

# 基于体验视角下旅游景区更新发展的探讨

## ——以重庆南温泉景区更新规划为例

文 / 陈琼 汇张思建筑设计咨询(上海)有限公司

**摘要:** 随着时代的变迁,旅游景区这一承载着无数故事与回忆的地方,也正经历着前所未有的变革,未来的景区,不再仅仅是风景的展示窗口,而是文化、科技与自然和谐共融的舞台。景区如何适应市场的变化,为游客提供更丰富、便捷、舒适的旅游体验也是这个时代的重要命题。本文以南温泉景区的更新规划实践为例,为传统景区在体验经济背景下探索转型升级新思路。

**关键词:** 景区更新; 体验经济; 南温泉景区

【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2025.09.122

### 引言

随着人们生活方式的提高,旅游已经成为一种日常娱乐休闲方式<sup>[1]</sup>。如今,在人们精神文化需求日益凸显的情况下,游客的旅游消费从单一的观光游览过渡到了追求更多元、互动体验更强的深层次旅游。在此背景下,为了适应当代旅游者的新需求,促进旅游产业的良性发展,旅游景区必须与时俱进,寻找新的出路。本文以重庆南温泉景区更新规划为例,研究分析在旅游消费需求改变的情况下,景区如何转型提升,以期为景区未来的发展提供参考。

### 一、项目背景

#### (一) 项目区位

南温泉景区位于重庆巴南区东郊,地处重庆市中心半小时交通圈内,与高铁、高速、机场、地铁等各个枢纽节点之间的通达性优越,是重庆老五泉中离市区最近的温泉。

#### (二) 城市战略

##### 1. 打好温泉牌

重庆地热资源丰富,是与布达佩斯齐名的“世界温泉之都”<sup>[2]</sup>。《重庆国土空间总体规划(2021-2035年)》提出要打好温泉牌,建设世界一流的温泉旅游城市和温泉疗养胜地。南温泉景区作为重庆市的老牌温泉景区,承载着历代重庆人关于温泉的历史记忆及生活方式,应充分利用南温泉悠久的历史,打出“温泉+文化”的特色品牌。

##### 2. 巴蜀文化走廊建设

2022年,《巴蜀文化旅游走廊建设规划》提出要以重庆主城与成都为核心,将其打造为国际范、中国味、巴蜀韵的世界级休闲旅游胜地,加强优质旅游产品供给,构建巴蜀文化旅游走廊品牌体系。南温泉景区作为重要节点,应积极推进文化旅游的创新发展,展现巴南人文魅力。

#### (三) 自然人文

南温泉景区坐拥天然绿色格局,城野清幽,山水秀丽,汇聚林、瀑、洞等南泉十二景及山、水、村、泉等丰富的景观资源。景区内山峰连绵,其最高峰为建文峰,海拔504米,森林覆盖率达95%,是名副其实的天然氧吧;水系即蜿蜒曲折、横穿景区的花溪河,是长江的一级支流,规划范围内全长6公里;村落即红星村、桃子沟村等幽静的自然村落,村内有依山而建的院落民宿,有沁人心脾的柑橘花香,还有梯田、矿坑、格桑花等特色的乡村资源;泉眼在花溪河峡谷中自然露出,属于热矿泉,水

温常年保持在39℃-42℃,含二十六种微量元素,具有康体保健、美容美肤的功效。除此之外,景区内还分布有大量的陪都遗迹,包括蒋介石校长官邸、孔园(孔祥熙官邸)、林森别墅、竹林别墅(二陈官邸)、曾公馆等,从古至今,许多历史名人、文人墨客都曾在此沐浴、养生、定居,并留下许多佳作,具有深厚的文化积淀。

### 二、发展痛点

南温泉有记载的利用起源于明朝万历年间,到清同治年间巴县人周大成于此建亭男女分浴。南温泉依靠极佳的地理位置,加之丰富的自然风光和深厚的历史文化底蕴,在抗战陪都时期就建设成南温泉景区,至今经历了多次规划重建、整体开发建设,公园品质不断提升,已在重庆本地有一定知名度,是重庆人民近郊休憩的后花园,但近年来,随着重庆其他新兴景区崛起,南温泉景区却逐渐被人们遗忘,从喧嚣一时到游客稀少,景区发展陷入停滞状态,亟需抓住新时代文旅融合机遇,契合市场需求,进行迭代升级,盘活人气,提升市场竞争力。

体验经济时代下,消费者更追求多样化、多层次、个性化的产品和服务,在此角度下,我们认为南温泉发展尚存在以下主要问题:

#### (一) 核心吸引物较为单一

景区目前主要核心吸引物为温泉公园泡汤,但汤池活动内容单一,缺乏留客能力,季节性较强,淡旺季明显。其他景点处于初级观光的自然、人文景点,规模较小,景点分散,特色不足,吸引力较弱。

#### (二) 文旅融合尚处于低层次阶段,潜力尚未被挖掘

南温泉景区历史文化底蕴丰厚,但文化体验仅仅停留在单一的场馆参观,缺乏创新的文化应用,文化标识与记忆点不足,缺乏IP的提炼与整合、缺乏感染人的文化背景和独特的故事讲述。

#### (三) 配套初级,业态滞后

旅游业是集“食、住、行、游、购、娱”于一体的综合性产业,旅游体验的发展要求与市场相匹配的旅游基础设施来满足旅游者的体验需求。南温泉景区目前只有丽筠酒店、半边坡商业街等传统基础配套,尚缺乏度假、休闲、演艺等多元、深层次产业配套,体验性较弱,无法延长游客的游览时间,无法刺激游客的消费欲望。

#### （四）交通繁杂，缺乏度假感

景区内仅一条东西向道路，与城市干网连通性较低，且道路为客货混行的过境公路，交通压力大，整体缺乏度假氛围。

### 三、破局思路

#### （一）强化核心吸引

规划充分利用景区资源，丰富景区旅游业态；以温泉体验为核心，利用山地环境构建生态度假产品、以花溪河为舞台构建流动的实景演艺、以半边坡为基础构建风情商街、盘活闲置南泉会扩展商务会务功能、利用寺庙、名人官邸等活化文化体验，以“温泉+”组合拳强化景区核心吸引。

#### （二）创新文化表达

文化是旅游的灵魂，也是一个景区区别于其他景区的根本<sup>[3]</sup>，而旅游是文化传播与传承的重要载体，但文旅融合不能停留在生搬硬套式、表象的层面，应契合地域文化形态、契合市场需求，探索更深层次的融合模式<sup>[4]</sup>。规划以市场为导向，叠加时代潮流，从三大层面为南温泉打造新文化标签；首先，国潮元素是文化创意的有生力量<sup>[5]</sup>，做好国潮文章，将川剧表演、重庆方言、巴渝火锅等传统元素融合现代审美，打造独属南温泉的国潮IP；其次，结合南温泉、建文峰、花溪河等地元素，研发特色的文创产品，唤起情感共鸣，增加游客的仪式感与体验感；再次，通过剧本杀、实景演艺等新型互动体验项目，深入讲述南温泉的故事，加强游客的沉浸体验，引导游客去探索、去寻找，让原汁原味的文化焕发出新的生机。

#### （三）焕新业态场景

随着千禧一代、Z世代等新消费主导力量的快速崛起，主流消费偏好和倾向正在发生改变，更加注重参与性、场景化的消费体验。规划在金鸡岭、半边街、99号院等商业场景设计上，注重与业态内容的匹配，充分利用技术手段调动视觉、听觉、触觉等感受，让消费者沉浸于多感官立体情景中深度体验。业态组合上，抓住年轻人群追求高品质、时尚度、新鲜感的消费特点，注重在地文化植入、网红流量品牌、主理人店铺等新业态，满足年轻消费者追求体验感和社交娱乐的多元需求。

#### （四）优化入境交通

沉浸式度假从入山开始，目前景区入口景观标识与景观墙略显过时，整体调性与景区气质不符，规划通过微地形景观处理，搭配具有调性的小品景观装置及层次丰富的植物配置，打造一个极具仪式感与设计感的景区入口。其次，景区范围内目前以山地为主，新增道路较为困难，短期内无法避免货车通行，规划通过在景区核心路段实施工作日早晚高峰分时段管控及周末全日管控，实现客货分离；将沿溪健身步道改造为电瓶车通行道路，打造沿花溪电瓶车接驳环线；在入口设立游客中心及集中停车场，引导客流换乘公共交通，减少景区内道路压力；中远期考虑在核心景区外围新增2条货运通道，疏解货运车流，保障景区内游客的游览体验。同时，在道路两旁种植蓝花楹，营造绝美的度假风情体验。

### 四、战略定位

#### （一）发展定位

规划依托南温泉贯通千年的巴南人文历史底蕴、秀

丽清幽的自然生态、独特天然的温泉资源，以及城市近郊的区位优势，承接川渝打造世界级休闲目的地的战略目标，秉承文化复兴的时代召唤，把握市场度假休闲需求，将文明探源与创新实践应用，将南温泉景区打造成集生态度假、温泉休闲、文化体验、商务会务、观光游览等功能于一体的国际文旅度假区。

#### （二）发展目标

以“巴渝文韵，国潮南泉”为景区形象定位，打造一个体现东方美学的文旅示范地，一个国潮文化的时尚集结地，一个休闲度假的文商旅旗舰以及一个美好生活的目的地。

#### （三）总体格局

以生态保护为第一原则，适度开发，动静分明，山下以水趣童梦谷、丽筠度假村、半边戏街、南泉十二时辰为核心，构筑活力共融的国潮文化体验核，山上以金鸡岭度假村为主，构筑高端静谧自然轻奢的精神度假区。

### 五、重点项目规划提升

#### （一）水趣童梦谷

##### 1. 功能定位

对南温泉公园进行提升改造，唤回重庆人的童年记忆，抓住“大小儿童”新风口，打造重庆独树一帜的水趣乌托邦，一座全龄全季全时的温泉嗨FUN童梦乐园。

##### 2. 改造设计

（1）在建筑景观改造上，对露天汤池进行顶棚加盖，四季可用，增加高颜值水上设施与网红属性的花瓣池，提升汤池颜值；配套建筑以自然材质与生机绿植交织，缔造浓郁的松弛感，吸引年轻家庭客群。

（2）在业态内容提升上，增设“躺岛”市集与慵懒感酒吧餐饮，打造滨水度假氛围。

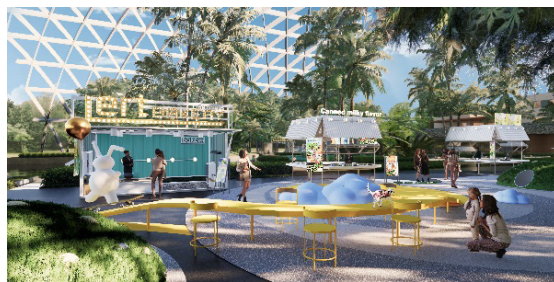


图1 水趣童梦谷改造效果图



图2 水趣童梦谷改造效果图

#### （二）丽筠度假村

##### 1. 功能定位

对丽筠酒店进行建筑景观及业态更新改造，注入亲子度假功能，打造简约时尚的亲子主题娱乐度假村。



图3 丽筠度假村现状照片

## 2. 改造设计

(1) 改造酒店主体，强调自然元素的应用与融合，打造轻奢、现代的建筑风格，建筑立面注重精致细节的打磨，营造出空间感、轻盈感，酒店入口简化立面线条，增加水景，并使用灯光烘托入口质感，营造氛围；酒店中庭打造绿植立体环绕的网红中庭，植入花园、餐厅功能，营造仿佛置身热带雨林般的轻松氛围。

(2) 盘活度假商墅，现状度假商墅建筑风格过于社区住宅化，缺乏度假特色，且建筑体量较大，与山体缺少融合，规划通过景观配植遮挡建筑，在视觉感官上“消减”建筑体量，使建筑藏匿于山林；结合建筑自身露台，打造私享星空汤泉，提升度假体验。



图4 丽筠度假村改造效果图

## (三) 金鸡岭度假村

### 1. 功能定位

依托金鸡岭半山开阔的景观视野与优越的生态环境，在云端之上拥抱自然，打造集商务接待、疗愈康养、艺术度假于一体的自然度假村。

### 2. 规划设计

(1) 业态设置上，以品质度假为导向，形成三大主题部落，艺术部落设置鲜花香氛馆、设计师买手店、陶艺坊、艺术绘馆、插画师工作室等，尽享格调静谧度假生活；音韵部落设置街舞工作室、爵士吧、摇摆舞室等，以音乐为基因，带来深刻的艺术体验；美学部落设置业主食堂、风物市集、咖啡研习室等，传递精致轻奢度假生活方式。

(2) 建筑设计上，打造两大度假产品，一是依山就

势形成错落有致的组团院落，二是融于山林形成自然生态的帐篷群落。



图5 金鸡岭度假村规划效果图

## (四) 半边戏街

### 1. 功能定位

以戏剧为主题，以“川剧雅韵”打造“国潮新磁场”，街区即舞台，游客变观众，将半边街打造为沉浸式文化戏街。

### 2. 内容策划

将半边街根据不同主题业态分为三段进行打造，南泉戏堂段将戏曲与火锅结合，街道巷弯，随时随地，边吃火锅边看戏，开启前所未有的大众狂欢；国潮美食段寻求巴蜀好味，以重庆江湖菜、国潮烧烤店、龙门阵小酒馆刺激味蕾盛宴；戏剧体验段集合非遗手作、国风妆造写真馆、国潮电音秀等，让观众穿上戏服融入其中，沉浸式体验国粹戏剧的魅力无限。

### 结语

本案通过充分研究南温泉景区的资源禀赋和发展的核心问题，为传统景区的体验转型提供破题思路和实施策略。根据消费者需求新变化的趋势，从视觉审美、文化创新、实景体验等各个维度进行全方面提升，不断提高旅游产品内涵，打造文旅休闲精品项目，成为景区高质量发展的示范。

### 参考文献

[1] 冯倩雯, 朱玲芳. 基于体验经济背景下的旅游景区的发展探析——以山西晋祠为例 [J]. 中共太原市委党校学报, 2017, (05): 29-31.

[2] 欧阳秋实. 山地环境旅游度假区实证研究——以重庆东温泉-南温泉旅游度假区总体规划为例. 建筑节能, 2018, (07): 159-161.

[3] 何斌清. 体验经济时代下旅游景区的创新发展策略——以福建省周宁县鲤鱼溪风景区为例 [J]. 商展经济, 2023, (23): 114-117.

[4] 崔林, 张颖. 文旅融合背景下金延安景区的发展现状及对策分析 [J]. 旅游纵览, 2020(10): 82-84.

[5] 王帆, 张清河. 国潮元素在景区场景营造与体验设计中的困境和应用策略 [J]. 文旅产业, 2023(8): 27-32.

作者简介: 陈琼, 女, 1991年5月, 汉族, 湖南衡山, 本科, 规划设计中级, 研究方向: 城市更新、乡村振兴、文旅策划。