

# 中国城市旅游集散中心发展研究

## ——基于苏锡模式的对比分析

王丽娟,李 骏,邬一羽

(江南大学 商学院,江苏 无锡 214122)

〔摘 要〕随着我国旅游市场的持续发展,城市旅游集散中心作为面向市民及自助游散客的新兴旅游业态,倍受国内多数旅游城市青睐。文章在分析国内旅游集散中心代表性城市无锡和苏州的兴起背景及发展现状基础上,从管理机制、资源配置、运营模式三个维度对无锡和苏州旅游集散中心进行比较研究,为中心建设构建运营模式,并从市场机制与政府引导双重推动、因地制宜选择运营模式、加强组织间协同合作这三大方面归纳出我国旅游城市在推进集散中心建设的过程中可供参考借鉴的经验。

〔关键词〕城市旅游集散中心;苏锡模式;中心比较;模式构建

〔中图分类号〕F590

〔文献标识码〕A

〔文章编号〕1671-6973(2014)05-0066-07

### 一、引言

随着旅游消费理性化与个性化的逐步融合以及互联网的普及和发展,当前我国城市旅游集散中心建设强调以拓宽信息化渠道满足散客对旅游公共服务日益强烈的需求为核心,在企业或事业单位的支持下实现服务标准化、程序化,同时要求以突出不同城市的本地特色项目及服务优势来赢得市场竞争力,实现由“旅游批发超市”向“旅游百货商厦”的重大转型,为散客和自助游客提供全方位指导、特色性享受和高品质收获的旅游公共服务。

近年来,随着城市公共服务发展的日新月异,城市旅游集散中心工程开始引起国内外学者的关注和探讨。国外对城市旅游咨询服务中心的研究相对较深,但是对集散中心模式的设想和实践等领域涉足不深,城市旅游集散中心的各项功能往往是由运营模式相似的城市旅游咨询服务机构(TIC)所替代,如日本的“鸽子巴士”,美国的“灰狗集团”,台湾的“联运中心”等等。但是,境外诸如此类的相似机构,其服务范畴大多数也仅局限于向游客提供相关旅游咨询服务项目。Alistair Mutch(1996)以英

国旅游交互系统的运营失败为例,研究得出集散中心工程建设要义之一是必须立足于供需协调互动的基点,进一步加强英国游客网络自动操作系统的建设。<sup>[1]</sup> YuquanShi(2006)研究了澳大利亚旅游咨询服务中心网络平台的可进入性。<sup>[2]</sup> 境外部分学者还对旅游咨询服务中服务中心、分中心、景点等与集散中心工程紧密相关的基础组织建设进行了分析研究。国内对旅游集散中心这一新兴概念的专项研究较少,往往与旅游信息咨询服务、旅游公共信息服务、旅游安全保障等内容结合起来分析,大体上集中在理论研究、规划建设和布局筹划三个方面,基础理论的研究侧重于在形成的机理、功能发挥、服务质量等方面。王玉芹,张凯,汪宇明(2008)从理论层面指出中国城市旅游集散中心的数量虽然在不断增加,但是存在的问题不少。例如,如何实现与旅游公共信息服务网络、城市公共交通运输服务功能的有效衔接,依然没有找到很好的路径。<sup>[3]</sup> 伍海琳,彭蝶飞(2011)以无锡为例,结合旅游安全保障体系探讨了如何因地制宜地构建无锡市旅游集散中心的中心布局结构以及运营模式。<sup>[4]</sup> 徐祖荣(2004)提出要把杭州建设成为国内外

〔收稿日期〕2014-01-26

〔基金项目〕教育部人文社科规划项目(编号:13YJA630087);江苏省自然科学基金项目(编号:BK2012126);中央高校基本科研业务费专项资金项目(编号:JUSRP1069);江南大学自主科研计划重点项目(编号:JUSRP51325A)。

〔作者简介〕王丽娟(1962-),女,江苏常州人,教授,硕士生导师,研究方向:企业文化。

享有较高知名度的旅游集散中心,指出杭州市筹建旅游集散中心可以采取政府行为与市场运营相结合的模式,分阶段逐步完善,并且不断构建旅游信息服务网络平台,加强网络营销宣传,创建出城市旅游的知名品牌。<sup>[5]</sup>

总的来看,目前关于城市集散中心工程的国内外研究明显存在“理论研究不多、实践价值较低”的缺陷;虽然关于集散中心的期刊较多,但是在理论研究方面的成果很少;虽然有部分文献以实例为切入点,但是其导向性政策建议尚存在不清晰、不明确、不完备的特点。因此,本文拟从我国代表性城市对比分析的视角,结合国外的 TIC 经验和国内城市集散中心的理论与实践,对如何因地制宜地建设全国旅游集散中心工程进行研究和探讨。

## 二、无锡和苏州两地旅游集散中心发展现状概述

### 1. 全国城市旅游集散中心建设工程中苏锡模式的代表性分析

苏州和无锡作为国家首批智慧旅游的试点城市之一,在全国城市旅游集散中心工程的建设和运营方面颇具代表性,这是由苏锡两市在旅游产业建设和运营过程中的产业比较优势、竞争比较优势和区位优势所决定的,两市的旅游工程建设规模及发展前景在全国旅游业发展中处于举足轻重的地位。因此,苏锡模式对全国城市旅游集散中心建设具有引领作用和示范意义。

(1)从苏锡的产业发展态势来看,苏州和无锡两地的旅游业具有相当规模的产业比较优势。一方面,旅游产业属于高创汇行业,而苏锡两市均具有高创汇行业中产业功能的比较优势,近十年来,苏州、无锡旅游业创汇累计按美元计价都已突破亿元大关,为全国旅游业的经济增长作出较大贡献;另一方面,旅游产业又是处于具有大批量回笼货币功能的行业大类,两市每年平均几十亿元的货币回笼量,在带动全国相关产业特别是第三产业中旅游发展方面占据了相当大的份额比重,苏锡两市的旅游工程建设和发展在促进全国旅游产业对外开放,改善旅游经营和投资环境,提供就业机会等方面起着举足轻重的作用。

(2)从苏锡的竞争比较优势来看,苏州和无锡的旅游业都具有较高市场竞争比较优势,其旅游资源和旅游产品群广泛分布于华东及全国各大城市,并且具有相当大的市场影响力。两座城市地处长江三角洲中心位置,毗邻上海,因而上海和华东等

经济发达地区众多的人口,构成了苏锡旅游集散中心稳定性强、规模大、品质优越的客源市场,奠定了苏锡集散旅游中心的经济发展在全国城市旅游集散中心工程建设运营中的重要地位。

(3)从苏锡的区位优势来看,衡量一个城市的旅游业成熟度,其重要标志之一就是该城市所处区位的发展态势,良好的区位优势及其发展前景直接决定了该城市公共服务体系的建设是否完善。我国城市旅游集散中心建设已步入成熟期,在苏州无锡地区,旅游业更是逐步成为城市发展的主导性产业,并逐渐改变行业封闭管理的“小旅游”做法,形成“大旅游”格局,不再仅仅依靠旅游企业的自身力量,而是充分调动、发挥政府及各行业旅游投入的积极性、创造性,打破地域限制,形成迅速发展旅游的突破口。<sup>[6]</sup>

### 2. 无锡旅游集散中心发展现状

无锡市旅游集散中心于 2004 年 8 月 8 日正式成立,实行在政府主导下企业自主经营的“旅游加客运”的运营模式,自身定位为集国内旅游、票务代理、公路旅游客运、旅游咨询功能、旅游服务于于一体的新型旅游服务综合平台。无锡旅游集散中心位于无锡汽车客运站一楼,周边配有城际铁路、长途客运、公交等交通枢纽,是实现交通、旅游两者之间有效衔接的重要纽带,能够满足无锡市民和来锡游客对优质旅游服务的需求。但是,无锡旅游集散中心在模式的构建和布局上仍有不足之处:旅游线路较单一,班次安排不合理;公共服务种类少,信息咨询不健全;集散中心知名度不高等。

### 3. 苏州旅游集散中心发展现状

苏州旅游集散中心成立于 2004 年 9 月 21 日,其中心总部设在汽车北站,并在轮船码头、火车站及汽车南站设有分中心,集旅游信息咨询、旅游交通及旅游服务功能于一体,为旅游观光客特别是自助游和市民游提供了方便的公共服务平台,建立了苏州城市旅游对外服务与树立良好城市形象的可视化窗口。苏州现阶段的旅游交通基础设施已经比较完善,集散中心建设的主要问题在于:对交通信息的获取、预测以及交通方式的协调和衔接方面有待改善;中心知名度较高,但车站档次需要进一步提升。

## 三、无锡和苏州两地旅游集散中心的比较分析

本文着重对无锡与苏州的旅游集散中心在三大领域——管理机制、资源配置、运营模式,展开对比分析,以期找到可供借鉴的经验、教训,及需要改

进的地方,同时基于比较对我国城市旅游集散中心工程建设及发展提出政策建议。

1. 管理机制的比较

无锡旅游集散中心早期受政府部门牵引,由无锡市客运有限公司和市旅游局双方以合资方式共同经营。在2010年,集散中心由客运有限公司独立控股经营,而后期又与康辉旅行社深度合作,并由客运公司委托旅行社对中心进行管理。在这一点上与苏州旅游集散中心略有不同。

苏州旅游集散中心奉行完全依照市场变化来展开自主经营、自负盈亏,与政府保持相对独立的管理机制,其本质是为观光者提供自助服务的城市旅游基础服务功能部门,从根本上解决了苏州本地市民和外地来苏游客出行的问题。同时,苏州政府的积极配合与协调管理、以市场为核心的经营理念、企业独立管理的运营模式是苏州集散中心成功的基本保障。

2. 资源配置的比较

(1)无锡旅游集散中心在资源配置方面呈现出成本低廉、经验丰富、优势互补的特点:

①资源共享,大大降低运营成本。无锡旅游集散中心隶属于无锡客运有限公司,由锡城客运有限公司全资控股,利用客运公司实现内部车辆资源共享,车辆无需租用,由内部使用,因此大大降低了中心的运营成本。

②人才共享,充分积累实践经验。无锡旅游集散

中心内部工作人员大多隶属于无锡客运有限公司,实现内部人才资源共享,中心的员工作为客运有限公司的老员工,经验丰富,在操作实践领域颇有实力。

③强强联合,有效实现优势互补。2012年初,无锡旅游集散中心与康辉旅行社合作,集散中心由康辉托管并且由其负责经营,强强联合的有利形势为集散中心的长远发展奠定坚实的基础。

(2)苏州地区旅游集散中心在资源配置方面表现出合作意识强和宣传力度大的明显优势:

①协作发展,各取所需。苏州旅游集散中心与苏州市多家汽车服务有限公司(如远征、福骏、鑫马等)、苏州国际体育旅游有限公司和苏州康辉国际旅行社有限公司合作,解决出行问题,在节省成本的情况下长期合作,为各方取得了相应利益。

②“高速”宣传,拓展市场。苏州旅游集散中心成立之初由市旅游局和交通局共同立项,汽车客运有限公司控股经营,以后逐渐转变为自负盈亏的市场化运作单位,在实现保本微利的基础上不断发展壮大。集散中心在前期,大力推介营销“乘高铁,自助游苏州”的新产品,并于2012年6月下旬起赴北方省内外的主要客源输出地开展定向营销,积极抢占京沪高铁旅游的无限商机,有效拓展客源市场。

3. 运营模式的比较

本文从组建方式、运营方式、经营定位和经营特色等方面对无锡和苏州旅游集散中心的经营模式进行比较分析(见表1)。

表1 无锡、苏州集散中心运营模式的比较

Tab.1 Comparison of Wuxi's and Suzhou's operating modes on tourist distribution centers

集散中心	组建方式	运营方式	经营定位	经营特色
无锡	政府大力支持,下设旅游集散站的企业化经营实体。	为采集旅游和客运信息,节省出行费用,精心制定出行线路,优化各类资源配置,符合需求并协调市场矛盾。	定位为具有国内旅游、票务代理、公路旅游客运等功能的新型的旅游服务综合平台。	基于用服务吸引客流的思想来运作旅游集散中心,有效整合了旅游集散换乘中心和旅游咨询服务中心的业务。
苏州	由市交通局和旅游局共同牵头,依照市场化运作,不依赖政府的独立机构。	以政府政策为导向展开市场化运作,政府部门只要给予政策层面的支撑。	定位为“旅游交通专业站场”,起到“旅游交通超市”的作用。	实现零距离、无缝隙转换;采取发售联票等方式;旅游集散站和旅游车分离方式经营拍卖旅游线路专营权等方式。

(1)组建方式

无锡旅游集散中心在组建之初得到政府大力支持,政府对该工程投入大量资金,给予旅游相关车辆的牌照支持等。中心下设旅游集散站的企业化经营实体,除集散中心总部外,无锡旅游集散中

心将在各旅行社、社区服务中心、银行等铺设100—180个旅游集散中心的分网点和发车点;苏州旅游集散中心是由市交通局和旅游局共同牵头,实施工程立项,经苏州市旅行社、苏州市国旅、苏州市导游服务中心三方合资成立的股份制有限公司。苏州

旅游集散中心以市场化运作为原则,不依赖政府的财政支持和补贴,自主经营、自负盈亏。

#### (2)运营方式

无锡集散中心在运作方式上支持基本的旅行社功能,该中心的一大职能就是采集旅游和客运信息,以方便游客出行,其次是为游客节省出行费用,向其提供物美价廉产品;再次就是为游客精心制定旅游线路,以优质服务满足游客的个性化需求;同时协调市场矛盾,优化各类资源配置,且作为一个相对独立的交通枢纽,中心对本地景区进一步推广宣传,提升无锡当地景区的形象以吸引更多游客,同时提供专线直通车等交通服务,与其他地区的景区展开合作,如常州嬉戏谷,联手提供直通嬉戏谷的客运车辆。苏州城市旅游集散中心运营方式奉行“以政府政策为导向展开市场化运作”的模式运营;苏州相关政府部门无需对于中心运营投入财政资金,只要给予政策层面的支撑,例如:将公交车待遇分摊给中心,对于旅游地点的门票价格方面给予适度优惠。苏州旅游集散中心运用公开招标方式来确定旅游车辆的运营单位,更在此基础上充分利用原大股东(苏州客运有限公司)在营运线路方面的比较优势,实现集散点与旅游车的有效衔接和分离管理。

#### (3)经营定位

无锡旅游集散中心自身定位为具有国内旅游、票务代理、公路旅游客运、旅游咨询功能的新型旅游服务综合平台。中心为散客提供安全休闲的客运和专业司乘人员,并且为每一名乘客购买保险,以附赠车票等营销手段刺激游客出行需求,同时保障高服务质量;苏州旅游集散中心主营市内旅游专线、古城河水上旅游、市郊旅游专线以及周边城市旅游专线。中心服务对象确定为本地市民、外来游客、旅游企业等相关利益群体,其定位为“旅游交通专业站场”,起到“旅游交通超市”的作用,换言之,进入苏州旅游集散中心的游客不仅可以坐上驶往各个景区的车辆,也可以乘坐前往周边省市旅游景区的中长途车辆,中心还提供景区门票、导游、旅游食宿等服务。

#### (4)经营特色

无锡旅游集散中心基于以服务吸引客流思想来运作经营,有效整合了集散换乘中心和咨询服务中心的相关业务,其中,旅游集散换乘中心业务,即车辆免费停旅游集散中心,能给它带来良好的声誉。该中心除了参照上海旅游集散中心的经营模式外,还积极鼓励旅行社产品进入集散中心,大力

发展旅行社成为代理商;苏州旅游集散中心在车站设立营业部,使中心具备汇集本地出行和各地来苏游客的能力。中心将铁路、公路、水路等交通方式有机衔接,实现游客在交通方式间零距离、无缝隙的自由转换;集散中心充分发挥汽车客运有限公司的网络优势,整合客运资源,采取发售联票等方式以组织全市及周边地区的自助旅游者来苏旅游;中心采取旅游集散站和旅游车相分离的经营方式,实现运营成本最小化。另外,中心还通过拍卖旅游线路的专营权调动资本参与,促进交通工具的改进和运营。

### 四、构建旅游集散中心发展新 模式,提出集散中心发展建议

#### 1. 城市旅游集散中心模式构建——以无锡市 旅游集散中心为例

##### (1)构建原则

综合城市旅游集散中心内涵及其必备功能,我们提出其模式构建基本原则:

第一,便于游客的原则。集散中心应充分考虑到游客去景区目的地的出行心理及实际需求,中心的模式构建应便于所有游客的集中和疏散,给游客一种“身在中心,如达景区”的良好感觉,从而真正体现服务游客、方便游客、为游客提供安全快捷服务的宗旨。<sup>[7]</sup>从城外旅游者的角度来说,集散中心可以安排在城市主要入城口附近。另外,经济型的交通方式在自助旅游者交通方式选择中占有较大比重,为更好地满足散客旅游者的需求,中心应和较大的交通枢纽形成良好对接。无锡火车站和硕放机场每天均要接待数以万计的游客,可以在这两个地方设立旅游集散中心分站,及时为游客提供方便快捷的旅游服务,让火车站和机场成为游客享受无锡旅游服务的第一站和终点站。

第二,冷热互斥的原则。旅游集散中心的模式构建应充分考虑到与城市旅游主客流方向一致,减少绕行,满足大部分游客的需要,缩短游客的出行时间,但同时也要考虑到通往“冷点”景区旅游客流的需要。从旅游景区的角度来说,将旅游集散中心服务点设置在主要景区(点)周边,一方面以方便外地游客换乘,疏导核心景区交通;另一方面可更好地接待来自国内外游客,提供多方位服务,延长游客停留时间,提高游客的旅游质量。

第三,配套持续发展的原则。一方面,构建旅游集散中心发展模式应充分考虑旅游集散中心与其他旅游相关部门的衔接与协调,还要保证集散中

心基础设施与周围环境、公共设施的互相协调。旅游集散中心应本着为游者提供安全、舒适、便捷、廉价的旅游方式的原则,在旅游产品组合、旅游线路设计、交通方式安排、中心环境建设等方面实现完备和配套。<sup>[8]</sup>另一方面中心应遵循可持续发展原则,在考虑全局同时注重长远,既要考虑目前运营的实际需要,又要考虑日后发展的实力储备。

第四,区域联合的原则。无锡旅游集散中心的建立应进一步拓展大旅游的概念,形成城市旅游集散中心功能布局系统,在不同城市区域设立主中心、分中心和服务站。合理布局集散中心功能可以提高中心的运行效率,也是集散中心运营的关键。<sup>[9]</sup>无锡可以根据城市群的整体布局、城外游客选择出游方式等因素的不同,选择最优旅游集散中心模式。

(2)总体布局

旅游集散中心为了方便游客,诱导潜在需求的实现,除了可以设立中心总部外,还可以在交通聚集地设立分中心和分服务点。<sup>[10]</sup>游客既可以从各分中心购买旅游产品,或乘坐旅游专线车,也可以在总部购买,在总部乘车。无锡城市旅游集散中心要在设置主中心的基础上,设置若干分部,其选址与火车站、客运站等相联系,分中心也承载着重要的枢纽功能。多中心的布局,有利于减少游客实际旅

程距离,可以高效地完成输送游客任务。

旅游集散中心同时还应该与交通系统相结合,便于游客的集中和疏散,以形成稳定、有序的客流。沪宁高铁和京沪高铁是途径无锡的两条重要交通线路,高铁的开通将促进周边城市如常州、苏州、上海等与无锡的“近城经济”进程,带来大量物流、人流、资金流,同时也利于大大提升无锡市的可进入性,扩大旅游客源。高铁对旅游集散中心站点设置具有重要影响:<sup>[11]</sup>其一,形成高铁旅游经济效益。高铁的开通促生了城市“快旅慢游”的现象,能有效推动无锡旅游经济的高速增长,中心还可以利用高铁人流来发展旅游,以完成旅游向游客的转变。其二,高铁车站能成为游客集散地。高铁车站往往有长途客运站接驳,将客源分流。<sup>[12]</sup>其三,高铁旅客有其特殊性质。乘坐高铁到无锡的游客大多数是自助游散客,而高铁车站、景区的空间布局相对比较分散,他们更加需要旅游集散中心为旅游提供信息。旅游集散中心是城际高铁的服务配套和城市旅游产品的服务延伸。<sup>[13]</sup>

基于以上分析,本文将无锡旅游集散中心分为三个级别,第一级为集散中心主站,第二级为集散中心分站,第三级为服务分点,形成一个由总部、分中心和支点组成的游客集散网络体系,共同构建信息共通、资源共享的无障碍旅游黄金区,见图 1。

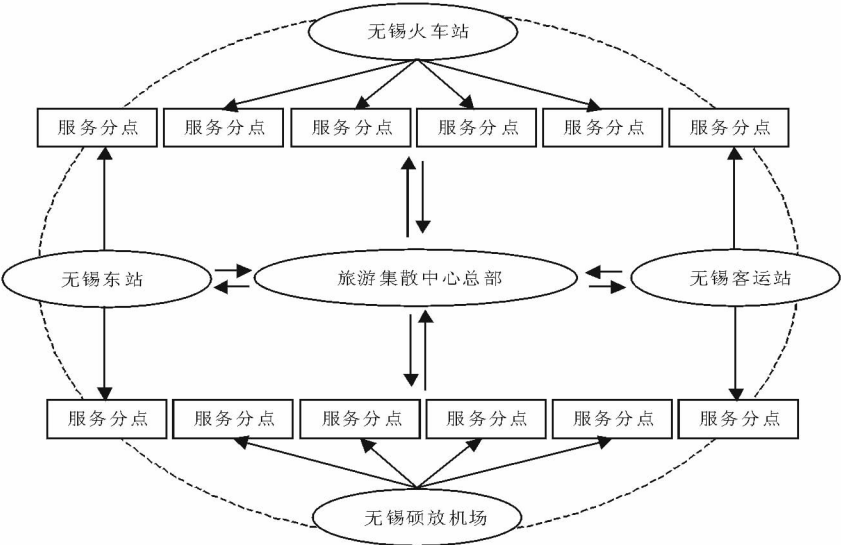


图 1 无锡市旅游集散中心总体布局

Fig. 1 The overall layout of tourist distribution centers in Wuxi

(3)模式构建

在旅游集散中心的构建原则、总体布局的分析基础上,进一步探讨集散中心的模式构建问题。图 1 中的边界即旅游集散中心作为资源约束、协调、整合系统配置资源的范围,广义旅游集散中心系统中

的旅游企业通过旅游集散中心平台形成区域旅游产业集群和互动合作机制,促进了区域旅游产业的专业化分工。<sup>[14]</sup>图中所示部分是狭义上所讲的作为组织结构层面上的旅游集散中心。旅游集散中心实体是整个旅游产业的核心部分,有效约束、协调、

整合旅游企业在经营过程中的密切合作及专业化分工,提高联动能力,统一调度营销资源,提升地区整体旅游业的吸引力和知名度,且可以降低单位企业营销成本,为旅游企业带来一定的外部规模经济。在图1中,模式虚线部分为旅游集散中心的系统边界,边界与旅游集散中心相关旅游产业之间关联度、旅游企业配合协调程度、政府产业政策与配套设施建设、旅游产业核心竞争力等因素有关,同时,旅游集散中心系统的确立受区域旅游发展的大背景影响。<sup>[15]</sup>下面具体探讨无锡旅游集散中心模式中的各方(景点、旅行社、旅游者、管理者、行政部门等)与旅游集散中心之间关系状况。

模式中的旅游集散中心组织在旅游者和景点之间起到桥梁和纽带的作用,通过合理采取市场举措,整合协调有效机制,科学选择旅游线路,来科学有效降低旅游者的出游成本。同时景点还可为旅游者提供在旅游集散中心旅游产品方面的优惠,从而吸引更多游客,达到多赢结果。随着在旅游集散中心里人数的越来越多,成交量提高,旅游者出游成本也大大降低。这一发展散客旅游的创新模式可大大降低游客与接待单位的交易费用,从而拉动市场扩张,促进地区旅游经济的发展。

旅游行业还涉及到旅游交通、旅游管理、市政、环保、规划等部门,以集散中心为平台和纽带,有利于各政府相关部门为旅游企业的区域发展提供科学合理、协调一致的服务,也有利于旅游企业可持续性发展。同时,旅游集散中心能促使政府加强各管理部门对旅游业分散经营主体的监管和引导,如杜绝欺诈活动、乱收费等现象,制定透明、统一的服务收费标准,有利于提高城市旅游业在游客心目中的政府诚信度和服务信誉。

#### (4) 功能布局

无锡旅游集散中心是向不同类型、不同消费层次的游客提供全要素旅游服务的平台,更是政府进行旅游集中公开管理的重要载体,同时还是为旅游企业稳健经营提供一个资源高效整合的集中场所。其功能布局应包括旅游信息咨询、旅游交通集散及旅游中介三个服务功能区。

第一,旅游信息咨询服务区。该功能区主要包括推广旅游交易和提供旅游咨询服务两大中心服务区。旅游交易推广中心作为无锡的旅游批发与零售中心,以旅行社批发业务为主、批零兼营的集中交易场所,积极引进国际国内知名旅游企业,提供旅游展示平台与场所,推介旅游线路等相关信息,提供旅游文化表演场所和设施,促进旅游

批发与零售业务有效开展,实现企业与市场的最佳结合。旅游咨询服务中心为旅游者提供详细的旅游咨询服务,介绍旅游景区景点、推介旅游线路、受理旅游投诉、维护旅游者、旅游企业的合法权益。

第二,旅游交通集散服务功能区。它是旅游集散中心的关键和核心区域,以旅游线路和班车为基本手段,以旅游交通为基本要素<sup>[16]</sup>,是实现旅游者出游和以人流带动信息流、资金流,实现旅游中心辐射聚集作用的基本功能平台。开发设计邻近周边省市的精品旅游线路,并提供大量旅游班车,成为旅游者短、中程出游的主要集散地。

第三,旅游中介服务功能区。设立旅游信息中心及票务中心。信息中心引进旅游地信息系统(TGIS),融地理信息系统、交易系统、专家咨询系统为一体,及时而准确地发布各类旅游信息,并设置旅游信息发布终端显示屏、多处触摸屏和大型电子屏幕。票务中心引进国际标准化先进的销售软硬件系统,建立覆盖无锡广大社区的销售网络,联网销售微机票并为游客和市民提供方便快捷服务。

## 2. 城市旅游集散中心发展策略

(1)发展集散中心需要市场机制与政府引导双重推动力。

市场机制与政府引导要双管齐下。作为新兴旅游业态,旅游集散中心的成功运营需要市场机制与政府引导两者的共同扶持,旅游公共服务体系是否完善直接关系到游客的满意程度。<sup>[17]</sup>特别在旅游集散中心的成立初期,尤其需要政府引导,从财政、政策鼓励等各方面大力支持。从无锡、苏州已建旅游集散中心情况看,各地旅游集散中心均得到了政府的大力支持。此外,旅游集散中心应走市场化的运作之路,自主经营、自负盈亏、不能光靠政府财政支持,要有适应市场竞争的能力。

(2)明确服务对象,因地制宜地选择中心运营发展模式。

明确服务对象,要选择合适的组建方式。旅游集散中心应该着眼于本地的实际情况和旅游需求的特点,明确其服务对象,进而选择适合自己的运营方式。服务对象和市场定位不同,会造成旅游集散中心组建方式、经营选址等的差异,因此必须因地制宜地选择发展模式。例如:无锡旅游集散中心服务对象以无锡市民为主,为此其将中心地址选择在市民的聚集地。而苏州旅游集散中心则立足于服务外地游客,因此集散中心由苏州汽车客运有限公司控股经营,借助大股东资源将其运营地址选择在汽车站、火车站、轮船码头等外地游客的聚集地。

(3)加强组织间协同合作,共同建设市场。

在竞争中谋求合作,在合作中提升竞争档次,是旅游发展的基本理念。旅游集散中心应积极引导和促进旅行社、企业的联合互动,共同开拓客源市场,大力培育居民的出游意识,共享旅游信息及资源。旅游集散中心之间还应结成战略联盟,通过资源的共享、信息的互通、优势的互补、客源的互流,共同推动区域旅游的发展。同时,还应着力于策划多元的宣传手段,以培育惠及全民的旅游城市品牌。并且,旅游集散中心的建设还需要注重营销传播投入,积极培育旅游服务品牌。通过对国内主要旅游集散中心的实证研究,营销传播投入对集散中心的经营成效有着直接影响。例如:无锡旅游集散中心既通过无锡市旅游事业管理委员会在多家星级酒店发放中心宣传单,又每年拿出大量经费在大众传媒上做广告,这些举措使无锡旅游集散中心逐渐提高了知名度,日益获得无锡市民和外地游客的认可,成为无锡旅游市场重要的旅游服务品牌。

## 【参 考 文 献】

- [1] Alistair Mutch. The English Tourist Network Automation project: a case study in interorganizational system failure[J]. *Tourism management*, 1996, 17(8): 603—609.
- [2] Yuquanshi. The accessibility of Queensland visitor information centers' websites [J]. *Tourism Management*, 2006(27):829—841.
- [3] 王玉芹,张凯,汪宇明. 城市旅游集散中心的发展与布局[J]. *旅游论坛*, 2008(2):288—294.
- [4] 伍海琳,彭蝶飞. 城市旅游集散中心构建与布局研究——以长沙为例[J]. *经济地理*, 2011(7):1219—1225.
- [5] 徐祖荣. 杭州旅游资源整合研究[J]. *中共杭州市委党校学报*, 2004(5):22—26.
- [6] 颜君玉,丁珏,许婷. 无锡与上海旅游集散中心的比较研究[J]. *市场周刊*, 2012(4):46—48.
- [7] 杨群. 深圳市旅游集散中心现状及发展对策[J]. *特区经济*, 2007(2):182—183.
- [8] 郑杨. 京沪旅游集散中心比较研究[J]. *北京社会科学*, 2007(4):86—91.
- [9] 黄国群. 旅游集散中心功能及运行机制研究[J]. *桂林旅游专科学校学报*, 2007(1):16—22.
- [10] 薛莹. 论上海旅游集散中心的形成与发展[J]. *旅游科学*, 2004(6):39—41.
- [11] 连漪,梁健爱. 上海、杭州和苏州旅游集散中心运营模式比较研究[J]. *区域经济*, 2007(11):101—104.
- [12] 殷平. 高速铁路与区域旅游新格局构建——以郑西高铁为例[J]. *旅游学刊*, 2012(12):47—53.
- [13] 宁坚. 高铁沿线城市旅游产业链共建研究——以成绵乐高铁沿线城市为例[J]. *经济体制改革*, 2012(2):177—180.
- [14] 王迪云,夏艳玲. 城市旅游与城市文化协调发展——以长沙为例[J]. *经济地理*, 2007, 27(6):1067—1068.
- [15] 薛莹. 论上海旅游集散中心的形成与发展[J]. *旅游科学*, 2004(6):39—41.
- [16] 王玉芹. 城市旅游集散中心的功能提升研究——以上海为例[D]. 华东师范大学硕士论文, 2009.
- [17] 张萌,张宁,朱秀秀,陈蔚. 旅游公共服务:国际经验与启示[J]. *商业研究*, 2010(3):120—124.

(责任编辑:程晓芝)

## Research of the Development of Tourist Centers in China: Based on a Comparative Study of the Modes of Suzhou and Wuxi

WANG Li-juan, LI Jun, WU Yi-yu

(School of Business, Jiangnan University, Wuxi 214122, China)

**Abstract:** With the continuous development of China's tourism market, tourist centers, favored by the majority of domestic tourism cities, as a new tourist format faced with the public and FIT tours. Based on the analysis of representative cities of domestic tourism centers' background and development status, the study takes a comparative study of Suzhou and Wuxi modes from three dimensions: management mechanism, resource allocation and operation mode. By three aspects (market - government double promotion, mode alternative selection and inter-organizational collaboration), the study draws conclusions to promote the development of tourist centers in China.

**Key words:** Tourist Centers; the Modes of Suzhou and Wuxi; Center Comparison; Model Construction