

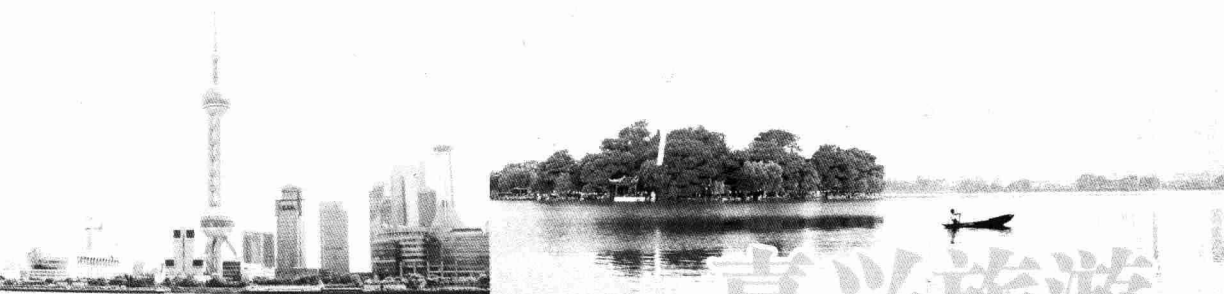


嘉兴旅游 与区域一体化研究

JIAXING TOURISM AND REGION
INTEGRATION RESEARCH

王照祥 编著

中国旅游出版社



嘉兴旅游 与区域一体化研究

JIAxing TOURISM AND REGION
INTEGRATION RESEARCH

王照祥 **编著**

中国旅游出版社

责任编辑:许晓海

装帧设计:钱 江

图书在版编目(CIP)数据

嘉兴旅游与区域一体化研究 / 王照祥编著. - 北京:中国旅游出版社, 2008.3

ISBN 978-7-5032-3417-0

I. 嘉… II. 王… III. 旅游业 - 经济发展 - 研究 - 嘉兴市 IV. F592.755.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 033647 号

书 名:嘉兴旅游与区域一体化研究

作 者:王照祥

出版发行:中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编:100005)

印 刷:浙江正方设计印刷有限公司

版 次:2008 年 3 月第 1 版

2008 年 3 月第 1 次印刷

开 本:787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张:19.25

印 数:2500 册

字 数:230 千字

定 价:28.00 元

版权所有 翻印必究

嘉兴旅游与区域一体化研究

主 编:王照祥

副主编:金三民 李剑平 任国明

编 委:徐宏岗 王晨光 汪明华 杨新宇 顾伟建

策 划:顾伟建



序 言

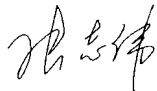
在全面建设小康社会的历史新阶段,党的十七大明确作出了构建社会主义和谐社会的战略决策。旅游业作为我国国民经济体系中发展最快、最具活力的新兴产业,贯彻落实科学发展观,加快改革开放步伐,增强自主创新能力,着力推进经济结构调整和经济增长方式转变,都是推动旅游业向和谐旅游高级阶段跨越的题中应有之义。而研究旅游业发展的自身规律,探索区域一体化等创新机制,对于实现和谐旅游的价值取向,推动经济社会平稳健康协调发展,在当前旅游业转型的新时期,更具有极为重要的现实意义和深远的历史意义。

嘉兴是 7000 年前的马家浜文化发祥地,物华天宝,人杰地灵。嘉兴地处全国十二个重点红色旅游区之一“沪浙红色旅游区”中心,作为中国共产党的诞生地,有着丰富的红色旅游资源,作为联合国历史文化遗产的申报地,生活着的千年水乡古镇有其独特的魅力。十年生聚,十年发展,嘉兴旅游已经逐步形成了“潮、湖、河、海、水乡古镇”等五大品牌特色,南湖、乌镇、西塘、盐官、九龙山、南北湖等六大景区。不仅全面提升了嘉兴旅游的规模、结构和品位,形成了从产品到产业的质的跨越,而且成功地将嘉兴旅游纳入长三角旅游、省际旅游等网络布局,基本奠定了浙北旅游强市的地位。今天《嘉兴旅游与区域一体化研究》的出版问世,让我们有幸看到了嘉兴这块土地上的历史文明与现代文明的跌宕碰撞,民俗文化 with 名人文化的融合交会,区域合作与一体化发展等创新理念的兼收并蓄。这部记述嘉兴旅游十年发展轨迹的论述性著述,对于人们认识嘉兴、了解嘉兴、走近嘉

兴,无疑将会大有裨益。

旅游业具有明显的带动性和关联性,当前,我国正处于从人均GDP1000美元向3000美元的过渡时期,这一时期通常被认为是经济发展黄金期和旅游业发展的重要转型期。只有把自己放在世界旅游发展的大格局中掂量,置于多元化维度中重新定义,才能最大限度地解放和发展生产力。十年发展进程中,嘉兴旅游在推动旅游经济更快更好地跨越方面,已经进行了一系列有创见、有意义的探索。嘉兴南湖加快景区建设、旅游博览等资源整合,发挥党的诞生地政治优势,引燃了中外游客的“红色情结”;乌镇景区导入差异化发展理念,使其成为中国小城镇旅游开发的精品,被中外旅游界誉为“乌镇模式”;嘉兴旅游搭台,文化唱戏,精心熔铸一个个特色独具、连年举办的节庆活动品牌,全方位提升了城市的美誉度和影响力等,无不会聚着嘉兴干部群众的心血和智慧。这次《嘉兴旅游与区域一体化研究》的编纂成书,既是嘉兴旅游的十年实践总结、成效研究和今后发展探讨、对策思路,也是全省旅游发展进程中的一件好事,一件实事。相信对促进全省乃至全国的旅游业发展,开拓更广阔的旅游消费市场,形成新的营销主体和运行机制,都有着相当积极的借鉴和启迪作用。

当前,我国经济社会的迅猛发展,人民生活水平的不断提高,对旅游业发展的内容和形式提出了新的要求,迫切需要旅游业进一步调整和完善产品结构,更好地满足人们多样化、多层次、多种类的精神文化需求。这说明旅游业的发展具有其自身的特点和规律,需要我们不断加以发现、总结、探索和研究。希望《嘉兴旅游与区域一体化研究》的编辑出版,能引导和推动全省的旅游工作者进一步增强使命感和紧迫感,加强旅游业发展的探索与思考,共同开创旅游业发展的新局面,真正使今天的思考成为走向明天的起点!是为序。



(作者为嘉兴市副市长)





目 录

第一编 回顾与展望

1. 提升·跨越·发展
用科学发展观指导嘉兴旅游产业发展的实践与思考 1
2. 和谐·创新·腾飞
嘉兴旅游业十年发展与构建和谐社会动力产业访谈录 9
3. 精品·经典·嬗变
嘉兴旅游业十年发展十大亮点展示 13

第二编 嘉兴旅游探微

1. 发挥旅游业独特作用,推进经济社会和谐发展
——以科学发展观促进嘉兴和谐旅游发展的思考 19
2. 全面实施“大嘉兴”旅游战略
推进城乡一体化建设之探索与思考 28
3. 整合资源集聚优势 铸造“大浙江”品牌
“新江南”旅游线为我市入境游注入生机 36
4. 大力推进红色旅游 打造旅游发展新天地
嘉兴发展红色旅游的实践与探索 40

嘉兴旅游与区域一体化研究

5. 建设大嘉兴旅游圈的事实“中心”	
市区旅游业发展现状分析及对策研究	53
6. 红、古、绿,演绎嘉兴旅游经典	66
7. 马家浜:江南文化之源头	71
8. 让船文化成为嘉兴一道亮丽风景	
开发南湖游船业之我见	76
9. 徐霞客与嘉兴	83
10. 重走霞客路	
对开发嘉兴水乡国际旅游线的思考	89
11. 挖掘江南运河文化 发展嘉兴水上旅游	95

第三编 区域一体化研究

1. 争当长三角旅游一体化“主角”	
关于长三角旅游一体化发展的几点思考	99
2. 全方位多要素接轨 打造“后花园”品牌	
嘉兴旅游借助上海平台唱“大戏”	105
3. 在接轨上海中加快沪嘉经济一体化进程	
嘉兴旅游从靠近上海向融入上海转变	112
4. 加强区域合作 发挥各自特色	
以入境游为抓手,共创长三角国际旅游新品牌	114
5. 构筑长三角区域一体化旅游圈	
参与长江三角洲旅游合作与发展的对策思路	120
6. 发展长三角旅游一体化初探	
兼谈嘉兴在长三角区域旅游中的作用	127
7. 构筑无障碍旅游区 推进长三角一体化	
长三角精心打造世界级旅游经济圈	136



8. 弘扬江南文化特色 加快融入长三角步伐 优势互补共打长三角国际旅游品牌	142
9. 凭借独特区位优势 挖掘水乡文化资源 嘉兴全力打造长三角水都旅游航母	146
11. 嘉兴市旅游产业如何与上海旅游产业联动发展的战略思考 ...	150



第四编 专题调研集粹

1. 实践“三个代表”重要思想,推进嘉兴旅游新跨越	165
2. 加大宣传促销力度 建立市场运作体系 让旅游业真正成为嘉兴国民经济新支柱产业	172
3. 水乡旅游热缘何持续升温逐浪高 来自建党 80 周年嘉兴旅游发展的报告	179
4. 江南文化是嘉兴旅游的灵魂 兼谈发展嘉兴水乡旅游的发展思维与对策	184
5. 实施精品开发体制创新“双战略” 关于嘉兴市区旅游业发展的思考	194
6. 赋予休闲农业时代特征与文化内涵 关于嘉兴休闲农业旅游发展的思考	203
7. 饭店业市场将出现新的飞跃 嘉兴饭店业发展态势探析	208
8. 政府主导 企业建设 市场定位 加快县级旅游城市高星级饭店建设刍议	217
9. 培育注意力经济 发展嘉兴会展旅游	223
10. 迅速发展的嘉兴国内旅游业 国内居民在禾旅游情况调查报告(2002)	232

第五编 附录

嘉兴旅游专题评论

1. 打造长江三角洲旅游大市 253
2. 二十亿再掀嘉兴旅游新潮头 255
3. 国家旅游局“创优”验收组昨通报检查验收情况 257
4. 嘉兴“创优”优势明显
——访国家旅游局“创优”验收组组长佟华龄 259
5. 国家“创优”验收组继续检查验收 261
6. 特色旅游引来八方客 263
7. 千年古镇风貌如昔 265

媒体报道选载

1. “红古绿”造就都市“后花园”
——嘉兴创建中国优秀旅游城市纪实(上) 267
2. 大投入、大联合催生大发展
——嘉兴创建中国优秀旅游城市纪实(中) 270
3. 检阅旅游城市水平的“坐标”
——嘉兴创建中国优秀旅游城市纪实(下) 273

嘉兴旅游对外新闻发布稿

1. “水都绿城”、“休闲嘉兴” 276
2. 嘉兴旅游十年统计一览(1995-2006) 284





提升·跨越·发展

用科学发展观指导嘉兴旅游产业发展的实践与思考

王照祥

1996年9月27日世界旅游日,伴随嘉兴市旅游局的正式成立,《嘉兴市旅游业“九五”计划和2010年发展规划》呱呱坠地,首次提出了“大嘉兴、大联合、大旅游、大投入、大发展”的发展理念;2002年6月21日,《嘉兴市旅游业“十五”计划和到2015年发展规划》出台,正式吹响了“建设旅游强市”的发展号角;2003年12月10日,嘉兴市荣膺“中国优秀旅游城市”称号;最近,《嘉兴市“十一五”旅游产业发展规划》浮出水面,进一步确立了“文化休闲,经典嘉兴”的发展坐标……

十年生聚,十年发展。1997年,嘉兴市接待国内游客225万人次,入境游客2.32万人次,旅游总收入8.53亿元,仅相当于全市GDP的2.03%,位列全省后座。至2006年,全市接待国内游客1595.12万人次,入境游客52.74万人次,作为衡量旅游业发展水平重要指标的入境游已连续四年在省会杭州之后,列全省第二,旅游总收入135亿元,已相当于全市GDP的10.04%,基本奠定了浙北旅游强市的地位。十年耕耘,十年跨越,这是一路汗水一路应对机遇和挑战的十年,一路高歌一路把优质资源转化为生产力的十年,更是

用科学发展观指导旅游产业实践,勾勒出一条具有时代特征、创新思维、嘉兴特色的十年发展轨迹。

提升之道

核心提示:经济学上的支柱产业具有以下特征:在 GDP 中占 5 % 以上比重;市场扩张能力强,需求弹性高,发展快于其他行业;生产率持续增长,扩大就业;产业关联度高,节约能源和资源。逐条对照,具有关联性、带动性的嘉兴旅游向支柱产业发展实至名归,抓旅游就是抓产业,抓开放,抓发展。

十年前,嘉兴市民的观念还停留在是否要发展旅游业阶段,嘉兴旅游也一度面临旅游业发展定位不明确、旅游管理体制不顺、旅游资源开发投入不足三大“瓶颈”。十年后,以红色旅游、水乡古镇游、滨海游、休闲游为主导的嘉兴旅游产品,已经成为在海内外享有较高声誉的旅游品牌,成为嘉兴第三产业发展的主力军。

这个拐点得益于决策层的超前理念。

市委、市政府开创性地提出“加快发展,扩大规模,优化结构,形成特色”的理念,是基于这样一个判断:旅游业是极具潜质的新兴朝阳产业,嘉兴拥有 1156 个旅游资源单体,24 个旅游资源集合区,其中三级以上优良旅游资源占资源总量的 27.51 %, 实现跨越式发展的基础条件初步具备。要在经济转型的关键时期大力提升旅游业,必须科学地搭建承载平台,以获取综合效益的长远化、最大化。于是,“大嘉兴、大联合、大旅游、大投入、大发展”和“建设旅游强市”两大战略定位,很快成了贯穿十年旅游发展始终的一根红线。

这个拐点催生出一系列大思路、大手笔。

规划龙头昂起。十年间,嘉兴市先后制定了三个旅游发展五年规划。市区旅游发展规划、运河旅游发展规划、钱塘江百里长廊发展规划等数十项专项规划覆盖各个功能区块,推动全市旅游景点开发力度不断加大,逐步形成了“潮、湖、河、海、水乡古镇”五大品牌特色。嘉兴审时度势主动参与长三角区域旅游规划、浙江省旅游总体





规划等的编制,又成功地将嘉兴旅游纳入长三角旅游、省际旅游等网络布局。吃到了参与区域合作,共享区域资源的“头口水”。

体制机制优化。嘉兴市明确职能,理顺关系,以行政、管理力量的大聚合,形成了内生力凸现的旅游管理体制。各县(市、区)先后成立了旅游局,景区也成立了管理机构,以整合管理、开发和市场推广力量。以乌镇为代表的旅游开发管理体制引起了全国旅游业界的极大关注,成为一种典范和模式。在体制保障下,走“政府主导,企业主体,市场化运作”的多元化投资之路,使全市旅游开发投入呈几何级数递升,其中仅旅游交通就先后斥巨资建成观潮大道、南北湖大道、秦山大道及嘉湖公路、善江公路等一大批重点基础设施项目国资、外资、民资“三驾马车”齐驱。

新的理念也带来了突破性的行业巨变。

如今,五芳斋粽子、蓝印花布、皮贴画等嘉兴旅游商品蜚声海内外,南湖、乌镇、西塘等嘉兴景区吸引八方游客纷至沓来,“一心、六区、一带、一网”的形态功能区雏形独具,已全面提升了嘉兴旅游的规模、结构和品位,形成了从行业到产业的质的跨越。到目前,全市已涌现出星级饭店 67 家、初具规模旅行社 75 家,各类旅游线路 50 余条……城市生态、服务、环境日趋配套,食住行游购娱六大要素全面发展,嘉兴市、桐乡市、海宁市先后跻身“中国优秀旅游城市”行列,成为嘉兴旅游阶段性发展的标志性成果。这全方位、多领域、深辐射的互动氛围,大产业、大开放、大发展的联动格局——无疑正映射着嘉兴市决策层“提升、培育”旅游支柱产业的深意所属和希望所在。

跨越之路

核心提示:旅游业具有明显的带动性,每增加 1 元收入,相关行业可增收 4.3 元。当前,以大文化产业为特征的后三产新时代,正在中国引爆一场消费新革命。后三产与传统三产的区别之处,在于它将人们的消费注意力从物质需要升级为文化需要、情感需要和体验

需要。因此,以情感、文化消费为主体的旅游消费正展示着中国经济发展的新商机。

十年前,嘉兴市的旅游产品以观光型为主,产品单一,辐射力不强,难以形成气候。十年后的今天,嘉兴南湖、乌镇、西塘、南北湖等六大景区异军突起,乌镇二期的开发为嘉兴休闲度假游展示了新的舞台。全市拥有 A 级旅游景区 21 个(其中 4 A 级景区 7 个)、全国工农业旅游示范点 5 个,与市、县(区)国家 A 级旅游区穿珠成链,延长了游客在嘉兴的逗留时间,逐步实现了由观光型向休闲度假型旅游产品的嬗变。

这个嬗变同样源于延长产业链条的科学理念。

理念是金。桐乡乌镇“修旧如旧”,以民俗文化、回归情感吸引现代人的审美眼球。政府主导、企业化运作的开发模式,抓亮点、抓卖点、抓市场的“三抓式”滚动开发,使其成为中国小城镇旅游开发的精品、嘉兴旅游的重要经济增长点,一时被中外理论界誉为“乌镇模式”。

带动是魂。嘉善西塘开发建设“生活着的千年古镇”,带动镇区 2000 余户居民 50% 以上从事餐饮、住宿等现代服务业,旅游收入占全镇 GDP 比重达 25.6%。目前,一个巧做“古”、“水”文章的三产发展区又与老镇区联动发展,成为嘉兴旅游产品集观光、休闲、度假于一体的典范。

形象是源。伴随嘉兴南湖完成湖水清淤、景区绿化亮化、配套接待设施和水上游节点工程,打造“红色旅游源头”;九龙山旅游度假区、湘家荡旅游度假区、海盐白塔山、盐官古城等景区建设为休闲度假的游客“量身定制”;海宁皮革城、濮院羊毛衫市场这两个闻名遐迩的商品集散地也随着旅游线路、资源的整合,成为吸引游客蜂拥而至的旅游购物观光区,进一步凸显了作为三产发展龙头的嘉兴旅游向“文化休闲,经典嘉兴”跨越的主旨。

这个嬗变同样带来嘉兴旅游向两极延伸动作频频。





一极瞄准国际性旅游高端市场。国际性高端旅游市场的培育、拓展是一个地区建设旅游目的地、旅游强市和培育核心竞争力的必然要求,是当地旅游业得以持续发展的科学规律。嘉兴植文化之魂于旅游之体,这几年以“港澳浙江周”为载体,主推古镇产品,吸引了大批港澳和东南亚客人;2005年抓住金九避难处等旧址修复契机,首次举办“中韩旅游合作大会”,主推“金色江南·九州精华”特色线路产品,逐步发展了韩国客源市场;2006年组织“心手相连——浙台旅游业高峰论坛”,重点推出乌镇二期、古运河水上游,又在台湾引起轰动。而嘉兴作为中国共产党的诞生地,率先连续举办三届“中国红色旅游交易会”,更是把红色旅游活动推向了一个新的层次,引燃了全国乃至世界游客的“红色情结”。

一极指向潜质深厚以本地市场为主的乡村旅游。嘉兴把流行元素注入百姓生活游,推动桐乡华庄、平湖澳多奇农庄、嘉兴周家庄、嘉善碧云花园等一批有规模、上档次“农家乐”先后亮相,南湖凤桥桃花节、秀洲王江泾长虹文化艺术节、嘉善大云黄桃节等一批区域文化节庆活动方兴未艾,不仅大大提升了这些地域的旅游品位和形象,还以旅游、文化等资源的大融合,引领了嘉兴休闲农业的发展方向。这种人与自然和谐、城乡统筹发展的理念彰显——无疑也全面展示了嘉兴旅游在十年跨越中“以人为本”,落实科学发展观的内核及构建和谐社会的时代脉搏。

发展之策

核心提示:当前,我国正处于从人均GDP1000美元向3000美元的过渡时期,这一时期通常被认为是经济发展黄金期和旅游业发展的重要转型期。只有把自己放在世界旅游发展的大格局中掂量,置于多元化维度中重新定义,才能最大限度地解放和发展生产力,推动旅游经济更快更好的发展。

旅游产业的转型期包括两层含义,一是指旅游产业被推到“市场化”的前沿将会发生转型;二是指旅游产业受发展需求变化所带

来的内在力量驱使自身要求转型。当前,经济全球化、新科技革命、世界经济结构调整和追求生活品质成为主导新世纪社会经济的四大基本趋势,为具有文化和经济双重属性的旅游产业提供了良好的发展机遇和发展空间。而嘉兴旅游业经过十年跨越,发展实绩名列全省前列,已经为建设旅游目的地和旅游强市夯实了基础。因此,从处于转型时期的旅游产业形态变革角度深入思考,其灵魂就是旅游产业发展中创新,创新中发展。真正实现三大转型:从单一的赶场式观光旅游向观光、休闲度假并重旅游转变;以国内游客为主向国内游客、入境游客并重的旅游转变;从传统旅游方式向传统、现代和专题旅游共同发展转变。

目前,嘉兴市已设定“十一五”旅游产业发展的总体坐标:以七大品牌建设为核心,以大嘉兴旅游线路整合为重点,大嘉兴旅游枢纽网络化管理为手段,以“经典嘉兴”为目标,加快“一心、五板块、三带、十一个重点景区”的旅游格局建设,到2010年,把嘉兴市建设成为长三角环城市旅游度假带上的文化休闲明珠。要实现“惊人一跃”,就必须创新旅游经济增长方式,加快五大转变。

——在发展旅游产业上,从旅游企业各自为政、分散经营转向以大嘉兴旅游网络和大上海城市带、长三角快速公路网为骨架的整体经营,实行资源共享、互动。

——在旅游客源市场开拓上,从单一的原始旅游资源驱动,转向能以适合上海及周边大市场的需求,不断塑造大嘉兴旅游整体形象和各旅游区项目特色的主题驱动。

——在旅游产品开发上,从单纯的大投入开发自然、人文旅游产品为主转向根据“利用、组合、借势、创新”原则,组合具有更大“亮点”、“卖点”的特色旅游产品。

——在旅游经营策略上,从传统的政府主导媒体形象营销转向以多渠道、多体制、多方式的直接整合营销,扩大品牌效应和影响力。





——在旅游管理上,从单纯政府主导型逐步转向在市场配置资源的基础上,充分发挥政府宏观政策导向的作用,下活旅游“一盘棋”。

和谐旅游是旅游业发展的高级阶段,也是旅游业转型的终极目标。放眼未来,嘉兴旅游还需要创新运行方式、组织结构、营销主体和运行机制,以旅游产业发展的五大战略选择演绎和谐旅游的价值取向。

1.目的地战略:旅游消费方式的转变使旅游业的运营方式逐步从点、线旅游向板块旅游转变,旅游开发也从景区开发为主转向旅游目的地开发为主。嘉兴要做好市级旅游目的地建设,重点抓好全市范围内的旅游交通、生态环境、人文环境、服务环境以及语言环境等服务质量改善和提高,实现与长三角旅游的完美对接。

2.品牌化战略:嘉兴的南湖、桐乡的乌镇、海宁的钱江潮、嘉善的西塘在“十五”期间已经成为嘉兴旅游的特色产品。“十一五”要将这些优势产品和乌镇二期、九龙山旅游度假区、湘家荡旅游度假区,打造成国际化的旅游精品,形成嘉兴旅游的时尚新品,形成嘉兴旅游“文化休闲,经典嘉兴”品牌。

3.一体化战略:一体化战略包含三层含义:首先是大嘉兴战略、其次是全省战略、第三是长三角战略,真正形成多层次、多层面包括客源市场、交通接待、信息服务、产品开发等一体化联合协作,主要抓好与上海、苏州等大城市的联合与省内其他游线互补互融,真正成为长三角旅游一体化战略构架中“沪苏杭”旅游金三角的文化休闲胜地。

4.合力兴旅战略:旅游业在拉动相关产业、扩大消费、增加创汇及旅游人数和消费年均增长率分别为4.35%和6.7%可直接带动14个行业,间接带动47个行业,要从机制上保障旅游业发展,从政策上倾斜旅游业发展,真正实现“一业兴百业旺”。

5.持续发展战略:妥善处理好旅游开发与环境保护、人文景点