

# 大地风景·季刊 BES JOURNAL

30  
2017/06/30



## 特色小镇大多数将会“姓”旅游

*Most of Characteristic Towns will be Oriented by Tourism*

**BES** | 大地风景国际旅游集团  
BES Tourism Group International

规划设计  
旅游投资

目的地发展  
智慧旅游

文旅建设

主办：大地风景国际旅游集团

Publisher: BES Tourism Group International



## 特色小镇大多数将会“姓”旅游



### 主办单位

大地风景国际旅游集团  
大地风景旅游研究院

### 总顾问

吴必虎

### 主编

马晓龙

### 副主编

刘原原  
许晓丹

### 责任编辑

郭 潇

### 编辑

吴天颖 / 唐凤仙

### 美术设计

王金蕾

### 封面照片

灵山·拈花湾供图

### 编委

王 珏	姚 瑛	李 霞	黄晓辉	杜 蔚
张 丽	吴朝阳	朱 虹	赵永忠	王立生
于 键	陈 淼	王小莉	方智俊	杨朝睿
范鸣晓	冯志柏	崔 宁	黄 磊	王茂霖
彭婷婷	廖寅佳	廖朝霞	文 艺	龚 薇
王亚博	刘玉恒	黎筱筱	杜 亮	杜 亭
赵磊明	王 琢	林丽琴		





地 址：北京市朝阳区北四环中路27号盘古大观31层  
邮 编：100101  
电 话：010-5939 3956 / 010-5939 3965  
传 真：010-5939 3985  
网 址：[www.bescn.com](http://www.bescn.com) / [www.beltourism.com](http://www.beltourism.com)  
邮 箱：[bes@bescn.com](mailto:bes@bescn.com)  
微 博：@大地风景旅游咨询 / @大地风景旅游研究院  
微 信：大地风景 / 大地风景旅游研究院

本刊版权归  
大地风景国际旅游集团所有  
未经许可 不得转载

2017年6月30日出版  
内部刊物 免费交流



# 目录



## 刊首语 Editorial

旅游特色小镇，拥抱中国旅游发展新机遇

06



## 集团动态 BES News

大地风景荣获“2017创新中国(旅游规划与设计行业)十大领导品牌”

大地风景“全域旅游训练营”圆满结束，市场反响火爆

左手报告、右手平台——大地风景实力助攻中国文旅大消费创新峰会

“北大城环旅研·大地风景旅游规划研究奖”出炉

吴必虎教授中国旅游日开讲：国家遗产线路也能用旅游来活化

由大地风景主办的“2017中国低空飞行旅游峰会”成功召开！

BES项目动态

08



10

## 专家观点 Opinions

吴必虎：特色小镇大多数将会“姓”旅游，做好内容才是王道

曾博伟：特色小镇如何避免房地产化

杨朝睿：具备全局体系化视角是做好旅游特色小镇规划的根本

徐程刚：特色小镇的PPP项目要如何运营

徐忠明：灵山·拈花湾的三大创新







# 26

## 专题研究 Research

特色小镇的概念及内涵

特色小镇政策全面解读

第一批国家级（127个）特色小镇分析

旅游特色小镇分析

旅游特色小镇发展模式

景区即小镇型特色小镇：乌镇 & 灵山·拈花湾

旅游地产型特色小镇：乌镇雅园 & 桃李春风

“旅游”+型特色小镇：馆陶黄瓜小镇 & 诸暨大唐袜艺小镇



# 74

## 研究生班论文 Papers

古镇旅游真实性感知对游客行为意向影响研究

特色小镇的发展构建

# 88

## BES案例 BES cases

北京十渡旅游型城镇化方案

濮院城镇有机更新项目发展战略规划

规划·设计·营销：灵山湾冰雪童话小镇





# The Tourism Characteristic Towns will Embrace the New Opportunities of China Tourism Development

## 旅游特色小镇， 拥抱中国旅游发展新机遇

文 / 杨朝睿



### 杨朝睿

法国国家注册建筑师，法国建筑学、城市规划学，双硕士学位。北京大地风景旅游景观规划设计有限公司副总规划师、第九事业部总经理。

曾任职法国巴黎法国铁路设计院AREP公司总部担任项目主持人；澳大利亚GHD北京公司城市规划与景观设计事业部总经理；拥有多年海外规划设计工作经验，曾担任多个海内外大型文化旅游项目主持人及首席设计师。在法国和中国多次参与国家级城市规划、建筑设计、旅游区规划与设计的项目主持与管理工作。



众所周知，中国旅游已经进入了前所未有的高速发展期，随着2016年7月1日，住建部、国家发改委、财政部，三大部委联合推出的在全国范围开展特色小镇培育工作，并提出到2020年培育1000个左右各具特色、富有活力的休闲旅游、商贸物流、现代制造、教育科技、传统文化、美丽宜居等特色小镇。“特色小镇”这一热词便毫无悬念的走在了中国旅游、城乡建设、地区经济发展进程中的前沿。

与此同时，由于中国人均GDP的不断拉升，人们的对生活的追求也已由对日常物质生活本身的关注，转向了对生活品质的提升，这也造就了国内休闲游、度假游日趋火热的现象。然而，一方面，国内旅游市场如火如荼，另一方面，每逢大型节假日，景区人满为患，旅游交通不堪重负的现状，也充分反应了国内日常旅游产品总量的严重不足，休闲度假场所严重匮乏的这的现实。旅游特色小镇，以村镇为主要发展对象，以城市人口为主要客源依托，以旅游作为拉动区域经济、社会、产业发展为主要目的综合型旅游产品，在未来，不仅能够为中国旅游提供大量的观光、休闲、度假型旅游产品，解决中国旅游产品匮乏、总量不足的尴尬，同时也很好的为城乡经济发展、基础设施升级与改善、农村人口就业提供了宝贵的平台与契机。

因此，旅游特色小镇建设对于中国旅游发展而言，不仅是一次城镇旅游产品的开发机遇，城镇建设的升级机遇、乡镇社会发展的转型机遇，更标志着中国旅游已经由原有的小众化特定化行为走向大众化生活化常态的一次重要发展历程。

关注旅游特色小镇建设，抓住中国旅游发展新机遇。 BES



# BES News

## 集团动态

### 大地风景荣获“2017创新中国(旅游规划与设计行业)十大领导品牌”

6月2日,由经济日报中国经济信息杂志社、国家发改委宏观经济管理编辑部等组织发起的“2017中国创新与经济融合发展大会暨创新成果推介活动”在钓鱼台国宾馆隆重举行。

本次活动中,大地风景荣获“2017创新中国(旅游规划与设计行业)十大领导品牌”奖,集团总裁王珏博士荣获“2017创新中国(旅游业全产业链平台服务)十大杰出巾帼工匠”奖。



### 大地风景“全域旅游训练营”市场反响火爆,圆满结束



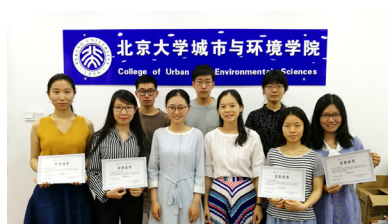
虽然全域旅游很火,但依然有很多人不知道全域旅游应该怎么搞,针对这一情况,大地风景旅游研究院特别举办了史上最权威的全域旅游训练营,通过三大视角、三大层面、三大领域,邀请曾参与全域旅游标准制定的曾博伟博士,全方位讲述《全域旅游的认识及发展精髓》,邀请中国社会科学院旅游研究中心副主任李明德,全系统解读全域旅游体系,进行落地指导,邀请北京大地风景旅游景观规划设计有限公司事业三部总经理赵永忠,全覆盖式从规划角度指导全域旅游创建,并详细解读6月12日国家旅游局发布的《全域旅游示范区创建工作导则》。

### 左手报告、右手平台——大地风景实力助攻中国文旅大消费创新峰会

6月13日,由执惠主办的第二届文旅大消费创新峰会在北京国际会议中心盛大召开。大地风景国际旅游集团旗下大地云游作为大会合作方,从多个维度深入参与了本次盛会,和众多现场嘉宾一起,共同见证中国旅游行业“破局”与“立势”。大地风景国际旅游集团首席科学家、北京大学旅游研究与规划中心主任吴必虎教授受邀出席峰会,并发表了《大数据支持下的文旅大消费创新升级》主题演讲。



### “北大城环旅研 大地风景旅游规划研究奖”出炉



5月25日,北京大学2016-2017学年度“北大城环旅研·大地风景旅游规划研究奖”在北京大学逸夫二楼会议室颁发,北京大学城市与环境学院团委书记王宇凡老师和北京大地风景旅游景观规划设计有限公司副总经理张丽女士出席并共同为获奖同学颁发了奖学金。

大地风景国际旅游集团先后和北京大学、北京第二外国语学院、天津南开大学等高校共同设立了奖学金,为有潜力的学生提供资源及资金支持,鼓励学生将理论融入实践,为推动旅游行业发展作出贡献。

### 吴必虎教授中国旅游日开讲：国家遗产线路也能用旅游来活化



5月19日，第十一届旅游前沿国际学术研讨会“旅游地理学与国家战略”在首都师范大学召开。本届研讨会由中国地理学会旅游地理专业委员会、首都师范大学、国际旅游学会（ITSA）联合主办，以“旅游地理学与国家战略”为主题，集合了约150位国内外旅游专家、学者和优秀学生共同探讨。北京大学旅游研究与规划中心主任吴必虎教授围绕“国家遗产线路认定、规划与旅游活化”发表了主旨演讲，指出知行合一为旅游地理学的核心追求，并首先从国际组织、政府角度、认定过程三个方面对遗产线路进行了阐述。

### 大地信息CEO杜亭博士获黄鹤英才百万资金扶持

大地信息CEO杜亭博士入选武汉市第五批“黄鹤英才计划”，并将获得百万资金支持。本次是武汉市针对海内外高层次人才进行的专项选拔，经过推荐申报、资格审查、专家评审、实地考察、社会公示等环节，最终有95名入选。

大地信息团队在杜亭博士带领下将信息化、服务化、数据化领域的研究成果，向旅游行业延伸应用，提出了以数据驱动为核心的旅游目的地在线运营体系（Online Destination System，简称ODS），开创了自OTA、OTS之后的旅游行业在线化的3.0时代。



### 由大地风景主办的“2017中国低空飞行旅游峰会”成功召开！



4月6日，由北京大学旅游研究与规划中心、大地风景国际旅游集团、中体飞行（北京）体育产业发展有限公司联合主办，中体风景飞行旅游（北京）发展有限公司承办的“2017中国低空飞行旅游峰会”在第12届斯迈夫大会国家会议中心三层会场盛大召开。

各位专家精彩演讲后，还举行了“中体风景飞行”品牌启动仪式，标志着大地风景联合中体飞行共同开启中国低空旅游新纪元！

### BES项目动态

- 《贵安新区全域旅游规划》项目签约；
- 《呼伦贝尔全域旅游规划》项目签约；
- 《承德市旅游项目开发策划方案》签约；
- 《莱芜市南部山区特色小镇生态旅游发展总体规划》签约；
- 《乐山市旅游发展规划及相关专项规划》签约；

大地云游《伊犁州国际游客谷智慧旅游总体规划》项目成功中标；

“大地风景青少年研学旅行研究”喜获国家旅游局科研课题立项； **BES**







# 观点

O P I N I O N S



## 关于特色小镇 听听他们怎么说

从2016年7月开始，国家和地方接连出台了多条相关政策，将小镇建设推上一个新台阶，种种迹象表明，特色小镇已然成为新的风口。

特色小镇是热点，也是国家新型城镇化的重点。关于特色小镇，有人问怎样才能做好特色小镇？是不是开发商们把地产项目换了个马甲？旅游特色小镇应该怎么规划？PPP项目如何运营？针对大家的疑惑，来听听大咖们都是怎么说的……

北京大学旅游研究与规划中心主任吴必虎教授认为特色小镇大多数将会姓旅游，做好内容才是王道；

北京联合大学旅游学院中国旅游经济与政策研究中心主任曾博伟博士就特色小镇如何避免房地产化提出了自己的见解；

旅游特色小镇规划专家、大地风景国际旅游集团副总规划师杨朝睿先生强调具备全局体系化视角是做好旅游特色小镇规划的根本；

姑苏园林控股集团总裁助理徐程刚先生就目前的热点PPP展开了论述；

中国民族建筑研究会、美丽乡村协同建设委员会副理事长、全国特色小城镇服务联盟副理事长、赛博旅游文创CEO徐忠明先生结合灵山·拈花湾的经验详细介绍了拈花湾的三大创新；





# Experts' Opinions about Characteristic Towns

## 关于特色小镇 听听他们怎么说



### 特色小镇大多数将会姓旅游，做好内容才是王道

Most of the Chinese Characteristic Towns will be Oriented by Tourism, While the Most Important Part is the Content.

吴必虎

北京大学旅游研究与规划中心 主任 / 大地风景国际旅游集团 首席科学家

从2016年7月开始，国家和地方接连出台了多条相关政策，将小镇建设推上一个新台阶，种种迹象表明，特色小镇已然成为新的风口。

那么，国家如此重视特色小镇建设，其目的是什么？关于特色小镇的一系列政策的出台会对我国旅游业产生什么样的影响？旅游目的地在进行特色小镇建设的过程中，会存在哪些误区？就以上问题，吴必虎教授接受了专访，并做了一一回答。

#### BES：关于特色小镇一系列政策的出台，其目的和意义是什么？

1、这些政策的出台，对于整个中国城镇化道路来说，是一个具有巨大影响力的举措。

大家知道，我国的城镇化速度非常快，已经有50%以上

的外来人口进入城市，我们发现一个现象就是：这些人最喜欢到北京、上海、广州这种特大城市，以至于我国大部分小城镇的发展是缺乏动力的。所以，国家希望通过“特色小城镇”的建设，通过产业的聚焦或者是特色的打造，能够留住一部分人在小城镇里面，使得我国的城镇化能够均衡发展。特色小镇的打造是整个中国城镇化道路的一种探索。

## 2、特色小镇的人口会有所增长

就特色小镇本身这个话题来讲，从现在公布的国家重点扶持的特色小镇中可以看出，这些小镇已经有很好的产业结构，或者说它具有一定的知名度，或者具有旅游特色。由于投资扶持或者政策支持，这些小镇可能会引起更多人的关注，同时会使得部分人口移入，小镇的人口肯定会扩展。

## 3、旅游导向型是未来特色小镇的主流。

就旅游这一项来看，应该说除了少数像靠近杭州的一些大数据或者是电子商务类型的小镇（比如云栖小镇），以及少数的东部沿海地区或者特殊原因形成的一种产业类型的小镇以外，多数的特色小镇应该是要靠山水风景或者历史文化这两大基础发展成旅游小镇。因此所谓的特色小镇可能有百分之八十以上会是旅游特色小镇（虽然国家发改委并没这么说），旅游导向型是未来特色小镇的主流。

如果未来特色小镇发展的好，它会大大促进休闲度假小镇的发展。随着大众旅游时代的到来，越来越多的城市居民会选择到一个小镇去度假几天甚至是一两个月。原来以山水或者遗产为核心的观光旅游景区逐步转向为观光功能照样发展，同时加大休闲度假功能的建设。

**BES：现在有很多旅游目的地正在进行特色小镇的申报或者是建设工作，在这个过程中，他们会出现什么样的问题？该如何避免这些问题？**

## 1、要防止过度支持已经发展的很不错的小镇，而忽略了其他发展相对落后的小镇。

国家的产业政策不能过度地支持某一个特色小镇，举个生活中的例子就是，这就好比给一个人买衣服，他衣服已经很多了，你还给他买，他穿不了那么多，就完全浪费掉了。而还有很多人却还没有衣服穿。

## 2、不要盲目跟风申报特色小镇，而是要研究自己的特色是什么。

地方政府都很积极的去申报特色小镇，其中有一个原因就在于有资金支持，有些地方没有考虑自己本身的发展特点、历史背景、消费市场以及自然条件等，所以要提醒大家注意的是：不要跟着政府的政策走的太紧，还是要研究一下自己的特色旅游产品，这是非常重要的。

## 3、那些没被评为特色小镇的根本不用沮丧，抓紧时间打造属于自身的IP，内容是王道。

那些没被评为特色小镇的根本不用沮丧，我们最近不是流行一句话叫IP嘛，只要你抓紧对准正确的市场，提供正确的产品，也就是要有内容。真正有内容才能吸引市场，有市场了而没有被国家列为重点小镇这件事情根本不要太care。所以第三点就是给那些没被评为特色小镇的打气，不要沮丧，你还是有很多机会，问题是你有没有自己的内容，内容是王。

**BES：关于我国的经济下行现状、农村的土地制度问题，老虎有话说！**

## 1、改变目前经济下行最有效的方法是进行制度改革。

中国到现在不管是特色小镇也好或者是城镇化也好还是产业转型也好，中国的经济下行已经好多年了，据说还要再下行一段时间，改变这种局面的最有效的办法就是降低制度成本。这句话的意思就是说，我们过去制定那些法律、制度已经不适应新的社会和经济状况，如果严格执行过去的法律的话，中国的经济还会进一步下滑，或者说社会矛盾会更进一步增加。因此要改变中国经济上的挑战和社会上的矛盾的不断激化所带来的问题，就要从制度改革入手。

## 2、“农地农民有，农地农业用”是存在问题的，特色小镇的发展需要进行制度改革。

从特色小镇这个角度来讲，小镇连接城市和乡村。然而乡村和城市的土地制度是完全没有按照市场规律来做，而是人为的设定。现在的《土地管理法》、《农村土地承包法》、《物权法》都讲“农地农民有，农地农业用”，这两句话现在认真地分析一下，其实都存在着相当多的问题。比如说“农地农民有”，从物权上来讲，我国的物权是完全排他的，但是中国农村的土地实际上是由政府来控制的，农民实际上是控制不住的。另外“农地农业用”这句话也有问题的，因为2015年和2016年连续两年中央一号文件都讲农村要一二三产业融合发展，这就要求农村土地也要三产业同时配置，但是法律不允许农业用地不用于发展农业。还有比如农村土地不能被城里人购买等制度都会阻碍特色小镇的发展，所以我们的制度需要改革，那么应该怎么改革，这个问题需要进行认真的、系统的研究。





曾博伟

## 特色小镇如何避免房地产化

How to Protect Characteristic Towns from the Burst of Real Estate

北京联合大学旅游学院中国旅游经济与政策研究中心 主任

在旅游特色小镇的建设中，出现了很多的误区，如房地产化严重，特色小镇成为了很多大型房地产企业的下一轮阵地，针对这一现象，采访了曾博伟博士。

### BES：国外旅游特色小镇与国内旅游特色小镇有哪些方面的不同？对国内旅游特色小镇有什么经验借鉴？

国外的特色小镇，基本上就是市场自发形成的一个小镇。比如像新西兰的皇后镇，它本来风景就很漂亮，然后有很多做户外运动和探险运动的人都在做，它就开始成了一个很有名的旅游小镇，政府在这个过程中不会很特意地说要建设特色小镇。就美国来说，它不会说要建设多少个特色小镇，但是它市场的力量会比较强，然后又有很大的这种需求。市场供给方面，企业也会快速跟进，这样就逐渐形成了某类旅游小镇。

我觉得分为两种类型。一种是传统的小镇，也是很自然地，慢慢地就形成了旅游小镇，有些是依托一个风景区形成的，有些是依托一个古镇形成的，然后慢慢就形成了一种接待体系，还有就是像城市郊区的一些地方，休闲度假环境比较好，酒店慢慢地开始建起来，就会形成一个旅游小镇，这些都是自然形成的。

但是国内现在出现一种新的做法，打造出所谓的特色小镇。在打造的特色小镇中，有些可能还是无中生有的，比方说用两三平方公里来建设一个所谓的特色小镇。这样的话，行政主导的力量会非常强，它可能不是完全自发形成的，如果它和市场以及资源这些衔接的比较好，那它也可能是成功的，但如果只是为了搞特色小镇搞特色小镇，那可能就会有一些问题。

### BES：对于国外的旅游特色小镇，国内有什么经验可以借鉴呢？

我觉得国外的一些旅游特色小镇，它们的活动内容和旅游形式以及业态会比较丰富一些。单从旅游特色小镇本身来讲，可能会觉得国外旅游特色小镇跟我们国内的这些特色小镇没有太大的区别，国外的特色小镇是在一个相对环境比较好的地方自发形成的，在形成的过程当中，可能会和市场对应的比较好，国外其实没有旅游特色小镇这样一种概念，它们只是慢慢形成了一种聚集，慢慢地就做起来了。

而我们是先有特色小镇这样一个概念，然后围绕着这种模式去打造。打造的东西，可能会偏离市场。所以我的主张是政府不介入，政府做相应的衔接应该会更好。

### BES：在旅游特色小镇的建设中有很多地方打着“特色小镇”的旗号来“圈地造镇”，这也成为房地产商的下一个战场，您认为应该如何避免“房地产化”？

我认为是这样子的，这里面有一个矛盾，特色小镇本质上来讲，首先要有特色的产业，才能打造特色小镇，但是客观来说，打造特色产业是有难度的。现在住建部公布的127个特色小镇中有一半都是旅游类型的小城镇，这本身也没有问题。但是客观来说，有些旅游小城镇的旅游产业支撑力不足，比较理想的状态应该是，既有一些其他的产业，旅游业相比较其他产业好一些，这样的小城镇，会有持续的生命力。

就房地产业本身来讲，它应该是基于配套的设施，它的目的不是为了搞房地产，而是为了在特色小镇里面生活的人。我觉得为生产者服务的房地产，是一个正常的房地产。比如

一个特色小镇要聚集一万人，为这一万人来安排一些房地产，我觉得可能是可以的，也是适当的，因为他们要居住。但是如果说生产和生活是背离的，纯粹打着特色小镇的旗号，为了卖房地产，让别人来第二居所，我觉得这样的产业和市场是畸形的，没有真正的这种支撑。

在这个过程当中，我觉得房地产本身来讲并不是一个坏事，需要平衡一些资金，需要平衡他们不按照产业形成的这种模式。让它是先有产业，然后有生产者在这里聚集，自然就会有购房需求，然后再建一些房地产来供给，这是一个符合逻辑，或者说是一个健康的发展方式。

如果一开始就是打着“全域旅游”或者“特色小镇”的旗号，为了特色小而搞特色小镇，我觉得是有问题的。包括像绿城集团的蓝城农庄等，它们做一些名义上叫“特色小镇”，其实是“房地产小镇”的小镇，这种做法也未尝不可，别人如果就是为了做旅游地产，也不能说他们不对，只是我觉得这种旅游地产类型的“特色小镇”和国家真正想发展的“特色小镇”名字虽然是一样的，但是他们两者之间的内涵会有很大的差异，所以要区分开。但是有些地产商会打着“特色小镇”这个旗号，我相信国家也不会支持这种类型的“特色小镇”。

当然，可能从市场宣传的噱头上来讲是这样子的，它可以自己说叫某种小镇，主体却是做地产，这里面可能还要区分开这两种类型。

### BES：那有没有什么方法可以避免这种“房地产化”的趋势？

我刚才讲了它其实不是一个避免的关系，房地产是先有产业，后有这种地产，这种发展我觉得是顺理成章的，应该鼓励和支持。但是如果本身的目的不是为了发展一些特色产业，而是为了做房地产业，我觉得可能就背道而驰，会有问题。

像浙江、江苏等经济发达地区，它们建起来的房地产，包括万科也有类似的这种地产，名义叫“某种小镇”，实际上跟我们真正想说的“特色小镇”，还是有差别的。其实，房地产有动力让地方愿意去做这个事情，我们也很难去规避它。但是从国家立场来讲，不要把这种房地产为主导的“特色小镇”纳入支持重点，像有些地方对这类小镇在土地方

面，有些优惠的支持政策，支持以房地产作为特色的小镇，这种小镇不是我们的方向。

目前来看，浙江省做的基本上都是以产业支撑为主导的特色小镇。如果政府在土地价格和金融方面不予支持，那么，房地产业它要发展也不会这么容易，凭空要做地产是很难。比较麻烦的是政府，可能这里面有一些其他的原因，一些政府不问青红皂白，将政策向房地产方倾斜，就会形成误导。

### BES：旅游特色小镇怎样围绕“人”和围绕“产业”去做？

旅游特色小镇围绕“人”来讲的话，首先，我认为“人”分为游客和生产者两种，我理解你说的“人”应该是指的游客。围绕游客的需求来讲的话，其实有两类，一种是有很丰富的体验内容；第二个就是能够提供一个更好的服务。现在有些政府要用标准化的方式，引导周围的这些企业去提供配套服务。另外，政府可能还会有一些相应的公共服务。游客到旅游目的地以后，如果出了问题，政府有没有相关的突发事件的市场秩序管理方式，公共信息服务建设，或者叫智慧旅游，信息资讯的获取方式等方面是否便利？实际上一个特色小镇，是由政府的公共服务和企业作为市场主体结合在一起的，二者之间需要协调好，才能够满足市场需求，获得更好的发展。

我觉得现在特色小镇中比较重要的，是特色小镇自身的这种体验感。传统古镇类的旅游小镇，它本身就像一个景区，景区和城镇合一，是观光类型的小镇。未来比较理想的一种旅游小镇，可能更大程度上是一个聚集地，或是一个基地，自己本身有一定的吸引力，依托于这样一个基地，把周边的旅游带动起来。很难说一个特色旅游小镇刚好就是这个旅游项目的两三平方公里范围内，活动半径可能是10公里，也可能是20公里，本身就成了一个基地，这个基地中会有吃的和住的，甚至主要是住的。

住在这个地方，平时可以在周边去开展很多活动。比如户外的一些体育、旅游和度假等各种丰富的活动，这些活动本身就会提高这个小镇的吸引力。因为小镇空间有限，你的旅游活动如果完全在小镇里面开展会有一定的难度。

总之就是这种体验感，还有相关的一些配套设施的完备，是一个特色小镇发展中比较重要的内容。





杨朝睿

## 具备全局体系化视角是做好旅游特色小镇规划的根本

Global Systematic Vision is the Essential to Make an Excellent Plan for Tourism Towns

旅游特色小镇 规划专家 / 大地风景国际旅游集团 副总规划师

旅游特色小镇建设在全国形成爆发式的增长，但旅游特色小镇究竟该如何规划设计、如何建设运营，目前市场上并不清楚，针对这些问题，我们采访了杨朝睿先生，请他为大家传道解惑。

### BES：在全国兴起特色小镇的建设热潮中，如何做好旅游特色小镇？

全国现在都在做特色小镇，2016年三大部门联合发出了要建1000个特色小镇的文件，从国家的发展历程上来说，它主要是源于中国乡村和城镇的发展。从最初国家进行“新农村改造”的进程来看，其所要解决的最根本问题是农村的生产、生活与环境问题。并且“新农村改造”很好的解决了农民的生活问题，包括住房问题、七通一平、以及卫生与环境等这一系列问题，使农民的生活品质提高。但由于这一进程更重视功能性上的调整，却忽略了一个问题，就是现在中国的农村或者三、四线城市大多数的住宅还有房屋都是方形二层楼加白瓷砖，使得农村与环境整体基本上丧失了中国的地域性与环境特色。这是由于本身中国是一个文化资源非常丰富的国家，而“新农村改造”，这种统一化穿衣戴帽的过程使得整个农村丧失了它相当一大部分的特色，换句话说，新农村改造只满足了原来农业生产功能和基本的农民生活功能。但农村其实是多种资源结合的地方，包括生态资源富集、文化资源富集等，甚至有很多的文保单位和历史资料，在新农村改造中这些资源的特性全部没有被利用起来。而在之后的美丽乡村建设中，从某种意义上来说，国家是希望把这些文物资源、文化资源、山水资源联合起来，由此提出了美丽乡村，通过旅游，拉动一定的人群使这些资源变得更加有生命力，不是仅仅放置在那里。因此国家，推出了“美丽乡村”，希望在生产与生活方面实现新突破的同时，能够兼顾乡村自有的资源特点，拉动旅游，形成城乡互动，生活联动，让城里的人愿意去乡村旅游，去乡村生产，去乡

村生活。

但是问题又来了，现在中国所面对的更多的是城镇问题，这不仅仅是风貌问题，也不仅仅是生活问题，而是产业问题，因为产业与就业才是拉动城镇经济与社会发展的根本。现在中国的主要经济集中在大城市，而大量的土地和大量的面积都在农村，但乡村却没有解决好就业问题，没有解决好产业问题，没有形成良性的循环经济。农村现有的经济除了农业之外，其他三产经济，包括旅游、服务业等都完全没有被拉动起来。尤其是大量空心村的出现，很多偏远的村基本上全是老年人和留守儿童，这是一个很严重的社会问题。现在国家提出特色小镇，我个人理解从某种意义上之所以叫特色小镇，就是希望它，一方面具备了这种结合城镇的就业与经济发展特性，即生活性；同时也需要具有一定地域和产业特色性。

通过特色小镇希望能够各种资源富集到一起，那它的核心目的是什么呢？就是通过这个小镇的良性循环，能够建立起小镇内部的一个经济增长系统，比如说古北水镇、袁家村、拈花湾、裸心谷，它们其实是属于相对离大城市比较远一些的郊区，但在这些郊区尤其由于这些小镇的产生，它所拉动的是大量就业，快速的经济的发展，庞大的游客量，甚至包括一系列人群去关注这个场所，关注它周边土地的建设，使得周边产业在未来具备更大的发展潜力。比如古北水镇发展之后带动了周边农业、民宿、农家乐的发展，小镇的老百姓已经获得了一定的经济效益，这就是它对区域发展的经济带动作用。

关于特色小镇，总体上是这样一个思考，但是我们今天所要说的旅游特色小镇其实是以旅游功能为主导的小镇，当然特色小镇这一概念本身还包括产业特色小镇、体育特色小

镇、文化特色小镇等不同的类型。我们这里所提到的旅游特色小镇，它的范围和覆盖性相对比较综合，可以因地制宜，比如古北水镇，既有休闲度假，有又历史文化，而袁家村则更多的体现了关中民俗风情，以吃为主，通过食、宿产业的发展又促进了农业产业的提升，从这个角度来说的话，旅游特色小镇是一个相对来说以旅游为关注点的一类特色小镇，这一类型的特色小镇现在在全国都有，这并不是说它一定不具有体育特色小镇、文化特色小镇的特性，它可能更加综合。同时由于旅游本身的特性就是流动性，并且与其他类型的小镇相比，旅游特色小镇有别于其他类型小镇的一个特点还在于他的流动人口非常大。

旅游特色小镇在业态设置的过程中，需要更多地去关注如何吸引外来的人，并且留住外来的人，让外来人能够在这个地方产生一定的消费，或者能够对本地的经济产生一定刺激，这就是旅游特色小镇。

**BES：旅游特色小镇不管是在产业、人口、城镇化的过程中，都起到了非常重要的作用，在旅游特色小镇的规划设计中，应该主要是关注哪些方面？**

现在国家做特色小镇的多是规划行业的设计人才，包括建筑设计、景观设计、旅游设计等等，但我个人认为特色小镇真正要解决的核心问题绝不仅仅是空间问题，更复杂的是它深层的一个社会问题。

现在特色小镇的规划设计都是从产业入手开始策划，策划在某种意义上要先于规划，因为我们现在所说的这个规划在欧洲更多的是叫做城市设计，因为它是对城市风貌、建筑风貌、景观的规划设计，这样的设计是由设计师完成的，由艺术家和设计师进行空间上的审美，包括设计中的合理度以及市政管网配套的科学性。但特色小镇的规划设计还应该考虑到更多的系列问题。比如说在远郊的一个地方做小镇，怎么样让这个小镇产生它的核心吸引力，让这个小镇能够吸引外来人群到达这个地方，这其实是现在很多特色小镇没有想清楚的地方。

我们在做旅游特色小镇规划的时候，更多地关注于首先要先解决好一个特色小镇的定位问题，特色小镇的差异化问题和特色小镇多元化问题。

这三个问题其实是非常核心的，首先从定位的角度上而言，可能有些地方说我们这个地方宗教资源富集，所以要打造一个宗教类的小镇，但结合它的客源可能就会产生矛盾。

它的客源是不是对这个寺庙非常认可或者说对这一宗教本身非常认可，能够形成大量的客源，如果不具备这样的条件，而是强行去打打造一个宗教小镇，很可能它就不具有生命力。

拈花湾是火了，但是并不代表拈花湾的案例放在其他任何一个寺庙周边都能火，这是非常重要的。在做整个旅游特色小镇的时候，首先要解决的是旅游问题，其次才是解决特色问题。大地风景做旅游已经20多年，在这方面非常擅长，我们更多关注的是从一个产品体系来解决旅游问题，并且通过旅游问题来匹配一个特色小镇，针对这样一个旅游问题所应具备的业态、所应具备的要素以及所应具备的业态和要素的比例，这是非常重要的。比如袁家村的餐饮类比例非常高，而古北水镇的住宿比例非常高，这一方面取决于它本身的定位，另一方面受到客源市场的需求影响。

对于旅游特色小镇规划来说，我认为应该考虑三个层面，第一个层面是旅游，如何解决内在的社会问题，包括要素、产业、人群、客群，同时还包括设计的舒适性、休闲度假功能、知名度、观光等等一系列问题，这是在旅游层面中所要关注的内容；

第二个层面是特色，在旅游策划、规划、设计中应该关注到小镇的特色风貌，它是小镇产品设计的一个形态支撑，就是说小镇的空间应该符合这种形态。比如说袁家村，它就是一种关中风情，它周边的黄土房子，很土的乡村感觉，在这种环境中坐下来吃东西的时候，就是特别具有关中风情的味道，而这种特色也支撑了它本身的旅游特性和自身的定位。

第三个层面是区域产业，发展本身就是指特色小镇的产业发展，不过这中间最重要的其实是时间问题，因为产业和我们所说的小镇最大的区别是在于如果有钱，很短时间就可以把小镇建起来，但是产业一定是有一个经济循环作用在里头的，它一定是通过某一到两个方式或者说是一到两个点来形成一种孵化，然后形成产业联动，最终才能够形成产业的模式发展，这是需要时间培育的。

换句话说我们需要从旅游层面上去思考小镇的软件，从特色层面上思考小镇的硬件，从产业层面上思考整个旅游特色小镇的一个叫做时间的东西，它是四维的，绝对不是三维的，我们永远要看到今天所做的事情，目的是为了吸引来或者说在未来这个区域发展能够达到一个什么样的目的，这是非常重要的。因此在做好旅游特色小镇的时候，我们应该关注的是思想问题、空间问题以及时间问题，这三个问题才是旅游特色小镇规划的核心方式。

**BES：在做旅游特色小镇规划的时候，会遇到很多意想不到的困难和问题，比如说定位、特色化、产品体系设计都做的非常好，能够实现从空间到思想上的指导。但具体实施起来却很难，根据您的经验，如何实现旅游特色小镇的落地性？**

如果说前面我们所提到的属于规划阶段的话，后半部分其实更多的属于实操阶段，实操阶段对于落地性的影响是非常大的，但是实操的考虑也要结合规划。一方面来说，我们在做规划的时候就要考虑到我们未来实操的可能性，比如说一个旅游特色小镇无论是PPP模式，还是基金投资模式，或者是企业自身投资、政府来投资，但不管投资主体是谁，预计的投资量和小镇能够产生的规模都是需要考虑的。一般，要知道一个小镇里有多少原生的内容是可以通钱能够解决的，多少内容是能够通过小镇的发展来吸引到外资的。我所说的外资是社会资本的注入，社会资本的注入其实才是解决小镇资本、运营和发展的核心问题。

换句话说，当考虑旅游特色小镇建设的时候，不仅仅要考虑到能融到多少资，更要考虑到小镇在运营之后能够承担多大的成本，这是非常重要的。现在很多人都考虑到我能够融到30个亿或50个亿，通过50个亿或者更多做了一个小镇，但问题是这50个亿在未来的产能过程中产量非常低，这个时候所有的投资者都会想方设法向外抽离，在这种情况下这个小镇想再继续运营好是非常难的。我主张在设计的过程中就要考虑到后期运营过程中所产生的成本所能增添的收益，以及它的盈利模式。

盈利模式的设计其实才是决定了投融资方式的前提，但现在很多人在做小镇的时候，更愿意事先考虑投融资模式，再去设计盈利模式，从某种意义上来说这种思路是有缺陷的。因为投资100个亿，如果要100年才能收回的话，那这个小镇从最开始的命题就是失败的，所以我们需要做的是综合考虑投资、运营以及收益，这三方面才是小镇落地性的根本。也就是说，在考虑投融资的时候应该结合着运营和盈利一起去考虑，在运营的过程中也应该考虑盈利、投资，是一次性投资还是连续投资都要考虑进去。而在盈利的时候其实也是带着目的来的，一方面是要完成投资计划，包括投融资的回报计划，另一方面要满足运营条件，其实这三方面是交织在一起的。

就我个人而言，包括这么多年做了很多案例，对于旅游特色小镇的落地性来说，除了前面的规划设计，要想让后边

有很好的能力去完成前面的规划，后半部分的设计是需要结合企业自身或者投资主体，做好投融资模式、运营模式以及盈利模式的综合考量，只有把三者结合起来，才能形成连贯的链。当这个连贯的链建立了之后，把这些问题都想通了之后，还需要再去做的一件事情，就是一定要确定投资者在未来的分配方式，这个也是非常重要的。袁家村之所以能火成现在的这个样子，能够落地并且能够延伸，是因为其中农民的收益是非常大的，农民的积极性要远高于企业打造的小镇的员工的积极性，因为农民在袁家村中的收益是不可限量的。2016年袁家村的收益是10多个亿，其中收入大部分是进了老百姓的口袋，所以当地居民愿意花钱去改善自己的店铺，或者说改善自己的产品，从而形成良性发展，我不是说一定要是谁去受益，但这个受益其实是非常重要的，而受益的设定在最开始的时候一定要尽可能的设定和明晰。

现实中，企业或开发商在投资中，考虑到资金的快速回笼可能会采取地产的方式，在这一过程中受益的设定可能就比较局限。政府在投资的过程中，考虑到税收和建设加速度的问题，可能也会忽略老百姓和当地常住人口的经济诉求，这种情况最后导致的结果就是会被拉断。比如说投资方一直认为某个项目是一个值得去玩，值得去做的事情，一直往里面投钱，但是底下实体层面，产品层面上的个体老板积极性不高，不愿意花心思把事情做好，这个项目其实就没有生命力，最后导致上层的投资失败。所以有时候我们看到下端的利益似乎好像是不是盈利模式里边可以看到的点，但其实它是非常重要的，它影响到最后是否能够盈利，以及小镇里项目与产品的真正落地性。





徐程刚

姑苏园林控股集团 总裁助理

## 特色小镇的PPP项目如何运营

How to Operate the PPP Projects of Characteristic Town?

旅游特色小镇和PPP模式是近两年刚刚兴起的，也是非常热门的话题，对于旅游特色小镇与PPP的结合，我们采访了徐程刚先生。

**BES：请介绍一下PPP模式在中国的发展历程，目前它主要运用在哪几个行业？**

旅游特色小镇、全域旅游、文旅和PPP模式对于我们来说，是这两年刚刚兴起来的一个行业，我们也是处在不断学习、不断摸索和不断实践的一个过程中，在这里，我可以展开讲讲PPP。

PPT是Public Private Partnership的简称，就是政府与公司合营的一种项目，PPP其实不是一个新鲜的名词，最早在80年代，广州有一个电力公司就是PPP模式。

PPP真正火起来也是这两年的事情，原先国家的模式都是，一个地方政府要新建一些基础设施，出现一些大额的项目投资，大型项目的投资管理模式就是政府通过一个融资平台来发展和融资，然后开发商或者旅游公司再来投资这些项目，投完之后，还负责项目的整体建设及后期运营。整个过程是一体化的，这对政府来说，会存在很大的压力。比如说，前期政府要做项目需要融资，就会有融资的压力。在开发建设过程中，原来传统模式是政府有项目后发标，通过招投标选择供应商建设，建设之后还有运营的压力，现在政府要解决这些问题，减少政府负担和压力。

另外，前两年国务院6号文件出来后，地方政府融资遇到了很大的问题，使得政府也很难做一些事情，但政府又必须做一些事情，特别是要有些政绩工程，不管是民生工程还是其他的，融不了资的情况下该怎么办？这时候PPP就开始慢慢地兴

起了。

PPP兴起来后，允许社会资本跟政府一起合作，做一些基础设施建设和公共服务项目，这是一个逐步放开的过程。早期的时候，政策上是允许社会资本进来，但是地方政府还是会倾向于一些央企和国企等有国字头企业进来，后来一些民营企业才逐步能够进来的越来越多，这是一个过程。

PPP涉及的行业面还是蛮广的，最常见的是基础设施项目。例如高速公路建设，我们开车去某个地方经过高速路口需要交过路费，这就是一个典型的PPP合作模型。政府出资资源和让渡经营权，社会资本进行投资，双方共同把高速公路建设起来，约定把20年或者25年的经营经营权和收益权让渡给社会资本方，社会资本方通过收取过路费的形式获取收益，平衡之前的投资，并获得回报。另外，自来水的水务方面和电力方面也可以采取这种模式，进行收费。第一，是政府要做；第二，是市场刚需，可以向使用者收费。这些是最常规的PPP模式。

其次是政府采购项目。比如这块土地开采过矿，需要整治环境，这片区域河道被污染，需要在河道周边进行整治，实现环境提升，或者是政府要改善老百姓的生活环境，需要建造公园和市内道路，这些政府本身就是要出钱的，也可以用PPP，这就属于政府采购。比如说有一个10个亿的项目，按照10%的注册资本，就是要一个亿的注册资金，社会资本一般占80%到90%左右。当时的社会资本投入8500万，政府投入1500万构成一个亿，通过融资，就可以做一个规模10个亿的项目。对于政府来说，他其实花了1500万的钱，完成了一

个十个亿项目建设投资。

我刚才说的那几个领域，电力、自来水，还有一些政府本身要做的市政设施和基础建设，一部分可以向老百姓收费，另一部分属于政府的财政支出，每年都会有财政拨款，社会资本花钱来采购。

还有一些其他方面的项目也适用于PPP模式，如旅游类，或者前面讲的市场的一些项目，政府也可以采用PPP模式。比如说旅游景区的门票收入，小区物业收入，政府授权10年或者20年期限内收益，社会资本就可以将之前的投资平衡，从这个角度来说，政府转变了原来的角色，政府原来是什么都管，什么都包办，要解决项目前期策划、规划、融资、建设和运营等各个方面，现在转变为只需花很少一部分钱来完成一个项目。把本来是社会服务的行为，全部让企业资本和社会资本来担当完成。

在这个过程中，政府会有一部分股份，开发建设和运营部分让市场上的社会资本来担当，政府只关注项目预期的效益和目标是否能达到。

总之，医疗行业、旅游行业、环境整治、污水处理、便利设施、交通建设、市政设施等都会涉及到PPP，原来国家和各个地方政府都是通过传统的平台去投资建设，运营管理，收费来平衡投资，现在PPP成为一种新的模式。

### **BES：PPP模式相对于以前的政府包办来说，肯定是一种进步，但很多人PPP项目都一知半解，请您项目介绍一下PPP项目的运营方式。**

在所有的项目过程中，运营这一块是最难的，所以我们会看到有很多种模式。比如说早期时候是BT模式，现在是BOT模式，就是建设、运营、移交，授权期限到期后无偿移交给政府；要么是BTO模式，移交政府后，你再运营某个模块；要么是BOO模式，就是建设完，然后就长期持有物业了，再不断的运营用收益来平衡投资。

关于PPP项目运营方式，一般情况是这样的，社会资本和政府共同出资，成立一家项目公司，这个公司担当整个项目的管理，包括策划，建设开发和后期运营，进行整体的统管，企业一般会出80%到90%的出资额，政府大概是出10%到20%左右的出资额，大家共同在这个公司占有股份，这个平台属于有市场化运作的一个平台，也是受政府监管的。虽然平台针对这个项目，前期需要对接规划设计机构，然后寻找专业的建设单位进行建设，在后期的运营阶段，可能还会委托专门的运营机构来帮它运营这个项目，它做整体的统管。

那么钱从哪里来呢？这个公司会进行证券和基金方面的融资，或者直接跟银行进行融资，不同的机构融资成本不一样了，融资后来支撑整个项目的发展。

### **BES：PPP模式中如何实现三者共赢，共同推进项目的发展？**

PPP模式对于政府来说，一方面从原来关心建设为主，转到了后面的分析运营为主，对整个项目的考核可以通过运营角度来考虑，运营的好，则项目考核成功，这是角色的转变；另一方面，以前是政府包办，现在政府只要投入部分股份，就可以获得长远收益，政府的包袱减轻了，特别是融资压力和后期的运营压力都大大减轻了。

对于社会资本来说，可以通过各级机构相互合作的模式介入到一些新的领域，比如说铁路建设领域、高级工程建设领域、城市公共基础设施建设领域等，特别是对于以建设行业为主的企业，它原来的竞争是很激烈的，可能说成千上百家企业在竞争同一个项目，但是PPP模式有很好的融资平台和合作渠道，就会大大降低竞争对手的数量。提高了进入门槛，现在基本上都是只有五六家，或者十家公司在竞

争，相较以前的竞争数量大大降低了。

但是建设体量远远增加了，现在PPP项目动辄就是几个亿，甚至几十个亿的大项目，对企业来说，机会大大增加了，但是也给企业带来了一定的难度。这是所有PPP模式都会碰到的，特别是面向市场后，运营成为最大的难题。做不好的话，很可能就会面临亏损。

一类是水电、高速公路等刚需方面，这个收益相对来说是比较稳定的；还有一类是政府本身就要去做的项目，评估政府的财政承受能力后，这些也是相对比较稳定的。对企业来说，就是增加了一个运营环节，原来是我帮你把项目建设好，你给我还款就行了，现在不行，我不光要建设好，还要把后期的运营解决好，其实这是对企业提出了更多的要求，加大了企业的运营风险。

**BES：在旅游项目中，除了政府、企业、其他社会资本方之外，还会涉及到当地的环境，涉及到当地的居民，在这个过程中当地居民可能会扮演什么样的角色？他们的收益又怎么去保护？**

说实话，在这一块，每个地方的模式可能都不一样。

拿一个典型案例来说，我们公司接手的苏州旺山项目，现在就应该属于居民跟政府是受益的，它没有采用PPP模式，政府帮着把整个旅游环境基础设施建设做好，引导老百姓都在原地开展一些经营活动，提升他们手头上物业的价值，旅游给他们带来经济收入。

但就目前来说，如何让当地的老百姓参与进来，各地的做法不太一样，在现实中也有很多困难。但旅游项目在规划设计的时候都会牵涉到把整体的旅游环境和基础设施建设做好，才能吸引游客过来，这样就能够带动一系列行业的发展，包括住宿、餐饮、交通，甚至旅游文创产品、旅游服务方面等，这是一系列的带动。

但具体形式要具体项目区别对待。有的公司可能只是帮政府做成一个旅游的基础设施，而这些事情不是老百姓单独就能够做到的，实际上都是统一由政府委托企业来做，比如说基本的道路、灯光、标识牌、配套性景观、绿化等，这里面就是全域旅游的概念，都是由企业来做。这种情况下，企业的回报一般分两种方式保障投资回收，一是做一个大景区，收取门票，获得经济效益；二是不收景区大门票，可以通过政府回购。

**BES：PPP模式在实施过程中，最大的难点，或者要点主要表现在哪几方面？**

难点还是运营这一块，PPP也是这两年才刚刚兴起来，我们也接触过很多的项目和机构，其中很多都被央企拿走了，而央企最大的困惑也是不知道怎么去运营这个项目，这是所有公司面前最大的问题。

比方说旅游这一块，把旅游基础设施建设好了以后，怎么能够让它火起来，能够把游客引过来，怎样系统化的和旅游机构进行合作，并且构建一个新的旅游体系，能够提升这个区域每年的旅游经济收入，这是一个很大的课题。这才是PPP里面比较难的一个问题。

一般的做法是，我们可以给政府做一个旅游的PPP项目，解决规划的问题，但是我不收固定资产，政府把固定资产回购回去，企业把运营盘活起来。再就是社会资本，这也是我们企业希望能够去做的。

目前运营确实是一个问题，国内很少能够找到比较优秀的运营机构和人才，相对来说比较凤毛麟角。而运营方面是需要系统性的去思考的，不是单一的从某个方面考虑。





徐忠明

## 灵山·拈花湾的三大创新

The Three Major Innovations of Ling Shan · Nianhua Town

中国民族建筑研究会、美丽乡村协同建设委员会副理事长、全国特色小城镇服务联盟副理事长、赛博旅游文创CEO

从2015年拈花湾开园就受到了强烈的追捧，它创造了一种中国度假小镇的全新模式，2016年一年，入园人次突破170万人次。很多业内人士都认为拈花湾创造了一个奇迹。拈花湾为什么会取得如此好的成绩，带着一系列的问题，采访了徐忠明先生。

### BES：请您介绍一下拈花湾的诞生和使命？

#### 拈花湾的立意主要表现三个方面：

第一点，拈花湾20年来旅游发展从观光旅游向休闲度假旅游转型的一个桥头堡工程。灵山作为一个佛教文化景区，在现在休闲度假旅游发展的大趋势下，灵山要面向未来，对接市场，必须实现从观光型向休闲度假型转型，拈花湾作为一个度假型旅游小镇，是实现灵山战略发展的桥头堡工程；

第二点，是世界佛教论坛永久性会址工程。第三届佛教论坛召开的时候，把灵山作为世界佛教论坛永久性会址，因为这个强大的文化使命，我们要做这样一个会址工程，拈花湾是其中的组成部分；

第三点，拈花湾所处的区域叫马山佛区旅游岛，马山佛旅游岛本身是一个大的旅游区，作为一个旅游岛，必须要有这样一个能够解决游客吃、住、行、游、购、娱等旅游要素的地方。

### BES：拈花湾主要的发展方向有哪些？

主要的发展方向还是一个目的地型的旅游度假小镇，拈花湾作为一个独立的景区，有自己的运营模式。

拈花湾作为一个目的地型的旅游度假小镇，以度假为核心，形成一个完整的景区，它里面本身有吃、住、娱、购等旅游要素，度假生活方式的营造，形成一个完整的体系。它又是封闭起来需要收门票的。

从发展模式上来讲，一方面拈花湾作为景区是有门票收入，另一方面作为一个度假小镇，有游客的生活和消费，包括餐饮、物品售卖等方面的收入，这是其完整的度假小镇的模式。

### BES：拈花湾的亮点和创新主要表现在哪几个方面？

首先，拈花湾非常强调文化旅游，是一个典型的文旅小镇，非常强调文化的核心作用和平衡作用，用禅文化来作为一个小镇的核心文化。目前来说，在市场上取得了比较大的成功，因为禅文化是佛教文化和中国文化相结合后产生的一种特殊文化，是中国文化中的一朵瑰宝，作为一种艺术和美学，甚至有一种类似哲学的意味，讲求“空灵、唯美、放下、自在”等等，这种文化与我们当下快节奏的现代生活方式形成两种不同的场景感，当人们进入到拈花湾这种场景中的时候，会感到这确实是他们想去的地方。所以，一个核心文化的确立，以文化创意来打造文化产品，再者形成一种特殊的休闲文化度假方式，这是拈花湾非常有创新的地方。

其次，拈花湾前期策划的时候，非常强调文化定位，作为一个文旅项目，一定要策划优先，没有顶层设计，没有对市场 and 客户在未来旅游发展中进行深入的研究，找不到明确的发展思路和策划创意，那就没办法做好一个旅游产品，拈花湾整个策划创意就花了2年时间，一张总评方案画了36稿，不断的进行调查、研究，再思考，再定位，再创新，从这一点来讲，拈花湾在前期定位的时候，我们是非常重视的，有主

题文化，有前面的策划创意来引领规划、施工建设以及运营管理，拈花湾在这方面做了有效的尝试。

再次，是工匠精神，强调每一个细节的具体化，拈花湾禅意的建筑和景观，以及禅意氛围的营造，都非常精致。拈花湾就是一个大的禅文化艺术产品，这就是工匠精神在细节之处的演绎。在我们的微信当中也有写到，我们请来日本的工匠住在拈花湾来教中国的工匠怎样搭好竹篱笆；专门找了二十几种青苔来试养，在江南的太阳直照下有几种青苔成活后，来作为我们的景观元素；专门定制了一种沙质的瓦，由茅草和树皮等材质组成；以及土坯的墙，形成了一种旅游审美，在细节上面非常讲究。

### BES：拈花湾的商业业态配比与布局是怎么样的？

一个旅游度假小镇，用商业来构造小镇，用小镇来打造生活方式。作为一个旅游目的地，我们一直在强调吃、住、行、游、购、娱这六大旅游要素。在六要素中，吃、住、娱、购这四大要素是和商业紧密相关的，或者说，作为一个度假小镇，人们要在这里生活一段时间，就会形成一种生活方式，离不开吃、住、娱、购。所以说，以度假为核心的旅游小镇，商业至关重要，首先，要用商业来构造生活方式，游客来了以后，如何吃、住、娱、购？我认为这些都要根据旅游的创意来定位。

同时，作为一个度假小镇，又是一个大的旅游景点，所以又提出：“商业即景点，景点即商业”。把商店打造成景点，人们逛商店就是逛景点，整个拈花湾中，每家商店都是一个景点。

要深刻理解商业在度假小镇中的重要性，同时要要进行商业体系的构建，不是把社会的中的旅游产品简单装进来就可以了，要根据主题文化，根据消费者度假状态的旅游需求，来打造全新的商业业态体系。所以，在拈花湾做商业定位的时候，我有三句话：第一句，要创新中国旅游商业的新模式，构建中国旅游商业的新体系；第二句，要颠覆现在传统景区旅游商业的一体化、同质化，甚至是假冒伪劣等现象；第三句，要重新建立中国游客在旅游景区、度假目的地的消费信心。

拈花湾的商业体系，首先要根据游客规模的测定，提出旅游商业的规模体系，旅游商业是由零售、住宿、餐饮、休闲娱乐、文化体验五大业态构成，那么，五大业态的体量怎么设定呢？是由一套科学的法则计算出来的，以游客规模为前提，根据游客需求和消费能力来确定不同业态的规模。

另外，不同文化的旅游创意，比如说零售，结合禅意文化的零售业态，其中比较多的是禅文化的文化创意产品，茶叶、茶具、香料、禅福等，餐饮方面，根据禅意主题，有素

斋和一些有格调的餐厅。

在这里，我要强调一下文化体验式业态，作为一个文旅项目，一个以文化主题为引领的旅游小镇，它最重要的业态就是文化体验式业态，要建立文化高度，彰显文化品位，强调文化消费的体验性这三大文化功能。拈花湾就是禅意文化设置的，例如茶道馆、香道馆、花道馆、抄经馆、禅茶馆等，这些禅文化的主题业态，就是文化体验业态。

在旅游商业中，住宿业态也是非常关键的。当下的度假活动，有时候是因为一张床发起的，人们选择了一张床选择了一个小镇，度假小镇的核心是过夜的住宿，住宿业态对于度假小镇商业的重要性非常关键。住宿业态又要分成不同的体系来实施，因为游客的人群构成和消费能力不同，所以一个度假小镇的住宿体系要全方位构建。

拈花湾有四大住宿产品，第一类住宿产品是以菠萝蜜大酒店领衔的主题度假酒店，第二类是以禅意文化为特色的精品酒店，第三类是小镇上比较多的禅意文化主题客栈，第四类就是禅意文化的青年旅社。根据不同的客户，定价不同，产品不同，形成针对不同游客的住宿体系，每一个酒店都有自己的文化特征、空间设计、装修风格，每一个酒店都营造了不同的生活方式。

商业业态至关重要，商业是游客在一个地方度假的核心体验，就是吃、住、娱、购，包括文化消费业态。

关于拈花湾住宿业态的配比问题，大致来说，主题度假酒店差不多占30%，小型的禅意精品酒店大概占10%，青年旅舍占3%左右，剩下的就是主题禅意客栈。主题禅意客栈主要是针对一些家庭度假游客，针对旅行团以及一些OTA的散客群体。

### BES：拈花湾的招商是如何进行的？又是怎么的一种管理体制？

#### 1、严格招商程序

关于这方面，拈花湾是做了很多工作的，包括前面提到的创新、颠覆和重建，我们提出商业即景点，景点即商业，我们还提出用商业来构建小镇，小镇打造生活方式，这些都是前提条件，要达到这样一个目的，我们必须加强整个招商管理，包括商店的装修、策划、开业等过程的控制。

首先，要进行商业策划和商业主题定位，确定不同业态的配比。在策划的时候，对有多少家零售店，包括多少家院落性商铺，都是提前设计好的，招商的时候是严格按照策划定位，来进行不同业态的落地。在招商前，连什么业态具体落在什么街区和地段都安排好了，规划设计的时候，根据前面的商业策划，餐饮、零售、休闲娱乐、文化体验、住宿的具体大小、位置，是否临街？院落式还是单间式？在街区的具

体方位都全部进行了详细策划，招商时候，严格按照前面的策划进行规划落地。

其次，在进行商家的选择和招商谈判的时候，要根据我们整个的主题文化、度假需求和业态规划对商店进行选择，同时，商家要根据我们的需求写出策划方案，商业策划书要通过我们的认可以后，再进行签约正式合同。

## 2、建立长效的审核机制

首先，对它的产品和室内设计，店面的装饰和人员的着装，以及销售的用意进行界定和培训。所有的室内设计方案都要由甲方签字以后才能确定，每家商店设计好后要进行甲方的验收才能开业。也就是说商家所有的产品和用到的东西都要经过甲方的审核才可以正式投入使用，包括对产品的包装都要经过我们的审核。

其次，成立专门的商业管理公司，对商家店面氛围的效果，店面外围体系的维护，以及店内货品的陈列、质量、价格、人员的服务水平等方面形成一个综合的监控体系。商业经营管理公司针对商业经营过程中的各个要点，每天进行巡视，发现问题，及时提出整改建议，限期进行整改，如果限期内没有整改的话，我们会进行劝退，重新招商。

拈花湾有三大创新，对中国的旅游起到了很大的推动的作用，创造了一种新模式，把我们中国旅游水平提到了一个新的高度，我们应该从社会角度来讲拈花湾。

第一，创造了度假小镇从无到有的新模式，中国现在一些所谓的小镇基本都是明清时期的古镇，通过梳理和旅游要素的植入后，变成了旅游景点，而拈花湾是从一片空地上进行全新的创意、规划、设计、建设和经营，创造了度假小镇从无到有的新模式，也为整个旅游界树立了新的典范。

第二，通过对旅游市场趋势的准确把握，迎合当下的度假时代，拈花湾打造了一站式的旅游目的地型的度假小镇，是度假时代应运而生的一种全新模式。

第三，拈花湾成功的把文化与旅游相结合，落地在小镇这样一个载体上，以禅文化为核心打造特色鲜明的文旅度假小镇。

除此之外，活动也是拈花湾比较重要的创新，作为度假小镇来讲，一些特色鲜明的文化主题活动也是旅游生活不可或缺的一部分。拈花湾创造性的打造了一场禅型主题活动。拈花湾到了晚上非常的美轮美奂，通过灯光、音乐、表演等，让人完全沉浸在非常唯美的禅意世界里。

同时，根据禅意文化和游客体验，设置了禅灯、抄经、禅食、茶道、花道、香道等禅意文化主题。我们能够看到很多游客在拈花湾抄写经文，很多家庭在拈花湾插出一盆漂亮的花束，用许愿灯放飞自己的心声，在拈花湾的小街道上、花海中，戴着斗笠、穿着禅服、手捧禅钵，在用心的走路，每个人都进入到禅的境界，放下世俗的种种，回归本真……

拈花湾的创新为中国旅游提供了极其典范意义的模式展现，值得中国旅游界的研究和分析，甚至推动了中国文化旅游的一种新发展。 [BES](#)







一花一世界客栈（灵山·拈花湾供图）



# 专题

R E S E A R C H



## 特色小镇大多数都将“姓”旅游

“小镇”其实本就是一张照片，一个环境，一种情节。在中国，当下的“特色小镇”一词也被提了从未有的热度。也许是因为各大部委的频繁发文，也许是因为各大投资商的热钱涌入，又或是因为各地政府的持续关注。本专题聚焦特色小镇的政策解读、旅游特色小镇的特征分析等方面，并针对具体案例深入分析，考究其取得了辉煌成绩与市场影响力的内在因子，发现成果旅游特色小镇的产生，更多是由于其自身更好的符合市场规律，更好的提供了消费者所需要的产品，更加健全的提供了特色小镇从建立到运营的生长环境。





# Concept and Connotation of the Characteristic Town

## 特色小镇的概念及内涵

当下，“特色小镇”已成燎原之势，下面是微信指数输入特色小镇的结果，热度一直居高不下，也成为各级政府、企业争相布局的领地。那么“特色小镇”是怎么火的，“特”在哪儿？你是如何理解特色小镇的呢？



早在2014年，“特色小镇”的概念就在浙江方兴未艾，2015年浙江公布了首批37个特色小镇名单。真正引爆该话题的还是2016年国家三部委联合发出的《关于开展特色小镇培育工作的通知》，其中提出“到2020年，培育1000个左右各具特色、富有活力的特色小镇”。

## 一、建“镇”背景：特色小镇为何能一呼百应？

供给侧改革要解决产业同质化、产能过剩、有效供给不足的问题。而特色小镇从一问世，就带着“一镇一业”的基因，定位于做具有行业竞争力的单打冠军，在产业的选择上，通常是面向高端产业或历史文化产业。另一方面，特色小镇因其地理空间小的特点，常常作为改革的先行试点。

### 供给侧改革

随着城镇化的快速推进，很多大城市已不堪重负，交通拥堵、空气污染、高房价、资源紧张等问题日益突出，强调**生产、生活、生态“三生融合”**的特色小镇具有分布面广、离农村近，能够就地吸纳大量农村人口就业，带动农村经济发展与公共服务改善，而成为统筹城乡发展的重要抓手。

### 城乡一体化

经济新常态下政府可动员和配置的资源有限，特色小镇要求“**政府引导、企业主体、市场化运作**”，一方面缓解了政府的财政压力，更一方面为社会资本进入、政企合作提供了更多可能性，目前PPP模式在特色小镇建设中的应用也得到广泛的探讨。

### 政企合作

## 二、特色小镇概念剖析

### （一）概念

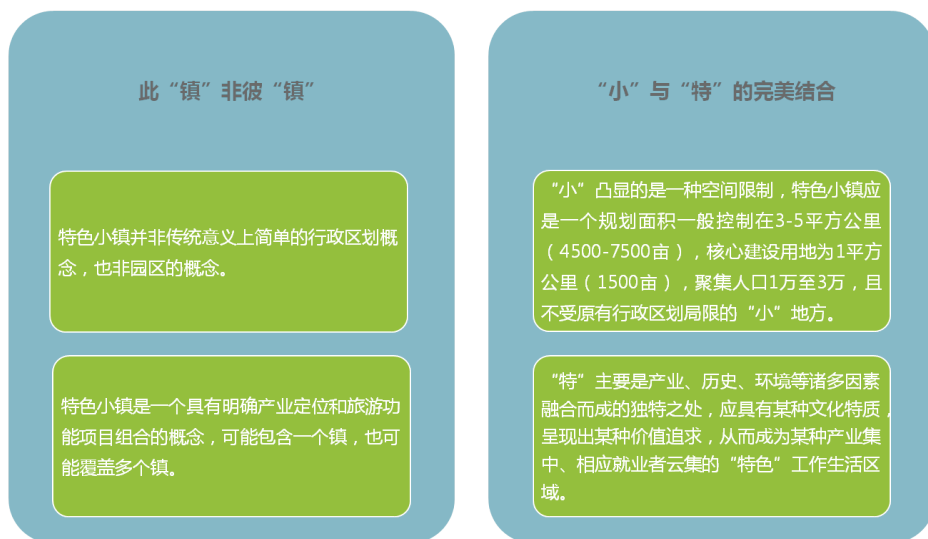
特色小镇是指依赖某一特色产业和特色环境因素（如地域特色、生态特色、文化特色等），打造的具有明确产业定位、文化内涵、旅游特征和一定社区功能的综合开发项目。是旅游景区、消费产业集聚区、新型城镇化发展区三区合一，产城乡一体化的新型城镇化模式。



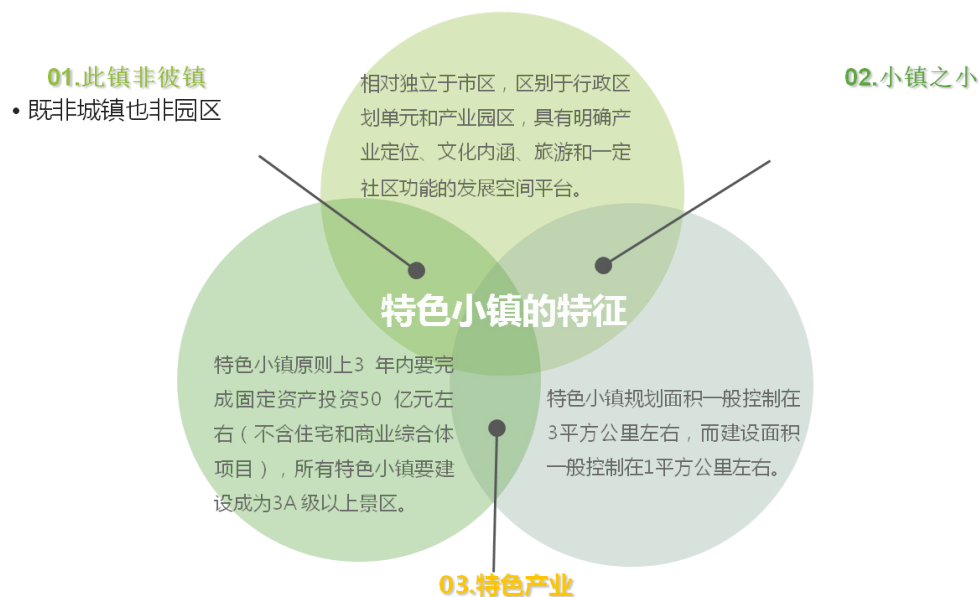
宏村

## （二）关键词

特色不是小镇的形容词，而是小镇的关键词，是小镇的核心元素。



## （三）概念特征



以上的特征在一定程度上也指导了目前国家关于特色小镇的一般要求。



#### (四) 核心外延

“特”即特色小镇的特别之处，是支撑特色小镇内涵的核心外延特征。



无论在功能的层次还是完善程度上，较一般专业小镇都要高出很多。

#### (五) 概念区分

特色小镇、建制镇、工业园、经济开发区、旅游区、旅游小镇的比较

特色小镇、建制镇、工业园、经济开发区、旅游小镇、旅游区的比较					
类别	行政机制	产业结构	管理运行主体	开发建设模式	功能
特色小镇	非行政区划，可跨行政区域，面积较小	集聚七大产业及一批历史经典产业，工业与服务业紧密融合	企业	企业主体	兼具生产、生活、生态功能
建制镇	行政区划概念，面积不大	除功能区外的镇域范围内以服务生活的第三产业为主	政府	政府主导	生活功能为主
工业园区	单一行政区域范围内，面积可大可小	以工业制造业为主	园区管委会	政府主导	生产功能为主
经济开发区	半行政区划概念，具有政府职能部门性质，面积较大	以工业、服务业为主，一般是高新技术及其他各类产业工业园集聚地	管理委员会、投资公司	政府主导	生产功能为主，兼具生活功能
旅游区	非行政区划，可跨行政区域，面积可大可小	以旅游业及餐饮、休闲等相关服务业为主	旅游公司或政府	企业或政府主导	生态、生活功能为主
旅游小镇	特色小镇的一种，同属非行政区划	旅游产业是小镇的核心产业、主导产业或最具潜力、特色产业	企业	企业主导	旅游功能是旅游小镇的必备功能，小镇或可兼有文化、人居、生产、商业、服务等其他功能，多功能融合共存。

## （六）五大误区



特色小镇=特色镇	特色小镇=新城建设	特色小镇=园区建设	特色小镇=景区开发	特色小镇=美丽乡村
特色小镇不是行政区划单元上的“镇”，也不同于产业园区、风景区的“区”，而是具有明确产业功能、文化功能、旅游功能和社会功能的重要功能平台。	发展特色小镇不是建新城，不是追求规模效应，扩张效应，而是追求集聚效应，紧凑效应； 其次特色小镇不是土地财政的载体，而是创新创业的空间，是新产业、新动能的引擎； 再次，特色小镇追求的是提升全要素生产率，提高发展质量和效益；最后特色小镇要走产城融合的发展道路。	特色小镇不是产业园区建设，特色小镇离不开特色产业，但又不是单纯的以工业制造业为主的园区开发。 产业特色体现在三方面： 一是以工业4.0为引领，以2.5产业或战略性新兴产业、第三产业为主，重点在于研发设计； 二是以传统产业转型升级为主，从加工制造向设计、品牌、展示转变，重点在于营销服务； 三是以休闲度假旅游为主，满足市民短期、重复、特色需求，重点在于休闲服务。另外特色小镇的社区功能是其与园区开发的重要区别。	以旅游功能为主导的特色小镇可以发展成为景区，有些历史人文古镇，自然风光优美的小镇也兼具特色小镇的文旅功能。从这个角度而言，特色小镇和景区开发有共同之处，但又不同于传统景区开发模式。特色小镇在旅游客源市场上，更强调满足周边大城市中高收入人群特定需求；在旅游活动上，更强调体验和参与；在旅游发展目标上，更强调目的地和集散地；在旅游功能开发上，更突出互动互动。	特色小镇离不开乡村本底，但与乡村有着本质的不同，体现在一是形态不一样，二是功能不一样。特色小镇集聚了大量资本、技术、人才等各类高端要素，是既有乡村本地特征又融入高新技术和特色人才的区域经济发展单元，需要探索利益主体多元、公众参与的现代社会治理体系。美丽乡村更多的是强调乡村发展的一、二、三产业融合作为产业支撑，依靠本村村民的自治管理，管理和保护好乡村生态环境等。

BES



上海朱家角古镇



# Interpretation of the Characteristic Town's Policies

## 特色小镇政策全面解读

2016年，随着推动新型城镇化建设高潮的出现，“特色小镇”的概念越来越多地步入了人们的视野。从陌生到熟悉，从个例到常态，这个概念越来越成为中央乃至地方各级政府、企业等关注的焦点。不仅如此，各级各部门的推动也让“特色小镇”一步步由概念走向实践，由想法逐步落地。在我们对其内涵做过深入了解之后，再从中央和各省政策的出台线索入手，简要梳理一下这个概念走入“关键词”名单中的历史。

### 一、国家层面

#### （一）国家关于推进特色小镇建设政策的演变

“特色小镇建设”经历了三个阶段，主要源于国情的政策推动，是国家新农村建设、新型城镇化在新时期、新常态下的“新举措、新模式”。那么，国家是如何推进特色小镇政策的演变的？让我们在时间纵坐标上来寻找答案。

#### 1、特色小镇的溯源：新农村建设

2005年10月11日

十六届五中全会通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》首次提出了“建设社会主义新农村”的重大历史任务。

2006年3月

《中共中央国务院关于推进社会主义新农村建设的若干意见》中发〔2006〕1号出台，提出协调推进新农村建设。

2012年11月

十八大提出“深入推进新农村建设”。

2013年

十八大提出建设美丽中国的方针后，中央1号文件提出了加强农村生态建设、环境保护和综合整治，努力建设美丽乡村的任务。

## 2、特色小镇的发起：新型城镇化

2014年3月

中共中央、国务院《关于印发《国家新型城镇化规划(2014—2020年)》的通知》（中发[2014]4号），提出城镇化是现代化的必由之路，是解决农业农村农民问题的重要途径，是推动区域协调发展的有力支撑，是扩大内需和促进产业升级的重要抓手，要有重点的发展小城镇。

2015年11月

国务院发布《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》（国发〔2015〕66号），提出发挥小城镇连接城乡、辐射农村的作用，提升产业、文化、旅游和社区服务功能。鼓励有条件的地区规划建设特色小镇。

2015年12月

习近平总书记对浙江“特色小镇”建设做出重要批示：“抓特色小镇，小城镇建设大有可为，对经济转型升级、新型城镇化建设，都具有重要意义。

2016年1月

中共中央、国务院发布《关于落实发展新理念加快农业现代化实现全面小康目标的若干意见》（一号文件），提出加强乡村生态环境和文化遗存保护，发展具有历史记忆、地域特点、民族风情的特色小镇，建设一村一品、一村一景、一村一韵的魅力村庄。

2016年2月

《国务院关于深入推进新型城镇化建设的若干意见》中提出“加快特色镇发展”。发展具有特色优势的休闲旅游、商贸物流、信息产业、先进制造、民俗文化遗产、科技教育等魅力小镇。将建设“休闲旅游”旅游小镇放在了首位。

2016年3月

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》中提出“因地制宜发展特色鲜明、产城融合、充满魅力的小城镇”。

2016年全国两会热点之一：新型城镇化。

### 3、特色小镇大发展：三部委一锤定音，各地政策频发

2016年7月

三部委一锤定音，正式提出建设特色小镇：住建部、发改委、财政部联合发布《关于开展特色小镇培育工作的通知》（建村〔2016〕147号），提出到2020年，培育1000个左右各具特色、富有活力的休闲旅游、商贸物流、现代制造、教育科技、传统文化、美丽宜居等特色小镇。

2016年8月

国家住建部发布了《关于做好2016年特色小镇推荐工作的通知》，提出了特色小镇申报条件，要求各省（区、市）候选近5年无重大安全生产事故、重大环境污染、重大生态破坏、重大群体性社会事件、历史文化遗存破坏现象的优秀特色小镇。

2016年9月

住房城乡建设部办公厅发布《关于开展2016年美丽宜居小镇、美丽宜居村庄示范工作的通知》（建办村函〔2016〕827号），提出特色村镇示范标准：自然景观和田园风光美丽宜人、村镇风貌和基本格局特色鲜明、居住环境和公共设施配套完善、传统文化和乡村要素保护良好、经济发展水平较高且当地居民（村民）安居乐业的庄和镇。

2016年10月

发改委发布《关于加快美丽特色小（城）镇建设的指导意见》，第一次明确了特色小（城）镇包括特色小镇、小城镇两种形态，提出了五条总体要求、九条具体措施。

2016年10月

住房城乡建设部发布《关于公布第一批中国特色小镇名单的通知》，公布第一批中国特色小镇名单，共127个。

2016年10月

国家发改委发布《关于印发《全国农村经济发展“十三五”规划》的通知》（发改农经[2016]2257号），提出建设特色小镇的要求：坚持走中国特色新型城镇化道路，加快发展中小城市，有重点、有特色地发展小城镇，积极培育一批特色鲜明、产业发展、绿色生态、美丽宜居的特色小镇。

2016年10月

国家发改委公布《关于加快美丽特色小(城)镇建设的指导意见》，提出特色小镇建设标准：绿色引领，建设美丽宜居新城镇，鼓励有条件的小城镇按照不低于3A级景区的标准规划建设特色旅游景区，将美丽资源转化为“美丽经济”。



## （二）特色小镇的资金扶持政策

中央财政资金首次系统地对小城镇建设给予资金扶持。自2016年7月至2017年5月，连续颁发6大对特色小镇资金扶持方面的政策。

改革开放以来，中央相关部门虽然出台了一系列小城镇方面的政策文件，但除了“十二五”期间财政部和住房城乡建设部资金上支持过一批绿色低碳小城镇外，很少有资金支持。

2016年7月，《住房城乡建设部 国家发展改革委 财政部关于

开展特色小镇培育工作的通知》(建村[2016]147号)在组织领导和支持政策中提出两条支持渠道：

一是国家发展改革委等有关部门支持符合条件的特色小镇建设项目申请专项建设基金；二是中央财政对工作开展较好的特色小镇给予适当奖励。

应当说这是中央财政资金第一次比较系统地对小城镇建设给予支持，具有十分强烈的导向意义，说明中央相关部门确实把特色小镇放到了新型城镇化工作的重要地位上。



欧洲小镇一角

2016.10

**国家发改委《关于加快美丽特色小（城）镇建设的指导意见》**

- 提出创新特色小（城）镇建设投融资机制，大力推进政府和社会资本合作，鼓励利用财政资金撬动社会资金，共同发起设立美丽特色小（城）镇建设基金。
- 提出研究设立国家新型城镇化建设基金，倾斜支持美丽特色小（城）镇开发建设。鼓励开发银行、农业发展银行、农业银行和其他金融机构加大金融支持力度。鼓励有条件的小城镇通过发行债券等多种方式拓宽融资渠道。

2016.10

**住建部、中国农业发展银行《关于推进政策性金融支持小城镇建设的通知》**

- 明确支持范围：中国农业发展银行要将小城镇建设作为信贷支持的重点领域，以贫困地区小城镇建设作为优先支持对象，统筹调配信贷规模，保障融资需求。
- 建立贷款项目库：申请政策性金融支持的小城镇需要编制小城镇近期建设规划和建设项目实施方案，经县级人民政府批准后。

2016.12

**国家发展改革委、国家开发银行、中国光大银行、中国企业联合会、中国企业家协会、中国城镇化促进会联合发布《关于实施“千企千镇工程”推进美丽特色小（城）镇建设的通知》**

- 提出要搭建小（城）镇与企业主体有效对接平台，引导社会资本参与美丽特色小（城）镇建设，促进镇企融合发展、共同成长。

2017.2

**住建部、国开行《关于推进开发性金融支持小城镇建设的通知》；开发性金融支持是推动小城镇建设的重要手段**

- 支持内容：重点支持以农村人口就地城镇化、提升小城镇公共服务水平和提高承载能力为目的的设施建设；支持促进小城镇产业发展的配套设施建设；支持促进小城镇宜居环境塑造和传统文化传承的工程建设。
- 建立项目储备制度：建立项目储备库，推荐备选项目；
- 加大开发性金融支持力度的三个要点：做好融资规划；加强信贷支持，在符合贷款条件的情况下，优先提供中长期信贷支持；创新融资模式，提供综合性金融服务。

2017.2

**国家发改委、国家开发银行《关于开发性金融支持特色小（城）镇建设促进脱贫攻坚的意见》：针对经济相对落后的贫困地区的特色小镇建设**

- 将发挥资本市场在脱贫攻坚中的积极作用，盘活贫困地区特色资产资源，为特色小(城)镇建设提供多元化金融支持。特别是通过多种类型的PPP模式，引入大型企业参与投资，引导社会资本广泛参与。

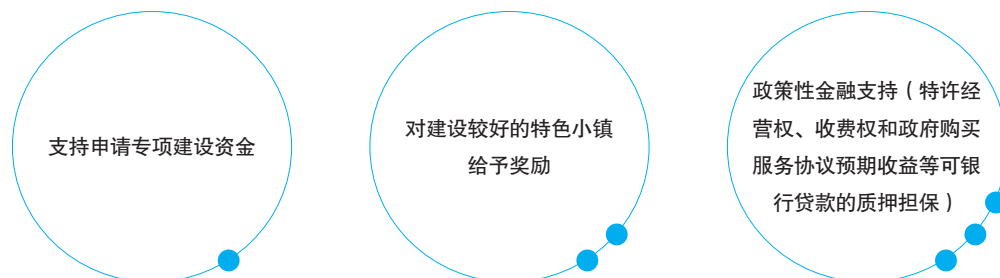
2017.4

**住建部、建设银行《关于推进商业金融支持小城镇建设的通知》：建行公司业务部相关人士表示，建行将推出至少1000亿元左右意向融资额度**

- 支持范围：支持特色小镇、重点镇和一般镇建设。优先支持住房城乡建设部公布的第一批127个特色小镇和各省（区、市）人民政府认定的特色小镇。
  - 支持内容：支持改善小城镇功能、提升发展质量的基础设施建设；支持促进小城镇特色发展的工程建设；支持小城镇运营管理融资。
  - 实施项目储备制度：建立项目储备库，推荐备选项目；
- 发挥中国建设银行综合金融服务优势：加大信贷支持力度，对纳入全国小城镇建设项目储备库的推荐项目，予以优先受理、优先评审和优先投放贷款；做好综合融资服务，创新金融服务模式。

### (三) 特色小镇的申报

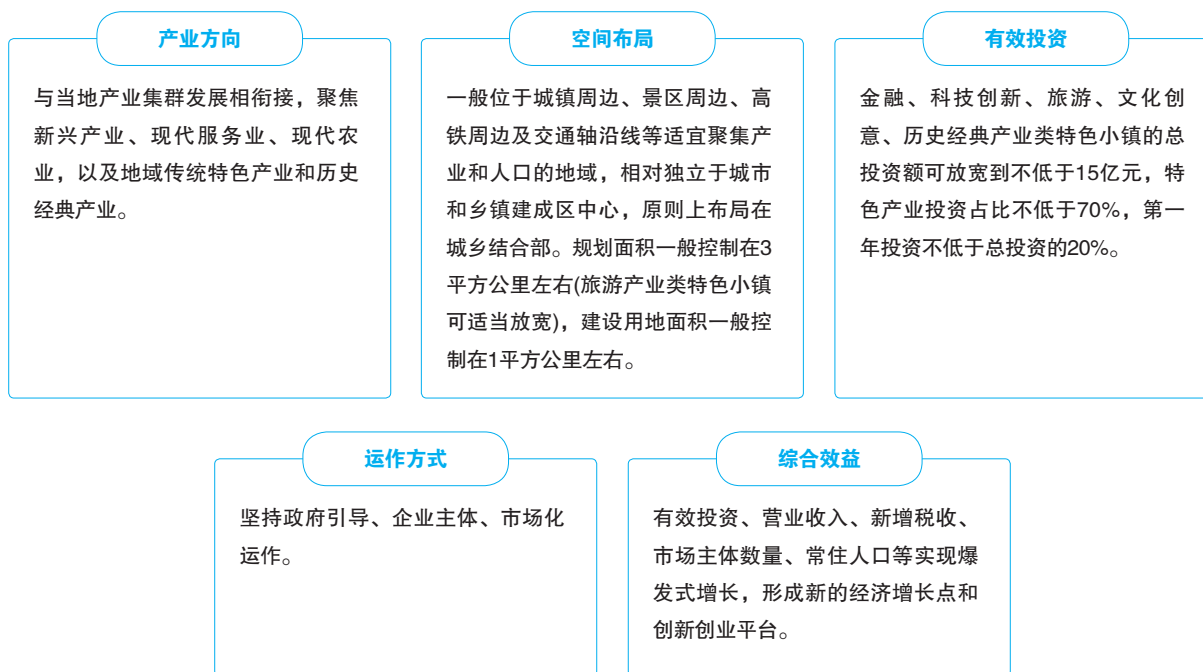
#### 1、特色小镇建设的支持方式



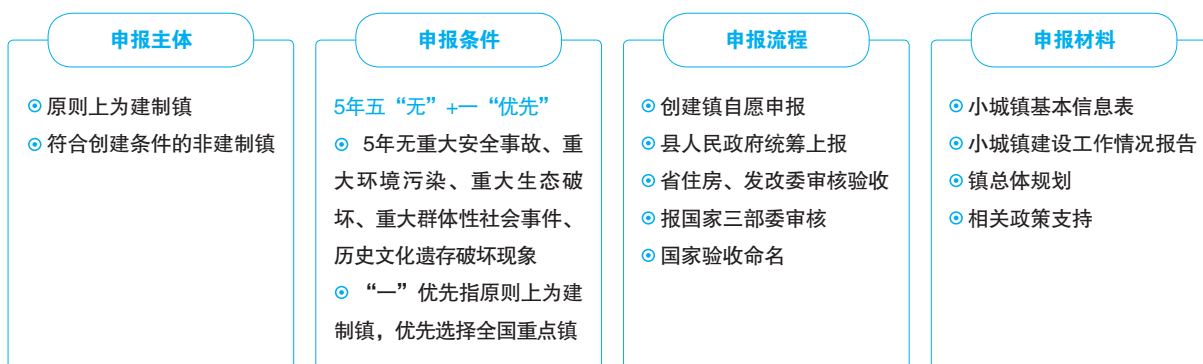
#### 2、特色小镇的申报条件

特色小镇不是行政区划单元的“镇”，不具有镇一级行政管理职能，也不是产业园区、景区的“区”，而是按照创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念打造，具有明确产业定位、

文化内涵、旅游业态和一定社区功能的发展空间平台。各市选定上报的特色小镇，在产业定位、规划建设、运作方式等方面，符合下列条件。



#### 3、特色小镇申报的主体、条件、流程、材料





## 二、地方层面

国家政策的发布助推了特色小镇热浪来袭，全国各地也随之掀起一股特色小镇“热”，尤其是在2017年7月三部委发文“一锤定音”之后，各省政策进入爆发期。下面我们就来比较一下各地方省市（自治区、直辖市）的特色小镇方面的政策有哪些不同。

### （一）二十个省市（自治区、直辖市）特色小镇政策探索（不完全统计）：

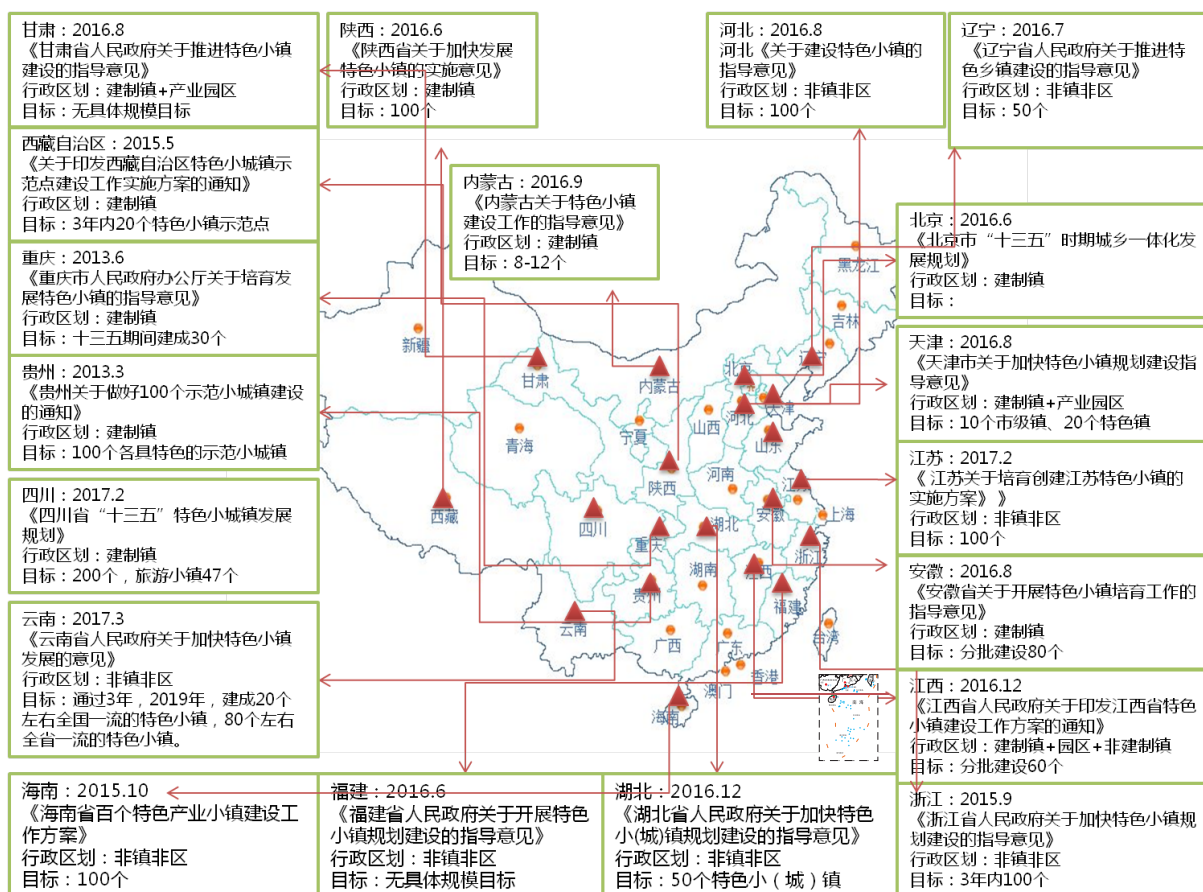


图1：二十个省市（自治区、直辖市）特色小镇的政策探索

从图2可以看出，与特色小镇相关的词频中热度最高的是发展、旅游、政府、规划等，发展居首位，其次就是旅游，说明目前在特色小镇建设上，各地对旅游型特色小镇的关注度是最高的。



图2：特色小镇微信词频热点分析图  
( 来源于：特色小镇网 )

(二) 二十个省市特色小镇政策中对旅游类小镇政策的要求

政策时间	政策	产业定位 ( 特色小镇建设类型 )	旅游类小镇建设要求	旅游类小镇奖励政策
2013.3	《贵州关于加快推进小城镇建设的意见》	交通枢纽型、旅游景观型、绿色产业型、工矿园区型、商贸集散型、移民安置型等 ( “十二五”期间在全省范围内规划开发50个富有地域特色的风情“旅游小镇” )	按照国际通行的“旅游小镇”模式规划开发，以景区景点为依托，对周边区域进行成片综合开发的旅游综合体。	每个旅游小镇至少投资50亿元
2015.5	《关于印发西藏自治区特色小镇示范点建设实施方案的通知》	打造民族手工业强镇、特色生态农牧业大镇、商贸物流业重镇、休闲旅游业名镇。	围绕世界旅游目的地建设，打造主题鲜明、环境优美、功能完善、服务配套、具有核心竞争力的，集观光旅游、休闲度假和宜居宜业宜游于一体的新型特色小镇示范点。	暂无明确的优惠政策
2015.9	《浙江省人民政府关于加快特色小镇规划建设的指导意见》	信息经济、环保、健康、旅游、时尚、金融、高端装备制造七大产业，兼茶叶、丝绸、黄酒、青瓷、木雕、等历史经典产业。	所有特色小镇要建设成为3A级以上景区，旅游产业类特色小镇要按5A级景区标准建设。	3年内完成固定资产投资50亿元左右，金融、科技创新、旅游、历史经典产业类特色小镇投资额可适当放宽。

政策时间	政策	产业定位 ( 特色小镇建设类型 )	旅游类小镇建设要求	旅游类小镇奖励政策
2015.10	《海南省百个特色产业小镇建设工作方案》	以热带特色高效农业、旅游、互联网、医疗健康、渔业、民族文化等产业为发展重点。	暂无明确要求	暂无明确优惠政策
2016.6	《北京市“十三五”时期城乡一体化发展规划》	大学镇、总部镇、高端产业镇、健康养老镇、休闲度假镇、雪上运动小镇、世园小镇、环球影城小镇、新机场服务小镇、科技信息小镇等一批功能性特色小镇	暂无明确要求	暂无明确的优惠政策
2016.6	《陕西省关于加快发展特色小镇的实施意见》	先进制造业、现代服务业和新型产业、旅游、运动、康体、养老、文化旅游、民俗体验、创意策划	规划面积一般控制在3平方公里左右（旅游产业类特色小镇可适当放宽）；所有特色小镇应按3A级以上景区标准建设，旅游产业类特色小镇要按4A级以上景区标准建设，积极推行“景区+小镇”管理体制。	市级特色小镇3年内固定资产投资一般应达到30亿元以上（不含商品住宅和公建类房地产开发投资），金融、文创、科技创新、旅游等产业以及茶叶、丝绸等历史经典产业类特色小镇投资额可适当放宽
2016.6	《重庆市人民政府办公厅关于培育发展特色小镇的指导意见》	历史文化遗产、民俗风情展示、健康养老养生、休闲度假、观光体验类特色小镇；特色农副产品加工、零部件加工制造、轻工纺织等劳动密集型产业小镇；电子商务、文化创意、创新创业、商贸农贸等服务小镇。	旅游小镇规划区5公里半径范围内应有国家3A级及以上旅游景区支撑。	暂无明确的优惠政策
2016.6	《福建省人民政府关于开展特色小镇规划建设的指导意见》	信息技术、高端装备制造、新材料、生物与新医药、节能环保、海洋高新、旅游、互联网经济等新兴产业，兼顾工艺美术（木雕、石雕、陶瓷等）、纺织鞋服、茶叶、食品等传统特色产业	规划区域面积一般控制在3平方公里左右(旅游类特色小镇可适当放宽)；特色小镇要建设3A级以上景区，旅游产业类特色小镇按5A级景区标准建设。	新建类特色小镇原则上3年内完成固定资产投资30亿元以上(商品住宅项目和商业综合体除外)，改造提升类18亿元以上，旅游类特色小镇的总投资额可适当放宽至上述标准的80%。



政策时间	政策	产业定位 ( 特色小镇建设类型 )	旅游类小镇建设要求	旅游类小镇奖励政策
2016.7	《辽宁省人民政府关于推进特色小镇建设的指导意见》	创建乡村旅游型、历史文化型、民族特色型、现代农业型、生态宜居型等特色小镇	暂无明确的要求	特色小镇3年内要完成固定资产投资20亿元左右(不含住宅和商业综合体项目);对支撑未来经济发展产业和历史经典产业类特色小镇,投资时限可适当放宽到5年。
2016.8	《甘肃省人民政府关于推进特色小镇建设的指导意见》	聚焦旅游、文化、生态、健康、现代服务等五大产业和中药材、民俗风情、特色农产品加工等传统产业	特色小镇均要建设成为3A级以上旅游景区,其中旅游产业类特色小镇要按5A级旅游景区标准建设。	对涉及特色小镇建设的文化、旅游、产业、基础设施、小镇风貌等项目,编制特色小镇建设项目清单,优先对列入特色小镇建设的项目给予重点支持。
2016.8	《天津加快特色小镇规划建设指导意见》	围绕高端装备、航空航天、新一代信息技术、生物医药、新能源新材料等新兴产业,互联网智能制造、信息经济、生态农业、节能环保、民俗文化、电子商务、高端旅游、食品安全、健康养老等优势产业,重点培育一批产业特色鲜明兼具旅游与社区功能的专业特色小镇。	旅游特色小镇应参照结合国家A级旅游景区和全域旅游示范区标准有关内容进行建设	信息经济、金融、旅游和历史传统产业的小镇总投资额可放宽到不低于30亿元,特色产业投资占比不低于70%
2016.8	《河北关于建设特色小镇的指导意见》	特色小镇要聚焦特色产业集群和文化旅游、健康养老等现代服务业,兼顾皮衣皮具、红木家具、石雕、剪纸、乐器等历史经典产业。(每个细分产业原则上只规划建设一个特色小镇(旅游产业类除外))。	所有特色小镇要按3A级以上景区标准建设,旅游产业类特色小镇要按4A级以上景区标准建设,并推行“景区+小镇”管理体制。	每个小镇原则上3年内要完成固定资产投资20亿元以上,其中特色产业投资占比不低于70%,第一年投资不低于总投资的20%,旅游类特色小镇投资额可适当放宽。
2016.8	《安徽关于开展特色小镇培育工作的指导意见》	推动茶叶、中药、丝绸、纸、墨、酱、雕刻、瓷器等传统产业、培育高端装备制造、信息技术、节能环保、生物医药、旅游、金融等新兴产业	无具体明确要求	无具体明确要求

政策时间	政策	产业定位 ( 特色小镇建设类型 )	旅游类小镇建设要求	旅游类小镇奖励政策
2016.9	《山东省创建特色小镇实施方案》	培育海洋开发、信息技术、高端装备、电子商务、节能环保、金融等新兴产业；挖掘资源禀赋，发展旅游观光、文化创意、现代农业、环保家具等绿色产业；依托原有基础，优化造纸、酿造、纺织等传统产业。	人文气息浓厚，旅游特色鲜明，每年接待一定数量游客，达到省级特色景观旅游名镇标准，其中旅游类小镇达到国家级特色景观旅游名镇标准。	5年完成固定资产投资30亿元以上，每年完成投资不少于6亿元。旅游休闲类特色小镇的固定资产投资额不低于20亿元，每年完成投资不少于4亿元。
2016.9	《内蒙古关于特色小镇建设工作的指导意见》	发展工业、农业、牧业、林业、旅游、物流、商贸、口岸、文化等产业，打造各具特色的工业重镇、农业重镇、牧业重镇、商贸重镇、旅游旺镇和历史文化名镇等	无明确具体要求	无明确具体要求
2016.12	《湖北省人民政府关于加快特色小镇(城)镇规划建设的指导意见》	重点瞄准新一代信息技术、互联网经济、高端装备制造、新材料、节能环保、文化创意、体育健康、养生养老等新兴产业，兼顾香菇、茶叶、小龙虾、酒类、纺织鞋服等传统特色产业。 支持建设具有游览观光功能的特色文化旅游街区、商贸文化区、文化旅游创意园区、传统工艺美术和特产加工销售园区、非物质文化遗产的展示和体验区等	特色小(城)镇要按国家3A级景区标准建设，旅游产业类特色小(城)镇按湖北省旅游名镇标准建设。	新建类特色小(城)镇原则上3年内要完成固定资产投资20亿元左右(不含商品住宅和商业综合体项目)，改造提升类10亿元以上，国家级和省级扶贫开发工作重点县可放宽至5年，投资金额可放宽至8亿元和10亿元以上，其中特色产业投资占比不低于70%。互联网经济、金融、科技创新、旅游和传统特色产业类特色小(城)镇的总投资额可适当放宽至上述标准的80%。
2016.12	《江西省人民政府关于印发江西省特色小镇建设工作方案的通知》	现代制造、商贸物流、休闲旅游、传统文化、美丽宜居等特色小镇	鼓励有条件的小镇按照不低于3A级景区标准规划建设特色旅游景区。	暂无明确的优惠政策

政策时间	政策	产业定位 ( 特色小镇建设类型 )	旅游类小镇建设要求	旅游类小镇奖励政策
2017.2	《四川省“十三五”特色小镇发展规划》	重点打造旅游休闲型、现代农业型、商贸物流型、加工制造型、文化创意型和科技教育型 六大类。	旅游休闲型小城镇要打造成 4A 级以上旅游景区	暂无明确的优惠政策
2017.2	《江苏省关于培育创建江苏特色小镇的实施方案》	聚焦高端制造、新一代信息技术、创新创业、健康养老、现代农业、旅游风情、历史经典等产业。	按3A级以上景区服务功能标准规划建设，旅游风情小镇原则上要达到国家5A级旅游景区规范要求，建设产城人文融合发展的现代化开放型特色小镇。	高端制造业类特色小镇，原则上3年内要完成项目投资50亿元，新一代信息技术、创新创业、健康养老、现代农业、旅游风情和历史经典特色小镇，原则上3年内要完成项目投资30亿元。
2017.3	《云南省人民政府关于加快特色小镇发展的意见》	聚焦生命健康、信息技术、旅游休闲、文化创意、现代物流、高原特色现代农业、制造加工业等重点产业，茶叶、咖啡、中药、木雕、扎染、紫陶、银器、玉石、刺绣、花卉等传统特色产业	创建全国一流旅游休闲类特色小镇的，须按国家4A级及以上旅游景区标准建设；创建全省一流旅游休闲类特色小镇的，须按国家3A级及以上旅游景区标准建设。	每个特色小镇规划面积原则上控制在3平方公里左右，每个特色小镇规划面积原则上控制在3平方公里左右

### 三、结论：

1、从特色小镇政策的演变历程来看，特色小镇政策的提出不是凭空爆发，而是有一定的历史渊源的，它与新农村建设、美丽乡村建设以及推动新型城镇化等一系列政策是一脉相承的。

2、2016年7月，特色小镇真正登上国家政策的历史舞台，2016年10月更是特色小镇政策颁发频次最高的时期，约陆续颁发4~5个政策（不完全统计情况下）。

3、从行政区划角度来看，东部地区特色小镇建设多是“非镇非区”，这与浙江省的成功示范效应有一定的关系，强调创业发展平台，产业转型平台，更符合国家的“特色小镇”的概念。而在城镇化发展欠缺的西部地区，其对特色小城镇的概念多基于行政区划中的“建制镇”，强调推进城镇化发展，更符合国家的“特色小城镇”的概念。

4、从特色小镇的发展目标（建镇数量）来看，中西部地区大多是在原有的建制镇的基础上进行，创建数量上四川、贵州的数量较多，分别为200个、100个，其他地区均在50个以内，且部分省份目前暂无明确的小镇发展目标；东部地区大多是以非镇非区的形式创建，面积根据国家的规定，控制在3平方公里上，其中，浙江、江苏、河北的数量较多。

5、地方省市的绝大部分建设特色小镇的类型中，都将旅游型特色小镇作为了建设重点。从建设要求来看，所有特色小镇的建设均按照国家3A级及以上标准进行建设，旅游类小镇基本按照国家4A级或5A级景区标准进行建设；从旅游类小镇建设的奖励政策来看，大多旅游类小镇无论在土地政策和资金政策方面都给予了一定程度的放宽，为旅游小镇建设提供了利好空间。 BES



# Analysis of the 127 National Characteristic Towns

## 第一批国家级（127个） 特色小镇分析



古北水镇

在各地推荐的基础上，经专家复核，由国家发展改革委、财政部以及住建部共同认定后，2016年10月14日，住房城乡建设部公布了第一批中国特色小镇名单，进入这份名单的小镇共有127个，本文将对这127个小镇进行全面的分析。

一、从分布省份来看：通常分布在东部沿海经济较为发达的省份；

其中，浙江省的特色小镇最多，有8个；其次山东省、江苏省、四川省有7个。

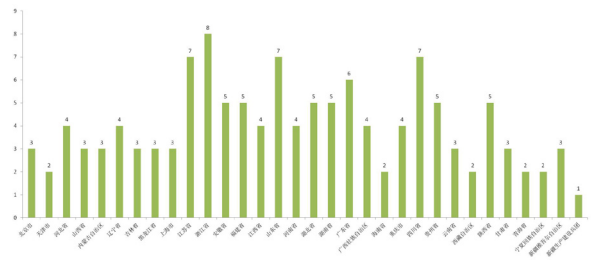


图1：第一批中国特色小镇各省（市）数量统计图

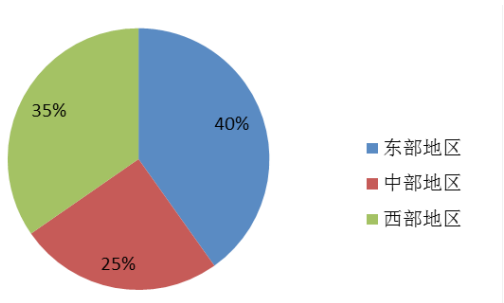


图2：我国三大经济分区特色小镇占比情况

从三大经济分区来看，东部地区最多，占比约40%，西部次之，占比35%。

表1：各省市特色小镇数量分布表

省（区、市）	数量	省（区、市）	数量
北京市	3	湖南省	5
天津市	2	广东省	6
河北省	4	广西壮族自治区	4
山西省	3	海南省	2
内蒙古自治区	3	重庆市	4
辽宁省	4	四川省	7
吉林省	3	贵州省	5
黑龙江省	3	云南省	3
上海市	3	西藏自治区	2
江苏省	7	陕西省	5
浙江省	8	甘肃省	3
安徽省	5	青海省	2
福建省	5	宁夏回族自治区	2
江西省	4	新疆维吾尔自治区	3
山东省	7	新疆生产建设兵团	1
河南省	4	湖北省	5



**二、从分布区域来看：通常分布在东部沿海经济较为发达的华东和资源优势明显的西南区域，这为特色小镇的发展提供了资本和资源；**

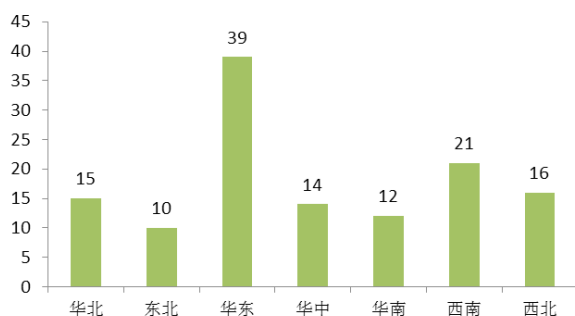


图3：我国七大行政区拥有特色小镇数量

我国七大行政区中，华东地区分布数量最多，共39个，占比31%，其次是西南有21个，这两个区域的小镇约占总量的47%。华东地区是我国经济发展水平较高的地方，而西南地区则是生态资源与文化资源比较丰富且特色鲜明的地方，说明经济发展水平和资源特色是建设特色小镇的基础条件。

**三、从人口规模来看：人口规模以2万—4万为主；**

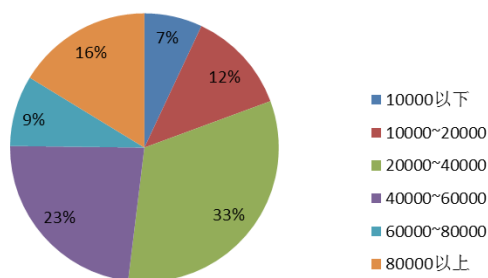


图4：特色小镇人口统计分析

127个镇(1个数据缺失)的镇区人口平均规模是5.1万人。分区间统计，其中20000—40000人口的小镇最多，40000—60000人口次之，10000人以下的小镇最少，可以看出，127个特色小镇中，人口数量处于20000—60000之间的最多。人口规模最大的镇是佛山市顺德区北滘镇26万人，最小的是海西蒙古族藏族自治州乌兰县茶卡镇人不到1000人。

**四、从镇域面积来看：建制镇的镇域面积以100—200平方公里为主，非建制镇镇域面积以10平方公里为主；**

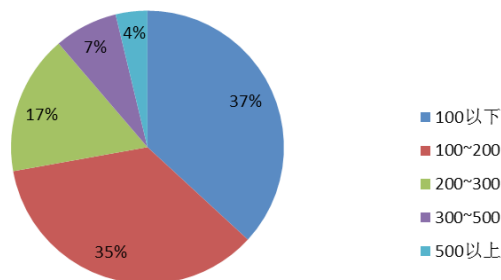


图5：特色小镇面积（单位：平方公里）对比图

127个特色小镇中（3个小镇面积缺失），200平方公里以下的特色小镇占了绝大多数，占比72%，500以上的最少，占比仅为4%。辖区面积最大的是内蒙古呼伦贝尔市额尔古纳市莫尔道嘎镇4160平方公里，最小的是青海省海西蒙古族藏族自治州乌兰县茶卡镇10平方公里，平均镇域面积234平方公里。

**五、从地形特征来看：地理分布较为均衡；**

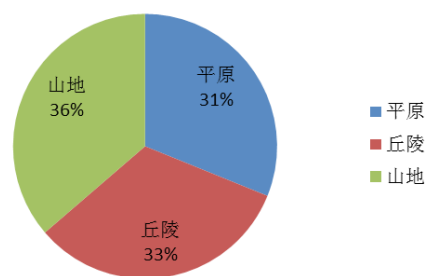


图6：特色小镇地形分布图

从地形特征上看，平原镇、丘陵镇和山区镇各约占1/3。特色小镇的地理特征分布基本较为均衡。



#### 六、从区位特点来看：特色小镇多分布在乡村地区及城市近郊，使特色小镇便于与旅游结合，发展乡村旅游及休闲度假游；

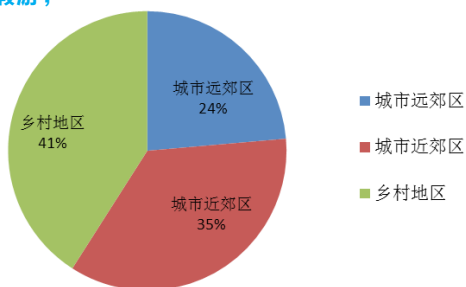


图7：特色小镇区位分布图

从区位特点上看，特色小镇与城市的关系可以分为三种类型：大城市近郊、大城市远郊和乡村地区。从图可以看出，乡村地区的特色小镇最多，占到了41%，其次为大城市近郊镇占35%。这主要是由于乡村地区的资源禀赋较好，而城市近郊区域的区位优势明显。

#### 七、从产业结构来看：以三产为主导产业的小镇比重约占47%，且以具有很好的产业结构，或者具有一定的知名度，或者具有旅游特色；

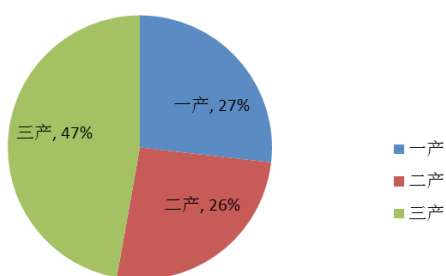


图8：一二三产业占比

从产业属性来看，127个特色小镇中，以三产为主导产业的特色小镇占比约47%，一产、二产的占比相当，表明三产成为特色小镇建设的主创产业，其中以旅游为主导的特色小镇又占了70%，其他还出现了以文化、金融、音乐等为主导产业的小镇。

同时，从现有公布特色小镇中，这些小镇已经有很好的产业结构，或者具有一定的知名度，或者具有旅游特色。

#### 八、从定位和类型来看：休闲旅游型约占一半；

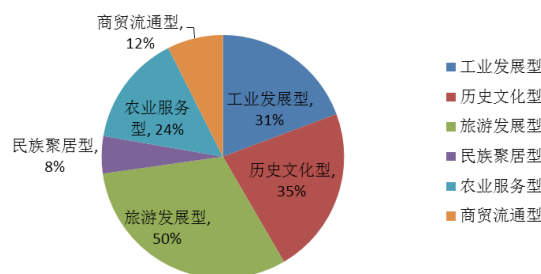


图9：特色小镇类型分析

从特色小镇的定位和类型来看，旅游发展型最多，约占50%，其次为历史文化型占比约35%，民族聚居型较少，约8%。（一个镇的类型可以有多种，有重叠的情况）。

从产业融合发展来看，特色小镇在产业定位中旅游出现的频率非常之高，除了明确定位为旅游特色小镇之外，还出现了很多+旅游，多产业融合，使得特色小镇旅游化趋势越来越明显。BES

# Analysis of the Development of Tourism Towns

## 旅游特色小镇分析

### 一、特色小镇大多姓旅游

特色小镇的社会价值在发展特色产业、传承传统文化、保护生态环境，这都与旅游不谋而合。也正是这一因素，导致多数特色小镇出现旅游化的趋势。

第一，从旅游功能来看，除了少数像靠近杭州的一些大数据或者是电子商务类型的小镇，比如云栖小镇，以及少数的东部沿海地区或者特殊原因形成的一种产业类型的小镇以外，大部分特色小镇是靠山水风景或者历史文化这两大基础发展成旅游小镇。同时在工业转型和现代农业发展中，也不断扩充着旅游功能，旅游导向型是未来特色小镇的主流，特色小镇大多姓旅游。

第二，从发展趋势来看，如果未来特色小镇发展的好，它会大大促进休闲度假小镇的发展。随着大众旅游时代的到来，越来越多的城市居民会选择到一个小镇去度假几天甚至是一两个月。原来以山水或者遗产为核心的观光旅游景区逐步转向为观光休闲功能方向发展，加大休闲度假功能的建设。

### 二、旅游特色小镇是什么？

从旅游特色小镇的构建及要素发现，旅游特色小镇是旅游发展的空间新载体，是一个聚焦特色产业，融合文化、旅游、社区功能的发展平台，总投资额通常在30—50亿元。

主要有两个功能，一是跨区域的特色旅游功能区。依托跨区域的自然山水和完整的地域文化单元，建设一批跨区域的特色旅游功能区，使其成为特色鲜明、品牌突出的区域旅游发展增长极（国家旅游局、国家发展改革委、环境保护部、住房城乡建设部、交通运输部、文化部、国家海洋局等）；二是创建特色旅游目的地。依托特色旅游资源，打造

一批特色旅游目的地，满足大众化、多样化、特色化旅游市场需求（国家旅游局、环境保护部、住房城乡建设部、水利部、国家林业局、国家海洋局、国家文物局等）。

因此，我们可以得出：旅游特色小镇=旅游引擎+特色产业+基础设施+体系构建。

### 三、旅游特色小镇的作用和价值

从政策来看，2016年住建部、国家发改委、财政部三部委《关于开展特色小镇培育工作的通知》中提出：加快培育1000个左右各具特色、富有活力的休闲旅游、商贸物流、现代制造、教育科技、传统文化、美丽宜居的特色小镇，文件措辞中“休闲旅游”排在首位。

国务院《十三五旅游发展规划》要求旅游业要实现业态创新，拓展发展新领域。实施“旅游+”战略，推动旅游与城镇化、新型工业化、农业现代化和现代服务业的融合发展，拓展旅游发展新领域，而旅游特色小镇正是实施“旅游+”的有效手段。

从目前我国特色小镇的创建情况来看，无论国家公布的第一批特色小镇，还是浙江省等地方特色小镇建设，旅游类小镇都是数量最多、地方积极性最高的特色小镇类型。说明无论是政策还是实际建设中，旅游特色小镇都是特色小镇的半壁江山，在推进我国新型城镇化的过程中占有及其重要的地位。

从旅游特色小镇创建的意图和目的可以看出，旅游特色小镇一方面承担了激活区域经济的任务，建成后将成为区域经济发展增长极，另一方面承担了传承当地文化的主要功能，成为文化创意、文化传播的一个重要途径。

#### 四、旅游特色小镇的特征

我们认为旅游特色小镇不是单一的旅游景区或是大型旅游项目，也不完全是建制镇，它是新型城镇化发展区、特色产业聚集区、区域特色旅游功能区三区合一，是旅、产、研相结合的新型城镇化模式。

主要有五个特征：

- ④ 具有特色的旅游资源
- ④ 能够构建特色产业体系
- ④ 位于交通便捷的特殊区域；
- ④ 建筑形态精美而特色鲜明；
- ④ 建设标准达到4A/5A级景区的要求；

#### 五、旅游特色小镇的基本概况分析

在第一批特色小镇名单中，共有65个旅游类型特色小镇，对这65个旅游特色小镇进行分析如下。

##### （一）旅游特色小镇多分布在江苏、浙江，且多是非建制镇；

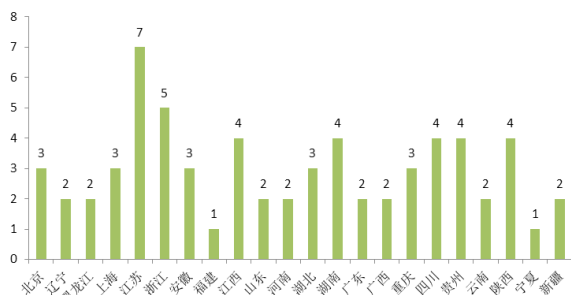


图1：旅游特色小镇在各省市的分析情况统计

从上图可以看出，旅游特色小镇在江苏、浙江分布较多，而这些地方的特色小镇多是非建制镇，说明经济发展较好的华东地区比较适合发展旅游特色小镇，这也与目前我国发展的实际情况一致。

##### （二）旅游特色小镇地形分布特征不明显，较为均衡；

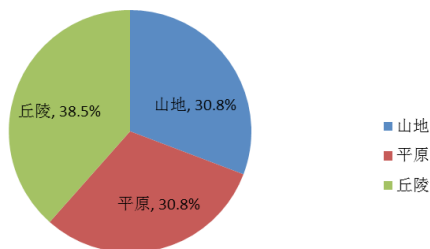


图2：旅游特色小镇地形分析

从地形上对旅游特色小镇进行分析，发现山地、平原、丘陵各地形发展特色小镇较平均，在第一批中丘陵略高；

##### （三）旅游特色小镇相对均匀的分布在城市近郊、远郊和乡村地区；

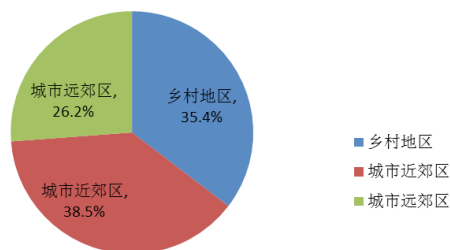


图3：旅游特色小镇区位分析

从旅游特色小镇的区位选择上来看，城市近郊区是旅游特色小镇比较集中的地带，其次是乡村地区，但城市远郊与城市近郊、乡村地区的差别不大，相对均匀，这说明市场和资源是创建旅游特色小镇的关键因素。

##### （四）“旅游”+成为大多数旅游特色小镇的首选

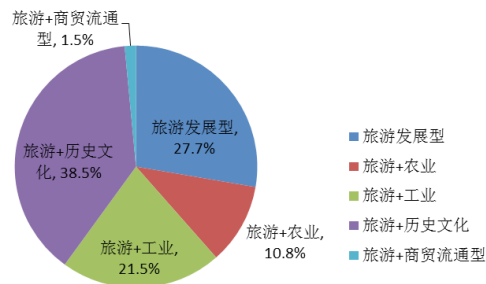


图4：旅游特色小镇发展类型

从产业融合角度进行分析，目前的65个旅游特色小镇中大部分属于旅游+，占比72.3%，在产业融合中，旅游+历史文化最多，占38.5%，其次是旅游+工业，旅游+现代农业；

##### （五）旅游特色小镇类型中文化依托型最多，占比约41.5%；

从旅游特色小镇的类型分析，文化依托型最多，占比

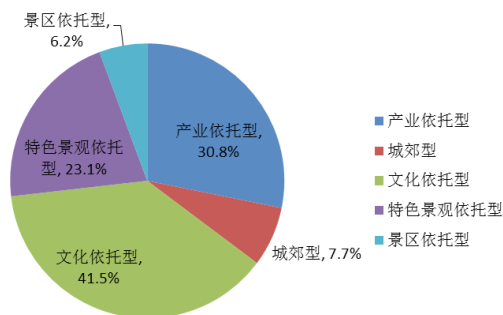


图5：旅游特色小镇类型分析

约41.5%，其次是产业依托型和特色景观依托型，分别为30.8%和23.1%，表明历史文化成为旅游小镇发展的主要推动力量，同时在旅游发展中，随着“旅游+”、“+旅游”的多元融合，已经具有一定知名度和美誉度的特色工业、特色农业、影视产业成为推动发展旅游的新载体。 BES

# Development Models of Tourism Towns

## 旅游特色小镇的发展模式

具体到旅游特色小镇的发展类型，更多的和旅游产业自身的发展规律相关联，根据目前旅游特色小镇的发展现状来看，可大致分为四种，即景区即小镇型、景区依托型、旅游地产型和泛旅游产业的“旅游+”型特色小镇。

### 一、旅游特色小镇发展模式分析

#### （一）景区即小镇型

【发展特征】景区即小镇，也就是把景区本身作为旅游特色小镇来打造，景区不仅要实现旅游核心吸引物的塑造与更新，还把旅游小镇的更多元素与业态吸收进来，作为核心吸引物的接待功能补充，或者其住宿、购物、美食等业态本身就是作为吸引旅游者前来休闲度假的吸引物之一，如莫干山的洋家乐住宿、袁家村的特色美食。

【项目选址】由于景区即小镇型特色小镇，其核心吸引物本身就在小镇内或者小镇本身就是核心吸引物，所以景区型旅游特色小镇的选址更多的依托于旅游资源的禀赋，资源等级高，发展成为景区即小镇型的特色小镇的可能性就大。

【运营模式】景区型特色小镇的运营，由于景区和小镇是融为一体的，所以通常是一家开发主体来运营。如乌镇，古北水镇都是由乌镇旅游股份有限公司来开发运营的。灵

山·拈花湾是由灵山集团负责建设与运营。

【典型案例】莫干山、袁家村、乌镇，古北水镇。

#### （二）景区依托型

【发展特征】在知名景区周边选址建设特色小镇，依托景区的客流量和知名度来发展小镇，所依托的景区年游客量通常在百万以上。这类小镇不同于景区即小镇型的特色小镇，将旅游接待的相关业态引入到景区里面，而是将这部分业态放到景区旁边的小镇里，这不是景区开发者的意图，而是开发小镇的主体所要考虑的，当然景区内也可以有吃、住、购、娱等产业业态，但是碍于容量限制等因素，其提供的旅游接待设施未必能满足于所有游客的需求。并且景区的接待设施与小镇的接待设施在也可以形成某种程度上的生态平衡，最大程度的延长游客的停留时间，产生更大的旅游收益。

【项目选址】景区依托型特色小镇同样对于旅游资源有较高要求，只不过不是小镇本身所在地的旅游资源，而是所依托景区的知名度和客流量，而对于围绕景区周边的小镇选址则没有太高要求，山好水好固然不错，没有太好的自然条件也可用过后期的创意设计等来弥补。

【运营模式】景区和小镇常属于不同的两个开发主体，并且通常景区的建设与运营要早于小镇。小镇可以是地产项





袁家村

目，如古北水镇旁边的龙湖长城源著，也可以是一个旅游类的项目，如黄山脚下的西递宏村，还可以依托的是一个建制镇，如北京十渡镇。

【典型案例】长白山万达小镇、东黄山光明知青小镇、北京十渡镇。

### （三）旅游地产型

【发展特征】旅游地产型是“旅游+地产”两个产业的融合发展，在旅游地产的配置中，地产与旅游产品的配比通常是7:3。旅游地产型小镇的开发时序通常是在地块中首先建设旅游核心吸引物，即旅游产品，形成引爆点，积累一定的人气，使得生地变熟地，从而带动度假地产的购买量。

【项目选址】这一类型的旅游小镇对资源的依赖性不大，但受地产模式影响比较大，因此旅游地产型特色小镇更多的遵从地产发展规律，将客源市场、购买力等因素作为选址核心要素，选取生态环境较好的地块来开发，具体可以在大城市周边、景区附近、生态环境较好的地方。

【运营模式】主要是房地产公司作为开发主体来投资建设运营。如近年来主攻旅游度假地产的万达。

【典型案例】乌镇雅园、桃李春风、春风长乐、良渚文

化村。

### （四）“旅游+”型

【发展特征】“旅游+”型特色小镇同样属于泛旅游产业范畴，可以是旅游与农业、工业、互联网、文化创意、商贸、物流等的融合。小镇更多的依托现有建制镇的发展而发展，主要遵循地方特色产业发展规律，在地方农业、特色工业等发展到一定基础上，与旅游产业进行有机融合，延伸出休闲度假产品，从而发展成为“旅游+”型特色小镇。

【项目选址】“旅游+”型特色小镇的选址没有太多的主动性，通常依据建制镇自身产业的发展，以及与旅游的融合情况而定。

【运营模式】主要以集体经济或政府部门为主导，很多是一开始属于自发行为，在发展到一定阶段后，由集体或政府部门加以引导形成规模化发展，进而引入社会资本做强做大。

【典型案例】馆陶黄瓜小镇、诸暨大唐袜艺小镇。

## 二、PPP模式在特色小镇建设上的应用

在政府关于特色小镇的一系列措施里，已明确了政府引导、企业主体、市场化运作的创建模式，在融资创新方面，提出了采用政府和社会资本合作(PPP)、政府购买服务、机

制评审等模式，以推动项目落地。特色小镇PPP模式，是以特色小镇项目为合作载体，让实力较强的企业参与到项目建设中，政府主要负责小镇的定位、规划、基础设施和审批服务，并通过市场化方式，引进社会资本投资建设，许诺投资方在一定时间段内拥有经营权，到期后再归还政府，从而实现政府建设特色小镇的目的，与此同时为社会资本带来一定的投资回报率。

### （一）PPP的概念

民间参与公共基础设施建设和公共事物管理的模式统称为公私（民）伙伴关系（Public-Private Partnership）。（见图1）



图1：特色小镇PPP模式下的主要特征表现

### （二）特色小镇PPP模式的主要特征（见图2）：



图2：特色小镇PPP模式下的主要特征表现

特色小镇的风险分配一般为最适宜一方承担风险（见图3）：

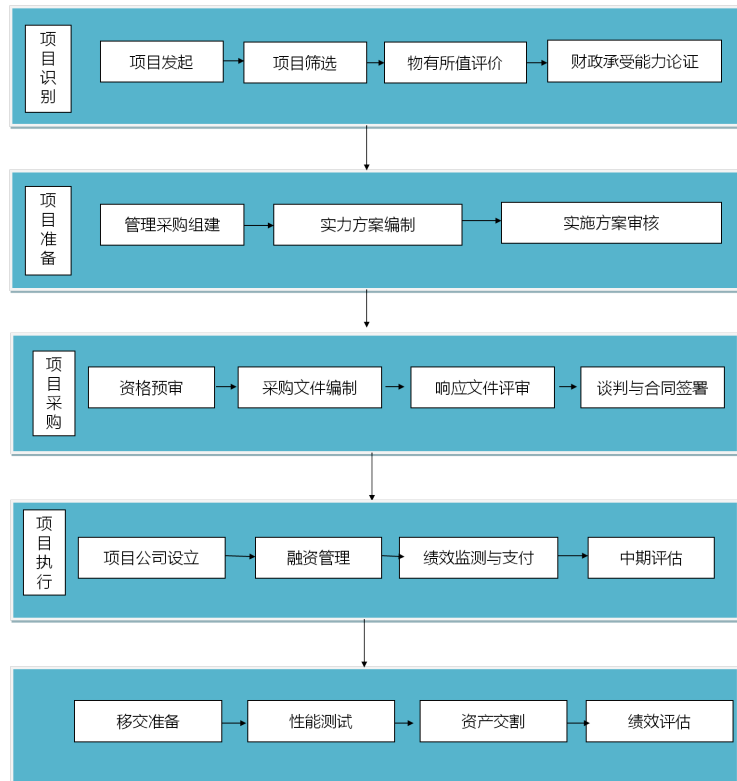


图3：特色小镇的风险分配

### （三）特色小镇PPP模式操作的全流程：

特色小镇建设PPP模式的交易架构重点是社会资本就特色小镇项目成立项目公司，由项目公司负责对项目进行融资，这其中包括融资金额和目标、融资结构、确定项目资金的结构，并签署相关协议（见表1）。

表1：特色小镇PPP模式操作全流程



### （四）特色小镇PPP模式的优势

通过政府与企业联合打造的第三方平台对特色小镇进行一体化的运营管理，有利于项目的落地执行，主要体现在以下几个方面：

（1）项目的整体定位与发展更符合市场需求，且执行性更强。

项目定位、发展方向的确是几乎所有项目成功的关键，特色小镇作为一个覆盖一定区域的大项目，它的战略定位和发展方向的确定更需要进行科学的论证，并且得到强有力的执行，才能真正实现落地。

PPP项目正好可以通过一体化的运营平台，在定位、建设、运营等方面实现统一操作，统一运营，例如乌镇、古北水镇等都是这一模式。

（2）有利于资本介入

PPP模式中有明确规定了资本方的退出渠道和时间，并且SPV股东与SPV风险隔离，股东不为SPV提供担保，债权人只能以SPV之收费权作为还款保障，债权人无或只具有有限追索权。这种模式已经成为资本较为认可的一种形式。 [BES](#)



# Classic Tourism Town:Wu Zhen &Ling Shan·Nianhua Town

景区即小镇型：  
乌镇&灵山·拈花湾



香月花街（灵山·拈花湾供图）



## 乌镇：一样的古镇，不一样的乌镇

坐落于江浙沪“金三角”之地，素有“中国最后的枕水人家”之誉的浙江桐乡乌镇，是首批中国历史文化名镇，中国十大魅力名镇、全国环境优美乡镇、国家5A级景区、第一批特色小镇。从最初的旅游业态空白，类似于江南芸芸古镇，到最后脱颖而出，戏剧唱响国内外，乌镇经历了从观光小镇到度假小镇再到文化小镇的蜕变。

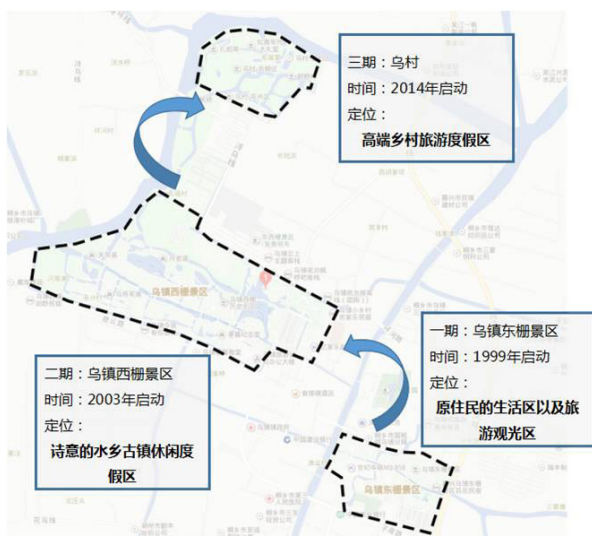


图1：乌镇建设过程示意图

### 一、发展阶段

#### 1、乌镇初期：建设旅游观光小镇

有着1300多年建镇史的乌镇，具有典型的江南古镇特点，十字形的内河水系将全镇划分为东南西北，即“东栅、南栅、西栅、北栅”四个区块。

1999年，乌镇东栅区块保护开发工程经过周密调查，制订了《乌镇古镇首期整治保护总体规划》和详细的修复与整治方案，开始实施乌镇古镇保护与开发的东栅工程，简称“东栅景区”。在规划的全面实施过程中，乌镇为了达到“四个最”（即保护最彻底、环境最优美、功能最齐全、管理最科学）的目标，具体实施了遗迹保护工程、文化保护工程、环境保护工程等“三大工程”，在全国古镇、古城保

护中，乌镇首创了和成功运作了“管线地埋”、“改厕工程”、“清淤工程”、“泛光工程”、“智能化管理”等保护模式，请回传统手工艺作坊，保留古镇“小桥、流水、人家”的整体水乡风貌，不修建大型酒店，不引入夜游项目，确保当地居民正常生活。

2001年，乌镇保护开发一期工程东栅景区正式对外开放，以其原汁原味的水乡风貌和深厚的文化底蕴，一跃成为中国著名的古镇旅游胜地。乌镇对古镇保护开发方式的有效探索，也受到了专家和同行的肯定，被联合国专家考察小组誉为中国古镇保护之“乌镇模式”。

#### 2、乌镇升级：打造休闲度假小镇

虽然乌镇一期保护工程东栅景区很成功，但由于其面积只占乌镇总面积的四分之一不到，乌镇还有大量的经典明清建筑群尚待保护修复，加上受地理环境的限制，无法为游客提供更完善的服务，所以乌镇从2003年开始，启动省级重点项目：乌镇古镇保护二期工程——西栅景区。

相对一期保护开发工程，二期西栅景区的保护开发更加完善彻底，人和环境、自然、建筑更为和谐。景区内保存有精美的明清建筑三十余万平方米，横贯景区东西的西栅老街长度达1.8公里，两岸临河水阁绵延1.8公里余。内有纵横交叉的河道近万米，形态各异的古石桥72座，河流密度和石桥数量均为全国古镇之最。景区北部区域则是五万多平方米天然湿地。一、二期景区最大的区别在于，一期是个与其它古镇类似的“观光型”景区，而二期则是一个“观光+休闲体验型”水乡古镇景区，古镇不再仅仅是一个“活化石”、“博物馆”，而是完美地融合了观光与度假功能，成为一块远离尘嚣的安谧绿洲。至此，乌镇真正成为了观光、休闲、度假、商务活动的最佳旅游目的地。

西栅风貌是乌镇古镇风貌保留最好、最大的区域，但同时离交通中心有段距离，破坏程度超过东栅，产权复杂。针对自身问题，西栅的开发呈现如下特点：

（1）整合产权、统一管理。西栅开发吸取东栅经验，对整个西栅的原住民房屋产权进行收回，统一规划，开展管线地埋、改厕工程、河道清淤、智能化管理、泛光工程等。同时为规范市场秩序，进行统一管理，制定标准，限定物价，提供精准化服务。

（2）修旧如旧，统一风格。运用减法去新留旧，统一建筑风格，拆除不符合古镇风貌建筑，保留大量明清古建和

老街长弄，并以园林，田园，水系连接起任何一个地点，真正体现中国江南水乡古镇风貌。

(3) 动静分区，一店一品。西栅开发实行动静分区，河岸北侧为动，河岸南侧为静，实现酒吧休闲区与民宿，会所分区设置，满足不同人群的需求。同时拒绝雷同商品，保证差异化发展，确保一店一品。

(4) 融入文化，挖掘民俗。充分挖掘当地民俗文化，举办四季节日，恢复香市，重现旧时长街宴，实现文化传承，引爆人气。

对乌镇西栅保护与开发工程，我国著名古城建专家阮仪三评价说：“乌镇西栅为全国的古镇保护树立了榜样，将成为中国古镇保护进程中值得推广的典型。”

### 3、乌镇丰翼：乌村高端乡村度假区

2016年1月9日，以田园风光为主题的休闲度假村——乌村在桐乡市乌镇镇开业。乌村位于乌镇西栅历史街区北侧500米，紧依京杭大运河而立的历史古村落，总面积450亩。由乌镇旅游股份有限公司投资2.5亿元，以江南原有的农村风情为主题元素保留了原有老房屋建筑面积1600平方米，在原有的基础上新增房屋建筑1800平方米，形成了不同的农村风情的民宿，共计7个主题风格渔家、磨坊、酒巷、竹屋、米仓、桃园以及知青年代，以独立的院落为主。目前共计客房186间，项目从2014年4月开始启动，全村围绕江南农村村落特点，以精品农产品种植加工区、农事活动体验区、知青文化区、船文化区等构成四大板块，内设酒店、民宿、餐饮、娱乐、景观等一系列适应游客“吃住行游购娱”的配套服务设施，将与乌镇东西栅景区联袂互补，成为古镇古街古村落的新型旅游度假目的地景区，是活化古村的典范。

乌村，使得乌镇在古镇、古街、古村形成了契合、配套以及优势互补，打造集生态饮食、田园乡村情趣、互动体验于一体的小批量、个性化、定制化、多元化服务。乌村结合了乌镇旅游品牌效应及优美的生态环境，在已有的老街、水乡等度假产品的基础上，结合乌镇的农耕文化、运河文化和乡村文化，研发出更丰富、更实际、更生态和更健康的旅游产品。同时，也是融入新时期“维护自然生态环境、人与自然和谐相处、再现历史村庄旧貌、营造乡村旅游样板”新理念和新模式的需要。在古镇旅游的基础上拓展乡村旅游，从而与乌镇东、西栅古镇休闲度假区形成互补，并充分发挥协同作用，打造美丽乡村旅游示范点，成为古镇古街古村落的新型旅游度假目的地景区，以实现古镇旅游和乡村旅游双丰收。

## 二、商业业态

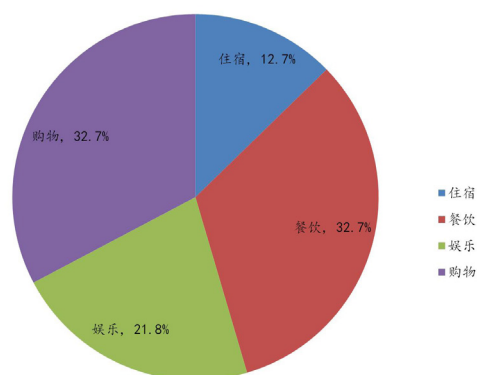


图2：乌镇西栅商业业态比例图

从西栅的商业业态比例可以看出西栅以餐饮和购物为主，住宿、餐饮、娱乐及购物的比例约为13:33:22:33。

### 1、乌镇的住宿业态中，以度假酒店为主，占了50%，同时还分布中大量特色鲜明的民宿。

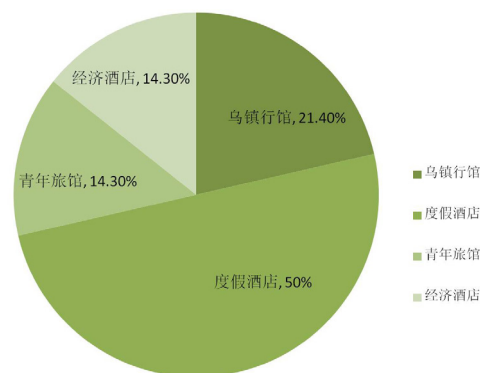


图3：乌镇住宿类型比例图（乌镇民宿除外）

从上图可以看出，乌镇住宿中以度假酒店为主，占了50%，另外，除了度假酒店、乌镇行馆、青年旅馆、经济酒店之外，还有大量的乌镇民宿分布于西栅景区内西市河的南北两岸，449间（套）客房，总共房型65种，有标准双人房、大床房、三人间、家庭房、自助房等；装修风格家家各异，每间客房都配有现代化的生活设施，统一规范经营，房东亲情服务，在古老的砖木瓦房中尽享现代生活的安逸。2011年，乌镇民宿获得国际饭店餐饮合作媒体、美国《酒店》中文版等媒体评选“我最喜爱的特色酒店”桂冠。

## 2、乌镇的娱乐业态设置中以传统体验为主，如拳船、皮影戏、花鼓戏、高杆船等；

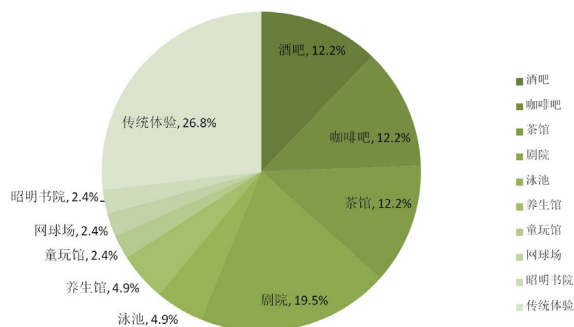


图4：乌镇娱乐类型分析

通过对乌镇的娱乐业态进行分析，发现传统体验的项目最多，其次是剧院，这些活动一方面丰富了游客的旅游体验，同时让游客积极参与其中。另外，酒吧、咖啡馆、茶馆也是重要的娱乐活动。

## 3、乌镇的餐饮设置非常丰富，高、中、低档各种餐馆，沿老街还分布中各种特色小吃。

乌镇的餐饮既有传统中国菜馆，又有江南特色餐饮，如乌镇书生羊肉馆、辣乌镇菜馆，还有国外精品餐厅，如国际互联网宴请厅淡茶饭，同时沿着老街还分布着各种特色小吃，如永坪粉团铺、锦记糕点铺等。尤其是在乌村中，可以随时随地品尝到江南的各种美食。

## 三、节事营销

### 1、乌镇戏剧节

2013年第一届乌镇戏剧节的开幕，正式拉开了乌镇走向文化产业的第一步，至2016年10月已成功举办了四届，在戏剧节期间，西栅景区里游客的数量直逼十一黄金周，一票难求。随着戏剧节的固定化发展，每年的秋天，到乌镇去看戏，成了附近几个城市年轻人固定的消闲模式。

### 2、乌镇国际当代艺术邀请展

2016年3月—6月举办的乌镇国际当代艺术邀请展，是乌镇继戏剧节之后的又一个持续性的艺术项目。汇集了来自15个国家和地区的40位（组）著名艺术家的55组（套）130件作品，并且还邀请参展艺术家、批评家以及相关领域的专家学者举行讲座、对话、讨论、工作坊等面向公众的教育推广活动。在此期间，北栅丝厂展区累计迎来了10多万名观众，百余万景区游客免费参观了在乌镇西栅公开展出的作品。

## 3、世界互联网大会

2014年世界互联网大会永久落户乌镇，为期三天的2014年首届互联网大会云集近100个国家和地区的1000多名政要、互联网精英、学者，成为中国举办的规模最大、层次最高的互联网大会，也是世界互联网领域一次盛况空前的高峰会议。2015年第二届、2016年第三届互联网大会的成功举办，进一步拓展乌镇的国际化知名度。借两届世界互联网大会的东风，乌镇在镇区的西北部规划了特定区域用以发展互联网产业相关的会议会展与旅游经济。

## 4、古村大会

2015年11月19—21日首届中国古村大会在乌镇举行，全国古村落的有关部门、积极投身古村保护发展的创客精英、古村项目相关企业，关心古村落的全国志愿者群体代表700多人出席。

除了年度的大型节事活动之外，乌镇还几乎实现了月月有活动，从春节到次年1月，中国年·原汁原味的水乡春节、情人节·相约恋爱天堂、水乡丽人节·美丽女人的假日享受、香市·江南水乡狂欢节、端午节·粽子包裹江南情、乌镇民间童玩节·玩爷爷小时候玩过的游戏、乞巧节·七夕浪漫之夜、中秋节·江南月最圆、圣诞节·古镇里的平安夜、湖羊文化旅游美食节·冬日里的饕餮大餐共十个活动。

## 四、运营管理

### 1、2010—2015年乌镇景区持续呈现快速增长趋势，2015年西栅首次超过东栅景区游客量，六年间的年均复合增长率达15%；

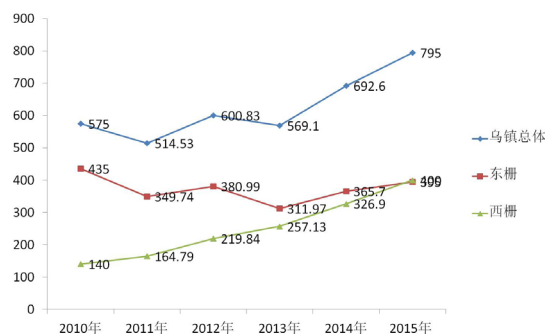


图5：2010—2015年乌镇景区接待人数（万人次）

从游客量来看，2010年乌镇游客量规模受世博会影响创历史记录后，游客增速有所回落，但随着2014、2015年两届戏剧节的举办，世界互联网大会的召开，游客量又出现稳步回升。

从上图中可以看出，乌镇景区持续呈现快速增长趋势，尤为突出的是西栅景区人数增长明显，2015年游客量达400



万人次，比2010年增长286%，并且首次超过东栅景区游客量；

根据其最新的城镇总体规划，2030年乌镇全镇域年旅游接待人次为1200-1300万人次，按照当前的发展势头，这一目标达成的时间节点很有可能会大大提前。

**2、2015年年报，乌镇景区2015年全年实现营业收入11.35亿元，净利润4.05亿元，分别实现同比增长17.38%与30.12%，净利润率更是达到了35.68%。**

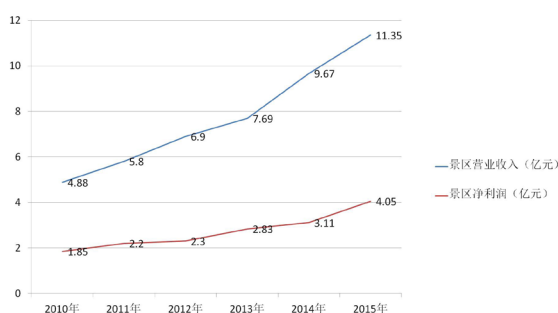


图6：2010—2015年乌镇景区营业收入及利润分析

根据中青旅2015年年报，乌镇景区2015年全年实现营业收入11.35亿元，净利润4.05亿元，分别实现同比增长17.38%与30.12%，净利润率更是达到了35.68%。

从数据中可以看出，从2010年-2015年，乌镇景区的营业收入与净利润逐年上升，并且与中青旅的营业收入对比可以发现，乌镇已经成为公司最主要的利润来源，其净利润在公司净利润中占比很高。2012年景区业务归属母公司股东净利润占比首次超过40%。并且景区业务营业稳定，营业收入和净利润都呈逐年稳步递增状态，且景区业务和酒店业的毛利润较高，如景区各年毛利润均在80%左右。

## 五、总结：乌镇成功的六大推动力

**1、优越的地理位置与资源禀赋：**乌镇首先是精选发达区域周边100-150公里出游半径内的核心位置，这是国内旅游主力消费群体过夜旅游的黄金区位。同时，100-150公里距离自驾游一般需要2-3小时的车程，因此过夜游的可能也大幅增加，从而可以实现较高的客单价水平。乌镇所处的长三角地区经济非常发达，是中国最主要客源市场之一。景区周边市场环境好，背靠上海和杭州两大城市，经济水平高、人均消费能力强区位优势十分明显。

**2、与资本完美嫁接，开创中国第一个具有实际意义的旅游PPP项目：**在诸多水乡景点中，乌镇的独立式景区管理是最明晰的，且两个景区既有独立性又有关联度，在一定程度上

也增加了客源和利润点。同时，也不会被产权问题困扰，开发西栅初期就买断了原住民所有的民居产权，为包装上市提供便利。

**3、适应市场需求，不断升级旅游产品：**“休闲度假”的西栅和“旅游观光”的东栅相互结合，相得益彰。这种景区开发模式在所有江南古镇中绝无仅有，从而确立了乌镇景区的核心竞争力，在未来的经营发展中占据了市场制高点，特别是对于中高端客源市场而言，乌村乡村旅游度假区的开发进一步拓展了古镇旅游的产品类型，为高端客源提供小批量、个性化、定制化、多元化服务。

**4、打破门票经济，实现多元化盈利：**目前全国大部分景区都是单一化依靠门票获利，但乌镇景区增加了很多度假酒店、商业、旅游纪念品开发等上下游产业链，增加了客源中过夜游客的数量，以此同时拉动了旅游衍生品和酒店、餐饮的收益。

**5、注重网络分销与营销：**先后与淘宝、OTA合作平台合作，2014年新增京东商城、Agoda、工商银行融e购等销售平台，并开发自有微信服务号，开通了门票、住宿、套餐和相应消费项目的预订和支付功能，乌镇景区电子商务平台基本搭建完成。

**6、成功的节事营销：**枕水会议中心的投入使用，大大弥补了乌镇旅游在会议设施方面的不足；并注重品牌营销，乌镇大剧院的竣工及乌镇戏剧节在2013年5月的举办，公司经营将延伸至娱乐市场，首届世界互联网大会之后乌镇知名度不断提升，进一步提升从“观光古镇”到“度假古镇”再到“文化古镇”品牌影响力。

## 灵山·拈花湾：世界级禅意旅居度假目的地

2015年拈花湾开放，灵山游客量达到350万人次，实现旅游综合收入6.2亿元。2016年国庆黄金周7天时间内，灵山+拈花湾双园共接待游客28万人次，创历史纪录；拈花湾景区，10月4日创造了单日入园人数26299人次、瞬时入园人数10046人次的记录，这些数据都表现了市场对灵山小镇·拈花湾的追捧。

**【命名由来】**拈花湾的命名，一方面源于灵山会上佛祖拈花而迦叶微笑的经典故事，同时也缘于它所在的地块形似五叶莲花的神奇山水。

**【项目选址】**位于无锡市马山半岛，距离上海、南京、杭州约1.5小时车程，离灵山大佛景区约5KM，是灵山集团历时5年打造的世界级禅意旅居度假产品。规划面积1600亩，建筑面积约35万平方米，景观面积55万平米，水域面积20万平米，容积率0.45，建筑密度0.23，总投资53亿元。

【定位】世界级禅意旅居度假目的地

【文化特色】禅文化贯穿整个小镇

“禅”是小镇的核心文化内涵，体现在业态、建筑风貌、活动项目等各个层面。

## 一、拈花湾发展背景

拈花湾的发展背景离不开灵山景区。灵山大佛景区于1997年建成，占地面积约30公顷，经过几年的发展已成为江南佛教文化的代表性丛林。作为一尊高达88米、国内最大的青铜佛像，灵山大佛的意义不仅体现在宗教、历史和文化上，还体现在旅游上，灵山担负着带动太湖国家旅游度假区内相关产业共同发展的重任。

### 一期工程——灵山大佛（1994-1997年）

1997年建成的灵山大佛坐落于无锡马山秦履峰南侧的小灵山地区，该处原为唐宋名刹祥符寺之旧址，为保存古迹，弘扬文化，落实宗教政策，由修复祥符禅寺建造大佛立像筹建委筹划。大佛所在位置是唐玄奘命名的小灵山，故名灵山大佛。主要建设项目有天下第一掌、百子戏弥勒、祥符禅寺、灵山大佛（核心项目）及佛教文化博览馆、万佛殿。

作为一期工程的主体灵山大佛，灵山大佛高88米，连同三层石头基座在内通高101.5米，是目前世界上最高的青铜释迦牟尼立像。灵山大佛从建成之初就迅速形成了品牌知名度，已经成为无锡旅游的标志。

### 二期工程——灵山文化园（2002-2003年）

灵山文化园区占地25万m<sup>2</sup>，其中绿化面积约14万m<sup>2</sup>，园区中以中轴线为景观主线，从外至内有大照壁、五明桥、门楼、佛足坛、五智门、菩提大道、九龙灌浴、降魔、阿玉王柱等景点。

### 三期工程——“灵山梵宫”（2006-2009）

作为2008年“世界佛教论坛”的主会场，灵山胜境三期工程规划用地面积约34.09公顷，由佛教修学中心、灵山书院、灵山梵宫、五印坛城等主要建筑组成。规划布局与现状景区有机联系。

作为三期工程的主体建筑——灵山梵宫，总建筑面积达4.7万平方米，由圣坛（佛教表演剧场）、廊厅（佛教展示馆），以及佛教餐饮和会议中心组成。三期工程使灵山景区延伸和扩大，进一步完善了景区配套设施建设，实现景区整体结构与功能的优化和提升。

### 四期工程——拈花湾（2010-2015）

灵山小镇拈花湾打造的是一个自然、人文、生活方式相融合的旅游度假目的地，追求一种身、心、灵独特体验的人文关怀，让人们体验无处不在的禅意生活，从而开创“心灵度假”的休闲旅游新模式。可以说拈花湾是灵山景区继梵宫

之后的又一次升级，真正实现了休闲度假综合体的开发。

目前，无锡灵山已被确认为世界佛教论坛永久会址，作为核心会址的灵山·拈花湾已成为融东方禅文化内涵和禅文化特色的禅意度假小镇。

## 二、空间结构

拈花湾以“五谷”、“一街”、“一堂”的主体功能布局，并配以禅意的命名体系，形成以佛祖拈花手掌为原型的总平面。其中，“五谷”分别为云门谷、竹溪谷、银杏谷、禅心谷、鹿鸣谷，形似佛祖的五根手指，主体功能为涵盖会议、酒店、度假物业；“一街”即香月花街组团，位于手掌心，是拈花湾的核心商业街区；“一堂”即胥山大禅堂，位于手掌底，也是拈花湾的大型禅修体验场所。

## 三、香月花街商业业态

香月花街是拈花湾小镇现阶段最主要的产品，总建筑面积约3万平方米，有近300家商铺，包含文创购物、主题餐饮、休闲娱乐、客栈民宿等多种业态。

从业态的空间布局上看，香月花街前半部以精品购物为核心业态，主要产品有拈花塔、拈花堂、百花堂、妙音阁；中段以餐饮业态为主，核心产品包括一笑堂美食广场；街后段以住宿为主，包括了13家禅文化主题的精品客栈，客栈全部自持自营。

从业态的配比来看，主要业态类型为购物和餐饮，餐饮、购物、住宿、娱乐的比例达到了37:39:12:12。

从盈利模式看，拈花湾最早采取了地产模式，后因政策原因，及时做出调整，采取“旅游门票+各种商业业态”综合发展的模式，餐饮和购物成为其重要的商业业态，同时住宿，尤其是禅文化民宿也深受市场追捧，总体来说，拈花湾开业两年来已经取得了不错的经济效益。

从招商管理看，作为一个综合型文旅小镇，拈花湾涵盖的物业包括酒店、客栈、商业、度假物业等多种类型，在招商中实行严格的筛选制度，并建立日常巡查管理体系。以客栈为例，拈花湾采取的是“多主题，小体量”的策略：一是配合相对较多的酒店数量，可进行不同主题与风格的装修；二是较好地控制客房数量，提高运营效率。

## 四、拈花湾的建设再次促进了灵山景区的升级

1、旅游产品升级：为灵山景区300多万的游客提供了多次消费的产品布局

灵山景区通过四期工程不断转变经营模式，从观光型旅游区转变为休闲度假型旅游区，尤其是在拈花湾建成后，休闲娱乐、度假设施、禅修体验项目更加完善。拈花塔、梵天

花海、福天阁、君来波罗蜜多酒店、禅意客栈、民宿等景观和度假酒店的运营，为灵山景区300多万的游客提供了多次消费的产品布局。

**2、整体实力升级：**拈花湾开放后，灵山整体的营收实现了较大幅度的增长。

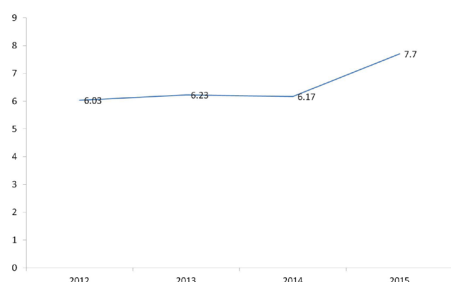


图1：2013—2016.03灵山景区营业总收入（单位：亿元）

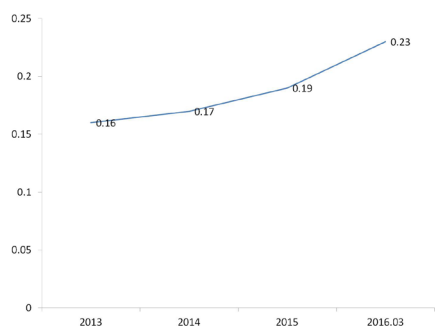


图2：2013—2016.03灵山景区净利润（亿元）

从上图可以看出，2015年拈花湾的建成后，灵山景区的旅游营业总收入有了明显的提高，从2014年的6.17亿元上升到2015年的7.7亿元，并且2016年第一季度营业收入就达3.43亿元。

另外，从净利润来看，灵山景区从2013年至2016年3月期间，净利润也有了明显增长，尤其值得关注的是2016年第一季度的净利润达0.23亿元，已超过2015年全年的净利润值，这说明灵山景区产品结构的变化逐步显示出了较好的经济效益。

## 五、拈花湾成功的三个要点

### 1、将禅文化主题做到极致

灵山小镇·拈花湾与灵山胜境一脉相承，以禅文化为主题，打造世界级禅意旅居度假目的地，这个文化之魂与灵山大佛、梵宫等灵山系列文化景点一脉相承，下至一树一木一石的景观营造都与禅之魂相呼应，宗教文化贯穿上下对小镇的成功起到了关键作用。

### 2、工匠精神，要求建设“精进”的产品

工匠精神在拈花湾小镇的设计与落地过程中，得到了完美的贯彻，从建筑到景观，都追求将“禅意”做到自然，每个建筑和景观整合多个专业机构和企业资源进行设计和打造，力求做最自然的禅意，从常见的屋顶茅草，到简单的庭院竹篱，再到不起眼的路边青苔，都透露着拈花湾主创的完美主义情怀与精益求精的匠人精神。

仅一个小小的茅草屋顶，整合了十八家专业机构和企业的资源与力量，前前后后“折腾”了十三个月的时间。为了让茅草屋顶最大程度达到自然禅意的效果，他们从江苏、浙江、福建、江西、东北甚至印度尼西亚的巴厘岛等地方选择了二十多种天然材料，同时将能够找到的最好仿制品拿来，放在一起进行日晒雨淋等各种手段的反复试验比对。在这其中初选出八个品种，请包括巴厘岛在内的当地工匠，在现场搭建茅草屋顶的样板，再进行为期一百天的户外综合试验。在这场严苛的试验中，淘汰了虽然防腐性能好、但是美感欠缺的所有仿制材料，也淘汰了虽然自然优美、但是不耐腐蚀、使用年限短的大部分天然材料，最终找到了二种既牢固耐用又美观自然的天然材料。简单的庭院竹篱是历经二十九种标准工具、四十三道标准工序而完美打磨出的艺术精品。看似不起眼的路边青苔却是来自全国名山大川的土著青苔被农学专家悉心照料十二个月后的心血结晶。这种对景观、设计、建筑精致的追求，在佛家眼里，叫“精进”。

### 3、灵山集团文旅产业链资源整合为拈花湾提供强有力的营销及运营保障

作为拈花湾运营主体的无锡灵山文化旅游集团积累了丰富的运营管理经验，形成了涵盖旅游、文化、出版、地产、投资、酒店、食品、工艺品、餐饮等产业领域，以文化创意旅游为核心的产业链式投资发展格局，为拈花湾的成功运营提供了多维度的产业支撑。 **BES**





乌镇（徐晓东 摄影）



# Tourism Real Estate Town: Wu Zhen Ya Yuan & Tao Li Chun Feng

旅游地产型特色小镇：  
乌镇雅园&桃李春风



## 乌镇雅园：打造“健康医疗+养生养老+休闲度假”的养老地产模式

【项目开发商】绿城集团与雅达国际合作开发；

【项目选址】紧邻国家5A级旅游景区乌镇，占地面积约1平方公里，核心区域面积为650亩，总建筑面积50万平方米，整体容积率1.16；

【区位优势】地处长三角沪苏杭的“金三角”-乌镇，1小时高速直抵杭州、上海、苏州及周边经济发达城市；距沪杭高铁桐乡站约25公里；航空有杭州萧山国际机场、上海虹桥国际机场等多；

【功能定位】健康医疗+养生养老+休闲度假；

【建设风格】新民国学院风的整体设计风格，以原生态自然景观+江南园林式造林手法打造。居住单元整体风格采用新民国风，建筑立面设计借鉴了清华园、复旦园、北大燕园和武大校园等著名高校建筑风格，沉稳、大气、厚重，营造浓重的文化氛围。景观小品借鉴校园中典型的联桥、拱廊，通过精巧的屋檐以及校园草坪，营造安静祥和的意境；

### 【产品构成】

结合场地的湖泊等生态资源，围绕白马湖布局，开发三类产品（见图1）：

◎ 养老地产：颐乐学院、国际养老中心、养生居住区；具体包括中式单层养生别墅、新民国风多层电梯公寓、高层公寓和颐乐学院四种物业形态。

◎ 健康医疗：提出医养结合，引入雅达国际康复医院、医疗公园、雅达银龄汇老龄用品展示体验中心；

◎ 休闲度假：结合生态资源，引入高端精品酒店，打造特色商业区和五星级商务休闲度假酒店；

### 【重点项目】

1、颐乐学院：开创学院式养老的典范。颐乐学院占地150亩，按照书院建筑形制布局，由14栋彼此独立但又有风雨连廊联通的小建筑群构成。学院里有能容纳400多人的大礼堂，小会堂，静休堂、棋牌楼，游泳馆，健身房、网球场和健康中心馆；有中央广场，小商业街，还设置了幼儿园，建筑面积3.5万平方米，投资2.5亿。

颐乐学院以学院的组织方式，构成园区内老年人的日常

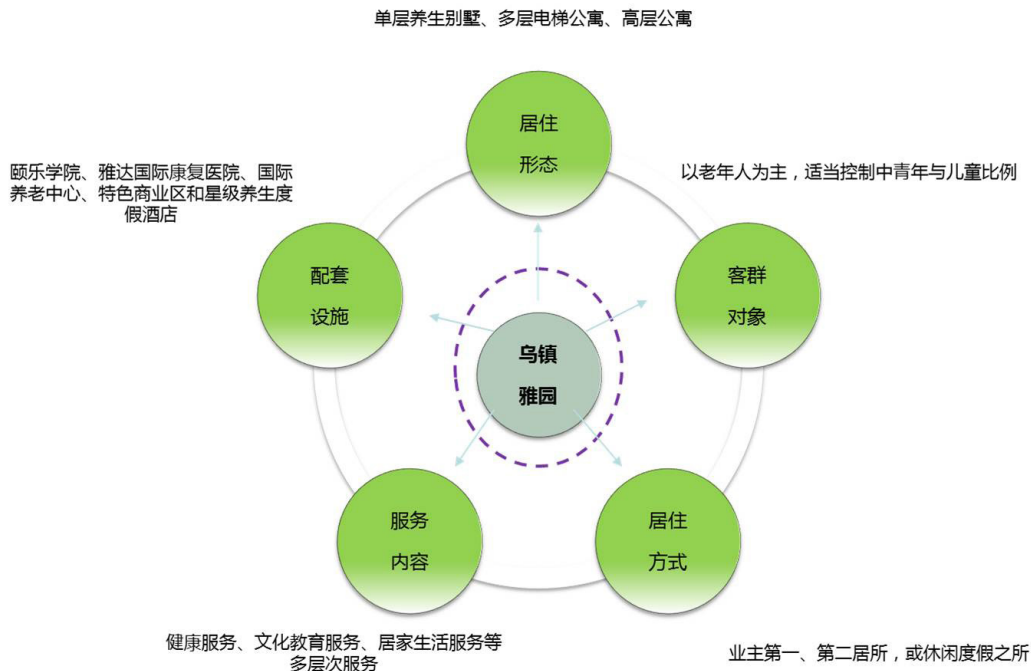


图1：乌镇雅园



组织形态，围绕“颐、乐、学、为”4个要素，开展适合老年人身心健康的各类服务，从而构建一种全新的老年生活模式。

**2、雅达国际康复医院与国际养老中心：**雅达国际康复医院占地13万平方米，引入德国高端康复医疗品牌Medical park，拥有350个床位，专注于康复医疗：主要提供神经系统病患、骨科疾病、运动损伤和亚健康人群健康管理等康复治疗服务。国际养老中心则是非自理养老中心，满足养生居住老人随着年龄增长产生的护理需求，采用先进的养老护理模式提供订单式服务。通过依托雅达国际康复医院和国际养老中心，雅园可以让长者人群都实现“老有所医”：健康老人可以在社区内愉悦地自己安排生活，半自理老人可以得到一部分医疗辅助，而全护理老人就可以在养老中心得到全方位照料。

**3、特色商业区和五星级商务休闲度假酒店：**特色商业区延续了乌镇风格，将湿地公园与商业休闲体验相结合，营造江南水乡特色的商业街区。如Alila精品酒店作为世界最高端的精品酒店之一，将为其量身定制一款水乡风情的度假酒店，融合公园、湿地生态环境，提供高端商务休闲和度假旅游配套服务的五星级酒店；

#### 【旅游+】

**1、从规划上来看，**乌镇雅园在规划之初就设立了休闲度假模块，整个项目与乌镇的东栅与西栅建筑风格和情怀保

持一致；

**2、从产品设计来看，**地产产品以72—90m<sup>2</sup>中等偏小户型为主。配套产品包含300亩的生态湿地，白马河，原生态利用建设生态公园，白马湖畔、颐乐农场、高端商务休闲五星级酒店，成为度假旅游产品；

**3、养老度假：**利用颐乐学院外面的几十亩的地做农场，老人们每年花500元，就能有15m<sup>2</sup>的小天地，属于典型的养老度假形式；

**4、从目标客户来看，**以杭州、上海、北京的老年人为主，户型设置为两居或三居，可以满足老年人度假或家庭度假需求；

## 桃李春风：以新乡约、新社区、新乡民为主题打造后乡土文化小镇

**【项目开发商】**绿城集团2015年收购浙江交通投资集团旗下子工资临安金基房地产开发有限公司的51%的股权，共同合作开发“青山湖板块颐养小镇”项目；

**【项目选址】**杭州临安市，距离市中心30至50公里，典型的远郊旅游度假板块，位于64.5平方公里的青山湖国家森林公园内，连通8大原生态湖泊；

**【占地面积】**项目占地3平方公里，建筑面积约61万m<sup>2</sup>，总建筑面积26万m<sup>2</sup>，容积率仅0.3，绿化率36%；

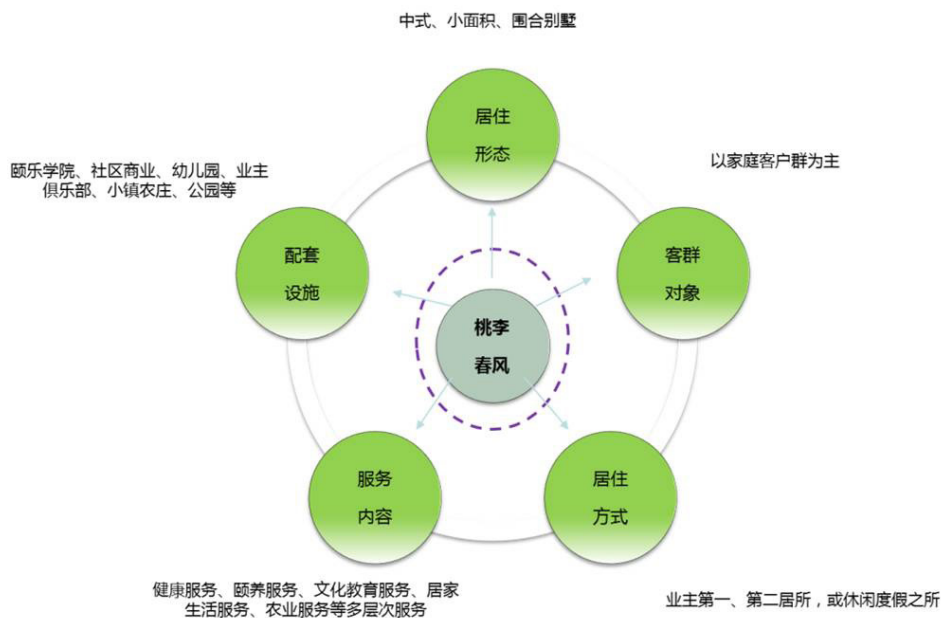


图2：桃李春风

【功能定位】集运动休闲、旅游度假、居家生活、农庄耕作、养生养老为一体的全龄化颐乐生活小镇；

【建设风格】青砖小院，诗酒风流

【产品构成】3平方公里项目用地中，农业及相关产业占2平方公里，建筑规划占1平方公里。在建筑规划中，90%是住宅，10%是配套设施，包括医疗、教育、餐饮、娱乐、文化等（见图2）；

【三新文化】

1、新乡约：通过制定“家人公约”，从邻里关系、社群文化等多个方面，寻求小镇家人的精神共识；

2、新社区：实行家人自治公管，组织“春风侠”，成立社群、开展主题活动等一系列措施管理小镇，成立业主聚乐部，虚拟社区；

3、新乡民：在整体设计中，不仅注重空间设计，更注重记忆的设计，白墙青瓦、小桥流水、瓜架果园……让住在这里的人有家乡的感觉；

【重点项目】

1、建筑景观：规划布局、园林打造、建筑设计均采用传统中式，装修风格采用新中式。院落布局采用中式传统的独门独院，每家每户采用粉墙黛瓦进行围合，打造私密空间。几乎每户都拥有1:1的庭院，小院、主院、侧院、天井、边院一应俱全。

2、小镇中心：桃李春风小镇中心占地118亩。建面约1万平方米，借景西湖，南宋御街、西溪湿地打造慢生活，设计涵盖不同年龄段的商业需求，在“小西湖”区域集合了特色餐饮、茶馆、酒吧等业态，在“小西溪”区域打造了农庄、民宿、花房等静谧的业态，在“小河坊街”区域则以小剧院、书吧、咖啡馆等文艺小店为主。

3、颐乐学院：颐乐学院是绿城集团养老项目的标配，但与乌镇雅园的颐乐学院不同，这里是欧式风格会所，并将服务扩展至全龄化范畴，属于精简版的颐乐学院，由物业运营。通过APP智能服务平台和耕心学堂，提供颐养健康、颐乐学习、颐居生活三大服务体系。

【旅游+】

1、从项目区位上来看，项目地处64.5平方公里的青山湖国家森林公园内，连通8大原生态湖泊，高于市区6倍的负氧离子含量，为度假提供了天然场地。同时距杭州市区车程约30—40分钟，属于典型的城郊旅游度假类地块；

2、从产品设计来看，首次开盘推出小面积精装修中式合院独栋小别墅，主力户型覆盖了85—180m<sup>2</sup>，赠送庭院有80—95平米，这一户型面积不大，总价不高，但是度假足够，深受中产的喜爱，属于典型的度假地产类型；

3、从服务上来看，为解决远郊度假项目的痛点，绿城集团自持招商，别墅精装交房，配套图书馆、咖啡馆、茶馆、小酒馆等休闲娱乐设施，2—3万方的商业。

4、从配套设计来看，周边有高尔夫球场、冯小刚电影公社、奥特莱斯、马场等等，尤其是高尔夫和马场的配置，为休闲度假旅游提供了娱乐产品；

5、将于2019年建成的杭州至临安轻轨，从项目地前经过，便捷的交通为度假提供了条件。BES

# Tourism Oriented Industry Towns: Guan Tao Cucumber Characteristic Town & Da Tang Socks Art Town

“旅游+”特色小镇：  
馆陶黄瓜小镇&诸暨大唐袜艺小镇



诸暨大唐袜艺小镇



## 黄瓜小镇：从黄瓜之乡到体验旅游的华丽转身

馆陶黄瓜小镇位于河北省馆陶县寿山寺乡翟庄村，翟庄村总人口1109人，耕地面积1246亩，有黄瓜大棚户256户，占总户数的96%。该村从上世纪80年代开始种植黄瓜，至今已有30多年的历史，世界上110多种黄瓜，这里就有105种，小镇现有温室大棚1100个，占地1100亩，黄瓜日交易量20万斤，年销售额达3亿元。黄瓜市场目前初具规模，全国各地的黄瓜采购商聚集翟庄。2014年，该村荣获“中国黄瓜之乡”之称，“馆青”牌黄瓜获得全国金奖。

2014年以来，馆陶县按照“乡村风情、城市品质”的总体要求，开展了美丽乡村建设。2015年4月，翟庄村在做大做强黄瓜产业的基础上，经过半年时间打造商业业态化的美丽乡村——黄瓜小镇。

### 一、经营创新

**首先，返租耕地，规模化、产业化开发。**创办馆陶县寿山乡兴农蔬菜专业合作社，寺从村民手里将耕地返租回来，让有意向的村民承包，建设“标准化”大棚。

**其次，科技支撑，智慧农业。**采取“请进来、走出去”的方法，聘请省农科院、山东寿光等地专家到村内授课，为村民加强技术指导和服务，选用新品种，使用新技术；组织村民到山东寿光参观，开阔村民的视野。引入先进的温室大棚进行标准化种植、管理和采摘，通过安装在大棚里的信息采集节点，可以实时获得包括土壤温度、空气湿度、光照度等数据，技术人员可在远处的办公室里随时掌握大棚实时温湿度、光照等情况，智能大棚开启了馆陶黄瓜种植的新模式。

**最后，提升基地建设，建立黄瓜电子商务平台。**提升基地建设，日常保洁实行物业管理，配置清扫小车，加强与天津科润黄瓜研究所的战略合作，创建黄瓜研究所、学校，引进先进检测仪器，既让农民学习最新的种植知识，又能让游客实地参观。

### 二、旅游+

1、经营方式：政府主导

2、旅游+交通：开通旅游专线，采用“旅游+交通”的

运营方式

投资2600余万元购买了26辆新能源环保电动公交车，所有车型均是郑州宇通客车，车上配有空调、暖风、电视等设施。专线共运行1路（馆陶至寿东）、2路（馆陶至翟庄）、3路（馆陶至李沿村）、4路（馆陶至王桃园）、5路（馆陶-郭辛庄）五条线路，由县图书馆到馆陶汽车站循环发车。运行时间为每天早6点至晚7点，平均30分钟一班，共27个班次。为方便游客，在不影响停车安全的情况下招手上车。

#### 3、旅游+黄瓜产业打造特色旅游产品：

2015年开始，黄瓜小镇通过十几处景点的建设，打造了一个宜居、宜业、宜游的时尚小镇：

（1）黄瓜观光产品：黄瓜博物馆、美丽乡村大学、世界黄瓜博览、黄瓜大学、；

（2）黄瓜体验产品：黄瓜宴、黄瓜大棚采苑、黄瓜食府、黄瓜饮吧、豆花坊、时光记忆、特色民宿；

（3）黄瓜时尚产品：黄瓜美肤中心、黄瓜时尚餐厅、咖啡馆、酒吧、艺术家部落、摄影基地等

#### 4、旅游+黄瓜的特色景观

黄瓜主题元素表现在黄瓜小镇的每一处设计中，主要体现在：

（1）小镇的整体标示和logo凸显黄瓜特色；

（2）建筑设计风格体现黄瓜元素：白墙灰瓦，到处都是一条条充满黄瓜主题元素的小巷；

（3）主体建筑体现黄瓜主题：黄瓜博物馆、黄瓜大棚、黄瓜酒坊等主体建筑让游客可以时时处处感受黄瓜的主题；

（5）特色小品：路灯、浮雕、绘画、指示牌等小品景观都采用黄瓜特色；

#### 5、旅游+节庆

举办黄瓜小镇文化旅游采摘节，举行黄瓜采摘比赛、黄瓜采摘苑才艺表演、黄瓜美食烹饪大赛、县土特产品展销、推介活动，通过系列活动2016年，节庆期间吸引全国各地游客近90万人次；2016年清明小长假期间，也迎来游客7.6万人次。

翟庄村以生态旅游为主线，生态农业为支撑，依托特色黄瓜产业，翟庄村农民人均纯收入达3万余元。

## 诸暨大唐袜艺小镇，以袜业为主题的文化旅游特色小镇

### 一、发展概况

诸暨大唐袜艺小镇不仅是浙江唯一,也是全球唯一的以“袜艺”为主题的特色小镇,位于大唐镇西北角,东西向以冠山溪文化休闲长廊为轴心、南北向以三环线为轴,重点规划建设“智造硅谷、时尚市集、众创空间”三大区域,截至2016年6月,已累计完成投资25亿元,入驻企业495家,全年接待游客近24万人次。预计到2017年底,可实现产值150亿元,税收3.6亿元,年接待游客30万人次。

【规划面积】2.96平方公里;

【发展定位】现代化袜业制造、研发、贸易和品牌基地;创新创业、转型升级示范区;以袜业为主题的文化旅游特色小镇;

【规划目标】全球最先进的袜业制造中心、全球最顶尖的袜业文化中心、全球唯一的袜业旅游目的地;

【主导产业】袜业生产

【产业布局】重点打造“智造硅谷、时尚市集、众创空间”三大功能区。其中“智造硅谷”是袜艺小镇的智能制造功能区,“时尚市集”是智慧中枢和文化旅游区,“众创空间”是创新创业功能区。

【文化标识】袜业文化

【特色产业项目】袜艺文化体验馆、袜业智库、袜业文化长廊;

### 二、五大聚焦

1、聚焦“创意+”,建立袜艺设计中心、大数据中心和新品发布中心等,确立全球袜业创意设计的风向标;

2、聚焦创新+,实现原材料的革命性创新和袜机研发的世界领先水平;

3、聚焦互联网+,袜业线下销售增长17%,网上销售增长51%;

4、聚焦资本+,推进投融资模式创新小城镇试点;

5、聚焦旅游+,结合袜艺文化展示袜业的历史文化,通过多维影像和场景故事的形式,艺术性的展现袜业的全产业链,同时创建袜业主题景观空间;

小镇通过五大聚焦,将袜业制造与文化、艺术、设计相结合,融智造、商贸、研发、旅游、居住等功能于一体,致力于成为全球唯一的以袜子为图腾的特色小镇。

### 三、四大亮点

#### 【特色鲜明的产业形态】

大唐镇工业产值的70%、农民收入的70%、农村就业的70%都来自袜业,袜业的装备、配套设备和关键技术已经达到国际先进水平。以大唐镇为中心,辐射周边17个乡镇的区域是全球最大的袜子生产基地,年产袜子占到世界的7成,被称为的中国袜业之乡、国际袜都、中国袜子名镇,并被称为国家新型工业化产业示范基地、全国百佳产业群、全国袜业知名品牌创建示范区、全国工业产品出口质量安全示范区。

#### 【袜业文化成为文化共识】

袜业文化是大唐最核心的传统文化,也是大唐镇显著的文化共识和区域精神标志,由袜业文化所延伸出的时尚潮流、文化创意、智慧智造逐渐成为小镇活力新生的文化内涵;

#### 【生态环境良好】

建立完善治水长效机制,镇区主要道路绿化普及率达100%,公共绿地绿化覆盖率达33.2%;

#### 【运营管理】

依托“资本引导+创业辅导+创新孵化+股权众筹”等投融资新模式加快企业融资,提高项目开工率,实施“余缺对接”盘活项目用地,确保供地项目开工率达100%、投产率80%以上;同时通过两创集聚园和大学生创业园,为创新创业者提供孵化用地保障。

### 四、旅游+

小镇用了3年时间,从2015年到2017年,完成投资55亿元,打造全球唯一的以袜子为图腾的特色小镇,成为全球最先进的袜业制造中心,全球顶尖的袜业文化中心,全球唯一的袜业主题景观空间和袜业旅游目的地。

1、时尚市集是袜业小镇的智慧中枢和文化旅游区,包括袜业智库和袜业文化长廊、袜业博览中心、慢生活街区、个性袜业体验工场;

2、针对旅游游览的需求设置大量多样化的公共开放空间,景观与五泄江景观带连接;

3、旅游产品设置八大景点:节庆广场、霓虹古村、旧阁新天、览今博古、时尚袜街、鱼跃山溪、钟鸣芝山、鸟鸣江滩;

4、定位上与五泄风景区自然山水旅游、西施故里历史文化旅游错位发展,开发袜艺工业观光旅游、体验式袜艺旅游、影视文创旅游、休闲娱乐旅游,使其成为诸暨旅游西线的重要节点; BES





黄瓜小镇：黄瓜食府



黄瓜小镇：大门





# BES研究生班论文

P A P E R S



## 旅游特色小镇，我有话说

大地风景第八届研究生班（2017）的学员们展开了对特色小镇的一系列研究，包括世界旅游小镇的发展研究、旅游特色小镇的IP开发策略、古镇型旅游小镇的真实性感知研究、特色小镇在投资运营中的十大核心问题等，本栏目选取了宿爱云同学的《古镇旅游真实性感知对游客行为意向影响研究》和范建峰同学的《特色小镇的运营模式研究》。

在古镇旅游真实性感知研究中，运用调查问卷和实地调研等多种研究方法，结合江苏窑湾古镇的实际情况，并对窑湾古镇的旅游开发提出了建设性意见；

在特色小镇的运营研究中，基于对特色小镇一般属性的分析，提出了特色小镇的运营模式，并结合江南药镇、平阳宠物小镇、上海泰晤士小镇进行了分析。



# The Ancient Town Tourism Authenticity Perception Research on Tourist Behavior Intention ——A Case Study for Yao Wan Town of Jiangsu

## 古镇旅游真实性感知对游客行为意向影响研究 ——以江苏窑湾古镇为例

宿爱云 / 江苏理工学院. 学号 213001

**摘要：**以旅游“真实性”为研究视角，选取窑湾古镇为案例地，运用问卷调查和实地调研等多种方法，构建出古镇旅游真实性感知评价体系。通过SPSS数据分析软件，对问卷结果进行分析，研究古镇游客真实性感知与其行为意向间的关系。研究表明：影响游客对古镇的真实性感知主要包括古镇旅游商品感知、古镇饮食文化感知、古镇建筑文化感知、古镇传统文化感知、古镇历史文化感知五个维度。游客真实性感知对其行为意向影响的研究中，发现古镇旅游商品感知和古镇饮食文化感知对游客行为意向的影响最为显著，古镇建筑文化感知和古镇传统文化感知对游客行为意向的影响则相对较弱，而古镇历史文化感知对游客行为意向影响则不显著。

**关键词：**古镇旅游；真实性感知；行为意向；窑湾古镇

20世纪80年代以来，随着周庄、丽江、同里等诸多旅游古镇的兴起，古镇旅游也越来越多地受到大众的追捧和喜爱。古镇与山水景观的浑然天成和主题公园的纯粹人工打造不同，古镇的旅游景观主要以还原古建筑风貌和人文环境为主，这就涉及到古镇的“真实性”。从旅游需求看，游客到古镇旅游，就是追求“原真、古朴、传统”的古镇风貌，能否让游客有一个满意的旅游体验，古镇“真实”与否就显得尤为重要。

### 一、文献回顾

#### （一）旅游真实性理论

真实性的概念最初来自于对博物馆艺术展品的描述。“真实性”概念被引入旅游学研究领域，则来源于MacCannell(1973)将真实性(authenticity)理论融合于旅游体验和旅游动机的社会学研究[1]。在旅游“真实性”流派研究中，学界主要存在以下几种流派：客观主义真实性、建构主义真实性、后现代主义真实性和存在主义真实性。客观主义真实性是旅游领域最早提出真实性理论的，以Boorstin和Dean MacCannell(1976)为代表人物，他们强调最初的真实，即客观事物的原始状态[2]。Bruner和Cohen提出了建构主义真实性的概念，强调真实性是客体在主体心中的社会建构，认为“真实与否，更大程度上取决于不同背景与阅历的体验感知和时间对人们文化认知的模塑”[3]。后现代主义真实性，以Umberto Eco为代表，认为“仿真”就是真实，对于真实与不真实的界限比较模糊[4]，他们更注重的是当下他们所追求的表层的美，而对于其是否是真实的还原与否并不介意。存在主义真实性并非一开始就源于旅游研究的领域，是王宁将存在主义真实性引入旅游研究中，存在主义更多关注的是旅游者的主观体验，即真实性感知[5]。



国外学者在旅游“真实性”感知的理论研究上做出了很大的贡献,并将研究的视角从“客体”转向“主体”,愈加注重旅游主体的真实性感知的研究。

国内对于真实性感知研究较有影响的王宁(1999),他首次将旅游真实性系统归纳为了客观主义、建构主义和后现代主义真实性,同时提出了存在主义真实性。进入二十一世纪,越来越多的学者将目光聚焦于“旅游真实”,如高燕(2009)主张真实的旅游感知是在注重客体真实的基础上强调主体的差异性[6]。赵磊,庄志民(2009)从景区旅游产品设计的角度,分析了真实性理论在具体旅游产品设计中的应用[7]。赵红梅,李庆雷(2012)对国内外真实性研究做一番梳理和反思,对旅游真实性研究的纷争局面提出了“各种类型的真实性多少都存在或发生于旅游实践之中”[8]。郭莹(2013)在分析真实性视角下非物质文化遗产旅游开发模式时全面分析了真实性相关理论,认为真实性是相对的、发展的,而非静止的、决定的,游客追求的真实性是主客观的结合,尊重历史的真实才能保证游客接触到的是真实的[9]。焦彦,臧德霞(2015)将真实性与现代性融合研究,并提出真实性是旅游体验和旅游动机的核心[10]。

通过文献梳理,可以看出国内学者对旅游真实性理论的研究主要是借鉴了国外研究成果,认为客体和主体真实性是可以并存的,同时也强调了主体体验的重要性。但是在真实性感知对游客行为意向影响方面的研究,

## (二) 古镇旅游真实性感知研究

古镇是指介于城市和乡村之间的,仍保留有较为完整的古建民居、传统习俗和生活方式,具有一定研究价值或文化价值的传统聚落。对于古镇旅游真实性感知研究方面的文献较少,已有文献的研究方向也比较集中,如王晓晓(2007)以乌镇为研究对象,探讨了游客对乌镇真实性感知,并提出“真实性”的判断标准,最后分析了形成真实性感知差异的原因[11]。戴永明(2012)以西递和宏村为例,从游客感知角度对古村落真实性进行了研究,最后提出了基于“真实性”的古村落资源开发建议[12]。

古镇旅游的真实性感知对游客行为意向的影响方面的相关研究,如徐伟,王新新(2011)通过对古村落真实性感知指标体系的确立及分析,将真实性测量指标归纳为客观、建构、后现代和存在主义真实性四个维度,并提出四类维度的真实性感知直接影响游客的满意度,而存在主义真实性感知对游客的行为意向有直接正向影响[13]。胡旺盛,谭晓琳(2014)以三河古镇为例,提出在真实性感知与行为意向的影响关系中,建筑要素感知和饮食要素感知对旅游者的行为意向直接产生影响,而传承文化要素感知、地方文化要素感知和游览接待要素感知并不直接影响旅游者的行为意向[14]。

## 二、古镇旅游真实性感知评价指标体系构建

### (一) 案例选择

窑湾古镇是一座有着千年历史的运河古镇,位于京杭大运河与骆马湖交汇处。窑湾古镇景区为国家4A级旅游景区,规划建设面积85.62公顷,包含吴家大院、赵信隆酱园店、东当典、西当典、窑湾民俗馆和大清窑湾邮局等10个景点。窑湾古镇因地处邳州、睢宁、新沂、宿豫四县市交界,故有“东望与海、南瞰淮泗、西顾彭城、北瞻泰岱”之说。并因其美丽的景致和独特的地理位置,被誉为“苏北周庄”、中国大运河第一古镇。窑湾古镇是苏北地区保存最为完整的古镇,2010年10月被评定为“历史文化名镇”,2011年被评为“全国特色景观旅游名镇”,2012年10月被评定为国家4A级旅游景区,并一直享有“黄金水道金三角”和“苏北小上海”的美誉。

### (二) 窑湾古镇真实性感知评价体系构建

构建古镇真实性感知评价指标,首先要界定古镇的真实性。对于真实性的概念,旅游学术界始终没能达成共识,各位专家学者众说纷纭,各自有着不同的出发点和观点。笔者在对四种流派的“真实性”做了细致的研究后,结合窑湾古镇的实际,辩证的选取其中的观点。笔者认为,后现代主义所强调的“超真实理论”多应用于主题乐园等人为创造的景区,在窑湾古镇中并没有突出体现。而存在主义真实性侧重强调游客自身感受,因此也不计入指标体系。

我们认为窑湾古镇的真实性是建构主义与客观主义的结合。其中建构主义真实性对应了窑湾古镇的外在建筑形式、空间布局、商业、饮食、历史和传统文化等综合元素的构成。客观主义真实性则强调了窑湾古镇能否给游客以的原真性的体验,包含对古镇历史时间、名人遗迹、建筑风貌、民俗活动的还原等。

为了做出真实有效的评价指标,笔者查阅了大量相关文献,并进行实地访谈,访谈对象共计20人,包括窑湾古镇居民4人、古镇常驻商户5人,现场游客5人,窑湾古镇工作人员3人,新沂市旅游局工作人员3人,主要以问卷式和谈话相结合的形式进行,最后得出窑湾古镇真实性感知的评价指标体系。

表1: 真实性感知评价指标体系

感知要素分类	要素细分
古镇建筑文化感知	窑湾古镇建筑的规模 窑湾古镇建筑年代感 窑湾古镇建筑完整度

接表1：真实性感知评价指标体系

感知要素分类	要素细分
古镇饮食感知	窑湾古镇饮食的种类 窑湾古镇饮食的风味
古镇传统文化感知	窑湾古镇传统民俗吸引力 窑湾古镇传统手工艺品数量 窑湾古镇传统手工艺品制作情况
古镇历史文化感知	窑湾当地人参加节庆活动的情况 窑湾古镇土特产品是否体现当地特色 窑湾居民语言的地区化程度 窑湾古镇对其历史事件的记录详实与否 窑湾古镇名人遗迹保存度
古镇旅游商品感知	窑湾古镇旅游纪念品体现古镇特色的情况 窑湾古镇游乐项目与古镇氛围是否协调 窑湾古镇导游着装与讲解是否得体

（三）问卷设计

问卷的设计是否科学合理对研究结果有很大的影响，笔者在设计本问卷之前，查阅了大量相关的文献，并进行了实地访谈。问卷共分为三个部分。第一部分，游客基本信息，包括游客的性别、年龄、到古镇游玩的次数、居住地、旅游的方式和动机。第二部分为游客对窑湾古镇真实性感知的测评。包含古镇建筑文化感知、古镇饮食文化感知、古镇传统文化感知、古镇历史文化感知、古镇旅游商品感知五个大类，共16项细分因子（见表1）。所有的因子指标均采用5级李克特量表进行测量（Likert scale），1—5由低到高表示对每个因子的感知程度，1为最低，5为最高，中间依次增加。受访者选择的每个数值，对应了其对该因子影响程度的直观感受和现状评价。第三部分为游客行为意向分析，分析受访者是否愿意重游，是否愿意将窑湾古镇介绍给他人。

三、窑湾古镇旅游真实性感知对游客行为意向的影响

（一）信度分析

信度分析，既可靠性分析，指采用统一方法对同一对象重复测量所得到结果的一致性程度。其中Cronbach  $\alpha$  信度系数是目前最常用也是学术界普遍采用的内部一致性洗漱检验法。该调查问卷的结构共分为三个部分，其中第一部分为游客的基本信息调查，第二部分为游客对窑湾古镇真实性感知的测评，第三部分为游客行为意向分析。为保证数据的科学性，笔者将第一部分游客的基本信息筛除，仅对第

二、三部分：游客的真实性感知和行为意向，进行信度分析，结果显示量表（见表2）的具体各项变量和指标的信度均大于0.8。以上各项分析结果显示，本研究所使用的量表具有良好的内部一致性和可靠性。

表2：可靠性统计量

Cronbach's Alpha	基于标准化项的 Cronbach's Alpha	项数
0.879	0.880	17

（二）人口统计特征分析

在此次问卷调查中，调查对象的人口统计特征包含游客的性别、年龄、到古镇游玩的次数、古镇游客的客源地、旅游方式、旅游动机五个方面（见表3）。其中，被调查者年龄在45岁以下的占78.1%，表明来古镇旅游的游客以中青年为主。客源地来自新沂及新沂周边的占77.6%，表明前来窑湾古镇旅游的游客中，以景区周边游客为主。而旅游方式中，选择以家庭或亲友结伴的方式出游的游客占59.9%，而旅游动机中以休闲娱乐、旅游观光为主的游客占49.5%，则表示前来古镇游玩的游客多以休闲娱乐、增进家人朋友之间的感情为主。

表3：人口统计分析

指标	类别	频率	百分比
性别	男	97	50.5
	女	95	49.5
年龄	20岁以下	48	25.0
	21—30岁	53	27.6
	31—45岁	49	25.5
	46—60岁	25	13.0

接表3：人口统计分析

指标	类别	频率	百分比
性别	60岁以上	17	8.9
您第几次来	1次	60	31.3
	1—3次	71	37.0
	3—5次	32	16.7
	5次以上	29	15.1
您来自哪里	新沂	72	37.5
	新沂周边	77	40.1
	江苏省内（新沂及周边除外）	40	20.8
	江苏省外	3	1.6
旅游方式	单位组织	17	8.9
	家庭或亲友结伴	115	59.8
	旅行社组织	13	6.8
旅游方式	个人旅行	41	21.4
	其他	6	3.1
旅游动机	休闲放松，游览观光	95	49.5
	体验窑湾文化，增长知识	41	21.4
	受到广告活动的吸引	13	6.8
	增进朋友和家人的感情	43	22.4

### （三）因子分析

效度分析是采用KMO（Kaiser-Meyer-

Olkin）样本测度。通常认为，KMO的值越大，其变量之间有越多的相同因素，也就越适宜做因子分析。一般认为KMO值大于0.9，分析效果最佳，在0.7-0.9之间，分析效果较好，在0.5-0.6间分析效果较差，在0.5以下时，则不适合做因子分析[15]。本研究中的KMO值达到0.810（见表4）大于0.8，Bartlett球形检验值为761.508，在自由度为91的条件下和0.000水平上达到显著，通过了显著性为0.05的检验，说明真实性因子相关矩阵间是存在公因子的，适合做因子分析。

表4：KMO 和 Bartlett 的检验

指标		百分比
取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量。		.810
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	761.508
	df	91
	Sig	.000

运用spss对原始数据进行因子分析，采用主成分分析法，选取特征值大于1的因子，再采用最大方差法进行因子旋转。

根据下表(见表5)可知，本次分析工提取出5个因子，其中因子1的特征值为4.632，因子2的特征值为1.418，因子3的特征值为1.112，因子4的特征值为1.082，因子5的特征值为0.929.这五个因子的累计解释方差为65.522%，说明提取的5个因子数据整体解释度较好。

表5：解释的总方差

成分	初始特征值			提取平方和载入			旋转平方和载入		
	合计	方差的 %	累积 %	合计	方差的 %	累积 %	合计	方差的 %	累积 %
1	4.632	33.084	33.084	4.632	33.084	33.084	2.314	16.528	16.528
2	1.418	10.129	43.213	1.418	10.129	43.213	2.004	14.312	30.840
3	1.112	7.946	51.160	1.112	7.946	51.160	1.884	13.457	44.297
4	1.082	7.725	58.885	1.082	7.725	58.885	1.710	12.213	56.509



接表5：解释的总方差

成分	初始特征值			提取平方和载入			旋转平方和载入		
	合计	方差的 %	累积 %	合计	方差的 %	累积 %	合计	方差的 %	累积 %
5	.929	6.637	65.522	.929	6.637	65.522	1.262	9.013	65.522

(提取方法：主成份分析。)

因子分析利用降维的思想，选取少数几个可以高度概括数据中包含信息的因子为代表去描述许多指标或因素之间的联系，用较少的几个因子来反应资料中大部分的信息。

在对因子进行抽取时，我们可以得到每个题项的因子负荷，以此来筛选初始题项。其中对小于0.5的因子进行删除，对一个题项中有两个或多个大于0.5的因子也删除。据此对初始题项进行筛选，并将“窑湾古镇中传统手工艺品的制作”和“窑湾当地人参与节庆活动的程度”两个题项进行了删除。

由最终因子分析的结果可知，虽然删除了两个题项，但其他因子的归类与前文建立的指标体系相符（见表6）。

表6：旋转成分矩阵

因子命名	包含要素	成分				
		1	2	3	4	5
古镇旅游商品感知	窑湾古镇中传统手工艺品的 外形和质量好坏	.757				
	窑湾古镇中旅游纪念品对 古镇特色的体现情况	.714				
古镇旅游商品感知	窑湾古镇的土特产品对当 地特色的体现程度	.699				
	窑湾古镇中传统手工艺 品的数量	.673				
古镇建筑文化感知	窑湾古镇中传统手工艺 品的数量		.750			
	窑湾古镇的建筑体现出的 年代感		.711			
	窑湾古镇古建筑风貌的完 整度		.636			

接表6：旋转成分矩阵

因子命名	包含要素	成分				
		1	2	3	4	5
古镇饮食文化感知	窑湾古镇饮食种类的丰富程度			.858		
	窑湾古镇的饮食风味如何			.771		
古镇历史文化感知	窑湾古镇对其历史事件记录的详实程度				.857	
	窑湾古镇中的游乐项目与古镇历史文化的协调程度				.615	
	窑湾古镇名人遗迹的保存程度				.576	
古镇传统文化感知	窑湾本地居民语言的地区化程度					.817
	窑湾古镇中传统民俗对您的吸引程度					-.528
	因素个数	4	3	3	2	2
	累计解释变异	65.523%				

(提取方法：主成份。旋转法：具有 Kaiser 标准化的正交旋转法。a. 旋转在 7 次迭代后收敛。)

通过提取的公因子，我们可知，影响游客真实性感知的因素主要包括五大类，分别是：古镇旅游商品感知、古镇建筑文化感知、古镇饮食文化感知、古镇历史文化感知、古镇传统文化感知。

#### (四) 回归分析

经过对数据进行因子分析后，笔者运用SPSS，进一步做线性回归分析，检验古镇真实性感知和游客行为意向的关系。以“游客是否愿意重游或将窑湾古镇介绍给他人”为因变量，以“古镇旅游商品感知”、“古镇饮食文化感知”、“古镇建筑文化感知”、“古镇传统文化感知”和“古镇历史文化感知”为自变量（见表7）。

从结果可知，只有4个自变量进入了模型，4个自变量的调整R方分别为0.442、0.592、0.630、0.643，方差检验F值为87.160，显著性检验值为0.000，说明模型的拟合效果还是比较好的。古镇旅游商品感知、古镇饮食文化感知、古镇建筑文化感知和古镇传统文化感知，均对游客的行为意向产生正向影响，而古镇历史文化感知没有进入模型，表示其对游客行为意向没有正向显著影响。

运用标准化系数的大小，判断自变量对因变量的影响程度的大

小，其中旅游商品标准系数最大，为0.359，对游客行为意向影响最大；其次是古镇饮食文化，标准化系数为0.354，对游客行为意向的影响次之；再次为古镇建筑文化，标准化系数为0.196，对游客行为意向影响较小；最后是古镇传统文化，标准化系数为0.147，对游客行为意向影响最弱。

## 四、总结与管理启示

### (一) 总结

通过人口统计特征分析，窑湾古镇的游客构成主要以中青年为主，客源地主要是本地和周边城市，游客的旅游动机以休闲娱乐、增进家人朋友之间的感情为主。通过因子分析，我们将影响游客真实性感知的因素分为五类，即古镇旅游商品感知、古镇建筑文化感知、古镇历史文化感知、古镇饮食文化感知和古镇传统文化感知。根据提取的公因子排序，表明在古镇旅游真实性感知中古镇旅游商品感知的影响力最为明显，因而窑湾古镇中的传统手工艺品、旅游纪念品和土特产品对游客的真实性感知影响最大。古镇建筑文化和饮食文化紧随其后，也会产生一定程度的影响。而古镇传统文化和历史文化对游客真实性感知的影响力则相对较小。由此我们可以看出，古镇中有形的物质要素较无形的非物质要素来说，更能让游客感受到真实性。

通过回归分析，研究表明古镇旅游商品感知、古镇饮食文化感知、古镇建筑文化感知、古镇传统文化感知均对游客行为意向产生显著影响，而古镇历史文化感知对游客的行为意向影响不显著。古镇旅游商品感知和古镇饮食文化感知对游客行为意向影响较大，而古镇建筑文化感知和古镇传统文化感知对游客的影响则相对较小。这正如构建主义真实性所认为，游客所寻找的真实性并非客观的真实性，而是社会方方面面所构建出的真实性。因而，在古镇旅游的过程中，游客往往会对有形的、可直接接触到的要素感受较为深刻，而对于传统文化和历史文化这类非物质文化遗产的感知程度则会相对较弱一些。但是从调查结果的显示来看，不论是物质还是非物质文化，均与游客的真实性感知直接相关，并对游客的行为意向产生影响。

表7：线性回归模型系数

模型		非标准化系数		标准系数	t	sig	f	R	R方	调整 R 方
		B	标准 误差	试用版						
因变量：	(常量)	-1.323	.267	.359	-4.964	.000	87.160	.667a	.445	.442
你是否愿	古镇旅游商品	.457	.070	.354	6.565	.000		.772b	.596	.592
意重游或	古镇饮食文化	.436	.059	.196	7.346	.000		.797c	.636	.630
将窑湾古	古镇建筑文化	.279	.074	.147	3.763	.000		.807	.651	.643
镇介绍给	古镇传统文化	.205	.073		2.825	.005				
其他人										

(二) 管理启示

1. 让古镇更村一点

古镇建筑文化感知是影响古镇真实性感知的重要因素，游客所期望的古镇游是真实的古镇，徜徉其中，便能够感受到千百年前的古镇景象和风貌的古镇，并非人为建造的当代园林。因而，古镇旅游的开发应更多地立足于建筑、景观的还原，而非人为的对房屋、道路、建筑等的仿古建造。对于已开发和建造完成的景点、建筑无法再拆除还原，那么现在正在开发建造中的二期工程，则可以尽可能少的对房屋建筑等进行重修重建，以加固和维护为主，以还原历史为目的对二期的景区进行开发。以此开发出的古镇并没有经过精心修筑的古镇美观，但却是原真的，是具有历史感和年代感的真正意义上的古镇。

2. 打造窑湾特色旅游商品

研究表明，影响游客对古镇真实性感知的显著因素是古镇旅游商品，对游客行为意向影响第一重要的因素也是旅游商品要素。如何更好地发展古镇中的旅游商品，是古镇管理人员要着力研究的问题。在制度方面要加强对古镇中经营旅游商品的商户管理，在鼓励居民创业的同时，也要对商品市场进行硬性控制，调整入市标准，控制旅游商品种类，严把商品质量关，将古镇中的旅游商品做好做精。在品牌方面，要打造属于窑湾古镇自己的旅游商品品牌，除对现有企业进行大力扶持外，也要积极对小的私有企业进行整合，打出组合拳，也可与有一定知名度的企业合作，来打造窑湾古镇自身的品牌，并利用大企业的知名度进行营销宣传，提高在公众心目中的信誉度。在特色方面，窑湾古镇要充分挖掘并利用自身独有的民俗特色，并将其融合到旅游商品中去，如

建造具有古镇特色的游船，将机动船换成双桨小舟，让游客体验自己动手的乐趣。另外，窑湾古镇的传统民俗技艺也可以开发为旅游商品，如糖画、面塑、草编等。

3. 合理发展饮食文化

古镇饮食文化是影响游客行为意向的第二大要素。因此，窑湾古镇更应大力弘扬其美食文化，吸引四方游客，让游客在观赏窑湾古镇美丽景色的同时感受窑湾独特的饮食文化，从而强化游客对旅游的真实性体验，提升其满意度。

首先古镇管理人员要加强对古镇餐饮商家的管理，通过举办美食大赛等活动，增强商家积极性，提高自身技艺和知名度。其次推出少而精的餐饮理念，窑湾古镇美食小吃众多，同质化现象严重，使得古镇美食失去了特色，出现了家家有，家家不精的现状。因此古镇管理人员则可以对各商铺经营者提出建议，推出少而精的理念，做出自己的特色、招牌，做出真正的窑湾味道，这才是游客需要的真实感。

4. 增加传统文化要素

游客在古镇中体验的“真实”，可以通过增加传统文化要素实现。可从两方面入手，一是窑湾本地居民语言的地区化程度，另一个是窑湾古镇中传统民俗的体现力。

古镇所在地居民语言的地区化程度，可以一定程度的反映出古镇的原真性。语言地区化程度越高，则表明该地区的原真性越高，越真实的保留了古镇的原汁原味。因此，地方管理人员要加强对地方语言文化的保护，出台相关保护和激励措施，鼓励当地居民说方言。

窑湾古镇在对地方文化的挖掘方面是有所行动的，但力度不够。如“夜猫子集”是体现窑湾特色的重要民俗活动，古镇管理者应在原有基础上扩大该项目的规模，采用1:1原



真蜡像形式建造塑像模型,尽可能真实的还原当时夜猫子集的景象,或采用全电子屏或全息投影为背景墙,利用3D效果,全方位展现当时的街景,再配合音频和灯光,使得游客有一种身临其境的真实感,让夜猫子集在游客的心目中留下深刻的印象,增加游客满意度。另外,窑湾古镇还有很多优秀的传统手工艺,如剪纸、刺绣、竹刻等,把这些传统手工艺以体验旅游的形式来开发,在古镇中建立旅游体验区,免费教游客剪纸、刺绣等,增强窑湾古镇传统手工艺带给游客的真实性感知,同时也使旅游商品变得更加有意义。

### 参考文献

[1]MacCannell,D.Staged Authenticity:Arrangements of Social Space in Tourists Settings[J].American Journal of Sociology,1973,79(3):589-602.

[2]DeanMacCannell.旅游者:休闲阶层新论[M].桂林:广西师范大学出版社,2008:108.

[3]Cohen,E.Rethinking the Sociology of Tourism[J].Annals of Tourism Research,1979,(6):18-35.

[4]戴伦·J.蒂莫西·斯蒂芬·W.博伊德.遗产旅游[M].北京:旅游教育出版社,2007:9-251.

[5]WangNing.Rethinking Authenticity in Tourism Experience[J].Annals of Tourism Research,2003,26(2):34:9-370.

[6]高燕.凤凰古城景观真实性感知比较研究——居民和旅游者视角[D].长沙:湖南师范大学,2009.

[7]赵磊.真实性理论在景区旅游产品设计中的应用研究——以公孟岩风景名胜景区为例[N].山西师范大学学报(自然科学版),2009(3).

[8]赵红梅,李庆雷.回望“真实性”(authenticity)(上)——一个旅游研究的热点[J].旅游学刊,2012,27(4):11-18.

[9]郭莹.真实性视角下非物质文化遗产旅游开发——以河北保定为例[D].陕西师范大学,2013.

[10]焦彦,臧德霞.现代性与真实性的结合:入境游客对旅游配套设施的体验研究[J].旅游学刊,2015,30(10):28-36.

[11]王晓晓,张朝枝.遗产旅游真实性理解差异与遗产地管理[J].旅游科学,2007,21(1):14-16.

[12]戴永明.基于游客感知的古村落真实性研究——以西递和宏村为例[D].杭州:浙江大学,2012.

[13]徐伟,王新新.旅游真实性感知及其与游客满意、行为意向的关系:以古村落旅游为例[J].经济管理,2011(4):111-117.

[14]胡旺盛.古镇旅游真实性感知对游客行为意向影响的研究——以安徽三河古镇为例[D].安徽财经大学,2014.

[15]张文彤,闫洁.SPSS统计分析基础教程[M].高等教育出版社,2004.

Abstract: We take the tourism "authenticity" as the research angle of view.YaoWan towns is selected as a case.We use the methods of questionnaire investigation and on-the-spot investigation to construct the evaluation system of the authenticity of the ancient town tourism. Through SPSS data analysis software, the questionnaire results were analyzed to study the relationship between the authenticity of the ancient town tourists and their behavior intention. The results show that affect tourists on authenticity perception mainly includes five dimensions : ancient town tourism commodity perception、cultural perception of ancient diet、ancient building cultural perception、town the perception of traditional culture、ancient historical and cultural perception. About tourist authenticity effecting on the behavioral intention , we found that have a strong impact on tourist behavior intention was to the ancient town tourism commodity perception and the ancient town of diet cultural perception, ancient building cultural perception and the ancient town of traditional cultural perception on tourist behavior intention influence is relatively weak, and the historical and cultural perception of the ancient town had no significant impact on the tourists' behavior intention.

Keywords:town tourism; perceived authenticity; behavioral intention; YaoWan town [BES](#)

# Research on the Operation Mode of Characteristic Town

## 特色小镇的发展构建

范建峰 / 澠池县旅游局. 学号 172309

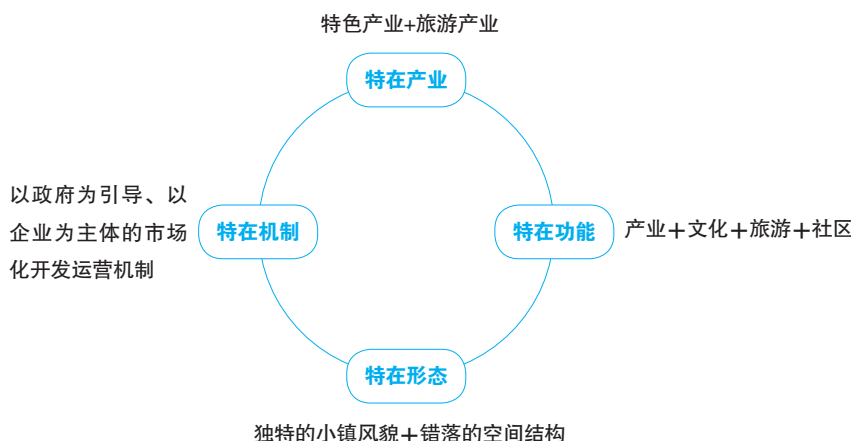


**摘要：**“因地制宜，产城融合，探索创新”虽是老话，但对于当下的特色小镇规划、建设和发展而言，仍然是受用的。有重点、有特色发展是指导特色小镇建设的重要原则，特色小镇建设创新推动“产、城、人、文”融合，为破解空间资源瓶颈、产业转型升级、改善人居环境、推进新型城镇化提供了有力的抓手，对探索新型小城镇之路有重要意义。

**关键词：**特色小镇；旅游；规划

特色小镇是指依赖某一特色产业和特色环境因素（如地域特色、生态特色、文化特色等），打造的具有明确产业定位、文化内涵、旅游特征和一定社区功能的综合开发项目。是旅游景区、消费产业聚集区、新型城镇化发展区三区合一，产城一体化的新型城镇化模式。

## 一、相关政策



2016年，对“特色小镇”来说是相当火爆的一年，中央部委和全国各省市都在积极出台相关政策措施加快“特色小镇”的建设。住房城乡建设部、国家发展改革委、财政部、浙江省、天津市、福建省、贵州省等都出台了支持“特色小镇”的相关文件，积极筹划特色小镇的建设。

1、《住房城乡建设部 国家发展改革委 财政部关于开展特色小镇培育工作的通知》建村[2016]147号，2016年7月；

2、住建部《关于做好2016年特色小镇推荐工作的通知》建村建函[2016]71号，2016年8月；

3、国家发展改革委《关于加快美丽特色小（城）镇建设的指导意见》发改规划[2016]2125号，2016年10月；

4、中央财经领导小组办公室、国家发展改革委、住房城乡建设部联合召开特色小（城）镇经验交流会主要意见，2016年10月；

## 二、特色小镇的发展架构

### 1、以特色产业为引擎的泛产业集群结构。

特色小镇主要聚焦自身优势的特色产业；延伸产业链，形

成“产业本身+产业应用+产业服务”的相关产业集群机构。

### 2、以旅游为引擎的泛旅游产业集群结构。

以特色产业为基础，发展旅游产业；以旅游的十二要素为内容，打造泛旅游产业集群结构。

### 3、旅游目的地架构旅游。

特色小镇不完全是旅游，但又必须是旅游；每一个特色小镇都是一个以4A景区为主导的旅游目的地。

### 4、新型城镇化架构。

人口聚集，带来城市居住及配套服务的发展，进而形成城镇化架构。

### 5、智慧化与互联网引擎。

以通信和信息技术为支撑，以游客互动体验为根本，以便捷化管理为保障的智慧化旅游，可促进产业结构升级。

因此特色小镇是以“双产业”即特色产业与旅游产业为主，“三引擎”即产业引擎、旅游引擎、智慧化及互联网引擎相协调，“三架构”即产业链整合架构、旅游目的地架构（景区）、城镇化架构共同支撑的发展架构。



### 三、特色小镇的总体特征

#### 1、以特色的产业及环境资源为基础。

产业资源是特色小镇打造的前提；环境资源是特色小镇打造的重要依托；资源如何转化为面向市场的核心吸引力是其核心指向。

#### 2、以坚定的政府政策及投融资支持为依托。

以产业为引领，实现“产业+文化+旅游+社区”的四重功能；各功能之间并不是简单的大糅合，而是相互之间有机的整合与融合。

#### 3、以产城一体化综合开发为手段。

主要表现为产业的综合发展；功能的综合配置；土地的综合开发；配套的综合建设；目标的综合打造等方面。

#### 4、以泛旅游为引擎与目标归宿。

拥有完善的城镇及旅游配套设施；拥有超越一般景区的较高品质的服务（包括旅游服务于公共服务）。

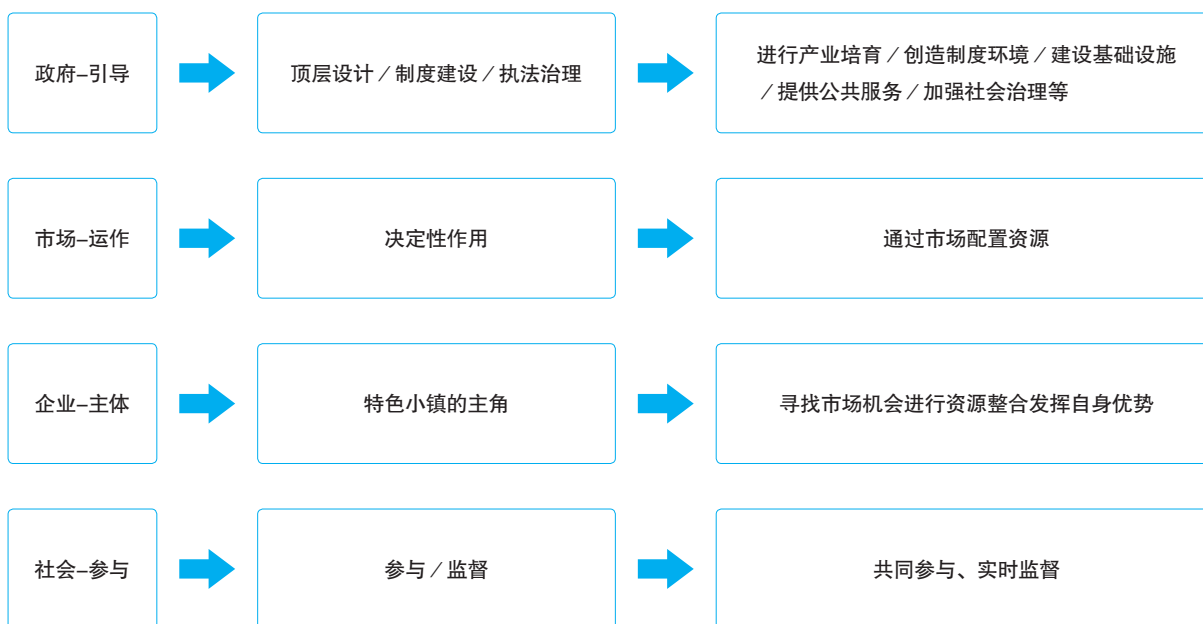
#### 5、以产业链开发及房产开发为盈利核心。

- ◎ 土地一级开发：直接获利，享受升值效益；
- ◎ 房产开发：房产销售、房产回收经营；
- ◎ 项目开发：经营收益等。

总之，特色小镇的产业为双产业为主，即“特色产业+旅游产业”。其中自身特色产业主要指新兴产业或传统经典产业，诸如信息经济、环保、健康、时尚、金融、高端装备等新兴产业；茶叶、丝绸、石刻、文房、青瓷等传统产业。泛旅游产业主要是“旅游+农业”、“旅游+乡村”、“旅游+工业”、“旅游+健康”、“旅游+体育运动”、“旅游+科技”、“旅游+教育”等方面内容。

### 四、特色小镇的运营模式

政府负责小镇的定位、规划、基础设施和审批服务，引进民营企业建设特色小镇。



### 五、案例研究

现认真研究几个特色小镇建设情况，抛砖引玉，为旅游行业转型升级进行有益的探索！

#### 1、江南药镇

江南药镇定位为“药材天地、医疗高地、养生福地、旅游胜地”，通过培育中医药健康产业、旅游服务业和养生养

老产业三大新兴产业，融产业、旅游、社区、人文功能于一体，建设成为以中草药文化为主、集高端中药产业、旅游度假养生、区域联动发展的特色小镇；塑造一个尊重和传承中国中医药文化、一个人与自然和谐共生、一个可持续发展的精致特色小镇。

江南药镇总投资51.5亿元，主要用于非盈利性基础及服

务设施和重点工程项目，其中非盈利性基础及服务设施投入约11.5亿元，主要用于打造文化旅游品牌、中医药养生园、特色文化街区和中药产业园建设。截至2015年底，已开发建设面积112公顷，完成固定资产投资（不包括商品住宅和商业综合体项目）10.05亿元，吸引120家企业、990家个体工商户、20多个创业团队入驻，初具规模。江南药镇作为浙江省唯一一个以中药材特色产业为依托的特色小镇，正在成为全县加快跨越发展的新引擎，为全县中药材产业转型发展提供了新的契机。

## 2、平阳宠物小镇

宠物小镇选址于南雁荡山景区门户区域，四面环山，傍靠鳌江水系，距离平阳县中心1.1公里。

平阳宠物小镇定位为国内知名宠物主题小镇，着力打造成为温州宠物用品研发制造基地、温州宠物主题文化时尚中心、南雁景区休闲旅游特色门户和北港片区新兴产城融合板块等四大功能。重点培育宠物用品产业和宠物休闲旅游产业这两大主导产业，将产业、旅游、社区、人文功能融为一体，建设成为集全国最重要的高端宠物用品研发制造基地、时尚展销窗口、主题旅游目的地和综合服务中心为一体的特色小镇。总投资52.2亿元，主要用于非盈利性基础及服务设施和重点工程项目，其中非盈利性基础及服务设施投入约22.7亿元，主要用于打造游客接待中心、宠物文化博物馆、溪心岛休闲旅游特色村和基础设施项目的建设。

目前，平阳宠物小镇已完成投资额10.05亿元，主要用于宠物用品研发中心建设；引进宠物用品企业高级以上职称或硕士学历以上的高端人才有27人；皮革企业高级以上职称或硕士学历以上人才15人。宠物小镇基本完成了核心功能设施、平台建设，初步打响宠物时尚小镇品牌知名度。

## 3、上海泰晤士小镇

上海泰晤士小镇这个项目的起因是上海早在“十五”期间着力推行的声势浩大的一城九镇计划，在相当长一段时间，不管是泰晤士小镇，还是一城九镇，都一度成为行业内热议的计划性失败的案例。原因在于私家车在普及之前，像松江这样的区域对于2010年前的上海人来说，还过于遥远。

2013年后，私家车普及后带来的文化旅游消费升级，轨道交通9号线和沪杭高铁的通车，松江新城建设日渐成熟，小镇充分依托松江良好的生态环境基础，并引入英国历史小镇中细致的城市肌理、亲切的空间尺度、混合功能的步行街区、丰富多彩的城市立面等设计理念，追求人与自然的最佳和谐，体现松江新城浓烈的现代化、国际性、生态型以及旅游文化气息。

总体来看，经过10年的沉淀，小镇产业从无到有，已经开始按照产业生态环境的模式进行生长。如今，小镇的产业组团已包括了四大方面：婚庆产业、文化旅游配套服务业、公共服务业以及传媒创意产业四大业态组团，小镇的入住率快速提升，目前已经达到50%。

最值得关注的对于小镇中心地区街区部分的规划，这里的建筑性质是商住混合，称之为居家式商铺，即一楼是商铺，二、三楼是住宅。这样做的好处在于，在小镇建设初期，商住混合的产品形态有利于人口的引入，不会出现大量中心商业因体量过大出现空关或者闲置，从而显示出鬼城的人气清淡的现象。

我们要立足产业“特而强”、功能“聚而合”、形态“小而美”、机制“新而活”，将创新性供给与个性化需求有效对接，打造创新创业发展平台和新型城镇化有效载体。按照控制数量、提高质量，节约用地、体现特色的要求，推动小（城）镇发展与疏解大城市中心城区功能相结合、与特色产业发展相结合、与服务“三农”相结合。大城市周边的重点镇，要加强与城市发展的统筹规划与功能配套，逐步发展成为卫星城。具有特色资源、区位优势的小城镇，要通过规划引导、市场运作，培育成为休闲旅游、商贸物流、智能制造、科技教育、民俗文化遗产的专业特色镇。远离中心城市的小城镇，要完善基础设施和公共服务，发展成为服务农村、带动周边的综合性小城镇。

牢固树立发展新理念，开拓创新、扎实工作，奋力开创特色小镇和小城镇发展新局面，为推动新型城镇化建设站在新起点、取得新进展做出新贡献！

## 参考文献：

[1]邹毅.从空城到50%入住率，这可能成为特色小镇典型案例.新旅界.



# BES案例

B E S C A S E S





## 旅游特色小镇该怎么规划？

大地风景国际旅游集团近年来做了很多旅游特色小镇的案例，包括景区即小镇型、旅游地产型，旅游+、创意型小镇等，积累了非常丰富的旅游特色小镇规划经验。本栏目结合BES案例，以十渡旅游型城镇化专项报告、濮院镇有机更新总体规划方案和灵山湾冰雪童话小镇旅游发展总体规划为例，解析旅游特色小镇的规划设计。



# Shi Du Tourism Urbanization Planning

## 北京十渡旅游型城镇化方案

文 / 吴朝阳

项目时间：2015年4月

委托单位：中交集团

### 一、项目介绍

十渡镇隶属北京市房山区，地处北京西南，太行山东北端、华北平原西北山区，距北京市区80千米。十渡位于房山世界地质公园内，是地质公园占地最大、接待规模最大的集观光、休闲、娱乐、度假为一体的综合中心景区，是房山世界地质公园的核心，也是十渡风景区的重要组成部分。

2015年4月，北京大地风景旅游景观规划设计有限公司在《十渡旅游型城镇化专项报告》中提出，由拒马河沿岸向沟域内辐射发展，规划范围包括十渡镇全域和张坊镇一到四渡及其周边区域，规划总面积296.8平方公里。

### 二、发展战略：以旅游为导向的新型城镇化发展战略

通过问题研判，发现十渡现在还处于简单粗放式旅游发展阶段，行政分割，开发主体弱小，产业业态低端失衡，旅游富民效益明显不足。针对这些现状，规划提出了以旅游为导向的新型城镇化发展战略，通过上山、下乡、探谷、入水，四维立体化空间，重构旅游新格局。

#### 1、区域协同化发展战略

一方面，在京津冀一体化发展的机遇下，突破行政区壁垒，与野三坡构建无障碍旅游区，打造十野一体化大旅游格局；另一方面，与京郊其他区县共同构筑北京近郊旅游格局。

#### 2、产业先导化发展战略

充分发挥旅游产业作为十渡战略支柱产业的优势，以旅游产业为导向，构建一二三产融互促的发展格局，以产富民，带动本地居民就业，以产业先导实现新型城镇化。

#### 3、旅游全域化发展战略

在现有依托拒马河发展的基础上，加大村域、沟域的旅

游开发，通过上山、入沟、进村、下水，实现镇域、村域、沟域、水域等全域化发展的旅游格局。

### 三、发展格局：上山、下乡、探谷、入水

上山、下乡、探谷、入水

四维立体化空间，重构旅游新格局

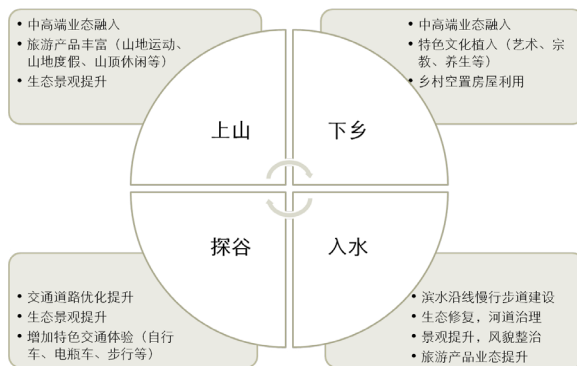


图1：十渡镇发展格局

### 四、总体定位：旅游型特色小镇

通过独特景观、精品文化、精致产业创建旅游型特色小镇，使其成为中国旅游型就地城镇化典范。

- ◎ 独特景观——以深切河曲型喀斯特地貌为特色
- ◎ 精品文化——以渡口佛教文化为核心

- ◎ 精致产业——旅游业、农业、健康产业、文化创意产业、房地产业
- ◎ 从旅游功能上来说，建设北京环城游憩带上重要节点，房山世界地质公园山水型精品度假核心区。

## 五、发展路径：去景区中心化+ 新型城镇化+旅游全域化

### 1、去景区中心化

去景区中心化是摆脱传统的以景区为发展核心的旅游开发模式，而是将十渡镇作为一个大景区，在整体生态优化的前提下实现景区与村落等协调发展。

### 2、新型城镇化

在旅游景区的带动下，将服务、集散、游览等功能分散至村落建设中，实现就地城镇化。

### 3、旅游全域化

发挥路网和旅游产品的作用，把不同景区、村镇串联起来，逐渐实现全域化的发展。

## 六、发展模式：大区小镇

### 1、区镇融合

十渡镇本身作为世界地质公园的组成部分，是发展新型城镇化和旅游业的本底。

### 2、区镇互动

在十渡镇及景区内，拥有着各种小型旅游景区和项目，这些项目与其周边的村落、新建小镇、商业综合体等形成一种互动发展，景区提供游览内容，小镇提供相关服务。

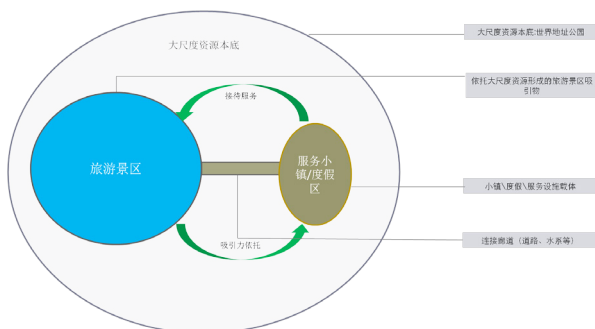


图2：十渡镇发展模式：大区小镇

## 七、空间结构：1带·2心·5道沟

一带：拒马河休闲景观带

两心：十渡镇旅游主中心、张坊镇旅游副中心

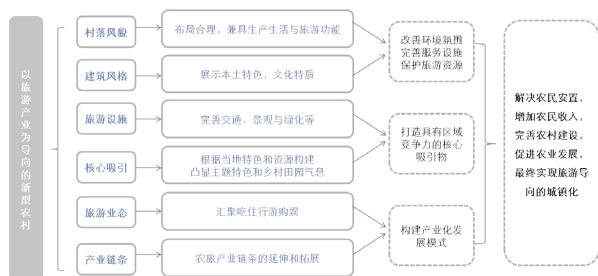
五道沟：马鞍谷、沟谷二、沟谷三、沟谷四、平峪村



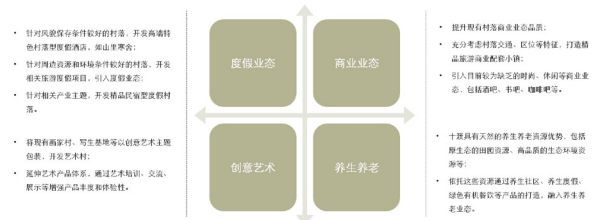
图3：十渡镇空间结构图

## 八、以旅游产业为导向的新型农村建设

### 1、发展模式



### 2、由河入沟，业态入村



注：本文仅供交流学习使用。



# Pu Yuan Town Organic Renewal Strategy Planning

## 濮院城镇有机更新项目发展战略规划

文 / 黎筱筱

项目时间：2014年12月~2015年5月

委托单位：桐乡乌镇古镇联盟景区建设管理咨询有限公司

### 一、项目背景：与乌镇景区对桐乡旅游形成“双轮驱动”

濮院镇位于桐乡市东部城区以东，在中国乡镇综合实力500强中列第80位，拥有中国最大的羊毛衫市场。作为全国旅游综合改革试点，桐乡提出要全面推动以旅游业驱动新型工业化、新型农业化、新型城镇化和服务业现代化的“一业驱动四化”。在此背景下，濮院依托长三角城市群的区位优势，以有机更新为原则，拓展古镇肌理，推动历史文化与现代需求的融合，打造中国古镇旅游、文化休闲、产业升级的新样板，与同处桐乡的乌镇景区形成“双轮驱动”。



图1：濮院镇鸟瞰图

### 二、规划思路与定位：全球毛衫品牌创新中心、时尚设计中心、长三角地区的休闲度假中心、中国古镇旅游新标杆

规划分析了濮院历史发展脉络、核心旅游资源，并充分对比了与乌镇在空间肌理、建筑景观、旅游产品、核心吸引力方面的特色差异，提出以“中国时尚古镇”为总体定位，遵循有机更新、产业融合、时尚引领三大发展战略，全面塑造“古镇风尚游、原乡体验游、文化养心游、原创设计购物游”品牌、扩展濮院旅游空间、丰富濮院旅游产品、优化濮院旅游体验、提升濮院旅游服务，实现古镇旅游的转型升级和可持续发展，全面提升濮院在浙江旅游、中国古镇旅游及中国旅游格局中的地位和影响力，并最终将濮院打造成为：全球毛衫品牌创新中心、时尚设计中心、长三角地区的休闲度假中心、中国古镇旅游新标杆。



图2：濮院镇项目总平面图

### 三、空间结构：一带·五区的空间格局

在空间布局上，按照古镇为核、文化为脉、产业集聚的理念形成了“一带·五区”的空间格局，即濮院港生态景观带；入口集散区、古镇观光区、禅修度假区、时尚文化创意区、生态度假区。层次分明、主题明确、形成区域均衡发展的空间态势。

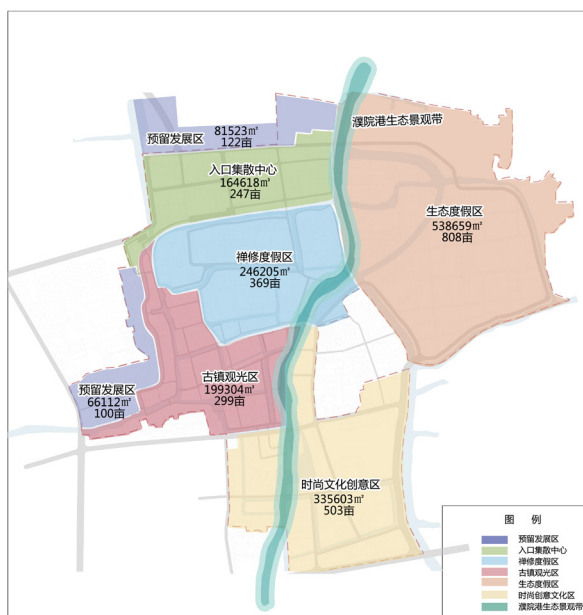


图3：濮院镇空间图

### 四、产品规划：四大功能、八大产品系列

产业方面，依托古镇旅游资源、毛衫产业、传统建筑、民俗风情、传统文化、美食特产等各类资源进行产品规划，突出“休闲、度假、文化、观光”四大功能。以“古镇观光”、“禅修度假”、“生态休闲”、“时尚购物”为核心，打造八大产品系列，实现泛旅游产业联动的发展策略，最终实现桐乡市旅游的大发展、大繁荣。 [BES](#)



濮院：院落效果图

# Planning·Design·Marketing: Ling Shan Bay Snow Fairy Tale Town

## 规划·设计·营销： 灵山湾冰雪童话小镇

文 / 郭潇 整理

项目时间：2015年1月

委托单位：青岛临港建设开发有限公司

建设成效：项目得到青岛西海岸新区政府的高度好评，市领导亲自带队考察3次，并将灵山湾冰雪童话小镇项目作为市政重点民生工程进行宣传，15天接待游客120万，赢得青岛市民的口碑。

### 一、建设内容

#### 1、编制系列规划

2015年1月，青岛临港经济开发区管理委员会委托北京大地风景旅游景观规划设计有限公司编制《灵山湾冰雪童话小镇旅游发展总体规划》、《灵山湾冰雪童话小镇修建性详细规划》和《灵山湾冰雪童话小镇建筑景观设计》，希望能够寻求差异化路线，快速聚集人气，快速见效果，突出主题特色，引爆青岛冬季旅游。为了克服时间紧的问题，所有建筑以木屋临建为主，建筑风格以欧式为主，保证了冰雪童话小镇在2-3个月时间迅速落地运营。

#### 2、制定项目的整体品牌营销

冰雪童话小镇从策划、规划到开业，历时58天，虽然时间短，但通过一系列的营销手段，快速获得了市场认可，春节期间，15天接待游客120万，赢得青岛市民的口碑。

#### 3、成为青岛冬季旅游的标杆性项目

冰雪童话小镇项目从规划、设计、建设到开门营业仅用了58天时间，2015年2月11日，冰雪童话小镇开幕，结合灵

山湾旅游度假区城市阳台景区现有场地资源条件，以夜晚灯光秀、欢乐雪场、儿童室内娱乐场、木屋街区、圣诞集市、主题演艺六大亮点撬动青岛冬季旅游市场；成为黄岛区、青岛市民冬季旅游的产品爆款，2015年春节期间，营业15天，接待120万游客。

#### 4、带动周边居民就业

冰雪童话小镇木屋街区、圣诞集市布置餐饮、酒吧、演艺等大量业态，带动了周边居民就业，提供创收增收渠道。为鼓励企业、个体入驻，投资方第一年免费提供木屋空间，吸引企业、个体户入驻；开业期间羊肉串新疆小伙靠卖羊肉串日收入达8000元。

### 二、项目背景

为解决灵山湾旅游度假区、黄岛区冬季旅游短板问题，以冰雪为创意点建设冰雪童话小镇，引爆青岛冬季旅游市场。

灵山湾冰雪童话小镇位于青岛市黄岛区，在市民广场西侧，滨海大道以东，总规划面积约19.5公顷，约293亩，规划场地东西跨度约590米，南北跨度约600米，红线周长2300米。

青岛黄岛区位于胶州湾西畔，又称青岛西海岸新区，由原开发区和原胶南市组成，与青岛市区隔海相望。伴随青岛市“拥湾发展”战略的确立，青岛城市经济重心逐步开始向西海岸转移；



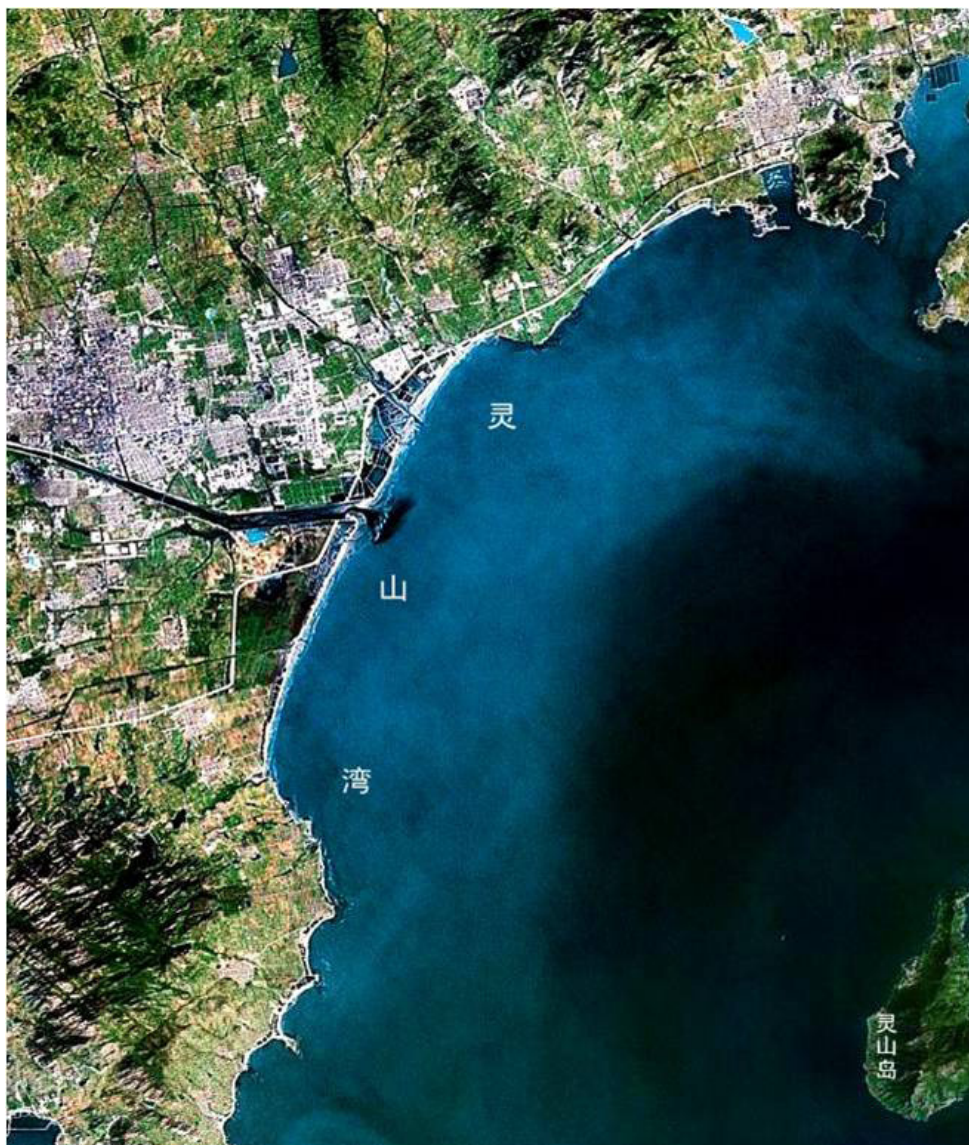


图1：项目区位图



图2：冰雪童话小镇实景图

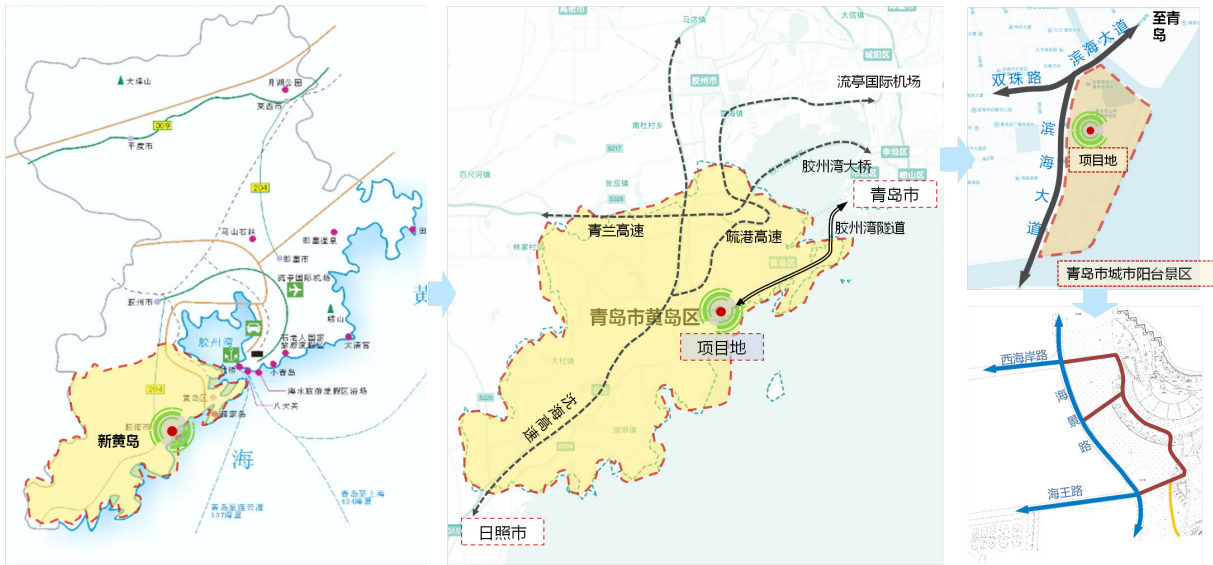


图3: 冰雪童话小镇区位图

### 三、规划理念

以欧洲圣诞集市为参照，结合灵山湾城市阳台景区现有的场地资源条件，以六大亮点：夜晚灯光、冰雪项目、木屋、演艺、集市、儿童项目，撬动青岛冬季旅游市场，项目定位为居游共享·冰雪童话小镇

采用游览与居住功能共享，节日与庆典复合，创新驱动引领和可持续发展模式等发展理念，根据灵山湾已建成的音乐广场发散，依托着音乐广场，承载冰雪项目及室内体育馆等娱乐功能，衍生出住宿、观赏、饮食、表演等一系列配套功能。通过与其他旅游景区错位发展，以冰雪主题带动建

设，依托度假区现有资源，为灵山湾旅游度假区吸引更广泛的客群；为度假者提供舒适的冰雪体验，从而打造居游共享的冰雪童话小镇。

### 四、空间结构：一轴六组团

#### 1、一轴六组团

一轴即核心景观体验轴

六组团包括冰雪童话组团、主题集市组团、欢乐冰场组团、室内娱乐组团、音乐节庆组团、沙滩娱乐组团（见图4、图5）。

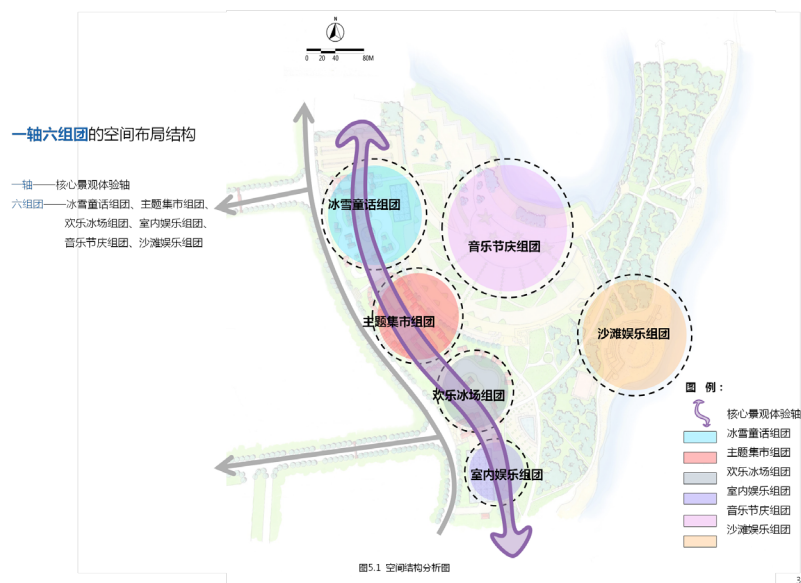


图4: 冰雪童话小镇空间结构图

## 五、产品规划：一轴六主题

一轴、六主题的产品规划布局。以一条创意景观轴串联六个主题产品，形成共生相联、各具特色的主题产品系统。

### 一轴：创意景观轴

**六主题：**小镇主题、集市主题、

### 冰雪运动主题、运动主题

### 节庆娱乐主题、沙滩娱乐主题

### 重要节点：



图5: 冰雪童话小镇功能分区

### (1) 主题集市区

主题集市区有木屋108栋，汇集商家62加，以特色小吃、手工艺制作、鲜花展销等为主；形成雪场有雪上飞碟、空中探险、香蕉船、悠波球、atv摩托等雪上运动项目。

以低成本、短周期、高效率、见效快的特点创造了崭新的开发模式。

## (2) 景观大道区

利用高科技及景观绿化方式，打造科技梦幻、欢乐祥和、互动体验于一体的文化主题大道。 **BES**





# 大地风景 上海院 五周年

立足上海  
服务全国

SHANGHAI  
BES PLANNING AND DESIGN  
THE FIFTH ANNIVERSARY  
BASED ON THE SHANGHAI  
SERVICES ACROSS THE COUNTRY

业务联系：021-60250971

全域旅游规划

主题乐园规划设计

景区创A  
提升规划



大理市全域旅游规划

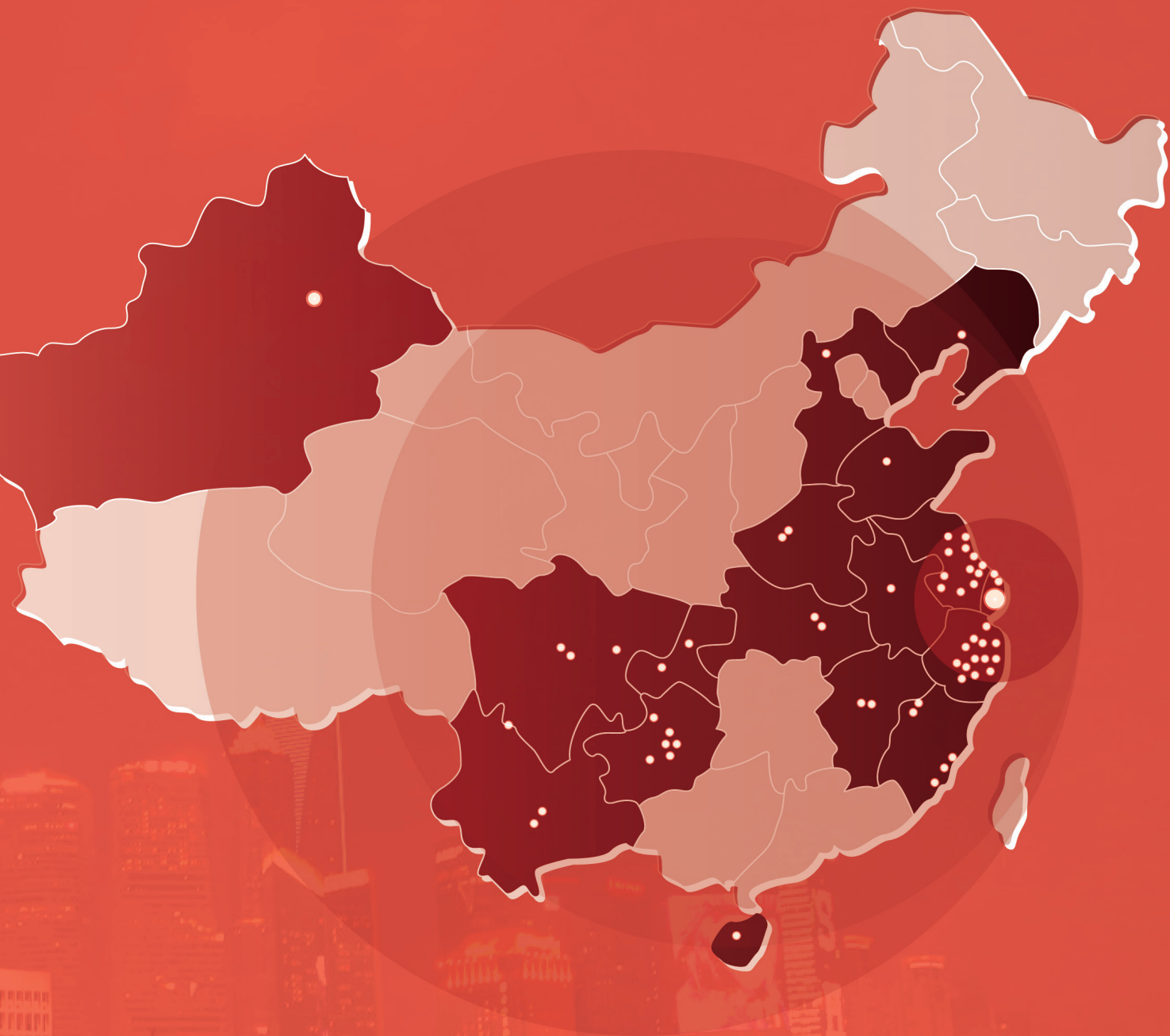


浙江省广电影视文化主题乐园规划设计



江苏省连岛景区  
5A级创建提升规划





## 特色小镇规划



河南省汝州温泉特色小镇概念规划

## 休闲农业项目



遂宁市保利养生谷花卉主题景区规划设计

**美丽大地  
风景中国**

**BES,  
THE AMENITY CREATOR  
FOR CHINA**

**中国旅游行业变革突出贡献奖**

始于**1997**年 **31**个省市自治区 **1000**多个成功案例

**大地风景国际旅游集团**创始于1997年，多年来致力于文化旅游发展应用研究与实践运营，秉持内容创新、知行合一价值观，立足中国本土文化，融入国际先进理念，构建旅游目的地全产业链研发和服务体系。大地风景勇立旅游与其延伸领域的发展前沿，凝聚全球顶尖智力资源，把握国内外旅游行业发展大势，整合产业上下游最佳战略资源和供应链品牌，根据客户实际需要量身定制系统化解决方案，为社会、为客户、为员工创造并共享非凡价值！

**7大市场分公司，零距离对接客户**

大地风景设置华北（北京）、华东（上海）、华南（广州）、西南（成都）、西北（西安）、华中（武汉）、东北（长春）七大分公司，就近响应客户需求，全面综合服务产品与服务。



**为大地保留和创造动人风景**



BES  
TOURISM  
GROUP  
INTERNATIONAL

大地风景国际旅游集团

## 5大业务领域，一站式全程服务

经过二十年深耕，大地风景已发展成为包含规划设计、旅游投资、目的地发展、智慧旅游、文旅建设五大业务领域的综合性旅游目的地服务机构。



## 中国旅游规划设计十大影响力品牌

大地风景已服务1000多个规划项目，项目覆盖全国31个省市自治区、500多个市区县，荣获“中国旅游行业变革突出贡献奖”。

- ◎ 服务于多个联合国评定的顶级旅游项目，用国际视野助力世界级遗产的保护与提升；
- ◎ 为中国最优秀的旅游省、市提供旅游总体战略咨询与规划，优秀服务案例占据旅游高端咨询领域半壁江山；
- ◎ 从前期策划、规划到建筑、景观设计及旅游商品设计，为文化产业园区、旅游综合体、旅游地产等落地项目提供深入产业的咨询方案；应用TOLD、CTC等先进理念与模式，开创了文化旅游产业发展的新格局；
- ◎ 多年来深耕在历史文化街区与古镇、乡村旅游与休闲农业、国家公园与旅游景区、景观生态与风景园林、温泉旅游与养生度假、主题公园与文化娱乐、风景道与自驾营地等不同专业方向，为传统景区带来活力，并创造了一系列新兴的文化旅游胜地和度假胜地；
- ◎ 响应国家政策，率先在全国完成多个重要旅游省、市、县全域旅游规划，为全域旅游建设提供重要的智力支持；
- ◎ 洞悉行业走势，结合多年来深耕经验，在项目中着重内部生态系统构建，精心打造了一批各具特色、产业鲜活的特色小镇；
- ◎ 关注景区实际需求，集结专家为景区提供针对性的咨询服务和专业实施方案，成功协助一批景区完成创A/升A/保A。



北京市朝阳区北四环中路27号盘古大观31层

电话：010-59393956 | 邮箱：bes@bes.cn.com

传真：010-59393985 | 网址：www.bes.cn.com



# 第三届中国古村镇大会

原生态·新生活

2017年11月17-21日

北京·国家会议中心 | 古北水镇



大会官方二维码



参会咨询: 卢锦涛 18968689696 | 参展咨询: 芮麟娇 13823312604 | 媒体联络: 张 哲 13220080752

赞助合作: 李 晴 13331122158 | 其他合作: 林丽琴 18612258718 陈 琳 18566273375

大会秘书处: 中国·深圳·坂田五和大道南2号万科星火Online 7-238  
7-238, Vanke Spark Online, NO.2 Wuhe South Road, Bantian Street, Longgang District, Shenzhen, Guangdong, PRC  
WeChat: gucunhui www.gucundahui.com

风景读书

# 作者陪你 一起读！



每天 5 分钟，

**15** 天通过精华阅读一本旅游专业书籍

搞定一个旅游开发主题

限时免费加入

仅限 **500** 名

早 七 点  
陪 你 读 书

长按识别 立即报名





北京大地风景旅游景观规划设计有限公司

地 址：北京市朝阳区北四环中路27号盘古大观31层

邮 编：100101

电 话：010-59393965/56

传 真：010-59393985

邮 箱：bes@bescn.com

微 博：@大地风景旅游咨询

华东分公司

地 址：上海市普陀区金沙江路1977弄金环商务花园8号楼303室

邮 编：2003333

电 话：021-60767830

传 真：021-60767831

邮 箱：bessh@bescn.com

华中分公司

地 址：武汉市武昌区首义名居2栋1单元701室

邮 编：430064

电 话：027-86794497

传 真：027-86794497

邮 箱：bescnhz@bescn.com

华南分公司

地 址：广州市海珠区聚德路299号龙腾18商务产业园2号楼201室

邮 编：510000

电 话：020-83981763

传 真：020-83981762

邮 箱：besgz@bescn.com

西南分公司

地 址：成都市高新区吉泰路666号福年广场T2-2108

邮 编：610041

电 话：028-85254878

传 真：028-85254878

邮 箱：bescd@bescn.com

西北分公司

地 址：西安市雁塔区雁南一路曲江六号16号楼二单元1302室

邮 编：710061

电 话：029-85338012

传 真：029-85338012

邮 箱：bescnxb@bescn.com

东北分公司

地 址：吉林省长春市净月开发区华荣泰时代6幢2711室

邮 编：130000

电 话：0431-89253571

传 真：0431-89253571

邮 箱：db\_ddfj@163.com



BES微博



BES微信