

# BES JOURNAL

13

大地风景内刊

旅游 | 景观 | 建筑



主办：大地风景国际咨询集团

Publisher: BES International Consulting Group

13

2013.3

游  
景  
建  
筑

*Beautiful China • Wonderful BES*

**美丽大地 风景中国**

**BES** | 大地风景国际咨询集团  
BES International Consulting Group





*Beautiful China • Wonderful BES*

---

美丽大地 风景中国

主办单位

大地风景国际咨询集团  
大地风景旅游研究院

编辑

姜丽黎 许晓丹  
陈瑛瑛

地址：北京市朝阳区北四环中路27号院盘古大观写字楼3109

邮编：100105

电话：010-5939 3978  
010-5939 3979

传真：010-5939 3986

网址：www.bescn.com

邮箱：bes@bescn.com

微博：@大地风景旅游咨询

@大地风景旅游研究院

总顾问

吴必虎

英文翻译

吕瑞聪

主编

杨小兰

校对

陈瑛瑛

副主编

聂委光

美术设计

王金蕾

本刊版权归

大地风景国际咨询集团所有

未经许可 不得转载

2013年3月10日出版

内部刊物 免费交流

责任编辑

陈瑛瑛

编委

方起东 王 珏 黄晓辉 盛永利  
栾振锋 董双兵 张 波 刘 君  
李 霞 李关平 于 健 张 时  
张洪治 季 宁 文 艺 刘 颖  
张龙怡 黎筱筱 季辉英

SPONSOR

BES International Consulting  
Group  
BES Tourism Research Institute

EDITORS

Jiang Lili Xu Xiaodan  
Chen Yinging

ADDRESS: Room 3109, Pangu  
Plaza's Office Tower, No.27,  
North 4th Ring Middle Road,  
Chaoyang District, Beijing  
POSTCODE: 100105  
TEL: 010-5939 3978/5939 3979  
FAX: 010-5939 3986  
WEB:www.bescn.com  
Email:bes@bescn.com

GENERAL CONSULTANT

Tiger Wu

ENGLISH EDITOR

Lyu Ruicong

CHIEF EDITOR

Yang Xiaolan

PROOFREADER

Chen Yinging

Copyright © 2013 BES. All rights  
reserved.  
Not to be cited without prior  
permission from BES.

ASSOCIATE EDITOR

Nie Weiguang

ART DESIGNER

Wang Jinlei

Published in 3/10/2013  
This is a house organ; it is free for  
all BES staff.

EXECUTIVE EDITOR

Chen Yinging

EDITORIAL BOARD MEMBERS

Fang Qidong  
Luan Zhenfeng  
Li Xia  
Zhang Hongzhi  
Zhang Longyi

Wang Jue  
Dong Shuangbing  
Li Guanping  
Ji Ning  
Li Xiaoxiao

Huang Xiaohui  
Zhang Bo  
Yu Jian  
Wen Yi  
Ji Huiying

Sheng Yongli  
Liu Jun  
Zhang Shi  
Liu Ying





# BEAUTIFUL CHINA •WONDERFUL BES: PRESERVE AND CREATE AMENITIES FOR THE PEOPLE

## 美丽大地 风景中国 ——为大地保留和创造动人风景

大地风景国际咨询集团 首席合伙人 吴必虎



**吴必虎**

大地风景国际咨询集团 首席合伙人  
北京大学 教授 / 博士生导师  
北京大学旅游研究与规划中心 主任  
国际旅游学会 秘书长  
北京旅游学会 副会长  
商务部中国会展经济研究会 顾问

大地风景在 2012 年创造了很多辉煌的业绩。每一点成绩，都是在合伙人带领下，大地风景的所有员工汗水和心血凝结的成果，是大地风景存续、发展、不断壮大的基础、核心和动力。

回顾来路，大地风景从行业内第一家采用合伙人制的旅游景观规划院，快速发展到如今采取了参股及其他方式，成立了风景大地（北京）旅游投资管理公司、北京大地风景建筑设计有限公司、北京读道创意机构，力图从全产业链的角度构建 360° 旅游咨询服务，在未来，大地风景还会有更多与旅游相关业态的发展。但是，这种发展，并不是也不能够是盲目地追求多、快、大，大地风景的基础核心依然是认真、深入的研究与创新，并把研究与创新的成果转化为国家和社会需要的产品。赚明白的钱，不做亏心的事，是大地风景的基本理念。

本期内刊的主题“美丽大地 风景中国”，符合十八大提出的“美丽中国”的口号，同时也是大地风景一贯坚持的使命“为大地保留和创造动人风景”的具体体现。



虽然“美丽中国”的口号提出来了，但 2013 年初厚重的雾霾让中国好几亿人真真切切感受到“美丽中国”建设的必要性和迫切性，所以我们真的需要让大地美丽起来。这是一个非常神圣的事业。

大地风景为什么存在？因为一百多年来中国人活得太累了！从清朝的腐败导致列强入侵瓜分中国，到八年抵抗日本侵略战争，再到三年国共内战，大多数的中国人生活在颠沛流离的穷困当中，挣扎在对于最基本生存的渴望中；新中国成立后的很长一段时间都处于政治运动的“折腾”之中，改革开放以来，搞了 30 多年“以经济建设为中心”的高速度发展，虽然中国人的钱包鼓了，但优先发展工业的一个不良的后果就是空气质量不断下降。2013 年 2 月 2 日，国务院办公厅下发《国民旅游休闲纲要（2013—2020）》。《纲要》告诉我们的是，中国已经完成以经济建设为中心，而逐步转向以社会建设为中心，提高生活质量成为政府的工作重心，所以我想接下来我们要做的事情就是让中国人民在更富有的同时也更有生活品质，这个“品质”指的就是让空气干干净净，让城市非常美好，让乡村非常纯洁，让每个人生活得悠闲，有美丽的风景，有美丽的心情。

大地风景要做的，就是要让更多的地方有美景，让更多的人有美丽的心情，从而让社会更加和谐。

所以，大地风景不管是规划设计、旅游投资管理，还是创意景区、创意旅游商品，我们所做的一切，不仅仅是在发展自己的事业、实现个人价值，更是担负了一种社会责任：让更多的国人、来自世界各地的访客，能够对中国有更好的理解；让中国人过得更体面，心情更美丽，让生活品质更加美好。这就是我对“美丽大地风景中国”以及“为大地保留和创造动人风景”理解和期待。

当然，大地风景还很年轻，我们并不是中国最大的旅游咨询机构，但我们想做中国最好的。“最大”与“最好”兼得，当然是最理想的状态；但如果只能在“最大”和“最好”之中选其一，我们选择后者。大地风景一直鼓励大地人做“最好”的那部分工作——也就是做认真的研究，同时也要把我们的产品、我们的服务更好、更快地传递给需要的地方政府和企业，所以既要强调认真的原创性研究，也要强调如何把这些研究变成社会和国家需要的产品，这就是我对大地风景过去的总结以及对 2013 年的寄望。 **BES**

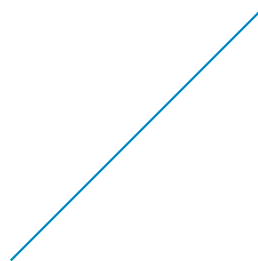
01

FOCUS / 关注

# DREAMS COME TRUE

# 2012 GROUP MEMORABILIA

## 梦想成就 2012——集团大事记



2012年，大地风景荣获了全国质量服务信誉信得过单位、国际旅游学会特别鸣谢奖、全国人居经典双金奖等诸多荣誉；2012年，大地风景相继在海南、上海、成都、广州建立了分公司，立足本土，放眼国际，坚持“为大地创造和保留动人风景”的理念和梦想，更加坚定地走在集团化的道路上。

BES was awarded by the quality reliable units prize, the specially acknowledgement award of the international tourism studies association and the best design gold award based on the China the human living environment model. BES also set up branch in Hainan, Shanghai, Chengdu, and Guangzhou in 2012. BES based on the Chinese market and casting its eyes upon the international market, keeps the mission to preserve and create amenities for the people, walking the enterprise groups way firmly.

# DREAMS COME TRUE 2012 GROUP MEMORABILIA

## 梦想成就2012——集团大事记

大地风景国际咨询集团 王维 / 张夕多

2012年，大地风景荣获了全国质量服务信誉信得过单位、国际旅游学会特别鸣谢奖、全国人居经典双金奖等诸多荣誉；2012年，大地风景相继在海南、上海、成都、广州建立了分公司，立足本土，放眼国际，坚持“为大地创造和保留动人风景”的理念和梦想，更加坚定地走在集团化的道路上。

- 1. 2012年4月25日，大地风景海南院成立。
- 2. 2012年4月26日，大地风景国际咨询集团与北京第二外国语学院《企业奖学金设立合作书》签约仪式圆满举行。
- 3. 2012年5月8日—9日，大地风景国际咨询集团执行总裁杨小兰女士应邀参加上海国际旅游财富峰会。
- 4. 2012年6月5日，大地风景上海院成立。
- 5. 2012年7月，大地风景荣获“全国质量服务信誉信得过单位”称号。
- 6. 2012年8月25日，大地风景国际咨询集团荣获国际旅游学会特别鸣谢奖。
- 7. 2012年9月15日，大地风景国际咨询集团首席合伙人吴必虎教授参加世界旅游城市联合会成立大会并主持北京香山旅游峰会专题论坛“旅游城市间的交流与合作”。
- 8. 2012年9月23日，《郑州市旅游产业发展规划》顺利通过评审，继北京、杭州、成都、西安、济南、拉萨之后，大地风景国际咨询集团完成的又一省会城市的旅游总体规划，是公司发展的又一个里程碑。
- 9. 2012年10月28日，大地风景旅游景观规划三个项目荣获全国人居经典双金奖。
- 10. 2012年12月7日，《中国城市旅游投资竞争力研究报告 2012》于“第十四届中国住交会（深圳）——中国国际文化旅游投融资大会”上权威发布。 **BES**

1	2	3
4	5	6
7	8	9
9	9	10



# BES MADE GOOD EFFORT TO THE 2ND CHINA TOURISM INDUSTRY ANNUAL CONVENTION

## 大地风景协办第二届中国旅游产业发展年会

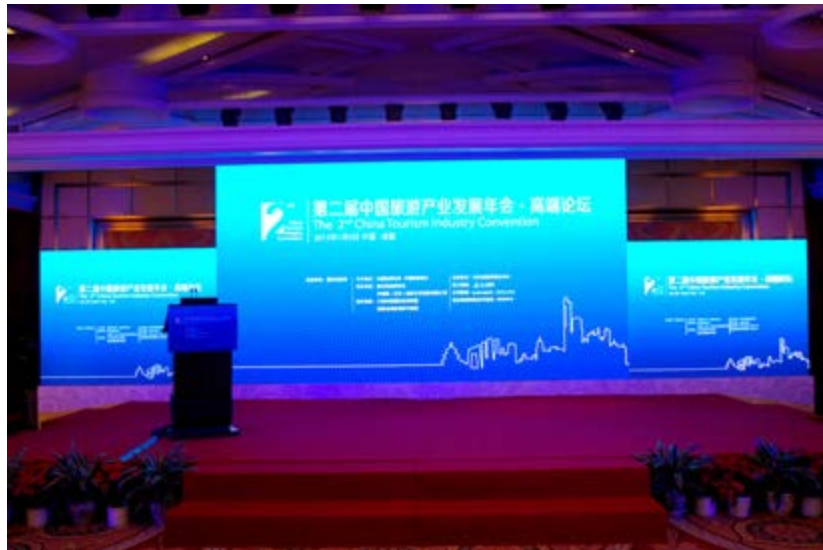
大地风景国际咨询集团 陈瑛瑛

本次年会是由中国旅游报社主办、大地风景国际咨询集团协办的高端品牌活动。

With the help of BES international consulting group, China Tourism News hosted this convention, the advanced tourism brand event.

2013年1月9日，由中国旅游报社、中国旅游协会主办，大地风景国际咨询集团协办的第二届中国旅游产业发展年会随着“2012中国旅游风云榜”发布盛典的结束闭幕。

本次年会是由中国旅游报社主办、大地风景国际咨询集团协办的高端品牌活动，旨在为我国旅游业的发展搭建年度性、专业化、高端化的宣传、交流与展示的平台，邀请全国全行业官、产、学、研的顶级人士，盘点上年度行业成绩、展望下年度产业走势，并发布了全国性旅游推选项目——“2012年中国旅游风云榜”。本届年会的社会关注度远超上届，被包括中国日报、人



民网、网易等多家媒体报道，其中，大地风景官方微博@大地风景旅游咨询关于此次产业年会的直播，也获得数万次转发，成为话题热门微博。

年会高端论坛精彩观点不断呈现。大地风景国际咨询集团首席合伙人吴必虎教授、执行总裁杨小兰女士分别参与“高端对话”与“精彩300秒”。

随后的“2012年中国旅游风云榜”发布盛典中，风景大地旅游投资俱乐部荣获“2012中国旅游高端品牌TOP10”奖状，杨小兰女士也受邀为“2012年中国旅游宣传品TOP10”颁奖。

作为行业盛会，中国旅游产业发展年会的意义深远，大地风景有幸成为本届年会的协办单位，也为中国旅游业的发展再次做出积极的贡献。 BES

# BES TOURISM INVESTMENT CLUB IS AWARDED THE TOP 10 CHINA ADVANCED TOURISM BRAND IN 2012

## 风景大地旅游投资俱乐部荣获 2012 中国高端旅游品牌TOP10

风景大地旅游投资管理公司 许晓丹

俱乐部建立以来，不断组织多种形式的交流活动，广泛促进信息传播，建立旅游投资领域的高端智库，成为行业资讯的收集者、整理者和传播者。

Since the Investment Club established, it has usually organised multiple exchange activities in order to widely spread information and built the high level of think tank in tourism investment field, becoming the collector, manager and communicator of industry news.



2013年1月9日，第二届中国旅游产业发展年会在成都盛大召开。风景大地旅游投资俱乐部荣获“2012中国高端旅游品牌TOP10”称号。

第二届中国旅游产业发展年会是由国家旅游局批准，中国旅游协会、中国旅游报社主办的旅游界盛会。年会不仅设置高端论坛板块，对旅游产业在“美丽中国”发展中的突出作用做了深入的研讨，更特别设计“2012中国旅游风云榜”这一年度盘点环节。当晚的颁奖盛典揭晓了2012年闪耀在中国旅游产业各个舞台上的行业领袖和先进代表，包括“2012中国高端旅游品牌TOP10”、“2012中国旅游风采人物

TOP10”、“2012中国县域旅游之星TOP10”、“2012中国旅游公共服务项目TOP10”等。

风景大地旅游投资俱乐部由大地风景国际咨询集团首席合伙人吴必虎教授、国家发改委中国城市和小城镇改革发展中心研究员易鹏发起，旨在构建多产业交流平台，并在交流中促进旅游项目合作。

俱乐部建立以来，不断组织多种形式的交流活动，广泛促进信息传播，建立旅游投资领域的高端智库，成为行业资讯的收集者、整理者和传播者。目前已成功举办超过 30 期沙龙和论坛活动，并成功推介北京密云云古北口项目、四川甘孜稻城亚丁项目、山东省新泰市莲花山景区、印尼龙目岛曼达丽佳休闲旅游区、内蒙古达尔滨湖国家森林公园、北京南苑创意农业公园等项目。

此外，俱乐部现已汇聚旅游、文化、投资、金融、房地产开发等旅游投资相关产业的一大批重量级嘉宾。 [BES](#)

# PROJECTS NEWS REVIEW

## 项目新闻回顾

大地风景国际咨询集团 陈瑛瑛

2012年10月—2013年1月项目新闻回顾。

Projects News Review from October 2012 to January 2013.

- 2012年10月16日至10月24日，北京大地风景旅游景观规划院项目主创赵永忠带队，项目组成员一行就《杭州城市旅游专项规划》项目进行实地考察。
- 2012年10月17日，大地风景上海院中标《高邮湖旅游开发概念性规划》。
- 2012年10月13日，《白洋淀休闲旅游综合体总体规划暨核心区修建性详细规划》正式启动。
- 2012年11月10日至14日，大地风景上海院常务副院长彭婷婷、市场总监周权、项目经理周冬梅、房希，以及内蒙古师范大学副教授、民俗学专家双金副教授等一行7人，对重庆丰都县进行了为期5天的详细考察，至此，《丰都名山旅游区总体规划》项目全面启动。
- 2012年11月20日，《三门峡市函谷关历史文化旅游区与天鹅湖国家城市湿地公园总体规划暨联合创5A实施行动方案》初稿成果汇报会在三门峡市陕州古城大天鹅酒店召开。
- 2012年11月23日，《长治市旅游发展规划》初期成果汇报会顺利举行。
- 2012年12月7日，《漳州市旅游产业发展总体规划》大纲汇报会在漳州市芗江大酒店会议室隆重举行。
- 2012年12月11日，《浚县古城保护与旅游发展总体规划》方案内审会在鹤壁市迎宾馆举行。
- 2012年12月10日，苏州西部旅游度假区评审汇报举行。
- 2013年1月23日《蛇蟠岛旅游度假区总体规划》通过评审。**BES**



1. 苏州西部旅游度假区评审汇报现场
2. 《三门峡市函谷关历史文化旅游区与天鹅湖国家城市湿地公园总体规划暨联合创5A实施行动方案》初稿顺利进行
3. 《浚县古城保护与旅游发展总体规划》方案内审会
4. 蛇蟠岛评审会现场
5. 《丰都名山旅游区总体规划》项目全面启动





# CONGRATULATIONS TO BES ON WINNING THE FIRST COMPETITIVE BIDDING IN A PROJECT OF GUI XIANGYUAN ECOLOGICAL TOURISM RESORT IN XIAN'NING

## 热烈祝贺大地风景夺得咸宁桂香源生态旅游度假区项目全国竞标第一名

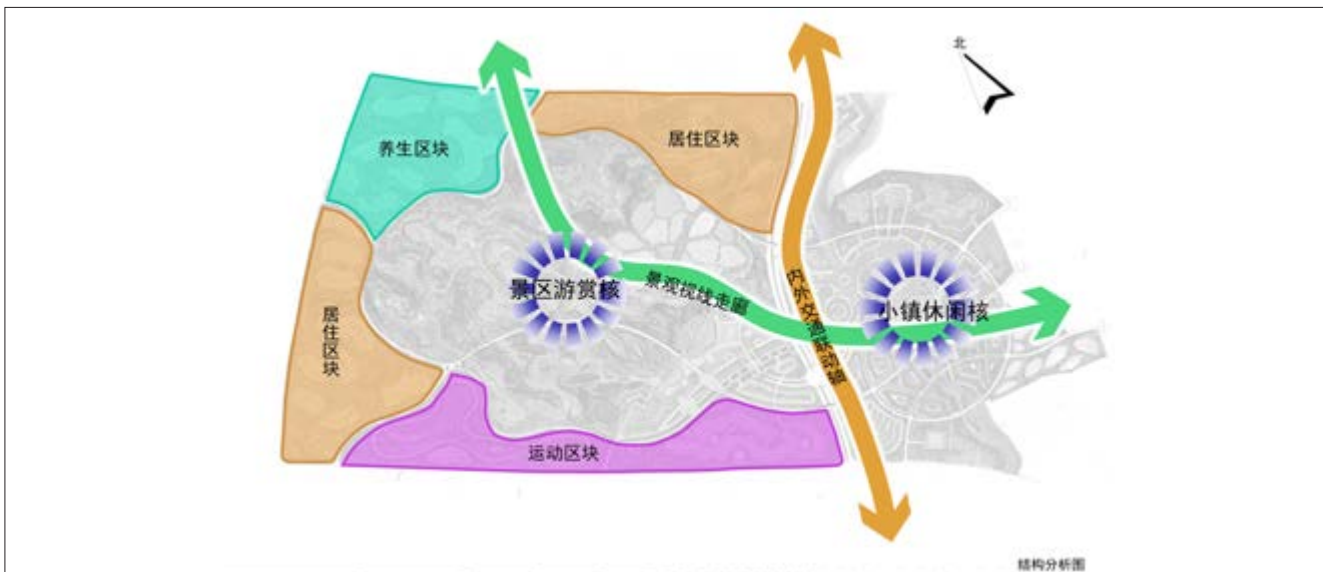
大地风景国际咨询集团 朱丹丹

大地风景方案因主题鲜明、创意突出、可操作性强、运营模式科学合理在四家方案中脱颖而出，以综合评分最高夺得第一名。BES is ranked the first of four bidding schemes in terms of average marks, because of the distinct theme,creativity, and workable operation modes.

3月23日，《咸宁桂香源生态旅游度假区总体策划》项目开标会在武汉光谷金盾大酒店会议室隆重举行。咸宁市副市长、武汉智汇投资有限公司董事长等相关领导以及评标专家组的七位专家教授出席会议。本次竞标共有包括我院在内的四家实力雄厚的知名旅游规划设计单位参与，是一次专业水准较高的竞标比赛，我院集团副总裁、合伙人张波和项目经理朱丹丹组成开标小组参加了会议。

会上，项目经理朱丹丹代表项目组从定位、空间、项目和运营四个方面，对整个竞标方案进行了系统的解读汇报。最终，我院方案因主题鲜明、创意突出、可操作性强、运营模式科学合理，在四家方案中脱颖而出，以综合评分最高夺得第一名！

桂香源项目位于咸宁温泉生态旅游新城规划范围内，总占地面积 4300 多亩，预计总投资超过 50 亿元。作为咸宁市政府近期重点推进的品牌项目，未来桂香源将依托咸宁独特的桂月文化，全力打造大武汉城市圈中的首个创意旅游综合体，使之成为咸宁“香城泉都”城市品牌的一张闪亮名片！BES



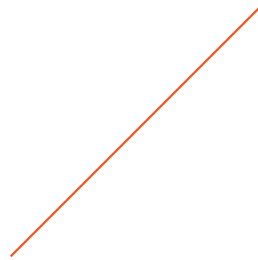
02

# FEATURES

热点

# THE BEST TIME FOR MARINE TOURISM

海洋旅游，扬帆起航正当时



AWAY FROM THE THICK HAZE, LOOK FORWARD TO THE  
ECOLOGICAL CIVILIZATION

拨开雾霾，走向生态文明

# THE BEST TIME FOR MARINE TOURISM

## 海洋旅游，扬帆起航正当时

大地风景国际咨询集团 陈瑛瑛

旅游新业态的蓬勃发展，加之国家海洋战略的强力推动，2013年，“海洋旅游”扬帆起航，成为今年的旅游主题。年初，各种以海洋旅游为主题的活动、沿海省市对海洋旅游产品的推广宣传，以及春节黄金周旅行社纷纷推出的海洋旅游路线，都显示出海洋旅游发展的一派红火景象。

### 中国海疆旅游万里行

2013年2月3日，由中国旅游报社主办的“中国海疆旅游万里行”系列采访首站在三亚凤凰岛启动。本次活动由国家旅游局批准，目的在于开展“2013中国海洋旅游年”的宣传，检阅中国海洋旅游的开发实践、推动海洋旅游资源的科学开发。整个活动将沿中国海疆从南向北次第展开。

当日，丽星邮轮双子星号首航三亚往返香港航线，拉开活动序幕。

“中国海疆旅游万里行”通过媒体的专业视角，深度反映我国海洋旅游的现状、成绩与差距；邀集旅游、海洋、经济、休闲、创意等知名专家与当地政府官员和业界精英对话，总结海洋旅游开发经验，研讨面临的共性问题，推动海洋旅游开发。

活动还将开展海洋旅游目的地推选或海洋旅游魅力指数评议活动，组织海洋旅游设施、产品或图片展等活动，并将有关成果发布于第三届中国旅游产业发展年会。

本次启动仪式的主题为“行走万里海疆 体验旅游魅力”，借中国海疆旅游万里行首站启动仪式，还推出“海南邮轮婚庆浪漫之旅”、“南海丝路浪漫之旅”等系列海洋旅游产品。



## 邮轮旅游，正在兴起

邮轮旅游兴起于 18 世纪，兴盛于 20 世纪 60 年代。作为一种旅游交通工具，邮轮具有积聚旅游六要素的独特性，可以将吃、住、行、游、购、娱结合在一起，既是交通工具，同时也可以成为一种旅游目的地，更可以将一般旅行中占据大多数时间的舟车劳顿利用起来，丰富旅途的过程。据预测，到 2020 年，我国出境邮轮旅游的游客将达 500 万人次。虽然目前国内邮轮旅游较高的价格让普通游客望而兴叹，但可以预见的是，海洋旅游的兴起，必然将带动邮轮旅游较大的发展，除了高端品牌产品的不断完善与进步外，还会出现更多的经济型邮轮旅游产品，来满足更多人的需求。

当然，价格的变化依然要依靠市场供应的增加。海洋旅游的政策利好将促进沿海省市邮轮旅游产品的开发与推广。

以天津为例，作为国际港口城市，天津将在引领国际邮轮旅游热潮中，担任非常重要的角色。目前，天津市旅游局与天津市交通运输和港口管理局、天津滨海国际机场就共同推进邮轮旅游等签署战略合作协议。根据此协议，协议三方将建立定期会商机制，针对本市继续开通国内邮轮游艇航线、完善国际邮轮母港综合服务功能等方面工作积极配合，并建立交通、机场、旅游资源信息共享机制，及时沟通旅客运营数据、旅游数据以及相关市场调研数据等相关信息。

今年 5 月，内地最大豪华邮轮“海娜”号将抵天津，并以天津作为母港，开启天津-韩国 3 天 2 晚和 4 天 3 晚航线。价格方面，天津-韩国的线路内舱房价格最低 1800 元。服务体验方面，海航旅业邮轮游艇管理有限公司将以本土化经营为主，更注重研究华人邮轮旅游消费需求，船上的餐厅主要以适合中国人口味的中餐厅为主，还有麻将室等符合中国人娱乐习惯的休闲娱乐设施。相关负责人表示，“海娜”号邮轮主

要走的是大众、时尚路线，以短途、近岸为主，希望让更多的中国人体验邮轮旅游带来的别样风情。“海娜”号邮轮的亮相，标志着中国邮轮旅游市场将打破境外大型邮轮公司垄断的局面，从而进入本土品牌与外资品牌竞争的新阶段，将进一步推动我国邮轮旅游产业的发展。

《关于建立更紧密经贸关系的安排》(Closer Economic Partnership Arrangement, CEPA) 补充协议八、九都提到促进邮轮旅游发展，允许内地旅行团乘坐邮轮从香港到台湾后，继续乘坐该邮轮前往日本或韩国旅游再返回内地。这些措施有助于进一步开发邮轮旅游线路，为内地游客提供更多的邮轮旅游产品。

以上都是海洋旅游活动中的小小一角，现代海洋旅游的内容远不止于此。它涵盖了发生在海滨地区、近海、深海、大洋的各种旅游休闲现象，包括海洋旅游建设、滨海配套基础设施建设和旅游活动，涉及酒店、餐饮、滨海别墅、旅游码头、零售业、休闲游船、海岸生态旅游、邮轮游艇旅游、潜水、休闲垂钓等许多业态。海洋旅游年，我们期待这些不同的业态在这样良好的时机下能够大放异彩。

### 热点链接：

[1]人民日报：中国发展海洋旅游潜力巨大 海南引领旅游发展。

[2]今晚网-渤海早报：津城多家单位签协议 推进天津低空旅游先行先试。

[3]天津市旅游局信息中心：中国内地首艘豪华邮轮“海娜”号明年5月来津。

[4]国家旅游局港澳台司：国家旅游局解读中央政府支持香港经济社会发展的邮轮旅游政策。

[5]中国投资咨询网：民族品牌正式进军邮轮旅游市场。 **BES**

# AWAY FROM THE THICK HAZE LOOK FORWARD TO THE ECOLOGICAL CIVILIZATION

## 拨开雾霾，走向生态文明

大地风景国际咨询集团 姜丽黎

2013年1月，北京持续雾霾天气，一月全月北京市雾霾天气达25天，只有5天空气相对干净。2月，北京依旧出现多次严重的雾霾天气。据统计，近段时间去医院呼吸内科就诊的病人明显增多，“北京咳”也在一时间成为了流行词。中央气象台首席预报员何立富在两会期间曾提到，最近几年的天气预报工作中，已经能明显感受到一些地区空气质量下降，尤其是雾霾天气明显增多，范围越来越大。前几年是珠三角，这几年扩展到长三角、京津冀。经济越发达的地区，空气质量下降的趋势越明显。

雾是自然，霾是人为。2013年北京雾霾天气是北京市区和周边的污染排放造成的。持续的雾霾是工业文明对自然损害的直观展现，是人类为人为的环境污染承担后果的现身说法。雾霾天气频发，给人们的生活造成了不小的影响，引起了人们的警觉，也引

发了人们对环境的思考。雾霾天气频发，更是敲响了中国转型的警钟。

当一个世界第二大经济体崛起于东方大地的時候，也日益面临着资源约束趋紧、环境污染严重、生态系统退化等困扰；当国人的钱包日益鼓起来以后，也越来越深切地体会到，物质丰富并不是生活质量的全部，清新空气、干净的水、宜居环境、放心食品也是幸福的必备元素。而从近年来PM2.5监测在社会关注下出台，到PX项目在一些地方引起的民意波动，更可以发现，人们的环境焦虑、生态期盼也随着经济指数的攀升而日益凸显。

生态文明是中国转型发展大势所趋，也是人民过上更美好生活的民心所向。十七大首次提出生态文明建设，5年后的2012年，十八大报告将生态文明建设与经济建设、政治建设、文化建设、社会建设一起，



列入“五位一体”总体布局，并用专章论述。

从“尊重自然、顺应自然、保护自然”的理念，到“融入经济建设、政治建设、文化建设、社会建设各方面和全过程”的指引，再到“绿色发展、低碳发展、循环发展”的路径，生态文明地位的“升格”，体现了党对生态文明建设更加重视，对生态发展规律的认识更加深刻，也顺应了时代的要求、民意的呼唤。

十八大报告中首次提出了建设“美丽中国”的目标。建设美丽中国，描绘了社会主义生态文明新时代的美好蓝图，是“五位一体”的完美呈现。“美丽中国”不仅仅是环境美，我们既要“金山、银山、幸福山”，又要“山美、水美、人更美”。“美丽中国”内涵丰富，不仅美在自然，美在生活，美在文化，还要美在人文。

美丽中国的内涵与生态文明建设是统一的，建设美丽中国首重生态文明建设。十八大报告中提出“从源头上扭转生态环境恶化趋势”的目标，提出“给自然留下更多修复空间，给农业留下更多良田，给子孙后代留下天蓝、地绿、水净的美好家园”的愿景，才会引起如此强烈而广泛的共鸣，开启新一轮生态文明建设的热潮。

旅游业可以说是与“美丽中国”、“生态文明”建设直接相关的产业，旅游给人们带来的对于自然环境、人文环境等的体验也是最直观的。作为直接关系国民幸福体验的产业，旅游业在“美丽中国”和“生态文明”建设中应该具有强烈的使命感和责任感。

旅游业与生态文明密切相关，生态文明是旅游业可持续发展的重要前提，旅游业是生态文明建设的重

要组成部分。我们要牢固树立生态文明的旅游发展观。要把生态文明作为旅游业发展的基本价值取向，在发展旅游经济和保护环境良性互动中，实现旅游产业的长期可持续发展。

一方面要正确处理开发与保护的关系。要以环境保护为第一前提，注重长远发展，积极探索在发展中保护、在保护中发展的旅游发展模式。同时，要建立有效管理机制，加大生态资源尤其是珍贵资源保护力度，要注意生态旅游区的游客容量和承载力，避免盲目开发。

另一方面则要加强规划和影响评估。旅游业是具有生态效应的，要持科学发展的态度，将生态文明思想贯穿到规划中。旅游生态效应体现在，首先旅游产业污染低。我国一些学者经过研究，计算出单位旅游业增加值能耗约为全国单位 GDP 能耗的 1/6 和单位工业增加值能耗的 1/11；另外，良好的自然环境是旅游业发展的基础，改善生态环境是旅游发展宗旨之一。良好的自然环境是吸引旅游者来前的主要因素之一，也是旅游业可持续发展的基本条件；同时，旅游是一个审美的过程，其发展会促进生态环境的改善，尤其是在我国处于产业转型的关键时期。规划的目的是更好地利用资源和保护环境。旅游业要想发展好，与好的规划是分不开的，因此应当以科学发展的态度，协调经济效益、生态环境和居民生活的关系，积极引导生态旅游的科学开发，践行生态文明，建设美丽中国。要严格执行环境影响评价制度，根据不同区域的生态功能定位，对旅游规划和建设项目进行环境影响评价。 **BES**



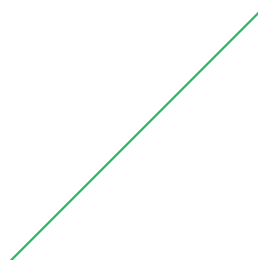
03

OPINION / 观点



# TOP TALK: TOURISM, THE FRESH IMPETUS FOR BEAUTIFUL CHINA

高端对话：旅游，为美丽中国添彩



大地风景国际咨询集团创始人、首席合伙人吴必虎教授，在第二届中国旅游产业年会高端论坛·业界对话中，与四川省旅游局局长郝康理先生、中国国旅股份有限公司副总裁陈荣先生、海航易生控股副董事长兼总裁韩录海先生三位业内权威人士，就“旅游，为美丽中国添彩”的话题探讨了各自的观点。

Four professionals, Professor Tiger Wu, the founder and chief partner of BES international consulting company, Mr. HaoKangli, the commissioner from Sichuan tourism bureau, Vice-president Chen Rong, China International Travel Service Corporation Limited, Mr. Han Luhai, vice chairman and president from HNA Easy, discussed together and shared their opinions about the relationship between tourism and beautiful China in 2nd China Tourism Industry Annual Convention.

# TOP TALK: TOURISM, THE FRESH IMPETUS FOR BEAUTIFUL CHINA

高端对话：旅游，为美丽中国添彩

第一旅游网



2013年初的第二届中国旅游产业发展年会在业界引起较大的反响，众多专家在年会上发表对“旅游，为美丽中国添彩”这一旅游主题的认识以及对今后旅游发展的看法。中国旅游报社总编高舜礼主持的“业界对话”中，大地风景国际咨询集团创始人、首席合伙人吴必虎教授，四川省旅游局局长郝康理先生，中国国旅股份有限公司副总裁陈荣先生，海航易生控股副董事长兼总裁韩录海先生四位业内权威人士在年会的高端对话中表达了各自的观点。

**主持人：**如何评价你所在领域和行业 2012 年发展状况，包括成绩、困难和问题，然后再展望 2013 年发展形势。或者你觉得在哪些方面有亮点或者难点。

**吴必虎：**刚才主持人讲到 2012 年在我们这个领域有什么可评估的，我觉得用一句话来讲：中国旅游发展太快，中国的旅游研究跟不上趟，这是我最大的感触。2012 年是大发展也是转变的阶段，中国观光旅游向度假旅游转变，以前是风景游览观光，现在会展和休闲度假也在迅猛发展。再比如说房地产限购以后旅游地产风起云涌，但是旅游地产开发到底姓“房”还是姓“游”我们也没有研究出来，这也是我的感触。

展望 2013 年我觉得旅游研究是一个很大挑战，我相信研究会随着政策研究和技术的研究朝着旅游如何让“美丽中国”由一句口号变成一个行动发展。一句口号很好讲，但是一批行动很困难，因为我们中国现在发展还是比较重视GDP，但是不重视GDP给人们的生活质量改善方面，而地方政府要改变这种认识，研究界也要改变。

**陈荣：**2012年给我印象比较深刻，我觉得中国旅游企业在国际上的地位有了明显提升。我自己感受比较深，因为一年下来有不少外国驻华大使来拜

访我。还有一个感受是我去年在日本参加会议的时候，第一次给中国人提供了同声翻译，包括去年加拿大国家旅游局、墨西哥旅游局也积极邀请我们，我也带队到这些国家做了专门考察。从这种现象看出中国旅游企业在国际上的地位在上升。

第二个感受印象比较深就是出境旅游发展快，尤其是购物旅游旺盛。去年我们在海南岛，在三亚建了市里免税店，也得到比较快的发展。

第三个感受比较深就是假日旅游特别火爆，尤其是十一黄金周的刀光剑影给我留下了深刻印象。

**主持人：**2013年全国旅游业将发生很多大事，现将我们知道的列举几件：比如十八大提出“美丽中国”已经被作为国家旅游整体形象，业界久已期盼的旅游法将颁布实行，关乎亿万民生和全面小康的《国民旅游休闲纲要》即将颁布。所以我想你们四位从各自领域、各行业、各专业角度谈一下对这些大事的感受、影响或者在哪些方面可以有所作为？

**吴必虎：**旅游法要涉及非常多利益主体，冲突最大就是旅游规划和旅游资源的利用，因为旅游规划是建立在文物资源、风景资源、水资源等各种资源基础之上，而这种资源目的地发展当中很多管理权并不在旅游部门手里面，所以我们遇到最大问题就是部门之间的协调问题，在这点上经历很多次拉锯战才能达到协调、妥协。旅游公共服务产品提供是要通过很多政府部门共同协调的，而一个城市或者一个省要做好旅游目的地景区公共协调很难达到，当然在这一点上我们旅游功能区，也就是涉及到各种各样景区，自然保护区、文物保护单位、风景名胜区、水利风景区等，这个被拿掉了，在有必要的情况下，旅游功能集中的情况下，有这样的计划在，但是仍然还软弱。所以这个也是我相信目前多部门博弈的结果。我相信从理论上法律解释过程当中旅游规划跟其他规划要协调。作为

城市规划的老师，我知道城市规划很多是滞后的，是跟不上需求的，所以才一直强调旅游法解读旅游规划和旅游要互相协调。

**主持人：**吴教授讲了一个非常重要的问题，就是规划衔接问题，这个问题也可能预示着将来旅游规划不会像今天这么简单了，难度会加大，但是制订好的旅游规划可实施应该比现在强得多。

**陈荣：**旅游法，我觉得作为国家旅游局来讲有很多问题还有必要做更深入的研究，包括我们平时讲的热点问题等等，很多国家旅游局有必要进行深化研究。

讲到美丽中国的问题对我们来讲是一个梦想，我们看一看现在美丽吗？我觉得不够美丽，从城市来讲我们天天感受堵车，空气很污浊，吃的东西安全没保障，城市的生活费用非常高，城市规划总体上讲也比较落后。就是北京和纽约比，表面上非常光鲜，但是差距很大。我们看到国际化大城市最大特点，从规划角度来讲地上一个城，地下一个城，地下规划非常好，但是我们现在因为是新的，表面都很光鲜，地下都是乱七八糟的，地下就是一个城中村改造非常困难。所以下雨我自己车里面都放了一把警用的手电可以随时砸玻璃。

我们旅游业美丽吗，我觉得也并不美丽，为什么？我在各种场合讲，全世界旅游服务质量怎么样，我觉得不高，尤其是购物旅游，以购物为主体的旅游质量必然很差。另外一方面我们保险和救援方面做得也不够，所以一旦发生车祸保险跟不上，救援跟不上。

还有高端旅游需求不能满足，若将收入在百万以上资产定位为富裕家庭，中国2011年有140万户，日本是160万户，美国510万户，中国已经排在全国第三位，但是这些富裕家庭高端旅游定制恰恰不能被满足。这一点我觉得整个世界旅游业在提升方面还有

大的空间，这也是我看到旅游业不够美丽的地方，这也是需要我们下一步继续努力的方向。

**主持人：**陈总讲的“美丽中国”标题下很多现实的问题，搞好美丽中国建设，增强建设的针对性还是有好处的。请郝局长谈一下您是否同意陈总的看法呢？

**郝康理：**我非常赞同。刚才陈总讲的作为政府特别作为旅游大省要思考，如何创造更美丽的环境。我们特别期待一法一纲要，对于“法”前面专家已经讲了，我很赞同。对于休闲纲要我的理解会催生市场，也会提升四川这样旅游大省旅游服务业品质，所以在纲要和大法一经颁布我们会贯彻，让所有来四川的人感受到四川的美。法规和休闲纲要我一直特别期望，因为这个纲要特别是让刚才魏小安老师特别提到我们工作是为了生活，生活还是为了工作，我觉得仁者见仁智者见智，不管怎么样旅游应该是人的生活的组成部分，成为一种健康的消费选择，所以这是我觉得休闲旅游要达到的目的。

对于四川，我一直在思考另外一个问题，无论是法还是纲要还是“美丽中国”它都有一个非常重要的内涵。作为旅游的从业者我们要为所有来四川旅游的游客提供最好的服务，当然同样的对于旅游者来说我们能否文明旅游也需要这种大法，需要这些规章来约束、提升。我一直在思考大家来四川旅游，同时四川的游客也会出去旅游，我们希望每一个游客文明旅游，而每一个游客可能就是一道风景线，他们在自己的旅游中不仅是感官的盛宴，更是在旅游过程当中精神积累和人生的丰富。所以刚才几位观点我赞同，四川我们将给力跟进。

**主持人：**在国民休闲法颁布之际，四川有没有考虑推进休闲国民均等化方面，有什么想法和规划？

**郝康理：**我们四川省旅游研究小组专门研究了国

家旅游局下一步工作旅游安排，我们也特别提到国务院即将颁布旅游休闲纲要，我们准备立即把相关的精神学习和贯彻，要在四川率先做出贯彻落实的相关规定。刚才你说每一个四川人都是均等的，无论是生活在城市还是农村，无论是做白领还是做技术工作还是其他方方面面我们认为都有旅游的均等的权利，创造这样一个氛围和环境。

**吴必虎：**刚才郝局长讲到，四川最近几年做了一些研究，我觉得中国在快速城市化，在这个过程中如何让乡村保持乡村，让乡村的本来面貌、乡村应有的特色不被社会主义新农村建设席卷而空，最后变成很难看的景观，所以我觉得美丽中国首先要保护一大批美丽的乡村。

关于休闲纲要，我认为首先要让国民享受到休闲生活。延长或者恢复五一黄金周或者春节假期再增加两三天，让离家非常远的打工者回家看看。这是个真的落实国民休闲均等化的问题。

**主持人：**吴教授讲的非常好。我们认为国民休闲纲要发表以后，这些休假问题必然成为社会关注的焦点。与这个相关的假日安排问题大家也会讨论，但是我觉得假日如何安排，是朝三暮四还是朝四暮三，是挺黄金周还是废黄金周，我不管是哪一个黄派我们今天不做探讨。对于一个旅游企业来讲，可能在相应开发旅游产品方面也可以做一些文章，在这方面陈总从你们专业旅行社角度谈一些看法。

我过一会儿接着这个话题说。我想引申一下，我们在关注什么问题，就是决定旅游业发展方向的东西，什么在决定旅游业发展方向？我们在关注什么？美丽中国是一方面，长期来看我觉得有这么几个要素会决定它的发展方向。第一个就是老龄化问题，老龄化人口现在近14%，这个数字相当庞大，北京老龄人口更多了，所以今后怎么更好地为老年人服务，作为旅行社和旅游产业来讲我们都要去面

对。第二是国际化问题。国际化已经融入了我们生活，所以对中国旅游企业来讲，这个时段是很好的国际化机会，尤其是开展国际并购的绝好机会，美国金融危机使得很多公司股票价格大幅度缩水，包括国际知名公司其实市值并不够，可能就几十亿，所以对我们来讲进行国际并购机会是越来越好。第三个决定我们下一步发展趋势是信息化，很多东西在改变，比如说IT改变的很多行业，现在戴表的人越来越少了，核心的问题是手机代替了手表，所以手表慢慢就成为装饰品，不是看时间了。信息化尤其是互联网改变着我们。第四是生态化，生态化就是美丽中国的方面。

所以我想老龄化、国际化、信息化、生态化决定着今后旅游业发展基本方向。作为旅行社来讲也会围绕这个内容，对于我们来讲核心进行市场细分，推出不同品牌产品，给出不同的内涵进行营销，提升自己的品质。

**陈荣：**旅游业越来越受到重视的很重要一点要看基金公司，基金公司是否进军旅游业，这个是很重的方向标，原来基金公司基本上跟旅游没有关系，除了网络的旅游企业可能有进来以外，现在传统的旅游企业越来越多基金进入到里面，包括我们做出境批发的旅行社现在都有基金公司进来了，我们酒店管理公司有基金进来了。

越来越多大的其他企业包括万达也都进入旅游业，进行旅游综合体开发。我也看到说旅游综合体泡沫越来越大，这个里面商业可能有问题，但是我去韩国看到一个那么小的国家但是旅游综合体却很多。

**吴必虎：**我们注意到一个问题，旅游行业原来是缺钱的，旅行社赚钱很少，但是最近有一大部分外部资金，包括地产公司，包括煤企都进入旅游行业。这就看出这些有钱没有专业知识投融资公司实际上需要旅游整合，所以旅游和投资有机结合在一起，形成新的团队，也许是未来旅游发展很好的机会。

**韩录海：**我们在做旅游的同时还有一套班子在做研究，现在已经正式向国家旅游局提出了旅游银行概念，也把基本雏形向国家旅游局做了汇报，未来我们想从企业本身考虑从根上解决资金的问题。

**吴必虎：**未来旅游投资我觉得很多地方需要投资，很多有钱的要投资，这些融合在一起，是我们值得注意的方向。

**主持人：**我想问一下韩总你的旅游银行是在计划当中还是在推动诞生的过程中呢？

**韩录海：**我们内部构思已经有了，而且实体也不是没有，涉及到可能一些除了旅游局以外还有其他部委的协调沟通，可能下一步需要旅游局给我们大力支持。

**主持人：**我又想到一个问题，入境旅游受到国际经济影响，这两年中国入境旅游还是比较缓，所以如何保证入境旅游比现在高的速度发展成为行业发展比较关注的问题。这里请郝局长谈一谈在四川旅游市场挖掘方面有什么独到的做法，或者你就任什么想法？

**郝康理：**谢谢，这个题目是我们四川这几个年的一个比较大的难题，因为前几年包括金融危机以后国际出行旅游不是很强烈，也有说人民币不断升值，所以说更高成本。我一直在注意国际动态，有一个数据，全世界国与国之间流动在4%，说明这个市场还是存在，我们四川这么好的资源来的国际游客还是不多，其实我们还是忽略了产品打造。

我们以前很容易因为自己有什么就意味所有游客都喜欢，因为不同地域有不同文化，不同国度有不同

文化喜好和产品选择，所以一概而论。我自己认为这个资源很好你就能推出去，人家一定喜欢，未必。所以一定要打造好，包括选择客源都要根据当地文化和当地客源需求来做。这是我们四川包括国内兄弟省都可能面临这样一个问题。究竟我们怎么把我们好的旅游产品宣传给他们，你认为好不好，必须站在他们的角度去宣传打造。

第二个是营销。我们现在做很多营销，可能大家观察一下四川或者从网上百度一下四川营销，这几年四川营销有了一些探索和创新。总的一个选择就是还是要借助新媒体，不能用我们过去10年前、20年前好的东西一用就用20年，我们要用新的，特别是新媒体，我们一定要用这样的选择方式推广和宣传。

第三个方面我们要对业态发生变化、游客素质提升和现在可利用工具之多变化之多来改变。我到了旅游部门以后有很多感受。我做旅游时间不长，还是一个学生，但是我到过其他领域特别是做制造业和科技领域的经历，所以我总在思考，比如说我们今天坐在前面有旅行社的，我一直说旅行社在旅游中扮演什么角色，我想来想去就是一个装备车间的角色，他把吃住行购娱不同要素组装在一起，过去信息不畅，我们旅行社还可以支撑一阵子，但是今天互联网扁平化了，任何一个好产品都可以通过互联网传递到游客面前供他选择，所以在这样背景情况下不能仅借助于传统靠旅行社组装产品，而借助互联网组装大车间。这是我们四川未来的旅游和我的选择。

**主持人：**陈总，郝局长说旅游社是一个装配车间，你对这个观点有什么看法？

**陈荣：**我们国旅总社入境旅游一直龙头老大，这几年一直面临很大挑战，形势不太好，但是依旧保持

第一位置。入境旅游我个人认为要有几个方面值得关注，首先是整体形象，另外就是境外宣传光靠一个省单独去做行不行，我们省和省之间怎么协作，还有我们参加旅游交易会有交易吗，所以我觉得主角是什么，一个省弄一个小展台在德国人面前放着，有作用吗，很小。还有一点比如美国也好，加拿大也好，他们省的旅游局是怎么做的，很值得我们各个省的旅游局思考。比如加拿大，加拿大不同省旅游局邀请我去加拿大看过，我觉得很有意义，它的每个旅游局在目的地国家都有办事机构，我们各省旅游局在欧美发达国家有办事机构吗，而且他很多钱全部用在业界，全部和企业合作。但是反过来说我们各省旅游局给外国多少钱，他们旅委给我钱，通过我给到西班牙一家较大公司做入境旅游，杭州旅委一直在做这项工作，做得很好。所以我们可以学习杭州旅委还有外国的旅游局。

**吴必虎：**这个观点我不赞同，第一，我们中国旅游局在外国没有形象。“美丽中国”在世界上讲别人不相信，所以我觉得还要有针对国际上认可的形象，中国因为各种原因有很大市场。再一个“美丽中国”形象在世界上讲是值得怀疑的。

第二个补充，中国太大，每一个地方可以让外国人待几天，所以我觉得可以把中国拆开来卖，不要把中国弄成一个整体目的地，像四川就可以做成一个独立的目的地，四川有双遗产也有文化地产。

第三要向外国做营销，你必须讲外语不能讲中文，你那么多营销有英文网站吗，有请美国人英国人做网络编辑的吗，我觉得这一点哪一个省都没有做到。

**郝康理：**这一点我学习了，我们四川旅游局一定要做到。其实国家层面有它的营销定位，省这个层面

有营销定位，企业在这个层面也有营销定位，这一点一定要分类，同时时间、空间上结合。比如我们做一个形象到一定阶段要转入渠道和产品，这是我们营销需要创新和突破的一点。

**高舜礼：**对话到现在，我面对的压力有两个，第一个压力我现在没太有，四位嘉宾好象说话都比较直，在临近结束对话的时候，我也想提出一个比较直接的问题，你所在领域当中最为纠结和困难的问题是什么，希望政府部门和哪一方面有所改善。

**吴必虎：**这个问题我就讲两秒钟，最纠结问题就是研究经费不足。

**陈荣：**中国旅游业包括一些旅行社我个人觉得比较核心的问题是旅游产业结构不合理，市场集中度太低，所以我们现在种种的市场乱象核心问题是产业集中度不够，因为根据产业经济来讲前四家企业份额超过30%，这个才是相对合理结构，但是我们现在才10%左右，所以市场份额太低。市场种种乱象都是市场结构不合理造成的，所以国家旅游局要致力于制订有利于形成市场集中度产业政策，推动市场集中度调整，这才是核心。

**郝康理：**四川是旅游目的地，也是出游大省，我希望我们游客素质由全社会来提升，因为我一直期待着游客就是一道风景线。

**主持人：**我想你们讲的问题在2013年有所缓解，所有向着解决方向迈进一大步，这个环节告一段落了。今天高端论坛第二个板块业界对话就结束了。 **BES**

# REAL ESTATE COMMERCIALIZED BY TOURISM INDUSTRY

## 谁的地产被旅游照亮

——大地风景国际咨询集团执行总裁杨小兰女士做精彩 300 秒演讲

大地风景旅游研究院 姜丽黎

高端论坛是中国旅游产业发展年会上最引人关注的环节，这是一个智慧碰撞、明确行业发展思路和发展目标的重要环节，是全行业官、产、学、研各界交流的平台。第二届中国旅游产业发展年会高端论坛第三部分——“精彩 300 秒”环节，倒计时的演讲，对演讲嘉宾的时间要求更为严格，但依旧精彩纷呈。来自政府机构、旅游企业等的代表，作为旅游产业发展的宏观调控者、政策落实者、旅游发展的推进和实践者，站在各自的立场，对如何发展好旅游，助力建设美丽中国，发表了独到的见解，观点新颖。

湖北省旅游局局长张达华强调助力美丽中国建设，旅游

业要提升旅游产品的特色之美，同时要提升旅游品牌的形象之美、提升旅游服务的品质之美、提升旅游与三次产业融合发展的格局之美。

福建省旅游局局长隋军认为，美丽中国理应成为国家旅游新形象，并指出建设美丽中国，福建提升四美。

广西壮族自治区旅游局局长陈建军则明确提出，旅游的任务就是为美丽中国添彩。他认为旅游是“美丽中国”的重要组成部分，旅游业是建设“美丽中国”的主力军，旅游业要挖掘创造各种美丽。

中国气象局公共气象服务中心副主任毛恒青和金钥匙国





际联盟亚洲区总裁兼CEO吴伟则分别从旅游服务的角度，指出了旅游服务如何让中国美丽。

大地风景国际咨询集团执行总裁杨小兰女士发表了《美丽大地，风景中国——谁的地产被旅游照亮》的精彩演讲。演讲中提到，旅游地产是地产界的新“热点”，发展异常火热，从白山黑水到海南椰岛，从山东黄海之滨到云南苍山洱海之间，旅游地产可谓遍地开花，2012年第一季度，全国旅游地产投资上亿元的签约项目近70个，总规模超过2600亿元。杨总认为，旅游地产的兴起有其特殊的背景，一方面是由于房地产宏观调控，住宅市场不断“遇冷”，促使房企纷纷涉足旅游地产；另一方面，休闲时代背景下，旅游地产的发展既是我国休闲度假旅游不断发展的需要，也是地产发展的新方向，新趋势。

演讲中还提到，旅游地产的发展存在一种现象，很多地方政府或开发商只是把“旅游”当成借口、幌子或护身符，醉翁之意不在酒！到底是旅游地产？还是旅游地地产？

杨总指出，曲江新区的爆炸式发展之路可谓是旅

游地产的传奇，曲江新区旅游地产的成功，首先要归功于他们把旅游做到了极致。接着，杨总介绍了曲江新区的旅游地产发展模式——旅游+文化+地产，即依托文化遗产，整合历史文化资源，通过创意包装和策划实施一批重大文化项目，打造旅游景区，形成文化旅游集群，带动其他文化产业门类发展，形成文化产业规模，最终实现城市价值的兑现和城市土地价值的提升。

演讲最后总结了旅游地产的发展模式——旅游导向型土地综合开发模式——“TOLD (Tourism-Oriented Land Development)”模式，这是大地风景基于多年实践经验和成果总结。TOLD模式关注旅游导向型土地的智慧利用、科学利用，分阶段、分区域、有侧重地挖掘、开发土地潜力和价值，不断推进土地升值。演讲着重介绍了TOLD模式中土地开发时序、土地运营增值策略、旅游产品开发模式和TOLD模式的核心——创意旅游综合体(CTC)。

BES

# 04

# RESEARCH

# 研究

## 大地风景旅游研究院

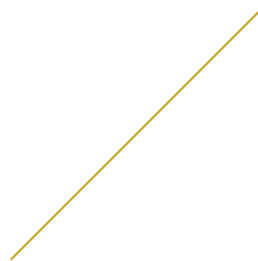
BES Tourism Research Institute

大地风景国际咨询集团下属的专门性研究机构，其主要职能是结合旅游规划行业特点，对理论界与实践领域的国内外前沿趋势、热门话题进行专题研究，并对集团的重要项目成果进行总结、汇编，致力于通过对研究成果的定期发布，搭建大地风景国际咨询集团与外界沟通的平台，不断推动旅游规划界的发展。

The BES Tourism Research Institute is a professional institute within BES International Consulting Group. Its main responsibilities are to conduct research on the leading national and international trends and hot topics in tourism planning theory and practice; to gather and report project achievements of BES International Consulting Group; to maintain an international platform for linking China with the rest of world; and to advance tourism planning industry development.

# LAKE TOURISM COMING INTO THE LEISURE LIFE

## 湖泊旅游：将休闲融入生活



近几年，湖泊旅游正以从观光旅游为主逐步向休闲度假旅游转型升级。以各种水上运动、休闲垂钓、游艇巡游、餐饮美食和湖滨度假为特点的湖泊休闲开发，为湖泊旅游带来了前所未有的机遇。

In recent years, lake tourism has upgraded from sightseeing tours to leisure vacation tourism. As the commercialization of aquatic recreational amenities, leisure fishing, pleasure boats and delicate catering, lake tourism has bright market opportunities.

# LAKE TOURISM LINKING DEVELOPMENT OF URBANIZATION

## 湖泊旅游与城市联动发展

湖泊对于城市发展的功能随着城市发展阶段的变化而变化，所体现出的价值具有多维性与动态性。  
Along with the trend of urbanization, lakes functions become multi-dimensions' and dynamic values.

### 一、湖泊旅游与城市发展

在服务经济和体验经济占主导地位的后工业时代，工业型城市化的作用将逐渐减弱，旅游成为城市化的有效途径。旅游业发展的同时能很好地带动相关产业的发展，与其他产业相互渗透和融合。产业之间相互渗透并融合会形成新的产业业态，而这些新业态的出现成为拉动经济新的增长点。旅游带动城市发展的途径，因地理区位和旅游资源等的差异，推进城市化的途径和方式也不尽相同。

现代社会离不开水，水不仅是人们日常生活的生活资料，也是工农业生产、交通运输、能源建设、环境卫生等部门最基本最重要的生产资料，同时，水又是环境保护、维护生态平衡必不可少的基本条件。湖泊对于城

市发展的功能随着城市发展阶段的变化而变化，由最初的生产性功能，如城市生活供水、农业灌溉等，逐渐发展为凸显生态服务功能，如开展旅游活动、为居民提供休闲开敞空间等。因此，湖泊所体现出的价值具有多维性与动态性，湖泊旅游的开发显得尤为重要。湖泊，不仅通过自身的声、形、光、影、色等给人以美感，而且与周围景观相结合，更具吸引力与亲水性。城市湖泊旅游地发展与城市的发展密切相关，同时也相互影响。

### 二、城市湖泊的特点与价值

城市湖泊是指位于大中城市城区或近郊的大中小型各类湖泊。国内著名的城市湖泊有杭州西湖、武汉东湖、北京昆明湖、南京玄武湖、济南大明湖、合肥巢湖

等。根据功能划分，城市湖泊可分为汇水蓄洪式城市湖泊、区域水源式城市湖泊、休闲游憩式城市湖泊、生态栖息地城市湖泊。根据城市与湖泊的区位关系，分为湖在城中（如杭州西湖），湖在城边（如武汉东湖），城在湖边（如太湖）。

环湖城镇或滨湖城镇，湖泊作为其中品质较高的资源，湖泊旅游与城镇发展相互促进。

### （一）城市湖泊的特点

#### 1. 可进入性强

城市湖泊具有交通便利、可通达性强的特点。由于交通的便利性，更是当地市民休闲游玩的首选地。

#### 2. 污染源多

与非城市内湖泊相比，城市湖泊的点污染源较多，对湖泊的富营养化影响也大很多。工业污水、生活污水等都可能通过入湖河道直接或间接进入湖泊；湖面上的游船、游客或市民的旅游活动也都有可能成为污染源。

据 2011 年中国环境状况公报，监测的 26 个国控重点湖泊（水库）中，包含 5 个城市内湖，其中 2 个为Ⅲ类（杭州西湖、济南大明湖），三个为Ⅳ类（武汉东湖、南京玄武湖、北京昆明湖）。总体来说，我国城

市湖泊污染严重，水质不佳。

城市湖泊污染严重，水质污染、水质不佳、废物淤积，也成了目前我国城市湖泊面临的主要问题。

### （二）湖泊之于城镇的价值

湖泊对于城市发展的功能随着城市发展阶段的变化而变化，最初的生产性功能由逐渐凸显生态服务功能，如开展旅游活动、为居民提供休闲开敞空间等。因此，湖泊所体现出的价值具有多维性与动态性。城市湖泊对城市具有重要作用，表现在以下一些方面：

#### 1. 调节城市小气候（温度、湿度）

城市湖泊是城市生物多样性的重要基地，与城市整体生态系统息息相关。

城市湖泊的高热容性、流动性以及湖泊风的流畅性，水面蒸发也会带走一些热量，对城市热岛效应减弱具有明显作用。尤其是在夏季，开阔的湖面便于空气流通，湖面带着水分和凉意的清风，吹拂到人身上，让人暑意顿消，爽身惬意。

#### 2. 净化环境，减少噪音

水体具有稀释和自净作用。城市湖泊区域丰富的植

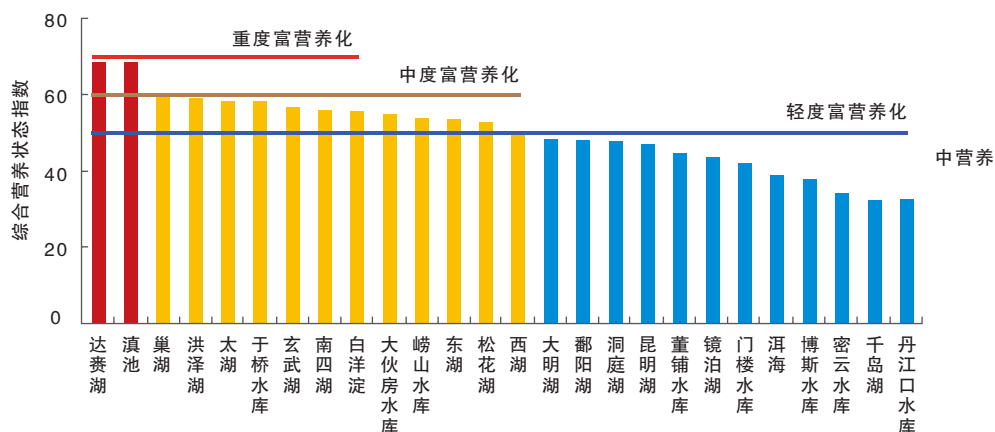


图1 2011年重点湖泊（水库）富营养化状态

物能吸收有毒气体，吸附空气中的粉尘，从而净化空气。同时，城市湖泊大面积的水域把城市空间加以划分，使各部分之间形成一定的宽度间距，从而降低各部分相互间的噪音干扰。

### 3. 调节径流，防洪减灾

城市水体作为城市水利枢纽的重要组成部分，具有调节径流、防止洪涝灾害及蓄水防旱功能。在雨季，湖泊的蓄水空间，具有一定的调度作用。

### 4. 美化城市，改善城市格局

水不仅是经济社会发展的重要基础资源，也是自然环境的重要组成要素。城市湖泊可提升城市环境品质，是城市山水格局的重要组成部分，优化城市景观格局。一个西湖让杭州城的古今完全沉浸在诗画里，一个东湖更让武汉三镇英姿横空出世。

### 5. 休闲、娱乐、文化和运动功能

城市湖泊是城市重要的敞放空间，它不仅是城市的物质载体，更是城市文化灵魂根结所在之处，是具备物质和文化的双重属性，是城市极佳的休闲放松之地。

### 6. 提升土地价值

滨水地带是世界上旅游度假和城市开发的热点区域之一。湖泊通常可以提升周边区域的土地价值。

## 三、城湖发展模式分析

湖泊旅游与城市发展具有以下关系：一方面，湖泊美化了城市环境及景观，促进小气候及湖区生物圈的形成，湖泊旅游又能为城市发展注入经济活力；另一方面，城市的发展带动了湖泊旅游的兴起，同时为湖泊旅游的发展奠定基础，提供旅游发展所需的基础设施和保障系统。

城湖联动指的是湖泊旅游发展与城市产业发展的相互关系。但这两者的关联具有动态性，且两者之间的主





导地位取决于其比较优势：湖泊知名度较高，旅游发展较为成功，则湖泊处于主导地位；城市知名度高，第三产业发达，则城市处于主导地位；湖泊旅游与城市发展相互交融，两者处于同等地位。吕明红通过对国内外湖泊发展的分析，从发展的主导地位上，总结出城湖联动的三种模式：

#### （一）以城带湖模式

以城带湖模式，主要指城市的知名度较高，带动了湖泊旅游的发展，如瑞士日内瓦湖。

日内瓦湖跨瑞士与法国，是阿尔卑斯湖群中最大的一个。湖面面积约为 580 平方公里，在瑞士境内占 362 平方公里，法国境内占 217 平方公里。日内瓦湖海拔 374 米，长 74 公里，湖面最宽处为 13.6 公里，湖水最深处 309 米，为内陆淡水湖。日内瓦城以第三产业为主，兼有部分精密制造业，如钟表业。第三产业中发展较好的行业有银行业、会议和展览业、旅游业。

自然资源独特、人文底蕴深厚、生态环境宜人、旅游项目丰富的日内瓦湖，吸引着越来越多的旅游者前往。由于日内瓦城的第三产业较为发达，整个旅游业发展的氛围较好。作为众多国际组织所在地及公约签署地，城市较高的知名度，人文环境氛围浓郁；坐落在阿尔卑斯山麓，自然环境优美。这些都推动了城市旅游的发展，也促进了湖泊旅游的兴起。总之，城市的发展带动了旅游的发展，同时，旅游的繁荣也使得第三产业的结构更加均衡。就发展模式而言，可总结为“以城扬湖，以湖优城，城湖交融，城湖并进”。

#### （二）以湖扬城模式

湖泊本身的文化底蕴深厚，自然景观优美，湖泊知名度较高，通过旅游名片的传播，城市的知名度开始提高，这一类型总结为“以湖扬城”模式，如杭州西湖。

西湖位于杭州城西，三面环山，东面濒临市区，是

一个湖泊型的国家级风景名胜区，现在被列为世界遗产，面积约 6.39 平方公里，水的平均深度在 2.27 米。西湖人文景观丰富、自然景观多样，如岳庙、六和塔、西湖十景等。

自 2002 年开始，杭州西湖公园景点的免费开放，引发了各地游客到杭州旅游的热潮。不但赴杭的游客人数大幅增加，而且逗留时间也不断延长，综合消费持续增加，带动了景区乃至杭州市宾馆、餐饮、交通、零售、会展、通信等行业的迅速发展。西湖之于城市的重要性体现在以下几个方面：

自然环境方面。西湖作为重要的城市湿地，不仅为杭州提供了水源，而且也改变了城市气候，调节了城市中的水循环与大气循环。

人文氛围方面。西湖增添了杭州的浪漫氛围，塑造了更为典型的江南城市意象。

功能性方面。增加了城市美感，强化了城市的动感，同时，优化了城市的景观格局，为城市居民休闲活动的开展提供了更广阔的开敞空间。

### （三）城湖共生模式

城湖共生模式，是指城市的服务功能与湖泊的生态服务功能相互交融，如琵琶湖。

琵琶湖位于日本境内，是日本最大的淡水湖，总面积达 670.33 平方公里，湖岸长 241 公里，最深处 103.58 米，平均水深 41.2 米。琵琶湖历史悠久，自然资源丰富，沿着湖周围的山环水绕产生了著名的游览胜景，主要有石山秋月、濑田夕照、失桥归帆、三井晚钟、唐崎夜雨、坚田落雁、比良暮雪、粟津晴风等美景，合称为近江八景。而琵琶湖周边大多为人文景观，如彦根城、大通寺、博物馆等。沿湖开展的旅游项目

有：湖上游船观光，泡温泉，参观美术馆与博物馆，琵琶湖山谷滑雪，歌剧院观演出，拜访寺社。

琵琶湖的地理位置十分重要，邻近日本古都京都、奈良，横卧在经济重镇大阪和名古屋之间，是日本近年来经济发展速度最快的地区之一，同时也是日本准备迁都的三大候选地之一。水产丰富，盛产鲫鱼，珍珠养殖业发达。航运、灌溉、发电和工业用水综合利用。

## 四、城湖联动发展的关键点

开发城市湖泊型风景区的重点和难点是，如何既保护城市湖泊脆弱的生态环境，又建设成以当地居民为主要游客，同时又兼顾外地游客的富有特色的旅游和休闲目的地。大地风景认为，城湖联动发展要把握好以下几个关键点。

### （一）保护湖泊生态环境为首要任务

良好的湖泊生态环境是湖泊可持续发展的前提，是湖泊旅游发展的根本。城市湖泊在发展过程中，面临的污染源更多，往往易出现污染加剧、水质下降、面积缩小、水体功能退化、水环境问题日趋严重等问题，生态环境更易遭到破坏，从而制约城市社会经济的发展。因此，城市湖泊要与城市协调发展，应将湖泊生态环境作为首要任务。对于湖泊的保护与治理，根据国内外发展较好的城市湖泊的成功经验看，必须做到有章可循，依法治湖，才能将工作落到实处，真正保护好湖泊生态环境。

### （二）集中管理，避免多头管理

在湖泊的长期发展中，湖泊治理是一项系统工程，



也是一项长期斗争，但由于国内湖泊往往存在多头管理的情况，导致水域保护“多龙难治水”的问题，将直接影响对湖泊的有效保护。因此，良性的湖泊发展中，集中管理，明确权责是非常重要的。

### （三）加强区域合作

区域旅游要实现可持续发展，必须坚持“大旅游、大市场、大产业”的发展战略，重视区域旅游合作，将其作为旅游业可持续发展的重要问题。湖泊水域面积大的湖泊，即前面提到的“城在湖边”的情况，例如太湖沿岸的城市就有苏州、无锡、湖州等，要想环湖旅游更好地发展，提高竞争力，必须要加强区域合作，进行旅游资源的重组和共享、旅游产品的更新和提升、区域旅游功能分工、客源市场的共同开拓与互换、联合促销、旅游企业之间的优化组合以及区域旅游整体形象的构建等。

### （四）丰富旅游产品类型

从国内外发展较好的湖泊景区来看，旅游产品类型的丰富多样化是其成功经营较为关键的因素。车震宇通过对博登湖、苏黎世湖和班芙国家公园三个国外成功案例进行分析后，也得出城镇发展与湖泊旅游开发要稳步发展，需要丰富产品，构建多元化旅游产品。水上产品虽然重要，但并非景区的主打旅游产品，或者说有多种可以和水上产品抗衡的旅游产品。同时，结合城镇特色节日和文化，开发一些特色节庆，从而丰富游客的旅游体验。

国内外一些知名的湖泊案例研究中，可发现很多大型湖泊旅游度假区中水上产品的种类相对较少，陆地和空中的旅游产品总量远远超过了水上产品的数量。游客

也将游览的重点放在湖泊周边的地区上，以陆地产品为主，对于湖泊只是选择远眺和湖畔散步等方式，很少去破坏湖面的宁静。

旅游产品类型丰富化，可以平衡湖泊旅游发展过程中的淡旺季。

### （五）注重城市公共服务设施建设

完善的公共设施首先可促进城镇的功能不断得到发展，满足当地居民的日常生活需要，提高生活质量，同时还可为来此游览的旅客提供周到、优质的服务，丰富游客的假日生活。在很多环湖城镇中都会有完备的公共设施，如商业街、大型娱乐场、影剧院、室内体育馆、图书馆等。

### 参考文献

- [1]郑华敏.论城市湖泊对城市的作用[J].南平师专学报, 2007, 26(2).
- [2]周素芬.城市湖泊旅游资源的价值与开发利用——以武汉市湖泊为例[D].武汉: 华中师范大学, 2006.
- [3]杭州市旅游委员会.杭州旅游概览[M].杭州: 浙江人民出版社, 2008: 41-43.
- [4]车震宇, 田潇然, 郑文.从国外案例思考滨湖城镇建设与湖泊旅游的关系[J].生态经济, 2010(2).
- [5]车震宇, 唐雪琼.我国中小型湖泊旅游度假区开发现状分析[J].旅游学刊, 2004(2).
- [6]吕明红.基于国内外湖泊旅游发展案例的城湖联动模式研究[J].经济研究导刊, 2012(17).
- [7]刘芳宏.城市湖泊型湿地公园规划研究[D].哈尔滨: 东北林业大学, 2010. BES

# THE ANALYSIS OF LAKE HEALTH TOURISM DEVELOPMENT

## 湖泊养生旅游开发探析

湖泊养生旅游的发展也有了一定的市场基础和发展前景，将成为湖泊旅游可持续发展的重要发展方向。

As bright market values basis and prospects, lake health tourism is going to be the sustainable lake tourism developing direction.

我国湖泊资源非常丰富，现有湖泊 2 万多个，总面积 91000 余平方公里，占国土面积的 0.95%。按地理区位分为五大湖区，包括东部平原湖区、青藏高原湖区、蒙新高原湖区、云贵高原湖区和东北湖区。

作为水体旅游资源的一种，湖泊旅游已发展成为旅游业的重要组成部分。随着近年来观光旅游和休闲度假旅游的兴起，以观光游览、水上运动、游船休闲和湖滨酒店度假为代表的湖泊旅游开发，更是为湖泊旅游带来了前所未有的发展机遇。同时，随着现代人对身心健康的关注度逐渐提高，康疗养生旅游逐渐兴起，因此，湖泊养生旅游的发展也有了一定的市场基础和发展前景，将成为湖泊旅游可持续发展的重要发展方向。

### 一、现阶段湖泊旅游开发的主要模式与存在的问题

#### （一）现阶段湖泊旅游开发的主要模式

国内的学者总结了以下五种湖泊旅游的开发方式：

#### 1. 综合旅游开发模式

充分挖掘湖泊的各类旅游资源，形成集观光、休闲、度假、运动、修疗养等功能为一体的开发模式。该类开发模式一般要求湖泊水域面积较大，水体自净能力较强，周围地形多样，生态环境良好，且地处经济发达地区，具备近邻客源市场的区位优势，交通进入性良好，附近有较理想的城镇作为游客接待的依托。例如，江苏太湖国家级旅游度假区，形成了旅游观光、度假、休闲为一体，配套设施齐全的旅游目的地。美国与加拿大交界处的五大湖群和韩国的庆州波门湖是综合旅游开发较成功的典范。

#### 2. 观光旅游开发模式

有些湖泊由于水体及周边环境的生态敏感性等原因，不适宜开发直接侵入水体和环境的参与性旅游项目，但这些湖泊具有较高的风光观赏价值，或有奇特的自然景观相支撑，或有深厚的历史文化相映衬，适合开展观光旅游。例如，浙江西湖以园林湖泊赏玩为主要功能定位，讲求从不同季节、不同时段、不同角度欣赏其美。美国与加拿大交界处的伊利湖和安大略湖由尼亚

加拉大瀑布连接起来，形成独特的风景，自1846年以来，乘坐“雾中少女号”在安大略湖上观赏婚纱瀑布的朦胧之美一直是此处最受欢迎的项目。

### 3. 度假旅游及疗养开发模式

周围气候条件适合，水面开阔、水质优良或附近拥有特殊的有益物质，如温泉、冷泉等对某些疾病有特殊疗效的湖泊，常被用于开展度假旅游和各类疗养项目。例如，浙江千岛湖国家级旅游度假区，优雅的自然风貌、丰富的名胜物产、多姿多彩的生物资源，是适合度假养生的多元化旅游景区。如日本箱根的芦湖，周围温泉资源丰富，成为度假旅游和疗养的胜地。

### 4. 体育训练及水上运动开发模式

当湖泊具有水体自净能力较强、不易受到污染，且水面开阔、深度适合的特点时，能够开展各种水上运动和岸上运动，这时湖泊的主要旅游功能就是吸引水上运动的爱好者。例如，云南滇池国家级旅游度假区，冬暖夏凉的气候条件适宜开展休闲体育运动或娱乐；度假区海拔在1888米，具有良好的高原训练条件。北京昆明湖湖面广阔，水面平稳，每年清华大学和北京大学都在此开展赛艇比赛，并逐渐向国外的大学发出邀请，成为一项国际性的大学生友谊赛事。

### 5. 探险旅游开发模式

某些湖泊由于奇特的成因形成了特殊的湖底构造，对于探险者和科学考察者具有较强的吸引力，因而适宜开展探险考察旅游。例如，新疆喀纳斯湖，因为“湖怪”传说而日渐火爆，游客追寻“湖怪”踪迹的同时可以游山玩水、休闲度假。在我国新疆的东部有一座“没有围墙的迷宫”——罗布泊。罗布泊曾是中国最大的飘移湖。楼兰国的神秘消失及其遗留的古民居遗址、佛塔、古墓群及古钱币等，更增加了罗布泊的神秘色彩。特殊的地形和丰富的人文历史，造就了罗布泊多姿多采的探险旅游资源。最近，有越来越多的人组团到罗布泊探险旅游，成功征服了这个有“死亡之海”称号的湖泊。

## （二）现阶段湖泊旅游开发存在的主要问题

### 1. 环境污染严重，湖泊生态系统脆弱

湖泊资源具有环境敏感性和生态脆弱性。湖泊旅游的发展很大程度上依赖环境，由于一些地方盲目或者不

科学地开发湖泊旅游资源，使湖泊旅游污染问题日益严重。旅游开发后，现代设施的使用，垃圾的处理不当等都容易使湖泊的水质等自然环境条件的污染，使水质恶化，湖水富营养化，同时也往往会让原生态的区域文化丧失生存空间。如今越来越多的湖泊走向富营养化，湖泊生态系统结构破坏、功能退化，水质性缺水日趋严重，并造成巨大经济损失。

### 2. 湖泊旅游产品单一，产业配套设施滞后

由于湖泊是一种普遍存在的资源，可替代性强，如果只片面强调这种普遍存在的山水自然特点，不突出旅游地自身特有的历史、人文景观，开发的旅游产品必然雷同多、个性缺乏，品牌不突出，形象不鲜明。

### 3. 湖泊归属分割化，不利整体发展与保护

许多湖泊的开发使用权归属不同地区和单位，其在开发思路及经营理念上很难一致，又缺乏统一管理，根本无法进行可持续性开发。例如巢湖在2010年行政区划调整以前，分属合肥、巢湖两市管理，由于地区经济和发展思路的差异，影响了湖区的发展。如太湖也是跨省跨区域的管理，容易导致产品重复开发，不利整体发展与保护。

### 4. 湖泊旅游季节性明显，发展不均衡

湖泊型旅游景区的季节性是普遍存在的现象，明显的淡旺季对景区旅游活动的开展会造成一定的影响。一方面，旅游景区在旺季时接待游客量较大，环境容量承载着较大负荷，长时间在这种超负荷状态下经营，很容易导致景区环境破坏，资源质量下降。另外一方面，淡季造成景区旅游服务设施利用率低，大量旅游服务资源闲置，不能带来经济效益，给景区造成一定的经济压力。

### 5. 湖泊度假地产开发过热，旅游功能淡化

休闲度假市场这块大蛋糕不仅吸引了旅游经营者的目光，也吸引了很多地产开发商和投资商的目光，旅游地产受到了热捧。在这样的背景下，湖泊因其得天独厚的自然条件，以及休闲度假市场的青睐，更吸引着地产开发商和投资商们，因此，湖泊休闲度假旅游变成了一系列的产权酒店、时权酒店、度假村和度假房地产建设，而一些利润较低的旅游吸引物和良好的康体休闲设施却投资不足。湖泊度假地产开发过度，易使周边的环

境受到损害，优美的环境在城镇化、商业化、社区化，这势必影响可持续发展。

## 6. 旅游规划滞后，重复建设现象普遍

在国内湖泊旅游开发中，大多对旅游规划不够重视，有些则是先开发后规划，因此无法做到以规划先行原则，有序开发，分布实施；更多的湖泊开发，通常不结合自身的资源条件，不管有没有经济实力、有没有客源就一哄而上，重复建设现象也很普遍，其结果当然是劳民伤财浪费湖泊资源，这方面已有太多的教训。我国湖泊旅游产品结构由观光型到观光度假结合型再到度假型转变，还需要走相当长的一段路。

## 二、湖泊养生旅游开发的可行性分析

### （一）康疗旅游的逐渐兴起

康复疗养旅游是以治疗疾病、康复疗养为目的的特殊旅游形式，它以治疗、康复为主，娱乐和观光为辅，是旅游和医疗的有机结合。随着工业社会的发展，生活节奏的加快，人们对自身健康状况日益关心，一系列疗养胜地应运而生。

我国的康复疗养业发端于20世纪50年代，在80年代进入全盛时期，主要表现为慢性病的疗养康复治疗模式。21世纪以来，随着生活品质提高，大家对于疗养也有了新的需求，健康体检结合短期度假的需求越来越旺盛，因此，康复疗养在现阶段蜕变为“度假旅游+体检”模式之后，疗养产业队伍进行了新的整合，此时期的最大特点就是短期旅游度假与医疗体检的结合。近几年来，我国康复疗养旅游日益风行，成为众多旅游爱好者、企业家、公务员、白领阶层以及老年群体的时尚休闲活动。

### （二）湖泊具有良好的养生资源

#### 1. 湖泊的养生优势

##### （1）自然环境优势

优越的自然环境条件是成功打造康复旅游目的地的

首要条件。纵观国内外开发较为成功、深受康复疗养人群青睐的旅游地，大都设在空气清新、风光优美、自然环境优异的区域。湖泊区域宜人的景色和生态环境资源，周边地区的气候条件和自然景观资源，本身就对康复疗养人员在调节心理平衡、消除疲劳、矫治疾病、增强体质等方面起着重要作用，为提高疗效、增进健康创造了有利条件。

同时，湖泊本身是具有形、影、声、色、甘、奇六个方面的美学特色的水体资源，能给旅游者带来有别于其他自然资源的愉悦享受。这些特点与周围山地、气候、植被等自然要素组合后，更是形成丰富的、极具欣赏价值的自然旅游资源。

##### （2）水体的休闲养生特质

湖泊水体通常具有观光和休闲养生的特质。一方面，不同的湖泊会呈现出不同的水体形态。不同形态的水体展示出不同的魅力，人们能直观地感受到水体的形态美。同时，湖泊型风景区水体一般给人以视野开阔，湖面宽广的感觉，在外部环境的和谐映衬下，景观美感度高。另一方面，水体具有可亲近性。人们亲水、爱水、敬水，“知者乐水，仁者乐山”的智仁观也体现出我国传统文化对水怀有深厚的感情。

##### （3）水体的康疗特质

有些湖泊不但拥有天然美景怡情养性，而且其水体还具备天然的药效，为人们提供了一个康体养生绝好的自然环境。例如，火山喷发形成的湖泊，由于火山喷发带来的火山灰等喷发物，具有很多矿物成分，同时也会带来一些地热资源，有保健疗养的功效。

五大连池是世界著名的三大冷泉之一，为火山堰塞湖，是第四纪火山活动给人类留下的珍贵遗产，荣获“世界地质公园”的称号。得天独厚的地质资源，使其成为我国及东北亚地区著名的自然环境理疗基地，以“康体养生”闻名于世，被誉为“身体的大修厂，生命的加油站”，且具有着“神泉”、“圣水”的美誉，有着200多年的饮用和医疗的历史。五大连池有世界上品味最高的具有医疗保健作用的磁化矿化电荷离子

水,还有集保健、美容、医疗于一体的矿泉洗浴、泥疗区等。五大连池风景区水体不仅具备让人迷醉的独特风光,同时其具有康体养生功效的矿泉水也使国内外游客慕名而来。

#### (4) 文化氛围优势

从文化氛围的角度来讲,各种文化活动的疗养生活中的重要组成部分,不仅可以充实疗养生活,而且在疾病的治疗,心理、精神的保健方面起着重要作用。湖区所在地大多分布有城镇或乡村居民,在历史发展过程中,形成了浓郁的地方文化特色,当地居民以及来自各地的人群相互接触,促进了人们的思想交流和感情交往,丰富多彩的文化娱乐活动,充实了当地的风土人情,增添了景观美的感受,还在一定程度上使游客的体能得到恢复、锻炼和提高。

#### 2. 湖泊的养生功能

经分析,大地风景认为湖泊资源具有以下养生功能:

◎ 观赏自然景色特别是水景和植物景观,可以到松弛神经紧张,增加 $\alpha$ 脑波的效果( $\alpha$ 脑波的增加与放松干有关),当体验自然美景时,能减少心理上的焦虑和生理上的紧张。

◎ 景观疗养能改善心理,且心理痛苦越大,疗养效果越明显。

◎ 湖泊及周边地区鸟语花香的气息减少人类思维的失误。

◎ 湖泊区空气负氧离子多在 $1000$ 个/ $\text{cm}^3$ 以上,浓度较高的空气负氧离子有利于人体健康,甚至有治疗保健功能。

◎ 阳光的照射对人体健康至关重要。

◎ 自然声音有益于人们松弛神经,减少紧张感。

◎ 观赏自然景观有利于降低血压。

◎ 不同的湖泊水成分会有差异,根据其矿物成分可以区分使用,饮用、洗浴和保健等。

◎ 适宜的气候环境,包括适宜的温度、适度,日照等,养颜润肤,有益于调养身心。

### (三) 湖泊养生旅游开发的意义

#### 1. 现代社会健康生活方式的新选择

现代社会,工作节奏紧张,生活压力大,空气污染、食品不安全等诸多因素影响下,现代人的健康也受到了威胁。到大自然中寻找内心的安宁,到绿色的环境中洗肤洗肺,进行绿色健康饮食,已成为现代人的一种健康诉求,因此,去环境优美的地方旅游,在旅游中放松,在旅游中养生已成为现代人健康生活方式的新选择。而湖泊养生旅游,因其良好的自然生态环境,平静湖面,多样的水体形态,自然也成了人们所喜欢的旅游类型。

#### 2. 丰富了湖泊旅游开发的类型

我国的湖泊旅游正处于快速发展阶段,各个地方湖泊旅游发展不平衡,总体发展水平不高,大部分湖泊仍然以观光旅游为主体,但湖泊旅游的发展模式升级转型已经初现端倪。随着经济的发展,休闲时代的到来,我国社会中有能力进行度假旅游的阶层逐步形成,并不断发展壮大,我国湖泊休闲度假旅游的发展必然迎来其黄金发展期。目前我国的湖泊旅游开发,主要还是以湖泊观光、湖泊休闲度假型开发为主。湖泊型旅游度假区在我国旅游度假区建设中占有重要的地位,是以满足旅游者的休闲康体需求为目的,利用湖泊资源、通过选择优越区位和营造良好环境为游客提供各种休闲设施和服务的一种旅游度假区。湖泊养生旅游的开发,融合了观光、休闲、养生、度假等功能,是未来湖泊旅游的一种重要方向,在一定程度上也丰富了湖泊旅游开发的类型。

#### 3. 有利于湖泊旅游的可持续发展

湖泊旅游传统的粗放式开发方式,大量游客的涌入,出现了一系列负面问题,其中环境污染、生态环境遭受破坏尤为突出。在发展旅游的过程中,湖泊易被污染,水质会明显下降,很多湖泊生态系统面临严重挑战。

养生的本质可以说是保持一种平衡,保持中和,兼

顾两极，善于调和矛盾，把状态调适到最佳。良好的环境条件是湖泊养生旅游开展的前提，湖泊养生旅游开发过程中，秉持这种和谐、平衡的原则，更注重对于生态环境的保护，维持生态平衡，利于湖泊旅游的可持续发展。

### 三、湖泊养生旅游开发思路

#### （一）理念创新，引导滨湖康疗生活方式

生活方式是人的社会化的一项重要内容，在很大程度上影响着人们的健康。康复疗养产品的开发，首先在于为游客提供了一种与日常生活不同的、健康的生活方式，帮助游客进行健康体验。利用湖泊旅游资源，从衣、食、住、行、休憩娱乐、社会交往等物质生活和精神生活层面，包装一种健康的概念，让游客能够依托美好的环境达到身心健康的目的。如盐湖的创意休闲湖、五大连池的运动康疗湖、千岛湖的乡村体验湖等开发模式，既赋予湖泊自身鲜明的形象特征，同时引导游客对健康生活的感悟，让其成为知性的体验者，有品位的体验者。

#### （二）资源依托，丰富康疗游憩方式

康复疗养产品内容丰富，涉及类型众多，结合湖泊的水面开阔、水质优良，或周围的气候条件、有益物质，可从如下方面进行开发，完善综合康疗设施：

##### 1. 康疗配套

康疗产品的开发，首先要有能够满足康复疗养需求的配套产品和设施，为健康和疗养提供一流的环境与服务。利用滨湖环境与水质资源，可提供特色水疗、理疗康复、健康管理、体检鉴定、预防保健、美容美体、人

才陪训、会议接待等服务。在中高端康复疗养项目开发中，还可设置针对VIP会员的养生保健档案、专业养生指导等专项服务。滨湖地区开发这类项目时，需注重资源与环境的利用，同时促进知识的传播，如完善解说系统等。

##### 2. 特色餐饮

古人认为“饮食有节，度百岁乃去”。合理的膳食是康复疗养的一大特色。利用湖泊及其周边特产，可以开发系列养生餐饮、特色餐饮，如全鱼宴、药膳、素斋以及有针对性的餐饮定制服务等。据此，可创新设计系列的养生主题餐厅、中西餐厅、温室生态餐厅、情景宴会大厅、膳食管理中心等餐饮设施。

##### 3. 滨湖居所

自古以来，健康的居所讲究“天人合一”。一方面，利用湖泊生态与环境资源，结合湖岛多样的自然地形、地貌，可开发康疗性质的滨湖地产，这类地产包括：滨湖度假酒店、水景度假村宾馆、水景度假公寓、室内水游乐度假酒店等，另一方面，利用湖区的水体、植被资源，打造内部庭院与建筑的养生特色，凸显养生人居品质。

##### 4. 特色交通

水上游船具有极强的休闲特色，通过文化元素的挖掘和包装，可体现浓郁的地方特色，集交通功能与康疗休闲于一体；此外，陆上的游憩步道、康疗保健步道等的设置，也可以丰富特色交通、康体游乐方式。

##### 5. 休闲娱乐

在湖泊资源开发基础上，挖掘音乐、文化艺术、运动等与养生的关系，开展休闲娱乐、水上运动项目，如滨湖垂钓场、水上高尔夫练习场、网球场、卡拉OK厅、养生SPA会所等，为康疗过程增添愉快、健

康和新的活力。

### （三）空间分层，开发康复疗养项目

依托湖泊的本底资源——水资源，将湖泊区域按照水、陆、空的层次，可开发与康复疗养相关联的项目。

**水：**设计开发滑水、船艇、竹筏、水上自行车等休闲设施；在漂浮物上进行的饮茶、听琴、钓鱼等休闲活动；水上茶吧、酒吧、水上花园等。

**陆：**按照滨水区和环湖带，设置不同的康复疗养项目。滨水区：水榭、船屋等水上园林、滨水园林；沙雕艺术、沙滩钓鱼、日光浴、散步、沙滩浴、泥浴等休闲项目。环湖带：主题度假村、会议酒店、原生态水乡、洗浴保健、旅游地产等。

**空：**可开发缆车、水上飞机、热气球等项目。

### （四）文化为魂，塑造康疗产品特色

文化为旅游开发注入持久的生命力，以休闲养生度假为主体，深入挖掘湖区所在地的地域文化、民俗文化以及中国传统的长寿文化、养生文化内涵，增强产品的体验性和附加值。文化的应用，主要表现在如下方面：其一，以文化点明主题，突出与众不同的康疗特色；其二，建设和丰富地标性建筑与景观；其三，开发具有文化特色的项目和活动，如与地方民俗结合的篝火晚会、节庆活动等。

### （五）产业延伸，完善康疗产业链条

利用湖泊资源开发康复疗养产品一个重要的方面，是健康产业链条的完善。其中包含了两项产业活动——制造经营活动和服务活动，内容涉及到医药、保健品、食品饮料、医疗器械、中药材、医用材料等产品以及

健康管理、休闲健身、营养保健、医疗卫生、咨询服务等领域的服务。可通过招商等方式，引入相关的产业，在完善产业链的同时，增加自身经营与发展能力。

另一方面，湖区周边的养殖业、渔业、生态农业等相关产业，与旅游业特别是康复疗养旅游有着密切的关系，应进行有效地协调和对接，通过开展特色住宿、接待、娱乐、购物、餐饮等方式，促进湖泊综合功能的发挥。

### （六）运营执行，增强康疗经营管理

国内外一些知名的湖泊旅游地，大多与周边的城镇建设、土地利用和旅游开发紧密结合，与区域发展密切相关。因此，在发展思路、经营理念和宣传推广上，需要统一有效的管理和协调机制。

此外，湖泊资源的环境保护至关重要，是康复疗养发展之本，环境保护是开发过程中必须遵循的基本原则。

### 参考文献

- [1] 周玲强, 林巧. 湖泊旅游开发模式与21世纪发展趋势研究. 经济地理, 2003, 23 (1).
- [2] 刘晓娟. 我国湖泊休闲度假旅游的发展研究[D]. 合肥: 安徽大学, 201.
- [3] 陈雷. 促进湖泊健康与可持续发展[R]. 首届中国湖泊论坛, 2011.12.10.
- [4] 夏必琴, 陆林. 我国湖泊旅游: 开发、问题与展望[J]. 安徽师范大学学报(自然科学版), 2008, 31 (4).
- [5] 唐皓, 赵丽丽. 依托湖泊资源打造康复疗养旅游产品对策研究[J]. BES

# TAKING ADVANTAGES OF FOREIGN EXPERIENCES FOR THE DOMESTIC LAKE TOURISM DEVELOPMENT

## 借鉴国外经验发展国内特色湖泊旅游

国外优秀的湖泊旅游发展案例，是值得我们借鉴的。

Successful foreign lake tourism development case studies and lessons are worth to China.

同很多国外的湖泊旅游相比，我国多数湖泊旅游开发目前仍处于发展初期，以观光旅游为主。随着单一的观光旅游朝休闲度假旅游的转变，国内湖泊旅游也面临着转型升级的问题。这个过程中，国外优秀的湖泊旅游发展案例，值得我们借鉴。本文通过对比国内外湖泊旅游发展的不同，列举分析国际优秀湖泊旅游案例，总结其发展特点及成功经验，希冀能为我国湖泊旅游发展以及今后大地风景湖泊类项目提供些许参考。

### 一、国内外湖泊旅游开发与发展状况对比分析

国外尤其是欧洲的湖泊旅游发展较早，无论是从湖泊资源的保护还是湖泊旅游度假区以及相关旅游产品的开发，都值得我们认真、深入地学习。有学者从发展历史、周边城镇或村镇功能、经济结构和地缘结构、休假制度和度假条件 4 个方面对比分析了欧洲湖泊旅游和国内湖泊旅游的不同。

#### 1. 发展历史

欧洲的湖泊旅游度假开始于 18 世纪，发展于 19 世纪，兴盛于 20 世纪。20 世纪 70 年代后期，大多数欧洲国家半数以上的人口每年至少离家休假一次。经过这种长期的循序渐进的发展，欧洲的湖泊旅游度假区在规划、管理、交通、旅游设施、旅游产品等多方面都较完善，有稳定的度假客源市场。我国的湖泊旅游度假在 20 世纪 90 年代前，主要以官办的疗养院等为主。大多数湖泊旅游度假区缺乏统一的规划或简单套用城市规划的方法，短期内大规模地建设了许多低标准、高密度的宾馆、度假村、招待所等；湖岸被划为各单位自己的用地，旅游产品仅仅只在水上做文章，环湖徒步旅行、自行车旅行等陆上旅游项目较少，形成了许多各自为政、杂乱无章的湖泊旅游度假区。

#### 2. 周边城镇或村镇功能的不同

欧洲的湖泊旅游度假区大都是结合湖泊周围的城镇



发展起来的，城镇在度假旅游发展的过程中也有效地扩展自己的功能，为游客提供了家庭旅馆、餐馆、商店、手工艺品、节庆活动等旅游设施和旅游产品，并减少淡季时宾馆酒店的维护成本。这些城镇成为削弱湖泊旅游度假区季节性游客变化的调节器：旅游旺季时游客可以居住家庭旅馆，缓解宾馆酒店的压力；旅游淡季时城镇居民仍有圣诞节、新年等传统的节庆活动，保持整个度假区的人气，吸引游客。

我国部分旅游度假区在开发时，政府干预的现象严重，将区内的村镇看做一种负担，想让农民迁出他们世代代的居留地，或是在区内合并、调整自然村镇的地块区划。这种没有把村镇作为旅游资源和合作伙伴来对待的方式，造成了度假区经营成本增高、旺淡季游客悬殊、旅游产品单一的后果，难以吸引游客长期停留。

### 3. 经济结构和地缘结构的不同

湖泊属于遍在性旅游资源，具有共性大、独特性小、空间竞争替代性强的特点。我国地区之间经济发展不平衡，并且经济发达的长江中下游和东部地区湖泊较多，中西部地区的湖泊很难吸引到东部地区的观光游客，而吸引本地的观光游客为主。和我国相比，波登湖、嘎达湖周边都是一些贫富差距不大、地区经济发展均衡、生活水平和福利待遇较高的国家，如德国、瑞士、奥地利、意大利、法国等。

欧洲的度假旅游具有以家庭为单元、近距离度假、回头率高的特点，这样，就容易形成较稳定的一级客源市场，再加上便捷的交通，也容易吸引经济发达、气候寒冷的北欧等国的二级客源市场。

### 4. 休假制度和度假条件的不同

大多数欧洲国家实行带薪休假制度，休假时间各不相同，如法国有4周，英国有3周，德国有2.5周至3周，丹麦有5周。度假时，有小型游艇的中产阶层家庭习惯用拖车载船到目的地，其他家庭可以租用湖泊内的游艇，并且冬季时也能在湖中遨游。如波登湖有5.5万艘船只，其中大部分是游艇和游船；湖中有可载车的轮渡，方便自驾车和拖船的游客。相反，我国在短期内带薪休假制度还不会实施。黄金周游客过于集中，旅游

区严重超载，降低了旅游质量，不利于度假旅游的发展。在我国用轿车尚未普及的今天，一段时间内还无法实现欧洲湖泊旅游中那种家用游艇出游。

## 二、苏黎世湖案例分析

苏黎世湖(Lake Zurich)，位于瑞士高原东北部，以优美的自然风光、浓郁的人文气息、丰富的旅游产品以及发达的旅游基础设施闻名于世。

### 1. 完善的生态恢复与保护措施还原湖泊高水质

湖泊的水质是湖泊旅游赖以生存与发展的基础，我国很多湖泊都存在不同程度的污染问题，在面对湖泊旅游发展的问题上，可以借鉴学习苏黎世对于湖泊污染治理的经验。

苏黎世是瑞士第一大城市，也是重要工业城市。苏黎世湖曾因工业发展成为污染重灾区，不能游泳，水质也很差。生活环境急剧恶化，成为苏黎世人的切肤之痛。他们痛下决心，建立了发达的城市污水处理系统，使用了上千个地下摄像机监测下水道情况，实时了解那些地下管道是否畅通，并收集全市的所有工业和生活污水。这些污水经过机械、生物、化学、渗透等处理过程，完成全部净化程序后，才能重新流入连通苏黎世湖的利马特河，在苏黎世，流入苏黎世湖的每滴水都必须经过处理。如今许多苏黎世市民骄傲地说，苏黎世湖水可以直接饮用。从苏黎世湖湖畔看过去，湖水清澈见底，游鱼成群，白天鹅、黑头鸭、鸳鸯也畅游其中，景色怡人优美。

### 2. 丰富的自然、人文资源

#### (1) 风情小镇

苏黎世湖沿岸有很多美丽的小村镇，东北岸一带的村庄，尽是精美的别墅，参差错落，竞相媲美，有“黄金岸”之称，其中最不容错过的是具有“玫瑰小镇”之称的拉珀斯维(Rapperswil)。这个繁荣美丽的小镇坐落在苏黎世湖唯一的一个半岛上。城中的基督教堂和城堡是游览的点睛之笔。城堡和旧城区中间是玫瑰园，这是“玫瑰之城”名字的由来。城堡最初建于

1200年，现在看到的城堡是战争后的1350年在旧城堡的废墟上重建而成。新哥特式基督教堂圣约翰大教堂（Pfarrkirche St.Johann）毗邻城堡建于13世纪中叶。教堂在1882年发生火灾，并随后重建。临近教堂的街道两边坐落着第二次文艺复兴时期的建筑。从城堡山之下向西延伸就是小镇的制高点，从这里可以俯瞰老城区的全部和苏黎世湖。

苏黎世湖南岸则有塔尔维尔（Thalwil）、豪尔根（Horgen）、晋费菲孔（Pfaffikon）等宁静的小镇。其中豪尔根是自1230年起就是豪尔根区南北交通的中心，此后一直保持了历史和经济重镇的地位。而今的豪尔根不仅是一个适宜生活的小镇，也是一个休闲度假的首选之地，其一半以上面积都被森林覆盖，宁静平和的氛围使这里成为素有“世外桃源”之称的瑞士的“世外桃源”。

### （2）传统与现代相协调的特色建筑

在苏黎世，不但可以看到本地具有特色的建筑物，还有其他民族文化基因的建筑，也融合其中，显得非常和谐。后面建造的建筑物要与已经存在的建筑有一个协调关系，不是盲目地根据一己计划去进行建设，不是孤立的。所以，只要来到苏黎世的人都有一个感受，就是不论从哪个角度去欣赏这座城市，都显得那么静谧、和谐、安详。

对于苏黎世建筑，当地政府采取的是一种保护和开发双重并举的思路。在瑞士有很多新与旧完美结合的典范，比如建于中世纪的贝林佐纳古堡。在1980年代，由瑞士建筑师Aurelio Galfetti主持进行了修缮，将古典与现代完美地结合在一起。在瑞士，维护和保护古建筑的工作很成功，政府很关注如何处理好传统与现代的协调关系。

苏黎世是一个古老文化和现代艺术有机地结合在一起的城市。几个世纪前的建筑、时髦的酒吧、俱乐部和摩登的商店处处可见，并且每年一度的音乐狂欢游行也让这个城市增色不少。

### （3）节日庆典

淳朴的民族风情，别具特色的传统节日，依旧吸引了络绎不绝的游客，也为苏黎世湖泊旅游增加了更加丰富的内容。

苏黎世街道游行：每年8月举行，是世界上最激

动人心、规模最大的电音街道游行狂欢，在市中心和湖畔举行。

六鸣节：是苏黎世的迎春节，下午的时候，各行各业人士身穿传统服装在城内游行，并准时于18时在六鸣草坪上燃放象征冬天的雪人，雪人用棉绒制成，体内填充有鞭炮。

少年射击节：这是最古老的苏黎世节日，为12至16岁的少男少女举行射击比赛，同时举行为期3天的热闹年集。

苏黎世节：每三年在七月的第一个周末举行。从星期五到星期日，老城、湖边和利马河岸构成一个巨大的节日广场。整个节目的高潮是湖上焰火表演。

戏剧节：在兰第维斯举行，来自世界各地的剧团表演最现代、最前卫的戏剧。

除此，还有许多特色的节日举办庆典活动，譬如说6月11日林道启航日、7月12日市镇节、海港圣诞节、夏日里举办持续数月的葡萄酒节；梅尔斯堡国际城堡音乐会、一年一度的布雷更茨音乐节；布雷更茨春季节、夏季节等。

## 3. 水、陆、空立体多样的旅游产品

苏黎世湖的水上游览和娱乐项目非常丰富，在这里可以游泳、垂钓、玩帆船或乘游船欣赏湖上风光。除了常年的游船项目之外，每年的5月中旬到10月还有午餐游船（每天12:10—1:15）和舞会游船（每年六月、九月的每个星期六；七八月的每星期三、五、六。）

陆上的活动有环湖自行车、湖滨散步、徒步旅行参观、溜冰、高尔夫、网球、山地自行车、野外烧烤、野营等。

空中产品齐柏林硬式飞艇特色活动、飞行表演等。

## 4. 完备成熟的旅游基础设施及服务设施

周边城镇拥有城市公交车、区域公交车，以及火车便利的水上航线；同时有完备的公共设施，如商业街、大型娱乐场、影剧院、室内体育馆、图书馆等。完善的公共设施首先可促进城镇的功能不断得到发展，满足当地居民的日常生活需要，提高生活质量，同时还可为此游览的旅客提供周到、优质的服

务,丰富游客的假日生活。

### 三、班芙国家公园案例

班芙国家公园 ( Banff National Park ) 位于北纬 51° 10' 0" , 东经 115° 33' 0" , 面积 6560 平方公里,是加拿大第一个国家公园,全球第三个国家公园。夏季时,游客中有 42% 来自加拿大 ( 23% 来自加拿大阿尔伯塔省 ), 35% 来自美国, 20% 来自于欧洲。路易斯湖 ( Lake Louise ) 是班芙公园的精华,是每个游客的必游之地。路易斯湖长 2.4 公里,宽 0.5 公里。路易斯湖地区冬季寒冷,夏季凉爽宜人,一年中适宜在水上活动的时间较短,因此未开发较多的水上旅游产品,游客主要沿路易斯湖周边徒步或骑马游览,少量游客泛舟湖面。此外,在班芙国家公园还有一些景观优美但水温较低的湖泊,如 Lake Peyto、Lake Bow、Lake Herbert 等,这些湖泊没有开发过多旅游产品,仅供游客观赏。

建立于 1883 年的班芙镇位于班芙国家公园的中心区,距离路易斯湖 54 公里,镇内居民 9069 人。班芙镇是国家公园内的观光重镇,游客以此为停留地,到周边景区游览。小镇内集中了众多的文化机构,随处可见出售琳琅满目商品的店铺、风味餐馆。由于游客太多,在国家公园边缘发展了另一个旅游镇——坎莫尔 ( Canmore ) 镇,小镇永久居民约为 12005 人。班芙镇和坎莫尔镇的距离为 25 公里,两镇之间由高速路连接,车程 15 分钟。两个小镇在旅游功能上互补,前者是国家公园内部的旅游接待中心,后者为公园外部的旅游服务中心。班芙镇严格控制各项建设,坎莫尔镇则相对宽松,这使其分担了更多的旅游服务功能,并且住宿便宜,约 60% 的游客在此住宿。

### 四、案例分析小结

苏黎世湖和路易斯湖这两个湖泊度假区所处的纬度都较高,常年水温比我国大部分湖泊的水温相对较低。在国内,这类湖泊不适宜开展过多的水上活动,旅游度假很难展开,但这两个度假区对游客仍有很强的吸引

力,四季游客往来不断,无明显的淡旺季之分。其能够稳步发展,游客终年络绎不绝,具有以下共性特点:

- (1) 水上产品的开发在湖泊度假区中并非主要地位。
- (2) 注重结合城镇共同发展。
- (3) 城镇成为削弱湖泊旅游季节性游客变化的调节器。
- (4) 注重城镇公共设施建设。
- (5) 重视开发湖泊旅游淡季产品。

以上共性特点是我国湖泊旅游开发中所缺乏的,这也是我国湖泊旅游开发中观光游客较多、旅游淡旺季游客量变化明显、旅游产品种类单一的主要原因。

中国休闲旅游开发策划需要新思维,湖泊旅游开发更是如此,应该彻底抛弃所谓“吃、住、行、游、购、娱”的旅游开发思路,仅把这传统的六要素看成旅游产业的必备基础要素,而非主题要素。应该大力思考“体、娱、健、闲、医、险、遇、异、避、学”等主题要素,形成差异化经营,构成区域产品优势。湖泊旅游开发要建立“立体开发模式”,山水湖泊要充分利用环境优势建立环状梯度产品圈,平原湖泊要充分发挥空间优势打造人文互补价值链,既不要忽视水上项目的开发,也不要走进水上项目的死胡同,充分考虑国内大众游客的习性,采取“尊重一些,迁就一些,培养一些,引导一些,再造一些”的经营方针,将中国湖泊旅游业推进新时代。

### 参考文献

- [1] 车震宇,田潇然,郑文. 从国外案例思考滨湖城镇建设与湖泊旅游的关系[J].生态经济,2010, 2.
- [2] 王宇智.我国度假地发展的制约因素和对策[J].桂林旅游高等专科学校学报, 2002, 13 ( 2 ) : 35 ~ 38.
- [3]方靓.湖泊旅游区度假消费及其影响因素研究[D].杭州:浙江大学硕士论文, 2006: 9 ~ 15.
- [4]周玲强,林巧.湖泊旅游开发模式与21世纪发展趋势研究[J].经济地理, 2003, 23 ( 1 ) : 139 ~ 143.
- [5]车震宇,唐雪琼.我国中小型湖泊旅游度假区开发现状分析[J].旅游学刊, 2004 ( 2 ) : 45 ~ 49.
- [6]冯维波.我国旅游产品开发操作中若干问题的思考[J].旅游科学, 2001, 15 ( 2 ) : 10 ~ 13. BES

# THE ANALYSIS OF THE BODENSEE LAKE TOURISM DEVELOPMENT IN EUROPE

## 欧洲波登湖环湖旅游开发分析

---

政府、企业、居民等都注意湖泊的环境保护，如开发有机农产品、利用太阳能技术等。

Government, enterprises and citizens significantly attach importance to environmental protection in terms of organic agricultural products, solar energy technology and so on.



## 一、波登湖概况

波登湖（Lake Bodensee），又称康斯坦茨湖（Lake Constance），位于北纬47° 39′ 48″，面积540平方公里，处于阿尔卑斯山北部的德国、瑞士、奥地利三国交界处，由三国共同管理，是德语区最大的淡水湖，每年为当地450万居民提供1800万立方米饮用水。

从17世纪开始，波登湖就因为周边的果园和葡萄园而受到游客的青睐。欧洲游客以家庭游为主，偏重修学文化游。1999年游客为136.3万人次，住宿人次为544.6万人次，平均每人住宿3.9天。1999年统计，共有944个超过8个床位的住宿点，共38660个床位。

政府、企业、居民等都注意湖泊的环境保护，如开发有机农产品、利用太阳能技术等。

## 二、环湖城镇建设及旅游开发情况

波登湖周边散布着30多个城镇，有220万人在湖区周围居住和工作，其中位于德国的林道（Lindau）、梅尔斯堡（Meersburg）、康斯坦茨（Konstanz），位于奥地利的布雷根茨（Bregenz）和瑞士的阿尔彭（Arbon）等城镇已成为波登湖畔著名旅游度假胜地。

### （一）德国康斯坦茨

康斯坦茨位于博登湖西端，德国的西南角，毗邻瑞士。她是一座有2000年历史的古城，也是一座年轻的大学城。德国南部边境城市。在博登湖南岸莱茵河流出处，与瑞士的克罗伊茨林根仅一街之隔。人口8.2万。公元三世纪时建为要塞。铁路车站、河港、航空港。工业以纺织、机械、化学、食品和木材加工为主。有大

学、博登湖研究所、博物馆和中世纪古迹等。疗养和旅游胜地。

功能定位：最重要的旅游城市和国际会议中心。

### （二）奥地利布雷根茨

布雷根茨包括三个区。上镇（Upper town）老镇，保持着从13到16世纪风貌，镇墙仍然存在。历史性建筑主要有老市政厅（Old Town Hall—1662年）；马丁塔（Martinsturm）——被认为是布雷根茨的标志建筑物；哥特派风格的圣戈尔（St. Gall）教堂，罗马式的建筑部分是1380年以前的，1480年重建，从1737年到1938年改建成巴洛克风格；赫茨-杰斯教堂（Herz-Jesus-Kirche 1905—1908）。

下镇（Lower town）：市政厅建造于1686年（正面是1898年的）；哥特派风格的湖礼拜堂（Seekapelle），Landhaus（1973年到1982年建造），以前的Kornhausmarkt（从1838年到1940年建造，从1951年到1955年改建）现在是一所剧院，新教徒的圣十字教堂（1862年—1864年），教区教堂，St.Holzbauer教堂，Kolumban（1962年—1966年），布雷根茨艺术馆（Kunsthau Bregenz）（1991年—1997年）。

Vorkloster区：玛莉亚·希尔夫教区教堂（1925年—1931年），以及西多会的梅勒劳（Mehrerau）修道院，其历史可以追溯到11世纪，那时的修道士正担负着改变布雷根茨森林地区的重任。Gebhardsberg山岩石上的Hohenbregenz要塞的残余（在1647年被瑞典人破坏）。

布伦根茨节（Bregenzer Festspiele）是奥地利著名的艺术节，在每年的七月和八月举行。湖上舞台（Lake Stage）是一个大的露天歌剧院，每年音乐节在博登湖上背景舞台演出歌剧或者音乐喜剧。布雷根茨

因每年的夏日消暑音乐节而特别出名。令人叹为观止的是在湖的中间搭建的类似脚手架架构的大舞台和色彩奇幻的大舞台布景，每年都有不同。在夏日的夜晚呈现出五彩斑斓的梦幻景色。湖的沿岸是 7000 个席位的观众席。

湖上演出最早成立于1946年。在湖上演出的节目主要是歌剧或音乐剧，通常有大众喜欢的剧目和传统歌剧。最近演出的经典作品包括威尔第《阿依达（Aida）》2009-2010，普契尼《托斯卡》2007-2008，《游吟诗人》2005-2006，伦纳德·伯恩斯坦《西区故事》2003-2004，威尔第《波西米亚人》2001-2002，和《假面舞会》1999-2000等。

功能定位：旅游城市和艺术中心，会议中心和欧洲最大的水上舞台。

### （三）特色小镇

德国境内 Unteruhldingen，至今还完整地保留着石器时代原始人的小渔村。

Friedrichshafen 是德国著名的飞艇发祥地，也是现在世界上唯一生产能用于载人和运货进行长途飞行的

飞艇。人们可以在那里搭乘号称世界上最先进、最经济的飞艇做一次环绕波登湖的飞行，当然价格也是相当昂贵的。另外在市区还有飞艇博物，那里记录了德国飞艇的发展史，陈列着许多有关飞艇的实物和二战中飞艇模型、照片等。

瑞士境内小城 Stein am Rhein 仿佛是一座中世纪的美术馆，特别是市政府广场周围集中了许多漂亮的建筑物，城市边的山坡上有城堡 Hohenklingen。

克罗伊茨林根（Kreuzlingen），瑞士边境小镇，紧挨着康斯坦茨，人口约 3.7 万，面积 115 平方公里。

林道（Lindau）是德国巴伐利亚州的城市，位于波登湖东岸的岛上，德国、奥地利和瑞士三国的交界处，自古就是波登湖周边一个重要的商业中心。小岛总面积 33 平方公里，岛上居民 2.5 万人，其中 294 人从事手工艺行业，1026 人从事商业贸易，201 人从事旅店行业，79 人从事膳食行业。林道是一座旅游城市，是德国南部“阿尔卑斯山之路”的起点，以阿尔卑斯山为背景的旅游业是该市的支柱产业。

梅尔斯堡是一个以古堡和葡萄酒闻名的波登湖畔小城，小镇内居民 5500 人。



#### （四）旅游产品的开发

各个旅游城镇开发的旅游产品，主要分为水上、陆上和空中三部分：

##### ◎ 水上产品

主要有垂钓、游泳、划艇、独木舟、帆船、潜水、水上摩托、游艇、游船等。

##### ◎ 陆地产品

- 观光体验类产品：参观老市政厅（始建于15世纪）、圣史蒂芬教堂和圣母升天教堂、圣彼得教堂、历史大会堂、海港和老灯塔，参观葡萄种植和葡萄酒酿造博物馆、飞艇博物馆、陶瓷制作车间、新老城堡、Unterruhdingen 的原始人小渔村、参观 Vorarlberg 省立博物馆、MehrerauCisterian 修道院、爬行动物园、St.Martin 塔、城堡历史博物馆、Saurer 交通工具博物馆等、游览古镇、公园、自然保护区；

- 运动产品：徒步旅行、环波登湖山地自行车、远足、溜冰、高尔夫、网球、山地自行车、羽毛球、运动场、体育俱乐部；

- 休闲度假：滑雪度假村、游艇度假、精品度假

#### 酒店

- 购物：大量特色商店
- ◎ 空中产品
- 齐柏林硬式飞艇。

#### （五）特色活动与节庆

波登湖度假区内各城镇都开展了众多的节庆活动。林道是国际会议中心，6月11日林道启航日、7月12日市镇节、海港圣诞节等。梅尔斯堡夏日里举办持续数月的葡萄酒节，还有梅尔斯堡国际城堡音乐会；布雷更茨举办一年一度的布雷更茨音乐节、布雷更茨春季、夏季节；阿尔彭开展在 Franz Saurer、Adolph Saurer、Hippolyt Saurer 等特色民居中度假。

#### （六）交通组织

有火车和可载小车的轮渡，1小时车程内可到周边大城市慕尼黑、苏黎世、斯图加特等；距湖38公里的城镇有机场。波登湖有5.5万艘船只，其中大部分是游艇和游船；有10个码头和35艘邮轮。BES

（案例整理自《环巢湖地区旅游发展概念性规划》项目）



# THE TOURISM DEVELOPMENT AND URBANIZATION AROUND THE LAKE IN GENEVA

## 日内瓦湖环湖城镇建设与旅游开发

以会展、运动、艺术、文化为主要发展产业的都市与众多旅游城镇和旅游度假项目相结合的综合旅游目的地。

The comprehensive tourism destination is formed by arts, events and tourism industries, tourism towns and tourist resorts projects.





## 一、日内瓦湖基本概况

日内瓦湖是欧洲阿尔卑斯山区最大的湖泊，面积 581 平方公里，位于瑞士西南部和法国东南部之间。347 平方公里属瑞士，234 平方公里属法国。有隆河注入，湖域呈新月形，最深点 310 米。

沿湖可见绵延的高地、雄伟的阿尔卑斯山和各式各样的美景，湖水、雪山、蓝天连成一片，成千上万的水鸭在湖面翱翔，雪白的天鹅在水中游弋。日内瓦湖以勃朗峰桥为中心，沿湖公园四布，如激流公园、玫瑰公园、珍珠公园、英国花园、植物园，还有湖畔的花钟。湖滨别墅连绵，红墙碧瓦掩映在绿荫丛中。花木扶疏，水色澄碧，素被视为人间胜境。

日内瓦与洛桑为最大的湖滨城市。

## 二、湖水治理与环境保护

20 世纪 70 年代，日内瓦湖水体严重污染。日内瓦湖遭受严重的化学污染，家庭用的废水甚至农药都没有经过处理就直接倒入湖里，致使其一度成为“死湖”，无法用于生产或休闲活动。

在公共管理部门、民间社团以及私营部门的共同努力下，如今，日内瓦湖是中欧地区最大的饮用水蓄水池。大部分饮用水（80%）从日内瓦湖提取；其余的 20% 来自阿尔沃河渗透形成的地下水。

日内瓦湖的污染防治采取了两种相辅相成的措施。一是在 1970 年到 1980 年间进行的治理。1970 年到 1980 年间，清除湖水中的污染物，采取的措施包括，合理建设管道系统，将居民生活废水和工业废水输送到处理工厂；借助各种处理手段将废水中的有机质和含磷污染物清除之后才将废水排放到湖、河等自然环境当中。

二是自 1986 年开始进行的防范。从 1986 年开始，

防止污染物进入水体（从源头遏止污染）采取的措施包括，制定严格的废水排放标准、禁止使用含磷衣物洗涤剂；设法减少耕作过程中的营养（磷肥和氮肥）流失、限制化肥和杀虫剂的用量。为了改善水质，瑞士政府制定了严格的法律来限制排污行为，建立了污水处理工厂，即便是处理过的污水也不会被排入湖中。由于这一湖泊一半属于法国，当地政府还建立了跨国水治污机制，促进两国合作联手应对河水污染问题。到本世纪初，日内瓦湖就已完全可以供人放心地游泳、泛舟或潜水、赛艇，并且湖水可以直接饮用。

## 三、环湖城镇建设及旅游开发情况

### （一）日内瓦——以国际组织、跨国公司总部著称，会展业发达

日内瓦（Geneva）是瑞士境内国际化程度最高的城市，瑞士第三大城市，法拉山和阿尔卑斯山近在眼前。静静的罗纳河穿城而过，湖与河的汇合处，由数座桥梁连接着南北两岸的老城和新城。人口 20 万。全年一月最低气温  $-1^{\circ}\text{C}$ ，七月最高气温  $26^{\circ}\text{C}$ 。

日内瓦也是世界钟表之都，钟表业与银行业成为日内瓦的两大经济支柱。在日内瓦著名的钟表珠宝店购物是游客的主要活动之一。

日内瓦是国际联盟的所在地（1920年—1946年解散），最初在 Wilson 宫，后搬进其后一直作为联合国所在地的万国宫。世界卫生组织的总部也座落于这座美丽的城市。许多的跨国公司，例如宝洁公司、雪兰诺、Firmenich 以及 Givaudan 都将欧洲总部设在日内瓦。

会展业大大促进了日内瓦的旅游业发展，会议旅游占日内瓦旅游总收入的 70%。日内瓦湖区的游客中一大部分是来日内瓦参加会议的客人。

## （二）洛桑——奥林匹克之都，富于运动、艺术、文化气息的城市

洛桑是瑞士沃州（Vaud）的首府，位于瑞士西南部日内瓦湖北岸中央地带，连接日内瓦、伯尔尼与苏黎世。以TGV与巴黎连接，是通过TGV到达巴黎的交通中心。作为罗马的军港城市而繁荣，现在仍然稳定发展。该城分为湖畔的乌希（Ouchy）与山丘上的中心部两部分。市内有迷你地铁。人口12.5万。

洛桑以旧街区圣母大教堂耸立的历史街区而著名。现在该城作为国际奥林匹克委员会与奥林匹克博物馆的奥林匹克之都而为世人所知。拥有众多美术馆，也是音乐及芭蕾舞等艺术活动盛行的文化都市，弥漫着优雅的氛围。

### 洛桑老城

老城的一端是建于15世纪的Ancien-Evêché Episcopal Palace和建于12—13世纪拥有4座高塔和105个彩色玻璃窗的雄伟大教堂；另一端是日内瓦湖区政府所在地圣梅尔城（15世纪）。

### 洛桑奥林匹克博物馆

1915年，顾拜旦在洛桑建立了国际奥林匹克委员会，并创建了奥林匹克博物馆。从那之后，博物馆一直保存着各界奥林匹克运动会的收藏品以及与奥林匹克运动发展有关的艺术作品。1982年，一座临时博物馆对公众开放，从那以后，这座博物馆一直保留了数十年。于1988年12月9日开始动工修建新的博物馆。

### 骑行洛桑

想探索城市街道的自行车迷们可以选择“骑行洛桑”（Lausanne Roule）。在众多私人 and 公共赞助商的支持下，这项服务对所有用户均免费。5月至9月，“骑行洛桑”（Lausanne Roule）以及“骑行西区”（OuestRoule）和“骑行沃韦”（VeveyRoule）为游客提供有导游陪同的文化、历史、环境或非规律性的游

览。通过协会的网站，全年均可下载有关自行车游览的相关信息。

### 贝嘉芭蕾

莫里斯·贝嘉先生是“20世纪芭蕾”、“洛桑贝嘉芭蕾舞团”和Rudra舞蹈学校的创始人，他于1987年在沃州的首府洛桑定居。无论在洛桑的舞台上还是在巴黎歌剧院、Teatro Colon和Bolshoi等世界顶级的剧院中，他的38名舞蹈演员都证明了贝嘉不断创新的芭蕾舞表演获得了公众的广泛关注。尽管如此，他每年春季和秋季都会在其定居的洛桑举行两次精彩的系列演出。

### 购物天堂

除了美丽的风景和历史古迹外，洛桑还是一个绝佳的购物天堂，百货商店或专卖店中的名牌商品和当地礼品琳琅满目。游客既可以在这里的城市步行街漫步，也可以坐在咖啡馆里悠闲地喝上一杯。这里一年四季都有一流的展览或展示。

### 交通免费

持洛桑交通卡的游客在洛桑可以免费自由乘坐当地交通工具（巴士、火车、地铁）。每位来洛桑的游客在入住后都能通过所住的宾馆获得洛桑交通卡。游客在洛桑期间（包括抵达和离开当日）均可以使用该卡。

## （三）蒙特勒——以音乐节、西庸城堡、豪华宾馆、博采中心、酒吧、葡萄园著称的旅游城镇

蒙特勒位于雄伟的山峰和迷人的日内瓦湖之间，自然环境极为优美。由于地理位置独特，这个湖滨旅游胜地的气候温和宜人，草木郁郁葱葱。人口约2.5万人。

蒙特勒地区以其众多音乐节和露天音乐会而闻名于世，斯特拉文斯基等音乐家在此地活跃。皇后乐队主唱弗雷迪·墨丘里也曾经居住在蒙特勒。每年夏天都要举办爵士音乐节。这里鲜花盛开的码头、漂亮的露台、娱

乐场、酒吧、小酒馆和服装专卖店也极具吸引力。蒙特勒还拥有高级华丽的宾馆和博彩中心、广阔的葡萄园。乘登山铁道，登上罗什德内，可以欣赏到雄伟的山顶景观。波光闪耀的日内瓦湖以及耸立的阿尔卑斯山，神秘而美丽的风景，曾经吸引了众多的名人，18 世纪的卢梭、19 世纪的诗人拜伦、20 世纪的海明威等都以此地为背景创作。

蒙特勒附近还有著名的西庸城堡，夏天在这里举行诸如蒙特勒爵士节等众多的活动。

#### 西庸城堡

建于日内瓦湖畔岩石上的西庸城堡既是一座城堡又是一个要塞。游客们可以参观让拜伦有感而发的地牢、富丽堂皇的大厅以及保留着中世纪壁画的小教堂。城堡中陈列着华丽的家具、高档的器皿和武器。游客站在高塔和城墙上可以欣赏到美丽的湖光山色。这座雄伟的中世纪城堡位于蒙特勒和 Villeneuve 之间。它有两个不同的侧面，对山来讲，它是坚固的堡垒，对湖来讲，它是皇家的行宫。它会带您穿越时空，回到遥远的过去。2008 年 3 月 13 日，西庸城堡新开辟了一条探索小径。经过 4 年的艰苦工作和研究，这条小径才得以与游客见面。小径的迷人之处在于，游客可以通过惟肖的肖像、音响和再现的场景了解居住在这座千年古堡中的王子和后来狱警的日常生活。这条新开辟的小径所依据的是许多不寻常的真实细节。游客借助新设备（探索盒、信息终端、音频导游）可以游览城堡中的 40 个房间、城堡的庭院和地下通道，像一名驻守城堡的士兵、军官甚至考古学家一样感受这座城堡的每一个角落。有趣的音频导游可为游客提供 8 种语言服务。

#### 蒙特勒爵士音乐节

爵士乐、蓝调、摇滚乐、灵魂音乐、流行音乐、民族流行音乐、乡土音乐、瑞格、节奏布鲁斯和电子音乐等都将在这里汇集。每年都有 22 万多名观众在在华丽

的斯特拉文斯基（Stravinski）礼堂、迈尔斯·戴维斯会堂（Miles Davis Hall）欣赏精彩的音乐会。此外，音乐迷们还能在大街小巷、港口和 FESTIVAL OFF 欣赏到精彩的音乐表演。

#### 交通卡

蒙特勒—沃韦旅游局向每位入住宾馆、假日公寓或私人公寓的游客免费提供里维埃拉卡。持有里维埃拉卡的游客可以免费乘坐 VMCV 巴士，并且在乘坐火车以及进入博物馆和博物馆公园时享受到 50% 的优惠折扣。持有该卡的游客在从蒙特勒和沃韦出发的日内瓦湖巡游时，可以享受到二等舱价格 50% 的优惠折扣。

#### （四）埃维昂（又称依云）——旅游城镇

Evian-les-bains，埃维昂莱班法语的意思是“淋浴之城”是世界久负盛名的矿泉水的产地。依云矿泉水厂离镇还有六七公里远。北面日内瓦湖和北岸的瑞士名城洛桑遥遥相对，南依阿尔卑斯山。埃维昂是法国著名的旅游胜地，镇上有 7000 多居民。

#### （五）冰川 3000（Glacier 3000）——冰雪度假区

令人叹为观止的 Sommerziel 冰川，令很多游客热血沸腾。山顶上的餐厅是由世界著名设计师马里奥博塔设计的，充满未来派的味道，从这可以看到欧洲最高峰勃朗峰。这里还提供多种冰雪运动：雪地滑板、雪地高尔夫、雪地汽车和狗拉雪橇等。这里即使是在夏季一样可以享受冰雪乐趣。

#### （六）金色山口全景快车（GoldenPass Line）

世界上第一列全景观列车首先在蒙特勒与茨魏西门之间投入运行，后延伸至因特拉肯和琉森。它是全瑞士唯一在列车车头部位设置贵宾席，为游客提供和列车司机一样开阔视野的线路。这些极为先进的现代化列车带

给游客全新的体验，使游客仿佛置身于一幅幅壮丽的风景画卷中。

### （七）豪华酒店、度假村

日内瓦湖区的 4 家酒店被列为世界一流度假酒店：Beau-Rivage Palace 酒店、洛桑 Palace 酒店、蒙特勒 Palace 酒店以及沃韦的 Grand Hôtel du Lac 酒店入选“福布斯旅行者名录”。（这一名录网站由美国经济杂志《福布斯》（Bertie Charles Forbes 创建于 1917 年）于 2006 年创办，专为游客搜索高级豪华酒店。专注于一流旅行计划的“福布斯旅行者”由旅行专家和奢侈品专家组成，针对服务、装修、餐饮和推荐活动等特定标准，他们对 800 家四星级或五星级酒店进行排序。）

### （八）其他旅游项目

#### 拉沃葡萄园

拉沃葡萄园（Lavaux）于 2007 年 6 月底被列为世界遗产地——这不仅是将荣誉赋予了一个古老的葡萄

园，更是将荣誉赋予了一道鲜活的“文化风景”，使之成为一种真正文明的生动表述。在方圆约 900 公顷的空间里，汇集了身为葡萄栽培先驱的僧侣以及葡萄酒酿造商、工匠和艺术家，他们通过自己的工作创造出一种独特的“人造风景”。那里许多人都真诚地欢迎来自世界各地的人们。欢迎他们到这里欣赏光与美的和谐风景、观赏美丽的湖泊和阿尔卑斯山、了解当地的葡萄种植和葡萄酒酿造、体会人类与这片土地之间的相互热爱。换句话说，现在这里已经形成了自然环境与汇聚人类知识和情感的社会经济实体之间的完美融合。

#### 乘坐“La Liberté”号帆船在日内瓦湖巡游

乘坐“La Liberté”号帆船巡游，探索日内瓦湖的宝石，欣赏日内瓦湖周边迷人的风景。这条与众不同的帆船历史悠久，富有创意：它是世界上唯一一条经常航行的帆船，也是迄今为止在欧洲湖泊中航行的最大帆船。散客也可以参加这一活动，举行活动时也可租用“La Liberté”号帆船。



### 沃州阿尔卑斯山远足

召唤所有热爱远足的人：沃州阿尔卑斯山新开辟了  
两条更短的远足游览线路。远足者从艾格勒出发，途经  
莱森、莱莫斯、L'Etivaz（代堡）和 Le Sépey 五地，  
然后返回艾格勒。入住不同的宾馆，提供早餐和午间野  
餐。组织者将负责游客行李在各宾馆之间的运输。

### Maison Blanche 城堡：Yvorne 的生活艺术

距离艾格勒约 2 公里的 Maison Blanche 城堡建于  
1573 年，这座神奇的建筑为游客提供一流的环境，客  
人们在这里可以与志趣相投的人共同分享对优雅品味的  
热爱。无论是度假、组织活动（例如会议或婚礼）、  
或者参加以美食、葡萄酒或生活方式等为主题的研讨  
会，Maison Blanche 城堡会给每个人都留下难忘的记  
忆。这里的现代化设施包括 8 个工作室、1 个大会议  
室（可容纳 100 人）以及 1 个专业厨房，所有设施均  
向客人开放。

### 汝拉溪谷的手表制造培训中心

探索神奇的钟表制造世界。在一家风景如画的农  
场，钟表制造商 Olivier Piguet 向热情的客户开放了自  
己的工场。在培训期间，喜爱豪华手表的游客有机会学  
习如何拆装手表或钟表。不同课程，价格从 440 瑞士  
法郎至 1420 瑞士法郎不等。

### 莱迪亚布勒雷免费游憩项目通行卡

免费通行卡为莱迪亚布勒雷和维拉尔的季节旅游带  
来了革命性的变革。所有游客均可在自己下榻的宾馆获  
得这种通行卡。停留期间，旅客持该卡可以无限制地免  
费使用 3 个山谷共享的 20 多项游览设施，包括齿轨列  
车、缆车、高山巴士、游泳池、网球场、高尔夫球场和  
迷你高尔夫球场。有效期为 5 月至 10 月。 [BES](#)

（案例整理自《环巢湖地区旅游发展概念性规划》项目）



# THE EMPIRICAL ANALYSIS OF PROMUN LAKE RESORT DEVELOPMENT SUCCESS IN KOREA

## 韩国波门湖度假区成功开发的经验分析

---

波门湖度假区的兴建，使庆州成为韩国最大的旅游胜地之一。

Kyongju has been one of the largest tourist destinations in Korea since Promun Lake Resort constructed.



## 一、波门湖基本概况

1972年，韩国庆州被世界银行选为优先发展地区，波门湖被确立为建设成新型旅游度假区。韩国波门湖旅游度假区（以下简称度假区）地处庆州市，位于汉城东南400公里处。庆州拥有韩国最著名最具有历史意义的遗址，从公元前57年至公元935年，庆州是锡拉王国的首都，建立了许多国王墓地、佛教寺庙、著名宗教神龛和其他宗教历史遗址，许多遗迹被指定为韩国国家公园。

波门湖度假区是在韩国政府决心振兴庆州地区，在韩国政府和世界银行贷款的资助下进行建设的，经过多年发展，现已成为一个综合性的相对自成一体、中等密度的湖滨型度假区。度假区设有各类饭店、娱乐场所和辅助设施，为游客提供娱乐和商务活动，并成为游客远足附近历史、文化和宗教遗址的大本营。

波门湖度假区的兴建为庆州带来了良好的经济和社会效益，促进了庆州基础设施的建设，直接或间接地提供了就业机会，湖区环境得到了有效保护，间接地保护了庆州地区的历史、文化遗址。度假区开发之前，庆州仅有一些朝拜的国内游客，度假区开发以来，庆州已成为韩国最大的旅游胜地之一。

## 二、波门湖旅游度假区开发

### （一）政府前期在旅游设施上的巨大投入

1970年，韩国政府亲自出面向世界银行表示希望取得对韩国旅游设施发展的经济援助，在此基础上，世界银行和韩国政府达成协议，即旅游设施的重点是把波门湖建设成新型度假区。此后，度假区的规划项目主要受资助于韩国政府，韩国政府在度假区和庆州市供水、固体废物处理、多效用大坝建设、电力和通讯设施、度

假区公路及照明设施、公共地带景点建设等方面投入了巨额资金。

政府直接投资建设了度假区餐饮购物娱乐中心、餐馆、会议中心、土地修整、十八洞高尔夫球场和高尔夫俱乐部、网球场、饭店学校、实习饭店、国内游客休息地区等。为加强度假区与外部的交通，政府还专门修建了从首尔经过庆州到釜山的高速公路。

政府对度假区旅游设施特别是基础设施的大量投入使度假区交通便利、设施齐全、环境优美，这为度假区以后吸引私人投资打下了坚实的基础。

### （二）各部门的通力协作

度假区的开发不像某个单一的旅游项目的开发，它是一种多角度、全方位的系统工程，甚至可说是办一个小社会。因此度假区的建设是一个纷繁复杂的系统工程，其开发和管理中涉及了国家及地方的诸多部门，波门湖度假区开发中各部门的职责如下：

庆州市发展办公室：执行度假区本身的具体开发计划；

农业发展总公司：建造达可冬水坝溢洪道和通向波门湖的水库出口等；

庆州市政府：度假区供排水系统、垃圾处理、度假区周边村庄的供水系统和环境卫生设备；

韩国电力公司：安装度假区供电系统，地下埋线，并连接五个村庄；

庆州市开发办公室和庆州市旅游局：旅游基础设施建设、街道建设、几条关键公路建设等；

通讯部：制造并安装度假区电讯设备；

文化部：历史文化遗迹的保护和维修；

庆州市旅游公司：协调以上公司的工作、吸引投资商、管理饮食购物中心和十八洞高尔夫球俱乐部和球场、旅游促销和绿化等。

从以上论述可知，如果没有上述部门的通力协作，度假区成功开发是不可想象的。

### （三）多元的融资渠道：低息贷款、政府投资、私人投资

旅游度假区的建设需要大量资金投入，从旅游基础设施的建设到规划项目的实施，动辄就是上千万美元，没有源源不断的资金来源，任何大手笔的规划项目都会胎死腹中。度假区开发之所以进展顺利，很重要的一点就是从度假区的启动到开发实施过程中有着雄厚的资金保障。

度假区的规划项目受资助于韩国政府，一些规划项目由庆州市开发办公室和庆州市旅游公司资助，其中不少资金是世界银行贷款。世界银行贷款为 2500 万元，有一半被用于水坝的建设，1280 万美元被用于度假区的其他工程，韩国国家旅游总公司和政府用于度假区基础设施的资金高达 9300 万美元。另外度假区成功吸引了巨大的私人投资。庆州市旅游公司的盈余全部留在度假区内部用于新的项目的开发，这使得度假区走上了一条边开发边建设的良性循环道路。

世界银行贷款、政府大规模投资和私人资本的成功引进使度假区有着雄厚的资金保障，再加上盈余被悉数留在度假区内部使得度假区从始至终免除了资金缺乏的后顾之忧。

### （四）诱人的投资政策

任何旅游度假区的开发都少不了民间资本的身影，并且民间资本在国家投资较少的情况下还要唱主角。

虽然韩国政府在基础设施和一部分服务设施上投下巨资，但大量的规划项目仍需要私人资本来完成。为此，政府采取了诸多优惠政策：免除一些地区的注册税、所得税、财产税；购买的土地可在 3—5 年内分期付款；政府提供低利率长期开发贷款，私人投资者从政府手中可借到建设贷款为全部建设费用的 30%，借款

前两年只还本息，后三年连本带息一起还清；两家由韩国国家旅游总公司建造的饭店也被转卖给私人。

在这种优惠政策的吸引下私人投资了饭店、综合公寓楼、三十六洞高尔夫球场及高尔夫俱乐部等一大批的娱乐和康体设施，有效地增加了度假区项目，丰富了游客的旅游活动。

### （五）度假区本身及周边优越的资源优势

正如前文所论及，韩国庆州拥有韩国最著名的遗址，锡拉王朝古都的壮丽辉煌沉淀了庆州深厚的历史文化底蕴，吸引着众多国内外朝圣者，每年 10 月举行的锡拉文化节是韩国最著名的节庆之一。这些因素使庆州天然具备开发成国际一流旅游目的地的资源优势，隐藏旅游开发的巨大潜力。韩国波门湖是韩国著名的中型内陆湖之一，优美的湖面、迤逦的两岸景色可以满足人们亲水、戏水、休闲、度假等旅游需求。度假区周边垄断性的文化资源使度假区的开发隐含着巨大的旅游市场，波门湖自身优美的自然资源为其开发成为一个休闲、度假、娱乐、商务的旅游目的地提供了物质载体，因此，波门湖旅游度假区开发的巨大成功也在情理之中。

### （六）度假区的开发完全融入庆州市地区开发之中

旅游度假区的开发不是某一个单个实体自身的开发，而必须以宽阔的视野，从地区甚至全国的高度进行审视，从而融入地区旅游发展之中。

度假区的开发从一开始就被看做全景区开发之中的一个元素，是庆州地区整体规划的一部分，而庆州市则被认为是度假区的“服务镇”。度假区的基础设施建设也具有高度的地区综合性，公路、供水、电力、电讯等既是地区基础开发的一部分，又是国家基础设施的一部分。度假区本身的规划就包括开发庆州市供水排水系统，这种开发使庆州市和度假区同时受益。同时，度假区的开发还对周边历史、文化和宗教遗址进行了投资和



保护，这样不仅保护了韩国的文化遗产，也是保护自己稳定客源的良好举措。

### （七）度假区主题明确：娱乐性、康体性、商务性于一体

度假区从建设伊始就确立了鲜明的主题：娱乐性、康体性、商务性。为此，度假区建设了大量的娱乐、康体、商务设施，这包括饮食购物娱乐中心、会议中心、庆州潮山饭店、庆州协和饭店、庆州希尔顿饭店、宽吴饭店、韩国综合公寓楼（私人公寓）、三家韩式酒店、东图拉世界游乐场、波门乡村俱乐部（十八洞高尔夫球场及俱乐部）、庆州潮山乡村俱乐部（三十六洞俱乐部成员专用高尔夫球场及俱乐部）、游客休息地庆州新带饭店、韩式酒店、希拉民俗村、东图拉世界主题公园等。

众多的娱乐、康体、商务设施为游客提供了丰富的娱乐、商务场所，其鲜明特色吸引了国内外众多游客。

### （八）旅游设施的亲水性及建筑的风格化

人类喜欢亲水、戏水源于人类的自然本性，这是众多湖泊、海滨成为著名旅游度假区的重要原因。波门湖的旅游设施充分考虑了人类这一自然本性，许多设施都建在湖滨或可以眺望湖水的地方，使波门湖成为度假区最引人注目和活动项目最丰富的景观地带，另外波门湖还有钓鱼、划船和众多的水上娱乐活动，这些都极大满足了人们亲水、戏水的旅游需求。

度假区许多建筑都体现了传统的韩式建筑风格，采用了韩式庭院布局，显示了浓厚的地域特色，也是对当地文化的有效继承，这种别具一格的建筑风格对国外旅游者具有非凡的吸引力，成为度假区景观的组成部分。如三十六洞高尔夫球场俱乐部的建筑和饮食购物娱乐中心的建筑采用的都是韩式风格，值得一提的是这种韩式

风格的造价比现代建筑更高。

### （九）切实使度假区城镇或村镇居民受益，村镇成为削弱度假区季节性的调节器

波门湖度假区非常注意自身和周边村镇的和谐一致，主动承担起社区发展的责任，从而使自己最终受益。度假区没有搬迁居民，主动修建了附近五个村庄的基础设施，考虑到市区和村庄的双重利益，制定了对村庄扩展的限制，并允许村民在度假区的非技术工种内就业，直接或间接的就业机会提高了村民的经济地位。基础设施和社会环境的改进使度假区周边村民的生活环境大大改观，使他们对度假区的开发与建设表现出极大热情。

波门湖度假区的村镇成为了削弱度假区季节性游客变化的调节器，旅游旺季时游客可以居住家庭旅馆，缓解宾馆酒店的压力，旅游淡季时村镇居民仍有诸多传统的节庆活动，这对于保持度假区的人气、吸引游客都起到了良好作用。

### （十）良好的环保理念、严格的贯彻实施

波门湖的基础设施均按国际标准建设，庆州市的污水收集和处理系统也是度假区规划的一部分，度假区还专门建立了固体垃圾收集和处理系统，包括垃圾分离、再循环，不能再循环的垃圾或火化，或弃入垃圾坑。波门湖机动船只的限制使用，使水污染和噪音污染得到了有效控制。度假区主要饭店限高为45米，饭店建筑离湖边最小必须收进各10米，户外广告牌被禁止，只允许挂标示牌和法律标牌，以避免对游客的视觉污染。

良好的环保理念，严格的开发和设计控制，使度假区没有环境污染，保证了度假区的长期稳定发展。 **BES**

（案例整理自《环巢湖地区旅游发展概念性规划》项目）

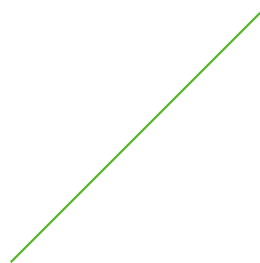
05

BES PROJECT

／  
案 例

# DONG QIAN LAKE FORESTRY EXHIBITION CITY IN NING BO, CHINA

不离诸法而得涅槃  
——东钱湖中国（宁波）森林博览城项目介绍



项目以森林文化为主题，全方位阐释人与森林的关系，作为人类进入生态文明时代的注解。项目的建设，肩负着进一步提升东钱湖旅游度假区的整体形象的重任，不仅要使度假区的旅游体系更加完善，还要更加凸显东钱湖的“生态之湖”形象，从而极大提高宁波的城市品位，加强宁波旅游在世界的影响力。

The project on the topic of forestry culture widely elucidates the relationship between the creature and forest, proving human beings coming into the ecological civilization era. With promoting Doqian lake tourist resort values, the project improves not only the tourism system, but also Ningbo status and influence the world.

# DONG QIAN LAKE FORESTRY EXHIBITION CITY IN NINGBO, CHINA

## 不离诸法而得涅槃 ——东钱湖中国（宁波）森林博览城

大地风景咨询集团合伙人 张龙怡

### 缘起

浙江地处我国东南沿海，是“七山一水二分田”的省份，气候温暖湿润，集山水海洋之利，形成了众多的森林生态系统，具有丰富的生物多样性，素有“东南动植物宝库”之称。宁波由于其依山靠海的特定地理位置和自然环境，成为各种动植物繁衍生息的乐土。而这片乐土中的翘楚，则非东钱湖莫属。

缘起于长三角经济的发展，东钱湖区域丰饶的山水景观资源和历史人文资源逐渐产生了旅游吸引力。为了充分展现东钱湖区域的独特魅力，

早在上世纪 90 年代初，时任林业部部长的高德占以及后来的继任者徐有芳部长曾先后提出和勾绘了“中国森林博览城”的设想和蓝图。虽因时局所限，林博城未能付诸实施，但历届林业部门领导都关注着林博城的建设，期盼林博城能够早日建成开放。

2003 年起，在原宁波植物园规划的基础上，中国林科院的专家考察东钱湖，明确提出了建设“中国森林博览城”的设想。随后，在省市各级领导的关心以及国家林业部门专家的积极参与下，由东钱湖旅游度假区管委会直接领导组织，林博城项目逐步走向实现。2008 年初，国家林业局正式复函浙江省人民政府，同意在东钱湖旅游度假区建设中国（宁波）森林博览城。

林博城项目以森林文化为主题，全方位阐释人与森林的关系，作为人类进入生态文明时代的注解。项目的建设，肩负着进一步提升东钱湖旅游度假区整体形象



的重任，不仅要使度假区的旅游体系更加完善，还要更加凸显东钱湖的“生态之湖”形象，从而极大提高宁波的城市品位，加强宁波旅游在世界的影响力。

## 众难

坐落在宁波东钱湖畔的中国森林博览城是一个备受瞩目的项目，亦是一个坎坷多舛的项目。在推进阶段，这个项目历时多年而没有通过审批，其间投资方借助包括易道这样的著名设计机构都没有获得成功。

原因在于项目必须以森林博览为主题进行旅游开发，而森林博览属于大众科教的内容，其旅游吸引力并不明显，难以成为人们在宝贵的假期里跋涉至此的理由。此乃一难。

二难在于，旅游开发需要大量的建设资金和运营资金投入、风险高回收周期长，投资方必须要在场地内作一定规模的房地产开发。这样才能达到收支平衡，稀薄成本减低风险，但这又和旅游开发的定位相冲突，无法得到当地政府的认可。

三难是，项目场地处于湖区山林的腹地之中，并不直接临近湖边，却要承担引领东钱湖旅游，升华东钱湖形象的重任。幕后配角该如何变成前台主角？

四难是，在项目建设范围之外，有一座人迹罕至、门可罗雀的南宋石刻博物馆，林博城项目要通过自身建设，将南宋石刻文化穿越于森林博览之中，盘活场地之外另有其主的南宋石刻博物馆。

第五难是，在项目核心地段，有一座历史悠久的自然村落，虽砖瓦破败但香火欣欣，如何将其村民与游客、村落与旅游区、乡土气息与现代旅游主题在人、物、文化三个方面融合而互不冲突？

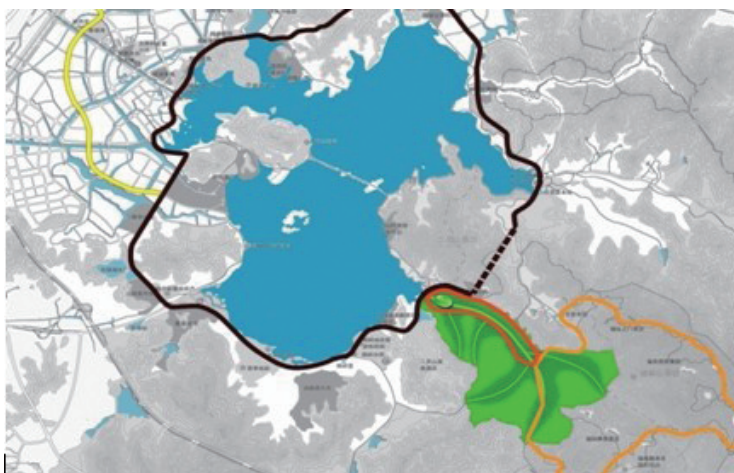
与这五难相比，单调的植被条件该怎样支撑森林博览的主题、自然资源的有机保护该如何融入旅游开发等问题已经是不算难的难了。

## 诸法

2009年岁末，以吴必虎教授带领的大地风景规划团队介入中国森林博览城项目，仅用3个月时间解决了这些已经僵持长达五六年的问题。

集中力量、有的放矢是第一个方法，大地风景对中国森林博览城的目标客户群进行了去伪存真的梳理，

摒弃林博城原来面向全世界游客的模糊定位。通过区位条件分析得出明确结论，以上海为代表的长三角地区，具有强大的消费能力和旺盛的旅游消费诉



求，并且上海和宁波之间有便捷的高速公路、跨海大桥以及铁路客运等交通线路相连接，因此，应将长三角客户群确立为首要目标客户群。立足于这个富有号召力的市场，通过品牌效应逐步带动全国市场乃至海外市场。

第二个方法是以人为本。长三角客户群长期接受海派文化的熏陶和浸润，他们的内心深处充满了对异域文化的欣赏与好奇，对于国外的新鲜事物往往勇于尝试，乐于接受。这个特点对旅游产品和主题的选择范围有了重要的指导作用。

以人为本还需要通过全面考虑客户经济承受力来配合。同为一个区域的游客，其消费能力是因人而异的。旅游区的资金投入数量巨大回收周期很长，为了降低经营风险，保障成本回收，就要在产品设置上尽可能地考虑到各个消费群体的需要，让不同消费能力的人在林博城内都能找到符合自己消费能力和意愿的旅游产品和项目。

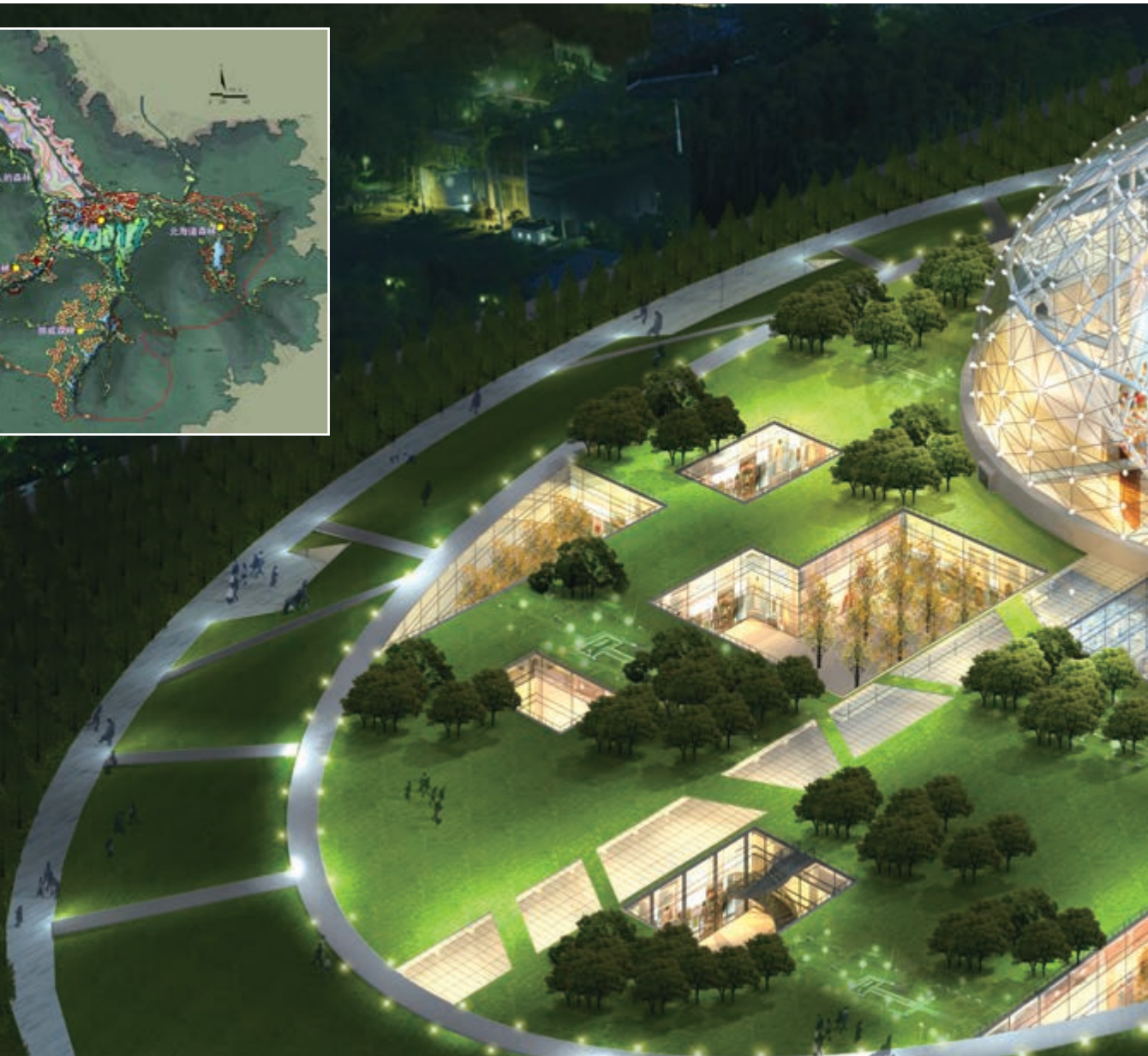
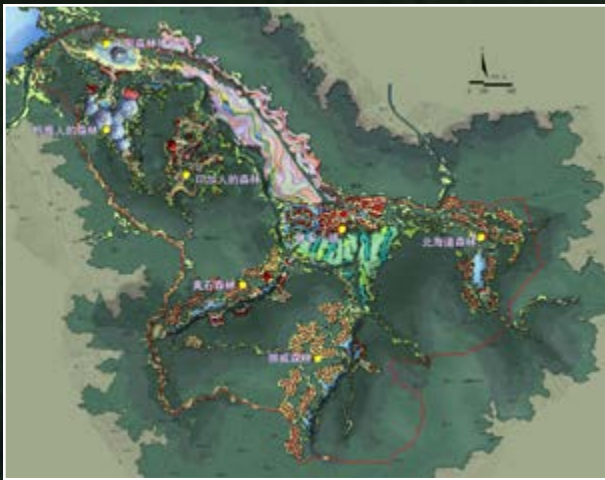
分析客户群的性别、年龄也是对旅游产品及项目进行精确定位的有效方法之一。比如儿童和年轻人通常会喜欢惊险有趣味、运动感强、知识性强、形象鲜活可爱的项目；中年人则偏好有品质感，能够从中获得身心放松的项目；老年人喜安静，倾向与养生保健，颐神养性的项目。为了形成人气，带动湖区的旅游气氛，吸引密集的客流是十分必要的。这就需要林博城的旅游产品和项目充分考虑年龄和性别的差异，策划出各有一定针对性和侧重点的项目来吸引和留住游客。

详尽考察场地，亲身体会环境并掌握第一手资料是做好规划的重要方法。林博城项目用地 6 平方公里，除了公路和星点散步的房屋以外，绝大部分是被各种树木、灌木和荆棘覆盖，没有路可以走的山地丘陵地形。项目组由吴教授亲自带队，用数天时间踏勘现场，有序地考察了场地里的每一处山水、每一条沟壑，从清晨到日落，拍摄了大量的照片，切身体验到场地中天然风光

的恣彩、山涧沟谷的秀美，也为将来的游客做了一次详实的采风。

丰富的一手资料需要因地制宜，量体裁衣才能发挥价值，场地内各类项目的布局就是根据这些踏勘成果，结合卫星图片来设置的，确立了以每个谷地为一个组团布置项目，以场地内的公路连接组团的设计思路。

对著名的有一定相似性的旅游项目进行考察分析与横向比较是推进策划的另一个有效方法。大地风景设计团队对深圳东部华侨城、北京欢乐谷这些人们耳熟能详的项目进行了实地调研。从一个游客的角度去体会他们需要什么，喜欢什么，厌弃什么。也从这些成功运营的项目中了解到好的方法。例如在东部华侨城中挖掘了一个人工湖，沿湖水边布满了各种商业设施，为游客提供了一个舒适的休息消费场所，同时也带来了很好的经济收益。更重要的是，水面能够改善小气候，具有良好的景观价值。动力小火车承担了大流量运载游客到各大景点的功能，满



足了游客下车后远距离机动转移景区的需要。此举有效地保护了环境，避免了机动车进入景区带来的隐患和危险。红色的小火车也能成为拍照留念的一景。

通过对基础资料及扩展资料的广泛收集和深度研究，大地风景发现，从古至今，人需要通过一定的媒介才能与森林共存，对应不同气候带的森林产生了不同的媒介，这些媒介通常被称为“文明”。体质羸弱，感官迟钝的人类只能通过不同的“文明”去感受、认识不同的森林。而“文明”是具备丰富的旅游外延的，借助“文明”，森林博览有了现实立足点。

在文明的选择上，尽量选择那些具有灿烂成果，闻名遐迩，又难被国人了解的类型。这样一来，就对游客有了足够的吸引力。

结合运用这些方法来贯通古今，穷本极末，大地风景打破了林博城项目的构想桎梏，提出了具备可实施性和足够吸引力的解决方案。

## 涅槃

团队在场地入口处设计了一个巨大的建筑，以亚特兰蒂斯海底文明为主题，展现海底森林。人们身处被水淹没的建筑中，水中养殖海藻、鱼类等动植物。建筑承载科教、演艺、餐饮、购物和游客集散等多种功能，为项目集聚人气。建筑本身炫目的外观和巨大的体量也成为湖边令人瞩目的旅游吸引物，为整个湖区营造了旅游氛围。

按照相同思路，场地内的第一个山谷设置了“玛雅人的森林”。这个项目的主体建筑由一系列跨度巨大的球形膜结构组成。膜结构由于自身材料的特点形成了温室，在地处亚热带的宁波，温室里的温度和湿度已很接近热带气候，适宜各类热带植物的正常生长。温室内按照实际尺度和考古研究成果还原玛雅人的建筑和文明，建筑内容纳各种旅游项目，有机地把森林和旅游结合起来。



第二个山谷地形陡峭，古印加人就擅长利用这种地形，孕育出独特的文明。“印加人的森林”设置在第二个山谷中，以山地运动、绿色休闲、奢华度假为主，这些项目都收纳在印加风格的建筑中。结合建筑种植原产于高原地带的金鸡纳树等植被。

黄石森林、挪威森林和北海道森林，分别布置在第三、四、五个山谷里，对应不同气候带的森林和“文明”。这些“文明”借助小说、电影等途径都已经广为人知，但同时又不被人详细了解，具备足够的旅游吸引力和号召力。“黄石森林”对应着北美气候的森林意向景观，运用北美风格建筑和粗犷天然的景观园林手法来营造北美黄石国家公园的意境。“挪威森林”是一部著名小说的名字，项目借用这个文学符号将欧洲森林文化与旅游嫁接在一起。“挪威森林”运用欧洲乡村风格建筑和绿地环抱的溪流，烘托欧洲中部山区的乡村气息。而“北海道森林”是曾经热映过的电影“非诚勿扰”中恬静清新的北海道风光的现实映像版，将幽谷潺溪、叶草花木为颜料，以印象派画家的手法渲染一份静谧释然的情怀。

由于这三个山谷都处于项目腹地和河流上游，在幽静的环境里设置休闲养生、高档酒店和居住功能是再合适不过了。这样的功能形成了较高的消费门槛，筛选了部分人流，有利于对生态环境的保护。三个山谷也是房地产开发的主要区域。通过高规格、低密度的地产开发，整个项目的品牌品质得到保障。开发企业也能够从中获得不菲的收益去支持森林博览和旅游项目的建设和运营。借助精心设计，方案成功地将旅游、科教和房地产开发有机的结合起来。另外，从东钱湖区域的角度出

发，规划方案还出了景区内部路与环湖主路对接；林博城与对岸柏悦酒店开通水上上班船的建议，让酒店、水上项目和林博城有机结合起来，整体打造东钱湖旅游经济，使林博城成为撬动东钱湖旅游发展的杠杆。

将五个山谷联系起来的是一个狭长的山谷，位于亚特兰蒂斯森林的身后，这条山谷将种满宁波本地的花卉，成为蝴蝶的乐园——蝶仙谷。

从亚特兰蒂斯森林沿着蝶仙谷望去，就能看到远处的自然村落，这个村落的新名字叫“林安小镇”，既有保佑森林平安的意思，也和南宋首都临安府谐音。这个村子采取外留内建的处理，新建建筑风格采用南宋建筑形式，原有村落外围的房子保留，村子中部的房子拆初建造大体量的建筑容纳更多的综合配套服务功能，包括居住、商业、医疗等。设置多种森林艺术展示与参与的项目，包括森林音乐、森林书画、森林雕刻、森林电影等。通过南宋建筑结合森林艺术，形成文化层面的双重奏。

这种双重奏也延伸到了南宋石刻博物馆。在博物馆对面的谷地中设置了一片硅化木展示区，硅化木与石刻博物馆里的石像共同组成了“石化森林”。

这些林林总总内容丰富的“森林”和文明，将成为宁波新的城市名片，而经济发达、文化悠久的宁波又是改革开放的中国面向世界的名片。所以中国（宁波）森林博览城的品牌宣言是——世界中国，森林世界。

2010年3月，规划方案顺利通过了政府和专家委员会的评审，中国森林博览城项目经过多年曲折，获得了崭新的开始。 *BES*





