

# 日本京都古城旅游对荆州的启示

刘文颖<sup>1</sup> 李华成<sup>2</sup>

(1.中南民族大学 经济学院,湖北 武汉 430074;2.长江大学 法学院 湖北 荆州 434020)

**摘要:**通过对日本京都、荆州古城旅游兴起背景、发展特色与运行机制进行比较分析,发现荆州古城旅游资源丰富却开发不当,旅游营销手段单一,旅游软实力欠缺,缺乏有文化内涵的产品输出,在导致游客量少的同时,间接导致经济价值转化程度低。基于此,荆州古城旅游要发扬特色,大力宣传;依法管理,立法引领推动;产业融合,增加有效供给;完善设施,提升软实力。

**关键词:**京都;古城;旅游

**分类号:**F061 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-1395(2019)02-0076-04

国家文化旅游部强调将文化与旅游相结合,古城旅游刚好迎合新发展需要,越来越受到重视。中国荆州和日本京都都是历史文化古城,两者具有良好的区位优势,历史上曾是政治、文化中心,探析京都古城旅游发展经验,无疑对发展包括荆州在内的国内古城旅游业具有重要意义。

## 一、日本京都古城旅游兴起经验

2017年前往京都的游客多达5362万人,5年内突破5千万人。其中,外国游客人数为353万人,创历史新高。旅游消费总额高达1.13万亿日元(合人民币600多亿元),同样突破了历史记录。旅游业的发展给京都带来了巨大的经济效益,京都市人口总数为150多万,从事旅游相关产业的工作人员占人口总数10%。

### (一)重视遗产,追求质量

京都格外注重对文化遗产保护。首先,表现在积极申报世界遗产上。1994年,“古都京都文化遗产”申请成为世界文化遗产,著名的清水寺、二条城、金阁寺、银阁寺等都包括在内;其次,表现在开放形式上,京都的四大名园京都御所、仙洞御所、桂离宫、修学院离宫,作为国家重点保护的世界文化遗产,不

对游客开放;最后,表现在节庆活动上,京都民俗文化保存完好,几乎每天都有富有浓郁地方风情的庆祝活动和祭礼活动。

京都不因追求粗放式的经济效应而牺牲环境和社会效应。首先,是对教育的保护。日本动漫带火了很多高校景点,国内外很多读者慕名而来。由于游客承载量较大影响了学校正常教学,于是许多学校不再作为景点对外开放。其次,京都注重文物古迹和自然风貌的融合,如清水寺、二条城、金阁寺等几处世界遗产,既有历史文物古迹可赏,又是著名的枫樱景点可寻。

### (二)产业融合,开放发展

发展全域旅游是以旅游产业为主导,促进多产业联动,实现全域协调发展。京都善于将旅游业与文化、丝织产业融合,并打造开放式的游玩模式。祇园的花见小路是在原址上建立的,国外游客对异域文化抱有新鲜的态度,这种开放式的景点吸引外国游客驻足。在市场推动下,花见小路的小市场繁荣起来,提供和服出租服务,贩卖时令糕点。祇园的代表性建筑是祇园歌舞场,是艺伎学习表演的地方,每年四月艺伎在这里表演“京都舞”,向世人展现艺伎风采和古典歌舞艺术。这些设计都渗透着日本文

收稿日期:2019-01-12

基金项目:国家社会科学基金一般项目“文化产业促进立法问题研究”(13BFX127)

第一作者简介:刘文颖(1995-),女,湖北荆州人,硕士研究生。

通信作者:李华成(1980-),男,湖北老河口人,副教授,博士,主要从事文化政策法规研究,E-mail:26250586@qq.com。

化,让文化以旅游业为载体表现出来,游客不再从枯燥的文字中摄入信息,而是在亲身体验中增强对日本文化的认同感。此外,京都将祇园和西阵织会馆的旅游线路一起打造。西阵织会馆正是介绍日本丝织历史的地方,这里有工匠现场展示合服的制作工艺,还可以欣赏和服表演,从而增加游客对和服的购买量。旅游业、文化、丝织业相互作用,共享信息、物流、基础设施,降低市场运行成本。京都以共建共享理念打造“寺庙+公园”、“赏樱公园+动物园”旅游模式,实现真正意义上的以人为本。

### (三)供给充足,满足外需

发展全域旅游要求从粗放低效方式向精细高效方式转变,实现旅游供给的积极平衡。这里所说的供给包括产品和服务两方面。从产品上看,一方面京都旅游文化商品种类繁多。从特色小商品、服装到百年老字号的陶瓷器店,一应俱全。还有日式町家建筑的店铺,手绘布袋、折扇无不体现京都风味,吸引大批游客购买。另一方面日本在家电数码和医药护肤上掌握尖端技术,海外市场的需求量很大。加上持短期停留日本护照的游客可以享受免税和减税政策,因此极大地刺激了外需,创造外汇收入。日本的商品会标税后价,京都大型免税店商场要求累计购买物品超过5000日元才享受免税政策。这种价格策略激发了游客的购买欲望。从服务上看,京都的化妆品店和综合电器店都配备多种语言的导购,而且支持支付宝、微信支付,像罗森、7-11这类便利超市也能够用支付宝、微信支付。在2013年,京都的零售批发业占京都市总GDP的16.9%。

### (四)设施齐全,拓展全域

全域旅游要求在城乡景区内推进厕所革命。京都和日本其它城市基础设施齐全,主要表现如下。一是垃圾处理。京都公路、街道、景区均不设垃圾筒,游客的垃圾自行带回酒店分类回收。二是厕所文化。公共场所的卫生最能体现景点的建设程度和国家的文明程度,京都厕所清洁度闻名全球,并且马桶功能人性化,给游客很好的如厕体验。三是吸烟区。日本规定在任何公共场所都不得吸烟,还制定了严格的罚金制度,因此,京都景区和商场在远离人群密集区和行人必经的主要通道设有吸烟区,保护了非吸烟人群的健康。

## 二、荆州古城旅游发展中存在的问题

### (一)大众化产品多,特色产品少

荆州现有文化旅游、乡村旅游、红色旅游、生态

旅游等旅游活动。国内其他城市发展好的上述旅游活动比比皆是,“千城一面”是普遍现象,荆州古城不是热门旅游景点,不具有竞争优势。就特色建筑来说,荆州有古城墙、关公义园、九老仙都、张居正故居、荆州博物馆等,但这些景点联合打造力度不够,缺乏游客参与。古城墙下原有乘马车、穿汉服游街等项目,今却无迹可寻。代表传统文化的日本和服和中国汉服为什么会有不同的命运?主要因对传统文化的保护和传承力度不够。就特色美食来说,荆州有名景点附近无特色小吃街,取而代之是各地都有的冠名饭店,特色小吃街与景点相距较远,不能给游客带来方便的旅游体验。荆州古城的文化绝不只是荆楚文化、三国文化、城墙文化这些被大力宣传的历史文化,古城文化底蕴是与每条长街深巷、每座文物建筑、每种风俗民情的日新月异变化紧密联系在一起。

### (二)“旅游+”产业待深入,智慧旅游待加强

全市涉及文化旅游产业工作的机构有文化、建设、文物、宗教、林业、鄂旅投、文旅投等,这些部门都对荆州旅游具有管理的权利与义务,但最终导致除旅游部门外其他部门都不参与旅游管理。旅游业也未与现代信息、云计算等大数据技术结合。荆州市文物旅游委员会和其他相关职能部门鲜少有网上订票服务和网友评论功能,部门工作时无法将旅游信息、旅游经济、旅游资源与旅游者相结合,不利于双方及时调整和安排旅游工作和计划。

### (三)有效供给不足,旅游需求满足不高

由于荆州旅游业还处于卖方市场,未转变思维从游客体验角度出发提供产品和服务,因此从产品品牌打造到质量追求都有所欠缺。一是参与感不强。京都的民族文化通过和服展现出来,水文化通过茶道、丝织工序展现出来,而荆州的楚文化和水文化缺乏表现力,游客的参与感大大减弱。二是表现形式单一。很多景点游玩、购物、娱乐割裂开,大大降低了重游率。旅游产品缺乏新意,无法满足游客个性化需求。三是交通不便,从城中心到景点无直达车辆。有效供给不足与服务不到位,使游客的期待感和享受感下降,游客重游的概率随之降低。

## 三、荆州古城旅游应当采取的对策

### (一)建章立制,注重实施

在日本的城市中,京都是历史建筑保留最为完好的典范。这既源于京都悠远的历史,也与维护古都景观执行严格的景观规制法律息息相关。20世

纪60年代中期制定《古都保存法》把京都的历史风土地带保护起来,避免其在都市化进程中遭到破坏<sup>[1]</sup>。也制定了《可能埋藏文物密集区》制度,禁止对制度中提到的地区进行开发,这些法规最大限度保持了京都整体的历史风貌。现在京都最多只有4层左右的楼房,就连麦当劳进驻京都装修模式也要向传统风格妥协。

反观,荆州古城遭受的破坏性较大,在我国现有古城旅游开发保护模式成熟的基础上,荆州市政府也重视对古城的修复问题。2009年开始实施荆州古城景观灯亮化工程。同年,对保存完好、客流量最大的城东区进行道路分区规划。2017年5月颁布实施《荆州市古城管理条例》在保护规划、建筑限高和人口疏散等多方面做出具体规定,明确古城墙内人口控制目标为6万以内<sup>[2]</sup>。在2017年荆州市委五届第十六次常委会会议专题研究上,通过了组织实施荆州古城保护疏散工程的意见,加快推进了《荆州古城管理条例》的落实。

荆州古城现已经出台相关法规,只要注重落实,就会吸引更多资金和项目投入。第一,政府要贯彻落实《荆州市古城管理条例》,加快实施古城内人口疏散,把全域旅游作为“一把手”工程,强化组织管理,统筹规划,建立旅游工作联系会报告制度,定期研究解决旅游工作的重大问题,推动旅游由部门行为向政府统筹转变。第二,抓景区质量提升。建立荆州全域旅游“红黑名单”管理制度,对列入“黑名单”的景区摘牌停业整顿,提升旅游服务质量。第三,规范旅游市场,定期培训提高从业人员素质。景区要统一定价,遏制节假日涨价势头,打击价格歧视行为。统筹规划旅游商铺,确保质量,核定价格,实行诚信经营。

## (二)部门合作,规范管理

合理的管理体制是旅游健康发展的保证,除国家管理机构外,还有很多非官方的旅游组织和协会,如:日本旅游行业协会、日本观光协会、日本交通公社基金会、日本饭店协会等<sup>[3]</sup>。这些团体对加强旅游促销宣传,协调各部门、各行业的关系,促进旅游发展,发挥着重要的作用,京都官方、协会、民间团体“三位一体”的管理体制,共同促进了日本旅游业的发展<sup>[4]</sup>。官方与非官方组织之间良性竞争,利于优中选优,完善旅游机构的配套服务。

荆州文化和旅游局秉承着眼“大旅游”谋发展、立足“小旅游”抓监管的理念,联合公安、工商、运管等多部门执法,加强对旅游市场的管理规范力度。

旅游业要自觉接受人大法律监督、政协民主监督、群众监督和舆论监督,网站开放12301热线接受游客投诉、日常来电来访,便于打击关闭不合法的旅游经营主体,让游客的合法权益得到保障,以此形成政府依法监管、企业守法经营、游客文明旅游的良好发展格局。

## (三)政府重视,政策倾斜

自1996年起,京都旅游业发展重点向入境旅游业倾斜,政府出台了一系列的政策、法规。日本政府放宽对访日游客长期滞留的限制,游客最多可滞留1年,免签66个国家和地区,外国游客将享受新的免税政策,原本不退税的消耗品也进入免税商品范畴。如为吸引中国游客,京都政府与当地的婚礼公司、寺院开展合作,为申请拍摄写真的中国游客提供相关服务。针对京都出现的老城没落现象,政府出台政策将城市按“保护、再生、创造”的理念划分3个区,企图用旅游业推进城市转型。即:自然景观和历史景观保护区、以调和为基调的市中心复兴区、城市新功能集聚区<sup>[5]</sup>。特别是将市中心的空心房屋或衰落的传统町家,用来发展商店、饭店、新住宅等。

荆州市政府积极争取省政府旅游政策支持。2016年荆州成功入选全省首批全域旅游示范区创建单位,在旅游基础设施建设、旅游宣传推广、旅游投资项目、A级景区打造、旅游人才培养等方面享受优先政策,这些推动了荆州旅游发展。其次,市政府重视旅游工作。2017年《荆州政府工作报告》明确提出把旅游作为战略支柱产业来培育,把全域旅游作为供给侧结构改革的重头戏。旅游部门完成了荆州旅游发展总体规划、出台了荆州全域旅游发展政策文件,启动荆州市全域旅游示范区创建工作,进一步引领旅游快速发展。

## (四)产业融合,提升内力

荆州古城要借鉴京都旅游产业与相关行业融合的战略,满足不同游客需求,推出融合历史、文化、观光、体验等综合性的旅游产品。提供更多精细化、差异化旅游产品和更舒心、放心的旅游服务,增加有效供给。首先,坚持融合发展理念,大力实施“旅游+”工程。推动旅游业与工业、农业、现代服务业等多个产业深度融合,营造共抓共建共享全域旅游的氛围。其次,创新旅游投融资模式。依托多元投资机制,加大民间资本投资力度,增加合作景点和消费景点。紧盯世界500强、国内500强等行业龙头企业和知名企业,不断争取招商引资。最后,要实现旅游产品价值转化,提高产品附加值。与京都琳琅满目体现



地域文化特色的旅游商品相比,荆州旅游商品陈旧单一,欠缺文化价值,使最能拉动旅游消费板块成为荆州旅游业发展的短板。所以要赋予旅游产品文化内涵,这样才更有生命力,更容易在旅游市场立足。此外,还要引导旅游产品市场化,打造一系列高水平的歌舞文化表演,做出荆州的文化旅游品牌,实现文化价值向经济价值的转移。装扮有荆州特色民宿,开辟集古玩、纪念品、特色美食于一体的街道,丰富旅游产品形式。

荆州古城的旅游业在提升硬实力的同时还要打造“软实力”,不要只关注门票经济,更重要的是思考如何用更优质、精细的服务吸引游客,不仅要吸引游客首次来,还要争取“回头客”,这样才能促进荆州旅游业由单一门票收入向产业经济的转型。首先,提升旅游景区环境。日本除了对中小学生对从小开展卫生教育外,更多是对违反公共卫生政策的人罚款较重,久而久之公民形成良好卫生意识。荆州可结合创建全国文明城市这一活动,在学生和市民中开展遵守《社会公德》和《市民公约》宣传,培养良好的卫生习惯。相关职能部门要切实履行职责,对破坏环境行为实施罚款的行政处罚,还要争取资金加快景区环境改造。其次,提升旅游服务水平。发展旅游

业的根本是游客量,核心是服务,特别是在市场竞争日趋激烈的情况下,服务已是旅游业加快发展的核心要素,顶级的服务水平是日本京都吸引游客的优势。荆州必须树立游客至上理念,加强对旅游从业人员的培训和管理。最后,提高教育水平,重视人力资源。京都服务业好评率高与日本人受教育水平成正比。旅游业作为第三产业,离不开服务型人员。荆州应吸纳知识性、专业性人才,放宽户籍制度,给大学本科及其以上学历的毕业生和家属住房、就业优惠政策,完善教育、医疗配套设施,让更多富有创造性的人才参与古城旅游建设。

参考文献:

[1]黄姝.从日本京都看古都文化环境与地域经济发展[J].洛阳师范学院学报,2013(3).  
[2]荆州人请注意!五月起,这十件大事与你息息相关[EB/OL].http://www.jznews.com.cn/comnews/system/2017/04/30/011901819.shtml.  
[3]曾征.中外旅游标准化对比[J].标准生活,2016(7).  
[4]苏雁.日本“观光立国”战略对我国旅游业的启示[J].新西部,2017(4).  
[5]陈六汀.日本城市的景观表情[J].艺术设计研究,2010(1).

责任编辑 胡号寰 E-mail:huhao2@126.com

Enlightenment of the Tourism of the Ancient City of Kyoto in Japan to Jingzhou

Liu Wenying<sup>1</sup> Li Huacheng<sup>2</sup>

(1.School of Economics ,South-Central University for Nationalities ,Wuhan 430074,

Hubei Province ;2.School of Law ,Yangtze University ,Jingzhou 434020 ,Hubei Province )

**Abstract:** Through the comparison and analysis of the background of the rise of tourism, developmental characteristics and operating mechanism of both Kyoto in Japan and the ancient city of Jingzhou, it is found that the tourism resources of the ancient city of Jingzhou are abundant but not developed properly. The tourism marketing channels are single, the tourism soft power is deficient, and the product output with cultural connotations is lacking, which indirectly leads to the decline of the tourist amount as well as the low transformation degree of economic value. Based on it, the special features of the tourism of the ancient city of Jingzhou should be exalted and trumpeted. Legislation and administration by law should be conducted to guide and promote the development of tourism in Jingzhou. The industry should be integrated to increase effective supply and facilities should be improved to enhance its soft power.

**Key words:** Kyoto in Japan; the ancient city; tourism