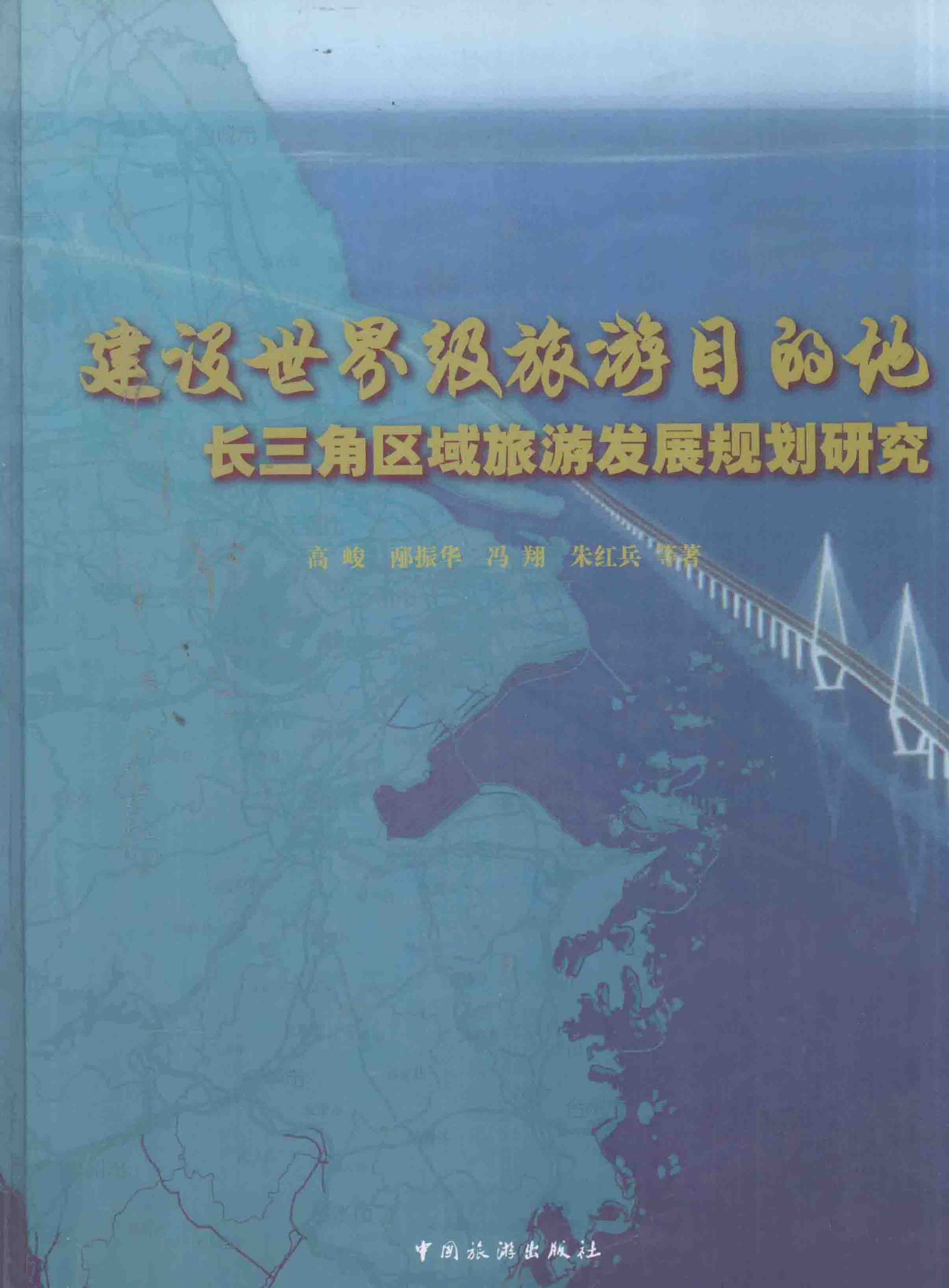


The background of the cover is a stylized map of the Yangtze River Delta region, showing the coastline and major waterways. A large bridge, likely the Donghai Bridge, is depicted crossing the water. The map is rendered in shades of blue and green, with the bridge in white and yellow.

建设世界级旅游目的地 长三角区域旅游发展规划研究

高峻 祁振华 冯翔 朱红兵 等著

中国旅游出版社

建设世界级旅游目的地 长三角区域旅游发展规划研究

高峻 邴振华 冯翔 朱红兵 等著

中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉

封面设计：付 晶

责任印刷：冯冬青

图书在版编目（CIP）数据

建设世界级旅游目的地：长三角区域旅游发展规划研究 / 高峻等主编. —北京：中国旅游出版社，2013.9

ISBN 978-7-5032-4803-0

I. ①建… II. ①高… III. ①长江三角洲—区域旅游—旅游规划—研究 IV. ①F592.75

中国版本图书馆CIP数据核字（2013）第213652号

书 名：建设世界级旅游目的地——长三角区域旅游发展规划研究

编 者：高 峻 郅振华 冯 翔 朱红兵

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）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010-85166503

排 版：北京科海金世纪科技有限责任公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2013年9月第1版 2013年9月第1次印刷

开 本：889毫米×1194毫米 1/16

印 张：46

字 数：1300千字

定 价：198元

I S B N 978-7-5032-4803-0

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

作者的话

长江三角洲区域是中国经济发展重要的增长极，长期以来是我国城市化水平最高、经济最为发达，对外开放度最高的区域之一。作为龙头的上海将国际经济、金融、贸易和航运中心作为自己的发展目标，加快建设现代化国际大都市。长江三角洲区域作为中国旅游业重要的战略基地，既是我国旅游业发展的主力军和排头兵，又是我国区域旅游合作最为成功的地区，是我国具有建成世界级旅游目的地重大潜力的区域。2008年在《国务院关于进一步推进长江三角洲地区改革开放和经济社会发展的指导意见》中明确指出长江三角洲区域“要大力发展旅游业，进一步拓展市场、整合资源、建设世界一流水平的旅游目的地体系”。

为了进一步促进长江三角洲区域旅游健康和持续发展，争取早日建成世界级旅游目的地，国家旅游局规划财务司从2008年开始委托上海师范大学旅游学院开展长江三角洲区域旅游发展规划研究。2008年9月国家旅游局规划财务司设立“长江三角洲区域旅游合作经验与前瞻性研究”项目，上海师范大学课题组在江苏省旅游局、浙江省旅游局、上海市旅游局和安徽省旅游局的大力支持下，通过对长三角区域旅游合作历程的回顾，结合欧洲大都市区域旅游合作经验，分析长三角区域旅游合作的前提、合作阶段和合作体制，以及合作要素等内容，深入比较和系统研究了长三角区域旅游合作的体制和机制，进一步明确了长三角区域旅游合作的基础，为进一步推进区域旅游发展奠定了基础。2008年10月26日国家旅游局在上海举行了“长江三角洲区域旅游合作经验与前瞻性研究”专家咨询会，时任国家旅游局规划财务司副司长彭德成出席会议，浙江省旅游局副局级巡视员肖歌、安徽省旅游局总经济师杨力国以及苏浙沪皖三省一市旅游局规划处、政策法规处领导等参加会议。美国乔治华盛顿大学旅游系主任于良教授、时任中国旅游研究院副院长石培华和湖北大学旅游发展研究院院长马勇教授也应邀参加会议。彭德成在会上指出：“无论从市场业态还是从政府角度来看，长三角区域旅游在全国来讲都做得比较好，我个人认为长三角的旅游已经从合作

走向一体化。长三角有很多区域共性的东西，因为上海和周边是一个都市圈，这里的经济、文化都是紧密相联的，要推动城乡、社会发展等方面，旅游就包括在内。要研究一体化，哪些方面是着眼于推动一体化的发展，哪些方面还需要完善是值得注意的。把基础性问题研究好了，才可以开始工作。这个课题的重点是，要在长三角这个平台上从研究合作转向研究转型，研究长三角旅游业发展的转型时机问题。推进转型时机是转变发展方向的需要，需要加强合作、创新机制、优化结构，这一系列东西都是支撑下一层次的重点。”

2008年11月24日至25日，上海师范大学“长三角区域旅游合作经验与前瞻性研究”课题组在安徽省进行了调研，得到了安徽省旅游局、芜湖市旅游局和黄山市旅游委员会的热情接待。12月22日至23日，课题组成员赴江苏进行调研，先后走访了江苏省旅游局、南京市旅游局、苏州市旅游局、无锡市旅游局等，与政府部门相关领导、当地旅游协会和旅游企业负责人进行了座谈。2009年1月5日至6日，课题组成员赴浙江进行调研，先后走访了浙江省旅游局和杭州市旅游委员会，与旅游部门相关领导、当地旅游协会和旅游企业负责人就长三角区域旅游合作开展深入交流。通过实地调研，收集了大量的第一手资料，对于长三角区域旅游合作的现状和特点有了清晰的认识，较好地界定了政府、企业、非营利机构在区域旅游合作中的地位和作用。在此基础上，课题组完成了《长三角区域旅游合作经验与前瞻性研究》报告，并提交给国家旅游局。

为了更好地迎接2010年上海世界博览会，充分把握“世博后”长江三角洲区域旅游发展的脉络，明确长江三角洲区域旅游进一步发展的战略目标、基本定位、重点任务和对策措施，提出前瞻性的发展思路和建议，2009年9月国家旅游局规划财务司继续委托上海师范大学开展“世博后长三角区域旅游的深度发展研究”。主要是研究“世博后”的“十二五”期间长江三角洲区域旅游所面临的机遇与挑战、发展定位，从旅游目的地的整体性、综合性和系统性入手，重点研究长三角区域旅游的战略目标、空间体系、旅游形象、产业集群、旅游新业态、公共服务体系，构建长江三角洲区域旅游目的地系统，通过加强旅游业的要素关联和协调，促进旅游产业集群建设，打造旅游产业集聚区，以更好地促进长三角区域旅游的转型升级，提升长三角区域旅

游市场的容量和规模，使长三角地区成为我国区域旅游发展的典范。2010年2月10日国家旅游局在上海召开了“世博后长三角区域旅游深度发展研究”专家座谈会，国家旅游局规划财务司副司长张吉林、上海市旅游局副局长沈山州，以及来自江苏、浙江和上海二省一市旅游局规划处的领导和相关专家、业界领袖等参加会议，领导和专家对以高峻教授为首的课题组的努力工作给予高度肯定，并鼓励课题组再接再厉，更好地为长江三角洲区域旅游在“世博后”的发展奠定基础。2010年7月28日至8月6日，课题组再次赴江苏省常州市旅游局、南京市旅游园林局、苏州市旅游局、无锡市旅游局和南通市旅游局，以及相关旅游协会和企业进行调研；8月10日赴浙江杭州市，对杭州市旅游委员会、杭州市旅行社协会、杭州市大华饭店和杭州西溪湿地国家公园进行调研。8月11日赴嘉兴市与嘉兴市旅游局、嘉兴市旅行社协会和戴梦得大酒店等企业进行座谈；8月20日赴宁波与宁波市旅游局、宁波市康泰旅游有限公司、宁波大饭店和宁波市溪口旅游集团进行交流；8月13日赴绍兴市，对绍兴市旅游委员会、绍兴市海外国际旅行社进行调研。2011年11月高峻教授带队赴荷兰进行调研，与荷兰鹿特丹大学经济学院及城市发展与管理学院、阿姆斯特丹市旅游局等专家进行了交流，座谈欧洲大都市区域旅游合作及其发展，荷兰专家也表达了对长江三角洲区域旅游发展的浓厚兴趣，提出了不少建设性的意见。阿姆斯特丹市旅游局市场营销司司长 Hans Dominicus 也陪同课题组成员进行城市旅游考察。

2012年1月16日国家旅游局在上海召开了“长三角区域旅游发展规划研究”课题评审会，国家旅游局党组成员、规划财务司司长吴文学、规划财务司副司长张吉林以及江苏省旅游局副局长袁丁、浙江省旅游局副局长朱红炜、上海市旅游局副局长沈山州和安徽省旅游局巡视员吴浩、苏浙皖沪三省一市旅游局规划财务处领导出席会议。吴文学司长对上海师范大学主持的“长三角区域旅游发展规划研究”课题给予了高度评价，指出：“此项研究成果意义十分重大。这项研究成果，可以为全国区域旅游发展树立国际和国内旅游的合作示范区、旅游产品升级转型的示范区，旅游产业经济融合发展的示范区，旅游公共服务的示范区，对于我国加快推进建设世界旅游强国进程和全面建设小康社会都具有积极的现实意义”。专家评审组认为作为国家旅游局重点研究项目，“长三角区域旅游发展规划研究”成果建立在大量深入的实地调研、

国际比较研究基础上，对区域旅游合作的发展现状、合作阶段、合作特点、合作经验、合作模式等都进行了比较深入的分析和归纳总结，特别是科学分析长三角区域旅游流，较好地揭示了长三角区域旅游互为目的地和客源地的基本规律。评审专家还指出该项研究较好地将区域旅游发展与城市经济紧密地结合起来，提出充分依托长三角区域的重要城市，辐射和带动区域旅游整体发展的观点。整个课题成果体系完整、内容全面、重点突出。

为了更好地服务于长三角区域旅游的发展，在国家旅游局规划财务司的支持下，课题组在“长三角区域旅游合作经验与前瞻性研究”和“世博后长三角区域旅游深度发展研究”两个项目的基础上，对研究成果进行了进一步的整理和综合，集成为《建设世界级旅游目的地——长三角区域旅游发展规划研究》专著。全书共分上、中、下三卷。上卷为现状篇，详细分析了长江三角洲区域旅游发展的现状与水平。首先从长江三角洲区域的历史与文化脉络入手，分析长三角区域作为全国经济重心和发展前沿的历史进程；其次，将区域经济与旅游产业的关联发展、城市群与城市旅游业的发展进行耦合分析，明晰旅游产业在长三角区域经济发展中的角色与作用；接着分析长三角区域旅游市场、旅行社线路产品、旅游流网络结构及产业链，全面展示长三角区域旅游产业的综合实力，并提出转型升级与创新的发展方向。中卷为合作篇，以国外大都市群旅游发展和合作、国外区域旅游发展与合作为背景，结合实地考察与深度访谈，对长三角区域旅游合作进行研究与探讨。本部分分别从合作背景与进程、成绩与经验、面临的挑战、合作模式、整体形象建设与联合营销以及基于利益增量的有限合作几方面出发对长三角区域旅游合作进行研究。下卷为战略篇，为长三角区域建设世界级旅游目的地提供战略指导。本卷结合长三角区域旅游发展面临的机遇与挑战，对区域旅游中会展产业与商务旅游、文化产业与节事活动、休闲度假与户外游憩、邮轮产业与水上旅游等旅游创新发展进行研究，并对长三角区域旅游发展能力、旅游电子商务、低碳经济与可持续旅游提出发展意见与展望，为长三角区域勾勒出世界级旅游目的地建设蓝图。

课题组历经四年艰苦的工作，走遍长三角，通过实地调查获得大量的研究材料，并以宽广的国际视野和扎实的理论基础进行分析比较，较为圆满地完成了课题任务，

成果丰硕，得到国家旅游局和苏浙沪皖三省一市旅游管理部门的好评。课题凝聚着上海师范大学旅游学院全体研究人员的心血，也凝聚着国家旅游局和苏浙沪皖三省一市旅游局的信任和支持，凝聚着长三角区域广大旅游企业的关心和爱护。国家旅游局党组成员、规划财务司吴文学司长以其卓越的战略远见、深邃的产业思考、宏大的格局分析为长三角区域旅游发展规划奠定了重要基础和研究方向；张吉林副司长、办公室彭德成副主任、规划处潘肖澎处长、山东省旅游局窦群副局长以及江苏省、浙江省旅游局，上海市旅游局，安徽省旅游局对本课题的开展进行了持续性的指导，提出了很好的建议，为本课题的顺利开展奠定了基础；长三角区域内各个地市旅游局和相关旅游企业也协助调研，并提供了大量的第一手资料；中国旅游研究院、中国社会科学院、美国乔治华盛顿大学、荷兰鹿特丹大学、南京师范大学、安徽师范大学、浙江大学等研究机构和高校的相关专家非常关心课题的开展，不时地提出建设性的意见；本项目开展和书稿出版也得到上海市教育委员会高水平特色项目“上海旅游资源与文化发展创新基地”、上海师范大学 085 内涵建设项目“面向世界城市发展的特色学科群建设”的支持，上海师范大学科技处为项目的顺利进行提供了有效的保障，上海师范大学旅游学院领导也经常关心本项目的进展；本书的出版工作更得到了中国旅游出版社的大力支持，社长助理付蓉等为本书的出版花费了大量的心血，他们认真的工作态度、执着的工作精神值得我们学习。在此向所有支持和鼓励本课题顺利开展和书稿出版的各级领导、相关人员表示深深的感谢。

由于本书篇幅较大，时间跨度也大，资料更新数次，因此书稿中难免存在不足之处，在此敬请各位读者批评指正！

高峻

博士/教授/博士生导师

中国教育部旅游管理类学科专业教学指导委员会副主任委员

中国旅游研究院都市旅游研究基地首席专家

上海师范大学旅游规划与发展中心主任

2013 年 3 月 18 日于上海师范大学

序 言

长江三角洲区域是中国旅游发展最重要的区域之一，被国家旅游局列为“十一五”期间优先规划和建设的十二大重点旅游区之一，是国家旅游局“十二五”期间重点推广和深化的旅游合作示范区。国家旅游局对长江三角洲区域旅游发展给予高度的重视。

上海师范大学课题组在高峻教授的带领下，“三年磨一剑”完成了这个规划研究，整个研究符合长三角的实际，符合长三角旅游业战略发展的需求，内容重战略，讲战术，有宏观、有微观，具有较好的前瞻性和可操作性，是一个很好的规划研究。

本课题历时三年多，时间跨度较大。原因在于首先长三角这个区域比较特殊，研究意义重大，需要科学定位，知性解读，理性论证。长三角区域概念的提出是从核心区开始的，从最初的 15 个城市，到“15+1”，到现在的 22 个城市，2008 年后又提出“泛长三角”，包括了江苏、浙江、上海和安徽三省一市，区域整体是个动态组合和动态发展的过程；其次，长三角区域旅游合作不是一般的合作，课题跨越了整个“世博”时期，经历了国家战略从长三角核心区向腹地区的转变过程，由“世博”向“后世博”的发展过程，旅游产业由一般性产业走向基础性产业，向战略性新兴产业发展的过程，这个课题就是在动态过程中完成的。

我们提出要以科学发展为主题，转变发展方式为主线，从旅游产业的发展来看，其根本是要提升到国家战略层面。旅游产业经济发展到现阶段，区域旅游发挥着支撑的作用。全球化是以区域化为基础的，这个规律是不会被颠覆的，这就决定了这个课题研究的必要性。从数据的角度，长三角地区（苏浙沪）面积为 21.07 万平方千米，只占国土面积的 2.2%，人口只占 11%，但是它的国内生产总值占全国的 21.7%，财政收入占全国的 24%，进出口贸易占全国的 47%，国内旅游市场占全国的 1/4，入境旅游市场占全国的 16%，创汇占全国的 31%，出境旅游的增长幅度达 26%，这些数据的组合说明了这个区域的重要性。长三角区域的定位应该是未来中国区域合作的示范体，在中

国从旅游大国走向旅游强国的过程中具有重要的示范效应。长三角区域区位条件非常优越，资源禀赋非常优良，经济基础非常雄厚，体制完善，条件优越，科技文化非常发达，以此来研究旅游产业的定位、发展、转型与提升、未来的走向，并进行系统、完整的思考是非常值得的。

长江三角洲区域旅游发展规划研究分现状、合作和战略三部分。在系统分析了区域发展现状的基础上，课题对区域合作成果和经验进行了深入研究。区域旅游合作的思路要走向深度合作、全面合作，进行资源配置、资本配置、社会要素的配置等。长三角区域首先是中国国际旅游合作的示范区，其次，也是国内旅游合作的示范区，第三，它是旅游产品升级转型的示范区，第四，它是旅游产业经济融合发展的示范区，第五，它是旅游公共服务的示范区。当它真正实现五个示范区时，长三角区域必将成为旅游强国的巨大承载体。

感谢高峻教授及其团队，希望上海师范大学旅游学院能够更加努力，发挥优势，多出成果，努力为中国建设世界旅游强国提供更多的科学依据和研究基础。我们也希望在本规划研究课题成果的基础上，积极推进长三角区域旅游的深度发展，进一步提高区域旅游合作的规模和层次，努力推广长三角区域旅游合作的有效经验，为早日将长江三角洲区域建成世界级旅游目的地体系而奋斗。

吴文学

国家旅游局党组成员、规划财务司司长

2013年3月18日

摘 要

一、长三角区域是涵盖江苏、浙江、上海和安徽三省一市的广大区域

长三角区域是我国经济社会发展和工业化、城市化、现代化水平最高的区域之一，也是我国旅游发展最好的地区之一，其旅游发展趋势和特征对中国旅游业转型升级，建设世界旅游强国具有重要的先导作用和示范效应。促进长三角区域的整体发展，不仅是区域内各省市的共同意愿，也是国家对长三角区域进一步发展的要求，国务院已经把长三角区域一体化确定为国家区域发展的重大战略之一。为了加快推进长三角区域的整体发展，提升中国旅游业整体发展水平，有必要对其旅游业进行长期、深入和持久的研究。

长三角区域从自然地理概念来讲，是指江苏省镇江市以东、通扬运河以南、浙江省杭州湾以北的广大区域，即江苏省东南部、上海市及浙江省部分地区，面积达5万平方千米，是我国最大的三角洲平原，也是长江下游平原的一部分。目前所提的长三角区域更多的是经济地理概念。1992年上海、无锡、宁波、舟山、苏州、扬州、杭州、绍兴、南京、南通、常州、湖州、嘉兴、镇江14个城市经协委（办）发起成立长三角区域十四城市协作办（委）主任联席会，是为跨行政区域的区域经济圈雏形，通常被称为“小长三角”。至2010年，长三角区域经济圈由上海，江苏省的南京、苏州、无锡、常州、镇江、扬州、泰州、南通，浙江省的杭州、嘉兴、湖州、绍兴、宁波、舟山、台州，安徽省的合肥、马鞍山、芜湖、铜陵、宣城、滁州22座城市组成。

2007年5月15日，国务院总理温家宝在长江三角洲地区经济社会发展座谈会上强调要进一步发挥区域优势，实现率先发展、科学发展。2008年国务院发布的《关于进一步推进长三角地区改革开放和经济社会发展的指导意见》中明确指出：“长三角地区包括上海市、江苏省和浙江省”。2010年正式公布的《长三角区域规划发展纲要》也对苏浙沪两省一市构成的长三角地区进行了规划，此一概念被称为“长三角地区”。2008年中共中央总书记胡锦涛视察安徽，指出安徽省要积极参与长三角区域发展分工，主动承接沿海发达地区产业转移，不断加强同兄弟省份的横向经济联合和协作。2008年国务院发布的《关于进一步推进长三角地区改革开放和经济社会发展的指导意见》中提出“积极推进泛长三角区域合作”。2009年开始形成苏浙沪皖三省一市领导磋商机制，明确了苏浙沪皖三省一市的“长三角区域”概念。2011年5月10日，长三角地区旅游合作联席会议在上海召开，苏浙沪皖三省一市政府分管负责同志出席会议，三省一市旅游部门共同签署了《苏浙皖沪旅游一体化合作框架协议》，为进一步深化苏浙皖沪三省一市旅游合作，加快长三角区域旅游一体化合作进程奠定了基础。安徽省



加入长三角区域，与苏浙沪共同组成长三角区域，进一步拓展了长三角区域的战略腹地，为长三角区域经济社会的进一步发展提供了广阔的空间。目前由苏浙沪皖三省一市组成长三角区域面积为 35.03 万平方千米，占国土总面积的 3.64%；户籍人口 20957 万人（2009 年末），占全国总人口的 15.9%。

二、长三角区域是我国社会经济发展最快最好的地区，为旅游业发展奠定了重要基础

长三角区域是我国最主要的平原地区之一，自然条件优越，充沛的降水和温暖的气候为农业生产提供了有利的条件，水稻耕作早在 8000 年前就已经开始，自古以来就是我国农业发展水平最高的地区。自南宋经济重心南移之后，以长三角区域为主体的中国南方一直是中国经济发展最重要的地区。《宋史》称“国家根本，仰给东南”，足以说明长三角区域对中国经济发展的重要性。经济中心的南移，进一步促进长三角区域，特别是江南地区手工业与商业的发展。长三角区域城市经济快速崛起，进一步奠定长三角区域成为国家经济命脉的基础。改革开放以来，长三角区域充分发挥其区位优势，依靠各地特色经济，通过优势互补、适度的合作竞争，取得了经济和社会的快速发展，成为我国的经济增长极之一，地区生产总值对全国经济增长的贡献也不断加大。2009 年长三角区域 GDP 总量达 82557 亿元，占全国 GDP 总量的 24.25%。

长三角区域城市群地处我国东部沿海地区与长江流域的结合部，是我国城市分布密度最大、整体竞争力最强、经济发展水平最高的城市连绵区。区域城镇空间格局日益成熟，城镇网络日趋完善，已形成以上海、南京、杭州、宁波、苏州等城市为中心以及相应的次级城镇群所组成的多中心空间格局，逐步成为世界第六大城市群。上海建设国际大都市目标明确，在长三角区域的核心地位突出。南京、苏州、无锡、杭州、宁波等城市在区域乃至全国占有重要地位。目前，长三角区域城市群在城镇体系的层次结构上呈现出“特大和大城市较多、中小城市分布密集、等级层次分明”的格局。长三角区域核心区域城镇化水平超过 60%，具备了跻身世界级城市群的基础。2010 年 5 月颁布的《长江三角洲地区区域规划》（以下简称《长三角区域规划》）指明了长三角区域城市群未来的发展方向，长三角区域城市群将打造成为具有较强国际竞争力的世界级城市群。长三角区域将发挥上海的龙头作用，努力提升南京、苏州、无锡、杭州、宁波等区域性中心城市国际化水平，走新型城市化道路，全面加快现代化、一体化进程，形成以特大城市与大城市为主体、中小城市和小城镇共同发展的网络化城镇体系，成为我国最具活力和国际竞争力的世界级城市群。

三、长三角区域气候温和，风景秀丽，是我国重要的旅游资源集中分布区

长三角区域旅游资源丰富，自然景观、人文景观类别齐全，国家级风景名胜区、国家级森林保护区、国家森林公园、国家湿地公园等数量较多，在全国占有比重较大，是我国旅游资源最为丰富的地区之一。目前该区域共有主要旅游资源 946 处，占全国比重达到 22.9%，其中，有 4 处世界遗产、27

个国家 5A 级旅游景区、254 个国家 4A 级旅游景区。国家旅游度假区有 4 处，占全国比重为 33.3%；其次为国家历史文化名镇、国家 5A 级旅游景区和国家 4A 级旅游景区的数量，占全国比重都超过 20%，分别为 26.5%、20.8%和 22.9%；世界遗产、国家级自然保护区和国家地质公园数量较少，占全国比重都不足 10%。

从旅游资源数量对比来看，江苏省旅游资源总体数量最多，为 347 处，占长三角区域的比重为 36.7%；其次为浙江省，有 296 处主要旅游资源，比重为 31.1%；安徽省和上海市分别有 222 处和 79 处主要旅游资源。其中，江苏省在长三角区域拥有最多的全国农业旅游示范点，占长三角区域的比重为 63.4%，远远高于其他两省一市的总和；江苏省和浙江省拥有较多的国家 4A 级旅游景区，两省分别有 91 个和 79 个，比重之和占到长三角区域的 66.9%；安徽省拥有 2 处世界自然与文化遗产，占长三角区域最大比重，为 50%。

从空间结构特征来看，主要旅游资源在长三角区域呈不均匀分布。浙江省、江苏省和安徽省的主要旅游资源和国家 4A 级旅游景区分布相对比较集中。其中，江苏省主要旅游资源分布最为集中，地理集中指数为 35.64；浙江省主要旅游资源地理集中指数较低，为 33.14。从景区分布均衡程度看，长三角区域主要旅游资源分布的均匀度很低，为 0.0411；主要旅游资源分布较不均衡，不平衡指数为 0.422。由于地缘相近、文化相接，使区域内旅游资源同质化现象较多，区域内旅游资源的竞争将不利于区域旅游整体竞争力的提升，也不利于区域一体化的发展。因此提升景区的核心竞争力和差异化开发是长三角区域旅游景区发展的方向。

四、长三角区域经济与城市发展是旅游产业发展的重要背景，关系密切

旅游业作为综合性的服务行业，不仅在服务业中占据重要的地位，而且与区域经济的发展存在着密切的联系。从长三角区域的产业结构来看，截至 2008 年只有上海市的产业结构形成了“三二一”格局，江苏和浙江仍然保持着“二二一”格局，可见长三角区域产业结构中二次产业仍存在着较为明显的产业发展惯性，在明确了产业发展定位的前提下，进一步优化产业结构，加快服务业在产业结构中的比重是关键。从上海市的旅游产业增加值可见，旅游产业增加值在稳步增长的同时，占第三产业以及 GDP 的比重也有明显的提升，2010 年上海市旅游产业增加值占第三产业和 GDP 的比重分别达到 14%和 8.1%，与其他行业的融合度越来越高，也起到了促进经济发展的作用。

长三角区域旅游产业集聚与区域 GDP 关系密切，旅游产业总量上出现明显的集聚现象；旅游产业内部集聚程度不均衡，上海市的旅游产业集聚度最高，2007 年集聚度为 0.73，安徽省的旅游产业集聚度最小，2007 年集聚度为 0.298，旅游产业集聚现象不明显。同时，集聚度最高的其他旅游企业（主要景区、景点）与区域经济发展的相关性不高，旅行社行业集聚度处于降低的阶段，与区域经济的高速发展呈负相关；产业集聚速度最快的星级饭店与区域经济发展区域具有高度的相关性。星级饭店在旅游产业中产生的经济效益最大，对区域经济总量的增加有积极的拉动作用。其次是旅行社的产业集



聚弹性较高,与区域经济的联系度较大,但目前旅行社产业集聚程度不够。其他旅游产业集聚弹性最小,企业的经济效益较低,对区域经济的拉动作用不够。

长三角区域城市入境旅游规模差异与城市 GDP 耦合关系紧密:第一,长三角区域城市入境旅游市场规模存在明显的差异,但差异逐渐减小,城市入境旅游市场发展日益趋于均衡。第二,城市入境旅游规模的差异与城市 GDP 呈现较高的相关性,不同城市的入境旅游市场规模与城市 GDP 耦合度不同。其中,上海市、南京市、苏州市和宁波市城市经济水平较高,入境旅游规模发展与经济发展步调一致;黄山市和无锡市的入境旅游人数与城市 GDP 的耦合度最低,主要原因是旅游业在城市经济中的地位不同。第三,城市旅游的发展与经济发展相关联,即受经济发展的影响,一定程度上又作用于经济的发展,只有准确地把握旅游业在城市经济发展中的地位和角色,才能真正发展旅游产业拉动经济发展的作用。

五、城市旅游在长三角区域旅游中占有重要地位

长三角区域是我国城市发展水平最高的密集区之一,城镇体系完整,综合发展水平较高,未来长三角区域城市群将打造成为具有较强国际竞争力的世界级城市群,也将是中国未来经济发展格局和旅游产业发展最具活力和潜力的核心地区。

从旅游产业发展总体来看,长三角城市群(22个城市)旅游业发展水平增长较快,2009年城市群接待国内外旅游者6.83亿人次,占长三角区域的84.64%;实现旅游收入8617.18亿元,较2005年增长了84.81%。2009年,旅游总收入占GDP比重超过10%的城市有16个,其中,舟山市旅游收入占GDP比重最高,2009年为21.85%。

从入境旅游和国内旅游来看,长三角城市群入境旅游和国内旅游发展水平处于较快发展阶段。2009年长三角城市群共接待入境旅游者1762.12万人次,实现旅游外汇收入115.35亿美元,较2005年增长34.66%和56.83%。2009年长三角城市群接待国内旅游者66486.94万人次,实现国内旅游收入7831.66亿元,占长三角区域的比重分别为84.46%和90.53%。

从旅游产业发展来分析,长三角区域主要城市(上海、南京、杭州、苏州、宁波、无锡)旅游企业数量、固定资产总额、利润、上缴税金等占长三角区域总额的一半以上。2009年主要城市共有旅游企业4668家,旅游从业人员32.6万人,旅游企业营业收入为897.9亿元,实现利润额31.9亿元,占长三角区域的比重分别为45.11%、58.91%、73.34%和94.88%。

六、长三角区域旅游市场成熟度较高,国内、入境和出境旅游市场精彩纷呈

长三角区域作为我国区域旅游发展的典型代表,旅游市场的成熟度较高,活力大,旅游市场的规模与收益在全国范围内有着举足轻重的地位,2009年共创造旅游收入9584.53亿元,占GDP的比重达

11.61%。长三角区域作为我国旅游业发展最为活跃的地区之一,三大旅游市场规模处于不断扩张的态势。国内旅游市场规模不断扩张,发展速度较快,已经成为全国最大的国内旅游目的地,2009年长三角区域创造了1/4以上的全国国内旅游收入;入境旅游市场方面,长三角区域入境旅游人数和外汇收入在总量上持续增加,创汇能力强,2009年,长三角区域接待全国入境旅游者的16.36%,却创造出了占全国31.76%的外汇收入,代表了全国入境旅游的最先进水平;随着居民收入的增加和消费水平的提升,长三角区域的出境旅游市场规模也处于不断扩张的状态,2003~2009年居民出境旅游的平均增长率为26.07%,远高于全国16.82%的平均增长水平。

长三角区域入境旅游客源市场逐渐发展壮大。亚洲的日本、韩国、泰国、马来西亚、新加坡、菲律宾,美洲的美国、加拿大,欧洲的英国、法国、德国、俄罗斯,以及大洋洲的澳大利亚逐渐成为中国以及长三角区域的主要入境旅游客源市场,占据了长三角区域接待入境游客总量过半的比重。其中,日本、韩国和美国依次是长三角区域的前三位入境旅游客源国,同时入境游客对苏浙沪选择有明显偏好。上海市作为最早的入境旅游目的地,是日本和美国游客的入境首选目的地,但游客人数的增长幅度相对平缓;浙江省的入境旅游发展较晚,但对入境游客的吸引力逐渐增强,已经赶超上海成为韩国到长三角区域旅游的最主要旅游目的地;江苏省的入境旅游市场相对成熟,美国、日本和韩国游客呈稳定增长态势;安徽省的入境旅游市场规模最小,其中接待韩国游客的增长速度最快,2009年接待量比2001年增长了10多倍。

长三角区域国内客流集中,苏浙沪互为客源地、目的地。由于地缘相近、文化同源、经济相融,长三角区域城市长久以来就是最大的国内客源地和旅游目的地。随着合作的全面发展,苏浙沪两省一市互为目的地、客源地的双重角色更加突出。安徽省作为长三角区域的主要腹地,也是苏浙沪的客流疏散地和目的地。2008年,安徽省接待的江苏游客所占比重最大,为15.1%;其次是浙江省,所占比重为8.0%;再次是上海,所占比重为6.2%,三者合计为29.3%,苏浙沪已经成为安徽省国内客源的主要市场,未来仍将有巨大的发展潜力。

与国内其他地区相比,长三角地区旅游市场创汇能力强,入境旅游产业的经济带动力大。从旅游市场规模对比来看,苏浙沪两省一市的入境旅游市场规模明显超过京津冀地区,2008年长三角地区接待入境旅游人数达1610.44万人次,是同年京津冀地区接待总量的2.8倍。在旅游创汇能力方面,长三角地区较其他地区有明显的优势。2009年末长三角地区实现了120.36万美元的旅游外汇收入,比同年的京津冀地区整整多了1倍。虽然珠三角城市群的入境旅游市场规模较大,但长三角区域城市群的旅游创汇能力明显高于珠三角。2007年长三角区域城市群共创造旅游外汇收入100.55万美元,比珠三角的同年收入多了25.09%。由以上可见,在旅游市场规模不断增加、旅游客源市场不断扩大的同时,长三角地区在全国范围内保持了旅游产业发展的先进性,是我国旅游业发展的领军者。



七、长三角区域旅游产品亟待转型升级，提高效益，内部旅游流状态显示需要进一步加强市场网络化建设

苏浙沪皖三省一市，紧紧相邻，空间距离较近，域内交通便利、四通八达，为长三角区域的游客出行带来了极大的方便。为了进一步了解长三角区域旅游市场的发展状况，有必要从旅游产品的角度对市场偏好进行研究。考虑到调查研究的困难性，以刊登在报纸上的旅游线路广告作为现实旅游产品的映照展开分析，在此选取上海的《旅游时报》、南京的《现代快报》和杭州的《都市快报》作为统计对象，统计了2008年1月至2009年12月期间，以上三份报纸刊登的上海、南京和杭州至长三角区域的线路广告进行统计分析。三地旅行社线路均是发往浙江省的线路最多，显示出浙江旅游产品在长三角区域中旅游中的吸引力之大。至上海旅游线路最少。上海旅行社的浙江线路产品远大于江苏，显示出上海旅游市场对浙江的偏爱，由于距离相对较远，上海市场在开发安徽旅游产品上积极性不高，而且对于上海本地旅游产品缺乏开发能力和推介积极性；南京旅行社同样偏爱浙江旅游产品，但对本省产品也相当重视，高于安徽旅游产品近7个百分点；杭州旅行社极度重视本省旅游产品的开发，本省产品占到全部旅游产品的2/3。南京和杭州两地推介的旅游产品均不足总数的2%。

沪宁杭三地各旅行社在报纸上发布线路广告数量的增减均具有季节性。每年从3、4月份开始，三地旅行社广告数量逐渐攀升，一直持续到11月份。其中，黄金周和暑假市场是各旅行社争抢的焦点，这几个时间段前夕三份报纸上的旅游线路广告数量总会出现高峰。这些旅游线路广告主打中短程旅游产品。上海旅行社广告的线路以二日游、三日游为主，南京和杭州则主打一日游、二日游线路。

在各个游时的线路报价中，上海出发的旅游线路以多省组合形式的线路报价最贵，至浙江的长游时线路价格也较高，至江苏报价较高的线路则是短程线路。杭州出发的旅游线路中至本省的线路报价均较低，至江苏的线路报价均高于整体线路平均水平。这与线路空间跨度较大，交通成本、住宿成本等有很大关系。此外，通过三份报纸上各种线路的最高、最低价格的比较分析，可见目前长三角区域旅游市场上尚存在着定价混乱和低价竞争的现象。以低价吸引游客，而在游览过程中不能提供高品质的硬件设施和高品质的服务，不利于旅游市场的健康发展。

沪宁杭三地旅游线路均以观光旅游为主，其中南京出发的观光旅游线路达97.17%之多；上海次之，为93.03%；杭州出发的观光旅游线路比重相对略少一点，为82.86%。沪宁杭三地旅行社推出的休闲度假旅游线路均较少，占各地旅游线路总数的比重均不超过6%。虽然三地的休闲度假线路数量不多，但种类却日益丰富，较为多样化，发展态势良好。其中，“避暑度假”和“温泉度假”是三地休闲线路的重头戏。三地的宗教旅游线路数量都较少，但三地的宗教旅游线路目的地均集中在九华山和普陀山这两座宗教文化名山上。

沪宁杭三地旅行社至苏浙沪皖的旅游线路所游览的旅游景点呈集中分布，名气大、级别高的旅游景点深受旅行社青睐，在三地的线路中都得到了充分的推广。除自然保护区外，在沪宁杭三地旅行社

线路中出现的国家级旅游景区均能达到长三角区域该级别旅游资源的 50% 以上。通过景点频次分析,可以发现三地的旅游景点均存在一个现象,即绝大部分景点出现频次都较低。上海的 345 个景点中有 308 个景点的出现次数是低于 100 次的,南京的 358 个景点中出现频次低于 100 的景点有 278 个,杭州的 342 个景点中 298 个景点出现频次低于 100 次。千岛湖、黄山、乌镇、周庄等闻名中外的老牌景点依然占据长三角区域旅游市场的绝对优势。但随着市场需求的变化,旅行社会在传统线路中不断安排新的景点,与周边次级景点相组合推销,使得长三角区域旅游线路日益多样化、丰富化。

通过对上海至长三角区域的 10359 条旅游线路,南京至长三角区域的 12628 条旅游线路,杭州至长三角区域的 9614 条旅游线路的分析,可得出如下结论。

三地旅游线路呈现集中分布,沪宁杭三地至杭州市的线路流量均是最大的,其中上海至杭州的流量最大,南京次之,杭州虽然本身是客源地,但在杭州市内的线路流量也较高。沪宁杭三地的旅游流在上海的分布基本持平,三地旅游流在浙江省的分布主要集中在浙东北城市,在江苏省的分布主要集中在苏锡常、扬州、镇江这几个苏南城市中,至苏北城市的旅游线路则较少。

沪宁杭三地客源在长三角区域范围内的扩散均以至单个城市的直线式扩散路径为主。无论是上海、杭州还是南京,往浙江省扩散的旅游流量均高于在江苏省扩散的旅游流量。上海旅游流在长三角区域的扩散路径为三者中种类最多的,且 2009 年较 2008 年相比更为多元化。其次为南京旅游流,其在江苏省内的扩散较为单一,在浙江省的扩散则形式多样。与上海和南京的旅游流扩散路径相比,杭州的旅游流扩散路径较为简单,线路组合较少。

杭州是上海和南京的重要目的地城市,处于绝对的核心地位;南京是上海相对重要的目的地城市,但是对杭州客源吸引力不足;对南京和杭州两地客源而言,上海作为中介城市的能力不是很强,也不是两地客源旅游的首选城市,上海如何更好地发挥地处江浙交界的区位优势,提升城市旅游的吸引力是亟待解决的一个问题。这三个节点城市在长三角区域旅游流网络中互为客源地和目的地,虽然测算结果显示其彼此之间的重要程度略微有所不同,但三座城市均是长三角区域旅游健康有序发展所不可或缺的领军力量,重要性不言而喻。

沪宁杭三地客源在长三角区域的旅游流网络均处在初级发展阶段,网络密度都较低,但网络发展的均衡度相对较协调,存在着巨大的发展潜力。三者相比,上海客流构成的旅游网络发展相对完备,多核差序化发展更为明显。

八、长三角区域旅游产业竞争激烈,产业业态和发展模式需要不断创新

旅游产业是关联带动性很强的服务性产业,其中酒店、旅行社、景区是其核心行业。这些行业的发展情况直接反映了长三角区域旅游产业链的状况。

长三角区域除了传统的星级饭店以外,逐步诞生出经济型酒店、精品酒店等多种酒店类型,同时,本土酒店作为地方旅游发展的产物也在长三角区域逐渐兴起,占领了一定的市场份额。星级饭店作为