

ZHONGGUO

中国旅游业发展“十一五” 规划纲要·地方篇



中华人民共和国国家旅游局 汇编

中国旅游出版社

中国旅游业发展“十一五” 规划纲要·地方篇



中华人民共和国国家旅游局 汇编

中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉
装帧设计：吴 涛
责任印制：李崇宝

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游业发展“十一五”规划纲要·地方篇 / 中华人民共和国国家旅游局汇编. - 北京: 中国旅游出版社, 2007. 6

ISBN 978 - 7 - 5032 - 3173 - 5

I. 中… II. 中… III. 旅游业 - 经济发展 - 经济规划 - 中国 - 2006 ~ 2010 IV. F592. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 073755 号

书 名: 中国旅游业发展“十一五”规划纲要·地方篇

编 著: 中华人民共和国国家旅游局汇编

出版发行: 中国旅游出版社

(北京市建国门内大街甲 9 号 邮编: 100005)

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

发行部电话: 010 - 85166507 85166517

排 版: 北京中文天地文化艺术有限公司

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 北京建筑工业印刷厂

版 次: 2007 年 6 月第 1 版 2007 年 6 月第 1 次印刷

开 本: 889 毫米 × 1194 毫米 1/16

印 张: 46

印 数: 4000 册

字 数: 1200 千

定 价: 88.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3173 - 5

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

C O N T E N T S

目 录

北京市 / 1

上海市 / 175

天津市 / 21

江苏省 / 199

河北省 / 35

浙江省 / 225

山西省 / 49

安徽省 / 241

内蒙古自治区 / 87

福建省 / 261

辽宁省 / 109

江西省 / 279

吉林省 / 119

山东省 / 301

黑龙江省 / 137

河南省 / 317

湖北省 / 329

湖南省 / 341

广东省 / 355

广西壮族自治区 / 381

海南省 / 441

重庆市 / 495

四川省 / 507

贵州省 / 529

云南省 / 557

西藏自治区 / 587

陕西省 / 625

甘肃省 / 641

青海省 / 675

宁夏回族自治区 / 683

新疆维吾尔自治区 / 709

新疆生产建设兵团 / 729

前 言

根据中共北京市委、北京市人民政府关于制定北京市国民经济和社会发展第十一个五年规划的要求和国家旅游局关于开展旅游业发展“十一五”规划编制工作通知的精神,以《北京市国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》、《北京城市总体规划(2004~2020)》、《北京市旅游发展总体规划》、《奥运行动规划》、《北京会展业发展规划(2004~2008)》为主要依据,特制定《北京市“十一五”时期旅游业及会展业发展规划》。本规划是北京市国民经济和社会发展“十一五”规划的重要组成部分,规划期限为2006年至2010年。

旅游业和会展业具有综合性强、产业关联度高、带动效应明显等特征,是体现首都特点和发挥首都优势的重点产业,近几年发展迅猛,在北京市国民经济中的重要地位日益凸显,被列入北京市“十一五”时期大力发展和培育的现代服务业六大重点行业之一。编制《北京市“十一五”时期旅游业及会展业发展规划》的目的是进一步发挥旅游业和会展业的产业功能,明确“十一五”时期的发展方向和工作重点,引导旅游业和会展业稳步、可持续发展。

第一章 旅游业发展规划

一、规划背景

1. 良好基础

北京旅游业在“十五”期间见证了重要的发展背景和阶段。2001年中国加入世贸组织、北京成功申办2008年夏季奥运会,特别是北京市委、市政府和社会各界对旅游业发展的高度重视和大力支持,为北京旅游业的可持续发展提供了机遇和动力,北京旅游业经济总量始终居于全国前列。虽然2001年北京旅游市场受到“9·11”事件冲击,但仍在2001年和2002年分别实现了两个突破:年接待国内旅游者突破1亿人次和年旅游总收入突破1000亿元;年接待海外旅游者突破300万人次和年旅游外汇收入突破30亿美元。2003年至2004年北京旅游业遭受SARS及“禽流感”带来的前所未有的严峻挑战,出现减速和负增长,但全行业发扬顽强拼搏和团结协作精神,很快实现了旅游市场的全面恢复和发展,2005年达到历史最好水平。

“十五”期间,北京市累计接待海外旅游者1456.8万人次,比“九五”期间增长21%。旅游外汇收入累计147.3亿美元,比“九五”期间增长21%。累计接待国内游客5.58亿人次,比“九五”期间增长26%,其中外地来京游客3.78亿人次,比“九五”期间增长29%,本市游客1.8亿人次,比“九五”期间增长22%。国内旅游收入4936亿元人民币,比“九五”期间增长107%,其中接待外地游客旅游收入总计为4653亿元,比“九五”期间增长109%,接待本地市民旅游收入总计为283亿元,比“九五”期间增长70%。

“十五”期间北京旅游业发展的基本特征是:

(1)三大旅游市场共同发展,消费需求日趋多元化。“十五”期间北京入境旅游、国内旅游和出境旅游三大市场相互促进、共同发展的格局逐渐形成,北京已成为国内最重要的旅游目的地、客源地和中转地。

入境旅游市场稳中有升,旅游人数和旅游创汇保持平稳增长。市场客源结构仍然稳定,但出现分

散化趋势,大洋洲和非洲市场增长速度超过亚、欧、北美洲,印度和中东地区等新兴客源市场增长速度超过传统市场。以商务、会议为主要目的的游客比重不断增加,旅游目的日益呈现多元化趋向。长途交通、住宿等刚性旅游消费占总费用的比重逐渐下降,购物等弹性旅游消费比重持续小幅度上升。

国内旅游市场迅猛发展,外地来京人数和本地市民旅游人数快速增长,旅游效益增幅明显。城乡客源市场同时快速增长,中西部地区游客和农村游客比重增加。旅游目的向名胜观光、商务会展、休闲度假等多元化方向发展。每年三个“黄金周”明显成为北京旅游高峰期,旅游假日经济基本形成。

出境旅游市场需求旺盛,规模扩张迅速。随着中国公民出境旅游目的地国家数量的增加,北京出境旅游飞速发展,通过旅行社出境旅游的人数由 2001 年的 21.0 万人次发展到 2004 年的 51.4 万人次,年均增长率达 35%。商务出境旅游势头较猛。

(2) 旅游产业规模不断扩张,产业体系日趋健全。“十五”时期,北京旅游业全面快速发展,产业规模不断壮大,对国民经济贡献率持续增长,旅游业已成为北京市第三产业的重要支柱。旅游产品和接待服务体系趋于完善,多元化、多层次的综合接待能力进一步加强。旅游业从单纯的产业功能开始向经济、社会和文化等多功能转化,分工趋于专细化,旅游企业间合作、整合加剧,旅游业与工业、农业、教育、科技、文化等其他行业融合加速。旅游管理机构进一步健全,行业整体素质明显提高。

(3) 旅游产品结构不断完善,产品品质不断提升。“十五”期间观光旅游产品继续发展,依然占据着各类旅游产品中的首要地位。休闲度假旅游项目增长迅猛,品质逐步提高。乡村旅游快速发展,奖励旅游、修学旅游和会展旅游等重点产品的开发取得初步成效。旅游产品已由观光为主向观光、商务会展、休闲度假、修学奖励、高科技体验等多元方向转变,开发模式亦由散点式向网络化、品牌化和区域整合方向发展。

2. “十一五”时期旅游业的发展环境

(1) 发展趋势。世界旅游业发展的全球一体化的趋势显示出市场细分化、区域无障碍化等特点。来华旅游者构成更加趋向多样化,老年人、青少年和女性游客比重增加,商务、会议、奖励旅游比例加大。来华旅游者对中国传统文化,特别是对具有独特文化色彩、带有地方神秘性的旅游资源感兴趣,注重参与和体验,追求新奇与刺激,热衷探险与猎奇。

自 20 世纪 90 年代后期以来,中国旅游业发展速度全面加快。旅游业现已成为我国现代服务业中的龙头产业,许多地方将旅游业作为其经济的支柱产业予以重点培育;全国旅游区域化趋势明显;旅游产品的创新与升级步伐加快,旅游产业的品牌化提升、城市创优、产业生存与发展环境改善等已成为中国旅游业发展的突出特点。此外,中国旅游发展趋势的另一个主要特征为:随着中国市场经济体制的不断完善,解决旅游供给与需求之间的矛盾成为未来旅游发展的关键。

(2) 历史机遇。“十一五”期间是北京市社会经济发展的重要战略机遇期。随着首都经济的快速发展,城市综合实力显著增强,基础设施日益完善,城市环境不断优化,对外开放进一步扩大,旅游业发展环境日益优化,为北京旅游业发展提供了坚实的基础和持续动力。特别是北京市确定了加快经济体制改革、率先建成现代化国际大都市的主要目标和任务,确定了旅游业作为第三产业的支柱产业和“首都经济中新的经济增长点”的产业地位。

北京城市总体规划的调整,“国家首都、国际城市、文化名城、宜居城市”的城市定位对旅游业发展提出了更新更高的要求,为北京旅游空间发展格局调整和资源整合指明了方向。中心城区历史文化资源保护的强化和人口的疏解,为都市旅游的发展、旅游要素的配套与提升创造了良好契机;平原郊区城市化的推进,对山前平原地区乡村旅游的发展带来了机遇与挑战;远郊山区生态保护力度的加大,生态环境质量的进一步提高,将促进北京自然类旅游产品的升级。

随着全球经济一体化的步伐加快、现代服务业的高速发展和中国入世过渡期的结束,我国的国际旅游市场更加活跃,国际往来迅速增加,为北京旅游业的双边与多边合作创造了更多商机。

北京承办奥运会将极大地提高北京的城市形象和国际知名度,给北京旅游业发展带来新一轮增长

的重大机遇。“绿色奥运”、“科技奥运”、“人文奥运”理念的提出为北京旅游业注入了新的内涵。奥运会的成功举办需要北京旅游发挥重要的服务功能,同时北京旅游也将借助奥运契机,加快旅游行业与国际标准接轨的步伐。

(3)主要挑战。行业管理体制相对滞后。旅游产业综合性强,并且呈现出产业外延扩大、旅游需求多样化和行业加速融合等趋势,旅游行政主管部门缺乏与中央各有关部门和本市相关部门的联动机制,现行行政管理体制有待改进和加强。

城市旅游服务功能不够完善。城市旅游服务功能落后于旅游发展需求,城市旅游解说系统、标识系统和散客服务设施不够健全,旅游咨询网点布局有待优化,功能需进一步完善。

旅游产品创新不足。传统旅游产品优化升级动力不足,现代娱乐等新兴旅游产品开发进程缓慢,大型会展设施、主题公园等现代旅游精品项目缺乏。

二、“十一五”旅游发展总体思路与目标

1. 总体思路

坚持以人为本,树立全面、协调和可持续发展的科学发展观,按照国务院对北京城市总体规划的批复,结合北京社会经济与城市空间结构调整的要求,抓住奥运重大机遇,着力优化城市旅游环境,完善城市旅游功能,全面提升北京旅游产业的整体素质。充分发挥政府调控、引导、协调和服务职能,推动城市旅游资源整合,创新旅游管理体制和机制。围绕奥运中心任务,大力开拓都市旅游,重点开发商务、会议、奥运旅游、现代娱乐等旅游产品,优化旅游产品结构。加强区域协作与互动,构建区域一体化的首都旅游圈,推动以北京为核心的环渤海旅游,打造世界旅游目的地。

2. 发展目标

(1)总体目标。保持北京旅游在全国的领先地位,把北京建设成为全国旅游首善之区、国内外旅游者首选之地、国际一流旅游名城。

(2)预期指标。2010年接待海外游客530万人次,年均递增8%;旅游外汇收入55亿美元,年均递增9%。2008年接待海外游客480万人次,旅游外汇收入48亿美元。

2010年接待国内游客(不含北京市民在京游)1.11亿人次,年均递增6%;国内旅游收入1770亿元,年均递增7%。2008年接待国内游客1.00亿人次,国内旅游收入1500亿元。

出境(团队)旅游人数150万人次,年均递增20%。

“十一五”时期北京市旅游业发展主要指标

	年 份	2006	2007	2008	2009	2010
入境旅游	游客(万人次)	390	420	480	490	530
	旅游创汇(亿美元)	39	42	48	50	55
国内旅游	游客(万人次)	8800	9300	10000	10500	11100
	旅游收入(亿元)	1300	1400	1500	1660	1770

三、发展任务

(一) 旅游市场开发与管理

1. 积极拓展入境旅游市场

北京入境旅游市场为以下三种类型:

一类:成熟市场——包括日本、韩国、美国、英国、法国、德国、东南亚和港澳台地区市场。这类市场

规模总量大、市场份额高,发育较成熟,而且还有较大潜力。

“十一五”时期,一类市场以巩固与大力拓展为工作重点。通过细分市场定位、拓展合作领域、创新促销方式、优化提升老产品、培育新产品等途径,增强市场活力,促进市场由自然增长向自觉增长转变。

二类:新兴市场——包括东欧、印度、蒙古、中东、俄罗斯、澳大利亚、加拿大等国和地区。这类市场目前规模总量不大,但表现出很大的潜力空间。

“十一五”时期,二类市场以精心培育与积极拓展为工作重点。通过强化北京整体形象的宣传,增进双方旅游主管部门、旅游业界人士的往来和双向交流,扩大北京影响力。对客源层的开发强调针对性,精心培育和积极拓展并重,加大促销力度,增加市场份额。

三类:待开发市场——包括非洲、南美洲等国家和地区。

对这类市场以了解与研究为主。

2. 全面提升国内旅游市场

“十一五”期间,通过经济调节、容量控制、宣传导向等方法,稳妥有序地发展观光市场,积极开拓休闲度假市场,大力发展商务会展等高端市场,稳步推进体育、修学等专项市场。针对重点客源市场,推出适合不同需求的特色产品,全面整合旅游要素和提升服务质量,提高国内旅游者的消费水平,实现规模模型向效益型的转变。

3. 规范发展出境旅游市场

对出境旅游市场进行规范管理,加强旅行社资质的审核和监督检查。充分发挥旅游管理职能和作用,对出境旅游进行有效约束,保障旅游者权益。将重点出境市场和重点入境市场有机结合,通过出境市场的快速有序发展带动入境旅游市场的发展。

4. 推进城—郊旅游市场互动,促进城乡协调发展

结合北京城市总体规划和依据北京旅游产业总体规划,引导各区县针对旅游市场开发差异化、特色化的旅游产品。实施《北京郊区乡村旅游发展规划》,实现城—郊旅游市场互动,重点促进郊区休闲旅游市场开发科学化、建设规范化和管理标准化。努力探索城乡居民互动模式,开拓京郊居民旅游市场。面向京郊市场,加强方便、快捷、价格合理的旅游服务接待体系建设。

5. 建立健全北京旅游目的地营销体系

(1)加强目的地整体形象宣传。充分利用网络、媒体、广告、宣传册、公共关系、节事活动等多种营销途径,加快完善网络系统、媒体系统、市场网络体系、旅游产品信息体系,打造与北京城市定位相和谐统一的城市形象。

(2)加强产品宣传,加大营销力度。精心培育传统文化观光、都市旅游、现代娱乐、商务会议、奥运旅游等特色产品品牌和一批旅游企业品牌以及旅游服务知名品牌,以此为重点进行品牌营销。

充分利用人员促销、政务活动、公共关系、节事活动、互联网、广告、旅游展览会、博览会等多种促销方式,拓宽营销途径。制定年度针对主要客源国的营销与宣传计划表,积极参加有国际影响力的旅游展销活动,积极邀请旅行商到京访问考察,积极加强与著名媒体的合作,积极组织大型旅游节庆活动,加大营销活动频度,增加营销投入。

(3)加快目的地营销系统(DMS)建设。以服务于2008年奥运会为目标,尽快完善北京旅游信息网,建设旅游网络营销应用系统和旅游呼叫中心,为旅游者提供信息查询、行程导航、线路设计、网上预订和网上支付等服务,并将旅游目的地营销系统整体平台与现有的旅游咨询服务中心站点以及电子地图公益触摸屏查询系统(“数字北京”)进行有机整合。

目的地营销系统——DMS,英文 Destination Marketing System 的缩写。指目的地城市旅游信息化建设完整解决方案,它通过一系列的信息技术产品和相应的支持服务来实现。

(4)加强部门间、区域间联合营销。针对入境旅游市场:以旅游业为主体,积极争取国家和北京的外交机构、航空、体育、文化等有关部门的支持和协作,形成机制;旅游部门与政府、企业相结合,入境旅游和出境旅游相结合,进行全方位、立体化的宣传促销。

针对国内客源市场:以环渤海的联合促销为重点,同时建立与国内其他热点旅游城市合作的有效机制,逐渐形成覆盖全国的销售网络;市和区(县)两级旅游管理部门与旅游企业联手,对各区县的旅游宣传进行整合。

6. 加强奥运旅游宣传

深入贯彻“绿色奥运、科技奥运、人文奥运”理念,从2006年开始,每年抓住一个主题,宣传“分享奥运,和谐共融”的奥运旅游文化内涵,树立北京新形象。奥运会前,配合奥组委开展北京奥运专项宣传计划;奥运会期间,调动一切力量,营造奥林匹克节日氛围,提供体育、文化、商务等优质产品和优质服务;奥运会后,以“奥运——定格辉煌”为主题,结合奥运体育场馆举办的各类大型国内国际体育赛事,开发奥运系列旅游产品,重点推出奥运场馆游项目,积极发展体育休闲旅游,把北京建成全国最大的体育旅游目的地。

(二) 旅游产品开发重点

1. 全面提升传统观光旅游

对传统观光景点,应做好环境优化、设施配套和服务质量提高等工作。结合北京古都保护与修缮,开辟历史文化街区、名人故居等新的历史文化旅游景点。加强历史文化内涵的挖掘与拓展,创新展陈方式和表现手法,规范和完善解说系统。加强景区的容量监控和疏导,加大对其周边环境综合整治的力度。

加强对北京世界文化遗产精品游系列的线路策划与组织,积极推进其他申遗项目的保护与开发利用,对所有遗产地提出分类保护、容量控制和旅游方式等要求,开创可持续利用世界文化遗产的新途径。

2. 大力推进都市旅游

以城区为重点,整合都市观光、休闲、购物、娱乐、商务、会议、展览、科技、艺术、文化、体育等现代都市旅游资源,针对不同的细分市场设计差异化产品,重点开发一日/半日游都市观光系列产品。

将城市整体风貌、标志性建筑、代表性区域和地段作为现代都市旅游吸引物,重点推出具有现代北京特色的都市建筑景观(奥林匹克中心、会展中心、艺术剧院、科技博物馆等)、现代休闲游憩区(主题公园等)、现代购物区、城市公园与绿地、高科技产业园区、新型社区等典型区域,推动城市游憩商业区(RBD)的形成和发展。

城市游憩商业区——RBD,英文 Recreational Business District 的缩写。指城市中吸引旅游者购物、休闲、娱乐的特定区域。

3. 完善发展商务会展旅游

提升完善现有会展旅游配套硬件设施,引进和培养专业化的会展、商务旅游人才,鼓励发展以会展旅游、商务旅游为中心的专业化服务公司,提供优质、多样化、个性化和人性化的服务。

4. 加快发展现代娱乐旅游

加快引进世界著名品牌,建设大型主题公园。重点打造大型商业娱乐、主题娱乐、体育娱乐、休闲健身及互动性文艺演出等精品项目。现代娱乐产品开发要以市场需求为导向,合理布局,避免同类产品的重复建设和无序竞争。

5. 深度开发城区民俗旅游

结合人文奥运建设,全面整合城区传统民俗文化旅游资源,积极创新民俗旅游活动。开发具有北京地域特色的戏剧、文学、绘画、音乐以及传统民俗、传统商业、传统娱乐等特色文化旅游活动与项目,将北京胡同游和老北京深度体验与社区参与紧密结合,形成不受行政地域限制、旅游与居民生活就业协调发展的民俗旅游片区。

6. 合理开发休闲度假旅游

依据资源特点和市场需求,打造特色化、多元化的休闲度假旅游产品,提升现有产品档次,优化休闲度假环境。从科学发展观和可持续发展角度出发,结合城市总体规划和环境保护规划,鼓励环境友好型、生态协调型休闲度假项目的发展,严格控制能耗大、占地多、对生态环境影响较大的旅游项目建设。

7. 多元化开发其他专项旅游

加强与国际奖励旅游组织联系,不断开拓奖励旅游市场,努力使北京成为奖励旅游的目的地。

借助奥运机遇,积极争取大型体育赛事和体育交流在京举办,推进体育旅游发展。

整合修学旅游资源,继续开发国内外修学旅游市场,塑造北京修学旅游基地的新形象。

加快建设和完善具有高科技含量的科技旅游项目,精心策划组织以科技观光、科学实验、专家讲座、座谈交流、专题研讨为主要内容的科技旅游活动。

加快对首批红色旅游景点的规划,深度开发红色旅游产品。策划红色旅游线路和特色主题活动,实现红色旅游线路的跨区域合作。

8. 培育拓展乡村旅游

加快实现乡村旅游产品从观光型向综合型方向转变,从以餐饮住宿收入为主向以旅游综合收入为主转变,注重本土化开发和特色化开发,推进乡村旅游产业链本地化和乡村旅游经营者的共生化,逐步培育和发展中高端乡村旅游市场,重点发展家庭旅游、特色餐饮、观光农园、观光果园、休闲渔场、民俗节庆六大乡村旅游产品系列。

9. 策划精品节庆活动

融现代特色与地方文化内涵为一体,重点提升“北京国际旅游文化节”和“国际旅游博览会”两大品牌;重点整合与提升区县特色节庆活动;积极配合文化、体育等部门举办“奥运文化节”、“相约北京”等大型文化艺术和体育活动;加强旅游与相关部门之间的协调和合作,挖掘和开发若干以历史文化为主题的精品节目。使各类节庆活动成为城市的旅游吸引要素。

(三) 旅游产业体系配套建设

1. 旅游交通配套

加快开辟与旅游目的地国家主要城市的直达航线,增强北京旅游的空间扩张能力;加强与航空部门之间的合作与协调,强化首都机场的旅游形象宣传和旅游服务功能。

加强与铁路部门的密切协作,积极发展节假日旅游专列、市郊旅游专列、城际旅游专列以及旅行社组织的旅游专列,尽快提高列车的设施水平和服务质量。

加强与公路交通运输部门的协调与衔接,促进重要旅游区(点)的旅游快速交通网络建设,加大重点旅游线路交通安全综合整治的力度。建立以旅游集散中心为主导的,布局合理、功能完善的旅游散客运输网络体系,形成以旅游包车为基础,以市内、省际旅游班线、城市观光环线为补充的旅游客运服务格局,增强旅游运输组织和服务功能,提高服务水平,达到奥运会会务交通服务的标准要求。

按照国际旅游城市惯例,引进城市观光巴士,推出一日、二日和三日旅游交通一卡通或集公交、景点门票和设施服务等功能于一身的城市卡。

2. 游客服务中心及旅游标识系统配套

加快以旅游集散中心、旅游咨询中心、旅游区(点)游客中心为主体的游客(散客)服务体系建设,新建6~8处旅游集散中心和18~20个旅游咨询中心。旅游集散中心要加强与公共交通(公交汽车、轨道等)枢纽和旅游景区之间的衔接。现有旅游咨询服务中心应完善其功能和服务,位置不佳的站点尽量调整到交通便利的地段或场所;游客密集的地段和景点、机场、火车站等客流集中处应增设旅游咨询中心站点;景区游客中心应增加旅游咨询功能;在旅游购物、商务办公、休闲娱乐集中区域增设旅游咨询服务站,并选择一些旅游饭店、居民社区和交通节点设置旅游咨询点;在奥运会、大型会展活动期间,在奥运场馆、运动员村、会展中心设置流动的咨询服务点;在黄金周期间增设部分流动咨询服务点,采用车、亭、台等不同方式补充固定咨询服务点的不足。

加强旅游区(点)公共信息符号和旅游标识标牌的规范化建设,完善旅游交通标识与标牌,提供中英文双语的文字说明。尤其在奥运场馆周边区域,设置多语种的服务指引标识。

3. 旅游住宿

总量上控制高星级饭店的发展,鼓励现有低星级饭店、社会旅馆和家庭旅馆在硬件设施和软环境建设两方面进行改建提升,大力发展经济型酒店(包括汽车旅馆、家庭旅馆、青年旅舍等)。引导旅游饭店企业与北京地域文化特色相结合,实现旅游饭店的主题化经营,大力引导特色鲜明、定位差异化的观光型酒店、度假型酒店、会议型酒店、商务型酒店等建设,形成多种主题酒店系列。加强与住宿设施相关的管理部门的综合统筹和协调,按照《中国旅游饭店行业规范》,加强对星级宾馆和社会旅馆的标准化与规范化管理,实施绿色饭店战略。

4. 旅行社

深入贯彻相关法规和国家标准,提高旅行社业的行业规范管理,加强检查和监督,促使旅行社合法、诚信经营,优化业内市场竞争秩序。引导旅行社增强一日/半日游的都市观光业务。积极引导国内旅行社的发展,鼓励国际旅行社的发展。通过实施名牌战略,鼓励外资、合资旅行社和控股旅行社的建设,从政策上引导和推动旅行社的集团化、网络化和专业化发展,提高旅行社的国际国内竞争力。加强导游员的素质、业务、技能培训及管理考核,促进导游员的规范服务。

5. 旅游餐饮与购物

挖掘餐饮文化内涵,将高档服务与民俗文化特色有机结合。鼓励和培育国际化、品牌化的餐饮企业,发挥示范效应,成为特殊的旅游吸引物。体现国际大都市的包容性,既要树立京味名菜品牌,也要会聚国内外美食。加强对旅游餐饮业的标准化、规范化管理,严格监控餐饮企业的卫生状况,保证游客餐饮卫生安全,进一步提高旅游餐饮业的总体经营水平和服务质量。

结合奥运中心任务,开阔思路,积极挖掘和开发既有文化内涵又有观赏实用价值、便于携带的旅游纪念品。重点开发大栅栏旅游商业街,优化琉璃厂传统文化市场、潘家园旧货市场、高碑店古典家具市场、红桥市场、秀水市场、隆福寺、中关村电子市场等特色商业区的购物环境,提升服务水平。加大监管力度,建立旅游纪念品市场的信用管理体系,完善旅游纪念品售后服务保障体系,推动北京市旅游纪念品市场健康发展。

6. 旅游娱乐业

加强旅游部门与文化部门的协调配合。利用北京的文化娱乐设施以及城区商业繁华地段、景点周围的城市广场等城市公共空间,设计编演文艺节目并定期组织文化活动,营造良好的城市旅游文化氛围。对现有相对集中的接待旅游者的文化娱乐场所,加强调查,摸清现状,通过行政手段和市场手段提升文化功能品质和接待服务水平。

7. 乡村旅游

配合社会主义新农村建设的进程,全面推进乡村旅游的发展,编制民俗村旅游建设规划,配套完善民俗村基础设施,改善民俗村卫生与生态环境质量,建设乡村旅游组织管理信息平台及管理系统,积极

扶持乡村旅游协会的建立和运转。

8. 人才培养与队伍建设

以培养高素质的旅游从业人员队伍为目标,以加强规范管理、争取市场、开拓发展空间、全面推进旅游队伍素质教育为主线,全面提升旅游从业人员的整体素质。建立懂专业、政策水平高、实际操作能力强的旅游行政管理者队伍;重点引进和培养旅游企业 CEO 以及旅游市场营销、电子政务、旅游项目策划、旅游产品开发、旅游品牌包装、旅游咨询等专业技术人才;在全行业从业的一线服务人员中,开展以爱岗敬业为主要内容的职业道德教育,进一步落实职业资格准入制度,建立技能精湛、服务规范的服务人员队伍。

充分发挥首都高校教育资源丰富的优势,开设旅游管理、文博旅游、旅游景区开发与管理、博物馆学等旅游相关专业。

9. 其他基础设施配套

(1)加速推进旅游信息化建设。大力推进以 GIS(地理信息系统)为基础信息支撑的数字旅游工程建设;鼓励旅游服务领域积极应用信息技术,包括电子可视技术和导游系统、电子票务管理系统等;加快旅游电子商务的使用进程。

(2)旅游医疗与安全急救服务系统建设。进行游览安全、医疗急救设施建设和安全部门的设置。各级医院要积极配合,逐步实行游客医疗保障;针对各郊区县(区)的旅游区域,在旺季配备急救人员和设备。在全市范围内建设一支旅游快速救援队伍。

(3)旅游危机管理与游客反应快速应变系统建设。逐步建立突发性事件危机预警系统和灾难应急系统,形成高效的风险防范控制系统和严格的风险预警制度,特别是要形成对旅游经营中发生的各种危机事件的信息传递和快速反应能力。

四、空间布局

1. 构建“一区两圈”大北京旅游发展格局

结合城市及社会经济发展目标与战略,对北京旅游发展的空间格局进行相应调整,构建都市核心旅游区、郊区旅游圈和环首都旅游圈“一区两圈”的旅游发展格局。

(1)都市核心旅游区。指以城八区为主、向外扩展至六环路以内的区域。发展重点:结合 40 片历史文化保护区的建设以及京城水系和古典园林历史风貌的恢复,强化古都历史文化旅游产品开发力度,适时推出新的历史文化旅游产品,形成相应的旅游配套服务体系。同时,充分挖掘都市旅游资源的开发潜力,大力推进商务旅游、购物旅游、文化旅游、科技旅游、都市休闲娱乐旅游、体育旅游等城市旅游功能建设,适应国际化大都市的发展需求。

(2)郊区旅游圈。包括六环路附近及其以外的郊区地域范围。发展重点:一是强化和完善新城的旅游服务功能,培育各具特色的主导旅游产品和旅游服务项目,形成区域性的旅游服务基地。二是重点发展休闲度假、名胜观光、生态康体、会议服务旅游产品,完善旅游度假区的综合配套服务体系,强化生态型项目的建设。三是依托现有的大型采摘园、高科技农业园区,提升休闲农业发展水平,发展企业化管理,集农业生产、科技示范、农产品加工、休闲游憩等功能于一身的综合性休闲农业园区。四是在全力保护世界遗产以及国家级和市级风景名胜区、自然保护区、森林公园、湿地等旅游资源的前提下,积极推进这些区域的基础设施和服务设施建设,改善旅游环境以适应公众日益提高的旅游需求。

(3)环首都旅游圈。包括环北京周边地区的河北、天津和山西等省市,是北京旅游发展的主要扩展区域。发展重点:以北京为核心,以京张、京承、京沈、京石、京开高速公路和京原国道为旅游交通走廊,通过区域协作,实现资源共享和市场互育,形成北部自然生态旅游、东南部海滨休闲度假、西南部历史文化观光、西部自然与文化观光四大特色鲜明的区域旅游板块和多条特色旅游线路。

2. 各区县合理分工,培育特色旅游产品

“十一五”期间,各个区县除大力完善提升现有旅游区(点)、旅游线路和旅游产品外,还要按照城市总体规划的功能定位要求,结合市场需求和资源优势,重点开发和培育一批新的旅游项目,形成各具特色的旅游产品体系。

核心城区:包括东城、西城、宣武、崇文四个老城区,结合古城保护和古建筑的大规模修缮,挖掘和保护历史文化资源,大力发展古都传统文化与民俗文化旅游和特色街区商业购物与名人文化旅游,不断推出新的历史文化和现代文化旅游产品,着力开发都市观光一日游产品,增设旅游观光巴士、旅游集散及旅游咨询服务等设施。

朝阳区:作为首都国际交往重要窗口,城市中央商务区、现代体育文化中心和高新技术产业基地,大力发展商务会展旅游、现代体育旅游和都市休闲旅游,强化旅游集散和旅游咨询服务设施建设,推动城市游憩商业区(RBD)的发展。

海淀区:利用皇家园林、山水湿地、森林等旅游资源,发展风景名胜观光和都市休闲旅游。结合国家高新技术产业基地的产业特色以及著名高等学府和科研机构聚集的优势,重点发展科技教育旅游和修学旅游。

石景山区:是首都西部城市发展带的重要节点,结合其作为城市综合服务中心及文化娱乐中心的功能定位,大力发展现代娱乐、特色文化旅游产品。

丰台区:结合其作为北京南部物流基地和国际国内知名企业代表处聚集地的功能定位,以卢沟桥、北宫森林及青龙湖等历史文化和生态休闲旅游资源为核心,大力发展红色旅游、都市农业观光和都市休闲度假旅游,成为城区西南部休闲娱乐中心。

通州区:作为北京重点发展的新城之一和首都“一轴两带”发展格局的重要节点,借助城市综合服务、行政办公、商务金融、文化、会展等功能的形成,大力挖掘与利用运河文化旅游资源,强化运河沿岸景观设施建设,形成以运河风光游览和滨水休闲度假为特色,现代娱乐、商务会展等功能完备的京东文化旅游中心。

顺义区:利用其作为北京市新的现代制造业中心和空港物流中心的产业特色,结合新城发展定位,重点开发商务旅游、会展旅游、体育休闲和度假旅游,构筑服务设施完善、基础设施配套的旅游产业服务中心。

昌平区:利用其高新技术产业的发展以及丰富的旅游资源条件,提升休闲度假旅游产品档次,完善休闲农业设施配套,大力发展现代娱乐和温泉度假旅游,结合昌平中心城镇建设,增强旅游服务功能,成为区域性旅游服务中心。

大兴区:利用丰富的都市农业资源,提升农业观光和休闲度假旅游的产品档次,完善现有休闲旅游区的配套服务设施建设。

平谷区:结合其作为首都生态涵养发展区的定位,利用丰富的果品资源和自然山地风光,发展自然观光和休闲农业旅游,完善郊野生态休闲度假旅游功能。

怀柔区:结合其作为首都生态涵养发展区的定位,充分发挥和利用良好的生态环境优势,在提升休闲度假产品和乡村旅游产品发展水平的基础上,推动生态旅游、会议培训旅游的发展;完善怀柔中心城镇旅游服务功能和游览功能,成为区域性旅游服务中心。

密云县:结合其作为首都生态涵养发展区的定位,充分发挥良好的生态环境优势,提升休闲度假旅游产品档次,推动乡村旅游和生态旅游的发展,完善密云中心城镇旅游服务功能和游览功能,成为区域性旅游服务中心。

延庆县:结合其作为首都生态涵养发展区的定位,充分发挥生态环境的优势和夏季气候相对舒适的优势,大力发展生态旅游,提高夏季避暑休闲度假旅游和冬季冰雪旅游产品档次。

房山区:充分发挥自然景观和历史文化旅游资源优势,在提升观光旅游产品档次的同时,推动地质

科普旅游、祖根文化旅游、宗教文化旅游和康体休闲度假旅游的发展,拓展旅游城镇的综合服务功能。

门头沟区:结合其作为首都生态涵养发展区的定位,充分发挥自然景观资源和历史文化资源优势,在提升观光旅游产品档次的同时,推动宗教文化旅游、康体休闲旅游和红色旅游产品的开发,建设特色旅游城镇。

“十一五”期间各区县旅游产品发展重点方向见附表1。

3. 五大旅游重点项目建设和35个重点景区的完善提升

“十一五”时期,重点推动与奥运主题相关,以及与北京旅游发展定位相符合的五大旅游重点项目和35个重点景区的发展,以此带动北京旅游产品的全面升级。

(1)五大旅游重点项目。奥林匹克公园——以奥运主场馆为核心,建设融体育竞赛、会议展览、文化娱乐和休闲购物为一体的多功能精品旅游景区。

大型主题公园——积极引进世界知名品牌,推进大型主题公园的建设。

前门一大栅栏传统商业旅游区——在整体保护的基础上,挖掘历史文化内涵,提高设施配套水平,形成传统商业、休闲文化、民俗文化和旅游相结合的综合性精品景区。

“新国展”会展旅游区——加快轨道交通等公共设施建设,完善会展和旅游服务设施配套,注重会展活动的旅游延伸,选择特色品牌展会打造成为特色旅游项目。

什刹海历史文化休闲旅游区——结合历史文化区古迹遗址和传统民居建筑的修复工作,开发具有深厚地方文化底蕴的旅游产品,继续办好一年一度的什刹海旅游文化节,建成融湖光山色、历史遗迹、民俗文化、现代休闲活动为一体的都市旅游精品景区。

(2)35个重点景区。35个重点景区的工作重点详见附表2。

五、实施规划的保障措施

1. 加强法制建设与行业标准化建设

在“十五”法规建设的基础上进一步制定和完善旅游法规和规章,深化旅游法制体系。强化旅游执法,包括加强旅游执法队伍建设,加强旅游执法的规范化,加强部门联动执法。

针对国内旅游市场无序状况,加大市场整顿力度,加强有效组织和疏导,完善监控和管理手段,全面提升旅游要素供给质量和服务质量,提高游客满意度。

加强旅游统计体系建设,加快建立和完善旅游统计信息自动化管理网络系统,包括建立旅游统计卫星账户,科学建立和完善旅游统计数据库和旅游统计指标体系,加强旅游统计分析和旅游统计调查工作,提高旅游统计数据质量。

在全市旅游行业中全面实施ISO质量、环境管理体系国际标准以及有关国家标准、行业标准和地方标准,加强检查和监督,在旅游全行业增强质量意识,发挥旅游质量监督机制在检查、监督、管理和及时处理旅游投诉方面的作用。结合奥运工作,对已评星和挂牌的企事业加强复核和审核,促进服务体系质量进一步提升。对旅游集散中心、乡村旅游、工农业旅游等新开发的旅游项目尽快制定出服务规范和标准。

2. 加快现代旅游企业建设

积极引进先进的管理模式和管理集团,推动组建跨行业、跨部门、跨地区、跨所有制的大型旅游企业集团,鼓励旅游企业做大做强,加快旅游市场化运作。深化国有旅游企业产权制度改革,增强企业活力。对经营、管理、服务长期得不到改善的旅游区(点)推进所有权、经营权、管理权分离的改革。

3. 进一步发挥旅游行业协会的桥梁和纽带作用

市旅游行业协会积极发展会员单位,规范自身工作,扩大覆盖面,树立权威性,充分发挥指导和行业自律作用。行业协会要服务于企业,维护企业利益,解决企业在发展运营中的问题,进一步发挥行业

协会在政府与企业、企业与企业、企业与其他行业间的桥梁和纽带作用。

4. 建立多元化投资体系,创新融资体制

加大对旅游发展的资金投入,区县财政要建立旅游发展资金,并根据奥运旅游和各区县旅游业发展需要保证每年度适当增加。采取多种方式鼓励多种经济成分投资旅游业。按照旅游资源所有权、管理权和经营权三权分离的原则,以特许、转让和承包方式,广泛吸纳外资和民资,积极推行项目融资、股权置换等融资方式,实现投融资主体多元化。对在增强城市旅游功能方面具有导向性、示范性和公益性的大型旅游项目,应给予立项、规划和优惠投资政策方面的支持。

5. 加强旅游资源与环境保护

遵照《旅游业标准体系表》中的景区环境质量标准,由北京市旅游行业协会继续开展对北京市旅游区(点)环境质量的测评工作;评估预测旅游景区的容量,提出旅游客流和旅游产品调整建议,解决由于游客数量激增、旅游景点超负荷运转而导致的旅游环境和资源破坏问题。切实增加旅游资源环境保护建设投入,建立全社会多层次、多渠道、多方位的投入保障机制。制定旅游资源和环境保护的实时动态监测系统,配套完善旅游区(点)资源及污水处理、垃圾收集处理等环境保护基础设施与措施,注重生态建设。加强对生态涵养发展区、重要饮用水源地、自然保护区等生态功能区域的综合管理,强化旅游对资源和环境保护的促进作用,对不利于资源和环境保护的旅游项目,不批、不建、不推。通过政府行为提高人们的资源环境保护意识,倡导“绿色”旅游方式和行为。

6. 加强区域协作与互动

按照资源共享、市场共拓、客源对流的要求,以“一核(北京)、两环(水陆两条环线)、三中心(天津、大连、烟台)”的发展格局,构建以北京为核心的环渤海旅游区。

通过游线组织、宣传促销以及政府、企业和行业协会之间的联系与合作,整合北京、天津和河北的承德、秦皇岛等部分地区的旅游资源,扩展北京旅游的空间地域,打造以北京为主要接待服务与集散基地,涵盖天津、河北部分地区旅游线路组织在内的3小时(时距)首都旅游圈。实现无障碍旅游和区域一体化,通过构筑以北京为核心、跨行政区域、共享市场的首都旅游圈,开发新的观光旅游区(点),丰富北京观光旅游内容,扩大历史文化旅游区(点)的环境总容量,带动京郊及北京周边邻近省市的旅游发展。

建立北京与热点旅游城市(西安、青岛、大连、上海、杭州、南京、苏州、桂林、广州、深圳、厦门、三亚、丽江等)的市场互育机制,拓展旅游空间,强化区域合作。

第二章 会展业发展规划

一、规划背景

1. 良好基础

会展业是会议业和展览业的总称。“十五”期间,随着北京市经济社会的快速发展和改革开放的不断深入,北京会展业进入加快发展阶段,总量规模不断增加,行业地位初步确立,会展数量稳固增长,会展项目呈现专业化、国际化和品牌化的发展趋势,已成为全国最有影响的三大会展城市之一。

(1)会展业的经济效益和产业促进作用日趋明显。2005年北京会展直接收入达61.1亿元,比上年增长20.3%。会展业不仅直接促进产品创新及市场开拓、信息与技术交流、装饰与广告业发展、对外贸易和旅游观光,而且拉动交通、住宿、商业、餐饮娱乐、购物、金融、保险、电信等相关行业的发展,给城市

的综合影响力和城市的“营销”带来重要的发展机遇,同时也提供和催生了一大批就业机会。

(2) 会展数量稳步增长,国际会展项目增幅显著。2005 年,北京举办各类会议 17.4 万个,比上年增长 15.8%,其中,举办国际会议 6943 个,比上年增长 18.7%;举办各类展览 2367 个,比上年增长 12.6%,其中国际展览 322 个,比上年增长 9.5%,超过 1 万平方米的展览 156 个,比上年增长 5.4%;展览总面积 445 万平方米,其中,国际展览面积 87.8 万平方米,比上年增长 3.6%。北京会展业国际化程度不断提高,组织国际性、高规格会展的能力逐步增强。

(3) 国际专业品牌会展全国领先。北京拥有众多全国性科研机构 and 行业协会,在举办行业性专业技术展览会方面具有不可替代的优势。汽车、机床、通信、纺机、印刷、冶金、制冷、工程机械、仪器仪表、计算机、医疗设备和服装服饰等展览品牌趋于成熟。截止到 2004 年 10 月底,在中国内地 22 个被全球展览业协会(UFI)认证的展览中,北京的中国国际机床展、纺织机械展、通信展、服装服饰展、制冷展、工程机械展、冶金展、医疗仪器展和印刷展位列其中,国际品牌展览会数量居全国首位。近年来每年都有来自数十个国家和地区的数千家国外公司来京参展。

(4) 会展市场主体类型多样,行业依赖性强。从目前参与会展的企业和个人的分布看,展览场馆所有者和经营者以中央单位为主,达到 75%;大型品牌会展的组织者多为国有单位,以行业协会为主;民营企业在举办中小型展览会、组织各类会议、设计装修、广告经营等方面占有数量上的绝对优势。

从北京展览内容细分市场来看,经贸科技类和文教卫生类等体现首都特色与优势的专业展览比重较大,占展览总数的一半以上。从会展市场结构来看,国内展和国内会议从数量上占主导地位,但从收入增长及国际发展趋势看,未来北京会展市场中的国际性展览和会议的发展潜力很大。

(5) 会展设施总量居全国前列,市场格局初见端倪。北京市具有一定规模的会展场馆有 12 座,展览面积约 23.7 万平方米,其中室内展厅面积 18.4 万平方米,会议室面积 1.6 万平方米,会展设施总量居全国第四位。已经形成一定规模效应和市场聚集效应的会展场馆包括中国国际展览中心、国际贸易中心、全国农业展览馆、北京展览馆和北京国际会议中心等。此外北京共有星级饭店超过 600 家,其中部分饭店的会议场所达到了国际标准。

北京各展馆举办的展览会类型已呈现分级局面。国际展览中心新馆将是注重品牌展示的大型展览会的首选;亦庄北京经济技术开发区展馆将成为工程展、消防展等注重室外展览的专业展览会的选择;国际展览中心老馆将以举办规模在 4 万~5 万平方米的展览会为主;1 万~2 万平方米的展览会将主要在北京展览馆、全国农业展览馆等场馆举办;1 万平方米以下的展会将分散在中国国际贸易中心展馆等。

2. 发展趋势

(1) 国际会展业。随着经济全球化程度的日益加深,会展业已发展成为新兴的现代服务贸易型产业,成为衡量一个城市国际化程度和经济发展水平的重要标准之一。2004 年全世界大型会展总数超过 15 万个,其中国际会议约 7 万多个,国际展览超过 8 万个,全球会展业直接经济收益高达 2800 亿美元,为世界经济带来的增长总额超过 25000 亿美元。

伴随着会展经济的全球扩张,许多国际会展业巨头竞争亚洲、非洲、拉丁美洲的发展中国家市场,国际会展业正在出现重心转移之势。在中国加入世贸组织的背景下,中国市场的广大以及中国成为世界新的制造业中心的潜在发展前景,使得来自国外的专业展市场需求空间较大。

近年来,国际会展项目更加注重展与会的结合,会展内容趋于专业化、品牌化。越来越多的展览公司和会议公司涌现,且呈现集团化趋势。信息技术开始应用在会展方面,与实物展览相结合也是现在国际会展发展的新趋势。

(2) 国内会展业。从 20 世纪 80 年代以来,我国会展业经历从无到有,从小到大,以年均近 20% 的速度递增,行业经济效益逐年攀升,场馆建设日臻完善,已成为国民经济的助推器和新亮点。

全国以北京、上海、广州为一级会展中心城市,初步形成三大会展经济产业带,即包括北京、天津、烟台、廊坊等地的环渤海会展经济带,以上海为龙头、沿江沿海为两翼的长江三角洲会展经济带,以广