

上海新建的星級賓館如雨後春筍

上海旅遊專刊

上海市旅遊局 聯合編寫 大公報

第二十二期

在旅遊行業摸爬滾打了35年的上海市旅遊局局長道書明，日前在滬舉辦的旅遊工作會議上，談及去年上海旅遊業情況時，列舉了一組數字：2012年，上海旅遊收入達3650.55億元，比上年增長13%；國內旅遊收入達3224.39億元，同比增長15.7%；旅遊外匯收入達55.82億美元，同比減少4.3%。上海接待國內遊客數達2.51億人次，同比增長8.7%；接待入境遊客數達800.4萬人次，同比下降2.1%，旅行社組織出境旅遊人數達172.78萬人次，同比增長約30.5%。

這一組組看似普通平常的數字，在這道書明看來，卻凝聚了無數上海旅遊工作者的辛勤汗水，烙下了無數旅遊工作者為之奮鬥的腳印。

在這方面，道書明無疑最有發言權。他從復旦大學畢業後，就一直在旅遊領域辛勤耕耘。從1991年8月任上海市旅遊局副局長起至今，僅在旅遊局局長這個崗位上就已整整幹了22年，幾乎全過程地見證了上海旅遊業改革開放三十年來所走過的歷程。

文 呂軒

# 上海旅遊業乘改革開放騰飛

## 上海市旅遊局局長道書明見證上海旅遊業發展歷程

### 旅遊產業規模不斷擴大

道局長回憶起上世紀80年代初，那時，上海旅遊接待設施只能接待區區上萬人次的遊客，旅遊從業人員不成體系，大多為外事接待工作者，旅遊觀光景點更是寥寥無幾。但就是在這樣幾乎是一張白紙的基礎上，在全體旅遊從業人員的共同努力下，經過30多年來的不懈進取，上海旅遊業走出了一條由政府主導與市場運作相結合的、有中國特色和自身城市特點的都市型旅遊產業發展之路，並正在向建設世界著名旅遊城市穩步推進。

道書明說，上海旅遊業從改革開放之初起步，沐浴着改革開放的春風成長。特別是1997年3月上海市政府調整了上海旅遊管理體制，建立了上海市旅遊事業管理委員會，行使市政府管理全市旅遊行業的職能，使上海旅遊業站在了新的起跑線上。

根據「都市型旅遊」的準確定位，上海完善了市、區（縣）兩級政府兩級管理的旅遊管理服務體制，注重區域聯合、條塊結合，整合文化、體育、城市建築資源，整合長三角地區的旅遊資源，整合中外旅遊人力資源，引進賓館管理人才和獨資旅行社，推進旅遊協會改革進程，充分利用上海城市日益提升的國際知名度和各種社會資源，聯合相關部門共同推動「大旅遊」、「大產業」的發展，並以旅遊標準化、信息化建設為先導，建立和完善了旅遊人才中心、旅遊教育培訓中心、旅遊諮詢信息中心、旅遊集散中心、旅遊會展推廣中心、旅遊紀念

品展示中心等「六大旅遊中心」。按照市場運營規律，逐步形成「政府宏觀調節—行業協調自律—企業自主發展」的旅遊管理新格局，不僅有力提升了旅遊產業的地位，更使都市旅遊產業規模不斷擴大。

據悉，至2010年底，上海已擁有各類旅館酒店6700多家，近55萬張床位，其中星級飯店307家；旅行社1091家，其中國際旅行社42家；全市有45個旅遊諮詢服務中心，6個旅遊交通集散站，開設的140餘條旅遊線路可通往市內外250餘個景區（點）。國內來滬遊客人數在2007年首次突破1億人次大關後，2010年受世博會推動，突破了2億人次大關，入境旅遊人數突破850萬人次。旅遊產業對全市經濟增長貢獻率不斷提升，2010年上海旅遊業實現產業增加值，佔同期上海第三產業增加值的14%，佔同期上海生產總值比重為8.1%，旅遊業已成為上海的支柱產業。

►上海市旅遊局局長道書明（右）和上海市檔案館館長朱紀華共同簽署合作協議



▲上海已成購物天堂

### 勇於開創都市旅遊新路

沒有山水的都市，如何發展旅遊？如何將水泥森林的上海打造成一個世界旅遊目的地城市？面對各方的疑惑，道書明和他的團隊及戰鬥在第一線上海旅遊工作者以勇於改革、勇於實踐的精神不斷探索，尋找着都市發展旅遊的新路。

道書明坦言，都市旅遊，她的資源必定來自都市。從市場的旅遊需求出發，我們突出東方文化與西方文化、傳統和時尚、都市和田園相結合的都市風韻，重點挖掘和培育特色鮮明的都市觀光、都市休閒度假、都市文化、都市體育、都市商業、都市工業等專項旅遊產品。九十年代以來，上海相繼竣工的、風格獨特的現代標誌性建築，如東方明珠、金茂大廈、上海大劇院、上海城市規劃展示館、上海博物館、上海體育場、上海圖書館、上海科技館、F1賽車場、磁懸浮列車、黃浦江越江大橋、上海東海大橋、浦東臨港新城、洋山深水港、松江大學城、上海寶鋼公司和一批舊廠房改建的創意工業園區等都已形成了新的都市旅遊景點、景區。此外，上海還積極挖掘豐富多樣的近代歷史遺跡、獨樹一幟的海派旅遊文化，並注重文物的保護，對上海特有的確有價值的都市文化資源設施予以修繕，使其舊貌換新顏，實現「洋為中用、古為現用」。例如豫園旅遊商城、龍華旅遊城、朱家角明清一條街、楓涇古鎮、新天地，還有素有萬國建築博覽之稱的外灘、南京路步行街等都成了都市文化、都市商業的旅遊熱點。

如果說都市的景點是城市的「硬風景」，那麼大型的都市節慶慶事活動就是城市的「軟風景」。道書明稱，上海已將現代旅遊節慶活動打造為有海派文化韻味的各式節慶旅遊產品，如「上海旅遊節」、「迎元旦、撞龍華晚鐘」、「上海桃花節」、「茶文化節」、「桂花節」、「電影節」、「電視節」、「中國上海藝術節」、「服裝節」等，都受到了國內外旅遊者的歡迎。據統計，每年來參加上海旅遊節的中外遊客就達1000餘萬人次。

此外，他還表示，上海正在積極發展都市會展業市場，特別是經歷了2010年上海世博會的錘煉，上海會展業呈現一片繁榮景象。據不完全統計，現在上海每年舉辦的展會數量達到1000場次，特別是世界旅遊資源博覽會（WTF）、F1世界一級汽車方程式賽和網球「大師杯」等，已成為上海在世界上有影響的會展賽事。

### 向世界著名旅遊城市邁進

當了22年上海市旅遊局局長，道書明走過了許多世界著名的旅遊城市，比如美國紐約、法國巴黎、英國倫敦等等。作為主管旅遊的局長，他當然也很希望自己的城市能躋身世界著名旅遊城市的行列，但過去一直認為是一種奢望。

2011年2月12日，在上海市副市長趙雲的主持和積極推動下，上海市政府正式發文強調，將努力把上海建設成世界著名的旅遊城市，並為此召開了上海市旅遊產業發展大會，當時任上海市委書記的俞正聲還在會上發表了重要講話，強調上海建設世界著名旅遊城市，是上海為推進轉型發展、保障和改善民生、增強城市國際競爭力而做出的重要決策。無疑，這給了在旅遊行業奮鬥了一輩子的道書明極大的鼓舞。

回憶這兩年來，道書明感慨萬分。他說，上海建設世界著名旅遊城市有基礎，有條件。上海区位优势獨特，交通發達，都市旅遊資源豐富，特別是上海世博會雖已閉幕，但其後續效應仍將對上海旅遊產業發展產生持續深遠的影響，為上海建設世界著名旅遊城市奠定了基礎。但他也深知，這不是一個小目標，要實現這個目標會給我們帶來嚴峻的考驗。

道書明透露，為了盡快達到這一目標

，上海相關行業已制定出與世界著名旅遊城市相匹配的旅遊發展新格局，規劃一批總投資超過400億元重點旅遊項目，同時對原有的景點加以擴展、延伸。他以法國巴黎為例，巴黎聖母院一個景點一年的客流量為1300多萬人次，而上海單個景點的最高客流量為322萬人次，雖然上海和巴黎的人流都非常多，但上海中心只有600平方公里，上海的景點本來規模就不大，所以我們想怎樣把上海的景點用方便的交通，像珍珠一樣串起來，擴大它的內涵。

此外，還將拓展和優化會展旅遊、郵輪旅遊、紅色旅遊、工業旅遊、鄉村旅遊、旅遊裝備製造業等六大旅遊新業態空間布局，努力打造旅遊新亮點。

道書明坦言，經過幾年努力，根據原定的規劃，上海有望在2015年形成「五個目的地」和「一個集散地」，即國際都市觀光旅遊目的地、國際都市時尚購物旅遊目的地、國際都市商務會展旅遊目的地、國際都市文化娛樂旅遊目的地、國際都市休閒度假旅遊目的地和國際都市旅遊集散地，基本建成魅力獨具、環境一流、集散便捷、服務完善、旅遊產業體系健全、旅遊產品豐富多樣、旅遊企業充滿活力的世界著名旅遊城市。

### 實施長三角旅遊一體化

2010年為了滿足7000萬參觀中國上海世博會遊客的個性化需求，上海市旅遊局、江蘇省旅遊局、浙江省旅遊局攜手長三角地區25個城市，首次共同研發區域性專項旅遊產品，並推出了長三角世博主題體驗之旅十組產品，開啓了長三角旅遊合作一體化進程。道書明認為，這也是放大世博效應，向海內外展示長三角城市群優美的自然環境和深厚的文化底蘊，做大、做强旅遊產業的必經之路。

2011年5月，安徽省也正式加盟長三角旅遊一體化合作，三省一市共同簽署了合作框架協議，並確定了在自駕遊、房車遊、水上遊、鄉村遊等方面的三年行動計劃，為長三角區域旅遊合作展開了新篇章。

▼共享長三角旅遊資源

與此同時，道書明表示，與國內其他城市的旅遊合作也得到了進一步拓展。為加強京滬高鐵路線城市的旅遊合作，上海與北京、天津、南京、濟南、滄州、蚌埠七城市共同簽署了《泉城宣言》，在旅遊產品開發、市場營銷、合作機制等方面加強合作；與浙江、福建等三地15個沿海旅遊城市簽署合作協議，共同打造東海旅遊品牌，推進東海城市的旅遊發展。

此外，上海還與台北共同簽署了旅遊交流合作備忘錄，將不定期就兩市旅遊交流合作項目進行會商，鼓勵雙方市民至對方城市觀光旅遊，促進兩地旅遊業共同發展。



▲上海磁懸浮

