

都市前沿丛书

上海是名牌

Shanghai Shi Mingpai Shanghai Shi Mingpai

陈启甸 著

学林出版社



Shanghai Shi Mingpai

上海是名牌

陈启甸 著

学林出版社



图书在版编目(CIP)数据

上海是名牌 / 陈启甸著. —上海: 学林出版社,
2003. 9

ISBN 7 - 80668 - 544 - 8

I. 上... II. 陈... III. 旅游业—概况—上海市
IV. F592. 751

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 052253 号

都市前沿丛书

上海是名牌



作 者——陈启甸

责任编辑——王后法

封面设计——周剑峰

责任监制——应黎声

出 版——学林出版社(上海钦州南路 81 号 3 楼)

电话: 64515005 传真: 64515005

发 行——新华书店上海发行所

学林图书发行部(钦州南路 81 号 1 楼)

电话: 64515012 传真: 64844088

印 刷——上海出版印刷有限公司

开 本——640×965 1/16

印 张——25.25

字 数——33 万

版 次——2003 年 9 月第 1 版

2003 年 9 月第 1 次印刷

印 数——5 000 册

书 号——ISBN 7 - 80668 - 544 - 8/G · 180

定 价——35.00 元

都市前沿丛书

主编 朱鸿召



关于都市前沿丛书

城市化,都市化,作为现代化的直接表现形态,正成为中国的社会现实。随着改革开放的进一步深入,中国城市建设越来越火热,社会城市化程度越来越高。如何全面地理解城市社会,如何科学地建设城市,如何人性地管理城市,如何让我们的城市屹立东方、面向世界,如何在城市率先建成全面小康社会?所有这些都是我们在现代化建设过程中要遭遇的问题或难题。

在中国,只有上海最有资格称为都市。因为上海曾有过近一个世纪的城市化历史,因为上海正在进行着国际化大都市建设,因为作为城市形态的上海与国际大都市有最多的接触交流,还因为上海对于周边地区和中国内陆地区具有强大的经济文化辐射力。

此水此河,与海相连。本丛书旨在具体记录描述、分析透视上海作为一个国际化大都市进程中的诸多现实理论问题,努力探讨中国城市化、都市化、现代化过程中出现的新情况、新思路。

主编

为“名牌”叫好

——为《上海是名牌》而作

道书明

那天,时近黄昏。启甸来到我的办公室,拿出一摞打印得整整齐齐的书稿,十分诚恳地请我为他即将出版的新书《上海是名牌》作序。当时,我的第一感觉是,启甸又做了一件十分有意义的事情。作为一名资深旅游记者,这十多年来,启甸可谓见证了上海旅游产业从初创起步到成长壮大的不凡历程。今天,他将各个时段见诸报端,且产生一定影响的文字从千余旅游新闻作品中挑选出来,结集出版,不仅有助于后来者了解申城旅游业迅速崛起的轨迹,同时也将促使我们这些“老旅游”积极反思以往历尽艰辛走过的路……20多万字的书稿,饱蘸着作者的一腔热情,蕴含着一种不遗余力为申城旅游“鼓与呼”的责任感和使命感,情真意切,值得我们广大旅游从业人员珍视。

由于长期从事旅游管理工作,我几乎与沪上所有媒体的旅游记者都打过交道。陈启甸是其中结识较早、时间也比较长的一位。当初他给我的印象是为人谦虚,很诚恳,如同“海绵”一样,努力地吸收着来自各方有价值的信息。以后随着交往的不断加深,我发现他还是个勤于思考的人。接受他采访,你可以感觉到他都是做过资料准备的,这在若干年以后即便有了相当的积累也不例外。正因为此,我俩每次的交谈总能聊得很畅、很透,许多灵光乍现的东西,经他的笔一提炼,总能产生很不错的效果。记得有一次,我们一同去南京搞旅游促销。在宾馆同处一室聊到深夜,话题由起初的“如何降低上海的门槛,吸引更多的外来游客”而不断发散开去。兴致一上来,我便把一段时

间内有关这方面的思考全部向他抖落出来。当时,我便预感到,他可能又要炮制什么大作了。果然回沪没几天,我便在报上看到了启旬的长篇思考文章《发展大旅游 开拓大思路》。“金陵夜谈”中的许多“灵感”很快便成了文章中颇具说服力的素材。

每每在报上读到让人回味无穷的好文章,人们总会感佩记者神奇的发现能力。殊不知,这种发现力的造就并非一日之功,而是长期专注业务积累的结果。据我所知,为了拓宽自己的知识面,启旬在钻研业务上是着实下了一番功夫的。他阅读了不少有关旅游经济方面的书籍,也从我这儿“搬走”了许多国内外最新的旅游经济研究资料。不断地充实、丰富自己,使他的报道宏观把握较准,立意自然也就高了。这方面有两件事给我印象深刻。1996年夏天,上海旅游界接连组团分赴内地,推销申城旅游产品。启旬参加了广州那一站的活动。旅游促销司空见惯,如何报道出新意?启旬又思索开了。他是这么看待那次南下“吆喝”的:上海旅游业到南方推销旅游产品的举动,大大开阔了我们对于名牌概念的理解。在市场经济条件下,名牌不仅指传统的工业产品,也包括像旅游资源这样的特殊产品;从更深层次看,上海这座城市何尝不是一个光彩夺目的名牌呢?时值报纸上正在开展有关实施名牌工程的大讨论。他结合自己对名牌的独到理解,连夜赶出了《“上海”也是一个名牌》的通讯。文章提示人们,在实施名牌工程中,每一个上海人都应树立“城市品牌”观念,不断提升它的牌誉,使上海成为国际性的“名牌城市”。通讯第二天在报纸一版头条发表后,得到了业内人士的普遍赞誉。上海每年都要举办旅游节,启旬先后参加过十届旅游节的报道。1995年,随着申城“都市旅游”的准确定位,上海旅游产业的发展有了一个良好的开端。那么,如何抓住旅游节契机,有力推动申城旅游产业化发展进程呢?我在思考,启旬也在思考。当我向他谈了一些想法后,很快得到了他的共鸣和响应。11月25日,就在旅游节开幕的前两天,一篇《全力抓住旅游节契机》的长篇思考文章,几乎占据了当天解放日报《经济新观察》版的半个版面。文章提出的三大办节目标,即旅游节要留下市场留下产品,要将社会参与办节

的组织运行机制加以完善,要树立起上海旅游目的地良好的城市形象”,进一步廓清了办节者的工作思路,为以后的上海旅游节明确了方向。

注重搜集报道后的反馈意见,特别是来自业内人士对自己报道的不同意见,甚至是批评意见,也是启甸丰富自己知识积累的一贯做法。每当报道产生异议(我也曾多次毫不客气地指出过启甸报道中的不妥之处),启甸总能先在自己身上找原因,错了就毫不回避责任,并在以后的报道中坚决加以修正。正是以其坦诚,启甸在旅游界赢得了较好的口碑,结识了一大批朋友。大家都很乐意与他交流,一些旅游企业甚至视其为“智囊”,他是目前上海市旅游协会中唯一一位来自新闻界的常务理事……所有这些,都为启甸的新闻报道工作创造了很好条件。

我认为,作为一张大报的旅游记者,启甸通过自己不懈的努力,是获得成功的,是为上海旅游业的发展作出很大贡献的。今天他能积多年辛勤所得,结集出书,我打心眼里为他高兴。《上海是名牌》,这书名起得很好。其实,一座城市要争名牌,当记者的又何尝不是?今天,启甸在努力向这个目标挺进,相信我们还有许多旅游记者也在同时瞄准了这个目标。

让我们为名牌叫好!

2003年5月14日

目 录

为“名牌”叫好	道书明	1
---------------	-----	---

观察与思考

发展大旅游 开拓大思路	3
酒店房价与旅游业	8
申城宾馆不能盲目发展了	10
申城酒店业该调整结构了	12
成功营销是开启酒店市场的钥匙	14
连锁小旅馆：你在哪里？	16
上海应建国际性酒店用品市场	23
信息网络化向酒店业提出挑战	25
上海旅游业大有可为	27
把申城建成购物天堂	29
“老虎脚爪”“粢饭糕” 景点小吃何处找	31
上海应开掘社会旅游资源	33
申城呼唤中外合资旅行社	35
商务旅游：大有潜力的旅游市场	37
挖掘人文历史景观 发展上海都市旅游	39
开掘名牌高校旅游资源，如何？	41
各区县纷纷兴建旅游景点 全市亟需“总调度”统筹	43
沪上旅行社缘何收益大“缩水”	45
全力抓住旅游契机	47
让企业真正登上旅游节前台	51
人文景观 都市旅游“黄金架”	53
上海旅游商品销售何以下滑	55
开发“双高”旅游纪念品	57

发展区县旅游须健全管理机构·····	59
面临入世 旅游业准备好了吗? ·····	61
APEC 为旅游业全面创新带来契机·····	63
将旅游业发展成上海支柱产业·····	66

综 述

旅游成为上海经济新增长点·····	73
旅游节在改革中走向成熟·····	75
申城都市型旅游渐入佳境·····	78
向世界旅游强市迈进·····	80

采 访 札 记

申城旅游业三怪·····	85
市郊旅游缘何“热”不起来·····	87
欢迎到上海来开会·····	89
上海旅游出多进少“一头沉”·····	91
把申城的“门槛”降下来·····	93
旅游、园林部门携手开发 “建绿”与“建景”相得益彰 ·····	95
申城旅游亟需抓好系列服务·····	97
宣传策划攻势不力 上海难显旅游魅力·····	99
沪宁高速公路串点成线 购物观光客流滚滚而来 ·····	100
上海旅游业该作结构调整了 ·····	102
申城要发展特色旅游业 ·····	104
八运会为旅游业加把火 ·····	105
上海应重视“历史旅游”开发 ·····	107
不积小溪无以成江海 ·····	109
申城旅游业患上“冷热病” ·····	111
到崇明呼吸新鲜空气去 ·····	113
酒店用品市场大有潜力 生产经营企业机不可失 ·····	115
真假“老正兴”之争 ·····	117
大众呼唤“平民旅馆” ·····	119

申城酒店叫“饿”了	120
适应“大定位” 找准“小定位”	122
“生啤”价格为何居高不下	123
细分市场 错位竞争	124
锦江集团输出管理打响品牌	125
散客旅游大可发展	128
“野马”已成为旅游业害群之马	130
短线旅游为何热不起来?	132
不导不游放鸭子 误导强游狠斩客	134
西藏路“旅游一条街”在萎缩	136
锦江观光巴士进退两难	138
申城旅行社业务在萎缩	140
旅行社招徕客源扩大业务 有赖于提高配套服务质量	142
申城旅游报价叫人看不懂	144
关键在“集约化经营”	146
申城旅行社实行“理智经营”	148
申城旅游市场再掀削价大战	150
多一份满足 少一些遗憾	152
1 800 元游泰国奥秘何在?	154
“飞机游”价格上扬 旅行社如何应对	156
春节游不妨避热就冷	158
尝试一下“小包价”,如何?	160
旅行社辟线不妨“避峰填谷”	161
你的承诺管用吗?	162
旅行社 你得有点个性	163
出境游须走出“为买而买”的误区	164
海南游大跌价 看不懂!	166
奥运观摩游竟无市民成行	168
主题公园何以鲜见“喝彩”	170
“浦江游览”应唱大戏	172
如何唱好“浦江游览”这台戏	173
申城旅游环境应“花红叶绿”	175
博物馆 都市旅游“金矿”	177

旅游节 锻造都市旅游精品之“熔炉”	179
商旅联手共筑“购物天堂”	182
商业街给旅游休闲留一席之地	184
硬件改造莫忘软件建设	185
旅游业须与商业携手共荣	187
“购物游”为何难成气候	188
国有商业应该占领这块市场	190
十年来未作分厘广告 上海人不知青梅酒好	191
假日旅游亟需“削峰填谷”	193
试试“分时度假”，如何？	195
成熟的市場需要理性消费者	197
黄金周 考验旅行社的功力	199
假日旅游“峰谷”趋缓	201
发展黄金周要形成合力	203

通 讯

从“华亭”看开放	207
十年锦江路	212
用“心”唤回昨日辉煌	215
新亚集团在市场巾创业成长	219
众志成城桥	222
建设者的丰碑	227
美哉 东方明珠	234
万方园艺争奇斗艳	238
他为亲王“掌勺”	243
“扬州小3号”	245
寻子·寄表·买票	247
青春编织的奇葩	250
“神刀”锋从磨砺出	252
飞针走线见神韵	254
以凿为犁勤耕耘	256

记者见闻

外地游客到上海买什么?	261
投币寄存行李 潇洒购物观光	263
沪上“宾馆街”	264
宾馆“钟点房”服务受欢迎	266
申城有座“文化宾馆”	267
“就像在自己家中一样”	270
浓浓民族情	272
上海人不出国门也能品尝各国佳肴	273
环线酒店生意“火”了	275
申城巨变 原点不变	277
酒店抢做“甜蜜”事	279
上酒店看“世界杯”!	280
“三线进房”引客来	281
星级宾馆土菜香	283
锦江小礼堂再现辉煌	285
“新亚大包”声誉鹊起	287
“葡国鸡”今天分外香	290
申城有条旅游街	291
“观光巴士,好!”	293
申城春季“旅游大战”打响	294
申城掀起体育旅游热	296
旅行社代办国际间文化交流	297
品茗于“老舍茶馆”	299
徜徉在“科学大观园”	301
军服·军衔·军威	304
淮海路:醉人的酒吧群	306
申城旅游公厕“够格”了	308
百万游客走向“广阔天地”	310
科技是精髓	
——昆明世博会印象之一	312

明珠苑,为海派园林圆梦

- 昆明世博会印象之二 314
- 人与自然 和睦共处
- 昆明世博会印象之三 316
- 植物园百鸟闹春 318
- “上海”也是一个名牌 319
- 谈笑间,买卖做成了 322
- 京城街头吆喝 诚邀四方宾客 324
- 大舞台好戏连台 326

特 写

上海勇士徒步 17 天穿越荒漠

- 艰辛惊险中充满真情与乐趣 331
- “我们在这儿很安全很愉快” 333
- “外国人学烧中国菜”情趣盎然 335
- 傣家姑娘捧出清醇米酒 苗寨小伙吹响悠扬芦笙 337
- “虎口”夺命 339
- 无声的诗 立体的画 341
- 众香国里她最艳 343
- 童话从书本走进公园 345
- 竹风雅致 竹趣盎然 347
- “秋日丽人”绽笑靥 349
- “世纪灯会”耀申城 351
- 美哉,世纪花钟 352
- 典雅飘逸“王者香” 354
- 巧手栽出七彩花 356
- 以曲为美 古景幽幽 358
- 妙趣天成 360
- 万紫千红竞芳菲 362
- 风情万种 蔚为壮观 364
- 揪心的 18 分钟 367
- 花魂花情花之韵 369

专 访

今年旅游节要“火”一把

——访上海市旅游党委书记姚明宝 373

高起点做好佘山旅游大文章

——访佘山国家旅游度假区管委会主任余永梁 375

让更多人在旅游中得益

——访 PATA 主席拉特先生 377

学成之后走自己的路

——访“华亭”自管后的新任总经理孙绣华 379

“老”中挖特色 功能现代化

——衡山集团总裁吴怀祥谈老饭店改造 381

让黄浦旅游节走向世界

——访黄浦区副区长王宗南 383

游客依法维护自身权益是好事

——访市旅游质量监督所所长卜广盈 385

探险旅游还得搞

——访上海中旅集团董事长陈新中 387

观察与思考



