国外休闲街和谐发展对我国城市的启迪

提及世界休闲街发展，巴黎香榭丽舍大街、纽约百老汇和唐人街等就会进入我们的视野。作为城市建设的具体形态，休闲街的发展尽管因城市地域文化等因素影响而有所差异，但从游客和市民旅游休闲的角度来讲，却是相通和一致的。它山之石，可以攻玉。考察国外休闲街和谐发展的经验，不仅对处于国内休闲街发展前沿的上海极具现实指导意义，也可以为国内其他城市休闲街健康和谐发展提供借鉴。

一、国外休闲街和谐发展经验借鉴

纵览世界上知名的休闲街发展，选取上述三条具有代表意义的休闲街进行比较，可以发现，对上海乃至国内其他城市休闲街的建设，都必须从以下两个层面加以考虑：一是休闲街应有的主要特征；二是休闲街应有的关键要素。

（一）三大主要特征

1. 一定的美誉度。美誉度是市场反应的最直观表现，具体休闲街的美誉度目标要根据自身发展定位来确定，或国际的、或地区的、或市域的、甚至市区级的，不可一概而论。

2. 和谐的休闲氛围。休闲街，由于自身所处区位的差异，规模和等级均会有所不同，或高档或大众化。但不论何种类型、何种等级的休闲街均应具备一个和谐的休闲空间，这是其本质功能所在。

3. 高商业收入。城市休闲街，从大的方面讲，属于城市经济发展的一部分，从小的方面讲，属于城市休闲经济的组成部分，总之，其为一种经济活动。既为经济活动，追求经济利润就为其发展目标之一，也是其得以可持续发展的前提和保障。因此，在规划建设休闲街时，必须对商业收入予以可行性分析。

（二）六大关键要素

1. 优越的区位。西方地产评估专家曾有这样的名言：决定地块优劣的因素第一是区位，第二是区位，第三还是区位。对世界著名的休闲街而言，具有优越的区位条件，既是历史发展的偶然，也是客观规律的必然。

2. 多重的社会功能定位。从休闲街所扮演的社会角色来看，既是本地市民日常休闲的好去处，也是外来旅游者青睐的目的地；既在满足着人们的各种现实需求，又在引导着新的消费，创造新的需求；既是人们复原本我的消遣场所，又给人以无形的约束，倡导着健康、文明的休闲行为；同时还是构建城市和谐生活的“试验田地”。

3. 高品质的旅游资源。从目前来看，但凡知名的休闲街都拥有一流的旅游资源，或自然存在，或历史遗迹，或人工创造。

4. 规范的管理体制。与休闲街前期规划、建设相比较而言，后期科学、规范

原文刊登于《中国旅游报》2007 年 3 月 28 日第 13 版。

管理体制的建立不仅可对前期建设过程中的偏差及时给予纠正，还将关系着休闲街的正常营运、服务质量的保障，是休闲街可持续发展的制度保障。

5. 完善的基础设施。包括交通、通讯、水电等在内的基础设施的合理配置不仅为店面的招商引资增强了吸引力，更是保障了日后休闲旅游流的进得来，散得开，出得去。

6. 良好的环境。休闲，本身重在氛围的营造，而氛围的烘托，又依赖于周边环境的质量。很难想象，环境恶劣的条件下能给人以休闲的感觉。因此，优雅的环境是休闲街发展走向成功的关键因素。

二、促进上海休闲街健康发展的建议

（一）基本原则

1. 追求空间布局合理化

空间布局包括特色街之间的空间安排和特色街内部的空间分配。追求空间布局合理化，一方面要注意各区县之间、区县内部特色街选址布局的平衡性，力争做到经营错位，市场互补；另一方面，要注意特色街内部各经营单体之间的布局合理性，以有效规避内部竞争引起的不必要损失，从而实现整条街区的共同繁荣。同时，还要处理好街区公共区域与私有空间的关系，使休闲市民和观光旅游者在不妨碍业主正常经营的情况下，享受最大的空间，获取最美好的体验。

2. 突出功能定位主题化

主题本质上是一种文化表现形式，是一种街区文化的创造，可以是提炼，亦可是变革。突出功能定位的主题化就是要凸现其特色。为此，在特色街功能定位时，就要全面权衡其内涵所在、优势所在，提炼、变革出最能象征其特色的主题，并逐一体现到包括街区标识、产品等在内的诸多细节中，以达到借主题来打造街区的目的：利用文化的加和作用，使特色街兼具更大的凝聚力，实现社会经济效益的最大。

3. 谋求资源配置最优化

所谓资源配置就是资源在不同时间阶段、空间区域和用途之间的分配。谋求特色街建设资源的优化配置就是要科学处理好市场、交通等与自身产品供给之间的关系，尤其要解决好外部的可进入性和内部的通达性，确保供需之间的无缝隙交流，实现全部资源效用最大化。

4. 实现整体运作市场化

目前，作为社区建设的组成部分，特色街建设基本还是政府投资。但是应当看到，企业行为的投资取代政府行为将是未来发展的趋势所在。首先，特色街的开发、建设，作为都市旅游发展的一部分，是一种经济现象，其最终要实现经济回报；其次，实行企业投资将有效规避政府投资带来的一些弊端，可以充分调动投资者的积极性，便于特色街自身的健康、可持续发展。因此，政府应准确定位自己，充分利用市场化条件下的各种社会资源，使建设的每一条特色街都能经得住市场的考验，

以便更好的服务于广大市民和外来旅游者，真正实现“上海——精彩每一天”。

(二) 具体措施

1. 政府——宏观调控

首先，成立上海休闲街发展委员会。由上海市委市政府牵头组建，负责上海休闲街的规划审批和调控。各区县应成立由区一级政府出面组建的各区休闲街发展办公室，受上海休闲街发展委员会的统一领导，并向上海休闲街发展委员会直接负责。其次，组建专家顾问团。主要职责包括：制定上海休闲街的整体发展规划，负责休闲街的前期论证，负责休闲街的规划设计方案评审，接受休闲街发展的咨询，协助制定休闲街的权威运作规程等。最后，建立休闲街发展长效机制。确保从论证到规划，从建设到经营，休闲街都在规范化流程下进行，决不能因为领导的更换等外在因素使其原有发展方向发生偏差，甚至推翻重来，这是以往很多包括休闲街在内的诸多项目走向终结的深刻教训。

2. 开发商——科学论证与特色开发

其一，明确发展目标。明确的发展目标不仅有助于区分市场，也是打造自身品牌，寻求强有竞争力的关键所在。其二，准确定位。包括发展规模、档次、细分市场、经营风格和环境营造等。其三，把好建设关。再完美的设计理念最终都要落到实处，具体的建设正是实现休闲街美好梦想的环节，能否获得预期的效果，建设很是关键。其四，重视并做好网点业主的进驻工作。休闲街好比一条项链，各网点业态就是上面那颗颗珠宝，项链的最后效果完全取决于每颗宝石的品位和合理配置。所以，应切实引进与该休闲街定位一致的网点，宁缺毋滥。最后，引进科学有效的管理体制，确保休闲街的正常高效运转。做好产品和服务质量的提升，建立长效监督机制，对经营不合乎要求的网点适时调整，永葆休闲街的特色和品味。

3. 业主——科学经营

首先，树立“休闲街是我家”的理念。只有所有网点业主把休闲街当作家一样呵护，休闲街才能给消费者家一样的温馨，才会“常回家看看”。其次，树立合作共赢的理念。在竞争日益激烈的现代社会里，单纯的竞争只能带来无谓的牺牲和两败俱伤，只有竞合才能海阔天空。再次，树立顾客是衣食父母的理念。在消费者越来越挑剔的今天，赢得顾客的青睐就赢得了市场，赢得了市场就超越了自己，就获得了成功。树立顾客是衣食父母的理念是业主经营创新无穷的动力，才能换位思考，提供更具个性化的产品和更具人性化的服务。因此，业主“销售休闲商品，不要大呼小叫，要有舒适的购物环境，要提供丰富的优质商品”。最后，学会常做常变，常变常新。这主要是一改传统一成不变的经营理念，通过常变装修、常变产品款式、常变促销手段等方法来满足消费者永远追新猎奇的心理，争取回头客和吸引新客源。但值得提醒的是，常变并非没有方向的变，始终应保持自己的特色和品牌，变的只是形式。

4. 开发商与业主——无限沟通

第一，成立业主协会。业主协会可根据休闲街规模的大小等实际情况设立，建议所有业主都能自愿参与。协会主要负责向开发商反映业主的意见和建议，并提供一定的解决方案，负责组织定期或不定期的交流与沟通，化解各种磨擦，协调各种关系。第二，开发商与业主通过逐步沟通，最好形成一个章程，明确双方的权利和义务，以期做到利益共享风险共担。第三，考虑构筑多元化交流平台，但决不能流于形式。