

城市更新与 旅游变迁

吴国清 吴瑶 等著

URBAN RENEWAL AND
TOURISM TRANSFORMATION



URBAN RENEWAL AND

TOURISM TRANSFORMATION

城市更新与 旅游变迁

吴国清 吴瑶 等著

图书在版编目(CIP)数据

城市更新与旅游变迁/吴国清等著. —上海:上海人民出版社, 2018

ISBN 978-7-208-15406-3

I. ①城… II. ①吴… III. ①城市旅游-旅游业发展-研究-上海 IV. ①F592.751

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 204192 号

责任编辑 赵 伟

封面设计 陈 韵

城市更新与旅游变迁

吴国清 吴瑶 等著

出 版 上海人民出版社
(200001 上海福建中路 193 号)
发 行 上海人民出版社发行中心
印 刷 上海商务联西印刷有限公司
开 本 720×1000 1/16
印 张 15.75
插 页 2
字 数 238,000
版 次 2018 年 11 月第 1 版
印 次 2018 年 11 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-208-15406-3/F·2544
定 价 58.00 元



前言

城市是人口汇聚的结果,也是资源、技术、文化等的集中。作为区域政治、经济、文化中心,城市化率的提高更是经济发展的直接表现。改革开放 40 年,伴随着经济全球化、区域一体化进程加快,我国城镇化水平已由 1978 年的 17.9% 提高至 2017 年的 58.52%^①(常住人口城镇化率),平均每年提高 1 个百分点以上。然而,城市发展失衡特别是大城市建成区空间不断外拓,城市无序蔓延,人口过度集聚,城市之间同质化竞争问题严重……“美好城市,美好生活”既是一场前所未有的艰巨挑战,同时也是中国城市化道路的历史必然要求^②。

城市自诞生之日起,城市更新就作为城市自身自我调节的机制存在于城市发展之中^③。旅游业与城市建设发展密不可分,城市要素条件制约旅游开发。当旅游进入全域发展时代,更加注重“城旅一体”和“产城融合”。依托城市更新,在资源环境紧约束大背景下,为满足市民游客日益增长的宜居、宜业、宜游等需求,旅游业与城市其他产业(商务、文化、体育、工业、农业、科技、卫生、金融、交通、气象和会展等)深度融合发展初显成效,与其他城市系统相互促进初步形成良性互动发展模式,虽然在融合联动发展的深度和广度上还有待进一步拓展。

在旅游业深度调整和深刻变革的当下,探寻城市旅游未来开放式、包容性、多维度、弹性发展新路径,加强城市旅游人性化、精细化、智慧化管理,按照其内在发展逻辑框架持续跟踪改进旅游业务流程,模拟、推演可复制、可推广、可辐射的城市旅游发展迭代轨迹,以及与城市更新相适应的旅游变迁趋向与发展规律,通过遴选甄别、联动挖潜,“旅游+”深入推进,实现资源共享、空间融合、区域统筹、业务协同、文化培育等,进一步创新旅游产品、丰富旅游业态,受到游客和资本的双重追逐,发挥旅游改善城市环境、提升市民/游客游憩品质、带动创

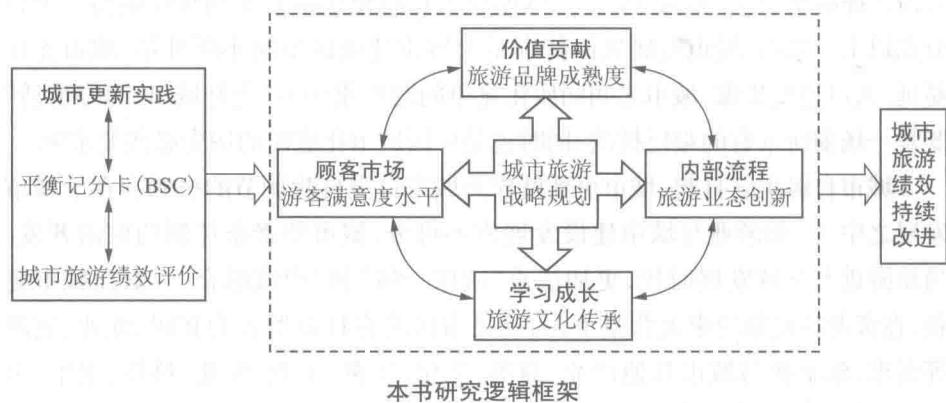
① 国家统计局:《中华人民共和国 2016 年国民经济和社会发展统计公报》,2017 年 2 月 28 日发布。

② 刘士林、刘新静:《中国城市群发展指数报告(2013)》,社会科学文献出版社 2013 年版,第 29 页。

③ 于今:《城市更新:城市发展的新里程》,国家行政学院出版社 2011 年版。

业就业的作用,对促进城市旅游产业转型升级发展,具有重要的理论意义与实践价值。同时,与旅游大数据结合,可以为城市更新中更好地平衡新与旧、拆与建等问题提供政策建议和辅助旅游决策,提炼出成功的经验与可供参考借鉴的模式等,无疑有助于城市旅游业稳定健康可持续发展。

本书尝试借鉴绩效考核和战略管理工具——平衡计分卡(Balanced Score Card, BSC)方法,主要以城市旅游业发展走在全国前列的上海市为实证案例样本,围绕城市旅游发展战略(规划)目标,从价值贡献(Financial)、顾客市场(Customer)、内部流程(Internal Processes)、学习成长(Learning & Growth)四个维度审视/测度城市旅游绩效发展水平。



价值贡献维度,关注旅游品牌成熟度。品牌意味着良好的质量和信誉,品牌形象更是旅游目的地最宝贵的资产。随着旅游需求的品质化和中高端化,城市旅游市场全球化、旅游竞争国际化趋势日益明显,尤其是在境外市场和远程市场的客源竞争中,品牌已成为最佳的竞争手段。加大旅游品牌建设力度,打造由城市旅游品牌、旅游企业品牌、旅游产品品牌等共同组成的多层次的旅游品牌体系,不断提升城市旅游的全球吸引力、影响力和传播力,成为城市旅游业可持续发展及实现转型升级的重要路径。价值贡献维度,重点探索旅游品牌成熟度,对城市旅游服务品牌化、城市旅游品牌塑造、旅游产业集群品牌成熟度测评等进行专题研究。

顾客市场维度,关注游客满意度水平。我国正在经历一场消费结构升级“革命”,居民消费观念、消费模式、消费行为、消费内容等逐渐发生变化,了解预判新型消费热点和消费趋势成为政府管理部门、业界和学术界的研究热点。在

旅游消费市场上,随着旅游成为国民不可或缺的一种日常生活的重要组成部分,旅游大众化与家庭化、个性化与多样化、休闲化与体验化、品质化与中高端化等特征更加凸显,旅游消费结构和消费特征发生着明显的变化。游客是旅游产品和服务的最终使用者。市场消费理论指出,评判一项产品的绩效好坏,消费者的主观使用感受比任何其他客观数据更具说服力^①。顾客市场维度,重点探索游客满意度水平提升,基于游客感知差异,在抽样调查及对旅游有效投诉分析基础上,分专题研究城市游憩服务质量、出境旅游风险管控等问题。

内部流程维度,关注旅游业态创新。依托移动互联网及信息技术的发展、“旅游+”和“+旅游”双轮驱动,催生旅游新技术、新产品、新业态和新模式,旅游业已发展形成观光旅游和休闲度假旅游并重、旅游传统业态和新业态齐升、基础设施建设和旅游公共服务共进的新格局,旅游业跨界(跨区域、跨产业、跨行业、跨部门)深度融合已成为发展的新常态。内部流程维度,重点探索旅游业态创新,围绕城市旅游产品迭代、游憩空间免费开放化、旅游公共服务均等化等,分专题研究旅游资源整合开发、旅游公共信息服务提供、游憩绿道体系建构、开放式景区建设、邮轮母港选址、公园绿地服务升级等内容。

学习成长维度,关注旅游文化传承。文化差异是旅游核心吸引本源之一,是影响城市生存与发展的一个重要而永恒的关键要素。基于文化认同的前提下,积极重构新的地域特征与文化,挖掘城市丰富的文化内涵,塑造城市特色风貌,保护传承优秀传统文化,延续城市历史文脉,留住城市记忆,增强城市文化归属感,以文化创造活力激发探索集约高效、功能完善、环境友好、社会和谐、个性鲜明的新城市发展空间的主体行为,是城市文化价值凝练的萃取过程和城市文化特色升华的推演过程。学习成长维度,重点探索旅游文化传承,以长三角旅游制度文化变迁、江南水乡古镇旅游文化整合协同为案例,研究旅游文化变迁动力机制、模式、特征和演进历程等。

本书由上海师范大学吴国清和英国伯明翰大学吴瑶共同策划、撰写与统稿。本书是集体智慧的结晶,集中展示2014—2017年间上海师范大学城市旅游发展创新研究团队相关研究成果,为此,特别感谢李倩铭、唐洁仪、吴云云、申军波、罗丹、刘中萍、袁绪波、王曦娟、胡明星、冷少妃、潘东燕、陈龙飞、吴艳秋、陈雅琪、高婷、梁晓梅、杨明明、孙琪等团队成员的努力与付出!

^① 罗文斌、徐飞雄、Dallen J. Timothy、黄艺农、张彤:《城市特征对城市游客满意度的影响——基于Probit模型的定量分析》,《旅游学刊》,2013年(第28卷)第11期,第50—58页。

本书得以出版,感谢国家社科基金项目(16BGL116)、上海高等教育内涵建设085项目与上海高校高峰高原学科建设计划的资助!感谢上海师范大学及旅游学院的大力支持!

本书编写过程中,得到上海人民出版社的鼎力帮助,在此表示深深的敬意并致以诚挚的谢意!

本书撰写过程中还参考引用了很多国内外相关学者的研究成果,其中大部分以页注的形式进行了标注,在此也对所有文献的作者表示衷心的感谢!

无论城市如何更新,无论旅游如何变迁,追本溯源,不外乎都是在追求“城市让生活更美好”。“美好”是城市居民/游客的一种直观感受,源于居民/游客的需求能否得到真正有效及超额满足。然而,城市居民/游客的需求本身始终处于不断变化的状态之中,鉴于无法精准预测城市居民/游客需求(包括现实与潜在需求)变化的趋势,不同旅游主体(政府、企业、社会第三方组织等)围绕提升居民/游客满意度展开博弈,取得很多好的经验与做法,但失败的案例也不少,短期内甚至会发生颠覆性变化。因此,城市旅游发展总体上是复杂多变的,城市旅游绩效以及相关的旅游品牌成熟度、游客满意度水平、旅游业态创新、旅游文化传承等研究所得出的结论,是一定时期内并满足一些特殊的约束条件下才能成立的。

城市旅游绩效是对城市旅游业生产活动的业绩(对结果的评价)和效率(对过程的评价)的综合评价,涉及多方面的科学问题,国内外关于旅游绩效的研究多从旅游业绩或旅游效率单方面来探讨^①,本书引入平衡计分卡(BSC)开展城市旅游绩效测评,既有构建城市旅游绩效评价体系指标选取的科学性和合理性问题,也有选取更多城市进行多案例比照,并从城市“时一空”发展视角、提升居民/游客满意度视角等,深度探索城市更新对城市旅游变迁的影响机理和城市旅游绩效持续改进等问题,都将作为后续研究的重点。

拘囿于笔者的理论素养、知识积累和研究思维惯性,以及选择实证案例样本数据量的不足等方面原因,其中可能存在疏漏或有待商榷及进一步推敲、修改和完善之处,敬请各位专家学者和热心读者批评指正!

作者

2018年10月

^① 王坤、黄震方、曹芳东、余凤龙、汤傅佳:《泛长江三角洲城市旅游绩效空间格局演变及其影响因素》,《自然资源学报》,2016年(第31卷)第7期,第1149—1163页。

目 录

前言.....	001
第一章 导论.....	001
第一节 研究背景及意义.....	002
一、城市化进程加速与超大城市问题加剧	002
二、推进全域旅游建设与提升旅游业品质	003
三、满足市民游客宜居宜业宜游需求增长	004
四、上海城市总体规划建设卓越全球城市	004
第二节 城市更新发展历程.....	005
一、城市更新发展阶段	006
二、城市更新方式类型	008
三、城市更新实践经验	010
第三节 核心概念界定.....	020
一、城市更新(Urban Renewal)	021
二、城市旅游(Urban Tourism)	023
三、上海都市旅游(Shanghai Metropolis Tourism)	024
四、平衡计分卡(Balanced Score Card, BSC)	026
第四节 基于平衡计分卡(BSC)城市旅游绩效评估	027
一、城市旅游绩效及评价研究	028
二、平衡计分卡(BSC)建立步骤	031
三、城市旅游绩效评价评价指标体系建构	034

第二章 价值贡献:旅游品牌成熟度	037
第一节 旅游品牌培育与发展路径	037
一、构建城市旅游品牌体系	039
二、持续优化城市旅游形象	045
三、强化旅游市场精准营销	047
第二节 旅游产业集群品牌成熟度测评	049
一、旅游产业集群品牌关键成功因素	050
二、旅游产业集群品牌成熟度指标筛选	058
三、旅游产业集群品牌成熟度模糊综合评价	061
第三节 案例:佘山旅游产业集群品牌化	065
一、佘山旅游产业集群品牌构成	065
二、佘山旅游产业集群品牌成熟度测评	066
三、佘山旅游产业集群品牌优化路径	072
第三章 顾客市场:游客满意度水平	076
第一节 旅游消费市场演进规律	077
一、旅游三大市场增长不平衡	077
二、移动支付成为旅游消费亮点	084
三、旅游市场需求细分化明显	086
第二节 案例:基于 IPA 徐家汇源服务质量测评	087
一、徐家汇旅游产业集聚模式	088
二、徐家汇旅游产业集聚发展的局限性	089
三、徐家汇源游憩服务期望与感知评价	090
四、徐家汇源服务质量优化建议与对策	098
第三节 案例:上海城市居民出境旅游风险管控	100
一、出境旅游风险感知维度辨析及差异校验	101
二、居民个体出境旅游风险感知差异	110
三、出境旅游风险管控及对策响应	112

第四章 内部流程:旅游业态创新	116
第一节 城市旅游业迭代更新	116
一、“旅游+”和“+互联网”	117
二、游憩空间免费开放化	123
三、旅游公共服务均等化	128
第二节 开放式景区建设	131
一、开放式景区基本特征	132
二、开放式景区旅游景观评价	134
三、开放式景区管理模式	136
第三节 邮轮母港空间选址	137
一、邮轮旅游空间组织演变驱动机制	138
二、国际邮轮母港选择标准	143
三、案例:上海国际邮轮母港优化路径	149
第四节 公园绿地服务升级	151
一、上海城市公园绿地“时—空”格局变化	152
二、上海中心城区公园绿地服务效率分析	155
三、均衡与差异:城市公园绿地更新路径	159
第五章 学习成长:旅游文化传承	163
第一节 旅游文化变迁内在机理	163
一、旅游对文化变迁的影响	164
二、旅游文化变迁动力机制	167
三、旅游文化变迁模式	170
四、旅游文化变迁特征	174
五、旅游文化变迁历程	176
第二节 案例:长三角区域旅游制度文化变迁	178
一、区域旅游一体化与制度文化互动响应	178
二、长三角旅游制度文化变迁的现实表征	180
三、长三角旅游制度文化变迁机制与模式	184

第三节 案例:江南水乡古镇旅游文化整合协同	190
一、江南水乡古镇旅游文化变迁路径	191
二、江南水乡古镇游客感知调查分析	193
三、江南水乡古镇旅游文化空间特征	197
四、江南水乡古镇旅游文化整合协同路径	198
第六章 城市旅游绩效持续改进	201
第一节 城市旅游绩效管理	202
一、绩效管理循环模型	202
二、城市旅游绩效管理价值	205
三、城市旅游绩效管理体系	206
第二节 城市更新空间游憩化	211
一、城市游憩空间更新迭代	212
二、城市游憩空间演替模式	215
三、城市游憩空间演替规律	218
第三节 案例:徐汇滨江游憩空间优化	220
一、徐汇滨江游憩空间演变历程	221
二、徐汇滨江游憩空间演变机制	222
三、徐汇滨江游憩空间优化策略	225
第四节 案例:佘山生态旅游系统健康调控	227
一、EDPSC(环境—驱动力—压力—状态—控制)模型界定	228
二、指标体系构建及等级划分	228
三、佘山生态旅游系统健康测评	232
四、佘山生态旅游系统健康调控	234

图目录

图 1-1	城市更新发展历程	007
图 1-2	1978—2017 年改革开放以来中国城市化发展水平	017
图 1-3	核心概念相互关系	021
图 1-4	1997—2017 年上海旅游产业增加值及其占上海市 GDP 比重	025
图 1-5	平衡计分卡(BSC)的四个维度	026
图 2-1	服务品牌资产模型	041
图 2-2	服务品牌消费者选择模型	041
图 2-3	服务品牌管理模型	042
图 2-4	以顾客价值为导向的城市旅游服务品牌塑造模型	043
图 2-5	城市旅游形象管理工作流程	046
图 2-6	旅游产业集聚经济驱动力	051
图 2-7	自我强化的旅游产业内生型集聚发展模式	052
图 2-8	政府干预的旅游产业外生型集聚发展模式	053
图 2-9	内外交互式旅游产业集聚演化模式	053
图 2-10	旅游产业集群发展力关键因素相互作用机理	055
图 2-11	旅游产业品牌竞争力关键因素相互作用机理	056
图 2-12	旅游产业环境支持力关键因素相互作用机理	057
图 2-13	旅游产业集群品牌成熟度构成关系	058
图 2-14	模糊层次分析方法步骤	059
图 2-15	旅游产业集群品牌成熟度指标权重	063
图 3-1	2017 年长三角核心城市 GDP 及人均 GDP	076

图 3-2	2008—2017 年我国旅游业近十年平均年度增长率	078
图 3-3	2008—2017 年我国国内旅游人数及旅游收入变化	079
图 3-4	2013—2017 年国内旅游城镇居民和农村居民游客数量及旅游消费 变化	079
图 3-5	2013—2016 年国内旅游城镇居民和农村居民人均花费变化	080
图 3-6	2005—2017 年上海国内旅游者来源及所占比例	080
图 3-7	2008—2017 年我国入境旅游人数及国际旅游收入变化	081
图 3-8	2008—2017 年我国入境过夜游客人数构成变化	082
图 3-9	2017 年我国国际(含港澳台地区)旅游收入构成	082
图 3-10	2000—2017 年我国公民出境旅游人数及年均增长率变化	083
图 3-11	2012—2016 年我国公民出境旅游跟团游和自由行人数变化	083
图 3-12	徐家汇旅游产业集聚区管理模式	089
图 3-13	模糊综合评价二级指标值	094
图 3-14	模糊综合评价三级指标值	094
图 3-15	游客对徐家汇源游憩服务质量重要性认知与实际感知	096
图 3-16	基于 IPA 的徐家汇源游憩服务质量感知评价	097
图 3-17	2008—2017 年上海旅行社组织出境旅游人数及增长率变化	102
图 3-18	出境旅游风险感知研究逻辑框架	102
图 3-19	出境旅游风险发生的可能性与后果严重性的感知	105
图 3-20	2009—2013 年出境提示主要风险类型及所占比例	106
图 3-21	出境旅游风险类型差异比较	108
图 3-22	企业出境旅游产品风险测评指标及权重	109
图 3-23	出境旅游风险感知维度选划	109
图 4-1	政府公共部门对企业旅游公共服务提供的规制引导	121
图 4-2	上海市旅游咨询服务中心政府集中型提供模式	122
图 4-3	杭州市旅游咨询服务中心多元化离散型提供模式	123
图 4-4	开放式景区游憩绿道体系	125
图 4-5	佘山度假区游憩绿道体系各阶段建设目标	127
图 4-6	旅游公共服务均等化构成	129
图 4-7	2014 年上海各区旅游公共服务均等化指数水平	131

图 4-8	邮轮驱动机制	138
图 4-9	邮轮母港码头驱动机制	139
图 4-10	邮轮航线驱动机制	140
图 4-11	邮轮旅游媒介要素驱动机制	141
图 4-12	邮轮旅游需求与供给相互作用过程	141
图 4-13	邮轮旅游空间组织中决策需求作用机理过程	142
图 4-14	邮轮旅游空间组织支持系统作用机理	142
图 4-15	邮轮旅游空间组织演变驱动机制	143
图 4-16	国际邮轮母港吸引力影响机理	145
图 4-17	上海城市绿化方针演进阶段进程与事件	153
图 4-18	2000—2010 上海中心城区公园绿地缓冲区服务面积、人口对比	157
图 4-19	2015 年上海各区公园数量及游园人数	159
图 5-1	旅游文化变迁的动力结构模型	168
图 5-2	旅游供给主导型变迁模型	171
图 5-3	旅游市场主导型变迁模型	173
图 5-4	旅游管理主导型变迁模型	173
图 5-5	旅游文化变迁的轨迹	174
图 5-6	旅游文化组成结构	175
图 5-7	旅游文化变迁演进阶段	176
图 5-8	旅游文化变迁的过程及结果	179
图 5-9	以上海为中心的“泛长三角”城市圈层分布示意	187
图 5-10	江南水乡古镇文化演进	191
图 5-11	江南水乡古镇旅游文化变迁路径	192
图 6-1	绩效管理循环模型	203
图 6-2	绩效管理体系构建步骤	207
图 6-3	城市旅游绩效管理体系评估维度	208
图 6-4	资源开发型游憩空间演变模式	216
图 6-5	产业调整型游憩空间演变模式	216
图 6-6	节事选址型游憩空间演变模式	217

图 6-7 文化遗产型游憩空间演变模式 218

图 6-8 游憩空间理念演变 219

图 6-9 游憩空间角色演变 219

图 6-10 游憩空间演变规律 220

图 6-11 徐汇滨江旅游休闲公共空间范围 221

图 6-12 EDPSC 环境—驱动力—压力—状态—控制概念模型 227

图 6-13 城市生态旅游系统健康评价指标体系结构 229

表目录

表 1-1	20 世纪 80 年代以来上海城市更新	020
表 1-2	基于平衡计分卡(BSC)的城市旅游绩效评价指标体系	034
表 2-1	长三角核心城市旅游形象(品牌)	046
表 2-2	旅游产业集聚演化路径比较	054
表 2-3	旅游产业集群品牌成熟度测评指标体系	059
表 2-4	旅游产业集群品牌发展模式判断矩阵	064
表 2-5	佘山旅游产业集群品牌构成	066
表 2-6	佘山旅游产业集群问卷统计	067
表 2-7	佘山旅游产业集群发展力隶属度	067
表 2-8	佘山旅游产业集群品牌竞争力隶属度	068
表 2-9	佘山旅游产业集群环境支持力隶属度	069
表 2-10	佘山旅游产业集群发展力模糊综合测评	069
表 2-11	佘山旅游产业集群品牌竞争力模糊综合测评	070
表 2-12	佘山旅游产业集群环境支持力模糊综合测评	071
表 3-1	2014—2017 年我国旅游贸易收入支出差额	078
表 3-2	城市游憩服务质量调研样本信息	091
表 3-3	城市游憩服务质量评价指标体系框架	092
表 3-4	游客对徐家汇源游憩服务质量重要性认知与实际感知的差异比较	095
表 3-5	被调查出境游客的统计特征及出游经历信息	103
表 3-6	出境旅游风险感知维度的差异性	104
表 3-7	2009—2013 年出境提示风险类型及所占比例(按年度排序)	106
表 3-8	2009—2013 年上海出境旅游有效投诉情况	107

表 3-9	不同游客的人口统计特征及出境经历对出境旅游风险感知	110
表 3-10	游客主动了解出境旅游风险信息比例	111
表 3-11	游客自身因素下的出境旅游风险感知	112
表 4-1	上海红色旅游资源分类及数量	119
表 4-2	游憩绿道体系功能结构	127
表 4-3	城市旅游公共服务均等化评估体系	130
表 4-4	城市开放式景区旅游景观评价体系	134
表 4-5	开放式景区旅游景观评价因子权重与总排序	135
表 4-6	著名国际邮轮母港发展经验	144
表 4-7	国际邮轮母港选择标准	147
表 4-8	影响上海国际邮轮母港选择的具体指标及其重要性	147
表 4-9	2011—2016 年上海邮轮经济发展情况	149
表 4-10	上海城市公园绿地发展	153
表 4-11	上海中心城区街镇绿地效用值占比	156
表 4-12	上海中心城区公园绿地缓冲区服务面积比和人口比对比	157
表 4-13	基于邻近分析最小距离总体特征统计	158
表 4-14	基于邻近分析最小距离住宅小区数量	158
表 4-15	城市公园绿地类型及所提供服务的	161
表 5-1	旅游文化变迁影响要素及其作用	167
表 5-2	旅游文化变迁动力模式及其特征	170
表 5-3	2003—2013 年长三角区域旅游政策法规合作	182
表 5-4	游客感知古镇旅游形象的词汇描述	194
表 5-5	游客对古镇代表事物/人物的自由联想	195
表 5-6	江南水乡古镇共性旅游文化因子的认知情况	196
表 5-7	江南水乡古镇差异化旅游文化因子的认知情况	196
表 5-8	江南水乡古镇旅游文化的传承、消失与创新	197
表 5-9	江南水乡古镇旅游文化同质化与异质化变迁	198
表 5-10	不同文化区古镇的个性文化与共性文化	198
表 6-1	国内城市更新概念与城市游憩功能对应关系	213
表 6-2	徐汇滨江景观整体开发定位	223
表 6-3	城市生态旅游系统健康评价指标体系及健康等级划分	230
表 6-4	2013—2015 年佘山生态旅游系统因子的健康指数	232
表 6-5	佘山度假区骨干企业及主导产品	235