

新农村人居环境与村庄规划丛书

城镇

休闲地

规划与建设

新农村人居环境与村庄规划

建立健康卫生 安全舒适 节约 环保

特色鲜明的新农村

权威的解读

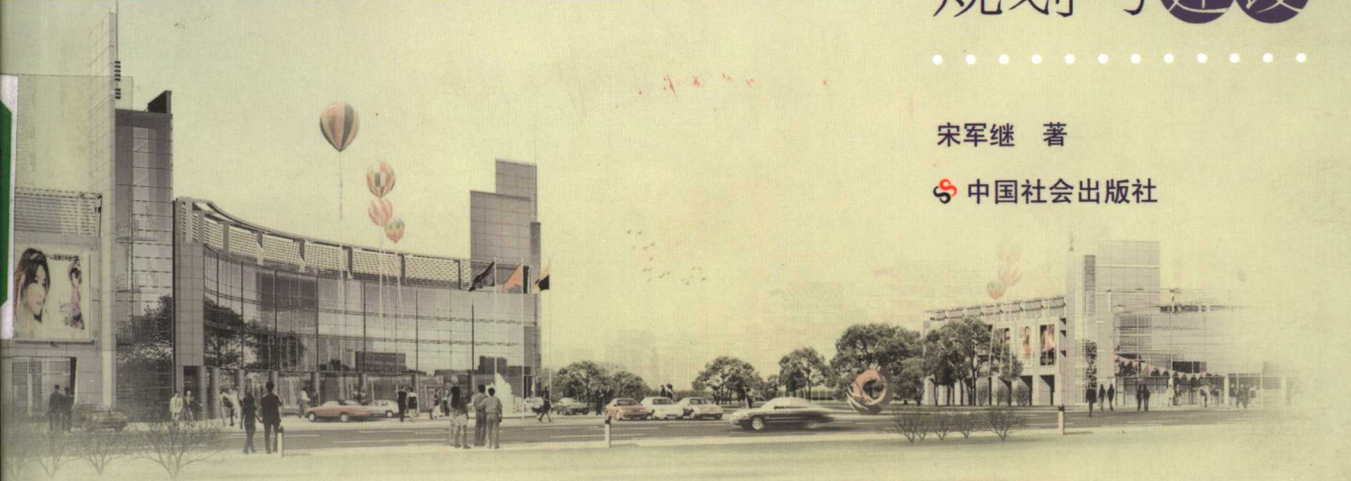
实用的蓝图

本书

运用地理学、经济学、管理学和社会学原理，
提出了发展城镇休闲地空间的创新理论，
对正起步的休闲理论起到推动作用

宋军继 著

中国社会科学出版社



新农村人居环境与村庄规划丛书

TU 982.29

TU982.29

4

:6

2006

城

鎮

休闲地

规划与建设

中国社会科学出版社

宋军继 ○ 著

图书在版编目(CIP)数据

城镇休闲地规划与建设 / 宋军继著. —北京: 中国社会出版社, 2006.9

(新农村人居环境与村庄规划丛书)

ISBN 7-5087-1526-8

I. 城... II. 宋... III. 城镇-城市规划

IV. TU984

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 113631 号

丛 书 名: 新农村人居环境与村庄规划丛书

书 名: 城镇休闲地规划与建设

著 者: 宋军继

责任编辑: 魏光洁

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电 话: (010)66051698 电 传: (010)66051713

邮购部: (010)66060275

经 销: 各地新华书店

印刷装订: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 185mm×240mm 1/16

印 张: 7

字 数: 130 千字

版 次: 2006 年 9 月 第 1 版

印 次: 2006 年 9 月 第 1 次印刷

定 价: 11.00 元

(凡中国社会出版社图书有缺漏页、残破等质量问题, 本社负责调换)

建设社会主义新农村书屋

总顾问：回良玉

编辑指导委员会

主任：李学举

副主任：翟卫华 柳斌杰 胡占凡 窦玉沛

委员：詹成付 吴尚之 涂更新 王英利

李宗达 米有录 王爱平

新农村人居环境与村庄规划丛书编委会

顾问委员会

主任：李兵弟

委员：赵晖 徐素君 白正盛 欧阳湘 郑文良

组稿委员会

主任：浦善新 张军

委员：王东 夏宗珩 杜白操 任世英 单德启 寿民

白正盛 董艳芳 熊燕 温静 马赤宇 邓晓白

宗颖生 郭玉明 曾思齐 董淑新

编写委员会

主任：方明 浦善新

撰稿人：(按姓氏笔画为序)

方明	王春	王宁	白芳	帅能龙	江胜文
关乃群	负慧星	李王峰	李宏	李涛	李婧
刘军	刘小波	刘玉军	宋军继	杜白操	杜鹏飞
杜娟	陈圻	陈敏	杨旭东	佟庆远	邵爱云
林波荣	林瑾	郑竺凌	单明	单彦名	赵辉
俞涛	高潮	唐集兴	浦善新	黄忠豪	董艳芳
廖光华	熊燕	薛玉峰			

总序 造就新农民 建设新农村

李学举

党的十六届五中全会作出了建设社会主义新农村的战略部署。在社会主义新农村建设过程中，大力发展农村文化事业，努力培养有文化、懂技术、会经营的新型农民，既是新农村建设取得进展的重要标志，也是把社会主义新农村建设不断推向前进的基本保证。

为落实中央的战略部署，中央文明办、民政部、新闻出版总署、国家广电总局决定，将已开展三期的“万家社区图书室援建和万家社区读书活动”由城市全面拓展到农村，“十一五”期间计划在全国三分之一以上的村委会开展农村图书室援建和读书活动，使两亿多农民由此受益，让这项造福城市居民的民心工程同时也造福亿万农民群众。中央领导同志对此十分重视，中共中央政治局委员、国务院副总理回良玉同志作出重要批示：“发展农村文化事业是新农村建设的重要内容，也是农村发展中一个亟待加强的薄弱环节。在农村开展图书室援建和读书活动，为亿万农民群众送去读得懂、用得上的各种有益书刊，对造就有文化、懂技术、会经营的新型农民，满足农民全面发展的需求，将发挥重要作用。对这项事关农民切身利益、事关社会主义新农村建设的重要活动，要精心组织，务求实效。”

中共中央政治局委员、中央书记处书记、中宣部部长刘云山同志也作出重要批示。他指出：“万家社区图书室援建和万家社区读书活动，是一项得人心、暖人心、聚人心的活动，对丰富城市居民的文化生活、推动学习型社区建设发挥了重要作用。这项活动由城市拓展到农村，必将对丰富和满足广大农民群众的精神文化生活，推动社会主义新农村建设发挥积极作用。要精心组织，务求实效，

把这件事关群众利益的好事做好。”

为了使活动真正取得实效，让亿万农民群众足不出村就能读到他们“读得懂、用得上”的图书，活动的主办单位精心组织数百名专家学者和政府相关负责人，编辑了“建设社会主义新农村书屋”。“书屋”共分农村政策法律、农村公共管理与社会建设、农村经济发展与经营管理、农村实用科技与技能培训、精神文明与科学生活、中华传统文化道德与民俗民风、文学精品与人物传记、农村卫生与医疗保健、农村教育与文化体育、农民看世界等10大类、1000个品种。这些图书几乎涵盖了新农村建设的方方面面。“书屋”用农民的语言、农民的话，深入浅出，使具有初中文化水平的人就能读得懂；“书屋”贴近农村、贴近农民、贴近农村生活的实际，贴近农民的文化需求，使农民读后能够用得上。

希望农村图书室援建和农村读书活动深入持久地开展下去，使活动成为一项深受欢迎的富民活动，造福亿万农民。希望“书屋”能为农民群众提供一个了解外界信息的窗口，成为农民学文化、学科技的课堂，为提高农民素质，扩大农民的视野，陶冶农民的情操发挥积极作用。同时，也希望更多有识之士参与这项活动，推动农村文化建设，关心支持社会主义新农村建设。

二〇〇六年九月

新农村人居环境与村庄规划丛书的序

农村公共管理与社会建设图书编辑委员会主任

建设部村镇建设办公室主任 李兵弟

由中央文明办、国家民政部等单位组织,包括建设部等中央和国家机关,以及社会众多部门参与的“建设社会主义新农村书屋”活动启动了,其中“新农村人居环境与村庄规划”丛书也出版发行了,这是一件值得庆贺的大事。

农村人居环境是我们人类居住环境的重要组成部分,是人类文明始祖最初定居从事以农业生产活动为主的生活形态,是与大自然长期共生、相互依存的恬静生活。随着工业化的进程和人类活动的加剧,这种田园诗般的农村古朴生活被不平衡的生产活动打破了,加之在特定的历史条件下对农村长期索取过多,带来农村生态环境的巨大负担,以及较长时期内对农村的投入不足,我们农村的人居环境竟成了“脏、乱、差”的代名词,一些农民的住房依然存在着难以觉察的安全隐患,城镇化过程中的农村与城镇之间的发展差距越拉越大,严重影响了农村稳定和城乡协调发展。社会主义新农村建设就是通过城乡统筹发展逐步并彻底解决我国的“三农”问题,“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的方针蕴含着改善农村人居环境的深刻内涵。村庄整治是实现农村人居环境改善的必要手段,是新农村建设的核心内容之一和长期艰巨的工作任务,是惠及农村千家万户的德政工程,是立足于现实条件、缩小城乡差别、促进农村全面发展的必由之路。加强村庄整治工作,有利于提升农村人居环境和农村社会文明,有利于改善农村生产条件、提高广大农民生活质量、焕发农村社会活力,有利于改变农村传统的农业生产生活方式。为此,建设部按照社会主义新农村建设要求

制定和规范了村庄整治工作的相关制度。

怎样做好村庄整治,使农村人居环境得到持续改善,让农民和各级政府的积极性得到充分释放和有机结合,使我们的村庄整治更科学、更合理、更受农民欢迎,我想,重要的是要尊重和保护农民的利益,而其中一个主要的做法就是政府要把应该做什么,怎样做最合适,通过农民可以接受的方式告诉农民,让农民自己动手做,而且做得更好、更满意,这就是本套丛书的目的。目前这套丛书包含了农村建设领域的方方面面,尤其注重对历史文化与生态环境的保护,村庄整治与规划建设的管理,基础设施建设与安全防灾,新能源、新材料与适用技术的推介,节约型、和谐型村庄建设的引导,使农村人居环境建设和农村面貌的改善始终沿着中央制定的正确道路前行。

这一年多来,以中国建筑设计研究院小城镇发展研究中心一批长期从事村镇建设的专家为主,与清华大学、山西农业大学等学校的专家一起,通过辛勤劳动、无私奉献,在社会主义新农村建设的农村人居环境方面作了大量卓有成效的工作,他们深入农村、尊重民俗、了解民情、集中民智、反映民意,把科学技术知识转换成农民可以理解的语言,把政府的规范性要求分解成农民易于实施的行动,把符合地方特色、民族特色、农村特色的工法归纳为农民认可的做法,填补了农村建设领域中的不少空白。能否通过这套丛书,科学引导农村建设,改变农村落后的生活习俗,建设健康、卫生、安全、舒适、节约、环保和特色鲜明的新农村,这要由农民兄弟通过他们的实践来检验。

是为此,我愿意写这个序,期待更多的朋友关注新农村建设,期望更多为农民服务的书籍能送到农民兄弟的手中。

二〇〇六年八月二十八日



目 录

第一章 概念内涵的明晰	1
第一节 概念界定	1
第二节 基本构成	8
第三节 分类及比较	12
第二章 城镇休闲市场研究	17
第一节 客源构成及其行为空间特征	17
第二节 客源主体相关属性分析	21
第三节 市场需求满足度分析	25
第三章 城镇休闲空间形态	28
第一节 城镇休闲辅助空间	28
第二节 城镇休闲主体空间	30
第四章 城镇休闲空间布局影响因素分析	33
第一节 环境影响因素	33
第二节 经济影响因素	38
第三节 社会影响因素	40
第四节 管理影响因素	42
第五章 城镇休闲空间形态演化	44
第一节 公益型休闲空间形态及演化模式	44
第二节 经营型休闲空间形态及演化模式	48
第三节 休闲地空间演化的诱致性蔓生	57
第六章 城镇休闲地开发:以蓬莱市为例	65
第一节 环境审核	65



第二节 定位与战略	75
第三节 城镇休闲地空间利用及其优化	78
第七章 对城镇休闲地规划与建设的对策建议	86
参考文献	89
后 记	100



第一章 概念内涵的明晰

城镇居于大中城市和乡村承上启下的的联结点位置,其发展壮大在我国国民经济发展、城镇体系建设及城市化进程中一直占有重要地位。从某种意义上说,我国现阶段城市化已经越来越集中体现为众多城镇的迅速崛起。当前,随着国民经济持续发展、人民生活水平提高、社会人本意识的逐渐增强,以我国东部沿海地区为代表的广大发达城镇无论是经济基础还是消费观念均已跨入新的历史阶段,人们的需求能量得到了巨大释放,这反过来又为城镇发展提供了新的机遇。如何搞好城镇休闲地规划建设,既是构建人居城市的大势所趋,也是在新的历史时期,建设社会主义新农村,统筹城乡发展,全面建设和谐社会的关键。本章将从功能空间的视角,首先对城镇休闲地的概念内涵、构成及分类特征做深入探讨。

第一节 概念界定

一、城镇休闲地的概念内涵

从概念上认定城镇休闲地,首先必须对休闲有一个充分的认识。休闲内涵看似简单,实际上包容广泛,不但研究对象非常庞杂,而且内涵边界也相当模糊。长期以来,人们对休闲都有一个大体的认识,并且由于诠释的角度不同,确切的定义也就有了表述上的差异。目前较为通行的定义是泛指人们在闲暇时间内,自发选择个性化方式,从事自己喜欢的、力所能及的活动,以此获得心理愉悦体验,达到发展个性目的的一种生活状态。休闲具有主体意志的相对自主性、客体条件的制约性、形式的多样性和多元共融性四个基本行为特征。从某种意义上说,休闲方式的丰富性,标志着人类文明进步的程度。

在休闲的概念之下,本书所指的城镇休闲地,是在城镇空间地域内具有统一、整体形象的休闲吸引物体系,同时能够满足本地休闲者和外来休闲者相应休闲需求的城镇空间系统。就其管理而言,城镇休闲地具有一定的行政依托;就其空间范围而言,具有层次性,其行政依托决定其层次(范围)尺度;就其存在模式而言,城镇休闲地所依附的一定城镇成为休闲吸引物与城镇功能交互形象的集合。城镇休闲地具有三个基本特点:区域性、整体性和市场性。

区域性:由于城镇休闲地这一概念更多地涉及休闲资源的空间聚集,故而从地理学的空间地域角度进行定义;

整体性:城镇休闲地不仅其内部休闲产品(服务)具有组合性,而且其外部形象也具有统一性。一方面,每一种休闲活动流程都需要多种服务组织共同参与,而且遵循“木桶原理”,即保障休闲活动完成的服务流程中的任何一环质量降低都会对整个



休闲服务产品质量产生整体影响。另一方面,对于休闲者而言,所有与城镇休闲地发生的互动体验都会归结到对这个城镇休闲地整体形象的感知;

市场性:每一个城镇休闲地都是一个具有一定规模的市场,其成长与演化遵循的是市场规律。虽然推动其发展的内部张力在一定程度上与当地政府的主动性有关,但是归根结底,各地政府在面对城镇休闲这一问题时所采取的主动性举措都必须遵循市场规律。

二、城镇休闲地的本质要求

一般说来,每一个城镇都能够提供不同程度的休闲服务。但是作为休闲地的城镇,由于休闲资源丰富且分配相对合理、休闲服务产品种类相对较多且具有较强的组合性,故而能够更好地满足休闲者的休闲需求。

1. 城镇休闲地产品组合性

城镇休闲地的休闲服务产品尽管种类繁多,但是在市场受众的感知印象中却具有整体效果,主要源于休闲地休闲服务产品种类的结构性、质量的一致性和服务的组合性。每个休闲者在城镇休闲地的活动都是一个系列,完成每一个这样的系列都需要得到休闲地部分休闲资源的有效支持,而这个系列中的每一项活动都有着不同的服务要求,正是这些不同休闲服务需求得到满足的组合构成了城镇休闲地产品概念。在城镇休闲地消费者群体中,外来休闲者在城镇休闲地的休闲活动流程所需要的休闲地服务产品组合较具代表性(图 1.1)。

2. 城镇休闲地产品适配性

由于休闲者具有广泛的社会性,在年龄、文化程度、职业背景、收入状况、个人喜好等许多方面都存在很大差异,因此,城镇休闲地所提供的休闲服务产品在公益型与经营型两大基本种类之下,呈现出极度多样化的特征,具有较强的适配性,能够满足不同的休闲需求(图 1.2)。

3. 城镇休闲地产品的体验性

休闲体验是指可以获得某种身心反应的、难忘的和值得回忆的某种经历,相对于工作而言,它更适合作为“以自身为目的”休闲质量的最重要的评价标准。在城镇休闲地获得的休闲体验和在大中城市没有多少区别,但是由于二者在休闲环境方面的差别,使得在城镇休闲地获得的休闲体验更具特色性,因而其对于休闲者的吸引常常具备不可替代性,并且调查发现城镇休闲地的休闲需求强度与休闲满足度的匹配程度明显高于一般的城市。

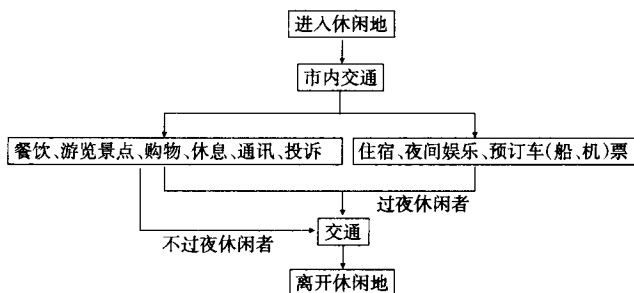


图 1.1 城镇休闲地外来休闲者活动流程示意

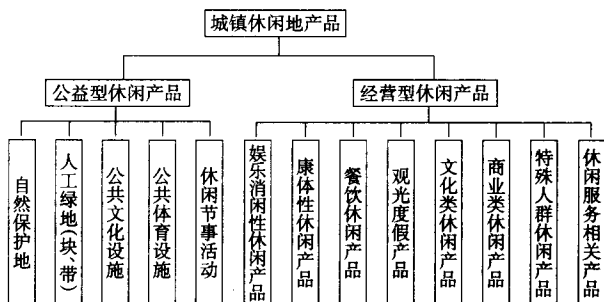


图 1.2 城镇休闲地产品结构图示

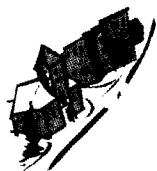


4. 城镇休闲地休闲产品谱系

城镇休闲地的本质特征,还体现于提供的休闲产品内容和品质结构。根据我国目前城镇休闲地所处的发展阶段、休闲产品功能及市场属性,并考虑其休闲需求的社会分众特征,可以拟制出城镇休闲地产品谱的体系框架(表 1.1)。

表 1.1 城镇休闲地产品谱系

一级分类	二级分类	三级分类	四级分类	举例
公益型休闲产品	自然保护地	市区山峰		
		市区公共水域		
		市区自然林保护地		
		市区动物保护地		
	人工绿地	市区块状人工绿地	街头块状绿地	
			城市绿地公园	
		市区带状人工绿地	市区道路绿带	
			市区沿河绿带	
			市区水域环状绿带	
	公共文化设施			图书馆、博物馆、展览馆、剧院、影院、书店、群艺馆、文化馆、少年文化宫、老年人活动中心等
	公共体育设施	竞技体育场馆		体育场、体育馆等
		群众体育设施		露天健身场、溜冰场、灯光球场、游泳池、海水浴场等
		社区露天健身场		
	休闲节事活动	大型国际博览会或交易会		
		大型国际体育活动		
		大型纪念或庆祝活动		
		大型艺术节		



续表 1.1

一级分类	二级分类	三级分类	四级分类	举例
经营型休闲产品	娱乐消遣性休闲产品	游乐性休闲产品	游乐类休闲服务	综合性游乐、单项游乐、夜总会或歌舞厅等
			文艺类休闲服务	MTV、KTV、卡拉 OK 等
			游戏类休闲服务	电子游戏、棋牌游戏等
		消遣性休闲产品		音乐茶室、网吧、陶吧、泥吧、咖啡馆等
	康体性休闲产品	健身休闲产品		健身房、健身中心或俱乐部、有氧运动中心等
		健美休闲产品		减肥中心、形体训练中心等
		运动休闲产品	球类运动项目	乒乓球、台球、网球练习,保龄球馆等
			戏水运动项目	游泳、水域休闲(划船、垂钓等)
			田径运动项目	投掷、跨栏、跳远、跳高等练习
			马术运动项目	
			滑雪休闲服务	
			游戏赛车项目	卡丁车等
			武术运动项目	武术馆等
			高尔夫球休闲服务	
		保健休闲产品	医疗保健服务	
			疗养保健服务	
			康复保健服务	
			洗浴休闲项目	桑拿、按摩、洗头、洗足等
	美容服务产品		美容服务	
			塑体服务	



续表 1.1

一级分类	二级分类	三级分类	四级分类	举例
经营型休闲产品	餐饮休闲产品	食文化体验服务	地方名吃	
			山珍大排挡	
			海鲜大排挡	
			异域食品	
		酒吧服务		
	观光度假产品	观光类产品	景区(点)游览服务	
			城市风光游览服务	
			专题旅游服务	生态游、宗教游、怀旧游、寻根游等
		度假类产品	海滨度假服务	
			湖滨度假服务	
			温泉度假服务	
			乡村度假服务	
			野营度假服务	
		旅行服务	酒店住宿服务	
			旅行餐饮服务	
			旅行交通服务	
			旅行咨询服务	
			订票服务	
		会展休闲服务		
	文化类休闲产品	闲暇修学产品	短期培训	
			专题讲座	
		民俗体验产品	民俗村	
			渔家乐	
			民俗家庭	
			民俗节庆活动	
		艺术欣赏产品	文学欣赏服务	
			戏剧欣赏服务	
			影视欣赏服务	
			音乐欣赏服务	



续表 1.1

一级分类	二级分类	三级分类	四级分类	举例
经营型休闲产品	文化类休闲产品		绘画欣赏服务	
			雕塑欣赏服务	
			摄影欣赏服务	
			工艺品欣赏服务	
		宗教休闲产品		
	商业类休闲产品	休闲购物产品	购物中心服务	游憩商业中心、百货商场、大中型超市等
			专卖店服务	土特产品店、纪念品店、工艺品店、精品屋等
			其他休闲购物服务	夜市、步行街等
		商务休闲服务		
	特殊人群休闲产品	专项休闲服务		登山、潜水、考古、运动、科考、野炊等
		享受型休闲服务		豪华列车、豪华游船、美食、总统套间等
		刺激型休闲服务	探险服务	
			冒险服务	丛林、斗兽、狩猎休闲产品等
		球迷服务		赛事观摩、专用器具、联谊组织等
		女性休闲服务		
		儿童休闲服务		
		老年休闲服务		
		残障人休闲服务		
	休闲服务相关产品	休闲咨询服务		提供休闲“菜单”、休闲建议等
		休闲活动组织服务		
		休闲装备服务	休闲装备定制服务	
			休闲装备定购服务	
			休闲装备租赁服务	



三、城镇休闲地的规模配置

城镇休闲地作为一种发展中的社会产品,其规模总是与城镇社会、经济及城镇功能发展水平相一致的,并能够基本满足城镇发展过程中自身和外来的社会休闲需求。由于受到边际效益影响和自然资源承载力制约,城镇休闲地休闲空间及相应产品的总体规模配置也应根据实体的地理空间设定上限制约。

笔者通过对我国浙、苏、粤、皖、鲁五省 22 个城镇休闲地实地考察发现,当城镇休闲地休闲产品经营通过规模扩大所取得的边际效益开始下降时,其规模的扩张动力就会降低;当所获得的边际效益小于或等于边际成本时,这种扩张就会停止。就依托于自然资源的休闲产品而言,其规模的上限就是该自然资源的承载极限,当光顾者的人数达到最佳承载人数时,就不再适宜进行规模扩张,并应考虑通过价格、质量、档次等手段来调节休闲人数。

每一个城镇休闲地在某个特定发展时期都会有一个相对理想的规模。这个理想规模建立于发展水平之上,与城镇社会基础设施相配套,适应社会休闲需求,而且符合城镇总体功能定位和长远发展利益。这种城镇休闲地规模量的约束性,可以通过下列较为普遍的需求规模计算模型得以体现:

$$K_i = (X \cdot R \cdot P_i + Y \cdot P_i') \cdot \varepsilon / m \quad i = 1, 2, \dots, n$$

式中:

K_i : 城镇第 i 类休闲地的合理规模

X : 休闲地内居民总人口

Y : 休闲地外来休闲者总人口

R : 单位时间当地居民平均休闲率

P_i : 本地休闲者选择 i 类型休闲地的概率

P_i' : 外来休闲者选择 i 类型休闲地的概率

m : 单位时间第 i 类休闲地的游客周转次数

ε : 修正系数

其中,第 i 类城镇休闲地合理规模(K_i)可以根据不同休闲地或休闲设施的特点通过休闲设施承载力和休闲者对特定休闲空间的心理需求来衡量,这一数据可以通过休闲设施的设计容量和通过问卷调查了解人们对某一休闲空间的平均需求的方法获取。单位时间当地居民平均休闲率(R)是指在单位时间内休闲地内居民的休闲人次与居民总人数的比值。本地休闲者选择 i 类型休闲地的机率(P_i')与休闲地居民偏好有关,这一数据可以通过问卷调查并结合休闲服务区社会、经济条件分析加以估算。外来休闲者选择 i 类型休闲地的机率(P_i')可以借用商业地理学常用的某一区域内零售店铺被顾客光临的概率计算模型来计算。这类模型中较为典型的是赫夫(Huff, 1964)所建模型:

$$P_j = (A_j / D_{ij}^\beta) / \sum_j (A_j / D_{ij}^\beta) \quad j = 1, 2, \dots, n$$

其中 P_j 为 i 顾客光临 j 的机率; A_j 为休闲地 j 的吸引力(规模、特色、价格等); i 为客源所在地, j 为吸引物所在地, D_{ij} 为 i 和 j 的距离; β 为经验参数。值得注意的是,对于同一休闲商业区内同类休闲设施而言, D 值近似相等,此时 P_j 值的大小主