

# 中国旅游发展笔谈

## ——旅游智库建设的国际比较(一)

本期主持人:戴斌 中国旅游研究院院长,教授

党的十八届五中全会提出五大发展理念,创新是第一大理念。支撑创新发展需要多方面的努力,其中智库建设是重要的一环。对于我国旅游业来说,经过改革开放30多年以来的发展,已经建成世界旅游大国,正在向世界旅游强国迈进,创新对于产业发展的引领作用更加突出,对于旅游智库的诉求也更加迫切。中国旅游智库建设既要根植中国实践,突出中国特色,同时也要借鉴国际经验,和国际智库接轨。2016年是“十三五”开局之年,《旅游学刊》选择以“旅游智库建设的国际比较”作为开年一二期的笔谈主题,正是希望通过讨论推动中国旅游智库建设,进而促进中国旅游业科学发展、提质增效。和其他智库一样,旅游智库也可以分为专门的科研院所、政府研究机构、高校研究机构、企业研究机构等不同类型。和其他智库相比,旅游智库具有更加突出的综合性、实践性等特点。为反映不同类型智库的诉求,特意邀请来自国内外不同类型智库的专家撰写笔谈,就旅游智库建设的国际比较各抒己见,共同为推动中国旅游智库建设献计献策。一个初步的共识是,旅游智库建设应该坚持问题导向,整合各方力量,优化人才机制,提高研究深度,服务产业发展。

- 戴斌 一流智库必须有一流的学术思想
- 肖洪根 智囊/智库、科技咨询与旅游科学发展
- 厉新建,胡晓芬 旅游智库建设的二元融合之路
- 曾博伟 建设中国特色新型旅游智库的构想
- 黄远水,孙盼盼 充分发挥高等院校优势,建设中国新型旅游智库
- 韩元军 大国旅游智库与变革的中国

### 一流智库必须有一流的学术思想

戴斌

(中国旅游研究院,北京 100005)

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.01.001

中国旅游智库建设正面临着最好的时代机遇。一方面,国家高度重视智库建设。2015年1月20日,中共中央办公厅和国务院办公厅颁发了《关于加强中国特色新型智库建设的意见》,明确提出了新型智库是“党和政府科学民主依法决策的重要支撑”、“国家治理体系和治理能力现代化的重要内容”和“国家软实力的重要组成部分”,并对如何建设新型智库做出明确的部署。2015年10月29日通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》,再次强调“实施哲学社会科学创新工程,建设中国特色新型智库”。另一方面,从旅游业实践来说,也有太多的问题需要我们加以

系统的回答,旅游智库具有广阔的作为空间。

持续增长的国民旅游休闲需求正在推动大众旅游从初级阶段向中高级阶段演化,旅游已经成社会生活领域中的显话题。自1999年以来,国民出游率几乎每五年便增加1次。2015年的国内旅游预计将达到40亿人次,出境旅游1.3亿人次。旅游已经成为国民大众的日常生活选项,随着全面建成小康社会的加速,中国梦逐渐走向现实,旅游活动的普及程度将会越来越高。当游客以散客和自组织的方式广泛介入到目的地生活环境的时候,我们常常无法分清谁是居民,谁是游客。无论是异国他乡的美丽风光,还是人文历史和当代生活方式,都是巷谈街议和网络传播的热点。当国民成为旅游消费主体,创汇不再是主要目标的新时代,为什么而旅游,如何参与旅游,如何获得更好的服务品质,如何处理旅游过程中游客与当地居民之间,游客与企业员工之间,游客与游客之间的权利与义务等问

题,都需要我们深入地思考,并向社会发声。

旅游正在成为大众创业和万众创新最为活跃的领域,以民营机构为代表的市场主体已经作为一支相对独立的商业力量登上了历史舞台,迫切需要与其相适应的思想资源。在入境旅游主导的20世纪最后20年,以国旅(CITS)、中旅(CTS)和中青旅(CYTS)为代表的国有旅行社及其导游人员,以建国饭店、花园酒店为代表的五星级酒店,以黄山、兵马俑、张家界为代表的景区是典型的旅游业态。随着旅游从封闭的世界走向开放的体系,携程、去哪儿、途牛、同程、蚂蜂窝、我趣旅行、铂涛、如家、汉庭、布丁、海昌、中信产业基金等投资和创业者,甚至滴滴打车、一号专车、微信、微博等都成为了旅游产业供给的创新者。在投资和市场主体重构的时代,如何把握旅游产业存量与增量之间,资源供应商与渠道商之间,投资商与运营商之间竞争与合作的度,如何引导更趋活跃的旅游产业可持续发展,都是迫切需要旅游研究机构给予回答的现实课题。

随着国家影响力的增长和出境旅游的持续发展,世界旅游业需要,也愿意倾听中国的声音。过去的35年,中国旅游业与世界的关系主要是资源与客源的关系,也就是通过政府的海外推广和目的地建设让世界各国、各地区尤其是发达国家和地区的人民到访中国。今天的中国,不仅是旅游目的地的建设者,还是旅游全球最大的旅游客源国和旅游消费支出国,还是旅游投资、业态创新和跨国经营的积极参与者。作为后来者,如何很快地熟悉和了解规则,如何遵守规则的前提下参与竞争,如何在全球范围内进行原始创新,如何积极主动地设置议题和推进旅游规则的演化,也有很多问题需要研究和思考。

更加多元的消费主体、投资主体和市场主体,意味着旅游业发展环境正在经历一个历史性的变革,也意味着政府在宏观调控和微观监管方面需要新的理念、目标和手段。特别是在散客化和社会参与的大背景下,对旅游思想和专题研究成果的需求,早已经溢出旅游行政主管部门的边界,中央和地方政府及其内设的旅游、财政、商务、发展、民族、宗教、国土、海洋、农业、交通、工业等部门,都在或主动或被动地与旅游发生必然的联系。全国人大,全国政协,以及参政议政的民主党派和人民团体,都在不同程度地参与到旅游立法、政策设计、行政监管和专题建议的进程中来。政府和公共部门的广泛介入,有效扩大了旅游立法、政策研究和行政

行为对智库成果的现实需求。特别是综合性的政策设计和产业促进,以及如何做到既依法行政,又积极作为和主动担当等,都需要旅游智库以问题为导向,为政府提供行之有效的意见与建议。

建设一流的旅游智库,不能满足于挂块牌子、争取点经费,不能满足于招几个教授博士、买几台先进电脑,不能满足于解读政策、引进国际经验,甚至也不能满足于只是给政府出主意。这些都很重要,但更重要的是要有原创性的思想产出。唯有如此,才能对得起“智库”这个称号。这些年来,涉足旅游领域的研究组织和机构越来越多,官办的、民营的,专业的、综合的,实体的、虚体的,研究成果也不少,单以学术论文而论每年公开发表的数量就超过4万篇,还有大量的著作、课题研究报告。但客观地说,旅游研究在一流的学术思想产出方面还有很大的提升空间。

在我们人类发展历史上产生过一些伟大思想,这些伟大思想在人类历史上具有划时代意义,或者构成某一行业从无到有的理论基础。不用说马克思主义,以及孔子、老子、释迦牟尼等的哲学,就说没有亚当·斯密发表于1776年的《国富论》所倡导的“看不见的手”,很难想象会有现代自由市场经济。没有现代自由市场经济,人类的物质生活水平就很难发展到目前的富裕程度。伟大的思想能够让读者、听众和观众在接受的过程中感受到入世的情怀和逻辑的美感。当我们认真阅读300多年前洛克的《政府论》、200多年前卢梭的《社会契约论》与孟德斯鸠的《论法的精神》、100多年前密尔的《代议制政府》与《论自由》,特别是《资本论》《共产党宣言》《家庭、私有制和国家的起源》等马克思主义的经典著作时,都会发现思想的光辉,为其无所不在的思想力量而震撼,为自内而外的逻辑的美而感动,这样的思想是能够经历得起历史检验的。

不是说旅游智库就必须生产和这些伟大思想并列的学术思想,但至少我们应该以这些伟大思想为导向,向这些伟大思想学习。从伟大思想的产出来看,往往萌芽和生长于学术和学者的青春期;往往穿行在不同的学科范围,却不会受既有的学科边界所局限。所有的方法和工具都可能被用于推动思想的萌芽与成型,而不是削足适履,让思想去牵就方法和工具。当前的旅游理论建设和学术思想形成,无论是从产业实践看,还是从学者群体的成熟度看,都还处于青春期阶段,这个阶段正是充满着旺盛生命力的阶段,充满着自信和张扬的阶段,

理应创新迭出、百家争鸣。我们更应该抛弃条条框框,根植产业实践,努力创造思想性成果,而不要急着套用几个舶来的模型发几篇论文,更不必忙着搞统一的体系,用一道边界把旅游与自然科学、社会科学和人文学科划出来,再用一道边界把基础理论、经济、管理、市场、规划等领域圈起来,营造自家安身立命的场所。纵观今天的旅游领域,政府及其行业主管部门、产业界、教育和学术机构似乎各自有各自的圈子,互相之间就是有往来,也更多是规划、培训、会议等具体事项上有短期的交集,事实上并没有形成有共识的话语体系。如何超越“谁说服谁”和“谁去统帅谁”的现实困境,而经由不断寻求最大程度的思想公约数,共同提升当代旅游发展水平和思想境界,是政商各界和学术届共同的责任,尤其是旅游智库的责任。

长期以来,我国旅游发展理论和学术研究范式都是从欧美发达国家引进,缺乏基于本土产业实践的理论抽象。现在,国民的、大众的、现代的旅游休闲起来了,中国旅游学术的原始创新和加速成长期到了,“叫现代学术说中国话”的思想创新的时代到了!真到了那一天,我们的旅游智库也就建设成功了。

(作者系该院院长;收稿日期:2015-11-15)

## 智囊/智库、科技咨询与旅游科学发展

肖洪根

(香港理工大学酒店及旅游业管理学院,中国香港)

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.01.002

“智囊/智库”(think tank)是应用学科领域活跃于“理论与实践”界面之间、性质独特的知识中介(knowledge broker),其作用主要是为政府机构或决策部门提供“智力支持”。在身份或关系隶属方面,“智库”表现出诸多不同的形式,例如,国际间(或国际区域间)“非政府组织”的政策研究/咨询机构、国家政府组织但独立运作的“非赢利”研究/咨询机构、企业或集团内部组建的研发机构、完全独立市场化运作的发展/政策咨询机构、以及由政府部门主管(或完全隶属于大学)的政策研究中心/研究院,等等。“智库”作为知识中介服务于政策、决策与发展实践之现象由来已久,但作为知识转移的特定形态、并以机构化的形式出现,“智库”初见于二战后的欧洲与北美,并于20世纪90年代在全球范围大量涌现,范围涉及社会、经济与政策发展的各个领域(Stone, 2000)<sup>①</sup>。由于智库在知识经济中所扮演

的角色及其所起的独特作用,知识发展领域对智库的研究,也随之出现。北京国际科技服务中心,1995年创办了月刊《科技智囊》。英文期刊*Global Society*以及*The China Quarterly*也分别于2000年和2002年出版了以“智囊/智库”为主题的专辑,论述涉及智库的发展与研究动态,及其在公共安全、国际关系、外交政策与经济发展等部门之应用状况。

“知识中介”,顾名思义,是指在两个个体和/或组织之间展开的知识交换—其中一方传递/提供、另一方获取知识/信息。因此,知识中介既要具备“硬实力”,又要兼有“软实力”。前者要求中介对某一领域(某一方面、某个问题)具有专门知识与技能,有能力甄别与筛选相关的数据、信息与知识,对其进行分析、包装、重组,并以“好用、可用、有用”之方式,把知识/技术服务传递到目标用户/客户端。后者(软实力)则要求知识中介同时要具备很强的交际、沟通以及应对客户的能力。因此,知识中介这一角色,在英文的学术文献中,曾出现过下述不同的称谓,例如,“adviser”,“advocate”,“applied theoretician”,“bridge builder”,“boundary spanner”,“champion”,“expert”,“fact finder”,“gatekeeper”,“intermediary”,“master”,“middleman”,“storyteller”,“teacher”,“technician”,甚至“witch doctor”等等。谈起知识中介的角色、称号与个性,还不禁令人想起此前在内地微信语境中传说的、关于旅游规划江湖“大炮”、“口诀”、“情怀”、“跨界”等诸君。

围绕着中介与客户错综复杂的关系以及双方意愿、意志甚至强弱态势的较量与互动,英文的文献中,还出现了如下一些理论表述,例如,“专家模型”(expert model)—咨询专家或知识中介借助科学理论与方法,解决客户的具体问题;“批评模型”(critical model)—知识中介通过影像、故事、隐喻、甚至幽默,帮助客户看清自己的问题与处境,从而自觉选择行动方案;“社会学习模型”(social learning model)—知识中介与客户共享经验习得舞台,共同诊断并解决问题(Alvesson, 1993<sup>②</sup>; Nikolova et al., 2009<sup>③</sup>)。

① Stone D. Think tank transnationalization and non-profit analysis, advice and advocacy[J]. *Global Society*, 2000,14(2),153-172.

② Alvesson, M. (1993). Organizations as rhetoric: Knowledge-intensive firms and the struggle with ambiguity. *Journal of Management Studies*, 30, 997-1022.

③ Nikolova, N., Reihlen, M., & Schlapfner, J. (2009). Client-consultant interaction: Capturing social practices of professional service production. *Scandinavian Journal of Management*, 25, 289-298.

旅游研究领域已不乏知识管理类的文献,但“智囊/智库”、“科技咨询”作为知识中介及其与之相关的知识发展战略,却还是一个全新的研究课题。作为机构化的社会存在,读者对“智囊/智库”、“科技咨询”现象并不陌生。在英语世界,澳大利亚的可持续旅游合作研究中心——Sustainable Tourism Cooperative Research Centre (STCRC),以及美国农业部所属的 Cooperative State Research, Education, and Extension Service (CSREES) 是两个支撑旅游发展的国家层面智库。

创办于1997年的 STCRC ([www.sustainabletourisonline.com](http://www.sustainabletourisonline.com)) 是澳大利亚政府合作研究中心向旅游业/旅游发展的延伸。STCRC 的合作伙伴包括15间大学 (Charles Darwin, Curtin, Edith Cowan, Griffith, James Cook, La Trobe, Monash, Murdoch, Southern Cross, New South Wales, Canberra, Queensland, Tasmania, University of Technology-Sydney, Victoria)、联邦政府与省/州政府层面的旅游或旅游相关的主管部门 (Australian Capital Tourism, Gold Coast City Council, South Australian Tourism Commission, Tourism Australia, Tourism New South Wales, Tourism Northern Territory, Tourism Queensland, Tourism Tasmania, Tourism Victoria, Tourism Western Australia, Department of Environment and Conservation), 以及部分国家公园与自然保护区与旅游企业/行业协会团体 (Australian Federation of Travel Agents, Australian Tourism Export Council, NSW National Parks & Wildlife Service, Parks Victoria, Qantas, Australia Tourism and Transport Forum) 等机构联合而成。STCRC 当时已经建成了全世界规模最大的产学研联动机构。其宗旨是向旅游目的地、旅游产业、旅游社区以及旅游相关政府部门传递创新产品与信息,同时提升澳大利亚旅游业在环境、经济以及社会文化等方面的可持续增长能力。除了发布具有前瞻性的研究报告之外,其主要任务是通过开发新工具、工作手册以及新知识产品,促使旅游产业以及目标用户保持前瞻性、竞争力与创造力。具体来说,其创新知识产品包括国内与国际分配体系下的新旅游产品、会议与研讨、工作手册/说明书/研究报告/科技延展宣传品、网络信息服务、培训项目与课程、以及国际咨询服务。STCRC 从创办开始,历经两度(多年)的延续运作。但据业内人士透露,美中不足的是,由于政府战略选择的原因,持续了13年

之后,STCRC 于2010年6月30日停止运作。

美国农业部下属的 CSREES 是联邦政府的分支机构。1994年国会通过部门重组法令,将原来的 Cooperative State Research Service 与 Extension Service 合二为一;2009年,CSREES 再次重组成为 National Institute of Food and Agriculture。其宗旨是,通过赠地大学 (land-grant universities) 以及 CSREES 的其它合作伙伴所开展的研究、教育以及科技成果延伸项目,来支持并推进农业、环境、人类健康与福祉以及社区之发展。CSREES 为赠地大学及其相关机构提供基金,支持在生物学、自然科学以及社会科学领域与农业研究、经济分析、统计、科技成果延伸、高等教育相关的大约60类项目。与旅游相关的合作延伸常见于“经济与商业、教育、家庭/青年/社区、食品/营养/健康、以及自然资源与环境”等门类之中。在 CSREES 框架之下,合作延伸系统 (Cooperative Extension System) 已成为一种非正式的教育服务项目,由政府指定的赠地大学提供,意在帮助人们利用(应用)大学里产出的研究知识,来改善/改进生活。目前,美国的50个州以及哥伦比亚特区,每个州(特区)至少都有一间赠地大学,提供合作延伸服务。在开展与旅游相关的科技延伸服务方面,各个大学会依照各自的研究专长、社区状况与资源特点,表现出不同的侧重。例如,Minnesota 大学的旅游延伸项目,侧重于“社区旅游发展、顾客服务教育、节庆/节事管理”等方面;North Carolina 州立大学则侧重于“农业旅游、微小型旅游创业 (micro-entrepreneurship)、旅游联合体 (tourism partnership)”等方面。

总之,“智囊/智库”、“科技咨询”等知识中介现象在旅游发展实践中已然存在,但是,如前所述,旅游研究在这一课题领域的开展状况仍然不足。由香港特区政府研究基金委2014年立项、笔者主持的 RGC 课题 (Consultants as knowledge brokers: Instances from the hotel and tourism industries) 已在研;另一项 RGC 课题 (“Think Tank” as a Knowledge-based Strategy: A Study of Tourism Public Policy and Development), 笔者也已于2015年10月向香港特区政府研究基金委提交了立项申请。通过对这些课题的研究,我们希望能够更好地解释(解答)旅游发展中关于知识中介的种种现象或问题,诸如1)“智囊/智库”、“科技咨询”等知识中介的性质、作用及其在科学共同体或知识谱系中的位置,2)上述知识中介的形态与类型,3)知识中介与客户/目标用户的互

动过程与关系,4)知识中介的职业发展、职业路径及其与大学的关系,5)知识中介的工作处境与知识转移的局限或制约,6)知识中介的(跨)文化差异,7)知识中介团队的国际化,以及国际化团队在地方/本土开展知识转移工作的困境与出路。

(作者系该院副教授;收稿日期:2015-11-20)

## 旅游智库建设的二元融合之路

厉新建,胡晓芬

(北京第二外国语学院,北京 100024)

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.01.003

自党的十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出“加强中国特色新型智库建设,建立健全决策咨询制度”后,智库建设成为社会关注的焦点。作为当前经济社会发展的重要领域,旅游业也迫切需要进一步加强智库建设,形成一批具有国际水平、中国特色、二元融合的新型旅游智库。

### 1. 目标:决策咨询+社会影响

在中国“双百年”战略目标的实现过程中,旅游业必将成为重要的战略抓手;在中国经济社会未来的发展格局中,旅游业必将成为重要的战略产业。当然,在战略抓手功能发挥和战略产业目标实现的过程中,将有一系列涉及中国旅游发展的重大问题需要依赖于具有深度分析、缜密论证的政策咨询报告,将有一系列涉及中国旅游发展的重大决策需要依赖于具有系统思考、独立见解的公共政策主张,显然向政府部门提供政策咨询报告和公共政策主张是未来旅游智库的首要任务。

同时,旅游智库要获得良好发展,还不能停留在决策咨询的层面上,还应该在更广泛的范围内产生更大的社会影响。尽管我们不能寄希望于旅游智库代替院校教育,但旅游智库往往聚集了旅游领域最顶级的专家,它就有义务为逐步解决当前中国旅游领域缺乏自身学术语言体系、缺失独特学术思想提炼、缺少特色学术理论框架的尴尬局面做出应有的贡献。这就要求旅游智库在自身的发展过程中,能够在创造新知、创新思想和创建理论等方面形成丰硕成果。这不仅是对旅游学科发展的贡献,更是提升旅游智库自身社会影响力的重要途径。

### 2. 方向:独立发展+联合攻关

独立性是智库在决策咨询体系中存在的前提和基础,没有独立视角、独立分析、独立判断就不可

能有智库应有的地位。旅游智库应该围绕着当前旅游实践发展热点和旅游政策关注焦点展开不受干扰的独立对策研究。同时也应该围绕着旅游产业发展和政策设计中具有全局性、综合性、战略性、长远性的课题形成前瞻性研究。

围绕旅游发展所作的战略性研究的缺乏也是导致旅游业在整个国民经济与社会发展中难以真正“纳入中心、进入主流”、屡屡沦为“救火队员”的关键所在。这一方面是因为多数旅游研究的力量分散在不同的智库或相关机构中,为数不多的建制性旅游智库尽管已经取得了很多很好的成果,但在长远战略研究的投入和取得成果方面仍面临诸多限制;另一方面,我国的旅游智库建设还远未形成完备的智库体系,官方智库、民间智库、企业智库、高校智库的智库体系架构还在起步阶段,而且智库本身的组织化程度还比较低,智库之间在面对长远战略的重大课题的联合攻关方面也还缺乏实质性的行动,在智库研究成果报送渠道、数据库建设以及智库人才培养等领域的合作也还有很长的路要走,在处理智库的独立性发展与开放性发展方面还有很多要向国外知名智库学习借鉴的。

### 3. 人才:专业精英+跨界整合

旅游智库不同于学术共同体,旅游智库的建设与发展必须依托于严密的组织体系。在面对激烈的智库竞争环境、突发的热点问题决策咨询需求以及系统性的智库研究规划方面,松散的顾问委员会或学术共同体模式是没有足够的竞争能力、响应能力和研究能力的。要想打造具有广泛的社会影响力和强大的问题响应能力的旅游智库,就要用组织化的方式来组建。当然,旅游智库的团队构成可以采取“紧密层+半紧密层+松散层”的模式,从而在保证智库基础研究力量的同时,可以形成完整有效的智库人才队伍储备,提高面对重大问题时研究力量的动员能力、面对国际发展时研究力量的全球化水平、面对融合发展时研究力量的跨界整合实力。

在旅游智库的人员构成上,至少需要考虑到三点,那就是以坚实的学术基础保证智库研究成果的理论水平、以丰富的行政经验把握智库研究成果的政策水平、以鲜活的企业实践保证智库研究成果接地气不空谈。未来的旅游智库可以多借鉴国外智库建设的经验,尤其是“旋转门”制度,一方面,鼓励智库优秀人才进入行政体系,更直接地在政府部门决策中发挥作用,另一方面,则要积极吸收行政体

系离任高官和知名企业离任高管进入智库体系,高校智库则还要加强与政府部门、知名企业之间的合作,并通过访问学者等制度来增强智库人才的多样化。

#### 4. 基础:稳定经费+基金制度

组织化的旅游智库要想正常工作,必然离不开资金方面的支持。在这方面,由于旅游智库自身的性质不同,可能面临的运转资金压力也并不完全相同。官方智库、高校智库和企业智库要么有来自政府的财政拨款,要么有来自企业经营利润的支持,经费相对有保障,但也正是因为智库运转经费来源于政府和企业,其研究的独立性和公立性可能会受到一定程度的影响。民间旅游智库的研究虽然可能有更强的独立性和公立性,但较之于另外三个类型的智库而言,其所面临的资金压力要大得多。

经费来源自主是保证旅游智库研究独立性的重要前提。因此,包括旅游智库在内的所有智库的建设过程中,如何建立一个稳定的经费来源机制是一个无法回避的问题,探索形成智库基金会制度或许是一条可供选择的路子。诺贝尔奖之所以持续100多年依然能够有足够的资金用来发放各个奖项,也正是因为成立了诺贝尔基金会,并且得益于政府减少了对基金会的税收、修改了基金会章程以允许诺贝尔基金会投资于政府债券之外更多元的投资领域。

#### 5. 渠道:自主平台+现有渠道

真正具有国际竞争力的旅游智库必须要形成自身的标志性成果,这既包括以蓝皮书等各种形式呈现的年度性研究报告,包括建立符合智库专业定位的独立数据库,还包括具有自主知识产权的专业指数研发或专业榜单。比如,瑞士智库“世界经济论坛”这几年通过连续发布全球旅游业竞争力排行榜,其研究成果被广泛使用,在旅游领域形成了其广泛的影响力。

旅游智库的决策咨询报告、公共政策主张和新思想、新理论都需要通过合适的渠道才能发挥其应有的作用,形成其应有的社会影响。从旅游智库成果发布渠道方面看,大抵有两个方面:一方面要通过打造年度性专业论坛品牌和不定期的专题研讨会等方式来及时向社会发布自身的研究成果,另一方面则需要充分利用现有的资政渠道,让自身的研究成果能够有机会进入政府决策人员的视野。

(第一作者系酒店管理学院院长、教授,第二作者系财务处高级会计师;收稿日期:2015-11-28)

## 建设中国特色新型旅游智库的构想

曾博伟

(北京联合大学旅游学院,北京 100101)

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.01.004

2015年1月20日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加强中国特色新型智库建设的意见》,提出“到2020年,统筹推进党政部门、社科院、党校行政学院、高校、军队、科研院所和企业、社会智库协调发展,形成定位明晰、特色鲜明、规模适度、布局合理的中国特色新型智库体系,重点建设一批具有较大影响力和国际知名度的高端智库,造就一支坚持正确政治方向、德才兼备、富于创新精神的公共政策研究和决策咨询队伍,建立一套治理完善、充满活力、监管有力的智库管理体制和运行机制,充分发挥中国特色新型智库咨政建言、理论创新、舆论引导、社会服务、公共外交等重要功能。”2015年1月,在全国旅游工作会议主报告中,国家旅游局又提出了构建新型旅游智库,整合各方面智力资源,加强旅游业基础研究工作,构建旅游智库群,为旅游业发展提供理论支撑的工作部署。这表明:旅游智库建设作为中国特色新型智库的有机组成部分和推动旅游业持续健康发展的重要渠道,已经摆上了议事日程。

笔者认为,建设中国特色旅游智库有三个方面的问题值得各方面考虑:

一是从研究内容来说,旅游智库应该以问题为导向,特别是要重点研究公共政策和决策方面的问题。改革开放30多年来,我国旅游研究取得了长足的进展,并形成了一定的研究范式和一些有价值的研究成果。但与此相对伴随的是,我们的旅游研究也存在不少问题。比如,过分追求学术论文形式本身,过分强调量化的分析模型,忽略了旅游业发展鲜活的现实,忽略了旅游业发展中的各种矛盾问题。这造成我们的很多学术论文“看上去很美”,但对解决现实的问题却起不到什么作用。其结果是,旅游学术研究以及各种学术活动虽然层出不穷、热热闹闹,但这些学术成果往往只能停留在学术圈内,在学术圈外形不成什么影响,特别是很难得到旅游企业和旅游部门的认同。总体而言,旅游业是一个应用型的行业,这就意味着旅游研究不同于哲学、社会学、历史等研究,更不同于自然科学的研究。因此我们在做好纯理论研究的同时,有必要更

多关注旅游业发展中实际的问题,并为解决这些问题提供相应的思路和对策。具体到应用型研究,主要包括旅游企业的研究和政府部门旅游发展决策的研究。相对而言,旅游企业的研究成果不少,但是对政府部门旅游发展决策方面的研究却是微乎其微。翻看各类旅游相关领域的学术期刊,会发现很少有政府拿过来就能用或者真正能对决策有帮助的东西。中国特色旅游智库建设的构想为解决这一问题提供了契机。按照一般的定义,智库主要是“指以公共政策为研究对象,以影响政府决策为研究目标,以公共利益为研究导向,以社会责任为研究准则的专业研究机构。”从这个意义上讲,旅游智库建设的首要任务就是要为政府部门服务。当然这种服务并非为政府部门已有的旅游发展决策做“备书”或者“唱赞歌”,更重要的是能为旅游部门的决策提供各种参考和支撑,使旅游部门出台的举措能够最大限度地符合旅游业持续健康发展的需要,能使政府部门的决策在游客、旅游企业、旅游地居民等利益相关者之间找到“最大公约数”。

二是在研究力量的组织上,需要调动各方面的力量,发挥各方面的特长,加强研究的协同。目前在旅游领域各类研究很多,但很多缺乏深度、也缺少针对性;此外,旅游简单重复性的研究很多,有实用价值的开拓性研究却不多。与此同时,尽管我们已初步形成了比较庞大的旅游研究队伍,但是各支队伍基本上还处于各自为战的状况。大体而言,就旅游业内看,研究力量主要包括三个方面:第一是旅游部门的研究机构,比如国家旅游局的旅游研究院,各省市旅游部门的旅游规划研究院等。这类研究机构同政府部门保持着非常紧密的联系,承揽大量旅游部门直接委托的项目和课题,甚至还直接派员参加旅游部门具体的行政工作,以弥补政府部门人手不足。相较其他机构,这类研究机构的优势是比较了解旅游部门的政策需求和决策意图,研究成果很多也能够直接为政府部门所用;但存在的问题是由于和旅游部门直接存在隶属关系,研究的独立性相对不足。此外,由于旅游部门给这类研究机构的经费有限,因此这类机构还需要通过承揽大量的社会课题来为其发展筹集经费。如何在当好旅游部门参谋和为旅游行业提供智力成果之间找到平衡,也是这类研究机构面临的棘手问题。第二是旅游企业的研究机构。目前,一些大型的旅游企业集团设立了专门的旅游研究机构,像港中旅就有自己的旅游研究院。这类研究机构的优点是比较

了解旅游市场主体的诉求,因此其在研究中发现的问题对政府部门是有一定参考价值的。但总体而言,中国多数的旅游企业由于更关注现实经营的问题,对旅游研究投入精力较少,研究力量也比较薄弱;此外,这些旅游企业研究机构大都从自身诉求出发进行研究,研究立场的公正性会存在一定的偏差。当然如果运用得当,旅游企业的研究机构也可以成为旅游智库的有益补充。第三是高等院校的研究机构,这也是我国旅游研究的主力部队。高校作为旅游智库的优势是力量雄厚,同时具有相对独立性;但劣势是不太了解政府部门的决策机制和工作方式,因此在研究中难免有“隔靴搔痒”之感。除此之外,高校许多教师和研究人員要将很大精力放到教学和职称评定上,并不能很专注地就旅游公共政策和决策进行持续深入的研究。但就数量而言,高校旅游研究人员至少占我国旅游研究人数总量的90%以上,能否把这部分力量有效发挥出来,对中国特色旅游智库的建设至关重要。需要注意的是,在整合好旅游业内研究力量的同时,还应该调动旅游业外的研究力量。旅游业是一个综合性产业,涉及面很宽,仅仅旅游业内的研究力量并不能满足中国特色旅游智库建设的要求。比如,对旅游用地问题的研究,旅游领域就很难比国土部门的研究力量更专业;另外,旅游领域的研究人员就算能够提出旅游用地的需求,也很难了解国土部门内部的决策程序,进而提出国土部门能够接受的解决方案。因此,在旅游智库建设过程中,必须有效调动涉旅相关部门的研究力量,才能为旅游业发展提供全方位的智力支持。

三是在体制机制上,要形成有利于各方面研究力量都积极关注、积极参与旅游智库建设的动力机制。目前来看,成规模地搞旅游智库实体存在不小的难度,更关键的是盘活存量,创新体制机制,调动各方面的积极性。在这个过程中,旅游部门的引导和激励非常重要。旅游部门是智库成果最大的需求者,因此有责任也有义务发挥主导作用。具体而言,其一,旅游部门可以根据当前和今后一段时期的工作部署,既兼顾现实,又着眼长远,设立一些有重大导向性、非纯学术性的课题,通过大幅增加课题立项和科研评奖中应用性成果的比重,将社会上的研究力量吸引到旅游智库建设中。其二,旅游部门应该为各类研究机构开通建言献策的渠道,比如可以通过成果要报等形式,将有价值的研究成果展现出来;同时通过政府致函表彰被采用成果的研究

机构,以及对有价值的成果委托课题等方式,激励其开展政府需要的旅游研究。其三,旅游部门可以考虑在各类研究机构中,通过建立旅游智库联系点或者旅游智库基地等方式,与研究机构建立起紧密的关系;还可以通过定期与这些机构进行决策沟通、政策通报等方式,让其更多地了解旅游部门的工作。同时,也可以创造条件,让这些研究机构的研究人员适度参与旅游部门的工作,以便其今后在相关领域开展研究。对高校而言,也需要有相应的体制机制来激励研究人员投入智库建设。当务之急是要调整对教师和研究人员考核方式,要改变过去惟核心期刊、惟国家社会科学基金、自然科学基金“马首是瞻”的状况,大幅提高应用性成果在成果考核中的比重,对被政府部门采纳的意见建议进行奖励;鼓励研究人员在主流媒体发表观点。同时,有条件的院校也可以挑选部分研究人员组建专门的旅游智库,形成比较固定的研究团队,以更好对接政府部门的需求。除此之外,在人员方面,还可以借鉴国外比较通行的做法,推动形成旅游部门与旅游研究机构之间的“旋转门”制度,打通决策者和研究者之间的屏障,进而全面提高旅游决策水平和旅游研究水平。

(作者系该院副研究员;收稿日期:2015-11-29)

## 充分发挥高等院校优势,建设中国新型旅游智库

黄远水,孙盼盼

(华侨大学旅游学院,福建泉州 362011)

Doi: 10.3969/j.issn.1002-5006.2016.01.005

中国经济正式迈入严峻的中高速增长“新常态”时期,国内旅游业“却像冬天的腊梅,逆势增长、鲜艳夺目”,对消费、投资和出口的拉动作用越来越强劲,成为中国应对“新常态”的有力杠杆。然而,在既有经济形势之下,面对大数据、云计算、物联网、“互联网+”等信息化、智慧化浪潮,以及“一带一路”、“亚投行”等宏观战略,如何应对挑战、把握机遇,进而推动中国旅游业提质增效、转型升级,实现其杠杆作用最大化,是一大难题。国内外发展经验表明,智库已经成为国家软实力的重要构成和表现之一,是推动国家发展的“思想之手”,是独立于立法、司法、行政之外的“第四权力”,影响着国家公共政策和公共决策趋向。因此,有效解决上述难题,建设中国新型旅游智库,加强基础理论研究和创

新,形成科学的公共政策和公共决策,以促进旅游业和国民经济更好发展,尤为关键和重要。

与国外旅游智库建设和发展相比,中国旅游智库建设起步晚,但发展速度较快。目前,中国旅游智库基本呈现以“各类院校、科研院所、政府机构、规划咨询机构、旅游企业”等为主的结构形式,研究队伍庞大,研究成果众多。其中,高等院校凭借人力资源集中、学科门类齐全、基础研究力量雄厚、学术交流合作广泛深入等优势,成为旅游智库中的中坚力量。2015年8月28日和10月11日,国家旅游局先后成立了“中国旅游智库”和“中国旅游改革发展咨询委员会”,“汇聚了旅游业内、海内外专家学者,旨在为中国旅游业发展中的重大问题、重大决策、重大举措提供智力支持”,推动旅游创新发展。从专家组成来看,来自高等院校的专家学者占到一半之多,也为高等院校在中国旅游智库建设中的地位和作用提供了有力佐证。

综观过往和未来,高等院校对中国新型旅游智库建设具有重要的影响。首先,国内设立旅游院系或研究室的高等院校众多,人才、科研、学科、对外合作交流等方面各具特色和优势,有能力、有条件为中国新型旅游智库建设贡献多元化的力量。例如,作为中国国家旅游局的直属研究机构,中国旅游研究院就与国内多个高校合作,分别成立了旅游市场与目的地营销、旅游基础理论、旅游影响、饭店产业、旅游安全、都市旅游、台湾旅游、西部旅游发展、旅游职业教育、旅游标准化、边境旅游和旅游学术评价等众多研究基地,共同服务于国家旅游局的政策和决策。其次,国外实践表明,高等院校的旅游研究时间充裕、研究领域广泛且深入,研究成果数量多,且以微观、精细见长,有效弥补了政府机构、规划咨询机构等机构的宏观性研究成果,有助于增强旅游公共政策和决策的有效性。第三,高等院校立足地方,重视旅游基础理论研究和应用开发研究,基本跨入了产学研相结合,以及科技、经济、社会发展相融合的新阶段,直接服务于地方政府决策,适应了地方旅游产业发展和社会发展的需求,是中央旅游公共政策和决策的推动者,也自下而上地影响着旅游智库的思想趋向。

然而,囿于各种因素,中国高等院校对中国新型旅游智库建设的作用尚未得到充分发挥。较之于国外,中国高等院校在旅游研究和旅游咨询工作上有待克服以下问题。第一,“跟风随流”。现行体制之内,由于科研项目申报、课题经费、职称评定竞



争激烈等原因,国内高等院校的旅游研究者从众、跟风、速成性研究较为普遍,独立思辨能力不足,自由、自主精神欠缺。第二,“不接地气”、“坐而论道”的问题。高等院校中部分旅游研究者的社会实践参与度比较低,与旅游业界缺少经常、广泛、深入的联系,研究视野较为狭窄,研究方向和研究成果与旅游实践联系不密切,难以对旅游公共政策和决策形成影响。第三,成果转化力度不足。高等院校的旅游研究,虽然已经开始跨入基础研究和应用研究并重的阶段,但仍以基础研究为主,应用研究比较薄弱,科研成果转化为生产力的渠道不畅、力度不足。

综上,依据国家关于智库建设的指导意见,借鉴国外智库发展的成功经验,本文认为充分发挥高等院校的优势以建设中国新型旅游智库,应从以下几个方面着手:

第一,深化高等院校科研体制改革,引导高等院校完善高等院校科研绩效的评价体系、探索建立以实际贡献和应用成效为导向的绩效评估方法、根据实际情况在科研项目、经费投入等方面重点倾斜,以及在职称评定、组织管理等方面予以自主权,以激发高等院校旅游研究者参与旅游智库建设的主动性和积极性。还应在中国旅游智库、高等院校、社会之间建立一套科学合理的合作制度和评价制度,完善旅游政策和决策建言采纳渠道、途径,对有效的决策咨询研究给予奖励,引导、鼓励、支持高校旅游研究者关注现实问题和积极从事智库研究。

第二,以现实问题为导向,加强高等院校旅游学科之间、旅游学科与其他学科之间协同创新的力度。以社会问题为导向是智库研究的显著特征,需要高等院校的旅游研究者转变学术理念,关注和聚焦旅游业发展中亟待解决的各种现实问题,同时深入实践、加强实地调研,做出理论联系实际、时代感强、应用有效的研究成果,提出具有针对性、操作性的政策建议。与此同时,高等院校应重视学科协同创新,多学科视角、全局性把握旅游业中的各种现实问题,为旅游智库提供更为科学、更为全面、更具有现实影响力的战略决策和政策建议。

第三,政府机构应继续重视高等院校旅游研究者在旅游智库中的话语权和影响力。在现有的研究基地布局上,根据实际需要,调整或新设一些研究新现实问题的旅游研究基地,增强对国际、国内和地区旅游问题的战略研究和对策研究。同时,要有计划地帮助和推荐优秀的高等院校旅游研究者到政府部门挂职任职,也鼓励高等院校聘请旅游智

库中的专家学者以及政府机构、企事业单位中的领导干部参与旅游教学、旅游研究等工作,进一步加强产学研用之间的人才流动性。此外,要围绕旅游发展中的重大问题,帮助高等院校争取资金建设“一批社会调查、统计分析、案例集成等专题数据库,以及以模拟仿真和实验计算研究为手段的社会科学实验室”,为高等院校的旅游研究提供坚实的数据、方法和技术支撑。

(第一作者系该院院长、教授,第二作者系该院讲师、博士;收稿日期:2015-11-29)

## 大国旅游智库与变革的中国

韩元军

(中国旅游研究院,北京 100005)

Doi: 10.3969 / j.issn.1002 - 5006.2016.01.006

2009年国务院出台《关于加快发展旅游业的意见》(国发[2009]4号),意见提出“到2020年我国旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平”,世界旅游强国建设正式进入国家战略。此后,国务院又相继出台了旅游业改革发展(国发[2014]31号)、投资消费(国发[2015]62号)等领域的专项文件,旅游业在服务国家发展大局中的角色越发重要。回溯我国旅游产业30余年发展历程,已经实现了从旅游资源大国向旅游经济大国的跨越,成为全球最大的旅游经济体。与旅游产业实践相比,我国的旅游理论还明显滞后于产业发展,旅游学科相对独立的理论框架、研究范式没有形成,旅游学的很多核心概念还没有达成共识,与旅游产业实践密切相关的一些重大理论问题的创新性研究没有实现突破,比如大国旅游发展模式、现代旅游市场治理体系、旅游目的地集聚理论、旅游宏观调控体系、基于大数据的现代旅游统计体系等大国旅游产业发展亟需的理论问题还没有引起足够的重视,模仿性研究、工具理性等在旅游研究中较为盛行,原始创新成果较少。

旅游理论滞后与我国旅游智库建设缓慢密切相关。没有现代新型旅游智库作支撑,中国特色的旅游发展理论必然缺乏足够的创新孵化器。我国新型旅游智库建设缓慢表现在:第一,发展理念落后,计划经济有计划思维,市场经济有竞争思维,开放、共享经济下应该有创新思维,但是当前旅游智库很多是从计划经济向市场经济转型过程中建立的,体制机制不够灵活,建设过程不够开放,“一亩

二分地”建设思路还根深蒂固。第二,旅游智库生态圈建设落后,依托于体制的科学院、高校、政府研究机构等官方旅游智库多,市场化程度高、影响力大的民间旅游智库少,碎片化平台多,国内外影响力大的权威性平台少。第三,旅游智库的现代旅游发展思想成果少,除少量市场化程度高的民间智库自筹资金外,大部分旅游智库由财政拨款供养,但财政资金往往难以有效维持其日常运转,许多研究机构不得不接受和寻找外部资金,很多研究人员疲于应付地方项目,无暇也没有精力专注于学术研究,这使得原创性、思想性强的成果不足。第四,人才机制落后,旅游研究人才跨行业、跨部门自由流动机制没有建立,特别是政府、企业与官方研究机构之间的人员流动存在较多壁垒,进入退出机制不健全。第五,国内旅游智库的话语权缺乏,在国内,旅游与经济、农业、科技、工业、政治等领域的智库相比,影响力和话语权明显不足,能够达到决策层面的政策意见相对较少,在国际上,尽管世界旅游城市联合会、国际旅游学会等一批国际化程度高、我国主导的旅游智库开始崛起,但是整体上在全球的话语权还较为有限。第六,专业性不足,由于旅游研究涉及范围较广,特定智库研究者的专注领域往往较为分散,对话、交流的空间较为有限,一个领域没有大批高水平学者作支撑,学术成果的专业性往往大打折扣。

坚持问题导向才能更好的发展。当前,我国正处于全面建成小康社会的关键时期,各领域进入全面深化改革新阶段,正在以“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念描绘整个国家未来五年的战略蓝图,同时,也面临经济发展进入新常态的挑战,旅游在国家发展中被赋予更高的历史使命。大国旅游发展不同于小国,它涉及因素较多,因素之间作用过程也较复杂,能够在小国实现旅游发展均衡,在大国可能难以实现,若干个小型目的地的最优选择可能不是一个大国的最优选择。我国已经是世界最大的旅游经济体,拥有3万多亿元旅游总收入、近40亿国内旅游人次的巨大市场规模,出境人数超过1亿人次,巨大的市场空间和丰富实践案例为我国旅游智库发展提供了肥沃的土壤,世界旅游研究的前沿理论最可能也最应该产生在中国。世界旅游强国目标的实现,必须要构建中国特色现代旅游智库,它是致力于推进世界旅游强国治理体系和治理能力现代化的重要力量,它的服务目标不应是个别领导,而是国家、老百姓、社会和市场。

因此,大国旅游智库是以服务于国家发展和人民群众福祉为宗旨,以旅游公共政策为研究对象,以独立思想和专业能力影响政府决策为手段,以推动世界旅游强国治理体系和治理能力现代化为重点,能够吸引一大批跨行业、跨部门、跨学科的国内外优秀学者源源不断加入的现代新型旅游智库群落。它需要具备六个基本要素:独立思想、专业能力、特色风格、激励机制、人才流动体制、学术群落。需要厘清的是,我国官方旅游智库占多数就不意味着不会产生大量独立的旅游发展思想,德国等欧盟智库对政府依赖性很强,财政拨款占了智库经费来源的主体,但是学术思想却能源源不断产生,这里边的关键在于独立研究权的保障以及良好的激励机制、人才进出机制。很多研究者羡慕美国的智库,他们认为美国智库很独立,殊不知很多智库已被利益集团所俘获,利益集团左右政策的能力非常强大,当然,我们并不否认美国智库处于世界一流水平的现实,布鲁金斯学会、卡耐基国际和平基金会、兰德公司等一批类型多元的全球知名智库已形成良性竞争态势,它的“旋转门”人才机制、专业能力、体制机制等都有值得我国借鉴的地方。一个不能吸引年轻人加入的行业是没有前途,我国要建立有中国特色的大国旅游智库,需要面向现代、面向世界、面向未来,以更加开放的姿态培育良好的大国旅游智库生态圈,在研究适合我们国情的旅游智库大战略的同时,更应该切实关注构建新型旅游智库需要解决的小问题和实举措。

首先,基于全新理念制定中国特色大国旅游智库总体改革方案。当前,世界旅游强国建设和旅游业提质增效的目标要求以及旅游业出现的市场秩序混乱、不文明行为、非理性投资等系列问题倒逼我们必须加快中国特色大国旅游智库的建设步伐。国家旅游主管部门要按照《关于加强中国特色新型智库建设的意见》总要求,以“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念为指引,针对旅游领域专门制定智库发展的具体实施方案,发挥好国务院旅游工作部际联席会议制度中的中坚力量,加快制定全局性、全方位、系统性、可操作的中国特色大国旅游智库改革的顶层设计方案。第二,构建适应大产业需要的大国旅游智库。打破旅游产业界限,以旅游+思维打造大国旅游智库。深化旅游与“一带一路”、京津冀、长三角经济区等重大国家战略的对接研究,推进旅游+新农村建设、新型城镇化、乡村精准扶贫、红色旅游、高铁旅游等专业领域

的研究。特别是,加强旅游+互联网所产生的在线旅游商业模式创新、兼并重组问题以及旅游创业创新研究,以理论创新引领大众旅游时代创业创新的方向。第三,创新大国旅游智库的人才进入退出机制。借鉴美国智库建设的“旋转门”人才体制,破除我国官方旅游智库普遍存在的进入退出壁垒,鼓励政要、社会名流、企业高层与旅游研究者之间的身份旋转互换,使政府保持政策活力,将旅游智库打造为政府储备人才基地,使大国旅游智库能够游刃于政界、商界和研究界,充分发挥其对于政府决策、公共舆论的巨大影响力。第四,形成保持研究人员学术热情的激励机制。大国旅游智库必须有国内外优秀人才做支撑,不仅能吸引人,还能留得住人。要从学术成长、平台、薪酬、荣誉制度等打造富有竞争力的激励机制,吸引跨行业、跨学科、跨部门的人才流向旅游部门,鼓励学术思想创新,鼓励基础研究,为旅游研究人员营造宽松、自由、学术氛围浓厚的广阔天地。第五,打造类型多样的大国旅游智库群落。一方面加快官方旅游智库市场化改革,增强市场竞争力和专业能力,打通企业、政府、智库的互动交流通道,另一方面加快民间智库的培育,放松非政府旅游组织成立的管制,形成咨询公司、规划机构、期刊杂志、协会、新媒体等多种民间力量构成的旅游智库生态圈。第六,提升大国旅游智库的国内外话语权和影响力。利用好国内和国外两个空间,推动政府和民间智库组织国际交流常态化。增强旅游智库在国内的行业自信、理论自信和专业自信,提高国内政策影响力和社会关注度。利

用 APEC、上海合作组织、金砖国家等国际平台加强与相关国家旅游智库的交流合作,加强与 UNWTO、WTTC、PATA 等国际旅游机构就世界旅游重要议题开展国际研讨会、成果发布会、课题调研等合作,在世界上不定期推出一批代表性强的理论成果,增强我国旅游智库的影响力和话语权,积极与美国、德国、西班牙、俄罗斯、日本等旅游大国形成旅游智库的双边交流机制,进行定期国际交流合作。

(作者系该院助理研究员、博士;收稿日期:2015-11-26)

[本期本栏责任编辑:吴巧红;责任校对: ]

· 预 告 ·

2016年第1~12期笔谈主题:

第1~2期 主持人:戴斌

旅游智库建设的国际比较

第3~4期 主持人:宋海岩,张凌云

旅游统计与数据分析

第5~6期 主持人:周玲强

互联网引发的旅游业之变

第7~8期 主持人:夏赞才,舒伯阳

文明旅游学理与路径

第9~10期 主持人:马勇,钟林生

旅游生态效率与美丽中国建设

第11~12期 主持人:蔡利平,杨振之

旅游与健康、养生

欢迎踊跃投稿。