

SHANGHAIDUSHILUYOUDELILUNYUSHIJIAN

上海都市旅游的

理论与实践

◎◎ 姚昆遗
王怡然 著

上海辞书出版社

SHANGHAIDUSHILUYOUDELLUNYUSHIJIAN

上海都市旅游的

理论与实践

姚昆遗
王怡然 著

上海辞书出版社

— 7 (3)

z
0w

图书在版编目(CIP)数据

上海都市旅游的理论与实践/姚昆遗,王怡然著. —上海:上海辞书出版社,2007. 12
ISBN 978 - 7 - 5326 - 2405 - 8

I. 上... II. ①姚... ②王... III. 旅游业—经济发展—研究—上海市
IV. F592.751

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 182112 号

责任编辑 刘大立 冯 一
封面设计 汪 溪
版式设计 任欣伟

出 版 人 张晓敏

上海都市旅游的理论与实践

上海世纪出版股份有限公司 出版、发行
上 海 辞 书 出 版 社
(上海陕西北路 457 号 邮政编码 200040)
电话: 021—62472088

www.ewen.cc www.cishu.com.cn

上海华业印刷厂印刷

开本 710×1000 1/16 印张 20.5 插页 2 字数 425 000

2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5326 - 2405 - 8/K · 499

定价: 38.00 元

如发生印刷、装订质量问题,读者可向工厂调换。

联系电话: 021—63812710



姚昆遗教授（左）、王怡然教授（右）近影

姚昆遗 毕业于华东师范大学和中山大学，获硕士学位。先后在上海国际问题研究所、上海大学、上海对外贸易学院工作，曾任上海大学历史系主任、旅游管理系主任，现为上海对外贸易学院旅游管理专业教授，上海大学旅游规划与发展研究中心主任、研究员，浙江大学人文旅游研究中心特约研究员，上海市服务标准化技术委员会委员，上海旅游培训中心专家委员会委员。主要研究方向为旅游文化、会展文化、旅游规划与管理，主持各类规划、课题数十项。主要研究成果有《简明现代国际关系史》、《国际关系史》、《解读上海都市型旅游》、《旅游文化学》、《中国旅游客源国家和地区》、《上海都市旅游规划精选》等专著、教材，发表论文近百篇。

王怡然 毕业于复旦大学，现为上海对外贸易学院旅游管理专业教授。长期从事旅游经济管理的研究和教学工作，曾任《上海市旅游业发展“十一五”规划》规划组组长、《上海国际汽车城旅游发展规划》规划组组长，完成多项上海市重大旅游课题研究，三次获上海市决策咨询研究成果奖。主要研究成果有《现代饭店营销策划书与案例》、《解读上海都市型旅游》、《上海都市旅游规划精选》等专著，发表《上海都市旅游 21 世纪发展对策研究》、《2010 年上海世博会旅游客源分析》等论文数十篇。

责任编辑: 刘大立
冯 一
封面设计: 汪 溪
版式设计: 任欣伟



目 录

综 · 合 · 篇

上海都市型旅游发展研究	3
上海都市型旅游发展的五大优势	3
上海都市型旅游发展中的主要问题	7
上海都市型旅游发展面临的三大挑战	8
上海都市型旅游的发展远景	11
上海都市型旅游发展的战略性策略	15
上海建设太平洋西岸国际旅游中心研究	27
“上海建设太平洋西岸国际旅游中心”命题的提出	27
构筑跨世纪上海旅游资源高地研究	29
构筑跨世纪上海旅游人才高地研究	43
上海与江苏、浙江周边地区旅游联动发展研究	50
上海与新加坡、香港旅游业发展横向比较研究	56
上海旅游业发展规划研究(1997—2010)	71
旅游可持续发展理论框架	71
上海旅游业发展规划要点	73
上海城市总体规划中城市旅游布局规划	80
上海和国际旅游大都市比较研究	81
国际旅游大都市的定位	81
国际旅游大都市的评价指标体系	83
上海和国际旅游大都市比较分析	85
上海建设国际旅游大都市的几点思考	95
2010年世博会和上海旅游业	98
旅游和世博会的结合,是办好现代世博会的必由之路	98

抓住机遇,迎接挑战,在备博、办博的过程中实现上海都市旅游跨越式发展	101
直面风险,积极应对,在备博、办博过程中牢牢掌握主动权	104
化解风险,提升能力,上海都市旅游为世博会精彩成功作贡献	106
上海都市旅游“十一五”发展战略研究	113
上海都市旅游发展的新目标	113
新时期上海都市旅游发展战略	114

区 · 域 · 篇

上海黄浦区旅游可持续发展的若干思考	121
上海南市区旅游产品定位探讨	127
上海徐汇区旅游业发展构架探讨	131
上海普陀区旅游发展定位思考	137
上海闸北区旅游业发展构架探讨	146
上海虹口区旅游发展定位思考	150
上海奉贤区推进旅游发展战略思考	156
上海松江泖港镇发展休闲旅游产业研究	161
上海崇明开发北沿河滩地块生态风景的思考	169
长三角旅游一体化研究	172
苏浙沪推进旅游区域合作的战略思考	177

经 · 济 · 篇

上海饭店业发展趋势分析	187
上海旅行社业“十一五”发展研究	190
商旅结合:发展上海都市商业的思考	194
发展上海休闲娱乐业的思考	199
度假旅游和上海市级旅游度假区建设的思考	202
上海工业旅游服务标准化建设探讨	205
上海发展都市农业旅游的思考	209
上海国营老饭店改造发展策略研究——以新亚大酒店为例	215
上海国际旅游业的发展与对策	221
上海世博会国内旅游市场推广研究	226
长三角区域旅游市场需求与消费结构研究	239

文 · 化 · 篇

建设上海特色文化旅游城市的思考	255
上海与都市旅游	259
对上海都市旅游理念的再探讨	261
上海旧城改造和都市景观建设的思考	266
对上海城市雕塑的评析和思考	271
对上海主题公园的评析和思考	274
发展上海博物馆旅游的若干思考	279
关于上海桂花节定位问题的思考	282
对上海大世界和都市游乐业的思考	287

资 · 料 · 篇

历年国际旅游人数(全球、全国、上海)	293
历年国际旅游收入(全球、全国、上海)	295
历年上海接待入境旅游者构成	297
历年上海旅游外汇收入及构成	299
上海的全国重点文物保护单位	300
上海市级文物保护单位	301
上海市区历史文化风貌区	314
上海市郊区及浦东新区历史文化风貌区	316
后记	323

综 · 合 · 篇

上海都市型旅游发展研究

“九五”期间,上海改革开放与经济建设的全面推进,为上海都市型旅游的发展注入了新的活力。“九五”期间,上海旅游业依托城市经济和社会发展的环境,积极实施政府主导的大旅游发展战略,加大市场开发力度,完善城市旅游配套功能,优化产业结构,促进旅游经济整体发展,全市旅游业全面发展、稳步增长,上海旅游业已成为上海第三产业中充满活力、蓬勃兴盛的产业,在上海国民经济和社会发展中占有重要地位,取得了令人可喜的成绩。

为了进一步落实市委提出的“吸引千百万人游上海”和发展都市旅游的目标任务,认清形势,振奋精神,知难而进,推动上海旅游业跨世纪发展,本报告提出了促进上海都市型旅游发展 5 个方面的重要问题:

1. 上海都市型旅游发展的五大优势
2. 上海都市型旅游发展中的主要问题
3. 上海都市型旅游发展面临的三大挑战
4. 上海都市型旅游的发展远景
5. 上海都市型旅游发展的五大战略性策略

一、上海都市型旅游发展的五大优势

上海是国际知名的特大型城市,是中国的经济中心、综合性工业基地、全国第一大港和中国最大的对外开放城市、历史文化名城。上海地处长江三角洲前缘,居长江流域和长江三角洲的龙头地位。

上海也是一座充满生机、富有激情的城市。它以便捷的交通、丰富的人文资源、齐全的旅游设施、优良的服务水平吸引着众多的海内外宾客。上海是各国旅游者来华旅游的主要目的地之一,更是国内旅游者旅游的主要目的地。

上海发展都市型旅游具有下列五大优势:

1. 上海已具备了加快发展都市型旅游的市场基础

入境旅游 从 1979 年到 1999 年,上海入境接待人数年均增长 10.8%。1999 年,上海入境接待人数达到 165.68 万人次,其中外国人 128.7 万人次;旅游外汇收入

13.64 亿美元,1999 年上海入境旅游接待人数和旅游外汇收入分别是 1979 年的 7.7 倍和 25 倍。1999 年上海接待的外国旅游者人数和旅游外汇收入分别占全国的 15.3% 和 9.7%。

国内旅游 我国国内旅游自 80 年代中期开始活跃,到 90 年代走上了快车道,近几年则已发展成为广大城乡居民重要的消费领域和扩大内需的重要力量。上海历来是国内旅游者主要旅游目的地,1999 年上海共接待国内旅游者 7 497.6 万人次,其中,本地游客 1 278.6 万人次,外地游客 6 219 万人次;城镇居民占 74.8%,非城镇居民占 25.2%,1999 年上海国内旅游收入达 719.33 亿元人民币。

出境旅游 上海的出境旅游经历了一个从无到有、从“出境探亲”到“公民自费出国游”的发展过程。目前,上海已按国家有关规定开辟了市民赴新、马、泰、韩、日、澳大利亚以及港、澳等国家和地区的出境旅游。1999 年上海中国国际旅行社股份有限公司等国际旅行社组织国内居民出境旅游人数为 106 533 人,比上年增长 68.62%,其中香港 43 762 人次,增长 55.9%;澳门 34 809 人次,增长 67.6%;泰国 59 303 人次,增长 45.4%;新加坡 12 336 人次,增长 37.48%;马来西亚 11 395 人次,增长 45.4%。新、马、泰以及港、澳等国家和地区,现在都把上海作为重要的客源输出地。

上海旅游市场已实现了由入境旅游单点支撑到入境旅游、国内旅游、出境旅游相互扶持、互补互促,市场发育日趋成熟。

2. 上海已具备了加快发展都市型旅游的产业规模

“九五”期间,上海旅游生产力得到全面快速的发展,产业规模明显扩大。到 1999 年底,全市拥有各类旅馆 3 000 家左右,床位 24 万张,其中旅游星级饭店 140 家,客房 3.2 万间;上海现有国际旅行社 39 家,国内旅行社已上升到 430 家左右,定点旅游餐馆、商店和服务单位 200 余家,全市旅游直接从业人员 22 万人。上海有 6 万余人取得行业《旅游涉外企业员工统一考试成绩证书》,7 900 余人取得国际、国内导游资格证书,2 400 余人取得了国家旅游局颁发的管理干部岗位职务资格证书。上海拥有高、中等旅游院校(系)54 所,近 5 年中通过各类专业旅游院校及社会力量办学途径,共为旅游行业培养输送 10.4 万名专业人员。上海已拥有锦江集团、衡山集团、新亚集团以及上海国旅集团、上海中旅集团、上海青旅集团等一批大型旅游骨干企业集团。

目前从上海始发的空中航线 300 余条,沟通上海和国内外多个城市,加盟上海航空市场的中外航空企业 40 余家。上海浦东国际机场一期工程投入使用,运力高达 2 000 万人次,再加上虹桥国际机场的扩建,上海已成为世界上少数几个具有两个一流国际机场的城市,为上海旅游业的发展开辟了更广阔的前景。铁路部门配合旅游的发展,开通了上海往返苏州、无锡、南京、南昌、黄山、武夷山、千岛湖等旅游城市和风景名胜区的旅游专列,上海火车站每天有 80 余对列车往返全国各地。在公路交通方面,上海可以通过沪宁、沪杭、沪甬高速公路以及 312、318 国道等干线道路与全国的公路交通网络相沟通,此外,还有连接市区与郊区及周边旅游城市的十余条旅游专线。便捷的交通,有力地支持了上海旅游业的更快发展。

3. 上海已开发了一批具有都市特色的旅游产品

近年来,上海旅游业依托城市建设和举办各项大型节庆活动,进一步调整了旅游产品结构。根据上海都市型旅游特点,逐年推出宣传促销主题,在产品开发、设计、包装上更注重个性化、特色化。如凭借经济中心城市资源优势,利用杨浦和南浦大桥、人民广场、新外滩、东方明珠、浦东新区、南京路步行街、地铁一二号线以及灯光夜景等城市建设成就,推出“上海新貌游”;凭借上海人文资源优势,利用近代众多名人在上海学习、工作、生活过的旧址故居,推出“名人故居游”;利用博物馆、大剧院、美术馆、规划馆、书城推出“都市文化游”;凭借中心城市的综合服务功能,推出“玫瑰婚典”、“小主人生日游”;凭借郊县的旅游资源,重点开发了松江佘山风景区和青浦淀山湖风景区。此外,丰富的商业文化等众多活动,也增加了上海都市型旅游产品的内涵,“上海旅游节”、“中国国际旅游交易会”、“上海国际艺术节”、“上海国际服装文化节”、“上海桃花节”、“上海外贸商品交易会”等异彩纷呈,使上海这座国际大都市更具魅力。

4. 上海已形成良好的都市旅游发展环境

上海是中国最大的城市,在国内具有经济优势、科技优势、商业优势、人才优势。“九五”期间,上海社会经济和城市建设高速发展,取得了世人瞩目的成就,上海的区位优势更加凸现,完善的旅游配套设施和综合服务能力为上海都市型旅游创造了良好的发展条件。

“九五”期间,上海基本构筑了现代交通立体网络的框架。浦东国际空港、虹桥国际空港、地铁一二号线、高架轻轨线、申字型高架道路网络、城市外环线快速道路、沪宁沪杭高速公路以及高速列车、假日列车等形成并完善了上海的立体交通网络,上海旅游交通硬件设施日趋完善,旅游交通的枢纽和辐射功能大大增强。

“九五”期间,上海建设了国际展览中心、世贸商城、光大会展中心、国际会议中心以及在建的国际科技展览馆等众多大型会展场馆,到2000年末上海大型展馆的展览面积已达35万平方米,逐步完善了大型会展设施,初步确立了国际会展中心城市的形象。上海现在每年都要举行大型国际性会展170多个,特别是世界财富论坛99年会在上海成功召开,检阅了上海对大型国际会议的综合接待能力,为上海发展会展旅游积累了经验。

“九五”期间,上海商业进行了大规模的升级改造。南京路、淮海路传统商业街的成功改造,徐家汇新兴商业城的迅速崛起,衡山路、吴江路休闲风情街的出现,港汇广场、新世纪商城、卡莲蒂商城等世界著名大型商场落户申城,大大提升了上海作为国际大都市的形象,丰富了上海发展购物旅游的内容,增强了上海对国内外旅游者的吸引力。

“九五”期间,国家批准在上海空港实行外国过境游客48小时免签证和简化空港口岸团队签证手续的政策,为方便来沪的海外游客、赢得更多的入境客源、提高旅游及相关企业的经济效益提供了十分有利的条件。

“九五”期间,上海还建立了旅游集散中心,开通十条旅游专线,方便了游客出游。

各区县相继建立旅游咨询中心,成为当地旅游服务的窗口,既方便了外来游客,也展示了当地丰富的旅游产品。由于金融银行系统的支持,上海浦东发展银行、中国工商银行上海分行推出了个人旅游消费贷款,对拉动内需、刺激消费进行了有益的尝试;由于技监部门的协助,上海旅游公共信息图形标志符号得到了普及;由于环卫部门的共同努力,旅游公厕的规范正逐步建立,为改善旅游环境起到了十分重要的作用。1999年,上海以高分名列“中国优秀旅游城市”榜首。

此外,上海各服务行业的优质服务和上海市民热情开放的态度,也为上海都市型旅游的发展,创造了良好的氛围。

5. 政府高度重视,是上海加快发展都市型旅游的重要保证

随着国际形势的变化和我国经济的发展,旅游的产业地位在提升,其涵盖面广、关联度大、带动功能强的作用愈加明显。到“九五”末,上海旅游业的增加值占全市GDP的比重,将从“九五”初期的4.5%增至5%以上。旅游业不仅直接给交通、住宿、餐饮、商业和景区带来客源市场,而且间接带动和影响相关行业的发展。目前,双休日和国定节假日形成的节假日旅游消费已成为经济增长的亮点,旅游带来的蓬勃发展为商旅结合、文旅结合和体旅结合等提供了主题和条件。旅游业的发展为相关行业带来市场,带来需求,这种需求能对生产性、服务性行业产生助推作用。旅游业的发展还能提高城市文明程度,促进改革开放,让世界更好地了解上海,使上海更快地走向世界。

正因为旅游业对国民经济和社会发展的贡献日趋显著,因此上海都市型旅游的发展引起了政府的高度重视。

首先,确定了旅游业的产业地位。上海市委、市政府制定的《上海国民经济和社会发展“九五”规划和2010年远景目标纲要》中明确将旅游业列为第三产业中重点发展的行业之一,作为培育上海新的经济增长点,要求通过加快旅游业的发展,带动相关行业的繁荣和发展。市委、市政府对旅游业产业性质的定位及实践,对培育旅游产业成为支柱产业起到了深远的历史作用。

其次,上海市委、市政府始终坚持了政府主导型发展旅游业的战略,并于1997年3月组建了市旅游工作党委和市旅游事业管理委员会,对上海的旅游业实行市、区(县)“两级政府、两级管理”的体制,明确提出了“吸引千百万人游上海”和发展都市型旅游的战略目标,形成了政府领导高度重视、相关部门积极联动、社会各界广泛参与的都市旅游发展环境,统一和提高了全社会对旅游业在经济社会中的地位、功能的认识,从而调动了各有关方面的积极性,凝聚各有关方面的力量,有力而且有效地解决了都市旅游发展中的众多难题。近三年来,政府对旅游扶持力度更是逐步加大,《上海旅行社管理办法》政府规章的出台,旅游行业发展基金的有效落实,各有关方面对旅游市场协同管理,旅游部门参与旅游项目前置审批,旅游行政执法等职能进一步加强,进一步夯实了政府主导发展旅游业的基础。

政府高度重视,为上海都市型旅游的加速发展提供了可靠的保证。

二、上海都市型旅游发展中的主要问题

“九五”期间,上海都市型旅游全面发展、稳步增长,取得了令人可喜的成绩。但是在上海都市型旅游的快速发展中也暴露出一些问题,其中旅游企业效益下降是上海都市型旅游发展中存在的主要问题。

从上海旅游饭店业这几年的发展看,饭店行业的总量从1995年的29 043间客房增加到1999年的49 066间客房,总量增加了68.9%;客房出租率从1995年的67.66%下降到1999年的55.53%,下降了12.13个百分点;全市平均房价从1995年的587.4元下降到1999年的369.4元,下降了218元,下降幅度达37.1%。特别是在近两年中,上海各旅游饭店的营业收入更是大幅下降,在1998年和1999年两年中,上海旅游饭店营业收入前十名的各大饭店,其营业收入在两年中几乎都下降了35%以上。1998年全市饭店实现营业收入55.23亿元,比1997年下降26.5%。

从上海旅行社业这几年的发展看,效益也是逐年下降。1998年上海各国际旅行社实现营业收入总额共18.91亿元,比上年增长2.7%;但营业收入净额仅2.22亿元,比上年减少5.53%;实现利税总额0.72亿元,比上年减少25.77%。1999年上海各国际旅行社实现营业收入为23.75亿元,比上年增长25.59%,但营业收入净额仅2.21亿元,比上年略有减少,而实现利税总额0.67亿元,比上年减少6.94%。1999年上海各国内旅行社实现营业收入总额共19.66亿元,比上年增长24.59%;营业收入净额1.74亿元,比上年减少24.68%;实现利税总额0.31亿元,比上年减少26.19%。1999年上海旅行社业尽管营业收入总额比上年增长了近1/4,但利税总额却大幅下降,旅行社效益滑坡,全行业经营艰难。

从上海这几年旅游景点建设看更是效益低下。近几年上海花了70多亿元建设各式旅游景点,但是没有一个令人满意,都是小而全或大而呆,没有新意,缺少吸引力。许多投资数亿的主题乐园如环球乐园等,开业仅二三年就变得门可罗雀,不得不关门歇业;许多投资巨大的主题乐园如热带海宫等,还没有建成就半途而废;有的主题乐园如美国梦幻乐园等,虽然仍在勉强维持,但入不敷出,很难继续坚持,随时都有关闭的可能。大型主题乐园的倒闭,不但造成了巨大的经济损失,而且还带来了许多社会问题。

旅游企业效益滑坡,必将引起优秀人才流失,导致总体服务质量降低、行业整体素质下降,影响上海都市型旅游进一步健康发展。

上海旅游企业效益滑坡,表面上看是由于客源不足、饭店建设失控、旅行社发展过多、景点上马仓促所造成的,但实际上却是目前上海旅游企业中存在的企业制度落后于市场经济的要求、经营机制不活、组织结构不合理、产业集中度低、小而全或大而呆、产业化水平不高、对都市型旅游的内涵没有深刻认识等影响旅游企业竞争力的深层次原因的集中反映。产生这些深层次问题的原因主要有四点:一是由于我们现在还处在转轨变型的过渡阶段,市场的发育还不完善,企业也还不完全成熟。二是和市场的供求关系、市场的总体形势紧密联结在一起,市场形势好的时候,规则可以得到比较好的贯彻,也形成相应的威慑力量;市场形势差的时候,很多规则就难以约束企

业的行为,旅游市场上的竞相削价、无序竞争就是其中突出的表现。三是管理者因素,就目前来看,仍旧有相当一批旅游企业管理者缺乏职业素质,缺乏规则与秩序的概念,更缺乏行业自律的自觉性,因此在市场上打乱仗。四是新加入旅游行业的企业,数量增长快,缺乏在市场上的熏陶,盲目进入市场,进入之后才发现这个市场完全不是他们所想象的那样,于是也普遍处于一种“没有方向”的状况,只能进行盲目经营。因此,加快改革、完善规则、强化规划、规范秩序、推动发展,是上海都市型旅游长远的战略性任务。

三、上海都市型旅游发展面临的三大挑战

旅游业对社会经济的发展会产生巨大的推动作用,各国和各地政府都对旅游业的发展采取了更加有力的支持,各国和地区间旅游业的竞争将越来越激烈。旅游业是个敏感的行业,旅游业也是个脆弱的行业,国内外政治经济形势的发展变化都会对旅游业产生影响。目前,上海都市型旅游发展面临着三大挑战。

1. 亚洲金融危机

亚洲金融危机虽然已经过去,亚洲各国经济也已经开始出现复苏,但是亚洲金融危机对这一地区旅游发展所产生的破坏力却仍然存在。从经济的繁荣到购买力严重下降和经济增长滑坡的变化所造成的心理阴影,对旅游发展的负面影响很难在短期内消除。

旅游经济学理论指出,货币汇率的变化无论对国际旅游需求还是对国内旅游需求都起着十分重要的作用。旅游产生国(或地区)的货币若相对旅游目的地国(或地区)货币升值,则旅游者在享受同等消费支付的货币就减少,从而会促进对目的地国(或地区)的旅游需求;反之,若旅游产生国(或地区)的货币相对于目的地国(或地区)的货币贬值,则会降低对目的地国(或地区)的旅游需求。以美国为例,1973年至1974年,美元相对欧洲一些国家的货币贬值,结果访问欧洲的美国旅游者明显减少。据统计,美国人在1974年到联邦德国去的人数下降了17%,到英国去的人数下降了15%,到法国去的人数下降了26%,到意大利去的人数下降了27%;而1982年美元坚挺,促使美国出国旅游人数增加,1982年访问英国的美国旅游者比上年增加10%。另外,旅游目的地物价水平也是影响旅游需求的重要因素。根据旅游需求规律,旅游价格的上涨会引起旅游需求量的减少。同样以美国为例,1980年美国消费品物价指数比上年上升13.5%,旅游价格指数上升20.9%,消费品物价指数上升幅度高于加拿大,当年邻国赴美短途旅游者人数比上年减少了50多万。其中,美国物价上升幅度大是重要因素。

亚洲金融危机,东南亚各国货币贬值,人民币相对坚挺,会对上海旅游市场产生三方面影响。一是由于东南亚各国经济衰退,国民预期收入不足,消费热情降低,必然导致国民出国旅游花费总量减少。如1997年,日、韩、泰、新加坡国际旅游花费分别减少了10.8%、10.1%、54.7%和12.9%。二是由于人民币对东南亚各国的货币

相对升值,因此东南亚各国对上海旅游需求降低,来上海的亚洲旅游者减少。据统计,1998年来沪的外国旅游者中,日本比上年减少15.14%、韩国减少45.22%、新加坡减少10.5%、马来西亚减少8.7%、泰国减少26.5%、印度尼西亚减少33.5%。虽然1999年来沪的东南亚旅游者人数有明显回升,但是在未来几年中,东南亚各国来沪旅游者人数增长速度将可能放慢。三是由于人民币坚挺,东南亚各国货币相对疲软,因此在国际旅游市场上,上海的旅游产品就失去价格优势,使欧美客人对东南亚各国各地区的旅游需求增加,而对上海的旅游需求减少。

当人民币坚挺对海外旅游者的旅游需求产生很大影响时,关键是让游客感到物超所值,这样才能吸引更多的游客,创造更好的经济效益。上海面临的挑战是如何将很多现在倾向于在周边国家和地区旅游的游客吸引到上海来。

2. 上海周边省市和中西部地区旅游业的迅速崛起

随着旅游业对国民经济和社会发展的贡献日趋显著,旅游业作为国民经济新增长点的特征日益显现。上海周边省市和中西部许多地区都把旅游业定为当地的支柱产业,加以重点扶持。上海周边省市和中西部地区旅游业的迅速崛起,也给上海都市型旅游进一步发展带来挑战。其一,上海周边地区和中西部地区凭借其独特的自然环境和人文景观优势,分流了上海众多的观光休闲客源。其二,随着改革开放的加快和大力开发中西部地区战略的实施,上海周边省市经济快速发展,中西部地区与外界联系加强,这些地区的政治、经济、文化活动大大增加,分流了上海众多的公务(商务)旅游客源。其三,上海周边省市及中西部地区,以其较低的经营成本所形成的价格优势分流了上海众多团队客源,特别是上海周边省市的旅游企业,其对外报价明显低于上海,给上海旅游企业带来很大压力。其四,随着中西部地区开发的加快,国内外将会有更多的资金、技术、人员投向中西部地区的旅游业,中西部地区的旅游环境将进一步改善,中西部地区旅游企业的竞争力将进一步增强,这也使上海旅游企业的竞争优势相对减弱。其五,随着经济一体化趋势的加强,商品、信息流动加快,全国市场一体化特征日趋明显,全国各地都是市场繁荣、商品充足,上海作为传统的“购物天堂”的吸引力也在减弱,这对于上海发展都市购物旅游带来一定影响。其六,随着对外开放范围的扩大,国家批准了一些新的出入境口岸城市,这也造成了上海接待海外旅游者数量的减少。

表 1: 1999 年上海和全国主要客源国人数增长率比较

国 家	日本	新加坡	美国	加拿大	英国	意大利	俄罗斯	澳大利亚	泰国	马来西亚	韩国	总量
上海(%)	-1.96	5.32	-4.51	-3.1	-11.54	-11	-1.95	-10.18	48.3	25	82.9	8.5
全国(%)	18	11.4	8.7	9.1	6.6	-0.4	20.4	9.2	43	24	56.8	14.7

资料来源:《中国旅游统计年鉴》