

文章编号: 1001 - 148X (2006) 12 - 0175 - 05

杭州休闲旅游产品的深度开发研究

康保苓

(浙江旅游职业学院 旅游规划系, 浙江 杭州 311231)

摘要: 杭州休闲旅游的发展已经具备了良好的基础, 但仍存在着深入挖掘的潜力和需要进一步改进的地方。杭州休闲旅游产品的深度开发, 应着重从挖掘文化内涵、尊重生态、强化精致性、建立休闲旅游的安全预警系统等方面入手, 加大对休闲资源的开发力度, 进一步提升产品的档次和品位。

关键词: 杭州; 休闲旅游产品; 开发

中图分类号: F590 **文献标识码:** A

On Further Development of Hangzhou Leisure Tourism Product

KANG Bao-ling

(Tourism Planning Department, Zhejiang Tourism College, Hangzhou, Zhejiang 311231, China)

Abstract: The development of leisure tourism products has had been guaranteed by good foundation. However, there still exist much room of improvement. To deeply develop Hangzhou leisure tourism product, it is important to take effective measures involving culture content, ecological awareness, focus on exquision. In this way can be enhanced the quality and grade of the products.

Key words: Hangzhou; leisure tourism products; development

2005年3月, 杭州市召开了大旅游产业发展会议, 明确观光游览业、会展商务业、休闲度假业“三位一体”, 将构成杭州大旅游产业的主体。从杭州休闲旅游的发展看, 已经具备了良好的基础, 笔者试从休闲旅游的概念、杭州休闲旅游的现状分析入手, 对杭州休闲旅游产品进一步开发进行探讨。

一、休闲旅游的概念

随着经济的增长, 人们收入的提高及带薪假日的延长, 越来越多的游客已不满足于在各个旅游点之间疲于奔命的旅游方式, 休闲出游的观念已经逐步代替观光旅游。那么, 何谓休闲旅游? 它是指旅游者占据了较多的闲暇时间和可自由支配的经济收入的前提下, 以旅游资源为依托, 以休闲为主要目的, 以特定的文化景观和服务项目为内容, 离开定居地而到异地逗留一定时期的游览、娱乐、观光、休息。从休闲旅游者的旅游动机看, 是以开阔视野, 增长知识, 恢复身心, 发展自我为主要目的, 是追求美感、愉悦感的精神文化活动。

强调休闲、注重文化体验是休闲旅游的重要特征之一。著名休闲学研究专家马惠娣曾指出: 休闲旅游

“是以休闲为目的的旅游。它更注重旅游者的精神享受, 更强调人在某一个时段内而处于的文化创造、文化欣赏、文化建构的存在状态; 它通过人的共有的行为、思想、感情, 创造文化氛围、传递文化信息、构筑文化意境, 从而达到个体身心和意志的全面而完整地发展; 它为激励人在当代生活中的许多要求创造了条件。”^[1]

二、杭州休闲旅游的现状分析

杭州休闲旅游在景区建设、配套设施等方面已经具备了良好的基础, 但仍存在着深入挖掘的潜力和需要进一步改进的地方。

(一) 成就

1. 休闲旅游景区建设取得重大成效

西湖综合保护工程和西溪湿地保护工程的顺利进展。通过实施西湖综合保护工程, 西湖实现了历史性的面积扩容和品位提升, 圆了“一湖两塔三岛三堤”的西湖全景世纪梦, “东热南旺西幽北雅中靓”西湖新格局基本形成, 提高了杭州的知名度、美誉度和竞争力。国家首个湿地公园——西溪湿地综合保护工程一期已经完成, 使杭州迎来“双西”共赢的新时代。

收稿日期: 2005 - 07 - 15

作者简介: 康保苓 (1973 -), 女, 山东青州人, 博士, 浙江旅游职业学院讲师, 浙江大学亚太休闲教育研究中心会员。研究方向: 旅游管理、休闲学、会展管理。

基金项目: 浙江省高校青年教师资助项目“杭州休闲文化的历史渊源与休闲产品的整合研究”的一部分, 浙教高科 [2004] 281 号文。

区、县(市)旅游重大项目建设高潮迭起。如萧山市作为2006年世界休闲博览会的主场地,杭州世界休闲博览园、杭州世界风情园和湘湖启动区等“两园一湖”相继启动。淳安千岛湖风景区项目建设成效凸显,国内内陆湖泊最大的豪华游轮“伯爵号”正式下水,内陆湖泊第一艘全潜式水下观光潜艇已组装完毕,备受关注的阿基米德浮桥项目正在中科院进行试验。桐庐县加快老景区升级改造。富阳市加快推进中国古代造纸文化村二期工程建设,着力打造新三国旅游线。建德市加大富春江七里泷景区建设,深度开发民俗风情旅游文化项目。临安加快景区资产重组,合力打造“五大生态旅游区”。

2. 休闲旅游的配套设施进一步完善

(1) 交通领域

铁路方面:沪杭线、浙赣线、宣杭线、萧甬线是杭州连结国内的铁路主干线。

公路:形成杭沪、杭甬、杭宁、杭金衢高速公路和104、320国道以及省道和绕城公路“七环一射”高等级公路网架路。2003年12月,全长123公里的杭州绕城高速公路实现了全线贯通,2005年6月,杭州市城市快速轨道交通建设规划通过国务院审批并立项,随着地铁的建设,将有效缓解地面交通的压力。杭千(杭州——千岛湖)高速公路建设全面铺开,将于2006年贯通;杭徽(杭州——安徽)高速公路和05省道正在加紧建设。

航空:2000年底杭州萧山机场正式投入运营,2004年3月,杭州空港正式对外国籍飞机开放,使浙江省的对外开放程度进一步提高,经贸、旅游世界融入世界经济一体的步伐进一步加快。随着杭州航空口岸扩大对外籍开放,越来越多的国内外航空公司开辟更多的杭州通往世界各地的直达航线,杭州航空口岸成为名副其实的国际航空港。

从交通前景看,未来15年内,长三角地区将建5条城际轨道,建设以上海为中心,沪宁、沪杭(甬)为两翼的城际轨道交通主构架,覆盖区域内主要城市,基本形成以上海、南京、杭州为中心的1至2小时都市圈。

(2) 旅游产业规模不断扩大

截至2004年,全市4A景区已达19个。有星级宾馆203家,在全国位列三甲,高星级宾馆29家,其中五星级宾馆4家,四星级宾馆25家。预计到2010年,四星、五星级宾馆将至少增加50家。不仅宾馆的档次越来越高,在细节上也更加人性化。比如,目前全市已有10余家宾馆实现有线电视的数字化,有数十家饭店完成了签约,杭州的目标是三星级以上饭店都要有数字电视。国家旅游局发布的2004年度全国双百强旅行社排序,杭州市有浙江省中国旅行社等8家国际旅行社进入全国国际旅行社100强,杭州园林旅游贸易有限公司等10家国内旅行社进入全国国内旅行社100强,总数居全国第三。

3. 长三角的旅游合作有了一定基础

在经济全球化和我国加入WTO后市场机制进一步完善的背景下,技术、人才、资本、信息等资源不断进行着跨地区甚至跨国界的自由流动。长三角区域合作的联系进一步加强,在2004年4月举办的“长三角公共管理论坛”上,苏浙沪三地的学者提出增强政府间竞争与合作,注重“‘城市群’发展”的观点,成为当前加快和持续形成长三角区域经济一体化进程的基石。在旅游领域,江浙沪将联手开发海外市场,联合参加国际旅游博览会,同设“江浙沪区域展台”,共同组团到三地的主要海外市场开展促销活动,共同制作区域旅游宣传资料,编制区域旅游手册,对游客将提供统一的旅游咨询服务,建立统一的信息咨询平台,营造统一的电子商务平台。长三角旅游景点2005年底统一路标,长三角旅游景点标识的设置标准也将统一规范。

杭州市树立跨行政区划发展理念、长三角整体发展理念,主动接轨长三角。杭州市旅游主管部门联合周边地区优势资源,与兄弟城市一起,有效整合旅游资源,积极推动区域旅游合作和区域旅游形象建设。2004年长江三角洲旅游城市15+1高峰论坛黄山峰会的成功举办。在黄山峰会上,杭州市与上海、黄山市签署了三地旅游合作协议,共同打造“上海—杭州—黄山”名城、名湖、名山世界级黄金旅游线,共建长三角无障碍旅游区,形成一条与北京、西安、桂林相抗衡的世界级旅游热线,树立长江三角洲旅游区域的国际精品合作典范。杭州旅游集散中心现已与上海、南京旅游集散中心的联网运行网络已通,目前正在落实旅游车的相互通达,中心与临安、富阳旅游集散中心的联网也已经启动,其它县(市)的旅游集散中心也正在筹建中。

(二) 不足

1. 历史文化名城的色彩偏淡

杭州是国务院确定的第一批全国历史文化名城,但是从20世纪初杭州十古城门被拆至20世纪末河坊街旧城改造工程的终止,在近一个世纪里,杭州已有70%的古城建筑格局和历史街区被拆毁,能展示“历史文化名城”和古都风貌的历史遗存已残留不多,一大批体现城市整体历史风貌的近代建筑没有得到有效保护,部分文物古迹因长期不合理使用或缺乏保养而衰变为濒危建筑。盲目追求现代化,使得城区内的建筑与其它城市并无区别,陷入了千城一面的困境之中。

2. 景区精致性有待进一步加强

近年来,杭州休闲旅游景区开发进一步增多,设施不断完善,但在精致性方面还有很多可挖掘的地方,如博物馆改造、景区解说系统等。

3. 国际化程度需提升

在中国,“上有天堂,下有苏杭”是家喻户晓的,但在国际上,特别是欧美一些国民中,杭州的知名度并不高,问他们所了解的中国城市,常常是北京、上海,杭州的知名度和国际化程度有待于提高。

4. 逗留时间不长

从杭州现有旅游产品看，观光旅游产品居多，这样的产品对短期游的旅游者来说非常必要，但要满足长假期的旅游需求，就应当重视开发适合不同消费层次的度假产品。如何让外地游客留下来，进行进一步的“休闲”消费，拓展的市场空间，是杭州休闲旅游产品必须解决的一个问题。

三、杭州市休闲旅游产品的开发策略

杭州休闲旅游产品的进一步开发，应着重从挖掘文化内涵，尊重生态、强化精致性、建立休闲旅游的安全预警系统等方面入手，加大对休闲资源的开发力度，进一步提升产品的档次和品位。

(一) 挖掘产品的文化内涵

文化性是休闲旅游产品的内容和高层次表达，是休闲旅游产品的灵魂，“提出休闲旅游，更多的是强调一种个体与群体间的文化氛围、文化经历、文化体验、文化传播、文化欣赏，不仅能满足人的感官需要，更能满足人的心理需求和精神需求。”^[1]从现代人的休闲需求分析，人们在满足物质享受的同时，也在追求高尚的精神享受，需要了解各种文化历史知识，享受各种文化与艺术的生活。休闲旅游产品要创新，文化内涵是重要的特色。无论是以自然为主体的休闲旅游景区还是以人文为主体的休闲旅游景区，其本质都是生产文化、经营文化、销售文化。要使休闲旅游产品具有生命力，就必须以合适的文化形式展现其丰富的文化内涵。

杭州是国务院确定的第一批全国历史文化名城，历史文化资源极为丰富。从文物遗存看，目前杭州市的全国重点文物保护单位 14 处，省级文保单位 82 处，市、县级文保单位 234 处，已建立起时代序列和类型较完整的文物史迹网，构筑起高、中、低结合的历史文化遗产保护体系。但由于历史沧桑，杭州保存得比较完整的历史文化载体已经不多，部分保护区及历史建筑内人口居住密度过高，乱搭乱建现象较多，安全隐患严重，如不抢救，势将湮没。

历史文化资源是一定地区在一定时间内的文化的积淀，是人类创造的物质文化和精神文化的直接体现，它呈现给人们的是历史的时间纬度。杭州历史文化资源不仅具有起源的古老性，遗存的多元性，而且具有很强的观赏性，可谓自然与人文、历史与现代、有形与无形兼而有之。杭州在进行休闲旅游产品的开发时，一定要高度重视历史文化名城这张极具文化性的名片，充分挖掘历史文化资源，增加休闲旅游产品的文化内涵，并与自然资源紧密结合，使杭州的历史文化优势转化为发展休闲旅游产业的核心竞争力，是杭州休闲业保持旺盛生命力的关键所在。

1. 建立良渚文化景观区、吴越皇城风貌景观区、南宋文化景观区等几大历史景观区，展现杭州历史上具有代表性的文化风貌

以南宋文化景观区为例，南宋时期，临安府（杭州）为都城，是南宋时期的政治、经济、文化中心，

是杭州历史上最浓墨重彩的时期。挖掘历史文化内涵，恢复部分南宋历史景观群，可打造一张休闲旅游产品的王牌。从 1995 年至今，有关南宋古迹的惊人发现不断：南宋太庙——三省六部遗址、南宋修内司窑凤凰山老虎洞官窑遗址、南宋临安府台遗址、吴山广场附近南宋恭圣烈皇后宅园、南宋德寿宫遗址，严官巷南宋御街遗址等，以南宋皇城为根基的太庙、吴山、凤凰山这一集中体现南宋历史特色的区域已渐渐显露出来。目前展现南宋文化特征的古迹所具有的典型性与力度都还不够，可以把一系列的考古遗址组合起来，结合周围的文化生态，将遗址连成片，在此基础上，尝试复建一些南宋人文景观，构成南宋历史景观群，聚焦南宋的历史文化，推出历史文化名城的休闲品牌。以“宋文化的缩影”、“南宋时期的民俗风情”等为主题，将抽象人文吸引物附着于具体的历史遗产景观或现代人文景观之上，使之成为纵览古都历史文脉的文化走廊。

2. 打造西湖文化

西湖的形成不仅构成“三面云山一面城”的城市格局，也为西湖文化的产生提供了物质前提。建德人、良渚文化、吴越文化为西湖文化奠定了良好的基础，吴越国、南宋建都于此，留下丰富的文化遗存，明清市井文化繁荣，可以说，西湖文化有清晰的历史文脉相连。泰戈尔、爱迪生、马可波罗等以及许多国家元首到过杭州，国际上不少学者在研究西湖文化，研究杭州的文物古迹、金石书画。西湖与深厚的文化以及特定的历史背景联结起来，更能彰显她的内涵和魅力。可建立西湖变迁史、西湖名人、西湖文物、西湖文学、西湖艺术等西湖文化专题博物馆，充分展示西湖文化的内涵。

3. 推出运河文化

隋炀帝凿通京杭大运河后，杭州的城市地位迅速提高。到了唐朝中期，杭州已是“东南名郡”。“十里银湖墅”，大运河为杭州带来繁华，繁华的杭州又使运河更繁忙。沧桑历史，蕴藏着深厚的文化积淀。杭州作为运河的起讫点，千百年来，与杭州城市的发展唇齿相依，血脉与共。运河文化是杭州城市具有全国乃至世界意义，且最具有文化积淀的符号之一，是集杭州城市历史、文化、地理、经济等资源于一体的城市综合品牌，是一张含金量极高的名片。大运河至今仍具有沟通南北的运输功能，但其蕴含的历史文化却远远还没有被充分挖掘。设立运河文化古迹展、开展运河文化节、运河风情游等活动。在运河的历史文化建设中，要加强对文化遗存的保护。除了重视固定的建筑，还要注意保护移动的文化遗存，如古运河上的码头、古船，古船上人们生活用的物品、器皿等，以“商业文化”、“市井文化”为特色，展现杭州的“文脉”。

4. 保护、恢复历史街区

传统历史街区是经过久远的历史积淀而自然造就的，是古城风貌的体现，它在历史文化上的独特价值

是任何人造景观难以比拟的,对于提升历史文化环境的品位具有重要作用。在恢复历史街区的过程中,要突出景观文化,充分挖掘各景点的人文价值,提高文化内涵。

从杭州的现状看,随着城市的发展,很多老房子、老建筑、老街巷已从人们的视野中消失,积淀了几千年的文化底蕴慢慢淡去,我们只能从古色古香的地名中体味久远的文化气息。除河坊街、北山街外,其他街区的历史文化特色非常淡化,体现不出历史街区应有的风貌。有关部门要积极探寻保护与利用良性循环的新路,加大对历史街区开发和保护的力度,建立各类博物馆、专业陈列馆,保护传统风物特产,对街区内的名人故居、“老字号”进行依法保护,明确“老字号”认定标准,完善相关扶持政策,挖掘历史街区的文化价值。要结合具体建筑特点和围绕这一建筑的历史事件或历史传说,根据“保存”、“保护”、“整饬”、“暂留”、“更新”的要求实行分级保护,实施使用功能合理转换,使新与旧、传统与现代完美结合;对部分建筑质量不好或历史环境已基本丧失的零散分布的老房子,可通过修缮整治、绿化或迁移保护等外部技术手段来改善,部分房子还可用作社区活动中心或“传统住宅博物馆”,重新发挥使用功能,使其成为传承城市历史和文脉的重要载体。

(二) 推出生态休闲旅游产品

休闲旅游产品的开发要遵循生态原则、可持续发展的原则。据世界旅游组织统计,目前生态旅游收入占世界旅游业总收入的比例为15%至20%。国内外各类回归自然旅游人数占50%以上。而生态休闲旅游因其集观赏性、娱乐性、参与性和知识性为一体的独特优势满足了人们这一心理需求。日本的观鸟旅游和观光农园及务农旅游、马来西亚的农林旅游区、澳大利亚的牧场旅游、美国的农场旅游等,都属于典型的生态休闲旅游。杭州休闲旅游产品的开发,也必须围绕“生态”做文章,开发乡村旅游产品。

近几年,杭州农家乐旅游的兴起呈现良好的发展态势,“农家乐”休闲旅游是以田园风光和别有情趣的农家生活为依托,以农民为市场经营主体,以城市居民为目标市场,以满足旅游者娱乐求知和回归自然等目的的一种旅游方式。杭州乡村休闲旅游要做大做强,还有许多问题要解决:

1. 建立、健全相关的标准和法规

“农家乐”旅游对繁荣杭州旅游起到了积极作用,但近年来,由于缺乏具体的标准,导致服务质量下降和对环境造成破坏。政府部门要制定相关的法律法规,进行有效管理,促使其提高服务质量,通过建立示范区等形式进行有效的引导。

2. 挖掘特色

休闲旅游产品开发原则体现为本土性、自然性、体验性、市场性、差异性,“越是民族的,越是世界的”,这就要充分利用当地有特色的旅游资源,强调原汁原味,打造品牌,增强参与性和知识趣味性,增

加乡村旅游的吸引力。

目前大多数乡村休闲旅游主要停留在吃、玩、住等较低层次的休闲娱乐阶段,对当地的民风民情挖掘得不够,旅游中的知识性和参与性不足,减少了很多体验农家活的乐趣,也减弱了乡村旅游科普、教育的作用。实际上,农村的一山一水、一花一木、一村一街等都是开展特色乡村旅游的有效资源和载体,比如,发展一些观光农业、生态农业基地让游客亲眼观看现代化农业栽培技术,亲自体验高科技生产手段,亲手收获绿色农产品,亲自喂养活泼可爱的小动物等,在休闲中受教育,也是一种享受。当地的独特的风土人情、民俗文化更是宝贵的旅游资源,要深入挖掘,形成具有鲜明特色的乡村旅游文化系列,集观赏性、娱乐性、参与性和知识性为一体的独特的生态旅游,使乡村旅游具有更强生命力。还可以通过出租休闲农庄的形式,形成长期而稳固的休闲客源。

3. 加强从业人员的专业培训

目前大多数“农家乐”设施简陋,管理松散,存在较大的卫生和安全隐患。有关旅游主管部门应制定相关管理法规,加强对从业者的安全教育,强化卫生意识,增加必要的消防设施,做好安全检查,保障游客的生命财产安全;引导和教育旅游从业人员自觉养成讲卫生、爱卫生的良好生活习惯,并购置一些必要的卫生消毒设施,为游客创造出一个洁净、健康、安全、舒适的旅游环境。培养从业人员诚实守信的经营理念,以优质服务和风格独具的“农”家特色来吸引广大游客,提升乡村旅游的档次。

4. 增强环保意识

生态休闲旅游是经济发展、社会进步、环境价值的综合体现,提倡旅游与自然的和谐统一,使旅游区所处的自然生态环境免遭破坏,使旅游区内居民的民族文化得以传衍,并保护旅游地区的利益。发展乡村旅游应充分发挥当地生态优势,发展生态经济,走经济生态化、生态经济化的可持续发展道路。因此,乡村旅游项目规划时应充分考虑当地旅游环境的承载能力,保护好乡村旅游区内的自然生态环境和人文生态环境,严格控制旅游中产生的废渣、废气、废水的排放,坚决制止浪费土地资源、滥捕滥杀野生动物等破坏环境和生态平衡的行为。

(三) 加入WTO与接轨

随着中国加入WTO,将有更多的资金投入休闲旅游领域,更多的休闲服务提供者进入我国,国外休闲服务机构会将更多的休闲理念、休闲服务产品带到我国,针对此,有关部门需要依照《服务贸易总协定》透明原则的要求,在投资、税收、人力资源、行业立法、外资立法、市场准入情况、外资比例等领域,建立、健全与国际市场接轨的法律、法规。进而对休闲旅游的产业政策进行相应的调整,形成比较规范的休闲旅游经营管理和和服务标准,通过科学规划,形成合理的休闲旅游发展格局^[2]。

(四) 提升产品精致化程度

精致是一个城市的文化科技内涵、生活质量和城市的创新活力的综合表现, 精致化是一种精益求精的意识。从杭州目前的休闲旅游产品看, 精致化程度需要进一步提升。

1. 景区精致化

杭州目前的休闲旅游景区, 有许多精致化的内容可做。如耳熟能详的西湖, 可以充分拓展西湖游船的功能, 开发歌舞船、宴船、钓鱼船、诗船、画船等, 使之成为湖面移动的休闲点, 提高西湖游船的使用价值和观赏价值。

再如厕所, 从全国范围看, 杭州景区的厕所质量是上乘, 但生态厕所和生物厕所(“生物厕所”, 即利用微生物把污水变成无味的透明水, 过滤除去杂质, 最后用臭氧杀菌完成污水净化)并没有得到普及, 仅个别地方可见到, 从环保和节约能源的角度考虑, 可进一步增加生态厕所和生物厕所的数量。厕所文化需要进一步丰富, 比如在韩国, 很多公厕都有一些诗或画, 人们在解决燃眉之急的同时, 又能得到悠闲的艺术享受, 我们不妨借鉴。

很多休闲景观、道路, 需要增加外文标识, 使外国朋友在享受休闲的同时, 有亲切的感觉。休闲旅游区域不协调的广告牌, 尽可能拆除。

鼓励建造经济型的旅馆, 如青年旅舍等; 鼓励开设家庭旅馆; 在统一规划的前提下, 在景区建设一定数量的既经济又卫生整洁的旅游自助餐厅。既能减轻对环境的压力, 又能方便游客。

2. 提高产品的科技含量

高新科技的运用将使景区、景点的面貌焕然一新。通过建立信息咨询网络和科学的解说系统, 方便人们的休闲生活。在杭州的主要入口处, 如机场、车站、码头, 在主要的景区、主要的商场、广场等流动人口密集的休闲场所, 建立信息服务中心, 为度假者提供方便的信息咨询服务。建立流动性信息服务系统, 根据景区的分布状况, 度假者的行为规律, 在室外配备流动信息咨询服务人员, 随时、随地为游客提供咨询, 方便游客获取信息。

博物馆类旅游产品品位较高, 要借助科技的力量, 实现资源的数字化建设, 丰富、提升文物的展示、教育和传播功能。可以通过科技手段以游客喜闻

乐见的形式进行解说, 如环型立体影视厅, 通过影视形象生动的向游客介绍文物的历史、考古发现经历、历史价值等, 有益于旅游者对专业知识的吸收。或者通过“虚拟技术”, 游客只需戴耳机和特殊眼镜, 自由操纵鼠标即可畅游景点。

3. 健全休闲行业服务标准体系

服务质量的提高是休闲旅游产业得以健康发展的社会条件支持系统之一。通过健全休闲行业服务标准体系, 加强行业管理和行业自律, 规范服务行为, 搞好休闲旅游人员培训, 提高从业人员素质。在国外人们称从事旅游业、娱乐业、公园管理和休闲服务的人士是天使, 赞誉他们以一种特殊的品质服务于人民大众。要给人天使般温馨和美丽的感觉, 就要提倡微笑服务、礼貌待人, 提高从业人员的外语水平等。

(五) 进一步强化安全预警机制

休闲旅游业的快速发展需要安全的旅游环境, 杭州市在旅游安全管理方面做了一些工作, 但是今年“浙西大峡谷浮桥侧翻事件”、“西湖自划船事件”又敲响了旅游安全管理的警钟。杭州市休闲旅游安全管理需要政府和企业的共同努力。政府建立和完善法规和管理政策, 建立基于安全解决方案的监控手段, 将安全解决方案转化为可行的安全作业程序, 并付诸实施。企业应根据安全保障体系策划的要求, 从微观管理的层面形成自己的安全保障管理机制。要加强旅游从业人员的安全意识和安全管理技能培训。建立旅游安全指标控制系统, 实现旅游安全量化管理等。

综上所述, 笔者从休闲旅游的现状出发, 对杭州休闲旅游产品的开发提出了一些思路。杭州要建设成“东方休闲之都”, 使休闲旅游产品的档次迈上新台阶, 需要在坚持“文化”和“生态”两大原则的前提下, 充分挖掘产品的内涵, 进一步提升产品的精致化程度, 增强产品的核心竞争力。

参考文献:

- [1] 马惠娣. 未来 10 年, 中国休闲旅游业发展前景展望[J]. 齐鲁学刊, 2002, (3).
- [2] 徐峰. 加入 WTO 与我国休闲服务贸易的发展[J]. 国际经贸探索, 2003, (2).

(责任编辑: 孙桂珍)

(上接第 174 页)

参考文献:

- [1] B. Joseph Pine, Jams H. Gil more. Welcome To The Experience Economy[J]. New York: Harvard Business Review, 1998, (7 - 8).
- [2] B. Joseph Pine, Jams H. Gil more. Welcome To The Experience Economy[M]. New York: Harvard Business School Press, Boston, Massachusells. 1999.
- [3] 吴文智, 庄志民. 体验经济时代下旅游产品的设计与创新[J]. 旅游学刊, 2003, (6).
- [4] 邹统钎. 体验经济时代下旅游景区的管理模式

[J]. 商业经济与管理, 2003, (11).

- [5] 邹统钎. 旅游景区开发与管理[M]. 北京: 清华大学出版社.
- [6] 胡燕雯, 张明. 试论体验经济时代的旅游业发展[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2003, (3).
- [7] 郑宇飞, 胡春梅. 关于体验经济时代旅游业发展的认识与思考[J]. 三峡大学学报, 2003, (5).
- [8] 曹新问. 体验经济与旅游服务创新[J]. 中国旅游报.

(责任编辑: 习文)