

# 旅游理论从哪里来? 基于管理学理论发展的思考

陈 晔

(南开大学旅游与服务学院 天津 300350)

**摘 要:** 旅游学术界普遍关注旅游研究领域缺乏自有理论、旅游理论系统性不足、旅游难以建立独立学科等问题。本文参考管理学发展中的理论现象和管理理论的演变规律,从概念创新、实践导向和学科交叉3个方面分析了旅游理论产生的来源、发展路径和可能的理论创新方式,期望对旅游研究者提出新理论、构建理论体系和推动学科发展方面有所启示。

**关键词:** 旅游理论;概念创新;旅游学科

[中图分类号] F59

Doi: 10.12054/lydk.bisu.90

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-3238 (2018) 05-0011-08

近年来,关于旅游研究的理论体系、理论来源和学科独立性等问题频频引发讨论。这一议题引发关注的原因在于,我国旅游研究发端于20世纪80年代初,经过近40年的探索、积累和建构,到了一个总结和反思的新阶段。“哲学三问”式的自我审视,对于旅游研究学术共同体凝聚力量、寻求新突破具有重要作用。笔者的研究领域从管理学转向旅游学,作为一个旅游研究的“新人”,尝试对这类问题给出几个自己的观点,供大家讨论和批评。

## 一、概念创新是重要的理论研究领域

科学研究的目标是对现象作出理论解释,这里的现象包括自然现象和社会现象。对于社会科学而言,由于现象所处的环境比较复杂,涉及诸多文化、制度和人的因素,其中的描述性研究更多。但理论解释仍然是社会科学研究的最髙目标(Merton, 1968)。有学者把社会科学研究的理论解释分为两类:因果

[收稿日期] 2018-04-28; [修订日期] 2018-08-30

[基金项目] 本研究受南开大学基本科研费项目“以协同创新推进学科特色与科研团队建设”资助。

[作者简介] 陈 晔(1977—),男,内蒙古鄂尔多斯人,博士,南开大学旅游与服务学院教授,研究方向:服务管理与营销、旅游目的地营销。E-mail: chenye@nankai.edu.cn

解释（explanation）和意义阐释（interpretation），认为因果解释类的研究力图揭示社会现象发生的原因，而意义阐释类的研究侧重阐释行动的文化意义（彭玉生，2011）。

对于旅游领域来讲，上述两类研究形态都是广泛存在的。旅游作为一个新兴的研究领域，早期的研究多数是以事实性（factual）为特征的描述性研究，即针对旅游客观世界的事实和模式，描述与旅游相关的现象、旅游的影响以及旅游与其他经济力量的关系（Butler，2015）。申葆嘉（2010）在阐述旅游基础理论时，也提出旅游理论的建立需从旅游现象的研究开始。这方面的例子包括 Gilbert（1939）描述了英国早期海岛和海边度假村的发展情况，Jones（1933）研究了加拿大落基山脉旅游小镇的发展历程。存在大量描述性研究是很多新研究领域在形成初期的特征，其目的是界定研究对象，探索其基本特征、行为表现、基本规律等。因果解释类的研究则需要建立在一定的基本概念体系之下，探讨概念之间的因果联系。Butler（2015）也指出，20世纪70年代是旅游理论快速发展的时期，形成了很多至今仍然广为引用的理论和模型。在这个阶段，实证研究、量化研究和应用研究大行其道（Hall，2013）。这些研究的重点常常是旅游中不同主体之间的影响关系，有关因果解释的研究也逐渐增加了。如Cohen（1972）对国际旅游的影响开展了研究，基于不同类型的国际旅游者分析了国际旅游对旅游产业和客源国的影响；Doxey（1975）在旅游地生命周期理论的基础上提出了“旅游愤怒指数”，分析了游客与目的地居民之间的互动和冲突关系。

无论因果解释研究还是意义阐释研究，都离不开该研究领域的基本概念，这些概念是建立研究者共识的最基础的学术单元。很多时候，即使学者们关于某些基础的学术概念一直没有达成共识，如“旅游”“幸福感”等，但对这些概念的基本内涵也是认同的，相关争论和探讨也是在这一认同的前提下展开的。哲学家维特根斯坦（2001）曾说，“概念引导我们进行探索。概念表达我们的兴趣，指导我们的兴趣”。虽然这番话是在探讨语言哲学，但依然适用于其他领域的理论研究。如管理学大师加里·哈默尔（Gary Hamel）在《引导革命》一书中提出，企业的创新不是传统上所认为的开发新产品或采用新技术，而是要产生“新概念”。

在旅游研究中，当谈到有哪些属于本领域的理论或概念时，常常提不出太多，大家能想到的，可能是非惯常环境（unusual environment）（张凌云，2009）、流动性（mobility）、原真性（authenticity）等少数几个。某些“知名”的概念和理论，如旅游凝视（tourist gaze）、目的地生命周期等也都是来自其他研究

领域。这是当前旅游理论体系还在完善过程中的真实体现。理论是由概念以及概念之间的关系构成的,如果一个学科缺乏“自己”的概念,就很难构建出完整的理论体系。这也使得一些学者对旅游领域能否创建自己的理论体系持悲观态度(Tribe, 1997; Butler, 2017; Crompton, 2018)。

当然,概念创新是学术研究中难度较大的工作。提出一个新概念,就需要说明概念的内涵与外延,阐述清楚它的独有价值 and 理论意义。一个新概念,常常有3个层次上的价值:第一,让我们更加清晰地认识到一些现象、事实或规律,而且是已有的概念无法完整或清晰解释的;第二,这个概念能够补充已有的理论,对已有的某个理论给出更加深入或完整的解释;第三,围绕这个概念产生了新的理论,新的理论包括核心概念以及相关概念之间的关系、关系的前提与结果、关系的边界等。例如在服务管理研究领域,北美学派的代表人物Parasuraman、Zeithaml、Berry于1985年提出服务质量模型(SERVQUAL)引发了关于服务质量如何测量的热烈讨论,许多学者基于PZB的模型进行进一步地修正、完善,将其引入到更具体的服务领域,相关成果推动了美国业界对服务质量管理的重视。进入21世纪,服务领域最具影响力的概念则是Vargo和Lusch(2004)首次提出的服务主导逻辑(service dominant),这一概念得到学术界普遍关注后,Vargo和Lusch先后于2006年和2008年两次对服务主导逻辑的经典假设进行了修订,并得到管理学界和企业界的认可和支持。从服务管理研究领域的理论发展中,可以看出概念创新对理论的巨大推动作用。在旅游研究领域中也类似现象。如我国学者保继刚和左冰(2012)基于中国旅游的实践提出“吸引物权”的概念后,引发了一系列研究探讨,这是很典型的概念驱动式的理论研究现象。

在旅游学科概念体系完善的过程中,学者们也借鉴管理学、地理学、经济学等相关学科的理论,衍生出一些旅游研究的概念。如约翰·厄里(John Urry)基于医学凝视理论提出了“旅游凝视”的概念,认为旅游者通过对特定旅游目的地符号的收集和消费建构了旅游凝视,凝视是旅游体验的最根本的视觉特性(Urry, 1990);目的地生命周期理论则是借鉴了产品生命周期的概念,但赋予了旅游目的地的特征和规律(Butler, 1980),也是很重要的概念创新。

无论是旅游领域独创的新概念,还是旅游研究者借鉴其他学科理论提出的概念,都是旅游理论研究中不可或缺的基础元素。这些概念像渔网上的一个个节点,编织成一个学科的理论体系网。概念创新的目的也不是为了“区别”于其他学科,而是对新现象和新规律的理论提炼和概括,以期能够“更有力”地推动理论的进步。当然,概念创新的结果,也确实有助于建立起一个研究领域

完整的术语体系，推动一个领域向独立学科迈进。

## 二、实践导向是旅游研究的特质

旅游学是一个应用性学科，旅游研究的一个重要特征就是实践性，旅游研究成果应该能够指导旅游者、旅游企业以及旅游政府管理部门更好地实践。如“科学管理之父”泰勒正是在企业的管理实践中提出了“科学管理”的理念，引领管理领域进入“科学”发展的阶段（高良谋、高静美，2011）。而费孝通（2008）正是基于对中国乡村的调查研究，完成了带着乡土味儿的《乡土中国》，使之成为中国社会学的经典之作。书中提出的“礼治秩序”和“差序格局”等概念，是对中国乡村社会关系的精准总结，对于理解中国今天的社会仍有重要意义。

旅游研究对实践的深入度往往不足。例如，旅行社业中的零负团费问题一直是理论和实践领域中的研究热点，但很少有研究对这一复杂现象进行深入观察和描述（秦宇，2017）。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。如对旅游“原真性”的研究，应以让旅游产品的开发更好地满足游客对“真实”的渴望以及参与建构“真实”的体验需要为目标；关于目的地营销绩效的研究，目的应是让旅游目的地更好地利用营销工具和资源，提升营销的效率和效果。笔者认为，面向实践的价值取向是每一个旅游学者需要具备的研究价值观。

微观上的旅游研究是基于人的旅游行为及其衍生的活动而产生的，是经验性的（empirical），需要更多地关注旅游者的行为规律、旅游企业的实践、旅游现象的特征等问题。目前仍然有不少旅游研究是从理论到理论，模型很“美”，数据“凿凿”，但缺乏“从实践中来”的研究导向，结论常常被数据分析“绑架”，难以真正揭示旅游内在的规律，因此对实践的指导价值不足。近年来，学界对于以发论文为导向的研究的反思已有不少，“把论文写在祖国的大地上”就是对提倡以实践为导向进行研究的诗意化表达。当前管理学研究已经非常重视对消费者和企业实践的直接观察，实验法〔包括模拟情境实验（scenario simulation experiment）和现场实验（field experiment）〕、案例研究、网络大数据分析等方法越来越受到关注。因为这些方法更贴近现实，是对消费者或企业的直接观察和行为结果的测量，研究结果更准确、更具有实践指导价值。而旅游研究的方法总体上还比较滞后，传统的问卷调查法还占有较大比重，需要进一步的多元化和优化，使旅游理论研究更加科学和精准。

中观和宏观层面的旅游研究也脱离不开对实践的观察。对于当下中国的旅

游研究,如果不关注每年约50亿人次规模的国内旅游大市场,不关注中国游客出境消费特征的变化,不关注全域旅游在全国各地的实践情况,不关注移动互联网对游客出行的影响,不关注新兴旅游电商(如“马蜂窝”和“飞猪”)对成熟电商(如携程)的冲击,笔者认为这是缺乏理论敏感性的。以全域旅游为例,笔者认为,它更像是词汇创新而不能算是上文所说的概念创新。“全域旅游”理论强调的内涵是目的地导向的旅游发展模式,既没有补充和完善已有理论,也没有提出新理论,但它对中国旅游发展的推动力是现实存在且力量强大的,也是中国旅游在从“量”向“质”的发展过程中,政府所起到的特殊作用的一种体现。对这种在一定市场和制度环境下政府对行业的影响和作用机制的研究,以及对政府行为的绩效综合评价方法的探讨等一系列问题都值得深入探索。然而学术界常常以概念创新的视角来审视全域旅游,忽略了它对实践的重大影响。进入大众旅游时代的中国,产业升级正当其时,正在上演着旅游从“奢侈品”向“日用品”的转变,中国人的旅游行为,也正在经历着从“买买买”到“体验游”的转变,“丽江问题”“黄金周旅游”“雪乡现象”等热点新闻的出现,也反映出市场的这个特征。这些现象和问题,是一个新兴经济体、一个正在成长中的市场独有的特征,为研究者提供了生动鲜活的研究素材,值得研究者深入洞察、发现规律并加以总结。

以实践为导向进行研究对于我国学者来说,一个重要的特点应是对中国文化的关注。国民的出游行为也是我国文化的一种体现,如“穷家富路”是中国人从日常生活到非惯常环境的消费行为变化,“以白为美”的审美观让中国的女性游客在海边度假时也要撑着遮阳伞。文化在旅游行为中的映射值得我国学者深入观察,并将其总结升华为理论,从而在旅游研究领域贡献更多中国智慧。

综上,旅游研究的实践导向不容忽视。当前很多研究者过于关注数据和定量研究,“沉醉”于各种数据挖掘和模型分析,偏离了理论研究的价值本质。研究者和研究对象之间是一种“主体间性”关系,研究过程应当是双方彼此互动、共同理解的过程,研究者对研究问题的认识,存在于与研究对象的互动之中(白长虹,2018)。对于旅游这样一个应用性很强的研究领域,有价值的创见离不开对实践的深度观察、体会和理解。

### 三、学科交叉成为旅游研究的新常态

旅游是一种多元化的经济现象和社会活动,核心内容是“食、住、行、游、

购、娱”，也包括整个旅游过程中发生的文化交流、主客互动、游客间互动等，相关研究涉及多个学科和领域的知识。

由于旅游活动的复杂性，旅游研究一直以来从地理学、经济学、管理学、人类学、社会学等相关学科中汲取养分，借鉴相关理论与知识。然而，这也让很多旅游研究者担忧：旅游研究中的“拿来主义”比较普遍，旅游理论体系的建构不足。对此，笔者的看法是：旅游研究是对人类的一种多元化的经济现象和社会活动的研究，研究对象受文化、社会、经济等多方面因素的影响，借鉴相关学科已有的理论是很自然的。多学科介入旅游研究是由当前研究所处的历史阶段所决定的，多学科介入旅游研究的历史必然性的前提是旅游现象的复杂性（谢彦君、李拉扬，2013）。

此外，旅游研究也没有必要避开已有的其他学科研究成果，科学研究的终极目标是为人类贡献新知识，学科交叉是当前很多领域研究的新常态，旅游也不例外。借鉴其他学科的成果，更有助于促进旅游研究出现新成果和新理论。就人类的知识体系和认识世界的需要而言，本身不需要划分学科。不同学科的知识之间可能具有内在统一性，例如旅游过程中旅游者、当地居民、自然环境、人文环境、人际互动、人与环境的接触也构成了一个类似环境科学中所描述的“生态系统”，好的“旅游生态系统”能够支持旅游可持续发展，提升游客满意度和重游率，这是很多旅游目的地所追求的目标。有学者借用生物学的“多样性”概念，用物种的丰富度（species richness）、均匀度（species evenness）、优势度（species dominance）等指标来描述旅游目的地形象的多样性（Stepchenkova & Li, 2012），研究结论解释力强，也颇具新意。

学科融合、知识共创、理论共享可能是未来科学研究的新常态，也将会是旅游研究的必由之路。谢彦君和李拉扬（2013）提到了两个层面的旅游跨学科研究：一个层面是问题导向式的跨学科研究，是对一个具体的复杂问题寻求跨学科解决方案，具有一次性、对策性和权宜性的特征；另一个层面是基于学科整合的跨学科研究，是由于旅游这一独特的现象而引发的跨学科研究，是旅游学科需要经历的一个特定阶段。由于旅游现象的复杂性，问题导向式的旅游跨学科研究应该会长久存在，而且跨学科研究也有助于提升某些特定问题的研究深度和广度。但基于学科整合的跨学科研究是否会长期存在则取决于旅游理论的体系化进程，当现有的旅游理论还不足以建构理论框架和研究具体问题时，就需要借助其他学科的理论。

总之，旅游学科与社会学、经济学、管理学等传统学科相比，还是一个新兴的、成长中的学科，旅游理论的产生、发展和成熟需要一个较长的过程。当前，旅

游领域的很多研究需要借鉴其他学科的理论,但随着旅游理论概念的丰富、对旅游实践的深度探索、学科之间的相互交融,旅游理论体系会逐渐完善。当旅游学科自身的理论能够产生知识外溢,为其他学科贡献概念和理论时,无论其是否被认为是独立学科,都将是人类知识共同体中不可缺少的组成部分。

### 参考文献:

- [1] Butler R W. The concept of a tourist area cycle of evolution and implications for management of resources [J]. *The Canadian Geographer*, 1980, 24 (1): 5~12.
- [2] Butler R W. The evolution of tourism and tourism research [J]. *Tourism Recreation Research*, 2015, 40 (1): 16~27.
- [3] Cohen E. Toward a sociology of international tourism [J]. *Social Research*, 1972, 39 (1): 164~182.
- [4] Doxey G V. A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences [C] // *Proceedings of the Travel Research Association 195-198*. San Diego: Travel Research Association, 1975.
- [5] Gilbert E W. The growth of inland and seaside resorts in England [J]. *Scottish Geographical Magazine*, 1939 (55): 16~35.
- [6] Hall C M. Through a glass darkly: The future of tourism is personal [M] // J Leigh, C Webster & S Ivanov (Eds.). *Future Tourism Political, Social and Economic Challenges*. London: Routledge, 2013: 103~120.
- [7] Jones S B. Mining and tourist towns in the Canadian rockies [J]. *Economic Geography*, 1933 (9): 368~378.
- [8] Merton R. *Social Theory and Social Structure* [M]. New York: The Free Press, 1968.
- [9] Stepchenkova S, Li X. Chinese outbound tourists' destination image of America: Part II [J]. *Journal of Travel Research*, 2012, 51 (3): 250~266.
- [10] Tribe J. The indiscipline of tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 1997, 24 (3): 638~657.
- [11] Urry J. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies* [M]. London: Sage, 1990.
- [12] Vargo S L, Lusch R F. Evolving to a new dominant logic for marketing [J]. *Journal of Marketing*, 2004, 68 (1): 1~17.
- [13] 白长虹. 管理学术研究: 基于实践, 引领实践 [J]. 南开管理评论, 2017 (12): 1.
- [14] 保继刚, 左冰. 为旅游吸引物权立法 [J]. 旅游学刊, 2012, 27 (7): 11~18.
- [15] 费孝通. 乡土中国 [M]. 上海: 上海人民出版社, 2008.
- [16] 高良谋, 高静美. 管理学的价值性困境: 回顾、争鸣与评论 [J]. 管理世界,

- 2011 ( 1 ) : 145~167.
- [ 17 ] John Crompton 教授专访 [ EB/OL ] . 绿柚智识 <https://mp.weixin.qq.com/s/4yjuGOWMkqSEsTj2eo6JIQ>, 2018-05-06.
- [ 18 ] 彭玉生 . 社会科学中的因果分析 [ J ] . 社会学研究, 2011, 26 ( 3 ) : 1~32
- [ 19 ] 秦宇 . 描述现象、提出问题、建构理论 [ J ] . 旅游导刊, 2017, 1 ( 1 ) : 1~7.
- [ 20 ] Richard Bulter 教授关于旅游地生命周期模型 ( TALC ) 相关问题的解答 [ EB/OL ] . 绿柚智识 <https://mp.weixin.qq.com/s/SbcnVUzMK7a5EWV2sDdF2w>, 2017-10-30.
- [ 21 ] 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.
- [ 22 ] 维特根斯坦 . 哲学研究 [ M ] . 陈嘉映译 . 上海: 上海人民出版社, 2001.
- [ 23 ] 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.
- [ 24 ] 张凌云 . 非惯常环境: 旅游核心概念的再研究——建构旅游学研究框架的一种尝试 [ J ] . 旅游学刊, 2009 ( 7 ) : 12~17.

**Where Does the Tourism Theory come from?**  
**Thinking based on the Development of Management Theory**  
CHEN Ye

( College of Tourism and Service Management, Nankai University,  
Tianjin 300350, China )

**Abstract:** Tourism researchers are generally concerned about issues such as lack of its own theory in the tourism field, the incomplete tourism theory system, and the difficulty of establishing an independent tourism discipline. Based on the theoretical phenomena in the development of management science and the evolution of management theory, this paper analyzes the sources, paths and possible ways of theoretical innovation of tourism theories from three aspects: concept innovation, practice orientation and inter-discipline. The ideas in this paper are expected to be helpful for tourism researchers to propose new tourism theories, construct theoretical systems and promote the development of the tourism discipline.

**Keywords:** tourism theory; concept innovation; tourism discipline