

旅游学研究

【第四辑】

主编 周武忠 邢定康

国际旅游与世界
和谐高层论坛

江苏省旅游学会首届学术年会
2008中国花文化学术研讨会



东南大学出版社

旅游学研究

(第四辑)

主编 周武忠 邢定康

东南大学出版社

·南京·

内 容 提 要

本书共分三部分.第一部分“国际旅游与世界和谐高层论坛”(由国家旅游局、联合国世界旅游组织、江苏省人民政府主办),论坛以“发展国际旅游、增进交流互信、寻求合作共赢、促进世界和谐”为主题收录了 28 篇论文。第二部分为“江苏省旅游学会首届学术年会”的 41 篇学术论文。第三部分“2008 中国花文化学术研讨会”(由中国花卉协会、扬州市人民政府主办)收录了 18 篇花文化学术论文。

图书在版编目(CIP)数据

旅游学研究.第四辑/周武忠,邢定康主编. —南京:
东南大学出版社,2008.12
ISBN 978-7-5641-1510-4

I. 旅… II. ①周… ②邢… III. 旅游—文集
IV. F590-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 195347 号

旅游学研究(第四辑)

出版发行	东南大学出版社
出 版 人	江 汉
网 址	http://press.seu.edu.cn
社 址	南京市四牌楼 2 号
邮 编	210096
电 话	025-83793191(发行) 025-57711295(传真)
经 销	全国新华书店
印 刷	南京玉河印刷厂
开 本	890mm×1240mm 1/16
印 张	27
字 数	1070 千字
版 次	2009 年 1 月第 1 版
印 次	2009 年 1 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5641-1510-4/F·155
定 价	58.00 元

目 录

第一部分 国际旅游与世界和谐高层论坛

旅游的可持续发展	尤尼斯(003)
南京:谋求世界和谐主题下的国际旅游发展	陈 刚(005)
在全球责任共享的新世纪中的国际旅游和世界和谐	苏锡特·乔德瑞(007)
如何加强中日两国旅游交流促进和谐 ——以如何增加日本客源市场为主	德村志成(009)
观光旅游促进世界和谐	唐学斌(019)
发展国际旅游、增进交流互信、寻求合作共赢、促进世界和谐 ——2008 国际旅游与世界和谐论坛综述	童 莉(022)
科技公司职工对年假休闲需求之研究 ——以台湾 A 科技公司为例	蔡蜜西 谢志良(025)
基于我国旅游网站空间分析的旅游产品网络营销国际化对策研究	程绍文 张 捷 梁玥琳(030)
台湾运动观光的核心竞争力分析	陈文喜 罗惠西(039)
风水园林与旅游文化	陈 宇(047)
基于 SSM 分析的江苏省国际入境旅游市场结构研究	崔 峰 赵 华(052)
欧盟青少年交流计划及其对欧洲和谐之影响	范育成(058)
跨文化交流背景下的国际旅游	范毓周(070)
从国际旅游理论探讨大台北地区游憩景点之形成	高鹏翔 高崇云(075)
关于南京建设国际旅游城市的相关思考	侯晓敏(083)
论和谐旅游的文化建构	季玉群(087)
试论旅游的传播媒介性	金茨萍 金一萍 吴文庆(091)
游客参与乡野观光之动机与满意度研究 ——以彰化田尾公路花园为例	罗元宏(096)
我国入境游客特征与国际旅游可持续发展策略分析	潘鸿雷(106)
北京奥运与河南少林寺景区国际旅游开发探讨	庞 骏 张 杰(111)
南京市旅游国际化:现状、问题与对策	万绪才(116)
休闲游憩活动与游憩需求之研究 ——以台湾为例	吴勉勤(119)
基于 AHP 层次分析法的中山陵风景区生态环境满意度研究	王楠楠(125)
试论地域性艺术与旅游景观体系的和谐构建	郑德东 周武忠(129)
旅游高等教育的全方位国际化发展模式研究	周武忠 季 静(133)
Environmental Protection of National Parks and Sustainable Development of International Tourism in Canada	Dr. Kai Chen(139)
Study on the Model of Consumption Forecast Standardization in International Tourism	Zheng Xinian(172)

2008 国际旅游与世界和谐南京宣言	(177)
--------------------------	-------

第二部分 江苏省旅游学会首届学术年会

大城市旅游核心-边缘空间结构形成机制分析	
——基于城市旅游核心区与边缘区协同发展的视角	卞显红(181)
可持续旅游产品研究初探	曹步霄(187)
论观光农业园(区)规划	陈 宇(190)
沿海城市旅游经济与生态环境协调发展定量评判	
——上海案例	崔 峰(194)
次级景点客源空间特征研究	
——以南京珍珠泉景区为例	董晓莉 廖仁静(199)
旅游城市化的内涵与演化机制研究	杜 嫣 汤傅佳 潘莉丽(203)
盐城旅游资源整体化开发研究	龚 艳(207)
浅析提高旅游规划的科学性	郭小东(212)
从文化传播角度浅谈中国国家旅游形象	侯晓敏(216)
基于电子地图的苏北运河旅游地理信息系统开发	胡其伟(220)
浅述世界遗产的政府治理绩效	
——以武陵源景区为例	黄 荡(224)
福兮? 祸兮?	
——论我国发展旅游对自然环境的影响	季 静(229)
酒店产品创新的理论思考	姜 华(233)
刍议绿色饭店的创建之策	姜 锐(236)
南通江海文化旅游开发研究	阚耀平(241)
宁镇扬旅游区域合作的基础及其战略	刘传华 曹 靖 陈彩虹等(244)
借奥运契机青岛打造国际滨海旅游城市品牌的可能性	刘春艳(249)
盐城旅游市场分析 & 旅游发展策略研究	刘曙霞(253)
黄金周对旅游景区的影响及旅游景区应对行为的经济学分析	罗 浩 唐文跃(257)
我国湿地旅游开发现状及其对盐城旅游的借鉴意义	潘 虹 孙天胜(262)
尚湖生态休闲旅游可持续发展初探	钱新锋(266)
红色旅游产品开发不应回避对经济效益的追求	申健健 喻学才(269)
生态文明视野中的生态旅游可持续发展之路	是丽娜 王国聘(273)
城郊乡村休闲旅游发展模式探析	孙 琨(277)
自然保护区旅游开发生态安全影响评价理论探讨	万绪才(281)
浅谈旅游立法中的人文关怀	王 格(284)
浅析盐城市生态旅游可持续发展的对策	王捷青(288)
关于乡村旅游若干问题的探讨	吴小根 陈智博 宋福临(292)
浅论盐城海滨湿地自然保护区旅游开发中的生态补偿机制的构建	吴耀宇(296)
侗族文化旅游开发探讨	
——以贵州黎平县为例	谢守红 余建喜(300)
出境旅游决策影响因素分析	
——基于南京禄口机场和扬州火车站的调研数据	徐 沁 任明丽(304)
南京民国历史街区保护与旅游开发研究	
——以颐和路公馆区为例	许 辉(308)

城市街区旅游产业开发研究	张 迪(312)
苏北地区旅游人才供给现状分析及对策研究	张红霞 孙天胜(320)
基于通达度和资源的江苏省旅游发展潜力研究	张宏磊 张 捷 曹 靖等(324)
魏晋南北朝时期的旅游审美观	张建玲(329)
旅游国际化	
——旅游文化的汉译英	张 乐(334)
基于 WebGIS 的文化遗产旅游地公众参与管理模式初探	张维亚(337)
文化生态视野下的文化遗产型景区旅游开发研究	
——以云南丽江古城为例	张中波(343)
农业旅游资源开发及其产品类型分析	章 怡(347)
盐城农业文化旅游开发	周 磊 刘庆友(351)

第三部分 2008 中国花文化学术研讨会

节事活动在景区管理中的作用	
——以南京国际梅花节为例	侯晓敏(357)
菊花的饮食文化	黄丛林 李春华 吴忠义等(360)
牡丹资源开发比较研究	
——以洛阳、菏泽为例	黄 荡(362)
浅谈中西方花神形象的差异性及其对花卉的旅游审美功能的影响	季 静(365)
中国节庆的花俗文化	贾 军 卓丽环(369)
浅谈花境在园林绿化中的应用	
——以扬州万花园为例	罗茂婵(374)
浅谈花卉的赏、药、食、饮文化	任全进 于金平(378)
地方旅游节庆可持续发展对策研究	申健健(380)
我国节事旅游的策划与运作分析	田宝成(383)
中西花卉旅游景区设计之比较	王剑新(388)
花卉与城市休闲文化	王 琴 王彩云 胡惠蓉(392)
浅谈旅游节庆品牌的打造	尹发秀(396)
美国玫瑰花节对我国花卉节庆开发的启示	袁玉琴(400)
《红楼梦》菊花诗赏话菊花	赵旭敏 杨红芳 毛 静等(404)
浅谈球根花卉在平面花坛设计上的应用	张 迪(409)
花卉与旅游审美研究	张建玲(412)
浅谈花卉节庆旅游的开发与策划	张 乐(417)
地名花语	
——浅谈地名文化中的花卉地名	张中波 李付娥(420)

第一部分

国际旅游与 世界和谐高层论坛

旅游的可持续发展

尤尼斯

(联合国世界旅游组织计划协调部主任)

各位嘉宾们,大家好:

世界旅游人数的增长超出了预期,2007年的旅游人数超过了9亿。尽管旅游业的发展中有一些负面的影响因素,但是旅游业在过去几年间还是蓬勃发展。根据最新的数据显示,2007年比2006年的旅游人数增长将近6%,其中中东的速度最快,为15%,亚太地区其次,为10%。亚洲去年吸引游客总数达到1亿8千5百万人。中国在去年吸引游客数达到5470万。数据显示在未来几年,中国将成为入境旅游人数最多的国家之一,现在我们来了解一下过去几年的数据。从图表中我们可以看到,2020年我们预计旅游人数将会达到16亿。世界的经济显示其波动性,由于各种各样的因素,比如美国的次贷危机等。美国受到的冲击最大,国际的旅游业也会受到冲击。但是世界旅游组织觉得旅游业仍然会继续增长。世界旅游组织(WTO)对世界旅游业仍然持乐观的态度,如果不能与环境保护这个概念携手的话,它不会取得理想的效果。

有一个事实就是,旅游业对经济、环境和文化都会产生影响,那么既有正面的,也会有负面的。我们必须尽量去控制影响旅游业发展的负面影响。从而促进旅游业的长期发展。我们必须对于这些负面影响进行监控。并且在各个领域包括国家层面,省级层面,包括地区层面都采取措施。那么旅游业不但要促进其自身的可持续发展,并且还要促进世界的扶贫计划,它应该致力于使20亿贫困人口脱贫。WTO在本世纪就提出可持续旅游业发展这么一个概念,那么这是适用于各种旅游以及各个国家。我们必须致力于保护环境以及生物多样性,并且尊重旅游目的国的经济、社会发展的实情、因地制宜,并且促进国际间的相互包容,相互理解,并且我们要让旅游业促进当地经济的发展,促进当地的减贫计划。同时我们必须确保旅游者的高满意率,你们一定注意到,第一点和第二点,显示出了旅游业和自然环境和文化环境的紧密联系。一些文化和自然环境是旅游业的原材料,是他们的一个基础。但是旅游业必须注意不能耗尽这些资源,不能减少他们承载量来去吸引更多的旅游者。通过给我们这些资源赋予经济发展的因素,我们必须加强旅游者和当地居民对于环境保护的这么一个意识。

世界上很多国家的人对于自己国家的一些资源,相对来说接触还是比较少的。我们必须致力于这些资源的可持续发展,在旅游业发展中我们也必须注意气候变化这个因素来共同应对全球变暖的问题。全球变暖有一个因素就是温室气体的排放,在旅游业中,我们的交通工具比如说公路上的

汽车、或者说飞机它们就会释放出大量的温室气体。我们之前所提到的这些可持续发展的因素就是要致力于解决我们的这些顾虑。我们也必须意识到旅游业现在也成为气候变化的一个受害者。国家的各个机构和政府部门也应该制订措施,去减少旅游业对于环境的负面影响。我希望大家能够阅读一下去年在达沃斯举行的第二届气候变化论坛上的这么一个宣言,在旅游业我们也存在一些关注点,首先是在文化上的,比如说我们的许多旅游景点现在面临着越来越多的旅客,我们也意识到旅游业的收入可以帮助保护我们的旅游景点,并且提升这些旅游景点的旅游价值。我们发展旅游业首先要确保旅游景点的保护能够获得足够的资金。这就不仅需要发挥我们旅游资源的作用,同时也要鼓励各个不同的机构,对于旅游资源的保护进行捐款。我们也必须采取可持续的旅游营销计划。我们必须加强私人、国家政府部门以及旅游景点自身多方面的合作。多方联手来共同去开发这个旅游资源。同时,我们也要尊重每一个旅游景点它的最大的承载量,但是,我想说的是,我们的许多旅游景点并没有能够对我们的承载量进行足够的尊重,很多机构、尤其是当地的一些机构会从利益着手无止境地使旅游景点承载更多的游客。

我还想说的是,一个旅游景点也会经常受到由于城市扩张所造成的负面影响。我们也需要去管理旅游者、管理过量的旅游者,去缓解旅游景点的拥挤问题。因为过多的旅游者会严重的影响旅游景点的质量。但是,我们是有方法去解决这个拥挤问题的。我们的营销计划必须采用一个可持续的管理计划,我们必须保护我们的自然景点和历史景点,免受游人过度拥挤的问题。那么解决好这个问题,不但景点自身的质量会得到提高,也会增加游客们的满意度。如果不采取行动的话,这些景点有可能会消失。我觉得,最有效的对旅游景点进行保护应该是当地的层面,也就是基层。当地政府必须处理好这些旅游配套措施的运作,比如说交通的问题。因此,我们不能放任旅游任其自由的发展,我们必须采取一个整合的态度进行科学的规划。我们必须把当地的居民也纳入这个规划当中,共同致力于旅游的发展和管理。但是,在短期内以上所说的问题很难得到解决,我们必须首先增强人们对于旅游景点保护的这么一个意识,关键就是让当地的人民和工业一起进行合作。

解决这些问题是需要付出一些代价的,在一些贫困国家,给当地的人民赋权是非常重要的,在这些国家是比较容易发展的地区之一。在2002年,世界旅游组织发起了一项

倡议,就是为贫困国家的社会赋权,在很多国家为当地的从业者提供培训,提高中小型旅游企业人员的素质,并且改善这一地区的旅游资源以及临近城市的旅游资源。对于可持续性发展的旅游业来说,我们有 12 个目标。其中就有促进经济发展、当地的繁荣、从业人员的素质、社会的公平、旅客的满意度、当地政府的管理、当地人民所获得的福利、文化丰富、整合资源、生物多样性、资源有效性,以及对环境的保护。这对于可持续发展旅游业是非常重要的 12 个目标。在我演讲开始的时候我就说过,在将来,旅游业会取得长足而持续的发展,当然我们要利用旅游促进世界各国人民之间的对话,来促进世界整个可持续性发展。和平和旅游,这个问题和我们世界旅游组织的宗旨是息息相关的,旅游可以促进经济的发展以及各国人民之间的理解,还有促进世界和平。我们世界旅游组织的成员国,在 2009 年将会聚集一堂来共同探讨这些问题。总的来说,世界旅游组织的任务就是促进旅游和世界和平。

首先,旅游只有在一个和平的环境当中才能取得发展,我们可以从这个方面促进和平。就是促进旅游的旅客和当

地人民之间发展好关系,在主宾之间可以建立非常和睦的关系。他们去到另外一个国家的时候,就是离开了自己的本土,去了解另外一个国家的人民。第二点,在某一个地区,特别是相对较小面积的地方,其实主宾双方是为了共同的一个目标在努力,希望旅游可以给人们带来利益而不是带来冲突。游客和当地人民,应该了解彼此的习惯和需要,这种习惯不应该光是地区性的,应该彼此了解,彼此去适应,用这样一种开放的态度,去适应对方,我们世界旅游组织也分发了一些文件,来提醒游客们,在旅游地,去尊重当地人民的习惯,旅游应该是一种集个人和集体行为于一身的活动。双方应该彼此忍让,彼此尊重,尊重彼此的文化,应该是一种互惠的行为,当地的人民应该接受培训,去了解游客的一些习惯和爱好。不应该仅仅是一种经济的行为,不应该仅仅注重它的经济利益,应该促进游客他们的满意度,所以最后,通过这样的培训计划,我们可以促进游客和当地人民之间的理解和友好。这是非常必要的一步,可以促进我们的文明发展。谢谢!

南京：谋求世界和谐主题下的国际旅游发展

陈 刚

(南京市人民政府副市长)

尊敬的各位来宾，女士们、先生们：

大家上午好！

今天，来自世界各地的专家学者以及关心国际旅游发展的各位同仁汇聚古都南京，召开“国际旅游与世界和谐论坛”，共同研讨全球范围内的旅游发展与世界和谐的重要议题，我觉得这个会议具有非常重要的现实意义。世界旅游的快速发

展是全球化进程的重要表现，作为人口最多、经济发展速度最快以及最大的发展中国家的中国，已经成为世界旅游发展中的重要力量。在此，我谨代表南京市人民政府对本次论坛的召开表示热烈的祝贺！

南京是“六朝古都，十朝都会”，地处华东地区城市密集区域，横跨大江南北。以南京为中心，在半径 500 km 的范围内有大城市 7 个，中等城市 20 多个，总共聚集了 2 亿多人口。南京的区位优势突出，它是全国八大交通枢纽城市之一，交通便捷，环境宜人，经济发达。城市居民收入水平相对较高，各种消费需求较为旺盛，旅游资源丰富且独具特色，全国六大类 74 种旅游资源中，南京地区六大类全部具备，拥有 74 种资源中的 61 种，占全国资源种类的 83%。到目前为止，南京有旅游景点超过 500 处。围绕现有资源，南京旅游业发展的主题特色越来越明显，例如以汤山猿人溶洞为代表的远古文化，以六朝石刻为代表的六朝文化，以明城墙、明孝陵、秦淮风光带为代表的明清文化，以中山陵、总统府为代表的民国文化，以夫子庙、贡院街为代表的民风、民俗、民艺文化，以静海寺、雨花台为代表的爱国主义教育文化，以阅江楼、燕子矶为特色的长江风光带，以江心洲、八卦洲为代表的都市农业观光区等。近年来，南京相继推出了一批独具南京民风、民俗特色的系列产品，例如中国国际梅花节、中国长江旅游节、金秋旅游月等旅游新项目。

一、“和谐”主题与旅游发展

(一) 世界和谐与旅游发展

世界和谐已经成为世界“和平”与“发展”主旋律下的强烈呼声。我们看到，当今的世界，和平的力量在不断增强，世界上许多重要地区重新焕发活力，人们在不断寻求解决问题的更好方式，非传统安全需求加大了国际间的依赖，这些新的机遇促使人类对世界和谐的关注提升到了新的高度。

中国国家主席胡锦涛在 2006 年 8 月的中央外事工作会

议上和 2007 年 10 月十七大报告中提出推动建设和谐世界的主张。要促进世界和谐，世界各国就应该相互尊重、扩大共识、和谐相处，坚持各国平等参与国际事务，促进国际关系民主化；深化合作、共同发展、互利共赢，推动共享经济全球化和科技进步的成果，促进世界普遍繁荣；促进不同文明加强交流、增进了解、相互促进，倡导世界多样性，推动人类文明发展进步；加深互信、加强对话、增强合作，共同应对人类面临的全球性问题，促进和平解决国际争端，维护世界和地区安全稳定。总的来说，就是要增进世界各国之间的经济、文化、社会之间的对话，使之在相互理解相互合作的基础上共同发展。旅游业的迅速发展使其成为促进世界和谐的重要力量。

我们都知道，国际旅游在促进世界各国之间的文化交流、增进不同民族与不同信仰之间的相互理解、增强不同文明成果之间的交流与学习等方面发挥着不可替代的作用。同时，旅游业的产业带动作用又促使各国经济在更广和更大的平台上实现进一步的发展与合作，使得各国经济联系更加紧密，合作内容迅速拓展并相互依赖，最终促使世界和谐在更广泛的领域中得到加强。

(二) 社会和谐与旅游发展

人作为社会个体、组织成员和自然的对应物，其态度、情绪、情感、价值取向、规范调整等心理运算过程的动态平衡，在当前已经被认为是人自身和谐的重要内容。随着人类社会发展到一定阶段，人们对于旅游的消费需求迅速增长，人们渴望通过旅游这一方式来提升自身的和谐，旅游发展对社会和谐的影响日益突出。

首先，旅游的发展使更多的人实现劳动(就业)的权利，从而奠定人自身和谐的根基。根据国际经验，旅游业每增加一个直接就业人员，就可间接带动相关行业增加 5~6 人就业，而解决就业问题在现阶段对实现社会和谐有着现实意义。其次，旅游业为保障人的“休闲人权”提供了坚实的产业支持。《世界人权宣言》和《休闲宪章》以及我国宪法等规范性文件或法律法规都对与公民休闲相关的权利进行了确认和保护。休闲权利的实现、高质量生活的获得和生命个体的和谐有赖于旅游业的支持。再次，旅游发展所提供的更多的娱乐体验产品可以满足人多元化的需求。在社会生活中，人们在满足社会生产的同时，积极寻求休息、缓解压力、转换心情、增强身体素质和提高生活质量的方式，并希望同时增长

知识、开阔视野、获取灵感、践行伦理、谋求全面发展，旅游的发展为这些需求提供了理想的方式。旅游的发展最直接体现了“以人为本”的发展理念，“以人为本”的内涵之一就是满足人们多方面的需求，促进人的全面发展。

今天的旅游者已经不再仅限于观览自然风光与历史遗迹，更多的旅游者正逐步深入到旅游地居民的社会生活中去，直接体验仍具有生命力的历史文化与民间传统，以及当前时代的新生活方式。这些能够直接感受到的人文资源与社会文化不仅是旅游者旅游体验的重要内容，也对旅游者自身产生重要影响。好的社会文化促进人的自身和谐，通过文化的交流促进人的交流，以社会的和谐促进人的和谐，再进而由人自身的更加和谐带来社会的更加和谐。因此，如何在旅游地营造更加和谐的社会文化来促进旅游者感受社会的和谐，在目前已经成为旅游业发展急需解决的重要课题。

二、南京在旅游国际化中的尝试

南京在推进旅游国际化的过程中，积极开发具有国际知名度的旅游资源和旅游节庆活动，推出国际化的旅游产品。典型的有，2004年以来“中国南京世界历史文化名城博览会”已举办过两届，各国著名历史文化名城的市长齐聚南京，共同商讨世界历史文化名城的保护与发展问题，大大提升了南京的国际城市形象；2006年以来“南京长江国际旅游节”也已举办了两届，依托长江这条享有极高国际知名度的黄金水道，以“水木秦淮”南京龙舟赛、大型国际音乐烟花晚会、国际学术研讨会、长江美食节、长江风光游等一系列精彩的旅游项目吸引了大量国内外旅游者；以中山陵和侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆等爱国主义教育基地为依托，组织多种大型和平宣传活动，向世界传递中国渴望和平的心声。这

些大型国际旅游节庆成为推动南京旅游国际化的重要力量。2007年初，南京市为进一步加大对国际旅游市场的宣传促销力度，采取了多种方式进行宣传推广：如先后邀请美国、加拿大、英国、法国、德国、波兰、捷克、日本、韩国、马来西亚、新加坡等19个国家和地区的140余名境外旅行商来南京考察旅游线路；专门邀请韩国媒体20余人，组成“博爱之旅”考察团来南京考察旅游资源。同时结合南京市自身的特点，提出政府主导旅游业发展的战略和20项措施，比如在日本主推“国际和平之旅”和修学旅行产品；与大韩航空合作，开展“2007中韩交流年”系列主题活动，主推温泉、高尔夫及“寻访崔志远足迹”旅游专线等。2007年全市接待入境旅游者116.12万人次，同比增长15.1%；旅游创汇8.07亿美元，同比增长19.3%。

除了不断提升自身国际旅游品位，南京还积极与周边的扬州、镇江、无锡、苏州等一大批著名旅游城市共同合作，联手开拓国际旅游市场，以集群优势提升国际知名度。同时，南京还牵头联合上海、武汉、广州等城市，推广全国性民国旅游专线；启动奥运——世博旅游宣传计划，在北京、上海举办奥运会、世博会大型旅游宣传促销活动，举办“迎奥运、颂和平”百辆世界古典名车中国之旅南京专场活动等。

当然，南京旅游国际化的发展还需要更多的专家学者和业界人士的共同商讨，群策群力，将南京建设成为一个和平、和谐的国际性旅游目的地。通过加速理念、城市形象、城市品牌、旅游产品、旅游营销、客源、接待服务和旅游人才的国际化，交通、信息和城市基础设施的现代化，积极构建南京国际化旅游的竞争优势和核心竞争力，在国际旅游竞争中占有一席之地，最终成为有较高知名度的国际性旅游城市。

谢谢大家！

在全球责任共享的新世纪中的国际旅游和世界和谐

苏锡特·乔德瑞
(世界贸易大学校长)

女士们,先生们:

非常荣幸能够受邀请再次来到美丽的南京。我觉得我是南京的老朋友了,来到南京这座美丽的城市,我感到非常的荣幸。

在2004年,我受中国国家旅游局和江苏省旅游局的邀请参加了世界旅游峰会,这次南京这座美丽的城市又举行了另外一次非常重要的论坛,就是2008国际旅游与世界和谐论坛。我想在南京谈论旅游对于世界和平与和谐的作用是非常合适的。我选择的主题就是旅游与世界和谐。在全球化的大背景下,我们今天早上听到了大使们,以及吴院长他们的演讲,还有来自联合国的客人,他们的一些演讲,我想以一种全球的眼光来考虑这个问题是非常重要的。我想引用老子的一句话:千里之行,始于足下。确实如此,如果我们要实现世界和平,如果我们要成为全球的领导者,我们不能把头埋在云里,我们要记住每一次旅行都始于足下,就像老子告诉我们的一样。在南京这座美丽的城市,我们勇敢的的人民,已经走出的这一步,组织我们一起来讨论世界和谐这个问题。20世纪初,人们才把旅行的人们叫做旅客、游客,而不再称之为勇敢的开拓者,外国人可能完全出于一种兴趣来到其他的国家来旅游来体验发现的快乐,所以我们所有的人现在都可以去旅游,去寻找交流和体验。所以我们这里的关键词就是交流和体验。成为朋友的人们,彼此了解的朋友是很难去憎恨对方的。所以交流和体验是我们世界和谐的起点。

交流和体验也是一种辩证的关系,和平和旅游也是这样并不是单纯的说是旅游促进了和平,或者是和平促进了旅游,它是相互的,像很多关系一样,很多相互的关系一样,这其中有很多的可能性,在有一些地区,冲突可能会阻碍旅游的增长,人们会因为恐惧和不确定来避免交流和体验。另一方面,旅游会促进世界和平,就像约旦河西岸这个计划让巴勒斯坦和以色列人相互交流,鼓励他们相互往来,这样就促进了和平,在21世纪,旅游仍然促进着人们之间文化和生活方式的交流。当然旅游只有处理得当才能够产生繁荣,只有双方进行合作,提高旅游的质量和服务,才能够产生繁荣和谐。今天世界上的很多人都在希望体验旅游,但是我们也有一些困难和挑战,我们必须为旅客们提供满意的服务,这就是一个挑战。所以旅游就带来了繁荣,繁荣的人民才能够是和平的人民。

女士们,先生们,我们现在面临着一种选择,它要求一种全球的领导力,在我们现在全球化的世界当中,我们面临着

旅游的增长,还有就是可持续性繁荣和世界和平的需要。现在在老百姓们都能够去外国或者是其他的文化国度去旅游和交流。所以我们不得不做出这样的选择,通过旅游来促进世界的和平。胡锦涛主席也提出了建设和谐社会这样一种构想。

在全球化的世界当中,我们需要建立起可持续性的发展,和世界和平,这里我想强调一点,就是我们为什么需要做出这样的选择呢?下面我从最近的一份世界旅游组织的亚太区的报告中摘录的趋势阐述这一点。今天早上大家也听到尤尼斯先生的演讲当中也提到了,在亚太地区的一些趋势,现在旅游越来越以活动为基础,而不是以目的地为基础,旅游中介正在转型为旅游顾问。现在游客们越来越注重对环境的保护,并进行个性化的旅行。旅行安全和卫生现在也成为人们越来越关心的问题,还有公务旅行者希望和当地的人们进行互动,这是其中的一些趋势,21世纪游客的需求和目标有了很大的改变,每一种改变都代表了新的评判的标准。每一种趋势都是一种机会让我们培养积极的体验,鼓励新形式的文化交流,每一个趋势也给我们提供了机会去促进世界和平和谐。现在游客们不仅仅是希望有一次开心的旅行,而且希望这次旅行能够促进当地的社会经济和环境的改善,也就是通过交流和体验促进和平和繁荣。

所以新的旅行者希望有一种正确的体验,这里的正确有多种含义,要确保当地的社会从中获利,要确保旅行是安全的,要确保生态没有受到破坏,而且能够学到一些新的知识。比如说现在人们越来越喜欢住在老百姓家里面或者是农场里,我们有一个新兴的旅游市场,就是这样一些游客,希望和当地的家庭、社会进行直接的体验交流。生态游收入占旅游收入总数的20%,根据世界旅游组织的统计,现在生态游是所有的旅游种类当中增长最快的一种旅游方式。所以像和平和谐一样,我们要达到这种高质量的旅游需要我们不懈的努力,我们需要有意识的去创造一些合作的机会,向着一个健康、繁荣的社会前进,并且尊重彼此的独立性、欢迎彼此的文化交流。

21世纪,合作是我们世界和平的基础,旅游是催化剂,所以中国已经签订了很多旅游协定,进行双边的和多边的合作。所以我们需要一种正确的态度来使得旅游促进世界和平,这种态度可以通过双边多边的合作协定来体现。在这方面,中国的领导者已经充分的意识到,和70个国家签订的这些旅游协定,就显示了这一点。比如说,中非合作峰会,这就促进了中非之间的贸易,到2010年将达到1000亿美元,这

样的合作就会带来利益,会促进社会的繁荣与和平,这样的协定就是相互依存,相互共同发展的一种基础。女士们,先生们,我们还必须致力于高质量的服务。在这方面中国也是一个全球的领导,中国准备奥运会就向世界显示了这一点,这样才能够确保积极的促使世界的和平,保证旅游地的服务质量,因为旅游者来中国旅游以后,回到他们的国家会告诉他们周围的亲友们在中国受到了如何的优待,这样会产生比较大的世界影响。所以,热情、友好、提供高质量的服务所起到的作用是不容忽视的。

促进世界和平还可以通过社会发展的计划来实现,社会发展计划不光是社会的基础设施的改善,还有其他的很多方面。比如说环境,比如说是什么使得一个公园宁静而又吸引人,是什么使得一个咖啡厅有那么多顾客。第一次来到南京的人们可能会有综合性的考虑,考虑所有的因素,所以旅游的产品是一种综合性的产品。还有就是本地的旅游应该和其他地方的旅游相联系,进行合作的区域可以给游客留下更加持久的印象。这样就可以融合不同的文化,创造更多的机会,产生积极的结果。可能你们会问自己,我们现在这样谈论和平是不是离旅游业的底线太远了,我们的目的不就是保证中国旅游市场份额的健康有益增长吗。但是繁荣与和谐,是相互关联的,创造世界的和平和持久的繁荣,有三个方面,就是经济、环境和社会价值。而这三个方面又是相互联系的,我们要借助新的旅游者,他们有一种全球的目光,只有经济环境和社会的目标都达到了,才能确保旅游业的增长,这是旅游的自然演变。现在我们有一种提法就是有责任感的旅游,这可能在刚开始只是一种另类的旅游体验,而现在已经成为旅游的主流,尊重当地的习惯和文化交流是最重要的,主宾双方都需要这一点。

这已经成为我们旅游的首选,联合国可持续发展委员会也已经认识到这一点。女士们、先生们,中国旅游业的底线是什么呢?我们不能够简单的说,旅游是和谐的副产品,或者说和谐是旅游的副产品。我们应该问自己,世界和平的催化剂是什么?我已经提到了一些,高质量的服务,双边的协定合作,还有社会的发展,我想中国在这方面现在已经显示出了超强的领导力。现在我想给大家提出一种想法,大家也来考虑一下我这个想法。我的这个主意可以促进旅游的可持续发展,并且把这个想法体现在中国美丽的城市当中。南

京是中国非常有吸引力的一个城市,我提议在南京著名的公园里面建立和平角或者是和谐广场。可以作为试点,然后推广到中国人口在100万以上的49个城市去。大家可以想象一下,南京的这些著名的公园可以作为城市艺术竞赛的场地。这些场地可以请艺术家们来解读世界和谐,然后建立纪念碑,把这个纪念碑设在和谐广场或者是和平角。艺术家们的材料可以由一些赞助商提供,艺术家们可以奉献他们的时间和才智。我想我们世界贸易大学也愿意对此做一些宣传的工作,可以在一些国际的论坛,比如说世界旅游论坛,世界旅游营销论坛,还有世界旅游投资峰会,可以给南京的这项活动做一些宣传。在过去的很多年当中,我主持过很多世界范围内的峰会和论坛,我上次来南京参加旅游论坛的时候,那次会议也是非常成功的,刚才我提到的这个世界旅游营销峰会是世行和我们世界贸易大学共同合作举办的。南京那次举办的论坛非常成功,这个会议现在已经成为了一个真正的国际性的论坛,我想感谢南京,在这方面做出的努力。今年,韩国会主办今年的峰会,2010年,峰会将在夏威夷举办,大家可以看看,南京在这方面开了一个好头,我们还举办了联合国青年企业家峰会,我们可以让本地的一些艺术家来解读世界和谐。在我们城市的公园里面来展示他们的艺术品,这个想法也可以扩大,也可以推广,中国可以在这方面进行一些倡导,可以开始一个和谐之旅,可以将中国的各个地区相联系,共同来宣传中国的文化,促进旅游的发展。并且旅行者来到这里可以收集邮票来作为纪念品,这些地方也可以作为签订谅解备忘录和调节纠纷的场所,也可以当做一些历史性会议的场所,或者也可以成为夫妻度蜜月的地方。其实我刚才提的这个想法,并不是什么新的想法,在北美大部分的城市每年都会举行这样的活动。

我们可以通过现有的一些区域和国家间的联系来举行这样的艺术比赛,可以从我们国家的活动推广到全球的活动,可以把和谐带到中国的街道和公园再拓展到世界。我希望这样的活动可以让更多的人参与到其中。我们同时也可以庆祝在艺术方面所取得的成就。

所以女士们,先生们,就像老子所说的,让我们迈出脚下的一步,开始中国伟大的和谐之旅,女士们,先生们,感谢大家,聆听我的演讲,谢谢。

如何加强中日两国旅游交流促进和谐

——以如何增加日本客源市场为主

德村志成

(浙江教育学院,浙江 杭州 310012;日本国际观光学会)

摘要:中日两国恢复邦交之后在旅游发展上始终维持着密切的关系,长期以来日本一直是中国的最大客源国,而中国则是日本的一个重要旅游目的地国。事实上这样的关系对促进中日两国人民的相互理解有着极大的作用,也是两国和谐关系的主要动力。然而,以现状来看两国的交流则依然处于不均衡的状态,同时日本访华的情况,则一直处于缓慢增长的趋势,并不如预期的好,这更是一个值得我们深思的问题,本文除了探讨旅游交流对中日两国和谐关系的重要性外,同时将深入探讨问题之所在,并就如何增加访华日本客源市场规模来发展双方的旅游产业,以利彼此增进理解、促进和谐,提出一些看法供两国的旅游业界参考。

关键词:交流;和谐;市场规模;客源市场

一、引言

近年,加强交流与构建和谐社会等用词,频繁地出现在我们的日常生活中与市场上,目前这两个词句基本上已经深入整个社会而成为一个重要的关键词和流行语。长期以来“交流”,作为人与人之间相互了解的一种重要手段,这个观点一直普遍被整个社会所认可,因此许多人都能够参与各种交流活动来增加彼此间的感情和理解,进而建立长期的友好关系。这样的现象之所以能够普遍存在,说明交流在促成当前的社会和谐也好国际关系和平也好,都是一个不可忽视的活动。“交流”所指的是互相往来之意,特别是属于不同地域、组织或系统的人及文物彼此之间的往来^[1],也就是说交流不是一个单向的问题,而是双向的问题,否则交流就难以成立了。而和谐则有“和睦的,友好的”之意^[2]。交流与和谐两者的关系极为密切,但在过去交流的主要目的和功能,大致上被解释为促进相互了解增进友谊,并未特意提及它对构建“和谐社会”之关系。但在构建“和谐社会”一词被推出后,人们开始更注意到,交流除了促进相互了解外更大的目的与作用,就是构建“和谐社会”的必备条件了。

事实上经由交流达到相互了解,最后创造出一个和谐社会是一个重要的过程,因此说相互了解是构建和谐社会的一个重要基础条件也不为过。同样的道理,我们相信世界各国也可以透过交流的手段来达到“和谐世界”的理想。虽然追求世界和平早已经是人类的共同目标,因此这也不算是一个新的口号,但从世界各地纷争不断,处于敌对或战乱的地区依然存在来看,世界和平依然是一个未知数。因此如何解决这一问题,始终考验着我们人类的智慧。事实上,透过各种交流的手段来降低彼此间的误解与仇恨,是一个较为可行的解决

方式。如果说世界和平必须在相互理解的基础上展开的话,那么各国国民透过各种形式的交流才是促成和谐世界的最佳办法。

在众多交流方式中,我们认为透过旅游的方式进行互访的交流,是目前最为可行且最富意义的一种交流模式。随着经济高度发展和科技创新等时代的到来,以往的交流模式或许有被突破的可能性,但却无法取代传统的人与人之间的直接交流,人的交流富有高度的情感,这正是一般交流所无法取代的主要原因。毕竟面对面的交流和眼见为实的立体感,是人类与生俱来的一种“感受特性”。而外出旅游到一个地区或国家进行访问交流,是人类有史以来最为原始最具传统色彩和最富有情感交流,是可以直接面对和接触当地的国民或事务等,属于一种最符合人性的交流与沟通方式。

从中日两国关系发展史来看,频繁的宗教交流、文化交流到目前的旅游交流从未间断,说明交流在构建两国友好关系上,有着不可磨灭的贡献,它是一个不可忽视的重要活动,因此,延续经由旅游交流活动的必要性是不容置疑的。再则,随着经济的快速发展和高科技的日新月异,大规模的人与人之间交流的可能性也因此而大为提升。笔者认为要巩固中日两国的友谊,首先必须通过旅游交流的手段达到相互理解相互信赖,并进而建立和谐的关系,而民间大规模的往来,才是促使两国关系和谐的最大的保障。那么如何扩大日本访华客源市场,是今后中日两国的共同任务。我们认为目前关键的问题,首先要找出日本客源市场所存在的问题,然后才能扩大日本来华访问的规模。因为从现实的情况来看,要急速的扩大访日的中国客源市场,仍有一些主客观的问题难以在近期内迅速解决,因此,本文将主要侧重于如何扩大日本访华客源市场的规模,以利旅游交流增强两国关系的和谐。

二、两国恢复邦交后的旅游交流概况

众所周知,在中国改革开放政策实施后发展旅游接待外国游客,是中国政府的一项重大旅游发展政策。日本作为一个重要国际客源市场,始终在中国的旅游发展中占有举足轻重的地位^[3]。事实上访华旅游交流活动在中日两国友谊关系的建立上,有着非常重要的影响,因此活动的延续与扩大在今后两国友好关系的维系上是必要的。

近年双方互访活动在表面上确实呈现出增长现象,但我们也发现日本访华客源市场虽然仍处于上升的趋势,然而从20世纪90年代初期开始在占有率上则有逐年下降的趋势(图1)。一般都认为日本的泡沫经济是造成这个市场无法扩大的主要原因,当然90年代整个世界金融局势的变化,也影响到这个市场的成长。另一方面,从近十年来中国旅游者访问日本的情况来看,虽然不是快速增长但也处于稳定增长中。从互访的结果来看,日本访华情况可以说并不如预期得好,而中国访日的部分由于诸多因素造成起步晚,因此,依目前发展的情况来看并不存在严重的问题,只要入出境条件进一步获得改善后,必能呈现出快速增长的趋势,因此,笔者认

为在双方互访的问题上,研究解决日本访华的问题更胜于中国的问题。另一方面,在进入21世纪后,日本客源市场在占访华客源市场上依然处于缓慢增长的现象,但韩国在这个时候则出现了访华快速增长的趋势,目前访华人数已经超越了日本(图3)。事实上访华韩国旅游者的快速增长,对中国在开拓新的客源市场上起到一定程度的作用,但同时也隐藏着对中国开发国际客源市场上一些不确定的问题,因此,日韩两个市场所产生的任何变化都对中国今后的旅游发展有着重大的影响。

市场的增长对当事国而言当然是一件令人鼓舞的事,特别是韩国访华国际客源市场的快速增长,对中国有着极为重要的意义。但对一个急速增长的市场,我们也必须同时认真思考的一个问题,那就是韩国客源市场的增长是否具有稳定性,因为稳定增长不仅仅可以让中国在今后制定市场开拓战略时,有一个较为正确的判断依据,更可以研判韩国客源市场是否能因此而取代日本成为中国的最大国际客源市场。事实上不管结论如何,对今后中国发展国际客源市场都有着重大的影响,因为,日韩两国的客源市场占整个东亚洲市场的绝大部分。

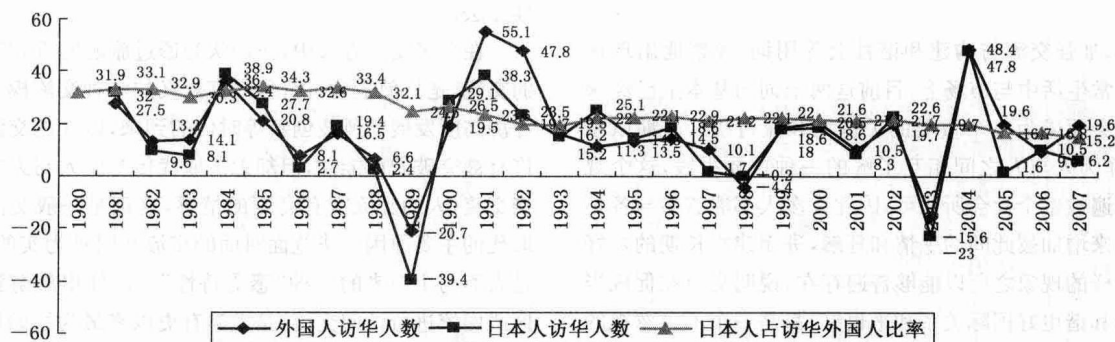


图1 1980—2007年外国人与日本人访华人数增长比率及日本人所占比率

资料来源:见参考文献[4]

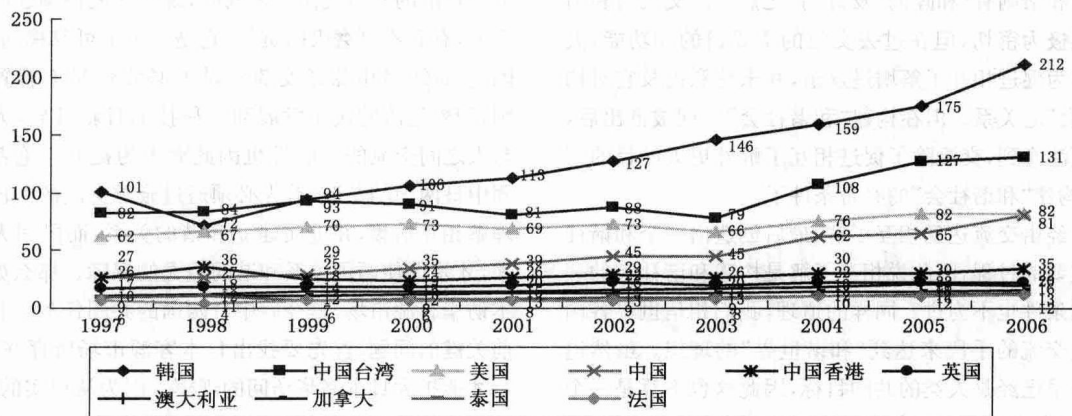


图2 1994—2007年日本人与韩国人访华人数及占访华外国人之比率

资料来源:见参考文献[5]

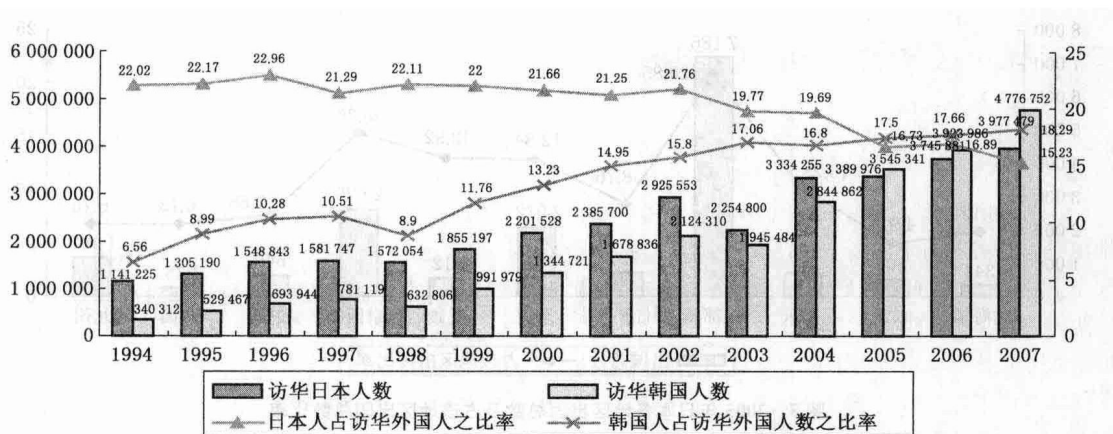


图3 1980—2007年访华日本人与韩国人数及占访华外国人数增长比率

资料来源:见参考文献[6]

一般而言,如果说客源市场的规模才是真正影响接待国的旅游发展的因素,那么研究日本客源市场的变化,更是中国政府在发展国际客源市场时不可忽视的课题。因为决定市场规模的主要因素之一的人口和经济实力,基本上在短时间内韩国要超越日本的可能性并不大。因此,中国政府必须在重视韩国客源市场快速增长所带来的正面意义的同时,也必须认清日本访华市场占有率下降的问题,否则过高的期待一个快速增长的市场,而进行过大的市场开发投资将可能无法避免问题的发生。

从理论上讲访华日本客源市场占有率的下降,对构建和延续中日两国长期以来的交流极为不利,因为人的交流是维持中日两国友好关系上不可缺少的重要活动。再则,从市场规模而言,在整个东亚当中目前没有一个国家能够超越日本,那么至少目前中国暂时无法摆脱长期以来依赖日本客源市场的现实^[7]。据此,笔者认为中国在市场开发战略制订上,今后应该既采取稳定韩国国际客源市场增长策略,也应彻底分析日本客源市场在中国的占有率下降的原因,并借此机会大力开发日本潜在市场和稳定显在客源市场的发展战略。

三、访华客源市场之概况

如果旅游交流是今后中日两国关系维系上必要的活动

的话,那么市场规模的问题是不容忽视的。目前访华日本客源市场规模的无法进一步提升,是值得中国政府去认真研究并设法解决的问题,如此才能够成功的借旅游交流活动来促进彼此和谐关系,否则依目前的增长情况来看,要借旅游交流来达到构建两国友好关系恐需费时多年,因此,了解日本市场的形成和存在问题是关键。

(一) 日本的经济发展与市场的形成

各国的经济实力是支撑其整个国际客源市场的主要基础,日本也自不例外。从日本国民年均所得的增长率和出国的增减率,基本处于同步的结果,即可看出经济发展和旅游发展有着密切的关联性(图4)。

根据上述论点,从日本国民海外旅游的现状中,也反映出经济高度发达地区和较差地区之间的差距。如代表东京近郊的首都圈(占全国出国总数的41.3%)和代表大阪附近的京阪神地区(占全国出国总数的15.05%),不论其市场规模或是占该地区总人口的出国比率都居于全国之冠,而这些地区的经济实力正是市场规模形成的主要基础(图5)。改革开放之后首先进入中国旅游的就是这些地区的日本旅游者,因此,这个地区的任何动向都对今后的旅游交流有着决定性的影响,因此,当我们以旅游交流作为中日两国国民相互理解的重要手段时,对主要客源市场现状的把握是必要的^[9]。

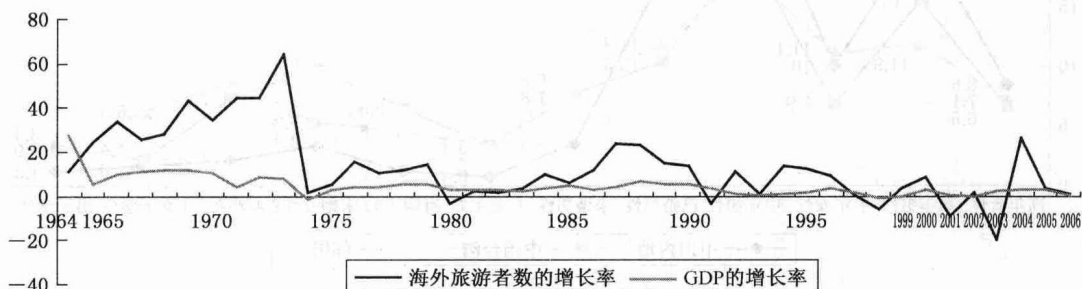


图4 1964—2006日本国民海外旅游者数与GDP的增长率(单位:%)

资料来源:见参考文献[8]