

关于建设世界一流旅游城市的思考

厉新建

(北京第二外国语学院 旅游管理学院, 北京 100024)

摘要: 要把旅游业建设成国民经济战略性支柱产业需要有一批世界一流的旅游目的地作为支撑, 建设世界一流旅游城市则是建设一流旅游目的地的突破口, 也是我国在城市化进程中建设有中国特色的世界城市的突破口。为此要从集聚影响力和扩散性影响力两个方面加强能力建设, 同时要处理好旅游城市自身发展与周边旅游目的地之间联动发展等方面的关系。只有在建立世界一流旅游城市标准体系、认清发展过程中的主要瓶颈、明确未来主要努力方向等方面采取切实有效的措施, 建设世界一流旅游城市的目标才能实现。

关键词: 旅游城市; 旅游业; 城市化

中图分类号: F590.3

文献标识码: A

一、世界一流旅游城市是城市建设的突破口

世界城市是 20 世纪末以来最前沿的研究领域之一, 在全球化发展日益深化的大背景下, 尤其引人关注。一般认为, 世界城市是全球化的趋势下所产生的新空间形式, 它是集聚跨国公司总部、商业服务中心和国际金融中心、信息传播中心等, 兼具各种功能, 并且是控制全球经济的重要节点^[1]。围绕着世界城市概念, 形成了内容丰富、体系多样的判断标准。比如, 美国的《外交政策》杂志选取了涉及商业活动、人力资本、信息交流、文化体验和对全球政策制定与对话的影响力等 5 个方面共计 25 个指标, 推出了“全球城市指数排名 (2010)”, 中国的香港 (5)、北京 (15)、上海 (20)、台北 (39)、广州 (57)、深圳 (62)、重庆 (65) 都位列其中^[2]。

世界城市建设是中国城市化进程不断加快、城市化水平不断提升背景下的战略选项之一, 同时也是中国城市融入世界经济的重要渠道, 是中国城市在世界政治、经济、文化交流中发挥积极作

用的重要途径。

当然, 创建世界城市的任务非常艰巨, 如何在全球化、信息化、网络化的时代中找到建设世界级城市的突破口, 将成为建设世界城市能否顺利推进的关键问题。中国的北京、上海等地都具有成为全球性世界城市的潜力, 有些城市则具有成为区域性世界城市的潜力。无论如何, 在将潜力转化为现实的过程中, 需要充分发挥潜力城市的综合优势, 在某些领域实现跨越式发展, 而旅游由于其对于推动不同地区、不同文化的人们之间的交流, 旅游流对商务流、资本流、信息流、文化流、科技流有着强大的带动作用, 因此旅游业完全有可能成为这些潜在世界城市中能够率先实现突破的领域之一。也就是说, 建设世界一流旅游城市是建设世界城市重要途径之一。

二、世界一流旅游城市的集聚性和扩散性

如同世界城市一样, 世界一流旅游城市的要义也在于“超越地理界限的影响力”。这种超越地理界限的影响力可以分为两个层次, 其一是集聚

收稿日期: 2012-04-12

作者简介: 厉新建 (1973-), 男, 浙江东阳人, 北京第二外国语学院旅游管理学院教授, 法学博士, 研究方向: 旅游经济发展战略、旅游企业跨国经营。

基金项目: 北京市哲学社会科学规划重大课题, 项目编号: 11ZDA09; 北京市科技创新平台与人才强教深化计划以及北京市教委重点项目资助; 北京市哲学社会科学规划项目, 项目编号: SZ201110031016。

性影响力，其二是扩散性影响力。

（一）集聚性吸引力

所谓集聚性吸引力，就是指由于旅游城市的吸引力所产生的对全球旅游市场的影响力，主要表现为某旅游城市所吸引的外国入境旅游过夜人次数。如果以北京为例，则可以发现北京与伦敦、纽约、巴黎等城市相比还有很大的差距（见图 1）。2010 年北京接待的入境过夜游客为 490.1 万人次、旅游创汇 50.44 亿美元，而伦敦在 2007 年就已接待了 1 530 万国际游客，国际旅游收入为 83 亿英镑，约 166 亿美元，2008 年和 2009 年接待的国际游客分别为 1 503.3 万人次、1 405.9 万人次，初

步预计 2010 年将接待 1 600 万国际游客；纽约 2008 年接待国际游客达到 946.3 万人次，国际旅游收入约为 170 亿英镑，2009 年接待数下降 10.7% 到 847.9 万人次，预计到 2013 年国际游客数量约为 929.7 万人次；巴黎 2008 年接待的国内外游客数量大约为 3 510 万人次，其中国际游客约为 837.5 万人次，估计到 2013 年该数字将上升到 3 710 万人次；2008 年罗马接待入境国际游客为 562.9 万人次，预计到 2013 年国际入境游客约为 660 万人次。即便是泰国的曼谷，2008 年接待的国际游客数量也达到了 1 021 万人次，2009 年尽管同比下降了 2.2%，但仍达 998.6 万人次。

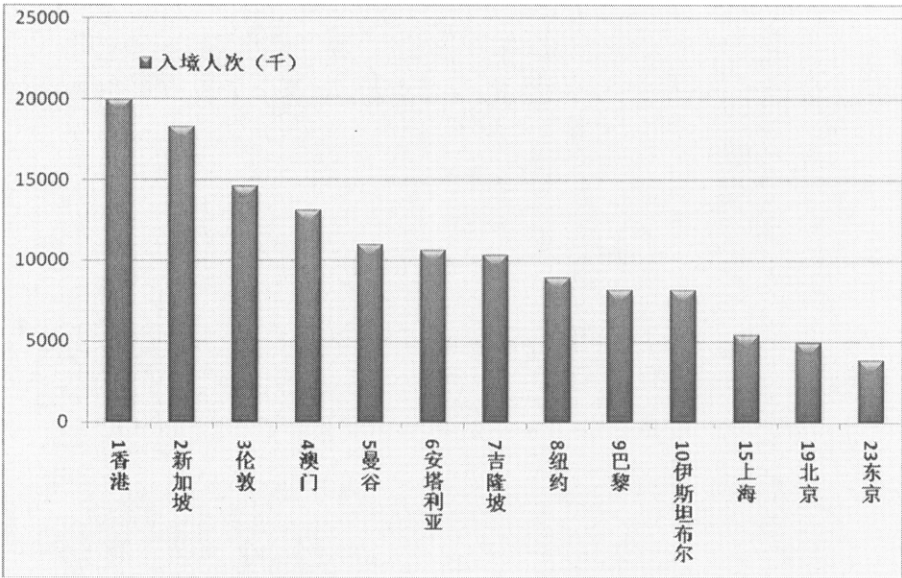


图 1 全球入境游客前 10 位城市（2010）
资料来源：GMID 数据库

（二）扩散性影响力

所谓扩散性影响力，大概又可分三个小层次，即传播的扩散性、创新的扩散性和管控的扩散性。可以想见，在当前传播媒体如此发达的环境中，如果无法通过各种全球主流媒体将自己推送到全世界各个角落，那显然难以称为世界一流旅游城市；一个世界一流旅游城市无法通过产品创新、商业模式创新等方面对世界其他城市的旅游发展产生足够的影响，或者该旅游城市所驻有的旅游类跨国公司全球总部或地区总部的数量少的可怜，则显然也难以对全球旅游业“发号施令”。比如，从 2004 年至今的 Google 搜索量看，若以北京的网络搜索为基准的话，巴黎是北京的 14 倍，伦敦是北京的 16 倍，纽约是北京的 15 倍，罗马是北京的 2 倍；据 1998 年的资料，四大城市中巴黎的联合国机构及国际组织总部的数量最多，达 208 家，其次

是伦敦 57 家，再次是纽约 21 家，东京为 16 家；而北京才 2 家^①。

三、建设世界一流旅游城市要处理好的关系

第一，要处理好突出的“点”和广阔的“面”之间的关系。世界旅游城市在一定的区域范围内是极化的增长极，是突出的，但是一个没有广阔纵深的旅游城市是不可能真正成为世界一流旅游城市的。要想成为世界一流旅游城市一定要发挥城市的枢纽、通道作用，加强与周边城市之间的联动、联合。

第二，要处理好鲜明的形象与多元的内涵之间的关系。一个世界一流旅游城市一定要在市场上形成鲜明的形象，让人一听到这个城市的名称，就能在脑海中形成特定的城市意象。但很多潜在的世界级城市往往是综合性大都市，其世界级城

市的内涵显然应该是多元的,这样才能在主体意象之下,吸引各个层次、怀有不同旅游预期的人们前来旅行。

第三,要处理好大师的建筑和公共的讨论之间的关系。世界一流旅游城市需要有大师的建筑作为发展中的世界一流旅游城市的地标,但世界一流旅游城市的地标不应该高高在上,应该能够谦卑地允许公众的讨论,而且还应该构建适当的渠道,使这种讨论能够从民间反馈到大师那里,反馈到决策者那里。只有允许公众讨论的地标建筑才是可亲的、值得记忆的地标建筑。在震撼力和亲和力、冲击力和感染力之间,世界一流旅游城市应该更关注的是整体环境的亲和力、感染力。

第四,要处理好城市的扩张和广场的焦虑之间的关系。世界级城市并不意味着一定要修建无比宽阔的马路和无比雄伟的广场。宽阔的马路虽然可能有助于改善交通状况,促进交通顺畅,但同时也会阻碍旅行者“徜徉”其间;广场太宽则容易没有活力,没有可亲感,形成专家所说的“广场焦虑”,这是应该避免的。

第五,要处理好丰富的遗产与开放的心态之间的关系。拥有丰富的遗产有助于提升城市旅游吸引力,是世界一流旅游城市重要的因素,但更重要的有开放的、包容的心态,并以这种开放的心态来吸引更多流动的文化、生长着的文化,从而形成新的文化遗产的实现和展示机制,这对于世界一流旅游城市才是一种持久的生命力。

第六,要处理好固化的发展指标与动态的能力建设之间的关系。指标固然重要,但是仁者见仁智者见智,不同指标下,评价结果会有很大不同。如果迷信指标,容易在世界级城市发展的过程迷失了城市自己。指标性的评价往往是对过去的肯定,如果没有能力建设在后面的支撑,这样的结果肯定是不稳定的,不可持续的。魏小安(2010)提出了世界城市建设过程中需要构建完善的能力体系,其中包括投资能力、建设能力、扩张能力、控制能力;文化能力、聚集能力、商业能力、科技能力、吸引能力、公共能力;创造能力、环境能力、输出能力、服务能力、休闲能力等15个方面的能力^[3]。

第七,要处理好相同的市界和不同的空间之间的关系。城市无论大小,都有市界,但是却有不同纵深的空间,因此在所谓的外国入境过夜人次的概念表现上会有不同。比如,伦敦之于英国,因为英国国土面积相对小,所以大量的游客可能是

国际游客,北京之于中国,因为中国的国土面积相对大,所以大量的游客可能是国内游客,但是这些游客到北京的旅行距离未必比那些英国周边国家游客到伦敦的旅行距离为短。也就是说,如何在两个国土面积、人口总量完全不同量级的体系中确认世界一流旅游城市的标准,如何处理国际入境游客在世界一流旅游城市确认中的地位和权重,还需要深入的、实事求是的思考。

四、建设世界级旅游城市的相关问题

诺贝尔经济学奖得主斯蒂格里茨曾经指出,“中国的城市化与美国的高科技发展将是深刻影响21世纪人类发展的两大课题……中国城市化将是区域经济增长的火车头,并产生最重要的经济利益”^[4]。应该说无论是国际化、城市化还是旅游,都是当前社会热点。应该看到,我们正在积极有效地融入到全球化进程中,正在不断拓宽国民的国际化视野。当然,无论是国际化还是城市化都将与旅游有着千丝万缕的联系,国际化和城市化有利于旅游经济更好更快地发展,同时旅游经济的发展也将成为国际化和城市化的重要推动力。

(一) 标准

总体的建设目标必须要有细分的标准来支撑,这样大家才能遵照设定的标准来一步一步完成最终的发展目标。标准设定合理与否将会影响到建设过程的效率和效果,但有的时候标准可能会让人误入歧途,如果撇开学术的界定,我们不妨通俗地从两个方面来理解世界级旅游城市:就供给角度而言,世界级旅游城市是指旅游供给达到世界级水准的旅游城市;就需求而言,世界级旅游城市是指为国际旅游市场所熟知具有一定美誉度的旅游城市。因此,建设世界级旅游城市大体可以从四个方面来衡量:

1. 要有足够高的国际交往程度。主要可以通过诸如国际性组织和世界大型企业总部和代表机构的数量、举办大型国际会议数量、外籍居民的数量和比例、接待境外旅游者人数、国际航班数量等多个方面来体现。2010年第六次人口普查数据显示,居住在北京并接受普查登记的港澳台居民和外籍人员为107 445人,其中外籍人员91 128人,香港特别行政区居民8 045人、澳门特别行政区居民500人、台湾地区居民7 772人^[5];居住在上海并接受普查登记的境外人员共有20.83万人,其中外籍人员为14.32万人,香港特别行政区居民为1.93万人,澳门特别行政区居民为910人,台湾

地区居民 4.49 万人^[6]。而日本 2010 年 10 月开始的国情调查显示，东京人口突破 1 300 万，其中外国人在 20 万以上，外国人中中国人最多，达 9.6 万人；其次为韩国人和朝鲜人计 7.7 万；菲律宾人 2.5 万；美国人 1.8 万^[7]。

2. 在国际上要有明确的城市旅游形象。目的地形象是目的地多因素综合匹配后作用于市场的一个总体印象。这对吸引国际客源具有重要的意义。

3. 接待设施要完善，尤其是要充分保证国际游客使用的便利性。这是世界级旅游城市区别于一般旅游城市的重要标志之一。包括标识系统要符合国际通用标准（包括标识外语翻译的准确

性）、要考虑使用人群的国别差异，居民的友善程度及与国际游客基本交流能力等。接待设施的完善则既包括类型的多样，还要保证档次配置的合理性。

4. 需要具有国际吸引力的旅游产品和独特的人文环境。这其中包括国际知名的景区、会展活动等。之所以强调人文环境，一方面是因为人文环境往往是一个城市的灵魂所在，没有了她，城市就没有了精神；另一方面则是因为独特的人文环境往往是吸引国际游客的重要因素，是城市核心竞争力的来源。但是独特人文环境并不反对多元文化的融合。

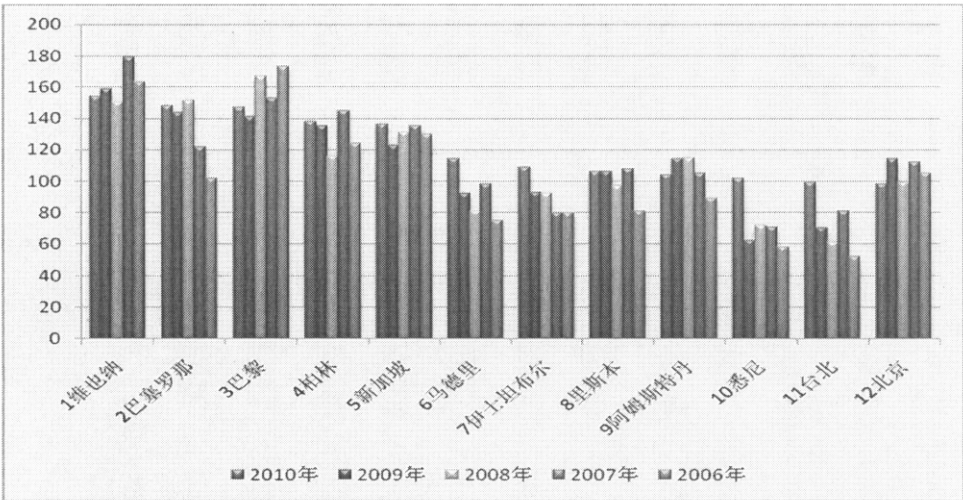


图2 全球入境游客前 10 位城市（2010）

（二）瓶颈

当我们旅行于各个城市之间的时候，推开窗户，我们无法明确地告诉自己这是在哪里；我们在多数城市的街道漫步的时候，映入眼帘的是“千城一面”的高楼大厦。这显然不是世界级旅游城市所应该追求的，可却恰恰是我们目前的一种真实写照。但对于我国建设世界级旅游城市的瓶颈而言，更多的差距主要表现在国际组织的数量和城市建设的理念上。

以北京为例，截至 2011 年 7 月，北京已经拥有《财富》杂志评出的世界 500 强企业总部中的 41 家，仅次于东京，不过这 41 家企业都是中国企业。据国际协会联盟（UIA）的统计，2008 年北京召开的国际会议^②数量为 75 次，而排在第一位的新加坡有 637 次、第二位的巴黎有 419 次，此外东京有 150 次、首尔有 125 次；2010 年前 10 位为新加坡（725 次）、布鲁塞尔（486 次）、巴黎（394 次）、维也纳（257 次）、首尔（207 次）、巴塞罗那（193 次）、东京（190 次）、日内瓦（189

次）、马德里（175 次）、柏林（165 次）。另据国际大会及会议协会（ICCA）的统计，2008 年北京举办的国际会议^③数为 99 次，而巴黎为 167 次、伦敦 105 次、东京 92 次；2010 年分别为 98 次、147 次、97 次和 68 次（见图 2）。

国外的理念认为，城市应该是一个开放的巨系统，城市的文脉与肌理应该具有一定的延续性。因此，老建筑没有必要全盘保留，在城市的保护和利用过程中，最重要的是复兴城市的灵魂。此外，国外在城市化发展过程中对于老城与新城的关系处理已经形成了行之有效的模式，诸如新老分离等。可是在我国，经常发生的往往是要么在城市化商业利益的驱动下，大片的历史建筑、历史街区消失在铲车下，仿古建筑大量涌现，无国别的建筑大量涌现；要么只要是古代的东西就不能动，就需要保护。这两者都是极端，都与国际先进水平有很大的差距。

（三）方向

随着我国社会主义市场经济建设步伐加快，

以及参与国际经济大循环,我国国民经济必将会持续、稳步、健康发展。国内政治稳定,社会安定和经济蓬勃发展,为建设世界级旅游城市提供了良好的外部环境。但是面对全球化的挑战,对应城市化、现代化、国际化的发展,旅游产业需要在传统的运行轨迹上转型,才能顺应发展的需要。

这其中自然就包括根据资源的特质和市场的需求进行旅游产品的创新和升级。在建设世界级旅游城市的过程中要实现核心旅游产品的国际化,使之具有国际性的吸引力。世界级旅游城市应拥有世界级的高品位的旅游资源和世界罕见的旅游景观,更要按照国际标准建成具有国际竞争力的核心产品。

要瞄准世界级旅游城市的目标,就要建立面向国际的目的地营销体系和适应国际散客化发展的旅游接待体系,包括保证国际化便利的旅游集散中心、引入国际知名的城市观光品牌等。

如果从旅游消费方式和旅游消费结构来看,我国的旅游业中大部分属于观光旅游,即走马观花式的参观型旅游活动多,而修学、健身、寻根、考察、探奇、了解风土人情的专项特点旅游较少。要改善这种情况,就要求世界级旅游城市要对城市发展内在肌理、特质文化等的梳理和展现。加快旅游观光与休闲体验之间的融合,优化城市环境,满足“宜居、宜游”的要求。

注释:

① 1997 年成立的国际竹藤组织和 2002 年迁址北

京的联合国亚太农业工程与机械中心(AP-CAEM)。

② 与会代表至少来自五个以上的国家;参会人数在三百人以上;会期在三天以上。

③ 至少有 50 个参加者;定期组织举行会议(不包括一次性会议),必须在至少三个国家轮流举行过。

参考文献:

- [1] 郑剑锋. 世界城市理论研究综述[J]. 当代社科视野 2009(11):26-30.
- [2] Brian Fung, Jared Mondschein. The Global Cities Index 2010. Foreign Policy. 2010. 8. 11.
- [3] 魏小安. 北京:建设世界一流旅游城市[EB/OL]. <http://weixiaoan.blog.sohu.com/182934116.html>.
- [4] 张保淑. 中国稳步推进城市化[EB/OL]. [2005-05-12]. 中国人大网.
- [5] 北京市统计局. 北京市 2010 年第六次全国人口普查主要数据情况[EB/OL]. http://www.bjstats.gov.cn/xwgb/tjgb/pcgb/201105/t20110504_201364.htm.
- [6] 上海市统计局. 2010 年上海境外人员的现状与特征[EB/OL]. <http://www.stats-sh.gov.cn/fxbg/201112/237137.html>.
- [7] 王鹏. 日本东京中国人数近 10 万居外国榜单首[EB/OL]. <http://www.chinanews.com/hr/2011/11-30/3497240.shtml>.

Considerations for Building World-class Tourism City

LI Xin-jian

(School of Tourism Management, Beijing International Studies University Beijing 100024, China)

Abstract: Building tourism as the strategic pillar industry for the national economy requires a number of world-class tourism destinations. The breakthrough for building the world-class tourism destination is to construct world-class tourism city, which is also the breakthrough for building the world-class city with Chinese characteristics. In order to build the world-class tourism city, two aspects should be considered: one is to accumulate the ability of influence and the other is to spread these influences out, and meanwhile, handling good relationship between the development of tourism city and destinations around it is also need to be highlighted. Only by taking effective measures for constructing world-class tourism city standard system, recognizing the bottleneck of the developing process, and clarifying the direction for efforts, can the goal of building the world-class tourism city be achieved.

Key words: tourism city; tourism industry; urbanization

(责任编辑: 刘春雪)