

中国旅游目的地 发展报告 (2010)

范业正 主编



北京旅游发展研究基地
Research Center for Beijing Tourism Development

标志性成果



旅游教育出版社

中国旅游目的地 发展报告

(2010)

范业正 主编



旅游教育出版社

策划编辑:赖春梅

责任编辑:巨瑛梅

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游目的地发展报告.2010/范业正主编. —北京:旅游教育出版社,2012.2

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2073 - 6

I. ①中… II. ①范… III. ①旅游点—经济发展—研究报告—中国—2010

IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 228095 号

中国旅游目的地发展报告(2010)

范业正 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@163. com
印刷单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 1092 1/16
印 张	14
字 数	259 千字
版 次	2012 年 2 月第 1 版
印 次	2012 年 2 月第 1 次印刷
定 价	69.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

目 录

CONTENTS

第一部分 中国旅游目的地总体发展

第一章 旅游目的地发展新动态	3
第一节 京津冀、长三角、珠三角地区发展新动态	3
第二节 西部地区、东北地区旅游发展新动态	7
第三节 旅游目的地规划建设进展	13
第四节 旅游产品项目开发动向	28
第五节 旅游目的地管理与政策	34

第二部分 区域旅游目的地年度发展

第二章 环渤海经济圈	41
第一节 区域发展现状	41
第二节 旅游开发建设	50
第三节 旅游营销活动	56
第四节 旅游规划及相关协议	61
第五节 问题与未来发展趋势	62
第三章 珠江三角洲地区	66
第一节 区域发展现状	66



第二节 旅游开发建设	75
第三节 旅游宣传营销	85
第四节 旅游政策法规	89
第五节 问题与未来趋势	93
第四章 长三角地区	100
第一节 区域发展现状	100
第二节 旅游开发建设	106
第三节 旅游营销热点	110
第四节 旅游政策法规	115
第五节 未来趋势——区域旅游一体化	116
第五章 港澳台地区	120
第一节 香港	120
第二节 澳门	130
第三节 台湾	136
第六章 热点区域	142
第一节 海南	142
第二节 新疆	145
第三节 西藏	147
第四节 四川	149
第五节 上海	153

第三部分 旅游专题研究报告

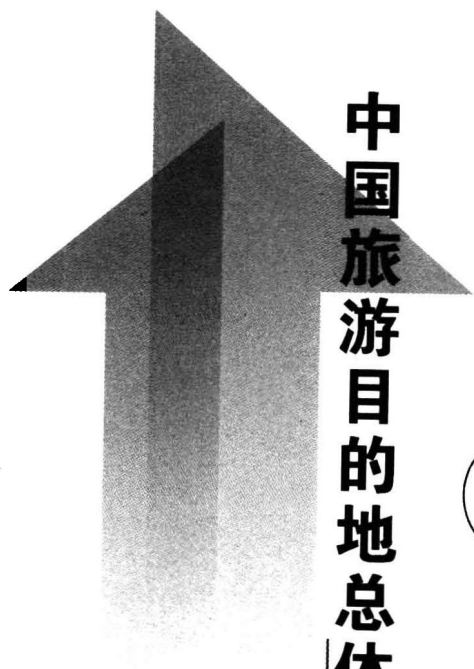
第七章 中国生态旅游发展年度报告	163
第一节 我国生态旅游发展回顾	163
第二节 生态旅游发展现状	164
第三节 年度发展特征总结	168
第四节 中国生态旅游发展存在的问题	173
第八章 中国旅游试验区建设专题研究报告	177
第一节 中国旅游试验区建设的背景	177



第二节 中国典型旅游试验区建设的概况	178
第三节 中国旅游试验区建设的特点、影响与启示	192
第四节 中国旅游试验区建设存在的问题及未来展望	194
第九章 京津冀区域旅游合作发展研究报告	196
第一节 京津冀旅游合作背景	196
第二节 京津冀旅游合作与分工	197
第十章 我国旅游咨询服务中心发展模式研究	206
第一节 咨询中心的功能定位	206
第二节 我国咨询中心发展模式的现状分析	208
第三节 我国咨询中心发展模式的对策与建议	215
后 记	218

第
一
部分

中国旅游目的地总体发展





第一章 旅游目的地发展新动态

第一节 京津冀、长三角、珠三角地区发展新动态

一、京津冀地区

2009 年的金融危机对京津冀各地的旅游业存在一定影响,北京、天津、河北旅游局及各地旅游部门积极应对,推出一系列具体措施,推动旅游业的稳中有升,如提供门票优惠、旅游消费券、星级酒店打折、旅行社退还保证金等。京津冀三地游客旅游一卡通项目在利民惠民的基础上,也促进了河北旅游形象的营销和旅游行业的发展;每年 2 月份举办一次的石家庄旅游洽谈会,也将如何应对金融危机放在首要位置进行讨论,制订了各省旅游业走融合路线的策略;跨地域景区合作、实现品牌景区互赢,也是应对金融危机的重要措施,如邢台市临城县的蝎子沟国家森林公园与石家庄市赞皇县的嶂石岩的联合,将打造河北省乃至北方最大的休闲度假生态旅游基地,以达到景区共赢。

在 2009 年 2 月份举办的河北省旅游工作会议中,将建设“京津休闲旅游产业带”作为全省旅游工作的重点工作,加大力度打造一批知名旅游目的地和重点旅游项目。2009 年 6 月份在河北唐山举行的环渤海旅游博览会圆满落幕,建立了旅游合作网、签订了旅游协议书、出版了环渤海 16 港口旅游简报。京东旅游环线也亮相旅博会,唐山、秦皇岛、承德倾力打造京东旅游环线表明,冀东旅游一体化已经进入实质性阶段。2009 年 3 月“生态旅游年”在河北保定野三坡举行,旅游年主题是“红色游”并且上演了《印象野三坡》和精彩的民俗表演。

河北省各地 2009 年旅游发展也取得了新的成绩,很多旅游景点的知名度大大提高,大手笔的建设、营销、合作,让河北旅游冲出河北、走向全国甚至世界。邢台市崆山白云洞景区在“中国十大奇洞”中网络投票以 33 014 票数排名第一。4 月在首都机场举办的河北省政府主办的“文化国门,河北华章”展示活动,,游客可分别在 3 座航站楼欣赏唐山陶瓷、徐水舞狮、吴桥杂技,舞动的河北舞到首都、舞向世界。英国 BBC 联手美国国家地理频道于 5 月拍摄避暑山庄美景,将迷你小故宫带给全球 2 亿收视用户。2009 年 6 月份在北京举办的国土资源科普基地评审会上,与会专家对野三坡世界地质公园给予高度评价,野三坡被命名为全国第一批国土资源科普基地,这将对涞



水旅游业发展起到积极的推动作用。由于湿地对生态的特殊作用和衡水湖湿地的地理位置,在北京举办的“国家级自然保护区衡水湖湿地保护与发展”的高峰论坛决定要将衡水湖湿地打造成京津冀最美湿地。

2009年河北省系列节庆、旅游活动也开展得如火如荼。中国·邢台首届太行山文化节于7月在邢台市体育馆拉开帷幕;张北草原音乐节将张北草原盛夏的清爽带给百姓。

二、长三角地区

目前,长三角的交通格局形成了一个贯通南北、连接东西的网络状交通结构。这一结构让圈内的任一座城市都可以成为一个“中心”。地域与地域间的距离缩短了,整个长三角成为一座“大城市”,“同城效应”呼之欲出。到目前为止,在长三角范围内已经推出55条精品旅游线路。其中包括都市风情游、乡村休闲游、美食购物游、会奖旅游、邮轮游等各类旅游产品,包括以“东方水城苏州、太湖明珠无锡、中华龙城常州”为核心的新江南水乡体验三日游线路,以“博爱之都南京、城市山林镇江、烟花水都扬州”为核心的南京一小时都市圈“博爱之旅”四日游线路,还有以金华、衢州为核心的神奇山水生态五日游,以体验上海海派文化、弄堂文化和老洋房餐饮为特色的上海深度文化体验一日游等。

2009年中国旅游交易会2009年11月举行,长三角一体化旅游首次打包为统一品牌亮相。

(一) 应对金融危机旅游业新举措

• 旅游优惠券

为了应对金融危机给旅游业带来的萧条状态,长三角率先实施旅游优惠券政策。长三角从2009年2月开始,派送逾2亿元旅游券,起到惠民、拉动消费等作用。南京派20万旅游消费券;春节假日期间,景色优美的浙江省安吉县开始向长三角市民派送3000万元“共享券”,邀请城里人前来这里的“农家乐”休闲度假;杭州为了实现“拉动内需、扩大消费”,2月底面向杭州以外的省市发放8万套旅游优惠券,总计4000万元;宁波发放近1亿套旅游消费券,时间从2月底贯穿2009年全年,市民均有享受机会;杭州发放4000万旅游消费券,发放范围最远触及港、澳、台地区;从5月12日起,2万册浦东旅游优惠券将通过长三角地区50多家的上海永达公司汽车4S专卖店向自驾车游客免费发放,广大自驾游爱好者可就近前往各门店凭驾驶证免费领取。浦东新区通过此举吸引更多有消费能力的自驾游客户群体前来游览。

• 其他举措

危中取机,江苏2009年投资400亿元促进旅游发展,南京大报恩寺、幕燕风光带、汤山新城、苏州园区李公堤三期、无锡灵山胜境三期、武进环球数字狂欢谷、泰州华侨



城、盱眙天泉湖度假景区、宿迁宋城等多个项目都在抓紧建设中;宁波 2009 年投放 100 台旅游信息显示机与沪杭等长三角城市联网,方便游客了解关于宁波以及长三角的各种旅游信息;常熟于 2009 年实施总投资为 29.7 亿元的 12 个旅游基础设施项目建设,来对接 2010 年上海世博会,旅游项目包括昆承湖生态修复工程、虞山尚湖旅游度假区综合改造工程、沙家浜生态湿地公园等项目建设等;舟山开辟旅游新市场,对准高校学生,与上海同济大学联合举办“校园歌手大赛”,将普陀等景区贯穿其中;安徽西递、宏村等古村落用“徽文化”招揽游客,住古居、品徽菜、观徽剧,打造“徽文化”旅游品牌;朱家角经典江南私家园林于 2009 年 2 月首次开放,此园中西合璧,既有江南园林之传统风貌,又有近代上海海派文化的特征。

(二) 世博来临旅游新现象

上海、苏州、江苏等大城市以及舟山、昆山等中小城市也融入世博的怀抱,展开了别开生面的旅游节庆活动。

上海世博局将第十一届舟山国际沙雕节作为支持单位,国际沙雕节将演绎“世博”主题,加大接轨上海力度,用沙雕形式在沙滩上诠释世博。

2009 年 4 月 7 日昆山市召开新闻发布会,向中外 80 多名媒体记者介绍了 2009 中国昆山国际文化旅游节。第十四届中国周庄国际旅游节的活动以“世博之旅,昆山之约”为主题。

(三) 节庆以及博览会

春节、元宵节、清明、端午等传统佳节旅游活动丰富,豫园元宵节灯会、上海桃花节、安徽焰火文化旅游节、嘉兴端午民俗文化节、“烟花三月”国际经贸旅游节、浙江宁海徐霞客开游节、2009 慈溪大桥国际经贸旅游节等,都让游人感受到了长三角浓浓的节日气氛。

(四) 博览会

2009 第二届“共享世博共谋发展”长三角区域旅游合作论坛于 5 月 21 日开幕,论坛紧紧围绕如何利用 2010 年上海世博会良机展开讨论,以实现长三角旅游业效益的最佳化,进行强强联手,共同带动长三角地区的旅游经济发展。

三、珠三角地区

(一) 2009 广东国际旅游文化节暨泛珠三角旅游推介大会

该会于 2009 年 9 月召开,向社会发布了 2009 年珠三角旅游文化节的信息,推行国民旅游休闲计划,提高国民生活质量、生命质量和幸福指数相结合,推动“2009 中国生态旅游年”活动,打造广东旅游精品,加强国际国内区域旅游合作是此次大会的主要目标。旅游招商会、“唱响广东”2009 旅游金曲精英大赛、“老照片·新广东”海外华人图说南粤系列活动、广东·友好省州旅游合作高峰论坛、广东国际旅游展览会暨



海峡两岸旅游投资交流会、2009 广东国际旅游文化节花车大巡游、2009 珠江花船大巡游、广东国际温泉旅游节、海外杰出华人广东行系列活动、友城之夜系列活动、岭南民间艺术汇演、首届中国粤菜峰会、广东旅游推广大使评聘活动、网上旅游文化节、第二十三届广州(国际)美食节、2009 广州金牌导游大赛、广州旅游美食大使竞赛等活动将在广州主会场轮番上演。

珠海举办珠海金秋艺术节,汕头举办第十五届潮汕美食节,佛山举办武动佛山——2009 佛山武术文化节,韶关举办“走进神奇丹霞”中国全国不老城系列活动,河源举办第六届河源市客家文化旅游节,梅州举办梅州·世界客商首届大会,惠州举办第四届惠州国际温泉旅游节,汕尾举办汕尾民间艺术旅游文化节,东莞举办第五届东莞国际啤酒节,中山举办 2009 中山市岭南水乡旅游文化节,江门举办 2009 中国(江门)侨乡旅游节,丰富的节庆活动将珠三角的旅游事业推向更加繁荣。

(二) 国民旅游休闲计划

2009 年上半年,全球金融海啸让旅游业陷入严冬,甲流也一定程度抑制了人们的出游意欲。2009 年 2 月,为拉动内需,国家推行国民旅游休闲计划。广东作为试点省份率先试行,省政府颁布《关于试行广东省国民旅游休闲计划的若干意见》,18 条措施助力广东旅游业发展。

(三) 限制公款出国

2009 年 2 月 20 日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于坚决制止公款出国(境)旅游的通知》(以下简称《通知》),提出 2009 年各地区、各部门因公出国(境)经费支出在近 3 年平均数基础上压缩 20%,并相应减少团组数和人数。《通知》指出,旅游、工商等职能部门要加强监管,严厉打击旅行社及中介机构为因公出国(境)团组联系或购买邀请函、编造虚假日程等行为。情节严重的要取消经营资格。广东积极认真落实,2009 年 1~11 月,广东党政干部因公出国(境)批数和人次,分别比前三年同期平均数减少 84.1% 和 65.7%,因公出国(境)经费支出减少了 78.4%。

(四) 旅行社异地扩张

2009 年,南湖国旅、广之旅、广东中旅等旅行社纷纷将分社和机构开到深圳、佛山、东莞、珠海及其他城市,市场份额越来越大。2009 年 5 月 1 日起实施的新《旅行社条例》,进一步降低旅游市场准入门槛,旅行社设立非法人分社无须增加注册资本,且分社的设立不受地域限制。目前,广州市场上的旅游产品价格可谓全国最低,比珠海、东莞等地低二至三成,本地旅行社的扩张则惠及更多珠三角市民。

旅游业吸引越来越多的投资。在广东国际旅游文化节中,广东共签订外商投资合同、协议、意向共 154 宗,金额 23.9 亿美元,为历届之最。珠三角一体化提了很多年了,旅游业在 2009 年终于在跨地域经营上有所突破。而旅游投资热,更是说明了广东巨大的旅游消费市场,并且对平衡粤北上区以及东西两翼旅游发展都有好处。



(五) 广州旅行社包机催热海岛度假

金融危机和甲流让航空业和酒店业再次受到重挫。为了在危机中寻找新机遇,广东两大旅行社——南湖国旅、广之旅斥巨资与航空公司、酒店集团等展开更大范围的合作。2009年暑假,南湖国旅从暑期开始大幅增加包机数量,包括马尔代夫、苏梅岛、兰卡威、巴厘岛等,广之旅也一举拿下了普吉岛、宿务、沙巴等包机航班。广东游客出境海岛游基本结束了“经港飞”、“经澳飞”和转机的局面,节约旅途时间,降低了出行费用。

(六) 武广高铁开通

于2009年12月26日正式开通运营的京广高速铁路,让广州至武汉的运行时间由以往的十多个小时缩短至约3小时,到长沙只需2小时。在高铁出游时代,将使得广州前往华中地区的周末游和深度游越来越成熟。

第二节 西部地区、东北地区旅游发展新动态

一、西部地区

随着我国旅游业持续快速发展,近年来西北各省区发挥“丝绸之路”的优势,强化区域间旅游协作,联手开发旅游线路,积极打造“中国大西北旅游”品牌,赢得了更广阔的市场空间。

(一) 西北旅游网博会

由陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆五省区旅游局和兵团旅游局联合主办的第二届中国西北旅游网上博览会于2009年4月5日开幕。本届网博会以“让西北旅游走向全国”为主题,开展了20多个网上展厅,包括民俗、景区、旅游、美食等,点击率超过千万,取得了较好的宣传效应。

(二) 西北旅游协作会议

2009年10月13日,乌鲁木齐召开了“第20届西北旅游协作会议”,以“加强区域联合,促进西北旅游整体发展”为主题,来自陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆的西北省区旅游业代表签署了《西北五省区及兵团旅游协作区合作宣言》,在“加强市场动态分析,构建西北旅游协作区旅游交流与合作的新平台,建立平等、互助、互信合作机制,创新合作模式”等发展方向上达成共识。

二、东北地区

东北一体化构想,将旅游作为突破口。2009年东北旅游业规划初稿已经完成,打



造东北旅游一体化平台,将是以后东北发展旅游的重要方向。东北地区在 2009 年旅游发展方面硕果颇多,重要事件如下:

(一)哈尔滨第 25 届国际冰雪节

第 25 届哈尔滨国际冰雪节于 2009 年 1 月在哈尔滨举行,迪斯尼乐园首次参与冰雪节举办迪斯尼冰雪游园会,用冰雪打造迪斯尼的经典城堡和卡通人物。冰雪节涉及冰雪艺术、体育、文化、经贸、旅游等百余项活动,其中包括国际冰雕大赛、国际雪雕比赛、世界旅游小姐大赛等多项国际性活动。“冰雪进社区”、“百姓逛冰城”等群众性活动,以及在哈尔滨 10 个主要广场开展的以家庭为单位的堆雪人、做冰雕等比赛,让冰雪节成为一个群众同欢同庆的节日。

(二)东北旅游交易会

第四届东北旅交会于 2009 年 3 月在沈阳举行,辽宁、吉林、黑龙江、河北、内蒙古及京、津、唐等地区近 2 万人参加,东三省、河北及全国各地的旅游景区设立了 200 余个展台参加会展。此次交易会为东北旅游区域合作做出了积极的贡献。

(三)黑龙江国际滑雪节

黑龙江国际滑雪节于 2009 年 12 月开幕。此次滑雪节由国家旅游局、省政府和哈尔滨市政府主办。作为“后大冬”时代的第一个冰雪节庆,本届滑雪节实现了四项突破,即:以滑雪节为平台,推广“后大冬”黑龙江滑雪旅游新卖点;发起“世界冰雪价值年”,加快黑龙江滑雪旅游迈向国际先进的步伐;创意冰雪文化亮点,增强黑龙江旅游文化吸引力;以滑雪旅游为龙头,加快树立“北国风光”特色旅游形象。

三、知名旅游城市发展动态

(一)北京市

2009 年北京旅游发展在特殊的社会背景下呈现出许多新的亮点。

首先,为了应对金融危机,北京旅游局与企业联合启动了“北京欢迎您——200 万张旅游景区门票免费奉送”活动,对拉动内需、促进消费起到了积极作用,也实现了利民惠民的目的。

其次,适逢新中国成立 60 年大庆,北京相关旅游活动如火如荼为国庆添彩。北京各大博物馆或优惠或免费展开了国庆主题展,如首都博物馆举办的《见证历史辉煌——考古与发现》、《多彩中华展》、《城市记忆》和《早期中国》四大展览等。另外,国庆花车展览为群众国庆游玩增加新的乐趣。

再次,借着奥运会契机,2009 年的北京打着“回味奥运,圆梦北京”的口号,对奥林匹克广场、建筑进行了后奥运开发,如入选“新北京十六景”的鸟巢 11 月份变身冰雪乐园,顺义奥林匹克水上项目比赛场作为奥林匹克水上公园对外开放等。

北京乡村旅游的发展也蒸蒸日上,继 2008 年推出一村一品的规划后,各村都呈现



出自己的特色,如4月份平谷举办的国际桃花节、延庆县举办的延庆杏花节、怀柔栗花沟湿地公园开园等。

各大节庆、论坛、博览会依次上演,精彩纷呈。以“欢欣鼓舞、相聚北京”为主题的第十一届北京国际旅游节于2009年10月23日在北京朝阳奥林匹克景观大道举行,为更好地宣传北京、营销北京做出了贡献。历时三天连续举办了5届的北京旅游国际博览会于2009年6月18日在北京展览馆举行,与2008年博览会相比,社会关注程度更高,展出规模更大,有82个国家和地区、25个省市自治区和港澳台地区的593个参展商(其中国际参展商267家、国内326家)、200个特约买家前来参展。

随着经济的发展和为民生的关注,北京很多传统、前卫景区在2009年建设完工投入使用,前门大街开市、圆明园挂牌4A景区、永定“空中花园”开园、大兴区全国首座极限运动公园对外开放等都为魅力北京增色添韵。

(二)天津市

2009年天津的旅游业也是硕果累累的一年。在政府、企业、民众的共同努力下,天津已经成为国际旅游团体必游城市,正在逐渐成为国际旅游目的地和集散地,在海外的知名度和影响力快速提升。

首先,天津在旅游节庆方面做足了亮点。首届旅游产业节在天津举行,本次旅游产业节以旅游产业为载体,旨在搭建旅游产品、用品交易平台,旅游演艺交流舞台,旅游产业发展研究探讨平台。旅游产业节包括主题晚会、旅游产业博览会、旅游区域合作峰会,以及旅游目的地展会、旅游用品展会、旅游服装、新产品推介等部分,还邀请了世界和国内各旅游胜地的旅游机构、旅行商、航空公司等提供优惠产品参展。产业节期间,天津举办了十大旅游活动,涉及传统民俗、工业遗产、国庆庆典、音乐艺术等多个方面。天津第二届购物街适逢国庆中秋佳季,购物节在金街开节,围绕“相约六十华诞,感受魅力天津”主题举办了各种活动。“庆六十华诞系列文艺演出”活动,推出了祖国颂大型交响乐戏曲演唱会、民族音乐会、鼓曲相声专场等戏曲、歌舞、交响乐等系列文艺演出。第十七届中国·天津渔阳金秋旅游节举办山货采摘节、地方风味小吃节、菊花节、名优果品展销、农家乐文艺演出等多项活动。10月中旬举办的第十届中国(天津)王朝杯美食节暨第八届国际美食博览会,由“专业活动、配套展会、论坛峰会、投资洽谈与推荐会”四个主要板块和“美食盛宴、餐饮基地、中华美食”三个亮点组成,并举办开幕酒会、颁奖仪式等系列活动,以及中国美食节十周年庆典活动。

其次,天津政府也十分重视旅游产业的带动作用。天津与尼泊尔、马尔代夫签署旅游合作协议,协议主要包括加强天津与尼、马两地旅游促销的深度合作,相互支持各自举办的旅游营销活动,鼓励和倡导天津与这两个国家之间互为旅游客源地,互为旅游目的地,并积极在本地宣传对方的旅游形象和旅游产品,推动两地之间直航的开通。

最后,天津标志性旅游景点在2009年进行了改造升级。有“天津之眼”之称的天津永乐桥观光摩天轮启动运营;天津水上公园提升改造的重头戏——水上“小迪斯



尼”乐园于2009年7月底竣工;古文化街充分利用传统节日打造古文化传统名街,如在端午节期间,古文化街举办了各种丰富的民俗活动,如抛绣球,戏楼上大鼓、古琴、二胡表演,夹杂着两边小吃的吆喝声,让游客感受十足的津味儿。

(三)上海市

上海全面实施旅游迎世博行动计划,加快推进“四个体系”建设:初步建成新型的城市形象推广体系、充满生机的旅游发展创新体系、优良的旅游服务环境体系、现代化的旅游功能配套体系,不断提升上海旅游产业的国际化、市场化、信息化、法制化的水平。上海围绕“城市,让生活更美好”的世博会主题,把上海打造成亚太地区著名的“购物美食之都”、“休闲消费之都”、“节庆会展之都”和“文化时尚之都”。2009年上海完成对25万旅游从业人员的各种类型的培训,完成1500余块旅游景区(点)道路交通指引标志的规范设置,完成百万市民网上世博旅游礼仪宣传教育。

3月21日至22日,由上海市旅游局、江苏省旅游局长三角等地政府联合主办的迎世博400天沪苏浙皖赣大型旅游宣传咨询活动,在上海最热闹繁华的南京路步行街世纪广场举行。这是为迎接2010年上海世博会倒计时400天的到来,围绕“城市,让生活更美好”的世博主题和“发现更多,体验更多”的世博旅游宣传口号,长三角及周边区域全旅游行业通过现场宣传咨询、舞台表演、大屏幕宣传等形式进行的一次集中展示。该活动利用世博契机,以达到五省旅游相互交流、抱团受益的共赢局面。国家旅游局、上海旅游局、上海世博会事务协调局和上海大众国际旅行社共同推出“世博主题体验之旅”,首发团的游客们通过两天的时间,分别前往上海、浙江、江苏的城市或社区去体验“城市,让生活更美好”的主题。为了全面做好世博的窗口服务工作,上海年初在全市各大星级酒店摆放上海旅游新名片。安徒生笔下著名的“小美人鱼”,将从丹麦“游”来上海参加2010年世博会。3月,东方明珠电视塔结合“浦江游览”以及“世博演艺中心”,形成一条“海、陆、空世博黄金旅游线路”,让游客从全新的角度来欣赏上海的都市风情。

上海世界旅游资源博览会于4月9日举行。2009上海世界旅游资源博览会在浦东新国际博览中心隆重开幕。博览会已经成为中国出境旅游行业采购交易的领袖博览会之一,此次展会共吸引了50余个国家和地区近450家参展商,国际展商比例高达80%。

(四)杭州市

2009年“五一”前后,由杭州市旅游委员会与西湖风景名胜区以及各县(区、市)旅游局等单位共同推出旅游景点半价优惠,同时,杭州市根据首批消费券发放情况,筛选出20万人的特殊群体并向他们发放免费门票。日前,在北京钓鱼台国宾馆举行的“第二届中国城市旅游竞争力年会”上,“中国城市旅游竞争力评价”项目组负责人正式向社会各界公布“中国城市旅游竞争力百强城市”名单,杭州名列第一,之后依次是南京、大连、广州、成都、西安、宁波、无锡、深圳、昆明、郑州、黄山、厦门、三亚、洛阳、福



州、桂林、秦皇岛、哈尔滨、绍兴等。

(五) 南京市

2009年3月,第十三届南京旅游博览会在南京国际展览中心举办。此次旅博会上,南京发起“中国古都互游活动”,七大古都——安阳、西安、洛阳、开封、南京、杭州、北京将联合推出优惠旅游措施。

(六) 苏州市

为期1个月的第十二届“东方水城”中国苏州国际旅游节于2009年4月24日在环古城河古胥门广场隆重举行开幕式。旅游节主要包括彩船巡游、金融危机与旅游发展论坛、旅游交易会、全民大比拼和狂欢嘉年华,以及各辖区的20多个主题活动等。据悉,首届江苏国际旅游周同期举行。

四、突发事件对旅游业的影响

旅游业是一个敏感的产业,容易受到各种自然、政治、经济和社会方面突发事件的影响,并且反应迅速。近几年,我国突发事件频多,如2008年的“5·12”汶川地震、国际金融危机、南方雪灾以及2009年的甲型H1N1流感病毒蔓延等。这些重大突发事件造成了经济的动荡和社会的不安宁,影响着旅游者的信心,影响着旅游目的地持续正常的运转。

(一) 国际金融危机与甲型H1N1流感病毒蔓延对旅游业的影响

2008年的国际金融危机与2009年的甲型H1N1病毒都爆发于美洲,并在世界其他地区蔓延。中国三大旅游市场都受到影响,而入境旅游市场和出境旅游市场则首当其冲。国内游客旅游需求旺盛,使国内市场、出境市场和入境市场呈现“两升一降”的局面。

1. 入境旅游市场持续低迷

受国际金融危机的影响,至2008年11月,入境旅游人数已连续7个月出现下跌。在国际金融危机已演变成经济危机的2009年,4月在墨西哥和美国爆发的甲型H1N1流感疫情又一次对入境旅游市场造成冲击,使入境旅游市场全年持续低位运行。2009年1月份到10月份,入境旅游人数只在4月份略有增长;至11月份,入境旅游人数和入境旅游外汇收入才出现回升。详见图1-1。

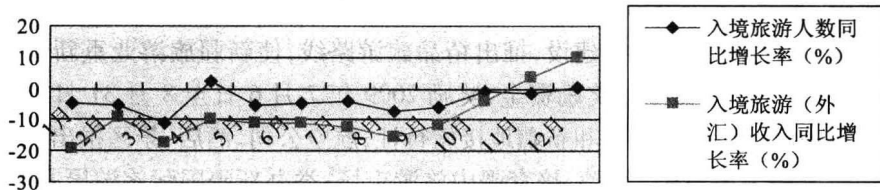


图1-1 2009年全国入境旅游人数和外汇收入同比增长情况