

文章编号: 1009-6000(2010)06-0088-09

中图分类号: F590 文献标识码: B

作者简介: 吴伟, 男, 同济大学建筑与城规学院教授, 博士生导师;

代琦, 女, 同济大学建筑与城规学院博士研究生;

蒋革新, 男, 浙江新湖香格里拉置业有限公司工程部助理工程师。

伦敦旅游业行动计划(2009~2013) 介绍

The Introduction of London Tourism Action Plan (2009-2013)

吴伟 代琦 蒋革新

WU Wei DAI Qi JIANG Ge-xin

摘要:

英国在旅游发展战略和实施措施上, 一直是引导世界旅游潮流的前瞻性国家之一, 首都伦敦更是历史悠久, 规划理念先进。本文重点解析了伦敦旅游业行动计划(2009~2013), 希望对中国城市旅游规划的编制有所裨益。

关键词:

英国; 伦敦; 旅游; 行动计划

Abstract: UK, one of the leading countries for world tourism on its strategy and performance, has also led the orientation of tourism research in the world. London has a long history and advanced planning theory and philosophy. This article parses the London Tourism Action Plan (2009-2013), which can be helpful to Chinese tourism reform and development.

Key words: Britain; London; tourism; action plan

为了坚持发展旅游业, 挖掘旅游业最大潜力, 伦敦市于2005年底制定了伦敦旅游业行动十年计划(2006~2016), 用以指导伦敦在未来十年的发展, 特别是为即将来临的2012年奥运会、残奥会做好准备。

同时伦敦发展局及其他一些相关机构明确提出了伦敦旅游业的愿景, 并确立了发展旅游业的关键主题。

愿景: 到2016年, 伦敦将成为全球领先的旅游城市和一个不断发展的目的地, 将为游客提供高品质的游

历过程, 制造不间断的惊喜, 让游客在丰富的历史文化环境中, 体验到充满活力、现代化和多元化的伦敦。在伦敦旅游, 将有助于城市经济的发展, 提高伦敦人民的生活质量。

关键主题: 全球化; 高品质; 可持续和包容性; 全方位专业化; 产业支持与合作。

“十年计划”分为三部分: 在2006~2009年旅游业行动计划中, 伦敦政府建立了一个旅游基金, 为2012年的伦敦奥运会和残奥会提供资金保

障。作为本文核心的 2009 ~ 2013 年的行动计划将侧重于提供必要的旅游产品, 确保奥运会和残奥会的顺利举行, 并为留存的奥运设施奠定“后奥运旅游”的基础。2013 ~ 2016 年的行动计划将确保“后奥运旅游”的利益获取。这三项行动计划是伦敦发展局为实现伦敦旅游愿景的行动纲领。下文将对 2009 ~ 2013 年计划作详细分析解读。

1 背景意义

1.1 旅游对伦敦经济的促进作用

旅游是伦敦经济的主要增长点。2008 年, 伦敦吸引了约 1500 万外国游客和 1100 万国内游客。此外, 伦敦发展局根据英国人口的综合调查估计, 只要经济状况允许, 有大约 20 亿英镑的当日游产品是购物、展览、演出和人文旅游(这里的当日游指的是至少三个小时的持续旅游)。旅游为伦敦提供了 25 万个就业机会, 带来了 220 亿英镑的游客总开支。据伦敦发展局估计, 这其中 80 亿英镑来自于海外游客, 一半以上来自于当日游消费。虽然大多数的旅游活动都是发生在内伦敦, 但是对于大伦敦而言, 仍然具有非常重要的影响。大伦敦的其他行政区仍可获得超过 30% 的游客消费。

伦敦游客的休闲游经济从 2002 年到 2007 年实现持续增长。2002 到 2007 年, 总游客数和总消费量稳步增长, 国内游客数量却出现下滑趋势。2008 年, 海外游客从 2007 年的 1500 万人下降到 2008 年的 1400 万人。与此同时, 国内游客数量从 2007 年的 1000 万人增长到 2008 年的 1100 万人。总体而言, 2008 年的国内游客无论是数量上还是消费上都比 2007 年略有上升。

但自 2008 年底的全球经济危机开始, 到英国的海外游客数量持续下降。根据联合国国际旅游组织 (UNWTO) 报告显示, 尽管旅游行业刚刚开始时抵制了经济不景气现象, 但现在整体走势疲软。2009 年 1 到 2 月, 全球国际旅游人数下降了 8%, 北欧、南欧和地中海地区, 东北亚、南亚和中东地区受影响最大。

伦敦的旅游经济对帮助伦敦从全球经济危机中复苏具有关键作用, 有针对性的营销活动可提供如刺激商业、增加就业率等快速的经济回报。

1.2 伦敦对英国其他地区旅游经济的重要性

伦敦对于英国旅游经济的健康发展起着至关重要的作用。作为英国最重要的门户, 访英游客约 75% 都从伦敦机场进出, 47% 的国际游客都会选择伦敦作为他们的目的地之一。

2008 年, 游客在英国总开销中有超过一半是在伦敦消费, 英国收费的十大旅游地超过一半也在伦敦。游客在伦敦的体验极大地影响了他们对整个英国的感受, 因此, 伦敦为游客提供高品质的旅游体验才显得如此重要。通过控制游客的旅游消费, 可使伦敦所有团体都能从旅游业中受益, 并通过伦敦的“门户”作用, 使全英都能从伦敦富有生机的旅游产品中受益。

1.3 2012 年对伦敦和英国旅游经济的重要性

2012 年是一个很好的机遇, 让伦敦和整个英国可以很好地展示自己, 巩固伦敦在旅游市场中的传统地位并创造新兴市场。

预计 2012 年奥运会为伦敦带来的新增旅游产品类型, 包括: 奥运相关旅游产品(奥运期间运动员、官员、

赞助商、观察家、媒体进行的旅游活动); 奥运衍生旅游产品(在伦敦进行额外的旅行计划、商业活动)。

奥运期间, 伦敦的规模和性质可尽量减少奥运会游客向其他城市流动, 并吸引非奥运会相关游客。

最近四个奥运会主办城市的经验表明, 无论是长期的人均消费(亚特兰大提升 22%, 首尔提升 65%), 还是奥运期间新增游客的消费, 或是奥运会举办一年后所吸引的会展数量, 奥运会主办城市的旅游业都会有所提升。2000 年 9 月悉尼奥运会比 1999 年增加了 15% 的游客, 观光游客数量比 1999 年上升 11%。2004 年雅典奥运会为 2005 年雅典新增了 10% 的游客, 到 2009 年每年增加 500 万游客。牛津经济学家预测, 2012 年伦敦奥运会和残奥会将为英国带来 21 亿英镑的额外收入, 其中大概 15 亿英镑将集中在伦敦。

2 领导组织

伦敦一些部门和组织参与到“伦敦旅游业行动计划(2009 ~ 2013)”, 下面将所涉部门及职务在行动计划中所起到的作用作简单介绍:

●伦敦市长

根据大伦敦政府法案(1999), 伦敦市长的法定职责之一是促进旅游增长, 而市长将这个责任移交给了伦敦发展局。

●大伦敦政府

大伦敦政府负责旅游行动规划的安排实施。

●伦敦发展局

大伦敦政府下属机构之一, 负责就业和技能培训。中央政府直接拨款的 9 个地区发展局中, 伦敦发展局是

其中之一。伦敦发展局受市长委托总体负责伦敦的旅游推介和开发，也负责伦敦旅游的视觉标识系统规划和旅游业行动计划编制，编制结果由大伦敦政府评估。

●伦敦发展委员会

委员会建立于2009年6月，由代表伦敦的推广机构和商业团体组成。着力于在2012年奥运会和残奥会临近时，通过新的方法，促使首都成为商业和旅游目的地。

●伦敦旅游局

伦敦旅游局也是由大伦敦政府拨款，同时也接受私人机构资助，是伦敦旅游营销的官方机构，负责伦敦旅游业行动计划的营销和推介部分。它的职责是为促使伦敦成为能够吸引海外游客、国内游客和本地人的娱乐、商务游目的地。

●伦敦议会

伦敦议会是一个跨党派组织，由当地政府成员建立，资助。通过资助伦敦旅游局，伦敦议会对城市旅游目的地管理起到非常重要的作用，而且还为2012年奥运会提供高水平的志愿者组织。

●伦敦市政府机构

伦敦有33个政府机构，旅游作为非法定服务，一直以来都有别于其他政府机构的法定职责。可是，一些政府机构对旅游业都有人员和财政预算，以至于很多人都认为旅游是政府的衍生部门。并且政府机构都制定了相应的战略规划，以充分利用奥运会和残奥会所带来的机遇。

●文体传媒部

文体传媒部是中央政府部门之一，它发起了2012年奥运会并部分资助英

国旅游部的工作。同时，英国奥委会也是文体传媒部的分支之一，负责协调、督促政府及时完成申奥时的承诺。

●英国旅游部

英国旅游部由文体传媒部资助，其职责是向全球推介英国旅游，创建英国旅游的核心价值。

●伦敦奥组委

伦敦奥组委是私人公司，主要负责2012年奥运会、残奥会的组织，内容包括提供服务、赛事组织和门票售卖。

3 优先战略

本计划致力于使2012年伦敦奥运会所带来的机会资本化，确保游客2012年访伦敦期间获得优质体验，并为“后奥运旅游”铺垫道路。

本计划(2009~2013年)的优先发展战略是：

通过有计划的市场营销活动，在伦敦旅游企业体系中谋求就业岗位；使游客获得世界一流的游玩体验；利用2012年奥运会和残奥会的宣传攻势，保持伦敦作为传统国际娱乐、商务游目的地的领先地位；利用2012年奥运会和残奥会的宣传攻势，推出伦敦的文体、商务旅游产品。

其中，根据大伦敦政府的“全球竞争力行动”预算，2009~2010年的旅游业行动计划预算结果如表1(不包括政府工作人员薪资)：

主题	2009~2010 预算(英镑)
全球化	
休闲与商务市场营销	16069000
盛事计划	2950000
高品质	959000
可持续和包容性	360000
全方位专业化	300000

产业支持与合作 31000

总数 20669000

资料来源：《09-13伦敦旅游业行动计划》

4 规划框架

4.1 全球化

伦敦旅游全球化愿景：伦敦作为国际性大都市，将成为游客的首要选择。伦敦将进行具针对性、创新性和动态竞争力的城市营销，成为不断发展的活力之都，欢迎世界各地游客的到来。

全球化的愿景将通过以下几个方面实现：

●市场发展

目标：通过贯彻市场营销和公关战略，保持伦敦世界领先的旅游目的地地位(表2)。

●规划定位

目标：利用奥运契机，通过有计划的宣传活动，向相关市场推介伦敦为活力多变的世界级旅游目的地(表3)。

●品牌营销

目标：利用2012年奥运会和残奥会将伦敦定位和推广为世界领先的旅游品牌(表4)。

●门户地位

目标：尽力扩大伦敦作为英国门户的作用(表5)。

●全球之都

目标：利用2012年奥运会和残奥会，使伦敦成为全球体育、文化和商业的盛事之都(表6)。

4.2 高品质

伦敦旅游高品质愿景：从游历前到离开后，伦敦将提供高质量的游客体验，以确保赴伦敦游客全方位的满足感。

表2 市场发展所需完成任务及关键行动

完成任务	完成年限
继续推进伦敦的休闲商业市场(北美、欧洲和本国), 以保持和扩大市场份额	1~4
与国家营销机构密切配合, 以保证游客的持续稳定增长	1~4
继续平衡商务、休闲活动的资源分配	1~4
关键行动	合作伙伴
提供市场营销活动, 以确保快速的市场营销收益, 恢复伦敦经济	大伦敦政府
利用2012年奥运会增加印度、中国和巴西等新兴市场的份额	英国旅游部

资料来源:《09-13伦敦旅游业行动计划》

表3 规划定位所需完成任务及关键行动

完成任务	完成年限
充分发挥针对市场的各部门的工作潜力	1~4
宣传伦敦是一个可提供历史遗迹和多民族文化, 同时活力四射的独特目的地	1~4
除宣传伦敦本地外, 也将着力于宣传全英其他旅游地及旅游产品	1~4
利用公共关系的力量, 营销伦敦	1~4
最大化的利用2012年奥运会的机会, 促进全英其他地区的旅游营销	2~4
关键行动	合作伙伴
利用2012年奥运会, 继续推进“价值伦敦、绿色伦敦和独特伦敦”的主题	当地营销工会 英国旅游部
制定针对2012年奥运会的媒体关系计划	当地营销工会 伦敦市政府机构
向观众推广奥林匹克文化导向的项目, 作为伦敦人文旅游产品的一部分	大伦敦政府 伦敦市政府机构 奥组委 艺术组织

资料来源:《09-13伦敦旅游业行动计划》

表4 品牌营销所需完成任务及关键行动

完成任务	完成年限
在所有旅游营销活动之中宣传伦敦旅游品牌的核心价值	1~4
鼓励旅游业利用伦敦品牌资产模式	1~4
与伦敦驻中国、印度办事处密切合作, 最大效能地发挥出伦敦品牌优势, 成为当地旅游市场的领先品牌	1~4
探索潜在的能与消费者产生共鸣的品牌新形象	1~3
关键行动	合作伙伴
继续提高伦敦作为目的地的品牌识别力	英国旅游部
在上海世博会、温哥华冬奥会上把握机会, 宣传伦敦2012年奥运会	英国旅游部

资料来源:《09-13伦敦旅游业行动计划》

表5 达到门户地位目标所需完成任务及关键行动

完成任务	完成年限
统筹战略部署, 促使伦敦成为海外游客通往全英其他地区的门户	1~4
关键行动	合作伙伴
与英国旅游部合作开发和发布在线数据库, 向全国和世界游客推介伦敦旅游产品	英国旅游部 地方旅游协会

资料来源:《09-13伦敦旅游业行动计划》

表6 达到全球之都目标所需完成任务及关键行动

完成任务	完成年限
全力支持伦敦作为盛事之都，确保各项职能运作正常	1~4
制定2012年“后奥运”时期的商务旅游计划	1~3
支持伦敦作为各类国际会议举办地并继续探索筹资渠道	1~4
促使伦敦在奥运前和奥运期间成为全球传媒中心	2~4
关键行动	合作伙伴
促使伦敦成为奥委会及其他全球性体育组织的年会举办地	体育部 旅游部 地方发展局
启动伦敦住宿宪章，保证2012年奥运会举办时获得公平定价战略	伦敦旅游局 奥组委
制定一个奥林匹克公园主要活动计划	奥园公司 体育部 大伦敦发展局
试点和推出一系列国家认同的新评价方法，以评估重大活动的经济影响	苏格兰旅游部 地方发展局 体育部
确定商务旅游的核心价值和基准体系，并评估商务旅游的影响	待定
与业主商讨如何在奥运前和奥运中将闲置土地用于文化活动或停车场，以发挥其最大效能	大伦敦政府 伦敦市政府机构 奥组委

资料来源：《09-13伦敦旅游业行动计划》

表7 达到访客信息目标所需完成任务及关键行动

完成任务	完成年限
与利益相关者协调，利用新手段从访客门户和主要景点获取相关信息，建立一个高质量的访客信息系统	1~4
善用现有访客信息系统，如www.visitlondon.com	1~4
建立2012年奥运会和之后期间的游客需求信息体系	1~2
关键行动	合作伙伴
继续支持英国和伦敦旅游中心建设，并提供相应培训，支持旅游信息网络中心的建设	英国旅游部 伦敦市政府机构
在合适的地点适当扩充移动旅游信息网	伦敦市政府机构 目的地运营者 商务促进署
满足作为官方网站信息服务的最低需求	商务促进署 伦敦交通局 伦敦市政府机构 商业网点

资料来源：《09-13伦敦旅游业行动计划》

高品质的愿景将通过以下几个方面实现：

- 访客信息
 - 目标：建立一个高质量的目的信息网络，为2012年奥运会及之后的旅游业发展提供持久的顾客信息（表7）。
- 伦敦的欢迎意识
 - 目标：在2012年奥运会前后，传递伦敦欢迎四海朋友的认识，使游客获得愉悦并持久的旅游认知（表8）。

表8 达到欢迎意识目标所需完成任务及关键行动

完成任务	完成年限
配合迎奥运的“伦敦欢迎您”行动，拟定无缝的主办城市欢迎计划	1~3
与利益相关者密切配合，在相关门户和游客接触的高频地段提供优质体验	1~4
利用伦敦市民多元化、多语言共存的特质，制定和实施欢迎计划	1~4
关键行动	合作伙伴
确定奥运期间志愿者服务范围	奥组委 大伦敦政府 伦敦议会
在国内外游客进入伦敦的门户上，张贴“伦敦欢迎您”标识	英国旅游部 伦敦交通局 伦敦旅游局
与当地政府及运输部门密切协作，推出代表伦敦形象的服务大使	铁路网络 铁路运营局 伦敦交通局 伦敦市政府机构
奥运期间，在5个主办区兴起“社区服务队”组织计划	伦敦市政府机构
在主要的交通枢纽对游客游览感受进行采访评估，以获得游客对自身优劣的评价	待定

资料来源：《09-13伦敦旅游业行动计划》

表9 达到游客住宿质量目标所需完成任务及关键行动

完成任务	完成年限
促使伦敦提供合乎标准的住宿条件	1~4
促进住宿标准达到最低要求	2~4
监测顾客投诉，促使投诉获得有效解决	1~4
关键行动	合作伙伴
树立伦敦优质住宿的形象	伦敦旅游局
2010年4月前，伦敦旅游局消除网站和出版物上非旅游局评估的住宿点	伦敦旅游局
在国家质量计划中增加商务旅游参与量	英国旅游部

资料来源：《09-13伦敦旅游业行动计划》

表10 达到游客体验质量目标所需完成任务及关键行动

完成任务	完成年限
继续通过伦敦游客普查来获得游客对伦敦的感知和满意度	1~4
关键行动	合作伙伴
提供2009年到2013年的伦敦游客普查表	待定

资料来源：《09-13伦敦旅游业行动计划》

表11 达到可持续目标所需完成的任务及关键行动

完成任务	完成年限
向旅游企业提供促使他们改善企业环境性能的参考建议	1~4
关键行动	合作伙伴
支持伦敦住宿业的绿色旅游行动	伦敦旅游局 英国旅馆联盟等

资料来源：《09-13伦敦旅游业行动计划》

●游客住宿质量

目标：改进住宿质量，以提高游客回游率（表9）。

●衡量游客体验质量

目标：研究监测游客的体验质量（表10）。

4.3 可持续和包容性

伦敦旅游可持续与包容性愿景：伦敦将从经济、物质、社会和文化等各方面成为一个可持续和包容性的城市。

可持续和包容性的愿景将通过以下几个方面实现：

●可持续

目标：促使伦敦旅游所带来的经济、环境的可持续发展（表11）。

●包容性

目标：在奥运前和奥运期间，提高伦敦的包容性并获取游客体验信息（表12）。

●交通和游客体验

目标：高品质的公共交通是确保伦敦奥运及后奥运时期游客体验的重要因素（表13）。

4.4 全方位专业化

伦敦旅游全方位和专业化愿景：伦敦将确保旅游这一行业能够为从业者提供多样化和有趣的职业生涯，并获得更多的上升机会和技能培训。来伦敦的访客将从旅游企业那里获得一流的体验。

全方位专业化的愿景将通过以下几个方面实现：

●就业机会

目标：为伦敦市民提供持续的就业机会和技能提升途径，同时，专业技能的提升也可促进游客服务水准的提高（表14）。

●劳动力开发

表12 达到包容性目标所需完成的任务及关键行动

完成任务	完成年限
督促旅游企业提供更能满足特殊游客需求的产品	1~4
促使伦敦人在物质、经济、社会等各方面与游客的有效沟通, 展现热情好客一面	1~4
关键行动	合作伙伴
将服务残疾人的训练纳入服务顾客标准体系中	服务顾客协会 文体传媒部
在www.visitlondon.com网站上发布通过审计的新增宾馆	伦敦旅游局
建馆宾馆和景点投资访问设施的实践案例	文体传媒部
通过讲习班和年度会议公布旅游市场还有一些什么样的机会	伦敦旅游局 大伦敦政府
针对残疾游客展开更深层次的调研, 确认他们的需求	文体传媒部 大伦敦政府
出版伦敦指南, 以提供景点和基础设施的信息	待定

资料来源: 《09-13伦敦旅游业行动计划》

表13 达到交通和游客体验目标所需完成的任务及关键行动

完成任务	完成年限
继续扩大交通设施的通讯范围, 确保游客通讯, 提高OYSTER卡的出售与使用率	1~4
同合作者一起, 确保访客问题被纳入发展计划中	1~4
与伦敦铁路有限公司、利益相关者一起, 最大化地减少游客因交通而中断游玩体验	1~4
关键行动	合作伙伴
支持渡河协议的关键行动, 包括泰晤士码头计划和河流服务计划的执行	伦敦河流服务协会
通过伦敦交通局及其他利益相关者的协助, 确保游客需求在设计和执行过程中得到满足	伦敦交通局 伦敦市政府机构
试设计一条游客文化友好的单车游路线	伦敦交通局 伦敦市政府机构 伦敦自行车运动协会
对在伦敦停车的凭单制展开可行性研究, 以提高游客、居民、客运者的感知	伦敦教练论坛

资料来源: 《09-13伦敦旅游业行动计划》

表14 达到就业机会目标所需完成的任务及关键行动

完成任务	完成年限
展开针对访客服务的就业培训计划, 提高失业者和低技能人群的就业率	1~4
关键行动	合作伙伴
与旅游相关部门的雇主协作, 为伦敦失业者展开就业培训, 展示旅游业拉动的零售、物流等行业的成长率	伦敦雇主协会

资料来源: 《09-13伦敦旅游业行动计划》

目标: 确保旅游从业雇员有机会提升技能, 以此保证2012年奥运会赛前和赛事举办时期, 游客能获得世界一流的服务(表15)。

4.5 产业支持与合作

伦敦旅游产业支持与合作愿景: 伦敦将为各行业提供创新、灵活和全面的网络支持, 在这个网络平台上可以分享大家的知识, 交流经验, 提供多元化产品, 使旅游业发展繁荣兴盛。

产业支持与合作的愿景将通过以下几个方面实现:

●情报系统

目标: 给旅游从业者和利益相关者提供及时准确的情报(表16)。

●沟通

目标: 持续改进旅游业的沟通模式(表17)。

●协调和支持

目标: 促进旅游业内部的协调, 确保提高游客在伦敦游玩的整体感知(表18)。

●酒店发展

目标: 促进伦敦住宿业发展的结构化改进(表19)。

5 成效检验

本计划时间跨度为2009~2013年, 具体行动将每年更新, 在征得大伦敦政府同意的情况下, 伦敦发展局将采用以下指标, 衡量该计划是否成功。实际的目标也将每年更新, 并且在伦敦政府的网站上可获得(表20)。

6 小结

6.1 计划的层次和步骤清晰

伦敦旅游业行动计划(2006~2016)由三个部分有机组合

表15 达到劳动力开发目标所需完成的任务及关键行动

完成任务	完成年限
2012年及以后,提高顾客服务体系的标准,并用实践验证之	1~4
在2012年之前及之后,提高市民服务技能,扩充市民服务知识,使之达到世界一流的服务水准	1~4
关键行动	合作伙伴
与顾客服务组一起协助核心培训机构及对残疾人士提供服务的培训机构的工作	行业技能委员会 文体传媒部
对旅游及酒店业提供跨文化技能培训	区域语言网
为伦敦雇主提供“高级雇工与良好雇主指南”	待定

资料来源:《09-13伦敦旅游业行动计划》

表16 达到情报系统目标所需完成的任务及关键行动

完成任务	完成年限
提供局部区域旅游影响分析(LATI)	1~4
通过英国旅游情报组织,继续影响全国现有的统计数据	1~4
关键行动	合作伙伴
改进方法来衡量旅游营销活动的经济影响,建立旅游业对伦敦经济影响的计算模型	英国旅游情报组织
在2012年前,开展伦敦旅游业调研计划,监控旅游业的变化并预测变化带来的影响	城市行动工作组
及时更新住宿登记普查表	伦敦旅游局

资料来源:《09-13伦敦旅游业行动计划》

表17 达到沟通目标所需完成的任务及关键行动

完成任务	完成年限
在大伦敦政府,伦敦发展局,伦敦交通局,伦敦旅游局,旅游商家,商业网点之间提供强有力的领导和沟通体系	1~4
在当地旅游商业和奥运会,残奥会之间建立有效沟通桥梁	1~4
关键行动	合作伙伴
制定年度进步报告,举办自治市工作人员研讨会	伦敦旅游局 伦敦议会
与奥运会,残奥会相关的采购合同都建议在www.Competefor.com网站进行(招标投标网站)	奥组委 大伦敦政府
在地方发展局的领导下,改进英国旅游政策和伦敦旅游局的战略规划	地方发展局 英国旅游部

资料来源:《09-13伦敦旅游业行动计划》

表18 达到协调和支持目标所需完成的任务及关键行动

完成任务	完成年限
同当地政府,旅游商户或其他合作者协作,突出2012年奥运会对伦敦的重要性,提高旅游行业的社区参与性	1~4
同当地政府,旅游组织协同,确保旅游在伦敦经济发展过程中发挥作用	1~4
关键行动	合作伙伴
与主办单位合作,确保奥运期间游客的体验质量	伦敦市政府机构主办单位
做好街道营销,改善街道景观,进一步把街道发展成旅游吸引物	伦敦市政府机构市中心 管理协会 商业促进局
促进本地旅游业参与网络计划	伦敦议会 伦敦市政府机构
以规划和宣传为目的,把各项活动信息放上网络	伦敦旅游局

资料来源:《09-13伦敦旅游业行动计划》

而成,而本轮计划(2009~2013)在其中具有承上启下的重要作用,而且,由于2012年伦敦奥运会与残奥会也是在本计划时间范围内举行,在制定该计划时,大伦敦政府更加谨慎,既对上轮计划(2006~2009)中未完成目标进行补充,又对下轮规划奠定基础。

本轮规划的编制体系完整,针对2010年希望达到的愿景分别制定了三个步骤,细化任务,确保计划随着时间推移而根据现实情况做出调整,改善。

6.2 计划的目标与行动明确

本轮计划仍然以“十年计划”(2006~2016)所设定的愿景为发展目标,以确保计划的完整性。

在计划的编制体系中,非常强调目标与行动的整合。为了实现5个愿景,本轮计划根据不同愿景分别制定了不同的行动。如为了达到全球化目标,所有的规划策略与具体行动都围绕着他,通过市场发展、规划定位、品牌营销、门户地位、全球之都几个方面实现,减少了计划的盲目性,提高了目标与行动的一致性和效率。

6.3 计划的统筹与协作合理

本轮计划的管理实体是伦敦市内各利益主体的代表,可以是地方政府组织,如:伦敦发展局,伦敦旅游局,伦敦议会等;也可以是相关组织,如:伦敦自行车协会等;甚至可以是国家政府,如:英国旅游部,英国发展部,奥组委等。并且管理计划必须通过本地人的积极参与才能实施。因此,协同合作伙伴关系网络的建立,获得区域内公众支持与合作伙伴的承诺是计划的一项重要内容。也就是说,管理计划必须面向“管理”,将工作重点放在相关利益主体合作与协调机制的建立之上,只有一个能够统筹各方利益

表19 达到酒店发展目标所需完成的任务及关键行动

完成任务	完成年限
与协作者一起探索伦敦市外的潜在接待地，为当地创造就业机会	1~4
关键行动	合作伙伴
主办关于住宿业的研讨会，产生最佳的住宿业实践指南	伦敦市政府机构 大伦敦政府

资料来源：《09-13伦敦旅游业行动计划》

表20 伦敦旅游业行动计划衡量指标及方法(2009~2013年)

目标	指标	衡量方法
全球化		
市场营销的投资直接促使伦敦经济效益提升	总的经济利益	投资回报率的方法
投资回报率不断增长	投资回报率数据	投资回报率的方法
将“visit London”打造成伦敦旅游的领先品牌	调查访客对“visit London”品牌的识别率	伦敦访客调查
www.visitlondon.com的用户的数量	独特的网站用户数量	网站点击率
高品质		
增加旅游产品质量评估的数量	客房质量评估的数量	国家住宿质量标准
保持或增长访客满意率	游客对伦敦的满意度评价中优良率所占的百分比	伦敦访客调查
改进旅游信息网络中心	顾客服务标准评价	“国家旅游信息网络中心神秘购物”训练
可持续和包容性		
在www.visitlondon.com上增加可入住房间数的查询	残疾访客可使用的客房数量	就地查询审核或登陆网站查询
改善旅游企业环境	由旅游企业牵头改善环境的项目数量	商业支援计划
全方位专业化		
提高客户服务质量	雇员接受大伦敦政府所提供的顾客服务训练数量	监测客户服务行动
提供酒店业的就业支持	为失业者提供稳定工作的数量	监测伦敦雇主协定
产业支持与合作		
大力支持访客经济	旅游商业可获得业务支持的数量	业务支持计划

资料来源：《09-13伦敦旅游业行动计划》

主体，实现协调与合作的计划才具有可操作性。

英国先进的旅游业计划思想以及完善的管理计划的编制体系值得我们借鉴。本文从背景意义、领导组织、优先战略和规划框架进行了详细介绍，希望对我国旅游业计划编制过程有所裨益。

参考文献：

[1]Thoms H. Race and Planning: the UK experience [M]. London: UCL Press, 2000.

[2]Krishnarayan V, Thoms H. Ethnic Minorities and the Planning System [M]. London: Royal Town Planning Institute, 1993.

[3]DCMS publications. Measuring Sustainable Tourism at the Local Level—An Introduction and Background [R]. 2004.

[4]Tourism Review and Implementation Group. Good Practice Guide [R].2005.

[5]Hedieh Mehdyzadeh. Searching for the Evidence : An Introduction to Social Science Information Retrieval Technical Paper[R].

2004.

[6][http://www.lda.gov.uk/server.php?show=nav,001\[EB/OL\]](http://www.lda.gov.uk/server.php?show=nav,001[EB/OL]).