

重庆都市旅游业发展探析

陈新业

(重庆工程职业技术学院,重庆市 400037)

摘要:都市一直是旅游者活动的中心,都市旅游已经成为旅游发展的新潮流。本文从重庆都市旅游的历史发展与现状分析入手,结合重庆市的整体发展规划,对都市旅游产品、旅游建设与重庆的都市旅游发展的关系进行了探讨。要促进重庆都市旅游的发展,必须在旅游产品的开发与服务质量的提升上做功夫。在此基础上,对重庆都市旅游进行合理规划,促进其健康发展,带动重庆旅游经济快速发展。

关键词:重庆;都市旅游;开发与发展

中图分类号:F59 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-9841(2010)03-0132-05

都市旅游业的发展是城市国际化、现代化的一个重要标志,对城市的经济、环境、资源以及可持续发展具有很大的推动作用,因而受到世界各国的普遍重视,成为旅游发展的新潮流。在中国的多数大中型城市中,都市旅游正在迅速崛起,逐渐成为影响城市社会经济发展战略选择与城市发展定位的重要因素。根据福布斯2008年“中国大陆最适合发展旅游业的的城市”排行,在西部最适合发展旅游业的城市中,重庆位居第三,仅次于西安和桂林,与北京并肩排到全国的第16位。2008年,重庆接待海内外旅游者达到1.01亿人次,同比增长1/4左右;旅游总收入达561.5亿元,同比增长1/4左右。其旅游总收入和总人数增幅仅次于天津市,列全国第二位^[1]。重庆旅游业能取得这样的成就,与重庆都市旅游的发展密切相关。然而,对重庆都市旅游的研究,并没有引起学界的重视:一方面,旅游研究者忽略了重庆旅游在很大程度上是在城市环境中进行的;另一方面,城市研究者对重庆都市旅游功能的重要性认识不足亦导致了该项研究的薄弱。根据笔者不完全统计,近年来关于重庆都市

旅游的研究,论文不过十篇左右^①,分别从重庆都市旅游的定位、形象塑造、文化价值与文化包装、基础条件、优势与不足等方面进行了分析,有的文章还提出了重庆都市旅游业的发展战略及思路,为重庆都市旅游研究开创了良好的局面。在此基础上,笔者就重庆都市旅游开发和发展的若干问题,进行多方面的深入思考,希望为重庆的旅游发展提供某些有益的东西。

一、重庆都市旅游的发展历程与现状

都市旅游是以都市文化、都市景观以及商业休憩设施为旅游资源,吸引人们在其范围内开展购物休闲、文化体验、商务会议以及观光度假等各种形式的旅游活动。根据佩吉等人的观点,包括历史遗迹、博物馆与美术馆、剧院与音乐厅、夜总会与红灯区、咖啡馆与餐馆、商店以及办公室在内,都属于都市旅游的范围^{[2]358}。据此,广义的重庆都市旅游,应包括其全部行政区划内的40个区座城市,及城市景区(点)结合的旅游。狭义的重庆都市旅游,则应以重庆主城九

① 主要有如下一些:秦学顺《重庆都市旅游的文化价值和文化包装》,《经济地理》,2002年第1期;刘冰彬《论重庆都市旅游业的发展》,《渝州大学学报(社会科学版)》,2000年第3期;毛勇《重庆都市旅游业发展初探》,《重庆商学院学报》,2000年05期;周继霞等《山地城市旅游空间结构模式分析——以重庆为例》,《赤子》,2009年第4期;陈新业、熊伟《重庆都市旅游市场规范运作探讨》,《重庆工业高等专科学校学报》,2004年第2期;毛勇《重庆都市旅游亟需进行时空拓展》,《江苏商坛》,2005年第4期;杨娇《重庆市发展都市旅游的优劣势及对策探讨》,《和田师范专科学校学报(汉文综合版)》,2006年第2期;李佳、赵毅《重庆都市旅游形象塑造》,《四川师范学院学报(哲学社会科学版)》,2003年第2期;李飞等《重庆都市旅游形象定位研究》,《重庆大学学报》,2004年第1期;李鹏军等《重庆都市旅游发展基础条件分析》,《重庆教育学院学报》2007年第3期;罗青苗《重庆市发展都市旅游的SWOT分析及问题与对策探讨》,《成都大学学报(教育科学版)》,2008年第4期;徐艺《重庆都市旅游空间发展战略》,《商场现代化》,2008年中旬刊。

收稿日期:2009-02-18

作者简介:陈新业(1953-),男,四川江安人,重庆工程职业技术学院,高级经济师,副教授,主要研究经济管理、高校管理。

区为中心,以一小时经济圈为外围,将主城九区和一小时经济圈的旅游资源整合在一起的旅游。本文对重庆都市旅游问题的思考,主要从广义的重庆都市旅游出发,同时也关注狭义的重庆都市旅游。

重庆旅游业起步于1989年,经历了接待型、事业型和产业型三个阶段。在最初相当长的一段时期,重庆在中国或世界旅游市场上一直被认为是三峡旅游的过境地。海外游客大都把重庆作为游览长江三峡的起始点,顺道停留游览远郊的大足石刻,在市区逗留时间短;国内游客也多是慕三峡而来,顺道参观红岩村、白公馆、渣滓洞等抗战文化遗址。这一时期,重庆旅游业基本没有都市旅游的概念。1997年,重庆在行政区划上脱离四川省成为西部第一个直辖市。直辖之初的重庆旅游业,发展状况并不乐观。这可以从重庆市政府历年的工作报告中反映出来。在2006年前的政府工作报告中,对旅游业发展的阐述比较零散、细碎,常常与商贸、物流、金融、房地产、信息、中介等其他行业一起被提及,几乎没有一句完整的话,并且被提到的多为单个旅游项目,如旅游机场、线路、节庆等,体系并不健全。但在这一时期,重庆都市旅游开始被提出,成为旅游界的新生事物。

新千年以来,随着西部大开发战略的逐步推进,重庆市政府开始加大旅游业的发展力度,重庆旅游业面貌焕然一新,旅游产业规模不断壮大。目前,重庆具开发价值的旅游景区(点)有400多个,其中国家A级景区80个,世界文化遗产1处,世界自然遗产1处,国家5A级旅游景区2个,全国工农业旅游示范点18处;251家星级饭店遍布重庆40个区县,其中五星级饭店有11家,而万豪、海逸、希尔顿、洲际、戴斯、雅高、豪生、喜来登、凯宾斯基、浪高、喜悦、天鹅、紫荆等国际知名饭店管理集团也已进入重庆;全市共有旅行社309家,其中出境旅行社20家。此外,在重庆注册的涉外旅游船有34艘,其中达到五星级豪华游轮标准的游船14艘^[3]。2008年,重庆旅游业收入561.5亿元,是1997年的7.7倍,相当于全市GDP的11.01%。重庆旅游业已逐步成为重庆的支柱产业之一^[4]。在重庆旅游业整体高度发展的情况下,重庆的都市旅游也迎来了发展的好时机。为了全面提升重庆都市旅游档次,在2008年,重庆市政府常务会议决定,将累计投入资金1067亿元,在2012年建成名为“太阳”的“山水都市”旅游精品工程^[5],实现打造山水都市“1234”旅游精品目标,即建成10家旅游商品企业、建造20艘五星级豪华游轮、建设30家五星级旅游饭店、打造40个精品旅游景区。重庆市委、市政府于2006年的开始打造、项目投资总计达100亿元以上的“五方十泉”项目,已成为“山水都市”旅游精品中

最出彩的旅游产品。2008年,在“五方十泉”成效显著的基础上,又推出了“一圈百泉”建设,就是在“一小时经济圈”内规划建设100个温泉,形成温泉集群。至此,重庆都市旅游开始进入蓬勃发展时期,显现出其独特的魅力。但是,我们也应该清醒地看到,在重庆整个旅游产业中,都市旅游所占比例与北京、上海等城市发达的都市旅游相比,差距还十分明显。我们应该在已有基础上,加大重庆都市旅游的开发力度,促进重庆都市旅游业更健康地发展。

二、“五个重庆”建设与重庆都市旅游

重庆都市旅游发展相对滞后的现状,在重庆市委、市政府于2008年提出建设“五个重庆”的新目标之后,获得了新的发展机遇。

2008年7月20日,中共重庆市委三届三次全委会提出了建设宜居重庆、畅通重庆、森林重庆、平安重庆和健康重庆的新目标新追求,作为对胡锦涛总书记提出的“314”总体部署(即重庆新阶段的三大定位——努力把重庆加快建设成西部地区的重要增长极、长江上游地区的经济中心、城乡统筹发展的直辖市;一大目标——在西部地区率先实现全面建设小康社会目标;四大任务——加大以工促农、以城带乡力度,扎实推进社会主义新农村建设;切实转变经济增长方式,加快农业基地调整改革步伐;着力解决好民生问题,积极构建社会主义和谐社会;全面加强城市建设,提高城市管理水平的回应。建设“五个重庆”,很好地体现了人文思想、人文精神和人文关怀,是落实以人为本理念的生动实践;是培育重庆特色综合环境优势,深入进行形象建设和影响力塑造,扩大对外开放的有效途径,将有利于提升重庆的知名度、美誉度,增强重庆的吸引力、凝聚力。同时,“五个”重庆建设是一个有机整体,它们之间相互协调,相互配合,相互促进,共同构成重庆未来发展总体框架和前进方向,推动重庆更好更快地发展。

“五个重庆”建设,给重庆都市旅游带来了前所未有的历史性发展机遇。首先,行是旅游的首要要素。“畅通重庆”工程的实施,为旅游经济发展创造了先决条件。只有水、陆、空并举,把重庆建设成为西部地区重要的交通枢纽、长江上游航运中心和全国最畅通的城市之一,重庆才有可能成为西部旅游的集散地和长江上游的旅游基地。其次,安全是旅游的生命。“平安重庆”建设不仅有利于提高重庆市民的生活品质,也有利于吸引外地游客。第三,“宜居重庆”按照规划,2012年前,重庆将投入3000亿元,强化居民住房保障,同时提升服务功能,让旅人在重庆住的更舒适。第四,“森林重庆”建设在改善重庆生态环境的同时,

让重庆更加“有住头,有看头,有耍头”。最后,通过“健康重庆”建设,重庆市民的健康素质超过全国平均水平、健康保障水平处于西部前列、健康行为基本养成,为外出旅游和接待游客创造条件^[6]。总之,“五个重庆”建设直接和间接地促进重庆都市旅游业硬件和软件的改善提升,重庆都市旅游业要紧紧抓住“五个重庆”建设带来的历史性机遇,谋全局,定方向,思前景,快建设,促发展。

在政府决策上,要把都市旅游作为支柱产业,全力促进旅游“大项目,大投入,大营销”的实施。在大项目方面,要紧紧围绕长江三峡、山水都市、大足石刻、乌江画廊及武陵风光“4+1”旅游精品,力争每年上一批有牵动性、有影响力的大项目。在大投入方面,要坚持以政府投入为引导,切实加大招商引资力度,实现投资主体多元化、投入项目多元化、资金来源渠道多元化;要继续借助中国三峡国际旅游节、山水都市旅游节和西部旅游产业博览会等旅游节庆平台,加大项目策划、包装和招商引资工作。在大营销方面,要充分利用政府、市场和政府+市场三种手段,细分各种产品和游客特点,利用网络等多种形式,加大境外市场,以及珠江三角洲、长江三角洲和环渤海国内市场的深度营销,促进国内旅游、入境旅游、出境旅游“三大市场”协调发展。

通过“三大战略”,推进旅游业的大发展。同时,旅游业的发展,会进一步促进城市国民经济发展,增强经济效益;进一步提升城市形象,增强社会效益;进一步改善和优化重庆市的生态环境、人文环境、服务环境和法律环境,增强环境效益,从而全方位促进城市可持续发展,为建设“五个重庆”做出应有的贡献。

三、旅游产品与重庆都市旅游

旅游产品是一个综合概念,它是人们进行旅游活动所需的多种吸引物、设施和服务的组合^{[7]75}。旅游资源的开发最终体现在旅游产品上,旅游资源优势能否转化为经济优势,与旅游产品开发合理不合理、水平高不高密切相关。开发具有强大吸引力的旅游产品,是吸引游客的主要载体。在竞争日趋激烈的旅游市场,能否抢占市场的核心部分,关键在于旅游产品能否迎合游客的需要。因此,开发和发展重庆都市旅游,必须充分认识开发旅游产品的重要性,坚持以旅游产品为中心,高度重视旅游产品的开发。

在旅游资源方面,重庆不可谓不丰富。长江三峡、大足石刻、山水都市、乌江画廊和武陵风光“4+1”等,是重庆旅游资源中的精品。长江三峡旅游以“7+4”景区整合,借助长江三峡得天独厚的内河大峡谷资源优势,推出游轮(游艇)线路;大足石刻以“石刻王

国、影视基地、温泉故里、万国风情”为主题开发内容;渝东南旅游以生态和民俗为重点;山水都市旅游产品建设以“五方十泉”、“一圈百泉”为突破口,打造温泉之都。近几年来,重庆旅游业一直把发展山城都市旅游,塑造城市旅游品牌作为重点工作,重庆市政府明确提出了“充分利用自然、红色、人文旅游资源,实行联合开发,配套开发,形成主城一片、沿江三线、城郊一圈、联动周边,充电分类,多层服务,能适应各类各层次旅游消费的多元旅游业大格局”的发展规划^[8]。重庆都市旅游业正朝着全方位、多层次的格局发展。

但从总体上看,重庆都市旅游主要以观光旅游为主,旅游产品的单一性仍然相当明显。由于旅游者人数众多,他们在年龄、性别、国籍、职业、文化、爱好、支付能力以及旅游目的等方面差别较大,也就决定了人们的旅游需求具备多样性的特点。为与之相适应,旅游经营者提供的产品也应当多种多样、丰富多彩。要改变单一的旅游产品供给结构,促进重庆都市旅游发展,吸引更多的、各个层次的、不同目的的、不同等级的旅游者到重庆旅游,必须进一步加强市场调研,深入分析旅游市场的动态,一方面要改进和培育已经开发和正在开发的观光旅游产品,进一步充实内容,改进服务,提高灵活性、适应性,使其继续成为重庆都市旅游的拳头产品;另一方面,要在市场调研的基础上,从深层次挖掘旅游产品的潜力,进而有的放矢地进行新的旅游产品的开发设计,向市场提供度假旅游、休闲旅游、商务旅游、会议旅游、高新技术与现代工业旅游、现代农业旅游、修学旅游、参与式旅游等旅游产品,改变以目前的观光旅游为主的市场状态。要在抓好旅游产品开发、培育的同时,切实抓好旅游产品组合。旅游产品组合以旅游者的多种需求为出发点,以提升产品的市场竞争力为目标,围绕不同的旅游主题和旅游类型,对一切关联的优势要素进行整合。旅游产品的组合应具有针对性和多样性;有效的时间安排和交通工具使用的合理性;适度的空间转移和合理的旅游点选择。要通过旅游产品的优化组合,形成丰富多彩的旅游“套餐”,切实改善旅游产品的结构,以满足游客多样化的需求,才可以赢得更多的市场份额,从而推动和繁荣重庆都市旅游,获取更大的社会效益。

1991年,《国际标准化组织(ISO)第二号指南》第六版的标准中,规定服务是产品的必要组成部分^{[9]3}。据此,旅游服务也是旅游产品的重要组成部分。重庆直辖以来,旅游业在接待设施等硬件建设以及人才开发和培训等软件建设方面取得了很大的进步,从而大大提高了都市旅游接待能力,也明显提高了接待质量。但总的来说,旅游接待质量不高仍然是都市旅游

的一大缺点。例如一些中小旅游城市的饭店设备还不够现代化,管理水平也较差,餐饮质量一般。部分旅游从业人员的业务素质和职业道德不够好。许多地方的环境质量和公共卫生条件还比较差。这些已影响到重庆旅游业的对外声誉,成为参与国内外市场竞争的一个不利因素。因此,开发和发展重庆都市旅游,必须在加强管理,提高旅游服务质量上下工夫。

首先,要坚持推行旅游行业最基本的客观质量标准。一般说来,最基本的客观质量标准有以下几点:

1. 提供内容丰富、路线合理、劳逸适度的旅游计划,这是保证产品质量的前提。

2. 旅游计划制定的路线和日程能顺利地得到实施。除非受到不可抗拒力的影响,能准时抵离预定的每一个城市和进行每一项活动,这是保证质量的第一要素。如果旅游计划在某一点上被耽误的话,就可能打乱其后的全部日程和发生一系列事故。例如被迫取消某些非常重要的游览节目或耽误旅客回国的航班等,将造成很坏的影响和很大的经济损失。

3. 按质量提供计划预定的各项服务,如保证饭店档次、餐饮质量、车辆规格、导游水平以及文娱风味节目等等,如有改动或降低档次,必将造成旅客的不满。例如计划规定在某地住某某饭店,临时却更换另一个饭店,即使档次相同甚至更高,也可能被旅客认为是不守信用。

4. 保证旅游者人身及财务的安全,保证其合法活动不受干预和个人生活不受骚扰。

5. 各种服务人员不仅要有合格的文化素养和服务技能,还要有高尚的职业精神、强烈的服务意识和良好的服务态度,能够创造一种宾至如归的旅游氛围。

其次,要注重研究旅游者需求,提供能与之相适应的“产销对路”的服务。由于旅游产品不仅满足旅游者的物质需求,还必须满足其文化和精神需求,而不同的旅游者在文化渊源和层次,及兴趣爱好等方面有很大的差异。往往不同的旅游者对同一种旅游产品的评价有很大不同。因此,要“用心良苦”地为不同国别和层次的旅客设计不同的旅游产品,并对旅游服务人员进行不同文化特点的培训及旅游心理的培训,提高旅游服务的针对性,使各种旅游者都感到满意。

再者,加强对现有旅游工作人员的岗位培训,根据缺什么补什么的原则,采取灵活多样的办学方式进行脱产或不脱产的培训,进一步提高旅游工作人员的思想业务素质和服务质量水平,增强旅游业的发展后劲。

四、旅游规划与重庆都市旅游

后现代都市旅游的一个概念性特征就是城市政府和规划部门与投资者、开发者和其他利益相关者共

同实现开发旅游业潜力的方式^{[2]359}。2009年国务院对新时期重庆旅游给予了新的定位:“发挥集散地枢纽功能,把重庆建设成为长江上游的旅游基地”^[10],为重庆旅游业的进一步发展指明了方向。最新的消息是城乡建设部编制的《全国城镇体系规划》中,重庆与北京、天津、上海、广州一道,被确定为国家五大中心城市^[11]。重庆都市旅游应以此为契机,着手规划重庆都市旅游建设,从而推进重庆作为西部旅游目的地、集散地、长江上游旅游基地建设的进程。

(一)发挥直辖优势,通过重庆城市发展规划促进都市旅游的发展

重庆作为中西部唯一的直辖市,经过10余年的改革发展,逐步形成了大都市的旅游形象和品牌。在新形势下,要进一步强化“直辖意识”,发挥直辖优势,促进旅游发展。把建设旅游强市作为经济社会发展的主要目标,把建设大重庆与发展大旅游紧密结合起来,使重庆尽快成为西部旅游发展的强力增长极;把旅游业作为产业结构调整的首选,在重庆市国民经济和社会发展的具体布局中,把旅游业作为服务业发展的重点予以鼓励和扶持;加强城市旅游产业体系的培育,针对“一圈两翼”的布局,更大范围整合都市旅游资源。一是要大力推进城市中心商业游憩区的建设;二是加大重庆周边“一圈”旅游产品的开发力度;三是加强三峡库区县城、渝东北、渝东南旅游产品的建设。同时,发挥旅游扩大交流的功能。在市内、国内、国际市场强力推出山水都市旅游产品,广泛宣传直辖以来重庆日新月异的变化。一是通过组织市外客源来渝旅游,让他们认识直辖后的新重庆,吸引更多的目光关注重庆;二是组织广大市民参与“游新重庆”活动,见证直辖发展成就,激发市民热爱重庆、建设重庆的热情。

(二)建立省际旅游无障碍大通道,把重庆建设成为西南地区重要的旅游集散地

重庆市位于四川盆地东部,东邻湖北、湖南,南接贵州,西靠四川,北连陕西,是中国旅游资源最富集的地区之一,应着眼于寻找办法提升重庆都市旅游产品,加强重庆市与周边各省市和市内各区县间的旅游区域合作,扩大重庆都市旅游的影响。按照旅游市场需求,积极推进跨区域旅游资源共享,旅游交通贯通,旅游客源互流,旅游产业同兴。充分发挥区域联动的龙头作用,协调好各方面关系,全面实施渝鄂、渝川黔陕旅游合作协议,加强跨省旅游经济协作的组织领导和统筹协调,强化旅游品牌的联合宣传促销和旅游市场的整顿规范,共建跨区域无障碍旅游区,积极推进跨区域旅游资源和精品线路的联合开发。合作开发以“生态家园、红色圣地”为主题的“渝川黔”,以“科考

探秘”为主题的“渝鄂陕”，以“民族风情”为主题的“渝湘黔”三个金三角，以及以重庆为中心，联动云、贵、川、陕、桂、藏的“神秘的中国西部之旅”和南连赤水——遵义，北接广安——华蓥山的“红色之旅”等跨区域旅游线路^[12]。

(三) 抓住重庆成为全国中心城市的契机，促进都市旅游建设

未来，作为国家中心城市，重庆会在中国西部经济发展中具有重要影响力，成为内陆直接对外开放的城市，成为西部乃至中国的物流、交通和人流门户与枢纽，肩负更重要的产业职能和经济职能，成为国家改革开放的重要试验区，这对重庆都市旅游建设的促进作用是不言而喻的。中央党校国际战略研究所专家潘国平认为，“既然是中国的中心城市了，也就是国际的中心城市之一”，“重庆可借力推动‘亚洲联盟’在渝设立，在成为区域经济中心后，也成为区域政治文化中心。下一步，重庆可吸引更多使领馆进驻，积极动员新成立的国际组织总部或者分支机构在中国落户时优先选择重庆，鼓励现有驻京的少量的国际组织或者国际组织驻华代表处迁移重庆落户等”^[11]。从中国中心城市到国际中心城市的定位，无疑为重庆都市旅游的建设与发展提供前所未有的发展机遇。

五、结 语

都市旅游业正在成为重要的经济和社会事业，对公众产生日益重要的影响。正走向世界的重庆，应紧紧抓住西部唯一直辖市与国家中心城市之一的机遇，利用自身丰富的旅游资源，合理开发多层次的旅游产

品，大力推进都市旅游业的发展，吸引更多的海内外旅客，树立重庆国际大都市形象，促进重庆社会经济更好更快地发展。

参考文献：

- [1] 2008年重庆旅游收入游客增幅双列全国第二[EB/OL]. 中国新闻网, <http://www.chinanews.com.cn/cj/cytx/news/2009-01-30>.
- [2] (英)佩吉, 黄代梅, 李兆敏, 等. 现代旅游管理导论[M]. 黄代梅, 等, 译. 北京: 电子工业出版社, 2009.
- [3] 重庆旅游业实现了两个突破[EB/OL]. 华龙网, <http://www.cqnews.net/>, 2010-01-10.
- [4] 建设长江上游旅游产业基地[EB/OL]. 重庆旅游政务网, <http://www.cqta.gov.cn/cms/gov/2009-09-24>.
- [5] 重庆投千亿元巨资打造“山水都市”旅游精品[EB/OL]. 酒店用品网, <http://www.99hotel.com/htmlNews/2008-05-03>.
- [6] 准确定位 明确方向 精确立策 把重庆建设成为长江上游旅游基地[EB/OL]. 重庆旅游政务网, <http://www.cqta.gov.cn/cms/gov/2009-09-24>.
- [7] 吴必虎, 宋子千, 等. 旅游学概论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2009.
- [8] 重庆市国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要[EB/OL]. 城市联合信息网, <http://www.city-net.cn/2006-04-29>.
- [9] 杨学峰. 旅游资源学[M]. 北京: 中国发展出版社, 2009.
- [10] 国务院关于推进重庆市统筹城乡改革和发展的若干意见[EB/OL]. 中央政府网站, <http://www.gov.cn/zwgk/2009-02-05>.
- [11] 重庆跻身中国五大中心城市 深圳落选[EB/OL]. 网易新闻, <http://news.163.com/2010-02-08>.
- [12] 对重庆旅游发展思路的若干建议[EB/OL]. OK 旅行网, www.oklx.com/2006-12-18.

责任编辑 张颖超

On the Development of the Urban Tourist Industry in Chongqing

CHEN Xin-ye

(The Chongqing Engineering and Technical College, Chongqing 40037, China)

Abstract: The urban area is the center of tourism, and the urban tourist industry has become a new trend. According to the history and current situation of Chongqing's tourism, this paper analyzes some factors that are interrelated with Chongqing's tourism, such as the goods and the construction of tourist industry, etc. In order to advance the development of Chongqing's tourism, we must develop new tourist goods and upgrade the quality of service. Based on these, the urban tourist industry may get better development.

Key words: Chongqing; urban tourist industry; development