

上海旅游资源开发网络及其内涵

崔恩珍(国民大学 中国人文社会研究所 HK教授)

1. 序

改革开放以后,中国的大众旅游业才开始蓬勃发展。如今,旅游已成为中国人生活中的一部分,并且还作为一个重要机制维持着社会体系。但是旅游自上世纪90年代以来,城市旅游产业竞争力指标所显示,它在产业方面开始倍受关注。¹

2000年以来,中国将旅游产业置于文化产业里,从此文化与旅游开始相提并论,这一点很值得注意。在中国,对文化内涵的研究可分为从产业发展的角度重视文化产业的研究²和在国际化与地区关系中以批判视觉展开的文化产业方面的研究。如果说前者是从国家竞争力指数的角度考察了文化和旅游,那么后者则是根据国家主导政策,包含建设基础设施以及国家、地区、市场、国家与地区居民间的相互需要的共同关系。因此,可以说考察旅游的文化内涵就是以考察各个领域之间的关系为前提。

那么,我们该如何看待自改革开放以来实现了急速的社会变化与经济成长的上海呢?有关旅游指标显示,上海的现实竞争力继广东、江苏之后的第三位,潜在竞争力紧跟在北京、广东之后占第三位³。由此看来,在国际化展开中上海的城市空间的变化与旅游产业是如何形成的、在上述文化产业战略中上海城市空间的旅游资源又是如何形成的,就这些问题我们若着眼于网络去努力探求其文化内涵,便可以了解到改革开放以后地区间文化变异的过程。

在党中央领导下,上海市政府的市政政策对上海地区的旅游文化形成起到了推波助澜的作用。随后展开的旅游资源开发,在此我们不难看到,上海作为旅游出发地点与周围的浙江以及江苏等长三角地区构成了一个经济联合体。因此,本文将着眼于中国政府与上海市政府以及上海地区旅游资源开发等主体,考察旅游空间的资源开发及其形成过程,并试图探讨其内在意义。

2. 上海市的城市旅游战略及旅游资源开发

上海市大规模自然景点的开发是于1990年代至1996年完成的。这与全国各地进行的大规模旅游空间开发及重建休息空间正好接轨,上海在市政府的领导下以连接浦东和市中心以及开发浦东为重点项目,主要兴建了东方明珠、南浦大桥、杨浦大桥、陆家嘴大楼以及位于市中心的休息空间—人民广场等。在此过程中,人民广场不再是过去的政治空间而变化为市民的休息空间,人民广场—南京路—外滩—豫园—东方明珠成为浦东地区的主要旅游景点。另外虽开发建设了闵行区锦江乐园、南上海水上乐园等几十家主题公园,可其收益并不理想。佘山的水上漂流世界也最终倒闭,是因为经营不善。⁴

同时,1990年代后期搞活旅游的制度由政府推动而兴起。1995年中国政府实行双休日工作制,1997年国务院发布《中国公民自费出国旅游管理暂行法规》,中国公民开始自由地出境旅游。另外,1998年有关法规还制定实行职工带薪休假,调整工作时间与闲暇时间,刺激消费,扩大第三产业。与此同时,中央经济工作会议将旅游业提升到国民经济新的成长动力。并且又在1999年,制定了黄金周,由此法定节假日高达114天。⁵

¹ 在中国,有关旅游的研究大部分都以政府的旅游政策、旅游业的发展过程及其发展情况为主。卢移海《长江三角洲地区城市旅游产业竞争力研究》,浙江大学2012年硕士毕业论文等。

² 李萌《基于文化创意视觉的上海文化旅游研究》,复旦大学2011年博士毕业论文。

³ <http://www.shanghai.gov.cn/shanghai/node2314/node2315/node18454/u21ai694101.htm>, 搜索日为10月17日。

⁴ 张媛《上海旅游资源开发路径初探》,湖北省社会科学院《企业导报》08期,2009,p.137。

⁵ 정기은(2003)「중국 관광산업의 환경변화 및 발전추세」,『문화관광연구』 제 5권 제 1호, p.183。

随之而定的上海1997年“都市旅游”战略提出,“应该是融都市风光、都市文化及都市商业为旅游特色”。1997年3月,上海市委与市政府建立旅游事业管理工作委员会和旅游事业管理委员会,采取“两级政府,两级管理”体制,加强了对旅行社、饭店及交通等的控制与管理。⁶而旅游资源的开发及空间扩充由旅游事业管理委员会以及上海十八区政府大力主导。

在旅游空间的计划开发与实行方面,上海市政府和企业自1997起肩负着主导作用。最具有代表性的是上海青青旅游世界(1999年),它是由伟盟集团投资开发的景区。

1997年以后根据上海都市旅游战略,上海都市资源全部开发为旅游资源得到运用。另外在都市资源的运用上人们逐渐意识到高增值的文化资源以及(旅游)软件开发的重要性。然而市中心的开发不如郊区容易,因此市政府建立了合理利用原有资源战略方案。

位于市中心的外滩三号正是在此战略下建设起来的典型的旅游资源,它本来是象征殖民地的一处场所,后来经过修建,变为富有历史意义的景观。这一开创旅游商品的过程,融入了文化政治力量和政治经济力量。⁷

一方面在市区消费空间里建成旅游空间,另一方面同时建设了历史文化旅游区、红色旅游区、工业旅游区、科学旅游区、生态旅游区,此外为上海市民开发兴建了郊外农业旅游区、生态旅游区以及历史文化旅游区。崇明县的‘农家乐’正是农业旅游区,松江区、青浦区的朱家角等开发为历史文化旅游区。

由于政府和企业大规模进行投资的结果,上海市2002年的旅游总收入高达1200亿元,游客达272万多人,国内游客达8750万人次。旅游业收入达323.8亿元,比1996年增长18%,与旅游相关的收入占上海GDP总量的6%。⁸此外,有110多万人从事旅游相关产业,旅游业已被视为上海市的第三产业。1990年代为促进国内消费上海市政府制定了有关推动旅游业的政策,即由政府带动下,政府和企业联合起来进行大规模旅游资源的运用及开发,重新完善了有关法规和制度,实现了市区和郊区的并肩发展,为旅游产业打下了良好的基础。市旅游资源开发相连的郊区开发中,政府与企业的旅游资源开发方向可谓是运用了老上海之文化代码,建成了消费城市的旅游空间。

3. “世界著名旅游城市”政策及旅游资源

1) 国际大都市战略与开发旅游资源

2003年的新旅游政策及思想是于2002年定于在上海召开世博会之后提出来的。该政策是根据“国际大都市”政策发布的“世界著名旅游城市”政策。⁹

上海宣布转换为国际化大都市是认识到全世界的国际化大城市不仅是制控世界经济的焦点,而且又是政治、经济、文化力量的聚合之处,于是为了紧跟这些城市而宣布了此战略。另外,只有通过把上海和长三角地区连接起来,才能够实现文化与科学技术相结合的高附加值产业的结构调整,并且只有在此结构调整的基础下,才能够实现国际化大都市的转换。

文化部于2003年9月在《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》中将文化旅游业纳入9个产业之内,2004年3月国家统计局又颁布《文化及相关产业统计分类》,将旅行社业务、旅游景点的文化服务等划分为文化产业的外层,将旅游相关的业务打入文化产业的范围内。文化产业为何受到这般重视呢。那是因为:第一,经济战略的变化,中国不仅要解决作为世界的工厂而产生的环境污染、资源消耗、劳动力等问题,还要改善产业结构从而享受西方先进国家无形的品牌所创收的高收入等一系列经济战略。第二,文化政治意识的变化,中国加入WTO后,通过开放的文化市场,文化市场被吞噬,导致大众意识的变化,进一步认为中国的思想、政治安全面临问题。¹⁰

上海的国际化大都市转换战略亦与世界著名旅游城市(国际一流都市旅游目的地)建设策略和文化旅游业紧密相联。上海市社会科学院将上海与伦敦、巴黎、东京、纽约、香港、维也纳等7个城

⁶ 道书名,《上海旅游年鉴》,上海:上海辞书出版社,2012。

⁷ 한지은(2008),「근대역사경관을 활용한 도심재생: 상하이 구 조계지역을 사례로」,『대한지리학회』 46.5, pp. 626-627.

⁸ 上海市统计局编《上海统计年鉴》,上海:上海统计出版社,2003。从1997年至2003年的国内旅游收入增加8.72%,国际旅游收入增加11.53%,不过与同时期上海的GDP增加量10.92%相比,旅游业的发展相对来说不够充分。

⁹ 姚明宝编《上海旅游年鉴》,上海:上海辞书出版社,2003。

¹⁰ 王晓明《篱笆里的河水—关于文化竞争力和城市发展的感想》,《探索与争鸣》,2006, pp. 4-5。

市从城市规模、人口规模、人口密度、资本开放度、GDP总量、第三产业结构及其就业率和旅游业的地位等进行了比较。得出的结论是上海在城市规模、人口密度、资本开放度都被评价为具有潜在力，然而第三产业的结构调整还不够完善。也就是说，旅游业在上海的产业结构里的地位不高，因此交通、饮食、住宿等基础设施尚未得到完善。尤其是缺乏旅游景点，全上海市的旅游景点虽达83个，但3A级景点为26个、红色旅游基地为26个、工业旅游示范点为15个、农业旅游示范点为16个等，与国外的国际化城市相比，旅游地区以及旅游资源相对不足。此外，上海还没有综合性的主题公园，现有的锦江乐园、松江区佘山欢乐谷等尚未达到国际水平，建议有必要建设一座世界级的主题公园。此外，还应将市中心为主的旅游发展成为联合次中心区和郊区、乡村，建出综合性交通体系及旅游网络。

所以，旅游资源的开发与多项旅游空间的网络化，社会文化及经济的融合愈来愈受到重视。它要与高文化需求的国际大都市开发战略同步进行，因此文化创意城市战略下的文化创意旅游空间的建设也倍受关注。¹¹

依据文化战略，开发研究、建筑设计、文化艺术、时尚消费及企划等都包括在创意产业领域里，人们开始意识到有必要建设创意产业区，这些旅游资源恰巧与城市开发衔接起来。由此可见，世界著名旅游城市政策是与产业结构的调整和旅游资源开发并肩前进的。

2003年上海市社会科学院出版了一本具有上海文化特色的书籍，书上写到上海面向世界一流城市隐含着世界主义，那就是上海的海派文化，它以混种性和融合为主要内容。而2008年上海市政府正式发布“海纳百川、追求卓越、开明睿智”为上海的都市精神。如若这海派文化象征着老上海的话¹²，这可视为一个怀旧情绪(nostalgia)，将上海想象中的未来重加调整并反映在老上海里。这海派文化还被视为开放式的世界大同主义(Cosmopolitanism)，意味着上海向资本主义消费城市的转变。

2003年上海旅游业发展三年行动计划亦与此相关，符合产业结构调整的旅游资源配置得以加速发展，从此文化休闲区、工业企业区、现代工业区、创意产业区、农业旅游区等各区竞相进行开发。¹³由此，外滩—新天地—田子方被选为文化休闲区，工业企业区、现代工业区、产业博物馆等集中建设在西北部。郊区为农业旅游区，选了松江区的佘山国家旅游度假区欢乐谷。通过这样的旅游资源开发，松江区2010年末的旅游收入比2005年增加3.4倍，每年的游客增加率亦达21.7%。金山区2010年的旅游收入也比2005年增加了2.37倍。¹⁴但是在开发过程中，为引进外资，实行高价出售土地和别墅建设，最终导致了落后于江苏南部、浙江北部，结果区政府收回土地管理权，导致各区政府之间的竞争日益激烈。¹⁵

2011年上海市旅游局提出了《上海旅游业十二·五发展规划系列研究》。倡导以2010年上海世博会为转机，建设国际化大都市，综合发掘旅游资源，开发新的旅游产品，创新模式，完备旅游产业，提高竞争力，建造国际一流旅游目的地。因此具有城市风格的国际化大都市的上海开始逐渐向开发旅游资源方向前进，直至2000年以来与文化创意产业紧密相连，实现了其目标。

2010年2月，上海市委发表的一圈四区三带一岛可以说是上海旅游局委托上海师范大学制定的全上海的旅游资源布局图。

¹¹ 包亚明〈关于空间、文化与都市研究〉，2005年11月07日11:32，<http://theory.people.com.cn/GB/41038/3834303.html>，搜索日为2013年11月25日。

¹² 终浴曦〈上海国际大都市文化构建及其世界主义内涵〉，黑龙江省齐齐哈尔市《理论观察》第3期，2013，p.30。

¹³ 张媛(2009)，同上，p.138。

¹⁴ 李萌(2001)，同上，p.90，pp.132-134。

¹⁵ 정해용(2005)，「중국 상하이(上海)의 도시발전 전략과 세계도시 전망」，국제지역학회：『국제지역연구』9권 2호。

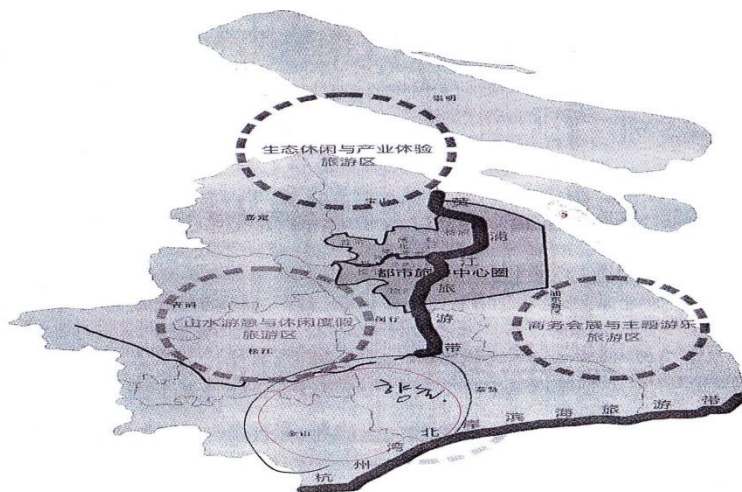


图 1 一圈四区三带一岛，李萌(2001)，同上，p. 108

据此，一圈为都市旅游中心圈，即包括黄浦区在内的老城中心区；四区为浦东地区的商务会展中心和主题游乐旅游区，包括崇明和嘉定在内的生态休闲与产业体验旅游区，还包括松江和青浦的山水旅游与休闲度假旅游区，以及金山的乡村旅游区。三带指定为苏州河都市生活文化旅游带、南京西路时尚艺术旅游带、杭州湾北岸旅游带。苏州河都市生活文化旅游带有市级以上的文物保护单位及市级优秀近代保护建筑28座，有37个里弄住宅，通过它们可以看到上海市民的日常生活；南京西路时尚艺术旅游带以SMG为主，各种媒体机构比比皆是，这些被选为可以展示城市流行的艺术及文化的地区；杭州湾北岸旅游带为滨海景点，由此看来三带正是展现上海人城市生活的地区。总之，都市旅游圈和主题游乐、产业体验、休闲度假、乡村旅游等都是尽情发挥了各地区所长而将其联系起来，将全上海建设成一个旅游景点，力求体现出了空间旅游和历史旅游相结合的文化旅游。

如上所述，为把上海建设成为世界著名旅游城市，国家和上海市政府以及上海各区政府开发旅游资源考虑到产业结构调整，并连同文化产业，呈现出更加具有体系，更具综合性之特征。¹⁶

2) 作为旅游空间的创意产业区

2000年5月，泰康路219弄的田子方在上海市两级政府的主导下改造成第一个创意产业区，即上海苏河。为把苏河建设成美国纽约曼哈顿似的文化艺术区，没有拆除窄路上的很多老建筑、石库门等50年代弄堂和工厂，而是进行了加以利用，把典型的遗迹保留了下来。

以后创意产业区逐渐增多，2005年增加到50个，直至2008年仅在上海就建设成75个。那么，为何会产生这么多的创意产业区，其理由又是什么？另外，又为何在200多万平方米的创意产业区里改造老工厂建成的占65%以上呢？

与早期自发形成的地区不同，这些创意产业区的高速增加皆为上海的土地使用及开发的特点。也就是说，上海国有土地使用的三不变原则—土地性格不变、财产权关系不变、建筑物结构不变很适合老工厂地区，建设创意产业区正符合这三不变原则。如果开发成创意产业区，就可以全方位从土地性格、财产权关系、建筑物利用等方面皆得到满足，因此可谓是能治愈百病的灵丹妙药。

随后建成的卢湾八号桥，长宁时尚园，浦东车博会，杨浦创意联盟等全都是把上海市中心的旧工厂区改造过来的，使其变为富有发展可能性的地方。上海“十一·五”创意产业发展计划预期创意产业将会占上海GDP的10%以上，可还存在一些问题。尤其是租金的大幅度上涨，从2003年到2007年就涨了5-6倍。这不是自然现象，而是由政府主导开发后创意产业企业有了房地产企业的性质。¹⁷由此可知，市中心地区的开发，是充分利用优惠政策及土地借租的手段，由政府和企业联手发展

¹⁶ 赵金陵(2010)，〈上海创意产业发展策略研究〉，《地域研究与开发》，第29卷第3期。：重引自姚明广〈上海都市文化旅游资源开发现状及影响要素分析〉，《时代文学》，p. 178。

¹⁷ 同济大学建筑系城市规划学院的专家王凯丰说，现在的创意产业园区只不过是房地产业。胡家源〈离真相越来越远的上海创意产业〉，《财经》，2002。

使之得到高速成长的。¹⁸

作为全国范围内的现象，它成为地方政府的官方事业，导致了土地和资源的浪费，上海亦是如此。上海的各区争相建设创意产业园区，为确保各地方政府的体面，企业不断投资加以建设，可在纳税及备用资金等问题上都没有妥善地做好准备。¹⁹ 更何况，在地区内的企业与企业之间、政府与企业之间、企业与学界之间、企业与政府和调整机构间等的网络理应畅通，可政府作用过多而调整机构的作用过少，这一问题至今还存在。²⁰

这些现象，是由于在建设创意产业区的过程中，开发商与创意企业的代表单独决策，而排除了居民，也就是说排除了社区的参与导致的结果。换言之，各区任意开发房地产，创意产业区如雨后春笋般大量建成，最终导致了建设成非自然型的商业区，结果不断使房价上涨，使社区居民遭到严重生活困难。由此可知，为把创意产业区建设得富有旅游主题化，还需形成主体间灵活的网络化。

4. 长三角旅游网络之形成

长三角地区旅游一体化计划是世界一流旅游城市的谈论在产业结构调整中提出来的，于2003年前后具有规模。尤其是定于2010年在上海举办世博会，被视为旅游业发展的大好时机，有必要作好充分的准备。2003年上海推出的上海大都市旅游圈规划强调建设都市核心、都市环、都市旅游圈(长三角)，包括与长三角地区的连结。当时浙江省也想通过上海来推动旅游业的发展。²¹

上海自1997年至2003年GDP成长率为10.92%，可旅游业与同一时期GDP成长率相比，跟不上其发展速度。²² 为了成为世界一流旅游城市，旅游产业要占GDP总量的20%以上，然而在2002年旅游产业仅占6%左右，因此积极摸索与长三角地区旅游资源的结合，才可以实现目标。此外加入WTO以后，旅游产业会面临危机，对此也要做好准备。²³

因此长江三角洲地区修建了铁路以及沪宁高速公路、沪杭高速公路等，形成“Z”型交通网，交通基础设施得到完善。

另外，整个长三角地区，就有全国旅行社的20%在此地区活动，在相似的历史文化传统下具有不同地区特点，看来搞活旅游是大有可能的。随后，直至2010年，以各地区的旅游市场工作分局的负责人及市政府的负责人为主体，实现了实际合作过程。并且于2003年7月宣布“长江三角洲旅游城市合作宣言”，目标建设15个城市无障碍旅游，同时以“沪苏浙旅游市场工作第一次联席会议”为开头，开始了各地方政府间的合作。2004年11月22日，发布了“关于长三角旅游一体化规划编制的初步意向”协议书。²⁴，并且又于2005年在无锡召开会议，提议建设“中国长三角黄金旅游圈”，并对互相宣传、形成网络、互相交流及协助进行了研讨。

可实际上上海没能肩负起主导作用，南京、杭州、上海之间的旅游经济关联度直至2008年还是很低。²⁵

中央政府为解决这个问题，于2010年5月提出“关于长三角地区旅游合作全面推进的若干意见”，引导了统一建设交通网络、信息网络、政策法规、服务推销、市场管理、资格认定等，正式施行了“长三角旅游景区(点)道路交通指引标志设置规范”与“长三角旅游景点道路交通指引标志设置细则”。²⁶

¹⁸ 空间推进(place promotion)或空间经销(place marketing)战略是指在相关地区以经济投资或吸引游客为目的改进现有的基础设施等环境条件(built environment)或者通过确立地区属性和形象来强化城市空间的品牌力(brand power)及竞争力。

¹⁹ 上海市创意产业中心秘书长何增强的发言，胡家源(2002)，同上。

²⁰ 沈丹〈上海创意产业园区发展中的网络关系〉，《科技进步与对策》03期，2008。

²¹ 马丽卿·毛宗祺〈浙江旅游业现状及融入长三角旅游圈的策略〉，杭州：《上也经济与管理》，2004。

²² 贾铁飞·张振国〈上海都市旅游发展的若干问题〉，上海：《旅游科学》18卷4期。

²³ 史国祥〈都市旅游与城市经济—兼论上海都市旅游的战略转型〉，上海：《上海管理科学》05期，p. 54。

²⁴ 姚明宝编《上海旅游年鉴》上海：上海旅游出版社，2004。

²⁵ 马丽卿·毛宗祺(2004)，同上，p. 53。

²⁶ 《上海文化年鉴》，上海图书馆上海科技情报研究所，pp. 56-57。

接着,2010年世博会,的确为搞活上海旅游做出了贡献。²⁷2010年长三角地区旅游业的总收入达到占全国的60%。²⁸

2011年以来,长三角旅游一体化一直受到重视,这不外乎是出于为调整产业结构的旅游资源开发和结合的需要。²⁹

不过长江三角洲地区里的各区域间竞争过于激烈,这里既有中央政府的助长,也有江苏和上海的产业结构和经济发展水平近似等原因,另外它与上海和浙江一样存在着差距,因此很难实现合作,这在旅游一体化合作中也是一样。这是因为旅游一体化工作是由中央政府主导的,而不是各地区主动参与的。³⁰

在此情况下,上海迪士尼乐园的兴建可视为考虑到了长三角旅游网络的紧密合作性。当然,迪士尼乐园是浦东新区开发规划之一。2005年开办的香港迪士尼乐园政府的投资占43.4%,对浦东新区的迪士尼乐园建设政府给予大力支持。可以说,“十二·五”以后浦东新区吸收了南淮地区,确保的土地面积比香港更加广阔,之后模仿香港和伦敦,确立了金融、贸易、商业、旅游为四大栋梁产业,以超投入—超产出的方式,企划开发7个旅游空间资源。³¹且开始讨论世界一流都市应具备主题公园,政府决定在浦东地区选好大规模土地,引进外资兴建主题公园。尤其是规划建设除了能够容纳上海人以外,还能够容纳浙江、江苏以及外国游客730万余人的大型主题公园,期待它能够上海转换为世界著名城市以及形成长三角旅游网络过程中的重要旅游景点。

对于迪士尼乐园的兴建,2009年上海出现了主张包容对上海有贡献的外国人,即“新上海人”,还主张通过迪士尼乐园推动上海的传统杂技、民众娱乐、京昆剧传统文化的发展。³²在建设迪士尼乐园的过程中,虽有一些人反对这可能会照搬接受美国文化,但更多人主张在建设世界一流旅游城市过程中,还应加强世界主义海派文化的扩展,这一主张得到了大力支持。再加上中央政府破例给予全力支持,通过四大国有银行之一的农业银行,把高达上海市国内生产总值(GDP)12.5%的巨额贷款给上海市政府以建设迪士尼乐园度假村。³³由此可知,迪士尼乐园等度假村建设是中央政府和上海政府以联合管理方式展开的。³⁴

5. 结语

本文以上海为例对中国旅游空间网络的重要因素之一的国家文化战略作用进行了考察。

上海市自90年代以来实现了城市建设和旅游资源开发建设,中央政府发布的有关旅游的文化政策及促进上海市空间运用一系列的方案,带动了上海市旅游资源的开发,这可从网络的角度加以考察,引出其文化内涵。不难看出上海市旅游资源的空间促进是在上海市政府的领导下由各区政府施行,并积极加以计划建设,实现了游客和收入的大大增加。这样的旅游资源开发是上海在走向国际化城市的城市规划下立身为“世界著名旅游城市”而进行的。可以说,在国家级的产业结构调整经济计划下为搞活旅游产业结合地方促进了旅游产业的发展。

然而在政府领导下开发的旅游资源,却没有体现出旅游资源的文化内容和特性以及地区特性。旅游不光是为了观光,还应该和体验文化联系起来,但这一点做得还不太成功。

²⁷ 吕丽·陆林·凌善金〈上海世博会旅游者空间扩散网络分析〉,北京:《旅游学刊》,第28卷第6期,2013,p.117。

²⁸ 朱冬芳·陆林·虞虎〈基于旅游经济网络视角的长江三角洲都市圈旅游的角色〉,长沙:《经济地理》,第32卷第4期,2012,pp.152-153。

²⁹ 2011年4月12日中国上海会议与旅游产业发展论坛开幕式,道书明〈上海世博厚会议于旅游产业的发展—在“中国上海会议与旅游产业发展论坛”开幕式上的致辞和主题演讲〉,《上海旅游年鉴》,上海辞书出版社。

³⁰ 林武·何萍〈上海世博会后的长三角区域旅游一体化研究〉,上海:《江南论坛》,2011.8.,pp.26-27。

³¹ 何建民〈基于十二五规划视觉的浦东新区旅游业发展研究—现象,问题及构想〉,上海:《旅游科学》,p.41。

³² 谢韦〈全球化背景下中西休闲文化融合与影响—以上海和四川为例〉,成都:《四川烹饪高等专科学校学报》,4期,p.42。

³³ 「상하이시에 45조원 대출계약 중 ‘비공식 경기부양’」 나서나,『한계레신문』,2013.8.12.

³⁴ 정해용(2008),「중국 상하이의 도시 거버넌스와 국가-사회관계: 변화와 연속성」,『아세아연구』51, 2008, pp.257-258.

此外为转变成第三产业为中心的产业结构，旅游业还应包括上海以外的浙江、江苏等长三角地区，为此要完善铁路及高速公路等交通基础设施，重新建立地区与城市之间的等级关系，使区域旅游资源得到开发和调整。加强长三角旅游网络化是推动上海向国际化大都市发展的有效措施，也是促进旅游资源变化的强有力的策略。这说明上海和长三角旅游网络形成，是根据产业结构调整，即从上而下的旅游资源开发所带来的空间建设及旅游文化的扩散决定上海人的日常生活。换言之，上海地区的旅游资源开发是在国家领导下，具有向国际化迈进和转换为商业空间特征的城市规模再生产的特征。这些过程都是在市政府领导下，并以共同成长共同联合的空间促进方式进行的，因此可以说从计划到施行的旅游资源开发以及旅游业的管理，缺乏上海市民的积极参与。总而言之，上海加入到旅游一流都市，会使各种主体勇于参与，享受上海旅游资源开发。这些只有在旅游空间网络运营时，才能够解决旅游空间方面的问题。