如,在“忆青春系列”空间设计中,整个空间设计是体现70年代知识青年的兴趣爱好、文化理念,整个空间设计比较质朴,陈设品选用时代感较强的如自行车、海军衫、绿军装等等,墙面材质多以文化砖进行装饰,或者以70年代的明星挂历等进行室内装饰,这种装饰风格较能吸引70后的就餐人群,让他们在就餐的同时能够回忆起青葱岁月。

在“车友会”系列设计中,整个空间的陈设、隔断以及墙面装饰材料都与汽车有关系,陈设选用全球限量版的汽车模型作为装饰。家具做成汽车的某一部分,或者直接将汽车改装成VIP区域,人们可以在车内就餐,空间设计中可以将某一个区域设计成为消费者提供与汽车有关的一些重要资料的展示区域,让顾客通过视觉、听觉、味觉来感受汽车主题餐厅的设计理念。

“自然休闲”系列给人的感觉是最大限度的接近大自然,让工作一个周的就餐者能够在周末的聚餐中得到放松。这个系列的餐厅首先选址很重要,餐厅所选的位置要尽量接近大自然。其次,室内空间功能区域设计时不能只有单纯的就餐区域,还应该

能够休闲娱乐。

以上特定的主题餐厅空间设计模式的出现,是餐饮行业在其空间设计中翻天覆地的改革与创新,给就餐者带来了全新的视觉感受和就餐氛围。但是随着时间的推移,人们对于这种特定的空间设计兴趣慢慢消退,进入这一系列的主题餐厅就餐的频率降低,最终导致很多主题餐厅经营一段时间后出现停业现象。

这些问题的出现不是说明主题餐厅的产生与发展不合理,而是没有做好后期的设计维护与更新。在设计维护方面,一成不变的空间布局会使消费者对空间设计失去兴趣而产生视觉疲劳,从而影响客人在该空间就餐的频率;在空间更新方面,空间的布局、家具的更替、装饰装修材料的更换等都属于设计维护与更新的范围。任何室内装饰的硬性设备都具有使用寿命,超出了使用期限都会在触感、视觉以及气味等方面产生负面影响,同样会导致消费者就餐次数的降低。

对于以上问题,笔者在实践研究与探索中总结了一些具体的策略,期待这些策略对于我国主题酒店餐厅设计提供参考。

## 三、主题性餐饮空间设计的具体策略

### (一)个性化设计

主题餐厅之所以具有主题性,主要在于它的室内设计具有个性化、特色化,具有自己所特有的文化特性。主题餐厅可以根据菜系的不同来制定个性化的室内装饰风格,也可以根据就餐者的兴趣爱好来制定室内装饰风格,如音乐、体育、绘画、汽车等等为主题进行室内设计的风格定位。无论是什么样的主题空间设计,其主要任务是给消费者一种独特的就餐环境体验,让消费者在就餐过程中能够受到室内设计的感染,与就餐环境能够产生共鸣,或者引起消费者的某种回忆,通过个性的空间设计让消费者产生再次光临餐厅的愿望。

### (二)方法多样化,突出特色与主题

主题餐厅空间设计除了具有个性化之外还要具有多样性,这种多样性可以在同一个餐厅中出现,也可以在不同的餐厅中根据餐品的不同具体定义属于自己餐厅的特色设计。中国地大物博、文化资源丰富,可以用于餐饮空间设计的主题元素很多,需要设计师进行研究与开发。

比如以宗教为主题,可以选择敦煌莫高窟的室内装饰手法,整个空间灯光比较暗淡、光源主要来源

于地面和墙面的壁灯,昏暗的灯光让就餐环境增加了神秘感。色调以岩洞的土灰色为主,让人身临其境如洞窟的感觉。墙壁运用大量石雕的佛像和经文作为装饰,增加空间的神圣感。家具使用传统的明清家具,增加了空间的复古感。最后,整个空间使用对称式的布局,增加空间的庄严感。

以地方特色为主题的方法手段也很多,如东南亚风格,整个室内多以开敞式设计,因为东南亚的日照时间长、温度高,所以很多建筑以木质结构为主,墙体较少,隔断多以沙曼为主,室内的造型设计与建筑造型设计相近,人们在就餐的同时与外界环境的交流非常直接,与大自然的接触密切,让整个就餐过程轻松、舒适、浪漫。

每一种主题的餐厅都有它独特的设计与方法,所以,在进行主题餐厅设计时,要使用不同风格、不同的主题元素来凸显就餐环境的特色与主题,只有这样才能够满足消费者对于就餐环境的要求。

### (三)具有独特的文化内涵

主题餐厅在具有个性化、特色化、多样化设计的同时,也应该具有一定的文化内涵,不能粗俗或者低俗。现阶段,各行各业为了吸引顾客都在追求个性化、特色性,但是一味的追求利益,往往会忽略人文素质,在餐厅设计中会出现一些低俗的设计理念,却又美其名曰“主题”、“个性”。如有些餐厅以厕所为主题,整个空间让人身临卫生间,所用器皿设计与卫生洁具有关;一些餐厅设计是以内衣为主题,就餐者需要穿着内衣就餐;还有一些餐厅用酷刑作为设计理念,让就餐者如同身临监狱。这些设计理念虽

然无人效仿、充满个性,并能吸引一些消费者的好奇心,但是,整个设计理念没有任何文化性、涵养性。餐厅作为公共空间、社会人流量密集的场所,它不仅仅是人们消费娱乐的场所,也是一种社会文明发展的标志。因此,在进行主题设计构思时应该注意文化内涵的设计。

### (四)注重室内设计的更新与维护

主题餐厅空间设计陈旧主要体现在空间设计的理念陈旧,作为经营者来说花了大价钱进行装修后,就认为一劳永逸,从而忽略了主题餐厅空间设计的更新与维护。应注重空间功能区域设计的改变以及空间设计风格定位的改变。此外,还要注意空间装饰材料与家具的及时更新,随着时间的推移装饰材料与家具的寿命缩短,将会影响客人在整个就餐空间的视觉感受、触觉感受和味觉感受,从而导致客人对该就餐空间的厌倦。因此,经营者需要随时注意对家具、陈设品、装饰材料的更换。

### 参考文献:

- [1] 黄克孝. 职业和技术教育课程概论[M]. 上海: 华东师范大学出版社, 2001.
- [2] 徐守勤, 姚学莉. 酒店与餐饮空间[M]. 合肥: 安徽科学技术出版社, 2012.
- [3] 肖然. 世界室内设计: 餐饮空间[M]. 南京: 江苏人民出版社, 2011.
- [4] 马越, 王文博. 高等职业教育课程学习评价与案例[M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2010.

## Research and Exploration on the Dining Space Design of Theme Restaurants in Hotels

ZHOU Li, ZHOU Haiyan

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** Dining space is an important area of hotel space function zoning. The dining area plays an inseparable role during the guests' stay in hotel. The dining space design of theme restaurant is one of the heated topics in recent years. This article makes a review on the development of the theme hotel from birth to the present, analyzes the problems of the space design of theme restaurant in hotels, and thus puts forward the specific countermeasures in the aspects of designing methods and designing concept, so as to provide some references for the dining space design of theme restaurant in hotels.

**Key words:** theme hotel; the dining space; design

(责任编辑:魏有广)

# 自媒体时代下的节事活动营销宣传对策研究\*

朱丽男,孙雪莹

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

**摘要:**优质的节事活动不仅可以为主办方和参与方带来经济利益,而且它已变成了一个地方重要的品牌载体、综合实力的体现和底蕴文化的展示。在以智能手机为代表的便携式移动终端逐步成为人们传输信息主渠道的时代,人们愈发愿意将自己的生活点滴、娱乐、消费、出行等信息放到自媒体平台上。本文即以此为背景,分析了节事活动营销的现有模式,提出了节事活动营销传播与自媒体手段相融合的营销策略,以期拓展节事活动营销的相关理论,完善节事活动营销的研究体系。

**关键词:**自媒体;节事活动;营销;对策

**中图分类号:**F590 **文献标识码:**A

## 一、研究背景

(一)节事活动的功能强大,社会对其需求日益多元

优质的节事活动不仅仅可以为主办方和参与方带来经济利益,它们更重要的变为了全社会各方面的品牌载体、综合实力的体现和文化底蕴的展示平台。会展节事类活动对经济的拉动比率为1:9,大型节事活动对地方经济的拓展作用已无需赘言,成功的节事活动是一个地区、企业综合实力的展现,其对于就业、城市基础设施建设、相关配套产业发展、文化传播等各方面有着巨大的推动作用。

(二)自媒体时代的到来带来营销的新变革

随着数字通信和网络技术的迅速发展,各类数字设备已经融入人们的日常生活中,信息的传播途径已经不仅限于电视、纸媒、广播等渠道。截止到2015年底,中国互联网广告收入超过2000亿元,同比增长35.9%,移动互联网广告收入占到一半;移动智能终端规模达12.8亿台,智能终端设备渗透率已经超过90%。

以智能手机为代表的便携式终端移动设备逐步成为人们输送和接收信息的主渠道,人们已经愈发愿意将自己的生活点滴、娱乐、各类消费、出行、旅游等信息放到自媒体平台上。2014年国家发布了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,指出要推动传统媒体和新兴媒体融合发展。这种生活方式和沟通手段的巨大转变,促使节事活动主办方和承办方营销渠道的转变。

## 二、节事活动的不同营销方式对比研究

(一)节事活动的传统媒体营销

传统的四大媒体为杂志、报刊、电视和广播,是很长一段时间以来受众获取信息的主流渠道,也是节事活动营销、宣传、提升影响力的主平台。通过电视播放大中型活动宣传片或完成直播,通过纸媒进行广告刊登,通过广播向司机和部分老年人进行广告宣传是节事活动营销宣传的主要传统手段。2015年度我国电视广告的投入首次出现下降,在新媒体的冲击下各省级卫视出现马太效应。通常来讲,节事活动的广告更加倾向于地方频道,且在近年来并未受到严重冲击,而报纸的销售量整体下降41.14%,停刊或者休刊已成为新常态。节事活动主办方在采用报纸作为宣传手段时多选择地方报纸,并且广告的投入量也大幅度下降;相对而言,车载广告下降比例并不那么明显,仅为3.33%,成为节事活动主办方较为喜欢的传统营销方式。

任何节事活动的开展都离不开市场调研,而好的市场调研本身就是已经在为项目做宣传营销工作。传统媒介营销模式下,市场调查一般通过一对一电话、访谈、电子邮件等方式展开,并面临着人员成本和时间成本高,回收率、回收真实度低的尴尬境地。近几年来,随着电信诈骗的增长,电话市场调研和电话营销愈发困难;邮件的回复率也一直不高。所以,在传统媒介条件下,进行市场调研、发现市场机会、提高项目竞争力本身就存在着一定的困难,在这种模式下传统媒体的受众仍然是社会大众,且精

\* 收稿日期:2017-04-30

作者简介:朱丽男(1987-),女,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为旅游文化、会展旅游。

准度偏低。

传统媒体是无法反馈营销效果并对客户进行持续的跟踪和调查的,传统媒体的营销更多的仅为宣传作用,几乎不存在互动和营销,客户得到节事活动信息后的反应无法得知,关系疏离;且传统媒体的营销成本普遍较高,周期较长、更新速度较慢、制作成本高昂、审批手续麻烦。

### (二)节事活动的自媒体营销

自媒体的兴起对传统媒体产生了巨大的冲击作用,前文中提到的传统媒介丢失的份额几乎都在新媒体、自媒体客户中找到,很多传统媒介也选择和自媒体合作,研发APP或者其他的平台模式,自媒体时代营销将受众由普通大众变为细分市场,由单向变为交互式传播,在节事活动的自媒体营销中,活动的参与者、消费者、观众都从受众变为了信息的生产者和传播者,大大提升了自媒体营销的传播速度和范围。

自媒体时代可以实现市场调研、发掘潜在客户、客户信息管理、营销、品牌推广的一条龙式运作模式,且能更加科学准确的开展预测并做出决策,为节事活动市场的开拓提供便利;信息的交互性也将主客体界限变得模糊,提升了潜在客户和观众的主人翁意识和参与热情。此时的受众呈现多元化,并消除了传播者和受众、不同类型受众之间的界限。

自媒体营销提供了方便的双向信息交流平台,建立了节事活动各方利益所有者之间的亲密关系,更有利于信息的及时反馈,及时调整活动方案、服务和产品,精确预定供货产品数量,也有利于活动举办之后持续的追踪服务,可以建立稳定、方便的客户管理系统,便于下一届活动或其他相关活动的营销推介工作。总之,自媒体营销方式多、渠道广、成本低、参与度高。

## 三、自媒体时代下的节事活动营销宣传对策

### (一)更新媒体使用发展观念

节事活动举办方应当更新媒体使用意识,将自媒体的运营作为一种活动发展的长远战略手段,并摆在更为重要的位置,积极推动自媒体使用的专业化,创建自身有价值的活动微博、活动微信公众号、活动APP等,要掌握自媒体传播规律,积极推进节事活动营销宣传模式的转型。

### (二)营销宣传应注重未来细分市场的人格化与社群化

节事活动的市场细分将在垂直化与专业化的基础上,逐步开启“人格化”与“社群化”的细分模式。也就是说,受众选择媒介产品的依据将不仅是其功能性与专业性,还有产品中所蕴含的“人格属性”,未来的商业模式也将从内容为王、产品为王、渠道为王

过渡到人格为王,在传播过程中“社群化”则是形成的受众组织形态。

### (三)发挥“网红经济”在节事活动营销中的作用

视频直播行业最早源于视频聊天室中的直播模式,近年来才逐渐发展成为演艺秀场类和游戏直播类两种不同类型的视频直播网站模式。2014年亚马逊以历史性高价9.7亿美元现金收购了游戏视频直播网站Twitch,2015年初Twitter又以8600万美元收购视频直播网站Periscope。一时之间视频直播行业被全面引爆。百度、网易、新浪等传统互联网企业也开始纷纷涉足该领域,一时间“网红经济”蔚然成风。节事活动本身作为关注度高、聚集性强的产业也应适时借助“网红经济”来增强营销宣传效果。

### (四)引进和培养节事活动营销专业人员

专业人员对节事活动企业的自媒体运营至关重要,活动要实现预期目标,对专业人员的素质要求就比较高,要求不仅要懂得自媒体传播规律,熟悉项目营销方面的知识,还需要对自媒体传播平台的特性进行深入的了解。节事活动主办方或承办方应组建高质量的自媒体运营团队来提升节事活动自媒体运营的效率,增强传播效果。

### (五)坚持“内容为王”原则

“内容为王”是传统媒体运营的核心原则,也是其具备影响力与公信力的根本原因。在移动自媒体时代,信息极大丰富,质量却良莠不齐,只有原创的、富有个性的、优质的传播内容才是对受众有价值的,才能产生良好的传播效果,才能提升企业自媒体营销的能力。只有具备了传播力,才能产生影响力与营销力。要从以下四个方面坚持“内容为王”的原则:一是要弱化广告信息的传播,提高原创内容的比重;二是要尽量减少授权转载内容的比例;三是要坚决杜绝内容抄袭,或者通过发表虚假信息来牟取受众关注的“短视”行为;四是要通过移动智能分析技术及时调整传播的话题与结构,并且采用更加人性化的方式加强与受众的交流、互动,尽量做到语言活泼、生动有趣,以此吸引用户的持续关注。

## 参考文献:

- [1] Shayne Bowman, Chris Willis. We Media: How audiences are shaping the future of news and information [M]. The Media Center, 2003.
- [2] 李昕阳. BBS口碑营销传播研究[D]. 长春: 吉林大学, 2007.
- [3] 侯先荣, 孙芳. CGM时代IT产品的营销观念创新[J]. 江苏商论, 2007(2): 42-43.
- [4] 王莞. 论企业微博营销[D]. 武汉: 中南民族大学, 2012.
- [5] 程超, 仲多. 基于自媒体的企业营销研究[J]. 时代金融, 2013(12): 278-279.

(下转第45页)

## 经济·管理

## 大数据背景下的小微企业银行融资模式研究\*

潘 罡,王 萍,李文峰

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

**摘要:**小微企业在经济贡献以及吸收就业等方面有着举足轻重的作用,然而银行融资难仍是其发展的桎梏。现有研究指出,造成小微企业银行融资难的一个重要原因是银企间的信息不对称。本文认为可以由政府牵头,“政银企”三方联动,构建小微企业综合信息统计平台,在符合成本效益原则的前提下,将不同来源的企业信息进行整合,降低银企间信息不对称程度。本文探讨了平台的运行机制以及平台与“政银企”三方之间的关系。平台的成功建立,使政府主要职能由“台前”转向“幕后”,有助于政府维护社会主义市场经济秩序;有助于改善银行对小微企业“惜贷”的不良局面,促进银行优化融资服务;有助于对小微企业“奖优罚劣”,促进小微企业持续健康发展。

**关键词:**小微企业;融资;信息不对称;平台

**中图分类号:**F832 **文献标识码:**A

## 一、前言

在党中央大众创业、万众创新的号召下,近年来小微企业如雨后春笋般大量涌现。以青岛市为例,来自山东省中小企业局的统计数据显示,2015年青岛市每万人拥有小微企业达336家,居全省首位。截至2016年年底,青岛市共有92万多家小微企业,占实有企业市场主体的95%以上,吸纳就业人数占城乡就业人数的76%。目前青岛市小微企业已实现营业收入2500亿元,营业利润240亿元,纳税总额300多亿元。总体来说,小微企业在提供就业机会、经济增长、社会稳定等方面具有重要意义。

然而,小微企业融资难、融资贵一直以来都是制约其发展的重大瓶颈,我国目前的经济形势又进一步凸显了小微企业的融资难题。从宏观经济层面看,新常态下我国经济增长有所放缓,但实际利率却不断上升。根据经济增长理论,实际利率与经济增长率同向变动才能保证经济体处于稳定的均衡,两者走势背离将加重企业融资成本负担(吕劲松,2015)。2013年4月,博鳌亚洲论坛年会上发布的《小微企业融资发展报告:中国现状及亚洲实践》中显示,银行仍是小微企业融资的首选渠道。而基于

各种原因,小微企业银行融资之路并不顺畅。其中信息不对称是造成银企关系紧张和中小企业银行融资困境的重要原因,再加上商业银行“重批发轻零售”的业务偏好,小微企业自身素质差、经营风险高(魏涛,2016),以及政府对于小微企业融资支持政策实施的监管力度不足等其他原因,使得小微企业的银行融资之路举步维艰。现有研究指出,要想解决小微企业的银行融资问题,小微企业应努力克服自身的融资缺陷,增强诚信意识,提高信息透明度;商业银行应该调整金融服务战略,针对小微企业银行融资特点,优化信贷审批程序,开发适合小微企业的金融服务产品;政府部门应加强小微企业融资支持政策实施的监管力度,使这些政策不至于流于形式,甚至成为权力者“寻租”的工具。

除上述措施外,要想有效化解小微企业的银行融资难题,还应该以信息不对称问题的解决为突破口,借助大数据平台,降低银企间的信息不对称程度,最终扭转银行对小微企业“惜贷”的不良局面。因此本文将重点致力于银企间信息不对称问题的解决,以期降低小微企业的银行融资难度。

## 二、文献综述

国外对小微企业银行融资的研究比较早,已形

\* 收稿日期:2017-04-10

基金项目:2016年度青岛市社会科学规划研究项目(QDSKL1601208)

作者简介:潘罡(1982-),男,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,主要研究方向为财务管理。

成成熟稳定的研究体系。麦克米伦早在1931年提交给英国政府的《麦克米伦报告》中,指出了中小企业发展过程中存在的资金缺口,即资金供给方不愿意以中小企业提出的条件提供资金。Stiglitz等人提出了信贷配给理论,并从信息不对称的角度分析了中小企业难以获得信贷支持的原因(Stiglitz, Weiss, 1981)。为了缩小小微企业与银行之间的信息不对称程度,银企之间应当建立长期关系,定期进行沟通、交流和合作,实行“关系型信贷”(Berlin, Mester, 1998)。当然,商业银行既要抓住小微企业信贷业务机会,也要留心小微企业自身缺陷带来的风险(Steve Beck, Tim Ogden, 2007)。国外对小规模企业融资的研究深入而且具体,大量使用统计计量工具,通过现实的数据获得研究的证据。但一方面国外商品经济同我国社会主义市场经济存在着诸多差异,另一方面金融市场、金融制度乃至经济制度也存在着巨大差异。这些差异导致这些研究结论只能作为借鉴而无法直接用于解决我国小微企业融资障碍。

国内对于小微企业融资难的问题及对策处于不断总结、探索中。徐骏飞利用“麦克米伦缺陷”这一经济学理论,研究分析了小微企业为什么会融资困难,然后指出应从企业自身及政府两个方面入手解决这一问题(徐骏飞, 2012)。谢喆认为可以借鉴美国国富银行的经验,提出在“大数据”时代,建立一种新的征信系统来解决小微企业融资中存在的信息不对称问题(谢喆, 2014)。刘海春从政府加强制度建设、商业银行加快小微信贷机制建设、小微企业提升融资条件和创新融资模式等方面,提出克服信息不对称从而缓解小微企业银行融资难题的对策建议(刘海春, 2015)。吕劲松指出,信息不对称是造成银企关系紧张和中小企业银行融资困境的重要原因,应建立和完善社会征信服务体系。

现有研究主要是从理论层面论证了互联网时代关于建立小微企业融资大数据平台的必要性和紧迫性。本文将在现有文献的基础上进一步探讨建立大数据平台以缓解“银企”间信息不对称现状的具体可操作性。

### 三、国内外基于大数据平台的小微企业融资模式的经验及启示

#### (一)美国国富银行小额信贷运营模式的经验及启示

作为美国最大的小微企业融资机构,国富银行

借助美国丰富的个人征信及企业信息库,成为利用大数据平台进行小微企业贷款的成功典范。国富银行利用大数据对美国小企业市场进行了深入调研,总结出小企业的两个特点:融资规模小,融资需求急;大多数经营年限较长。根据这些特点设计了不同的贷款产品:企业通和小企业银行。针对企业通采取了零售化、标准化的业务模式;小企业银行贷款按照个人贷款管理,免去了繁琐的企业贷款流程。同时国富银行借助数据整合技术,引入美国个人征信系统,小企业融资信息、邓白氏等内外部历史信息和动态信息,运用“行为评分”模型,对小微企业的信用状况进行实时、动态的监控,从而实现了风险的标准化、动态化管理(李欣,赵旭升, 2013)。

国富银行基于大数据平台的小微企业贷款模式的成功经验值得我们借鉴,然而也不能完全照搬。首先,美国的小企业大多并非初创型的,经营年限大多在十年以上。而中国的小微企业大多为初创型的,经营年限较短,很多并没有历史融资记录。因此对于中国的银行等融资机构而言,要想开发小微企业市场,可能需要更多其他信息,如海关、税务、工商、水电等政府性数据,以及电商平台、社交平台、媒体等企业性数据来弥补缺乏历史融资信息的不足。其次,在中国目前的市场环境下,仅凭某一个金融机构可获得的企业信息十分有限;而行业组织、企业协会等社会中介组织市场影响力比较弱,没有足够的权威号召甚至强制上述数据拥有方提供信息,因此需要由具有公信力和强制力的政府出面协调各数据拥有方的利益关系,鼓励甚至强制性要求其提供所掌握的企业信息,同时给予一定的财政性补贴。

#### (二)中国阿里巴巴小微企业融资模式的经验及启示

阿里巴巴采用了“平台+小额贷款公司”的小微企业融资模式,旨在为其电子平台上的商户进行融资。阿里巴巴借助其电子商务平台积累的大量企业交易数据,客户提交的贷款申请数据,以及海关、税收、水电话费、央行征信系统等广大外部数据,利用几十种数据模型对这些数据进行挖掘、整合与分析,最终形成小微企业信息数据库与征信体系。当其电商平台的商户在线提出融资申请时,系统会根据数据库所掌握商户的所有信息对商户准入资格、资信条件、贷款额度等进行审核判断。审核通过后,由阿里巴巴旗下的重庆小贷公司与浙江小贷公司负责贷款的发放。贷款发放后,阿里巴巴通过数据库所掌握的商户往来资金数据等对商户的经营情况进行实

时监控,防范可能存在的风险。如果商户违反贷款合同的约定,没有按时足额还款,阿里巴巴会对其采取关闭商铺、封商户账号等惩戒措施。

阿里巴巴借助大数据平台,运用了崭新的微型贷款技术,构建了完美的风险管理控制体系,建立了完善的小微企业征信系统,最终提高了贷款审批效率,降低了其与小微企业间的信息不对称。然而阿里巴巴存在的一个最大局限是只能以自有资金作为放贷资金来源(小贷公司资金不能与支付宝资金相关联),无法直接揽存。并且阿里巴巴的服务仅限于自己平台上的小微企业而无法惠及线下。并且从整个宏观角度出发,如果阿里巴巴有朝一日发展成为“阿里银行”,就有可能形成垄断,反而会加倍损害处于社会底层的广大小微企业群体的利益(王珂,2014)。

由此可见,由政府牵头,建立一个公共的非盈利性质的数据服务平台显得尤为必要。该平台应该既包括阿里巴巴、京东等电商平台的交易信息,也包括央行征信系统、海关、税务、水、电、话费等广大外部信息。该平台并不直接进行贷款的发放,而是将信息有偿提供给银行等金融机构,由其根据所拥有的数据处理技术利用平台信息对贷款企业进行信用评价,发放贷款。平台也可定期对银行提供的贷款服务进行评价,企业可根据银行的评价等级选择贷款提供方。因此此种贷款模式也能促进金融行业的良性竞争,优化小微企业融资环境。

#### 四、化解小微企业银行融资难题的对策建议

##### (一)建立小微企业综合信息统计平台,缩小“银企”信息不对称程度

由于银企之间的信息不对称是造成小微企业银行融资难的重要原因,缩小甚至消除银企之间的信息“鸿沟”,是缓解小微企业银行融资难题的有效办法。目前有关小微企业的征信信息散布在各个孤立的系统中,因此需要打破各信息数据库之间的壁垒,将各个信息孤岛串联起来,建立小微企业综合信息统计平台,使所有数据变成一个相互关联、相互验证的有机整体,让为小微企业提供融资服务的金融机构可以从多维度获得企业的“全景”信息,作出是否贷款的决策。

平台的具体使用流程描述如下:平台由政府成立的数据运营服务公司运营,平台中企业的信息不免费对外开放,平台设立银行和企业两个端口(工商、税务等其他数据提供方可从银行端口登录平台,

查询企业信息)。小微企业向银行提出贷款申请,银行受理申请后,企业授权银行一个动态查询密码,银行向数据运营服务公司支付一定的查询费后,凭此动态查询密码查询平台中所有与该企业相关的信息,利用信用评价体系对相关数据进行处理、分析和评价,然后银行根据企业具体的融资需求选取针对性的数据模型,最终做出是否同意贷款的决策。如果银行同意向某小微企业贷款,银行可在其贷款期限内随时登录平台系统,通过对该企业来源于不同渠道信息的交叉验证,了解企业的真实运行情况,进行动态的贷后管理,防范信贷风险。银行须将其贷款与否的决策及贷后企业的相关信用情况向平台进行反馈,进一步充实小微企业信息,为后续信贷提供依据。图1为小微企业综合信息统计平台使用流程图。

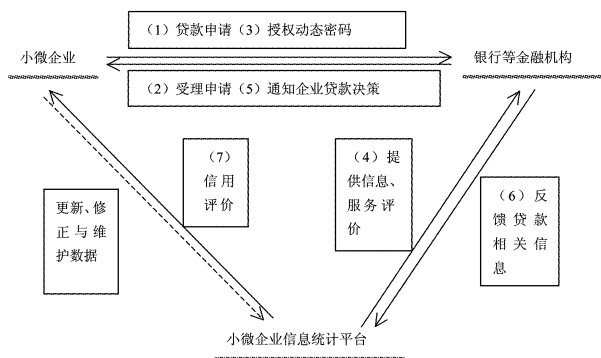


图1 小微企业综合信息统计平台使用流程图

在平台初始运营期,为了鼓励银行使用该平台,政府可以向银行承诺一定的坏账补贴,同时对平台内企业进行优化,整顿涉嫌虚假、不实信息的企业。小微企业须协助数据运营服务公司定期对平台信息进行更新、修正与维护。如若平台系统通过数据之间的勾稽关系发现来源于信息提供方的信息有出入,小微企业作为最大的受益者应负有协助数据运营服务公司查明信息出入原因的义务。数据运营服务公司责令相关责任方在规定期限内对错误信息进行更正,对于拒不更正的责任方予以记录并给予一定的处罚,同时向政府有关部门反映,政府在必要时可以限制其在工商、税务等各方面的权利。该平台的建立,使银行节约了时间与资金成本,提高了信贷收益。银行作为受益方,应有偿使用该平台,这样既能保证数据资源的有效利用,也能为平台的持续维护提供资金支持。此外,银行利用该平台的另一个前提是必须与数据运营服务公司签署商业信息保密协议,从法律角度对银行查询信息的行为进行约束



和规范。

需要注意的是,互联网时代背景下小微企业征信数据不仅包括财务、税务、央行征信系统、工商、保险等传统领域内数据,而且还包括政府监管、电商平台、行业及媒体评价信息等(见图 2),在符合成本效益原则的前提下,尽可能地从多个角度展现企业的经营情况、发展前景以及融资能力等,将银企之间的信息不对称降到最低限度(冯文芳,2016)。如此全面的企业信息,使没有历史信贷记录的、成立时间较短的企业也能成功获得贷款。

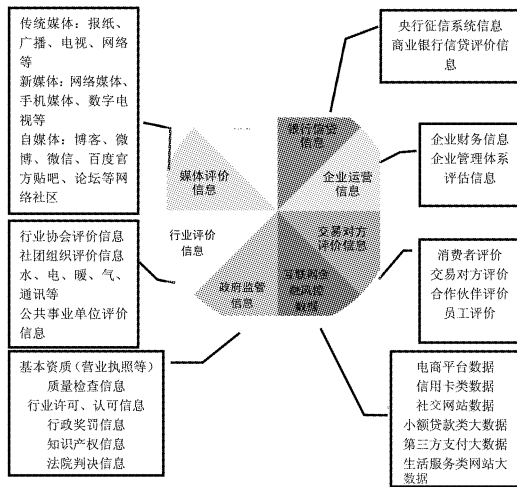


图 2 信息平台数据来源

(二)政府主要职能由“台前”转向“幕后”,制定平台配套法律制度

由于小微企业综合信息统计平台的建立需要统筹协调多方利益关系,为了保证信息的完整性、及时性与公允性,需要由具有权威和公信力的政府牵头搭建此信息平台,并为平台的建立提供资金支持。政府应对工商、税务、水电气暖、通讯、媒体、第三方电商平台等部门或组织进行政策引导宣传,鼓励(对拥有某些关键数据的第三方甚至可以强制要求)这些数据拥有方进行信息共享,并对共享信息的组织、部门给予一次性财政补贴,作为对其所拥有信息知识产权的补偿。同时要求各信息提供方对信息的真实性、完整性、准确性负责,对提供虚假信息的主体根据信息虚假程度予以相应的处罚。各信息提供方安装由政府出资开发的数据导入软件系统,将其所拥有的企业信息定期自动导入到小微企业综合信息统计平台中,这样一方面可以在一定程度上防止小微企业提前与信息提供方串通,人为“粉饰”信息;另一方面也可以最大程度地减少各信息提供方的后期操作成本。

而为了避免政府这只“看得见的手”伸得过长,妨碍市场秩序,平台建立后,由政府设立的非盈利性质的数据运营服务公司进行运营,由银行业协会、企业协会等分别推荐合适人选,担任公司监事会监事,监管公司的运行(易金平,2016)。而政府的主要职能则由原来通过减免税负、财政资金扶持等“台前”的直接干预转变为“幕后”的法律及制度保障,研究出台与平台相关的政策法规,优化平台运行环境,为平台的持续、平稳运行提供政策保障。图 3 为“政银企”与小微企业信息平台的关系图。

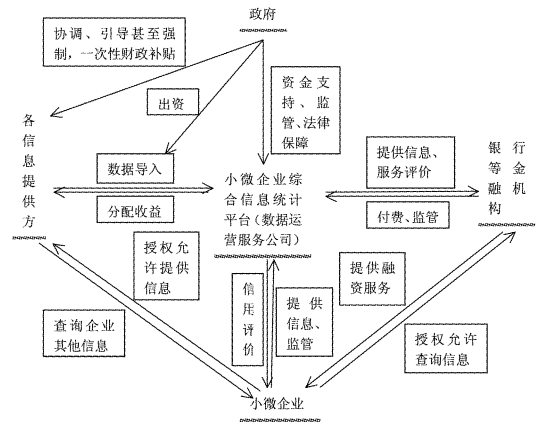


图 3 “政银企”与小微企业信息平台关系图

(三)设立小微企业及金融机构评价机制,优胜劣汰

数据运营服务公司可定期根据小微企业获得贷款的情况(融资规模、利率、期限、融资次数等)对其进行信用等级划分,供银行信贷决策参考。等级高的优质小微企业将成为银行等金融机构重点营销的对象,银行可以对其采取提高授信额度,降低融资利率等激励措施。除此以外,如图 3 所示,工商、税务等信息提供方除了能获得政府一次性财政补贴,定期从平台分享收益以外,还会获得利用平台查询企业其他信息的权利。因此劣质小微企业将不仅难以取得银行信用融资,在工商、行政、税务乃至媒体等各方面,也将处处受限,最终被淘汰出局。

数据运营服务公司还可定期对银行等金融机构进行融资服务评价。具体来讲,公司可定期根据各银行提供贷款的规模、贷款次数、贷款审批效率等对银行提供融资服务的质量进行评价,供企业寻找融资提供方时作参考。评价高的银行将成为小微企业融资优先选择的对象,评价低的企业不仅小微企业客户会减少,其查询平台信息时亦须支付更高的费用,甚至被取消查询平台信息的权利。

对小微企业的等级划分及金融机构的融资服务

评价可作为公示信息定期在平台公布,供金融机构、银行、各信息提供方等免费查阅。

### 五、结语

小微企业综合信息统计平台的建立,将形成“政银企”三方联动、三方共赢的良好局面。平台建立后,政府可以减少对小微企业财政资金扶持、税收优惠等正面干预,通过立法以维护平台运行的形式转为对小微企业的幕后支持。这种以幕后支持为主、正面干预为辅的政策支持模式将更有利于社会主义市场经济秩序的维护。银行通过平台将最大限度地减少银行与企业之间的信息不对称,扭转银行对小微企业“惜贷”的不良局面。同时通过对银行融资服务的评价,督促银行提供更优质的贷款服务。小微企业综合信息统计平台的使用,对小微企业来讲也能够奖优罚劣,督促小微企业提高自身素质,优化小微企业市场,促进小微企业健康、可持续发展。总之,平台的成功建立将有助于整个社会经济形成诚实守信、注重信誉的良好风气,有助于形成“大众创业,万众创新”的良好局面,有助于整个社会经济的长期、稳定发展。

### 参考文献:

[1] 吕劲松.关于中小企业融资难、融资贵问题的思考[J].

金融研究,2015(11):115-122.

- [2] 易金平.新常态下湖北小微企业融资路径选择[J].财会通讯,2016(14):21-23.
- [3] 魏涛.化解中小微企业融资难问题三方联动机制研究[J].学术论坛,2016(1):70-74.
- [4] Joseph E Stiglitz, Andrew Weiss. Credit Rationing in Markets with Imperfect Information[J]. The American Economist, 1981,71(6):393-410.
- [5] Berlin M. and Mester, L. J.. On the Profitability and Cost of Relationship Lending[J]. Journal of Banking and Finance, 1998,22(6-8):873-897.
- [6] Steve Beck, Tim Ogden. Beware of Bad Microcredit [N]. Harvard Business Review,2007.
- [7] 徐骏飞.小微企业融资问题研究[J].西南金融,2012(5):67-69.
- [8] 谢喆.关于小微企业融资中存在的不对称的研究——基于“大数据”的视角[D].成都:西南财经大学,2014.
- [9] 刘海春.小微企业银行融资问题研究——基于信息不对称的角度[D].济南:山东大学,2015.
- [10] 李欣,赵旭升.富国银行小微企业贷款模式的经验及借鉴[J].金融管理与研究,2013(4):42-44.
- [11] 王珂.基于互联网大数据平台的小微企业融资模式研究——以阿里巴巴为例[D].西安:长安大学,2014.
- [12] 冯文芳.互联网金融背景下小微企业大数据征信体系建设探析[J].国际金融,2016(3):74-80.

## Research on Bank Financing Mode of Small and Micro Enterprise in the Era of Big Data

PAN Gang, WANG Ping, LI Wenfeng

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** Small and micro enterprises are still shackled by bank financing although they play a crucial role in the development of economy and absorbing employment. Existing research has pointed out that one important reason for the financing difficulties of small and micro enterprises is the information asymmetry. This paper argues that it can be led by the government, with the tripartite linkage of "government, bank and enterprise" to construct the comprehensive statistical information platform for small and micro enterprises. Under the premise of meeting the cost-benefit principle, different sources of enterprise information could be integrated to reduce the degree of information asymmetry between banks and enterprises. The paper discusses the operating mechanism of the platform, and the relationship between the platform and the "government, bank and enterprise". The success of the platform could make the functions of the government transferred from "the stage" to "behind the scenes", help the government to maintain the order of the socialist market economy, improve the bad situation of the bank's credit crunch for small and micro enterprises and promote banks to optimize financing services, as well as reward the good enterprises and fine the bad, so as to promote the sustainable and healthy development of small and micro enterprises.

**Key words:** small and micro enterprises; bank financing; information asymmetry; platform

(责任编辑:魏有广)

# 基于因子分析的海洋灾害筹资研究\*

孙圣涵<sup>1</sup>,肖凡<sup>2</sup>

(1. 青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100; 2. 青岛国信金融控股有限公司, 山东 青岛 266061)

**摘要:**面对巨灾风险,由于各个地区自然环境以及经济承灾能力和沿海设施受损程度的不同,考虑效率和公平兼顾的原则,对不同的地区应该进行缴费等级的划分,这样可以在一定程度上减少“逆选择”和道德风险的发生概率,确保政府补贴力度恰当。本文基于11个省的不同指标进行因子分析,最终确定为两个不同的缴费等级,提高地区缴费的主动性,保证经济资源在海洋巨灾中的可持续性管理运用。这样既可避免政府灾后频繁融资救援,又能保证在地区发生特大海洋灾害后经济资源得到最充分的合理有效使用。

**关键词:**海洋灾害;因子分析;等级划分

**中图分类号:**F205 **文献标识码:**A

## 一、相关研究综述

伴随着近几年来海洋经济的快速发展,海洋的过度开发利用增加了海洋灾害发生的概率,尤其是风暴潮带来的经济损失在海洋巨灾损失中表现的最为严重。国内外学者对海洋巨灾进行了大量深入的研究工作。

Luan(2005)在海洋灾害保险研究中首次引入预期效用理论,扩展研究了海洋灾害分保方式,以保险精算学相关理论为基础,提出均值失真保险定价原则。Czuchlewski, Kristina Rodriguez(2005)深入细致的开展了对以雷达为基准的海洋灾害风险防御算法,最后得出结论认为 SAR(Synthetic Aperture Radar)可以确定海洋灾害的发生。Richard(2005)认为民间融资和政府的税收以及财政补贴可以降低海洋灾害风险。王安(2008)研究了政府在保险市场失灵的情况下对海洋巨灾风险防范策略的作用,提出构建符合我国国情的海洋巨灾风险基金的框架,但是并没有深入探讨构建方法。殷克东,王辉(2010)基于主成分分析法,建立了海洋灾害经济损失指标体系,对海洋灾害损失评估进行聚类分析,证明主成分分析法在海洋灾害风险损失评估中的应用。

尽管对海洋灾害研究内容广泛,但是针对各个沿海省市经济财政、孕灾环境等的不同,对受灾省市

缴费层次和等级的划分的对策研究存在空白,受灾区域的等级划分不仅提高了各个区域缴纳巨灾基金的主动性,而且在一定程度上降低了“逆选择”和道德风险的发生。本文主要基于因子分析法,确定我国巨灾风险区域的缴费等级,最终以此为依据确定政府补贴强度。

## 二、海洋灾害筹资策略研究实证分析

海洋巨灾保费补贴主要来源于中央和地方政府对巨灾基金的财政拨款,本文主要选取海洋巨灾风险的典型代表——风暴潮为研究对象,进行相关缴费等级的因子分析。

### (一)构建评价指标体系

本文通过对不同的海洋灾害风险区域进行综合得分的对比,进而将灾害易发区域划分为不同的等级,把等级作为国家向各省市收取政策性巨灾保费的标准。

#### 1. 选取指标

风暴潮在海洋灾害中最为典型,通常9—10年风暴潮灾害为一个周期,所以本文的研究对象选取在2005—2014年十年中沿海11个省发生的风暴潮灾害。一方面考虑到数据的可得性,一方面根据真实性、全面性和科学性的指标选取原则,本文选取以下11个指标, $X_1$ :受海水淹没农田(万亩); $X_2$ :损坏港口码头等工程设施(处); $X_3$ :水产养殖损失(万亩); $X_4$ :损坏堤坝(公里); $X_5$ :直接经济损失(亿

\* 收稿日期:2017-05-17

作者简介:孙圣涵(1988-),男,山东临沂人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为城市生态规划。

元); $X_6$ :损坏沉没各类船只(艘); $X_7$ :死亡失踪人数(人); $X_8$ :财政收入(亿元); $X_9$ :居民储蓄存款余额(亿元); $X_{10}$ :损毁房屋(万间); $X_{11}$ :环海因子。第11个统计指标是根据11个省区面临的海域不同,对风暴潮的经济损失风险影响也存在差异,1代表珠江三角洲地区,2代表长江三角洲地区,3代表环渤海地区。

2. 数据来源

一方面,风暴潮经济损失的指标数据来源于历年国家海洋局《海洋灾报》,为了消除偶然年份的影响,本文以2005—2014十年间的统计数据取算术平均值;另一方面居民储款余额和财政收入数据来源于中华人民共和国国家统计局《地方年度统计公报(2015)》,从而真实、全面反映各个省的受灾影响力度。

(二) 因子分析原理

第一步,对原始数据进行标准化处理,从而消除数据量纲和单位的影响。本文采用对指标值进行正态标准化的方法来消除量纲的影响。

第二步,利用标准化数据计算所有变量的相关系数矩阵 $R, R=(r_{ij})_{p \times p}$ ,其中 $r_{ij} = \frac{\sum_{k=1}^n X_{ki} \cdot X_{kj}}{(n-1)}$ , $i, j=1, 2, \dots, p$ 。通过KMO和巴特莱特检验,判断使用因子分析法是否得当。

第三步,求相关系数矩阵的特征值和特征向量。

第四步,按照因子累计贡献率在85%以上的要求提取因子,提取因子的方法为主成分法。

第五步,对各因子进行合理解释并命名,求解初始因子载荷矩阵 $A$ 。

第六步,建立因子模型 $X_i = \sum_{j=1}^m a_{ij} \times F_j + \epsilon_i, i=1, 2, 3, \dots$ 其中 $F_1, F_2, F_3 \dots$ 是公共因子, $\epsilon_i$ 是特殊因子。

第七步,对初始因子载荷矩阵进行正交旋转变换,得到新的因子载荷矩阵 $A_i=(a_{ij}^*)$ ,从而能够更明确的看出公共因子载荷的分布情况。

第八步,对各因子得分及其因子方差贡献率作为加重权数,计算各样本的综合得分,根据样本综合得分的高低,可以对样本进行综合评定。

(三) 实证分析结果

1. 数据的检验

本文借助经济统计软件spss17.0,依据因子分析方法对11个指标的标准化数据进行分析。根据实际数据和因子分析原理,首先进行了可行性的KMO和Bartlett's test检验,看是否可以进行分析,得到 $KMO=0.692 > 0.6$ ,达到因子分析的可

行性标准。一般来说Bartlett's检验统计量为315.7,足够大(自由度为45),且其相应的伴随概率值( $Sig. = 0.000$ ) $< 0.05$ ,表示可以拒绝偏相关系数为0和相关系数矩阵为单位阵的原假设,故所选数据适合进行因子分析(见表1)。

表1 KMO and Bartlett's 检验

|                                                  |        |       |
|--------------------------------------------------|--------|-------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. |        | .692  |
| Bartlett's 球形检验                                  | 卡方统计值  | 315.7 |
|                                                  | df     | 78    |
|                                                  | 显著性水平. | .000  |

2. 因子的提取

运用spss17.0对标准化后的数据进行相关系数矩阵的因子载荷估计,得到其特征根和方差贡献率(见表2)。从表2中可以看出3个主因子解释方差变异的累计数约为92.811%,也就是说这3个因子累计解释了原数据所反映信息的92.811%。找出3个主因子,这样就将11个原始变量通过因子分析转化为3个综合变量(注:旋转后主因子的方差贡献率可以作为计算主因子综合得分的加权平均值的权重)

表2 相关系数矩阵的特征值与贡献率

| 成分 | 初始特征值       |           |        | 提取平方和载入 |        |        | 旋转平方和载入 |        |        |
|----|-------------|-----------|--------|---------|--------|--------|---------|--------|--------|
|    | 合计          | 方差的%      | 累计%    | 合计      | 方差的%   | 累计%    | 合计      | 方差的%   | 累计%    |
| 1  | 6.361       | 63.807    | 63.807 | 6.361   | 63.807 | 63.807 | 6.199   | 61.994 | 61.994 |
| 2  | 1.696       | 16.964    | 80.772 | 1.696   | 16.964 | 80.772 | 1.719   | 17.195 | 79.189 |
| 3  | 1.204       | 12.039    | 92.811 | 1.204   | 12.039 | 92.811 | 1.362   | 13.622 | 92.811 |
| 4  | .355        | 3.551     | 96.362 |         |        |        |         |        |        |
| 5  | .143        | 1.432     | 97.794 |         |        |        |         |        |        |
| 6  | .111        | 1.112     | 98.906 |         |        |        |         |        |        |
| 7  | .051        | 0.509     | 99.415 |         |        |        |         |        |        |
| 8  | .039        | 0.393     | 99.808 |         |        |        |         |        |        |
| 9  | .019        | 0.191     | 99.999 |         |        |        |         |        |        |
| 10 | 10.6139E-05 | 0.001     | 100.00 |         |        |        |         |        |        |
| 11 | 1.369E-16   | 1.244E-15 | 100.00 |         |        |        |         |        |        |

提取方法:主成分分析法。

3. 因子载荷矩阵

因子载荷矩阵所示的是提取的主成分与原始指标间的线性关系,各主成分是原始指标的线性组合,因子载荷反映了主成分与原变量的相关性。在计算最初的载荷矩阵式时发现各个因子在不同维度不容易进行分析,难以得到合理经济解释,因此运用软件对初始载荷矩阵进行旋转,使每一个原始变量在主因子上载荷向0和1分化,使因子结构更加简单,从而可以对每一个主因子的实际意义作出更加明确的解释。本文采用方差最大正交旋转法,经过4轮正交旋转之后,得到最终载荷矩阵,如表3。

表 3 旋转后的因子载荷矩阵

| 变量          | 成分    |       |       |
|-------------|-------|-------|-------|
|             | 主因子1  | 主因子2  | 主因子3  |
| 财政收入        | .967  | .191  | .071  |
| 居民储蓄存款余额    | .952  | .116  | -.068 |
| 水产养殖损失      | .112  | .986  | .076  |
| 损坏港口码头等工程设施 | .138  | .938  | .329  |
| 损坏沉没船只      | .151  | .856  | .373  |
| 损坏堤防        | .571  | .793  | .659  |
| 损毁房屋        | -.203 | -.022 | .938  |
| 受海水淹没农田     | .207  | .193  | .927  |
| 死亡失踪人数      | -.172 | .283  | .910  |
| 直接经济损失      | .238  | .527  | .798  |
| 环海域因子       | .153  | .382  | .562  |

提取方法：主成分分析法。  
旋转方法：方差最大法。

从旋转后的因子载荷矩阵可以看出,公共因子 F<sub>1</sub> 在 X<sub>8</sub>(财政收入)和 X<sub>9</sub>(居民储蓄存款余额)的载荷较大,分别表示政府和居民个人的风险承受能力,即 F<sub>1</sub> 命名为经济承灾能力因子。公共因子 F<sub>2</sub> 在 X<sub>3</sub>(水产养殖损失)、X<sub>2</sub>(损坏港口码头等公共设施)、X<sub>6</sub>(损坏沉没船只)和 X<sub>4</sub>(损坏堤防)的载荷较大,这些因子的共同特征是反映沿海设施建设的损失程度,即 F<sub>2</sub> 命名为沿海设施损失因子。公共因子 F<sub>3</sub> 在 X<sub>10</sub>(损坏房屋)、X<sub>1</sub>(受海水淹没农田)、X<sub>7</sub>(死亡失踪人数)、X<sub>5</sub>(直接经济损失)和 X<sub>11</sub>(环海域因子)方面的载荷值较大,这些指标因自然条件的不同而给各省带来不同的经济损失,F<sub>3</sub> 命名为自然条件经济损失因子。

表 4 各主因子命名

| 变量        | 主因子 1            | 主因子 2                                   | 主因子 3                                        |
|-----------|------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------|
| 因子名称      | 经济承灾能力因子         | 沿海设施损失因子                                | 自然条件损失因子                                     |
| 高载荷指标因子名称 | 财政收入<br>居民储蓄存款余额 | 水产养殖损失<br>损坏港口码头等公共设施<br>损坏沉没船只<br>损坏堤防 | 损坏房屋<br>受海水淹没农田<br>死亡失踪人数<br>直接经济损失<br>环海域因子 |

4. 因子得分

本文在因子分析的基础上,以方差贡献率为权重进行加权平均,得到了各省灾害缴费等级。

综合得分 G 的计算公式为:

$$G = (12.1F_1 + 23.8F_2 + 56.7F_3) / 92.66$$

根据综合因子得分表和三个主因子,进行各省灾害缴费等级的划分。从表 5 中可以看出得分前三名且为正值的省份分别是福建、浙江和广东,每年缴纳费用份额最高,即为 A 类缴费等级。福建省的 F<sub>3</sub> 自然地理条件致灾损失因子影响力度最大;浙江省同时受到较大影响力度的 F<sub>1</sub> 经济承灾能力因子和 F<sub>2</sub> 沿海设施损失因子的制约;而广东省 F<sub>1</sub> 经济承灾

能力因子影响最大,使得纵然风暴潮频发,但是损失程度并不严重。结合对上述福建、浙江和广东三省的影响主因子的分析,最终将其纳入 A 类缴费等级。其余的 8 个省份综合得分数值相似且均为负,每年向政府缴费等级按照 B 类标准。在 2002—2011 年中,海南省也是风暴潮频发的省,但是缴费等级为 B 类的原因是因为 F<sub>1</sub> 地区经济承灾能力远远低于福建、广东,使得最终因子综合得分为负,所以在划分等级时不仅要注重提高效率,同时要注意兼顾公平。

表 5 综合得分表

| 省份 | F1    | F2    | F3    | 综合得分  | 排名 |
|----|-------|-------|-------|-------|----|
| 福建 | -0.45 | -0.15 | 2.85  | 1.31  | 1  |
| 山东 | -0.09 | -0.16 | -0.61 | -0.43 | 9  |
| 河北 | -0.19 | -0.27 | -0.48 | -0.39 | 7  |
| 江苏 | .36   | -0.43 | -0.31 | -0.26 | 5  |
| 广东 | 2.80  | -0.27 | 0.50  | 0.60  | 3  |
| 海南 | -1.03 | -0.33 | 0.15  | -0.12 | 4  |
| 广西 | -0.82 | -0.11 | -0.39 | -0.37 | 6  |
| 辽宁 | -0.35 | -0.36 | -0.56 | -0.48 | 10 |
| 天津 | -0.82 | -0.38 | -0.62 | -0.58 | 11 |
| 上海 | -0.12 | -0.51 | -0.43 | -0.41 | 8  |
| 浙江 | 0.73  | 3.02  | -0.17 | 0.77  | 2  |

三、对海洋防灾减灾的策略分析

(一) 加强巨灾保险的国际交流与合作

技术层面主要是巨灾风险成因研究以及预警系统建设方面,需要各国政府和科学研究工作者的合作。经济层面则是巨灾风险的化解,最终还是体现为资金。一方面,要充分利用国际再保险机制,通过与国际再保险业的交流与合作,利用国际再保险渠道实现更大范围的风险分散;另一方面,应当注意利用国际资本市场,通过巨灾风险证券化技术,将我国的巨灾风险向国际资本市场转移,实现更广领域的风险分散。

(二) 加强防灾减灾法律机制建设

加强海洋防灾减灾法律机制建设是在灾害中保护国民私有财产和生命安全,提高政府应急管理能力所必不可少的措施。在海洋灾害预防和防灾规划相关法律方面,可以制定《海洋灾害预防条例》,对于各类海洋灾害的预防中的各个方面进行规范,应包括重点灾害源的排查、灾害评估、应急预案的编制、应急体系中长期规划、应急演练、针对官员的应急培训、针对公众的宣传教育 and 培训等。

(三) 加强防御海洋灾害工程建设

建立高标准防洪安全保障体系,不仅要加快

海堤建设和改进海堤的结构,而且沿海地区正在和将要实施的一批投资巨大的资源开发与经济建设项目,其起围高程、地基标高和工程设计标准的确定等,都必须明确考虑未来数十年乃至上百年相对海平面上升因素,以避免造成不应有的损失和投资浪费。

#### (四)提高海洋灾害预报能力

积极开展航空遥测和卫星遥感技术的应用,大力推进海上船舶、海洋调查船的观测。发展使用现代海洋科学技术及信息科学技术,对各类海洋自然灾害进行诊断、分析、评估,对海洋环境做出适时监测,定期发布沿海环境质量报告,在预计将形成较严重灾害时发布灾害警报。在该基础上,建立国家海洋诊断分析、预警预报信息库,加强海洋灾害形成机理和预报方法的研究。

#### 参考文献:

[1] Luan C. . Insurance premium calculations with anticipated utility theory[J]. ASTIN Bulletin,2001(31):27-

39.

- [2] Czuchlowski, Kristina Rodriguez. Synthetic aperture radar and natural disasters; Hazard mapping using full polarimetry[M]. Columbia University Press, 2005.
- [3] D • Richard Cutler. A Simple Model to Predict Loss Ratios in the Domestic Stock Property—Liability Insurance Industry[J]. Quarterly Journal of Business and Economic,2005(44):129-139.
- [4] 王安. 巨灾风险基金的国际经验与中国的选择[J]. 西部金融,2008(10):40-41.
- [5] 殷克东,王辉. 风暴潮灾害损失评估的主成分模型研究[J]. 统计与决策,2010(10):63-64.
- [6] Frihy O E. The Nile Delta—Alexandria coast: vulnerability to sea—level rise, consequences and adaptation [J]. Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change,2003(8):115-138.
- [7] 殷克东,王冰,马景灏. 风暴潮灾害经济预警指标体系实证研究[J]. 中国科技论坛,2011(7):107-113.
- [8] 黄大鹏,郑伟,张人禾,等. 安徽淮河流域洪涝灾害防灾减灾能力评估[J]. 地理研究,2011(3):524-530.

## Study on the Funding of Marine Disasters Based on Factors Analysis

SUN Shenghan<sup>1</sup>, XIAO Fan<sup>2</sup>

(1. Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100;

2. Qingdao Conson Financial Holdings Co., Ltd, Qingdao 266061, China)

**Abstract:** In the face of disaster and risks and due to the differences of the natural environment, economical hazard—affected ability and coastal facilities' damaged extent, considering the principle of efficiency and fairness, different areas should be divided by the payment grade to reduce the probability of adverse selection and moral hazard to some degree, and ensure the government's appropriate subsidies strength. Based on the eleven provinces' different indexes and factor analysis, this paper finally determines to set two different payment grades to improve the initiative of areas' payment and guarantee the sustainable management and application of the economic resources in the marine disaster. Therefore, not only could it avoid the government's frequent financing rescues after the disaster, but also guarantee that the economic resources are made full use of after the marine disaster is occurred in some area.

**Key words:** marine disasters; factors analysis; hierarchies

(责任编辑:魏有广)

# 高校教师个人所得税纳税筹划\*

王 萍

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

**摘 要:**个人所得税纳税筹划是一种合法行为,能够减少纳税人税负,调动其工作积极性。本文指出了目前高校教师个税纳税筹划存在的问题,提出了相应的对策建议,同时列举了个人所得税的两个典型案例,以期为高校教师纳税筹划实务提供参考。

**关键词:**高校;个人所得税;纳税筹划

**中图分类号:**F812 **文献标识码:**A

近年来高校教师的收入不断上涨,国家税务总局明确提出将高校教师作为个人所得税税款征缴的重点监管对象,高校教师对于在合法合规的前提下“尽量少缴税”的意愿比较强烈。高校教师个人所得税税负的降低,也能够高校工资支出总额不变的前提下,增加教师的可支配收入,提高教师工作积极性和工作热情。

## 一、目前高校教师个人所得税纳税筹划存在的主要问题

### (一)高校缺乏为教师进行工资薪金全面纳税筹划的动力

高校教师收入中,工资薪金所得应纳个人所得税税额所占比重最高且最为稳定。但不同教师不同学期工资薪金所得的差异化较大,如果学校为每个教师每个学期都制定个性化、全面化的纳税筹划方案,会极大增加人事处、财务处及各部门报账员的工作量,增加纳税筹划管理成本,同时也会增加学校自身的涉税风险。因此高校鲜少为教师进行纳税筹划,即使有也是操作简单、只能照顾到部分教师的“一刀切”方案。

### (二)高校教师缺乏工资薪金纳税筹划的自主权

如前所述,有些高校基于管理成本及涉税风险等方面的考量,通常会选择“一刀切”的纳税筹划方案,所有的教师只能被动接受,哪怕这样的方案反而导致自己节税利益的损失。此外,有些具有纳税筹划能力的教师设计出了适合自己收入特点的纳税筹

划方案,学校基于统一性管理的要求,也难以为其付诸实施。

### (三)高校教师忽视工资薪金以外其他收入的纳税筹划

对于劳务报酬和稿酬等收入来讲,教师在某些情况下可以争取对自己有利的纳税方案。然而有些教师认为纳税筹划是非法行为,害怕“引火烧身”,在劳务报酬以及稿酬所得在其总收入构成中所占比重较少的情况下,更不愿以身试法。因此教师也往往缺乏对这些收入进行纳税筹划的动力。而2016年中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于实行以增加知识价值为导向分配政策的若干意见》中,明确鼓励教师可以通过兼职取得相应收入。因此,未来几年内高校教师的劳务报酬等所得所占比重将会上升,其纳税筹划收益也会日益凸显。

## 二、高校教师个人所得税纳税筹划建议

### (一)高校和教师需提升对税务筹划的正确认识

要想顺利开展个人所得税的纳税筹划,高校和教师必须正确理解纳税筹划的内涵:纳税筹划是纳税人在遵守现行税收法律法规的前提下,充分利用各项税收优惠政策及选择性条款,借助合法手段对涉税事项进行事前规划和合理安排,从各种可能的纳税方案中选择税负最轻的方案,最终达到减轻其纳税义务的目的。也就是说,纳税筹划是一项合法行为。从大的方面来讲,个人所得税的纳税筹划也

\* 收稿日期:2017-05-05

作者简介:王萍(1986-),女,山东日照人,青岛酒店管理职业技术学院讲师,主要研究方向为财务管理。

具有积极作用:能够提高纳税意识,拉动内需。

(二)赋予教师选择权,高校与教师共同参与工资薪金纳税筹划

以青岛某高校为例,该校教师薪酬分为三部分。

(1)基础性工资。该部分每月金额基本固定,不具有纳税筹划空间。(2)绩效性工资。该部分可采用分摊纳税期间的方式进行纳税筹划,由学校负责实施。考虑到货币的时间价值,本文提出纳税筹划思路如下:以12个月为分摊期,根据基础性工资和绩效工资平均分摊额计算出相应的税率区间,并按照此区间计算每月的最大发放额。多数情况下,按照该最大发放额提取一段时间后,如果将剩余的绩效工资再次平均分摊到剩余的期间,月平均应纳税所得额会降低到一个更低的税率期间,这时再按照最新的税率进行应纳税额的计算。(3)其他收入。该部分可采用年终奖发放的方式进行纳税筹划,可以赋予教师一定的自主选择权,让教师根据自己的工作侧重点,选择采用年终奖模式纳税的收入类型。一般来讲,教师可以选择自己收入最高的类型采用年终奖的形式发放,以达到最节税的目的,但要注意避开纳税敏感区域。

(三)建立个税信息资源库,提高教师纳税筹划能力

该个税信息资源库包括三个模块:模块一为个税法律法规库,该模块直接与国税局与地税局网站对接,定期将与个人所得税有关的法律法规导入资源库,方便教师查询学习;模块二为纳税筹划培训或讲座视频库,高校可以派校内纳税筹划专家或者邀请校外相关专家定期根据最新法律法规开展关于个税纳税筹划的讲座或培训,同时录成视频,供教师学习观摩。模块三为纳税筹划方式资源库。该资源库可以搜集实务及理论界业已成熟的纳税筹划方式或者本校教师中比较成功的纳税筹划实际案例,供教师学习参考。

### 三、纳税筹划案例分析

(一)绩效性工资分摊纳税期间案例

例1:某学年王老师每月基础性工资为3000元,本学年绩效性工资累计金额为48000元。考虑税率一定而发放金额最大化的原则,因为税率10%的纳税区间的上限为4500元,所以每个月可发放绩效性工资金额最高为 $4500 - (3000 - 3500) = 5000$

(元),当月应纳税额 $=4500 \times 10\% - 105 = 345$ (元)。因为基础性工资为3000元,如果每个月发放的绩效工资不超过2000元,其税率期间就变为5%。假设按照5000元的金额提取到第X个月后,剩余的绩效工资为 $(48000 - 5000X)$ 元,将其在剩余月份 $(12 - X)$ 之间进行分配,令其商值 $\leq 2000$ ,即 $(48000 - 5000X) / (12 - X) \leq 2000$ ,得出 $X = 8$ 。因此绩效性工资按照5000元发放8个月之后,剩下的4个月按照每个月2000元发放,可使每个月应纳税额变为 $1500 \times 3\% = 45$ 元。如此,12个月累计应纳税额 $= 345 \times 8 + 45 \times 4 = 2940$ 元。此种纳税筹划方式不仅减轻了员工的税负,还考虑了资金的时间价值。

(二)工资薪金中其他收入按年终奖发放案例

例2:某高校王老师的月工资为6000元,科研奖励为54500元,教学奖励为3000元,其他工作收入为3800元。王老师选择将科研奖励按年终奖计税。若将其全额按年终奖计税,应纳税额 $= 54500 \times 20\% - 555 = 10345$ 元。由于54000是10%税率的临界点,可将科研奖励中54000元按照年终奖计税,则应纳税额 $= 54000 \times 10\% - 105 = 5295$ 元;剩余500元可并入当月工资薪金所得纳税,应纳税额 $= 500 \times 10\% = 50$ 元。该科研奖励应纳税额合计 $= 5295 + 50 = 5345$ 元,比之前降低5000元。

### 四、结语

个人所得税纳税筹划是一项“双赢”行为。一方面,可以减轻教师的纳税负担,增加教师的实际可支配收入,稳定教师队伍,促进我国高等教育事业的持续稳定发展和科教兴国战略的有效实施;另一方面,还可以增强高校教师的依法纳税意识,促进社会和谐稳定,从长远来看,有助于我国税收收入总量的增加。

### 参考文献:

- [1] 樊毅. 高校个人所得税纳税筹划分析及优化系统构建——以某地方高校为例[J]. 会计之友, 2016(10): 107-110.
- [2] 张蕾, 陈江涛. 高校个人所得税税务筹划途径辨析[J]. 财会通讯, 2014(2): 102-104.
- [3] 刘隼. 高校薪酬支付税务筹划研究[J]. 财会通讯, 2016(14): 121-123.
- [4] 蒲凌钟, 伟萍. 个人所得税税务筹划研究[J]. 财会通讯, 2016(20): 124-126.



## On the Taxation Planning of Individual Income Tax of University Teachers

WANG Ping

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** Taxation Planning of Individual Income Tax is a kind of lawful act, which could reduce the tax burden of the taxpayer to motivate their working enthusiasm. This paper points out the existing problems of taxation planning of individual income tax of university teacher, puts forward the corresponding countermeasures by listing two typical cases on individual income tax, so as to providing some references for the conduction of taxation planning of university teachers.

**Key words:** university; individual income tax; taxation planning

(责任编辑:魏有广)

---

(上接第 33 页)

## Research on the Marketing Promotion Strategies of Festival Events in the We-media Era

ZHU Linan , SUN Xueying

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** High quality festival events have not only brought economic benefits for sponsors and participants, but also become the brand carrier, comprehensive strength reflect and culture display of all social parts. In the information era represented by smart phones as the portable terminal mobile devices, which gradually become the main channel of information transmission and receiving, people are more willing to keep a record of their own life, entertainment, consumption, traveling, etc. on the we-media platform. Base on the background, this paper puts forward the festival events marketing transmission and we-media combined strategy by analyzing the existing model of festival events marketing, so as to extend the relevant theory of festival events marketing to perfect the research system of this field.

**Key words:** we-media; festival events; marketing; countermeasure

(责任编辑:魏有广)

## 历史·文化

## 天圣泰州捍海堰的修筑及其环境效应

## ——兼论唐宋苏北沿海海堰修筑\*

王昌玉,马文辉

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

**摘要:**泰州捍海堰又名“范公堤”,是北宋仁宗天圣年间修建的一个重要海防工程。本文论述了修筑泰州捍海堰的原因、过程和功能,并对其建造技术以及产生的环境效应进行了探讨。

**关键词:**泰州捍海堰;工程;筑造技术;环境效应

**中图分类号:**K928 **文献标识码:**A

北宋仁宗天圣年间,宋政府在苏北沿海修筑了一条捍海堰,以防秋涛之患。这条捍海堰主要位于宋代泰州境内,故被称为“泰州捍海堰”,因其首倡者为北宋名相范仲淹,后人就把这条捍海堰及以后延修的其他海堰称之为“范公堤”。捍海堰筑成后,对防止海潮侵袭,改善地方民众生产环境及维护其生命财产安全均发挥了重要作用。目前学界对泰州捍海堰已给予较多的关注,其中凌申对泰州捍海堰及其相关的苏北古海堤的研究最为系统,先后发表多篇论文:《范公堤考略》对范公堤的修筑、分布、历史演变等方面的内容作了较细致的考证;《苏北古海堤考证》、《历史时期江苏古海塘的修筑及演变》两文则对不同历史时期江苏古海堤(塘)修筑情况及其发挥的作用进行了论述,其中关于范公堤的论述是重点内容;嵇超《范公堤的兴筑及其作用》考述了范公堤的修筑过程及其历史作用;李忠明《海潮灾害及范公堤的修筑——兼论范仲淹“先天下之忧而忧”思想形成的自然环境基础》对范仲淹修筑范公堤的历史功绩进行了论述;周艳琼《名垂青史范公堤》对修建范公堤的史实及其作用作了一定评述。

尽管前人研究成果已比较丰富,但在“范公堤”的名称来由及其衍变,筑堰负责人及工程的组织施工,捍海堰筑成后的功用等方面还有待于更深入的研究。本文拟在前人研究的基础上,对以上问题做进一步探讨。

### 一、修筑泰州捍海堰的原因

苏北沿海地区属河流冲积而成的滨海平原地带,地势低平,河渎纵横,人类开发历史较早,尤以盛

产海盐而闻名。但因地势低平,苏北沿海地区在历史上也成为海潮侵袭的重灾区,海潮入侵不但威胁着当地民众的生命财产安全,而且对当地的农业和盐业生产也造成严重的破坏。为了抵御海潮入侵,唐代大历年间(766—779年),淮南西道黜陟使李承在盐城至东台海滨修筑“长丰堰”,“以御海潮,屯田瘠鹵,岁收十倍”。长丰堰的修筑有效地抵御了海潮入侵,为保护民田和盐灶提供了可靠屏障,“遮护民田,屏蔽盐灶,其功甚大。历时既久,颓圯不存。”然而历五代至宋初,两百多年间经海浪不断冲刷,坍塌严重,已经难以有效抵御海潮侵害了。

入宋后,苏北沿海的泰、楚等州多次遭受海潮侵袭之害,开宝元年七月,“泰州潮水害稼”,乾德三年七月,“泰州潮水损盐城县民田”,大中祥符元年十一月,“楚、泰州潮水害田,人多溺者”。据满志敏先生研究,两宋时期海平面不断上升,最高海面约比现代海面高1米左右,苏北平原到杭州湾两岸滨海平原岸线逐步后退。伴随着海平面上升,必然会出现海岸线后退的现象,而苏北海岸为淤泥质海岸,地势平坦开阔,海滨有大片低地泥滩,便于海潮深入陆地。因此在宋代海平面上升过程中,苏北沿海地区成为海潮侵袭的重灾区。

北宋初年,海潮多次侵袭泰、楚等州,不但漂没人畜,湮毁房屋田稼,给当地民众的生命财产造成直接损失,而且还会造成土壤盐碱化,影响土壤的长久开发利用。我们知道海水中含有一定的盐分(平均每1000克水中含有35克),当海水侵入苏北沿海

\* 收稿日期:2017-05-11

作者简介:王昌玉(1973-),男,山东即墨人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,主要研究方向为旅游地理。

时,因地势低洼,不易排出,海水蒸发后,盐分留在地表,引起土壤盐碱化。而盐碱化又会造成土壤板结与肥力下降,不利于农作物吸收养分,阻碍作物生长。据《范文正公年谱》载:“通、泰、海州皆滨海,旧日潮水皆至,城下田土斥卤,不可稼穡。”这就是土壤盐碱化带来的后果。当地民众为躲避海潮侵袭带来的生命财产损失和土壤盐碱化,纷纷避难他乡,天圣年间,泰州捍海堰修成后,“流逋归者两千六百余户”,这两千六百余户是逃亡后又返乡的,若考虑到还有一些逃户留居他乡而不返,实际逃亡人户很可能会更多。

此外,海潮入侵还有一个不太引人注意,但对北宋政府财政收入影响甚大的不利因素,那就是对海盐生产十分不利。苏北沿海地区滩涂面积广大,日照时间比较充足,历来是我国重要的海盐生产基地。唐宋时期,国家加强对盐业的管控,实行榷盐法,盐业收入成为国家最主要的财政收入。苏北沿海地区所在的两淮地区是当时最主要的海盐产地,史称“天下大利仰东南,东南大利仰淮盐”。作为宋王朝财政之利藪,宋廷在两淮地区设有多个盐监、盐场,“楚州盐城监,岁鬻四十一万七千余石,通州丰利监四十八万九千余石,泰州海陵监如皋仓小海场六十五万六千余石……海州板浦、惠泽、洛要三场岁鬻四十七万七千余石,涟水军海口场十一万五千余石。”两淮地区所产海盐除供应本路外,还远售江南东西、荆湖南北四路,甚至还一度供给同样产海盐的两浙路。可见,两淮盐业在当时国家经济中的重要地位。

宋初以来的海侵对两淮海盐生产构成严重威胁,“风潮泛溢,淹没田产,毁坏亭灶。”因煮盐所用的亭灶建在滨海的滩涂上,海潮入侵可将亭灶直接冲毁,这对海盐持续生产是个莫大打击,因此修筑海塘,捍御海潮对当地海盐生产来说是一个迫切需求。天圣四年(1026年),监西溪盐税范仲淹言于发运副使张纶请修复海堰。由时任盐官的范仲淹首先提出修复海堰,应是海潮入侵威胁到海盐生产所致。

## 二、修堰谁之功:捍海堰抑或范公堤

关于天圣年间泰州捍海堰的修筑过程,《续资治通鉴长编》卷一百四“天圣四年八月丁亥”条给我们留下了比较详细的记载:

(天圣四年八月)丁亥,诏修泰州捍海堰。先是,堰久废不治,岁患海涛冒民田,监西溪盐税范仲淹言于发运副使张纶,请修复之。纶奏以仲淹知兴化县,总其役。难者谓涛患息则积潦必为灾,纶曰:“涛之患十九,而潦之灾十一,获多亡少,岂不可乎?”役既兴,会大雨雪,惊涛汹涌,且至,役夫散走,旋泞而死

者百余人。众哗言堰不可复,诏遣按视,将罢之。又诏淮南转运使胡令仪同仲淹度其可否,令仪力主仲淹议。而仲淹寻以忧去,犹为书抵纶,言复堰之利。纶表三请,愿身自总役,乃命纶权知泰州,筑堰自小海寨东南至耿庄,凡一百八十里,而于运河置闸,纳潮水以通漕。踰年堰成,流逋归者两千六百余户,民为纶立生祠。令仪及纶各遣官。令仪,陈留人也;仲淹吴人也。

李焘作《续资治通鉴长编》(以下简称《长编》)主要取材于宋代的实录和国史,具有很高的可信度,而修筑捍海堰属于兴利除弊的善政,亦无曲笔避讳的必要。从这段引文中,我们可基本窥见修筑泰州捍海堰事情的原委和梗概:范仲淹无疑是筑堰的首倡者,并且在前期的筑堰施工中,范仲淹也是实际的主持者,但是并不能据此认为范仲淹就是此次筑堰的总负责人。范仲淹倡议兴修海堰时,其官为监西溪盐税,属地方低级官吏,官卑言轻,其倡议甚至要通过张纶通达朝廷。而在兴修捍海堰之初,范仲淹也仅为“知兴化县”。北宋政府兴修泰州捍海堰是一项规模浩大的工程,须动用数州之民力与财力,这是远非一个知县所能够调动和支配的。

实际上,应该有一个统筹全局的人来总体负责这项工程的实施,而最合适的人选就是张纶。《长编》中只提到张纶为“发运副使”,而并未言明是何地发运副使。发运(副)使是发运司长官,负责将各地漕粮转运京师。宋初,各地临时性设置多处发运使,太平兴国年间,发展为江淮和三门白波两处固定设置。显然张纶所任应为江淮发运副使。《宋史·张纶传》也印证了这一点,“张纶,字公信……久之,除江、淮制置发运副使。”发运副使是朝廷派到地方上的大员,张纶可籍此组织地方力量修筑捍海堰。

关于此次修堰的时间,由于编年体体例所限,《长编》将其系于天圣四年八月丁亥条下,而事实上这个时间只是朝廷下诏开始修堰的时间。泰州捍海堰初次修筑并不成功,工役开始不久就遇上了“大雨雪”天气,海潮汹涌而至,导致“旋泞而死者百余人”。此时,反对修堰的舆论占据上风,而宋廷原先支持修堰的态度发生动摇,诏令淮南转运使胡令仪到现场勘查,“度其可否”继续修筑。恰在此时,范仲淹因母亲去世,回乡丁忧,整个工程陷入停滞状态。

正在山重水复疑无路之时,张纶挺身而出,接连三次上表朝廷,请求复工,而胡令仪经勘查后,也对修筑捍海堰持支持态度。宋廷最终接受了张纶和胡令仪等人的意见,任命张纶权知泰州,继续兴修捍海堰。复工的时间应在天圣五年六月,李焘在《长编》该条叙事下的自注中云:“张纶兼权知泰州乃五年六

月辛卯”，张纶是在获得朝廷新的任命后，即亲自督导捍海堰的施工。

张纶授命复修捍海堰后，工程进展比较顺利，据《玉海》所载捍海堰“成于(天圣)六载之春”，同时《玉海》又引实录(应为北宋《仁宗实录》)云“筑堰凡一百八十一里”，与《长编》所记的“一百八十里”基本一致。堰成后，两千六百户逃户返乡生产，当地民众“为纶立生祠”以感其恩。在初修海堰时，张纶力排众议，全力支持范仲淹修堰，而工程遭遇挫折，仲淹去职后，张纶又上表朝廷坚持修堰，并亲督工役，终使海堰完工，可见张纶在修筑捍海堰工程中发挥了主导性作用。

然而后世文献却将张纶在修捍海堰中的功绩淡化，甚至遗忘。相反，范仲淹在修堰中的作用却逐步得到拔高乃至夸大。司马光《涑水纪闻》记载其事已有溢美范仲淹之嫌：

通泰海州皆滨海，旧日潮水皆至，城下土田斥卤，不可稼穡。范文正公监西溪仓，建白于朝，请筑捍海堤于三州之境，长数百里以卫民田，朝廷从之。以文正为兴化令，专掌役事，又以发运使张伦兼知泰州，发通泰楚海四州民夫治之。既成，民至于今享其利，兴化之民往往以范为姓。

司马光作《涑水纪闻》时距修筑泰州捍海堰仅几十年，但所记其事已与《长编》出现微妙变化，并无工役遇挫后，范仲淹丁忧去职，而最终由张纶完成修堰重任的记载。其后宋人楼钥撰《范文正公年谱》时，引《涑水纪闻》对该事的记载，直接将“又以发运使张伦兼知泰州”一句省掉，张纶修堰功绩被隐没。

《涑水纪闻》所记该事中，除夸大范仲淹的作用外，对海堰的长度记载也与《长编》相差很大。《长编》云：“一百八十里”(《玉海》引《实录》作：“一百八十一里”，二者几无差别)，而《记闻》所记为“长数百里”。我们知道《长编》与《实录》对此事的记载具有相当高的可信性，《记闻》之所以记载捍海堰“长数百里”，是因为其将不同时期修筑的海堰混为一谈。在宋代海平面普遍上升的情况下，苏北沿海面临着严重的海侵，苏北沿海各地陆续修筑了各段海堤。继张纶、范仲淹修筑泰州捍海堰后，至和年间(1054—1056年)，通州海门令沈起在通州沿海修筑一段海堰。

(沈起)知海门县，县负海地卑，间岁海潮至，冒民田舍，民徙以避，弃其业。起为筑堤百里，引江水灌溉其中，田益辟，民相率以归，至立祠以报。

沈起所筑海堰，“西接范堤，以障海潮”，两段海堤直接相连，长度近300里，加之北段李承所修的“长丰堰”，其长度可达“数百里”。《记闻》言捍海堰“长数百里”，概因将张纶、范仲淹所修捍海堰与沈起

等人所筑海堤混为一谈所致。此后《范文正公年谱》等文献因袭此说。

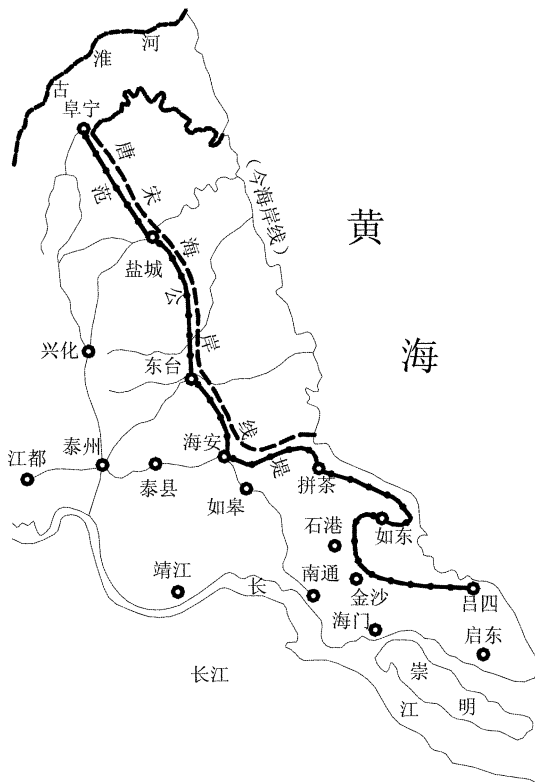


图1 泰州捍海堰位置示意图

尽管宋代私人著述中已出现将范仲淹作为泰州捍海堰主要修筑者的趋势，但是因相距年代不远，基本事实也比较清楚，所以宋代并无“范公堤”一说。宋元以降，修筑捍海堰的历史过程渐趋模糊，而身为江浙人(籍贯为吴县，今苏州)的范仲淹，其宋代“名臣”形象日趋凸显，而范氏带有传奇色彩的事迹在民间广为流传，这同时也难免出现真假混杂、张冠李戴之现象。从存世文献看，至迟在明代已出现“范公堤”一称，昌日干撰《存笥小草》、潘季驯撰《河防一览》等著作在谈水利时均已提到“范公堤”，明代王在晋撰《海防纂要》言“范公堤东南起吕四场，东北抵姚家场，绵亘及三四百里。”此时的“范公堤”与宋代天圣年间张纶、范仲淹所修捍海堰的名与实均发生了很大变迁。

### 三、泰州捍海堰的筑造技术与环境效益

泰州捍海堰是两宋时期苏北最为著名的一道海防工程，其筑造技术有很多合理，甚至堪称创举之处。在堰址选择上，并没有直接承用原有海堰，而是将海堰向后推移，“徙堰少西，以避海冲。”据凌申考证，范仲淹在捍海堰工程选址时，从原海堰所处的古沙岗东侧，移到古沙岗顶部的等高线上。捍海堰选

址海拔高度的增高,使海潮距离海堰的距离增大,这就使海潮对海堰的冲积相对减小,提高了捍海堰抵御海潮侵袭的能力。

经凌申考察,李承所建长丰堰是利用原有天然砂堤建成的,砂堤以沙与贝壳为主,称为贝壳砂堤。为了增强捍海堰的牢固程度,张纶、范仲淹等人使用了垒石护坡的技术,“乃垒石以固其外,延袤迤迤如坡形,不与水争,虽有洪涛不能为患。”捍海堰采用斜坡形式,将块石垒放到砂堤上,因为块石的坚硬程度远大于砂堤,从而减轻了海潮对砂堤的直接冲击,而且坡型设计增大了与海潮的接触面,减缓了海潮的冲击力度,因而捍海堰经久不坏。这里值得一提的是,捍海堰在海湾处充分考虑到海浪的冲击作用,并考虑到填土的自然休止角,从而最大程度上降低了石护坡后土的主动土压力,一方面保证了堤防的耐久度,另一方面也极大程度上降低了海水对护坡石的冲击力。如图2所示。

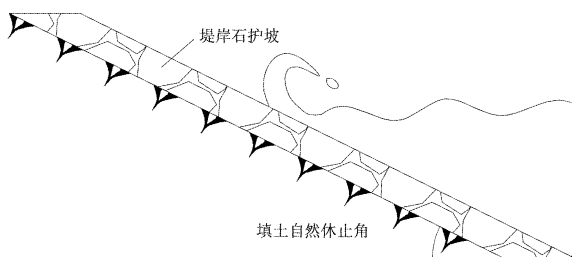


图2 泰州捍海堰构造图

泰州捍海堰修成之后,海潮侵袭得到了有效遏制,“遂使海濒沮洳泻卤之地,化为良田,民得奠居,至今赖之。”海潮被挡在捍海堰之外,使农田免受海水浸害,土壤盐碱化得到遏制,同时当地民众的生命财产也有了一定的保障,因而大批逃难他乡的农户返乡生产,堰成后,“流逋归者两千六百余户”,当地农业生产条件改善。天圣七年春三司言:“江淮发运使岁丰上供米六百万石,前诏权减五十万石,今岁丰,请复如旧。”堰成后第二年农业就获得丰收,应与捍海堰所发挥的作用密不可分。

捍海堰阻挡海潮的同时,也难免会产生积水之患,因苏北沿海平原本身地势低洼,排水不畅,捍海堰的修筑在一定程度上加大了排水的难度。兴修海堰之初,就有“难者谓涛息,则积潦必为灾。”对于时人所担忧的“积潦”之害,张纶、范仲淹在筑堰时,通过巧妙的设计以规避之。捍海堰的堤身上建有闸口,在堤内开挖通潮水道,“范公堤中间原留泄水大海之路”。低潮时,通过通潮水道排泄积水,高潮时通过通潮水道接纳潮水以助漕运,这就是《长编》所言的“于运河置闸,纳潮水以通漕”。捍海堰修筑后,之所以能起到

“束内水不致伤盐,隔外潮不致伤稼”的作用,就是因为通潮水道束缚住地表径流,将之宣泄入海,而不至于漫流无状,冲坏盐卤。同时,捍海堰还能阻挡潮水涌入陆地,防止沿海地区土壤盐碱化。

由此可见,捍海堰具有显著的环境效益和社会经济效益,既能阻挡海潮入侵,减轻和改善当地的土壤盐碱化,恢复和促进农业发展,又能约束地表径流,保障盐业生产。

#### 四、结语

天圣泰州捍海堰是由范仲淹首先倡言兴修,而最终由张纶、胡令仪等人实际主持建成的一道两宋时期重要的海防工程。在两宋时期海平面上升,海侵严重威胁到苏北沿海民众的生产、生活的情况下,修建捍海堰无疑具有很大的生态环境意义和社会经济意义,是宋代苏北民众应对不利环境变化,改善自身生产、生活条件的一个典型事例。在修建泰州捍海堰的过程中,张纶、范仲淹等宋朝官员无疑发挥了组织领导的作用,但通泰楚海等州参与捍海堰建设的民众的历史功绩也是不应被隐没的。

#### 参考文献:

- [1] [五代]刘昫,等.旧唐书[M].北京:中华书局,1975.
- [2] [元]脱脱,等.宋史[M].北京:中华书局,1985.
- [3] 满志敏.两宋时期海平面上升及其环境影响[J].灾害学,1988(2):71-78.
- [4] [宋]楼钥.范文正公年谱[M].明正德十二年叶士美、欧阳席刻本.
- [5] [宋]李焘.续资治通鉴长编[M].北京:中华书局,2004.
- [6] 黄纯艳.论宋代发运使的转变[J].厦门大学学报(哲学社会科学版),2003(2):77-84.
- [7] [宋]王应麟.玉海卷[M].南京:江苏古籍出版社,1987.
- [8] [明]彭大翼.山堂肆考[M].上海:上海古籍出版社,1992.
- [9] [明]王在晋.海防纂要[M].明万历四十一年刻本.
- [10] [宋]楼钥.玫瑰集(卷59):泰州重筑捍海堰记[M].上海:上海古籍出版社,1987.
- [11] 凌申.历史时期江苏古海塘的修筑及演变[J].中国历史地理论丛,2002(4):45-55.
- [12] [清]东台县志[M].东台县财政局《财政志》编纂组,1987.
- [13] [明]潘季驯.河防一览(卷13):请遣大臣治河疏[M].北京:国家图书馆出版社,2009.
- [14] [清]傅泽洪,郑元庆.行水金鉴(卷153):运河水[M].南京:凤凰出版社,2011.

(下转第55页)

## 政治·法律

## CAS 39 的逻辑矛盾研究综述\*

董江春<sup>1,2</sup>

(1. 中国海洋大学, 山东 青岛 266100; 2. 青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

**摘要:**关于 CAS 39 的内在逻辑问题已引起高度关注,通过分析相关文献发现其逻辑矛盾争议主要有:公允价值概念与其操作方法的逻辑矛盾;公允价值概念与可靠性要求的逻辑矛盾;公允价值概念与其他会计准则的逻辑矛盾;公允价值概念与估值技术中成本法和收益法的逻辑矛盾;公允价值计量准则缺乏完整的逻辑框架;输入值概念的逻辑矛盾。分析发现,公允价值是以市场为基础的,有些逻辑矛盾尚存在争议。建议尽快将 CAS 22 中关于公允价值概念的表述更正,以与 CAS 基本准则及 CAS 39 保持一致。

**关键词:**CAS 39;逻辑矛盾;综述

**中图分类号:**F233 **文献标识码:**A

## 一、引言

2006年9月,FASB正式发布了单一准则 SFAS 157,即:公允价值准则(fair value measurements),提出了公允价值层次理论。随后,IASB以 SFAS 157 为蓝本,在 2011年5月发布了单一的公允价值准则 IFRS 13,内容与 SFAS 趋同。在借鉴 SFAS 157 与 IFRS 13 的基础上,我国财政部为了进一步规范公允价值的计量和披露,于 2014年1月26日发布《企业会计准则第39号——公允价值计量》(以下简称 CAS 39)。同年7月,我国财政部修订《基本准则》,使《基本准则》中的公允价值定义与 CAS 39 中的公允价值定义保持一致。

随着 2006年2月与国际会计准则实质性趋同的中国新企业会计准则体系的颁布,以及 SFAS 157、IFRS 13 的相继发布,关于公允价值逻辑矛盾的相关研究自 2006年已成为重要的热点问题。关于该问题,在 2016年11月28日—30日召开的亚洲一大洋洲会计准则制定机构组(AOSSG)第八次全体会议中再次被提到:公允价值计量估值技术中的成本法与公允价值定义中的脱手价格存在逻辑上的不一致。因此,梳理现有的公允价值逻辑矛盾的相关研究成果日显必要。虽然 CAS 39 在 2014年1月发布,但由于 CAS 39 与 SFAS 157、IFRS 13 在公

允价值概念、估值技术、公允价值层次及输入值等方面趋同,关于 SFAS 157、IFRS 13 的研究成果同样适用于 CAS 39。因此,本文不仅梳理了 2014年及以后的相关文献,而且对 2014年以前的相关文献做了分析。通过分析相关文献发现,关于 CAS 39 的逻辑矛盾争议主要有以下六方面:公允价值概念与其操作方法的逻辑矛盾;公允价值概念与可靠性要求的逻辑矛盾;公允价值概念与其他会计准则的逻辑矛盾;公允价值概念与估值技术中成本法和收益法的逻辑矛盾;公允价值计量准则缺乏完整的逻辑框架;输入值概念的逻辑矛盾。本文的目的是梳理与 CAS 39 有关的逻辑矛盾研究,厘清现有研究的主要观点和争议点,为未来公允价值研究及我国企业会计准则进一步完善提供一点借鉴。

## 二、公允价值含义的比较

SFAS 157 与 IFRS 13 关于公允价值计量已实现趋同,均将公允价值(fair value)定义为:“The price that would be received to sell an asset or paid to transfer a liability in an orderly transaction between market participants at the measurement date”。我国财政部在借鉴 SFAS 157 与 IFRS 13 的基础上,颁布了 CAS 39 并在第二条中界定了公允价值的概念。与 SFAS 157 与 IFRS 13 的概念相

\* 收稿日期:2017-04-27

作者简介:董江春(1987-),男,山东潍坊人,中国海洋大学管理学院博士研究生,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为会计标准执行与会计职业判断。

同,将公允价值界定为出售一项资产(sell an asset)所能收到或者转移一项负债(transfer a liability)所需支付的价格,该价格的时点是计量日(measurement date),发生于有序交易(orderly transaction)中。葛家澍(2007)认为,资产的出售价格和负债的转移价格均为脱手价格(exit price),购买一项资产支付的价格为入账价格(entry price)。通过上述定义可以看出,无论是 SFAS 157、IFRS 13 还是 CAS 39,均将公允价值界定为脱手价格,在概念上也完全一致。

葛家澍(2007)指出,其他计量属性是以特定主体为基础的计量。然而,公允价值却不以特定主体为基础计量。葛家澍、窦家春(2009)认为公允价值是独立于主体(entity-independent)的概念,公允价值的计量是基于市场参与者,而非两个主体交换的双方。马永义(2016)认为,公允价值是市场参与者的共识,并非单方判断,且市场参与者之间是相互独立的。支晓强等(2010)指出,FASB 和 IASB 均将市场基础(market-based)作为公允价值的逻辑基础,不因报告主体而异,不与特定报告主体相联系;将脱手价格作为公允价值的价值基础,即,公允价值是市场基础的脱手价格。然而,在准则制定中,关于公允价值的价值基础争议较多,支晓强等(2010)认为 IFRS 存在不一致的基础。由于我国借鉴了 FASB 和 IASB 研究成果,逻辑基础和价值基础与 SFAS 157、IFRS 13 趋同,因此,也存在不一致的基础。

### 三、有关 CAS 39 存在逻辑矛盾的研究文献回顾

#### (一)公允价值概念与其操作方法的逻辑矛盾

CAS 39 公允价值计量的时点为计量日,该时点不一定是交易日。雷宇(2016)认为,只有当计量日与交易日相同时,卖方确认公允价值所采用的市场价格符合脱手价格的定义。但此时买方确认公允价值时,采用的是入账价格,不符合公允价值的定义。汪祥耀(2012)认为用交易价格代替公允价值不合适,雷宇(2016)通过供给曲线与需求曲线分析了市场价格的形成,论证了公允价值与市场价格在计量日的金额不等、概念不同。因此,在公允价值的具体操作上,若以市场价格作为公允价值的替代变量,与公允价值的定义存在逻辑矛盾。

雷宇(2016)进一步阐明,脱手价格与资产和负债的定义是一致的,这是公允价值被界定为脱手价

格的原因之一。葛家澍(2007)认为 FASB 在其发布的 SFAS 157 中明确地将公允价值计量的目标表述为确定资产销售或负债转移的脱手价格,其原因是:脱手价格代表未来的现金流入或流出,因此,符合 SFAC No. 6 中关于资产和负债的定义。

出现公允价值概念与其操作方法的逻辑矛盾的原因可能是由于概念框架中关于会计要素定义的界定存在不足。IASB 在 2015 年 5 月发布的“财务报告概念框架(征求意见稿)”重新修订了关于资产和负债的定义,公允价值的概念也应该随之修订。按照概念框架的逻辑,会计要素的计量属性与会计要素的概念在逻辑上应该保持一致。因此,随着 IASB 对资产与负债定义的修订,未来有可能解决公允价值概念与其操作方法的逻辑矛盾。

#### (二)公允价值概念与会计信息质量要求中的可靠性的逻辑矛盾

学术界对于公允价值是否符合会计信息质量要求中的可靠性争议较大。一种观点认为公允价值概念与会计信息质量要求中的可靠性存在逻辑矛盾。Khurana 等(2003)认为公允价值的估计是基于计量日的假想交易,特别是对于公允价值第三层次输入值的估计,因其具有不可观察性,估计的可靠性难以有效保证。

根据 CAS 基本准则第十二条规定,企业进行会计确认、计量和报告时,交易或者事项应是实际发生的。因此,可以推出由于假想交易不是实际发生的,不应对其进行会计确认、计量和报告。可靠性要求被广泛运用于其他具体准则中,陈美华(2014)认为 CAS 39 回避可靠性概念,取而代之的是采用了诸如“主要市场”、“有序交易”、“公允价值级次”等术语,留下了较大的会计职业判断空间。许新霞(2011)认为公允价值第三层次输入值是通过主观估计得到的,是一种不可观察输入值,无法验证,不符合可靠性要求。

可靠性要求必须以实际发生的交易或者事项为依据,而 CAS 39 第八条要求企业在计量日通过假想交易计量资产或负债。公允价值中计量日不同于交易日,因此,葛家澍、窦家春(2009)认为不是现实的交易,更不是已发生的实际价格,而是假想交易中的脱手价格。即,公允价值的确认时间为计量日,而在该天,没有实际发生相关交易或者事项,而是一种假想交易,这与基本准则中可靠性会计信息质量要求存在逻辑矛盾。张清玉(2016)认为购入资产不以实际买入价格而以脱手价格反映,不符合会计信息

质量中的可靠性要求。

而谢诗芬(2004)认为公允价值中的估计和假设是会计所固有的,不会影响会计信息的可靠性要求。SFAC 2《会计信息的质量特征》指出,可靠性由如实反映性、可验证性以及中立性组成。王建成、胡振国(2007)、王佳琳(2015)认为可靠性不同于精确性和确定性,公允价值的概念能够反映真实世界的经济现象,并与中立性保持一致,因此,与可靠性的要求并不存在冲突。邓永勤、吴朝晖(2017)认为会计信息质量要求中的相关性和可靠性在经验研究中可以通过会计信息价值相关性检验,邓永勤、康丽丽(2015)利用2007—2013年中国金融业上市公司的数据验证了公允价值层次信息整体上具有价值相关性,公允价值层次在一定程度上弥补了公允价值计量可靠性不足的缺点。李庆玲、沈烈(2016)通过文献分析认为国内外的研究大部分证实公允价值信息具有相关性和可靠性。

#### (三)公允价值概念与其他会计准则的逻辑矛盾

在实务中利用CAS 39规定的公允价值的定义对资产或负债估价时,却广泛采用了入账价格和现值(present value),使得CAS 39中的公允价值概念与其他会计准则存在一定的逻辑矛盾。

葛家澍(2009)指出,SFAS 157中规定的公允价值不是计量日负债的清偿价格,而是转移价格。葛家澍(2009)认为,按照公允价值初始确认规范,购入一项资产不以购买价而以出售价进行确认和计量是否符合如实反映的要求?同时,两者之间的价差确认为利得是否有必要?入账价格和脱手价格虽然都是以市场为基础,但却是两个截然不同的概念。

在我国已发布的41项具体准则中,CAS 22中的交易性金融资产和负债、可供出售金融资产,CAS 11中股份支付,以及CAS 3中投资性房地产的初始计量和后续计量均广泛使用了公允价值。然而,其他大多数资产、负债项目若采用公允价值计量,则有较多的使用限制。公允价值的概念主要运用于相关资产和负债的初始计量中。许珊珊(2016)认为脱手价格并不等于入账价格,陈美华(2014)认为有些资产或负债的初始计量实质上采用了入账价格而不是脱手价格,存在一定的逻辑矛盾。例如,CAS 10企业年金基金第六条中规定“初始取得投资时,应当以交易日支付的成交价款作为其公允价值”。曹伟(2015)也指出将公允价值定位为脱手价格欠妥。

另外,值得强调的是,CAS 22第五十条中依然采用基本准则在2014年7月23日以前的概念,即,

将公允价值依然定义为一种金额,没有界定是入账价格还是脱手价格。虽然CAS 39第三条已规定公允价值基本准则适用于CAS其他具体准则中有关资产和负债使用公允价值计量或披露的情形,不影响CAS 22的运用。但是,CAS基本准则第三条规定“企业会计准则包括基本准则和具体准则,具体准则的制定应当遵循本准则”,因此,CAS 22第五十条关于公允价值概念的规定应该更正。

#### (四)公允价值概念与估值技术的逻辑矛盾

##### 1. 脱手价格与估值技术中成本法的逻辑矛盾

CAS 39中列举的估值技术与SFAS 157、IFRS 13趋同。以公允价值计量相关资产或负债,企业可以采用一种估值技术,如市场法(market approach)、收益法(income approach)和成本法(cost approach),也可以采用多种估值技术(multiple valuation techniques)。CAS 39与SFAS 157、IFRS 13对成本法的定义有一定区别。CAS 39中成本法要求重置相关资产服务能力,而SFAS 157要求购建替代机器(construct a substitute machine),虽然两者表述有一定区别,但都强调是当前时点,都指入账价格。CAS 39中成本法通常指现行重置成本,根据CAS基本准则中关于重置成本的定义可知,重置成本为购买资产或偿付债务所需支付的现金或现金等价物的金额,是一种入账价格。陈美华(2014)认为公允价值是一种脱手价格,而在具体的估值技术中,却采用了入账价格,在逻辑上存在矛盾。成本法或重置成本均站在购买者角度考察交易价格,是一种入账价格,方向与脱手价格相反。

##### 2. 脱手价格与估值技术中收益法的逻辑矛盾

CAS 39规定,收益法是将未来金额转换成单一现值的估值技术。朱莲美等(2016)认为,利用收益法进行估值,需要首先估计相关资产或负债的未来现金流量,其次估计折现率,采用的价值基础是在用价值(value-in-use)。支晓强等(2010)指出,常见的价值基础有入账价格、脱手价格和在用价值。CAS 39将公允价值界定为脱手价格,朱莲美等(2016)认为,与市场法、成本法和收益法对应的价值基础不同,若采用评估价格计量属性,可以实现名称与定义、计量方法的一致。

CAS 39第十四条规定,按照公允价值计量时应采用市场参与者(market participants)在对相关资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设(assumptions)。在借鉴SFAS 157、IFRS 13的基础上,CAS 39第二十九条要求企业采用公允价值



计量非金融资产(nonfinancial assets),应当考虑市场参与者将该资产用于最佳用途(highest and best use)或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。SFAS 157 规定应该从市场参与者的角度判断相关资产或负债的最佳用途,并列举了两种最佳用途,例如金融资产的最佳用途一般指交换用途(in-exchange),非金融资产的最佳用途一般指现行用途(in-use)。根据CAS 39 第二十九条关于非金融资产的有关规定可知,最佳用途,是指市场参与者实现一项非金融资产或其所属的资产组合和负债组合(the group of assets and liabilities)的价值最大化时该非金融资产的用途。CAS 39 指出,非金融资产的最佳用途一般指现行用途,与SFAS 157 趋同。一般情况下,是对资产或负债的在用价值进行估计,主要通过计算计量单元所带来的未来现金流量的现值得到公允价值。因此,陈美华(2014)认为公允价值概念中的脱手价格不同于现值,两者之间存在较大差异,即脱手价格与非金融资产最佳用途判断存在逻辑矛盾。

#### (五)公允价值计量准则缺乏完整的逻辑框架

CAS 39 公允价值计量准则共有十二章内容,陈美华(2014)认为从章节内容的角度看,公允价值计量准则规范的内容不完整,各章节之间的逻辑关系不够清晰。CAS 39 公允价值计量准则规范了非金融资产的公允价值,而未提及金融资产的公允价值计量,只是在第三条规定CAS 39 适用于其他相关会计准则要求或者允许采用公允价值进行计量或披露的情形。CAS 39 第五章规范了公允价值初始计量,但并没有像其他具体准则一样,进一步规范公允价值后续计量。CAS 39 未规范的内容虽然在其他具体准则中有相关规定,但作为一个独立的具体准则,缺乏完整的逻辑框架。另外,郭均英等(2016)认为公允价值准则应该进一步补充、完善非活跃市场下的计量问题。

IASB 13 公允价值计量准则内容为:第一部分为准则制定目标(1-4 段);第二部分为准则适用范围(5-8 段);第三部分为计量(9-90 段);第四部分为披露(91-99 段);附录(共 198 段)。第三部分的内容主要有:公允价值的定义;资产或负债;交易;市场参与者;价格;运用于非金融资产;运用于负债与自身权益工具;运用于市场风险或信用风险能够抵销的金融资产和金融负债;初始确认时的公允价值;估值技术;估值技术的输入值;公允价值级次。附录部分的内容主要有:名字定义;应用指南;生效日期

与过渡性规定;对其他国际财务报告准则的修订等。CAS 39 已与 IASB 13 实现了基本趋同,但在具体的章节结构上有一定区别。汪祥耀等(2012)分析 IASB 13 认为,我国公允价值计量准则结构应进一步借鉴国际准则,例如,可以借鉴国际准则关于关键词的定义,除了在准则各部分解释外,可以单独列成附录,方便查询。

#### (六)输入值概念的逻辑矛盾

CAS 39 在借鉴 SFAS 157 与 IASB 13 的基础上,在第十九条规定,输入值(Inputs)是指市场参与者在给相关资产或负债定价时所使用的假设,包括可观察输入值(observable inputs)和不可观察输入值(unobservable inputs)。按照该定义,公允价值的输入值是一种假设。SFAS 157 关于输入值的定义是:“Inputs refer broadly to the assumptions that market participants would use in pricing the asset or liability”,也将输入值界定为一种假设。CAS 39 将可观察输入值定义为:是指能够从市场数据(market data)中取得的输入值,该输入值反映了市场参与者在对相关资产或负债定价时所使用的假设。SFAS 157 对可观察输入值的定义是:“Observable inputs are inputs that reflect the assumptions market participants would use in pricing the asset or liability developed based on market data obtained from sources independent of the reporting entity”,SFAS 157 强调市场数据来源独立于报告实体。CAS 39 将不可观察输入值定义为:是指不能从市场中取得的输入值,该输入值应当根据可获得的市场参与者在对相关资产或负债定价时所使用假设的最佳信息(the best information)确定。SFAS 157 关于不可观察输入值的定义是:“Unobservable inputs are inputs that reflect the reporting entity's own assumptions about the assumptions market participants would use in pricing the asset or liability developed based on the best information available in the circumstances”,SFAS 157 强调不可观察输入值反映报告主体自己的假设。

姜楠、徐再军(2015)认为,输入值被表述为“假设”,而可观察输入值被表述为用来“反映”假设的信息,前后表述不一致,存在一定的逻辑矛盾。《新华词典》中对假设的解释是:①姑且认定。②也叫假说。科学研究上指用来解释某种有待证明的论题的说明,假设被充分证明后,就是理论。根据语义,输入值应该是一种“假设值”,而不是“假设”。如果将

输入值界定为“假设值”,那么上述关于输入值概念的逻辑矛盾便可消除。

#### 四、结论与建议

按照 FASB 与 IASB 的观点,公允价值以市场为计量基础,因此,公允价值的估计价格是面向市场的,即使估计价格不准确或不可靠,也已考虑了未来,已尽可能反映了市场的风险及不确定性,脱手价格代表了未来的现金流入或流出。因此,本文认为公允价值的概念与其估值技术中的收益法的逻辑是一致的,脱手价格与非金融资产最佳用途判断也不存在冲突。关于公允价值与可靠性的争议比较大。本文认为依据可靠性的定义可知,公允价值有时(特别是第三层次不可观察输入值)是不可观察、不可验证的估值,不能与可靠性保持一致。本文认为公允价值是一种脱手价格,与估值技术中的成本法在逻辑上存在一定的矛盾,应该进一步探索公允价值与估值技术的协调一致性问题。作为一个独立的准则,应该首先构建一个整体框架,规范公允价值应用的原则及总体要求。关于公允价值计量准则的逻辑矛盾争议很大程度上是由公允价值概念引起的,从目前的研究成果来看,将公允价值界定为单一的脱手价格尚存在一定的问题。

另外,CAS 22 第五十条中关于公允价值的定义应尽快更正,以与 CAS 基本准则、CAS 39 中的定义保持一致。同时,应进一步修订 CAS 39 中关于输入值、可观察输入值以及不可观察输入值的定义,使各概念保持一致,且符合汉语用语习惯。

#### 参考文献:

- [1] 邓永勤,吴朝晖.公允价值计量对财务报告质量的影响——基于我国资本市场的文献综述[J].财会月刊,2017(10):95-99.
- [2] 李庆玲,沈烈.我国公允价值计量准则:实施现状与完善建议——基于沪深 A 股上市公司的经验证据[J].财会月刊,2016(29):3-10.
- [3] 张清玉.公允价值计量中的脱手价格目标研究——理论背景、历史沿革与应用困惑[J].财会通讯,2016(31):44-48.
- [4] 许珊珊.关于公允价值几个问题的思考[J].财会通讯,2016(25):124-125.
- [5] 马永义.公允价值计量准则相关问题解析[J].会计之友,2016(18):80-82.
- [6] 李伟.公允价值问题研究文献综述[J].经济研究参考,2016(42):61-73.
- [7] 朱莲美,马超群.公允价值改进探讨[J].会计之友,2016(19):57-59.
- [8] 雷宇.公允价值的概念性难题及其解释——兼论财务报告目标的重构[J].中南财经政法大学学报,2016(1):72-81.
- [9] 邓永勤,康丽丽.中国金融业公允价值层次信息价值相关性的经验证据[J].会计研究,2015(4):3-10.
- [10] 郭均英,刘慕岚,吴思原.新会计准则下公允价值计量的层次问题研究[J].武汉大学学报(哲学社会科学版),2015(4):129-133.
- [11] 王佳琳.公允价值会计的必然性和可能性研究——基于市场对资源配置起决定性作用的研究[J].财会通讯,2015(12):11-14.
- [12] 曹伟.公允价值应用及其定义探讨[J].财会通讯,2015(31):5-9.
- [13] 姜楠,徐再军.关于公允价值计量中输入值表述的探讨[J].会计之友,2015(3):69-72.
- [14] 财政部.关于印发《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》的通知[EB/OL].[2014-01-26].[http://www.mof.gov.cn/pub/kjs/zhengwuxinxi/zhengcefabu/201401/t20140128\\_1040392.html](http://www.mof.gov.cn/pub/kjs/zhengwuxinxi/zhengcefabu/201401/t20140128_1040392.html)
- [15] 陈美华.我国公允价值计量准则存在的问题与改进建议[J].会计之友,2014(13):17-20.
- [16] 汪祥耀,潘莹.公允价值计量新国际准则评述——与美国 SFAS 157 比较[J].财会月刊,2012(1):41-43.
- [17] 汪祥耀,胡旭锋.我国公允价值计量准则(征求意见稿)与 IFRS13 的比较及完善建议[J].会计之友,2012(36):8-13.
- [18] 许新霞.公允价值第三级次计量:悖论、成因与改进[J].会计研究,2011(10):30-33.
- [19] 支晓强,童盼.公允价值计量的逻辑基础和价值基础[J].会计研究,2010(1):21-27.
- [20] 葛家澍,窦家春.基于公允价值的会计计量问题研究[J].厦门大学学报(哲学社会科学版),2009(3):27-33.
- [21] 葛家澍.公允价值的定义问题——基于美国财务会计准则 157 号《公允价值计量》[J].财会学习,2009(1):24-27.
- [22] 葛家澍.关于在财务会计中采用公允价值的探讨[J].会计研究,2007(11):3-8.
- [23] 王建成,胡振国.我国公允价值计量研究的现状及相关问题探析[J].会计研究,2007(5):10-16.
- [24] 陈敏.公允价值的本质及其理论缺陷浅探[J].财会月刊,2005(22):5-6.
- [25] 谢诗芬.公允价值:国际会计前沿问题研究[J].长沙:湖南人民出版社,2004.
- [26] Khurana I. K., Kim M. S. Relative Value Relevance of Historical Cost vs. Fair Value: Evidence from Bank Holding Companies[J]. Journal of Accounting and Public Policy, 2003, 22(1): 19-42.

## A Review of CAS 39 's Logical Contradiction

DONG Jiangchun<sup>1,2</sup>

(1. Ocean University of China, Qingdao 266100;

2. Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** The intrinsic logic of CAS 39 has caused great concern. Some logical contradictions are found by analyzing the relevant literature. Such as the logical contradiction between the concept of fair value and its method of operation, between the concept of fair value and the requirement of reliability, between the concept of fair value and other accounting standards, between the concept of fair value and the valuation techniques of cost approach, and between the concept of fair value and cost & income approach. The Fair value measurement lacks a complete logical framework. There is a logical contradiction in the concept of input values. The analysis shows that the fair value is market-based, and some logical contradictions are still controversial. It is recommended that the expression of the concept of fair value in CAS 22 be corrected as soon as possible in order to be consistent with the CAS Basic Guidelines and CAS 39.

**Key words:** CAS 39; logical contradiction; review

(责任编辑:魏有广)

---

(上接第 49 页)

## On the Construction and Environmental Effect of Taizhou Weir in Tiansheng Period

### ——Discussion on Weir Construction of Sea Coastal during Tang and Song Dynasties in northern Jiangsu

WANG Changyu, MA Wenhui

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** The "Taizhou Weir", also known as "Fangong dike", was an important coastal engineering construction in Tiansheng period of the north Song Ren Zong dynasty. This paper discusses the causes, process and function of the construction of Taizhou weir, as well as the technology and environmental effect of the construction.

**Key words:** Taizhou Weir; engineering; building technology; environmental effect

(责任编辑:魏有广)

## 教育·教学

发挥学生会组织在大学生创业教育  
转型发展中的作用\*

刘纪勇

(山东外贸职业学院, 山东 青岛 266100)

**摘要:**高校学生会组织是大学生自身的群众性自治组织,它的存在和发展对于高校和大学生都有不可替代的作用。学生会组织在大学生创业教育培训上缺乏引导作用,缺乏专门的负责大学生创业教育的部门以及实践经验。学生会组织在大学生创业教育转型发展中可以开辟创业教育的第二课堂,发挥学生会的组织优势,为大学生搭建创业信息服务平台,充分发挥校园文化的育人功能,开展多种多样的活动,树立良好的创业典范。

**关键词:**学生会组织;大学生;创业教育;转型发展

**中图分类号:**G641 **文献标识码:**A

学生会是高校的一个重要组织,是大学生自己成立的一个群众性的自治组织,经过多年的发展,我国高校的学生会已经形成了比较完善的组织结构和框架体系,在学校的管理和学生成长方面发挥了极大的作用。随着大学生就业问题的日渐严峻,关于大学生的创业教育、创业意识培养已经被提上日程,学生会是学生与学校之间联系的桥梁,在繁荣校园文化的同时,也举办了一系列的校园活动来培养学生的综合素质。因此,在大学生创业教育转型发展中可以发挥学生会组织的作用,开展大学生的创业教育活动,提高大学生的创业意识和创业素质。

### 一、高校学生会组织概况

高校的学生会组织是高校整个组织结构中不可或缺的一部分,是在学校党委领导的组织带领下成立的对学生的日常生活、学习进行检查、评价的组织,是连接学生和学校之间管理的桥梁和纽带。学生会组织在日常的工作中始终坚持自我监督、自我管理、自我教育和自我服务的原则,在校园中举办了大量的文化活动和服活动,在全校范围内营造出了—种和谐的文化氛围,团结同学,提高学生的知识涵养和生活素养,是促使学生全面发展、全面提高的群众性组织。我国的高等院校学生会的设立包括了校学生会组织和院系学生会组织。

不同高校的学生会在组织结构方面是大致相同的,主要包括了主席团、秘书处、学习部、宣传部、文艺部、体育部、外联部、女生部、纪检部等,但是,在实际的工作中,不同高校面临的学校实际是大不相同的,所面临的内外部环境、学校的发展历史、人文习惯也是不一样的,因此,高校的学生会组织结构也会存在略微的差别。高校的学生会一般会设置主席—名,副主席若干,共同组成主席团,对学生会的日常事务进行管理和决策。主席团下设秘书处和各个职能部门,各个职能部门设置部长—名,副部长若干,干事若干,这些成员都是在全体学生中进行选拔和任命的,大都是各个班级的优秀成员。主席团和各个部门之间团结协作,维持着学生会的正常运行。

### 二、学生会组织在大学生创业教育培训中存在的问题

目前,我国大学生的就业形势非常严峻,大学生就业难是社会普遍关注的热点问题,因此,为了解决大学生的就业难题,大学生的创业教育培训势在必行,通过创业带动大学生的就业是解决就业问题的—个思路和方法。学生会组织作为学校的—个重要组织机构,对于大学生的成长和发展具有非常重要的意义,在大学生创业教育培训中起着重要的作用。但是,在实际工作中,学生会组织在大学生创业

\* 收稿日期:2017-02-18

作者简介:刘纪勇(1981-),男,山东安丘人,山东外贸职业学院讲师,硕士,主要研究方向为职业规划与就业指导。

教育培训上存在着许多的问题,具体表现在以下几个方面:

(一)学生会组织在大学生创业教育培训上缺乏引导作用

我国作为人口大国和教育大国,在校的大学生数量多,规模大,加之我国作为发展中国家,经济发展水平与发达国家相比有一定的差距,这就导致了我国大学生的就业压力大,大学毕业生面临着就业难的问题。为了解决这个问题,我国开始号召大学生开展自主创业活动,并出台了一系列的优惠政策,帮助大学生创业。在大学生创业活动开始之前,就需要针对大学生开展创业教育的培训活动,培养大学生的创业意识,提高大学生的创业能力。因此,大学生的创业教育成为了当前的一个重要课题,我国的高校开始积极主动的开展大学生的创业教育培训活动。高校的学生会组织作为高校的一个重要组织结构,在对大学生开展创业教育培训中起着非常重要的引导作用,可以通过举办各种校园活动、海报宣传等形式来推进创业教育的开展。但是在具体的实施过程中还存在许多的问题,导致了学生会组织很难发挥其在大学生创业教育培训中的引导作用。首先,许多高校的学生会组织在建立加强大学生创业教育和创业意识培训等方面的制度和体系非常落后,各种制度的执行只是流于形式,执行能力差,管理活动更是成为了空谈,使得许多学生会成员出现消极办公,自由散漫等情况,并逐渐的演变为管理混乱、人心不齐、成员之间缺乏团结协作精神,学生会很难实现其在大学生创业教育培养中的引导作用。其次,一些学校的学生会成员在选拔的过程中并非采用民主的形式,而是直接吸纳各个专业的班干部,选拔缺乏公正性和科学性,使得学生会很难深入人心,难以及时的了解和掌握大学生在创业教育方面的需要和心声,学生会对于大学生创业教育方面的工作难以顺利开展。

(二)学生会缺乏专门的负责大学生创业教育的部门

学生会是针对全校学生的一个组织,全部是由学生本身参与管理的,在进行部门设计时尽可能的考虑到了学校和学生双方的需要,各个部门分工合作,负责着学校的文化建设、学生的课余文化生活和校园纪律等多方面的内容,各个部门各个成员各司其职,维持着学生会的正常运行。但是,目前我国高校的学生会组织内部缺乏管理大学生创业教育方面的专门部门,仅仅是把大学生的创业教育作为了一种

校园活动,由其他部门共同负责,这就导致了学生会在关于大学生创业教育方面的管理混乱,权力划分不明确,一旦出现问题,就会互相推脱责任,影响内部的稳定团结。此外,部门结构的缺失使许多具有创业理想、创业抱负的学生很难在学生会这个平台发挥自己的作用,造成了人才的浪费和流失。另一方面,学生会内部缺乏熟悉大学生创业教育方面的人才,使得学生会组织的各项关于大学生创业教育的活动紧紧停留在表面,或者停留在创业宣传等方面,没有真正的实现学生会在创业教育上的作用。

(三)学生会组织在大学生创业教育方面缺乏实践带头作用

大学生的创业是一项实践活动,它的开展离不开实践的指导和帮助,仅仅依靠学校的创业理论教育,就会使得理论与实践脱节,最终只会是纸上谈兵,创业教育不会起到任何的作用和意义。学生会除了是学校和学生之间联系的纽带,同时也是学生和社会之间沟通的桥梁,例如学生会的外联部就是与社会上的企业进行合作,为学生会的发展筹集资金。因此,学生会可以通过大学生的创业实践来提高创业意识、创业能力,以此推进大学生的创业教育。但是,我国高校的学生会经常为了获取自身的利益,而把学生的利益和学生会成立的目的抛在了脑后,一些学生会不再是为学生谋福利的组织,而成为了身份的象征、进入职场的敲门砖和为自身谋福利的工具,这就导致了学生会在大学生创业实践方面的作用得不到真正的发挥。

三、学生会组织在大学生创业教育转型发展中发挥作用的途径

(一)开辟创业教育的第二课堂

高校学生会组织在学校中拥有广泛的群众基础,学生会成员都是来自于各个专业的学生,对于学生的各种需要和心理活动都有一定的了解,同时,学生之间的交流和沟通会相对比较方便、轻松愉快,因此,高校学生会组织可以和大学生就业创业指导部门开展合作,成立一个专门的指导机构,开展各种活动培养大学生的创业意识和创业能力,帮助大学生做好职业生涯规划,开辟创业教育的第二课堂。利用学生会自身广泛的人脉关系,去组织或者聘请企业人力资源的管理专家、优秀的毕业生、社会上成功的创业人士、各行各业的优秀管理人才等到学校开展各种有关创业方面的讲座,为在校的大学生提供各种经验借鉴。此外,学生会可以在校园中定期的

举办大学生创业教育活动,从不同的角度、不同的层次对大学生开展创业引导和创业意识、创业能力的培养,帮助大学生树立正确的人生观和创业观。而且,学生会成员可以与在校的大学生一起亲身参与到各种创业教育活动中,从中发现工作中的缺点和不足,这样也方便学生会成员与其他大学生开展创业的交流互动,帮助学生会了解和掌握大学生在创业教育中真正需要的东西,不断提高学生会组织的服务功能,促进大学生创业综合能力的完善和提升。

#### (二)发挥学生会的组织优势,为大学生搭建创业信息服务平台

目前,在我国的高校机构中,关于大学生就业创业方面的问题都是由大学生就业指导中心来负责的,他们是大学生就业创业信息来源的主要渠道。但是,我国高校体系还不完善,各种机制体制还不健全,而高校的就业指导中心自身的工作人员较少,工作却相对繁多,这就使得就业指导中心的工作始终处于被动的状态,就业信息接收的多,主动寻问的却很少,导致了高校的一些就业创业信息服务落不到实处,大量的信息资源被浪费,学生得到的帮助却很少,长此以往就会丧失其存在的意义。相反,高校学生会组织体系比较广泛,具有多样化的宣传阵地,自身与在校学生联系比较紧密,可以利用这些长处和优势,在拓宽毕业生创业信息渠道方面下功夫,致力于大学生的创业信息服务中。首先,依托学生会自身与校外企业的良好合作关系,推荐想创业的优秀毕业生到这些企业中进行参观学习,进而开阔他们的视野,帮助他们了解创业所需的各项准备和企业的运行方式、运行特点,帮助想创业的大学生了解更多的创业信息。其次,利用学校的校刊、广播和网络等宣传渠道,通报国家和社会关于大学生创业方面的优惠政策和创业信息,搭建一个良好的创业信息服务平台,提高大学生的创业意识和创业成功率。最后,在学校相关部门的支持和帮助下,做好毕业生创业工作的跟踪调查,形成良好的反馈机制,及时了解大学生在创业中的需要,提供必要的信息服务和各方面的支持帮助。

#### (三)充分发挥校园文化的育人功能

高校丰富多彩的校园文化是大学生校园生活的重要组成部分,除了日常的学习之外,丰富的校园活动、校园文化对于大学生自身的成长和发展是十分重要的。学生会作为高校的一个重要组织,负责着校园文化的建设和校园活动的规划,所以,学生会组织在开展大学生创业教育时可以充分的利用校园文

化的育人功能,去影响和塑造大学生的创业观。例如,学生会可以不断组织各种职业技能大赛,去提高大学生的表达能力、组织动手能力和交际能力,这些是大学生在创业中必须具备的一些素质,并且,通过这些技能大赛的开展可以为即将创业的大学生提供一些优秀的人才信息,帮助他们组建自己的创业队伍,提高他们的创业成功率。另外,学生会也可以组织一些创业创新大赛,培养大学生的创新意识、团队合作意识以及抗风险、抗挫折的意识和能力,进一步考察他们对于市场的认识 and 了解程度,以及对于市场的一些预测分析能力。此外,学生会也可以支持学生自己成立关于创业方面的社团,帮助他们加强管理和指导,共同合作开展各种创业方面的教育活动。

#### (四)开展多种多样的活动,树立良好的创业典范

榜样教育和榜样精神是我国一直以来教育的重要内容,榜样的力量是十分强大的,尤其对人们起到非常大的心理帮助作用和信仰作用。学生会组织可以与企业合作,邀请企业的创始人或者优秀的创业人员来高校与学生分享自己成功创业的心得体会,进行经验的分享和解疑答惑。大学生对于创业一直是停留在思想的层面,或者仅仅是自己的一腔热情,对于创业的思维和创业所要面对的困难压力准备不足,极其容易导致自身创业的夭折。这些创业经验交流活动,为大学生提供了交流学习的平台,创业典范所传递的知识和经验,是书本和课堂中不曾出现和接触不到的,是创业者个人的心得体会,这对即将进行创业的大学生来说是宝贵的财富。并且,大学生与创业成功者进行交流沟通还可以帮助他们建立良好的关系,这也为创业大学生提供了一些后续的人脉资源。这些创业典范也将提高大学生创业的信心,从而极大提高大学生的创业成功率。

#### 四、结语

大学生创业教育是高校近年来关注的热点问题,学生会作为高校的重要组成部分,为学校排忧解难、为学生提供创业服务是其职责所在。因此,高校学生会组织要摆正心态,完善自身的管理活动,进行自我监督、自我教育,为学生做好各种服务工作,充分的发挥自己的优势,实现其存在的价值和意义。同时,学生会组织要与学校合作,积极开展各种创业教育活动,共同推进大学生的创业教育转型发展。

## 参考文献:

- [1] 高晶. 高校共青团组织服务大学生创业教育探析[D]. 石家庄: 河北师范大学, 2011.
- [2] 尤影. 高校共青团组织在促进学生就业创业方面的路径探究[J]. 开封大学学报, 2013(1): 48-50.
- [3] 金政. 高校共青团组织在服务大学生就业创业中的优势与途径[J]. 常州工学院学报(社科版), 2013(4): 99-101.
- [4] 史晶. 高校社团视角下的大学生创业教育新途径思考[J]. 高教学刊, 2016(11): 249-250.
- [5] 朱腾飞. 高校学生会组织对学生创业及就业意识的建设性研究[J]. 科教导刊(下旬), 2016(5): 167-168.
- [6] 吕苏. 高校共青团组织服务大学生创新创业的理论与实践[J]. 兰州教育学院学报, 2016(6): 90-91.
- [7] 胡业宇, 张超. 高校学生社团建设与大学生创业能力培养的调查与思考[J]. 长春理工大学学报(社会科学版), 2012(2): 131-133.
- [8] 韩雅丽. 高校共青团组织服务在校大学生创业实证研究——以盐城工学院为例[J]. 中国集体经济, 2015(1): 185-187.
- [9] 韩帅. 基于大学生就业需求探讨高校学生会组织如何提高服务功能[J]. 现代营销(学苑版), 2013(11): 38.
- [10] 沈树周, 段素梅. 高校共青团组织开展大学生创业教育的优势和途径[J]. 创新与创业教育, 2011(5): 77-79.

## On the Function of Students Union in the Transformation Development of Enterprising Education for University Students

LIU Jiyong

(Shandong Foreign Trade Vocational College, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** The Students Union in universities is an autonomous organization with the character of mass operated by the college students themselves. It's existence and development has a irreplaceable role for both the universities and college students. However, the Student Unions are lacking in guidance, the exclusive responsible departments and practical experience for the enterprising education training of the college students. Therefore, the role of Student Union in the transforming development of enterprising education could be fulfilled through initiating the supplementary class for enterprising education, developing the organizational advantages of Student Union, establishing information service platform for the college students, exerting the cultivation function of the campus culture, carrying out various activities and setting enterprising model.

**Key words:** organization of Student Union; university students; enterprising education; transforming development

(责任编辑:魏有广)

# 基于众创空间建设的高职院校创新创业 培育体系研究

——以“海斯曼创客岛”众创空间为例\*

孙秀宝

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

**摘要:**近几年,以众创空间为依托的创新创业培育体系建设在各大高职院校层出不穷,众创空间在创新、创业、实践教学、科研成果转化等多个方面发挥着重要作用,同时也成为政府、高校、行业、企业及其他社会组织相互联系的纽带。本文以青岛酒店管理职业技术学院“海斯曼创客岛”众创空间建设为例,提出了在创业教育培训、师资建设、创业实践、实践性教学、科研转化等方面的建设思路和方法,以期为构建现代高职院校创新创业培育体系提供参考和借鉴。

**关键词:** 高职教育; 众创空间; 创新创业

**中图分类号:** G710 **文献标识码:** A

《我国国民经济和社会发展第十三个五年规划建议》中指出,要“激发创新创业活力,推动大众创业、万众创新,释放新需求,创造新供给,推动新技术、新产业、新业态蓬勃发展,加快实现发展动力转换。”推进大众创业万众创新是增强发展新动能、促进社会就业、提高发展质量和效益的重要途径,是实施创新驱动发展战略的重要支撑。而“众创空间”作为实现“大众创业、万众创新”的重要载体,具有特殊的意义。

## 一、高职院校众创空间创新创业建设的基础

### (一) 高职院校更重视理论教学与实践教学相融合

众所周知,高职院校区别于本科学校的很大特征就是高职院校的教学过程更加注重实践教学。现在很多高职院校的教学模式为1+1+1的三年制,这就要求高职院校在教学过程中,应在保证理论教学的基础之上,加大学生的动手操作的能力,更加重视实践教学。而学院众创空间的建设,恰恰是迎合了教学的需要,众创空间引入实际产出的企业,让学生能真实的加入到企业运行的过程中,更好的让其理论应用于实际。这样,能更好的发挥高职实践教学体系优势,努力培养学生的专业实践能力,同时,

也是实现学生成为技能型人才、创新型人才的基础。

### (二) 高职院校专业设置与行业紧密相连

高职教育的一个特点是依托行业产业,强调产学研融合、校企合作。以青岛酒店管理职业技术学院(以下简称“我院”)为例,我院隶属于山东省鲁商集团,属行业办学,我院很多专业的设立都与行业需求有很大的关系。例如我院的连锁经营管理专业、报关与国际货运专业、空乘服务专业、邮轮管理专业、会展策划专业等等,这些专业的设立在一般的本科院校是不常见的,但是在当今行业中人才需求又特别大。这样,相对于其他的高等教育形式来说更易于融入经济的发展与行业的需要,同时,更易于推动专业设置与产业需求、课程内容与职业标准、教学过程与生产过程的对接,实现职业教育与技术进步、生产方式变革以及社会公共服务相适应。

### (三) 高职院校“双师”队伍的建立有利于众创空间的发展

“双师型”教师既要符合企业、行业进行技术应用与开发的要求,又要达到高等学校教师的要求,是集高等职业院校教师素质与工程师等专业技术人员素质于一体的,既能从事专业理论教学,又能指导专业技能训练的新型教师,即实践与理论并重、具有双重专

\* 收稿日期:2017-05-12

作者简介:孙秀宝(1983-),男,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为职业教育。



业技术职称的复合型教师,是具有一定学术背景并接受专业实训的职业教师。“双师型”教师有丰富的理论基础和实践经验,并且在技术转化与应用方面有独到的见解,能够切实提高学生的创新实践技能和创业能力。

#### (四) 高职教育具有鲜明的人才培养特色

高等职业教育以培养应用技术型人才为主要特色,以灵活多样的人才培养模式为社会输送人才,在教学体系设置与人才培养方案设立的过程中,既要培养有理论基础的专业人才,又要培养动手能力强的实践性人才。所以,众创空间建设对促进专业建设和人才培养,培养创新创业意识、提高创新创业能力都具有特殊的意义。

## 二、高职院校众创空间创新创业建设的意义

### (一) 打造多渠道,实现人才多方向发展

众创空间的建设,使得高职院校的学生在实习、创新、创业方面多了选择性,在以后的生活中呈现发展多方向性。

### (二) 整合多方面资源,降低双创成本

现有的众创空间都是以政府、高校、行业、企业多方面联手打造,使得多家资源在使用过程中得到共享,降低了全社会双创成本。

### (三) 为科技成果加速转化提供平台

高职院校的众创空间依托学院学科建设与科研资源,推动跨行业之间的协调创新发展,以创新作为学生团队创业和企业发展的驱动力,能够抓住创新先手优势,占领先机,从而实现创新驱动性成长。另外,通过创业使科技成果变成现实的生产力,促进科技成果资本化、产业化的转化。

(四) 有利于完善高职院校校内实训基地建设,为实践性教学贡献力量

众创空间的建设不但在创新创业上为学生提供了新的战场,同时,在院校当中的实训基地建设、实践性教学方面也提供了保证。学院加大投入的过程,就是学院建设发展的过程,为相关专业在校内实训基地建设方面提供了强有力的支持。

## 三、以众创空间为依托的高职院校创新创业培育体系建设

从某种意义上来说,以众创空间建设为依托的创业培育体系建设,是当今高职教育人才培养的一次大胆尝试与设想。在“人才培养—实训教学—课

程讲授—顶岗实习—对口就业”中间加入创业实践一环,为学生的多面发展提供更多种可能。

“海斯曼创客岛”是我院于2016年申请建设的国家级众创空间,其中“海斯曼创客岛”创业实训基地分为大学生创业工作区、创客培训区、商务洽谈区及商业数据中心四个区域,通过整合学院线下资源和线上资源,构建新型的校园经济组织。“海斯曼创客岛”以服务大学生创业为宗旨,为大学生提供创新研发、生产、经营所需场地设施,进而促进本校大学生创业就业。笔者以我院“海斯曼创客岛”众创空间建设为例,从以下四个方面来介绍创新创业培育体系的建设。

### (一) 众创空间应培育特色创新创业文化

高职院校应注重将相关企业的企业文化与工作岗位责任融入到众创空间的建设当中去,制订与企业标准一样的管理标准和考核办法,并将相关材料上墙。众创空间环境设计与布局体现应合理,完整展示企业CI系统,积极宣传企业管理文化,让学生在接收岗位技能训练的同时,能够学习企业管理制度、企业文化、行业标准,培养学生的安全意识、质量意识和责任意识,从而规范学生实习工作流程,同时激发学生创新创业热情。

(二) 以创新创业培育课程建设为基础,激发学生创新创业热情

高职院校应把众创空间的建设与人才培养模式相呼应,在课程设置中加大创新创业课程比例,让学生对其有本质上的认知;同时,设立学院创新创业校内导师制,以每一位学生一名导师的原则,对学生学习、认知、心理、技能进行干预,通过不断实现阶段性目标,逐步提升学生创业者的创新创业水平和能力,增强创新创业信心。

(三) 重点建设校内创新创业导师队伍,加大导师理论与技能的提升

要保证创新创业课程的完美讲授,一只数量充沛、机构合理、素质优良、理论与技能过硬的导师队伍是必不可少的。导师工作包括课程指导、技术咨询、创业服务、阶段性一对一帮扶等。当前,大部分院校校内导师存在理论知识不足、创业实践经验缺乏等种种情况,因此就需要加强校内教师的培养,同时要求其定期到相关企业挂职锻炼,其目的在于使其精通专业知识的实践应用,善于抓住行业创业机会,培养其专业素养、实践能力和创新精神等。

(四) 加大投入力度,打造学院一体化创新创业

体系

高职院校的创新创业体系建设在近几年提出后,对于很多学院的领导、老师还是个新鲜事物。为了能更好的发展,学院应加大投入,在软件与硬件方面给予必要的支持。现在很多高职院校在人才培养、校企合作、资金支持、政策导向、学团保障上都给予了大力的支持,只有这样,学生才能安心创新创业,教师才能安心传道授业,学院才能在短时间内初见成效。所以,创新创业不是一个部门的事,而是要学院上下一盘棋。

基于众创空间的高职院校创新创业培育体系的建设是高职院校创新创业教育的新探索与大胆尝试,现在还有很多问题待解决。但是,以众创空间建设作为职业教育创新创业体制改革的突破口,对于促进产学研结合,促进成果转化,促进创新创业人才培养都具有重大的现实意义。

#### 参考文献:

- [1] 祖晓冬,丁桂芝,吕英芳.基于众创空间建设的高职创新创业培育体系探究——以某职业院校“乐创津成”众创空间为例[J].高等职业教育(天津职业大学学报),2016(2):22-26.
- [2] 王涛.高校众创空间的发展定位与建设路径探微[J].南京理工大学学报(社会科学版),2015(5):41-43.
- [3] 包奕峰,沈菁.浅析高校创业园在促进大学生创业中的作用[J].中国大学生就业,2012(20):56-60.
- [4] 叶鉴铭,张赵根,陈加明.高职学生创业能力培养的实践探索[J].职教论坛,2012(34):16-19.
- [5] 陈加明,郭伟刚.杭州职业技术学院基于学生创业园的创业教育[J].职业技术教育,2009(24):73-75.
- [6] 曹能国.发挥高职优势大力培养创业人才[J].职教论坛,2003(16):15-16.

## Research on Innovation and Entrepreneurship Cultivation System of Higher Vocational Colleges Based on Creative Space Construction ——Take “Hismile Creative Guest Island” the Co-working Space as the Example

SUN Xiubao

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** Relied on co-working space, the construction of innovation and entrepreneurship education systems are emerging in endless in recent years. Co-working space plays an important role in the aspects of innovation, startup, practical teaching, transformation of science and research achievements, etc. It also became a effective tie to make connection among the government, universities, industries, enterprises and other social organization. Taking the construction of "Hismile Creative Guest Island", the Co-working Space, as the Example, this paper puts forward the thoughts and methods of the construction of entrepreneurship education in the aspects of education training, teachers training, practical teaching, scientific research transformation and so on, so as to provides references for the construction of the modern innovation and entrepreneurship in higher vocational colleges cultivation system.

**Key words:** higher vocational education; co-working space; innovation and entrepreneurship

(责任编辑:魏有广)

# 加强党对高校意识形态工作领导权途径研究\*

王志飞

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

**摘要:**高校意识形态工作是党的意识形态工作的重要组成部分,当前高校意识形态领域呈现出思想观念多样化、舆情影响网络化、西方影响深入化、功利主义显化等趋势,面临着严峻的挑战。我们必须通过提高高校党委的综合驾驭能力,发挥思想政治理论课的主渠道作用,综合运用互联网阵地等途径,加强党对高校意识形态工作的领导权和主动权,强化思想引领。

**关键词:**高校;意识形态;领导权

**中图分类号:**G640 **文献标识码:**A

高校是人才、知识的重要集聚地,是党的意识形态工作的重要阵地。高校的教学、科研、管理等各项工作与意识形态息息相关。意识形态决定着人才培养、科学研究、社会服务和文化传承创新的发展方向,关系着高校社会主义办学方向。当前,世界局势风云变幻,网络技术迅速发展,随着我国改革开放的深入发展,利益格局重新调整,改革进入深水区、攻坚期,这些变化必然对高校产生影响,对意识形态工作提出严重挑战,加强党对高校意识形态工作领导权刻不容缓。

## 一、高校意识形态面临的挑战

### (一)社会发展变革快速化,思想观念呈现多样化

伴随着经济社会的发展,高校进入迅速扩张扩招期,高校的办学思路、管理模式、利益格局等方面发生了深刻的变化,加之外部社会多重因素的影响,高校师生的思想发生了重大变化。从教师群体来看,“70后”、“80后”中青年教师在高校教师队伍中所占比例不断提高。通过查阅教育部网站文献资料数据统计年鉴可知,40岁以下的高校中青年教师在整个高校教师队伍中所占比例超过55%。中青年教师的成长环境、价值追求、思想观念与老一辈有着巨大差别。从成长环境方面看,他们成长于改革开放发展的新时期,其生活环境好,物质条件优越,不再为温饱问题而困扰,他们生活在安定和谐的年代,不再受战争、战乱、动荡的影响,与老一辈那种成长于战乱频发、充满激进政治运动的恶劣环境有着天

壤之别;从价值追求上看,他们崇尚独立,追求自由,倾向于务实的、功利性的个体理性主义者,与老一辈那种无私奉献型的集体本位主义者有着巨大差别。外部大千世界的各种变化、变革,必然使高校教师的思想观念呈现多样化,负面的或正面的,必然折射到教师的头脑之中,在教书育人的过程中传递影响到学生身上,产生深远影响。

从学生群体看,当代大学生完全成长于中国改革开放的新时期,基本上为90后,他们成长的时期也是中国国民经济快速发展、社会矛盾急剧凸显、社会发展失衡的时期。伴随着高校快速发展、高速扩张,使更多的年轻人有机会进入高等学校学习,但社会发展过程中随之出现各种矛盾、不均衡、不公平等问题也日益凸显,通过不同的形式投射到大学生的日常生活中,对当代大学生的思想观念产生重要影响。

### (二)舆情影响网络化,引导控制难度增大

互联网的高速发展和不断普及,彻底改变了我们的生活、学习、工作等方式,对高校师生的学习生活产生了深层次、全面性的影响。正像爱因斯坦所说的,“科学是一种强有力的工具。怎样用它,究竟是给人们带来幸福还是带来灾难,全取决于人民,而不是工具。”网络像一把双刃剑,在给我们带来学习生活便利的同时,也对高校意识形态领域提出巨大的挑战。一方面,大学生对网络的依赖性较高,据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第37次中国互联网络发展状况统计报告》显示,2015年新网民最主要的上网设备是手机,使用率为71.5%,

\* 收稿日期:2017-03-17

作者简介:王志飞(1987-),男,山东临沂人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为高校思想政治教育。

2015年新增加的网民群体中,低龄(19岁以下)、学生群体的占比分别为46.1%、46.4%。据2016年5月阿里研究院发布的《品质生活指南——互联网高端消费橙皮书》最新数据显示,80、90后已成为高端网购主力。大学校园内处处可见“低头族”和“手指一族”,网络生活占据了他们生活的大部分时间,他们乐于通过微博、微信、qq等方式发表自己的看法和观点,人人都成为新闻发布人,使我们无法从信息源头上进行有效控制。另一方面,网络提供的海量信息鱼龙混杂,有正面的,也有负面的,大量的垃圾信息对大学生的思想、身心健康产生误导和负面影响。网络具有虚拟性,交往的过程中人与人之间有时通过“隐形”的方式进行交流,长期下去容易改变交往方式和生活方式,造成人与人之间沟通上的障碍,严重影响着大学生的心理健康和人际交往,如大学生的网络封闭症、电脑狂躁症等。

大学生处于学习知识、增长阅历、初步接触社会的时期,对一些思想观念、社会思潮、价值形态辨别不清,难以进行正确的取舍,加之现代网络传输高度发达,通过文字、视频、语音等方式传播信息极快,如果控制引导失当,会对大学生的思想产生负面影响,产生严重后果。

### (三)西方影响深入化,主流意识形态受到冲击

当今世界,我们面临经济全球化、政治多极化、文化多元化、网络信息化的发展趋势,随着国际交流的不断深入,信息通讯技术的发展,西方国家利用其在政治、经济、文化等方面的优势,大力宣传推广自己的政治理念、价值观念、生活方式、文化模式,通过不同的方式,从范围和深度上,不断推进,企图使中国全面西化,颠覆我国社会主义制度。

高校是知识分子荟萃之地,也是各种思潮相互激荡交锋之地。西方对高校的影响表现出逐步扩大化的趋势,呈现出由点到面,从影响大学生的思想价值观念到影响生活方式,不断深化。西方国家通过广播、电视、电影、报纸、杂志、网络等途径,凭借资金和技术上的优势,不断散播“主权”、“人权”等观点来攻击社会主义国家,大肆宣扬“拜金主义、个人主义、享乐主义”等西方价值观念,冲击社会主义国家的价值体系。就青年学生群体来说,他们一般缺乏独立的辨别能力,对西方的思想价值观念产生了极高的认同感,追求资产阶级的自由、民主、人权、宪政,主张在文化甚至意识形态上与西方接轨,刻意混淆社会主义意识形态与资本主义意识形态的性质,否定社会主义意识形态的主导作用,使社会主义主流意识形态受到严重冲击。

西方的影响不断深入,从影响大学生的思想观念延伸到影响大学生的生活方式。部分大学生对西方的生活方式过度迷恋,使中国的主流生活方式受到冲击。如有的大学生盲目崇拜西方的各种节日,热衷于过西方的圣诞节、情人节等西方节日,而对中国的清明节、端午节、中秋节等传统节日置若罔闻。这些变化都在不同的方面从不同程度上影响着国家的意识形态建设。

## 二、加强党对高校意识形态工作领导权的途径

### (一)总揽全局,全面提高党委对意识形态的驾驭能力

高校党委在建设中国特色现代大学中居于领导核心作用,高校党委身处意识形态建设的第一线。中央办公厅、国务院办公厅在印发的《关于进一步加强和改进高校宣传思想工作的意见》中指出:“党委书记、校长要旗帜鲜明地站在意识形态工作第一线”。作为高校领导的政治核心,高校党委在加强意识形态工作方面的作用显而易见,我们要全面提高高校党委的综合驾驭能力。

加强思想建设。高校党委必须充分认识到加强意识形态建设的重要性、必要性、紧迫性,“掌握思想领导是掌握一切领导的第一位”,抓实领导班子的思想政治建设,把意识形态建设摆在重要位置。端正对高校意识形态工作的认识,增强传播先进思想的能力,肩负起意识形态建设的神圣使命,把学习和研究马克思主义、培育和弘扬社会主义核心价值观、实现中华民族伟大复兴的中国梦作为学习和研究的核心。加强对各种社会思潮、思想的研判能力,大力弘扬宣传体现社会主义主流价值观的各种思想,坚决抵制各种错误思潮对高校的侵袭。

加强组织建设。高校要架构起意识形态工作领导体系,在坚持“党委统一领导,各部门协同参与”原则的指导下,充分调动各部门的积极性,明确高校中各级各部门在意识形态建设方面的责任和分工,制定出科学合理的考核标准,明确监督考核的主体,把意识形态建设纳入各部门考核的体系之中,明确标准,划分责任,对意识形态建设滞后的部门或者个人进行劝诫谈话,对涌现出的先进个人和集体进行表彰。高校党委宣传部门要充分发挥意识形态建设的中枢和纽带作用,切实提高组织和协调能力,加强对网络舆论、高校网站建设、文化宣传工作的引导。

### (二)注重实效,充分发挥思想政治理论课的主渠道主阵地作用

思想政治理论课在高校之中覆盖面广,学生的

认知度高,发挥着重要的作用。“高校思想政治理论课肩负着用马克思主义中国化的最新成果武装大学生,推动社会主义核心价值观建设,帮助大学生正确认识我国国情和改革发展稳定现实问题,促进大学生提高政治鉴别力和增强政治敏锐性,培养高素质人才的重要职责。”加强高校的意识形态建设,必须重视思政课的建设,使其发挥强大的育人功能。

要优化思想政治理论课的师资队伍。韩愈在《师说》一文中曾经指出,“师者,所以传道授业解惑也。”高校要筛选一批“科班出身,政治意识高,专业能力强”的教师担任思想政治理论课的教学工作。思想政治理论课教师必须具有坚定的政治立场,高尚的道德情操,不仅是学生专业知识上的老师,更应该是其知心朋友、人格导师。高校必须重视思政课师资建设,将其纳入学校建设发展的整体规划,进行相关配套建设,如设立专项资金,组织思想政治理论课教师集体备课、集体培训、参加挂职锻炼等活动,从人力、财力、物力上给予大力支持。

要创新思想政治理论课的教学方法。思政课要改变传统理论灌输和刻板说教的上课方式,积极与现代网络信息技术相结合,以学生喜闻乐见的形式进行教学,激发学生的兴趣点与学习动力。思想政治理论课教师要注意语言的转换,改变传统那种列纲举目、要求学生死记硬背的教学模式,克服教条主义的话语,转而采用现代流行、学生乐于接受的语言,把深奥复杂的内容展现出来;要充分借力现代网络技术,深刻把握学生善用、乐于运用网络的特点和优势,通过新型媒体把知识通过不同形式传授给学生,如采用qq、微信、微博等形式开展专题讨论、作业布置等活动,提高学生的兴趣。

### (三)紧随潮流,综合运用网络抢占舆论宣传阵地

网络在我们日常生活中的作用日益凸显,“互联网已成为思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器,我们要充分认识以互联网为代表的新兴媒体的社会影响力”。网络对高校的意识形态建设提出了巨大的挑战,我们要综合运用网络,主动建设、主动学习、主动参与,利用网络打赢意识形态建设这场战争,抢占舆论的先机。

我们要充分利用多层次的校园网络平台,加强校园网建设。在宣传内容上,要增加时事政治的内容,让大学生知晓国内外形势的变化,了解最新的政策方针。要增加中国传统文化宣传模块,中国传统

文化博大精深、源远流长,是中华民族几千年来智慧的结晶,我们一定要让大学生领悟其中的精髓,充分把意识形态教育与中国传统文化教育结合起来,借助中国传统文化的优势来开展意识形态教育。要增加马克思主义经典文献、经典理论、最新理论成果的内容,巩固马克思主义在意识形态方面正统的地位,以应对社会上出现的诸多对党的意识形态进行歪曲的现象,网站的内容必须保持马克思主义相关内容占有一定的比例;在宣传方式上,采取生动活泼、丰富多彩、喜闻乐见的方式宣传主流思想,比如通过漫画来宣传社会主义核心价值观,在网上通过有奖问答的形式进行知识竞赛,鼓励学生利用微信、qq等转发推送一些关于主流意识形态的知识,提高认知度;在宣传的效果上,制定宣传效果的具体考核标准,定期考核,定期进行跟踪调查,对宣传效果好的组织和部门进行表彰奖励,以确保宣传效果的最大化。

### 三、结语

总之,高校意识形态工作是一项长期而艰巨的工作,任重而道远,把握党对高校意识形态工作的领导权是此项工作的首要任务,这既是党中央以及各级党组织的工作,也是当前高校应承担的任务。因此,高校党委要坚持正确舆论导向,提高引导能力,壮大主流思想舆论,积极培育和践行社会主义核心价值观,牢牢掌握意识形态工作领导权和主导权,推进中国特色社会主义高等教育事业不断前进。

### 参考文献:

- [1] 刘延东.用中国特色社会主义理论体系武装大学生[N].中国教育报,2008-07-11(1).
- [2] 邱伟光,张耀灿.思想政治教育学原理[M].北京:高等教育出版社,1999.
- [3] 朱兆中.中国社会主义意识形态建设纵论[M].上海:上海人民出版社,2003.
- [4] 中共中央宣传部.习近平总书记系列重要讲话读本[M].北京:学习出版社、人民出版社,2014.
- [5] 俞吾今.意识形态论[M].北京:人民出版社,2009.
- [6] 黄传新.社会主义意识形态的吸引力和凝聚力研究[M].北京:学习出版社,2012.
- [7] 梅荣政,杨军.理论是非辨:用社会主义核心价值观引领多样化社会思潮[M].北京:中国社会科学出版社,2013.
- [8] 侯惠勤.马克思主义意识形态论[M].南京:南京大学出版社,2011.

(下转第72页)

# 高职院校专业教师与辅导员协同育人的方法初探<sup>\*</sup>

谢一冰,孙丕波,胡大见,马文辉

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

**摘要:**高职院校在校大学生由于招生方式的多样化,学生个体层次多、整体差异大,思想各异,保证每一位学生的全面成才有许多问题急需解决。在思想政治教育过程中,需要全校各个部门的协同配合,尤其是专业教师作为和学生接触较多的群体,其言传身教显得特别重要。本文主要从专业教师和辅导员在思想政治教育方面相互协同育人的角度进行研究。

**关键词:**高职院校;专业教师;辅导员;协同育人

**中图分类号:**G711 **文献标识码:**A

## 一、专业课教师与辅导员协同育人的意义

协同育人是指专业教师和辅导员在共同的教育目标引领下,在教育过程中积极发挥各自的资源、要素功能,通过有效的、完善的协同机制,共同开展对学生的思想政治教育。在传统观念中,高职院校学生的思想政治教育主要由思政老师和辅导员负责,由于思政老师要带很多班级,所以并不能深入了解学生的思想方面问题,仍然是以辅导员为主进行思想政治教育,但是辅导员和学生的师生比依然较低,辅导员不能很好的对每一个学生进行沟通与教育,学生一些棘手、专业方面的问题不能得到较为满意的解决方案。在辅导员人数及思想政治教育水平不能快速提高的前提下,可以利用专业教师与思想政治教育工作者进行协同育人,以班主任的形式加强学生的思想政治教育,借助与学生接触多这个优势,帮助学生在思想素质方面得到有效提升,提高学生的综合素质。在共同的育人目标引领下,专业课教师和辅导员在育人工作中存在实现内在契合的必要性。

(一)专业课教师与辅导员协同育人是加强高校思想政治教育工作的必然趋势

在建设高职院校思想政治教育新格局中,发掘多层次的协同教育是形成高职思想教育的关键。在平常的教学过程中,专业教师对大学生的思想政治教育出现了部分缺失。专业教师一般认为只

要将学生的专业课知识讲授清楚就万事大吉,而对学生的思想动态关心较少,不能很好进行合作育人。专业老师每周要给学生上课,和学生的接触会更加频繁,如果把所有给学生上课的专业教师合成一股合力,那么他们对学生的影响将远远超出辅导员。尤其是专业教师在讲授专业课时潜移默化地进行思想政治教育,对学生的影响将会更大。

(二)专业课教师与辅导员协同育人是保证高职学生全面发展的关键

高职院校学生的全面发展既要提升自身的身体素质、专业素养,更要提升思想政治素质。一个学生学习再好,如果没有过硬的思想政治素养,仍然是难以成才,思想道德较差,他所产生的负面影响更大。专业教师可以通过专业课程讲授、实践技能培训、第二课堂活动等方式对学生进行教育,增强学生的社会责任感、创新精神和实践能力,从而促进大学生实现全面发展。

(三)专业教师与辅导员协同育人能促进高校思想政治教育的优势互补

近年来,高职学生的思想政治觉悟有了一定的提高,但是仍有部分高职学生在一些具体的事件上还不能很好的把握,特别是对一些时政问题的看法过于偏激,有些学生会听信谣言。辅导员会在思想层面对学生进行教育,同时专业老师可以从专业角度进行讲解,引导学生正确看待问题,最后达到学生在某一热点问题上既学会了专业知识,也消除

\* 收稿日期:2017-05-02

基金项目:青岛酒店管理职业技术学院2016年度党建与思想政治教育研究专项课题

作者简介:谢一冰(1985-),男,黑龙江穆棱人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为电气工程及其自动化。

了谣言对其造成的影响。专业课教师与辅导员如能做到优势互补、共同合作,把教育工作做细做实,则会产生一加一大于二的效果。

## 二、专业课教师与辅导员协同育人面临的问题

### (一)专业教师在思想政治教育过程中的认识偏差

专业教师和辅导员在思想政治教育上存在沟通不畅等问题,主要由于大家对思想政治教育认识不同。专业教师在教学的过程中秉承完成相应的专业知识教学任务为主要职责,指导学生进行试验、实训为自己的工作重点,而学生在思想上、道德上的问题则与之无关。很多专业教师把专业课和思想政治教育课进行比较时,认为前者的地位远远大于后者。职业院校更加看重专业技能水平,而专业技能也更加容易出成绩,例如通过专业教学可以使得学生在参加大赛时获得较好成绩,但是长时间的思想教育也不见得会很快出成绩,这些都大大影响到思想政治教育在专业老师心目中的地位,进而导致重专业轻思想政治教育,甚至是只看专业不看思想政治教育。

### (二)协同育人协同不畅

专业教师与辅导员老师协同育人不够通畅,很多时候辅导员一种说法、专业老师又是一种说法,导致学生产生迷茫状况。对于学生就业,辅导员老师不能很好地根据学生的学习情况给出合理的建议,而专业老师在这一方面就专业得多,这部分内容有专业老师在课堂上潜移默化的对学生进行讲解,那么对学生会大有益处。而这些都是需要专业教师和辅导员、思政教师共同协同完成。

### (三)协同育人方法陈旧

专业教师和辅导员由于在协同育人上的不畅通及考核制度的约束,导致目前协同育人的方法陈旧,缺少新方法的研究,普遍缺少研究动力。部分高职院校会设置班主任一职,他们都是由专业教师担当,这种做法较为有效,但是如果划不清班主任和辅导员老师的职责分工,同时沟通不畅的话会带来不必要的麻烦和矛盾,这种做法更多的是建立在老师的自我修养上。高职院校让专业老师参与进学生的第二课堂,作为班主任考核指标中的一项,可以极大地增加学生第二课堂的针对性,使学生能够获得和本专业相关的知识,但是第二课堂很多内容仍然需要辅导员老师的支持,如果缺少协同合作,会让学生在第二课堂的开展中盲目追求专业性,而缺少文体活

动参与度。

## 三、提高专业课教师与辅导员协同育人的策略

### (一)增强教师协同育人意识

提高专业教师和辅导员的理论水平,增强协同育人的意识是高校思想政治教育工作能否顺利开展的关键。高职院校通过进行中国梦等各类爱国主义宣传教育活动,使得专业教师和辅导员的政治信仰更加坚定。增强自身对理论、政治和情感的认同,对阵地意识、责任意识、底线意识和政治意识的进一步强化,专业教师和辅导员的思想政治素养和育人能力就会大幅提高。专业教师和辅导员在自身素养提高的前提下,可以进行协同育人的讨论,创建一种协同育人的良好氛围,让教师协同育人的理念根深蒂固。自古以来,教师的职责要求多有变化,但传道、授业、解惑一直是对教师的基本要求。在社会迅速发展的今天,职业道德的教育和思想政治教育更应该成为高职院校教师的重要课题,让教师能够认识到教师不仅教书,更要育人。学校需要通过各种方式让专业教师意识到,思想政治教育不仅能做,而且还有其独特的优势。学校也要看到,专业课程中是有思想政治教育的,要充分利用专业教师在学生中的影响力开展思想政治教育,配合辅导员老师共同对学生进行潜移默化的教育,提升育人的效果。

### (二)切实提高协同育人实践能力

专业教师和辅导员老师的协同育人是一项系统且繁琐的工作,只有多个部门共同协作才能较好的进行。第一,学校层面要给与重要的支持,在学校的发展规划中,协同育人应该是其中重要一环,学校主要领导的重视程度直接决定协同育人的开展,决定基层党组织是否能积极有序的推进协同育人探究、实践。第二,相应的考核方式要随之配套,作为教师职业道德考核的重要一环,在职称晋升、优秀教师评选、奖金发放上重点考虑协同育人的优秀教师。学校要将协同育人的工作具体化,比如专业教师在作为班主任、第二课堂指导老师等方面需要做的具体内容,专业教师的言行举止、思想修养,以及如何在日常教学中进行思想政治教育等;同时积极搭建专业老师和辅导员的信息交流平台,例如定期召开研讨会、班会,定期的学生情况交流以及定期的心得分享。在考核过程中,要区分不同的情况进行定量与定性相结合的考核,在时间上发放日常考核与阶段考核,将考核结果及时反馈到教师的职称、评优上,充分调动教师的协同育人积极性。高职院校还可以

对专业教师进行相应的补贴,鼓励专业教师参加各类思想政治教育的研讨,评选先进个人,组织在协同育人方面做得好的老师进行汇报,以榜样的力量促进学校协同育人工作的开展,形成良好的氛围。

### (三)改善协同育人方法

在专业教师、辅导员的协同育人过程中,要对运行机制进行有效的探索,将原有好的方法发扬光大。例如可以让专业教师作为高职院校学生的班主任老师,负责学生的第二课堂,根据专业特点开展理想信念教育、文明考试考风教育等。同时,如果专业教师能在日常的专业教学过程中将思想政治教育融入其中,也会产生较好的效果。例如,以专业发展方向为切入点,理实结合,抓住学生对专业课的学习热情,以各类职业技能比赛为支点,提高学生的专业技能水平,以学生创业就业为基本点,坚定学生学习的信心,这些正好可以和辅导员的工作相辅相成。网络新媒体在开展思想政治的协同教育上也有很多可用之处,可以建设与思想政治教育和专业课相融合的资源平台,让专业老师可以轻松获得学生的思想、生活动态,让辅导员老师可以及时掌握学生的学习情

况、第二课堂情况,学生也可在平台上和老师互动,及时沟通,搭建“桥梁”。

协同育人的关键在于专业课教师与辅导员、思政教师的协同育人理念要清晰,实践性要强,考核制度要跟上,需要教师们在教学工作中积极地探索、总结,清楚作为一名高职教师的责任与使命,以及在高职教育中的重要性,开动脑筋,勇于尝试,为学生成长成才作出应有的贡献。

### 参考文献:

- [1] 崔磊,毛江鸿,葛晓丹.高校青年专业教师在人才培养中担任班导师工作的实践研究[J].当代教育理论与实践,2016(1):95-97.
- [2] 罗薇薇.专业教师与思想政治教育工作者协同育人机制研究[J].亚太教育,2026(9):295.
- [3] 乔丽娟.高职院校“学工教学”协同育人的实践探索[J].黑龙江教育(高教研究与评估),2016(5):87-88.
- [4] 陈赞,徐虎雄,黄芳,等.“班导师+辅导员”育人机制实践探索[J].高等理科教育,2014(2):57-60.
- [5] 肖慧.高校辅导员与思政课教师协同育人的实践与思考[J].学校党建与思想教育,2015(21):70-71.

## A probe into the Methods of Cultivating Talents by Coordinating Professional Teachers and College Counselors in Higher Vocational Education

XIE Yibing, SUN Pibo, HU Dajian, MA Wenhui

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** Due to the diversity of the enrollment mode, the differences of the individual students and their different ideas, there exist many problems need solving to ensure the overall success of the students. The coordination of all the departments in colleges, especially the participation of the professional teachers, the most frequent contact group with the students, should be involved in the teaching process of ideological and political education. This article conducts a study of the ideological and political education from the perspective of coordinating the role of professional teachers and college counselors.

**Key words:** vocational colleges; professional teachers; college counselors; coordinated education

(责任编辑:魏有广)



# 基于六何分析法的高职院校教学质量评价模式探析\*

高琳

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

**摘要:**近几年我国高等职业教育飞速发展,为区域经济及社会发展培养了大批高素质技术技能型人才。但同时我国高职教育也面临着各种挑战,尤其是在培养技能型人才过程中,教学质量起着关键作用,提高高职院校的教学质量成为每个高职院校的重要内容。其中,教学质量的评价在教学活动中起了非常关键的作用。本文试图在研究高职院校人才培养特点的基础上,找到有效的教学质量评价模式,从而更好地发挥教学质量评价的作用。

**关键词:**六何分析法;高职院校;教学质量;评价

**中图分类号:**G710 **文献标识码:**A

2014年,国务院下发关于《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》,里面指出要创新发展高等职业教育,这为高职院校的发展迎来了春天,如何培养服务区域发展的技术技能人才,成为高职院校的重要内容,而作为基础的教学工作其质量对于高职院校起到关键作用,如何更好地提高教学质量可以有效实现技能型人才培养的目标,如何建立完善的适合于高职院校特点的教学质量评价体系对于高职院校的发展有着重要作用。

## 一、高职院校教学质量评价的基本原则

### (一)多元评价主体参与原则

教学工作不仅仅是教师学生双方的事情,培养社会需要的技能型人才是高校的最终目的,所以教学质量的评价不应仅局限于学生或教学督导的评价主体,应构建基于学生、教学督导人员、教师、教学管理人员、企业员工,甚至政府主管教育部门的人员等多元教学评价主体的教学质量评价体系。

### (二)发展性评价原则

教学质量评价不仅仅是对教师一定期间内容教学工作的评价认定,更重要的是帮助教师发现他们在教学活动中存在的不足方面,更好的提高教学能力,所以在教学质量评价中应坚持发展性原则,加强与教师交流,更加关注教师在教学质量评价中的进步与提升。

### (三)针对性原则

不同类别的课程教学内容及方法有各自的特点,所以在制定评价标准的过冲中,应结合课程特点制定相应的评价指标,其中,理论课程强调知识传授质量的评价,实践课程强调技能的教学及效果的评价。

### (四)信息化原则

教学质量评价涉及的内容比较多,要充分发挥教学质量评价的作用,必须要全面收集教学活动中的相关数据,不论是数据的收集汇总还是分析判断,借助互联网及大数据等手段既全面的收集了信息又有效的节约了时间,通过建立教学质量评价体系统,提高评价的效率以及提升评价的实效性。

## 二、高职院校教学质量评价存在的问题

### (一)教学质量监控主体不全面

高职院校的监控主体比较简单,一般都是由教务处负责教学质量评价工作,少数院校设有专门的教学督导处进行工作,其他相关部门基本上不参与教学质量评价。另外,学生对于教学质量的评价并未引起高职院校的重视,很多教师和各二级院部教学管理人员对于教学质量意识淡漠,对于教学质量评价结果不够重视。基于以上原因,很多院校教学质量评价不够全面,很多形同虚设。

### (二)教学质量监控范围比较狭窄

目前高职院校很多教学质量评价的内容相对比较简单,仅仅局限于学生上课出勤情况、教师课堂授

\* 收稿日期:2017-05-03

基金项目:青岛酒店管理职业技术学院 2016 年度科研基金项目

作者简介:高琳(1988-),女,山东济南人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为会计。

课情况等,对于教学授课内容的实用性、企业行业对于教学的指导等方面并未涉及,对于教师对于教学内容的设置,教学活动的情况及教材选用等内容并未有效评价。特别是对于实践性教学环节的监控力度还有所欠缺。另外教学质量评价主要针对于在校学生,对于毕业学生并未形成质量动态跟踪监控体系。

### (三)监控和评价体系还未系统化

现阶段大部分高职院校虽都建立教学质量评价体系,但实际上教学质量评价并未涵盖所有教学环节,并未形成有机整体,待需要更加全面、系统、科学。另外,教学质量评价体系还不健全,存在反馈不及时、责任不明确等问题,未能发挥教学质量评价的作用,不利于更好的指导教学工作。

### (四)教学质量评价不尽完善

新常态下,高职院校与本科院校的定位、人才培养等方面有了明显的区别,但是目前很多高职院校的教学质量评价体系仍然借鉴本科院校的模式,并未结合高职教学特色,建立一套符合高职院校的教学质量评价体系。在评价过程中,大多数高职院校仅局限于学校内部的自我评价,并未与政府、企业形成有效的评价体系,第三方评价未真正发挥作用。

### (五)教学质量评价反馈和跟踪改进欠缺

现阶段大部分高职院校并未形成有效的教学质量评价反馈和跟踪改进体系,只是简单对于教师通过等级进行评定,并未针对每一位教师提出具体教学过程中存在的问题,后续也未有有效的措施进行跟踪。在实际工作中,教学质量评价工作还存在很多问题,分析处理问题的周期一般比较长,长效动态跟踪机制不完善,无法有效做到提前预警,不能发挥教学质量评价的作用。

上述问题影响高职院校教学质量评价体系的作用,只有完善评价体系才能有效保证教学质量,提高高职院校的教学水平。

## 三、基于六何分析法的高职院校教学质量评价模式

六何分析法是一种全新的思维方式,加入与教学质量评价有关的多元主体,并利用互联网建立信息系统,对数据进行实时收集分析,进行综合评价,构建高职院校教学质量评价模式。六何分析法也叫5W1H分析法,起源于美国。1948年,著名学者拉斯韦尔根据当时的具体情况提出了“5W分析法”,后经在具体工作中的实践不断更新,慢慢总结出一

套成熟的“5W1H”模式,也即原因(Why)、对象(What)、场所(Where)、时间(When)、人员(Who)、方式(How)等六个方面。六何分析法最初应用于企业管理中,实际上对于高校教学质量评价也有所帮助,利用六何分析法可以结合高职院校教学质量评价的目的,全面考虑影响教学质量的内在因素,建立完善的教学质量评价体系,更好地发挥教学质量评价的作用,具体构成要素如下:

### (一)原因(Why):评价目的

高校的三大职能教学、科研、服务,而其中教学是基础。作为培养技能型人才的高职院校更是将教学放在极为重要的地位。人才培养是高职院校的基本任务和主要工作,在人才培养的过程中,教学工作始终处于核心环节,教学质量的好坏决定了院校的实力,是其生存和发展的重要支撑。加强教学质量,并对教学质量进行有效评价,可以保证教学质量,提高教师教学能力,加强学生的专业技能。所以教学质量评价是高职院校必须重视且认真落实的工作之一。

### (二)对象(What):评价指标及其体系

如何评价教学质量的优劣,是发挥教学质量评价作用的重要方面,不同类型的高职院校其人才培养方向、规格虽有不同,但是对于人才培养的目标是一致的,那就是培养社会需要的技能型人才,应受用人单位欢迎,适应区域经济发展的专业人才。目前教学质量评价主要集中在对于授课教师授课计划及教案的编写、课堂授课内容、教学效果等最基础教学环节,并未充分结合企业对于用人需求及毕业生毕业之后对于工作岗位的胜任情况等内容,应在当期基本教学环节的基础上,结合政府、企业等利益相关者对于学生的要求,形成一个完整的教学质量评价体系

### (三)场所(Where):评价环节

即确定教学质量评价的具体哪些教学过程。不同类型的课程如何合理评价其教学质量,和教学评价环节非常有关,高职院校应该根据不同课程类型制定不同的教学评价环节,对于理论基础课程应侧重课堂教学授课效果,而对于实训类课程,不能仅仅局限于课堂教学环节,还应重点评价学生们对于实际操作的掌握,应具体区分基础训练课程和实际操作课程,将学生在实习阶段的表现也融入教学质量评价中。

### (四)时间(When):评价节点

即教学质量评价的期间。确定为一学期还是一

学年,要根据教师授课课程性质正确确定,关联性较大的课程可以进行整体评价。另外评价过程中如何选择评价时点也很重要,不仅仅在学期末进行教学质量评价,还应将这一过程贯穿在教学活动的始终。

#### (五)人员(Who):评价主体和客体

教学质量评价主体也就是解决“谁来评”的问题。校内可设立单独的教学督导机构,进行教学评价,但其机构成员可以由专人人员和兼职人员构成,应包含分管教学的院长、专任的教学督导人员,二级学院兼任的教学督导人员,还应聘请政府、企业、学生家长等利益相关者代表以合适的方式参与到教学质量评价中,才能全面反映教学质量。

教学质量评价评价客体也就是解决“评什么”的问题。不同类型的教师应明确评定的方式和内容,不能一概而论,所以一般评定的客体可以分为:专职教师、校内行政兼课教师、校外兼课教师三类。

#### (六)方式(How):工作流程

完善的教学质量评价工作流程应包括几部分,在制定完善的教学质量评价制度下,首先收集数据,在借助相关软件生成初步结果后,将结果反馈给被评价者,对于被评价者存在的问题应以指明并帮助其改进,后续还应进行跟踪评价,二次评价。

### 四、基于六何分析法的高职院校教学质量评价模式的策略选择

#### (一)建立多维度高职教育教学质量评价观念

培养社会需要的技能型人才是高职院校的最终目的,所以应以市场和企业的需要的人才作为办学的基础,树立多元评价的教学质量管理思路,不能闭门造车,应根据不同专业就业情况与高职院校办学特色紧密相结合,树立“以人为本”的教学质量观,让行业企业参与教学质量评价,并参考各个行业职业资格认定标准,构建全面的人才培养过程评价信息库,将学生的职业道德、技术技能水平和就业创业能力融入评价体系,注重学生成长过程性评价,同时跟踪毕业生就业情况,及时调整教学质量评价的内容,真正发挥教学质量评价的作用,提高人才培养和行业需求的吻合度。

#### (二)构建基于利益相关者评价指标体系

高职院校与本科院校有本质区别,职业教育更具有“包容性”与“开放性”,是政府、企业、学校等各方相互融合的共同体,教学质量评价中应融入政府、社会、企业甚至是家长的评价,积极联合行业企业参

与到教学质量评价体系指标的制定过程中,并参与教学质量评价过程。另外在教学质量评价体系指标设定中,除了基础的教学环节评价之外,应融入学生的发展指标,不仅仅追踪学生在校期间学业完成的情况,更应关注学生就业后发展情况。

#### (三)建立多维度数据采集和全面分析的信息化平台

随着信息化的发展,“互联网+”改变了传统的思维模式,高职教学质量评价也应充分利用信息化平台,改变传统纸质填写、人工统计分析数据等方式,建立基于互联网的质量管理平台,进行信息采集、数据分析、建立实时动态监控,预警机制,实时反馈结果,建立完善的教学质量评价系统,使教学质量评价的方面更加全面,结果更加准确。利用互联网还有助于政府、企业参与教学质量评价,根据社会经济发展情况和企业用人需求的变化及时调整教学质量评价的方面,建立全面的教学质量评价体系。

#### (四)融入师德师风考评监督环节

教师的师德师风也是教学质量评价的重要方面,应在教学评价体系中融入师德师风监督体系,建立个人自评、学生测评、同事互评、单位考评等多种形式的师德师风考评体系,构建学校、教师、学生、家长和社会多方参与的师德师风监督体系,有效保证教学质量。

质量学院的生存和发展的生命线,提高教学质量是高职院校工作的永恒主题。六何分析法为高职院校教学质量评价提供了很好的思路,结合高职院校人才培养目标可以建立完善教学质量评价体系,对于教学质量起到重要作用。

### 参考文献:

- [1] 黄利文. 基于六何分析法的高职院校教学质量评价模式探析[J]. 江苏高教, 2016(5): 152-155.
- [2] 李乾. 高职院校教师教学质量评价体系构建探究[J]. 教育教学论坛, 2016(23): 230-231.
- [3] 孙晓玲. 高职院校教学质量评价现状分析及对策[J]. 教书育人(高教论坛), 2015(9): 34-35.
- [4] 曹玉平. 高职院校教学教学质量评价系统研究[J]. 职教论坛, 2013(11): 35-38.
- [5] 张小雷. 运用5W1H分析法改进高职课堂教学设计研究[J]. 中外企业家, 2014(15): 176.
- [6] 周丹. 高职院校教学质量保证体系的构建与完善[J]. 产业与科技论坛, 2015(11): 234-235.

## A Probe into the Teaching Quality Evaluation Model of Higher Vocational Colleges Based on the 5W1H Analysis Method

GAO Lin

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** As the rapid development of higher vocational education in recent years, it has cultivated large numbers of high quality technical talents for the regional economic development of our country. However, the higher vocational educational are facing various challenges. Teaching quality plays a crucial role in the process of cultivating technical talents. The improvement of teaching quality became the core task of higher vocational colleges. The evaluation of teaching quality plays an important role in teaching activity. Based on the research of the characteristic of the talents cultivation in higher vocational college, this paper tries to figure out a effective mode for the teaching quality evaluation, so as to make good use of the function of the teaching quality evaluation.

**Key words:** 5W1H analysis method; higher vocational colleges; teaching quality; evaluation

(责任编辑:魏有广)

~~~~~  
(上接第 65 页)

## Research on the Approach of Strengthening the Party's Leadership in Ideological Work in Colleges and Universities

WANG Zhifei

(Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100, China)

**Abstract:** The ideological work of colleges and universities is an important part of Party's ideological work. The ideological work is facing serious challenge, in which field showing certain tendencies, such as the diversification of the ideology, the networking of the influence of public opinion, the in-depth of the Western influence and the exposure of the utilitarianism. The Party's leadership and initiative of ideological work should be strengthened through the approaches of improving the comprehensive steering ability of Party Committee, developing the ideological courses, applying the internet field to strengthen the ideological guidance.

**Key words:** colleges and universities; ideology; leadership

(责任编辑:魏有广)