

此页面上的内容需要较新版本的 Adobe Flash Player。



您现在的位置：中国城市发展网 > 城市理论 > 城市资源旅游 > 文章正文

- 2008年中国城市创新能力科学…
- 关于出席《2009全国中小城市…
- 举办市长、局长（生态旅游）…
- 《中国城市年鉴》2009年卷

政府
最新热门
<ul style="list-style-type: none"> ■ 旅游市场竞争全球化条件 ■ 浅谈塑造桂林旅游新形象 ■ 开发钦州市旅游业的探讨 ■ 论广西旅游业创新发展的 ■ 谈大力发展廊坊市休闲旅 ■ 关于提升休闲农业旅游地 ■ 浅论乡村旅游与农村旅游 ■ 乡村旅游发展问题与对策 ■ 乡村旅游发展中存在的问 ■ 中国旅游饭店定位的创新 ■ 吉林省冰雪体育旅游产业 ■ 长沙市影视旅游开发浅析 ■ 当前云南旅游资源优势及 ■ 城市水业的新机遇新模式 ■ 焦作市土地节约集约利用
最新推荐
<ul style="list-style-type: none"> ■ 双鸭山将在全省率先创建 ■ 泛北部湾区域旅游合作的 ■ 泰州发展城市旅游的对策 ■ 乡村旅游：三十年与三个 ■ 以“软实力”来推动旅游 ■ 打造“夏都”专家谈：“ ■ 打造旅游地产灵魂的三大 ■ 东方明珠：借助世博演艺 ■ 抓住良机积极发挥兵团旅 ■ 抢抓机遇，努力把白山建 ■ 构建鄂西生态文化旅游圈 ■ 雷山倾力打造“中国苗族 ■ 水资源的资产化、资本化 ■ 桂林旅游产业与城市经济 ■ 城市旅游发展模式选择的
学校

提高西安市旅游形象之浅见

作者：杨静 文章来源：西安形象网 更新日期：2007-10-30 [收藏此页](#)

随着旅游业的发展，旅游已成为现代化城市的一项基本职能。除了以高质量的旅游资源为依托的旅游城市外，现代城市也以其便利的交通、活跃的经济活动、优良的商务与购物环境、先进的科技、高质量的服务，以及现代化的建设风貌，对旅游者形成巨大的吸引力。在一个旅游城市，什么是旅游要素，什么不是，这是较为模糊、难以界定的。旅游者进行的旅游活动回涉及社会的各个侧面。因此，要提高一个城市的旅游形象，就是要提高整个城市的综合能力形象。强化城市在游客心目中的地位，突出城市个性和独特性，提升城市竞争力和吸引力，确定城市旅游形象战略，已成为当今发展城市旅游之新视角。城市旅游形象注重城市整体形象，而非将若干旅游景点作为吸引因素推向市场，是城市旅游发展战略之核心。

西安是我国的历史文化名城，既有高知名度和垄断性极强的旅游资源，又作为我国西北地区区域中心和周边地区有着广泛的经济文化联系，乃是我国传统的旅游热点城市。但是，西安市旅游资源表现出的一般是与“都城”有关且偏“古”的旅游形象，或是只片面强调某几个旅游景点之状态，旅游活动六要素如交通、饮食服务、购物等都存在问题，且旅游社会形象的塑造不尽人意。如何把西安地区丰富多彩的资源和产品，最大限度的展示出来，如何让旅游活动的各个环节达到协调统一的发展，如何提高西安市的文明程度和文化水准，是提升西安市旅游形象并产生形象效益之关键。

一、城市旅游形象之概念及其建设意义

（一）城市旅游形象之概念

城市旅游形象是指旅游者、社会公众及旅游业内部对旅游业及旅游业有关的活动所给予的整体评价和一般认定。旅游形象实质上是旅游产品的“包装”及其内在品质的表现。旅游者在旅游活动中，接受旅游目的地各种信息，形成综合的感官和印象。它是旅游者对旅游地的整体知觉，如果把旅游者对旅游地的所有知觉按知觉的先后分成三重旅游环境层次，则应属于第一层次，即旅游区宏观旅游环境系统。具体的说，旅游者进入当地社会生活氛围，观赏旅游对象物，接受旅游中介物提供服务，这样，旅游主体、中介物、对象物、目的地社会这四者相互作用，在旅游者脑海里形成了一个完整的印象，这就是旅游形象产生的过程。

（二）建设城市旅游形象之意义

塑造、建设城市旅游形象，将极大地增强旅游产品的吸引力和竞争力，吸引更多的游人前来观光，游人通过这一整体的形象来认识和认同城市，使城市具有很强的亲和力，可以说一个城市的总体形象本身就已构成了旅游资源。同时，通过有计划的将该城市的自然风景、历史文化、民俗风情以及现代化建设的风貌等作整体性的展现、塑造，通过对市徽、市花、口号等的宣传推广，可弘扬地方传统文化，激发爱国主义精神，增强人们热爱家乡、建设美好家园的责任感和使命感；并有利于提高全民的整体素质，培养文明礼貌、热情友好的社会风气，创造舒适安全的旅游环境和生活环境，这些都将促进一个城市的社会文明和进步。

二、从旅游资源角度看如何提高西安市旅游形象

（一）以“古”为支点

西安素以“古都”冠名，古都西安的形象不仅仅反映在城市景观上有钟鼓楼、明城墙、大小雁塔等标志性建筑给旅游者以直观的视觉冲击，更为深刻的印象则是建立在历史教科书的学习过程中，古城西安与中国历史上鼎盛的周、秦、汉、唐紧密的结合在一起，所有这些，是西安以“古都”形象名扬天下的重要因素。为了将西安旅游资源以更直观的方式展现给游客，又不破坏其文化脉络的连续性，应注意将景点按历史时期串联在一起：1. 兵马俑——秦阿房宫（秦）；2. 大小雁塔——兴教寺——华清池（唐）；3. 钟鼓楼——城墙（明）；4. 骊山——八路军办事处（民国）；陕西历史博物馆，是陕西五千年历史的综合展示。

（二）有所创新

西安市旅游形象定位根本在“东方古都”上，但为了突出其个性特色，就一定要有所创新，所以，其旅游形象定位的归宿还应在“传递辉煌”上。这是因为：一是“看中国千年历史到西安”，西安以

机构

博客之星

相关文章

旅游发展增长极研究
论城市旅游形象定位条件及模

“古”为优势的旅游资源在全国乃至世界上都是十分有竞争力的，但西安在其他方面的优势并不显著，不足以展示；二是西安旅游市场定位应是国际、国内两大市场并重，尤其是国际旅游市场，外国人来中国就是以“访古”为目的，在他们的心目中，东方古国是中国的形象的代名词，而东方古都又是东方古国的核心，所以来中国就一定要来西安；三是五千年是一个漫长的岁月，跨度很大，可以延伸到现在，包括西安现代化内容，这将为西安获取新的发展提供契机；其四，千年的辉煌历史之开始，紧接着周秦汉唐创造灿烂的青铜文化、统一的国家、农业发展的第一个高峰、封建文化高度繁荣的时代。这几个王朝。都是中国历史上国家统一、经济文化发达、科学技术在国际上居于领先地位的时期。汉唐长安城规模宏大，是国际交往频繁、闻名世界的大都市。唐以后，西安虽不是政治中心，但仍是西北重镇。近代和现代的西安，有着优良的革命传统，成为中国革命史上的重要地区，著名的西安事变就发生在这里。


所以，在西安旅游产品设计的同时，不可将支离破碎的旅游景点呈现在游客面前，应使各个单元形成一个有机的整体，给游客以全面深刻的印象，既要使其感受到历史的悠久，又要使其目睹、体会西安今日的辉煌。

[查看原文](#)

文章录入：胡雁霞 责任编辑：胡雁霞

- 上一篇文章： 旅游目的地竞争与吸引力创新分析
- 下一篇文章： 浅论农家乐旅游生态文化及其可持续发展

[【发表评论】](#) [【加入收藏】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【关闭窗口】](#)

 网友评论：（只显示最新10条。评论内容只代表网友观点，与本站立场无关！）

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [各地工作站](#) | [联系我们](#) | [会员城市名单](#) | [版权申明](#) | [友情链接](#)

主管：中国社会科学院 主办：中国城市发展研究会 承办：中国城市发展研究会网络中心 大城小市（北京）文化传媒有限公司

联系电话：010-64462852 传真：010-64462856 邮箱：ccyb1102@163.com 法律顾问：北京中逸律师事务所律师李建新律师

Copyright©2006-2007 All Rights Reserved 版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备05086808号

本网站非赢利性网站，如果侵犯了您的权益请与管理员联系，我们一定及时更正。