

青岛酒店管理職業技術學院學報

(季 刊)

編輯委員會

主任 姜玉鵬

副主任 于 敏 宮恩龍

委 員 (以姓氏筆劃為序)

刁洪斌	于 敏	王 文	王 健	王風磊	王昌玉
王建明	王桂云	孙丕波	牛 静	刘 刚	刘迎華
刘雅莉	任 燕	罗冬梅	赵 琪	赵 炜	姜玉鵬
宮恩龍	唐文君	鹿 彦	董瑞虎	潘 畏	

青岛酒店管理职业技术学院学报

目 次

【旅游·酒店】

旅游不文明行为的公众认知与规范激活——以长城刻画为例

..... 张建荣,赵振斌,孟令敏(1)

旅游经济研究的知识图谱——基于 1997—2017 年 WOS 的文献计量分析

..... 张 峰,蒋 婷(12)

基于扎根理论的海洋旅游意象构建 蔡礼彬,李雯钰(22)

青岛民宿现状与发展对策研究 李 达,王政军(33)

全域旅游视角下山东省乡村旅游提升研究 刁洪斌,刘迎华(38)

欧美俄旅华游客酒店服务质量测评——以三亚美高梅度假酒店网络点评为例

..... 苏 畅,赵鹏宇(43)

2018年第3期(总第24期)

【经济·管理】

京东集团商业模式与财务战略协同发展研究 潘 翔(50)

【政治·法律】

从十九大报告看生态文明建设与发展理念 李 瑶,郭玉娟(53)

【教育·教学】

中高职烹调工艺与营养专业“3+2”一体化衔接课程体系构建研究 纪 成(56)

高职院校大学生手机游戏成瘾的原因分析和矫正方法研究

——以“吃鸡”手游为例 郭 艳,李 雪(60)

高职院校家庭经济困难大学生心理健康状况研究 孙圣涵,肖 凡(63)

【信息·技术】

网页文本内容的情感挖掘

——以“青岛新闻网”网络舆情数据为例 孙丕波,彭 霞(67)

Contents

Publics Cognition and Norm Activation of Uncivilized Behavior of Tourism

——Taking Graffiti on the Great Wall as a Case

..... ZHANG Jianrong, ZHAO Zhenbin, MENG Lingmin(1)

Knowledge Graph of Tourism Economy

——A Bibliometric Analysis Based on WOS for the Period of 1997—2017

..... ZHANG Feng, JIANG Ting(12)

The Construction of the Ocean Tourism Image Based on the Grounded Theory

..... CAI Libin, LI Wenyu(22)

Study on the Present Situation and Development Countermeasures of Qingdao's Homestay Hotels

..... LI Da, WANG Zhengjun(33)

Study on the Promotion of Rural Tourism in Shandong Province from the Perspective of Global Tourism

..... DIAO Hongbin, LIU Yinghua(38)

Evaluation of Hotel Service Quality of Foreign Tourists from Europe, America and Russia

——Taking the Online Reviews of MGM Grand Resort Sanya as an Example

..... SU Chang, ZHAO Pengyu(43)

Research on the Coordinated Development of Jingdong Group's Business Model and Financial Strategy

..... PAN Gang(50)

Research on the Ecological Civilization in the Report of the 19th National Congress of the

Communist Party of China LI Yao, GUO Yujuan(53)

Research on the Construction of "3+2" Cohesive Course System Applied in the Major of

Culinary Techniques and Nutrition in Vocational Schools JI Cheng(56)

Psychological Regulation and Correction of College Students' Mobile Phone Addiction in

Higher Vocational Colleges

——Taking "Eating Chicken" as an Example GUO Chong, LI Xue(60)

Study on Mental Health Status of Poverty Family Students in Higher Vocational College

..... SUN Shenghan, XIAO Fan(63)

Emotional Mining of the Web Text Content

——Taking the Public Opinion Data of "Qingdao News Online" as an Example

..... SUN Pibo, PENG Xia(67)

旅游·酒店

旅游不文明行为的公众认知与规范激活 ——以长城刻画为例^{*}

张建荣^{1,2},赵振斌¹,孟令敏¹

(1.陕西师范大学 地理科学与旅游学院,陕西 西安 710119;
2.山西大学 商务学院,山西 太原 030031)

摘要:旅游不文明现象在近年来备受关注,国内外对于旅游不文明行为的研究成果不断推陈出新,研究内容越来越细化,但关于社会公众对旅游不文明行为的认知与文明旅游规范效用研究还比较少。本文以长城刻画为例,通过照片引导的半结构访谈进行调研,展开 Nvivo 和 Netdraw 辅助的质性研究。结果发现,公众对“旅游不文明行为”的表述已经很熟悉,且能够指出多种旅游不文明行为现象,还能主动分析相应的原因并积极提出防治措施,但是对具体的政策规范认知度还很低。为此,通过内化和外压两种模式提升规范激活的水平,整合社会力量从精细化管理角度实现文明认知的技术性推动,是解决旅游不文明问题的当务之急。

关键词:旅游;不文明;认知;规范激活;长城刻画

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

近年来,游客在旅游情境下实施的有违社会规范或法律的行为即游客不文明行为备受关注。2006年中央文明委就已经部署在全国实施“提升中国公民旅游文明素质行动”;2013年颁布实施的《旅游法》中更是明确规定旅游者在旅游活动中应当遵守社会公共秩序和社会公德,尊重当地的风俗习惯、文化传统和宗教信仰,爱护旅游资源,爱护生态环境,遵守旅游文明行为规范;中央文明委在2014年进一步印发了《关于进一步加强文明旅游工作的意见》;2015年5月,《国家旅游局关于游客不文明行为记录管理暂行办法》正式实施,首次提出对游客恶性不文明行为进行管制。但是我们在2015年10月于八达岭长城北1楼至北12楼以及南1楼至南7楼做的一次调研中发现,明确能识别标有“2015年”刻画的痕迹仍达63处之多,有不少游客甚至就在“保护文物 请勿刻画”的标识牌上刻画。

八达岭长城作为万里长城的重要景观部分,是明长城之精华,以“不到长城非好汉”的口号而冠绝天下。八达岭长城景区是“世界文化遗产地”、“国家

5A 级风景区”、“第一批国家级文物保护单位”,还是“全国文明风景旅游区示范点”,迄今为止,已有尼克松、撒切尔夫人等在内的三百多位世界知名人士登上八达岭长城。它拥有如此盛誉的光环,且自2006年就有《长城保护条例》实施并指出长城上刻画将被判违法,但时至今日仍无法逃脱被刻画“毁容”的劫难。在各项法律条文或游客行为规范不断出台的背景下,在众多媒体和相关单位积极关注的视野中,“保护文物、请勿刻画”警示牌上以及旁边那密密麻麻的刻画痕迹和禁而不止的社会现象让人陷入沉思。人们对于长城和刻画行为存在什么样的认知,受哪些因素和渠道影响,以及目前的认知状态给我们带来哪些新的启示成为期待明了的问题。

一、国内外研究现状

旅游不文明行为是存在于全球各地的现象。根据2014年美国 Triposo 在线旅游网的调查结果,最不文明游客前十排名分别是:美国、英国、俄罗斯、中国、澳大利亚、德国、印度、法国、意大利和巴西,与

* 收稿日期:2018-03-08

基金项目:国家自然科学基金项目(41571174)

作者简介:张建荣(1982-),女,山西定襄人,山西大学商务学院讲师,陕西师范大学地理科学与旅游学院博士研究生,研究方向为景区管理与旅游规划。

2013年Living Social购物门户网站所评最差的游客排序美国、中国、法国、日本、俄罗斯、韩国、印度、德国、西班牙、英国、加拿大、意大利、荷兰、爱尔兰、瑞士、澳大利亚有一定的重合性。对旅游不文明行为的思考也不是一个新近的话题,20世纪中后期,随着旅游活动的负面影响日益突出,世界旅游组织相继发布了《旅游权利法案和旅游者守则》与《全球旅游伦理规范》,对旅游者行为做出一些具体的要求。各国相继从不同层面对旅游者行为提出相应的规范,美国、加拿大、澳大利亚各自推出了游客管理体系,威尼斯的“您不能”手册,英国的旅游告诫20条,日本的旅游文明动漫等促进了全球旅游者行为的规范化。与此同时,国外学者主要以旅游可持续发展、游客管理和旅游伦理作为切入点,就旅游者不文明行为产生的原因、影响以及旅游道德体系构建方面展开研究。有众多学者依据认知行为理论,提到认知是人们获得知识或应用知识的过程,人们接收到外界输入的信息后对其进行加工处理转换成内心活动,进而支配人的行为,所以说行为与认知有紧密的过程性联系,游客的文明认知水平也便是影响旅游行为的关键因素。其实早在1979年,美国林业局荒野专家Jim Bradley就曾指出提升游客认知来管理游乐冲击的必要,他认为单纯使用规章制度来管理游客可能会使民众产生抵触情绪,不容易获得支持,大多数冲击是源于使用者缺乏正确的知识。Graham(1988)通过对加拿大国家公园游客活动管理程序的分析,也指出游客对旅游地保护的理解与其自我行为管理之间具有很强的相关性,游客无意识的破坏往往是环境严重受损的根源,为此提升游客的环境保护意识是推动游客自我管理的重要途径;Cole(1993)立足自然游憩活动中的游客管理,研究发现社会规范与知识对游客行为意图有深远影响,游客的不文明行为常常与无技术、无意识和不知情有关;Macbeth(2005)围绕社会公众的文明旅游行为意识,了解游客的基本旅游观,指出旅游伦理知识普遍匮乏必然导致旅游失范问题;Uriely(2011)和Solstrand(2014)也在研究中重点提到游客无意识所致的不当行为,Uriely从心理社会学视角,结合佛洛依德心理动力论和荣格的心理类型理论,分析了社会规范内化之后能够实现的超我境界,而当规范缺席或引导不足时,游客行为失范甚至扭曲在所难免;Solstrand对挪威海上垂钓的游客进行问卷调

查,归纳结论中提及游客对旅游资源的价值认知不足以社会缺乏有效的制度和行为约束是导致旅游不当行为的主要因素。但也有学者认为有规范纵然是好事,但相关规范执行的有效性应该受到质疑,Mason(2005)明确提出游客管理必须“软件”和“硬件”相结合,硬性的法规政策是一个方面,对游客进行旅行教育、提升文明旅游认知是法律法规等手段的有效补充,而游客理性认知的提升也离不开硬件技术的介入;Cole(2007)在印尼某地对游客管理评估中证实旅游者的行为规范在改变旅游者不文明行为方面的确起到一定的作用,但半数游客出行前从未看过游客行为守则,文本规范形同虚设;Logar(2010)也对旅游政策和游客认知进行了探讨,提到很少有人具体指导游客怎样去做,或者指导是否起到效果不明朗,而且政策工具很少被应用到实际的旅游管理中去。研究人员从游客无意识和不知所以然引发的失范问题着手,分析了游客认知的重要性,甚至批判式的探讨政策规范效用有限性和失效虚设,但最终落脚点都是本着积极推动游客行为管理的目的,索寻结症所在,提出了一系列游客行为失范管理的途径,而且探求合理的解决方法成为主流。其中,Yasarata(2010)用深入访谈和参与观察法针对小岛屿发展中国家的旅游政策展开研究,指出理解可持续旅游政策的发展、计划和执行的关键在于对旅游环境的认知;Brougère G(2013)从社会旅游和自我观察两个方面考察学习与旅游实践的关系,认为对游客进行终身教育是旅游可持续发展的重要内容,也是社会教育的必要责任,而旅游实践为不断提升游客认知提供了非常好的平台;Shieh(2014)甚至通过问卷调查研究发现游客行为规范认知与游客满意度呈正相关,提升规范认知还是游客获得良好旅游体验的途径,是旅游地规避信任危机的有效方式之一;Breitsohl(2016)基于在线调查,基于认知评价理论,应用结构方程模型进行分析,探讨游客对旅游地不文明行为的认知,研究指出认知影响情感,进而影响决策和预期行为,最终波及游客与旅游地之间的互动,结果还表明,旅游不文明事件越严重,游客眼里则是目的地机构的责任越大。

国内学者从2000年前后开始大量关注游客不文明行为问题,田勇(1999)就曾指出,由于一些旅游者素质偏低、法制观念不健全等原因,导致旅游过程中出现破坏旅游资源、污染环境、损坏基础设施、举

止不文明等种种非道德行为;张广瑞(2000)及时将世界旅游组织第十三届大会于1999年10月通过的《全球旅游伦理规范》进行翻译,并很快发表于《旅游学刊》得到传播,为中国游客行为规范的制定提供了参考,也更引发了众多学者展开对旅游不文明行为类别和原因以及具体应对策略的探讨。但夏赞才(2007)对《全球旅游伦理规范》本身内容的有效性提出了质疑,分析认为旅游权利论不能为规范提供坚实的伦理基础,而且支持市场经济的错误主张阻碍这一规范的执行。赵振斌等(2008)在太白山进行调查研究发现游客对不良行为的认知主要集中在乱扔垃圾、攀折花木等较浅的层次,而对更深层次的不良行为认知很低,并且片面又肤浅,研究还发现游客很多时候在无意识的情况下就产生了不良行为。学者们也普遍形成共识,指出旅游不文明行为是一种认知状态不完整的体现,存在意识认知层面的问题,干预游客旅游环境认知,能够减少游憩冲击行为,游客认知与不文明行为之间存在很强的相关性。刘静艳(2009)、齐善鸿等(2009)都指出环境意识较强的游客对不文明行为表现得更加敏感,其环保实践参与度会有所提升;刘兵慧(2010)除了主张提高公众的素质外,还提到应加强行政和法律手段来规避游客道德风险,但吴宜玲(2016)研究也发现,旅游者规范认知与行为实践之间存在社会学理论中的“责任忽略”,行为与认知常常缺乏一致性。赵黎明等(2015)进一步研究发现,游客的低碳旅游行为会受到他们的环保价值观、低碳旅游知识、社会规范等因素影响。夏赞才(2016)从鲍曼空间秩序认知的视角指出,文明旅游需要游客首先对秩序规则有所了解,其二就是对秩序遵循的意愿和自觉。2016年,《旅游学刊》以游客不文明行为做了专题笔谈,更加促进了对这一问题的关注度,林德荣和刘卫梅(2016)从惯习迁移、场域变化、公德缺失和消费异化等多个角度深入思考了不文明行为产生的原因;王宁(2016)结合近代中国“精英示范机制”缺位的历史缘由,从公民形象敏感性和公民道德敏感性两个方面分析旅游不文明行为产生的社会根源;胡静(2016)从冷对陌生“他者”、公共空间意识欠缺,个人修为不足、规则与诚信意识淡薄,难逾文化鸿沟、误会与冲突相互交织三个方面探讨了旅游不文明行为产生的原因;李艳和程绍文(2016)指出公众对文明旅游的关心已经逐渐从被动转为主动,需要以“行为—心理”研究

层面为基础,纳入背景考量的本土化思考,并认为对于旅游不文明行为这一话题的研究需要保持理性、舆论需要正视感性、行动需要尊重人性;而樊友猛和谢彦君(2016)更是创新性结合具身化理论,提出旅游不文明现象是旅游者在正常的具身体验需求得不到满足的情况下的一种身体失范,是旅游者对自我身体管理的失控。林明水、赵东喜等(2016)和邱宏亮(2016)则分别结合计划行为理论和认知失调理论,从旅游规范行为拓展模型提出相关改善路径。

检视近年来的研究成果,发现学者们主要是从生态旅游、环境保护、旅游伦理或可持续旅游的角度探讨游客不文明行为,尤其集中于生态意识的调查和游客不良行为的表现与危害上,且对不文明行为产生的原因做了非常丰富的论述,分别纳入了经济学、社会学、伦理学、心理学等知识体系。提到空间异地性和时间暂时性以及旅游团队的独特性、社会活动变迁性、文化差异以及法律法规不完善、文明维持无效性、旅游服务和管理滞后、旅游教育缺失和游客经验积累不足、公德和规则意识薄弱、“自律”文化欠缺、旅游前置消费性、自我成本核算、旅游的忘我和逃离性,旅游中的情感原则、占有需求和情绪发泄、自我表达和炫耀心理、彰显自我和留念记录、从众模仿、环境和文明意识层次不高等,都是不文明旅游行为产生的原因。这些原因主要集中于环境要素和个体要素两个方面,对于行为规范的认知也正是个体与环境交互关系的一部分,认知是个体认识客观世界的过程,能够在游客行为中得到表征,而规范是外在的环境,通过认知能够内化为心理准则,进而指引行为活动与取向。

众多学者对旅游不文明原因进行的分析,已经囊括了认知体系的相关内容,但是对于游客如何看待旅游资源与不文明行为,以及处于什么样的认知水平等问题还不清晰,也正如 Dimitriou(2017)所指出,不断发展的大众化、多样化旅游业背景下,游客规范与道德会变得更加复杂,但关于旅游业各个部门的道德规范研究很少且主要集中于理论方面,而针对具体实践所做的旅游规范认知研究更需要受到重视。为此,以知名度很高的长城作为案例地,一方面对长城刻画等旅游不文明行为的研究极具可行性,另一方面也便于梳理游客的旅游文明整体认知度、厘清游客规范相关的一些问题,以期更加明确游客不文明行为管理的具体向度。

二、研究方法

本次调研选在幼儿游乐场，多数看护家长或长辈比较悠闲，普遍对待调研感兴趣并且有耐心，主动参与而且对访谈给予积极回应，为调研的开展及顺利实施奠定了基础。另外选在幼儿游乐场的用意发轫于长辈对于晚辈的影响教育，在幼儿游乐场的孩子们即是未来旅游活动的主人，也是推动旅游行为文明发展的继承人，幼儿身边的监护人或陪伴人对于旅游活动中失范问题的认知，便在一定程度上代表着未来游客行为的趋势。两位调研人员于2016年3月29日至4月2日在游乐场展开为期5天的访谈调研，共获得58份有效访谈资料。调研内容分为两部分，一部分是不文明旅游行为的认知，一部分是人口统计学特征。调研过程主要采用了相片引导的半结构化访谈方法，随后依据扎根理论应用质性研究方法展开数据处理和分析。

(一)相片引导的半结构化访谈

相片引导的半结构化访谈(photo-elicitation interview)既可以通过相片起到吸引受访者参与的作用，还可以用相片表示更加直观具体和可视化的场景或现象，帮助访谈对象理解难以描述的概念和事项，并将焦点从访谈对象转移到相片，使得访谈过程更为自然。而且这种灵活的半结构式访谈，便于受访者用自己的语言表达其想法留有充分的余地，能够提高所得访谈资料的丰富性。访谈提纲包括访谈对象的性别、年龄、学历、职业等人口学特征和四个开放式问题。让受访者按顺序看照片，多数受访者会一边看照片一边自主地发表看法，如果看完照片一到三，还没有任何表达的话，调研人员就会主动询问“能谈谈您看了这三张照片后的想法吗？”接着看照片四、照片五，也会配合问题“谈谈您看后的想法”。访谈中调研人员尽量减少引导和干扰，让受访者自由发挥，但也会根据受访者提到的内容灵活穿插几个具有针对性的问题“您认为这不是一种违法行为？会受到什么处罚吗？”、“您还了解哪些其他不文明旅游行为？”每次访谈在30分钟左右，调研人员在访谈过程中及时将受访者所说的内容记录下来，最后询问受访者的个人信息。期间共有60位受访者参与了这项研究，其中两位中途有事中断，最终获得58份有效的访谈资料。

运用统计分析软件EXCEL录入并分析调研数

据，结果显示在58个有效样本中，以女性偏多，男女比例分别占32.14%、67.86%。从年龄结构来看，以青壮年为主，中老年较少，20—30岁占35.71%，人数最多的年龄段为30—40岁占50%，人数最少的年龄段为40—50岁占3.57%，50—60岁占10.71%。从学历上来看，高中及高中以上的居多，高中占35.71%，大学占42.86%，最少的是大学以上只占3.57%，剩下的初中及以下17.86%。整体而言，受访对象受教育程度较高。从受访对象职业来看，比例最多的是个体私营业主为35.71%，公司职员比例占14.29%，机关事业单位比例占10.71%，教师比例占7.14%，专业技术人员比例占3.57%，退休者比例占3.57%，自由职业比例占7.14%，家庭主妇比例占7.14%，其他比例占10.71%。总体而言，职业类型较多，分布范围较广。

(二)NVivo11与Netdraw辅助的质性分析

调研完成之后，结合记录内容将访谈信息整理为Word文档作为研究资料，以社会学家Glaser和Strauss提出的扎根理论作为研究基础，事先不做任何结论型假设，避免了研究倾向的引导性，摒弃了标准化、定量化和程序化“捆绑”，仅仅以聊天式访谈收集资料，充分尊重受访者的主观思考，根植于被研究群体的意义世界，能超越个人无根据的想象，体现研究中的开放性，而忠实地再现社会实在。采用澳大利亚QSR公司推出的质性分析软件NVivo11.0对研究资料进行处理，遵循自下而上的归纳范式，按照扎根理论“开放式编码——轴心式编码——选择式编码”的框架程序，通过编码从访谈文本资料中探寻出解析社会现象的内容，挖掘反映研究主题的核心概念以及概念间的联系。根据质性分析方法的基本原则，本研究分为三个步骤对访谈内容进行分析：首先，将访谈内容转换成文本。组建研究小组阅读并分析单独意义的单位，即词、短语或短句；第二，将独立意义的内容进行标记和归类，即开放编码。将开放编码的结果进行对比归纳，研究小组综合分析提炼概念；第三，概念范畴确定后进行主轴编码，再编写一个详细的编码指导文档，包括每一范畴的下属概念、代码、描述和举例，并对整个文本进行编码。编码结果确定后，基于编码进行频数和频率统计，获得长城刻画认知表(见表1)。

表1 长城刻画认知表

类目	举例	频次	百分比(%)
1 长城认知		53	9.83
1.1 景观优美	非常壮观\城墙很美丽\感觉很宏伟\景色美丽壮观、逶迤	17	3.15
1.2 自豪认同	骄傲民族荣誉感\祖国河山何其壮丽\很佩服古人	10	1.85
1.3 历史底蕴	长城历史悠久\多少年留下来的古迹\战争遗留下的古迹,是文物	9	1.67
1.4 缺乏认知	不清楚是哪里\不太清楚\不知道是哪里	8	1.48
1.5 其它	自己希望去\想去怕走不动	9	1.67
2 文明认知		193	35.81
2.1 行为评价		114	21.15
2.1.1 态度评价		98	18.18
2.1.1.1 不良行为	不文明 很明显是不文明行为\这真不文明 其他 不道德\无聊\没必要\无知行为\恶劣行为\担忧古迹\对这种行为很愤慨\自己不会去刻	40	7.42
2.1.1.2 无所谓	能理解这种行为,自己带了工具可能也会刻\见怪不怪\没感觉\无所谓\不会阻止这种行为	6	1.11
2.1.2 不易治理	不太好处罚\不太好管理\立法也不一定会遵守	9	1.67
2.1.3 逐步改善	人的素质在慢慢进步\这种情况也在逐步改善	2	0.37
2.1.4 外国人刻画	长城刻画中国人外国人都有\外国人也会刻\还有外国人刻\发达国家这种行为少了点\外国人就不会这样	5	0.93
2.2 认知渠道	这个自己在学习过程中就应该能理解到\中央电视台有涉及相关报道\关注新闻里,电视上看过报道\这几年,节假日电视上都演	5	0.93
2.3 不文明现象		74	13.73
2.3.1 乱刻乱画	还有些英文\刻的字很多\让人看着不舒服\刻得乱七八糟很丑\还有写上去的	14	2.60
2.3.2 其他不文明行为	乱扔垃圾\大声喧哗\乱拍照\随地吐痰\拥挤插队\大声打电话\破坏文物\坐人像\攀爬\破坏设施\说话粗鲁\践踏草坪\乱喂动物\随地大小便\黑导现象\水池里洗脚\没礼貌\无秩序	60	11.13
3 不文明行为诱因		151	28.01
3.1 个体因素		123	22.82
3.1.1 道德素养	纯粹为了好玩\没有公德心\没有爱国心\不尊重自己\不以为耻,反以为荣\明知故犯\麻痹心理\习以为常	59	10.95
3.1.2 怀旧纪念	刻的字让人怀旧\因为恋爱刻字留念\因为好奇留念\表达激动心情\想留下点痕迹留念\兴奋激动刻字留念	15	2.78
3.1.3 从众心理	看到别人刻了,所以跟风\恶习恶性循环\爱跟风,效仿别人\中国人喜欢“一人勇,万人跟”\从众心理严重,外国人跟着中国人一起刻	16	2.97
3.1.4 意识淡薄	保护文物意识不强\不懂得保护文物\法律意识淡薄\没有意识到\没考虑那么多\意识不到	12	2.22
3.1.5 抒发情感	为了留念表达情感\自我满足\刻字为了发泄心情	9	1.67
3.1.6 无视规则	这种人无视规则\缺乏规则意识\规则观念差	5	0.93
3.1.7 教育缺失	从小教育的缺失\中国人口多,教育水平不高\与教育关系很大	4	0.74
3.1.8 自我展示	爱显摆自己\自我意识太强\他们为了刷存在感	3	0.56
3.2 社会因素		28	5.19
3.2.1 管理不到位	管理不到位\惩罚不明确\管理弱,惩罚力度不够\不好管理	8	1.48
3.2.2 法律不完善	没底线防治\没有立法,没法可依\如何处罚,没听过相关法律条文	5	0.93
3.2.3 监督效力弱	旁边的人不拦住\不是个人就能做到\制止不一定有效果	5	0.93
3.2.4 标语不管用	标识太苍白,牌子写的小\警示牌意义不大\写的标语不管用	10	1.86
4 防治措施		108	25.60
4.1 严格管理	应该有罚款,应该有人制止,应该惩罚警告,罚款200元,力度大一点,加大监管处罚,法律要严重约束	25	4.64
4.2 批评教育		23	4.27
4.2.1 学校教育	要从娃娃抓起,应该从小教育,从学校开始,重视孩子教育	11	2.04
4.2.2 社会批判	要谴责这种行为,应该道德上精心谴责批判	7	1.30
4.2.3 家庭教育	家庭对孩子教育很重要,大人的理念要加强	5	0.93
4.3 完善服务	在警示牌前应该有人看守,增多管理人员,服务要跟上	21	3.90
4.4 宣传预防		16	11.50
4.4.1 提前预防	应该提前做好应对措施,一进门发宣传单,导游提前告知	5	0.93
4.4.4 加强宣传	换个醒目点的警示牌,电视上应该报道,在公共场合加大宣传	11	2.04
4.5 立法保障	有相关法律,通过法律手段来制止,国家出台法律来约束	13	2.41
4.6 提升意识	人人应该自觉遵守,提高自觉性很重要,加强潜意识,责任心	10	1.86
5 法律认知		33	6.12
5.1 不违法倾向	应该不算违法\不犯法\达不到违法的高度,说违法有些严重\还不够上违法,比违法层次低触犯法律,应该是违法\属于违法行为\既是不道德行为也是违法行为\应该是但不好说\违反损坏公物法\破坏文物法	21	3.90
5.2 违法倾向		12	2.22
总计		539	100

三、研究发现与结论

根据访谈内容进行编码最终得到5大类目,如表1,频率由高到低依次为文明认知、不文明行为诱因、防治措施、长城认知、法律认知。本文将把长城(旅游资源)认知作为文明认知的前提来分析,并结合法律认知来分析不文明行为与规范。

(一)对长城及不文明行为的认知

长城认知频率所占总比例为9.83%,人们对长城的描述并不是很丰富。从二级类目可以看出主要集中于6个方面,分别为景观优美、非常壮观、自豪认同、历史底蕴、辨识长城、缺乏认知及其它。因受访对象直观地看着照片,而且受所选照片图景的影响,故而视觉上的认知体验—景观优美的频次最多,具体节点如:城墙很美丽,感觉很宏伟,景色美丽壮观,逶迤。受访对象在认知优美的长城的同时,对古长城的情感悠然迸发,更多的是自豪敬仰之情,具体节点如:骄傲,民族荣誉感,祖国河山何其壮丽,很佩服古人。受访对象也提及长城的历史底蕴,如:长城历史悠久,多少年留下来的古迹,战争遗留下的古迹,是历史文物等。众多受访者一看照片就能指出是长城,甚至迫不及待地表明“我能够认出来,这是长城,”还表达了“我前几年去过,确实很震撼”或“我一直希望去”的心情,但也有8位受访者表示不知道或不明确照片中的地方是哪里,但并不影响对刻画行为的认知。

从访谈编码中可以发现,受访者看过照片之后所谈及的文明认知相关内容最多,比例为35.81%。文明认知中包含了行为评价、认知渠道和其他不文明现象三个二级类目。其中频次最高的是行为评价,对刻画行为持有不同的态度,并且认为刻画行为不易治理,“不好处罚,也不好管理,立法也不一定会遵守”,“但人们素质在提高,这种情况将逐步得到改善”,由于看到了刻画中有外国文字,所以对外国人刻画有所谈及,指出“外国人也会刻,但发达国家这种行为较少”。行为评价中又以对刻画行为的态度倾向所占频次最高,大部分人认为刻画是一种不良行为,且明确提及是不文明行为的达40次,可见“不文明行为”这一表述已经深入人心。其次就是用“不道德、无聊、没必要、无知行为、恶劣行为、破坏古迹、让人愤慨”来评价对刻画行为的认知。从访谈文本中分析发现,居民对长城刻画这种不文明行为的态度迥异,囊括了相关的态度情感,以批判抵制型态度

为主,其次是担忧愤慨型,但也不乏冷漠无谓型和冷静接受型,有个别人觉得无所谓甚至表明自己也会刻画。

有部分人主动提到认知渠道,除了是自身学习逐步积累之外,更多的是通过电视新闻获得关于不文明旅游行为的信息,尤其是近年来,节假日后对于文明旅游的关注形成了重要影响。人们通过不同的渠道了解到很多不文明旅游行为。首先是受调研图片和内容的影响,提到乱刻乱画并指出刻画中的独特内容“还有英文\还有是写上去的”以及对这些刻画的评价如“这刻得乱七八糟\让人看着不舒服”,其次主要受到第五张照片影响,指出乱扔垃圾是旅游活动中最严重的不文明行为,然后是随地吐痰,拥挤插队和无秩序、随地大小便以及大声喧哗。

(二)对不文明行为原因的认知

从访谈资料中编码获得频率较高的另一类目是不文明行为诱因,比例为28.01%。二级类目可以概括为个体因素和社会因素两类,又分别包含了多项具体内容。

个体因素划分为八个三级类目,按频次高低依次为道德素养、怀旧纪念、从众心理、意识淡薄、抒发情感、无视规则、教育缺失、自我展示。八个类目频次最高的是道德素质,其具体节点蕴含着更为细节多样的信息,如“纯粹为了好玩\没有公德心\没有爱国心\不尊重自己\不以为耻,反以为荣\明知故犯\麻痹心理\习以为常”等表述。怀旧纪念类目下展示了游客出于纪念、自我营销或展示留念的心态而产生刻画行为(具体表述见表1)。而从众心理则深刻地揭示了群体行为的相互影响性,有些刻画行为没有多少自己的主观意识,仅仅是跟风而已,认为外国人刻画也是从众的结果。如果怀旧纪念是完全个人主观带着某种情感价值的话,则意识淡薄是出于“不懂得保护文物或没有意识到”,甚至是一种无意识状态,意识淡薄既是一种个体因素,又是受社会因素影响而形成。游客在旅游活动中遵循情感原则,美好的景致更是能够激起抒发情感的需求,此时刻画就担当了情感抒发的通道。无视规则被提及的频次达到5次,尤其是看到写有“保护文物、请勿刻画”的标识牌上也被人胡写乱画的时候,受访者更是非常鄙视和厌恶地指出“这种人就是无视规则,太没素养,我要是现场看到这种人,一定会怒斥,我现在也对着他的名字给个小拇指。”还有部分受访者明确提到教

育问题,认为整体教育水平低以及从小没有开展相关内容的学习,“与教育有很大关系”。还有的提到部分游客刷存在感、爱显摆等内容,将其归纳为自我展示。

社会性因素下面划分为四个三级目录,频次从高到低分别为:标语不管用,管理不到位,法律不完善、监督效力弱。因为访谈所用照片中有标语警示牌,所以受访者对此进行了相对较多的谈论,认为“标语效果有限,警示牌意义不大”,此外,“警示牌太小,还不是什么位置都能看见,肯定起不了多大作用”,说明被调研者认为警示牌的效用很一般,而且警示牌的大小和位置都将对效果产生影响。管理不到位还具体包括“不好管理\管理弱、惩罚不明确\惩罚力度不够”等内容,还有的受访者认为“没有立法\没法可依导致不好明确惩罚”,法律不完善也是一个外在因素。此外,还提到关于监督效力弱的问题,“不文明行为不是个人能够完全制止的,目前一些管理监督措施不一定有效”。

(三)对不文明行为防治措施的认知

受访者不仅仅关注旅游不文明的现象和原因,还很积极主动地提到众多防治措施,其频次比例为25.60%。二级类目总共分为四个,受访者所提及的频率高低依次分别为:严格管理、批评教育、完善服务、宣传预防、立法保障、提升意识。认为严格管理最重要,“法律要严重约束,惩罚力度大一些,还应加大监管处罚”。其次就是评判教育,而且“要从娃娃抓起,应该从小教育”,注重学校教育,“从学校开始,重视学校里面灌输的思想和养成的意识”,此外,“家庭教育很重要,家长的理念要加强”,再就是要加大谴责力度,“从道德和精神上谴责批判”。提升服务所占频次也较高,认为应该“增多管理人员,各项服务要跟上”、“让想刻画的人要有能够刻画的地方,可以设置留言墙”。还有是需要做好预防宣传,受访者建议应当在游客进入景区之前宣传相关规范,“应该提前做好应对措施,一进门发宣传单,导游应该提前告知”,针对具体宣传策略提出“换个醒目点的警示牌”,“在电视上和公共场合加大宣传”。此外,还需要注重立法保障,“通过法律手段来制止”,“国家应该出台法律来约束”,且要不断提升意识,培养人们的自主自觉文明旅游意识,“人人应该自觉遵守”,“提高自觉性很重要,要在潜意识中形成责任心”。

谈及在长城上刻画这一行为是否违法,目前是

否有相关的法律措施时,形成“不违法倾向”和“违法倾向”两大阵营,且以“不违法倾向”的认知居多。大部分受访者对于在长城上刻画是否违法模糊不清,难以界定,最终凭自己的感觉和以前的积累判定倾向,认为“应该不算违法,达不到违法的高度,说违法有些严重,比违法层次低”,有少数受访者比较坚定地认为在长城上刻画明显违法,“长城是历史遗产,是国家文物,那肯定违反文物法”、“作为公共资源,有人在上面刻画,这必涉及损坏公物法”。将受访者对于是否违法的认知与旅游不文明新行为防治措施进行共性分析,如图1,方块形状越大表明出现频次越高,所连接的线条越粗则代表二者被共同提及的频次越高,研究发现,无论受访者认为刻画行为违法亦或是不违法,都强调了严格管理和批判教育,不违法倾向认知的人当然还强调要加强立法保障,而违法倾向认知的则更关注如何提升意识。

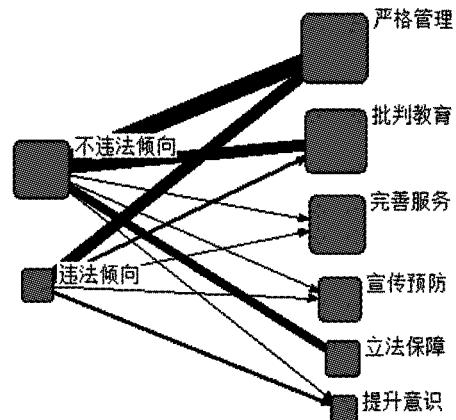


图1 认知倾向与防治措施共性分布

(四)研究结论

研究发现,人们对“旅游不文明行为”这一表述很熟悉,且能够指出多种旅游不文明行为现象,从个体内在和社会外在两方面思考了引发不文明行为的诸多因素,并积极主动出谋划策,从六个方面谈及旅游不文明行为防治措施,认为加强管理是重中之重。人们的认知渠道比较单一或缺乏,对于在长城上刻画是否违法不明确,而且对相关法律规范的认知层次还很低。具体来看,(1)在长城上刻画被普遍意识到是旅游不文明行为,人们能够很自觉地应用“不文明”来评判刻画行为,可见“不文明行为”这一表述已经深入人心,其次就是用“不道德、无知行为、恶劣行为”等来表达自己的观点。(2)人们对长城的识别度较高,但也并不是所有的人都能从照片中认出长城。对长城的描述并不是很丰富,主要从景观优美、非常

壮观、自豪认同和历史底蕴几个方面进行了简单表达。但对长城的认知并不影响对刻画行为的态度，人们对刻画行为以批判抵制型态度为主，其次是担忧愤慨型，但也不乏冷漠无谓型和冷静接受型，这也更让人不难理解，为何至今还仍有人在长城上刻画的现实状况。(3)人们获得旅游不文明行为认知的渠道主要是通过电视新闻，所了解的其他旅游不文明现象主要集中于乱扔垃圾、随地吐痰、拥挤插队、无秩序、随地大小便以及大声喧哗，此外还有乱拍照、大声打电话、破坏文物、坐人像、攀爬、破坏设施、说话粗鲁、践踏草坪、乱喂动物、黑导现象、水池里洗脚、没礼貌，尤其是有的人将黑导现象纳入旅游不文明范畴内。(4)对旅游不文明行为产生的原因认知主要集中在个体因素和社会因素两个方面，个体因素主要涉及道德素养、怀旧纪念、从众心理、意识淡薄、抒发情感、无视规则、教育缺失、自我展示，社会因素主要涉及标语不管用、管理不到位、法律不完善、监督效力弱，其中道德素养和管理问题最受关注。(5)对旅游不文明行为防治措施的认知可归纳为六个方面，分别为严格管理、批评教育、完善服务、宣传预防、立法保障、提升意识。与原因相对应，仍然以加强管理和教育作为核心内容。对立法保障尤其关注的人认为在长城上刻画是旅游不文明行为，但还构不成违法，而认为刻画已经构成违法的人除了建议要加强管理和教育之外，提升公众意识也是重要环节。

四、讨论与思考

(一) 讨论

随着近年来不断加大文明旅游的管理与宣传，人们对于旅游不文明行为已经有一定的认知，能够用“不文明”这样的表述表达自己对于刻画行为的评判，并能指出不少其他不文明现象，还能提出多重原因分析和防治建议。可见《旅游法》、《长城保护条例》以及一系列文明旅游的意见和办法已经是深入人心，对公众产生积极影响。另一方面，虽然在长城上刻画被公众明确认知为不文明行为，但是政策层面的法律法规和管理引导中提出的游客行为规范内容，以及在长城上设有的“保护文物 请勿刻画”警示牌，其被游客主观认知的程度和所达到的相应效果还有待进一步探讨。

计划行为理论的主要观点认为行为态度、主观

规范和知觉行为控制是决定行为意向的三个主要变量，所以，即使有旅游不文明相关规范，但是当人们主观上对某种行为具有偏好性（比如喜欢在旅游中刻画），且主观规范即个体在决策是否执行某特定行为时感知到的社会压力较弱，个体感知到执行某特定行为容易或困难的程度即知觉行为控制的自我效能感较强时，就倾向于做出背离规范的事情。人们不清楚相关规范以及对规范认知不足之时都会使得规范形同虚设，导致部分人在无知者无畏的无意识随欲状态中为旅游地留下不可磨灭的不文明疤痕，或在知而不尽知且不惧的心理作用下，对旅游不文明行为从众模仿或冷漠无视。社会规范对人的行为产生着或深或浅的影响，正如罗伯特·默顿所言“失范的结构状况不仅由无规范构成，还由文化目标和制度化手段之间的结构分裂或者缺乏整合构成”。即使人们对相关规范认知很强，也需要更具体的行
为指导和监督管理。也如 Logar(2010)研究指出“游客是否获得具体指导，政策工具有没有被完全应用到实际旅游管理中去，都是探讨游客行为时需要重点思考的内容”。警示牌已经竖在那里，但是如若没有从内心提高文明旅游认知，也没有相关更具体精细的监督管理技术手段作为辅助的话，旅游不文明现象还是难得根治。

无论是独特的场域，还是异化的消费，都不仅存于旅游活动中，旅游不文明行为是社会运行的一面镜子，公民在旅游地的失范行为受到更广泛的大众关注而被放大，但行为的僭越不是一时一地所能锻造，旅游地空间体验的特征只是激发了内在认知的暴露，根本上还是日常惯习和思维方式的累积。所以在公众认知中，很少提及旅游地的特殊性，而普遍谈道德、规则、意识与情感，正透视出旅游不文明行为是个人内在认知的体现，而对于社会因素的分析则从另一个层面表明旅游不文明行为还是社会历史发展和社会运行结构的一种表征，具有历史时序性的宏观社会体系形塑着个人的认知和行为。从历史发展的阶段性来看待，孔德社会发展阶段理论已经指出社会发展会逐渐朝向文明道德的社会性演进，任何一个国家都存在不文明的个人，很多发达国家也出现过不文明旅游的阶段，我们有必要对不文明行为给予强烈谴责批判，但整合全社会多方面力量推动文明认知、深入思考规范激活的动力途径才是当务之急。

(二)思考

旅游不文明行为凸显于旅游活动中,却积累于日常生活内,日常行为在旅游情境中发生嬗变,甚至有价值取向紊乱、责任意识淡漠的游客有意识地“行为失范”,引发媒体舆论高度关注和公众强烈不满,以旅游不文明行为记录或曝光作为惩罚,也以集体姿态展开道德呼吁,但无论提升个人修养的工程何其浩大,都必须构筑行为规范激活的坚实之路,脚踏实地去推动旅游文明化发展。规范激活理论重点关注个体规范与行为的关系,在过去30多年里,已经被成功应用于预测和解释环境保护等各种亲社会友好行为。Schwartz作为规范激活理论的奠基人,他认为内部价值观和规范的激活形成了人们的道德义务感,规范的激活水平决定着社会规范对行为的作用力,可见,立足于规范激活理论探讨旅游不文明行为问题具有可行性,而且可以从“内化”和“外压”两个方面思考游客行为规范激活的模式。内化模式即“规范感知—规范认同—规范行为意向—游客文明行为意向”关系模式,外压模式即“规范感知—规范行为意向—游客文明行为意向”关系模式。

内化模式主要从游客个人层面展开规范激活。在游客感知到规范之后,将规范内化为游客内心的认同,发挥游客在自我管理中的能动性。迪尔凯姆认为对失范行为的约束和纠正,关键在于社会的内在准则,而不是盲目的外在力量,而内在准则的根本则是源于“神圣”。由此可知,凸显旅游资源以及旅游活动的神圣性,比如长城的文物价值、民族精神、不可再生性等,当这种“神圣”被牢固地嵌入规范并得到深刻解读,进而内化为公众认知,则规范将更行之有效。但规范激活的内化也并不是完全独立的,把外在的制度约束内化为个人修养,更为重要的是创新文明旅游宣传监督平台和公共服务体系,无论是价值共创理念的融入,还是负责任旅游行为的倡导,也或者是游客间道德凝视的规训,必须通过精细化管理的技术手段,才能让原本处于悬置、“稻草人”状态的规则约束力发挥极致。

外压模式正是强调规范的技术性。遵循社会学家福科所言“认知与技术需要相辅相成”,规范的存在是为了约束不良行为并保障愉悦体验,但缺乏精细化管理的规范就如粗放型的生产,难以确保品质优良,规范的执行和监督还需要深入细微,尤其是对于游客的社会管理与教育以及景区规范行为解说

等。为此,要拓宽公众认知渠道,加大宣传教育,也要在具体操作层面上多做工作,除了监督谴责,还需不断开展教育和预防,做好精细化管理。开发利用门票、纪念品、路牌、网络、广播、电视、杂志等宣传平台,作为一种公益活动,集合政府、景区、企业、旅游从业人员及全社会力量来共同推进文明旅游,而且文明旅游不仅仅是一个行业或部门的责任,值得引起更广泛的关注,有必要将游客教育纳入国民素质教育领域,借助旅游业的场域,积极开展游客教育技术尤其是教育载体的研究。结合个体因素和社会因素实现外压与内化相结合相转化,分别从严格管理、批评教育、完善服务、宣传预防、立法保障、提升意识几个方面来提高相关规范的激活水平,以促动游客文明行为能力和旅游业健康持续发展。

参考文献:

- [1] Breitsohl J, Garrod B. Assessing tourists' cognitive, emotional and behavioural reactions to an unethical destination incident[J]. Tourism Management, 2016, (4): 209-220.
- [2] Brougère G. Learning the practice, learning from the practice: tourist practices and lifelong education[J]. International Journal of Lifelong Education, 2013, (1): 93-106.
- [3] Cole D N. Wilderness recreation management-we need more than bandages and toothpaste[J]. Journal of Forestry, 1993, (2): 22-24.
- [4] Cole S. Implementing and evaluating a code of conduct for visitors[J]. Tourism Management, 2007, (2): 443-451.
- [5] Dimitriou C K. The quest for a practical approach to morality and the tourism industry[J]. Journal of Hospitality & Tourism Management, 2017, (31): 45-51.
- [6] Graham R, Nilsen P, Payne R J. Visitor management in Canadian national parks[J]. Tourism Management, 1988, (1): 44-61.
- [7] http://fashion.ifeng.com/travel/news/world/detail_2014_01/23/33277035_0.shtml.
- [8] Logar I. Sustainable tourism management in Crikvenica, Croatia: An assessment of policy instruments[J]. Tourism Management, 2010, (1): 125-135.
- [9] Macbeth J. Towards an ethics platform for tourism[J]. Annals of Tourism Research, 2005, (4): 962-984.
- [10] Mason P. Visitor management in protected areas: from 'hard' to 'soft' approaches? [J]. Current Issues in Tourism, 2005, (3): 181-194.
- [11] Rest J R. Moral development: advances in research and theory[J]. Advances in Solar Energy Technolo-

- gy, 1986, (3): 489-496.
- [12] Sandhu A, Ives J, Birchwood M. The subjective experience and phenomenology of depression following first episode psychosis: A qualitative study using photo-elicitation[J]. Journal of Affective Disorders, 2013, (3): 166-174.
- [13] Shieh C J. Effects of behavioural norm cognition on tourist satisfaction with ecotourism[J]. Journal of Environmental Protection & Ecology, 2014, (3): 1273-1282.
- [14] Solstrand M V, Gressnes T. Marine angling tourist behavior, non-compliance, and implications for natural resource management [J]. Tourism Management, 2014, (4): 59-70.
- [15] Uriely N, Ram Y, Malach-Pines A. Psychoanalytic sociology of deviant tourist behavior[J]. Annals of Tourism Research, 2011, (3): 1051-1069.
- [16] Yasarata M, Altinay L, Burns P. Politics and sustainable tourism development-can they co-exist? Voices from North Cyprus[J]. Tourism Management, 2010, (3): 345-356.
- [17] 曹霞, 吴承照. 国外旅游目的地游客管理研究进展[J]. 人文地理, 2006(2): 23-31.
- [18] 陈向明. 扎根理论的思路和方法[J]. 教育研究与实验, 1999(4): 58-63.
- [19] 陈争艳, 赵振斌. 游客环境意识和对不良行为认知的调查研究——以太白山国家森林公园为例[J]. 江西农业学报, 2008(6): 137-139.
- [20] 樊友猛, 谢彦君. 具身欲求与身体失范: 旅游不文明现象的一种理论解释[J]. 旅游学刊, 2016, 31(8): 4-6.
- [21] 付金朋, 肖贵蓉, 谢宇. 近10年国外旅游伦理研究评述[J]. 旅游学刊, 2010(8): 88-96.
- [22] 高芙蓉. 社会学概论[M]. 北京: 经济科学出版社, 2015.
- [23] 胡静. 不文明旅游的“误”与“解”[J]. 旅游学刊, 2016 (8): 10-13.
- [24] 李洪光, 蔡君. 游客教育在减少云蒙山游客乱扔垃圾行为中的有效性研究[J]. 河北林业科技, 2005(12): 17-19.
- [25] 李萌, 何春萍. 游客不文明旅游行为初探[J]. 北京第二外国语学院学报, 2002(1): 26-28.
- [26] 李涛, 陈芸. 我国游客不文明行为及其管理[J]. 经济管理, 2015(11): 113-123.
- [27] 李艳, 程绍文. 关于“文明旅游”研究的认识、探索与反思[J]. 旅游学刊, 2016, 31(7): 3-5.
- [28] 林德荣, 刘卫梅. 旅游不文明行为归因分析[J]. 旅游学刊, 2016(8): 8-10.
- [29] 林明水, 赵东喜, 刘丽华. 游客不文明行为的改善路径——基于计划行为理论视角[J]. 福建师范大学报(自然科学版), 2016(3): 152-159.
- [30] 刘兵慧. 论旅游产业中的道德风险与规避[J]. 社会科学战线, 2010(12): 251-252.
- [31] 刘静艳, 王郝, 陈荣庆. 生态住宿体验和个人涉入度对游客环保行为意向的影响研究[J]. 旅游学刊, 2009 (8): 82-88.
- [32] 刘少艾, 卢长宝. 价值共创: 景区游客管理理念转向及创新路径[J]. 人文地理, 2016(4): 135-142.
- [33] 龙晓枫, 田志龙, 侯俊东. 社会规范对中国消费者社会责任消费行为的影响机理研究[J]. 管理学报, 2016, 13(1): 115-121.
- [34] 卢敬纲. 质性研究法与社会科学哲学: 以社会学中的民族志为例[J]. 思想战线, 2013, 39(2): 16-20.
- [35] 马红. 国内外旅游文明研究进展[J]. 河南商业高等专科学校学报, 2014(3): 68-72.
- [36] 齐善鸿, 焦彦, 杨钟红. 我国出境旅游者不文明行为改变的策略研究[J]. 人文地理, 2009(5): 111-115.
- [37] 邱宏亮. 道德规范与旅游者文明旅游行为意愿——基于TPB的扩展模型[J]. 浙江社会科学, 2016(3): 96-103.
- [38] 谭祖雪, 周炎炎. 社会调查研究方法[M]. 北京: 清华大学出版社, 2013.
- [39] 唐明方, 曹慧明, 沈园. 游客对低碳旅游的认知和意愿——以丽江市为例[J]. 生态学报, 2014 (17): 5096-5102.
- [40] 田勇. 旅游非道德行为与旅游道德的塑造[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 1999(2): 15-17.
- [41] 王华, 徐仕彦, WANGHua, 等. 游客间的“道德式”凝视及其规训意义——基于网络博文的内容分析[J]. 旅游学刊, 2016(5): 45-54.
- [42] 王宁. 公民敏感性与居民的文明素养[J]. 旅游学刊, 2016(7): 1-3.
- [43] 魏小安, 李劲松. 对国人旅游行为与文明旅游的深层次思考[N]. 中国旅游报, 2006-10-18(13).
- [44] 文首文. 国内外游客教育研究进展[J]. 旅游学刊, 2008(7): 92-96.
- [45] 吴宜玲, 林俊全. 野柳地质公园游客行为规范守则之研究[J]. 地理学报, 2010, (60): 45-65.
- [46] 夏赞才, 刘婷. 旅游何以与文明有关: 从鲍曼的旅游者隐喻说开去[J]. 旅游学刊, 2016(8): 1-3.
- [47] 夏赞才. 《全球旅游伦理规范》的脆弱基础和错误主张[J]. 伦理学研究, 2007(6): 47-51.
- [48] 肖朝霞, 杨桂华. 国内生态旅游者的生态意识调查研究[J]. 旅游学刊, 2004(1): 67-71.
- [49] 张帆.“负责任旅游”及其相关概念辨析[J]. 旅游论坛, 2012(3): 1-6.
- [50] 张福德. 环境治理的社会规范路径[J]. 中国人口·资源与环境, 2016(11): 10-18.
- [51] 张广瑞. 全球旅游伦理规范[J]. 旅游学刊, 2000(3): 71-74.
- [52] 张建荣, 赵振斌, 张天然. 基于“场论”的游客不文明行为表达——以八达岭长城刻画为例[J]. 资源科学,

- 2017(7):1291-1302.
- [53] 张梦,潘莉, Dogan GURSOY. 景区规范类标识牌劝说效果研究——基于语言风格与颜色效价的匹配影响[J]. 旅游学刊,2016(3):79-87.
- [54] 张文,李娜. 国外游客管理经验及启示[J]. 商业时代,2007(27):89-91.
- [55] 张晓杰,靳慧蓉,娄成武. 规范激活理论:公众环保行为的有效预测模型[J]. 东北大学学报(社会科学版),2016(6):610-615.
- [56] 张义丰,谭杰,陈美景. 中国长城保护与利用协调发展的战略构想[J]. 地理科学进展,2009(2):280-284.
- [57] 赵黎明,张海波,孙健慧. 旅游情境下公众低碳旅游行为影响因素研究——以三亚游客为例[J]. 资源科学,2015(1):201-210.
- [58] 钟林生. 试论生态旅游者的教育[J]. 思想战线,1999(6):39-42.
- [59] 仲明丽,吴郭泉. 国内旅游者不文明行为及其旅游生态意识研究——以桂林市七星公园国内旅游者调查为例[J]. 市场论坛,2010(5):61-63.
- [60] 朱梅. 基于多样本潜在类别的旅游者生态文明行为分析——以苏州市为例[J]. 地理研究,2016(7):1329-1343.

Publics Cognition and Norm Activation of Uncivilized Behavior of Tourism ——Taking Graffiti on the Great Wall as a Case

ZHANG Jianrong^{1,2}, ZHAO Zhenbin¹, MENG Lingmin¹

(1. School of Geography and Tourism, Shaanxi Normal University, Xian 710119;
2. The Faculty of Management, Business College of Shanxi University, Taiyuan 030031, China)

Abstract: Uncivilized phenomena in tourism attracted considerable attention in recent years. The findings of the research on the uncivilized behavior of tourism have continued to emerge both in and abroad and the contents of the research are more and more detailed. However, the empirical research into the public cognition about uncivilized behavior of tourism is still very few. Taking the graffiti on the Great Wall as a case, we conducted a qualitative research with Nvivo and Netdraw by semi-structured interviews through means of photographs. The results showed that the publics have been very familiar with the expression of "uncivilized behavior of tourism", and can point out various kinds of corresponding phenomena. What's more they could take the initiative to analyze reasons and put forward prevention measures, but their policy specification awareness is still quite low. Therefore, it is urgent to integrate the social forces and promote the technological advancement of civilized cognition from the perspective of fine management.

Key words: tourism; uncivilized; cognition; norm activation; graffiti on the Great Wall

(责任编辑:魏有广)

旅游经济研究的知识图谱 ——基于1997—2017年WOS的文献计量分析^{*}

张 峰¹,蒋 婷²

(1. 青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100;2. 济南大学 商学院,山东 济南 250003)

摘要:旅游经济发展利于促进消费与拉动投资,基于 web of science 的 1997—2017 年的 989 篇旅游经济相关文献,采用文献计量的研究方法,对成果总体概况、年出版量、文章与作者引用情况、作者 H 指数、参考文献共引与文献耦合状况进行了科学量化分析。结果表明,近 20 年来旅游经济发展经历了初步发展、极速增长与调整波动三个阶段,香港理工大学的宋海岩在旅游经济研究领域的 H 指数最高,共引网络显示宏观经济影响、区域经济效应、旅游扶贫、可持续发展与旅游危机为参考文献的 5 大聚类,耦合网络显示经济影响、综合价值效应、目的地发展、案例研究与旅游危机是当前研究的主要热点。

关键词:旅游经济;文献计量;网络

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、引言与文献回顾

旅游业被誉为阳光产业与无烟产业,对于拉动消费,促进国家与区域经济具有重要的意义和价值。中国社科院的研究数据显示,2017 年全球旅游总人次为 119 亿,是全球人口规模的 1.6 倍,旅游总收入超过 5 万亿美元,占全球 GDP 的 6.7%,中国的旅游总人次与总收入均位列世界第二,与全球的平均数据相比,2017 年中国旅游总收入占 GDP 的比重为 11.4%,旅游业是中国经济发展的战略性支柱产业。旅游业同时对于提高人民生活质量,扩大眼界,提升幸福感具有重要的社会意义。2017 年中国共产党的十九大报告指出,新时代的主要矛盾为人民群众对美好生活的向往与发展不平衡不充分之间的矛盾,旅游业承载了人民群众美好生活的寄托,国家非常重视旅游经济的发展,旅游的行政主管部门也从国家旅游局上升到文化和旅游部。

旅游经济的重要价值与高速发展也受到学界的广泛持续关注。最早研究旅游经济的国外学者 Alexander(1953)基于马萨诸塞州的经济增长案例,初次分析了旅游业对于区域经济的影响,最早研究旅游经济的国内学者刘天福(1992)提出旅游业将成为世界第一大产业,作为农业大国,中国应该积极促进

农村地区发展旅游经济。近半个世纪以来,聚焦旅游经济的研究领域,国内外学者从不同的视角,开展了大量的研究,有的基于旅游经济发展的驱动机制,对旅游产业的发展进行前向研究,有的基于旅游经济发展的影响效应,对旅游产业的发展开展后向研究。在研究方法上,从案例研究、一般的描述性统计分析,到基于时间序列数据或面板数据的计量分析,以及最近几年的空间计量分析,方法不断在演进。左冰(2011)的研究显示,资本要素是促进旅游经济增长的首要因素;刘佳等(2013)认为旅游产业集聚对区域旅游经济的发展呈现明显的正相关关系;余风龙等(2014)基于面板数据的分析,认为城镇化是促进旅游经济增长的重要力量;赵金金(2016)基于经济增长理论,提出生产要素、内生技术与制度质量是影响旅游经济的关键要素。Balaguer, J(2002)以西班牙为案例,分析了西班牙旅游发展对国家经济发展的长期贡献;Ridderstaat(2014)基于阿鲁巴岛的基础数据,论证了旅游业发展对当地经济增长的贡献;Kadir(2012)以东盟五国的游客数据为例,讨论了马来西亚旅游业对国家经济发展的积极促进作用。

基于旅游经济领域的大量研究成果,个别学者也尝试通过开展文献综述,试图理清该研究领域的

* 收稿日期:2018-05-03

项目:国家社科基金项目(16BGL084)、山东省社会科学规划研究项目(18CGLJ16)、山东省高等学校人文社科研究计划项目(J17RA123)、青岛酒店管理职业技术学院科研基金项目(2017ZD02)

作者简介:张峰(1978-),男,山东临沂人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,博士,主要研究方向为旅游经济。

脉络与热点。徐菊凤(1993)通过综述提出旅游发展战略、区域旅游经济发展、产品设计、资源开发等是旅游经济研究的热点;香港理工大学宋海岩(2012)基于10年的研究成果,对旅游经济的相关成果进行了分析,研究发现,关于旅游经济的研究成果数量众多但是并不平衡,新古典经济理论对旅游经济研究的贡献最大,交叉学科的理论与方法对于旅游研究的促进也初步显现,旅游经济领域的知识创造需要交叉学科的融入。

综上所述,旅游业的快速发展与旅游经济研究的持续深入相得益彰,旅游经济研究领域的成果丰富而多元,然而,对庞大研究成果的综述并不多见,现有的综述类成果也仅仅是从定性的角度进行笼统的分析,对该研究领域的总体成果概况,有影响力的学者、机构,代表性的研究成果,以及研究的热点话题尚没有进行科学量化的分析。本文基于文献计量学的基础理论模型,使用Bibexcel工具,对该领域的研究成果进行频次分析、网络分析与聚类分析,并通过Pajek软件对数据进行可视化处理,对于宏观了解旅游经济领域的研究成果概况,明晰该研究领域的关键学者、关键机构与高引论文,以及研究的热点话题与未来走向具有重要意义。

二、研究方法与数据分析

(一)研究方法与数据准备

本研究采用文献计量法,Garfield, E(1964)认为文献计量分析是采用定量研究对已经发表的成果进行描述、评估与监测的技术,Bellis&Nicola De(2009)提出,文献计量分析具有的系统性、可视化与可重复验证的特点,会大大提升文献评述的质量。Leeuwen&Thed Van(2006)的研究提出文献计量分析的关键是提取字段,通过提取作者、文章标题、期刊名称、年份、参考文献等信息,可以进行频次、聚类与网络分析,以此理清所研究领域的演进脉络与热点话题。

基于文献计量的基本理论支撑与分析要求,本研究综合使用Bibexcel、Noteexpress、Pajek与Excel等软件对数据进行规范分析。研究聚焦旅游经济的研究领域,选用Web of Science的核心合集数据库,通过使用tourism economy、tourism economic、tourism economics与tourism industry作为关键词进行搜索,通过合并与去重处理,共整理出符合要求的989篇文章,研究基于989篇文章进行了文献计量分析,主要包括总体概况、年发文趋势、高引文献、作者影响力、共引网络与耦合网络。

(二)总体概况

通过Bibexcel操作软件,提取AF、CD、TC等字段,并结合使用Excel工具对数据进行合并去重等清洗,然后进行统计分析,结果发现(表1),WOS核心合集数据中,1997年至2017年间的关于旅游经济研究的989篇文章由来自78个国家的2067名作者完成,涉及893个学术机构,989篇文献总共引用25514篇参考文献,引用次数达到10647次,U1总共为1936次,U2为16191次,成果总量较为丰富,参与知识创造的国家、机构与作者众多,旅游经济领域为学者关注的热点领域。

表1 成果总体概况

序号	项目	数量
1	文章	989
2	作者	2067
3	来源期刊	443
4	国家	78
5	机构	893
6	参考文献	25514
7	引用次数	10647
8	U1	1936
9	U2	16191

(三)年发文量

使用Bibexcel工具,对操作文件提取PY字段,并结合Excel工具进行汇总与可视化处理。统计发现,1997年至2017年间,旅游经济研究领域的研究成果总体上逐年增加,但是不同的年份与阶段呈现出不同的特点,根据发文图的变化趋势与规律(图1),旅游经济研究大体上分为三个阶段。第一阶段为初步发展期,时间阶段为1997年至2004年,研究的成果总量每年介于15篇至20篇之间,个别年份虽有小幅波动,但是总体上较为稳定;第二阶段为极速增长期,时间阶段为2005年至2013年,成果数量从2005年的16篇飙升至2013年的100篇,尤其是在本阶段的前期,2006年至2008年增长最为迅猛;第三阶段为调整波动期,时间阶段为2014年至今,本阶段的年研究成果数量小幅回落,但是依旧维持在高位。

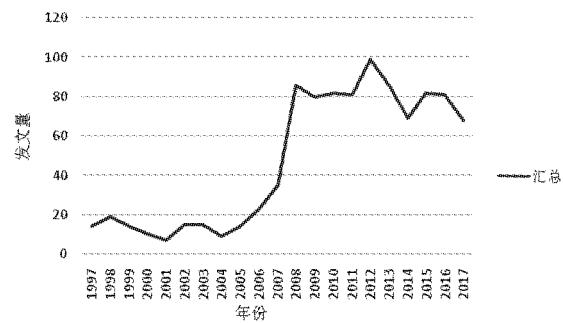


图1 年发文趋势

(四)高引文献

为了了解旅游经济领域所有文献的知识贡献度,需对文章的引用情况加以分析,通过提取题名与引用关键字段,发现本研究所涉及的989篇文献,共有10647引用次数,篇均引用次数为11.1,然而,通过进一步分析发现,有355篇(占比33.9%)的引用次数为0,有84篇(占比8.4%)的引用次数只有1次,有132篇文献(占比13.3%)的引用次数为2次。研究的主要目的是要找到高引用文献,以便找

到经典的研究成果,因此,本研究对引用次数在70次以上的30篇文献进行了汇总,引用次数排989篇前30名的文献(表2),总共被引3565次,引用次数占989篇文献总引用次数的33.6%,贡献非常大,其中“Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case”被引频次高达296,“Strategic use of information technologies in the tourism industry”的被引频次也达到了271次。

表2 前30名高被引文献

序号	篇名	被引次数
1	Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case(Balaguer J & Cantavella Jordá M, 2002)	296
2	Strategic use of information technologies in the tourism industry(Buhalis D, 1998)	271
3	Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry(Ritchie BW, 2004)	213
4	Tourism development and economic growth: A closer look at panels(Chienciang L & Chang C P, 2008)	212
5	More than an "industry": The forgotten power of tourism as a social force(Higgins-Desbiolles F, 2006)	167
6	Governance, the state and sustainable tourism: a political economy approach(Bramwell B et al , 2011)	157
7	Tourism and economic development: A survey(M. Thea Sinclair, 1998)	154
8	Aspects of service-dominant logic and its implications for tourism management: Examples from the hotel industry (Shaw G et al, 2011)	132
9	South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product(Bruwer J , 2003)	132
10	Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries(Inoue Y H & Lee S K, 2011)	124
11	The Human Dimension A Review of Human Resources Management Issues in the Tourism and Hospitality Industry (Kusluvan S et al, 2010)	119
12	Local economic impacts of dragon tourism in Indonesia(Walpole M J & Goodwin H J, 2000)	112
13	Tourism economics research: a review and assessment (Song HY et al, 2012)	107
14	Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey (Kusluvan S & Kusluvan Z, 2000)	102
15	Backpacker tourism and economic development(Hampton M P, 1998.)	97
16	Estimating economic impacts from tourism(Zhou D et al, 1997)	96
17	Economic significance of cruise tourism(Dwyer L & Forsyth P, 1998,)	92
18	Identifying performance measures of small ventures-The case of the tourism industry(Haber S & Reichel A , 2010)	83
19	Estimating the economic impacts of tourism(Wagner J E, 1997)	82
20	Assessing the dynamic economic impact of tourism for island economies(Seetanah B, 2011)	81
21	Global Economic Crisis and Tourism: Consequences and Perspectives(Papatheodorou A, 2010)	79
22	Does tourism influence economic growth? A dynamic panel data approach(Sequeira T N & Nunes P M, 2008)	77
23	The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent on tourism(Schubert S F et al, 2011)	76
24	The establishment of a rapid natural disaster risk assessment model for the tourism industry(Chunghung T & Chen C W , 2011)	76
25	The economic organization of tourism(Tremblay P, 1998)	75
26	Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea(Chen C F & Songzan C W, 2009)	72
27	Commodity chains, services and development: theory and preliminary evidence from the tourism industry(Clancy M, 1998)	72
28	Socio-economic value and community benefits from shark-diving tourism in Palau: A sustainable use of reef shark populations(Vianna G M S et al, 2012)	71
29	Developing regional tourism in China: The potential for activating business clusters in a socialist market economy (Jackson J, 2006)	70
30	Impacts of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: Forecasts and Potential Risks(Smeral E et al, 2010)	68

(五)作者影响力

本研究包含的989篇文献由2067名作者完成,为了寻找旅游经济研究领域影响力高的学者,需要寻找科学的标准对作者进行分析。在衡量作者的学术影响力方面,H指数被广泛采用,本文从作者产量、被引次数以及H指数等方面,使用统计分析工具对2067名作者进行了分析,并主要以H指数为

主要指标对作者进行了排序,提取出前30名作者(表3),结果显示,来自中国香港理工大学的宋海岩教授的H指数为5,位列榜首,5篇文献的总引用次数高达218次,篇均引用次数为43.6次;排在第二位的是澳大利亚新南威尔士大学的Dwyer Larry,H指数是4,4篇成果的总引用次数为160次,篇均引用次数为40次。

表3 作者影响力

序号	作者	H指数	总引用次数	文献数量	篇均引用次数
1	Song Haiyan	5	218	5	43.60
2	Dwyer Larry	4	160	4	40.00
3	Li ShiNa	3	61	3	20.33
4	Forsyth Peter	3	53	3	17.67
5	Blake Adam	3	64	5	12.80
6	Nsiah Christian	3	82	3	27.33
7	Li Gang	3	125	3	41.67
8	Bramwell Bill	3	206	5	41.20
9	Chao ChiChur	3	48	4	12.00
10	Spurr Ray	3	45	3	15.00
11	Chen ChingFu	3	88	3	29.33
12	Lozano Javier	3	77	4	19.25
13	Chen MingHsiang	3	106	5	21.20
14	Rey MaquieiraJavier	3	77	6	12.83
15	Law Rob	2	34	2	17.00
16	Ma Mulan	2	9	4	2.25
17	Law Alexandra	2	17	3	5.67
18	Thrane Christen	2	38	2	19.00
19	Balcilar Mehmet	2	94	2	47.00
20	Teague Paul	2	10	2	5.00
21	Henderson Joan	2	10	2	5.00
22	Lamonica GiuseppeRicciardo	2	6	2	3.00
23	Malul Miki	2	28	2	14.00
24	Martinez Patricia	2	34	2	17.00
25	Mansfeld Yoel	2	16	2	8.00
26	Carrascal InceraAndre	2	16	2	8.00
27	Whitelaw PaulA	2	19	2	9.50
28	Tang ChunHungHugo	2	112	2	56.00
29	Lane Bernard	2	13	2	6.50
30	Tsai ChungHung	2	138	2	69.00

(六)参考文献共引网络分析

为了更好的理解旅游经济研究领域989篇文章的引文概况与理论基础,研究对989篇文章的25514篇参考文献进行了共引网络分析。基于bibexcel系统,使用CD标签提取每篇文章的参考文献,然后对作者姓名与文献字段的大小写进行了规范处理,选出被引频次7次以上的61篇高频文献,比如Balaguer J, 2002, V34, P877 Applied Economics(63次被引),Gunduz L, 2005, V12, P499 Applied Economics Letters(40次被引)。把61篇文献与所有文献进行配对,并构建出Pajek适用文

件,通过Pajek软件进行聚类分析,最终做出了参考文献的共引网络(图2)。

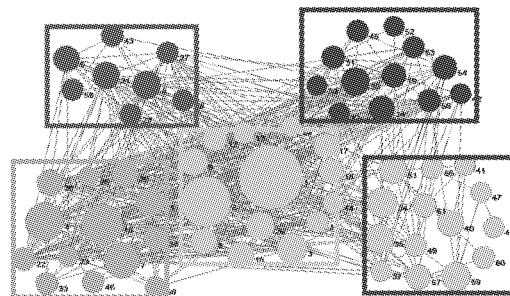


图2 参考文献共引网络

基于共引网络图，并结合专业理论分析，研究发现61篇参考文献从属于5个聚类（表4），这5个聚类分别是：聚类1，旅游业对国家宏观经济的影响；聚类2，旅游业发展对区域经济的影响；聚类3，旅游扶贫相关研究；聚类4，旅游可持续发展与环境间的关系，以及聚类5旅游危机管理。

在所有的5个聚类中，聚类1旅游业对国家宏观经济的影响包含的文献最多，被共引次数最多，达到226次，这说明，关于旅游经济的相关研究，学者最为关注的是发展旅游经济，对国民经济影响的综合效应。在本聚类中，典型的研究成果有Balaguer J(2002)以西班牙30年的数据为基础，通过回归分析，发现旅游业发展对西班牙国家经济的发展具有积极的促进作用。

旅游业的发展不仅对于国家的宏观经济发展有促进作用，对区域经济的影响也很明显。聚类2的成果主要集中在旅游业对海岛、群岛、农村地区等区域经济的影响，比如，Archer&Brian(1995)以百慕大群岛为例，使用投入产出模型，量化分析了旅游业对经济发展与就业的正向影响效应；Archer et al(1996)等对非洲的塞舌尔群岛的旅游发展进行了研究，认为旅游业的发展提高了政府收入，促进了就业；Briedenhann et al(2004)认为，作为一种发展选择模式，乡村旅游的发展在消除贫困，提高当地收入与促进区域相关产业合作具有重要的意义和价值。

基于旅游业对于经济发展的推动价值，众多学者围绕旅游扶贫开展了具体研究，聚类3的成果主要集中在旅游扶贫方向。Croes et al(2008)以尼加拉瓜为案例，通过回归分析，探求旅游发展、经济增

长与减少贫困的关系，研究表明，旅游业通过整合公共与私人资源，可以有效降低与减少贫困。Ishikawa et al(2007)以日本一座并不富裕的阿米岛为案例，量化分析了旅游与财政投入对当地经济状况的影响，研究发现一个游客可以给阿米岛带来480美金的收益。

旅游业的发展不仅能够带来正向的影响，过度发展旅游业也会对当地环境造成不良影响，聚类4的成果基本聚焦在旅游业的可持续发展以及与环境间的关系。Scot(2011)提出可持续旅游发展不能只是关注目标规模，还应该考虑不同的旅游发展阶段对社会与环境的影响，应对气候改变是可持续旅游发展的先决条件。Gössling&Stefan(2002)提出了全球旅游业发展的5种影响，分别是土地利用、能源影响、野生物种灭绝、疾病扩散与心理影响，旅游的可持续发展必须充分考虑5种影响效果。

旅游业具有脆弱性的特点，容易受到政治、卫生、恐怖袭击等突发事件的影响。为了应对危机，有效消除危机对旅游业发展的负面影响，众多学者对旅游危机管理进行了针对性研究（聚类5）。Blake et al(2003)基于美国911事件对美国旅游的影响，使用一般均衡模型考察了潜在和实际的反应，提出了定向补贴与减税的危机应对策略。Smeral&Egon(2010)面对世界经济衰退，重点分析和预测了澳大利亚、加拿大、美国、日本和欧盟15国的出境旅游需求，通过分析全球经济衰退对宏观经济的影响及其对出境旅游需求的影响，对2009年至2010年期间的预测进行了展望。

表4 参考文献共引聚类

聚类1 旅游业对国家宏观经济的影响(226)
Balaguer J, 2002, V34, P877 Applied Economics(63)
Gunduz L, 2005, V12, P499 Applied Economics Letters(40)
Ongan S, 2005, V53, P880 Journal of Economics(15)
Arellano M, 1991, V58, P277 Review of Economic Studies(11)
Durbarry R, 2002, V29, P862 Annals of Tourism Research(12)
Shan J, 2001, V8, P279 Applied Economics Letters(11)
Johansen S, 1991, V59, P1551 Econometrics(10)
Katircioglu S, 2009, V41, P2741 Tourism Management(8)
Belloumi M, 2010, V12, P550 International Journal Of Tourism Research(8)
Proenca S, 2008, V14, P791, Tourism Economics(10)
Lanza A, 2000, P57 Tourism and Sustainable Economic Management(10)
Modeste N, 1995, V48, P375 South Carolina State University(7)
Brohman J, 1996, V23, P48 Annals of Tourism Research(14)
Lozano J, 2008, V14, P727 Tourism Economics(7)
聚类2 旅游发展对区域经济的影响(162)
Archer B, 1995, V22, P918 Annals of Tourism Research(23)

- Archer B, 1996, V23, P32 Annals of Tourism Research(20)
- Seetanah B, 2011, V38, P291 Annals of Tourism Research(14)
- Dwyer L, 2004, V25, P307 Tourism Management(26)
- Fayissa B, 2008, V14, P807 Tourism Economics(12)
- Soukiazis E, 2008, V7, P43 Portuguese Economic Journal(9)
- Arslanlaturk Y, 2011, V28, P664 Economic Modelling (7)
- Figini P, 2010, V16, P789 Tourism Economics(7)
- Briassoulis H, 1991, V18, P485 Annals of Tourism Research(8)
- Sugiyarto G, 2003, V30, P683 Annals of Tourism Research(11)
- Blake A, 2008, V35, P107 Annals of Tourism Research(10)
- Dekadt E, 1979 Annals Of Tourism Research(8)
- Briedenhan J, 2004, V25, P71 Tourism Management(7)
- 聚类3 旅游扶贫相关研究(77)
- Johansen S, 1988, V12, P231 Journal of Economic Dynamics and Control(14)
- Johansen S, 1990, V52, P169 Oxford Bulletin Of Economics And Statistics(11)
- Lanza A, 2003, V24, P315 Tourism Management(12)
- Croes R, 2008, V47, P94 Journal of Travel Research (8)
- Noriko I, 2007, V14, P661 Applied Economics Letters(8)
- Vanegas M, 2000, V27, P946 Annals of Tourism Research (8)
- Komiya R, 1967, V8, P132 International Economic Review(8)
- Helpman E, 1985 Market Structure and Foreign trade(8)
- 聚类4 旅游可持续发展与环境间的关系(106)
- Holzner M, 2011, V32, P922 Tourism Management(11)
- Levin A, 2002, V108, P1 Journal of Econometrics (10)
- Scott D, 2010, V18, P393 Journal of Sustainable Tourism (7)
- Scott D, 2010, V19, P17 Journal of Sustainable Tourism (9)
- Pedroni P, 2000, V15, P93 Cointegration and Dynamic Panels (7)
- Gossling S, 2002, V12, P283 Global Environmental Change (13)
- Gursoy D, 2004, V31, P495 Annals of Tourism Research (7)
- Peeters P, 2010, V18, P449 Journal of Transport Geography (8)
- Hunter C, 1997, V24, P850 Annals of Tourism Research (7)
- Mihalic T, 2000, V21, P65 Tourism Management (8)
- Berrittella M, 2006, V27, P913 Tourism Management (10)
- AP J, 1992, V19, P665 Annals of Tourism Research (9)
- 聚类5 旅游危机管理(136)
- Blake A, 2003, V30, P813 Annals of Tourism Research (15)
- Song H, 2008, V29, P203 Tourism Management (14)
- Smeral E, 2009, V48, P3 Journal of Travel Research (7)
- Buhalis D, 1998, V19, P409 Tourism Management (11)
- Buhalis D, 2002, V23, P207 Tourism Management (7)
- Parasuraman A, 1985, V49, P41 International Journal of Tourism (7)
- Parasuraman A, 1988, V64, P12 Journal of Retailing (7)
- Smeral E, 2010, V49, P31 Journal of Travel Research (8)
- Buhalis D, 2000, V21, P97 Tourism Management (12)
- Barney J, 1991, V17, P99 Journal of Management (8)
- Novelli M, 2006, V27, P1141 Tourism Management (10)
- Fornell C, 1981, V18, P39 Journal of Marketing Research (13)
- Cooper C, 2006, V33, P47 Annals of Tourism Research (8)
- Faulkner B, 2001, V22, P135 Tourism Management (9)

(七)耦合网络分析

理清旅游经济领域当下的研究脉络,并进一步了解学界关注的主要方向与热点话题,对于深化旅游经济研究,提高成果质量具有重要的意义。基于Bibexcel的文献共享追溯功能,对现有的989篇相关成果进行了耦合网络分析,首先,提取CD参考文

献字段,统一大小写,规范作者名字,启用share功能,然后选取耦合程度高的61篇文献,按照操作规范制作net文件,最后通过pajek进行聚类分析与可视化处理,最终形成耦合网络图(图3),基于所分析成果的核心研究内容,结合可视化的耦合网络图,把61篇文献分成5个聚类(表5),分别为聚类A,旅游

对经济增长的影响;聚类B,旅游业发展的综合价值效应;聚类C,地理学视角下旅游目的地研究;聚类D,旅游经济发展的典型案例研究;聚类E,旅游业发展的危机管理。

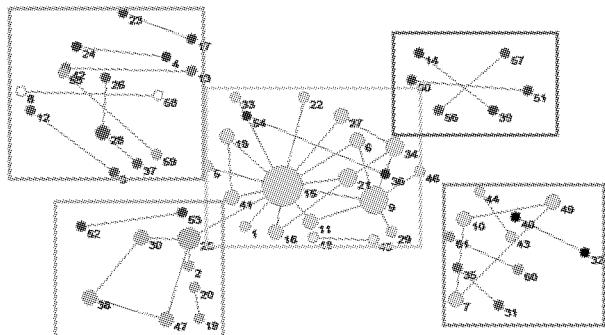


图3 耦合网络

与参考文献共引网络的聚类分析相一致的是,聚类A展现的旅游业对经济发展的作用依然是大多数学者关注的重点方向与热点,本聚类所包含的文献高达20篇,占总数的33%;聚类E体现的研究热点是旅游业发展的危机管理,本聚类的主题与参考文献共引网络分析结果的聚类5呈现出某种程度的一致性,这说明,由于旅游业发展对经济发展的积极促进作用以及敏感脆弱性,需要高度重视旅游经

济发展的危机管理,并提供可供操作的应对策略,为旅游业的健康持续发展构建保障机制。

与参考文献共引网络不同的是,耦合网络的聚类分析结果出现了三个较为突出方向。聚类B的研究成果不仅关注旅游发展的经济影响,更加关注旅游经济发展对社会责任、社区利益、碳排放等其他维度的影响,Inoue et al(2011)基于利益相关者理论,以四个旅游相关行业(航空公司、赌场、酒店和餐馆)为样本,实证分析了旅游企业社会责任的四维度模型,分别是:员工关系、产品质量、社区关系、环境问题与多样性。Paramati et al(2016)通过发达国家与发展中国家的比较研究,结果显示旅游业对二氧化碳排放的影响在发达经济体中比在发展中经济体要快得多,为环境库兹涅茨曲线(EKC)假说提供了证据,证明旅游增长与二氧化碳排放之间的联系。旅游经济活动的空间性推动了地理学视角下的成果出现,聚类C中关于目的地的研究成果,多与经济地理相关,Ioannides et al(2014)认为旅游业并不是作为一种经济活动而孤立存在,而是嵌入在许多高度复杂的内部和外部网络中,提出一个进化的经济地理学(EEG)方法可以为理解旅游发展和地方与全球经济之间的关系提供一个有洞察力的概念框架。

表5 耦合网络分析聚类

聚类A 旅游业对经济增长的影响

- Antonakakis N, 2015, V 44, P14 Economic Modelling
Tugcu C ,2014, V42,P207 Tourism Management
Aslan A. 2014, V 17,P36 Current Issues in Tourism
Balciilar M, 2014, V46,P4381 Applied Economics
Corrie K,2013, V19,P1317 Tourism Economics
Ivanov S,2013,V 19,P477 Social Science Electronic Publishing
Chatziantoniou I, 2013, V36,P331 Tourism Management
Surugiu C,2013, V19,P115 Tourism Economics
Eeckels B,2012, V18,P81 Tourism Economics
Chang C ,2010,V 18,P68 Social Science Electronic Publishing
Cort sjim nez I, 2011, V17,P531 Tourism Economics
Arslanturk Y, 2011, V 28,P664 Economic Modelling
Narayan P K, 2010, V 16,P169 Tourism Economics
Isabel C, 2010, V 13,P61 Current Issues in Tourism
Blanco E,2009, V3,P11 Tourism Management
Song H Y, 2012, V39,P1653 Annals of Tourism Research
Yi W, 2012, V 33,P988 Tourism Management
Arslanturk Y, 2011, V28,P664 Economic Modelling
Bramwell B,2011, V19,P459 Journal of Sustainable Tourism
Evangelos M ,2013, Tourism Economics.

聚类B 旅游业发展的综合价值效应

- Deng T ,2014, V20,P923 Tourism Economics
Kadir N,2012, V25,P108 Economic Research-Ekonomska Istraivanja
Dritsakis N. T 2012, V18,P801 Tourism Economics
Holzner M. 2011, V 32,P922 Tourism Management

- Seetanah B. 2011, V 38, P291 Annals of Tourism Research
 Fayissa B, 2008, V14, P 807 Working Papers
 Seetanah B. 2011, V38, P291 Annals of Tourism Research
 Eid R, 2015, V 54 Journal of Travel Research
 Eid R. 2013, V17, P24 International Journal of Tourism Research
 聚类 C 地理学视角下旅游目的地研究
 Ioannides D, 2014, V16, P35 Tourism Geographies
 C rdenasgarc a P, 2014, V20, P669 Tourism Economics
 Brouder P, 2013, V 43, P370 Annals of Tourism Research
 Jung W, 2013, V38 Tourism Management
 Malley P, 2013, V8, P65051 Plos One
 Vianna G M S, 2012, V145 P267 Biological Conservation
 Lopez-G, 2011, V5, P160 African Journal of Business Management
 Paramati S R, 2016, V56 Journal of Travel Research
 Patricia M, 2013, V 30, P65 Journal of Travel & Tourism Marketing
 Shaw G, 2012, V11, P19 South African Journal of Economic & Management Sciences
 Inoue Y H, 2011, V32, P90 Tourism Management .
 聚类 D 旅游经济发展的典型案例研究
 Ghartey E, 2013, V19, P919 Tourism Economics
 Lee C, 2008, V7, P358 Mathematics & Computers in Simulation
 Horng J, 2015, V 20, P1353 Asia Pacific Journal of Tourism Research
 Turner L. 2012, V58, P37 Canadian Family Physician
 聚类 E 旅游业发展的危机管理
 Marta M , 2013, Vol 00, P1 Journal of Economic Surveys
 Stylidis D , 2014, V44, P210 Annals of Tourism Research
 Katirciolu S, 2011, V33, P1955 World Economy
 AkinboadeO , 2010, V12, P149 International Journal of Tourism Research
 Katirciolu S, 2010, V23, P86 Economic Research-Ekonomska Istraivanja
 Balaguer J, 2002, V34, P877 Working Papers Serie Ec
 Law A, 2017, V4 Journal of Sustainable Tourism
 Law A, 2016, V111, P295 Journal of Cleaner Production,
 Cagil H, 2016, V1, P17 Asia Pacific Journal of Tourism Research
 Chunghung T, 2011, V32, P158 Tourism Management
 Chunghung T, 2010, V31, P470 Tourism Management

三、结论与讨论

旅游业的发展对全球经济增长带来了积极的促进作用,大量学者聚焦旅游经济领域开展研究。本文以WOS数据库1997—2017年间的989篇旅游经济相关成果为样本数据,采用文献计量的方法,通过综合使用Bibexcel、Pajek与Excel工具对数据进行了科学分析,以期明晰旅游经济研究领域的总体成果概况,定位经典文献,掌握有影响力作者信息,把握该领域内的研究热点与趋势。

研究发现,1997—2017年间,有关旅游经济的研究成果较为丰富,统计区间的989篇文献由78个国家、893个学术机构的2067名作者完成,总引用次数达到10647次,该研究领域为大旅游领域中的热点。

1997年至2017年间,旅游研究领域成果量总体呈上升趋势,研究共分为三个阶段。其中,1997年至2004年为初步发展期,本阶段平均每年发文量

介于15—20篇之间;2005至2013年为极速增长期,年成果数量从2005年16篇,增长到2013年的100篇,增长率高达525%;2014年至今为波动调整期,本阶段年产出量小幅回落,但是依然维持在高位水平。

989篇样本成果总引用数量为10647次,篇均引用11.1次,引用次数排名前30名的文献总共被引3565次,占总引用次数33.6%,篇均引用118.8次。研究通过对作者产量、被引次数以及H指数进行统计分析,发现旅游经济领域研究世界排名前两位的学者分别为中国香港理工大学的宋海岩教授与澳大利亚新南威尔士大学的Dwyer Larry,前者的H指数为5,后者的H指数为4。

通过对989篇文献的25514篇参考文献进行共引网络分析与聚类分析,引文共分为5大聚类,分别是旅游业发展对国家宏观经济的影响、旅游经济对区域经济发展的效应、旅游扶贫相关研究、旅游可持

续发展与环境间的关系以及旅游危机管理,其中前三个聚类都与旅游发展的经济作用有关,可见经济发展方面的相关理论与研究方法为旅游经济的研究提供了大量的理论支持与方法指导。

为了进一步明晰旅游研究领域的热点话题与未来趋势,研究对989篇成果进行了耦合网络分析与聚类分析,发现当下研究的重点与首要热点为旅游业发展对经济增长的影响,旅游危机管理、地理学视角下的目的地管理,旅游经济发展的典型案例分析与旅游经济发展的综合价值效应也是研究的热点,旅游业发展带来的社会影响及其他影响逐渐被越来越多学者所关注。

四、研究局限与未来展望

本研究截取了1997年至2017年近20年的旅游经济研究相关的数据进行了文献计量分析,并未包括WOS上所有时间段的数据,研究的结论可能存在一定程度的误差;此外,由于篇幅的原因,研究并未对基金概况、U1与U2的结果进行进一步的分析,研究的结果分析并不是很全面。

由于旅游业的发展会对国家的宏观经济与区域经济有积极的促进作用,旅游业发展与经济发展的关系研究将依旧是未来研究的热点,同时,旅游业发展带来的社会问题与环境影响,使得旅游经济的可持续发展也会受到更多学者关注。

参考文献:

- [1] Alexander L M. The Impact of Tourism on the Economy of Cape Cod, Massachusetts[J]. *Economic Geography*, 1953, 29(4): 320—326.
- [2] 刘天福. 农村(地区)旅游经济新发展[J]. *数量经济技术研究*, 1992(01): 36-41.
- [3] 左冰. 中国旅游经济增长因素及其贡献度分析[J]. *商业经济与管理*, 2011(10): 82-90.
- [4] 余凤龙, 黄震方, 曹芳东, 等. 中国城镇化进程对旅游经济发展的影响[J]. *自然资源学报*, 2014(08): 1297-1309.
- [5] 赵金金. 中国区域旅游经济增长的影响因素及其空间溢出效应研究——基于空间杜宾面板模型[J]. *软科学*, 2016(10): 53-57.
- [6] Balaguer J, Cantavella Jordá M. Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. [J]. *Working Papers Serie Ec*, 2002, 34(7): 877-884.
- [7] Ridderstaat J, Croes R, Nijkamp P. Tourism and Long-run Economic Growth in Aruba[J]. *International Journal of Tourism Research*, 2014, 16(5): 472-487.
- [8] Kadir N, Mohd Zaini A K. Tourism and economic growth in Malaysia: evidence from tourist arrivals from ASEAN-5 countries. [J]. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 2012, 25(4): 1089-1100.
- [9] 徐菊凤. 1992年中国旅游经济研究综述[J]. *旅游学刊*, 1993(01): 46-50.
- [10] Song H, Dwyer L, Li G, et al. Tourism economics research: A review and assessment [J]. *Annals of Tourism Research*, 2012, 39(3): 1653-1682.
- [11] Garfield E. The use of citation data in writing the history of science[J]. *Technical Report Philadelphia Institute of Scientific Information*, 1964(4).
- [12] Bellis N D. *Bibliometrics and Citation Analysis*[J]. *Journal of the American Society for Information Science & Technology*, 2009, 61(1): 205-207.
- [13] Leeuwen T V. The application of bibliometric analyses in the evaluation of social science research. Who benefits from it, and why it is still feasible[J]. *Scientometrics*, 2006, 66(1): 133-154.
- [14] Hirsch J E. An index to quantify an individual's scientific research output[Z]. Arlington: Industrial Research Institute, Inc, 2005: 48, 62.
- [15] Archer B. Importance of tourism for the economy of Bermuda[J]. *Annals of Tourism Research*, 1995, 22(4): 918-930.
- [16] Archer B, Fletcher J. The economic impact of tourism in the Seychelles[J]. *Annals of Tourism Research*, 1996, 23(1): 32-47.
- [17] Briedenhan J, Wickens E. Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream? [J]. *Tourism Management*, 2004, 25(1): 71-79.
- [18] Croes R, Vanegas M. Cointegration and Causality between Tourism and Poverty Reduction[J]. *Journal of Travel Research*, 2008, 47(1): 94-103.
- [19] Ishikawa N, Fukushige M. Impacts of tourism and fiscal expenditure to remote islands: the case of the Amami islands in Japan[J]. 2007, 14(9): 661-666.
- [20] Scott D. Why sustainable tourism must address climate change. [J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2011, 19(1): 17-34.
- [21] Gossling S. Global environmental consequences of tourism[J]. *Global Environmental Change*, 2002, 12(4): 283-302.
- [22] Blake A, Sinclair M T. TOURISM CRISIS MANAGEMENT[J]. *Annals of Tourism Research*, 2003, 30(4): 813-832.
- [23] Smeral E. Impacts of the World Recession and Eco-

- nomic Crisis on Tourism: Forecasts and Potential Risks[J]. Journal of Travel Research, 2010, 49(1): 31-38.
- [24] Inoue Y, Lee S. Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries [J]. Tourism Management, 2011, 32(4): 790-804.
- [25] Paramati S R, Alam M S, Chen C. The Effects of Tourism on Economic Growth and CO₂ Emissions: A Comparison between Developed and Developing Economies[J]. Journal of Travel Research, 2016, 56(6): 712-724.
- [26] Ioannides D, Halkier H, Lew A A. Special issue introduction: evolutionary economic geography and the economies of tourism destinations[J]. Tourism Geographies, 2014, 16(4): 535-539.

Knowledge Graph of Tourism Economy ——A Bibliometric Analysis Based on WOS for the Period of 1997—2017

ZHANG Feng¹, JIANG Ting²

(1. Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100;
2. Business School of Jinan University, Jinan 250003, China)

Abstract: Tourism economy can promote consumption and investment. Based on a bibliometric analysis of 989 scientific papers on tourism economy from the web of science core collection database for the period of 1997—2017, the authors discuss the results from the following perspectives: general results, number of publications per year, the articles that other authors cite most, most eminent authors and authors' H index, networks of co-cited references, networks of papers coupling. Results show that the tourism economy study over the past 20 years has experienced three stages: the preliminary development, fast growth and adjustment; Song Haiyan from Hong Kong Polytechnic University has the highest H index in the field of tourism economic research; co-cited references network shows the macroeconomic impact, the sustainable development of regional economic effect, tourism poverty alleviation, and tourism crisis are five big clusters; coupling network shows economic effects, comprehensive value effect, case studies ,tourism destination development and crisis management are the hot issues of the current study.

Key words: tourism economy; bibliometric analysis; networks

(责任编辑:魏有广)

基于扎根理论的海洋旅游意象构建^{*}

蔡礼彬,李雯钰

(中国海洋大学 管理学院,山东 青岛 266100)

摘要:本文对意象的相关概念进行了文献综述,并采用扎根理论,以定性的方式对海洋旅游意象这一概念进行构建。经过筛选,对国外40篇文献的内容利用扎根理论的编码方式进行数据编码。分别采用扎根理论的三级编码方式,对数据的概念、范畴进行划分,共编码出363条相关数据,五个主范畴,分别为:发展与规划、基本认知、游客感知、环境、经济条件。通过对数据的进一步处理分析,提取出二十个关键词描述海洋旅游,构建出了海洋旅游意象。

关键词:海洋旅游;意象;扎根理论;海洋性

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

随着人类物质文化需求的日益丰富,开展旅游活动逐渐成为了人类放松身心、享受生活的一个方式,同时,旅游者在异地异国开展旅游活动时,能够促进旅游目的地与旅游客源地之间的文化交流,增进联系,促进社会经济发展。在《2016年中国海洋经济统计公报》中显示,国内海洋旅游相关产业整年增长12047亿元,共增加9.9%,在海洋业中所占份值为42.1%,起着经济支撑作用,其中25.3%与旅游相关,成为带动海洋经济和旅游业发展的重要增长点。可以看出,海洋旅游具有良好的发展前景,海洋旅游以其独特的海洋景观、给予旅游者们一个独特的旅游体验,吸引了成千上万的旅游者们;然而,海洋旅游也是神秘的,什么能够被归纳为海洋旅游?海洋旅游的范畴有哪些?海洋旅游意象是什么?旅游者对于海洋旅游的认知如何?发展海洋旅游时,如何合理的利用海洋旅游资源呢?这些问题都没有一个标准的答案。因此,笔者试图采用扎根理论的方法,对海洋旅游意象进行一个归纳分析,从而探寻出真正的海洋旅游意象。

一、相关理论基础

(一)意象

“意象”一词源自英文单词“Image”,为影像、肖像、意向、镜像、映像之意。在我国,意象最早出现在《周易》中,常用于文学上对于形象塑造、氛围烘托之用。意象最初被引入我国时被翻译为“形象”,因此,

在很长一段时间内,我国学者的研究重点停留在对“旅游形象”的研究,而非“旅游意象”。随着近几年来“意象”的出现,学者们逐渐将研究回归到旅游意象中。

庄志明从“意”和“象”两个角度进行了论述。“意”是指意义、意识以及意蕴,而“象”是指物象、视象、心象。他认为Image是一种隐藏在内心的感知(即“mental picture”),反映出社会所给大众留下的心理影像,融合了不同反应者的多种文化理念。张素景认为,意象和形象的区别在于,形象侧重于客观事物,是外在事物所给人展现出的符号;而意象则更加主观,是反映事物在人脑中经过处理后的符号;白凯等从认知论的角度对意象和形象进行了区分,其认为二者的区别在于物象、视象和心象,这三者揭示了人关于外部世界认识过程的不同阶段,依次是对前者的主观超越。

(二)旅游意象

Hunt认为所谓旅游意象是指人们对其非居住地状况所持的印象,是纯粹主观的概念;Compton提出旅游意象包含了某人对某一目的地的期望、想象和感知的总和。李瑞指出,人类对外界所形成的直接印象在行为心理学上被称作意象,具有可识别性。庄志明明确提出旅游“意象”与“形象”不同;王亚平从旅游意象的生成角度进行研究,得出旅游意象是一种心理认知图示、一种简化的特征描述,是城市与旅游者和媒介环境相互作用的结果,反映了三

* 收稿日期:2018-04-04

作者简介:蔡礼彬(1972-),男,河南潢川人,中国海洋大学管理学院副教授,博士,主要从事旅游管理研究。

者之间的相互关系和作用。Gunn 是最早探究旅游意象的学者之一，并将其分类，认为所有能够对地格要素起到烘托和支持作用的景观和人文要素都能够作为旅游意象的一个构成指标。

因此，可以看出，旅游意象是游客对目的地的主观感知，是客观世界在人脑中通过各种要素影响而形成认知。旅游意象不同于城市意象，城市意象体现的是对于某一地区、某一城市的认知，常以 Kevin Lynch 所提出的五大要素作为评判标准；旅游意象应该是能够反映出某一旅游类型特征的认知，受到旅游文化、游客感知、经济状态等多重因素影响。旅游意象是在“意”和“象”彼此之间相互作用过程中生成的，而且经历了一个从低级阶段向高级阶段发展的过程。

（三）海洋旅游意象

人类发源于海洋，自古以来，海洋以其神秘与未知而吸引了无数人。尚光一将诗文里的海洋意象也分为描述型、比拟型海洋意象和象征型海洋意象。他指出，人类虽畏惧海洋，但是也以海为巨，赞扬航海之人，认为海洋是百川所归、万物所赖。黄纯艳提及，人们逐渐形成了以由尾闾、潮汐、洋流和季风所构成的动态世界的海洋意象，同时也认为海洋险恶而神奇，充满了敬畏。随着时代的进步与发展，人们逐渐了解了海洋，以海洋为人类之母。袁晓红等对现代海洋意象进行归纳时认为，海洋是自由和和平的象征，人类天性向海，平静的海面下是一颗不受任何约束的向往自由之心。

在具备经济实力的情况下，依靠海洋而开展的一系列能够使人们获得精神上和物质上的愉悦的旅游活动是海洋旅游，是人们依托海洋而开展的包含旅游参观、休闲休假和特殊活动等多种旅游的总和。曲金亮认为，海洋旅游意象可以通过历史背景、景观风光、民俗风貌、生活方式的“文化”来表现。“海洋性”是海洋旅游意象的一个突出表现，无法体现“海洋性”的意象不是海洋旅游意象。因此，一所城市能否被称之为海洋旅游城市，需要判断其城市意象中的海洋元素，海洋旅游意象是指能够给人们带来“海洋性”的旅游认知，对于海洋旅游城市形象塑造起到推动作用的所有因素。

（四）扎根理论

1. 扎根理论方法概述

扎根理论于 1965 年由哥伦比亚大学的 Anselm Strauss 和 Barney Glaser 两位学者一起提出，该方法被称之为“当代社会最具影响力的结果”和行在

“质性研究改革的最前端”。在 20 世纪中叶，Strauss 和 Glaser 通过观察某家医院中的医护人员对待濒临死亡的病人的态度，提出了扎根理论。1967 年，《The Discovery of Grounded Theory》一书的出版意味着该理论的正式提出，它的出现打破了长期以来质性和量化研究之间的隔阂，使质性研究也逐渐成为了一种新型的、科学的研究方法。随着时代的发展，Strauss 和 Corbin, J. 于 1990 年共同提出了“程序式扎根理论”；此后，英国人 K. Charmaz 在吸纳 Glaser 和 Strauss 理论后将建构主义融入其中并被认为是“建构主义扎根理论”代表。这三种流派的“扎根理论”存在的异同点，并以“程序化扎根理论”最为普及，具体的步骤为：提出问题、收集数据、数据分析—具体编码过程、建构理论。

扎根理论强调理论扎根于经验数据，其认为“All is data”，即一切皆为数据；同时，要求研究者具有“理论敏感性”，是指研究者拥有观察分析数据中隐藏的内在含义的能力，在处理经验数据时可以将其进行概念化；此外，不断对比和持续抽样也是该理论在建构中非常重要的环节。扎根理论最重要的就是对各资料、各理论不停的进行对比，并依照其中的相互关系提取出相关的类别(category)及其属性。与传统质性研究方法所采用的统一收集资料，然后再详细探讨的方式不同，扎根理论要求资料的收集与分析过程是同步的，一旦收集到资料，便要立刻进行分析，直到饱和。

2. 扎根理论方法的编码过程

在对文献进行阅读后，笔者采用开放式编码、主轴编码、选择性编码的三层编码形式对相关文献进行数据编码。

(1) 开放式编码。开放式编码阶段是简单的数据内容提取和分析的过程。通过发现内容并提取概念来对数据资料进行搜集。在具体的实际操作中，笔者根据文献所涉及的海洋旅游的角度，英文单词开头字母为代码号，以阿拉伯数字为顺序号，对提炼出的文字内容进行逐句编码，共获得 363 条数据。对数据进行了编码后，根据不同数据内容提炼出文本的概念，并据此分析出各概念所属的范畴，完成开放性编码。

(2) 主轴编码。主轴编码是对经过首轮编码后所形成的各范畴开展深入的逻辑分析，探寻其内在的关系，将其归纳进入不同的主范畴。

(3) 选择性编码。该级编码是在对已经经过两次编码的数据内容进行分类后，更深入的提炼整合，

从主范畴中归纳出核心范畴。在不同的范畴中,对该范畴内的数据进行整理归纳,得出能够代表海洋旅游的关键词。

二、研究方法、内容

本次研究采用扎根理论的方法,以“Elsevier”和“Springer”数据库中2000—2017年与海洋旅游有关的文献为检索基础,从相关文献中扎根出海洋旅游意象。以“costal tourism”、“cruise tourism”、“island tourism”、“marine tourism”、“marine tourism culture”、“yacht tourism”为关键词,选择其中下载量高于300的文献,共筛选出40篇相关度较高的文献资料,见表1。通过阅读筛选出的文献后,以扎根理论的三级编码方式对文献内容进行分析,分维度提取海洋旅游意象。

表1 国外文献来源

内容	学者
Yacht tourism	Mehmet Sariisik等,JWL Jr,R Genc等,M Sariisik等
Costal tourism	J. R. Nelson等,David Sánchez Quiles等,Laura Onofri等,G. Anfuso等,G. Anfuso等,Philip Feifan Xie等,Brooke A. Porter等,Haryo Dwito Armono等
Cruise tourism	E J Stewart等,Hrvoje Caric等,Giacomo Del Chiappa等,C. Paoli等,Jackie Dawson等,RE Wood,JG Brida等
Island tourism	Sorada Tapsuwan等,Giacomo Del Chiappa等,R Croes等,Guadalupe Sinclair-Maragh等,MARK P. HAMPTON等,Mohd Hafiz Hanafiah等,Y Gurtner,Malaysia Siew Imm Ng等,Jin Young Chung等
Marine tourism	Tsen-Chien Chen等,M Papageorgiou等,Duan Biggs等,Marilena Papageorgiou,Duan Biggs等,Zainul Hidayah等
Marine tourism culture	Scott P. Wilson等,Adjie Pamungkasa等,IndonesiaFery Kurniawan等,Khaled A. Osman等,B Canavan,SM Isa等

三、基于扎根理论的海洋旅游意象构建

经过数据编码分析,从文献共提取出发展与规划、基本认知、游客感知、环境、经济条件五个维度。“发展与规划”维度是对海洋旅游发展所需条件,以及海洋旅游发展所带来的一系列问题的总括;“基本认知”维度包含海洋旅游的范畴、优劣势、类型、特色等方面;“游客感知”维度是从游客参与海洋旅游所得到的旅游体验为依据,涵盖受欢迎海洋旅游的构

成因素、游客参与体验感、游客需求等内容;“环境”维度是对海洋旅游发展时所承受的各类环境问题的汇总;“经济条件”维度是对海洋旅游发展中所带来的经济效益,以及各类经济活动等内容的汇总。以下将从这五个维度出发,构建出海洋旅游意象。

(一) 基于基本认知维度和游客感知维度的海洋旅游意象

在“基本认知”维度中,将海洋旅游的类型、各类项目的优劣势、资源类型、特色都进行了归纳。在“游客感知”维度,将海洋旅游吸引旅游者的原因进行了归纳,从游客对海洋旅游的感知为着力点,分析海洋旅游的意象。笔者在对两者内容进行归纳时,所进行区分的依据在于:“基本认知”是指尚未进行旅游活动体验时,政府对海洋旅游的发展目标所做的规划意象;而“游客感知”是指在旅游者们在开展海洋旅游活动前,或在开展了旅游活动后,所感受到的海洋旅游意象;二者的出发点虽然不同,但是从所得数据反映的结论来看,两个维度所表现的海洋旅游意象存在共性,也从侧面表示出海洋旅游的规划与实际开展相符,符合大众体验。

1. 海洋风光意象特征

海洋旅游的“海洋性”是其最为显著的特征,也是与其他旅游形式最根本的区别。海洋旅游发生在海滨、海空、海面、海底区域中,并将海洋资源作为凭借,以此为依托开展一系列与海洋有关的旅游活动。海岛旅游是海洋旅游中十分重要的一部分,国内外众多海洋旅游活动是在海岛上进行。世界上海岛数量众多,其中多数是无人居住的,合理的开发和利用海岛能够极大推动海洋旅游的发展。因此,“海岛”一词也是海洋旅游的一个重要意象。

从下列数据中可以看出,对于海洋旅游的定位是能够给旅游者们提供休闲体验,而无论是国内还是西方,海洋旅游的“休闲性”都是吸引游客的一个重要原因。自二战后国外海洋旅游兴起,便定位在能够给游客提供休闲体验。如游艇、邮轮旅游,吸引旅游者的原因便在于能为旅游者们提供了一个能够与家人、朋友共同享受休闲娱乐时光的机会。可以看出,海洋旅游的休闲意象是驱动条件。

“CT3—7—到了二战之后,海洋旅游渐渐开始作为一种能够给大众和工人阶级提供精神上的爽快和休闲的,从工作中解脱的旅游方式”

“CT4—4—享受休闲自在的海滩氛围也是古巴海洋旅游与欧洲、美国海洋旅游所共同的一个评价指标”

“CR6—4—邮轮旅游是一种完全出于休闲目的的旅游形式”

国外自海洋旅游兴起之时便提出了“3S”理念，即“sea、sun、sand”，享受阳光、沙滩成为了游客选择旅游类型的一个依据。不同的旅游类型所带来的旅游体验是不同的，对于旅游者而言，海洋旅游对其的吸引力在于海洋旅游所为旅游者带来的美的享受，大多数的游客因目的地良好的自然风光而吸引，沙质、海水、生态环境是最为主要的。

“CT5—5—许多国外的旅游者前去古巴旅游主要是受到其自然风光的吸引，包括洁白的沙滩、天蓝而纯洁的海水、丰富的自然植被等”

“CT5—10—现存的农村海滩旅游资源能够因其良好的环境吸引国际旅游者”

“CT8—3—根据先前的研究，最好的海洋旅游地应该是具有白色沙滩，沙质细腻，水浅、水温温和，没有野生动物、干净而没有垃圾、条件安全，有一定适当的、好的基础设施，如卫生间、购物场所等等”

“MT9—2—因为这些旅游目的地提供了美景、异域情调、审美享受，多样的自然栖息地，包括有温暖、清澈、迷人的海水”

“BH5—1—游客更喜欢大一点、干净一点的沙滩”

“IT2—4—海岛旅游依赖于其阳光、沙滩、海洋”

由此可以发现，海洋旅游吸引游客的根本原因是其秀美而独特的海滨风光，“洁白而干净的沙滩”、“纯净清澈天蓝的海水”、“温暖的阳光”是海洋旅游最吸引旅游者的意象。

2. 海洋体育活动意象特征

同时，随着时代的发展、科技的进步，海洋旅游的活动类型不再只是简单的游览观光活动，停留在看海景、吃海鲜的层面上，还包括了各式各样的海洋体育活动。下列数据对于海洋体育活动类型进行了概述：

“CT1—2—在美国，海洋旅游对旅游业十分重要，包括了许多针对旅游者而设计的具有创造性的海洋旅游活动，如海钓、海滩活动等等”

“CT6—4—休闲运动，如游泳、潜水、漂流、帆船运动”

“CR1—2—当地的旅游主要由偏远的渔猎营地、打猎活动、探险旅游所构成”

“WH3—1—在巴厘岛，许多在沙滩和海滨开展的文化活动已经成了独特的景点”

相较于国内海洋体育活动开展的较为罕见，国外则拥有丰富的海洋体育活动类型，如海钓、帆板、

潜水、帆船、浮潜、滑水等，因此可以将“多样的海洋体育活动”作为海洋旅游的一个意象特征。除此之外，海洋旅游中的邮轮、游艇旅游等也给了旅游者们更多的出行选择，这些多种多样的新型海洋旅游活动方式吸引了更多的旅游者，也给了旅游者们一个与海洋亲密接触的机会。“亲近海洋”也是海洋旅游吸引旅游者的一个独特意象特征。

受到海洋体育活动自身的特质约束，以参加此类运动作为旅游活动的内容也具有“刺激性”的意象特征。以海钓为例，其既是休闲方式也是运动，海钓活动既刺激又富有乐趣。简单的海钓活动只需乘坐渔船驶向较深的海洋中，或是停留在海边进行垂钓；复杂的海钓活动则是需要脑力与体力结合。作为一名符合标准的海钓手，除了拥有丰富的海钓常识外，还需要掌握如游泳、攀岩等技能，同时具有长距离负重能力。再如滑水运动，凭借其为参与者带来的在海面上高速滑行的快感而吸引游客，能够使参与者在翻转、跳跃中感受刺激，体验碧海蓝天和体育运动所赋予的趣味。

3. 西方海洋文化中的意象特征

游客在选择开展海洋旅游活动时，也是为了感受当地独特的民俗、文化。对于海洋旅游文化，可以分为两类：宿主文化和客体文化。所谓宿主文化，是指一种地方性的文化，包括独特的艺术、手工艺、语言、传统角色和做事的方式等；而客体文化则是指旅游者本身所属客源地的传统文化，受到旅游者所属地的文化影响。“游客感知”维度和“基本认知”维度的文献数据对于海洋文化与海洋旅游的关系均有所提及：

“IT2—2—当地的文化，当地的社会环境，当地的原真性是目前吸引旅游者的一个主要原因”

“BH9—1—国际游客选择他们的沿海目的地是因为他们更喜欢文化和自然环境”

“WH2—1—英国有大量丰富的海洋文化遗产需要保护，这些遗产有助于人们对过去的理解，公众的鉴赏”

“WH3—2—探究海洋和文化旅游的内部联系可以帮助想出更好的策略实现巴厘岛旅游业的可持续发展”

西方社会以海洋作为人类社会的发源地，并成为了向外扩张的途径，其蓝色文明成为了海洋文化的主旋律，西方海洋文化中带有征服、冒险的文化色彩，西方民族所带有的好奇与冒险特性为其海洋活动的开展奠定了基础。因此，在西方海洋旅游中，受

到西方蓝色海洋文化的影响,其海洋旅游带有“冒险”的意象特征。

在海洋文化的影响下,一系列海洋节庆活动也由此产生。其活动的类型能够分为三类:

(1)宗教神话类,这类海洋节庆活动带有浓厚的宗教色彩,以祭祀西方传统的海神人物。如巴西海神节、守护神纪念日、圣船节等;这类海洋节庆活动包含着长期以来渔民百姓对生产生活所赋予的精神寄托,可以用“海神信仰”一词概括其意象特征。

(2)传奇历史类,比较典型的是北欧维京海盗节、美国的哥伦布纪念日、法国的布雷斯特航海节等。

(3)生产生活类,这类海洋节庆主要受到传统海洋渔业的影响,反映的是渔民生活捕捞活动。如荷兰的鲱鱼节、菲律宾的捕鱼节、西班牙的海蟹节等。

在“基本认知”和“游客感知”维度中,从海洋风光、海洋体育活动、西方海洋文化三个角度出发分析海洋旅游意象,并最终提炼出“海洋性”、“海岛”、“休闲性”、“洁白而干净的沙滩”、“纯净清澈天蓝的海水”、“温暖的阳光”、“多样的体育活动”、“亲近海洋”、“刺激性”、“冒险”、“海神信仰”十一个关键词。

(二)基于发展与规划维度的海洋旅游意象

在海洋旅游迅速发展的背景下,涌现了许多世界著名的海洋旅游目的地。在欧洲,地中海地区的海洋旅游发展最为成熟,以法国的“黄金海岸”的戛纳、尼斯、马赛,西班牙巴塞罗那等为代表,世界各地的游客纷至沓来。土耳其的海洋旅游因发展的年代较晚,海洋生态保存的较为完好,近年来也成为了旅游者们在选择海洋旅游目的地时的一个重要选项。在亚洲,以东南亚的海洋旅游较为发达,如印尼的巴厘岛、马尔代夫、泰国的普吉岛、帕劳、斐济等等。

“YT1—6—土耳其能够发展游艇旅游的原因有:有着宽广的海岸线”

“YT1—7—由于发展较晚,相较于法国等国家,土耳其的海洋生态环境仍然保存的较好,资源没有被破坏”

“CT8—1—印度尼西亚的自然资源有很大的开发潜力,拥有良好的海滩质量和干净的环境是最好的旅游目的地”

从上述数据可以发现,地中海及东南亚地区的海洋旅游赖以发展的基础都在于海洋旅游目的地的生态条件。拥有较为宽广的海岸线、完好的生态系统,生态质量较高的旅游目的地更利于进行海洋旅游开发,吸引更多的旅游者。而发展海洋旅游也面

临着越来越多的挑战,在高速扩张的背景下,沿海地区和生态系统面临着人口、旅游业、污染、栖息地破坏和减少、过度捕捞等,为海洋旅游的开发带来了不小的压力,过度开采会导致地下水位的下降,土地下沉,地下水水质恶化等情况,这也决定了沿海地区的居住条件,会影响当地居民的生活和旅游业。

此外,从下列数据中可以发现,海洋旅游与海洋渔业有着紧密联系,“海洋渔业”是其一个意象特征。该特征从两个角度反映,一是传统海洋渔业作业方式影响着海洋旅游的发展方式。海洋旅游的发展离不开的是“海洋”二字,而在海滨城市中,又以渔业为主要的生产生活方式。如基础的海钓项目的产生便是对传统海洋捕捞的深化,使旅游者们能够体验渔民的生活;二是原始渔业的作用逐步被海洋旅游所取代,为当地的居民们提供了新的生产生活方式,土地用途的改变使得人们的生活不再仅仅以依赖海洋渔业为生,当地居民们都积极参与进了海洋旅游的开发活动中。

“CT7—2—发展当地居民的另类生计是减轻对渔业依赖的一种潜在方式”

“CR7—1—以前用作小型钓鱼活动的港口现在主要是用来停靠游艇发展游艇旅游”

“IT5—1—一些原本用作农业的用地现在用来发展旅游业,大部分的经营者是岛上的居民”

在该维度中,对海洋旅游在发展与开发过程中所遇到的优劣势,所面对的挑战和机遇进行了阐述。海洋旅游的“发展与规划”要求政府充分考虑海洋旅游目的地的优劣势,选择生态条件更加良好的目的地进行旅游开发,并且要应对其开发中所带来的各类情况。共提炼出“良好的海洋生态系统”、“过度开采”、“海洋垃圾”“海洋渔业”四个关键词。

(三)基于环境维度的海洋旅游意象

海洋旅游具有明显的季节性,不同于其他类型的旅游,如红色旅游、游学旅游等,即使是在雨雪天气下仍能进行;但海洋旅游则受到了天气情况、自然灾害等意外事件的极大影响,下列数据内容提及到了极端事件类型及可能产生的影响:

“CT1—6—极端事件,如海啸、地震、漏油等事件对环境带来了巨大的影响”

“CT1—9—燃油的泄漏不仅影响了墨西哥海峡,还对周边的其他地区造成了影响,如德克萨斯州等”

“MT6—1—自然灾害如海啸、地震等会对珊瑚生态系统造成较大的破坏”

夏季是海洋旅游的旺季,但同时也是台风等自然灾害多发的季节。一旦发生台风等灾害,则海洋旅游几乎无法开展,对海洋旅游经营者们造成极大的经济损失。在因自然灾害对海洋旅游造成的影响中,以2004年的印度洋海啸影响最为严重。受到地震影响而产生的海啸高达10余米,人员、财产损失惨重,更是影响至非洲、波斯湾等沿岸国家,是全世界范围内自19世纪以来死伤人数最多的海啸灾祸。

除了自然灾害外,人类行为活动也对海洋旅游的环境造成了严重的破坏。对于海洋旅游而言,快速发展的海洋生态旅游目的地面临着巨大压力,海洋生态的保护是保证海洋旅游能够可持续发展的首要条件,而与海洋生态旅游有关的活动大都依赖于环境吸引力而产生,从而吸引大量游客。伴随游客数量的增多而接踵而至的,是环境的超负荷力,下列数据内容对于人类活动所造成的环境破坏问题有所涵盖:

“CT2—3—在防晒的同时,人们所采用的能够对紫外线辐射进行过滤的防晒霜也对海洋旅游环境造成了一定程度的破坏”

“CT2—8—紫外线辐射能够对海洋环境造成破坏主要有两个途径,一是水上休闲活动导致,另一个是因为污水处理厂的废水排放”

“CR2—2—污染主要包括九个方面:浪费、有害排放、空气排放、污水、压载水、生物灭杀剂、物理扰动与碰撞、噪音、光源”

“CR2—7—噪音污染对海洋环境造成的破坏十分严重,但常常被人们所忽视”

从上述数据内容中进行概括,人类活动对海洋旅游造成的环境破坏问题可以分为以下四个部分:

(1)人类开展海洋旅游活动而造成的环境破坏。在开展海洋旅游活动中,旅游者数量增多会带来更多的垃圾、废弃物,从而造成海洋沙质的降低、海底生态结构的失衡等等。

(2)设施设备造成的环境破坏。游艇、邮轮等海洋活动所产生的燃料、废气、化学物质等对海洋环境的影响是十分严重的。以邮轮为例,邮轮旅游所带来的污染主要包括水资源浪费、大气排放、固体垃圾等,大型邮轮对环境造成的污染更严重。

(3)由于旅游者数量增多,对酒店和住房的扩张需求则会导致环境的破坏,增加了环境污染和资源的废弃。同时也会改变土地用途,因过度开垦而造成土地营养流失,土地沙化等。

(4)气候变化带来的海洋旅游问题。气候变化

对作为当地人经济收入来源的海洋旅游造成了较大的影响和危害,由于气候变化及海平面上升的影响,海洋旅游受到世界范围内被侵蚀的威胁。

因此,受到自然灾害和人类活动的影响,会产生如海平面上升、海底生态系统破坏等在海洋旅游发展中所面临的环境压力下的现实问题;故将“海洋生态系统破坏”作为海洋旅游的意象特征。

通过上述分析可以看出,环境的“脆弱性”也是海洋旅游的一个显著特征。环境资产是海洋旅游赖以生存和发展的基础,海洋环境极易受到自然和人为的影响,而一旦海洋环境遭到破坏,则无法开展海洋旅游。旅游业的开发不应该是对环境的破坏过程,而应该是对海洋生态的一个保护过程。编号为CT5—7的数据所提及的,“在古巴,适宜的环境保护政策的采用使得被侵蚀的环境问题得到了解决,改善了自然景观,如人工育滩和沙丘恢复等”,通过合理开发推动环境的护育才是海洋旅游应走之路,应尽之责。

综上所述,在“环境”维度中,以“海底生态系统破坏”、“环境的脆弱性”作为海洋旅游的意象特征。

(四)基于经济条件维度的海洋旅游意象

1. 海洋旅游经济的“双面性”

通过对相关数据的分析可以发现,海洋旅游具有带动经济增长,增加就业机会的作用,从下列数据中进行概括:

“YT1—2—游艇旅游在旅游业发展趋势良好,所占角色越来越重要,带来了极大的经济增长,并创造出许多就业机会”

“CT1—3—墨西哥海峡的整个GDP中,海洋旅游业占了其中的一部分”

“CT5—11—古巴现代旅游业发展受到了政府的大力支持,被认为是古巴受到金融风暴后增加外汇收入的主要来源”

“CT8—7—海洋经济的确增加了沿海地区,尤其是当地的经济收入”

海洋旅游的兴起为一些不发达的海滨城市带来了更多的机会,使得百姓的生活条件得到了好转,而对于海洋旅游的过分依赖,也使得这些地区的经济十分不稳定。产业的单一化造成了经济的脆弱性,一旦遇到自然灾害,或人为的经营不当,将会对其经济发展造成严重打击。即使不出现上述对经济产生严重影响的问题,海洋旅游淡旺季的问题也是十分严重的。目的地居住人口受到时令影响极大。下列数据反映的是海洋旅游目的地旅游旺季时所产生的

问题,接待设施超负荷以及环境的严重破坏使得这些旅游目的地不再能为当地带来经济收益,相反,甚至可能破坏当地的经济结构,减少经济收入。

“BH18—4—在这些人口最为拥挤的沿海自治区,现存的场地和基础设施已经不能满足由此产生的额外的压力”

“BH18—5—旺季时期已经超出当地的接待能力,导致对自然地理系统和自然环境产生了严重的影响”

通过上述的分析可以发现,海洋旅游活动具有“经济的双面性”,既能为当地创收,提高就业率;又会由于经济维度单一而产生许多问题。针对这一系列问题,可以采取征收一定费用的形式。下述数据涉及到了征收环境保护费的内容:

“BH2—1—进入费用系统被认为是对环境服务的支付,这种环境服务费的进入费提高了行业参与度、透明度以及公平性”

“BH2—2—旅游者或其他人应支付进入费用以弥补对当地环境造成的不利影响”

“BH15—1—92%被调查对象表示他们愿意支付一定费用来对沙滩环境进行改善”

“BH15—2—每人次游览自愿支付的固定价格以及当地税收是首选的支付来源”

通过对旅游者征收费用,一方面能够使旅游者能够更加珍惜其进行旅游活动的体验,甚至能够使旅游者主动参与进入环境的保护中,意识到并正视环境问题;另一方面,将这笔征收的费用用于对环境、文化遗产资源的保护中,能够保证海洋旅游活动的可持续进行,带来更多的收益。因此,在该部分中,海洋旅游的意象特征可以用“经济的双面性”和“环境保护费”两个词语进行概括。

2. 海洋旅游的“高端定位”

海洋旅游的“高端定位”主要有两个表现途径,一是海洋旅游花费较其他类型的旅游较高,二是海洋旅游活动发展之初所针对的阶层较高。

海洋旅游除了简单的观光游览等旅游基本活动外,丰富而新颖的海洋旅游项目也成为了吸引旅游者前往的一个重要原因。潜水、帆船等活动需要经过专人的指导才能进行,而不是简单就能开展;游艇、邮轮等旅游活动,由于大部分的活动内容均在游艇、邮轮上进行,故商品具有垄断性。正是由于这些原因,使得此类海洋旅游活动的花费也较高。

“YT1—4—游艇旅游能够让旅游者感到舒适,是一种相对高消费的旅游方式”

“CR2—9—在邮轮上的旅游消费远远高于在陆地上的消费”

“CR6—11—如果邮轮旅游的价格较低,则会在邮轮上花费更多”

对于一些海岛,岛上土地肥沃度较差,且土地面积较少。尤其是在大面积开展海洋旅游活动后,大量的土地用途被变更,用以修建酒店、餐厅等旅游基础性场所。海岛上的土地不足以种植足够的蔬菜瓜果来满足当地居民和旅游者的需要,需要从外界运输食材,这也增加了海洋旅游目的地基本生存所需要的成本,使得当地食宿费用较高。

海洋旅游活动除消费高外,其发展之初所针对的阶层类型也显示出了其“高端定位”的特性。

“YL2—2—家庭收入和邮轮赞助旅行有明显的影响”

“CT3—5—在一些地中海国家,其海洋旅游发展主要是修建一些豪华的酒店从而吸引上层人士”

“CT3—6—正如我们所说,海洋旅游的发展开端,其口号为‘海洋和日光浴’,参与其中产生旅游动机的主要是上层阶级”

从上述数据中可以看出,从海洋旅游兴起之时起,其设定的消费群体便是高收入阶层;随着社会生产力的解放,工人阶层逐渐占据了较大的比例,其收入也有了上升,也渐渐加入到海洋旅游的行列中。受到海洋旅游长期以来所给旅游者们形成的“高端定位”的思想影响,越来越多的大众消费者也选择开展海洋旅游,并作为自身消费水平获得认可的一个途径;在夏季,一些海滨沙滩所呈现的“下饺子”状的海洋旅游虽然并不是高端定位,但是为大众旅游者们提供一个能够看海、玩沙、晒太阳的旅游场所,满足了前文所提及的游客参与海洋旅游欣赏独特海滨风光的目的。

海洋旅游是一种较为新型而独特的旅游方式,其旅游体验和旅游活动都独具特色;通过上述数据的归纳,能够得出海洋旅游具有“高端定位”的特性。因此,在“经济条件”维度中,海洋旅游意象可以用“经济的双面性”、“环境保护费”、“高端定位”三个关键词进行概括。

四、结论与展望

海洋旅游是旅游业发展中不可忽视的一部分,在世界海洋经济的成长中有着巨大的意义。因此,对于海洋旅游的研究十分重要,对于海洋旅游意象的构建能够使旅游者、规划者、开发者更好的了解海

洋旅游。所谓意象,是人类大脑中对于某一事物的主观感受,受到与之相关的各类客观事物的影响。在旅游中,旅游者所形成的主观感受促使旅游意象的产生,旅游意象是一个由“意”到“象”,由低级向高级转变而形成的思想认知。海洋旅游意象形成的首要条件是能够给旅游者带来“海洋性”的旅游认知,是其他能够对海洋旅游产生影响,并且与海洋旅游

开展所依托的各类资源要素汇总融合形成的综合意象形态。

在本次研究中,笔者采用扎根理论的研究方式,对国外的涉及海洋旅游的文献内容进行分析。在对文献数据的分析后,共提取出二十个关键词,如表2所示。

表2 海洋旅游意象关键词

范畴	关键词	特征
基本属性	海洋性	该意象是海洋旅游与其他旅游形式相区别的根本属性
	休闲性	海洋旅游所能为旅游者们带来的休闲的旅游体验是驱动其出行的主要条件
	洁白而干净的沙滩	海洋旅游吸引旅游者的主要因素之一,优质的沙滩能够给旅游者更好的旅游体验
	纯净清澈天蓝的海水	海洋旅游吸引旅游者的主要因素之一,也是构成海洋旅游的根本要素
	温暖的阳光	海洋旅游吸引旅游者的主要因素之一,使游客享受“日光浴”
	海岛	国外海洋旅游发生场所中,海岛成为了一个显著特征,国外海岛旅游发展较好
	多样的海洋体育活动	随着社会进步,海洋体育活动逐渐被纳入海洋旅游中,包括帆船、海钓、游艇、滑水等项目;多样的海洋体育活动丰富了海洋旅游内容
	海洋渔业	传统海洋渔业的作业方式影响着海洋旅游活动方式,原始渔业的作用也渐渐被海洋旅游取代
经济	经济的双面性	海洋旅游的发展既能够为当地带来经济收入,提高就业率;但同时单一的经济结构也使得这些地区经济不稳定
	环境保护费	通过征收环境保护费能够使游客意识到环境问题,注重保护环境;也能够用于地区环境资源保护
环境	高端定位	源于海洋旅游的花费较高以及发展之初所针对的阶级层级为上层阶级影响
	良好的海洋生态环境	海洋生态环境质量高低影响了海洋旅游活动质量高低,游客更加偏好于生态环境质量良好的目的地
	过度开采	快速发展海洋旅游的需要也导致了部分海洋旅游目的地的过度开采、开发
	海洋垃圾	主要来源于海洋旅游开展中所产生的不可避免的废弃物、以及人类不文明旅游所造成的环境垃圾
精神文化	环境的脆弱性	海洋生态环境十分脆弱,自然灾害以及人类活动都会对海洋环境造成严重破坏
	海洋生态系统破坏	人类活动、开展海洋旅游所需的设施设备、酒店住宅扩张的需要、废弃物等资源浪费、气候变化等因素都会破坏海底生态系统,而需要漫长的时间进行修复
	冒险	西方海洋文化带着征服、冒险色彩,也使得西方开展海洋旅游时,更愿意开展一些具有危险性、刺激性的旅游项目
海洋体育活动	海神信仰	渔民长期以来的精神寄托,也是海洋节庆活动的构成主体
	亲近海洋	西方海洋体育活动种类更加丰富,如潜水、滑水、浮潜等活动能够给旅游者们更多的亲近海洋的机会
	刺激性	受到西方文化影响,其开展的海洋体育活动更加具有刺激性,如帆船、滑水等

通过本次研究,笔者希望能够为日后海洋旅游的发展提供一个参考依据。对于旅游参与者而言,能够根据海洋旅游的意象特征来判断该旅游活动方式是否吸引自身;对于旅游开发商而言,能够更加清楚明晰地对某一海洋旅游地进行规划设计,了解并满足旅游者对于海洋旅游的需求,从而更好地发展海洋旅游,扩大市场占有率,吸引更多的旅游者,促

进海洋旅游发展。

参考文献:

- [1] 《2016年中国海洋经济统计公报》[R]. 北京:国家海洋局,2016.
- [2] Kevin Lynch. The Image of the City [M]. MIT Press,1960.
- [3] Hunt, J. D. Image as a factor in tourism development

- [J]. *Journal of Travel Research*, 1975, (15):1-7.
- [4] Therkelsen A. Imagining Places: Image Formation of Tourists and its Consequences for Destination Promotion [J]. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2003, 3(2):105-112.
- [5] Comas RCJGJ. Destination networks and induced tourism image[J]. *Tourism Review*, 2008, 63(2):17-24.
- [6] LA. Caib HXL. Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis[J]. *Tourism Management*, 2014, 40 (1):213-223.
- [7] 陈才,李兆元,刘心怡.大连旅游意象研究——基于博客游记的探讨[J].*旅游论坛*,2010,03(3):355-360.
- [8] 吴承照,王婧.基于游客感知的上海都市空间旅游意象研究[J].*现代城市研究*,2012(2):82-87.
- [9] 高峻,韩冬.基于内容分析法的城市历史街区意象研究——以上海衡山路·复兴路历史街区为例[J].*旅游科学*,2014,28(6):1-12.
- [10] 周永博,沈敏,魏向东,梁峰.遗产旅游地意象媒介传播机制——苏州园林与江南古镇的比较研究[J].*旅游学刊*,2012,27(10):102-109.
- [11] 苑炳慧,辜应康, YUAN Binghui, GUY Yingkang. 基于顾客的旅游目的地品牌资产结构维度[J].*旅游学刊*,2015,30(11):87-98.
- [12] 张天问,吴明远.基于扎根旅游的旅游幸福感构成[J].*旅游学刊*,2014,29(10):51-60.
- [13] 郑荣娟,白凯,马耀峰.基于扎根理论的美国游客中国意象研究[J].*旅游科学*,2014,28(4):52-64.
- [14] 王汝辉,吴涛,樊巧.基于扎根理论的三圣花乡旅游景区原住民生存感知研究[J].*旅游学刊*,2014,29(7):31-38.
- [15] 何琼峰.基于扎根理论的文化遗产景区游客满意度影响因素研究——以大众点评网北京5A景区的游客评论为例[J].*经济地理*,2014(01):168-173.
- [16] Mehmet Sariisik, Olgun Turkayb, Orhan Akovac, How to manage yacht tourism in Turkey: A swot analysis and related strategies[J]. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2011, 24:1014-1025.
- [17] JWL Jr, Ludic and Liminoid aspects of charter yacht tourism in the Caribbean[J]. *Annals of Tourism Research*, 1983, 10(1):35-36.
- [18] R Genc, I Pymar, Yacht tourism and internet marketing applications[J]. *International Journal of Tourism & Travel*, 2009:11-21.
- [19] M Sariisik, O Turkay, O Akova, How to manage yacht tourism in Turkey: A swot analysis and related strategies[J]. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2011, 24:1014-1025.
- [20] J. R. Nelson, T. H. Grubesic, L. Sim, K. Rose, A geospatial evaluation of oil spill impact potential on coastal tourism in the Gulf of Mexico[J]. *Computers Environment & Urban Systems*, 2017.
- [21] David Sánchez-Quiles, Antonio Tovar-Sánchez, Are sunscreens a new environmental risk associated with coastal tourism? [J]. *Environment International*, 2015, 83:158-170.
- [22] Laura Onofri, Paulo A. L. D. Nunes, Beach 'lovers' and 'greens': A worldwide empirical analysis of coastal tourism [J]. *Ecological Economics*, 2013, 88 (C):49-56.
- [23] G. Anfuso, A. T. Williams, J. A. Cabrera Hernández, E. Pranzini, Coastal scenic assessment and tourism management in western Cuba[J]. *Tourism Management*, 2014, 42(2):307-320 .
- [24] G. Anfuso, A. T. Williams, G. Casas Martínez, C. M. Botero, J. A. Cabrera Hernandez, E. Pranzini, Evaluation of the scenic value of 100 beaches in Cuba: Implications for coastal tourism management[J]. *Ocean & Coastal Management*, 2017, 142:173-185.
- [25] Philip Feifan Xie, Vishal Chandra, Kai Gu, Morphological changes of coastal tourism: A case study of Denarau Island, Fiji[J]. *Tourism Management Perspectives*, 2013, 5:75-83.
- [26] Brooke A. Porter, Mark B. Orams, Michael Luck, Surf-riding tourism in coastal fishing communities: A comparative case study of two projects from the Philippines[J]. *Ocean & Coastal Management*, 2015, 116: 169-176.
- [27] Haryo Dwito Armonoa, Danu Tri Kurniawana, The Evaluation of Beach Recreational Index for Coastal Tourism Zone of: Delegan, Kenjeran, and Wisata Bahari Lamongan Mahmud Mustaina[J]. *Procedia Earth & Planetary Science*, 2015, 14:17-24.
- [28] E J Stewart, J D awson, D Draper, Cruise Tourism and Residents in Arctic Canada: Development of a Resident Attitude Typology[J]. *Journal of Hospitality & Tourism Management*, 2011, 18(1):95-106.
- [29] Hrvoje Caric, Peter Mackelworth, Cruise tourism environmental impacts-The perspective from the Adriatic Sea[J]. *Ocean & Coastal Management*, 2014, 102: 350-363.
- [30] Giacomo Del Chiappa, Carlota Lorenzo-Romero, Martina Gallarza, Environmentally sustainable cruise tourism: a reality check David Johnson[J]. *Marine Policy*, 2002, 26(4):261-270.
- [31] C. Paoli, P. Vassallo, G. Dapueto, G. Fanciulli, F.

- Massa,S. Venturini,P. Povero, The economic revenues and the energy costs of cruise tourism[J] Journal of Cleaner Production,2017,166.
- [32] Jackie Dawson, Margaret Johnston, Emma Stewart, The unintended consequences of regulatory complexity: The case of cruise tourism in Arctic Canada[J] Marine Policy,2017,76:71-78.
- [33] RE Wood, Caribbean cruise tourism: Globalization at sea[J] Annals of Tourism Research,2000,27(2):345-370.
- [34] JG Brida,S Zapataaguirre,Cruise Tourism:Economic, Socio-Cultural and Environmental Impacts[J]. Social Science Electronic Publishing,2010,1(3):205-226.
- [35] Sorada Tapsuwan,Wansiri Rongrongmuang ,Climate change perception of the dive tourism industry in Koh Tao island, Thailand[J]. Journal of Outdoor Recreation & tourism,2015,11,58-63.
- [36] Giacomo Del Chiappa, Marcello Atzenic, Vahid Ghasemi, Community-based collaborative tourism planning in islands: A cluster analysis in the context of Costa Smeralda[J]. Journal of Destination Marketing & Management,2016.
- [37] R Croes,J Ridderstaat,MV Niekerk, Connecting quality of life, tourism specialization, and economic growth in small island destinations: The case of Malta Robertico Croes, Jorge Ridderstaat, Mathilda van Niekerk[J]. Tourism management,2018,65:212-223.
- [38] Gaunette Sinclair-Maragh,Dogan Gursoy, Imperialism and tourism: The case of developing island countries [J]. Annals of Tourism Research,2015,50:143-158.
- [39] MARK P. HAMPTON, JULIA JEYACHEYA, Power, Ownership and Tourism in Small Islands: Evidence from Indonesia [J]. World Development, 2015,70:481-495.
- [40] Mohd Hafiz Hanafiah, Inoormaziah Azman, Mohd Raziff Jamaluddin, Norliza Aminuddin, Responsible Tourism Practices and Quality of Life: Perspective of Langkawi Island communities[J]. Procedia-Social and Behavioral Sciences,2016,222:406-413.
- [41] Y Gurtner, Returning to paradise: Investigating issues of tourism crisis and disaster recovery on the island of Bali Yetta Gurtner[J]. Journal of Hospitality & Tourism Management,2016,28:11-19.
- [42] Malaysia Siew Imm Ng, Kei Wei Chia,Jo Ann Ho, Sridar Ramachandran,Seeking tourism sustainability e A case study of Tioman Island[J]. Tourism Management,2016,28:11-19.
- [43] Jin Young Chung, Taehee Whang,The impact of low cost carriers on Korean Island tourism[J]. Journal of Transport Geography,2011,19(6):1335-1340.
- [44] Tsen-Chien Chen, Kuo-Cheng Ku, Ta-Chung Ying, A process-based collaborative model of marine tourism service system-The case of Green Island area, Taiwan[J]. Ocean & Coastal Management,2012,64(8):37-46.
- [45] M Papageorgiou,Coastal and marine tourism: A challenging factor in Marine Spatial Planning Marilena Papageorgiou [J]. Ocean & Coastal Management, 2016,129:44-48.
- [46] Duan Biggs,Christina C. Hicks,Joshua E. Cinner,C. Michael Hall, Marine tourism in the face of global change: The resilience of enterprises to crises in Thailand and Australia[J]. Ocean & Coastal Management,2015,105:65-74.
- [47] Marilena Papageorgiou, Marine spatial planning and the Greek experience[J]. Marine Policy,2016,74:18-24.
- [48] Duan Biggs,Christina C. Hicks,Joshua E. Cinner,C. Michael Hall, Marine tourism in the face of global change: The resilience of enterprises to crises in Thailand and Australia[J]. Ocean & Coastal Management,2015,105:65-74.
- [49] Zainul Hidayah,Daniel M Rosyidb,Haryo Dwito Armono,Planning for sustainable small island management: case study of Gili Timur Island East Java Province Indonesia[J]. Procedia-Social and Behaviroal Sciences,2016,227:785-790.
- [50] Scott P. Wilson,Krista M. Verlis, The ugly face of tourism: Marine debris pollution linked to visitation in the southern Great Barrier Reef, Australia[J]. Marine Pollution Bulletin,2017,117(1-2):239.
- [51] Adjie Pamungkasa,Aries Sulistyonob,Vely Kukinul Siswanto, Poteran Carrying Capacity for Small Island Development[J]. Procedia-Spcoal and Behavioral Sciences,2016,227:761-769.
- [52] IndonesiaFery Kurniawan,Luky Adrianto, Dietrich G. Bengen,Lilik Budi Prasetyo, Vulnerability assessment of small islands to tourism: The case of the Marine Tourism Park of the Gili Matra Islands[J]. Global Ecology & Conservation,2016,6(C):308-326.
- [53] Khaled A. Osman,Baher I. Farahat, The conservation of the waterfront of Saida: A model for tourism and culture-led revitalization in valuable areas [J]. Hbrc Journal,2017.
- [54] B Canavan,Tourism culture: Nexus, characteristics, context and sustainability Brendan Canavan [J]. Tourism Management,2016,53:229-243.

- [55] SM Isa,L Ramli,Factors influencing tourist visitation in marine tourism:lessons learned from FRI A quarry Penang,Malaysia[J]. International Journal of Culture,2014,8(1):103-117.
- [56] 庄志明.论旅游意象属性及其构成[J].旅游科学,2007,21(3):19-26.
- [57] 张素景.大连市旅游意象空间研究——基于城市意象理论视角[D].沈阳:辽宁师范大学,2014.
- [58] 赵安周,白凯,卫海燕.入境旅游目的地城市的旅游意象评价指标体系研究——以北京和上海为例[J].旅游科学,2011,25(1):54-60.
- [59] Fakye, P. C. & Crompton, J. Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the lower Rio Grande Valley[J]. Journal of Travel Research. 1991(2):10-16.
- [60] 李瑞.城市旅游意象及其构成要素分析[J].西北大学学报(自然科学版),2004(04):494-298.
- [61] 王亚平.城市旅游意象的生成方式研究[D].上海:华东师范大学,2013.
- [62] Guun, C. A. Vacatinscape: Designing tourist regions (2nd ed.)[J]. New York: Van Nostrand Reinhold, 1989:23-38.
- [63] 尚光一.唐人的海洋心态和唐诗的海洋意象[J].南阳师范学院学报(社会科学版),2011,10(2):66-71.
- [64] 黄纯艳.宋代海洋知识的传播和海洋意象的构建[J].学术月刊,2015(11):157-167.
- [65] 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.
- [66] 曲金亮.海洋之美:海洋城市魅力所在[J].城市观察,2014(06):13-21.
- [67] Charmaz, k. Constructivist and Objectivist Grounded Theory in N. K. Denzin & Y. Lincoln(Eds.), Handbook of Qualitative Research (2nd ed.)[M]. Thousand Oaks,CA:sage,2000:509-535.
- [68] Barney G Glaser, Anselm L Strauss. The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research[M]. 1967.
- [69] A Strauss, J. M. Corbin. Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques [M]. Modern Language Journal. 1990,77(2):129.
- [70] 高军,马耀峰,吴必虎.外国游客感知视角的我国入境旅游不足之处——基于扎根理论研究范式的分析[J].旅游科学,2010,24(5):49-55.

The Construction of the Ocean Tourism Image Based on the Grounded Theory

CAI Libin, LI Wenyu

(School of Management, Ocean University of China, Qingdao 266100, China)

Abstract: This paper makes a literature review on the related concepts of image, and adopts the grounded theory to construct the concept of marine tourism image in a qualitative way. After screening, the contents of 40 foreign literatures are encoded by grounded theory coding. The concept and category of data are divided by three level encoding method of grounded theory, and 363 related data are coded, and five main categories are: development and planning, basic cognition, tourist perception, environment, and economic conditions. By further processing and analyzing the data, twenty key words are extracted to describe marine tourism and the image of marine tourism is constructed.

Key words: marine tourism; image; grounded theory; oceanic nature

(责任编辑:魏有广)

青岛民宿现状与发展对策研究^{*}

李 达,王政军

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

摘要:近几年来,伴随着旅游者多样化和个性化需求的不断增长,民宿经济快速发展起来。青岛作为我国著名的滨海度假旅游城市,民宿发展日益得到各界重视。本文回顾了国内外民宿发展的概况,分析了青岛市民宿发展现状及存在的问题,并提出了发展的对策建议,以期为我国民宿的经营管理起到一定的借鉴作用。

关键词:民宿;现状;对策;青岛市

中图分类号:F590 文献标识码:A

一、引言

伴随旅游经济发展升级,我国旅游市场进入休闲度假、体验旅游为主的新阶段,相较于星级酒店,民宿门槛不高,随着旅游业的蓬勃发展,消费升级,企业平台不断介入,民宿成为旅游业不可或缺的一环。从发展进度看,我国整体还处于民宿发展的初级阶段,2012年,国内民宿从业者尚不足10万,于2014至2015年间迅速兴起,2016年从业者已增至近90万人。2015年出台的《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》强调,“积极发展客栈民宿、短租公寓、长租公寓等细分业态”,并将其定性为生活性服务业。目前,我国客栈民宿总数达42658家,主要分布在南方,以西南和东南地区最为火热,其中云南省以6466家数量居全国第一。

青岛作为我国北方地区国家沿海重要的中心城市和滨海度假旅游城市,旅游市场淡旺季明显。民宿适应旅游者个性化需求,有效增强了旅游旺季的市场容纳能力,但仍存在经营主体缺乏统一的法律制度保障,监管主体不明确;尚未形成系统的地方性民宿发展政策等问题。调研发现,青岛民宿产品从市场定位、市场推广、经营管理等方面同质化现象较为突出,品牌化程度较低、管理水平不高、管理人才缺乏,盈利能力亟待提升,存在着明显的淡旺季。总体来看,与国内同类旅游城市相比,青岛市对于民宿

发展的政策方面总体相对滞后,对民宿业发展的规范性、指导性和支持性的政策供给不足。本文提出青岛市民宿发展的具体建议,以期为青岛民宿业的良性发展,改善青岛市旅游住宿业的结构,提高青岛民宿业的经营管理水平提供理论借鉴。

二、国内外民宿发展概况

“民宿”起源于20世纪60年代的欧洲,后传到日本。日本的民宿是东亚地区的源头。国外民宿业经过较长时期的发展已相当成熟,其显著特点包括:业已形成行业协会组织;经营中高度关注人性化和个性化;服务内容呈现多样化;民俗化、本地化、家庭化。

近几年,伴随着旅游者的多样化和个性化的需求,在我国的杭州、乌镇、丽江、大理等地,民宿快速发展,并且得到当地政府的大力支持和民间资本的高度青睐。2015年,首部县级乡村民宿地方标准规范在浙江德清发布,“民宿”概念首次在我国大陆地区以正式文件的形式面向市场,标志着我国民宿开始走向规范化管理的探索。2016年,浙江省发布《浙江省民宿管理办法》,许多省市也陆续出台民宿的管理办法,规范和支持民宿的发展。2017年,原国家旅游局出台了《旅游民宿基本要求与评价》,标志着我国民宿的发展正式迈入规范化、品质化、科学化的发展阶段。文件将民宿定义为:利用当地闲置资源,民宿主人参与接待,为游客提供体验当地自

* 收稿日期:2018-04-16

基金项目:2017年度青岛市双百调研工程课题(2017-B-14)

作者简介:李达(1965-),男,山东莱阳人,青岛酒店管理职业技术学院党委书记,高级经济师,主要研究方向为旅游经济、旅游职业教育。

然、文化与生产生活方式的小型住宿设施。文件根据所处地域的不同可分为：城镇民宿和乡村民宿，对民宿界定为民宿业主或经营管理者。

表1 国内地方性支持政策统计

城市	最高补贴金额
杭州	100万
宁波	20万
温州	1万/间
绍兴	6000/床位
慈溪	10万
丽水	20万
海宁	补贴装修金 50%
永康	10万
张家界	30万
厦门	60万
上饶	30万
芜湖	1万/间
海口	8万

表2 青岛市民宿与客栈总体规模

行政区划	客栈	家庭旅馆	青年旅舍	农家乐	连锁品牌	酒店式公寓	度假别墅	精品客栈	民宿	度假休闲	主题酒店	数据监测小计(1)	实际物业数量小计(3)	各类型占比(%)	旅游民宿界定下物业数量统计	旅游民宿界定下总体数量占比%
市南区	111	293	138	4	9	1141	24	0	344	2	0	2066	1854	25.53	776	23.34
市北区	43	90	48	1	4	708	1	1	183	5	0	1084	1020	14.04	319	9.59
李沧区	7	24	12	0	0	115	3	0	53	0	0	214	203	2.79	87	2.62
崂山区	105	146	18	296	3	493	61	0	236	2	0	1360	1273	17.53	844	25.38
黄岛区	84	185	39	76	9	1934	18	0	768	0	0	3113	2618	36.05	1131	34.02
城阳区	14	19	3	7	3	94	5	0	41	0	0	186	181	2.49	86	2.59
即墨区	6	26	0	8	0	21	13	0	0	1	0	75	75	1.03	53	1.59
胶州市	2	6	0	1	1	12	13	0	0	0	0	35	22	0.30	22	0.66
平度市	1	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	5	5	0.07	3	0.09
莱西市	1	1	0	1	0	9	0	0	1	0	0	13	12	0.17	4	0.12
小计(2)	374	791	258	395	29	4529	138	1	1626	10	0	8151	7263		3325	

注：因去哪儿网数据统计中存在对同一物业同时具有两种及两种以上属性的情况，故本表中实际“民宿与客栈”总数以小计(3)为准。

区域集中程度明显：以市南区、市北区、李沧区、崂山区、西海岸新区、即墨区温泉镇为代表，呈现出以市南—西海岸东西沿海旅游沿线，崂山风景区、即墨温泉镇为重要支点的地域集中性特征。

青岛市的民宿也呈现出以景区民宿为主的特点，从景区民宿的选址方面来看，房东选址偏好靠近自然风景类和休闲度假类景区；景区民宿数量增速非常快，2015年开业的景区民宿占比为14.2%，

地方对民宿的政策则主要以补贴政策为主，据不完全统计，目前至少有12个地市出台了额度不等的补贴政策，其中又以杭州和厦门补贴金额最多，两地民宿客栈最高分别可获得100万元和60万元的金额补贴。

三、青岛市民宿发展现状分析

(一)青岛民宿规模与集中度分析

自2017年5月至11月，对“去哪儿网”网络平台“客栈与民宿”频道下相关房源的总体数据进行采集，按照“酒店位置”、“价格范围”、“设施服务”、“客栈档次”、“入驻要求”等5个主要搜索限定条件，浏览统计内的客栈民宿进行核准校对，得出民宿客栈的最终数量，登记房源数量为7263家，约占山东省37.43%，占全国的3.59%，如表2所示。

2016年和2017年占比分别为38.7%、35.3%。

此外，高端精品民宿2年时间内数量从无到有，现有及在建精品民宿规模达到约100家以上。

(二)青岛民宿类型分析

青岛民宿按照开发模式和产品层次可划分成不同类型，其中品质较高的民宿以企业主导型为主体，自用住宅自主投资占比也非常高，但是整体底蕴亟待提高。具体如表3所示。

表3 青岛市民宿开发模式、类型及特点分析

开发模式	开发方式	资金来源	利益主体的职责					典型代表
			本地居民	政府	协会	运营商	外来居民	
自用住宅自主投资型	房屋所有者自发开发/个人租赁居民房屋进行民宿改造	业主+个人+资金募集	开发、经营	政策支持和社会环境引导	—	—	租赁、开发、经营	
协会型	业主(村委会)成立协会,居民以服务入股,进行统一运作	业主+协会+政府	开发	引导、支持、规范	开发、管理、推广	—	—	西海岸新区王家台后社区民宿集聚区;胶州市纪家庄村水云阁;平度市仁兆镇沽河民宿小镇(在建);
政府主导型	政府统一引导、当地居民改造自家房屋、开发民宿	业主+政府	开发、运营	管理、推广、监管、培训、协调	—	—	—	崂山旅游发展集团东麦窑“仙居崂山”
企业主导型	企业租赁或购买对住宅的所有权和使用权,进行整体运营	运营商或资金募集	参与服务	引导、规范、管理	—	开发、运营、推广	—	微澜山居、乐活美宿、堂庭、恒山路5号

(三)青岛民宿经营管理状况分析

从开发模式类型、区域性、开业时间、产品设计规格、年平均房价等多维度,选取具有典型性代表意义的42家民宿企业进行实地调研。

1. 开发模式类型以企业主导型为主,自有住宅投资类型主要以中小投资为主,政府主导型规划起点高,其他类型相对比例较低。自用住宅投资型民宿(占28.57%)主要表现为乡村民宿;社会资本投资经营模式(占64.29%)以租赁形式为主,主要为精品民宿、城乡民宿;政府成立的市场化运作公司以崂山旅游发展集团开发的东麦窑“仙居崂山”为代表(占4.76%);其他类型(占2.38%)主要为协会型,以西海岸新区王家台后社区民宿群为主。

2. 民宿投资在50万以上的接近70%,精品民宿投资规模普遍集中在100万以上,普惠性民宿投资规模差别较大。民宿投资水平的参差不齐和其类型档次关联较大。精品民宿投资金额整体规模较大,投资额100万以上占47.62%,以仙居崂山东麦窑主题文化民宿、伊美罗薇海景别墅酒店、乐活美宿、十间海为代表;投资额50—100万以内的占21.43%,以微澜山居、美墅假期酒店等为代表;普惠性民宿投资金额整体规模较小,投资额50万以内的占23.81%,以OUR HOME客栈、SUMMER旅行

客栈为代表;投资额30万以内的占7.14%,以海润渔家乐为代表。

3. 年平均房价有待提高。年平均房价分布以401—500元(占35.71%)、500—1000元(占30.95%)为主,基本符合钟型正态分布,平均房价高于1000元民宿类型多为社会投资型精品民宿,地域上主要集中在崂山风景区内。

4. 依托得天独厚的旅游环境基础。结合地域集中分析,本市民宿对旅游环境依赖性强,乡村民宿主要依托景区(占69.05%)进行发展,城乡民宿(占35.71%)主要集中于市南区沿海一线,其中以栈桥、八大关、五四广场、奥帆中心、石老人海水浴场为重点区域。

5. 不同类型民宿年收入差别较大。主要表现在城乡民宿与乡村民宿差距较大,精品民宿与普惠性民宿差距较大,自用住宅投资型与社会资本投资型差距较大,年收入在30—50万占23.81%,50万—100万占21.43%,100万以上占42.86%。

(四)青岛民宿发展存在的问题

青岛市多为城镇民宿,在乡村民宿的开发上不足,区域分布不合理,产业资本介入不足,有影响力的地方性品牌尚不成熟。从民宿产业内部、上下游产业链和政策环境的角度对青岛民宿存在的问题进

行系统分析,发现青岛民宿业仍然高度依赖假日旅游经济和景区旅游,民宿还不是核心吸引物,需要依附于其他资源。已有的民宿存在人才匮乏、盈利模式单一、过度设计开发的现象;专业性的缺失、人才困境、竞争激烈导致部分单体经营困难,进行店铺转让,进而被经营状况良好的品牌收购;青岛民宿上下游产业链对其支持力度不够,地方性支持政策供给不足,市场的监管调控尚有较大上升空间。

四、青岛市民宿发展的对策与建议

(一)出台各项激励政策,促进青岛民宿健康发展

建立以质量管理制度、诚信制度、监管制度和监测制度为核心的服务质量治理体系;加强政策引导扶持,创新财税政策。拓宽融资渠道,推动职业化发展以城带乡,以改善基础条件,以小博大,用激励撬动大资金和资本的介入,用民宿作大旅游卫星账户。民宿的建筑设施、消防安全、经营管理都需要符合一定的标准,并交由相关部门发放相应的经营许可或准予申报登记。

国家政策多宏观指导,地方性政策应该具备具体的可操作性的细则。如2017年6月《西海岸新区加快旅游业创新发展意见的实施细则》中,单独有一条“加快发展特色民宿产业”的内容,并具有实际的可操作性的条款。《细则》指出鼓励利用宅基地、集体建设用地从事旅游经营,利用现有房屋和土地兴办民宿客栈的,可保持原土地用途、权利类型不变;土地权利人申请办理用地手续的,符合划拨用地目录的,可以划拨方式供地;不符合划拨的依法经批准可以协议方式出让;建设开发特色民宿确需新增建设用地用于公共基础设施建设的,区国土部门在年度新增建设用地指标上给予优先保障,并按法定程序办理相关用地审批手续。

(二)加强相关基础设施建设,提升服务与管理水平

旅游规划与城乡规划多规合一、旅游相关政府机构多边协作、基础设施与旅游服务全域覆盖、居民与游客共享休闲与生活空间,市场秩序与行程安全综合保障,旅游产业与上下游产业的兼容延伸融合发展。

加强对地方旅游资源、吸引游客的优质资源的摸底、统计、开发、设计、营销与服务,重视盘活闲置资源,如对空心村的利用。培育城市生活、民宿体

验、文旅情怀、地方特色为一体的生态圈,融入民宿群的培育。如崂山民宿聚落化或者集群化的发展,形成崂山民宿的品牌效应。

加强生活性服务基础设施建设,创新设计理念,体现人文精神。提升服务管理水平,拓展服务维度,精细服务环节,延伸服务链条,发展智慧服务。积极运用互联网等现代信息技术,改进服务流程,扩大消费选择。培育信息消费需求,丰富信息消费内容。改善生活性服务消费环境,加强服务规范和监督管理,健全消费者权益保护体系。深度挖掘我国传统文化、民俗风情和区域特色的发展潜力,促进生活性服务“走出去”,开拓国际市场。

加强市场调控与监管力度,坚持质量为本,提升品质水平。丰富文化内涵,打造服务品牌。民宿可以让住客充分感受当地的风土人情,品尝当地的住宿菜品,但如果失去政府部门监管,出现问题就很麻烦。营造良好市场环境,改善消费环境形成企业规范、行业自律、政府监管、社会监督的多元共治格局。优化发展环境,扩大市场化服务供给。聚焦重点领域和薄弱环节,综合施策,形成合力,实现重点突破,增强示范带动效应。

(三)注重挖掘地方文化,提升资源开发利用效率

地方性文化挖掘、遗产活化是有效避免同质化、创造差异化的载体。青岛市以其独特的滨海、道家文化底蕴,工业文明的冲洗,近现代文化与建筑的资源闻名,可以围绕文化挖掘与空间生产在后续调研中进一步展开研究。如可以对外地游客产生吸引力的文化:建筑文化、海洋文化、道教文化、体育文化、工业文化、宜居康养、琅琊文化、都市时尚文化;对本土游客具有吸引力的近郊体验文化:乡土文化、田园文化、民俗文化、茶道文化、民俗活动、民间艺术、民间信仰、渔家文化;还有一些季节性文化:赏花、采摘、捕捞、啤酒、体育运动、滑雪、温泉等体验性、观赏性活动或者节庆活动。

遗产活化,护用并举、混合功能,盘活地方的存量文化空间。文化创意产业寻找和吸引优秀的设计和运营管理团队参与遗产的活化,通过三个步骤进行:首先,评估遗产价值,历史文化价值、教育科研价值、活化利用价值;其次,遗产活化模式研发,静态博物馆、实景再现、舞台活化;最后,遗产活化利用,做好遗产的保护与管理。如对德国新文艺复兴式风格的原德国海军俱乐部旧址(青岛市市南区湖北路17

号)的活化使用就是一个较好的开端,在里面注入时代的元素,如私人电影院、西餐厅、咖啡吧、书店,但是一定要在充分保护的基础上进行活化使用。

民宿是目的地,不只是住宿空间,还是文化空间、社交空间、体验空间,引导老产品的再挖掘升级,培育新产品的打造开发,扎根当地特色,挖掘当地体验产品,注重民宿的精细化、品质化、文化性、地方性,增加服务有效供给,成为游客体验的纽带和衔接。有文化底蕴的固定资产和资源就是民宿发展的优质土壤。一些有文艺情怀的人,将梦想的种子埋在了老城,他们试图将老街的历史文化与现代的文化时尚相融合,从而深挖老城的魅力,扩充老城的文化张力。政府以此为助力,将老城的文化旅游业态整合。

(四)促进各类旅游业态融合发展,提高产业集聚度

建立多产业生态圈、城市居民和游客共享的生活圈,引导和满足共生性消费。民宿行业发展的“小气候”也可以在一定程度上改善“大气候”。如与影视剧合作,影视剧的拍摄,将民宿的美真实的展现在大家面前,极大的提升了民宿的知名度,对其旅游发展起到了很大的推动作用。随着互联网+、旅游+的共享、跨界融合,民宿作为随着大众旅游业兴起的产物,其必然也会寻求共生性业态的发展,产业融合必不可少。重点促进与滨海休闲度假产品、海岛旅游、非标准住宿业(民宿、短租)和乡村旅游等多种旅游业态的融合。如向农业、农产品加工业逆向融合。创意农业、休闲农业、体验农业均可成为乡村旅游的延伸内容。还有健身、健康、文化娱乐等,都能成为畅销商品。通过民宿大平台,农村一二三产业得到融合发展。

随着市场扩大,供给开始过剩。民宿经营者个体力量相对薄弱,需要联合营销活动来抱团取暖。如崂山乡村旅游集群山海风光与山海农家初步形成,但是档次偏低,以住宿、餐饮功能为主,缺乏设计和主题元素融入,档次不高。未来,需进行规模化、品牌化扩张,提升各自品牌的价值是民宿产业发展的大趋势。

(五)培育和引进民宿管理人才,提升经营管理水平

做好一个民宿显然是需要复合型的人才,既要懂酒店的运营,又要懂风土人情,还要理解时尚的风

向。引导地方院校加强对设计人才、资本聚集管理人才,多种复合型人才的培育,并提供一定的政策支持。组织民宿经营人员进行专业能力培训,组织民宿业主外出考察学习;组建民宿发展与治理智库,融合设计、经营、投资、管理、营销等方面专家,为政策制定、行业发展提供建议和指导。对于经营管理要建立双重文化,顾客满意的文化,员工发展创新的文化。

(六)加强地方性民宿品牌培育,提高市场知名度

青岛市民宿山多峰少,还没有培育出优秀的民宿品牌。民宿经历了爆发式增长后,行业进入整合时期,部分标杆品牌摆脱无序的、单体发展的模式,从纷繁的市场中脱颖而出,在资本的推动下已经或正在走向规模化、专业化、品牌化、连锁化的道路,以实现民宿经营连锁化、管理集团化、产品个性化、内涵地方化、盈利多元化。完善支持生活性服务业企业“走出去”的服务平台,提升知名度和美誉度,创建具有国际影响力的服务品牌。

挖掘和创造故事,充分挖掘和培育地方文艺和情怀的剧本,这是民宿经营业者所不能做或者短期做不起来的事情,文广宣单位义不容辞。如台湾的《海角七号》中的垦丁、海南的石梅湾、杭州西溪湿地的《非诚勿扰》等典型营销案例。要用游客增量带动区域发展,而不仅仅是原有市场份额的划分。借助专业化酒店成熟的管理经验和平台,并通过其庞大的会员系统、营销系统、管理系统、品牌影响力、渠道先发优势,进行连锁化运营,从而实现乡村民宿品牌连锁化。同时,通过营销吸引资本回流、人才回流,吸引经营管理人才和创业者回归乡村。

参考文献:

- [1] 沈杰,周继洋,王雯莹.国内外民宿发展路径及上海郊区民宿发展策略[J].科学发展,2017(5):43-51.
- [2] 张广海,孟禹.国内外民宿旅游研究进展[J].资源开发与市场,2017(4):503-507.
- [3] 罗云利.民宿设计与民宿发展的标准化及特色化思考[J].经贸实践,2017(23):52-54.
- [4] 莫燕林,史小珍,马丽卿.共享经济背景下的民宿发展对策研究[J].江苏商论,2017(2):20-24.

(下转第49页)

全域旅游视角下山东省乡村旅游提升研究^{*}

刁洪斌,刘迎华

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

摘要:全域旅游为新时期旅游业的发展提供了一种全新的发展理念,也是乡村旅游转型升级提升发展的理论根据。本文在实地调研的基础之上总结了目前山东乡村旅游发展的既有优势和存在的问题,并在此基础上提出了山东省乡村旅游提升的策略和保障机制。文章最后以临沂市为例阐述了乡村旅游的提升发展之路。

关键词:全域旅游;乡村旅游;提升;山东省

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

一、前言

随着我国旅游业的不断发展,旅游产业的转型升级,全域旅游的发展理念逐渐引起了越来越多的人的关注。2016年1月29日在全国旅游工作会议上,提出将全域旅游作为我国新时期的旅游发展战略。“旅游+”全域旅游产业融合体系建设是全域旅游推进的重要工作,而其中旅游+乡村(农业)而产生的乡村旅游近几年来发展尤其快速,2016年国内乡村旅游人数更是达到了21亿人次。乡村旅游的迅猛发展,进一步促进了农村产业结构转型升级,促进了农村地区的社会经济发展,提高了农民的收入水平,改善了农村地区的生活环境,增强了城乡居民的互动,一定程度上破解了城乡二元结构问题,促进了城市和乡村的协调发展。总之,乡村旅游的发展是全域旅游发展理念在乡村地区的有效践行。关于全域旅游视角下乡村旅游的发展,国内学者也进行了相关方面的研究。

山东省乡村旅游资源丰富,乡村旅游供需两旺,是山东省旅游业的突出特点和优势。全域旅游的发展理念为各项旅游产业的发展提出了更高的发展目标。基于全域旅游的视角下山东乡村旅游存在哪些问题,还有哪些方面需要进一步提升,应该是很多学者研究和关注的热点,但是就目前的研究看,这方面的研究成果还比较少见。本文立足山东实际,深入广大乡村旅游地区开展了一线调研,在总结现状的

基础之上,查找了问题,并进一步提出了全域旅游视角下山东省乡村旅游提升策略以及相关的机制保障。

二、山东省乡村旅游发展现状

(一)既有优势

1.政府高度重视乡村旅游发展

山东省政府以及相关旅游职能部门高度重视乡村旅游的发展,出台了一系列相关的政策方针促进乡村旅游的发展。2017年6月1日山东省人民政府印发了《山东省乡村旅游提档升级工作方案》,从重点推进规划和标准引领、规模化发展等方面着重开展乡村旅游的提升工作。同时还在资金方面给与大力支持,近5年来,山东省从财政资金中共列支7.9亿元,用于乡村旅游的奖励和培训。在用地方面,旅游相关部门也积极会同国土等部门争取乡村旅游开发用地。

2.乡村旅游产品丰富,代表性项目特色突出

山东省各地市积极依托各地乡村旅游资源优势,开发乡村旅游产品,形成了一批特色突出、具有一定的品牌影响力的乡村旅游项目。例如济南长清区的万德、双泉、张夏、马山、文昌等镇积极利用丰富的乡村旅游资源推出赏花节、采摘节、民俗游等特色旅游活动,其中万德镇的拔山村、双泉镇的西坦村被列入国家旅游局评定的首批“中国乡村旅游模范村”

* 收稿日期:2018-04-03

项金项目:2016年度山东省社会科学规划研究项目(16CGLJ43)、2015年度山东省高校人文社科研究计划项目(J15WB92)

作者简介:刁洪斌(1973-),男,山东莱芜人,青岛酒店管理职业技术学院副院长,教授,主要研究方向为乡村旅游、旅游职业教育。

名录。

3. 乡村旅游需求旺盛,经济效益明显

山东各地市依托本地乡村旅游资源,开发乡村旅游产品,极大地激发了乡村旅游者的旅游需求,旅游经济效益明显。尤其是在各个黄金周期间,各地乡村旅游者络绎不绝。2017年山东省乡村旅游消费2549亿元,同比增长15.9%。所有乡村旅游点全部进驻电商平台,实现乡村旅游移动支付。

4. 乡村旅游扶贫作用明显,助推区域社会经济发展

山东省在发展乡村旅游的过程中高度重视旅游的扶贫效用,积极引导贫困地区的农民通过发展乡村旅游走向脱贫致富的道路。例如山东淄博中郝峪村开展乡村旅游实现村民脱贫奔康,而且形成了具有一定引导性的“郝峪模式”。

5. 乡村旅游成为创客创业集聚领域,推动产业转型升级

乡村环境的日益改善和乡村旅游的快速发展也吸引了大量创客的关注。2017年8月国家旅游局对外公示了全国第三批“中国乡村旅游创客示范基地”名单,共计40个。乡村旅游创客的到来促进了摄影写生、文化创作、非遗传承、旅游电商等特色业态与乡村旅游的融合发展,也促进了农村地区的产业转型升级。

(二) 全域旅游视角下山东乡村旅游发展存在的问题

通过实地调研,笔者发现目前山东省某些地区乡村旅游发展还存在一些问题,与全域旅游的发展理念不契合,主要表现在以下几个方面:

1. 对全域旅游发展理念贯彻不足,存在一定的空泛化问题

全域旅游不是全面旅游,全域旅游不是遍地开花。乡村旅游的发展亦是如此,不能村村点火,乡乡冒烟,到处搞乡村旅游开发。但是通过调研发现,山东某些地市乡村旅游的发展过于“全面”,有些村落乡村旅游资源丰富,基础设施较为完善,适合发展乡村旅游,但是有些村落乡村旅游资源较为薄弱,不能形成一定的竞争力,但是也在发展乡村旅游,造成了资源的浪费,乡村旅游的空心化和空泛化需要引起关注。

2. 缺乏合理有效的规划和策划,乡村旅游资源开发各自为政

从实地调研看,山东某些地市在乡村旅游规划开发中普遍存在各自为政的现象,在乡村旅游规划

上存在较强的主观性,没有与周边行政区域乡村旅游规划开发形成良好的互动和补充,对于全域旅游发展理念的贯彻还有待深入。而且有些村落乡村旅游开发中片面强调对乡村自然资源的开发,而忽视了乡土文化、乡村民俗等文化内涵开发以及对乡村旅游文化狭义和片面的理解,忽视了对农村其他资源的开发和利用。

3. 乡村旅游产品特色不足,存在一定的产品同质化问题

乡村旅游的产品设计是乡村旅游发展的关键因素和基础。通过调研发现目前山东某些地市乡村旅游产品特色明显不足,一方面乡村地区的深厚文化底蕴没有深入挖掘和展现,另一方面,增加旅游者愉悦度的体验性的产品开发也不到位。很多地方还是停留在开办农家乐的初级开发阶段,能够满足旅游者深入旅游需求的旅游产品还比较少见。而且很多地方的乡村旅游产品存在着比较明显的同质化现象,在较近的地域范围内,存在很多相同或者相似的旅游项目,未来彼此之间会产生比较严重的竞争,失去发展的活力。

4. 乡村旅游市场机制不灵活,品牌知名度有待提高

乡村旅游的发展一方面需要政府的积极推动,另一方面还要依靠市场的培育和支持。决定全域旅游能否顺利推进的关键还要靠市场。目前,山东乡村旅游的发展得到了各级政府部门的高度重视,对于很多旅游项目的建设也投入大量的资金给予支持,总之政府的积极性充分调动了起来。但是市场化的经营运作机制还没有建立起来,很多项目政府投资建设并自己经营,具有较强的主观性,也没有建立现代企业管理制度,在市场开拓方面还需要做更深入的工作。很多乡村旅游点在发展的过程中,还没有形成有特色的品牌,或者品牌知名度有待提高,还未形成乡村旅游的动力源和落脚点。

5. 基础设施有待完善,经营服务管理水平有待提高

调研中发现,某些乡村旅游点基础设施社会有待完善,例如公共道路交通系统、景区的各项基础设施建设等。调研中还发现目前乡村旅游点普遍存在经营服务水平有待提高的问题。很多地方政府投入大量的资金建好了民宿和农家乐,开发了乡村旅游点,但是缺乏专业的经营管理人才,经营服务理念还比较落后。有些地方农户自发的经营管理也缺乏科学有效的培训,服务意识落后,服务水平较低,有

待提高。

三、全域旅游视角下山东省乡村旅游提升策略

(一)乡村旅游发展思路理念提升

山东省有必要建立一套乡村旅游开发遴选标准,通过标准来决定哪些村落可以发展乡村旅游,哪些村落还不具备发展乡村旅游的条件。有学者认为判定乡村是否适合发展乡村旅游的标准有两个维度,分别是外在的区位和市场条件、内在的资源基础和主观意识条件。对于这些有基础的乡村要重点打造,形成一定的品牌知名度和市场影响力,进而逐渐带动周围区域乡村旅游的发展,促进区域社会经济发展。

(二)乡村旅游规划与开发提升

山东省各地市应当对区域内乡村旅游的资源禀赋进行科学调查和理性评估,对现有乡村旅游产业的发育程度和存在的问题进行细致调研,在此基础上动员“全域”范围内的村镇相关领导参与讨论,共同拟定“全域”乡村旅游的发展规划。

(三)乡村旅游产品设计提升

乡村旅游的核心是“乡村”二字,乡村旅游产品的设计要提炼乡村的独特性,例如“好客山东”有十大品牌,可以在这十大品牌的基础之上,延伸出十大乡村旅游品牌,例如胶东半岛可以主要打造海岸渔家乡村旅游品牌,主打休闲渔业与渔家特色;运河地带乡村旅游地区深入挖掘运河文化,打造运河乡里乡村旅游区;沂蒙地区依托绿色旅游资源和红色旅游资源,主要打造沂蒙人家品牌等。

在保护传统的基础之上,建设一些服务水平、创意水平较高的乡村酒店、特色民宿、生态农庄等,以及有历史记忆、地域特色和民族风情的特色小镇跟乡村旅游结合起来,满足现代人对于高品质旅游生活的需求。让农村的绿水青山变成“金山银山”,也才能成为现代人寄托乡愁的一种载体。

(四)乡村旅游基础设施与发展环境提升

首先应该与交通部门协调,做好乡村旅游点和交通主干道的无缝连接,打通乡村旅游点断头路,解决最后一公里问题,而且在规模较大的乡村旅游点,按照生态型的要求,建设游客服务中心和停车场,同时做好旅游通道两侧道路硬化和绿化工作。其次,重点做好“改厨改厕”工作,进一步改善和提升乡村旅游点的厨房和厕所环境。再次,健全乡村旅游咨询服务体系建设,配套旅游咨询中心。“旅游+”互联网是大势所趋,发展乡村旅游,还得特别注重智慧服务。各乡村旅游点应该善于利用微信、微博等自媒

体加强宣传营销,开通免费的 wifi 服务,能够提供移动支付,大力开展智慧旅游讲解服务。

(五)乡村旅游市场营销与企业综合管理

首先,成立乡村旅游经营管理公司,对乡村旅游项目进行统一经营管理,实现政企分离。同时引进专业人才对乡村旅游项目进行经营管理,加大对从业员工的培训,提高服务技能和服务水平。

其次,通过多种市场销售渠道进行宣传促销。乡村旅游不是一家一户的各自为战,而是要实现资源的共享、形象的整合和市场一体化基础之上的整体化营销,采取政府引导、舆论造势、企业实施、农户合作的营销策略,通过统一整合产品、统一编排线路、统一包装形象,实现村庄整体的“乡村旅游名片”,或者是区域范围乡村旅游目的地的综合感知。

最后,注重乡村旅游品牌的打造。通过走品牌化发展的道路推出一系列的乡村旅游特色精品。在政府品牌打造的基础之上,注重市场品牌的打造,使乡村旅游点被广大旅游者所认知和认可。

四、全域旅游视角下山东省乡村旅游提升的保障机制

(一)乡村旅游提升的政策保障

首先,完善旅游相关部门组织职能,比如增设专门负责乡村旅游的机构,加强对乡村旅游的政府监管力度。其次,优化土地利用政策,多种途径顺利实现土地流转。积极与国土资源相关部门沟通协调,在政策允许的范围之内加大对乡村旅游开发建设用地的供应,例如可以积极将荒山、荒地、荒滩用于乡村旅游项目的开发建设。同时鼓励以长期租赁、先租后让、租让结合方式供应旅游项目建设用地。

(二)乡村旅游提升的资金保障

首先,加大对乡村旅游发展的资金支持力度,设立乡村旅游发展专项资金用于乡村旅游项目的建设以及基础设施的完善。其次,强化金融扶持,积极协调各金融机构,扩大对乡村旅游项目的贷款额度,降低贷款利率,简化审批手续。同时,引导鼓励中介机构加大对乡村旅游发展提供融资、信用担保等服务的支持力度。第三,积极引导社会资金投资乡村旅游建设项目。

(三)乡村旅游提升的人才保障

首先,加大人才引进力度,制定优惠政策,吸引大中专毕业生到乡村进行旅游创业、就业。与此同时积极与各高校、科研机构联络,建设乡村旅游培训基地,同时组织相关专业技术人员到乡村旅游点进行对口指导。其次,提升乡村旅游管理岗位人员的

综合素质,做好乡村旅游带头人、负责人的培训工作。第三,促进乡村旅游产学研融合发展。各区市可以与驻地高校合作,设立乡村旅游产学研发展基金,用于奖励乡村旅游学科建设、理论研究、成果转化、业务指导、人才培训,为乡村旅游发展提供智力支撑。

(四)乡村旅游提升的技术保障

乡村旅游的提升发展还需要一定的技术保障。一方面完善乡村智慧旅游基础条件,提供完备的网络基础公共设施,整合乡村地理信息、人文资源信息,建立起覆盖面较广的乡村旅游网络营销平台,同时积极邀请互联网技术专家、地理信息系统专家适时对乡村旅游经营者进行技术培训,提升乡村旅游的智慧化水平。另一方面要积极提升农户的第一产业与第三产业的融合水平,例如组织农户参加菜品饮食的培训、插花花艺的培训等,提升服务质量和水平。

五、全域旅游视角下临沂市乡村旅游提升发展案例研究

临沂市乡村旅游资源丰富,经过多年发展,取得良好成效,被授予“山东省乡村旅游示范市”称号。目前,全市拥有全国休闲农业与乡村旅游示范县2个、全国休闲农业与乡村旅游示范点3个、国家级农业旅游示范点7个、省级农业旅游示范点65个、省级旅游强乡镇29个、省级旅游特色村45个、省级精品采摘园73个、省级开心农场8个、省级好客人家农家乐432个。7个村被命名为中国乡村旅游模范村,有28家经营户被评为中国乡村旅游模范户。

(一)政府高度重视,在管理、规划、资金配套上给予大力支持

一是加强组织领导。临沂市政府成立了全市乡村旅游工作协调领导小组,将促进乡村旅游发展职责任务进行了分解落实,定期召开协调会议,形成齐抓共管的工作格局。同时,加强基层工作机构和队伍建设,在全市65个旅游资源富集乡镇成立了乡村旅游工作办公室,建立起了市、县、乡三级乡村旅游管理机构。

二是坚持规划引领。2014年底,临沂市12个县区完成了新一轮县域乡村旅游规划编制,2015年,编制完成了《临沂市乡村旅游发展总体规划》,近期,编制完成了31个国家首批旅游扶贫试点村旅游规划,逐步形成以市级规划为总纲、县乡规划为框架、旅游景区景点规划为基础的全域旅游产业发展规划体系。

三是强化资金扶持。2013年以来,临沂市旅游局累计争取乡村旅游“双改”资金、乡村旅游规划补助资金、环城市游憩带规划奖励资金、乡村旅游示范镇、村等项目资金近1亿元,全部用于乡村旅游项目扶持奖补。

四是完善软硬件配套建设,科学布置建设游客集散服务平台。全市建成县级旅游集散中心2个、旅游咨询服务中心5个、乡村旅游景区景点游客中心60余个,市级旅游集散中心也将投入使用。治理乡村旅游道路设施,修建了沂蒙生态大道和红色旅游专线两条旅游道路,对全市17条县乡道路实施了环境综合整治,安装旅游交通标识牌960块。

(二)坚持“临沂道路”,着力提升乡村旅游质量效益

一是坚持走特色化发展之路。鼓励引导乡村旅游个性化、差异化发展,培育了一批特色乡村旅游项目。(1)景区依托型:依托重点景区发展乡村旅游、农家乐旅游,如蒙山李家石屋村、沂水县院东头镇桃棵子村、泉庄镇元宝山村等;(2)古村镇型:依托国家级、省级传统古村落资源发展乡村旅游。

二是坚持走品牌化发展之路。坚持以“沂蒙人家”为总品牌,着力提升发展乡村旅游,设计了“沂蒙人家”形象标识并进行了商标注册,开通了“沂蒙人家”乡村旅游网站,分“乐居”、“乐食”、“乐游”、“乐购”四种类型制定了“沂蒙人家”评定标准。

三是坚持走规模化发展之路。目前着力培育打造沂南沂蒙“七彩乡村”旅游区、沂水沂蒙风情旅游区、蒙阴岱崮乡村旅游区、费县大田庄果香慢谷旅游区、许家崖美丽乡村风情区等几个乡村旅游片区,辐射带动周边60余个村庄3500余户群众。

(三)坚持协调发展,努力放大乡村旅游综合效应

临沂市始终把发展乡村旅游的落脚点放在造福群众、带动一方发展上,着力放大乡村旅游带动效应。

一是与扶贫减困相结合,推动农民脱贫致富。将乡村旅游与精准扶贫紧密结合起来,在全市筛选确定了44个乡村旅游扶贫试点村,对试点村的930户2000余人实施精准扶贫。

二是与新农村建设相结合,改善农村生产、生活环境。按照“建新保旧、腾笼换鸟、各取所需”思路,首先建设新村妥善安置村民群众,然后保留原来古村开发旅游项目。沂南县竹泉村旅游度假区和沂蒙红色影视拍摄基地的开发均按照此种路径进行建设,较好地解决了新农村建设和旅游开发的矛盾。

三是与小城镇建设相结合,助推地方经济发展。积极引导沂水县院东头镇、泉庄镇、沂南县铜井镇、郯城县马头镇等30个乡镇,将乡村旅游规划与小城镇建设规划融合实施,以旅游资源为依托,以旅游发展为特色,以城镇化规范和旅游产业规划规范的双重要求为前提,策划实施具有小城镇和旅游双重功能的项目,实现旅游产业发展与城镇建设的产城一体化整合,打造一批“宜居、宜业、宜游、宜闲”的旅游小镇。

(四)重点工作突出,促进乡村旅游提质增效

一是加大支持力度,完善设施建设。将乡村旅游发展与新型城镇化、新农村建设相结合,在城镇化建设中充分考虑旅游功能,配套建设为游客服务的设施,实现城镇建设、景观建设一体化发展。

二是加强培训教育,强化人才支撑。依托县级乡村旅游培训基地和各类高等院校,加强乡村旅游人才培养。建立临沂市乡村旅游专家团,由知名专家、旅游管理部门人员、企业带头人、经理人等组成,健全完善专家团上门服务机制。

三是加快资源整合,创新发展模式。为各个群体游客提供包括餐饮、住宿、体验、休闲、度假、购物在内的综合服务,强化产业融合,延伸休闲农业产业链条。

四是加快“互联网+”步伐,提升市场影响力。用好“好客山东网”、齐鲁乡村旅游网、临沂旅游政务网等网络平台,积极运用微信、微博、微电影等新媒体加强“沂蒙人家”品牌宣传。积极推动“互联网+乡村旅游”模式,开展网上宣传营销、产品预订和项

目招商,提高乡村旅游在线营销能力。鼓励有条件的乡村旅游点积极发展智慧乡村游。

五是加紧与旅游扶贫相结合,助力精准扶贫。不断创新旅游扶贫模式,努力提高精准扶贫成效,确保全面完成贫困村的旅游扶贫任务。

六、结论

全域旅游时代背景下,乡村旅游也应该紧跟时代潮流,积极进行各方面的提升,一方面满足大众旅游时代旅游者日益多元化的旅游需求;另一方面,积极发挥乡村旅游在促进农村地区产业转型升级、农民脱贫致富,实现城乡二元协调发展的过程中发挥积极的作用。

参考文献:

- [1] 王兴贵. 四川藏区乡村旅游全域开发模式与路径分析——以丹巴县为例[J]. 湖北农业科学, 2016, 55(12):3261-3265.
- [2] 吴海琴, 张川. 大都市近郊全域旅游型美丽乡村规划探索——以南京市汤山村为例[J]. 小城镇建设, 2015(11):74-79.
- [3] 董瑞娜. 陇南市典型生态旅游村庄规划研究[D]. 兰州: 兰州大学, 2013.
- [4] 乔海燕. 美丽乡村建设背景下浙江省乡村旅游转型升级研究[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2014, 8(1):27-30.
- [5] 朱世蓉. 以“全乡村旅游”理念整合农村产业结构的构想[J]. 农业经济, 2015(6):79-81.

Study on the Promotion of Rural Tourism in Shandong Province from the Perspective of Global Tourism

DIAO Hongbin, LIU Yinghua

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

Abstract: Global tourism provides a brand new development concept for the development of tourism in the new era, and it is also a theoretical basis for upgrading and developing rural tourism. On the basis of field investigation, this paper summarizes the existing advantages and problems of rural tourism development in Shandong province, and puts forward the strategy and guarantee mechanism for the promotion of rural tourism in Shandong province. Finally, this article expounds the way to promote the development of rural tourism by taking Linyi as an example,

Key words: global tourism; rural tourism; promotion; Shandong province

(责任编辑:魏有广)

欧美俄旅华游客酒店服务质量测评 ——以三亚美高梅度假酒店网络点评为例^{*}

苏 畅,赵 鹏 宇

(忻州师范学院,山西 忻州 034000)

摘要:文章采用内容分析法建立了欧美俄旅华游客酒店服务质量测评体系,并对三亚美高梅度假酒店187条旅华游客网络评论分析,结果表明:旅华游客对酒店的基础服务、设施设备、总体评价满意度分值是3.0、3.6、3.9,满意度水平分别达到一般、满意、满意;通过T检验满意度差异为俄语旅客对酒店部分指标的服务质量满意度低于欧美旅客,同时服务质量在服务效率、大堂设施、其它设施、地理位置中存在显著差异。

关键词:满意度;酒店服务质量;内容分析法;外籍游客

中图分类号:F590 **文献标识码:**A

近年来,越来越多的研究学者对酒店服务质量进行了分析和研究。钟静等选取在线顾客评价数据,采用单层次模糊综合评判方法,分析了南京市14家五星级酒店服务质量存在的缺陷并提出改进意见。丁于思等根据网络点评数据,结合问卷调查法和因子分析法,对提高五星级酒店服务质量、提高顾客满意度有一定的理论参考价值和实践借鉴意义。朱峰等以分层抽样法和系统抽样法对国内饭店网友评价进行分类评分,并使用SPSS软件对统计结果进行比较,为评价中国饭店业的服务质量提供了一个可行途径和参考价值。张泽军采用问卷调查法,调查SJ宾馆住店客人服务感知和服务期望的评价,获得客人对SJ宾馆服务感知和服务期望的评价结果,并采用“鱼刺图”法分析宾馆服务中存在的问题和原因,提出了改进措施和建议。张慧使用网络评论文本,从地域与经营管理模式两个方面,对泉州、厦门地区高星级饭店服务质量进行了实证结果的比较分析,揭示了两地饭店整体服务质量缺陷等问题。艾小艳等针对网络评价,对湖南省17家五星

级饭店进行分析,提出相对应的解决方法。熊伟等通过对中外国际高星级连锁饭店的内容分析,对比研究国内外整体评价,发现顾客意见分散程度和顾客推荐率等方面存在差别,并提出相关建议。赵鹏宇等基于美团网点评对忻府区北合索温泉服务质量进行分析,结果显示服务管理方面存在一些问题,并针对性提出改进对策。

总体上看,对单体五星级酒店研究甚少,线上线下研究十分有限,旅华游客的网络点评基本没有覆盖。基于此,本论文利用内容分析法对三亚美高梅度假酒店进行分析,总结出该酒店的服务质量现状以及旅华游客对酒店服务质量关注的内容层次,以期对同类区域的酒店发展、品牌构建、酒店市场竞争力和顾客满意度提升起到十分现实的意义。

一、研究方法与步骤

(一) 内容分析法

通过综合借鉴国内外研究分析思路,采用内容分析法分析游客网络评论的流程,详见表1。

表1 基于内容分析法的游客评论分析流程

1 样本选取	选择某一时间段针对旅游目的地的有效游客评论
2 确定指标	按需要确定评价指标
3 样本分解	将每一条评论内容按照评价指标分解成若干部分,剔除客观陈述,仅将带有游客主观感受的句子列入数据库分析
4 量化转换	根据中文文本意见发掘原理将每一个主观句转化为一组数据,转化过程由多人(一般为3—5人)独立进行,方式以打分为主
5 信度分析	为了保证量化数据的可靠性,需对评价结果进行信度分析
6 数据统计	将游客评论按照评论指标进行数据统计分析
7 结果分析	根据统计结果判断游客对每项评论指标的满意度,进行服务质量分析

* 收稿日期:2018-03-03

基金项目:2016年山西省社科联重点项目(SSKLZDKT2016139)、2015年山西省哲学社会科学规划研究项目、2017年忻州师范学院院级科研项目

作者简介:苏畅(1993-),女,海南三亚人,忻州师范学院旅游管理系学生。

(二)酒店服务质量分析步骤

1. 样本选取

通过浏览携程网(www.ctrip.com)、艺龙网(www.elong.com)、缤客(www.booking.com)、安可达(www.agoda.com)和猫途鹰(www.tripadvisor.com)等五个最为大型且权威的顾客点评酒店服务的网站网页,将各大预订网站的评论系统与本论文的研究指向相对比,发现Booking和Trip advisor因其酒店搜索分类细微,旅华顾客住店居多,点评内容丰富且数据多。在进行样本筛选时,删除与

主题无关的无效评论、商业广告怀疑评论、同行恶意诋毁评论,以及同个ID类似内容的评论只取一份,样本筛选时间为2012年2月至2017年3月,旅华游客评论共386条,筛选后得到187条评论。

2. 评价指标确立

用人工提取法将187条评论句拆分成不同的评论语义,具体分析每条评论语义时分类类别,以求全面且完整。经初步筛选,共分为基础服务、设施设备、总体评价3大类别,并细分为20个一级评价指标和38个二级评价指标,具体如表2所示。

表2 三亚美高梅度假酒店网络评价指标体系

Category (类别)	First grade assessment indicator (一级评价指标)	The secondary evaluation index (二级评价指标)
Basic Service (基础服务)	1. Front Office Service(前台服务)	1 Check-in service(入住登记服务) 2 The invoicing service of your departure(离店结账服务) 3 Information Service(问询服务)
	2. Concierge Service(礼宾服务)	4 Concierge service(门童服务) 5 Shuttle service(接送服务) 6 Baggage service(行李服务)
	3. Food and beverage service(餐饮服务)	7 Breakfast service(早餐服务) 8 Dinner service(正餐服务) 9 Room service(送餐服务) 10 Booking service(预订服务) 11 Varieties of food(菜品)
	4. Room service(客房服务)	12 Room cleaning(房间清洁) 13 Wake-up service(叫醒服务) 14 Delivery service(递送服务)
	5. Foreign language reception capacity(外语接待能力)	15 Communicate fluently(沟通顺畅)
	6. Service attitude(服务态度)	16 Passion patience(热情耐心) 17 Friendly(亲切友好) 18 Proactive(积极主动) 19 Thoughtful(细致周到)
	7. Service efficiency(服务效率)	20 Service attentive degree(服务殷勤度)
	8. Other services(其他服务)	21 Besides the above indicators of other services(除上述指标以外的其他服务)
Facility instrument (设施设备)	9. SPA(水疗设施)	22 Sauna(桑拿) 23 Massage(按摩) 24 Turkish bath(土耳其浴)
	10. The beach facilities(海滩设施)	25 Beach chair(沙滩椅) 26 Beach sports equipment(海滩运动器材)
	11. The pool facilities(泳池设施)	27 Water level(水位) 28 Water temperature(水温) 29 Water clarity(水净度) 30 Children's pool(儿童泳池)
	12. The lobby facilities(大堂设施)	31 Decoration and style(装饰及风格) 32 Spacious(宽敞)
	13. Room facilities(客房设施)	33 The space that wash gargle(洗漱空间) 34 Office area(办公区域) 35 Sleep equipment(睡眠设备)
	14. Network facilities(网络设施)	36 Speed(速度) 37 Signal(信号)
The overall evaluation (总体评价)	15. Other facilities(其它设施)	38 Besides the above indicators of other facilities(除上述指标以外的其他设施设备)
	16. The total health assessment(卫生总评)	
	17. Ratio of the total evaluation (性价比总评)	
	18. Total comfort evaluation(舒适度总评)	
	19. The geographical position overall evaluation(地理位置总评)	
	20. The surrounding environment (周边环境)	

3. 评判记录,结果量化

通过分析每一条评论,判断评论语句中所体现的情感倾向以及情感强度,评分标准分为5、4、3、2、1这5个分值,分别代表非常好、很好、一般、差、很差。为了获取客人对酒店服务质量客观、真实的感受,使评分标准前后一致,笔者将游客在Booking和

Trip advisor上所发表的相关评论进行编码,汇总评论中一些经常出现的程度词,规定了评分标准,具体如表3所示。根据前面制定的三亚美高梅度假酒店网络评价体系,制作了评论句量化转化表,分析示例如表4所示。

表3 酒店服务质量编码

Basis for evaluating 评判依据	Coding 编码
Very good(非常好)	Very well(很棒)、Perfect(完美)、Highly recommend(强烈推荐)、Will come again(会再来)、Very like(很喜欢)so on等
Fine(很好)	It's nice(挺好的)、Quite like(挺喜欢的)、Good environment(环境好)so on等
General(一般)	Ok(还行)、Benign(良好的)、Not bad(还好)、Well enough(还可以)so on等
Short of(差)	Poor service attitude(服务态度差)、Management does not reach the designated position(管理不到位)、Dislike(不喜欢)so on等
Very bad(很差)	Very disappointed(很失望)、Won't come(不会来了)、Low service efficiency(服务效率低)so on等

表4 评价指标分析示例

例1	原始评论语句	To solve the dissatisfaction of the guests very fast, good management, the attitude of the front desk was simply flattered. (解决客人的不满很迅速,良好的管理,就前台的态度简直不敢恭维。)	
	特征词	Fast(迅速)	Front Office Service(前台服务)
	主观句提取	To solve the dissatisfaction of the guests very fast (解决客人的不满很迅速)	the attitude of the front desk was simply flattered. (态度简直不敢恭维)
	评论主题	Basic Service(基础服务)	Basic Service(基础服务)
	评价指标	Service efficiency(服务效率)	Food and beverage services(餐饮服务)
	顾客态度	very fast(很迅速)	was simply flattered. (不敢恭维)
	评分	3	2
例2	原始评论语句	Персонал плохо говорит по-английски, плохо убираются в номерах, под кроватями и диваном вообще давно не убирались. Пляжные полотенца в непонятных пятнах. Дважды за неделю ломался кондиционер. Скудный мини-бар. Очень красивый отель, рядом хороший чистый песочный пляж и чистая вода в море. SPA-хорошее. (服务人员不会说英语,打扫房间很差,床和沙发还没有清理。沙滩巾有模糊的斑点。每周两次调理破门。美丽的酒店,靠近沙滩和大海。迷你酒吧,SPA是很好的。)	
	特征词	по-английски(英语)	номер чистый(房间清洁)
	主观句提取	плохо говорит по-английски(不会说英语)	плохо убираются в номерах, под кроватями и диваном вообще давно не убирались. Пляжные полотенца в непонятных пятнах (打扫房间很差,床和沙发还没有清理。沙滩巾有模糊的斑点。)
	评论主题	Basic Service(基础服务)	Basic Service(基础服务)
	评价指标	Foreign language reception capacity(外语接待能力)	Room services(客房服务)
	顾客态度	плохо говорит(不会说)	Очень плохо, не убрала, есть пятно (很差,没有清理,有斑点)
	评分	3	1

在评审打分过程中,为了消除研究人员个人主观性的评审,共有5位评审员在相互独立状态下分别对每个评论陈述进行评估。评论语句得分是5位评审员均值。

4. 信度分析与校正

信度分析是通过比较不同评审员之间的相互同意度来衡量信度的大小。经过分析,如果数据合理,则可以把主评审员的评判结果作为内容分析的结果,其分析结果有效。经过计算,游客对三亚美高梅度假酒店评价的平均分为4.48分,与网站系统直接给出的分数4.5分基本一致,从侧面证明运用网络评价信息获取游客满意度的可行性。

5. 满意度计算

对每条评论拆分成若干条评论语句进行打分和记录,并计算出每个指标的平均分,最后判定其满意

度。平均分计算公式如下:

$$\bar{x} = \frac{x_1 f_1 + x_2 f_2 + \dots + x_k f_k}{n}$$

其中,n表示评论语句中每个指标的总数量;X_i表示每个指标各项评分情况的数量,f_i表示得分,分别取值为1—5。

为了方便评价,在此将结果分为4个档次,分值范围为:1<S≤2、2<S≤3、3<S≤4、4<S≤5,分别对应满意度水平为不满意、一般、满意、非常满意。

二、服务质量内容评价分析

采用人工处理进行数据整理分析,确立了酒店的3个类别,20个一级指标和38个二级指标,以平衡数据为基础,采取二级指标建立评价指标量化表。如表5所示。

表5 评价指标量化统计表

类 别	一级评价指标	评分情况					平均分	满意度
		1 分	2 分	3 分	4 分	5 分		
基础服务	1 前台服务	1	6	30	5	2	3.0	一般
	2 礼宾服务	0	2	14	3	2	3.2	满意
	3 餐饮服务	8	79	99	81	9	3.0	一般
	4 客房服务	2	6	21	17	6	3.4	满意
	5 外语接待能力	20	44	21	4	0	2.1	一般
	6 服务态度	2	35	17	21	2	2.8	一般
	7 服务效率	3	5	25	20	0	3.2	满意
	8 其他服务	0	2	21	7	5	3.4	满意
设施设备	9 水疗设施	1	3	11	4	2	3.1	满意
	10 海滩设施	0	3	5	20	35	4.4	非常满意
	11 泳池设施	2	17	30	17	5	3.1	满意
	12 大堂设施	0	3	5	12	23	4.3	非常满意
	13 客房设施	3	5	17	24	4	3.4	满意
	14 网络设施	4	5	5	2	0	2.3	一般
	15 其他设施	0	5	18	3	1	3.0	一般
总体评价	16 卫生总评	0	14	16	10	0	2.9	满意
	17 性价比总评	1	4	10	11	0	3.2	满意
	18 舒适度总评	0	2	4	7	5	3.8	满意
	19 地理位置总评	0	2	5	20	50	4.5	非常满意
	20 周边环境	0	5	2	37	15	4.1	非常满意
总计		47	247	376	325	166	3.3	满意

(一)基础服务

由表5可知:在基础服务的各项指标中,前台服务、餐饮服务、外语接待能力、服务态度的平均分分别是3.3、3.4、2.1、2.8,满意度水平都处于一般。礼宾

服务、客房服务、服务效率、其他服务的平均分分别是3.2、3.4、3.2、3.4,满意度水平都达到满意。基础服务的总平均分是2.9,达到一般水平。三亚美高梅度假酒店作为国际五星级酒店是提供高星级服

务的地方,对于前厅部与餐饮部来说,员工缺乏专业细致的服务,对客服务不够耐心。通过研究发现,来酒店入住的旅华游客大多都来自俄罗斯、美国、英国等,游客以英语交流为主,但服务人员英语水平较低。

(二)设施设备

旅华游客对某项设施的评分越高,说明顾客对该项指标的满意度越高。设施设备的总平均分为3.5,达到满意水平。从分析数据看,游客对酒店的大多数设施设备都相当满意,只有网络设施与其他设施满意度水平达到一般。游客出行对网络依赖性较高,大部分游客觉得酒店网络信号差,入住体验大打折扣,特别是对商务人士影响较大。其他设施评分不高的原因在于健身房、儿童俱乐部、安全设施等设备未更新完善。

(三)总体评价

在总体评价这块指标分类中,总平均分为3.9,达到满意水平。地理位置总评(4.5)平均分最高,其

次周边环境(4.1)、舒适度总评(3.8)、性价比总评(3.2)、卫生总评(2.9)。满意度水平依次分别达到非常满意、非常满意、满意、满意、一般。酒店地理位置是影响旅华游客出行的关键,周边环境是决定旅华游客是否入住的因素。该酒店无论位置还是周边环境都被旅华游客充分肯定与欣赏。游客的差评中,出现频率最多的是卫生,酒店要时时关注这些差评中的不良现象,及时改正。

三、游客满意度差异比较

本文以欧美和俄罗斯为比较对象,采用SPSS软件对欧美俄语言评价样本进行独立样本T检验。如果Levene检验值在0.05的水平上通过显著性检验,表明2个独立样本方差不同质,需要使用校正公式来计算T值及其所对应的显著性水平。经过整理,欧美俄语言旅客对酒店服务质量的方差同质性检验和独立样本T检验的具体状况如表6所示。

表6 欧美俄旅华游客均值独立样本T检验

评价指标	英语评论语义 样本均值	俄语评论语义 样本均值	Levene检验 (F值)	独立样本T检验(t值)	
				方差同质	方差非同质
1 前台服务	2.78	3.17	1.309	-1.328	-1.765
2 礼宾服务	3.29	3.33	0.443	-0.130	-0.125
3 餐饮服务	2.94	3.00	1.608	-0.351	-0.359
4 客房服务	3.04	2.64	1.878	1.473	1.303
5 外语接待能力	2.05	1.91	0.007	0.634	0.644
6 服务态度	2.92	2.57	1.006	1.634	1.629
7 服务效率	3.21	3.47	6.673**	-1.150*	-1.150*
8 其他服务	3.00	3.27	0.127	-1.101	-1.090
9 水疗设施	2.86	3.75	0.924	-1.805	-1.638
10 海滩设施	4.17	4.55	0.092	-1.579	-1.578
11 泳池设施	3.12	3.56	0.292	-1.644	-1.604
12 大堂设施	3.75	4.40	0.532*	-2.308**	-2.283**
13 客房设施	3.25	3.00	0.273	0.927	0.860
14 网络设施	2.29	2.25	1.300	0.084	0.094
15 其它设施	3.33	2.80	1.123*	2.256**	2.138**
16 卫生总评	2.75	3.10	0.012	-1.018	-1.023
17 性价比总评	3.14	3.33	0.028	-0.416	-0.450
18 舒适度总评	3.29	4.00	0.263	-1.074	-1.050
19 地理位置总评	4.26	4.95	41.12**	-4.022**	-4.484**
20 周边环境	3.89	4.15	0.052	-1.441	-1.555

注:** 表示在0.01水平上显著;*表示在0.05水平上显著。

表6结果显示,服务效率、地理位置总评的Levene检验值小于0.05,不满足方差同质性假设,因此采用独立样本T检验比较2个样本对酒店服务质量均值时需要校正。前台服务、礼宾服务等18项评价指标的Levene检验值大于0.05,满足方差同质性假设,因此采用独立样本T检验比较2个样本对酒店服务质量均值时不需校正。独立样本T检验的结果显示:欧美俄旅客对酒店的服务质量在服务效率、大堂设施、其它设施、地理位置总评中存在显著性差异。而其他的前台服务、礼宾服务、餐饮服务等16项指标评价没有显著性差异。从样本的均值中可以看出,俄语游客在客房服务、外语接待能力、服务态度、客房设施、网络设施、其他设施这些评价中的服务质量明显滞后于欧美旅客。

四、结论与建议

(一) 结论

第一,根据游客的关注度,使用内容分析法分析旅华游客对三亚美高梅度假酒店的网络点评,用人工提取法量化指标和打分,建立1套包含3个类别、20个一级评价指标、38个二级评价指标的编码系统。利用这套系统对187条旅华游客网络评论一一分析和量化,分别计算出了3个类别、20个一级评价指标的满意度及其分数。经过研究,适用于分析旅华游客对本土酒店的服务质量。

第二,三亚美高梅度假酒店的旅华游客对酒店的基础服务、设施设备、总体评价的总平均分分别是3.3.6、3.9,满意度水平分别达到一般、满意、满意。旅华游客对三亚美高梅度假酒店的综合服务质量满意度较高,对设施设备、总体评价满意度相对较高,对基础服务满意度略低。但是高的关注度指标和高的满意度指标不一致。

第三,运用spss软件对欧美旅客与俄罗斯旅客的评论进行数据整理与分析,表明俄语旅客对酒店部分指标的服务质量满意度低于欧美旅客,而服务质量在服务效率、大堂设施、其它设施、地理位置总评中存在显著性差异。

(二) 建议

为了研究旅华游客对三亚美高梅度假酒店的服务质量测评,提高该酒店的服务质量,关键在于满足旅华游客的需求。综合上述分析及结论,笔者对进

一步提高旅华游客三亚美高梅度假酒店服务质量提出以下建议:(1)关注旅华游客关键质量点,提高游客入住体验。重视游客的网络点评,发现亟待解决的问题并改进完善,提升游客的入住体验。(2)完善餐饮食品,重视对客服务,推出适合旅华游客口味的菜式,服务上细致周到,追求完美。(3)注重酒店网络设施,提升服务质量。酒店相关部门定期检查无线网络设备,出现故障进行及时维修,以免造成游客不便。(4)加强语言技能培训,提高游客的满意度。酒店要重视人的作用,加强员工英语技能培训,定期抽查英语口语,季度小测英语,提高员工的外语表达能力,与外宾能够进行基本交流,增强客人的舒适感,提高客人对酒店的满意度。(5)加强酒店管理水平,缩小地域差异。通过欧美俄旅客的入住感受比较,酒店应针对各个旅华游客的入住体验提高自身的服务质量,提升旅华游客对酒店的满意度。

参考文献:

- [1] 钟静,万绪才.基于顾客网络评价的高星级酒店服务质量研究——以南京市五星级酒店为例[J].南京财经大学学报,2011(2):82-86.
- [2] 丁于思,肖轶楠.五星级酒店服务质量评价指标体系研究——基于网络点评内容分析[J].消费经济,2014(3):64-69.
- [3] 朱峰,吕镇.国内游客对饭店服务质量评论的文本分析——以e龙网的网友评论为例[J].旅游学刊,2006(5):86-90.
- [4] 张泽军.基于服务质量差距模型的SJ宾馆服务质量分析[D].成都:四川大学,2004.
- [5] 张慧.基于内容分析法的高星级饭店服务质量实证比较研究[J].华中农业大学学报(社会科学版),2012(2):77-84.
- [6] 艾小艳,南晓鹏.基于网络评价的湖南五星级饭店服务质量研究[J].中南林业科技大学学报(社会科学版),2014(3):13-15.
- [7] 熊伟,高阳,吴必虎.中外国际高星级连锁酒店服务质量对比研究——基于网络评价的内容分析[J].经济地理,2012(2):160-165.
- [8] 赵鹏宇,刘慧敏.基于网络评论的温泉景点服务质量分析——以山西北合索温泉为例[J].厦门理工学院学报,2016(4):54-60.
- [9] 孙小培.基于网络评论的目的地游客满意度研究[D].上海:华东师范大学,2011.

Evaluation of Hotel Service Quality of Foreign Tourists from Europe, America and Russia

——Taking the Online Reviews of MGM Grand Resort Sanya as an Example

SU Chang, ZHAO Pengyu

(Xinzhou Teachers' University, Xinzhou 034000, China)

Abstract: This paper uses the content analysis method to establish the hotel service quality evaluation system for the European, American and Russian tourists; and analyzes the 187 online reviews from the foreign tourists staying in MGM Grand Resort Sanya. The results show: 1) the satisfaction scores of the tourists to the hotel were 3.0, 3.6 and 3.9, and the satisfaction level reached general satisfaction, satisfaction and great satisfaction; 2) through T test satisfaction analysis, the satisfaction of hotel service quality index of the Russian tourists was lower than that of the European and American tourists. There are significant differences in service quality, service efficiency, lobby facilities, other facilities and geographical location.

Key words: satisfaction; hotel service quality; content analysis; foreign tourists

(责任编辑:魏有广)

(上接第37页)

Study on the Present Situation and Development Countermeasures of Qingdao's Homestay Hotels

LI Da, WANG Zhengjun

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

Abstract: In recent years, along with the increasing demand of tourists' diversification and personalization, the economy of homestay has developed rapidly. The development of residential areas has gained increasing attention from all walks of life in Qingdao, which is a famous coastal resort city. This paper makes a review about the general situation of homestay hotels both in home and abroad, analyzes the current situation and existing problems of the development of Qingdao and lodges, and puts forward some suggestions for the development, in order to have some reference for the management and management of our country's lodging.

Key words: Homestay Hotels; status quo; countermeasure; Qingdao

(责任编辑:魏有广)

经济·管理

京东集团商业模式与财务战略协同发展研究^{*}

潘 罡

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

摘要:新兴商业模式的出现必然引起财务战略发生相应的变化,根据“商业模式决定财务战略,财务战略又反作用于商业模式”的理论逻辑,商业模式的创新将导致财务战略的不同选择。本文通过对京东集团商业模式与财务战略协同发展进行研究分析,京东采取自营电商模式,将线上零售产品流管理与自建物流体系相结合,提高供应链服务,为用户提供更好的购物体验;京东集团的商业模式决定了公司的投资战略,投资战略决定了筹资战略,京东集团商业模式与财务战略协同发展,公司价值不断提高,最终成为世界上仅次于亚马逊和谷歌的互联网第三大企业。

关键词:商业模式;财务战略;投资战略;筹资战略

中图分类号:F273 文献标识码:A

近年来,我国互联网产业取得了巨大发展,人工智能、大数据和互联网融合度不断增强,基于互联网技术的商业模式不断出现,许多互联网公司通过商业模式的创新迅速崛起。新兴商业模式的出现必然引起财务战略发生相应的变化,但在我国很少有学者对“互联网+”背景下公司商业模式与财务战略协同发展路径进行研究。根据“商业模式决定财务战略,财务战略又反作用于商业模式”的理论逻辑,“互联网+”背景下公司商业模式的创新将导致财务战略的不同选择。

一、京东集团商业模式

1998年6月18日,刘强东先生在北京中关村创建京东公司,2004年,京东开始进军电商领域,2013年,京东获得国家工业和信息产业部颁发的虚拟运营商牌照。2014年5月,京东在美国NASDAQ证券交易所上市,2016年6月,京东与沃尔玛集团进行深度战略合作,1号店并入京东。经过多年的发展,京东集团的市场交易金额已经接近1.3万亿元。2017年7月,京东集团在《财富》全球500强中位列第261位,成为世界上仅次于亚马逊和谷歌的互联网第三大企业。

京东集团的商业模式以自营为主,“采—销—

送”一体化服务,该模式整合了公司的上游供货商和下游客户。刘强东将公司价值链分为创意、计划、R&D、生产、价格、销售、交易、储存、物流、售后十个关键业务环节。其中创意、计划、R&D、生产、价格环节的利润由品牌商所有,销售、交易、储存、物流、售后环节的利润则由销售商所有。公司在价值链过程中参与的关键环节越多,其所获得的利润也越多。京东集团采取的战略目标是不仅仅成为交易平台,还要将业务延伸至储存、物流、售后等其他环节,并为消费者提供更好的购物体验。在商业模式创新上,京东集团是我国最早进行价值链整合的电商企业,其将线上零售产品流管理与自建物流体系相结合,提高供应链服务,有效协调供应商供给产品与顾客需求,并为他们创造新价值。

二、商业模式与财务战略协同发展研究——以京东集团为例

(一)商业模式与投资战略

京东集团采用自营电商模式是为了更好的创造客户价值,为用户提供更好的购物体验。京东集团为实现这一战略目标,进行了一系列相关投资活动。例如,2015年8月,投资永辉超市43.1亿元,持有其10%股份,布局O2O领域(线上线下零售),将线

* 收稿日期:2018-04-21

基金项目:青岛酒店管理职业技术学院2016年度科研基金课题、2016年度青岛市社会科学规划研究项目(QDSKL1601208)

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

上业务京东到家与线下永辉超市形成闭环联动；2015年5月，京东集团向“途牛网”投资3.5亿美元（2.5亿美元现金及1亿美元资源），进军在线旅游行业，拓展了京东机票和酒店业务；2014年投资“饿了么”1亿美元，2015年投资“到家美食会”5000万美元，布局外卖市场；2015年投资“天天果园”，布局生鲜电商领域；2015年5月，京东集团出资1.71亿美元，购买金蝶10%股份，布局企业级市场，通过企业级管理软件获得云技术，对自建仓储物流体系进行精细管理，并将企业内部信息流与用户无缝对接；通过投资“千寻网络”和“迷你挑网”，丰富日用百货类产品线，拓展产品范围；通过投资“网银在线”，获得第三方支付牌照，投资“分期乐”，布局校园用户市场以及互联网小微消费金融领域；通过投资“有品PICOOC”与“Misfit”，将业务领域延伸到智能硬件与健康管理领域。此外，为了增强用户的购物体验，京东集团投入巨额资金建立物流仓储体系，通过查阅京东集团的年度报表，我们可以发现，其投资于物流体系的金额超过80亿元。

京东集团的投资战略首先围绕其主营业务，主要投资于能与主营业务板块形成合力的企业，例如投资途牛、金蝶和天天果园等；其次，是对新业务积极扶持，促使新业务板块尽早发展壮大，例如投资永辉超市与饿了么等；最后，京东集团的投资战略也有“重投资”的特点，表现在物流仓储体系建设上投资巨大，主要为存货、仓储、无人机无人配送车研发等项目。

（二）商业模式与融资战略

本文对京东集团的融资战略分析按照初创期、成长期、成熟期进行细分。初创期是指京东集团自1998年成立至2007年之间；成长期是指2007年开始，京东大规模创建自有物流体系，至2014年京东集团上市之前的时间；成熟期是指京东集团2014年美国纳斯达克证券交易所上市至今的时间段。

1. 初创期京东融资战略

初创时期，京东作为自营企业，拥有大量可以作为抵押品的存货资产，并且刘强东先生在公司内部具有绝对领导权，这一时期，京东集团的融资战略较为简单，主要以商业信用（应付供应商货款）和银行贷款作为主要的融资方式，获得资金主要用于维持公司正常运转。

2. 成长期京东融资战略

成长期的融资是指2007年京东大规模创建自有物流体系开始，到2014年京东集团在美国实现上

市之前的时间段。这段时间，京东集团采用的融资战略主要集中于夹层融资和股权融资两种方式。

（1）夹层融资

互联网+背景下，创业公司缺乏足够资金进行扩张时，可采用夹层融资来调整资本结构和快速扩大营业额。夹层融资性质介于股本融资与优先债务之间，具体融资条款可由投资方和融资方灵活商量后确定。2007年，京东集团进行A轮融资，发行1.55亿A类可赎回优先股，附带1.31亿份购股权，吸收今日资本1000万美元，资金主要用于扩充品类和建设仓储物流；2008年，金融危机期间，京东集团遭遇最艰难时刻，资金流险些断裂，幸好完成B轮融资，获得金融危机爆发后中国电商企业第一笔融资，吸收今日资本800万美元、雄牛资本1200万美元、梁伯韬私人资本100万美元，这笔资金不但确保了京东的正常运转，还使京东的自建物流体系和信息系统得到了极大的提升；2010年，京东集团完成C轮融资，发行了1.78亿份“C类可赎回优先股”，吸收高瓴资本1.38亿美元，资金主要用于建设物流体系。京东集团在2007年—2010年之间，发行三轮可转可赎优先股进行夹层融资，从资本市场获得近1.7亿美元，既满足了公司的投资战略，又保证创始人刘强东对公司的绝对控制权。

（2）股权融资

2011年至2014年，京东集团改变融资战略，主要以普通股融资为主。其中，2011年，俄罗斯DST公司和老虎基金15亿美元投资，资金主要用于建设信息系统和物流体系；2012年，资本市场大幅度减少对互联网企业投资，在严峻形势下，京东集团完成D轮融资，加拿大安大略省教师退休基金会领投，金额2.5亿美元，老虎基金跟头5000万美元，资金主要用于与传统家电企业和电商竞争对手进行价格战；2013年，京东获得加拿大安大略教师退休基金和沙特王国控股公司等共计7亿美元融资，资金主要用于京东到家等战略布局；2014年，腾讯控股用2.14亿美元及QQ网购、易迅网、拍拍网，获得京东集团15%股份，资金主要用于垂直化投资和O2O布局。

可以看出，在成长期京东通过股权融资和夹层融资获得大量资金，主要投资于京东商城品类扩充、仓储物流体系建设、京东到家、京东金融等战略布局。

3. 成熟期京东融资战略

（1）IPO融资

2014年5月,经过16年发展的京东集团终于迎来IPO,在美国NASDAQ证券交易所上市,发行价格为每股19美元,融资总额近16亿美元,公司估值近300亿美元,成为我国互联网行业仅次于腾讯和百度的第三大公司,融资资金主要用于易车网、永辉超市、途牛网等战略领域。

(2)债券融资

上市后,京东集团的融资战略转为债券融资。2016年4月,京东集团宣布在新加坡公开发行债券票据进行融资,总额10亿美元,包括到期利率为3.125%、5年期的5亿美元票据,以及到期利率为3.875%、10年期的5亿美元票据,此次融资是京东集团在成立以来首次进行国际美元债券融资;2016年7月,证监会核准北京京东世纪贸易有限公司采用分期发行方式,向投资者发行面值总额不高于30亿元的债券。在国内外资本市场债券利率较低水平的情况下,京东集团采用债券融资,其成本较低,并且可以获得税盾价值和财务杠杆收益,有利于实现公司价值最大化。

三、结语

在商业模式选择上,京东集团采取自营电商模

式,将线上零售产品流管理与自建物流体系相结合,整合了企业的上游供货商和下游客户,提高供应链服务,为用户提供更好的购物体验;京东集团的商业模式决定了公司的投资战略,主要资金投资于京东商城品类扩充、仓储物流体系建设、饿了么、京东金融等战略布局;投资战略决定了筹资战略。京东在初创期、成长期、成熟期根据投资战略,分别确定了夹层融资、股权融资、债券融资等融资战略。京东集团商业模式与财务战略协同发展,公司价值不断提高,最终成为世界上仅次于亚马逊和谷歌的互联网第三大企业。

参考文献:

- [1] 王琴.基于价值网络重构的企业商业模式创新[J].中国工业经济,2011(1):79-88.
- [2] 罗珉,李亮宇.互联网时代的商业模式创新:价值创造的视角[J].中国工业经济,2015(1):95-107.
- [3] 鲁思·本德,基斯·沃德.公司财务战略[M].杨农,等,译,第3版.北京:清华大学出版社,2015.
- [4] 徐光华,沈弋.企业共生财务战略及其实现途径[J].会计研究,2009,24(7):43-47.

Research on the Coordinated Development of Jingdong Group's Business Model and Financial Strategy

PAN Gang

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

Abstract: The appearance of the emerging business model will inevitably lead to corresponding changes in the financial strategy. According to the theoretical logic of "the business model determines the financial strategy and the financial strategy and then acts against the business model", the innovation of the business model will lead to different choices of the financial strategy. This paper researches and analyzes the coordinated development of Jingdong Group's business model and financial strategy. Jingdong Group adopts a self-operated e-commerce model to combine online retail product flow management with a self-built logistics system to improve supply chain services and provide users with better services; Jingdong Group's business model determines the company's investment strategy, investment strategy determines the fundraising strategy, Jingdong Group's business model and financial strategy develop in tandem, the company's value continues to increase, and eventually becomes the third largest internet company ranking after Amazon and Google.

Key words: business model; financial strategy; investment strategy; financing strategy

(责任编辑:魏有广)

政治·法律

从十九大报告看生态文明建设与发展理念^{*}

李 瑶,郭玉娟

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

摘要:党的十九大报告关于生态文明建设的论述,把我们党对于生态文明建设的认识提升到新高度,不仅贯穿了我们党社会主义生态文明观的认识理念,有关生态文明建设的内容更是高屋建瓴、内涵丰富,为中国特色社会主义新时代树立起了生态文明建设的里程碑,为推动形成人与自然和谐发展现代化建设新格局、建设美丽中国提供了根本遵循和行动指南。本文分析了十九大报告中有关生态文明的阐述,从现代化的变迁看生态文明的发展,然后分析了可持续发展理念的背景和未来的发展趋势,以及中国引领世界环境保护问题贡献的中国智慧和中国方案。

关键词:十九大;生态文明;环境保护

中图分类号:D61 **文献标识码:**A

中国共产党第十九次全国代表大会于2017年10月18日上午在北京人民大会堂开幕。习近平代表第十八届中央委员会向大会作了题为《决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利》的报告。在报告中,习近平总书记用大量的笔墨阐述了生态文明的内容,充分论述了“绿水青山就是金山银山”的论断,提出了要像对待生命一样对待环境,更提出了“人类命运共同体”理念,为世界的可持续发展提出了中国方案。

一、十九大报告中关于“生态文明”的阐述

十九大报告中对生态文明建设着墨很多,“生态文明”被提及多达12次、“美丽”有8次、“绿色”有15次,且首次提出建设富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国的目标。自十四大报告中“加强环境保护”开始,到十八大的“生态文明”,生态环境保护作为报告中一个部分被单独强调。再到本次十九大报告一共13大部分,习近平在第九部分用了这一完整的部分,专门论述“加快生态文明体制改革,建设美丽中国”,更是继十八大之后对于生态文明建设的发展与深化。可见,我国对环境保护相关领域的重视程度提高到了空前的高度。

从报告开篇“过去五年的工作和历史性变革”中提到“生态文明建设成效显著……”到“坚持人与自然和谐共生,建设生态文明是中华民族永续发展的千年大计”、“绿水青山就是金山银山”、“像对待生命一样对待生态环境”等,都是脍炙人口的关于生态文明的著名论断。

“最”,在汉字世界中,往往表达着深刻的判断,

倾注着强烈的情感,传递出丰富的内涵。十九大报告中,共有33个“最”字。其中关于生态文明的有两个:一是,最严格的生态环境保护制度——“像对待生命一样对待生态环境,统筹山水林田湖草系统治理,实行最严格的生态环境保护制度……”。这个“最”,显现了我们党对生态环境的高度重视。这个生态环保制度,必须最严格,不能打折扣。我们既要绿水青山,也要金山银山。宁要绿水青山,不要金山银山,而且绿水青山就是金山银山。二是,最终会伤及人类自身——“人类只有遵循自然规律才能有效防止在开发利用自然上走弯路,人类对大自然的伤害最终会伤及人类自身,这是无法抗拒的规律。”这里谈到的人与自然的问题,不由让人想起恩格斯的警告:我们不要过分陶醉于我们人类对自然界的胜利,每一次这样的胜利,自然界都对我们进行了报复。

二、从“现代化”要求的变迁看生态文明

20世纪50年代,“四个现代化”的提法首次出现在中央的重要文件中。1954年召开的第一届全国人民代表大会,第一次明确的提出要实现工业、农业、交通运输业和国防的四个现代化的任务。1964年12月21日,周恩来在第三届全国人民代表大会第一次会议上提出,“把我国建设成为一个具有现代农业、现代工业、现代国防和现代科学技术的社会主义强国。”1982年,十二大在沿用四个现代化的同时提出把我国建设成为高度文明、高度民主的社会主义国家。高度文明和高度民主被列为社会主义现代化国家的目标和特征。1987年,十三大报告进一步提出“为把我国建设成为富强、民主、文明的社会主义国家而奋斗”。1997年,十五大报告提出“建设社会主义生态文明”。2002年,十六大报告提出“建设生态文明”。2007年,党的十七大报告提出“建设生态文明,基本形成节约能源资源和保护生态环境的产业结构、增长方式、消费模式”。2012年,党的十八大报告提出“建设生态文明,建设美丽中国”。2017年,党的十九大报告提出“建设生态文明,建设美丽中国”。从“四个现代化”到“建设社会主义生态文明”,从“建设生态文明”到“建设美丽中国”,既是对生态文明建设内涵的丰富和发展,也是对生态文明建设实践的深刻总结,更是对生态文明建设目标的科学定位。

* 收稿日期:2018-04-16

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,主要研究方向为思想政治教育、法律。

义现代化国家而奋斗”。现代化奋斗目标进一步具体化,分解为三个目标:经济建设、政治建设和文化建设。2002年,十六大报告首次把“社会更加和谐”纳入到全面建设小康社会和实现现代化的宏伟蓝图。2007年,十七大报告进而明确,建设社会主义市场经济、社会主义民主政治、社会主义先进文化、社会主义和谐社会,建设富强民主文明和谐的社会主义现代化国家。在这里,把“和谐”和“富强民主文明”一起并列为社会主义现代化的标志。而和谐,也包含着“人与自然”的和谐,体现了科学发展观和可持续发展的理念。

2012年,十八大报告提出,“全面落实经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设‘五位一体’的总体布局,促进现代化建设的各方面相协调”,此时的“生态文明建设”使原来的“四位一体”布局拓展为“五位一体”。自此,生态文明正式进入了国家社会和经济发展的主战场,成为社会主义现代化强国的目标。

2017年,党的十九大进一步明确“为把我国建设成为富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化国家而奋斗”。那么现代化的奋斗目标,又多了一个词汇“美丽”。为了实现这个美丽的目标,生态环境保护任重而道远。

由此可见,建设现代化社会,对生态文明的重视程度,是逐年递增的。尤其近五年生态文明建设,使得环境保护的思想深入人心。在十九大报告第四部分“决胜全面建成小康社会,开启全面建设社会主义现代化国家新征程”中,提到了两个百年目标。其中,“第一个阶段从二〇二〇年到二〇三五年,在全面建成小康社会的基础上,再奋斗十五年,基本实现社会主义现代化。”这一过程中,突出强调了“生态环境根本好转,美丽中国目标基本实现”的伟大愿景,以及“可持续发展战略”及“污染防治的攻坚战”,从而“使全面建成小康社会得到人民认可、经得起历史检验。”在第二个阶段,从二〇三五年到本世纪中叶,基本实现现代化的基础上,再奋斗十五年,把我国建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国。“到那时,我国的物质文明、政治文明、精神文明、社会文明、生态文明将全面提升……中华民族将以更加昂扬的姿态屹立于世界民族之林。”可以看出,国家在两个百年计划的两个阶段中特意强调了生态文明发展的重要意义。

三、生态文明理念的法理渊源与未来趋势

(一)生态文明理念的法理渊源

从人类文明发展史来看,经历过原始社会后,人类的文明进程发展为:农耕文明,也叫黄色文明,象征是金灿灿的麦田;工业文明,也叫黑色文明,代表是工厂烟囱的滚滚黑烟;生态文明,也叫绿色文明,

代表绿水青山环境优美。历史上的发达国家,都经历过工业时代带来的黑色污染的时代。只不过,他们的工业革命较早,所以这个过程也出现在早些时期。比如:伦敦,曾经是历史上著名的“雾都”,1952年发生了伦敦烟雾事件;再比如1943年美国洛杉矶光化学烟雾事件。

蕾切尔(Rachel carson)写的《寂静的春天》表述了一个人类可能面临到没有鸟、蜜蜂和蝴蝶的世界,全方位的揭示了化学农药的危害,是一本公认的开启了世界环境运动的奠基之作。之后,人们在理念上、行动上都取得了一系列重要的成果。《我们共同的未来》(1987)是世界环境发展委员会关于人类未来发展的报告。提出了“可持续发展的概念”。

1. 可持续发展 (Sustainable Development)

所谓“可持续发展”,就是要在“不损害未来一代需求的前提下,满足当前一代人的需求”。换句话说,可持续发展就是指经济、社会、资源和环境保护协调发展,既要达到发展经济的目的,又要保护好人类赖以生存的大气、淡水、海洋、土地和森林等自然资源和环境,使子孙后代能够永续发展和安居乐业。可持续发展的核心是发展,但要求在保持资源和环境永续利用的前提下实现经济和社会的发展。

2. 代际公平 (Inter-Generation Equity)

代际公平,是可持续发展原则的一个重要内容,主要是指当代人为后代人类的利益保存自然资源的需求。当代人和后代人在利用自然资源、满足自身利益、谋求生存与发展上权利均等。环境保护也需要一代人又一代人的不断努力。十九大报告中,习近平也指出“生态文明建设功在当代、利在千秋。我们要牢固树立社会主义生态文明观,推动形成人与自然和谐发展现代化建设新格局,为保护生态环境作出我们这代人的努力!”

3. 环境友好 (Environmentally Friendly)

环境友好,这个概念在国外最早是1992年里约热内卢联合国环境与发展大会提出,我国较早的借鉴和引用,早在十六届五中全会就提出国家层面倡导“资源节约与环境友好”。环境友好型社会要求经济社会发展的各方面必须符合生态规律,向着有利于维护良好生态环境的方向发展,并应用生态环境保护的思想和方法促进经济社会的全面、协调和可持续发展。环境友好型经济发展模式、绿色政治制度、环境文化价值观、绿色科技是环境友好型社会的基本要素,也是建设环境友好型社会的基本途径和措施。党的十八大以来,生态环境治理的节奏明显加快,环境立法与环境政策初见成效,这是值得我们肯定和自豪的。

(二)中国是践行生态文明的先锋并引领世界环境保护的未来趋势

习近平生态文明建设的“中国方案”正在影响世界文明之路。中国在生态文明建设方面的努力正得到世界上越来越多专家学者的高度肯定。在2016年二十国集团工商峰会的开幕式上，习近平说：“在新的起点上，我们将坚定不移推动绿色发展，谋求更佳质量效益。我多次说过，绿水青山就是金山银山，保护环境就是保护生产力，改善环境就是发展生产力。这个朴素的道理正得到越来越多人们的认同。”2016年5月，联合国环境规划署发表了《绿水青山就是金山银山：中国生态文明战略与行动》报告，对习近平的绿色发展理念和中国的生态文明理念给予了高度评价。2017年1月，习近平主席在联合国日内瓦总部发表以《共同构建人类命运共同体》为题的重要演讲，从全球治理高度提出了改变世界治理体系的新思想，明确提出“构建人类命运共同体，实现共赢共享”的中国方案。

中国在现在并且在将来将继续发挥负责任的大国作用，积极参与全球的生态环境治理体系改革和建设，不断贡献中国智慧和中国力量，积极参与全球环境治理，落实减排承诺。中国的“绿色发展”无疑给环境压力巨大的人类社会增加了信心，带给国际社会环保事业更多的希望和鼓舞。中国秉持共商共建共享的全球治理观，在不断获得国际话语权的同时，不忘初心，致力于世界和平、稳定、繁荣、发展。毫无疑问，中国的生态文明理念，已经在世界舞台上发挥了作用，并引领了环境保护的全球趋势。

四、结语

党的十九大之后，中国特色的发展道路会越来

越清晰，中国国内的发展环境会更加优化，社会主义制度体系会越来越健全，生态文明建设的理论、道路、方法和文化将进一步明确。中国的生态文明建设和中国传统文化中天人合一、人与自然和谐相处等有着共通的理念。我们要像保护眼睛一样保护生态环境，像对待生命一样对待生态环境。我们要牢固树立社会主义生态文明观，创造更多物质财富和精神财富以满足人民日益增长的美好生活需要，提供更多优质生态产品以满足人民日益增长的优美生态环境需要，推动形成人与自然和谐发展的现代化建设新格局。

参考文献：

- [1] 习近平.决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[R].北京:中国共产党第十九次全国代表大会,2017.
- [2] 典赛赛,殷焕举.习近平生态文明思想探析[J].中共南昌市委党校学报,2017(1):14-17.
- [3] 宋献中.学习贯彻十九大精神·新时代中国特色社会主义生态文明建设专栏[J].暨南学报(哲学社会科学版),2018(1):1.
- [4] 张应航.十九大报告关于生态文明建设的三个创新[J].人民论坛,2017(31):27.
- [5] 王典.从十九大报告看“绿色发展”与人类命运共同体[J].法制与社会,2018(5):120-121.
- [6] 常纪文.十九大后生态文明建设和改革亟待解决的问题[J].党政研究,2017(6):27-30.

Research on the Ecological Civilization in the Report of the 19th National Congress of the Communist Party of China

LI Yao, GUO Yujuan

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

Abstract: The discussion on the construction of ecological civilization in the report of the 19th National Congress, has promoted our party's understanding of the construction of ecological civilization to a new height, which not only conveyed the understanding concept of our party's socialist ecological civilization view, but also illustrated the construction of ecological civilization and set up a milestone for the new era of socialism with Chinese characteristics. It provides a basic guide and action guide for promoting a new pattern of harmonious development of modern construction and building a beautiful China. This paper analyzes the review of ecological civilization in the report of the 19th National Congress, and then analyzes the background and future development trend of the concept of sustainable development, as well as China's wisdom and China's plan to lead the world environmental protection problems.

Key words: the 19th National Congress of the Communist Party of China; ecological civilization; environmental protection

(责任编辑:魏有广)

教育·教学

中高职烹调工艺与营养专业“3+2”一体化衔接课程体系构建研究^{*}

纪 成

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

摘要:中高职衔接一体化教育模式是当今现代职业教育发展的一大趋势,中高职“3+2”教育必须融为整体,才能充分体现出它的系统性、完整性和层级递进性,缩短学生学习时间,避免中高职衔接过程中教学内容和课时安排重复等问题。文章借助实际调研数据,分析了烹调工艺与营养专业中高职课程衔接中存在的问题,并在借鉴国内外先进理念的基础上,提出了中高职“3+2”一体化衔接课程体系构建的具体策略,以期为中高职衔接一体化教育提供理论指导。

关键词:烹调工艺与营养专业;职业教育;衔接;课程体系;培养模式

中图分类号:G642 **文献标识码:**A

《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》提出“建立健全职业教育课程衔接体系。鼓励毕业生在职继续学习,完善职业学校毕业生直接升学制度,拓宽毕业生继续学习渠道。”并强调了在中高职教育衔接的过程中,课程结构能否科学合理的衔接,直接关系到中职与高职两个层次的培养目标能否实现有机统一,是实施中高职教育体系衔接的重中之重。

一、中高职烹调工艺与营养专业“3+2”一体化衔接存在的问题

(一)课程衔接缺乏统一标准

由于目前国内没有配套开发烹调工艺与营养专业全国统一的中高职衔接的课程,所以烹调工艺与营养专业中高职课程衔接地区性特点尤为鲜明。课程的衔接是由各地区具有相互合作关系的烹饪中、高职院校相互讨论研究制定的。“3+2”烹调工艺与营养专业是在中职学校学习三年之后再去联合办学的高职院校学习二年,由联合办学的烹饪高职院校和烹饪中职学校一起商定教学指导方案与课程教学标准。所以,对于烹调工艺与营养专业而言,不同地区的烹饪中高职院校具有各不相同的课程衔接。

(二)课程目标定位过于宏观

目前,部分高职院校的专业课程一直没有很好地解决自己的办学定位问题,看不到高职“高”在哪里,其课程设置与中职相比没有太大区别,专业教学内容有很多交叉重复的现象,教学内容并没有明显的递进关系。这并非说明高职院校不重视自己的定位,恰恰相反,“定位”一直是高职院校发展过程中讨论和争论较多的话题。然而较为热点的话题是高等职业院校应当培养高技能人才还是技术应用型人才。仅仅关注了专业的人才培养目标而忽略了课程目标的定位,是目前高职院校课程改革存在的首要问题。

(三)课程设置缺乏整体协调性

长期以来,烹调工艺与营养专业的课程结构逐渐形成了“三段式”教学模式,第一段是公共必修课程(思政、计算机、英语、语文、体育等),第二段是专业必修课程(烹饪原料学、烹饪营养学、餐饮安全与控制、现代厨房管理、烹调工艺学等),第三段是实训课程(中式菜品制作)。以专业理论课程为主,以知识的逻辑关系为主线的这种课程结构,学生所掌握的知识体系必然是以专业理论为主,专业实践应

* 收稿日期:2018-05-08

基金项目:青岛酒店管理职业技术学院2016年度科研基金青年课题

作者简介:纪成(1982-),男,江苏南通人,青岛酒店管理职业技术学院讲师,主要研究方向为烹饪教育。

用能力为辅。学生的学习顺序也是先理论后实践的常规过程。该教学模式的主要弊端是：教学效果不太理想、教学成本较高，先理论后实践的教学过程也导致了学生理论与实践严重脱节，学生只是在学科体系中学习，与工作缺乏直接联系，学生无法获得综合职业能力。

（四）课程教学内容重复

我国的烹饪高职教育因为没有像英国或者澳大利亚那样，有统一制订的课程标准，也不像法国烹饪高等职业教育那样，按阶段要求制订统一的分类课程标准，因此，我们目前烹饪高职教育的主要问题是缺少统一编制的教材，尤其是烹饪专业课程教材。由于教材建设和研究工作的相对滞后，导致全国各地区烹饪中高职院校在专业教材选择上缺乏统一的标准，由任课老师根据自己的情况灵活选择教材。此外，烹饪专业教材存在着非常普遍的知识点互相交叉重复的情况，具体体现在教材的内容上，有些甚至会出现三门不同的烹饪专业课程讲述同一个知识点的现象。

我国的烹饪高职教育由于起步较晚，课程体系并不是很成熟，很多课程科目都存在相互交叉的内容，例如：大多数烹饪高职院校的教学课程都开设有中国饮食文化、烹饪原料学、烹饪营养学、烹调工艺学、冷菜食品雕刻、宴席设计与实务、现代厨房生产与管理等课程，虽然各版本教材的出版社不同，教材名称也有些区别，但是教材内容基本一致。而且部分专业课程在烹饪中职学校也有开设，甚至选择的教材版本也一样，这就导致中职烹调工艺与营养专业的学生在中职学习完这些课程并考试合格后，到高职后还得重复学习这些课程。课程教学内容的重复，不仅降低了学生的学习兴趣，还造成了教学资源的极大浪费，严重影响了教学效果。

根据2016年12月青岛酒店管理职业技术学院烹饪学院专业课程调查结果表明，在专业基础课程中，73%的学生认为“烹饪营养学”课程内容跟中职有重复，71%的学生认为“烹调工艺学”课程内容跟中职有重复，65%的学生认为“面点工艺学”课程内容跟中职有重复，78%的学生认为“烹饪原料学”课程内容跟中职有重复；在专业课中，77%的学生认为“中式菜品制作1”课程内容跟中职有交叉，61%的学生认为“中式菜品制作2”课程内容跟中职有交

叉，70%的学生认为“冷菜食品雕刻工艺”课程内容跟中职有交叉；在专业选修课中，则基本无重复交叉现象。此次调查的对象为烹饪学院2014级和2015级烹调工艺与营养专业对口班的106名学生。

调查结果表明，中高职烹调工艺与营养专业“3+2”一体化衔接存在明显的问题，急需改革。现代职教理念下的“3+2”一体化衔接模式对传统烹饪职业教育提出了新的要求，对学生的培养既要具有延续性，又要具有递进性。然而，中高职教育面对的是不同阶段的培养对象，如何结合中职教育和高职教育的特点，兼顾学生特点、专业技能提升、社会需求等方面的因素进行更好地衔接，成为当前面临的主要问题。

二、国内外中高职课程衔接的主要模式

（一）我国的“五年一贯制”衔接模式

“五年一贯制衔接模式”是学生在接受完三年的中等职业教育基础上，无需通过任何招生考试直接到彼此建立了中高职衔接关系的高职院校学习二年，毕业后给学生发放相应的高职院校文凭。这种特殊的招生录取政策，使得学生在考取中职学校相应专业之后直接获得进一步深造的机会，因而使中职与高职相互衔接起来。由于“五年一贯制衔接模式”所招收的只是中职专业对口的学生，在高职阶段的编班学习中，学生的文化基础课程相对薄弱，而且大多数学生都来自同一地区、同一学校、同一班级，彼此非常熟悉，因此也带来了教学和管理的难题，所以目前部分学校对五年一贯制学生单独给予特殊政策照顾（如单独编班、单独制定课程标准、单独制定教学计划、降低课程教学考核标准等）。

（二）德国的“双元制”职业教育模式

德国最为成功的职业教育模式是“双元制”，该模式是通过螺旋式上升的学制体系衔接和课程上实行阶梯式职业课程的中高职衔接模式。该培养模式主要是针对复合型烹饪人才的培养，学生在中职阶段主要学习烹饪操作技能和基础理论，而到了高职阶段更加重视管理能力的培养，如成本核算、宴席设计、厨房人力资源管理、菜品创新、餐饮职业经理人等，这种培养模式不仅提高了学生进入工作领域后的升职空间，同时也提升了学生的综合竞争力。

（三）美国的中职与高职衔接模式

美国实行的是将中等职业教育与高职后技术准

备教育紧密连接在一起的教育体制，并统一制定出中高职相衔接的教学大纲，采用课程体系衔接的中高职衔接模式。该衔接模式无论是从学生培养的层次上，还是从培养范畴上，对学生就业竞争力的培养上都更具有优势。在这种教育模式下培养出来的学生可以获得不同工种的职业资格等级证书，学生毕业以后就业更加灵活。学生在中职阶段和高职阶段可以选择不同的专业，并且从事工作的职业资格等级也更高，比较适合技术含量较高的专业。而对于烹调工艺与营养专业来说，由于现代化机器设备的投入和使用，对学生的知识面要求更加广泛。

三、中高职烹调工艺与营养专业“3+2”一体化衔接课程体系构建策略

尽管烹调工艺与营养专业中高职课程衔接目前存在很大的困难，但其改革发展是必然趋势，也是世界职教改革发展的潮流。行动需要导向，本文以青岛酒店管理职业技术学院为例，具体实施措施如下。

(一)开展就业岗位调研工作，不断完善人才培养方案

由专业负责人组织专兼职教师到行业、企业、协会开展人才需求调查，依据调查结果确定就业岗位群，联合行业企业、协会对所涉及岗位进行岗位能力分析，并根据分析结果确定人才培养方案，将人才培养方案提请专业建设校企合作理事会组织专家进行分析论证。根据专家的反馈意见，对人才培养方案进行修订，形成注重学生综合素质发展为基础，突出目标岗位知识、能力与素质需要的人才培养方案。人才培养方案需要紧跟市场人才需求变化，既保持相对稳定性，又与时俱进，及时地作必要的修正。

(二)建立以项目化课程为主体的“3+2”一体化衔接课程体系

为实现“校企融合、工学交替、阶梯成长”的目标，烹调工艺与营养专业通过走访、电话、邮件等形式进行企业调研，通过扫描二维码对毕业生进行追踪调研，汇总数据。通过调研发现有部分毕业学生认为烹调工艺与营养的课程设置存在问题，针对这一问题，学院自2016年7月开始全面启动了首批课程体系重构与人才培养方案优化工作。烹调工艺与营养专业高度重视并参与了首批课改，最终，通过组建课程委员会、确认目标岗位、拟定职业能力、确认职业能力、构建课程体系、编制课程标准和授课计

划、确认保障条件、编制人才培养方案等九个步骤，指导试点专业构建起了系统、规范、科学的课程体系。

针对现有教学模式的弊端，为进一步深化教学改革，提升课堂教学效果，本专业于2016年9月全面启动项目化课程改革，以职业活动、工作过程为导向，在努力实现素质目标的基础上，突出能力目标，以学生为主体，教师为主导完成了全部课程的整体教学设计和单元教学设计，并上传资料到校园网络平台供全院师生学习。

(三)制定“3+2”烹调工艺与营养专业教学指导方案

学院联合山东省内多所高等职业院校和中等职业学校，自2013年9月开始启动开发工作，于2016年9月完成评审稿。方案通过对烹饪行业现状、人才需求情况、职业岗位群、职业资格和行业规范，以及中等职业院校和高等职业院校专业开设课程情况的调研，在分析烹饪专业就业领域、工作岗位群和岗位典型工作任务的基础上，贯彻“以就业为导向，以能力为本位，以素质为基础，以企业需求和学生发展为目标”的职业教育思想，贯彻系统培养理念，充分考虑“3+2”职业教育的办学形式，进行人才培养“3+2”一体化整体设计；在教学内容选取上，坚持科学合理、必需够用原则，密切结合企业餐饮岗位设置和岗位技能要求，旨在为社会培养德才兼备的高素质技能型酒店专门人才。

1. 方案规范普适，具有一定前瞻性和指导性

教学指导方案以教育部、山东省教育厅加快建立现代职业教育体系的有关文件为指导，结合“3+2”烹调工艺与营养专业设置情况，进行了山东省内外烹调工艺与营养专业人才市场充分调研；科学地分析了烹调工艺与营养专业就业领域、工作岗位群和岗位典型工作任务；构建了课程体系，形成了规范的教学计划；制定了相关课程的课程标准。方案科学规范，具有一定普适性、前瞻性，对山东省“3+2”烹调工艺与营养专业建设具有重要指导意义。

2. 立足职业岗位群，构建基于厨师职业岗位能力的渐进式课程体系

烹调工艺与营养专业毕业生主要面向餐饮行业后厨岗位群，通过分析岗位能力，构建了厨师职业岗位能力的渐进式课程体系。该课程体系基于厨师岗

位典型工作任务,突出以能力为本位,同时与厨师职业资格标准、行业规范相融合。

3. 五年贯通培养,实施“3+2”贯通培养模式

在充分调研的基础上,兼顾学生学历提升和就业两种需求,按照整体设计、五年系统培养的思路,重新设计五年教学进程,贯通培养,既兼顾前三年学生就业能力培养,又避免了课程重复设置。

4. 科学设计课程与课时,兼顾学生的就业多向性

设置了公共基础课、专业技能课和社会综合实践课三类课程,其中专业技能课又分专业基础课、核心技能课、毕业设计、顶岗实习、技能拓展和技能选修六类,课程分配合理;为学生就业的多向性,设置了专业技能选修课,适应学生多种考证需求,为学生从事餐饮行业等基层岗位工作奠定基础。

5. 完善技能课程标准,促进专业课程内容与职业标准的有效对接

参照国家财政部最新颁布的职业资格认证标准,以中小企业对厨师岗位群的职业核心技能要求,设计教学项目和实施理实一体化教学,注重实践教学,重点培养学生的动手能力和专业技能,制定全部专业技能课程的课程标准,为教材编写、教学实施奠定了良好的基础。

参考文献:

- [1] 王艳玲,颜忠.中高职烹饪专业“3+3”一体化衔接课程体系构建研究[J].当代教育实践与教学研究,2015(6):137-137.
- [2] 董绿英.国外主要发达国家与我国中、高职衔接模式比较[J].柳州职业技术学院学报,2004(3):44-48.

Research on the Construction of "3+2" Cohesive Course System Applied in the Major of Culinary Techniques and Nutrition in Vocational Schools

JI Cheng

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

Abstract: The integration of secondary and higher vocational education is a major trend in the development of modern vocational education. The "3+2" educational mode has to be integrated as a whole to reflect its systematization, integrality and progressiveness, so as to shorten the time students spend in school and avoid the duplication of the courses. This paper focused on problems of "3+2" Cohesive Course System in the cohesion of secondary schools and vocational colleges on basis of the data collection, and put forward specific solution on the construction of "3+2" cohesive course system applied in the major of culinary techniques and nutrition in vocational schools on the basis of the advanced concept from both in and abroad, so as to provide some theoretical guidance for the integration of secondary and higher vocational education.

Key words: program of Culinary Techniques and Nutrition; vocational education; cohesion; course system; training mode

(责任编辑:魏有广)

高职院校大学生手机游戏成瘾的原因分析 和矫正方法研究

——以“吃鸡”手游为例^{*}

郭翀¹,李雪²

(1. 青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100;2. 青岛黄埠小学,山东 青岛 266107)

摘要:“吃鸡”款射击类网络游戏是时下比较流行的一款游戏产品,从小学生到中青年人,很多都痴迷其中,高职大学生更为甚之。笔者以该款游戏产品的特性为研究起点,着重分析高职大学生被其吸引的客观原因,从学生的自我价值实现、社交群体影响、内心压力释放等心理诱因角度出发,分析高职大学生对手机游戏的痴迷成瘾原因并找出合理的应对与矫正方法,试图从社会大层面、校园小环境和学生个体特征三个维度找到相应的解决办法。

关键词:手机游戏;心理规制;解决办法

中图分类号:G641 **文献标识码:**A

伴随着我国互联网技术的跨越式发展和移动网络的不断深化普及,我国网络游戏用户已经突破四亿人大关,根据2017年度的权威数据显示,目前中国有近九亿网民,网络游戏用户已经超过半数。其中手机网络游戏用户人数也占到了手机网民的半数以上。而当下风靡手机网络的“吃鸡”类手游名目众多,如网易推出的荒野行动、腾讯推出的绝地求生等,这些“吃鸡”类手游圈粉无数,但是其负面的新闻也层出不穷。由于其中涉及过多的暴力画面、游戏者过度的投入精力等问题备受社会各界的质疑与担忧。痴迷“吃鸡”手游所带来的问题都集中体现在了高职大学生的日常学习生活中,对现有的大学生心理健康教育提出了更高的要求。

一、“吃鸡”手游对高职大学生的影响

(一) 高职大学生痴迷手游,影响了正常学习

高职大学生的学业发展是以基础知识学习和专业技能提升互为依存的,在三年的大专学习中,学习的时间是十分紧张的,这要求他们不仅能够学,还得提升技能。但是,目前各种“吃鸡”手游的冲击下,学生在课堂上更加容易分神,在课下更是禁不住游戏带来的乐趣,花在游戏上的时间越来越多,面对这种情况,知识学而不精,技能更谈不上熟能生巧,这对

于学生的学业发展无疑是影响巨大。

(二) 高职大学生痴迷手游,对身体健康造成损害

“吃鸡”类手游在玩的时候,没有场所的限制,只要有网络,哪里都能成为他们娱乐的地方。更有甚者,有的学生会躺在床上熬夜通宵达旦地玩。这种不良的游戏习惯严重损害眼睛的健康,对于颈椎关节也有不良的影响。长此以往,对身体健康造成了慢性危害。

(三) 高职大学生痴迷手游,对心理健康造成不良影响

“吃鸡”类手游有很多内容涉及暴力、血腥等场景,而且在游戏方式上可以多人联合组队,在竞技娱乐中也体验了杀戮带来的快感。正是这种带有暴力倾向的场面,使得很多大学生的心理发展出现一定程度的扭曲倾向:崇尚暴力、现实感弱化、心态焦躁等。这种游戏中的杀戮无形地影响着现实中他们的心理状态。

二、高职大学生痴迷于“吃鸡”手游的原因分析

(一) 客观因素

1. “吃鸡”类手游形式丰富

“吃鸡”类手游在游戏形式上比以往电脑网络游

* 收稿日期:2018-05-14

作者简介:郭翀(1988-),男,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院辅导员,主要从事高校思想政治教育研究。

戏更灵活,自己单独参与游戏、双人或者多人组队都能够参与其中。同时,此类手游没有过多的附加设置,没有充值等限制性条件,对于普通的大学生可以“零成本”进入。对于学生玩家来说,他们仅仅花费的是时间成本。

2.“吃鸡”类手游内容新颖

此类游戏在游戏内容中也做到了与时俱进。作为一款射击类手游,除了设计华丽的服装、集点抽卡等吸引大学生玩家,还将使用的武器种类进行不断的翻新,特别契合大学生的军迷梦情节,在一定程度上也结合了强军思想等当下热门话题。这在很大程度上稳定吸引了大学生玩家的青睐。

3.“吃鸡”类手游对学生心理暗示

客观地讲,任何游戏都带有成瘾性,这是目前网络游戏地最受争议的地方。在研究网游成瘾的问题中,手游成瘾是最突出的,被称为无形的“毒品”。“吃鸡”类手游能推广开来,这和其自身的娱乐性密不可分,而潜在娱乐性中的心理暗示,却是十分可怕的。在日积月累的游戏中,玩家会不自觉地深陷其中,时不时地挂念游戏中的那个人物。游戏在娱乐中的心理暗示,也契合了大学生玩家内心的不完整发展,缺乏自控力、缺少明确的人生奋斗目标、对于现实的逃避等等。这种游戏的心理暗示性,确实在客观上加重了学生的难以自拔。

(二)主观归因

1.自我价值实现项下的心理诉求

根据马斯洛的需求层次理论,人类的终极需求是自我实现。在高职大学生心中,其内心对自我价值的实现也是具有的。结合高职大学生的学情现状和学生高中或者中职时期的学业情况,他们由于学习成绩方面的弱化,在非学业方面表现出了浓厚的兴趣。而且在虚拟游戏世界中,通过游戏平台,他们可以在一定程度上实现竞争的目标,成功地“吃鸡”并获得现实中不易获取的成就感。在这种自我价值实现的驱动下,高职大学生更容易在手游世界中痴迷。

2.社交群体发展项下的从众要求

现有的高职学生向往“吃鸡”手游,一方面是一种隐形社交的需要:在这种潜在的网络与现实交际圈中,他们在游戏讨论群中建立起信任与友谊,在这种互动中他们能够弥补一种人际交往缺憾,并且完成虚拟意义上的社交互动;另一方面,这种手游玩家群体也反映了一种从众心理:视参加游戏为一种时尚,并将讨论作为一种时髦的追求,这在当下的高职

大学生中形成了一种从众趋向。

3.竞技娱乐猎奇项下的内心要求

竞技游戏的本质都具有强烈的娱乐性,从心理学的角度出发,这种娱乐也是受人类内心猎奇心所驱使。基于高职大学生的现有学情状况,这种内心的猎奇趋向尤为明显。目前高职院校在校生中手机下载“吃鸡”类游戏百分比居高不下,按照不完全调查统计,个别班级中下载率达到80%,日平均娱乐时间达到5个小时以上。高职大学生对于此类游戏呈现痴迷,其中重要的诱因就是一种竞技娱乐下猎奇心理驱使。猎奇心理驱使参与者游戏,竞技的过程中逐渐产生心理依赖。

4.自我压力释放项下的非充分要求

有的学者认为,目前大学生由于学业、就业、生活等压力,而将自己的精神寄托在手机游戏中,虽然有逃避现实的心理原因,另一方面却可以缓解自己内心的压力。而且结合目前高校心理辅导工作,对于自我压力释放的观点,笔者认为应该辩证地去对待:目前高校对于心理存在问题倾向的学生,有效引导方式是有限的,同时对于明显心理问题倾向但是痴迷手游的学生而言,更是让高校心理工作者深感无力。一方面,缓解压力说有一定的道理,这是现实存在的,然而我们在界定学生心理问题倾向时,也不能简单地将痴迷手游类学生笼统归为心理问题倾向人群,此处笔者不做赘述。另一方面,如果以心理咨询的角度而言,面对痴迷手游的学生群体,是可以将其纳入咨询对象的,但是单纯的压力缓解、自我逃避等归因不能完全解释此类人群的心理动向。因此,在笔者看来,排解压力的说法仅是一种后知后觉式的概括归因,不能有效解释痴迷手游者的内心趋向。

三、高职大学生痴迷“吃鸡”手游的合理应对及矫正方法

根据上述高职大学生对手机游戏的痴迷成瘾原因分析,笔者试图从社会大层面、校园小环境和学生个体特征三个维度找到相应的合理应对与矫正办法。

(一)社会大层面:应加强手游综合治理

根据目前的手机网游发展情况,手机游戏已经成为一种新兴产业,这种“圈粉”、“圈钱”的新方式确实让无数商家挣得盆满钵满。但其引发的负面影响也层出不穷,正因如此,笔者呼吁社会舆论、政府以及有关监管机构从法律制度、民情舆情等大层面着手,设立相应的行政法规、行业规则、舆论导向机制

等,从宏观的角度调整手机游戏制作运营行业,并起到源头治理、综合治理、合理调控的作用。具体而言,对于游戏的设计、运营建立准入机制,对于游戏的操作和时长设置限制条件,对于参与游戏者身份实名化,对于网络手机游戏内容严格事前审查制度等。

(二)校园小环境:应强化手游长效治理

对于当下高职院校学生“吃鸡”手游成瘾问题,应该在学校层面设置一系列综合活动课程、课外素质拓展、心理辅导帮扶论坛等形式,将学生的有限注意力集中到课外素质拓展活动和心理健康养成中。同时,更应该从校园课程设置、校园心理健康文化建设、高校心理辅导专职教师队伍建设多个层面入手,形成长效治理的合力。

一是校内课外综合素养课的开设,以关注学生综合素质能力培养为契机,通过心理朋辈关怀互动,在线下将班级或者痴迷于网络手游的学生带出网络,让他们的视野投射到健康向上的课外素质课堂中。而这种课外素质培养课程,在课程内容上以户外运动、谈心沙龙、高职职业技能拓展为重点,同时再结合线上网络正向内容引导,让学生离开手游,而且能够正确使用、参与网络学习与使用。

二是校内良好学风、宿舍文明风气的养成,对于促进高校大学生自律有着重要的支撑作用,要让学生彻底摆脱网络手游这是不现实的,但是能够让更多的学生区分适当娱乐与过度沉迷,这是高校心理与思政教育工作者的着眼点。将学生痴迷网络手游作为一个长久攻坚课题,从高校管理理论实践入手,契合心理健康教育,将有关研究理论化,形成今后高校学生管理与心理健康教育的有机结合。

三是课外素质课程的设置,要让高职学生动起来,理论的研究是今后手游成瘾类问题突破的基础,而更重要的环节是作为高校心理健康工作者的业务能力培养与心理工作的积累。从学校角度出发,对于专职教师深入的心理辅导技能培训必不可少,这也是今后解决日益增多的心理问题的必备基础。

(三)学生个体特征:应注重心理健康矫正

从痴迷于“吃鸡”手游的高职学生群体特征角度

出发,首先我们应该界定一个问题:痴迷于网路手游的学生是否应该纳入到心理具有问题倾向的群体呢?如果他们没有明显的心病理特征,那么对痴迷于其中的学生,是否应该对其进行专门的心理健康矫正以及进行多大程度的心理帮扶呢?我们应当看到:高职学生痴迷手机网游在当下大学生群体中不是特殊的,然而他们基于自己的学情背景,表现出的痴迷确实更明显。不论现在是否有明确且统一的界定痴迷网络手游心理问题倾向的标准,但是对于他们的心理帮扶与综合矫正,应该在现有的高校大学生心理健康教育范畴内进行定期关注与调研。因此,从高职大学生的角度入手,应该设置一个系统的调查问卷、对内心变化进行更全面的调查,特别是要结合传统的SCL-90量表的使用,不能将痴迷问题简单概括成自律能力的低下,而是在当下高职学生群体中,其情绪多维度的复合力作用的结果。

四、结语

笔者认为,痴迷“吃鸡”手游而深陷游戏世界不能自拔并不是大学生内心因素与外部环境因素的简单相加,导致这一现状的原因是多维复合的。在“互联网+”、“大数据”时代,网络已经占据我们生活的大部分,不能将痴迷网络手游简单归因,而是应该结合心理学、社会行为学以及在更大范围内的心理普测与调查问卷的基础上,才能得到一个更全面的答案。因此,现阶段对于高职院校大学生的心理健康引导必不可少,应结合现有社会网络游戏管理制度、民情舆论,完善高校良性心理教育、思想政治教育、网络文化治理等,积极引导高职大学生走向健康、文明、向上的手机网络规制之路。

参考文献:

- [1] 杜琳.青少年网络游戏成瘾的心理机制和引导策略研究——以武汉DNF王刚事件为例[J].传播与版权,2013(10):144-145.
- [2] 王瑾.大学生网络游戏成瘾的心理机制和引导策略研究——以《王者荣耀》为例[J].价值工程,2017(5):142-143.

(下转第62页)

高职院校家庭经济困难大学生心理健康状况研究^{*}

孙圣涵¹,肖凡²

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

摘要:随着我国社会经济的发展和教育改革的不断深化,高职院校教育已经成为我国高等教育的重要力量,但高职院校中家庭经济困难学生心理问题却成了高职院校育人过程中不可回避的问题,能否解决好这一部分学生的心理问题将关系着高职院校育人的质量。文章对高职院校家庭经济困难学生存在的心理问题进行了分析,并从社会、家庭、学校和个人四个方面探究其产生的原因,最后从学校层面提出了一些对策与建议。

关键词:高职院校;家庭经济困难;大学生;心理健康

中图分类号:G444 **文献标识码:**A

伴随着我国社会经济的跨越式发展和教育改革的不断深化,高职院校的教育也越来越引起社会的高度关注,并已成为了我国高等教育的重要力量之一。当前我国高等职业教育的生源有较大一部分来自小城镇、农村以及边疆等偏远经济落后地区。在他们当中,家庭经济困难学生占有较大比例。这些学生来到高校后,他们面临的不仅仅是经济上的家庭经济困难,还有严峻的就业压力,使得部分学生产生了心理健康问题,有的甚至十分严重,直接影响到他们的全面健康发展。如果不对高职院校中的家庭经济困难大学生进行及时的心理疏导,很可能引起严重的社会问题。因此,对高职院校家庭经济困难大学生的心理健康教育进行研究已经成为了现今教育工作的重要组成部分。

一、家庭经济困难大学生心理问题的表现

结合笔者工作经历和在学生中的调研发现,当前家庭经济困难学生在心理健康问题上的表现多为如下几类:

(一)心理焦虑

心理焦虑应该是高校学生中比较常见的心理问题。而家庭经济困难学生由于自身的先天条件差于别人,而他们后天接触到的事物和接收到的教育等方面也有欠缺,致使后天能力存在不足,心理承受能力很弱。因此,他们在来到大学后,与同班或同校同

学相比之下,容易产生焦虑和紧张的心理,加之一旦遇到生活上和学习上的挫折,便用消极、焦虑和紧张的心态来面对,甚至不能形成正确而良好的心态。久而久之,这种心理焦虑便会严重困扰他们,甚至导致心理疾病。

(二)自卑心理

家庭经济困难大学生最突出和最普遍的心理问题是自卑心理,自卑心理往往是因封闭沮丧而引起的心理问题。家庭经济困难大学生大多数来源于农村困难家庭,承受的压力比较大,经历的挫折比较多,无论在经济上还是学习上经常会自己看不起自己。家庭经济困难大学生在遇到困难时,害怕被别人瞧不起,一般都羞于言贫和开口,不能得到相应的资助。在与那些衣食无忧的同学对比时,容易产生封闭意识和挫败自卑心理。

(三)自闭心理

自闭心理往往都是因其过于自卑而导致的人际交往关系不协调或受阻。由于自身家庭因素及其成长经历,大部分的家庭经济困难大学生的性格一般都是封闭和内向的。从高中简单的人际交往中步入更为广泛和复杂的大学生活,家庭经济困难的大学生需要发展自己的社交能力,适应新的社会环境。由于家庭经济困难大学生的父母往往忙于生计,忽略了对孩子的心理状态的观察和培养,导致其在人际交往中通常以自我为中心,表现出自闭、压抑、孤

* 收稿日期:2018-05-13

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,主要研究方向为高校思想政治教育。

僻的状态,出现人际交往受阻和人际关系失调的情况,严重影响到自身的学习和以后的工作。

(四)文饰心理

文饰心理一般是家庭经济困难的大学生刻意掩饰家庭背景而产生的一种不正常心理。一些贫困的大学生心气高,害怕比别人矮一截,认为自己家庭贫困是一件非常丢人甚至可耻的事情,所以刻意隐藏起来,证明自己的出类拔萃。他们在掩饰贫穷的背后,更多的表现是他们的脆弱和无助。

(五)仇富心理

家庭经济困难大学生由于家庭的贫困对其造成长期巨大的心理压力,导致其自身的心理健康状况日益下降。在学校中看到家庭富裕的同学,家庭经济不好的同学就会将自己的情绪发泄出来,将其自身的贫困迁怒于他人,内心过于敏感,将同学的正常行为加以误解,产生仇富心理,把正常的行为看作是有意的作对,严重的偏执行为还会造成做出伤害对方的事情。

(六)愤世心理

愤世心理是高校家庭经济困难学生心理健康问题中比较严重的问题之一,由于之前的诸如自卑心理、文饰心理、仇富心理等种种心理现象的综合作用,往往使得这部分经济困难学生中的极少部分产生心理扭曲,特别在意其他同学的言语,对社会不满、愤世嫉俗,比较严重的还会产生攻击他人的行为,甚至是自杀行为。

二、家庭经济困难大学生心理问题的原因分析

针对家庭经济困难学生心理健康问题的种种表现,究其原因,可从社会、家庭、学校及个人四个方面来分析。

(一)社会方面

一方面,随着市场经济的进一步深化,社会资本财富进一步积累增加,人们的价值观念、行为方式等都发生了较大变化;社会竞争不断加剧,部分人“唯金钱论”观念深重,致使人际关系日渐冷漠和势利。另一方面,城乡发展的不平衡,致使来自经济落后地区学生的生活环境和生活方式相对差异,他们接受到的教育等方面存在不足。几方面原因共同作用,使得家庭经济困难学生在社会上得不到重视,没有特长、缺乏技能、思想相对落后,在激烈的社会竞争中毫无优势可言。

此外,社会上由于认识的错误和不重视,长期将心理健康教育等同于心理咨询甚至精神问题,认为只有心理上存在问题的人才需要接受心理健康教

育,而导致很多人避讳提及心理健康的有关话题,致使很多人无法了解自己心理健康状况,甚至一部分确实存在心理问题的学生,无法及时参与心理治疗,久而久之,后果可想而知。

(二)家庭方面

家庭对一个人的成长具有最直接的影响,一个家庭如果不能形成良好的家庭教育,父母对子女不能给予应有的关心和支持,子女在成长过程中难免会出现一些问题。客观而言,家庭经济困难是这部分学生产生心理问题的主要原因,由于这部分家庭中的父母本身就存在着文化程度较低、视野不开阔等问题,他们很难给孩子一个应有的良好教育。

家庭经济条件的压力,使得他们无法给学生们提供正常的受教育的费用,甚至需要贷款来满足子女受教育的问题,无法看清未来的出路,对现实的无奈和对未来的迷茫,促使了他们心理问题的产生。“望子成龙”、“出人头地”等我国传统教育理念在他们身上的影响,急于要求子女成才,摆脱贫困,对子女要求愈加严格,甚至拔苗助长,这会使得家长和学生双方都存在身心压力,对学习成绩的过分重视,反而忽略了子女心理健康状况。

(三)学校方面

家庭经济困难学生在进入大学后,周边同学来自天南海北,由于不同地区的经济发展的不平衡,使得每一个学生的消费观念、生活理念和行为方式千差万别,家庭富裕的同学表现得相对“潇洒”和无忧,他们的一些细微的无意的行为,都会给家庭经济困难学生们带来较大的影响,如果学校不能及时有效介入,难免保证不会使家庭经济困难学生产生心理问题。

高职院校在心理健康教育方面的师资水平还有待提高,由于实践中心理健康教育和心理咨询方面的不专业,使得不能及时发现问题学生,或者发现问题学生却又不能及时有效采取措施,这样不但不能帮助问题学生,反而会使这些学生由于接收到错误的理念,而对心理咨询望而却步,激化了内心矛盾。

高校在组织家庭经济困难学生困难评定及贫困学生组织的相关活动时,由于方式、方法的使用不当,而不顾家庭经济困难学生的心理感受,也很容易让这部分学生敏感的心理受到伤害。

(四)个体原因

高职院校中家庭经济困难学生在入校前由于接触面较窄等原因,使得视野不够开阔,无法正确评估自身的情况,加之受到周边同学的刺激,往往容易给自己设立较高的期望目标。他们甚至仍然保持着高

中时期老师灌输的思想,把贫困当成学习的动力、把读书当成成功的唯一出路,只一门心思学习书本内容,认为如此能考一个好成绩,才能取得人生的成功。一味的沉溺于书本,忽视了对社会实践、人际交往、心理健康等方面的重视,使得他们在向自己设定的较高期望目标努力的过程中常常遭遇碰壁,几经周折反而逐渐丧失信心,无形之中增加了心理压力,激化了心理问题。

三、学校层面应对家庭经济困难大学生心理问题的策略

高校不是“世外桃源”,作为大学生走向社会的中转站、学生成长成才的主阵地,在面对家庭经济困难学生心理问题时,应当查找不足、完善自身、积极作为。

(一)建立科学准确的贫困评定机制

学校应以国家教育部门有关规定为依据,结合《学生手册》制定一套科学准确的家庭经济困难学生评定机制,合理划分困难等级。在评定过程中,应遵循保密原则,尊重学生个人隐私,适度公开学生信息,并通过民主评议、实际调查、作证材料等手段,如果条件允许,有关老师应进行实地考察,确保摸清申请者的家庭实际经济情况。整个评审过程应做到有据可依、有料可查,建立透明、公正、公平的审核认定程序。在家庭经济困难学生管理方面,应当建立经济困难学生数据库,实行动态管理,定期对资料库中的学生进行评议,对库外学生进行审查,随时补减,尽可能使“需有所得”,减少因贫困补助不公而引起的心理问题。

(二)开展丰富有效的心理健康教育活动

学校应定期开展丰富而有效的心健康教育活动,通过围绕“5·25 心理健康日”设立心理健康活动月等形式,在广大学生中形成心理健康意识,通过举行丰富多彩的感恩教育、挫折教育、诚信教育、朋辈活动、知识竞赛、主题班会等内容,让广大学生正确认识心理健康问题,帮助他们树立正确三观,学会感恩,形成阳光心理。

(三)建立一支高水平的心理健康教育师资队伍

辅导员队伍在学生思想政治教育和日常管理中起着举足轻重的作用,同时他们也肩负着配合发现心理问题学生、为学生提供心理开解的重要责任。作为学生工作的第一线工作者,他们深入学生,赢得了学生的尊重与信赖,学生也最容易与他们进行沟通交流。抓住这一点,高等院校可通过集体组织学

校专兼职辅导员参与心理咨询师培训等形式,提高辅导员心理辅导知识水平,使得他们更专业、更高效,能够更好更及时地配合学校专业心理咨询教师发现问题、解决问题。

(四)建立健全行之有效的心理健康应对机制

在应对心理健康问题上,应始终坚持预防为主、教育先行、及时发现、及时应对的理念。因此,一套行之有效的心理问题应对机制应当从心理健康教育教学入手,通过设立科学的心理健康教育课程计划,向高校学生科普心理科学知识、培训心理调适技能,帮助他们更好地自身预防问题、发现问题、排解问题。积极构建宿舍长、班委、心理委员、辅导员、专职心理健康教师、学生家长联动机制,做到及时发现、及时告知、及时咨询、及时应对。构建隐私保密机制,对于心理健康存在问题的同学,应当给予相应的保密,对于涉及隐私的问题应当严格保密。

四、结语

高校大学生心理健康教育是一项十分严肃的工作,对于高职院校家庭经济困难学生这一特殊群体心理健康状况的关注,更是要求我们工作要慎之又慎,不仅要从理论上予以研究,更要从实践中予以重视,去帮助他们树立端正的价值观、形成良好的心态、培育健全的人格。高职院校家庭经济困难学生心理健康教育问题的研究任重而道远,随着我国高校心理健康教育水平的不断提高,这一研究也将取得更新更大的成果。

参考文献:

- [1] 司爱霞.高职院校家庭经济困难学生心理健康教育研究[D].济南:山东师范大学,2009.
- [2] 潘玉琴.高职院校贫困学生心理健康状况调查分析——以常州高等职业教园区为例[J].常州工程职业技术学院学报,2013(2):69-70.
- [3] 蔡春燕.高职院校学生心理健康问题与对策研究[D].石家庄:河北师范大学,2007.
- [4] 马洪玲.高职院校贫困大学生心理健康状况及对策研究[D].呼和浩特:内蒙古师范大学,2010.
- [5] 王晓丽.高职院校家庭经济困难学生心理健康现状及对策研究[J].教育与职业,2014(12):89-90.
- [6] 徐凡.贵州省高职院校学生心理健康状况调查研究[D].贵阳:贵州师范大学,2014.
- [7] 王莉.高职院校学生心理亚健康影响因素调查及研究[D].呼和浩特:内蒙古师范大学,2011.

Study on Mental Health Status of Poverty Family Students in Higher Vocational College

SUN Shenghan¹, XIAO Fan²

(1. Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100;
2. Qingdao Conson Financial Holdings Co., LTD, Qingdao 266061, China)

Abstract: With the development of China's social economy and the continuous deepening of education reform, the higher vocational education has become one of the most important forces of higher education in China. However, the psychological problems of poverty family students in higher vocational colleges have become one of the main problems that cannot be avoided in the talents cultivating process in higher vocational colleges. Whether we can solve this problem will make influence on to the success or failure of educating people in higher vocational colleges. This article analyzes the psychological problems of poverty family students in higher vocational colleges, and explores the causes from four aspects: society, family, school, and individual. At last, the paper provides some suggestions for college management.

Key words: higher vocational college; poverty family; college students; mental health

(责任编辑:魏有广)

(上接第 62 页)

Psychological Regulation and Correction of College Students' Mobile Phone Addiction in Higher Vocational Colleges ——Taking "Eating Chicken" as an Example

GUO Chong¹, LI Xue²

(1. Qingdao Vocational and Technical College of Hotel Management, Qingdao 266100;
2. Qingdao Huangbu Primary School, Qingdao 266107, China)

Abstract: "Eat chicken" shoot-type network mobile game is a popular e-game product nowadays. Many people are obsessed with it from primary school students to young people, especially for those higher vocational college students. Taking the characteristics of this e-game as a research starting point, this paper mainly analyzes the objective reasons of why it attracts the higher vocational college students. Then, the reasonable response and correction methods to this issue was found from the perspectives of the students' self value realization, affect social groups, as well as inner pressure release of psychological inducement, trying to find the corresponding solution from three dimensions, such as the social environment, campus environment and student individual features.

Key words: mobile games; psychological regulation; solutions

(责任编辑:魏有广)

信息·技术

网页文本内容的情感挖掘 ——以“青岛新闻网”网络舆情数据为例^{*}

孙丕波,彭 霞

(青岛酒店管理职业技术学院,山东 青岛 266100)

摘要:基于 Python 语言自动爬取网页,机器学习算法挖掘出网页文本数据中所蕴含的主观情感,科学客观地进行情感分类识别。文章以“青岛新闻网”网页文本数据为例,探索地方政府借助人工智能的网页文本情感分析数据为基础,明晰网络舆情发展规律,并进一步做出科学的应对决策。大数据技术让地方政府转变社会治理思维、创新治理模式,从而提升地方政府执政能力。

关键词:Python 语言;中文分词;机器学习;负面偏差;网络舆情

中图分类号:TP311 **文献标识码:**A

传统互联网技术在大数据的推动下发展至一个以机器学习人工智能为特征的全新高度。互联网用户的意愿和情绪通过网页的文本评论形式形成公民的个人态度,在当下如火如荼的社交媒体的快速传播下,网页文本又会一步步发酵迭代成社情民意;如何基于 T 级别互联网用户网页评论文本的庞大数据,进行人工智能的网页文本数据挖掘,为政府的重要决策提供科学的指导和预测,已远远超越了提高生产力的经济学范畴,上升到了维护政治稳定和社会安定的政治高度。选择当下最易受众掌握的数据分析语言 Python,爬取网页数据并进行有效的机器学习,将这些文本数据分类并进行情感挖掘,具有十分重要的实际指导意义。

一、Python 语言

人工智能程序可以使用几乎所有的编程语言实现,任何一种编程语言都可以作为人工智能的开发语言,如最熟悉的 C,C++,Java 等。但当下风靡一时,数据工程师首选的却非 Python 莫属了,和其他面向对象的编程语言相比,一方面学习 Python 更加简单快速;另一方面,Python 有丰富的 AI 库、机器学习库、自然语言和文本处理库,及可视化工具包,以及其他能够用于数据分析和科学应用的处理框架。Python 的数据处理框架可以很容易的进行

扩展,该框架下集合了高效的学习算法和其他有效的数据处理单元,可以组合成数据处理序列或者更复杂的前馈神经网络结构进行大数据分析。

Python 的快速、坚固、可移植、可扩展等特性,对于人工智能技术的应用来说都是非常重要的契合因素。最后还有一个重要因素就是:Python 语言是开源的,可以得到更广泛更多途径的社区支持。

二、基于 Python 的网页数据人工智能分析

Python 是集合了众多科学计算模块的编程语言,而要高效使用这些模块实施大数据分析又依赖于一些软件包和库文件,因此,选择一个合适的 Python 的开发环境就显得尤为重要。Anaconda 是一个适用于科学计算的 Python 发行版,支持当下多种流行的操作系统平台:Windows, Linux, Mac。Anaconda 提供了 Python2.X 和 Python3.X 两个版本,其中集合了众多常用的数据分析的 Python 包,可用于实施高效的人工智能分析。

安装 Anaconda 有两种方式:直接到 Anaconda 官网 <https://www.anaconda.com/download/> 上下载安装包;清华镜像 <https://mirrors.tuna.tsinghua.edu.cn/anaconda/archive/> 下载 Anaconda 安装包。

基于 Anaconda 利用 Python 语言进行网页文

* 收稿日期:2018-03-06

基金项目:2016 年度青岛市社会科学规划研究项目(QDSKL1601209)

作者简介:孙丕波(1979-),女,山东青岛人,青岛酒店管理职业技术学院副教授,硕士,主要研究方向为计算机应用技术。

本数据的情感分析的基本流程如图1所示。

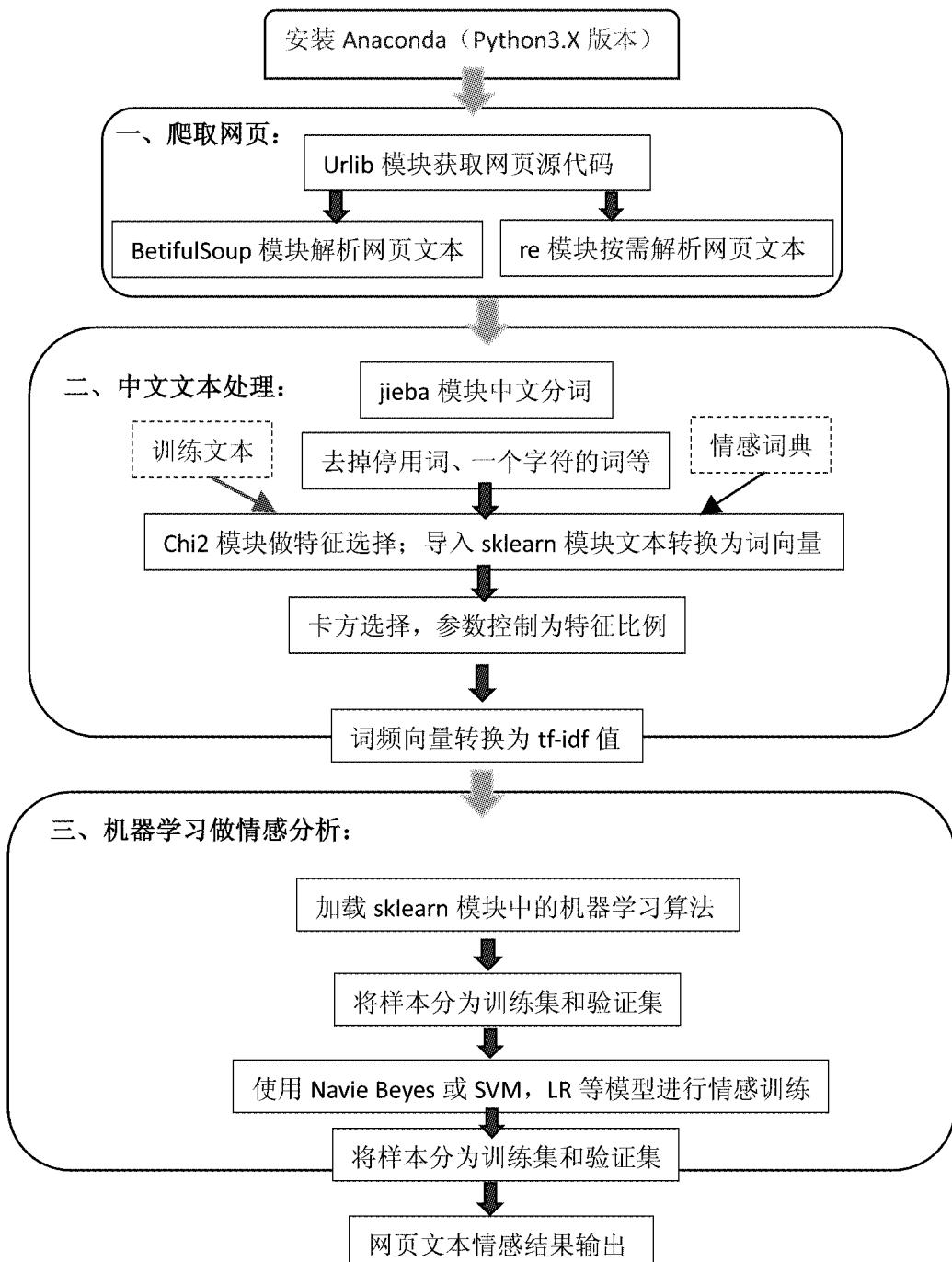


图1 Python语言进行网页文本数据的情感分析框架图

(一) Python爬取网页数据

网页中的数据大多是非结构性数据。爬取网页非结构性文本数据的首要任务是去掉网页中的噪声信息。网页噪声是指：为了增强用户交互性而加入的各种脚本标记；加强网页视觉效果的各种动画，以及那些为了方便用户浏览而添加的导航链接，各式广告链接等。这些所谓的噪声信息跟文本分类没有

直接关系。

Python是很好的网页文本的爬虫程序开发语言，只要调用它现有的已经开发好的类包，即可完成很多复杂的网页文本提取的功能。使用urllib2模块下简单几句代码就能爬取目标网页的全部源代码，获得了整个网页的内容。接着，使用BeautifulSoup这个模块自带的html.parse库，去掉所爬网页源代

码中的 html 的标记,提取出网页标签中的文本内容。

(二)Python 进行网页文本处理

网页文本中的中英文处理中有一个极大的区别,在于中文需要额外加入分词处理这个过程。所谓分词就是将一段文本文字分成一个个词组的过程。Python 中加载 jieba 分词包进行中文分词,是网页文本处理的第一个步骤。

网页文本处理的第二个步骤,是将分词后的词组去掉停用词及一个字符的词后再输出训练文本中的常用分词和熟悉的词组。

文本处理的第三个步骤,是在训练文本的数据训练及情感词典的归档中,将爬取获得的网页数据的客观性文本分词后放入变量中,主观类情感文本分别放入另一变量中。

最后,为自动得到网页文本中重要的关键词组而过滤掉对网页文本意义贡献不大的常用高频词,在 chi2 模块的特征选择下,采用词频—逆文本频率(TF-IDF)概念将分词词组变量转换为 tf-idf 向量形式,输出分词向量矩阵,为下一阶段的网页文本情感分析做准备。

(三)Python 做机器学习进行网页文本的情感分析

Python 的机器学习有朴素贝叶斯、逻辑回归和支持向量机几种分类器模型用于网页文本的情感挖掘的模型训练。在网页文本分词后的词组被表示成基于 tf-idf 的空间向量形式,朴素贝叶斯分类器是根据这些向量计算得出每个主观文本属于情感词典中情感类别的概率,最大概率即是文本所属的主观情感类别。

基于朴素贝叶斯分类模型的机器学习情感能识别算法是将含有训练文本集合和验证集合两部分的输入语句集经过文本预处理、文本表示和文本主观性分类模型特征选择后得到输入语句。再用特征表示后,经过朴素贝叶斯分类模型的分类算法得到带有主观性情感分类的文本结果,最后得到文本客观句集和文本主观句集,最终识别出网页文本的情感。

三、网页文本的情感挖掘与网络舆情管控

现在是“人人都有麦克风,个个都是路透社”,全民争当“网红”的自媒体网络时代。某个网络节点中带有强烈个人情绪表达的评论文本就如同亚马逊丛林里的一只扇动翅膀的“蝴蝶”,会引发海啸般的网络舆情“蝴蝶效应”。舆情就是一个风向标,舆情分

析就是针对民众态度的收集和整理,发现相关的意见倾向,客观反映舆情状态。网络舆情是群众在现实社会中积攒的不安情绪在虚拟互联网上更为夸张的反映。网络舆情管控的关键点在于其背后对民众情绪的理解和安抚。

负面偏差效应是指互联网受众面对纷繁复杂的网络信息时,往往更倾向主观接受负向信息,排斥正向信息的一种大众心理错觉。网络负面文本消息经由互联网迅速传播发酵后,在群体心理“负面偏差”的互动机制影响下愈演愈烈,最终会导致网络舆情危机。这其中必须要有强有力的科学引导,否则离真相越来越远,甚至会引发线下的社会动荡,影响经济的正常发展。

网页文本的情感分析又被称为意见挖掘,与传统的文本信息处理不同,着重关注分析的是网页中评论文本的内容信息所体现的情感。情感在本文中的概念涉及的是人们在网络中对于某热点事件的个人看法、观点及主观评价。网页文本情感分析通过分析网页评论文本内容中的主观信息进行分析、处理、归纳和推理,从而实现对网页文本所要传达的情感主观倾向性做出科学客观的类别判断。将网页评论文本表达积极态度的数据信息定义为:“positive”、消极态度的数据信息定义为“negative”、态度不明晰的定为“neutral”三种类型,加入机器学习的训练文本的情感词典中。本文所研究的“网页文本情感挖掘”即是指用计算机语言工具对网页中海量的评论文本数据所表达的积极、消极、中立三种情感倾向性人工智能化地作出客观判断。

四、大数据技术挖掘网页文本情感的流程框架

我国目前正处于社会转型期,各类社会矛盾突出,偶发的社会不和谐事件(譬如 2015 年的“青岛大虾”事件)经由互联网中簇拥着众多粉丝的网络大 V 的推波助澜下,将带有强烈个人消极负面的情感网络文本迅速传播发酵后愈演愈烈,最终演变成网络舆情风暴,影响了地区经济的发展,给地方政府的管理带来了严峻挑战。互联网公众以娱乐化的姿态对待各种公共事件,网络文化在网民围观、戏说、恶搞等诸多表述形式中以指数级海量传播。当前地方政府更多的风险防控,已从线下转移到线上网络空间中消极敏感文本的甄别和防控中。

地区的知名度和关注程度与其旅游发展水平呈现高度正相关,在数学概率论中通过显著性检验假设表明,地区旅游经济总收入与旅游发展水平的发

展成正比,游客接待量和游客输出量越多,那么该地区在网络上被搜索的新闻数量越多。而网络舆情事件中旅游类相关话题又是一个高频词,因此受关注度越高的旅游目的地,该地区被涉及旅游网络舆情危机事件的可能性也就越大。青岛作为国内外知名的旅游城市,地区旅游收入对区域经济总量占比较大,城市形象维护显得尤其重要。

从另一种角度来看,被波及到网络舆情事件中的旅游目的地,该地实际的旅游形象并不真的差,反而是说明该地区旅游经济活跃、对外交往频繁,是受客源市场和舆论阵营高度关注的地区。真正影响旅游目的地地区形象的是地方政府的网络舆情危机事

件处理效率和体现出的能力及具体的处理结果。地方政府如能以开放的姿态面对网民和媒体的质疑,更高程度地公开政府旅游数据信息,敢于严肃处理旅游发展中的问题,也会反转舆情成为提升地区形象的宝贵机遇。

在旅游目的地市场,由于“负面偏差”效应会大大拉低旅游城市形象的正面传播效果,将大数据技术与网络舆情管理相结合,提高网络舆情的可控性,对公共危机事件网络舆情进行监控、分析和引导势在必行。图2是利用大数据技术,挖掘网页文本情感辅助青岛地方政府决策的流程框架图,对城市形象的经营有一定的指导意义。

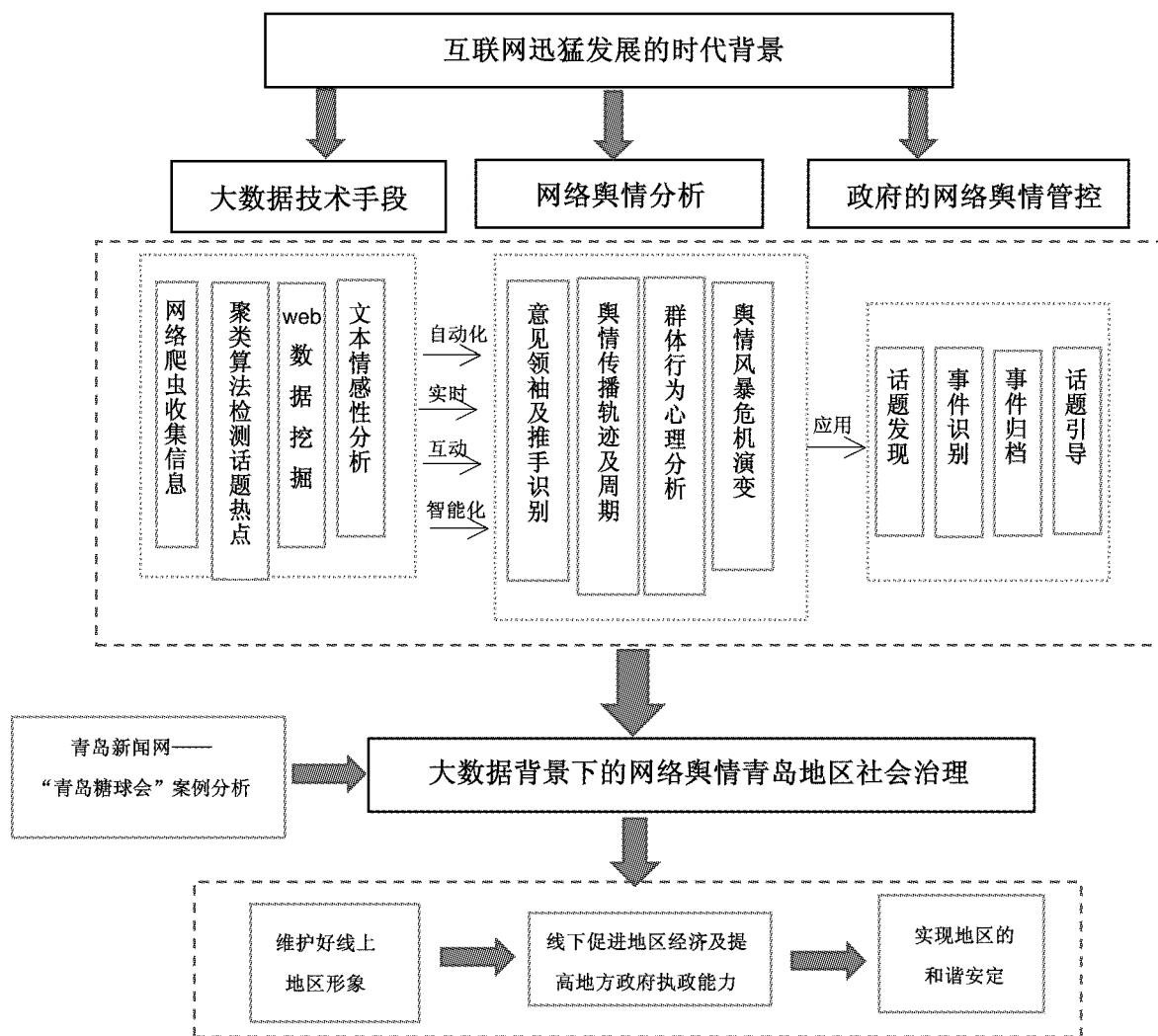


图2 大数据技术挖掘网页文本情感的流程框架图

五、利用 Python 语言挖掘“青岛新闻网”网页情感的案例分析

网络舆情如何才能被正确引导,让互联网的受众减少“负面偏差”的影响,用更为理性、客观、全面

的角度看待事件,认识城市形象,这是当下社交媒体时代每个旅游目的地城市经营品牌形象的现实难题。

将 python 语言用来爬取青岛新闻网时事新闻

的网页源代码，并进行文本数据的提取，进而进行文本的分词和机器学习后的文本情感挖掘，将网页情感归类的结论提供给政府指导其作出科学决策。具体步骤及模块代码如下：

模块1代码：Python中的urllib2模块爬取网页源代码

```
[python]view plain copy
1. page=urllib2.urlopen(url)
2. contents=page.read()
3. #获得了整个网页的内容也就是网页源代码
4. print(contents)
```

模块2代码：Python中的BeautifulSoup模块获取网页文本

```
[python]view plain copy
1. # coding:utf-8
2. import urllib2
3. import re
4. from bs4 import BeautifulSoup
5. from distutils.filelist import findall
6. page=urllib2.urlopen('http://news.qing-
daonews.com/')
7. contents=page.read()
8. # print(contents)
9. soup=BeautifulSoup(contents, "html.par-
ser")
10. print("青岛时事新闻" + "新闻标题 浏览
量 评价人数 链接")
11. for tag in soup.find_all('div', class_=
'info'):
12.     # print tag
13.     m_name=tag.find('span', class_=
'title').get_text()
14.     m_rating_score=float(tag.find('span
', class_=
'clicking_num').get_text())
15.     m_people=tag.find('div', class_=
'info'):
16.         m_span=m_people.findAll('span')
17.         m_peoplecount = m_span[3].con-
tents[0]
18.         m_url=tag.find('a').get('href')
19.         print(m_name + " " + str(m_rating
_score) + " " + m_peoplecount + " " + m_ur
```

模块3代码：Python将分词后的中文词组转换为向量

```
# 加载分词包 jieba
[python]view plain copy
1. import jieba
2. path=D:\\EmotionMining\\` # 将下载的
   数据放入 D 盘 解压
3. stopwords=[line.rstrip() for line in open
   (path+'stopwords.txt')]
# 定义一个函数，将传入的中文字符串进行分
词
4. def parse(text):
5.     words=[]
6.     seg_list=jieba.cut(text,cut_all=False)
# 精准模式
7.     for word in seg_list:
8.         if len(word)>1 and (word not
   in stopwords) and(not word[0].isdigit()) and
   (not word[1].isdigit()): # 去掉停用词、一
   个字符的词和所有数字
9.         words.append(word)
10.    return words
```

以青岛举办“糖球会”为主题的新闻为例，按照前文所示的情感词典中内容，将网民情感划分为“积极”、“消极”和“中性”三种类别，通过 python 进行数据挖掘和机器学习分析可知，在青岛新闻网新闻平台上，该话题的网页浏览量及 1456 个网页社区评论文本中的情感分类分析后的数据显示，在民众对此事件的情感倾向中，有 1178 个表示积极，105 个表示消极，173 个表示中性。

六、结论

对网络文本情感进行分类，有利于分析网络舆情危机事件发生的源头，明晰事件影响；有助于识别网络舆情热点事件的形成原因及重要的传播节点，理解网络舆情在社会化媒体中的传播和演化规律，掌握对舆情危机事件的发展趋势的预判，采取最佳的网络舆情应对策略及把握好应对的最佳时间节点；大数据技术有助于实现网络新媒体舆情热点事件处理中的人工智能的科学化自动化的应对流程，帮助地方政府有关部门公职人员在网络舆情应对中更好地使用社区论坛、微博、微信等新媒体形式；有助于根据网络文本的情绪分类分析及预判网络热点

事件,制定有针对性的应对措施减少“负面偏差”的影响,以防网络舆情危机的发生,设计科学的应急网络舆情危机处置程序及沟通流程,部门间各司其职,协同应对,从而提高地方政府的网络舆情管理能力。

互联网时代,地方政府如果能利用大数据及人工智能技术,将社会化媒体上即时产生的海量数据用来探析挖掘出网民的情感态度及网络舆情风向,从而制定有针对性的传播策略,对于地方政府的社会治理而言非常重要。大数据及人工智能技术促使地方政府转变社会治理思维、创新治理模式,从而提高地方政府舆情管理水平及提升执政能力,促使地方政府从传统的全能型政府转变为服务型政府。

参考文献:

- [1] 曾一平.中文文本情感分类研究[D].北京:北京交通大学,2011.
- [2] 张发林.风险社会视域下的网络舆情治理研究[D].武汉:武汉大学,2016.
- [3] 陈旭辉等.基于社交媒体关系互动的旅游城市形象负面影响引导策略——以“青岛天价虾”事件为例[J].旅游学刊,2017(7):47-56.
- [4] 付业勤.旅游危机事件网络舆情研究:构成、机理与管控[D].福州:华侨大学,2014.
- [5] 陶鹏.多中心治理模式下的网络舆情应对——基于服务型政府建构的逻辑[J].长沙大学学报,2015(4):45-48.

Emotional Mining of the Web Text Content ——Taking the Public Opinion Data of "Qingdao News Online" as an Example

SUN Pibo, PENG Xia

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

Abstract: Based on Python language automatic crawler of web pages, the machine learning algorithms explore the subjective emotions contained in web page text data, and conduct emotional classification and identification scientifically and objectively. Based on the web page text data of "Qingdao News Online" as an example, this paper explores the local government with the help of web text sentiment analysis data of artificial intelligence, clear the rules of network public opinion development, and make scientific decisions. Big data technology enables local governments to change their thinking on social governance and innovate governance models, thus enhancing their governing capability.

Key words: Python; Chinese words segmentation; machine learning; negativity bias; online public opinion

(责任编辑:魏有广)