



刊 名 旅游学刊

LÜYOU XUEKAN

主 管 北京市教育委员会

主 办 北京联合大学旅游学院

出 版 《旅游学刊》编辑部

网 址 www.lyxk.com.cn

主 编 严旭阳

执行主编 张凌云

副 主 编 保继刚 宋海岩

谢彦君 戴 斌

吴巧红 孙业红

编辑部主任 吴巧红

编辑部副主任 孙业红

编 辑 刘 鲁 魏云洁

本期执编 吴巧红

技术编辑 王玉洁

印 刷 北京金吉士印刷有限责任公司

国内发行 北京报刊发行局

国外发行 中国国际图书贸易总公司

ISSN 1002-5006
CN 11-1120/K

本刊地址 北京朝阳区北四环东路99号

邮政编码 100101

电 话 (010) 64900163

传 真 (010) 64909224

E-mail lyxk@vip.sina.com

直接购阅 《旅游学刊》编辑部

发行联系人 张凤红 (010) 64909224

广告经营许可证 京朝工商广字第0006号

广告联系人 王玉洁 (010) 64909224

目 次 (月刊 第32卷 第6期 总第250期 2017年6月6日出版)

01 中国旅游发展笔谈——“一带一路”与中国旅游业发展(二)

“一带一路”背景下的丝路文化软实力建设——国际旅游发展新动力

张 睿 金 磊 丁培毅 / 要素禀赋、“一带一路”与中国旅游企业战略

选择 宋志伟 庞世明 / “一带一路”战略下我国入境旅游产品开发新思

路 姚延波 侯平平 / 丝绸之路旅游:多面挑战与突破口 师守祥 / “一

带一路”旅游合作愿景、难题与机制 邹统钎 / “一带一路”旅游教育与

研究的交流与合作 沈世伟 Philippe Violier

14 旅游产业融合、新业态与非正规就业增长:

一个基于经验与概念模型的实证分析

郭 为 秦 宇 黄卫东 余 琴

28 旅游减贫效应之辩

——一个文献综述

李如友 郭鲁芳

38 重塑现代性,开启旅游研究回归范式

刘录护 左 冰

53 换汤不换药?游客满意度测量的迷思

马 天 李 想 谢彦君

64 目的地国家形象与旅游产品类别的匹配效应

——基于刻板印象内容模型的实证研究

穆雪茗 白长虹 吴 波 王红玉

75 基于TPB拓展模型的出境游客文明旅游行为意向影响机制研究

邱宏亮

86 基于Logistic模型对TALC模型各阶段的定量划分

——兼论美国十大国家公园的旅游生命周期模式 张城铭 张 涵

96 非品牌酒店的机会?预订渠道转换下的消费者品牌敏感研究

吕兴洋 谭慧敏 李惠璠

109 旅游App用户粘性与购买意向:互动性视角

张初兵 李义娜 吴 波 李东进

119 旅行社责任保险赔付制度之反思与重构

印 通

126 《旅游学刊》第六期国际旅游研究高级研修班

本刊编辑部

广告简目 封三 2017《旅游学刊》中国旅游研究年会

本刊启事 1. 本刊实行同行专家匿名评审制度。

2. 本刊对所发论文享有中文专有出版权和翻译权,请勿一稿多投。

3. 本刊对所发论文享有电子出版和信息网络传播权,如有异议,请事先声明。

4. 本刊不以任何形式收取版面费(举报电话 010-63094651)。

[期刊基本参数] CN11-1120/k * 1986 * m * 128 * zh * P * ¥20.00 * 16 * 2017-06

CONTENTS

Discussion Forum of China Tourism Development: China Tourism Development through “the Belt and Road”(II)	
ZHANG Rui, JIN Lei, DING Peiyi, SONG Zhiwei, PANG Shiming, YAO Yanbo, HOU Pingping, SHI Shouxiang, ZOU Tongqian, SHEN Shiwei, Philippe Violier (01)	
The Convergence of Tourism Industries, New Tourism Formats and the Growth of Informal Employment: A Positive Analysis Based on Industries Experience and Conceptual Model	GUO Wei, QIN Yu, HUANG Weidong, YU Qin (27)
The Effect of Tourism Development on Poverty Alleviation: A Literature Review	LI Ruyou, GUO Lufang (37)
Tourism and Modernity: A New Returning-centered Research Paradigm	LIU Luhu, ZUO Bing (51)
Old Wine in New Bottle? The Myth of Tourist Satisfaction Measurement	MA Tian, Xiang(Robert) LI, XIE Yanjun (63)
The Matching Effect of Destination Country Image and Tourism Product Type : An Empirical Study Based on the Stereotype Content Model (SCM)	MU Xueming, BAI Changhong, WU Bo, WANG Hongyu (74)
Developing an Extended Theory of Planned Behavior Model to Predict Outbound Tourists’ Civilization Tourism Behavioral Intention	QIU Hongliang (85)
A Quantitative Division for Each Stage of the TALC Model Based on the Logistic Model: Discussion on the Tourism Life Cycle Types of the Ten National Parks in the United States	ZHANG Chengming, ZHANG Han (95)
Emerging Opportunities for Underdog Brand Hotels? A Study of Consumers’ Brand Sensitivity under the Context of Switching Booking Channels	LYU Xingyang, TAN Huimin, LI Huifan (108)
Tourism App User Stickiness and Purchase Intention from the Perspective of Interactivity	ZHANG Chubing, LI Yina, WU Bo, LI Dongjin (118)
The Reflection on and Reconstruction of Payment System in Travel Agency Liability Insurance	YIN Tong (125)



Monthly

Vol. 32, No. 6

June 6, 2017

Tourism Tribune, the only national gazette specialized in tourism to be distributed at home and abroad, is published monthly in Beijing.

The manuscripts are peer reviewed anonymously.

Sponsor : Tourism College of Beijing Union University

Published by the Editorial Office of *Tourism Tribune*

Editor-in-Chief : YAN Xuyang

Executive Editor-in-Chief : ZHANG Lingyun

Associate Editor-in-Chief :

BAO Jigang, Haiyan SONG,

XIE Yanjun, DAI Bin,

WU Qiaohong, SUN Yehong

Editors : LIU Lu, WEI Yunjie

Our domestic readers can subscribe to *Tourism Tribune* from the local post offices.

Publication Code 32 - 396

The subscription address for our foreign readers : China International Book Trading Corporation (Post Box No.399, Beijing)

Subscription Code M1153

© All rights reserved. Use of data and information from this publication is authorized provided source is acknowledged.

E-mail lyxk@vip.sina.com

Website www.tourismtribune.cn