

“三城三都”政策下的成都市商业游憩区发展研究

李际梅¹ 原俊峰²

1. 成都大学; 2. 中交城市规划研究院有限公司

摘要: “三城三都”作为成都建设世界文化名城的时代表达, 市委、市政府高度重视“三城三都”建设。为提高城市旅游竞争力, 对成都市商业游憩区的发展展开全面分析, 深入挖掘成都市商业游憩在三城三都政策下的机遇和挑战。

随着旅游业的兴起, 城市旅游的重要空间形式之一——城市商业游憩区, 在城市旅游中的地位和作用日渐突出, 逐渐引起了政府、旅游者和学术界的广泛关注。城市商业游憩区是城市中商业和旅游业互动发展的空间, 是城市文化和风采的集中体现, 是城市旅游的亮点。成都市作为国内发展快速的城市之一, 也在紧跟步伐着力打造商业游憩区。

一、成都市商业游憩区发展现状

(一) 历史沿革

成都市商业游憩区是在春熙路商圈的基础上发展演变而来的, 它经历了四个阶段: 萌芽阶段、集聚阶段、发展阶段、成熟阶段。在萌芽阶段, 成都商业游憩区主要在商业场和东大街之间, 主要的商业形态有茶楼、戏院、电影院等娱乐场所。1981-1990是春熙路的集聚阶段, 经历了长时间的发展, 在1981年成都市政府对春熙路进行改造, 地面的硬化、商业形态增加了餐饮、酒店、办公、百货等, 都为春熙路后续的发展奠定了基础。在1991-2001这十年中, 春熙路发展迅速, 人流量增加。由于发展速度和管理水平、环境容量与业态发展之间存在着不对成, 使得春熙路环境急剧恶化, 不得不迎来了更大规模的改造。2002年底, 改造后的春熙路, 环境焕然一新, 功能与业态也更加齐全, 集购物、娱乐、休闲、旅游、文化展示为一体, 是非常成熟的商业游憩区。

(二) 成都市商业游憩区发展现状

关于成都市商业游憩区的现状, 以具备代表性的春熙路、太古里、宽窄巷子为例, 从类型、业态、功能、服务对象四方面进行分析:

(1) 春熙路为商业步行街, 业态主要有百货、服装、餐饮、酒店、小吃店、电影院等, 主要功能是购物、餐饮、娱乐、观光、住宿、城市名片, 主要服务对象是外来游客、本地居民。

(2) 太古里是街区型购物中心, 业态主要有服装、珠宝、餐饮、日化、酒吧, 主要功能是观光、购物、娱乐、餐饮、城市名片, 主要服务对象是外来游客、本地居民、周边白领。

(3) 宽窄巷子是特色风貌街道, 业态组成是纪念品店、服装、餐饮、小吃, 主要功能是观光、购物、游憩、休闲、餐饮、城市名片, 主要服务对象是外来游客、本地居民、个体经商人员。

成都市商业游憩区总体来说因地理位置、历史原因、周边环境条件等, 呈现出多种类型, 他们均具备商业游憩区的共性: 购物、餐饮的普遍功能, 也具备各自的特性, 其中宽窄巷子、春熙路已经将文化作为载体, 成为城市的名片。

(三) 发展现状审视

影响商业游憩区发展的因素有很多, 主要受所在区域的资源、文化、旅游业的发展现状、居民的消费水平及当地经济结构所影响。

(1) 优势

成都文化历史悠久, 是国务院首批公布的24座历史文化名城之一, 素有“天府之国”“蜀中江南”“蜀中苏杭”的美称, 是我国最古老的城市之一, 具有深厚的旅游文化资源, 在很大程度上, 提升了成都市商业游憩区的核心竞争力。不仅如此, 在成都市商业游憩区中还可以将以上文化要素应用在基础设施设计中,

风貌展示中, 形成成都市商业游憩区的特色。

(2) 劣势

随着土地有偿使用和房屋商品化改革的推进, 商业游憩区相继开始了大面积改造。虽然这在一定程度上改善了居民生活环境, 提升了城市品质, 但是由于改造的规模大、速度快, 不可避免地传统风貌建筑和特色文化资源造成了破坏, 导致历史文化名城的不突出、风貌不彰显。

二、成都市商业游憩区在“三城三都”政策下的机遇与挑战

成都作为中国西部地区的中心城市, 城市商业游憩区的发展对于成都具有重要意义。在成都市对外开放大会上, 成都明确以“三城三都(建设“世界文化名城”、建设“世界旅游名城”、建设“世界赛事名城”, 打造“国际美食之都”“国际音乐之都”和“国际会展之都”)为总体目标打造有标识性的世界文化名城。

成都面对发展机遇的同时, 也迎来挑战。机遇是, 随着“三都三城”的建设与发展, 成都将吸引来大批量的观展览、品美食、参赛事、赏音乐的国内外旅游群体, 预计到2020年旅游总人数将达2.6亿人次, 极大促进成都旅游业的发展。挑战是, 成都目前城市游憩功能以及游憩基础设施还不足以承接如此大量的游客, 而完善城市游憩功能、建设游憩基础设施需投入巨大财力物力与时间, 短期内成都的旅游发展面临着重大挑战。城市商业游憩区作为集疏散、接待、旅游管理基地的空间, 可有效缓解成都的游客量压力。因此, 加强城市商业游憩区的建设, 有利于推进“三城三都”的协调发展。

城市商业游憩区是成都作为“世界文化名城”的“窗口”和“名片”。城市商业游憩区本身就是一个较大的景观建筑群, 其纪念性的标志景观, 向世界各地的游客展示成都的特色文化与现代化都市气息, 从一定程度上也体现了成都的城市综合竞争力与国际化程度。

城市商业游憩区促进成都旅游经济的发展。一方面, 城市商业游憩区是在商业中心的基础上建设和发展起来的, 商业可以吸引更多的中外旅游者, 旅游购物消费潜力得到挖掘。另一方面, 城市商业游憩区可使各旅游相关产业融合共生, 如旅行社、酒店、餐饮、古蜀文化展览等产业联动发展, 创造较高的经济价值。因此城市商业游憩区对于成都建设“世界旅游名城”背景下的旅游经济发展有着不容忽视的贡献。

加强关于城市商业游憩区的研究, 对完善城市功能、促进城市旅游发展具有重要作用。探寻保持城市商业游憩区健康发展与活力的发展模式, 对于成都建设“世界旅游名城”具有一定的实践指导价值。

参考文献

- [1] 余梦秋. 凸显“三城三都”文化标识 让天府文化魅力享誉世[J]. 理论周刊. 2018(6).
- [2] 刘沙. 成都城市游憩商业区(RBD)的形成及发展适宜度[J]. 2006(17): 183-185.
- [3] 陈华开. 海口大英山游憩商业区空间发展策略研究[D]. 华南理工大学, 2017.
- [4] 吴欣玥. 成都历史文化名城保护规划编制创新探索[J]. 2017(11): 135-140.
- [5] 陈志钢, 保继刚. 典型旅游城市游憩商业区空间形态演变及影响机制[J]. 地理研究, 2012, 31(7): 139, 151.
- [6] 张瑶瑶. 四川城市商业游憩区的形成及功能布局分析[J]. 城市旅游规划, 2012(2): 132.