

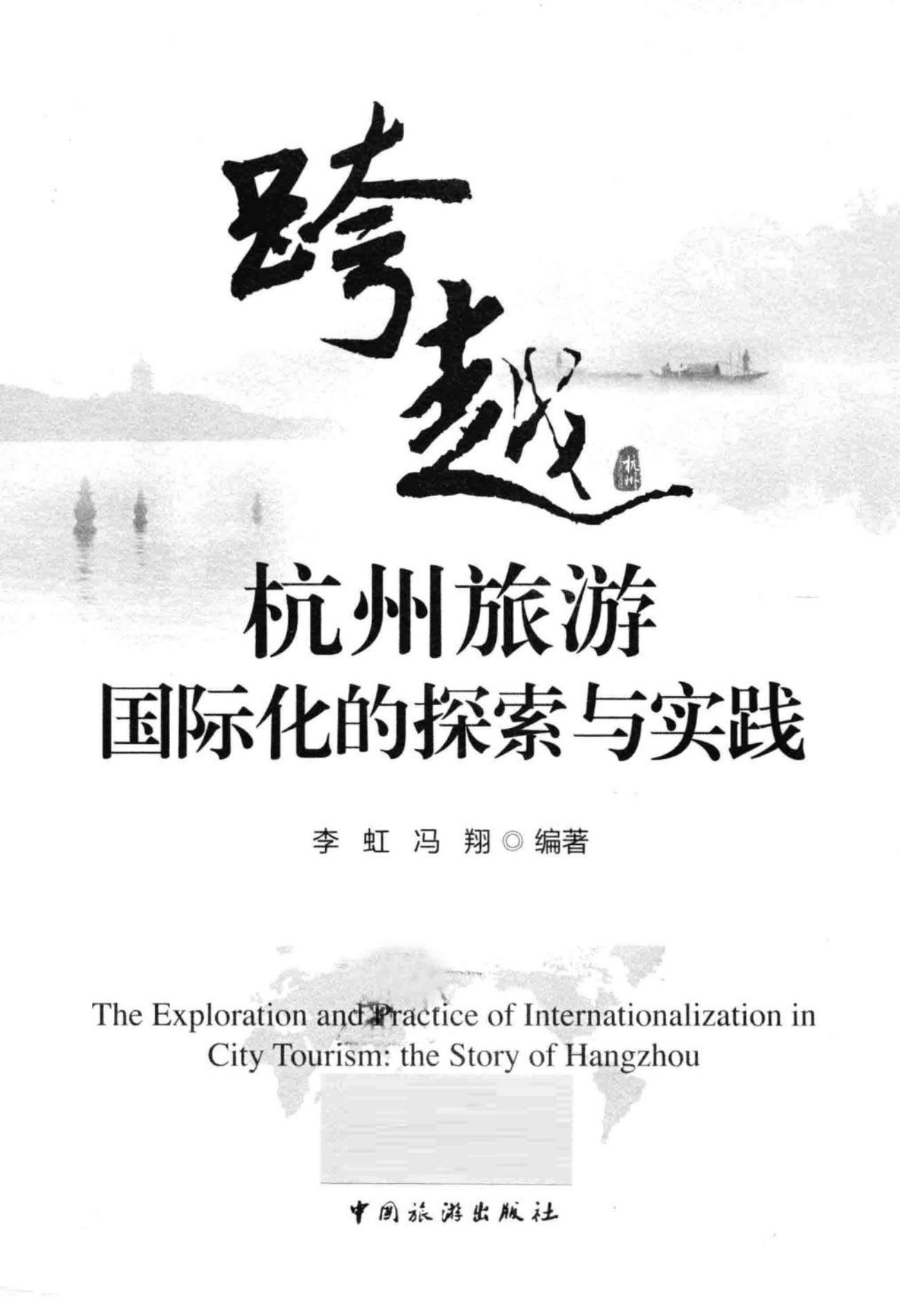


杭州旅游 国际化的探索与实践

李虹 冯翔◎编著

The Exploration and Practice of Internationalization in
City Tourism: the Story of Hangzhou

中国旅游出版社



跨越

杭州旅游 国际化的探索与实践

李虹 冯翔◎编著

The Exploration and Practice of Internationalization in
City Tourism: the Story of Hangzhou

中国旅游出版社

责任编辑：黄志远 付 蓉

装帧设计：中文天地

责任印制：冯冬青

图书在版编目（CIP）数据

跨越：杭州旅游国际化的探索与实践 / 李虹, 冯翔

编著. — 北京：中国旅游出版社, 2013.2

ISBN 978-7-5032-4673-9

I. ①跨… II. ①李… ②冯… III. ①城市旅游—旅游业发展—国际化—研究—杭州市 IV. ①F592.755.1

中国版本图书馆CIP数据核字（2013）第 024546号

书 名：跨越——杭州旅游国际化的探索与实践

编 著：李 虹 冯 翔

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）

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

发行部电话：010-85166503

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：杭州嘉业印务有限公司

版 次：2013年2月第1版 2013年2月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 数：1-5000册

印 张：29.25

字 数：541千

定 价：68.00元

I S B N 978-7-5032-4673-9

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

编 委 会

主 编：李 虹

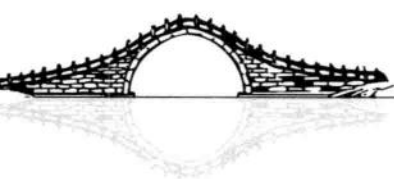
执 行 主 编：冯 翔

执行副主编：赵中华 石利群 朱剑明

编 委：李 虹 冯 翔 赵中华 石利群

朱剑明 朱 岚 杨保福 徐 忠

朱红兵 朱 源 朱 莹



序言

国际旅游城市的东方样本

说起杭州，不能不提到西湖。这一汪水面早已经超越了其原有的地理空间和物理意义，历经千年的历史积淀而成为全人类共同拥有的人文资源，也是世界级旅游资源的象征和标杆。在调研、会议和讲学的行程中，经常会听到一些地方领导自豪地说起某某湖泊，面积比西湖还要大，水质比西湖还要好，言下之意当地也拥有顶级的旅游资源，可以建设成为杭州那样的旅游目的地。我相信这些指标是真实的，可是它们没有苏东坡、白居易，也没有许仙和白娘子，更没有民众自然而然的向往之心。所以，哪怕就是连名字都一样，也仍然不是西湖。正是由于这种永远被模仿却从来没有被超越的资源优势，杭州旅游一开始就是从高位起飞的。随着城市的现代化演进和游客访问数量的持续增长，加上不断投入的环境整治和便利设施，西湖的旅游经济价值日渐增加。就在资源变现成为各地发展旅游的明确选择时，杭州决定向市民和游客免费开放西湖。可以想象，在决策的过程中，一定有门票损失与游客增加之间的财政权衡，更有开放与共享的现代城市理念的深层影响。须知，西湖再重要，也不是杭州的全部。作为一座城市，不可能守着哪怕再有名的景区过日子。作为人类共有的历史文化资源，却一味地向世人彰显其商业价值，无论如何强调当代的投入成本和居民的发展权利，都无法面对“开放、宽容和共享”等人文精神和普世价值观的终极追问，更无法融入世界城市的主流体系。

巴黎、伦敦、东京、纽约等世界旅游城市都有着共同的特征：既有厚重的历史文化传统，也有时尚的当代生活和引领未来的标志性项目。我注意到，杭州已经越过了西湖这一片水面，把目光投向了钱塘江，投向了西溪湿地，投向了当代科技和商业创新。在延续东方传统的精致生活基础上，集群化呈现的现代休闲度假项目为杭州旅游注入了更多的时尚元素。热映电影《非诚勿扰》中一句“西溪，

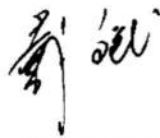
且留下”，为西溪湿地的度假旅游做了成功的形象广告，也为杭州平添了几许时尚色彩和当代生活元素。我们当代人的休闲与度假生活方式又何尝不是在为未来累积旅游资源呢？正如过去我们在西湖边上追思历史，今天西溪悠闲生活的身影也会成为未来游客的想象吧。事实上，对于国际化成长的城市而言，时尚、宜居、健康和环保从来都是市民和游客共享的生活，旅游与城市也从来都是融合生长的。

大家都喜欢说本地曾经发生了什么样的历史事件，出过什么样的历史名人，政要名流对本地的某某事物做过肯定。是的，在城市旅游发展体系中，这些因素都是重要的，也是值得自豪的，然而，城市毕竟是市民的生活空间，是过去的，更是当下的和未来的。因此，我更愿意听到一个城市的当下正在发生什么样的变化，平民百姓的生活是否幸福，到访游客是否满意，是否愿意重游并向他人推荐。在我国旅游产业发展的早期，以团队形式来观光游览的境外游客基本上处于相对封闭的环境，也就是说与百姓的日常生活是不接触的。进入大众旅游时代以后，境内和境外游客越来越倾向于自主、自助的散客旅游方式，旅游环境与城市日常环境之间的隔离日渐消失。很多时候我们分不清谁是市民，谁是游客，甚至也分不清是日常生活，还是旅游行为。因此，一座优秀的旅游城市向到访者展示的不仅仅是一流的景区，还应当包括百姓的日常生活，城市也正是以如此开放的姿态呈现着从容、淡定与自信。在我的印象中，杭州是最早向国际游客开放包括派出所、法院、民事调解等行政管理和公共服务机构的城市。不仅对境外游客如此，对国内游客也同样是最大限度地开放的。统一配置的自行车，可以让游客像本地市民一样方便地租借和交还，再加上城市交通卡，就可以在城市的每一块空间里自由地行走。很多时候，游客并不需要特别的礼遇和专门的安排，他们所需要的只是与市民共享。当然，一个隐含的前提是，本地市民的日常生活和公共服务本身就是高品质的。

无论专家学者给出多少量化的指标，我都坚信：是否能够在现代化进程中坚持人文精神的守望，是否能够在市民幸福的空间里与游客共享，是旅游城市国际化战略不得不回答的终极考问。杭州，如是想，也应如是而行。

再好的理念都需要环境和事项去承载，而对一座城市的印象则总是与人相关的。进入旅游研究领域以来，朋友最多的城市就是杭州了，执掌市旅游委员会的李虹同志即是每次到杭州都想拜访的人之一。他成熟、睿智，对旅游有实感，更为难得的是比年轻人还有激情，每次谈起杭州的旅游来，总是有说不完的话题。2008年，我以《北京市非传统旅游资源与产业成长研究》一书相赠，他阅后就

市民休闲和公共服务场所开放的问题与我专题讨论了很长时间，让我感觉到了理论与实践在同层面对话的快乐。今年年初的时候，我再次将出版的学术随笔集《语·路》相赠，他还专门打来电话，鼓励之余，还特意提到书中没有提到杭州是他的遗憾。那一刻，我为他对杭州的热爱，对城市旅游的拳拳之意所感动之余，自以为算是欠下杭州文债了。值此《跨越——杭州旅游国际化的探索与实践》出版之际，结合自己对国际旅游城市的若干思考，一并呈上对本书的读后感，为杭州，也为好友李虹同志。



中国旅游研究院院长、教授、博士生导师

二零一二年十月二十三日



编者的话

杭州有着 8000 年文明史，是中国著名的风景旅游城市，也是世界文化遗产所在地。杭州很适合中外游客的休闲、观光，因为它不仅是一座极具美感的城市，更是一座充满活力的城市。杭州衷心欢迎海内外的朋友来观光、休闲、度假。

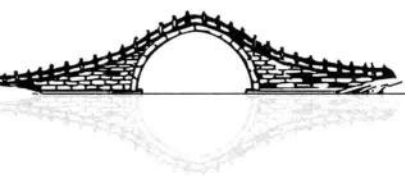
21 世纪被称为“城市世纪”，全球经济一体化不断发展，对国家竞争力有重要影响的城市直接参加世界分工和经济竞争，城市的现代化与国际化成为众多国家关注的焦点。国际旅游城市作为旅游产业和城市国际化共同发展的产物，符合旅游业和城市国际化发展的规律，是重要的国际性城市类型。国际旅游城市的出现和发展，将大大加强以城市为支撑，点线面组合的区域旅游业的共同发展和国际旅游目的地的形成。因此，世界各国都把建立国际旅游城市作为新一轮参与世界旅游业和全球经济竞争的重大举措而积极实施建设。

国内目前有一个海南国际旅游岛，但海南的模式比较难以被国内其他城市复制和借鉴，因为海南有着自身的地域特殊性。而杭州作为国家首批命名的历史文化名城、中国 3 个最佳旅游城市之一、长江三角洲区域重要中心城市，它的国际旅游城市的模式与经验一旦成为现实，将会极具广泛的借鉴作用和指导意义。目前，杭州正在向着打造具有全国示范意义的国际旅游城市之路迈进。8 年多来，杭州旅游谋求有质量的发展，起步早、转型快、发动面大，产生了一系列好的举措，积累了创新的经验，并开拓了未来的发展格局。

本专著的研究出发点是探索杭州自 2004 年正式启动旅游国际化战略以来所取得的成果和获得的启示。本专著的主要读者群是国家政府研究机构、旅游研究者、政府旅游主管人员、旅游从业人员、旅游专业学生以及旅游企业工作人员。本专著分为十一章，第一章主要研究了旅游国际化的基础理论问题，第二章概括性地分析了杭州建设国际旅游休闲中心的战略步伐，第三章至第八章阐释杭州自 2004

年实施旅游国际化战略以来，在旅游目的地功能、产品、营销、管理、服务、环境六方面的举措和成果。第九章为名家集萃，从学术名人和新闻媒体的角度反映多维度的杭州旅游国际化。第十章分别分析了国外著名旅游城市在旅游特色吸引物打造、旅游服务集团化、旅游公共设施网络建设、城市自助旅游体系打造、城市营销手段创新、城市旅游主管部门自我转型等方面的经典举措。第十一章从未来发展的角度，对杭州乃至全国其他城市的未来旅游国际化之路提出了一些建议和对策。

关于城市旅游国际化的发展情况，我们可以从零散的文献资料、学术文章、网络博客、会议手册、培训教程中了解到一些，但是中国业界和旅游学术界到目前为止，还没有一本较为系统地介绍某个城市旅游国际化发展过程的学术性专著。杭州是中国最早实施旅游国际化战略的城市。在旅游国际化上，杭州要走的路还很长，但至少，已经走过的这段路展现了其价值和意义，而我们将欣喜地见证杭州这座蕴含着无限潜力城市的成长与发展。这本专著或许将有助于读者认识一个国际化的杭州，一个将古老与现代完美融合的旅游大都市。同时，也希望本专著能成为开先河的研究城市旅游国际化发展之路领域的学术性著作，对中国旅游业的发展起到一定的积极导向作用，并为中国旅游走向世界搭建一个平台。



目录

CONTENTS

- 001 / 序言：国际旅游城市的东方样本
- 001 / 编者的话
- 001 / 第一章 旅游国际化的基本理论和概念
 - 002 / 第一节 城市旅游国际化
 - 005 / 第二节 国际旅游目的地体系
 - 023 / 第三节 杭州对旅游国际化的具体认知
- 028 / 第二章 杭州旅游国际化的启动背景
 - 029 / 第一节 时代发展的召唤
 - 052 / 第二节 杭州模式初显





068 / 第三章 旅游目的地产品国际化

069 / 第一节 三轮旅游国际化行动计划的演进历程

071 / 第二节 具体收获

077 / 第三节 经典案例分享

155 / 第四章 旅游目的地营销国际化

156 / 第一节 三轮旅游国际化行动计划的演进历程

157 / 第二节 具体收获

164 / 第三节 经典案例分享

183 / 第五章 旅游目的地功能国际化

184 / 第一节 三轮旅游国际化行动计划的演进历程

186 / 第二节 具体收获

189 / 第三节 经典案例分享



200 / 第六章 旅游目的地服务国际化

201 / 第一节 三轮旅游国际化行动计划的演进历程

203 / 第二节 具体收获

206 / 第三节 经典案例分享

230 / 第七章 旅游目的地管理国际化

231 / 第一节 三轮旅游国际化行动计划的演进历程

232 / 第二节 具体收获

236 / 第三节 经典案例分享

262 / 第八章 旅游目的地环境国际化

263 / 第一节 三轮旅游国际化行动计划的演进历程

264 / 第二节 具体收获

267 / 第三节 经典案例分享：旅游国际化人才建设



279 / 第九章 名家集萃：多元的杭州旅游国际化

280 / 第一节 名人眼中的杭州旅游国际化

299 / 第二节 媒体眼中的杭州旅游国际化

330 / 第十章 国际实践：国际著名城市的旅游国际化之路

331 / 第一节 欧洲城市和地区

363 / 第二节 亚太城市和地区

377 / 第三节 北美城市和地区

382 / 第十一章 未来杭州：旅游国际化的提升之路

383 / 第一节 三轮国际化的发展总结

387 / 第二节 杭州旅游国际化的未来之路

404 / 第三节 国内城市实施旅游国际化的战略选择

413 / 附录

447 / 参考文献



第一章

旅游国际化的基本理论和概念

国家旅游局在 21 世纪初提出到 2020 年把我国建设成为世界旅游强国的宏伟目标，实现从“亚洲旅游大国”到“世界旅游强国”的历史性跨越。2009 年国务院颁布的 41 号文件《国务院关于加快发展旅游业的意见》指出，我国将力争到 2020 年旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平。在这个大方向的指引下，越来越多的旅游城市都以创建国际旅游城市为发展目标。在这一发展背景下，亟需对国际旅游城市进行深入系统研究，科学分析和比较国际旅游城市的基本特征，明确建设国际旅游城市的基本条件和要求，确定建设国际旅游城市的战略思路，并采取切实有效的措施推进国际旅游城市的建设与发展。

本章主要研究建设国际旅游城市的相关基础理论问题，首先探讨城市旅游国际化与国际城市的基本内涵及两者之间的关系，然后讨论国际旅游目的地内涵与构建指标等基础理论问题，最后深入分析杭州对旅游国际化的具体认知。研究发现，杭州在旅游国际化认知方面已经较为成熟，并且走在了全国前列。



随着我国旅游业的快速发展,旅游业在国民经济中的地位不断提高,旅游业逐步成为推动产业结构调整、实现经济转型的重要动力。与此同时,伴随经济全球化的持续推进和新兴旅游目的地不断涌现,国内和国际旅游市场竞争也日趋激烈。在这样大的发展背景下,国内众多地区相继把提升旅游业国际化水平、建设国际旅游目的地作为战略发展目标。在介绍杭州旅游国际化经验之前,我们首先对城市旅游国际化概念、国际旅游城市概念、旅游国际化与城市国际化的互动关系、旅游目的地内涵、世界级旅游目的地内涵、世界级旅游目的地体系构建指标、杭州旅游国际化认知等基础理论进行深入系统的研究和分析,期望给予城市旅游国际化这一领域一定的学术关注。

第一节 城市旅游国际化

随着中国社会经济的迅速发展和对外开放的逐步加深,有条件的旅游城市走国际化之路是一种必然趋势,但要真正实现旅游国际化,并建成国际旅游城市则要经历一个漫长的过程(石培华,2011)。旅游国际化与国际旅游城市是一种相辅相成的关系。可以这么说,旅游国际化是建设国际旅游城市的一种工具与途径,提高国际化程度有利于推动国际旅游城市的建设;而国际旅游城市或国际化旅游城市则是最终建设目标,也同样存在国际化水平的高低。

一、国际旅游城市概念的提出

讨论城市旅游国际化,首先需要弄清楚“什么是国际旅游城市”。目前,国际学术界没有关于“国际旅游城市”的一致定义。国内学者对国际旅游城市的研究始于20世纪90年代末,当时随着改革开放的推进和城市实力的增强,如何将首都北京率先建成国际旅游城市的问题受到众多旅游学者的重视,也由此开创了我国国际旅游城市研究的先河(张广瑞,1994;于士英,1994;李明德,1999)。但当时国际旅游城市的研究基本上都是从国际城市引出的概念,大多并未对国际旅游城市概念做出明确界定。

20世纪90年代中期以来,国内一些城市开始提出创建国际旅游城市的目标,学术界对如何建设国际旅游城市的理论探索也随之开始。例如,邓卫提出了建设国际旅游城市的基本规范(邓卫,1997);李明德在《试论国际旅游城市的标准》一文中提出,要

成为国际旅游城市，除了要依靠整个城市现代化、国际化发育的成熟程度外，其旅游业自身也有数项标准是必须达到的，并参照国际上一些知名的国际旅游城市，提出了北京建设国际旅游城市的10项目标（李明德，1999）。周玲强认为，国际旅游城市是经济社会发达，旅游资源丰富，资源品位高级，具有超国界吸引力，城市综合环境优美，旅游设施完善配套，旅游产业发达并成为城市主要支柱产业，国际国内游客数量众多，在国际上具有较高知名度的国际性城市（周玲强，1999）。该定义通过规定国际旅游城市所需要具备的条件，确定国际旅游城市的范畴，是相关研究中相对全面的定义。赵娇在分析国际旅游城市发展的特征与竞争力时引用了这个定义，并提出国际旅游城市具有3个基本特征：具有超国界吸引力、国际美誉度较高的旅游资源和旅游产品；较完整的、国际化的旅游产业体系；能满足国际化要求的城市管理水平（赵娇，2007）。同时，也有一批国内学者从不同的角度对国际旅游城市应具备的条件做了研究，这在一定程度上也是对国际旅游城市的解释，但这些研究观点不一、提法各异，而且，所提出的条件处于不同的层面上，使得在运用这些条件对某个城市进行评价时会产生一定的交叉和重复，从而影响评价结果的准确性。例如，早在1993年，张广瑞就在《简谈国际旅游城市应具备的条件》一文中，从如何最大限度地满足散客旅游者的要求出发，提出了国际旅游城市至少应当具备4个基本条件：具有国际标准的旅游设施与服务设施，如交通设施、住宿设施、购物设施；遵循国际惯例，使旅游者处处感到方便；具有独特且有广泛吸引力的旅游吸引物；友好、文明的社会环境（张广瑞，1993）。

尽管对国际旅游城市概念尚未达成一致的看法，但国内学者在“国际旅游业发达，国际知名度高，对外开放度大”三方面已基本达成共识。对国际旅游城市的理解也由早期的偏重综合性的“大而全”的定义，向注重其关键特征和独特内涵（如国际知名度、国际旅游功能等）转变，从而使原本泛化的概念和内涵变得日益明确和突出（闻飞、王娟等，2009）。

由此看来，从城市旅游功能和产业发展的角度来综合界定国际旅游城市最为科学。朱梅运用城市功能理论中的城市分析方法，对国际旅游城市进行了界定：所谓国际旅游城市，就是旅游功能显著、体系完备、符合国际标准，在城市功能中占据主导地位，且这种功能辐射范围波及许多国家和地区的城市（朱梅，2008）。杭州在关注旅游国际化时，也主要运用了城市功能理论中的观点，强调旅游产业与城市发展的融合，认为“旅游功能在城市功能中占有重要地位、旅游产业能级达到一定国际化水平的城市”才属于国际旅游城市。具体而言，杭州对国际旅游城市的理解与周玲强（1999）提出的理念基本吻合，即国际旅游城市是指经济社会发达，旅游资源丰富，



资源品位高,具有超国界吸引力,城市综合环境优美,旅游设施完善配套,旅游产业发达并成为城市主要支柱产业,国际国内游客数量众多,在国际上具有较高知名度的国际性城市。国际旅游城市是以城市参与世界经济发展分工合作中形成的,是根据城市资源禀赋、发展条件和比较优势的大小,选择了旅游产业作为其主要的内在功能,并依托完善的城市功能体系产生强大的国际客源聚集能力,最终形成的城市形态。

二、城市旅游国际化概念的提出

从整体上看,目前国内关于城市旅游国际化的研究成果较少,且多以某个具体的城市为研究样本,使得这些研究成果带有明显的地域色彩及特殊性。而且不少研究将城市旅游国际化发展等同于国际旅游城市建设,并没有突出旅游业国际化的动态性和国际旅游城市的“国际性”特征。

值得关注的是,仍有一些国内学者围绕城市旅游国际化问题进行了专门研究,甚至提出了明确的概念。杭州是我国较早提出国际化战略的旅游城市,因此也引发了不少关于杭州旅游国际化的研究,如《试论提高杭州旅游的国际化程度》(刘晓伟,2003)、《论杭州旅游国际化战略》(王国平,2005)、《杭州市旅游国际化进程简析》(任宝莹,2005)、《杭州市发展国际旅游的建议》(史珏春、于静波,2005)等。万绪才等在研究南京市旅游国际化时明确提出,城市旅游国际化是一个国家或地区旅游功能日益与世界接轨、国际旅游知名度不断提高、逐渐融入全球旅游网络的过程,它具有3个基本特征:城市旅游国际化是一个国家或地区整体国际化的一个层面;旅游国际化是一个阶段性的、动态变化的概念,是一个发展进步的过程;城市旅游国际化具有普遍意义(万绪才等,2007)。沈小芳在研究都市社区旅游的国际化时,提出其国际化主要体现在社区旅游环境氛围的文化底蕴本土化、旅游服务质量的国际化、接待游客来源的国际多元化、旅游产品供给与体验的国际时尚化以及旅游品牌的国际化(沈小芳,2008)。

上海建设世界级旅游都市课题组于2009年提出,城市的旅游国际化应体现在7个方面,包括:拥有具有国际性的旅游企业品牌的旅游企业集团;拥有一系列具有国际影响力的旅游产品作为旅游吸引物,而且旅游产品符合国际旅游者需求,并能够培育出具有国际吸引力的本土旅游产品品牌;拥有软性的具有国际质量标准的旅游服务,旅游服务适应国际游客的需求,服务水平和服务标准与国际接轨;旅游人才在教育 and 培训方面与国际同行接轨;国际化的旅游管理,即旅游管理理念国际化、管理手段国际化、管理系统国际化等;国际化的旅游客源,即要扩大城市的国际化旅游营销