

2005

杭州研究

Hangzhou Yanjiu

- ◆ 了解杭州的窗口
- ◆ 研究杭州的资料
- ◆ 建设杭州的谋略



杭 州 研 究

2005

主 编 史及伟

副主编 杨作民 张尚松

中央文献出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

杭州研究 .2005 / 史及伟主编 .—北京:
中央文献出版社, 2006.7

ISBN 7-5073-2151-7

I. 杭… II. 史… III. 社会主义建设—成就—
杭州市—2005—文集

IV. D619.551-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 084411 号

杭州研究 2005

主 编/ 史及伟

副 主 编/ 杨作民 张尚松

责任编辑/ 孙 翊

出版发行/ 中央文献出版社

地 址/ 北京西四北大街前毛家湾 1 号

邮 编/ 100017

经 销/ 新华书店

排 版/ 北京方方激光照排中心

印 刷/ 北京晨旭印刷厂

880×1230mm 16 开 30.375 印张 700 千字

2006 年 7 月第 1 版 2006 年 7 月第 1 次印刷

印数: 1-1200 册

ISBN 7-5073-2151-7

定价: 68.00 元

版权所有 违者必究

目 录

专论专稿

- 论杭州旅游国际化战略..... 王国平 (3)
- 加强党的执政能力建设 总揽杭州经济发展全局..... 王国平 (10)
- 以科学发展观推进杭州“三农”工作..... 孙景森 (17)
- 进一步繁荣发展我市哲学社会科学..... (23)
- 杭州大文化产业发展对策研究..... 中共杭州市委宣传部课题组 (29)

专家论坛

- 论节约型经济与市场机制..... 杜 辉 (39)
- 和谐创业和杭州城市精神..... 马 良 (44)
- 新时期的群众观：考验党的执政能力..... 安蓉泉 (50)
- 加速发展杭州创意产业的几点思考..... 汤海孺 (55)

经济研究

- 杭州特色城镇工业功能区建设研究..... 杭州市经委课题组 (63)
- 杭州与苏州国内招商引资比较研究..... 陈 钢 冯美娜 何志三 (68)
- 和谐创业：杭州特色的发展模式..... 江成器 (74)
- 杭州旅游国际化研究..... 董祖德 (79)
- 杭州高新技术产业的现状与发展探索..... 钱荣南 (86)
- 杭州制造业基地建设与服务互动发展思考..... 冯临炎 (92)
- 加快发展杭州中小企业的思路与对策..... 杭州市经委课题组 (99)
- 杭州市农民专业合作社发展调研报告..... 余生瑞 方月仙 (105)

杭州市民俗旅游资源的保护与开发研究	吕洪年 曹莉亚 龙雍生 (111)
杭州市西湖区实施科教兴区战略研究	孔村光 (116)
杭州市下城区发展现代服务业的对策思考	莫永耀 (123)
西溪国家湿地公园建设的实践与发展思考	詹 威 童伟哉 俞宸亭 (131)
萧山民营经济快速发展路径探究	陈志根 (139)
杭州营造休闲之都的对策思考	邹身城 (146)
杭州市游览参观景点门票价格研究	韩长发 牛艳玉 臧建平 郑援朝 (152)
杭州清河坊历史街区旅游开发规划	武 彬 龚玉和 (158)
临安市城市化与生态经济战略构想	唐剑平 (165)
杭州发展地面快速公交的若干思考	何明俊 陈白磊 (169)
商业街建设的战略、战术研究	费英明 (174)
杭州市土地年租金征管现状与对策研究	沈 敏 (178)

政治文明

加快杭州市政府职能转变的对策研究	课题组 (185)
街道民主政治建设的有益探索	徐爱秀 (194)
杭州市党员先进性教育的调查与分析	杭州市社会科学院课题组 (200)

精神文明

新时期哲学社会科学的新主题和成果转化机制研究	张尚松 马 良 (209)
对新时期哲学社会科学的认知和成果转化的途径研究	马 良 (215)
杭州城乡集团化教育新模式调研报告	民盟杭州市委课题组 (222)
杭州市哲学社会科学事业发展状况调研报告	杭州市社会科学院课题组 (228)
杭州市社科类学会建设调研报告	杭州市社科联课题组 (236)
提升杭州公众科学素质的对策思考	陈天开 (245)
建设和谐社会新视角	
——来自杭州德加社区的实践	张 明 (252)
构建和谐社会的新途径	
——城市社区志愿服务工作在杭州天水街道的实践	课题组 (260)
杭州市城区中小学布局的调整思路与对策	应联行 李 钧 (266)
杭州市城乡教育公平问题调查报告	民盟杭州市委课题组 (272)

文化研究

- 杭州打造桥文化的思考 陈生荣 陈松禄 (281)
- 经济、文化两维合力
- 打造杭州“茶都”文化产业 张 彦 (285)
- 杭州文化旅游发展研究 应革新 (290)
- 论风水、环境、人与自然和谐 浙江科技学院课题组 (296)
- 景点文字差错知多少 黄绍筠 (303)
- 西泠印社社团特性与运作机制探析 王玉明 张钰霖 (307)
- 发达地区农村文化建设：问题与对策 肖剑忠 郎茂峰 (313)

西湖研究

- 西湖风景新论 李一凡 (323)
- 西湖管理的规范化、科学化和法制化 周 勳 (330)

南宋研究

- 论南宋在中国历史上的地位和影响 何忠礼 (335)
- 南宋定都杭州以后中原文化对当地的影响 徐吉军 (342)
- 南宋人才之盛及其原因 俞兆鹏 (349)
- 南宋时期杭州典籍文化的发展与贡献 顾志兴 (356)
- 南宋：走向开放型市场的重大转折 葛金芳 (361)
- 陆游的文学成就、历史地位与深远影响 吴亚卿 (368)
- 位卑未敢忘忧国：杭州的陆游 陈 琿 (372)
- 陆游研究中的若干问题考 何忠礼 (384)

社会调查

- 杭州农民生存和发展的基本保障问题研究 邵雅萍 林伟光 (395)
- 杭州市企业退休人员社会化管理的调查与思考 俞伟英 (402)
- 杭州市失地农民权益保障情况调查与建立新机制的探索 课题组 (408)

社会与法

- 从社会学视角看解决社会问题的法治路径 傅立群 (417)
- 遏制窝案串案职务犯罪的对策研究 郑月明 (424)
- 修正后刑事诉讼法第 150 条的实践与再修改 陈中南 俞洪水 (431)
- 建立健全杭州农村养老保险制度的对策 杭州市体改办课题组 (434)

杭州古今

- 范仲淹与杭州 李祝华 范云绶 (443)
- 范仲淹与睦州、越州、杭州三记 范矛彘 范沁怡 (450)
- 富阳、新登抗战史话
——纪念中国人民抗日战争胜利 60 周年 徐士剑 (457)
- 《西游记》在杭州的传说 杨子华 (465)
- 孔子世家大宗辨 郑艮安 (473)

专
论
专
稿

论杭州旅游国际化战略

王国平

旅游业是杭州的支柱产业，是杭州老百姓的“摇钱树”。在杭州不抓旅游的领导就是一个不清醒的领导，不会抓旅游的领导就是一个不称职的领导。当前，杭州旅游业的发展正处在一个关键时期，“十字路口”。是进是退，是消是长，是全市各级党委、政府必须高度关注的一个问题。

杭州旅游业近期到 2010 年的目标是：基本形成国际风景旅游城市和“东方休闲之都”的框架。为此，必须重点研究和解决以下 8 个问题。

一、旅游国际化与杭州城市定位

杭州倚湖而兴、因湖而名、以湖为魂，一直以秀丽风光闻名中外。早在 800 年前，杭州就有了“人间天堂”的美誉。马可·波罗称赞那时的杭州是“世界上最美丽华贵的天城”。但杭州的定位长期来一直没有定论，可以说是几经变化。新中国成立之初，杭州被确定为全国对外开放旅游参观城市。当时的一项重要工作，就是恢复生产，整修受战争破坏的西湖风景名胜，以及建设部分休疗养设施。1953 年，国家建工部和苏联专家穆欣帮助制定的杭州城市初步规划，确定杭州为“以风景休疗养为主的城市”。根据这一定位，杭州建起了陆疗、海疗、空疗等一大批疗养院。1956~1959 年“大跃进”期间，杭州又被定位为“中等的以重工业为基础的综合性的工业城市”。现在看来，这个定位与杭州城市的性质是完全相违背的，但也反映了那个特定历史时期人们对杭州这座城市的认识。当时的大背景就是“超英赶美”、“以钢为纲”。根据这一城市定位，杭州建起了杭钢等 40 多个具有一定规模的国有企业，初步形成了从艮山门到半山的重工业区。1983 年，经国务院批准的《杭州市城市总体规划》，把杭州定位为“浙江省省会所在地，历史文化名城和全国重点风景旅游城市”。迈入新世纪，市委、市政府在总结历史经验教训基础上，立足杭州城市的比较优势，着眼时代发展的现实要求，对杭州城市性质重新进行了定位。2002 年 10 月完成修编、经省政府上报国务院审批的新一轮《杭州市城市总体规划》，把杭州城市定位为“国际风景旅游城市；国家历史文化名城；长江三角洲的重要中心城市；浙江省政治、经济、文化中心。”这一定位，从三个层面对杭州的城市性质进行了界定：对浙江而言，杭州是省会城市，是浙江的政治、经济和文化中心；对中国而言，杭州是国家历史文

化名城、长三角重要中心城市。分三个层次对杭州进行定位,从根本上解决了那些长期争论不休的问题。

国际经验和有关研究成果表明,国际风景旅游城市一般要具备以下3个基本特征:一是城市实现现代化并与国际接轨,逐步实现国际化;二是城市旅游形象鲜明突出,拥有足够规模并具有国际水准与吸引力的旅游景点和项目设施,在世界和洲(区)内享有较高知名度;三是国际旅游发达,年接待国际旅游者达相当规模。我们可以把国际风景旅游城市的主要量化指标与去年杭州的实际情况作一比较。1. 人均GDP大于1万美元。去年杭州为4700美元,今年可望突破5000美元,市区可望突破6000美元。按照这样的速度,再用5~7年时间,也就是说到“十一五”期末杭州人均GDP有望达1万美元;2. 第三产业比重大于60%。去年杭州为41%。目前杭州还处于工业化中后期,这几年服务业的比重始终在41%~43%之间徘徊。市委、市政府提出要大力发展现代服务业,就是为了加快杭州的“二三一”产业结构向“三二一”转型;3. 旅游业产出值占生产总值的比重大于20%。去年杭州只有6.5%;4. 旅游业从业人员占城市从业人口的比重大于10%。去年杭州只占6%;5. 年接待境外游客量大于200万人次。去年杭州为124万人次,今年可望超过140万人次;6. 年旅游外汇收入大于10亿美元。去年杭州接近6亿美元,今年可望突破7亿美元。7. 国际旅游者人均消费水平大于500美元,去年杭州不足200美元;8. 航空港年吞吐量大于1000万人次。去年杭州为633万人次;9. 国际航线大于20条。去年杭州为13条。另外还有一些参考指标,包括人均道路面积大于12平方米;现代快速交通线占对外交通线的比例大于60%;人均拥有电话数5部(包括公用电话、公共场所电话、手机);具有合理结构的星级饭店客户数量大于1万间;人均绿地面积大于10平方米;旅游景点数量大于100个;国际级旅游景点数大于10个,人均风景面积200平方米,等等。从以上主要指标的对比分析中可以看出,杭州完全能够建成国际风景旅游城市,有一些指标5年内就可以达到,包括旅游外汇收入、航空港吞吐量、国际航线等;有一些指标经过10~15年努力达到。

总的看,杭州离国际风景旅游城市确实还有相当大的差距。一是杭州国际旅游的发展水平不够高,在国际旅游市场上的知名度还是很低;去过国外的杭州人都有这样的感受,要让外国人知道杭州在中国的什么地方,先要说明杭州在上海附近。二是城市服务功能包括城市金融服务、信息服务、公共设施服务还不够完善。三是城市环境包括城市生态环境、社会环境和语言环境都亟待加强。实施旅游国际化战略,就是要让杭州这座旅游城市在国际上富有鲜明的城市个性魅力,具有高质量的国际旅游环境,在国际旅游市场上拥有知名度高、竞争力强的旅游产品,能为游客提供符合国际惯例的旅游服务,真正成为国际风景旅游城市。实现这一目标,关键是要抓住两个要点:一是提升知名度。旅游经济是典型的“注意力经济”、“眼球经济”。“好酒也怕巷子深”。旅游业最怕缺乏知名度,最怕缺少“眼球”注意。二是搞好服务。PATA组织曾提到一个问题,就是西湖游船的救生设施。西湖游船的救生衣放在最隐蔽的地方,这主要是怕难看。但他们认为这样做缺乏人性化。救生设备就应该暴露在外,让游客在第一时间能看到,让游客放下心来旅游。

二、旅游国际化与提升杭州旅游核心竞争力

核心竞争力具有唯一性、独特性、垄断性等特点,人无我有,偷不去、买不来、拆不开、带不走。提升杭州旅游核心竞争力,是扩大杭州旅游知名度、增强杭州旅游吸引力、实现杭州旅游业又快又好发展的关键。多年来,杭州旅游在世界旅游市场上知名度始终不高,远的不如以秦始皇兵马俑为代表的古代中原文化,近的不如以黄山为代表的徽州文化。根本原因,就在于我们对什么是杭州旅游业核心竞争力、如何打造杭州旅游业核心竞争力,始终没有清晰的认识。这其中既有杭州旅游资源过于丰富、难以取舍的原因,也有各地在旅游促销中“各唱各的调”、没有形成统一品牌的原因。

提升杭州旅游业核心竞争力,既要着眼于国内旅游市场,更要着眼于国际旅游市场,打造一个具有独特性、差异性的国际旅游品牌。这就是“东方休闲之都”的品牌。打响“东方休闲之都”品牌,就是建设国际风景旅游城市。过去我们曾提过打造“东方日内瓦”。现在看来,这个提法不够准确。日内瓦是一个国际风景旅游城市,但更是一个会展业城市。它有20余万人在为100多个联合国组织服务,联合国雇员及其家属也有20多万人。因此,日内瓦的特点就是依靠联合国组织发展会展业,与杭州这座城市有很大区别。打响“东方休闲之都”品牌与实施旅游国际化战略是完全一致的,两者是目的与手段的关系。打造“东方休闲之都”是实施旅游国际化的根本目的,旅游国际化则是打造“东方休闲之都”的根本途径。打造“东方休闲之都”,就是要以旅游国际化和举办2006世界休闲博览会为载体,扎实推进以景观、文化、产业“三大支撑”和观光度假、文化娱乐、风味餐饮、特色购物、体育健身、学习培训、创意设计、会议交流、休闲商务等“九大领域”为重点的“东方休闲之都”建设,不断提升杭州旅游的核心竞争力。

三、旅游国际化与杭州旅游产业结构调整

发展是主题,结构调整是主线。结构调整不仅对杭州一二产业的发展来说是决定性的,对以旅游业为龙头的现代服务业发展来说同样是决定性的。我们要走出一个“误区”,就是认为调整产业结构、实现产业升级仅仅对二产而言。实际上,旅游业包括服务业同样有一个结构调整、产业升级的问题。当前,杭州旅游业发展面临着不少突出矛盾和问题。一是国内旅游增长缓慢;二是入境游客比重偏低;三是人均逗留时间短、花费少。出现这些问题,根源在于旅游产业结构不合理、产业档次比较低。我市旅游企业和旅游产品“低、小、散、弱”现象严重,没有真正意义上的旅游“航母”和有震撼力的旅游吸引物,国际化程度很低。杭州旅游产品一向以观光游产品为主导,观光游“一枝独秀”,会展游、休闲游发展缓慢。解决这些矛盾和问题,关键是要紧紧抓住结构调整这条主线,大力推进旅游产业结构战略性调整,实现结构优化、产业升级。

推进杭州旅游产业结构战略性调整,要着力在“三个转变”上下功夫:一是以转变观

念为先导,加快从数量扩张型向质量效益型转变。多年来,杭州旅游业的发展主要依靠量的扩张而不是质的提高,靠扩大投入增加旅游景点,靠景点建设增加旅游人数,靠增加旅游人数提高旅游收入。偏重数量,轻视质量;只讲总量,不讲“人均”,造成部分地区旅游产品重复建设现象突出,“低、小、散、差”旅游景点闲置浪费严重。我们要认真学习借鉴世界旅游业发展的成功经验,转变观念,更新理念,不但要看总量,更要看人均;不但要看旅游人数,更要看人均逗留时间、人均消费水平、人均旅游收入,真正把发展旅游业的着力点从量的扩张转移到质的提高上来。二是以实施旅游国际化战略为突破口,加快从国内旅游“一轮独大”向国内旅游和入境旅游“两轮驱动”转变。在继续加快发展国内旅游、拉长“长腿”的同时,立足资源优势,把入境旅游作为加快杭州旅游业发展的突破口来抓,大力实施旅游国际化战略,努力提高杭州旅游的国际化水平,接长“短腿”,真正做到国内旅游和入境旅游“两轮驱动”。三是以举办西博会和 2006 世界休博会为抓手,加快从观光游“一枝独秀”向观光、会展、休闲游“三位一体”转变。我们要在巩固提高观光游基础上,大力创新旅游业态,培育新的增长点,加快发展会展游、休闲游、打响“东方休闲之都”品牌。总之,实施旅游国际化战略是推进杭州旅游产业结构调整的重要内容和主要抓手,必须放在旅游产业结构战略性调整的大背景下来思考、来实践。从事旅游业的同志们都要认真考虑落实科学发展观问题。落实科学发展观很重要的一点,就是要调整经济结构、转变增长方式。这也是旅游业必须面对和回答的一个战略性大课题。

四、旅游国际化与实施“旅游西进”

2001 年,市委、市政府提出了“旅游西进”战略。2003 年,我们又提出了旅游国际化战略。两者之间是什么关系呢?“旅游西进”是推进杭州旅游国际化的重要载体。它不仅仅是杭州旅游业的发展战略,也是杭州经济社会发展中的重大战略,是杭州的“西部大开发”战略。所谓“旅游西进”,就是以“三江两湖一山一河三址”为基础,通过规划共绘、交通共建、市场拱拓、产业共兴,整合和优化配置旅游等各类资源,构筑全市 1 小时半交通圈、旅游圈和经济圈,打响“游在杭州”品牌,把杭州建设成为国内外享有较高知名度的旅游集散中心和重要目的地,成为现代化的国际风景旅游城市。“三江”就是钱塘江、富春江、新安江;“两湖”就是西湖、千岛湖;“一山”就是天目山;“一河”就是京杭大运河(杭州段);“三址”就是南宋皇城遗址、跨湖桥遗址和良渚遗址。“三江两湖一山一河三址”中的不少旅游资源,都完全可以打造成世界级旅游产品。专家认为,京杭大运河旅游产品不亚于西湖。因此,我们要加快京杭大运河(杭州段)旅游产品的开发。现在正在实施运河(杭州段)综合整治与保护开发工程,力争把运河(杭州段)打造成杭州的“塞纳河”。2006 年休博会开幕前,一期工程将建成开放。目前“三址”中的良渚遗址正在建设国家级文化公园,跨湖桥遗址也将结合湘湖的恢复,建设一个国家级的跨湖桥文化博物馆。南宋皇城遗址保存得非常完好,是一笔了不得的财富。如果能把这个遗址全部挖掘出来、展示出来,一定会成为中国的第二个“兵马俑”。去年仅仅挖了一个角,就发现了严官巷南宋御街遗址,被评为 2004 年度全国十大考古新发现之一。这条御街宽

40米，中间是御道，两侧是官道。在2002年度的全国十大考古新发现中，杭州独占其四，而且都与南宋有关，可以说是空前绝后。这些说明杭州的旅游资源确实非常丰富，而且分布在13个区、县（市）。因此，我们必须把“旅游西进”作为“构筑大都市、建设新天堂”的战略重点、促进区域协调发展的重要战略、增强城市综合竞争力的重要途径来抓。无论是从理论还是实践上看，对“旅游西进”战略，我们要从三个层面去理解、去把握：一是促进杭州旅游业发展的重大战略，实施这一战略的根本目的就是建设国际风景旅游城市。二是促进杭州现代服务业发展的重大战略，也就是要打造全市1小时半经济圈。通过整合各区、县（市）“吃住行游购娱”六大要素，促进现代化服务业发展。三是促进杭州市域东西部协调发展的重大战略。现在城区发展较快，县（市）发展相对缓慢，差距不仅没有缩小，反而还在逐渐扩大。我们要通过实施“旅游西进”，促进产业梯度转移，实现市域东西部协调发展。因此，从最高层面讲，“旅游西进”战略是杭州的“西部大开发”战略。实施这一战略的主要目的是提高杭州旅游的国际化程度。

五、旅游国际化与以游客为中心

旅游业是一个服务性行业，以游客为中心的服务竞争是旅游竞争的最高形态和核心内容。顾名思义，服务业就要在服务上下功夫，坚持以人中心。对旅游业而言，就是要以游客为中心。过去我们讲旅游服务，大多以管理者为中心，从方便管理出发来考虑问题。这是建设国际风景旅游城市的“死敌”。实施旅游国际化战略的一个重要目的，就是摒弃以管理者为中心的思维定势，实现以管理为中心向以服务为中心，以管理者为中心向以旅游者为中心的转变。所谓“以游客为中心”，就是要以游客呼声为第一信号，以游客需要为第一追求，以游客满意为第一标准，让每一位到杭州的游客都能切身感受到杭州这座城市“游客至上”的人文关怀。以游客为中心，要从细节做起。宾馆不能仅以硬件取胜，更要以“软件”取胜，要在“软件”建设上狠下功夫。

我们建设旅游咨询服务中心、完善杭州旅游集散中心、推进高星级饭店建设、完善多语标识系统、提高环境“四化”水平、完善口岸建设等，都是为了打响“以游客为中心”的品牌，喊响“游客的小事就是杭州的大事”的口号。

六、旅游国际化与坚持“三力合一”

实施旅游国际化战略，建设国际风景旅游城市，必须坚持“三力合一”，也就是要把政府的主导力、企业的主体力、市场的配置力有机结合起来，真正做到“政府主导、企业主体、市场运作”。一要坚持政府主导。旅游业是政府主导型产业，政府要在制定规划、整合资源、完善政策、市场准入、加强监管、优化环境、宣传促销、提供服务、人才培养等方面充分发挥主导作用，并以此来推动企业主体力和市场基础力的发挥。旅游业与工业、农业不一样。工业、农业不是政府主导型产业。中央从来没有说过农业、工业是政府

主导型产业。但旅游业却是政府主导型产业。我个人理解主要是两个原因：一是旅游业的关联度特别大。二是旅游资源大多是生态性的，如放任自流最终必然出现“只要金山银山，不要绿水青山”。近年来，杭州市委、市政府在旅游管理体制创新上采取了一系列强有力措施，包括成立市旅游委员会、成立西湖风景名胜区管委会、实行西湖区与之江国家旅游度假区两区合署等，都是为了更好地发挥政府的主导作用。二要坚持企业主体。企业是旅游景区景点建设的投资主体，宾馆特别是旅行社是连接旅游市场与游客的桥梁纽带。要充分发挥企业在景点建设、产品开发、市场开拓等方面的主体作用。最近几年市委、市政府相继出台了一系列鼓励扶持现代服务业发展的政策措施，并组织开展“十佳旅行社、十强旅行社、十佳导游”等“三个十”评选表彰活动，目的都是为了更好发挥企业的主体作用。三要坚持市场运作。充分发挥市场“无形之手”的作用，按照“谁投入、谁受益”原则，引入竞争机制，筹措建设资金，形成多元投资主体，推进旅游产业化、经营市场化和经营社会化。这三个方面都要认真研究。

七、旅游国际化与打好“四张牌”

“四张牌”就是“杭州牌”、“浙江牌”、“中华牌”、“国际牌”。这几年杭州干了不少大事，包括实施西湖综合保护、西溪湿地综合保护、“三口五路”综合整治、“一纵三横”道路综合整治、背街小巷改善，等等。其中一条带有共性的经验，就是整合资源。政府干什么？说到底就是整合资源。资源是一种矢量，就是既有数量，又有方向的量。政府的任务就是通过资源整合把不同方向的矢量集中到政府所希望的方向上来。因此，政府除了抓规划之外，还要在更大范围内整合资源。一要打“杭州牌”。以西湖为核心，整合“三江两湖一山一河三址”资源，精心策划，统一包装，整体推出，打造具有国际竞争力的旅游产品。在国内旅游市场上，各区、县（市）各打各的品牌，可能还会小有成果。但在国际旅游市场上，不要说一个区、县（市），就是整合13个区、县（市）力量，也很难取得大的成效。二要打好“浙江牌”。加强横向协作，与沪、嘉、湖、宁、绍、舟等城市联手打造“环杭州湾黄金旅游线”，增强浙江旅游在国际市场上的影响力和吸引力。三要打好“中华牌”。牢固树立跨行政区划和长三角整体发展理念，服务长三角、接轨长三角，形成整体合力。特别要充分发挥上海作为入境主要目的地和杭州旅游重要客源地的作用，与黄山、上海联手打造“名城一名山一名湖”国际黄金旅游线。四要打好“国际牌”。坚持“走出去、请进来”，加强与主要客源国特别是日本和韩国的联系，推进与目的地市场旅游服务机构、国外航空公司和新闻媒介的合作，积极争取中国驻外机构的支持，扩大杭州在国际旅游市场的影响力，增强杭州旅游对国际游客的吸引力。日本市场我们不能放弃，要欢迎日本企业到杭州来投资，欢迎日本游客到杭州来旅游。杭州的旅游产品对日本人有着特殊的吸引力，来过杭州的日本人没有一个说杭州不好的，说明杭州的旅游产品对日本人有着巨大的吸引力。对外旅游宣传促销也要讲究策略。我看过“日航”一本介绍杭州旅游的宣传画册，乍一看还不知道是在宣传杭州，看了说明以后才知道确实是在宣传杭州。为什么呢？我们拍的照片都是景点，而他们拍的却都是人，角度完全不一样。由于文化背景不

同,我们认为美的,可能他们会认为是丑的,我们认为是丑的,可能他们会认为是美的。因此,旅游宣传一定要用当地媒体,利用当地机构来策划才有效。去年在日本招商引资和旅游促销期间,“女子十二乐坊”的演出引起了很大轰动。“女子十二乐坊”在台上表演时,台下座位不多,二三百日本大企业的总裁和友好城市的官员就站在宴会厅里看演出,气氛非常好。“女子十二乐坊”是民间文化团体,没有任何政府背景,居然会有这么大的影响,连中国驻日本使馆的商务参赞也感吃惊。

八、旅游国际化与实现“四大提升”

推进旅游国际化战略,必须紧紧围绕实现旅游产品、旅游促销、旅游环境、旅游服务“四大提升”做文章、出成果。一是提升旅游新产品。旅游新产品档次较低、文化品位不高,缺乏独特性、差异性,是影响杭州旅游国际化水平的重要因素。从数量看,日前杭州旅游产品开发已处于“滞涨”状态,不是太少,而是太多,而且是“星星”多,“月亮”少;从后消费时代游客的消费需求看,杭州旅游产品又处于“青黄不接”状况,景点很多,但满足不了世界旅游市场的需要。解决这一矛盾,必须千方百计求提升,在旅游产业的再开发、再包装上下功夫,包括对产品文化内涵的深度挖掘和对产品表现形式的重新包装。西湖综合保护工程就是对西湖这个旅游产品进行再开发、再包装的有益尝试。其他诸如大运河产品、休博会、西博会、湘湖、天目山、千岛湖、钱江潮这些旅游产品,都要好地进行包装。萧山要努力做好湘湖的文章,唱响“西湘记”。二是提升旅游促销。国际旅游市场的促销要讲究品牌效应。目前杭州旅游的宣传促销还处于“散打”状态,营销手段明显落后于国际知名旅游城市,没有形成整体合力。要围绕打好“杭州牌”、“西湖牌”和“东方休闲之都”品牌,整合资源、形成合力。三是提升旅游环境。世界著名旅游城市都十分注重城市环境特别是生态环境建设,把增强旅游环境的亲和力放在重中之重的位置。我们要围绕提高城市“洁化、绿化、亮化、序化”水平,加快杭州城市环境综合整治和长效管理,不断改善杭州的旅游环境。四是提升旅游服务。旅游服务质量,决定着一个旅游城市特别是国际风景旅游城市的前途和命运。目前杭州城市的接待服务水平,包括支撑旅游业发展的各个系统的接待服务水平离国际水准还有很大差距。我们要努力打好服务牌,为游客提供符合国际惯例的高质量旅游服务。

小平同志曾经说过,像杭州这样的风景旅游城市在世界上可是不多的。要把杭州的旅游业好好发展起来。他还说,上有天堂,下有苏杭。杭州真是个好地方,要把西湖保护好,建设好。小平同志的重要指示精神完全符合杭州实际。我们要按照小平同志指示精神,进一步做好西湖这篇文章。建设现代化国际风景旅游城市、打响“东方休闲之都”品牌,这是我们矢志不渝的奋斗目标。

(作者:省委常委、杭州市委书记、市人大常委会主任)

加强党的执政能力建设 总揽杭州经济发展全局

王国平

2005年是贯彻党的十六届四中全会精神、加强党的执政能力建设、巩固宏观调控成果的关键一年，是全面完成“十五”计划、衔接“十一五”发展的重要一年。我们必须继续高举邓小平理论和“三个代表”重要思想伟大旗帜，贯彻十六届三中、四中全会、中央经济工作会议精神和省委十一届七次全会、全省经济工作会议精神，落实省委推进“八八战略”和打造“平安浙江”部署，以党的执政能力建设和科学发展观总揽全局，按照“发展、创新、稳定、为民”总要求，坚持“四个突出”（突出发展这个主题、改革这个动力、转变增长方式这条主线，市区与县（市）统筹并进这个关键和解决“三农”问题这个重中之重），推进“五大战略”，破解“七大问题”，打造“平安杭州”，引领“和谐创业”，加强三个文明和党的建设，加快发展，率先发展，协调发展，在全省发挥龙头、领跑、示范、带头作用。

根据中央经济工作会议精神和杭州实际，2005年我市经济社会发展的宏观调控主要预期目标为：全市生产总值增长12%。全社会固定资产投资增长18%，社会消费品零售总额增长13%，实际利用外资增长25%，外贸出口总额增长15%，居民消费价格指数上涨控制在4%左右，城镇居民可支配收入增长9%，农村居民人均纯收入增长7%，城镇就业岗位净增13万个，城镇登记失业率控制在4.5%以内。

为完成上述目标任务，我们要进一步振奋精神，抢抓机遇，克难攻坚，团结奋进，采取有力措施。

一、以促进农民增收为核心，解决“三农”问题

坚持统筹城乡发展，坚持工业反哺农业、城市支持农村，坚持“多予、少取、放活”，加大支农力度，已实行的支农政策不能变，给农民的实惠不能减。提升农业。大力发展都市型农业，推进农业产业结构调整，优化农业区域布局，培育“六大优势产业”和“五大特色产业”，力争2006年基本形成城市生态农业、平原高效农业、山区特色农业三大圈层格局。加强农业综合开发，鼓励发展农业龙头企业和农村专业合作组织，提高农业现代化、产业化、市场化水平。保护粮食生产能力。保障农民。加强农民培训，提高农民素