

丽江客栈经营中的夫妻劳动分工研究¹

龙良富

(电子科技大学中山学院 旅游系, 广东 中山 528402)

【摘要】: 旅游中的社会性别是旅游人类学研究的重点及热点问题, 但当前主要以妇女就业及其影响进行分析, 缺乏旅游发展中夫妻在特定空间的社会实践研究。通过对丽江 36 家客栈进行深度访谈和现场调研发现, 客栈为夫妻构建了自我价值实现的社会公共空间, 他们彼此分工与合作, 共同承担了经营客栈的工具型角色和表达型角色, 实现了客栈的常态运作; 在劳动分工中表现出丈夫更多承担了传统妻子的情感角色, 丈夫工作向外流动导致的“男主外, 女主内”分工模式等特点。夫妻劳动分工虽然也表现出了工作上的公私领域分化, 但并未构建社会等级化的性别秩序, 夫妻之间呈现出了相对平等的权力和地位。夫妻日常的经营活动塑造了属于他们的社会活动, 也创造了具有一定特色的客栈经营模式, 提升了丽江作为旅游目的地的竞争力。

【关键词】: 劳动分工; 社会性别; 夫妻; 地位; 丽江古城; 客栈; 旅游人类学

【中图分类号】: F590-05

【文献标识码】: A

【文章编号】: 1672-433X (2018) 01-0104-05

根据我国相关部门颁发的《中小企业划型标准规定》, 我国绝大部分旅游企业都属于服务业中的微型企业。托马斯(Thomas)将微型旅游企业定义为由家庭业主掌握经营决策权的、独立的、以营利为目的的旅游企业^[1], 因此, 夫妻搭档共同经营是客栈的主要管理模式^[2]。在丽江客栈的经营中, 夫妻一般聘请员工进行各项服务工作, 并将子女委托给父母照料, 这使女人从繁重的家务劳动中解放出来, 与丈夫一起全力参与客栈的经营。因此, 在丽江客栈这一特殊空间, 夫妻劳动场域由传统的公私领域变成了单一的公共领域, 促使了夫妻在权力与责任上出现新的社会性别再分配。丽江客栈经营中的夫妻分工嵌入在新型的劳动分工与社会角色的互动之中, 只有对这种互动过程与互动关系进行细致考察才能真正窥视特定空间中夫妻劳动分工的本质。曾有学者认为, 在民族旅游中女性处于主导地位, 而男性受到行业的排斥^[3], 这说明在宏观视角上, 旅游促进了民族地区女性社会地位提高和控制权力增强, 但在客栈这样的微型旅游企业的经营中, 夫妻究竟是如何分工的? 妻子是否也占据主导地位? 这种分工是否让女人获得平等权力? 这些问题至今尚未有学者进行研究。本文以丽江古城的客栈为例, 通过对客栈经营者的深度访谈, 从认知角度审视夫妻间的劳动分工, 以期获得旅游发展中特定空间性别平等呈现的态势。

一、研究案例与研究方法

(一) 研究案例。

本文选择丽江客栈作为研究对象, 原因如下: 第一, 我国休闲旅游业的兴起带动了客栈、小型餐馆、农家乐等微型旅游企业的蓬勃发展, 客栈作为其中的重要代表, 数量已经达到 42658 家^②, 对其研究可以窥视整个微型旅游行业的夫妻分工形式及之间的权力关系。第二, 丽江作为我国客栈的发源地之一, 经历了 20 年的发展历史, 从最初的住宿补充发展到了当前的客栈群体成为目的地吸引物的现象, 同时, 外来资本的进入使得客栈经营主体呈现多元化。因此, 丽江客栈中的夫妻劳动分工置于外部

¹**【基金项目】:** 广东省哲学社会科学规划项目“城镇化进程中的民俗复兴与地方文化发展”(GD16XGL25)。

【作者简介】: 龙良富, 男, 电子科技大学中山学院副教授, 主考研究旅游人类学、乡村旅游。

^②①数字来自 2016 年民宿圈的统计数字, 其将“去哪儿”平台作为民宿统计的主要数据来源。

的社会经济文化，受到地域文化和旅游经济高速发展的影响，其劳动关系中混杂了市场、关系网络和家庭亲情等多重复杂的因素，对其研究可以更好地考量新经济体制中夫妻劳动分工如何受到外部环境的影响。第三，丽江客栈和国内外学者研究的乡村客栈存在区别。如前所述，这里的女人脱离了传统的农业生产和家务劳动的束缚，能和丈夫全力经营，劳动场域由传统的公私领域变成了单一的公共领域，家庭的劳动分工转化成了社会的劳动分工，形成了以商品化形式定义的劳动分工，夫妻最日常的生活塑造了新的家庭权力关系，在此基础上考量夫妻的劳动分工以及形成的权力地位具有一定的现实社会意义。

（二）研究方法。

本文试图由新的视角切入，用夫妻的劳动分工替代单纯对妇女劳动的研究，拓展旅游中社会性别研究的思路，将夫妻经营客栈中丰富生动的互动过程作为调研内容，因此，在调研方法上采用了深度访谈法和观察法。访谈采用半结构访谈，调研大纲主要涉及客栈概况、经营客栈原因、夫妻分工情况、经营决策、财务管理、个性化服务、夫妻业余生活等七个方面。

笔者于2014年10月3-31日对丽江古城进行了28天田野调查，调研选择住宿体验、熟人介绍、登门拜访等方式，对36家客栈经营者进行了深度访谈和细致观察，并进行了现场录音和记录。36家客栈的经营者中，29家来自外地，另外7家来自于本地的纳西族人；每家聘请1-3名当地员工参与清洁和服务，由于员工人数都低于10人，36家都属于服务业中的微型企业；23家为经济型客栈，13家为小微型客栈；经营时间1-8年不等；其中一家男主人单身，邀请了一位女性朋友帮助共同管理，另一家为夫妻和妻子弟弟共同经营，其余均为夫妻或男女朋友共营。在资料整理中，对36家客栈进行了分类编号，A代表经济型客栈，B代表小微型客栈，分别根据数量编号为A1-A23、B1-B13。为了更加丰富客栈的资料，对36家客栈在“去哪儿网”上的部分客人评价进行了收集，并运用质性分析软件Nvivo8对所有资料进行了归类和初步整理，根据研究问题对材料中涉及到的工作、角色、权力、地位等内容进行了开放式编码，围绕关键词撰写了相应的分析备忘录，以对资料进行深入挖掘，获取更多有价值的信息。

二、丽江客栈夫妻劳动分工情况

功能主义理论把社会看成是一个由各种相互关联的地位和角色构成的系统，各种角色和地位之间在正常情况下处于和谐和互补的状态^[4]。在功能主义视角下，帕森斯认为大多数家庭都按照工具型—表达型这样的模式来组织，男人为家庭提供经济支持而承担工具型的角色，妇女在家中从事家务劳动，为家庭提供感情需要。虽然当前社会这种结构的家庭劳动分工已经发生了变化，功能主义理论受到质疑和批评，但其仍可以作为一种夫妻劳动分工的理论工具。在调研中发现，丽江客栈的经营虽然存在经营业务、服务内容的差异，但经营模式趋于一致，这与张朝枝等学者的观点一致：旅游发展过程中，隐性知识的溢出使得旅游企业之间相互模仿，最终趋向相同或者相似，并不存在民族、年龄或经营时间年限的明显区别^[5]。在客栈经营中，所有夫妻工作既包括为获得直接经济收入和支出的管理活动，也需要经营者在与客人互动交往过程中融入情感的文化元素，提供个性化的关爱服务，以满足客人友谊和爱的情感需求，使其产生安全感、信任感和依赖感，以提高客人的满意度和客栈的盈利能力，这种客栈经营中的情感创造和支配实质是一种情感劳动^[6]，因此，客栈的日常经营可以按照工具型—表达型这样的模式来组织，但其分工迥异于传统的夫妻劳动分工。

（一）工具型角色：夫妻工作中相互合作与补充，促进客栈经济收入。

客栈的日常经营中，夫妻工作的共同目标即是提高房间出租率或多元化经营，获得更高的经济收入，这为夫妻二人提供了施展能力的时空条件，二者都扮演了为客栈营利的工具型角色。从调研情况来看，夫妻之间的工具型角色呈现出以下特点：一是大部分运营工作由夫妻二人共同完成。表一中所列的“摇摆性工作”或由夫妻二人共同协商完成，如客栈装修风格、设备设施的购买，也可由二者的时间决定，即当有客人需求时，遇到夫妻之中的哪位就由该位来完成，如前台接待、带领客人参观客栈、结账等。二是在客栈运营中，夫妻合作利用生理或专业之长进行劳动分工，各取所长，相得益彰。这可由客栈对外营销的分工中表现出来，从调研来看，涉及网络合作销售的工作一般由丈夫完成，而到城外或主道招徕客人的工作基本由妻子进行。对此

分工，A5 客栈妻子解释说：“计算机的东西我也不是太懂，让老公做就行了。让他出去拉客人还不把人吓跑了，都是女人出去拉客人，我们出去客人还是要相信点。”丈夫利用在计算机方面的专业知识和携程、同程等专业网站合作，进行网络宣传和销售，而妻子用“感情型”的营销方式说服客人入住，夫妻二人运用各自的优势所长为客栈争取更多的客源，获取更高的经济收入。

表 1 丽江客栈经营中的夫妻劳动分工

	概括的男性工作	具有摇摆性（男女均可）的工作	概括的女性工作
工具型角色	维修设备、网络营销合作、对外宣传、租车服务	装修客栈、购买日常用品或设备、员工管理、带客人参观 和推荐客栈、陪同客人旅游、前台接待、结账、安排早餐、旅游咨询、为其他旅验业推销产品、洗涤客人用品等	淡季入口招徕客人、旺季协助清扫房间
表达型角色	接送客人、为客人拖拉行李、陪客人烧烤或到酒吧喝酒、深夜等待客人	为客人介绍景点、推荐线路、陪客人喝茶聊天、陪同客人游览或带路、照顾生病客人	为客人照顾小孩

资料来源：根据访谈材料整理而成

（二）表达型角色：丈夫承担了主要工作，妻子情感角色受到挤压。

性别分层中的功能主义理论认为女人往往待在家里从事家务劳动，为家庭提供情感需要，由此，妇女在家庭中的首要角色是作为一个“感情型的”家庭妇女，扮演表达型角色，导致了夫妻之间公私领域的分化，因此，霍赫希尔德认为两性应该共同地、平等地分担情感劳动，以创建性别平等的文化^[7]。在丽江客栈经营中，夫妻二人者参与了情感劳动，但主要由丈夫完成：丈夫为客人拖拉行李，陪客人烧烤或到酒吧喝酒，深夜等待客人，陪客人喝茶聊天；妻子在客人有需要时，可以临时看管小孩，在与客人深度沟通方面只是辅助作用。在这个拟家庭化的空间中，私人领域转变为公共领域，妻子在私人领域建立起的传统性别角色在公共领域逐渐被丈夫取代，这也反应出丈夫在公众方面是活跃的，承担了大部分表达型角色分工，而妻子在经营中的表达型角色受到挤压。

三、丽江客栈夫妻劳动分工中的等级秩序与权力地位

（一）丽江客栈夫妻劳动分工中的等级秩序。

1. 客栈经营中夫妻劳动分工仍呈现出一定的公私领域分化。丽江客栈夫妻分工与合作的劳动关系让二者成为公共领域的伙伴关系，彼此互补和配合，建构出微观视角下的劳动分工系统。在这种看似完全公共领域的环境中，夫妻劳动分工仍呈现出一定的公私领域分化：一是涉及到客栈运营中类似传统家务劳动的工作，如清洁、整理房间等劳动，妻子在旅游旺季或日常人手不足时辅助参与，但丈夫对这些清洁卫生工作几乎从来不参与。A21 客栈老板对此表示：“女人从小就开始做家务，清洁卫生我从来就不做的。”W. 古德认为这是性别劳动分工强制性的表现：男子可以干女子所干的一切活，但当规定女性应该干某种工作时，男性就不会参与这种工作，这反映出一定的父权制意识形态和文化规范的力量^[8]。这使在社会工作领域中如果涉及到类似家务劳动的工作，此类工作将首先分配给女人，促使了公私领域的分化。二是涉及到日常管理工作的任务更多由妻子完成，进一步使妻子限于“私人”领域。经营客栈使妻子从繁重的清洁劳务中解放出来，承担了房间、公共区域的卫生状况检查以及员工工作任务布置等日常管理工作的任务，这种管理工作实质上是传统家务劳动工作的一种延伸。因此，传统的女人应该待在家里从事家务劳动的性别角色在丽江客栈经营中仍有呈现。

2. 客栈经营环境的变化在一定程度上促使丈夫工作向外流动。劳动性别分工有将不同的人分配到不同的生活经验、机会和工作场所等社会位置上的社会机制，形成工作或职位的流动。客栈经营中的夫妻劳动分工也表现出了这种社会机制：随着客栈

经营环境的变化，妻子工作偏向于客栈的内部管理，而丈夫工作不断向外流动，以满足现代客人的个性化旅游需求。B4 客栈老板侯哥对不同阶段他们夫妻之间的劳动分工如此描述：

刚开始做客栈时，我们没有请小妹帮忙，老婆就主要清扫房间，卫生工作是她在家里从小就做的事情，那自然是她的事情了。那时候也不懂什么宣传，我的工作主要就是接待，客人有什么需求和问题尽量帮助解决。

请了小妹后，老婆在客人多的时候也会帮助清扫房间，淡季到城门外招徕客人，但主要是前台接待工作，维持好客栈，也为客人提供些咨询。现在客栈和携程等网站合作营销，之间的联络、维护都是我负责，我老婆对这些东西不太懂的。客人需求比原来多了，我还要陪他们泡吧喝酒、一起烧烤、带他们参观游览等等，这我和好多客人都成了朋友。

客栈经营初期表现出了类似传统家庭内“女主内、男主外”的劳动分工模式，只是夫妻劳动的表现形式发生了变化：女人多专注于清洁，而男人负责接待以及对客服务。虽然客栈聘请服务员而让妻子从卫生清洁等传统家务劳动中解放出来，但随着经营的发展以及现代客人个性化服务的需求，同时受到技术知识、工作性质和男女生理差异等因素的影响，妻子对客栈多元化业务拓展、网络营销等工作尚难有更大程度的参与。即使妻子也有陪护客人到香格里拉地区旅游的情况，仍难以像丈夫一样提供陪客人到酒吧喝酒、深夜等待甚至外出迎接客人等个性化服务，因此，妻子即使在接待、对客服务中部分替代了原来丈夫的工作，但还是推动丈夫不断向外流动，呈现出一定的“男主外，女主内”的劳动分工模式。

（二）丽江客栈经营中夫妻劳动分工呈现的权力地位。

1. 客栈经营中夫妻劳动分工呈现出较为平等的权力关系。在客栈这个拟家庭化的场域中，丈夫不管是日常经营管理还是提供个性化服务都占据重要甚至主导角色，更大程度决定了客栈的特色和客人的满意度，但这是否说明在客栈经营中丈夫比妻子有更大的权力呢？鉴于客栈的经营属于日常重复性的活动，本文借鉴“经常性管理权重说”^[9]，以客栈的经营管理决策和经济支配为指标测量夫妻之间的权力。A2 客栈经营者是一对年过半百的天津夫妻，在调研中告诉笔者：“经营这么一家客栈，生活简简单单的，有什么事情彼此商量，也没什么大事，做了后和他说法就行了。”由此可见，大部分经营管理活动都由夫妻二人共同决定，但也尊重对方的自主决策权。由于自主权标志着个人独立意志和自由度的大小，有学者认为是衡量夫妻权力的一个更合适的指标^[10]，因此，在客栈经营中并不直接存在夫妻权力的高低。在经济支配中，虽然几乎所有的客栈的经济收入和支配都交妻子管理，说明妻子拥有较多收入管理权，但多数妻子称这是种责任，而不是权力。通过对客栈经营中夫妻互动过程的详细调研可以发现，夫妻权力并不是由资源交换或传统规范导致的结果，而是由二人的互动过程塑造着夫妻在经营客栈中的关系，并对经营决策、经济收入管理等行为产生影响，这其中并未出现普通家庭生活中夫妻惯用的权力技术，以获得决定家庭重要事件、资源等多样性选择中的优先顺序^[11]。因此，客栈经营中，夫妻二人都没有绝对的权力，也不存在明显的权力之争，这与所调研的客栈多数为外地人有关，他们身在异乡，彼此之间是唯一的商讨甚至倾诉对象，必须相互尊重和信任。

客栈经营劳动分工中夫妻构建了平等和谐的伙伴关系。客栈经营中夫妻劳动分工呈现出一定的公私领域划分，但二人所有的工作都具有交换价值，作为互补的工具性角色都为家庭经济收入做出了重要贡献，妻子的私只是相对的私，而非传统家庭中公私的绝对对立，也没有现代家庭普遍存在的为争取权力而表现出操纵情境定义的诸多手段。因此，夫妻二人的劳动分工具有以下特征：主要以生理差异为基础（虽然仍包含了社会性别分工）、妻子在公共领域占有重要位置、夫妻劳动价值相等，这基本符合自然秩序下的性别分工，具有了平等的特征。这和人类学家的观点是一致的，他们通常认为当家庭和公共领域没有明显的分化时，性别地位是较为平等的。

从另一个层面来分析，夫妻经营客栈中劳动分工呈现出的性别地位是可以客观测量的，但也是主观层面的，即通过他们个体的主观心理感受来获知。调研的 A28 客栈中经营者是一对年轻的纳西族夫妻，在访谈他们时，笔者与之有段相互之间的谈话：

妻子：“我上星期才从深圳回来，和朋友去玩了十几天。”

丈夫：“我老婆喜欢大海，她出去就让她好好的玩。我就不喜欢出去，还是觉得丽江好。”

笔者：“那这段时间你挺辛苦的啊。”

妻子：“没有我，他哪有这么潇洒。”

丈夫：“嗯，是的。”

从这段对话中可以看出，妻子喜欢大海，丈夫喜欢留在丽江，因此，妻子和朋友到深圳旅游，丈夫依旧呆在丽江和朋友烧烤喝酒，二者都掌控了个人的业余爱好自主权、社会交往自主权、个人消费自主权，同时夫妻间相互尊重，满意自己在合作经营中的角色，因此，在生活和工作一体化的客栈经营中，夫妻既实现了家庭生活自主权，也基本满意个体的角色平等，妻子地位的提高不以丈夫地位的降低为代价，建立了夫妻平等、和谐的伙伴关系。

四、结论和讨论

社会秩序的维持依赖于社会各组成部分之间高度一致与劳动分工，客栈的经营同样如此，客栈为夫妻构建了他们自我价值实现的社会公共领域，他们彼此分工与合作，共同承担着工具型角色和表达型角色，将客栈内外部联系起来，实现了客栈的常态运作和发展。客栈经营中夫妻的劳动分工虽然也表现出了工作上的公私领域分化、丈夫工作不断向外流动等现象，但并未构建社会等级化的性别秩序，呈现出了相对平等的权力和地位。

丽江客栈打破了传统的公私领域界限，成为夫妻自我价值实现的场所，其劳动分工除了和家庭夫妻之间的分工不同之外，由于受到经营场域单一化、旅游者需求不断升级等内外部环境的影响，和其他地区旅游发展过程中的分工相比仍具有较强的地域性：第一，在民族地区或乡村旅游地区，女人与生俱来的情感角色优势是促进她们旅游就业，甚至是主导决策的重要资源^[12-13]，但在丽江的客栈经营中，妻子传统的情感角色大部分被丈夫取代，丈夫承担了更多情感劳动，原因虽然也来自于男人在公共场所的活跃性，但更多来自于女人生理、个人安全的影响。女权主义者霍赫希尔德认为社会地位与情感劳动之间存在关联：地位越高，越能免于受到羞辱和攻击，越不需要付出情感劳动^[14]，但丽江家庭经营中并没有因为情感劳动付出的多少而影响夫妻之间地位的降低或提升，原因是在公私合而为一的场域，夫妻之间的劳动分工不再有内外之别，相互之间没有“依附约束工作”。第二，为了家庭的发展需要，一般夫妻间通常在衡量机会成本的前提下，多作出“保丈夫”发展策略的选择，即全力保障丈夫事业的发展，表现为夫妻双方在有酬劳动中丈夫占据资源^[15]。在客栈的经营中，夫妻工作虽然也随着内外部环境的变化而不断变化，丈夫工作不断向外流动，但这并非是“保丈夫”发展战略的选择，而是一种根据夫妻体力、性格、知识以及客人喜好等因素的自然选择，这种流动促使夫妻在行动方面达到和社会环境的协调以获得客栈生存和发展所需要的空间。第三，当前研究劳动性别分工的目的主要是反思在劳动过程中人类如何建构出等级化的性别秩序^[15]，在丽江客栈的经营中，虽然夫妻分工也出现了男权思想下的工作秩序，呈现出公私领域分化，表现出了性别秩序，但这种秩序在两性劳动价值相等的条件下并未表现出等级特征，从而使夫妻获得相对平等的权力和地位。

在客栈这样的微型旅游企业的经营过程中，夫妻关系不仅是家庭成员，也是志同道合的经营伙伴。夫妻日常的客栈经营活动塑造了属于他们的社会生活，也创造了较为典型的客栈经营模式：清洁卫生的客房+富有小资情调的庭院+周到热情的家庭式亲情化服务，使客栈这种传统的纯接待设施变为具有愉悦价值的旅游资源，这不仅为客栈培育了忠诚的客人，也很大程度上提升了丽江作为旅游目的地的竞争力。当前，随着我国旅游业的蓬勃发展，各种类型的微型旅游企业不断涌现，仅客栈数量已超过4万家，甚至有专家预测，我国适合客栈开发的古城镇土壤在全国还有近千个^[16]，这些企业产品单一、员工人数少，夫妻构成企业的核心力量。在这种公共场域中，夫妻在同一平台承担着重要的角色，分工与合作产生了新的社会关系。原来私人领域的家庭具有了公共空间的意义，看似没有关联的家庭、职业、地位甚至公共政策都有了内在联系。因此，当前政府应该进一步完善鼓励小微旅游企业持续发展的政策，一方面可以促进我国旅游业产品的多元化发展，带动就业人数，增强目的地的竞争力，

满足与时俱进的社会旅游需求；另一方面，可以促进妇女的参与度，提升妇女的家庭地位，构建更和谐的性别关系。

本文虽然以夫妻的劳动分工视角替代了之前学者们单纯对妇女劳动的研究，对丽江客栈经营中的夫妻劳动分工进行了深入探讨，获得了新的研究结论，但具有一定的地域和行业局限。在其他地区和行业的微型旅游企业中，夫妻劳动分工又呈现出什么状态？企业发展是否推进了夫妻之间平等的地位？仍需学者们从多学科多视角去持续探讨。

[参考文献]:

[1]Thomas R, Thomas U. Understanding Tourism Policy-making in Urban Areas with Particular Reference to Small Firms [J]. Tourism Geographies, 2005, 7 (2) : 121-137

[2]Getz D, Carlsen J, Morrison A. The Family Business in Tourism and Hospitality [M]. Trowbridge: Cromwell Press, 2004; 76-78.

[3]吴晓美. 民族旅游中性别歧视现象的人类学透析[J]. 青海民族研究, 2007 (4) .

[4]戴维·波普诺. 社会学[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2009: 407.

[5]Chaozhi Zhang, Honggen Xiao, Dogan Gursoy, Yong Rao. Tacit Knowledge Spillover and Sustainability in Destination Development [J]. Journal of Sustainable Tourism, 2015, 23 (7) ; 1029-1048.

[6]龙良富. 客栈经营中的情感劳动研究[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2013 (4) .

[7]Arlie Russell Hochschild. The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling [M]. Berkeley: University of California Press, 1983; 24-32.

[8]刘霓. 西方女性学[M]. 北京:社会科学文献出版社, 2007: 31-34.

[9]左际平. 从多元视角分析中国城市的夫妻不平等[J]. 妇女研究论丛, 2002 (1) .

[10]徐安琪. 夫妻权力和妇女家庭地位的评价指标:反思与检讨[J]. 社研研究, 2005 (4) .

[11]郑丹丹, 杨善华. 夫妻关系“定势”与权力策略[J]. 社会学研究, 2003 (4) .

[12]Margaret Byrne Swain. Developing Ethnic Tourism in Yunnan, China; Shilin Sani [J]. Tourism Recreation Research, 1989, 14 (1) : 33-39.

[13]项雨莲, 陆林. 女性旅游研究进展[J]. 人文地理, 2006 (2) .

[14]Arlie Russell Hochschild. The Commercialization of Intimate Life: Notes from Home and Work[M]. California: University of California Press, 2003: 37.

[15]佟新, 龙彦. 反思与重构: 对中国劳动性别分工研究的回顾[J]. 浙江学刊, 2002 (4) .

[16]周 勇. 客栈业低调迎来大市场[N]. 中华工商时报, 2009-03-26.