

中国城市规划设计研究院 编

浙江省旅游发展规划

(2007-2020年)



商務印書館
The Commercial Press

浙江省旅游发展规划

(2007-2020 年)

中国城市规划设计研究院 编



创于1897

商务印书馆

The Commercial Press

2015 年 · 北京

图书在版编目(CIP)数据

浙江省旅游发展规划. 2007-2020 年/中国城市规划设计研究院编. —北京:商务印书馆, 2015

ISBN 978-7-100-10874-4

I. ①浙… II. ①中… III. ①地方旅游业-旅游规划-浙江省-2007-2020 IV. ①F592.755

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 269584 号

所有权利保留。

未经许可,不得以任何方式使用。

浙江省旅游发展规划(2007-2020 年)

中国城市规划设计研究院 编

商务印书馆出版
(北京王府井大街36号 邮政编码 100710)

商务印书馆发行
北京冠中印刷厂印刷
ISBN 978-7-100-10874-4

2015 年 4 月第 1 版 开本 880 × 1240 1/16

2015 年 4 月北京第 1 次印刷 印张 39 1/4

定价: 395.00 元

《浙江省旅游发展规划(2007-2020 年)》

编写人员

编制单位	中国城市规划设计研究院
协作单位	中国科学院地理科学与资源研究所 安徽师范大学 北京大地奇创旅游景观规划院
院主管总工	杨保军(教授级高级城市规划师)
主管所长	秦凤霞
所管主任工	罗 希(高级城市规划师)
编制组组长	周建明(教授级高级城市规划师)
编制组成员	牛亚菲(中科院地理所研究员) 谢丽波(城市规划师) 陆 林(安徽师范大学教授) 岳凤珍(高级园林工程师) 刘 晶(城市规划师) 王英杰(中科院地理所研究员) 吴必虎(大地奇创规划院教授) 余卓渊(中科院地理所博士) 冉鉉天(园林工程师) 康永莉(经济师) 陈 勇(城市规划师) 刘翠鹏(城市规划师) 周杰民(高级城市规划师) 彭晓津(高级工程师) 孙 铁(助理规划师)

杨小兰(大地奇创规划院旅游规划师)
张改清(大地奇创规划院旅游规划师)
余 青(大地奇创规划院旅游规划师)
朱迎波(中科院地理所博士后)
耿建忠(中科院地理所硕士生)
宋 涛(中科院地理所硕士生)
朱迅轶(助理规划师)
葛敬炳(安徽师范大学硕士生)
赵金勇(浙江省旅游局局长)
朱红炜(浙江省旅游局副局长)
肖 歌(浙江省旅游局规划处处长)
金炳雄(浙江省旅游局规划发展处副处长)
骆文斌(浙江省旅游局规划处副调研员)
王银花(浙江省旅游局规划发展处副调研员)
Alastair M. Morrison(美国普渡大学教授)
Macia Codinachs(西班牙加泰罗尼亚科技大学教授)

前 言

改革开放以来至 21 世纪初,浙江省旅游业一直位居我国各省市前列。但随着浙江省工业化、城镇化的快速推进以及全国各地旅游业的蓬勃发展,浙江省旅游业面临着资源与环境保护压力加大、产品结构老化、新景区开发潜力不足、旅游竞争力下降和产业效益提升乏力等问题。如何突破发展“瓶颈”、使浙江省旅游产业跨上新台阶,是浙江省政府在新形势、新条件下提出编制科学实用的全省旅游发展规划之根本目的。为此,浙江省旅游局采取全国邀标的形式,确定由中国城市规划设计研究院承担本规划的编制工作。

本规划编制之时,正是国际旅游业进入快速发展阶段,也是我国迈向世界旅游大国的关键时期。在各级政府高度重视并大力扶持下,旅游业快速发展,新产品、新业态、新地域类型不断涌现,为此,国家旅游局在《中国旅游业发展“十一五”规划》中提出了建设“旅游目的地”的概念。衔接于国家“十一五”旅游业发展规划,扎根于浙江省旅游发展的土壤,也纠偏于以往旅游发展规划与空间规划脱节的窠臼,体现旅游部门重视旅游业发展和建设部门关注规划落地的要求,本规划围绕将浙江省打造成为海内外旅游者首选旅游目的地之一、中国领先的旅游经济强省等发展目标,实施旅游发展五大战略,构建多层次的旅游目的地体系,构筑布局合理的旅游强省空间格局,发展产业互动、循环高效的综合服务体系,强化政府调控、引导、协调和服务职能,协调旅游开发与城镇建设的矛盾,有效保护旅游资源及其环境,为浙江省及其各地市与重点旅游区的发展提供具有前瞻性、可操作性的规划文件和开发指引。

本规划提出的主要经济技术指标是:5 年内投资 1 200 亿元,重点建设 35 个重大旅游项目,创建 10~15 个 4A 级以上旅游景区;至 2015 年旅游总收入接近 6 000 亿元,提供直接就业岗位约 170 万个;至 2020 年旅游总收入突破 8 000 亿元,相当于 GDP 的 19%左右,提供直接就业岗位约 230 万个。从实施情况看,近期目标(“十一五”期间)圆满完成,“十二五”期间发展基本符合预期(2013 年实现旅游总收入 5 536 亿元,比上年增长 15.3%)。

“我国现已成为世界第一大出境旅游消费国和世界第三大入境旅游目的地。世界旅游业理事会预测,中国将在 2023 年成为世界第一大旅游经济体”。我国正在从世界旅游大国向世界旅游强国迈进,旅游业也已被定位为“国民经济的战略性支柱产业和让人民群

众更加满意的现代服务业”【国发(2009)41号】。“加快旅游业改革发展,是适应人民群众消费升级和产业结构调整的必要要求”【国发(2014)31号】。作为龙头的旅游规划,正日益受到各级政府和旅游景区管理机构的重视,希望本书的出版能为今后的旅游发展规划提供可借鉴的经验。

目 录

前言

第一部分 总体规划

规划文本	3
说明书	45
规划图集	269

第二部分 附件

附件一 三大品牌旅游目的地概念性规划	287
附件二 地市旅游发展规划指引	327
附件三 专题报告	443
附件四 旅游资源管理信息系统建设	577

第一部分

总体规划

规划文本

目 录

第一章 总则 5

第二章 发展目标与战略 6

第三章 空间发展布局 8

第四章 旅游目的地体系建设 11

第五章 旅游产品开发..... 15

第六章 旅游市场、品牌形象与营销 19

第七章 旅游产业配套体系 23

第八章 区域旅游协作..... 28

第九章 近期行动计划..... 30

第十章 规划实施保障..... 38

第十一章 附则 43

第一章 总 则

第 1 条 为适应社会经济快速发展的需求,充分发挥政府对旅游业的调控引导、市场监管、行业管理和公共服务职能,构建富有竞争力的浙江旅游目的地体系,加快旅游经济强省建设的进程,保持浙江旅游健康、持续、快速发展的势头,特制定《浙江省旅游发展规划》(以下简称本规划)。

第 2 条 本规划依据《旅游规划通则》、《中国旅游业发展第十一个五年规划》、《长江三角洲地区区域规划纲要》、《浙江省国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》、《浙江生态省建设规划纲要》、《浙江海洋经济强省建设规划纲要》,以及《中共浙江省委关于加快建设文化大省的决定》、《中共浙江省委、浙江省人民政府关于建设旅游经济强省的若干意见》等重要规划和文件,并结合浙江省的实际情况而制定。

第 3 条 本规划范围为浙江省行政辖区,包括杭州、宁波、温州、湖州、嘉兴、绍兴、金华、衢州、舟山、台州、丽水各市和义乌,总面积 36.18 万平方公里,其中陆域 10.18 万平方公里,海域约 26 万平方公里。

第 4 条 本规划期限分为近、中、远期三个时段。近期为 2007~2010 年,中期为 2011~2015 年,远期为 2016~2020 年。

第 5 条 本规划是 2007~2020 年浙江省旅游发展的纲领性文件,体现全省社会经济发展宏观战略意图、市场主体行为导向和政府工作重点,是编制各类相关规划的重要依据。各类旅游开发活动也应符合本规划的原则要求。

第二章 发展目标与战略

第6条 指导思想

以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,树立和落实科学发展观,贯彻实施“创业富民、创新强省”的发展战略,发展和完善“旅游与社会经济和城乡建设互动”的浙江旅游模式,以体制机制创新和科技创新为动力,加快推进旅游经济强省建设,不断提升浙江在国内外旅游客源市场的知名度,进一步提高旅游业对全省经济社会发展的贡献率。

第7条 基本原则

1. 强化特色原则

客观认识浙江旅游资源及其环境的性质和特点,深度挖掘地方特色,创新利用各类资源,打造具有鲜明特色和品牌化的旅游产品。

2. 市场导向原则

在强化政府宏观调控力度、完善调控手段、规范调控方式、提供优质公共服务的同时,坚持以市场作为资源配置的基础手段,实现资源、资本与创新“三轮”驱动的发展模式。

3. 可持续发展原则

充分发挥浙江省的经济建设成就、市场区位优势与资源环境优势,以永续利用为前提,在有效保护其旅游资源的前提下进行合理的开发利用,在产业发展过程中不断提高旅游的经济贡献率、社会贡献率和生态贡献率,促进产业经济效益、生态效益和社会效益的协调统一。

4. 产业互动原则

在充分发挥旅游对关联产业的强大带动力,对提升城市和区域知名度、打造城市和区域“名片”的独特作用的同时,注重本规划与相关规划的紧密衔接,强调旅游产业与城镇建设、与其他产业发展和布局的综合协调,促进旅游产业与工农业、商贸服务、科教信息、文化体育和城乡基础设施业的资源共享,实现互动互促的旅游产业循环经济模式。

5. 区域联动原则

从省域层面,建立以城市(镇)为中心、分工协作的区域旅游协作区,促进旅游客流、资金流、信息流的跨市(县、区)流动;从跨省区层面,积极推动长三角无障碍旅游区建设和浙、赣、闽、皖四省旅游合作区的联动发展,实现资源与市场共享、综合效益最大化。

第8条 旅游产业的地位和作用

旅游产业是促进经济增长的动力产业,是推动社会进步的和谐产业,是建设生态文明和促进区域协调发展的先导产业,是深化对外开放的窗口产业。加快发展旅游产业是实施“创业富民、创新强省”战略的需要,对全省社会经济发展具有全局意义和战略意义。

第9条 旅游发展目标

1. 总体目标

到2020年,把浙江建设成为全国领先的旅游经济强省,进一步把旅游业培育成为全省服务业的龙

头产业和国民经济的重要支柱产业,使浙江成为国内一流、国际知名的重要旅游目的地。

2. 阶段目标

到 2010 年初步建成全国旅游经济强省,旅游总收入突破 3 300 亿元;到 2012 年率先建成全国旅游经济强省,旅游总收入突破 4 000 亿元;到 2015 年,旅游总收入超过 6 000 亿元;到 2020 年全面实现总体目标,旅游总收入接近 10 000 亿元,旅游业对促进省域经济增长、推动社会进步和建设生态文明的贡献更加显著。

表 1-1-1 浙江省旅游业发展主要指标预测

规划期	2010 年	2015 年	2020 年
总游客量(万人次)	29 700	54 000	76 000
国内游客(万人次)	29 000	53 000	75 000
入境游客(万人次)	690	1 130	1 600
旅游总收入(亿元)	3 300	6 200	9 800
国内旅游收入(亿元)	3 030	5 700	9 000
旅游外汇收入(亿美元)	40	75	125

注:美元对人民币汇率按 2007 年 12 月 31 日牌价计算,即:美元按 1:6.7 折合人民币。

第 10 条 发展战略

1. 目的地体系战略

在保护生态环境的前提下,应对市场需求、区域与产业发展趋势,以目标市场需求为导向,以旅游地空间组织为途径,以旅游效益提升为目标,以政府对旅游业发展的有效推动为目的,重点培育以城市为核心的旅游目的地,形成国际化的旅游目的地、国家级旅游目的地、区域级旅游目的地和地方级旅游目的地四个等级层次,打造与国际接轨、综合竞争力强、区域优势互补与共赢发展的省域旅游目的地体系。

2. 品牌带动战略

以浙江国际旅游新形象的塑造和世界遗产申报为核心,围绕浙江旅游品牌、主题旅游线路、世界级或国家级精品旅游项目对全省旅游资源进行整合,重点打造旅游产品、旅游服务和旅游企业三大要素品牌体系,形成不同地域层次和不同领域的旅游品牌体系,包括整体旅游品牌、区域旅游品牌、城市旅游品牌、景区旅游品牌、企业旅游品牌等。增强品牌意识,建立品牌培育、发展和保护体制机制,推动浙江旅游品牌的全面创新与突破。

3. 国际化战略

通过产品国际化、交通国际化、营销国际化、服务国际化,全面推进浙江旅游的国际化。针对国际市场的产品需求特色,打造世界遗产地,大力开发非物质文化产品和高端度假旅游产品。泛长三角区域及浙赣闽皖区域联合打造较大地域范围内的世界级旅游目的地,带动浙江国际旅游的发展。通过国际营销网络体系,大力引入世界级的旅游企业与世界浙商网络的搭网营销,打通浙江旅游产品对外销售的国际通道。引入国际化的综合性旅游企业集团,推进旅游服务的特色化、国际化、个性化建设,加强浙江旅游与国际旅游平台的接轨。

4. 区域协作战略

利用经济优势,与周边省市一起构筑旅游协作区,推动浙江旅游的空间延伸。重点推出跨区域精品旅游线路新产品,通过线路组合推动区域旅游合作的进一步形成。区域旅游协作包括沿海协作带合作、长三角无障碍旅游区合作、浙赣闽皖旅游协作区合作、浙闽台海洋旅游区合作、沿运河旅游协作带合作和环太湖旅游协作区合作六个层次。针对不同层次和不同的旅游协作地域,浙江省应采取不同的区域旅游协作应对策略。

第三章 空间发展布局

第 11 条 旅游发展空间布局

在全省范围内逐步建成一个布局合理、运行畅通,各旅游城市、旅游景区和旅游点有机连接的旅游线路和网络,构筑“三带十区”全省旅游发展空间布局。

1. 加速构建三大旅游经济带

在全省范围内加快构建三大旅游经济带,通过三大旅游带建设形成全省旅游区域分工合作、产业协调互动的新格局。

率先建设杭州湾文化休闲旅游经济带。充分发挥旅游资源丰富、经济实力雄厚、区位条件优越和立体交通发达的综合优势,完善食住行游购娱配套的旅游休闲服务体系,营造更加宜人的旅游休闲环境,努力打造长三角黄金旅游圈的核心区;以杭州为中心,深度挖掘城市特色与优势,强化旅游资源整合,加快形成休闲度假、旅游观光和会展商务三大功能相互协调、彼此促进的格局,充分发挥杭州湾文化休闲旅游带在国内外市场的影响力和对全省旅游的带动力,将杭州湾旅游带打造成为长三角世界级黄金旅游目的地的核心组成部分、国际旅游的率先接轨区和国内高端旅游的示范区。

加快建设浙东沿海海洋旅游经济带。以宁波为中心,积极发挥温台舟的海洋旅游资源优势、紧靠上海和连接国外的区位优势、独有的体制先发优势和海陆空立体化交通网络优势,充分发挥普陀山世界级佛教旅游品牌的极核辐射作用,建成以甬上风情、海韵渔情、现代商情为特色,兼具观光、休闲度假、商务会展功能的滨海旅游区;进一步发挥温州作为全省旅游副中心的作用,利用温台两市在改革开放中形成的市场知名度,在发展国内旅游基础上,积极拓展国际旅游市场。将浙东沿海海洋旅游带打造成为全省旅游创新的重要基地、国内高端度假旅游产品的先发区。

努力培育浙西南山水生态旅游经济带。充分利用四省相接的客源市场优势和商贸繁荣、文化发达、生态良好的自身优势,继续强化与相邻省内外旅游目的地的双向联系,在做大做强国内旅游的基础上,积极开拓港澳台、东亚和东南亚客源市场,以开放促发展,以合作求效益,努力把巨大的旅游资源优势转化为旅游产业优势,逐步形成功能强大、特色鲜明的商贸、文化和生态旅游区,推动浙江中西部地区旅游经济跨越式发展。将浙西南旅游带打造成为全国旅游经济的新增长点、长三角生态旅游的主要目的地和全国生态旅游示范基地。

2. 重点建设十大旅游区

按照“区域联动、优势互补、资源共享”的原则,以城市为中心,以资源为依托,以项目为支撑,整合全省旅游资源,重点建设十大旅游区,包括杭州国际休闲旅游区、宁波河姆渡—东钱湖旅游区、温州雁荡山—楠溪江旅游区、浙北古镇运河旅游区、绍兴古越文化旅游区、金华商贸文化旅游区、衢州南孔家庙—石窟文化旅游区、舟山群岛旅游区、台州天台山—神仙居旅游区、丽水绿谷风情旅游区,将十大旅游区建设成为展示浙江旅游形象的平台、旅游创新探索的基地。

第 12 条 旅游目的地发展格局

与“三带十区”的旅游发展空间布局相对应,按照不同的主题定位和发展方向,将全省划分为五大旅

游目的地发展区块。包括浙北都市与特色文化旅游目的地区块、浙东海滨海岛旅游目的地区块、浙东南沿海旅游目的地区块、浙中商贸文化旅游目的地区块和浙西南山水生态旅游目的地区块。

第13条 浙北都市与特色文化旅游目的地

1. 范围:包括杭州、绍兴、嘉兴和湖州四个地市。

2. 发展定位:具国际影响力的文化旅游目的地,浙江旅游发展三大核心区域之一。

3. 发展目标:旅游产业高度国际化和现代化的重点区域。

4. 总体思路:以沪杭高速铁路建设、2010上海世博会为发展机遇,以杭州国际旅游目的地城市为核心,以古越文化、江南水乡风情、运河古镇文化为支撑,挖掘城市特色与优势,强化旅游资源整合,加快形成休闲度假、旅游观光和商务会展三大功能相互协调、彼此促进的格局,形成组合有序、功能互补、布局合理的区域旅游产品体系,提高旅游产品在国内外市场的影响力和对全省旅游的带动力,构造长三角南翼的“黄金旅游产业区”。

5. 发展重点:优化总体旅游发展环境,按照国际标准建设旅游目的地,强化旅游产业与城市和生态的和谐发展;完善旅游发展的支撑要素建设,推进旅游产业集聚,培育具有国际竞争优势的旅游产业集群;联动发展城市现代服务业和休闲农业,促进旅游业的规模化和产业化发展进程;优化旅游产品结构,构建新型旅游产品体系;提升整个区域休闲旅游产品的目标市场与功能定位,大力发展休闲旅游、商务会展旅游,形成国内知名的高端旅游产品集聚区;结合浙江文化大省建设目标,深层次挖掘丝绸、茶、陶瓷、书画、刺绣、美食、宗教等特色文化内涵,培育具世界影响力的文化旅游精品;大力发展乡村生态休闲旅游,建设成为长三角重要的乡村休闲基地。

第14条 浙东海滨、海岛旅游目的地

1. 范围:包括宁波和舟山两个地市。

2. 发展定位:具国际影响力的海滨旅游目的地,浙江旅游发展三大核心区域之一。

3. 发展目标:我国高端休闲度假旅游目的地的品牌区域。

4. 总体思路:紧紧抓住杭州湾大桥、洋山东海大桥和舟山大陆连岛工程建设带来的发展机遇,充分发挥历史文化、宗教文化和海洋海岛旅游资源的优势,接轨上海,加大入境旅游市场的拓展力度,以质量效益型增长为目标,构建环境友好、绿色高效的旅游产品体系,大力发展以城镇、海岛、滨海、滨水地区和山地为依托的都市休闲、乡村休闲、商务会展、生态休闲、文化休闲、海洋海岛休闲度假、体育娱乐等旅游产品,重点培育和发展高端休闲度假和娱乐旅游产品,引领国内旅游消费新时尚,成为浙江旅游发展另一只新的“领头羊”。

5. 发展重点:以宁波国际化旅游目的地建设和都市旅游产品开发为核心,通过陆—岛联动,积极发展多样化的度假、休闲、娱乐旅游度假地,通过邮轮靠泊港或母港等配套设施的规划建设,稳健发展邮轮度假和海岛度假等高端度假旅游产品;通过生态环境的修复、岸线和海岛资源的划定保护,引导发展游艇、帆船、海钓、潜水等海洋休闲运动旅游及其相关服务业态;以普陀山为核心开发宗教圣地修身养性旅游产品,以特色城镇为依托开发渔家风情休闲度假旅游,以海岛良好的自然环境为基础发展海洋生态旅游;同时,发挥市场运作网络优势,不断包装推出特色旅游产品,创新提升旅游节庆活动。

第15条 浙东南沿海旅游目的地

1. 范围:包括温州和台州两个地市。

2. 发展定位:具国际影响力的海滨商务休闲旅游目的地,浙江旅游发展三大核心区域之一。