

决策·建言

温州市决策咨询与政策研究课题
成果摘编
2014

中共温州市委政策研究室 编著
温州市决策咨询委员会办公室

决策·建言

温州市决策咨询与政策研究课题
成果摘编
2014

中共温州市委政策研究室 编著
温州市决策咨询委员会办公室



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目(CIP)数据

决策·建言——温州市决策咨询与政策研究课题成果摘编 2014 /

中共温州市委政策研究室,温州市决策咨询委员会办公室编著.

北京:中国经济出版社,2015. 1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 3675 - 9

I. ①决… II. ①中… ②温… III. ①地方政府—方针

政策—汇编—温州市—2014 IV. ①D675. 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 012254 号

责任编辑 张 卉 代 欣

责任审读 贺 静

责任印制 马小宾

封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京艾普海德印刷有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 28.5

字 数 566 千字

版 次 2015 年 1 月第 1 版

印 次 2015 年 1 月第 1 次

定 价 72.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题,请与本社发行中心联系调换(联系电话:010-68330607)

版权所有 盗版必究(举报电话:010-68355416 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话:12390) 服务热线:010-88386794

编 委 会

主 任 章方璋

副主任 陈福生 朱贵远 潘黄星

委 员 张纯芳 赵 敏 张 雷 王晓春 方益权

编 辑 倪考梦 张扬舟 周 森 周建华

目 录

温州建设世界旅游城市的总体构想	001
温州行业协会参与环境治理的做法和对策建议	017
关于强力整合温州市食品安全管理体制机制的调研建议	021
关于温州山区科学发展的几点建议	026
加强和改进温州市招商引资工作对策研究	035
关于进一步加快瓯江口新区开发建设问题的若干思考	044
温州历史文化名城发展规划与建设研究	049
温州事权下放实施情况监测报告	057
温州城市节庆民俗文化提升研究报告	063
以温州传统市场改造和新型市场建设为切入点打造区域物流中心	071
以综合商务体、特色商务街为龙头把温州打造成时尚消费之都	080
温州国资管理体制改革的与国企运行情况监测报告	087
借鉴欧洲旅游城市成功案例 推动温州城市旅游化改造	095
大罗山保护与建设之构想	102
温州紧缺型人才队伍建设研究	111
关于温州会展业发展的几点思考	118
温州市公共服务型政府电子政务建设现状与对策	125
温州水乡风貌城市建设对策研究	131
温州市区“城市综合体”设置研究与实施建议	137
借鉴世界 500 强企业经验 构建温州学习型机关的培训创新体系	143
关于温州“赶超发展、再创辉煌”目标的几点思考	149
将优化软环境提升为温州赶超发展的核心战略	155
关于完善温州市直单位考绩工作的思考	168
振兴温州实体经济要切实降低企业成本	173
温州外贸实绩企业减少的调查与思考	178
2013 年度温州小微企业发展指数分析报告	184
加快推进温州民营企业股份制改造的几点建议	193
温州开展商事登记制度改革的思考与建议	200

温州大都市区与周边融合发展研究	206
推进温州城市旧居、旧村、旧厂房改造的对策研究	219
温州中心城区交通效率提升研究	226
杭甬绍台金温主要发展指标比较分析	236
加快温州对台经贸合作发展问题研究	247
温州国际游艇(邮轮)基地建设研究	256
温州时尚消费品进口基地建设研究	265
关于推进温州市住宿餐饮经济健康发展的对策研究	273
引导温州消费新模式刺激内需增长的几点建议	279
温州民营企业科技创新的现状、瓶颈及对策研究	284
国内城市高端人才引进与集聚政策比较研究	293
大学与温州发展研究	299
温州民间资本投资办学政策实践及再推进研究	307
温州市县级功能区投融资情况的调查及对策研究	312
深化温州农村金融体制改革对策研究	320
温州股权交易市场发展的困难与对策分析	327
温州建设大宗商品交易市场的金融体制保障研究	334
关于温州融资性担保业对接诉讼保全担保业务的建议	339
搭建“网众平台”对接温州民资与小微企业	344
关于推进温州全域免费无线网络服务的几点思考	350
温州市网络经济发展现状与趋势分析	354
以“两化”融合促进温州实体经济转型升级	367
温州互联网金融发展的现状、问题及对策研究	372
温州电子商务发展调查分析报告	379
温州培育工业设计和创意产业的研究报告	388
温州文化创意产业发展情况调查分析	396
温州海洋文化旅游发展的思考	404
温州发展休闲养老产业的对策研究	412
加强温州古村落保护与利用的若干建议	421
关于温州“村转社区”若干问题的思考	429
引入社会企业发展模式 助推温州社会组织健康发展	438
温州草根媒体发展趋势研判、个案分析与政策建议	442

温州建设世界旅游城市的总体构想

温州市委政研室与中国旅游研究院联合课题组

课题组成员：戴彬、王晓春、鲍式谦、冯婷、马仪亮

2012年7月，国家旅游局局长邵琪伟对温州旅游发展提出殷切期望，希望“温州以世界旅游城市为目标，找到切入点，用世界的眼光，利用温州人在世界各地布点广和温州人勇于改革创新的精神，把温州的旅游做成世界旅游”。对此，温州市委政研室与中国旅游研究院成立课题组，综合分析温州旅游发展的特点，对温州打造世界旅游城市提出研究对策。

一、温州建设世界旅游城市的战略意义

（一）建设世界旅游城市是提升城市竞争力的有力途径

通过建设世界旅游城市，能够从旅游层面影响温州城市竞争力，以更加开放的面貌更深层次地提升温州的人力资本、制度资源和文化底蕴。在建设世界旅游城市的过程中，通过与同等级甚至高等级的竞争对手在世界范围内竞争，获取全球城市网络的更大话语权。不仅在吃、住、行、游、购、娱等传统旅游要素方面引进来和走出去，优化城市功能，还能够利用智慧旅游技术和与城市相关产业的融合提升城市与区域整合度，改善温州在浙江省和东南沿海地区的等级格局，提升区域竞争力，在网络化和信息化的时代获取更大的竞争优势。

（二）建设世界旅游城市是未来城市发展的根本牵引

通过建设世界旅游城市，温州能够在国家大力发展城镇化战略的指引下从宜居宜游的层面探索未来城市建设的蓝图。发展以环大罗山的温瑞平原为主中心的温州都市旅游业，旅居两宜的发展思路将会重新定义和规范集聚的人流、信息流和物流。与温州大都市核心区呼应的是周边卫星旅游城镇的开发。根据各地资源禀赋因地制宜开发以乐清和平（阳）苍（南）为副中心，以永嘉、文成、泰顺县城为山区发展带动极的城区、乡镇旅游业，结合区域性中心镇农房集聚改造和新农村建设，发展为旅游小城市及合理分布的旅游集散中心，从而构建“一主两副三极多点”的旅游格局，成为推动美丽温州的重要节点。最终通过贯彻世界旅游城市的建设理念，有效避免大城市病，使温州成为我国城市化过程中的样板。

（三）建设世界旅游城市是拓展国际化空间的优势举措

在经济全球化曲折发展、国际区域经济合作不断深化的新形势下，温州建设世界旅游城市，能够进一步形成全方位对外开放新格局，能够进一步扩大温州在国际上的知名度和影响力。建设世界旅游城市，有利于引进国内外有实力的大企业、大集团投资温州旅游；有利于加快探索大型旅游项目国际融资开发模式，推动温州旅游业的国际化进程。建设世界旅游城市，有利于对接旅游行业服务质量的国际标准，在此过程中能够培养、建立起一支具有国际管理水平，熟悉国际旅游服务业行规、法规、操作模式的旅游业高级管理人员队伍。

（四）建设世界旅游城市是落地“美丽山水智城”的务实行动

温州人在世界各地从商，成绩显著，但也容易陷入“近处无风景”的局面。温州有山，温州人却远眺他山；温州有水，温州人对近水的理解更多地局限于临海养殖。温州人的“生产”观念强于“生活”观念，乐山乐水的氛围自然相对淡薄。市委提出的“美丽山水智城”是促进温州人发现近处风景、喜爱近处风景、美化近处风景的明智思想引领。建设世界旅游城市，就是通过旅游产业与温州其他产业的有机融合，构建大产业融合的生产模式；通过宜居又宜游城市的建设，构建幸福生活；通过旅游视角对生态环境的严苛审视，通过旅游对生态环境的保护性开发，构建美丽温州；通过现代文明的极致彰显，特别是现代信息手段的全领域运用，构建智慧温州。

二、温州建设世界旅游城市的优势与劣势

（一）优势

1. 旅游吸引物具有优势吸引力。温州旅游资源丰富，特别是以雁荡山、楠溪江、瓯江、洞头等为代表的“山海江”旅游资源组合举世难觅，加之以永嘉学派为代表的地方文化传统，以五马街、天一角等为代表的非传统旅游资源，共同构成了品类齐全、品质突出、组合度优良的温州旅游资源谱系。调查表明，到温州旅游的游客，对该城包括宜游度、气候和生态舒适度在内的城市自身禀赋感知，为所有三级指标中唯一得分超过80的指标（见附表1和附表2，以下有关指标均委托中国旅游研究院采集推算所得）。可见，也许许多受众不了解温州旅游有什么，但到过温州的游客则对该地的旅游具有甚为优良的体验，这无疑表明温州旅游吸引物着实具有出众的吸引力。

2. 领先的城市知晓度孕育优势旅游知名度。“其货纤靡，其人善贾”的温州自古享誉海内。如今，“温州商人”“温州人家”“温州皮鞋”“温州小吃”“温州金融改革”等热点词汇同样为世人熟知并崇敬。可以说，“温州”一词不仅代表一个地方，还代表

着一方百姓，代表着一种敢为天下先的精神和一种务实肯干的行为方式。虽然近年来温州经济发展有所放缓，利空因素依然存在，全市人均 GDP 在全省的相对排名已跌至倒数第三，但是温州的知晓度始终处于领先地位。目前来说，温州城市品牌还没能向温州旅游品牌转化，如图 1 所示，百度用户对“杭州”与“温州”关键词的关注差距较小，而对“杭州旅游”“温州旅游”关键词的关注差距则非常显著，可见“温州旅游”与“温州”在品牌知晓度上存在较为明显的不匹配。当然，良好的城市品牌是其旅游品牌知名度培育的天然基础，只要在典型产品支撑、精品线路组织、合力营销推广等方面做足文章，领先的温州城市品牌将成为温州旅游品牌知名度快速提升的不竭助力。

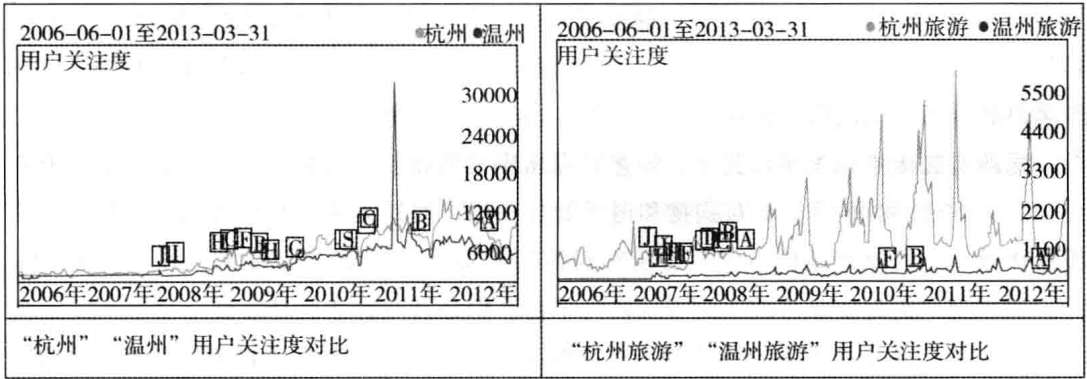


图 1 百度关键词关注度比较

3. 民营经济发达构筑优势经济基础。温州自古为中国重要的通商口岸。改革开放以来，温州走出了一条自强发展的康庄道路，尤其是与深圳、厦门、珠海等依托政策扶持的特区不同，温州经济发展呈现出以本地民营经济为主导的由内至外的独特模式，堪称改革开放以来中国经济崛起的缩影。温州发达的民营经济为温州市域经济发展提供了强大的“造血”能力和产业品牌优势。

4. 深厚文化底蕴凝聚优势文化软实力。温州三面环山，一面临海，群山环绕，大海隔绝，平原江河切割，古代温州对外陆路交通极为不便，使温州成为一个相对封闭独立的文化区域，瓯剧、瓯绣、瓯塑、笕壳雕、乐清木雕、泰顺药发木偶、苍南布袋戏、唱龙船、乐清细纹刻纸、苍南夹纈、板凳龙、道情渔鼓等都是温州独具特色的文化资源。而“教人就事上理会，步步着实，言之必使可行，足以开物成务”的永嘉学派，更是温州文化史上的瑰宝。所谓“文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体”，温州丰厚的文化底蕴，为温州旅游发展孕育了软实力。

5. 商行天下的温州人网络搭建通联世界的优势通道。冒险、勤劳、抱团的品格为温州人自古养成，植根在温州人血液之中，这在改革开放以来的经济发展当中发挥得淋漓尽致。一个温州人打入一个商场、进入一个地方的某一商业领域后，就往往会有一群温州人接踵而来，抱团而来，并最终成为主导力量。“温州炒房团”“温州炒煤团”“温州炒棉团”等称号响彻大江南北，海外温商达一百多万人。借由商行天下的温州人网络，

温州人认知着世界，世界也同样感受着温州。

（二）劣势

1. 旅游产品开发积弱。温州旅游资源品类和规格独具优势，然而因开发不到位，优势的旅游资源没能形成相匹配的旅游产品。在基于问卷调查的游客评价当中，景区舒适度感知得分为68.6分，居所有二级指标中下游水平。特别是温州多数景区门票价格较国内许多二三线景区门票价格更低，但是游客感知中对景区门票价格的打分仅有60分，位列全部观测指标倒数第二，表明多数游客对目前温州既有景区的开发和服务，与其预期存有差距。客观而言，雁荡山、楠溪江资源品位突出，但与国内的九华山、五台山、钱塘江、柳江等地的旅游开发存在不小的差距。再如，温州虽拥有红蜻蜓、奥康等国内知名品牌，五马街的购物设施也较为完善，但游客对温州旅游购物的感知评价仅为63.5分，居所有二级指标末尾。其中，游客对商品质量和特色具有相对较高的认可，感知打分分别为66分和68分，但对购物和退货的自由度、推销方式却有较多意见。特别是因没有体现出商品原产地价格优势，游客对旅游商品价格的满意度最低，打分仅为57.1分，表明温州购物型非传统旅游资源甚为丰富，但是开发打造仍是短板。

2. 城市公共服务和基础设施建设系统性欠缺。城市公共服务是世界旅游城市建设的题中之意，尤其随着旅游大众化、散客化日益发展，公共服务体系越来越成为检验城市宜居宜游的首要标尺。目前来看，城市公共服务提供无疑是温州的明显短板。通过基于游客感知的调查可知，仅就包含城市安全感、旅游信息提供、政府旅游网站建设和突发事件应急系统在内的相对狭义的城市公共服务来说，这四项指标的得分仅分别为70.0分、74.0分、72.0分和74.3分，失分指数分别为0.7、0.63、0.59和0.49，分别排名55项观测指标的第13、第14、第15和第18位。游客对温州城市基础设施的体认，可谓同样有欠满意，对城市基础设施建设整体打分仅为70.6分，其中对卫生状况和公共厕所、无障碍设施、道路设施的打分均低于70分，失分指数分别达0.53、0.48和0.43，分别排名55项观测指标的第17、第19和第21位。

3. 综合交通体系不健全。完备的城市交通系统是世界旅游城市建设应贯彻的重要理念之一。目前，温州综合交通体系的主体框架已经建立，只是在多式联运、市内公共交通、城市至景区班车、市内快速交通等方面仍有较多待改进的空间。游客感知表明，温州在区域大交通上的加权得分仅为67.5分，位列全部三级指标倒数第二，其中机场、火车站、长途车船的得分分别为62.6分、70.3分和71.1分，失分指数分别高达1.92、1.29和1.04，排名第1、第7和第8位。市内交通方面，游客感知得分亦仅为69.3分，位列全部三级指标倒数第五，其中出租车和市内公交车的得分分别为68.3分和70.3分，加权后的失分指数高达1.84和1.82，排名第2和第3位。综合来看，温州综合交通相关的5项观测指标，失分指数全部超过1，也即在全部分8项失分指数超过1的指标中独占5席，综合交通发展之于温州世界旅游城市建设的制约可见一斑。

4. 旅游产业融合与龙头带动力彰显不足。强大的旅游产业辐射功能，是世界旅游城市的内涵之一。对于城市产业发展而言，应有“旅游是一切，一切是旅游”的战略思维，一致向旅游看齐，实现城市产业都参与到旅游发展当中，亦从旅游发展当中获益。从问卷调查可知，除住宿和餐饮业的失分指数较低以外，购物、娱乐、交通、景区等与旅游密切相关的特征产业的失分指数均较高，如娱乐项目的地方特色失分指数达0.7，排名第12位；娱乐项目收费价格失分指数达0.54，排名第16位；导购人员服务失分指数达0.46，排名第20位；商品价格的失分指数为0.4，排名第24位。另外，购物和退货的自由度、购物推销方式、晚间娱乐等项目的失分同样较为严重。而与旅游业关联不甚密切的产业，如农林牧渔、出口加工、电子元器件制造、家具制造、教育、医疗卫生等产业恐怕更难给游客留下良好的印象和满意度感知。

5. 城市形象与待客友好度有待改善。规律表明，世界旅游城市必然要求良好的城市美誉度，而城市美誉度除了需要高品质的旅游产品，还需要良好的城市形象，待客友好则是良好城市形象的必要条件。客观而言，温州知名度较高，但“温州炒房团”“温州动车事故”等也一定程度塑造了负面形象。通过基于游客感知的调查了解到，游客对温州旅游市场秩序和城市安全感的打分分别为76.0分和70.0分，失分指数则分别达0.8和0.7，分别排名55项观测指标的第11和第13位。而对业界待客服务态度和诚信水平，以及居民友好程度的打分，分别仅为67.7分、68.0分和72.9分，失分指数高达1.61、1.59和0.98，在全部55项观测指标中分别排名第4、第5和第9位。

三、温州建设世界旅游城市的思路

（一）总体思路

以科学发展观为引领，以“美丽山水智城”作为领先践行“美丽中国”建设的务实方略，以解决温州当前城市功能完善与旅游协调发展面临的问题为要务，发扬温州人商行天下、敢为人先的创拓精神，围绕“建设世界旅游城市”的总体目标，结合全市四个生态旅游型功能区、中国森林旅游示范区、海洋经济示范区建设、“六城联创”、都市型功能区和中心镇建设，将山水温州美丽乐享工程、城市宜居·宜游体系协调提升工程、城市形象推广与国际化营销工程、旅游产业融合与区域经济转型工程、智慧旅游城市提升工程作为工作重点，使旅游业成为温州城市建设与产业升级发展的牵引。

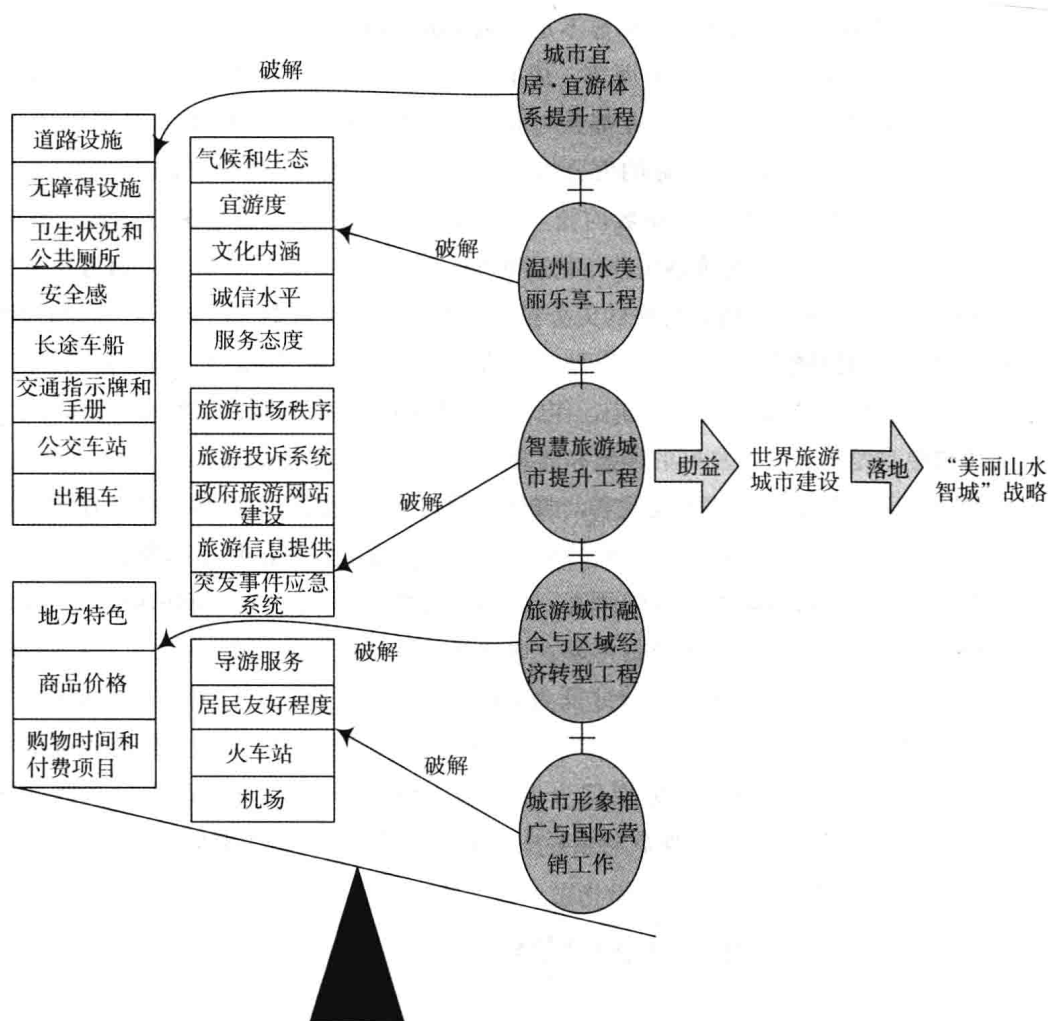


图2 温州世界旅游城市建设制约、破题与使命

(二) 发展指向

1. 以生态文明和现代文明的完美融合作为世界旅游城市的基本品格。温州有山有水，山在城中，城在山中，水在城中，城在水中，应该以生态型为基底，以智慧型为支撑，打造“美丽山水智城”。既追求原生态又追求现代化，把现代与生态完美融合在一起，这就是现代城市的理念，更是温州作为世界旅游城市的基础性城市品格。

2. 以本土特色资源为基础打造具有世界影响力的旅游吸引物。温州自身的地域文化具有世界性的影响力，温州历史文化底蕴深厚，现代温商文化早已享誉全球，在国际上具有较高知名度和影响力，吴越文化、农耕文化以及南宋时期的永嘉学派在世界上也独具特色。此外，温州是个包容性与开放性较强、很有活力的城市，居民生活方式、购物街区、菜市场、大街小巷、特色餐饮等体现城市生活日常状态的非传统旅游资源都能够成为吸引游客的重要旅游吸引物。建设世界旅游城市就是要将温州秀美山水与本土文

化、非传统旅游资源紧密结合，将温州的本土特色充分展现给世界。

3. 以主客共享的“幸福生活”作为城市旅游服务体系发展的归集。归根结底而言，一个地区或城市是否为人民所喜爱，是否与世界旅游城市的称号相符，关键在于其不但能让本地居民的长居生活幸福，还能让外来游客的短居生活愉悦。因此，温州建设世界旅游城市，既要考虑到游客的需要，同时又要充分考虑到当地居民的需求。在城市生活的基础上发展城市旅游，梳理哪些城市的生活资源可以拿出来为游客共享，尤其需要重视衣食住行等百姓日常生活的内容，才能在产品规划、项目开发、市场宣传等方面起到事半功倍的效果。建设旅游项目要充分考虑服务于游客的同时服务于当地居民，项目才有生命力。

4. 以新型城镇化建设、促进产业融合作为建设世界旅游城市的出发点和落脚点。建设世界旅游城市不是单纯以加快旅游业自身的发展为根本目的，而是要加快转变温州经济社会发展方式，充分发挥旅游业在经济社会发展中的战略作用和在三产业中的主导引擎作用，进一步统筹城乡发展，推动新型城镇化建设，实现温州城乡经济社会全面协调发展。同时，推动旅游业与相关产业深入融合，促进都市旅游、海洋旅游、乡村旅游、森林旅游、智慧旅游、绿道旅游、特色旅游等旅游产品的开发，形成旅游产业融合发展的大格局。

(三) 形象定位

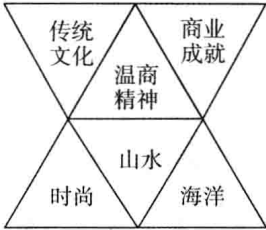


图3 温州旅游形象要素图谱

表1 温州主要旅游形象要素版图及解读

要素	支撑	解读	星级
温商精神	商行天下的温州人	温商精神是温州人的文化基因，是温州人品格的表征	★★★★★
山水	雁荡山、大罗山、楠溪江、三垟湿地、飞云湖、瓯江、城市水系、洞头海洋旅游……	山水组合举世少有，尤其是山水与城市的景城一体更加难得一见	★★★★★

续表

要素	支撑	解读	星级
传统文化	永嘉学派、古瓯越国文化、渔文化、洞头七夕节、廊桥文化……	是特点，但不是核心卖点；传统文化载体相对缺乏，有得说没得看的成分较多	★★★★
时尚	康奈、红蜻蜓等企业引领时尚发展，五马街、女人街构筑时尚长廊	时尚真正成为旅游吸引物，需要从眼里能看到的时尚升级为身上能穿戴的时尚（如巴黎、米兰等地，能看，也能带回自己青睐的那一抹时尚）。目前温州购物环境有待提升，时尚品牌相对欠缺	★★★★
海洋	洞头、南麂列岛、北麂列岛……	由于水质欠佳，优质沙滩稀少，滨海旅游发展受限，应从远海着手，由远及近	★★★★
商业成就	民营商业体系发达	温州商业发展堪称中国改革开放以来民营经济发展的前沿和缩影，这一集体力量和智慧的结晶值得看一看，学一学	★★★★☆

温州主要旅游形象要素版图及解读见图 3 和表 1。经过综合考量，本案将温州旅游总体形象定位为：“美丽山水智城”。

（四）发展目标

总体目标：以世界旅游城市建设作为落地“美丽山水智城”战略的具体行动，将温州打造为既宜居又宜游的世界知名旅游目的地。

结构目标：“1+3”目标体系，见图 4。

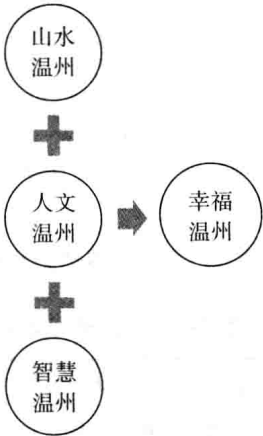


图 4 温州“1+3”目标体系

终极目标：幸福温州。通过设施建设、功能完善、强化管理与服务提升，建设宜游温州的同时聚力宜居温州建设，把温州打造成人与自然、居民与游客和谐的典范。

分解目标 1：山水温州。通过游览设施等建设，全面展现温州以雁荡山为代表的神奇灵秀的自然生态与山水文化，改变受众对温州多商务少山水的偏差认知，把温州打造成游客体验中国生态文明的重要节点。

分解目标2：人文温州。通过发掘发扬永嘉学派“黜虚从实”与当今“实干兴邦，空谈误国”处事要求的文脉渊源，提炼和彰显温州人开拓进取、商行天下的文化品格，将温州打造成为展示中国修实政、行实德、办实事的文化窗口。

分解目标3：智慧温州。加快数字信息化建设，建立覆盖全市的保护管理指挥调度中心和数字管理系统，构建统一的旅游信息技术平台，将温州打造成全国智慧旅游优秀试点城市。

量化目标：

——到2015年末，旅游接待总人数达到7200万人次，旅游总收入达到680亿元，旅游总收入占GDP比重达到14%。

——到2020年末，旅游接待总人数达到14000万人次，旅游总收入达到1300亿元，旅游总收入占GDP比重达到16%。

——到2025年末，旅游接待总人数达到24000万人次，旅游总收入达到2300亿元，旅游总收入占GDP比重达到18%。

（五）发展布局

按照世界旅游城市建设要求，并考虑到温州旅游资源及发展实际，应按照“一心、两轴、四组团”的布局配置旅游产业发展。

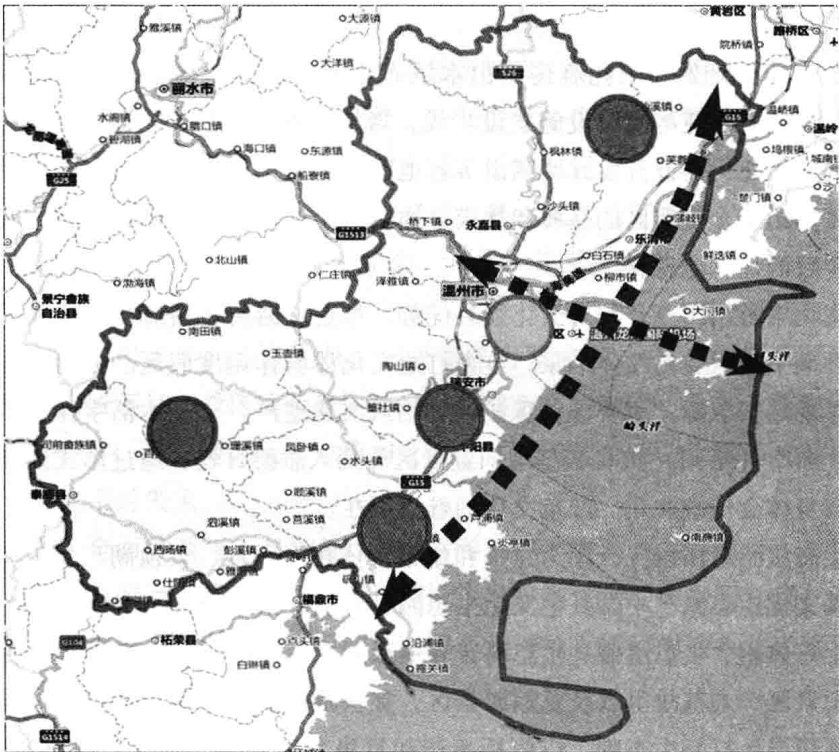


图5 温州世界旅游城市建设旅游产业发展布局

“一心”即城市旅游领先发展中心。范围：鹿城区、龙湾区、瓯海区。

定位：以商务、金融、创意、流通、总部经济等高端服务功能集聚为支撑，加快推进仙岩景区、瑶溪景区、天柱寺景区、茶山景区和三垟湿地建设，注重大罗山生态的保护和培育，发展徒步旅游、景区探险等新兴旅游，将大罗山打造成为温州市未来的“绿心”。将江心屿、望江路、江滨公园为核心的滨水休闲区，西洲岛旅游度假区以及温州生态园进行连片开发，着力推进温瑞塘河和汇昌河综合整治工程，以“湿地、江海”为特色，打造温州市区理想的“城市休闲度假”旅游胜地，集中体现城市繁荣、生态宜居的现代化大都市中央商务旅游核心区。

“两轴”即滨海游憩主轴（纵轴）、江海游憩主轴（横轴）。范围：纵轴北至雁荡镇南至沿浦镇、横轴西至江心屿东至北麂列岛。

定位：打造临海无障碍旅游廊道，打响“海上桃源、风情百岛”品牌，以瓯飞工程建设和瓯洞一体化为契机，推进旅游东拓，实现江海联动，特别是要推进南洞一体化，打造以洞头县为龙头的国际游轮泊港、海洋游憩综合区、国际性海岛休闲旅游先行区。

“四组团”即雁楠度假旅游组团、瑞平文化旅游组团、文泰生态旅游组团、苍南健康旅游组团。范围：雁楠度假旅游组团包括雁荡山（北、中雁荡）和楠溪江两大风景名胜特色片区；瑞平文化旅游组团包括瑞安市和平阳县；文泰生态旅游组团包括文成县和泰顺县；苍南健康旅游组团定位苍南县。

定位：雁楠度假旅游组团以联合申遗为切入点，将雁荡山和楠溪江两大国家级风景名胜进行一体化开发，依托雁荡山山水风光旅游资源，加快雁楠公路、羊角洞停车场、大龙湫景区游步道等基础设施建设步伐，通过管理、产品、交通、信息、形象、营销等方面的一体化，建设开发北雁荡山芙蓉池度假区和中雁荡山生态度假等项目，从整体上提升雁荡山综合度假区的品质和规模，加快旅游从观光型向休闲度假型转变，形成世界级旅游目的地和旅游特区。

瑞平文化旅游组团充分利用文化强县优势，推进旅游特色村和星级农家乐、示范户建设，提升瑞平地区旅游整体形象，全力打造文化体验休闲度假区。推出一批新的旅游线路，将参观瑞安东源“世界急需保护的非物质文化遗产”——木活字印刷术、瑞安端午赛龙舟、浙南（平阳）抗日根据地旧址景区等列入旅游日程，通过形式多样的旅游活动让游客亲身体会传统文化、红色文化的魅力所在。

文泰生态旅游组团以飞云湖为龙头和纽带，依托飞云江、天顶湖、岩门峡谷、朱阳九峰、刘基文化生态园、中国红色文化生态园、农业生态观光园、乌岩岭为主，推出生态观光、生态休闲、生态度假、生态科普等一系列生态旅游产品。全面提升百丈飞瀑景区、铜铃山景区、刘基故里以及龙麒源景区，加快推进温州生态山庄、南浦溪、九峰景区配套设施建设，打好生态牌。以廊桥遗产和氡泉养生旅游为龙头，整合泰顺的廊桥、古道、古村落、氡温泉、自然生态等旅游资源，建设适宜自驾车和背包游客的自助游风景步道系统，开发绿色购物、中药材保健等拳头旅游产品，最终打造为世界级背包族徒

步旅游目的地和长三角养生度假旅游目的地。

苍南健康旅游组团围绕“怪石、日出、云海”三大奇观，将山、石、溪、瀑、湖、林与人文景观融为一体，联合开发莒溪大峡谷和玉苍山，完善以玉苍山为龙头的山地运动休闲产业集群，建设霞关国家帆船运动基地、玉苍山山地自行车运动休闲基地、森林度假营地。打造集滨海度假、沙滩娱乐、商务会议、渔家风情体验、山岳观光，集避暑、运动、美食、娱乐为一体，以“一山一城一湾”为主打品牌的运动度假胜地。

（六）突破方向

实现该构想需处理好四个方面的关系。

落地生根：品牌推广与产品开发。“温州”二字具有很高的区域或城市品牌价值，然而这一品牌与“温州炒房团”“温州地下钱庄”“温州皮鞋”等有关，与温州旅游的关联性不强，更谈不上与雁荡山、楠溪江等具体旅游产品之间产生明确而广泛的联系。许多人知道温州，知道温州人善于经商，但不知道温州有什么可以观赏，可以去体验和感受，甚至可能知道雁荡山，但未必知道雁荡山位于温州，也未必了解雁荡山和其他山岳景区的景观差异。为此，在温州建设世界旅游城市的进程当中，应极力将温州品牌落地到温州旅游产品开发之上，实现抽象的品牌向具象的产品的过渡，充分利用温州品牌优势，进一步让受众明确温州有何样的旅游。

协调兼顾：内需支撑与外需引入。温州人商行天下，是典型的客源地，大量人流、资金流向外输送，逆差明显。温州建设世界旅游城市，除了要吸引更多的外地游客赴温州旅游，还承担着引导温州人回流的职能。对于少数小微经济体而言，仅依靠外需便能支撑旅游业发展，对于拥有近千万人口的市域，任何时候内需都是支柱。如果通过世界旅游城市建设，将温州人的旅游需求留在温州，其实就成功了一半。试想，温州人钟爱逗留的地方，世界上许多人必然也会喜欢。为此，温州建设世界旅游城市，应着眼内需，进而通过内需撬动外需。

平衡统筹：政府主导与企业主体。温州民营经济发达，很多景点都属私人承包经营，致使后续投资不足，景区建设散弱格局始终难以获得改善。为此，在温州建设世界旅游城市工作当中，应处理好政府主导与企业主体之间的关系，合理通过政府有形之手弥补市场无形之手的失灵。

循序渐进：全面发展与重点突破。温州旅游资源丰富，县县有旅游，多年来各县都跃跃欲试，但鲜有较为显著的成效。温州建设世界旅游城市，要着眼全局，重点打造一两个精品项目，形成市场引爆，进而用吸引游客获得的直接和间接收益来滚动发展更多的大范围、更高品质、更具特色的旅游。