

湍口温泉风情小镇

概念性规划及局部控制性规划

Conceptual Planning and Parts of The Area Controlled
Detailed Planning of TuanKou Spa Style Town

(评审稿)



目 录

第一篇 总则篇..... 1

 一、规划性质..... 1

 二、规划范围..... 1

 三、规划期限..... 1

 四、规划原则..... 1

 五、规划依据..... 2

第二篇 分析篇..... 3

 一、大格局——区域旅游发展格局判读..... 3

 二、大视野——国内外温泉小镇开发研究与经验借鉴..... 5

 三、大环境——湍口温泉小镇开发 SWOT 分析..... 9

第三篇 战略篇..... 13

 一、战略思考——针对温泉小镇的深刻理解..... 13

 二、战略视角..... 14

 三、战略定位..... 15

第四篇 规划篇..... 17

 一、空间布局..... 17

 二、分区规划..... 18

 三、旅游发展项目库..... 27

 四、旅游产品策划..... 28

 五、核心区块控制性规划..... 29

 六、专项规划..... 32

第五篇 形象篇..... 39

 一、旅游地形象建设..... 39

 二、旅游市场定位与营销策略..... 41

第六篇 运营篇..... 45

 一、分期开发时序..... 45

 二、融资模式与投资估算..... 46

 三、保障机制规划..... 48

 四、商业模式设计..... 51

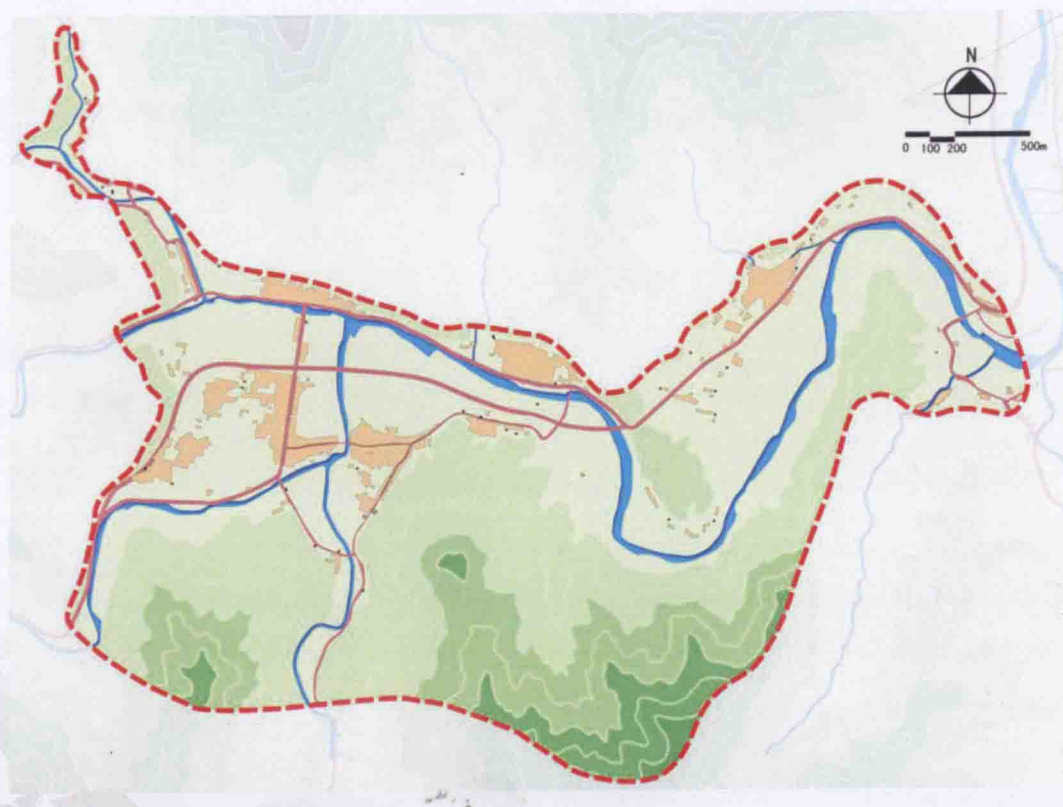
第一篇 总则篇

一、规划性质

本次规划为《湍口温泉风情小镇概念性规划及局部控制性规划》，集旅游提升规划、城乡统筹规划及产业整合规划于一体，旨在对规划区内旅游资源禀赋、城镇发展、经济发展及区域特色作充分调查、研究的基础上，对规划区的定位、目标、空间、功能、项目、产品、市场、土地、体制等作出科学合理的规划。以此，对今后相当长一个时期规划区内旅游资源保护、历史文化要素挖掘、空间格局、旅游项目策划、旅游市场营销制订、基础设施配套等方面，提供有创新性、前瞻性、可操作性的方案。

二、规划范围

规划区为湍口村及迎丰村内 5.1 平方公里的范围，其中核心区为 2.6 平方公里。



三、规划期限

规划期限为 2010~2025 年，分三期建设。其中：

- 近期：2010~2015 年，共 6 年；
- 中期：2016~2020 年，共 5 年；
- 远期：2021~2025 年，共 5 年。

四、规划原则

(一)地域特色原则

地域特色是一个区域区别于其他地区的本质所在，也是一个旅游地吸引游客的主要因素。根据该区域的温泉资源优势 and 吴越文化特色，以保护好资源环境为前提，开发独具特色的旅游产品，充分展现各区块个性特色，提高区域的旅游吸引力。

(二)市场导向原则

在国家和地方规划的指导下，牢固树立市场经济观念，从旅游客源市场的需求出发，结合旅游容量，开发满足市场需求的旅游产品，充分发挥市场对资源要素的基础性配置作用，不断提高旅游地市场的竞争力和占有率。

(三)产业联动原则

充分考虑城镇各方面协调发展，将旅游产业与其他相关产业联动开发。在产业协调上，以旅游产业为龙头和主导，大农业为依托和基础，一、二、三产业相互渗透。通过发展旅游业，促进湍口温泉风情小镇“大旅游、大品牌、大产业”的产业格局的形成。

④三位一体原则

•**政府主导：**在尊重旅游经济发展规律的基础上，通过产业政策对旅游进行倡导，通过立法对旅游进行规范，通过发布信息对旅游进行引导，通过行政干预对旅游业相关的方面进行协调，通过组织宣传对本地旅游总体形象进行推广。

•**企业主体：**产权明晰、多元所有、自主经营、自负盈亏的企业，是市场运作的主体。湍口温泉风情小镇在规划的基础上，对拟定开发的旅游项目可采取竞标招标方式，有偿转让经营权，完全实现企业经营。

•**市场运作：**第一推动力是政府的强力推进，但是牵引它持久发展的不竭动力却是市场的拉力。旅游资源的开发、旅游产品的营销、旅游资金的投入，旅游人才的配置、旅游经济发展，取决于市场的“无形之手”。市场是配置各种旅游要素的基础。

⑤社区参与原则

旅游的根本目的是促进地方社会经济的发展，提高地方居民的生活质量。重点地块的开发中要协调好政府、投资商和当地居民的利益，尤其要关注当地居民的各种利益。

⑥持续发展原则

在旅游开发中，必须坚持“保护第一，科学利用”的方针，走可持续发展之路。强调原生态保护和低强度开发，保留部分适宜性项目，适当进行温泉旅游和生态旅游开发，“以旅促保”，形成生态型旅游区块。

五、规划依据

(一)法律法规与标准

- 《中华人民共和国土地管理法》（1986）
- 《中华人民共和国环境保护法》（1989）
- 《中华人民共和国城乡规划法》（2008）
- 《浙江省城镇建设管理条例》（1998）
- 《旅游规划通则》（GB/T 18971—2003）
- 《风景名胜区规划规范》（GB50298—1999）
- 《旅游区（点）质量等级的划分与评定》（GB/T 17775—2003）
- 《旅游资源分类、调查和评价》（GB/T 18972—2003）
- 《村镇规划标准》（GB/50188-2007）
- 《地面水环境质量标准》（GB 3838—2002）
- 《城市用地分类与规划建设用地标准》（GBJ137-90）
- 《旅游度假区管理暂行办法》（1993）
- 《旅游发展规划管理办法》（2000）

(二)上位规划与指导性文件

- 《浙江省旅游总体规划》（2008-2020）
- 《临安市域总体规划》（2007-2020）
- 《临安市湍口镇总体规划》（2009-2025）
- 《国务院关于加快发展旅游业的意见》（2009）
- 其他相关发展规划或指导性文件

第二篇 分析篇

一、大格局——区域旅游发展格局判读

(一)长三角“无障碍旅游”格局判读

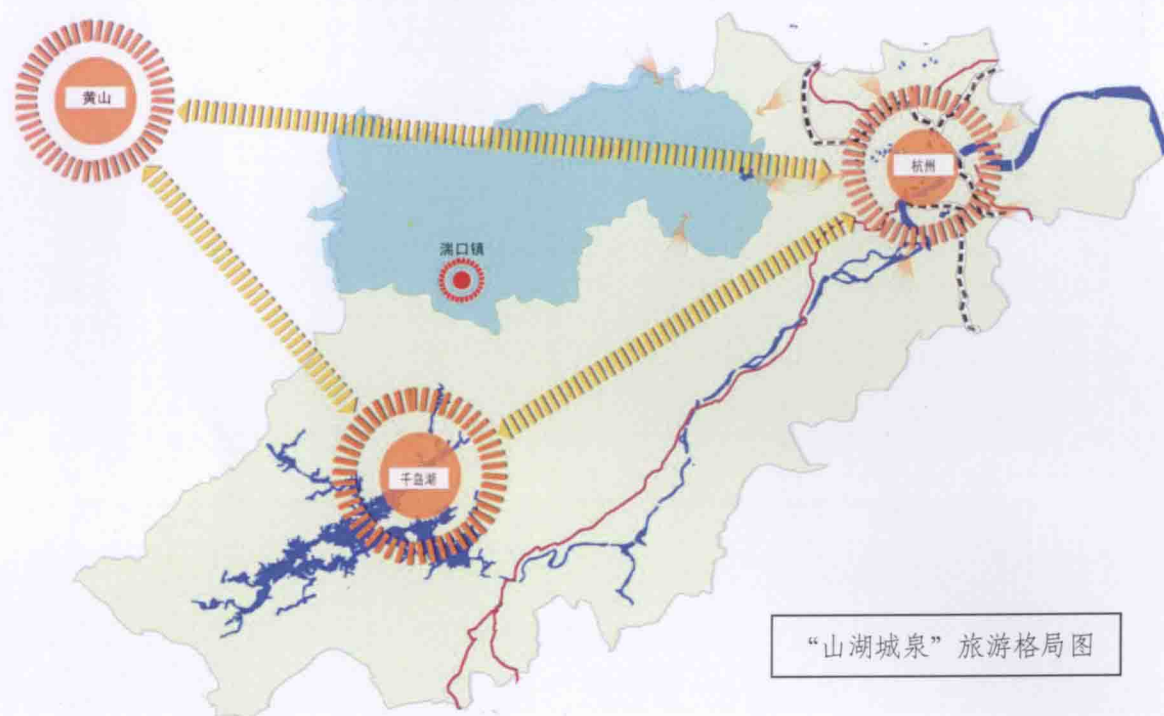
1、格局现状：互为客源地和目的地

以上海为核心的长三角地区是中国经济的金三角。长三角大都市圈囊括的上海、浙北、苏南 15 个跨省域的城市，成为中国经济发展速度最快、经济总量规模最大的区域之一，人均 GDP 已超过 5000 美元，并且每年以两位数的高速增长。在此区域经济、社会 and 居民消费背景下，长三角地区旅游表现出较全国平均水平更为旺盛的消费需求，并引领我国居民旅游消费的转型趋势。长三角地区在全国旅游八大特征的基础上，还表现出区域一体化的特征，正努力构建区域无障碍旅游的新格局。依托该地区特色的旅游资源，长三角各城市互为目的地和客源地的关系，能够使湫口镇蕴藏丰厚的旅游资源能量得到释放的空间。

2、格局研判：“山湖城泉”构建长三角黄金旅游圈核心区

2003 年在杭州召开的“长江三角洲旅游城市 15+1 高峰论坛”上，长三角 15 个城市和黄山市，共同发表《杭州宣言》（《长江三角洲旅游城市合作宣言》），明确了长三角旅游城市的合作项目和行动计划，并在加强区域旅游合作、区域旅游品牌塑造、旅游资源和产品整合与保护、旅游信息交流与一体化、区域旅游便利措施等多方面达成多项共识。

随着杭州市“旅游西进”战略的推进，由杭州市、千岛湖、黄山共同构成了长三角“名城名湖名山”的黄金旅游圈。湫口温泉地处该旅游圈的中心节点，加之千年名泉的温泉品牌，使其能够成为该旅游圈的重要支点。“山湖城泉”的新型格局正在形成。



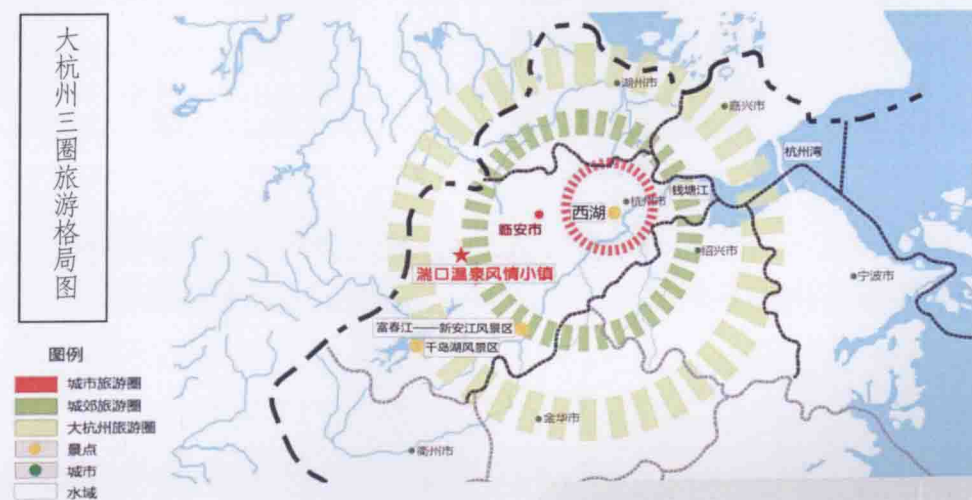
“山湖城泉”旅游格局图

(二)杭州都市旅游圈格局判读

1、格局现状

(1)大杭州“三圈”旅游格局

根据《浙江省旅游发展规划》（2008-2020），以杭州市中心，打造国际休闲度假、商务会展重要旅游目的地，确定一批重点项目，抓紧开发三江两湖一山一河，以及之江旅游度假区、湘湖旅游度假区、千岛湖旅游度假区等，辐射周边旅游区域。基本建成以西湖为核心的城市旅游圈、以三江两湖为重点的城郊旅游圈、以周边绍兴、湖州、嘉兴为辐射半径的大杭州旅游圈。湫口温泉风情小镇位于杭州城郊旅游圈中。



2、格局研判：融入大杭州，建设温泉度假旅游目的地

(1)大杭州休闲度假产品的重要补充

随着现代旅游业由观光旅游向休闲度假旅游转变，杭州旅游正在转型升级，休闲度假旅游产品成为未来杭州旅游发展的主要方向。杭州境内休闲度假资源丰富，有两个国家级风景名胜区、五个国家级森林公园、两个国家级自然保护区，一个国家级旅游度假区、一个省级旅游度假区，西湖、千岛湖、富春江、新安江的山水，古运河的文化等，正着力将杭州打造为国际休闲度假旅游目的地。

湍口温泉的开发将成为大杭州休闲度假产品的重要补充，及助推杭州国际休闲度假旅游目的地的重要力量。

(2)“杭州第六水”助推“五水共导”战略升级

在2010年上海世博会“城市让生活更美好”的主题背景下，杭州市助推“五水共导·品质杭州”，强调“五水共导”（江、河、湖、海、溪）的治城方略，追求品质生活，使城市山更秀，水更清，人更和。由此，探索“五水共导”城市发展战略已成为提升杭州“生活品质之城”的重要举措。

湍口温泉作为“杭州第六水”的强力推出，能够实现“五水共导”向“六水共导”的战略升级。

杭州“六水共导”格局图



(3)“旅游西进”促进大杭州旅游一体化发展

“旅游西进”战略是杭州旅游一个长期的发展战略。通过整合以“三江两湖两址一山一河”为重点的大杭州旅游资源，形成大杭州、大旅游、大发展格局。通过政策倾斜保护和改善郊区旅游环境、大力发展郊区旅游业，最终将城区和郊区共同建设成为资源、环境、市场共享、优势互补、结构稳定、良性循环的旅游系统。

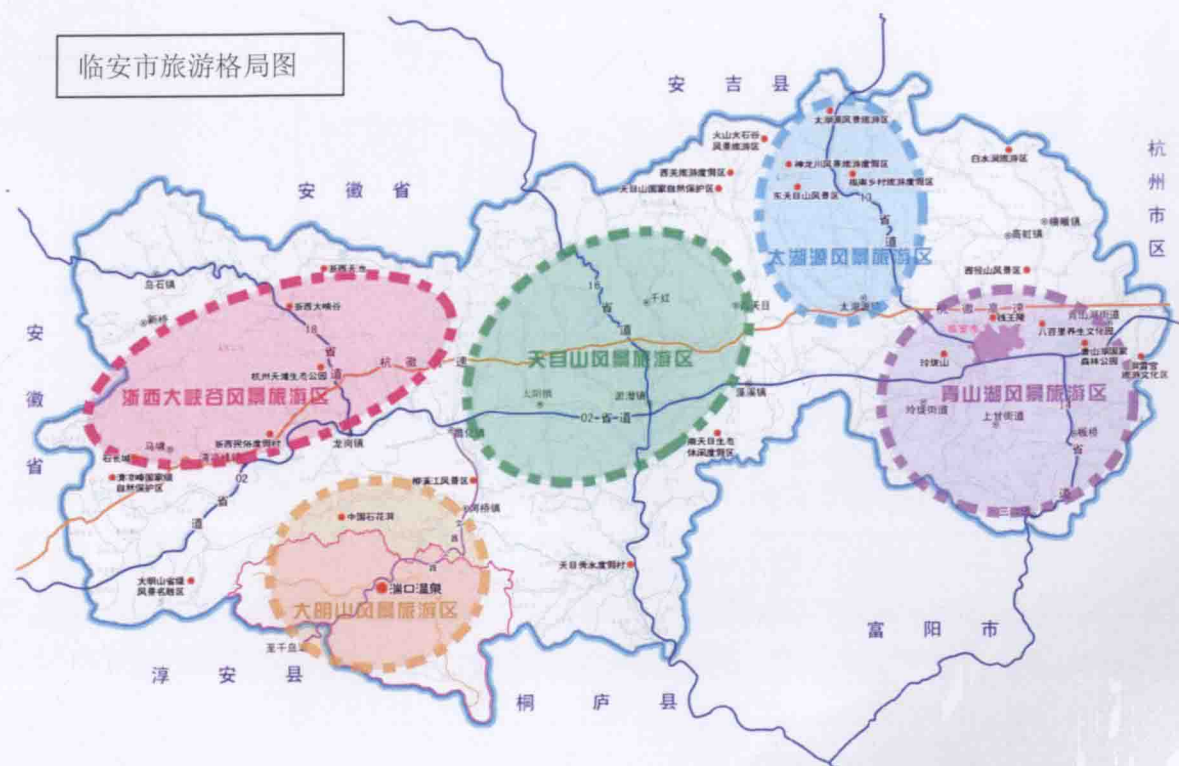
(三)临安市旅游发展格局

1、格局现状：五大特色旅游片区

根据《临安市域总体规划》（2007-2020）中市域产业布局，旅游业发展以现有景区为基础，重点发展生态观光和休闲度假旅游，建设五大特色旅游区，包括青山湖风景旅游区、太湖源风景旅游区、天目山风景旅游区、浙西大峡谷风景旅游区和大明山风景旅游区。

其中，湍口隶属于大明山高山度假旅游区，以温泉度假旅游为主要发展方向，与大明山、瑞晶石花洞、柳溪江等景区，构成了以高山度假旅游、温泉度假旅游、观光休闲旅游为核心的西南旅游片区。

临安市旅游格局图



2、格局判读

(1) “吴越泉都” 助推临安吴越文化名城的建设

2002 年临安市委提出建设“吴越文化名城”，把“强市、名城、胜地”作为临安经济发展的三大战略目标；2003 年出台了《关于临安市吴越文化名城建设的实施意见》（临委[2003]69 号），树立了建设临安吴越文化名城的发展战略。湍口镇受吴越文化深入影响，通过湍口吴越泉都的打造，使其成为临安吴越名城建设的重要支撑。

(2)温泉产业链延伸实现临安旅游二次创业

从国内情况看，温泉旅游产业已成为促进我国国民经济发展的又一新的经济增长点，其产业关联性较强，倍增效益明显，加之温泉旅游对优化旅游产业结构、合理配置各种资源、引导消费时尚发挥了不可替代的作用，因而其所带来的经济效益是不可估量的。

临安在发展温泉旅游过程中，一方面要着力提升温泉产业比重，另一方面要将温泉旅游产业与当地的传统产业相结合，开发出温泉旅游与农业、建筑业、旅游业相结合的旅游项目，共同促进温泉旅游地可持续发展。湍口温泉的开发将成为临安旅游二次创业的基石。

二、大视野——国内外温泉小镇开发研究与经验借鉴

古今中外，但凡有温泉资源的地方，都会产生温泉文化和经济，欧洲、日本以及澳洲在温泉资源地都发展形成温泉小镇，当地产业、生活以及习俗亦都是围绕温泉展开，并成为吸引各地游客的重要亮点。

与中国的度假村式温泉旅游不同，国外很多温泉胜地更加强调温泉小镇文化，游客们来到这里，住下来，一边享受温泉，一边体验当地的住宿、餐饮、土产、运动休闲以及周边景区等附加内容。

全球最有名、最具特色的当属日本温泉小镇，几乎已经形成一种温泉文化潮流，提到日本温泉，让人想到的不仅仅是不同疗效的水质，还有民宿、土特产、料理以及当地泡汤风俗等。

欧洲的温泉文化历史悠久，各个国家都有一些发音类似“巴斯”或者“巴顿”的地方，都是源于“bath”，即温泉小镇。与日本温泉小镇的古朴相比，欧洲的温泉小镇更讲究规划，一般是在公众温泉中心周围，设有不同档次的酒店、餐厅以及户外项目等。

(一)世界各地温泉小镇特征分析

1、亚洲温泉小镇特点

- 秉承传统文化的生活方式；
- 温泉产品多样，既有药用温泉，也有天然温泉、有餐饮住宿设施，又有健康活动设施等；
- 市场以散客为主，同时也迎合企业团体需求；
- 完善的法制保障：温泉法的制定，以规范温泉开发许可制度；休憩法的制定，诱导民间投资商开发温泉资源。如温泉地区企业将休养中心、休憩大厦、高尔夫球等引入温泉设施。
- 制定了《都市景观条例》，规范温泉区建筑物立面、色彩等；
- 明晰的温泉资源开发管理规定：温泉资源统一管理、统一开采、统一分配。

典型代表——日本神户市有马温泉、九州别府温泉、草津温泉、箱根温泉。



日本草津温泉



日本九州别府温泉



日本温泉料理

2、欧洲温泉小镇特点

- 重在医疗疗养：传统温泉医疗疗养，配备现代化的诊断设施，具有经验丰富的医生，具备一系列物理治疗的办法；设立专业的美容护肤中心。
- 重视环境营造：自然环境优美，绿树成荫，河水清澈；人文环境优雅，建筑古朴，街道整齐；注重环境美化、生态保护。
- 产品丰富：温泉地旅游观光、休闲娱乐、康体度假和体育健身多功能发展。
- 设施先进：温泉地具备一系列休闲养生设施和手段——包括各种方式的桑拿浴、蒸汽浴、按摩、健美操以及美容保健，甚至有中国太极拳和气功。

- **特色服务：**端正生活方式，纠正饮食习惯，建立健康的生活节奏等方面的专家辅导，进行全身心修养。

典型代表——法国薇姿小镇、埃维昂依云温泉；德国巴登温泉。



3、美洲温泉发展特点

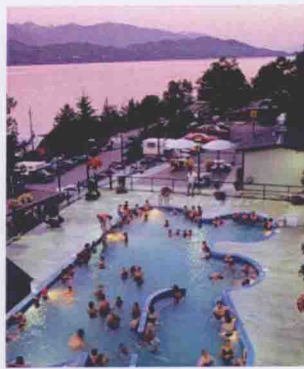
- 多方位的温泉体验：冷热温泉、室内及露天温泉；
- 多功能的服务涵构：从个人到企业到政府；
- 完善的配套设施：多层次的住宿设施；
- 游憩体验的多样性：丰富多彩的夜生活；
- 温泉资源的利用与包装（如美容、养生等）；
- 周边资源的有效利用与过程串连（如溪流、森林等）；
- 生态保育与温泉持续利用的价值观建立；
- 多种节庆活动：婚庆活动，音乐节，艺术节，电影节；
- 完善的会议服务体系：大型会议、商业展览、学术会议、专题会议、团聚会等。

典型代表——美国：格伦伍德温泉、猛犸温泉、大棱镜温泉；

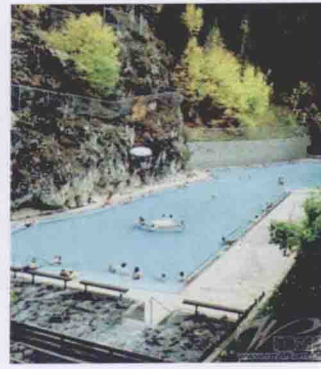
加拿大：哈里森温泉度假村、镭温泉村、费尔蒙特温泉度假村。



美国猛犸温泉



加拿大哈里森温泉度假村



加拿大镭温泉村

(二)温泉小镇案例分析

1、日本·箱根温泉

- 交通便利——距东京 90 公里；
- 历史文化悠久——是日本著名的温泉之乡、疗养胜地，有著名的“箱根七汤”，始建于 1684 年，箱根温泉乡共有温泉 336 处；
- 观光资源丰富——芦湖、大涌谷火山等自然景观，还有数量众多的博物馆、美术馆、工艺品馆、科学馆；
- 温泉旅馆集中地——以箱根汤本为中心，拥有饭店、旅馆、民宿 219 家，欧式民宿 23 家，青年旅馆 2 家；
- 优美的观光资源。

个案点评：

- 温泉旅馆类型多样，档次有所区分，可满足各类型游客的需求。
- 多种专题类博物馆和艺术馆，提升旅游地的文化内涵，增加游览的趣味性。
- 围绕“箱根七汤”组团式布局，每个组团相对独立，包含旅馆、温泉、博物馆等设施。
- 游览交通多样化，空中缆车、登山巴士、观光船等。



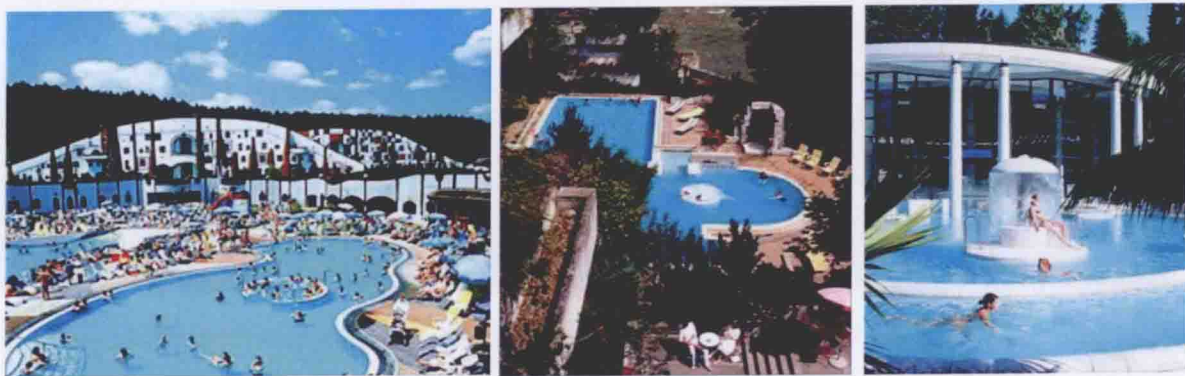
2、德国·巴登温泉小镇

- 区位优势——坐落在德国西南部，离法国和瑞士都很近。
- 历史文化悠久——被誉为“欧洲的夏都”，得名于公元 1 世纪。历史上众多名人都曾造访此地，最经典的宣传语来自马克·吐温，他说：“5 分钟后你会忘掉自己，20 分钟后你会忘掉世界。”
- 温泉质量出众——以罗马皇帝命名的卡拉卡拉温泉浴池享誉整个欧洲。

- 设施顶级奢华——拥有豪华的购物场所、国际赛马、世界上最漂亮的赌场、欧洲第二大的歌剧院和一流的酒店小镇氛围。

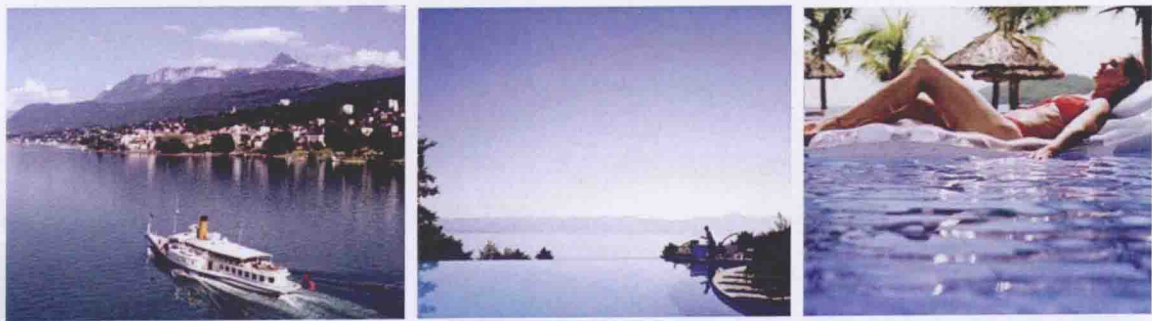
个案点评:

- 人工与自然浑然一体,注重人与景的交流,创造多样化的温泉体验。
- 温泉产品链丰富。强调温泉的养生、保健、诊疗和美容的功效,设有数量众多、专业的医学诊疗所,美容院。
- 营造高雅娱乐的氛围,既是欧洲沙龙音乐的中心,也是文化与会议中心。



3、法国·依云温泉小镇

- 理疗美容、温泉医生量身定做方案——法国最有名的依云温泉小镇温泉疗养中心提供各种理疗项目,最受欢迎的方式是温泉医学疗养,针对消化和新陈代谢疾病、尿路系统疾病、风湿及关节外伤后遗症等,需要预约,并得到温泉医生的诊断和量身定做方案,一疗程 20 天左右。
- 大众兼奢华 SPA——海水 SPA 在当地也很流行,将海水净化后引入室内,通过泡浴、海藻、海底泥体膜、精油按摩等方式,起到舒缓、放松、美容的效果,价格也很大众化。同时也会设有奢华的温泉 SPA 场所,特别满足高端消费群体,比如位于依云小镇的皇家依云饭店推出的 SPA 项目。



（三）案例借鉴

1、经验启示

（1）注重保留小镇的悠久历史

成功的温泉小镇,或有悠久的历史文化,或有鲜明的主打文化。文化是成功的温泉镇必备的因素,文化是温泉镇的灵魂。只有融合本土文化元素的温泉产品才具有巨大而持续的生命力,经久不弱,长盛不衰,成为持久吸引游客的主要因素。

日本和欧洲温泉小镇很有名,但都很小。整个小镇的生活、经济和文化都是围绕温泉产生的。当地人很注重保留小镇的悠久历史,把几千年前的温泉、浴场建成博物馆,供游客参观。另外,附属旅游也各有特色,比如日本的泡汤游客可以沿着温泉溪爬山。很多温泉小镇都有与温泉资源相关的土特产,从食物到化妆品。

（2）具有个性化的泡汤习俗

不同地方的习俗不同,比如日本要裸身,而且头发和毛巾不可浸入水中,而欧洲则要穿泳衣,但是每个人对温泉都很尊重——入水前都会认真沐浴。

（3）注重保证水质

很多地方都制定《温泉法》,对温泉定义、种类、矿物质含量、温度以及添加物都有严格的规定。另外,温泉小镇多建在温泉资源非常丰富的地方,比如日本的温泉民宿家家户户庭院里都有很棒的泉眼。

（4）政府很注重温泉资源保护

在一座以古老民宿为主的温泉小镇里,不会拔地而起一座豪华的现代酒店。日本有段时间温泉也如雨后春笋般出现,慢慢的只有口碑好的老牌温泉旅馆和有特点的新旅馆留下来。小镇的整体风貌也很稳定,不仅不会随便增加温泉设施,也不会大规模装修。

（5）生活化场所、休闲化社区的营造

旅游小镇的特色风貌是另一大吸引力:包括尺度宜人的街道、琳琅的商铺、汇集人气的中心广场、齐全的文化娱乐设施构成。

（6）温泉产品成为温泉小镇开发的突破口

从文化上制造差异性，精心打造观光、休闲、娱乐功能多元、综合性的主题温泉；开创文化性，突显主题性，继承娱乐性及室内温泉的特点。

2、技术借鉴

- (1)住宿设施:应在规模、档次、主题、权属经营等方面多样化，满足各种类型游客的需求。
- (2)观光资源与温泉资源紧密结合:打造有深度的产品链条，丰富度假游客的选择。
- (3)做好环境温泉:因地制宜布置温泉池，做到取景得当，入浴方便，打造不同档次的环境温泉。
- (4)温泉休闲旅游网打造:开发应结合周边景区旅游资源，形成以温泉为核心的套装游线。注意周边交通体系与温泉休闲游憩系统的连接，形成完整休闲旅游网。
- (5)多产业结合:融合旅游、居住、商业、文化、娱乐、运动休闲等多种业态。



温泉小镇业态组合示意图

（四）长三角主要温泉旅游地比较分析

表 2-1 长三角主要温泉旅游地特征比较表

温泉旅游地	市场定位	发展现状
金华武义	“温泉之城、休闲武义” “浙中华清池”	星级旅游饭店 7 家，客房 1200 多间，旅行社 6 家，乡村农家饭店 200 余家，服务从业人员达到 5000 多人。 向市场开放的有唐风、清水湾、清溪湖温泉度假村。 1998 年以来，武义县接待游客人数以每年 26% 的速度增长，仅 2007 年就接待游客 118.5 万人次。 冬季市场火爆，以上海游客居多，其余多来自周边的县市。 着力打造浙江省最具特色和影响力的集商务、度假、娱乐、养生、保健、环保生态于一体的温泉旅游度假村。
宁波宁海	“华东第一森林温泉”	2002 接待游客 64 万，此后以每年 43% 的速度飞速递增，2005 年接待游客 128 万人次。 游客多来自宁海县城及宁波市区，外地游客比例低。 目前市场知名度不高，提供的活动项目比较单调。 活动策划与市场促销不到位，冬季市场萧条。
南京汤山	“旅游休闲新城” “全国四大温泉疗养区之一”	目前开放了汤山温泉度假中心、大吉温泉度假村和颐尚温泉度假村。 自 05 年 5 月运营至今，已接待游客超过 30 万，06 年国庆七天共接待游客 7.8 万人次，同比增长 56%，旅游收入达 498 万元，同比增长 24.5%。
连云港东海	“华东第一温泉”	目前度假区有宾馆、洗浴休闲中心、会务商展中心近 20 家，其中三星酒店一家，二星酒店两家，景点包括民俗馆、温泉广场、羽山、汉墓。 2005 年度度假区接待游客 60 万人次，实现旅游经济收入 8000 万元，2006 年接待游客 76.5 万人次，2007 年度度假区旅游总收入更是创纪录的达到了 1.06 亿元，属于发展成熟的温泉旅游地。

比较结论:

- 1、在资源特色层面上，湍口温泉是纯天然温泉，是旅游开发的处女地，具有后发优势。另外，湍口温泉属珍贵的“饮用天然矿泉水”及“混合型氡泉”，饮用浴疗人体都有明显的保健作用，属于稀有性温泉资源。
- 2、在文化层面上，湍口温泉有 1300 多年历史，受吴越文化影响较深，具有更深远的旅游吸引力，使得温泉旅游开发富有内涵和品位。比较而言，文化优势特色显著。
- 3、在产品开发上，湍口温泉应寻求差异化线路，实施温泉开发的“湍口模式”，即围绕“旅游、城乡、产业”复合型发展为导向，以吴越文化为内涵，以多样化温泉体验为表现形式，打造湍口温泉风情小镇。

三、大环境——湍口温泉小镇开发 SWOT 分析

(一)优势 (Strength)

1、资源优势

(1)生态环境：八山环翠，四水合流

湍口境内生态条件良好，四周八山环抱，素有九山半水半分田之城，景色迷人，有成片的山核桃林、毛竹林、原始红豆杉林、野生榉林、金钱松和银杏，森林覆盖率达 80%以上。区内有湍源、塘溪、沈溪、凉溪四溪合一穿镇通过。良好的水文条件、地质条件和资源优势为湍口温泉创造了优良的地理条件。



(2)温泉资源：芦荻温泉，名誉千年

湍口温泉位于临安市湍口镇湍口村叶家，俗称芦荻墩。在 1300 多年前就已发现，早在明朝时《昌化县志》卷二，山川中就有记载：“芦荻墩：在县南 41 里，平阳突起，小墩高不盈丈，广亩余；清泉仰泄。夏凉冬温；严寒暖气熏蒸叠叠上浮，环墩无积雪。”

温泉地热区 0.2 平方公里，水温在 29-33℃，日出水量为 3000 吨/日。泉水为无色、无臭，微涩透明的低矿化度重碳酸型水，除含常规组分外，还富含大量对人体有益的微量元素、矿物质和有机物，如氢、钴、铜、铅、锌、铬等具有很高的浴用、保健和医疗价值。其中“氢”有“泉之精”之美誉，对调节神经系统、增强睡眠、减轻疼痛、治疗心血管疾病、皮肤病和增强抵抗力有疗效。是杭州地区乃至浙江省较为珍稀的天然温泉水资源。湍口镇为有开采利用价值的优质地下矿泉水，现已建井两只，1993 年经浙江省饮用天然矿泉水技术评审组技术鉴定：湍口天然矿泉水为：“锶、偏硅酸、碳酸复合型珍贵饮用天然

矿泉水”，饮用浴疗人体都有明显的保健作用。专家把湍口温泉定为“混合型氡泉”和“无色、无臭、微涩透明的低矿化度重碳酸型温泉。”



(3)历史悠久：多元交融，吴越遗风

临安历史悠久，文化灿烂。新石器时代人们就在那里繁衍生息。西汉时设县建制，是吴越国王钱镠故里和墓葬地。历代以来人才辈出，道教宗师张道陵、宋代大文人洪咨夔、清代数学家方克猷、革命烈士来学照、爱民模范赵尔春、高原赤子陈金水等都是临安的杰出人物。谢安、昭明太子、李白、白居易、苏轼、郁达夫等也曾留下了他们的足迹和诗文，给临安的山水更增添了深厚的文化底蕴。临安的佛教文化源远流长，西汉佛教初传中国时就有印度僧人入天目播教，天目山被尊为韦陀菩萨的道场。历代以来，高僧辈出，在东南亚尤其是日本影响很大。湍口是临安的一个小镇，受到临安吴越文化的影响较深。



湍口镇散落着一些古桥、古庙、古寺、古民居，还有丰富的原生态民俗文化资源，民间节庆众多，民风民俗独特，13个行政村都有非物质文化遗产项目，特别是一些以家族和自然村传承的项目，保持了原生态状况，如：塘溪源村、塘秀村的“神兽花灯”（2007年列入浙江省第二批非物质文化遗产保护名录）；迎丰村的“红毛狮子”（2007年列入杭州市第二批非物质文化遗产保护名录）、涉及的民间节庆活动“洪岭高山馒头节”；洪岭村、三联村的“湍口杂技”，迎丰村的“龙灯”，石室村的“辇灯”，凉溪村的“青毛狮子”等。拥有民间音乐“昌化民歌”。民间曲艺“三吹三打”和“谢情锣鼓”，民间戏曲有睦剧、越剧、徽剧等。以上非物质文化遗产都具备独特性、广泛性和较高的艺术性，对于湍口温泉资源的开发是有效的补充。

端口规划区内的资源分布相对比较合理,在每一地块内,资源相对集聚,有利于资源的规模开发。旅游资源沿水和山势分布,形成“环山四水——温泉”的资源布局,且各有各的特色,形成合理的资源布局形态。

规划区内旅游资源之间的组合好,衔接自然。山水自然资源、民俗风情和乡村田园风貌得到了良好的组合和融合,山体、溪流、田园等资源围绕乡村农家乐和温泉休闲街区。良好的组合条件为湍口旅游资源开发奠定了基础,使得资源的整合开发和旅游产品的设计更加容易实现。

规划地湍口镇地处长三角地区，湍口镇位于临安市西南，距杭州 128 公里，距临安 75 公里，距千岛湖 34 公里，为长三角黄金旅游圈核心区。东连潜川镇，西毗石瑞乡，北依河桥镇，南接淳安县文昌镇。

- 随着 2006 年杭徽高速公路的全面贯通, 2008 年文昌线二级公路的建设, 大大改善了湍口镇的可进入性。而其距离最近的文昌高铁站只有 40 公里, 使得湍口镇在高铁时代下, 能够迅速融入长三角一小时经济圈, 成为杭州都市圈重要的组成部分, 为湍口温泉今后的发展提供了难得的机遇。
- 湍口镇隶属临安市旅游区划中的大明山高山度假旅游区, 湍口温泉可与周边柳溪江、河桥、瑞晶洞、大明山等景点相结合, 发挥集群优势。而随着生态旅游业的日益兴旺, 周边地区旅游资源逐步开发, 湍口镇必成为临安旅游的一大卖点。

交通区位图

该图展示了衢州市及其周边地区的交通网络。图中显示了主要的高速公路（黄色）、国道（红色）、省道（紫色）、铁路（黑色虚线）以及高铁（黑色实线）。衢州市位于图的中心偏左位置，标有红色五角星。周边城市包括黄山市、绩溪县、临安市、富阳市、桐庐市、淳安县、建德市和杭州市。图中还标注了衢口镇、文昌镇和潭安等具体地点。图例说明了不同线型的含义：高铁（黑色实线）、铁路（黑色虚线）、高速公路（黄色）、国道（红色）、省道（紫色）。

长江三角洲地区是我国经济最发达的地区之一，人均收入水平较高，整体的消费能力较强，具有巨大的市场潜力。然而在长三角地区，温泉是非常稀缺的旅游资源。湍口温泉旅游小镇作为长三角地区少有的温泉旅游点，具有一定的旅游竞争优势。依托长三角地区，使得小镇的旅游客源市场有了充足的保障。

[illegible]

4、集群优势：与周边旅游区组合条件好

临安市温泉资源地处湍口盆地西部，根据《临安市休闲产业度假胜地建设规划》，本区块隶属于浙江省大明山风景旅游区板块，区内有瑞晶石花洞、柳溪江等知名旅游景点，区周边有国家级自然保护区清凉峰、青山湖风景旅游区、太湖源风景旅游区、天目山风景旅游区、浙西大峡谷风景旅游区等著名风景旅游区。因此，湍口温泉旅游风情小镇的开发将有效地推进区域旅游的发展，是集生态观光和休闲度假旅游为一体的区域旅游度假胜地。

(二)劣势 (Weakness)

1、旅游产品单一，缺乏影响力

湍口温泉的资源品级优，但是旅游产品开发处于初级阶段，市场促销力度不够，知名度较低、形象比较单一。并且旅游产品主要以温泉洗浴为主，缺少多样化、现代化的温泉体验产品，与当前游客旅游需求的多样性不匹配。

2、文化底蕴深厚，但缺乏文化载体

湍口历史悠久，文化底蕴深厚，受吴越文化影响深远，有丰富的原生态民俗文化资源，民间节庆众多，民风民俗独特，但是湍口商贸、文化发展滞后，因而这些资源缺少展现的平台和载体，难以使湍口文化资源得以展现，转化成旅游产品。

3、城市建设滞后于旅游业发展

湍口镇目前的城镇整体形象与综合环境与旅游发展的要求相去甚远，基础设施和公共服务设施建设不完善，城市建设面貌落后，用地空间不足等，整体旅游环境氛围、旅游咨询系统等旅游基础设施依然滞后于旅游业发展的要求，旅游产业的综合服务功能还不健全，社会化服务体系尚未建立，特别是旅游交通和旅游饭店已成为旅游发展中最突出的“瓶颈”问题，制约了旅游接待能力和服务水平的提高。

4、产业结构单一，区域经济的洼地

目前湍口的产业是以农业主导，第二、三产业不发达，农业产业结构落后，未能适应现代农业的发展趋势，是临安经济发展的洼地；并且湍口的现有产业经济还是处于粗放型

发展阶段，产业无内涵，产业链较短。

(三)机遇 (Opportunity)

1、休闲度假时代的要求和国家旅游政策的扶持

由于休闲时代的来临，以及城市化的深入和城市人口的增多，越来越多的人热衷温泉旅游。温泉旅游热是旅游业发展的趋势，是旅游业可持续发展必然选择，国家对温泉旅游的重视与支持的力度也与日俱增。杭州定位“休闲之都”，为其后花园临安的生态之路奠定了基础。同时也要求湍口镇重新挖掘、整合旅游资源，使之产生整体合力、规模优势，把旅游业尽快培育成为湍口镇国民经济新的增长点。

2、区域一体化的发展

长三角地区是我国经济最发达的区域之一，以杭州为核心的环杭州湾城市群位于长三角的核心地区，在浙江省旅游业“十一五”规划中提出了率先建设杭州湾文化休闲旅游经济带的战略，杭州湾文化休闲旅游经济带和长三角的联系更加紧密，区域融合的趋势逐步明显。随着杭州湾文化休闲旅游经济带一体化的发展和长三角地区经济扩散的影响，作为以打造杭州湾文化休闲旅游经济带为目标的湍口温泉风情小镇将得到更多的发展机遇。

3、政府重视，政策支持

旅游业对带动相关产业发展、增加就业、扩大内需、促进区域经济和社会协调发展方面都有积极的作用。省、市、镇各级政府对湍口温泉旅游的发展高度关注，站在加快湍口镇经济社会和旅游发展的高度，提出了打造湍口温泉风情小镇的湍口旅游发展战略。

4、自驾游将给湍口旅游带来新的机遇

在生活水平提高、休闲假期增多、消费观念改变等因素的促动下，旅游日趋成为个性化旅游消费品，自驾游、自助散客游已经成为经济发达地区的出游时尚。临安处于长三角经济圈，与主要客源地市场距离较近，有望成为长江三角洲经济发达区的后花园。私人汽车增长迅速极大地带动自驾游，增加散客游的比重。这将推动游客愿意去距离较远的山区，体验温泉旅游的乐趣，使湍口温泉休闲旅游在旅游市场占有一席之地。

（四）挑战（Threat）

1、周边地区温泉旅游度假区的竞争

周边地区的温泉资源的开发力度不断加大，宁海南溪温泉旅游项目开发已经完成，金华武义温泉旅游度假区的规划项目的开发已趋于成熟，吸引了长三角地区的不少游客，对湍口温泉旅游项目的开发与经营形成了现实挑战。

2、旅游开发资金筹措难题

资金是旅游发展的关键之一，而随着旅游开发理念的转变，政府投入旅游开发的主导性资金正在逐步减少，如何解决旅游开发资金筹措难题，靠自身的运行来求发展将是一大挑战。

3、温泉资源可持续开发利用的挑战

温泉是极易被污染的旅游资源，污水回灌、地下水位下降，盐碱化等含水层的变化都会对温泉造成严重的破坏，甚至直接影响到温泉旅游资源的正常开发利用。在投资开发时，不能鼠目寸光，只开发不保护，要采取相关措施，确保温泉旅游资源的可持续开发和利用。

4、面临温泉旅游开发创新的挑战

温泉度假的开发很大程度上依托于现有的资源，类似的资源将束缚旅游产品开发的思路，目前大部分温泉度假区的开发均没有跳出固有思路和观念的束缚，风格类似。湍口要在激烈的市场竞争中脱颖而出，就首先要更新传统的温泉旅游产品思路，确立自身的产品特色，突破传统开发思路，探索出适合自身的开发模式。

第三篇 战略篇

一、战略思考——针对温泉小镇的深刻理解

(一)温泉小镇解读

本案理解下的温泉小镇应具备四大形态：旅游小镇、休闲小镇、宜居小镇、生态小镇。

• **旅游小镇**：对外是以“温泉洗浴”为核心的旅游小镇。有自己的主题、文化、风格、旅游核心吸引物及完备的旅游接待设施，是特色鲜明的风情小镇，能够满足旅游者的各种旅游需求。

• **休闲小镇**：“慢节奏生活”休闲空间，居民悠闲缓慢的生活节奏和弥漫在空气中的休闲气氛，让人感觉不到生活的紧张和压力；合理的休闲空间、完善的休闲设施和休闲服务体系。创意性的休闲产业，以满足人们的个性化、多元化休闲需求。

• **宜居小镇**：良好的生态环境，舒适的居住空间，完备便捷的生活服务设施，能够适宜当地居民居住及旅游者度假的双重需求。

• **生态小镇**：温泉小镇必须建立在温泉资源的保护的基础上合理开发，温泉源于自然，与大自然的生态系统融为一体，保护温泉资源及其所依附的生态环境是温泉开发须遵循的重要内容。



(二)温泉小镇核心要素

(1)独特的文化风情——温泉小镇的灵魂

文化是旅游的灵魂，也是旅游地的重要旅游吸引要素。温泉风情小镇的文化由地域特色文化、人工建筑文化、沐浴文化和服务文化共同组成，以形成具有鲜明的地方特色文化和强烈旅游认同感的旅游目的地，如日本温泉的“风吕文化”、御温泉的“御式文化”等。因此，独特文化和魅力风情是温泉小镇建设核心要素。

(2)多样的温泉产品——温泉小镇的发展引擎

季节性差异是温泉旅游发展难以回避的问题，温泉旅游因温泉资源的特殊性使其旅游市场淡季更明显。在立项选址和规划建设时，温泉小镇尽量要考虑四季都可以开展旅游活动，充分利用除温泉外的其他旅游资源建设多样化的互补型景点与项目，开展会议旅游、文化旅游、美食活动和举办节事活动，使温泉小镇具备多样化的旅游功能，形成多样化旅游体验。

(3)完善的配套服务——温泉小镇的发展保障

温泉小镇既是生活区，又作为旅游区，不仅要满足当地居民的生活需求，还应给旅游者提供舒适的旅游服务。因此，温泉小镇的打造应具有便捷的交通条件，完备的市政实施，配备现代化的疗养设备、诊所、疗养院和治疗设施，舒适、清洁、安全的住宿设施，一流的饮食服务等，成为温泉小镇持续发展的保障。

(4)闲适的生活方式——温泉小镇的气质

旅游需求的最高层次应是对生活方式的追求，一种宽松、文明、舒适、安逸的慢生活空间对旅游者的吸引是至高无上的，也是温泉小镇的持久魅力所在。因此，文化及社会软环境打造亦是温泉旅游小镇的核心要素。

(二)温泉小镇建设的战略导向

(1)文化引领战略

吴越钱王文化是湍口温泉风情小镇的主文化，是构成温泉小镇的核心文化吸引。文化理念应渗透到温泉小镇建设的方方面面，让文化引领生活、文化引领产业、文化引领商业，使得生活充满情趣，产业富有内涵，商业提升价值。

(2)“三驾马车”齐力并进

温泉风情小镇的规划建设是一项系统工程，既是温泉旅游规划，也是城乡统筹规划，又涉及到产业整合规划。

● **旅游规划**：以温泉旅游为发展引擎，通过对分散的、孤立的旅游休闲要素资源整合和优化，提升温泉小镇的生活品质，增强旅游市场吸引力，实现旅游经济快速健康发展；

● **产业整合**：综合考虑“三产”在温泉小镇内的布置和核心业态的选择，做长产业链，做宽产业面，实现小镇产业经济可持续发展；

● **城乡统筹**：以村镇建设为主轴，完善基础设施配套，与土地利用规划和城镇发展规划相衔接，实现土地集约利用，做到开发、资金、用地等多方面的统筹。

(3)“1+N”温泉开发模式

温泉是构建温泉小镇开发的核心，本案将温泉与多种业态组合，构建“1+N”温泉小镇开发模式，即温泉与人居、温泉与文化、温泉与商贸、温泉与房产、温泉与会议、温泉与康体、温泉与游乐、温泉与农业相结合，实现以温泉为核心的综合开发模式。

(4)“可游可居”的温泉生活方式

可游——吸引游客，设计多样化的温泉休闲体验，如自然野趣式、现代园林式、主题文化式、尊贵豪华式、公共游乐式、康体疗养式……

可居——留住游客，多层次的度假产品；增加常住人口，提升当地居民的生活品质，包括文化环境、自然环境及居住条件。

(5)打造“7x24x365”的恒温经济

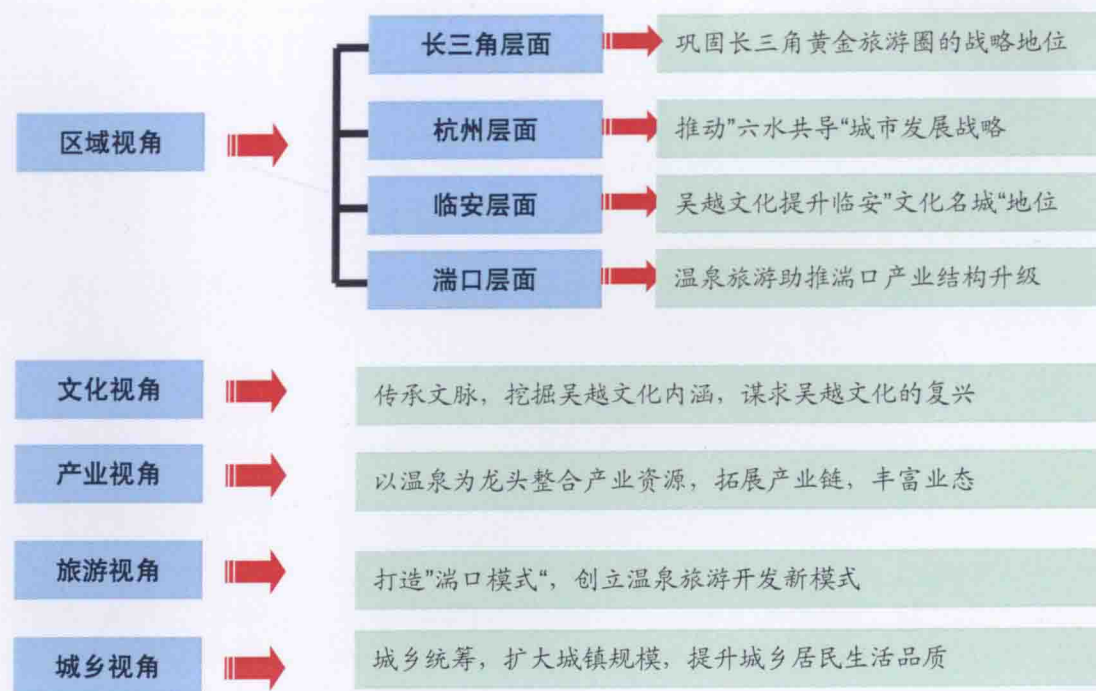
首先说 24 小时（全天）的概念，全天游即使游客的停留时间要超过 2 天，才可能刺

激游客的体验兴致，观光、游乐、泡汤、SPA、健身、美食、购物等等形成有机的互动，让游客忘记时间的存在。

再说 7 天的概念，7 天是温泉旅游度假的目标，但是 7 天温泉产品要有足够的吸引力，项目必须有规模，并有康体、文化娱乐、农业等休闲资源作为配套，也可以与周边的观光、游乐景区联动发展，通过多样化资源的整合，实现真正意义的温泉度假。

最后是 365 天，也就是四季和全年的概念，温泉旅游本身是一个四季产品，但是必须依托一流的硬件设施，良好的环境基础、独特的景观特征还有时常更新的节庆活动等，不但应当四季有客源，还要实现“常客常来”。

二、战略视角



三、战略定位

(一)总体开发思路

纵观华东地区温泉旅游发展格局，湍口温泉优势明显，强力推出“**华东第一温泉小镇**”，领衔“**温泉强镇**”战略；站在杭州“**五水共导，品质之城**”城市发展战略高度，实施“**杭泉**”品牌战略，打造“**杭州第六水**”，推进杭城“**六水共导**”（江河湖海溪泉）新型发展格局的升级；从临安市“**吴越文化名城**”建设的角度出发，深挖吴越文化内涵，以城镇建设为载体，**构筑吴越文化风情小镇**，成为临安文化名城的重要支撑。

规划依托湍口镇“八山环翠，四水合流”的空间载体，及温泉、山林、溪谷、田园、集镇、村落等资源环境，并驾城乡统筹、旅游提升、产业搭建等“**三驾马车**”，**构筑以吴越文化为涵，以温泉小镇为核心，以温泉旅游为主导产业，定向开发，形成温泉与人居、温泉与文化、温泉与商贸、温泉与房产、温泉与会议、温泉与康体、温泉与游乐、温泉与农业相结合的“1+N”综合开发模式，打造湍口宜居小镇、文化小镇、旅游小镇及温泉名镇等城镇名片，使其成为国际知名、国内一流的温泉风情小镇及长三角氡温泉旅游度假胜地。**



(二)战略目标

1、总体发展目标：**国际知名、国内一流的温泉风情小镇**

(1)分目标

- 华东地区：**华东第一温泉小镇**
- 长三角地区：**长三角氡温泉旅游度假胜地**
- 杭州市：**杭州第一泉**
- 临安市：**临安市温泉文化旅游名镇**

(2)分期目标

- ◆ 近期（2010～2015）：**整合资源，理顺机制，基础建设，培育产业，引发关注，启动市场。**
 - ◇ 概念目标：整合与启动阶段
 - ◇ 发展目标：杭州温泉名镇；长三角地区知名温泉旅游度假胜地。
- ◆ 中期（2016～2020）：**全面建设，引进资金，全面推介，形成规模市场。**
 - ◇ 概念目标：完善和扩张阶段
 - ◇ 发展目标：华东第一温泉小镇；长三角一流氡温泉旅游度假目的地。
- ◆ 远期（2021～2025）：**升级换代，品质提升，拓宽产业链，市场持续发展。**
 - ◇ 概念目标：品质型增长阶段
 - ◇ 发展目标：国际知名、国内一流的温泉风情小镇

(3)目标体系

- ◆ 产业目标：**以温泉旅游为极核的乡镇产业集群**
- ◆ 社会目标：**享具传统文明和时代风尚的高品质温泉生活小镇**
- ◆ 文化目标：**千年吴越文化名镇**
- ◆ 生态目标：**天人合一的生态聚落**