

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】

- 论旅游文明与公民道德 孙天胜,孙腾婧(1)
- 我国遗产旅游研究进展与启示 王庆生,于沐仔,吕 婷(6)
- 中国旅游城市品牌价值提升之挑战及对策研究 王 翔,朱丽男,董志文(12)
- 青岛市旅行社业人力资源现状调研与专业发展研究 刘迎华(17)
- 我国沙漠探险旅游发展现状及其开发策略 谢建宏(23)
- 传统海洋意象与海洋旅游伦理架构 全国花(26)

【经济·管理】

- 基于内在结构分析的营销风险传导机制与形成机理研究 李 键(29)
- 神秘顾客法在企业服务质量管理中的应用研究 黄 静(33)
- 养老金入市对其个人账户缺口影响的实证分析 孙圣涵(39)
- 影响港口物流产业集群竞争力的因素分析 吴健妮(43)

【教育·教学】

信息化背景下思政课专题化教学改革研究 李 瑶,刘 刚,郭玉娟(46)

高职院校酒店管理专业《食品营养与卫生》课程改革探析 倪荣彪,胡勇兵,刘红燕(50)

高职院校《配送作业管理》实践教学方案设计 蔺 贇(53)

基于 CDIO 模式的《电子商务与网络营销实务》课程教学改革研究 刘 焱,彭 霞(56)

高职院校大学生失恋异常心理分析及调适方法研究 孙祥来(62)

心理健康视野下大学生职业生涯辅导体系的构建分析 李翔龙,王静文(66)

【信息·技术】

基于方波高频信号注入的 PMSM 无传感器控制 马媛媛(69)

Contents

- On the Tourism Civilization and the Civic Virtues SUN Tiansheng, SUN Tengjing(1)
- On the Progress and Inspiration of Heritage Tourism in China
..... WANG Qingsheng, YU Muzi, LV Ting(6)
- The Challenge and Countermeasure Research to Promote the Brand Value of
China Tourism City WANG Xiang, ZHU Linan, DONG Zhiwen(12)
- Research on the Human Resources Status Quo Investigation and Program Development of
Travel Agency Industry in Qingdao LIU Yinghua(17)
- The Present Situation and Development Strategy of the Desert Adventure Tourism in China
..... XIE Jianhong(23)
- Traditional Ocean Imagery and Marine Tourism Ethical Framework QUAN Guohua(26)
- Research on the Marketing Risk Transmission and Formation Mechanism Based on
Internal Structure Analysis LI Jian(29)
- Application Research on Mystery Customer Method in Service Quality Management
..... HUANG Jing(33)
- Empirical Analysis of the Influence of the Pension Funds into the Capital Market on the
Personal Account Gap SUN Shenghan(39)
- Factors Influencing the Competitiveness of Port Logistics Industry Cluster WU Jianni(43)
- Research on the Reform of Teaching Methods of Ideological and Political Theory Course
under the Background of Informatization LI Yao, LIU Gang, GUO Yujuan(46)
- A Probe into the Course Reform of *Food Nutrition and Hygiene* in the Hotel Management
Program in Higher Vocational Colleges NI Rongbiao, HU Yongbing, LIU Hongyan(50)
- Design of Practice Teaching Scheme of *Distribution Operation Management* in Higher
Vocational College LIN Yun(53)
- CDIO Based Teaching Reform Research on the Course of *E-commerce and Internet Marketing Practice*
..... LIU Yan, PENG Xia(56)
- Research on the Abnormal Psychological Analysis and Adjustment Method for Love
Failed Students in Higher Vocational Colleges SUN Xianglai(62)
- Construction Analysis of Career Guidance System for College Students in the Perspective of
Mental Health LI Xianglong, WANG Jingwen(66)
- Square Wave Signal Injection Based PMSM Sensorless Rotor Position Estimation ... MA Yuanyuan(69)

旅游·酒店

论旅游文明与公民道德^{*}

孙天胜,孙腾婧

(江苏师范大学,江苏徐州 221116)

摘要:在大众旅游时代的今天,旅游活动中的不文明行为日益凸显,国内的相关报道早已见诸报端,而中国游客在国外的不文明行为也早已为舆论所诟病,业已严重损毁了我国五千年文明古国的道德形象。旅游行为的不文明固然反映了公民道德的缺失,但其背后也暴露了学校思想品德教育的严重缺陷,而官场贪腐也让民众失却了良好的道德榜样。对此,既要现代教育方式予以积极改进,还应通过消除官场腐败等途径形成良好的社会道德氛围。

关键词:旅游文明;公民道德;道德重构

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

我国旅游业发展三十多年来,公民参与国内旅游、出国(境)旅游的规模也越来越大,2014年城乡居民年人均出游4.5次,公民出境旅游已经超过1亿人次。旅游业的快速发展,促进了国内第三产业的迅猛提升,也促进了国际间的文化交流。但与此同时,不管是在国内旅游点还是在海外旅游区,到处可见旅游者随地吐痰、乱扔废物、不自觉排队、大声喧哗等现象,因而中国公民在旅游活动中的不文明行为在国内屡遭诟病,在国际上也受到了舆论的大量谴责。旅游本应是和平的使者和友谊的桥梁,但不文明的旅游行为却加深了旅游者与目的地居民之间的隔阂与矛盾,影响到了五千年文明古国的道德形象。有关旅游者的责任和义务的问题国内很少有人研究,我们认为,这一问题亟待引起全社会的关注。

一、旅游、旅游者与公民

旅游,从哲学角度来看,是指人们以消遣、审美、求知等为主要目的,到日常生活环境之外的地方旅行和逗留的各种愉悦体验。旅游世界是不同于日常生活世界的一个崭新世界,旅游世界总是与生活世界的一种暂时的隔离,所以我们可以说,旅游者是游离出日常生活之外的人,是脱离了正常生活轨迹的

人。在漫长的人类历史时期,旅游是达官贵人的专利,现在则已成为现代公民的一种生活方式。

“公民”一词源于古希腊的雅典。在我国,汉语中原本没有“公民”一词,直到辛亥革命前后才由西方传入。因为在漫长的封建社会,中国没有“公民”而只有“臣民”,臣民即“草民”、“贱民”,没有独立的人格与地位,没有自觉的向文明进化的超越性的追求。虽然现代教育已推行多年,但真正的公民意识还没有在民众中完全建立起来,这是造成中西方之间公民意识差异的主要原因,也是现代中国人在旅游活动中缺乏“公民意识”的根源所在。

一个人出门旅游之后,他就成了“旅游者”,旅游者就应该有旅游者的社会责任,这份责任在相关《条例》中皆表述为“义务”。现有能见到的说法一般比较笼统。如旅游者应当遵守法律、法规和社会公德,尊重旅游地的民族风俗习惯及宗教信仰,保护旅游资源、生态环境,爱护旅游设施,遵守旅游秩序和安全、卫生管理规定,履行旅游合同约定的义务,尊重旅游从业人员,与经营者发生纠纷时,应当依法维护权益,不能擅自滞留旅游客运运输工具或者经营场所。除了上述法规层面的义务之外,作为一个现代社会的公民,还应该有更高层次的道德要求。所谓旅游文明,是指在整个旅游产业中,所有的参与者都能遵

^{*} 收稿日期:2016-05-17

作者简介:孙天胜(1956-),山东枣庄人,江苏师范大学旅游研究所所长、历史文化与旅游学院教授,主要从事文化旅游的教学和研究工作。

守基本的道德规范。这些参与者主要是指旅游的主体——旅游者,同时也包括旅游经营者。旅游文明行为来源于公民日常道德修养的积淀,是公民道德在其旅游行为中的外化。

早在2005年,根据世界旅游组织预测,中国出境人数到2010年将达5000万人次。当时国家旅游局认为,如此众多的中国公民出境旅游,应把中华文明传播到世界各地。于是,2006年10月,就连同中央文明办一起发布了《中国公民出境旅游文明行为指南》、《中国公民国内旅游文明行为公约》。其实,这些指南和公约,距离一个文明社会对旅游者的要求还有一定的差距。而更高标准的文明要求,是每一个现代旅游者所应主动践行的。但目前国内的旅游学界对此却极少涉及,反映了当代中国旅游学术研究中社会责任的缺失。

二、旅游不文明行为的具体表现

游客不文明的行为表现广泛,它主要是指旅游者在旅游活动过程中表现的介于适当行为与违法、犯罪行为之间的,对旅游地资源、环境、居民、其他游客甚至自身造成不良影响的行为。随地吐痰、乱扔垃圾、在路边长椅上脱鞋脱袜、违章露营、违规拍照、在公共场所大声喧哗、举止不当,不尊重旅游目的地的风俗习惯,凡此等等,都属于旅游不文明行为的表现。早在2002年,香港《亚洲周刊》就针对内地游客不文明行为发表了一篇题为《中国游客的“七宗罪”》的文章,谴责了中国内地游客“脏、吵、抢、粗、俗、窘、泼”的“七大罪状”。2006年,在舆论对各类不文明行为的一片谴责声中,中央文明办、国家旅游局出台了《中国公民出境旅游文明行为指南》和《中国公民国内旅游文明行为公约》,试图据此约束中国公民的旅游不文明行为。但《指南》和《公约》出台已经多年了,中国游客不文明行为的报道却有增无减。2007年11月,一群内地游客在纽约华尔街著名的公牛铜雕塑前做出种种不文明举动,令当地人摇头围观看热闹;2009年3月,江苏一名游客在台湾北海岸野柳地质公园的岩壁上,刻下“中国常州赵根大”字样,受到台湾媒体的激烈谴责;2013年5月,南京某中学学生把“到此一游”刻在埃及卢克索神庙上,引起了轩然大波;2013年7月,一群中国游客只为拍婚纱照抢位置而在普罗旺斯薰衣草田大打出手;2014年12月,两名中国游客在飞机上肆意撒泼,侮辱泰国

空姐,导致航班中途折返;等等。

三、游客不文明行为的根源分析

(一)文明与道德的关系

文明是人类进步的标尺。每一个个体生命的文明行为,成就了一个社会的文明形态。文明是与野蛮相对应的,人类从荒蛮中走出,一步步走向更高级的文明,这是人类告别动物性走向人性的必由之路。进入现代社会之后,文明还应是每个公民自觉的行为,不待他人监督,无需舆论夸赞,它是一种心底自律的行为,是公民对道德自我期许的结果,是公民对道德发自内心去追求的人生境界。从日常生活中公交车上的让座、公共场所的排队、不随地吐痰、不乱扔废物,到主动关掉他人忘记关掉的水龙头、关掉天亮了还在发光的照明灯,再到他人遇困时的挺身救助,都是现代文明人所理应自觉担当的社会义务。而道德水准能够在最大程度上折射出这个民族的文明程度。

道德的崇高境界是“博爱”,也即墨子所谓“兼爱”,儒家的“泛爱众”。爱没有圈子,没有范围,普施天下,惠及万方,广及万千大众。现在的生态伦理更是爱及天地万物,就像冯友兰先生所说的人生境界的天地境界。对此,现在多数人一时还做不到,但却应该成为整个人类追求的目标。但在我们的传统文化中,爱是有圈子的,自我一父母兄弟姊妹一家族一村社……越远越淡,这样的文化基因,还深深地存在于我们的文化血液中。这些年提倡弘扬传统文化,有人便以为所有传统的东西都是精华,都需要去弘扬,这显然是一种精神迂腐的表现。任何一个国家或民族的传统文化,往往都是精华与糟粕并存的,如果一味全面弘扬,无疑会使一些沉滓泛起,尤其是人的亲疏远近的圈层观念,因其根深蒂固,反倒更需要假以时日、坚持不懈地去渐渐打破。当今公民旅游出行中的不文明,显然是圈层观念在旅游中的表现:许多人下意识的观念是,在没有亲人、熟人的环境中,没有人来约束自己,在道德上我是可以放纵自己的。这种传统文化中的糟粕,值得我们时时警惕。文明是外在的,道德是它的内涵,文明的进步是以人类道德的提升为前提的。没有万千大众道德水平的提升,所谓文明只能是一句空话。

(二)我国公民道德弱化的主要原因

深究中国游客旅游不文明行为产生的原因,归

根结底还在于我国公民整体道德素质偏低。2014年9月15日,国家主席习近平在访问马尔代夫时对中国驻马大使王福康说:“我们的公民到海外旅游要讲文明,矿泉水瓶不要乱扔,不要去破坏人家的珊瑚礁……”一个被称作“礼仪之邦”的文明大国,居然还要国家领导人来公开教育国民要文明出游,充分说明我国公民的道德素质的状况堪忧。那么问题的关键在哪儿呢?

首先,传统伦理道德中的圈层观念绵延久远。虽然中国有着五千多年的文明史,中国人也以“彬彬有礼”而著称于世,但古代中国社会的伦理道德是以血缘关系为纽带建立起来的,这种道德是以个人为中心,依据血缘的“差序格局”来处理道德关系的。因为中国乡土社会以宗法群体为本位,人与人之间的关系,是以亲属关系为主轴的网络关系,是一种差序格局。在差序格局下,每个人都以自己为中心结成网络。这就好像把一块石头扔到湖水里,以这个石头(个人)为中心点,在四周形成一圈一圈的波纹,波纹的远近可以标示社会关系的亲疏。从自我,到父母兄弟姊妹,再到家族,然后是村社……越远越淡,人的亲疏远近的圈层观念,几千年来根深蒂固。当今公民旅游出行中的不文明行为,显然是圈层观念在旅游中的表现。

其次,道德重建仍然没有完成。明清时期,“礼”对中国社会发展的桎梏作用日益显露,反对的呼声也渐渐响起。晚清以来,受西潮冲击,传统解体,诸种道德礼仪也随之远去。“五四运动”摧毁了中国传统文化“四旧”的同时,新礼教、新道德、新思想、新文化却没能得到重建;20世纪六七十年代,中国大陆又经历了“文革”的冲击,“讲卫生”是资产阶级情调,“守秩序”是缺乏革命精神,道德文化领域几乎成了真空。与此同时,旧有的价值观根深蒂固。几千年的封建社会,留下了一些不符合现代社会文明标准的道德观念,依然被不少现代人因袭遵循。比如,古代的英雄,个个说话都是声若洪钟,传统生活中觉得这样的人才豪爽,有英雄气概。文革中几乎人人都会背诵“革命不是请客吃饭,不是做文章,不是绘画绣花,不能那样雅致,那样从容不迫,文质彬彬,那样温良恭俭让……”。领袖的话千钧重,于是越来越多的人就慢慢养成了大大咧咧、随随便便的习惯,效仿这种所谓的英雄气概。中国公民多喜欢在公共场合高调喧嚷,大声喧哗,不能不说与此有着密切的关系。

再者,几十年的道德教育脱离实际。多少年来,我国教育中问题最多的就是德育。从幼儿园和小学开始,我们就教育孩子从小要树立共产主义远大理想,为解放全人类而奋斗终身,但对日常生活中的如何做人、如何做事、如何待人接物、如何与社会打交道等都付之阙如,只字不提。结果是培养出了一大批道德上的伪君子,一大批“精致的利己主义者”,培养出了许多口头上一套一套的瞻之甚高,但在行为上却一塌糊涂践之甚低的小人。北京大学前党委书记任彦申在接受《南方周末》记者采访时说:“对学生的思想政治教育,中国是用的时间最长,开设课程最多,投入精力、物力、人力最多的一个国家,但是我们效果并不是非常理想!”任彦申之言其实是有所保留的,实际情形岂止“不是非常理想”,简直就是“非常不理想”。现在我国的大学教育中,政治类课程占比甚高,例如在师范院校的教学计划中,思想政治品德类的课程,课时数几乎占到学生总课时数的四分之一到三分之一,这在全世界恐怕都是极为罕见的。而最具讽刺意味的是,这么多的政治课,又在多大程度上滴入学生的心田,成就了学生的道德人格?反倒是许多这方面优秀的毕业生,走上领导岗位后其行为却反倒背道而驰,走向了道德的反面。对这一问题,今天我们应该给予足够的重视和深刻的反思,如果坐视不见,将来又怎能保证不会旧戏重演?对此当然不能期望毕其功于一役,但又要狠抓不放,持之以恒,首先从幼儿园抓起,从最起码的做人的道德教起,先让我们的孩子踏踏实实做一个合格的现代公民。

还有,官场的道德败坏是社会道德水平下降的重要原因。近年中央反腐让我们看到,一些官员在台上宣讲道德头头是道,背后却以权谋私、生活腐化堕落,这些腐败分子一步步走来,什么时候在外场上不是一副道德君子的形象?而背地里净做些男盗女娼的勾当,渐渐形成了一种双重人格。当其行径被查处后,大家就对官员的道德水准整体上失望。这种官德的败坏对民心冲击极大,它让人们普遍感到,社会管理者和精英都不讲道德,凭什么要求我们讲道德?总觉得他们做什么事都对自己不公平,担心自己利益受损。有此心态,又怎会积极参与政府倡导的社会道德建设呢。

最后,公民缺乏自我管理和约束的能力。长久以来,社会对个人的“掌控”太多了。由于传统文化

对人的约束和管制,国人往往形成了一种被人管束的心态。小时候在家有父母的管教,上学后在学校有师长的管控,工作了在单位则有领导的管理,而从来就没有自我对自我的精神管束,自己对自己渴望做一个现代文明人的道德超越。这样一来,旅行在外,眼前没有了父母的千叮万嘱咐,没有了师长的耳提面命,没有了领导的督促检查,眼前都是陌生的面孔,于是人性中丑陋、卑劣的一面自然就暴露无疑,各种不文明、不道德的行为也就顺理成章了。恰如在传统社会中普遍存在的“离乡作恶,回家为善”的文化现象。这“恶”未必是多大的罪,这“善”也未必是多大的德,它主要是指人们的道德修养在“生人”和“熟人”社会中的不同表现。于是,不管是在国内旅游点还是在海外旅游区,到处可见衣冠楚楚的旅游者在那里不自觉排队、大声喧哗、随地吐痰、乱扔废物。且不说一般大众,就连一些受过高等教育的硕士、博士,乃至教授、博导,他们在公共场所的不文明之状好像都匪夷所思,其实皆根源于自律的放松,这种退向野蛮的行径,无疑是对现代文明的拒斥和不屑,亟待引起全社会的反思。

四、中国游客公民道德之重构

我国自古以来便被称为“礼仪之邦”,有着许多的优良传统和美好德行,但随着时代的发展,有些道德观念的弊端也逐渐显露出来。故此,当务之急就是要对中国公民的道德观念进行重构。

(一)道德重构首要在教育

在公民的道德重构中,教育有着不可推卸的责任。比如在我们中国,传统的应试教育方式的弊端逐渐显现。从幼儿园起就教育孩子要好好学习,只要学习成绩能上去,家长几乎不让孩子做任何家务,自己累死也心甘情愿,而对孩子作为将来社会公民的基本做人品德,却认为无足轻重。云南大学马加爵杀人案、清华大学刘海洋硫酸泼黑熊一案、复旦研究生林森浩投毒案,无不与我国学校道德教育的缺陷直接相关。

多少年来,我们大中小学的道德教育脱离实际生活,教学内容空洞,学生能把课本上的道德规范背得滚瓜烂熟,但却未必去践行。学校的道德教育只去注重所谓正面引导,而对社会上存在的道德问题采取回避态度,很少涉及。中小學生很难通过理论学习去分析社会道德现状、辨别不道德行为。当他

们走向社会时却发现,社会道德生活不但与教科书中讲的有差别,而且很多人也没按照书上说的那样去做。这反过来会让他们对所学的道德知识发生怀疑,自觉或不自觉地降低对自己的道德要求,慢慢就形成一种双重人格。当前我国学校的道德教育方式亟需改革,应该让孩子在道德场景中去认识道德,让学生了解当下社会道德领域存在的真实问题,增强他们的社会责任感,告诉他们这些问题产生的原因及其危害,提高他们辨别善恶是非的能力。

提高公民道德水平,首先应优化道德教育的内容。我国的道德理论主要来自儒家伦理思想,主要致力于个人的道德人格的形成与完善,但缺失了对现代公民社会文明行为的培养。就我国传统道德理论的具体内容而言,应取其精华,去其糟粕。如五常的“仁、义、礼、智、信”等道德体系可以保留,而“三纲”则需抛弃。其次,应根据不同人群、不同年龄层次制定不同的道德教育计划,合理设置道德教育的内容,有针对性地进行教育。特别是针对儿童,从小先不要为他们讲共产主义远大理想,而应教育他们先做人,再做事,从小养成良好的生活习惯和健全的现代人格。针对已经有了一定道德观念的青少年,则重在提高其道德认知水平,及时纠正错误的道德观念,如此假以时日,公民旅游中的不文明行为将会日趋减少。

(二)道德重构需要制度规范

道德建设必须要从建立健全制度规范开始。个人道德的形成和发展渐次经历他律、自律和他律与自律统一的三个阶段。虽然良好的道德行为习惯来自个人的内在修养,但就目前中国公民的道德素质现状来看,还需要外在力量的约束。通过外界的约束力量来引导公民进行自律,从而使公民能够切实遵守道德规范。

政府应制定相关惩戒制度,对不遵守道德规范的公民进行惩罚,从而对公众提出警示,达到预防失德行为发生的目的。针对旅游活动过程中“屡教不改”,触及法律边缘的公民,应给予罚款或限制出境等处罚。

(三)道德重构重在官员垂范

榜样的力量不是无穷的。解放六十多年来,我们总是宣称“榜样的力量是无穷的”,于是在各行各业树立了许多的榜样。如果说最初还起到一些积极作用的话,那么后来的负作用则越来越大:大家眼见

着那么多的领导树立了榜样自己不学,而是让人民大众去学,自己在那里道德败坏,贪污腐化,这种宣传又怎能不适得其反?其实说到底,任何一个社会,如果一级级官员都廉洁奉公,下层的民众又如何会道德低下?对此若不作深刻反省,反倒要求亿万民众都讲诚信讲道德,要求千万旅游者出门都讲文明,岂非天大的笑话?所以官员应当成为公民的道德楷模。要止住社会道德的恶化,固然需要全体民众的共同努力,但特别要着力的是抑制官德败坏,因为领导干部在道德重构过程中具有重要的价值导向作用。“官德毁则民德降,官德隆而民德昌”。因此,在道德实践过程中,领导干部应用行动做好表率。在工作、生活中,应不断锤炼自己的意志品格、校正自己的人生坐标,通过不断的学习来提高思想道德水平,形成高尚的情操,以人格魅力赢得群众爱戴和支持。

五、结语

综上所述,公民旅游不文明行为的根源,一是传统伦理道德中的圈层观念绵延久远;二是道德重建依然没有完成;三是几十年的道德教育脱离现实;四是官场的道德败坏让民心失衡;五是公民自我管理和约束能力的缺失。而从全社会来看,社会分配不公、公民权力丧失、干群关系失和、生活缺乏自尊都是问题的病根。道德重构首要在教育,其次是需要制度规范,还需要官员的率先垂范。对此,我们既需

要从传统文化中寻找药方,又应从西方文化中寻求借鉴。一方面,政府要让民众活得有尊严;另一方面,要倡导儒家的修身理念;再一方面,提倡久违的贵族精神。官员率先垂范,媒体多方参与,教育切合实际,假以时日,一个世界旅游强国的形象自会出现在世界面前。

参考文献:

- [1] 中国旅游报编辑部. 2014年十大旅游新闻[N]. 中国旅游报, 2015-01-02(03).
- [2] 曹诗图. 哲学视野中的旅游研究[M]. 北京: 学苑出版社, 2013.
- [3] 山东旅游政务网. 山东省旅游条例[EB/OL]. [2009-05-12]. <http://www.sdta.gov.cn/zcfg/zcfg-hybz/newInfo/114a0c6e-c6f8-442d-bb84-5a0f543b3d3a.html>.
- [4] 胡传东. 旅游者道德弱化行为的推拉因素与形成机制[J]. 重庆师范大学学报, 2008(5): 96-100.
- [5] 彭刚. 文明转型与道德重建[J]. 人民论坛, 2011(2): 32-35.
- [6] 何一帆. 公民出境旅游文明素质亟待提升[J]. 政研要报, 2013(10): 33-35.
- [7] 夏赞才. 论旅游道德建设[J]. 道德与文明, 2005(5): 11-15.
- [8] 向楠. 伦理学家孙春晨: 我反对将见死不救行为立法论罪[N]. 中国青年报, 2011-10-27(07).

On the Tourism Civilization and the Civic Virtues

SUN Tiansheng, SUN Tengjing

(Jiangsu Normal University, Xuzhou 221116, China)

Abstract: Under the circumstances of mass tourism, the uncivilized behavior of the tourists has become a protruding problem involved in the tourist activities. The related news reports from home and abroad has been spotted on mass media and the uncivilized behavior of Chinese tourists overseas are broadly criticized, which severely damaged the moral image of our five-thousand year civilized country. The uncivilized tourists' behavior certainly reflects the missing of the citizen morality. However, the deficiency of school moral education is greatly exposed to the society and the officialdom corruption makes a lost of moral model. Therefore, the ways of modern education should be actively improved and the good social moral atmosphere should also be created by eliminating the officialdom corruption.

Key words: tourism civilization; citizen morality; morality reconstruction

(责任编辑:魏有广)

我国遗产旅游研究进展与启示*

王庆生,于沐仔,吕 婷

(天津商业大学商学院,天津 300134)

摘要:近年来,遗产旅游逐渐成为研究热点,尤其是与我国供给侧结构性改革相适应,伴随着“全域旅游”、“互联网+”和“旅游+”等新理念的提出,对遗产地旅游开发及其管理创新提出了更高要求。本文基于国内遗产旅游开发领域最新研究文献及实践,初步提出了我国遗产旅游发展思路。对国内文献的研究,主要基于中国期刊全文数据库文献,以“遗产旅游”为主题进行检索,选取2011年1月到2016年4月中文核心期刊和CSSCI来源期刊文献,共274篇,并选取其中的部分代表文献进行典型分析。最后,结合国内外遗产旅游研究进展与经验,初步提出了规范我国遗产旅游开发的相关对策和建议。

关键词:世界遗产;遗产旅游;进展;启示;中国

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、引言

本文认为的遗产旅游的前提和基础是基于《保护世界文化和自然遗产公约》^①(简称《世界遗产公约》,下同。)规定的世界遗产及其概念体系,不仅包括列入《世界遗产名录》的世界文化遗产、世界自然遗产、世界自然与文化混合遗产和世界口头和非物质遗产,还包括虽然没有列入上述名录,但具备较大遗产保护价值和潜力的各类人类遗产。世界遗产集合了人类的智慧和人类杰作,是人们所向往去探访的地方和体验,遗产旅游也因此应运而生。遗产旅游地以其丰富的自然资源和文化内涵来满足人们对外部世界探求,进而满足人们回归自然、回归历史的愿望。我国自1985年12月12日加入《世界遗产公约》的缔约国行列以来,截至2015年7月,经联合国教科文组织审核被批准列入《世界遗产名录》的中国世界遗产共有48项,其中世界文化遗产34项、世界文化与自然双重遗产4项、世界自然遗产10项,世界遗产名录国家排名第二,仅次于拥有51项世界遗产的意大利。随着人们生活水平的提高,对遗产

旅游的需求也日益提高。这就使得遗产旅游逐渐成为旅游研究的热点,尤其是在国家面临供给侧结构性改革以及“旅游+”、“互联网+”的大环境下,为遗产旅游的研究提出了一系列新的课题和关注。

关于遗产旅游的概念界定,国外学者更倾向于遗产的旅游产品属性及旅游者的体验感受。莫西卡多(Moscardo,2001)认为,遗产旅游是由旅游者与资源之间的交互作用而产生的一种经历。米歇尔(Micheal,2002)则强调,遗产旅游不应该被看作是一种任意性的行为,而应该把它看作是一种社会心理的需要。与上述类似,鲍瑞尔等人(Poria et al,2001)认为,遗产旅游是一种旅游者对特殊地点的感觉而产生的现象。

我国学者更倾向于将遗产旅游的认识看做一种保护性开发。如吴必虎(2002)通过对中国遗产地分布与需求的研究,认为将世界遗产开发为当地主要的旅游产品是一种必然的选择,是一种政策性博弈结果。刘庆余等(2005)认为,遗产旅游是以遗产资源(目前主要是世界级遗产)为旅游吸引物,到遗产所在地去欣赏遗产景观,体验遗产文化氛围的一种

* 收稿日期:2016-06-05

基金项目:国家自然科学基金面上项目“区域旅游产业可持续发展管理创新研究”(71373174)

作者简介:王庆生(1963-),男,河南偃师人,天津商业大学商学院副院长,教授,博士,硕士研究生导师,主要研究方向为旅游规划与开发。

①1972年11月16日,联合国教科文组织大会第17届会议在巴黎通过了《保护世界文化和自然遗产公约》(Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage)。

特定形式的旅游活动,使旅游者获得一种文化上的体验。罗佳明(2004)从概念内涵上分析了遗产旅游与一般旅游的区别,指出,遗产是历史保存下来的,不是为旅游者而建的;遗产旅游仅仅是实现遗产价值的一种形式,而不是全部;遗产旅游是一种高品位的回归自然和历史的旅游。考虑到世界遗产项目的特殊重要性,邓明艳(2005)专门对世界遗产旅游进行了界定,认为世界遗产旅游是以世界遗产为吸引物,到遗产地去欣赏世界遗产的景色、体验或学习世界遗产文化的旅游活动。王镜(2011)也认为,遗产旅游概念的内涵是旅游者从事遗产的观赏、审美、体验、学习和愉悦等旅游体验活动,这些旅游体验活动与遗产文化有关,是对遗产文化价值和内涵的体验。黄亮(2006)则认为,遗产旅游应该是指关注我们所继承的,一切能够反映这种继承的物质与现象——从历史建筑到艺术工艺、优美的风景等的一种旅游活动。

我国学者对遗产旅游的研究成果丰富,近年来遗产旅游也成为我国旅游学科研究的热门论题之一。冷志明等对遗产旅游相关研究进行综述,述评了 1987—2008 年国内遗产旅游的研究成果;邹统钎等对国内外遗产旅游相关研究进行综述。本文基于国内已有研究文献,试图承接邹统钎等的研究成果,采用文献分析法,大致从研究成果的时间分布、研究类型、研究议题、演化规律等方面,进一步梳理国内遗产旅游研究的新进展,以期对遗产旅游未来的研究有所裨益。

本文以中国期刊全文数据库文献为基础,以“遗产旅游”为主题进行检索,选取了中文核心期刊和 CSSCI 来源期刊中的文献,对 2011 年 1 月到 2016 年 4 月的 274 篇文章进行了梳理,其中 2011 年 63 篇,2012 年 59 篇,2013 年 47 篇,2014 年 52 篇,2015 年 45 篇,2016 年 8 篇。本文依据上述文献成果,初步对我国遗产旅游研究与实践新进展进行了梳理。

二、国内遗产旅游研究文献走势

国内遗产旅游研究起始于 1986 年,2000 年之后开始得到广泛关注,研究文献数量保持上升趋势,2011 年遗产旅游研究达到一个高潮,研究文献数量 63 篇,占总数的 23%。2012 年到 2015 年虽然研究

文献数量有所下降,但总体上呈上升趋势(图 1)。根据图中曲线的变化特征,可将中国遗产旅游的发展研究分为两个阶段:1986—2005 年为第一阶段,这一时期的文献数量较少,只有 27 篇,占总数的 10%;2006—2015 年为第二阶段,这一时期的文献数量显著增加,达到 247 篇,占总数的 90%。

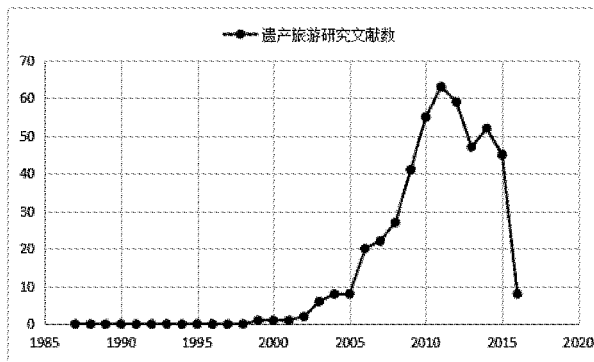


图 1 1985 年至 2016 年遗产旅游研究文献数量线形图

从遗产旅游的遗产类型看,按照《保护世界文化和自然遗产公约》,狭义的世界遗产分为三类:“世界文化遗产”、“世界自然遗产”和“世界文化与自然遗产”。中国世界遗产共有 48 项,其中世界文化遗产 34 项(占遗产总数的 71%)、世界自然遗产 10 项(占遗产总数的 21%)、世界文化与自然遗产 4 项(占遗产总数的 8%)。其中世界遗产文献数量 38 篇(除去非物质文化遗产和工业遗产),占总数的 14%;世界文化遗产文献数量 43 篇(除去非物质文化遗产),占总数的 16%;世界自然遗产文献数量 8 篇,占总数的 3%;世界文化与自然遗产 1 篇,占总数的 0.4%。

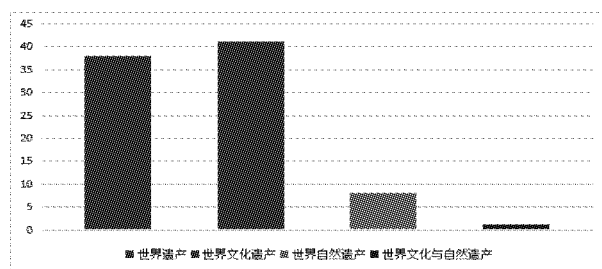


图 2 遗产旅游研究文献的遗产类型分布

在遗产旅游研究内容的分类方面,邹统钎将其分为四类:概念体系、真实性与完整性、保护与管理、遗产解说。冷志明等将遗产旅游的研究内容分为四类,分别是:世界遗产地旅游的内涵研究、世界遗产地价值研究、世界遗产地旅游开发研究、世界遗产地

旅游营销研究。郭海龙将遗产旅游的研究内容划分为5种一级分类和8种二级分类,一级分类包括遗产旅游基本理论研究(遗产旅游的概念、遗产旅游的环境影响)、遗产旅游地研究(遗产地的旅游资源及其保护利用研究、遗产地旅游生命周期研究、遗产真实性问题研究、可持续发展与科学发展观研究)、遗产旅游管理研究(经营管理模式及体制研究、利益主体研究)、遗产旅游者体验研究、遗产旅游解说系统的研究。

综合考虑国内遗产旅游研究进展,尤其是在国家提出供给侧结构性改革以及在旅游业方面提出的“全域旅游”与“旅游+”等新理念的引导下,本文将遗产旅游研究内容划分为8大类:遗产旅游的原真性研究、遗产旅游可持续发展研究、遗产旅游的保护与利用研究、遗产旅游的开发研究、遗产旅游地居民价值认同与社区参与研究、遗产旅游管理研究、遗产旅游者研究、遗产旅游解说系统研究。

本文根据以上8个类型,以2011—2016年4月的中文核心期刊和CSSCI来源期刊文献作为研究数据,并进行了梳理和对比分析,以期准确把握我国遗产旅游研究方向的变化趋势。图3表明,在对遗产旅游的保护与利用、遗产旅游的开发、遗产旅游者方面的研究呈下降趋势,在对遗产旅游的管理研究方面呈现上升的趋势,在遗产旅游的可持续发展、遗产旅游地居民的研究方面保持稳定水平。

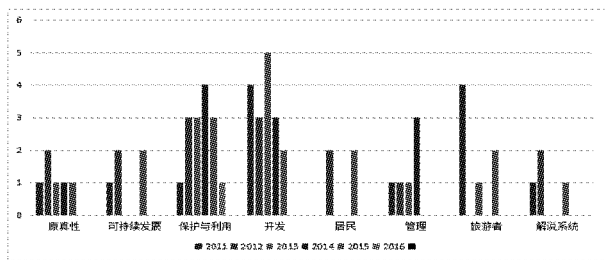


图3 核心期刊和CSSCI各类文献数量变化

三、我国遗产旅游研究进展

(一) 遗产旅游原真性研究

郎玉屏(2012)通过探讨旅游视角下世界遗产的本真性及其价值,认为在旅游语境下,应该强调的是通过遗产本真性价值展现给旅游者而提供真实性体验。陈亨尔等(2012)基于旅游真实性学说并借鉴数学集合思想,构建文化遗产旅游客体真实性与主体真实性的集合式关系。张金玲(2011)从文化遗产旅

游角度,认为在原真性的追求上,遗产管理者与旅游管理者应努力作好遗产的保护、展示和解说工作。闫红霞(2013)认为遗产旅游体验“原真性”构建需要通过四种途径来进行,即引导媒介对遗产地进行积极的和真实的“原真性”构建、重视解说系统的建设、增强遗产地居民的文化认同、对世界遗产的“原真性”进行旅游开发。

(二) 遗产旅游可持续发展研究

陈玲玲等(2011)以北京明十三陵为研究对象,提出应从控制旅游人数、合理规划、整体性保护、多元式开发等策略着手,以进一步推动明十三陵世界文化遗产地的可持续发展。唐晓云(2012)从遗产的本质出发,在分析当前遗产旅游开发弊端的基础上,提出了基于工具理性和价值理性均衡的遗产旅游发展思路。桂榕(2015)研究提出了民族文化遗产旅游利用与保护的主要模式,即旅游空间原地生产、旅游空间本地生产、旅游空间异地生产三类;指出,每一类空间生产模式也可涵盖诸多类型,本地旅游空间生产模式类型的文化遗产保护利用正效应最为突出,而实现了遗产旅游的持续保护与利用,就会实现遗产旅游的可持续发展。

(三) 遗产旅游地的保护与利用研究

孙九霞(2012)认为,旅游能够成为遗产地文化保护和发展的多赢平台,但遗产旅游的发展和地方文化的保护必须建立在全面的社区参与基础之上。吴兴帜(2012)提出从文化生态理念来进行遗产保护,主要是用生态的多元性、系统性、原生性等生态系统自身发展规律特点作为认知、理解、保护与传承遗产的认识论,强调在全球化、现代化过程中,人们在消费遗产的时候,要充分考虑到遗产的主体性、多样性、整体性与原真性。潘运伟等(2014)认为,中国世界遗产面临的首要威胁因素是旅游发展压力,管理问题、城市发展压力、水利工程建设等也较为突出,并提出了中国世界遗产保护建议,即明确遗产旅游价值取向,加强高峰期游客管理,控制旅游设施建设规模;提升管理水平与管理能力,探索世界遗产管理的新体系、新思路;妥善处理好城市发展对世界文化遗产的保护压力,积极预防极端自然灾害的破坏;严格控制世界自然遗产地内的道路建设、水利工程建设等。田彩云(2016)重点对北京“三山”、“五园”(三山是指万寿山、香山和玉泉山;五园包括清漪园,

即颐和园,以及静宜园、静明园,另外还有附近的畅春园和圆明园)的保护与发展进行了研究,提出了相应对策,即多途径推进历史文化资源转化为旅游资源,着力打造特色主题旅游产品,加快旅游商品的研发和推广,以旅游环境优化促进历史风貌保护和以项目活动促进区域影响力提升。

(四) 遗产旅游开发研究

邵佳等(2011)以武陵源世界自然遗产地为例,研究提出了世界遗产旅游的开发对策,这些对策包括,纠正对遗产的认识偏差,实现遗产保护与旅游开发协调发展;坚定差异化旅游开发策略,重塑旅游核心竞争力;重视民族特色文化的保护与开发,提升遗产的文化价值。宋立中等(2012)研究提出了复合型文化遗产旅游产品开发的一般路径,即在空间布局上,应突出其规模化;在产品结构上要强调其组合化、系列化;在文化内涵的挖掘上,应加强遗产解说和展示的理念和技术创新;在文化再生产上,应注重旅游场所及其产品的真实性、体验性、娱乐性等要素的配置;在文化景观的塑造上,应注意其形意统一、文化与自然元素的相互融合。王纯阳(2013)在文献研究和专家调查的基础上,构建村落遗产地政府主导开发模式评价指标体系,以开平碉楼与村落为例,采用多层次模糊综合评判法,对村落遗产地政府主导开发模式进行定量评价。姚宏等(2015)以莫高窟景区为例,基于游客感知,提出遗产地景区差异化开发策略,即从展示分区差异化、价值挖掘差异化和产品分层差异化三方面满足游客的差异化需求,从而实现旅游资源的升级开发,促进文化遗产景区的可持续发展。

(五) 遗产地居民研究

对遗产地居民的研究,可以分为遗产地居民的价值认同和社区参与两个方面。在价值认同方面,林晓桃(2015)从我国遗产旅游地价值认同角度,研究了遗产旅游地价值认同的影响因素,并从组织行为学角度揭示其价值认同影响机制,即由宏观、中观和微观三个层面影响因素共同作用构成的复杂循环反馈体系。孙九霞等(2015)则从遗产地居民地方认同角度,研究了开平碉楼及村落的旅游开发问题,研究发现,遗产申报和维护使碉楼被硬性确立为地方的象征,具有高度符号化的特点;“碉乡”形象在居民地方认同中的展开并不完整;“碉乡”在历史延续中

存在着多重割裂;“碉乡”的空间边界既明确又封闭。

在社区参与方面,苏明明(2012)通过研究发现,我国世界遗产地社区居民在遗产旅游规划和管理的过程中很少享有真正的决策权,也缺乏对规划管理内容的了解。因此,政府和遗产地管理机构可以通过构建多维度的社区参与机制,加强与社区的信息交流,优化遗产旅游对社区的影响,保障社区的利益,从而推动遗产地社区和旅游的共同可持续发展。张园园等(2013)通过研究发现,社区居民参与旅游活动普遍呈现为一种单向过程和边缘境地,因此对社区居民权利保障机制、保障形式的多学科交叉研究是目前不容忽视的课题。

(六) 遗产旅游管理研究

孙克勤(2011)研究指出,我国的世界自然遗产地管理方面存在的问题主要有管理体制、地质灾害、生态危机、旅游开发、经济建设、经费匮乏、遗产教育和学术研究滞后等方面,并提出了相关保护对策,包括管理体制、遗产保护、遗产教育、保护基金、遗产旅游的建立和实施。尹立军(2012)从经济学和旅游学视角,对文化遗产经济和文化遗产旅游研究进行了梳理和评述,指出要运用动态和发展的眼光来进行文化遗产管理。胡北明等(2012)从“公地悲剧”和“反公地悲剧”的视角,运用博弈论的分析方法对遗产旅游地管理体制提出建议。邹统轩(2013)则从遗产旅游资源的角度,得出以下结论:我国遗产旅游资源大致经历了一个由松散管理向规范化管理转变、由传统经营向多样化经营转变的历程;目前存在的问题主要是多头指导与属地管理导致的冲突,过度企业化经营产生的问题及遗产管理目标与管理者政府考核机制的不一致;管理体制改革的目標需是公益导向的;改革的障碍主要为遗产地居民过多与财政抽血机制;改革的方向需从多头交叉管理向一体分类管理转变;改革的路径为分级改革与政府考核制度改革。

(七) 遗产旅游者研究

对遗产旅游者的研究,可以分为旅游者旅游动机和游客满意度两个方面。在旅游者动机方面,董亮(2011)通过对九寨沟、峨眉山和青城山三个世界遗产地旅游者的问卷调查,从遗产地旅游者旅游动机的要素和维度、旅游动机各要素之间的相关性、旅游者特征和旅游者了解遗产地景区的信息渠道对旅

旅游者动机展开分析。谭申等(2011)通过研究近十年境外文化遗产旅游者的旅游动机,从中为我国文化遗产旅游研究提供借鉴。在游客满意度方面,蔡彩云等(2011)以典型民居类世界遗产地福建永定土楼为例,从游客满意的视角出发,构建土楼游客满意度评价指标体系,采用IPA法与问卷调查法,评价福建永定土楼游客满意度。董雪旺等(2015)以 Lancaster 的特性理论和消费技术理论为基础,提出了旅游消费技术的概念和理论体系,并以西湖和江郎山为案例地,试图证明游客的旅游消费技术与其体验满意度之间的正相关关系,进而将遗产旅游的经济效益、社会责任和人民满意三个战略目标统一起来。

(八) 遗产旅游解说系统研究

罗颖(2011)以安阳废墟文化遗产为研究对象,提出未来安阳殷墟景区应进行科学系统的理念规划和形象设计解说系统空间布局规划和分级解说服务系统规划,并注重对游客心理和行为的研究。乌永志(2012)建议文化遗产旅游景区制定针对国际旅游者消费特点的双语解说规划;旅游规划和翻译学术界应重视旅游双语解说规划和翻译的研究;翻译者在具备双语、双文化翻译能力的同时,还应该了解旅游解说和信息创作的跨学科知识。郭凌等(2015)基于扎根理论,以文化遗产都江堰为研究对象,指出解说系统要以游客感知为导向,要与游客管理紧密结合,要把软硬设施建设相统一。

四、结论与启示

(一) 重视理论方法探索

在遗产旅游的理论研究方面,应借鉴国外的优秀成果,拓宽现有理论研究的广度和深度,并在结合我国遗产实践的基础上进行理论创新。在研究方法的运用上,要通过定性与定量相结合的方法,加强对数据的收集和处理,提高分析的科学性。同时,可以结合生态学、社会学和人类学等学科参与到遗产旅游的研究中。

(二) 加强对旅游者的研究

加强对旅游者动机、行为、旅游偏好等方面的研究,从而可以更好地推动遗产旅游。首先随着供给侧结构性改革的提出,更呼吁遗产旅游地管理者要提升服务质量,提供有效供给。其次,管理者可以实践全域旅游的概念,将遗产旅游地的资源进行整合,不仅

可以满足旅游者全方位的旅游需求,也可以带动相关产业的发展。第三,管理者应注重游客的体验,增加遗产旅游的体验项目,真正让游客参与其中。

(三) 重视网络营销研究

随着“互联网+”概念的提出,“互联网+旅游”也成为时下的一种流行趋势。世界遗产景区也可以通过景区官网和手机 App 等渠道进行营销活动,同时也可以借助时下流行的真人秀等电视节目,对遗产旅游地进行宣传。通过优化网络营销方式,能让旅游者被节目中的旅游地所吸引,并对其有更直观的印象,更想到旅游地进行实地体验。

(四) 深化遗产教育研究

近年来,频繁出现中国游客在国外旅游过程中的一些不文明现象。而中国游客在本国的遗产地旅游时,也经常会出现破坏世界遗产的现象。因此,针对旅游者的遗产教育问题迫在眉睫。应加强监管制止破坏遗产的行为,并通过制定相关法律法规规范旅游者的行为,对触犯规则的旅游者给予严厉处罚,从而提高旅游者对遗产的保护意识。

参考文献:

- [1] 郎玉屏. 旅游语境下世界遗产本真性价值解读及展现[J]. 西南民族大学学报, 2012(6): 132-136.
- [2] 陈享尔, 蔡建明. 旅游客体真实性与主体真实性集合式关系探讨——以文化遗产故宫为例[J]. 人文地理, 2012(4): 153-160.
- [3] 张金玲. 遗产管理与旅游视角中的原真性——兼论浙南海防遗址蒲壮所城的保护性开发[J]. 四川师范大学学报, 2011, 38(2): 51-57.
- [4] 闫红霞. 遗产旅游“原真性”体验的路径构建[J]. 河南社会科学, 2013, 21(10): 55-57.
- [5] 谭申, 宋立中, 周胜林. 近十年境外文化遗产地游客动机研究述评[J]. 旅游论坛, 2011, 4(2): 17-23.
- [6] 董亮. 遗产地旅游者旅游动机差异的成因分析——以九寨沟、峨眉山和青城山三个世界遗产地为例[J]. 旅游科学, 2011, 25(2): 47-57.
- [7] 邹统钎, 金川, 王晓梅. 中国遗产旅游资源管理体制的历史演变、问题及改革路径研究[J]. 资源科学, 2013, 35(12): 2325-2333.
- [8] 胡北明, 雷蓉. “反公地悲剧”与我国遗产旅游地管理体制改革[J]. 商业研究, 2012(2): 183-188.
- [9] 孙克勤. 中国的世界自然遗产战略管理研究[J]. 中国人口·资源与环境, 2011, 21(3): 547-550.

- [10] 尹立军. 基于经济学和旅游学视角的文化遗产管理研究评述[J]. 商业时代, 2012(30):144-145.
- [11] 林晓桃. 我国遗产旅游地的价值认同及其影响机制[J]. 社会科学家, 2015(5):89-93.
- [12] 孙久霞, 周一. 遗产旅游地居民的地方认同——“碉乡”符号、记忆与空间[J]. 地理研究, 2015, 34(12):2381-2394.
- [13] 张园园, 路紫. 文物旅游地/遗产旅游地社区居民权利保障研究综述[J]. 地域研究与开发, 2013, 32(3):61-71.
- [14] 苏明明. 世界遗产地旅游发展与社区参与[J]. 旅游学刊, 2012, 27(5):9-10.
- [15] 邓明艳. 世界遗产旅游与社区协调发展研究[J]. 社会科学家, 2004(4):107-110.
- [16] 刘庆余, 王乃昂, 张立明, 李钢. 中国遗产资源的保护与发展[J]. 中国软科学, 2005(6):31-36.
- [17] 王镜. 基于问卷调查的遗产旅游体验研究[J]. 技术经济与管理研究, 2011(4):90-94.
- [18] 吴必虎, 李咪咪, 黄国平. 中国世界遗产地保护与旅游需求关系[J]. 地理研究, 2002, 21(5):617-626.
- [19] Moscardo, G. Mindful Visitors: Heritage and tourism [J]. Annals of Tourism Research, 1996, 23(2):376-397.
- [20] Poria, Y, Bultner, R & Airey, D. The Core of Heritage Tourism [J]. Annals of Tourism Research, 2003, 30(1):238-254.
- [21] 冷志明, 张铁生. 我国世界遗产地的旅游研究进展及展望[J]. 人文地理, 2009(6):111-115.
- [22] 郭海龙. 中国遗产旅游研究进展探讨[J]. 现代商贸工业, 2013(12):5-7.
- [23] 黄亮. 近十年国外遗产旅游研究述评[J]. 安徽商贸职业技术学院学报, 2006, 5(3):28-31.
- [24] 邓明艳. 世界遗产旅游基本问题研究[J]. 东山师范学院学报, 2005(10):97-99.
- [25] Micheal S. Simons. Aboriginal Heritage Art and Moral Rights[J]. Annals of Tourism Research, 2000, 27(2):412-431.
- [26] 罗佳明. 中国世界遗产管理体系研究[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004.
- [27] 蔡彩云, 骆培聪, 唐承财, 张究玉. 基于IPA法的民居类世界遗产地游客满意度评价——以福建永定土楼为例[J]. 资源科学, 2011, 33(7):1374-1381.
- [28] 董雪旺, 成升魁. 基于旅游消费技术的世界遗产地旅游体验满意度研究——以西湖和江郎山为例[J]. 资源科学, 2015, 37(8):1578-1587.
- [29] 郭凌, 王志章. 基于扎根理论的世界遗产地旅游解说系统游客感知研究[J]. 学术论坛, 2015(9):104-108.
- [30] 罗颖. 世界遗产地旅游解说系统规划与构建研究——基于安阳殷墟的调查数据[J]. 地域研究与开发, 2011, 30(4):104-107.
- [31] 乌永志. 文化遗产旅游解说与翻译: 评述与启示[J]. 地域研究与开发, 2012, 31(3):93-97.
- [32] 陈玲玲, 霍斯佳, 范文静. 世界文化遗产地可持续发展研究——以北京明十三陵为例[J]. 资源开发与市场, 2011, 27(3):228-231.
- [33] 唐晓云. 工具理性与价值理性的平衡: 遗产旅游的可持续发展之路[J]. 社会科学家, 2012(10):83-86.
- [34] 桂榕. 重建“旅游—生活空间”: 文化旅游背景下民族文化遗产可持续保护利用研究[J]. 思想战线, 2015, 41(1):106-111.
- [35] 宋立中, 谭申. 复合型文化遗产旅游产品开发路径分析——以福建马尾船政文化为例[J]. 旅游学刊, 2012, 27(10):93-101.
- [36] 姚宏, 李晓英. 基于游客感知的世界文化遗产地差异化开发——以敦煌莫高窟为例[J]. 资源开发与市场, 2015, 31(10):1254-1258.
- [37] 邵佳, 冷志明. 世界遗产价值分析与旅游开发对策研究——以武陵源自然遗产为例[J]. 资源开发与市场, 2011, 27(2):178-180.
- [38] 王纯阳. 村落遗产地政府主导开发模式的多层次模糊综合评价——以开平碉楼与村落为例[J]. 数学的实践与认识, 2013, 43(2):95-107.
- [39] 田彩云. 旅游引领三山五园文化保护与发展的对策研究[J]. 北京联合大学学报, 2016, 14(1):60-66.
- [40] 孙九霞. 旅游: 世界文化遗产保护与发展的多赢平台[J]. 中国旅游发展笔谈, 2012, 27(6):5-6.
- [41] 潘运伟, 杨明, 刘海龙. 濒危世界遗产威胁因素分析与世界遗产保护对策[J]. 人文地理, 2014(1):26-34.
- [42] 吴兴帜. 文化遗产保护的生态学视角[J]. 西南民族大学学报, 2012(1):30-34.

(下转第22页)

中国旅游城市品牌价值提升之挑战及对策研究^{*}

王翔¹,朱丽男¹,董志文²

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

摘要:旅游城市的核心价值即品牌价值是吸引旅游者的根本因素,品牌价值的提升将会给旅游城市产业转型带来新的机遇。同时,旅游城市品牌价值的提升面临着道德层面、旅游审美、信息技术、未来发展、利益相关者及评估方法等多方面的挑战,城市管理者必须尊重传统文化、完善设计管理、丰富在线社区、保证品牌承诺、分享领导权力及运用整合方法来应对上述挑战,以保障旅游城市持续健康发展。

关键词:旅游城市;品牌价值;提升;挑战;对策

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

当前,我国旅游业迅猛发展,旅游城市品牌效应逐步显现,品牌效应带来的影响力、集聚力和辐射力让城市管理者看到了产业调整的新契机,众多旅游城市开始不惜重金打造城市品牌,种种标新立异的品牌形象宣传络绎不绝。城市品牌的精确定位和宣传推广被认为是提升城市旅游竞争力的关键,这种观点把旅游城市空间维度的存在和物理形态的延续作为重点,但忽略了城市自身的功能、形态以及内在价值,尤其是“人”这个主体对城市的主观感受。旅游城市的核心价值才是吸引旅游者的根本因素,这个核心价值即旅游城市的品牌价值。面对城市空间和资源与现实需求的矛盾,中国旅游城市的发展必须由规模导向向价值导向转变。旅游城市只有重视自身品牌价值的提升,用品牌价值的理念去指导城市的发展、思路创新及资源的优化配置,才能真正提升城市旅游质量、旅游相关产业以及市民生活品质,促进城市经济持续健康发展。

一、国内外旅游城市品牌价值的研究现状

(一)国内研究现状

我国旅游城市品牌价值的研究还处于初级阶段,相关研究主要借鉴城市品牌价值和目的地品牌价值理论,归纳为以下几个方面:

1. 产品和产业的角度

研究者从产品和产业品牌价值的角度出发,借助已经比较成熟的产品和产业品牌价值理论,认为

旅游城市品牌价值和普通产品或产业品牌价值具有相似性,旅游城市品牌价值是当地产品品牌或产业品牌价值的综合体现,是众多企业品牌价值精华的浓缩与提炼,是当地所有品牌企业和品牌产品形成的知名度和美誉度的总和。

2. 城市资产的角度

研究者把旅游城市资产价值作为旅游城市品牌价值的内在核心。一个旅游城市的品牌价值即该城市特有的资产价值,主要指城市专有的自然环境、社会经济、城市人口、传统文化等有形或无形的资源,城市资源是城市发展潜力大小的重要保障,是城市核心价值的物质基础及区分城市特质的关键因素,因此被认为是旅游城市品牌价值的根源。

3. 品牌塑造的角度

研究者认为,旅游城市品牌与城市名片之间既有区别又有联系,二者相辅相成。旅游城市品牌是指被广大民众充分认同的代表某种特殊意义的能够展示城市传统文化、资源特质以及社会经济等因素的总称。旅游城市品牌不是城市诞生之初就有,而是城市发展过程中各种内部组织之间相互作用的结果。科学的营销和悉心的打造赋予了城市品牌更多价值,这让城市管理者进一步认清城市的同时,也使城市被外界更多更好的认知。悉心打造即凭借对城市所具有的特色资源的深入调研,提取最具实际价值的传播亮点的过程,这个亮点就是旅游城市品牌价值的核心。

^{*} 收稿日期:2016-05-04

基金项目:中国海洋发展研究中心项目(AOCOUC201301)

作者简介:王翔(1988-),男,安徽亳州人,青岛酒店管理职业技术学院教师,硕士,主要研究方向为旅游与酒店管理。

4. 品牌内涵的角度

旅游城市品牌具有丰富的内涵,只有挖掘出旅游城市品牌的真正内涵才能找到旅游城市品牌价值的真正来源。旅游城市品牌涵盖了城市的标识系统、整体形象以及各种社会关系,是城市的无形财富。品牌是旅游城市之间相互区别的重要标志,它代表了城市自身独特的文化底蕴和精神内涵。

5. 品牌综合的角度

旅游城市品牌价值来源于市民、旅游者以及其他利益相关者。旅游城市品牌是城市社会经济、居民生活、传统文化、城市个性、资源特征等多种因素的结构化表现。旅游城市品牌是涵盖城市独特文化及受众效用的城市名称和标志,是构成城市的各个元素之总和在城市民众心目中的整体印象和客观评价,是城市个性、功能和文明的外在表现。

国内学者根据研究需要对城市品牌价值从不同角度进行了剖析,我们从中可以看到国内关于城市品牌价值相关研究的发展脉络:从开始的照搬产品和产业品牌理论到逐渐符合我国旅游城市特征的旅游城市品牌理论,从单一研究视角逐渐集中到综合的视角,研究不断深入,但还未形成系统的理论体系。

(二) 国外研究现状

国外学者对旅游城市品牌价值的研究有两个比较重要的方向:

1. 重视旅游者感知

研究者认为,是否重视旅游者感知和了解不同类型的旅游者接触城市及感知城市的方式,是旅游城市品牌价值能否成功现实的核心所在。旅游者会通过多种不同的途径获得对旅游城市的感知,城市管理者通常利用旅游者接触旅游城市的层次和阶段来干预旅游者对城市品牌的思维构建。首先,通过城市设计管理等手段,从城市外在形象着手,影响与城市接触层次较浅的旅游者;其次,按照旅游者和城市接触、沟通的不同方式,针对性的设计城市和旅游者之间的交流方式,引导旅游者认同并融入到城市生活中来;再者,利用专题影视、植入广告、网络小说等多种形式的城市标志,打造美好的城市品牌形象,促进旅游者与旅游城市之间的良性互动,获得旅游者的品牌忠诚。旅游城市的性质决定了城市时刻都要接触诉求迥异的旅游者,旅游城市品牌以一种意识的形式存在于旅游者脑中,旅游者的个体差异会造成对同个城市不同的品牌认知。基于此,城市管理者必须把旅游者的感知放到重要位置,深入了解旅游者对旅游城市的认知、联系以及沟通方式等,确

定影响旅游城市品牌感知的关键要素。

2. 强调旅游体验

按照国外一些专家的观点,全球经历了农业、工业以及服务主导的经济时代。随着经济的持续发展,发达国家以及部分发展中国家已经进入“大规模量身定制”的体验经济时期,也有专家学者把它看作“第四产业”。虽然上述观点在学术界仍未定论,但我们需要面对的客观现实是,美好的体验已经成为旅游城市吸引旅游者、获得旅游者忠诚和良好口碑以及超额利润的最有效的竞争手段。从本质上来说,旅游就是一种体验,出色的旅游体验已成为旅游城市品牌价值提升的必要研究因素。

国内外学者专家对于旅游城市品牌价值给出了不同的解释。除了研究视角的因素外,一定程度上也反映出不同国家旅游城市的发展水平和发展阶段,对于旅游城市品牌价值的理解,国外的研究更为细致和深入。

综合以上研究成果并结合旅游城市特点我们可以归结出:旅游城市品牌的核心功能在于降低目标顾客的选择成本;旅游城市品牌追求的是长期的存在和发展、是持续的竞争力,而非短期的竞争优势。鉴于城市本身的多元性,旅游城市品牌价值也应当是一个多维的立体构成。

二、旅游城市品牌价值的来源及构成

在旅游业发展过程中,人们对品牌的意识已经由过去的旅游产品品牌和旅游企业品牌转向了对旅游目的地品牌这一区域性旅游品牌的关注。旅游目的地品牌涵盖了某一具体行政区域或者某一固定的空间区域的旅游品牌,是目的地能给旅游者带来美好体验的利益承诺。旅游城市品牌作为旅游目的地品牌的一种具体表现形式,是由多种内外因素积聚提炼而成的,不仅包含城市名称和标识、城市资源、基础设施等外在因素,而且包含了服务质量、城市个性、传统文化等内在因素。与产品、企业品牌不一样的是,旅游城市品牌价值更多源于政府机构、盈利性及非赢利性组织,广大市民、旅游者等利益相关者,优势的旅游资源是其立足之本,完善的旅游服务是品牌战略实施的重要保障,良好的城市形象是品牌推广的重要支撑,深厚的城市文化底蕴则是品牌的灵魂所在。

由此可见,旅游城市品牌价值是一个由多维的因素构成的系统性的体系。一方面,旅游城市品牌与通常的商品品牌有着根本性的差别,旅游城市品牌的内涵更加丰富、姿态更为开放、个性更是包容,旅游者能够获得的品牌价值涵盖了自然资源、社会

经济、传统文化、信息技术等诸多方面。另一方面,旅游城市品牌价值呈现出多维的价值形态,伦理道德、旅游审美、信息技术、利益相关者及管理手段等因素都会对其造成巨大的影响。

三、旅游城市品牌价值提升面临的挑战

旅游城市品牌的提升是一个动态的、不断克服挑战的过程,这些挑战具体可以概括为以下几个方面:

(一) 伦理道德的挑战

旅游城市管理者在制定城市品牌价值提升战略时,需要面对大量的反对声音,这源于与城市品牌价值有密切联系的利益相关者、以及具有合法诉求的团体和个人。这些团体和个人太过庞大且利益诉求点各不相同,加上广大民众对旅游城市品牌价值的认识还比较局限,同时,管理权掌握在少数的城市管理者手中以及城市公共资源的限制,使得民众质疑资金和资源投向品牌价值提升这种不确定性工作的价值所在。但如果旅游城市不积极尝试品牌价值提升工作,维护好城市形象及旅游环境,城市就会在激烈的旅游市场竞争中被慢慢淘汰。此外,一些具体的措施如品牌宣传和定位庸俗化还会给当地的民众带来文化的不适应,而且城市品牌价值提升的同时可能带来过量的旅游者,从而导致当地旅游资源遭到破坏,影响旅游城市的可持续发展。在此情况下,城市管理者在道德层面有义务采取必要行动。

(二) 旅游审美的挑战

旅游体验是人们在特定的地区所度过的一段经历,包括了人们与这一区域所产生的各种联系和情感体验。旅游产品构成的高度分离性和空间分散性,使得旅游者体验不易管理。旅游体验在区别旅游城市品牌的独特个性及提升品牌价值时非常重要,从强调产品的质量及价格到更注重产品的品质及审美,体验经济使传统的经济发展方式发生了一些改变,尤其在旅游行业,旅游者愿意为符合审美体验的目的地品牌支付更多。旅游体验已经渗透到城市品牌建设的诸多方面,被视为影响旅游城市品牌价值的重要因素之一。审美不仅涉及事物外表,还包括事物外表对人们感知事物的影响,旅游者对旅游城市的美学体验属于深层次的审美,审美价值的高低常与体验的愉悦与否相联系。如何确保旅游城市独特性的基础上符合旅游者的审美是城市管理者在实施品牌价值提升战略时必须面临的挑战之一。

(三) 信息技术的挑战

信息技术改变了旅游者的行为,这对旅游者与旅游城市品牌之间的关系以及品牌互动方面具有重

要的影响。网络信息对旅游者目的地的选择具有至关重要的作用,网络渠道已有原来的新媒体变为当下的常规媒介。传统营销渠道的效力正不断下降,无论是线上还是线下,旅游者越来越不接受市场营销过程中的单向信息传播。传统印刷资料上的信息已经不能满足网络动态的内容需求,城市管理者应该清楚如何定位网站内容,旅游者需要城市品牌加入更加人性化和更具个性化的沟通。网络空间的品牌形象是由公众交流、网络和社区所定义和形成的,如何以积极地方式影响城市品牌在旅游者心目中的形象、如何影响集体舆论对旅游城市品牌价值的认定,这对城市管理者来说是一项艰巨的挑战。

(四) 未来发展的挑战

在未来的发展中,旅游城市品牌价值提升面临着诸如忠诚度、价格、创新等不确定因素的挑战。随着各地政府及利益相关者品牌意识的增强,越来越多的城市管理者意识到旅游城市品牌价值的提升对当地旅游业发展的重要意义,许多旅游城市开始重金投资旅游城市品牌建设。旅游城市品牌不同于产品品牌,没有实体产品的支撑,缺乏品质保障,如何保障旅游者的忠诚度以及旅游者重游变得非常重要且困难。

面对越来越多的旅游城市品牌,加上旅游城市之间同质化严重,旅游者可选择的空间更加广阔,同时城市管理者对城市提供的旅游产品和服务的价格没有控制权,价格成为了未来旅游城市品牌价值提升的一个挑战。

旅游已经从一种炫耀性消费发展成为寻常性消费。在此环境下,通过单一的品牌价值内涵激发和吸引旅游者变得越来越困难。如果无法应对未来发展过程中的这些挑战,旅游城市品牌价值的提升将成为空谈。

(五) 利益相关者的挑战

旅游城市在品牌建设过程中,拥有如酒店业、交通、景区、娱乐、购物等众多集合体。旅游城市由许多利益诉求不同的相关者构成,他们相互关联,有着不同的利益取向,并对城市的品牌价值提升有着不同的理解,以至于很难形成使他们一致认同的旅游城市品牌价值提升战略。城市管理者缺乏协调利益相关者达成较为一致认同所需要的经验和技能,没有意识到搭建利益相关者之间合作关系平台的重要性和必要性。

(六) 评估方法的挑战

旅游城市品牌价值提升的成效需要一套标准以便评价和判定这些策略的效率及有效性。我们认为

旅游城市品牌是有价值的,但评估一个旅游城市品牌价值是否提升以及提升程度,无论是通过城市自身或是同类城市之间进行比较都非常困难,旅游城市品牌价值的各个环节很难用统一的标准去整体衡量。不可靠的评估方法对实现旅游城市品牌价值提升具有无可估量的负面作用。因此,评估的最大挑战就在于评估的方法是否科学。

四、应对挑战之策

(一) 尊重传统文化,变革管理方式

参与品牌价值提升的城市管理者不仅要掌握品牌提升的管理工具和必备的知识技能,还要有协调矛盾、解决冲突和变革管理的能力。同时,必须保证利益相关者及民众拥有合法权益并参与到相关政策制定当中,确保政策是利益相关者全体而非个别团体受益。城市管理者需要慎重考虑利益相关者及民众的融入、参与程度以及被鼓励的形式和阶段,实现理性的和可操作的包容。比如,让公众参与环节可以设定议程、定义问题、收集和分析信息、识别和选择可能的方案、全程执行和评估结果。尊重传统文化,通过适度的市场干预,如价格控制和容量控制或制订科学的指标体系进行监控以减少对当地环境造成的影响。

(二) 完善设计管理,提升城市审美

旅游城市的审美离不开城市的设计,城市设计是旅游城市审美独特性的保障。一个成功的城市设计将提升居民的居住环境品质、城市形象和旅游者的审美体验,成功的旅游城市设计需要考虑城市的历史文化、居民和企业的需要、区域的基础设施及区域外的利益相关者。

旅游城市设计比旅游城市规划的概念更加广泛,包括了设计的实施,即所谓的城市设计管理。旅游城市设计应考虑四个要素:城市生态、城市个性、沟通与营销、设计管理。城市生态即城市的实体元素,构成了旅游城市视觉艺术设计的基础,它包括了建筑、公园、水系、灯光系统、标识、街道和整洁度等;城市个性是形成城市整体印象和区域印象的关键因素;旅游城市设计需要通过营销和沟通来展现自己,向目标群体传播其独特的吸引力;除了具体的设计外,视觉引导和设计实施是设计管理的重要内容,如果忽略城市设计的视觉表现和衡量实施的具体指标,城市审美也不能达到预期效果。要做到这些,就需要当地民众和利益相关者参与到城市设计中来,建立一个符合时代发展的城市智慧网络,通过城市设计管理的方式提升旅游城市审美性,进而提升旅游城市的品牌价值。

(三) 丰富在线社区,加强组织合作

城市管理者应通过社交网络渠道组织起具有共同兴趣爱好的网络社区,利用现有平台或参与到一个现有网络社区中,建立自己的在线社区。城市管理者应根据互联网的合作环境,将公众和利益相关者以及曾经到访过的旅游者个人或团体所创造的有关城市旅游的图片、评论和视频等上传到开放的网络平台,同时增加相关性的链接内容,满足旅游者网络搜索和体验的需要。同时,网络平台应该以开放的、诚实的和平易近人的方式来完成,否则将危及人们所感知的品牌完整性和透明度。旅游者的意见和观点能够创造或者毁灭一个旅游城市品牌,因此要有危机管理机制,战术性的实施有效的社交媒体战略,利用网络平台中高质量的旅游体验案例来消除或弥补旅游城市品牌可能出现的负面感知。城市管理者应增加与不同领域的组织之间以及外部机构的合作,同时通过适当的付费媒体,应对不断变化旅游市场,提升品牌价值。

(四) 保证品牌承诺,创新旅游体验

旅游城市品牌价值的高低是旅游品质好坏的担保工具。旅游城市管理者要扮演好品牌保护者的角色,确保品牌有效传播而非曲解,必要时可通过强制性或立法手段强化品牌保障,确保兑现对旅游者的承诺,同时将绿色生活方式融入到旅游品质的建设中,保证品牌简单透明且没有矛盾地出现在旅游者面前,以此获得旅游者对旅游城市品牌的持续忠诚。

对旅游者与旅游城市品牌之间的关系进行深入解读,厘清旅游者消费动机以及旅游者继续购买同一个旅游城市品牌的原因。通过旅游者的态度和信仰,挖掘旅游者所信赖的旅游城市品牌价值,进一步针对性地细分市场,提供与目标客户相匹配的产品。

此外,建立灵活的定价机制和科学的监测体系。对于旅游产品中的对等价格,既不能定价过高拒绝旅游者,又不能定价过低损伤品牌价值。同时,利用价格的追踪监控体系,及时反馈信息,指导价格制定。为了维持旅游者的新奇感,旅游城市品牌需要深入挖掘品牌内涵,通过品牌延伸创新旅游产品,不断创新和完善旅游体验。

(五) 创建整体系统,分享领导权力

旅游城市管理者应以发展的眼光和包容性的态度,以品牌价值为导向,自上而下创建整体的组织文化和内部协调机制以及兼容性强的合作关系结构,以塑造城市品牌认同感的方式,在协调各种利益的同时兼顾旅游产品的多样化,创建一个旅游供应的整体系统,以协调分散的相关活动理清共同目标,团

结利益相关者。

此外,传统的方式无法将利益相关者有效的组织起来,这就需要构建利益相关者之间分享领导权的方式。分享领导权工作的开展,需要城市管理者 and 利益相关者团体或个人理解及掌握与有效分享领导权的价值观、知识、技能。利益相关者团体和个人要认识到城市品牌价值提升战略不仅仅是公共部门的职责,积极向政府部门展示自身参与到合作关系中的价值,同时与其他部门紧密协作而不是依赖政府部门。参与分享领导权利益相关者团体或个人,都要清楚自己代表了哪一部分的利益,积极参与品牌价值提升战略的开发与实施。

(六)注重关键要素,运用整合方法

对旅游城市品牌价值提升的评估不应是一种方法进行整体评价,而应尝试一个整合的评估方法,融合定量调查、专家意见和相关数据统计。在评估之前,必须考虑需要了解哪些主要因素。任何旅游城市品牌价值提升的最终目的都是简单的,具体体现在三个方面:使其在各个方面更好地被人们所认知;使其更具有吸引力、被人们欣赏和信任;吸引更多旅游者。基于这种角度,调查的问题应包括与旅游城市选择相关的行为及整体意识,曾经到访过、有计划到访、向别人推荐的意愿等。相关的统计数据可以采用模型运算,这些统计数据包括:旅游服务模块的增长率、旅游资源状况、旅游城市品牌相关营销支出、投资信心指数、国内外重大赛事数量等相关

数据。

参考文献:

- [1] 领导决策信息. 构筑“十二五”中国城市新理念[EB/OL]. [2011-02-18]. http://www.wzlib.cn/ztsjk/zfzt/201008/t20100820_93204.htm.
- [2] 连玉明. 重新认识世界城市[M]. 北京:当代中国出版社,2013.
- [3] 杜青龙,袁光才. 城市品牌定位理论与实证分析[J]. 西南交通大学学报(社会科学版),2004,5(6):105-108.
- [4] 王永海. 资产定价理论[M]. 北京:经济科学出版社,2001.
- [5] 戴元初. 城市品牌价值的生成与转换[J]. 青年记者,2012(3):61-63.
- [6] 陈跃兵. 论中国城市品牌的发展[J]. 生产力研究,2004(11):46-48.
- [7] 吉福林. 论打造城市品牌[J]. 商业研究,2004(24):24-25.
- [8] 方丽. 城市品牌要素指标体系[J]. 技术与市场,2005(5):54-56.
- [9] Mike Crang. Picturing Practices: Research through the Tourist Gaze[J]. Progress in Human Geography, 1997,21(3):359-373.
- [10] Bodil Stilling Blichfeldt. Unmanageable Place Brand? [J]. Place Branding, 2005,1(4):388-401.
- [11] 约瑟夫·派恩,詹姆斯·吉尔摩. 体验经济[M]. 夏业良等,译. 北京:机械工业出版社,2008.

The Challenge and Countermeasure Research to Promote the Brand Value of China Tourism City

WANG Xiang¹, ZHU Linan¹, DONG Zhiwen²

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

2. School of Management, Ocean University of China, Qingdao 266100, China)

Abstract: The core value of tourism city is the brand value, which is the fundamental factor to attract tourists, the enhancement of the brand value will bring new opportunities to industry transformation of tourism city. At the same time, the brand value enhancement of tourism city is facing many challenges from different areas of the moral level, the tourism aesthetics, information technology, development process, stakeholders and the evaluation method. The city managers must respect the traditional culture, improve design management, enrich online community, ensure the brand commitment, share leadership power and use integrated methods to deal with the challenges above, so as to protect the sustained and healthy development of the tourism city.

Key words: tourism city; the value of the brand; promote; challenge; strategy

(责任编辑:高玉玲)

青岛市旅行社业人力资源现状调研与专业发展研究*

刘迎华

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:旅游行业的快速发展离不开优秀旅游人才的有效保障。本文在充分调研的基础上总结了青岛市旅行社业人力资源现状及存在的突出问题,包括人才数量不足,难以满足行业发展需要,人才流失率高,旅行社人力资源结构不合理,管理工作不规范等,并进一步提出了旅行社人力资源发展的相关建议。文章最后立足高校旅游管理专业发展和学生培养,提出了专业发展的具体思路和建议。

关键词:青岛市;旅行社业;人力资源;专业发展

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、引言

旅游行业的快速发展离不开优秀旅游人才的有效保障,优秀的旅游从业人员队伍能有效的促进旅游行业服务水平的整体提高。旅行社作为旅游企业的重要组成部分,其人力资源也在旅游业发展的过程中起着重要的推动作用。但是,从目前国内旅行社的发展来看,很多旅行社的人力资源存在较多的现实问题:旅游从业人员整体素质有待提高,优秀旅游人才供不应求,旅行社人力资源管理工作有待改善,政策层面的旅游人才的宏观管理工作也需要进一步完善等现状。这在很大程度上影响了旅行社行业的健康快速发展,也在很大程度上影响了整个旅游业的可持续发展。因此有必要加强一下这方面的研究,丰富此方面的研究成果,为行业发展和政府制定政策提供决策依据。

二、研究综述

目前学术界关于旅行社人力资源的研究也积累了一定的研究成果。例如梁翎在对广东省旅行社业人力资源管理现状分析的基础上,总结广东省旅行社业人力资源管理存在的问题,系统性地提出如何从政府主管部门、旅行社企业、高等院校和旅游专业毕业生自身等方面来提高广东省旅行社业人力资源的整体水平。郭军礼结合河南旅行社人力资源的状况,对河南旅行社人力资源管理中存在的问题进行

了分析,并结合河南旅游省情,提出可以借鉴的旅行社实现人力资源管理的方式与途径。陈学军认为人力资源管理水平的提高关系到浙江省旅行社业行业整体素质的提高以及行业的发展方向,应树立人才意识,规划人力资源,合理进行培训投入,完善管理制度,重视员工发展及企业文化建设,提高企业的核心竞争力等。

从选题来看,以青岛作为研究对象进行相关实证研究的成果还比较少见,但是从青岛市旅游业的发展来看,特别是旅行社行业旅游从业人员存在较多的问题,而且这些问题已经严重影响了青岛旅行社业的发展,成为阻碍青岛旅行社健康有序发展的绊脚石。作为中国知名的旅游城市,旅行社业在整个旅游经济发展的过程中起着重要的推动作用。因此本文立足实际,深入调研,总结了其存在的各种问题,并提出有效的解决策略,以期促进行业的深入持续发展。

三、调研方法及结果

笔者根据旅行社的类型和特点设计了相关的调研问卷,然后将调研问卷发布于网络平台问卷星,由政府部门通知相关旅游企业管理人员进行填写。

通过以上多种形式,课题组共回收问卷 265 份,其中有效问卷 262 份,达到了样本取样的标准。通过利用 SPSS 以及 EXCEL 等统计工具,对有效问卷进

* 收稿日期:2016-05-20

基金项目:青岛酒店管理职业技术学院 2015 年度科研基金重点课题

作者简介:刘迎华(1980-),女,山东邹平人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,主要研究方向为旅游经济、区域旅游规划。

行了梳理和统计,得出了符合实际情况的调研结论。

(一)青岛市旅行社业旅游从业人员基本情况统计

1. 年龄构成

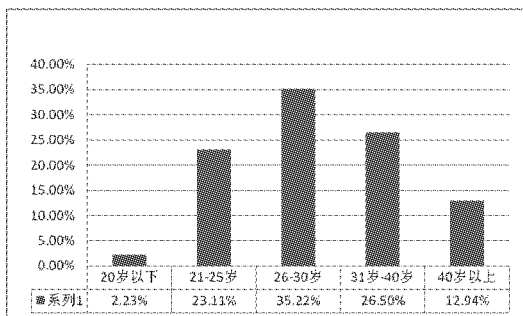


图1 旅行社员工年龄构成

从图1可以看出,旅行社员工的年龄构成中,26—30岁的这个年龄段的人最多,而总体来说旅行社从业人员主要集中在21—40岁之间的年龄段。

2. 学历构成

从图2可以看出,旅行社员工的学历构成中,高职及大专这个学历层次的人最多,占有从业人员的58%左右。本科学历的人也占有一定的比例,研究生及其以上的学历的人数则最少。

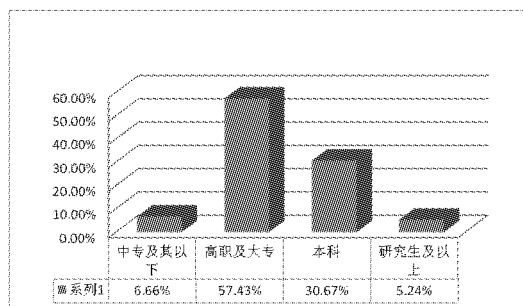


图2 旅行社员工学历构成

3. 月平均收入构成

从图3可以看出,旅行社员工的平均月收入水平在3000元以下的还是最多。收入水平越高,人数越少。

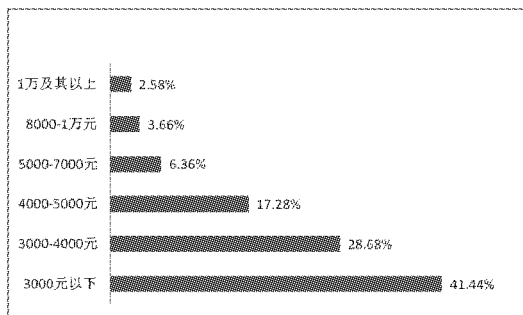


图3 旅行社员工月平均收入构成

4. 职位构成

从图4可以看出,旅行社的从业人员中,60%是一线的基层员工,总经理、部门经理和业务主管各占有一定的比例。总体来说,职位越高,人数越少。

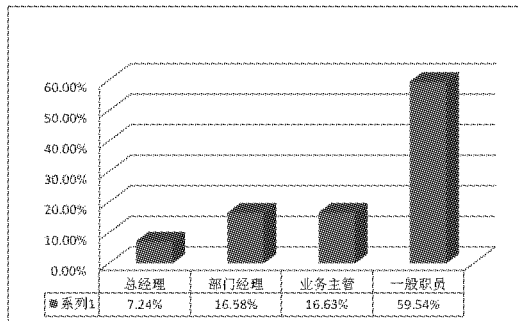


图4 旅行社从业人员职位构成

5. 拥有资格证书情况

从图5可以看出,50%的旅行社从业人员拥有初级以上资格证书,但是也有50%的人没有相关资格证书。

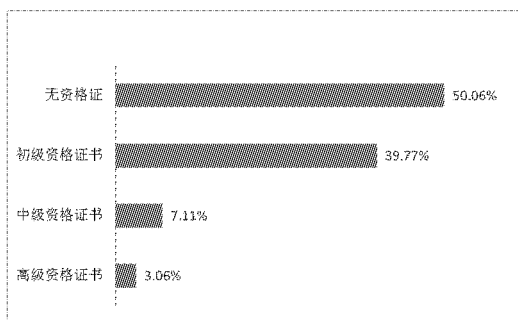


图5 旅行社员工拥有资格证书情况

(二)青岛市旅行社业人力资源整体状况

1. 员工数量

表1 青岛市旅行社业用工规模情况

选项	小计	比例
10人以下	164	62.6%
11—20人	50	19.08%
21—40人	26	9.92%
41—60人	4	1.53%
61—100人	10	3.82%
100人以上	8	3.05%

从表1可以看出,旅行社的用工规模不是很大,有62.6%的旅行社的从业人员数量是10人以下,80%的旅行社的员工数量在20人以下。

2. 员工数量能否满足发展需要

从表2可以看出,当问到目前旅行社的从业人

员的数量是否能够满足企业的发展需要时,有61.07%的旅行社表示能够,但是还有将近40%的旅行社表示不能够,可以看出旅行社还是存在一定的人才短缺问题。

表2 员工数量能否满足旅行社发展需要

选项	小计	比例
能够	160	61.07%
不能够	102	38.93%

表3 青岛市旅行社人力资源管理现状

题目/选项	极其符合	部分符合	一般情况	不太符合	极其不符合
企业能为各个岗位招聘到合适的人才	25.95%	35.88%	26.72%	11.45%	0%
企业对员工的培训开发工作很到位	29.77%	45.8%	22.9%	1.53%	0%
企业能将适合的人安排到合适的职位上	47.33%	38.93%	13.74%	0%	0%
企业员工岗位工作职责明确	51.91%	35.88%	11.45%	0.76%	0%
企业拥有一套完整的、有效的奖励机制	45.8%	33.59%	19.08%	1.53%	0%
企业文化凝练,并能有效运用于人力资源管理	38.17%	39.69%	20.61%	1.53%	0%
企业人员的职业道德素质高、有敬业精神	54.96%	34.35%	10.69%	0%	0%

4. 旅行社人才流失率

从表4可以看出,旅行社人才流失现象还是比较严重的,有40%的旅行社的人才流失率在11%以上。

表4 青岛市旅行社人才流失率情况

选项	小计	比例
10%及其以下	156	59.54%
11%—20%	62	23.66%
21%以上	44	16.79%

5. 旅行社人才流失的主要原因

从表5可以看出,旅行社人才流失的原因较多,而其中对薪酬不满意、工作压力大、职位提升空间小是主要的原因。

表5 旅行社人才流失的主要原因

选项	比例
职位提升空间小	37.4%
对薪酬不满意	50.38%
工作压力大	45.04%
工作时间长	22.9%
保障机制不健全	16.03%
其他	37.4%

6. 旅行社业专业需求量情况

从表6可以看出,青岛市的旅行社目前比较急需的是市场营销、旅游管理、导游等专业知识的人才。

3. 旅行社人力资源管理现状

从表3可以看出,目前旅行社人力资源管理现状而言,有些工作做的还不够到位,例如企业能为各个岗位招聘到合适的人才、企业对员工的培训开发工作很到位等。

表6 青岛市旅行社业专业需求量情况

选项	小计	比例
旅游管理	74	56.49%
导游	60	45.8%
外语专业	21	16.03%
市场营销	88	67.18%
信息与通信工程	34	25.95%
计算机科学技术	33	25.19%
其他	9	6.87%

四、青岛市旅行社业人力资源现状及问题

(一) 旅游人才数量不足,难以满足行业发展需要

按照国际经验数据,旅游业直接从业人员每人每年只能接待150名游客,根据调研显示,青岛旅游从业人员总量严重不足,旅游人才需求存在很大缺口。受薪酬较低等因素的影响,青岛的很多旅行社面临员工数量明显短缺的问题,再加上青岛旅游淡季非常明显,特别是在旺季时期,旅行社人手尤其是导游更为稀缺。很多旅游团来到青岛之后没有优秀的导游带团,这些问题的存在很大程度上影响了旅游者的旅游体验。

(二) 旅游人才流失率高,影响行业稳定发展

旅行社员工流动率大一直是制约企业持续发展的瓶颈。调研结果显示,员工流动率在20%以上的旅行社占总数的50%。没有各类人才支撑,旅行社很难做大做强。青岛旅游行业总的形势很好,体量大、企业多、接待游客数量居全国前列。但大部分员

工收入却低于青岛城市平均工资水平,尤其是基层员工待遇较低、但是劳动强度大,且大多数发展空间小,导致很多人会选择其他行业发展,以谋取更多的经济收入和更大的事业成就。同时调查结果也显示,相对基层员工而言,中高级管理人员的流动率不是太高,特别是部门经理以上流动较小,一定程度上造成了中高层管理人员竞争意识不强,无法充分发挥其主观能动性和创造性,导致下层有实力的员工长期得不到升职的机会,就会导致更多的人才流失。

(三)旅游人力资源结构不合理,高层次人才尤其匮乏

调研结果显示,青岛旅行社从业人员的专业构成中,非旅游专业人员比重要远高于旅游专业毕业生。青岛大多数旅行社从业人员都不是科班出身。伴随着经济的发展和消费者理性化程度的提高,旅游管理专业人才的短缺从一定程度上限制了青岛旅行社业的发展,因此,专业化旅游管理人才需求尤为迫切。

同时调研结果显示,青岛旅行社人力资源中高级管理人员、初级管理人员、基层员工之间的比例严重失衡,中高级管理人员严重匮乏,而且高学历、高职称的人数也较少。特别是既有丰富的管理经验又具有系统的旅游管理方面专业知识的高层次旅游管理人才更少。这些问题给青岛旅游业带来的直接后果是:在旅游开发和管理中缺乏全局观念,不能充分把握旅游开发内涵,也不能从宏观角度研究和把握旅游区的特色和发展方向。

(四)旅行社人力资源管理工作不够规范,提升空间大

青岛旅行社对于人力资源规划的意识尚弱。主要原因是:第一,缺乏对战略规划的正确认识。青岛旅行社在人力资源宏观认识方面存在两个误区,要么对人力资源不以为然,不够重视;要么认为真正好的人才难求,获取成本太高,对人力资源难题比较畏难,无法解决。这两种认识都在很大程度上阻碍了青岛旅行社制定宏观的关于人力资源的战略规划。第二,缺乏高水平的专业旅游人力资源管理人才。青岛很多旅游企业特别是旅行社不重视对企业人力资源管理人才的培养,甚至在旅行社内不设置人力资源部门,使得很多旅游企业没有人才的长期培训、开发和储备计划,现有的人才由于得不到重视和培养而流失。第三,缺乏人力资源管理的计划性和前瞻性。一方面认为需要的时候再招聘也不晚,造成大部分旅游企业往往到岗位空缺或是在经营旺季人手不

够时临时招聘,企业和员工的临时观念很强,相互之间没有信任感。另一方面是遇到经营困难或淡季时,直接减员,对员工召之即来、挥之即去,致使很多员工对企业的信心不足。这样的人力资源管理缺乏人性化,难以培养企业长期发展需要的高素质员工。

(五)旅游从业人员的宏观管理工作还需进一步细化

目前旅游人力资源的相关政策并未上升到人才法律法规的高度。一大批被实践证明有效的人力资源政策有待于进一步梳理、整合,提至更高的法律法规层面。在法规体系上,应包括全国性、部门性、地方性的法律法规。但目前看,政策性及部门规范性文件较多,而地方性法规、规章较少,旅游人力资源政策的法制化水平仍比较低。

五、青岛市旅行社业人力资源发展建议

(一)加强区域旅游人力资源战略规划

区域旅游人力资源的统一协调发展离不开政府部门的统一战略规划。目前国家旅游局正在组织编制中国旅游业“十三五”人才发展规划,而对于青岛市来说也应该加强这方面的工作。相关职能部门要研究旅游产业发展新战略新趋势和人才需求,科学制定旅游人才发展战略规划。要研究新常态下旅游产业发展的新趋势和产业发展对人才的新需求,同时开展区域旅游人力资源状况调查,形成较为完备的行业人才队伍基础数据,在此基础上充分调研、科学编制区域旅游业“十三五”人才发展规划,为青岛市旅游行业人才的发展提供决策依据和政策指导。

(二)完善区域旅游人才宏观管理工作

旅游行政管理部门作为区域旅游人才宏观管理的政府部门,在旅游行业人才管理方面发挥着重要的决策引导和行政职能管理的作用。旅游行政管理部门要充分认识到目前旅游行业人力资源存在的问题,包括人才结构层次不尽合理,职业化水平不高,高层次创新型人才匮乏,行业人才流失率高,行业人才发展体制机制障碍多,人才资源开发投入不足,人才工作基础相对薄弱等。这些问题都制约和影响了旅游业的顺利发展。因此,相关旅游职能部门需要通过深化改革、完善制度、创新机制等途径解决以上问题,提高宏观旅游人才管理的效能和机制。

(三)完善旅行社人力资源管理体系

目前旅游企业作为旅游人力资源的首要服务主体,也应该完善企业的人力资源管理体系,提高旅游

从业人员的职业认同感和责任感,提高行业停留率,促进旅游人才队伍合理有序发展。具体包括完善旅游企业人力资源招聘工作;重构旅游企业人力资源培训体系;建立科学有效的绩效考核体系;建立公平合理的薪酬管理体系;重视员工职业生涯规划等。

(四)做好宣传引导,提高旅游从业人员的职业认同感和自豪感

旅游从业人员在旅游接待与服务的过程中发挥着重要的作用,尤其是导游群体。“祖国山河美不美,全凭导游一张嘴”仅仅表现了导游提供讲解服务的作用,导游在食住行游购娱六大要素的衔接和接待计划的执行方面起着关键作用。但是实际情况是,一方面我国旅游业高速发展,导游需求量与日俱增;另一方面,导游员职业认同感不强,行业归属和职业归属感均下滑到历史最低水平。鉴于这种现状,相关部门应该积极宣传旅游从业人员的正面形象,通过一些典型事迹、感人事迹和优秀从业人员事迹等改变社会对旅游从业人员的认识和看法,提高旅游从业人员的职业认同感和自豪感,进而提高其在行业的停留率。

六、高校旅游管理专业发展的思路和建议

从上文对青岛市旅行社业人力资源现状的描述及反映的突出问题可以看出,旅游行业需要大量的优秀人才,这就为青岛相关高等院校旅游管理专业的人才培养提出了更高的要求。针对以上存在的问题,旅游管理专业发展应该突出以下几个方面:

(一)人才培养目标精准定位

人才培养目标的确定对于旅游管理专业的发展来说至关重要。旅游行业的特点决定了专业在培养旅游人才时应突出其应用性和实践性。因此,培养符合行业一线需要的具有较高专业技能的高素质综合性人才应该是很多院校旅游管理专业的人才培养目标的核心表述。能够宏观把握旅行社行业的发展趋向,熟练掌握旅行社关键核心部门分工及岗位职责,具备行业所需的导游证,具有一定的带团经验和操团控团能力的人才进入旅行社行业后,能够为行业的发展提供有效人才保障,同时也能引领和带动旅行社行业的深入可持续发展。

(二)人才培养方法多样有效

优秀旅游人才的培养需要灵活多样的人才培养方法。人才培养方案的制定应秉持校内学习与校外企业实践的原则,既让学生在校学到扎实的理论基础,又能深入的接触行业一线,掌握一些行业一线所需的实践技能。在校学习期间,教师应该运用灵活多样的授课方法,课堂讲授法、案例分析法、项目作业法、微课教学法、慕课教学法等来提高学生的学习积极性。

(三)重申职业生涯规划理念

现在很多旅游管理专业的学生在真正进入旅行社行业后,面临很多职业挑战。工作时间长、事务琐碎复杂、不擅长处理与客人的人际关系、薪酬低等使很多学生刚刚进入行业就产生了退出行业的想法。因此,在校期间,学校应该重视对学生的职业生涯规划引导和教育,帮助学生客观看待职业生涯中遇到的问题,并通过积极有效的方法解决这些问题。

(四)重塑职业道德和职业精神

旅游行业门槛较低,旅游从业人员的素质不一,鱼龙混杂,甚至有些从业人员素质低下,影响了旅游从业人员的整体形象,也对刚刚进入行业的人才产生了不好的影响,这些都不利于旅行社行业的健康持续发展。因此,在校期间,学校应重塑职业道德和职业精神,让学生秉承积极向上的从业态度,坚决抵制行业不正之风,从根本上促进行业的健康有序发展。

参考文献:

- [1] 梁翎. 广东省旅行社业人力资源管理现状及优化研究[J]. 商, 2013(14): 57-58.
- [2] 郭军礼. 浅析旅行社人力资源管理状况——以河南旅行社业为例[J]. 企业导报, 2013(3): 181-182.
- [3] 陈学军, 许旦萍. 浙江省旅行社业人力资源管理现状及对策分析[J]. 现代商业, 2008(8): 229-230.
- [4] 张慧, 曲玉镜. 我国旅行社人力资源管理现状与对策[J]. 北方经贸, 2014(6): 258-259.
- [5] 张荔. 我国旅行社人力资源管理探析[J]. 闽西职业大学学报, 2003(3): 19-24.
- [6] 谭丽林. 浅析我国旅行社人力资源管理[J]. 经济与社会发展, 2004(8): 77-79.
- [7] 陈乾康. 四川省旅行社人力资源管理现状与开发研究[J]. 四川师范大学学报, 2004(2): 54-64.

Research on the Human Resources Status Quo Investigation and Program Development of Travel Agency Industry in Qingdao

LIU Yinghua

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

Abstract: The excellent tourism talents are the effective guarantee for the rapid development of tourism industry. On the basis of full investigation, this paper summarized the protruding problems of the human resources status quo of travel agencies in Qingdao, including the sufficiency of talents amount, high rate of brain-drain, unreasonable human resources structure and low standard management works, etc. It future proposed some related suggestions on the development of travel agency human resources. In the end, this paper put forward the detailed developing ideas and suggestion on the development of tourism development program and students cultivation.

Key words: Qingdao; travel agency industry; human resources; program development

(责任编辑:魏有广)

(上接第11页)

On the Progress and Inspiration of Heritage Tourism in China

WANG Qingsheng, YU Muzi, LV Ting

(Business School, Tianjin University of Commerce, Tianjin 300134, China)

Abstract: In recent years, the heritage tourism has become a hot spot of the research. Adapted to the new policy of the structural reform of supply-side and accompanied by the promotion of new concepts of "global tourism", "internet plus" and "tourism plus", higher requirements to the tourism development and management innovation of the heritage area are proposed. Based on the latest research literature and practice of the domestic heritage tourism development, the new development thought for our country's heritage tourism was initially proposed. Based on the CNKI full text database as the research of domestic literature by searching "Heritage Tourism" as the theme, 274 pieces of papers were retrieved from Chinese core journals and CSSCI source journals between January 2011 to April 2016, and some representative articles were selected and analyzed. At last, the countermeasures and suggestions of heritage tourism development were proposed by combining the progress and experience of heritage tourism research both in and abroad.

Key words: world heritage; heritage tourism; research progress; inspiration; China

(责任编辑:王 萍)

我国沙漠探险旅游发展现状及其开发策略*

谢建宏

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:目前人们的旅游活动方式和旅游消费行为都发生了巨大的变化,各种特种旅游伴随着市场的变化逐渐被人们了解和接受。本文从沙漠探险旅游的概念入手,分析了目前我国沙漠探险旅游发展的现状和沙漠探险旅游的特点,并提出了我国开发沙漠探险旅游的具体策略。

关键词:沙漠探险;现状;特点;开发策略

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、引言

沙漠旅游作为一种刺激性的旅游产品,目前国内学者在概念上基本趋于一致。沙漠旅游是以沙漠地域和以沙漠为载体的事物、活动等为吸引物,以满足旅游者求知、猎奇、探险、环保、科考等需求为目的的一种富有高尚情趣和刺激性的旅游活动。探险旅游在百度百科的概念解释是旅游者到人迹罕至或险状环生的特殊环境进行的充满神秘性、危险性和刺激性的旅行考察活动。目前沙漠探险旅游的概念还没有学者给出明确的定义,笔者认为沙漠探险旅游是指旅游者以沙漠作为载体,进行的求知、猎奇、探险、环保、科考等充满神秘性、刺激性的探险旅游活动。自20世纪80年代以来,沙漠探险旅游逐渐被人们认可和接受,但是沙漠资源的特殊性和探险旅游风险的不确定性,使沙漠探险旅游在开发的深度和广度上以及在政策制定和管理等方面和世界发达国家还存在一定的差距。

二、我国沙漠探险旅游发展现状与问题分析

(一)沙漠探险旅游资源丰富,旅游区位和基础设施较差

我国的沙漠旅游资源非常丰富,主要分布在西北地区,总面积约52万平方公里,由塔克拉玛干沙漠、古尔班通古特沙漠、巴丹吉林沙漠、柴达木盆地沙漠、库姆塔格沙漠、库布其沙漠、乌兰布和沙漠等

沙漠组成,如表1。从表中沙漠旅游资源的分布来看,沙漠主要集中在我国内蒙古、甘肃和宁夏等西部或者西北部腹地,远离人口稠密的东部和发达地区,自然条件恶劣,保险、医疗、救援、安保等体系都不完善。

表1 我国主要沙漠的分布面积

沙漠名称	面积(万 km ²)
塔克拉玛干沙漠	33.76
古尔班通古特沙漠	4.88
巴丹吉林沙漠	4.43
柴达木盆地沙漠	3.49
库姆塔格沙漠	1.95
库布其沙漠	1.61
乌兰布和沙漠	1.15

(二)沙漠探险旅游产品单一,以观光旅游产品为主

沙漠探险旅游产品应该包含沙漠观光娱乐、沙漠休闲度假、沙漠科考探险、沙漠生态教育、沙漠体育健身、沙漠遗址考古等各种类型活动,但是从目前开展的沙漠探险旅游活动来看,沙漠观光娱乐旅游为主要形式,并且各大沙漠景区开展的旅游活动单一,同质化、可替代性强。

(三)体制监管和服务体系急需改善,服务质量有待提高

大部分沙漠旅游资源的开发都是在当地政府主

* 收稿日期:2016-05-17

作者简介:谢建宏(1976-),男,云南曲靖人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,硕士研究生,主要研究方向为休闲旅游、旅游企业管理。

导下开展的,政府因为资金或者技术等原因,在开展沙漠探险旅游活动的景区投入的基础设施有限,再加上从业人员大多为当地招募,服务人员的专业性有待提升。开展沙漠探险旅游活动的大多数是户外俱乐部或者个人网站招募组织,部分是旅行社组织,在沙漠探险旅游的安全保障体系方面缺少社会统一的救援和安保体系,开展的探险活动和服务质量有限。

三、我国沙漠探险旅游的特点

(一)刺激性

国内很多学者认为,探险旅游最显著的特征之一就是旅游者追求的是探险风险背后的刺激感和不确定性,既满足了探险的心理,又获得了非同寻常的乐趣。尤其是对城市生活压力比较大的旅游者来说,惊险刺激的沙漠探险旅游,在保证可以接受的风险前提下,实现挑战自我、释放压力,使自己体力、耐力、压力和心理素质得到很好的锻炼。

(二)体验性

旅游者旅游的目的之一就是离开经常居住的地方到一个陌生的环境里面去体验不一样的感受,沙漠探险旅游更是这样,作为一种特殊的旅游形式,不是每一位旅游者一生都有机会和可能参与到其中去。旅游者通过沙漠探险旅游,可以体验到沙漠特有的自然风光和人文景观,同时旅游者参与各项探险活动,在体质、情感和智力方面获得了不一样的人生体验。

(三)主题性

沙漠探险旅游作为一种特殊的旅游形式,它依附的主要介质就是沙漠,这一独特的介质说明了旅游者参与探险旅游时必须依托沙漠开展各类主题旅游活动,比如借助沙漠原始真实自然的生态环境开展的各类科普和探险活动。

(四)专业性

任何探险活动都有一定的风险,沙漠探险旅游也是如此,不仅需要沙漠探险旅游组织者具有专业的水准,比如旅游线路的设计,专业的导向和工作人员,专业的设备和救援器材等,而且对沙漠探险的参与者来说,也需要充分认识到自己的身体健康状况,熟悉并掌握沙漠野外的生存常识和急救常识,并且在探险活动过程中必须严格按照规划好的路线和方案进行,在确保安全的前提下获得最大的心理满足。

(五)安全性

马斯洛的需求层次理论认为,人必须在安全的基础上才能更好地实现自我价值。旅游者参与沙漠探险旅游的风险程度和满足程度并不是成正比关系,无论作为组织者还是参与者,必须是安全第一,在绝对安全的前提下来体验沙漠旅游活动的乐趣。

四、我国沙漠探险旅游的开发策略

(一)立法者完善法律制度和行业法规

目前,我国对探险旅游等特种旅游,除了登山探险旅游外,还没有明确的法规和依据来管理和规范。出了事故,旅游者和组织者都难于界定责任。出台法规时要明确出现问题后谁来救助、谁的责任、通讯报告、医疗的快速反应等内容,还要包括旅游者本身的责任。目前一些地市旅游部门制定了沙漠探险旅游方案,有限度地对沙漠旅游资源逐步向游客开放,比如采取旅游探险者登记制度、体能测试制度、线路规划、专业向导、配备沙地摩托车救援设备等措施。

(二)组织者的专业化,提供安全保障

沙漠探险旅游属于特种旅游,目前在境外组织这样活动的机构不管政府组织还是民间机构都比较专业,反观境内沙漠探险游的组织者目前还处于初级发展阶段,鱼龙混杂,不管是户外俱乐部、旅行社还是个人,开展沙漠探险旅游活动的合法性、专业性还有待提高,沙漠探险旅游的产品都比较单一,尤其是在出险救援方面要远远落后于境外发达国家,出险以后要么政府一揽子兜到底,花费的时间和精力成本都比较大,要么就是各部门推卸责任,使旅游者的被救援风险大大增加。

(三)参与者的理性,提高风险防范意识

我国的特种旅游还处于初级阶段,严格来说,沙漠探险旅游是一种特殊定制旅游,他对参与的旅游者来说有很高的要求,除了经济上的高标准之外,它还应该包含对参与者的身体健康、心理素质、野外生存、医疗救护常识等的要求。而且沙漠探险旅游的高风险性,要求参与的旅游者很早就要接触和了解有关沙漠和沙漠生存的知识,接受专业组织机构的训练和体能、心理测试,只有符合各项要求的旅游者才可以参与相应的探险活动,绝对不能仅凭主观意志和意愿就可以参加活动,必须是在保证旅游者安全的前提下的探险活动。只有科学慎重的筹备,经费充裕、组织计划妥善、救援计划有保障,沙漠探险

旅游才是理性的,否则就是无谓的冒险。

(四)构建立体化的旅游安全救援体系

旅游探险事故发生后,社会完善的旅游安全救援体系是非常重要的,要建立以探险旅游者为中心的安全救援体系,行业协会和政府部门应该加大同保险公司的合作,丰富和完善旅游险种,把特种旅游险种日常化,同时明确探险旅游出现意外的归口管理,“谁出事,谁主导、谁负责到底”,避免推诿不作为,导致旅游探险安全救援落不到实处或者效率低下的局面,各级政府、旅游局、体育局、工商局、公安武警边防部门、气象部门和保险公司等形成一个完善的社会救援体系,能够有效起到事前预防、事中及时救援、事后完善的立体化全社会救援体系。

(五)特种旅游保险的常态化

一般旅游者出游除了我们常见的旅游人身意外伤害保险之外,还应该购买旅游紧急救助保险和其他根据旅游需要可能发生的意外险种,游客无论在国内外任何地方遭遇不幸事故或者疾病,都可以拨打电话获得援助。

五、结语

沙漠探险旅游在我国起步较晚,参与的旅游者人数目前还不是很多,但是发展的势头很旺,而且从

世界旅游发展的趋势来看,探险旅游是必然的一个发展趋势,中国的探险旅游会伴随中国经济的发展和制度政策的完善飞速发展,沙漠探险旅游的参与者将会越来越多。

参考文献:

- [1] 李先锋,石培基,马晟坤.我国沙漠旅游发展特点及对策[J].地域研究与开发,2007(8):54-57.
- [2] 魏倩,王海鸿.我国沙漠旅游研究综述[J].社会科学家,2008(1):95-98.
- [3] 尹郑刚.我国沙漠旅游研究的现状与展望[J].内蒙古社会科学,2010(9):115-119.
- [4] 王艳茹,李院堂,等.中国沙漠旅游研究现状及展望[J].中国沙漠,2016(3):1-7.
- [5] 陈敬芝.探险旅游风险及其防范研究[J].旅游经济,2012(1):208-209.
- [6] 邹统钎,陈芸,胡晓晨.探险旅游安全管理研究进展[J].旅游学刊,2009(1):86-91.
- [7] 周彬,唐继刚,董杰,刘丽娜.滇西北探险旅游开发初步研究[J].资源开发与市场,2006(6):576-578.
- [8] 梁晨.新疆沙漠探险旅游现状及发展策略[J].旅游管理研究,2013(12):17-18.
- [9] 丁杰,李靖.探险旅游安全保障机制研究[J].旅游管理研究,2016(3):59-61.

The Present Situation and Development Strategy of the Desert Adventure Tourism in China

XIE Jianhong

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

Abstract: At present, the way of people's travel and tourism consumption behavior has greatly changed. A variety of special tourism accompanied with the changes in the market have been gradually understood and accepted by people. Starting with the concept of desert adventure tourism, this paper analyzed the present situation of the development of China's desert adventure tourism and its features, and puts forward the specific strategies for the development of China's desert adventure tourism.

Key words: desert exploration; present situation; features; development strategy

(责任编辑:魏有广)

传统海洋意象与海洋旅游伦理架构^{*}

全国花

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:传统海洋意象可以粗略划分为神性、父性、母性三种,其中隐含着平等意识、崇德取向以及从工具价值向内在价值过渡的伦理意义。就海洋旅游伦理而言,它在本质上应是一种生态伦理,维护和促进海洋生态系统的完整和稳定是其核心内涵。在此规定之下,传统的以人为绝对中心的伦理思维方式以及价值论、方法论性质等均应有所改变,这是一个体系从内容到结构的改变。

关键词:海洋意象;旅游伦理;价值取向

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

对于人类而言,海洋是一个古老而又现实、广阔而又深厚的存在。人类起源于生命的微观,生命的微观又起源于海洋。所以,作为一种天然的倾向,人类对海洋的探究与观照从未停息。

一、海洋的三重意象:神性、父性、母性

意象是指主观情意与外在物象之融合,既可以“意”寓“象”,亦可以“象”喻“意”。关乎海洋的意象庞杂而且凌乱,涵盖了美学、艺术、宗教、文学等诸多领域。有基于此,我们不妨从历史及特质两个维度对传统海洋意象重新解读。

(一)海洋的神性意象

这里的神性意象至少可以分为两个层面:一是关于海洋作为他者所具有的非生成的、永恒的、难以认知的观念;二是海洋成为被赋予超越人类自身能力的神灵的栖息之所。

《广雅·释水》有释:“海者,晦也。”浩渺昏蒙、不得其详应该是古人对海洋的初印象。在《庄子·外篇·秋水》中,庄子籍海神北海若之口论及:“天下之水,莫大于海,万川归之,不知何时止而不盈;尾闾泄之,不知何时已而不虚;春秋不变,水旱不知。”

至于栖息在海洋的神灵,更是不胜枚举,譬如希腊神话中有波塞冬等为数众多的海洋神祇,中国亦有禺虢、祝融、玄冥、妈祖,乃至海龙王等纷繁的海神形象,他们大多都会得到人类的敬畏和供奉。

(二)海洋的父性意象

弗洛伊德认为:“神圣的东西从根源上说只不过是那位原始父亲的未曾遗忘的意志”;那“是人们必须高高尊奉,不能触摸的东西。”据此而论,父性应是对神性的一种传承,尽管有了弱化的趋势,但依然拥有赐予、统治、强力等特征。

海洋的父性意象有如刚健、狂暴、莫测、壮阔等等,譬如朝鲜诗人李齐贤《望海》中的“白日丸跳呼吸里,青天毂转激扬间”、张融《海赋》中的“湍转则日月似惊,浪动则星河如覆”,都体现了此意象。而希腊传说中利安得葬身于爱琴海的悲剧,更是对海洋父性意象的最佳诠释。

(三)海洋的母性意象

相对于父性意象而言,母性意象的关键词应是顺势、包容、养育、隐逸等。《诗经·小雅·沔水》:“沔彼流水,朝宗于海。”老子说:“譬道之在天下,犹川谷之于江海。”这是海洋的顺势、包容的意象;人类“以海为田”的实践活动,以及在《圣经·创世纪》中上帝说“水要多多滋生有生命之物”,则体现了海洋的养育意象;《论语·公冶长》中,“道不行,乘桴浮于海”则又凸显了海洋的隐逸意象。

总而言之,“浩瀚海洋的变幻莫测,是人类窥探宇宙世界的一个视角,也是人类精神世界与想象空间的一方无垠天地,更是人类对自然、社会以及生命轨迹与命运循环的一种感喟。”海洋的神性意象应

* 收稿日期:2016-05-24

作者简介:全国花(1978-),女,朝鲜族,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,主要研究方向为外国语言文学、旅游管理。

该是人类在一种无知或恐惧状态下的尝试性解释,父性意象则是基于探究海洋愿望下的抗争,母性意象或是侧重海洋价值的考量。

二、海洋意象中的伦理指向

无论是神话、雕塑,还是诗歌以及其他,海洋意象的叙事方式或材料永恒地处于流变之中,但是关于敬畏海洋、认识海洋的诉求却一直蕴含于内。故此,我们可以在这浓郁的人文情怀背后,梳理出其伦理指向。

(一)“敬畏”中的平等意识

传统的海洋意象之中,关于对海洋敬畏的材料有很多,此不赘言。而产生敬畏的原因可能有三:无知、恐惧,而或尊重。如果对海洋的无知和恐惧是产生“畏”的理由,那么尊重则是“敬”的直接表述。

早期的人类以图腾崇拜的方式表达对自然的敬畏,这源自他们对自然重要性的朴素意识。依此逻辑,关乎海洋神性意象的描述,即应是人类敬畏海洋的基本态度的确立。“对世界的描述性陈述预设了规范性陈述,因此它们具有道德负荷……当某种选择或矛盾出现时,这种隐含的道德规范就可能以清晰的有意识的形态呈现出来。”

从海洋神性意象到人性(父性/母性)意象的变化,映射了人类对海洋从畏惧到尊重的态度转变。这种转变既意味着生产力和生产关系矛盾的消解过程,还具备有对人类对海洋的伦理反思。

人在思索如何认识海洋和改造海洋的同时,一个重要的追问也随之而来,那就是人与海洋的关系应是怎样的存在。除却人与海洋的感性关系外,他们之间是否还存在一种利益关系?人类已经习惯把一切的“非人类”都视为资源,并在种种灰色规则之下分享。这种习惯的形成理由很简单:食物链的“金字塔原理”已经表明人在自然界中的地位,由此也决定了人可以对其他生物及其环境的支配和改造能力。然而,当人类的支配和改造行为超越了生态系统的能力之时,这种关系的维持必将不可持续。

故此,对海洋的尊重,必须基于一个平等的前提。以多极主体思维模式考量人与海洋的关系,这应是传统海洋意象的有益启示。

(二)崇德的价值取向

意象讲求在观物取象之同时,还要做到神与物游。海洋具有处下、有容的意象,譬如海纳百川,有容乃大;亦具有孕育、生发的意象,譬如上善若水,厚

德载物。再有虚心而充实、处下而居上、无言且不争等意象,均能说明海洋意象中的德性观念。

从另一个角度而言,如果我们对海洋意象进行剖析,就不难发现其深层次的崇德取向,那就是关于人与海之间应有关系的思索。王蒙先生曾说:“海是冒险,海是挑战。也许我们会痛中国悠久的历史缺乏对海的了解和开拓,但也许我们会从中国的文化里看到另一面,就是说我们不是无条件地提倡竞争,提倡优胜劣汰,提倡适者生存。现在我们有海洋的意识了,既有包容的意识,也有开拓的意识甚至冒险的意识。但强化自己的同时,又要有一种和平共赢的精神。海洋意识的觉醒,是整个中华民族在她急剧发展过程中的精神前景。我们赶上了一个伟大的时机,它是我们民族精神崛起的一个表现,一个象征。”

(三)由工具价值向内在价值的过渡

在传统的海洋意象之中,海洋往往被赋予了神性或人性的“主体”特征,而这种被赋予的特征可以引发以下的伦理追问:人是唯一具有内在价值的主体吗?自然界中追求自己生存的物种、追求稳定的生态系统有没有内在价值?

不可否认,人类对海洋的关照,迄今为止依旧是以开发海洋的工具价值为主。所谓关于海洋价值的理性思考大多集中于开发利用层面,比如资源的宝库、国防的前哨、全球的通道等等,与古人关于海洋可以提供鱼盐之利和舟楫之便的浅层意象基本雷同。

海洋是自然的一部分,在人与自然的关系上,老子认为“天地不仁,以万物为刍狗”,其释义为天地看万物和那个丢掉的草狗一样,并没有对人特别好,对其他的万物特别差。就此意义而言,人类那种“万物皆备于我”式的傲慢有了些过分的嫌疑。人类宣称人是万物的尺度,只不过这个尺度一直处于主观校准的状态;人是自然的立法者,只不过这位貌似理性的立法者的唯一出发点是自利。

作为意象的一个构成要素,海洋是人类生命支持系统的重要组成部分已成为共识。在生态伦理的视阈之下,海洋的内在价值亦因此而体现。对海洋尊重,不仅在于对人类有利的因素,而且由于海洋是一种具有目的性的存在。故此,拘于物种意义上的人类中心主义应该给予扬弃,海洋作为一个生态系统理应有着存在的诉求。“能不能说,当我们将人类与地球上的生物共同体间看作相互补充关系的时

候,当我们的控制与对它的服从相互渗透的时候,人类的存在才最能显出其高贵?……我们应将自己所统治的世界看作一个共和国,要促成它的所有成员的完整性。”

三、基于海洋旅游伦理的反思

21世纪,人类进入了开发利用海洋的新时代,人们以获取最大利益为最高价值的陆地开发思维,对海洋进行着掠夺性开发,石油污染等环境问题以及海洋生态危机层出不穷。基于此,“海洋是人类生存第二空间”的概念被广泛接受,这是人类认识海洋的一个质的飞跃。在此背景之下,我们对海洋旅游的相关伦理研究,势必日渐紧迫。

(一)海洋旅游伦理之相关架构

人类正在危机中寻找人与海洋的伦理关系,尝试着在向海洋发展过程中,以海洋为基点来设计人类开展活动的模式、行为方式及交往方式。很显然,这意味着海洋伦理的构建。

就海洋旅游伦理而言,它在本质上应是一种生态伦理,维护和促进海洋生态系统的完整和稳定是其核心内涵。在此规定之下,传统的以人为绝对中心的伦理思维方式,以及价值论、方法论性质等均应有所改变,这是一个体系从内容到结构的改变。而关于对生态伦理的“自然主义谬误”的指责,正是由于缺乏这种改变。对生态规律的遵循是生态伦理的诫命,所以奥尔多·利奥波德会在《土地伦理》中坚持认为:“任何事物,只要它趋向于保持生物共同体的完整、稳定与美丽,就是对的;否则,就是错的。”

海洋旅游伦理的架构,还必须依托于对海洋自身内在价值的解读。人类应该站在更为宏大的自然(包含着海洋和人类)的立场考量行为原则,并以“最大限度的(长远的、普遍的)自我实现”作为生态智慧的终极性规范。

(二)海洋旅游伦理导向下的海洋意象消解与重构

海洋意象是一个庞大的、繁复的、流变的概念,消解与重构是一种常态。以中国当代诗歌中的海洋意象为例,“大致经历了由意识形态化的理想形象的书写到对海洋理想神话的消解,再到人与海洋人性化的和谐互动几个阶段。这种转换没有明确的时间分段,在很多时候几种书写是共存的。但就总的趋势来说,到目前为止是以多侧面共存的形态在诗歌意象系统里存在。”

海洋意象是人类对海洋的实践行为的反映,又有对传统传承的因素。基于其客观的影响力考虑,我们有必要以适当的方式介入其消解和重构的过程。其中,就海洋旅游伦理的视角而言,其消解和重构必须以尊重或“不伤害”为基础,以和谐与发展为目的。

(三)海洋旅游伦理必须整合科学精神与人文精神

海洋是人类得以生存和持续发展的依托,在认识海洋的过程中,科学与人文是并行的主脉:科学精神追求认知的真理性,人文精神追求人类生存的意义和价值关怀,它们是一种互补的关系,两者不可或缺。然而,伴随着海洋神性意象的消解,掌握着科技力量的人类正在以无序竞争的姿态向海洋全面进军,对人类生存环境和海洋经济的可持续发展带来了极大挑战。

科学与人文的分裂背离了人类的追求,即哲学意义上的人的全面发展这一终极目标。因此,在海洋旅游大开发的背景下,必须重新审视海洋的价值,增强海洋意识,强化历史责任,规范个人行为。“人类必须回归科学精神与人文精神的整合统一。作为以人为探索实践主体的科学和以人为终极关怀的人文,应该而且只能在人的身上实现更高层次的整合和统一。”海洋旅游伦理导向下的科学精神与人文精神,即是要求人类站在人文理性的高度关注海洋开发,其前提就是人海和谐。为此,人类需要自尊之、自省之、自律之。

参考文献:

- [1] 弗洛伊德.摩西与一神教[M].李展开,译.上海:三联出版社,1989.
- [2] 季岸先.中国古代海洋意象史辑[M].青岛:中国海洋大学出版社,2010.
- [3] 卡洛琳·麦茜特.自然之死[M].吴国盛等,译.长春:吉林人民出版社,1999.
- [4] 王蒙.勇者乐海[N].光明日报,2011-11-04(16).
- [5] 霍尔姆斯·罗尔斯顿.哲学走向荒野[M].刘耳等,译.长春:吉林人民出版社,2005.
- [6] 袁晓红,刘进.“海洋”之歌——当代诗歌中的海洋意象[J].西华师范大学学报(哲学社会科学版),2009(2): 23-28.
- [7] 吴德星.海洋研究与开发应注重人与自然和谐发展[N].光明日报,2011-11-04(16).

(下转第42页)

经济·管理

基于内在结构分析的营销风险传导机制
与形成机理研究*

李 键

(中央财经大学商学院,北京 100081)

摘要:文章从营销风险内在构成因素的视角分析了营销风险的传导机制,并在此基础上应用风险触发器原理,探讨了营销风险产生的形成机理和本质原因。研究认为,营销风险事件是否会转变为营销风险损失,除了与营销事件破坏力大小有关,也与企业自身的抗风险能力密切相连。

关键词:营销风险;风险结构;传导机制;形成机理

中图分类号:F270 **文献标识码:**A

尽管营销风险复杂多样,引起风险的原因也各不相同,但从根本上分析,营销风险主要是由于企业的营销管理能力不能适应企业外部环境变化,从而可能导致企业遭受营销活动受阻、失败或达不到预期目标。基于以上认识,学者们从风险来源的视角将营销风险分为宏观环境变化风险、市场格局突变风险、营销资源损伤风险、营销管理失效风险四个大类,这在学术界已基本取得共识。但营销风险形成和传导的内在过程是怎样的?又是如何对企业营销系统产生影响的?对此,尽管学者们已做了一些研究,但总体来看,仍缺乏从营销风险形成的内在过程进行深入剖析的文献。鉴于此,本文从营销风险的内部构成因素及其相互关系入手,对企业营销风险内在的传导机制和形成机理进行探讨和分析,以期对营销风险及其防范的理论与实践研究有所帮助。

一、营销风险的内在结构及其相互关系

营销风险的形成过程就是营销风险因素积累、变化和爆发的过程,由此,我们按营销风险形成过程中的不同阶段将其内在结构划分为营销风险因素、营销风险事件和营销风险损失三个部分,要理清企业营销风险内在的传导机制和形成机理,首先就要分析这三个内在结构的概念及其相互关系。

(一)营销风险因素

营销风险因素是指那些危害企业营销系统有序运转、不利于企业营销目标实现的各类风险因素。需要指出的是,营销风险因素并不会直接引发营销风险损失,但营销风险因素累积和扩大后,会形成营销风险事件。因而,营销风险因素可认为是营销风险事件发生的潜在原因,是引起营销风险事件发生、增加和扩大的条件。例如,企业营销业绩的奖励制度对营销队伍的稳定而言就是风险因素;竞争对手在新技术开发方面取得突破,对本企业产品的销售来说也是风险因素。

(二)营销风险事件

营销风险事件是引起营销风险损失的直接原因,是营销风险因素叠加、累积的结果。从根本上看,营销风险因素的累积引起了营销风险事件,如果处理不当,就会造成营销风险损失;反之,如果企业有很好的应对营销风险事件的机制,就能避免或减小由此造成的损失。因而,营销风险事件可以认为是营销风险因素转化为营销损失的现实性媒介。

(三)营销风险损失

营销风险损失是指企业在营销过程中由于营销事件所带来的非故意、非计划、非预期的企业价值减少,是营销风险因素和事件累积产生的结果。营销

* 收稿日期:2016-05-12

作者简介:李键(1977-),男,中央财经大学商学院在读博士,宁夏大学旅游系副教授,主要研究方向为企业管理与旅游经济。

风险损失包含三层含义：一是企业价值的减少既可能是直接经济损失，也可能是品牌、声誉等方面的非经济损失；二是非故意、非计划和非预期，如“折旧”等属于计划或预期中的财务损耗，因而不属于本文所定义的营销风险损失；三是营销风险损失既可能使得企业当前价值减少，也可能是在营销风险事件之后产生影响，如风险损失的赔偿以及企业信誉、品牌价值等方面的损伤往往是在风险事件发生后才会逐渐显现出来。

(四) 营销风险因素、事件、损失三者的关系

要真正领会营销风险内在的传导机制和作用机理，就必须先弄清营销风险因素、营销风险事件、营销风险损失三者之间的相互关系。对此，张云起等学者认为营销风险因素的累积引发了营销风险事件，而营销风险事件导致营销风险损失的产生。但笔者认为，在实践中，营销风险因素与营销风险事件并没有清晰的界限，同一风险事件，在一定条件下可能是造成营销损失的原因，我们可将其视为营销风险事件；但在其它条件下，也可能是造成营销风险损失的间接原因，则可将其视为营销风险因素。此外，由于营销风险的关联性，已经产生的损失也可能成为新的营销风险因素，进而带来新的风险事件和损失。基于以上分析，我们认为：营销风险因素、事件、损失三者之间是相互关联、循环转化的，如图1所示：营销风险因素并不会直接导致营销风险损失，但营销风险因素的叠加、累积或扩大后，就可变为营销风险事件，如果处理不当，就会造成营销风险损失；在一定条件下，该损失也可能转化为新的风险因素，进而引发新的营销风险事件和损失。

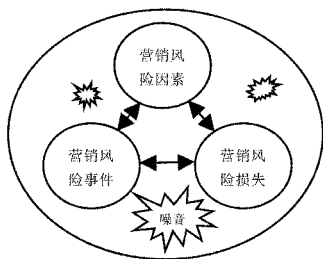


图1 营销风险内在结构

综合以上分析，我们认为营销风险因素、营销风险事件和营销风险损失构成了营销风险的基本内在结构。但需要指出的是，在营销风险内部结构中，还有很多微小的因子，尽管它们不会产生真正的风险，但会影响到对引发营销风险关键因素的识别和判

断，我们称之为营销风险噪音。这些噪音通常会以各类信息的形式存在，贯穿于营销风险从产生、积累到爆发的全过程，常常使得企业无法准确识别和判断营销风险的实质和实际的传导途径，致使企业所采取的风险应对措施失效。因而，通过科学的风险识别方法和技术克服噪音的干扰，也是企业在营销风险识别和预警中要格外引起重视的问题。

二、基于内在结构分析的营销风险传导机制

通过分析营销风险因素、营销风险事件、营销风险损失这三者之间的相互关系，帮助我们对于营销风险内在的传导机制有了更进一步的认识。但在实际工作中，为什么面对同样的营销风险事件，有的企业能够安然无恙，有的企业却损失惨重？对此，学者们通过大量的实证研究，论证了那些具备高效的风险管理机制的企业具有更好的风险抵御能力，例如美国学者 Brian(2006)通过对比研究提出，实施全面风险管理的企业在资本风险、公司财务保险和市场风险等方面的管理效果更具优势。此外，James(2003)提出高效的公司治理结构和充足的风险资本金、Lawrence(2009)认为运用衍生品进行风险对冲和有效的风险沟通，John(2010)指出组织文化在企业风险管理中也同样发挥了积极的作用。

由此可见，营销风险事件是否会转变为营销风险损失，除了受到营销风险自身破坏力大小的影响外，也与企业的风险识别、风险预警、风险控制和风险支撑等四个方面的风险管理能力密切相关。其中，风险识别和预警能力强调在风险爆发前，企业发现风险潜在因素的能力；风险控制能力是指风险爆发后，消除或减小风险损失的能力；风险支撑能力则是指企业愿意或能够承受风险损失的能力。如果一家企业的风险管理能力较强，那么该企业就可以通过有效的风险防控策略或凭借自身强有力的风险支撑能力，避免营销风险的发生或减小营销风险损失给企业带来的影响。

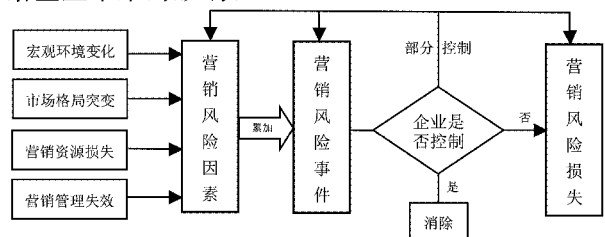


图2 营销风险形成机理模型

基于以上分析,本文建立了营销风险传导机制分析模型,如图 2 所示:宏观环境变化、市场格局突变、营销资源损伤、营销管理失效导致营销风险因素的产生,这些风险因素的累积和叠加引起营销风险事件。此时会有三种情况发生,其一,完全控制。企业能够通过有效的风险管理措施,完全预防或控制风险事件,既消除了风险事件可能带来的损失,同时也能将引起事件的因素完全消除,此类风险事件多存在于企业内部。从控制效能上看,这无疑是最理想的。其二,部分控制。企业通过科学预测,采取相匹配的应对措施来降低风险发生概率或减少损失程度,但无法完全消除引发风险事件的因素,这些风险因素会继续存在和累加,直到引发新的风险事件。此类风险事件多存在于企业市场环境中。其三,无法控制。当风险事件带来的损失是在企业可接受程度以内,或风险事件的控制成本大于其可能带来的损失,又或风险事件的破坏力远远大于企业的控制能力且采取任何措施都无能为力时,企业通常会选择风险损失自留,即自己承担风险事件带来的风险损失。

三、营销风险形成机理

在上文对营销风险内在传导机制的研究中,我们分析了营销风险因素是如何转化为营销风险损失的,在此基础上,本文将通过探讨营销风险对于企业营销系统的影响,来揭示营销风险的形成机理和本质原因。

从系统论的角度,对营销风险的形成原因也可以这样描述:在营销系统的运行过程中,宏观环境变化、市场格局突变、营销资源损伤、营销管理失效会导致营销风险因素的产生,从而引起企业营销系统的振动,当振动幅度大于系统的控制能力时,就会打破系统原有的平衡,引发营销风险事件或损失。对此,我们借鉴刘升福(2004)提出的“风险触发器”工作原理,来解释营销风险因素是如何破坏营销系统平衡,继而引发风险事件,并最终导致营销风险损失产生的,从而揭示营销风险的形成机理和本质原因。触发器(trigger)是物理学中的一个概念,是指当电流或电压脉冲达到触发器设置的某一临界值时,触发器便开始启动下一步工作程序。利用触发器的这一特性,我们设计了如图 3 所示的营销风险触发器,

并以此来分析和判断营销风险因素变动能否导致风险损失产生这一重要问题。

在应用风险触发器对营销风险的形成机理进行分析的过程中,我们将营销风险因素对于企业的影响看成是某种脉冲,如果风险因素变动刺激触发器所产生的脉冲是企业营销系统难以承受的,即突破了企业所设定的安全阈值,就会破坏企业营销系统的原有平衡。然而,此时并不能判断这样的震荡就一定会导致营销风险损失的产生,这是因为企业营销系统都具有自我修复和自组织能力(在营销风险触发器中我们用滤波器来表示)。在营销风险事件发生后,如果营销系统具有足够的自我修复的能力,那么产生的负面影响(即脉冲)可以通过滤波器进行消除,也就是通过风险预警和风险控制等措施降低或消除某些风险因素和事件的影响力,从而恢复系统原有平衡,实现风险的有效控制,使之不能在营销系统中产生震荡。当滤波器无法消除风险脉冲,也就是营销系统不能控制风险时,由此产生的风险脉冲就会经过滤波器转变为新脉冲,打破原有平衡,进而引发营销系统震荡,营销风险损失也就随之产生。

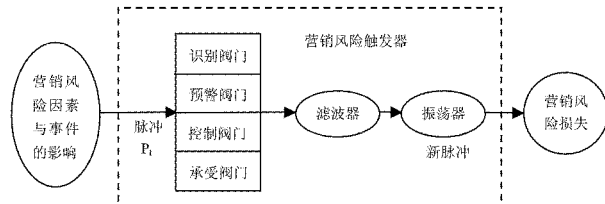


图 3 营销风险触发器结构图

我们基于营销风险触发器的内部结构来进一步分析营销风险的形成机理。如图 3 所示,在营销系统运行过程中,营销风险因素和事件就开始产生风险脉冲 P ,并试图通过四个并联的安全阀门(识别阀门 I 、预警阀门 W 、控制阀门 K 、承受阀门 B),这就需要脉冲与阈值进行比较。对于安全阈值的设置,可根据不同的行业特点以及企业的自身状况,利用历史资料、统计数据和相关标准等知识进行确定。我们用 $P(t), I(t), W(t), K(t), B(t)$ 分别表示 t 时刻的脉冲、识别阈值、预警阈值、控制阈值和承受阈值,则:

当 $P(t) > \text{Min}(I(t), W(t), K(t), B(t))$ 时,脉冲就会通过阀门,经过滤波器过滤,过滤之后的脉冲我们称之为新脉冲。如果新脉冲的破坏力是系统无法接受的,则新脉冲就会作用振荡器产生风险震荡,打破企

业营销系统原有的平衡,营销风险损失也就随之产生。

当 $P_{(t)} < \text{Min}(I_{(t)}, W_{(t)}, K_{(t)}, B_{(t)})$ 时,脉冲无法通过阀门,就不会产生项目震荡和风险了,表明营销系统具有较强的适应性和自我修复能力,能够克服或控制营销风险因素和事件带来的冲击,从而避免营销风险损失的产生。

四、结论

通过对营销风险内在的传导机制和形成机理研究,揭示了营销风险事件是否会转变为营销风险损失,除了与营销事故破坏力大小有关,也与企业自身的抗风险能力密切相连。希望通过本文的研究,能够帮助我们更清晰地了解营销风险产生的内在过程和本质原因,为分析和评估企业营销风险提供一定理论支撑的同时,也能够为企业制定有效的营销风险控制策略以及设计营销风险应对机制有所帮助。

参考文献:

[1] 张云起. 营销风险管理[M]. 北京:高等教育出版社,

2014.

- [2] Mark R. Greene. How to rationalize your marketing risks[J]. Harvard Business Review, 1969(3): 114-123.
- [3] Brian W. Nocco. Enterprise Risk Management: Theory and Practice[J]. Journal of Applied Corporate Finance, 2006, 18(4): 8-20.
- [4] James Lam. Enterprise Risk Management From Incentives to Controls[M]. John Wiley & Sons, Inc., 2003.
- [5] Lawrence A. Gordona, Martin P. Loeba, Chih-Yang Tsetse. Enterprise risk management and firm performance: A contingency perspective[J]. Journal of Accounting and Public Policy, 2009(28): 301-327.
- [6] John Fraser and Betty J. Simkins. Enterprise Risk Management[M]. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2010.
- [7] 潘琰, 胡海全. 企业风险承受能力评价[J]. 福州大学学报(哲学社会科学版), 2013(1): 39-46.
- [8] 刘升福. 基于战略转换的战略风险研究[J]. 软科学, 2004, 18(1): 44-48.

Research on the Marketing Risk Transmission and Formation Mechanism Based on Internal Structure Analysis

LI Jian

(Business School of Central University of Finance and Economics, Beijing 100081, China)

Abstract: The transmission mechanism of the marketing risk was analyzed from the perspective of the internal structure factor of the marketing risk. The formation mechanism and its substantial causes of the marketing risk were discussed on this base by applying risk trigger principle. It concluded that whether the marketing risk even would transfer into marketing risk event is not only related with the damaging force of marketing event, but also related with the risk resistance capability of the enterprise itself.

Key words: marketing risk; risk structure; transmission mechanism; formation mechanism

(责任编辑:魏有广)

神秘顾客法在企业服务质量管理中的应用研究*

黄 静

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘 要:神秘顾客法是一种应用于企业服务质量管理中的新方法。目前,这种方法已被国外企业广泛应用,而国内企业应用则相对落后。本文通过对神秘顾客的概念和应用状况的介绍,详细分析了神秘顾客法在企业服务质量管理中的应用价值,并提出了相应的应用对策,以供企业在服务质量管理中借鉴。

关键词:神秘顾客;神秘顾客法;服务质量管理;应用价值;应用对策

中图分类号:F717 **文献标识码:**A

随着中国经济的迅猛发展,市场上相似产品或服务也随之增多,因此,消费者面临很多选择,从而非价格竞争已成为商业领域的主要竞争手段。可以说,非价格竞争的核心就是服务质量,服务质量成了比产品、价格等更重要的因素。并且现今随着人们生活水平的提高,人们越来越重视商品的服务质量。神秘顾客法是企业服务质量管理的又一新的利器,通过神秘顾客法的应用,企业不但可以提高服务质量、改善管理水平,而且会促使整个行业更加健康的发展。

一、神秘顾客法相关概念和应用状况

(一)相关概念

神秘顾客法,顾名思义是介于定量研究和定性研究之间的研究服务质量的一种方法。是指调查者经过一段时间的培训后,按照企业的要求佯扮成普通顾客进行观察调查的一种调查方式。在此过程中,被调查者事先并不知道“神秘顾客”的身份和目的,故该调查方式能真实、准确地反映企业客观存在的实际问题,并就企业存在的问题以专题报告的形式进行反馈。

(二)神秘顾客法在国内的发展应用状况

国外很多企业已经广泛应用神秘顾客法,相对而言,国内企业对神秘顾客法的应用寥寥无几。在国内,最先引入神秘顾客调查法的是肯德基、麦当劳

等跨国公司。随后,中国联通、中国邮政等大型本土企业也陆续开始应用神秘顾客法,并逐步发展到零售行业。与此同时,人们也开始探索神秘顾客法在机场、银行、医院、超市、连锁企业、图书馆、快餐、酒店、家电、IT产品、药品等几乎所有消费品行业的服务质量、绩效考核、顾客满意度评价等方面的运用。随着国内市场的发展,国外更多外资和合资公司把神秘顾客法应用于企业管理。神秘顾客法对国内企业,尤其是服务性和连锁性企业的影响在逐渐加深。

二、神秘顾客法在服务质量管理中的应用价值分析

(一)神秘顾客法在服务质量管理中的积极作用

神秘顾客法是从顾客的角度对服务产品进行调查,其结果真实、客观、参考性强,且能够涉及到大量其他调查方法无法得到的企业管理和服务细节问题。

1. 有助于管理层把握服务质量的真实水准

神秘顾客法能够最大限度地反映调查的真实性。因为神秘顾客是以真实顾客的身份去亲历服务,“体察民情”,被调查场所和服务人员并不识其“庐山真面目”,也就不会刻意去掩饰什么。这使得调查者体验到的服务更全面且更接近真实水平,调查所反映的情况与企业服务日常的质量情况是高度一致的。

* 收稿日期:2016-05-17

作者简介:黄静(1975-),女,山东淄博人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,经济师,主要研究方向为市场营销和服务营销。

2. 有助于及时发现服务质量盲点

对于服务质量的检查与评价,大多数经理们都有这种感受:当管理人员在检查工作时,服务人员的工作热情往往会十分高涨,表现也比平时更加积极。管理人员观察到的与顾客实际体验到的很可能会大相径庭。有时,顾客在消费时,为避免尴尬,一些服务项目不便管理人员出现在现场,质量检查的“盲点”由此产生。

神秘顾客会给企业提供完整的《调查报告》,并且还会从专业及顾客角度提出诸多建设性建议和意见。管理层可以直接及时地发现本企业存在的服务质量问题,把问题“扼杀在摇篮中”,从而迅速地改正失误,并采取必要的措施整顿工作,把负面影响控制到最小。

3. 有助于为企业的竞争分析提供有价值的数据和信息

现在很多企业尤其是服务型企业之间的竞争关键点都集中在服务质量上。与其他反映服务质量水平的方法相比,神秘顾客法的特点及优势在于其表述的直观性,即不仅能够提供顾客对某项服务满意程度(如:非常满意、满意、一般、不满意、非常不满等)的概括性的数据和信息,而且还能够较直观地显示顾客满意或不满意的具体原因等很多具体的企业很难获得的服务质量信息。其次,还可以通过神秘顾客法了解竞争对手具体的商业信息。企业通过对这些数据和信息的分析、整理和整合得到很多有价值的结论,为企业的竞争分析和决策提供较高的参考价值。

4. 有助于增强员工“主人翁”意识,不断提高服务水平,提高团队协作能力

企业通过对神秘顾客法的应用,能够及时发现问题,并找出问题的根源所在,进而解决问题。这种无形的压力不仅使企业员工服务意识和自觉性大大提高,而且团队融洽度和团队协作能力也会大大加强。

5. 有助于企业服务质量制度和标准的落实

很多企业服务质量不好,原因固然是多方面的,但从实际情况看,对服务制度和标准执行不力、不到位,是其中极为重要的因素。正像很多中国企业所说的:“我们现在最缺的不是制度,而是对制度的执行”,“好制度不执行,还是等于零”。近年来,企业的

服务制度和标准的制定等方面的工作已经趋于完善,但是执行落实的情况不容乐观。神秘顾客法能检测到绝大部分制度的执行情况,能够更真实、客观并系统地反映出目标对象的真实状况,尤其是能准确检测到硬件服务制度的执行情况,监督制度的执行,从而企业能及时整改。

其次,由于服务本身有一定的局限性,受多方面因素的影响,企业服务质量的的高低很难用简单的“好与坏”来评价。神秘顾客法能检测到实际的硬软服务水平是否符合企业制定的服务制度和标准,有助于找到现实与服务标准的差距。

例如:神秘顾客法能检测评估到促销项目是否符合预定的标准,还有相关定价是否符合标准,相关商品以及服务设施的陈列是否符合企业要求等等。让企业各个部门服务人员都能清楚地认识到公司的服务制度和标准,从而使得服务制度和标准能够真正落到实处。

6. 客观上有助于倡导以顾客服务为导向的企业文化

企业自身对于价值的判断在很大程度上决定着企业文化。在调研过程中,神秘顾客以其自身的个性需求、经历、兴趣偏好、主观感受等在真实的服务场景中与服务提供者产生双向互动,因而过程更接近真实水平,从而更直观地反映出企业员工的职业素养和精神面貌。因此,透过神秘顾客这一视角,能促使企业不断改正错误,优化管理。这无疑在客观上倡导了一种顾客导向的质量标准及与之相对应的企业文化。同时,神秘顾客——这一企业真实顾客的代言人,在服务工作中的出现,亦潜移默化地规范着全体员工“以客为先、顾客至上”的行为准则。

7. 有助于有针对性的开展提高服务质量的培训
连续的神秘顾客法尤其是顾客感知角度的深入调查可以使企业总结出目前存在哪些方面的问题,有哪些方面亟待提高。神秘顾客法可以使企业清楚地认识到哪些不是服务人员的问题而是培训不到位,从而有针对性的制定培训计划,避免培训盲目性和泛泛性。

此外,神秘顾客法能够帮助企业发现与顾客交流的矛盾。通常,企业散布信息的渠道很多,如电视、报刊、问卷调查等。调查发现,企业在很多方面存在言行不一的情况,企业本身往往很难发现这些

问题,而神秘顾客作为一个旁观者却很容易发现这些问题,正所谓“当局者迷,旁观者清”。此外,神秘顾客法还可以作为消费者满意度调查的附加法从而得到更深刻的理解等。

综上所述,神秘顾客法对企业来说是切实有效的质量管理工具,尤其是测评和控制现场服务质量管理的高效利器,必将成为越来越多的企业作为提高服务质量的法宝。

(二)神秘顾客法在服务质量管理中存在的问题分析

诚然,神秘顾客法并非万能的。比如它能够帮助发现许多潜在的、平时不为人所留意的质量问题,但能否改正又是另一回事了。

1. 调查费用较高

由于企业本身就是服务企业,实施神秘调查法一般需要很多“神秘顾客”,需要对其作不同程度的培训等事先工作。雇用神秘顾客的费用也是很高,还有其他设计实施费用,相对于其他调查方法,调查费用还是较高的,所有很多大型有实力的企业才采用此方法。

2. 神秘顾客本身差异导致调查结果出现误差

首先,神秘顾客有时候是专业调查者,往往过分强调专业眼光与专业水准,有时对顾客需求与企业自身的具体情况考虑较少;其次,神秘顾客的精神面貌、职业素养以及对问题的见解等方面的差异,对考核结果也会产生一定的负面影响。

三、神秘顾客法在服务质量管理中的应用对策研究

神秘顾客法是一种服务质量管理手段,一种现场管理工具,如果不与管理相结合,神秘顾客法的效果会大打折扣。为了能使神秘顾客法在服务质量管理中扬长避短,充分发挥它的积极作用,成为企业质量管理中切实有效的管理工具,要在应用中注意以下方面才能保证神秘顾客法的效果。

(一)完善的神秘顾客测评内容是服务质量管理的基础

1. 明确企业调查需求重点,确定基本调查内容

通过详细了解和析企业调查需求重点,能够进一步明确在调查中需要解决的问题,调查中需要取得的资料,以及如何通过这些资料来改善和加强企业管理。

2. 神秘顾客法测评内容的细化和指标化

确定了基本调查内容后,则需要根据影响服务质量的五个基本要素:可靠性、响应性、保证性、移情性和有形性的特征,把调查的服务质量的内容细化和指标化,从以上五个基本点出发并结合企业行业特点,参考以往经验和整个行业的水平,以及竞争对手的情况,才能确定合理和全面的服务质量的测评内容和测评指标。

(二)神秘顾客调查项目设计是服务质量管理的关键

神秘顾客项目设计包括时间设计、路线设计、活动方案设计、调查表设计、成本控制、团队管理、采购计划、沟通方式及风险计划、各种应对预案等等。下面对其中神秘顾客法关键的方面进行研究。

1. 时间设计

为了满足研究中发现的问题、体现总体比较差异的要求,同时有效排除人为因素的干扰,神秘顾客测评的时间设计显得尤为重要。比如,测评客户服务热线,则需考虑工作日与非工作日的差异、工作时间与闲暇时间的差异、深夜时段和白天时段的差异等对指标的影响,这样就要考虑可以安排同一神秘顾客在有差异的不同时间测评。在每一轮的调查中,不同部门、不同门店应该安排在同一时段,以保证各部门、各门店结果的可比性。

2. 路线设计

在进行测评路线设计的时候,先要通过事先定性分析或行业经验等手段确定重要影响因素,再以影响因素的多少为依据,根据研究的目标和费用预算等具体情况,参照适当的设计方法进行测评路线设计,如此能减少神秘顾客执行时的主观因素影响测评效果。

3. 活动方案设计

在神秘顾客活动方案设计上要注意按照真实顾客的活动行为设计,一旦设计不当则可能会使神秘顾客“原形毕露”。神秘顾客即是一般顾客,一切活动都须以此为基础,只有这样才能真实反映出顾客的需求和企业真实的服务水平,否则很难达到预期的效果。

4. 调查表设计

调查表的设计是整个设计过程中至关重要的一环,这是将指标转化为考察项目和记录表格的过程。

调查表是神秘顾客执行调查任务的指导规范和现实指引,是神秘顾客测评高效化的保证。与普通调查访问相比,神秘顾客调查表的设计有以下几点需特别注意:

(1)调查表的总体结构安排简单明了

通常情况下,神秘顾客法的调查表要按照企业的服务流程进行设计,不需要琐碎,而是越简单越好,一目了然,让人愿意接受。

(2)调查表要适当的设计开放性问题

由于神秘顾客访问在很多时候需要进行探索性调研,神秘顾客感知功能在发现、改善服务薄弱环节方面具有不可替代的作用。因此,通过神秘顾客回答一些主观感受体会型的开放性问题,可以发现一些“潜伏的反应”。藉此,企业“对症下药”,能够快速且全面的提高管理水平。

(三)神秘顾客管理是服务质量管理的保障

1. 神秘顾客的选取原则

鉴于神秘顾客访问的特殊性,对其要求与其他传统访问则有诸多不同。从神秘顾客项目目标差异、环境特点、行业特点以及质量控制的角度出发,为了实现神秘顾客神秘性和神秘顾客测评项目质量稳定性,选择合适的神秘顾客,成为项目能够最终获得成功的必要条件之一。

(1)最好选择有真实身份背景的顾客担任

神秘顾客的特征与真实顾客的特征越接近越好,这样才能保持神秘顾客神秘性和调查到真实的服务质量状况。若神秘顾客与普通顾客的消费行为特征差别太大,会造成被测对象的警惕进而暴露身份等等,因此,最好由真实身份背景的顾客担任神秘顾客。

(2)应尽可能涵盖企业服务的不同类型人群

企业服务的不同类型人群因性别、年龄、外貌等消费差异,对于企业服务要求和感受企业服务质量是不同的。为了准确全面分析这些偏差,做出正确的评价,神秘顾客除了要根据调查对象的性质和调查内容而选取,还要尽量涵盖企业顾客群的各种类型人群。籍由不同类型的服务人群所占的比例和重要性来设定各类神秘顾客的数量,这样所有神秘顾客才有代表性。

(3)专业神秘顾客和普通神秘顾客合理搭配使用

神秘顾客一般分为两种,一种为“专业神秘顾客”,即是企业行业或领域的专家学者,可能还可以作为后期研究者。这种神秘顾客通常“基本功”都比较扎实,眼光也比较挑剔,在很多问题上能够“明察秋毫”。但是由于专业性太强,“地气”不够,得到的检测结果可能不太实用;另一种为“普通神秘顾客”,这种一般是企业从社会招募而来,很少甚至没有访问经验,必须经过一段时间的培训,使其掌握基本的行业知识和访问细则,才能做到“有的放矢,洞察一切”。因为自身的条件限制,普通型神秘顾客可能会遗漏某些重要环节。

由此可见,两种类型都不是十全十美的,每种类型都有其自身的缺点和优点。因此,针对不同的调查项目,最好两种类型神秘顾客合理搭配,配合执行会有更好的效果。

(4)选取过程要保密

为了最大限度的保证神秘顾客身份的隐秘性,以保障调查的真实性,企业要尽可能做好选择过程的保密工作,争取将知情人的数量控制到最少。

2. 神秘顾客的培训

神秘顾客的培训内容主要包括基本常识、相关业务知识和调查的技巧、职业素养和调查道德讲解等,神秘顾客只有充分了解企业情况才能在调查过程中做到有的放矢,提高调查质量。

(1)基本常识培训

基本常识是几乎所有调查方法都要具备的,一般包括礼仪规范和心理方面的常识等培训。神秘顾客若谈吐文雅得体,行为礼貌大方,坚持公平、公正、中立的工作态度,就能在调查访问期间沟通顺利和高效。具有了行为学、心理学基础知识的神秘顾客在调查过程中有良好的心态和心理素质,表现更自然、不易暴露,能以普通顾客的心态去工作。

(2)相关业务知识培训

为使神秘顾客能高效工作,必须对其进行系统的业务知识培训。内容包括行业服务质量评估标准、项目背景知识及检测标准体系;由于神秘顾客法适用的范围很广,不同的行业相关的服务规范和职业要求也不尽相同,调查人员对此必须有清醒的认识;同时还必须了解企业调查项目的重点所在,如通过此次调查企业想解决什么问题,想达到什么目的;还有服务项目等方面的讲解等等。

(3) 调查技巧培训

企业的服务质量与企业的营业环境和设施,以及营业人员的服务态度和服务意识息息相关。在好的营业环境中,营业人员面带微笑,谈吐文雅,举止大方,给人如沐春风的感觉;相反,在差的营业环境中,营业人员冷如冰霜,爱搭不理,一副拒人千里的态度,让顾客望而生畏。对此,调查者必须从细节入手,“眼观六路,耳听八方”,切实感受营业人员是否“用心在服务,用爱在付出”。了解到这些,神秘顾客要学会服务“暗访”工作技巧、询问的技巧和应对方法等调查技巧。

(4) 职业素养和调查道德的培训

作为一种调查行为,神秘顾客法通常在被测评对象一无所知的情况下“偷偷地”进行。如果神秘顾客自持握有“尚方宝剑”,任性地使用自己手中的权力,或者通过非法行为进行不正当竞争,都可能会给企业带来严重后果,造成不可挽回的损失。

由此可见,对神秘顾客进行系统的培训是非常可取的,只有这样,才能使神秘顾客调查能够正常的进行。

3. 神秘顾客执行监控与考核

(1) 加强项目负责人和神秘顾客访问员的沟通

在神秘顾客项目执行中,需要加强项目负责人和神秘顾客访问员的及时沟通。神秘顾客必须第一时间反映现实中遇到的问题,听取建议,发现不合理的地方应当机立断,及时汇报,而不是等项目执行完毕再报告。

(2) 调查记录的审核

调查记录包括调查表和相关的记录表格。通常在调查时,要求访问员详细记录访问时间、访问地点或者相关信息,在允许的情况下用各种记录设备(针孔摄像机、手机录音、拍照、录像等)记录调查某些环节或整个调查过程。神秘顾客项目结束后,这些可以作为必要手段对神秘顾客进行监督和考核,在加强服务质量控制的同时,也有利于后期的统计分析。

总之,企业应用神秘顾客法的最终目的是提升和改进服务质量,同时也会在一定程度上促进人力资源考评和绩效考核,加强对企业员工的监督和管理。随着国内企业对服务营销工作的重视程度不断提高,引入神秘顾客法进行常规的测评服务质量将会越来越普遍。

要注意的是并不是只有服务质量差的企业才需要神秘顾客法,很多优秀的企业都实行神秘顾客法,其目的不仅想保持住企业优势,做得更好,更想知道自己在竞争中处于什么位置,以及如何才能让自己比其他竞争者更加优秀。实际上那些认为自己不需要神秘顾客法的公司恰恰需要这项服务。因此,优质服务的企业更应该把神秘顾客法作为维护或提高服务质量常用的管理工具。

还应该看到,服务质量管理是一项牵涉颇广的系统工程,如要充分发挥神秘顾客法的作用,还需综合运用培训、奖惩、现场督导等各种管理手段,乃至在企业文化、组织形式、人力资源政策及领导方式等方面做出更深层次的努力。

参考文献:

- [1] 潘勇,石宏涛.神秘顾客研究的作用和意义[J].市场研究,2012(1):58-59.
- [2] 白广臣,李先玲.“神秘顾客”神秘功效[J].中国石油石化,2010(5):72-73.
- [3] 于军,季成.体验管理之追踪探询法[J].企业管理,2007(7):71-73.
- [4] 雄伟,陈寅秋.神秘顾客调查法在酒店管理中的应用研究[J].旅游学刊,2010,25(11):50-57.
- [5] 程晓东.神秘顾客调研与顾客满意度测评[J].现代商贸工业,2009(15):18-19.
- [6] 杨玫.神秘顾客方法在图书馆服务质量管理中的应用[J].宁波工程学院院报,2007,19(1):44-46.
- [7] 贾伟锋.完善神秘顾客检测过程[J].市场研究,2009(12):35-37.
- [8] 马绍卿,李珊.神秘顾客在银行营业网点应用中的误区及应对策略[J].市场研究,2009(3):57-59.
- [9] 蒋廉雄,卢泰宏.神秘顾客——改善服务质量的新工具[J].中国质量技术监督,2005(9):34-35.
- [10] 黄兰.神秘顾客法在物流企业服务质量管理中的应用[J].现代物流,2010(10):70-71.
- [11] 路勇.神秘顾客引发服务营销革命[J].化工质量,2007(1):36-38.
- [12] 蒋廉雄,卢泰宏.神秘顾客方法:改善服务质量管理的新工具[C].第二届中国质量学术论坛会议论文集,2005.
- [13] Finn A. Mystery shopper benchmarking of durable-goods chains and stores[J]. Service Research, 2001, 3(4): 310.
- [14] Anderson C, Bissell P. Using semi covert research to evaluate an e-emergency hormonal contraception serv-

- ice[J]. Pharm World Sci, 2004, 26(2): 102-106.
- [15] Jordy F, Gosselt M S, Joris J van Het al. Mystery shopping and alcohol sales: Do supermarkets and liquor stores sell alcohol to underage customers? [J]. Journal of Adolescent Health, 2007, 41(3): 302-308.
- [16] Norris P. Reasons why mystery shopping is a useful and justifiable research method [J]. The Pharmaceutical Journal, 2004, 272(6): 746-747.
- [17] Wilson, A. M. The use of mystery shopping in the measurement of service delivery [J]. The Service Industries Journal, 1998, 18: 148-163.
- [18] Wilson A M. The role of mystery shopping in the measurement of service performance managing [J]. Journal of Service Theory and Practice, 1998, 8(6): 414-420.
- [19] Dawson J, Hillier J. Competitor mystery shopping: Methodological considerations and implications for MRS code of conduct [J]. Journal of the Market Research Society, 1995, 37(4): 417-427.

Application Research on Mystery Customer Method in Service Quality Management

HUANG Jing

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

Abstract: The mystery customer method is a new method widely applied in service quality management. At present, this method is extensively used by the overseas enterprise, however, the domestic enterprises bears little witness to the application of the method. Through introducing the basic concept and present situation of the mystery customer research application, this paper analyzes the application value of mystery customer method in service quality management in detail, and put forward the corresponding countermeasures for enterprises in service quality management as reference.

Key words: mystery customer; mystery customer method; service quality management; application value; application countermeasures

(责任编辑:魏有广)

养老金入市对其个人账户缺口影响的实证分析*

孙圣涵

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:本文利用精算技术,首先建立养老金个人账户给付精算模型,分析养老金个人账户积累额及支付额;然后基于对养老金个人账户现金流的分析,建立养老金个人账户缺口测量模型,以山东省职工为例,对养老金缺口进行实证测度分析。分析结果显示,在现有养老金投资收益率下,存在较大的个人账户缺口,养老金入市可以有效提高养老金投资收益率,对减少养老金缺口具有积极作用。

关键词:养老金缺口;投资收益率;养老金入市

中图分类号:F842 **文献标识码:**A

一、引言

现阶段来看,利用精算模型定量分析养老金缺口问题的文献比较多,但是大多数的文献都是从退休年龄、个人账户的可继承性、记账利率等因素对养老金缺口进行实证分析。比如肖小分析了合意供给替代率与现实需求替代率对养老金缺口的影响;李晓慧,张乐川等分析了制度转轨以及延长退休年龄对弥补养老金缺口的影响程度;张勇,吉祥,王裕明,张翠云等通过建立养老金精算模型,定量分析计发月数与个人账户可继承性之间的关系,得出提高退休年龄不一定能增强支付能力,提高投资收益率,或降低计发月数并合理控制收支差额,是当前弥补养老金缺口的有效办法。

随着养老金缺口的逐渐扩大,以及高通胀和负利率的金融背景之下,养老保险金入市的概念随之出现,但是目前我国对养老保险金入市的研究仅从定性的角度分析。刘俊棋通过比较分析国际主流国家养老金入市及其入市监管的具体做法,得出我国养老金入市的趋势,提出建立独立的养老金个人账户的建议;施雅从广东省千亿养老金入市的背景出发,定性的分析了养老金入市在我国的必要性、益处以及风险的防范,李大成提出养老金入市是指把基本养老保险基金中的个人账户基金进行证券投资,认为养老金属于社会保险金,如果采取社保基金的模式,将资金集中起来再由专门机构进行投资,就很

有可能实现养老金收益率的大幅度增长,从而解决目前我国养老金收支缺口增大、收益率低的问题。

针对养老金入市后,对我国养老金缺口将会发生多大程度的变化,如何建立相关的精算模型进行定量分析等,目前还是缺乏这方面相关的研究文献。有鉴于此,本文利用精算模型,实际测量养老金入市对个人账户缺口的影响程度,并基于理论和实证对其进行相关的分析。

二、山东省养老金个人账户精算模型

养老金入市可以提高养老基金投资运营收益率使其高于养老金记账利率,因此本文建立养老金个人账户精算模型主要分两步进行:首先,依据养老金记账利率建立养老金给付模型,用于计算养老金个人账户收缴及支付额;然后,依据养老金投资收益率,通过分析养老基金现金流建立养老金个人账户缺口分析模型。

(一)养老金个人账户给付模型

1. 养老金缴费模型

假设职工的参保年龄为 a 岁,退休年龄为 R 岁,最大生存年龄为 Ω 岁, t 岁时月平均工资为 w_t ($a \leq t < R$),工资的年平均增长率为 g_w (设一年内各月工资不发生变化),个人账户缴费费率为 θ ,记账利率为 i_1 。并设职工每月初缴纳养老保险费。

设职工在 t 岁死亡(设为年末死亡)时已缴纳保费的现值为 C_t 。

* 收稿日期:2016-05-13

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,硕士。

(1)若职工在退休前死亡($a \leq t < R$),则缴费现值为:

$$C_t = \sum_{k=a}^t \theta 12 w_k \ddot{a}_{\overline{t-k}|i_1}^{12} v_1^{k-a} = \theta 12 w_a \ddot{a}_{\overline{t-a}|i_1}^{12} \sum_{k=a}^t \beta^{k-a} \tag{1}$$

其中, $\ddot{a}_{\overline{t-a}|i_1}^{12}$ 是一年支付12次年利率为 i_1 期初付款每期付款额为1/12的1年期年金现值, $v_1 = (1+i_1)^{-1}$ 是折现因子, $\beta = (1+g_w)v_1$ 。

由公式(1),死亡时其个人账户的积累额为:

$$S_t = C_t (1+i_1)^{t+1-a} \tag{2}$$

(2)若职工在退休后死亡($R \leq t \leq \Omega$),则缴费现值与死亡年龄无关始终为 C_{R-1} ,其个人账户积累额为:

$$S = C_{R-1} (1+i_1)^{R-a} \tag{3}$$

由公式(1)~(3)可知,缴费费率、工资增长率均对个人账户积累额有正向影响,即缴费费率、工资增长率越高,个人账户积累额越多。

2. 养老金支付模型

假设养老金计发月数为 m ,则根据《国务院关于建立统一的企业职工基本养老保险制度的决定》,养老金每月支付额为个人账户积累额除以计发月数,即养老金每月支付额为 $b = S/m$ 。

设职工在 t 岁死亡时已领取的养老金的现值为 B_t ,则:

$$B_t = \begin{cases} 0 & a \leq t < R \\ 12b \ddot{a}_{\overline{t-R+1}|i_1}^{(12)} v_1^{t-a} & R \leq t \leq \Omega \end{cases} \tag{4}$$

其中 $\ddot{a}_{\overline{t-R+1}|i_1}^{(12)}$ 为一年支付12次年利率为 i_1 期初付款每期付款额为1/12的期限为 $t-R+1$ 年的年金现值。

由公式(4)可知,养老金个人账户积累额越多,养老金月支付额现值越多。

根据我国相关政策规定,参加城镇职工基本养老保险的人员死亡后,其基本养老保险个人账户余额可以一次性发给其经法定程序认定的继承人。设职工 t 岁死亡时其法定继承人可继承的份额为 I_t ,则:

$$I_t = \begin{cases} S_t & a \leq t < R \\ \max\{C_{R-1} - B_t, 0\} (1+i_1)^{t-a+1} & R \leq t \leq \Omega \end{cases} \tag{5}$$

(二)养老金个人账户缺口分析模型

设养老金投资收益率为 i_2 , t 岁死亡时养老金缺口(缴费现值-支付现值)为 G_t 。

若职工退休前死亡($a \leq t < R$),养老基金的现金流为:第 $a \sim t$ 年每月初收入 w_k ;第 t 年末一次性支出职工继承份额 I_t 。则养老金缺口为:

$$G_t = \sum_{k=a}^t \theta (1+g_w)^{k-a} 12 w_a \ddot{a}_{\overline{t-k}|i_2}^{(12)} v_2^{k-a} - I_t v_2^{t-a+1} \tag{6}$$

($a \leq t < R$)

若职工退休后死亡($R \leq t \leq \Omega$),养老基金的现金流为:第 $a \sim R-1$ 年每月初收入 w_k ;第 $R \sim t$ 年每月支出养老金 b ;第 t 年末一次性支出职工继承份额 I_t 。则养老金缺口为:

$$G_t = \sum_{k=a}^{R-1} \theta (1+g_w)^{k-a} 12 w_a \ddot{a}_{\overline{t-k}|i_2}^{(12)} v_2^{k-a} - 12b \ddot{a}_{\overline{t-R+1}|i_2}^{(12)} v_2^{R-a} - I_t v_2^{t-a+1} \tag{7}$$

根据人口生存理论,记 ${}_k|q_a$ 为 a 岁的人在 $a+k \sim a+k+1$ 死亡,即在第 $a+k$ 岁(第 $a+k$ 年末)死亡的概率。则:

$${}_k|q_a = \frac{l_{a+k} - l_{a+k+1}}{l_a} = \frac{l_{a+k}}{l_a} q_{a+k} \tag{8}$$

其中, q_{a+k} 表示 $a+k$ 岁职工一年内死亡的概率,由生命周期表根据公式(8)可以计算 a 岁职工在各个年龄死亡的概率,则养老金缺口的期望值为:

$$G = E[G_t] = \sum_{k=a}^{\Omega} {}_k|q_a G_k \tag{9}$$

三、实证分析

(一)数据说明

a :根据《中国养老保险基金测算与管理》的研究,综合考虑我国劳动力年龄结构变化趋势,将 a 设定为20岁。

R :目前我国法定退休年龄为男60岁,女55岁,本文以男性为例进行测算,因此 R 为60岁。

i_1 :目前我国养老金个人账户记账利率以一年定期存款利率作为主要参考,而且山东省2015年度企业职工基本养老保险个人账户记账利率确定为4.25%,考虑利率变化趋势,将 i_2 设定为4.5%。

w_a :本文以2015年为基期,2014年山东省月平均工资为4319元,考虑到工资变化趋势,因此,将 w_a 设定为4500元。

g_w :根据《山东省统计年鉴(2015)》可统计得到2000-2014年在岗职工月平均工资,考虑到山东省经济发展状况,将 g_w 设定为14%。

θ :国家规定养老金个人账户缴费率为8%,故设定 θ 为8%。

m :国家规定60岁退休养老金计发月数为139。

${}_A q_a$:由《山东省从业人口生命表(男性),1989—1990》

Ω :生命表最大生存年龄为89岁,因此设定 Ω 为89。

i_2 :为分析养老金入市对山东省养老金缺口的影响,取 i_2 的值分别为2%、3%、4%、5%、6%、7%、8%、9%、10%。

(二)测算结果

根据本文建立的模型,使用matlab编写程序,可以求得不同投资收益率下不同年龄死亡时养老金个人账户缺口值,以及不同投资收益率下养老金个人账户缺口的期望值,如表1。

表1 不同收益下养老金缺口期望值 单位:万元

投资收益率	2%	3%	4%	5%	6%
缺口期望值	-80.045	-33.025	-7.736	5.243	11.334
投资收益率	7%	8%	9%	10%	
缺口期望值	13.649	13.964	13.284	12.168	

由表1可以看出,当养老金按照往年投资收益率2%进行运营时,在养老金具有可继承性的情况下,养老金个人账户缺口现值为负,即出现收不抵支的情况,这势必会增加政府在养老保险的财政负担。当投资收益率达到5%时,养老金个人账户缺口现值开始变为正数,即养老金个人账户个人缴纳费用足以支付其退休后领取的个人账户养老金,但是投资收益率为5%时,79岁以后死亡的职工其养老金缺口值仍然为负。当投资收益率在5%至8%之间时,投资收益率对养老金缺口期望值有正向影响,即提高投资收益率有利于减小养老金个人账户资金缺口,对作实养老金个人账户有积极作用。

通过上述实证研究分析发现,在账户具有可继承性和无限延续性的前提下,养老金入市后带来投资收益率的提高,对减小个人账户养老金缺口具有显著的作用。实证分析得出,当养老金个人账户缴费以及退休养老金计发月数等相关因素不变时,个人账户养老金缺口期望值与投资收益率两者基本上呈现正相关的关系。

四、对我国养老金入市的简单思考

养老金入市具体来讲是指养老金账户中个人账户的资金进入我国的资本市场,但是并不等同于完

全进入股市。从资本市场的层面来说,养老金入市会与资本市场的发展相互影响,同时促进国内资本市场的发展进一步完善;从政府的层面来说,养老金入市不仅减少政府的支付压力,是我国大势所趋,也是实现养老金保值增值、弥补收不抵支的重要手段;从个人的层面来说,养老金入市是保证民生养老金的长期供给的重要保障。

对待养老金入市的问题,应注重审时度势,渐进式的推进,充分全面、及时准确地做好相关风险防范措施,起到稳定市场的作用。不要把鸡蛋放在同一个篮子里,分散投资风险,实行多样化投资的模式。由于我国资本市场目前发展并不是很完善,因此政府要从宏观调控的层面进一步完善资本市场,降低市场风险,为养老金入市提供有利的市场环境,促使资本市场趋于稳定。同时要完善养老金入市方面的相关法律法规,形成配套完善的法律体系,为养老金入市提供有利的外部环境保障。

参考文献:

- [1] 肖小. 基本养老金替代率合意水平研究[J]. 华东经济管理, 2012(6): 5-9.
- [2] 李晓慧. 关于延迟退休年龄的思考[J]. 现代营销, 2011(3): 37.
- [3] 张乐川. 我国延长法定退休年龄政策可行性研究[D]. 上海: 华东政法大学, 2011.
- [4] 张勇. 个人账户可继承性与计发月数内在关系的定量分析[J]. 数量经济技术经济研究, 2006(12): 126-134.
- [5] 吉祥, 王裕明, 张翠云. 上海市城镇职工个人账户养老金精算研究[J]. 上海经济, 2009(10): 6-9.
- [6] 刘俊棋. 养老金入市的国际经验借鉴与我国的政策选择[J]. 科技和产业, 2012(9): 135-140.
- [7] 施雅. 浅谈中国养老保险金入市[J]. 财经视点, 2012(6): 160.
- [8] 李大成. 浅谈养老金入市[J]. 中国证券期货, 2012(6): 13.
- [9] 冯祺. 养老金缺口的成因及其对策[J]. 企业改革与管理, 2015(4): 176.
- [10] 梁发蒂. 养老金能不能入市[J]. 中国经济信息, 2015(14): 42-43.
- [11] 张琳琳, 张简. 借鉴国际经验对我国养老金入市投资管理模式的思考[J]. 经营管理者, 2016(6): 34.

Empirical Analysis of the Influence of the Pension Funds into the Capital Market on the Personal Account Gap

SUN Shenghan

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

Abstract: This paper establishes an actuarial personal account payment model of the personal account gap for endowment insurance, and analyses individual pension accounts accumulated amount and payments. Then it establishes an actuarial model of the fund gap of individual account. Take Shandong urban residents as an example, it researches empirical measure analysis of the pension gap. The paper makes a conclusion that pension funds into the capital market help reduce the fund gap of individual account.

Key words: pension gap; investment rate of return; pension funds into the capital market

(责任编辑:魏有广)

(上接第28页)

Traditional Ocean Imagery and Marine Tourism Ethical Framework

QUAN Guohua

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

Abstract: The traditional ocean imagery can be roughly divided into divinity, paternity and maternity, which implies the ethnical significance of equality consciousness, morality orientation and the transformation of tool value to the intrinsic value. As far as the marine tourism ethics concerned, its substantial connotation should be a kind of ecological ethics, which maintains and promote the integrity and stability of the marine ecosystem. Under this provision, the traditional human-centered ethical way of thinking, as well as its value theory and methodology should be changed. This is a system change from the content to the structure.

Key words: ocean imagery; tourism ethics; value orientation

(责任编辑:魏有广)

影响港口物流产业集群竞争力的因素分析*

吴健妮

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:港口物流产业集群, 笼统来讲就是以港口为核心、围绕港口而形成的物流产业集聚的现象, 它既承担着水陆运输方式的转换, 又为物品的储存和流通加工提供了便利的场所。因此, 港口发展的好坏很大程度上影响了港口周边企业的聚集效果。本文探讨了影响港口物流产业集群竞争力大小的主要因素, 以便为后续深入研究做铺垫。

关键词:港口; 港口物流产业集群; 竞争因素

中图分类号:F713 **文献标识码:**A

港口物流产业集群是一个将集群理论引入到港口产业理论而诞生的新概念。根据比利时安特卫普大学的 Haezendonck E 教授的归纳, 港口产业集群是指一系列从事港口相关服务的相互独立的企业, 这些企业采用几乎相同的竞争战略, 聚集在同一港口区域, 以获得相对集群外部的联合竞争优势。影响港口物流产业集群发展的因素有很多, 而影响其竞争力的因素主要有以下几个方面。

一、政策法规

作为一个国家对外开放的窗口、经济状况的晴雨表, 港口一直以来都受到国家和地方政府的绝对重视。目前就我国来讲, 就制定了港口建设、发展临港产业、腹地经济, 实现产业聚集和产业结构调整、产业升级的相关法律政策。

(一) 法律法规

根据我国《港口法》第六条中规定:“国务院交通主管部门主管全国的港口工作, 地方人民政府对本行政区域内港口的管理, 按照国务院关于港口管理体制的规定确定, 依照前款确定的港口管理体制, 由港口所在地的市、县人民政府管理的港口, 由市、县人民政府确定一个部门具体实施对港口的行政管理; 由省、自治区、直辖市人民政府管理的港口, 由省、自治区、直辖市人民政府确定一个部门具体实施对港口的行政管理”。同时, 《关于深化中央直属和

双重领导港口管理体制改革的意见的通知》(国办发[2001]91号)和《关于贯彻实施港口管理体制深化改革工作意见和建议的函》(交函水[2002]1号)还明确指出了我国港口管理体系的总体框架, 即政府部门对港口实行分级管理, 交通部对全国港口统一行政管理, 并负责制定全国港口行业的发展规划; 各省级人民政府交通主管部门负责本行政区域内港口的行政管理。省级或港口所在地人民政府按照“一港一政”的原则统一管理、规划建设港口; 港口企业作为独立的市场主体依法从事经营。

可见, 我国港口目前是中央直属和中央、地方双重领导的港口管理体制, 地方政府在港口的管理和规划上有较大的自主权。这种情况虽然存在政出多门等负面问题, 但就各省的港口发展、临港经济发展、实现产业聚集、结构升级等方面具有推动作用。

(二) 政府政策

在区域发展方面, 根据区域优势的不同, 国家制定了不同的发展战略。比如2009年7月1日获得国务院批准的《辽宁沿海经济带发展规划》, 将辽宁沿海作为整体开发区域被纳入国家战略, 进一步提升了大连核心地位, 强化了大连-营口-盘锦主轴, 壮大了渤海翼(盘锦-锦州-葫芦岛渤海沿岸)和黄海翼(大连-丹东黄海沿岸及主要岛屿), 这对加快辽宁沿海经济带发展, 振兴东北老工业基地, 完善我国沿海经济布局, 促进区域协调发展和扩大对外开

* 收稿日期: 2016-05-04

作者简介: 吴健妮(1987-), 女, 山东青岛人, 青岛酒店管理职业技术学院教师, 硕士, 主要研究方向为职业教育、企业管理。

放,都具有重要战略意义。

除相应国家的战略规划外,辽宁省政府也出台相关的文件。《辽宁老工业基地振兴规划》中提出了要以市场为导向,以资本为纽带,整合各资源要素,从而形成以枢纽港和其他港口为依托,沿海城市与内陆地区合作发展的新模式;《中共辽宁省委、辽宁省人民政府关于加快建设大连东北亚国际航运中心的决定》中也规划了以大连港为中心,营口港、丹东港、锦州港为两翼,葫芦岛港、盘锦港等为补充的港口格局。此外辽宁省委、省政府还专门向国家开发银行申请了122亿元的政策性贷款作为辽宁港口建设的保证资金。这些措施对港口物流产业集群的发展都有很大的促进作用。

以大窑湾保税港区的政策为例,外商可申请到100%的独资公司,是国内唯一可以设立外商独资贸易公司的地方;并且内部企业经营的保税品或非保税品物流允许无限期的保税存放或展示,不征收任何监管费用;区内企业和区外企业之间允许以外汇或人民币结算;区内企业自用的生产管理设备和合理数量的办公用品及维修零配件、生产用燃料、建设生产厂房、仓储设施所需的物资设备等,均予以免税。

二、港口状况

港口物流产业集群是以港口为中心,围绕港口发展而形成的物流产业集群。其中港口在集群中既承担着水陆运输方式的转换,又为物品的储存和流通加工提供了便利的场所,是港口物流产业集群的核心部分。目前,港口的发展已经从过去单一的接卸、运输业务发展为提供综合物流服务,实现了集装箱门到门运输、多式联运等现代运输方式的转变。在装卸、运输、配送、仓储、包装、流通加工、物流分拨等等单一物流服务集成化的环境下,必然会带动港口物流业从综合性的物流中心发展为物流产业集群。

港口作为国民经济发展的晴雨表,自古以来就是判断地区经济发展的重要指标,沿海地区之所以发达,就是改革开放、港口运作的结果。港口越繁荣,聚集在港口周边的配套企业、辅助企业、业务相关性的企业就越多,随之为其提供物流服务的物流企业也就相对越多,地区经济越发达。如图1和图2所示。

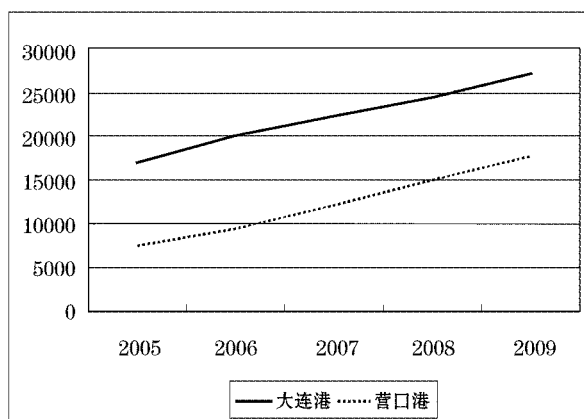


图1 大连港与营口港的历年吞吐量比较(万吨)

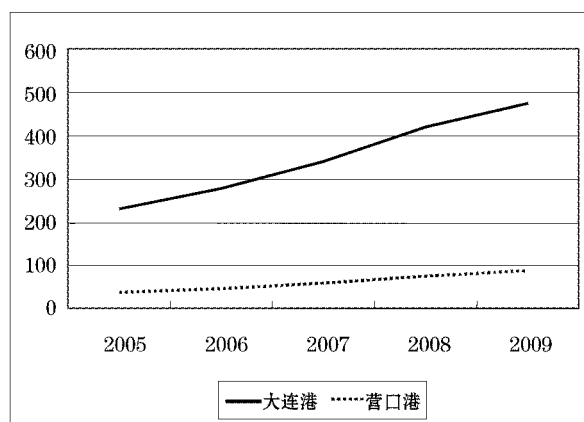


图2 大连港与营口港历年物流业增加值比较(亿元)

图1和图2反映了大连港与营口港在吞吐量上历年的差距,以及在物流业增加值上的差距。从港口发展来看,像大连港这些大型港口,不论是港口的规模还是盈利都要相比营口港等中小港大的多,保税港区、物流园区、临港工业区等等的规划发展也比小港口健全,发展要好。在良好的集疏运设施、众多的物流市场需求条件下,比起小港,大港口周边更利于物流产业的发展。据统计,港口每完成一万吨的吞吐量,就可贡献八十万元的地区生产总值,提供十个就业岗位。

三、腹地条件

区域经济环境是产业集群赖以生存和发展的基础,它能够左右任何一个集群的发展状况,港口物流产业集群也不例外。因此要评价港口物流产业集群的发展状况,首先需要充分认识区域经济对港口物流产业集群产生的影响。区域经济笼统的讲就是一种“资源”的集合,它不仅包括外在的地理条件、区位优势及周边相关产业的发展状况,还包括当地政府

的支持力度、市场消费水准、科研力量等等。港口物流产业归根结底还是物流产业,也是属于第三产业的范畴之内,作为服务行业,物流产业对制造业、零售业、邮政业等其他相关产业有很大的依赖性,这些产业既充当物流产业的投入要素供给者,也是物流产业的产出消费者。它们中的分散的资源就是物流产业的发展基础。

另外,物流活动的开展离不开运输、仓储、配送等基础设施的支持,没有基础设施物流活动就不可能实现空间和时间的价值,就不能实现点对点的移动。在物流网络中,无论是节点还是线都是由区域环境的基础设施构成的。港口作为港口物流产业集群的核心,其生产运营也需要区域经济的支持,不仅货源来自区域腹地经济,交通运输、配套单位都是区域经济的资源。同样,港口的发展水平也正好体现了区域经济的发展状况。通常区域经济发展越好的地区,其所在地的港口就越繁忙,港口周围聚集的企业也就越多,港口物流产业集群的发展也越好。

就辽宁省来讲,在“十一五”期间,就形成了包括

沿海经济带、沈阳经济区、辽西北三大区域在内的空间布局。三大区域的互动,充分发挥了沿海经济带对内陆腹地的带动和辐射作用,加快推进区域中心城市发展生产性服务业,使辽宁省的发展思路更加明确,取得的成就也非常显著。

综上所述,衡量港口物流产业集群的竞争能力,必须从法律法规、政府政策及腹地条件三方面入手进行综合评价,同时提升集群竞争力也需从三方面入手进行全方位细致的研究。

参考文献:

- [1] 张长森,屈娅玲.港口物流产业集群发展探讨[J].商业时代,2008(33):96-97.
- [2] 周昌林.基于港口的物流产业集群形成机理与政府作用研究[J].商业经济与管理,2006(11):11-14.
- [3] 南岚.港口物流产业集群共生结构的构建[J].改革与战略,2009,12(25):161-164.
- [4] 张紧跟.从区域行政到区域治理:当代中国区域一体化发展路向[J].学术研究,2009(9):42-49.

Factors Influencing the Competitiveness of Port Logistics Industry Cluster

WU Jianni

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

Abstract: Generally speaking, port logistics industry cluster refers to the gathering phenomenon of the logistics industry centered by the port, which not only bears the conversion of water and land transportation, but also provides a convenient place for the storage and circulation of goods. Therefore, the development of the port affects the results of enterprise gathering surrounding it. This paper discusses the main factors affecting port competitiveness of logistics industry cluster size, laying the groundwork for the further study of this subject.

Key words: port; port logistics industry cluster; competitive factors

(责任编辑:魏有广)

教育·教学

信息化背景下思政课专题化教学改革研究*

李瑶,刘刚,郭玉娟

(青岛酒店管理职业技术学院,山东青岛266100)

摘要:信息化在教育教学技术上的应用已经在全国范围内得到广泛而普遍的认可。在教学信息化的背景下,高校思政课的教学改革也应该顺应信息化的潮流,以信息化提高教学效率。本文在探讨信息化教学背景的前提下,分析了高职高专学生的学情以及思政课教学的重要性和教育现状,提出了思政课实施专题化教学形式的改革思路,并把这种教学思路与“混合式教学”相结合,探索思政课教学改革的新方向。

关键词:信息化教学;思想政治理论课;专题化;教学改革

中图分类号:G642 **文献标识码:**A

高校的思想政治理论课一直是高校思想政治教育工作的主要阵地。2014年8月19日,中央召开了全国宣传思想工作会议,习近平总书记发表重要讲话,就7个重大理论和现实问题作了精辟而深刻的阐述,强调意识形态工作是党的一项极端重要的工作,高校要成为学习研究马克思主义的主要阵地,深入开展中国特色社会主义和中国梦宣传教育,加强社会主义核心价值体系建设。高校思想政治理论课要发挥主渠道主阵地作用,丰富教学内容,创新教学方法,切实提高针对性实效性,深入推动中国特色社会主义理论体系“进教材,进课堂,进学生头脑”。高校思想政治理论课要切实承担起人才培养的重要使命,担负起高举旗帜、坚守阵地、筑牢防线的重要使命,这是当前高校的极端重要工作,也是思想政治理论课程建设的中心工作。

青岛酒店管理职业技术学院以教育部信息化试点专题为契机,积极探索基础理论课混合式教学的新模式。混合式教学方法是对传统教学方法的变革,是将传统的优势和现代信息技术的优势结合,二者优势互补,从而使得教学效果更佳。通过“线上+线下”的结合,使得混合式教学过程具有交互性、共享性、协作性、自主性等基本特征。学院采用清华教育在线综合教学平台积极推广混合式教学模式,推进教学改革,促进学生个性化学习。思政课的教学

有幸成为学院首批信息化试点的课程,因此,教学改革不仅仅停留在理论的程度,在教学实践中也取得颇为丰富的效果。

一、高职高专思政课教学现状

立足于高职高专院校的学情特点,对于传统思想政治理论课,学生与教师的教与学体现出了如下特点:

(一)思想政治课程的重复教育,使得学生对该课程毫无兴趣

笔者曾针对思政课的教学在全学院范围内展开调查。学生的普遍反映是,自小学教育开始,中学、高中的思想政治教育课程自始至终贯通,思政课程教育对学生来说已经是毫无新鲜感,而青春期的思想政治教育如果琐碎而重复,会使得这些愿意接受新鲜事物的孩子们失去兴趣。在他们的眼中,思想道德修养课无非是对他们的说服教育,做人要诚实、要爱国、要有道德等等;而对于政治课程就更加不敢兴趣,他们认为的政治课无非是历史、党史、革命、改革等词汇的堆积。学生对思想政治课程的认识也基本停留在这个层次。

(二)学生普遍对理论学习不感兴趣,水平有限、能力不高

高职高专的学生们有着大概类似的学情:他们

* 收稿日期:2016-05-30

作者简介:李瑶(1982-),女,山东淄博人,青岛酒店管理职业技术学院讲师,法学博士,主要研究方向为思想政治教育、法学理论。

的高考成绩可能不太理想,所以对于一些理论学习的能力和自主学习的能力会有些欠缺。学生们对于一些专业的动手能力的课程、实践类的课程会更有兴趣。但这并不意味着我们的学生就无法接受思想政治这样的理论课程的学习。相反,在了解学生学习能力的同时,对课程做出适当的调整,来配合学生的实际情况,才会增加学生对课程的接受程度,有利于教学效果的提升。

(三)传统授课形式单一枯燥

传统思政课的教学模式往往是“灌输式”的、“填鸭式”的教学方式。传统的课堂呈现形式也往往是老师讲学生听,偶尔有教学实践课程也停留在“学雷锋活动”、“慈善捐赠”等活动。但现在的大学生思维活跃,加之现在的社会是信息社会,每日的信息量资讯量呈爆炸式增长,电脑、智能手机等信息化的工具成为学生生活学习必不可少的一部分。所以,相对于此,如果教学仅仅停留在黑板粉笔与45分钟的说教时代,已经远远不能满足当前学生的要求,加之思想教育内容的重复枯燥甚至学生产生厌烦情绪,传统的教学形式就使得情形更加不乐观。时代在发展,学生作为年轻一代又活跃在时代发展的前沿,教育的方式方法也不应该停留在原地踏步,“教”与“学”本相长,“学”需求变,则“教”随之变。

二、信息化背景下专题化教学改革的探索——以《思想道德修养与法律基础》课程为例

(一)贴近生活的“九大专题”教学设计

大学生朝气蓬勃,富于创新,批判性思维强烈。要真正使教学成为学生所喜欢的活动,必须结合大学生学习活动的特点和他们内在的需求来设计教学内容、教学方法。因此,“专题教学式”理论讲授“混合式”教学模式,并搭载信息化教学平台,充分调动大学生学习和研讨的热情,变“灌输”为“主动热情地参与教学”,让大学生在愉快和富有成就感的气氛中得到提升。根据课程的教学要求,按照教育部制定教材的教学内容,将原有的三大板块七大章节的内容打乱、整理、揉碎、整合成新的九大专题,分别是:“我的大学”、“致我们的理想”、“祖国,我想对您说…”、“我和电影有个约会”、“丑陋的中国人?”、“相信奋斗的力量”、“团队与个人”、“爱工作、爱生活”和“法在我身边”。

专题一“我的大学”,结合大学生刚刚进入大学

生活的新状态,以调整 and 适应大学生生活为目的,让大学生了解自己的大学与专业,了解自己的专业背景和就业前景,对大学生生活充满信心。专题二“致我们的理想”,该专题名称取自致青春的电影《致我们终将逝去的青春》,本专题旨在理解理想也会终将逝去,但大学的时期却是恰逢理想的最佳时期。专题三“祖国,我想对您说”,结合大学生的爱国现状,讨论新时代背景下大学生如何将爱国情感转化为效国之行。专题四“我和电影有个约会”,该专题看似轻松实则沉重,因为本专题实则讨论大学生的人生态度与价值取向。比起教师的说教,一部积极向上的电影更有说服力。本专题通过大学生喜爱的电影的推荐与介绍,传递积极进取、努力向上的正能量的人生观与价值观。专题五“丑陋的中国人?”,开展一场读书活动,学生阅读台湾作家柏杨颇受争议的著作《丑陋的中国人》,以此分析丑陋背后的个人道德原因以及对社会公德问题的反思。专题六“相信奋斗的力量”,结合当前高职高专学生普遍存在的学习缺乏动力和目标,存在自我放弃和懒惰情绪,介绍俞敏洪、马云等名人的奋斗过程,结合本校优秀毕业生的奋斗案例,唤起学生学习的热情。专题七“团队与个人”,通过一个团队建设游戏,让大学生理解团队协作的重要性,在游戏中感悟与学习,是大学生愿意接受的一种形式。专题八“爱工作、爱生活”,将讨论学生们的职业生活和感情生活,旨在让学生们有一种正确的择业就业观以及婚姻爱情观。专题九“法在我身边”,讲授我国基本的法律制度和法律知识,了解我国依法治国的方略,增强大学生的法治理念,形成正确的法治观。

(二)信息化课程的网络课程设计

思想政治课具有特定的意识形态功能,承担着传播主流价值观和先进文化的使命,必须适应社会变化,运用互联网彰显和强化自身的功能。当下,互联网已经成为社会意识形态表达和角逐的重要平台,各种参与网络信息平台构建和运用的主体都致力于将自身的“意识形态”——特定的人生观、价值观及政治信念等“物化”于网络上。

结合清华教育在线的教学平台,使得前述九大专题的设计有了一个很好的支撑和依托。结合在线教学平台设计每一个细节的教学过程,则是教师需要付出时间、耐心与智慧的过程。

这个课程设计的模板主要分为两个部分,一是

“混合学习设计工作单元”，二是“二级栏目设置”。混合学习设计单元主要就是学习目标、学习内容、学习活动、评估目标的方法、学习支持、资源准备。首先是学习目标的设定，这个目标不是教材规定的一种模式化的东西，而应该是教师通过几轮教学之后比较务实的一种规划，结合学生的具体情况，这个专题的哪些内容是这个课程讲授完之后，学生一定需要掌握的东西。只有这样在学习内容和学习活动的设计上才更有针对性。学习活动分为线上与线下两个部分，当然这个不是一定的，因为有的内容并不适合线上进行，那就没有必要设计一个线上的部分。也有的内容可能学生通过线上就已经解决了，那也没有必要在课上占用时间。所以这个设计单元实际上就是给自己后期平台建设的一个有效参照，是很实在的一个东西。评估目标的方法也要根据目标的设定以及学生的具体情况进行操作。之后，就是学习支持与资源准备，资源准备可以把想到的都罗列上去。然后就是二级目录的设计，二级目录的设计有的是各个专题都有的内容，也有某个专题当中比较特殊的内容，这完全根据各个专题的具体情况进行。工作单元以及二级目录设计出来之后，后期的平台建设完全就是一个技术活，一点一点地往上添加就可以了。当然，在具体上课的过程中，一些内容还会微调，但是从这个地方可以看出，一开始的教学设计基本上就把这门课的主基调给设定了。

经过一学期的网站建设和教学实践，教学平台的网站已初具特色。主要的一级栏目有“课程介绍”、“课程教学”、“优秀作业”、“你说我说”、“资源库”、“胸怀天下”、“问卷调查”等板块。上课主要用的教学课件、教学资料、音频视频、案例分析等教学资源主要在“课程教学”的二级栏目中体现，每一个专题下都有“专题导入”、“教学课件”、“案例分析”、“拓展资源”、“视频分享”、“作业提交”、“问卷调查”等栏目，根据每个专题的设计会或多或少有所不同。

课程颇具特色的是每个专题下设有专门的“你说我说”讨论区，使得学生和老师之间有一个有效的沟通渠道，根据课程的进展，会有不同的讨论话题，而且讨论室以每个班级为单位做区分，既条理有序，又能掌握每个班级学生不同的思想动态。

三、信息化背景下“混合式”教学模式的创新特点

(一)课程颇具特色

混合式教学模式下，教学平台的构建可以根据每门课程的不同特点来创造个性独特的课程。《思想道德修养与法律基础》可以丰富课程的形式，避免了传统课堂上枯燥的语言讲授，通过案例、视频、讨论等多方面让学生感受到所学习知识的内容，引发更多的思考。在教学讨论区可以有师生更充分的交流，能及时发现学生存在的问题，以便及时沟通和讲解，学生对在线课程的满意度达到了80%以上。

(二)教师教案丰富

信息化的时代，教师的备课教案也不能仅仅停留在纸质教案和文字上。课堂上的学生对于聆听式的教学已经厌倦，相对于聆听，大学生们更倾向于感知和思考，那么电子教案是提供丰富感知的一个途径。网络教学平台是提供电子教案的一个完美的载体，它可以承载文字、声音、视频、动画、测试、讨论等多种形式。当一个立体的教案出现，必然带来一个立体的课堂，大学生在课堂上可听、可看、可读、可操作、可感受、可反馈。电子教案资源可持续利用，并随时更新，相较于纸质教案更加环保、丰富、持久、方便和立体。

(三)学生参与程度高

通过网络教学平台，按照课程设计组织课程教学内容，将理论知识分散在各个专题中，知识的学习紧扣专题要求并在专题实施过程中进行，将知识与生活联系起来，实现理论与实践的一体化教学与学习，让学生在娱乐中学习，在学习中思考。

教学平台还可以吸引和督促学生参与。教学平台上可承载海量丰富的教学资源——除了电子课件、讲义之外，教师还可以上传各种相关的视频，其中包括教师的授课录像、相关纪录片、电影、网络视频片段等，这可以吸引学生的兴趣。同样，在教学平台上可以实施多样化的激励措施，课程定期展开评选“在线之星”和“精彩回复”活动，并占最终考核成绩，极大地提高了学生的参与程度；为督促学生平时的课程学习，课程采用全方位的过程考核；利用网络平台的统计功能，每月定期发布所有学生的在线学习统计，营造竞争学习的氛围。

(四)碎片式学习方式

知识点的碎片化是混合式课堂的另一个特点。在传统课堂里，老师的讲法是在45分钟或者90分钟内讲完一个章节的所有内容。而在混合式教学课堂，一个章节的内容被“切碎”为符合人们阅读习惯

的若干个知识点,每一个知识点可以应对一条 7—15 分钟的独立微视频,学生可以随时随地选择自己感兴趣的视频反复观看。学生也可以选择不看,但学生所投入的每一分钟都希望能够收获知识。把分散的知识点再在课堂上进行归纳总结,既便于学生的理解和掌握,又极大地提高学生的实践操作能力。

(五)多元的评价标准

混合式教学模式打破了传统教学中一考定成绩的模式,学生也无法实现在考前临时突击的方式来通过考试。混合式教学模式更注重教学参与的过程与表现,注重通过实践灵活掌握运用知识的能力,而适当降低期末卷面考评的比重,具体见表 1。

表 1 《思想道德修养与法律基础》课程考评表

考评方法 (分数)	过程考评 (40 分)			择优考评 (20 分)		期末考评 (40 分)
	平时出勤 (约 18 次)	平台表现 (4 次结算)	作业任务 (约 18 次)	在线之星加分 (4 次)	精彩回复加分 (4 次)	期末考试
所占比例	10%	10%	20%	10%	10%	40%
考评实施	根据教师学期日志记录考评	根据平台学习表现考评	根据平台作业的情况考评	根据平台使用效率考评	根据讨论区回复质量情况考评	根据考试成绩考评

四、结语

思想政治理论课程一直是大学教育里的公共基础课程。它既重要,因为这是国家教育部规定的两课之一,关注大学生的思想建设是全国意义上重要的思想阵地;但它又难讲难学,学生对所学内容不感兴趣,老师也难以讲出新意。所以,思政课的教学专题化改革是很有必要的,克服传统教学的弊端,引起大学生的兴趣与共鸣,才能真正实现这门课程的教学意义。

在专题化内容设计里也是尽量多的引导学生参与教学,包括学生制定自己的规划、讨论自己曾经的故事、小组合作完成演讲、参加情景游戏等等。在教学手段的应用中,更是混合了多种实现的可能,信息化教学平台的参与也是一个很好的方式。

信息化的教学平台是对“专题化教学”非常好的一个支撑。可以有更多的载体,可以丰富课程的形式,避免了传统课堂上枯燥的语言讲授。它可以通过案例、视频、讨论等多方面让学生感受到所学习知识的内容,引发更多的思考。在教学讨论区可以有师生更充分的交流,可以发现学生存在的问题,以便及时沟通和讲解。在随堂测试区,又可以很便捷的实现小测试,及时掌握学生的情况。教师需要在网络上体现出良好的亲和力。教师的个人魅力来自于网络教学体现出的敬业精神、渊博学识、高尚师德、教学风采和个性魅力,也来自于网络互动交流中体

现出的亲和力、感染力和影响力,使学生“亲其师”、“信其道”,以至于“敬而受教”。

一堂好的课程也要充满着教师个人色彩的参与。一份同样的课件,讲同样的内容,不同风格的老师讲出来也许是完全不同的两节课。所以,一方面要重视课程教学改革,另一方面老师自己的风格也要突出与加强。课堂上思绪如鱼得水、案例与理论信手拈来的洒脱也是老师脱离课件的高水平发挥。随着设计理念融入头脑、融入课堂,教学设计开始随时走、随个人风格走、随课堂变化走、随学生特色走,教学就不再是简单的纸上一片片方格。当设计自在于心,便是教学的最高境界。

参考文献:

- [1] 顾海良. 高校马克思主义理论学科建设的新境界——学习习近平总书记在全国宣传思想工作会议上的讲话[J]. 思想理论教育导刊, 2013(10):4-9.
- [2] 凌惠, 黄伟力. 思想政治理论课网络公开课建设研究[J]. 思想理论教育导刊, 2013(12):78-82.
- [3] 严耕, 路俊. 关注网络信息的意识形态功能[J]. 前线, 2008(10):14-16.
- [4] 熊大辉. 高校思想政治理论课要增强吸引力[N]. 光明日报, 2005-04-01(8).
- [5] 郭凤志. 现代教育理念下高校思想政治理论课教学方法改革路向研究[J]. 思想理论教育导刊, 2013(10):71-75.

(下转第 65 页)

高职院校酒店管理专业《食品营养与卫生》 课程改革探析*

倪荣彪,胡勇兵,刘红燕

(九江职业大学,江西九江 332000)

摘要:国内高职院校酒店管理专业普遍开设了《食品营养与卫生》课程,然而该门课程的教学效果与市场预期还存在较大差距。本文在分析高职院校《食品营养与卫生》课程教学现状的基础上,从教学内容优化、教学方式改进、考评机制改良等方面提出了课程改革的具体思路。

关键词:高职院校;酒店管理;食品营养与卫生;课程改革

中图分类号:G642 **文献标识码:**A

随着生活水平的不断提高,人们的健康意识逐渐加强,膳食观念发生了较大的转变,大家越来越希望掌握更多的营养知识,形成科学合理的膳食结构。《食品营养与卫生》这门课程正是为适应这一市场需求而出现的实用性课程,并逐渐成为酒店管理专业的核心课程,在酒店管理专业技能型人才培养中发挥着重要作用。然而《食品营养与卫生》课程的开设现状、教学效果等方面却与市场期望差距较大。本文尝试分析这门课程教学现状,探索其改革路径,以期拓宽《食品营养与卫生》课程的研究视角,丰富其教学素材。

一、高职院校《食品营养与卫生》课程教学现状分析

(一)课程开设现状调查

为了解目前高职院校酒店管理专业《食品营养与卫生》课程开设现状问题,笔者拟对高职院校酒店管理专业课程开设情况进行调查。然而,对全国所有高职院校进行全面统计难度较大,而国家示范性高职院校在办学理念、产学结合、专业特色、招生就业等方面都能够成为当前高职院校发展水平的标志,选择国家示范性高职院校进行研究,能真实全面地反映当前高职教育发展现状。为此,笔者选择目前所有的共计109所国家示范性高职院校作为调查对象,调查统计酒店管理专业《食品营养与卫生》课程开设情况,统计结果如表1所示。

表1 全国示范性高职院校《食品营养与卫生》
课程开设情况统计表(109所)

	酒店管理专业	《食品营养与卫生》课程	营养配餐实训室
开设数量	69	32	8
占学校总量比例	63.3%	29.36%	7.34%
占酒店管理专业比例	—	46.38%	11.59%

表1显示,在全部109所全国示范性高职院校中,开设了酒店管理专业的共有69所,比例为63.3%;设置了《食品营养与卫生》课程的院校共32所,在开设有酒店管理专业的院校中占比还不到半数,比例仅为46.38%,占有示范院校比例仅为29.36%;配有专门营养配餐实训室的院校仅有8所,在开设有酒店管理专业的院校中占比仅为11.59%,在全部国家级示范性高职院校中占比仅为7.34%。

从统计结果来看,当前酒店管理专业《食品营养与卫生》的课程设置及教学效果情况较之人们日益增长的营养健康需求仍然是有差距的,高职院校在修订酒店管理专业人才培养方案时,有必要结合当地经济社会发展现状,充分了解社会对于食品营养及卫生健康问题的需求状况,以制定更加科学合理的培养方案,培养更加完善的专业人才。

(二)教学内容设计

* 收稿日期:2016-05-04

作者简介:倪荣彪(1978-),男,江西九江人,九江职业大学讲师,营养师,主要研究方向为酒店经营与管理。

1. 教材编排

教材是外在于教师和学生的静态的书面课程文件,是客观知识的载体,是对应于外在事物的事实和真理,是教师教和学生学的唯一凭借材料。据此,可以认为教材是进行教学工作的根本和依据。目前,有关食品营养的教材主要以偏向于食品工程专业的理论性教材居多,专门针对高职院校酒店管理专业编写的《食品营养与卫生》的教材可谓是屈指可数,且水平也参差不齐。通过对比分析当前几个不同版本的规划教材,可发现依然存在理论内容偏重,实践案例较少的现象。如:很多教材在营养基础章节,对几种营养素的分子结构、生理功能等知识内容阐述过多过细;而涉及日常生活实例的营养案例编排较少,涉及行业资格证内容更少,鲜有教材涉及营养师考证相关内容。事实上教学内容如果能够涉及课证融合,贴近生活实际,对于高职院校教学工作更具针对性和实用性。

2. 教学方法

当前,几乎所有开设了酒店管理专业的高职院校,餐饮服务、客房服务、前台问讯服务等实训室建设都较为规范,但是配有专门营养配餐、食品检测加工实训室的院校则少之又少,这一结论可以从对全国示范性高职院校课程设置的统计结果得到证实(见表1)。此外,较之其他课程,目前《食品营养与卫生》课程的师资力量也相对薄弱,教师要么从其他专业转型而来,要么是从“学校到学校”的毕业生,无论哪种渠道的师资,普遍存在理论知识丰富,实践经验缺乏的问题,致使大部门院校《食品营养与卫生》课程的教学依然在沿用“一支粉笔、三尺讲台”的传统授课方式,学生主体性未能彰显,课程特色性难以突出,既牺牲了学生个体的成长,又影响到教学质量的提高。

(三)课程评价体系问题

考试是一种教育服务。服务的质量有好有坏,教育考试的质量同样有好与不好之分,评价一项考试,首先要看一下考试本身的质量如何。也就是说,考试是检查学习效果、测试能力水平的鉴定方法,考试不是教学目的,只是一种评价教学目标的手段。手段是应该服务于目的的,考试方式要服从教学目的的需要。就当前《食品营养与卫生》考评方法而言,显然显得过于单一,相当多的教师依然沿用“方便”的一纸笔试形式。这种方式操作简单,但却不一定适合《食品营养与卫生》这样的实践技能课,选择“一纸定终身”式的笔试进行考核,测试者会或有意

或无意地忽视学生的技能测评,显然不利于高职酒店管理专业人才培养目标的实现。

二、高职院校《食品营养与卫生》课程改革思辨

(一)教学内容优化

高职院校《食品营养与卫生》课程教学内容应贴近生活实际,注意专业特色及学生认知特征。为此,选择教学内容时应坚持“实践为主、理论够用”的原则,选用适合高职院校及高职学生特点的精品教材、规划教材。高职院校应鼓励专业教师编写适合本校特色的校本教材;同时,有条件的院校应加大力度建设营养配餐等相关实训室,通过教学条件改善更好地完成教学内容,提高教学质量。

(二)教学方式改进

1. 坚持项目导向法,变革传统教学模式

为了让学生形成对食品营养系统的知识体系,应鼓励教师尝试转变传统的以“知识点”为线索的授课方式,将食品营养知识细化成诸如“营养基础知识”、“食物营养评价”、“膳食指南及营养调查”、“合理烹饪与食谱编制”、“食物中毒及预防”、“餐饮业食品安全管理与控制”等知识模块,以交流、探讨等形式与学生共同完成项目内容,引导学生积极参与教学活动,培养其合作意识和创新精神。

2. 采用“任务驱动”法,调动学生学习积极性

以教学目标为中心,结合生活实际,将教学任务设置成一个个问题情景,以“任务”形式引导学生完成,使教学内容具体化、形象化。诸如在讲授“能量”的概念时,如一味强调“能量”及其消耗形式,则教学内容十分抽象,教师可将学生日常生活中的常见活动或运动方式列出,让学生收集各种常见活动及运动的能量消耗情况,将能量消耗量化为日常常见运动形式,可大大提高学生学习兴趣,保证教学效果;再如,教师可设置一些贴近生活实际的问题情境,引导学生探讨,加深学生印象,如让学生回答补钙有哪些误区,认识胶原蛋白的真相,如何辨别真假奶粉,如何辨别地沟油,如何认识食用菌等等,学生通过探讨学习,在解决问题的同时,不仅完成了学习任务,而且还能提高学生分析问题、解决问题的能力。

3. 教学做一体,提高学生动手能力

教学做一体就是坚持“教师主导、学生主体”的教学原则,让学生在“学中做、做中学”,打破长期以来理论与实践二元分离的局面。如在讲授BMI(体质指数)时,学生可在老师指导下完成对本人BMI(体质指数)的测定;为加深学生对食品添加剂的认

识,在讲授食品添加剂时,教师可事先准备好各种添加剂,和学生共同调制出各种口味的“饮品”,并请同学们品尝自己制作的“饮品”,体味和日常常见饮品的区别;在“食谱编制”章节,教师讲解食谱编制的方法后,指导学生完成本人日食谱、周食谱编制,使学生在“学、仿、练”的过程中更加高效地掌握相关知识和技能;在讲授“餐饮业食品安全”时,有条件的学校可以让学生走出课堂、到学校食堂或者餐饮企业见习参观,掌握食品原材料采购、库存、加工、销售各环节的具体知识技能。显然,上述“全仿真”式教学做一体的教学方法能极大提高教学效果,提高酒店管理专业毕业生的职场适应能力。

(三) 考评机制改良

考评只是手段,不是目的。据此,考评的形式可以而且应该多样化,决不能再是“一考定终身”的传统单一考核方式。为切实发挥考评的督促作用,笔者认为对于《食品营养与卫生》这门实践课程采用动态考评体系更为科学有效,具体可采用过程性考评与终结性考核相结合的方式进行。过程性考核可由考勤、作业、课堂表现、实践成绩等具体内容组成。本文所指终结性考核即为学期末的总结性考核,可以是对传统考试的改良,例如可选择案例分析、人群营养指导、食谱编制等多种形式进行。过程性考评与终结性考核具体考核内容、评分标准等细节可由教师专业共同体集体商议决定。如此,可最大限度

地防止学生出现“平日不烧香、临时抱佛脚”的问题,最大限度地提高学生学习能力,保证学习效果。

三、总结与展望

课程教学改革是一项系统工程,既包括理论教学改革,又涵盖实践环节创新,还要涉及教学内容优化等诸多内容。课程教学改革必须坚持市场导向,突出专业特色,同时,课程改革必须融入专业人才培养方案,妥善解决好与其他专业课程的衔接配合。本文仅仅就《食品营养与卫生》课程改革优化问题进行研究,而对于该门课程与其他相关学科与课程横向关联问题考虑不够,诸如市场对酒店管理专业人才的需求规格问题,《食品营养与卫生》如何融入酒店管理专业人才培养方案问题,《食品营养与卫生》与酒店管理专业其他课程的衔接融合问题都未能展开。上述问题的后续深入研究将有益于高职院校具有普适性的酒店管理专业人才培养方案的制定,以及酒店管理专业高技能人才的培养。

参考文献:

- [1] 卢俊勇,陶青.教材、教学与教师之间的关系——论课堂教学中教师的中介作用[J].教师教育研究,2011(3):36-39.
- [2] 杨惠中.有效测试、有效教学、有效使用[J].外国语(上海外国语大学学报),2015(1):2-25.

A Probe into the Course Reform of *Food Nutrition and Hygiene* in the Hotel Management Program in Higher Vocational Colleges

NI Rongbiao, HU Yongbing, LIU Hongyan
(Jiujiang Vocational University, Jiujiang 332000, China)

Abstract: More and more hotel management program in higher vocational colleges has opened the course of *food nutrition and hygiene*. However, there is a big gap between the teaching effects and market expectation. Based on the analysis of teaching situations of the course, this paper proposed the detailed reforming ideas from aspects of teaching contents, teaching methods and evaluation mechanism, etc.

Key words: higher vocational colleges; hotel management; *food nutrition and hygiene*; course reform

(责任编辑:魏有广)

高职院校《配送作业管理》实践教学方案设计*

蔺 赟

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:《配送作业管理》是高职院校物流管理专业的核心课程,也是一门实践性较强的课程,学生需要在理论掌握的基础上,通过对配送流程的连贯操作,完成整个配送活动。其中实践教学的设计尤为重要,实践项目不仅要在学习场所可行可操作,还要由简到繁,由单项到综合,从而实现对整个配送流程的熟练掌握。

关键词:配送作业;流程;实践教学;方案

中图分类号:G642 **文献标识码:**A

实践教学是《配送作业管理》课程非常重要的课程环节之一。通过实践练习,学生将零碎的理论知识应用于实际的工作,能熟练掌握配送的基本操作流程,快速录入相关订单信息,顺利完成配送环节之间的信息传递,高效完成整个配送过程,从而零距离融入到实际的工作中去。

一、《配送作业管理》课堂教学现状

(一)课程情况分析

《配送作业管理》是物流管理专业的核心课程之一,操作性与综合性很强,它以企业配送活动为研究对象,以配送流程为主线,从认识配送业务开始,分析和处理客户订单,依据客户订单完成拣选、加工、包装、优化配送路线、配装车辆、补货退货、评估作业绩效等一系列作业,学会利用资源,高效完成配送工作。

(二)教学模式分析

1. 重知识传授,轻能力培养

现阶段该课程的教育基本仍以知识传授为主,教师理论讲授课程比例较大,学生实践操作机会较少,只能片面、抽象地了解 and 掌握各环节的运作流程,不利于学生学习。而随着物流技术的不断进步,配送操作技术和手段更加先进,与滞后的理论相比较,学生所学与实际脱节。

2. 实践教学条件有限

配送的相关实践项目需要较多的软硬件投资,像叉车、货架、软件、分拣设备等成本较高,占用场地大,而且利用率不高,维护成本较高。虽然大部分学校与企业进行合作,但专业人数较多,实际参与企业操作会影响企业正常运作,只能实现一些基本的参观实训项目。

(三)学生情况分析

1. “低头族”普遍存在

据调查研究显示,在校大学生中九成以上拥有智能手机,而在拥有手机的学生中,超九成人会带手机去上课。其中,17%的大学生平均每节课使用手机时间超过30分钟。把手机藏在课桌下偷偷聊天或看小说,明目张胆地戴着耳机听歌,甚至于毫无顾忌地走出教室接听电话……这已经成为如今大学课堂的常态化现象。智能手机的众多娱乐和通讯功能在一定程度上诱导着大学课堂上的学生,致使很多学生无法专心听讲,严重影响了课堂教学的质量。

2. 学生学习风气与教师传统观念的冲突

目前以90后为主的高职学生中,其思想观念和取向与相对应教师群体的“70后”、“80后”存在很大差异。高职教师普遍年龄不大,教学经验有所欠缺。高职在校学生多为独生子女,集体观念较弱,好动,自我约束力比较差。

(四)教材建设和教学内容分析

相对于迅猛发展的物流技术,大部分教材的内

* 收稿日期:2016-05-09

作者简介:蔺赟(1981-),女,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为物流管理、供应链管理。

容依然陈旧落后,并且大部分教材停留在对企业实际和行业特点的感性认知上,深入探讨生产实际的研究较少。有些基于项目教学的教材,项目的构建也缺乏实际的操作意义。

二、《配送作业管理》实践教学方案设计

(一)校企合作,共同开发课程

实践教学的内容来源于企业作业,所以校企合作是开发实践课程的最佳选择。原因有:一是实践环节多。配送实践是一个包含诸多内容的实践课程体系,它的环节多,内容广泛,操作性强。完整的配送活动包括订单处理、货物分拣、装卸搬运活动、包装、流通加工及信息处理等,85%左右的物流人员都从事以上操作活动。二是许多环节需要企业的参与。首先完成一个配送活动,设计到操作多种设备,如叉车、堆高车、拣选设备、托盘等,这些设备需要现场参观学习以及学生动手进行实际操作。这些设备需要大量的投资,一般学校很难承受,选择与企业合作是明智之举。三是在配送活动中,有一些属于分析与实践相结合的技能,如客户订单能否得到满足,不仅要考虑到库存是否足够,还要考虑到客户的重要性程度等因素。这些技能不能靠单项训练或参观实现,还需要根据整个配送过程综合分析。因此,企业参与教学比较容易实现教学目的。

(二)以“企业配送流程”为主线,开发实践课程

《配送作业管理》实践课程以“企业配送流程”组织教学内容。把必须的知识、技能、职业素质融入到项目中,形成“四位一体、教学做一体化”的实践教学体系,使课程认知、专项技能训练、综合实训、企业顶岗实习四个环节形成相互衔接的闭环系统,培养学生“首岗适应、多岗迁移、可持续发展”的职业能力。实践课程开发中,必须加强专任教师的实践操作技能。专任教师应加强企业知识的学习,通过经常性参与企业培训、企业兼职的形式服务于企业的同时,提高自己的专业技能。

(三)《配送作业管理》实践教学方案设计内容

“四位一体”的实践教学体系的形成是一个由简单到复杂,由感性认知到单项操作再到综合分析不断推进的过程。实践教学共有34个课时,其中课程认知(4课时)使学生对配送活动形成感性认识,培养学习兴趣;专项技能训练(20课时,订单处理作业

6课时,分拣作业6课时,组托作业4课时,配装作业4课时)重点锻炼对配送重要环节的操作能力;综合实训(10课时)考察学生完成一个配送活动的的能力,培养学生在整个配送过程中分析问题、解决问题的能力。

1. 课程认知

课程认知的设计是为增强学生对配送作业活动的感性认知,培养他们的学习兴趣,在课程开课之前或初期,学校有计划、有目的地安排学生到企业或是其他物流环境了解、参观、学习配送的实际生产经营活动,熟悉配送的业务作业流程和操作,了解配送岗位工作与所学课程的联系。

2. 专项技能训练

专项技能训练主要是根据配送的业务流程,遵循配送活动的一般规律,结合配送的岗位职责和岗位任务,优选了订单处理——分拣作业——组托作业——配装作业四个主要作业流程,作为学生专项技能考核的重点。

(1) 订单处理(6课时)

教师设计虚拟配送中心和其客户及部分商品,学生5人一组模拟配送中心接到多个客户订单后进行订单的确认、订单有效性的确认、订单的录入等订单的处理流程,并制作各种单据。通过实训,学会正确填写订单、依次确认订货数量、送货日期、客户信用、订单形态、库存合理分配、如何处理缺货;会快速建立客户档案以及订单状态跟踪;制作拣货单、分货单、缺货单、送货单等单据。

(2) 分拣作业(6课时)

教师模拟配送中心配送场景设计拣选单,学生根据拣选单和库存情况制定每一个客户订单的拣选方案(订单拣选还是播种式拣选),并根据拣选方案,低成本、高效率地完成拣选任务。通过实训制定每一个客户的拣选方案,评价不同拣选方案的优劣;选择适合的拣选方法(播种式拣选和摘果式拣选),高效完成分拣任务,解决分拣过程中出现的问题。

(3) 组托作业(4课时)

教师准备各种尺寸的货箱,提前教授学生组托的基本要领、基本方法。通过情境模拟,引导学生通过动眼观察、动手操作掌握托盘堆码的操作要领;鼓励学生动脑思考、优化堆码程序,提高托盘堆码作业的质量与效率;强调轻拿轻放,培养学生的良好质量

意识与物流职业操守。

(4) 配装作业(4课时)

教师以7—11超市向下属门店配送为任务,制作三个门店的发货单,要求学生根据现有车辆的装载量和门店的发货单来完成合理配装。学生每组四到五人,组成若干小组,熟悉配装的原则,掌握正确的配装方法,制定配装方案,实施配装。通过实训,熟悉配装常用的作业方法、配装的具体步骤,了解配装的主要工作内容、掌握配装流程,培养学生团队合作精神和吃苦耐劳的精神。

3. 综合实训(10课时)

综合实训项目设计主要是根据物流职业技能大赛“现代物流—储配方案的设计与执行”改编,依托校外实训基地作为实训场地,开展的一项综合模拟实训。它以储配作业为背景作为切入点,具体包括两个部分:储配方案设计和储配方案实施。

通过综合实训项目的练习,将专项技能项目综合起来,进一步加深配送流程的理解。储配方案设计部分是对学生理论知识的考察,储配方案的执行是对理论的印证和检验。综合实训实现了理论与实践的高度统一,实现了提高学生实践能力的目的。

参考文献:

- [1] 葛向华. 微课设计与高职《配送作业管理》课程教学改革的融合研究[J]. 物流科技, 2015(2):143-145.
- [2] 胡文波. 项目教学法在《配送作业实务》中的应用初探[J]. 时代教育, 2014(10):99-100.
- [3] 翟晓松, 沈爱明. 项目教学法在配送管理课程中的应用分析[J]. 统计与管理, 2013(6):175-176.
- [4] 毛小萌. 行动导向型教学方法在“配送作业的组织与实施”课程教学中的应用[J]. 教育与职业, 2012(26):151-152.
- [5] 李静. 高职院校《配送作业的组织与实施》课程设计及探讨[J]. 兰州石化职业技术学院学报, 2013(1):66-68.
- [6] 李万青. 用工作过程为导向的项目教学法设计高职“现代物流”课程[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2009(6):176-177.
- [7] 朱俊丽. 对配送作业实务课程教学的一些探索——以贵港职业学院配送作业实务课程为例[J]. 科教导刊(中旬刊), 2014(4):125-126.
- [8] 田侠. 浅谈任务驱动式教学法在《配送作业管理》中的应用[J]. 中国校外教育, 2015(31):153-162.

Design of Practice Teaching Scheme of *Distribution Operation Management* in Higher Vocational College

LIN Yun

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

Abstract: Distribution Operation Management is the core course of logistics management program in Higher Vocational colleges, which is also a practical course. Based on the theoretical learning, students need to complete the entire distribution activities through the continuous operation of the distribution process. The design of practical teaching is particularly important. Practice projects could not only be feasible in teaching places, but also could be from simple to complex, from single to comprehensive, so as to help the students grasp the entire distribution process freely.

Key words: distribution operation; process; practice teaching; scheme

(责任编辑:魏有广)

基于 CDIO 模式的《电子商务与网络营销实务》 课程教学改革研究^{*}

刘 焱, 彭 霞

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘 要:在互联网和信息化背景下, 社会对电子商务专业人才提出了更高要求。文章围绕《电子商务与网络营销实务》这门专业核心课程, 从课程教学出发, 力求更新课程教学理念, 创新课堂教学方法, 探讨了基于 CDIO 理念的课程教学改革思路, 以期能够提高学生的实践能力和创新能力, 从而达到学以致用、学以致用的教学效果。

关键词:CDIO 模式; 网络营销; 教学改革

中图分类号:G642 **文献标识码:**A

CDIO 模式 (conceive design implement operate, 简称 CDIO) 是近年来国际高等职业教育改革的最新成果。CDIO 代表构思 (Conceive)、设计 (Design)、实现 (Implement)、运作 (Operate), 即学生自主“构思”一个项目、通过“设计”项目、“实施”项目、制作产品并且在不同的应用背景下“运作”产品, 以培养学生的专业素质、分析问题和解决问题的能力、团队协作能力以及动手能力等综合能力作为教学理念。

一、《电子商务与网络营销实务》课程教学现状

(一)《电子商务与网络营销实务》课程概述

传统院校《电子商务概论》和《网络营销实务》是两门独立课程, 我院在实施教学改革的过程中, 突破性的将电子商务和网络营销的内容合二为一, 形成《电子商务与网络营销实务》课程, 本门课程涵盖内容广泛, 集合了市场营销学管理学经济学等传统学科, 又涉及计算机技术以及信息技术等新兴学科, 具有交叉性综合性实践性等特点。

《电子商务与网络营销实务》是电子商务专业教

学中的一门核心课程, 也是我院的课改课程, 本课程有助于培养学生的商业分析和实践操作能力。该课程包含了企业网站建设、搜索引擎营销、Email 营销、网络广告、RSS 应用、微博与博客营销、电子商务网站维护和供应链管理等相关内容。传统的课程教学一般采用单一的课堂讲授的教学方法, 课程成绩的考核方式以闭卷或开卷考试为主, 考试内容主要包括网络营销和电子商务的理论和运用。

(二)《电子商务与网络营销实务》课程教学中存在的不足

在传统的教学模式下, 《电子商务与网络营销实务》以学科知识传授为主。

在课程设置方面, 注重理论知识讲授, 培养目标模糊, 另外, 课程内容跨度大, 不能深入讲解, 所以应当根据市场的需求以及学生的能力培养要求来建立一个逻辑脉络清晰详略合理的知识结构体系。

在教学内容方面, 以理论为主, 缺少实用案例, 缺乏与企业实际问题的对接; 实践教学方面, 理论教学与实践教学脱节, 缺乏“实战”教学实践环节, 学生很难将理论和实践融会贯通;

* 收稿日期: 2016-05-25

基金项目: 青岛酒店管理职业技术学院教学改革课题《基于 CDIO 理念的“分层次教学与技能模块相结合”的实践教学改革研究——以信息工程技术学院为例》

作者简介: 刘焱 (1977-), 女, 山西太原人, 青岛酒店管理职业技术学院副教授, 主要研究方向为电子商务应用、物联网。

在实践环节方面,与现实平台脱节,现在一部分院校利用购买的电子商务模拟实验软件进行实践教学环节,这种软件大多只是对于交易过程的简单仿真模拟,学生只能按照设定好的操作步骤进行,可操作性差,很难营造真实的电子商业环境,因此学生的积极性并不高。

在教学方法方面,以 PPT 授课为主,缺少师生互动,无法将学生的课程学习融入到企业电子商务的实际运营管理中去;考核环节方面,考核方式单一,不能引导学生独立分析和自主学习,不能激励学生实际动手实践和动脑分析。

由此可见,传统的课程教学模式已经不能满足电子商务运营的灵活性和高效性的需求,《电子商务与网络营销实务》课程教学改革势在必行。

二、《电子商务与网络营销实务》课程教学改革内容

我们构建的基于 CDIO 理念的《电子商务与网络营销实务》课程教学策略的指导思想是将一个相

对独立的任务交予学习者独立完成,即信息的搜集、解决方案的制定与实施、项目成果的评价,都由学习者具体负责,这对学习者提出了一定要求。首先,学习者要能够熟练操作计算机。《电子商务与网络营销实务》课程主要是计算机基础知识和计算机基本应用方面的内容,课程内容决定了该课程学习过程中,所有项目均是围绕该课程内容进行,在完成项目的过程中需要学习者熟练操作计算机。其次,学习者能够熟练利用网络查询信息、筛选信息。完成项目过程中学习者所需要的知识或技能不局限于教材,往往需要学习者利用网络辅助才能更好地完成。

(一) 学习活动组织模式的架构

本课程学习活动的组织不同于传统教学模式,既要为学生提供学习设计-实现的经验和一体化学习经验,又要兼顾知识的掌握和能力的培养。结合《电子商务与网络营销实务》课程内容的特点,即各模块内容分单元进行,构建出该课程实施过程中各知识单元通用的教学流程模式,如图 1 所示。

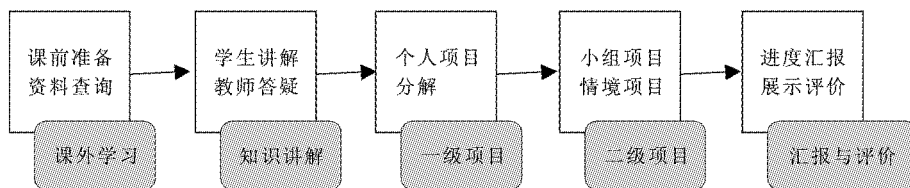


图 1 《电子商务与网络营销实务》各知识单元实施环节

(二) 学习内容架构

学习与课时分配架构结合《电子商务与网络营销实务》课程的安排,是依据以学生为中心的理念设计的,以第二和第三个学期为一个学习任务周期,这样缩短了教师讲授的时间,整个教学过程更多

的关注学生的参与,模块内容开始就要求学生对外学习的情况进行汇报,教师根据学生的汇报情况有选择的讲授内容和答疑,每轮都要求学生汇报或展示项目情况,可以督促所有学生,对学生的要求提高了。学习安排过程框架如表 1 所示。

表 1 学习与学时分配表

序号	学习情境名称	项目、课题、单元名称	教学建议与说明	参考学时
1	电子商务认知	项目一:感受电子商务	教学方法:讲授法+引导文法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:引导学生认知电子商务行业相关知识	6
		项目二:分析青岛地区电子商务现状	教学方法:讲授法+实例分析法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:案例结合实际选择青岛区域相应行业进行分析	6

2	个人网店运作	项目一:调查网络市场	教学方法:讲授法+引导文法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:引导学生根据实际情况选定特定行业进行网店经营状况调查	6	64
		项目二:选择、分析网络产品	教学方法:讲授法+实例分析法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:结合实际案例选择合适网络产品进行对比、分析	8	
		项目三:比较、选择电子商务平台	教学方法:讲授法+引导文法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:选取多个平台,注意比较、分析各平台间异同	6	
		项目四:建设个人网络店铺	教学方法:演示法+实例分析法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:以个人网店为基础,引导学生进行实际的网店装修操作,熟悉流程	16	
		项目五:制定个人网络营销策略	教学方法:讲授法+引导文法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:引导学习小组成员结合个人网店特点,制定完备可行的个人网络营销策略	6	
		项目六:实施个人网络营销策略	教学方法:演示法+实例分析法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:引导学生依据已经制定完成的网络营销策略进行具体的实施流程	16	
		项目七:评价个人网络营销绩效	教学方法:讲授法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:引导学生搜集相关经营数据,对比营销策略实施前后续效,进行相关数据分析	6	
3	小型企业电子商务运营	项目一:分析小型企业网络经营现状	教学方法:讲授法+实例分析法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:分析小型企业网络运营的优劣,并分析目前的市场状态	8	44
		项目二:定位小型企业产品网络细分市场	教学方法:讲授法+实例分析法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:分析各网络细分市场中小型企业产品经营状况	6	
		项目三:构建第三方平台的企业网络商铺	教学方法:演示法+实例分析法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:选择合适的第三方平台,并建立企业网络商铺,重点讨论以何种标准构建	8	
		项目四:制定小型企业网络营销策略	教学方法:讲授法+引导文法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:依据小型企业网络店铺的特点制定完备可行的网络营销策略	8	
		项目五:实施小型企业网络营销策略	教学方法:演示法+实例分析法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:重点关注如何实施小型企业网络店铺的营销策略,比较优劣并相应调整	8	
		项目六:评价小型企业网络营销绩效	教学方法:讲授法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:引导学生搜集相关经营数据,营销绩效对比,分析相关数据	6	
4	大中型企业电子商务运营	项目一:分析大中型企业电子商务网站运营现状	教学方法:讲授法+实例分析法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:利用电子商务教学软件模拟实际情境;以海尔等大中型电子商务平台为案例	4	24
		项目二:定位大中型企业产品网络细分市场	教学方法:讲授法+实例分析法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:主要分析各行业大中型企业网络细分市场中企业产品经营状况	4	
		项目三:制定大中型企业网络搜索引擎优化方案	教学方法:演示法+实例分析法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:制定完备的 SEO 方案,为大中型企业进行搜索引擎优化	6	
		项目四:实施大中型企业网络营销平台搜索引擎优化	教学方法:讲授法+引导文法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:依据 SEO 方案,实施行业大中型企业网络,实施过程中比较方案的优劣,并做出相应调整	6	
		项目四:评估大中型企业网络营销平台优化	教学方法:讲授法+小组讨论法+演讲交流法 教学建议:对比进行 SEO 优化前后企业网络营销平台的绩效,进行绩效评估	4	
合 计(学时)				144	

(三)教学评价方式

《电子商务与网络营销实务》课程的考核采用过程性评价和总结性评价相结合、“全过程考核,全方位评价”的方式。该评价方式具有以下特点:评价内容多样化,小组项目的评价由教师评价、小组互评和学生自评相结合的方式进行评价;评价方式多角度,全面综合的考核学生情况,该课程的评价采用多种方式相结合,包括项目答辩标准、学习情境考核评价标准及专业知识评价考核评价指标及权重;期末总评由平时成绩(出勤、个人作业和小组汇报答辩)、作

品成绩和试卷测试三个部分组成。各部分所占比例如下:平时考核=出勤*20%+个人作业*40%+小组作业*40%;期末考核=试卷*40%+作品*60%;期末总评=平时考核*30%+期末考核*70%。

三、实战型项目实施——以《电子商务与网络营销实务》第一情境为例

(一)课程单元教学总体目标

具体内容如表2所示:

表2 课程单元教学总体目标

单元名称	感受电子商务		学时数	8
学习情境	学习情境1——电子商务认知			
重点难点	重点：电子商务概念及性质； 电子商务历史及发展概况； 现有主流电子商务模式及发展趋势； 电子商务成功案例分析与背景资料。 难点：现有主流电子商务模式及发展趋势； 电子商务成功案例分析与背景资料。			
教学目标	主要能力要求	1. 了解电子商务历史及发展趋势； 2. 掌握电子商务模式； 3. 了解电子商务典型成功案例。		
	相关能力要求	1. 信息检索能力； 2. 团队协作能力。		
考核方式： 专业知识考核(电子商务流程)(40%)：报告 技能方法能力考核(网络信息检索与分析)(20%)：报告 职业素质考核(答辩)(40%)：综合评价				
学生基础	计算机操作能力、计算机网络使用能力			
教学资源	教材、教案、多媒体课件、防病毒软件、视频教学录像、多媒体机房、电子商务教学软件，互联网接入等。			
建议教学方法	讲授法、引导文法、小组讨论法、演示法，演讲交流法			

(二) 课堂教学实施过程

内容如表3所示：

表3 课堂教学实施过程

工作过程	工作任务内容	工作任务目标	教学资源	主要方法	参考时间	备注
资讯	1. 什么是电子商务？ 2. 电子商务现在发展得如何？ 你生活中接触到了哪些电子商务元素？ 3. 经典案例介绍。	1. 让学生思考电子商务及相关模式； 2. 让学生接受团队讨论案例的模式。	PPT、资料	1. 引导文法 2. 小组讨论法	40min	
计划	1. 对当前电子商务的理解； 2. 电子商务典型成功案例。	按小组分配任务，搜集相关材料。	实训手册、教案、PPT	小组讨论法	40min	小组任务分工要明确
任务提出	小组讨论，对当前电子商务的理解及分析电子商务典型成功案例 任务实例，将学生分成16个组，每个组调查一个网站的前世今生，网站的运营模式，盈利模式等并制作PPT，利用4节课汇报，互评，教师点评。					
工作过程	工作任务内容	工作任务目标	教学资源	主要方法	参考时间	备注
决策	1. 电子商务基本概念； 2. 电子商务模式； 3. 电子商务典型成功案例分析。	掌握相关技能	背景素材、网络资源	讲授法	20min	
实施	1. 教师明确任务； 2. 教师讲授方法，学生演练； 3. 工作过程： (1) 资料收集 (2) 细化整理 (3) 小组讨论	1. 掌握小组讨论的方法，理解电子商务概念； 2. 强化网络素材收集的能力，收集典型案例。	实训手册	演示法、小组讨论法	60min	课后制作PPT；课后完成小组报告
检查	提交报告、组长陈述与演示PPT	检查小组任务完成效果		演讲交流法	80min	
评估	1. 教师评估总结小组成果； 2. 师生共同综合评价； 3. 回顾总结。	1. 掌握项目实施要点，完成预定目标，理解电子商务概念； 2. 正确分析实验结果，能通过典型案例归纳总结相关结论； 3. 提升独立表达能力。	实训手册、小组报告、PPT	小组讨论法、演讲交流法	80min	师生共同交流讨论成果
教学成果		完成实训手册 小组报告与PPT				

(三) 课堂教学任务考核标准

具体内容见表4：

表4 课堂教学任务考核标准

考核标准(详细标准参见学习情境参考标准)	
专业知识考核(小组报告)(40%)	1. 报告质量与规范性; 2. 报告的知识性与能力性。
技能方法能力考核(网络信息检索与分析)(20%):报告	1. 收集资料的质量; 2. 资料的分析整合。
职业素质考核(40%):PPT制作与答辩	1. PPT制作; 2. 答辩过程; 3. 团队合作。

(四)实例展示——《感受电子商务》项目 情境学习内容、教学方法、成果考核及评价标准如表
下面以《感受电子商务》项目为例,介绍具体的 5 所示:

表5 《感受电子商务》项目情境内容

学习情境一	项目一:感受电子商务	学 时:6		
1. 学习目标 (1)了解电子商务历史及发展趋势; (2)掌握电子商务模式; (3)了解电子商务典型成功案例。				
2. 教学方法 教学方法:讲授法+引导文法+小组讨论法+演讲交流法; 教学建议:引导学生认知电子商务行业相关知识。				
3. 教学实施				
项目核心任务	小组讨论,对当前电子商务的理解及分析电子商务典型成功案例 任务实例:将学生分成16个组,每个组调查一个网站的前世今生,网站的运营模式,盈利模式等并制作PPT,利用4节课汇报,互评,教师点评。			
工作过程	工作任务内容	工作任务目标	主要方法	参考时间
1. 问题导引	1. 什么是电子商务? 2. 电子商务现在发展得如何? 3. 你生活中接触到了哪些电子商务元素? 4. 经典案例介绍。	1. 让学生思考电子商务及相关模式; 2. 让学生接受团队讨论案例的模式。	引导文法 小组讨论法	40min
2. 理论知识与技能铺垫	1. 电子商务基本概念; 2. 电子商务模式; 3. 电子商务典型成功案例分析。	掌握相关基本概念与知识	讲授法	40min
3. 任务分配与计划编制	1. 阐述对当前电子商务的理解; 2. 搜集电子商务典型成功案例。	按小组分配任务,搜集相关素材。	小组讨论法	20min
4. 任务实施	1. 教师明确任务; 2. 教师讲授方法,学生演练; 3. 工作过程:资料收集、细化整理、小组讨论。	1. 掌握小组讨论方法;解读区域电商政策与行业状况; 2. 强化网络素材收集能力,获取典型企业经营情况与发展趋势资料。	演示法 小组讨论法	60min
5. 任务检查	提交报告、组长陈述与演示PPT	检查小组任务完成效果	演讲交流法	80min
6. 结果评估与小组讨论	1. 教师评估总结小组成果; 2. 师生共同综合评价; 3. 回顾总结。	1. 掌握项目实施要点,完成预定的区域特点分析; 2. 正确分析实验结果,能归纳青岛区域电商产业结构特点; 3. 提升概括表达能力。	小组讨论法 演讲交流法	80min
4. 教学准备 知识准备:详见教材、教案与相关学习资料; 能力准备:计算机操作能力、网络信息检索能力、团队协作能力。				
5. 教学资源 教材、教案、多媒体课件、防病毒软件、相关网络素材; 多媒体机房、电子商务教学软件,互联网接入。				
6. 教学重点 关注电子商务发展的关键时间点和关键企业、关键人物,以此为突破点开展思考; 电子商务概念及性质; 电子商务历史及发展概况; 现有主流电子商务模式及发展趋势; 电子商务成功案例分析与背景资料。				
7. 考核评价 专业知识考核(理论知识与操作,以小组报告为载体)(40%); 技能方法能力考核(网络信息素材检索与资料分析,以PPT为载体)(20%); 职业素质考核(答辩,综合评价)(40%)。				

四、结语

本文在 CDIO 工程教育模式的基础上,结合高职院校学生的特点和《电子商务与网络营销实务》课程特征,探究将 CDIO 理念运用于高职院校《电子商务与网络营销实务》课程的思路 and 策略,并以信息工程技术学院电子商务 1 班和电子商务 2 班为对象,开展教学实践以验证其效果。在教学实践的基础上,通过教师平时上课记录、学生问卷、学生作品及总评成绩等方面收集大量数据,得出如下结论:运用 CDIO 理念组织高职院校《电子商务与网络营销实务》课程的教学在提高学生实践技能、学生学习的能动性及人际交流能力方面有明显效果,有助于培养和提高学生的自信心,能够促进理论知识学习与实践能力的平衡发展。因此,在高职院校计算机基础课程的教学中应用 CDIO 理念来组织应用软件部分

的教学效果相对较好。

参考文献:

- [1] 郑薇薇. 基于 CDIO 的创新型工程科技人才培养模式研究与实践[D]. 大连:大连理工大学,2010.
- [2] 陈春林,朱张青. 基于 CDIO 教育理念的工程学科教育改革与实践[J]. 教育与现代化,2010(1):30-33.
- [3] 雷环,汤威颀,Edward F. Crawly. 培养创新型、多层次、专业化的工程科技人才——CDIO 工程教育改革的人才理念和培养模式[J]. 高等工程教育研究,2009(5):29-35.
- [4] 蔡小哩. 任务驱动下电子商务课程网络合作自主学习教学模式的探索[J]. 电子商务,2012(10):83-84.
- [5] 贾份. 电子商务专业教育教学创新模式探索[J]. 物流科技,2012(3):111-114.

CDIO Based Teaching Reform Research on the Course of *E-commerce and Internet Marketing Practice*

LIU Yan, PENG Xia

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

Abstract: Under the background of Internet and information technology, the society proposed higher demands on the professional talents in e-commerce industry. Starting with the course teaching and focusing on the course of E-commerce and Internet Marketing Practice, this paper tries to discuss the course teaching reform based on CDIO mode through renovating the course teaching philosophy and initiating the class teaching methods, in the hope of improving students' practice ability and creative ability, so as to achieve the teaching effect of study for the purpose of application.

Key words: CDIO mode; internet marketing; teaching reform

(责任编辑:刘淑青)

高职院校大学生失恋异常心理分析及调适方法研究*

孙祥来

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:恋爱问题能够影响大学生的身心健康和未来的婚姻生活,也会影响校园安全和校园风气,高校教育工作者应对此予以关注。正在恋爱阶段的大学生失恋之后倘若处理不当,可能导致失恋者心理失衡,甚至做出违反法律、违背道德的行为,因此要对大学生失恋出现的异常心理问题加以重视。本文分析了高职院校大学生失恋的原因,归类整理了常见异常心理的表征,探讨了调适异常心理的对策,以期高职院校教师处理失恋问题提供借鉴,及时有效地给予解决,从而助力学生健康成长。

关键词:高职院校大学生;失恋;异常心理;调适方法

中图分类号:G645 **文献标识码:**A

进入青春期的职业院校大学生恋爱是常见的。恋爱有利有弊,正常的恋爱有利于学生提升自我认知,提高社交能力,增添魅力,培养责任意识。但是学生在校期间的恋爱由于受到社会阅历、价值观、经济基础、家庭背景等因素的影响往往成功率较低,失恋的情况时有发生,尤其是在实习或毕业之前尤为频发,也常常令失恋学生痛苦不堪,愤恨不已,悲观失望。

一、高职院校大学生失恋的影响因素

高职院校大学生之间恋爱现象较为普遍,尤其是高年级学生。失恋的原因也是多种多样,有客观条件,也有主观因素,有外部原因也有内部原因。从笔者调查访问的统计来看,有的因素比较集中和常见。主要包括以下几个方面:

(一)性格不合

男女学生在恋爱过程中,双方的感情表达和交流与各自的性格特点密切相关。很多女同学在恋爱过程中强调两人在一起时的那种感觉,这种感觉的由来也和双方的性格协调程度有关。但是部分女生在恋爱初期容易受一些外在因素,如外貌、钱财等影响较大。随着交往频繁和了解的加深,等到双方在性格方面出现排斥或冲突时,往往出现感情的裂痕或破裂,从而导致双方分手。

(二)爱情观不一致

目前职业院校女大学生容易受社会上一些不良风气的影响,恋爱的动机往往存在着追求刺激、过分攀比等因素,大学生在恋爱过程中不仅在公共场合下公然卿卿我我,甚至做出违反法律、违背道德的事情,造成无法挽回的后果。少数在校男学生谈恋爱的最终意愿不是为了两人走入婚姻的殿堂,从而组建美满幸福的家庭,而只是为了体验恋爱的感觉,没有对未来生活进行规划。当恋爱双方的爱情观不一致而导致的失恋往往是彻底的,无法复原的。

(三)志趣不同

高职院校的男生恋爱动机多元化,恋爱目的不纯正,从而很难有高尚的追求和长远的规划。在恋爱过程中部分男生的一些兴趣爱好和个人追求也常常令女生惊奇不已。如:有的男生痴迷网络游戏和网络聊天而忽略与恋人的真诚交流和相互信任;有的男生长期吸烟和动辄酗酒给女生带来反感和抵触。恋爱中的女大学生一般情况下都采取较为认真的态度,会适时给男生提出一些合理化的改进建议,但当屡次建议仍不奏效时,就会对男方失去耐心和信心,从而产生感情的危机。

(四)家庭压力

很多女同学在恋爱中自己无法决定是否选择的时候通常是参考父母的意见。恋爱初期的低年级的女大学生希望和男友一起外出游玩而不愿意让父母知道,因为大部分家长不支持刚刚上学就过早进入

* 收稿日期:2016-05-12

作者简介:孙祥来(1980-),男,山东胶州人,青岛酒店管理职业技术学院讲师,主要研究方向为大学生思想政治教育。

恋爱阶段。随着年龄的增加,交往的深入,女大学生往往倾向于主动和自己父母商量恋爱和婚姻的事情,与此同时也会愿意和男朋友一起与男朋友的父母见面。有的父母会从自身婚姻感情出发,过多考虑一些家庭背景、物质基础等,给双方恋爱带来了压力和阻力。当“孝道”和“爱情”同时出现不可兼顾时,若两人的感情基础不够牢固,往往就出现分手的结局。

(五)第三者插足

在通常情况下,高职院校女大学生在恋爱过程中是全身心付出的,对待爱情是专一的。可是部分男大学生在恋爱过程中对恋爱对象往往出现一个阶段的“审美疲劳”,而对恋爱对象身边的女同学产生新鲜感和好奇心。有的情况下其他女生也会主动出击,成为恋爱的“第三者”。因第三者插足而失恋的女生很难接受失恋现实,往往通过各种方式极力挽回感情。若经过了己很大的努力仍不能挽回感情的情况下,女大学生可能会对“第三者”进行极端的打击报复。

(六)社会环境的差异和变迁

社会习惯和风俗对大学生情侣造成的分手压力司空见惯。恋爱过程中,学生双方没有过多考虑经济来源、工作选择、购置住房、赡养老人等社会现实问题,而恋爱进行一段时间后,在实习或就业中,由于双方工作地点空间距离很远而无法经常相聚;或者由于承担家庭赡养责任;或者在购置房屋、汽车等重大事件上出现分歧等原因,影响恋爱的持续。

二、失恋产生的异常心理归类分析

失恋是爱情的阶段性结束,也往往会给恋爱双方带来悲伤,使人处于痛苦、抑郁、自卑、愤恨等不良情绪中,对恋爱双方心灵上或多或少、或长或短带来一定的创伤,可能出现反常的心理和失控的行为,从而严重影响职业院校大学生正常的生活和学习。一般情况下,通常有以下几种异常心理:

(一)自卑自弃心理

相对本科院校或研究生而言,由于学业成绩和专业能力的差异,高职院校大学生自信心相对不足,自我认可度不高,若在恋爱中失利,很容易对自己的能力和人际关系产生怀疑,轻易否定自己,从而更加缺乏自信,觉得自己不被认可,一无是处,对自己的认知产生偏差,更容易产生自卑心理。

(二)摧残轻生心理

高职院校大学生在失恋后,尤其是女性失恋者通常情况下内心很痛苦,无法排解心理的创伤,或者不吃不喝,或者流泪不止,或者酗酒消愁,或者自己伤害身体的某个部位,甚至是想通过各种途径结束生命,以死相逼求对方恢复恋爱关系,或通过死证明自己爱情的坚定追求。

(三)攻击报复心理

失恋后不少人会产生一种暴力报复心理,尤其是男性失恋者,他们的自尊心更强烈,攻击性可能更大。这种心理多出现在占有欲望强、心胸狭窄、报复心理强的男性失恋者。一旦攻击报复心理产生,接下来通常伴随着不理智、不合法、难控制的行为,有时候这种攻击行为还会泛化为针对所有异性。从社会危害性方面讲,这种情况需要倍加关注,及时采取果断行为有效化解危机。

(四)崩溃绝望心理

这也是高职院校大学生失恋后的一种常见的异常心理,尤其是处于热恋中的女大学生,热切盼望着能和心爱的人相守一生,可是突然被告知不能有好的归宿,女性往往感觉被玩弄、被欺骗。此种情况下,女生往往对爱情产生彻底失望的认识,认为“男人是无情的动物,世界上没有真正的爱情”,甚至发誓以后不再恋爱。这种绝望的心理会影响当事人日后的人际交往和婚姻生活。

(五)痴情迷恋心理

有些人失恋后仍纠缠于往日的美好交往中,不直接面对现实,对彼此的爱情还抱有一定的幻想。每天梳妆打扮,准备礼物,想方设法通过各种办法再接近爱慕的一方,见到后就百般讨好对方;见不到后就把对方赠与自己的东西反复把玩,痴癫迷恋,喃喃自语。

三、失恋异常心理的调适方法

高职院校恋爱的男女大学生大都希望拥有一份美好甜蜜的爱情,收获真挚纯洁的感情。但是往往受各种因素的影响,出现了失恋。面对分手,不同的人有不同的心理感受,有的人能从失恋的挫折中顺利应对和合理调适,逐步发展健康文明的恋爱心理与行为。

(一)适时适地适度身心宣泄

失恋大学生要积极创造条件,进行恰当的身心宣泄。无论在宣泄的时间、地点和程度上都必须以不影响他人正常的生活为前提,采取的方式方法因

人而异。身心宣泄包括身体的宣泄和心理的宣泄。身体宣泄和心理宣泄可以分开进行,也可同时进行,以调节效果明显与否为准。

身体宣泄常见的方式包括到运动场上跑步,到无人的地方如海边、山坡大叫,关门痛哭一场等。心理宣泄方式主要是把内心不良的情绪在可信赖的人面前释放出来,常见的有找到自己的好友或老乡诉说自己内心的真实感受,从而得到善意的理解、劝解、安慰;也可以将真实的想法写到笔记本上,或对着自己喜欢的物品说说内心的话语。

(二)合理归因

归因理论最早是于1958年由美国社会心理学家海德(F. Helder)创建的。到了1980年,美国心理学家韦纳(N. Weiner)成为现代归因理论的杰出代表,他和他的同事们在吸收前期很多心理学家研究成果的基础上,对行为结果的归因进行了全面而深刻的探讨。作为高职院校的教育工作者要学习和熟悉相关归因理论并帮助大学生掌握归因理论。

教育工作者要及时主动和失恋学生一起冷静的分析失恋原因。教师首先要明确失恋学生的归因风格(归因方式),打破和改变原有的不良归因模式,有针对性的建立和重塑合理的归因模式。例如,当高职院校大学生将失恋归因于才能不足、相貌不好等这种相对不易改变的稳定因素时,对将来恋爱的成功期望就会降低,从而削弱学生在这方面的自信;而把失恋归因于心态、奋斗、好运这些可以改变的不稳定因素时,则可以通过提升行为姿态和转变心态等来预期将来的成功,从而减轻情感上的痛苦,为下一步的行为奠定思想基础。

(三)积极转移

转移法是让失恋者较好较早地走出痛苦的阴影、走向新天地的有效方法。此方法主要包括环境转移和情感转移。

环境转移:失恋者尽快离开令人触景生情的原有场景和处理掉令人睹物思人的原有物品,主动置身于新的、欢乐的、开阔的环境中,可以通过外出旅行的形式转移思维,放松心情,开阔视野。

情感转移:世界上的感情除了爱情,还有亲情、友情、同学情、老乡情等。“不要因为一棵树而失掉一片森林”。一旦爱人离开了,要及时投入到亲朋好友的爱中。伟大的思想家培根说过:“如果你把快乐

告诉一个朋友,将得到两个快乐;你把忧愁向一个朋友倾诉,你将被分掉一半的忧愁。”在大学生失恋后,可以得到亲人的开导,可以得到友人的安慰。刚刚失恋者不可以急于寻找下一个恋人来挽回失恋的空虚和减轻失恋的痛苦。这种在不理智不冷静情况下做出的选择很可能导致更糟糕的后果,而产生更大的痛苦。

(四)及时升华

爱情的失意不能影响奋斗的方向和足迹,要把爱情的挫折转化为进步的动力。振奋精神,着眼未来,当把失恋的痛苦升华为对学业和对事业的追求时,做好规划,立即行动,投身丰富多彩的大学生活中,就能产生强大的力量,创造出色的业绩,实现自身价值,得到更多的快乐。

四、结束语

失恋不可怕,失恋是对过去的一种选择,也是对未来的一种新选择。失恋不失德,不要因为失恋而产生违反道德、触犯法律的事情。失恋不失趣,不要因为失恋而失去生活的乐趣,坦然面对,笑对挫折。失恋不失志,不要因为失恋而失去为美好生活奋力拼搏的志气。爱情是人类永恒的话题,男女青年到了一定的年龄和符合一定的条件,就要恋爱和结婚。对于高职院校的在校生而言,在时间、精力、能力和财力有限的情况下,要选择合适的恋爱时机。在心理发展成熟、社会阅历丰富、经济基础稳固、人生观稳定的条件下恋爱就能够大大提高成功率。在恋爱的过程中双方都要树立正确的恋爱观,注重恋爱道德,发展健康的恋爱行为,从而培养爱的能力和责任。

参考文献:

- [1] Weiner, Bernard. Human Motivation [M]. London: Psychology Press, 1980.
- [2] 袁立. 当代大学生恋爱态度调查与分析[J]. 中国健康心理学杂志, 2005(4): 278-280.
- [3] 贺志军. 大学生失恋行为分析及心理调节[J]. 湖南人文科技学院学报, 2007(2): 128-130.
- [4] 张义泉. 大学生婚恋心理辅导[J]. 中国校医, 2007(1): 109-111.
- [5] 苟萍. 论女大学生失恋心理困扰的认知改组策略[J]. 教育与职业, 2009(32): 73-74.

Research on the Abnormal Psychological Analysis and Adjustment Method for Love Failed Students in Higher Vocational Colleges

SUN Xianglai

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

Abstract: Higher vocational college educators should pay close attention to the loving problem of college students, which not only affect their physical and mental health and marital life, but also affect the campus security and campus atmosphere. Students who failed in love may lead to psychological imbalance even violate the law and morality if handled improperly. Therefore, much attention should be paid to the abnormal psychological problems of higher vocational college students who failed in love. This paper analyzes the reasons for the failure in love, sorts out the features of abnormal psychology phenomenon, discusses the methods of adjusting abnormal psychology, so as to provide reference for teachers in Higher Vocational Colleges to deal with the problem of the failure in love and solve it timely and effectively to help the students develop healthfully.

Key words: students in higher vocational colleges; failure in love; abnormal psychology; adjustment method

(责任编辑:魏有广)

.....
(上接第49页)

Research on the Reform of Teaching Methods of Ideological and Political Theory Course under the Background of Informatization

LI Yao, LIU Gang, GUO Yujuan

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

Abstract: The application of Information technology in education has been widely recognized in the country. Under the background of educational informatization, the teaching reform of ideological and political course should also follow the trend to promote the teaching efficiency. Based on the education informatization, this paper analyzed the teaching status quo of vocational students, and the importance of education of ideological and political course. Then it proposed a teaching reform mod of symposium teaching in ideological and political course, and combined mod with the teaching method of "blended learning model" to explore the new reforming direction of ideological and political course teaching.

Key words: educational informatization; ideological and political theory course; symposium teaching; reform of teaching methods

(责任编辑:魏有广)

心理健康视野下大学生职业生涯辅导体系的构建分析^{*}

李翔龙¹,王静文²

(1. 青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100; 2. 青岛幼儿师范学校, 山东 青岛 266021)

摘要:近年来,大学生面临的就业问题已经成为社会热点话题之一,各高校对于大学生就业辅导的工作也更加重视。从高校教育方面来说,为了更好地应对学生的就业问题,构建大学生职业生涯辅导体系已经成为人们的共识,而在构建这一体系的过程中,大学生心理健康因素又占据着重要的一环。基于以上考虑,本文从心理健康的视角,对大学生职业生涯辅导体系的构建进行了初步分析。

关键词:心理健康;大学生就业;职业生涯

中图分类号:G645 **文献标识码:**A

当前,大学生所面临的就业问题日趋明显,主要面临的情况是:一方面大学生毕业生人数不断增加,造成每年都成为最难就业季的情况。根据北京大学教育学院经济研究所作的2015年高校毕业生就业状况调查,2013年我国高校毕业生人数达到699万人,2014年高校毕业生人数达到727万人,增长率达到4%,2015年更是达到了749万人,增长率达到3%。高校毕业生人数的不断增加,也为我国可提供的就业岗位造成巨大的压力。另一方面则是受到国际金融危机与国内产业结构的转型,不同岗位层次的要求发生着巨大的变化,也因此造成就业难背景下,千军万马抢夺一个岗位,而有的岗位却又门庭若市的情况。

基于大学生就业难的背景,各高校也做好了不同层次的应对方案,特别是对于学生职业生涯辅导的重视,首先各高校均开设了就业辅导课程,帮助学生清晰地了解社会的就业情况,以及就业选择的理论辅导;其次是对于学生实习的强化,与外界企业加强了更多的联系,为学生提供了更多的实习岗位,对学生在就业技能实操方面做了更完善的服务。然而对于学生心理健康方面的引导就存在局限,近段时间复旦大学投毒案等大学生心理健康问题的出现,也反映出了我国在大学生心理健康教育方面的不足。因而高校在进行大学生职业生涯辅导体系构建的过程中,为了避免“庸品”与“危险品”的出现,就需

要加强对大学生在就业问题上的心理健康辅导。

一、心理健康教育对大学生就业的影响

心理健康教育有助于提升学生心理素质,从哲学上物质与意识的辩证关系来看,正确的意识会促进客观事物的发展,错误的意识会阻碍客观事物的发展,所以对大学生正确的心理健康引导更加利于解决学生在就业问题上所遇到的系列问题。

(一)心理健康教育有利于大学生正确就业观的形成

面对严峻的就业环境,毕业大学生更加需要明确自身的定位,适时的做出择业的调整,合理规划好自身的职业规划,才能在就业的洪流中实现自我的价值,这也是正确就业观与择业观形成的要求。引导学生形成正确的就业观就需要加强学生对于自身定位的分析,对当前的社会就业环境进行正确分析,所谓知己知彼百战不殆也是这个道理。然而在大学生就业的过程中,面对就业环境的复杂性,难以做出正确的分析,究其原因,一方面对于自身能力评估的失误,很大一部分学生经过大学的学习阶段后,觉得一无所获,面对就业显得过于自卑,而有的学生又过于看重自身所具备的价值,过于心浮气躁,对自己缺乏正确的认知;另一方面则在于对社会环境的分析存在欠缺,大学生的单纯性往往将毕业后的生活幻想得无比美好,而当到达实际相对比较复杂的社

^{*} 收稿日期:2016-05-07

作者简介:李翔龙(1987-),男,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为学生管理、心理健康教育、教育管理。

会环境之中就容易形成巨大的反差,对学生的就业观念造成影响。

综合而言,对学生认知分析能力的培养是比较重要的环节,在这个层面上心理健康教育就有着促进的作用。在心理健康教育方面关于心理学认知理论的教学,有助于学生对整个就业环境与自身定位进行清晰的把握,比如英国著名心理学家布罗德本特所提出的过滤器理论,就需要学生对所获得信息进行过滤加工和分析,再如美国心理学家安妮·特丽斯曼所提出的注意的衰减理论,就对学生在信息把握上有着很好的借鉴意义。总之,通过认知心理学的引导,利于学生正确的认知就业环境并促进其正确就业观的形成。

(二)心理健康教育有利于大学生就业心理素质的提升

目前,社会上的用人单位对于就业人员的综合素质能力越发看重,尤其在就业人员的心理素质层面,对于企业而言,心理素质的高低在一定层面上决定了企业用人的价值以及所获得的效益。在社会实践中,许多企业对于应届毕业生的接收态度并不明朗,一方面是企业自身对于应届毕业生的培养成本需要过大的投入,另一方面是应届毕业生的心理素质方面的能力成为企业考虑用人的难点。尤其是在社会的抗压能力方面,学生在应对的过程之中,无法合理的释放压力与引导压力,在一些紧急的事件之中难以做到合理的应对,究其原因,是学生对于心理压力的疏导方面的知识缺失。比如学生在新环境下的适应能力较差,由于新的工作模式带来的工作压力,以及一些突发工作状况的处理,学生都显得束手无策,甚至有的会轻易放弃,从而失去一些就业机会。

在现行的教学之中更多的考虑是加强学生对于工作技能的掌握以此来应对一些工作的压力,其实最根本的应当是对学生进行心理行为理论的教学,让学生在实践的行为之中,学会正确的面对这一系列的问题。比如在心理学中的心理的暗示力量就对学生压力的疏导有着很大的影响,如果心理学经典案例中,告知死囚将割破其静脉的方式行刑,最后将死囚双眼蒙上,并用刀背割伤死囚,在死囚旁边放置滴管模拟血液滴落盆中,最后死囚却是死于心脏麻痹。所以心理暗示性的力量对于人们的心态的把握极其重要,在常态的就业环境面对之中,心理性暗示的力量更利于人们心理素质的提升。

二、大学生职业生涯辅导体系应当融入心理健康教育

(一)整合教师团队资源,进行心理健康教学理论知识的贯穿

大学生职业生涯的辅导中,教师团队占据着关键性的地位,在目前的教学模式之中,学生的职业辅导主要通过职业规划针对学生的应对技能进行教学,对于学生心理素质能力的培养主要是通过各高效的心理辅导中心来进行疏导,采用的是亡羊补牢的方式,所以对于学生在就业过程中心理健康问题的出现,进而增加就业问题的严峻性。所以在教学资源的整合之中,关于心理健康教学内容应当进行增设,增强教师对于心理学理论知识的教学培训,包括认知心理学的注意理论,行为心理学的暗示性表达等等,通过心理学理论性知识加强学生运用心理学知识对就业环境的认识与自身的定位。比如通过马斯诺需求层次原理分析自身的价值需求,来做好自身的定位,通过心理学暗示效应来做好自身就业能力的提升,调整就业心态,从而更好的树立起正确的择业观与就业观。

(二)运用多样教学方式将心理健康内容纳入考核之中

心理健康教学的展开需要多方面的配合开展,通过老师进行心理性理论的掌握的同时,也需要推进学生正视心理健康知识的重要性,懂得如何学习,如何运用,因而从教学层面的角度上看,一方面需要教师在教学课堂之上的充分重视,包括教学内容的设计,以及教学方法的运用,为学生进行心理健康教育的推广;另一方面,则是将心理健康教学内容纳入到实际的考核之中,推动学生积极主动的吸收相应的心理学理论知识,尤其是在心理认知与心理激励的部分。在教学方式的运用上,基于心理健康教学相关内容较为抽象的基础上,应当广泛的结合多媒体教学的运用,以形象的方式来进行相关的授课,比如在课堂之中运用理论结合实测的方式,进行实验性的展示,比如在择业过程中从众的心理现象就是经典的案例,在课堂之中,我们可以通过对某一观点的支持表决,来总结出从众心理的具体表现;当某一个观点得到一部分学生的支持认可的时候,另一部分人自身的从众心态就此产生。通过这种案例的方式来实现学生对于择业过程中从众心态的把握,更加利于学生在择业时候的正确选择。在教学内容的

考核之上,将与职业规划教学相关的心理性知识纳入到常态的教学考核之中,以此间接推动学生主动的去学习分析心理学的相关内容。

(二)加强心理实践锻炼培训,通过实践经验分享的形式得到提升

职业生涯辅导体系的构建之中,学生对于心理健康层面的把握更多需要结合到自身的心理感知状态,只是绝大部分学生是基于理论知识的局限与知识体系的总结,所以对于自身的一些心理状态变化不以为意,在过分的压力条件之下,就容易导致一些心理健康疾病的出现,因而在此背景之下,就需要加强学生在心理实践之中的培训。对于学生心理实践能力的锻炼与培训,应当结合在两个层面上进行考虑;一方面在课堂之中实践体验,这一点主要是通过教师的教学方法运用来引导学生对于心理学知识理论的清晰认知与运用;其次则是在生活过程之中为学生创造更多心理健康培训的环境。首先,在教师层面需要引导学生做好常态的心理健康知识的总结与辅导,这需要教师仔细的观察学生在学习上与生活上所产生的心理状态的变化,主动的与学生进行相应的沟通疏导,而不是以心理辅导中心的形式被动的等待学生出现问题之后进行解决。其次,在学校与社会的侧面而言,应当在学团活动的板块,通过举办心理健康主体的相关活动来引导学生参与其

中,拥有心理健康实践的平台。最后则是在学生职业辅导的过程之中,运用现代互联网络的技术,及时进行典型案例的分享,多总结他人经验来积极应对新形势下的就业问题。

三、结束语

综上所述,心理健康教育对于学生在择业、就业以及就业后的阶段都有着很重要的影响,因而在大学生的职业生涯辅导体系的构建过程中,心理健康教育就成为我们需要面对的重要部分;在执行的过程中就需要通过教学资源的整合、教学方式的表达以及学生心理健康实践平台的搭建几个方面进行自身心理素质能力的培养与提升,最终实现学生在面临就业难的环境之下,能够充分的运用好心理健康教学的相关知识,做好自身的职业规划。

参考文献:

- [1] 段姗姗,甘滔.心理健康视野下的大学生职业生涯规划刍议[J].辽宁教育行政学院学报,2011(4):50-52.
- [2] 徐雅颖,颜彬,张杰.浅析大学生生涯规划教育与心理健康教育的结合[J].经营管理者,2013(5):293.
- [3] 雍克勤.大学生职业生涯辅导个案报告[J].社会心理学,2010(7):117-120.

Construction Analysis of Career Guidance System for College Students in the Perspective of Mental Health

LI Xianglong¹, WANG Jingwen²

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

2. Qingdao Preschool Teachers' School, Qingdao 266021, China)

Abstract: In recent years, the employment problem of college students has become one of the hot topics in the society. Colleges and universities also pay more attention to the employment guidance work for college students. In order to get a better solution for the problem of college students' employment from the perspective of higher education, the construction of career guidance system has become a common sense for people. Factors of college students' mental health play an important role in the process of constructing such system. From the perspective of mental health, this paper conducted the preliminary analysis on the construction of career guidance system for university students.

Key words: mental health; college students' employment; career

(责任编辑:魏有广)

信息·技术

基于方波高频信号注入的 PMSM 无传感器控制*

马媛媛

(青岛酒店管理职业技术学院, 山东 青岛 266100)

摘要:本文提出了一种通过向定子绕组注入方波信号估算转子位置的控制方式。首先建立低转速高频信号激励下的永磁同步电机的数学模型,通过往d轴方向上注入高频方波电压信号,通过全新的高频信号角度估算器,可以将零速或低速时转子的角度和速度估算出来。实验结果证明,这种方法可以非常精确地估算出转子的位置,从而实现永磁同步电机的无传感器控制。同时,相比于传统的注入高频正弦波的方式,方波信号估算器设计更简单,计算量更少。

关键词:永磁同步电机;高频注入;无传感器;矢量控制

中图分类号:TM341 **文献标识码:**A

一、引言

近年来,永磁同步电机(PMSM)因具有结构紧凑、效率高以及稳定性高等优点,已经逐步取代了工业领域中的交流电机。然而,永磁同步电机需要精确的转子位置信号来实现磁场定向,传统做法都是在电机转轴上安装位置传感器来实时获取转子位置。这些传感器安装不仅增加了系统的成本、维护性差,而且降低了系统的可靠性。在这样的背景之下,如何实现永磁同步电机的无机械传感器控制成为研究的一个热点。

传统的永磁同步电机无传感器控制转子角度估算的方法主要有两种:一种是基于反电动势的估算方法,通过估算反电动势推算出转子的位置;另一类是通过高频信号注入的方法,在永磁同步电机定子绕组中注入特定的高频电压信号,然后检测电机中对应的电流反馈信号来确定转子位置,利用电机的凸极性来实现转子位置的估算,对电机参数的变化不敏感,具有较好的低速性能。

本文在首先建立高频激励下的 PMSM 数学模型的基础上,详细叙述了利用高频电压信号注入法估计转速及转子位置的原理和在永磁同步电机矢量控制下实现高频方波电压信号注入法的控制策略,实验结果证明了这种方法可以准确估算出转子位置,从而实现永磁同步电机的无传感器运行。

二、高频信号激励下的 PMSM 数学模型

首先建立高频信号激励下的永磁同步电机数学模型。在定子 $\alpha-\beta$ 静止参考坐标系下,永磁同步电机数学模型如下所示:

$$\begin{bmatrix} v_{\alpha} \\ v_{\beta} \end{bmatrix} = R_s \begin{bmatrix} i_{\alpha} \\ i_{\beta} \end{bmatrix} + \omega_e \lambda_{pm} \begin{bmatrix} -\sin\theta_e \\ \cos\theta_e \end{bmatrix} + L_{\alpha\beta} \frac{d}{dt} \begin{bmatrix} i_{\alpha} \\ i_{\beta} \end{bmatrix} + 2\Delta L \omega_e \begin{bmatrix} -\sin(2\theta_e) & -\cos(2\theta_e) \\ -\cos(2\theta_e) & \sin(2\theta_e) \end{bmatrix} \begin{bmatrix} i_{\alpha} \\ i_{\beta} \end{bmatrix} \quad (1)$$

每一个的定义 θ_e 是附着在定子上的固定参考坐标系(α)直轴与通用参考坐标系的实轴(x)之间的夹角。

经过采样离散化以后,数学模型变为:

$$\begin{bmatrix} v_{\alpha} \\ v_{\beta} \end{bmatrix} = R_s \begin{bmatrix} i_{\alpha} \\ i_{\beta} \end{bmatrix} + \omega_e \lambda_{pm} \begin{bmatrix} -\sin\theta_e \\ \cos\theta_e \end{bmatrix} + L_{\alpha\beta} \frac{1}{\Delta T} \begin{bmatrix} \Delta i_{\alpha} \\ \Delta i_{\beta} \end{bmatrix} + 2\Delta L \omega_e \begin{bmatrix} -\sin(2\theta_e) & -\cos(2\theta_e) \\ -\cos(2\theta_e) & \sin(2\theta_e) \end{bmatrix} \begin{bmatrix} i_{\alpha} \\ i_{\beta} \end{bmatrix} \quad (2)$$

其中, $\omega_e \lambda_{pm}$ 是与反电动势相关的电压参数, $2\Delta L \omega_e$ 是与电感凸极性相关的电压参数,这两个参数都是与速度相关的。在电机低转速运行时,相比注入的高频电压信号分量,这两个参数可以被忽略。另外当注入的信号频率足够高的时候,电机内阻上的电压也可以被忽略。所以对于静止坐标系下以及

* 收稿日期:2016-05-05

作者简介:马媛媛(1981-),女,山东淄博人,青岛酒店管理职业技术学院教师,主要研究方向为自动化、过程检测与控制、工程造价。

估算转子同步坐标系下的凸极电机的高频信号电压方程如下所示：

$$\begin{bmatrix} v_a \\ v_\beta \end{bmatrix} = L_{\alpha\beta} \frac{1}{\Delta T} \begin{bmatrix} i_a \\ i_\beta \end{bmatrix} \quad (3)$$

$$\begin{bmatrix} v_d^{e'} \\ v_q^{e'} \end{bmatrix} = L_{dq}^{e'} \frac{1}{\Delta T} \begin{bmatrix} \Delta i_d^{e'} \\ \Delta i_q^{e'} \end{bmatrix} \quad (4)$$

$L_{\alpha\beta}$ 和 $L_{dq}^{e'}$ 分别表示为：

$$\begin{bmatrix} v_a \\ v_\beta \end{bmatrix} = L_{\alpha\beta} \frac{1}{\Delta T} \begin{bmatrix} \Delta i_a \\ \Delta i_\beta \end{bmatrix} \quad (5)$$

$$\begin{bmatrix} v_d^{e'} \\ v_q^{e'} \end{bmatrix} = L_{dq}^{e'} \frac{1}{\Delta T} \begin{bmatrix} \Delta i_d^{e'} \\ \Delta i_q^{e'} \end{bmatrix}$$

$$\begin{bmatrix} \Delta i_d^{e'} \\ \Delta i_q^{e'} \end{bmatrix} = \Delta T L_{dq}^{e'-1} \begin{bmatrix} v_d^{e'} \\ v_q^{e'} \end{bmatrix} = \Delta T \begin{bmatrix} \Sigma L - \Delta L \cos(2\theta_{err}) & -\Delta L \sin(2\theta_{err}) \\ -\Delta L \sin(2\theta_{err}) & \Sigma L + \Delta L \cos(2\theta_{err}) \end{bmatrix}^{-1} \begin{bmatrix} v_d^{e'} \\ v_q^{e'} \end{bmatrix} \quad (6)$$

ΣL 和 ΔL 是电机 dq 轴电感的平均值和差值。电感变化和转子位置之间的关系，如图 1 所示， θ_{err} 是估算同步坐标系和实际同步坐标系之间的位置误差。

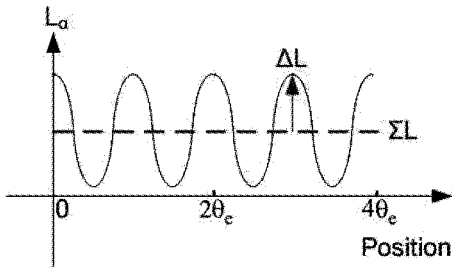


图 1 电感变化与转子位置关系

将式(6)代入式(4)，可以得到高频电压信号反映的电流信号，如下所示。通过注入特定的高频信号，然后对与电机电感量变化相关的电流信号进行结算，就可以得到转子的实际位置。

三、注入信号的选择

在本文中通过注入高频方波电压信号去获得与转子位置相关的高频电流信号。由于 d 轴磁通不会影响转矩产生，所以本设计中往 d 轴方向上注入方波信号。

$$\begin{bmatrix} v_d^{e'} \\ v_q^{e'} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \pm v_{inj} \\ 0 \end{bmatrix} \quad (7)$$

定子电流变化量为：

$$\Delta I_{dq_inj}^{e'} = \begin{bmatrix} \Delta I_{d_inj}^{e'} \\ \Delta I_{q_inj}^{e'} \end{bmatrix} = \Delta T L_{dq}^{e'-1} \begin{bmatrix} v_{d_inj}^{e'} \\ v_{q_inj}^{e'} \end{bmatrix} = \pm \Delta T V_{inj} \begin{bmatrix} \frac{\Sigma L + \Delta L (\cos 2\theta_{err})}{\Sigma L 2 - \Delta L 2} \\ \frac{\Delta L}{\Sigma L 2 - \Delta L 2} \sin(2\theta_{err}) \end{bmatrix} \quad (8)$$

上式中，如果假定 $\theta_{err} \approx 0$ ， $\Sigma L \gg \Delta L$ ，那么可知，如果转子位置估算误差足够小，那么 $\sin(2\theta_{err}) \approx 2\theta_{err}$ 。

$$\Delta I_{dq_inj}^{e'} \approx \pm \Delta T V_{inj} \begin{bmatrix} \frac{1}{\Sigma L} \\ \frac{2\theta_{err} \Delta L}{\Sigma L 2 - \Delta L 2} \end{bmatrix} \quad (9)$$

即转子位置的估计值收敛到转子位置的真实值。从式(9)中可以看出从 q 轴高频电流反馈中包含了角度信息。

注入电压信号与实际电流信号波形如图 2 所示。

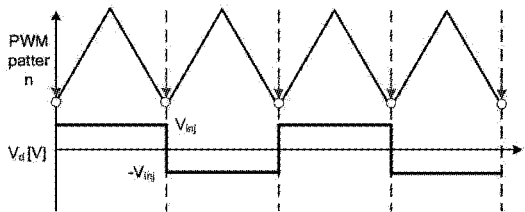


图 2 注入信号和反馈信号波形

在本文中，设计了一个基于软件锁相环的位置估算器，估算位置和转速信息。软件 PLL 计算量小，对于实时性要求高的电机控制领域非常适用，如图 3 所示：

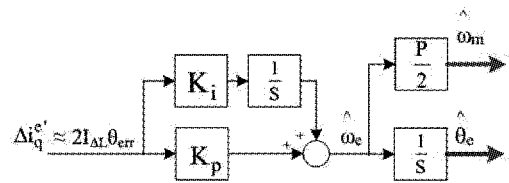


图 3 软件锁相环观测器

基于方波信号注入的传感器控制系统在原有 FOC 控制的基础上增加了高频注入模块和高频信号解算模块。

四、实验结果

为了验证采用高频方波电压信号注入法估计永磁同步电机转子位置的可行性与有效性，针对一台内置式永磁同步电机 (IPMSM) 进行了实验研究。电机参数如表 1 所示。

表 1 内置式永磁同步电机参数

Characteristics	Value
DC bus voltage	310 V
Rated current	3 A
Rated speed	3000 rpm
Rated torque	1.27 Nm
Rated power	400W
Inertia	0.3 kg·m ²
Pole pairs	4
Phase resistance	4.2Ω
Phase inductance	30mH(Ld)/50mH(Lq)

实验系统采用 STM32F103 来实现方波高频电压信号注入的 PMSM 无传感器的控制。3000 线光电编码器安装在电机后端,用于评估本设计中的转子位置和转速估算的效果。开关频率为 10KHz,方波信号的幅值为 60V,频率为 625Hz。

图 4 中是电机运行在 60rpm 是测得的波形,其中黑色的波形为使用高频电压信号注入法解算出的转子位置信号,红色的波形为编码器的角度输出。可以看出,两者之间的误差很小,本文提到的无传感器控制的方式可以非常精确的估算出转子的位置和速度。

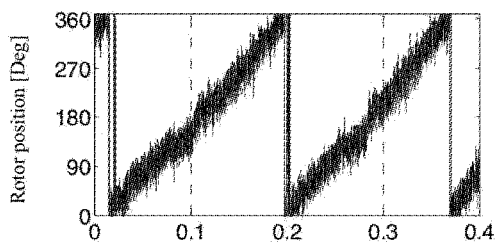


图 4 位置信息波形图

在图 5 中记录了以编码器作为参照估计的位置信息误差。其中电角度误差在整个角度范围以内小于 ±20°。

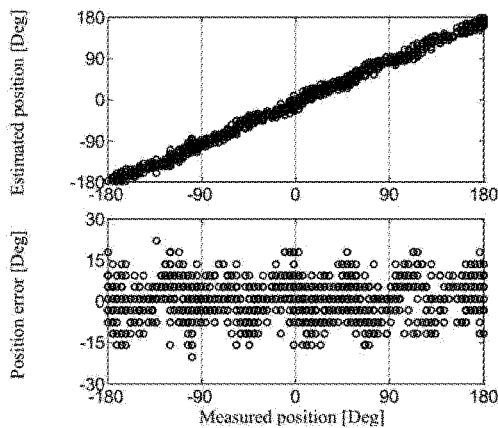


图 5 估算位置的误差

为了验证本高频注入无传感器控制的带载能力以及动态响应能力,本文测试了电机在低转速运行时,逐渐加大负载以及突然撤掉负载。图 6a 中,电机运行转速为 60rpm,逐渐增加负载,记录速度变化的情况。图 6b 是电机运行在 90rpm 时的测试情况。通过图 6 可以看出,本高频注入无传感器具有很好的带载能力和很好的动态响应能力。完全可以满足大多数工程控制尤其在低转速时需要,而传统的采用反电动势做位置信息估算的方式,本款电机能够带载稳定运行的最大转速是 220rpm。

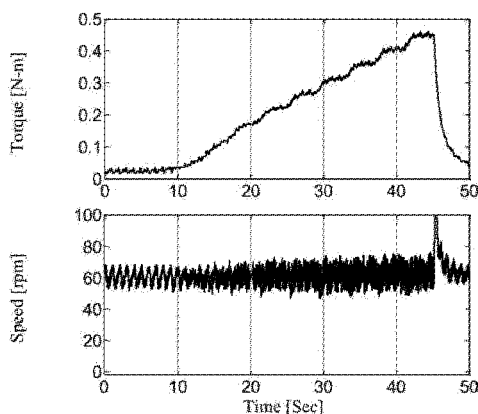


图 6a 电机运行转速为 60rpm 的稳态变矩

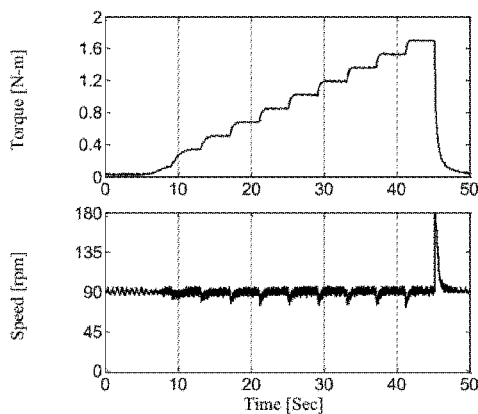


图 6b 电机运行转速为 90rpm 的稳态变矩

五、结论

本文提出了一种采用注入方波电压信号去获取转子位置的方式,通过实验结果可以看出,这种控制方式在电机低转速时,相比传统的基于反电动势估算的方式,具有较好的动态性能以及较强的鲁棒性。这种方波电压信号注入的无传感器控制方式可以与基于反电动势估算相结合,在整个速度范围内获取更好的 PMSM 无传感器控制性能。

参考文献:

- [1] 徐艳平,王海根,钟彦儒.基于脉振高频信号注入法的PMSM无传感器控制[J].电气传动,2009,39(1):11-14.
- [2] K. Iizuka, H. Uzuhashi, and M. Kano. Microcomputer control for sensorless brushless motor[J]. IEEE Trans. on Industry Applications, 1985,27,595-601.
- [3] S. Ogasawara and H. Akagi. An approach to position sensorless drive for brushless dc motors[J]. IEEE Trans. Ind. Applicat.,1991,27,928-933.
- [4] 李永东.交流电机数字控制系统[M].北京:机械工业出版社,2002.
- [5] 秦峰,贺益康,刘毅,等.两种高频信号注入法的无传感器运行研究[J].中国电机工程学报,2005,25(5):116-121.
- [3] S. Ogasawara and H. Akagi. An approach to position

Square Wave Signal Injection Based PMSM Sensorless Rotor Position Estimation

MA Yuanyuan

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

Abstract: Nowadays, principles of position estimation can be classified into two techniques, based on back EMF and on magnetic saliency. Position estimation based on back EMF has good performance in middle and high speed range. However, in low speed, the amplitude of back EMF is small and difficult to extract from the system noise, so the performance would be bad. On the other hand, position estimation using magnetic saliency usually inject a high frequency signal to stator winding of IPMSM, then detect the feedback current signal to estimate the rotor position. The advantage of this approach is better to low speed performance and not sensitive to motor parameters. This paper presents a sensorless FOC control algorithm using high frequency square wave signal injection. According to the experimental results, the rotor position can be estimated in an IPM machine, and good torque and speed response by injecting high frequency square wave signal.

Key words: PMSM; high frequency signal injection; sensorless; FOC

(责任编辑:魏有广)