

■ 北京市教委科技创新平台“中国休闲业态发育与发展”项目成果之一

中国休闲研究

2006—2007

厉新建/主编



旅游教育出版社

北京市教委科技创新平台“中国休闲业态发育与发展”项目成果之一

中国休闲研究 2006—2007

厉新建 主编

旅游教育出版社

·北京·

责任编辑:陈 志

图书在版编目(CIP)数据

中国休闲研究:2006~2007/厉新建主编. —北京:旅游教育出版社,2009.12
ISBN 978-7-5637-1798-9

I. 中… II. 厉… III. 闲暇社会学—中国—文集 IV. C913.3—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 138886 号

中国休闲研究 2006—2007

厉新建 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
排版单位	首都经济贸易大学出版激光照排服务部
印刷单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	15.5
字 数	217 千字
版 次	2009 年 12 月第 1 版
印 次	2009 年 12 月第 1 次印刷
定 价	26.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前言

1996年国家旅游局推出“1996中国度假休闲游”，那时活动的主要目的是吸引更多的海外旅游者入境。随着我国国民经济的发展和居民生活水平的提高以及社会各项基础设施的不断完善，休闲已经开始进入寻常百姓家。《中国国内旅游抽样调查资料2006》(2006)年的数据显示，2005年我国国内城镇居民出游人数中，以“度假/休闲”为目的的旅游者人数已经占到了全部出游人数的18.5%。休闲产业已经具备了强大的发展基础：一是1999年10月1日开始国家实施“黄金周”制度；二是2007年底我国的人均GDP已经达到了2280美元；三是建设了以杭州和成都为代表的一批休闲城市。2007年国务院再次改革了休假制度，希望进一步推动带薪休假制度的实施。这几个方面的因素，使得国内休闲的发展已经成为必然。

休闲已经成为旅游的一个热点，也成为社会的一个热点。本书以2007年国内各杂志中刊发的休闲类文章为选取对象，通过几次筛选，最后保留了其中的27篇。希望通过这27篇文章，能够展示休闲研究方面的最新成果和研究动向，引起各界的关注，不断地深入研讨休闲问题，推动研究的发展。

从所入选的27篇文章来看，可以粗略地划分成4个板块：休闲城市、休闲产业、休闲市场和休闲理论。

一、休闲城市和城市休闲

2007年9月在北京召开了一个有各省、市旅游局高层，国内各大旅游企业高管，各高校休闲研究学者参加的全国性的休闲大会。从参会人员的规格和规模而言，都体现了官、产、学各界对休闲发展的重视。而城市化进程的不断推进和市民生活水平的不断提升，人们休闲观念的根本性的转变，使得休闲城市的建设和城市休闲体系的构建，已经越来越多地成为国内诸多城市发展的一个选择路径，也使得休闲城市和城市休闲的建设成为了城市发展一个前沿课题。

魏小安和李莹的《城市休闲与休闲城市》一文认为：“最近几年来，随着休闲概念的普及，很多城市都提出了休闲城市的目标，有些城市甚至提出要打造‘休闲之都’，这是各个城市对于市场敏感性的表现，也是对于将来发展的一种定位式的探索。”由于从城市的发展来说，城市休闲发展具有“休闲创造快乐，休闲创造就业，休闲创造价值”等一系列意义，而我国又存在这方面

的强烈要求,因此发展休闲城市和城市休闲就顺理成章地成了各城市的一个重要选择。在休闲城市和城市休闲的建设上,该文提出,一个城市的休闲供给、休闲服务、休闲管理和休闲营销等因素都会影响到城市休闲的发展,认为“如果只把休闲城市的建设理解为旅游的扩展,休闲是做不到位的,只有把它理解为城市全面发展、全面提升的战略性的措施,休闲城市才能真正做到位。”“目前我国整齐划一的城市理念,是缺乏人性的。从这个角度来说,这是中国培育休闲文化、建设休闲城市与国际上最大的差别。”该文提出要从家庭休闲、城市休闲体系、构造环城市休闲游憩带、乡村休闲和异地休闲五个空间维度形成一个互为空间的城市休闲网络体系,并对城市休闲体系的构建和工作要点作了充分的分析。该文在研究城市休闲影响因素和城市休闲体系构建的基础上,对建设休闲城市进行了初步的探索,对后来的研究者具有重要的启发作用。

王晓丽和王学峰的《国内城市构建“休闲之都”的资质条件分析》一文指出,休闲都市的评判受到主观因素和客观因素两个方面的影响,客观因素包括1个必要条件(包括休闲客体,如休闲设施的数量和质量、休闲空间的营建、休闲活动的开展等,它们都深刻地影响着整个都市的休闲韵味)和3个限制条件(都市的现代化和国际化水平以及区位条件、政府态度等。它们制约着休闲都市的发展阶段和水平)。而主观因素主要包括休闲主体(包括休闲文化和休闲度指标)和休闲介体,这两者“反映了休闲都市的文化底蕴、内在灵魂、思想基础和现实判据”,“缺少这两个条件的任何一个都不能称之为真正的休闲都市”。作者通过对杭州、成都、大连、西安、苏州等20个国内城市进行离差最大化方法比较分析认为,杭州和成都是最具休闲文化底蕴和休闲消费能力及需求的,而“在构建‘休闲之都’上,杭州市与其他城市相比显然更有着得天独厚的优势”。

还有一部分研究者对休闲城市的构建进行了更为量化的分析,尽管这种分析的科学性和可行性、系统性还存在一些值得商榷的地方。李跃军、孙虎的《休闲项目对城市休闲适宜性的价值评价》通过对休闲项目的定量分析认为:“不同休闲项目对城市休闲适宜性价值的贡献是不同的”,“休闲项目越多,城市休闲适宜性程度往往越大”,在城市休闲项目的建设上,要“尽可能降低休闲项目的消费门槛和限制性程度”,“要有选择性地建设休闲项目,杜绝滥建只追求经济效益而忽视对城市休闲适宜性贡献的休闲项目”。这些对国内诸多选择了休闲作为城市发展方向的城市而言,是很值得深思和研究的。

在空间开发方面,也有一部分学者作了一些有益的尝试性的探讨。何

聚会和娱乐游憩”为目的;在休闲的方式上,被动式休闲占重要地位,而年轻人和中老年人在休闲方式的选择上也存在差异,“年轻人最热衷的是上网和KTV,而中老年人则对洗浴按摩、看书读报更感兴趣”。

肖翠金、伍青生的《基于都市圈模式的休闲农业选址与定位研究》在分析休闲农业出现和兴盛原因的基础上,阐述了对休闲农业选址定位的总体性思路。作者提出,休闲农业的选址主要采用GIS系统,需要考虑“农业信息、空间信息、交通因素和经济文化信息”等几个因素的影响,按照“一致性原则,长短期相结合的原则,差异化原则,生产性、观赏性及可参与性内容相配套的原则,四季合理搭配原则,规模经济原则”进行定位。这些因素和原则对都市周边的休闲农业的发展和建设具有一定的指导意义,值得借鉴。

郭焕成、任国柱的《我国休闲农业发展现状与对策研究》一文分析了我国休闲农业发展的背景与需求,认为我国休闲农业的发展经历了三个阶段:早期兴起阶段(1980—1990年)、初期发展阶段(1990—2000年)和规范经营阶段(2000—2010年),并对我国休闲农业的发展模式和经营类型作了归纳,提出了我国今后休闲农业发展的对策,尤其是要“加大宣传,促进营销”,“加强与旅行社的合作,与周边景点、景区相结合”,才能“扩大旅游市场,以吸引更多的游客”。

休闲观光农业已经成为我国新农村建设的一个重要手段,也是改善农民生活水平的一个重要途径,但目前我国的休闲观光农业仍处在低水平竞争和重复建设的初级阶段,创新不足,发展上受到了极大的制约。俞益武等的《休闲观光农业经营管理方案研究》根据农业与旅游业这两个行业的各自特点,通过各自的经营管理要素对其分别进行比较分析,找到两个行业之间的异同,采用经营管理构建方法,提出了一个经过十余个项目的实践证明具有普遍适用性的休闲观光农业经营管理方案。另外周嘉玲、张海涵的《我国台湾省休闲农业经营战略》则介绍了台湾的成功经验,认为台湾的成功之处在于“善用农业三生一体(生产、生活、生态)之资源,结合农村文化活动,配合农村整体发展和合作经营”,“实践在经营上成为结合了农业产销、农产加工及游憩服务等三级产业于一体的农企业,发展成为具有高度竞争力的优势产业”。“我国正值建设社会主义新农村的伟大时刻”,“台湾省之经营战略实施方案,正可以提供实施参考之具体资料,以加快建设我国农村繁荣与富足之早日实现”。

杨子江的《基于体验经济视角的休闲渔业及其发展模式探讨》一文基于体验经济的视角提出了理解休闲渔业的新思路:以水产品、水生生物和渔业工艺为道具,以渔业服务和渔(鱼)文化为舞台,以提供“三渔”体验作为主

要经济提供品的渔业经济门类或形态。作者认为,当前我国休闲渔业存在的主要问题是:传统观念的制约、“小农经济”式的经营、缺乏统一的开发规划以及经营上的城市化倾向。在此基础上,指出进一步推动我国休闲渔业发展的建议:要落实科学发展观进行整体形象定位和合理规划,要以渔文化整合休闲渔业资源,要与渔业结构调整相结合,要针对不同的休闲渔业经营方式进行体验化设计,要按照体验经济的要求选择营销推广策略。柴寿升、张佳佳则进一步在《美、日休闲渔业的发展模式对我国休闲渔业发展的启示》一文中对美国和日本的休闲渔业在管理体制、管理手段、法制体系、组织建设、科研制度与资源保护等方面的成功经验进行了总结,并针对我国存在的“缺乏规划,竞争无序,资源退化,资金短缺,管理混乱,法制建设滞后”等突出问题,提出了发展对策,尤其是在科研方面,提出应加强“观赏鱼的养殖技术研究和新品种开发”,加强“休闲渔业配套设备的研究和开发”,具有实际的指导意义。

陈雪钧的《论休闲时代旅游景区盈利模式选择》认为在休闲时代,旅游的消费群体、消费功能、消费结构都发生了巨大的变化。在这样一个背景下,“旅游景区要想获得更大的综合经济收益,只有走多元化发展道路,必须在旅游购物、娱乐休闲等非基本旅游消费产品方面大做文章”。并提出了全方位拓展景区产业价值链的盈利模式,这种模式有利于景区的可持续经营和发展,比如在处理景区业务与关联业务方面,作者提出“始终要将景区业务作为最根本、最主要的业务,景区的资源只有首先在保障景区发展需求的基础上才能考虑将限制资源用于发展关联业务”。这些观点对景区产品的设计和经营具有一定的启发和指导作用,也是对当前有些景区在开发决策上只追求眼前利益的一种反思。

其他方面,刘新荣的《中部休闲经济竞争力比较研究》构建了一个休闲经济竞争力的评价指标体系,认为中部地区要增强休闲经济的竞争力,除了观念和消费行为的引导、文化的培育等之外,更重要的是,要“促进战略联盟,构建中部休闲经济圈”,这样“有利于中部各省在经济全球化背景中的竞争力的提升”,“因此,有必要筹划中部休闲经济圈战略”。孙晓霞的《休闲产业发展与城市经济结构调整》中对休闲产业的发展对城市产业结构、就业结构、消费结构和投资结构的调整的推动作用进行了阐述。这些有益的探讨都对休闲产业的健康快速发展起到了促进作用,对今后的研究具有抛砖引玉的效果。

三、休闲市场和休闲消费

休闲产品必须进入市场才能实现自己的价值,休闲城市的建设也必须

得到市场的认可才能更好地树立自己的品牌和形象,休闲产业必须符合市场的需求才能健康地发展,因此,对市场研究必然就成了一个热点和重点。

在市场研究方面,最注重市场、和市场直接发生关系的就是企业,因此,吴佩勋、陈右直、庄靖的《休闲俱乐部消费行为研究——以广东省为例》选取了广东省休闲俱乐部为研究对象,运用生活形态理论了解会员生活形态与俱乐部接受程度的关系,以生活形态来分析、解释和描述对俱乐部有不同接受程度的受访者的消费行为和特性。研究结果表明,“人口统计变量除性别对萃取所得的生活形态各因素有显著性的研究假设不成立外,其余皆部分成立;而对消费者不同集群体有显著性的假设进行卡方检验则除了性别、学历成立外,其余皆不成立”。因此,文章提出,在经营上,“从性别方面看出女性市场可加以开发,在行销策略上可针对女性量身定做适合的服务项目”;“消费者对于获取信息这项感到重要,尤其是年轻、未婚者都很注重此因素,因此在行销上,可针对这一组群进行平面媒体广告宣传”;“对不同集群消费者采取针对性不同的行销措施,例如对‘被动导向群’消费者,俱乐部经营者在此方面应着力开发大量适合男性放松压力、缓解疲劳的营业项目”。这些建议对休闲俱乐部的市场开发具有一定的启发意义,可以使之有针对性地进行市场营销,提高营销和产品开发的有效性。

当然,在国内休闲城市的发展过程中,城市的休闲研究相对于微观的企业研究,更侧重于宏观,杭州作为国内具有典型效应的休闲城市,必然会成为研究的样本和范例。张静的《晚间娱乐休闲活动消费特征研究——以杭州为例》以杭州晚间娱乐休闲活动为样本,通过问卷调查、走访、实地考察等多种方式,初步摸清杭州市民晚间娱乐休闲活动的偏好、影响因素、消费规律等消费特征,针对消费活动中呈现的需求特征、行为特征,认为杭州的晚间娱乐休闲活动消费呈现“家庭型消费蓄势待发,个性化消费日渐受宠,舒适型消费呼之欲出”的趋势,并相应提出了基于消费观念、消费环境及消费形式等不同层面的对策和建议。这为“进一步指导杭州乃至全国旅游城市晚间娱乐休闲投资、引导晚间娱乐休闲消费以及调整晚间娱乐休闲业态”提供了一定的借鉴作用。

黄燕玲、黄震方的《基于相关与偏相关分析的城市居民休闲度假市场开发研究——以南京为例》一文以南京为例,通过定量的分析,探析了城市居民休闲度假旅游需求。研究发现偏爱休闲度假的居民由于地位与收入的不同在旅游资源喜好、旅游活动偏好、购买行为、信息来源渠道、出游方式等方面与一般居民有着明显差异。因此,“休闲旅游目标市场的定位应在高学

历、中高收入阶层”，“旅游资源的开发应优先考虑湖泊水滨、森林山地”，“产品开发应注意项目与资源的耦合”，“休闲度假产品应呈多元化、时尚化、特色化发展格局”，“促销渠道应以网络为主，兼顾传统媒介”，这样才能更好地满足城市居民的需求和更有针对性地开发休闲度假市场。

四、休闲理论和学科研究

一门学科或者一个理论的研究，首先就是要理清该学科或该理论的研究对象，这就必须了解相关的基本定义，对于休闲理论的研究亦是如此。赵琳琳的《休闲、游憩、旅游辨析》针对实际操作中容易出现休闲与游憩、旅游的混淆而导致的旅游和游憩的泛化问题，从游憩、休闲、旅游三个概念的辨析中总结了休闲的概念，认为休闲“是人们在闲暇时按照个人偏好，自由选择参与活动，并从这些活动中获得身心愉悦、精神满足和自我实现与发展，从而更好地投入到工作中去”，概念的明确有利于促进休闲学科的发展。

龙明的《中国休闲哲学的特质与休闲体育》对中国休闲哲学儒家、道家、禅宗的休闲理论的特质进行研究，从中揭示了休闲体育的社会的主体性、生活的日常性、人生的体验性以及休闲体育中超越人生、适应社会、自适自然的美的享受，也符合“和谐社会”建设的理念。

了解前人的研究成果可以使我们了解过去，知晓现在。郭鲁芳的《经济学与管理学视野中的国外休闲研究》一文从经济学和管理学两个角度对国外的休闲研究进行了详细的综述，认为“目前休闲经济管理理论仍处于一个相对活跃发展的时期，理论创新成果丰硕”，但“目前对休闲的研究还依附在家庭经济学和劳动经济学的研究上，没有发展出较为成熟的理论框架体系，也没有得出大量的普遍性结论”。“至于休闲管理理论，研究的视角较为狭窄，这在一定程度上限制了该理论的发展”。因此“对于休闲经济学与休闲管理学而言，在理论思考、实证分析和政府研究方面，加强休闲分析方法的基础，进一步探讨现有的应用领域，以及发展全新的应用领域，尚有许多工作要做”。

国内学者关于休闲经济的研究主要集中在休闲与休闲经济的内涵、休闲需求、休闲供给、休闲消费以及休闲产业管理等方面，少有对学科建设方面的研究，而唐湘辉的《中国休闲经济理论研究与休闲经济学的构建》和杨正宇、吕永操的《休闲学科发展的崭新视野——杭州特色的休闲理论》两篇文章则在这方面作了有益的尝试。唐文针对目前的研究存在着基础概念缺乏权威、研究方法未成体系、研究内容深度不够以及研究难点无从突破等问题，从明确研究对象、确立方法体系、构建研究内容、解决研究难点几个方面着手，确立了构建休闲经济学的一个基本思路。这种思路的确立有利于休

闲经济研究的深化,也有利于用科学、系统的理论指导休闲产业的发展和居民休闲生活质量的提高。该文在对前人研究的成果的总结方面也下了很大的功夫,也是一篇很好的研究综述。《休闲学科发展的崭新视野——杭州特色的休闲理论》通过对西方主流的休闲理论、东方传统的休闲理论的概括和对比,以及对休闲理论发展的规律和趋势的研判,从杭州这个实际范本出发,提出了“休闲、文化、创业”三位一体的具有杭州特色的休闲理论。该理论超越了当下常见的休闲、工作“对立说”,坚持融合观点,形成了休闲学科的“新三要素说”。

蒋晟等的《休闲位置消费的经济分析及对策研究》一文从一个崭新的视角对休闲的消费理论进行了分析,认为争名与逐利一样都是人的经济本性,因而位置消费现象在休闲消费领域也同样存在。该文运用经济的相关理论对休闲消费中的位置消费行为进行分析发现:该行为既无法使休闲消费资源达到帕累托最优状态,也不能使人们从休闲消费中获得最大效用,且个人休闲位置消费的理性选择还会导致集体消费的非理性结果。因此,政府应加强引导,采取有效措施降低位置消费的负面影响,促进休闲经济健康发展。该文具有一定的宏观指导意义和社会意义。

对历史的反思可以使我們更好地看清未来的发展。卢元镇的《休闲的失落:中国传统文化的遗憾》从中国传统文化与休闲之间的关系入手,对中国的休闲不能在中国古代产生和被排斥进行了新的解读,认为“儒家文化的过度传播、没有形成旅游文化、竞技文化的日渐衰落、没有广场文化和公园文化、缺乏经济支撑”是休闲不能在传统的中国文化中找到理论依据、缺乏生存空间、无法正常发育的主要原因,也是“中国文化的一个重大遗憾”。

全书由厉新建任主编,北京第二外国语学院旅游管理学院的高年级硕士研究生厉新权等同学负责初期论文的筛选工作。尽管我们做了很多的工作,希望尽可能全面地展示国内的研究成果,但随着休闲经济的不断发展和研究的不断深入,成果也必将越来越多,有限的篇幅和个人能力的限制,仍使得我们无法“网尽天下好文章”,给读者呈现所有的精英的成果。对于我们工作的不足,也请各位能够提出宝贵的建议。

唯愿我们的工作能够对各位有所启发,唯愿我们的成果能够对各位有所裨益,唯愿我们的努力能够促进中国休闲业的进一步发展,果能如此,则吾辈心足矣!

目 录

一、休闲城市与城市休闲

- 城市休闲与休闲城市 魏小安 李莹(2)
- 国内城市构建“休闲之都”的资质条件分析 王晓丽 王学峰(14)
- 休闲项目对城市休闲适宜性的价值评价 李跃军 孙虎(21)
- 休闲城市空间开发模式构建研究 何毅 党兴华(28)
- 论城市休闲旅游的理论要素及运行机制 王琳 杜小平(37)
- 社区旅游与社区休闲相互作用机制研究 李九全 张中华(44)

二、休闲产业和产业发展

- 我国休闲旅游业的现状、特征与发展趋势 杨卫武(53)
- 湖南长沙休闲产业现状分析 吴章文 刁东良 凌访(62)
- 基于都市圈模式的休闲农业选址与定位研究 肖翠金 伍青生(73)
- 我国休闲农业发展现状与对策研究 郭焕成 任国柱(79)
- 休闲观光农业经营管理方案研究 俞益武 李健 张建国(90)
- 我国台湾省休闲农业经营战略 周嘉玲 张家麟 张海涵(97)
- 基于体验经济视角的休闲渔业及其发展模式探讨 杨子江(103)
- 美、日休闲渔业的发展模式对我国休闲渔业发展的启示
..... 柴寿升 张佳佳(117)
- 论休闲时代旅游景区盈利模式选择 陈雪钧(126)
- 中部休闲经济竞争力比较研究 刘新荣(131)
- 休闲产业发展与城市经济结构调整 孙晓霞(139)

三、休闲市场和休闲消费

休闲俱乐部消费行为研究

- 以广东省为例 吴佩勋 陈右直 庄靖(146)

晚间娱乐休闲活动消费特征研究

- 以杭州为例 张静(164)

基于相关与偏相关分析的城市居民休闲度假市场开发研究

- 以南京为例 黄燕玲 黄震方(175)

四、休闲理论和学科研究

休闲、游憩、旅游辨析 赵琳琳(186)

中国休闲哲学的特质与休闲体育 龙明(193)

经济学与管理学视野中的国外休闲研究 郭鲁芳(204)

中国休闲经济理论研究与休闲经济学的构建 唐湘辉(209)

休闲学科发展的崭新视野

- 杭州特色的休闲理论 杨正宇 吕永操(219)

休闲位置消费的经济分析及对策研究 蒋晟 阎友兵 苏斌(226)

休闲的失落:中国传统文化的遗憾 卢元镇(234)

休闲城市与城市休闲

李 小 燕

1. 中国旅游协会, 北京 100140;
2. 北京市旅游发展委员会, 北京 100025

摘要: 随着城市休闲产业的发展, 休闲城市与城市休闲已成为学术界研究的热点。本文从休闲城市的内涵、特征、类型、建设等方面进行了探讨, 认为休闲城市是城市休闲产业发展的必然结果, 是城市休闲产业发展的最高阶段。休闲城市的发展应坚持“以人为本、休闲优先”的原则, 通过完善休闲设施、提高休闲服务质量、加强休闲产业与相关产业的融合等方式, 推动城市休闲产业的可持续发展。

一、休闲城市与城市休闲

随着城市休闲产业的发展, 休闲城市与城市休闲已成为学术界研究的热点。本文从休闲城市的内涵、特征、类型、建设等方面进行了探讨, 认为休闲城市是城市休闲产业发展的必然结果, 是城市休闲产业发展的最高阶段。休闲城市的发展应坚持“以人为本、休闲优先”的原则, 通过完善休闲设施、提高休闲服务质量、加强休闲产业与相关产业的融合等方式, 推动城市休闲产业的可持续发展。

关键词: 休闲城市; 城市休闲; 休闲产业; 休闲设施; 休闲服务; 休闲产业与相关产业的融合

城市休闲与休闲城市

魏小安¹ 李 莹²

(1. 中国旅游文化资源开发促进会, 北京 100740;

2. 北京同和时代旅游规划设计院, 北京 100022)

摘 要:随着休闲概念的普及与发展,城市休闲与休闲城市建设成为城市发展的一个前沿课题。本文在研究城市休闲影响因素和城市休闲体系构建的基础上,对建设休闲城市进行了初步探索。

关键词:休闲;城市休闲;休闲城市

中图分类号:F59

文献标识码:A

文章编号:1002-5006(2007)10-0071-06

一、研究意义

1. 时代的要求

在中国,休闲是一个古老的词汇,但这几年来却已经成为时髦的流行语。各类休闲设施、休闲产品、休闲服务像雨后春笋般出现,包括休闲中心、休闲餐厅、休闲用品、休闲食品、休闲服装等在内的休闲产业群已经形成。在消费者的观念中,对待休闲的态度已经有所转变。中华民族向来反对好逸恶劳、游手好闲、好吃懒做,这些年休闲业的迅速发展显然反映了社会的根本性进步,体现了社会总体水平的提高^[1]。

严格地说,休闲是工业化后期或者后工业化时期才真正能够普及的一种消费,但是在中国,在总体还处于工业化中期的时候就已经开始了,这说

收稿日期:2007-05-20;修订日期:2007-08-27

作者简介:魏小安(1952-),男,湖南衡阳人,中国旅游文化资源开发促进会副会长,中央民族大学博士生导师,研究方向为民族地区旅游经济;李莹(1977-),女,云南昆明人,北京同和时代旅游规划设计院研究员,旅游管理硕士,研究方向为旅游规划、旅游策划、旅游经济。

明社会进步的速度和水平远远超出了预想。2007年3月5日第十届全国人民代表大会第五次会议,提出“完善消费政策,积极培育旅游、文化、休闲、健身等消费热点,扩大居民消费”。^[2]“休闲”这个词第一次正式进入政府工作报告,成为扩大消费的一部分。中央政府把休闲词汇放进政府工作报告里,意味着在将来它可能会被作为一个战略发展来看待。在这个时候研究休闲,具有更新更深的意义。

最近几年来,随着休闲概念的普及,很多城市都提出了建设休闲城市的目标,有些城市甚至提出要打造“休闲之都”,这是各个城市对于市场敏感性的表现,也是对于将来发展的一种定位式的探索。

休闲产业的发展,对于城市来说是城市功能的完善,也是城市水平的提高,更是当地人民生活质量提高的一种重要表现,以及城市品牌的塑造。如果说一个城市是休闲城市,消费者肯定认为是一个非常好的城市,就这样一种感性的认识和感性的品牌,马上就会带来城市发展的商机。

从这个角度来看,重视休闲城市的建设也必然要提到议事日程上来,现在比较需要的就是做一个休闲城市的创建、服务与管理的导引,因为休闲这个概念现在不明确,什么是休闲,什么是休闲资源,什么是休闲功能,什么是休闲城市,乃至休闲城市都需要做哪些方面的事情,还在摸索中。

2007年9月9日世界休闲组织中国分会筹备会议在北京召开。结合国际上的经验,结合中国的实际情况,我们尝试初步制定了一个《休闲城市建设管理与服务的导引标准》。这个标准的提出,希望能够对各地发展有一个推动作用。希望这个标准经过一定时期的摸索之后,能走向国际。

2. 休闲的两个细节

如果从城市的休闲程度来判断,有两个非常重要的细节,第一个细节是走路的速度;第二个细节是吃饭的速度。

走路的速度。大体上可以有这样的判断,完全的休闲城市走路的速度每分钟40步,完全的工商城市每分钟走路的速度110步。新加坡、香港基本上是每分钟110步的速度,在香港的路上走,经常发现你在挡人家的路,因为我们是旅游者,不是当地人。丽江是一个典型的休闲城市,在丽江的人走路速度大体每分钟40步,上海、杭州大体每分钟100步,北京这样的城市每分钟大体90步,从每分钟40步到每分钟110步,从休闲城市到工商城市是一个区间,这个区间是一个比较有趣味的判断。

吃饭的速度。从全世界来说,吃饭的速度从10分钟到6个小时,10分钟吃一顿快餐,多数市场经济发达国家都是这样的速度。从正常来说,在组

约吃一顿正餐 1.5 小时,在巴黎吃一顿正餐 4 个小时,在希腊吃一顿正餐 6 个小时,中国人吃一顿正餐大体上 1.5 小时到 2 个小时,当然也有更快的或更慢的。

这里反映了一个情况:我们对生存的一种态度。城市休闲是城市生活的重要组成部分,如果说这个城市的生活过于紧张了,这个城市是没有质量的,生活质量是比较低的。

3. 问题的提出

中国提出城市休闲与休闲城市,有几个方面的因素。

第一,发展中国家的国情,这就是不平衡的发展格局。按东部地区现在的经济发展水平看,休闲的需求已经普遍产生;而西部的有些城市还处在工业化早期,甚至工业化前期,休闲主要还表现为农业式的休闲,但它们可以提供很好的休闲产品。总体来看,休闲需求已经在相当一部分地区产生了,休闲供给则已在多数地区普遍形成。

第二,中国面临着一个从工业化中期到后工业化发展的过程,这个过程必然是一个休闲需求普遍高涨的过程,也是一个城市越来越重视休闲发展的过程。

第三,现在各地的竞争非常激烈。改革开放 30 年以来,经历了无数的地方竞争发展,尤其是 1994 年以来财政分灶吃饭,一定程度上变成了一种经济上的联邦制,这种经济上的联邦制使地方的积极性大为高涨。地方竞争从单纯的工业化竞争转向综合的竞争,深层次的发展就要求城市质量的提高。

第四,对环境的要求越来越高,对环境的培育也越来越强化。一个好的环境不仅是自然环境,也包括人文环境和社会环境;一个好的环境不仅是天蓝、云白、水清、树绿,人也应该是友善的,整个社会应该是温暖的,这方面的诉求正在逐步产生。在工业化发展最激烈的时候,只考虑竞争,不考虑环境,但现在开始慢慢调整。

第五,品牌的诉求不断提升。地方领导最关心的第一是工业化,第二是城市化,第三是国际化,第四是信息化,第五是新农村建设,现在这是五大诉求点,这五大诉求点集中为一点,就是品牌。所以城市品牌的要求和城市品牌的发展,使城市开始重视休闲品牌。

最后,城市休闲的发展应该说是城市全面优势的体现,城市在休闲方面的品牌越强,意味着城市的优势越突出,生活质量越高。在制造业发展的时候,农民工大批进城来,但在休闲发展的时候来的一定是比较有钱的人,所

以不但要吸引外地人,也要满足本地市民,更重要的是要吸引有钱人,而且要让有钱人从从容容地留下来,“走路要在40步,吃饭要在4小时”,这样才可能真正形成消费。

正是这些因素,使得休闲在中国这块古老的土地上重新焕发了生机。

二、城市休闲

1. 城市的基本功能

《雅典宪章》(城市规划大纲)提出“城市的4大活动:居住、工作、游憩与交通4大活动是研究及分析现代城市设计时最基本的分类”。世界的一些建筑学家集中在一起归纳了城市的基本功能。^[3]现在,在城市发展进程中,应该重新审视因为盲目混乱发展而被忽略的休闲功能,这些功能被挖掘出来、强化出来,既是上述4个功能的强化,也是4个功能的补充。如果说只是在一个机械化的城市过着一种机械化的生活,这样的生活是没有意思的。

其次,城市是一系列的中心,包括行政中心、经济中心、科教中心、信息中心、交通中心、文化中心,现在城市一定要变成休闲中心。对于城市休闲功能的提升,对于城市休闲生活的研究和进一步的推进,这应该成为下一步的重要任务。

满足休闲需求是城市的基本功能之一,是城市发展水平提高的重要内容,是市民生活质量的必要组成部分。城市休闲以人为本,休闲引人,休闲动人,休闲怡人,休闲养人,“引”是品牌、是吸引力,“动”人是产品确实能够打动人,确实能够给人一种好的感受,给人愉快,使人能够在这里得到充分的休养生息,得到生活质量的全面提升,这是城市休闲功能的基本描述。

2. 城市休闲发展的意义

从城市的发展来说,它具有一系列的意义,休闲创造快乐,休闲创造就业,休闲创造价值。

历史上休闲的“闲”曾用于很多贬义词。中国古代语言里用于“闲”的褒义词只有文人,文人在谈“闲”的时候是褒义的,而从社会生活来说都是贬义词。

现代社会在城市化和市场经济迅猛发展的过程之中,人们也有这样一个感觉:怎么能闲呢?有时间不去挣钱是一种罪恶。

强化休闲创造快乐,休闲创造价值,这个价值既包括精神的价值,同时也包括实际的价值。休闲是劳动力再生产和劳动力提高的过程,休闲让城市更美好。