

福州温泉旅游休闲产业转型升级与空间优化

郑蔚

(福建师范大学经济学院 福建 福州 350007)

[摘要] 福州金汤文化历史悠久、业态丰富。温泉资源在中心城区集中、在区域内部普遍存在是福州温泉旅游休闲产业的主要特点。着重从区位选择、用地规模、空间结构等角度对公共澡堂型、商务会所型、度假景区型、旅游综合体等温泉旅游休闲产品的发展业态进行梳理。以空间优化为视角,提出以生态保护、空间挖潜、功能拓展、服务整合、效益提升为目的的空间优化思路。在此基础上,针对都市温泉区、郊区温泉带、温泉游憩网提出具体的空间优化方向和产品转型路径。

[关键词] 温泉旅游休闲产业;福州;空间优化;转型升级

[中图分类号] F592.7 [文献标识码] A [文章编号] 1671-6922(2015)01-0079-07

[DOI] 10.13322/j.cnki.fjsk.2015.01.015

Transformation, upgrading and spatial optimization of hot spring tourism and leisure industry in Fuzhou

ZHENG Wei

(School of Economics, Fujian Normal University, Fuzhou, Fujian 350007, China)

Abstract: In Fuzhou, hot spring tourism and leisure industry has a long history and various types of business. Most of the hot spring resources locate in the urban area. The types of business development of hot spring tourism and leisure products including public bath, hotel and club, holiday resort and tourism complex are illustrated in the regards of the location choice, land use scale and spatial structure. Space optimization is proposed with the purposes of ecological protection, space exploration, function expand, service integration and efficiency gains. Accordingly it is suggested that the industry can be reconfigured to a new spatial development pattern which contains urban hot spring area, suburban hot spring belt and regional hot spring network.

Key words: hot spring tourism and leisure industry; Fuzhou; spatial optimization; transformation and upgrading

旅游休闲产业是集购物住宿、休闲娱乐、健康养身、文化创意、旅游代理、会议会展、特色展示等于一体的综合性服务产业^[1]。伴随着《国民旅游休闲纲要(2013-2020年)》的出台,基于健康、文明、环保理念的“国民旅游休闲”将走上规模扩大和品质提升的道路^[2]。在温泉旅游休闲产业加快发展的同时,也存在诸如功能形式单调、缺少鲜明特色、缺乏合理规划、空间恶性竞争、产品同质重复等问题,不利于该产业的可持续发展。目前,对温泉旅游和开发的研究方兴未艾,已有学者从主题定位、开发模式、兴衰重构、构件和环节设计、资源移动、产业联动等多角度进行研究,成果显著^[3-9]。目前的研究主要偏重于宏观产业层面的探讨,具有较强

的规划性和指导性,然而对温泉旅游产业的空间竞争、新兴温泉旅游地的区位选择等论述甚少^[10-11],且大都忽略了空间因素及其影响,较少关注空间优化对产业转型升级的作用。具有代表性的成果较少,如樊亚明等研究了广东省温泉旅游地的空间结构,认为资源禀赋、客源市场、交通条件以及消费结构变化促进了温泉旅游地的演化^[12];蔡卫民等在对湖南省温泉旅游资源、旅游流进行考察的基础上,确定了点轴渐进发展的空间布局模式^[13]。

温泉旅游休闲产业的资源接近性、地点固定性、空间占用性等特殊区位条件既影响了温泉所在地城市旅游产业的空间布局 and 结构,同时又是城市空间不可分割的部分,对城市的经济结构、环境质量、消费市场的重要影响不言而喻。笔者选取福州温泉旅游休闲产业作为考察对象,原因在于:(1)福建省位于欧亚板块与太平洋板块的菲律宾板块结合部形成的台湾地热带,是温泉大省,温泉数量位居全国第四,温泉密度位居全国第三;(2)福州拥有特色鲜明的“金汤文化”,自晋起就有“筑池沐汤”

[收稿日期] 2014-07-25

[基金项目] 国家自然科学基金资助项目(41301131);福建省社会科学规划资助项目(2014C092)。

[作者简介] 郑蔚(1981-),女,副教授,博士。研究方向:区域经济。

的传统。2011 年,福州入选首批“中国温泉之都”,永泰、连江获得“中国温泉之乡”的称号,温泉成为福州一张重要的城市名片,也给温泉旅游产业带来升级转型的契机。但长期以来,由于分散开发、各自为政,福州温泉产业始终处于粗放式发展阶段,市场竞争日趋激烈的同时,面临产业规模有限、项目业态单一、基础建设不足、服务人才欠缺等问题。因此,选择福州进行温泉旅游产业区位优势与转型升级模式研究,具有一定的代表性。

二、福州温泉旅游资源的空间布局

福建省会福州是全省的政治、文化、教育中心,也是省际交通往来的重要枢纽。福州市辖 5 区 6 县 2 个县级市,文化旅游资源丰富,“里坊制度活化石”三坊七巷、中国目前保存最完整的重要古人类文化昙石山文化、中国船政文化和造船业的发祥地马尾等,在全国均具有较高的知名度。福州地形是闽江下游宽阔的盆地,且年降水量在 1000 ~ 1600 mm,地热资源埋藏浅、易开发、蕴藏量大、水质出众。福州温泉的最大特点是温泉大量集中在市中心,温泉密布带位于北起思儿亭,南至王庄,西至五一一路、五四路,东到六一一路一带(图 1),总面积约 9 km²,占鼓楼、台江两区面积近 17%^[14]。

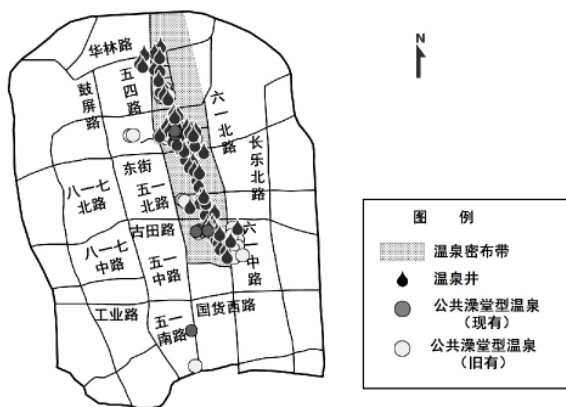


图 1 福州市区(二环内)公共澡堂型温泉产品空间分布

Fig. 1 Spatial layout of the public bath type hot spring products in the center of Fuzhou City

注:温泉井根据福州市温泉开发利用有限公司公布的福州市区温泉分布图绘制。

理论最邻近距离 $\overline{dE} = \frac{1}{2} \sqrt{\frac{A}{n}}$ (其中 A 为区域面积

n 为点状目标个数)以及邻近指数(实际邻近点间的平均距离/理论邻近距离)是用来计算要素是否区域集聚的重要衡量指标。据计算,福州市区 9 km² 范围内分布有 74 口温泉井^[15],理论最邻近距离为 349 m,而实际最邻近距离为 273 m,邻近指数为 0.78 < 1,是非常明显的集聚分布(表 1)。温泉资源密布在城

市中心是福州市温泉旅游资源及产品的主要特点,在全国亦属罕见。此外,周边连江、永泰等县(市)有 40 多处天然温泉出露,其中在福州—永泰北东—南西西向构造断裂带内出露 18 处温泉群。从县域范围来看,闽清县有 13 处温泉点,永泰县有 11 处温泉出露,闽侯县有 6 处温泉点,连江县潘渡乡贵安村有 1.869 km² 的地热异常带,均位于该断裂带之上。

作为温泉形成必要条件的热源、水源、地下水循环、储集层、静水压力差等具有不可移动性和不可复制性,这在很大程度上决定并限制了温泉旅游休闲产业的空间布局 and 空间调整。福州温泉旅游资源的空间分布依据其自然资源导向具有明显的集中性、丰富性、遍在性的特点。

三、福州温泉旅游休闲产业形态变迁

福州的“金汤文化”历史悠久,业态丰富,目前主要呈现为公共澡堂型、商务会所型、度假景区型和旅游综合体型等 4 种产业形态。

(一) 公共澡堂型温泉产品

唐代起福州就有了专门的温泉澡堂以供官用,明代开始出现供大众洗浴的民汤,清康熙年间出现了全国首家私人经营的汤店。从区位选择上来看,因为温泉资源具有相对固定性,再加上早期市区交通尚不发达,而该类温泉产品又与生活需求密切相关,因此在遵循接近性原则的基础上,公共澡堂型温泉产品的布局尽量接近水源所在地和消费者居住地。福州最早澡堂位于今鼓楼区汤井巷,明代在今温泉路、汤井巷、晋安桥一带有 10 余家,20 世纪 30 年代的 50 余家几乎都位于福州中心城区温泉密布带之内。新中国成立后因为考虑到居民洗浴的市场需求,因此有若干家设置在密布带之外。

20 世纪 80 年代以前,温泉旅游休闲产业一直是以公共澡堂型温泉产品为唯一业态。而随着城市经济的发展、居民消费能力的提升、居民居住条件的改善以及其他温泉休闲产业形态的兴起,地租支付能力较弱的公共澡堂型温泉数量骤减,且选址也偏向于区位条件一般但客流量较大的地区,面向普通居民提供中低档服务。目前还在运营的尚有温泉澡堂、华清楼、醒春居、三山座、德天泉、新沂泉、市直机关澡堂等 7 家。从空间布局来看,全部集中在中心城区,呈点簇状分布,温泉澡堂、三山座、醒春居的距离不过百米,德天泉和新沂泉是福州唯一一处布局于一条小巷中的两家温泉澡堂(图 1)。尽管数量不多,但作为福州泡汤文化的代表,这类产品仍作为温泉旅游休闲产业的核心产品存在,且近年来不断加大改扩建力度。从用地规模来看,公共澡堂型温泉产

品的空间占用较小,构成相对简单,如华清楼经营面积 6533 m²,而三山座仅 742 m²,主要由 3~6 个大池、若干个小池、淋浴、包厢、座位、更衣室等构成泡浴区和服务区^[16]。从消费群体来看,主要客源为福州本地居民,特别是以老年男性为主。从消费支出来看,

该类旅游产品价格较为低廉,以华清楼为例,公共池每人仅 6 元。从消费内容来看,温泉公共澡堂主要以大众泡汤为主,兼有搓背、推拿捏敲等休闲技艺,另附有茉莉花茶与其他地方小吃,地方气息十分浓厚。

表 1 福州市区公共澡堂型温泉产品区间距离矩阵

Table 1 Interval distance matrix of the public bath type hot spring products in the center of Fuzhou City km

	温泉澡堂	三山座	醒春居	德天泉	新沂泉	市直机关	华清楼
温泉澡堂	0	0.1	0.1	1.8	2.1	2.4	3.7
三山座		0	0.1	1.9	2.2	2.5	3.8
醒春居			0	1.9	2.2	2.5	3.8
德天泉				0	0.3	0.7	2.0
新沂泉					0	0.4	2.2
市直机关						0	3.5
华清楼							0

注: 区间距离为两地间最短行车距离,经由 Google 地图查询后得出。

(二) 商务会所型温泉产品

外事接待是商务会所型温泉产品的最初功能。自 1971 年五四路华侨大厦等旅游宾馆开始使用温泉以来,1998 年,市区已有 28 家宾馆、大厦等经营住宿的单位使用温泉。目前,福州市区有温泉配套的酒店约 40 多家,其中星级温泉酒店 28 家,除 2 家位于福州二环以外,其余 26 家均位于二环以内,大都集中于市区温泉密布带及其附近,以鼓楼区五四路沿线最为集中,沿温泉井呈线性分布排列(图 2)。其中,五四路和华林路交叉口附近有 8 家三星级及以上酒店有 24 小时温泉供应。这主要是因为福建省政府、福州市政府位于鼓楼区,大量的商务活动集中在该区,且福州市区的重要旅游景点如三山(乌山、于山、屏山)、两塔(乌塔、白塔)、三坊七巷等均位于此。温泉资源与酒店相配套,使得鼓楼区成为星级酒店的主要聚集地,福州市区 2/3 的三星级及以上酒店布局于此,特别集中在五四路附近。

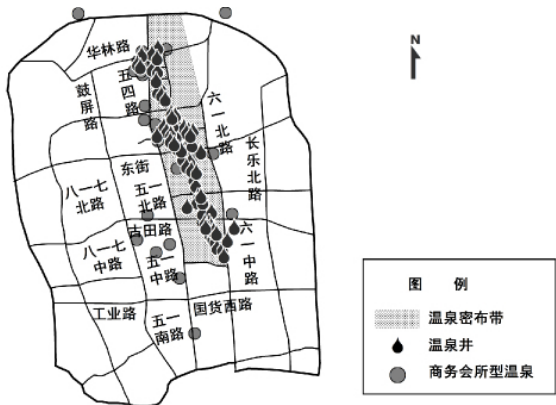


图 2 福州市区(二环内)商务会所型温泉产品(三星级及以上酒店)空间分布

Fig. 2 Spatial layout of the hotels and clubs type hot spring products on three-star and higher grades in the center of Fuzhou City

从消费群体来看,商务会所型温泉产品的客源以外地商务型客人和国内游客为主。2012 年,福州累计接待游客 3192.55 万人次,国内接待人数 3107.42 万人次,其中,国内过夜游客 1389.21 万人次,主要以浙江、广东、江西、上海、江苏等邻近省市的游客为主。全市星级饭店客房出租率 65.8%,床位出租率 64%^[17]。从消费支出来看,在有温泉配套的星级酒店中,五星级酒店 1 家、四星级酒店 12 家、三星级酒店 15 家(表 2)。2012 年,福州市接待的过夜游客平均逗留 2.81 天,以全国三星级及以上星级饭店平均房价 309 元、每个房间 2 人计算,商务会所型温泉产品人均消费支出 400 元左右。从消费内容来看,商务会所型温泉产品主要包括 2 类:(1) 温泉水直接入户,客人可以直接在客房中用温泉洗浴;(2) 专门的桑拿洗浴中心,可以提供足疗、按摩、餐饮等服务,前者是与住宿一起的免费服务,后者是额外的消费附加。除此之外,福州还有温泉会所 250 余家,95% 主要集中在鼓楼区。这些温泉会所以商务洽谈、旅游休闲等中高端消费者为目标客户,消费内容包括推拿足浴、温泉水疗、中西餐饮等,人均消费 100~300 元。商务会所型温泉产品中,室内温泉几乎不占用空间资源,桑拿洗浴中心的占地面积亦十分有限,空间结构较为单一。

表 2 福州市区商务会所型温泉产品的区域分布

Table 2 Local layout of the hotels and clubs type hot spring products in the center of Fuzhou City

类型	市区 /家	鼓楼区 /家	最低消费支出 /元·d ⁻¹
五星级	1	1	500~600
四星级	12	10	250~400
三星级	15	12	150~200
温泉会所	250	238	50~150

注: 数据经由电话咨询、实地调查、Google 地图查询后得出。

(三) 度假景区型温泉产品

2000 年以来,集沐浴康养、度假游憩、文化体验等于一体的度假景区型温泉成为新的温泉旅游休闲产品。从空间布局来看,福州度假景区型温泉产品大多分布在福州—永泰北东—南西西向构造断裂带附近(图 3),如青云山御温泉度假村、乐峰赤壁温泉度假村、大明谷温泉村、黄楮林温泉度假区、贵安温泉旅游度假区等均处于永泰、闽清、连江等县(市)的温泉出露点上。这些度假景区型温泉距离市中心少则数分钟,最多也仅 2 h,交通十分便捷(表 3)。相较于公共澡堂型温泉产品和商务会所型温泉产品,度假景区型温泉产品的占地空间较大,呈现平面化、组团化、扩张化的发展态势。市区内的源脉温泉园、金汤国际温泉度假村等占地约 2 hm²,其中泡浴区约占 40%,配套服务区约占 60%,新近开发的温泉旅游度假区占地 30~40 hm²。度假景区型温泉的服务区内容更加丰富多样,包含理疗、健身、娱乐、住宿、观光、购物等各项设施,同时强调与自然生态环境相融合,如黄楮林温泉度假区位于黄楮林自然景区内、旗山森林温泉度假村位于旗山国家森林公园内、青云山御温泉度假村位于国家 4A 级旅游区青云山景区内,丰富的空间要素使得度假景区型温泉产品呈现出不同的结构和风格。从消费内容来看,主要分为 SPA 养生、游憩健身、住宿娱乐、温泉高尔夫和主题公园等 5 类。从消费群体看,主要包括 3 类:(1) 国际包机组团游客,主要以日本、韩国、台湾游客为主,约占 20%;(2) 国内动车组团游客,主要以浙江、江苏、上海、广东、江西等地游客为主,约占 30%;(3) 省内散客(自驾车或旅游专线),主要以闽南、闽西、闽北地区和福州本地为主,约占 50%。

(四) 旅游综合体型温泉产品

2010 年以来出现的温泉旅游综合体涵盖了特色温泉、自然景区、商务会议、运动游憩、康复疗养、生态农庄、旅游地产等消费内容,将温泉旅游与房地产开发以及相关产业相结合,是一种以游憩和投资为主要目的的温泉旅游开发新模式,占地面积都在 70 hm² 以上。如贵安温泉旅游度假区、东雁文化旅游综合体等均是这一类温泉旅游产品的代表。这类温泉产品将休闲度假方式转变为惬意生活方式,在产品构成上,既有以高端、专业、精致为主要特色的精品温泉产品,又有集主题乐园、观光购物、文化体验、地产投资等多品种、多类型服务于一体的综合温泉产品,能够尽可能延长游客消费时间,强化消费体

验。旅游综合体型温泉产品大多是在原有的度假景区型温泉产品基础上的空间扩容、设施改建和服务增量,同类产品的间隔相对较近,如新建的贵安温泉旅游度假区、溪山温泉度假村、福州温泉高尔夫度假俱乐部、东雁文化旅游综合体均位于连江县潘渡乡境内,相距 10 km 以内,车程 10 min 可达。旅游综合体型温泉产品更强调依托温泉资源发展特色地产经济,加强旅游业与农业、房地产业、金融业等的融合,推动温泉集中地区的城镇化发展。

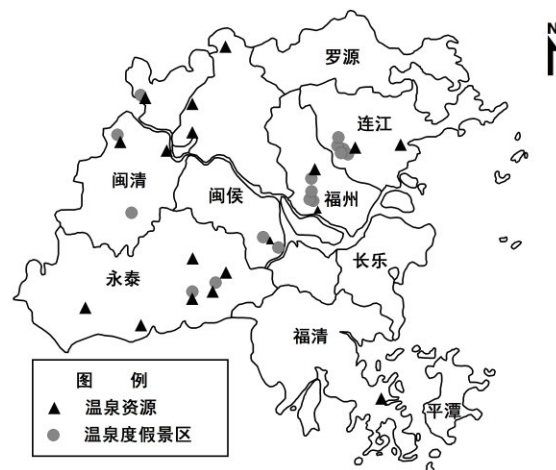


图 3 福州各县(市)主要温泉资源
与度假景区型温泉产品分布情况

Fig. 3 Layout of hot spring resources and holiday resort type hot spring products in the surrounding counties of Fuzhou

注:温泉资源分布情况根据《福州温泉志》中福州市主要温泉点分布图绘制。

四、福州温泉旅游休闲产业的空间演进

(一) 空间布局

从空间布局上来看,4 种温泉旅游休闲产品的共性是尽可能靠近温泉资源地,以降低运营成本。但 4 种温泉旅游休闲产品又表现出不同的区位特征,如公共澡堂型占地面积小,主要集中布局在中心城区居民区附近的巷弄中,尽可能接近消费者,呈团簇状分布;商务会所型布局在中心城区主要道路两侧的星级酒店及各类会所之中,整体而言呈线性分布,但产品个体呈现立体式布局,尽量节省土地空间;度假景区型占地面积大,布局在城市边缘带或远郊区,根据所在地的地形条件,大都沿山体呈面饼状平面布局,与大面积的自然景观相互融合;旅游综合体型是将若干个邻近的、大小不一的、不同功能的度假景区型温泉产品进行空间上的组合和叠加,并将其置于小城镇的范围当中,其用地规模庞大,甚至出现了温泉小镇的形式。

表3 福州市度假景区型温泉产品一览表
Table 3 A list of holiday resort type hot spring products in Fuzhou

地点	名称	产品特点	距离/km	时间/min
鼓楼区	源脉温泉园	国有企业全资兴建,生态化、主题型、都市园林式	1.2	3
	金汤国际温泉度假村	省内最大室内 SPA 会馆	1.3	3
	川捷高尔夫温泉俱乐部酒店	福州首个融高尔夫、温泉、酒店于一体的旅游综合体	8.3	17
闽清县	大明谷温泉村	硫化氢泉,水质好,水量大,原生态山体资源	98.7	120
	黄楮林温泉度假区	黄楮林自然保护区,碳酸氢钠泉,天池十八景	90.0	120
	七叠温泉生态农业观光园	市内海拔最高的温泉	81.8	90
闽侯县	龙泉山庄	省级农业旅游示范点	30.7	50
	旗山森林温泉度假村	毗邻旗山国家森林公园,城郊生态型度假村	20.0	30
连江县	贵安温泉旅游度假村	一带四景区,高尔夫球场,省内最大室内温泉旅游馆	26.1	32
	溪山温泉度假村	国内首家高端会员制温泉俱乐部,真山水原生温泉	31.2	32
	福州温泉高尔夫度假俱乐部	全国五家温泉高尔夫之一	26.2	32
	东雁文化旅游综合体	省内最大水世界	26.2	34
永泰县	青云山御温泉度假村	依托国家 4A 级旅游区青云山景区	86.3	110
	乐峰赤壁温泉度假村	省内最大水疗游乐场	41.1	47

资料来源:根据网络资料收集整理而得。

(二) 空间结构

从空间结构来看,传统公共澡堂型产品的泡浴区是温泉旅游休闲产品的核心,服务区是其重要辅助,二者都属于人工景观;商务会所型产品的泡浴区更注重私密性,服务区与其他功能区相交错;位于城市边缘带的度假景区型产品的自然景观所占比重较低,人工景观所占比重较大;位于远郊区的度假景区型产品的人工景观大多以宾馆住宿、主题公园、亭台楼阁、交通道路等形式出现,泡浴区星罗棋布,服务区较为集中,但都融合在自然景观之中;旅游综合体型产品的空间结构复杂多样,除了传统的核心产品之外,还包括地产、金融等附加职能,对消费者而言,除了休闲游憩之外还兼有投资升值的空间。

(三) 空间竞争

上述 4 种温泉旅游休闲产品中,从文化内涵来看,以公共澡堂型温泉产品最具特色;从开发数量上来看,以商务会所型温泉产品为主;从市场反馈来看,以度假景区型温泉产品最受市场追捧;从发展态势来看,以旅游综合体型温泉产品为主要方向。由于同类温泉旅游休闲产品的差异性不大,为了抢占共同的消费者和市场,同类产品内部存在明显的竞争关系。而异类温泉旅游休闲产品虽然在产品、服务、价格上有所区别,但其市场细分并不明显,市场回报率不高。如尽管受到市场热捧,但度假景区型温泉产品的附加价值不高,2012 年福州 9 个温泉景区共接待游客 126.29 万人次,营业收入 14273.2 万元,但人均不足 120 元^[17],这种以门票收入为主的盈利模式显然无法满足巨额投资回报。可见,目前福州温泉旅游休闲产品仍以空间竞争、

市场竞争、客源竞争、价格竞争为主,同类产品、异类产品之间的合作度不高。

五、福州温泉旅游休闲产业空间优化的基本思路和策略

(一) 温泉旅游休闲产业空间优化的目标

福州温泉旅游休闲产业的升级转型要求该产业能够依托有限的温泉资源条件、温泉所在地的社会经济活动的基本特征以及现有的温泉旅游休闲产业的布局、规模和结构,以空间优化为突破,以生态保护、空间挖潜、功能拓展、服务整合、效益提升为目的,构建合理、高效、可持续的温泉旅游休闲产业的经济空间和生态空间。

(二) 温泉旅游休闲产业空间优化的原则

1. 生态保护与经济效益相结合。温泉旅游休闲产品类型演变中的显著特征是自然环境比重减少,人工环境比重增加;自然环境功能单一,人工环境结构多样。因此,空间优化要求人工环境和自然环境协调共生,最大程度维持山、水的自然形态,充分发挥自然环境对消费者放松身心、愉悦心灵的作用,将道路、建筑与山水自然风貌相融合,通过人工环境的建造尽可能延长消费者在温泉旅游地的停留时间,使得生态山林、温泉汤池、道路建筑等相互穿插,实现生态保护和经济效益的互相结合。

2. 产品差异与服务互补相结合。温泉旅游休闲产品具有典型的同质化特点,同类温泉旅游休闲产品之间具有极强的竞争关系,但同质低价无序竞争并不利于构建良好的市场环境。因此,一方面要根据地域环境、历史文化、旅游者偏好等设计差异

化的温泉旅游休闲产品,降低产品的可替代性,避免同质低价无序竞争;另一方面要加强温泉旅游休闲产品与其他旅游休闲产品的功能结合,实行多样化、特色化的联合开发,同时,对基础设施、信息管理、市场营销、人力资源等进行统一的规划和运作,实现产品差异与服务互补相结合的互助共赢的区域旅游合作网络。

(三) 福州温泉旅游休闲产业空间优化的相关策略

据此,可以采用宏观上多极分散、微观上紧凑集中的空间结构模式,形成都市温泉区、郊区温泉带、温泉游憩网的空间发展形态。

1. 都市温泉区。以“功能置换、设施更新”为都市温泉区的空间优化方向。温泉产品主要集中在都市温泉区的核心是福州温泉旅游产业空间布局的最显著特点。值得注意的是,温泉旅游产业对土地资源和水资源的要求较高,市区中大规模的空间变动可能会影响城市的整体风貌和肌理。因此,可行的方案是在温泉密布带中对旧有的公共澡堂型、商务会所型以及部分度假景区型温泉产品进行功能置换和设施更新,使其提升服务功能,满足不断增长的消费需求。在产品转型路径上,注入文化内涵、提升空间形象。尽管公共澡堂型温泉产品数量有限,但其文化内涵不可忽视。为保持文化氛围的统一性和景观形象的完整性,在外部空间设计上要注重用温泉主题统领历史建筑、特色院落、现代地标、城市道路、植被水体等,使其在色彩、风格等外观上保持和谐性;在外部功能设置上要注重温泉产品与餐饮购物、历史古迹、展览参观等的连通性和便捷性。在内部空间安排上要以卫生、安全、舒适、惬意作为主要原则,严格按照服务质量等级标准进行建设,在传统基础上提升品牌形象,提高原有消费者的忠诚度和重游率,不断开拓新的消费市场。商务会所型温泉产品集中连线分布于五四路一带是福州都市温泉区的又一大特色。这类产品数量众多,但同质化现象严重。在现有空间格局下,该类型温泉产品要进一步依托商务、会议和家庭市场,在保留传统服务优势和配套优势的基础上,引入亲子、SPA、诊疗等概念,在空间细节上进行调整,力求打造更加精致、细腻、温馨的消费体验。

2. 郊区温泉带。以“块状组合、集中紧凑”为郊区温泉带的空间优化方向。温泉旅游带以度假景区型温泉产品和旅游综合型温泉产品为主。从温泉旅游休闲产品的发展趋势来看,形成以温泉资

源为依托、以生态资源为支撑、以温泉产业为核心的温泉小镇是重要的发展方向。因此,要对黄楮林温泉旅游度假区、七叠温泉生态农业观光园、龙泉山庄、乐峰赤壁温泉度假村等温泉集中地的相关功能,如温泉+景区+运动+会议+农庄+地产等进行块状叠加和组合,对用地空间进行调整整合,强化旅游服务功能。此外,在传统温泉旅游产品基础上拓展出来的诸如商务会议、主题公园、温泉地产等在增添了温泉产品附加功能的同时也占用了大量的土地资源。由于温泉区大量以步行廊道为主,造成不同功能间的长距离分隔。因此,要充分考虑消费者的心理需求,预估旅客承载量,合理设置泡浴区、公共设施服务区等的比重和布局,提升服务品质。在产品转型路径上,突出差异经营、形成产业链条。通过主导产业、支持产业、配套产业来对福州温泉旅游休闲的产业链条进行延长和拓展。处于同心圆核心并向外辐射的主导产业是基于温泉资源的各类产品和服务,包括洗浴、健身、餐饮、购物、表演、住宿等,这部分产业的核心内容基本同质;处于主导产业外围的是融合了温泉旅游休闲产业内容的支持产业,包括日化用品、游泳设备、园林园艺、旅行中介、营销策划等,这些是各温泉景区能够进行差异化经营的关键所在;处于最外圈的是为其提供相关服务的配套产业,包括园林园艺、环保环卫、给排水、电力通信、消防安全、建筑家装、金融投资、交通设施等,这些为差异化经营提供了保障。通过产业链条的构建,深入挖掘福州温泉旅游休闲产业的发展潜力,提升产业的服务内涵,以点带面引导该产业的转型升级。

3. 温泉游憩网。以“多极分散、高效连接”作为温泉游憩网的空间优化方向。温泉旅游产品之间的竞争性强于替代性,而且随着私家车等交通工具的普及,温泉旅游产品的空间阻碍逐渐减弱。因此,消费者在进行温泉旅游休闲产品消费时,既要考虑行车距离与停留时间的机会成本,又要考虑温泉旅游休闲产品与其他旅游休闲产品的机会成本。温泉旅游休闲产品势必需要在延长游客停留时间、组合其他旅游休闲产品上做文章。以连江县为代表,可以以现有的温泉旅游景点为发展极点,尽量整合当地旅游资源、挖掘文化内涵,设计差异性的人工景观和游乐设施,走一带多点、一点一泉、一泉多品的特色发展道路。在轴线上要加强福州市区与连江、连江各旅游极点内部不同消费功能之间的联系,特别是要提高公交出行比重、提升交通接驳

效率、优化交通线路。在产品转型路径上,构建产业联盟,提升附加价值。温泉旅游网络的建设要求温泉旅游休闲产品既要差异性经营,又要加强与其他旅游产品的协作,以产品 and 市场为核心,创新合作理念和合作方式。具体包括:(1)通过构建温泉旅游休闲产业战略联盟,建立温泉产品信息共享平台,及时把握市场动态,进行针对性的营销设计和产品规划,实现资源共享、市场共享、利益共享;(2)设立行业建设和服务标准,共同树立闽式温泉旅游休闲产品品牌,提升温泉产品的附加价值,将以温泉产业为核心的旅游产业培育发展成为福州经济的支柱产业;(3)建立无障碍的市场合作机制和应急处理机制,共同协调交通设施、园林设计、食品卫生、人力资源、策划设计等问题,实现温泉旅游休闲产业各类资源的最优配置。

[参考文献]

- [1]刘丽丽,李宏.北京郊区休闲旅游产业发展问题研究[J].首都师范大学学报:自然科学版 2004 25(2):75-79.
- [2]中华人民共和国国务院办公厅.国务院办公厅关于印发国民旅游休闲纲要(2013-2020年)的通知[EB/OL].(2013-02-18) [2014-01-03]. http://www.gov.cn/jzwgk/2013-02/18/content_2333544.htm.
- [3]刘群红.休闲旅游地产的主题定位分析与开发启示——以江西天沐明月山温泉度假村为例[J].企业经济 2011(2):139-142.
- [4]唐少霞,赵志忠,谢跟踪,等.海南温泉旅游开发模式探讨[J].地域研究与开发 2007 26(6):84-88.
- [5]王艳平,山村顺次.中国温泉资源旅游利用形式的变迁及其开发现状[J].地理科学 2002 22(1):102-108.
- [6]李鹏.社会重构下的温泉旅游地兴衰研究——以从化温泉为例[J].热带地理 2010 30(5):540-545.
- [7]王艳平.温泉旅游基本构件研究[J].旅游学刊 2006 21(10):59-62.
- [8]郑旗,钟家雨,郑焱.基于产业链视角的温泉旅游开发研究——以灰汤国际温泉度假区为例[J].经济地理, 2013 33(8):177-182.
- [9]杨懿,李柏文,胥兴安.基于旅游产业集群理论的洱源县温泉旅游开发研究[J].地理与地理信息科学 2012 24(1):81-85.
- [10]王冠贤,保继刚.温泉旅游地特性及空间竞争分析[J].地域研究与开发 2004 23(6):83-87.
- [11]王华,吴立瀚.广东省温泉旅游开发模式分析[J].地理与地理信息科学 2005 21(2):109-112.
- [12]樊亚明,徐颂军.广东省温泉旅游地空间结构及演化发展[J].华南师范大学学报:自然科学版 2013 45(3):99-104.
- [13]蔡卫民,熊翠.湖南省温泉休闲度假旅游空间布局研究[J].经济地理 2010 30(4):688-692.
- [14]《福州温泉志》编委会.福州温泉志[M].福州:福建科学技术出版社 2001:34-54.
- [15]阙文龙,朱丽萍.福州市区现有温泉井74口温泉井分布图最新绘出[N].海峡都市报 2010-06-04(8).
- [16]佚名.7家温泉老澡堂[EB/OL]. [2014-01-03]. http://www.fuzhou.gov.cn/zfb/xxgk/ztlz/wqgd/fzty/201102/t20110211_238921.htm.
- [17]佚名.2012年福州市旅游经济情况良好[EB/OL]. (2013-02-15) [2014-01-03]. http://www.fujian.gov.cn/ztlz/lyfj/lyzx/201302/t20130216_567151.htm.

(责任编辑:林安红)