

WENQUANTIYANLVYOUCEHUAYUGUIHUA
LILUNFANGFAYUSHIJIAN

温泉体验旅游策划与规划 ——理论、方法与实践

李晓琴 朱创业 编著



科学出版社
www.sciencep.com

温泉体验旅游策划与规划 ——理论、方法与实践

李晓琴 朱创业 编著

科学出版社
北京

内 容 简 介

本书以“休闲经济”、“体验经济”和“循环经济”为理论基础,注重对当前国内外温泉可持续旅游开发的系统总结,强调温泉旅游地开发理论、方法和实践体系,以实现温泉资源、环境和旅游业的可持续发展。本书深刻诠释体验经济视角下温泉体验旅游内涵,首次提出温泉旅游项目体验化设计和温泉体验效果多维评价,是对温泉体验旅游最大的创新和务实;首次把目光投向西部少数民族地区,将温泉旅游开发与发展少数民族地方经济结合起来,促进地方经济的发展;首次把温泉成因、类型、评价、分布、保护等自然科学研究思路与温泉旅游开发、策划、规划等社会科学研究思路相结合;是一本多学科、多视角、综合性温泉开发策划用书。

本书适宜于高等院校师生的教学参考与旅游业界及景区管理人员阅读。

图书在版编目 (CIP) 数据

温泉体验旅游策划与规划: 理论、方法与实践 / 李晓琴, 朱创业编著. —北京: 科学出版社, 2010.10
ISBN 978-7-03-029019-9

I. ①温… II. ①李… ②朱 III. ①温泉—旅游业—策划 ②温泉—旅游业—经济规划 IV. ①F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 183548 号

责任编辑: 张 展 陈 梦 封面设计: 陈思思

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

四川煤田地质制图印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2010 年 9 月第 一 版 开本: 787×1092 1/16
2010 年 9 月第一次印刷 印张: 15 1/2
印数: 1—1220 字数: 350 千字

定价: 45.00 元

前言

随着全球经济的快速发展,休闲产业开始成为世界经济一个新的增长点。随着休闲时代的到来,休闲服务业迅速发展,休闲旅游作为休闲服务业的重要分支。

近年来,休闲度假已成为旅游业发展的一个趋势,这一趋势顺应了产业结构的调整和经济增长方式的转变,因而赢得了巨大的发展空间。据统计,在世界旅游市场构成中,休闲旅游占 62%,休闲度假旅游占 10% 以上,发达国家已经进入休闲旅游时代。世界旅游组织专家预测,21 世纪观光旅游将让位于休闲度假旅游。

温泉旅游是休闲旅游的重要组成部分。健康作为全人类的共同追求,科学的休闲养生概念也被提到空前高度。健康投资作为温泉旅游的价值所在,已经成为该阶段旅游消费的一个重要理念。体验旅游时代的到来,对如何全面促进旅游产业素质的战略转型提出了更高的要求。温泉旅游区别于其他类型旅游的最大特点是其体验性,强调的是游客对温泉文化、温泉生活和温泉历史的体验,进而在多元与差异中彰显个性。这不仅是新时代旅游消费需求升级的结果,更是旅游发展模式的转型和提升的必然要求。

温泉作为地球上分布最广、最常见的一种旅游资源,具有很高的开发利用价值。我国拥有丰富的温泉资源,其中可用于旅游开发的近 3000 处,云南、西藏、四川、广东、福建、台湾等地温泉占了全国温泉数的 70% 以上。在西部少数民族地区,优质的温泉资源与浓郁的民俗民风融为一体,温泉文化历史悠久而独具特色。由于温泉旅游开发具有很高的附加值,因而对于推动地区经济发展、改善环境和提高人们生活质量作用显著。温泉休闲,在当前中国多元休闲产业业态中,已经成为休闲中的龙头,并带动区域休闲旅游全面发展。一方面,对温泉旅游产品需求的加速吸引了大量投资;另一方面,温泉度假具有资源广泛、客源集中、功能多样、健康养生、效益显著等优势,市场潜力巨大。在“供需”双力牵动下,温泉开发已经由经济发达地区快速向中部地区和西部地区发展,形成全国温泉开发和温泉休闲旅游的热潮;温泉旅游正在由单一的温泉洗浴功能逐步转化为集温泉沐浴、SPA、药浴、健身、疗养、会展、美食等于一体的温泉休闲产业链;温泉 SPA 产品体系正在由一般度假温泉功能组合到“度假+娱乐模式”,并逐步向以“度假+商务会议+娱乐+养生 SPA+观光+教育科普模式”转变。现代温泉旅游是以体验温泉文化、感悟温泉精神为主题,以享受温泉保健养生、休闲度假为目的的旅游。温泉旅游以其自然性的本质特征,成为休闲时代背景下人们旅游的主要选择对象之一。

日本是世界上开发温泉旅游产品最好的国家之一,其《21 世纪温泉宣言》正式提出从“一汤治百病”到“温泉休闲”的产业发展战略。一方面,温泉旅游将成为 21 世纪最盛行的旅游方式,同时温泉旅游将成为 21 世纪新生活观的主要活动特征。其内容

是“3H+QF”，其中3H=Heart（用心生活）+Hobby（有趣生活）+Health（健康生活），QF=Quality of Life（提高生活品质）。温泉为人们创造一种舒适、安全、护理的美好环境，营造一种生态绿色休闲空间，创造一个健康快乐生活的人生观取向。随着温泉休闲成为人们的一种生活态度，温泉利用已经开始向第四时代迈进，即养生、和谐的本质回归时代。

相对于温泉旅游的迅猛发展，温泉旅游研究工作在中国才刚刚起步，缺乏系统的理论指导、创新的策划理念。加强温泉旅游研究可帮助解决温泉旅游中存在的现实问题，同时对丰富旅游地理、旅游规划、旅游策划等理论都有重要意义。本书以“可持续发展”和“科学发展观”为指导思想，以“休闲经济”、“体验经济”和“循环经济”为理论基础，综合运用地学、环境、生态、历史、经济、人文、管理及其交叉学科研究方法和手段，围绕理论的构建、方法的创新、实践的应用“三位一体”构筑其框架。理论的构建包括休闲经济与休闲旅游、体验经济与体验旅游、温泉类型与温泉旅游发展、温泉体验文化的内涵与发展、温泉体验要素及体验动态模型，温泉循环经济与可持续发展。方法的创新包括温泉开发模式、温泉产业集聚效应与产业集群培育、温泉旅游地综合评价、温泉旅游产品深度开发、温泉体验项目策划、温泉旅游地景观营造与设计、温泉体验式营销。理论和方法的探讨最终是服务于实践，本书以西部少数民族地区（四川省甘孜州温泉、四川安县罗浮山温泉和青海省贵德德吉温泉）旅游开发为例，在研究温泉成因和分布的基础上，探讨少数民族地区温泉旅游的开发潜力和创新理念。

本书从理论到方法再到实践，注重对当前国内外温泉可持续旅游开发的系统总结，强调温泉旅游地的开发理论及方法和实践体系，以实现温泉资源、环境和旅游业的可持续发展为目的。本书深刻诠释体验经济视角下温泉体验旅游内涵，首次提出旅游项目体验化设计指标体系和温泉体验效果多维评价，是对温泉体验旅游最大的创新和务实。本书首次把目光投向西部少数民族地区温泉，发展遵循“开发优势资源，发展特色经济”的西部大开发战略，立足于“发挥地缘优势、服务地方经济”的理念，将温泉旅游开发与发展少数民族地方经济结合起来，促进地方经济的发展，以求为四川乃至西部地区温泉旅游区的规划设计、开发建设、经营管理和温泉资源的保护提供思路和范例。本书首次把温泉成因、类型、评价、分布、保护等自然科学研究思路与温泉旅游开发、策划、规划等社会科学研究思路相结合，是一本多学科、多视角、综合性温泉开发策划用书。

全书分三篇共十六章。其中，第一章、第二章、第五章由李晓琴编写，第三章由李晓琴、沈红编写，第四章由裴若婷、段娅雯编写，第六章由李晓琴、周文弈编写；第七章由李晓琴、缪寅佳编写，第八章、第九章由李晓琴编写，第十章由李晓琴、缪寅佳编写，第十一章由银元编写；第十二章由缪寅佳编写，第十三章由李晓琴编写，第十四章由傅广海编写，第十五章由李晓琴、蒋苓编写，成都理工大学旅游与城镇规划研究所朱创业教授主持课题提供资料和思路，第十六章由李晓琴编写，成都来也旅游策划管理有限责任公司杨振之教授主持课题提供资料和思路。全文由李晓琴、朱创业完成统稿。书中彩色图片由范晓、郭建强、傅广海拍摄提供。

本书是从事温泉旅游开发和管理以及旅游学研究、区域规划分析、旅游开发与策划人员的重要参考资料，并可作为高等院校旅游、地理、资源、环境及可持续发展相关专

业研究生教学用书。

在本书撰写过程中，自始至终得到成都理工大学孙传敏教授、殷继成教授、何政伟教授、覃建雄教授，四川大学艾南山教授、杨振之教授，四川省地质矿产局区域地质调查队范晓总工、郭建强总工和彭东总工的指导和鼓励。同时，特别感谢四川省教育厅四川旅游发展研究中心从课题立项和经费上对本书出版给予的资助。借此机会，感谢温泉旅游规划与开发的同行，书中多处引用了目前国内外相关专家、学者、教授公开发表的学术论文和网络资料，尤其是王艳平老师、朱跃东老师和北京绿维创景在温泉方面务实创新的研究，给予本书诸多的启示，在此深表诚挚谢意。

本书是一种探索，更是一种尝试，其中疏漏之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

李晓琴

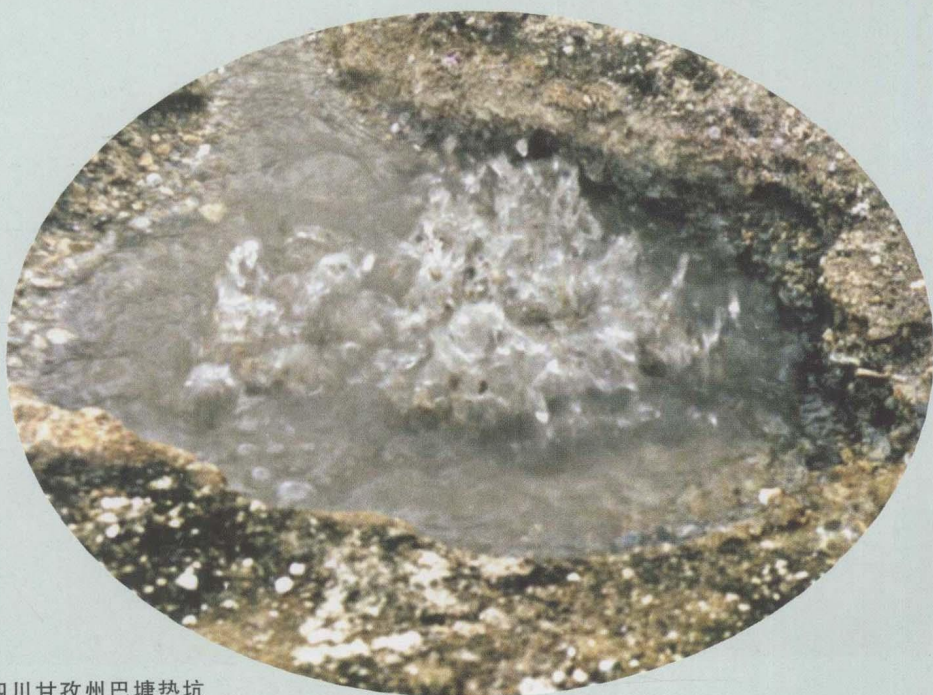
2010年5月于四川成都



四川甘孜州巴塘温泉



四川甘孜州海螺沟温泉浴池



四川甘孜州巴塘热坑



回民在青海贵德热水沟温泉治疗



四川甘孜州干因戈地热沙坑



四川甘孜州道孚天然浴场



▲ 四川康定灌顶温泉泉华



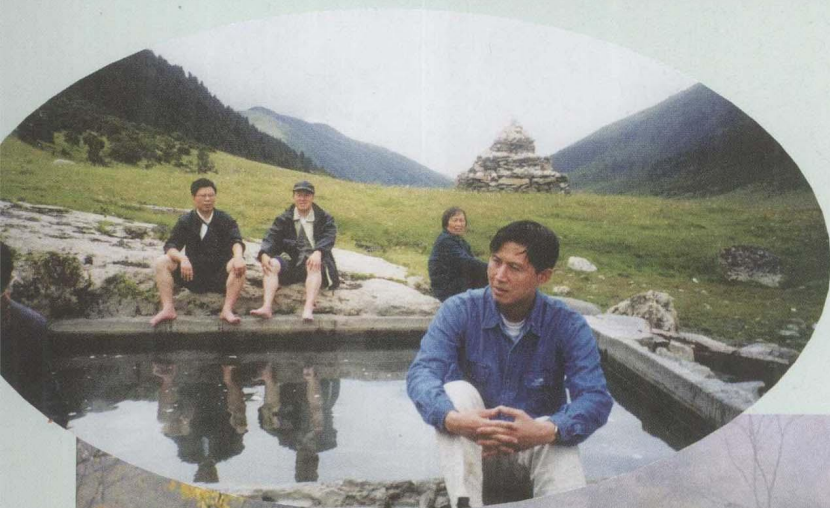
◀ 四川康定榆林宫温泉



四川康定莲花湖河床上的温泉



四川甘孜州甘孜县七美温泉



四川甘孜州道孚温泉



四川甘孜州海螺沟二号营地温泉



日本草津温泉



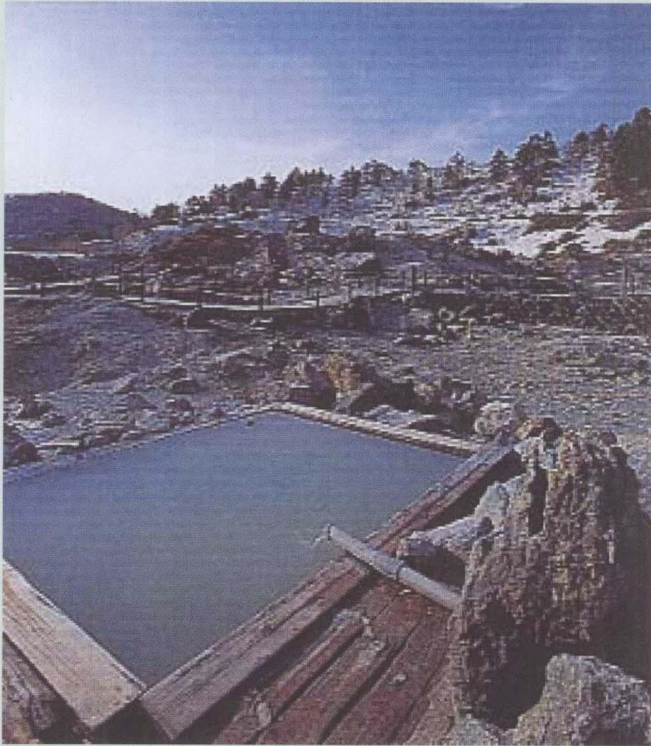
日本长门汤本温泉



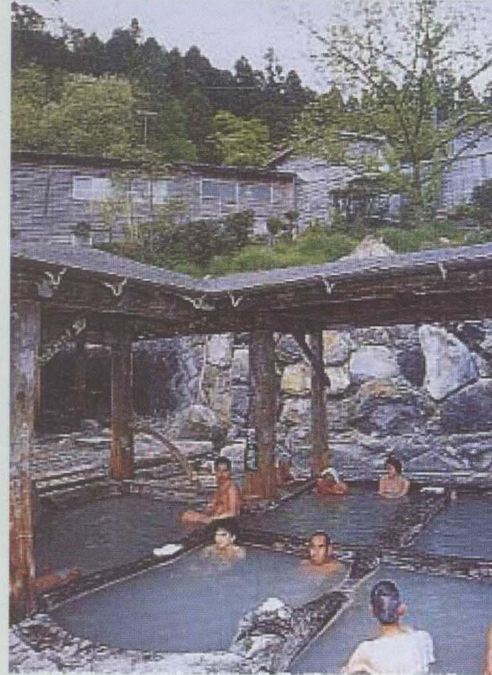
日本山形银山温泉



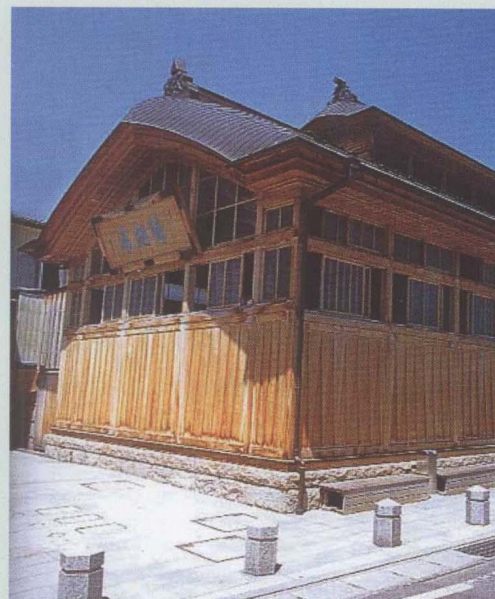
日本秋田乳豆温泉乡



日本秋田玉川温泉



日本熊本地狱温泉



日本福岛饭坂温泉



日本箱根大涌谷



日本鹿儿岛指宿温泉沙浴



日本箱根温泉黑鸡蛋



日本箱根温泉浴缸



日本静岡伊东温泉



日本北海道菅野温泉



日本北海道汤川温泉

目 录

前 言	(i)
-----	-------

第一篇 理论篇

第一章 休闲经济与休闲旅游	(3)
第一节 休闲与休闲经济	(3)
第二节 休闲产业与休闲旅游	(4)
第三节 休闲度假与旅游度假区	(8)
第二章 体验经济与体验旅游	(13)
第一节 从体验经济到体验旅游	(13)
第二节 旅游体验的内容和特点	(14)
第三节 旅游体验动机类型与旅游体验强度	(14)
第四节 旅游体验动态模型	(16)
第三章 温泉类型与温泉旅游发展	(18)
第一节 温泉成因与类型	(18)
第二节 温泉旅游的内涵	(23)
第三节 国外温泉旅游发展	(28)
第四节 我国温泉旅游的发展	(33)
第四章 温泉体验文化	(37)
第一节 温泉体验文化的涵义	(37)
第二节 温泉体验文化的内容	(38)
第三节 温泉文化的变迁与发展	(48)
第五章 温泉体验基本要素与体验模型	(50)
第一节 温泉旅游体验的基本要素	(50)
第二节 温泉旅游体验模型	(53)
第六章 循环经济与温泉可持续利用	(56)
第一节 循环经济与低碳经济	(56)
第二节 基于“循环经济”的温泉开发利用	(58)
第三节 温泉旅游可持续开发	(63)

第二篇 方法篇

第七章 温泉开发模式与温泉产业集聚	(69)
第一节 温泉开发模式研究现状	(69)
第二节 温泉旅游开发模式	(73)
第三节 温泉产业集聚	(83)
第四节 温泉旅游城镇集聚模式	(91)
第八章 温泉旅游开发评价与产品深度开发	(95)
第一节 温泉旅游开发评价	(95)
第二节 温泉旅游产品深度开发	(100)
第九章 体验经济视角下温泉旅游项目设计	(111)
第一节 旅游项目体验化设计的概念	(111)
第二节 旅游项目体验化设计指标体系	(112)
第三节 贡嘎山海螺沟风景名胜区旅游项目设计	(115)
第十章 温泉旅游地景观设计	(118)
第一节 温泉旅游地景观设计原则	(118)
第二节 温泉水体景观设计	(119)
第三节 温泉设施景观设计	(121)
第四节 温泉绿化景观设计	(125)
第十一章 温泉体验式营销	(127)
第一节 体验式营销的涵义和特点	(127)
第二节 温泉体验式营销的战略体验模块	(127)
第三节 温泉体验式营销策略	(129)

第三篇 案例篇

第十二章 国内外温泉旅游地先进案例	(141)
第一节 国际先进案例分析	(141)
第二节 国内典型案例分析	(150)
第十三章 川西地区(大香格里拉东部)温泉旅游开发	(159)
第一节 川西地区温泉旅游资源分布	(159)
第二节 川西地区温泉旅游开发空间布局	(161)
第三节 川西地区温泉旅游协同开发	(164)
第四节 川西温泉旅游地创新开发对策	(165)

第十四章 甘孜州温泉类型、成因及旅游开发..... (168)

第一节 甘孜州温泉资源分布..... (168)

第二节 甘孜州温泉的类型..... (170)

第三节 甘孜州温泉的成因..... (174)

第四节 甘孜州温泉旅游开发 SWOT 分析及发展战略 (179)

第五节 甘孜州温泉旅游开发评价体系及旅游开发模式..... (185)

第十五章 四川安县罗浮山温泉旅游度假区策划与规划..... (191)

第一节 旅游资源特征与评价..... (191)

第二节 总体规划..... (194)

第三节 分区策划与建设方案..... (197)

第四节 旅游产品与线路策划..... (208)

第六节 温泉旅游形象策划与营销策划..... (211)

第十六章 青海省贵德县德吉温泉策划与规划..... (216)

第一节 旅游资源特色..... (216)

第二节 总体开发战略..... (217)

第三节 总体布局与功能分区..... (218)

第四节 分区策划与建设方案..... (220)

第五节 旅游产品定位与项目设置..... (224)

参考文献..... (228)