

异质性文化旅游资源下景区动态能力提升研究 ——以赣州市通天岩景区为例

缪子贤¹, 程盼辉²

¹广东技术师范大学管理学院 广东广州

²青海民族大学旅游学院 青海西宁

【摘要】近年来,随着一大批特色主题小镇,主题公园等新兴旅游景区带来体验性、互动性、趣味性的冲击,部分传统观光游览型景区基于先天独特的自然或文化资源优势,在保护、开发、管理、营销方面的创新发展,则为该类型的传统旅游景区重新获得“暂时”的竞争优势提供了可借鉴的思路。本文以 Barney 的资源观理论为基础,从价值性、稀缺性、不完全模仿性、不完全替代性、不完全移动性五个方面研究了江西省通天岩景区所具有的异质性文化旅游资源优势。并且,本文从企业动态能力视角出发,结合景区在文化旅游资源建设方面存在的问题,认为通天岩景区应当从资源保护、资源开发、资源宣传、资源体验四个方面进行动态能力提升,以实现景区在异质性文化旅游资源基础上的转型发展,不断获取并保持竞争优势。

【关键词】资源观理论;通天岩景区;异质性文化资源;竞争优势

Research on the promotion of scenic spot dynamic ability under heterogeneous cultural tourism resources ——as an example of Tongtianyan scenic spot in Ganzhou

Zixian Miao¹, Panhui Cheng²

¹School of management, Guangdong Normal University of technology, Guangzhou, Guangdong Province

²College of Tourism, Qinghai University for nationalities, Xining, Qinghai Province

【Abstract】In recent years, with the impact of a large number of characteristic theme towns, theme parks and other emerging scenic spots on experience, interaction and interest, some traditional sightseeing scenic spots have made innovative development in protection, development, management and marketing based on their inherent unique natural or cultural resource advantages, which provides a reference for this type of traditional scenic spots to regain their "temporary" competitive advantage. Based on Barney's resource view theory, this paper studies the heterogeneous cultural tourism resource advantages of Tongtianyan scenic spot in Jiangxi Province from five aspects: value, scarcity, incomplete imitation, incomplete substitution and incomplete mobility. In addition, from the perspective of enterprise dynamic ability, combined with the problems existing in the construction of cultural tourism resources, Tongtianyan scenic spot should improve its dynamic ability from four aspects: resource protection, resource development, resource publicity and resource experience, so as to realize the transformation and development of the scenic spot on the basis of heterogeneous cultural tourism resources and continuously obtain and maintain competitive advantages.

【Keywords】Resource view theory; Tongtianyan scenic area; Heterogeneous cultural resources; Competitive advantage

1 引言

近年来,一大批主题小镇、主题公园等新兴旅

游景区依靠具有体验性、互动性、趣味性的创新旅游产品成为旅游热点,而许多依靠历史发展过程、

以自然或文化资源为吸引物的观光游览型的传统旅游景区则陷入了发展的瓶颈期。在解决过程中,国内部分传统景区依托保护投入、创意开发、管理创新、宣传营销等方面的设计利用^[1-4],增强了景区产品的可体验性,实现了景区发展的转型。但是,不可忽视的一点是,上述许多做法都是基于对其拥有的先天独特资源这一优势的利用,才能在激烈变化的动态旅游消费市场中拥有“暂时”的竞争优势。

资源观理论是战略管理研究中关于竞争优势问题的基本理论流派之一,美国经济学家 Penrose 首先提出企业是生产资源的集合,资源在企业提供产品和服务而不断扩大绩效和利润的成长过程中起到基础作用^[5]。1984 年 Wernerfelt 发表的《企业资源观》则标志着资源观的正式确立,企业内部的组织能力资源和知识,对企业的租金收益持续性竞争优势起着关键性的影响作用^[6]。在 1991 年,学者 Barney 进一步拓展了 wernerfelt 的观点,明确提出了异质性资源是企业竞争优势的来源,企业战略性资源应当具备的价值性、稀缺性、不完全模仿性和不完全替代性^[7,8]。1993 年,Porter 也提出了企业持续竞争优势的四个条件:该企业所拥有的异质性资源;对竞争对手采取的事前限制手段;资源利用过程中具有的不完备移动性而获得的租金优势;对竞争对手采取的事后限制手段^[9,10]。

综上资源观理论的发展来看,资源观理论侧重于从企业内部出发,其核心思想是从企业内部资源差异的视角思考企业获得竞争优势的来源。尽管 Barney, Porter 对企业竞争优势条件的理解都来源于 Penrose 和 Wernerfelt 所逐步建立的资源观,但是相较于 Porter 更加个体、微观层面所展开的论述,Barney 的观点更具有整体、宏观层面的意义,以其为基础理论进行的研究运用更为广泛,如部分学者从景区内部的旅游资源角度出发,进行旅游竞争优势分析^[11,12],拓宽了资源观理论的实践应用范围,也显示了理论研究运用于旅游业的可行性。

动态能力理论诞生于 8、90 年代技术的进步和外部市场环境的快速变化之下,人们发现企业获得竞争优势越来越短暂,传统的资源基础观已经很难对企业如何获取并保持竞争优势做出充分解释^[13]。为此,作为对资源基础观在动态环境下的补充,1997 年, Teece^[14]提出动态能力是企业变化的环境中保持竞争优势的必要能力,并将其阐述为:企业整合、

构建、重构其内外部能力,以应对快速变化环境的能力。此后,不少学者提出自己的概念由此对定义做出了拓展, Eisenhardt 和 Martin 将动态能力定义为企业利用资源的过程^[15]; Winter 等则从能力的层级视角认为动态能力是一种创造、修改常规能力的高阶能力^[16]。

在动态能力的维度界定与划分方面, Teece 提出动态能力由整合,建构和重构能力三个维度构成^[14], Eisenhardt 和 Martin 则认为应当包含资源整合能力,资源重构能力,资源获取能力与资源释放能力四个维度^[15]。Wang 和 Ahmed 在通过实证研究,将动态能力划分为适应能力、吸收能力与创新能力,并且认为在阶层上存在一阶动态能力、二阶动态能力和三阶动态能力^[17]。具体到旅游企业的动态能力研究方面,张萌萌依据在线旅游企业面向市场变化所开展的资源整合过程,将动态能力维度划分为学习能力、组织变革能力、环境适应能力与战略隔绝机制四个维度,并通过实证研究证明了在线旅游企业的资源识别、资源获取、资源配置和资源利用均与企业的动态能力呈正相关。且动态能力越强,其竞争优势越明显^[18]。

结合以上文献内容的分析,笔者认为旅游景区的动态能力是指该景区在应对旅游市场环境变化过程中对内、外部资源构成的产品与服务进行有效整合或管理的高阶能力。总之,动态能力能够帮助景区提升面对外部环境变化的感知力,把握市场变化机遇,并对自身内外部资源进行保护、整合或优化。它既是景区体现生命力的焕新过程,又是景区不断维持竞争力的高级能力。

2 赣州市通天岩景区介绍

2.1 赣州市通天岩景区简介

赣州市通天岩景区位于江西省赣州市西北郊 6.8 公里处,在 1988 年被评为国家第三批重点文物保护单位、2001 年被评为国家 4a 级景区,通天岩是典型的丹霞地貌景观景区,因“石峰环列如屏、颠有一窍通天”而得名。

整个通天岩风景区包括现代休闲区和古代石刻区两部分,现代休闲区以十二生肖园、情人桥、情苑、卧佛、望江亭、千佛洞、名人造像区等自然休闲娱乐景点为主。而古代石刻区是通天岩景区的核心和精华部分,主要由观心岩、忘归岩、龙虎岩、通天岩和翠微岩五大岩洞与蒋经国舞厅、蒋经国避

暑山房等景点构成。其中,通天岩景区最珍贵的石窟文化艺术就雕刻在五大岩洞之中,保存着唐宋以来的石窟造像 359 尊、北宋至民国以来的摩崖题刻 128 品。尽管与我国其他尤其北方地区的石窟相比,通天岩石龕造像的数量、质量、规模都不算大,但是通天岩景拥有我国整个南方地区最大的石窟群、同时所处地理位置也是最南,所以被誉为“江南第一石窟”。

2.2 通天岩石窟文化旅游资源形成原因

文化旅游资源是指能够吸引旅游者产生旅游动机,并能够用来开发文化旅游活动的,能体现人类文化内涵的各种自然人文或者其他因素的总和^[19]。整体来看,通天岩景区文化旅游资源的形成受到多方面的影响^[20-24]:如独特的自然环境使其岩洞有着良好的可塑性和稳定性;优越的地理位置,使其便于成为宗教和文化交流传播的场所;唐宋时期,经济重心的不断南移带来了赣州城经济的繁荣稳定以及大量的石窟艺术人才,为通天岩的石窟文化艺术创作注入了活力;而佛教文化的兴盛和官绅的捐资也直接促进了佛教石窟造像的开凿;此外,历代名人于此的足迹,也形成一种文化上的吸引力,让更多文人雅士慕名而来,题咏唱和,留下佳作。

3 资源观理论下通天岩文化旅游资源优势分析

本文以 Barney 的资源观理论为研究基础,从价值性、稀缺性、不完全模仿性、不完全替代性、不完全移动性五个方面^[12]分析通天岩景区的文化旅游资源,总结出通天岩景区所具有的异质性文化资源的优势,为景区未来发展提出建议对策。

3.1 价值性

通天岩作为江南第一石窟,是南方石窟造像风格的典型代表,体现着和北方石窟造像与众不同的艺术风格。同时,景区内的蒋经国舞厅、避暑山房与摩崖题刻等主要的文化资源也往往能折射出时代的政治、历史、宗教思想和生活追求,具有史学价值、文学价值、美学价值^[20-22]。

(1) 史学价值

如通天岩景区中位于忘归岩正面左侧石壁上,有一品楷书字体的《李大正题刻》^[24]。李大正是南宋时期著名的铸钱官员,这幅题刻正是他于公元 1173 年在赣州正式担任铸钱的提点坑冶一职后所作,也是国内迄今为止发现的第一幅关于记载铸钱的摩崖题刻。它印证了南宋时期经济重心转移,南

方矿产资源得到开发,在赣州设置铸钱监的历史。又比如存放历代名人题刻最多的龙虎岩景点,就有南宋《陈世雄题记》,整品题刻时间、人物、地点都非常清晰,反映了当时赣州地区农民起义、山贼作乱的历史。

抗日战争时期,赣南是中国东南抗战的后方,在政治、军事上都具有重要地位。1939 年到 1945 年期间,蒋经国在赣州就任江西省第四区行政督察专员。在任期间,他推行的“赣南新政”使赣州地区的民风民俗得到了良好的治理。历经半个多世纪的风雨沧桑,赣州仍保存一大批与蒋经国活动有关的遗迹。通天岩地区的避暑山房和舞厅就是其中遗迹之二。

(2) 文学价值

通天岩摩崖题刻中,诗歌和游记是最多的两种文学形式,其中苏东坡和王阳明先生在通天岩所题的诗,对后世影响较大,北宋绍圣元年(公元 1104 年),苏东坡看望阳孝本时,题下了:“空空为法喜,心定有天游。……虽为麒麟阁,已逃鸚鹄洲。……用舍俱无碍,飘然不系舟。”一文。七年后,又写下了《赞玉岩像》,称阳孝本为:“道不二,德不孤。无人所有,有人所无……”。王阳明先生则在通天岩的忘归岩背后题下了《通天岩》:“青山随地佳,岂必故园好?但得此身闲,尘寰亦蓬岛。西临日出暮,明月何来早!醉卧时床凉,洞云秋未扫。”此外,王阳明还对通天岩赋诗多首,表达了对其喜爱之情。宋、明两代,分别有苏东坡和阳孝本惺惺相惜、王阳明结庐讲学的故事,自然引发后人前来观赏通天岩,留下崇拜感怀的言志之词或轻快明丽的山水游记^{[20][22]},如通天岩在周满眼中的“崆峒之山千仞强,层霄削出芙蓉苍”,在林应亮眼中的“晴岚抱苍翠,秀色坠芙蓉。”

(3) 艺术价值

通天岩石窟的石窟造像一共可分为四组,第一组是唐代末年的 8 尊菩萨造像,位于通天岩与翠微岩相交处,开通天岩摩崖造像之先河。第二组是北宋中期在通天岩山岩中部开凿的五百罗汉拱卫毗卢遮那组群造像,规模宏大,气势恢宏,目前只能隐约见其形。第三组是北宋后期以明鉴和尚为主施造的单龕十八罗汉像,沿忘归岩、龙虎岩、通天岩、翠微岩一线分布,是通天岩摩崖造像的精华。第四组是南宋初年赣州城内居民朱氏施造的大肚弥勒佛

造像^{[23][25,26]}。钟慧^[25]认为, 不同时期的造像呈现出不同的艺术特色: 第一个时期的造像主张形神兼备, 符合唐朝丰满华贵之美; 第二个时期的造像审美趣味受南方禅宗影响, 表现出实用主义, “原本以华美、肃穆为主的佛像, 艺术风格渐渐趋于清新、优美”; 第三个时期则因罗汉题材的兴起, 表现出世俗化、个性化, 具有地方特色的写实性; 第四个时期整体已经发生变化, 表现出了南方审美中的空灵、婉约之美。四个时期也显示出佛教的本土化过程。

此外, 通天岩景区的摩崖题刻也有着书法上的艺术价值, 曾陈表^[17]经考证发现, 篆书、隶书、草书、行书、楷书五大字体在通天岩景区皆有, 如隶书多出现在北宋时期, 字形扁阔、横平竖直。明代唐邦佐的行书笔力刚浑雄健、气势飘逸洒脱; 《李大正题记》的正楷书写气势恢宏、字大如斗, 布局严谨、美感十足。

3.2 稀缺性

稀缺性的旅游资源主要是指在国内较少或唯一的旅游资源, 赣州市通天岩景区存在的稀缺性文化旅游资源如下:

首先, 通天岩景作为江南第一石窟, 拥有我国整个南方地区最大的石窟群, 且同其他地区石窟相比, 通天岩因为受到南方禅宗教的影响, 具有自身整体的艺术特征, 在我国石窟艺术史上占据特殊地位, 是独具特色的文化遗产。

其次, 近年, 王阳明心学的文化的研究兴起热潮, 相关的研究多展开在贵州“龙场悟道”时期, 但赣南作为王阳明立德、立功、立言之地, “文治武功”的实践之地, 阳明心学的昌大之地, 也留下了众多值得研究的事迹。通天岩是王阳明在赣开展儒家教化的重要场所, 其崖壁之下流传的题刻与故事也自然包含着稀缺而宝贵的文化资源。

最后, 蒋经国先生作为台湾光复后的第二任总统, 在台湾同胞心目中的地位颇高。赣南作为他从俄罗斯回国后其政治生涯的开始之地, 对他人生经历与从政生涯都有着重大意义。通天岩内蒋经国避暑山房和舞厅等文化遗迹的存在, 也可作为研究蒋经国在赣州地区任政影响和作为推动两岸文化交流的重要资源, 具有稀缺性。

3.3 不完全模仿性

所谓不完全模仿, 是指其他景区无法模仿的资源优势。造成资源不完全模仿性的原因主要有通天

岩地区独特得历史条件、因果模糊性、社会复杂性等, 因为有了不完全模仿性, 才可能形成持续的异质性与竞争优势。而如果其他地区强行模仿, 或许可以将通天岩景区的外在艺术表现完全仿照下来, 但是将会造成模仿变化或模仿失败。

通天岩石窟自唐代以来就开始建立, 拥有上千年历史, 各个朝代的石窟造像、摩崖题刻艺术特点均在此得到发展和体现, 同时, 通天岩石窟自身发展又与当地文化特点息息相关, 两者结合才形成了千年的南方特色石窟文化, 其他地区即便模仿出来石窟和题刻的外在形态, 也使其原本的历史文化意义发生偏离。又如蒋经国避暑山庄和舞厅的存在, 作为文物古迹, 它们见证了蒋经国先生在赣南执政的历史以及在通天岩生活憩息娱乐的点滴过往。其他地方脱离了历史而强行建造名人相关故居或建筑, 只会导致对模仿的不认可和失败。

3.4 不完全替代性

通天岩景区的不完全替代性是指如果其他景区选用其他的文化资源来替代通天岩景区的文化资源, 则会造成效用的降低甚至无效替代, 出现替代缺陷或替代失败。

通天岩景区之所以被称为江南第一石窟, 是因为其规模、体量、艺术价值等在南方地区首屈一指, 同时与北方相比又颇具自身历史沉淀过程中的南方特色。如果其他景区选择运用现代雕刻技艺或者现代审美理念等打造石窟旅游资源, 即使从外观上看, 规模更加宏大、形态更加精致、也替代不了古代石窟艺术作为古人的智慧结晶和思想体现, 在时代嬗变过程中的艺术价值、历史文化价值等。

3.5 不完全移动性

不完全移动性是指通天岩景区的文化资源若产生向其他地区的移动, 便会出现移动依赖、移动流失或移动改变的现象。

首先, 通天岩景区原生的石窟造像和摩崖题刻都被雕刻在丹霞绝壁之上, 蒋经国避暑山庄和舞厅等建筑也基本不可移动, 技术上的移动困难显而易见。其次, 即便可以移动, 其资源也会造成原本价值的流失或改变。

张冰清^[21]认为, 作为两宋时期南方石窟造像的经典代表地, 通天岩地区的石窟造像即符合宋代佛教石窟造像世俗化并且造型端庄的特色, 又反应了江西地区禅宗盛行, 追求朴实、儒雅的审美情趣,

具有地域特色。因此,离开了当地,通天岩的艺术作品便缺少了地方性内涵下的精神表达。而学者杨新^[22]也发现“宋代通天岩因佛教和阳孝本,使其蕴含了教化之意,而明代通天岩则成为阳明心学的重要传播之地。”虽然到了清代,赣南社会由化外之地转为化内之地,“清代的通天岩已然回归本位,成为赣州的一座郊游胜地”。结合此二者两点可以看出,通天岩景区与赣州的文化关系是相辅相成的,尤其通天岩景区的文化资源若移动到其他地区,而这些文化资源对赣州文化形成过程中展现的作用和见证意义便荡然无存,原本附着在通天岩景区教化、心学传播和郊游名山等价值都流失或者改变。

4 存在问题与建议

4.1 存在问题

研究发现,通天岩景区在利用此类文化旅游资源发展的过程中,存在如下问题:

首先,文化旅游资源保护现状不容乐观。通天岩地区的石窟造像和摩崖题刻的数量和质量随着年代的发展在降低。首先,自然因素方面,受丹霞地貌在风吹雨淋日晒后的剥落、风化作用影响严重,还有一些题刻因所处石壁渗水,会长出霉斑青苔,青苔在天气干燥时候会死亡碳化,导致表面发黑,字迹难以辨认,又影响整体价值。其次,人文因素方面,有历朝历代前人的故意损毁,如明代官员唐邦佐将大诗人苏轼留于忘归岩背面的真迹凿去,在原处留下自己的“石窟千年景未磨,重来诗词岂东坡”。还有现今的书法作品采集不完全、保护修刻技术的不完善、社会传承性保护不足等问题^[27]。

其次,文化旅游资源开发力度有待加强。以江西省其他具有异质性文化旅游资源的山岳型景区作比较,如龙虎山以丹山碧水和道教文化的形象成为了国内著名的道教旅游胜地,明月山凭借着浪漫的爱情故事和独特的富硒温泉成了爱情文化和温泉养生胜地,二者也分别在2012年和2015年入选了国家5A级景区。在赣州,旅游资源异质性程度较低的大余丫山也积极开发乡村旅游资源成功打造了国家级乡村旅游示范基地,崇义阳岭森林公园围绕王阳明的当地事迹发掘出当地的阳明文化且直接改名为阳明山。

再次,文化旅游资源宣传不到位。通天岩景区作为国内较早的一批国家4a级景区,国家重点文物保护单位,原本通天岩景区应当利用好这些荣誉及

江南第一石窟的美誉来继续扩大对外宣传,加强其文化影响力,以走出江西,面向华东、华南甚至全国。然而,作为赣州市老牌景区,近年来的宣传与发展可以说是停滞不前的,笔者看来,通天岩景区早已经脱离了江西旅游景区的第一梯队,而成为仅仅是和众多赣州后进的4A级景区齐名的景区。很多游客看到景区介绍牌,才知道通天岩是自唐宋以来便开凿了的江南第一石窟。本身拥有独特的异质性文化旅游资源,却在宣传方面陷入了停滞,是非常可惜的。

最后,文化旅游资源体验服务不到位。笔者发现,通天岩景区在游客的游览体验过程的服务存在问题:第一,通天岩内许多石窟艺术展现佛教文化和当地文化,很多游客不懂五大岩洞中留存的历史、文化,若是缺少讲解和提示,很容易枯燥乏味,感觉自己面对的仅仅是冷冰冰的不知道年代的佛教造像。甚至,许多珍贵的石窟造像和摩崖题刻被刻在比较偏僻难以发现的壁崖之上,加之没有提示牌,最终多数游客甚至不知道有这些造像和题刻,也就更无从说起这些造像和题刻的历史、价值等。第二,虽然通天岩景区分为古代石刻区和现代休闲区两大区域,但是景区导览图缺乏标示,在旅游线路的设计上也有不合理的地方,容易造成迷路等问题。

4.2 建议

从前文可以看出,虽然通天岩的文化旅游资源是具有独特优势的异质性文化资源,但随着通天岩景区内、外部环境的动态变化,景区依靠文化旅游资源带来的竞争优势变得越来越短暂而不稳定。在这样一个富有创新的、非均衡的动态旅游市场环境中,提升其动态能力成为重新获得竞争优势的重要路径。笔者认为,结合通天岩景区文化资源方面的优势与问题现状,要提升该方面的动态能力应从资源保护、资源开发、资源宣传、资源体验四个方面入手,发挥景区文化资源创造价值,带来持续性竞争优势的作用。

首先,加强对景区石窟艺术的保护。如运用成熟的物联网技术对造像和题刻等文化资源在温度和湿度上的实时感知,进行提前预测与保护。还可以加强与社会相关宣传、文物部门的合作,拓宽对景区石窟造像和摩崖题刻的采集整理范围,加强对石窟造像和题刻的修复工作;进行去污、去霉斑青苔、加固等工作,加强科学管理;让民众意识到文物的重

要性和不可再生性,提高整个社会的保护意识。

其次,拓宽异质性资源的产品开发边界。比如,首先可利用通天岩的石龛造像、摩崖题刻、景区历史建筑等资源进行国潮古风的旅游文创产品设计等,使厚重、古朴的景区文化更显年轻化,提高通天岩景区文化旅游资源的亲和力;其次,加强与其他景区的资源整合,如与同样具有江南宋城文化、阳明文化等文化特性的郁孤台历史文化街区、赣州古城墙、阳明湖等景区进行研学旅游线路与产品的开发,形成相同文化景区之间的联动活力;此外,还应关注同在赣州市区的七鲤古镇景区与方特东方欲晓主题景区,作为分别主打赣州宋窑文化与红色文化的且受到瞩目的新建景区,如何利用通天岩景区与他们之间文化特性的不同,进行资源的整合,共同打造当地旅游对外市场竞争力或许也是一个值得思考,可供参考的建议。

此外,可以围绕景区异质性旅游资源加强对外宣传营销。提高景区知名度,形成自身旅游目的地品牌形象。可利用微博、抖音、微信公众号等,加强通天岩景区文化旅游资源的讲解宣传、背后解读等,让游客明白通天岩文化资源的历史、背景、价值,增强景区影响力。

最后,提高游客的游览体验和对景区资源认知程度。在线上可以运用智慧旅游平台的线路设计和导览功能,加强景区的线路指示、景点资源讲解,提升游客旅游服务体验^[28]。同时在线下可以根据实际情况对核心的五大岩洞安排定点导游员讲解或相关电子资源讲解,让景区内的核心文化旅游资源的内容、价值等得到充分展示,由此提高游客的游览体验和对景区的认知程度。

参考文献

- [1] 孙子惠,史灵歌.基于IPA分析法的智慧景区服务质量评价——以龙门石窟旅游景区为例[J].内江师范学院学报,2019,34(04):86-92.10.
- [2] 戴克清,陈万明.增强现实型科技旅游产品开发的条件模型及评价——以故宫博物院为例[J].贵州社会科学,2019(07):142-149.
- [3] 周永博,魏向东,梁峰.基于IPA的旅游目的地意象整合营销传播——两个江南水乡古镇的案例研究[J].旅游学刊,2013,28(09):53-60.
- [4] 孙亚云,王凡.营销沟通视角下博物馆文化创意产品设计及推广研究——以故宫博物院为例[J].文化艺术研究,2018,11(02):1-7.
- [5] Penrose, E.T.. The Theory of the Growth of the Firm. New York: John Wiley, 1959.
- [6] Wernerfelt B.A resource-based view of firm[J].Strategic Management Journal, 1984 (5) :171-180
- [7] Barney J.Firm resource and sustained competitive advantage[J].Journal of Management, 1991 (17) :99-120
- [8] 吴金南,刘林.国外企业资源基础理论研究综述[J].安徽工业大学学报(社会科学版),2011,28(06):28-31.
- [9] Perteraf, M.A.. The Cornerstones of Competitive Advantage, A Resource Basee View. Strategic Magement Journal. 1993.
- [10] 方刚:《基于资源观的企业网络能力与创新绩效关系研究》,《浙江大学博士学位论文》2008年
- [11] 许秋红,单纬东.异质性活文化资源战略与竞争优势——以千年瑶寨为例[J].管理案例研究与评论,2012,5(03):213-221.
- [12] 王朦朦.资源观理论下河下古镇文化资源的竞争优势分析[J].旅游纵览(下半月),2020,(10):105-107.
- [13] 王锋正,郑茂伟,魏杰琛.企业竞争优势根源的理论演进[J].财经理论研究,2013,(02):19-25.
- [14] D.J.Teece,G.Pisnao,A.Shuen.Dynamic capabilities and strategic management[M].Strategic Management Journal,1997,18:509-533.
- [15] Kathleen M.Eisenhardt and Jeffrey A.Martin Dynamic Capabilities:What Are TheyN[J].Strategic Management Journal.2000 (21) :1105-1121
- [16] Zollo, M.&Winter, S.G., From Organizational Routines to Dyan-mic Capabilities, A Working Paper of the Reginald H.Jones Center, the Wharton School University of Pennsylvania.1999.
- [17] Wang C.L.and Ahmed P.K,"Dynamic:Capabilities:A Review and Research Agenda"[J].International Journal Of Management Reviews,2007,9:31-51.
- [18] 张萌萌.在线旅游企业资源整合过程、动态能力与竞争优势

势的关系研究[D].暨南大学,2018. 2):48-55+59+103.

[19] 王璇君.文化旅游资源体验式开发研究[D].河南工业大学,2011. [27] 刘浔.通天岩宋代摩崖书法的保护与传承[J].山西档案,2018,(01):146-148.

[20] 曾陈表.通天岩摩崖石刻与赣州文化关系研究[D].福建师范大学,2014. [28] 林茂.论古镇文化旅游资源的保护与开发[D].四川大学,2006.

[21] 张冰清.宋代江西地区佛教石窟造像艺术风格研究[D].江西师范大学,2015.

[22] 杨新.佛教、教化与郊游胜地: 10-18 世纪通天岩与赣南地域社会[D].南昌大学,2013.

[23] 江山.浅论通天岩石窟佛教雕塑艺术[D].江西师范大学,2007.

[24] 肖佰芳.赣州通天岩宋代摩崖书法赏析[J].美与时代(中),2017,(08):128-129.

[25] 钟慧.不同时期佛教造像的艺术特色——以赣州通天岩为例[J].美术大观,2014,(08):88.

[26] 张总,夏金瑞.江西赣州通天岩石窟调查[J].文物,1993,(0

收稿日期: 2022 年 3 月 18 日
出刊日期: 2022 年 6 月 1 日
引用本文: 缪子贤, 程盼辉, 异质性文化旅游资源下景区动态能力提升研究——以赣州市通天岩景区为例 [J]. 文化和旅游研究, 2022, 1(2): 16-22.
 DOI: 10.12208/j.jctr.20220011

检索信息: RCCSE 权威核心学术期刊数据库、中国知网 (CNKI Scholar)、万方数据 (WANFANG DATA)、Google Scholar 等数据库收录期刊

版权声明: ©2022 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS