

高职高专旅游类专业精品教材

# 旅游专业毕业论文写作指导

（高职高专版）

王昆欣 汪亚明 主编

清华大学出版社

北 京

## 内 容 简 介

毕业论文是高职高专实践教学的重要组成部分,对培养学生的综合能力具有重要的意义。本书为高职高专旅游类专业学生提供了完备的毕业论文学习与写作程序,具有切实的指导意义。书中明确了毕业论文的目的和意义;规范了毕业论文的写作方法并探索了毕业论文的写作规律;提供了大量相关领域的范文供学生学习和参考。

本书适合高职高专旅游类专业学生在毕业论文阶段作为教材使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

## 图书在版编目(CIP)数据

旅游专业毕业论文写作指导(高职高专版)/王昆欣,汪亚明主编. —北京:清华大学出版社,2007.4

高职高专旅游类专业精品教材

ISBN 978-7-302-14931-6

I. 旅… II. ①王… ②汪… III. 旅游—专业—毕业论文—写作—高等学校;技术学校—教材 IV. G642.477

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 041955 号

责任编辑:刘士平

责任校对:袁 芳

责任印制:

出版发行:清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

[c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

社 总 机:010-62770175

投稿咨询:010-62772015

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

邮购热线:010-62786544

客户服务:010-62776969

印 刷 者:

装 订 者:

经 销:全国新华书店

开 本:170×240 印 张:18.75 字 数:342千字

版 次:2007年4月第1版 印 次:2007年4月第1次印刷

印 数:1~

定 价:00.00元

---

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:010-62770177 转 3103 产品编号:025753-01

# 高职高专旅游类专业精品教材 编审委员会

主任委员 王昆欣

副主任委员 朱承强 梁 智 杨哲昆

委 员 (按姓氏笔画为序)

陈宝珠	陈 秋	戴聚岭	郭英之	韩 军
胡 敏	黄 英	贾人卫	姜文宏	匡家庆
李晓东	梁 智	舒伯阳	王春玲	王文改
吴业山	谢 苏	徐云松	杨荫稚	袁正新
张 晖	张 辉	张丽芳	张跃西	赵恒德
邹本涛				

秘 书 刘士平

E-mail: liushp@tup.tsinghua.edu.cn



# 为培养高素质旅游人才而准备

(代总序)

我国旅游业是随着中国的改革开放发展、成长的。改革开放前我国旅游业以外事接待为主,只具备产业雏形;1978年以后转换机制,逐步发展产业型旅游业。1986年国务院决定将旅游业纳入全国国民经济与社会发展计划,正式确立其国民经济地位;进入21世纪以来,中国旅游业得到迅速发展。在入境旅游方面,中国的入境过夜旅游者从1978年的71.6万人次增加到2005年的4681万人次,增长了65倍;旅游外汇收入也从1978年的2.63亿美元猛增到2005年的293亿美元,增长了111倍。2004年中国跃居世界第四旅游大国。在出境旅游方面,随着我国经济的持续快速发展和国际地位的不断提高,以及中国公民出国旅游目的地的不断增多,出境旅游发展迅猛,出境旅游人数越来越多。到2005年末,经国务院批准的中国公民出国旅游目的地国家和地区总数达到了117个,遍布全球五大洲。2005年,中国出境总人数达到3103万人次,成为全球出境旅游市场上增幅最快、潜力最大、影响力最为广泛的国家。在国内旅游方面,带薪假期和“黄金周”制度的实行,推动了中国国内旅游的迅猛增长,中国发展成为世界上规模最大的国内旅游市场。2005年,中国国内旅游人数达到12.12亿人次。

我国旅游业虽起步较晚,但发展迅速。随着旅游业的发展,旅游在国民经济中的作用和地位日显重要。世界各国高度重视中国巨大的旅游市场,都希望加强与中国的交流与合作。目前,中国旅游业形成入境旅游、出境旅游、国内旅游三大市场格局,成为举世瞩目的旅游大国。

我国的旅游教育是随着旅游业的发展而产生、发展和成长的。我国的旅游教育始于20世纪70年代末,经过近30年的发展,旅游教育已经形成了较完整的旅游高等教育、中等教育体系。据国家旅游局统计,(2005年底)全国旅游院



校有(含开设旅游专业的院校)1 336所,在校生达566 493人,专业教师25 239人。

旅游教育的迅速发展,带热了旅游教材的出版。近几年旅游教材建设整体呈现繁荣之势。从旅游教材的种类来看,已由20世纪90年代初的旅游管理专业一个系列几十个品种,发展到现今旅游管理、酒店管理、旅行社管理、景区管理、会展管理及旅游外语等若干个系列上百个品种。但是,目前已出版的旅游教材,存在着“三多三少”的现象,即在编写内容与方式上,剪辑性成果多、研究性成果少;理论内容多、操作性内容少;传统内容多,创新内容少(张斌,2005)。

培养高素质人才的关键之一是要有科学的、适合的、高质量的教材,许多出版社为此做了许多工作,出版了一批教材,其中不乏好书。但由于旅游学科建设尚不成熟、高水平的作者偏少、旅游教育总体规模相对偏小等原因,教材建设仍不成熟,高水平教材和参考书匮乏,严重制约着旅游教育质量的提高。

清华大学出版社在对旅游专业,特别是高职高专旅游类专业调研的基础上,有针对性地设计和推出了“高职高专旅游类专业精品教材”。这套教材主要在5个方面进行了探索。

第一,以精品课程建设为依托,建设精品教材。2003年教育部在高等学校实施了国家精品课程建设,到2006年共有5门课程被列为高职高专旅游类专业国家级精品课程。本套教材的组稿思路来自精品课程建设,通过精品课程建设出版一批高质量的教材。诸如《旅游资源评价与开发》、《导游实务》、《旅游企业公共关系》等均为国家级精品课程,《中国旅游地理》等为省级精品课程。

第二,以旅游管理类专业教学指导委员会为依托,选择优秀作者。清华大学出版社依托教育部高职高专旅游类专业教学指导委员会,邀请了教职委的部分专家参与教材建设,同时在较广的范围选择了精通职业教育、旅游教育的教师,作者队伍水平较高。

第三,以专业目录为依据,确定教材选题。按照教育部《普通高等学校高职高专教育指导性专业目录(试行)》,旅游专业大类包括旅游管理、酒店管理、导游、旅行社经营管理、景区开发与管理、餐饮管理与服务等主要专业。这套教材根据专业目录中的职业岗位群需要设计和确定选题品种,基本涵盖了旅游大类专业的主干课程。

第四,以高职高专人才培养目标为依据,体现教材的针对性。这套教材紧紧围绕高职高专人才培养目标,坚持创新、改革的精神,尽可能体现新的课程体系、新的教学内容和教学方法,以提高学生整体素质为基础,以能力为本,兼顾知识教育、技能教育和素质教育。例如,针对高职高专学生的特点,编写了《旅游专业毕业论文写作指导》、《旅游类专业基本技能训练指导》等实践性较强的教材。



第五,以先进、简明、适用、通俗为原则,体现教材特色。所谓“先进”,就是强调学科的新理论、新知识,技能的新技术、新方法,实践中的新经验、新案例,使教材内容尽可能先进科学;所谓“简明”,就是教材提供的内容“必需、够用”即可,简洁,明了,不必过于强调理论性、系统性、完整性;所谓“适用”,就是着眼旅游业发展实际,适合高职高专学生的特点,适合高职高专教师的教学特征,同时体现教学内容的实际应用,具有可行性、便于操作;所谓“通俗”,就是指教材的编写深入浅出,通俗易懂。

由于旅游教育是培养第一线的服务型、技能型、管理型的应用人才,因此大部分教材都安排了实践教学内容,以利于学生毕业后能较快适应工作环境,熟练顶岗工作。

旅游学科是一个新兴的学科,涉及的知识范畴十分广泛,可以说旅游学科至今还未成为一门独立的成熟学科,而旅游教育的历史又较短,加之我们的知识水平和实践能力的局限性,因此在教材编写中存在不少问题和困惑,本套教材难免存在不足之处,敬请谅解。这套教材的组织、编写过程也是我们全体作者学习提高的过程。

一套好的教材,就是一名好的导师,教材是实现教育目标的主要载体之一,高质量的教材是培养合格人才的基本保证。旅游业的进一步国际化、全球化、市场化、人性化,对旅游职业教育提出了更新、更高的要求。我们希望能推出一套既有先进的教育教学理念,又能切合教育教学实际,还能开启教师教学智慧,激发学生欲望的好教材。但愿如愿。

高职高专旅游类专业精品教材编审委员会

2007年4月



# 目 录

旅游专业毕业论文写作指导

绪言——毕业论文在旅游专业人才培养中的作用和意义 .....	王昆欣(1)
第 1 章 毕业论文写作概述 .....	(5)
1.1 毕业论文的性质、分类与功能 .....	(5)
1.2 毕业论文的选题 .....	(9)
1.3 毕业论文的选材 .....	(13)
1.4 毕业论文的结构 .....	(20)
1.5 毕业论文的语言与文体 .....	(23)
第 2 章 毕业论文的撰写规范 .....	(29)
2.1 毕业论文的结构要件 .....	(29)
2.2 毕业论文的书写规范 .....	(32)
2.3 毕业论文的打印要求 .....	(35)
2.4 毕业论文的答辩程序与成绩评定 .....	(36)
第 3 章 导游、景区管理类专业文选 .....	(39)
3.1 试论旅游活动“新六要素” .....	王昆欣(39)
3.2 我国出境旅游者不雅举止的心理分析及预防对策 .....	芦爱英(46)
3.3 浙江旅行社业的应对策略思考 .....	张建融(53)
3.4 我国自驾游发展对景区的挑战及对策 .....	张春丽 陶玉国(60)
3.5 大众参与旅游节庆的影响因素研究 .....	姚海琴(66)



3.6	基于协同论、“点—轴”理论的浙江海洋旅游整合发展研究 .....	周国忠(72)
3.7	杭州休闲旅游产品的深度开发研究 .....	康保苓(81)
3.8	天台县景区群落多样性的分析 .....	沈刚 王昆欣(91)
3.9	古城墙旅游资源的开发对策及建议 ——以临海古城墙为例 .....	冯海霞(98)
3.10	论西湖文学资源的经济价值 .....	魏一媚(103)
3.11	虚拟技术在会展中的应用 .....	邬燕 章笕(110)
3.12	浙江旅游电子商务的现状分析与发展策略初探 .....	詹兆宗(115)
<b>第4章 酒店管理、烹饪类专业文选 .....</b> (124)		
4.1	旅游饭店对实习生的使用 .....	吴军卫(124)
4.2	国内外酒店销售模式的差异分析及对策 .....	王伯启(128)
4.3	仿古宴席菜式的设计原则和方法 .....	戴桂宝 何宏(133)
4.4	餐饮企业菜肴质量管理浅议 .....	贾人卫(141)
4.5	基于不同用途的菜肴制作差异比较 ——以“松鼠鱼”为例 .....	王坚 何宏(148)
4.6	奥中烹饪高等职业教育模式之比较 ——以奥地利 TFBS 学院和浙江旅游职业学院为例.....	徐迅(155)
4.7	刍议饭店业人才安全 .....	褚蓓 邹益民(162)
4.8	关注风险管理,提升内部审计效益 .....	赵金芳(170)
<b>第5章 艺术专业、文学类文选 .....</b> (176)		
5.1	中国现代名人眼中的雷峰塔 .....	汪亚明(176)
5.2	谈毛泽东诗词对数字的运用 .....	石洪斌(183)
5.3	中国近代妇女旅游第一人:单士厘 .....	赵炜(189)
5.4	“粉丝”一词的语言现象分析 .....	陈丽君(194)
5.5	论体育教育与生存教育 .....	陈宝珠(200)
5.6	走近音乐——素质教育中的音乐审美 .....	励继红(206)
5.7	松阳高腔剧种史音乐源考 .....	钟源(211)
5.8	民艺走向后现代设计 .....	徐晓燕(215)
<b>第6章 外语、教学类文选 .....</b> (221)		
6.1	他山之石可攻玉——赴澳、新职业教育考察感悟 .....	袁智敏(221)





6.2	浅谈英汉语言文化在交际中的差异 .....	王 君	(227)
6.3	广告英语与美 .....	孙 培	(235)
6.4	试析日语中的汉字和汉语词汇 .....	杨 越	(240)
6.5	高职生心理健康状况及其相关因素的比较研究 .....	陈 琦	(245)
6.6	人的二重性与和谐社会的生态学思考 .....	李 冬	(255)
6.7	多媒体课件制作与应用中的不足及对策 .....	金来友	(258)
附录 1	旅游专业毕业论文参考选题 .....		(264)
附录 2	旅游专业学生毕业论文手册 .....		(277)
后记	.....		(287)



# 绪 言

## ——毕业论文在旅游专业人才培养中的作用和意义

王昆欣

在即将完成大学学业、投入社会的前夕,在离开学校前的最后阶段,我们还需要完成一项重要的学习任务——毕业论文或毕业设计。对本科院校的学生而言,做毕业论文是毋庸置疑的,那么高职高专院校的学生是否也要进行毕业论文的学习和训练呢?有人说高职教育是培养生产、建设、管理、服务第一线的高技术应用型专门人才,不需要毕业论文;有人说高职教育只有 2 至 3 年的学习时间,没有时间来做毕业论文。但我的回答是肯定的,毕业论文是高职高专教育重要的实践教学环节,而且是要认真对待、努力完成的重要学习任务。重视毕业论文的学习过程并能最终完成一篇高质量的毕业论文,往往会使一个人终生受益。

### 一、毕业论文是高职教育人才培养目标的要求

高职教育是高等教育的重要组成部分,是高等教育的一个类型。撰写毕业论文是我国高等学校毕业生接受高等教育、完成学业的一部分,是接受高等教育的学生深入生活、联系实际、关注社会、培养能力的一门重要课程。毕业论文是对学生掌握专业基础理论、专门知识、基本技能、分析问题和解决问题能力等的一次综合检验。因此教育部在《关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》(教高[2000]2 号)的文件中明确了高职高专学生毕业论文这一实践教学环节。

教育部在高职高专人才培养基本要求中指出:高职高专毕业生要具有良好的思想品德;在具有必备的基础理论知识和专门知识的基础上,重点掌握从事本专业领域实际工作的基本能力和基本技能;具备较快适应生产、建设、管理、服务第一线岗位需要的实际工作能力;具有创业精神、良好的职业道德和健全



的体魄。要实现这一目标,特别是重点掌握从事本专业领域实际工作的基本能力和基本技能,必须重视毕业论文这一重要环节。总之,在高职教育中,毕业论文既是人才培养目标所要求的,也是人才培养过程所必需的。

我国各级教育行政部门十分重视毕业论文工作,如浙江省教育厅每年抽查全省高职院校的毕业论文,并将毕业论文质量的评价结果予以公布。这充分反映了教育行政主管部门对高职院校毕业论文的重视,因此我们要按照教育部的有关规定,根据高职高专人才培养的要求,切实做好毕业论文工作。

## 二、毕业论文是高职教育人才培养过程中的重要环节

大学生的毕业论文是人才培养链中一个重要的综合实践教学环节,对于保证人才质量至关重要。毕业论文是高等学校毕业生所写的用来表述科学研究成果和阐述学术观点的论说性文章,毕业设计则是高等学校毕业生发挥自己的思考和创造所做的应用科学研究成果,是为解决某一问题设计的方案。毕业论文和毕业设计都是对学生运用所学理论、知识、技能开展科学研究、分析和解决问题基本能力的一次全面考核。因此,毕业论文是学生对大学学习生活的一次重要的总结。

首先,在高职人才培养过程中,毕业论文是重要的教学环节。在教学计划中一般将课程分为基础课、专业课、选修课等,这些课程一般都自成体系,独立教学。教学计划中的教学实习和毕业论文则是综合的课程,它们是将书本知识与工作实际相结合的教学过程,是综合运用知识和技能的过程。由于高职教育是培养第一线的高等技术应用性专门人才,因此教学实习和毕业论文在高职教学过程中尤为重要。缺少了这些环节,不可能培养高素质的应用性人才。

其次,在高职人才培养过程中,毕业论文是重要的实践环节。毕业论文的撰写是学生综合运用所学的基本理论和知识,培养分析和解决实际问题的能力,进行初步科学研究的实践过程。它的实践性体现在:所学知识的运用,即将课堂知识转化为自身内在掌握的知识;所学技能技术的总结,即通过论文撰写将所学的技能技术进行提炼总结,巩固基本技能技术;自身素质的提高,即通过撰写毕业论文提高自身的综合素质。

最后,毕业论文是大学学习的一次重要总结。毕业论文是大学生完成学业的标志性作业,是对几年学习成果的综合性总结和检阅,是大学生从事科学研究的最初尝试,是检验学生掌握知识的程度、分析问题和解决问题基本能力的一份综合答卷。它直接影响着学生毕业走上工作岗位后各种能力的发挥。事实上毕业论文的整体水平也是一所高校教育教学质量的直接反映。因此,毕业论文既是对学生的检验也是对学校教学质量的检查。



### 三、高职学生的毕业论文要突出自身的特点

高职学生毕业论文主要目的是学习、训练和了解论文写作过程,培养学生的总结、归纳、分析问题的能力,学习信息资料的收集、分类、利用的方法,培养对科学研究的兴趣,不片面追求论文的难度、深度、广度。高职学生的毕业论文应有自身的特点。

#### 1. 解决实际问题

高职学生的毕业论文以解决实际问题为宗旨。在毕业论文选题时要注意选择实际工作中的问题,研究提高技能技术的方法和手段。选题不宜过大、过宽、过难。要明确所要解决问题的重点和难点,着重解决一两个实际困难或问题,或者提高某种技能技术,或者提出一些好的建议和意见。

#### 2. 重在实践环节

高职高专教育培养的是生产、建设、管理、服务第一线的应用性专门人才。我们应当围绕高职培养目标,注重学生在毕业论文过程中的实践技巧的训练,不要认为毕业论文就是理论“写作”,事实上,毕业论文可以是某些新技能、新技术的总结,可以是某种生产方式、工艺流程的改良,可以是某些效率的提高,可以是某种服务、管理技能的改进。高职高专学生的毕业论文就是为了解决实际问题,所以在毕业论文的学习中要重在实践,要学习实用的方法、掌握实用的技能、培养解决实际问题的能力。

#### 3. 训练基本能力

完成一篇好的论文,可以集中体现一个人研究问题、搜集整理资料、逻辑思维、语言组织等能力,这些能力在很多工作中都是非常重要的。现在一些学校忽视了对学生写作能力的训练,学生的写作水平仅仅停留在高中阶段写议论文的层次上,甚至还不如高中阶段。一些学生不能用科学的研究方法对工作、现实中遇到的问题进行更深入的思考和研究,不知道如何整理已有文献,也不知如何吸纳前人的成果,更不能把大量的相关信息进行梳理,将其整理为逻辑清晰、内容翔实文章,甚至连一些很简单的材料也整理不清楚,逻辑混乱、语法错误、用词不当、条理不清等问题尤为突出。

做毕业论文是训练各种能力的机会。这些能力主要包括熟练运用基本技能(如检索文献、写作、翻译、绘图、计算机应用等)的能力;收集、整理并分析各种信息,获得新知识的能力;正确运用国家标准和技术语言撰写论文(设计说明书)及外文摘要的初步能力;勇于创新、独立思考和团队合作的能力;同时培养学生虚心好学、钻研业务的精神。

#### 4. 培养科学研究的兴趣与方法

在毕业论文中要重视学生科研素养的培养。科研素养从组成要素来看,主



要包括了科研意识、科研方法和科研精神三个方面。科研意识是科研素养的基础,指积极从事科研工作的动力,潜心捕捉和研究问题的探求欲。科研方法是科研素养的核心,指设计试验或实验方案,开展试验或实验研究,进行测量统计,撰写学术论文等方面的具体方法。科研精神则是科研素养的内涵,指勤奋严谨、大胆思考、勇于探索、敢于创新、不怕失败等优秀品质。

在毕业论文阶段,教师与学生接触时间较长,有了面对面交流的机会,有了共同探讨教学、科研的平台。这是培养学生科学研究兴趣与方法的良好机会,指导教师要重视培养学生的科研知识、培养学生严谨科学的态度、传授正确的科研方法、严格要求论文的写作、激发学生的科研精神。在指导教师的辅导下,学生通过毕业论文环节的锻炼,培养科学研究的兴趣与方法,为学生今后工作和继续学习打好基础。

#### 四、规范、科学、认真地做好毕业论文

做好毕业论文还要强调“求真务实”,培养学生科学求实和严谨的作风,鼓励学生积极思考和探索,严禁抄袭和剽窃。学校要加强毕业论文的管理工作,制定规范、科学、严谨的管理办法,使毕业论文的过程规范化、制度化、科学化,以提高毕业论文的质量。个别学生为了完成任务,东拼西凑,抄一篇文章应付学校要求的情况时有发生。这就违背了撰写毕业论文的意义和科学研究的精神,学校、指导教师和教学管理部门都要重视培养学生科学求实和严谨的作风。

学术论文不但是体现科研成果的重要方法之一,而且是严密思维、深化研究和进一步发现创造的过程。为了让学生用科学的语言、规范的表达来撰写他们的毕业论文,可以在举办“如何撰写毕业论文”的专门讲座和讨论,系统地介绍有关学术论文的组成、写作方法、图表的分析、参考文献的规范性等一系列问题。

在毕业前夕经过毕业论文的严格训练,对大多数同学来说是一笔难得的财富,这将为他们在未来的工作、学习的道路上取得更多成绩奠定很好的基础。

#### 参考文献:

- [1] 周罗庆. 在毕业论文教学中培养学生科研素养的探讨. 成都纺织高等专科学校学报, 2004(2)
- [2] 陆光月等. 毕业论文(设计)的现状分析与对策调适. 河北科技大学学报(社会科学版), 2002(3)
- [3] 陈晓燕. 高职学生撰写毕业论文的基本要求. 北京市经济管理干部学院学报, 2003(4)
- [4] 王胜春. 写毕业论文是对学生的锻炼. 新京报, 2004-4-9



## 第 1 章

# 毕业论文写作概述



### 1.1 毕业论文的性质、分类与功能

#### 1.1.1 毕业论文的性质

毕业论文是我国高等教育现行教学体系中,用于检测学生综合运用所学专业知识的能否达到既定目标的重要手段之一,也是判断学生综合素质是否符合培养规格的重要依据。在毕业前,学生都要按照教学计划的要求,在有经验的教师指导下独立撰写习作性学术论文。对于即将毕业的大学生来说,毕业论文的写作既是他们从事学术研究的最初尝试,也是对大学阶段学习的总结和综合答卷,更是展现自己专业水平的最佳途径。

毕业论文并非文学作品、学习心得或一般性的工作、学习总结,而应是具有一定学术性、习作性和创新性意义的论文。因此,毕业论文就其属性而言应定位为学术论文。我们认为,学术论文应有如下特征:论述的问题有一定的专门性,即学科特点较强,往往是围绕某一领域中的一点来展开论述;论述的过程具有内在的逻辑性,即对问题的分析与论证注意观点的内在联系;论证的结果具有一定的学术价值,即指论文具有一定的理论价值和方法论意义。具体表现在如下四个方面:

##### 1. 理论性

理论性是毕业论文的主要特点,也是其作为学术成果的灵魂所在。理论性在形式上体现为论文是由概念、判断、推理组成的一个知识体系。作者往往运用抽象思维的方法,在对丰富、复杂的材料进行分析、综合的基础上,找出带有普遍性的规律并加以论证,这就是毕业论文的理论性。毕业论文当然离不开对



事实的说明和描述,但一般的事实在论文中将被浓缩为抽象或比较抽象的概述,或者转化成数据和图表,也就是说,生动的事实被一般和个别、整体和部分、现象和本质的内在规律所代替。如果一篇毕业论文仅仅停留在对事实的说明和描述上,没有展开理论分析和论证,那就不能上升到理论的高度,写得再生动、再漂亮,也不能算是好论文。

## 2. 创造性

创造性毕业论文作为学术成果的价值所在。论文的创造性,就是要求论文不能简单地重复前人的观点,而必须有自己的超越之处,或主要观点的创新,或体系的创新,或研究方法的创新等。论文之所以要有创造性,这是由科学研究的目的所决定的:

(1) 个别观点的创新。即直接利用现有文献中的研究方法对前人提出的研究假设进行论证和检验,但采用的数据是最新的,或者采用前人的基本结论,但对个别观点进行创新。所提出的问题在本专业学科领域内有一定的理论意义或实际意义,并通过独立研究,提出了自己的新观点。

(2) 方法创新。虽是别人已研究过的问题,但论文中采用了其他研究成果所未采用的研究方法,如一般研究饭店服务质量的论文侧重于观察法和文献法,但作者采用调查法,设计问卷进行调查,发现问题,进行分析,这就是方法创新。

(3) 框架创新。同样的研究话题,不同的人从不同的角度做过研究,但作者用一种自创的框架对其进行整理和分析,这种研究属于框架的创新。

## 3. 习作性

毕业论文是在教师指导下完成的科学研究成果,与一般学术论文相比,它更具有习作性的特点:其一,毕业论文虽然是学生自行完成的,但从选题、取材、论证、表达等整个研究与写作过程都是在老师的指导下进行的;其二,由于学生理论水平等方面的原因,毕业论文的创造性及学术价值一般与专业人员的研究还有相当大的距离,仅仅是进行研究的尝试;其三,毕业论文是教学计划规定的要求学生运用所学知识和技能来解决问题的答卷。

## 4. 规范性

毕业论文和其他学术论文一样,在人们的长期使用过程中已经形成了自己特有的规范、格式。如毕业论文内容应包括题目、署名、摘要、关键词、目录、正文、参考文献、附录等部分。

### 1. 1. 2 毕业论文的分类

毕业论文是学术论文的一种形式,为进一步探讨和掌握毕业论文的写作规律和特点,需要对其进行分类。由于毕业论文的内容和性质不同,研究领域、对



象、方法、表现方式不同,因此,其分类也不同。

按内容性质和研究方法的不同,可以把毕业论文分为理论性论文、实验性论文、描述性论文和设计性论文。理论性论文又可分成两种:一种是理论研究,即以纯粹的抽象理论为研究对象,研究方法是严密的理论推导和数学运算,有的也涉及实验与观测,用以验证论点的正确性。另一种是应用研究,即运用某种理论解决实际问题,以对客观事物和现象的调查、考察所得观测资料以及有关文献资料数据为研究对象,并对有关资料进行分析、综合、概括、抽象,通过归纳、演绎、类比,提出新的解决问题的方法。

按立论的性质不同可以把毕业论文分为立论性论文(立论文)和驳论性论文(驳论文)。立论文是指从正面阐述论证自己的观点和主张。一篇论文侧重于以立论为主,就属于立论性论文。立论文要求观点明确,论据充分,论证严密,以理和事实服人。驳论性论文是指通过反驳别人的论点来树立自己的主张。如果毕业论文侧重于以驳论为主,批驳某些错误的观点,就属于驳论性毕业论文。驳论文除按立论文对论点、论据、论证的要求以外,还要求针锋相对,据理力争。

按研究问题的范围大小不同,可以把毕业论文分为宏观论文和微观论文。宏观研究和微观研究主要就应用研究而言。凡属于全局性、普遍性并对局部工作有一定指导意义的研究都是宏观研究。宏观研究的面比较宽广,具有较大范围的影响。反之,对局部性、具体问题的研究都属微观研究。它对具体工作有指导意义,影响面较窄。初学者学以此类研究为宜。

还有一种综合性的分类方法,即把毕业论文分为专题性、论辩性和综述性三大类:

(1) 专题性论文。这是在分析前人研究成果的基础上,以直接论述的形式发表见解,从正面提出某学科、专业中某一学术问题的一种论文。

(2) 论辩性论文。这是针对他人在某学科中某一学术问题的见解,凭借充分的论据,着重揭露其不足或错误之处,通过论辩形式来发表见解的一种论文。另外,针对几种不同意见或社会普遍流行的错误看法,以正面理由加以辩驳的论文,也属于论辩型论文。

(3) 综述性论文。这是在归纳、总结前人或今人对某学科中某一学术问题已有研究成果的基础上,加以介绍或评论,从而发表自己见解的一种论文。

### 1.1.3 毕业论文的功能

毕业论文的功能就其性质而言,可分为客观性功能和主观性功能两类。客观性功能是指客观证实性,具有显现性的特点;主观性功能是指对于主观能动的激发性,具有潜在性的特点。下面我们就这两类功能的要点展开讨论。





## 1. 客观性功能

(1) 诊断功能。毕业论文的诊断功能体现在三个方面:其一,教师对学生学习的综合诊断。毕业论文作为一种特殊的考试形式,是对学生就本专业某一学术问题(选题)进行分析论证中所显现出的专业水准、思辨能力、学术态度、创新意识等进行的综合测评,并按既定标准确认成绩。毕业论文的检测性功能与常规考试的检测性功能相比,最大的特点是学生可根据自己的专业兴趣、志向和特长,在相对宽松的时间里自行选择论题,确立论点,采集论据,展开论证,可以全方位地了解学生掌握专业知识的程度,透视学生应用专业知识分析和解决问题的能力。其二,教师对教学过程的诊断。毕业论文区别于其他学术论文的一个重要方面是,它必须有专业老师的指导。如教师在对毕业论文的选题、论点及提纲进行评估后,提出指导意见,并不断地对其初稿提出修改、调整意见。这一过程实际上是教师对学生学习状况、学习行为的诊断过程,并有针对性地给予指导与纠正。其三,学校对教师教学质量的诊断。毕业论文的完成过程是一种互动性很强的教学活动,其中所含信息也在一定程度上反映出教师的教学情况,如教学效果、知识更新状况、科研情况以及教学态度等。因此毕业论文作为第一手资料,对于教学质量评估也具有十分重要的参考价值。

(2) 鉴定功能。学习的目的在于应用。在社会竞争日趋激烈的今天,了解学生应用知识的能力,无论对于用人单位还是对于学生来说,都是非常重要的。毕业论文所具有的运用知识解决问题的特点使其能够成为鉴定学生能力水准的较客观的依据,这就是它的鉴定功能。鉴定功能主要是通过对毕业论文的定稿评审来实现。

## 2. 主观性功能

主观性功能主要指毕业论文所具有的对学生心理发展、知识结构的形成所具有的作用,主要有知识的整合功能和创造能力的激发功能,具体如下:

(1) 知识的整合功能。在高职教育中,教学内容主要由各自独立的不同课程呈现的。教师为了保证本门课程知识体系的完整性,在教学时数相对较少的情况下,对于教学过程中所涉及的其他课程或学科知识内容,往往难以作深入的讨论。而学生的自学受自身知识结构的局限,难以将知识融会贯通,这就很容易导致学生知识结构的片断化,即课程之间或课程与相关学科之间的知识缺乏融合与沟通。而撰写毕业论文,一般须经过确定选题、拟定提纲、收集整理资料、草拟初稿、修订完稿以及准备答辩等步骤。每个步骤的完成都少不了反复的斟酌、修改、补充、调整,实际上就是一个把相关的知识聚合在一起,经过筛选再按一定的逻辑关系重新组合的过程。在这里,相关的知识不再仅仅是某一课程的知识,而是与选题相关的知识。由此,在毕业论文撰写过程中,知识会在不同程度上超出单一课程的知识体系而进行整合,这对于培养学生的综合运用能



力是极为有效的。

(2) 创新能力的激发功能。现代心理学的研究表明,每个具有正常思维的人都具有无限创造潜力,而创造潜力转变为创造力,只能通过社会实践完成,其价值也必须通过实践予以证明。同时,研究认为,人的创造力具有可塑性和可开发性的品质,发展创造力的基本途径是开展创造教育,优化智能结构,增强创造意识。基于这一认识,我们认为撰写毕业论文在培养和激发学生创新能力方面有积极的作用。



## 1.2 毕业论文的选题

所谓选题,就是选择并确定论文所要研究的论题、范围并由此确定研究方法及其框架等的过程及其结果。选题如何,对于论文的撰写非常重要。选题不当,也许会使努力付之东流。

### 1.2.1 选题过程

选题是一个比较复杂的查阅资料、判断思考的过程。这就要求撰写者通过相关学科的文献检索,对已往的研究成果做一番调查和研究,了解前人对于自己所思考的问题研究到了什么程度,自己能否找到可以突破的薄弱环节,能否提出新的问题,能否在前人成果的基础上做出新的论证,或能否找到一种新的论证方法等。一般来说,选题应沿着“积累资料——确定题目范围——寻找资料——再修改题目范围——题目表述”的路子进行,即在已掌握的大量资料的基础上进行提炼概括,初步提出选题;然后在选题的既定目标与范围内,进行有目的的资料搜寻或实际调查,再确认选题的创造性、科学性、可行性,并为撰写做好准备。对于科学性不强,或有科学性但又缺乏可行性或创造性的选题,应尽早放弃并重新选题。

### 1.2.2 确定选题的方法

选题有一个过程,先确定研究方向,再拟定研究范围,最后选定题目。从方向的确定到题目的选定,一般用以下两种方法:

#### 1. 浏览捕捉法

浏览捕捉法就是在大致确定了研究方向后,通过对占有的资料进行快速阅读,在分析、思考、比较中确定题目的方法。这里应注意几点:一是资料的占有应达到一定的数量;二是应集中时间进行浏览,在阅读中比较鉴别,如目前的研究主要从哪些角度进行,主要探讨了哪些问题,对这些问题有哪些代表性的观点等;三是对资料要作较全面的研究,主要的、次要的、不同角度的不同观点都



要了解,尽量做好资料综述。在消化资料中厚积薄发,提出问题,寻找自己的切入点。这种方法分以下步骤进行:

第一步,阅读资料并做笔记。主要记资料的纲目,对自己影响深刻的观点、论据、甚至论证方法;记自己的体会;有重点地摘抄,并按照参考资料的格式记下资料的来源出处以及页码等,便于以后查找。

第二步,对阅读所得内容进行分类、排列、组合,寻找问题。比如,材料可按以下方式分类:系统介绍有关问题研究发展概况的资料;对某一个问题的研究情况的资料;对同一问题几种不同观点的资料;对某一问题研究最新的资料 and 成果等(详见本书选材部分)。

第三步,做好资料综述。对收集的资料进行加工成文,其目的是找出哪些角度的研究已经有人做过,哪些还没有人涉及;已经提出过哪些观点,这些观点有什么价值;当前这些研究尚存在哪些问题等等。这些资料对论文的撰写很有帮助。

这样经过思考分析之后,对于相关研究的现状也就了然于胸了,写论文时也就能站在“巨人的肩膀”上,看得更远了。

## 2. 追溯验证法

追溯验证法的基本特点是:先有一种拟想,再通过阅读资料加以验证来确定选题。其操作流程与“浏览捕捉法”相反。当然这种“拟想”的产生不是空穴来风,而是来自平时的积累和经验。只是这种“拟想”还没有得到价值性、合理性、可行性等方面的确认,因此需要通过资料分析来予以验证。

### 1.2.3 选题的内容及范围的原则

一般来说,确定选题范围要注意以下几个原则:

#### 1. 价值性原则

所谓价值性原则,主要指选题的内容及范围能使论文研究有助于解决一定学术问题或某一现实问题。论文的价值主要体现为学术价值和社会价值。学术价值和社会价值是论文价值的两个方面,两者是不可分开的,但又有区别。高职高专学生的毕业论文应具备一定的学术价值和社会价值。

(1) 论文的学术价值。毕业论文作为学术论文,它所研究的应是某个或某几个专门的学术问题。因此,强调论文的学术价值,自是题中应有之义。衡量一篇学术论文的价值,就是它的学术观点的创造性,即能在多大程度上提出创造性的观点,或在研究方法、研究框架上创新,从而为同类研究的进一步深入提供有意义的参考。

(2) 论文的社会价值。论文的社会价值需要论文的选题着眼于现实和社会发展的需要,论文的研究能解决一定的社会实际问题,从而能产生一定的社会



效益,实现科学研究服务于社会的目的。课题的选择,无论自然科学还是社会科学,从根本上来说,应直接或间接地服务于这一要求。

## 2. 可操作性原则

可操作性原则要求选题时优先考虑研究者有条件、能力进行研究的题目。

首先,选题应该为研究者平时所熟悉的专业方向或领域,不要轻易进入自己陌生的或不大熟悉的领域。所谓熟悉的领域,既表现在理论知识方面,也表现在自身实践所及之范围。只有在那些自己平时有所涉猎、有所了解和体会的专业领域,在自己实践所及且自认为有实践意义的问题上去做综合性提炼,才会激起创造的欲望和兴趣,也才能够有条件做下去。这样选出来的论题,做起来会使写作者有“如鱼得水”的感觉。大学生应尽量避免那些纯理论性的、学术性要求较高的选题,而应多选择那些能理论联系实际的,能将工作经验、生活积累都运用起来的较具体的题目。

其次,选题范围及难易要适中。论题有大有小,大到可以创立一门学科,小到仅仅解决某一学科的某个具体问题。而且大小难易都是相对的,对有的研究者来说可能太大,对有的研究者则不然,难易程度也是如此。如《中国旅游文化的研究》这种题目对于一般大学生来说,很显然是个大得无法很好完成的题目。对初学者来说,我们提倡小题大做,而不主张大题小作。题目小,挖得深,讲得透,能发前人之所未发,文章就有了深度,有了价值。相反,大题小作,面面俱到,泛泛而谈,恰如蜻蜓点水,流于肤浅。

第三,应选择有充足的材料、时间等条件完成的选题。写小说可以充分发挥想像,天马行空,而论文则要尽量做到概念、数据准确,分析论证有根有据。因此,从事论文写作,要收集充分的文献资料。对大学生来说,如果在学校图书馆能找到选题相关的研究资料,论文写起来就会感到非常顺利。此外,毕业论文选题时,时间条件也不可不予以考虑。充裕的时间,是保证论文质量的必要条件。毕业论文要在限定的两三个月内完成,如果以前对论题积累不多,应该说时间并不富裕。更何况在这两三个月内,还有一些必要的事务会占去不少的时间。因此,在选择论题时,应尽可能结合自己的实际,使时间充裕一些。

第四,选题应与相应的研究方法配套。一般说来,论文的题目往往决定了所应采取的研究方法。要弄清题目所对应的研究方法,分清楚理论研究和实证研究非常重要。按论证途径可将研究分为理论研究和实证研究。一般而言,理论研究其方法的特点是,从已知的法则、理论出发,演绎出新的知识,包括原创性地提出无法验证的公理,以及根据已有的公理、理论推演出某种命题,从更高抽象层次的公理、定律、法则或学说出发,运用逻辑推理(包括数学计算)得出支持或否定假设的结果。实证研究的主要特点是,依据提出的研究假设,采用归纳法,进行数据收集与分析,检验假设是否成立。可见,理论研究针对的主要是



“应然”的理论,而实证研究主要针对的是“实然”的事实。当前大学生毕业论文往往不自觉采用理论研究。理论研究往往采用文献法等研究方法,由于网络的发展,资料容易查找,无需实际调研,相当省事;而且理论性文章混个及格分比较容易。但是,绝大部分的学生理论研究都是口号式的作品,既无调查数据,也无解决问题的可行方案。如果题目是针对事实现状的“实然”研究,则只能采用实证研究的各种方法。而题目如果是针对“应然”的理论问题,则采用理论研究的各种方法。换句话说,如果研究内容主要是针对“实然”状况,则题目应设计成“某某现状的研究”,如《旅行社发展旅游电子商务的现状与分析》,再如《酒店实习生培训存在的问题分析》等。

### 3. 创造性原则

选题的创造性主要指论文题目的范围及研究框架的创新。题目的创新是论文创新的重要因素。文章忌随人后。要写出引人注目的论文,选定的论题应该是该领域内理论研究或实践研究中前人未曾解决或尚未解决的理论或实践问题。要做到选题新颖,须考虑观点的创新、方法的创新或框架的创新,有四种思路可供选择:①论题延伸,即把论题放在总结和发展过去相关科研领域的实践成果和理论发展的基础上做进一步展开。②论题补充,即对所研究的主体领域中的枝节性问题、尚未研究或研究不充分的问题进行补充性研究。③学科交叉,以他山之石,攻我山之玉,以另一学科、另一领域的科研成果和知识或研究方法来开拓本学科、本专业领域。④汇总提升,即集前人研究成果之大成,汇集成一个系统的体系。这四种思路都要求广泛深入地查阅文献资料和开展调查,要对自己的实际条件认真审视,对理论的完备性、研究方法的科学性进行高度评价和分析,然后在此基础上重新确定自己的新论点和新方法。

## 1.2.4 选题的表述

选题解决之后,选题的表述,即命题也是重要一环。命题即确定一个合适的、简洁明了且能反映研究主题和核心论点的标题,使作者能把握论题的范围和方向,同时使读者能提纲挈领地了解文章的主旨。命题与选题是有区别的:命题较选题在范围上要更具体、明晰一些,是选题表达上的具体化,标题设计要吸引人。一篇论文,有无兴趣让人读下去,题目十分重要。

### 1. 选题表述的问题

概括起来,当前大学生论文选题的表述往往存在三方面的问题:

(1) 选题即标题,简单省事,但往往缺乏吸引力。

(2) 选题太大,内容论述太浅,可改题目,使文与题更贴切些,否则,只有充实内容,增加文章篇幅。如《论中国宴席的发展之道》这种题目对于大学生来说就太大了。



(3) 题目冗长,重点不明确。当选题确定后,论文题目一定要用最恰当的词 汇反映论文的特定内容,把论文的主题明白地告诉读者,从而起到画龙点睛、引 发读者兴趣的作用。论文题目的用语不能过长,不宜晦涩,要尽量避免使用化 学结构式、数学公式及不太为同行所熟悉的符号、简称、缩写名称等。

### 2. 选题表述的要求

(1) 题目表述要有规范性。对大学生毕业论文来说,这一点应该特别注意。 表述的规范性主要体现为尽量使用专业概念和术语,而不是日常生活概念。像 《对……问题的一点体会》,这样的题目显然不具有规范性,不能够用来做毕业 论文的题目。

(2) 题目要具体、明确。所谓具体、明确,就是指题目应能标识出研究对象、 研究内容,使人一眼便知你讨论的是什么问题;其次,还要能标识出你的研究视 角、研究方法。像《论我国商务旅游》这样的题目,就不具体明确,范围太大。

(3) 题目要简洁、新颖。题目不能过于冗长,同时题目要给人新颖感。这里 的新颖感主要指要用创造性的题目来标识论文讨论的问题,不要千篇一律,不 要过于呆板。

### 3. 题目的结构

一般来说,学生毕业论文题目主要有以下几种结构形式:

第一种结构形式:《论(浅论、试论)+宾语》。特别要注意,宾语应是名词或 名词性短语,如《论饭店房价的调整策略》。其变体可以为,《宾语+论(浅论、试 论)》,如《古建筑的精神功能浅论》。

第二种结构形式:正题加副题组成。这种情况主要是因为主标题比较宽 泛,不具体、明确,需要用副标题来明确其研究视角,限制其范围。比如,《休 闲之都,人间天堂——杭州城市旅游品牌的定位与思考》等。

第三种结构形式:用判断句式。这种形式的标题对全文内容及观点予以限 定。如《积极开拓旅游饭店网络预订业务》等。

论文题目的结构形式还有很多,以上只是常见的几种。



## 1.3 毕业论文的选材

### 1.3.1 选材的概念、意义和写作步骤

所谓选材,就是围绕研究的论题选择所需材料的过程。从毕业论文写作的 角度来说,材料就是学生通过社会实践、调查研究、查阅文献等所获得的、用以 表现毕业论文主题的一系列事实、数据和说明这些事实数据的理论依据和数据 方法等,它包括比较具体的事实材料,也包括比较概括抽象的理论材料。理论



材料主要指理论观点和理论依据,事实材料主要指通过实验或调查收集的有关数据等。

材料收集在毕业论文的写作中具有非常重要的意义。因为课题的解决,很大程度上取决于资料占有的程度。酈道元写《水经注》引书就达 427 种;贾思勰写《齐民要术》,引书达 160 多种;刘勰写《文心雕龙》,论及的作家有 918 人,论及的作品有 1 035 简(部),全书引文达 1 466 处,涉及到 86 个帝王,17 个朝代;鲁迅写《中国小说史略》,仅以他辑录的《小说旧闻钞》而言,其材料就是从 90 多种、1 500 多卷的古书中一字一句手抄而成的。不在资料上扎扎实实地下工夫,就不能出科研成果。有些同学写的毕业论文“轻飘飘”的,没有分量,原因之一就是他没有在材料收集上下功夫。

当我们选定了毕业论文的题目后,很多人就开始着急写论文了,但写了一段时间后,发现写不下去了,甚至做了大量无用功。其实正确的步骤应该是:首先,根据题目确定文章的基本框架;第二步,根据文章的基本框架选定材料;第三步,在收集资料基础上做资料综述,形成自己的基本观点;第四步,围绕基本观点撰写提纲;第五步,在此基础上撰写论文,并随时收集资料予以补充。当然,这几个步骤的区别不是绝对的,有时可以同时进行。论文的选材主要有两个步骤,第一步,即材料的收集;第二步,即材料的整理。

### 1.3.2 材料的收集

概而言之,毕业论文的材料收集主要在两个不同的层面上进行:一是理论材料的收集;二是事实性材料的收集。材料的收集一方面涉及文献资料检索的研究方法,另一方面涉及调查等研究方法。

#### 1. 理论性材料的收集

理论性材料主要指理论观点和理论依据。一般说来,理论性材料应包括以下几个方面:①该题目有关关键概念的界定。概念是思维的基本形式之一,一篇学术论文主要由概念、判断、推理组成。所谓概念是反映事物本质属性的思维形式。本质属性是事物成为自身并使该事物同其他事物区别开来的内部规定性。一篇论文的基本概念往往决定了文章的基本框架。任何一个论文题目都涉及几个关键性概念,这几个概念没有弄清楚,论文根本没有办法写下去。例如,论文《浙江省度假旅游产品的开发现状》,首先必须查清楚关键概念“旅游产品”的含义,其次是“度假旅游产品”,要知道什么是“旅游产品”和“度假旅游产品”,包含哪些要素等。②有关课题所属学科专业研究的水平和动态。主要是该研究方向目前主要在那些角度进行过研究,主要有哪些观点,还有哪些方面有待进一步深入研究,等等。在前人研究的基础上,研究才有高的起点。有关课题现有的研究成果,既包括专著,也包括论文,既要有国内的材料,也要尽



量查找一些国外的材料等。③与本课题相关的学科研究成果。了解相关学科专业的有关成果,能帮助自己思考问题。

## 2. 理论性材料收集的基本途径

理论性材料的收集实际上在选题阶段就已经开始了。一般专业工作者对本专业的理论发展比较熟悉,在确定选题时,通常只要检索某些方面作些补充就行了。但对于初学者来说,一般都不大熟悉本课题的最新动态,须围绕选定的课题作一次比较全面、系统的资料检索。理论性材料的收集主要通过文献法来进行。其来源主要有三个方面:一是到图书馆查阅一些理论文章或前人的研究成果;二是到档案馆查阅有关党和国家的方针、政策和历史资料;三是利用网络资源库查阅相关资料,如《中国学术期刊网》、《超星数字图书馆》等。

## 3. 理论性材料收集的步骤

查找理论性的文献资料是一项实践性很强的活动,只要肯花力气,就能熟能生巧,逐步掌握文献检索的规律。文献检索的一般步骤是:

(1) 明确检索的范围。查找文献资料要从课题研究的要求出发,分析课题的中心内容和研究重点,然后明确检索范围。研究重点要确切,查找资料的范围要适当,以便集中精力查全、查准。一般可从以下三个方面考虑:一是区域界限,弄清所需资料属哪个国家、地区、单位或部门,文献资料的语种、文种,可从哪个图书情报机构或个人藏书处获得;二是专业范围,根据课题所涉及的专业性质,明确所需资料的专业范围以及可供采用的检索工具;三是时间范围,所需资料是近几月或近几年内的,是若干年以至要穷尽自有文献记载以来的全部文献。

(2) 选择检索工具。检索工具种类繁多,有综合性、专业性和专题性的,一般应先利用综合性的,再利用专业性、专题性的。对于初学者来说,则可先找专业性、专题性的,再找综合性的。

(3) 确定检索途径。文献具有外表和内容两方面不同特征:外表特征指文献的书名(篇名)、著作者姓名、文献序号、文种、发表年月、出版地点等;内部特征指文献的内容所属学科、探讨对象所属主题、文献中提到的关键词等。各种检索工具就是根据文献的不同特征组织的,读者根据不同的检索途径,就可以从不同角度,查找到所需要的文献资料。查找文献资料的主要途径有:①作品名途径:掌握了图书书名或文章篇名,就可以通过书名目录或篇名索引查找。②著者途径:根据著者姓名来查找的途径。这类检索工具是按著者名称的笔顺排列的,只要知道著者姓名或机构名称,就可查到所需要的文献资料。③分类途径:按文献所属的学科及其分支的类目进行排列的检索途径。这种途径反映学科概念的上下左右关系,反映文献的隶属、派生和平行关系,能较好地体现学科的系统性。只要利用分类索引、分类号或类别进行检索,就可获得所需的文





献资料。④主题途径:按文献的主题词(关键词)在主题词表上的顺序排列的检索途径。由于主题词能集中反映一个主题的各个方面的文献资料、因而便于读者对某一事物、某一问题或某一对象作全面系统的研究。一部或一篇文献资料,一般有若干个主题词,读者只要通过其中之一就能找到所需的文献资料。

#### 4. 检索文献资料的方法

长期实践中归纳起来的文献检索方法主要有以下四种:

(1)顺查法。按文献发表时间的顺序,由远及近追根寻源的检索方法。它特别适用于检索理论性文献资料。开始时,检索的范围可能宽一些,然后再精选,这样不至于因漏检而返工。在课题刚开始查资料时尤其要如此。这种方法的优点是查得全面、系统、无遗漏,缺点是费时、费力、效率不太高。

(2)倒查法。它与顺查法相反,是按文献发表的时间顺序由近及远的检索方法。即根据课题研究需要先查当年的,再逐年往上查,直到查得所需文献资料为止。这种方法常在新课题或探讨老课题新发展时使用。近期文献不仅反映了最新情况,而且也会引用、论证、概述早期文献。因此,这种方法比顺查法收效高,但有可能遗漏有价值的文献资料。在检索实践中,也可以将顺查法和倒查法结合起来运用,根据课题需要,划出一定时间范围,先用顺查法检索,如查出的文献资料不够用,再倒查一段时间,直到满足为止。

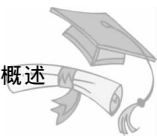
(3)追溯法。追溯法也称跟踪法,即以著作者在著作中的注解和著作后所附的参考文献为线索,进行跟踪检索;在获得新的文献后,再依据此法继续追溯。这种查找方法就像“滚雪球”一样,在一次一次地连续追查下,不断扩大检索范围,直至满足课题需要为止。这种方法,一般在缺乏其他检索工具的情况下,可以获得一些必要的文献资料,或作其他方法的补充,也常常为人们所采用。

(4)综合法。综合法是以上方法的综合运用,对于检索者来说,利用综合法比较方便、可行,它能在一定程度上克服检索工具短缺的困难,尽可能连续查得所需要的资料。

以上介绍的,是信息检索的一些常识,也是论文写作的基本步骤。从检索的内容看,我们主要了解的是有关课题或课题所属学科研究发展的水平和动态,有关课题现有的研究成果,以及与课题相关的一些原始材料。对于初学者来说,花一些气力做好这个工作是非常有意义的。因为通过这些检索,可以使我们对某一个学科及其研究的对象、范围、方法有一个比较具体、全面的了解。与此同时,我们还可以从中学到科研的一些基本思路、基本方法。

### 1.3.3 事实性材料的收集

事实性材料一方面是实证性材料,是指研究者通过调查、观察、实验等手段



获得的材料,另一方面是前人收集的事实材料,主要通过文献法获得。

有些毕业论文题目,仅仅靠图书馆的文献资料往往还不够,有时还要通过调查、观察、实验等实地调查手段,收集第一手数据。这种材料来源直接,主要是一些针对已发生事实情况的信息、数据。如《2006年休博会对杭州旅游业的影响》这个题目需研究的问题主要是关于2006年休闲博览会怎样对杭州旅游业发生影响以及影响主要体现在哪些方面等数据。很明显,这是关于现状及事实的研究。因此,只有进行调研,收集充分的实际数据才能很好地完成研究。下面主要介绍调查法、观察法、文献法等方法。

### 1. 调查法

调查是作者为了了解某一特定情况,解决某个问题而进行的有明确目的的专门性考察,它具有明确的目的性,综合运用观察、查询、阅读等手段,具有调查者和被调查者双方交流的特点。通过调查获取资料,从技术方面主要考虑以下问题:

(1) 认真设计调查方案。在调查之前,要认真设计调查方案,写出调查计划,把调查的对象、内容、方法、步骤列出来,以便调查能有计划地进行。

(2) 科学制作调查问卷。根据调查的手段、方法,可以将调查分为口头调查和问卷调查。

口头调查以交谈、问答的方式进行,它常用的方法有开座谈会、个别访问、现场观察、蹲点调查。口头调查很方便,它可以审时度势,随机发问,可以相互引导相互启发,可以当面进行观察,从而收集到真实、细致、生动、具体的感性材料,但它不适用于调查对象分布很广的调查。如果调查对象分布很广,一般采用问卷调查。

问卷调查是以书面形式进行的调查。问卷设计一般围绕一个中心设计1~20个问题。如果问题过多,调查对象容易产生厌倦情绪,问题过少,达不到调查的目的。问卷设计应有“封闭性问题”和“开放式问题”,以便被调查者在作一般性选择时,能有机会阐明自己的观点。问卷设计要科学、措辞要简明,不能含混不清模棱两可,让别人不知如何回答。问卷前要简要说明调查的目的与要求,要写明回答的方式、收件人和截止时间。同时不要忘了请被调查对象写明自己的姓名、性别、年龄、文化程度、工作单位、职业工种、详细住址等。问题拟定后,为确保调查质量,有时还要进行“模拟调查”,以检验问卷设计的科学性、可行性,以便发现问题加以修正,然后再作大规模的调查。

(3) 掌握好抽样统计的方法。问卷返回后,要根据内容逐项作好统计。抽样统计的方式有全体抽样和选择抽样。全体抽样,即返回多少份就统计多少份。选择抽样,即在返回的问卷中抽取一部分,组成样本统计、分析。

### 2. 观察法

观察,是指人们对周围存在事物的现象和过程的认识,这种认识是基于研



究者对事物的现象和过程的理解。但是,科学的观察,并不是指人们对事物的一般理解,即不仅仅是“仔细察看”,而是在自然存在的条件下,对自然的、社会的现象和过程,通过一定的观察工具或借助科学仪器,有目的、有计划地进行的。这种科学的观察,就是研究中的观察法。

所谓“自然存在的条件”,是指对观察对象不加控制、不加干预、不影响其常态。所谓“有目的、有计划”,是指根据科学研究的任务,对于观察对象、观察范围、观察条件和观察方法作了明确的选择,而不是观察任何能作用于人感官的事物。

### 3. 文献法

一些前人做过研究的,或相关主管部门做过相关统计的有关事实性材料也可以通过文献法来查找。理论性材料可以通过文献法收集资料,前面已作详细的介绍。这里主要介绍文献法收集事实性材料的特殊要求,即主要查找的途径是年鉴或其他工具书。

(1) 年鉴。查找学科研究动态的资料,除利用一般工具书以外,更重要的是查阅专业或行业年鉴和部分手册。就旅游行业来说,专业或行业年鉴有经济年鉴、旅游年鉴等。

(2) 政府主管部门的统计数据。如需要查阅浙江旅游人才培养状况的数据,则必须查阅浙江省教育厅的教育统计数据;如需要了解浙江省旅游发展状况,则需要查阅浙江省旅游局的有关统计数据。

(3) 他人的研究报告或论文。如要研究《浙江省度假旅游产品的开发现状》,可以查找前人是否就度假旅游的现状做过调查,并以这些调查结果为基础进一步深入研究。

#### 1.3.4 材料的整理

材料的收集和整理在实际操作的时候很难分开,但为了研究的需要,我们将两者分开讨论。材料的整理主要有两个步骤,第一步,材料的记录;第二步,材料的统计分析。

(1) 记录的内容。在阅读文献资料的过程中,一些有价值的内容需要记录下来,主要有:①确凿、典型、新颖的论据性材料,要认真摘录或摘要,以备阐述或论证观点时使用或参考。②各家的创造性观点或有争议的内容,应摘录。这种材料,可以启迪我们的思维,帮助我们全面、正确地分析问题。③阅读过程引发的心得、感受、思想火花,应记录。这些思想可能是一闪即逝的、零乱的,但对创造性见解的形成很有帮助。④在查阅资料时,遇到与自己的专业有关,估计以后可能用到,但暂时用不到的资料,也应记录下来。如果觉得没有时间仔细阅读和摘录,也应把书名、作者、出版单位、出版时间、资料主题等记录下来,做



成索引以便以后使用。

(2) 记录的方式。主要有摘录、索引、提纲、摘要等。

① 摘录。即直接抄录文献资料中的论点、典型材料、关键数据等。摘录要完整,符合原意,不能断章取义。要准确,要注明出处。摘录一般用卡片或活页纸,当然也可以用电脑文档,以便日后使用。例如,研究一个有争论的问题,可以把各家各派对这个问题的不同看法摘记下来,做成卡片或一个文档,反复比较,从而发现问题,提出优于各家之说的新看法。

② 索引。做记录也可采用做索引的方法,只记文献资料的名称、作者、出版者、出版期、卷期、页码等。如果手头有书,或资料暂时还用不着,可采用这方法。

③ 提纲。在阅读书籍或篇幅较长的论文时,把全文总观点、每个部分和每个层次的观点,说明观点的主要材料,依次排列出来,写一个能反映论文基本内容的框架。也可以根据具体情况,作内容的提纲。

④ 摘要。读完文献,可根据需要,简要概括文献的内容,做摘要。摘要是作者在通晓原文的基础上,抓住原文重点,删除枝节后所写的一段完整的话。写摘要,要准确无误地概括文献的内容,抓住关键要点,不要加进自己的看法。

除了以上的方法,购买有关的书籍,剪贴、复印有关的文章,也是积累材料的方法,但从整体上看,它都不能代替笔记。

### 1.3.5 材料的分析、整理

通过对材料的收集、阅读和记录,积累了一定数量的资料。但这些资料尚处于零散的状态,还谈不上完全占有它。因此,进一步的工作,就是对资料进行分析整理。整理资料的过程,实际上是对资料的再认识过程。通过整理,使资料条理化、系统化,从而加深对资料的理解与认识,并及时发现缺漏,予以补充。分析整理材料通常包括以下的方法:

#### 1. 分类

作者获得材料后,通常还需要对材料作分类整理。分类是在比较的基础上进行的。只有通过对材料进行比较,才能将复杂的材料之间的关系理顺,才而使材料为自己所用。如通过《中国知网》查找了大量有关乡村旅游方面的资料后,为了能更好地消化这些资料,对这些资料进行分类,如分成乡村旅游概念的探讨、乡村旅游产品的开发等。其中,乡村旅游产品的开发又可以分为乡村旅游产品要素的研究,乡村旅游产品体系的研究,乡村旅游产品类型的研究等。

#### 2. 概括

所谓概括,是指作者用比较扼要的语言,将资料所表达的基本观点以及作



者的研究方法特点表达出来。阅读完一篇论文或相关文献后,都需要将之进行概括,如这篇论文从什么角度对什么问题进行探讨,其主要观点是什么等。

### 3. 统计

统计是数据整理的一种形式,它是对数据材料的描述性说明。写毕业论文,有时要对事物作数量分析。数量分析有助于我们抓住事物的主要方面、主要矛盾。毛泽东把数量分析叫做“胸中有‘数’”,他在《党委会的工作方法》中曾指出:“对情况和问题一定要注意到它们的数量方面,要有基本的数量的分析。任何质量都表现为一定的数量,没有数量也就没有质量。我们有许多同志至今不懂得注意事物的数量方面,不懂得注意基本的统计、主要的百分比,不懂得注意决定事物质量的数量界限,一切都是胸中无‘数’,结果就不能不犯错误。”他说的是工作方法,同样适用于论文写作。在写作实际中,有时候,我们进行了认真的分析,但只是一个大致的估计。这个时候进行数量的统计分析就显得更有说服力。



## 1.4 毕业论文的结构

### 1.4.1 毕业论文结构的含义

结构是表现主题的手段,论文的结构就是文章组织安排内容的具体方式。安排结构,即是“谋篇布局”,组织设计毕业论文的篇章结构。安排好论文的结构,是撰写论文的一个重要环节。论文的结构就一篇论文而言,可分为不同的层次和方面,如整体结构和局部结构、外部结构和内部结构。安排论文的结构既要考虑整体又要考虑局部,既要考虑外部结构是否合理,又要考虑内部结构是否严密。而且,论文结构的安排直接影响指导教师和答辩委员会成员对论文成绩的评定。本书主要讨论毕业论文的外在结构和内部逻辑结构。

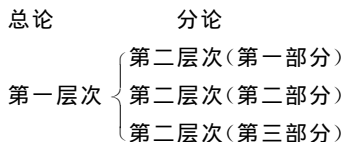
### 1.4.2 毕业论文的逻辑结构

毕业论文的结构包括外部结构和内部结构两个部分。外部结构要件将在下一章详细介绍,在此只探讨毕业论文的内在逻辑结构。论文的内在逻辑结构主要指论文各部分之间内在的逻辑关系,其主要逻辑关系大体上有下面三种:总分关系、并列关系、递进关系。

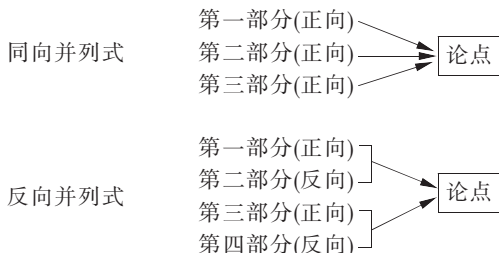
第一,总分关系。论文中的一般性问题、一般理论、整体观点的内容,属于总论。特殊问题、具体问题、具体方面、实际运用等内容,属于分论。总论与分论之间,是普遍与特殊,整体与部分的关系,在逻辑结构安排上通常总论部分在前,分论部分在后。假如本论部分有四个部分构成,那么,一般性问题、理论问



题应放在第一个部分,而较少倒过来。总分关系如图所示:



第二,并列关系。并列式结构是指论文各部分之间的关系是平行的,没有主次之分,没有解释与被解释、支配与被支配之分。这种结构在内容上又可分为两种:同向并列与反向并列。同向并列是指各部分内容都站在正面或都站在反向来阐述;反向并列是指各层次内容一正一反,形成一种强烈的对比。



第三,递进关系。这里所讲的递进关系主要指内容各部分逻辑上的递进关系。逻辑上的递进关系,它是各部分意思之间层层深入,彼此间不能颠倒的一种关系。具体又有几种情况:其一,是指在逻辑上由抽象到具体,即先从概念、定义说起,解释其含义,探讨其内涵、外延,确定其适用范围,再结合概念分析具体的问题。从抽象到具体的逻辑顺序,愈抽象的问题愈在前,愈具体的问题愈在后。其二,在另外一些情况下,必须由具体到抽象,现探讨具体现象,再探讨一般现象。其三,由原因到结果或由条件到结论。具体采用哪一种递进思路,由论文的具体内容和整体思路所决定。

遵循逻辑关系在论文写作中非常重要,因为这是人类在历史的发展过程中形成的思维方式,违背了这些逻辑关系,就容易造成思维混乱,读者也就无法获得理解。

### 1.4.3 论文基本结构——提纲的确立

论文基本结构的确立通过编写论文提纲予以完成。从一篇论文的完成程序来讲,首先是选题,确定好题目,再撰写论文提纲,最后完成论文写作。提纲在论文写作中有非常重要的意义。从写作程序上讲,它是作者动笔行文前的必要准备。从提纲本身来讲,它是作者构思谋篇的具体体现。概括说来,第一,可以体现作者的总体思路;第二,有利于论文前后呼应;第三,有利于及时调整,避



免大返工。

### 1. 制定提纲的原则

如何落笔拟定毕业论文的提纲呢?主要应把握如下三个方面的原则:

(1) 把握关键概念的原则。主要指论文的结构应以论文题目中的关键概念为基础来展开。一般来说,一个论文题目中总有一个或两个关键概念决定论文的基本框架。如题目《浙江省度假旅游产品的开发现状》中“度假旅游产品”、“旅游产品开发”这两个概念就决定论文的基本框架只能是围绕“旅游产品开发”的各个因素来展开对现状的分析。对各个因素的理解不同必然导致文章框架的不同。如认为旅游产品主要指产品的类型的话,就会按照不同的类型来展开现状的分析等。

(2) 内容整合的原则。要考虑各部分之间的逻辑关系。初学撰写论文的人常犯的毛病,是论点和论据没有必然联系,有的只限于反复阐述论点,而缺乏切实有力的论据。有的材料一大堆,论点不明确,有的各部分之间没有形成有机的逻辑关系。这样的毕业论文都是不合乎要求的,也是没有说服力的。为了有说服力,必须有虚有实,有论点有例证,理论和实际相结合,论证过程有严密的逻辑性,拟提纲时特别要注意和检查这一点。材料的取舍需从中心论点出发,把与主题无关或关系不大的材料毫不可惜地舍弃。要有全局观念,从整体出发去检查每一部分在论文中所占的地位和作用,看看各部分的比例分配是否恰当,篇幅的长短是否合适,每一部分能否为中心论点服务。

(3) 内容逐次展现的原则。论文内容展现一般按照“由大到小,由中心论点到分论点”逐次安排。大的项目安排妥当之后,逐个安排分论点,再安排到具体段落。依次考虑各段所需材料,并将之按顺序编排,以便写作时用。

### 2. 拟定提纲的步骤

拟定提纲的步骤主要有:

(1) 分析题目的关键概念。把关系到论文基本框架的关键概念找出来,认真查找资料,厘清概念的内涵,所包含的基本因素。论文的基本框架一般以这些概念为依据展开。如要拟定论文《休博会对杭州旅游业的影响分析》的提纲,首先要研究大型会展对旅游业可能产生的影响主要体现在哪些方面。由此,“影响”这个概念是决定该文框架的核心概念之一。

(2) 确定论文的基本观点和立意。在查找一定资料的基础上形成基本观点,并依此展开论文的基本框架。如就《休博会对杭州旅游业的影响分析》来说,通过收集资料发现,休博会对杭州旅游业具有较大的促进作用,具体体现在对杭州旅游产业结构、旅游产品类型的转变等方面。

(3) 确定各级标题。各级标题可以是论点,也可以是论题。论题式标题即用简要的术语把所论述的话题概括出来,这种写法简明扼要、一目了然。论点



式写法,即以一个表达完整意思的句子把该部分内容概括出来。

(4) 填写主要观点及材料。把论文的题目和大标题、小标题列出来后,再把选用的材料插进去,形成论文内容的提要。写好毕业论文的提要之后,要根据论文的内容考虑篇幅的长短,文章的各个部分内容,大体上要写多少字,再考虑采用什么样的研究方法等。

(5) 编写提纲。论文提纲可分为简单提纲和详细提纲两种。简单提纲是高度概括的,只提示论文的要点,如何展开则不涉及。详细提纲则将论文基本观点、基本方法、基本步骤等都详细列出来。



## 1.5 毕业论文的语言与文体

书面语言是人类社会作为信息交流工具使用的一种表义符号系统——文字符号系统。论文就是组成完整篇章的文字符号系统。因此,写作也就是如何运用文字符号把作者对世界的认识、体会、感触表达出来的过程。作者把自己的认识诉诸文字符号,形成篇章,期待读者阅读;而读者只有理解了这些文字符号,才能体会作者所表达的意思。文字符号系统,作为书面语言,其表达效果,直接关系着论文的质量。因此,书面语言表达的训练是毕业论文训练的重要一环。

学术论文的语言风格与一般文章的语言风格有所不同。一般文章使用生动形象、犀利明快的语言表达。而论文语言以概念准确、判断精密、推理严谨见长;大量地使用学术性的抽象概念和单义性的专业术语;句式单一,泛指句、存现句等无主句使用广泛;为限定内涵和外延而拉长句式,状语、定语等成分十分丰富;关联词使用得多,用复合句构成完整的表意单元;句子之间的逻辑联系紧密;外来词语使用频率高;符号语言、图形语言使用多;不使用象声词、语气词;一般不用夸张、象征、隐喻、拟人等修辞手法。论文的语言所追求的是有效表达学术信息量,要有一定的深度和密度,力避陈词滥调,句式要平实、准确、缜密,有量度的确定性和定性分析的规定性,不留漏洞、缝隙,不能给理解者留下歧义理解的弹性空间。论文语言可自成个体风格,但不宜追求个体风格。具体说来,论文的语言要注意以下方面的问题:

### 1.5.1 论文的表达方式

在现代文体中,毕业论文是一种特定的文章体式。特定的体式决定了特定的表达方式。在论文体式中,一般不出现抒情、描写一类的表达方式。论文的表达方式一般有以下三种:





### 1. 议理方式

议理方式是论文写作中语言运用的主要表达方式。它采用议论的方式,阐明、论证要有关学术论题,以客观存在的事实为依据,以逻辑推论的方式,揭示事物的内在本质和发展变化的规律。

议理方式主要采用概念化、术语化的语言符号。不管是正面的阐述,还是反面的批驳,议理方式的编织总是按逻辑结构进行。尽管,由于表述目的、内容和具体要求的差异而表述方式也不尽相同,但其语言符号的建构总是以句群、段落、层次之间的逻辑关系来展现概念、观点、原理之间的内在联系。

### 2. 释义方式

释义方式就是使用定义的方式,对有关概念、术语、名称的含义等加以界定,其目的在于让人理解所使用的概念,为后文内容的展开奠定基础。尤其是作者使用一些常用的却理解各不相同的概念,或自己新造的概念时,对其进行界定是非常有必要的。在对概念、术语、名称界定时,可以使用正面的、肯定的方式来定义和解释,也可以使用反面的、否定的方式来做排除性阐释。

### 3. 叙事方式

叙事方式在学术论文的写作中用得不多。但有时还是要用它来叙述事物发展变化的过程。论文中涉及叙事的情况有:科学研究史,某课题的研究过程,实验或调查的细节、例证中所展开的叙事情节等,但论文的叙事一般不用描写而只用概述,即只要将人物、事件、时间、地点、原因、结果等“六要素”记叙清楚即可。

## 1.5.2 论文特定的表达句式

在学术论文中,有一些特定的表达句式。写毕业论文要学会这些特定的表达句式。这里,我们把这些特定的句式汇聚到一起:

### 1. 提示语

用于提起下面将要表达的事项、问题。如:“本文对这方面的问题作一些探讨”,“主要有下面几点”,“说明如下”,“做一简单的介绍”,“笔者看法是……”,“换言之”,“换句话说”之类。提示语在前面,所提示的事项、问题在后。

### 2. 强调语

作者认为是重点的地方,为引起读者的注意而特意强调。如“请注意”,“关键的问题在于”,“特别是……”,“必须强调的是……”,“需要指出的是……”,“不可忽视的是……”,等等。有时候,也可以在需要强调的文字下面加着重号。

### 3. 限定语

把所谈问题限定在特定的范围、特定的层面或特定的意义上。比如说,“就……而言”,“在一定的意义上来说”,“除了……之外”之类。



#### 4. 过渡语

表示、引起话语的转移,转向下一层意义,或转向相反的方向。过渡语的使用,起一种连接、黏合的作用,使文气贯通,浑然一体。常见的过渡语有:“另外”,“再一点是”,“相关的问题还有”,“尽管如此”,“其次,……再次……最后”,“然而”,“相反”,“问题并不是这么简单”,“需要进一步说明的是……”,等等。

#### 5. 总结语

对前面所说的内容作一番概括、归纳和总结。如“总之”,“总而言之”,“综合起来看”,“概而言之”,“由此可见”,“通过上面的分析……”,等等。

#### 6. 呼应语

前后之间形成环顾和照应。在论证进程中,“总——分——总”的模式往往形成嵌套,即整体使用这一模式,局部也使用这一模式,大模式中套了小模式。当然,还可通过有意安排的语言牵引,如“如前所述”,“这一点在第四部分详尽说明”,“正如前文中提到的……”等,使前后的表述对接起来。

### 1.5.3 论文语言的规范

学术论文写作与一般议论文不同的地方之一就是语言形式有所不同。学生的毕业论文属于专业性、学术性的论文,要求采用规范语言。所谓规范语言主要体现在两方面:其一,使用比一般文体更严格的语言规范;其二,使用专业语言体系。所谓专业语言就是某专业中的特定概念,特定的表达方式。具体说来,论文语言的规范主要有以下几点:

#### 1. 严格遵守语言规范

在文学性、艺术性语言中,允许特定意义上的反理性,反逻辑,反语法。因为文学性、艺术性语言需要表达情感内容。但是,论文必须遵守严格的语言规范。规范语言的表达必须以逻辑为基础,必须严格执行有关的规范和标准,包括必须正确使用规范化的汉字、标点符号,正确使用法定计量单位和其他符号,以及切实执行有关数字用法的规定等。

所谓规范汉字主要是指1986年10月由国家语言文字工作委员会重新发表的《简化字总表》所收录的简化字;1988年3月由国家语言文字工作委员会和新闻出版署发布的《现代汉语通用字表》中收录的汉字。此范围以外的汉字即为不规范汉字,主要是指《简化字总表》中被简化的繁体字,1986年国家宣布废止的《第二次汉字简化方案(草案)》中的简化字,以及社会上出现的自造简体字和业已淘汰的异体字和旧字形。

标点符号是书面语中不可缺少的部分,用来表示停顿、语气及词语的性质和作用。1990年3月国家语言文字工作委员会和新闻出版署修订发布的共有16种,如句号(。)、问号(?)、叹号(!)、逗号(,)等。



对于出版物中数字的用法,国家语言文字工作委员会等部门也有规定,1987年发布的《关于出版物上数字用法的试行规定》,总的原则是“凡是可以使用阿拉伯数字而且又很得体的地方,均应使用阿拉伯数字。遇特殊情形,可以灵活变通,但应力求保持相对统一。”具体规定有七条,如公历世纪、年代、年、月、日和时刻要用阿拉伯字表示,星期几一律用汉字等。

## 2. 使用专业语言

专业语言体系与一般文章不同之处在于专业语言除考虑语言的形式因素外,更注重语言的逻辑因素。即注重语言形式,包括词汇、句子、段落等能否正确表达某一专业的概念、判断和推理及其之间的关系。下面从概念、判断、推理等三个方面探讨专业语言体系的使用:

首先,要正确使用概念。概念是人们对世界认识的结晶,是对事物的本质属性的揭示,反映的是许多个别事物之间的共同属性。概念用一定的词或词组来表达。论文语言的显著特点之一是在论文中大量使用专业概念。专业术语,即专业概念,往往有特定的含义,不可随便乱用。如我们表达“酒店员工的工作表现”的概念叫“绩效”,“商店卖东西”叫“销售”,把“玩”叫“休闲”,“所玩的活动”叫“休闲行为”,等等。同样的意思,日常生活中我们所用的语言与论文所用的词汇大不相同。使用专业术语表达,意思更明确,也更规范。一般来说,专业术语具有单义性、稳定性和中性化的特点。所谓单义性是指每一术语具有公认的、不同于其他术语的特定含义。稳定性是指一个规范的技术术语一经产生,就以其精确、固定的含义,长久地为人们所使用。中性化是指技术术语不带有感情色彩。只有准确地掌握词的含义、词所表达概念的内涵、外延、正例和反例之后,才能真正理解概念,并正确地运用概念进行思维。

其次,要正确使用判断。判断是肯定或否定客观事物有无某种属性或关系的思维形式。凡是能够如实反映客观现实的判断,就是正确的判断。反之就不正确。判断的表达同所用的句子和词语有密切的关系,有时判断可能是对的,但所用的句子和词语不当,也会出现错误。

最后,推理要具有严密的逻辑性。推理是由一个或几个判断推出新的判断的思维形式。推理是由判断组成的,判断是由概念组成的。推理时,前提是什么,条件是什么,结论是什么,是有它的固定规律的,如用准确的语言表达出来,就可以看出它完整的内容,条件、过程、结论,清清楚楚。反之,如果在逻辑上发生问题,文章写得似通非通,或者庞杂冗赘,晦涩难懂,甚至本末倒置,言而离宗,结论变成了条件,条件变成了结论,必然是谬误流传,漏洞百出。

### 1.5.4 尽量运用非自然语言

各种非自然语言,如表格、图、数学公式等已经成为现代科学技术广泛使用



的传递信息的手段和工具,具有同自然语言一样的语言功能。有些学术信息和观点如果用自然语言来说明,往往冗长、复杂;而改用图表、绘画、照片等图形语言,就能准确、鲜明地表现出来,使读者获得清晰的印象。

### 1. 统计表

所谓统计表就是把统计指标和被说明的统计事项用表格的形式表达出来,给人以一目了然、清晰简洁的印象。因此,了解统计表的作用、结构、种类,掌握统计表的编制技术是十分必要的。统计表的设计要从内容考虑,力求层次清楚,有逻辑性。一个表格最好不要太复杂,内容要尽量简化,变化不能太多。与其制造一个复杂的表格,不如分成几个表格,让人一看就明白。

### 2. 统计图

利用几何图形或图像来表示统计事项数量关系的图形,叫做统计图。用图形表示和分析统计资料的方法,称为统计图示法。利用统计图表现统计资料,比单纯地使用统计表更具显著特点,它表现具体、明确,便于比较,有更强的说服力,表现得也更生动活泼,鲜明醒目,易于理解。统计图在统计资料的分析中具有重要的作用。按其图形表现形式,可将统计图分为三类:

(1) 几何图。它是利用几何图形的形和线来表示统计资料的图形,如曲线图、条形图、平面图、圆形图、直方图和立体图等。曲线图是以曲线的升降来表示现象的变动,主要用于表明现象发展的动态、彼此之间的依存关系、总体单位的分配和计划执行情况等。其他几种几何图形以图形的长短、大小来表现图示现象的数量关系,主要用于表明同类统计事项指标的对比和总体内部的结构。

(2) 象形图。它是利用统计事项自身的形象画来表示统计资料的图形。这类图形实质上不过是几何图的变形,也是以图形的长短、大小进行图示资料的比较,用以表明所研究统计事项的对比关系。

(3) 统计地图。它是在地图上利用不同的色彩或线纹的图饰来表现不同的统计资料的图形。它专门用来表明统计事项的数量在地域上的分布状况。

### 3. 数学语言

毕业论文,除数学及与数学有关的论文外,其他论文中也往往涉及实证的数据统计和运用数学模型,也往往大量使用数学语言,包括各种数学模型和数学公式,如统计学公式等。数学模型是用数学方法来描述客观系统的真实情况,从而进行量化处理,其应用十分广泛。通过数学语言,往往可以揭示事物之间的数量关系,在某种意义上,比定性的分析更具有说服力。

#### 参考文献:

- [1] 陈果安,徐新平. 大学文科毕业论文导写. 长沙:湖南师范大学出版社,1999




- [2] 萧世民,郑乃勇,刘志勇. 高校文科学生毕业论文写作指导研究之三——关于结构. 井冈山学院学报(哲学社会科学)(J),2006(3)
- [3] 潘志清. 学术论文结构及参考文献的作用与著录格式. 黔东南民族师范高等专科学校学报,2005(4)
- [4] 赵公民,聂锋. 毕业论文的写作与答辩. 北京:中国经济出版社,2006
- [5] 孙晓玲,任遂虎. 毕业论文写作方法精要. 兰州:兰州大学出版社,2005



## 第 2 章

# 毕业论文的撰写规范

毕业论文是学生在毕业前独立撰写并提交的一份具有一定科研含量或实用价值的学术性文字。毕业论文的撰写是学生培养过程的一种十分必要的基本训练,其撰写应符合国家及各专业部门制定的有关标准,符合汉语语法规则。无论是旅游类专业还是非旅游类专业的毕业生,都应严格按照毕业论文的撰写规范来写作,否则便被视作不合格论文。以下从论文的结构要件、书写规范和打印要求等方面加以叙述。



### 2.1 毕业论文的结构要件

一篇规范的毕业论文一般应包括题目、署名、摘要、关键词、目录、正文、参考文献、附录等几部分。

#### 2.1.1 题目

题目亦称标题,毕业论文的题目应当简练、明确、醒目,既有概括性又有吸引力。读者一看题目,便能大致了解文章内容、专业特点和学科范畴。论文题目不宜太长,一般不超过 25 个字。题目中不得使用标点符号。题目的书写主要有两种形式:一种是单行题目,绝大部分论文都采用这种形式,如《杭州西湖旅游产品优化与升级的思考》、《论旅游者的心理需求及服务策略》等;另一种是双行题目,它类似于新闻中的双层标题,即由主标题和副标题构成,但在标题的内容指向上与新闻刚好相反,新闻的主标题一般指向主要的新闻事实,而副标题则补叙相关的细节;而论文的主标题则以渲染气氛、引入正题为要务,并不直接指向论文研究的对象,这个重任让副标题来担任,副标题多用破折号“——”



引出,如《主题经营,创造体验——酒店餐饮应对市场竞争的新举措》。题目中尽量不要用英文缩写词,必须采用时,应使用本行业通用的缩写词。有的毕业论文还设有小标题,用来揭示每个部分的主要内容。小标题的标示,自然科学类论文多用 1,2,3 或 1.1,1.2,1.3 的样式,人文科学类论文则多用“一、二、三”的汉字序数样式。

就内容而言,毕业论文题目的拟定主要有三种样式:第一种是直接揭示论文内容或对象的标题,如《影响我国饭店业服务质量的若干问题》、《大学英语中的词汇习得》等;第二种是议论式标题,它往往在开头或结尾,与论、试论、试析、略论或探索、探讨、思考、研究、刍议、发微、管窥等词语相连,以标示文章的体裁,如《试论旅游活动“新六要素”》、《新加坡会展业成功战略的探讨》等;第三种是提问式标题,多用设问或提问方式隐去答案,但论者的观点则不问自明,如《国有企业能退出竞争吗》等。此外,调查、实验类论文多在题尾有调查报告、实验报告、调查研究和实践研究等词汇。

### 2.1.2 署名

毕业论文一般在论文题目空一行的正下方署名,内容为某某专业、某某班、某某人,如“酒管 025 班,林志超”;也有的署在题目的右下方。合著的论文应按贡献大小依次排列。发表的论文一般在括号内写明作者的单位、所在地地名和邮编等,如“(浙江旅游职业学院,浙江杭州,311231)”,写在作者的正下方。

### 2.1.3 摘要

摘要应用方括号标明,即[摘要]。摘要应扼要叙述本论文的主要内容、特点。文字要精练,是一篇具有独立性和完整性的短文,应包括本论文的主要观点和结论性意见。字数在 300 到 500 字之间为宜。中文摘要一般放在署名下方正文上方,左右各缩进 2 字。

毕业论文与正式发表的论文一样,中文摘要应有对应的英文译文。英文摘要一般用“ABSTRACT”作为标识。英文摘要一般不宜超过 250 个实词。英文摘要既可放在中文摘要的下方,亦可放在文尾,毕业论文一般要求放在文尾。

摘要中不宜使用标点符号、公式、图表,不标注引用文献编号,避免将摘要写成目录式的内容介绍。

### 2.1.4 关键词

关键词是供检索用的主题词条,应采用覆盖论文主要内容的单词或术语,一般列 3 至 5 个,并按词条的外延层次从大到小排列,尽可能在《汉语主题词



表》中选用规范词语,词与词之间用“;”隔开。毕业论文中还应有关键词的英文翻译。中文关键词用[关键词]标识,英文关键词用“KEY WORDS”标识。

### 2.1.5 目录

目录并非必写要素,应视情况而定。篇幅较长的论文应写目录。目录一般应放在正文前或独立成页,包括论文中全部章、节的标题及页码。高职高专类的毕业论文因篇幅较短,亦可不写目录。

### 2.1.6 引言

引言亦可称序言、绪论、前言等,一般作为论文的开头,主要目的是引出论题。引言一般先综述前人研究状况和存在的问题,继而引出论文所要研究的主要内容,最后说明论文选题的意义与价值。引言应言简意赅,不宜太长。

### 2.1.7 正文

正文也叫本论,是论文的主体部分,是作者科研能力和学术水平的具体体现。作者应在这部分对论题展开充分有效的论证,做到思路清晰,论证有力,重点突出,观点与材料之间有内在的逻辑联系。结构安排合理,层次分明,文字简练、通顺。文科类论文也应有相当的文采。字数:文科类论文3 000~5 000字;理工类的设计或实验报告等3 000~6 000字;英语:3 000~5 000单词数,日语:2 000~4 000单词数,韩语:2 000~4 000单词数。

### 2.1.8 结论

结论作为单独一章排列,但不加章号。

结论亦称结语或结束语,是对整个论文主要成果的归纳与总结。结论要突出论文的创新点,以简练的文字对论文的主要成果进行评价,一般为400~600字为宜。无法最终得出结论的,也可以没有结论,甚至可以用讨论中提出的问题、建议和设想来引起人们的关注与重视。

### 2.1.9 注释与参考文献

注释是作者对引用的字、词、句或语段注明出处的文字。注释非必写要素,应视情况而定。

参考文献,也就是参考书目。它是论文不可缺少的组成部分。它反映论文的取材来源、材料的广博程度。

目前有些书刊已将注释与参考文献同等看待。有的只列注释,有的只列参





考文献,还有的两项同时列出。毕业论文一般只列参考文献即可。

### 2.1.10 附录

有些不宜放在正文中,但有参考价值的内容(如外文文献复印件,中文译文、公式的推导,程序流程图,图纸,数据表格等)可编入论文的附录中。



## 2.2 毕业论文的书写规范

### 2.2.1 毕业论文的书写

毕业论文必须由学生本人使用学校统一的毕业论文用纸打印。打印时,每页 33 行,每行 33 字,页码在版心下边居中放置。摘要、目录等文前部分的页码用罗马数字单独编排,正文以后的页码用阿拉伯数字编排。统一使用印有校标版式的封面。

### 2.2.2 参考文献

毕业论文中引用的文献一律用尾注。所选参考文献应以近期发表的与论文直接有关的学术期刊文献为主。引用网上参考文献时,应注明该文献的准确网页地址。参考文献数量应不少于 5 篇。引用文献标示应置于所引内容最末句的右上角,用小五号字体。所引文献编号用阿拉伯数字置于方括号“[]”中。若引用的是原话,要加双引号,一般定在段中;若引的不是原文只是原意,文前只需用冒号或逗号,而不用引号。较完整的长段引文,要提行独立成段,即在冒号后另起一段;为区别正文,书写时前头缩进两格(相对于正文缩进四格),引文头尾处不必再加引号,上下不必空行。

不得将引用文献标示置于各级标题处。

参考文献书写格式应符合 GB 7714—87《文后参考文献著录规则》。常用参考文献编写项目和顺序规定如下:

著作图书文献:

序号,作者,书名,出版者,出版日期,版次:引用部分起止页

翻译图书文献:

序号,作者,书名,译者,出版者,出版日期,版次:引用部分起止页

学术刊物文献:

序号,作者,篇名,刊物名,年,卷(期):引用部分起止页

学术会议文献:



序号,作者,篇名,编者名,会议名称,会议地址,年份,出版地,出版者,出版日期;引用部分起止页

学位论文类参考文献:

序号,研究生名,学位论文题目,学校及学位论文级别,答辩年份;引用部分起止页

西文文献中第一个词和每个实词的第一个字母大写,余者小写;俄文文献名第一个词和专有名词的第一个字母大写,余者小写;日文文献中的汉字须用日文汉字,不得用中文汉字、简化汉字代替。文献中的外文字母一律用正体。

作者为多人时,一般只列出前3名作者,不同作者姓名间用逗号相隔。外文姓名按国际惯例,将作者名的缩写置前,作者姓置后。

学术会议若出版论文集者,可在会议名称后加上“论文集”字样。未出版论文集者省去“出版者”、“出版日期”两项。会议地址与出版地相同者省略“出版地”。会议年份与出版年份相同者省略“出版年份”。

参考文献序号顶格写。序号应该按文献在论文中的被引用顺序编排。换行时与作者名第一个字对齐。若同一文献中有多处被引用,则要写出相应引用页码,各起止页码间空一格,排列按引用顺序,不按页码顺序。

参考文献书写格式示例:

参考文献:

- [1] 徐惟诚. 不列颠百科全书(国际中文版第五版). 北京:中国大百科全书出版社,1999
- [2] Damen, L. Culture Learning. Reading, MA: Addison—Wesley Publishing Company, 1987
- [3] 朱肖. 研究生外语教学的层次与策略. 长沙:长沙大学学报,2002(2)
- [4] 胡文仲,高一虹. 外语教学与文化. 长沙:湖南教育出版社,1997(3)
- [5] 陈申. 语言文化教学策略研究. 北京:北京语言文化大学出版社,2001

### 2.2.3 名词术语

科技名词术语及设备、元件的名称,应采用国家标准或部颁标准中规定的术语或名称书写。标准中未规定的术语要采用行业通用术语或名称。全文名词术语必须统一。一些特殊名词或新名词应在该名词后用括号加以说明或加注解。采用英语缩写词时,除本行业广泛应用的通用缩写词外,文中第一次出现的缩写词应该用括号注明英文全文。

### 2.2.4 计量单位

物理量计量单位及符号应按国务院1984年发布的《中华人民共和国法定



计量单位》及 GB 3100—3102 执行,不得使用非法定计量单位及符号。计量单位符号,除用人名命名的单位第一个字母用大写外,一律用小写字母。

非物理单位(如件、台、人、元、次等)可以采用汉字与单位符号混写的方式,如“万 t·km”,“t/(人·a)”等。

文稿叙述中不定数字之后允许用中文计量单位符号,如“几千克至 1 000kg”。表达时刻时应采用中文计量单位,如“上午 8 点 45 分”,不能写成“8h45min”。计量单位符号一律用正体。

### 2.2.5 外字母的正、斜体用法

按照 GB 3100—3102—86 及 GB 7187—1 的规定使用,即物理量符号、物理常量、变量符号用斜体,计量单位等符号均用正体。

### 2.2.6 数字

按国家语言文字工作委员会等七单位 1987 年发布的《关于出版物上数字用法的试行规定》,除习惯用中文数字表示的以外,一般采用阿拉伯数字。

### 2.2.7 公式

原则上居中书写。若公式前有文字(如“解”、“假定”等),文字顶格书写,公式仍居中写。公式末不加标点。公式序号按章编排,如第 1 章第一个公式序号为“(1-1)”,附录 2 中的第一个公式为“(②-1)”等。文中引用公式时,一般用“见式(1-1)”或“由公式(1-1)”。

公式中用斜线表示“除”的关系时应采用括号,以免含糊不清,如  $a/(b\cos x)$ 。通常“乘”的关系在前,如  $a\cos x/b$  而不写  $(a/b)\cos x$ 。

### 2.2.8 插表

表格不加左、右边线。

表序一般按章编排,如第 1 章第一个插表的序号为“表 1-1”等。表序与表名之间空一格,表名中不允许使用标点符号,表名后不加标点。表序与表名置于表上,居中排写。

表头设计应简单明了,尽量不用斜线。表头中可采用化学符号或物理量符号。

全表如用同一单位,将单位符号移到表头右上角,加圆括号。

表中数据应正确无误,书写清楚。数字空缺的格内加“—”字线(占 2 个数字宽度)。表内文字和数字上、下或左、右相同时,不允许用“同上”之类的写法,



可采用通栏处理方式。

表内文字说明最后不加标点。

文科类的插表在表下一般根据需要可增列补充材料、注解、附记、资料来源、某些指标的计算方法等。

### 2.2.9 插图

插图应与文字紧密配合,文图相符,技术内容正确。插图与其图题为一个整体,不得拆开排于两页。插图应编排在正文提及之后,插图处的该页空白不够排写该图整体时,则可将其后文字部分提前排写,将图移到次页最前面。

论文中照片图及插图。毕业论文中的照片图均应是原版照片粘贴,不得采用复印方式。照片可为黑白或彩色,应主题突出、层次分明、清晰整洁、反差适中。照片采用光面相纸,不宜用布纹相纸。

毕业论文中的插图不得采用复印件。对于复杂的引用图,可采用数字化仪表输入计算机打印出来的图稿。

### 2.2.10 附录

附录的序号采用“附录1”、“附录2”或“附录一”、“附录二”等,其中外文文献的中文译文应作为附录1,外文复印作为附录2。

## 2.3 毕业论文的打印要求



### 2.3.1 字体

毕业论文全文所用字体均为宋体。英文用 Times New Roman。韩文用宋体,日文用明朝体。

### 2.3.2 字号

- (1) 论文正标题用二号宋体加粗;若有副标题则用宋体四号加粗。
- (2) 专业、班级、学号、姓名用宋体五号。
- (3) 摘要与关键词正文部分用宋体小五号,其中“摘要”与“关键词”用宋体五号加粗。
- (4) 论文正文用宋体小四字体。论文中有序号或小标题有宋体三号加粗。
- (5) 注释和参考文献正文部分用宋体小五号字体,其中“注释”和“参考文献”字样用宋体五号加粗字体。



(6) 毕业论文题目和作者的英文译文用 Times New Roman 小四加粗。单位、地名和邮编用 Times New Roman 小四斜体。摘要正文部分用 Times New Roman 五号,其中“Abstract”和“Key words”应用 Times New Roman 五号加粗。

(7) 页码用小五号字,在底线下方居中。

### 2.3.3 毕业论文的打印用纸与装订

毕业论文一般用 A4 纸打印,左侧装订。

打印要求详见附件 2:《毕业论文写作手册》。



## 2.4 毕业论文的答辩程序与成绩评定

在我国现行的高校毕业论文教学中,学士以上的毕业论文都必须有答辩的程序。大专特别是高职高专学生的毕业论文则要视情况决定是否需要答辩。目前,有的高职高专走的是中间路线,即只对已被指导教师判为优秀的论文进行答辩,而良好以下的论文就不再进行答辩。这种做法是比较符合高职高专毕业论文教学实际的。因为高职学生的理论素养本来就比较低,要让他们写论文就已经是勉为其难了,还要让他们答辩那真是难上加难,而良好以下的论文实在没有多少答辩的价值。

### 1. 毕业论文答辩的目的

答辩是毕业论文写作整个过程中的最后一环。其主要目的:一是为了检测学生的毕业论文是否已达到既定的要求,具有怎样的学术价值,最后判定其论文的成绩。二是为了鉴定论文作者的写作态度和真实性。由于有现代网络技术的支持,毕业论文的真实性问题一直困扰着教师们,确实有不少学生到网上去找点资料,然后东拼西凑整合成一篇论文;有的甚至到网上去抄一篇,或花钱雇“枪手”写一篇。而指导教师限于个人的精力和阅读面,很难识破所有论文“赝品”;有的即使发现似曾相识,也不想花时间去查对。这样一来,论文造假愈演愈烈,在网上已形成不小市场。而要杜绝论文造假现象的发生,答辩是其中一个较为有效的方法。因为,一个学生如果论文不是自己写的,或者在写作过程中敷衍了事,走马观花,甚至是抄袭他人作品,那他面对专家的提问就会不自觉地露出马脚;同时,专家在答辩过程中还会提出一些与论文没有直接关系,而只是一些相关或相邻的问题,这就可以判断出论文作者研究的深度与宽度,以此即可看出论文作者的用功程度。三是检验学生对论文内容的熟悉程度和口头表达能力。一般说来,只有那些在写作过程中确实用过功,也就是说论文的一字一句都是自己写出来的,才会对论文内容了如指掌。唯如此,才能对答如



流。当然,有些不善于言谈者,肚里有货,也倒不出来,这就是口头表达能力的问题了。毕业论文成绩判定应以内容为主,答辩为辅。至于两者的百分比,一般以7:3为宜。

## 2. 毕业论文答辩的基本程序

目前,我国高校毕业论文的答辩程序,主要由答辩的准备阶段、答辩过程和成绩的评定三个环节构成。

### (1) 答辩的准备阶段

答辩准备阶段要做好两件事:一是指导教师要对学生的毕业论文做出整体判断,写好评语,打出论文书面稿的成绩,并明确判定该生论文是否可以参加答辩。二是学生应该在指导教师的指导下写出答辩报告。答辩报告主要由写作缘起、主要内容、学术价值和参考文献等几部分组成。写作缘起,主要叙述作者是怎么选择这个论题的,为什么要选择本论题,它有什么特点,是否有能力完成等,即选题与构思的整个思考过程。主要内容,就是要概述一下论文的主要观点和论证材料,一般按论文的层次逐项概述。学术价值,就是自己觉得论文具有哪些创新点,具有怎样的理论和实践价值。参考文献,主要汇报一下论文所引用的文献资料,也可看出作者对本论题研究的广度。

### (2) 答辩过程

答辩过程,主要由答辩委员会的组成、答辩标准的确定、答辩的具体时间和地点、答辩形式和顺序、答辩成员的具体分工、专家提问、答辩记录等环节构成。

一般硕士、博士的毕业论文答辩必须组成答辩委员会,而学士及以下者则只要组成答辩小组即可。高职高专学生的论文答辩均由答辩小组承担。答辩小组一般由3~5位教师或专家组成,其中应有一名高级职称者做答辩组组长,答辩会由他主持,并在最终的成绩单上签名。

答辩的标准很难有具体细化的条文,一般从回答问题是否准确到位、表达是否自然流畅两个大的方面来判定。

答辩的时间和地点以及分组情况都应及时通知到学生和教师,以免误事。

答辩的通行形式一般是这样的:先用抽签的方式排定答辩顺序,然后分组进行答辩。答辩开始后,学生先做5到10钟的陈述,然后答辩专家提2~3个问题,让学生先记录下来,并离开现场去做准备;等到一组陈述与提问完毕,再让学生依次回答问题,答辩专家可在此进程中随时插话、追问。

答辩成员的具体分工,是指答辩成员具体负责哪些论文的提问,要事先告知以便做好准备,否则会提不出问题或提问的质量不高。

答辩专家的提问一般都是就已成的论文本身提问的,或对其观点提出质疑,或对其论证材料提出补充,或对其表述提出批评等。有的也提与本论题相关或相邻的问题,以考察其涉及面。但专家提问切忌大而无当,应有的放矢,切



中论文要害。

答辩记录是答辩必备的材料,一般每个答辩小组都应配备一位现场记录员。记录员可由青年教师或辅导员担任,也可由大三或大二学生担任。记录的内容除答辩者、论题、答辩组成员、具体时间和地点等基本信息外,主要记录专家所提的问题及答辩者回答的情况,应用实录法记录,不必加任何主观评价的文字。

### (3) 成绩的评定

如前所述,毕业论文的成绩主要由文稿成绩和答辩成绩两部分构成。文稿成绩主要由指导教师个人评定。每个学校都有自己的标准,但万变不离其宗,总是离不开选题、论证、表达三个方面。毕业论文的成绩普遍使用等级制,即优秀、良好、中等、及格和不及格五级。也有的学校是采用百分制的。答辩的成绩是由答辩组判定的。而最终的成绩则是由答辩组成员集体讨论、协商和平衡之后确定的。这个成绩才是学生毕业论文记入档案的成绩(成绩评定的标准详见附录2)。

答辩组最后一项任务是向学校推荐优秀毕业论文,以便汇编成册,作为重要的教学资料存档;有的还正式出版,加以分发和宣传。



### 3.1 试论旅游活动“新六要素”

王昆欣

(浙江旅游职业学院, 浙江杭州 311231)

**摘要:** 吃、住、行、游、购、娱六要素是旅游活动最低层次的需要、最基本的保证。我国旅游业经过数十年的发展,旅游活动的要素有了变化。本文提出了现阶段的旅游活动“新六要素”:资源、环境、文化、科技、余暇、金钱,试图解释旅游活动的要素应当是随着旅游业的发展而变化的。

**关键词:** 旅游活动;要素

吃、住、行、游、购、娱六要素是旅游活动最低层次的需要、最基本的保证,离开六要素无从谈旅游。它们是旅游活动发展初期的产物。我国旅游业经过数十年的发展,旅游活动的要素是否有变化呢? 笔者的回答是肯定的。本文提出了现阶段的旅游活动“新六要素”,即资源、环境、文化、科技、余暇、金钱,试图解释旅游活动的要素应当是随着旅游业的发展而变化的。

#### 一、旅游发展不同阶段的要素理论

要素理论源于经济学的生产要素理论,生产要素与物质资料的生产有着密切的关系,各种生产要素的聚积、优化、组合是物质资料生产得以顺利实现的必要前提。在经济活动中,生产要素是根据物质产品的不同而变化的。旅游活动的六要素和本文“新六要素”本质上都是根据生产要素理论提出的,符合生产要





素理论的基本规律。因为不同旅游发展阶段的要素是随着人们对旅游需求的不断变化而发生变化的。

### 1. 从马斯洛的“需求理论”考察

美国学者马斯洛提出了“需求层次理论”,他认为人们普遍具有五种基本需求,而且是有层次的。他认为,人们一般是按照这样的层次来追求需要的:即当低一层次的需要得到满足后,高一层次的需求变为迫切的主导需要。比照人们旅游活动的需求变化,人的旅游需要是随着人们的满足程度在不断变化中的,旅游活动的六要素:吃、住、行、游、购、娱,是人们最初在旅游活动中的要求;当旅游者已经体验了旅游活动的最基本的过程后,必然会提出更高的享受需求。人们已不满足以游览、观光为主的旅游活动了,他们会在旅游环境、提高审美、体验生活、扩大社交、休闲健身等方面提出新要求。那么旅游活动原有的六要素显然已不能适应旅游发展的需要了。

### 2. 从科学发展观视角考察

党的十六届三中全会提出要树立和落实“以人为本,全面、协调、可持续的发展观”反映了新一届中央领导集体在发展观上更鲜明的价值取向,坚持以人为本。坚持以人为本,全面、协调、可持续发展的科学发展观有两个基本含义:其一,在社会发展的运行规律上,必须坚持全面、协调、可持续的发展;其二,在发展的价值取向,必须坚持以人为本。20世纪80至90年代以来,世界逐渐形成了“发展=经济增长+社会进步+人的全面发展”的发展观,主张人与自然、人与社会、人与人应该和谐发展。1995年3月在哥本哈根召开的世界发展首脑会议通过的《宣言》和《行动纲领》指出:“社会发展的最终目的是改善和提高全体人民的生活质量”,“社会发展与其发生的文化、生态、经济、政治和精神环境不可分割”。但是,在我国现阶段的旅游业发展中存在着单纯追求经济增长的片面发展观,只重视扩大规模,增加数量,加快速度,不重视人与自然的协调发展。

科学发展观的本质蕴涵了以人为本的人学内涵,正如马克思所说:“人就是人的世界,就是国家,社会。”我们无论是在把握还是在落实科学发展观时都应该紧紧抓住“人”这个万物的核心,坚持以人主体,以人为目的,以人为动力。“新六要素”:资源、环境、文化、科技、余暇、金钱,是在一个新的层面上体现了科学发展观。

### 3. 从旅游发展史考察

人类的旅游活动或行为总是与一定的社会经济发展紧密联系的,旅游活动或现象自人类社会产生以来就已经存在,但旅游活动形成旅游产业只有百余年历史,旅游活动的要素是随着旅游产业的形成而产生的。当社会经济发展到一个较高水准的时候,当人们对旅游活动有新认识和新要求时,我们旅游活动的要素不应依旧如故。



综上所述,笔者认为在不同的旅游发展阶段,旅游活动的要素是不同的(见表3-1):

表 3-1 旅游活动不同发展阶段的要素

发展 阶段	旅游活动的要素
旅游活动萌芽期	吃、住、行、游、购、娱
旅游活动发展期	资源、环境、文化、科技、余暇、金钱
旅游活动成熟期	—

旅游发展不同阶段的要素理论,即旅游活动的要素是随着旅游活动的发展而产生与变化的,在旅游活动不同发展阶段的旅游活动的要素是不同的。根据该要素理论,我们可以推测在未来的旅游活动中,必然会出现新的旅游活动要素。

## 二、六要素与新六要素的比较

1. 六要素与“新六要素”都是人类社会、经济和旅游活动发展到一定时期的产物

旅游既是人类活动的基本需求,也是高层次的消费活动。当今旅游正从一种高层次的需求活动,逐步发展成为人们生活中的一种基本需求。人在与客观环境的相互作用过程中,在积极的生产活动和社会活动中,会产生多种多样的需求。既有着为延续和发展自己生命所必需的物质需求,也有着发展智力、道德、审美等方面的精神需求。而且随着社会生产力的日益发展,人们对物质需求和精神需求的层次也不断地提高。

吃、住、行、游、购、娱是旅游者最低的旅游需求。以“游”为例,旅游者的基本活动是游,游是产生旅游活动的根本驱动,也是较低层次和较原始的旅游冲动。吃、住、行、游、购、娱六要素是从旅游业的产业构成角度提出的,根据联合国《国际产业划分标准》,以及对直接和间接从事旅游服务、旅游经营和旅游管理的具体部门加以分析,提出了这些旅游活动最基本的要素。

“新六要素”指资源、环境、文化、科技、余暇、金钱。当社会、经济、文化、科学技术发展到较高水平的时候,随着参与旅游活动的人数增加,旅游者的旅游目的、旅游需求、旅游方式是不断变化的,原有的六要素已经远不能适应当前旅游活动的发展实际了,也不能涵盖现代旅游业的主要因素了,因此“新六要素”是旅游发展到一定时期的产物。笔者在总结和 research 旅游要素过程中认为,“新六要素”在围绕旅游产业基本构成的基础上,同时又有超越旅游产业构成的成分,在与旅游活动相关的大环境上分析,除了一些物质的要素之外,也考虑了重



要的非物质要素,如文化要素等,是更广的范围上的旅游活动要素。

## 2. 六要素与“新六要素”都是旅游活动在不同阶段的重要客体和媒体

从旅游科学的研究对象考察,“旅游学是一门综合性的边缘学科,它是以研究旅游的三要素(旅游主体、旅游客体和旅游媒体)及其相互关系为核心,探讨旅游活动和旅游业发展规律的科学”。旅游主体即旅游者;旅游客体为旅游对象物,它包括旅游景观、旅游设施等;旅游媒体是指旅游企业或旅游经营者,它们在旅游者与旅游对象之间起着桥梁作用,是克服旅游障碍的重要保证。进一步考察不难发现,旅游的三个要素都是变量,每个要素都可能发生变化,特别是旅游客体在复杂的旅游过程中可能分化成若干独立的要素。

吃、住、行、游、购、娱是针对旅游主体——旅游者而言的旅游客体和媒体,是旅游者在旅游活动中必须涉及的,是旅游者最低的旅游需求,也是较低层次和较原始的旅游冲动。

“新六要素”也是针对旅游主体——旅游者而言的。是旅游者在满足了较低层次和较原始的旅游冲动以后,提出的更高层次的旅游需要。当今的时代,人们对旅游资源的认识和欣赏程度已达到较高的水准,旅游资源品质的优劣直接影响着旅游者的旅游选择,人们不再盲目出游;旅游目的地环境如何也是旅游者关心的重要因素,这种环境包括了自然生态环境和社会经济环境;日益发展的科学技术决定了人们出游方式的选择、消费方式的变化等等,科学技术早已融入旅游业的方方面面,人们的旅游活动已离不开科学技术;而文化更是与旅游活动密切相关,旅游是人类自古以来就有的一种文化行为,所谓“行万里路,读万卷书”便是很好的写照。“新六要素”符合了旅游发展的这种变化。

## 三、新六要素的地位与作用分析

### 1. 资源——旅游活动之源泉

资源,原指取之于自然的生产资料或生活资料,资源是一种生产力。它与人类社会经济生活密切相关,并随着社会经济活动的发展而不断扩展和深化。旅游资源也不例外,它是人类社会经济发展到一定阶段,旅游活动进入到社会经济领域,以大量旅游企业、旅行社的涌现为标志的旅游业出现以后,才被明确提出来的。随着人类认识的不断深化、社会生产力的不断提高,特别是旅游经营者的不断开拓,旅游资源的内涵逐渐丰富,范畴相应扩大。

《旅游资源分类、调查与评价》国家标准(GB/T 18972—2003)中将旅游资源定义为“自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素。”旅游资源是旅游业产生、生存、发展的关键,它与旅游产业是“皮与毛”之关系,旅游资源孕育和维持着旅游业的全部生命,是人类旅游活动、旅游经济主要源泉。可以说,



没有旅游资源就没有人类的旅游活动。

## 2. 环境——旅游活动之基础

人类的一切活动都是在一定的环境中进行的。旅游活动与环境休戚相关,由此提出了“旅游环境”、“旅游环境保护”等问题。旅游环境是以旅游者为中心的,涉及旅游目的地、旅游依托地的,并由自然生态环境和人文生态环境构成的复合环境系统。环境与资源既有同一性,又有差异性。环境是相对人类这个主体的客观对象,资源是环境中被人类利用的部分。

环境是旅游业生存和发展的物质基础。环境对旅游产品的质量和提高游客在旅游服务中的地位至关重要。同时合理有效的旅游发展对环境保护有促进作用。

## 3. 文化——旅游活动之灵魂

文化的基本构成一般认为有三个层面,即物质文化、制度文化和精神文化。所谓物质文化即文化的物质状态,如建筑、器物;所谓制度文化即文化的制度状态,如管理规则、行为习惯;所谓精神文化即文化的精神状态,如观念、意识等。有关旅游活动的旅游目的地、旅游载体、旅游对象、旅游活动、旅游规划、旅游营销管理、旅游服务等,无不蕴涵着这三种文化形态。

人类对于旅游的最初向往本身便是文化事件,文化是旅游之所以成为人类一种生活方式的根基。

旅游需求和旅游活动正是人的精神和文化的高层次需求及其满足,也正是人之自在为人的重要标志。人在饥寒交迫受到生理需求压迫的状态下,无从谈到旅游;人在劳心费计受到功利事务压迫的状态下,也无暇顾及旅游。只有在低层次需求已满足而产生了高层次需求,需要自由自在地体验与欣赏生活的时候,尤其是在休闲的状态下,人才能进入真正的旅游。这就使旅游本质地与人性高层次需求联系起来,内在地与人的文化本性联系起来,必然地与人的审美活动联系起来,而且最终的走向必定是随着人性需求的提升而由猎奇观光趋向休闲自乐。可以说,旅游就是人的文化活动,旅游消费是文化消费,旅游服务是文化服务,旅游产业是文化产业。

## 4. 科技——旅游活动之动力

旅游业是随着社会经济的发展、随着科学技术的进步、随着人们生活水平的提高而产生和发展的。它与社会经济、科学技术、生活水平休戚相关。当我们迈入知识经济的时代,科学技术早已融入旅游业的方方面面。历史的发展证明社会生产的每一次飞跃式进步,都是依赖于科学研究的新发现,以及新技术的应用。

新科技革命使我们的一切正在经历着重大变革,旅游业作为新兴的产业也不例外地受到冲击与影响,而且科学技术正在逐步主导着旅游业的发展。国际



旅游竞争力一般经历旅游资源竞争、旅游产销竞争、资本实力竞争和创新竞争4个阶段,每个阶段的推进对科技的依赖程度越来越高。在经济全球化和知识经济时代,如何利用科学技术增强旅游业的国际竞争力,加快旅游业的发展,是我国旅游业的重大战略问题。我们应清醒地认识到科学技术是旅游业未来的竞争力。

#### 5. 余暇——旅游活动之机遇

旅游需求产生的最基本决定变量包括旅游支付能力、充足的余暇时间和旅游动机。在3个变量同时得到满足时,旅游需求就能得以实现。

1995年我国实行“周五”工作制后,国内旅游蓬勃发展的现实表明,有充足且集中的余暇时间对旅游市场的变化十分重要。旅游产业作为国民经济新的增长点,就需要将旅游需求的实现尽可能最大化,在更大程度更大范围内带动经济增长。因此更多的市场化旅游需求需要有更多、更长、更集中的余暇时间。我们可以进一步改革劳动用工制度,切实实行带薪休假制度,进一步探究缩短劳动时间,增加余暇时间的有效途径。

#### 6. 金钱——旅游活动之保障

旅游活动也是一种经济活动,人们的旅游活动需要有一定的经济能力支撑,特别是现代旅游涉及面广、活动范围大、旅游周期变化快、旅游危机增多,所以具备较强的经济能力是实现旅游的重要保证。

### 四、“新六要素”理论价值与现实意义

“新六要素”的提出,主要是想告诉人们,随着现代旅游业的快速发展,旅游活动的要素已经远远超越了吃、住、行、游、购、娱的要素,要跳出原来的理解,在更广的范围里去思考和研究,大多数文章和著作都从吃、住、行、游、购、娱的要素来讨论和研究旅游活动、旅游现象、旅游产业甚至旅游本质,很少有文献提出新要素的概念。

由于旅游活动是一个界限模糊而又实际存在的,各行各业都自然而然地渗透到旅游业中来,长期以来,由于国度差异、经济制度的差异、理论研究角度的差异,人们对旅游活动的认识也不同,所以旅游活动的要素,特别是有别于吃、住、行、游、购、娱要素的“新要素”更是少有人涉及和讨论。因此本文提出的“新六要素”不一定完善,只是为了有别于原有的六要素。事实上,在现代旅游活动中,重要的要素甚至更多。

“新六要素”是未来旅游发展必须加以关注的要素。

#### 参考文献:

- [1] 吴静波,周正艳. 科学发展观的人学思考. 江淮论坛,2004(6)



- [2] 郭金平.《生产要素论》评介. 社会科学论坛,2000(5)
- [3] 中华人民共和国国家标准(GB/T 18972—2003). 旅游资源分类、调查与评价. 北京:中国标准出版社,2003
- [4] 潘立勇. 人文旅游. 杭州:浙江大学出版社,2005
- [5] 肖星等. 旅游资源与开发. 北京:中国旅游出版社,2000
- [6] 林越英. 旅游环境保护概论. 北京:旅游教育出版社,2000
- [7] 王昆欣. 科技:旅游业未来的竞争力. 中国旅游报,2004-2-25
- [8] 王昆欣. 旅游学科“元研究”之思考. 旅游学刊,2003(2)

## On the New Six Factors in Tourism Activities

WANG Kun-xin

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** The traditional six factors of tourism such as catering, lodging, traveling, sightseeing, shopping and entertaining are now found to be the lowest needs and so basic promises of travel that tourism as a phenomenon just can not go without them. They are the product of the early stage of tourism development. China's tourism industry has undergone several decades of development. The author studies the changes taken place with the six traditional factors and presents in this paper the "New Six Factors" of tourism activity. They are: resources, environment, culture, science and technology, free time and money. With this hypothesis, the author attempts to explain the view that the factors of tourism activity actually change with the development of the tourism industry.

**Key words:** tourism activity; factors

原载《旅游科学》2005年第6期

中国人民大学复印资料《旅游管理》2006年第3期全文转载



### 简评

这是一篇理论性论文。它的主要特征是：

其一立意较高，旅游活动要素是旅游业十分关注和敏感的问题，旅游活动的要素决定着旅游业的发展，文章以旅游活动的六要素和“新六要素”为讨论对象，具有较大的现实意义；



其二内容新颖,文章直接指出了旅游活动的要素应当随着旅游业的发展变化而发生变化。首次提出了旅游活动“新六要素”。因此这篇论文是旅游学科理论研究的创新;

其三论证充分,文章运用了经济学的要素理论、马斯洛的“需求理论”和科学发展观等,通过归纳、类比等方法验证论点的正确性;

其四结构简洁,从提出问题、分析问题、要素比较、功能分析等一气呵成,条理清晰,论点鲜明,论证充分,前呼后应。

该文选题较有现实意义,针对性较强,是一篇内容较广、较深的文章。通过学习主要了解理论文章写作的方法,了解参考材料的分析、整理,了解旅游业关注的一些重要问题。



## 3.2 我国出境旅游者不雅举止的心理分析及预防对策

芦爱英

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 该文针对我国出境旅游者的种种不雅表现,运用现代心理学原理对其进行深入细致地分析,并提出相应的对策——出国领队应该切实承担起引导与教育职责及领队实施这一职责的方法。

**关键词:** 出境旅游者;不雅举止;心理分析

### 一、问题的提出

随着我国国力的不断增强,出境旅游对于富裕起来的中国人来说已经不是遥不可及的奢侈梦想了。中国加入世界贸易组织后扩大了与外界的交流与合作,许多人产生了到国外亲身体验异国风情的强烈欲求。所有这些因素都促进了中国出境旅游的发展。中国公民出境游近几年快速发展,已经成为亚洲最大的旅游输出国。国家旅游局局长邵琪伟日前表示,2005年中国出境旅游人数达3 100万人次,2006年出境旅游规模将在上年基础上增长10%。最近一项国际性报告列出了全球15个出境游次数最多的国家或地区,中国内地榜上有名。据世界旅游组织预计,到2020年,中国不但将成为第一旅游入境大国,而且还将成为全球第四大客源输出国。

然而,近年来中国内地出境游的文明状况不容乐观。国内出境旅游者在领略神奇峻美的异域风光,品味多姿多彩异域文化的同时,也把一些生活陋习带



往世界各地,使中国的文明形象一度受损。关于这方面的报道屡见不鲜,有来自境外旅游官员之口的评价,有来自境外景区、酒店及购物场所工作人员的议论,更有发自民族自尊心强烈之国人的感叹,以及出境领队的尴尬与无奈。

我认为只是抱怨、谴责、评价、感慨是无济于事的,我们的国人是有民族自尊心的,他们不是故意损毁自己的形象,降低自己的国格。只不过是传统的不拘小节的生活习惯,在与世界接轨时出现了不同地域文化间的冲突所致。越来越多的人出境旅游,显示国民的经济收入和生活质量在提高,可喜可贺。但媒体报道的部分中国旅游者在境外的不文明举止问题提醒我们,出境旅游不仅要有经济资本,还要有文明礼仪素养,努力当好中国人的“形象大使”,不因小节而害大义。许多没有来过中国的外国友人,正是通过与中国旅游者的接触来了解中国,感受中华文化,体验中国人素质的。因此,我们应千方百计、想方设法尽快提高国人的文明素养,向出境的目的地国家和地区人民和入境的国外旅游者展示我们民族的文明风采。本文就试图运用现代心理学的某些原理,对我国一些出境旅游者的不雅举止进行心理透析,揭示其成因,并提出相应的预防对策——发挥出国领队应具有的教育职责。

## 二、少数旅游者境外不雅举止的种种表现及心理分析

### (一) 少数出境旅游者的不文明举止

中国旅游大军的主流是健康的,也受到国际社会的欢迎,但也有少数人的不雅行为,冲击了国际文明规范和文化氛围。有报道给个别出国旅游者列了七宗“罪状”。

第一是脏,即乱扔垃圾,不讲环境卫生。有人这样形容中国民众的居住环境,家中如天堂,出门似地狱。意思是中国人缺乏公德心,不注意公共卫生。这一评语在出境旅游者身上也有体现,中国旅游者所到之处大都满地垃圾。在英国海德公园有大陆旅游者当众脱鞋搔痒,引来英国老太太耻笑;在香港的崇光百货,有人一边选购高级西服,一边却在挖鼻孔。

第二是吵,即不分场合地大声喧哗,打手提电话。出外旅游都是亲朋好友,三五成群,可能因为难得在海外相聚,都有讲不完的话题,在机场、车船上、餐厅,甚至在酒店大开着房门,一些旅客毫无顾忌地大声喧哗。有香港导游抱怨,有的旅游者只顾自己讲话,导游有时喊哑了嗓子,结果还是被怪罪没讲清楚。

第三是抢,即不排队,抢座位。不守规则,不讲秩序,干什么都要抢先。在国内航班上时常看到旅客争抢行李箱空位,堵塞通道。在国际航班上,大陆旅游团队对空中小姐劝导充耳不闻,任意摆放行李而影响后来者的行动。香港居民乘坐地铁,无论在哪个站都会自觉排队,而来自中国大陆哪怕是现代化程度很高的上海、广州等地的旅游者,乘地铁也争先恐后。在香港上环地铁总站,有





列车徐徐驶入,只见几个后到的中国旅游者插队,等开门后第一个上车占位。

第四是粗,即不尊重别人,随意吞云吐雾,坐车不系安全带,不会说“谢谢”。在一些大陆旅游者身上,看不到对他人起码的尊重。有人称,在海外的旅游景点,如果见到有人蹲着等车或休息,不用问,十有八九是中国旅游者。

第五是俗,即给外国人展览中国人的陋习。以夸张的消费方式到高档餐厅大吃大喝,随地盘腿而坐等。

第六是窘,即在穿着睡衣时乱串,自己不觉得窘,倒使旁观者窘。衣着不整为不雅,但若是衣着虽光鲜却在不适当地场合穿戴不恰当的衣饰,同样令人尴尬,这在中国旅游者中时有所见。有的人西装革履蹲在街头,有些旅游者身穿睡衣在入住酒店的房间串门,引起了其他国家及地区的住客误解。香港天气炎热,旅游旺季时有穿睡衣、拖鞋的中国内地旅游者出现在湾仔街头。以一般的礼仪,睡衣只在睡房穿,有客在场,身穿睡衣走进客厅都属不礼貌,更何况走上街头。

第七是泼,即遇到纠纷蛮不讲理,甚至大打出手。一队队、一群群的中国旅游者,在海外遇有纠纷的时候,显得十分“团结”。过去有舆论认为中国穷,开放不够,又常常受压,所以中国人火气特别大,碰到不顺心的事,不是粗言恶语,就是拳脚相加。

## (二) 少数旅游者不文明举止的心理分析

以上种种不文明行为,我认为其心理原因可从以下几个方面来分析。

第一,人际知觉与自我知觉的不和谐。心理学研究表明,人类个体有自我认可的需要,也就是说个体一般从满足自尊的角度解释与自己有关的事情,希望自己不比别人差,希望得到积极的自我评价。少数旅游者的不文明表现,其自身并没有意识到与公共道德的偏差,更没有意识到人们对他的评价将威胁到他自我认可的需要,这就导致人际知觉与自我知觉的不和谐。基于此,我们便会看到对外人看来无法忍受的恶习,而当事人竟一点也不脸红。如在游览区抽烟、在躺椅上睡大觉、把小孩就地撒尿等。

第二,非意识状态的信息加工作用。意识是个人运用感觉、知觉、思维、记忆等心理过程,对自身的身心状态及环境中的人、事、物的变化的综合觉察与认识。意识可以分为不同层次,不同的层次实际上反映了注意程度的不同。意识一般分为以下几个层次。

焦点意识:当人们专注于某件事情的时候,处于焦点意识层次。

下意识:处于下意识层次时,注意水平很低,人们几乎是不知不觉地进行着某种活动。

无意识:无意识层次注意水平更低,个人对其自身和环境的变化一无所知。

潜意识:是被压抑至意识之下而形成的一种意识状态。



前意识:是意识之前的意识,即接近于意识的一种状态。

一般把下意识、无意识、潜意识、前意识统称为非意识状态。如图 3-1 所示。

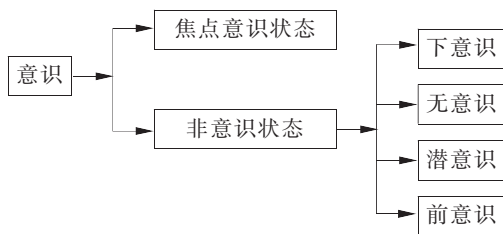


图 3-1 意识的层次

人们在清醒意识中进行的心理活动只是冰山的一角,绝大多数的心理活动并不是在意识层次上完成的。非意识加工的范围要比意识加工广得多,加工的对象也比意识加工要多得多。如我们会不加思考地走路、骑自行车等。有时人们下决心要改掉一些不雅的举止习惯(如坐着时不停地抖腿),可又不知不觉,情不自禁地“重操旧业”。同样少数旅游者的不文明举止,有些是由于非意识状态的信息加工导致的。

第三,兴奋与浮躁带来的不谨慎。人们外出旅游,摆脱了日常工作、生活中的单调和烦恼,来到一个新的环境,因新奇带来的情绪上的兴奋与连日奔波带来的浮躁,使旅游者的感受性降低,对一些商场的提示未加留意,视而不见,行为也不加思考,十分随意,从而造成不良影响。《海峡时报》曾引用新加坡一家珠宝店经理的表述,他曾经领教过中国人在争取“权益”的时候,实在相当“可怕”。报道指出一些中国旅游者在他的店内买珠宝,但是,他们在付款后又改变了主意,要求退款。由于珠宝店没有退款服务,中国旅游者便在店内大吵大闹。后来,珠宝店同意更换款式,事件才告平息。中国旅游者选购名牌手袋的时候,有时会随处乱扔,有的扔到射灯上,破坏了手袋的皮革。这些也反映了部分旅游者缺乏境外购物的常识,对一些特殊材料的高档商品保护知识了解不够。

第四,旅游团队的特殊性。旅游团队是一个临时的群体。人们只是为了进行一次旅游而结成的、存在时间很短的群体,一旦旅游结束,群体的成员就各奔东西,群体也不复存在了。俗话说:“路遥知马力,日久见人心。”现代出境旅游虽然“路遥”,却并不“日久”,而缺少了“日久”这个条件,也就难以深入地“见人心”了。事实上,无论是领队与旅游者之间的交往,还是同一团队中旅游者与旅游者之间的交往,全都具有“短而浅”的特点。与“时间长而又有深度”的人际交往相比,这种“短而浅”的交往中,人与人之间产生猜疑和误解的可能性要大得多。当一个人知道他要与对方“长相守”的时候,就会有一些“长远打算”,比如,他会为了“长远利益”而对彼此之间的一些“小摩擦”采取“不介意”的态度。但是在旅游团队当中,人们对于彼此之间的交往并无“长远打算”,因此也就多了



一些“计较”，少了一些“宽容”。

旅游团队是一个松散的人群。旅游团队的成员仅仅是为了经济、便捷地完成一次旅游而“走到一起来”的，除此之外，他们没有更多的“共同目标”。虽然旅游团队作为一个群体，肯定有它的“整体利益”。但是，要求同一旅游团队的成员能像同一“工作团队”的成员那样“心往一处想，劲往一处使”，显然是不现实的。领队也不可能像管理一个“工作团队”那样，用一整套规章制度和奖惩办法去管理一个旅游团队。旅游团队的松散性，会对团队成员在人际交往中的心理产生两种影响，一是“少投入”，二是“少顾及”。由于团队旅游者的行为举止不受各种职业规范制约，他们会显得特别放松而比较情绪化，当然，人性的某些弱点也相对会暴露无遗。如就餐时争抢食物，上车时抢座位，入住酒店时挑房间等。部分旅游者表现为时间观念的淡薄，其实时间观念就是集体观念，有些旅游者太以自我为中心，不会顾虑到其他人的感受。

### 三、预防少数出境旅游者种种不雅举止的对策——发挥领队应具有的教育功能

#### (一) 应充分发挥领队的教育职能

笔者查阅了部分有关出境旅游领队业务的资料，一般都把领队的工作职责分为两个方面：

##### 1. 工作职责

- (1) 维护客人的正当权益，保证团队在境外旅游的安全和服务质量。
- (2) 配合和监督导游的工作，协调导游与客人之间的关系。
- (3) 做好各段游程之间的衔接工作，保证游程顺利进行。

##### 2. 职业意识

###### (1) 服务意识

领队在团队旅游过程中，代表组团社对团队的旅游质量负责，必须有时时刻刻为旅游者服务的意识。

###### (2) 证件意识

领队要帮助或提醒旅游者保管好证件，特别是护照。

###### (3) 安全意识

领队要经常提醒旅游者注意安全，不要到危险的地方活动。每次活动结束后，清点人数，不能丢失客人，更要谨防发生滞留不归现象。

我认为领队只是履行以上职责是不够的。有资深领队介绍，中国旅游者在海外景点的种种旅游陋习已经存在很久，有很多国家为了防止中国旅游者的种种陋习影响到其他客人，甚至挂出只写有中文的告示牌，提醒中国旅游者注意自己的行为。曾几何时，不雅行为几乎成了中国旅游者的标志。虽然



近年来中国旅游者的素质已经逐步提高,随地吐痰、乱扔垃圾等现象已经比较少见,但缺乏时间观念、说话喧哗的陋习却依然存在。中国旅游者的大嗓门还是让老外不习惯。喜欢大声喧哗几乎就是中国旅游者的身份证,越有钱好像嗓门越大。机场大厅、酒店大堂、景点、餐厅,常常听到中国旅游者的大嗓门。她们忘情地在候机大楼里大声交流你买了什么化妆品,我买了哪个牌子的包……每当这个时候,总会招来旁边老外平静而会意的注视——这是一群中国人。所以现在国外的一些酒店大堂里会用中文的标语写着“请勿大声喧哗”。

国外所有这些中文提示都影响着中国旅游者在世界的形象,也伤害着大多数文明的中国旅游者的自尊,与其让别人去提示,我们为何自己不能自觉地做好?针对一些中国人改变不良生活习性的进度,还远远跟不上国家经济的飞跃发展这一事实,一方面,国内加强社会公德的教育,主流媒体也不断作文明的引导;但另一方面,不少出国旅游者如同脱缰的野马,在海外的旅游场中无拘无束,这就需要作为出境旅游团队灵魂的领队担负起倡导、引导、督导旅游者文明行为的责任。所以,我认为领队应发挥其教育功能。

#### (二) 领队教育职能的实施方法

第一,运用“罗森塔尔效应”使出境旅游者自律自尊。皮格马利翁是古希腊神话中塞浦路斯的一位善于雕刻的国王,由于他把全部热情和希望放在自己雕刻的少女雕像身上,后来竟使这座雕像活了起来。受这个故事的启发,美国心理学家罗伯·罗森塔尔和雷诺尔·贾可布森进行了一项著名的实验,取得了出乎意料的效应。一天,罗森塔尔和贾可布森来到一所小学,说要进行7项实验。他们从一至六年级各选了3个班,对这18个班的学生进行了“未来发展趋势测验”。之后,罗森塔尔以赞许的口吻将一份“最有发展前途者”的名单交给了校长和相关老师,并叮嘱他们务必要保密,以免影响实验的正确性。其实,罗森塔尔撒了一个“权威性谎言”,因为名单上的学生是随便挑选出来的。8个月后,罗森塔尔和助手们对那18个班级的学生进行复试,结果奇迹出现了,凡是上了名单的学生,个个成绩有了较大的进步,且性格活泼开朗,自信心强,求知欲旺盛,更乐于和别人打交道。

显然,罗森塔尔的“权威性谎言”发挥了作用。这个谎言对老师产生了心理暗示,左右了老师对名单上的学生的能力的评价,而老师又将自己的这一心理暗示通过自己的情感、语言和行为传给了学生,使学生变得更加自尊、自爱、自信、自强,从而使各方面得到了异乎寻常的进步。后来,人们把像这种由他人的期望和热爱,而使人们的行为发生与期望趋于一致的变化情况,称之为“罗森塔尔效应”。它揭示了在生活中,人们真心的期望会变成现实的现象。同时它也告诉我们在人际交往中,我们应尽量把别人往好处想,有意



识或无意识地寄以期望,对方会产生出相应于这种期望的特性。尊重一个人,就能把他身上最好的东西调动起来,而贬低一个人,只能把他身上最坏的东西调动起来。

作为领队平时应注意运用“罗森塔尔效应”,时时通过言语、表情、动作向旅游者传递积极的信息,让他们感觉到在别人眼中他们是有身份、有教养、有文明的贵宾,他们的言谈举止都应是高雅的,这样他们就会在满足自尊的同时自律其身。

第二,发挥“中心人物”的作用。旅游团队尽管是一个临时的、松散的群体,但这个群体也是发展的,随着旅游天数的增加,这个群体会出现一个“中心人物”。所谓“中心人物”就是在旅游团队中受到大家信任、尊重,比较有感召力和责任心,人们在心理上比较认可、接纳的人,认为他能够代表全团的利益。“中心人物”有比较丰富的社会经验,并具有丰富的旅游经验,认知能力比较强,具有人际吸引力和比较娴熟的人际交往技巧。“中心人物”的产生没有一定的“程序”,实际上也并不存在“中心人物”这样一个头衔,只是他在团队中起着“中心人物”的作用。

“中心人物”对团队的旅游者有较强的“暗示作用”。领队可以通过“中心人物”所具有的“暗示作用”,去对团队施加影响,让“中心人物”做自己的“代言人”,及时把自己看到的问题和自己的想法向这位“中心人物”反映。旅游者相信“中心人物”能够代表自己的利益,不像“服务方”那样有可能损害自己的利益。同样的话,从“中心人物”的口中说出来,要比从领队的口中说出来“管用”。

领队要处理好与旅游团队“中心人物”的关系,应抓好三个环节,一是接近“中心人物”,让他感受到你对他的尊重;二是向“中心人物”展现自己的服务动机和服务技能,取得他对你的认可;三是利用“中心人物”对旅游者的“暗示功能”,发挥他在团队中的作用,这既能合理地满足他的自尊需要,又能使你对旅游者的劝导工作化难为易。

总之,领队要发挥“中心人物”的作用,实施自己对旅游者文明举止的教育功能,共同塑造旅游团队的文明形象。

#### 参考文献:

- [1] 冯玮. 中国出境旅游现状及其未来发展思考. 经济地理, 2005(2)
- [2] 郑燕萍. 对出境领队专业人才培养的思考. 桂林航天工业高等专科学校学报, 2005(2)
- [3] 吴正平, 阎纲编著. 旅游心理学. 北京: 旅游教育出版社, 2003
- [4] 李晓文, 张玲, 屠荣生. 现代心理学. 上海: 华东师范大学出版社, 2003
- [5] 彭志凯, 王新军, 龙晓华. 领队业务与政策法规. 北京: 中华工商联合出版社, 2002



## The Psychological Analysis and Preventive Countermeasures of the Irrefined Behaviors of the Outbound Tourists

LU Ai-ying

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** The paper makes use of the modern psychology to have a deep analysis of the irrefined behaviors of the outbound tourists and raises corresponding countermeasures—tour leaders should bear the duty of practically guiding and instructing tourists and find the way to carry them out.

**Key words:** outbound tourists; the irrefined behaviors; the psychological analysis

原载《集团经济研究》2006年第14期



### 简评

论文的选题可以来自对现实的关注,从各种社会现象中,抓住具有现实性的、某行业或某类人群存在的一些较为普遍的现象进行分析探讨,并把自己的思考和观点公之于众,力图服务于社会实践,是论文的实用价值之所在。

本文在当今社会蓬勃发展的旅游业、我国日益繁荣的出境游市场和渐趋庞大的出境客流队伍中,发现了在出境游客中存在的有损中华文明古国形象的不和谐音符,并以此作为论题,进行从现象到本质的分析思考,从心理学科的视角探寻行为表现的心理依据,并提出了预防少数出境旅游者不雅举止的对策,对现实具有极强的指导和干预价值。

全文结构从提出问题、分析问题到解决问题,条理清晰,论点鲜明,论述完整,前后呼应,紧密联系实际,且文字简洁准确,表达有力。



### 3.3 浙江旅行社业的应对策略思考

张建融

(浙江旅游职业学院旅行社管理系,浙江杭州 310012)

**摘要:** 中国加入 WTO 已有近两年了。但浙江省旅行社行业似乎还没有



感受到来自外资旅行社的压力和威胁。但威胁就在眼前,浙江省旅行社业应从品牌创立、市场定位、体制改革、营销网络建设、职业经理人队伍建设、集团化经营等方面着手进行自身建设,使自己立于不败之地。

关键词:WTO;旅行社业;品牌;体制;集团化

多哈会议的一锤定音,将中国旅行社业推向了全面开放的前沿。在WTO的背景下,我国旅游业受到冲击最大的将是旅行社。旅行社被称为是旅游业的龙头,这个龙头能否抬起头来接受世纪的挑战呢?

表面看,我国的旅行社行业已经颇具规模,但与国外旅行社比较仍然相去甚远。调查显示,目前我国最大的旅游企业不及美国运通旅游公司规模 $1\%$ ,中国1万6千多家旅行社营业收入总和不及美国运通旅游公司一年销售收入的 $1/4$ ,也不及日本交通公社的 $1/2$ 。企业规模小,实力弱,管理差,经营散已成为我国旅行社参与国际竞争的弱势所在。浙江省的情况也是如此。

面对外资进入的巨大压力和如此脆弱的现状,我省旅行社业如何打造出能与国外大型旅游企业相抗衡的民族旅行社品牌,如何把握新时期旅行社业发展的机遇和迎接挑战,如何制定、规划旅行社企业的经营对策,是摆在我们面前的一大难题。如何解决这个世纪的难题呢?下面我们试从四个方面来谈谈我们的看法。

## 一、品牌立业

品牌,代表着利润、销量、形象、质量、差异性,它的威力是巨大的。品牌设计是品牌建设的第一步,一个好的品牌名称,标志应该简洁、独特、富有内涵。尤其旅游应该是轻松舒畅的游乐活动,一个优秀的旅行社品牌,离不开轻松愉快、热情奔放的徽标,寓意深远的名称。如新加坡大通旅行社机构的黄底绿字CTC标志醒目、明快,在各地的旅游点都很抢眼,在新加坡来华旅游市场占据了半壁江山。但我省大部分旅行社对品牌建设重视不够,投入不多,相当一部分旅行社名称及其标志识别性差,易于混淆,形象不甚鲜明。为此,建议我省旅行社企业导入CI(Corporate Identity)系统,把品牌建设作为重要起点,使品牌设计超越时空,适应企业产品和市场范围的不断变化,使之具有延续性和可持续发展力。与此同时,对品牌的定位应选定一个目标市场,并在该品牌定位上坚持扎根国内客源市场,面向自己选定的低、中或高档消费群体,经营亲情化旅游产品的原则。

品牌的一半是文化。用文化来提高销量,用文化来促质量,应成为我省旅行社业营销的重要手段。旅游产品差异性主要体现在文化内涵中,品牌的另一



半在于质量,一个成功品牌的基础在于产品本身的高质量,企业创建和发展品牌,就必须把保证产品持续稳定的良好质量放在首位。这对旅行社企业而言,尤为重要。

创新是保持品牌经久不衰的法宝。只有善于把握、追踪和超越时代,不断突破与丰富自己的品牌,才能具有旺盛的生命力和强大的竞争力。旅行社业是充满挑战和竞争的行业,没有创新精神就无法立足。一个有生命力的旅行社品牌,其内在精神是永恒不变的创新精神。比品牌、比质量、比服务、比实力,归根到底一句话,就是品牌立业。

## 二、体制——网络——市场

### 1. 深化改革,优化旅行社经营体制

旅行社业是市场竞争日益充分,开放度越来越高的行业,其行业特点决定了旅行社的长足发展离不开富有活力的机制和科学的管理。旅行社是劳动密集型、知识密集型、人才密集型行业,有业务骨干就有业务关系。企业需要人才,没有人才就没有企业。企业能否留得住经营管理的骨干是一个关键问题,而这一关键问题,与企业的体制有直接的关系。时至今日,我省部分旅行社如浙江东方海外旅游有限公司、浙江妇女国际旅行社有限公司等进行了所有制改革,建立了现代企业制度,尤其是进行了产权制度的改革,但完善法人治理机制的还不多。旅行社业普遍存在投资主体单一,产权不够明晰,经营管理水平较低等问题,相当一部分旅行社尤其是国际旅行社如省国旅、省中旅、省海外等,基本上还是独资企业,尚未按照现代企业制度的要求进行根本性的改革。不少企业虽然已实行政企分开,但企业的机制没有真正转换过来,导致变相承包、挂靠经营现象时有发生,违规经营屡禁不止,企业负责人随意性强,往往以个人意志来操纵企业经营,这些都是旅行社业体制改革滞后所造成的后果,这种后果所带来的最大损失是骨干层人员的流失。

从我省部分旅行社的改制情况来看,凡是产权明晰,建立了现代企业制度,实行了投资主体多元化,通过法人和个人参股或其他形式而成立的有限公司,其业务发展势头迅猛,市场份额占有率扩大,员工队伍相对稳定,企业效益有所提高,特别是企业经营环境优化,企业法人的责任心,事业心增强,社会美誉度有所提高。这些企业在行业中起到了领头羊的作用。杭州市中国旅行社有限公司,杭州大厦旅行社等就是很好的例子。

因此,在旅行社体制改革方面,我们应作有益的探索。在全省范围内,对旅行社实行多元化、股份制改造,解决体制改革的三个关键问题。一是实现投资主体的多元化,使企业的股权根据公司的规模、实力由国有股、企业法人股、工会法人代职工持股和自然人股四部分组成。投资主体的多元化,能真正使国





家、企业、员工三者形成风险同担、利益共享的利益共同体,可以极大地激发广大员工的积极性和创造性,使广大业务骨干和员工真正感到自己是企业的一员。二是实现企业组织形式的多元化,将旅行社企业改为公司制,按照有限公司、股份有限公司的方式重组,逐步建立起通过资产实现有机联系的旅行社企业集团。三是实现法人治理机制。投资主体多元化的复合型经济模式,形成了所有权、决策权、经营权、监督权四权分离、相互依靠、相互制约的法人治理机制,使企业走上自我约束、自我发展的健康轨道。产权改革的中心目标是要创建以国有资产为主导的混合型所有制,以法人财产权为标志的企业本位运作机制,以上市公司和股份公司为核心的趋向国际规范的行业或产业结构,这也就是现代企业制度的基本框架。

## 2. 网络化经营——市场扩张的有效途径

旅游是一种服务产品,其生产和消费的同时性,决定了旅行社品牌的推广无法像其他工业企业的品牌那样,通过产品的流动来实现,而只能通过消费者——游客的流动来实现,因而旅行社必须通过网络化经营,广泛设立分支机构,建立游客就近报名的营业部销售网络,才能实现市场的有效扩张。

从我省的旅游市场实际情况来看,我国加入 WTO 对当前我省旅行社业的冲击尚不十分明显,这与我省的地理区域优势不强有关。首先,我省没有口岸城市;其次,我省也不是入境旅游的主要目的地省份;第三,我省游客的出入量相对不大。但浙江的优势在于近几年经济发展较快,民营企业较多,老百姓较富裕。可以预见,在我国政府允许外资旅行社经营国内游和出境游的情况下,大量的外资旅行社将涌入我省。因此我们更有理由充分抓住当前外资旅行社对我省旅行社业尚未形成强有力的冲击的机会,大力发展网络化经营,通过参股、控股方式在全省范围内,以合资、并购、特许加盟等形式在全省各地设立分支机构,这样既可以借助当地旅行社的优势,迅速打开局面,又容易取得当地旅游管理部门的支持,是旅行社进行网络化扩张较成熟和有效的做法。通过强大的网络系统,真正做到互相交换客源、扩大实力,焕发出网络经营强大的生命力。

以浙江海外旅游公司为例,作为我省较大型的一家国营旅游公司,在制订公司发展的战略上,公司以网络化抢占市场份额,通过在全省范围内的三五十个网络终端企业和所构筑的公司网站,来组织各地的国内和出境游客源,达到方便采购,品牌资源共享,交换客源,扩大实力,逐步实现网上预定,方便消费者购买的目的。旅游企业的营销手段从传统的促销方式转移到以网络为主要阵地的电子商务上来,从而进一步加快电子商务市场与业务的发展。

世界正在变成一个服务的社会,人们迫切需要服务。企业为公众服务的一



个很重要的方面就是方便公众。而公众对于为他们便利着想的企业,不论大小都是照顾的。“处处留心皆生意”,说的就是这个道理。无论企业从事的是哪一个行业,重要的是让公众感到方便,能满足他们的需要。任何行业都可以凭借方便公众而创造优势。这种方便,可以涉及从公众购买到使用,到售后服务的方方面面。这种情况对旅行社业尤其如此。旅行社业的网络化经营就是建立在创造方便,创造市场的基础之上的。

### 3. 市场究竟如何细分

我省旅行社业的现状,基本上可用三个“重复”来概括,那就是,重复的市场、重复的客户、重复的产品。这三个重复正是旅行社市场削价竞争现象产生的真正原因。其实,任何企业要发展,就必须要有自己的企业特色、自己的产品和自己的目标市场。市场细分有三个基础指标:一是收入,不同收入层次的客户群对价格的敏感度是不一样的;二是职业,从事不同职业的人对产品质量的要求是有差异的;三是年龄,不同年龄段的旅游者适合从事不同性质的旅游活动。

仅仅知道这三个指标还不够,关键在于如何把这三个指标有机地结合起来进行市场细分。比如说收入高、年纪轻且职业好的这一层次的人群喜好什么旅游产品;低收入的中青年普通蓝领又喜好怎样的产品。由此看来,不同的人,其旅游需求是完全不一样的。

从营销的角度来看,顾客是没有重复的。这是因为尽管是同一个顾客,他每年的旅游需求也是不同的,今年想去昆明、丽江,明年却想去新马泰,第三年可能想去欧洲五国。但是我们的大多数旅行社往往忽视了这一点,每年费心费力地去挖掘新客户,而不重视对老客户的再开发。症结在于水平方式的市场划分,国内部只做国内游,出境部只做出境游,入境部只负责入境游客的接待等。原本可以在国内游和出境游之间相互转换的客源信息没有得到很好的利用。我们应重新审视市场细分的问题,用不同的产品来抓住这部分利润空间很大的客户,周而复始,尽管客户重复,但产品不重复,这样一来新客户成了老客户,但双方的合作却一年新于一年。这种为老顾客提供新产品的市场战略很好地解决了既要降低成本又要增加顾客满意度的矛盾。

对于中小型旅行社而言,在产品开发上,要尽快跳出一味地跟随大社,眼光只盯在把自己价格做得更低的怪圈,应该调整策略,充分把握机遇,适时地寻找自己的目标市场、目标顾客,认真做好每一个旅游团,只要在旅游过程中给他们创造舒适的感受,就能为旅行社带来更多的回头客。由此,我们可以总结出旅行社的真正产品应是“旅游线路+差异化服务”。只有真正地把握了旅游消费者的需求,从消费者的角度思索和开发消费者需要的产品才能创造更大的价值。



### 三、职业经理人队伍建设

旅游业是一个涵盖多个学科的行业,是一个知识密集型行业,故要求从业人员是复合型人才。单一的人才结构已远远不能满足该行业快速发展的要求。从我省目前旅行社业的现状来看,对有一定实力的旅行社来讲,低成本扩张的有效办法应该是苦练内功,提高管理水平,充实品牌,通过网络走品牌一体化的道路而非资产一体化的道路。

旅行社市场的规范化应该是批发零售商结构的形式。而旅行社缺乏创新动力的根本原因在于资本一时没有发挥作用,以及人才结构的单一。代表旅行社业发展方向的应该是大型旅行社,但目前这些旅行社基本上是国有企业,股权结构过于单一,不可能形成好的公司治理结构,不少旅行社经理的创新动力和压力明显不足,只有浅表层次上生存的“近忧”,而无长远发展的“远虑”。缺乏创新的结果只能是跟随市场的自然成长的过程,与之相对应的也就呈现自然混乱的状态。而人才结构的单一,知识的老化,尤其是对金融知识以及网络技术的陌生,使得产业的水平一直在低层次上重复,很难得到提升。

而我省的中小型旅行社存在的一个普遍现象是弱将强兵,许多旅行社经理是从业务员上升到经理职位的,对现代企业的管理知识知之甚少,每天忙于事务、业务和应酬,也没有时间和精力对自己进行知识更新或“充电”。

因此,当企业发展到一定阶段时,人才的配置上应借鉴其他行业的一些好的做法,如家电、物流行业引进“空降兵”的做法。在旅游行业逐步全球化的今天,只凭个人的经验保住耕耘多年的“自留地”已无可能。只有采用科学的方法培养或引进职业经理人。未来的企业领导人将必须成为通晓全球大事的人。

中小型旅行社企业要走专业化道路就势必储备具有专业知识结构的人力资源。我省旅行社急需有新思想的优秀人才的注入。培养职业经理人类型的人才迫在眉睫。

### 四、集团化问题

据可靠消息,日本京畿、日本旅游公司和日本旅行社将在 2003 年合并为一家公司。上海春秋国旅也已在全国范围内投资建立了 31 家紧密型分支机构,同时发展了 1 200 家旅行社作为集团成员,共建了 1 400 台网络终端,而且在境外投资设立了 5 家分公司。它以网络化经营方式,建立起了全国范围的联合舰队。这些国内外的集团化发展趋势给我省旅行社业敲响了警钟,集团化是世界旅行社业发展的主方向。



然而,我省旅行社集团化现状却令人担忧,具体表现为集团化建设严重滞后,旅行社经营规模小,商业集中度低,旅行社“集”而不“团”,紧密程度不高。几年前在杭州出现过的几家旅行社联合体都因同样的原因及利益分配问题在成立后不久就悄无声息地解散了,由于这种联合体的组织形式较为松散,成员间的约束不强,容易出现部分旅行社为了本身利益而损害整个联盟利益的行为。

最近,杭城又出现了几家新的联合体。2003年6月5日,浙江中青旅、杭州大厦旅行社、杭州中山国际旅行社、浙江省中国旅行社等10家组团量占杭州市市场出游人数50%以上的大社成立了名为“大拇指”的旅游联合体。同日,浙江海外旅游有限公司、杭州市中国旅行社、杭州市海外旅游有限公司、浙江国际旅行社等17家旅行社也成立了名为“游遍浙江”的旅游联合体。

这次在浙江旅游市场重新启动的联合体,其操作模式,管理方式等都有了新的突破:统一采购——把成本降到最低,统一产品包装——增加产品吸引力,统一营销——强强联合打开市场。

两大旅游联合体已经将杭州实力较强的旅行社聚在了一起,他们将组成强大的阵容,增强抗风险的能力,真正做好浙江旅游的这块“蛋糕”。以统一宣传、统一形象、统一产品、统一操作、统一采购为宗旨,优化市场环境,方便游客消费、提高服务质量,使旅游消费者真正享受到物有所值的服务。这也是中国加入WTO之后,浙江旅行社业面对世界经济一体化迈出的有效、坚实的一步。

但应该看到,这种联合还是松散型的短期行为,离集团化经营还有很大的差距。组建大型的企业集团必须以资金为纽带,改变大而全、小而全的局面,实行垂直分工,优化产业结构,最终使各种规模的旅行社都能找到自己的位置。

打造我省旅行社品牌,完善和改革我省旅行社的经营体制,做好旅行社业的市场细分工作,加快网络化、集团化建设,建设好一支职业经理人队伍,是旅行社业在我国加入WTO后,面临着外资旅行社的强有力挑战和竞争所必修的课题。

我们殷切企盼作为旅游大省及经济最发达省份之一的浙江成为外商投资旅游的热土,我们期待着浙江省的旅行社占据更大的市场份额,在旅游业的竞争中立于不败之地。只要我们树立坚定的信心,作好充分准备,我省旅游经济发展的高潮必将到来。浙江旅游的春天已经来临。

#### 参考文献:

- [1] 银温泉,臧跃茹. 企业改组与结构调整. 北京:中国计划出版社,2002



- [2] L. D. 切纳东尼. 创建强有力的品牌. 北京: 中信出版社, 2001
- [3] 冯颖. 联合之路怎么走. 中国旅游报, 2003-2-10
- [4] 蒋齐康. 举团体之力, 走联合之路, 求共同发展. 旅行社之友, 2002(5)

原载《浙江学刊》2004年第3期



### 简评

旅行社是旅游业的龙头产业,旅行社的发展状况对旅游业的发展起着重要作用。最近几年,浙江旅行社业犹如雨后春笋般大发展。一方面,旅行社企业小、散、弱、差的状况没有根本改变,相互之间的恶性竞争此起彼伏。另一方面,从为企业配套的上下游企业及相关服务业来看,相关行业、企业对旅游的支持力度小,意识淡薄;为旅游发展服务的教育、科研等部门,还能为旅游提供及时、有力、有效的服务,也没能真正切实、有效地研究旅游发展的深层次问题。行业管理法制化、规范化进程有待加快。

本文从品牌立业、旅行社体制改革、网络化经营、旅游市场细分方面进行了有效的探索,提出了独到的见解。对我省旅行社业做大做强核心能力提升——培养和建设一支职业经理人队伍问题提出了深入思考。同时,对浙江省旅行社之间的强强联合模式进行了探讨。其实旅行社之间的更大范围和区域之间的联合也有待我们引起关注。旅游业是天然的市场导向型产业,各旅游企业之间,特别是旅行社企业之间,更应加强旅游合作,着力市场营销。这是因为,市场经济是竞争经济,更是合作经济;旅游是旅游者的异地消费,没有对当地旅游的“营销吆喝”,旅游者难以选择到浙江乃至全国和出国旅游。根据旅游市场的需求层次,开发形成旅游产品与国际客源、国内客源、区域客源、本地客源对应的多种层次的旅游产品,应成为浙江旅游业今后发展的方向。



## 3.4 我国自驾游发展对景区的挑战及对策

张春丽 陶玉国

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:**我国自驾的迅速发展,在给景区带来大量“强”消费能力客源的同时,也给景区的今后发展提出了诸多挑战。该文从我国自驾游的发展现状出



发,试从自驾游旅游者对景区的选择态度、对景区旅游产品的需求、对景区配套基础设施和安全保障系统这四方面入手,针对自驾游对景区的挑战进行深入分析,并在此基础上,对今后我国景区自驾游的发展提出相应策略。

关键词:自驾游;景区;挑战

## 一、我国自驾车旅游发展现状分析

自驾车旅游是最早开始于欧美等发达国家的一种旅游形式。最初人们把周末开车出游叫“Sunday-drive”,后来演变为“Drive Travel”。随着旅游业的不断发展,更自由、更个性化的“自驾车旅游”受到了越来越多旅游者的青睐,其中以美国最为突出。据全美汽车协会估计,仅2005年12月底到2006年1月中旬,就至少有5000万美国人选择自驾车外出旅游,占美国总人口的1/6,更占到出游人数的一半以上,美国因此也被称为“车轮上的旅行国家”。我国自20世纪90年代以来,自驾车旅游逐步兴起,发展势头良好,且颇有挑战传统旅游之势,它作为一种时尚正在全国各地不断升温。

### (一) 我国自驾车旅游的发展规模

据统计,我国私家车拥有量已很高。广东、浙江两省每百户家庭就有近十辆私家车,而北京13%的有车家庭已拥有了第二辆。<sup>[1]</sup>预计到2010年,我国有可能成为全球第3大汽车市场,仅次于美国和日本。<sup>[2]</sup>私家车拥有量的激增,带来的是旺盛的自驾车旅游需求。据一网上调查表明,69.9%的有车一族认为引起他们购车欲望的原因是为了扩大生活半径,而50.7%的人更明确提出买车是为了方便去郊外游玩。<sup>[3]</sup>

能使旅游者自由地进行多样选择,并进一步实现其个性化的旅游线路选择<sup>[4]</sup>的自驾游,在我国的发展时间虽然很短,但其速度和规模发展得相当迅速。以桂林为例,自从1999年国务院通过修订《全国年节及纪念日放假办法》以后,2002年到桂林自驾游的旅客仅120万辆车次,2003年迅速增加到195万辆次,到2004年猛增至310万辆次,年均增长幅度约61%。据中国旅游网统计显示,在刚刚过去的2006年“十一”黄金周期间,苏州自驾游已占半壁江山、成都自驾游高热、宁波自驾游成主流。<sup>[5]</sup>

### (二) 我国自驾车旅游的组织形式

从最初起步阶段的单一形式发展到现在,我国的自驾游已经呈现出多元化的组织形式,既有参与旅行社的“保险”一族,又有单枪匹马的“酷车”一族,也有各种各样的主题自驾游,还有各种汽车企业、汽车俱乐部、户外俱乐部以及网友自行发起的自驾游等多种组织形式(见图3-2)。2006年首届中国自驾游高峰论坛在京举行,并发起成立了中国自驾游联盟。<sup>[6]</sup>

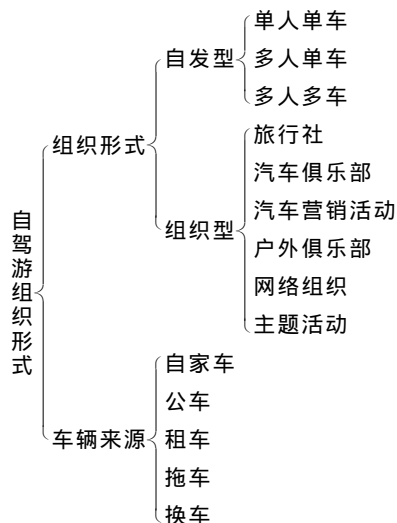


图 3-2 我国自驾游组织形式

## 二、我国自驾车旅游对景区的挑战

### (一) 自驾车对景区的“消极选择”

相对一般游客而言,大部分自驾游游客都是旅游经验较多、较为成熟的旅游者,多数想远离喧嚣,感受一般旅游者难以看得到的景致,去充分体验一种放松与自由的心情。过热的景区对他们而言反而缺少足够的吸引力,而那些新奇的甚至是未开发的,但是纯净的、真实的、质朴的目的地则比较受他们的青睐,所以他们去的都是一些温、冷点,甚至未开发的旅游景区和景点。尽管从流向来看,每当长假时期,仍有部分自驾车游客依然将各地风景名胜区作为首选,但这一流向的回头客较少<sup>[7]</sup>。

### (二) 自驾车对景区产品的挑战

对于那些选择景区的自驾游旅游者来说,很多景区推出的产品都不能很好的满足他们的旅游需求。目前我国很多景区并未对自驾游旅游者的旅游需求进行深入的分析研究,对其设计、推出的产品多是传统旅游产品的简单转型,甚至无视其与一般游客旅游需求的差异而直接将产品同时推向所有旅游者;且随着我国旅游业的进一步发展,新的景区(点)被不断开发,景区间同质化现象不断出现,而景区面对的将是越来越多有主见、精明、追求个性的自驾游旅游者,因此,对景区来讲应注重对自驾旅游者旅游需求的调查研究,并在此基础上推出针对自驾游旅游者的旅游产品。

### (三) 自驾车对景区配套基础设施的挑战

对于那些选择了景区的自驾游游客而言,目前我国景区的配套基础设施远



远不能满足他们的基本需求。

首先,无论是抵达景区的大交通还是景区内的小交通,其交通标志系统大多不够完善。突出表现在交通图形符号、警示牌等标识物欠缺或不明确,道路标识信息和地图未及时更新,路途中缺少必要的旅游咨询服务点,甚至在某些温、冷景区道路标识系统还是一片空白。

其次,景区停车场、加油站以及车辆检修和维护的建设问题日益突出。目前我国无论是景点景区还是商场饭店,都存在着停车场所紧张的问题;加油站是自驾车旅游的生命补给线,但目前许多的自驾车旅游者都面临着缺少提供加油站信息的渠道,加油站服务不能满足多元化需求等问题;而车辆检修和维护部门在我国景区很少见。

再次,景区为自驾游旅游者提供的相关旅游信息不够全面。很多景区尽管备有旅游手册,但多是仅仅针对本景区的,这显然不能满足自驾游旅游者对于旅游过程中的餐饮、住宿、相关景区、道路交通系统等综合旅游信息的需求。

#### (四) 自驾车对景区安全保障系统的挑战

从自驾车旅游者的角度来说,景区的行业服务与管理在安全方面也是相当薄弱的,也缺乏相关的保险措施和制度。目前国内的景区安全救援能力与相关建设均十分薄弱,无法适应自驾车旅游的需要,自驾车旅游者在景区内如遇到异常天气、突发疾病、交通事故等意外事件时往往难以得到及时救助。

#### (五) 国外自驾游旅游者对我国景区自驾游旅游产品的挑战

据国家旅游局最新统计,2006年8月来访的美洲游客达192 794人,而欧洲游客达528 123人<sup>[8]</sup>。相对我国景区的自驾游产品而言,国外发达国家的自驾游已经发展得很成熟:服务体系人性化、收费系统方便化、主题+景色的线路设计科学化、住宿服务简单有效、附属服务设施多样全面。如何应对和满足已经习惯享受如此成熟的自驾游模式的国外自驾车旅游者,不仅使他们满意,更要促使其成为景区的忠诚游客,是我国景区未来自驾游产品发展所面临的巨大挑战。

### 三、推动景区的自驾车旅游发展对策

#### (一) 营销——攻心,产品——留心

首先,景区可通过改变传统营销观念,针对国内外自驾游旅游者的生活和旅游特点采取网上直销<sup>[9]</sup>、社区营销<sup>[9]</sup>、道路营销等多种营销手段,在营销中针对自驾游者的心理特征扬长避短,充分展示景区的独特魅力,采取“攻心”战术,促使其做出选择景区的旅游决策。

其次,深入分析自驾游旅游者的旅游需求,挖掘和创新景区旅游产品内涵,





针对自驾游旅游者的心理需求,推出特色景区自驾游旅游产品以争取留住这部分优质<sup>[6]</sup>客源。

再次,针对自驾游旅游者的特殊性,景区可考虑与旅行社、汽车俱乐部、租车公司、保险公司、住宿业甚至景区相关的高速道路收费部门以及医疗部门相互合作,推出“景区+租车”、“景区+住宿”、“景区+保险”、“景区+收费站”等适合自驾游旅游者的,既可进行单项销售;又可进行组合式销售的景区自驾游旅游产品。

### (二) 基础服务设施——放心

首先在道路交通系统方面,要加强景区大交通沿线的基础设施和服务设施建设,科学设计交通线路,确保景区良好的通达性和相关道路标识系统的设置、完善和醒目。在有条件的景区内部,应针对自驾游旅游者设计专门的、凸显景区不同特色的游道。

其次,加快景区周边的车站、加油站、维修站、景区大交通沿线的各种便利店及休息场所等基础设施建设。依据景区的具体情况或者与景区附近的相关站点建立合作伙伴关系,或者在景区内部适当建立和完善相应的基础设施。

再次,建立、健全景区的旅游信息服务系统。加快景区数字化的建设步伐,编印出详尽的自驾车旅游地图和消费指南,且既要备有本景区的全面旅游信息,又要有邻近景区或相关旅游大区的餐饮、住宿、交通、气象等全面旅游信息。

### (三) 安全保障体系——安心

地方政府部门对此要引起高度重视,加强景区治安环境的安全治理工作,尤其在旅游旺季;建立、健全景区自驾车紧急情况处理预警系统。要确保自驾游旅游者一旦在景区发生紧急状况,可直接就近拨打有效的求救电话。同时,根据景区的实际情况配备或培训专门的紧急情况救援人员和医疗人员,并根据需要在紧急情况下配备有代驾人员。

### (四) 汽车旅馆的建设——舒心

据有关数字显示,西方国家 90% 以上的驾车旅游者喜欢投宿汽车旅馆,尤其是廉价汽车旅馆,这反映出了人们对廉价汽车旅馆的喜爱程度<sup>[10]</sup>。我国很多大景区都有自己的宾馆和酒店,但针对自驾游游客事先未联系住宿、需要大型停车场、提供车辆的基本维修和保养等问题,缺乏切实有效的解决途径。因此,作为景区发展自驾车旅游的有效补充和延伸,且面对自驾车旅游的不断飞速发展,为适应自驾游旅游者的住宿需求,建设发展汽车旅馆显然是景区吸引自驾游游客的重要举措之一。

### 参考文献:

- [1] 宋瑞. 欧洲自驾车旅游的经验与启示. 中国旅游报, 2006-9-29(11)
- [2] 王婉飞, 董长云, 翟涛. 我国自驾车旅游发展现状及对策. 中国旅游报, 2005-12-3
- [3] 吴巧新. 长三角地区自驾车旅游市场的开发条件分析. 江苏商论, 2005(12): 15~16



- [4] Hsin-Yu Shih. Network characteristics of drive tourism destinations; An application of network analysis in tourism[J]. Tourism Management, 2006, (27): 1029~1039
- [5] 国家旅游局. 苏州自驾游已占半壁江山——休闲旅游渐成主角. <http://news.ootravel.cn>
- [6] 周士更. 租车旅游——待开发的新市场, 中国自驾游联盟成立. 中国旅游报, 2006-9-1(4)
- [7] 江学淮. 我国自驾车旅游市场的开发研究. 黄山学院学报, 2005(5): 38~39
- [8] 国家旅游局. 2006年8月入境外国游客人数(按目的分)
- [9] 余敏. 自驾游背景下的景区市场开拓创新. 企业经济, 2005(2): 102~103
- [10] 吴明. 汽车旅馆指日可待. 商业时代, 2005(16): 74~75

## Challenges and Countermeasures on Scenic Spots from the Development of Self-driving Tourism

ZHANG Chun-li TAO Yu-guo

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231)

**Abstract:** The rapid development of the self-driving travel brings a great quantity of “powerful” consumers to the scenic spots, but in the meantime it forces the scenic spots to face many challenges. Based on the status of self-driving travel, the article tries to analyze these challenges from four aspects: the attitude of self-driving travelers towards the option of scenic spots, the demand of tourism product, the infrastructure as well as the safety and security system. According to this, some measures are given for the further development of China’s scenic spots.

**Key words:** self-driving; scenic spot; challenge

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第4期



### 简评

论文的选题既要结合作者本身的兴趣和特长,又要能反映出作者的独特思路和视野,体现出作者的理论高度和理论水平;同时也要紧紧抓住并反映我国旅游业的最新发展动态,这样的选题才能称得上既有深度又有新意,才能对我国旅游业的发展做出真正有意义的贡献。本文就选取了时下



我国旅游业发展势头较为迅猛的“自驾游”为论题,从自驾游这一角度来研究我国景区在发展过程中存在的问题及其相应对策。然而,要写一篇好的论文仅有好的选题是远远不够的,更要进行翔实而有力的论证。因此,文章引用了大量的相关数据和调查的事实来进行强有力的论证。在此基础上,文章严格按照提出问题、分析问题、解决问题的逻辑结构来组织全文,层次脉络清晰、语言简洁凝练,是一篇既规范又具有一定学术价值的论文。



### 3.5 大众参与旅游节庆的影响因素研究

姚海琴

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 旅游节庆是一种新型的、特殊的旅游产品,对举办地的旅游和经济的发展具有多种功能。本研究针对大多数旅游节庆举办一两届后,就出现难以为继的尴尬局面,提出提高旅游节庆的大众参与度是成功举办旅游节庆的关键。根据前人的研究成果、专家的意见以及因子分析的结果,本文得到旅游节庆主题因素、旅游节庆文化因素、游客的现场感知因素、举办者的因素和外围环境因素五方面共 19 项影响大众参与度的因素。层次分析法给出了此 19 项因素的影响力排序,各个影响因素按照影响力的大小可为分三个等级。最后,用模糊评判法对中国湖州国际湖笔文化节的大众参与度进行了综合评价,分值为 60.6778。

**关键词:** 大众;旅游节庆;影响因素

#### 一、背景

随着旅游业的深入发展,许多地方将节庆活动作为专项旅游产品来开发和培育,策划出以地方文化、产业、历史、艺术、宗教等特色为背景的旅游节庆活动。作为个体的人可以通过参与旅游节庆获得物质和精神上的满足,使身心得以愉悦。旅游部门和相关企业可充分利用旅游节庆资源时空上的优越性,短期内调整地区旅游资源结构,消除“淡季”市场需求不足和地区旅游资源相对缺乏的弊端,获得可观的效益。但是,旅游节庆在个体发展上仍然存在着很多问题,表现为昙花一现,稍纵即逝。于是,如何办好旅游节庆,就成为如今探讨的热点之一。

笔者认为,争取广泛的民众参与,是旅游节庆活动永葆品牌生命力的灵魂。



本文对大众参与旅游节庆的各个影响因素进行了研究,以便有关旅游节庆的举办部门在今后举办旅游节庆的过程中能充分考虑这些因素,策划和举办大众喜爱的旅游节庆,发挥旅游节庆的功能。

## 二、旅游节庆的概念

吕镇、王艳红、李天恒认为旅游节庆日就是作为一种旅游资源,为发展旅游事业,从民族文化、民间节日发展来并定期举办的节日庆典活动。王子新、樊中红认为,旅游节庆是一种在特定时间、以某一特定主题为内容、在特定地点或同一区域内定期举办的能吸引区域内外大量游客的各种节日庆典和文化活动等。郭胜认为旅游节庆是指依托某一项或一系列旅游资源,通过内容丰富、开放性、参与性强的各种活动项目,以吸引大量受众参与为基本原则,以活动带动一系列旅游消费和吸引投资,进而带动当地国民经济增长为最终目的的所有活动的总和。陈文君认为,旅游节庆是以各种节庆活动为依托,经过一定的旅游开发形成的一种特殊的现代旅游产品,同时又可看作是发展节庆旅游的资源 and 基础,因而兼具资源性和产品性双重特性。

以上的定义经过概括总结后,大致可以分成这么几种观点:旅游节庆是一种旅游资源;旅游节庆是节日庆典和文化活动;旅游节庆既是旅游资源,又是旅游产品。本人认为,从根源上来说,旅游节庆是一种节日庆典,而且从属于节庆;但是从本质上来说,旅游节庆是一种旅游产品。节庆是一种资源,而且是一种富有价值的旅游资源,这种资源经过开发设计后可以成为旅游产品——旅游节庆。旅游节庆由节庆经过开发而来,必然具有节庆的特性,即资源特性,事实上,任何旅游产品都是由旅游资源开发而来,在一定程度上都具有资源特性,都是发展旅游的基础所在。

所以,本人认为,旅游节庆是以各种节庆为依托,经过一定的旅游开发形成的一种特殊的、现代的、新型的旅游产品,表现为在特定日期举办的一系列的富含文化内涵的庆祝活动。旅游节庆是经过旅游开发而成的旅游产品,尽管其具有对社会、经济、环境等一系列的牵动效应,但其最终目的是提升目的地的旅游形象,发展当地旅游业。

## 三、事件、节事、节庆与旅游节庆的关系

西方学者研究的比较多的概念为事件、特殊事件和节事。事件(Event)是短时发生的、一系列活动项目的总和;同时,事件也是其发生时间内环境设施、管理和人员的独特组合。特殊事件(Special Event)有两个方面的含义:一方面,与事件的赞助者或主办者的例行事务不同,特殊事件是发生在赞助主体或举办主体日常进行的项目或活动之外的事件,具有一次性或者非经常性的特点;另



一方面,与消费者或顾客的日常俗事不同,特殊事件是发生在人们日常生活体验或日常选择范围之外的事件,它为事件的顾客提供了休闲、社交或文化体验的机会。西方学者在事件及事件旅游的研究中,常常把节日(Festival)和特殊事件(Special Event)合在一起作为一个整体来进行探讨,在英文中简称为 FSE (Festival & Special Event),中文译为“节日和特殊事件”,简称“节事”。节事活动包括的内容非常广泛,除了通常所说的节庆活动外,还包括文艺娱乐、商贸及会展、体育赛事、教育科学事件、休闲事件、政治/政府事件、私人事件等一些特殊事件。

国内学者专家研究的比较多的概念是节庆,从广义上来看,节庆的形式包括传统沿袭和法定的各种节日以及人为策划举办的各种活动,但不包括各种交易会等特殊事件,具体可以分为三类:一是传统的节日,比如春节、中秋节等;二是国家法定的节日、庆典,历史事件的纪念日,如国庆、“八一”建军节等;三是各城市和地区根据各自的资源和实际情况,人为策划举办的带有浓郁地方民族文化氛围的节庆活动,如大连国际服装节、青岛国际啤酒节、云南民族文化旅游节、上海旅游节等。旅游节庆的形式主要是指节庆中的第三类,即各城市和地区根据各自的资源和实际情况,人为策划举办的带有浓郁地方民族文化氛围的节庆活动,用以提高城市的知名度,改善城市形象。可以看出,旅游节庆从属于节庆,我们称之为“狭义的节庆”。

节事、事件、节庆与旅游节庆的概念关系可以从图 3-3 直观地看出。

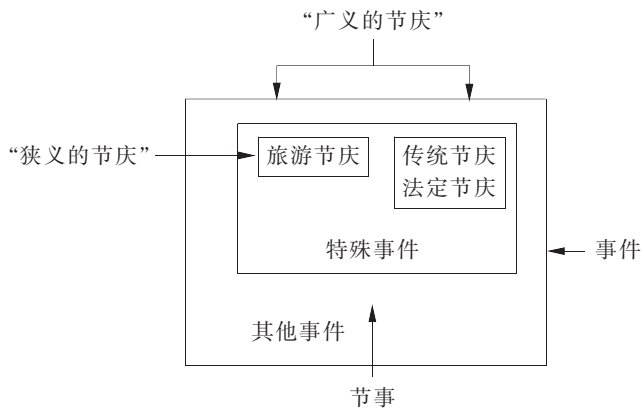


图 3-3 节事、事件、节庆与旅游节庆的概念关系

#### 四、实证分析大众参与旅游节庆的影响因素

##### (一) 专家访谈

本研究以大量的文献阅读为基础,选取浙江大学、华南理工大学、华东师范



和宁波理工大学的12位专家作为访谈对象,从旅游节庆普通参与者感知的角度出发,对影响大众参与旅游节庆的因素做了全面的调查、分析,将影响大众参与旅游节庆的主要因素归纳为旅游节庆的本体因素(包括旅游节庆的主题内容、旅游节庆的知名度、旅游节庆的举办时间、旅游节庆的节日气氛、旅游节庆民俗文化的丰富度、旅游节庆民俗文化的独特性、节庆旅游商品、节庆活动的观赏性、节庆活动的可参与性和旅游节庆入场券的价格)、举办者的因素(包括节庆会场的空间布局、宣传促销的力度、专业化运作水平和相关服务)和外围环境因素(包括节庆会场秩序的监督保障系统、举办地的旅游形象、交通状况、举办地的生态环境和举办旅游节庆所依托的旅游景观)三大类。

### (二) 因子分析大众参与旅游节庆的影响因素

2005年7月至9月间,作者根据上面理论分析的影响因素结果设计问卷,在杭州若干个居民小区、灵隐、断桥边、三潭印月、岳庙、虎跑、宋城等景区(点)发放了600份问卷,得到476份有效问卷,并利用SPSS统计软件对所得数据进行了因子分析。

### (三) 可行性分析

根据对所得的数据进行分析,得到KMO测度和巴特利特球体检验结果如表3-2:

表3-2 KMO测度和巴特利特球体检验结果

KMO 样本测度	0.828
Approx.	2 731.76
Chi-Square	6
巴特利特球体检验	1
自由度 df	171
显著性概率 Sig.	0.000

从表中我们可以看到KMO值为0.828,这说明该组数据是很适合做因子分析的。同时我们看到,表中巴特利球体检验的 $\chi^2$ 统计值的显著性概率是0.000,小于1%的显著性水平,说明数据相关矩阵不是单位阵,具有相关性,也说明统计数据是适宜做因子分析的。

#### 1. 因子分析结果

根据因子分析结果,将影响大众参与旅游节庆的因素重新调整为五大方面:旅游节庆的主题因素(旅游节庆主题、旅游节庆的知名度、旅游节庆的举办时间和节日气氛)、旅游节庆的文化因素(民俗文化的丰富度和民俗文化的独特性)、参与者的现场感知因素(节庆旅游商品、节庆活动观赏性、可参与性、入场券的价格和相关服务)、举办者的因素(会场的空间布局、节庆促销力度和专业



化运作水平)和外围环境因素(会场的监督保障系统、举办地的旅游形象、交通状况、举办地的生态环境和举办旅游节庆所依托的旅游景观)。

## 2. 层次分析法对各因素的影响力分析

为判断各因素的影响力,本文设计了《大众参与旅游节庆的影响因素调查表(AHP)》,请市民和游客对影响因素的相对重要性进行两两比较判断,并利用层次分析法(AHP)对问卷所得数据(通过一致性检验的)进行分析,最终得出各个影响因素的权重值,如表 3-3 所示。

表 3-3 各因素影响力表格

项 目	代 号	影 响 力	总影响力	
旅游节庆主题 因素(A)	旅游节庆主题	A1	0.200 2	0.330 3
	旅游节庆的知名度	A2	0.068 0	
	旅游节庆的举办时间	A3	0.035 4	
	旅游节庆的节日气氛	A4	0.026 7	
旅游节庆文化 因素(B)	民俗文化的丰富度	B1	0.343 3	0.412 0
	民俗文化的独特性	B2	0.068 7	
参与旅游节庆 游客的直接感 知因素(C)	节庆旅游商品	C1	0.015 0	0.152 8
	节庆活动的观赏性	C2	0.056 6	
	节庆活动的可参与性	C3	0.051 9	
	旅游节庆入场券的价格	C4	0.015 0	
	旅游节庆会场的相关服务	C5	0.014 3	
旅游节庆举办者 的因素(D)	旅游节庆会场的空间布局	D1	0.030 0	0.053 9
	举办者对旅游节庆的宣传力度	D2	0.011 4	
	举办者的专业化运作水平	D3	0.012 5	
外围环境因素 (E)	举办地的旅游形象	E1	0.018 0	0.051 0
	举办地的交通状况	E2	0.011 6	
	举办地的生态环境	E3	0.008 5	
	节庆所依托的旅游景观	E4	0.005 2	
	节庆会场的监督保障系统	E5	0.007 7	

## (四) 模糊综合评判法对案例的分析

本文选举中国湖州国际湖笔文化节作为案例分析的对象,基于前面实证分析的结果,用模糊综合评判法对湖笔节的大众参与度进行综合评判。对模糊综合评判法的具体做法,这里不再详述,只对结果做简单的介绍。

本文利用导师在做浙江湖州地区旅游总规的机会,在第三届中国湖州国际湖笔文化节举办后不久亲自到湖州,请湖州旅游局的相关领导和承办湖笔节的相关人士和专家填写了 20 份问卷,对模糊综合评价的最终结果使用累计隶属度法则,确定评判对象的等级。设各等级分数集  $D=[85,70,55,40,25]$ ,则对此旅游节庆的大众参与情况评价得分为  $F=B \cdot D^T$ ,统计得分值,得表 3-4。



表 3-4 湖笔节大众参与情况的概率

	很好	较好	一般	较差	很差
大众参与情况	0.125 95	0.345 57	0.322 26	0.193 49	0.012 73

所以,湖笔节大众参与情况的得分: $F=B \cdot D^T=60.6778$ ,由此可知湖笔节的大众参与情况一般。事实上,据内部人士和专家的反应,湖笔文化节还处于我国最初的办节模式——政府操办一切,邀请了4000多“著名的嘉宾”,而百姓的反应却被置之度外。所以,本文的研究为以后成功地举办旅游节庆,丰富当地的旅游资源提供了借鉴。

#### 参考文献:

- [1] 陈素平,成慕敦. 浅析少数民族节庆旅游开发. 开发研究,2004(2):96
- [2] 陈文君. 节庆旅游与文化旅游商品开发. 广州大学学报:社会科学版,2002,1(4):51~54
- [3] 范春. 大力开发我国“节庆”和“节文化”旅游资源. 渝州大学学报:社科版,2001,18(5):73~75
- [4] 郭胜. 旅游节庆的策划和市场化运作. 北京第二外国语学院学报,2005,(3):71~74
- [5] 林雨. 不断提升旅游节庆产品和文化内涵. 云南政协报,2004-3-10
- [6] 刘太萍,殷敏. 中国节事旅游营销管理现状分析与对策研究. 北京第二外国语学院学报,2004,(5):52~56
- [7] 吕镇,王艳红,李天恒. 旅游节庆日产品的设计研究. 青岛大学学报,1995,10(1):71~74
- [8] 王莲芬,许树柏. 层次分析法引论. 北京:中国人民大学出版社,1990:114~116
- [9] 马庆国. 管理统计——数据获取、统计原理、SPSS工具与应用研究. 北京:科学出版社,2002:83~99,206~327
- [10] Getz D. Festival, Special Events, and Tourism. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991:44
- [11] Getz D. Event Management & Event Tourism. New York: Cognizant Communication Corporation, 1997

## A Study on the Influencing Factors of the Mass's Participation in Tourism Festivals

YAO Hai-qin

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** The tourism festival is a new and special tourist product, and it does much good to the local tourism and economy. For this embarrassing fact that





most tourism festivals can't be held again because few people like to participate after these festivals were held once or twice, the author points out that more participation of the masses is the key to solve the above problem. According to the former research results, the advices of some experts and the results of the factor analysis, there are five aspects, altogether including 19 factors. The influencing power of each factor is drawn through AHP, which can be divided into three classes due to the size of the influencing power. Finally a case study of the Pen and Culture Festival in Huzhou of China is carried out through FCE, getting the mark of the masses' participation, 60.677 8.

**Key words:** the mass; tourist festivals; influencing factor

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第4期



### 简评

旅游节庆作为一项新型的旅游资源具有弥补地方旅游资源不足和地方旅游资源季节性差异太大的优点,但是各地有关部门苦于旅游节庆的举办不能长期延续。本文选题抓住大众参与旅游节庆是旅游节庆成功举办的关键并进行实证研究。本文特点在于:第一,选题成功,具有针对性、实用性,解决实际问题。针对当前旅游业出现的现实问题,提出自己的观点,并用数据加以论证,用事实来说话。第二,理论与实证的完美结合,用数据来说话。本文引用以前学者的对旅游节庆的定义,最后归纳总结出自己对旅游节庆的界定,同时还介绍了旅游节庆的分类,从而更加明确了本文的研究主题——旅游节庆的含义和范围。实证方面,首先利用专家意见初步确定影响因素,然后利用大量的问卷调查和 SPSS 统计软件进行分析,最后用模糊综合评判法加以论证,逻辑非常严密。论文要有实践意义才有价值,本文为学生提供了解决社会实际问题的典范。



## 3.6 基于协同论、“点—轴”理论的浙江海洋旅游整合发展研究

周国忠

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 文章分析了浙江海洋旅游资源的空间分布和旅游地系统布局现



状,以协同理论、“点—轴系统”理论为理论基础,在“统筹区域发展”的背景下,研究了浙江省域内海洋旅游发展的模式,认为浙江海洋旅游的空间发展结构模式为2个中心、2个增长极、14个发展点、2条重点发展轴、1条发展拓展轴、5个海洋旅游板块。并从整合思路出发,着重讨论了通过资源整合实现形象协同、产品开发协同,促进浙江海洋旅游整体发展的命题。从理论和实践上对海洋旅游业有序发展的依据和对策进行有益的探索。

关键词:协同理论;“点—轴系统”理论;海洋旅游;发展模式;浙江

## 一、浙江海洋旅游发展模式研究的理论依据

### (一) 协同理论

协同思想源远流长,但系统的协同论形成于联邦德国科学家赫尔曼·哈肯(Harmann Haken)在20世纪70年代创建的协同学(synergetics),这是研究开放系统通过内部子系统间的协同作用形成有序结构的机理和规律的学科,且其理论核心是自组织理论<sup>[1]</sup>。属于一门交叉学科。该理论在承认自然界是由许多既相互作用又相互制约的系统(小系统或子系统)组织起来的统一体(大系统)的基础上,进一步指出:在一定的条件下,一个大系统的子系统之间通过非线性的相互作用产生协同现象,形成一定功能的自组织结构,从无序向有序转化,从而由不平衡达到平衡,而且这是一个动态、可逆的过程。诚然,我们所说的系统都是由多个子系统所构成的,当子系统间相互关联而引起的“协同作用”占优势地位时就意味着系统内部已经自发地组织起来,这时系统便处于自组织状态,其宏观和整体上便具有一定的结构及其相对应的功能。

旅游发展的宗旨是可持续发展。可持续发展是“协同—发展—持续”的综合反映和内在统一,其关键是系统内部子系统之间的协调、合作、互补和同步。协同论是协同发展、可持续发展的理论依据,协同发展(cooperation development)是系统内部以及各子系统之间的相互适应、相互协作、相互配合和相互促进,耦合而成的同步、协作与和谐发展的良性循环过程<sup>[2]</sup>。

尽管有学者认为协同论存在诸多不足,在用来说明社会现象时更是有一定的局限性。但笔者认为,在说明浙江海洋旅游协同发展问题时,存在十分合理的机理内核。海洋地域系统是一种特定的系统,它的构成不仅包括客观物质世界的“自然”成分,也包括人类、经济与政治等人文和社会组分,其中还包括有空间概念的组分或子系统,这些组分之间有着必然的联系,它们的相互作用和协同运动推动着海洋旅游地域系统的一体化进程。

由于地理区域、人文历史、经济发展、行政隶属等原因形成的“浙东沿海海洋旅游经济带”正是协同论所说的在一定条件下可以进行自组织的一个较大的系统。通过协同发展,浙江海洋旅游区内各地域单元(子区域)和要素之间才能



协同、共生,自成一体,形成高效的、高度有序化的旅游产业要素整合,加快子系统之间的相互作用和有机整合的进程,从而实现区域内各地域单元和产业要素“一体化”运作的海洋旅游发展模式。

## (二)“点—轴系统”理论

“点—轴系统”理论是我国著名经济地理学家陆大道先生根据克里斯泰勒(W. Christaller)的中心地理论、赫格尔斯德兰(T. Hagerstrand)的空间扩散理论和佩鲁克斯(F. Perroux)的增长极理论为理论基础,通过对宏观区域发展战略的深入研究,于1984年首次提出的。“点—轴系统”中的“点”是指各级居民点和中心城市(镇)。“轴”指由交通、通信干线和能源通道连接起来的基础设施束,而轴线上集中的社会经济设施通过物质流和信息流对附近区域有扩散作用<sup>[3]</sup>。扩散的各种要素作用于附近区域,与区域生产力要素相结合,形成新的生产力,推动社会经济的发展,最终使区域空间结构均衡化,实现区域的整体发展。这一反映社会经济空间组织客观规律的区域开发的基础性理论,已在国土开发和区域发展中广泛应用,同样也适用于区域旅游规划,可成为旅游点和旅游交通廊道空间布局的理论依据。

## 二、合理布局浙江海洋旅游地系统,实现空间协同

根据“点—轴系统”理论,结合浙江海洋旅游资源的空间分布特点和旅游地系统空间布局现状,构建点、轴、面相结合的旅游空间模式是优化浙江海洋旅游空间布局,促进区域旅游系统的完善和旅游市场的扩张,实现海洋旅游空间协同和可持续发展的必然选择。

### (一)浙江海洋旅游资源的空间分布和旅游地系统布局现状

依据地理位置、资源分布和区域经济联系等,进行区块整合,将“浙东沿海洋旅游经济带”划分为甬舟、温台、杭州湾三大海洋旅游发展区。甬舟海洋旅游发展区包括宁波、舟山两市的陆域和海域,其中宁波是全省旅游副中心城市,舟山拥有中国最大的群岛,是全国唯一的海上地级城市,另有嵊泗、岱山、石浦等重要海岛城镇作为依托。随着舟山大陆连岛工程的建成和“宁舟港口一体化”进程的推进,舟山与宁波之间的交通联系更加紧密,海洋特色更加鲜明、海洋经济实力更加强大;温台海洋旅游发展区包括温州、台州两市的沿海陆域和临近海域。其中温州是全省旅游副中心城市,温台两市均是浙江改革开放的先发地区,经济体制和机制充满活力,在国内外知名度高。随着甬台温沿海大通道和温州洞头半岛工程的加快建设,将形成北连浙北滨海地区、上海、南通与国家级沿海大通道贯通,南与浙南、福建沟通,形成海陆空一体的立体交通网络;杭州湾海洋旅游发展区包括杭州湾以北的嘉兴滨海地区和杭州湾以南的绍兴滨海地区以及杭州的临杭州湾地区。该旅游区经济发达,紧紧依托全省旅游中



心城市杭州。随着杭州湾大桥和杭州湾绍嘉通道(合称“杭州湾大通道”)的加快建设,对区内外旅游开发的协调和整合具有更大的促进作用(参见图3-4)。

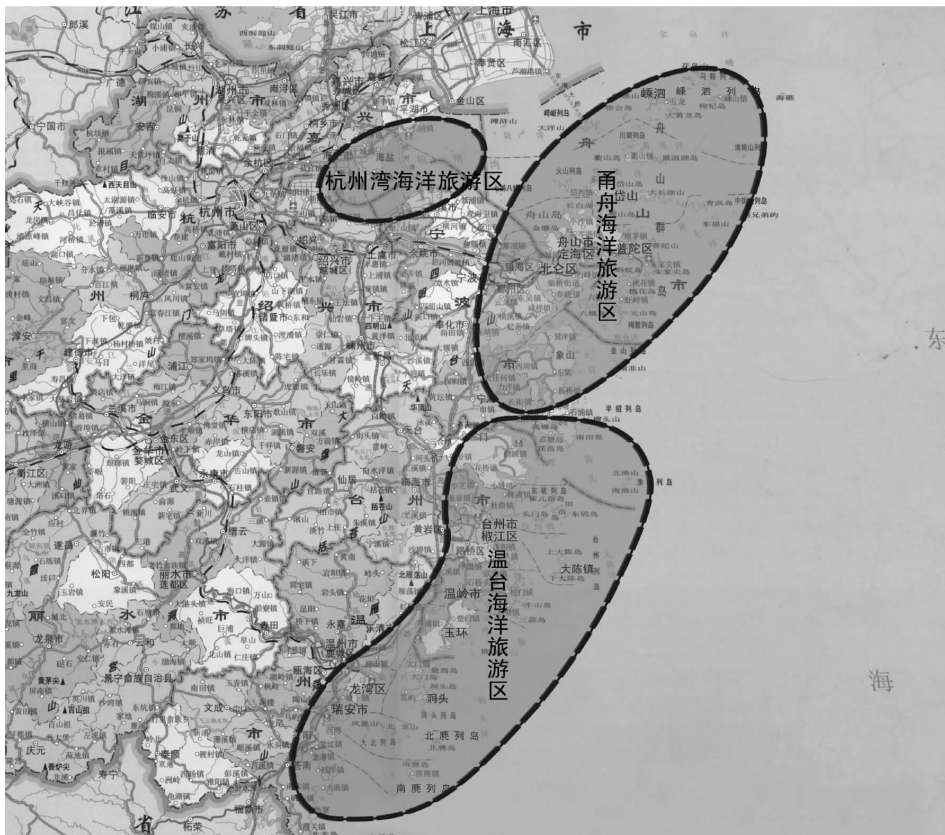


图3-4 浙江海洋旅游区

从旅游资源空间分布看,根据浙江省旅游资源普查成果,浙江沿海地区旅游资源单体总数、优良级(三、四级)旅游资源单体数、特品级(五级)旅游资源单体数占全省的比重接近五分之二。当然,不同区域的资源丰度和品质都存在一定的差异。甬舟海洋旅游发展区拥有旅游资源单体总数2 925个,其中优良级资源单体609个,特品级资源单体44个。普陀山国家级风景名胜区、嵊泗国家级风景名胜区、桃花岛省级风景名胜区等资源集合区是该海洋旅游区发展的重要资源依托;温台海洋旅游发展区旅游资源单体总数为3 390个,其中优良级资源单体631个,特品级资源单体27个。南麂列岛、洞头列岛、一江山岛、大陈岛、大鹿岛等资源集合区是该海洋旅游区发展的重要资源依托;杭州湾海洋旅游发展区旅游资源单体总数为1 509个,其中优良级资源单体295个,特品级资源单体21个。杭州湾的钱江观潮、嘉兴平湖九龙山海滨、海宁盐官镇、杭州湾



大桥滨海区等资源集合区是该海洋旅游区发展的重要资源依托(表 3-5)。

表 3-5 浙江海洋旅游资源空间分布及旅游地系统布局

	海洋旅游发展区名称	主要依托城镇	内外主要连接路径和通道	旅游资源单体总数	优良级/特品级资源单体数	重要旅游资源集合区
浙江蓝色海洋旅游圈	甬舟海洋旅游发展区	宁波、舟山、嵊泗、岱山、石浦、宁海	内:舟山大陆连岛工程、海上航线; 外:东海大桥、甬台温沿海大通道、宁波机场、舟山机场	2 925	609/44	普陀山、嵊泗列岛、桃花岛、岱山岛、朱家尖等
	温台海洋旅游发展区	温州市、洞头、平阳、椒江、温岭石塘、临海、三门、玉环	内:温州洞头半岛工程; 外:甬台温沿海大通道、温州机场、路桥机场	3 390	631/27	洞头列岛、一江山岛、蛇盘岛、大陈岛、大鹿岛、南麂列岛等
	杭州湾海洋旅游发展区	杭州市、嘉兴市、绍兴市、海宁、海盐、平湖	内:杭州湾大桥、杭州湾大通道; 外:沪杭甬高速—甬台温沿海大通道、杭州萧山国际机场	1 509	295/21	钱江观潮城、平湖九龙山海滨、海宁盐官镇、杭州湾大桥等

## (二) 构建浙江海洋旅游“点—轴—面”空间发展格局

浙江海洋旅游开发布局应把突出重点和加强空间协同有机结合,把点—轴开发与旅游地建设有机统一起来,构建点、轴、面相结合的海洋旅游发展空间模式。根据浙江海洋旅游资源的空间结构特征和发展要素特征,其空间发展结构模式为 2 个中心、2 个增长极、15 个发展节点、2 条一级发展轴(重点发展轴)、1 条二级发展轴(发展拓展轴)、5 个海洋旅游板块(表 3-6)。

表 3-6 浙江海洋旅游发展空间结构模式

发展模式	项目层次	主要内容
点	2 个中心 2 个增长极 15 个发展节点	宁波、温州 舟山、台州 嵊泗、岱山、石浦、宁海、洞头、平阳、椒江、温岭石塘、临海、三门、玉环、慈溪杭州湾镇、海宁、海盐、平湖
轴	2 条一级发展轴 1 条二级发展轴	甬台温沿海大通道、杭州湾大通道 舟山大陆连岛工程
面	5 个海洋旅游板块	浙东北海上旅游板块、浙北海岸旅游板块、浙东海洋旅游板块、浙中海上旅游板块、浙南海上旅游板块



城镇是旅游开发的据点,它们综合实力的差异及由此形成的等级层次为区域旅游开发的组织提供了一个基本轮廓。交通干线以及相应的综合运输通道是城市、发展中心、增长极的主要连接线路,对于促进区域发展具有重要意义<sup>[4]</sup>。宁波、温州以其特殊的城市自然区位、行政区位、交通区位、旅游区位优势,成为浙江海洋旅游的一级发展点(发展中心)。通过加强两市旅游功能的协调和整合,使之成为浙江海洋旅游发展的龙头,辐射并带动浙江海洋旅游的整体开发;舟山海洋旅游资源丰富独特、台州地理位置优越,两地服务设施和服务功能较齐全,为浙江海洋旅游的二级发展点(增长极);嵊泗、岱山、石浦、宁海、洞头、平阳、椒江、温岭石塘、临海、三门、玉环、慈溪杭州湾镇、海宁、海盐、平湖为浙江海洋旅游的三级发展点(节点)。

以沿海交通干线和海上通道为发展轴线是浙江海洋旅游发展的唯一选择。根据浙江沿海和海上交通的现状和规划布局,将甬台温沿海大通道(宁波—宁海—三门—黄岩—乐清—瑞安—平阳)和杭州湾大通道(杭州湾大桥—杭州湾绍嘉通道)定为浙江海洋旅游发展的两条发展主轴,即一级发展轴。甬台温沿海高速公路与即将兴建的甬台温铁路基本重合,南面连接福建,北面与沪杭甬高速、杭宁高速衔接,可延伸到整个“长三角”腹地。随着甬台温快速通道主要功能的实现,以宁波为起点,以宁波“东方大港”为依托,强调海上丝绸之路与现代化港口城市文化的传承关系,组织串联、优化整合北仑港、镇海港、甬江口、象山港、三门湾、台州湾、温州湾等东部海岸海洋景观和陆域景观,打造展示浙江滨海特色风貌的中国东海著名的海滨休闲度假旅游带。随着杭州湾大桥和杭州湾绍嘉通道组成的杭州湾大通道的建成,杭州湾南北联系更加紧密,以世界第一跨海大桥和钱江涌潮为主要吸引物,串联整合杭州湾以北的平湖、海盐、海宁盐官镇和杭州湾以南的绍兴滨海地区和慈溪杭州湾镇,形成杭州湾环线休闲度假和会议商务为主要功能的旅游带。通过两条发展主轴的联结,有利于宁波、温州一级旅游地系统辐射并影响舟山、台州二级旅游地系统,使舟山、台州二级旅游地系统最终向一级旅游地系统演化;将舟山大陆连岛工程(岑港大桥—响礁大桥—桃夭门大桥—西堠门大桥—金塘大桥)定为浙江海洋旅游发展拓展轴,即二级发展轴。这条轴线连接了舟山本岛、册子岛、外钓门岛、金塘岛和宁波市,既是一条独特的海上景观轴,又是陆上客源进出海岛旅游的最为捷径的海上通道。

根据浙江丰富多彩的海洋旅游资源和多样化的旅游需求,为丰富旅游途中的内容和延长游客逗留时间,依托沿海中心城市或主要岛屿,开发形成各具特色的五大海洋旅游板块:以嵊泗列岛为主体浙东北海上旅游板块;以嘉兴九龙山海滨为主体浙北海岸旅游板块;以宁波松兰山和韭山列岛自然保护区为主体浙东海洋旅游板块;以台州大陈岛、一江山岛为核心浙中海上旅游板块;以温州



南麂列岛国家级海洋自然保护区和洞头列岛为主体浙南海上旅游板块。

最终,通过“点—轴”渐进式扩散,使高一旅游地系统的辐射力和影响力更强,使低一级旅游地系统向高一发展,带动浙江海洋旅游“面”的发展。形成“点”、“轴”、“面”相结合的浙江海洋发展空间结构网络系统。

### 三、整合资源,实现浙江海洋旅游形象协同和旅游产品开发协同

从整合思路出发,着重讨论市场形象、产品开发协同,实现浙江海洋旅游持续发展的命题。

#### (一) 整合资源,实现浙江海洋旅游形象协同

旅游产品的不可移动性决定了旅游产品必定要依赖形象的传播,才能诱发旅游动机。区域旅游合作要求塑造整体旅游形象,树立品牌营销、市场协同的观念,将区域整体形象作为旅游吸引因素来推动市场。因为丰满的旅游形象可以增加目标市场的过滤内容<sup>[5]</sup>,提高对浙江整体海洋旅游的认知概率。

通过对浙江海洋旅游的地理文脉(或称“地格”)的梳理和分析,主要体现在“海、岛、佛、港、商、渔”等方面的特色。进而对浙江海洋的自然条件、历史文化、资源优势进行整合,结合海内外客源市场对浙江海洋旅游已有的感知形象:观音道场——普陀山、东方大港——北仑港、千岛之城——舟山、温岭石塘——迎来新千年第一道曙光、浙江拥有中国最长海岸线等,作者认为,浙江海洋旅游的整体形象应为:“中国海洋休闲旅游黄金海岸带”。核心理念的一级理念为:“中国渔都,海天佛国”;二级理念为:“中国区位最佳的滨海旅游休闲带”、“长三角品位最高的滨海旅游休闲带”、“浙江东海——中国地中海”;三级理念为:“安宁之海,柔情之湾,生命(或仙境)之岛”。

浙江海洋旅游在对外宣传促销时,各地要围绕整体形象做文章,在不同层级理念的支持下设计不同的宣传口号,最终实现浙江海洋旅游目的地形象认知度、美誉度的整体提升。

#### (二) 整合旅游资源,实现旅游产品协同开发

一是加强区域内外资源整合,实现浙江海洋旅游产品协同开发,打造海洋旅游精品。浙江海洋旅游业,就区域内而言,是沿海各县、市、区之间的合作,以“协同论”为指导,对一些跨区域的旅游景区、景点统一规划设计,合作开发旅游线路,优势互补,形成产品集群优势;就区域外而言,是与南海形成互补。浙江的人文渊源与港澳旅游区有着合作的潜力,厦门的闽台通道和宁波、舟山都与台湾旅游市场有着联动的优势,浙江与其他滨海旅游城市均可建立合作关系。通过内外合作,浙江可重点开辟和包装以下海洋旅游线路(产品):(1)观音文化观光环线:沈家门—普陀山—桃花岛—沈家门;(2)岛际环线:普陀山—嵛山列岛—岱山岛—定海—桃花岛—普陀山、南麂岛—洞头岛——江山岛—南麂岛;



(3)陆岛环线:普陀山—上海—杭州—宁波—普陀山、温州—南麂岛—台州—宁波—舟山—温州;(4)东海、南海魅力游、滨海名城游,等等。

二是多元化与精品化开发相结合,优化海洋旅游产品结构,打造海洋旅游精品。多元化是基础,精品化是品牌。浙江海洋旅游产品多元化与精品化相结合就是大力发展多层次、多种类的海洋旅游活动,推出拳头产品、特色产品。应以市场为导向,围绕“海、岛、佛、港、商、渔”等特色,延续历史文脉,体现自然、人文景观和城市特色,打造休闲度假目的地,提升海洋旅游品质。从产品结构上,要充分考虑“长三角”因素,着力开发休闲和度假方式为主的集观光旅游、休闲旅游及商务会议、节事旅游、海洋文化旅游、佛教文化旅游等专项旅游为一体的系列旅游产品,凭借“长三角”市场,打开国际旅游市场;通过合理安排、精心设计,形成一批不可替代的拳头旅游产品,如,观潮探密游、海天佛国游、海岛度假游、阳光海岸游、海洋渔业游、海洋观光农业游、海上丝路游、红色海洋游等。

三是实行海陆联动、立体开发,延伸浙江海洋旅游产品内涵,建立海陆联动的旅游供给体系。1996年我国颁布的《中国海洋21世纪议程》提出了我国海洋可持续发展战略。战略的原则之一就是海陆一体化开发。从长远看,海陆一体化是沿海地区海洋与陆地两种生态经济系统相互作用下的必然趋势,是由海洋和陆地两个系统在资源、环境和社会经济发展等方面的必然联系所决定的<sup>[6]</sup>。鉴于浙江情况,应以陆域开发程度高的甬、台、温沿海中心旅游城镇为依托,以优势产品为龙头,实现海上旅游和沿海陆域旅游的整合,完善海洋旅游产业结构。

#### 四、整合多种因素,促进浙江海洋旅游整体发展

浙江海洋旅游产业的发展动力,除了前文所述及的海洋旅游形象、海洋旅游产品外,还受其他多方面因素影响。主要包括政府管理、旅行社业、旅游交通业、旅游饭店业、旅游商品业,以及相关旅游服务体系。

旅游合作的目的并非简单的旅游线路的链接,应该是区域间旅游产业链的整合,打造合作区域内旅游交通一体化、旅游服务一体化、旅游信息联动化,建立高效的产业协同发展机制。浙江海洋旅游发展,从政府层面讲,要切实树立“大旅游”、“大发展”观念,创新管理体制,促进海洋旅游的条块整合,整合人、财、物资源,发挥资源的整体效应;要加快制定合理、有效的海岛(特别是无人岛)开发的具体办法和政策措施,充分发挥浙江丰富的民营资本在海洋旅游开发中的作用;要协调各区域所属地方政府利益,协调区际海洋旅游经济关系;要加快编制《浙江海洋旅游发展规划》,保证浙江海洋旅游的有序开发、整体开发;要尽快制订区域生态保护补偿机制管理条例,以保证在海洋旅游开发的同时海洋环境不受破坏,实现自然景观和人文景观的整合、旅游功能和环境建设的整合;要注重产业间的整合,通过地方海洋旅游业的互动、发展,带动地方传统产





业的升级,形成“大产业链”,促进地方经济发展,提高当地居民的福利水平。从企业层面,旅游产业链有“一损俱损、一荣俱荣”的特点,因此,旅游企业的参与、协同、整合是关键。浙江海洋旅游业的协同发展,从根本上讲要落实到旅游企业这个实体上,而旅游景区(点)、旅行社、旅游饭店、旅游交通、旅游商店等旅游企业可以在政府支持和协调下,以自愿、平等、互利为前提,通过契约或资产重组等方式共同建立跨区域的旅游企业战略联盟,真正发挥协同效应,实现共赢。

#### 参考文献:

- [1] 郎宇,黎鹏.论港口与腹地经济一体化的几个理论问题.经济地理,2005,25(6):767~770
- [2] 穆东,杜志平.资源型区域协同发展评价研究.中国软科学,2005,(5):106~113
- [3] 陆大道.关于“点—轴”空间结构系统的形成机理分析.地理科学,2002,22(1):1~5
- [4] 汪德根,陆林,陈田等.基于点—轴理论的旅游地系统空间结构演变研究——以呼伦贝尔—阿尔山旅游区为例.经济地理,2005,25(6):904~909
- [5] 陶卓民,卢亮.长江三角洲区域旅游形象设计和开拓研究.经济地理,2005,25(5):728~731
- [6] 曹忠祥,任东明,王文瑞等.区域海洋经济发展的结构性演进特征分析.人文地理,2005,20(6):29~33

## Study on Incorporation Development of Zhejiang Oceanic Tourism According to the Cooperation Theory and the Pole-axis Theory

ZHOU Guo-zhong

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou, 311231, China)

**Abstract:** In this article, the up-to-date situation of space distribution of Zhejiang oceanic tourism resources and resort system are analyzed. Then with the background of regional development, the author discussed the developmental mode of Zhejiang oceanic tourism. The constructive mode of the space development of Zhejiang oceanic tourism is considered to be two centers, two increasing poles, fourteen development points, two major key developments axes, one expansion axis and five marine tourism plates based on the cooperation theory and the pole-axis theory. Setting out from the incorporation thought, the topic on the realization of the image cooperation, the product development cooperation of Zhejiang oceanic tourism through resources incorporation is



emphasized. So the reference and countermeasure on the sequent development of the oceanic tourism industry could be orderly explored both theoretically and practically.

**Key words:** the cooperation theory; the pole-axis theory; oceanic tourism; developmental mode; Zhejiang

原载《生态经济》2006年第7期



### 简评

该文立足“统筹区域发展”的背景下浙江海洋旅游的发展研究,具有重要的现实意义。文章首先深刻地阐述了浙江海洋旅游发展模式研究的理论依据,认为协同理论和“点—轴系统”理论是研究海洋旅游空间结构模式和海洋旅游产业整合思路的科学理论工具。其次,文章在深入分析了浙江海洋旅游资源的空间布局和海洋旅游地系统布局现状的基础上,创造性地提出了浙江海洋旅游的空间发展结构模式应该是:2个中心、2个增长极、14个发展点、2条重点发展轴、1条发展拓展轴、5个海洋旅游板块。这一结构性研究指出,浙江海洋旅游发展过程中可以通过“点—轴”渐进式扩散,使高一级旅游地系统的辐射力和影响力更强,使低一级旅游地系统向高一级发展,带动浙江海洋旅游“面”的发展,形成“点”、“轴”、“面”相结合的浙江海洋发展空间结构网络系统。再次,文章初步探讨了从整合资源出发实现浙江海洋旅游形象协同和旅游产品开发协同开发的思路。最后,从旅游协同发展动力因素的角度,探讨了政府管理、旅行社业、旅游交通业、旅游饭店业、旅游商品业以及相关旅游服务体系整合对浙江海洋旅游整体发展的促进作用。

该文论点正确,论据充分,理论运用合理,分析透彻,结论科学,对浙江海洋旅游发展乃至区域旅游发展均具有较强的理论和实践指导意义。



## 3.7 杭州休闲旅游产品的深度开发研究

康保苓

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 杭州休闲旅游的发展已经具备了良好基础,但仍存在深入挖掘的潜力和需要进一步改进的地方。杭州休闲旅游产品的深度开发,应着重从挖掘



文化内涵、尊重生态、强化精致性、建立休闲旅游的安全预警系统等方面入手,加大对休闲资源的开发力度,进一步提升产品的档次和品位。

关键词:杭州;休闲旅游产品;开发

2005年3月,杭州市召开了大旅游产业发展会议,明确观光游览业、会展商务业、休闲度假业“三位一体”,将构成杭州大旅游产业的主体。从杭州休闲旅游的发展看,已经具备了良好的基础,本文试从休闲旅游的概念、杭州休闲旅游的现状分析入手,对杭州休闲旅游产品进一步开发进行探讨。

## 一、休闲旅游的概念

随着经济的增长,人们收入的提高及带薪假日的延长,越来越多的游客已不满足于在各个旅游点之间疲于奔命的旅游方式,休闲出游的观念已经逐步代替观光旅游。那么,何谓休闲旅游?它是指旅游者占据了较多的闲暇时间和可自由支配的经济收入的前提下,以旅游资源为依托,以休闲为主要目的,以特定的文化景观和服务项目为内容,离开定居地而到异地逗留一定时期的游览、娱乐、观光、休息。从休闲旅游者的旅游动机看,是以开阔视野,增长知识,恢复身心,发展自我为主要目的,是追求美感、愉悦感的精神文化活动。

强调休闲、注重文化体验是休闲旅游的重要特征之一。著名休闲学研究专家马惠娣老师曾指出:休闲旅游“是以休闲为目的的旅游。它更注重旅游者的精神享受,更强调人在某一个时段内而处于的文化创造、文化欣赏、文化建构的存在状态;它通过人的共有的行为、思想、感情,创造文化氛围、传递文化信息、构筑文化意境,从而达到个体身心和意志的全面而完整地发展;它为激励人在当代生活中的许多要求创造了条件。”<sup>[1]</sup>

## 二、杭州休闲旅游的现状分析

杭州休闲旅游在景区建设、配套设施等方面已经具备良好的基础,但仍存在深入挖掘的潜力和需要进一步改进的地方。具体来看:

### (一) 成就

#### 1. 休闲旅游景区建设取得重大成效

西湖综合保护工程和西溪湿地保护工程的顺利进展。通过实施西湖综合保护工程,西湖实现了历史性的面积扩容和品位提升,圆了“一湖两塔三岛三堤”西湖全景世纪梦,“东热南旺西幽北雅中靓”西湖新格局基本形成,提高了杭州的知名度、美誉度和竞争力。国家首个湿地公园——西溪湿地综合保护工程一期已经完成,使杭州迎来“双西”共赢新时代。

区、县(市)旅游重大项目建设高潮迭起。如萧山市作为2006年世界休闲



博览会的主场地,杭州世界休闲博览园、杭州世界风情园和湘湖启动区等“两园一湖”相继启动。淳安千岛湖风景区项目建设成效凸显,国内内陆湖泊最大的豪华游轮“伯爵号”正式下水,内陆湖泊第一艘全潜式水下观光潜艇已组装完毕,备受关注的阿基米德浮桥项目正在中科院进行试验。桐庐县加快老景区升级改造。富阳市加快推进中国古代造纸文化村二期工程建设,着力打造新三国旅游线。建德市加大富春江七里泷景区建设,深度开发民俗风情旅游文化项目。临安加快景区资产重组,合力打造“五大生态旅游区”。

## 2. 休闲旅游的配套设施进一步完善

### (1) 交通领域

铁路方面,沪杭线、浙赣线、宣杭线、萧甬线是杭州联结国内的铁路主干线。

公路:形成杭沪、杭甬、杭宁、杭金衢高速公路和 104、320 国道,以及省道和绕城公路“七环一射”高等级公路网架路。2003 年 12 月,全长 123 公里的杭州绕城高速公路实现了全线贯通。2005 年 6 月,杭州市城市快速轨道交通建设规划通过国务院审批并立项,随着地铁的建设,将有效缓解地面交通的压力。杭千(杭州—千岛湖)高速公路建设全面铺开,将于 2006 年贯通;杭徽(杭州—安徽)高速公路和 05 省道正在加紧建设。

航空:2000 年底杭州萧山机场正式投入运营,2004 年 3 月,杭州空港正式对外国籍飞机开放,使浙江省的对外开放程度进一步提高,经贸、旅游事业融入世界经济一体的步伐进一步加快。随着杭州航空口岸扩大对外籍开放,越来越多的国内外航空公司开辟更多的杭州通往世界各地的直达航线,杭州航空口岸成为名副其实的国际航空港。

从交通前景看,未来 15 年内,长三角地区将建 5 条城际轨道,建设以上海为中心,沪宁、沪杭(甬)为两翼的城际轨道交通主构架,覆盖区域内主要城市,基本形成以上海、南京、杭州为中心的 1~2 小时都市圈。

### (2) 旅游产业规模不断扩大

截至 2004 年,全市 4A 景区已达 19 个。有星级宾馆 203 家,在全国位列三甲,高星级宾馆 29 家,其中五星级宾馆 4 家,四星级宾馆 25 家。预计到 2010 年,四星、五星级宾馆将至少增加 50 家。不仅宾馆的档次越来越高,在细节上也更加人性化。比如,目前全市已有 10 余家宾馆实现有线电视的数字化,有数十家饭店完成了签约,杭州的目标是三星级以上饭店都要有数字电视。国家旅游局发布的 2004 年度全国双百强旅行社排序,杭州市有浙江省中国旅行社等 8 家国际旅行社进入全国国际旅行社 100 强,杭州园林旅游贸易有限公司等 10 家国内旅行社进入全国国内旅行社 100 强,总数居全国第三。

## 3. 长三角的旅游合作有了一定基础

在经济全球化和我国加入 WTO 后市场机制进一步完善的背景下,技术、



人才、资本、信息等资源不断进行着跨地区甚至跨国界的自由流动。长三角区域合作的联系进一步加强,在2004年4月举办的“长三角公共管理论坛”上,苏、浙、沪三地的学者提出增强政府间竞争与合作,注重“城市群”发展的观点,成为当前加快和持续形成长三角区域经济一体化进程的基石。在旅游领域,江浙沪将联手开发海外旅游市场,联合参加国际旅游博览会,同设“江浙沪区域展台”,共同组团到三地的主要海外市场开展促销活动,共同制作区域旅游宣传资料,编制区域旅游手册,对游客将提供统一的旅游咨询服务,建立统一的信息咨询平台,营造统一的电子商务平台。长三角旅游景点2005年底统一路标,长三角旅游景点标识的设置标准也将统一规范。

杭州市树立跨行政区划发展理念、长三角整体发展理念,主动接轨长三角。杭州市旅游主管部门联合周边地区优势资源,与兄弟城市一起,有效整合旅游资源,积极推动区域旅游合作和区域旅游形象建设。2004年长江三角洲旅游城市15+1高峰论坛黄山峰会成功举办。在黄山峰会上,杭州市与上海、黄山市签署了三地旅游合作协议,共同打造“上海—杭州—黄山”名城、名湖、名山世界级黄金旅游线,共建长三角无障碍旅游区,形成一条与北京、西安、桂林相抗衡的世界级旅游热线,树立长江三角洲旅游区域的国际精品合作典范。杭州旅游集散中心现已与上海、南京旅游集散中心的联网运行网络已通,目前正在落实旅游车的相互通达,中心与临安、富阳旅游集散中心的联网也已经启动,其他县(市)的旅游集散中心也正在筹建中。

## (二) 不足

杭州市休闲旅游的发展具备了较好的基础,但是在发展过程中,还存在一些不完善的地方,主要表现在:

### 1. 历史文化名城的色彩偏淡

杭州是国务院确定的第一批全国历史文化名城,但是从20世纪初杭州十古城门被拆至20世纪末河坊街旧城改造工程的终止,在近一个世纪里,杭州已有70%的古城建筑格局和历史街区被拆毁,能展示“历史文化名城”和古都风貌的历史遗存已残留不多,一大批体现城市整体历史风貌的近代建筑没有得到有效保护,部分文物古迹因长期不合理使用或缺乏保养而衰变为濒危建筑。盲目追求现代化,使得城区内的建筑与其他城市并无区别,陷入了千城一面的困境之中。

### 2. 景区精致性有待进一步加强

近年来,杭州休闲旅游景区开发进一步增多,设施不断完善,但在精致性方面还有很多可挖掘的地方,如博物馆改造、景区解说系统等。

### 3. 国际化程度需提升

在中国,“上有天堂,下有苏杭”是家喻户晓的,但在国际上,特别是欧美一



些国民中,杭州的知名度并不高,问他们所了解的中国城市,常常是北京、上海,杭州的知名度和国际化程度有待于提高。

#### 4. 逗留时间不长

从杭州现有旅游产品看,观光旅游产品居多,这样的产品对短期游的旅游者来说非常必要,但要满足长假期的旅游需求,就应当重视开发适合不同消费层次的度假产品。如何让外地游客留下来,进行进一步的“休闲”消费,拓展的市场空间,是杭州休闲旅游产品必须解决的一个问题。

### 三、杭州市休闲旅游产品的开发策略

笔者认为,杭州休闲旅游产品的进一步开发,应着重从挖掘文化内涵,尊重生态、强化精致性、建立休闲旅游的安全预警系统等方面入手,加大对休闲资源的开发力度,进一步提升产品的档次和品位。

#### (一) 挖掘产品的文化内涵

文化性是休闲旅游产品的内容和高层次表达,是休闲旅游产品的灵魂,“提出休闲旅游,更多的是强调一种个体与群体间的文化氛围、文化经历、文化体验、文化传播、文化欣赏,不仅能满足人的感官需要,更能满足人的心理需求和精神需求。”<sup>[2]</sup>从现代人的休闲需求分析,人们在满足物质享受的同时,也在追求高尚的精神享受,需要了解各种文化历史知识,享受各种文化与艺术的生活。休闲旅游产品要创新,文化内涵是重要的特色。无论是以自然为主体的休闲旅游景区还是以人文主体的休闲旅游景区,其本质都是生产文化、经营文化、销售文化。要使休闲旅游产品具有生命力,就必须以合适的文化形式展现其丰富的文化内涵。

杭州是国务院确定的第一批全国历史文化名城,历史文化资源极为丰富。从文物遗存看,目前杭州市的全国重点文物保护单位 14 处,省级文保单位 82 处,市、县级文保单位 234 处,已建立起时代序列和类型较完整的文物史迹网,构筑起高、中、低结合的历史文化遗产保护体系。但由于历史沧桑,杭州保存得比较完整的历史文化载体已经不多,部分保护区及历史建筑内人口居住密度过高,乱搭乱建现象较多,安全隐患严重,如不抢救,势将湮没。

历史文化资源是一定地区在一定时间内的文化的积淀,是人类创造的物质文化和精神文化的直接体现,它呈现给人们的是历史的时间纬度。杭州历史文化资源不仅具有起源的古老性,遗存的多元性,而且具有很强的观赏性,可谓自然与人文、历史与现代、有形与无形兼而有之。杭州在进行休闲旅游产品的开发时,一定要高度重视历史文化名城这张极具文化性的名片,充分挖掘历史文化资源,增加休闲旅游产品文化内涵,并与自然资源紧密结合,使杭州的历史文化优势转化为发展休闲旅游产业的核心竞争力,是杭州休闲业保持旺盛生命力



的关键所在。基于此,笔者建议:

1. 建立良渚文化景观区、吴越皇城风貌景观区、南宋文化景观区等几大历史景观区,展现杭州历史上具有代表性的文化风貌

以南宋文化景观区为例,南宋时期,临安府(杭州)为都城,是南宋时期的政治、经济、文化中心,是杭州历史上最浓墨重彩的时期。挖掘历史文化内涵,恢复部分南宋历史景观群,可打造一张休闲旅游产品的王牌。从1995年至今,有关南宋古迹的惊人发现不断:南宋太庙——三省六部遗址、南宋修内司窑凤凰山老虎洞官窑遗址、南宋临安府治遗址、吴山广场附近南宋恭圣任烈皇后宅园、南宋德寿宫遗址、严官巷南宋御街遗址等,以南宋皇城为根基的太庙、吴山、凤凰山这一集中体现南宋历史特色的区域已渐渐显露出来。目前展现南宋文化特征的古迹所具有的典型性与力度都还很不够,可以把一系列的考古遗址组合起来,结合周围的文化生态,将遗址连成片,在此基础上,尝试复建一些南宋人文景观,构成南宋历史景观群,聚焦南宋的历史文化,推出历史文化名城的休闲品牌。以“宋文化的缩影”、“南宋时期的民俗风情”等为主题,将抽象人文吸引物附着于具体的历史遗产景观或现代人文景观之上,使之成为纵览古都历史文化走廊的文化走廊。

2. 打造文化西湖

西湖的形成不仅构成“三面云山一面城”的城市格局,也为西湖文化的产生提供了物质前提。建德人、良渚文化、吴越文化为西湖文化奠定了良好的基础,吴越国、南宋建都于此,留下丰富的文化遗存,明清市井文化繁荣,可以说,西湖文化有清晰的历史文脉相连。泰戈尔、爱迪生、马可·波罗等以及许多国家元首到过杭州,国际上不少学者在研究西湖文化,研究杭州的文物古迹、金石书画。西湖与深厚的文化以及特定的历史背景联结起来,更能彰显她的内涵和魅力。可建立西湖变迁史、西湖名人、西湖文物、西湖文学、西湖艺术等西湖文化专题博物馆,充分展示西湖文化的内涵。

3. 推出运河文化

隋炀帝凿通京杭大运河后,杭州的城市地位迅速提高。到了唐朝中期,杭州已是“东南名郡”。“十里银湖墅”,大运河为杭州带来繁华,繁华的杭州又使运河更繁忙。沧桑历史,孕育着深厚的文化积淀。杭州作为运河的起讫点,千百年来,与杭州城市的发展唇齿相依,血脉与共。运河文化是杭州城市具有全国乃至世界意义,且最具有文化积淀的符号之一,是集杭州城市历史、文化、地理、经济等资源于一体的城市综合品牌,是一张含金量极高的名片。大运河至今仍具有沟通南北的运输功能,但其蕴含的历史文化却远远还没有被充分挖掘。设立运河文化古迹展、开展运河文化节、运河风情游等活动。在运河的历史文化建设中,要加强对文化遗存的保护。除了重视固定的建筑,还要注意保



护移动的文化遗存,如古运河上的码头、古船,古船上人们生活用的物品、器皿等,以“商业文化”、“市井文化”为特色,展现杭州的“文脉”。

#### 4. 保护、恢复历史街区

传统历史街区是经久远的历史积淀而自然造就的,是古城风貌的体现,它在历史文化上的独特价值是任何人造景观难以企及的,对于提升历史文化环境的品位具有重要作用。在恢复历史街区的过程中,要突出景观文化,充分挖掘各景点的人文价值,提高文化内涵。

从杭州的现状看,随着城市的发展,很多老房子、老建筑、老街巷已从人们的视野中消失,积淀了几千年的文化底蕴慢慢淡去,我们只能从古色古香的地名中体味久远的文化气息。除河坊街、北山街外,其他街区的历史文化特色非常淡化,体现不出历史街区应有的风貌。有关部门要积极探寻保护与利用良性循环的新路,加大对历史街区开发和保护的力度,建立各类博物馆、专业陈列馆,保护传统风物特产,对街区内的名人故居、“老字号”进行依法保护,明确“老字号”认定标准,完善相关扶持政策,挖掘历史街区的文化价值。要结合具体建筑特点和围绕这一建筑的历史事件或历史传说,根据“保存”、“保护”、“整饬”、“暂留”、“更新”的要求实行分级保护,实施使用功能合理转换,使新与旧、传统与现代完美结合;对部分建筑质量不好或历史环境已基本丧失的零散分布的老房子,可通过修缮整治、绿化或迁移保护等外部技术手段来改善,部分房子还可用作社区活动中心或“传统住宅博物馆”,重新发挥使用功能,使其成为传承城市历史和文脉的重要载体。

#### (二) 推出生态休闲旅游产品

休闲旅游产品的开发要遵循生态原则、可持续发展的原则。据世界旅游组织统计,目前生态旅游收入占世界旅游业总收入的比例为15%~20%。国内外各类回归自然旅游人数占50%以上。而生态休闲旅游因其集观赏性、娱乐性、参与性和知识性为一体的独特优势满足了人们这一心理需求。日本的观鸟旅游和观光农园及务农旅游、马来西亚的农林旅游区、澳大利亚的牧场旅游、美国的农场旅游等,都属于典型的生态休闲旅游。杭州休闲旅游产品的开发,也必须围绕“生态”做文章,开发乡村旅游产品。

近几年,杭州农家乐旅游的兴起呈现良好的发展态势,“农家乐”休闲旅游是以田园风光和别有情趣的农家生活为依托,以农民为市场经营主体,以城市居民为目标市场、以满足旅游者娱乐求知和回归自然等目的的一种旅游方式。杭州乡村休闲旅游要做大做强,还有许多问题要解决:

##### 1. 建立、健全相关的标准和法规

“农家乐”旅游对繁荣杭州旅游起到了积极作用,但近年来,由于缺乏具体的标准,导致服务质量下降和对环境造成破坏。政府部门要制定相关的法律法





规,进行有效管理,促使其提高服务质量;通过建立示范区等形式进行有效的引导。

## 2. 挖掘特色

休闲旅游产品开发原则体现为本土性、自然性、体验性、市场性、差异性,“越是民族的,越是世界的”,这就要充分利用当地有特色的旅游资源,强调原汁原味,打造品牌,增强参与性和知识趣味性,增加乡村旅游的吸引力。

目前大多数乡村休闲旅游主要停留在吃、玩、住等较低层次的休闲娱乐阶段,对当地的民风民情挖掘得不够,旅游中的知识性和参与性不足,减少了很多体验农家活的乐趣,也减弱了乡村旅游科普、教育的作用。实际上,农村的一山一水、一花一木、一村一街等都是开展特色乡村旅游的有效资源和载体,比如,发展一些观光农业、生态农业基地让游客亲眼观看现代化农业栽培技术,亲自体验高科技生产手段,亲手收获绿色农产品,亲自喂养活泼可爱的小动物等,在休闲中受教育,也是一种享受。当地的独特的风土人情、民俗文化更是宝贵的旅游资源,深入挖掘,形成具有鲜明特色的乡村旅游文化系列,集观赏性、娱乐性、参与性和知识性为一体的独特的生态旅游,使乡村旅游具有更强生命力。还可以通过出租休闲农庄的形式,形成长期而稳固的休闲客源。

## 3. 加强从业人员的专业培训

目前大多数“农家乐”设施简陋,管理松散,存在较大的卫生和安全隐患。有关旅游主管部门应制定相关管理法规,加强对从业者的安全教育,强化卫生意识,增加必要的消防设施,做好安全检查,保障游客的生命财产安全;引导和教育旅游从业人员自觉养成讲卫生、爱卫生的良好生活习惯,并购置一些必要的卫生消毒设施,为游客创造出一个洁净健康安全舒适的旅游环境。培养从业人员诚实守信经营理念,以优质服务和风格独具的“农”家特色来吸引广大游客,提升乡村旅游的档次。

## 4. 增强环保意识

生态休闲旅游是经济发展、社会进步、环境价值的综合体现,提倡旅游与自然和谐统一,使旅游区所处的自然生态环境免遭破坏,使旅游区内居民的民族文化得以传衍,并保护旅游地区的利益。发展乡村旅游应充分发挥当地生态优势,发展生态经济,走经济生态化,生态经济化可持续发展道路。因此,乡村旅游项目规划时应充分考虑当地旅游环境的承载能力,保护好乡村旅游区内的自然生态环境和人文生态环境,严格控制旅游中产生的废渣、废气、废水的排放,坚决制止浪费土地资源、滥捕滥杀野生动物等破坏环境和生态平衡的行为。

### (三) 与入世接轨

随着中国加入 WTO,将有更多的资金投入休闲旅游领域,更多的休闲服务提供者进入我国,国外休闲服务机构会将更多的休闲理念、休闲服务产品带



到我国,针对此,有关部门需要依照《服务贸易总协定》透明原则的要求,在投资、税收、人力资源、行业立法、外资立法、市场准入情况、外资比例等领域,建立、健全与国际市场接轨的法律、法规。进而对休闲旅游的产业政策进行相应的调整,形成比较规范的休闲旅游经营管理和标准,通过科学规划,形成合理的休闲旅游发展格局。<sup>[3]</sup>

#### (四) 提升产品精致化程度

精致是一个城市的文化科技内涵、生活质量和城市的创新活力的综合表现,精致化是一种精益求精的意识。从杭州目前的休闲旅游产品看,精致化程度需要进一步提升。

##### 1. 景区景致化

杭州目前的休闲旅游景区,有许多景致化的内容可做。如耳熟能详的西湖,可以充分拓展西湖游船的功能,开发歌舞船、宴船、钓鱼船、诗船、画船等,使之成为湖面移动的休闲点,提高西湖游船的使用价值和观赏价值。

再如厕所,从全国范围看,杭州景区的厕所质量是上乘,但生态厕所和生物厕所(“生物厕所”,即利用微生物把污水变成无味的透明水,过滤除去杂质,最后用臭氧杀菌完成污水净化)并没有得到普及,仅个别地方可见到,从环保和节约能源的角度考虑,可进一步增加生态厕所和生物厕所的数量。厕所文化需要进一步丰富,比如在韩国,很多公厕都有一些诗或画,人们在解决燃眉之急的同时,又能得到悠闲的艺术享受,我们不妨借鉴。

很多休闲景观、道路,需要增加外文标识,使外国朋友在享受休闲的同时,有亲切的感觉。休闲旅游区域不协调的广告牌,尽可能拆除。

鼓励建造经济型的旅馆,如青年旅舍等;鼓励开设家庭旅馆;在统一规划的前提下,在景区建设一定数量的既经济又卫生整洁的旅游自助餐厅。既能减轻对环境的压力,又能方便游客。

##### 2. 提高产品的科技含量

高新科技的运用将使景区、景点的面貌焕然一新。通过建立信息咨询网络和科学的解说系统,方便人们的休闲生活。在杭州的主要入口处,如机场、车站、码头,在主要的景区、主要的商场、广场等流动人口密集的休闲场所,建立信息服务中心,为度假者提供方便的信息咨询服务。建立流动性信息服务系统,根据景区的分布状况,度假者的行为规律,在室外配备流动信息咨询服务人员,随时、随地为游客提供咨询,方便游客获取信息。

博物馆类旅游产品品位较高,要借助科技的力量,实现资源的数字化建设,丰富、提升文物的展示、教育和传播功能。可以通过科技手段以游客喜闻乐见的形式进行解说,如环型立体影视厅,通过影视形象生动的向游客介绍文物的历史、考古发现经过、历史价值等,有益于旅游者对专业知识的吸收。或者



是通过“虚拟技术”,游客只需戴耳机和特殊眼镜,自由操纵鼠标即可畅游景点。

### 3. 健全休闲行业服务标准体系

服务质量的提高是休闲旅游产业得以健康发展的社会条件支持系统之一。通过健全休闲行业服务标准体系,加强行业管理和行业自律,规范服务行为,搞好休闲旅游人员培训,提高从业人员素质。在国外人们称从事旅游业、娱乐业、公园管理和休闲服务的人士是天使,赞誉他们以一种特殊的品质服务于人民大众。要给人天使般温馨和美丽的感觉,就要提倡微笑服务、礼节礼貌,提高从业人员的外语水平等。

#### (五) 进一步强化安全预警机制

杭州市休闲旅游安全管理需要政府和企业的共同努力。政府建立和完善法规和管理政策,建立基于安全解决方案的监控手段,将安全解决方案转化为可行的安全作业程序,并付诸实施。企业应根据安全保障体系策划的要求,从微观管理的层面形成自己的安全保障管理机制。要加强旅游从业人员的安全意识和安全管理技能培训。建立旅游安全指标控制系统,实现旅游安全量化管理等。

综上所述,本文从休闲旅游的现状出发,对杭州休闲旅游产品的开发提出了一些思路。杭州要建设“东方休闲之都”,使休闲旅游产品的档次迈上新台阶,需要在坚持“文化”和“生态”两大原则的前提下,充分挖掘产品的内涵,进一步提升产品的精致化程度,增强产品的核心竞争力。

#### 参考文献:

- [1],[2] 马惠娣. 未来 10 年,中国休闲旅游业发展前景展望. 齐鲁学刊,2002(3)
- [3] 徐峰. 加入 WTO 与我国休闲服务贸易的发展. 国际经贸探索,2003(2)

## The Analysis about the Development of the Leisure Tourism Product in Hangzhou

KANG Bao-ling

(Touring Plan Department, Zhejiang Tourism College, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** The development of leisure tourism products have had good base, and there are much tap potentialities. To deeply develop the leisure tourism product in Hangzhou, we should tap the culture content, respect the ecology, intensify the exquisite level, and so on, so we can promote the grade and quality



of the product.

**Key words:** Hangzhou; the leisure tourism products; develop

原载《商业研究》2006年第12期



### 简评

中国旅游市场正处于转型期,其突出的特点是旅游产品的梯形升级,即由观光旅游向休闲旅游、度假旅游过渡。杭州是著名的风景旅游城市 and 历史文化名城,也是特色鲜明的休闲城市。杭州市政府提出观光游览业、会展商务业、休闲度假业“三位一体”发展大旅游产业的构想。从杭州休闲旅游的发展看,已经具备了良好的基础,但是要适应旅游市场转型的需要,依然有深入挖掘的潜力和需要进一步改进的地方。文章从杭州休闲旅游的现状分析入手,探讨杭州休闲旅游产品深度开发的策略,有其理论价值和现实意义。

文章在阐明了休闲旅游概念的基础上,首先分析杭州休闲旅游建设的成就:旅游景区建设成效明显,休闲旅游的配套设施不断完善等。目前杭州休闲旅游产品也存在一些不足之处:历史文化名城色彩偏淡,景区的精致性有待加强,国际化程度需提升,游客逗留时间短等,这些成为制约杭州休闲旅游深入发展的瓶颈。在对现状进行分析的基础上,作者认为杭州休闲旅游产品的进一步开发,应着重从挖掘文化内涵、尊重生态、强化精致性、建立休闲旅游的安全预警系统等方面入手,加大对休闲资源的开发力度,进一步提升产品的档次和品位。文章采用理论分析和事实论证相结合的方法,观点鲜明,论据充分,论证有力,说服力强。

文章层次清晰,条理清楚,既对杭州休闲旅游的现状进行分析概括,又为未来休闲旅游产品的深度开发提供了思路,无论是对杭州,还是对其他地区休闲旅游的发展都有重要意义。



## 3.8 天台县景区群落多样性的分析

沈刚 王昆欣

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:**通过对生态系统层次与区域旅游开发层次的类比分析,证明了数量生态学在区域旅游研究中的应用的合理性。借鉴生物多样性的研究方法,提出



了景区群落多样性的概念和计算模型,并以浙江天台县为例进行实证分析,景区群落多样性分析有助于区域内景区群落优化、区间优势比较及区域旅游可持续发展评价。

关键词:生态系统;景区群落多样性;分析;天台县;浙江

## 一、引言

多样性一词最初被用于生物学方面,生物多样性(biodiversity)作为一个科学术语是 Wilson<sup>[1]</sup>于 1985 年提出的,用来描述生物和它所组成的系统的多样性和变异性。它是一个内涵十分丰富的概括性术语,包括遗传多样性、物种多样性和生态系统多样性三个水平。从等级层次角度,生态系统与区域旅游开发具有一种等级结构的相似性(图 3-5)。

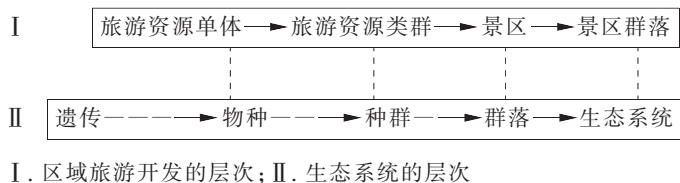


图 3-5 生态系统与区域旅游开发的层次类比

受这一相似性和生物多样性研究的启发,为了研究的需要,文中提出的景区群落多样性的概念:一个区域往往包括大小不等、类型各异的多个景区,每个景区由于资源组合和开发选择方向不同而具有不同的功能、呈现不同的类型,我们可以将所有这些景区视为一个以该区域为单位的景区群落,景区群落的多样性分析直接采用了生态学中生物多样性的计算模型<sup>[2]</sup>。

景区丰富度,是指区域拥有的景区类型数,也叫景区绝对丰富度,用  $R_a$  表示:

$$R_a = m \quad (1)$$

景区相对丰富度,是指区域拥有的景区类型占景区总类型数的比例,用  $R_r$  表示:

$$R_r = m/M \quad (2)$$

景区多样性,是指区域所拥有景区的类型多样化程度,用  $H$  表示:

$$H = - \sum_k^m P_k \ln(P_k) \quad (3)$$

其中,  $m$  是区域拥有的景区类型数,  $M$  是景区分类的总数;  $P_k = n_k/N$ ,  $n_k$  指第  $k$  类型景区的个数,  $N$  是区域内所有景区的总个数。作者将以天台县为例进行景区群落多样性的实证分析。



## 二、天台县景区群落多样性实证分析

### (一) 基本概况

天台县位于长江三角洲南翼,浙江省东中部,它东连宁海、三门,西接磐安,南临仙居、临海,北界新昌,地处北纬 $28^{\circ}57'02''\sim 29^{\circ}20'39''$ 、东经 $120^{\circ}41'24''\sim 121^{\circ}15'46''$ ,总面积 $1\,420.7\text{km}^2$ 。受地质构造和新构造运动的影响,天台县山系盘桓,溪流切割,形成了“外围低山丘陵、中部河谷盆地”的地貌,其中心的天台盆地呈明显的三角形。天台的青山绿水间蕴藏着深厚的宗教文化底蕴,拥有一批具有巨大国际、国内影响力的旅游资源,其中尤为著名的有佛教“五百罗汉总道场”——石梁方广寺、中外“天台宗”祖庭——国清寺、唐代诗人寒山子隐居处——寒石山、中国禅宗名刹——万年禅寺,还有东汉刘晨、阮肇采药遇仙的“仙源”桃源洞,碧玉连环的“仙谷”琼台,道教“南宗”发祥地桐柏和释道双栖的华顶山、赤城山。

### (二) 区域景区群落情况分析

目前国内外就景区类型的划分并没有达成一致,出于不同的目的、从不同的角度,各个专家学者得到了不同的分类结果。作者根据《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 18972—2003)将景区分为6个主类,26个亚类(表3-7)。

表3-7 景区分类系统

序号	一级分类	二级分类
1	地文景观类	综合自然旅游地类、沉积与构造类、地质地貌过程形迹类、自然变动遗迹类、鸟礁类
2	水域风光类	河段类、天然湖泊与池沼类、瀑布类、泉类、河口与海面类、冰雪地类
3	生物景观类	树木类、草原与草地类、花卉地类、野生动物栖息地类
4	天象与气候景观类	光现象类、天气与气候现象类
5	遗址遗迹	史前人类活动场所类、社会经济文化活动遗址遗迹类
6	建筑与设施	综合人文旅游地类、单体活动场馆类、景观建筑与附属型建筑类、居住地与社会类、归葬地类、交通建筑类、水工建筑类

根据《台州市旅游资源普查报告》(2003)和《天台山风景区总体规划》(2004),天台县共有旅游资源单体268个,依据其性状、聚集及开发条件,将目前具有开发价值的232个组织成为21个大小景区,连同中国佛教城、天台历史文化名城共同构成天台区域景区群落。这些景区分属7种类型,具体构成情况为(表3-8):综合自然类景区11个,占47.83%;综合人文旅游地类景区4个,占17.39%;天然湖泊与沼泽类景区3个,占13.03%;居住地与社区



类景区 2 个,占 8.70%;树木类、河段类、单体活动场馆类各 1 个,各占 4.35%。

表 3-8 天台县景区群落构成

序号	景区类型	景区名称
1	综合人文旅游地类	国清景区、赤城景区、佛陇景区、万年景区
2	综合自然旅游地类	大敖景区、龙山景区、桃源景区、秀溪景区、紫凝景区、开岩景区、五皇山景区、万马渡景区、石梁铜壶景区、琼台桐柏景区、寒岩明岩景区
3	树木类	华顶景区
4	居住地与社区类	九遮景区、天台历史文化名城
5	河段类	始丰溪景区
6	天然湖泊与池沼类	寒山东湖景区、寒山心湖景区、寒山西湖景区
7	单体活动场馆类	中国佛教城

### (三) 景区群落多样性分析

根据公式(1)、(2)、(3),并按照丰富、一般、不丰富的三分法,得到表 3-9 的结果,显示:天台县景区群落多样性不高,重复的类型比较多,区域内部竞争激烈。单体旅游资源级别的高低只是针对一个景点或者一个景物,不能代表区域旅游开发的等级,而景区群落多样性分析结果反映的是区域内景点、景物的组合情况,是一个综合指标。

表 3-9 天台县景区群落多样性分析

序号	指标名称	天台县 指标值	三分法评价标准			评价 结果
			不丰富	一般	丰富	
1	景区丰富度( $R_a$ )	7.00	[1,9]	[10,18]	[19,26]	低
2	景区相对丰富度( $R_r$ )	0.27	[0,0.35]	(0.35,0.70)	[0.70,1.00]	低
3	景区多样性( $H$ )	1.54	[0,2.20]	(2.20,2.90)	[2.90,3.60]	低

## 三、景区群落多样性分析的意义

### (一) 景区群落多样性分析有助于区域内景区群落的优化

旅游业的发展存在“旅游排斥”现象,尤其是同类景区的排斥或同类旅游产品的排斥。目前,许多地方在“景区开发就是发展旅游业”的错误思想指导下,穷其所有旅游资源进行景区开发,形成了景区开发遍地开花的现象。这种现象直接导致了现在的区域旅游开发中景区数量剧增、特色少、层次低、重



复建设的结果,造成了旅游者的审美疲劳、旅游产品的质量低下、景区或旅游产品的类同,更是一种旅游资源的浪费。这种结果不仅加剧了旅游排斥,而且同旅游需求和消费取向的多样化背道而驰。通过景区群落多样性分析,我们不仅可以从中观层次对区域的旅游资源有一个清楚的掌握,包括景区的类型、景区丰富度、景区相对丰富度以及由所有景区构成的区域景区群落多样性,更重要的是有利于新景区的开发促使区域景区群落朝着更加丰富多样的方向发展,优化区域景区群落的结构,最终有助于提高区域旅游产品的多样性、优化区域旅游产品的结构,满足更广大旅游者的需求,减少旅游排斥现象。

### (二) 景区群落多样性分析有助于区域间旅游开发的优势比较

旅游业发展到今天,已经经历了景点竞争、线路竞争和城市竞争,开始进入区域竞争阶段,而区域旅游竞争最终落脚点还是区域旅游产品的竞争。区域旅游产品在纵向上表现为层次性,在横向上表现为多样性。现在世界各地旅游者的旅游动机正在朝着多元化、层次化、文明化的方向演化,这就对旅游产品的档次、多样性提出了更高的要求。从前面的分析,不难看出区域内景区群落多样性和区域旅游产品的多样性有着必然的联系:旅游产品的多样性就要求景区群落的多样性。景区群落多样性高的区域相对于景区群落多样性低的区域,将具有更大竞争优势,因此景区群落多样性分析为区域间旅游开发的优势比较提供了一种新的方法。

### (三) 景区群落多样性分析为区域旅游的可持续发展提供了一个新的评价指标

随着可持续发展这一新观念的出现,区域旅游的可持续发展越来越受到人们的关注。崔凤军<sup>[3]</sup>、邹再进<sup>[4]</sup>、李永文<sup>[5]</sup>、金准<sup>[6]</sup>、熊剑平<sup>[7]</sup>等对区域旅游可持续发展及其评价指标进行了研究,指出区域旅游可持续发展包括旅游环境、旅游经济、旅游文化等方面。旅游经济可持续性发展是与旅游地的生命周期或时尚周期相关。杨效忠<sup>[8]</sup>等通过旅游地生命周期的动力因子探讨,认为旅游地生命周期实质是在诸多外部因素影响下的旅游产品结构持续调整的过程,也就是说,为了达到区域旅游的可持续发展,旅游产品结构调整应根据外部要求贯穿于旅游地生命周期的各阶段,而这里的外部要求主要是旅游者的要求。由于旅游者背景的差异性,欣赏角度层次也不同,对旅游产品的要求也呈现多样性。区域旅游经济的可持续发展在很大程度上取决于区域旅游产品的谱的宽度,而区域旅游产品谱宽度的一个重要体现就是区域景区群落多样性。所以,对景区群落多样性的分析为区域旅游可持续发展提供了一个新的评价指标,多样性高意味着区域旅游产品种类就比较丰富,能够适应更广阔的旅游市场,更加有利于区域旅游经济的可持续性。





## 四、问题与讨论

### (一) 关于景区类型的划分还没有统一标准

景区类型划分的统一是进行区域景区群落多样性分析的基础,但是目前还没有形成一个统一的划分标准。这使得区域间景区群落多样性不具备可比性。作者认为,在进行景区类型的划分时应该采用倒推法,即首先对旅游者的需求分类,然后根据需求确定相应的旅游产品的功能,根据旅游产品的功能来划分景区的类型,这样能够将景区的开发与旅游者的需求更加紧密地结合起来。这样,区域景区群落多样性分析能够与区域旅游产品多样性形成良好的互动,分析将显得更加有意义。

### (二) 景区群落多样性分析的指标有待完善

本文是将生物多样性研究方法应用于区域旅游研究的首例,只选择了景区丰富度、景区相对丰富度和景区多样性三个相对简单的指标用于评价景区群落多样性,并直接借鉴了生物多样性的计算方法。从文章开始的生态系统与区域旅游开发的层次类比分析,可看出生物多样性和景区群落多样性之间存在本质上是共性,因此可以借鉴,但两者也都有各自的特性,在以后的研究中还需纳入景区空间分布差异性、景区间优势差异性指标,以进一步完善景区群落多样性分析,使之能全方位和立体地评价景区群落多样性。

## 五、结语

本文以天台县为研究对象,就生物多样性分析方法在区域景区群落多样性分析中的应用进行了初步的研究,认为区域旅游开发中景区构成多样性的分析对区域旅游产品的多样性研究和区域旅游可持续发展评价具有重要意义。在今后的工作中,我们需要进一步加强数量生态学在区域旅游中的应用研究,包括景区群落多样性分析的进一步完善,以推动旅游的定量研究,以便更好地指导区域旅游发展。

### 参考文献:

- [1] Wilson ED. The Biological Diversity Crises. *Bioscience*, 1985, 35(11): 700~706
- [2] 张金屯. 数量生态学. 北京: 科学出版社, 2005
- [3] 崔凤军, 许峰, 何家梅. 区域旅游可持续发展评价指标体系的初步研究. *旅游学刊*, 1999(4): 42~45
- [4] 邹再进. 论实现区域旅游可持续发展的途径和对策. *重庆师范学院学报(自然科学版)*, 2000, 17(6): 55~58
- [5] 李永文, 史本林. 区域旅游可持续发展初探. *地域研究与开发*, 2000, 19(3): 69~72



[6] 金准,庄志民.区域旅游可持续力分析的修正方案——以安徽龙岗古镇为例.旅游学刊,2004,19(5):77~81

[7] 熊剑平,刘承良.基于费效分析的区域旅游开发可持续发展评估.世界地理研究,2003,14(3):97~103

[8] 杨效忠,陆林,张光生等.旅游地生命周期与旅游产品结构演变关系初步研究——以普陀山为例.地理科学,2004,(4):117~122

## Analysis of Tourist Attraction Community Diversity in Tiantai County

SHEN Gang WANG Kun-xin

(Tourism College of Zhejiang Department of Tourism Planning,  
Zhejiang, Hangzhou 311231)

**Abstract:** In this paper, the rationality of the application of quantitative ecology in the regional tourism studies was certified by analogy analysis of the hierarchy in ecosystem and regional tourism development. Based on the biodiversity, a new concept of tourist attraction community diversity (TACD) and its calculation models were suggested and were analyzed by Tiantai county as an example. The analysis of TACD can be applied to the optimization of regional tourist attractions, the comparison of the advantages among regions, and the evaluation of the sustainable development of regional tourism.

**Key words:** ecosystem; tourist attraction community diversity; analysis; Tiantai county; Zhejiang province

原载《浙江农业学报》2006年4期



### 简评

本文将生态系统理论引入区域旅游开发的研究中,根据生态系统与区域旅游开发的等级结构相似性,在类比的基础上对区域旅游开发的层次进行了梳理,提出了景区群落多样性的概念,从一个全新的视角来审视区域旅游开发,并且以天台县为研究对象,就生物多样性分析方法在区域景区群落多样性分析中的应用进行了初步的研究,对区域旅游产品的多样性研究和区域旅游可持续发展评价具有重要意义。本文也是将生物多样性研究方法应用于区域旅游研究的首例,具有开创性。



### 3.9 古城墙旅游资源的开发对策及建议 ——以临海古城墙为例

冯海霞

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 城墙是城市的重要标志和象征,是一种极具历史文化艺术价值的重要旅游资源。然而古城墙的旅游开发目前还普遍停留在门票经济阶段。如何充分认识古城墙的价值,并根据当前旅游市场的需求特征进行深度开发、科学开发和有文化内涵地开发,本文以临海古城墙为例对上述问题进行了探讨。

**关键词:** 古城墙;旅游资源;开发

中国城墙的历史已有 4 000 年。作为城市的重要标志和象征,中国历代无不修筑城墙,它真实记载了历史的变迁和城市的演变,是一种极具历史文化艺术价值的重要旅游资源<sup>[1]</sup>。随着现代城市的发展,特别是经历了“文化大革命”的浩劫,我国的古代城墙在迅速地消失,现今遗留下来的城墙遗址已不多见,保存完整的更是屈指可数。1999 年 12 月,日本建筑大师黑川纪章先生在参观南京时谈到,保存着完美的古城墙,这是一个城市建筑的要素之一,能将这个要素利用起来,十分不容易<sup>[2]</sup>。因此,如何对古城墙进行开发利用,是一个值得探讨的问题。本文以浙江省临海古城墙为例,探讨古城墙的旅游开发利用。

#### 一、临海古城墙的主要特色和价值

临海历史悠久,早在新石器时代就有人类在此繁衍,西汉始元二年(公元前 85 年)置县。自晋代以来,一直是台州郡、府治之所在,古城墙、古街区、古庙宇、古塔群等星罗棋布,古风蔚然。作为国家历史文化名城的核心,临海古城墙自晋代开创以来,已有 1 600 余年的历史,迭经唐、宋、元、明、清诸朝不断修筑增扩,其主体部分一直保存到今天,具有较高的历史文化价值。

##### 1. 江南唯一

临海古城墙是江南保存最完整的城池。古城墙周长实测 6 000 米,原有 7 门,门上皆有楼。现存较完整的西、南、北三面,共计 4 600 余米。因古城墙的保护而遗留下来的文物古迹众多,1994 年,临海被国务院批准成为国家历史文化名城,也是我国唯一的一个以县级市的身份被授予国家历史文化名城称号的城市。



## 2. 技术创新

临海古城墙,在明代抗倭斗争中作出了巨大的贡献。抗倭名将戚继光在临海八年,会同台州知府谭纶改造了临海古城墙的结构,将其加高加厚,并创造性地修筑了十三座二层空心敌台,极大地增强了防守能力。戚家军以临海古城为据点,策应闽浙沿海守防,屡败倭寇,九战九捷,洗雪国耻,扬眉吐气,大振国威。后来,由于北方长城防务的需要,朝廷特将戚继光、谭纶调到北京委以重任。戚继光在任蓟镇总兵时,将他在临海修筑城防的经验运用到北方长城的增扩加强上。今存蓟镇、昌镇、宣府、大同、山西等镇的长城,都是按他的规划设计加以改进增筑加强过的。为了满足他改建北方长城的需要,特抽调了曾经参加改建临海城墙的三千“江东子弟兵”充任领工、监理和技术指导。

现在北京八达岭、慕田峪、司马台、古北口、天津黄崖关、河北山海关附近的老龙头、角山等处长城的雄姿,均是经戚继光改进之后留下来的。可以说,临海古城墙堪称北京八达岭等处长城的“师范”和“蓝本”。

## 3. 防洪功能

临海古城墙,除了御敌的功能之外,还有一个十分重要的作用,就是防洪的功能。城墙有三分之一的长度是沿着灵江修筑,台州府城正位于灵江入海近处,江水与潮水相碰,水位升高,时常漫上城来。城墙有如大堤,千余年来抗击着洪水的冲击。为此,临海城墙在修筑设计上,采取了特有的措施,把瓮城修作弧形,特别是把“马面”迎水的一面修作半圆弧形(其余一面仍为方形),在全国古城墙中,目前所知尚属孤例。由于城墙的抗洪作用,在元朝灭掉南宋时,元帝曾下令拆毁江南所有古城墙,以利其铁骑长驱直入,而临海城墙却因其无法替代的防洪功能,得到了特旨免拆。

## 二、临海古城墙的旅游开发现状

1997年,临海市委、市政府为加快旅游事业开发,先后投资近4 000万元,由临海市古建筑工程公司进行修筑复原,并于1998年正式向游人开放。

临海古城墙以“江南长城”的形象打入市场,以其资源的区域垄断性取得了较好的品牌效应。2004年共接待了约25万游客,是临海市的王牌景区。目前景区门票为40元/人,与周边景区东湖、龙兴寺、古城博物馆的联票为50元/人,主要游览内容为登城墙观光、城隍庙、梅园、望天台等。并作为临海城市休闲健身场所于每天早上7点前向市民免费开放。

总体来说,临海古城墙的旅游开发仍处于初级阶段,已经不能适应旅游市场需求的发展变化,主要体现在以下几个方面。

### 1. 以静态展示为主

目前旅游者到了临海古城墙,除了爬爬城墙、看看庙,体验性的项目非常缺



乏,产品较为单一且文化表现力度较弱。古城墙的旅游开发还仅停留在门票经济阶段,非常不利于今后的持续发展。

### 2. 解说系统建设落后

由于旅游活动的异地性和暂时性,旅游者要想在较短的时间内,在一个陌生的旅游环境中获得较好的游览效果,必然要求景区提供全面的解说服务,尤其是当旅游者面对的是像临海古城墙这样很有“说头”的人文古迹时。但临海古城墙目前的旅游解说系统非常不完善,大量游客在不请导游解说的情况下,无法深度了解古城墙的深厚文化底蕴和价值,很难使旅游者留下深刻的印象,同时也不易延长游客的停留时间。

### 3. 周边环境不协调

中国工程院院士、建筑大师张锦秋有这样一个比喻,如果把历史文化名城比作一个人,城市的山水环境和城市格局有如人的骨架和体魄;文物古迹,特别是标志性建筑,是人的五官;历史地段是人的肌肤;传统文化艺术和民风民俗则是这个人的文化修养和情趣<sup>[3]</sup>。也就是说,历史文化名城是文物古迹、城市风貌、传统民俗的综合体。虽然临海古城墙本身得到了修缮与维护,但当旅游者站在城墙上欣赏古城风貌时,却发现城墙脚下有许多不协调的音符污染了视野,与古城风貌格格不入,这大大削弱了古城墙的整体魅力。

## 三、临海古城墙旅游开发对策建议

临海古城墙旅游资源在区域范围内具有稀缺性,旅游开发具有较大潜力,关系到临海乃至台州地区的旅游品位,也是临海未来城市发展的优势和核心竞争力所在。深度开发、科学开发、有文化内涵地进行开发是临海古城墙开发利用的根本所在。

### 1. 产品设计应注重增强游客的参与性与体验性

旅游业发展到今天,总体上说游客由不成熟走向成熟,旅游也从“走马看花”式的巡游发展到“下马赏花”式的游览,这要求旅游产品的设计必须从游客的体验角度出发<sup>[4]</sup>。具体的项目策划如下:

#### (1) 古城墙博物馆

临海古城墙是这一国家历史文化名城的核心,非常有必要在城墙上开辟古城墙博物馆,向游人全面展示江南唯一古城墙的魅力和特色。特别要注意展示手段和角度的新颖性及趣味性,如临海古城记录影片、风水意义解说、与北方城墙的特点进行对比、城战(戚继光防御倭寇)及防洪的模拟演示等。

#### (2) 台州小吃街

城墙脚下,可开设台州地方小吃一条街,汇集如台州姜汤面、姜汁核桃蛋、临海麦虾、台州手打面、黄岩苔菜饼等特色小吃,成为本地居民和外来游客的休



闲好去处。

### (3) 水上游览线

结合灵江水利防洪工程,整修护城河驳岸,改善护城河的水质和沿岸景观,在此基础上开辟水上游览线,贯穿沿城的几个景点。同时结合市民生活的需要,最大限度地使用城墙及护城河之间城墙保护范围内的用地,从城墙本体、城墙周边陆地、水系等方面入手,采用绿带、游园、主题广场等形式,建成市民游园。

### (4) 古城夜游

以古城为背景,借助亮灯工程,开发古城夜游项目,可在崇和门广场组织民间艺术表演、演唱会、露天舞会等,结合崇和商城内的许多娱乐、休闲场所,丰富居民及游客的夜生活文化。

### (5) 乘战车环古城墙游

将观光车车棚设计成战车型,上下客点设计成堡垒式,服务人员古装化,让游客乘战车环游古城,并将古代兵家在城墙上的相争相斗和古代兵器知识讲给游人听。

### (6) “徒步走长城”活动

与驴友俱乐部、体育协会等组织合作,结合网络营销,开展“徒步走江南长城”的活动,还可以跟北京国际长城徒步大会主办单位联系,临海作为其中一环加入。结合长城文学艺术创作、环保等活动发展健康旅游、修学旅游和背包旅游。

### (7) 军事娱乐项目

以明代抗倭为主题,发掘军事文化资源,在保证安全的前提下开发军事娱乐项目,如明军服装、兵器展示,射击,城战模拟,拓展训练等。

### (8) “我眼中的江南长城”摄影展

组织摄影比赛,记录长城的历史,展现长城的每一处宏伟和细微,激发游客了解长城、热爱长城、保护长城的热情。

## 2. 重视景区解说系统的规划与建设

旅游解说是一种信息服务,其目的在于向游客传达和告知景区的相关信息,方便游人参观游览并帮助他们比较深刻、全面地理解重要景观内涵的深奥寓意和历史文化价值,从而获得更多、更美的享受,切实提高游客的满意度。

临海古长城景区除了加强原有人员导游服务水平以外,还可考虑用以下手段来完善景区解说服务。

(1) 绘图解说、缩景解说。塑造出临海古长城全景(声、光、景流动画面及微缩展示),使游客在游览之前先有一个全面了解,设置位置宜在入口处或游客中心。

(2) 电影解说。专门为临海古长城量身定制一部电影,以其构思奇巧、摄制精美、色彩绚丽、气势雄伟使观众有身临其境之感。当游客观看了电影以后,知识丰富,游兴盎然。



(3) 文字解说。在主要景点(览胜门、中津古渡遗址、瓮城马面等)立牌,介绍历史、特色、传说等,用文字对景点进行说明。

(4) 牌示解说。在游览途中的岔口处设立与周围环境材质一致的指路牌示,提示游客,保持线路顺畅。

(5) 定点解说。在几个重要景点安排解说员为游客义务滚动解说。

### 3. 以“江南长城”为拳头品牌,带动整个临海旅游业的发展

“江南长城”以其独特的价值和优良的区位毫无疑问成为临海古城的象征,然而就古城墙本身而言并不能满足游客多样的需要。因此,临海旅游业应实行“以江南长城而吸引,以临海古城而留驻”的发展战略。也就是说,在市场推广上以“江南长城”为亮点吸引游客,在产品设计上以“临海古城”这一综合的旅游产品来满足游客多层次的需要,充实旅游内容,增加旅游消费。

#### (1) 重视古城风貌的统一与协调

山、水、城有机结合,历史文化底蕴深厚,是临海城市鲜明的特色。要突出临海历史文化名城特色建设,在做好临海古城墙、东湖古典园林、唐代古刹龙兴寺、千佛塔、紫阳街等文物古迹和历史街区修复、整治的基础上,特别要注意城市现代化建设与古城文化保护的协调,尽最大可能保存古城完整的历史脉络和风貌,提高城市品位。

#### (2) 整合周边资源,组织经典旅游线路

将散落在古城各处的旅游景点串联起来,与江南长城游览线和护城河风光带结合,形成几条古城经典旅游线路,并在江南长城、东湖、龙兴寺、紫阳古街等处设置旅游集散服务点。

#### 参考文献:

- [1] 马正林. 论城墙在中国城市发展中的作用. 陕西师范大学学报:哲学社会科学版, 1994(1)
- [2] 曹新向, 瞿鸿模, 梁留科. 开封古城墙旅游开发的设想. 现代城市研究, 2003(5)
- [3] 姜武堂, 杨国庆. 南京城墙旅游资源的潜在价值亟待开发. 南京社会科学, 2001(3)
- [4] 曹永新. 让城墙“动”起来——开发西安城墙旅游的两种设想. 新西部, 2002(10)

## On the Tourism Development of Ancient City Wall: A Case Study in Linhai City

FENG Hai-xia

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** As the product of history and the represent of city, the ancient city



wall is a kind of culture tourism resource with huge potential value. However, the tourism development of city wall is on the elementary stage. How to exploit and utilize it is a problem deserved researching. The exploiting and using of the city wall is discussed with the case of Linhai city.

**Key words:** ancient city wall; tourism resource; exploiting

原载《资源开发与市场》2006年3期



### 简评

当前国内对于古城墙作为旅游资源的开发及其利用的研究较少,而以江南古城墙的旅游开发研究更少。因此,本文以临海古城墙的旅游开发为例探讨古城墙的旅游开发,选题具有创新性。本文以古城墙的旅游资源开发的对策研究为主。为了避免提出对策时流于空泛,论者以浙江临海的古城墙为例予以展开,从而使一般性的理论解说与操作性的实例结合起来,既具有一定的理论价值,又具有较大的实践指导意义。

论文从旅游产品设计、景区解说系统、拳头产品的形成等方面探讨古城墙的旅游开发,为后人进一步研究古城墙的旅游开发奠定了基本框架。但文章对于旅游资源开发和旅游开发两个概念还需进一步区别。



## 3.10 论西湖文学资源的经济价值

魏一媚

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 西湖文学资源是西湖人文旅游资源的重要组成部分,它不仅为西湖的旅游业增添了丰厚的文化内涵,而且为其经济价值的实现提供了不竭的文化源泉。西湖文学资源的经济价值,首先表现为通过诸如出版、会展和各种文学活动直接获得的经济效益,而更为重要的是其间接的经济价值,即对西湖旅游业发展所起的促进作用。

**关键词:** 西湖;旅游文学;经济价值

### 一、底蕴丰厚的西湖文学资源

西湖是一座自然之湖,更是一座人文之湖。它三面环山,中涵碧水。湖上





画桥烟柳,亭台楼阁;山间林木茂盛,洞窟幽然;湖光山色,相得益彰。历代文人墨客,官宦平民,或泛舟湖上,或登临山间,吟诗赋词,勒石题刻,描摹景致,指点江山,抒发一得之见,为西湖也为后人留下了底蕴丰厚的文学资源。按文学体裁可分为以下四大类。

(1) 诗词。西湖诗词是伴随着西湖的形成而出现,伴随着西湖景点的增加和景色的日渐丰美而不断发展的。西湖在盛唐时,仍默默无闻,直到长庆二年(822年),大诗人白居易任杭州刺史时,对西湖进行了大规模的整治,给西湖增添了许多景观,同时也留下了大量吟诵西湖的诗篇,“未能抛得杭州去,一半勾留是此湖”,“江南忆,最忆是杭州:山寺月中寻桂子,郡亭枕上看潮头,何日更重游?”等,为西湖名声的远播起了很大作用。宋代大文豪苏东坡也如白居易一样,为西湖留下了大量的诗词,他的“水光潋滟晴方好,山色空濛雨亦奇。欲把西湖比西子,淡妆浓抹总相宜”成了西湖的千古绝唱,从此西湖就有了“西子湖”的美称。历史上凡是到过杭州的政治家和文学家,如梅询、柳永、潘阆、范仲淹、欧阳修、王安石、曾巩等,无不留下吟诵西湖的自然风光和繁华景象的诗词,如柳永的《望海潮》极写了当时杭州的繁华景象,潘阆的《酒泉子》中云:“长忆钱塘,不是人寰是天上。”后来杭州就被誉为天堂了。还有隐居在孤山的“梅妻鹤子”的林逋及他的《山园小梅》,杨万里的《晓出净慈寺送林子方》,孙锐的《平湖秋月》,董嗣杲的《长桥晚步》,王洙的《断桥残雪》、《花港观鱼》、《曲院风荷》,宋孝宗赵昚的《聚景园》,林景熙的《拜岳王墓》等,都是对新景点的吟诵。南宋后期词人张矩所作的《西湖十景》词,更开创了以诗词吟唱“西湖十景”的先河。晚清后,山河残破,西湖也呈现一片衰败景象,这一时期虽有郭沫若、徐志摩、朱自清、俞平伯等人,也都留下了吟诵西湖的新体诗,但名篇并不多。真是国兴湖兴,湖兴诗兴;国衰湖衰,湖衰诗也衰!

(2) 游记。西湖秀山丽水有诗词描述也有游记记之。自古至今的西湖游记作品,如同一幅幅千姿百态,色彩缤纷的画卷,生动形象地描绘了西湖的锦绣山河,使读者如临其境,美不胜收。西湖游记作品浩如烟海,是发展西湖旅游业的一大资源。游记作品模山范水,栩栩如生,更是一种很好的神游载体,使读者在阅读游记的美妙想像中领略西湖山水的人文之美。西湖游记从内容上来看,取材广泛,凡是人们旅游途中所见所闻所历,如山川景物、风土人情、名胜古迹、故事传说、饮食起居、交通行途以及途中的人际交往等,都一一诉诸笔端,既描写了自然景观,也描述了人文景观。古代的游记篇幅都比较短小,写法上也灵活多变,既有对眼前所见进行实记实写,也有借助于回忆和想像对以往的经历加以追述;既有极貌写物,也有借景抒情、借物述怀,还有通过自然景物为载体来阐述某种哲理的。它们大多按游踪来叙写,也有综合介绍描写,然后集中介绍某一富有特色的景或物的。在表达上或写景,或抒情,或议论;或先叙后议,或



先议后叙,或夹叙夹议,应有尽有。游记作品不仅是优秀的文学作品,同时还有丰富而详尽的历史、地理知识,旅游者能从中获得诸如古今历史沿革、各地风土人情、山川地理形势等丰富的知识,如晚明小品文大家张岱(1597—1689)就是一位描写山水的游记好手,他在《西湖七月半》中,记述了明末杭州人七月半游览西湖的盛况,从中不但可以了解当时杭州的风土人情,还可了解当时社会的某些侧面。在《陶庵梦忆》一书中,他还有一篇写西湖下雪天前往观赏西湖湖心亭雪景的文字《湖心亭看雪》,写出了西湖雪天神奇的美,故有西湖晴湖不如雨湖,雨湖不如月湖,月湖不如雪湖之说。

(3) 传说故事。自古以来,历代文人学士遍访西湖名胜,不仅留下了他们的足迹,也留下了许多名人趣事,如徐渭、袁枚、林逋等,这些故事因名人而天下流传,西湖风景名胜也因此以名人故事和文学艺术作品而名扬四海,对旅游者产生了巨大的吸引力。西湖从诞生开始,传说不断,故事不绝,一代代人或口传心授,或著文立说,演绎附会,以至每一景点每一物产,每一著名人物都有故事,真是满湖的故事。这些故事如果从内容上来分,大致可以分为以下几类:一是风景名胜由来的故事,很多带有神话色彩,神仙下凡或显灵,造福百姓或除暴安良的故事,如“明珠西湖”、“柳浪闻莺”、“花港观鱼”等。二是风物的传说,杭州的一些特产、名店都有它们美丽的故事,如张小泉剪刀、庆余堂、朱养心、奎元馆、边福茂等。三是艺文传说,主要是一些名人雅士的故事,如苏东坡画扇判案、玲珑赛歌、林和靖游湖见鹤归、于谦闯道、袁枚湖上赛诗文、徐文长孤山吟雪诗和西湖救渔人、乾隆夜游湖心亭等,表现了他们的奇才雅趣。当然也有歌颂善良,讽刺贪婪,揭露残暴的,如贾似道葛岭遇诗僧。四是英雄故事,他们是岳飞尽忠报国,还有于谦、张煌言以及秋瑾的故事,他们都是真正的民族英雄,他们身后都被埋在西湖边,他们是民族魂,他们的爱国主义精神鼓舞着后人。五是传奇故事,其中人物可能是人们根据自己的良好愿望编织的,如苏小小、白娘子、梁祝等的爱情故事。其间被誉为中国四大民间故事之一的《白蛇传》更是家喻户晓的民间传奇。白娘子断桥搭舟借伞,演绎出曲折离奇的爱情故事,最后被法海和尚镇压在雷峰塔下。鲁迅小时候就是从外婆讲的故事里知道白娘娘,知道西湖,知道雷峰塔的,后来见到了雷峰塔,再后来又听说塔倒了,他还为此写了两篇著名的论塔倒的文章。《梁山伯与祝英台》的爱情悲喜剧也发生在西湖边的万松书院,“十八里相送”大概就在西湖的长堤上吧。今天万松书院成了杭州青年男女寻求幸福爱情和喜结良缘的处所。

(4) 题刻、楹联。西湖题刻的形式很多,常见的有碑石、摩崖、匾额等。不少景观因有名人题刻而名声远扬,而且它与书法、建筑相融。西湖题刻主要分布在西湖的群山里,如飞来峰、三生石、宝石山、葛岭、黄龙洞、紫云洞、孤山、吴山、云居山、七宝山、大麦岭、慈云岭、丁家山、石室洞、水乐洞、烟霞洞、南高峰、南屏



山、将台山、凤凰山、紫阳山、龙井、九溪、云栖等地,其中以飞来峰至三生石一带数量最多。这些题刻内容上主要是古代诗词、古代文献、官府牒文、佛经及与佛教、道教有关的内容、重要记事,此外还有各景区景点的题名,真是比比皆是。题刻是研究杭州和西湖历史的实物资料,不仅具有很高的文学价值,也具有很高的历史、艺术和科学价值。楹联是悬挂于建筑物楹柱上的,它是对联中的一种,源于古典诗文中的对句,是汉民族所特有的国粹艺术。它具有很高很浓的文学性,可以叙事、抒情、写景、说理,已成为一种独立发展的文学体裁。它具有艺术性,与书法、篆刻结下不解之缘,相映生辉。它为自然景观和人文景观画龙点睛,无论古今雅俗,各有妙用。杭州是两朝古都,文物之邦,人文荟萃,文采风流,楹联作品极为丰富,可是说西湖就是一座楹联的大观园。如中山公园“西湖天下景”亭前有“水水山山处处明明秀秀,晴晴雨雨时时好好奇奇”,这副叠字回文联极写西湖的美丽。西湖现存的楹联,多为明、清及近、现代之作,但在元代以前,已有许多吟咏西湖的诗词成为西湖楹联的先驱,初唐诗人宋之问《灵隐寺》诗中“楼观沧海日,门对浙江潮”与“桂子月中落,天香云外飘”二联,以其开张的格局、开阔的视野、奇特的想像、工整的对仗,为后来西湖楹联的繁荣发展奠定了基石。此后的诗人如白居易、林逋、苏轼、杨万里、陆游、赵孟頫、董其昌、张岱的名诗佳句都已成为西湖楹联中的名作。这些楹联往往处于西湖名胜最显眼的地方,不仅其本身具有很高的艺术观赏价值,而且因其精辟深邃、富于哲理,往往能起到画龙点睛、引人深思的作用,能有效地引导游人理解风景名胜的审美价值。

## 二、西湖文学资源具有的直接经济价值

众所周知,文学从其起源和本质来看并不具有直接的经济动机,它只是人的精神和情感的载体,只是人类宣泄情感、传达智慧以求得心理平衡和想像性满足的语言符号体系。但是这种符号体系一旦成文、发表就会被转化为具有经济因子的商品。西湖文学资源的直接经济价值就是经由这种精神性商品表现出来的,具体可概括为以下几方面。

(1) 收集、整理并出版有关西湖文学书籍。这可以是全面的西湖旅游文学,也可以是专题性的,还可以是名家名篇精选,甚至可以是名景名家名篇鉴赏或评注。形式不拘,只要能达到宣传西湖,美化西湖,为西湖旅游服务之目的便可。如已被列为“十一五”国家古籍整理重点出版图书的由省委常委杭州市委书记王国平担任主编的《西湖文献集成》,全书分18个专辑,共30册,计2100万字,由杭州出版社出版。这套书目前已经完成出版19册,尚余11册正在紧张地组织编纂之中,将在2006年底全部完成。《西湖文献集成》记录了几千年来西湖形成历史和发展变迁的全面记录,又是世代代西湖人文建设和文化发展



的忠实描述,更是展示西湖景色的美丽画卷,而其发行也必然会产生一定的经济效益。不仅出版大规模的作品,专题性的小册子也可发行,向国内外发行,在各地书店发售,在西湖各景点都应有售。沿线书报亭要像杭州地图、西湖导游图一样,保障供应,随处能买到。

(2) 巡回放映演出。将反映西湖的戏剧、电影等进行巡回播映,如将《白蛇传》、《梁山伯与祝英台》、《苏小小》、《红梅阁》等影视、剧作进行更广泛的巡回展映,让西湖之名远播,更加深入人心。如杭州将进行“印象西湖”实景拍摄,想必到时当在央视作专场演播,对西湖的宣传肯定很有力度。我们还可将杭州电视台已制作的《风雅钱塘》中的“西湖篇章”也像《话说长江》、《话说运河》、《丝绸之路》一样在央视强档连播或播出。

(3) 举办西湖旅游文学会展。杭州的会展业正欣欣向荣地发展着,西湖旅游文学也可来个专题会展,既可组织旅游类学生参观学习,也可组织游客参观游览。既可将优美的西湖旅游文学编辑出版,也可在展会上销售,还可制作成一系列图文并茂影像作品,在展览会上宣传,当然也可进行销售。总之,展会上可以调动一切现代声光电技术,将西湖旅游文学生动形象地展示出来。

(4) 组织西湖旅游文学的专题研讨会。如举办像白居易、苏东坡、张岱等写西湖的文学作品研究会,可以是某一人的,也可以是一群人的,向海内外各旅游组织、旅游院校及各阶层的研究人员广发邀请,让世界各地的人来西湖聚会,一边研讨,一边旅游,也可为西湖的更加美丽群策群力。

(5) 举办西湖旅游文学节。杭州围绕西湖已有很多节庆活动,著名的有西博会、休博会,还有西湖龙井开茶节、西湖国际桂花节、西湖国际烟花大会等,影响十分广泛,兴游促游,推动经济发展功不可没,如第五届西博会拉动杭州 GDP 增长 0.67 个百分点。我们不妨也来一个西湖旅游文学节,召集国内外有关人士齐聚西湖,可以一年一次,也可以几年一次,在聚会上发售西湖旅游文学的书籍及各种影像制品,也可进行西湖旅游文学的创作,对创作作品进行评选并结集出版。让西湖一年到头节庆不断,十二个月,月月有专题旅游活动,做好做足西湖旅游这篇大文章。

### 三、西湖文学资源对西湖旅游具有兴游促游的作用

旅游不仅是一种物质生活,更主要的是一种精神文化活动。人们在旅游活动中,通过对自然美和社会美的亲身感受,达到陶冶情操、愉悦精神的目的。由于旅游审美活动要受到人的审美意识的影响,而旅游文学正是旅游活动中人的审美意识对于审美客体的诉诸文字的反映,所以,旅游文学与旅游应是结伴而行的,旅游产生旅游文学,旅游文学促进旅游的发展,二者之间具有互动与互补



的关系。西湖文学资源也是因旅游而生,因旅游的兴盛而日渐繁荣。因此,其经济价值也是通过与旅游捆绑在一起的方式间接实现的,具体表现在以下几个方面。

(1) 从西湖文学资源所承载的内涵看,其本身就带有旅游资源的属性,而且是一种鲜活的充满魅力的旅游资源。众所周知,旅游资源包括自然资源和人文资源两大类,而每一大类又包罗了许多子资源类别,它们都是以其客观存在的景物特色来吸引游人的。旅游者通过户外观赏、浏览及旅游指南、导游介绍来了解景观的艺术特色、历史文化和科学研究价值。但是旅游活动是一种高质量生活和高标准的人类活动,为使旅游者获得物质与精神的双重愉悦,就不得不借助其他载体来承载更为丰富的内涵,而文学形式则在这方面具有先天的优势。它能将作为资源的“景”和旅游者的“情”融成一体,能将丰富多彩、千姿百态的自然美和更为绚丽多彩的艺术想像力结合在一起,真正实现旅游与文学、自然与艺术的高度融合,从而形成一种经人类“加工”的文学旅游资源,以增强观赏对象对旅游者的吸引功能。西湖文学资源既是一种立体、鲜活和感性的审美对象,同时又承载着极为丰厚的人文蕴涵,旅游者在浏览西湖时就能同时获得自然与人文的双重美感享受,这对于提升西湖旅游资源的品质,促进西湖旅游的健康持续发展,无疑具有不可限量的社会与经济价值。

(2) 西湖文学资源对于西湖具有兴游、促游、导游的作用。旅游活动是捕捉美感的高级精神活动,而“美”是一种气象万千的诗意、画意和理想交融的境界。美感的捕获又主要靠山水名胜的优美度,同时也要靠文学对这些山水名胜的诗情画意的描写。西湖文学不受时空影响,具有极强的神游功能。岁月沧桑,有些名胜已名存实亡,然而通过文学作品中的一些记载和描述,可以想像当年的盛况,发一番思古之幽情,也令人兴味盎然。如骆宾王的“楼观沧海日,门对浙江潮”,白居易的“山寺月中寻桂子,郡亭枕上看潮头”。还有曾经繁华的南宋皇城,现只有废墟一片,都可以进行想像式神游。

(3) 西湖文学资源有助于旅游者陶冶情操,提高素养,激发爱国热情,进行精神文明建设。如游览岳王庙,当游客驻足于岳飞的塑像前,瞻仰这位抗金名将的威仪,缅怀他一生的事迹时,不免吟咏起他那阙慷慨激昂的《满江红》,每每能产生令人激情澎湃、热血沸腾的效果,而指点那副“青山有幸埋忠骨,白铁无辜铸佞臣”的楹联,又会使人热泪盈眶,感慨万千,心中充满对民族英雄的崇敬和对卖国贼的憎恨,爱国主义情感十分自然地在游客的心中萌生滋长。在游览于谦祠和张苍水墓时同样会有这种作用。

(4) 西湖文学是传播文化知识的重要途径。旅游活动从本质上来说,就是一种综合性的文化性活动。食、住、行、游、购五个环节是物质的消费,但本质还是文化消费。人们通过旅游这种特殊的生活方式,满足自己求新、求知、求乐、



求美的欲望。由此而形成了综合性现代文化现象和大规模的文化交流活动。可见文化对旅游业的发展起着重要的作用。游客不仅吸收游览地的文化,同时把所在国所在地的文化带来,形成了相互交流和渗透的局面。这种文化交流除了直接观察了解外,还要借助一些书籍加以实现。其中大量的描写旅游资源的文学作品,就有着独特的作用了。如张岱的《西湖七月半》,使人们了解杭州的风俗习惯。

西湖旅游文学是一种人文旅游资源,它是人类在长期的生产实践和社会生活中所创造的艺术成就和文化结晶,是能激发旅游者旅游动机的物质财富和精神财富的总和。旅游业是杭州经济发展的支柱性产业之一,西湖文学资源必将会对兴游促游导游起到更大的作用,也会为杭州的旅游业带来更多的经济效益。

## Economic Values on West Lake Literature Resources

WEI Yi-mei

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** West Lake literature resources are the essential part of literal human travel resources of West Lake. It not only adds the prolific culture connotation to the West Lake tourism but also supplies a culture headspring of long standing for the achievement of economic values. Therefore, the economic values of West Lake literature resources firstly materialize to be the direct economic benefits from publication, exhibition and other kinds of literature activities, and then the more important benefits should be the indirect economic values, that are acceleration to the future development of West Lake tourism industries.

**Key words:** West Lake; travel literature; economic values

原载《集团经济研究》2006年第11期



### 简评

本文选题比较新颖独特,西湖文学资源归根到底也是一种旅游资源,以往对西湖旅游资源研究的出发点和立足点多着眼在景区自然资源的开发和保护等问题上,而本文重点在于探究西湖旅游资源中的人文资源,即西湖文学资源与经济的关系,甚至是试图探究出西湖文学资源在当今旅游业大发展的前提下,究竟能产生多大的经济价值,其经济价值直接或间接



地体现在哪些方面,将文学与经济结合起来研究,这在业界可谓寥寥无几,它为西湖旅游事业的发展提供了一个全新的视角,对当前西湖旅游市场的发展提出了可行性的设想。



### 3.11 虚拟技术在会展中的应用

邬燕 章笕

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 该文通过对虚拟会展发展的背景、现状及趋势的分析,分别从会展主办方、参展企业和参观者三方面论述了虚拟会展的优越性,并通过对虚拟会展系统的架构及功能的分析,进一步论证了开展虚拟会展的必要性。

**关键词:** 虚拟会展;数字会展;会展策划;网络会展

#### 一、虚拟会展发展的背景

会展行业是一个新兴的服务行业,也是现代最具有发展潜力的行业之一。它涉及工业、农业、商贸等诸多产业,在调整经济结构、开拓市场、促进消费、加强合作交流、扩大产品出口、推动社会经济发展等方面发挥着重要作用。一些大型会展对塑造城市形象、丰富市民生活、开阔视野也起着非常重要的作用。在国外,会展已经成为一种重要的行业,而在我国每年举办的各类展会也已经达到 3 000 多个,预计今后几十年会展业的发展势头仍将非常强劲。会展业为国家的经济发展提供了动力,但国家也为会展的举办也投入了大量的人力、财力和精力。仅每年展馆建设的支出这笔费用就相当可观。况且,现在很多城市的展馆数量和规模仍然无法满足现实的需要。

在会展行业迅速发展的同时,计算机技术也正渗透到人类社会生活的各个方面,为会展业带来了新的机遇和挑战。尤其是随着虚拟技术的发展,虚拟会展这种新型的会展模式应运而生。虚拟会展并非“虚拟”,它是与真实场地会展相对而言的说法。两者都是将物品展示给观众,但是手段不一样。虚拟会展通过非现实环境,物品可看不可及;传统会展则通过真实的现实环境,物品触手可及。

自 2003 年的非典事件严重打击了会展行业后,虚拟会展更加突显了其自身的优势和重大的应用价值。虚拟会展面临着一个难得的发展机遇并进入快速增长期,成为会展业发展的一个创新模式。它的发展弥补了传统会展受场馆



制约、受环境影响等各种不足。越来越多的政府和行业组织认识到这点,把运用虚拟会展进行招商、展览作为一项工作重心,使它成为宣传参展企业形象、产品和服务首选的一种更完美、更便捷、更持久的数字化展示方案。

## 二、国内外虚拟会展发展的现状及趋势

目前国内的虚拟会展主要是通过一些二维的、结构简单的会展网站来实现。例如,中国网交会平台,它是目前我国规模最大、运作最规范的虚拟会展平台,但其内容大部分是由平面静态的网页拼凑而成,以文字叙述为主,个别辅以图片,动态的图像和声音展示都非常简陋,而且整体建设信息相对贫乏、缺少互动、不够直观。而国外的虚拟会展业如今已经十分发达,比较著名的有德国的汉诺威展,它运用虚拟计算机技术,在网上建立了三维立体的展示系统,并且增加了互动环节,给参展商带来了一种全新的体验,效果非常的好。不仅参展商数量众多,而且交易量巨大。

虚拟会展发展的趋势是“现场直播式”,即大量的使用三维、四维或者录像等计算机技术,设计出一种类似于网络体验式游戏的会展模式。虚拟技术的发展,为这种模式提供了强大的技术支持。它将虚拟现实、互联网、多媒体、超媒体、动态数据库、网上交易和智能搜索等技术有机结合在一起。主要通过展会现场电脑、互联网和光盘等多种表现形式进行展示。

如今,虚拟会展使“一次布展,永不落幕”成为现实。中国的虚拟会展将会越来越流行,与传统会展形成既相互补充又彼此独立的格局。虚拟会展可以摆脱现实环境和条件的影响,大大减少资源投入,开源节流,实现资源优化配置,提高经济效益。但是会展过程仍然不能缺少现场洽谈的环节,虚拟会展的缺陷很难用技术手段加以弥补。就我国而言,实物会展仍是国内会展业的主流。

## 三、虚拟会展的优越性

虚拟会展使浏览者有如走进一座跨越时空、地域的展览城,360度全方位音频、视频展示,甚至可以“试用”产品,获得身临其境的真实感受。还可以为客户提供智能化、个性化服务,客户可实时参与电子交流、交易。便捷的搜索引擎几秒钟之内就可找到所需的产品,然后可通过因特网将产品信息存储或发送到指定的电子邮箱,或留下电子名片,以便和厂商或者经营者联系。虚拟展会的网络打印机还可以为你打印出图文资料。现场展览的内容更可以通过互联网发布并随时更新。

虚拟会展具体的优越性主要从主办者、参展企业、参观者三方面来分析。

### (一) 对于主办者来说

第一,虚拟会展相对于传统会展具有成本低、效率高,展出空间无限,经营





规模不受场地限制,展出时间长,观众面广泛,贸易机会多,反馈及时等优点。

第二,在各级政府部门、专业会展商的对外网站上开设虚拟会展,结合实地会展进行同步展示,加强会展本身形象、产品和服务宣传。主办者可以通过互联网高效率的收集、整理、整合各类资源,实现统计和评估电子化,实现信息的有效交流和共享。

第三,对于那些目前无法预料展会效果、或者缺乏实施条件的展会,也可以考虑先办虚拟会展。这样不仅可以满足浏览者一睹为快的心理,还可以为市场激发潜在需求,主办方也可借此机会吸取经验、积蓄力量,为以后的实物展做足准备。

#### (二) 对于参展企业来说

第一,可以事先了解目标观众和目标市场。很多观众在参观展会以前,会预先参观虚拟展会,并在进入虚拟展会时注册用户信息。参展企业可以根据浏览者的提问、要求了解市场需求,并适当调整参展的计划。

第二,提高“目标观众”的比例。以往,展会只要买票即可参观,有部分展会甚至是免费的,这样观众很多,但是“目标观众”却很少。而有了虚拟展会以后,仅仅出于好奇、并不想进行交易的参观者可以从网上得到信息。那些参观了虚拟会展后仍然来到现场的,往往是企业期望的“目标观众”。

第三,扩大企业影响,提升和延长会展效果。传统会展受时空、地域上的限制,能够真正来到现场参展的观众往往只有小部分。而虚拟会展跨越了时空限制。企业利用网上虚拟会展的机会,树立良好的企业形象,扩大知名度,延长会展效果。

第四,有利于会展后的服务体系,便于跟踪联系。由于场地和时间的限制,有很多交易事实上无法在展会举办期间完成。虚拟会展是参展企业留住客户的一种途径,可以方便地进行跟踪联系,随时完成展后交易和售后服务。

第五,整合资源。现在大部分企业都有一个比较优秀的主页,企业可以把自身的网络资源和虚拟展会的资源有机的结合起来,使得展台上没有办法表现出来的东西也有机会获得观众的关注。

第六,解决中小企业因费用、时间、人力、物力、空间等原因难以参加大型会展的难题。为各级政府部门、专业会展商组织本地大量中小企业组团参加外地大型展会提供了条件。

第七,方便企业展示产品。虚拟会展可以解决传统会展的样品展示、实地展示等方式带来的诸多不便,在互联网上展现已生产的、设计中的和概念产品。

#### (三) 对于参观者来说

第一,消除各种限制因素,满足参观者的好奇心。传统会展由于受天气、交通、时间、费用等诸多因素的限制,参观者往往无法参观。而虚拟会展却没有这些问题。参观者可以自由的选择时间、地点,参观自己感兴趣的展览。



第二,可以更清楚的了解会展和参展企业及其产品。事先,参观者可以了解展览的布局,避免实地参观时的盲目性;事中,观众可以听虚拟解说员单独的为他讲解企业及其产品信息,避免实地参观由于人多,讲解员无法详细解说的场面;事后,客户可以随时回顾展会上得到的信息,补充和加深对企业 and 产品的了解。

第三,舒适的参观环境、自主、有序的参观路线,带来最佳的参观效果。传统会展上喧哗、环境脏乱的情况决不会在虚拟会展中出现,观众也再也不用担心除了人挤人什么也看不清楚的尴尬场面。

第四,智能化的服务、便捷的搜索引擎、网络化的打印机、实时的在线交流、安全可靠的电子付款方式,这些都可以提高参观者的工作效率,提高经济效益。

#### 四、虚拟会展系统的主要架构与功能

虚拟会展系统主要有以下几大架构组成。

**虚拟展现部分。**系统提供三维仿真的展城、展厅、展台、展品等展示内容,对于产品、服务、项目除提供图片、文字等传统的展示形式,还提供了更多的媒体形式来表现新产品、新技术,给参观者一种直观的、全新的体验。

**智能信息搜索部分。**系统可根据不同的用户,自动提供用户感兴趣的参展项目,也可以键入关键词通过全文检索直接查找目标项目。利用多种搜索方法获取有用的信息和商机。

**信息发布部分。**系统可以发布展会的最新动态、新闻等各方面的信息。网络信息的扩散范围、停留时间、表现形式、延伸效果、公关能力、穿透能力都是最佳的。信息发布以后,还可以进行再交流和再沟通。

**情报调查部分。**可以通过在线调查或者电子询问调查表等方式,在进行全面情报调查的同时,还可以大量节省人力、财力和物力。

**市场营销、商务交易部分。**可以通过网上洽谈、签约、汇款等方式进行。网络的昭示力、亲和力、覆盖力,整合成为虚拟会展系统的综合的市场营销能力,从而实现异地商务交易。

**企业品牌宣传部分。**可以通过网站间的友情链接、广告等方式进行。虚拟会展推动和促进企业品牌的拓展和扩散,提升企业品牌的核心竞争力,打造企业品牌资产。

**特色服务部分。**如FAQ、BBS、聊天室等各种即时信息服务,在线收听、收视、订购、付款等选择性服务,无假日的服务和信息跟踪、信息定制到信息转移,网上选购,送货到家的服务等,极大提高了顾客的满意度。

**虚拟招商部分。**通过网上报名、资料递交等手段进行长期招商。运用网上广告功能宣传主办方的各类会展信息,并为参展商提供广告宣传的平台。

**网上拍卖部分。**虚拟会展中的一些紧俏产品(包括技术转让等)进行网上



竞拍,帮助参展商家和买家及时的找到买家或自己急需的产品。

其他部分。如电子名片、项目收藏车、资料打印等功能,将原本疏于管理、各自为战的销售、市场、售前和售后服务与业务统筹协调起来,提供多种供需双方交互方式,提高顾客关系管理。

## 五、结论

可以说是虚拟会展是传统会展的一次革命,是高新技术推动日渐兴起的会展业的一个成功尝试。虚拟会展是未来必然的趋势,应用前景十分广阔,对传统会展市场也将形成一定的冲击。但是虚拟会展的形式还需要人们通过一段时间来了解和接受。

虚拟会展与传统会展模式各有所长,优势互补。我们现在所要解决的问题是如何将传统会展、网络和计算机技术相融合,最大限度的减少传统会展和网络带来的弊端,最大限度的利用传统会展、网络和计算机技术拓展虚拟会展,使虚拟会展为会展行业的发展做出最大的贡献。

### 参考文献:

- [1] 贺刚,金蓓. 会展管理信息系统. 北京:中国商务出版社,2004:39
- [2] 迈柯尔·R. 辛科塔. 营销学最佳实践. 北京:中信出版社,2002:92
- [3] 孙裕增. 整合浙江会展资源的若干思考. 商业经济与管理,2003(5)

## Application of Virtual Technology in Exhibition

WU Yan ZHANG Jian

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** By analyzing the background, current situation and trend of virtual exhibition development, this thesis sets forth the superiority and function of virtual exhibition in the aspects of exhibition organizers, exhibitors and visitors. It proves the necessity of developing virtual exhibition. Also, it shows that developing virtual exhibition is the inevitable trend of exhibition development in the future.

**Key words:** virtual exhibition; digital exhibition; convention planning; network exhibition

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第4期



### 简评

首先,从选题的角度来看,虚拟技术和会展产业是当今发展最为迅速的两个领域,本文紧紧抓住了这两个领域的结合点,可谓视角新颖,具有一定的原创性。

其次,从结构和整体框架的角度来看,本文首先分析了虚拟会展的发展背景、现状及趋势,然后分别从会展主办方、参展企业和参观者三方面论述了虚拟会展的优越性,并通过对虚拟会展系统的架构及功能的分析,最后论证了开展虚拟会展的必要性。全文从提出问题(虚拟会展的发展背景及趋势),到分析问题(虚拟会展发展的优势),再到解决问题(虚拟会展系统的主要架构与功能),一气呵成,思路清晰,结构完整,让读者看了很快能领会作者的观点和意图。

再次,从写作过程中资料收集的角度来看,为了写好发展背景和趋势这一块,作者显然查阅了大量的资料,对目前虚拟会展的发展背景和趋势有了全面的了解,在此基础上再对虚拟会展的优越性和主要架构做了论证。全文行文流畅,文字深入浅出,不失为一篇优秀的学术论文。



## 3.12 浙江旅游电子商务的现状分析与发展策略初探

詹兆宗

**摘要:**随着电子商务在旅游业中作用的不断增强,区域旅游电子商务的现状将对区域旅游未来的发展产生更加直接而重大的影响。浙江作为我国的经济强省和旅游大省,其旅游电子商务发展值得研究。本文从多个层面客观地考察和分析了浙江旅游电子商务的发展现状,并对其未来发展策略进行了初步的探讨。

**关键词:**浙江旅游电子商务;现状分析;发展策略

### 一、引言

电子商务作为新型商务运作方式,是目前全球商务活动中发展最迅速、影响最广泛的因素。1997年全球电子商务贸易额仅26亿美元,到2003年则接近10000亿美元,业已成为新经济的标志。而旅游和金融、软件、出版并列电子商务的四大应用领域,旅游电子商务在全球电子商务贸易额中约占20%。同时,



旅游电子商务在旅游业中的地位 and 影响也在不断提高,并逐渐成为旅游企业间重组和企业业务流重组的决定性因素。

在我国,自 20 世纪 90 年代末以来,随着互联网热和互联网电子商务的兴起,旅游电子商务也进入了一个快速发展的时期。一批专业旅游网站开始出现,基于因特网的机票和酒店预订发展迅速,部分大型旅行社开始建设信息系统和电子商务平台,各种各样的网上旅游频道也纷纷涉足旅游电子商务。据不完全统计,我国综合旅游网超过 500 家,各种专业旅游网、旅游企业或行政管理部門网站和非旅游网站的旅游频道已达到 5 000 多个。旅游电子商务已经成为我国旅游业发展的重要领域和主要动力。

浙江是我国发展迅速的经济强省,也是重要的旅游大省,旅游业在浙江经济发展中的地位也日益提高。2004 年全省接待海内外旅游者 1.09 亿人次,实现旅游总收入 1 000 亿元人民币,相当于全省 GDP 的 9.2%。为加快旅游经济发展,2004 年 9 月,省委、省政府召开了全省旅游发展工作会议;11 月又出台了《关于建设旅游经济强省的若干意见》。《意见》要求:“各级党委、政府……切实把旅游业作为国民经济的重要支柱产业来培育。”《意见》还对浙江电子旅游的发展做出了明确指示,提出了“把旅游信息化建设列入‘数字浙江’规划,加快建设省、市、县三级旅游信息平台,推动旅游目的地营销系统(DMS)建设,大力发展旅游电子商务、网上咨询和预订服务。”正是在这样的大背景下,浙江旅游电子商务的现状和发展策略不但直接影响着其自身未来的发展,甚至影响着整个浙江旅游业的发展,对其展开研究也有着更为典型和现实的意义。

## 二、浙江旅游电子商务的发展现状

2000 年 9 月浙江正式开通了省内最大的旅游门户网站——浙江之旅([www.tourzj.com](http://www.tourzj.com)),这标志着浙江旅游电子商务的兴起。5 年来,浙江旅游电子商务发展如何?取得了哪些成绩、还存在哪些不足?为此,我们结合《关于建设旅游经济强省的若干意见》中关于旅游信息化和旅游电子商务的有关要求,从电子旅游主体的信息化和旅游电子商务涉及的几个主要方面入手对浙江旅游电子商务现状进行考察和分析。但在具体研究浙江旅游电子商务时备感资料的匮乏,如新出版的《浙江旅游年鉴》(2004)中关于旅游信息化的介绍仅有 2 条 800 余字,在统计资料中更是不曾涉及旅游电子商务。为此,截止 2005 年 2 月,笔者花费了大量精力进行原始资料的调查、收集、整理和统计,以期能使人们对浙江旅游电子商务的发展有一个基本的了解。

### 1. 浙江省电子商务背景考察

旅游电子商务不是孤立于某区域的旅游业内,一个区域旅游电子商务发达,除该区域旅游业发达外,还必须有一个电子商务发展的良好基础。浙江互



联网客户基础发展较为迅速,从1999年到2004年的5年间,CN注册域名数增长了近5.7倍(2004年2月为19780个),万维网网站数增长了约3倍(2004年2月为57948个),两样指标均居全国前列。

## 2. 旅游企业网站建设抽样调查

旅游企业的管理信息化和网站建设是开展区域旅游电子商务的重要基础。为摸清浙江旅游企业网站建设的大体情况,我们对饭店和旅行社进行了抽样调查。本次调查以省旅游局信息中心支持的全省最大的专业旅游网站——浙江之旅推介的212家饭店和269家旅行社为主,但在饭店抽样中为了兼顾地区平衡又补充了32家星级饭店。

本次抽样统计首先在浙江之旅网站进行查询,对饭店统计有否介绍网址,对旅行社统计有否介绍网址和线路;然后再利用专业搜索引擎在互联网上进行搜索,为提高准确性,分别用百度和Google配合进行。饭店抽样统计结果见表3-10,旅行社抽样统计结果见表3-11。

表3-10 浙江饭店网站建设抽样统计

饭店		浙江之旅查询		网上搜索		
类型	总数	浙江之旅	有网址	占总比例	有网址	占总比例
五星	8	3	3	100%	8	100%
四星	24	16	12	75%	17	70.8%
三星	66	59	23	39%	29	43.9%
二星	48	40	5	12.5%	5	10.4%
一星	7	3	0	0	0	0
其他	91	91	6	6.6%	7	7.7%
合计	244	212	49	23.1%	66	27%

表3-11 浙江旅行社网站建设抽样统计

旅行社		浙江之旅查询			网上搜索		
类型	总数	网址	占总比例	线路	占总比例	网址	占总比例
国际	24	17	70.8%	10	41.6%	17	70.8%
国内	245	88	36%	21	8.6%	107	43.7%
合计	269	105	39%	31	11.5%	124	46.1%

抽样统计显示,在旅行社业内部,国际社建站率要远远高于国内社;在饭店业内部,五星级建站率已达到100%;一星级最低,在抽样的7家中没有一家建有网站;从五星到二星,每下降一个级别建站率下降近30%。



### 3. 旅游电子商务平台建设状况

专业旅游网站是开展区域旅游电子商务的重要平台,是区域旅游内外交流和进行旅游电子交易的主要渠道。本次调查通过在百度和 Google 中以“浙江旅游”为关键词进行搜索,取排在前 3 页内的旅游专门网站,共确定“浙江旅游网”、“浙江之旅”等 10 家旅游网站为考察对象。有关统计数据见表 3-12。

表 3-12 浙江旅游电子商务专业网站调查统计

网站名称	主办单位	主要经营业务
浙江旅游网	浙江省旅游局	旅游电子政务与信息服务
浙江之旅	浙江之旅信息技术有限公司	旅游咨询、电子商务、旅游短信、96118 旅游热线、旅游电子地图
浙江旅行网	杭州博道信息科技有限公司	机票预订、饭店预订
浙江旅游超市	浙江海峡旅行社(国际)有限公司	订购旅游线路、酒店预订、机票预订、餐饮娱乐预订
浙江金穗旅游卡	浙江易游商务旅行社有限公司	金穗卡代理销售、国内旅行业务、旅游纪念品
浙江旅游票务网	杭州顺道网络科技有限公司	酒店预订、机票预订、火车票预订、旅游线路预订
浙江旅游(信息)	杭州兴源科技、市地理学会	旅游信息服务,景区、饭店等推介
浙江旅游信息港	神州旅游信息港	旅游信息服务,景区、线路推介,票务服务
浙江旅游	杭州托迪斯多媒体有限公司	景点、饭店、旅行社、餐饮娱乐推介
浙江黄金假日	黄金假日 TM	票务服务、全省各地旅游推介

从经营性质来看,除省旅游局“浙江旅游网”为电子政务网外,其他 9 家均为商业性网站;其中,“浙江之旅”和“浙江金穗旅游卡”网站具有一定的政府背景,另有 3 家属 IT 企业经营,有一家为旅游企业建设,其余两家情况不详。从建设规模、规范和技术、性能上看,个别网站尚属于试运行阶段或初级水平,并不具备真正的旅游电子商务功能。

这些网站中,“浙江之旅”拥有旅游六要素信息 105 000 余条,日信息更新 50 余条,与省外 1 000 余家和省内数百家旅游企业及民航等交通部门有进行合作的预订栏目或机制。网站日点击量超过 42 万次,每日页面浏览量超过 15 万,在各旅游门户网站中名列前茅。

### 4. 旅游电子政务建设情况

旅游电子政务也是旅游电子商务发展中重要的电子管理平台。本次调查对象为全省 11 个地市和 58 个县市的旅游主管部门;调查内容为电子政务网站建设;调查方法为先按部门名称搜索,搜索失败,再搜索该地旅游网,若能搜索到版权属于该地旅游主管部门的旅游网站,则判定其有部门网站。

通过网上调查,11 个地级市旅游局中有 10 个可搜索到自建的政务网站,



1个只能在当地政府网站中查到机构设置等内容;在县市旅游主管部门中,建站率为67%。

### 5. 旅游电子商务市场分析

旅游电子商务客源市场是开展旅游电子商务,特别是B2C(企业对顾客)电子商务的基础,而域内网民的多少又是网上旅游客源的基础。

2004年浙江互联网用户数已达534万,全国排名第4,约占本省总人口的11.4%。根据中国互联网管理中心04年的统计数据来看,网民中有14.6%的在网上查询旅游信息,5.3%的预订票务,3.1%的预订饭店;以浙江534万网民估算,就有约78万人查询旅游信息,约28.3万人预订票务,约16.55万人预订饭店。从全国最大的旅游电子商务网站——携程网公布的数据来看,该网站2003年约有5%的客户来自浙江,列其客户来源的第5位;而携程当年注册用户达700万,经常用户为70万,净营收1.731亿元人民币,净利润5380万元人民币;若有5%来自浙江,表明浙江旅游电子商务市场的购买力已不容忽视。

### 6. 旅游电子商务服务分析

通过抽样调查还发现,饭店网站大多以自身概况和服务项目介绍为主;旅行社网站大多以景点、线路推介和饭店预订为主;在专业旅游网站中,电子商务能力较强的以饭店和机票预订为主,还有部分主要开展旅游信息服务,电子交易功能普遍较弱或没有。经过与线下的传统旅游服务相对照,可以得到在线服务与线下服务进行比较的蛛网图(图3-6)。

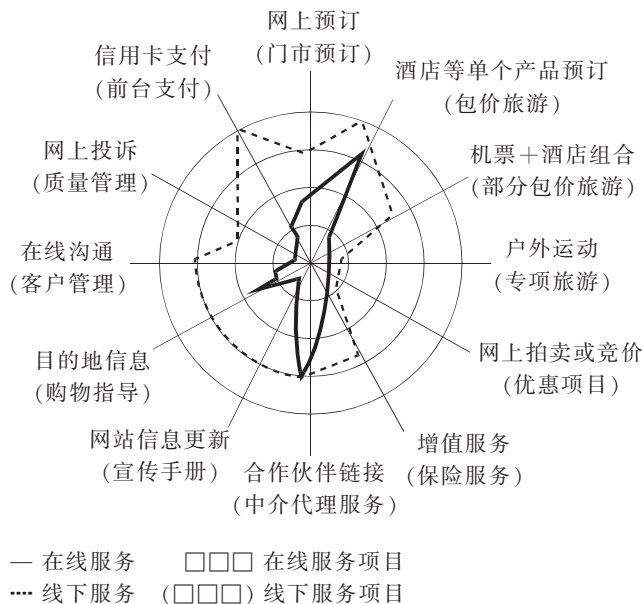


图3-6 在线与线下旅游服务比较





从图中可以看出,浙江旅游电子商务在线服务的主要业务是酒店、机票等单个产品的预订,但线下的主要业务是包价旅游;在携程等大型旅游网站常见的机票+酒店组合却并不广泛,流行的户外运动在旅游网站开展也并不多,主要集中在专门的户外俱乐部网站;支付方式更是以传统的前台付款为主,即使以开展电子旅游为主的浙江易游商务旅行社有限公司也只与农业银行建立了合作关系,而携程网的合作银行则包括中国银行、工商银行、交通银行、招商银行、深圳发展银行、香港恒生银行、福建兴业银行等。综合而言,线下旅游服务项目相对较为均衡,而线上项目的分布则极不均匀。

### 三、浙江旅游电子商务现状简评

#### 1. 优势分析

旅游电子商务随着互联网进入中国才开始起步和发展,浙江旅游电子商务更只走过了短短几个春秋。应该说浙江旅游电子商务的发展还是相当喜人的,可以归纳为以下几点:

(1) 旅游电子商务拥有较好的发展环境。由于改革开放以来浙江的经济发展迅猛,互联网的普及也较为迅速,这些为电子商务的萌芽和发展提供了良好的基础。

(2) 旅游电子商务体系已初步形成。通过调查发现,全省各地市县都有旅游企业已经建立了企业网站;大多数地市级和过半数的县市级旅游主管部门都已经或初步实现了电子政务;全省除个别县市外,都建有当地的旅游门户网站,像杭州、宁波、绍兴等旅游发达地区已出现一批专业旅游网站。

(3) 新型旅游企业开始出现。2003年7月,浙江易游商务旅行社有限公司创立,这是全省首家网络旅行社。它推出的金穗旅游卡更是丰富了浙江旅游电子商务的支付手段,使一卡通自助旅游成为可能,而这正是未来电子旅游时代的重要旅游方式。

(4) 有较好的旅游电子商务市场。浙江的人均可支配收入在全国属较高的省份,这使得浙江成为我国主要的客源地,信息业的发达又使它成为互联网使用的大户和旅游电子商务的重要客源市场,这为浙江开展旅游电子商务奠定了良好的市场基础。

#### 2. 存在问题

当然,浙江旅游电子商务目前总的来说还处于起步阶段,还滞后于旅游业的快速发展,特别是入世后与国际旅游业接轨的需要,存在的主要问题有:

(1) 网站建设流于形式,信息更新迟缓。在调查中还发现,部分旅游企业和行政管理网站的网站信息陈旧,有的甚至连几年前的信息和数据还没有更换。

(2) 信息化和电子商务基础建设极不平衡。在县市级旅游行政管理部门



中,还有相当一部分未能实施电子政务。在旅游企业抽样调查中,旅行社的建站率为46.1%,虽高于预期值,但总比例仍然偏低;而饭店的建站率仅27%。为此,我们对广东省的饭店网站建设率也做了抽样统计,抽查了27家五星、34家四星、53家三星、24家二星和43家未定星级的饭店,共181家;其中自建网站83家,建站率为45.9%;若算上广东省旅游局举办的广东旅游网在其网上帮助建站的87家,则有网站的饭店总数达到了170家,建站率达94%。而据有关资料显示,2002年广东饭店的网站建设率仅14%,可见近2年广东旅游信息化建设的速度已大大加快。

(3) 未能将开展电子商务与旅游企业管理模式变革及业务流重组结合起来,推出适合在线销售的优势产品,电子商务效果不佳。多数企业的网站只是把线下产品直接搬到网上,主要起着网上宣传的作用,其预订功能大多徒有虚名,没能充分发挥互联网的网络特性和市场作用。

(4) 旅游企业在区域旅游电子商务平台建设中没能发挥自身特点,区域内的旅游门户网站中属IT企业的比重过大。特别是绝大多数旅行社只着眼于建设自己的企业网站,没能运用自己在区域内已经拥有的旅游中介优势。但随着IT企业的渗透,旅行社的生存空间势必受到越来越大的挤压。

(5) 未能形成区域综合电子商务中心。在浙江旅游门户网站中,“浙江之旅”是综合实力最强的。但是“浙江之旅”还没能将其他旅游企业通过自己的网络平台真正整合起来。如在“浙江之旅”介绍的269家旅行社中,介绍网址的为88家,实际有网址的为107家;在介绍中标明主要旅游线路的只有31家,仅占推介总数的11.4%。目前该网站虽然已具有一定的访问量,但实际成交量却不容乐观。而其他规模较大的旅游企业也没能通过互联网建立起有实际运作效力的在线联盟。

#### 四、浙江旅游电子商务发展策略初探

要使浙江旅游电子商务健康发展,应当运用科学发展观,制定全面而科学的旅游电子商务发展策略。

##### 1. 增强旅游信息化意识,树立科学的旅游电子商务观念

旅游电子商务的本质是基于互联网的旅游企业经营管理及电子营销,切莫把网站建设看成是门面工程,把网站设立等同于电子商务。同时,还应加强旅游电子商务统计工作,将其主要经济指标也纳入旅游统计之中。这将有利于旅游企业和行业主管部门及时掌握旅游电子商务的发展状况,并以此制定更有效的电子商务发展规划。

##### 2. 加快电子政务发展,以电子化管理促进旅游企业信息化建设

目前浙江旅游电子政务还未完全普及,已建成的也主要停留在政务信息发



布和宣传上,如果能将对企业的管理、监督、指导、统计和服务等都通过简便快捷的电子政务来实现,必将促进企业的信息化建设,也使企业能从中获益。

3. 加快市场化的旅游目的地管理系统建设,以综合旅游电子商务平台推动企业电子商务发展

目前,广东省和大连、三亚、苏州、深圳等十余个城市已经初步建成旅游目的地营销系统。对此,浙江显得步伐较缓,但这也许是好事。从上述省市建设DMS的过程来看,都是按政府行为进行的,建好后再向旅游企业推广,而这未必是建设DMS的最佳途径。我们认为,浙江DMS的建设应当遵循市场经济规律,以市场为基础,以网络为桥梁,以“浙江之旅”为龙头,联合区域内较强的旅游企业共同建设区域DMS,把它建成区域综合电子旅游营销平台,从而促进企业的电子商务发展。即在中建设,而不是建好后再推向市场。

4. 政府提供相关优惠政策

政府应当鼓励企业根据互联网特点开发旅游产品,并且在一定时间内在税收和贷款方面对积极开展经营信息化和电子商务的企业给予一定的优惠奖励和政策扶持。

5. 大力培养旅游信息管理和旅游电子商务人才

旅游业是一个非常依赖信息的行业,但旅游企业普遍信息化程度低,开展电子商务的能力差,信息技术人才缺乏也是其中一个非常关键的制约因素。但目前全省24所开设旅游学院、系或专业的普通高校中,只有一所学院办有面向旅游行业的信息管理专业。

6. 将旅游电子商务发展纳入华东无障碍旅游圈的建设之中

目前华东无障碍旅游圈的基本框架已经形成,但在具体的旅游政策、资源、服务、结算及人才交流等的整合上却进展较缓,在这种情况下应首先利用网络的无空间限制和信息集成方便的特点,打破区域行政和贸易壁垒,实现基于互联网的旅游电子商务整合。这样,不但能更好地促进浙江旅游电子商务的发展,而且也能使整个华东旅游圈的旅游电子商务更具竞争能力。

## 五、结束语

当今美欧旅游业信息化程度已达到较高的水平,旅游电子商务也发展到比较成熟的阶段。随着入世后我国开放旅游业的各种承诺的逐步兑现,国外旅游公司必将越来越多的进入我国旅游市场。这些进入我国的国外旅游公司绝对不会和我国的旅游企业进行简单的传统旅游竞争,而是肯定会利用其已经较为娴熟的电子商务技术,同我国旅游企业来一场现代信息技术的较量。浙江作为我国重要的旅游目的地和旅游客源地,必将处于这场较量的前沿。因此,大力发展旅游电子商务不仅是浙江旅游业自身发展的需要,也是浙江旅游业面临国



际旅游业竞争的必需。

#### 参考文献:

- [1] 迪米特里斯·布哈利斯著. 马晓秋等译. 旅游电子商务. 旅游教育出版社, 2004
- [2] 傅建祥等. 浙江旅游年鉴(2004). 中国旅游出版社, 2004
- [3] CNNIC. 中国互联网络发展状况统计报告(6~15). <http://www.cnnic.com.cn>
- [4] 关于携程. <http://www.ctrip.com>.
- [5] 马梅. 中国旅游网站电子商务产品与服务分析. 旅游学刊, 2003(6)

原载《商场现代化》2005年总第436期



#### 简评

电子商务是当今世界最引人注目的经济潮流。浙江既是我国东南沿海的经济强省,现代化程度较高,同时也是一个旅游大省,把浙江的旅游电子商务作为选题,既具有一定的典型性和现实意义,也具有一定的研究价值。

目前研究旅游电子商务最缺乏的还是数据资料。因为,作为一种新兴的经济现象在如今绝大多数的常规统计特别是旅游统计中还鲜有涉及。为此,需要花费大量的时间和精力去进行原始资料的调查、收集、整理和统计。在本选题的研究中,为了解旅游企业和旅游行政管理部门的电子商务和电子政务展开情况,论者就对浙江省内的269家旅行社、244家旅游饭店和69个旅游行政管理部门进行了网上调查,抽样调查率分别达到了27%、24.3%和100%,具有了一定的科学性。

在充分调查研究的基础上,本文首先从旅游企业网站建设、旅游电子商务平台建设、旅游电子政务建设、旅游电子商务市场和旅游电子商务服务等多个方面探讨了浙江旅游电子商务的发展现状,接着对浙江旅游电子商务的开展情况进行了简评,分析了其已经取得的成绩和存在的主要问题,最后对进一步发展浙江旅游电子商务的策略做了初步的探讨。本文是第一篇较为全面研讨浙江旅游电子商务发展的论文,也从旅游统计的角度弥补了2004年浙江旅游电子商务统计数据不足。



## 第 4 章

# 酒店管理、烹饪类专业文选



### 4.1 旅游饭店对实习生的使用

吴军卫

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘 要:** 旅游饭店业所面临的剧烈的竞争迫使饭店更严格地控制劳动力成本,因而使用大量的实习生,这又带来了另一个问题——服务质量的波动,为此饭店必须与实习生所在的院校协作,用好院校的实习生,教好院校的实习生,为饭店业的可持续发展储备大量优秀人才。

**关键词:** 实习生使用;利弊;问题;注意事项

饭店业竞争的加剧对饭店成本的控制特别是劳动力成本的控制提出了更高的要求;饭店业的季节性及每星期客源淡旺的巨大差异迫使饭店减少固定工的使用;全国每年约 20 万旅游院校酒店管理系或专业(含相近专业)的本科、大专、高职、中专、职高、技校的毕业生的实习问题(按教学计划和授课进程表,部分学生特别是高职或中等院校酒店服务与管理的学生实习期长达一年)的解决有赖于饭店更大量地长期地使用实习生;这样从供和需双方的利益出发,饭店越来越多地使用实习生也就顺理成章了。我们应该分析大量使用旅游院校实习生的利与弊,探讨大量使用实习生过程中存在的问题及相应的对策,为更有效地使用实习生提供参考。

#### 一、使用实习生对饭店的益处

(1) 使用实习生能减少饭店的劳动力成本。以 1998 年开业的北京京瑞大



厦为例,它有 354 间客房并另有写字楼及公寓,开业前计划用工 800 人,其中计划北京市用工 500 人,计划使用外地实习生 300 人,1998 年 2 月到位 135 人。实习生每月工资是 500 元(含交给学校的管理费),外加住宿、工作服和三顿工作餐及少量劳保用品、来往交通、医疗、保险及体检费用,饭店对每位实习生每月的支出约 800 元,而北京本地普通员工的工资、奖金、倒班宿舍、工作服、工作餐、劳保用品、市内交通、医疗及保险费、各种福利合计达每人每月 1 800 元左右;这样,用 130 多位实习生每月可节约劳动力成本约 15 万元,每年节省约 180 万元,如果 300 名实习生全部到位,每年可节约劳动力成本至少 400 万元。

(2) 实习生都经过系统的专业理论学习和操作训练,使用他们可以缩短岗前培训期节约培训费支出虽然各院校的教学水平不同,实习生水平也参差不齐,但都经过专业学习,总体上讲知识水平高,操作基本功扎实,特别是一些教学及管理水平较好的旅游院校(尤其是办专业时间较长的中专及高职院校)的实习生经过 1~2 周的短期培训就能上岗并基本能胜任工作。即使是要求较高的岗位如前厅部各工种,由于学生悟性好,学习努力,通常也能在一个月内基本能胜任工作,并很快成为各服务岗位的骨干。而饭店使用普通的高中或初中毕业生,却要花多得多的培训时间和培训费用才能使他们顺利上岗,且他们的服务质量还难以合乎要求。

(3) 实习生中的酒店服务与管理或旅游服务与管理专业的学生,都经过严格的体检,有些还经过了面试,使用这些实习生,能节省饭店的体检和部分面试费用。

(4) 大量使用实习生,会促进饭店现有员工加强学习,不断进步,在与实习生公平竞争的环境中共同提高,饭店也可以从实习生中择优录取,充实饭店的员工队伍。

(5) 大量使用实习生,可以解决各院校的实习难题,而且实习生通常来自全国各地,如果饭店使用得当,会扩大饭店影响,在全国树立饭店的较好的形象。

(6) 各省市对饭店招收外地员工通常都有较严格的限制(如工种、人数、性别与本地员工的比例等),而实习生尚未正式走上工作岗位,也不是临时工,有时可以不受或少受这方面的限制,而且实习生使用期限稳定,计划性强,流动率很低(除非因身体或表现等方面的原因被实习单位退回)。

当然,大量使用实习生也会存在一些问题。

## 二、饭店大量使用实习生可能带来的问题

(1) 实习生来自不同的地区、不同院校,各校教学水平及管理水平差距较大,即使是同校同专业同班的学生,由于各方面条件不同,也会有较大差异。而实习生实习期一般不超过一年,饭店通常不愿意投入较多的培训费用,而部分



学校的学生(如非饭店专业学生)很少或完全没有饭店服务方面的理论知识和操作技能。这样,如果实习生在一家饭店、一个部门、一个班组所占的比例过大,而饭店又未对他们进行充分、仔细、系统地培训,该饭店、部门或班组的服务质量会产生波动或下降。

(2) 实习生通常只实习半年或一年,因此对于所实习的饭店缺乏归属感,通常责任心不够强,对饭店利益关心不够。

(3) 实习生与正式员工待遇差距明显,互相之间存在一定的竞争;而正式员工对实习生的压制等问题是客观存在的,如果不妥善处理,会造成实习生(特别是外地实习生)与正式员工的较尖锐的矛盾,影响饭店员工的协作和配合,进而影响工作效率与质量。

(4) 有些实习生来自全国各地多所院校,会对当地的气候、伙食有一定程度的不适应,影响工作。例如面对几个不同省的实习生,员工食堂厨师众口难调,实习生很难同时都吃到可口的饭菜。

(5) 有些饭店仅从一所院校招收实习生,这样,问题 4 基本得到了解决;但又带来了一个新问题:如果该校的实习生因故不能及时按计划到位,会使这些饭店的工作产生极大的被动。

针对以上问题,饭店在使用实习生的过程中,应注意采取以下相应的措施。

### 三、饭店使用实习生应注意的事项

(1) 饭店应与实习生所在的院校签订完整、规范的实习合同,具体规定饭店、实习院校、实习生三方的权利和义务。例如,每周双休,每周工作时间是 40 小时,工作用餐、着装及洗浴时间应从工作时间中扣除,工作当天延长工时加班的小时工资标准,休息天加班的工资标准,国家法定节假日轮到上班的实习生的工资标准,国家法定节假日轮到休息的实习生来加班的工资标准,节假日完成一个班次之后加班的小时工资标准;工作餐、工作服、员工宿舍的条件及标准、浴室、来往交通的标准及由谁付费;是否派带队教师常住,带队教师的责任权利、义务、住宿条件、来往交通、工资标准及加班工资标准,带队教师的具体工作量等。

(2) 饭店应与学校共同制定实习生的管理办法与制度。例如,实习生必须遵守饭店制度,实习结束后应由饭店对实习生进行鉴定,饭店鉴定不合格或因违反店规被退回者即视为毕业实习这门课不及格,学校不发毕业证。这样可以使学生认真对待实习并在思想上做好吃苦的准备。饭店还应建立完善的实习生管理与评估制度、实习生个人档案和实习院校档案,饭店的实习生管理与评估制度应与学校的相应管理与评估制度相衔接。饭店应表扬优秀实习生并把每位实习生的工作表现据实记入实习生档案和学校的实习生手册。饭店设立



的实习院校档案应记录或保存各校的实习生管理与评估制度,实习生手册样本,实习带队教师的工作情况,实习生表现总体情况,课程的开设情况,特别应充分利用学校的学生各门课成绩汇总表及操行表现汇总表的复印件来了解学生专业课学习的课时数、成绩、操作课评分标准及每位学生的操作课成绩、操行表现等,作为饭店分配实习生工种的参考并相应减少已学过课程的入店后的岗前培训课时数。对实习生表现总体情况较好的学校,可以建立长期合作关系,由这些院校定期定人数提供实习生,也可以由饭店招收部分员工由该校培养一段时间,回来后经毕业实习或试用后充当饭店的服务或管理骨干。饭店应向这些学校提供操作师资、操作用具及场地,学校则向该饭店定期提供一定数量的高素质本地毕业生补充为正式工,同时提供大量的实习生,在节假日还可以提供所学操作程序与酒店基本一致的在校生应付营业高峰。双方本着互惠互利的原则,可以在更长的时期和更深的层次上进行交流和合作。

(3) 饭店应切实关心爱护实习生,合理安排他们的工作量,加深当地员工和外地实习生之间的沟通与理解。绝大多数实习生年纪都不大,例如按教学计划二年级结束时实习的中专生通常年纪为18岁,按教学计划二年级结束时实习的大专生及高职生通常年纪为20岁,对他们的工作量安排应循序渐进,不能一步到位。否则他们为了完成工作量不得不推迟下班,有时一天要干10多个小时,身心健康将得不到保证,结果使学生在心理上害怕从事饭店服务工作,他(她)的人生观和择业观会发生变化。现在的学生的心理和身体尚未完全发育成熟,又多是独生子女,面对大工作量,严厉的训斥和惩罚,紧张的人际关系,往往一时无法适应,于是产生对抗情绪,影响工作质量和效率。实习生毕竟是来实习的,当地员工应尊重他们,耐心地教育他们,不能把脏活累活全部推给实习生,不能以责骂及规章、罚款完全代替教育。通常实习生主观上是想做好工作的,正式工应多给实习生一些时间和耐心,应相信他们会越干越好。饭店还应关心实习生的业余文化生活。

(4) 如果有条件,可请实习学校派带队教师。饭店可以请实习学校派带队教师(以班主任或专业教师为好)协助饭店管理实习生,协调实习生与饭店之间的关系,并在业余时间管理好学生,保证学生的安全。例如,应制定实习生业余时间请假制度,实习生班干部周会制度,实习小组组长负责制度等,带队老师应经常与学生交谈,当学生达不到饭店要求或对待遇有意见时,应与饭店进行沟通,必要时应耐心地说服教育,防止学生思想波动。饭店应尽量为带队教师提供良好的食宿与办公条件,使他们在带队实习的同时,不断学习,钻研业务,不至于使业务荒废。如果有条件,饭店应视带队教师条件的不同尽量安排他们进入饭店服务和岗位实习,还可以请带队教师担当饭店的入职培训、各部门的业务培训,甚至饭店管理岗位培训的师资,以促使饭店培训水平和教师业务





水平的共同提高。并可防止饭店入职培训及学校在校教育之间的“盲点”(即双方都漏掉的应有的培训内容),实习生通常应分散于各部门、班组使用(即实习生比例在员工总数中不宜过高),以防止服务质量的波动。

总之,合理、大量地使用实习生,会给饭店和学校双方带来好处,各饭店应重视研究这一问题,提高对实习生的管理水平,提高服务质量,使饭店在竞争中立于不败之地。

#### 参考文献:

- [1] 陈丽能,徐挺. 毕业综合实践导引. 浙江摄影出版社,2004

原载《集团经济研究》2005年第5期



#### 简评

本文选题大小适中,具有一定的实际意义。论文选择了高星级酒店中相当普遍的问题——实习生的使用,从酒店、院校、学生三个方面,分析了酒店大量使用实习生对各方面的好处,及使用实习生过程中存在的种种问题,提出了做好实习生服务、改善实习生管理的一些措施,具有一些个人独到的观点。论文结构比较严谨,开头先分析使用实习生对酒店、院校、学生个人三方特别是对酒店的好处,接着阐述酒店在大量使用实习生过程中存在的问题,最后提出了一些具体可行的解决措施,层次分明,循序渐进。在语言表达方面,本文很少使用术语、概念,但大量使用短句,做到了行文流畅,通俗易懂,如果再阐述深入、全面些,引用或收集更多数据,会更有价值。



## 4.2 国内外酒店销售模式的差异分析及对策

王伯启

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:**酒店销售模式是酒店销售哲学的外在反映,国内酒店的销售太多地依赖于销售人员个人的销售能力,这和国外销售工作依靠完整的销售系统差别巨大,本文分析了这不同的销售模式并提出策略性建议,对于指导国内酒店的销售工作具有现实的意义。

**关键词:**国内外酒店;销售模式;差异



酒店销售工作直接关系到酒店的经营,但“销售工作难做”又是酒店的普遍反映。酒店销售究竟应如何做,国内外酒店的销售模式有何差别,综合研究国内外酒店的销售模式或许能给国内酒店一些启示。

目前,对“销售模式”并没有一个权威的概念,每个酒店都可以结合自己的产品和顾客终端的需求,做出自己的销售模式。笔者认为,“销售模式”指的是酒店把产品销售给顾客所采用的各种销售策略,一般包括人员销售、传统产品展示销售、渠道销售、广告销售等。

## 一、酒店销售模式的类型

综观国内外酒店销售模式的发展,我们可以总结为以下几种基本的销售模式。

### 1. “交易式”销售

运用这种销售模式时,价格是唯一起作用的因素。此时,客户一般知道自己需要什么产品,只是在寻找最为合适的价格。零售业的销售模式大体都可以归入这一类。这种销售模式是常规的单一销售模式,体现在酒店销售里面,即顾客选择自己了解、熟知的饭店产品,销售人员没有更多地参与到顾客的需求当中。这种模式在餐饮行业里运用较多。

### 2. “利益式”销售

运用这种模式的销售人员不仅在价格上做文章,还通过比较产品特征、优缺点来帮助顾客做出恰当的选择。当酒店之间的产品差异较小时,销售人员会借助于自己的客户关系来进行销售。目前,这种模式在国内多数的酒店销售里广泛运用。酒店企业通过强调产品的“独特销售卖点”来吸引顾客。

### 3. “顾问式”销售

运用这种模式的销售人员会分析客户需求并提供建议来帮助客户做出选择。典型的例子是分析、比较产品生命周期总成本和初次购买价格。“顾问式”销售模式在如何销售、如何交付或如何使用等方面会经常随客户的不同而有所不同。顾问式销售模式给很多的主题酒店带来丰厚的利润。例如,中国经营最成功的会议酒店——北京九华山庄,采用顾问式销售在会议酒店经营上取得巨大成功。目前,九华山庄每年接待会议近万个,占了北京会议市场近1/4的份额。一些国际大型企业已成为九华山庄的长期客户,九华山庄同时还是中央国家机关定点会议场所。

### 4. “增值式”销售

采用“增值式”销售模式的销售人员不仅为客户提供建议,而且会主动按照客户的需求为其提供或完善解决方案,甚至为满足客户需求提供量身定制的解决方案。该类销售人员的信念是帮助客户解决问题远比销售重要。IBM公司



提出的“随需而变”的经营理念即是“增值式”销售的体现。

当然,相对复杂的“顾问式”销售与“增值式”销售未必比其他两种销售模式更好。关键是企业需要使其销售模式、薪酬体系与客户的最终目标相一致。此外,销售模式与产品种类也有关系。再者,由于存在不同的细分客户群、销售渠道和客户类型(规模及实力),同一个企业有时同时运用几种模式也很正常。

## 二、国内外酒店的销售模式比较

国内酒店的销售模式相对简单,大部分只有一个维度——成交额,绝大部分的销售取决于人际关系,销售人员借助于面对面的交往及其个人魅力,通常在餐桌上完成交易,在很多情况下,销售人员的成功销售仅取决于招待费用及产品价格。国内酒店的销售基本上可归于“以人为本”,靠“人”来做销售,对销售人员实行目标管理和业绩考核,酒店销售人员每天都在不停地拜访客户、签订新的客户协议,以保证客户前来消费。在销售人员的薪资结构上,国内酒店往往采取低底薪高奖金,或者低底薪高提成的考核办法对销售人员进行考核激励。当然,随着顾客需求的变化以及科技的发展,尤其是互联网的高速发展,国内酒店的销售模式也发生了一定的变化,例如,不少的酒店加入酒店预订网,建设酒店的网站以方便顾客的浏览等。但是很多国内酒店的销售工作仍然脱离不了“以人为本”的框架。

而跨国集团管理的酒店却是靠“系统”来销售,更注重的是依靠一套严密的销售系统来进行销售。“系统”是由全球品牌宣传、全球预订网络、全球各主要城市所设立的销售中心和各酒店的销售力量所组成。广告宣传、特价推广等都是集团、系统、销售中心和酒店的共同行为,销售人员的工作很少有主观意识,只是作为系统工程的整个过程的一个组成部分。这整个过程是有规范的,管理是科学的,目标是和各酒店的市场计划、经营计划相匹配的。正因为此,这项系统工程确保了各酒店销售业务的稳定性和连续性。在整个过程中,各个组成部分之间的沟通和配合是至关重要的,而销售人员的个人作用就无关大局了。在这种体系下,销售人员的薪资结构是根据职务高低,责任大小来区别,提成基本没有,奖金视酒店全年经营业绩而定。如表 4-1 所示。

表 4-1 国内外酒店销售模式比较

项 目	国内酒店	国外酒店
销售模式	交易式或利益式	顾问式或增值式
销售主导	销售人员	销售系统
销售人员策略	单兵作战	团队协作
薪资结构	低底薪高提成	根据职务和责任分配
销售人员管理	目标管理/业绩考核	沟通、协作、培训



### 三、国内酒店“以人为本”销售模式的弊端

国内酒店采用“以人为本”的销售模式,它最大的弊端是对人的依赖性很大。这种依赖性的程度又是以供求关系作为杠杆的,酒店生意越是不好,销售人员的要价就越高,销售人员的感觉就越好,对那些销售成绩出色的销售人员,销售部经理最怕他被别的酒店高薪挖走。由于没有科学的严密的销售体系和管理考核方法,销售人员之间经常存在着客户的冲撞、销售人员拉来的生意在酒店内部的利益冲撞、销售人员的越级行为等现象。导致整个酒店销售目标没有完成,但部分销售人员却拿到了很高的奖金和提成。

当然,在整个销售过程中,不能没有人的作用,但人的作用是不能替代系统、不能替代网络、不能替代品牌的。因为客户对系统、网络的依赖,对品牌的信赖,并不是人可以替代的。而跨国集团管理的酒店,销售工作就是一项系统的工程,它依靠严密的系统来进行销售,实行对过程的规范化管理及考核,确保销售业务的稳定性与连续性。

国内酒店的销售模式弊端我们可以总结如下:

(1) 客户资源的流失。客户资源是企业赖以生存和发展的生命线,是企业的“隐形资产”。而销售人员常常将客户资源私有化,销售人员的流动导致客户资源流失,甚至是“跳单”,企业客户资源难以积累与发展。

(2) 客户资源的利用率低。缺乏跟踪从潜在客户到正式客户转化过程的量化管理,缺乏事前、事中和事后的销售控制,销售成交率低。

(3) 客户资源挖掘不充分。缺乏客户的重复购买,客户流失严重,无法确认客户的价值所在。

(4) 业务过程难以协同。企业通常没有集中管理客户资源,因此客户信息散落在多个部门或人员之中,从而导致信息难以共享,团队协作差,导致公司过分依赖少部分销售能人而使销售力难以复制,团队整体销售能力发展不平衡,严重制约了企业的良性发展。

### 四、国内酒店销售模式的改进策略

国内外酒店销售模式的差异来源于多个方面,包括发展阶段、管理理念、文化背景等多种因素。国内酒店要想达到国外酒店的“销售网络”还有很长的一段路要走。但是,我们可以尝试某些改进,以缩短我们和国外优秀酒店的销售差距。笔者认为,我们可以在以下几个方面进行改进。

(1) 观念上的转变。酒店要树立起销售工作不仅仅是销售人员的事情,更不是某一优秀销售人员的事情,而是酒店整个系统在起着作用,包括酒店的品牌、声誉、销售渠道、全体的员工等。总之,销售是一个系统的工作。



(2) 树立全员销售的理念。酒店要花大力气,通过对全员的不间断的培训,把酒店内部的服务质量、管理水平都上台阶,争取顾客对酒店有一个认同感,这对于酒店在网络和销售中心能否销售成功至关重要。

(3) 加强对销售人员的专业化培训。销售人员的水平和形象,代表一个酒店的水平和形象,销售人员的专业化程度越高,对酒店的销售工作会越有利。

(4) 组建跨职能的销售团队。通过组建跨职能的销售团队来一起为客户提供服务,给予顾客一种“顾问式”的消费体验正成为越来越普遍的做法。销售本质上是一种对顾客需要和欲望进行导向和管理的工作,在这一理念的基础上,销售人员做好顾客的“理念战”、“心理战”是完成销售的必经过程,这就要求我们对顾客心理要有完善的把握,在最大限度上满足顾客的需求,并且引导顾客发现他们所没有发现的需求。

(5) 建立完善的销售体系。要建立与推行和国际接轨的销售体系,一定要经过一个投入产出的过程。这个过程包括建立品牌,宣传品牌,管理品牌,挂靠全球性的、有影响力的预订网络,到目标市场客源地的城市设立销售中心,培养一支有专业水平的销售队伍等。通过把销售目标和整体经营目标结合起来,让销售人员的工作成为整个系统过程中的一个步骤,只有朝这个方向努力,我国酒店的销售工作才会有根本性的改变。

#### 参考文献:

- [1] 九华新闻. 九华荣膺“中国十大会议中心”. [http://www.jiuhua.com.cn/news/news.asp?news\\_id=195](http://www.jiuhua.com.cn/news/news.asp?news_id=195)
- [2] 赵惠时. 酒店业的销售疲软原因及对策分析. 河北财经学院学报,1994(3)
- [3] 王可. 销售模式创新. 中国制造业信息化,2006(4)
- [4] 谢裕强. 饭店销售工作的四大要素. 上海商业,2001(1)
- [5] 罗勃特·达文波特. 成功嫁接:薪酬体系 VS 销售模式. 新营销,2005(12)

## The Difference Analysis & Tactic of the Sale Mode Between the Foreign & Native Hotel

WANG Bo-qi

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** The mode of sale is the outside reflection of the hotel's philosophy. The sale of the native hotel bases on the ability of the salesman. But the foreign hotel relies on the integrated system of sale. This paper analyses the



difference between the foreign and native hotel and put forward personal advice. This is very important to the native hotels who want to improve the sale management.

**Key words:** the foreign & native hotel; the mode of sale; the difference analysis

原载《商场现代化》2006年第28期



### 简评

酒店的销售模式是酒店营销理念的一个缩影。酒店标准化的推广使得国内外酒店的硬件差距越来越小,但营销理念或者说管理理念的更新和学习,才是国内酒店竞争力提高的根本。本文从销售模式的角度,来探讨国内外酒店的差异,旨在借鉴国外酒店先进的管理理念。销售本身就是一个系统性的工作,需要管理者从酒店全局的角度来思考销售工作,酒店业界对销售模式的研究亦不是很多。本文如果能起到抛砖引玉的作用,能引起同仁们一起来思考这些问题,相信国内酒店销售竞争力的提高亦是水到渠成之事。



## 4.3 仿古宴席菜式的设计原则和方法

戴桂宝 何宏

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 仿古宴席和仿古菜是目前餐饮业借鉴中国传统饮食文化而挖掘、整理出的迎合市场的产品。仿古菜始于清宫仿膳菜,目前有仿唐菜、仿宋菜、孔府菜、仿随园菜、敦煌菜、红楼菜等多种。仿古宴席和仿古菜要根据“尊重历史,有根有据;菜品为主,辅以环境;取其精华,去其糟粕;有机融合,古为今用”等设计原则,采用李代桃僵、移花接木、无中生有、抛砖引玉等多种设计方法。

**关键词:** 仿古宴席;仿古菜;宴席设计;设计原则;设计方法

### 一、仿古宴席、仿古菜及其历史与现状

仿古菜是仿照古代菜肴制作的菜品。一般以历史文献、档案材料、古典名著等记述和文物资料为依据,按照“古为今用、推陈出新”的原则研制而成。

中国历史上有过许多名菜,历史文献有过不少记述。如《礼记》的“周代八



珍”,《盐铁论》所记汉代饮食市场的胃脯,《齐民要术》所记的上百种菜肴,《清异录》所记唐代烧尾宴菜点 58 味,《东京梦华录》、《梦粱录》和《武林旧事》所记北宋东京和南宋武林名菜数百种等等都是。明清时期除烹饪专著外,清宫档案里也记有不少名馐佳肴。此外,《红楼梦》、《金瓶梅》、《水浒传》等古典小说,也有菜肴的记述。这些都是可作依据的资料。

#### (一) 仿膳菜肇始和仿古宴滥觞

所谓仿膳菜,就是仿制的清宫菜,或称因时而变的御膳菜,出现在 20 世纪 20 年代。辛亥革命推翻了清政府,数百名御厨被遣散出宫。尤其是 1924 年冯玉祥发动“北京政变”,驱逐末代皇帝溥仪出故宫,御厨全部被遣散。为了谋生,许多人重操旧业,或在权贵之家卖艺,或去市场经营餐馆。1925 年,北京北海公园开放时,一位原在清宫菜库当差的赵仁斋邀请孙绍然等几位“御膳房”的厨工,首创了经营清代宫廷菜的“仿膳饭庄”,其后经多次查阅清宫档案,研制出大批清宫菜,成为仿古菜的先河。从此,以宫廷风味为特色的仿膳菜便风靡一时,历经 80 年,现今在北京仍有很大吸引力。

仿膳菜虽然直接来源于清宫菜,又有别于清宫菜,介于“似与不似之间”。似者,是它的气质、文采、风韵、基本用料和基本技法,仿膳菜一上桌,就有一股皇家饮馔的华贵气息扑面而来;不似者,毕竟时代不同,服务对象不同,它在承继清宫菜传统的前提下,一方面扬弃形式主义的成分,如用料苛刻、筵席芜杂之类,一方面又赋予新的内容,如变换名称、增加掌故,使之符合社会需求。它的最早食客是怀古恋旧的八旗后裔和军阀政客,后来拓展到中上层文化界人士和小康市民,其活动区间仅限在北京。

仿膳菜推出后,有的是零菜,有的是整桌的仿古席。解放以后仿膳菜又常与清宫庆典挂钩,推出仿拟的《千秋(帝王生日)宴》、《大婚(帝王纳后)宴》、《九白宴》(清代蒙古部落向朝廷进贡一匹白骆驼和八匹白马后被赏赐的御宴)、《木兰宴》(清代帝王秋季在木兰围场打猎后举办的庆宴)等,很受市场的欢迎。仿膳菜和仿古宴的最大贡献,就是将绵延 5 000 余年的宫廷饮食文化继承起来,使它走出戒备森严的宫墙,以新的风貌为平民服务。

#### (二) 仿古菜和仿古宴席的发展

20 世纪 80 年代初,在我国餐饮界兴起了一股“仿古菜”热,全国许多地方根据本地的历史特点、地理位置的优越条件,纷纷整理、研究“仿古菜”,推出仿古宴席。由于人民生活水平的进步,消费能力的提高,这个时期“仿古菜”,一般都是以“仿古宴席”的形式推向市场的。仿古宴可分为以下几类:

##### 1. 以朝代为依据的仿古菜

20 世纪 70 年代末,西安烹饪研究所为适应旅游事业的发展,在挖掘整理发扬中国传统烹饪文化技艺的基础上研制,后于 1986 年经专家鉴定,由西安市科



委颁发科研成果证书,在西安曲江春餐厅投入市场经营,并在北京和日本京都设有仿唐菜馆。

河南开封素有“七朝古都”之称。北宋时期,这里曾历经九帝,史书以“汴京富丽天下无”的诗句来赞美她。《东京梦华录》等古籍对当时开封的繁华与饮食业的发达、烹饪技术的高超都有详载。开封刮起一阵复古风,以古籍为蓝本,一批仿宋菜肴纷纷出炉,且颇受人青睐。杭州八卦楼菜馆于1984年开始了南宋菜肴的挖掘整理工作,研制开发成功了60余种南宋菜肴。此后,杭州包括楼外楼在内的多家菜馆也纷纷推出仿宋菜。

由于明朝定都南京,使南京成为全国政治、经济、文化中心,经济亦随着起飞,在洪武年间,已兴建了16座大型酒楼,饭店林立,小吃品种繁多,船宴盛行,御膳独具。所以南京秦淮风味小吃研究会,积极挖掘明朝菜肴研制出仿明菜,并于1999年赴台北参加中华美食展大获成功。

而唐朝以前,由于年代久远,史料欠缺,所以成系列的仿制宴席不多,如西安曾研制出十几种秦汉菜。

#### 2. 以著名府邸为依据的仿古菜

自春秋末年以来,孔子的嫡裔已传至七十多代,孔府菜也代代相传,日益丰富。1947年,第77衍圣公离开孔府后,厨房停炊,厨师离散。山东曲阜、济南等地根据历史档案及其他一些史料对孔府饮食进行了详尽的研究,再加上厨师的回忆,加以挖掘、整理挖掘出一批孔府菜。

南京根据清代表枚的《随园食单》精心研制了“仿随园菜”,在当时南京最高档的金陵饭店以“随园宴”的形式满足市场需要。

#### 3. 以著名地域为依据的仿古菜

“敦煌宴”以敦煌艺术、历史典故、敦煌遗书、民间风俗等为背景研制的菜品为主,其文化背景引经据典,比较真实。2001年,在第二届中国美食节上,代表甘肃省参赛的甘肃长安餐饮有限公司,首次以古朴、典雅、富有西北地方特色的敦煌菜获得组委会大奖;2002年,代表甘肃省参加第三届中国美食节的敦煌宾馆,以精心烹制的“敦煌宴”等系列菜,捧回了中国烹饪最高奖——鑫鼎奖。

#### 4. 以著名人物为依据的仿古菜

苏东坡是北宋时期著名的文学家,以他命名的“东坡肉”、“东坡鱼”等至今流传。苏东坡一生颠沛流离,去过许多地方,而他足迹所到之处,都有“东坡宴”问世。四川乐山、湖北黄冈、江苏常州、浙江杭州、广东惠州,都根据苏东坡留下众多诗词文赋中饮食文化的记载并结合当地的风味创制出独具特色的“东坡宴”。

清代著名书画家郑板桥曾有很多诗文述及家乡的饮食烹饪之事,例如,“江南大好秋蔬菜,紫笋红姜煮鲫鱼”;“一塘蒲过一塘菱,荇叶菱丝满稻田,最是江





南秋八月,鸡头米赛蚌珠圆”;“三冬芥菜偏饶味,九熟樱桃最有名”等。板桥故里的江苏兴化市兴化宾馆在研制“板桥宴”时,充分利用当地特产原料以及郑板桥的传说故事,使其每一个菜品都能找到依据。此宴充分利用新鲜的鱼、虾、藕、草鸡、黑毛猪肉、醉蟹、螺蛳、麻虾子等水乡食品,并体现苏北水乡民间的“蒲筐包蟹、竹笼装虾、柳条穿鲤”的乡土风格特色。

#### 5. 以古典文学作品为依据的仿古菜

《红楼梦》诞生于18世纪中叶,它是满汉文化、南北文化相互碰撞、吸收融合的典范,是中国明末清初时期贵族生活的真实历史画卷。就是在这部傲立于世界文学之林、被誉为中国封建社会“百科全书”的鸿篇巨制中,曹雪芹用了将近三分之一的篇幅,描述了众多人物丰富多彩的饮食文化活动:就其规模而言,则有大宴、小宴、盛宴;就其时间而言,则有午宴、晚宴、夜宴;就其内容而言,则有生日宴、寿宴、省亲宴、家宴、接风宴、诗宴、灯谜宴、合欢宴、梅花宴、海棠宴、螃蟹宴;就其节令而言,则有中秋宴、端阳宴、元宵宴;就其设宴地方而言,则又有太虚幻境宴、大观园宴、大厅宴、小厅宴、怡红院夜宴等。通过各种各样的宴席,曹雪芹不仅为读者提供了一张未穷尽的美食单,更重要的是作者为我们创造了一个完整的红楼饮食文化体系。红楼宴的研制始于20世纪80年代初。1983年,北京的来今雨轩率先经营红楼宴,之后,石家庄、扬州、南京、上海等地相继推出红楼菜,活跃了饮食市场。《红楼梦》所载的几十种菜肴,也从书本搬进了厨房,把文字变成了实物。

20世纪80年代,徐州、济南也根据《金瓶梅》的记载,研制出有关“金瓶梅宴”,均先后供应于市场。值得一提的是徐州在研制“金瓶梅宴”上似乎更是“先著一鞭”:民国某年中秋节,徐州纨绔子弟张二少与七个妻妾仿制西门庆妻妾赏宴芙蓉亭的八道菜,在家中的陶然亭欢宴;纨绔子弟徐大少让家厨仿《金瓶梅》做了“烹龙肝、炮凤腑”之宴;光绪举人、书画家张伯英晚年在徐州觉林菜馆品尝了“金瓶梅托荤素宴”等。

2002年5月,山东阳谷县组成了由《水浒》专家、文史专家、烹饪专家、著名厨师等联合组成的“水浒宴”研制班子。他们以《水浒》原著为主,同时参照一些宋代著名菜点的出处、制法、风味等。研制员还到梁山等《水浒》故事发生地,在有关部门和百姓中走访,广泛收集有关史料和传说,为“水浒宴”寻求确凿的证据。在宴席设计上,他们把宴席名称、宴会厅的环境、氛围、餐具等,都作为仿古宴不可分割的组成部分,尽可能采取“翻拍老片”的办法。宴会厅里,还可播放电视剧《水浒》的主题歌《好汉歌》,渲染宴会气氛,增强历史感和现场感。

## 二、仿古宴席和仿古菜的设计原则

仿古宴席为弘扬我国饮食文化,引导人们在餐饮消费等方面都起到了积极



作用。从全国各地竞相开发仿古菜的经验来看,试总结一下研制仿古菜和仿古宴席的基本原则。

#### 1. 尊重历史,有根有据

只有具有丰富的历史知识,才能再现原汁原味的历史风韵。如在设计仿宋宴时,就必须对宋代历史,尤其是对宋代的社会生活史有一个全面的了解,必须阅读大量的宋代的历史文献资料,并结合出土文物和民间风俗传承,才能对菜品进行设计。每个菜点必须有翔实可靠的史料依据,即史籍中有具体的记载。对口头传说而无可靠依据者一概不收。所用的原料必须是宋代有的和比较稀有珍贵的,以保持历史的真实性。原辅材料搭配尽量按史料的记载去做,尽可能保持宋代菜点的固有风韵。

#### 2. 菜品为主,辅以环境

仿古菜研制的同时,还要注意餐具与环境等方面的配合,有的地方仿制了有古代风格的餐具,使器皿与菜肴更加和谐。有的地方在餐厅建筑和环境方面,尽量使其符合古代某一时期、某一特定地方的特有风貌。有的还在上菜程序、进餐方式以及服务员服饰等方面也尽量能与古代接近一致。这些设施,对仿古菜起到了烘托气氛、渲染韵味的作用,使进餐者有身临其境的感受,从而得到物质与精神交融的享受。

#### 3. 取其精华,去其糟粕

“取其精华,去其糟粕”,是我们对待传统文化的一个基本原则,饮食文化也不例外。对待烹饪中的传统技艺,不能全盘拿来,对不合理、不科学、现在已无使用价值的工艺,要进行取舍和改进。继承就是要继承那些能为今日所食用的菜点,而对那些今日难以食用或现实不能办到的菜点,则要除去。例如《红楼梦》中王熙凤给刘姥姥吃的“茄鲞”,许多学者就认为是作者杜撰的产物,按书上的方法是断断做不出来的。这本是文学大家为突出贾府的穷奢极欲而把一个普通的蔬菜故意做成一个费工又费料的菜肴,在烹饪上,曹雪芹也是“假作真时真亦假”,从而为书的主题服务。

#### 4. 有机融合,古为今用

中国古代的历史文化博大精深,老祖宗给我们留下了丰富的文化遗产。有专家说,中国历史上的东西,我们无法确知原貌的,大概有二:一为音乐,二为烹饪。仿古菜点,强调一个“仿”字,不是也不可能是对古代菜点的真实再现,因此对仿古菜点和宴席的设计应是追求仿古菜的神韵,品味仿古菜的风韵,体会仿古菜的意韵。烹调方法应该以所仿时代常用的为主,不排斥现代先进的科学方法。仿制的菜点和宴席,在营养、卫生、口味上要符合今人的要求。每道菜应有一定的营养价值,对人们健体强身有一定的积极作用。



### 三、仿古宴席和仿古菜的设计方法

前面我们说过,仿古菜不是也不可能对古代菜点的真实再现,而历史留存的食谱、食单、笔记、农书、食疗著作中的史料,与现代菜谱相比,相对简略得多。即使是现代菜谱,由于厨师的经验、阅历和领悟能力的不同,也会使同一菜谱做出的菜点存在或多或少的差别。因此,在遵循有依有据、保持原汁原味的前提下,根据历史留存的食谱、食单、笔记、农书、食疗著作中的史料来进行仿制;或根据历史档案及其其他一些史料,再加上厨师的回忆,加以挖掘、整理;或依据古典小说中所描述的饮食内容,加以考证。在进行制作仿古菜肴时,可以尝试使用以下几个方法:

#### (一) 李代桃僵法

李代桃僵中的僵是仆倒的意思,此语出《乐府诗集·鸡鸣篇》:桃生露井上,李树生桃旁,李树代桃僵。目前有些野味属国家保护动物,禁止食用,那我们就针对有属国家保护动物原料的古菜,采用李代桃僵法,用其他原料进行代僵,即在进行仿制时,完全按古代的工艺流程、烹制技法和菜肴味型进行烹制,对其属国家保护动物类的主料或辅料进行相应改良。

这种仿古方式主要有:

(1) 把原古代菜肴中的动植物原料改成另一种动植物的相应部位。例如,仿清菜“赛驼掌”是按清《醒园录》“蒸熊掌”改变而来,把主料熊掌改为驼掌(也可以改成牛掌等),工艺流程和烹制技法与清代基本相近。

(2) 把原古代菜肴的原料改成仿制品种。例如,电影《满汉全席》所述:黄荣和廖杰在两天的比赛中,各胜一场,面对第三日的比赛,廖杰等人想出一个以豆腐脑仿制猴脑的绝招,出奇制胜。这就是用李代桃僵法以仿制品替代了主料。

#### (二) 移花接木法

蒲松龄的《聊斋志异·陆判》有“断鹤续凫,矫作者妄;移花接木,创始者奇”之句。凌蒙初的《二刻拍案惊奇》中也有:“同窗友认假作真,女秀才移花接木”之句。这都是用“移花接木”比喻暗施手段,比喻从中更换人或物。我们在仿制古代菜肴时,也要运用移花接木的方法,在基本保留古代菜点的主辅料、工艺流程、烹制技法、味型特点等烹饪要素的基础上,对其小部分辅料和烹制技法进行相应改变的一种仿制方法,即把用于其他菜点的烹制工艺移植于此菜。

移花接木法所涉及的因素较多,又要保持历史依据,又要在不失原貌的基础上,提高一步,更要适合现代人的口味,对烹调技术水平的要求较高,是一种难度相对较大的仿制方法。例如,仿宋菜“蜜炙排骨”就是根据周密的《武林旧事》的炙骨头改制而来。《说文》云:炙是肉在火上,意思是用明火将



肉烤熟。而我们运用移花接木法将蜜汁乳鸽的烹制方法移植与此菜,改为先入味,再用中温油炸制,此菜味重而色亮,远比原菜的制法受食者欢迎。又如,仿宋菜“脆琅玕”,据宋《山家清供》所记述是莴苣去叶、皮,寸切、淪以沸汤,捣姜、盐、热油、醋拌渍之,颇甘脆。按此法制作口味平淡。我们把宋《中馈录》中的“茭白鲈”、“胡萝卜鲈”菜肴中的配料花椒末移植于“脆琅玕”中,采用麻油,再采用“热炆”的手法来完成此菜。不仅在口味上有明显变化,而且还真正做到了“脆”字当头。

### (三) 无中生有法

无中生有,这个“无”是指虚的,这个“有”是指实的,无中生有实际上是真假假,假假真真,真中有假,假中有真。古代菜肴花式少,制作方法简单,如均按古代菜肴翻制,就可能导致口味单一,烹调方法简单的弊端,所以就要采取无中生有法,来仿制古菜。在保留传统菜点原有主辅原料、工艺流程、烹制技法、味型特点等烹饪要素的基础上,对菜肴的包装、菜肴的出品上进行改良。例如,南宋菜“酒香螺”制作时用的是田螺,若按古法烹制,此菜因原料普通很难列入宴会菜肴之中。因此我们就采用无中生有法,用冬瓜刻成比原螺稍大的田螺形,中间嵌入田螺肉,改用小陶酒坛盛装,这是一法。另一法亦可用盘篆刻盛酒坛,盛装田螺肉,上笼带汤蒸制。这样提高了菜肴的身价,也符合现代人的审美观。

又如,改制“怀胎鲜鱼”仿制唐菜。“怀胎鲜鱼”的出典是唐《博异志》关于文学家王昌龄的故事,他在江中吊凭时,不慎把一副金错刀子遗入江中,他正在懊恼,这时一条三尺长的大鱼跃上船甲,事有凑巧原来此鱼正吃到遗入江中的金错刀,“怀胎”就出于此。原创作此菜是用猪网油包制肚中塞入辅料的鲜鱼,上笼蒸后食之。现改良成:上桌时外表是一条用豆腐皮炸制的鱼,食者一动箸待豆腐皮破后,里面又是一条完整的烤鱼,此时食者想原来这叫怀胎,但一吃到鱼,发现鱼肚里还有带汤的鱼卵(小鱼圆)掺夹着切成形似古刀的火腿,冬笋片,真是名副其实的怀胎,使食用者在假假真真中,增添不少趣味。

### (四) 抛砖引玉法

抛砖引玉,出自《船灯录》。相传唐代诗人常建,听说大诗人赵嘏要去游览灵岩寺,为了诤他题诗,常建自己先在寺壁上题写了两句,赵嘏来寺见到后,顺手也在墙上题写起诗来,而且题的比常建更好更妙,后来文人称这种作法为抛砖引玉。我们在开发仿古菜肴时,有些古籍书中,关于菜肴的介绍只有只言片语,并未完全写明写全原料、口味和烹调方法,这就要靠我们运用抛砖引玉法,根据古籍和小说抛出关于菜肴记载的“砖”,引出美味的仿古菜肴之“玉”。比如,仿唐菜“百岁羹”,就是采用抛砖引玉法仿制的。百岁羹载于陶谷的《清异录》,说当时已有人采芥菜到长安和洛阳出售,“俗称芥为百岁羹,言之贫也亦可



具;虽百岁,可长享也。”书中根本没提此羹的具体制法,提及的百岁羹在当时肯定是一只很普通的菜肴。但后人根据陶谷的述说和荠菜口味特点,加入增鲜的鸡泥子,挤成圆子滚上荠菜碎末,余熟制羹而成菜。这就是用普通的“砖”,引出一则具有文化内涵、设计精良的上品之“玉”——“百岁羹”。

又如若仿制红楼菜“莲叶羹”,先从红楼梦说起,第三十五回中写道:宝玉被父打了皮开肉裂,睡在炕上不能动弹,老太太、王夫人和薛姨妈都来看他。王夫人问宝玉想吃什么。“宝玉笑道:‘也倒不想什么吃。倒是那一回做的那小荷叶儿小莲蓬儿的汤还好些。’”听宝玉这一说,于是大家忙着找银模子,“都有一尺多长,一寸见方。上面凿这豆子大小,也有菊花的,也有梅花的,也有莲蓬的……弄什么面印出来,借点新荷叶的清香,全仗着好汤,……”可见做工之复杂精巧,可见宝玉喜欢这“汤”的程度。但我们还是没全明白这“借的新荷叶的清香”的原意和这一碗汤要到底用“豆子大小”的“小荷叶儿小莲蓬儿”多少。所以在仿制过程中查看了同样用模子做的“梅花汤饼”,据宋代林洪的《山家清供》中写道:“浸白梅,檀香末水和面,做馄饨皮,每一叠用五出铁凿如梅花样者凿取之。候煮熟,乃过于鸡清汁内。每客止二百余花。”从这里可看出宋代先人用白梅和檀香水和面,用鸡汁煮,每碗二百。根据二则的特点采取用新鲜荷叶的汁水和面,用模子印出一百片荷叶、一百个莲蓬,再用上好的鸡汤烩之,观之碧绿、闻之清香、食之鲜滑。这也是运用了抛砖引玉法,根据清代抛出的“清砖”和引出宋代的“古玉”,而仿制成的红楼菜——莲叶羹。

此外,仿古宴席的设计,不仅仅是单一对菜肴的设计,还包括对举行宴会的场景进行设计。要根据所设计宴席的主题,对环境、服装、餐具、背景音乐和宴会菜单等一系列内容进行设计。总之,各个环境都要与主题相配伍、相和谐,使食者有身临其境的感觉。仿制古代菜点、营造名副其实的仿古宴席,既为当今的好奇食客提供品尝古代帝王、文人墨客所食菜点机会。又起到了保护传统菜点的作用,让它们在当今餐饮市场的众多菜系中散发出古代中华瑰宝的光彩。

#### 参考文献:

- [1] 朱正义等. 礼记. 成都:巴蜀书社,1990
- [2] [西汉]桓宽. 盐铁论. 哈尔滨:黑龙江人民出版社,2003
- [3] [北魏]贾思勰. 齐民要术(饮食部分). 北京:中国商业出版社,1984
- [4] [宋]陶谷. 清异录(饮食部分). 北京:中国商业出版社,1985
- [5] 北京仿膳饭庄编. 仿膳菜谱. 北京:中国旅游出版社,1980

原载《扬州大学学报》2005 第 4 期



### 简评

本文主要是根据近年来餐饮市场上出现的“东坡宴”、“红楼宴”、“仿唐宴”、“仿宋宴”等仿古主题宴席而选定的,并针对其质量参差不齐、仿古鱼目混珠、仿古无规范可循现状,论者精心研究并总结出仿古宴(菜)的设计原则和方法,使仿古主题宴席菜式有据可依,更符合历史实际,更具有主题特色和文化品位。这对饮食文化的研究、餐饮经营策划、烹饪专业教学都将起到了积极的作用,具有社会和经济的双重效益。

本文观点新颖,佐证材料充分,论证有理有据,令人信服,在饮食文化的研究领域有所突破。在实践有可能使餐饮经营者增加一个新的经营思路,如在餐饮的经营方向、菜肴的定位模式上能参考该研究思路进行创新和策划,也能帮助烹饪一线工作者,完成仿古宴席、仿古菜肴的设计和制作,具有极强现实意义。

本文思路清晰,结构合理,层次分明,措辞严谨,文字表达简洁流畅。



## 4.4 餐饮企业菜肴质量管理浅议

贾人卫

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 从菜肴的质量控制流程的各个环节,即采购→验收→入库→领用→加工→烹调→装盘→上桌来探讨如何管理好企业的菜肴质量。

**关键词:** 菜肴;质量;管理

众所周知,质量是企业的生命。对于餐饮企业来说,质量包含两层内容,一是菜肴质量,二是服务质量。在此文中本人仅对菜肴质量管理进行探讨。任何餐饮企业没有过硬的菜肴质量,都不可能取得长久、理想的经营效果。由于种种因素的影响,厨房产品质量具有随时发生波动和变化的可能,故菜肴质量的控制要渗透到整个流程的每一个环节。其中只要有一个环节达不到标准要求,就必定会影响菜肴的最终质量。菜肴的质量控制流程是:采购→验收→入库→领用→加工→烹调→装盘→上桌。

### 一、采购管理

(1) 采购要严格按原料质量标准采购,确保购进原料能发挥最大限度的应



用作用。采购质量标准又称“标准采购规格”,是指根据餐饮企业的特殊要求,对所采购的各种食品原料做出详细而具体的标准规格的规定,如原料的部位、产地、等级、性能、份额大小、包装方法、外观、色泽、新鲜度等,不得以次充好,同时采购原料要做到及时,要讲究时效性。

(2) 若原料的上市季节与生产季节存在着时间差异,则需有一定的库存来补充。要严格执行食品卫生法规和安全制度,不采购劣质、变质、过期、污染食品等。

(3) 根据库存设施及库存量大小来决定采购数量。原料采购的数量取决于餐饮企业拥有的冷冻设施和贮藏库的种类及数量。食品原料采购的质量标准在一段时间内可以相对稳定,采购数量则要随餐厅销售量和库存量的变化而不断进行调整。如果采购数量控制不当就可能出现两方面的情况,一方面采购数量过多,占用过多资金,造成资金周转困难,并发生原料腐烂、变质、损坏,使成本增加;另一方面采购数量过少,导致供应、库存中断而影响正常销售。

(4) 供货单位的选择要注意以下几个方面:

#### ① 合理的价格

在保证食品原料质量的基础上,供货单位还要提供公平合理的价格。企业自己一定要进行市场调查,做到货比三家,胸有成竹,用以判断供货单位提供的价格是否公平合理。

#### ② 供货单位财务的可靠性

要对供货单位的财务可靠程度进行调查,以避免今后供应受到影响,更要避免陷入三角债或多角债等经济纠纷中,使企业穷于应付。

#### ③ 供货单位业务人员的技术能力和服务水平

一个优秀的供销员不仅仅是接受订货单,他们应当熟知出售物品的性能并能帮助购货单位了解如何最好地使用这些物品,同时能提供较好的售后服务。特别是在一些新原料的使用方法上,使得企业在推出新菜品的过程中不走或少走弯路。

#### ④ 供货单位的设施及管理水平

根据供货单位的卫生条件是否良好,规章制度是否健全,设备设施是否齐备且较具现代化的标准来确定供货单位的管理水平。

总之,对于供货单位的了解与考察应该是多方面的、全方位的。有了优秀的供货单位就要建立起良好的、长期的合作关系,以期达到双赢的最终结果。

## 二、验收管理

验收是对食品原料的数量、质量、价格进行控制的关键。采购时所订的原料要求数量准确、质量合格、价格最优,但如果不对验收加以严格控制,就不能



保证实际发送的货物与采购时的要求一致。验收就是要核实这些标准是否与订货单一致,检查送货量和价格是否与发货单一致。因此,验收工作是菜肴质量管理中不可缺少的重要环节。

#### 1. 验收员的配备

要在餐饮企业的组织设计中设专人负责食品原料的验收,明确规定验收员、采购员、厨师长在对外交往中各自享有的权利,使三者处于相对独立的地位,这样才能使验收员排除干扰,严格按照规定进行检查验收。

#### 2. 采购到的原料要根据质量标准进行全面细致的验收

该退货的要坚决退货。对定点供应商的原料,即使烧熟了发现质量问题也必须退货(当然,最好是事先发现),对送货不及时,应作扣减数量处理(因送货不及时影响菜肴制作应有的时间),确保原料质量。

#### 3. 配备优良而精准的验收设施、设备

包括磅秤、天平秤、温度计、暗箱、起钉器、纸板箱切割工具、尖刀等。

#### 4. 验收的步骤

依据订货单或订购记录检查进货。在这个过程中,验收员首先应核实收受项目是否与订购单相符,然后对数量(个数、件数)逐一清点,对重量一一称重,对质量要根据规格标准手册进行对照检验。在验收过程中验收员一定要坚持原则,做到:

- (1) 未按事先约定价格的物品不予受理。
- (2) 订货量与送货量不符的不予受理。
- (3) 未办理过订货手续的物品不予受理。
- (4) 不符合质量要求的不予受理。

#### 5. 验收的手续

(1) 根据发票检查进货。

(2) 货品验收无误,即填写进货验收单,正确记录供货单位名称、收货日期以及各种原料的重量、数量、单位和金额。验收员在送货发票上签字并加盖验收章,接受货品。验收完毕,货品就交由仓储部门负责保管。验收章的内容包括收货日期、验收员签字、采购员签字、成本控制员签字、主管人员签字。

(3) 填写验收日报表或其他表格。将票据表格及时送财务部。将所有发货单、发票、有关单据及进货日报表及时送交财务部门,以便向供应单位付款。

### 三、入库管理

原材料购进验收后,实行集中保管、分别领料的管理。对于烟酒、饮料及有关贵重食品实行统一保管。对不易存放的食品,按当天用餐情况、筹备用料、计划用料情况填写领料单,便于核算和管理。要防止浪费、流失。节约就是效益,





节约就是最好的降低成本。粗加工过程中,必须合理取舍,节约用料。

(1) 验收合格后,验收员要在货物包装上注明收货期(有助于先进先出原则的贯彻)。对于鱼、肉、禽等成本较高的原料,应使用肉类标签,便于发货时统计成本。这些工作一经完成,应立即将货品入库或直接送入使用部门,以免引起质量下降,造成损失。加强贮存原料管理,防止原料保管过程中降低其质量标准,一定要做到先进先出。

(2) 加强储藏管理。要求餐饮企业必须注意仓库的位置、容量、原料堆放、卫生条件、安全措施、温度湿度、通风设备等方面存在的问题。

(3) 原料的储藏分类。餐饮原料因质地、性能的不同,对储存条件的要求也不同。同时,因餐饮原料使用的频率、数量不同对其存放的地点、位置、时间要求也不同。为此餐饮企业应将原料分门别类地进行储存。根据原料性质可分为食品类、酒水类和非食用物资类储存。

(4) 对有关食品的商标、厂家和“三期”(出厂日期、保质日期、存放日期)应严格查验。目前有相当一部分企业未注意有关食品的“三期”,其结果是超过了保质日期仍在被使用而被卫生防疫查获,被各种媒体曝光的也不是个别现象。

(5) 库存整理。经常进行库存原料的整理,确保货物循环使用。库房管理员应注意确保先到的货物比后到的先用,这种库存物资的循环使用方法叫先进先出法。管理员在发料时可参照进货日期按顺序发放。库房管理员在盘点库存物资时发现储存时间较长的物资应列在清单上,提醒主厨师长及时使用。

(6) 账物相符。库存原料实物的品种、规格、数量、价格都必须与账册上的品种、规格、数量、价格一一对应。若有不符,要查清原因,引以为戒。

#### 四、领用管理

食品原料的控制领用管理有三个目的,即保证厨房使用的原料能得到及时充分的供应,控制厨房使用原料的数量,正确记录厨房使用原料的成本。

##### 1. 进货原料的直接领用管理

进货原料的直接领用管理是指食品原料经验收后,直接进入厨房用于生产,而不经仓库储存这一环节。直接领用的原料大多是新鲜蔬菜、奶制品、面包等易坏性原料,而且在进货后的当天就基本被消耗掉。

##### 2. 仓库原料的领用管理

###### (1) 定时领用

为使库管人员有充分的时间整理仓库,检查各种原料的库存情况,不致因忙于发料而耽误了其他工作,餐饮企业应规定每天固定的领料时间。其他时间除紧急情况外一般不予领料。



### (2) 凭领料单领用

领料单是仓库发料的原始凭证,它准确地记录了厨房向仓库领用的原料品种、数量和金额。领料单具有控制仓库的库存量,核算各厨房的食品成本和控制领料量等三个作用。领料单应一式三联,一联随原料交回领料部门,一联由库管人员交成本控制员,一联由仓库留存作为进货的依据。

### (3) 正确如实地记录原料的使用情况

厨房人员经常需要提前几天准备生产所需的原料,例如,一次大型宴会的菜品往往需要数天甚至更长的准备时间。因此,如果有的原料不在原料领取日使用,则必须在领料单上注明该原料的消耗日期,以便把该原料的价格计入其使用日的食品成本中。

### 3. 内部原料调拨的处理

大型酒店企业会设有多个中餐厅、西餐厅、酒吧等,也会有多个厨房。餐厅之间、酒吧之间难免发生食品、饮料原料的互相调拨转让,而厨房之间的原料调拨转让则更为常见。为了使各自的成本核算更具准确性,企业内部的原料调拨应使用调拨单,以记录所有的调拨往来。调拨单应一式四联,原料调出、调入部门各一联,第三联送财务部,第四联由仓库记账,以使各部门的营业结果得到正确反映。

## 五、加工管理

加工过程包括原料的初加工和细加工,初加工是指对原料的初步整理和洗涤,而细加工是指对原料的切制成形。在这个过程中应对加工的出料率、质量和数量加以严格控制。要求做到“大料大用、小料小用、下脚料利用”,尤其要把贵重原料的加工作为检查和控制的重点。另外,可以经常检查下脚料和垃圾桶,是否还有可用部分未被利用,使员工对出料率引起高度重视。

加工质量是直接关系菜肴色、香、味、形的关键,因此要严格控制原料的成形规格。凡不符合要求的不能进入下道工序。加工的分工要细,一则利于分清责任;二则可以提高厨师的专业技术的熟练程度,有效地保证加工质量。

加工数量应以销售预测为依据,以满足需求为前提,留有适量的储存周转量。避免加工过量而造成浪费,并根据剩余量不断调整每次的加工量。

## 六、烹调管理

实行烹调生产的质量控制,必须制订相关的质量标准,并对影响菜点质量的各种因素进行分析研究和全面系统的综合控制。为此,必须做到以下几点:

### 1. 制订标准菜谱

标准菜谱是统一各类菜品的标准,它是菜品加工数量、质量的依据,它能使



菜品质量基本稳定。使用它可节省制作时间和精力,避免食品浪费,并有利于成本核算和控制。

#### 2. 制订菜点生产的操作规程和质量标准

合理的操作程序是创造优质餐饮产品的重要保证,具体的菜点质量标准,是达到优质菜点的必要条件。在制订菜点质量标准和菜点操作规程时,要根据各餐厅、各厨房的现状及生产特点,制订出从菜点的制作过程到销售过程每一个环节的操作程序和质量标准,做到厨房生产的菜点保质保量,不粗制滥造,不以次充好,凡不符合质量标准的成品一律禁止进入餐厅销售。

#### 3. 提高厨房人员的技术水平

不断提高厨房生产人员的业务知识和技术水平,是提高餐饮产品质量的关键。要提高餐饮产品的质量,就必须要进行多层次、多类型、多途径的技术培训。多层次,是指对初、中、高等级的厨师进行有目的的培养,使厨师队伍的技术力量形成一定的阶梯,这样有利于厨房的管理。多类型,是指厨房各岗位、各工种的专业人员的技术培训要同步进行,提高整体素质。多途径,是指厨房应采用多种方式方法提高专业技术。只有这样,才能使厨房生产出来的产品质量保持稳定。

#### 4. 建立餐饮产品质量检查制度

质量检查是优质餐饮产品生产的重要保证。为了确保产品质量,必须制订餐饮产品质量检查制度,建立质量检查小组,配备专职的质量检查人员,把住菜肴生产的质量关。质量检查的方式有全面检查、单项检查、互查、抽样检查、突击性检查、重点检查、集中检查等,还有一种是上级主管机构人员以客人身份进行明察暗访的质量检查形式。

目前,部分酒店采用菜肴带编号的质量检查方式,即每份菜肴上都带有烹制这份菜肴的厨师的编号,由充当“上帝”角色的顾客来进行质量检查,这个做法的好处就是责任到人。

#### 5. 加强生产设备管理

厨房生产需要一定的设备。先进、优良的厨房设备是厨房生产质量的保证。为了使设备经常处于良好的技术状态,必须进行有效的设备管理,定期进行设备的保养和维修,提高生产设备的完好率。

### 七、装盘的管理

装盘是将已烹制成熟的菜肴,装入盛器内。它是整个菜肴制作的最后一个步骤,也是烹调操作基本功之一,决不可予以忽略。

菜肴装盘要新颖别致,美观大方,出奇制胜。菜肴装盘应属菜肴包装的范畴,菜肴质量好还需包装好。菜肴的拼配、造型、围边、垫衬、烘托、点缀应具有



特色,特殊器皿应多多采用,这里既有酒楼舍得投资购置的固定器皿,也有厨师利用艺术的眼光选用瓜果蔬贝等自然形态创造的盛放器皿,在变化中求质量,求新颖,给食客创造视觉美。

装盘的好坏,不仅关系到菜肴的形态美观,和菜肴的清洁卫生也有很大关系,因为装盘后,菜肴不再进行加热消毒,所以必须严格注意清洁卫生。首先,要注意盛器本身的清洁卫生状况,是否干净,是否经过消毒。其次,装盘时还应注意整个菜肴的色、形和谐美观,运用盛装技术把菜肴装在盘中排列成适当的形状,同时注意主辅料的配置,使菜肴在盘中色泽鲜艳、形态美观。第三,菜肴要装得形态丰满,整齐美观,主料突出。同时要注意不同地域对装盘的不同要求,如北方就要求装得很满,而南方就相对少一些。

## 八、上桌管理

上桌是一份完整的菜肴在客人消费以前的最后一道工序,上桌的好坏将直接关系到这份菜肴的成败。

首先,要注意卫生,注意服务生本身的卫生,服务生服装的卫生,服务生双手的卫生,在上桌的过程中,手指千万不能碰到菜肴或菜汤。

其次,要注意安全,要注意服务生本身的安全,要注意客人的安全,要注意周围的安全,千万不能把菜肴碰翻,否则,轻者酒店损失这一份菜肴,重者会造成严重后果。

第三,员工素质的管理,单随菜走,责任到人,防止偷吃菜肴。

综上所述,管理好企业的菜肴质量是一个系统工程,并不是某种单一管理能够胜任的,本人仅从菜肴的质量控制流程的各个环节,即采购→验收→入库→领用→加工→烹调→装盘→上桌来探讨如何管理好企业的菜肴质量。若有不妥之处,敬请指正。

## On the Management of the Quality of the Cooked Food for an Enterprise

JIA Ren-wei

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** How can an enterprise manage the quality of the cooked food? The article discusses it focusing on the control cycle, namely, the purchasing → receiving → storing → issuing → processing → cooking → packing dishes → finishing.



**Key words:** cooked food; quality; management

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第1期



### 简评

产品质量问题是一个老生常谈的问题,在以前的文章和书籍中常有出现,但是当作者从烹饪专业的角度出发去考虑这一问题的时候,就发现以前的许多文章大致可以分为两大类:一是“纯理论型”的,表现为从理论到理论,大理论套小理论,没有具体的目标指向;二是“就事论事型”的,有具体的目标指向,却没有形成一个完整的系统体系。而本文就兼顾上述两个方面的问题。通常情况下,人们讲到“菜肴质量”时,就会讲到该如何提高加工技术,又该如何去加强烹调水平,而此文则通过菜肴的质量控制流程的各个环节:采购→验收→入库→领用→加工→烹调→装盘→上桌,来探讨如何管理好企业的菜肴质量。把“菜肴质量”这个“点”放到流程的系统中间加以阐述,形成了一个较为完整的流程系统。这对于高职学生来说,应该是一个很好的范例,具有极好的借鉴价值。



## 4.5 基于不同用途的菜肴制作差异比较 ——以“松鼠鱼”为例

王 坚 何 宏

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘 要:** 菜肴在制作上有一个相对统一的标准,但也不是一成不变的。要根据制作菜肴的目的,调整菜肴的制作工艺。基于菜肴的用途不同,以“松鼠鱼”为例,对“松鼠鱼”在营业型、展示型、比赛型、拍照型、考试型等几种类型中采取的不同制作方法进行了比较分析。

**关键词:** 烹饪工艺;菜肴制作;松鼠鱼

菜肴的制作是否要像工业食品一样有一个统一的标准,还是根据厨师的意愿既有相对标准又能即兴发挥,是烹饪理论界一直争论不休的话题。一款菜肴如何才能设计圆满,实际上是要根据制作菜肴的目的而确定。通常情况下,餐厅里制作菜肴的目的就是作为商品出售,这时制作一种菜肴,就要求它的各种质量指标相对稳定。而实际上,有时制作菜肴的目的并不一定是在餐



厅供食客食用。比如说,饭店为了宣传,进行促销,摆放一个具有本店特色的菜肴展台;技术上有了—定的造诣,也有了一些自己研制的菜肴,在烹饪杂志上刊登或结集出版;参加各种规模与形式的烹饪比赛等。这个时候如果把你平时在厨房制作的菜肴不加变化原封不动地端出来,往往和我们预想的效果大相径庭。

根据长期的研究,我们认为,根据成菜不同的用途,我们制作的方法也就需要相应地改变,或者进行特别的处理,一般有下面几种类型:营业型、展示型、比赛型、拍照型和考试型。本文以“松鼠鱼”这个菜作为例子,详细论述在不同用途时,“松鼠鱼”在制作上的差异。

松鼠鱼是淮扬菜名菜之一,世界各地经营中餐的很多店家都有这款菜肴<sup>[1]</sup>。关于松鼠鱼的起源有一个传说。乾隆爷下江南时到了松鹤楼,见到神台上有尾活蹦乱跳的鲤鱼,便指名要烹调给他食用。厨师知皇帝驾到,不敢怠慢,不仅在口味上下工夫,而且为免宰“神鱼”之罪过,将鱼烹制成昂首翘尾的松鼠的形状。此鱼色泽酱红,外脆里嫩,酸甜适口,乾隆食后大为赞赏,松鼠鱼便传扬出名。<sup>[2]</sup>清代大型菜谱《调鼎集》里有一条“松鼠鱼”的记载:“取□鱼、肚皮去皮骨,拖蛋黄炸黄,作松鼠式,油、酱油烧。”<sup>[3]</sup>而今天的松鼠鱼经过几代厨师的努力,从各方面都进行了改良。原料从低档的到高档的(草鱼、黑鱼、黄鱼、鳊鱼、鲈鱼),口味从纯的糖醋味到茄汁味以及新型的水果味应有尽有。因此这个菜肴的变化相对也比较多样化。我们在营业、展示、比赛、拍照或考试的时候可能都会用到它。用途不同,制作工艺也就不同。如果张冠李戴,把营业中的出品用于大型的比赛,把用于比赛的制作方法来同样制作菜肴卖给顾客,可能其效果就会差强人意。因此我们在制作菜肴时必须根据不同的用途进行不同的工艺处理。下面我们来谈谈松鼠鱼出现在不同场合的几种不同做法。

### 一、营业型

所谓营业型的菜肴是指卖给顾客,供顾客食用的菜肴。而营业型的菜肴由于顾客就餐时间的限制,就对上菜的速度有了一定的要求。我们按10个人—桌,每桌12个菜肴(热菜)计算,上第一道热菜一般是厨师接到菜单后10分钟,而最后一道菜肴不能超过40分钟。所以营业型的菜肴是要求在最短时间内做出最美味的佳肴。如果菜肴味道再好,而上菜时间需要60分钟,甚至更长,顾客对此菜肴的兴趣就会大减。

深圳西湖明珠大酒店是一家在深圳经营江浙菜的酒店。酒店刚开业时每餐可以卖10份松鼠鱼。问题是几乎所有点松鼠鱼的客人都会投诉上菜速度太慢。原因很简单,厨房的配菜师是现点现配。这样一来不仅降低了切配的工作



效率,同时也降低了炉台的出菜速度。而且越急越烧不出质量上乘的菜肴。因此投诉的理由也是各种各样。可是把受顾客欢迎的菜肴取消不卖,既不合情理,也影响酒店的经济效益。营业了一个星期,找到点菜的规律后,厨师每天上班准备原料时先把松鼠鱼杀好,刀工处理好,初炸定型后放在一边备用。调味料也按照一定量的比例配好比好。等客人点此菜肴时只需进行复炸、勾芡、淋汁就可以了。这样不仅加快了上菜速度,也稳定了菜肴的口味,更增加了此菜的点击率,当然顾客的投诉也少了。要注意的是为了使松鼠鱼达到新鲜的目的,酒店事先准备的数量一般为平时销售量的70%,否则可能会造成浪费或客人对原料的新鲜度产生疑问。

## 二、展示型

展台型菜肴可以分为营业展示台之用和比赛展示台之用两种。常用营业展示台是指一个酒店的明档展示,是一个酒店宣传自己产品的最好促销手段之一。目前很多大型餐饮企业一改原先菜单点菜的做法,采用这种方法来展示酒店经营的各种菜肴,希望能给客人一种较为直观的感受。展台上所展示菜肴应该新鲜、色泽艳丽、有诱惑力,能引起每位顾客的食欲和增加菜肴点击率,能给人留下深刻印象。一般展示时间是一天(成本比较高的菜肴品种在不影响成色的情况下可以摆放时间长一些)。菜肴成品要和展示的菜肴基本一致。不能展示品很漂亮,而到了客人餐桌上却是惨不忍睹。

如果松鼠鱼作为营业餐厅展示菜肴之一,我们在制作时就要注意以下几点。①原料在选择时比平时做的要略大;②刀工处理要精制,已达到造型逼真的目的;③在初炸定型时可以时间略长些,使原料外表脆硬(不用考虑口感,要考虑摆放时间),但不能焦;④所有配料和调味料可以另用盘子盛装放在一边。这样顾客一看简单明了,原料、味型、配料、出品模样都有了。

比赛展台展示型是大型烹饪比赛中的一个项目。也是每个参赛者展示自己饭店整体技术实力的时候。这时候展台上展示的菜肴需要精益求精。一般在比赛的时候没有时间的限制,只要在规定的规定时间之前把所要展示的菜肴摆放在台上就可以了。因此当你在为展台上一只很有创意、做工精细的菜肴发出赞美声时,这个菜肴可能是厨师们花了几个小时,甚至更长的时间才制作出来的。

如果松鼠鱼作为比赛展台展示菜肴的话,那么在制作的过程中可要动一番脑筋了。这是一个传统菜,可谓家喻户晓。因此在制作时要让松鼠能活起来,超越传统留给观众的印象。假设我们设计的松鼠鱼是从松树上往下奔跑的造型。首先可以考虑到选料,在选择原料时应该选用肉厚有韧性、刺少的鱼类。这样便于造型改变(一般可以选择3斤以上的大黑鱼)。为了造型,在进行刀工



处理时刀路不要切到鱼肉底部(一般深至原料的 $2/3$ 即可),炸之前的拍粉可以采用生粉加吉士粉的方法,这样炸制成熟后,原料的表面颜色会更加艳丽逼真(在炸制定型时要注意不要太熟,尤其是鱼皮处,否则不利于定型)。接着通过特殊的处理把松鼠的尾巴竖起来,比如可以用铁丝先制作成松鼠尾弯曲状,将炸好的“松鼠尾”根据这个形状小心穿上铁丝并固定好,然后摆放到事先准备好的装饰物上(装饰物可以用萝卜、南瓜、糖塔制作而成的假山)。最后将松鼠的身子、头和脚炸好后与松鼠尾巴连接摆好造型,有些也可以不浇汁。

### 三、比赛型

烹饪比赛是一个厨师展示水平与表现自己的最佳机会。而每一次大小比赛中我们总能看到松鼠鱼的身影。比赛菜肴有它的特殊性,除了要好看又要好吃,而且还要在规定的时间内完成。下面我们看一下第五届中国烹饪大赛中对热菜的评分标准<sup>[4]</sup>(见表4-2)。

表4-2 第五届中国烹饪大赛热菜评分标准

内 容	分值	标 准
味感	30	口味纯正,主味突出,调味适当,无邪味、糊味和腥膻味等异味 火候得当,质感鲜明,符合其应有的嫩、滑、爽、软、糯、烂、酥、松、脆等特点
质感	30	由于烹饪造成生、糊而不能食用的,整道菜不予判分
观感	30	主副料配比合理,刀工细腻,规格整齐,汁芡适度,色泽自然,装盘美观,餐具与菜肴谐调
营养卫生	10	生熟分开,营养配比合理,成品中不允许使用人工色素和不能食用的物品,讲究餐具和盘饰清洁卫生 不能食用的,整道菜不予判分
创新加分	1~4	运用新创造的烹调技法,或在原技法基础上有新发展的技法,以及烹制同类使用他人没有使用过的技法烹制的菜肴,成品装盘、造型款式有创意性的新变化
难度加分	1~4	菜品加工制作难度高,使用两种以上技法或使用两种以上刀法制作的菜肴

从上面的表格我们可以看到热菜比赛是味、造型和菜肴质感同样重要,因此,比赛的菜肴要在好吃的基础上去考虑造型。一位做过全国大赛的评委回来后说,有一位浙江选手在参加全国烹饪大赛食品雕刻比赛中为了让作品栩栩如生,采用了钢丝固定作品。虽然这个作品各方面都比较好,但是由于使用无法食用的原料,此作品差点被处极刑——不予评分。因此在比赛中不能使用与吃无关的材料或影响人类身体健康的原料。无论是热菜、点心、冷菜都是同样的要求。





所以,如要把松鼠鱼作为比赛菜肴作品,我们认为要从以下几个方面着手。

(1) 合理设计。这个设计既要有新意,又要有可操作性。我们可以在选料、造型和刀工上下工夫。两只尾巴卷曲的松鼠聚在一起争松林果,尾巴选用大的黑鱼,身子用桂鱼或鲈鱼肉,头用桂鱼的下颊肉。

(2) 刀工精细。平时我们做的松鼠鱼一般采用月牙花刀或粗的玉米花刀。但是在比赛时就会显得没有特色,不新奇。因此我们把鱼去骨后经过冷冻成半凝固状态(刀切上去没有滑腻的感觉)后用菊花花刀切成4毫米左右的丝。

(3) 造型别致。一是拍粉要快,如果拍慢了时间来不及,加上丝切得比较细,慢了容易粘连,会影响最后的成型。二是松鼠尾巴、身子单独分开炸制。下油锅前将松鼠尾巴用牙签或其他物品(出锅装盘前去掉)固定成一个圆圈状,入油锅时接口处朝上,先把中间部位(因为成品是将炸好的松鼠尾卷曲起来摆放,所以原料中间的部位一般都为阳面)炸制定型。最后一起下锅炸制成熟。

(4) 口味随意。但要注意芡汁能停留一段时间不变色,有光泽。可以在调味时加上适量的麦芽糖和大红浙醋,这样的光泽和色泽相对会好些。

#### 四、拍照型

好的产品需要宣传,需要吆喝。在一些精美的菜单上,在烹饪专业杂志上,在烹饪画册上,都需要大量的菜肴图片。菜肴拍摄有很大的市场需求,并且是广告、静物摄影的重要组成部分。出奇制胜或点石成金,将菜肴照片拍到“秀色可餐”的程度,刺激起人们的兴奋和食欲,是菜肴拍摄所追求的效果。如果一只美味佳肴在拍照后的效果让人没有食欲,就无法达到预期的目的。

拍摄菜肴的难点来自两个方面:①怎样表现食品的质感,松软的、酥脆的、细腻的、肥厚的、油滑的等;②怎样突出食品的新鲜、可口、卫生、漂亮,让人垂涎三尺,食指大动。前者主要是光线的布置,后者还和摆布、道具、背景相关。

我们为了能拍出好的菜肴图片作品而制作的菜肴,其目的并不是为了食用,因此为了取得拍摄的最佳效果,可以在菜肴制作上进行额外的补充甚至有和食品卫生的要求相悖的行为。如有些菜肴可以使用甘油润色,它可以使食物变得更油润,汤更浓郁;有些菜肴只要烧到五成熟就可以保持菜肴形状;有些菜肴为了增加色泽需要加入一些色素等。

如果松鼠鱼要进行拍照,我们在精工细做后,也需要给它进行形象设计。首先是盛器,应该选择与成品色泽有一定反差的器皿颜色。而后要进行一定的点缀,但不能过于夸张,因为松鼠鱼本身就是由花刀处理而成。接着是炸制成型,在炸制过程中以颜色符合拍照要求(应该与摄影师进行沟通)为准。最后是



调味浇汁。在调味时如果采用茄汁型可以在汁中加入落日红色素少许,如果采用西柠汁型可以在汁中加入柠檬黄色素,以此来弥补调味料本身无法达到的色彩效果。

## 五、考试型

考试型的菜肴主要是要求考生掌握菜肴的做法。现在各级厨师等级证书都需要进行现场制作考核。这种菜肴制作要求是烹调方法正确,刀工正确,口味正确,颜色正确。不是所有的考试菜肴考生在平时都制作过。有些即使制作过也可能因为种种原因和考核制作标准有所差异。如以往的考试菜肴中有香干肉丝这道菜,考试中的要求是,烹调方法为煸炒,做到“三个不”——不上浆、不滑油、不勾芡。而在饭店营业的过程中,有些饭店根据实际需要这“三个不”却变成了“三个要”——要上浆、要滑油、要勾芡。如果在考试时按照在餐厅里的方法制作,这样的作品只能按零分计算。相对而言考试菜肴的要求讲究规范化、标准化、程式化,与展示型菜肴和比赛型菜肴相比要求则略低,与营业型菜肴相比又有一定的硬性规定,缺少了灵活性。因此在制作考试菜肴时,考生如果做到以上四个正确,一般都能过关。

国家劳动保障部新出台的厨师考试大纲中松鼠鱼已经被江苏、北京、辽宁、吉林、山东列为高级烹调师考核菜肴<sup>[5]</sup>。那么在考试时制作松鼠鱼我们应该注意哪些问题呢?每个省市考核所采用的主料和配料都有所不同,但成菜标准却是基本相同的。①刀工精细,剞花刀正确,成形似松鼠;②色泽红润光亮,味甜酸咸适度;③芡汁为流芡,浇汁均匀;④拍粉均匀,火候适当,质地外酥香内嫩。成菜如果出现不成形、味型错误都将零分计算。因此我们在考试时首先要做到成形、味准,这样就可以保证基本的分数,在此基础上再精工细作争取高分。

上述五种类型的松鼠鱼,根据其目的的不同,制作上有不同的特点。当然,如果还有其他目的,其制作方法也要随其目的发生变化。总之,通过松鼠鱼这个菜肴例子告诉我们,在制作菜肴时一定要根据不同的用途选择不同的工艺制作方法。

### 参考文献:

- [1] 邵万宽. 风靡欧洲的中国菜. 南京:江苏科学技术出版社,1998:35
- [2] 江苏省烹饪协会等. 中国名菜谱·江苏风味. 北京:中国财政经济出版社,1990:135
- [3] (清)佚名. 调鼎集. 北京:中国商业出版社,1986:398
- [4] 天津美食网. 第五届全国烹饪技术比赛评判办法
- [5] 劳动和社会保障部培训就业司等. 中式烹调师(高级)操作技能考试手册. 北京:中央广播电视大学出版社,2001:370



## The Comparison of the Differences of Dish Cooking for Different Use —Using “Sweet and Sour Squirrel Mandarin Fish” as a Model

WANG Jian HE Hong

(The Food Culture Researching Institute, Tourism College of Zhejiang,  
Hangzhou, 311231, China)

**Abstract:** There is a comparatively-consolidated criteria for dish cooking, but this criteria isn't unchanging. The procedures can be adjusted according to the different purpose. Using “Sweet and Sour Squirrel Mandarin Fish” as a model, some different kinds of cooking methods have been compared and analyzed, which were used in business type, exhibition type, competition type, photographic type, examination type and so on.

**Key words:** cooking procedure; dish cooking; Sweet and Sour Squirrel Mandarin Fish

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第3期



### 简评

本文的选题具有一定的新意,且切入点小,从一盘菜肴——“松鼠鱼”在不同场合和用途时所采用的不同的操作方法,点明了在菜肴制作时虽然都有一个相对统一的标准,但也并不是一成不变的。有些菜肴按照常规的方法去操作可能会失败,因此很多简单易懂的道理也就变成了一个永远也解不开的谜。

本文在论证过程中重点阐述了“松鼠鱼”在营业、展示、比赛、拍照和考试时的制作要点、重点、难点,以及需要解决的问题:营业时菜肴既要有味又要有型,关键是要有上菜速度;展示时要能让菜肴摆放的时间长、不变型、不变色,并且要有诱惑力和艺术感;比赛时除了要展示厨师的厨艺和创造力,突出自己的调味才能,如果一盘菜肴有型又有味的话,冠军非他莫属;拍照用的菜肴应该最大限度地考虑如何突出菜肴的新鲜感和最佳色感,为了这些甚至可以采用各种手段;而考试时的菜肴最重要的是必须按照考试的标准来制作,如烹调方法、色泽是否正确,是否可食等。如此细致



的解说,对于初学者来说具有极强的指导作用。

本文结构严密,步步紧扣要点。论证材料分开看都是一个独立的知识点,或者说是制作菜肴时的工艺流程,有重点,有关键。而从全文看又是只写了一个菜肴的不同制作,并通过这个菜肴的故事告诉读者一个道理:在制作任何菜肴时,在不违反原则的基础上为了达到最佳的目的,可以采用不同的制作手段。



## 4.6 奥中烹饪高等职业教育模式之比较 ——以奥地利 TFBS 学院和浙江旅游职业学院为例

徐 迅

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘 要:** 该文以奥中两所高职院校为对象,从国家职业教育背景、专业设置、学生学习与实习就业、实验室建设和师资队伍建设等五方面对烹饪教育模式进行了比较分析,提出对浙江旅游职业学院烹饪教育发展的建议。

**关键词:** 奥中烹饪;高等职业教育;模式比较;建议

奥地利是世界上最重视职业教育的国家之一,也是旅游业高度发达的国家。蒂罗尔州旅游专业职业学院(Tiroler Fachberufsschule für Tourismus Absam, TFBS)是一所位于以发展山地旅游为主的蒂罗尔州的旅游高等职业学院,是一所成立于1900年的百年老校,烹饪专业是它的龙头专业。浙江旅游职业学院(以下简称浙旅院)是一所位于以旅游业为支柱产业的浙江省省会杭州市的旅游高等职业学院,是中国第一所独立设置的高等旅游职业学院,烹饪专业是该校的重点专业。笔者作为浙旅院的烹饪教师,拟对两校烹饪职业教育模式进行比较、分析,以借鉴 TFBS 的成功经验,更好地发展我院的烹饪教育。

### 一、TFBS 与浙旅院烹饪教育模式之比较分析

#### (一) 国家职业教育背景

奥地利的传统职业教育创建于17世纪末期,至今已有300多年的历史。奥地利现代职业教育主要开始于二战结束,特别是1955年奥地利宣布国家中立后,政府大力鼓励和投资于职业教育,并将此作为一种振兴经济的“战略发展产业”。如从2000年开始,奥地利政府每年的教育经费约为50亿欧元,投入到职业教育的将近11亿欧元。同时,由于国民经济的高速发展主要得益于职业



教育,奥地利的社会和公众对职业教育的认可程度较高。目前,奥地利青年中80%以上是通过职业教育学校的学习而毕业的。奥地利的教育状况如图4-1所示。

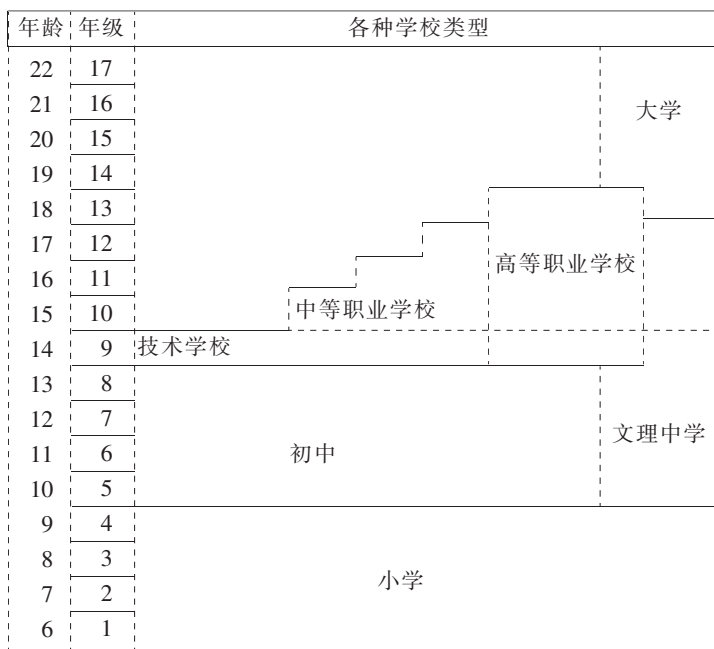


图 4-1 奥地利各类学校学制结构

奥地利实行9年制义务教育,之后部分学生参加工作(需要经过技术学校一年的学习),部分则进入中等职业学校学习,毕业后进入社会工作。小学毕业的另一部分学生(约占11%)则进入文理中学学习8年,8年后或者进入大学深造,或者走上社会就业。第三部分学生进入学术性教育与职业教育兼而有之的学校(高级职业学校),这类学校的学生未取得文理中学的毕业证书,在学校内接受职业培训,其中一部分学生所学的内容学科性较强,学习5年后可取得文理中学的文凭进入大学或欧洲高等技术学院,另一部分学生凭五年制的文凭直接就业。

中国最早的职业教育,从19世纪60年代的实业教育算起,已经有240多年的历史。1902年颁布的《壬寅学制》规定了一套较为系统的实业教育制度,职业教育进入规范发展的轨道。1991年,国务院做出《关于大力发展职业技术教育的决定》后,中国的职业教育开始了高速发展的步伐。1999年《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》强调指出,要“大力发展高等职业教育”。浙旅院就是在这一年开始从中等职业教育升格到高等职业教育的筹备工作,并于2002年成立高职院校。目前,中国青年接受职业教育学习的人数



不及接受普通教育的人数,数据显示,2004年全国普通高校毕业生239.12万人,其中本科119.63万人,高职(专科)119.49万人。

奥地利的职业教育历史悠久,社会认可度高,职业教育发展比较成熟。中国职业教育虽然起步也较早,但真正得到大力发展的时间还不足20年,高职教育的历史就更短了,社会、家庭及学生本人对职业教育的认可度都不高,职业教育还是“摸着石子过河”。但随着中国经济的高速发展,职业教育将会较多地参照欧洲模式,社会对职业教育的认可程度必定会逐步提高。

#### (二) 专业设置与学制安排

TFBS是一所非常专业化的学院,规模不大,它只开设两个专业:烹饪和餐饮服务。烹饪专业的学生占总人数的60%。学校一年分五期招生(见表4-3),每期学生总数控制在200人左右,如2005—2006学年招生数为1100名。学生入学无须参加考试,他们是毕业于中等职业学校后被酒店接收,然后由酒店选送到TFBS的。学制为三年,然而每年学生真正在校学习时间为八周,其余时间均回酒店实习。学校编班注重小班化,每班人数基本核定在24人,而且往往是由餐饮服务与烹饪专业的学生共同组成的,操作课的学生数一般只有12人。烹饪专业学生需要学习烹饪技术、甜点制作技术等专业课,也要学习食品原料学、成本核算等专业基础课,同时需要学习德语、英语、法语和意大利语。

表4-3 2005—2006学年招生时间表

批次	日期	起 始	结 束
第一期		2005-9-1	2005-10-22
第二期		2005-10-24	2005-12-16
第三期		2006-1-9	2006-3-10
第四期		2006-3-6	2006-5-5
第五期		2006-5-8	2006-6-30

浙旅院学校规模较大,开设专业有17个,烹饪与餐饮管理和西餐烹饪工艺是其中之一,每年招生数约为120人,约占全校学生数的1/10,学生经过中等职业学校学习毕业后需参加全国统一高考,合格者被招收录用。学制三年,两年在校学习,一年在酒店实习。班级人数根据学生志愿,一般平均为40人。开设课程达25门,包括语文、“两课”、英语等公共基础课,原料学、营养学等专业基础课和冷菜制作、烹饪工艺、点心制作等专业课,还有为完成学分而开设的各类选修课。

TFBS烹饪专业学生由酒店选送,学校的培养目标较明确,即为酒店输送合格的技术型人才,学校开设的课程一方面是为了提高学生的技术水平,另一方面着重提高学生的外语水平,以适应国际化的需求。采取的小班化教学,便于



掌握每位学生的学习情况。浙旅院着重进行学校教育,教授学生较全面的理论知识和操作技能。但由于班级人数较多,不利于准确掌握每位学生的学习情况。

### (三) 学生学习与实习、就业

TFBS 学生的学习非常紧张,学生每周的上课时间是 47 小时。学校采取宽进严出的原则,所学课程都要经过严格的考试,不及格就留级重修。学生的实习安排与就业不成为学校的负担,因为三年内的实习和毕业后的就业都是回学生所属的酒店,TFBS 拥有这样的合作酒店达 500 家之多。

浙旅院学生所学课程门数较多,教育部门规定的必学基础课所占比例较高,专业课显得有点单薄。学生在校时间长,每天上课时间平均在 5~6 小时,不是很紧张。学生实习由学校安排,学生就业也需要学校为学生组织招聘会。

TFBS 的学生在校学习虽然紧张,但除了学习他们无须为实习和就业担忧。浙旅院的学生虽然学习量大但并非很紧张,他们更多的是关注好的实习单位和就业单位。为了给学生提供较好的实习环境,学校每年需要花费较大的精力去寻找一些高星级的酒店,而这些酒店普遍喜欢酒店管理专业的学生而不是烹饪专业的,即使学生进入该酒店,真正轮岗学习的机会并不多。为了达到毕业生一次就业率的指标,学校会组织就业招聘会帮助学生寻找合适的酒店,学生也会动用大量的时间和精力去寻找单位。

### (四) 实验室建设

TFBS 实验室分为初级厨房、高级厨房和点心制作间。初级厨房包括土豆加工间、机器切配间和热菜厨房;高级厨房是按照酒店西餐厨房的模式设计的,不同功能的设备组成一组,一共四组;点心制作间也是按照酒店模式设计的。实验室的设备非常齐全而且功能先进,如其中的一台多功能食品加工机,是由厂家提供最新款式,研制生产成功后马上就进入学校了。

浙旅院投入较大资金为烹饪专业建设了全省规模最大的烹饪实验楼,分设初加工间、切配间、热菜烹调间、点心制作间、西餐实验室、标本室、化学实验室等。实验场地大,设备也较齐全。

TFBS 的烹饪实验室就是一个酒店厨房,学生在学校的学习环境与将来的工作环境非常相似,所学与所用能紧密地结合在一起。浙旅院的校内烹饪实习基地是国内一流的,但每个实验室功能相对独立,与酒店厨房有较大差距,学生进入酒店实习或工作需要一定的适应期。实验室的设备和工具比较基础,缺乏先进性,很难与行业同步。

### (五) 师资队伍状况

在 TFBS 任教的老师年纪比较大,专业技能很强。因为奥地利职业学校选聘教师的要求很高,首先要求他们有一个专业文凭或者大学毕业文凭,专业课



教师要有一个“师傅”(奥地利的一种技术职称)头衔。在担任职业学校教师之前,要有17年的工作经历,是本行业的专家,在担任职业学校教师前则需经过教育学、心理学的培训。

浙旅院的教师由两部分组成,一是“学院派”,即通过烹饪类专业学校学习,毕业后进入浙旅院任教;二是“技术派”,即从行业中挑选技术拔尖又具有一定理论基础的厨师,通过人才引进或聘用的办法进入学校任教。

TFBS选用教师非常注重实践经验,这对提高学生的动手能力非常有益,但缺乏全面技能与系统理论知识的教授能力。浙旅院“学院派”教师具有一定的理论研究能力,操作技能方面也具备较扎实的基础,但尚需要再提高一个层次,以适应快速发展的餐饮业的需求;“技术派”教师技术过硬,但需要进行系统的理论教学能力的培训。

## 二、关于浙旅院烹饪教育的思考和建议

### (一) 积极争取国家对职业教育的财力支持

随着中国经济化程度的提高,企业发展需要一大批高素质的劳动者,高素质的技能性人才和一大批拔尖的创新人才、专门人才。温家宝总理在2005年11月召开的全国职业教育工作会议上指出:“大力发展职业教育,是推进我国工业化、现代化的迫切需要。”而且国务院已决定,“十一五”期间中央财政对职业教育投入100亿元,重点用于支持实训基地建设,充实教学设备,资助贫困家庭学生接受职业教育。同时,地方政府也会增加对职业教育的投入,加强职业教育基础能力建设。浙旅院作为中国第一所独立设置的高等旅游职业学院,是浙江省旅游职业教育的重要基地,应抓住这一契机,积极争取国家财政投入,加快发展职业教育的步伐,进一步做强做大。

### (二) 借鉴“双元制”,改善“学校制”

奥地利的职业教育是校企紧密合作的“双元制”模式,所谓“双元制”职业教育,是指学生在企业接受实践技能培训和在学校接受理论培养相结合的职业教育形式。通过“双元制”,学生能较早进入企业实习,这样一方面可以帮助学生尽早了解自己的职业兴趣,另一方面企业也可以尽早选择和确定它所愿意培训的人才。在我国,职业教育采取的是“学校制”模式,即凭借政府和专家通过学校人才培养类型和规格制定课程和教学计划,学生以学校学习为主,企业实习为辅,学生的技能培养相对较弱。烹饪专业对技术要求尤其突出,必须经过大量的实践训练,才能达到行业的要求。浙旅院招收的烹饪学生虽然绝大多数是从烹饪中职学校毕业,但他们并没有经过酒店的实习,动手能力较差,学院应该将新生先安排至酒店进行阶段性实习,然后通过学校教育将他们的技艺提高到高级烹饪人才所应达到的水平,毕业前再进入酒店进行检验,接受酒店挑选。





浙旅院已经在酒店管理专业实行的校企合作办班模式,应该说与“双元制”有异曲同工之妙,这很值得烹饪专业借鉴,这种合作班非常有利于学生尽早熟悉企业文化,企业也能全面了解学生的情况,同时也能为学生提供更多的技能培训机会。

### (三) 适当调整专业课程和班级编制

职业教育是培养技能性人才和专门人才,我院在进行专业课程设置时应以此为依据,适当提高专业课的比例,为学生提供更多的实践操作的机会,使他们掌握的技术能在行业中处于上游水平。对于实践课,在班级编制上宜采取小班化教学,虽然这会导致教学成本的提高,但这样的教学有利于把学生培养成精品,因为教师在课堂上能观察到每位学生的掌握情况,通过逐一细致的指导与详尽的点评,能将所传授的技能真正地落到实处。

### (四) 建立一批相对固定的实习基地、着重抓就业

实习是职业教育中非常重要的环节。当前学校在安排学生实习时基本考虑的是高星级旅游饭店,这些饭店门槛较高,对实习生管理较好但给予轮岗的机会不多,所以并非适合所有的学生,学生的满意率不高。学院应该根据浙江省餐饮业高度发达的现状,安排学生进入一些非常有特色、经营很成功的社会酒家实习。同时,应该落实一批酒店作为固定的实习基地,成为合作伙伴。

“以就业为导向”是高职院校办学的一个方针,促进就业既能解决学生关心的实际问题,也是学校提升知名度的一个亮点。历年来,毕业招聘会对烹饪专业的学生就业帮助不大,要解决烹饪专业学生的就业问题应该走两条路,一是鼓励学生在实习基地就业,二是为学生搭建宣传平台,我院有不少烹饪学生特长鲜明,但由于养在深闺,不被人识。

### (五) 师资队伍建设亟须加强

学校教育师资是关键,目前我国高职院校存在的普遍问题是师资相对薄弱。目前我院“学院派”教师都是“双师型”教师,既能在理论上掌握较前沿的知识,也具备了基础的职业技能,但由于行业发展极其迅速,酒店厨房的管理与菜品研发等方面在不断地更新,为了及时与社会接轨,教师必须定期到酒店进行挂职锻炼。“技术派”教师来源于行业,是技术能手,迫切需要得到教育学方面的培训,掌握教学技巧,使其能将所掌握的技术最大化地教授给学生,但高职教育并非单纯的技术传授,教师本身需要专业理论知识的再提高,真正做到为学生“传道、授业、解惑”。我院还拥有一大批烹饪客座教授,这是可充分利用的宝贵资源,我们还应聘请一批年轻的餐饮业主和名厨为客座讲师,他们往往与行业同步发展,能带来最新的烹饪动态,这对学生是很有吸引力的。通过这四支队伍的建设,烹饪专业的教师综合实力将大大增强。



## 参考文献:

- [1] 史文生. 奥地利职业教育的特色. 中国职业技术教育 2002(14)
- [2] 中国教育部. 2004 年全国教育事业发展统计公报. 中国教育报, 2005-7-28(2)
- [3] 温家宝. 大力发展中国特色的职业教育——在全国职业教育工作会议上的讲话. 中国教育报, 2005-11-14(1)

## Comparing Senior Vocational Education Models of Cookery Between China and Austria —in the Case of TFBS College of Austria and Zhejiang Tourism College

XU Xun

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** Based on the study carried out in two vocational schools in China and Austria, this paper makes a comparison in the following five aspects: the background of national vocational education, syllabus, students' study, training and employment, the management of cookery lab and teacher training. Meanwhile it tends to give suggestions on the development of cookery education in Zhejiang Tourism College on the basis of the comparison.

**Key words:** cookery in China and Austria; Senior Vocational Education; model comparison; suggestions

原载《浙江旅游职业学院学报》2006 年第 2 期



### 简评

本文选题能紧扣当前中国大力发展职业教育的背景,以奥地利这个职业教育发达的国家为比较对象,对如何发展中国烹饪高等职业教育提出了借鉴价值的意见。

本文从国家职业教育背景、专业设置与学制安排、实验室建设、学生学习与实习就业、师资队伍状况等几方面,系统比较了奥中两国在烹饪教育模式上存在的差异,并对奥地利第罗尔州旅游专业职业学校进行了充分细致的考察,因而论证所选用的数字比较准确,论证内容具有说服力。

本文观点明确,结构完整,逻辑关系合理,既有对问题的比较分析,又阐述了解决问题的思路和方法;在论述中材料运用得当。文字简洁流畅,格式规范。



## 4.7 刍议饭店业人才安全

褚蓓 邹益民

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:**“人才安全”是目前已得到广泛重视,但存在模糊认识和争议的问题。对于饭店行业,这一现象则更为突出。该文在文献研究的基础上,对饭店业人才安全的内涵进行了探索性的诠释,梳理出目前研究中的不足,并结合饭店业实际,指出我国饭店业人才安全方面存在的主要问题,从而为进一步研究奠定了理论和现实基础。

**关键词:**饭店业;人才;人才安全

### 一、“人才安全”的提出背景与误区

#### (一)“人才安全”提出的背景

随着现代社会经济科技的日益发展,在国家之间、地域之间、企业事业单位之间竞争中,人才的作用越来越重要。由于人才本身具有资源的稀缺性、层次的相对性、本质的创造性和本身的趋利性等特点,使得在人才流动、人才位移的过程中,对原组织的利益造成侵害,由此,人才安全问题开始得到重视。

目前,国际上并无“人才安全”的提法,只有人事风险的概念。所谓人事风险,是指工作人员出于利益动机,以“跳槽”或窃取组织机密,携走核心技术、工艺诀窍、设计图纸、客户网络、研发成果等知识产权的方式,致使当事人所在组织的利益遭受重大损失的现象。受到人事风险侵害的组织,大到一个国家、地区,小到一个企业或机关、事业机构。

针对我国是发展中国家的具体国情和入世后外资企业大举进入的现实,我国的人才安全问题比发达国家更多样复杂,如海外优秀学子留学不归、人员严重闲置浪费等。因此,在我国,人才安全有其特殊的含义和范畴。

#### (二)对人才安全认识的几个误区

虽然目前从国家到行业,对人才安全问题已经非常重视,但是对“人才安全”的科学内涵还是模糊和有争议的,对人才安全的认识至少以下四种观点。

(1)认为人才安全是因用人不当或人才流失而造成泄密等危及组织利益的安全问题,核心是留住关键人才,避免核心机密的流失。

(2)直接将人才安全与人才流动对立起来,认为人才安全是人才流动的直接产物,维护人才安全就是要限制人才流动。

(3)认为人才安全是一种制度而非一种机制,它是国家主管部门的事,与各



地区、各单位的人事工作无大关系,主张不提或少提人才安全。

(4) 认为人才安全只涉及到国家科技、金融、外贸、国防科研等部门,其他行业则不涉及。

这些观点或以偏概全,或将问题简单化,或忽视我国现阶段的人才发展状况,都不足以解释实践中的人才安全问题。只有明确人才安全的科学内涵,才能有助于深入研究“人才安全”问题。

## 二、人才安全的研究综述

### (一) 关于人才安全的概念研究

著名人才学家王通讯(2002)认为,对人才安全的理解,目前国内的学术观点还不一致。阅览文献,总结对人才安全的理解主要有如下几种观点。

徐颂陶(2003)把人才安全定义为一个国家、一个单位的关键核心人才不受外部和内部的威胁,保持稳定和持续发展的一种状态。核心人物主要是掌握国家或单位的军事、科技、经济、金融等核心信息、技术的关键人物。

杨河清(2004)认为人才安全,是指人才系统的运行对组织发展与安全的支持和保障作用。人才安全交织于政治、军事、社会、经济、科技、文化等各个领域的安全之中,处于各种安全问题的最深层,是最本质的安全问题。

陈全明、张翔(2003)认为人才安全问题是由于人才流动所引致的组织机密泄漏、经济资源流失、核心和关键技术外流,进而损害组织整体利益的现象。我国人才资源结构不合理、闲置浪费严重,特别是人才流失所导致的人才安全问题越来越成为人们所关注的焦点。

赖华子(2004)认为人才安全制度是指防范或减轻人才流失特别是高级人才流失对原用人单位的负面影响,进而减轻乃至消除人才外流对国家经济发展甚至国家安全的不利影响的一种安全保障制度。

林泽炎(2003)认为人才安全不是指人才本身的人身安全,是指一个国家、用人单位人才队伍在国际、国内人才市场竞争中,不会因其无序或过度流失而使国家建设、经济发展和用人单位的竞争优势受到损害或威胁。

田志峰(2005)认为国家人才安全,有广义和狭义之分。狭义的国家人才安全是指因工作在国家机密岗位、掌握国家核心技术的人才流失而发生的人才安全问题;广义的国家人才安全是指一个主权国家的人才资源及其开发运行系统免于遭受外部势力的侵害,以维护国家人才资源的稳定性,保障国家人才需求,保持国家的综合实力,避免因人才资源给国家政治经济军事等方面带来风险和危害。

王红乾(2004)认为“人才安全”不是人才自身的人身安全问题,而是人才资源配置安全和人才资源供给安全的结合,是缘于人才问题造成的危及组织生存



利益,发展利益和战略利益的组织安全问题。“人才安全”实际上是指国家、地区、组织内部人力资源与社会发展,事业进步的合理匹配和协调增长,免于危险或没有危险,不受威胁或不出事故,有利于主体生存发展的客观状态。

## (二) 关于人才安全的研究角度

王志军(2001)从美国等西方国家千方百计争夺发展中国家的人才来论述“人才安全”是发展中国家国家安全的“核心”;许慕霖(2003)则从美国因人才流入获得的利益和发展中国家因人才流失造成的损失来呼吁关注发展中国家的人才安全;赖华子、詹明、茆明(2004)认为人才安全法律制度的缺失是核心问题,面对国际人才市场一体化的挑战,我国应该从建设和健全人才法制着手,从而保障人才安全;陈江生(2003)认为爱国主义教育和我国教育、经济发展、科研体制的改进是人才安全的保证;杨红伟(2002)建议从信仰、薪酬、环境创新方面建立和完善高层次人才安全机制;国务院发展中心的林泽炎博士(2003)认为构建人才安全管理体系是涉及政府、用人单位、人才和中介机构等多主体以及政策、舆论、机制、制度、技术等多层面的“系统工程”;何章华(2003)认为我国人才安全及风险防范与经济全球一体化进程中人才高频流动密切相关;朱松山和王效国(2004)主张建立人才安全预警机制以保障国家人才安全,对人才市场的进行监控;王肇军(2002)认为通过竞业禁止来减少企业由于人才跳槽造成的危害;曾毓敏(2002)提出涉及法律、薪酬、激励等方面的引领人才安全的十大举措;桂昭明(2003)从科研人员、军工人员、优秀学子三个层面论述国家人才安全;边慧敏、郭志刚(2003)、朱利平(2005)、黄海燕(2003)都对企业的人才安全管理进行研究;宋斌、张卫东(2003)根据人才流失现状、人才流动发展趋向来构建留人机制。

## 三、饭店人才安全的内涵研究

笔者曾与几位资深饭店管理者就饭店人才安全问题做访谈,他们的观点是饭店业并不涉及人才安全问题。理由一是自改革开放以来,饭店业最早与国际接轨,所以,因“入世”带来的冲击力远远小于其他行业;二是饭店业为服务性行业,没有什么核心机密,因此谈不上“安全”问题。显然,他们的观点代表了相当一部分人的看法。

那么,饭店业是否存在人才安全问题呢?我们不妨做出以下分析。

(1) 简单地从资源的角度来看,饭店经营者拥有人才资源、无形资产资源、固定资产资源、资金资源、信息资源等生产要素。既然人才是生产要素之一,就必然会像其他要素一样,有损、耗、失等风险,就不可能处于绝对的安全状态。既然人才是一种稀缺性资源,就必然会在资源配置和供给方面有不均衡,并因此影响饭店的运行和发展。



(2) 从安全科学的定义看,安全科学是研究事物的安全与危险矛盾运动规律的科学。研究事物安全的本质规律,揭示事物安全相对应的客观因素及转化条件;研究预测、清除或控制事物安全与危险影响因素和转化条件的理论与技术;研究安全的思维方法和知识体系。

(3) 从安全科学的哲学基础来看,安全与危险在所研究的系统中是一对矛盾,它们相伴存在。安全是相对的,危险是绝对的。安全的相对性表现在三个方面。首先,绝对安全的状态是不存在的,系统的安全是相对于危险而言的;其次,安全标准是相对于人的认识和社会经济的承受能力而言,抛开社会环境讨论安全是不现实的;再次,人的认识是无限发展的,对安全机理和运行机制的认识也在不断深化,即,安全对于人的认识而言具有相对性。危险的绝对性表现在事物一诞生危险就存在,中间过程中,危险可能变大或变小,但不会消失,危险存在于一切系统的任何时间和空间中。不论我们的认识多么深刻,技术多么先进,设施多么完善,危险始终不会消失,人、机和环境综合功能的残缺始终存在。

(4) 从我国饭店业人才现状的角度看,目前我国饭店业人才存在着供给短缺危机、人员素质不齐、人才结构失衡、人才流动无序等问题,这些问题都已成为影响我国饭店业发展的瓶颈。

综上所述,饭店人才安全是人才问题与饭店生存利益,发展利益和战略利益之间的和谐程度。它既是一种状态,又是一个“目标集合”。包括以下范畴:

(1) 人才安全是一种企业文化。在饭店企业的生产和发展活动中,保障人才系统的完好运行的观念。

(2) 人才安全是一门管理艺术。通过饭店人力资源管理政策、实践以及方法、手段等,达到人才的平衡稳定,合理更新,从而保障企业获得竞争优势。

(3) 人才安全是一种机制。通过有效的协调、管理,激励人才,激活人才。

(4) 人才安全是最大的经济效益。饭店对人才的投资得到合理回报。

(5) 人才安全是一种伦理道德,是饭店人才与饭店间建立“诚信”的心理契约。

因此,我们不能走入对人才安全认识的误区,狭隘地理解人才安全,否认或忽视饭店人才安全问题的存在。而应通过对人才安全态势的研究,考察饭店业人才安全状态和抗风险能力,以建立健全人才安全制度,改善人才安全保障环境,形成具有一定自主性、自卫力和竞争力的人才安全保障体系,获取相对安全利益,追求相对安全目标。

在这里,饭店人才包括核心机密人才(如财务人员)、关键性技术人才(如优秀厨师)、掌握市场客户资源的人才、饭店高级管理人员、优秀的一线服务技师等。



#### 四、我国饭店业现存的人才安全问题

中国改革开放 20 年来,饭店业有了飞速发展,饭店数量逐渐增多、规模日渐宏大、管理逐渐与国际接轨,而饭店业人才问题仍是不容回避的硬伤。

饭店行业是以人为主体的服务性行业,“人”在饭店运营和发展的过程中占有不可或缺的位置。人才资源决定着其他资源的有效开发和利用,是提高饭店企业素质与增强企业活力的前提,是饭店生存和发展的关键。由于中国饭店业当前面临激烈的人才竞争和落后的人才管理体制,人才状况呈现需求量大和流动量并存的特点,形成饭店人才状况不能与饭店业的高速发展相适应,因而,人才安全问题尤显突出。主要体现在以下几个方面。

##### (一) 人才供给的不安全——供给短缺

1999—2003 年我国星级饭店总量从 3 856 家增加到 9 751 家,增长速度高达 152.88%,客房数量也从 524 894 间发展到 992 804 间,增幅为 89.14%,而我国饭店从业人员从 121.6 万人增加到 135.1 万人,增长速度为 11.07%,相比虽有所增长,但人力资源存量的增长速度远远低于饭店数量的扩张速度。相比“九五”时期的发展状况,我国饭店人力资源总量上的短缺在“十五”期间已经表现非常突出。从表 4-4 可以看出,“十五”期间星级饭店数量与客房数量在比“九五”时期基数差异悬殊的情况下,增幅仍然明显,而饭店从业人员的增长则显得后劲不足,根据《2005 年饭店业务统计》预测,我国饭店业发展信心充足,而人才队伍的建设乏力必将成为其发展障碍。这主要表现为一部分饭店主要靠增大理事国的比重和饭店在职员工加班加点来维持饭店的运行。当然,也使得一部分饭店因为缺员导致服务中的偷工减料。所有这些,必将影响饭店的正常运行和饭店服务质量的提高。

表 4-4 “九五”时期与“十五”时期饭店与从业人员发展对比表

时间段	饭店数量 增长量(座)	增幅 (%)	饭店客房 增长量(间)	增幅 (%)	饭店从业人员 增长量(万人)	增幅 (%)
1994—1998 年	1 692	108.74	181 766	67.54		
1999—2003 年	5 895	152.88	467 910	89.14	13.5	11.07

##### (二) 人才格局方面不安全——结构失衡

在饭店企业片面追求眼前利益等因素的驱动下,形成宏观层面的旅游人力资源规划调控不力,产生整体上的旅游人才的供求矛盾和错位,以及微观经营主体的饭店本身的人力资源政策和措施没有落到实处,或者缺乏对旅游市场和人才市场应有的敏感,最终导致人力结构失衡。

学历结构层面,根据调查,我国高层、中层及基层管理人员高中及以下学历



的比例分别为 14.6%、44.8%、77.2%，中等教育学历占据了半壁江山。

年龄结构层面，年龄是人才的自然属性，其不仅反映了行业的性质，同时也是人才结构的色板图，比如欧美国家饭店从业人员的年龄均化是饭店职业化发展成熟的标志。根据调查统计，我国饭店从业人员目前的平均年龄为，55 岁以上的人数仅占 2.12%，45~54 岁的占 8.92%，35~44 岁的占 17.96%，25~34 岁的占 31.54%，24 岁以下的占 40.57%，可以看出饭店人才仍呈现“朝阳化”。

性别结构层面，目前我国旅游专业学生与饭店员工队伍当中都明显存在“阴盛阳衰”的现象。

知识结构层面，由于教育体系的设计不科学，以及饭店培训的投入不持续，饭店从业人员知识结构单一，绝大多数的员工停留在某一个岗位工作的重复练习或者钻研，往往造成工作枯燥、服务无创新。

素质结构层面，观念的错位导致服务意识的扭曲，由于缺乏健康的意识指导，人才素质也就成了噱头，我国饭店人才普遍存在重使用轻开发、重结果轻过程的素质培养“快餐”，如此的营养不足不仅无法适应饭店长期持续发展的要求，同时也影响个人自身的成长。

能力结构层面，由于饭店工作的标准性定论约束了人才能力的跨越，而饭店工作的高强度与服务风险也影响着员工能力的发挥。很多饭店从业人员不敢、不想或是不愿挖掘自身潜能，致使从业人员缺乏足够的思考能力、学习能力和创新精神。

### （三）人才运用方面不安全——低效的人才机制和人力资源管理技能

人才的利用与开发必须有一整套制度来保证。有效的人才机制能够充分发挥人才本身的创新精神与工作热情，做到人尽其才，才尽其用。反之，低效的人才机制束缚了人才的主观能动性，压抑了人才的活力，无法使人才具有成长空间。

相比一些企事业单位“行政命令”式、“长官意志”式、“大锅饭”式的僵化的人事管理机制而言，我国饭店企业的人才机制建设已取得了明显成绩。但很多企业的人才生长机制、职业发展机制、双向选择机制、竞争上岗机制、优胜劣汰机制、人才激励机制和约束机制都不完善。

同时，由于我国饭店企业人力资源管理队伍自身的专业化和职业化程度不高，制约了我国饭店企业人力资源管理上层次、出效益的速度。我国饭店企业在人力资源开发和管理的进程中，十分缺乏如何将先进的人力资源管理思想转化为适合中国饭店企业特点的、可操作的制度、措施的技术手段、途径。诸如招聘、培训、绩效管理、薪酬设计等方面的技术和方法落后，缺少科学程序和规范化。如人员配置不是建立在工作分析和工作说明书的基础之上，人浮于事，工作职责不清，以及对员工无法进行行之有效的招聘、考核、晋升、奖酬、培训等；





没有有效的招聘技术,面试无效而浪费了宝贵的时间,错失了优秀的人才;由于没有科学的培训程序和培训标准,导致企业培训的制度化、规范化程度低,现有的培训脱离实际,培训工作仍处于不稳定和低水平状态,培训工作的效益难以体现;绩效考核方法多为技术简单的主管评价,指标体系也不够成熟,没有引进更先进的绩效考核方法,考核结果的效度和信度都有欠缺;薪酬结构缺乏系统性,不利于造成对人才的激励。

#### (四) 人才资源保护不安全——人才流失严重

古语云,流水不腐,户枢不蠹。合理的人员流动是企业人力资源优化配置和保持人才结构充满活力的前提条件,同时也是饭店从业人员自身成长的要求,其对于社会、饭店与个人都有利。但是,流动过于频繁对饭店无论从质量管理还是成本投资都是一个警报信号,是行业失去吸引力的主要标志。

2004年中国旅游饭店协会对国内1200家饭店进行了调查,结果只有22.8%的饭店控制在10%以下,64.4%的饭店员工流动率在15%~30%之间,合资饭店员工流动率(26.72%)高于国有饭店(21.18%)。可以看出,整个饭店业仍面临着员工流动频繁的问题。其次,调查中发现,员工跳槽频数从高到低为有经验的一线员工、大学生、管理人员,除了五星级饭店大学生是流动主体外,其他星级饭店中有经验的一线员工担当了饭店流动的主角。

人才的适度与正常流动是整个行业良性发展的催化剂,但是目前还没有形成完善的人才流动市场。由于人才的流动,频繁出现饭店服务的管理断层和员工的情绪波动,饭店用人缺乏安全感,必然会引发延长员工职业规划的时间长度等一系列的放任管理。另外,人才流动缺乏法律政策保护及相应的游戏规则,使得员工与企业、企业与企业之间失去信任,滞缓整个行业市场 and 人才队伍的健康发展。

#### (五) 人才资源建设不安全——培训与激励的低效无法使人才健康成长

在培训方面,人才培养不仅仅包括补课式的进修培训,更要注重人才的“继续培养”。如对人才进行“终身设计”、“职业生涯规划”,根据其发展前景长期进行定向培养。而我国饭店企业多存在“重使用轻培养”的现象,对人才进行有目的、有针对性的继续培养更是少之又少。在培训流程上,还存在着培训目标不明确、培训内容不对味、培训方式不适合、参与培训人员组织不当、培训环境不适宜等弊端,导致了企业资源的浪费和低产出。

在激励方面,创建人才激励机制的目的在于激发人才的工作热情与创造潜能。而我国饭店这方面还有很大欠缺。首先,业绩与薪酬不挂钩,不能体现人才的价值。没有处理好资历、职位、能力、智慧、贡献等要素在薪酬分配体系中的关系,“凭能力上岗、凭贡献取酬”没有得到很好的体现。其次,激励手段单一,物质激励越来越成为保健因素,各种层次、各种形式的精神激励和物质激



励并用。第三,对员工需求了解不够,不能对员工进行个性化激励。

## 五、结语

饭店业是以人为支撑的行业,人才资源是一切资源中的重中之重。如何维护饭店的人才资源,不断发现各种危机、风险与隐患,使之处于安全状态,是饭店人力资源工作者和研究者有必要和有意义去做的事情。本文旨在抛砖引玉,呼吁有更多的有识之士重视饭店业人才安全问题,并将研究进行到底。

### 参考文献:

- [1] 江苏省人事厅课题组. 新时期政府人事职能转变研究报告 <http://www.jsppd.gov.cn/display.asp?cateid=15&id=1520>
- [2] 林泽炎. 构建国家重要人才安全管理体系. 中国人力资源, 2003(4): 20~23
- [3] 刘小龙, 汤小斌, 张婧. 王通讯做客本报纵论用人之道. 人才信息报, 2002-3-9
- [4] 徐颂陶. 要高度重视人才安全问题. 中国人才, 2003(10): 14~15
- [5] 杨河清. 论我国的人才安全. 中国人力资源开发, 2004(1): 8~14
- [6] 陈全明. 我国人才安全问题与对策. 中南财经政法大学学报, 2003(1): 50~54
- [7] 赖华子, 詹明. 从人才安全角度看我国人才法制建设. 党史文苑, 2004(10): 84~86
- [8] 田志峰. 中国人才安全存在的主要问题. 中国科技信息, 2005(12): 46
- [9] 王红乾. 略论人才安全的概念和基本特征. 河南科技大学学报: 社科版, 2004, 22(1): 99
- [10] 王志军. “人才安全”是发展中国家国家安全的“核心”. 现代国际关系, 2002(5): 25

## A Study on Talent Security of Hotel Industry

CHU Bei ZOU Yi-min

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** Although the talent security problem is now well emphasized by our nation and industries, the scientific contents of “talent security” are still vague and controversial, especially in hotel industry. Based on literature summarizing and theory reviewing, the research, which studying on the issue of guesthouse talent security possesses far reaching theoretical and practical meanings, is going to start re-proposition on “talent security” and point out the insufficiencies in current study.

**Key words:** hotel industry; talent; talent security

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第3期



### 简评

人才安全是一个日益被各部门重视的问题,在我国“十一五”发展规划中也有所阐述。那么,饭店行业是否存在人才安全问题,又该如何看待饭店行业的人才安全问题呢?本文以这一颇有争议的问题为切入点,在文献研究的基础上,进行实证研究。本文特点在于:第一,选题成功,能够针对热点问题思考,时效性强;第二,深入的文献研究为论文提供了研究平台;第三,理论与实证的结合,用数据来说话,说服力强。本文为学生提供了关注社会热点问题,通过文献研究找出研究思路,通过实证研究提供事实论据,最后在一定深度和高度上提出见解和思路的典范。



## 4.8 关注风险管理,提升内部审计效益

赵金芳

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:**随着世界经济全球化发展,市场经济环境的日趋复杂化,风险管理在现代企业管理中越显重要。而企业发展带来的巨大风险可以通过内部审计的完善与发展来控制 and 防范,使内部审计工作在风险管理中发挥其积极的作用。本文首先界定风险管理的概念;在此基础上,阐述内部审计在风险管理中的作用;最后,讨论企业风险管理活动中实施内部审计时要注意抓好的五个要点。

**关键词:**风险管理;内部审计;作用

随着企业经营的各种不确定性增加,信息的不对称而导致的逆向选择与道德风险的存在,使企业管理中风险加大,因而研究风险管理就很有必要。当前,发达国家和部分发展中国家的许多先进企业突出了在风险管理方面的内部审计实践。因此,分析企业内部审计与风险管理的关系,具有非常现实的意义。

### 一、风险管理简述

风险是指损失的不确定性。企业风险管理是指企业通过对潜在的意外或损失的识别、衡量和分析,并在此基础上进行有效的控制,用最经济合理的方法处理风险,以实现最大的安全保障的科学管理方法。企业风险的分类方法很



多,按企业业务类型分类,企业风险可分为如下几类业务风险:生产风险、营销风险、新产品开发风险、投资风险、组织风险和财务风险等。

风险管理产生于20世纪30年代,现已成为世界各国普遍重视和推广的管理学科。在西方发达国家中,风险管理已普及到大、中、小企业,各企业均建立了风险管理机构,专门设立风险管理人員、风险管理顾问等,由他们专门负责企业各种风险的识别、测定和处理等方面的工作。

风险管理是企业管理的一项职能,更是一种管理理念,它贯穿于企业管理的各个方面。在一个大型企业内,不同部门面临的风险表现和种类存在显著差别。如果没有设立专门的风险管理部门,则以下三类部门共同承担着企业风险管理的职能:

(1) 战略管理与规划部,负责管理战略性风险,即对企业的长期经营和竞争战略构成影响的综合性风险,这种风险通常从企业赖以生存的市场中表现出来。这些年在企业风险管理领域的一个新的突破是企业利用传统的保险市场和金融衍生市场进行经营风险管理之外,开始积极地实施所谓战略风险管理活动,即对影响市场环境的经济、社会或其他种种因素,例如因为社会阶层和收入变化所导致的消费偏好、口味的变化;宇宙空间、大气和地球物理的环境变化;社会发明和技术进步对市场运行环境的影响等一系列深远的、长期的风险因素进行系统化的战略综合管理。

(2) 安全保卫部门,负责由于自然灾害和人身伤亡等因素可能给企业造成的损失。分为防损和减损两个方面,防损旨在减少损失发生频率,或消除损失发生的可能性。减损旨在尽可能减少损失后果和提供损后救助。

(3) 企业内各职能部门和管理部門,负责管理部門风险。部門风险主要是指各部門在经营运作过程中由于管理不善造成的损失风险。主要由相关程度最高或风险暴露可能概率最大的部門如财务部門、销售部門、生产部門等,根据自身运作状况采取措施加强管理。但由于经营指标的压力或企业激励机制的作用,各部門有关人員有一种为追求突出业绩或完成目标任务内承担风险的冲动。此时,风险因素及潜在的损失往往被忽略和低估。因此,风险管理监督和风险承受部門必须有效分离,这已成为现代经营风险管理的一项重要原则。在部門风险管理中,内部审计逐步担负起风险管理的职能,在许多世界知名跨国集团,内部审计的风险管理职能正逐步在广度和深度上得到有效的发挥。

## 二、现代内部审计在风险管理中的作用

对我国企业来说,风险管理作为一种管理理念是一个新鲜事物,如何在企业中进行风险管理的运作还处于探索阶段,但内部审计作为风险控制的一



项有效工具在风险管理中发挥的重大作用正逐步为人们所认识。许多人认为,审计是对会计账目的审核,内部审计就是对组织内所属独立核算单位的财务状况和经营成果的审核。这种观点大大限制了内部审计在组织管理中的职能,忽视了内部审计预防风险的作用。来自企业内部的风险常常是由于内部控制系统有缺陷或虽有良好的管理控制系统却未得到认真的贯彻执行。内部审计以企业各运营环节风险评价为起点,以评价内部控制和对内部控制合规性审查为主要内容,在风险识别、衡量和风险防范中发挥了重要的作用。

#### 1. 内部审计有助于识别组织风险

风险管理的首要环节是对风险的识别,识别了风险,才谈得上下一步的管理。内部审计正是以风险敏感性分析为起点开展工作。内部审计人员通常关注的风险主要有:财务和经营信息不足,政策、计划、程序、法律和标准贯彻失败,资产流失,资源浪费和无效使用,不能达到一定的目的。在决定所要审计的内容之前,内部审计师不仅要评估和备选内容相关的风险的类型,还要评估当前有多少风险。

#### 2. 内部审计有助于进一步确定并防范风险

组织的风险有来自外部的,也有来自内部的。一个组织可以通过建立健全的内部控制系统规避大部分内部风险和部分外部风险。内部审计的核心工作就是对内部控制系统的核查,既要评估内部控制本身有无缺陷,又要核查一个完善的内部控制系统是否得到有效的贯彻,通过检查内部控制系统,挖掘隐患,及时提醒其他管理人员减小或防范风险。

#### 3. 内部审计有助于识别并防范雇员不忠诚带来的风险

由于组织成员的舞弊给整个组织造成灭顶之灾的事件时有发生,对于组织成员不忠诚造成的风险可通过内部审计识别和预防。内部审计师通过相应的分析对舞弊的可能性做出估计,如现有内部控制环境下招致重大违法行为的风险;组织内拥有权利和责任的个人或集体出于某种原因和动机从事违法活动的可能性;组织内拥有权利和责任的个人和集体工作态度和道德观念有问题,以致进行违法活动的可能性。

#### 4. 内部审计在部门风险管理中的协调作用

组织内部不仅有内部风险,还有各管理部门共同承担的综合风险。例如在货源基地建立投资企业是前几年外贸企业的惯常做法,在投资立项时财务部门要考虑财务融资风险,销售部门要考虑投产后产品是否有市场,人力资源部门要考虑是否有合适的人才对投资的企业进行有效管理。在投资立项审计中,内部审计师作为第三方,可协调各部门共同管理这一投资决策带来的风险。



### 三、企业风险管理活动实施内部审计时注意抓好五个要点

借鉴西方风险管理和内部审计理论成果及实务经验,研究我国企业的具体情况,对照国际内部审计师协会的要求,企业内部审计人应当对企业的风险管理活动实施定期审计,并注意抓好以下五个要点。

首先,应评估并认定企业的严重风险。例如,杜邦(Do Pont)公司内部审计人利用战略经营机构网络进行全球性风险评估和认定。该公司有20个战略经营机构,分布在世界的6个地区。对于每个战略经营机构网络,杜邦公司的内部审计人都有一个战略经营机构网络,而且这6个地区性的审计部门都有一名小组领导和一名审计师。内部审计人的战略经营机构网络成员的主要任务是与所在地区的战略经营机构网络管理当局保持联系。通过被邀请参加由这些管理当局召集的关键员工会议和研讨会等活动,从中了解情况。再利用风险模型的分析结果,与这些管理当局讨论实际的风险情况。

其次,应认定企业的风险管理是否着眼于5个主要目标,并用充足的证据认定这5个风险管理目标是否得以实现,进而从总体上对风险管理的充分性发表意见。这5个主要目标是,找出业务战略与活动领域的风险并进行优先排序;管理当局和董事会的次级委员会已经确定了企业可以接受的风险水平,包括为实现机构的战略计划而接受的风险;设计、实施了降低风险活动,把风险降低在管理当局和董事会可以接受的水平上;开展持续的监督活动,定期对风险和控制在管理当局和董事会可以接受的水平上;开展持续的监督活动,定期对风险和控制在管理当局和董事会可以接受的水平上;开展持续的监督活动,定期对风险和控制在管理当局和董事会可以接受的水平上;开展持续的监督活动,定期对风险和控制在管理当局和董事会可以接受的水平上;开展持续的监督活动,定期对风险和控制在管理当局和董事会可以接受的水平上。

第三,应认定风险管理措施是否符合本企业的文化、管理风格和工作目标。如果企业利用金融衍生工具,就必须使用定量的风险管理工具。规模小且不太复杂的企业,则可以通过非正式的风险管理委员会来讨论如何管理本企业的风险。

第四,应研究、评价风险管理方法的参考资料和背景信息,借此评价有关管理当局所实施的风险管理是否适当,是否达到了本行业风险管理的先进水平。

第五,如果管理当局尚未对某些重要风险采取管理措施,应提请其注意并提出对这些风险应如何管理的建议。由于风险遍布企业的各个领域,对已经发现的每个风险的管理有效性都进行审计,是内部审计资源和成本效益原则所不允许的,只能有重点地开展审计。而审计重点的确定,一般采用风险导向审计模式。常见的审计重点为战略目标的确定与落实风险管理、投资风险、虚拟企业风险管理、资源风险管理、信息系统风险管理、新产品开发风险管理、生产风险管理、营销风险管理、采购风险管理、政治与经济环境风险管理等领域。



参考文献:

- [1] 张五常. 经济解释. 张五常经济论文选. 北京: 商务印书馆, 2001
- [2] 李若山. 论审计与社会经济权责结构. 北京: 中国财政经济出版社, 1999
- [3] 张善轩. 企业风险管理. 北京: 中国金融出版社, 2000
- [4] 中国内部审计学会. 企业效益审计. 北京: 中国审计出版社, 2003
- [5] 王城. 竞争策略与风险管理. 北京: 商务印书馆, 1999
- [6] 王玉欣. 公司理财. 咸阳: 陕西科技出版社, 2000
- [7] 时现. 针对现代企业内部治理审计的思考. 中国审计, 2004(4)
- [8] 王红兵. 独立董事与内部审计. 中国审计, 2001(3)
- [9] 北京市审计局赴美培训团. 美国舞弊审计的若干问题. 审计理论与实践, 2001(5,6)
- [10] 刘实. 论企业管理变革对内部审计的影响. 审计研究, 2004(2)

## The Concern of Hazard Administration, and Advancing the Beneficial Result of Interior Audit

ZHAO Jin-fang

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** Hazard administration in our country becomes more and more important in pace with the development of the world economies globalization and the generally complicated market environment. The tremendous hazard resulting from business development can be controlled and prevented through inner-auditing improvement and development so that causing inner-auditing work be living and playing energetic action in the administration. This paper firstly gives the idea of hazard administration. On this base, it elaborates the action that the inner-auditing plays on the hazard administration. Finally, it talks about the five essentials that the inner-auditing should pay attention to in the business hazard administration.

**Key words:** hazard administration; inner-auditing; action

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第4期



### 简评

风险管理在现代企业管理中发挥着重要的作用。企业发展带来的巨大风险可以通过内部审计的完善与发展来控制与防范。本文选题根据内



部审计在风险管理中的作用,探讨企业风险管理活动中实施内部审计时的注意要点。本文特点在于:第一,选题成功,具有一定的新颖性。把风险管理与内部审计结合起来,针对当前企业出现的现实问题,提出自己的观点。第二,理论与案例分析相结合,增强说服力。本文在界定风险管理的概念时对风险管理的理论进行了研究;在企业风险管理活动实施内部审计时的注意要点中引入杜邦公司的案例,让分析更具说服力。





## 第5章

# 艺术专业、文学类文选



### 5.1 中国现代名人眼中的雷峰塔

汪亚明

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 西湖雷峰塔是一座极具人文底蕴的景观塔,也是一座交织着华夏民族人性美与人情美的佛塔。该文在简要叙述雷峰塔的历史沿革后,选取鲁迅、徐志摩等几位现代文化名人对雷峰塔的观感诗文,以期折射出这座古老而年轻的佛塔的文化魅力,彰显出它那独特而又迷人的文化光芒。

**关键词:** 中国现代名人;雷峰塔

#### 一、历史风烟中的雷峰塔

自古以来,雷峰塔就是一座集自然与人文之美的佛塔,“雷峰夕照”是杭州西湖南线上一道美丽的景观,为西湖十景之冠。雷峰塔也是一座充满传奇色彩的古佛塔,在漫漫的历史风烟中几经毁损又几番重建,成为杭州人民心中不灭的精神象征。

雷峰塔建于北宋开宝五年(972年)至太平兴国二年(977年)间。当时的吴越王钱俶尊佛,遂建此塔以弘扬佛法。最初,雷峰塔叫“西关砖塔”,也叫“皇妃塔”或“王妃塔”。雷峰塔初建成时,金碧辉煌,瑰丽多姿。全塔以砖石砌成塔身、塔心,塔基平面是一个等边八角形,外观八面。塔内分内、外两环,内环为塔心室,外环为厚壁,双层套筒式结构。塔身外围设有木构檐廊,重檐飞栋,洞窗



豁达,是一座典型的八面七层砖木结构楼阁式塔。塔底层内壁,八面镶嵌《华严经》刻石,塔下相传还供奉过16尊金铜罗汉。沿塔身内、外环(塔心室与厚壁)之间设有螺旋状登塔楼梯,可逐层上达塔顶,凭窗远眺,西湖山水尽收眼底。

北宋宣和年间(1119—1125年),方腊农民起义军攻占了杭州,在战乱中雷峰塔遭到了重创。到了南宋初年,雷峰塔外观已破烂不堪,在宋兵与金兵以钱塘江为前线的拉锯战中,差点被拆除,幸亏塔下出现了神秘的巨蟒,古塔才化险为夷。南宋乾道七年(1171年),夕照山上来了一位法名智友的高僧,他在此结庵念佛,草衣木食,一心想恢复雷峰塔昔日的风貌,经过二十多年的努力,终于功德圆满,使古塔修葺一新。南宋以后,至明朝的前期,雷峰夕照一直为游人必到之处。元诗人尹廷高这样赞赏它:“烟光山色淡溟濛,千尺浮屠兀倚空。湖上画船归欲尽,孤峰犹带夕阳红。”明代诗人王瀛也写诗描绘它:“暝色霏微入远林,乱山围绕半湖阴。浮屠会得游人意,挂住夕阳一抹金。”

然而明嘉靖三十四年(1555年),狡诈残忍的日本倭寇一路烧杀抢掠来到杭州,为首的头目看见雷峰塔,怀疑其中藏有明军的伏兵,竟下令纵火,烧掉了塔外围的木构檐廊,只剩下砖砌的塔身。不久,塔的顶部也毁残了,由于年长日久塔顶长出了野草、杂树,还招来了雀鸟安巢,六百岁的雷峰塔显得老态龙钟,但却依然凌空兀立。从明末到清前期,雷峰塔以其裸露的砖砌塔身呈现的残缺美,成了西湖十景中最为人们津津乐道的名胜之一。

19世纪与20世纪之交,那是个民不聊生的年代,因当时民间盛传雷峰塔砖能“辟邪”、“宜男”、“利蚕”等荒诞之说,于是芸芸众生便纷纷想方设法挖取塔砖放在家中奉为至宝。当时的政府也无力很好地保护它,在1924年9月25日(农历八月廿七)下午1时40分许,以砖砌塔身苦苦支撑了四百年的雷峰塔,终于在“轰隆隆”一声巨响中彻底倒塌了!之后,抢掠者有之,造谣者有之,欣喜者有之,悲叹者有之,乘机牟利者亦有之。

然而雷峰塔不仅仅是一座佛塔,它还与杭州的一个美丽的爱情故事相关联,那就是白娘子(白蛇)与许仙的故事。其实从南宋到明代,民间关于雷峰塔和白蛇已有种种神奇的传说,其间佛寺僧人又出于宗教宣传的需要,大肆加以宣扬,民间“说话”艺人,又将这类传说和白蛇故事糅合成话本,在勾栏瓦子和茶馆书场中讲得头头是道。由于故事本身的积极意义,又因为雷峰塔确实是一种客观存在,使人有物可睹,有情可托,因此《白蛇传》的故事就不断被后人传讲、改编、加工、充实,并从口头讲唱进入话本、拟话本,进入戏曲舞台,进入年画剪纸,进入小说丛林……雷峰塔,由此而与白蛇娘娘、小青妹妹、许仙官人、法海和尚一起,尽人皆知,妇孺能言。

雷峰塔自从与《白蛇传》故事紧紧联结在一起之后,在不同的时代与不同社会阶层人们的眼里,有着不同的角色定位、审美观照和社会评价。



## 二、诗人眼中的雷峰塔

关于雷峰塔,历来文人墨客都纷纷题写赞咏,或诗或文,描摹绘画,雷峰塔简直就是一座诗歌的塔。不说古代诗人,单就现代诗人而言,就有郭沫若、徐志摩、俞平伯等对其倾注过自己的诗情。其中歌咏最多最佳者当首推新月诗人徐志摩,如《雷峰塔》:“那是白娘娘的古墓/(划船的手指着野草深处);/客人,你知道西湖上的佳话/白娘娘是个多情的妖魔;//她为了多情,反而受苦,/爱了个没出息的许仙,她的情夫;/他听信了一个和尚,一时的胡涂,/拿一个钵盂,把她妻子的原形罩住。//到如今已有千百年的光景,/可怜她被镇压在雷峰塔底,——/一座残败的古塔,凄凉地,/庄严地,独自在南屏的晚钟声里!”

诗中流露出对白娘娘的深切同情,同时也对雷峰塔的残破、凄凉而又庄严屹立衍生出一种历史的沧桑感。1923年的中秋节,他又与正在杭州烟霞洞养病的好友胡适同乘一条小船,在月光下游了西湖,对月下雷峰塔影深深地迷恋,回来后就写了《月下雷峰》(亦题作《月下雷峰影片》):

我送你一个雷峰塔影,  
满天稠密的黑云与白云;  
我送你一个雷峰塔顶,  
明月泻影在眠熟的波心。  
深深的黑夜,依依的塔影,  
团团的月彩,纤纤的波鳞……  
假如你我荡一支无遮的小艇,  
假如你我创一个完全的梦境!

这首诗刚好写在塔坍的前一年,是众多雷峰诗中的上品。徐志摩以一个浪漫诗人的情怀,巧妙地将月下塔影拟想成梦中的情人,然后又设想自己与梦中情人,荡一支无遮的小艇,在月下波光中梦游。其景其情已完全融合在一起,给人以幽美宁静的审美感受。诗人曾在他的日记体散文《西湖记》中说道:“我不爱什么九曲,也不爱什么三潭,我爱在月光下看雷峰静极了的影子——我见了那个,便不要性命。”可见,在浪漫诗人徐志摩眼中,雷峰塔的历史沧桑已荡然无存,留下的只是月下塔影那虚幻而又迷人的景致,写出了雷峰塔也是杭州西湖的阴柔之美。雷峰塔坍倒的第二年,也就是1925年9月,徐志摩又写了另一首关于雷峰塔的诗《再不见雷峰》:

再不见雷峰,雷峰坍成了一座大荒冢,/顶上有不少交抱的青葱;/顶上有不少交抱的葱/再不见雷峰,雷峰坍成了一座大荒冢。

为什么感慨,对着这光阴应分的摧残?/世上多的是不应分的变态;/世上多的是不应分的变态,/为什么感慨,对着这光阴应分的摧残?



为什么感慨：这塔是镇压，这坟是掩埋，/镇压还不如掩埋来得痛快！/  
镇压还不如掩埋来得痛快，/为什么感慨：这塔是镇压，这坟是掩埋。

再没有雷峰；雷峰从此掩埋在人的记忆中：/像曾经的幻梦，曾经的爱宠；  
/像曾经的幻梦，曾经的爱宠，/再没有雷峰；雷峰从此掩埋在人的记忆中。

这首诗以哀婉的笔调抒写了雷峰塔倒塌所引发的痛惜、感伤和愤恨之情，在一定程度上代表了那个时代许多人对这座古塔坍塌后的感情。五四白话诗人俞平伯就是其中较著名的一位。

俞平伯不仅是雷峰塔坍塌的亲历者，而且写下了有关雷峰塔的“两文双歌”，即《俞平伯全集》中的《记西湖雷峰塔发见的塔砖与藏经》和《雷峰塔考略》（收《杂俎儿》）两文，以及《西关砖塔塔砖歌》和《西关砖塔藏宝篋印陀罗尼经歌》（收《燕知草》）两首古风。它们充分体现了俞平伯毕生的浙杭情结和对雷峰塔难以割舍的缱绻之情。

1924年9月25日下午1时40分，雷峰古塔，轰然坍塌。当时24岁的浙籍诗人俞平伯正偕夫人、舅父全家，共居于孤山的俞楼——其曾祖俞樾当年在杭州讲学的“诂经精舍”。这里隔湖与雷峰塔遥遥相对。塔倒之时，俞平伯正与僧人对弈，忽闻室外人声喧嚣：塔倒了！俞平伯急忙起身赶到平台上探视，然而雷峰塔早失所在。他当即乘船渡湖，直奔塔坍现场。

其时正值“江浙战争”爆发，平时的西子湖，清冷寂寥，不料塔倒之日，杭城万人空巷，舟楫车马齐聚西湖南岸，南屏山周遭人声鼎沸，万头攒动，人们像赶集一样，前来为古塔的寿终正寝作最后的诀别。等他赶到，已过午后4时，观瞻正值高潮。但由于缺乏有力的保护，塔砖经卷惨遭哄抢，听任文物流失损坏，对此，诗人痛心疾首，但又无可奈何。在狼藉破败中颓然踟蹰良久，不由嗟然长叹。

古塔之圯也使在俞楼的俞许两家忙得不亦乐乎。岳丈汲侯是个饱学之士，素有考据之癖，他与儿女甥婿一起，把搜罗来的塔砖经卷整理归类，制作拓片，修补朽损的经卷。但中心人物还是俞平伯，岳丈还命他用诗文来记录雷峰塔的沿革盛衰，为这座废毁的名塔留一份完备详尽的历史档卷。俞不辱使命，整日沉浸在省博物馆和图书文物、故纸堆中，全身心投入“两文双歌”的撰述之中。

然而世事难料，天有不测风云，此后不到两个月，岳丈竟骤然罹病而逝。这对俞是个很大的打击，刚起头的“两文双歌”写作计划难以为继，俞许两家也劳燕分飞，各奔西东。1924年底俞偕夫人北上京华，关于雷峰塔的“两文双歌”终于在1928年相继完成。“两文”各为5000余字的文言学术小品，以考据记事为主；“双歌”则分别为148行和124行的七律古风，叙事与抒情兼备。它们都是以雷峰塔从建到坍、在世949年的风雨沧桑为背景，辅以俞许两家的生离死别、悲欢离合为穿插，抒发了对祖国文物古迹的钟情与痴爱。“两文双歌”还夹有丝



丝缕缕的思古幽情和家国之恨。

1984年是古塔坍塌一个甲子,84岁的俞平伯并没有忘却60年前那个惊心动魄的时刻。在《雷峰塔圯甲子一周》一诗中说:“隔湖丹翠望迢迢,六十年前梦影娇。临去秋波那一转,西关砖塔已全消。”此前数月,友人送他当年寓居的俞楼照片一帧,老人感慨万千,当即在照片上挥笔题诗:“小楼南望水迢迢,六十年来一梦遥,不尽斜阳烟柳意,西关砖塔黯然销。”这两诗都表明“雷峰塔倒”这一意境在俞老灵府中,是何等魂牵梦萦。

1921年4月9日郭沫若游览了西湖雷峰塔后,也写有两首《雷峰塔下》的诗,尤其是第一首写得较为沉重,对当时的民生表示了深切的同情。总之,现代名人凡对雷峰有所感触的人,都对雷峰塔的存毁,特别是它的终结表示了自己的情怀与看法,正因为有现代名人对雷峰塔的关注与题咏,使雷峰塔的历史更具传奇色彩,文化底蕴更为深沉丰厚,更能激发起中外旅游者的热情眷顾。

### 三、哲人纵论雷峰塔

雷峰塔不仅仅是一座古佛塔,它是一座文章的塔,它历经千年历史的沧桑,积淀了丰厚的、绮丽的、深沉的人文内涵。关于雷峰塔的诗、词、文章、对联,多得不可胜数,但鲁迅的“两论”和聂绀弩的“一论”则是众多“塔倒”论中最为著名的,具有“批判武器”的哲学冲击力。

关于雷峰塔,现代大文豪鲁迅早在童年时代就从他祖母那听到了。小时候的他在绍兴乡间经常听祖母讲《白蛇传》的故事,当听到白蛇娘娘被法海和尚镇压在西湖雷峰塔下时,就深怪法海多事,为白蛇娘娘抱不平,希望雷峰塔早点倒掉,美丽善良的白蛇娘娘好从塔里出来,与家人团聚。因为从小对雷峰塔有这样一份爱恨情结,因此以后的鲁迅对雷峰塔也就没了好感。1924年雷峰塔坍塌了。这位现代思想文化战线上最彻底的反封建斗士闻知后,即在1924年10月28日写下了著名的《论雷峰塔的倒掉》一文。文中充分表达了对白蛇娘娘的同情,对法海和尚的憎恨之情。说他在闻知雷峰塔倒了之后,心中十分欣喜,因为他从小就深深同情着的白娘娘终于可以重见天日,获得自由了。鲁迅的这种对雷峰塔的憎恶之情完全源于对白蛇娘娘的同情,完全把雷峰塔看成了法海手中的一件镇压善良的法器,所以,因为憎恶法海而牵怒雷峰塔,雷峰塔本身何罪之有?它不就是一座人们建造的用来祈福的佛塔吗?但作为思想家的鲁迅却从感性层面上读出了附着在佛塔身上的封建性糟粕,传达出具有五四时代特点的情绪和心声,这在当时众多的“塔倒”论中是不多见的。

如果说《论雷峰塔的倒掉》基本上还只停留在感性层面的话,那么写于1925年《再论雷峰塔的倒掉》则更见出作为哲人鲁迅的思想光芒,这光芒独特深刻,振聋发聩。他从雷峰塔的倒掉中看到了一种民族的劣根性,表现出了一种对民族



前途的忧虑之情。雷峰塔何以倒掉,正是因为当时的人们都为了自己的一点私利,使之倒毁的,我们民族这个柱石何尝没有这样的偷盗、盗挖,要是不对民众进行教育(唤醒)的话,即使在“民康物阜”时再建什么雷峰塔,也总有毁掉(倒掉)的时候。当然文章对当时的“十景病”、“八景病”也进行了讽刺,但我以为鲁迅由雷峰塔的倒掉来揭露民族的劣根性这点是最深刻的。总之,鲁迅的“两论”不仅使这座千年佛塔声名远播,也更显出其独特的文化内涵和强劲的思想张力,使其人文性又得到了一次新的升华。

继鲁迅之后,其杂文传人聂绀弩(1903—1986)在1941年1月31日也写过一篇题为《蛇与塔》的“塔倒”之论。在这篇杂文中,作者既有和鲁迅在《论雷峰塔的倒掉》中相似的观点,那就是同情白娘子,谴责法海,可是文章并未局限于此,而是从另一个角度翻出新意,提出自己独特的看法。状元公许仕林祭塔的安排,是中国老百姓心理上的一种需要,所谓恶有恶报,善有善报,公道自在人心,许仕林是老百姓派去的代表,老百姓需要这种大团圆的结局。他还认为百姓偷砖也不是偷,只是要让塔快些倒掉,让白蛇快些恢复自由。多么善良的百姓啊!作者把当时百姓偷砖的真正的本意真的忘掉了!偷砖是如此的崇高,绝不是为了一己之私利。那偷砖毁塔行为简直是一场浩浩荡荡的民主运动,一场反专制反压迫的自发自觉的斗争。作者这样的观点,是与当时反帝反封建的社会背景(1941年我们民族正处在危亡关头,抗日战争正处在艰难的相持阶段)相关联的。今天的人们恐怕很难将两者联系起来,它就是一种毁坏,于美丽的景致,于文化的积淀,都是一种不折不扣的、不可饶恕的破坏!因为今天的社会制度已经发生了翻天覆地的变化,民众也早已不是当初的民众了。

#### 四、画家描摹雷峰塔

红顶商人胡雪岩的曾孙、现代著名画家胡亚光于1949年5月在他的《杭州拾翠》一文中写到:

笔者幼时,即素爱雷峰,百画不厌,自倾圮后,对西湖胜景,万分遗憾至今怅然若失。此种建筑物,为纯东方美术,年久失修,必遭毁灭,而修理一事,亦殊非易。盖既经修整,必以坚固为第一条件,欲求坚固,必须基础巩固,重心合理,唯其如此,在形式上即不能美观矣。保俶塔素有美人之号,古美人以弱不禁风为美,今则臃肿丑恶,已非复旧时姿态矣。雷峰则素以老衲相称,披红袈裟,趺坐山顶,古美可爱,其色彩尤非人工所可勉强而成。言其砖石,经千百年风雨水火之自然侵蚀,塔顶亦因年久由鸟类传播,而生长树木,朱碧相映,成天然美,阳光斜射,倒影入水,幻为奇观,雷峰夕照,称确十景之冠,至今思之,备劳梦想也。闻一般士绅,有发愿重建雷峰之举,笔者以为大可不必,如古砖完整,尚难恢复旧观,如定制仿古砖块,所费惊



人,而结果必难惬意。当此国家多事之秋,正不妨将此巨大金钱,用诸其他重要建设。

作者从美学的角度对雷峰古塔进行了描述,字里行间流露出了对古塔的无比赞美之情,认为古塔的残缺美是不可复现的,犹如维纳斯的断臂。认为在当时那样的社会背景里重建它既不讨好也没有必要。国家多灾多难,如有资金还是先救国救民要紧。可见有良知的人士都有一腔忧国忧民之心,一份天下兴亡匹夫有责的古道热肠。

在雷峰塔坍塌近 80 年后,胡亚光等绅士们的意愿终于变成了现实。2002 年金秋,雷峰新塔在原址上得以重新矗立。新塔,以南宋塔重建后的姿容为形象依据,五层八面,通高 71 米,依山临湖,可从各个角度各个方位俯瞰西湖美景。新塔可谓是现代设计理念与现代建筑材料的完美结合。内部空间注重完善的现代游赏功能,建筑承重采用钢桁结构,坚固牢靠。塔内各层都有文化陈设和内容展示,中央还设有垂直升降电梯,周围另设步行上塔阶梯,这种设计充分满足了现代游客登临观赏的需要。特别是新塔首层是吴越塔的遗址,遗址上设有玻璃防护罩。游人进塔后既可以观看吴越佛塔遗址的风貌,又能领略新塔的容姿,更能登临欣赏西湖美景,简直是美不胜收!雷峰夕照又回来了!它确实是西湖不可或缺的景致,见过雷峰新塔,游过雷峰新塔的人,无不感到它的美。雷峰新塔不但对原遗址进行了有效的保护,而且依托这座古塔丰厚的文化内涵,让游人在此尽情享受它的神韵、风采,为西湖南线增添了一处与湖光山色相谐和的点景与得景建筑。

#### 参考文献:

- [1] 吴宏聪. 中国现代文学作品选. 上海: 华东师范大学出版社, 1999
- [2] 朱正刚. 忆杭州. 上海: 上海画报出版社, 2003
- [3] 张建庭, 王冰. 千年胜迹雷峰塔. 杭州: 杭州出版社, 2002
- [4] 孙玉蓉. 俞平伯全集. 石家庄: 花山文艺出版社, 1997
- [5] 陈相强. 新西湖博览. 杭州: 浙江科学技术出版社, 2004
- [6] 冯雪峰. 鲁迅全集. 北京: 人民文学出版社, 1981

## Modern Chinese Celebrities' Opinions on Leifeng Pagoda

WANG Ya-ming

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** Following brief narration of Leifeng Pagoda's evolution, writings and poems on Leifeng Pagoda written by several modern Chinese celebrities, such



as Lu Hsun, Xuzhimo, etc., are picked to reflect attractiveness of Chinese culture and to reveal the special particularity and charm of the old new-rebuilt stupa.

**Key words:** modern Chinese celebrities; Leifeng Pagoda

原载《The 7th International Joint World Cultural  
Tourism Conference 2006》论文集  
《浙江旅游职业学院学报》2006年第4期



### 简评

雷峰夕照是西湖十景之一，曾使多少游人驻足忘返；雷峰塔是千年古塔，又有多少文人骚客为之动容而留下墨宝与诗文。许多学者也从佛学、建筑、园艺、文学、艺术等多方面进行研究，取得了不少有价值的研究成果。但很少有人从“中国现代名人眼中的雷峰塔”去研究它。本文正是选取了这样的视角，来探究雷峰塔在现代的诗人、思想家、艺术家眼中是一个怎样的审美对象？应该说，这样的选题是前人没有做过的，具有原创性意义。本文在论证上紧扣主题，注重观点与材料的内在联系，以丰富的文献资料，优美流畅的文学语言，分析了徐志摩、鲁迅、胡亚光等现代名人眼中，雷峰所独有的诗意美、哲理美和古朴美。这对于引领游客更深入更丰富地欣赏雷峰之美不无裨益。



## 5.2 谈毛泽东诗词对数字的运用

石洪斌

(浙江旅游职业学院, 浙江杭州 311231)

**摘要:** 善于运用数字入诗来表达意境,是毛泽东诗词的一大特色。毛泽东诗词中数字运用分实数和虚数两大类。实数主要是作为对史实的记录,真实描述战争环境的残酷和展现天翻地覆的社会变迁。虚数则围绕主题烘托气氛,更能显示毛泽东驾驭数字的高超能力。而且,毛泽东在诗词中运用数字的位置感很强。

**关键词:** 毛泽东诗词;数字;语言艺术

毛泽东堪称语言艺术大师,善于运用数字入诗来表达意境,是毛泽东诗词





的一大特色。根据中央文献出版社 1996 年版《毛泽东诗词集》和华夏出版社 1993 年版《毛泽东诗词鉴赏辞典》统计确认,毛泽东已公开发表和未发表的诗词共计 75 首,运用数字的诗句共有 135 句(地名中含数字不计)。数字本是枯燥的指示性概念,但在毛泽东笔下,随心驱使,如运“天球”,在有机的语言组合中,使之变成诗歌意象里富有生命力的特殊细胞。因语言环境不同,或虚实相映,或拆析巧善,各司所长,各显魅力,为诗增色,毫无古人“算博士”之呆相。

—

毛泽东诗词中数字运用分实数和虚数两大类。实数又包括确数与约数两种。如“六月天兵惩腐恶”用确数点明从汀州向长沙军事行动的时间,“盛夏出兵,明其急也”(《诗经·小雅·六月》郑笺),又令人联想到《诗经》毛传所谓:“《六月》言周室微而复兴,美宣王之北伐也。”渲染出工农红军乃神威之师、正义之师,怀有必胜的急切心情,正以铺天盖地、摧枯拉朽的磅礴气势压向腐朽丑恶的敌人。“三十一年还旧国”(《浣溪沙·和柳亚子先生》)、“卅年仍到赫曦台”(《七律·和周世钊同志》),叙写与民主人士的友情,确数运用却有不同。“三十一年”,指毛泽东 1918 年作为一名莘莘学子首次到北京,到 1949 年毛泽东再度进京,整 31 年。北京已经回到人民的手中,新中国即将诞生,真是“人间正道是沧桑”。毛泽东此句诗既有豪迈之意,又点明了与柳亚子第三次交往的时间和地点,由此铺垫而展望未来,劝柳亚子打消南去归隐的念头,留在北京与共产党合作,同全国人民一起享受胜利的喜悦与幸福。“卅年仍到赫曦台”,此诗作于 1955 年。是年 6 月,毛泽东游罢湘江,和周世钊同登岳麓山,畅谈友情,追忆往昔。30 年前作《沁园春·长沙》的情景自然而然地展现在眼前。1925 年 9 月底,毛泽东为躲避湖南军阀赵恒惕追捕,离韶山,经长沙,游岳麓山,“携来百侣曾游”,可以想见,作为毛泽东在湖南长沙第一师范学校同窗挚友的周世钊一定在“百侣”之列,“风华正茂”、“挥斥方遒”,共同怀有“粪土当年万户侯”的远大抱负。仅仅“三十年”,从初期的反袁驱张,弹劾赵恒惕,到领导全国革命人民取得抗日战争和解放战争的胜利,推翻三座大山,建立新中国,进行轰轰烈烈的社会主义改造,中国大地上一切欺压人民的反动官僚、军阀等所谓“万户侯”们都被扫进历史的“粪土堆”里去了。当初的“少年”“意气”已经变成了真真切切的现实。今天,我们“同学少年”又再次来到赫曦台,根本不须慨叹“韶华易逝”,赫曦台可以作证,30 年间历史已翻开新的篇章,我们理应拿出当年“指点江山”的豪迈气势投入到社会主义革命和建设上来。两首诗是酬唱之作,表述历史的时间跨度,一个是 30 年,一个是 31 年。对民主人士柳亚子则是回忆友情,委婉相劝;对同窗好友周世钊则是谈笑风生,理解有加,鼓励有加,“无非加一点油,添一点醋而已”(毛泽东《致周世钊》1958 年 10 月 25 日)。



《七律·到韶山》的“故园三十二年前”，以首联总领全文，如爆竹骤响，鸾凤倾巢，以作者写诗的1959年为时间坐标点，一下闪回到32年前，即1927年风云谲变的一幕，“红旗卷起农奴戟，黑手高悬霸主鞭。”运用倒叙的手法展现了“那个时期的阶级斗争”（毛泽东《致胡乔木》1959年9月13日）。

《念奴娇·井冈山》下阕以“弹指三十八年”起笔，定基调“人间变了”，找到叙事起点，从而叙述从初上井冈山到重上井冈山之间38年的“天渊翻覆”，“犹记当年烽火里，九死一生如昨”，“一声鸡唱，万怪烟消云落”。此词落笔重点是对新中国建立前革命岁月的回顾，而同时创作的《水调歌头·重上井冈山》，重点则是展望新中国社会主义建设的美好未来。全词仅用九个字“风雷动，旌旗奋，是人寰”泛写革命战争的恢弘气势，用“三十八年过去，弹指一挥间”，承上启下，将38年的革命历史轻轻“挥去”，接着以革命浪漫主义手法，赞美了中国人民在中国共产党领导下，上天入地敢于登攀，只争朝夕的革命精神。

“名世于今五百年”（《七古·送纵宇一郎东行》）为约数，以五百年历史积淀为抒情背景，诗境廓大沉雄，蔑视封建历代帝王将相“诸公碌碌皆余子”，意在激励友人走出国门积极进取，学习本领，随时准备为国捐躯。同时也以大丈夫生天地间当成大功业自励，不无“欲治乎天下，当今之世，舍我其谁”的自信和自豪，与“粪土当年万户侯”和“俱往矣，数风流人物，还看今朝”，有着一脉相承的诗味旨趣。

“跃上葱茏四百旋”（《七律·登庐山》）、“四十八盘才走过”（《七绝·莫干山》）用约数，泛写曲折盘旋的山间公路。

“七百里驱十五日”一句出自《渔家傲·反第二次大“围剿”》，“七百里”是约数，“十五日”是确数。从1931年5月16日白云山伏击战，到5月31日攻克建宁县城，整整15天。句式为3—1—3，7字中竟有6个数量字词，中间夹一“驱”字，构句奇特。“驱”字有震撼万物，扫荡一切的巨大威力。“七百里”与“十五日”就如同被放在了历史天平的两端，时空对比，一较轻重。15天内横扫700多里，连打5个胜仗，共歼国民党军队3万余人，缴枪2万余枝，粉碎了敌人的第二次大“围剿”。何其艰苦，何其迅捷，何其神勇，中国工农红军大无畏的革命精神真是跃然纸上。

总之，毛泽东诗词中对实数运用不外两种：一为时间，一为数量。在革命战争年代创作的诗词中主要是作为对史实的记录，真实描述战争环境的残酷和革命胜利来之不易，如“六月天兵惩腐恶”，“二十万军重入赣”、“屈指行程二万”等，围绕一个“实”字，着眼点在一“斗”字，体现的是革命乐观主义和英雄主义。在解放后创作的诗词中则多用于回溯历史，通过今昔对比来展现天翻地覆的社会变迁，讴歌新中国欣欣向荣的巨大成就，如“故园三十二年前”、“往事越千年”、“人民五亿不团圆”、“六亿神州尽舜尧”、“飒爽英姿五尺枪”，围绕一个“比”



字,着眼点在一“变”字。由此可体现毛泽东的人生哲学:斗则变,变则通,通则久。

毛泽东运用数字的技巧,还有拆析手法。如《念奴娇·昆仑》的“把汝裁为三截:一截遗欧,一截赠美,一截还东国。”先列总数(“三截”),后列析数相加(三个“一截”),与白居易《酬梦得》的“为我尽一杯,与君发三愿。一愿世清平,二愿身强健。三愿临老头,数与君相见。”有异曲同工之妙,将“反对帝国主义”的抽象主题,变成了具体可触的形象,挥动倚天宝剑,斩尽帝国主义邪恶,将理想中“太平世界”分赠欧、美、东亚等世界人民。夸张手法的运用,生动通俗的口语化文字,给人以轻松自信,将世界运于股掌,显示了诗人巨人般的旷世激情。此可谓是运用数字的神来之笔。

## 二

毛泽东诗词中运用的数字,大量是虚数,最常见的有“一”、“万”、“千”、“百”。“一”字出现 47 次,如“一声”、“一跃”、“一例”、“一生”、“一跳”、“一线”、“一带”、“一枕”、“一片”、“一天”、“一钩”、“一山”、“一角”、“一曲”、“一化”、“一时”、“一扫”、“一枝”、“一唱”、“一从”、“一切”、“一篇”、“一挥”、“一念”、“一望”、“一寸”等;“万”字出现了 28 次,如“万马”、“万山”、“万类”、“万木”、“万水”、“万方”、“万户”、“万花”、“万朵”、“万年”、“万怪”、“万里涛”、“万里霜”、“万里雪”、“万户侯”、“万种邪”、“万里长空”、“万里长江”、“万里长缨”等;“千”字出现了 21 次,有“千载”、“千古”、“千台”、“千日”、“千嶂”、“千军”、“千山”、“千秋”、“千年”、“千树”、“千河”、“千钧棒”、“千重浪”、“千里波涛”、“千里冰”、“千里雪”、“千里恶”等;“百”字出现 7 次,有“百舸”、“百年”、“百花”、“百代”、“百侣”、“百重衣”、“百丈冰”等。此外,还有“离天三尺三”、“十万工农下吉安”、“百万工农齐踊跃”、“唤起工农千百万”、“飞起玉龙三百万”、“百万雄师过大江”、“胸罗文章兵百万”、“敌军围困万千重”、“春风杨柳万千条”、“参天万木千百里”,或夸张,或含蓄,或曲折,或幽默,或工笔特写,或泼墨写意,都紧紧围绕主题,烘托气氛,读来回肠荡气,酣畅淋漓。试举例评述。

《减字木兰花·广昌路上》(1930 年 2 月作)、《蝶恋花·从汀州向长沙》(1930 年 7 月作)、《渔家傲·反第一次大“围剿”》(1931 年春作),这三首词前后连缀仅一年时间,是毛泽东在“马背上哼成的”史诗般的革命战歌,其间在毛泽东同志领导下,1930 年 2 月 7 日的“陂头会议”决定统一指挥红四军、红五军、红六军,6 月中旬的“汀州整编”建立红一军团,8 月 23 日红一军团与红三军团在浏阳永和市会师,合编为中国工农红军第一方面军,中国工农红军不断壮大;根据地建设也有了长足发展,提出了“伴着发展”的工作路线和“同时扩大,同时深入”的工作方针(1930 年 3 月 18 日),发布了“三条纪律六大注意”(1930 年 3 月



21日),成立了江西省苏维埃政府(即中央革命根据地);1930年12月30日至1931年1月3日,五天两战皆捷,歼敌15000人,生擒国民党前敌总指挥张辉瓒,粉碎了蒋介石发动的第一次大“围剿”。红军壮大了,群众发动起来了,根据地巩固了,革命形势一片大好,正如朱德、毛泽东签发的《关于红一路军由闽西出发向江西集中的命令》所言,“各地工农运动高涨,时局大为开展”,由“十万工农下吉安”,到“百万工农齐踊跃”,再到“唤起工农千百万”,由十倍到千倍,正说明工农革命在当时已是不可阻挡的历史潮流,工农红军和苏区所有革命人民“齐踊跃”、被“唤起”,作为中国革命最自觉、最广泛、最坚实的力量,正逐步走向政治历史舞台。汹涌澎湃之势,倘不借助这三个成倍增加的虚数来形容真是无以贴切表达。

“坐地日行八万里,巡天遥看一千河”(《七律·送瘟神》),此句也很精彩。毛泽东在给周世钊的信中解释道:“地球直径约一万二千五百公里,以圆周率三点一四一六乘之,得约四万公里,即八万华里。这是地球的自转(即一天时间)里程。”可见八万里“是有根据的”,是非常科学的实数。又说:“河则无限,一千言其多而已。”明白地指出“一千河”是虚数。一实一虚,一地一天,因虚数烘托,实数不至于呆板如“算博士”,因实数规范,虚数不至于缥缈而不可思,可谓虚实互见,相得益彰。诗人关心人民疾苦,感叹血吸虫病危害地域之广、时间之长,以彻底唯物主义者宇宙观,坚信世界是运动的,是在不断发展变化的。此联“思接千载,视通万里”,不仅为全诗的转折点,而且也用发展的观点,彻底否定了“万户萧疏”的旧社会,为第二首诗所描绘的“春风化雨”的新时代作了铺垫。

### 三

毛泽东在诗词中运用数字的位置感很强,特点很鲜明。经统计,在涉及数字的135句诗词中,四言8句,数字均位于句首,占100%;五言15句,数字在句首的5句,占三分之一,在第3字的5句,占三分之一,两者合计占到66.7%;六言18句,数字位于句首的8句,占44.4%,在第5字(即倒数第3字)的有34句,占37.8%,两者合计占82.2%;七言以上4句,首字用数字的有2句,占50%。可见句首用数字在所有句型中都占有绝对优势,共有63句,占总数的46.7%。我把这种首字用数字的诗句称为“首数句式”。同理,我把五言句中第3字,六言句中第3字和七言句中倒数第3字用数字的诗句,称为“三数句式”,共有47句,占此三类句型总数123句的38.2%。“首数句式”与“三数句式”,合计110句,占总数的81.5%。比例之大,足以显示出毛泽东运用数字入诗句的位置偏好,同时也为其诗词主题的阐发起到完美恰当的艺术作用。

“首数句式”中最常用的数字是:“一”19句,占30.2%，“万”13句,占20.6%，“千”7句,占11.1%，此三类即占63句“首数句式”的62%，如“千里冰



封”、“万马战犹酣”、“一桥飞架南北”、“一唱雄鸡天下白”、“万丈长缨且为忠魂舞”等,给人一种突兀而来,横空出世,气吞山河的艺术审美境界——壮美,体现作者战胜自然、主宰万物、变革社会的伟大人格和恢弘的豪放诗风。

“三数句式”如“鸡鸣一声唱”、“携来百侣曾游”、“纤笔一枝谁与似”、“横扫千军如卷席”、“金猴奋起千钧棒”、“已是悬崖百丈冰”等,根据诗词格律,“三数句式”的数字正处在平仄换韵的节奏点上,随着诗韵在此一顿,诗意也随着转折(试比较“一唱雄鸡天下白”与“鸡鸣一声唱”最为明显,“一唱雄鸡”是连续升调,“鸡鸣一声唱”是先降后升),得以从容对细节加以精雕细刻,给人一种具体可玩,新鲜可见,真切可感的艺术审美境界——柔美,体现了作者明察秋毫、了然于胸、运筹帷幄的博大智慧和细腻的婉约词风。

从以上分析可以看出,毛泽东对实数(包括确数和约数)的运用采取史笔方法,精严准确,如数家珍,串成中国革命和建设时期的一部史诗。对虚数的运用,开合自如,或汪洋恣肆,无迹可求,或冰山一角,见微知著,更能显示毛泽东驾驭数字的高超能力,毛泽东诗词的艺术精品也多在此列。毛泽东曾说:“诗歌内容是浪漫主义和现实主义的统一。太现实了就不能写诗了。”“词有婉约、豪放两派,各有兴会,应当兼读。我的兴趣偏于豪放,不废婉约。”(1957年8月1日读范仲淹两首诗词的批语),从毛泽东诗词中对实数和虚数的运用可知,毛泽东并没有让“诗的力量放弃了自己的独立地位,轻易地屈从于强有力的理性统治”(恩格斯语),在“诗言志”的同时,仍然遵循诗词自身艺术规律,使旧体诗成功地表现了新时代,也就成功地使旧体诗现代化。可以说,毛泽东诗词是传统艺术形式现代化的光辉典范。

#### 参考文献:

- [1] 中央文献编辑部. 毛泽东诗词集. 北京:中央文献出版社,1996
- [2] 本书编辑部. 毛泽东诗词鉴赏辞典. 北京:华夏出版社,1993
- [3] 中央党史办公室. 毛泽东年谱. 北京:人民出版社,1993
- [4] 李宝昌,张器友. 毛泽东诗词赏读. 安徽:安徽人民出版社,2003
- [5] (日)武田太淳,竹内实. 诗人毛泽东. 北京:中央文献出版社,1993

## On the Usage of Numbers in Mao Zedong's Poems

SHI Hong-bin

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** Being good at the usage of numeral into poem to express artistic conception, is a great special feature of Mao Zedong's poem phrases. All the



numeral used in his poem phrases can be divided into two major types—real number and imaginary number. Real number is mainly used to the record of the historical fact which describes the ruthless war environment and the tremendous social change. Meanwhile, the imaginary number is used to set off the atmosphere surrounding the topic showing Mao Zedong's super ability of numeral control. Moreover, he has a good position feeling of the usage of numeral in the poem phrases.

**Key words:** Mao Zedong's poems; numbers; language arts

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第1期



### 简评

本文最大的特点就是角度选择非常新颖,有创意。国内外研究毛泽东诗词的文章可谓夥矣,如何创新?作者独辟蹊径,选择从数字这个角度,来展示毛泽东诗词的艺术魅力。作者在占据权威资料的基础上,进行了全面、细致的统计分析,结合数学包含实数与虚数的基本常识,加以分析其所蕴涵的文学意义和历史价值,层层深入,由实数,而虚数,再探讨数字位置感。结构完整,思路清晰,论据准确,角度新颖,可以说是一篇研究毛泽东诗词的经典论文。



## 5.3 中国近代妇女旅游第一人:单士厘

赵 炜

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘 要:** 单士厘是中国最早走出国门并留下著述的知识女性。她撰写了中国最早的女子国外游记《癸卯旅行记》、《归潜记》,其诗集《受兹室诗稿》亦有记述国外旅游的诗篇。单士厘的国外旅游开中国近代妇女旅游之先河,不愧为中国近代妇女旅游第一人。

**关键词:** 近代旅游史;晚清;单士厘;妇女旅游

1900年以前,中国妇女出国游历几乎是不可能的。有据可查只有不多的几人,但她们游历的详细情况和感想我们已无从知晓。走出国门并留下旅游著述的第一位知识女性,要推单士厘。



## 一、单士厘生平

单士厘(1858—1945),浙江萧山人(原属绍兴),清咸丰八年五月二十九日(1858年7月9日)出生在浙江省萧山县(今杭州市萧山区)城厢镇一个文化教养很高的家庭。

单士厘的丈夫钱恂(1853—1927),是清末外交家当中的有识之士,青年时即随薛福成等人出使欧洲,后来又到过日本,曾做过出使荷兰和意大利的大臣。他身为清朝的外交官,思想上却接受了资产阶级民主观念的影响。曾于清末秘密参加光复会,并以实际行动参加辛亥革命,当了民国政府的顾问。

“结缡廿五载,今岁始营家。”(《己酉除夕步夫子原韵》)这是单士厘跟随钱恂,自国外归来,筑室“归潜”之初写下的诗句。其时为1910年,她已经五十出头。由此可以揣见,她大致在26岁(1884年)与钱恂结婚的。这个年龄结婚在当时并不多见,这也反映出单士厘家庭的文明与开放。

单士厘在从国外回来以后,潜心写作,整理出版著作。1927年,丈夫钱恂逝世,她与次子寓居沈阳;1936年次子病故,又与长子移居北京。当她80多岁时写出关于清代妇女生活和思想的《清闺秀艺文略》,因无力刊行,竟手抄数部赠与国内外图书馆。1945年3月27日,这位关心祖国命运、启蒙中国妇女解放、传播西方文化的知识女性于北京逝世。

## 二、单士厘国外游历的情况

单士厘出国在1899年(光绪二十五年),其出国载记有《癸卯旅行记》三卷,为1903年从日本经朝鲜、中国东北、西伯利亚至欧俄80天旅行的日记,为中国第一部女子出国游记。《归潜记》成书于1910年,内容主要为记述意大利和古希腊罗马文艺的文字,以及关于中西文化史的研究。

### (一) 日本游

1898年,中国掀起出国留学的热潮,钱恂受派到日本任湖北留日学生监督。1899年,单士厘“率两子继往”,这是她“出疆之始”。在接下来的几年里,“无岁不行,或一航,或再航,往复既频,寄居又久”。在日本的四年中,单士厘游览了许多地方,在《受兹室诗稿》(卷上)中,有《庚子四月十八日舟泊神户》、《游塔之泽宿福住楼之临溪阁》、《日光山红叶》、《偕夫子游箱根》、《二十世纪之春,偕夫子住镰仓日游各名胜》、《庚子秋津田老者约夫子偕予同游金泽及横须贺》、《江岛金龟楼钱岁》、《辛丑春日偕夫子陪夏君地山伉俪重游江岛》、《题金泽八景》等诗篇。可见,单士厘在日本的旅游一般是与其夫一起,先后游览了日本著名的港口神户,日本最具代表性的国际知名的三大观光胜地富士山、箱根、日光



等地。

游箱根时，住在塔之泽的福住楼。这是一家文人墨客爱住的旅馆，文豪夏目漱石曾到此一游，1890年建成。在神奈川县的镰仓，参观了镰仓最重要的古迹八幡宫，并参观了古城镰仓的象征——镰仓大佛。她在“琳宫饶古物，铜象坐层莲”的诗句旁批注：“八幡宫有宝物贮藏所，七百年前镰仓幕府物居多”，“有六百五十年前大铜佛，高如屋中空梯，升至首则两牖启脑后焉”。

金泽是石川县首府，而单士厘游的金泽，则是横滨附近的海滩名。在这里，单士厘留下《题金泽八景》诗，八景分别题为“洲埼晴岚”、“濑户秋月”、“小泉夜雨”、“乙舻归帆”、“称名晚钟”、“平泻落雁”、“内川暮雪”和“野岛夕照”。诗中提到的横须贺在金泽的附近，是扼守东京湾的著名军港。

日本江之岛位于神奈川县藤泽市片瀨江之岛海岸，在海湾上有个孤独的小岛，叫江之岛。江之岛之所以著名，有两个原因，一是在岛上可远眺日本标志——富士山，二是古代日本有不少画作，都以江之岛作主题，尤其著名的“浮世绘”，更多次绘画江之岛的景色。在单士厘游览江岛金龟楼前后，梁启超也邀集同党在此结义，共谋与孙中山联合。

离开日本去俄国前，即1903年3月15日，单士厘携大儿媳从东京去大阪参观“第五回国内博览会”。对这次百年前的综合性博览会，单士厘在《癸卯旅行记》的开篇有详细记录。这可能是中国人首次对会展旅游的详细记录。18日，单士厘随夫赴西京（京都）游，记有“守官导游十余所之宫殿”。单士厘的笔下对旅游的描述如此生动，在近代文献中非常罕见。

## （二）从日本经朝鲜、中国东北、西伯利亚至欧俄的旅程

《癸卯旅行记》的卷中和卷下，记录了从海参崴经当时俄国人控制的“满洲铁道”（中东铁路），过西伯利亚，直达森堡（彼得堡）的途中见闻。

1903年4月17日，单士厘乘“伊势丸”从神户出发，4月20日抵朝鲜釜山港，单士厘登岸。因遇风浪，至28日才从釜山航行，经元山、城津，5月2日到海参崴。在海参崴登岸后，入境旅客必须接受世界上最严厉的检查。铁道进入中国东北境时，“由俄入华，其关权应在华而不在俄；然今日关权，乃在俄不在华”，中国人在本国领土上仍须接受俄人检查。由满洲里车站经越国界进入俄境时，检查之严又“无异海参崴”。因为钱恂是外交官，单士厘等人得以免受检查。但目睹这些情形，她仍然十分气愤，写道：

中国妇女闭笼一室，本不知有国。予从日本来，习闻彼妇女每以国民自任，且以为国本巩固，尤关妇女。予亦不禁勃然发爱国心，故于经越国界，不胜慨乎言之。

癸卯年正是日俄战争爆发的前一年，当时中国东北全境都是俄国的势力范





围。单士厘在游历过程中始终关注灾难深重的祖国。

在横过西伯利亚大陆时,单士厘清楚地感到,俄国在中亚和远东经营的铁路,正如巨蟹之螯,目的物正是我北中国。在西行的过程中,除《癸卯旅行记》有日记记载了游览成吉思汗诞生地希洛喀和世界第一大淡水湖贝加尔湖外,单士厘还在诗作里在于记下了和钱恂同登“西伯利亚长铁道”,“夜过乌拉岭”时那种“教堂高耸云,夕照逗残影”(《光绪癸卯春过乌拉岭》),“积雪杳无际,野烧光熊熊”(《西伯利亚道中观野烧》)的旷野奇景。5月24日,到莫斯科后,游览观剧,有诗作《游俄都博物馆》,详细记叙了参观博物馆的见闻。她注意从中西比较、华夷对照中思索何以振弱抗强。单士厘能在当时提出“欧美竞文明,宜思所以抗”,应该说是很有眼光的。

### (三) 荷兰、意大利之旅

1907至1908年,钱恂出使西欧,先后做过驻荷兰和意大利的公使,单士厘亦随同前往。在荷兰的行迹,仅留下一首《荷兰海牙》。有趣的是诗中夹注:“女王出游,群儿掷雪球误中王面,王笑而拂之。又一日,王夫自开汽车,途与电车相撞,自谓不慎,戒无罪电车。各国驻使赴宫门请安,次日王夫亲至各国使馆谢步。”对比清王朝的封建统治,对王室的亲民举动赞赏之情跃然纸上。

关于意大利之旅,单士厘留下了一本《归潜记》。《归潜记》是作者游西欧时的作品,书成于1910年,内容主要记述意大利和古希腊、罗马的宗教和文学艺术。《归潜记》共分十二章,其中有记意大利人马可·波罗之事的《马哥博罗事》。单士厘的这些记述,不仅可以开阔国人的文化视野,而且对于研究古代西方文化史也具有一定的史料价值。

1909年,单士厘归国,路过苏伊士运河时,写下《己酉秋夜渡苏伊士河》,描绘了船行苏伊士运河映入眼帘的“岸白沙疑雪,灯红火似星”的沙漠壮观,并抒写了她“更闻派那马,南美正扬舲”,对当时尚在动工开凿的“派那马”(今译“巴拿马”),比拟为大禹“疏河”,发出由衷的赞叹。一首《自新加坡开行风浪大作》,“船身随俯仰,人意自幽闲。”写出对待艰难旅途的乐观态度。

## 三、单士厘国外游历的意义

在19世纪和20世纪相交的时代,随着历史的步伐,中国旅游观念逐步摆脱传统思想和传统形式的束缚,开始以一种崭新的面貌出现在中国旅游史上。女子开始踱步海外,倡导女子教育,寄情国民改造,即是一个鲜明的标志。

单士厘从闺房走向世界,是我国妇女界写国外游记的第一人,堪称“中国近代妇女旅游第一人”。



## 参考文献:

- [1] 孙石月. 中国近代女子留学史. 北京: 中国和平出版社, 1995
- [2] 郭嵩焘. 伦敦与巴黎日记. 长沙: 岳麓书社, 1984
- [3] 单士厘. 受兹室诗稿. 长沙: 湖南文艺出版社, 1986
- [4] 郭谦. 群星璀璨的作家之家. 德宏: 德宏民族出版社, 2000
- [5] 钱单士厘. 癸卯旅行记·归潜记. 长沙: 湖南人民出版社, 1981

## Shan Shi-li: First Traveling Woman of the Latter-day China

ZHAO Wei

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** Shan Shi-li is the first female intellectual that went abroad and wrote many well-known poems, essays and stories. She has written the first essay about woman going overseas traveling—Travels in 1903, Gui Qian Ji. Her poetry anthology Shouzishi Poetry also narrated oversea travels. Shan Shi-li has started women travel and worth being the first traveling woman of the latter-day China.

**Key words:** travel history of the latter-day China; the late Qing dynasty; Shan Shi-li; woman travel

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第2期



### 简评

这篇研究中国近代妇女旅游第一人单士厘的论文,其学术价值首先表现在选题上。作者所任教的学校就坐落在本文主角的出生地萧山。单士厘是位近代知名的女旅行家,以往对她的研究也有一些,多是从妇女、教育等角度切入的。从旅游视角去解读单士厘,这还是第一次,具有明显的创新性。其次,是资料运用得好。单士厘的两本书都是八十年代出版的,学校图书馆没有收藏,作者是在浙江省图书馆查找到这两本书,精读数遍后,对她所去的地方进行了考证,最终才勾勒出她的旅游轨迹。第三,单士厘的文字多是记述式的,她的情感是隐藏在她的文字中的,而论文作者通过自己的理解予以客观地阐释,有一定的研究内涵和自己独到的见解。



## 5.4 “粉丝”一词的语言现象分析

陈丽君

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 本文简要分析了当前流行的音译词“粉丝”所表现出来的语言现象,主要有三个方面:网络语言和外来语盛行的原因;音译词与意译词的较量形式;现代汉语规范评议标准的变化及词汇演变中新词与旧词的比较。

**关键词:** 音译词;意译词;粉丝;语言现象

从2004年起,网络和报纸上处处可见“粉丝”一词,要知道这个“粉丝”并不是我们经常吃的“用绿豆等淀粉制成的线状的食品”,而是英语“Fans”(意谓“狂热爱好者”,复数)的音译词。据笔者对部分大专院校学生的调查,知道“粉丝”即“歌迷”、“影迷”等“迷”的人为数不少,占了被调查人数的80%。再看各大报纸,用例非常频繁,这里且录几例:

(1) iRiver系列的IFP-590T(256MB)现已正式在杭州上市,并且目前正在进行促销活动,价格非常实惠,1850元,比全国统一定价低了不少,喜欢这个牌子的数码“粉丝”可以去市场里瞧瞧。(《钱江晚报》2004年1月6日)

(2)“奥运”拉开帷幕后,各路“粉丝”又释放了近乎疯狂的热情了。“粉丝”作为“Fans”的汉译大行其道。细想之下,追偶像有如吃粉丝,看起来晶莹剔透,让人食指大动,而且老少咸宜,但是吃得多了不免会消化不良。(《羊城晚报》2004年8月19日)

(3)据说安徒生成名后曾经有一大不能舍弃的生活乐趣,就是到书店去探问自己作品的销售情况,并为认出他的“粉丝”签名。(《青岛日报》2005年4月5日)

(4)已经风风火火了五个月的“超级女声”将在今晚决出前三名的座次,连日来,“超女”们的超级“粉丝”相约在银泰商场门口……(《杭州日报》2005年8月26日)

(5)主办方经过紧急磋商后,决定拿出少量二楼门票,开辟一个“粉丝席”专区,以满足部分余老师“粉丝”的愿望。(《每日商报》2005年8月30日)

在英文里“Fan”常见的意思是“扇子”,复数是“Fans”,大约西方人也懂得众扇煽风火焰高的道理,便赐予“Fan”另一层含义——“迷”。这个“迷”泛指歌迷、影迷、球迷、戏迷等,好莱坞拍过一部电影《The Fan》,译成中文是《狂迷》。这也就是说,“Fan”本来已有非常固定的意译词“迷”,在中文里,“迷”最早有“分辨不



清、迷路、迷惑”等意义(据王力《古汉语词典》),后引申有“陶醉、迷恋、对某人或某一事物发生特殊爱好而沉醉”义(据《现代汉语词典》),与“Fan”的“狂热爱好”义吻合,而且读音也上口,可以说作为“fan”的意译形式是非常理想的,事实上很多年来它的使用率也是很高的,现在所见的各大词典均已收录“歌迷”、“影迷”、“戏迷”、“球迷”等词。

但令人奇怪的是,现在无论是报纸还是网上都可看到“Fan”的新音译形式“饭”(“饭食”)、“粉丝”等。从眼下的趋势来看,“粉丝”无疑是最出风头的,甚至有些人还在此基础上造出“凉粉”、“玉米粉”(超级女声比赛后对张靓颖、李宇春歌迷的昵称)、“翔粉”(对刘翔崇拜者的称呼)等。人们为什么要在已有一个很具生命力的意译词“迷”的同时再造一个音译词“粉丝”呢?“粉丝”有没有可能作为一个新词生存下来?对于这些疑问,笔者想从语言学的角度谈一些看法。

—

“粉丝”的盛行,代表着作为社会方言(相对于地方方言)的网络行业语言,有着不可抵挡的独特魅力,同时它作为具有外来风味的音译词,是当今社会人们(尤其是年轻人)在“快节奏时代”紧张繁忙的生活中追求轻松心态、营造异国情调的一种表现。

每一个地方都有属于自己的语言,那叫“方言”,每一个行业也有属于自己的话语,那叫“行业语”,也可以叫“社会方言”。随着网络时代的崛起,网上也有了自己的语言,诸如:我不叫我,叫“偶”,看不懂叫“晕”,支持叫“顶”,提意见叫“拍砖”,这样子叫“酱紫”,歌迷叫“粉丝”,蟑螂叫“小强”,佩服叫“PF”,我爱你叫“520”,单挑叫“PK”等,这些让不少人听来有点丈二和尚摸不着头脑的语言,对于那些经常在网上聊天的人来说,熟悉得就像老朋友。有时候这些用语可以一夜之间不胫而走,成为最大的热门词汇。

从语言学的角度来看,网络语言本身并不是一种成熟的语言。从生成方式看,它很多来自于谐音、别字,也有一些来自于港台方言、外来词语。这种语言产生的时间不长,仅仅是在一部分人群中流传。但一个客观事实是:网络语言正以其简便实用、生动风趣、人情味浓、个性化强等特点越来越多地在渗入我们的生活。不少词汇在都市人中大兴其道,成为日常生活用语的一部分,表现出一种不可低估的创新能力。

同时,“粉丝”一词的热潮也正是当今社会外来语吃香的表现。张永言先生在《词汇学简论》中曾指出:就一个语言的词汇体系来说,其中最活跃的部分(如有关文化的词,即所谓文化词)最容易渗进外来词。随着经济全球化和东西方文化交流日益频繁,汉语迎来了外来词引进的又一次新高潮。“因特网”、“伊妹



儿”、“防火墙”等词正是当今社会信息化时代的象征。

在外来词中一些发音简单的音译词在新闻媒体中频频亮相和广泛使用,如“黑客”(hacker)、“拷贝”(copy)、“克隆”(clone)、“酷”(cool)、“猫”(modem)、“派对”(party)等。这些词语的出现一方面是我国在全球化时代全民掀起的学习英语热的结果,同时更是人们在“快节奏时代”紧张而又繁忙的生活中想要追求轻松心态、营造异国情调的表现。许多年轻人觉得“粉丝”这个音译词用起来轻松方便,且带有浓郁的外来风味。在中文里,说“我是他(她)的‘迷’”这样的话不太通,必须在“迷”字前再加一个字,如“歌迷”、“影迷”等。在很多场合,这样用起来并不方便。如果你特别喜欢某人的文章,你就是他(她)的“文迷”吗?如果你特别喜欢某一个品牌,你是什么迷?还不如说我是某某的粉丝,这样多方便啊。于是一个带有幽默色彩、方便实用的“粉丝”就产生了,并且在全民拥护的英语热潮的带动下,在喜欢求新求异的新闻媒体的煽动下,“粉丝”一词被迅速地推广着。

## 二

从“迷”到“粉丝”,是一场词汇演变过程中音译词与意译词的较量,代表了历史上语言发展中音译词被后来的意译词所取代这一趋势的逆转现象,再一次证明了语言运用的多样性和变异性。

音译词是语言融合的产物,它以自己的方式记录着所处时代的社会文化,使用频率极高,给我们的生活带来了新的感觉。然而,在外来词的翻译方式上,音译词和意译词的竞争始终没有停止过,总结语言发展的历史,我们可以看出其竞争形式主要是三种:

(1) 先有音译词,后出现意译词,最后意译词取代音译词。即音译→意译。我们知道,任何语言都具有排异性,都具有一套维护其体系特征的内部机制。汉语有“因形见义”的传统,当一些音译词进入汉语家族,如果不能“因形见义”,仅仅是一些无意义的字眼的堆砌,再加上符号较复杂,读起来又不上口的话,充其量只能“做客一时”,终被“扫地出门”。如音译词“布尔乔亚”、“普罗列塔利亚”,终于无法被读者接受,而代之以意译词“资产阶级”、“无产阶级”。再如“烟斯披里纯”(inspiration)、“德律风”(telephone)、“梵婀琳”(violin)、“菲林”(film)等分别被“灵感”、“电话”、“小提琴”、“胶卷”所取代。只有一些既符合汉字形义特征又相对简短上口的词才被长期留传下来,如“沙发”、“可乐”、“布丁”等。而当今社会产生的外来词中不少意译词由于符合汉字文化而表现出了很强的生命力,如“激光”、“软件”、“防火墙”、“鼠标”、“键盘”、“下载”、“电子邮件”等。音译→意译,这是外来词翻译所遵循的总体趋势。

(2) 先有音译词,后出现意译词,音译词随之消失或与意译词共存(但意译



词使用频率高),后来音译词复活,且使用频率高。即音译→意译→音译、意译。如“卡通”(cartoon)一词,流行于上个世纪初,被意译词“动画”代替后,随即销声匿迹。但近年来,“卡通”又重新回到日常交际领域,且使用极为广泛。又如“曲奇”是英语“cookie”的音译,后来又意译为“小甜饼”,但现在又大量地出现,使用频率远超过“小甜饼”。这就可以说明音译词由于体现出一种意译词所没有的文化气息和外来风味,正被越来越广泛地接受。

(3) 音译词的流行使得音译词与意译词的竞争出现了第三种形式,那就是先有意译词,后来却又造一个音译词。即意译→音译。前几年比较典型的是“克隆”(clone)一词,此词在数年前就有意译词“无性繁殖”,1996年英国“cloned sheep”成功之后,我国新闻媒体开始广泛使用“克隆”一词。曾有人提出了反对使用“克隆”一词的看法:汉语中原本有表达这一词义的词汇,我们不去使用,而用一个群众所不熟悉的音译词,这势必给群众造成理解上的困难。这也正符合了一些语言学家的观点,如语言学家高名凯曾谈到如何吸收外来词时就指出:如果历史上外来词的命运可以让我们吸取教训的话,一般的情形,我们应当首先考虑利用本族语言。他建议人们应该用原有的词或利用其原有的构词成分再构造纯粹本族语的词去谈论外语所给我们提示的新事物,即尽量用“意译”的办法去表达外来的新事物、新概念。但是,语言的发展却是不以人的意志为转移的,事实证明“克隆”一词非常具有生命力,且已被《现代汉语词典》收录。

近几年,又有不少词同样表现出了这样的趋向,如对于英语“modem”的意译词“调制解码器”,人们嫌太麻烦,而更愿意使用新创的音译形式“猫”。还有如“艾滋病”代替“获得性免疫缺损综合症”、“欧佩克”代替“石油输出国组织”、“秀”代替“表演、演出”、“的士”代替“出租车”等。

### 三

从过去人们对“克隆”、“的士”等音译词的批判到现在大家对“粉丝”一词的认可,正表现了我们现代汉语规范情况的评议标准渐趋动态化、科学化。

大家都知道,一些新词、新语法等的出现,往往会引起人们对它们是否符合现代汉语规范的探讨和评议,很多杂志和报刊经常刊登这样的文章,这对汉语的发展起着积极的作用,可以说现代汉语规范评议是现代汉语规范的一个具体而重要的方面,它既可以向社会推荐有价值的语言现象,也可以批评不好的语言现象,指出问题的所在,找到解决的办法。

然而,长期以来,一些现代汉语的规范评议是失误的,这引起了一些学者的思考。如施春宏《现代汉语规范评议失误研究》一文深入探讨了规范评议失误的原因,提出了现代汉语规范评议应注意深入分析,确立标准的动态化、多样化



原则。如对于音译词问题,有人认为当音译词与意译词并行时,一般主张吸收意译词放弃音译词,甚至认为“音译词的使用还涉及语言上的民族自尊问题”。所以他们建议用“无线电测距仪”代替“雷达”、用“无性繁殖”代替“克隆”、用“出租车”代替“的士”等。对此,施春宏认为,语言使用是要有民族自尊,但要分析具体情况,有的并不涉及损伤民族自尊的情况,如一些人选择音译词,是根据其音节简省、使用方便。

对于很多人认为网络语言会破坏语言纯洁性的观点,一些语言学家也提出了不同的看法。如著名语言学家于根元在2002年与新浪网友就网络语言的聊天过程中曾指出:语言当然是有泥有沙,是有龙有鱼的,语言就是这么一回事,什么都有,不可能很纯洁,但是要有一个基本的估计,我们这几年的语言总的情况是怎样的,我同意敬一丹的说法,这么多年来,当前的语言是最活泼、最生动的,有了这么一个基本的框架,语言重在建设,而不是重在治理。同时要看到问题,但是要看到问题的性质、量和程度,要有一个总的评价,不是说不管,而是说要要进行引导的无限扩大。

正是由于我们对语言规范的评议渐趋科学化、动态化,所以现在当一个又一个的新词出现时,我们已不再像以前那样一味地担心、批判,而是表现出了对语言运用多样化的理性认识,从而对“粉丝”之类的新词的大行其道表现出一种动态化的认可。

我们说,语言的发展要求语言生活的多样化,而多样化的根源在于人的多样化(个别人的层次不同和人群的层次不同)、人的社会关系的多样化和语言运用要求的多样化。既然这些都是客观现实,那么连接人际的语言生活自然表现出多姿多彩的特色来。

也正是由于上述原因,大家对于“粉丝”一词究竟会不会胜过或取代“迷”这个问题,都抱着一种“顺其自然”的态度。我们都知道,词汇的演变过程并不是以某个人的意志为转移的,它要受到社会因素和语言内部系统因素等的影响,一个新词的落地、生根基本要具备这三个要素:必要性、规范性、明确性。笔者就从三个要素简单分析“粉丝”这个新词:

(1) 必要性。从前面的分析看,“迷”作为“Fan”的意译已很固定,形式简短、读音上口,再出现“粉丝”一词基本上是不必要的。当然从当今社会网络语言的发展和音译词盛行的角度看,一大部分年轻人觉得用“粉丝”形式更显时代性、多样性。但这种必要性并不是全民范围的,据调查来看,不少人都知道这个新词,口语中用得也不少,但大都觉得是可用可不用的,所以在一些比较正式的书面文体中其使用频率并不高。

(2) 规范性。双音节词“粉丝”无论是读音和字形都受到不少人的欢迎,由于传统意义上可食用的“粉丝”大家都喜欢,是一种让人轻松的风味小吃,与可



爱的“歌迷”、“影迷”具有一定的想像关联性,所以作为“Fan”的音译形式基本上符合汉字的“因形见义”特点。再从音译词与意译词共存的角度看,也符合语言多样化的特点。当然,语言系统也有所谓“适者生存”,两个都规范的词语必定有着各自的使用范围,在语体色彩和感情色彩上,“迷”是中性的,“粉丝”带有口语性和喜爱、调侃等感情性,它们之间的竞争是长期的、复杂的。

(3) 明确性。“粉丝”的意义是单一、明确的,但它具有泛化性,即把所有的“歌迷”、“影迷”、“书迷”、“球迷”等统称了,在一些人看来是使用起来方便了,但也有很多人觉得在具体的上下文当中,有时还是用“……迷”称呼较明确。据笔者对部分报刊的检索统计,发现在绝对数量上,音译名词“粉丝”其使用频率不低,如《钱江晚报》2005年7月共使用15次,9月共使用22次,10月8日一天就使用5次。但是在与“迷”对比的相对数量上,“粉丝”一词还是远远比不上“迷”的。

当然,对于“粉丝”一词的探讨,其目的在于引起我们对其所表现的语言现象的注意,这里笔者只是抛砖引玉,期待专家的指正。

#### 参考文献:

- [1] 秦国林. 从“克隆”一词谈起. 西安外国语学院学报, 2002(3)
- [2] 刘泉. 音译词使用要规范化. 人民日报, 1995-6-25(4)
- [3] 施春宏. 现代汉语规范评议失误研究. 语言研究, 1998(2)
- [4] 刘茁. 当代汉语外来词一词异名现象分析. 深圳大学学报, 2001(3)
- [5] 何干俊. 谈谈音译词. 美与时代, 2003(9)

## Analysing the Language Phenomenon of the Word of “Fans”

CHEN Li-jun

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou, 311231, China)

**Abstract:** This paper briefly analyses the language phenomenon of the popular word of “Fans”, mainly from three aspects: the reason of popularity of network language and foreign word; the competitive form of Transliteration word and Free Transliteration word; changing of Chinese normal appraising standard and the competition of new word and old word.

**Key words:** transliteration word; free transliteration word; fans; linguistics

原载《浙江旅游职业学院学报》2005年第1期





### 简评

众所周知,选题与论证是毕业论文写作中两个最重要的环节。选题的好坏直接影响到论文写作的成败,论证的好坏直接影响到论文的质量。毕业论文写作最忌选题太大太旧。太大会难以把握,写得大而无当,没有深度厚度;太旧会让人感到老调重弹,做无效劳动。因此,在选题时一定要选择有新意的论题。本文就选取了“粉丝”这个时下较为流行的词语作为论题,小而不乏新意,这是其成功的第一步。然而,仅有一个好的选题并不意味着就有一篇好的论文,它还必须有好的论证。好的论证源于丰富翔实材料,逻辑缜密的分析和简洁准确的文字表达。为此,作者首先列举了有关“粉丝”的大量语料,接着从社会外部和语言内部两方面分析其出现的原因,最后从语言变异三要素:必要性、规范性和明确性来评议“粉丝”一词存在的合理性。全文思路清晰,层次分明,言简意赅,是一篇既规范又具有一定学术价值优秀论文,值得学习。



## 5.5 论体育教育与生存教育

陈宝珠

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:**生存教育是人类最基本的教育。体育作为教育的重要组成部分,对提高生存能力起着不可替代的作用。近年来,我国的体育教育受传统教育的影响,存在一些问题,严重制约着学校体育教育的发展。体育教育观念的更新、师资队伍优化、评价体系的建立、校园体育文化的建设是实施生存教育的重要途径。

**关键词:**生存;生存教育;体育教育

### 一、前言

在科技发展、经济发达、社会环境日益复杂的今天,人们在享受科技发展带来的优越物质生活的同时,面临着危及人类生存安全的诸多威胁。如何才能学会生存?教育应承担什么重任?早在1972年2月5日,联合国教科文组织国际教育发展委员会呈送给联合国教科文组织一份题为《学会生存——教育世界的今天与明天》的报告。这份报告展示了20世纪末教育体制、教育内



容等的变革趋势,这给当代体育教育赋予了新的历史使命,并提出许多新的课题。体育教育作为教育的重要组成部分,必须突破传统的体育教育观,从更丰富的层面来看待体育教育与人类发展和社会发展之间的紧密关系,把传统的体育价值观与“学会生存的必要知识和技能”这一新的教育价值观有机地结合起来,使体育教育更好地为满足人类生存的多重需要和改善生存状态服务。

## 二、生存教育是社会发展的必然要求

### 1. 生存教育的内涵

学会生存并非指人们理解的一般活着,而是要学会活得更好。《学会生存——教育世界的今天与明天》报告中的“生存”之意,指的是要适应不断发展的社会就要学会学习,只有这样,才能适应社会环境,才能在激烈的竞争中为社会创造财富,才能提高人的生存价值与生存质量。人类之所以能够在万事万物的竞争中生存下来,那是因为人类具备了所必需的生存能力。远古的渔猎时代,我们的祖先为了生存,逐步掌握了如跑、投射、跳跃、游泳、操舟等技能。随着历史的发展、社会的衍变和科技的高度发达,人们面临着更多的选择和淘汰,具体的个人所具备的生存能力也逐渐产生了变化。例如,计算器的出现使得许多人的计算能力退化,独生子女的家庭环境以及高层住宅的出现使得许多孩子的社交能力下降。职业不能从一而终,生活空间不可能永远固定,身份和地位每时每刻都面临挑战。在这样的社会环境下,我们会“感觉不适”,这就表明我们与“生存环境”有矛盾、有冲突,以致感觉不适。

这种不适我们可以从“三能”方面深究,是体能不适?还是技能不适?或是智能不适?如果说“三能”是生存能力的具体表现,那么,体能应该是生存的基础。如果没有能适应环境的身体,生存是无从谈起的。技能是生存的保障。就人类的生存发展史来看,没有技能,人类还在刀耕火种,食不果腹,衣不蔽体,甚至在大自然的挑战中无法生存下来。智能是生存的前提。人类的自身特点决定了人必须是社会动物,必须组成社会。每一个个体要融入社会,在社会中生存,必须要进行社会化,要处理各种人际关系。同时,人类社会纷繁复杂,数不胜数的民族、文化、宗教等使得任何一个个体必须具备一定的智能去指导自己的生存活动。

学校教育是为学生明天的生存与发展打基础的,这样的教育可视为生存教育。然而我们对生存教育还没有引起足够的重视,在学校教育中还存在着一些问题,如受传统应试教育的影响,教育部门、社会、家庭把升学率作为评价学校、教师、学生质量好坏的重要指标。学生把考上大学作为人生的追求和生存的信



念。在毕业双向选择中,虽然用人单位说要用能力强者,但在实际招聘过程中还得要先看文凭,学校就要培养高学历文凭的人才,学生不得不面对繁重的学业。虽然学校近年来注重素质教育,但是紧张的学习压力并没有减轻。忽视了学生的身体健康,就会造成“高分低能”,学生不会与他人相处,心理承受能力差,缺乏吃苦耐劳的品质和竞争意识,在动手能力、创新能力、冒险精神、生存本领等方面都比较薄弱。江泽民同志早就指出:“一个民族的新一代没有强健的体魄和良好的心理素质,这个民族就没有力量,就不可能屹立于世界民族之林。”要培养新时代所需要的人才,就必须培养适应社会环境生存与发展的能力。

## 2. 体育教育对生存教育的积极意义

中国古代伟大的教育家、思想家、儒家学派创始人孔子主张“志于道、据于德、依于仁、游于艺”(《论语·述而》)。这种思想含有注重德育、智育、体育的因素。他的教育内容主要有诗、书、礼、乐、射、御。他主张“居无求安”,主张要参加适当的运动和劳动,而且把“射”和“御”作为学生的必修课,以达文武双全之目的。原始的教育形式逐步发展到今天形成了以强身健体为核心的体育教育活动。

世界卫生组织给健康下的定义是:“健康不仅仅是没有疾病,而是身体的、精神的健康和社会适应良好的总称。”可见,健康不仅与人的生物因素相联系,而且与人的心理因素相联系。有关资料表明,社交能力、竞争能力、心理承受能力、应变能力是立足于现代社会的基本素质。

从教育的实质来看,生存教育是最基本的教育。体育作为全面发展的教育目标中的一个组成部分,是使学生其他方面得到充分发展的重要保证。而生存教育就是要发掘人的各种潜能,增强人的生存能力。从体育教育的目的看,体育教育是以促进学生健康为第一要素,是为人类身心健康与人的发展服务的。从体育教育的过程看,是一种教与学的过程,是一种有效地掌握体育基本知识、技能和技术以及卫生保健常识等的学习过程,从体育教育的内容看,应包含人类生存与发展需要的各种生存能力的形成与提高的内容。在体育教学活动中通过目标教学内容的设置(如各种比赛和游戏等)、气氛的营造以及学生积极有效的参与,使学生有参加竞争的众多机会,不断体验成功与失败。长期的训练可以使学生养成“胜不骄,败不馁”的健康心态。体育教学中的许多内容是群体项目(如球类),有利于学生之间的交流、沟通与协作;也有许多项目动作难度大又有一定的危险性,需要勇敢精神和意志力,这就有利于培养学生的竞争意识和磨炼学生的意志品质。从生理角度来看,复杂多变的体育活动内容可以促进学生大脑的发育,提高其思维应变能力,并有利于学生创造



性思维能力的训练,同时,能够提高学生对新生事物和社会性事件的综合性应变能力,有利于形成自身生存发展需要的坚强品格,使之能在社会竞争中立于不败之地。

### 三、几点思考

在新的世纪里,世界各国都把制定教育发展战略放在一个重要地位,全面提高公民的素质,培养更强的新一代人。国外一些发达国家对生存教育非常重视,例如美国的许多学校把生存训练作为必修课。日本学校为了培养学生的意志品质,训练近乎苛刻。

#### 1. 转变传统的教育,树立“健康第一”思想

教育思想是学校办学的指导思想。教育思想的核心问题是教育质量观的问题。用什么标准来评价学校的质量,具有不同的教育思想,其答案是不一样的。要培养新时代所需要的人才,就必须全面贯彻党的教育方针,使受教育者在德、智、体等方面得到和谐的全面发展。为此,学校领导和教师要提高体育生存教育的战略意识和紧迫感,确立体育生存教育目标,树立“健康第一”的指导思想,坚持以学生拥有健康的体魄和人格为前提。我们应树立以指导全体学生各自成才的人才观,转变只有升学的人才能成才、考上大学的人才是人才、运动尖子是人才的人才观;树立以学生基本素质发展水平为标准的质量观,转变以考分、升学率、运动成绩、名次为评价标准的质量观;树立面向全体、打好基础、发展能力、生动活泼、主动的教学观,转变重尖子轻全体、重知识轻能力、重灌输轻启发、重讲授轻自学的教学观。教育质量观的转变,不仅仅涉及教育行政部门和教育机关,还涉及社会各界和学生家长。要真正解决这个问题,必须树立正确的教育质量观,全面评价学校的教育质量,使教育成为提高整体国民素质的基础。

同时要树立终身体育教育观,终身教育是关于人的一生的教育,而教育的最终目的是充分开发和利用人的潜能,为社会经济建设服务。《学会生存——教育世界的今天与明天》报告提出:“唯有全面的终身教育才能够培养完善的人,而这种需要正随着使个人分裂的日益严重的紧张而逐渐增加。我们再也无法刻苦地一劳永逸地获取知识了,而需要终身学习,如何去建立一个不断演进的知识体系——学会生存。”通过终身教育开发和提高人的脑力、人的思维能力和人的知识创新的能力,为人类造福。为此我们要把体育教育和终身教育联系起来,注重养成运动习惯和未来生活所需的运动素质,并按个人接受教育的方式发展个性和培养兴趣,解决个人意志和教育导向之间的矛盾,使受教育者获得各种能力,在德、智、体等方面得到和谐发展。



## 2. 培养一支高素质的体育师资队伍

教育应该是合作、配合的过程。为了实现既定的教育目标,教育者应设法激发学生的学习积极性,使学习成为学生愿意做的事情,而不应强迫和命令。体育教育是一种基础于希望,着眼于未来的活动,在体育教育中实施生存教育,关键是教师。

首先,体育教师需要有富于想像力和创造性的方法。体育教师要树立终身体育教育意识,努力更新知识,建立新的知识结构与能力结构,由过去的侧重传授运动技术转变为加强现代化体育科学理论与方法的传授,由“技术型”向“智能型”转变,由传习运动技艺向终身受益的体育教学转变。成为学生进行体育实践的组织者,学生科学锻炼的咨询者。

其次,体育教师要更新教育观念,转变教育思想。应创设和保持一种良好的体育教育环境,使所有学生都主动参与自我实现的持续过程和社会生活的自律进程。改变生存教育是校外的、家庭的观念,把关注学生的运动成绩和运动技能转变为关注学生的健康和发展,努力在体育教学中帮助学生树立生存意识,对学生进行生存意识、生存环境、生存能力教育,培养学生适应今后社会发展的身体素质、心理素质和社会适应能力。改变过去体育教学的一些模式,实施民主施教,对课程内容进行教学改革,改善教学方法,使教学内容更贴近学生生活。

再次,提高教师自身素质是实施体育生存教育的关键。毛泽东曾指出,“教改的问题,主要是教员的问题”,实施生存教育的落脚点主要是课堂教学。俗话说,“教师要给学生一杯水,自己首先要有一桶水”。没有高水平高素质的教师,培养不出高水平高素质的学生。教师要不断加强学习,透彻理解体育生存教育的宗旨。同时要有较强的时代意识,把最新的体育信息及时传递给学生,使学生对体育爱好产生极大的兴趣,养成自觉锻炼的习惯,学会科学、有效的锻炼方法,使他们从学校体育中受益终生。

## 3. 建立科学的评价体系

教育评价是指按照一定的价值标准,对受教育者的发展变化及构成其变化的诸种因素所进行的价值判断。1985年5月,《中共中央关于教育体制改革的决定》对教育评价提出了两个要点:一是教育管理部门要对学校的办学水平进行评价;二是衡量任何学校工作的根本标准是培养人才的数量和质量。世界上许多国家都重视体育学科的评价和改革。例如,前苏联1984年就提出改革学校体育教学的意见。他们认为由于忽视学生体育,使体力劳动者和脑力劳动者常常因体弱多病而无法胜任工作,致使国民经济蒙受重大损失。在美国,他们认为以前的体育教学的目的性不明确,今后的改革方向应以强健学生的身体为目的,使学生向着自觉学习的方向转化等。我国也针对



存在的问题强调要改革体育学科的教学思想、教学内容和教学方法,把增进学生健康、增强学生体质的任务摆在首位。因此,评价学生的质量决不能忽视体育的质量。

#### 4. 充分发挥校园体育文化的功能

校园体育文化作为一种社会文化,是学校在长期的教学实践过程中逐步形成的,更是在广大师生直接参与和精心培养下发展起来的。丰富多彩的校园体育文化是挖掘学生潜能、启发智力、促进能力发展的广阔天地,是最受学生欢迎的一种群体文化,也是学生从“自然人”向“社会人”转轨的助动力。因此,体育工作者和管理者,应该千方百计地通过灵活多变的方式,举办体育文化教育活动,营造具有传递、感染、渗透作用的校园文化环境。如举办校园体育文化节,把体育的感性与文化的理性相结合,融体育知识、体育游戏、体育表演、体育比赛、体育征文、体育摄影等多种体育相关活动为一体。使体育不仅仅成为一种锻炼身体、增强体质的手段,更是一种享受、一种快乐、一种体验。这种热烈而激情的文化氛围能吸引更多的人关注、支持、参与体育运动,从而提高学生的兴趣。还可以通过成立大学生体育俱乐部、体育协会等组织机构,配合学校有关部门建立、健全学生个人健康档案,组织观看体育比赛,开阔学生的体育视野,陶冶学生的情操,启迪学生的心灵。通过校园体育文化教育活动,让师生们树立新的体育理念和科学的健身方法,养成终身锻炼的习惯,使体育成为人们健康的生活方式。同时还要将改善学校体育设施设备纳入到校园物质文化建设规划中去,增加校园体育场馆等设施建设,增加体育经费投入,以此来全方位、多维度地营造校园体育文化环境。

### 四、结束语

体育活动是浓缩了的社会舞台,社会上的许多现象如竞争与协作、成功与失败等都可以在体育活动中得到体现。我们应充分利用体育教育这一独特的优势来加强学生的生存教育。将体育教学与未来社会对人才的要求结合起来,培养“宽口径、厚基础、高素质”的复合型人才,拓宽体育的健身、娱乐、保健、竞争等方面的功能,使体育教育目标向综合化、科学化方向发展。

#### 参考文献:

- [1] 梁小刚,项英,岳绍勇. 学校体育生存教育的理论研究. 体育学刊,2004(2)
- [2] 联合国教科文组织国际教育委员会. 学会生存——教育世界的今天和明天. 邵瑞珍等译. 北京:教育科学出版社,1996
- [3] 刘本固. 教育评价的理论与实践. 杭州:浙江教育出版社,2000
- [4] 季浏. 体育教育展望. 上海:华东师范大学出版社,2001



## On Physical and Survival Education

CHEN Bao-zhu

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** Survival education is the human's most essential education. As an important part of education, P. E. is playing a vital role in increasing the survival capability which can't not be replaced. Affected by the conventional education in recent years, some problems existing in the physical education have seriously restricted the development of the physical schooling. Updating the P. E. educational concept, optimizing the teacher group, establishing the evaluation system and constructing the campus P. E. culture are the better way to implement the survival education.

**Key words:** survival; survival education; physical education

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第2期



### 简评

体育作为教育的重要组成部分,在新的历史条件下必须突破传统的观念,从而凸现出其独特的价值。本文将体育教育与人的生存紧密联系起来,把传统的体育价值观与“学会生存的必要知识和技能”这一新的教育价值有机地结合起来,选题有一定创新价值。本文在探讨生存教育、健康等一些概念的时候,并没有急于展开论述,而是先将概念的基本含义厘清再予以阐述。而且,在界定概念时,没有随便引用一般人对此概念的解释,而是采用世界卫生组织等权威机构的理解,从而确保概念理解的权威性。本文思路清晰,层次分明,文字简洁流畅,富有表现力。



## 5.6 走近音乐——素质教育中的音乐审美

励继红

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:**新时期普通音乐教育的核心是淡化知识技能,强调音乐审美,以师



生双方主动投入、互相吸引的情感交流活动为教育目的。音乐审美在潜移默化中使学生养成健康、高尚的审美情趣和积极乐观的生活态度,为其终身热爱音乐、热爱艺术、热爱生活打下良好的基础。

关键词:音乐;教育;能力;培养

音乐欣赏是进行审美教育、陶冶情操的重要途径与手段。瑞士音乐教育家达尔克洛兹认为,“音乐教育的终极结果在于培养学生歌唱及欣赏(音乐)的审美情感”。音乐审美的基本价值在于通过以聆听音乐、表现音乐和音乐创造活动为主的审美活动,使学生充分体验音乐中的美并与其产生强烈的情感共鸣,使音乐艺术净化心灵、陶冶情操、启迪智慧、情智互补的作用和功能得到有效地发挥,在潜移默化中培养学生美好的情操、健全的人格。中国的音乐教育在学校教育中还没有取得核心学科的地位,正统音乐教育的缺乏很难提高欣赏的能力。当前我国部分学生存在着更多地接受娱乐式、快餐式的流行音乐,而对艺术性更高、内涵更为丰富的高雅音乐却不愿问津。许多青少年对中国音乐的一无所知,造成了音乐欣赏的不平衡发展。正如国家体卫艺司副司长杨瑞敏所说,“作为一个国家、一个民族的音乐教育,如果脱离了本土文化这个根,还谈什么继承、弘扬和发展,更谈不上走向世界,立于世界音乐文化之林”。的确,由于音乐教育基础的薄弱,使中国音乐教育面临许多挑战。20世纪80年代我国掀起了素质教育的热潮,美育成了素质教育的重点之一。进入21世纪,普通音乐教育新的教材更多地淡化知识技能,强调音乐审美,以师生双方主动投入、互相吸引的情感交流活动为教育目的之一,这样,音乐欣赏教学就进入了新时期普通音乐教育的核心。

调查表明,20年来全国各地高等院校纷纷开设音乐欣赏课。大连理工大学土木水利工程学院的齐东海老师坚持让大学生倾听经典交响乐,他认为21世纪的大学生应该是科学和人文相结合的人才,而古典主义和浪漫主义交响乐的欣赏能使理工科大学生获得全面、平衡的发展。在强调素质教育的今天,音乐教育不仅需要具有前沿性和深入浅出特点的理论知识,更需要具有创造性和体现改革精神特点的实践知识。教师不是音乐欣赏资源的垄断者,而是音乐生活的指导者,教师应该积极引导学生从被动接受转变为主动参与。教学目的应从单纯知识传授转变为探讨音乐在现实生活中的应用,使学生健康积极的音乐审美兴趣、审美能力在音乐欣赏过程中得到提高。为此,教师首先应转变观念,引导学生关注音乐本身,真正走近音乐。

### 一、培养学生的音乐感知能力

对感兴趣的事物,人们总会主动愉快地去探究它,使活动过程或认识过程





不至于成为一种负担,爱因斯坦的“热爱,是最好的老师”是一句至理名言。把培养学生的音乐兴趣作为音乐教学的首要任务和目标,是学生在音乐方面可持续发展的前提条件,即学生在人生旅途中不断学习音乐、享受音乐、发展自身音乐能力的动力催化剂。因此,我们主张将能力训练融于音乐艺术实践活动之中。例如,在唱歌或演奏活动中,听辨自己或同学们的演唱、演奏效果,从中寻找掌握节奏、旋律、音色、和声等音乐要素,以及表现音乐情感方面的优缺点,进而提高他们的音乐感知能力。在这里,我们强调的是提高公民的音乐文化素质,而不是音乐专业素质。老施特劳斯的《拉德斯基圆舞曲》、小施特劳斯的《蓝色的多瑙河》、贝多芬的《命运交响曲》等这些大家十分熟悉的经典乐曲,我想,真正能够读懂它的人恐怕不多,而更多吸引人们的则是圆舞曲动听的旋律。

## 二、培养学生的音乐鉴赏能力

音乐是一种非语义的信息,音乐的这种自由性、模糊性和不确定性特征给人们音乐的理解与表现提供了想像、联想的广阔空间。学生不喜欢高雅音乐的症结在于,以往学者、教师过多的内容讲解使学生在独立倾听音乐时因“听不懂”而逐渐远离,甚至放弃。因此,音乐欣赏的目的、听什么和怎样听、教师的素质、教学条件、管理者的观念等等相关问题都需要我们音乐教育工作者重新思考。在教学中,我主张以欣赏音乐为主,讨论讲解为辅。以欣赏音乐为主,目的是调动学生的主观能动性,以便发挥他们的想像力,进而对音乐作品做出自己的理解与评价。可能有人会问,“不讲解又如何让学生理解音乐”?有一位音乐心理学家说得好,“在沉默中听伟大的音乐作品而不加以评论也有巨大的价值……因为伟大的音乐作品总会给人以深刻印象的”。

提高学生的音乐鉴赏能力,首先需要认真地培养他们的联想和想像能力。交响乐概括性强、内涵丰富,给人很多的启示和很多想像的余地。比如声音由弱到强或由强到弱,可以象征一场战斗由起始到激烈,或者由惨烈到宁静,也可以象征队伍由远及近或由近及远;声音力度的对比,可以象征风雨雷电,也可以象征人与人之间的关系。罗西尼的歌剧《威廉·退尔》序曲最后一段写抗敌胜利,它的主题和马蹄声“哒哒啦、哒哒啦”的节奏很相似,我们一定会产生一种联想,这可能是军队,是骑兵队在奔驰。音乐本身看不到马,也看不到跑,我们只是从节奏中产生出联想而已,而这种联想和想像的能力是提高学生音乐鉴赏能力的重要基础。而且,随着年龄的增长和阅历的加深,对作品的理解也将更加深刻。

提高学生的音乐鉴赏能力,需要引导学生收集、掌握必要的相关材料,以促进学生的自学能力。例如,在聆听柴可夫斯基的《悲怆交响曲》之前,可以先引导学生查阅柴可夫斯基的生平,柴可夫斯基在西洋音乐史上举足轻重的地位,



柴可夫斯基谱写乐曲的背景情况以及乐曲的基本内容、音乐主题等。这样做,既充分发挥了学生的学习主动性,又增强了学生的欣赏兴趣。

提高学生的音乐鉴赏能力,还要在教学过程中不断地渗透音乐艺术中真善美与假恶丑的是非标准,这种渗透应该伴随着欣赏音乐来进行,而不是枯燥地讲解哲学道理、美学道理、社会学道理等。例如,我们在欣赏德沃夏克的《自新大陆》时,就应该引导学生认识作品的内容在当时具有怎样的进步作用,在今天它还具有哪些现实意义;在听浙江民歌《李有松》时,引导学生分析那看似反反复复、啰啰唆唆的音高组合,凸现出的则是一个老封建、老顽固喋喋不休的形象以及不同时代的人性文化;《阳关三叠》更是唱尽了古人的离别愁绪……日积月累,这些必将影响学生的音乐审美观,也必将影响学生的音乐审美情趣。

### 三、培养学生的音乐表现、创造能力

引导学生参与音乐艺术实践活动,在形式上不能过于单一,要常变常新;在活动中,要面向全体学生。在音乐表演活动中,老师要把表现音乐情感和刻画音乐形象放在重要位置上来加以处理。教师要在处理歌曲、乐曲的力度、速度、音色、和声、织体、情绪上下功夫,在刻画歌曲、乐曲的音乐形象上下功夫。例如,演唱《牧歌》时,用由弱到强、再由强到弱的方法处理,以表现“天苍苍,野茫茫,风吹草低现牛羊”的音乐意境。同时,引导学生对自己的表演进行适当的评价,提出新的目标。可以肯定,这种评价活动对提高学生的表演能力来说是非常有益的。

音乐创造能力是蕴涵在音乐鉴赏能力、音乐表演能力之中的。因为,无论是音乐鉴赏活动也好,音乐表演活动也好,它们都需要音乐想像力作保证,其中也就包含着音乐创造的成分。所以,在音乐艺术实践活动中要尽量发挥学生的创造积极性。我们必须强调的是:我们是培养学生的音乐创造能力,绝不是培养音乐家。我们提倡把音乐创作教学融在经常性的音乐艺术实践活动之中,以此提高学生的音乐文化素质,使他们成为全面发展的、高素质的社会主义公民。

### 四、培养学生的群体精神及合作能力

即将到来的知识经济社会是一个尊重个人创造和自我发展的社会,更是一个强调合作、强调沟通的社会。在音乐教学活动中,有许多学习内容是合作性很强的,如齐唱、齐奏、合唱、合奏、重唱、重奏以及歌舞表演等。这种通过组织排练、举行演出等一系列相互配合的群体音乐活动,同时也是一种以音乐为纽带进行的人际交流,因为所有的学生都有一种角色感。音乐教育因其独特的优势,成为学生更好地与自然、与社会相互沟通的一种有效手段,为他们将来适应



不同的人际组合,更好地参与社会竞争奠定了基础。因此,在培养学生的群体意识、合作精神和实践能力方面,音乐具有其他学科所不具备的优越条件,它是那样的自然、和谐、有效。

参考文献:

- [1] 曹理. 音乐学习与教学心理. 上海:上海音乐出版社,2000
- [2] 魏煌,侯锦虹. 苏联音乐教育. 上海:上海教育出版社,1999
- [3] 陶国富. 创造心理学. 上海:立信会计出版社,2002

## Approaching Music —The Music Aesthetic in Quality-oriented Education

LI Ji-hong

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** General music education in the new era is to dilute the core knowledge and skill, emphasizing music aesthetic to both teachers and students to input, and the educational purpose is the mutual attractive emotion exchange. Music aesthetic influences mainstreaming students in healthy, noble aesthetic delight and positive optimistic attitude towards life, moreover, it can lay a good foundation for their lifelong love of music, love the arts, love life.

**Key words:** music; education; ability; train


原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第2期



### 简评

论文题目选择得是否恰当,往往直接决定论文的成败。选题过于宽泛,收集资料与写作难度较大,因此论文题目必须用心斟酌选定,以最恰当、最简明的语言反映论文中最重要的特定内容和逻辑组合,使外延和内涵恰如其分,本文在这方面具有学习与借鉴的价值。

论文写得好坏,材料是基础,来源于实际工作的积累,因此要善待工作、学习中已有过的长期实践和思考。观点是灵魂,材料是基础,论证是关键,文字是外显,三者的完美结合才会产生优秀的论文,本文就是这样一篇佳作。



## 5.7 松阳高腔剧种史音乐源考

钟 源

**摘 要：**研究剧种史往往与剧种的音乐史相关。文章以调查、收集的材料和翔实的文献资料，通过对古老的松阳高腔剧种历史及其音乐之源的分析，对其予以阐述。

**关键词：**松阳高腔；剧种；音乐

### 一、引言

2001年，浙江省档案馆公布（嘉兴南湖中国共产党诞生地）松阳高腔等12个项目为浙江省首批重点文献资料收集单位。2005年5月，浙江省人民政府公布松阳高腔等为浙江省首批非物质民族民间艺术遗产代表作，既拉开了民族民间文化艺术保护工程的序幕，又推动了挖掘、整理、探索、研究松阳高腔这一古老戏曲剧种的进程。本文通过多年的考察、探索，对松阳高腔剧种史音乐之源问题，做出客观的分析说明，以解决当前对这方面问题的不正确看法，还其松阳高腔的真面目及其应有的历史地位。

长期以来，专家和学者们对松阳高腔剧种史音乐之源问题进行了广泛的探讨与研究，提出了不同的看法。尤其是20世纪80年代以来的二十余年间，关于松阳高腔剧种音乐史源问题的广泛深入探索，出现了一些颇有见地且截然不同的观点，在这些不同的观点中，影响较大具代表性的有以下两种：

第一种是认为全国各地的高腔剧种音乐只不过受弋阳腔的影响，是弋阳腔“改调歌之”的产物，因此，推论流传全国各地的高腔均是弋阳腔的支流，其高腔剧种的历史与音乐的渊源问题早已解决，故松阳高腔也不例外，没有剧种史音乐之源问题的存在，并无什么源流继承的实质。

第二种是“永嘉杂剧兴，则又即村坊小曲而为之，本无宫调，亦罕节奏，徒取其畸农、市女顺口可歌而已”（明徐渭《词叙录》），今日之松阳高腔某些唱腔其体律确也颇为相似。“保留在江南与东南沿海农村乡镇中的南戏与驻足在城市中的南戏，……一个仍保持着民间的生活气息，一个则较多地受到文人士大夫的世界观和美学观的影响。由于时势所造成的这两种现象，到了明代，则成了两种风格的戏曲出现的前因”（张庚、郭汉城《中国戏曲通史》），松阳高腔显然属于前者。又从其剧目来看，有元末明初的南戏剧本如《琵琶记》、《白兔记》、《黄金印》，有属无名氏作品的《夫人戏》等。从以上这些情况可以说明早期的松阳高腔也许与温州腔有些渊源。



与第二种观点相似或对第一种观点有明显区别的具代表性的观点认为：“北曲与高腔之间在音乐结构上十分相似，只要我们摆脱那种所谓‘剧种’的观念，不仅仅于形态来表现，即几个音符上的差异，而从结构上去分析，会看到‘北曲’与‘高腔’之间的血缘关系的。北曲到明中叶以后，由‘曲’、‘腔’进一步分野，一支进一步‘曲’化而混入‘昆曲’，更普遍的是在民间较多地保存其结构形式进一步‘腔’化而成为‘高腔’。陆小秋、王锦琦<sup>[1]</sup>在《高腔音乐溯源》中指出：“各种高腔的同名曲牌(个别被改头换面或搞错名称的除外)，都是在早期南戏曲牌音乐的基础上，按照依腔填词的创作方法填上新词，演唱时又根据新唱词的感情色彩及词句、字数、平仄等方面的变化，以及当地群众的欣赏习惯和要求，结合方言并吸收当地的民间音调入腔，进行再创作的产物。高腔音乐主要继承了南曲的传统。……因此，高腔音乐源于南戏。”<sup>[2]</sup>

我的观点属于第二种。从以下调查、收集的材料和翔实可靠的文献资料中，可以较透彻地说明松阳高腔剧种史音乐之源问题，并与上述第二种的观点保持着实质性的吻合。

## 二、人文历史

松阳高腔的诞生地松阳，是浙南的一个文明古县，《禹贡》为扬州之域，春秋时属越，战国时属楚，秦代属闽中郡，西汉属会稽郡<sup>[3]</sup>。自东汉建安四年(公元199年)置松阳郡，统原括(苍)州(后称处州)今丽水市所辖的松阳、龙泉、庆元、云和、丽水、缙云、景宁、遂昌诸县及金华市武义县的原宣平县范围。隋唐时，松阳、永嘉曾属括州管辖。历代曾易名为章安县、永宁县、松州、长松县等，自北宋咸平二年始至今沿用松阳县。古松阳素称“浙南粮仓”，地统瓯江上游诸水系，以舟通温州贸易，向为繁华之地。古代，松阳与温州是毗邻县，一水(瓯江)相连。商贸和文化来往频繁，自古代一直延续至今。

在这种人文历史的背景下，于是说南宋时期我国戏曲发源地浙南的永嘉(温州)杂剧(南戏)兴，怎么能不波及松阳？不如说始于浙南这一片土地上的南戏也包括早期的松阳高腔。

## 三、文献考证

明徐渭《词叙录》称南戏于“(宋)宣和间已滥觞，其盛行自南渡，号曰‘永嘉杂剧’又曰‘鹧伶声嗽’，今所谓市语也”(即市巷间通行的‘道儿话’)。“声嗽”，是语音唱念的腔调，“鹧”即“鸪”，韩渤云：“孔子尝闻河上人歌曰‘鸪兮鹧兮……鸪也’，鸪即鸪鹑，亦即括苍。”“鹧伶”，宋人对温州、括州一带优伶的称呼，“鹧伶声嗽”亦即“括伶声嗽”。古人称南戏将“鹧伶声嗽”与“永嘉杂剧”相并提而为名，当是很自然的事，实实在在说明了当时南戏兴起于浙江南部这块广



沃的土地上。<sup>[4]</sup>

据“松阳县志”记载：“高腔，为白沙冈之士调。”<sup>[5]</sup>白沙冈，位于松阳县境内之南乡。清中叶修的松阳县《叶氏宗渤》有载：括郡之梨独别之，日娥，其箫管之声异于凡乐。从可查的资料得知并证实松阳高腔是括（苍）州（处州）最古老的戏曲剧种。

另据《处州府志·杂志》、《丽水县志·古迹》中记载，元至正时，永嘉人高则诚在处州任职期间曾寓城西“悬藜阁”撰写《琵琶记》。清康熙处州府尹刘廷玑咏悬藜阁诗中有句：“琵琶一曲写幽怀，自是千秋绝妙才，歌舞场中传故事，蔡邕真个状元来。”说明（括州）处州不仅是古今戏曲家所推崇的南戏之祖、南曲之首《琵琶记》的撰写地之一，并且也是这个戏的盛演之地。南戏剧目《琵琶记》、《白兔记》、《黄金印》等是松阳高腔自古至今保留的传统剧目之一，由于戏班的流行，剧目得以普及。

#### 四、民俗风情

喜欢演戏是松阳民俗风情一大特色。旧时，城乡除庙会戏、社戏外，还有闹冬戏、百日戏、三十六行戏、浪台戏、天亮戏、禁山戏、开谱戏、开桥戏、暖房戏、十月戏等。《松阳县志》记述：“松阳本域三月、八月，古市（松阳县属镇）五月、九月均有半月之演戏。各乡村冬，亦有数夜‘闹冬戏’，每年统计一千余部。”南宋王子敬在《花村戍鼓》诗中“红巨翠陌连西东，软麈十里吹香风，尝春醉归吟未毕，耳根厌听鼓冬冬”<sup>[6]</sup>直抒松阳演戏景象，刻画了当时的盛况。

#### 五、曲牌由来

松阳高腔属曲牌联缀体制。唱腔曲牌与文武场曲牌沿袭祖传曲牌名，经艺人口授心传一代接一代传承至今，现在仍然演出的其中一个松阳高腔白沙冈剧团已知的至少是第十八代传人了。古代，松阳高腔唱腔曲牌原有120多支，现经挖掘整理尚有70多支；另有文场曲牌28支和武场曲牌16支。松阳高腔的曲牌许多沿袭了原南戏的曲牌名，如〔不是路〕（后分解为〔快不是路〕与〔慢不是路〕、〔下台尾〕、〔九调〕、〔锁南枝〕等曲牌）。

松阳高腔的曲牌音乐许多来源于民间，其中有的是民歌，有的是民间器乐曲，还有一部分是当地的道教音乐。无论是唱腔音乐，还是文武场的音乐，虽然都经过长期的发展演变成了戏曲音乐，但风格特征仍然保持着与当地民间音乐的密切联系。唱腔与民歌、小调的关系更紧密，如唱腔曲牌〔驻马听〕等就脱胎于民歌《闹五更》，〔青纳丝〕、〔青纳袄〕、〔三更响〕就是从民歌《送花》、《五更歌》演化而成；文武场曲牌大都来自民间器乐曲；当地的道教音乐有的直接成了文场曲牌或唱腔曲牌。上述这些源于民间的音乐构成了唱腔、文武场曲牌的宫、



商、角、徵、羽的调式结构,但其中部分角调式的曲牌音乐源于宋代的松阳鼓词(属鼓子词的变化形式)音乐。

松阳高腔有史以来是单声腔剧种。其戏曲语言是以松阳地方官腔为母体并带有浙江方言及中州音韵的特征,行腔中多用当地民歌小调里的“啊”、“噢”、“哎”、“喔”、“依”、“呢”、“嗯”等衬词演唱,形成一种独特魅力的由衬字(词)组成的“衬腔”<sup>[7]</sup>效果。唱腔的旋律以级进为主,间以四五度的跳进,属五声音阶,偶尔出现的变化音作装饰音用;当旋律出现八度跳进,往往就会形成明显的区别于其他高腔剧种的“甩腔”唱法。帮腔、衬腔、甩腔经常会同时进行,而甩腔及衬腔是松阳高腔在行腔中的显著特色,会塑造出一种空谷回声的音乐效果,这在其他剧种中是难能见到的。

## 六、结论

无论从人文历史、文献考证的资料,还是从民俗风情、曲牌由来等方面的角度,可以认为松阳高腔不是弋阳腔的支流,而是早于弋阳腔。松阳高腔与宋元的南戏有着千丝万缕的关系,有着与南戏相继承或直接相关的实质。松阳高腔的音乐许多源于当地的民间音乐,它是在民间音乐这土壤里生长、发展、壮大的。

### 参考文献:

- [1] 陆小秋,王锦琦,浙江省艺术研究所研究员、副研究员。
- [2] 见《中国戏曲志·浙江卷》丽水卷第2页。
- [3] 见清光绪年间重修的《松阳县志》第98页。
- [4] 见《中国戏曲志·浙江卷》丽水卷第3页。
- [5] 见清光绪年间重修的《松阳县志》习俗卷第8页。
- [6] 见清光绪年间重修的《松阳县志》艺文卷第7页。
- [7] 见《松阳县文史资料》(刘建超收集整理)各曲牌及150页,1998年政协松阳县委员会内部版。

原载《中国音乐》2006年第3期



### 简评

本文以作者在当地调查、收集的材料和详实的文献资料,经松阳高腔研究会主席刘建超先生指导,通过对古老的松阳高腔剧种历史及其音乐之源的分析,阐述了松阳高腔剧种史源,并对其进行了客观的分析说明,解决了当前对松阳高腔剧种史源问题的不正确看法,恢复了松阳高腔的真面目。



目,并给予应有的历史地位。

本文创新之处在于确定了松阳高腔不是弋阳腔的支流,而是早于弋阳腔。松阳高腔与宋元的南戏有着千丝万缕的关系。松阳高腔的音乐许多源于当地的民间音乐,它是在民间音乐土壤里生长、发展,壮大起来的。

本文主要从当时出现的对松阳高腔音乐史源的二大类观点看法分析着手,通过大量的调查,收集材料及详实可靠的文献资料,即在研究当时人文历史背景,充分的文献资料考证以及旧时松阳民俗风情习惯等方面的探究下,最后通过曲牌由来分析,得以证明本文观点的正确性。



## 5.8 民艺走向后现代设计

徐晓燕

### 一、民艺文化的失落及原因

“民艺”一词最早来自日本,理解为“民间工艺”、“民间手工艺”。指那些既带实用性,又兼有审美价值的民间工艺品。这里我们将它理解为“民间美术”、“民间工艺”、“民间技艺”、“民间手工艺”等,其中包含了民间实用艺术和传统民间工艺美术。民间工艺是自给自足的自然经济之产物,是与传统农业、手工业生产方式和价值模式契合的原生艺术,其内涵和形式充分体现着劳动大众的生活需求。民间工艺是民间文化的物化形式,自然烙印了民间文化的诸多特征与性质。民艺的原生态的创作观念、审美观念、价值尺度、思维方法等都反映了各国传统民间文化的性质与特征。因此,民艺文化是最具有浓厚的地域文化特征的一种民族文化符号。

但是,当今作为非物质文化遗产主要内容的民间艺术,其很大一部分正处于濒危或消亡的状态。其中的原因可能是多样的,但工业化、现代主义设计的发展导致民间手工艺其生存环境的改变应当是其根本原因。现代主义设计是以1919年在德国小镇魏玛成立的包豪斯学校的现代设计教育之诞生作为标志的,包豪斯创立了工业化时代设计教育的基本原则和方法,奠定了现代主义设计在20世纪独领风骚的先锋地位。现代主义设计在民主思想基础上,通过标准化、大批量的机器生产方式而实现的,并随着工业化、现代化、都市化、商业化的发展而不断发展。从此西方设计文明彻底脱离了旧有手工艺的思想束缚,进入到现代工业文明的母体之中,并影响着现代西方的衣食住行用及其生活方式。





我国自洋务运动以后,大工业机器生产开始,传统手工艺亦逐渐被工业化生产所代替。“五四”运动之后,随着新文化运动的兴起,新观念和新思想广为传播,现代主义设计的观念也开始传入我国。外来文化的涌入,对人们的审美习惯的冲击和现代城市文化对乡间文化的影响令民间艺术的变异在某种程度上是不可克制的。尤其在当代,现代化、工业化、乡村城镇化以及媒体、科技、生活方式、时尚,都对我们传承已久的固有的民间艺术发生根本性的冲击,中国民艺的文化生态环境遇到前所未有的挑战。我国的传统手工艺艺术逐渐跌入低谷,民间艺术遭遇严重流失。

## 二、后现代设计与民间工艺

后现代主义设计是与现代主义设计息息相关的。现代主义设计早期充满了反叛、挑战、革命和造反色彩的,是工业革命对于传统的、温情脉脉的手工艺的宣战,初期代表了一种新的时代精神。作为科学与艺术的结合体,现代主义设计体现了现代文化和人性的特点以及标准化的、统一的企业文化和设计文化的综合特点。但是,现代主义进入美国后,在战后成为独霸一方的设计风格,其排他性与独裁性、风格上的单调性,使现代艺术逐渐走向了它的反面。尤其在20世纪40至50年代的“国际主义风格”把功能至上的理性精神推向极端。终于,这种过分强调理性、功能、简洁、反装饰、机械化的设计越来越缺乏个性与人情味,而被认为是取消美感、破坏人类完美的生态环境之帮凶,它利用简单的机械方式,破坏原来的与传统、自然融为一体的生活环境和传统的美学原则。随着人们对国际主义风格的厌倦,到了60年代和70年代,兴起了多种“后现代主义”风格,开始有人追求更加富于人情的、装饰的、变化的、个人的、传统的、表现的形式。

在英文中,“后现代”(Post Modern)和“后现代主义”(Post Modernism)的内容是不同的。“后现代”在设计上是指现代主义设计结束以后的一个时间段,基本上可以说,自从70年代以后的各种各样的设计探索都可以纳入后现代时期。而后现代主义,则是从建筑设计上发展起来的一个风格明确的设计运动,无论从观念还是形式,都是非常清晰的。由于“后现代”和“后现代主义”这两个术语常被混淆使用,因此,目前流行的“后现代主义”其实包括了真正的“后现代主义”设计风格,和后现代时期的其他的设计风格两个方面的内容,形成了广义和狭义的后现代主义设计。

后现代主义的精神实质在总体上是对传统的现代主义的反动,但其含义、时间、概念、发展情况等都众说纷纭。在设计中,对于现代主义、国际主义的厌恶是后现代主义发展的一个非常重要的转折因素。后现代主义设计是设计领域对于整个后现代语境的必然反映,是在现代主义之后全球范围内对于维护



多元文化状态的反思。日本著名的后现代主义理论家、建筑师黑川纪章在论述后现代艺术的理论时提出,人类社会正由理性与机械的“机器时代”向有生机的“生命时代”转移,现代主义的“共聚式”呈线状的、明晰的思维模式正向“纵聚式”呈非线状的、潜在的思维模式转移。他提倡人类过去文化、现在文化和将来文化的共生(历时性),不同民族或地域文化的共生。克莱尔在《论艺术的现状》一文也提出了艺术的“恒久性”、“民族性”和“地域性”等观点。文化的历时性与共存性是后现代提倡的多元文化的主要含义。

由此,在后现代的语境下看待我们古老的民间工艺,民艺不再被鄙视为淘汰了的“废弃物”,而是传统文化的一个“本源”,且是最具有地域文化特色的、原汁原味的艺术形式和一种典型的民族文化的符号。它的深厚传统为我们提供了无限可能的艺术资源。所有民间艺术的乡土气息、非商品的性质和质朴粗放的特征,以及所体现的朴实的情感,正越来越显示出它自身的文化价值和艺术价值。

首先,民间艺术那充满个人情趣、贯穿着个人精神、保持着经验与感性的特征更赋予了物品的精神力量,它更充满了对生活的虔诚与执著。后现代设计中,不断出现“返璞归真”的设计风格,也反映出设计师对造型艺术的本质意义的探索和“原始性”的追求。在对多样的设计风格探求的同时,保持着对人性和生命的原始“皈依”,表达对自然的和美的原始崇拜。最原始的、朴实的和民间的具有生存意义的设计是具有强生命力的。

其次,民间艺术对物质材料的充分利用和因材施艺的观念,以及实用与美的统一性的特征,显示了生态哲学的共生性。这也正是后工业化时代的产品设计必然的设计方向,一些后现代时期的设计家已经在努力探索了,他们所做的这方面具有引导性的设计是值得关注的。

第三,后现代主义设计中产生了以装饰为中心、历史主义为借鉴手段、折衷主义为方法的设计特点,这是受后现代解构主义影响和反国际主义的单一化倾向为目的的,但或多或少复兴了民间美术的审美特点。民间工艺在实用的基础上,注重装饰性、趣味性与娱乐性,这是民间审美的需求。

### 三、民间工艺如何走向后现代设计

中国是世界上独一无二的非物质文化遗产大国,有着丰富而巨大的民艺文化资源。在全球化商品经济的时代,对正在退出历史舞台的民间文化的拯救、保护、研究和开发已显得十分重要。甚至有人断言,将来研究中国民艺恐怕只有去日本了,因为他们的民艺博物馆已大量收录了中国的民间艺术的材料。因此,一方面是文化单位要紧急普查、记录原生态的民间艺术,就其目的来说,不只是为了记录一种文化形态,一种充满情感的美,更为了见证与记载一种历史精



神。在欧洲和日本,人们不但尊重民间艺术的价值和美感,更把民间艺术视为民族情感与精神的载体。还要培养一些有志于民间艺术发展的新一代民间艺人,令民间艺术和传统工艺获得保护和弘扬,使传统文化得以传承。在设计领域而言,重要的是要将民艺的文化精神的“本源”融入设计艺术中,使得民间艺术的审美与文化内涵在现代生活中获得新生。日本在这方面,特别是为那些具有悠久历史传统的国家提供了非常有意义的样板。

战后日本的工业振兴中,民艺曾经起到过重要的作用,日本民艺学研究的杰出人物柳宗悦同时也是对日本现代设计产生深远影响的人物。柳宗悦从民艺与人的生活质量的关系中,得出美的物品必然形成美的生活、必然培养美的情操的结论,这个著名的公式在日本经济崛起中,形成传统和现代共生的良性发展。因此,综观日本的设计总体,可以看到两种完全不同的特征:一种是比较民族化的、传统的、温煦的、历史的;另一种则是现代的、发展的、国际的。世界上很少国家在发展现代化时能够完整地保持甚至发扬自己的民族传统设计,使两者并存并同时得到发扬光大的。日本“二战”后开始发展现代设计以来,传统设计基本没有因为现代化而被破坏。其传统设计和现代设计一样,都达到几乎完美的地步,无论是日本的陶瓷、传统工艺美术品、传统服装、传统建筑等的传统设计,还是现代设计,如包装设计、展示设计,现代平面设计等都是令人瞩目的。

德克霍夫(Kerckhove)在研究了日本文化和设计之后,认为从日本电子玩具的设计上,可以表明日本的文化怎样与电子的技术相适应,以及日本文化适应技术为什么如此之快。他的结论是,“文化蜕皮”是日本文化对技术的一种反应。文化蜕皮是指,你可以改变文化外观,而不会伤及其内容。这正是日本在设计方面的成功战略。中国的后现代设计应该有怎样的策略呢?

首先,后现代设计应该是在现代主义设计的基础上再增加一点什么。现代主义设计是为现代人、现代经济、现代市场、和现代社会提供服务的一种积极的活动,其长达百年、不断历练而形成的许多的合理性,尤其在功能与科技等方面的发展是不容推翻的,他已经形成了现代主义自身的传统。后现代主义设计在许多方面无疑是现代主义设计的延续,但后现代设计在风格上、形式上试图突破现代主义的单一性,并在总体上尊重传统和倡导弘扬传统,这对现代主义彻底叛逆传统的思想是有所纠正的。

同时,除了继续实践实用与美观相结合、赋予物品物质与精神双重作用的基本理念,作为人类设计活动的延续和发展,我们的后现代设计应是多样性和共同性的统一,并仍然是人类创新精神的标志。

我们的后现代设计还应该是本民族文化基础上发展起来,通过很长的时间,不断洗练而形成自己特别的民族美学标准的。民间工艺作为艺术设计文化



的“本源”，蕴涵了诸多本质的设计内涵、原则和民族审美标准的核心内容。回省民艺文化的精神内核，并超越时间的束缚，其传统的深处有着连接艺术生命的脐根，这脐根通向今天，也通向未来，必将为我们的后现代设计带来无穷的启发和依据。在《西方艺术中的复兴和再生》(Renaissance and Renascence in Western Art)一书中，帕诺夫斯基致力于阐明这样一个理论：“从七世纪到十五世纪，西方形式的发展实际上是发自一系列前进和后退，决裂和反动，而每次都企求于同一个本源的根。”“本源”是不动，不变和永恒的。“本源”类同于心理的最深层，即无意识的，是时间触及不到的静止水池。构成艺术史的形式波澜，是“古史”在一种始终同样的“原始场景”周期而表面的复活，成为“新史”。

因此，在后工业社会的背景下，重构民艺的文化符号与片段，重现它们根植于泥土而从中吸取养分所迸发出的原始生命力，让民艺本源在后现代设计的形式、观念上复活，是民艺走向现代设计的方式。即让民艺这一艺术的“本源”在新的历史背景下真正求得新生，从而引发新的设计革命，不是让中国设计在物欲横流的商品化大潮中完全被西方化，而是真正走上具有民族特色的后现代设计，这不仅将成为保护、发展民间艺术的另一有效途径，也将成为丰富、促进中国后现代时期设计发展的一种重要方式。

对民艺“本源”的研究上，不是仅仅停留在它的工艺上，更多的要从精神层面挖掘，如它所蕴涵的信仰、象征性等；不是仅从审美角度认识或抽离片面地加以认识，而是从风俗习惯等完整的系统来研究，更多的要从它使用的生活环境中去研究，这种深沉的积淀才会挖掘不尽。民艺走向后现代设计不是将民间艺术的某些形式或技艺简单地直接嫁接于后现代设计，那只是简单复古与“回返”。克莱尔认为：“创造”的真正运动不是“回返”，而是一种“绕行”，这是一种无限制的“绕行”，从而“创造”在绝境之外汲取永不枯竭的源泉。创造的源泉在于守住现在的内在性感受，这种内在性不是“构想为天真使用一个形式、观念和感觉总汇，或一种自古储藏、只需去汲取拥有的遗产，而是一种始终变动、始终不确定、始终更新的与我们曾经身临或从未身临的外在境地的关系。”它包含在人的活动的变化之中，包含在现存文化形式所体现的无数变化和发展的可能性之中。

总之，不同的文化底蕴造就了不同的设计风格，不同的生活方式孕育了不同的解决方案。民间工艺这极具地域特色、民族特色，极富原始和自然意味的艺术形式，是民族的又是世界的，是跨时间和跨文化的。探索其“本源”，并在现在的生命进程中体验“本源”的意义，而创立属于我们自己的“后现代设计”，将是民艺走向后现代设计的重要途径。它强调凸显我们民族的文化身份的同时，更强调的是对我们所置身的地域文化与价值的国际性的转呈，这才更具有历史价值与时代意义。



### 参考文献:

- [1] 王受之. 世界现代设计史. 北京: 中国青年出版社, 2002
- [2] 赵江洪. 设计艺术的含义. 河南大学出版社, 2005
- [3] C. A. 冯·皮尔森(荷兰). 文化战略. 北京: 中国社会科学出版社, 1992
- [4] 潘鲁生. 中国民艺采风录. 石家庄: 河北美术出版社, 2003
- [5] (法) 克莱尔著. 河清译评. 论美术的现状. 美术观察. 2002(8~12)

原载《浙江工艺美术》2006年第1期



### 简评

本文选题从阐述民间艺术的本源性、地域性以及其所特有的朴实、温润、自然的审美特性出发,指出了拯救民间艺术的重要性,以及如何激活其审美因子在后现代设计中发扬与运用的途径,即让民艺这一艺术的“本源”在新的历史背景下真正求得新生,从而引发新的设计革命,使中国设计真正走向有民族特色的后现代设计。这一选题对于当下民间艺术的生存与走向问题具有一定的学术价值与现实意义,具有创新性。

本文还以欧洲、日本等国在后现代设计方面的成功战略为例,提出了以重构民艺文化符号与片段、融入民间艺术的趣味性、生动性、个性经验等特点,以不断“反省”民艺的“本源”进行设计创作的方式,从而提出我们的设计应该是从本民族文化基础上发展起来的、具有本民族美学特征的设计。整个论证过程,结构清晰,表达流畅,观点与材料紧密结合。



## 第 6 章

# 外语、教学类文选



### 6.1 他山之石可攻玉 ——赴澳、新职业教育考察感悟

袁智敏

**摘 要：**澳、新两国的职业技术教育管理及办学质量处于世界前列，享誉世界。本文简要介绍了赴澳、新两国考察职业技术教育的情况，详细分析了澳、新职教的办学特色，归纳了澳、新职教的五大亮点，以供国内职业技术教育界同行作为办学的借鉴与参考。

**关键词：**澳、新；TAFE；职业技术教育

2005 年 7 月，我参加由浙江省旅游协会组织的考察团对澳大利亚和新西兰的职业技术教育进行了为期十天的考察，重点考察了威廉·安格里斯学院和奥克兰理工大学，本文将以此两所学院为例，介绍澳、新两国职业技术教育的办学情况，并对其办学特色进行分析与归纳，旨在找出澳、新两国职业技术教育的特点、亮点，作为我们办学的借鉴和参考。

#### 一、澳大利亚的职业技术教育

##### 1. 澳洲职业技术教育简介

澳大利亚是世界上教育最发达的国家之一。法律规定公民必须接受教育，高等教育入学率已达 50% 以上，全国仅有的 42 所大学中（在校生 69.5 万人），有 6 所被权威机构排在世界大学排行榜的前 50 名内。全国 1 900 余万人口中，



正在接受职业教育的人数超过 170 万人,占人口总数的 9%。澳大利亚的职业教育管理及办学质量走在世界前列,与德国水平相当。澳大利亚现有职业培训与继续教育机构约 250 所,共设有 1 300 多个教学网点,遍布城乡。其职业教育向下延伸到了基础教育的高中阶段(50% 的高中学生接受了职业培训),向上在不少大学特设了职业教育部。在澳大利亚和新西兰,技术与职业教育学院是职业技术教育和继续教育、终身教育合二为一的一个教育载体。

## 2. 墨尔本威廉·安格里斯学院(William Angliss Institute of TAFE)简介

威廉·安格里斯学院是我校的 partner school,即伙伴学校,该校全名是 William Angliss Institute of TAFE。TAFE 的意思是 Technical and Further Education,即职业技术和继续教育。澳大利亚的 TAFE 系统被许多专家称为发展职业教育最具活力的模式,是澳大利亚高等教育的主力军,承担着职业技术教育和继续教育、终身教育的重任。威廉·安格里斯学院是维多利亚州唯一由政府投资的,专门培训酒店服务、旅游和食品加工行业员工的职业技术学院。自 1940 年由威廉·安格里斯爵士建校以来,作为一所旅游和酒店服务学院,威廉·安格里斯学院是维多利亚服务、旅游和食品加工行业的主要培训地,这三大行业的员工占整个州劳动力的 12%。维多利亚州的专科学生大都将威廉·安格里斯学院作为学习旅游和服务专业的首选地。安格里斯学院的毕业生就业率在整个维多利亚州是最高的。学院现有来自墨尔本及澳大利亚其他地区的学生 13 000 名和来自 50 多个国家的海外留学生 1 000 多名。学院共有专家教师 316 名。威廉·安格里斯学院目前开设的专业有:酒店管理、旅游管理、度假地管理、烹饪与点心、(糕点)烘焙、肉类加工、食品工艺、糖果制造共 13 个专业。

威廉·安格里斯的办学特色可归纳为以下几点:

### (1) 多种形式的办学体制和评估体系(flexible delivery & assessment)

学院采用多种办学体制,从兴趣班、基础职业技能培训,到学徒教育,在职、兼职培训,以及学历文凭教育,形式多样。另外,学院还与本国及海外的许多大学合办联合项目,使学生有机会继续升学,取得学士学位和硕士学位。如安格里斯学院与墨尔本皇家理工大学合作,开设四年制的旅游和酒店管理专业学士学位课程,由安格里斯学院完成头两年的授课任务。

### (2) 采用学分制和转学分制度,架构教育立交桥(pathways to university)

通过转学分制度,安格里斯学院的毕业生可到其他大学继续就读学士学位,如去维多利亚科技大学、悉尼酒店学院、阿德雷得酒店管理国际学院和昆士兰中央大学等。

### (3) 校企结合办学(industry & training partnerships)

威廉·安格里斯学院在旅游和酒店服务业方面的专长在于学院不仅依赖



自身的资源和能力,同时,还通过其他专业组织实施培训项目,如澳大利亚国际培训公司(由维多利亚公立的 TAFE 学院组成)和维多利亚海外项目公司。安格里斯学院是这两个公司的成员之一。安格里斯学院操作和管理的主要项目有:澳洲最大的赌场和多功能娱乐场所—皇冠赌场娱乐中心、澳大利亚旅行社联盟、Stamford 酒店和度假酒店集团培训项目等。

#### (4) 注重实际能力的培养(competency-based training)

因为安格里斯是一所 TAFE 学院,所以在教学中非常重视培养学生的工作能力和就业能力。学院把在职实习列为必修课程之一,要求学生必须去企业挂职实习(on-the-job training)。安格里斯学院设有实习、就业中心(Angliss Careers & Employment),建有网上就业网页(online job board),为学生提供临时工作(part time job)以及海内外的就业机会。同时学院在校内也拥有先进的实训设施,供学生、教师、公司及其员工使用。光是烹饪方面的设施就有:3个对外营业的餐厅、9个各菜系的实习厨房(其一为亚洲菜系用厨房)、4个面包房及葡萄酒品酒中心、咖啡学院、糕点研究和培训中心等,实习、实训设施门类齐全。

## 二、新西兰的职业技术教育

### 1. 新西兰职业技术教育简介

新西兰的高等教育由大学、理工学院和师范学院三部分组成,它们由政府拨款并实行自主管理。新西兰共有8所大学(对于一个只有300多万人口的国家来说,其比例是相当高的),大学都是公立大学,提供大学本科和研究生学位课程,并授予学士、硕士、博士学位和研究生文凭。25所理工学院(高职学院),在校学生数逾20万,其中全日制学生近6万。理工学院由政府拨款,承担着高等职业技术教育的职能,向不同水平的学生提供从初级课程到完整学位证书课程等一系列教育和培训项目。学科涉及的领域有农业、艺术与设计、建筑设计、商业、工程学、渔业和海洋学研究、林业、护理、科技、旅游业和宾客招待学。理工学院提供高等教育课程兼顾学术和职业两方面,由于学校与工业界、商业界和政府部门有着密切的联系,它们所教授的课程不仅具有极高的学术水平,还能适应世界上飞速变化的人才市场。按照新西兰目前对本国教育层次的分类,高职教育、大学和师范类教育同属第三类教育(at the tertiary level)即高等教育。高职的单科教育和学历教育都得到国家的承认。新西兰的高职学校全部由国家建立,校址大多设在全国的主要城市或地区的中心城市,与人口的分布基本一致。

### 2. 奥克兰大学(Auckland University of Technology, AUT)简介

奥克兰理工大学的前身是奥克兰理工学院(AUT),成立于1895年,是新西兰最早成立的、也是最大的高等理工学院。2000年,奥克兰理工学院升格为理





工大学,因此也被誉为新西兰最年轻、最有活力的大学。目前,该校提供学士学位、硕士学位、博士学位以及证书、大专文凭、研究生课程等,并颁发国际承认的文凭。目前,在校学生总数已超过 25 000 人,其中大约有 43 个国家的 700 名留学生在 AUT 学习生活。奥克兰理工大学的校址分别位于奥克兰的市中心和北海岸。奥克兰理工大学开设的专业有商业(酒店和饭店研究专业)、应用技术、理学和工程学、健康研究等,可以为学生提供范围广泛的证书、文凭课程,方便学生就业,也可以提供学士学位及硕士学位课程。

近年来,和其他国家一样,旅游业是新西兰发展最快的产业之一,服务业和观光事业已成为新西兰海外收入的第二个主要来源,并为当地和国际劳务市场提供了大量的就业机会。奥克兰理工大学的旅游专业正是在此基础上开设的。该专业的教学重点是提高学生在旅游业中的经营能力和应变能力,毕业生有机会在各政府部门或私人机构,如咨询、线路安排、娱乐中心、休闲、会务、航线、运输公司等处工作并完成学位。

奥克兰大学的办学特色之一是采取小班化教学方式,平均每班 16 人,以便于增进师生双方的了解。此外,学校还提供一对一的教学服务以加强学生的听说和写作能力。

奥克兰大学的办学特色之二是高就业率,奥克兰大学的毕业生就业率高,受到新西兰当地及海外学生的欢迎,这是因为学校与工商界建立了良好的合作关系,并根据社会的需求设置、调整课程,培养的人才符合用人单位实际要求。

奥克兰大学的办学特色之三是个性化教学,奥克兰理工大学根据学生的需求,为不同学历背景的学生提供不同层次的课程。个性化的教育是奥克兰理工大学的宗旨,这对开发学生的潜力至关重要。

奥克兰大学办学的另一特色是为学生提供优质的服务与帮助,学校设施齐全,拥有计算机中心、图书馆、保健中心、咨询中心、学生工作研究中心、就业指导中心、健身房、助学中心等多种服务设施,还设有学业、心理、学习技能等各方面的咨询顾问,为学生提供不间断的帮助和服务。

### 三、澳、新两国职业教育的可供借鉴之处

澳、新两国的职业技术教育是非常成功的,代表着国际先进水平,内容十分丰富,众多亮点中,主要有以下几点值得我们借鉴:

#### 1. 规范有序的职业培训管理制度

澳、新两国政府都把职业培训放到了提高公民劳动力素质,保证国民经济“高质量,高效益”运作的高度来认识。在澳大利亚,国家专设“教育、培训就业与青年事务部”(DEEF)和“国家职业培训局”(ANTA),实施规范有序的职业培训管理,实施统一培训计划;制定统一技能鉴定标准;使用统一教材;实行统一



培训机构认可、统一教师资格认可、统一国家学历认可和统一技能鉴定认可。

## 2. 立体互通的教育立交桥

TAFE 学院采取学分制和转学分制度,依积累学分的多少发给相应的结业证书、资格证书或文凭;短期培训发给学习证明。层次的差别有如我国的中专、大专、本科。每一门课程都有统一的编号(VTAC Code and Course Code),便于学分的转换(Victorian Tertiary Admission Centre)。各 TAFE 学院尽可能采用已在全国范围内认可的课程。这样,当一个学员在某个州学习完这门课程后,其获得的知识与技能也为其他州认可。TAFE 学院一般不授予学位,要取得学位,须进入高等教育学院或综合性大学深造。

在澳大利亚,职业教育是整个教育立交桥的枢纽。学生在高中接受的职业教育所获学分和 1—2 级技术证书,职业技术学院予以认可,在职业技术学院获得各级别技术证书和取得的文凭及高等文凭证书也可为大学本科所认可,可作为在大学学习的部分学分。大学毕业生进入职业技术学院学习,可免修一些课程,研究生进入职业学院学习,只要学习 6 个月就可获得相应证书。这种上通下达、相互承认成绩、计算学分的立交桥教育体系,极大地适应了社会经济发展对人才培养的需要,也为求学者提供了方便,更为建设一个学习型社会和提供终身教育服务创造了条件。

## 3. 职业教育多功能化

澳、新两国职业教育发展的一个突出特点是,职业技术教育的任务主要由技术与继续教育学院(TAFE)承担。有些 TAFE 学院是独立设置的,有些则附设在高校内,TAFE 被赋予学历教育、终身教育和就业培训等多种服务功能,几乎承担了各种层次和类别的职业教育(培训)任务,包括从职前到职后,从学徒、技工到大专甚至大学本科等不同类型、不同层次的职业教育与培训任务,开设的课程也十分广泛。教育机构多功能,有利于教育资源共享,更有利于各学历层次之间的衔接,满足个人才华发展、技能不断提高的需要。

## 4. 以职业能力为本位的培养模式

澳、新职业教育采取以职业能力为本位的培养模式,职业培训与就业紧密结合,形成了职业培训“市场化”运作机制,课程开设则依生源情况和社会需要而定,并不断调整,完全与社会需要发展同步。课程设置覆盖面广,适应社会各行业需要,使职业培训与就业有机地结合起来。在教学中,十分注重实践教学,紧扣实习课堂教学和实习两大环节。各职业院校内均建立了实践基地,其技术的先进性完全与现实的企业生产水平同步,还有一部分课程直接到企业去完成,理论课与实践课比例约为 1:1。是职业教育与培训必不可少的两个环节。

澳、新两国政府也十分重视 TAFE 学院学习条件的改善与优化,投巨资建设实验室、实习工场,配备先进的仪器设备,并不断淘汰更新,以满足教学的



需要。

为了确保实习的工厂和设备能反映行业当前的技术状况,学院还与主要行业组织建立合资企业,通过使用工厂的设备进行行业现场培训。

#### 5. 开放的入学模式,灵活的学习方式

为了保证各类受教育者的学习需求,职业技术学院的入学基本上不设门槛,只要有求学要求,即可随时报名入学。在学习方式上,有全职、兼职、在校、远程等多种方式提供选择;课程性质也有学历教育、专项培训(可累计学分)之分。学员完全可以根据自身情况,选择合适的学习方式安排学习,这就有效地保证了全社会人员均有机会参与培训学习,从而形成了一个“学习——工作、工作——学习”交融互动的学习型社会,推动社会经济的可持续发展。

## On the Investigation Study of TAFE in Australia and New Zealand

YUAN Zhi-min

**Abstract:** TAFE in Australia and New Zealand is in the front rank of the professional and technical education in the world. Based on an introduction of TAFE(Technical and Further Education)in Australia and New Zealand, this thesis makes an analysis of the TAFE and sums up five working methods of TAFE which can be used for reference by China's professional and technical educators.

**Key words:** Australia; New Zealand; TAFE; professional and technical education

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第2期



### 简评

论文的选题要做到“三有”,即有兴趣、有优势、有资源保证。本文的选题为澳、新两国高等职业教育(TAFE)的办学特色和人才培养的模式研究。选题的优势在于当时笔者即将有机会前往澳大利亚和新西兰的几所大学考察高等职业教育,从而保证了论文撰写所需的研究资料来源。

确定了选题之后的工作,就是围绕着选题收集材料。观点是从材料中提炼出来的。没有材料,就没有学术成果。笔者行前做了前期调查,收集



有关澳、新几所高职院校的资料,接着围绕主题构思论文的布局,制定了写作提纲,确定了澳、新两国的职业教育制度、职教办学特色、人才培养模式和职教的多功能等几个考察关注点。在出访考察几所大学期间,着重围绕着这几个关注点进行考察,调研,收集一切能到手的材料。

回国后,根据收集的材料、调查记录和所见所闻,对材料进行分析与研究,并与我国高等职业教育进行比较,归纳、总结出澳、新两国高等职业教育的办学特点和可供借鉴之处,最后成文。



## 6.2 浅谈英汉语言文化在交际中的差异

王 君

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘 要:** 不同文化间在语言使用方面的差异很显著,对跨文化交际来讲,对文化差异的研究仍然十分重要。对从事涉外饭店和英语导游工作的人来说,提供的都是面对面的直接服务,因此要特别注意英汉语言文化在交际中的差异。本文分析了中西方语言文化观的差异及其在交际中的表现,对跨文化交际中的语域误用和语用失误进行了深入的分析。因此,把握英汉语言文化差异,对语言交际能力提高以及跨文化交际研究都是十分重要的。

**关键词:** 跨文化交际;英汉语言文化;语域误用;语用失误

语言是文化的一个十分重要的组成部分,语言具有文化的特点。语言是一面镜子,它反映着一个民族的文化,揭示民族文化的内容。语言是一种工具,它以口头交流和书面交流的方式推动着本民族文化的发展和各民族间文化的交融。

任何在两种不同文化中生活过的人,都会感觉到不同文化的人的说话方式会有很大差别,并不仅仅是他们所使用的语音、语法以及词汇等有所不同,而是他们对语码的使用方式有很大的区别。

不同文化间在语言使用方面的差异往往被忽视或者被低估。这种以牺牲文化差异为代价,寻求普遍性的原则以利于交往交际的做法固然有可取之处,但对跨文化交际来讲,对文化差异的研究仍然十分重要。

不论是从事涉外饭店还是英语导游工作,提供的都是面对面的直接服务,要让旅游者对中国的旅行游览满意。饭店和导游工作又不同于其他涉外工作,它提供的主要是服务,包括语言服务。在一般情况下两个不同国籍人之间的交



流与对话,允许有一些错误,比如语音或语法错误,有的时候是文化方面的错误,双方一般是可以理解的。但对于饭店和导游工作人员来说,是不允许的,这直接影响到工作的成败。为避免交际中的文化错误,需要了解中外文化差异,并在日常交际中注意。

## 一、英汉文化差异及其在交际中的表现

### (一) 中西方的语言文化观差异

东西方在语言使用方面存在的差异直接或间接的与他们的语言观相关。而中国与西方语言观之差异,在一定程度上是东西方在宇宙观、认识论等方面差异的具体表现。中西方不同的言语观,对言语行为的态度,以及言语的社会功能方面的差异导致这两种文化在交际行为、交际方略和交际风格等方面的差异。

概括地讲,以个人本位为主要取向的西方人一般来讲较为健谈(talkative),而且他们贯于表明自己(self-assertive),这样极有利于发展和向外延伸自我。不管他们内心对外界的反应有多么无足轻重,他们也愿意把内心世界用言语表达出来。而在以群体和他人为主要取向的中国文化中,人们却不那么健谈。他们尽量少与别人对立,讲起话来尽量婉转、隐含,因此他们养成自我压制(reserve)和慎言(cautious)的性格。他们在言语交流时尽量察言观色,对环境提示具有高度的敏感性和接受性。这些,无疑会有利于发展一个他人或群体取向的民族性格。

东方的日本人和中国人不习惯用语言辩论,他们设法回避言辞角逐。他们也常常在充分认识别人的基础上才与其交流。由于受“差序格局”的社会结构的影响,在中国和日本社会,在一定程度上,谈话者的“权威”性或“权势”性(由年龄、地位、性别、教育等因素构成的)本身就是信息。还有一种很有趣的现象,在社会交往中的双方,社会地位越高,可能提供的信息量就越少,即社会地位和言语或信息量可能成反比。在中国社会中社会距离、社会关系较为固定,人们遵循“量”、“质”、“切题”以及“方式”准则方面肯定与社会关系松散、主张自由和自主的西方人有很大差异。相对而言,对中国人来讲,在很多场合,他们似乎更容易注重“方式”,他们常常为此牺牲“质”或“量”的准则。

### (二) 日常交际习俗表现出的文化差异

#### 1. 社交称谓方面

汉语中人们习惯用职务、头衔或者职务、头衔加姓氏互相称呼以示尊重,例如“厂长”、“经理”或“刘厂长”、“李经理”。而英语中一般不用这种方式,而常用 Mr., Mrs., Miss 加姓氏。英语中可以用作称谓的职务名称只有几个,如 professor, general, president 等。对熟人、友人、同事、同学的称呼在英语、汉语



中也不相同,英语一般只称其名,而非姓,亦可在名字前加形容词,如 Jack, old Jack,汉语中则有时习惯用像老李、小刘、王姐、张哥等称呼以示友好、亲热。不熟悉了解这些称谓差异,就很可能在交际中犯错误。例如,称呼一位老师,按中国人习惯喜欢称呼为王老师、李老师等,而在美国,“teacher”这一称呼只限于幼儿园孩子对教师的称呼,所以最好不要使用“teacher”来称呼美国的教师,而应用“Mr. XXX”,“Miss XXX”或“Dr. XXX”(如果已获博士学位)。这些称谓的差异都是因为社会文化差异而带来的。

### 2. 问候招呼方面

汉语中的问候较多涉及了个人隐私,像“吃了吗?”“到哪儿去呀?”等问题是很平常的,而英美人特别注重个人隐私,从来不询问年龄、收入、婚姻、宗教信仰等。如果在与英国人或美国人交往时,以汉语思维问候“Where are you going?”或“Have you had your meal?”则较为不妥。如果碰上一个美国人正巧要上厕所方便时,有人不假思索对他这么招呼会使他很难堪,甚至反感。如果无心邀请外国人共同进餐,就不能对他说“Have you had your meal?”因为他认为这种“招呼语”意味着邀请他吃饭。

### 3. 道谢答谢方面

中国文化以谦虚为美德,对别人的称赞常感到不好意思,并往往伴以某些否定或自贬言语,以示礼貌与尊重。而在英美等国,人们会为别人的称赞或夸奖等感到自豪,并立即表示感谢之意。例如有位美国人对一位中国女孩说:“Oh, you are beautiful.”这位中国女孩回答:“No, no, not at all. You are joking.”这时,这位美国人自然会感到迷惑不解,为什么要这样回答呢?我说的不对吗?其结果导致交流中断。又如在旅游或酒店中,对别人“Thank you!”的回答,服务员往往会回答道“Not at all.”或者“This is my duty.”,但在这种情况下,按英语交际方式应回答:“It’s my pleasure.”或“You are welcome.”。

### 4. 电话用语

汉语中打电话时的用语与平时讲话用语没有多少差异。“喂,您好。麻烦您叫一声王伟接电话。”“我是张英,请问您是谁?”英语中打电话与平时用语差别很大。如:“Hello, this is John speaking.”“Could I speak to Tom please?”“Is that Mary speaking?”西方人接到电话一般都先报自己的号码或者工作单位的名称。如:“Hello, 52164768, this is Jim.”中国学生刚开始学英语会犯这样的错误:“Hello, who are you please?”

### 5. 接受礼物

中国人收到礼物时,一般是放在一旁,确信客人走后,才迫不及待地拆开。受礼时连声说:“哎呀,还送礼物干什么?”“真是不好意思啦。”“下不为例。”“让您破费了。”西方人收到礼物时,一般当着客人的面马上打开,并连声称好,



“Very beautiful! Wow!”“What a wonderful gift it is!”“Thank you for your present.”

#### 6. 习惯用法与典故方面

习惯用法与典故中的文化差异更大。每一个成语都有其故事和一定文化背景,每一个典故也不例外。例如“be off one's oats”表面意思似乎是“离开燕麦”,而真正意思是“没有胃口”。在某《纽约时报》上刊登这样一则笑话,一位中国学生和一个美国教师交谈时,他想表达中国成语“骑虎难下”,于是便按表面意思译成“ride a tiger and find it hard to get off”,这位美国教师听后惊讶地说“为什么要骑在虎背上?”很显然,美国人误解其意。如果翻译成“up a gum tree”(骑虎难下,进退维谷),就可以被理解了,这个意思来源英国高大的桉树(gum tree),当一个人爬在树中间,上下都很困难。又如要表达“一帆风顺”的意思,应该说“plain sailing”而不能说“smooth sailing”,等等。

#### 7. 进餐方式和语言表达方面

中国人的进餐方式和语言表达与西方人也大不相同。西方人请你吃饭时,他们会说“help yourself”(请吃,意思是你自己想吃什么就吃什么),而中国人请客吃饭时一边说“请吃”,一边用筷子将特别美味的菜送到客人的盘子里。在问个人的有关事情时,东西方也有差异,美国人通常会问你的职业是什么,有多少孩子,有多大的房子和度过假日没有。这些问题对他们来说不是隐私。因为美国人喜欢流动,经常搬家,从一个城市到另一个城市,他们认为通过问这些问题可以达到相互了解,表示友好。但是,有些个人的隐私,如年龄、薪水、婚姻、私人财产、宗教和私人生活这些应该避免询问。

#### (三) 交际词汇中表现的文化差异

词汇是语言的基本要素,是语言赖以存在的支柱。词汇中表现的文化差异主要显现在词汇的非对应性、词汇的联想意义、词的搭配三方面。

(1) 词汇的非对应性,就是指一种语言的某一词汇在另一种语言中找不到合适的同义词来表达。例如英语中 worker, farmer 与汉语中的“工人”、“农民”之间文化含义不同。汉语中“夏练三伏,冬练三九”中的“三伏”、“三九”在英语中就没有对应词,应翻译为“In summer keep exercising during the hottest day; in winter do the same thing during the coldest weather.”英语中 motel(汽车旅馆)在汉语中也找不到相应的词,只能意译。

(2) 词汇的联想主义,是指同一词汇在不同文化语言中会令人产生不同的想像。一个词不仅有直接的、表现的、字典上的意义,还有内涵的、情感的、牵涉许多联想的意义。例如 dragon(龙)在英语文化中是一种令人恐怖的怪物,常常使人联想到残忍暴力。而在中国,“龙”代表着权力、力量、吉祥,像“龙凤呈祥”、“望子成龙”这样的词比比皆是。再如汉语中的红(red)象征喜庆祥和,大吉大



利,是美好幸福的化身,人们用“开门红”、“满堂红”来形容事业有成就,新娘着红装,开业过节挂红灯笼等。而在英语中,红色与暴力、流血、负债联系在一起,如 red hands(沾满鲜血的双手),go into the red(负债累累出现赤字)等。

(3) 汉语和英语在词的搭配方面的差异主要表现在搭配习惯方面,如汉语中开会、开业、开门等的同一个“开”,而在英语中就因“开”的对象不同而表达不同:have a meeting,start business,open the door 等。其次,在词的搭配意义上,英语中有很多的表达方式都有特定的文化含义,而非字面层次上的意思,容易造成理解上的误区,引起误解。例如 in hot water 不是指“在热水中”,而是指有麻烦。adult books 并不是指成人看的书,而指“色情书刊”等。

由于文化差异的存在,当在进行跨文化交流时,不可忽视语言交际中的文化倾向,要适时导入相关的文化背景知识,否则就会出现交流上的语误。

## 二、跨文化交际中的语域误用现象分析

语域(register)是指语言随着使用环境的不同而有所区分的语言变体。在日常交际中,正确选择语域就好比一个人的衣饰打扮必须符合交际场合一样。参加正式的会议而穿着短裤和背心肯定是有失风度的。语体的选择和交际场合是密不可分的。语言学家把交际场合称作语境(context of situation)。什么样的语境决定说什么话,语境决定语域的选择。由于中外文化的差异,日常交际中极容易出现语域误用现象。主要表现在句子结构的误用和词汇选择的误用。

人们从孩提时代起就在社会化过程中有意无意地习得了社会规范,人们在成年之前就学会了在什么场合下,对谁,该说什么,不该说什么等等。人们还懂得了在什么场合下说什么是礼貌的,什么是诚恳的,什么是友好的,什么是诚实的。人们从儿童时代起就对这些言语规则形成了条件反射,并使他们在与不同文化背景的人们进行交往时会无意识地用本民族的文化准则、社会规范、社会语言规则等来判断和解释别人的言语行为,因而造成交际失误。即使有的人熟练地掌握了一门外语语法,说一口流利的外语,他们也往往难以准确、恰当地理解不同文化背景的人们的说话意图,以致达不到交际目的。

语域误用表现在句子结构上,在非正式场合用正式的、礼貌的、完整的句子。比如,在旅馆、餐厅遇到外国朋友,开口就是“Good morning, Mr. XXX”,“Would you please...”等,把书面语用于口语。

语域误用还表现在词汇的错误选择上。根据感情色彩上的差异,英语同义词分为高雅(elevated)、中性(neutral)、粗俗(vul-gargar)等。如 horse 的同义词有 steed, nag, plug, charger 等。horse 无感情色彩,属于中性,steed 和 charger





带有高雅色彩,nag 和 plug 带有粗俗色彩。要根据语境选择或高雅或中性或粗俗的适当的词。前面提到的 kids 和 bucks 都是带有粗俗色彩的俗语,因此用于正式场合是不合适的。同样,把 bottom up(干杯)用于正式的、盛大的宴会中也是不协调的。因为,bottom up 是俚语,带有粗俗色彩,只适用于低档的酒馆、酒吧,而在正式、高雅的场合可以用 toast,至少也要用中性词 cheers。

### 三、跨文化交际中的语用失误现象分析

语用失误是指不同文化的人们在相互交际时直接把自己语言的话语翻译成目标语,而不考虑这些话语应该遵循的交际规范,其结果是一种言语行为的施为之力在不同文化中失去作用。这种语用失误或语用失败(pragmatic failure)是语用规则迁移(pragmatic transfer)所造成的。

因语用迁移所造成的交际失败的例子不胜枚举。在中国文化中,人们常用“你吃饭了吗?”(Have you eaten?)“你上哪儿去?”(Where are you going?)“你到哪儿去?”(Where have you been?)等言语行为来做为问候语,这些问候语对说英语的人来讲,不但不构成问候语,反而会起反作用。我曾问过一位美国人,当他在中国被人问到“Where are you going?”时有何感觉,他回答说,他会很气恼,因为这是对他隐私的威胁,他会觉得“自己似乎去一个他不应该去的地方一样”。而“Have you eaten?”在某一特定场合可能会使美国人觉得说话人在邀请他(她)去吃饭,或者会使别人感到莫名其妙。不同文化,不同社团,甚至同一文化中的人们在相同场合的同一施为句可能完成不同功能,而同一功能可能由不同行为来完成。如,在美国文化中“恭维”言语行为(compliment)可用来完成诸如“评价”、“欣赏”、“开始谈话”等多种功能,同时它又是人际间建立“平等”(solidarity)关系的手段,如何解释这一行为的功能要视具体交际情景而定。而“恭维”在中国文化中的使用可能体现在“反应方略”、“社会分布”、“使用频率”、所涉及的“话题”以及协同过程(negotiation process)等诸多方面。又如中国和日本人不习惯公开对抗,因此在拒绝别人要求时他们不直接否定(不直接说“No”),而是转弯抹角地说“让我们再考虑一下”,“再研究研究”,这种回答在中国文化中是一种托辞,但对“直言快语”的美国人来讲,可能意味着他们的要求很可能被满足,不然还考虑、研究什么呢?

由于中国人非常重视“谦虚”和“礼貌”,在受别人邀请吃饭聚会时,他们习惯说声“不”(“No”)。在中国文化中,这会自然被理解为“Please offer me again”的意思,但对美国人来讲,这是明显的拒绝邀请的表示。为此,不少中国留学生在美国家庭做客时,不得不付出代价,或者饿着肚子,或者干渴一个晚上,更严重的是他们会以为美国人太不够意思。反之,由于中国人有好客的习惯,在饭桌上请别人吃东西时,会左让右让,直“逼”得对方吃下去才肯罢休,这种“强迫”



式客气法会使美国人感到莫名其妙,不可理解。

同样,当美国人邀请别人时,由于受个人主义取向的影响,对被请人会特别尊重,从不强加于人,因此他们会十分礼貌,给对方留余地,他们会说,“Come if you want to”。但中国人以同样的形式受到邀请时,会觉得美国人的邀请极不诚恳。但当中国人客气地回答说:“Thank you. I will try to come”。也会使美国人感到茫然,因为他们不能确定你是否肯定能来。

情景相同,不同文化也可能使用不同的言语行为,对别人的帮助如何反应,就是一例。在美国文化中,人们对占用别人的时间和对别人的帮助习惯说声谢谢,但在中国和日本文化中人们常使用表示道歉的言语行为,他们会说:“很对不起,给您添了不少麻烦”(Sorry to have given you so much trouble)。在表示“拒绝”(别人请求、意见)的功能意义的言语行为方面,不同文化之间也存在着明显的差异。受传统文化的影响,中国人在交往中,对社会地位较高的人很敏感,在“拒绝”时,地位较高者惯用“Omitted apology/regret”(省略道歉或表示遗憾)的公式。而当社会地位较低的人在“拒绝”别人时,则喜欢采用多种不同表示“道歉”的语义结构。可是在美国,社会地位并非是很重要的因素,拒绝者所采用的语义公式基本一致,而差异仅表现在对“陌生人”和“知己朋友”表示拒绝时,协同程度高于一般相识者之间的协同程度,这是因为前者的角色关系比后者的角色关系固定。

近二十年来,在语言界或交际界出现了一个新的研究领域,即文化语言学,跨文化交际领域也开始寻求文化差异的对比研究。这一新的研究方向使人们开阔了眼界。

人们是无意识地习得本族语的社会语言规则的,对其遵循也往往是无意识的,因此在跨文化交际中,违反社会语言规则也常常是无意识的。尽管如此,这种无意识的错误很可能造成比违反语法规则严重得多的后果。尽管一个语法错误,一个语音错误,一个词汇错误,不会使我们触怒对方,但语言使用规则一旦出错,一个不合时宜的问题,一个迟迟出口的“道歉”,一个不及时的“恭维”或“祝贺”,一个对“恭维语”或“问候语”的不恰当的反应,将会被当成没有修养的表现,被当成对人格的有意冒犯或侮辱。

因此,把握英汉语言文化差异,对语言交际能力提高以及跨文化交际研究都是十分重要的。

#### 参考文献:

- [1] 张国强. 英汉词汇对比研究. 德州学院学报, 2003(1)
- [2] 方俊华. 英汉文化与语言的联想意义. 平顶山师专学报, 2003(3)
- [3] 逢晖. 文化差异、文化意识与大学英语教学. 山东省农业管理干部学院学报, 2002(3)
- [4] 关洪涛. 论英语语言教学与语言研究. 广西商业高等专科学校学报, 2000(4)



## The Cultural Differences between Chinese and English in Human Intercourse

WANG Jun

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** There are distinctive differences between different cultures on language application. For cross-cultural communication, it is still very important to research differences. For English tour guide and those who work in hotels concerning foreign affairs, on such they provide is the face to face services. Thus, more attention should be paid to the differences between Chinese and English in human intercourse. This article analyses not only the differences between Chinese and English in culture and its communicative expression, but deeply in the mistaken application of register and pragmatic. So it is essential to know the differences between the cultures of Chinese and English language to improve the communicative ability and the research on cross-cultural communication.

**Key words:** cross-cultural communication; language cultures of Chinese and English; mistaken application of register; pragmatic failure

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第1期



### 简评

社会的发展和文明的进步,使全人类的命运更加紧密地联系在一起。时代为具有应用性、艺术性和科学性等特征的交际提供了更为广阔的天地。随着我国加入WTO,各种层次、各种类型的跨文化交际日益频繁,正确认识中西方文化差异和文化冲突是我们从事跨文化交际的前提条件,本文试图从中西方文化差异的角度探讨涉外交际中的某些特点和对策。

人们是无意识地习得本族语语言规则的,对其遵循也往往是无意识的,因此在跨文化交际中,违反社会语言规则也常常是无意识的。尽管这种无意识的错误很可能造成比违反语法规则严重得多的后果;尽管一个语法错误,一个语音错误,一个词汇错误,不会使我们触怒对方,但语言使用



规则一旦出错,一个不适宜的问题,一个迟迟出口的“道歉”,一个不及时的“恭维”或“祝贺”,一个对“恭维语”或“问候语”的不恰当的反应,将会被当成没有修养的表现,被当成对人格的有意冒犯或侮辱,这就不是一个小问题了,因此,把握英、汉语言文化差异,对语言交际能力提高以及跨文化交际都是十分重要的。



### 6.3 广告英语与美

孙 培

**摘 要:** 广告英语以其独具的风格,激起广告学家、语言学家对它的兴趣。从英语广告中学习英语语言,是我们窥探英语语言精妙的一大捷径。

**关键词:** 广告英语;美

广告是当代信息社会最具普遍性的文化现象,我们生活在广告包围之中。广告影响、塑造着我们的生活方式、行为方式、乃至感受、审美方式。作为广告重要组成部分的广告语言文字——广告英语,已逐渐从普通英语中独立出来而发展成为非规范化的专用语言,用词造句与普通英语也有着许多差异。同时,广告也是艺术含量很高的一种宣传手段,在它完成它的各种实际功用的同时给消费者以美的享受。许多广告都是经多番推敲而就,用词优美独到,句法洗练而内涵丰富,常令人拍案叫绝,回味无穷,不仅具有很高的商业价值,同时具有一定的语言研究价值和欣赏价值。欣赏精彩的英文广告,我们好似步入了宏伟壮丽的文化殿堂,又好似信步于曲径通幽的语言长廊,陶醉于心领神会的语汇宝库,令人叹为观止。

广告英语的美表现在诸多方面。这里我们主要谈谈它的简洁美、音韵美、意境美、创新美、对称美、修辞美和幻象美。

**简洁美。**“简洁即美”,这是设计大师范思哲留给我们的艺术启示。“广告是大众艺术的一种,因此,广告的语言必须贴近生活,易于被人们理解。但简洁的语言也不乏美感。”简洁的语言才是富有生命力的语言。广告的基本特点是让有限的篇幅表达尽可能多的信息。广告既要简短,又要明白准确地体现广告内容。因此广告英语的特点之一是词语短小、结构简单、简明扼要、浅显易懂。通常广告英语运用实话实说的平实风格,把普通老百姓眼中看似不经意的一个理念,用通俗易懂,上口好记的语言表达出来。从2000年广告金句排名中的国际品牌广告中,我们可以看出它们的共同特点是简洁平实,没有出现我们英语



中常说的“big words”：(1)雀巢咖啡“The taste is great.”(味道好极了)；(2)戴比尔斯“A diamond is forever.”(钻石恒久远，一颗永流传)；(3)海尔“Sincerity is forever.”(真诚到永远)。另外，广告英语中还经常使用一些单音节动词，如 get, buy, try 等，旨在使广告英语简洁生动，内容一目了然。广告中如下动词最为常用：make, come, get, go, use, give, have, see, keep, take, buy, taste, 等等。如：Make life a little sweeter. —Mars Milky Way. (Mars 巧克力)；Feel good about it. —Water Pik Lipstick. 它会使你拥有好的感觉。——瓦特·皮克口红。这些简单动词是日常语言中使用最多的、意义最明确的动词。它们的运用，符合广告语言言简意赅，通俗并琅琅上口的特点，既可达到简明，传达信息的效果，又可增加了语言的表现力，从而促使消费者做出反馈。在英语广告中也常采用简练的句子，一下子便能抓住人们的视线或听觉，引起人们的兴趣。因为，广告商往往需要在有限的篇幅和时间里，宣传自己的产品，紧紧抓住读者或观众的注意力。在几十秒的时间内，说明理由，鼓动感情，给人以深刻印象，并尽可能催人而起采取行动。如：Coca-Cola is it. / For more of America, look to us. / So come into McDonald's and enjoy Big Mac Sandwich. 因此，我们可以说广告虽然是三言两语，作用却“一字千金”。

音韵美。广告的设计是按照整齐、一律、均衡、对称、和谐等原则进行的。因此，广告英语的另一个特点是以优美的音韵增加广告的魅力，读起来像诗一般韵律的东西，可给人以喜悦和美感，因而对所介绍的产品产生兴趣，有韵律的东西还可以帮助记忆。广告英语节奏感极强，成双成对的词语极多，读起来上口，听起来抑扬顿挫，极富音乐性。在英语广告词中，经常采用头韵(alliteration)、元韵(assonance)、押韵(rhyme)、假韵(consonance)等韵类增加广告词的音韵美。(1)押头(Alliteration)。头韵(Alliteration)是两个或两个以上的词的首字母的发音相同而产生的音韵。在广告中使用头韵看起来醒目，读起来悦耳。另外，某些音位的组合所具有的特定联想意义能体现语言与事物的有机联系和内在和谐。例如：Export fair set for foreign-funded firms. (博览会广告)，7个词中有5个(fair, for, foreign, funded, firms)互押头韵。(2)押尾韵(Consonance)。尾韵(Rhyme)是两个或两个以上的词的尾元音及后的辅音相同而产生的音韵。在广告中使用尾韵，能加强广告的音乐性，突出广告的声律美。通过押尾韵的方法使短语犹如诗一般悦耳动听，可吟可诵。例如：Emergency Medical Insurance and Assistance. “Insurance”与“Assistance”押尾韵，让投保人联想到“保险”与“帮助”之间的必然联系。(3)对仗(Parallelism) A business in millions, a profit in pennies. (百万买卖，毫厘利润)，Cleans your breath while it cleans your teeth. —Colgate(既洁齿，又生香。——高露洁)。这句广告语既达到生动、有趣和引人注目的效果，又可有效的传播商品信息。



意境美。如何就商品或服务给受众留下具有冲击力和吸引力的回忆,运用恰如其分的承诺,激发起受众的需求欲望,就必须创设审美意境。广告就是通过形象化的沟通手段,将消费者的欲望形象化、感性化,呈现出一种情调或情趣,使消费者产生共鸣和联想,进而心悦诚服地接受广告指称对象。

创新美。广告语言本身就是充满丰富的想像力和极大的创造性。广告语言文字的独创性使其能够化腐朽为神奇,给消费者一种前所未有的新鲜感和美感。广告商的确匠心独运,竭力使自己的广告奇妙新颖,惹人注目,因此,英语广告中常用一些杜撰的新词、怪词,以突出产品的新、奇、特,满足消费者追求新潮、标榜个性的心理。Sunkist 是美国“新奇士”的商标。它是一个创新的词,可以分解为 Sun Kiss It,使人联想到阳光明媚。创新给人带来了美感。而有些商标词是通过词的含义及外形引起人们美好心理反应和视觉效果的。如美国安利公司生产的香波商标词“Satinique”,它来源于 Satiny,意思是“像绸缎一样光滑、有光泽、柔软”,暗示产品的优秀。同时它的后缀-que 非常优美,它源自法语后缀,能传达一种女性美。再如以下这则牛奶广告:“Drink a Pint Milka Day”。它是由“Drink a pint of milk a day”创新而来的,把“a”这个不定冠词当作“Drink, Pint, Milk”的后缀,不仅可以引起人们的注意和兴趣,而且使这句话达到一种音律美。

对称美。英语广告还具有令人愉悦的对称美。它主要通过以下几个方面表现出来。(1)成语的对称美:表现为成语排列形式的对称美。从视觉上就能给人以美的享受,令人愉悦;读起来琅琅上口,颇具韵味。英语广告中运用人们熟悉的成语,促使广告的迅速传播。下面这则宣传广告成功地运用了成语典故:Better late than the late.(迟到总比丧命好。)它不仅采用了原来成语的结构(Better late than never.),还出人意外地利用了late的双关意思,使其具有警句的意味。(2)韵语的对称美:英语的对称美不仅表现为排列的对称美,还表现为韵语的对称美。韵语的对称分为首韵对称和尾韵对称两种形式,它们以连词and或or为“对称轴”,构成语音的重叠。a. 首韵对称。For home and hospitality. 好客与家的选择。(1951年可口可乐的广告口号。)b. 尾韵对称。Do something for nothing and you'll get everything. (American Red Cross)(不求回报地付出,你就会得到一切——美国红十字会)。(3)谚语和俗语的对称美:对仗工整,词句押韵,语言精炼,表意透彻的谚语或俗语更具有说服力和感染力,可使人念念不忘,受用终生。因此谚语也受到现代广告大师的青睐。Where there is road, there is Toyota. (仿英语谚语 Where there is a will, there is a way.)

修辞美。广告英语要求富有艺术性,就必须使用一定的修辞手法来增加语言的感染力,以真情、真心、真诚去感染消费者,赢得消费者的信任;或者通过深



入消费者的内心,让消费者看过广告后,内心就有所触动,从而煽动消费者产生购买行为。下面试举几种修辞手法来说明:(1)平行对照(Antithesis)。这种修饰结构上对称,意义上对照,形式整齐匀称,内容既适合于中伏强调,又适合于反衬对照,音、形、义都富于形象感。例如:Warehouse Clearance. Their Loss, Your Gain!(清仓甩卖广告)。(2)仿拟(Parody)。仿拟是套用人们熟悉的某个谚语、格言、名句,使其产生一种新的意义,从而达到标新立异、加深印象的效果。例如:Not all cars are created equal.(三菱汽车广告)。这则广告套用了《美国独立宣言》中的“All men are created equal”(人人平等。)/Quality breeds success.(福特汽车广告)。这则广告套用了谚语“Familiarity breeds contempt.”(各自识老底,互相瞧不起。)(3)暗喻(Metaphor)。在广告英语中,暗喻这种修辞手法被较为广泛地运用,作者通过发挥丰富的想像力,往往用一种美好的事物来替代所要宣传的商品,从而增强了语言的美感。如下面一则房屋销售广告:Step into our homes here and you'll step into a world of space and light.

幻象美。广告幻象突破时空真实的限制,营造人和产品,体验和使用过程中种种现实——理想,物质——精神的关系、情节,建立人和产品之间的对话、交流、联想、想像。由广告幻象,完成了广告的表现功能。请看一则香烟广告:These superb cigarettes have been skillfully created for the discerning clientele who have come to expect the legendary perfection of the House of Cartier. “clientele”这个法语词马上让人想到了法国,联想到了这个国度的高贵、优雅与浪漫。Cartier 的广告要传递的就是一种优雅与高贵,令人幻想着抽着 Cartier,就会变得具有高贵的气质,就会达到一种 legendary perfection 的境界。

#### 参考文献:

- [1] 祁民,苏扬,李青. 广告美学:原理与案例. 北京:中国人民大学出版社,2003
- [2] 黎海斌. 商务人员看广告学英语. 北京:中国纺织出版社,2003
- [3] 陈新. 英汉文体翻译教程. 北京:北京大学出版社,1999
- [4] 汪滔. 广告英语. 合肥:安徽科学技术出版社,2001
- [5] 赵静. 广告英语. 北京:外语教学与研究出版社,1992

## English in Advertisements & Its Beauty

SUN Pei

**Abstract:** Advertising is closely related to our daily life and the language used



in advertising represents the wisdom of human being. With its unique style, English in advertisements has aroused the interest of experts in advertising and linguistics. It is a shortcut for us to find how fascinating the language of English is by learning English from English advertisements.

**Key Words:** English in advertisements; beauty

原载《华中科技大学学报(社会科学版)》2004年第4期



### 简评

广告是当代信息社会最具普遍性的文化现象,我们生活在广告的范围之中。广告影响、塑造着我们的生活方式、行为方式、乃至感受与审美方式。

本文论述的是英语广告的一般特征及翻译对策,中间穿插了一些自己在公司期间做翻译时所积累的一些案例,选题没有什么新意但有现实意义。2004年的时候,考虑到发表论文的时间比较紧张,重新选题一时也没有想好,所以还是想到写广告英语方面的论文,这样或许就可利用原有文章的一些素材,比较节省时间。既然大的框架已定,关键是思路不能仅局限于原来的论文,要有突破、有一定的创新。搜索了网上的一些有关广告英语论文,大多也是从广告英语的语言特征方面着手的。有一天去书店想买几本广告英语方面的书,偶然翻到一本中文的广告美学方面的书,就想如果能把广告英语与美学结合起来,或许就能有所突破,就写写广告英语与美吧。选题选定了以后,再就是要从广告英语语言特征中归纳出它的主要美学特征:简洁美、音韵美、对称美、修辞美、创新美、意境美和幻象美等。前五种主要从语言美本身着眼,而意境美和幻象美则主要体现出广告的一种表现功能;最后再寻找相关的例子进行观点的论证和充实。这样,从选题到构思再到完成初稿大约用了两周的时间。之所以能在比较短的时间内完成,主要是有前一篇文章的一些积累。

随着人民生活水平的提高,现代广告的目的不仅仅是推销商品,同时也传递着某些艺术信息,起着美化生活的作用,能使人们对广告的认知中得到美的熏陶,提升自身的艺术审美能力,让广大受众在接受各种广告信息的同时,也体验到美好生活的无处不在。这就是我写这篇文章的目的所在。





## 6.4 试析日语中的汉字和汉语词汇

杨 越

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘 要:** 汉字自古代传入日本后,经过日本人民的学习、使用和探索,创造出较完善的汉字利用法,其读音、字形及词意与汉字有着深厚的渊源,但其中存在着较大的差异,这是每一位学习日语的中国人的难点和应着重注意的问题。

**关键词:** 日语;汉字;读音;字形

日语里所使用的文字多达四种:汉字、平假名、片假名和英语大写字母。通常使用的是前三种文字。首先是汉字,汉字在日语中的确大部分与中文同形同义,但不同音。而平假名,是指完整的假借中国的汉字草书所创造的字母,形成于公元10世纪前后,あ(安)、い(以)、う(宇);所谓片假名是指局部地利用中国汉字偏旁、部首、冠盖所创造的字母,两者均为表音文字。书写时多用平假名,片假名一般用于除中文以外的外来语,某些动植物词汇和拟声、拟态词等,由于二者均来自中国汉字,所以了解作为字源的汉字,对正确书写假名很有利。另外,平假名、片假名是因为只借用汉字的形和音,不用其义,是一种假借的方法,所以叫做假名。“假”即“借”,“名”即“字”,“假名”就是“借用的字”之意。

像日语中这样几种不同形态的文字混合使用的复杂现象在世界上其他语言中是罕见的。而且日语中的汉语词,有很大一部分同中文里的汉语词同形异义,更不能望字生义,简单类推。提到日语的复杂性,目的在于使初学日语者丢掉“日语简单易学”之类的错觉,唤起他们正视日语的复杂性,从而确立严肃认真的学习态度和勤学苦练的好学风。另外日语的复杂性,还表现在语音、语法、词汇、理解与表达等各个方面。这里仅就日语里的汉字和汉语词汇的复杂性,做些初步的探讨和分析。

### 一、相关日语汉字及汉语词汇的来历及其各种阅读法

日本在古代就有其固有的民族语言,但是没有记述语言的文字。大约在公元3世纪前后,中国的汉字和汉语词汇开始陆续传入日本。据日本史书《古事记》(公元712年刊行)记载,在应神天皇的时代(公元258年),学者王仁从百济(今朝鲜)把《论语》和《千家文》带到日本。日本人民经过四五百年的学习、使用和探索,逐步创造出了一套比较完善的汉字利用法。这大致可分为如下两



大类:

(1) 直接沿用汉字的音、形、义的词汇。如:山河、森林、父母、出演、出身等等。这些词汇因为在读法上是直接模仿汉字读音得到的,所以叫做音读。

(2) 利用汉字的形和义来表达日本固有的词汇。如:犬(いぬ)、猫(ねこ)、住む、美しい、静か、然し等。

另外,日本人根据自己的需要,利用汉字的形和义创造出来的“和制汉字”也属于这一类。如辻つじ(十字路口)、畑はたけ(旱地)等。

上述第2类词的读法叫做训读,因为它是按汉字的意思去套日本固有同义词,读法是日本的。值得注意的是,在日语里的汉字除了少数例外,都有音训两种读法,而不少汉字更是多种读法。例如,“生”这个字的读法就多达十几种。这种读法的复杂性,主要是由汉字和汉语词传入日本的年代的不同(音读)和汉字本身的多义性(训读)所决定的。音读有吴音、汉音和唐音三种。吴音是唐代以前传入日本的中国长江下游一带的语音;汉音是隋唐时代传入日本的中国北方语音;唐音是宋代以后传入日本的中国南方语音。这三种语音中汉音在日语里用得较多。由于传入日本的汉语是仿效传入日本时的读音来读的,因此,有些汉字在不同的词语里就有不同的读法。下面略举两例(见表6-1):

表6-1 汉字在不同词语里的不同读法

	吴音	汉音	唐音	另有训读
行	一行(いちぎょう)	銀行(ぎんこう)	行宮(あんぐう)	行(い)く、(おこな)
生	生涯(しょうがい)	生死(せいし)	平生(へいぜい)	生(い)きる

后面两个“生”字,在日语里曾有过数十种读法。战后经过文字改革,限制了日语里的汉字使用量,称为“当用汉字”,并相对统一了汉字的用法和读法,目前经常使用的汉字有1945个,称“常用汉字”。即便如此,“生”字仍有十几种读法。在日语里,这类多音、多训、多义的汉字为数不少。

日语里的汉字读法复杂多样,并无明确的规律可遵循。例如,一个汉字的词语通常念训读,两个以上汉字构成的词大都念音读,但是还是有许多例外的复杂读法。下面略举数例:

- 1) 一个汉字的词也念音读的,如:  
△我(が)を張る      △急(きゅう)を告げる
- 2) 前字音读、后字训读的,如:  
△金色(きんいろ)      △仕事(しごと)
- 3) 前字训读、后字音读的,如:  
△雨具(あまぐ)      △手本(てほん)
- 4) 两个以上汉字构成的也念训读的,如:



△川岸(かわぎし)      △野原(のはら)

5) 音便。日本的一部分汉语词汇,在读音上有“音便”,即为了便于发音而发生读音变化。音便主要有连浊、长音和通音三种。下面分别举例说明:

(1) 连浊:即由于前字音的影响而使后字音变成浊音的现象。这又可分为下列三种:

① 两个同样的汉字重叠而构成一单词时,往往把后一字的头音念成浊音。如:

△様々(さまざま)      △人々(ひとびと)

② 两个不同的汉字拼在一起构成一词时,也有把后一字的头念成浊音的。如:

△本棚(书架)      △金槌(铁锤)(注音略)

③ 音读汉语词也有把后一汉字的头音念成浊音或半浊音的。如:

△甲板      △看板(招牌)      △根本      △三本      △中国(注音略)

(2) 长音:少数音读汉语需要把前一汉字念成长音。

(3) 通音:两个汉字构成的单词,为便于发音,往往将前字尾音或后字头音念成同一行里的另一个音。

日语里的音便,在动词活用中还有イ音便、拨音便、促音便等,因为同汉字没有直接关系,就不去谈它了。

## 二、日语里汉语词汇的大量同音异义词

由于日语的音素少,日语里的汉语词汇比较多,这就形成了大量的同音异义词。有的同音词有一二十个之多,如:正史、青史、静止、静思、生死、精子、世子、制止、整枝、姓氏、正使等。均读为“せいし”。有的同音异义的几个词就可以编成一句顺口溜。

同音词大致可分为三类,一类是词义截然不同的,例如“记者”和“汽车”,这类同音词比较容易从上下文来判断含义。另两类一是词义相近的,一是词义相反的,往往难以判断究竟是哪一个词(这是指在对话时或收听日语广播及看电视播音而言,或这些同音词以假名出现在文章里的时候。如果以汉字的形式出现在文章里,就不存在这一问题了)。下面略举数例。

### 1. 意思相近、容易混淆的

(1) 姓氏,这类同音词很多,在此仅举一二。如:伊藤、伊东、井藤等十几个都读作“いとう”,黄、江、康、高、侯、向、孔等都读为“こう”。

(2) 地名,神州和信州同音,读为“しんしゅう”。日本的甲州和中国的广州、杭州同音,均读为“こうしゅう”。

(3) 其他如科学和化学,工业和矿业,硬度和光度、高度等都是容易混淆的



同义词。

## 2. 意思相反或相对称的同音词

△大変なれいごう(礼遇,冷遇)を受けた

△腐朽(ふきゅう)の作と不朽(ふきゅう)の作とは天地の差。

上述两句中都有意思相对或相反的一对同音词,单靠耳朵听是无法做出正确判断的,只有认真注意其上下文的内容,才能正确理解其意思。

## 三、解析日语同形词

所谓同形词,一般是指词形相同(即发音和文字拼写相同)而词义不同的词。例如英语的 sound 有四个词,分别是:声音、海峡、探测、健全的意思。日汉同形词则只是书写时用的汉字相同或基本相同(笔画不完全一样。至于词义,则有的相同,有的部分相同,有的完全不同)。

有些词虽然是用汉字书写,但是日本人自己创造而非自汉语输入的,如“会社”、“手管”、“仲居”、“口金”等,这不能算是日汉同形词,因为汉语里没有这些词。

有许多词日语和汉语是同形同义的,例如“哲学”、“心理学”、“政府”、“出国”、“出席”、“出生”、“狮子”、“虎”、“鹿”等不胜枚举。但是要特别注意的是,有些词乍看似意思相同,实际上却并不如此,这种词最容易弄错,下面举一些例子。如:“切手”日语中的意思是“邮票”,“小切手”却是“旅行支票”,“手纸”是“信件”,“汽车”是“火车”,“勉强”是“学习”,“工夫”是“动脑筋、想办法”,“娘”是“女儿”等。

再如“国”,汉语日语都有国家的意思。但日语的“国”时常是家乡之意。“国”不一定是问你是哪国人,可能是问你的家乡在何处。因为直到江户时代,日本还存在许多封建领主的小国,那时的“国”也就成了今日的家乡。川端康成的名著《雪国》,其实是《雪乡》之意。

另一方面,日本古典名著《源氏物语》、《徒然草》、《枕草子》等,中译本照抄原名也是很成问题的。“物语”相当于汉语的“故事”(顺便说一下,日语的“故事”则是汉语的“掌故”)。“徒然”在日语里有闲散无聊之意,汉语是白费劲的意思。“草子”日语有笔记、散记之意,汉语并无此义。这些意义截然不同的词,搬过来作书名,中国人怎么能懂呢?

下面再以温度感觉的表现方法为例对比一下日语和汉语的同义词。

汉语

日语

热

1. 熱い 2. 暑い

汉语只用一个“热”,日语指天气时用“暑”,通过皮肤局部接触感受的高温才叫“热”。



汉语

日语

冷

1. 寒い 2. 冷える

汉语用“冷”字,日语用“寒”字,都是指天气。程度稍差的冷,日语则用“冷える”。

可见,冷、热等字虽然本来都是汉语,但这些字传到日本后,同日本原有的词结合,或经过改造,意义和用法就发生了许多变化。

综上所述,日语里的汉字和汉语词的读法是相当复杂的。而且还有大量的同音异义的词容易混淆,千万不可掉以轻心。对于学习者来说,应当知道,尽管日语里有许多汉语词,但那毕竟是日语,一定要把它当作外国语来看待,不可望文生义,妄加附会。最好是碰到任何一个词,哪怕是自认为极平常、极好懂的词,也一定要查查辞典,弄清它的一切意义和用法,这才是踏踏实实的学习态度。

参考文献:

- [1] 郑炎锦. 关于日文里的汉字和汉语词汇. 日语知识, 1983(2)
- [2] 刘和民. 日汉同形词琐谈. 日语知识, 1984(1)
- [3] 人民教育出版社(中国), 光村图书出版社株式会社(日本). 标准日本語——初级: 上册. 北京: 人民教育出版社, 1988

## On Chinese Characters and Vocabularies in Japanese

YANG Yue

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** Introduced into Japan long time ago, Chinese characters have been learned, used and developed by the Japanese, who have created a system of their own application. Their pronunciations patterns and meanings share a long history derived from Chinese characters. But there are comparatively differences that should be concerned by every Chinese students learning Japanese. What need to be concern for every Chinese student learning Japanese is the distinctive differences between the two.

**Key words:** Japanese; Chinese character; pronunciation; character construction

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第1期



### 简评

汉字进入日本历经了一千五百多年,作为重要的基石构成了日本的文字体系。汉字的表意和集约功能丰富了日语词汇,促进了日本文化和社会经济的发展。以汉字标记的汉语词汇给日本人带来了另类的思想模式,而日本人又以自己独特理解去接受,融合并维护着这个交融在一起的体系。中国古代的儒家思想至今仍在日本社会的各个层面发挥着重要作用,使日本人一直保持着以汉为师,崇敬中国古代文化的态度。当然两国在近代有过一段黑暗的历史,日本战后开始崇拜西方国家,轻视亚洲,但这并不妨碍许多日本人依然对给他们的历史、文化、思想带来巨大影响和变化的中国古代文化所抱有的独衷情感。当然汉字字画复杂,数量庞大是一面,但相信科技的发展将可以使这一问题得到解决,并且现在已经在很大的程度上获得改善和进展。汉字所具备的信息集约度高这一功能就可使其在日本文字体系中确立不可代替的地位。



## 6.5 高职生心理健康状况及其相关因素的比较研究

陈琦

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:** 采用 SCL—90 量表和自编的基本情况调查表,对 914 名在校高职生的心理健康状况及其相关因素进行了比较研究。结果表明高职生的心理健康水平总体上低于全国青年组常模,高于国内大学生的参照标准;并且高职生的心理健康水平在性别、专业、对专业的态度、自感学习压力、同学关系和求助意识等相关因素上存在显著差异。

**关键词:** 高职生;心理健康;SCL—90;相关因素

### 一、问题的提出

近年来大学生的心理健康状况日益受到社会、学术界和心理教育工作者的关注。有关大学生心理健康状况的调查研究已有不少报道,这些研究调查了大学新生、军校生、贫困生、女大学生和不同民族的大学生等大学生不同群体的心理健康状况,探讨了影响大学生心理健康状况的相关因素,并进行了心理健康的干预性研究。这些研究体现了目前大学生心理健康研究具有专业性、时代性



和跨文化性的特点。

以学制短、学历低为特征的高职院校学生作为大学生中的一个特殊群体,与一般的本科大学生相比,他们的个体心理和所处的社会环境有一定的特殊性。但涉及他们的心理健康状况的研究相对较少,通过对仅有研究的梳理,我们发现这些研究或者是从理论思辨、经验总结的角度探讨高职生的心理健康问题,并在此基础上提出加强高职生心理健康教育的措施与建议;或者是运用心理测量工具调查高职生心理健康水平在年级、性别、学校类型、家庭结构、学生来源等社会人口统计学资料上的差异和作描述性统计的实证性研究。而考虑心理因素的有关高职生心理健康教育的研究则少之又少。本研究试图在对高职生心理健康状况调查的基础上,重点比较分析高职生的心理健康状况与其性别、专业类型、对专业的态度、自感学习压力、同学关系以及求助意识等相关因素之间的关系,为有针对性地进行心理健康干预,提高高职生心理健康水平提供依据。

## 二、研究对象与方法

### (一) 研究对象

以浙江省一所高校和四所高职院校的在校高职学生为研究对象,随机发放调查问卷 1 000 份,回收有效问卷 914 份,有效回收率为 91.4%。其中男女生分别为 489 人和 425 人,工程类和经贸类的学生分别为 520 人和 394 人。

### (二) 研究方法

采用由 Derogatis L. R. 编制、王征宇修订的 SCL—90 量表(Symptom Checklist 90,症状自评量表)和自行编制的高职生基本情况调查表为测量工具。SCL—90 使用 5 级评分(1~5 分),包含躯体化、强迫、人际关系敏感、抑郁、敌对、恐怖、偏执及精神病性等 9 个因子,得分越高表示症状越严重。此量表在国内外已被广泛应用,具有较好的信度和效度。9 个因子的分半信度在 0.76~0.92 之间,各因子的内部一致性在 0.64~0.88 之间,全量表为 0.93;Derogatis 报道各项症状的内部结构效度系数为 0.77~0.99, $P<0.01$ ;该量表引入我国时,量表协作组应用 CAS 和 SI 对 SCL—90 做平行效度检验,发现其与 CAS 显著负相关,与 SI 显著正相关,表明该量表是行之有效的。

高职生基本情况调查表主要包括性别、年龄、专业、年级、来源地、专业满意程度、同学关系、自感学习压力、求助意识等。对 50 名高职生间隔 2~4 周后重测本问卷,重测信度在 0.62~0.74 之间,说明本问卷具有较好的信度。

调查采用团体施测。为保证调查结果的有效性和问卷填写的真实性,测试前向主试说明测试意义、保密原则、使用方法及注意事项。测试时学生按照统一的量表指导语要求独立完成,主试不做任何解释和提示。测试时间为 30~



45分钟。测试结束后由主试当场收卷。用 Excel 应用程序处理所收集的数据资料。

### 三、结果与分析

#### (一) 高职生 SCL—90 结果与全国青年组常模和大学生参照标准的比较

以 SCL—90 中国青年组(18~29岁)常模为本次比较常模,将本次调查结果与此常模进行比较发现高职生的 SCL—90 各因子得分明显高于中国青年组常模,且均具有显著性差异。这说明高职生群体较全国青年人群而言,心理健康水平相对较低(见表 6-2)。

表 6-2 高职生 SCL—90 各因子均值与全国青年组常模和大学生参照标准的比较

因子(项目)	高职生	中国青年组常模	大学生	Z1	Z2
	X ± SD	X ± SD	X ± SD		
躯体化	1.41±0.54	1.34±0.45	1.44±0.51	2.91**	-1.67
强迫	1.87±0.68	1.69±0.61	1.92±0.64	5.74**	-2.17*
人际关系	1.83±0.66	1.76±0.67	1.85±0.64	2.16*	-0.90
抑郁	1.68±0.65	1.57±0.61	1.76±0.64	3.59**	-3.64**
焦虑	1.53±0.53	1.42±0.43	1.59±0.57	4.72**	-3.33**
敌意	1.61±0.55	1.50±0.57	1.68±0.65	4.02**	-3.68**
恐怖	1.39±0.53	1.33±0.47	1.42±0.51	2.47*	-1.67
偏执	1.72±0.61	1.52±0.60	1.78±0.65	6.79**	-2.86**
精神病性	1.52±0.51	1.36±0.47	1.58±0.54	6.72**	-3.48**

注:(1)\*表示  $P<0.05$ , \*\*表示  $P<0.01$ 。下同。

(2) Z1 为高职生与中国青年组常模的 Z 检验, Z2 为高职生与全国大学生参照标准的 Z 检验。

以唐秋萍等人的研究所总结出的大学生 SCL—90 均数和标准差作为全国大学生的参照标准,将本次调查结果与此参照标准比较发现高职生的 SCL—90 各因子得分均低于全国大学生的各因子的平均分,并且除了躯体化、人际关系敏感、恐怖因子外,其他因子均具有显著性差异。这说明高职生群体的心理健康水平总体上高于全国大学生群体(见表 1)。

#### (二) 不同性别的高职生 SCL—90 结果的比较

由表 6-3 可知,女生在躯体化、强迫、人际关系敏感、抑郁、恐怖和精神病性因子上的得分高于男生,并且躯体化、人际关系敏感和恐怖 3 个因子具有显著性差异;男生在焦虑、敌意和偏执因子上的得分高于女生,但在 0.05 的显著性水平上没有统计学意义上的差异。这表明高职生男生的心理健康水平总体上高于女生,与刘美涓、张凤琳、赵虎、王滔等人关于大学生的研究结果一致,但与





另一些研究结论不一致,这种不一致可能和样本的规模有关。在女生 SCL—90 的 9 个因子中,得分较高的是人际关系敏感、强迫和抑郁,说明女生在心理健康方面存在的问题主要是人际关系的处理和情绪上的困扰,这与已有的研究结果基本一致。

表 6-3 不同性别高职生 SCL—90 各因子均值的比较

因子(项目)	男 生	女 生	Z
	X ± SD	X ± SD	
躯体化	1.37±0.52	1.46±0.55	-2.53*
强迫	1.86±0.67	1.88±0.65	-0.46
人际关系	1.79±0.64	1.88±0.69	-2.03*
抑郁	1.65±0.63	1.71±0.66	-1.40
焦虑	1.54±0.49	1.52±0.55	0.58
敌意	1.63±0.57	1.59±0.55	1.08
恐怖	1.35±0.52	1.44±0.54	-2.56*
偏执	1.74±0.63	1.70±0.61	0.97
精神病性	1.51±0.51	1.53±0.50	-0.60

### (三) 不同专业的高职生 SCL—90 结果的比较

由表 6-4 可知,经贸类学生在躯体化、强迫、人际关系敏感、抑郁、焦虑、恐怖、精神病性因子上的得分均高于工程类学生,并且除了强迫和精神病性因子外,其余因子均具有显著性差异;工程类学生只在敌意和偏执因子上的得分高于经贸类学生,但差异没有达到显著性水平。这说明工程类学生的心理健康水平总体上高于经贸类学生,与已有的研究不太一致。

表 6-4 不同专业高职生 SCL—90 各因子均值的比较

因子(项目)	工程类	经贸类	Z
	X ± SD	X ± SD	
躯体化	1.36±0.57	1.48±0.52	-3.31**
强迫	1.85±0.68	1.90±0.64	-1.14
人际关系	1.79±0.67	1.88±0.64	-2.06*
抑郁	1.64±0.66	1.73±0.62	-2.11*
焦虑	1.48±0.54	1.60±0.51	-3.43**
敌意	1.64±0.53	1.57±0.57	1.89
恐怖	1.35±0.56	1.44±0.49	-2.58**
偏执	1.75±0.62	1.68±0.57	1.77
精神病性	1.51±0.52	1.53±0.48	-0.60



#### (四) 专业态度不同的高职生 SCL—90 结果的比较

为了解高职生对所专业的态度,我们在自编调查问卷中提供了对自己专业“很满意”、“较满意”、“一般”、“较不满意”和“很不满意”五个选项。我们将对专业“很满意”、“满意”和“一般”的学生作为一组,对专业“较不满意”和“很不满意”的学生作为另一组,对这两组学生的 SCL—90 各因子得分进行比较,比较结果见表 6-5。表 6-5 的结果显示对专业基本满意的学生的 SCL—90 各因子分均低于对专业不很满意的学生,并且除精神病性因子外,其余各项因子的差异均具有显著性或极显著性。这说明高职生对专业的满意度越高,其心理健康水平亦相对越高,与有关大学生的研究结果一致。

表 6-5 专业态度不同的高职生 SCL—90 各因子均值的比较

因子(项目)	满意	不满意	Z
	X ± SD	X ± SD	
躯体化	1.37±0.61	1.56±0.47	-4.67**
强迫	1.84±0.69	1.98±0.63	-2.69**
人际关系	1.80±0.66	1.94±0.65	-2.65**
抑郁	1.63±0.67	1.87±0.63	-4.65**
焦虑	1.47±0.53	1.75±0.52	-6.63**
敌意	1.59±0.56	1.68±0.55	-2.01*
恐怖	1.37±0.53	1.46±0.52	-2.13*
偏执	1.68±0.61	1.87±0.61	-3.85**
精神病性	1.51±0.51	1.56±0.50	-1.23

#### (五) 自感学习压力不同的高职生 SCL—90 结果的比较

学习是高职生在校生活的主导活动,为了解高职生自感学习压力的情况,我们在自编调查问卷中设计了以认为“学习很轻松”、“学习较轻松”、“学习压力可以承受”、“学习压力较大”和“学习压力太大”为选择项的问题。我们将选“学习压力较大”和“学习压力太大”的学生组成的一组的 SCL—90 各因子得分与选其他选项的学生组成的另一组的 SCL—90 各因子得分进行比较,比较结果见表 6-6。表 6-6 的结果显示自感学习压力大的学生的 SCL—90 各因子分均高于自感学习压力不大的学生,并且除精神病性因子外,其余各项因子的差异均具有显著性或极显著性。这说明高职生对学习压力的自我评判是影响其心理健康水平的一个重要因素。

#### (六) 同学关系不同的高职生 SCL—90 结果的比较

为了解高职生在学校的学习、生活中与同学相处的情况,我们在自编调查问卷中提供了同学关系“很好”、“较好”、“一般”、“较差”和“很差”五个选项。



表 6-6 自感学习压力不同的高职生 SCL—90 各因子均值的比较

因子(项目)	压力大	压力不大	Z
	X ± SD	X ± SD	
躯体化	1.51±0.53	1.34±0.54	4.73**
强迫	1.93±0.69	1.83±0.65	2.20°
人际关系	1.89±0.66	1.79±0.64	2.28°
抑郁	1.74±0.61	1.64±0.66	2.36°
焦虑	1.59±0.48	1.49±0.53	2.97**
敌意	1.67±0.53	1.57±0.56	2.74**
恐怖	1.45±0.51	1.35±0.54	2.84**
偏执	1.81±0.57	1.66±0.62	3.77**
精神病性	1.54±0.48	1.51±0.51	0.91

我们以选“很好”和“较好”的学生为一组,选“一般”、“较差”和“不好”的学生为另一组,对这两组学生的 SCL—90 各因子得分进行比较,比较结果见表 6-7。表 6-7 的结果表明同学关系良好的学生 SCL—90 各因子分均低于同学关系不良的学生,并且均具有极显著性的差异。这说明高职生能否和同学保持良好的关系是影响其心理健康水平的一个极为关键的因素。

表 6-7 同学关系不同的高职生 SCL—90 各因子均值的比较

因子(项目)	好	不太好	Z
	X ± SD	X ± SD	
躯体化	1.35±0.54	1.49±0.51	-3.99**
强迫	1.82±0.67	1.94±0.65	-2.71**
人际关系	1.74±0.64	1.96±0.68	-4.71**
抑郁	1.59±0.65	1.81±0.63	-5.13**
焦虑	1.45±0.54	1.64±0.49	-5.54**
敌意	1.56±0.56	1.68±0.52	-3.33**
恐怖	1.34±0.54	1.46±0.48	-3.53**
偏执	1.65±0.61	1.82±0.59	-4.23**
精神病性	1.46±0.51	1.60±0.47	-4.28**

#### (七) 求助意识不同的高职生 SCL—90 结果的比较

为了解高职生在出现心理问题后是否能有意地寻求帮助,我们在自编调查问卷中设计了以“求助于父母”、“求助于好友”、“求助于心理工作者”、“求助于互联网”和“不求助”为选项的问题。我们将采取前四种求助方式的学生作为一组,将不求助的学生作为另一组,对这两组学生的 SCL—90 各因子得分进行比较,比较结果见表 6-8。表 6-8 的结果提示出现心理问题后不进行任何形式求



助的学生的 SCL—90 各因子分均显著高于采取求助行为的学生,说明当高职生遇到心理困惑时能有意识地求助于他人既可以有效地解决心理问题,又可以促进心理健康水平的提高。

表 6-8 求助意识不同的高职生 SCL—90 各因子均值的比较

因子(项目)	求助	不求助	Z
	X ± SD	X ± SD	
躯体化	1.38±0.51	1.46±0.46	-2.44 *
强迫	1.83±0.69	1.94±0.58	-2.58 **
人际关系	1.75±0.66	1.96±0.64	-4.74 **
抑郁	1.62±0.64	1.78±0.59	-3.84 **
焦虑	1.47±0.52	1.63±0.44	-4.96 **
敌意	1.58±0.56	1.66±0.53	-2.16 *
恐怖	1.36±0.55	1.44±0.49	-2.28 *
偏执	1.67±0.62	1.80±0.61	-3.10 **
精神病性	1.48±0.51	1.59±0.48	-3.27 **

#### 四、讨论与建议

##### (一) 高职生的心理健康状况

高职生的 SCL—90 各因子均分都显著地高于全国青年组常模,但低于全国大学生的参照标准。与全国大学生相比,高职生除躯体化、人际关系敏感和恐怖 3 个因子外,其余各因子的差异均具有显著性水平。提示高职生这个群体的心理健康状况有其特殊性,对于这一结果,可从以下两方面进行探讨。

一方面,高职生比全国正常人群青年组存在较多的心理问题或症状。这可能与他们既要承受学习的压力,又要独立应对自我管理、集体生活和人际关系等多方面的考验,还要肩负着把握和规划自己未来等多重应激有关。与同年龄的社会青年相比,高职生的学习生活更紧张,未来的不确定因素更多,自我反思的程度更大,心理困惑也会更多。虽然国内的大多数研究认为大学生心理健康状况较全国正常人群青年组差,本研究的结果也支持这种观点,但我们不能对高职生的心理健康状况感到悲观,更不能因此而断然得出高职生心理问题十分严重的结论。高职生的智力开发良好,自尊水平较高,价值取向积极,观念紧跟时代,具有良好的自我意识和积极乐观的人生态度,他们的心理状况总体是健康的。在高职生这一群体中存在的心理问题从性质和程度上看主要是适应不良或情绪困扰。因此,对高职生的心理问题应该以心理教育及预防为主,关注高职生的心理健康状况,及时帮助他们排解不良情绪,克服各种困扰。



另一方面,高职生的心理健康状况优于全国大学生,这与已有的研究结论不一致且相差较大,可能与研究方法或比较标准有关,尚有待于作进一步的探讨。我们认为高职生的心理健康状况和高职教育特殊的培养目标、教学方法以及高职生自身的特点有着密切的联系。高职院校的人才培养目标是和谐社会培养应用型、岗位型、技能型的高级专门人才。经过几年的探索和发展,目前多数高职院校的办学定位准确,以能力为本,强调能力的培养和技能的训练,与大学本科生相比,高职生的学习环境相对比较宽松、自主和开放。尤其是来源于三类生的高职生,他们的自我定位较合理,专业意识比较强,学习目的相对来说也比较明确,因而他们的心理健康状况较好。同时我们也应注意到,目前的高职教育在培养人的情感、强调人格的完善和人性的发展方面仍存在着偏颇,加强对高职生的心理健康教育能对个体的成长、学校的教育、社会的发展起到微妙的调节作用,从而更有效地提高高职生的心理健康水平。

## (二) 高职生心理健康状况的相关因素

与高职生心理健康状况相关的因素是多方面的。有研究指出,人格特征、认知和归因风格、应对方式、负性生活事件和社会支持等因素都与大学生的心理健康状况相关。我们通过比较不同组别高职生的 SCL—90 结果来说明一些相关因素对高职生心理健康的影响。

首先,已有研究发现男女生的心理健康状况在 SCL—90 的一些因子上有差异,但这种研究结果往往不一致甚至相互矛盾。本研究发现女生症状较明显的是强迫、人际关系敏感和抑郁因子,而男生在焦虑、敌意和偏执因子上得分高于女生,并且男生的心理健康水平总体高于女生。这一结果似乎符合男女性别角色社会化的发展过程。研究两性差异的心理学家认为,进入青春期后,女性的成就期望逐渐降低,自我评价较低;而男性则对自己未来的成就有较高的期望,并有过高的自我评价。高的期望和自我评价容易使人在面临问题情境时显出主动的特点。同时,由于社会传统文化和传统观念的影响,家庭、学校对女生的教育往往更趋保守,她们在交友、参与社会活动以及行为方式等方面受到的约束更多,社会阅历相对较少,对环境的适应能力相对较弱,但当今社会给予女生的压力却越来越重,这使女生更多地体验到抑郁和恐怖。有研究表明决定大学生心理健康水平波动的主要因素是人际交往、社会适应和专业能力,男生在这些因素上都具有优势。由此导致男生的心理健康状况优于女生,女生在面对各种成长与发展问题时心理上往往表现出更多的不适应。因此,在心理健康干预方面对女生进行特别关注显得很有必要。

其次,不同的专业类型对高职生的心理健康状况亦有一定影响,似乎可以认为高职生所学专业的学习和竞争压力越大,心理健康状况就越差。其原因一方面可能是高职生对专业类型未来职业前景的期望投射到自己的日常心理状



态和行为中,并最终影响到对自己心理健康的评价。根据目前的就业情况,社会对工程类(如数控机械、计算机、建筑工程等)专业有一定技术能力的高职生需求较大,职业前景比较乐观。另一方面从学科性质看,工程类专业技术含量高,注重高职生的实际操作能力,要求高职生进行更多的社会实践,因而,工程类专业的高职生在适应性、实践性、创造性等方面有一定的优势。当然,专业类型影响高职生心理健康的原因还有很多,其中工程类和经贸类高职生在学习和生活中不同的观念与思维方式也可能起着重要的作用,这亦需要进一步探讨。

此外,本研究结果显示高职生对专业的态度、自感学习压力、与同学的关系以及求助意识等因素都会影响高职生的心理健康水平,并且这些因素都属于学校适应的问题。适应性是个体在人格基质(认知和个性)的基础上,通过与社会环境的交互作用而表现出来的行为习惯。由此可见,高职生心理健康水平的提高在很大程度上受到成长经历和发展环境的影响,这为我们对高职生实施心理健康干预提供了一定的理论依据。

总之,高职生的心理健康状况与性别、专业类型、专业态度、自感学习压力、同学关系以及求助意识有着密切的关系,至于这些相关因素在提高高职生心理健康水平中所起作用的重要性程度以及相互之间的关联效应尚有待于今后做进一步的研究。

#### 参考文献:

- [1] 钱兰英,王康平,王一为. 大学生新生心理健康调查. 中国临床心理学杂志,2001,9(1):36~37,35
- [2] 李俊丽,梅清海,丛建波等. 军校大学生个性、应对方式与其心理健康状况测评分析. 中国心理卫生杂志,2004,18(4):282
- [3] 许若兰. 贫困大学生心理健康教育模式的实证研究. 中国心理卫生杂志,2001,15(4):284~285
- [4] 钱琴珍. 女大学生心理健康的测试与培养. 心理科学,2004,27(4):990~992
- [5] 伍业光,唐全胜. 壮、汉族大学生的父母养育方式及其性格、心理健康水平调查. 中国心理卫生杂志,2000,14(5):315

## Comparative Research on Mental Health and Relative Factors of Higher V&T College Students

CHEN Qi

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** This research investigated the state of 914 higher V&T college



students' mental health with the SCL—90 and the basic information questionnaire by ourselves, and compared the relative factors. The results showed that the overall level of higher V&T college students' mental health was lower than that of Chinese youth norm, but it was higher than the reference standard of college students in China, and there was significant difference between the levels of higher V&T college students' mental health in the relative factors such as sex, specialty, attitude to specialty, feeling stress in study, classmate relationship and asking for help.

**Key words:** higher vocational education students; mental health; SCL—90; relative factors

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第2期



### 简评

高职院校的学生是建设和服务社会的栋梁之一,他们的心理健康是其个人幸福和为社会服务的重要基础。本文针对近年来高职院校学生因心理问题而出走、休学等事件时有发生,选择了高职生的心理健康状况及其相关因素作为论题,对高职院校有成效地开展高职生的心理健康教育具有较强的现实指导意义。

作者首先运用相关的心理量表对高职生的心理健康状况进行了调查和统计分析。接着,对调查统计结果进行了多角度、多方面的横向比较研究,包括高职生的心理健康状况与全国青年组常模和大学生参照标准之间的比较研究以及影响高职生心理健康水平各相关因素之间的比较研究。在此基础上,作者揭示了目前高职生心理健康水平的特殊性,剖析了性别、专业类型、专业态度、自感学习压力、求助意识、同学关系等相关因素对高职生心理健康的影响,并从社会环境、学校教育等方面探讨了其中深层次的原因,为多渠道、多途径协同地提高高职生的心理健康水平提供了理论和实践依据。

本文以丰富翔实的调查数据和统计分析为依据,紧密围绕论题展开了客观的、有理有据的阐述。全文条理清晰,层次分明,逻辑分析严谨而缜密,行文简洁流畅而准确,值得借鉴。



## 6.6 人的二重性与和谐社会的生态学思考

李 冬

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘 要:**和谐社会是一个生态平衡的动态过程。和谐充满着辩证法,和谐体现着协调与统筹的中庸思想。它包括自然生态的平衡以及社会生态的平衡。同时,和谐社会无处不体现人与自然、人与社会协调和谐发展,从而也体现出人的自然属性和社会属性与自然的统一。

**关键词:**自然属性;社会属性;和谐;生态

自十四届六中全会提出构建和谐社会后,“和谐”二字渐渐融入了各行各业的发展态势。金融业倡导和谐金融,关注金融生态;一些社区提出了要建立和谐社区的口号。胡锦涛同志在概括社会主义和谐社会的科学内涵时指出:“我们所要建设的社会主义和谐社会,应该是民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的社会。”这28个字的科学内涵是十分丰富的,前20个字表达的是人与人之间的和谐发展关系,后8个字表达的是人与自然之间的和谐发展关系。

### 一、自然生态:自然与人的自然属性之和谐

生物与环境协调进化的思想萌芽于海克尔(1843—1911)1866年提出的生态学(Ecology),它的问世意味着研究有机体与环境间相互关系的科学诞生了。在生态系统中,最重要的是维护系统的平衡。通常我们关注的仅仅是自然生态的平衡,而忽略了社会生态的平衡(广义的生态平衡)。不难看出,可持续发展——这个当今影响我国及世界各国发展的理念,最早是来源于生态学的。

人与自然如何统一?翻阅马克思《资本论》第一版序言,“我们每走一步都要记住,我们统治自然界,绝不像征服者统治异族人那样,绝不是像站在自然界之外的。相反的,我们连同我们的血、肉、头脑都是属于自然界和存在于自然之中的”。人征服自然的过程,是劳动异化的过程,人在劳动异化中把自然从人自身异化出去,恰好直观地表明人的本质应当是与自然界相统一的活动。这只是对人的本来的、本源的“类本质”即社会本质的一种偏离,但正是这种偏离或变样本身,恰好直观地显现出了人的本源的自然性本质,马克思哲学的逻辑起点是人,通过考察人与自然的统一、人与社会的统一,也就不难理解人的自然属性和社会属性的二重性原理了。





两千多年前,儒学对于自然生态的理解表现了建立在仁民爱物的思想基础之上的“天人合一”的见解,显现了古代哲学的“致中和”的中庸之道。我们从孟子仁与爱的思想体系中便可捕捉天人和諧的思想,它将人的仁爱之心推及万事万物,抹上了浓烈的泛道德色彩。“不违农时,谷不胜食也;数罟不入池,鱼鳖不可胜食也;斧斤以时入山林,材木不可胜用也。”可见孟子已初步把人与自然看作是一个相互依赖、相互制约的和谐整体。以史为鉴,其理论辩证性,不仅对我们维持自然生态平衡有极大的借鉴意义,而且也为现在建立资源节约型社会做了合理诠释。

“天人合一”,人与自然的高度统一的这个过程,从不平衡到平衡,再打破原有的平衡,最终达到新的平衡,演绎着矛盾对立和统一的哲学原理,而其复杂性和多样性激发了人类的创造性劳动,为创新提供了原动力。孔子曰:“人能弘道,非道弘人。”人就是天生要扮演一个主动自觉的角色,这个角色正是杜维明的“参天地之化育”。令人谈之色变的菲律宾泥石流,让人类中心主义者付出足够惨痛的代价迫使人类敬畏自然,能动地改造自然。

时至今日,工业化却一度将人与自然对立起来,无止境的物质需要必然选择奢侈生产生活方式,使人类的需要远远超出了自然的承载能力,打破了生态平衡还不够,还在人类内部剥夺许多人的基本生存权利和生存资源。和谐社会提倡资源节约、走新型工业化道路,那么,可持续的资源节约思路归纳为如何解决在稀缺资源的环境中循环利用资源的矛盾,发展循环经济。我们将生产视为一种类似于原始自然生态系统(假如一个池塘)的封闭体系,其中一个行业、区域类似一类生物,生产的副产品或排泄物,是另一区域、行业生产另一类初级产品的原始材料或主要食物。这样,区域内的行业形成的产业链相当于生态食物链,“工业生态系统”的资源循环组合制度安排和生态系统的平衡过程殊途同归。《十一五规划》提出“节约发展、清洁发展、安全发展”,细化了经济、人口、资源、环境间的发展路径。

## 二、社会生态:人与人的社会属性之和谐

自然生态和社会生态都离不开人。追寻政治经济学的理论渊源,“只要有人在,自然史和社会史就会密切联系,彼此制约”。社会经济形态的发展是一种社会历史过程,这是唯物辩证主义的逻辑。社会生态的平衡是人和人之间的平衡。如何理解人?人是一切社会关系的总和。笔者在想:该命题经典之处在哪?因为马克思将人、自然史和社会史始终统一,将人皈依到人的自然属性和社会属性,如此,也就不难理解引发马克思哲学革命的异化劳动学说。社会生态的维持离不开人和人之间理性的生产方式和生活方式。

研究社会生态,是将形形色色的社会现象、错综复杂的社会关系和流转不



息的社会运动作为研究对象,探讨社会系统与生态系统、社会现象与自然现象、社会因子与生态因子之间的历史联系。诸如社会化大生产的生产、交换、消费、分配,百姓的衣、食、住、行、学、婚、育、病、老等,以及因之所产生的组织、结构、制度、习俗、思想意识,不单纯地被理解为“社会的”,还要从“自然的”、“生态的”角度加以认识,也就不单单被理解为社会的单元或者群体,同时也采用生态学理论加以考察,将它们视作生态单位或子系统。笔者认为 ISO 14000 环境管理体系恰遵从了社会生态地不断衍生、变异,与环境的诸多因素彼此制约、互相影响的进化过程,它属于生态大系统的一个子系统。

“仁者爱人”是儒家独特的道德观,《孟子·尽心》里的“亲亲”、“仁民”、“爱物”,对世界万物的仁爱划分了亲疏,“老吾老,以及人之老;幼吾幼,以及人之幼”。那么公平正义思想则是儒家和谐社会思想的又一个重要内容,无论是“富民”与“均富”论,还是尊老养老、扶贫济弱、赈灾都体现社会保障制度设计的文化渊源。社会中人才、资本、信息、物流各种资源、各种要素合理的配置,既各得其所又各尽所能,达到经济体内部最佳耦合性,那么社会生态达致“和”的秩序,也就是社会生态的平衡。

### 三、小结

因此,社会主义和谐社会,实际上是指以人为主体的、各种利益群体同时并存的发展状态,主张求同存异,可以作为解决社会生态矛盾的方法论。社会生态矛盾在于社会生态中有优势群体和弱势群体,有贫富差距、在社会生活中扮演不同的角色,发挥各自不可替代的作用,这是古人所追求的“和而不同”的相互融洽关系。社会生态的平衡与和谐既是一个价值目标,又是一个现实的政治、经济、文化方面和谐的社会历史目标。

#### 参考文献:

- [1] 马克思. 资本论:第一卷. 北京:人民出版社,1975  
 [2] 霍如涛. 道家和谐思想及其现实意义. 内蒙古农业大学学报,2006(1)

## Human's Double Characters and Ecological Research of Harmonious Society

LI Dong

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** Harmonious society is a dynamic process of ecological balance.



Harmoniousness is full of golden mean. It includes nature logical balance and Society logical balance. Meanwhile, it embodies natural balance as well as harmonious development between human, nature and society, and it embodies unification of human's natural character and social character.

**Key words:** natural character; social character; harmoniousness; ecology

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第4期



### 简评

本文以中共十六大提出的重要思想——构建和谐社会为主题,从马克思主义人的二重性为切入点,从自然属性与社会属性两个角度来寻找当今构建和谐社会的马克思主义思想源泉。

党中央提出:“和谐社会是指民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的社会。”和谐社会,既要强调人与人的和谐,又要达到人与自然的和谐;既要达到内部各阶层之间的和谐,又要争取同世界格局的和谐发展;既要培育各个社会细胞的和谐发展,又要促进宏观社会的和谐发展;既要经济、政治、文化等各子系统内部的和谐,又要形成各子系统之间的和谐关系,使之共同发展。因此,从生态学的角度分析,构建和谐社会,根本上是一个保持社会生态平衡的动态过程。

本文先从人的自然属性分析人与自然的和谐,可以追溯到孟子“天人合一”朴素生态思想。在社会经济发展中,自然因素始终发挥着基础作用。其次,文章扩展到人的社会属性,“自然史和人类史彼此相互制约”,将和谐的道德对象范围从人与自然的领域扩展,例如各利益群体间博弈、弱势群体的权利被剥夺等。

马克思主义生态观为构造中国建设和谐社会指明了方向。我们是社会主义国家,是马克思主义政党,因此,构建和谐社会需要从马克思主义理论中寻找理论源泉。



## 6.7 多媒体课件制作与应用中的不足及对策

金来友

(浙江旅游职业学院,浙江杭州 311231)

**摘要:**现代化校园网的建成为全面深入推行素质教育提供了最优化环



境。但是,现阶段的网络和多媒体教学还处在一个相当初级的水平,存在着诸多亟待改进之处。该文列举了多媒体课件制作及课堂实际应用过程中几个具有代表性的问题,并探讨其解决方案。

关键词:多媒体;多媒体课件;页面设计;资源共享

网络及多媒体技术以其特有的匿名性、流动性、交互性、虚拟性和生动性,不仅迅速改变着人类的生活和信念,也在迅速改变着我们的教育以及千百年来习以为常的教学模式。传统的教学模式已不能适应目前信息社会对培养高素质人才的需求。虽然传统的教学方式有其诸多无法替代的优势,但是这种教学模式使得学生始终处于被灌输的地位,不仅缺少一个主动发现问题、解决问题的学习环境,而且缺乏给学生一个积极探索未知领域和增强创造性能力的机会。网络及多媒体技术在教育教学中的全面应用,必将对转变教学观念、提高教学质量和全面推进素质教育产生积极的影响,也将促进教学方法和教学结构的改革,并促进教学思想和教学理论的发展,为我们探索新的教学模式、教学方法和手段提供机会,给高等职业教育领域的教学管理改革带来前所未有的机遇和挑战。

近几年来,我院以“三个代表”重要思想为指导,认真贯彻落实国务院《关于大力推进职业教育改革和发展的决定》和教育部《关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》,积极进行教育改革,探索现代教育技术下的教育教学模式的改革,以求使学生的素质得到良好的发展。自从1997年学院建立了第一个计算机网络教室以来,学院每年都花费大量资金,投入计算机网络及多媒体教室的建设,截止到2006年4月,学院已有70个配备了高清晰度投影仪的多媒体教室,另有3个全功能的多媒体大教室。特别是学院内所有教室、报告厅都已开通校园网和互联网,并且大多数教师都配备了手提电脑,应该说学院已基本具备网络及多媒体的教学平台,为全面深入推行素质教育提供了良好的物质基础。但是,经过最近几年多媒体教学的实践以及观摩本院其他教师在这方面的探索经验之后,总体感觉到,现阶段的网络和多媒体教学还处在一个相当初级的水平,存在着诸多亟待改进之处。本文列举了多媒体课件制作及课堂实际应用过程中几个具有代表性的问题,并探讨其解决方案。

## 一、关于多媒体资源共享

### 1. 硬件与软件资源共享

在传统的教学模式中,对物质条件的要求相对较低,教师只需根据教学大纲和教材写出教案,再适当准备一些投影片、幻灯片,课堂上只要一支粉笔、一块黑板、一台幻灯机或投影仪即可较圆满地完成规定学时的教学任务。



采用多媒体教学后,教学模式发生了根本的变化,对物质条件的要求大大提高。多媒体播放设备可以一次性投资安装在教室里,但诸如高性能个人计算机、多媒体编制工具软件、获取数字化教学资料所必需的扫描仪、数码相机、数码摄像机,以及便于大容量资料携带的存储设备(如笔记本电脑、移动光盘刻录机)等则是教师在制作课件时所必备的,再加上课件编制所需的人工费、协作费,这将是一笔十分巨大的投资。然而受到目前经济发展水平的限制,绝大多数单位或教师个人所获得的教学经费远远不能满足上述需要。要解决这一矛盾,不仅需要各级领导更新观念,大幅度提高教学投资,而且更需要充分发挥每一位教师的主观能动性,提高自己的计算机应用水平,自己动手,在日常工作中随时注意积累宝贵的教学素材,各部门之间做到硬件和软件资源共享、投资互补,避免重复投资造成资源浪费。

## 2. 人力资源的共享

当前很多多媒体课件制作与应用仍处于“个体化”阶段,其内容设置和制作风格极不统一,课件开发缺乏系统性。虽然采用多媒体教学已有一段时间,但是许多部门存在这样一种现象,即某门课程的教学课件的质量主要取决于担任该课程教学的教师的课件制作水平,各部门之间,甚至同一教研室内的每个教师单枪匹马、各自为政,缺乏必要的分工合作。造成这一现象的原因主要还是受到传统教学模式的影响,仍由该教师完全承担所有的教学任务(包括课件制作)。事实上,大多数任课教师备课时间有限,往往没有充足的时间去收集有关的多媒体教学素材,一些教师在授课前只能临时抱佛脚,制作出的课件常常只是以前投影、幻灯资料或教材的文字在计算机上简单的翻版,不可能达到较高的水平,这一现象在计算机知识比较欠缺的教师身上表现尤为突出。要解决这一矛盾,应该注意以下两个方面。第一,教研室要建立多媒体课件制作的分工合作机制,增加投入力量,指定专人负责,集体配合,收集和整理数字化的多媒体教学素材,建立并完善本专业的教学素材库。这样,在承担教学任务时,任课教师才能把主要精力集中在对大纲和教材内容的领会以及授课形式的合理安排上,切忌将教师变成电脑操作员,把精力浪费在繁琐的收集资料和课件制作过程中去。第二,加强教研室内和教研室之间的广泛交流。虽然不同专业、不同课程的教学内容千变万化,但就编制多媒体课件的过程而言,其制作思路、计算机软件应用方法等有许多共同之处,完全可以相互借鉴、相互提高。

## 二、多媒体课件编制和应用过程中的一些具体问题

多媒体教学发展时间短,现阶段所开发的多媒体课件尚处于初级阶段,不可避免地存在众多不尽如人意之处。以下几个方面值得广大教学人员重视。



### 1. 对传统教学基本功的冷漠和忽视

现在很多教室上课有高度清晰的投影器,网络教学又有生动的画面和标准的普通话解释及优美动听的音乐,表面看来,教师的传统教学基本功好像基本上没有用场了。因此,课堂教学中过分依赖投影,忽视板书应用的现象甚为普遍。对于在采用多媒体教学时是否还需要保留板书的问题,目前还有一些争议。本人认为,教师在课堂教学中起着主导作用,其丰富的学识、抑扬顿挫的语言表现艺术、对多媒体课件和板书等教学手段的应用技巧、甚至其个人的人格魅力等都是其圆满完成教学任务的必要条件。多媒体投影作为教学辅助手段之一,无论在形式上还是在功能上也有其自身的局限性,并非万能和完美无缺的。事实上,计算机并不能取代教师进行教学,机器终究不是人,人是有感情的,机器没有。而教学中的感情教育这一课,却绝不是可有可无的。所以,即使美、日等发达国家,至今也未敢取消学校和教师而代之以冷冰冰的计算机。很多教育环节,仍然需要靠我们教师去“说”,去“做”,去“画”,去“演”,传统的教学基本功是教育教学中不可缺少的教学手段。

### 2. 如何提高教学课件的制作水平

制作一个多媒体课件首先要选好课题,因为并非所有的教学内容都适合或都需要运用多媒体技术。一些简单的教学内容,学生容易接受,可以不使用课件。一些使用实物、挂图、模型可以讲解清楚的内容,应尽量使用实物、挂图、模型。只有对那些复杂抽象,很难讲清楚,而使用录像、电影又不能调动其运动的前后顺序或控制其变化速度甚至更改显示画面的教学内容,利用多媒体辅助教学,以交互式功能形象、直观、生动地展现给学生,这样重点、难点才能突破,才能使学生在积累大量的感性材料基础上逐渐形成正确的知识点,从而取得较好的教学效果。

一般来说,多媒体课件题材的选取,要从教学实际出发,结合学科特点,根据教学内容来确定。要把握好以下几个原则。

#### (1) 需要性原则

要确保所选课题是当前教学或学生学习所急需的,这样制作的课件才会有放矢。要做到这一点,必须熟悉教学内容和教学媒体,了解学生心理。从而使你所制作的课件在教学中发挥的作用比其他手段所达不到的,并对突破教学中的难点、重点有明显的作。

#### (2) 科学性原则

课件所展示的内容,必须符合教学大纲和教材,必须以先进的教育理论作指导,以学生为教学活动的主体,要符合认知心理学的原理。要在准确反映现行教材内容的基础上,扩大其知识面,将最新的科学研究成果在课件中反映出来,从而把最新的信息传递给学生。使课件既高于教材,又不脱离教材,并且能



深入浅出。同时,要体现计算机交互性的优势,突破传统教学模式的束缚。

### (3) 创新性原则

首先,选题要有创新性。创新表现在多方面例如概念和理论的创新,创作手法上的创新,技术手段的创新,以及教学模式和学习模式的创新。总之,在选题时,对于含有较多创新成分的课题应优先考虑,要避免利用多媒体课件做“黑板搬家”,或“书本搬家”的工作。

其次要重视课件的页面设计。一个好的课件应该使学习者感觉新颖、印象深刻、使用方便,这些可以用课件的页面设计来实现。课件设计者在进行页面设计时,对页面上出现的各种视觉信息(文本、图像、动画)以及声音应做出既符合教材要求,又突出多媒体特征的设置。为此,可以从下面几方面来进行页面设计。第一,为了突出重点,便于发挥人机交互的作用,把教学内容放在屏幕最显著的位置,而把操作信息放在屏幕的最下面一行。第二,为了突出重点,屏幕上通常一次只呈现一个概念,然后清屏。每次清屏时,最好设置一个“继续”按钮,便于学习者自己控制进度。第三,屏幕上应充分显示有关下一步操作的提示信息并为屏幕按钮提供必要的使用说明。第四,为使课件在整体上保持风格的统一,整个课件通常采用一个背景,只是在某些细部为说明某一特定概念而采用不同的背景。背景亦采用中间色,以便于与其他颜色搭配。这样学生看屏幕感觉自然,注意力放在屏幕教学内容上而不是分散注意力去看屏幕各种花样。

当然,不同的教学内容自然应该采取不同的表现形式,不可一概而论。只有充实的内容与完美的外在形式的有机结合,才能真正达到传授知识、调动学生积极性、改善教学环境的目的。

#### 参考文献:

- [1] 席琳琳. 网络及多媒体技术影响下的高职教学. <http://www.tech.net.cn/>, 2005-4-20
- [2] 倪武, 缪晓辉, 王俊学. 论当前多媒体教学应用过程中的不足及对策. <http://www.ahedu.cn/manage/display.asp?CataID=133&id=11409>, 2005-04-27

## The Insufficiency and Countermeasure in Multimedia Courseware Manufacture and Application

JIN Lai-you

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

**Abstract:** Modernized campus net completion has provided the optimized



environment for the comprehensive thorough carrying out education for all-around development. But, the present stage network and the multimedia teaching also occupy a quite primary level, and exist many urgently await place of the improvement. This paper shows a several examples of the representative questions in multimedia courseware manufacture and classroom practical application process and discusses its solutions.

**Key words:** multimedia; multimedia courseware; page design; resources sharing

原载《浙江旅游职业学院学报》2006年第4期




### 简评

随着计算机的普及和互联网的出现,计算机教学手段已在各高校乃至中、小学普遍采用,特别是多媒体教学、网络教学更是引起众多高校的重视,甚至有些学校硬性规定教师必须使用多媒体教学课件上课,而忽视了其他传统教学手段和方法的使用,改变传统的教学模式已是大势所趋。本文根据所在教学单位,结合当前网络及多媒体教学发展中遇到的一些情况进行分析,指出了多媒体教学的优势与不足、传统教学手段存在的必要性等。提出要转变教学观念、采用多媒体教学和传统教学的有机结合,把计算机技术融于传统教学之中,以实现传统教学的电子化,并提供了实施方案和技术手段。这有助于网络及多媒体技术在教育教学中的全面应用,提高教学质量和全面推进素质教育。

文章内容具有实际操作指导意义。全文结构合理,思路清晰,层次分明,言简意赅,也是一篇既规范又具有一定学术价值的论文。





## 附录 1

# 旅游专业毕业论文参考选题

### 一、酒店管理专业

#### 1. 饭店业现状及发展趋势研究

- ① 论饭店集团的成长策略
- ② 中国经济型酒店发展存在的问题及对策研究
- ③ 浅析我国国有饭店的现状与发展趋势
- ④ 浅析我国产权式酒店的发展
- ⑤ 饭店业持续发展的战略思考
- ⑥ 浅析饭店品牌发展战略
- ⑦ 经济全球化对我国饭店业发展影响

#### 2. 饭店管理模式研究

- ① 中外星级酒店管理模式比较
- ② 论信息化在饭店业管理中的作用
- ③ 浅谈饭店业核心能力的培育
- ④ 浅谈现代酒店营销策略
- ⑤ 饭店文化营销方式探讨
- ⑥ 现代绿色饭店的基本标准和管理研究
- ⑦ 浅谈饭店全面质量管理
- ⑧ 饭店文化对员工行为的影响探讨

#### 3. 饭店服务模式研究

- ① 饭店服务质量与宾客满意度影响因素分析
- ② 谈员工服务意识与饭店竞争力提高之间的关系
- ③ 饭店服务人员个人能力培养途径分析



- ④ 浅谈形体语言在饭店服务中的运用
- ⑤ 饭店个性化服务之我见
- ⑥ 试论客人投诉的处理和饭店形象的树立
- 4. 饭店客房管理研究
  - ① 浅谈主题客房的设计
  - ② 浅谈饭店客房定制化服务
  - ③ 论绿色客房的能源控制
  - ④ 以人为本的设计理念在现代客房产品中的体现
  - ⑤ 饭店客房装饰创新探析
  - ⑥ 论客房服务质量控制
  - ⑦ 酒店安全技术探讨
  - ⑧ 饭店危机管理系统与预防对策
- 5. 餐饮管理研究
  - ① 体验经济与酒店餐饮的发展研究
  - ② 我国主题餐厅发展趋势研究
  - ③ 论饭店餐饮大众化经营趋势分析
  - ④ 地方餐饮发展现状及其成功秘诀
  - ⑤ 酒店餐饮管理中的个性化服务
  - ⑥ 提高星级酒店餐饮经营竞争力初探
  - ⑦ 酒店餐饮产品营销策略
  - ⑧ 餐饮顾客忠诚管理策略研究
  - ⑨ 论娱乐与餐饮经营的结合
- 6. 饭店前厅管理研究
  - ① 饭店前厅优质对客服务探析
  - ② 前厅部大堂设计浅谈
  - ③ 前厅部实习生管理浅谈
  - ④ 前厅培训模式的探讨

## 二、人力资源管理专业

- 1. 培训
  - ① 酒店员工一对一培训
  - ② 酒店员工外语培训
  - ③ 酒店员工的培训方法
  - ④ 浅析饭店前厅培训的重要性
  - ⑤ 浅析饭店员工招聘应注意的问题



- ⑥ 浅析如何留住饭店一线服务人员
- ⑦ 酒店员工的创新能力培养
- 2. 激励
  - ① 减少饭店员工流失的策略
  - ② 浅析如何用薪酬福利留住员工
  - ③ 浅析如何用薪酬福利激励员工
  - ④ 浅析如何提高实习生的工作积极性
  - ⑤ 旅游企业员工绩效评估要素分析
  - ⑥ 旅游企业人性化管理的重点和难点
  - ⑦ 旅游酒店人才流失现象透析及解决措施
  - ⑧ 怎样的激励最有效——谈酒店企业激励机制的建设
  - ⑨ 论酒店人际关系对员工工作绩效的影响
- 3. 员工素质
  - ① 酒店各部门优秀员工的素质和特征分析
  - ② 从酒店招聘实习生条件的变更看当前酒店的用人标准的变化
  - ③ 酒店员工情绪劳动
  - ④ 酒店员工工作倦怠
  - ⑤ 酒店员工情绪智力
  - ⑥ 心理测量与酒店员工招聘
  - ⑦ 如何提高旅游从业人员的服务素质
  - ⑧ 旅游管理人才开发现状透析
- 4. 综合
  - ① 饭店员工管理存在的问题及对策
  - ② 地方旅游人力资源供求现状分析
  - ③ 高校旅游人才培养存在的问题及其对策
  - ④ 实习过程的心理变化
  - ⑤ 学习型组织与酒店管理

### 三、会计专业

- 1. 会计方向
  - ① 企业会计信息失真的原因分析及治理对策
  - ② 会计职业道德建设之我见
  - ③ 浅议代理记账
  - ④ 浅谈抵债资产的管理问题
  - ⑤ 财务会计报告应披露的信息探讨



## 2. 财务管理方向

- ① 中小企业融资问题探讨
- ② 企业应收账款管理中存在问题与对策
- ③ 浅议货币资金的内部控制
- ④ 浅谈企业的偿债能力
- ⑤ 浅析企业成本管理
- ⑥ 浅析企业降低成本的途径
- ⑦ 企业资金短缺的原因及对策
- ⑧ 浅议应收账款的事前控制

## 3. 审计与税收方向

- ① 审计风险的成因分析及防范措施
- ② 浅议内部审计质量控制
- ③ 会计中的重要性及审计中的重要性的比较
- ④ 论审计风险的成因及其防控措施
- ⑤ 企业税收筹划初探
- ⑥ 中小企业发展与税收政策浅议
- ⑦ 电子商务对税收的影响及对策分析

## 四、旅行社经营管理专业

### 1. 旅行社经营管理

- ① 旅行社经营中存在的问题及其发展对策的思考
- ② 入世后旅行社面临的机遇和挑战
- ③ 旅游企业人性化服务的思考
- ④ 对构建旅行社服务质量管理体系的探讨
- ⑤ 旅行社信用危机及对策分析

### 2. 旅行社人力资源管理

- ① 旅行社员工激励机制探讨
- ② 评述《浙江省导游人员管理办法》
- ③ 旅行社企业文化建设的探索
- ④ 旅行社人才流失及对策分析

### 3. 旅游政策与法规

- ① 旅游合同的解释
- ② 建设旅游强省的法治环境探析
- ③ 西湖风景名胜区的法治实证分析
- ④ 完善旅游强省的法制建设



#### 4. 旅行社电子商务

- ① 旅行社基于互联网的虚拟联盟模式研究
- ② 旅游门户网站与中小旅行社网上采购
- ③ 信息化与旅行社经营方式转变
- ④ 旅行社基于互联网的产品设计与营销
- ⑤ 互联网环境下旅行社客户关系管理初探

#### 5. 旅行社产品设计与市场营销

- ① 论旅行社客源市场的细分
- ② 论个性化旅行社产品的设计
- ③ 论旅行社的品牌形象营销
- ④ 论旅行社的媒体公关策略
- ⑤ 论中小旅行社的客户关系管理策略

### 五、导游专业

#### 1. 导游类

- ① 论导游讲解的技巧和语言艺术
- ② 华东线导游的沿途讲解技巧
- ③ 导游风格及导游技能技巧研究
- ④ 培养导游员综合能力的思考
- ⑤ 地方导游队伍现状分析
- ⑥ 导游人员应具备的心理素质分析
- ⑦ 我国当前导游激励机制的偏差及对策
- ⑧ 我国实行导游小费制的可行性报告
- ⑨ 导游专业毕业生职业去向调查

#### 2. 旅游业及旅游市场类

- ① 提升杭州旅游形象的思考
- ② 论旅游行业中女性从业者的优势和劣势
- ③ 论个性化旅游产品的设计
- ④ 旅游投诉剖析
- ⑤ 杭州旅游定位探讨
- ⑥ 新型旅游方式的研究
- ⑦ 钱江时代杭州旅游发展思考
- ⑧ 现代旅游发展趋势与导游应对
- ⑨ 浅谈地方旅游客源市场
- ⑩ 华东旅游客源市场分析



- ⑪ 地方(以某省为例)出境旅游市场分析
- ⑫ 浅谈地方(以某城市为例)散客旅游市场
- ⑬ 地方(以某省为例)国际旅游市场分析
- ⑭ 地方(以某省为例)国内旅游市场分析
- ⑮ 地方(以某省为例)日本(韩国)客源市场分析
- ⑯ 旅游人才市场的开发管理
- ⑰ 试析旅行社的市场细分与市场定位
- 3. 旅游法规类
  - ① 浅论建设旅游强省与省级行政区旅游立法现状及其趋势
  - ② 中国旅游立法现状及其发展趋势初探
  - ③ 旅游合同的违约责任承担实务研究
  - ④ 旅游广告的法律实务研究
  - ⑤ 论旅游者的权利及其法律保护
  - ⑥ 旅游合同纠纷解决实务研究
  - ⑦ 试论旅游市场的法律规范
- 4. 旅游文化类
  - ① 旅游业的社会弊端及其治理
  - ② 论旅游对接待地的社会文化影响
  - ③ 佛教与地方(以某地为例)旅游文化
  - ④ 旅游文化与文化旅游研究
  - ⑤ 杭州爱情故事传说与爱情之都的形成
  - ⑥ 杭州人文地理与天堂之都的关系
  - ⑦ 论历史英雄人物对地方(以某地为例)旅游的促进作用
  - ⑧ 论茶文化与浙江旅游经济
  - ⑨ 论荷花文化与杭州旅游环境
  - ⑩ 论《徐霞客游记》在中国古代旅游史上的地位和意义
  - ⑪ 旅游业文化产品的开发与研究——以……为例
  - ⑫ 试论山水文化对区域旅游的影响——以……为例
  - ⑬ 自然旅游资源和人文旅游资源对地方(以某省为例)旅游经济贡献率

比较

## 六、计算机信息管理专业

- 1. 系统设计方向
  - ① 导游管理系统设计开发
  - ② 旅行社管理信息系统的设计



- ③ 基于全景技术的网上校园展示系统设计
- ④ 基于 Web 的信息发布系统的设计
- ⑤ 基于 Flash 技术的网站开发
- ⑥ 基于 Flash 的 RIA 开发
- 2. 电子商务及旅游信息化方向
  - ① 电子商务建站技术探讨
  - ② 旅行社网络营销方案设计
  - ③ 旅游电子商务需求及发展模式探析
  - ④ 中小旅游企业电子商务应用分析
  - ⑤ 计算机网络在现代旅行社的应用
  - ⑥ 我国旅行社信息技术应用现状与发展前景分析
  - ⑦ 基于互联网的旅游体验营销
  - ⑧ JIT 与旅行社信息化
- 3. 计算机应用及维护方向
  - ① W3C 标准在网页制作中的应用
  - ② Windows 2000 Server 在局域网中的应用
  - ③ 蠕虫病毒的原理与防御
  - ④ 网络多媒体技术及在教学应用中的分析
  - ⑤ 计算机病毒的识别及防御
  - ⑥ 对传统网站过渡到 W3C 标准的分析
  - ⑦ 软件测试方法和工具的选择

## 七、景区开发与管理专业

- 1. 服务管理方向
  - ① 游客行为对景区管理的影响及对策
  - ② 景区游客行为引导与管理方法
  - ③ 某景区旅游者行为的调查分析
  - ④ 某景区旅游者满意度的调查分析
  - ⑤ 旅游景区服务质量调查
  - ⑥ 旅游信息服务状况调查
  - ⑦ 地方(以某地为例)旅游景区人才需求预测
  - ⑧ 旅游景区服务人员流动现状、原因及对策分析
  - ⑨ 景点导游技巧
  - ⑩ 某景区解说系统建设



2. 营销策划方向
  - ① 景区事件营销策略
  - ② 景区网络营销分析
  - ③ 某景区形象策划
  - ④ 某景区节事活动设计
3. 规划开发方向
  - ① 某景区的旅游资源评价
  - ② 某景区规划的实证分析
  - ③ 某景区开发的实证分析
  - ④ 旅游目的地休闲度假市场分析与产品开发
  - ⑤ 某景区配套服务设施的布局与建设
4. 旅游景观及生态类
  - ① 自然景观与人文景观吸引力比较
  - ② 古建筑精神功能分析
  - ③ 论古典园林的意境体验
  - ④ 论地貌景观的旅游价值
  - ⑤ 地方生态旅游发展研究(以某国家森林公园为例)
  - ⑥ 生态旅游地对旅游者生态环境教育问题调查(以某生态旅游地为例)

## 八、会展策划与管理

1. 会展策划与管理方向
  - ① 参展商对展览会的满意度调查研究——以某一展会为例
  - ② 浅析我国展会现场服务的不足与对策
  - ③ 论信息化手段在展会现场的运用
  - ④ 浅议专业观众质量——展会成功的保证
  - ⑤ 试析如何提高中小企业的参展成效
  - ⑥ 试析如何量化参展商的参展效果
  - ⑦ 从展馆经营透视地方(以某地为例)展览业发展
  - ⑧ 大型会展中的活动策划模式研究
  - ⑨ 杭州发展会展经济的优势、劣势和对策研究(参照 SWOT 分析)
  - ⑩ 论会展 CI 策划与品牌管理
  - ⑪ 旅行社开发会展旅游市场初探——以杭州某旅行社为例
  - ⑫ 地方(以某地为例)会展旅游的发展潜力分析
  - ⑬ 节事旅游市场化运作研究——以上海旅游节为例
  - ⑭ 论参展商参展需求调查研究——以某城市节庆为例

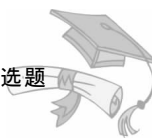




- ⑮ 论旅游节庆的策划和市场化运作
- 2. 会展营销、休闲方向
  - ① 杭州茶文化休闲的主要特征以及发展趋势研究
  - ② 试析如何运用心理知觉做好展会市场营销
  - ③ 会议营销的策略分析——以某大型会议为例
  - ④ 浅谈参展商的展会营销策略
  - ⑤ 试析如何提高展览公司招商招展成效
  - ⑥ 试论休闲元素在会展策划中的应用——以某项会展活动为例
- 3. 会展服务、展台设计方向
  - ① 浅析如何吸引和组织专业观众
  - ② 浅谈会展的服务功能
  - ③ 浅谈展会现场如何做好展商服务
  - ④ 论信息技术在会展中的应用
  - ⑤ 会展中的眼球经济——小议会展设计
  - ⑥ 论中小参展企业展台布置的误区
  - ⑦ 浅议展台设计成功的标准
  - ⑧ 浅议如何做好国际会议的接待
  - ⑨ 会展服务创新的四维度模型分析

## 九、旅游英语专业

- 1. 语言学与跨文化交际
  - ① Importance of Meaning Group in Translation
  - ② Fuzzy Words and Their Uses in Human Communication
  - ③ Cultural Difference and Reading Comprehension
  - ④ Some Basic Considerations of Style
  - ⑤ English Proverbs/Idioms/and English Culture
  - ⑥ English by Newspaper
  - ⑦ An Intercultural Approach to English Learning
  - ⑧ The World of the 21st Century; Where to Go?
  - ⑨ Culture Conflicts and International Politics
  - ⑩ Clash of Cultural Values; the East and West
- 2. 翻译
  - ① Points on Translating Advertisement
  - ② On Translation of Traveling Information
  - ③ On Interpretation



- ④ On English Column's Name
- ⑤ Theory and Practice of Descriptive Translation Studies
- ⑥ Literary Translation and Skills
- ⑦ On the Functional Approach to Translation
- ⑧ Translation of Idioms
- ⑨ Translation of New Words
- ⑩ The Translation of Puns
- ⑪ The Translation of Long Sentence

### 3. 文学

- ① The Waste Land and the Bible
- ② Money and Marriage in "Pride and Prejudice"
- ③ Newspaper Reading Strategies
- ④ Analysis of the Characteristic of Jane Eyre
- ⑤ Shylock; A Complicated Character
- ⑥ On Byron's Poem "She Walks in Beauty"
- ⑦ A Comment on Vanity Fair
- ⑧ Henry Lawson and His Bushman
- ⑨ Patrick White's Contribution to Australian Literature

### 4. 外语教与学

- ① How to Improve Your Reading Skills
- ② An Intercultural Approach to English Learning
- ③ The Application of the Theory of Conversation Implication
- ④ The Interference of Native Language in English Writing or Translation
- ⑤ Lexical Memories in English Study
- ⑥ A Comparative Study of Listening Comprehension and Spoken English Learning Strategies.
- ⑦ Contexts and Reading Comprehension
- ⑧ Improvement of Listening Comprehension Ability
- ⑨ A Comparative Study of Euphemisms
- ⑩ The Art of Teaching Spoken English

## 十、旅游日语专业

- ① 日本企業の集団意識
- ② 日本の文化——和服
- ③ 日本の温泉文化



- ④ ビジネスマナーから見る日本文化
- ⑤ 食事マナーからみる中日文化の違い
- ⑥ 話し言葉の男女差
- ⑦ 話し言葉における「ね」と「よ」の使い方
- ⑧ 杭州と日本の文化交流
- ⑨ 日本の観光客が見た杭州の呼物——特色街について
- ⑩ 日本のガール文化
- ⑪ 日本旅館サービスの経営管理について
- ⑫ 日本の高齢化と少子化
- ⑬ 駅弁の歴史
- ⑭ 長寿国のお年寄り
- ⑮ 日本語の曖昧さ
- ⑯ 日本の熟年離婚
- ⑰ 中国における日系企業の状況
- ⑱ 歴史の雲を拭いて——中日関係を見る
- ⑲ 日本でのいじめについて
- ⑳ 言語と人間関係

## 十一、表演艺术专业

- ① 旅游景点艺术团市场化运作调查研究
- ② 酒店的音乐文化研究
- ③ 景区大型歌舞剧调查研究
- ④ 音乐艺术在构建和谐校园文化建设中的作用
- ⑤ 基督教对西方音乐发展的影响
- ⑥ 欧洲歌剧中的人文精神
- ⑦ 德奥艺术歌曲的历史演变
- ⑧ 中国古代声乐的发展与音乐文化的关系
- ⑨ 中国传统音乐文化中的儒家精神
- ⑩ 谈“五四”时期中国艺术歌曲的创作与演唱风格
- ⑪ 论音乐与情感的关系
- ⑫ 声乐教学中的语言艺术初探
- ⑬ 歌唱风格与音色定位
- ⑭ 作曲家作品音乐分析
- ⑮ 同题材/体裁不同作曲家作品比较研究
- ⑯ 作品鉴赏中的审美评价



- ⑰ 论音乐与情感
- ⑱ 歌唱心理状态的重要性
- ⑲ 试论歌曲演唱的二度创作
- ⑳ 论噪音的保护
- ㉑ 谈声乐理论课对声乐教学的重要性
- ㉒ 声乐教学之初探
- ㉓ 呼吸在民族声乐演唱中的运用
- ㉔ 论现代声乐教学中的师生关系
- ㉕ 舞蹈教育的审美功能
- ㉖ 试论音乐对舞蹈的重要性
- ㉗ 舞蹈教育体现在素质教育中的重要作用
- ㉘ 我国民间舞蹈的特征及与旅游的关系
- ㉙ 浅谈中国舞蹈的传统审美倾向
- ㉚ 舞蹈文化与相关艺术之间的相互震荡
- ㉛ 原生态舞蹈艺术的挖掘与发展
- ㉜ “呼吸”赋予舞蹈的勃勃生机
- ㉝ 舞蹈在大众中的推广与普及
- ㉞ 中西方舞蹈教育之比较
- ㉟ 浅谈钢琴音乐形象的训练
- ㊱ 克服钢琴弹奏时手指的常见问题
- ㊲ 学生在钢琴练习时特别应该重视的问题
- ㊳ 浅谈中学生如何坚持学钢琴
- ㊴ 浅谈儿童钢琴的启蒙教学
- ㊵ 浅谈成人钢琴教学对策
- ㊶ 谈钢琴教学中的重要练琴方法
- ㊷ 论钢琴演奏与伴奏能力的平衡发展
- ㊸ 谈开设钢琴赏析课的重要性
- ㊹ 关于提高高职院校学生钢琴水平的思考
- ㊺ 钢琴教学与学生心理素质培养相结合的重要性
- ㊻ 浅议歌唱技能与情感表现的关系
- ㊼ 流行演唱方法与其他演唱方法的区别
- ㊽ 浅谈舞台表现力在歌唱中的作用

## 十二、旅游工艺品设计与制作专业

- ① 谈旅游工艺品的特色



- ② 谈陶艺(或木雕工艺品)的审美价值和特点
- ③ 谈陶艺(或木雕工艺品)创作中的图式研究
- ④ 谈旅游工艺品的设计特点以及设计思路的拓宽
- ⑤ 谈陶艺(或木雕工艺品)的制作特点
- ⑥ 谈中国传统文化在旅游工艺品中的重要性
- ⑦ 谈休闲文化中的旅游工艺品的运用
- ⑧ 初探中国吉祥文化在旅游工艺品中的运用
- ⑨ 谈现代旅游工艺品设计的新亮点
- ⑩ 中国绘画在陶瓷工艺品中的运用与研究
- ⑪ 旅游工艺品材料的探索与研究
- ⑫ 旅游工艺品艺术赏析
- ⑬ 中国绘画的笔墨内涵与时代性
- ⑭ 旅游工艺品的设计专业特殊性简析
- ⑮ 壁画创作中的图式研究
- ⑯ 商业文化中的壁画研究
- ⑰ 谈旅游工艺品的地域性的文化倾向
- ⑱ 传统木雕纹样的流变研究
- ⑲ 对杭州旅游工艺品市场中的陶艺、或木雕的市场调研
- ⑳ 陶艺图案流变的探讨与研究



## 旅游专业学生毕业论文手册

系 院 \_\_\_\_\_  
专 业 \_\_\_\_\_  
班 级 \_\_\_\_\_  
学 生 \_\_\_\_\_  
指导教师 \_\_\_\_\_

序号	名 称	数量	备注
1	毕业论文任务书	1	
2	毕业论文开题报告(文献综述)	1	
3	毕业论文答辩资格审查表	1	
4	毕业论文答辩记录	1	
5	毕业论文评分参考标准	1	
6	毕业论文成绩评定表及评语	1	
7	毕业论文正文格式图	1	



## 1. 毕业论文任务书

专业 \_\_\_\_\_ 班级 \_\_\_\_\_ 学生姓名 \_\_\_\_\_

一、论文选题方向:(请按专业方向名称填,如酒店管理) \_\_\_\_\_

二、主要参考资料

\_\_\_\_\_

三、论文的主要内容:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

四、毕业论文进度安排:

\_\_\_\_\_

五、毕业论文工作期限:

任务书发给日期

论文工作自

学 生 \_\_\_\_\_

指导教师 \_\_\_\_\_

系 主 任 \_\_\_\_\_

注:1. 指导教师填写,任务下达人为指导教师,指导教师和接受任务的学生均应签字。

2. 此任务书最迟必须在学生毕业论文开始前下达给学生。



## 2. 毕业论文开题报告

题目名称 \_\_\_\_\_

开题日期 \_\_\_\_\_

主要内容：一、文献综述(国内外研究现状、存在的主要问题、参考文献)

二、论文方案的拟定(写作提纲)

三、写作计划的安排

(开题报告要求字数 1 000 字以上,统一用 A4 纸打印。)

格式图如下:

一、\* \* \* \* \* 论文文献综述

\* \* 班      姓名      学号

宋体五号上下各空一行

宋体小四号加粗

(一) 国内外研究的历史与现状

正文

宋体小四号行间距  
为单倍行间距

(二) 存在的问题

正文

(三) 参考文献(不少于 5 篇)

二、论文的主要内容(提纲)





正文

三、写作计划的安排：

正文

导师意见：

签名：



### 3. 毕业论文答辩资格审查表

(指导教师填写)

规范 检 查	论文完成情况	完成		未完成		论文字数	
	开题报告(800字以上)	有		无		字数	
	外文资料翻译(1篇以上)	有		无		篇数	
	中、英文摘要	有		无			
	参考文献(5篇以上)	篇数					

指导教师意见(说明论文及相关材料完成情况,是否可进行答辩):

指导教师签名:  
时间:





## 5. 毕业论文评分参考标准

### 一、优秀

1. 能正确运用所学基本理论、基本知识、基本技能,很好地独立完成毕业论文课题所规定的各项任务,表现出较强的分析问题和解决问题的能力,且在观点上有所创新。

2. 毕业论文选题精当,观点正确,论证严密,计算精确,条理清晰,语句通顺,书写工整。

3. 答辩时,表达能力强,阐释概念清楚,能正确流利地回答有关问题。

### 二、良好

1. 能综合运用所学基本理论、基本知识、基本技能,较好地独立完成毕业论文课题所规定的各项任务,具有较好地运用所学知识分析问题和解决问题的能力。

2. 毕业论文理论分析和计算正确,图文清晰、完整。

3. 答辩时,概念清楚,基本上能正确回答有关问题。

### 三、中等

1. 能运用所学基本理论、基本知识、基本技能,在教师指导下完成毕业论文课题中的实际问题。

2. 毕业论文理论分析和计算基本正确,图文清晰、完整。

3. 答辩时,基本上能回答有关问题。

### 四、及格

1. 基本上能运用所学基本理论、基本知识、基本技能,在教师指导下,基本完成毕业论文所规定任务。

2. 毕业论文理论分析与计算基本正确,但在某些方面存在非原则性错误,图文表述质量一般。

3. 答辩时,基本上能回答有关问题,但不够完整准确。

### 五、不及格

1. 没有掌握必需的基本理论和技术知识,未能达到毕业论文所规定的最低要求,分析和解决实际问题的能力弱。

2. 毕业论文有原则性错误,图文等不全或不符合要求。

3. 答辩质询时概念不清,不能回答主要问题。

4. 毕业论文实践性教学环节缺席 1/3 时间者。

5. 毕业论文发生抄袭或弄虚作假者。



## 6. 毕业论文成绩评定表及评语

<p>评阅意见(包括选题的意义,资料收集或实验方法、数据处理等方面的能力,论证或实验是否合理,主要观点或结果是否正确,有何独到的见解或新的方法,基础理论、专业知识的掌握及写作水平等):</p>	<p>成绩: 指导教师签名: 时间:</p>
<p>答辩意见:</p>	<p>成绩: 答辩负责人签名: 时间:</p>
<p>系部审核意见:</p>	<p>负责人签名: (公章) 时间:</p>





(Chun'an and Lin'an), makes an analysis of the institutional changes of county tourism economy after China implemented the policy of reform and opening to the outside world. It elaborates the elements that influence institutional changes and innovation of tourism economy of counties and points out the sense of urgency and necessity of the institutional changes and innovation of tourism economy of counties.

**Key words:** institutional change; institutional innovation; county; tourism economy

Times New  
Roman 五号



## 后记

完成最后一页书稿正值农历 2006 年的除夕,窗外一片爆竹声。忙碌了一年的身心与这本书一起在此刻放了下来,体验到了一种轻松、愉悦,和享受收获的满足。

近年来我和同事们十分关注学生的毕业论文工作,在指导学生论文和具体教学管理中,我们遇到了许多困惑:目前对毕业论文指导工作普遍不够重视,特别是高职高专院校对毕业论文的认识、理解和研究都不够深入。本书希望唤起高职高专院校重视毕业论文指导工作;探讨一些毕业论文中常见的问题;着重介绍旅游类专业毕业论文写作的方法与规程,并提供大量相关专业的论文,每篇论文都附了简评,为学习者创造一个良好的学习情景。本书提供了一个较完备的毕业论文学习与写作程序,对旅游类专业的毕业论文写作具有切实的指导意义。总之,编纂此书就是想和大家一起探讨、研究并解决在高职高专学生毕业论文写作各环节中的一些困惑。

在写作过程中主要做了几件事:

首先,明确毕业论文的目的和意义。高职学生的毕业论文主要是学习、训练和了解论文写作过程,学习信息资料的收集、分类、利用,培养学生的总结、归纳、分析问题的能力,培养对科学研究的兴趣与方法,不片面追求论文的难度、深度、广度。高职学生的毕业论文应有自身的特点。主要体现在:解决实际问题、重在实践环节、训练基本能力和培养科学研究的兴趣。重视毕业论文的学习过程并能最终完成一篇高质量的毕业论文,往往会使一个人终生受益。

其次,试图规范毕业论文写作方法和探索毕业论文写作规律。在第 1、2 章讨论了毕业论文的性质、分类、功能、选题、选材、语言与文体、结构要件以及书写规范等。我们还选择了旅游类主要专业学生论文的参考选题,这些专业均来自教育部《普通高等学校高职高专教育指导性专业目录(试行)》。我们认为严





谨的科学态度、踏实的工作作风、良好的写作习惯是毕业论文学习的重要方面。

最后,选定范文。本书的范文主要选自《浙江旅游职业学院学报》和一部分已经公开发表的论文。虽然论文的作者都是浙江旅游职业学院的教师,但他们论文涉及的面是较广的,质量基本上是有保障的,而且文体丰富,文字简洁流畅,细细读来,师生们都会有所收获。我们以为本书的关键是让学生掌握毕业论文写作的方法,所以范文是很重要的。

本书由王昆欣教授、汪亚明教授主编,大致的分工是:绪言、后记(王昆欣);第1章(李成军);第2章(汪亚明);其余四章由陈宝珠、张建融、周国忠、金来友、戴桂宝、袁智敏等近40位教师提供选文并撰写简评。王昆欣负责对全书进行统稿、修改和定稿。汪亚明负责范文的选择和简评的整理等。李成军整理了毕业论文参考选题。显然,这本书汇集了许多老师智慧和劳动的成果,我们对此深表感谢。

本书编写工作得到了浙江旅游职业学院领导和同事们的帮助,特别是学报编辑部和教务处的同志们做了大量工作;得到了清华大学出版社高职高专教材事业部的支持和帮助。在此谨向所有为本书付梓做出贡献的同志表示感谢。

当本书搁笔的时候,离我完成绪言的时间正好二周年。2005年早春我们就开始了这本书的构思,教务处处长汪亚明教授布置给我的任务就是写一篇绪言,于是我认真地学习、思考,并早早地完成了任务。转眼两年流逝,但我们没有停止对毕业论文的关注,这期间我们进一步规范了毕业论文的指导和写作工作,不断探索旅游类专业毕业论文的选题、特点,范文的选择也不断地调整。终于在清华大学出版社的帮助下完成了本书。

让我们携手为中国高职高专旅游教育事业努力工作!

王昆欣

2007年春节于浙江旅游职业学院芳草地