

城市品牌

共创城市品牌 协力城市发展

中国城市发展网 >> 城市品牌 >> 旅游品牌 >> 内容阅读

旅游城市的评价体系：对4个欧洲城市的案例研究

作者: Antonio P. Russo和 Jan van der Borg著 葛宇菁译 来源: 旅游视界 添加日期: 09年10月26日

本文对4个欧洲城市的旅游业发展进行了分析,提出了“旅游好客度”的概念和评价指标。旅游好客度是一个综合的概念,它包含了城市旅游产品的主要因素,例如,产品质量、可进入性和旅游形象。它是用来评估对文化、旅游环境的投入能否真正刺激市场。本文通过案例研究来说明,旅游城市的“软环境”是如何对国际游客产生吸引力。这一点常常被规划者所忽视。

1. 引言

越来越多的欧洲城市把旅游业作为地区发展的战略性因素来发展。旅游产业是全球发展最快的产业之一,它创造了众多的就业岗位,特别是为一些在经济地位较低的群体创造了工作机会。包括:专业性不强、技术含量不高、兼职的工作机会和女性的工作机会。许多城市加大了对文化内涵和公共基础设施的投入,力图在世界旅游版图中找到自己合适的位置。旅游业被视为一种可持续发展、与其他城市经济因素有广泛关联的产业。

文物保护方面的国家投入正在缩减,而旅游业是文物保护不可或缺的财政来源。然而,这些目标的实现还有一些制约因素需要去认识和解决。首先,也是最重要的,并非所有的城市都有条件成为一个旅游城市。现有的旅游资源必须与其他的旅游吸引物结合,使城市美食遍布,公共设施完善,区域网络完整,树立起丰富多彩的、原汁原味的、富有魅力的旅游形象。

第二,旅游发展有其自身的不足和成本,这些可能制约旅游业长久的健康发展。因此,旅游规划者必须能够预见这些倾向,在空间领域、社会经济领域,当然包括环境领域做到可持续发展。

最后,旅游发展还依赖于一些重要的要素,它们和旅游资源的质量和地理位置的关系不是很紧密,可是又常常为规划者所忽视。这些要素包括与公众的交流、目的地的可进入性、景区景点和气候条件。为了实现与市场需求的协调一致,市政当局必须有高超的组织能力和投资技巧,能兼顾不同投资者、经营者的利益和需要。

这篇文章集中讨论那些容易被忽视的要素,强调对旅游资源的开发必须以消费者为导向的管理策略,强调开发与旅游政策间的联系。本文描述了欧洲城市比较研究学会提供的几个案例,并从一个“普通旅游者”的角度来考察当地的旅游。一个普通旅游者根据其获取的信息决定了旅游目的地到达后目的地后,根据一些建议组织了一个旅游线路,并开始享受这次旅程。这次旅游的收获将激发旅游者再次旅游的欲望。本文选择了里昂、里斯本、鹿特丹和都灵为样本,来验证旅游城市的评价体系。

2. 文化旅游: 挑战和机遇

经济学家、文化学、地理学和社会学学者共同进行了一场持续20年的辩论,他们试图理清旅游城市发展和旅游资源开发、管理之间的关系,前者通常是建立在后者之上的。就文化旅游而言,旅游资源的开发就是以旅游者为目的、对文化内涵的挖掘。在众多观点中,下面两个主题最受关注:

推荐专题



低碳城市引领新



中国城市营销发



和谐发展城市巡



世博会—城市最佳

城市案例

- 成都新媒体推广成功案例分析
- 宜昌市长阳县(巴士天堂)策划案
- 云南江川县——城市策划案例
- 德州“中国太阳城”的诱惑——案例分
- 重庆合川城市策划草拟战略定位方
- “东方水城”——苏州城市形象的成功
- 中国第一风雅古城——扬州旅游品牌
- 案例分析:“海上丝路”与北海品牌城

城市图说



农村危农户的“五



画出我心中的世



摆水果摊的母亲



空中看云南早情



云南干旱直击: 有



乌鲁木齐再次出

城事声音

--如何兼顾旅游产业的发展和遗产的保护；

--如何协调全球旅游体系和本地社会经济发展。

文化遗产是一种宝贵的资源，而不是当地经济的负担。它需要根据可持续发展原则，换句话说是对不可再生资源的最佳利用原则适度利用。这通常意味着，对文化资源的开发要兼顾民族的特点和文化遗产的完整性。然而，有个因素会威胁到旅游业的健康发展，旅游者的旅游愿望不受旅游目的地所能承载的游客容量所限制。因此，很可能在旅游目的地发生超过接待量的问题，从而导致旅游质量的下降。

文化城市要保持长期吸引力要付出很大的努力。要提升城市的旅游价值，必须对其社会文化进行概括和归纳。而城市的社会文化正处于向后现代转型的过程中。城市是旅游消费的主要场所。旅游消费通过价值体系把生产者和消费者紧密地结合在一起。在这种背景下，两个几乎是矛盾的，但又相互联系的因素最终决定旅游目的地的成败。一个是，建立一套符合国际标准的基础设施，提高旅游者对旅游城市的预见性。这种预见性是对旅游业，特别是占旅游业主体的跨境旅游者而言。这使得旅游城市开始变得越来越具有商业竞争力，也越来越相似。这个标准化过程有很高的风险，那就是地方特色的丧失。另一个是，不断增多的市场需求导致旅游城市和旅游业经营者对旅游产品的过分细分，产生了在市场定位方面的偏狭。

而决定旅游城市成败的因素主要有：目的地的可进入性；主要旅游资源（遗产和其他景区景点）在物质和文化方面的质量和重要性；城市的好客度；以及体验的差异性（无论是真实固有的还是主观感受的）。

旅游业的城市区域特征是一个很少被论述的问题。究其原因，主要是旅游产品和旅游消费的地区不平衡。旅游产业没有地域限制，旅游者来自世界各地。而旅游消费则局限在几千平方米的有限区域内。可进入性和城市内部的和谐，成为旅游业可持续发展的关键因素，这并非偶然。

3.旅游城市的评价标准

文化旅游城市面临着共同的挑战，就是在文化品质和工业标准之间寻找平衡。所谓文化品质是指文化的独特性和文化的包装展示水平。工业标准则是为旅游目的地融入国际旅游业铺平了道路。

旅游城市需要在文化品质和工业标准两方面找到一个平衡点。如果旅游城市没有找到这个平衡点，那么它对旅游者的吸引力将是有限的。决定旅游目的地竞争力的各种因素被Venden Berg, Ban der Borg和Van der Meer在1995年归纳为以下几个因素：

第一个是主要旅游产品，是指构成旅游者前来旅游的主要动因的那些因素。第二个因素是那些补充的旅游产品。第三个因素是目的地的旅游形象。第四、第五个因素是关于旅游目的进入性，包括外部的可进入性和内部的通达性。外部的可进入性可以通过到达目的地所付出的努力来衡量。内部的通达性涉及旅游者在城市内、旅游点之间漫游的便利性。

主要旅游产品的品质、补充旅游产品的品质。旅游形象和可进入性都可以通过政府和企业的投入而得到改善。在实践中，旅游规划几乎无一例外地专注于旅游产品和外部的可进入性。而内部的通达性和其他几个要素则没有得到充分注意。通过对这五个因素的评估，我们可以对国际上的不同城市进行比较和分析。下面是一些定性的标准：

--有国际水平的旅游规划。这需要各方面共同参与，以实现方法和目标的统一。

--信息提供和好客度。与旅游者的交流和互动是从旅游的最初阶段开始的。在典型的城市旅游过程中，旅游者的行程安排都基于他能够获得的有效信息。

--补充的旅游产品质量。饭店、酒吧、餐馆、国会大厦和展览馆必须非常有特色，从而具有吸引力。更重要的是，这些设施提供的服务要“物有所值”，也就是说，水平与参观的价格相匹配。

--内部通达性和外部的可进入性依赖于城市交通，但也依赖于车站的结构和分布，票务和信息服务和交通设施的快捷和多样性等等。

--景区景点和节庆活动。为了更具吸引力，主要的旅游产品要经过全面规划，包括它的促销、商业化和阐释。还有，这些产品应该贯彻全年，使旅游者有充分的时间来享受。

4.案例分析

- 外国青年不必蜗居也不做房奴
- 逃离一线城市 摆脱“伪幸福”
- 没有地铁的城市是一个不完整的城
- 到二线城市先思虑“再定位”
- 什么样的城市让生活更美好？
- 大城市与小城市的幸福计算公式
- 创建文明城市如何增强“软实力”？
- 对城市建设的深体会

欧洲城市比较研究学会的研究者已经对4个样本城市进行了为期一周的考察，在2年后再次考察了其中的两个城市（都灵和里昂）。他们亲身体验了公共交通、个人交通设施、饭店、餐馆和酒吧的服务。他们还参观了位于城市内或者周边的国会大厦、博物馆、戏院、购物中心和其他旅游吸引物。考察城市得出的建议有的已成为旅游政策。

这4个城市代表了典型的旅游城市，虽然类型有所不同。里斯本当然是其中最著名、吸引游客最多的城市，但是其旅游特征很表面化。最近葡萄牙的民主政治运动和基础设施投入不足的问题制约了当地旅游业的发展。作为葡萄牙首都，里斯本仅仅在最近10年才定位为一个面向国际市场的旅游城市。过去几年，为了减少与其他欧洲国家首都的差距，弥补其地理位置的缺憾，里斯本不断地进行城市现代化建设，以成为葡萄牙这个海上国家的象征。这一主题成为1998年世博会主旋律。世博会最终成功地将里斯本推上国际舞台，并且为里斯本的城市功能的发展提供了持续的、强大的动力。

鹿特丹和里斯本一样，面向海洋。鹿特丹拥有世界上最大的海港。这使鹿特丹成为多元文化的都市，一个沟通欧洲与世界的桥梁，一个真正现代化的城市。它给人动感的印象，这主要源于鹿特丹影响深远的城市政策，包括社会变革、建筑和城市规划，这些导致了鹿特丹张扬的现代性，也成为鹿特丹最醒目的特色。同时，鹿特丹有着显著的地域特征，这主要是由于它的社会构成以及它非常单调的、几乎是完全美国式的城市布局。这两个长期存在的矛盾因素严重制约了旅游业的发展。鹿特丹有着非常吸引人的风景，而且有着比较丰富的旅游资源；但是鹿特丹没有与游客实现互动，没能实现完全的可进入性，也没有完全面向大众旅游市场。在大众旅游市场方面，阿姆斯特丹做得更好些。

都灵是意大利汽车工业的标志，同时是文艺复兴的摇篮，并深受文艺复兴传统的影响。看上去都灵和旅游没什么关系。但是，被它的文化遗产所吸引的旅游者，会被这个城市深深吸引。城市的管理者已经意识到了这个潜在产业的重要性，并采取了一些主动措施发展旅游设施和旅游服务。2000年“神圣年”活动（罗马大主教的大赦年，50年一次。）是他们发展旅游业的初次尝试。这个主题年活动带来了络绎不绝的朝圣者。现在都灵已经在欧洲文化旅游线路中找到了自己的位置。正在筹建中的横穿阿尔卑斯山的高速铁路也将为都灵的旅游业发展提供便利。都灵旅游办公室的重新设立是一个好的起点，它将在旅游者和居民之间创造更融洽的关系。

里昂提升和发展了其宝贵的文化遗产，虽然它还没有世界性的知名度。1999年，拥有罗马、中世纪和18世纪文化遗存的老城被联合国教科文组织命名为“世界文化遗产”。这个称号通常会吸引来众多的旅游者。里昂还有其他明显的特点：健康发展的经济，这使里昂成为商务旅游的目的地；拥有法国最著名的优质葡萄酒和餐饮；具有重要地位的文化机构和高质量的公共基础设施。显然，里昂也存在一些问题，如在中心商业区相对简陋的餐馆、酒吧，社会相对缺乏活力；与旅游者、特别是国外旅游者长久以来缺乏沟通，文化娱乐活动游客参与性不足。里昂似乎安于“永远第二”的地位，跟在巴黎的后面，不想超越。

4.1. 政策

除了里斯本，鹿特丹、都灵和里昂都不是传统的旅游城市。仅仅是在最近，旅游业才被确定为地区发展战略中的优先发展产业，以实现经济的多样化。事实上，这四个城市都有作为工业中心或重要港口的历史，都曾经历过经济危机。鹿特丹可能是最明确地把发展旅游业作为振兴战略的城市。虽然里昂最近获得了世界文化遗产称号，从而推动了其文化的多样性和发展，但是，里昂还没有作为旅游城市的明确定位。都灵，作为一个文化旅游城市，尚处在其发展的最初阶段。

4.2. 信息提供和好客度

在欧洲城市比较研究会组织的第一次考察中，专家们在4个城市都发现了旅游信息提供方面的实质性缺点。显然，里斯本和鹿特丹的宣传材料的质量都不尽如人意。里昂组织了一些有趣的服务来满足旅游者，如在人流拥挤的车站由学生提供旅游信息，或者放置电子显示屏为旅游者和居民提供文化活动信息。还有，旅游者可以免费注册旅游办公室的网站，自己编制自己的旅游线路。

里斯本景区景点众多，其旅游信息系统显然不能满足需要。但是，最近里斯本在全市建立了网络状分布的信息亭，来为旅游者提供信息。这一做法非常成功。旅游办公室还免费发放一种非常便于使用的、多语言的宣传小册子，用一种易懂的但详细的方式标示出旅游线路和景区景点。

4.3. 补充旅游产品和服务

里昂的饭店和餐馆提供高水平的服务，价格也较高。里斯本和都灵的餐饮虽然是方便和有吸引力的，但品种显得单一。鹿特丹饭店的价格是昂贵的，但饭店、餐馆的服务很一般。这4个城市都

有足够的酒吧和娱乐场所。鹿特丹的市中心相对分散，酒吧和娱乐场所不太好找。里斯本、里昂和都灵的展览馆、议会大厦等基础设施非常出色，鹿特丹就相对落后一些。

4.4.内部的通过性和外部的可进入性

4个城市的公共交通系统通常都很有效。里昂拥有最好的公共交通网络，但其转车系统尚待完善，主要终点站之间的连接还不充分。里斯本的交通网络本身就成为旅游景观，它各式各样、独具特色，还相对便宜；但转车系统方面还可以进一步改进。鹿特丹新近采用了很有吸引力的快捷的水上运输。游船成为连接城市内景点的唯一公共交通工具。外国游客如果要以出租车代步，常常不知道如何下手。鹿特丹的新火车站将在10年内完工；为了方便游客，整个地区的布局、通向市中心的道路正在进行调整。都灵没有与其相配套的交通运输设施。它将自己定位于意大利第二大工业中心，着实令人迷惑。虽然在欧洲城市比较研究会第二次的考察，都灵已经就交通进行了部分改进，但是其终点站之间的连接仍然存在问题。

都灵、里斯本和鹿特丹具有较好的可进入性。

4.5.景区景点和节庆活动

里斯本有很多具有国际声誉的景点，当然，都灵在这方面也不错。尽管里昂现在可以推销“世界文化遗产”的荣誉，它和鹿特丹一样，都缺少独特的、可以被轻易识别的“卖点”。他们没有像埃菲尔铁塔和伦敦塔桥那样的，作为整个城市的标志的建筑。

4.6.形象和氛围

里斯本拥有非常好的旅游形象，甚至可能超过了其实际拥有的优势。现代化、多功能的基础设施，已经为未来保持这一优势打下了坚实的基础。

里昂和鹿特丹的旅游形象则不那么好。它们在城市活力和居民所享受的高品质生活方面很出色。里昂拥有“世界文化遗产”的称号，鹿特丹在2001年被誉为“欧洲之都”，尽管这些有利于树立良好的城市形象，但它们还不是公认的旅游城市。都灵拥有丰富的文化内涵和让人羡慕的传统，但它仍然给人以工业城市的印象。虽然经过不断的投资和发展，都灵还是没有里斯本那样热情好客的风土人情和氛围。

在这4个城市，犯罪问题都不成为一个问题。虽然，2001年公开的那些轻微犯罪的事件会损害里昂、都灵美好的旅游形象，旅游者在这两个城市还是感到比较安全。都灵和里昂提供了较大的绿地空间。4个城市都非常重视滨水地带的开发，无论是在海边、海港、河边、运河边。滨水地带都交通便利，对旅游者有极大吸引力。即使是鹿特丹，也有进一步开发的可能。

4.7.案例研究得出的经验和教训

通过对这4个城市的分析，一些相关要素凸现出来。首先，主要旅游资源和补充资源的“软环境”部分以及内部的通达性事实上是旅游业有效发展的重要前提。里斯本就充分说明了这一点。里斯本过去在这方面只有一些临时的措施。1998年世博会上，里斯本非常专业地解决了内部通达性的问题。里昂和鹿特丹有着巨大的发展旅游业的潜力，但少有开发，其内部的通达性组织得还不完美。而都灵显然还缺乏明确的旅游发展战略。

对4个城市的比较分析不仅发现了城市的不足，也发现了一些好的做法。里斯本免费发送的旅游卡片大大激发了游客的兴致，增加了游客的行程，从而显著增加了停留时间。里斯本的事例还说明，城市居民对游客的积极态度可以弥补城市功能上的缺憾，甚至是比较严重的缺憾。完善信息提供系统的运动是世博会献给里斯本居民的一个礼物。这一系统甚至成为城市有效管理的标志，并得到旅游从业者的一致赞同。

都灵最近几年也成功地完成了转型。将都灵建成一座旅游城市已经成为普遍共识。宗教旅游市场加上传统的商务旅游市场，形成了发展文化旅游战略的动力。博物馆、展览中心的建成标志着都灵走出了重要的第一步。最近，Mole Antoneliana（可能是都灵唯一的真正的城市标志）经重建后成为电影与视觉艺术博物馆，他成为旅游产业新的亮点。虽然有些投资商仍对旅游的发展持怀疑态度，这成为旅游业发展的一个障碍。但是，富有而美丽的意大利城市投资旅游业成为一个不可阻挡的趋势。

里昂建设旅游信息系统的事例非常有趣。从精心分布的旅游信息亭，到花样繁多的宣传册、宣传节目、图腾，旅游者一天24小时都可以获得信息帮助。当然，其中也发现一些不足，甚至在两年

后的今天，仍需要进一步改进。

所有的城市都希望通过互联网给旅游者提供信息。里昂和都灵从中获益匪浅，而里斯本和鹿特丹则处于比较低的水平。学习里昂的经验，其他三个城市也可以雇用年轻的人员来帮助旅游者。里昂商业议会努力建立起一个叫“旅游业监视器”的信息系统，它是一个基于计算机辅助的信息管理系统，目的是帮助旅游业从业者进行决策。

商务旅游要求便捷和舒适。商务旅游市场对欧洲城市来说非常重要。交通网络的合理和便捷依赖于很好的城市规划，更依赖于很好的省级规划。所有跨区域的规划工作都应该由更高一层的专门机构来进行。这一原则不仅适用于交通，也适用于旅游业。

鹿特丹正试图建立一个涵盖周边地区的大都市，并想重组辖区内的所有旅游办公室。由于其周边城市的反对，这一方案并未实现。

5.结论

这一研究重新定义了旅游城市的评价标准，它强调城市的基础设施建设和良好的组织工作。本文讨论在旅游消费中的资源消耗这一主题，还指出如果没有做到对旅游资源的可持续性利用，那么，近20年寻求成为文化旅游城市的努力将化为泡影。仅仅拥有旅游资源，无论其规模如何，并不一定能建成一座成功的旅游城市。不注重资源以外的其他因素，资源开发将事倍功半，甚至适得其反。当缺乏组织的旅游者不时涌来，局面一片混乱，这就是所谓的不可持续的发展的局面。

为解决这些问题，欧洲的城市不得不规划旅游的发展，注重那些无形的、至关重要的要素。旅游产品的不同要素，主要旅游产品、补充的旅游产品、节庆活动、交通、信息提供和包装，应该根据一种整合的、动态的方式进行系统化和管管理，例如应用新技术。然而，不要忘记，旅游业首先是一个劳动密集型行业，人的接触，专业化、创造力和惊喜仍是最重要的因素。

因此，我们认为，要成为文化旅游城市就不能忽视人的素质和对人培训的质量。这不仅仅指对底层劳动力的培训，而且针对适用于旅游业投资者以及企业的管理者的培训。本地拥有为旅游管理提供继续教育的研究机构是一种重要的战略资源。显然，不是所有城市都有这样的研究机构，包括上面提到的4个城市。（作者单位：荷兰鹿特丹Erasmus大学）（译者单位：国家旅游局办公室）

录入：胡雁霞 责编：钟欣

免责声明： 本文系转载相关媒体，仅代表作者个人观点，与中国城市发展网无关。其原创性以及文中陈述文字和内容未经本站证实，文章仅供参考。本站对其真实性、完整性、及时性不作任何保证或承诺。

相关内容

- 我国城市居民生活质量评价体系的
- 发展泰安生态旅游建设生态旅游城
- 美国最贵的十座旅游城市
- 广西百色乡村旅游发展探析
- 3·15旅游城市调查出炉 北京最受依

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [关于我们](#) | [申请友情链接](#) | [版权与免责声明](#)

联系电话：010-64462852 传真：010-64462856 邮箱：ccyb1102@163.com

版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备05086808号

Copyright?2006-2009 All Rights Reserved