



BES JOURNAL

32

大地风景内刊

规划设计 | 投融资 | 注入内容 | 运营资产

32
2021.06

主办：大地风景文旅集团

Publisher: BES Culture and Tourism Group

*To integrate leisure and vacations,
to create a better life*

融合休闲度假 + 营造美好生活

融合休闲度假 + 营造美好生活



目录

主办单位

大地风景文旅集团
大地风景文旅研究院

总顾问

吴必虎

主编

马晓龙

编委

杜蔚 张韬
吴朝阳 刘玉恒
姚瑛 黎筱筱
黄晓辉 孙秋静
李霞 王亚博
张丽 廖朝霞
高炽海 湛研
王珏
文艺
张时
赵永忠
祝平
李丽
赵俊峰
邵云辉
王小莉
周爽
禹日红
王仕源
季辉英
张孟华
郑召辉
黄韬
徐拥

副主编

聂委光

责任编辑

郭潇

编辑

白雪
王禾婷

美术设计

王金蕾

刊首语

06 创新休闲度假业态，创造更加美好生活 马晓龙

政策解析

10 后疫情时代，康养休闲度假旅游发展的政策支持 白雪

12 休闲度假，新时期旅游业迭代发展的风向标 李庭筠

发展趋势

16 滨海度假：北部湾世界级滨海度假区的探索 邓冰 范鸣晓

22 乡村度假：新时期乡村旅游发展趋势探析 郭潇

26 冰雪度假：激活冬日旅游新业态 于小强

难点痛点

32 当地人休闲，外地人度假：主客共享的第三空间如何扩张？ 聂委光

36 现象级网红：不失为休闲度假游的引爆点 李庭筠

模式创新

42 中国北部湾观鲸旅游发展路径探析 邓冰 范鸣晓

46 偷得浮生两日闲：“微度假”发展趋势探析 白雪

48 “营地+”，开启户外休闲度假新模式 郭潇

52 “手可摘星辰”的观星旅游地如何打造？ 许晓丹

典型案例

58 森林康养度假产业经典案例——德国·黑森林 王禾婷

BES案例

62 山东东营市垦利区黄河国家风景廊道旅游总体规划 郭佳

66 云南茶马古道和北回归线两条国家步道总体规划 程炎青 白雪

68 四川省保利养生谷项目总体策划、概念性规划和重点区块修建性详细规划 白雪

地址：北京市朝阳区北四环中路27号盘古大观写字楼5层
邮编：100101
电话：010-5939 3956 / 010-5939 3965
传真：010-5939 3985
网址：www.bescn.com / www.beltourism.com
邮箱：bes@bescn.com

本刊版权归
大地风景文旅集团所有
未经许可 不得转载

2021年6月15日出版
内部刊物 免费交流

Innovation of leisure business forms, meet the needs of a better life

创新休闲度假业态，创造 更加美好生活

文 / 马晓龙



马晓龙

南开大学旅游与服务学院教授、博士生导师



2019年，我国人均GDP跨越了1万美元大关，中国成为全球最大最有潜力的消费市场。随着消费优化升级，休闲度假成为满足人民美好生活需求的重要手段。特别是随着中产阶级体量的增大，大量以文化为核心内容的潜在需求被激发出来，休闲度假市场面临前所未有的机遇。

2020年11月中共中央发布的《国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中提出，“要建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区”。2021年发布的文化和旅游“十四五”规划中也进一步提出，“要建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，打造一批文化特色鲜明的国家级休闲城市和街区”，随着国家战略的进一步落实推进，积极建设一批高品质的休闲度假旅游载体成为实现我国文化旅游产业迭代升级的必经之路。

在国家战略关照下，2020年3月，国家发改委等23个部门联合发布《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，出台了19条硬措施促进消费扩容，其中，休闲度假消费作为新型文化和旅游业态以扶持。

2020年10月，文化和旅游部等3个部委印发的《关于开展文化和旅游消费试点示范工作的通知》中提出，到2022年，全国要建设10个试点城市、30个示范城市，推动文化和旅游消费保持快速增长。一系列政策的出台预示着经济发展格局的新变

化，意味着“十四五”时期，国家经济发展策略和方向将更加强化以旅游休闲为核心的现代服务业的作用，这种趋势变化也将给休闲度假产业带来更多发展机遇。

虽然受新冠肺炎疫情影响，近两年来中国休闲度假消费受到一定抑制，但在国家促进文化与旅游消费政策和资金的支持下，休闲度假市场也成为社会经济发展中最早恢复的一个领域，甚至一些热点领域的休闲消费反而呈现出逆势而上的态势，其中不少业态也成为未来休闲度假产业发展的重点方向，如大中城市及周边郊区的微度假家庭式休闲正在成为文旅产品的新宠。

2021年第一季度，全国乡村旅游接待总人次达到9.84亿，比2019年同期增长5.2%；全国乡村旅游总收入达到3898亿元，比2019年同期增长2.1%。从数据的横向对比结果来看，乡村度假的恢复情况显然要远远好于旅游业的总体恢复状况。

此外，一些新型休闲消费业态因为其“网红”效应也值得关注，丁真微笑、网红县长、网红雪糕等都有可能特定场景中引爆旅游业，科技+、文化+、旅游+……等对旅游业的多元融合也体现了创新的重要性。

总之，在全新的历史时期，以满足人民美好生活需求为导向，以文旅融合为手段的休闲度假产业必将在促进休闲度假迈上新台阶的同时，推动中国旅游业更好、更快发展。



政策解析

POLICY ANALYSIS



伴随我国旅游消费市场的全面升级，自我提升的发展型消费和享受生活的美好型消费成为大众主流消费方式，旅游业已加速迈入以“个性化服务”、“浸润式体验”为特征，休闲、度假、观光功能共有的发展新时代，自由游憩、休闲度假、疗养保健、养生养老等多重需求在这个宏大背景下加速增长。为推动旅游业实现高质量、跨越式发展，多项政策文件站位休闲度假视角为旅游业发展保驾护航。



Policy support for the development of health and leisure tourism in the post-pandemic era

后疫情时代，康养休闲度假旅游发展的政策支持

文/白雪

21世纪以来，我国人口老龄化问题加剧。据不完全统计，国内现有老龄人口已超过2亿，且以每年近800万的速度不断增长。预计到2050年，我国老龄化人口将达到总人口的三分之一，面对人口老龄化的大趋势，康养度假旅游市场迎来发展利好时机。特别是受到新冠肺炎疫情的影响，世界各国居民开始更加重视康养度假产业发展。结合疫情对居民身心健康的影响，文旅产品市场也更深层次地迈入了“大绿生态时代及大美健康时代”。

“十八大”以来，在以人民为中心的发展理念指导下，国家及各地方政府陆续出台多项支持政策，大力支持生态康养、运动康养、医疗康养等不同类型的康养休闲度假产业的高质量发展，稳步推进康养类休闲度假载体建设，引领行业创新发展模式。

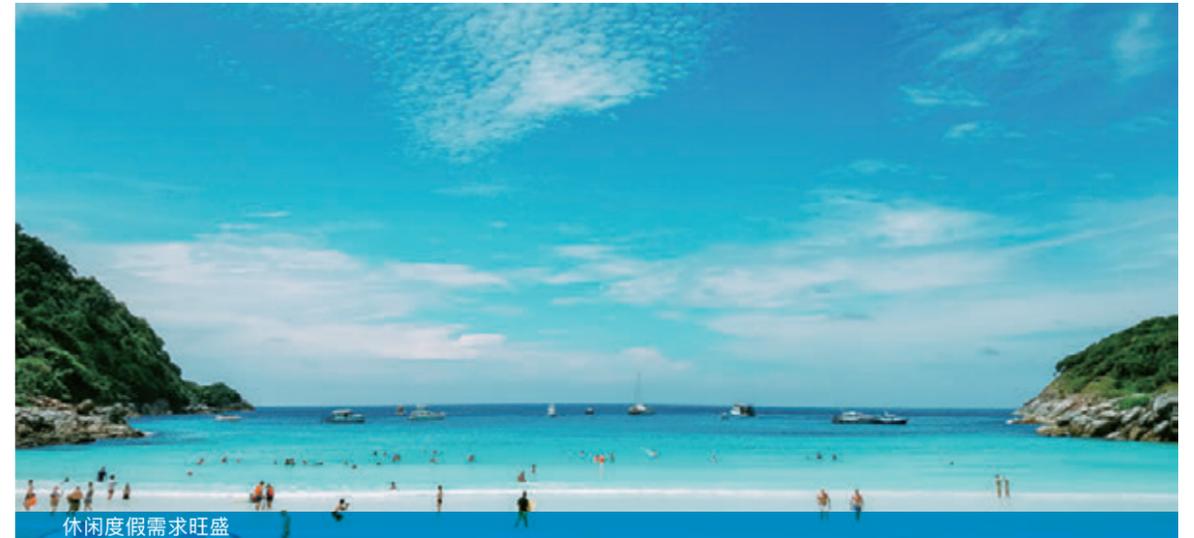
一、生态型康养度假高质量发展

为深入贯彻落实习近平总书记生态文明思想，各地方政府均高度重视对自身优势生态资源的保护，切实结合资源本底进行合理化的文旅开发，探索适合本地区发展的“绿水青山就是金山银山”的转化路径。深度推进“生态+旅游+康养”的融合发展步伐，森林康养度假游、温泉康养度假游等生态型休闲康养度假产业日益壮大。2019年3月，国家林业和草原局、民政部、国家卫生健康委员会、国家中医药管理局联合

印发了《关于促进森林康养产业发展的意见》。文件指出，到2035年，要建成覆盖全国的森林康养服务体系，国家森林公园1200处等；到2050年，森林康养服务体系更加健全，森林康养理念深入人心。政策的发布，对于优化森林康养环境、完善森林康养基础设施、丰富森林康养产品、繁荣森林康养文化、提高森林康养服务水平等均给予了积极的引导和强有力的支持，稳步促进生态型休闲度假产业的高质量发展。

二、户外型康养度假游渐成热点

伴随旅游产业与生态、文化、农业、工业等产业融合的不断深化，“旅游+”产业融合发展全新格局初步形成。其中，体育旅游产业融合背景下的休闲度假业态已成为现代旅游业发展的焦点。《“健康中国2030”规划纲要》则明确提出了目标，即到2030年健康服务业总规模达到16万亿。鼓励发展多种形式的体育健身俱乐部，丰富业余体育赛事，积极培育冰雪、山地、水上、汽摩、航空、极限、马术等具有消费引领特征的时尚休闲运动项目，打造具有区域特色的健身休闲示范区、健身休闲产业带。在此政策指引下，作为重要的支撑设施体育旅游休闲度假载体建设应注重提升体育旅游装备制造水平、加强体育旅游公共服务设施建设、创新开发健身休闲旅游产品、积极培育旅游赛事活动等，日益提升户外休闲



休闲度假需求旺盛

度假产品市场供给的总体水平。

三、医疗型康养度假游日益升温

伴随逐步严重的国内人口“老龄化”态势，亚健康人群、慢性病人群众居高不下，追求养生养老的人群规模不断扩大，医疗康养度假产业迎来发展“风口”的同时，“医疗+旅游+康养”跨界融合产品占据文旅市场的比重也逐步攀升。2019年9月，国家发改委、国家卫健委、国家中医药局、国家药监局联合印发《关于支持建设博鳌乐城国际医疗旅游先行区的实施方案》（简称《实施方案》）的通知，为国际化医疗旅游先行区的高标准高质量发展提供标准化的指引。《关于开展国家中医药健康旅游示范区（基地、项目）创建工作的通知》《中医药发展战略规划纲要（2016-2030年）》等一系列政策的出台均提出，要促进中医药旅游产业的融合发展，推动中医药健康服务与旅游产业有机融合，为中医药康养旅游产业的发展带来重要机遇，推动了健康医疗旅游基地或者综合体等多类型医疗康养度假载体的建设。

四、结语

面对人口老龄化、人群亚健康等对居民生活质量的影响，后疫情时代，人们对“健康、愉快、长寿”的欲望越来越强烈，康养休闲度假产业的发展带来了产品的升级换代，逐步

满足人们对于自由游憩、休闲度假、疗养保健、养生养老等多重需求。一直以来，国家对于康养度假行业的支持政策频出，涌现了一批潜力巨大的康养旅游休闲度假类项目。各相关主体在休闲度假载体建设过程中，应通过积极完善旅游目的地管理机制、注重对康养度假业态的创新开发、强化对康养旅游产品的品牌推广、建立健全人才培养体系等方式稳步推动康养休闲度假产业的高质量发展。

参考资料：

- [1]2019年中国养老产业发展机遇与挑战并存，主体机构并购重组推动产业走向成熟.前瞻产业研究.2019.02.27.
- [2]《“健康中国2030”规划纲要》.国务院办公厅.2016.10.25.
- [3]后疫情时代，人们消费观念的转变，对市场带来怎样变化，健康产业如何脱颖而出.金汤养生.2020.10.25.

Leisure and vacations: a bellwether of the iterative development of tourism in the new period

休闲度假，新时期旅游业迭代发展的风向标

文 / 李庭筠

伴随我国旅游消费市场的不断升级，走马观花式的传统旅游日渐难以满足游客需求，旅游业已加速迈入以“个性化服务”、“浸润式体验”为核心的休闲度假新时代。为推动旅游业实现高质量、跨越式发展，多项政策文件站位休闲度假视角为旅游业发展保驾护航。

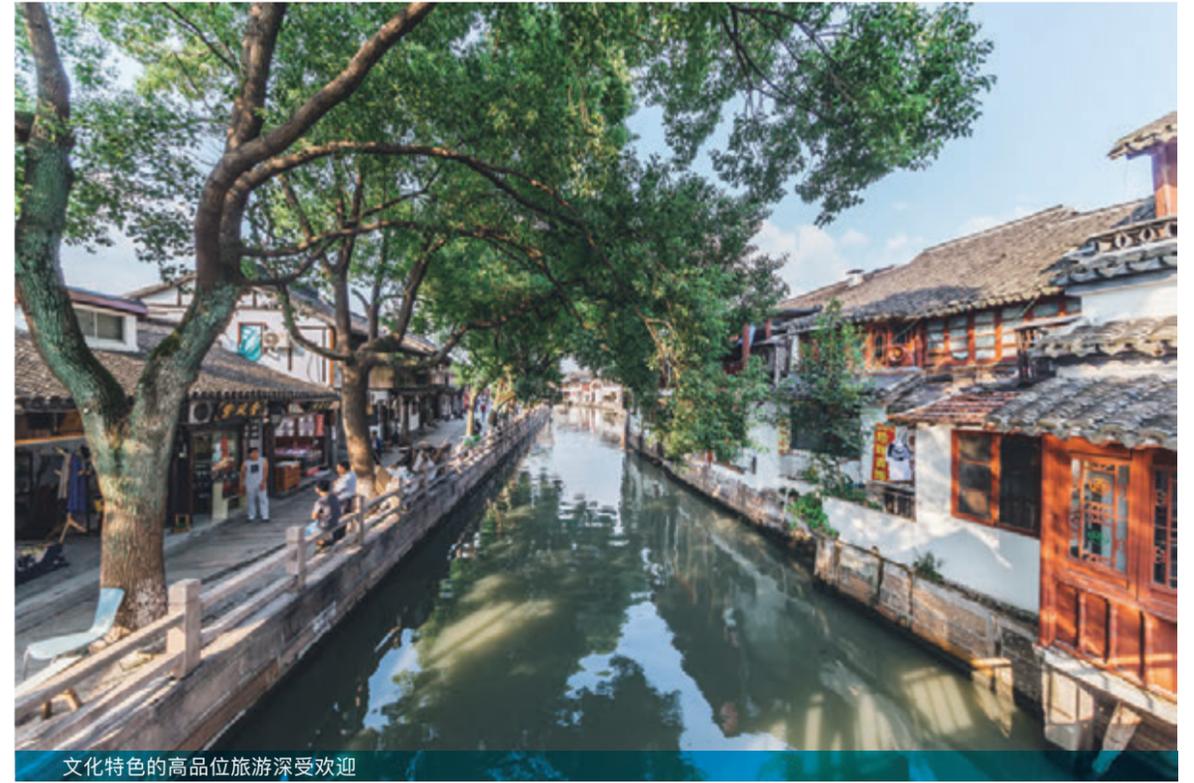
一、遵循顶层指引，推动高品质休闲度假载体建设

十九届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》（以下简称《建议》），指导“十四五”时期应持续“繁荣发展文化事业和文化产业，提高国家文化软实力”，旅游业发展过程中应加快“推动文化和旅游融合，建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区”。业界指出，旅游强国的显著标志是具有世界级吸引力的休闲度假型旅游产品，高品质的5A级景区、国家级旅游度假区、国家级全域旅游示范区等均是支撑我国旅游强国建设的关键力量。建设一批高品质的休闲度假旅游载体不但是真正实现我国旅游产业迭代升级的必经之路，同样是建设现代化文化强国和世界旅游强国的必备条件，并为各地区旅游产业发展及产品开发生引更加清晰的方向。

十九届五中全会还提出，到2035年将建成文化强国、教育强国、人才强国、体育强国、健康中国，国民素质和社会文明程度达到新高度，国家文化软实力得到显著增强。为全面建成小康社会后，“更多国民参与、更高品质分享”的旅游业发展指明了目标方向、奠定了物质基础，推进休闲度假旅游产业体系建设成为高品质旅游业发展的必经之路。

二、领会重点意见，进一步激发文化和旅游消费潜力

相较于欣赏自然景观、领略民俗风情为主要目的的传统旅游，休闲度假游是一种更侧重于以消遣娱乐、康体健身、休憩疗养、放松身心为主要目的高层次旅游形式，强调配备充分有利于身心健康的游憩设施及高品质的服务。为加速提升新时期旅游业态品质，激发文化和旅游消费潜力，国务院办公厅日前印发了《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》。《意见》从推出消费惠民措施、提高消费便捷程度、着力丰富产品供给、发展假日和夜间经济等多方面对休闲度假旅游业发展提供支持。传统型过度依赖高价门票的旅游发展方式已成为产业发展的重大制约，跳出“门票经济”、做活“流量经济”将是新时期旅游产业发展的一大突破口，而其关键点则在于实施旅游业态的供给侧改革，通过对休闲度假功能



文化特色的高品质旅游深受欢迎

型产品的推陈出新不断提升游客吸引力，持续推动旅游产业的高质量发展。就此，《意见》还指出，旅游业创新在发展过程中应积极“引导文化和旅游场所增加参与式、体验式消费项目，打造一批具有文旅特色的高品质休闲街区 and 度假产品，扩大文化和旅游有效供给”，这种要求为发展休闲度假游、开发体验类文旅产品指引了更加清晰的方向。

三、落实文件要求，稳步推进休闲度假旅游更好发展

伴随《关于深化“放管服”改革促进演出市场繁荣发展的通知》、《关于促进特色小镇规范健康发展的意见》、《关于开展文化和旅游消费试点示范工作的通知》、《旅游度假区等级管理办法》和《旅游休闲街区等级划分》等文件的针对性发布，各类型休闲度假类旅游项目建设及产品开发生引都有了相继依据。系列文件的发布，一方面对休闲度假旅游载体的交通配套、游览设施、服务设施等硬性体系建设提出明确要求，另一方面针对高品质休闲度假旅游产品开发过程中所涉及的环境特色、文化彰显、品牌推广等软性体系建设也同样给予了明确指引。此外，近年来国家始终通过出台相应的专项基金政策推动旅游业的长远发展。自2016年至今，国家已安排专项建设基金超千亿元用于支持旅游业的发展，通过

支持旅游公共服务体系建设、支持建立旅游整体促销机制、支持旅游商品研发和销售、支持旅游人才培养和教育事业发展等，稳步高效地推动休闲度假旅游产业的高质量发展。

随着旅游消费不断由观光向观光、休闲、度假、康乐等多种功能的复合化发展，新时期休闲度假需求将更加旺盛。旅游目的地建设过程中，应始终遵循多系列政策文件要求，秉持业态化、鲜明化、夜态化、融合化、享乐化等发展思路，稳步推动休闲度假旅游业的高质量发展，构筑“十四五”时期旅游业多元业态共生发展的全新格局。

参考资料：

- [1]《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》.新华社.2020.11.03.
- [2]《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》.国务院办公厅.2019.08.12.
- [3]未来度假休闲旅游新趋势.大东设计.2020.01.14.



发展趋势

DEVELOPMENT TRENDS



随着休闲度假旅游的发展，运动、休闲、健康等幸福产业将获得更多机遇，户外游憩型旅游爱好者的规模将不断扩大，休闲娱乐、休闲度假产品型将持续深化发展，高品质乡村休闲度假游也必然实现振兴。



Coastal vacations: discussion on the potential and approaches of building the Beibu Gulf into an ecological leading world-class coastal resort

滨海度假： 北部湾世界级滨海度假区的探索

文 / 邓冰 范鸣晓



北部湾鲸群活动/广西科学院海洋研究中心副研究员 陈默摄

近日广西北海市涠洲岛海域传来鲸群稳定出现的好消息，布氏鲸首次在科考船附近捕食，场面震撼！我国鲸类研究的科研单位已经对这个布氏鲸群连续观测超过五年，是中国大陆自80年代以来已知唯一近海稳定分布的大型鲸群体。这意味着曾经要远赴澳大利亚、南非等地才能体验到的观鲸旅游，如今不出国门也即将拥有，我国滨海度假产品谱系将增添新项目。然而从科学家发现鲸群到发展观鲸旅游产品，到打造一处成熟的观鲸旅游地乃至形成世界级滨海生态度假目的地，背后还需要政府管理部门、运营企业、保护组织等各方机构和人员付出艰辛的努力。

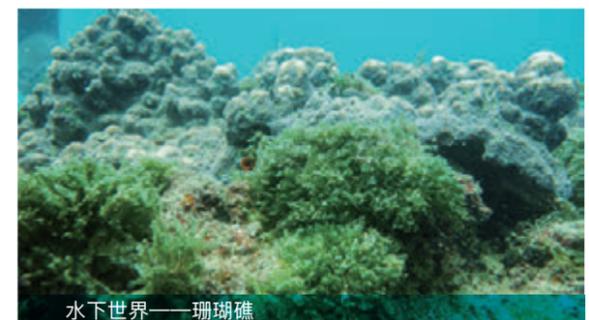
本文主要探讨以观鲸旅游为契机，广西北部湾打造世界级滨海度假区的可行性和途径。

一、打造世界级滨海度假区正当时

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》中明确提出要建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区。作为度假旅游中最主要的类型，滨海度假区一直是高品质的代名词，从早期的依托三S（海洋、沙滩和阳光）资源的地中海度假，到第二次世界大战后，依托多种多样的康体休闲设施（如滨海大道、舞厅、戏院、娱乐场所等），打造丰富多彩的活动空间、开展休闲、运动、娱乐、度假等多样产品，一些世界著名的综合性海滨旅游度假区在地中海沿岸、加勒比海沿岸、美国佛罗里达州沿岸、东南亚巴厘岛等地迅速成长起来，并成为高端旅游高品质的代表。

我国陆基海岸线长度有1.8万公里，海岛数量丰富，面积达500平方米以上的岛屿超过6500个。截止到2019年，滨海旅游全年实现增加值已经占主要海洋产业增加值的50.6%，达18086亿元。然而由于发展时间短，我国滨海旅游仍然处于起步发展阶段，游览观光和普通休闲的游客仍为主体，度假游客所占份额少，真正意义上的国际游客所占份额也较少。还存在着高端市场需求与中低端供给错位、不顾海洋资源的不可再生性进行破坏性开发等现象。

当前我国旅游发展阶段从大众观光旅游进入到大众度假旅游阶段，人们对旅游产品的需求开始转向高品质深度体验，休闲度假时代已经来临。创建国家级旅游度假区成为继5A景



水下世界——珊瑚礁

区后推动国家旅游业向高品质发展的重要契机。

新冠肺炎疫情后人们对自然和健康的追求、经济双循环战略背景下的供给与消费结构变化、中国国家文化软实力在对外交往中的提升、旅游产品供给侧改革等一系列国家、部门、产品的现实需求都在要求中国能出现充分代表“中式美好生活”的世界级度假旅游目的地。

二、北部湾具备打造世界级滨海度假区的条件

放眼中国海岸线，由于地理条件的限制，我国海岸线虽长，但拥有高品质沙滩、适宜打造为全年度假的滨海目的地并不多。广西北部湾却具备诸多优异条件，使其具备了打造世界级滨海度假区的潜力。

（一）适宜度假的气候优势

广西北部湾属于亚热带海洋性季风气候，冬无严寒，夏无酷暑，海水的四季温度高，冬季海面气温约20度，夏季海面气温约30度。以温湿指数（THI）和风效指数（K）的综合值作为旅游气候舒适度指标，北部湾的旅游舒适期为7个月。穿衣指数为1-3级（夏季着装、春秋过渡季节着装）。（杨宝回等，2011）。北部湾的夏季降雨较多，没有典型的地中海气候阳光普照热量充足的特点，但却更符合国人追求美白不喜晒黑的习惯。

（二）金不换的生态优势

广西地处云贵高原东南边缘，北有岭南最高峰猫儿山，南临北部湾海面，境内喀斯特地貌特色明显，生态环境舒适宜人。广西陆地野生动植物种类数量居全国第三位，如果加上海洋动植物总量能位居全国第一位，是中国野生动植物分布最多的省区。习近平总书记指出：“广西的生态优势金不换”。

海洋环境方面，广西北部湾目前海岸线达到1769公里，滩涂面积达到833平方公里。近岸海域水质保持优良，一二类海水比例达到81.8%，是我国最洁净的海域之一。海洋生物资源丰富，不仅具有多样性的海洋生物品种和中华白海豚、布氏鲸、中华鲎等国家濒危保护动物，而且还拥有红树林、珊瑚礁和海草床等典型的海洋自然生态系统，其中红树林面积达到7300公顷，占到全国红树林面积的40%，居全国首位。北部湾北海涠洲岛附近海域发现布氏鲸活动，专家表示



北部湾鲸群活动/广西科学院海洋研究中心副研究员 陈默摄

这是中国大陆自80年代以来已知唯一近海稳定分布的大型鲸类群体，更显示这一海域生态系统健康，说明北部湾在加强海洋保护方面取得了显著效果。

（三）鲜明的地域文化

广西北部湾是海上丝绸之路的起点之一，拥有深厚的文化底蕴。这里的南洋文化、南珠文化、商贸文化、军旅文化、宗教文化、民俗文化都散发出迷人的魅力。南宁市壮族三月三、壮族织锦、合浦的南珠文化、钦州的坭兴陶烧制技艺、玉林的铜鼓文化、桂南采茶戏等民俗风情和地方文化均成为旅游亮点，南宁老友粉、北海猪脚粉、玉林牛料粉等各种风味小吃也吸引着南来北往的吃货朋友，还有出海看海豚、海滨马拉松、沙滩排球等深受年轻人喜欢，成为游客休闲度假的体验项目。

（四）强大的客源市场支撑

毗邻重要的客源市场是全球著名度假地重要的先天条件之一。北部湾有四大客源市场优势：（1）毗邻全国三大客源市场之一——粤港澳大湾区。作为世界级城市群，2019年粤港澳大湾区常住人口达到7000多万人，是中国人口密度最高的地方。（2）北部湾城市群含广西、广东、海南12个市3个县，自身也有常住人口4000多万人，存在大量的休闲度假需

求。（3）依托中国作为人口最多、经济发展最快的世界第二大经济体，且国内内陆居民对滨海旅游需求旺盛。（4）东盟各国入境旅游需求旺盛，北部湾作为桥头堡具有突出优势。

（5）广西是西南地区唯一的出海口，是西南三省一市（四川、云南、贵州和重庆市）最近的滨海旅游区域。

（五）海陆空立体交通发达

广西北部湾拥有2座机场，3个良港，4条高铁，2条跨国高铁、6条高速，做到了市市通高铁。而且北部湾正加紧推进构建连通大湾区的陆地江海综合交通体系；推进西部陆海新通道重大工程建设；建设北部湾区域性国际航运中心，与大湾区码头建立港口联盟；以南宁吴圩国际机场为重点，北海机场为支撑，打造承接国内、面向东盟的北部湾区域性国际航空中心。可以预期，随着北部湾区域四通八达的海、陆、空立体交通体系的进一步完善和提升，客源可以更加自由地往来，北部湾的旅游度假市场更加广阔。

（六）地缘政治稳定

地缘政治比较稳定是成功发展世界级度假区的重要因素。北部湾背靠中国西南大陆、面向东南亚的自然地理优势，其在旅游发展中必须优先考虑地缘政治问题。目前，中国与东盟10国全部签署共建“一带一路”政府间合作文件，中国和东盟



防城港高铁站

作为主要缔约国的《区域全面经济伙伴关系协定》（RECP）也得以签署。湾区城市与东盟之间开展了越来越紧密的交流合作。《全国海洋经济发展十三五规划》特别指出广西北部湾沿岸及海域，要积极开发多层次的海洋旅游精品，发展邮轮和游艇产业，构建中国——东盟海洋旅游合作圈。

三、生态型滨海度假目的地案例

（一）美国佛罗里达州

佛罗里达州是美国本土最南端的一个州，面积大约15万平方公里，位于墨西哥湾沿岸地区，是美国人口第三多的州，有“阳光之州”之称，是美国著名的避寒胜地。

佛罗里达州拥有很多著名的旅游城市，比如富豪集聚的迈阿密、以主题公园著称的奥兰多、拥有多处迷人海滩的坦帕等。奥兰多曾经是一个以盛产柑橘为主的农业城市，自从1971年迪斯尼世界在此落成后，环球影城、冒险岛乐园、海洋世界等多个超大型的主题乐园集聚于此。奥兰多通过发展主题乐园为主的旅游业和高新技术产业迅速发展成为著名的大都市。迈阿密是佛罗里达第二大城市，被瑞士银行评为美国最富裕的城市。旅游业成为迈阿密经济发展的驱动力，提高了区域经济水平，还带动了对外贸易和国际金融业。

佛罗里达州拥有数百个海滩，大多数都有大片柔软的白色沙子，其中午休海滩是全美最美海滩之一。在一些海滩上除了传统的游泳、冲浪、沙滩活动、观看日落等，还可以乘坐小艇去野生海豚聚集地，穿上泳衣与野生海豚亲密接触。

佛罗里达还有世界上最大的湿地保护区——大沼泽（Everglades）。1979年，大沼泽地国家公园被联合国教科文组织列入世界遗产，游客可以乘船或步行穿过大沼泽公园，观赏各种野生动物，亲近自然。

佛罗里达州陆、海、空交通都很发达，有公路14万公里，铁路7000公里，内河航道1600公里，13个深水港，20个具有定期航线的机场，6座国际机场。

（二）澳大利亚昆士兰省大堡礁地区

澳大利亚大堡礁位于昆士兰省的对外海域，纵贯于澳大利亚东海岸，北从托雷斯海峡，南到南回归线以南，绵延伸展共有2011公里，最宽处161公里。在昆士兰州，有很多城市面向大堡礁。凯恩斯是距离大堡礁最近的一座城市，被称为进入大堡礁的门户。

大堡礁的保护性旅游开发为世界各地生态旅游的发展提供了很多宝贵经验。澳大利亚联邦政府于1975年成立大堡礁海洋公园管理局，负责资源开发和保护协调管理工作。管理局



佛罗里达州大沼泽地大蓝鹭

的最主要措施是把大堡礁分为四个片区不同等级从松到严限制人类活动。目前，有三分之一的区域是非捕捞区，禁渔面积达到1100万公顷。旅游业是受到政府环保限制最为严格的行业，同时还要缴纳可观的环保管理费用。管理局对达不到环保要求的旅行社、旅游运营商会停发许可证，对表现好的在分配资源的时候会优先考虑。

管理局牵头成立了旅游休闲咨询委员会，会员来自政府、旅游业、渔业、当地社区等相关利益者。会员通过这个平台共同评估大堡礁环保状况，提出各自对资源的使用要求，提出政策建议，并承担政策实施和监督的责任。

四、创建北部湾世界级滨海度假区途径探讨

北部湾生态环境良好，是我国最洁净的海域之一。连续多年在大产业、大工业与鲸鱼海豚、红树林共存绿色发展道路上的深耕取得显著成效：生态系统的顶级捕食者布氏鲸连续几年的出现，说明北部湾海域整体生态环境状态稳定良好。依托鲸群出现的网红效应，在加强海洋整体环境保护的前提下发展高品质的观鲸旅游，提升人们对国宝级野生物种的认知和自豪感，进而打造以滨海生态为核心品牌的高品质滨海旅游区，不失为北部湾建设世界级滨海旅游度假目的地的重要途径，具体发展策略探讨如下：

（一）由表入里，从聚焦海岸到关注灵动自然的整体生态环境

纵观数十年我国滨海旅游开发，以海岸线为核心资源，抢占一线滨海景观成为度假区开发的唯一做法。当滨海景观资源越来越稀缺的时候，有些项目没有海岸线也要通过填海造

地造出来。这种不合理的建设破坏了生态环境，反而造成旅游资源的消失。比如，海南儋州市海花岛项目填海施工造成大面积珊瑚礁和白蝶贝被破坏；横琴长隆国际海洋度假区的填海造岛工程侵占了中华白海豚的栖息地。

在后疫情时代，绿色复苏、碳中和正在成为全球发展的主流化政策，北部湾作为中国滨海受污染受破坏最少的一片海湾、野生动物资源最多的一片海湾，能否走出一条不同于传统滨海开放的路子，走出一片大发展与大保护共存的天空？需要保护好布氏鲸、中华白海豚、中华鲎、迁徙水鸟和猛禽等灵动独特的野生动物，保护好中国最大的一片红树林、最后一块洁净的海湾，守住生态底线，在发展之初优先构建生态安全格局，推进生态文明建设，才能将北部湾生态优势转变为发展优势。

（二）由点到面，从带围墙的定点度假到居游共享的开放目的地

东南亚巴厘岛、加勒比海的坎昆、地中海的安塔利亚，这些欠发达国家和地区的国际滨海旅游度假区，在选址上都相对封闭，常常整体搬迁原有社区，由外来投资者或政府大规模投入为主，建设之初就统一规划、高标准建设，拥有完整的、自成一体的娱乐度假设施，这样做的目的是“消除东道主社区和度假区之间的矛盾”。

随着规划理念的变化，度假区建设需要更加注重原住民的权益。北部湾的发展应坚持以人民为中心的发展理念，不断在旅游发展过程中满足人民日益增长的美好生活需要，这不仅是政治需要，也是现代旅游产业提档升级的必由之路。北部湾滨海旅游度假区的建设不是推倒重来，也不是一片白纸，

而应在尊重历史发展的基础上，注重与原有城市的融合，强调共建共享，强调居游共享。滨海度假区的形态也不一定是整体划一的高端酒店集居区，而是鼓励有机更新混合发展，为游客和居民提供更多休闲体验和互动空间。鼓励和引导原社区居民参与其中，创造更多就业机会的同时，也为游客提供更丰富的当地文化体验。度假区的建设不仅为外来游客服务，也为当地居民服务，更能提高整个区域的基础设施水平和经济发展活力。

（三）由低到高，从简单的3S产品到多元化的中高端产品

滨海度假区从早期的依托3S（海洋、沙滩和阳光）资源的地中海度假，到第二次世界大战后，依托多种多样的康体休闲设施（如滨海大道、舞厅、戏院、娱乐场所等），打造丰富多彩的活动空间、开展休闲、运动、娱乐、度假等多样产品。北部湾滨海旅游度假区建设具有后发优势，可以利用最先进的智能设备、度假设施，比如无人机、全潜式水下观光潜艇、智能游艇、智能鱼群探测器等，在巩固和提升原有度假产品的同时实现观鲸、潜水、花样冲浪等多种旅游活动的辅助应用，打造多元化的中高端产品体系。

（四）由个及众，从个别者决策到利益相关者平台沟通

北部湾城市群的发展已经从地方探索上升为国家战略，北部湾区域是中国-东盟文化经济交流的门户、西部陆海新通道的桥头堡，伴随着经济地位的稳步提升，北部湾地区也面临着更加复杂的治理难度，对空间用途多功能和复杂化的管控要求也会更加有力。

北部湾滨海旅游度假区的建设和治理，应借鉴澳大利亚大堡礁的生态旅游发展经营的成功做法，搭建好多利益主体间的治

理沟通平台，在国土空间统一规划下，满足多功能用途，满足不同利益相关者的相互协同发展。

（五）由同求异，从处处雷同到绚丽多彩各有特色

滨海度假容易形成“沙滩+酒店”的雷同发展模式，北部湾度假区建设应坚持文化和旅游融合发展，讲好北部湾故事，打造中国典范的滨海度假生活方式。

重点发展北海-钦州-防城港，形成滨海旅游产业集聚带，培育观鲸旅游、海上直升飞机、高端潜水等新型旅游产品，完善旅游公共服务体系，优化航空航运港口布局等。

优化提升南宁市的国际化枢纽集散地功能，完善各板块间旅游交通体系建设，实施更加便利化的出入境通关政策等。

优化和培育玉林和崇左的文化旅游特色，重点加大旅游景区景点建设扶持力度，加快旅游基础设施和配套服务设施建设，建设北部湾旅游业发展新的增长极。

（特别鸣谢：广西科学院海洋研究中心副研究员陈默老师为本文提供专业审核及科研考察图片。）

参考资料：

[1]文化和旅游资源开发司，中国度假休闲旅游发展示范案例精编，中国旅游出版社，2020-12。

[2]杨宝回，苏志，陈国连，气候条件对广西北部湾旅游的影响评价，旅游论坛2011-4。

[3]中国东南四个典型海域的生物多样性及保护，周秋麟，陈宝红，第五届全国生物多样性保护与持续利用研讨会，2002，杭州。



澳大利亚大堡礁

Rural vacations: analysis on the development trend of rural tourism in the new period

乡村度假：新时期乡村旅游发展趋势探析

文 / 郭潇

习近平总书记指出，实施乡村振兴战略是党的十九大作出的重大决策部署，是决胜全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务，大力发展乡村旅游是实现乡村振兴战略的重要路径和抓手。但伴随快节奏的城市生活方式，虽然以乡村为载体，但没有乡村生活概念，缺乏原真性乡村生活体验成为当下城市客群面临的一大问题。发展高品质乡村休闲度假游，为城市游客提供体验原真性的乡村生活的旅居体验平台，成为解决这一问题的重要突破口。本文通过回顾乡村旅游发展历程，学习最新文件精神，借鉴经典案例经验，探索新时期乡村休闲旅游高质量发展的多元路径。

一、进阶发展的乡村旅游史

纵观乡村休闲旅游发展进程，其产业发展模式整体呈五阶段式发展历程。具体而言，第一阶段为单一的乡村观光游，即一般以农户自发式打造的农家乐为载体，目的在于为来往路人解决温饱问题，主要表现为旅游产品单一化、旅游功能单一化、游客游览时长短暂化，面对的主要是景区过路客群，游览时长约一至两个小时；第二阶段为乡村休闲游，主要表现为旅游产品、旅游功能均呈二元化发展模式，即在农家乐的基础上融入采摘、摄影等轻质化休闲产品，在解决游客游憩过程温饱问题的同时展现休闲娱乐功能，游客停留时间表现为单日化；第三阶段为乡村体验游，主要表现为旅游产品、旅游功能逐渐特色化，以满足游客基本的乡村过夜游需求为主；第四阶段为乡村度假游，主要表现为旅游产品及旅游功能兼具多样化及特色化，以中端民舍、乡村度假酒店等住宿产品为该梯队主打产品，以满足游客对精品住宿方面

的需求为主要特色；第五阶段则发展至乡村旅居游阶段，主要表现为旅游产品品质化、旅游功能复合化，涉及可提供满足乡村艺术创作、青年创业等需求的多元空间，是当前和未来一段较长时间内乡村旅游业发展的主流趋势。



安吉县溪龙乡白茶茶山

的需求为主要特色；第五阶段则发展至乡村旅居游阶段，主要表现为旅游产品品质化、旅游功能复合化，涉及可提供满足乡村艺术创作、青年创业等需求的多元空间，是当前和未来一段较长时间内乡村旅游业发展的主流趋势。

二、新形势下乡村旅游受多层政策加持

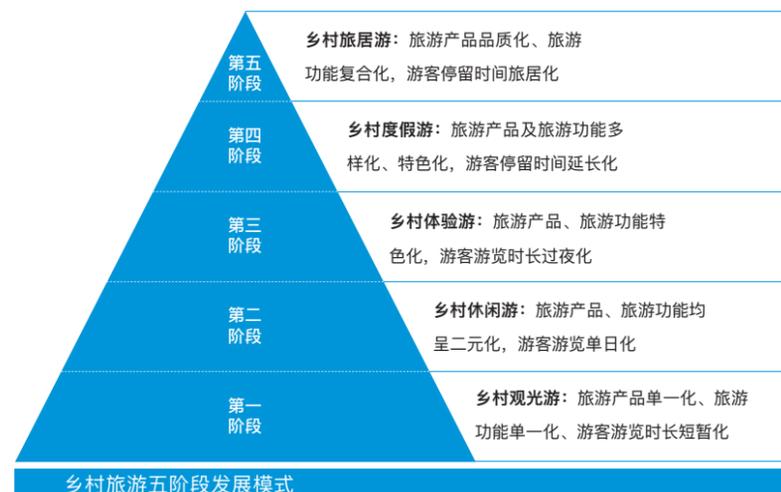
国务院中央一号文件多次强调，大力发展休闲农业和乡村旅游。强化规划引导，采取以奖代补、先建后补、财政贴息、设立产业投资基金等方式扶持休闲农业与乡村旅游业发展。《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》于2021年2月21日发布，同样明确提出开发休闲农业和乡村旅游精品线路，加快推进农业现代化，构建现代乡村产业体系，此为乡村旅游业的发展提供了强有力的顶层指引。

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》强调，“十四五”新时期应加快建立健全现代文化产业体系，大力发展乡村旅游，扩大优质文化和旅游产品供给。应坚持农业农村优先发展，加快壮大休闲农业、乡村旅游、民宿经济等特色产业，全面推进乡村振兴，为乡村休闲度假载体建设带来机遇。

三、中国美丽乡村典范——浙江安吉

(一) 项目概况

安吉县是浙江省湖州市下辖县，位于浙江省西北部、长三角腹地，占地面积约1886平方公里，辖15个乡镇（街道）。2008年在全国首先提出建设美丽乡村，是浙江省首批旅游经济综合改革试点示范县。“两山”理论发源地、中国美丽乡村



安吉天泉/于小强摄



安吉茶园民宿

典范、长三角首选乡村休闲旅游目的地等品牌皆是对浙江省安吉县乡村旅游发展成果的高度肯定。

(二) 资源基础

安吉县生态资源、农业资源、人文历史优势较为突出，为该区域开发自然观光、农业休闲、民宿体验类产品奠定了资源基础。在生态资源方面，“七山一水二分田”的国土构成使得该区域内翠竹绵延、层峦叠嶂，被誉为气净、水净、土净的“三净之地”；在农业资源方面，竹业、茶业和椅业构成安吉的三大特色产业；而在人文资源方面，以历史人文、乡村民俗等文化资源为主。

(三) 客群定位

目前主要涉及探源游客群、影视游客群、艺术民宿游客群三类。探源游客群即以探寻“黄浦江源”为目的的客群。安吉县紧抓“黄浦江源”这一历史文化亮点，吸引了来自上海的众多游客，目前每年来自上海的探源游客量占全县游客总量的1/3；影视游客群即以探寻影视拍摄地为目的的客群。安吉县借助《卧虎藏龙》、《爸爸去哪儿》等著名影视、综艺作品的大力宣传，不断吸引来自国内乃至海外的众多游客群；艺术民宿游客群即以体验安吉艺术村及精品民宿文化为目的的客群。采用3D实景艺术将部分村落打造成“画中村”，同时将村中的民居逐步打造成高端精品民宿，“一村一景”的乡村民居特色吸引了众多游客。

(四) 经验借鉴

安吉县乡村休闲旅游目前形成了生态观光、文化体验、民宿体验三大龙头休闲旅游产品（见表1），借“黄浦江源”的品牌效应及影视作品宣传效应吸引游客，借“一村一景”的艺术村落、多元化品质民宿及智慧化服务留住游客是安吉县乡村

旅游发展的成功经验。

四、乡村休闲度假旅游业发展模式探究

遵循当下乡村旅游相关政策指引，结合乡村旅游产业阶段式发展历程，借鉴行业经典案例发展经验，未来乡村休闲度假旅游项目应从“创品牌、做精宿、推节事、融智慧、拓客群”五大突破点出发，塑造功能完备、产品类型丰富的乡村休闲度假旅游体系。

创品牌：创造项目地专属乡村休闲度假旅游产品品牌，借品牌效应，逐步提升项目乡村旅游知名度。如挖掘在地美食，打造特色美食品牌；汇聚在地特产，推广项目地礼品品牌；通过自创或合作方式打造项目地民宿品牌。

做精宿：提升现有农家乐、民宿整体品质，打造多元化、高品质、乡奢型精品民宿，提升游客吸引力。如提升现有农家乐环境、设施等的整体质量水平；与现有民宿品牌合作或者采取自创民宿品牌方式，打造项目地特色高品质精品民宿。

推节事：结合乡村、农业、民俗、文化等资源特色，借助节事活动效应，进一步推广项目地特色产品。如借助农业特色打造丰收类节事活动；借助田园艺术景观资源打造观赏、拍摄类节事活动。

融智慧：融入5G、VR等新一代信息技术，借助智能机器人、无人机等智能设备，打造智慧式旅游。如借助智慧接驳设施，解决最后一公里问题；借助VR设备、无人售卖设备等为游客提供智能化体验；借助智能机器人、无人机设备等为游客提供智慧化服务。

拓客群：除提升大众化旅游产品水平外，仍应注重面向高端客群的品质产品，拓宽景区受众面。如面向高端客群打造高端民宿产品、面向高端客群打造原乡生活体验产品，不断扩大市场占有率。

参考资料：

- [1]中国乡村旅游的发展历程.农旅规划.2019.09.30.
- [2]林晓娜,王浩,李华忠.乡村振兴战略视角下乡村休闲旅游研究:村民参与、影响感知及社区归属感.东南学术,2019(02):108-116.
- [3]李周.乡村振兴战略背景下乡村休闲旅游的发展策略——兼论自然景观资源公益化.求索,2020(04):14-21.
- [4]乡村振兴,浙江安吉深化美丽乡村建设解析.长三角农业规划.2020.04.30.

表1 安吉县乡村旅游主要项目一览表

项目类别	具体项目
住宿接待类	3D艺术村落、精品民宿、青年国际社区
农业观光及体验类	黄浦江源生态旅游、大竹海观光休闲、白茶休闲农业观光、田园风光体验
文化体验类	昌硕故里文化体验
配套服务类	全球首座“零碳酒店”



安吉ClubMed/于小强摄

Ice-snow vacations: to arouse new forms of winter travel

冰雪度假：激活冬日旅游新业态

文 / 于小强

习近平总书记强调“2022年北京冬奥会是我国重要历史节点的重大标志性活动，是展现国家形象、促进国家发展、振奋民族精神的重要契机”，而冬奥会的成功举办离不开冰雪运动的蓬勃发展。2021年春节假期七天，在旅游行业向好发展之时，冰雪度假游作为文旅行业重要业态分支，热度持续高涨。据不完全统计，在万科石京龙、八达岭滑雪场所在的北京延庆，有33万游客滑雪、攀冰、赏冰灯，冰雪经济的持续升温一定程度上预示了未来冰雪度假游产业将呈现良好发展态势。

一、冰雪运动游发展历程

国内冰雪旅游于1995年进入萌芽期，1999年进入发展期，2011年开始进入五年扩张期，2015年冬奥会成功申办，冰雪运动开始进入加速期，冰雪旅游也开始进入规范发展阶

段，各阶段的发展时间阶段、主要特征、代表载体如表1所示。

二、冰雪度假游的发展机遇

自冰雪旅游发展以来，国家陆续出台了多项政策文件，从不同角度为冰雪度假旅游产业的高效发展提供指导意见。

2019年，中共中央办公厅、国务院办公厅《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》（以下简称《意见》）、《关于抢抓机遇发展冰雪运动的若干措施》（以下简称《措施》）等文件相继发布。《意见》明确提出推动冰雪产业发展，积极培育市场主体，推动冰雪产业集聚区、冰雪产业企业、复合型冰雪旅游基地和冰雪运动中心发展。优化冰雪产业结构，促进产业融合，增强创新能力，提供多样化产品和服务。拓展冰雪竞赛表演市场，有序申办和举办冰雪运动国际高水平专业赛事，支持社会力量打造精品

表1 我国冰雪旅游发展历程

发展历程	时间阶段	主要特征	代表载体
萌芽期	1995年-1998年	以市场化运作的滑雪场为主要载体开展冰雪体育运动。	主要集中在东北地区，以吉林北大壶、塞北滑雪场等为代表。
发展期	1999年-2010年	以滑雪场为主要载体，向全国范围内复制扩展。	扩展至京津地区，以北京延庆石京龙滑雪场、北京南山滑雪场等为代表。
扩张期	2011年-2015年	滑雪场加速建设的同时向滑雪度假区方向转型。	覆盖至全国各地，以万达长白山国家滑雪度假区、蜜苑云顶乐园等为代表。
规范期	2016年-至今	国家政策和资金等多方进入扶持阶段，产业得以进一步规范。	遍布国内各重点省市，以长白山旅游度假区、重庆丰都南天湖旅游度假区等为代表。

赛事和活动。与此同时，《措施》针对青少年这个关键群体进行了专门部署，提出以青少年冰雪赛事和校园冰雪活动为重点发展青少年冰雪运动，通过积极推动冰雪项目进校园活动、创造条件把冰上项目列入赛事活动等，扩大青少年冰雪运动参与人数，一系列政策措施为冰雪旅游的高质量、专业化发展提供了强有力的指引。

为有序推进我国冰雪旅游业的高质量发展，2021年2月国家文化和旅游部、国家发展改革委、国家体育总局联合发布《冰雪旅游发展行动计划（2021-2023年）》，确定了“到2023年，推动冰雪旅游形成较为合理的空间布局和较为均衡的产业结构”的重点目标，并同步提出将通过扩大冰雪旅游优质产品供给、深挖冰雪旅游消费潜力、推动冰雪旅游与相关行业融合等措施，共促冰雪度假旅游产业的向好发展。

三、长白山国际旅游度假区案例

（一）项目简介

素有“千年积雪万年松，直上人间第一峰”美誉的长白山国际旅游度假区，是由万达集团、中国泛海、一方集团、亿利资源、联想控股、用友科技六家中国民营企业联合投资200亿元，共同打造国际度假目的地项目。项目位于吉林省长

白山市抚松县和延边州安图县境内，是中朝两国的界山、中华十大名山之一、国家5A级风景区、关东第一山，占地面积约30平方公里，已入选首批17家国家级旅游度假区，是目前吉林省唯一一家国家级旅游度假区。

（二）规划概况

项目依托长白山西坡的自然资源，以“原始山林、纯净呼吸”为特色，目的打造世界一流的集旅游、会议、休闲、商业、娱乐等功能于一体的山地度假综合体。规划为滑雪场、高尔夫基地、高端度假酒店群、旅游小镇、森林别墅等五个主要功能区，具体涵盖高档度假酒店、国际会议中心、大型滑雪场、小球运动场、森林别墅、国际狩猎场、运动购物、娱乐活动等。

（三）项目亮点

国际化的品牌目标定位、多元化的业态产品体系、高端化的公共配套服务等是长白山国际旅游度假区标杆式发展的核心亮点。

国际化的品牌目标定位：鉴于该项目是我国投资额最大的旅游度假项目之一，其发展之初便站位高端视角进行了合理化的旅游定位。总体定位目标为“以冰雪运动为品牌，以体育娱乐服务业、生态休闲度假产业、商务度假服务业、旅游地

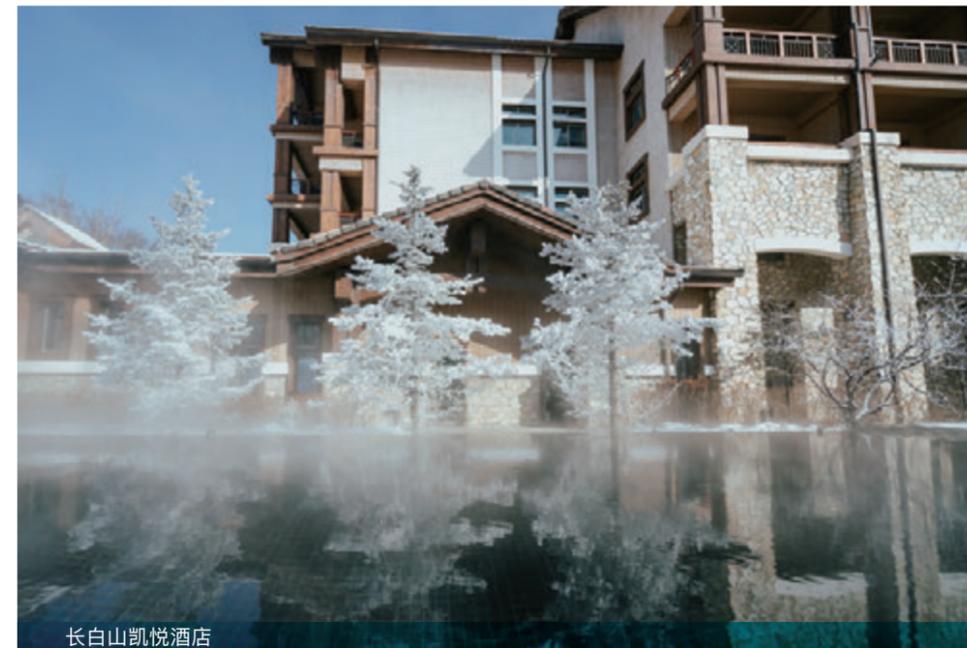
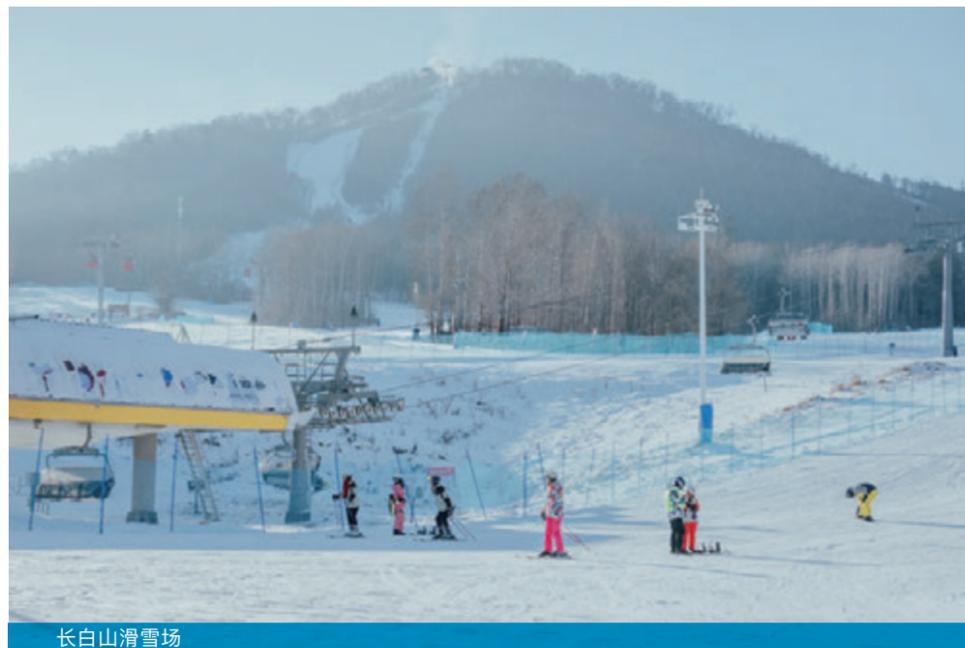


长白山度假村

产业为核心，通过重点开展滑雪、高尔夫等旅游度假项目，突出体育休闲与长白山森林风光特色，打造世界级水平的生态、文化、时尚、创新高度融合的旅游目的地”。在此国际化定位目标指引下，长白山国际旅游度假区稳步高效发展。

多元化的业态产品体系：项目发展过程中，规划了亚洲最大的滑雪场、国际室内水乐园、长白山高尔夫球会、精品文化演艺秀等多元化高品质旅游业态，极大程度上提升了项目的游客吸引力。

高端化的公共配套服务：除上述多元化、高品质的冰雪旅游业态产品之外，长白山国际旅游度假区为游客提供了涵盖高级酒店群、万达旅游小镇、国际会议中心等高品质的公共配套服务，目的让游客获得高品质的旅游度假体验。



四、冰雪旅游度假产业发展要点

(一) 突出核心优势，做大做强冰雪文章

各冰雪运动项目运营主体，应深入贯彻落实习近平总书记“冰天雪地也是金山银山”的重要论断，紧抓自身冰雪资源核心优势，通过着力开发和应用冰雪产业新技术，提档项目区升级雪道、雪具品质，加速推动冰雪旅游产业的扩量升级，将冰雪旅游项目建设出新高度、新创意，下好冰雪产业的先手棋。

(二) 延伸产业链条，积极拓展新兴业态

发展冰雪经济是扩大内需的重要着力点，应加快推动以“冰雪旅游、冰雪体育、冰雪文化”为核心的“3+X”冰雪全产业链建设，在打造新产品，创造新业态上下功夫。实施“冰雪+度假、文化、体育、养生”等的产业融合发展战略，着力开发冰雪休闲度假、冰雪温泉养生、冰雪观光体验、冰雪民俗等多类型旅游产品。

(三) 科学规划空间，提升产品供给效率

冰雪旅游度假目的地建设的前提离不开对项目片区的合理空间规划，各项目载体开发过程中，在彰显冰雪度假功能的发展主题下，应充分结合各片区旅游资源、区位交通特色，开发差异化的休闲度假产品，提升产品供给效率，让冰雪“冷资源”加快转变为旅游“热经济”。

(四) 强化服务质量，打造高品质冰雪游

全面提升冰雪度假项目服务水平，是高品质冰雪旅游产业可持续发展的必经之路。一方面，可对游览过程中产生的“食、住、行、游、购、娱”等要素型服务进行全方位的提升，给予游客人性化的度假体验。另一方面，可通过提升文化内涵、增加产品和服务供给、完善治理体系建设，进一步促使冰雪旅游产业的高质量发展。

参考资料：

- [1]刘雪杰,李延超. 产业融合视角下我国冰雪旅游产业的发展策略.湖北体育科技,2019,38(08):684-687.
- [2]全国冰雪旅游宣传推广活动系列8.品橙旅游.2020.12.08.
- [3]全面提高我国冰雪运动水平,为筹办好北京冬奥会作出新贡献——国家体育总局政策法规司负责人解读《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》.国际在线.2019.04.01.
- [4]国家级旅游度假区案例研究—吉林长白山国际旅游度假区.麟德旅游规划.2020.01.09.
- [5]做大做强冰雪产业.中国日报网.2019.09.26.



难点痛点

D I F F I C U L T I E S &
W E A K N E S S



旅游之于城市，是在延伸、完善第一、第二空间的基础上，重点拓展和优化第三空间，以使本地居民和外来游客获得共享美好生活的平台和载体，探索文旅融合背景下第三空间的创意营造路径是满足居游共享需求的有效手段。同时，通过目的地营销创新将旅游产品转化为经济效益，近几年，“丁真走红，带火了四川和西藏旅游”、“直播带货？看网红县长的”、“网红热气球，带你去浪漫的土耳其”……现象级网红已经成为休闲度假游的有效引爆点。



How to expand the third space shared by hosts and guests—locals take leisure while tourists take holidays

当地人休闲，外地人度假： 主客共享的第三空间如何扩张？

文 / 聂委光

第三空间（即公共文化空间）是城市文脉的表达场域，是城市精神的物质载体。在文旅融合背景下，第三空间更应成为主客共享的休闲放松空间。城市的品质发展应通过探索文旅融合背景下第三空间的创意营造路径，解决“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分发展之间的矛盾”，切实增强人民群众获得感、幸福感和人民福祉。

一、第三空间的理论来源

欧登伯格在《绝好的地方》一书中提出了“第三空间”的概念：第一空间是指家和居住的场所；第二空间是指工作的场所；第三空间（the third place）是指除了家宅、工作场所以外的安全且中立的公共空间。可以说第三空间不仅是一个没有家庭角色束缚、没有职场等级意识的公共交流场所，更是人们接受社会教育、获取知识信息、愉悦心情的放松空间。欧登伯格认为，第三空间应满足以下特征：免费或者便宜、环境友好和舒适、最好提供食物和饮料、距离近常客居多、可以找到老朋友也能认识新朋友。

虽然刺激旅游需求的因素有很多，如收入增加、消费升级等，但旅游的核心心理诉求是——脱离第一空间（工作）和第二空间（居住）去第三空间寻找自由与放松。现代城市发展存在“三元悖论”困境，即居家的第一空间、办公的第二空间、放松的第三空间在同一个时空难以同时完备。因此，旅游之于城市，是在延伸、完善第一、第二空间的基础上，重点拓展和优化第三空间，以使本地居民和外来游客获得共享美好生活的平台和载体。在理论上，目的地第三空间的扩张涉及旅游全要素和全时空的启发性重构；在实践上，典型

的第三空间如博物馆、图书馆、电影院、咖啡厅、茶馆、酒吧、校园、公园等都需优化提升，以更好地满足居游共享的功能需求。

二、第三空间标杆案例解读

（一）郎园Park

“文化大院儿”、“艺文生活方式集成地”、“京西文艺网红打卡地”、“新时代的街道综合文化活动中心”……现如今，人们对曾经北京市石景山区最大的旧货市场如此称呼，得益于2017年“疏解整治促提升”专项行动的开展，前身为博古艺苑古玩旧工艺品市场和京西北旧货市场的这片土地，被打造成为了高端文创园区——郎园Park文化创意产业园。

郎园Park将“三生”做为建造的主要内容，即以文创科技、影视研发、文化艺术、青少年教育为主的文化内容生产区，以北京生活体验、弹性空间、共享空间为主的共享体验式生活区，同时以绿色建筑、清洁能源、院落空间打造的低密度生态区。2018年，老山街道与辖区内的郎园Park文化创意产业园区挂牌共建共享街道综合文化活动中心，通过社会化运营模式，建设以阅读服务功能为主的石景山区图书馆良阅读书房，以演出、电影功能为主的兰境艺术中心，以讲座培训功能为主的像素画廊等空间；充分整合园区内实体书店、主题咖啡厅、文化餐厅、艺术工坊等优质资源，推出以“公民美育计划”为核心理念的公共文化惠民系列活动，郎园大师课、公益音乐会、艺术沙龙等内容纷至沓来。如今的郎园Park正成为石景山区的“第三空间”，给不同年龄层的在地居民提供多样的文化实践活动、文化消费场景，成为城市居民



郎园Park（图片来源于郎园官网）

的心灵栖息地。

（二）PMQ元创方

被誉为“香港创意新地标”的PMQ元创方不仅是一个将历史建筑保育再活化的典型案例，还是一个充满符号意义的“第三空间”。元创方的前身是于2010年被列为香港三级历史建筑的荷李活道已婚警察宿舍，政府在将警察宿舍旧址作为历史建筑保护、留存城市记忆的基础上，邀请设计师将该区域改造成原创艺术空间，为这座极具历史气息的创意产业园注入新的活力：住宅的单元转换成了一间间工作室和商店，不同的单位可以举办各种展览；宿舍使用半开放式的设计，原本的厨房现用作展示商户的艺术品及货品外，也用作休闲区供游人随意休息；四楼的平台作为通道连接两幢建筑物，并且通过设计变成了空中花园。在PMQ元创方，不仅能体验到一众新进设计师的创意产品与服务，还能现场与他们互动、交流。另外，元创方也会不定期举办文化艺术与创意活动，各式互动体验活动如手工艺工作坊、期间限定展览、艺术设计对话及装置等精彩呈现，让更多人在动手中学着创作，在物件中留下自己的温度，在创作中学会热爱生活的能力，元创方更多成为了在地居民的美育学校，使得本地居民与外来游客获得“一站式”的文化享受与精神放松。

三、第三空间的建构扩张路径

相较于围绕景点消费的传统旅游需求，现代旅游需求转变为“换个地方享受生活”，我们也逐渐感受到，旅游者正在从封闭的环境泡走向开放的大世界，越来越多的旅游者深入到目的地居民日常休闲的第三空间，体验和共享目的地生活方

式，这就为目的地第三空间的建构提出了更高的要求，不仅要满足本地居民，亦要满足外来游客。本文认为主客共享的第三空间应从以下几点进行建构扩张：

完全站在使用者的立场。第三空间说到底是为了人而存在，为了人而发展。未来第三空间应越来越明晰自己的功能定位，向在地居民提供专业化的公共空间服务，越来越重视挖掘空间潜力，提升空间功能的针对性和合理性，进而不断提升公共空间的休闲功能和服务质量，满足本地居民和外来游客日益增长的精神文化需求，切实提高居民幸福感和游客满意度。

给设计以“美”的灵魂。作为满足在地居民休闲放松功能的第三空间，未来应更加讲究高颜值、高品位，讲究地方特色和审美风格，不但要更加“好用”，而且要更加“好看”，通过空间设计、服务提供、实践活动，营造出艺术审美氛围，以提高在地居民的审美感知和鉴赏能力为目标，将“美”作为主要传达观念，将审美融入日常休闲生活，提供给在地居民文化熏陶、精神滋养，烘托城市审美文化氛围。

有温度才是第三空间的样子。无论是新建还是更新，第三空间的活动主体都包括在地居民，建设主体也应充分考虑在地居民的功能诉求。因此，第三空间的建构过程同时必须是社区动员的过程，是公共精神培育的过程。人创造了美的第三空间，美的第三空间也会反过来影响人、塑造人，只有将第三空间的社交属性培育好，才能够打造出有生命力、有温度、有人情味和亲和力的，且能和城市、公众交融共生的“公共文化空间”。

创意从传统中来到现代中去。第三空间除了对本地文化进



行传承转化，还应该发挥跨界思维，引入场景IP，打造城市创意高地。一方面空间主题要富有创意，根据在地文化、园区旧址的历史积淀进行独有的主题性营造；另一方面空间提供物也要引入创新元素，充分发挥跨界思维，为在地居民提供充满新鲜感的文化服务与文化产品，从而激发其文化参与的热情，使第三空间成为城市创意引擎、创新高地。

绿色设计理念营造一方世外桃源。现在旅游者都是将生态优良、风景秀美的地方作为目的地，因此第三空间建设不能盲目地用大拆大建的方式破坏区域的生态资源，要保持旅游地的生态环境和宜居宜游属性。在场景构建中，要注重立体绿化式建设，不能过多侵占自然空间，而是要让文化空间融入自然，在“青山绿水”中打造出人与自然和谐共生的场景，给在地居民和外来游客以身心均得放松的城市第三空间。

参考资料：

[1]卜希霆, 龚雪莲. 文旅融合场景下公共文化空间创意营造, 国家公共文化服务体系示范区交流研讨活动, 2019-10-29.

[2]王克岭, 董俊敏. 旅游需求新趋势的理论探索及其对旅游业转型升级的启示. 思想战线, 2020, 46(2): 132-143.

[3]杜彬, 李煜, 覃信刚. 文旅融合背景下旅游第三空间的建构. 民族艺术研究, 2020, 33(03): 152-160.

Phenomenal influencer, a tipping point for leisure and vacations industry

现象级网红，不失为休闲度假游的引爆点

文 / 李庭筠

“丁真走红，带火了四川和西藏旅游”、“直播带货？看网红县长的”、“网红热气球，带你去浪漫的土耳其”……伴随多元化自媒体时代的飞速发展，现象级网红人、网红事、网红产品瞬间带火旅游目的地的词条不断涌现。虽说我们应更为客观地看待此类现象的产生，但不得不说现象级网红的出现，的确不失为休闲度假旅游产业品牌推广的一种全新方式。

一、网红带火旅游喜获点赞

国务院总理李克强主持召开国务院常务会议指出，旅游消费潜力巨大，应适度支持建设智慧旅游景区、鼓励景区加大线上营销力度、引导云旅游等新业态发展，确定适应消费升级需求支持“互联网+旅游”发展的措施，合理化引导“网红”旅游经济的发展。

“不光丁真，大家可能还会看到新疆伊犁昭苏副县长贺娇龙，还有黑龙江大兴安岭林区塔河县文化和旅游局局长都波，这些“网红”旅游代言人对当地旅游开发、脱贫攻坚和乡村振兴都起到了很好的积极作用”，在国务院新闻办举行的新闻发布会上，文化和旅游部资源开发司负责人单钢新说。他表示，对现象级旅游网红需要加强合理引导，引导这些网红达人坚持正确方向，在发展旅游特别是在脱贫攻坚和乡村振兴中发挥重要作用。

二、网红带火旅游花样层出

(一) 网红代言人大力带火旅游品牌

“川藏battle”让“丁真+理塘”名气大涨，据不完全统计，丁真凭一己之力，拿下近50个微博热搜，破百亿阅读量。四川、甘孜、理塘作为目的地在微博上获得强曝光，成为微博热搜词汇。至少从现在来看，“丁真+理塘”是成功的。借势热点事件主动话题营销，是西藏和四川文旅主管部门本次旅游形象营销的主要措施，为各自地区内休闲度假目的地进行了一波高效宣传推广。

为大力推广当地旅游品牌形象，提升休闲度假目的地客流量，各地区文旅部门相关人员同样是各显神通，骑马奔驰的美女副县长带火新疆昭苏旅游则是另一个典型案例。在宣传视频中，这位县长驰骋的雪原就是昭苏著名的巴勒克苏大草原，每到夏季，远处的群山还被白雪覆盖，这里的草叶已经开始新一轮的生机。目光所及之处都是沁人心脾的绿色，细细看上去上面又点缀着各色的小花，把这片绿色装扮得美轮美奂，就像孩子们眼中闪现出的星光一样。“网红县长”借助自媒体展开的事件营销，着实对新疆昭苏的休闲旅游景点进行了强有力的推广。

(二) 网红休闲产品持续推广旅游品牌

众所周知，土耳其可谓是一个凭借网红休闲度假产品而享誉全球的国家，网红热气球、高空跳伞、棉花堡、网红轮渡等都是该国家特色的旅游产品。

网红热气球：土耳其的热气球是天时、地利、人和共同作用的结果，卡帕多奇亚如同月球一般荒凉诡异的地貌，更为土耳其网红旅游国家的打造奠定了得天独厚的资源优势，网红热气球已成为土耳其的重要旅游标志。



丁真带火的四川甘孜藏族自治州理塘旅游

高空跳伞：在“死海”上空飞翔，感受一望无际的海水和高山；俯瞰蓝色地中海美景，脚下湛蓝的海域如同一颗巨大的蓝宝石……在一千多米高空滑翔的感觉，“刺激”根本不足以形容这种震撼的感觉。

棉花堡：棉花堡位于土耳其代尼兹利(Denizli)市的北部，是世界知名的温泉度假胜地，此地不仅有上千年的天然温泉，更有钙化形成的好似棉花一样的山丘。土耳其文Pamuk表示棉花，Kale表示城堡，所以Pamukkale就叫棉花堡。

此外，依托深厚文明底蕴而成的人文建筑（圣索菲亚大教堂、以弗所古城、圣约翰教堂），精心构筑世界唯一的奇特景观（棉花堡的石华灰梯田、卡帕多奇亚），休闲的小镇风光（海滩、瀑布、洞穴酒店、温泉酒店、特色美食）等极富创意的网红旅游产品，均促使土耳其成为国内外游客度假的摇篮。

（三）网红带火旅游路径探究

1.借网红效应，推项目品牌

各休闲度假项目载体在建设及运营过程中，一方面，应积极发现、创设具有自身景区自然、文化等资源特色的网红代言人、网红事件、网红内容等，为项目品牌形象推广赢得机遇；另一方面，应注重借助外界现象级网红效应优势，将自身景区特色与网红特点相结合，加快对自身休闲景区景点的宣传推广。

2.创网红场景，添景区新意

正如之前在网上爆红的一些休闲旅游景点，粉黛乱子草花海、七彩滑道、高空秋千等，从这些项目中我们可以感受到强烈的画面感、深度的代入感、领先的新奇感和无与伦比的互动性等特点，这些场景也成为网红景区的关键。各休闲

景区景点运营主体应通过深度挖掘自身资源特色，搭建能够代表自身品牌特色的优质网红场景，提升项目地游客吸引力的同时，助力景区景点长远发展。

3.搭线上平台，扩游客流量

“网红”“旅游目的地”的产生除了其自身场景所具备的各种特质之外，移动互联网的技术与流量，对网红景区的发展也起到了巨大的推动作用。内容创意加上网红场景，线下景区导流，线上短视频平台助推，二者共同作用，形成良性闭环，使各个网红休闲度假目的地得以走红全国。

4.引特色产品，助长远发展

项目地通过引入具有辨识度、有创意、有特色的项目带来的轰动性效应而实现休闲度假走红的目的。在旅游产业发展过程中，本身就有一些创新项目，它们能够在短时间内吸

引人们的注意，并且能够将这种注意力迅速转化为大众游客的打卡行为，这种项目就有潜力打造成网红项目。

参考资料：

[1]文旅部点赞丁真等旅游“网红”：加强合理引导，助力脱贫攻坚.工人日报.2020.12.23.

[2]“丁真+理塘”爆火，旅游目的地绝非只能靠天吃饭.正略文化旅游研究.2020.12.02.

[3]被骑马奔驰的美女副县长带火的昭苏，有这些美景等着你发现.2020.12.01.



土耳其卡帕多西亚热气球



土耳其棉花堡天然温泉



模式创新

INNOVATION MODEL



十四五规划和2035年远景目标纲要明确提出，要“增进民生福祉，不断实现人民对美好生活的向往”。大众旅游时代已经来临，旅游不再是一种奢侈品，而逐渐成为现代人的幸福必需品，游客的需求也变得更加多元化、丰富化，在这种发展趋势下，旅游产品需要不断创新，旅游方式需要更加便捷化、人性化，更多的旅游模式被不断刷新，微度假火爆、户外运动受到追捧……



Development model of whale-watching tourism in Beibu Gulf of China

中国北部湾观鲸旅游发展路径探析

文 / 邓冰 范鸣晓

近日广西省北海市涠洲岛海域传来鲸群稳定出现的好消息，布氏鲸首次靠近科考船附近捕食，场面震撼！自2017年北海涠洲岛传出有鲸群出现的消息以来，由广西科学院、中科院水生生物研究所、北部湾大学与自然资源部第三海洋研究所共同组成的广西水生生物联合实验室的科学家们连续五年对鲸群进行了科学观测。观测结果表明这是中国大陆自80年代以来已知的唯一近海稳定分布的大型鲸类群体。

随着中央电视台等多家媒体的报道，布氏鲸这种海中巨兽成为网红，在没有正式开放观鲸活动的情况下，依然有一些游客雇船出海观鲸，观鲸旅游成为热门话题。从世界范围来看，观鲸旅游作为滨海度假的重要吸引物其发展路径宜疏不宜堵。

以野生海洋动物为观赏对象的旅游活动主要是观鲸鱼、海豚、海象、海狮、海豹、鲨鱼等鲸目（Cetacea）、鳍足亚目（Pinnipeds）和板鳃类（Elasmobranchii）动物，前两者是哺乳纲、后者是软骨鱼纲。除了少数地点可以在离岸不远的浅滩观赏外，多数游客是通过乘船、潜水、乘直升飞机等方式进行观赏。这些项目提供摄影、喂养、同游、触摸等人与海洋动物互动的机会。少数专业性的海洋探险旅游者喜欢

刺激性的鲨笼潜水，即隔着吊笼观赏世界上最具攻击性的食人鲨大白鲨（Great white shark），多数游客还是最喜欢观赏温顺、通人性的鲸类动物。

根据目前资料所知，中国海洋境内已知哺乳纲的鲸类动物9科37种，鲨类8目21科146种，物种多样性丰富。但目前对海洋动物的利用主要集中于渔业捕捞、水产养殖、生物制药等传统优势研究领域，在旅游方面的贡献也限于海洋馆参观，在自然环境中开展观鲸、观鲨等生态旅游活动的数量微乎其微。这与国外已经持续开展数十年，有深入广泛研究的观鲸旅游形成鲜明对比。

一、世界观鲸旅游发展研究

观鲸旅游（Whale Watching）是以可持续的方法在海岸边、船上或其它小型飞行器上观察鲸类动物，或是通过与鲸类一起游泳和其他相互影响的方式来观察鲸类（《生态旅游》）。全世界观鲸旅游在20世纪50年代环境保护主义者反对商业捕鲸运动中兴起并经历了爆炸式增长（Neves, 2010）。霍伊特（Hoyt）对全球观鲸旅游活动的回顾表明了其惊人的增长。他声称，1983年只有12个国家有观鲸活动，



北部湾鲸群活动/广西科学院海洋研究中心副研究员 陈默摄

但是到1995年，他发现观鲸活动已经扩展到了295个社区和65个国家（Hoyt, 1996）；到了2000年，已经有87个国家和地区吸引了900多万参与者，形成了一个至少是10亿美元的产业，（Hoyt, 2001）；到2009年，Cortez & Knowles 观鲸业是一个全球数十亿美元的产业，每年至少吸引1300万人（O on., Campbell, Cortez & Knowles, 2009）。

最常见的观鲸旅游形式是乘坐赏鲸船观鲸，包括皮筏艇和客轮改装船等，大约占观鲸旅游总数的72%。还有少量的游客是乘坐固定翼飞机和直升机观鲸（每年约10000名参加者）。

观鲸旅游的对象超过83种鲸类动物，焦点物种是座头鲸、灰鲸、南露脊鲸、北露脊鲸、蓝鲸、小须鲸、抹香鲸、短鳍领航鲸、虎鲸和宽吻海豚等。其中蓝鲸和北露脊鲸被归类为濒危物种，而座头鲸和南露脊鲸则被认为是易危物种（IUCN红皮书），所有鲸类动物在我国都至少是国家二级保护动物，一部分为国家一级。

根据IFAW统计，美国、澳大利亚和加拿大等观鲸旅游业大国，占世界观鲸旅游总人数的50%；亚洲国家和地区成为世界范围内观鲸旅游者的新兴目的地，2009年世界范围内观鲸旅游收入25亿美元，直接就业人数19000人。一些小型岛

国（多米尼亚、格林纳达和圣卢西亚岛）观鲸业的收入分别占到其GNP的16%、25%和50%。在印尼巴厘岛北部的罗威纳（Lovina）地区，观鲸游客的人数占到总体过夜游客量的60%，观鲸旅游业的整体收入占到了总体收入46%。根据统计，观鲸旅游业的从业者的收入大大高于当地收入的平均水平。在塞舌尔同样如此，短短14周的观鲸旅游为当地带来499万美元的经济效益。哪怕在商业捕鲸大国（日本、挪威和冰岛），观鲸旅游业潜力同样巨大。

从全世界范围来看，1994年到1998年期间是观鲸旅游者增长最快的几年，台湾的观鲸人数从0人增长到每年3万人，冰岛观鲸人数增长了250.9%，意大利增长了139.9%。

很多研究表明，观鲸旅游船的近距离接近已经改变了鲸鱼的行为，包括一些很受欢迎被列为濒危物种的鲸鱼。此外，一些研究也表明，与鲸鱼的地理接近度相比，对鲸鱼干扰更为重要的变量是船的类型、产生的噪声和操作方式。

因此，许多国家对观鲸旅游产业采取了规范的管理办法（Carlson, 1996）。典型的做法是限制了靠近鲸鱼的船只数量，并规定了最小的靠近距离。例如，澳大利亚昆士兰州允许最多3艘船只在距离任何鲸鱼300米以内，最小靠近距离

为100米（昆士兰环境和遗产部，1994）。这可能是因为他们认为这些规定更容易实施，而且动物与潜在干扰源之间的分离也很重要。



新西兰凯库拉观鲸

二、澳大利亚海豚岛案例

澳大利亚莫尔顿岛上的天阁露玛度假村以野生海豚的稳定到访而闻名，被称为海豚岛度假村。莫尔顿岛面积为189平方公里，岛周长38公里，是世界上面积最大的沙质岛屿。岛上有丰富的植物、海洋生物、鸟类和野生动物，接近98%的面积是国家公园保护范围。余下2%的面积是天阁露玛度假村。天阁露玛野生海豚度假村是在原有捕鲸站的基础上发展起来的。1965年之前澳大利亚每年从捕鲸中获益约为3200万澳元，如今，通过观鲸旅游，澳大利亚每年获益约7000万澳元。2011年，度假村接待的中国游客数量已经达到12,000人次，超过日本和新加坡，成为天阁露玛度假村最大的海外市场。

喂食野生海豚项目开始于1992年，由海豚教育中心（the Dolphin Education Center）现改名为海洋教育与研究中心（Marine Education and Research Center）具体实施。为了维持优良生态环境和高品质的旅游环境，海洋教育与研究中心在长期研究的基础上拟定了具体措施，对喂养野生海豚项目实施严格管理措施：

- 游客必须提前在海洋教育与研究中心预约才能参与喂食活动；
- 喂食之前由工作人员告知具体注意事项；
- 拿小鱼喂食前要消毒双手；
- 感冒或生病的游客不能去喂海豚；
- 喂养区域不许吸烟；
- 禁止喷抹驱虫剂和防晒霜；
- 不允许摸、打、拍海豚；
- 喂食过程中有工作人员带领陪伴，协助并管理游客，确保没有违反规定的行为发生；
- 喂食量控制在海豚每日平均食量的10-20%，以确保海豚在野外生存和觅食的能力不受影响；
- 喂食区域安装有摄像头，工作人员持续记录海豚抵达的数量及特征、喂养小鱼的数量、海豚抵达和离开的时间等。

海洋教育与研究中心配备了五名全职员工，其中四名是资深海洋生物学家，还有大量的志愿者协助工作。除了管理每日的喂食野生海豚项目，中心还为摩顿湾的动物提供救助服务。度假村设立了天阁露玛海洋研究基金，为摩顿岛、摩顿湾及其周边地区的自然环境研究提供资金支持。此外中心还为学校提供教育项目，组织海洋学家走进课堂，通过激发学生的兴趣，鼓励他们着手创造更加健康的海洋环境。

野生海豚的出现本是一次偶然事件，结合科学研究发现野生海豚规律，并通过定时定点喂食的方式，使海豚的偶然来访转变为每日必访。经过持续四十多年的深入研究与精心维护，终将野生海豚发展为摩顿岛无可替代的旅游招牌。

三、中国北部湾开展观鲸旅游的建议

中国已经成为亚洲地区最大的观鲸旅游客源国，但目前规范化、成规模开展观鲸活动的地方仅有台湾东部的花莲、宜兰、台东等县，大陆地区目前唯一一个有条件开展观鲸生态旅游项目的是北部湾。

北部湾的海洋生态是中国近海最好的区域之一。得益于近年来海洋生态环境的保护及改善，中华白海豚、布氏鲸等大型珍稀海洋动物稳定出现。

钦州市三娘湾海域是中华白海豚（Sousa Chinensis）重要的栖息地之一。中华白海豚也是一种鲸，属于鲸目齿鲸亚目海豚科。2004年开始便有渔民使用自家渔船搭载游客出海观看，后来发展用快艇、泡沫艇及小型观光船搭载游客，经营模式也由原先的分散经营发展为近年由快艇队承包。经过近10年的发展，三娘湾的中华白海豚观光游已有一定知名度，但同赏鲸业发展成熟的国家相比，还面临着经营模式混乱、专业向导匮乏、旅游者行为与动物保护之间矛盾较大等问题。

涠洲岛海域是我国近海在20世纪80年代后发现的已知唯一的大型鲸类捕食场所。由广西科学院、中科院水生生物研究所、北部湾大学与自然资源部第三海洋研究所共同组成的广西水生生物联合实验室在涠洲岛附近海域开展多次研究，已确定个体超过32头，常出现月份为每年9月中秋节前后至次年4月底。

目前，出于慎重考虑涠洲岛管委会、北海地方政府没有推出任何官方的出海观鲸旅游活动。随着新闻媒体的传播，涠洲岛出现了局部的观鲸热，一些当地渔船、摩托艇避开管委会的监督私自搭载游客出海观鲸，有些甚至还开足马力追着鲸跑。这种行为会对布氏鲸群造成惊吓。目前通过科研人员的观测，每年1-4月涠洲岛布氏鲸群常会出现母鲸带着幼鲸，倘若母鲸受到惊吓，很可能会抛弃幼鲸，最终导致幼鲸死亡。

为了保护布氏鲸，当地政府于2018年颁布了《北海市涠

洲岛生态环境保护条例》，规定“禁止在离岛6公里范围内捕捞”。同时，渔政部门加强了巡护力度，社会各界也呼吁人们在布氏鲸状况尚未得到彻底科学评估之前不要观鲸。

如何科学、有序的保护和利用好这一世界级的生态旅游资源，有效引导观鲸旅游的发展？如何以观鲸旅游为契机，开启北部湾世界级滨海生态度假区建设的新篇章？笔者建议在国家海洋局、文化和旅游部、自然资源部等部门指导下，由当地政府机构牵头，从以下几大方面尽快规范化开展观鲸旅游及其持续性研究：

① 联合海洋科学家对鲸豚为主的生态旅游资源进行摸底调查。联合海洋科学家，结合现有科研成果，对观鲸路线沿途海域范围内的鲸类动物的分布和季节性进行摸底确认，确认在哪些地方、什么时间能看到哪些物种，提炼对经营者和游客都有用的信息，以确定观鲸旅游的可行性。同时，还需要了解观鲸出发地港口及相关航线的现状和未来规划。

② 对观鲸旅游的潜在影响进行评估，包括对鲸类物种的影响评估、海洋环境影响评估和社会经济评估。需要把观鲸旅游所涉及的海域的所有利益相关方都考虑进去。评估需要每隔一段时间持续定期进行，根据环境影响评估调整观鲸旅游人数上限和观鲸方式。

③ 编制北部湾观鲸旅游发展规划。在资源调查和环境影响评估的基础上委托专业机构进行科学规划，明确未来开展观鲸旅游的范围界定，分析旅游市场，梳理观鲸为主的生态旅游产品体系，明确未来发展战略，对现有旅游支持基础设施进行分析，比如酒店、旅游交通、停车位、垃圾搜集站、应急救援等，提出近期发展的重点项目。

④ 明确观鲸旅游管理主体和特许经营主体。在观鲸旅游的范围界定后，进一步明确海洋保护区或景区作为观鲸旅游管理主体。负责细化观鲸旅游管理法规，并颁布权威的观鲸指南，监督打击非法观鲸活动。明确观鲸旅游的特许经营主体，可以是具有实力的正规轮船公司、农村合作社/渔民合作联盟、非政府保护组织或研究中心经营的非盈利机构等。特许经营许可证的颁发，关键之处在于把每个片区的经营者控制在几个以内，根据新西兰和南非的经验，每个片区只有1-2个经营单位，这样有利于避免价格战，鼓励了运营者对高质量产品的投入。同时，还需要对运营者的观鲸船只大小和类型进行控制和管理。

⑤ 开展培训，培养优秀的自然观鲸导览师。每条观鲸船除了船长或舵手，都需要配备自然观鲸导览师。自然观鲸导览师需要学会如何在不打扰鲸鱼的情况下接近它们，向游客解释海洋动物的行为，并学习恰当满足游客的期待和管理游客行为。

⑥ 制定市场推广计划。制定品牌推广计划和品牌宣传口号，突出营销理念创新，坚持传统媒体、现代媒体、新兴媒

体结合的方式推广北部湾的观鲸旅游，广泛动员干部职工、高校学生、网络达人、专家学者、资深玩家，讲好北部湾的鲸鱼故事，唱响北部湾的蓝色歌谣。

⑦ 申请世界鲸豚遗产地。鲸豚遗产地的评选是由世界鲸豚保护联盟（World Cetacean Alliance）发起、世界动物保护协会（World Animal Protection）支持的一项认证项目，旨在评选全球最佳且负责任的鲸豚观赏目的地，为希望在自然栖息地以负责任的方式观赏鲸豚类动物，并为以不打扰的方式了解它们自然天性的游客提供了指南。

⑧ 设立北部湾国家海洋博物馆及研学基地。一个顶级的博物馆能让整个片区获益匪浅，比如冰岛建设的世界一流的博物馆胡萨维克鲸鱼中心为当地带来了大量的游客和经济价值。北部湾国家海洋博物馆可以对科学家的研究成果进行搜索、整理、数据化储藏和艺术化展示；另一方面，也是作为科学研究团队的长期基地，方便对接更多的科研团队加入。同时，还可以作为受伤鲸豚的救助中心和开展公众环境教育、研学旅行的重要场所。北部湾研学基地针对中小学生和亲子家庭，加强与学校的合作，提供深度学习课程和自然导师，培养孩子的海洋生态文明理念和文化自信感。

（特别鸣谢：广西科学院海洋研究中心副研究员陈默老师为本文提供专业审核及科研考察图片。）

参考资料：

- [1] S O'Connor, R Campbell, H Cortez, T Knowles, Whale watching worldwide : tourism numbers, expenditures, and expanding socioeconomic benefits, 2009.
- [2] 艾里克·霍伊特，观鲸和观海豚旅游发展蓝图，国际人道对待动物协会，2012.
- [3] 彭重威,吴海萍,王先艳,张晨晓,许允厚.钦州三娘湾中华白海豚观光游现状调查及分析.钦州学院学报,2014,29(8):11-15.
- [4] 邓冰, 王彬汕.澳大利亚天阁露玛野生海豚度假村生态旅游经验启示, 理想空间No.69, 2015.
- [5] 新华社新媒体，与鲸共舞——涠洲岛的布氏鲸守护者，来源：<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1689311049786494552&wfr=spider&for=pc>，发布时间：2021-01-20.

Analysis on the development trend of “micro-vacation”

偷得浮生两日闲： “微度假”发展趋势探析

文 / 白雪

十四五规划和2035年远景目标纲明确提出，要“增进民生福祉，不断实现人民对美好生活的向往”。大众旅游时代已经来临，旅游不再是一种奢侈品，而逐渐成为现代人的幸福必需品；也不再是传统的走马观花式的“到此一游”，而逐渐转变为一种旅居度假的“生活方式”，“微度假”已成为适合后疫情时代旅游休闲的一种主流模式。本文在分析微度假是什么，与传统度假有何差异、是如何火起来的基础上，总结了标杆案例的成功经验，并提出微度假发展的四大趋势。

一、什么是“微度假”？

“微度假”最早被观澜湖定义为“不需要舟车劳顿，不用太多准备，畅享身边的度假生活”。具体来看，微度假一般以出行者居住的大都市为中心，在周边2小时车程以内的目的地，利用周末闲暇时间进行的短时高频但又能够满足完整度假需求的休闲旅游活动。就其特点而言，首先，微度假的本质是“真”度假，游客的时间支出、精力支出逐渐轻量化，没有了长途跋涉，更快地远离城市喧嚣，更多的时间投入度假生活，最大程度地融入世外桃源，达到“真放松”这一度假的核心目标；其次，微度假的核心是形式更灵活、内容更丰富、体验更深层，小规模、自组织、短距离、慢节奏使得游客参与度假的时间、方式越来越灵活，温泉养生、野奢民宿、乡野田园、亲子互动、主题活动等体验项目使得游客微度假活动内容更为丰富有深度。

二、“微度假”与传统度假有何差异？

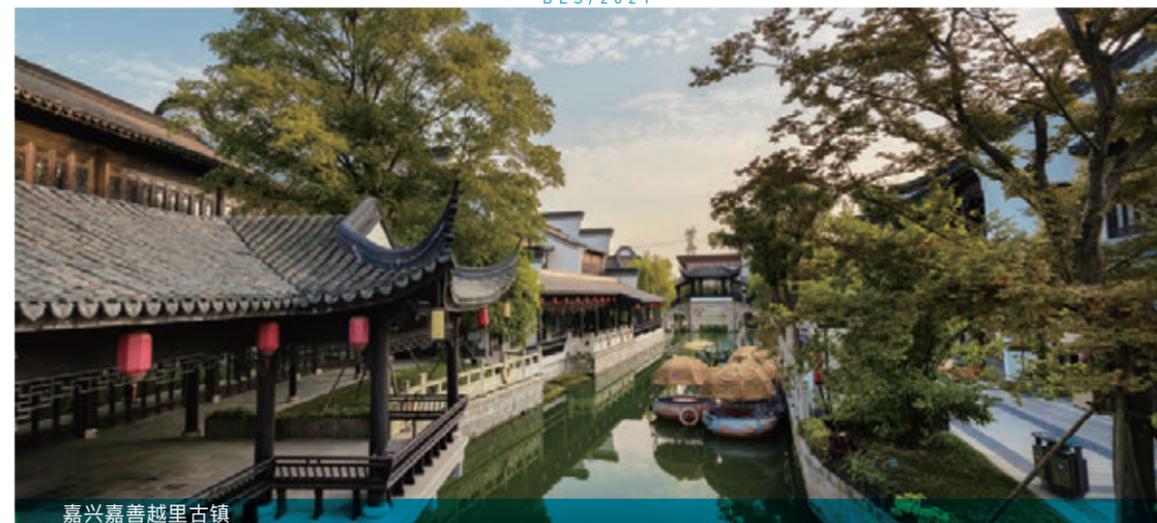
传统度假的典型特征是消费能级高、停留时间长，以发达地区高收入人群为重要目标市场。而微度假的特点是短时

间、近距离、轻休闲、深体验、真放松等，因此微度假相比传统度假旅游客源层更广：一是时间上能够适应“有钱缺闲”一族的度假需求，尤其是对缓解工作压力的上班族更为友好；二是花费上能够满足大众群体的休闲度假需求，不仅适用于中产阶级，而且也能满足无产阶级；三是内容上更能“普惠众生”，与只能让少数人幸福的传统度假不同，微度假是让更多人幸福的产业，不仅可以康身健体、养心养老，洗肺避霾、避暑避寒，也可以情调小资、家庭亲子。微度假模式实际上是一种快捷性、经济性、普适性的休闲度假新模式。

三、“微度假”怎么一下子就火了？

旅游需求品质化，呼唤升级版的旅游目的地。消费升级背景下，名山大川、观光游览、拍照打卡已不能完全满足旅游者的体验需求；伴随自驾游的迭代升级、国民休闲习惯的养成，周边休闲度假已成为我国城市居民旅游消费的一个长期趋势，度假式旅居已经转变为一种新的生活方式，尤其是对于大城市居民而言，工作节奏快、生活压力大，利用周末闲暇时间就能逃离城市的喧嚣，进入一方世外桃源、享受放松的时光已成为“刚需”。旅游需求的品质化为微度假爆发奠定了市场基础。

疫情防控常态化，更安全的微度假井喷增长。新冠肺炎疫情影响下的旅游活动由于相关政策不得不紧缩活动空间，尤其是2021年春节倡导的“就地过年”更是使得距离近、时间短、风险低的周边游率先恢复并爆发式发展，多家在线旅游服务平台显示本地酒店、用车预定占比显著提升。在疫情之后人们的消费需求有了新的转变，微度假成为更受大众欢迎的休闲方式，尤其是疫情防控常态化背景之下，城郊周边游



嘉兴嘉善越里古镇

已成为居民出游的主流。疫情防控的常态化为微度假爆发引领了风向。

四、微度假目的地标杆案例——嘉善

作为上海的后花园，嘉善对“微度假”需求的满足，可谓近水楼台。无论自驾、高铁、房车，都可以在一个小时内，让那些来自大都市里行色匆匆的脚步慢下来，停下来感受什么是“离上海很近，离焦虑很远”。

在嘉善越里这样的新兴文旅商业街区里，聚集了众多风格迥异的文化体验民宿、特色餐厅、非遗手作店铺、亲子体验作坊等，以及整个冬季不落幕的汉服穿越之旅，带给家庭亲子、旅居度假的都市人很多精致体验。而周边的上海人才创业园、影视小镇、巧克力小镇等众多项目正在逐渐形成合力，成为新兴的居旅城市带。《中国好声音》、《蒙面唱将》等王牌综艺在这里拍摄制作。嘉善，站在微度假的风口，正在萌生集旅居、文化、影视、康养、体育等于一体的微度假产业集群。

五、微度假目的地发展趋势解析

伴随消费升级、旅游转型，微度假产业的发展以及微度假目的地的开发也呈现出新的特征，无论是传统还是新发展的微度假目的地，不可避免的面临由需求引导的新一轮市场洗牌，接下来本文就微度假发展趋势进行解析：

一是定位要准，立足周边客群需求。微度假目的地是周末游、自驾游时代的产物，它面向的客户是一群偏好“2323目的地”的大城市居民，即他们一般出行2~3天，车行距离城区2~3小时。因此，微度假项目应紧紧围绕城市居民“轻旅游”的核心需求提供全方位的解决方案，针对减压、亲子、旅居等微需求，提供出行更加随意、形式更加自由、环境更加完善、体验更加优良的微产品和微服务。

二是项目要精，产品品质须过硬。由于微度假类产品大都缺乏资源稀缺性且目标市场半径相对有限，也就决定了微度假

目的地必须将深耕客户粘性作为生存发展的第一要务。如何让城市里忙碌的人们，通过轻量化的支出，就能追求新体验，追求文化获得感，追求家庭全员参与的幸福感，追求餐饮与住宿等基本生活需求的品质感，成为了微度假产品开发的核心要义。

三是功能要全，业态覆盖需全面。单体的微度假产品逐渐复合化、多功能化，单一的住宿度假功能或单一的游乐功能已然不能满足游客需求。微度假市场的休闲度假属性和家庭社交属性，要求产品供应需要满足全年龄段的需求，包含亲子、老龄及中青各年龄段功能需求覆盖，具备民宿、美食、艺术、社交、健康、娱乐、亲子互动等多重业态的全家庭型微度假综合体已经成为未来发展的主流趋势。

四是创意要多，有趣比有用更重要。通过个性化建立个性的圈层客户，是引导高频次微度假消费的必要条件，更个性的住宿产品、更别致的景观构造、更特色的文化体验、更新更快的节事活动，是微度假项目必须掌握的自我迭代能力，基于后期运营倒推前端创意、规划、设计，实现可落地、好运营、高收益的目的，最终满足微度假三创要素：创义(创造意义)、创异(创造差异)、创益(创造效益)。

参考资料：

- [1]王克岭,董俊敏.旅游需求新趋势的理论探索及其对旅游业转型升级的启示.思想战线,2020,46(2):132-143.
- [2]观澜湖的新主张——倡导时尚的云生活、微度假.新经济,2013.04.08.
- [3]微度假——赛道已成,资本跑步进场.潇湘晨报,2020.03.04.
- [4]“微度假”热潮标志都市圈个性化旅游市场进入4.0阶段.定制生活,2019.11.06.
- [5]“微度假”——引领下一个五年旅游规划的风向.新旅界,2020.2.24.

Camping spaces+, a new model of outdoor leisure vacation

“营地+”，开启户外休闲度假新模式

文 / 郭潇

伴随我国居民消费水平的提升，营地旅游比例逐渐攀升。帐篷营地、房车营地、自驾营地……多元化露营旅游产品的出现，加速推动了营地旅游产业的发展，日渐形成了“营地+景区”“营地+体育”等的多类型运作模式，极大程度上丰富了户外休闲度假游客群体需求。

一、从政策指引看营地游发展趋势

一直以来，国家及各地市均陆续出台了多项政策文件，专项支持营地旅游产业的发展，从交通、土地、乡村、人才等领域的给予露营度假地方性的说明与指导。《国务院办公厅关于加快发展健身休闲产业的指导意见》、《关于促进自驾车旅居车旅游发展的若干意见》、《汽车自驾运动营地发展规划》等文件的陆续颁布，对露营地内容上提出更加详细的要求和规定。多项文件强调，鼓励在营地周边提供徒步、登山、骑行、垂钓、水上、冰雪、航空、赛车、马术等户外运动设施及服务，支持营地创建自主品牌，完善赛事体系，挖掘本土历史文化和当地特色资源。这表明营地旅游的活动内容正备受关注，同时也是衔接市场、吸引客群、推动露营休闲度假游行业健康快速发展的重要纽带。

二、从经典案例看营地游产业发展经验

(一) “营地+景区”——北京龙湾国际露营公园

北京龙湾国际露营公园位于北京西北部延庆县金牛湖畔，总体占地面积约2722亩，三面环山，一面临水，是国内首座符合国际标准，兼顾我国游客消费习惯的五星级房车露营地。自古以来，延庆因冬冷夏凉的独特气候、钟灵毓秀的自然风光和清新纯净的空气，素有北京后花园、“夏都”的美誉，而龙湾公园正如其一颗璀璨的明珠，镶嵌于山水之间，在

群山的掩映下，逐渐散发出新的光芒。

项目集旅游观光、房车露营、木屋住宿、餐饮娱乐、儿童乐园、休闲度假为一体，包括主入口广场区、主会场区、房车营位区、水景篷房区、木屋别墅区、帐篷区、篷房区、儿童娱乐区等13个功能区。

房车营位区：项目地共200余个营位，有环形组团式和联排式两种分布类型，中间都有独立区域，适合集会、举办小型活动。

水景篷房区：10座充满异域风情的童话小屋，点缀于水景之间，隐藏于绿林之中。让人仿佛置身世外桃源，风情的白色顶棚可抗8-10级风力，非常适合情侣入住。

木屋别墅区：作为一片相对私密的住宿区域，65座充满田园气息，内部风格各异的独栋木屋交错分布，在百年杨树林中若隐若现。

(二) “营地+体育”——中国千岛湖游美国国际营地

营地依托“天下第一秀水”千岛湖，户外活动场地开阔，环境优美，是集自然风光、生态休闲、体育运动、风情体验等功能为一体的“国际交流活动+户外风情体验”主题营地。

千岛湖营地多达40项以上的活动，涵盖体育运动（足球、篮球、gaga球、躲避球、橄榄球、排球、羽毛球、乒乓球、山地自行车、射箭），探险活动（攀岩、绳索、电网、平衡板、水滑梯、CS枪战），水上运动（游泳、皮划艇、滑板、独木舟、三角滑梯、水蹦床、钓鱼）等，项目除室内场馆外，还设有攀岩、高空滑降、射箭、足/篮/网球、山地自行车等多种场地设施，场地环境完全符合国际寄宿式夏令营的营地标准。

(三) “营地+研学”——北京国际青年营（密云青年营地）

该项目是集野外露营、户外运动及教学、户外运动比赛和



千岛湖帐篷营地



房车露营

户外安全自救教育为一体的北京国际青年营首个“营盘”。作为国际青年营的发起单位，共青团北京市委表示，密云营地将为首都青少年创建一个集实践性、参与性、户外性于一体的开放式、综合性、环保的户外营地。

主营区占地面积为50亩，分为活动区、露营区、服务区三部分，内设体验项目将涉及露营和野外露营，包括定向越野、野外生存、徒步、登山、自行车、攀岩等各类户外运动在内的综合体验及教学，户外安全自救教育，团队拓展培训，真人对战游戏训练以及国际青少年参观、交流等多个方面。

三、从行业需求看营地游产业发展要点

近年来，国内营地旅游成为资本追逐的新热点，也是发展的新“风口”。然而在火热的背后，必须认识到我国营地建设还处于初级阶段，面临着内容单一、服务滞后、淡旺季差异明显等问题。要发展营地旅游，必须在原本单纯的住宿属性的基础上不断融入文化、娱乐元素，同时提升服务水平。由此，营地度假游产业发展应结合上述需求稳步提升。

（一）内容为王，打造精品项目

目前我国对于营地感兴趣的人群基本是以中产家庭为主，初期到营地来玩是图个新鲜，住房车、木屋、帐篷等等都是为了体验一下，但是由于产品本身特性会导致客人居住体验并不好，以后就不会再来了。而营地的本质却是以居住体验为辅，体验营地内容及周边项目为主，因此，未来营地经营主体建设过程中，应注重对体验类营地产品的开发与推广，以品质化的营地旅游产品提升项目对游客的吸引力。

（二）突出个性，植入创新业态

实际经营过程中，除了对营地旅游所需的基础设施进行提升完善外，在营地的休闲业态开发方面同样需要下大工夫。通过创新开发各类运动休闲、拓展探险、营地夜游、亲子户外等营地旅游业态，结合自身资源优势做出本营地的固有特色和主题，尽量加大游客的参与性和体验性，如此游客才会建立归属感，形成多次消费。

（三）强调服务，提升运营能力

营地度假游业态产品的丰富，是提升项目地游客吸引力的核心内容，而优质的营地服务则是稳步推进营地旅游产业长远发展的不懈动力。在营地运营过程中，各运营主体应对可能涉及的营位租赁、房车泊车、设施租赁、餐饮住宿等服务项目不断提质增效，为来往游客提供优质的休闲体验服务。

参考资料：

- [1]中国露营产业政策总结.蜗窝营地.2018.11.26.
- [2]中国最美的青少年夏令营地——游美千岛湖国际营地.房车旅行网.2017.07.13.
- [3]贾琛. 露营旅游产品需求及影响因素的研究.广西大学,2017.



研学营地

How to create a stargazing tourist destination

“手可摘星辰”的观星旅游地如何打造？

文 / 许晓丹

康德说，这世上有两种东西，我对它们的思考越是深沉和持久，它们在我心灵中唤起的惊奇和敬畏就会日新月异，不断增长，这就是我头上的星空和心中的道德律令。浩瀚宇宙，漫天繁星，自古以来，人类就对那美丽而又神秘的星空有着特殊的向往。而如今的城市夜白如昼、霓虹闪烁，星空竟然成了一种奢侈品，即使在乡间也难得一见。为了仰望头上的星空，越来越多的人踏上追星之旅，观星旅游地呼之欲出。

一、暗夜保护与观星旅游

“暗夜保护”是近年来国内外许多公益组织提倡的环保概念，其本意是要在纯粹的大自然中寻觅没有工业照明痕迹的暗夜星空。世界自然保护联盟（IUCN）暗夜委员（DSAG）将通过其认证的暗夜保护地分成六大类（排序不反映重要程度）：星光保护区（天文台站及其周边地区）、暗夜公园（受保护的天然区域，包括公园、栖息地和生态保护区等，以及与暗夜有关的传统活动专门划出来的无人区等）、暗夜遗产地（受到保护的人类物质遗产）、暗夜扩展地（城市郊区或乡村地区）、暗夜保护区（区域内混合了合作性社区、乡村地区和自然区域等）、暗夜社区（整个村庄、镇或城市）。我国的生物多样性保护与绿色发展基金会于2018年9月也发布了《暗夜夜空保护地和项目标准》，以期为我国暗夜星空保护地建设、管理等提出标准。暗夜保护为观星旅游打造了核心吸引物，如西藏阿里打造亚洲首个“暗夜星空”，为天文爱好者提供了星空观测的好去处，也推动了当地独特的观星旅游发展。

观星旅游是以天空星体为观察、欣赏对象的旅游活动。

衡量一个地方是否适宜观星，核心在于它是否拥有优良的大气稳定度，即“视宁度”。视宁度（Seeing 或 Astronomical Seeing），是用于描述天文观测的目标受大气湍流的影响而看起来变得模糊和闪烁程度的物理量，它取决于大气湍流活动程度。高海拔地区往往拥有良好的视宁度。除了视宁度之外，大气透明度、较小而稳定的风速、合适的日照数也是衡量的重要标准。参考这些专业因素，大致可以归纳出以下几个区域特点，以满足观星的基本条件：

① 区位上：远离大城市或城市核心区，即远离城市的光污染；

② 海拔上：具有相对较高的海拔高度，云层相对稀薄且大气湍流更为稳定；

③ 天气上：晴天多，作为理想的观星地，全年晴天数应占全年总天数的50%–60%以上；

除此之外，还应具有广阔的视野，而这点对于大多数的偏远乡村而言都是可以满足的。延绵的山丘之上、富饶的田地之间，都可为观星者提供最佳的观星视野。

二、标杆案例解读——日本最美星空冈山县美星町

日本广岛有一个小村落——美星町，是偏远山村，入夜之后，街灯稀疏，长夜暗暗，唯剩满天星斗。当地人聚在一起感叹，“除了满天星星，这里什么也没有”。结果，这句话启发了当地居民，“为什么不可以将星星变成特殊景观，让外人来参观”。而如今，暗夜保护计划、天文台、民宿、星空公园等“繁星”特色让美星町成为日本天文研究重镇，被列为日本三大观星胜地之一，每年吸引着上万名来自世界各地的观星

银河星空



日式庭院改造的民宿

者。正是美丽星空这一资源，点亮了美星町的高光时刻。

防止光污染，营造极致观星环境。日本美星町于1989年11月22日通过了日本第一个地方性防止光污染法规——《美星町防止光害条例》。该《条例》采取了一系列措施来保证一个绝佳的观星环境，例如要求美星町境内晚上10点以后，除了必要的路灯、车灯等安全照明外，关闭其他所有的户外灯火，每家每户都要拉上窗帘以隔绝室内灯光。

提供专业设备，满足专业观星要求。为创造出能够观测到最美星空的最好条件，当地建造了井原市美星天文台，配备了口径101cm的望远镜，能够聚集相当于人类视力约2万倍的光线，可以十分清晰地观测到各种天文现象，且配有可直接观察太阳的特殊镜头“太阳望远镜”。不仅是天文爱好者，即使是到这里游玩的游客，也可以到天文馆驻足一下，体验不一样的旅行。

创新产业业态，打造观星旅游圣地。除了可以尽情观赏天上的银河，美星町还在井原市星空公园设有一条“梦想成真小径”，小径全长77米，以蓄光石铺成，每晚都会发出微微的蓝光，浪漫之余又平添几许神秘。除了景观设计，美星町还聚集了由古民居翻修而成的咖啡屋、和食店、民宿以及售卖当地各色土产的“星之乡青空市”，并且每个月会组织一次天文观星交流会，以丰富游客星空之旅。

三、观星旅游地发展路径分析

取得暗夜保护地认证。具有良好暗夜星空条件的地区，可申请暗夜保护地认证。一般而言，认证标准对于暗夜保护地建设之前的夜空质量、自然条件、基础设施等，建设完成后的照明控制、科普旅游、组织领导等，以及运营过程中的项目规划、运行管理、夜空监测等方面都提出了具体标准与管理办法，这都有助于为有条件或有意愿开展暗夜保护项目的地方开展工作提供参照依据，同时认证还有利于提升观星地品牌知名度、美誉度。

提供专业观星设备。观星旅游的受众非常广泛，上到专业的天文爱好者，下到普通的旅游大众。但真正能被称作观星地的，一定是那些专业天文爱好者认可的地方。而对于这一人群来讲，观测天体的重要设备天文望远镜一定要足够专业，才更能展现观星活动的专业性，展现对天文学的尊重与崇尚，从而吸引更多专业的天文爱好者。世界上最著名的几大观星胜地旁都建有专业的天文观测站。如智利北部艾尔奇山谷内设有10多座天文观测站，并专为天文爱好者配备了

价值4.5万美元的专业望远镜，每晚都能吸引近百的爱好者前来。

完善天文解说系统。观星旅游目前还是小众爱好，大多数民众的观星参与度还是依赖特殊星象的发生而提升，例如流星雨或日环蚀等特殊天文现象；而且对于许多“门外汉”而言，满天星斗乍一看惊艳神秘，长时间观看便索然无味、不明就里。因此，对于观星地发展而言，除配合特殊星象举办系列活动提升民众观星参与程度外，还应积极完善“天文解说”系统，例如建立游客方位、季节的概念，说明身处什么位置，以及什么样的季节能够观看哪些星座等，继而使用天文设备观看肉眼看不到的天文景象，使其有所感、有所悟、有所学。

践行“星空+”计划。积极推动星空+民宿、+艺术、+摄影、+研学，+营地，+音乐等业态融合创新，推动暗夜保护、星空观测、星空旅游等产业链延长拓宽。以星空+民宿为例，因为观星时间段的限制，多数观光者都会在当地留宿，因此对于观星地而言，提供有特色、有趣的住宿，就是其能够快速突围，快速吸引游客的法宝。纵观世界暗夜旅游胜地，它们在住宿体验上都下了很大功夫，例如智利北部的艾尔奇山谷专门为观星者提供了观星酒店Elqui Domos，它已经成为了当地最火的人气磁极，游客至少需要提前半年进行预订才可入住。针对观星爱好者，Elqui Domos酒店将房间设计为360度圆顶结构，房间内有移动式的屋顶，还有玻璃屋顶的观星室。

综上，认证暗夜保护地、打造专业观星基地、提升天文解说系统、实施“星空+”计划为观星旅游地开发与管理提供了方向与指南。观星旅游凭借其独特体验性与精神文化属性必将成为旅游市场的新宠，星空与旅游的结合也为诗与远方在一起提供了完美答案，中国观星旅游发展有着巨大成长空间。

参考资料：

- [1]何勇海.设立“暗夜保护区”与发展夜间经济不冲突.中国旅游报,2019-09-20(003).
- [2]钟乐,杨锐,赵智聪.国家公园的一半是暗夜:暗夜星空研究的美国经验及中国路径.风景园林,2019,26(06):85-90.
- [3]刘国伟.白天要懂夜的黑 西藏入选“世界暗夜保护地”.环境与生活,2018(04):46-53.



典型案例

TYPICAL CASES



顺应“旅游+”的产业发展新趋势，加快实现康养产业与其他产业的深度融合，创新康养类旅游产品设计和产业业态，是新时期发展康养休闲度假产业的主流模式。森林康养是一个可以多边融合拓展的产业，未来将与生态观光、农庄休闲、文化体验、户外运动等产业实现深度融合，以更好地推动多元产业的高效发展，不断延伸康养休闲度假产业链。



Analysis of the classic case of health and wellness tourism industry —Black Forest health and wellness resort.Germany

森林康养度假产业经典案例 ——德国·黑森林

文 / 王禾婷



德国黑森林山脉一角

对森林康养的定义，目前业内一致认可的内涵是指依托优质的森林资源，配备相应的养生休闲及医疗、康体服务设施，在森林里开展以修身养性、调适机能、延缓衰老为目的的森林游憩、度假、疗养、保健、养老等一系列有益人类身心健康的活动。

回顾森林康养度假产业发展历程，共经历了三个阶段。第一阶段是以德国为代表的雏形时代（1980年前），19世纪40年代，德国创立了世界上第一个森林浴基地，形成了最初的森林康养概念；第二阶段是以日本、韩国为代表的研究时代（1980年—2000年），1982年日本首次提出将森林浴纳入健康的生活方式，并举行了第一次森林浴大会，1988年韩国确定了4个森林建设基地，逐步培养了一批规模化的森林康养度假载体；第三阶段则是全世界范围内蓬勃发展阶段（自2000年至今），伴随国内外森林康养基地、森林公园等的建设，促使森林康养度假产业迅猛发展，涌现了诸多可供借鉴的经典案例。

一、项目概况

黑森林康养度假胜地是世界著名的森林康养胜地、全球一流的康养中心。项目位于德国西南部的巴登-符腾堡州，依托德国最大的森林山脉黑森林，占地面积达1710万亩。鉴于

该片区树林浓密程度分布不均，因此分为北部黑森林、中部黑森林和南部黑森林三大部分。项目根据地形特色，进行了多样化规划，打造了集休闲村庄、康养森林、多功能温泉水疗中心、莱茵河景观，地道美食、葡萄酒庄园和独特的手工艺品等多元产业融合的全球性森林康养度假胜地。

二、发展优势

（一）挖掘森林生态资源优势，凸显康体疗养功能

黑森林康养度假目的地的打造，关键是充分发挥了项目地繁茂的森林资源优势。项目片区内松树、杉树等林木种类繁多，森林覆盖率达98%，林中负氧离子含量颇高，这种资源优势为康养型休闲度假目的地的打造提供了得天独厚的生态宜居环境。项目地充分发挥这一生态康养优势，通过植入森林赤足步道、负氧离子浴、枝条浴、水浴、泥浴等特色化的森林康养项目，充分发挥了黑森林的生态康养度假功能。

（二）打造“一步一景”优质景观，营造舒适度度假氛围

项目地除具有优质的森林资源优势外，湖泊水域资源基底良好。片区内部拥有黑森林地区最大的天然湖蒂蒂湖，湖区处在多条旅游线路的交汇点，地理位置独特，且湖畔的小村庄多是德国传统的半木结构的民居建筑，人文环境和自然景观相得益彰，吸引一众游客观光游览。

（三）创新开发特色度假产品，持续推广康养品牌

除上述康养度假产品外，项目地通过打造森林高尔夫基地、森林户外休闲运动基地、森林青少年教育基地、森林水上休闲运动基地、国际化休闲农庄、多功能温泉水疗中心等载体，丰富了片区康养度假产品体系，区域康养休闲度假品牌形象深入人心。

三、经验借鉴

（一）遵从自然，确保生态保护与文旅开发协调发展

习近平总书记生态文明思想始终强调“绿水青山就是金山银山”、“山水林田湖草是生命共同体”。森林康养度假产业发展过程中，应始终紧随生态文明思想指引，坚持保护优先、自然恢复和适度开发的发展策略，在对区域资源进行良好保护的基础上，充分挖掘林地、湖泊等生态资源优势，通过进行生态景观提升，适当植入康养休闲、康养度假等特色文旅产品，稳步彰显区域森林康养文旅功能。

（二）合理规划，积极构筑特色化的旅游空间新格局

就德国·黑森林康养度假胜地而言，依托从北向南茂密的原始森林、高低起伏的丘陵和风景秀丽的湖光，分别进行康养森林、传统农舍、草地牧场等特色主题的打造，是该度假项目地长远发展的核心亮点。任何休闲度假目的地的打造，均应结合自身资源特色，进行合理化、适度化的文旅开发，以确保最大程度发挥各类型资源的旅游功能，打造特色化的

休闲度假空间格局。

（三）加速融合，高质量延展康养休闲度假产业链条

顺应“旅游+”的产业发展新趋势，加快实现康养产业与其他产业的深度融合，创新康养类旅游产品设计和产业业态，是新时期发展康养休闲度假产业的主流模式。森林康养是一个可以多边融合拓展的产业，未来发展过程中应注重将森林康养与生态观光、农庄休闲、文化体验、户外运动等产业进行深度融合，以更好地推动多元产业的高效发展，不断延伸康养休闲度假产业链条。

“十四五”时期，森林康养度假产业的发展将日渐成为休闲度假产业发展的主流。各类产业主体在森林康养度假载体建设过程中，应注重对区域内生态资源进行严格保护，同时进行区域内生态景观、健身绿道、康养产品等的提升打造，以塑造外在形态美、全域生态美、特色业态美的高品质森林康养度假目的地。

参考资料：

[1]森林康养：国外经验与国内市场发展策略.北京天一博城市规划设计.2019.09.19.

[2]森林康养?看德国是如何打造全球著名的康养基地“黑森林”.壹度创意.2019.08.14.

[3]解读《关于促进森林康养产业发展的意见》.国家林业和草原局.2019.03.13.



BES案例

B E S C A S E S



大地风景以“为大地保留和创造动人风景”为使命，重点打造乡村振兴、品质景区、休闲城镇三种异地生活方式。历经19年钻研探索，已完成各类项目3000余项，服务旅游景区300余家，项目涉及世界遗产30处……见证了从中国从世界工厂时代走向美好生活时代的宏大历史历程。本次以国家步道、黄河风景廊道、花卉旅游为典型案例，为休闲度假旅游规划设计提供更多参考。



Master plan for the Yellow River National Scenic Corridor in KenLi.Shangdong

山东东营市垦利区 黄河国家风景廊道旅游总体规划

文 / 郭佳

委托单位：东营市垦利区旅游局

委托时间：2018年

一、黄河国家风景廊道是探索黄河水利经济发展的新模式

项目地位于山东省东营市垦利区的黄河大堤之上——从垦利区的西边界直达黄河入海口，规划研究长度100公里，实际规划设计长度81.66公里，风景廊道总面积283平方公里。廊道作为连接三角洲自然保护区的重要道路以及垦利全域旅游的核心休闲空间，又依托承载着华夏文化与国人情怀的黄河水，力求打造成为集文化、景观、休闲、河务工程等于一体的综合性风景廊道，成为垦利文旅品牌的重要名片之一。

2017年召开的全河工作会议提出了认真落实“维护黄河健康生命、促进流域人水和谐”的治黄思路和“规范管理、加快发展”的总体要求。可见今天的发展模式不再仅仅局限于“防与管”，更重要的是通过合理的措施，探索更和谐的发展模式，保证水生态的同时加强人水情。水利经济的发展逐渐加强旅游业的融入，在这一背景下垦利黄河大堤——水利设施的旅游发展符合水情，市情与民情，黄河国家风景廊道是探索黄河水利经济发展的新模式。

二、风景廊道促进沿黄河旅游的一体化发展，创建“黄金旅游带”

世界级的自然遗产·国家级的战略地位·山东省的创新示范·垦利区的龙头品牌

山东是沿黄九省区唯一地处东部并拥有广大开放地带的

省份，基础设施比较完备，科技创新能力较强，无论是在黄河经济带的协调发展，还是在黄河黄金旅游带的一体化进程中，均发挥着引领示范作用。垦利区作为山东省“黄河入海”的主体片区，将进一步发挥入海口三角洲的景区品牌效应。黄河三角洲作为世界自然遗产的代表之作，将成为世界独具特色，记录华夏文明，展现生态文化的集结地。未来以三角洲自然保护区为核心，选取河口区的冲击平原进行“联合世界自然遗产”的申请（垦利区与河口区联动），塑造品牌形象。同时风景廊道作为黄河三角洲的核心通廊，是重要的枢纽与生长线，沿黄河旅游的一体化发展，成为中国大地上的“黄金旅游带”！

黄河风景廊道是垦利区全域旅游的核心文化休闲带，是从西向东贯穿垦利全域，连接“海城田工”文化片区的走廊。未来通过休闲景观的营造，旅游产业的引入，风情道系统的建设，将改变原有散点的发展格局，构建垦利区的旅游休闲系统，塑造垦利区的旅游形象品牌，并作为垦利全域旅游中的重要发展轴线，成为连接入海口与城区的核心廊道！

三、通过规划，将其建设成多功能与开放性的文化休闲空间

一是要在东营市把原有单一的河务防汛功能的大堤重新利用，使其成为具备多功能与开放性的文化休闲空间；

二是通过建设黄河风景廊道来连接河口口旅游景区与垦利



道路设计

城区，从而引导客群流向；

三是重新整合周边资源，充分利用场地元素，把本底特色不突出的线状空间改造成景观文化休闲的廊道。同时通过本项目黄河国家风景廊道的打造，形成点带线的旅游格局，融入“旅游+”的新模式，跳出原有的黄河旅游资源观，成为沿黄旅游的创新发展示范区。

本次规划设计了“1+1的模式”——“一路一带”的建设路径。通过核心大堤路的提质改造，再融入路两岸文化景观产业带的创新打造，共同构筑绿色休闲廊道体系，让整条国家风景廊道充实饱满。“一路”指风景道系统工程+驿站体系，构筑核心的休闲体验交通线；“一带”为风景文化+全域休闲+产业示范的三大功能合一的体验空间，为风景廊道融入黄河景观文化亮点。

四、创新IP，为山东省发展风景道体系提供实践经验和标准体系

大地风景助力垦利黄河风景廊道形成品牌化旅游廊道，以此填补山东省的空白现状，并且将其打造成为省级的旅游示范系统，为未来山东省发展风景道体系提供实践经验和标准体系。

一是在战略层面，大地风景项目组着力将其打造成为垦利乃至山东，整条黄河经济带的品牌项目；二是不同于旅游风景道，黄河国家风景廊道资源较少，环境比较单一，规划设计中从主题上进行包装设计“母亲之路”，从创新要素上融入文化IP的旅游点，如黄河音乐厅、黄河小夜曲、黄河图书馆等，从特色景观设计上突破设计了音乐之路，能量之路等，为整条市政型道路尽可能的增加品牌亮点与经营性的节点。

五、黄河风景廊道建设有助于政府以及企业的有效衔接

一是政府部门之间的衔接。主要工作包括河务局、文化和旅游局、交通局、林业局等相关部门沟通协调，为实现在满足河务管理要求的基础上最大化地与大众休闲相衔接的目的，部门联合制定了有针对性的政策及措施；

二是政府与企业之间的衔接。一方面在政府做好基础设施的提升与完善的基础上，企业、其他机构或组织通过自建、租赁、合作等形式参与进来；另一方面通过股份制合作，政府和企业共同投资，如政府和新能源公司共同打造新能源汽车产业驾驶示范点，有效促进新能源汽车企业和太阳能光伏发电企业的产业融入，为项目注入发展动力，实现产业示范与文旅服务的创新融合；

三是企业与社区之间的衔接。在项目运营过程中，创建盈利回馈模式或公益基金，为企业营造良好投资环境的同时，提高在地居民的幸福指数。



Master plan and the national trail along the Tea-horse Road and the Tropic of Cancer.YunNan.Prov

云南茶马古道和北回归线两条国家步道总体规划

文 / 程炎青 白雪

委托单位：云南省文化和旅游厅
委托时间：2019年

一、国家步道：时代的要求

国家步道是指穿越国家典型自然特征地、各类人文遗产地，连接具有代表性的人文与生态资源富集区域，并串联多样性的国家级旅游景区，长跨度、高等级、由国家相关主管部门负责管理的步行廊道系统，为到访者提供自然人文体验、环境与文化教育、健康休闲游憩等多元机会，实现传承保护文化遗产、利用自然生态资源、促进旅游发展、活络区域经济的发展目标。

上世纪20年代，步道肇始于美国，并逐步在欧洲和亚洲部分国家及地区得到蓬勃发展。有关文献资料显示，美国目前已经有19条国家风景步道和11条国家史迹步道，近千条国家休闲步道，总长度超过了8万多公里。虽然我国尚处于国家步道的起步发展阶段，近年来，政府部门已开始参与并逐渐重视国家步道的开发。

为什么要建设开发国家步道？《健康中国2030纲要》指出：“健康是促进人的全面发展的必然要求，是经济社会发展的基础条件。”随着社会经济的不断发展，大众越来越倾向于走出城市、走向户外、走向荒野。国家步道的建立对于推动国家户外休闲经济的发展无疑起了举足轻重的作用。

二、国家步道再映云南之美

云南文化旅游正在逐渐加强体育旅游、健康旅游的比重，推动发展“文化+体育+旅游”复合型落地产品，以主客共享为

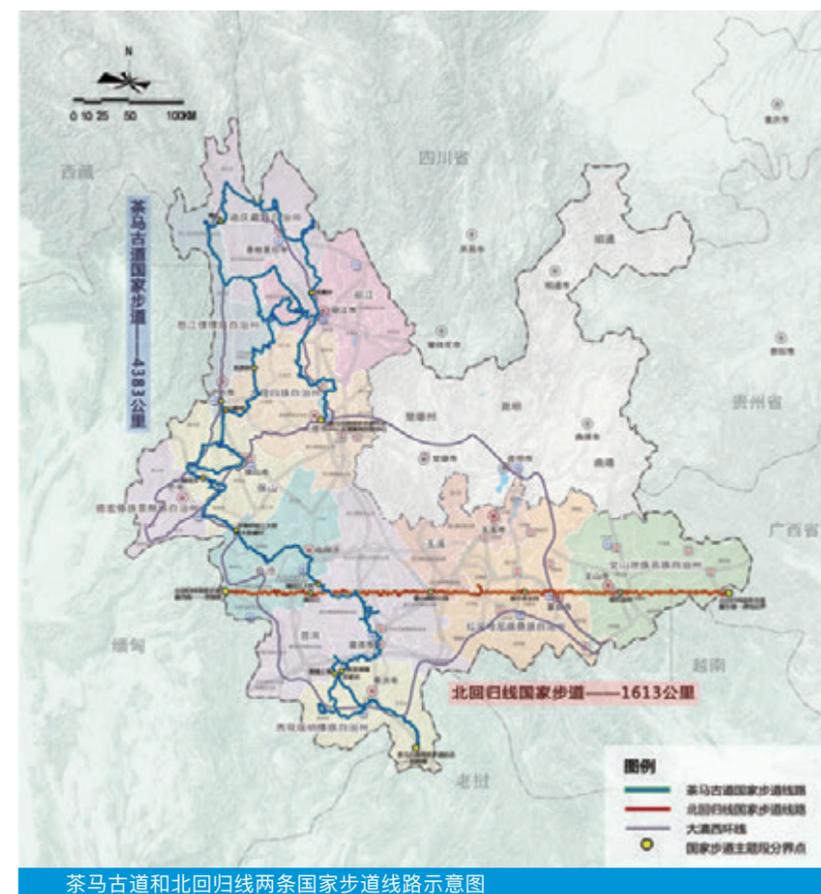
理念，从基础设施、配套服务、休闲度假、主题文化、多元赛事、专业运营等方面进行系统化构建，为外来游客和本地居民提供更广泛的休闲度假与体育旅游的参与空间。而国家步道不仅是一条道路，而是一个产业体系，能够很好的承接大众的这一需求。

同时云南优质丰富的旅游资源与北上广客群的高品质休闲需求具有天然的契合度，茶马古道和北回归线两大国家步道的建设，将沿线丰富优质的旅游资源更好地展示给游客，让北上广一线城市旅游客群重新发现云南之美，获得惊喜的休闲体验。

三、国家步道构建云南旅游发展新空间

《茶马古道和北回归线两条国家步道总体规划》（以下简称规划）的规划范围涉及云南14个地州，纵贯南北，横跨东西，绵延六千公里，步道总里程5996公里。茶马古道国家步道全程约4383公里，主要涉及大理市、丽江市、迪庆州、怒江州、保山市、德宏州、临沧市、普洱市、西双版纳州9个州市。北回归线国家步道全程约1613公里，主要涉及临沧市、普洱市、玉溪市、红河州、文山州5个州市。

规划以“世界顶级自然人文国家步道”为总体发展定位，以“连接文明与自然的精神之路”为旅游口号，通过“茶马古道”国家步道和“北回归线”国家步道两大纵横云南的国家步道建设，使之成为云南省境内从自然景观、历史文化、乡土文



茶马古道和北回归线两条国家步道线路示意图

明、社会生态全方面展示国家物理空间和精神文明的巨大媒介。通过国家步道的建设运营，使之成为云南省“生态友好、富农富民、大众健身、民族团结、连接国际”的生态文明复兴之路。通过两条国家步道的建设，使之成为云南省休闲生活慢行系统，并与大滇西旅游环线互为支撑、紧密衔接，共同构建形成一快一慢的云南旅游发展新空间、新廊道和新网络。

四、搭建“主题步道+特色步道”产品体系

规划对“茶马古道”和“北回归线”两条国家步道的现状资源进行分析得出，沿途的休闲度假、人文体验、乡村产品等旅游资源丰富，涉及到的自然风景点3776个。通过“8+35”、“5+16”的主题步道+特色步道模式，规划将景区景点、休闲度假、人文体验、户外研学、特色营地、驿站、乡村等旅游产品串联成线。

以线路总长490km的“普洱茶源”休闲步道为例，规划对其路段进行了路段、资源特征的全面分析，通过发掘目标市场，进行功能定位，最后立足路段特点，策划和搭建特色线路产品体系。

普洱是茶马商贸文化的重要发祥地，也是茶马古道的重要

组成部分，历史文化资源丰富，茶文化、拉祜文化、佤族文化极具特色，人文色彩浓郁。通过市场调查得知这一路段的目标市场主要集中在徒步爱好者、历史文化爱好者、青少年研学群体。

因此，规划将此路段定位为以茶马古道人文遗迹、民俗原生态村落为特色引领，串联森林公园、旅游景区、观景平台、地质景观节点等游览资源，打造生态景观为底色，茶马古道、商贸文化、民俗风情为亮点的人文休闲步道。

根据路段定位，并依托现存资源研发出一系列产品，包括景区景点、半山酒店、康养度假产品、户外研学产品、特色营地驿站、人文体验产品、乡村旅游产品等。

五、实施展望：链接文化与自然的精神之路

未来，茶马古道国家步道和北回归线国家步道一经落成，将成为中国境内人文内涵最深厚、民族风情最浓郁、自然景观最美丽、垂直气候最显著、单项里程最漫长的国家步道。对全国国家步道体系建设、云南旅游高质量发展、大滇西旅游环线的构建，以及云南的文旅融合发展均具有深远的意义。

Site planning of the key area of the Suining health valley Subject flower scenic spot.SiChan.Prov

四川省保利养生谷项目总体策划、概念性规划和重点区块修建性详细规划

文 / 白雪

委托单位：保利集团-遂宁保信投资有限公司
委托时间：2016年

一、“观音文化+花卉文化”开创旅游创新发展典范

为实现多元化和产业化发展，保利（成都）实业有限公司在旅游领域进行了一定探索，其成功运作的国家4A级旅游景区——石象湖景区已经成为成都花卉旅游的一张名片，并入选首批“四川省环境教育基地”。为了继续加大旅游领域的布局力度，综合各方面因素，成都保利将全面启动遂宁养生谷项目的开发建设，该项目将成为石象湖之后，成都保利试水旅游行业的又一代表作。

为了继续延续石象湖的成功经验，探索花卉旅游的发展模式，应对激烈的市场竞争，实现旅游板块的创新突破。成都保利地产公司于2015年3月邀请国内多家知名旅游机构进行沟通交流和方案比选，最终确定北京大地风景旅游景观规划设计有限公司负责遂宁养生谷项目的策划和深化工作。

该方案立足于遂宁作为观音故里的文化背景，寻求花卉文化和地域文化的有效嫁接，并围绕目标市场，构建了丰富的旅游产品体系，全面化解季节性影响，力争将其打造成为遂



养生谷项目鸟瞰图

宁观音文化城的生态亮点、中华养生谷的核心吸引物以及花卉旅游创新发展的典范。

二、5A级旅游景区高标准要求，创建新阶段康养旅游目的地

本项目地处成渝交界地遂宁市河东新区境内，是遂宁市重点建设工程之一——中华养生谷的核心组成，总占地面积为190.8公顷。修建性规划包括三大重点区块，其中，入口服务区16.90公顷，康养休闲核心区7.28公顷，亲子游乐核心区5.87公顷。

全面按照国家5A级旅游景区要求进行建设，将其打造成为养生花谷、休闲花卉产业为特色，以观音文化为灵魂，充分发挥其作为中华养生谷核心载体的优势，以休闲养生和科普体验为主要功能谷、文创绿谷，力争建设成为川渝地区具有代表性的花卉康养休闲旅游目的地。

三、一品牌、两主打、三亮点、四体验，组作花卉养生度假产品

为了更好地做足花卉养生文化度假品牌，支撑遂宁市建设现代花园城市，本项目创新提出“一品牌、两主打、三亮点、四体验”的产品开发战略，即保利心香花谷一大品牌；主打坡

地花海和佛花观赏；突出四季花景、花卉产业和观音花境三大亮点；做好春寻花拜佛、夏健康活力、秋浪漫情缘、冬祈福迎新四大全时体验。

1.让建筑成为一道亮丽的生态景观

在建筑设计中，充分融入川东传统建筑特色元素，突出花



浴花泉效果图



花仙子餐厅效果图

卉田园环境氛围，地块内所有建筑均采用生态建筑风格，体现田园生态特色，让建筑与生态环境有机融合。

2. 注重技术创新，按照海绵城市建设要求进行设计

本项目在道路交通、建筑、绿地广场、水系水体、净化设施等都方面都充分对接了海绵城市建设要求，使之符合“渗、滞、蓄、净、用、排”的总体要求。

四、景区主题化，重点区域联动发展

深刻挖掘花卉文化内涵和遂宁地方观音文化是规划的核心，并围绕于此，关注建筑、景观、场地、游乐项目等的主题包装，全面塑造成为遂宁观音文化城的生态亮点。根据遂宁建设现代生态花园城市和海绵城市的要求，突出水系规划和生态保护规划，形成遂宁市的特色生态窗口。顺承中华养生谷的总体定位，着重突出休闲养生功能和科普教育功能，通过花卉科普、观音绣体验及生态养生、运动养生等多元化养生产品，全面打造成为中华养生谷核心吸引物。

1. 打造“旅游+”产业集群，发挥花卉旅游的带动作用

从产业和文化方面，通过花卉旅游强大的产业带动作用，重点发展养生、运动、婚庆、教育等花卉衍生产业，全面带动餐饮、住宿、购物、交通、物流等一系列相关产业的发展，打造“旅游+”产业集群，推动河东新区发展。

2. 强调标志景观建设和地景空间营造，主题形象突出

在入口服务区加强花卉文化和观音文化元素的融入，强调

标志景观建设和地景空间营造，形成有特色、有看点的养生谷主题花卉景区第一印区，同时充分依托地块优良的区位交通条件，结合农业公园、灵泉寺等周边景区建设，加强交通集散功能，全面提升景区的可进入性，强化与周边景区的联动性。

3. 主客共享，营造可持续发展新动力

康养休闲核心区则发挥地块优良的植被资源和水系资源，结合中华养生谷的整体地位，完善运动养生、温泉养生、美食养生、休闲养生等多元功能，全面缔造成为养生谷的养生产业集聚区；秉承主客共享的设计理念，注重开放空间建设和休闲业态的布置，使之成为可供周边社区居民和游客共享的休闲康养公园。

4. 水陆联动，增强游客的体验感

亲子游乐核心区加强主题游乐项目的包装和设计，突出花海游乐主线，打造有故事、有体验的花海主题游乐区；充分发挥较为平坦的中心谷地的地貌优势和景观优势，进行旅游游乐项目的集中建设，全面缔造中央游乐区；结合海绵城市建设要求，依托形成的水系景观，进行水上游乐项目的设计，实现水陆联动。

入口服务区、康养休闲核心区和亲子游乐核心区是景区的核心构成，是最为重要和最适宜建设的三个片区，三片区联动开发建设，快速提升景区形象，树立花卉景区的风貌，打造景观独特、体验多元、业态丰富的花卉景区。



赋能 目的地 美好生活 新时代

ENABLE A BETTER
DESTINATION LIFESTYLE
AT THE NEW ERA

规划设计

投融资

注入内容

运营资产



大地规划
文旅规划设计的领跑企业



大地乡居
落地化乡村文旅投、建、运综合提供商



大地投资
专注文旅行业的投资机构



风景文创
文创商业设计与运营的先行探索者



大地溪客
可移动旅居综合开发服务商



大地遗产
文化遗产内容创意与空间运营服务商



大地置地
落地教育赋能文旅产业的管理服务商



风景运营
创新型文旅运营商



大地文旅
投资全球优质IP和内容



丝路驿站
以文旅创新智慧丝路之路



大地云游
基于大数据的智慧旅游营销服务商



风景建筑
创造风景的建筑设计机构



风景小镇
给小镇以文化和产业灵魂



大地亿家
提振人气与品牌价值的综合服务商



江西大地
文化和旅游项目建设全程服务商



山西大地
以区域规划带动文旅产业多业态综合开发



大地风景文旅集团

地址：北京市朝阳区北四环中路27号盘古大观写字楼5层

电话：010-5939 3252 / 189 1130 5757

网址：www.bescn.com

邮箱：bes@bescn.com



BES微信



文旅云学堂