

我国旅游企业管理研究： 理论与实践融合下的情境化理论构建

李 彬 袁 佳

(1. 北京第二外国语学院旅游科学学院 北京 100024;
2. 北京旅游发展研究基地 北京 100024)

摘 要：当前我国旅游企业管理实践不断丰富发展，亟须理论研究与之相适应。首先对CSSCI期刊中有关旅游企业管理研究的文章进行分析，发现文章数量在近5年呈现下降趋势，文章研究主题的集中度、深入度和与前沿实践的关联性存在不足；进而基于对2018年一次专题研讨会中的专家发言内容进行文本分析，归纳提出该领域前沿与热点议题，并与文献分析结果对比分析，发现近几年该领域的研究主题与实践议题存在“脱节”与“不匹配”问题。进一步提出一个“跨层次、纵横交叉”的研究框架，从“成熟理论、新兴理论、已知现象和新现象”4个维度来阐释旅游企业管理情境化理论构建的思路。对国内旅游企业管理研究进行了较为全面的梳理，并提出了一个研究框架和情境化理论构建方式，可以为旅游企业管理研究在构建理论的思路与策略方面提供借鉴参考。

关键词：旅游企业管理；理论构建；情境化

[中图分类号] F59

Doi: 10.12054/lydk.bisu.130

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-3238 (2020) 03-0016-27

引言

旅游企业是旅游供需系统中的重要组成部分，是旅游市场和旅游业的微观

[收稿日期] 2019-09-12；[修订日期] 2020-03-20

[基金项目] 本研究受国家社科基金项目（项目编号：18BGL149）、2018年北京市高校高水平教师队伍建设支持计划青年拔尖人才项目（项目编号：CIT&TCD201804062）资助。

[作者简介] 李 彬（1982—），男，河北唐山人，博士，北京第二外国语学院旅游科学学院酒店管理系主任、院长助理、副教授，研究方向：酒店管理、旅游企业创新创业管理。E-mail: libin@bisu.edu.cn

袁 佳（1995—），女，湖北荆州人，北京第二外国语学院旅游科学学院硕士研究生，研究方向：酒店管理、旅游企业管理。

[引用格式] 李彬，袁佳. 我国旅游企业管理研究：理论与实践融合下的情境化理论构建[J]. 旅游导刊，2020（3）：16-42. [LI Bin, AI Jia. Research on tourism and hospitality management: The contextualization of theory building by integrating theory and practice [J]. *Tourism and Hospitality Prospects*, 2020（3）：16-42.]

运行主体（申葆嘉，2010），旅游企业为旅游者提供产品服务并创造价值，其高质量发展决定了我国旅游业的可持续发展。特别是在新时代，技术、经济和社会环境发生的重大变化直接或间接影响着旅游企业管理实践，因此关于旅游企业管理的研究假设也在发生变化，理论模型中的主要变量也需要重新审视（秦宇，2017）。

然而，近五年来，我国旅游企业管理的学术研究并未与我国蓬勃发展的旅游企业实践同步，且没有形成较为系统的理论框架与研究范式。对此，学者们进行了初步探讨：一方面，近几年的旅游企业管理研究对实践的解释与指导还较为欠缺。秦宇（2017）指出旅行社的零负团费问题一直是实践领域的热点、难点问题，但目前还鲜有较为深入的研究对此进行分析；陈晔（2018）认为当前一些旅游企业的前沿管理问题没有得到重视，如新兴旅游电商公司（美团旅游、飞猪等）对成熟电商（携程旅行网等）的冲击这一问题。徐虹（2017）在分析酒店业的相关研究时指出现有理论还不能很好地应用于实践。何建民（2017）提出，一些旅游研究者缺乏对相关实践领域全面系统的深入了解，单纯以论文发表为导向，虽然其论文模型很“美”，但缺乏实践导向，对实践指导价值不足。另一方面，旅游企业管理研究在构建本领域的理论方面也较为不足，缺乏自身的独特概念、研究命题与理论框架等（陈晔，2018；谢彦君、那梦帆，2019）。曾国军和王丹丹（2018）对国际接待业相关研究进行系统梳理后发现，该领域定量实证研究比例较高，但缺乏在此基础上的理论构建研究以及完善的知识体系。Fu、Okumus 和 Wu 等（2018）在对酒店与旅游企业创业研究的系统梳理中发现，该领域的实践研究较为丰富却缺乏理论的发展。McKercher（2018）则认为国际旅游与酒店研究领域也同样存在着理论与实践脱节问题，缺乏具有该领域话语特色的理论范式。

理论与实践融合的问题（或者理论的严谨性与关联性问题）、理论构建的问题，在近几年工商管理学科发展中也较为突出，引发学者热烈讨论与反思（吕力、田颢、方竹青，2017），并提出了情境化、本土化与理论建构等思路与策略（任兵、楚耀，2014；席酉民、张晓军，2017；章凯、罗文豪，2017；翟学伟，2017；苏敬勤、贾依帛，2018）。近期在旅游管理学术界，学者也开始讨论并给出多种策略建议，如陈晔（2018）认为理论与实践“两张皮”的根本原因是学者在旅游研究过程中的价值取向问题，面向实践的价值取向是旅游学者需要具备的价值观；李彬、秦宇和温婧（2016）提出酒店管理研究要注重情境化的研究思路；徐虹（2017）认为酒店管理理论的意义取决于理论和实践的关系，目前理论与实践结合还存在局限性；Line 和 Runyan（2012）

在分析酒店市场营销研究时提出，酒店业有许多独有特征值得挖掘，因此需要通过立足该特定领域（domain-specific）来进行理论构建；Gursoy（2018）也提出要注重理论与实践的结合，特别是在当前数量众多的研究并未观照到现有快速发展实践的状况下；Köseoglu、Okumus 和 Dogan 等（2019）在对酒店的战略管理领域的研究进行分析后发现，该领域并没有形成自身的研究范式，研究还非常分散和碎片化，提出要构建拥有“硬核”的酒店管理领域的战略管理研究框架；Fu、Okumus 和 Wu 等（2018）则提出了一个旅游企业创业研究的理论框架。

基于上述现状，本文重点分析两个问题：一是我国当前旅游企业管理研究中所得出的理论、命题与结论等是否与当前旅游企业管理实践相匹配；二是我国旅游企业管理研究如何构建实践导向的旅游企业管理理论框架。因此，本文首先对国内《中文社会科学引文索引》（CSSCI）收录的期刊中，1998 年到 2018 年有关旅游企业管理的研究进行文献分析；之后以 2018 年“旅游实践与理论的结合与互促——旅游企业管理专题”研讨会中每位嘉宾有关旅游企业管理前沿的发言内容为文本进行归纳分析，提炼出该领域的研究前沿与热点议题，并进一步分析研究与实践议题的关系；在此基础上，本文构建出一个旅游企业管理研究框架，并提出情境化构建旅游企业管理理论的思路。本文期待为旅游企业管理后续研究提供一个实践导向的研究指南，所提出的研究框架和情境化理论构建方式为当前旅游企业管理研究范式的改善提出新的思路 and 方向，强化旅游企业管理研究密切融入实践的研究价值取向，并为旅游企业管理研究在构建理论的思路与策略方面提供借鉴。

一、基于 CSSCI 期刊的旅游企业管理研究文献分析

本文之所以选择对 CSSCI 期刊的旅游企业研究文献进行分析，主要是考虑到国内旅游管理学术期刊尚未形成类似国际旅游学术期刊的细分体系，如专门针对酒店的期刊 *Cornell Hospitality Quarterly*、*International Journal of Hospitality Management* 以及刊发较多旅游企业管理文章的 *Tourism Management*；国内与旅游企业管理相关的文章散见于两大类期刊，一类是旅游管理类期刊，如《旅游学刊》《旅游科学》《旅游论坛》《旅游导刊》等，另一类是一般性经管类、综合性学报类期刊，如在 1998 年到 2018 年间，有 120 多个国内学术期刊发表了与旅游企业管理相关的文章。

考虑到“旅游企业”在中文语境中的统称和旅游企业的细分企业类型等因素，

本文以“旅游企业（旅游上市公司）”“饭店（酒店）”^①“旅行社”“景区（景点）”“餐饮（饮食）企业”“新兴旅游企业”^②等为关键词，在CSSCI数据库中搜索1998年至2018年间发表的文章。另外，考虑到本文聚焦在“旅游企业管理”这一主题领域，部分文章的研究主题聚焦在“空间流动与布局”“游客流动与分布”“产业融合与发展”等方面，与管理主题偏差较大（如偏重地理学、经济学、社会学等），因此将这些文章排除，共搜集到1 224篇文献，其中，旅游企业（含旅游上市公司）相关的文献165篇，饭店（酒店）相关的文献627篇，旅行社相关的文献209篇，景区（景点）相关的文献79篇，餐饮（饮食）企业相关的文献97篇，新兴旅游企业相关的文献47篇。

1. 文章数量变化

1998—2018年，与旅游企业管理相关的文章数量变化呈现出先增后减的趋势（见图1）。其中，研究饭店（酒店）的文章数量在2001—2003年呈小幅下降后逐渐上升，在2008年达到顶峰（54篇），之后开始下降，在2017年小幅回升后，2018年大幅下降到最低值（15篇）。研究旅行社、旅游企业的文章也在2008年达到或接近峰值，之后在2012年、2013年有所上升，但之后逐渐下降，在2018年数量仅为4篇和5篇。研究餐饮（饮食）、景区（景点）、新兴旅游企业等旅游细分业态的文章数量变化也有如上特征。出现该趋势变化的原因可能与旅游学科成长与学术研究发展阶段密切相关，如起步阶段的旅游学科以旅游业和酒店业研究为重点（张辉、岳燕祥、郝玉玮，2018），在学科体系逐步形成的阶段，管理学背景的学者及管理理论大量介入旅游企业研究中，旅游企业管理研究达到顶峰阶段，之后，伴随多学科的介入特别是地理学逐渐成为旅游研究领域贡献较大的学科时，旅游企业管理研究逐渐呈现下降特征。这一结论也与谷慧敏、丁昕和王雁楠（2018）在研究华人学者有关酒店管理方面的文献时所发现的结论一致。

从与各细分领域相关的文章数量来看，以“饭店（酒店）”为关键词的文章数量最多，高于其他几类；以“旅游企业（旅游上市公司）”为关键词的文章数量在2013年以前一直低于“旅行社”，但在2013年以后开始超越；以“餐

① 文章数量以括号外和括号内为关键词的文章之和为准，如关于酒店的文章，就是在数据库中分别以“酒店”“饭店”为关键词搜索到的文章数量之和。

② 由于新兴旅游企业的类型较多，本文以“旅游电商”“旅游网站”“在线旅游企业”以及“体育旅游”“医疗旅游”“工业旅游”“乡村旅游”等为关键词进行搜索，发现这些文章中部分主题聚焦在“空间分布”“产业发展”方面，因此将这些主题的文章删除。同时，把这些关键词合并，统称为“新兴旅游企业”。感谢评审人对此处提出的建设性意见。

饮（饮食）”“景区（景点）”为关键词的文章数量整体低于“旅游企业（旅游上市公司）”的文章数量，而新兴旅游企业的文章数量较少，但在2016年开始超过部分领域，说明新兴旅游企业开始受到关注。

可以看出，近十年来国内旅游企业管理研究整体呈现下降趋势。这表明国内旅游学术界对旅游企业管理的研究重视程度不够：从2009年至今，在新技术与新需求的驱动下旅游企业从“散、小、弱、差”逐步开始向集团化、连锁化、信息化、创新化等方向发展，同时旅游企业在经营管理各方面也遇到了很多新问题、新现象，急需旅游学术界进行深入观察和研究。例如，研究旅行社的文章在2007年后开始急速减少，然而在实践中，旅行社在2009年后受到在线旅行社、旅游需求变化等冲击急需转型与升级，这恰恰需要学术界给予更多关注。

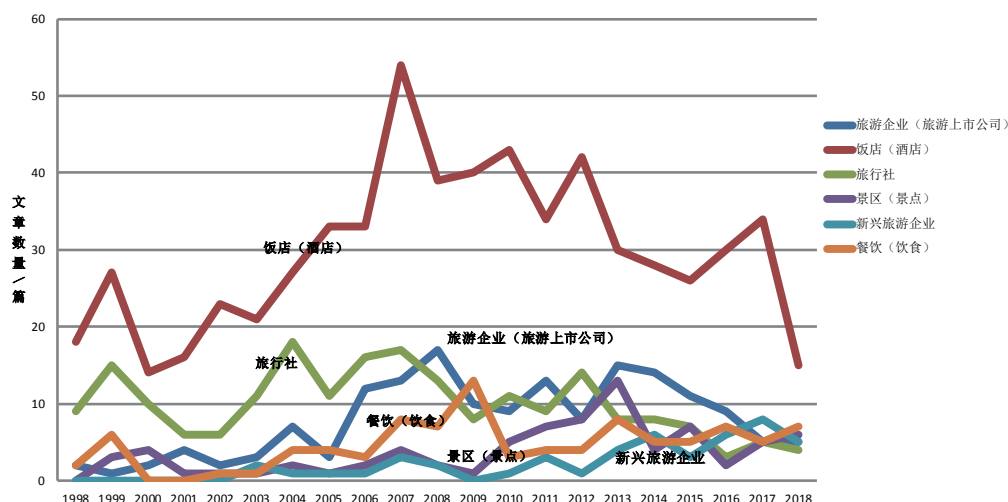


图1 1998—2018年CSSCI期刊中发表旅游企业管理文章数量

Fig. 1 Articles on tourism enterprise management published in CSSCI journals from 1998 to 2018

2. 1998—2018年主要期刊及刊文数量

表1是对期刊发文数量的统计分析，共有42种期刊发文数量为3篇以上。其中文章刊发数量达到10篇以上的期刊有10本，分别为《旅游学刊》（252篇）、《旅游科学》（66篇）、《商业研究》（29篇）、《经济管理》（25篇）、《经济地理》（23篇）、《统计与决策》（19篇）、《商业经济与管理》（17篇）、《人文地理》（12篇）、《北京工商大学学报（社会科学版）》（10篇）、《经济问题探索》（10篇）。在上述10本期刊中，属旅游研究领域的为《旅游学刊》和《旅游科学》，其他期刊多为一般性经济管理类刊物以及偏地理学的期刊。

除以上10本之外的其他期刊，每本期刊刊发旅游企业管理研究的文章数量

不足10篇,其中,刊发4篇文章的有7本,刊发3篇文章的有12本。期刊类型除了经济管理类外,还包括综合类学报、图书馆学、法学、民族学等。可以看出:一是国内CSSCI期刊刊发旅游企业管理研究文章的数量较少,近20年来很多期刊刊发这类文章的数量不足10篇;二是期刊所属类型较为分散,旅游企业管理研究类文章没有集中发表在管理学类期刊,却散见于各个其他学科领域的期刊(如地理类),即使在旅游领域属权威期刊的《旅游学刊》,平均每期也仅有1篇旅游企业管理主题的研究文章,说明旅游企业管理研究目前还没有形成成果发表的“学术阵地”。

表1 1998—2018年国内CSSCI期刊刊发旅游企业管理文章数量
Tab.1 Journal names and numbers of articles on tourism enterprise management published in CSSCI journals from 1998 to 2018

序号	期刊名称	刊发数量	序号	期刊名称	刊发数量
1	《旅游学刊》	252	22	《管理学报》	5
2	《旅游科学》	66	23	《资源科学》	5
3	《商业研究》	29	24	《财经理论与实践》	4
4	《经济管理》	25	25	《法学家》	4
5	《经济地理》	23	26	《宏观经济研究》	4
6	《统计与决策》	19	27	《贵州民族研究》	4
7	《商业经济与管理》	17	28	《经济与管理研究》	4
8	《人文地理》	12	29	《社会科学家》	4
9	《北京工商大学学报(社会科学版)》	10	30	《上海大学学报(社会科学版)》	4
10	《经济问题探索》	10	31	《东南大学学报(哲学社会科学版)》	3
11	《南开管理评论》	7	32	《管理世界》	3
12	《山西财经大学学报》	7	33	《江西财经大学学报》	3
13	《四川师范大学学报(社会科学版)》	7	34	《江西社会科学》	3
14	《中南民族大学学报(人文社会科学版)》	7	35	《科技进步与对策》	3
15	《财贸经济》	7	36	《宁夏社会科学》	3
16	《中国人口、资源与环境》	7	37	《情报杂志》	3
17	《思想战线》	7	38	《图书情报工作》	3
18	《暨南学报(哲学社会科学版)》	7	39	《数理统计与管理》	3
19	《软科学》	6	40	《湘潭大学学报(哲学社会科学版)》	3
20	《价格理论与实践》	6	41	《西南师范大学学报(人文社会科学版)》	3
21	《四川师范大学学报(社会科学版)》	6	42	《浙江学刊》	3

注:表中列出的是刊发旅游企业管理研究文章数量为3篇及以上的CSSCI期刊,此处剔除了笔谈、会议综述、访谈等类型的文章

3. 1998—2018 年文章主要研究主题

本文进一步根据 1 224 篇文章的题目和关键词对研究主题进行了归类总结，对研究主题的划分主要基于工商管理学科中的子学科（如市场营销、战略管理、组织行为及人力资源管理、财务与投融资等），并参照旅游企业各子领域的相关研究来整理。从表 2 可以看出，在“饭店（酒店）”子领域，服务管理和市场营销的主题词最多（58 个），组织行为与人力资源次之（48 个），战略管理第三（33 个）；在“旅行社”子领域，服务管理与市场营销仍然最多（47 个），战略管理次之（39 个）；在“旅游企业（旅游上市公司）”子领域，战略管理最多（58 个），财务与投融资次之（23 个），组织与人力资源管理第三（14 个），服务管理与市场营销第四（12 个）；在“景区（景点）”子领域，服务管理与市场营销最多（27 个），战略管理次之（12 个）；在“餐饮（饮食）”子领域，服务管理与市场营销最多（28 个），战略管理次之（21 个），组织与人力资源管理第三（18 个）；在“新兴旅游企业”子领域，服务管理与市场营销最多（25 个），战略管理次之（7 个）。

由此可见：第一，从研究主题的分布来看，以“服务管理与市场营销”为主题的文章数量最多，反映出该主题在旅游企业管理研究中是“主流”，其次是战略管理、组织行为与人力资源管理两个主题。例如，以“旅游企业”为关键词的研究主要围绕战略管理和财务投资，研究层次主要在企业层面；而以“饭店（酒店）”和“旅行社”为关键词的研究则主要围绕服务管理和市场营销、组织与人力资源管理两个方面，研究层次侧重个体行为层面。第二，研究主题较为分散和碎片化，且存在“点到为止”的问题。尽管一些研究主题在当时较为前沿，但并没有持续集中和深入的探讨（如反映在表 2 中就是大量较为前沿的主题只有 1~3 篇文章）。第三，现有研究整体上仍然围绕工商管理研究中职能管理的框架开展，尽管有少部分研究对特定类型的旅游企业如乡村微型旅游企业、生活方式型旅游企业、在线旅游共享平台等进行研究，但并没有体现出针对这些特定类型的旅游企业管理的研究主题与传统工商管理的研究主题有何差异，或者说这些特定类型的旅游企业管理研究在“特色”挖掘方面还不够。

表2 1998—2018年CSSCI期刊中旅游企业管理研究相关主题分析
Tab. 2 Research topics on tourism enterprises management published in CSSCI journals from 1998 to 2018

以“饭店(酒店)”为关键词进行搜索的旅游企业管理研究主题(单位:个)		
服务管理与市场营销	服务质量(8)收益管理(4)顾客满意度(3)服务创新(3)绿色营销(3)顾客感知价值(2)体验价值(2)服务公平(2)服务补救(2)内部营销(2)品牌延伸(2)网络分销(1)体验营销(1)服务氛围(1)其他顾客行为(1)内部服务质量(1)服务供应链(1)服务接触(1)顾客价值(1)顾客忠诚度(1)个性化服务(1)客户关系管理(1)服务文化(1)CRS(1)品牌命名(1)品牌资产(1)在线产品评价(1)多渠道销售(1)常客奖励计划(1)品牌内部建设(1)网络分销渠道(1)价格竞争(1)定价(1)超订策略(1)产品质量(1)关系质量(1)	组织行为与人力资源管理 离职倾向(4)领导力及领导风格(3)激励(3)跨文化管理(3)人力资源管理(2)培训(2)智力资本(1)心理契约(2)知识管理(2)组织承诺(2)非正式员工(1)女性员工(1)新生代员工(1)伦理氛围(1)效率工资(1)就业波动(1)工作家庭冲突(1)跨界搜寻(1)职业阻断(1)自我效能感(1)员工创造力(1)组织仪式感价值感知(1)虚拟学习团队(1)组织学习(1)劳工移民(1)组织结构再造(1)员工心理健康(1)授权(1)外部学习能力(1)知识共享(1)文化认同(1)实习社会化(1)组织社会化(1)智力资本(1)
战略管理	集团化战略和集团化(4)核心竞争力(3)国际化扩张(3)竞争战略(2)经营模式(2)管理模式(2)社会责任(2)会展与酒店关系(2)制度创新(1)组织发展(1)管理层收购(1)委托管理(1)并购(1)商业模式(1)业态创新(1)战略管理范式(1)集群(1)发展模式(1)利益相关者(1)创业(1)竞争优势(1)	酒店类型 经济型饭店(3)城市饭店(2)星级饭店(1)茶馆酒店(1)山岳景区酒店(1)跨国饭店公司(1)中小饭店(1)
其他	法律(2)资本结构(1)绩效(1)财务管理(1)劝说性修辞策略(1)财务管理(1)规划设计(1)行业协会(1)投资(1)	
以“旅行社”为关键词进行搜索的旅游企业管理研究主题(单位:个)		
服务管理与市场营销	服务质量(9)游客满意度(5)关系质量(2)品牌(2)SERVQUAL(2)Webqual(1)顾客价值(1)顾客期望管理(1)促销(1)旅游者行为(1)品牌忠诚度(1)个性化服务(1)报价(1)营销策略(1)定价(1)服务公平感(1)网络营销(1)在线支付(1)关系营销(1)出游广告时间(1)顾客资产(1)服务补救(1)顾客教育(1)心理授权(1)合作广告协调契约(1)服务不诚信(1)顾客信任(1)心理契约(1)营销能力(1)产品质量(1)购买决策(1)双边定价(1)	战略管理 空间扩张布局(5)价格竞争(3)协作机制(3)经营效率(2)市场绩效(2)不正当竞争(1)过度竞争(1)创新(1)国际化(1)集团化(1)敏捷化战略(1)价格联盟(1)发展战略(1)国际化经营(1)产权改革(1)规模化经营(1)网络化经营(1)并购(1)区位选择(1)核心利益相关者(1)供应链管理(1)产品差异化(1)社会责任(1)商业模式(1)战略导向(1)电子商务能力(1)创业感知(1)互联网转型(1)价值链(1)
其他方面	导游(4)理赔与法律责任(3)质量保证金制度(2)信息管理(2)挂靠经营(2)成本管理(1)零负团费(1)信用缺失(1)责任保险制度(1)	

续表

以“旅游企业（旅游上市公司）”为关键词进行搜索的旅游企业管理研究主题（单位：个）			
战略管理	企业社会责任（8）多元化经营（6）跨国经营（3）成长模式（3）空间结构布局（2）集团化发展（2）结构嵌入（2）战略联盟（2）全球化市场分布（2）动态合作（2）创新绩效（2）共生（2）并购（1）多点竞争（1）竞合联盟（1）竞争优势（1）集中化成长战略（1）危机管理（1）学习能力（1）利益相关者（1）公司治理（1）知识创新（1）企业文化建设（1）网络组织（1）竞合关系（1）创新扩散（1）集体学习（1）发展模式（1）制度压力（1）环境行为（1）政企关系（1）全要素生产率（1）多元化（1）商业模式（1）	财务与投融资	股权结构（3）经营业绩（2）融资约束（1）无形资产（1）经营效率（1）市场效率（1）内部资产市场效率（1）财政补贴（1）财务预警（1）政府控制（1）收益质量（1）股权分置改革（1）动态竞争力（1）经济效益（1）业绩测评（1）资本结构（1）互联网声誉（1）股权激励（1）
组织与人力资源管理	授权管理（1）管理层权力（1）心理授权（1）薪酬差距（1）员工满意度（1）员工忠诚度（1）人际关系（1）组织融入（1）心理契约（1）内部市场导向（1）组织支持（1）组织氛围（1）组织设计（1）劳资冲突（1）	服务管理与市场营销	顾客参与（1）服务质量（1）内部品牌化（1）品牌公民行为（1）品牌信任（1）心理契约（1）收益管理（1）感知公平性（1）互动营销（1）微博营销（1）顾客知识（1）新产品开发（1）
其他方面	诚信（2）生活方式型旅游企业（1）乡村微型旅游企业（1）红色旅游企业（1）差旅管理（1）信息化（1）电子商务（1）生态伦理（1）突发性逆境（1）社区参与（1）		
以“景区（景点）”为关键词进行搜索的旅游企业管理研究主题（单位：个）			
服务管理与市场营销	定价（12）游客满意度（5）服务质量（2）品牌资产（1）故事营销（1）无形资产（1）网络营销（1）游客行为（1）游客时空行为（1）游客环境责任行为（1）服务提供效率（1）	战略管理	经营权转让（2）治理模式（2）竞合关系（1）供应链合作（1）盈利模式创新（1）升级驱动模式（1）市场化运作（1）可持续发展（1）资产重组（1）电子商务联盟模式（1）
财务投资	投资（2）治理绩效（1）经营权价值（1）财务评价（1）经济价值（1）	组织与人力资源管理	管理模式（2）管理水平（1）管理（2）危机管理（1）文化文本建设（1）绿色管理（1）人员培训（1）

续表

以“餐饮(饮食)”为关键词进行搜索的旅游企业管理研究主题(单位:个)			
服务管理 与 市场 营销	品牌关系(2)在线评论(2)顾客满意度(2) 品牌形象(2)服务市场(1)顾客管理 (1)产品设计(1)营销(1)服务创新 (1)顾客购买意向(1)品牌体验(1) 收益管理(1)感知风险(1)定价(1) 品牌忠诚(1)营销要素(1)顾客忠诚 (1)品牌延伸(1)品牌资产(1)在线 点评(1)网络口碑(1)消费者参与(1) 支持性体验与高峰性体验(1)	战略 管理	竞争力(2)特许转让(1)核心竞争力(1) 竞争战略(1)技术创新(1)集群管理(1) 知识管理(1)企业价值(1)特许经营(1) 本土化(1)商业模式(1)商业集群魅力 度(1)竞争分析(1)供应链管理(1)社 会结构(1)信息采纳行为(1)企业社会 责任(1)连锁加盟(1)加盟(1)隐性知 识(1)
组织 行为 与 人 力 资 源 管 理	流程再造(1)薪酬体系(1)生产模块化(1) 员工素质(1)科学管理(1)SA8000标 准(1)自我效能感(1)组织公正(1) 员工工作态度(1)情绪(1)绩效考核(1) 文化资本(1)战略性领导(1)二元管 理创新(1)奖励(1)内部市场导向(1) 员工离职(1)组织伦理系统(1)	其 他 方 面	老字号餐饮(3)中餐(1)社交餐饮网(1) 餐饮团购(1)餐饮外卖(1)食物浪费(1) 食品安全治理(1)食物浪费行为(1)饮 食旅游动机(1)
新兴旅游企业研究主题(单位:个)			
服务管理 与 市场 营销	信息搜寻(2)营销模式(1)产品与服 务(1)功能评估(1)满意度(1)消费 行为模式(1)访问者行为(1)个性化 服务(1)隐私关注(1)旅游者行为(1) 品牌化(1)预定意向(1)服务质量(1) 旅游形象(1)品牌(1)服务保证(1) 顾客知识(1)在线评论(1)动态定价 (1)消费者使用行为(1)用户参与(1) 消费者采纳前阶段行为(1)顾客体验质 量(1)营销策略选择(1)	战 略 管 理	商业模式创新(2)旅游供应链(1)运营 绩效(1)营销战略(1)企业业绩(1)旅 游网站创意(1)
其 他 方 面	乡村旅游新业态(1)旅游电商平台(1) 在线旅游共享平台(1)		

总之,通过对1998—2018年的旅游企业管理研究文献从数量、刊发期刊、研究主题等方面进行系统梳理,可以初步判断我国旅游企业管理研究现状是:近几年国内期刊发文数量出现下降趋势,同时尚没有形成较为集中的学术发表平台;研究主题的集中度、深入度还不够,且没有对特定类型旅游企业的独特性进行深入的理论探索。总体来看,二十年来我国的旅游企业管理研究尚未形成具有一定规模和影响力的学术共同体,这是旅游企业管理研究学者亟待反思的问题。

二、基于一场主题研讨会专家发言的内容分析

本部分对 2018 年一场旅游企业管理研究主题研讨会的专家发言内容进行分析，得出当前旅游企业管理研究的热点、前沿实践议题，进而将上文的文献分析与这些实践议题进行对比分析。

1. 研讨会专家发言的内容分析

关于热点、前沿性的实践议题的获取，本文以 2018 年 11 月 17 日由某旅游学术期刊主办的题为“旅游实践与理论的结合与互促——旅游企业管理专题”的研讨会中专家发言内容为分析文本。选取该内容为分析文本主要考虑到：第一，该会议的主题与本文主题非常贴切，同时该会议邀请到了多个旅游企业的创始人与旅游企业管理学者之间就旅游企业管理中的热点、难点、前沿问题进行发言与对话；第二，该会议的发言专家具有较强的代表性，其中旅游企业的业界代表来自当前新兴旅游企业的创始人、高管，旅游企业管理研究的学者来自全国 10 余个有代表性的高校及研究机构（见表 3）。

表 3 专家相关信息及编码代码
Tab. 3 Experts' information and alphabetic code

参会专家		编码代码
杨静峰	北京时光漫步酒店管理公司创始人兼 CEO	A
张宝龙	旅悦集团副总裁	B
高天明	南开大学旅游与服务学院讲座教授	C
贾建强	6 人游旅行网创始人兼 CEO	D
赵新宇	世界邦旅行网联合创始人兼 CEO	E
张德欣	中关村智慧旅游协会会长	F
师怀礼	燕海九州创始人兼 CEO	G
韩 泽	XONE 运动空间创始人兼 CEO	H
李 阳	新旅界创始人兼 CEO	I
谷慧敏	北京第二外国语学院旅游科学学院教授	J
韩玉灵	北京第二外国语学院北京旅游发展基地教授	K
李 宏	北京第二外国语学院旅游科学学院教授	L
李明龙	中南财经政法大学工商管理学院副教授	M
李云鹏	首都经济贸易大学工商管理学院院长助理、教授	N
唐 飞	东北财经大学教授	O
王 平	青岛大学旅游与地理科学学院副教授	P
吴金梅	中国社科院旅游研究中心副主任	Q
徐 虹	南开大学旅游与服务学院党委书记、教授	R
徐凤增	山东大学管理学院教授	S
张 威	天津财经大学商学院教授	T
曾国军	中山大学旅游学院教授	U
秦 宇	北京第二外国语学院旅游科学学院教授	V

注：资料来源于该学术期刊官方网站

从文本分析来看,此次会议专家发言内容大致覆盖旅游企业管理研究如下几个方面的议题:

第一,旅游企业战略管理相关议题。基本覆盖到旅游企业战略管理中的主要议题,如商业模式,包括中档酒店的商业模式、线上到线下(O2O)的商业模式;成长与扩张模式,包括企业成长逻辑、去地化与在地化、原真性与标准化、扩张速度与发展质量等,以及国际化、组织结构再造、企业社会责任等。

第二,酒店运营管理相关议题。涉及酒店细分类型如怀旧主题酒店、中档酒店,以及酒店服务创新、酒店新生代员工管理、员工老龄化等前沿议题。

第三,民宿经营管理相关议题。有关民宿的议题是当前我国住宿业中的热门议题,此次专家提出的议题主要有民宿的土地政策和政府基础设施投资问题、民宿发展中的情怀与营利的矛盾问题、民宿的人力资源管理与培训问题、民宿经营管理中与当地社区和村民的关系处理问题等。

第四,旅行社经营管理相关议题。传统旅行社正面临转型升级的机遇与挑战。此次会议中多个专家提出,旅行社业仍然会一直存在,但一定会有重大转型与创新(如表4中D、K所述),提出的主要议题包括旅行社的价值再造、旅行社的组织结构再造、旅行社门店的规模化复制、旅游服务的专业化与品牌化、旅游者对旅行社品牌的信任等问题。

第五,技术在旅游企业中的应用及其影响议题。议题包括互联网技术对旅游企业生产效率提升、市场营销、产品设计、“旅游达人”的众创管理及新生代员工管理等方面的影响;大数据和人工智能在酒店场景、旅游分销、出境游和旅游行程规划等方面的应用;“技术与人”的关系问题,如人机互动对服务的影响、人机混编组织、服务中技术与情感的关系、技术系统间冲突导致服务价值共毁、顾客与技术的互动等。

第六,OTA与酒店的关系议题。该议题是行业关注的焦点,专家提出了OTA公司如何让住宿企业流量变现、中小旅游企业如何摆脱OTA平台束缚等议题。

第七,旅游创业议题。主要议题包括旅游创业提升旅游目的地竞争力、旅游创业机会识别过程中的机会创造、乡村旅游创业等。

可以看出:一方面这些议题涵盖了按照旅游业态类型来划分的旅游企业各个细分领域,如酒店、旅行社、民宿、OTA等;另一方面这些议题又涵盖了旅游企业经营管理过程中的诸多方面,很多议题也是其他服务行业所遇到的共性问题,如技术对企业的影响、新生代员工管理与老龄化用工等。

表 4 研究议题与内容举例——基于专家发言内容的文本分析
Tab. 4 Research topics and examples: Content analysis based on expert speeches

研究议题	子议题	内容举例
旅游企业 战略管理 相关议题	商业模式	中档酒店商业模式 我们建立了一个商业模式，一个 10 万块钱一间房的投资，加上怀旧氛围的打造，再加上特色服务，相当于中档饭店 500 元左右的售价……我们这五年来按照这样的模式做，投资回报率在业内做到了持续领先的水平。（A）
		从线上到线下（O2O）的商业模式 我们借助互联网的一些思路，把一些好的产品通过线上加线下结合的方式进行售卖。我觉得这个过程是真正可以帮助消费者获得更好体验的。（B）
	成长与扩张模式	连锁酒店跨区域管理中的标准化与在地化之间的矛盾问题 我们跨区域管理，目前有近两百家店，但需要服务落地化，需要提供在地化、人文化的一些传承，这个问题其实也一直在困扰我们。（B）
		酒店扩张速度与服务质量的关系 杨总的时光漫步 5 年才开了 10 家店，那么优质服务给连锁酒店的快速扩张带来了哪些阻碍？（W）
		酒店的利益主体之间的交互质量 这就形成了一个交互的平台，所以未来我们应该建设一个交互型的社会。酒店就是一个共同体，这个共同体里的利益主体是不是能够互相激发热情、关怀并进行创新？我觉得交互的质量是非常重要的。（R）
		旅游企业成长的主要逻辑 旅游企业成长的主要逻辑是什么？能不能找到主要的逻辑是关键问题。（S）
		旅游企业从去地化到在地化 从去地化到在地化的转向。（U）
		旅游企业的原真性和标准化 就是原真性与标准化的平衡，就是讲特色和标准怎么样在一个旅游企业里去共生的问题。（U）
	国际化模式	国外适合中国旅游者的酒店服务标准和品牌 我们希望做一个欧洲或者北美的酒店为中国人服务的标准。（与会听众）
	组织结构	组织重构 我觉得我们可以研究组织重构，研究把人作为核心的新的商业模式的构建。（P）
		服务企业是多地区、多市场分布的组织类型 在工业企业体现为多元化，如产品的多元化、市场的多元化，那么在服务业更多体现为多地化和多变化，这样才能够进行扩展。（T）
	企业社会责任	旅游企业社会责任的社区参与路径 我的想法是社会责任是旅游企业功能定位中必须包含的，社会责任实现路径有很多，社区参与是一个常规路径。（R）

续表

研究议题	子议题	内容举例
酒店运营管理相关议题	酒店细分类型	怀旧主题酒店 我们第一家店在北京方家胡同46号院内,建筑特别怀旧,特别具有沧桑感和历史感,所以我们把第一家店定位为怀旧主题,后来才发现怀旧是很多人的情结,在这样一个高速发展的社会,大家都很眷恋以前的山、水,还有一些儿时记忆。(A) 住在时光漫步(酒店)的客户大多数是90后,他们就觉得原来我们的长辈是这样生活的,就不停地拍照发朋友圈。(A)
		中档酒店的特色化、主题化 他们(中产阶层)对产品的需求是个性化、特色化,他们不希望住的酒店跟别人一样,穿的衣服跟别人一样,吃的饭跟别人一样。我们希望中档饭店市场百花齐放,每一个酒店都能够形成自己很好的一个特色。(A)
	服务管理与服务创新	服务创新 我们在业内推出“四不”政策:第一,不收押金,第二,不查房,第三,基本不收半天房费,第四,基本不收赔偿费。而且我们所有的房间内的食品都不收费。(A) 举办多个服务主题活动,在服务创新方面,我们每个月在酒店前台都有一项主题活动跟客人进行互动,通过这个活动迅速拉近跟客人之间的距离,如“红七月”“诗词大赛活动”“时光宝盒”和“水果节”。(A)
		服务运营管理 从时光漫步开业5年以来到现在我们始终围绕着服务来进行每天的日常管理,比如我的手机里就有一个微信群,所有的员工每天晚上会把他当天做得好的服务案例分享到群里面,有时候有十几个甚至有二三十个服务案例,还包括员工在服务过程中遇到哪些困惑、得到客人赞扬以及跟客人如何交流等,这些都会在当天晚上的服务案例里面详细显示,我也会进行点评和回复。(A)
	人力资源管理	酒店的新生代员工管理 90后员工并不在乎拿4500元还是5000元,他们在乎的是在这儿工作开不开心,有没有Wi-Fi,特别是玩得开不开心,所以我们经常组织各种活动。(A)
		酒店基层工作中年轻员工减少、老龄化问题 90后几乎没有大规模进入酒店业这个行业,酒店业的用工现在实际上已经完完全全是偏老龄化这样一种情况。(J)
		酒店企业中员工年龄差距大 我们的员工既有50后、60后的楼层阿姨,也有所谓的新生代和新生代管理者,年龄差距较大,管理和组织方式需要关注。(A)
		业主方与管理方对员工的管理 员工是业主注册公司的员工,不属于管理方派遣,管理方觉得这个企业我就是管理者,所以业主也想压榨员工,高管团队和管理公司也要压榨员工,一个月拿到手才两千块钱,不出问题才怪。(P)

续表

研究议题	子议题	内容举例
民宿经营管理相关议题	民宿处理“情怀”与营利、长期与短期利益的矛盾	消费者所关心的东西和业主所表达的情怀是两回事，关键是消费者体验过程中能不能得到价值回馈。（B）
	民宿建设中土地的法律问题	在做周边游的过程中，我们遇到的最大的一个问题是土地问题，要想发展周边游，最关键的是法律体系的建设和土地系统的建设，尤其做民宿的。证件办理是非常慢的过程，虽然国家大力支持发展民宿，但是政策落地比较漫长。（G）
	民宿建设中的政府基础设施投资不足问题	在古村落改造中，两个亿的投资都花在地下工程如管网这些了。（G）
	民宿的人力资源管理和当地人的培训问题	整个民宿行业的从业人员文化水平都是非常低的，很多人都是自家来做旅游。（G） 我们通过培养当地人，培养一些好的管家，使一些老百姓参与到服务过程当中，把一些村落的人作为我们的员工，打造我们的管家培养体系。（G） 淡旺季比较明显等原因导致我们在人员的控制、人员的寻找和留存这些方面其实是困难的。（B）
	乡村民宿建设中与村民相处问题	我这几年一直在做乡村旅游，发现跟村民和谐相处并不容易，很多村民存在投机行为。（G）
旅行社管理相关议题	消费者对旅行社的信任问题	旅行社变成了一个不太被消费者信任的行业，而同时旅行社的从业人员也变成了不太被尊重的群体。（D）
	旅行社人员不被尊重，甚至导游污名化问题	最后我们发现导游其实被污名化了，导游被污名化背后有深层次问题。（K）
	旅行社的价值重塑	旅行社的核心价值是以服务为导向，给用户提供便捷和安全的服务保障，但在过去很多年里旅行社开始变成“搬砖的”——就是把资源整合一下然后把库存放到自己手里，在资源比较紧俏的时候高价卖出去，然后就赚了钱。（D）
	旅行社组织结构再造	传统旅行社要颠覆自己，从原来销售操作的这种远层的关系变成以旅游顾问为导向、以目的地为导向、以专业化为导向的人才结构，从整个组织架构上进行改造。（D）
	旅行社的服务专业化和品牌化	互联网的服务理念带来了专业性和品牌化。（D）
	旅行社的规模可复制化	来自互联网的可复制性，互联网的获客方式以及它系统化的工作能力带来整个规模的可复制性。（D）

续表

研究议题	子议题	内容举例
技术在旅游企业中的应用及其影响	互联网对旅游企业的营销、人力资源的管理等的影响	客户的在线化与互联网获客 来自渠道升级和如何进行互联网获客, 携程、去哪儿或各种在线旅游公司, 实现的都是客户的在线化。(D)
		互联网提升旅行社生产效率 我认为技术带来生产效率的变化, 通过技术的方式升级了系统, 让一个服务人员的效率可以在原来基础上增长 10 倍。(D)
		互联网等技术手段解决旅游产品碎片化问题、服务问题 我们比较关注产品碎片化, 会把 12 个品类的产品全部打碎, 全部用接口去连接, 涉及机票、酒店、签证、保险以及高铁票、租车、目的地观光门票、赛事等, 全部用接口、用全球比价的方式去对接。(E)
		达人团队的管理(众包众创模式问题) 我们现在大概拥有一个全国最大的、真正的达人团队, 把全世界能够提供服务的达人揽到公司里面。(E) 建立达人的众包模式的规范和标准。(W)
		网络环境变化使得年轻员工更加依赖互联网, 进而促进创造力 第二个大的机会是网络环境的变化导致了年轻人对互联网的天然依赖, 我们的从业人员有 80 后、90 后, 甚至 00 后, 他们对互联网的天然依赖带来了在互联网改造旅行行业的巨大创造力。(E)
	大数据与人工智能技术在旅游企业中的应用	大数据和人工智能对旅游企业的影响 我最近也在关注大数据和人工智能对旅游和酒店产生何种影响。(J)
		大数据在旅游分销中的应用 其实现在很多旅游目的地也在用 OTA 做分销, 现在也可以考虑大数据分析在分销上的应用研究。(K)
		酒店中倾向于使用 AI 机器人的场景和人群 某国际著名酒店把机器人放在最高级的套房里面, 最终客人用这个机器人的比例不到 2%。这个定位恐怕有问题, 因为住到这个房间里面的人一定不是对机器人更感兴趣的人, 这个场景可能有问题。(J)
		大数据下出境游产品设计 如果能够对产品线路作详细的分析, 数据来源比较广泛的话, 对有些企业到境外去做投资会有很大的帮助。(N)
		智能行程规划问题 表面上看人工智能和大数据在其他行业应用将比较火热, 但是因为旅游行业的问题实在太复杂, 目前人工智能还没有能力解决旅游行业的问题, 比如说智能行程规划的问题。(N)
		人工智能机器人和人员相结合的模式 由于机器人和人的结合, 可以同时操纵着 20 万个微信群, 这是没有技术之前不可想象的。但是有了这个 AI 技术, 我们不仅可以管理这 20 万个微信群, 我们还可以知道 20 万个微信群对面聊的人的特点, 他是干什么的、上次去了哪儿、上次消费的水平如何、上次在这儿提了一个产品但没有买、为什么没有买……我们都能知道, 后来做获客的营销就容易很多; 达人再对用户的特殊要求和问题进行提问, 解决了程式化和个性化的问题。(E)

续表

研究议题	子议题	内容举例
技术在旅游企业中的应用及其影响	技术与员工、顾客的关系	人机互动的影响 人和机器共同互动会产生什么影响，我想可能会成为一个重要研究话题，目前研究还比较浅，随着技术应用场景越来越丰富，在人机状态下酒店怎么做是特别好的研究主题。（J）
		人机混编 人机混编已经改变了巴纳德所说的组织存在的三个前提条件，我觉得这个都是可以研究的。（P）
		服务中技术与情感关系 第一个是技术跟情感的关系，传统的技术理论强调顾客对技术的接受程度，是受外在因素影响的，比如说主观规范和技术交流等，但是我们说服务其实除了功能属性之外还有另外一个情感或精神的属性。（M）
		技术成为顾客的习惯 对顾客来说，技术已经变成司空见惯的时候，已经变成 SOP 一部分的时候，就已经不再认为它是一种技术了，或者说技术层面对顾客的影响已经消失了，所以在这个时候我们就要考虑怎么样策略性地选择服务技术，然后哪些因素影响这个技术选择。（M）
		技术系统间冲突导致服务价值共毁 另外一个就是技术、服务方式的组合也是重要的，因为我们说服务价值共创，但是如果技术系统之间存在冲突的话，也可能出现价值共毁。（M）
		顾客与技术的互动 目前来讲顾客与顾客互动方面的研究挺多的，但是对于顾客跟技术之间的互动研究还较少。（M）
在线旅行社与酒店、旅行社关系	人脸识别问题 现有文献对有关人脸识别的 3 个关键点都缺少研究：顾客的安全、隐私、对这个系统的信任。未来我想可能这一块是一个很重要的研究内容。（S）	
	拥有巨大流量的互联网公司在大住宿领域如何寻求流量变现	我们发现整个的携程体系里的流量变现的环节是缺失的……在一些大众化的非标住宿领域、在途经济方面，如何把流量进行变现，携程仍有较大的空缺。（B）
旅游创业	小企业如何摆脱 OTA 而独立发展	新兴的旅游公司以及传统旅行社面临如何应对大平台的挑战，即是要做“苹果”还是要做“富士康”。（W）首先应该形成品牌，有独立的商业模式，有忠实用户和长期生存下去的价值，构建核心能力和可复制性，而不只是当作一个小生意去做。让用户认可你，让员工能挣到钱，让这个行业变得越来越好。（D）
	乡村旅游创业	乡村旅游中的一个主体就是创业公司，但是公司又跟这个村融为一体。村民既是创业者，又是这个村里的居民，有多种角色。（S）
	旅游创业提升旅游目的地竞争力	创业者做好了，能提高一个区域的目的地形像，这个实际上又跟旅游目的地竞争力研究有关联。（S）
	旅游创业的机会识别与过程中的机会创造	创业有因果逻辑和效果逻辑之分，因果逻辑是现实存在的，效果逻辑是创造的。我们有很多旅游项目是无中生有的，就是这个机会可能不存在，但是我把它创造出来了。（S）

2. 文献与实践中的议题的对比分析

将国内旅游企业管理的文献与实践中的议题进行对比分析，可以发现：

第一,近几年旅游企业管理研究的文献数量整体呈现下降趋势,这与近几年旅游企业数量高速增长、创新不断的实践尚不匹配。事实上,不管是传统的酒店、旅行社,还是跨界而来的OTA、技术驱动的中小旅游创业公司等,都在产品与服务模式、商业模式和管理模式等方面有较多创新实践,本应对这些实践进行学术研究的文章在数量上却没有与之相匹配。

第二,近几年旅游企业管理研究的主题与实践界提出的前沿议题存在“脱节”问题。前沿性实践议题在近几年的旅游企业管理学术文献中出现相对较少,如大数据与人工智能对旅游企业的影响、乡村民宿与当地村民关系、酒店新生代员工管理与老龄化用工等。同时实践中的难点问题在现有国内学术研究中也没有得到足够重视,如导游人员的污名化现象、旅行社的零负团费问题、酒店的员工离职及服务质量问题等。

第三,即使研究的主题与实践议题一致,所得出的结论或形成的理论命题也没有对实践议题进行深入观察和剖析,得出的结论也很难解决实践问题。例如在研究酒店的员工离职和服务质量等的影响因素问题上,多数研究借助人力资源管理和服务管理相关学科理论中的成熟问卷量表进行测量,并进行大样本的统计调查和精细化的数据分析来得到最终结论。这是当前研究中的主流范式,是“很科学的”。然而从现实来看,酒店业的员工离职问题与服务质量问题长期存在,其背后的影响因素非常复杂,与酒店业的结构失调、酒店企业的投资与扩张模式畸形、酒店企业管理模式传统、酒店管理者认知模式落后与思维保守等多方面的影响因素交织作用有关,简单照搬国外理论和研究模型并不能很好地为我国酒店企业提供借鉴。

三、旅游企业管理理论的情境化构建

在旅游学科尚未形成自身成熟的理论框架的当下阶段,旅游学科内部相关子领域已初步在理论构建方面进行了探索,如旅游地理学、旅游经济学和旅游人类学等(徐菊凤,2017)。作为旅游系统中最重要的子系统之一——旅游企业,对其运行发展的规律认识需要进一步深化。一个重要途径就是通过对既有实证研究的结论和经验事实中的实践进行全面的归纳总结,逐步形成旅游企业管理的整合性研究框架,从而有利于形成具有特定范式的理论框架。研究者可以从如下两个方面进行探索。

1. 构建一个“跨层次、纵横交叉”的旅游企业管理研究框架

旅游领域能否创建和拥有自己的理论体系一直是旅游学术界的争论焦点。

如 Crompton (2018) 等资深学者对旅游领域创建自己的理论体系持悲观态度, 认为旅游只是其他主流学科的一个研究领域或情境, 旅游研究中缺乏内生的理论 (黄松山, 2018)。张辉、岳燕祥和郝玉玮 (2018) 则给出更为深刻的批判性观点, 认为旅游研究更多地依靠相关学科的理论来支撑, 已经成为其他相关学科理论检验的“试验田”, 研究贡献主要表现为验证、完善、补充已有学科的理论与方法, 长此以往旅游研究者可能会陷于其他学科语境中难以自拔。

旅游企业管理研究领域存在同样的问题, 即尚未形成具有自身特色、独特理论贡献的原创概念、命题与框架体系 (曾国军、王丹丹, 2018)。需要说明的是, 此处的理论更接近 Merton (1957) 所定义的“中层理论”。当前我国旅游研究的中层理论探索还较为缺乏, 这固然与旅游学科交融的深度不够、批判性思维不足、统计基础过于薄弱和数据匮乏等因素有关 (马波, 2017), 但本文认为, 这更与当下旅游企业管理研究过于注重定量统计方法的理论验证型研究、忽视了归纳逻辑下的理论构建型研究有关。理论验证型研究中的研究问题尽管也很有趣, 也能够关注现实实践, 且模型和方法也很精深, 但由于研究问题过于关注细节和碎片化, 以及待验证的理论边界不断收敛 (王宁、肖洪根、谢彦君等, 2019), 致使该类研究“微观理论过度, 中层理论不足”。因此, 在当前阶段, 旅游企业管理研究急需运用归纳逻辑、综合与整合思路, 逐步构建中层理论意义上的理论框架与知识体系。

一些学者在构建理论方面进行了初步探索。如戴斌 (2006) 曾提出, 酒店管理学科体系必须重点解决“为何”以及“是何”与“如何”的问题, 即以重点解决酒店领域中现象的发生和演化机制为未来研究方向, 最终目标是建立起一套基于酒店微观运作基础之上的多视角宏观分析体系, 进而构建一个从产品到管理、投资、产业、历史与文化等多层面、多维度的理论框架模型。陈雪钧 (2017) 则从战略管理、成长模式管理、品牌管理、人力资源管理、经营管理等几个方面进行旅游企业管理理论构建。Fu、Okumus 和 Wu 等 (2018) 构建了一个旅游企业创业研究框架, 涵盖了旅游目的地环境中的经济、社会、政策和技术等因素和创业者个体因素, 以及这些因素对旅游企业创业行为的影响机制、创新绩效等。李彬、秦宇和温婧 (2016) 则针对旅游与酒店企业创业提出了一个涵盖创业环境、创业个体、创业过程、创业绩效等多层面的研究框架。

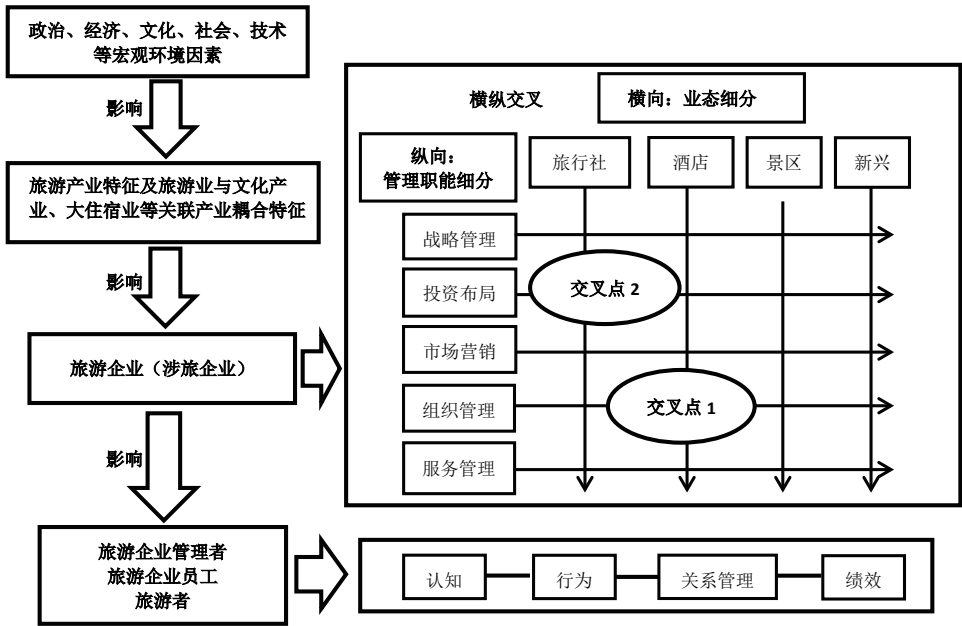


图 2 一个关于旅游企业管理的研究框架

Fig. 2 A research framework of tourism enterprises management

在前人研究基础上，本文提出一个“跨层次、纵横交叉”的旅游企业管理研究框架（见图 2）。其中，“跨层次”指研究对象的多层次、跨层次特征。围绕旅游企业这一中观层次（meso），可以向上延伸到旅游产业和其他关联产业，以及旅游目的地和旅游客源地的政治、经济、社会、文化、技术等宏观层次（macro），向下可以延伸到旅游企业中的管理者及员工、旅游者的微观层次（micro），进而可以进行宏观、中观和微观之间的跨层次研究。“纵横交叉”指针对旅游企业这个中观层次的研究，需要基于纵向的管理学中管理职能细分（即管理学中的各细分领域）与横向的旅游业态细分两个维度的交叉领域来进行研究。“纵向”是考虑到管理学理论丛林特征明显，各个职能方面的理论领域已逐渐成熟并不断发展，如财务投资、战略管理、市场营销、人力资源等，对某个旅游企业管理中的特定问题的研究，需要与该问题所对应的管理学中的细分理论去借鉴和对话，这样才能把握旅游企业管理理论的前沿与深度。“横向”是考虑到旅游业各个细分业态较多，且各个细分业态的企业之间存在较大差异，因此需要关注酒店、旅行社、景区、新兴旅游企业等各个细分业态旅游企业的发展规律，从而为后续情境化分析作准备。“交叉点”则是旅游企业管理研究的焦点和重点，通过对这些交叉点的研究既可以在管理学的细分理论方面进行“深挖”，也可以对旅游业态细分领域的各类旅游企业的研究进行拓展。

当然,这里的“纵向”也可考虑管理学外其他学科的理论,如社会学、人类学、地理学、心理学等,将多学科、多理论引入旅游研究是由旅游现象的复杂性决定的(Jafari & Aaser, 1988; 谢彦君、李拉扬, 2013; 陈晔, 2018; 黄松山, 2018)。但考虑到国内学科发展现状,即旅游管理学科仍然属于工商管理学科下的二级学科,且旅游企业管理研究的问题更多需要以管理学理论为直接来源和基础,由此本文认为现阶段旅游企业管理研究仍然以管理学理论为主,其他学科的理论为辅^③。

本文提出的旅游企业管理研究框架可以为后续研究提供一个整体性视角(holistic),后续研究可以对框架中的每个部分以及各部分之间的关系进行更为深入的研究。“既见树木,又见树林”,旅游企业管理理论的边界和体系才会逐渐确立。同时,从方法论来看,不仅需要以定量研究方法为主的理论验证研究,更需要以质性、案例等研究方法为主的理论构建研究(曾国军、王丹丹, 2018)。

2. 通过情境化方式构建旅游企业管理理论

图2中所示的“交叉点”是旅游企业管理研究进行理论构建的关键所在,研究者可以通过情境化的方式聚焦在“交叉点”,实现理论构建。

“情境化”指在对现象进行研究时,识别并考察它们所处情境中相关的和有意义的元素(徐淑英、任兵、吕力, 2016)。对情境化的关注成为近几年管理学研究中的热点话题。例如,徐淑英、任兵和吕力(2016)认为情境化能够改进现有理论精确度。深入的情境化研究还能使有效的理论更好地解释新情境中的独特现象,提升其与实践的关联性,如任兵和楚耀(2014),秦宇、李彬和郭为(2014)对管理学中情境化理论构建的方式与路径进行了阐述。

旅游企业管理研究与一般企业管理研究可能在理论视角、研究方法、研究范式等方面有较大的相似性。然而,旅游企业管理研究如果能够成为一个特定的研究领域(Köseoglu, Okumus & Dogan, et al., 2019),就需要在“旅游”二字所体现出的行业、企业、消费者等各方面的独特性这一情境问题上进行深入分析。

本文借鉴Zahra(2007)提出的情境化理论构建分析框架,认为构建情境化理论的有效策略是:第一,描述情境边界以及独特性的来源;第二,质疑现有理论的一般性假设;第三,识别情境中影响因果关系的关键要素。由此,在旅游这一情境下,可以质疑特定理论的核心假设,甚至是放宽这些假设,进而探

^③ 感谢匿名评审人在此处给出的中肯意见。

索这些假设在旅游情境下是否成立,如李彬(2019)对源自西方的酒店业服务管理理论背后的“服务人员与顾客之间的地位与心理是对称、平等的”这一假设进行质疑,提出可以构建本土化的酒店与接待业服务管理理论。

若要实现这一系列步骤,就要对理论和实践(问题或现象)有充分了解。正如Zahra(2007)进一步指出的,将理论和现象相联系的一个途径是认识理论和现象的发展水平,通过分析情境化的丰富程度从而有针对性地作理论构建工作。

本文把理论近似分为成熟理论和新兴理论,区分标准是该理论在旅游企业管理领域是否已经相对成熟并广泛采用,现象分为已知现象和新现象,即该现象是否是旅游产业和企业中新出现的、前沿的议题^④,从而两两组合形成4种关系组合(见图3),并在4种组合中分别列出了旅游企业管理研究中的若干选题来进行说明。

在“成熟理论-已知现象”组合中,商业生态系统视角、价值共创视角已是旅游企业管理领域较为常见的理论,酒店与OTA的关系、服务质量管理等是已知现象。尽管这一组合的情境丰富性较低,但进行理论构建时,研究者可以借助现象的情境性来进一步拓展、补充、完善已有成熟理论,探索理论新的权变条件,放开理论的部分假设,进行纵向研究来发现理论的边界等。

在“新兴理论-已知现象”组合中,制度逻辑视角、社会交换视角在旅游企业管理中是相对新兴的理论,但诸如酒店业的发展、旅行社零负团费等现象并不是新的现象,此时的情境丰富性程度是中等。研究者可以探索该新兴理论对已知现象的情境性的解释和分析,以此来看新兴理论是否具有更强的解释力和优越性,对已知现象和问题也可以有新的认识和解决方案,如秦宇(2017)提出的对旅行社零负团费问题的研究,就可以结合社会学中的社会交换视角对旅行社的上下游企业、政府部门、参团旅游者、旅行社负责人等进行深入剖析,以分析零负团费问题的实质。

在“成熟理论-新现象”组合中,文旅融合、人机交互是当前旅游业关注的

④ 需要说明的是,此处所说的新与旧、成熟与新兴,均是以“旅游企业管理的理论与实践”为评价和衡量的基准。这主要是考虑到,本文关注的重点是“旅游企业管理研究”,而不是“一般企业管理研究”。尽管旅游企业管理领域的理论与实践与“一般企业管理”的理论与实践会有重合,甚至其中很多研究直接借鉴和引用一般企业管理的理论来分析旅游企业管理中的现象或者研究与一般企业管理相类似的问题(即不太强调旅游企业的情境性,如对一些酒店人力资源和组织行为的研究)。然而,本文认为,旅游企业管理研究应当坚持以旅游研究为“阵地”、以“旅游企业管理”的现象和理论为主体的立场。感谢匿名评审专家对此处给予的中肯建议。

新兴和前沿问题，而主客互动、开放式创新的理论视角则是相对成熟的理论。此时情境丰富性也是适中，但理论构建工作与“新兴理论-已知现象”不同。研究者需要首先对新现象、新问题进行深入调查分析，通过归纳方式提出理论命题，进而与原有成熟理论（作为参照理论）进行理论对话，看是否能够对原有成熟理论（参照理论）的边界条件、适用范围、核心假设等有新的补充和完善。如人机交互是当前旅游者旅游过程中新的行为方式，特别是 90 后、00 后的旅游者更倾向于与“手机屏幕”及其背后的旅游产品进行交互，那么如果通过对这种新兴的旅游人机交互行为现象进行理论构建研究，可以对传统的主客交互、游客交互的“人人交互”行为理论有进一步的拓展与完善，则可以充分显示出情境化在理论构建中的重要作用。

在“新兴理论-新现象”组合中，数字经济时代下的传统旅游企业转型升级、乡村民宿的利益相关者关系治理等都是新现象，人工智能等新兴数字化技术赋能理论（IT-enabled theory）、多中心治理理论则是新兴理论，此组合情境丰富性最高，研究者进行理论构建工作时可以进一步明确现象的独特性，探索新兴理论在该现象中的适用性以及在其他类似现象中的适用性，从而对新现象和新理论都有进一步的认识。

理论	新兴	举例：制度逻辑视角下我国酒店业的演化； 社会交换视角下我国旅行社零负团费再思考； 情境丰富性适中	举例：人工智能大数据赋能旅游企业转型升级； 多中心治理视角下乡村民宿利益相关者关系治理； 情境丰富性较高
	成熟	举例：商业生态视角下酒店与 OTA 关系模式演进； 价值共创视角下旅游企业服务质量管理； 情境丰富性较低	举例：开放式创新视角下文旅企业融合发展模式； 主客互动视角下旅游人机交互行为模式研究 情境丰富性适中
		已知	新
		现象	

图 3 旅游企业管理研究情境化理论构建举例

Fig. 3 Examples of contextualization for theory building of tourism enterprises management research

四、结论与局限

我国旅游企业管理实践不断发展，亟须旅游企业管理研究与之相适应。本文探讨了旅游企业管理研究中理论与实践的匹配现状，进而提出了构建旅游企

业管理的研究框架及情境化理论构建的基本思路。

具体的研究发现是：第一，通过对 CSSCI 期刊中在 1998—2018 年发表的有关旅游企业管理研究的文献进行分析，发现近几年该领域发文的数量呈现下降趋势，发文的期刊较为分散、没有形成集中性的期刊发表平台，研究主题的集中度、深入度和实践关联性还有待提高。第二，以 2018 年一次针对旅游企业管理的专题研讨会中专家的发言内容为文本进行分析，归纳总结了旅游企业管理领域的研究前沿与热点议题，并进一步对比分析这些实践议题与文献分析中的研究主题，发现了近几年旅游企业管理研究与实践界提出的前沿议题存在“脱节”与“不匹配”问题。第三，针对学界研究与业界实践不匹配的现状，本文提出了一个“跨层次、纵横交叉”的旅游企业管理研究框架，进一步提出情境化是构建该研究框架的重要方式，并通过“成熟理论、新兴理论、已知现象和新现象”4 个维度构成的组合工具来具体说明旅游企业管理研究中情境化分析的思路。

本文的理论贡献在于：第一，通过对国内旅游企业管理研究现状进行梳理以及对旅游企业经营管理中前沿和热点的实践议题进行分析，可以为旅游企业管理研究者提供一个较为全面系统的介绍，并进一步强化实践导向的研究价值取向，为后续研究提供了一个研究指南（agenda），具有一定的指导意义。第二，本文所提出的研究框架和情境化理论构建方式，对总结旅游企业管理活动的一般规律具有借鉴作用，旨在为当前旅游企业管理研究范式的改善提出新思路，并对旅游企业管理研究在构建理论的策略方面提供参考。

本文的局限与不足：一是对文献的分析需要进一步完善。本文分析的文献仅来源于 CSSCI 期刊，未来可以进一步扩大期刊范围，特别是考虑 SSCI 期刊中的相关文献，同时借鉴大数据的思路与方法以及文献计量学方法（如使用 Cite Space 软件）等，进一步对旅游企业管理领域的文献进行更全面、深入的分析。二是在对我国旅游企业管理中的实践议题的分析中，尽管所选择的学术会议主题较为贴切，但仍然存在参会专家特别是业界专家的代表性欠缺的问题，以及会议中对话的深度不够使得部分专家发言并没有完全“切中”当前旅游企业管理前沿的痛点问题。因此，今后可以采用质性研究方法对旅游业界和学界的专家进行深度访谈，进一步深化该研究。

参考文献：

- [1] Crompton J. Prof. Dr. John Crompton 教授专访 [EB/OL]. 绿柚智识. <http://www.jinciwei.cn/h164187.html>, 2018-05-06.

- [2] Fu H, Okumus F, Wu K, et al. The entrepreneurship research in hospitality and tourism [J] . *International Journal of Hospitality Management*, 2019 (78) : 1~12.
- [3] Gursoy D. Future of hospitality marketing and management research [J] . *Tourism Management Perspectives*, 2018 (25) : 185~188.
- [4] Jafari J, Aaser D. Tourism as the subject of doctoral dissertations [J] . *Annals of Tourism Research*, 1988, 15 (3) : 407~429.
- [5] Köseoglu M A, Okumus F, Dogan I C, et al. Intellectual structure of strategic management research in the hospitality management field : A co-citation analysis [J] . *International Journal of Hospitality Management*, 2019 (78) : 234~250.
- [6] Line N D, Runyan R C. Hospitality marketing research : Recent trends and future directions [J] . *International Journal of Hospitality Management*, 2012, 31 (2) : 477~488.
- [7] McKercher B. What is the state of hospitality and tourism research- 2018? [J] . *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2018, 30 (3) : 1234~1244.
- [8] Merton R K. *Social Theory and Social Structure* [M] . 2nd ed. Glencoe, IL : The Free Press, 1957.
- [9] Zahra S A. Contextualizing theory building in entrepreneurship research [J] . *Journal of Business Venturing*, 2007, 22 (3) : 443~452.
- [10] 陈雪钧 . 旅游企业管理理论与实践研究 [M] . 武汉 : 华中科技大学出版社, 2017.
- [11] 陈晔 . 旅游理论从哪里来? 基于管理学理论发展的思考 [J] . 旅游导刊, 2018, 2 (5) : 11~18.
- [12] 戴斌 . 论研究生层次的饭店管理教学体系与教学方法 [J] . 旅游学刊, 2006, 21 (S1) : 183~186.
- [13] 谷慧敏, 丁昕, 王雁楠 . 基于学术期刊的华人学者之酒店管理研究 [J] . 旅游导刊, 2017, 1 (4) : 3~17.
- [14] 何建民 . 科学的旅游理论研究与实践的关系——基于诺贝尔经济学奖获得者研究与成长的视角 [J] . 旅游学刊, 2017, 32 (12) : 8~10.
- [15] 黄松山 . 中国旅游研究 : 一位海外学者的观察、思考和建议 [J] . 旅游导刊, 2018, 2 (5) : 1~10.
- [16] 李彬 . 主流学科一流刊物中旅游及酒店研究成果的启示 : 酒店管理研究中的“理论与情境”融合模式思考 [J] . 旅游导刊, 2017, 1 (3) : 100~106.
- [17] 李彬 . 本土化研究促进我国酒店与接待业管理理论构建 [J] . 旅游学刊, 2019, 34 (10) : 9~11.
- [18] 李彬, 秦宇, 温婧 . 中国旅游与酒店创业研究回顾与展望——一个基于文献和实践

- 调查的理论框架[J]. 旅游学刊, 2016, 31(10): 125~137.
- [19] 吕力, 田颢, 方竹青. 双重压力下的主流管理学及 IACMR: 问题与反思[J]. 管理学报, 2017, 14(4): 511~518.
- [20] 马波. 中国旅游理论研究的现实问题[J]. 旅游学刊, 2017, 32(11): 6~8.
- [21] 秦宇. 描述现象、提出问题、建构理论[J]. 旅游导刊, 2017, 1(1): 1~7.
- [22] 秦宇, 李彬, 郭为. 对我国管理研究中情境化理论建构的思考[J]. 管理学报, 2014, 11(11): 1581~1590.
- [23] 任兵, 楚耀. 中国管理学研究情境化的概念、内涵和路径[J]. 管理学报, 2014, 11(3): 330~336.
- [24] 申葆嘉. 旅游学原理: 旅游运行规律研究之系统陈述[M]. 北京: 中国旅游出版社, 2010: 70.
- [25] 苏敬勤, 贾依帛. 我国工商管理案例研究现状、应用前景及情境化深度[J]. 管理学报, 2018, 15(6): 791~802.
- [26] 王宁, 肖洪根, 谢彦君, 等. “旅游学纵横: 学界五人对话录(续)”之“学术生态与知识生产”[J]. 旅游论坛, 2019, 12(4): 1~9.
- [27] 席西民, 张晓军. 从实践者视角看管理研究的价值和范式[J]. 管理学报, 2017, 14(3): 335~338.
- [28] 谢彦君, 李拉扬. 旅游学的逻辑: 在有关旅游学科问题的纷纭争论背后[J]. 旅游学刊, 2013, 28(1): 21~29.
- [29] 谢彦君, 那梦帆. 中国旅游40年研究中的理论发育及其角色演变[J]. 旅游学刊, 2019, 34(2): 13~15.
- [30] 徐虹. 走出象牙塔: 理论在酒店实践中有用武之地吗?[J]. 旅游学刊, 2017, 32(11): 13~15.
- [31] 徐菊凤. 重新审视旅游研究的理论与实践关系[J]. 旅游学刊, 2017, 32(12): 14~16.
- [32] 徐淑英, 任兵, 吕力. 管理理论构建论文集[M]. 北京: 北京大学出版社, 2016.
- [33] 曾国军, 王丹丹. 全球视野下接待业研究述评——基于IJHM的量化内容分析(2006—2015)[J]. 旅游学刊, 2018, 33(5): 114~126.
- [34] 翟学伟. 试论本土性研究的正当性与可行性[J]. 管理学报, 2017, 14(5): 663~674.
- [35] 张辉, 岳燕祥, 郝玉玮. 我国旅游学科研究的再审视[J]. 旅游导刊, 2018, 2(4): 1~14.
- [36] 章凯, 罗文豪. 中国管理实践研究的信念与取向——第7届“中国·实践·管理”论坛的回顾与思考[J]. 管理学报, 2017, 14(1): 1~7.

Research on Tourism and Hospitality Management: The Contextualization of Theory Building by Integrating Theory and Practice

LI Bin / Ai Jia

- (1. Beijing International Studies University, Beijing 100024, China;
2. Research Center for Beijing Tourism Development, Beijing 100024, China)

Abstract: At present, tourism enterprise management in China is widespread and continually being enriched, which requires corresponding theoretical research for guidance. This paper serves two purposes. First, this paper analyzes the current relationship between the theory and practice of tourism enterprise management in China. An analysis of articles on tourism enterprise management published in CSSCI journals from 1998 to 2018 reveals a downward trend in publication numbers in recent years, and the concentration, depth, and relevance of research topics are insufficient. Based on a text analysis of expert speeches at a special seminar on tourism enterprise management in 2018, this paper summarizes and highlights the frontier and hot topics. In making a comparative analysis with the results of a literature analysis, this paper finds that there have been problems of "disconnection" and "mismatch" between tourism enterprise management research and practical issues in China in recent years. Second, this paper proposes a "cross-level and cross-sectional" research framework of tourism enterprise management, which points out that contextualization is an important way to construct the above research framework. It further puts forward a four-dimensional framework of "mature theory, emerging theory, known phenomenon, and new phenomenon" to illustrate how the contextualization theory of tourism enterprise management is constructed. The theoretical contribution of this paper lies in sorting out the research on domestic tourism enterprise management comprehensively and systematically and providing a practice-oriented research guide for follow-up research. This paper also proposes a theoretical framework of tourism enterprise management and the construction of situational theory, which offers new concepts and directions for improving the current research paradigm of domestic tourism enterprise management. Such a framework is conducive to formulating new theoretical ideas and strategies for research on tourism enterprise management.

Keywords: tourism enterprise management; theoretical construction; contextualization