

城市与区域空间结构研究丛书

主编 吴殿廷

SHIJIE LÜYOU CHENGSHI
JIANSHE DE
LILUN YU SHIJIAN

世界旅游城市建设的 理论与实践

宋金平 于萍 王永明 等 ■ 著



东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

城市与区域空间结构研究丛书

主编 吴殿廷

世界旅游城市建设的理论与实践

宋金平 于 萍 王永明 等著



东南大学出版社
SOUTHEAST UNIVERSITY PRESS

南京 • 2015

内容提要

本书剖析了世界旅游城市的内涵和特征,提出了世界旅游城市评价的指标体系和评价方法,梳理了世界上著名旅游城市建设的经验教训,考察了我国主要旅游城市距离世界旅游城市的差距,提出了我国建设世界旅游城市的基本战略,结合北京市和承德市的具体情况,探讨了世界旅游城市建设的目标和策略。

本书适合以下人员参考或阅读:政府有关部门、旅游管理界从业人员,以及旅游开发及管理专业的师生;旅游从业人员。

图书在版编目(CIP)数据

世界旅游城市建设的理论与实践 / 宋金平等著. —
南京:东南大学出版社,2015.9
(城市与区域空间结构研究丛书 / 吴殿廷主编)
ISBN 978-7-5641-6025-8
I. ①世… II. ①宋… III. ①旅游城市—城市建设—
研究—世界 IV. ①F591

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 224336 号

书 名:世界旅游城市建设的理论与实践

著 者:宋金平 于 萍 王永明 等

责任编辑:孙惠玉 徐步政

编辑邮箱:894456253@qq.com

文字编辑:钱燕娜

出版发行:东南大学出版社

社 址:南京市四牌楼 2 号 邮 编:210096

网 址:<http://www.seupress.com>

出 版 人:江建中

印 刷:虎彩印艺股份有限公司

排 版:南京新洲制版有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16 印张:14.5 字数:362 千

版 印 次:2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-5641-6025-8

定 价:39.00 元

经 销:全国各地新华书店

发行热线:025-83790519 83791830

* 版权所有,侵权必究

* 本社图书如有印装质量问题,请直接与营销部联系(电话:025-83791830)

总序

任何事物的发展都是在时空中展开的,当这个事物的体量很大时,其内部的分异就不容忽视。中国的经济社会系统就是这样的事物,中国的很多省区、很多城市,也是这样的事物,而且还都处在迅速分异、分化之中。所以,在中国,以研究空间结构为主的学科——地理学,在当前是最具生命力的学科,全世界还没有哪一个国家的地理研究人员和高校招生规模可与中国媲美。

以北京师范大学为例,从改革开放初期的一个地理系,发展到目前的“三宫六院点点红”(地理学与遥感学学院、环境学院、水科学研究院、减灾与应急管理研究院等),现有全职教师300多名,在岗教授100多名,每年招收博士研究生数以百计。当然,中国在这方面的研究水平还不高,与美国、德国、日本等发达国家相比还有很大差距。但凭借着人多势众的研究队伍和广泛的社会需要的刺激,中国的空间结构研究必将在不久的将来站在世界的前沿,甚至引领世界此方面的发展。

空间结构是指在一定地域范围内不同要素的相对区位关系和分布形式,它是在地球表层系统长期发展过程中人类活动和区位选择的积累结果与空间表现形式,反映了人类活动的区位特点以及在地域空间中的相互关系。我们策划的另外一套丛书《城市—区域:统筹协调发展的中国模式丛书》,拟定出版和即将出版的专著近10部。这些成果重在研究城乡之间、区域之间的统筹协调发展问题,按照中国人的思维习惯,先从宏观整体出发,然后逐渐深入到微观具体层面。在本套丛书中我们将视角放在城市和区域内部,以一线城市、部分二线城市和发达地区为主要研究对象,利用城市地理学、区域经济学等最新理论和地理信息系统(GIS)等现代手段来探索快速发展的城市和区域空间演变规律,旨在为正处在全面城镇化的国家决策和转型与跨越发展的区域决策提供支撑。

中国的空间结构研究从2005年开始进入爆发式发展时期。在中国知网上,以“区域空间结构”为主题进行检索,2000年可检索到文献7篇,2005年可检索到41篇,2010年可检索到86篇,2012年可检索到176篇,2015年可检索到253篇;以“城市空间结构”为主题进行检索,2000年可检索到文献18篇,2005年可检索到203篇,2010年可检索到437篇,2012年可检索到568篇,2015年可检索到111篇!由此可见,空间结构研究契合了国内研究的系列成果,以推动中国城市与区域的可持续发展。

高瞻远瞩遥感者,博大精深地理人。科学发展纵横论,强邦富民要躬行。地理学以其独特的空间思维迎合了大国崛起的现实需要,成为当前最具价值的战略学科。我们为地理学迅速成长欢欣鼓舞的同时,也深感责任重于泰山。是为序,并与国内外同仁共勉。

本套丛书的出版,得益于东南大学出版社的支持,尤其是徐步政老师、孙惠玉老师的帮助。在当今人们都热衷于追求经济利益的大背景下,他们却对学术著作出版热心扶持,其高尚之情怀令人感动,特借丛书出版之际,向东南大学出版社表示敬意和谢意!

吴殿廷

目录

总序 / 1

1 世界旅游城市建设的理论基础 / 1

- 1.1 世界旅游城市的概念界定 / 2
 - 1.1.1 相关概念 / 2
 - 1.1.2 世界旅游城市的概念及内涵 / 4
- 1.2 世界旅游城市的作用 / 5
 - 1.2.1 城市经济发展的重要引擎 / 5
 - 1.2.2 城市文化和形象传播的重要媒介 / 5
 - 1.2.3 建设世界城市的重要支撑 / 6
- 1.3 世界旅游城市的主要特点及类别 / 6
 - 1.3.1 世界旅游城市的主要特点 / 6
 - 1.3.2 世界旅游城市的主要类别 / 10

2 世界著名旅游城市发展的经验及启示 / 12

- 2.1 美国纽约旅游城市发展的经验和启示 / 13
 - 2.1.1 纽约概况 / 13
 - 2.1.2 纽约旅游业情况 / 13
 - 2.1.3 纽约旅游交通情况 / 14
 - 2.1.4 纽约旅游网站建设 / 21
- 2.2 英国伦敦世界旅游城市发展的经验和启示 / 22
 - 2.2.1 伦敦概况 / 22
 - 2.2.2 伦敦旅游业简介 / 23
 - 2.2.3 伦敦旅游交通情况 / 25
 - 2.2.4 伦敦环境和大气质量控制 / 28
 - 2.2.5 伦敦旅游网站及旅游宣传情况 / 30
- 2.3 法国巴黎世界旅游城市发展的经验和启示 / 33
 - 2.3.1 巴黎概况 / 33
 - 2.3.2 巴黎旅游发展简介 / 34
 - 2.3.3 巴黎旅游交通 / 37
 - 2.3.4 巴黎旅游网站与宣传情况 / 39
 - 2.3.5 法国城市旅游发展经验总结 / 40
- 2.4 日本东京世界旅游城市发展的经验和启示 / 43
 - 2.4.1 东京简介 / 43
 - 2.4.2 东京旅游业概况 / 43
 - 2.4.3 东京旅游交通情况 / 44

2.4.4	东京大气治理	/ 52
2.4.5	东京旅游网站建设	/ 55
2.5	泰国曼谷世界旅游城市发展的经验和启示	/ 56
2.5.1	曼谷概况	/ 56
2.5.2	曼谷旅游情况简介	/ 57
2.5.3	曼谷旅游交通	/ 61
2.5.4	曼谷及泰国发展旅游业的做法和经验	/ 62
2.6	中国香港世界旅游城市发展的经验和启示	/ 65
2.6.1	香港简介	/ 65
2.6.2	香港旅游业概况	/ 65
2.6.3	香港旅游交通情况	/ 69
2.6.4	香港旅游网站建设	/ 74
2.6.5	香港旅游危机公关	/ 74
2.7	意大利威尼斯水城世界旅游城市发展的经验和启示	/ 75
2.7.1	水城威尼斯概况	/ 75
2.7.2	威尼斯主要旅游资源	/ 75
2.7.3	威尼斯打造世界旅游城市的主要做法	/ 78
2.7.4	威尼斯建设世界旅游城市的启示	/ 79
3	中国建设世界旅游城市的意义和目标	/ 81
3.1	中国旅游业发展的特点和趋势	/ 82
3.1.1	旅游资源丰富独特,魅力无穷	/ 82
3.1.2	中国正处在工业化中期和快速城镇化阶段,大众旅游需求旺盛	/ 85
3.1.3	中国旅游业发展的主要趋势	/ 87
3.2	城市在中国旅游业发展中的地位和作用	/ 90
3.2.1	城市是旅游的主要客源地	/ 90
3.2.2	城市是旅游观赏的重要客体	/ 92
3.2.3	城市是旅游网络的中心枢纽	/ 93
3.2.4	城市旅游业已成为现代旅游业的支撑点	/ 94
3.3	建设世界旅游城市,支撑中华崛起	/ 94
3.3.1	现代旅游业是第一大产业	/ 94
3.3.2	提高旅游产业水平是国际大都市发展的重要途径	/ 94
3.3.3	世界旅游城市促进中国崛起	/ 95
3.4	中国建设世界旅游城市的主要战略和策略	/ 96
3.4.1	思路与原则	/ 96
3.4.2	努力方向	/ 97
3.4.3	主要对策	/ 97
3.4.4	主要措施	/ 98
4	中国主要旅游城市世界性评价	/ 100
4.1	旅游城市世界性评价指标体系建设的研究现状	/ 101

4.1.1	专职机构对旅游城市的评价体系	/ 101
4.1.2	学界对旅游城市评价体系的研究	/ 104
4.1.3	小结	/ 107
4.2	地理学视角下的世界旅游城市评价指标体系	/ 108
4.2.1	从地理学角度审视旅游系统	/ 108
4.2.2	基于“人地关系”的世界旅游城市评价指标体系	/ 108
4.3	基于层次分析法的中国大陆地区省会城市(直辖市)世界性评价	/ 115
4.3.1	指标子集选取	/ 115
4.3.2	层次分析法模型构建	/ 115
4.3.3	数据处理	/ 115
4.3.4	计算结果	/ 123
4.3.5	讨论	/ 124
5	北京市建设世界旅游城市的战略策略研究	/ 127
5.1	北京市建设世界旅游城市的可能性分析	/ 128
5.1.1	北京市品牌旅游资源	/ 128
5.1.2	北京市旅游产业发展基础分析	/ 130
5.1.3	北京市建设世界旅游城市的 SWOT 分析	/ 133
5.1.4	北京市与其他世界旅游城市旅游业发展比较	/ 137
5.1.5	北京市旅游业发展的过程和趋势	/ 138
5.2	北京市建设世界旅游城市的目标及重点	/ 140
5.2.1	北京市建设世界旅游城市的主要目标	/ 140
5.2.2	北京市建设世界旅游城市的基本原则	/ 141
5.2.3	北京市建设世界旅游城市的战略重点	/ 142
5.3	北京市建设世界旅游城市的对策和措施	/ 144
5.3.1	依托现有资源,实现城市旅游产品转型升级	/ 144
5.3.2	创新机制体制	/ 145
5.3.3	制定旅游业发展长期战略规划	/ 145
5.3.4	建设资金保障体系	/ 145
5.3.5	加快旅游重大工程建设	/ 146
5.3.6	完善北京特色的旅游商品体系	/ 146
5.3.7	加大旅游营销	/ 147
5.3.8	完善旅游接待体系建设	/ 147
5.3.9	建立规范的旅游统计体系	/ 148
6	承德市建设国际旅游城市的可行性、目标和策略	/ 149
6.1	承德市建设国际旅游城市的可能性分析	/ 150
6.1.1	承德市旅游资源分析	/ 150
6.1.2	承德市旅游产业基础分析	/ 153
6.1.3	承德市建设国际旅游城市的 SWOT 分析	/ 156
6.2	承德市建设国际旅游城市的目标及重点	/ 162

6.2.1	承德市建设国际旅游城市的主要目标	/ 162
6.2.2	承德市建设国际旅游城市的建设目标	/ 163
6.2.3	承德市建设国际旅游城市的原则与模式	/ 170
6.2.4	承德市建设国际旅游城市的战略重点	/ 173
6.3	承德市建设国际旅游城市的对策和措施	/ 175
6.3.1	承德市目前在建设国际旅游城市中遇到的主要问题	/ 175
6.3.2	承德市建设国际旅游城市的主要对策	/ 182
6.3.3	承德市建设国际旅游城市的近期行动计划	/ 193
7	桂林市建设世界旅游城市的战略和策略	/ 201
7.1	桂林市建设世界旅游城市的基本条件分析	/ 202
7.1.1	桂林市旅游业发展的基础条件	/ 202
7.1.2	桂林市建设世界旅游城市的比较优势	/ 203
7.1.3	桂林市建设世界旅游城市所面临的挑战	/ 203
7.2	桂林市建设世界旅游城市的总体思路	/ 204
7.2.1	指导思想	/ 204
7.2.2	战略定位	/ 205
7.2.3	发展目标	/ 205
7.2.4	建设原则	/ 206
7.3	桂林市建设世界旅游城市的空间布局	/ 207
7.3.1	功能分区	/ 207
7.3.2	产业布局	/ 207
7.3.3	城镇体系	/ 208
7.4	桂林市建设世界旅游城市的战略部署	/ 208
7.4.1	完善提升旅游产品	/ 209
7.4.2	完善旅游营销体系与旅游市场开发	/ 211
7.4.3	旅游市场主体建设	/ 211
7.4.4	旅游公共服务体系建设	/ 212
7.4.5	加强区域旅游合作	/ 212
7.4.6	加快发展旅游相关产业	/ 212
7.5	桂林市建设世界旅游城市的支撑—保障体系建设	/ 214
7.5.1	交通运输体系	/ 214
7.5.2	水利工程体系	/ 215
7.5.3	信息网络体系	/ 215
7.5.4	公共服务和社会管理体系	/ 215
	参考文献	/ 217
	图片来源	/ 219
	表格来源	/ 220
	后记	/ 222

1 世界旅游城市建设的理论基础^①

世界旅游城市在世界旅游业的发展过程中起着关键的作用,是世界旅游网络的关键节点,对世界旅游流的流动、旅游产品的开发、旅游市场的营销、旅游跨国企业的布局等均具有重要的控制和支配作用。世界旅游城市对地区、国家、大区域、全球等不同尺度的地方经济、社会、文化均产生重要影响。资源基础、区位条件、经济水平、文化特征等因素的不同,使得世界旅游城市类型多样。目前,许多国际旅游城市均努力朝世界旅游城市方向发展,但建设世界旅游城市是一个漫长且富有挑战的过程,并且需要科学理论的宏观指导。因此,对世界旅游城市建设的理论进行基础性分析是必要的。

1.1 世界旅游城市的概念界定

1.1.1 相关概念

1) 世界城市

1915年,城市规划先驱格迪斯(P. Geddes)最早提出了“世界城市”(World City)的概念,他认为,世界城市是那些能够容纳绝大部分世界最重要的商务活动在其中进行的城市。

彼得·霍尔(Peter Hall)是最早对世界城市进行系统性研究的学者,他于1966年指出,世界城市专指那些已对全世界或大多数国家产生全球性经济、政治、文化影响的国际第一流大城市,一般具备政治权力中心、商业中心、高级人才聚集中心、信息中心的地位(Geddes, 1915)。

1986年,美国学者弗里德曼(Friedmann, 1986)探讨了经济全球化对世界城市形成所产生的作用,认为世界城市是对全球一体化生产进行管理和控制的场以及各种生产要素的集散地。世界城市的形成过程是全球控制能力的生产过程,而这种控制能力的产生主要表现为少数关键部门的快速增长,包括企业总部、国际金融、全球交通和通讯高级商务服务等。

20世纪90年代初期,萨森(Sassen, 1991)出版了《全球城市:纽约、伦敦、东京》,进一步发展了世界城市理论。她认为全球城市主要有四个方面的特点:第一,世界经济组织中高度集中化的控制中心;第二,金融和专业服务的中心;第三,创新的生产地,即创新中心;第四,产品与创新的市场地,即消费中心。萨森强调高级生产性服务业的集中,比如金融业聚集对世界城市获取全球控制力的重要作用;同时,她还认为世界城市一定是世界消费中心,强调消费对于创新以及服务生产的引导作用。

随着信息化网络化技术的快速普及,1996年卡斯特(Castells)出版了《网络社会的崛起》一书。他认为,全球城市现象不能只是被简化为层级顶端的少数都市核心,应该是在全球网络里连接了先进服务业、生产中心以及市场的过程。全球城市并非一个地方,而是一个过程。在这个过程中,先进服务业的生产与消费中心及其辅助性的地方社会,被连接在一个以信息流动为基础的全球网络里(曼纽尔·卡斯特,2001)。

国内学者最具代表性的论述是城市地理学者周一星教授。他于2000年指出,如果把世界城市体系的职能结构比作一座金字塔的话,国际城市就是这座金字塔顶端的少数城市。他主张把最高等级的国际城市称为世界城市或全球城市,它们是在新的国际劳动分工中具有全球协调和调控功能的综合性中心城市,如纽约、伦敦、东京;第二级的国际城市是具有国际区域性多功能的中心城市或在政治、经济、文化等某方面具有重要国际功能的城市(周一星,2000)。

一般认为,世界城市是城市发展的高级阶段,也是当前全球城市网络的最高形态,是对全球政治、经济、文化等方面具有最高影响力和控制力的城市,是国际金融中心决策控制中心、国际活动聚集地、高端人才集聚中心、世界文化交流中心。虽然世界城市还缺乏统一的判别标准,目前国际公认的“世界城市”或“全球城市”有纽约、伦敦、巴黎、东京。这些城市的共同特征在于:它们是国际金融中心、决策控制中心、信息发布中心、高端人才集聚中心,而且是举世闻名的国际旅游之都。旅游产业在其城市产业发展中占有十分重要的地位,发挥了举足轻重的作用。

2) 旅游城市

城市作为一种基本的地域类型,以非农业人口密集、第二和第三产业高度集中为主要标志,以人口、产业、社会、文化活动集中为特征,是人类文化的中心,是区域发展的中心地。1933年8月,国际现代建筑学会公布的《雅典宪章》提出,城市规划要满足居住、工作、游憩、交通四大需求,城市规划应当处理好四者之间的功能关系。

现代交通技术的发展为不同地域间的人员交流提供了可能,这使得城市原本主要为定居人口服务的居住、就业、休憩和交流功能大大扩展,人流、物流、信息流、文化流和情感流的沟通大大增强。一些城市以观赏功能和人流集散功能为基本功能而存在,而旅游成为城市新功能的总称。现代化、交通便利、商务与购物空间优越、科技实力强、通讯现代化、服务和娱乐设施完善、城市建设的现代化气息以及独特的地方文化等资源优势,对旅游者形成了巨大的吸引力;同时,城市中的生产要素也逐渐向旅游产业相关部门流入和集中,旅游业在城市产业中的地位不断上升,最终形成了城市专业化的典型形式之一——旅游城市。

到目前为止,众多国内外学者对旅游城市进行了相关研究,对旅游城市的概念也从不同的角度提出了多种看法,其中比较有代表性的观点如表 1-1 所示。

表 1-1 国内关于旅游城市的定义

提出者	主要观点
吴本(1997 年)	旅游城市是指旅游资源丰富集中、旅游产品形象鲜明、旅游设施配套完善、旅游产业发达,广泛吸引国内外大量游客,在国家和地区中享有较高知名度的城市
邓卫(1997 年)	旅游城市应该是指旅游资源良好、旅游业较发达、在国内或国际市场中占据重要地位的城市。以上三项条件缺一不可,否则就不能称之为旅游城市
金波、吴小报(1999 年)	旅游城市是指旅游业为其重要职能的城市,即旅游业在该城市的经济及社会生活中具有重要的地位和作用,主要表现在旅游业在该城市的产业结构中占有相当大的比例,所接待的旅游者人数达到相当大的规模
保继刚、李志刚(2002 年)	旅游城市是指在城市经济中要素(如劳动力、资金等)投入不断向旅游部门集中,旅游部门的产出在城市经济中占有较大比例的城市
高莉(2003 年)	旅游城市是指以旅游作为其主要功能,以提供优异的旅游产品并产生良好的环境、社会和经济效益为其最主要特征的城市
翟辅东(1998 年)	旅游城市应该是指那些能大量持续吸引外来旅游者的城市。一般来说旅游城市的旅游资源都比较丰富,有一定的能够接待旅游者的城市基础设施,在区域旅游市场上形象比较鲜明,特别是旅游经济在城市国内生产总值(GDP)中所占比例明显高于普通城市,这类城市方可以被称为旅游城市

对于旅游城市的定义,日前尚无定论,大部分定义均从城市的旅游资源、城市职能、产业结构等方面出发,其论述虽不尽相同,但都强调了作为旅游城市,旅游业在城市的发展中所占据的重要地位,即旅游业应在城市产业结构中占据较大比例。因此,我们认为旅游城市应该是指以旅游为城市的核心职能,旅游产业是城市经济的战略性支柱产业,且旅游形象鲜明突出并对游客具有较强吸引力的城市。

3) 国际旅游城市

周玲强(1999)在《国际风景旅游城市指标体系研究》一文中提出,“国际旅游城市是经济、社会发达,旅游资源丰富,资源品位高,具有超国界吸引力,城市综合环境优美,旅游设施配套完善,旅游业发达并成为城市主要支柱产业,国际国内游客数量众多,在国际上具有较高知名度的国际性城市”。

李志刚、宾宁(2003)在《建设现代化国际旅游城市标准体系初探——以桂林市为例》一文中提出,“作为现代国际旅游城市,其基本内涵应是城市在现代化、国际化的进程中必须突出旅游特征和优势,城市应以吸引国内外旅游者前来观光游览、度假休闲等为主要目的,其突出的特点必是发达的旅游业、深厚的文化底蕴和优美的环境,而政治及经济功能则可能相对有所减弱”。

吴志强、吴承照(2005)在《城市旅游规划原理》一书中指出国际旅游城市不同定义的共同点,即“在经济、政治、文化等方面具有国际影响力、吸引力、辐射力,国际游客达到一定的比例,服务标准国际化,国际化标准与地方性文化相统一”。

金丽(2007)总结了国内外学者关于国际旅游城市的定义,总结出国际旅游城市有以下特征:具有高度发达的旅游业,旅游基础设施完备,旅游服务的国际化程度高,综合环境优美,国际国内游客数量众多,在国际上具有较高知名度。

1.1.2 世界旅游城市的概念及内涵

世界旅游城市是旅游城市的一种类型,是国际旅游城市发展的高级阶段,其主要特征是旅游活动等级高、功能强、形象突出、知名度高。世界旅游城市具有世界性和旅游城市两大本底属性,但并非是两者简单相加。世界旅游城市是伴随着世界旅游业的快速发展而发展起来的,是城市旅游业高度发展的产物,是城市发展和旅游业发展相耦合的产物。在世界旅游城市中,旅游业是国民经济发展中的支柱产业,对相关经济部门具有重大的辐射带动作用。世界旅游城市的发展过程是沿着旅游城市的现代化、区域化、国际化、全球化与世界化的发展而来。

世界旅游城市可以被看作是世界城市的一个扩展概念,与世界城市一样,世界旅游城市要求对全球旅游市场具有核心控制力,同时,世界旅游城市之间又是紧密关联的,往往是国际旅游者旅游线路的关键节点,以此形成了世界旅游城市网络。而一旦这种网络形成,就会形成对全球旅游市场布局和信息控制。世界旅游城市同时又是国际旅游城市的一个子类,但却是国际旅游城市中地位最高的城市。

根据世界城市、旅游城市、国际旅游城市的含义,可以认为,世界旅游城市是具备世界级旅游吸引物、世界领先水平的管理组织能力、世界一流的基础设施条件,支配着国际旅游流的流向,是旅游创新的发源地和旅游跨国企业总部所在地的城市。作为地球上旅游城市的高级形态,世界旅游城市的核心特征强调的是一种对世界旅游市场的控制力、支配力和旅游市场的引导力,这是其他国际旅游城市所无法比拟的。

1.2 世界旅游城市的作用

世界上大多数的旅游目的地在城市,大部分的旅游消费也集中在城市。城市是旅游发展的核心和载体。旅游业是第三产业的重要组成部分,关联系数大,产业带动能力强。世界旅游城市的旅游产业发展突出,从城市层面来说,会对相应城市的经济、文化、建设产生重要的影响和带动作用;从全球层面来说,会对全球旅游技术进步、旅游市场营销产生重要的示范和带动作用。

1.2.1 城市经济发展的重要引擎

旅游业是世界旅游城市实现城市经济增长的重要来源。在众多世界旅游城市地区中,其旅游业产值在 GDP 中均占有很高的比例。2007 年,伦敦的旅游业产值达到 320 亿美元,占到 GDP 的 1/10 以上,而巴黎的旅游业产值占 GDP 的比例一般年份均能达到 20% 以上,每年的旅游外汇收入占法国全国的一半以上,是法国旅游业的领头羊。而这只是旅游产业的直接产值对 GDP 的贡献,如果再加上旅游间接关联产业的产值,将占 GDP 更大的比例。以伦敦为例,旅游产业已经发展成为仅次于金融服务业的第二大产业,年产值达 320 亿美元以上,占 GDP 的 10% 以上,因此,旅游业是世界旅游城市经济增长最重要的部门之一。2006 年,东京的直接旅游消费收入为 363 亿美元,但是由于旅游消费包括“游、行、住、吃、购、娱”等一系列活动,实际上当年东京由旅游产业带动的消费总额高达 854 亿美元,对当地的交通、商业、餐饮、文化等产业都产生了明显的拉动作用。

旅游产业具有就业容量大、层次多的特点,对于扩大就业规模、促进社会稳定发挥着不可替代的作用。在世界旅游城市中,旅游直接就业和间接就业的比例约为 1:5,旅游就业人数占总就业量的 15% 以上。目前,东京的旅游就业人数为 50 多万人;纽约为 40 万人,占到社会就业总量的 10% 左右,覆盖了宾馆、餐饮服务、娱乐和文化机构、零售门店、交通运输等多部门。2004—2006 年,纽约市新增超过 3.6 万个旅游就业岗位,占到全纽约新增就业岗位数的近两成。

1.2.2 城市文化和形象传播的重要媒介

在全球化和信息化的背景下,世界旅游城市已经不仅仅是全球旅游产业中心和城市经济的重要增长部分。世界旅游城市的发展也成为全球文化的传播和交流中心,对城市旅游形象的建立和传播起到关键作用,同时对城市文化软实力的增长起到重要的支撑作用。

世界旅游城市因其独特的城市旅游形象、文化设施和发达的基础设施吸引着众多的国内外游客,而这些游客又成为世界旅游城市传播其自身文化的载体。因此,世界旅游城市的建设成为城市文化传播的重要途径。目前,每年到巴黎、伦敦、纽约、东京旅游的国际游客分别达到 1 560 万人次、1 480 万人次、950 万人次、530 万人次,不仅有力地促进了商品、资本、信息、技术、人才的流动,也进一步提高了城市的知名度和国际影响力。

纽约、伦敦、东京一方面是世界城市,另一方面也是世界旅游城市。纽约是美国的文化之都,除了各种商业性质的文化传媒机构外,还有如百老汇、林肯艺术表演中心等一系列的历史和艺术设施,这些都是增强纽约城市文化吸引力的重要内容。伦敦至少有 1 000 座以上的剧场,大多上演莎士比亚、萧伯纳的作品,而大英博物馆则集中了英国和世界各国名目

繁多的古代文物,每年接待约 500 万名游客。东京迪斯尼乐园 2008—2009 年则接待了约 2 720 万名游客,纯利润约为 180 亿日元。上述世界旅游城市的发展与城市文化的传播具有良好的协同作用。

1.2.3 建设世界城市的重要支撑

1) 世界城市发展旅游业的必要性

世界城市之所以必然为世界一流旅游城市,这是由世界城市所具有的全球控制力和影响力所决定的,也是由旅游业所具有的依附性、衍生性和伴生性的产业特点所决定的。世界城市的全球政治经济文化中心地位使其成为政务、商务、文化、体育、宗教等活动的交流中心和集散中心,其中密集来往的人员顺便开展游览活动或者直接就是以旅游者的身份而存在。实际上,都市旅游业的发达程度与一座城市在全球城市格局中的地位是成正比的。

世界城市的经济形态已经实现由工业经济主导向服务经济主导的转变,第一产业比重微乎其微,第二产业不断下降,第三产业则不断上升,其中第三产业比重已大大超过第二产业和第一产业比重。以全球最具影响力的三座世界城市纽约、伦敦、东京为例,它们的第三产业比重均在 60% 以上,纽约和伦敦更是超过了 80%。旅游业的产业形态主体来源于第三产业之中,特别是旅游活动的无边界性使得新型旅游业态又不断从传统产业(比如农业、工业、工业遗存)中生发出来,生发出休闲农业、工业旅游、工业遗产、文化创意旅游等产业形态,成为增加产业附加值或者是拉动产业转型的动力源,不断推动传统产业向柔性化的方向发展。

2) 世界旅游城市建设对建设世界城市的作用

建设世界城市是目前国际上许多国家城市建设的主要目标,旅游产业之所以能够成为“世界城市”的重要支撑,是源于旅游产业独特的自身优势。旅游是世界城市扩大消费的重要动力。发达的旅游产业为世界城市带来了旺盛的旅游消费,为当地经济社会的发展提供了强大而持久的动力。据统计,巴黎是世界旅游收入最高的城市,每年的旅游外汇收入占法国全国的一半以上;再如,伦敦的旅游产业一直是仅次于金融服务业的第二大产业。旅游产业在世界城市中占有十分重要的地位,发挥了举足轻重的作用(北京市旅游局课题组,2010)。上述表明,旅游产业是世界城市扩大消费的重要动力,是世界城市稳定就业的重要途径。

旅游产业是世界城市国际化水平的重要标志。世界城市都是国际交通便利、对外交往频繁的地区,是企业总部、国际组织、国际会议的聚集地,国际交往功能十分发达。由于在国际机构数量、国际交流活动、国际交往设施、国际人口规模等方面具有明显优势,世界城市每年都会吸引大批游客参观访问。

1.3 世界旅游城市的主要特点及类别

1.3.1 世界旅游城市的主要特点

从世界旅游城市的概念和内涵可以看出,世界旅游城市包括独特的构成因素,正是这些构成因素的协同作用,形成了世界旅游城市强大的旅游功能。而正是这些构成因素的差异,使得世界旅游城市区别于其他类型的旅游城市,形成自己的特点。下面借鉴国际旅游城市

的成果特点,从交通、吸引物、设施、管理等方面来阐释世界旅游城市的主要特点。

1) 具有世界吸引力的旅游吸引物

世界吸引力的旅游吸引物包括自然、文化和人造景观。世界旅游城市要求旅游吸引物具有世界吸引力,即对世界不同国家、不同文化的游客群体均具有吸引力,有全球游客都公认的旅游资源,主要的旅游吸引物包括以下几方面:

(1) 世界级的文化、娱乐、体育、购物设施,具体包括纪念馆、博物馆、剧院等高质量、大容量、设备一流、功能现代的公众设施。像巴黎的巴黎圣母院、伦敦的大英博物馆、纽约的大都会博物馆、悉尼的悉尼歌剧院,等等。这些均是具有世界吸引力的设施。

(2) 大型人造景观。人造景观能够补充原有旅游景观的不足,丰富旅游产品体系,因此,通过建设大型人造景观来创造新的旅游吸引力是世界旅游城市建设的趋势。人造景观能体现人类最先进的科技成果、最新的文化创意理念,体现出人类的想象力和创造力。如巴黎和东京的迪斯尼乐园等。

(3) 城市标志性建筑。城市标志性建筑是城市的一张名片,世界旅游城市都有属于自身并且可辨识性非常强的标志性建筑。这些建筑具有历史性、文化性和民族性。如巴黎的埃菲尔铁塔,纽约的自由女神像,悉尼的悉尼歌剧院。

2) 世界一流的立体交通体系

交通是沟通旅游客源地和目的地、目的地与目的地的重要纽带,国际旅游业的发展在很大程度上依赖于交通技术的进步和交通网络的完善。国际旅游组织也将“进得来、出得去”列为旅游业发展的首要条件。世界旅游城市一般都是国际、国内交通的枢纽,特殊的旅游功能更要求航空、铁路、公路等交通体系完备,具有高度发达的旅游交通换乘体系,尤其是发达的航空运输体系,能很好地提高国际旅游的可达性。从四大世界旅游城市国际机场的旅客吞吐量就可见一斑(表 1-2)。

表 1-2 2007—2008 年世界重要城市国际机场旅客吞吐量 (百万人次)

排名	城市	2008 年	份额(%)	2007 年	份额(%)	增长率(%)
1	伦敦	126.7	15.3	129.7	16.0	-2.3
2	纽约	106.2	12.8	109.5	13.5	-3.0
3	东京	100.2	12.1	66.7	8.2	+50.2
4	巴黎	86.9	10.5	86.1	10.6	+0.9
5	芝加哥	86.0	10.3	95.6	11.8	-10.0
6	亚特兰大	84.3	10.2	88.7	10.9	-5.0
7	洛杉矶	65.7	7.9	69.1	8.5	-4.9
8	达拉斯	65.2	7.8	59.8	7.3	+9.0
9	北京	55.7	6.7	53.6	6.6	+3.9
10	法兰克福	53.2	6.4	53.9	6.6	-1.3
合计		830.1	100.0	812.7	100.0	+2.1

专栏 1-1 巴黎方便快捷的交通条件

巴黎近郊有两个国际机场:一是位于巴黎以北约 25 km 的戴高乐(Charles de Gaulle, 通称 Roissy)机场,另一个是位于巴黎以南 14 km 的奥里(Orly)机场。国际航线大部分由戴高乐机场起降,中国北京、上海、广州、香港都有直飞戴高乐机场的航班;而法国国内航线、近距离航线及廉价航空公司的航班则通常使用奥里机场。

巴黎市内共有六座主要的火车站,各自主控列车分头通往境内及欧洲其他城市,各个火车站间均有地铁相通,联络便利。每个车站都设有兑币、行李寄存柜及餐厅等基本设施,其中北站、东站和里昂东站另设有旅游服务中心。法国全境布满了法国国家铁路公司(Societe Nationale des Chemins de Fer, SNCF)铺设的铁路网络。普通列车和高速列车(TGV)连接了诸如巴黎、里尔、里昂、雷恩、勒芒、波尔多和马赛等大城市。高速列车(TGV)安静舒适,并且比乘飞机便宜,因此成为绝大多数法国人的首选。

巴黎市内交通可以选择地铁、公共汽车、出租车三种,地铁又分为普通地铁和高速地铁(RER)两类,一般初到巴黎的中国人比较喜欢选择地铁,因为巴黎的地铁线路非常发达,只要知道所到地点的具体地址,搞清楚应该在地铁哪一站下车,就能够比较方便容易地抵达目的地。巴黎有些地方换乘地铁很费劲,在换乘的时候一定要把两条路线的终点站记住,每个车站站台都挂有出口和换乘的标志牌,换乘标志牌上标有连接路线的号码和终点站名,只要按照指示走,即可顺利到达想去的车站^②。

3) 鲜明突出的城市旅游形象

城市形象是关乎世界旅游城市发展至关重要的问题,特别是城市的风貌特点最为突出,比如城市的空间布局、网络色彩、建筑造型以及广场、道路、公园的整体和谐与有序。城市环境的优势,城市生活的有序,居民的友好,这些都能直接或间接反映一座城市的整体形象。世界上各个著名的城市对于自己的形象文化都十分关注。世界旅游城市在进入市场时应该浓缩成简单的口号和图形,便于旅游者广泛认知。热情友好还表现在语言交流上,伦敦是一座非常多元化的大都市,其居民来自世界各地,具有多元的种族、宗教和文化,城市中使用的语言超过 300 种。伦敦是全球最著名的四大时尚城市之一。

当今世界中著名的世界旅游城市作为人文城市,都十分注重自己的人文口味和人文魅力,并打造人文化的城市形象。比如,纽约、巴黎以及法兰克福等都有着巨大的文化流量。伦敦不仅是文学城市和戏剧城市,更是大学城市;巴黎不仅是服装城市,还是文学城市。

专栏 1-2 伦敦的城市品牌系统

如同为产品建立品牌识别一样,有一个清晰、富有个性化的品牌识别是伦敦城市品牌化的最终目的。伦敦城市品牌识别系统的建立分为初步分析、建立品牌核心价值、根据核心价值创建识别符号三个阶段,历时 20 周。首先,品牌建设的专家组采用定量化的方法来进行初步分析并阅读了大量的文件资料,比较伦敦与其他竞争城市的不同,找出伦敦的亮点进行品牌定位。然后,专家们在巴黎、纽约、汉堡、东京四座国际都市对商界及政府领袖进行了广泛的意见调查,以测试品牌定位是否符合伦敦形象。最后,经过多次头脑风暴,伦敦品牌识别系统的价值金字塔模型建立起来。此金字塔的底座为品牌所生根的土壤,即主要的品牌所涉及的行业,包括旅游、商业、体育、文化以及教育业。品牌专家从这些行业中,提炼出伦敦与众不同的迷人之处,作为品牌的格调。在“开放、迷人、自信和动力无限”的品牌格调的基础上,伦敦的“文化多元化、无限创造性、充满机会以及无穷积极的推动力”的品牌价值也突显了出来。这个金字塔所表现的伦敦品牌价值由表及内,层层推出,最后汇总于金字塔的顶尖。伦敦品牌的核心价值——“不断探索”。

部分确定后,需要用一個视觉形象来表现伦敦。经过严格的筛选与测试,最后,伦敦品牌以一个活力无限、变化无穷的万花筒的形象展示在世人面前。万花筒变幻莫测的特性紧扣伦敦“不断探索”的主题特征,

将伦敦的经济、文化、生活等五彩斑斓的一面用平面设计的手段生动地表达了出来^③。

4) 完善的商业服务设施

商业服务设施服务于游客的各项活动,还能促进城市旅游收入的增加、旅游形象的提升。世界旅游城市因其均具有完善的商业服务设施,这些服务设施绝大多数是面向国际游客的,包括大型的国际贸易中心、商业中心、购物中心。

专栏 1-3 巴黎完善的商业服务设施

(1) 购物。巴黎是一座可以让女人和男人都为之疯狂的城市,世界上顶级、最时尚的品牌都在这里汇聚,特别是每年的圣诞节后为期 6 个星期的“血拼节”——所有的商家都会统一打折,平日里高不可攀的奢侈品有时可以跌至原价的 30%。6—7 月的最后一个星期也是大减价的时间。巴黎一年中有两次拍卖活动,冬季的拍卖在圣诞节结束的时候开始,持续到 1 月末,夏季的拍卖是从 6 月底至 8 月末。在拍卖期间,价格优惠 30%—50%,如果要买抢手货的话,最好提前到商店排队。巴黎奢华与时尚的美名已毋庸赘述,在巴黎极具创意又美轮美奂的橱窗面前,保持头脑清醒真是一件很难的事。

(2) 娱乐。巴黎以浪漫闻名世界,巴黎的娱乐更离不开浪漫,这里夜生活的丰富程度,没有到过巴黎的人是无法想象的。除了酒吧、KTV(指配有卡拉 OK 和电视设备的包间)、咖啡屋等娱乐场所外,巴黎独具特色的歌舞剧、艳舞、古典音乐等,都表现着巴黎的浪漫。华灯初上,登上巴黎游船,在船上品着地道的法国葡萄酒,欣赏着塞纳河两岸的风景,听着船上的音乐表演,吃着诱人的法国美食,真是人生一大幸事。巴黎游船在夏季旅游旺季(4—10 月)期间,每天从 10:00 到 23:00 对游客开放,每 30 分钟就会发一班船。与静静地欣赏美景相比,塞纳河两岸剧院里面的表演就刺激很多,巴黎最为著名的红磨坊、丽都、疯马、拉丁天堂等四家艳舞剧场都分布在塞纳河两岸,四家各具风格,却同样声光色影,虽为艳舞,却从侧面表现着一种艺术、一种生活方式、一种人类本来就应有的美。巴黎有众多的影剧院供游客欣赏法国电影,票价也很便宜,大致为 4.5—8 欧元。法国电影闻名天下,虽没有好莱坞大片的壮阔,却有着能让人静下心来细腻的细腻;虽有些另类,却也能为平淡的生活点上色彩。

(3) 购物。除了悠久的历史,迷人的风景,法国还有许多吸引人的地方。闻名全球的法国香水和时装是每个爱美女性的追求。法国也是一个美食之国,诱人的法国大餐吸引了全世界的人。而享誉世界的法国葡萄酒更是醉倒了无数的酒徒^④。

5) 口岸设施现代化,出入境手续方便

口岸是交通设施的一部分,对于国际旅游,口岸是国际游客进入某个国家的第一站,口岸的数量和规模对国际游客的旅游决策往往具有决定性的影响。口岸也是国际交往的门户,是代表国家和地区形象的第一印象区,标志着一个国家和地区的现代化程度、国际化程度和开放程度。世界上许多国家实行有限免签和落地签证制度,有入境七日免签和落后签证的规定。

6) 国际会议、节事、展览设施完善

会议、会展是重要的旅游吸引物。举办大型国际会议的数量和规划是衡量旅游业是否发展的重要标准。世界旅游城市都是著名的国际会议城市,其所在的国家均排在全球举办国际会议最多的国家中的前 10 名之内。英国伦敦还是世界上举办夏季奥运会次数最多的城市,分别举办了 1908 年伦敦奥运会、1948 年伦敦奥运会和 2012 年伦敦奥运会。伦敦也是世界国际金融中心中历史最为悠久的城市,大约有一半以上的英国百强公司和 100 多家欧洲 500 强企业均在伦敦设有总部。

展览是与会议相连的特殊的会议形式,法兰克福、东京早已成为世界性举办大型展览的