

大交通 · 商业在途

高速公路特辑



第一太平戴维士、浙江商业集团联合发布

行业报告资源群



微信扫描 长期有效

1. 进群即领福利《报告与资源合集》，内有近百行业、上万份行研、管理及其他学习资源免费下载；
2. 每日分享学习最新6+份精选行研资料；
3. 群友交流，群主免费提供相关领域行研资料。

知识星球 行业与管理资源



微信扫描 行研必备

知识星球 行业与管理资源是投资、产业研究、运营管理、价值传播等专业知识库，已成为产业生态圈、企业经营者及数据研究者的智慧工具。

知识星球 行业与管理资源每月更新5000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；

微信扫码加入后无限制搜索下载。

合作及沟通，
请联系客服



客服微信1

客服微信2

(报告整理于网络，仅限于群友学习，请勿商用)

前言

2019年，全国高速公路建设完成投资11504亿元，同比增长14.5%。截至2020年末，中国高速公路里程超过15.5万公里。相对机场和高铁，公路是最为传统的交通运输方式，同时也承载了最多的旅行客流。然而随着家庭轿车愈发普及，选择家庭轿车出行正在一定程度上取代传统的公路客运，客运增长趋于饱和。

公路交通的客源变化，令高速公路的商业配套增长点由大型客运站向中小型服务区节点转变。但相对于集中式的客运站点，服务区的商业打造面临较复杂的规则限制。同时，由于公路存在交通拥堵的可能，其人流和车流管控较其他交通站点更具挑战。有鉴于此，围绕高速公路服务区周边，已有一些新的开发和运营模式出现，开放式服务区即是其中之一。

作为大交通·商业在途系列的高速公路专题，本报告将结合浙江商业集团在服务区商业运营上的实践，探讨高速公路服务区的商业解决方案。



目录

高速公路：开放型探索

大交通：商业载体	8
路衍经济与政策支持	12
高速服务区发展趋势	13
案例：浙东唐诗之路高速文化带	14
案例：广州址山高速服务区	16

浙江商业集团：高速公路服务区的运营实践

浙江高速公路发展概况	20
高速公路服务区升级实践	22
对路衍经济未来发展的探索	24
结语	26

高速公路： 开放型探索

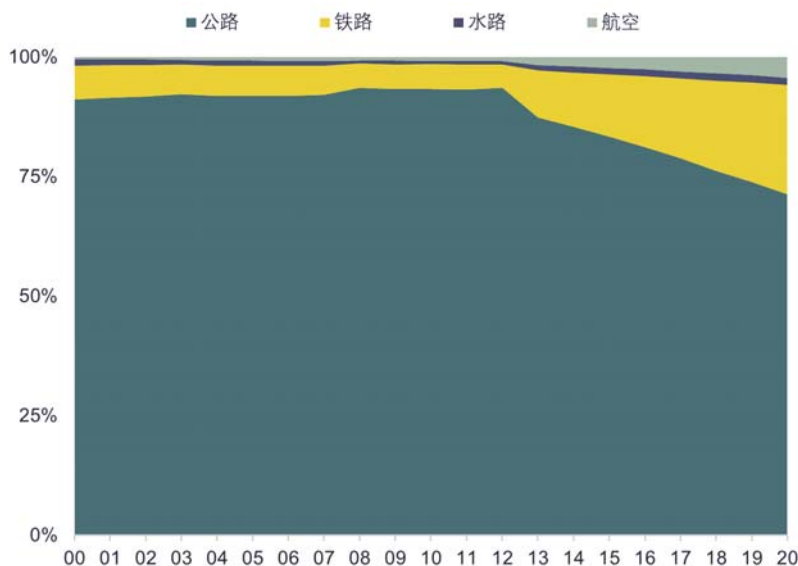


大交通：商业载体



公共交通，尤其是枢纽型交通是旅游商业的重要实现载体。在中国，各类型交通工具的发展阶段各有差异。传统而言，公路是最主要的公共交通出行方式，其运输能力大、灵活性高，但自2013年起，公路交通旅客运输量持续下滑。截至2020年末，公路出行占整体比重已由十年前的93%降至71%。一方面，私家车愈发普及，日益成为短途旅行的主要方式；而在中长途旅行方式中，铁路及民航机场运输发展迅速，旅客运输量持续大幅增长。其中，铁路的重要性尤为明显，自2010至2020年，铁路客运量占比由5%升至23%。

四大公共交通客运量占比，2000-2020年



来源：CEIC、第一太平戴维斯研究部

主要公共交通方式对比

* 客运占比为 2020 年数据，年均客运量增速为 2015-2019 年数据；



客运占比
4%
年均增速
11.0%



客运占比
23%
年均增速
9.7%



客运占比
71%
年均增速
-5.6%



客运占比
2%
年均增速
0.8%

发展阶段

近年年均客运量增速最高。航站楼商业升级，逐渐脱离传统的航旅配套模式，以满足较高收入客群的航旅消费需求；

铁路占总客运量比重近十年大幅增加，其中高铁建设持续保持两位数快速增长（2020 年除外），未来预计将成为更加重要的公共交通工具；

由于私家车保有量提升，及高铁普及，公路客运量近年持续下滑，市场需求处于下行周期，随后逐步企稳；

水路运输同时具备局限性及不可替代性，其占整体客运量比重始终维持在 1% 至 2%，已进入成熟发展期；

消费诉求

客群素质相对较高，对产品及服务存在品质需求；

消费群体背景多元，需综合考虑旅客、办公及居民消费需求，合理设计规划；

主力消费需求场所由大型客运站转向高速公路沿线小型服务站；

大型邮轮母港的旅客主要消费发生于航行途中，中小型渡口定位类似通勤铁路，消费滞留时间短，市场空间有待挖掘；

商业趋势

业态及租户丰富程度逐渐增加，在旅游零售渠道之外的一些主流品牌进驻兴趣愈发浓厚；

积极拥抱线上渠道，为消费者提供便利的购物体验；

站点规划与城市整体规划同步，基于枢纽站打造 TOD 项目成为趋势，围绕铁路车站，同步进行沿线片区和地块规划；

在交融融合的顶层设计之下，以高速交通为核心，在传统服务区所需配备的基础业态之上，叠加旅游观光、休闲体验、在地产业展销等新兴商业功能，形成集餐饮、购物、休闲娱乐、文化体验等多元业态为一体的开放式服务区成为新趋势；

亲水区域的商业氛围打造；
与陆路交通之间的商业衔接与动线规划；

挑战

特有的集成商运营模式存在较多限制，探索市场化解决途径；

招标流程及条件设置复杂；

铁路公司、地方政府和社会资本三方利益协调存在难度；

若是大型 TOD 项目，需确定主力驱动因素，是商务、产业、商业、文旅或是人口导入，进而分析商业策略；

高速公路具有流量大、流通迅速的属性，需要实现商业体验与交通流转的平衡；

传统服务区仍面临经营面积受限、节假日车位供需不平衡、整体功能较为单一挑战；

设施规模较小，且涉及水陆切换，与周边物业的合理衔接存在难度；



旅行商业市场的打造

人均收入水平上升及旅游偏好变化，为交通枢纽或节点的商业升级带来充沛的内生需求。考虑到旅游市场庞大规模及基础设施不断完善，旅游零售存在巨大潜力以待挖掘。例如，波士顿咨询公司 BCG 报告指出，消费者在机场商业零售区每多停留一分钟，消费就将增加 2.5%。部分机场已愈发注重拓展非航收入，吸引旅客在机场更长时间的逗留，进而转化为消费。而随着私家车出行愈发普及，短途旅行需求增加，对公路节点的休息、配套设置需求旺盛，同时由于其收入水平通常较高，对商业的品质诉求也高于传统的公共汽车旅客。

然而由于交通基础设施属于市政工程，运营方与零售商户关注焦点各有不同，导致商业呈现往往以简单配套为主，业态较为单一，体验感及舒适度欠缺，很难令消费者产生足够的购物冲动。旅行零售要如何去定义符合消费趋势的零售空间，赋予旅行商业市场更为持久向上的发展力，是如今国内外运营方与品牌商正共同探索的方向。虽然交通设施的类型不同，但在商业空间的打造上，仍有共性趋势可加以参考。

营造场景空间

伴随电商所带来的线上渠道压力以及疫情对实体商业的冲击，消费者行为及生活理念正发生显著变化。如今的消费者已不再拘泥于基本需求的满足，而是更注重生活品质的提高以及个性领域的投入，消费行为不再是单纯的购物，而是向精神层面的满足感延伸。在消费模式的变革下，品牌发展也逐



渐趋于以消费者为中心，更注重场景化体验和品质的提升。品牌商如今更关注于场景空间的打造，从文化体验入手去引起消费者共鸣，空间功能正由简单的零售，上升至文化体验，以更加贴近消费者，吸引更多客流。这既要求开发商在整体的商业氛围打造上能够与品牌方相映成辉，营造体验感至上的商业空间；同时也要求商业运营方突破同质化定位，打造自身项目独特的文化标签及完善其运营管理服务。

文化传统融合

传统文化产业现如今发展迅速，随着大众审美的细分和进化，消费客群个性化、多元化的需求不断迸发，催生出了诸如传统手工艺、文创、非遗文化等全新品牌资源。交通枢纽作为城市窗口，承载了展现一个城市的文化及形象的核心功能，天然具备成为城市文化代表商业的条件。通过融合商业空间与艺术空间，打造在地客群及旅客兼容的特色商业乃至城市文化符号，引进在地文化属性更强的、更具创造力、更具 IP 辨识度的本土文化品牌，可激发消费者的情感共鸣，传递品牌价值及城市文化。例如韩国仁川机场，不仅布置了大量艺术装置摆件，

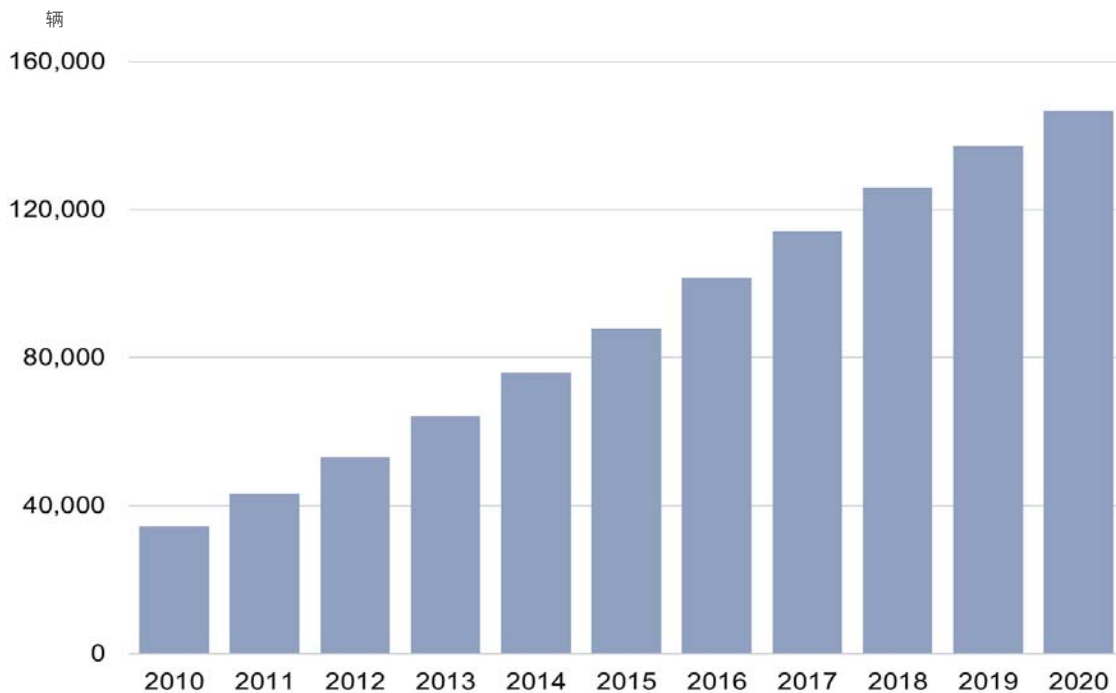
还会不定时的举办各种文化艺术表演包括千禧年大厅文化表演、假面舞表演、古典音乐会等，更会有韩国皇室游行表演队伍穿梭于各商业走道处，将韩国传统民俗文化尽数展现在旅客面前。仁川机场将文化与艺术内嵌于整个商业运营中，使得整个航站楼商业脱离了机场配套的刻板印象，而实现了购物中心化、场景化，提升了整个机场商业的文化属性。

品牌结构升级

以机场为例，2019 年，中国内地有 5 座机场全年客流超过 5,000 万人次，39 座机场客流超过 1,000 万人次；高铁站中，年客流量超过 1,000 万人次的站点数量同样可观，商业潜力巨大。近年来，交通枢纽中零售、餐饮品牌的整体档次提升已经成为大势所趋，这在奢侈品积极布局机场门店已有体现。我们相信，交通商业将逐步形成品牌层次更加丰富、更为多样化的商业格局。时尚潮流类、生活方式类、文化创意类、地方特色类等知名品牌将日渐成为交通商业的标准配置。品牌升级趋势不会逆转。

路衍经济与政策支持

私家轿车拥有量，2010-2020 年



来源：CEIC、第一太平戴维斯研究部

公路运输行业正逐步由量向质发生改变，在交通运输的基础服务之外，提升附加值，满足新兴的出行和消费需求成为未来增长点。国务院 2019 年发布的《交通强国建设纲要》指出，要加速新业态新模式发展，深化交通运输与旅游融合发展，完善高速公路服务区等交通设施旅游服务功能。由此可见，在建设交通强国大背景下，具有行车速度快、运输能力强、周转灵活、安全系数高等特点的高速公路对经济增长有强劲的拉动作用，未来围绕公路带动的流量经济与当地的文化、产业、生态等资源要素融合发展，形成“高速 +

文化”，“高速 + 农业”，“高速 + 旅游”，“高速 + 物流”等多种路衍经济新模式，加速高速公路与沿线地缘经济的融合与带动。

在路衍经济承载着流量和经济价值可持续发展的战略大背景下，服务区即是实现由流量转化为经济的第一窗口，也是反映在地人文历史、营商环境、城市形象的重要载体。2017 年，交通运输部、国家旅游局、国家铁路局、中国民航局、中国铁路总公司、国家开发银行六部门联合印发了《关于促进交通运输与旅游融合发展的若干意见》。意见指出要推进交通运输与旅游

融合发展，创新产品构建“快进慢游”旅游交通网络，其中建议高速公路服务区增设游憩、娱乐、购物等功能，鼓励在公路路侧空间充足路段建设驿站、营地、观景设施和厕所等。目前，全国已有诸多省市依托地方特色文化和旅游资源，建成独具特色的升级版高速服务区，为地方文化旅游、农产品“走出去”提供绝佳的窗口，促进多产业融合发展，助力城市对外开放的形象构建与高质量发展。

高速服务区发展趋势



“

由于传统服务区面临经营面积受限、节假日车位供需不平衡、整体功能较为单一等挑战，在交旅融合的顶层设计之下，开放式服务区应运而生。

”

开放式服务区是以高速交通为核心，在传统服务区所需配备的基础业态之上，叠加旅游观光、休闲体验、在地产业展销等新兴商业功能，形成集餐饮、购物、休闲娱乐、文化体验等多元业态为一体的服务区综合体，进而实现从停车到商业综合体、从经停点到多元经济带动点、从加油站到文化休闲驿站的城市综合门户构建。开放式服务区已成为与周边土地开发联动发展、与城市旅游资源互动开发、与城市空间互融串联的新窗口，促进高速交通、文化、商业、旅游等功能复合发展，提振地方经济综合发展的重要门户。

对标国际先进经验，开放式服务区在打造过程中通常会联动知名IP、地方产业及特色体验，如日本稻武服务区在打造过程中引入稻部温泉、清酒工坊、植物染色体验工厂、特色风味小吃街等物业，联动周边自然资源开发蓝莓采摘、溪流捕鱼、山野骑行等衍生活动，将此前旅游吸引力逐步下降的稻部地区通过高速服务区的焕新重新激活文旅生命力，以高速服务区支持地方“交文旅商”复合化联动发展。

随着内循环下，人民消费需求的日益增长，围绕“高速+文化”发展高速公路沿线文商旅融合的模式将成为激

活路衍经济的新契机。第一太平戴维斯认为现行高速服务区发展需要结合当地的文化特色与生态产业资源，以高速公路服务区为核心，串联周边文旅资源，打造文化体验、旅游服务、消费购物新服务功能空间，同时开放式服务区模式也兼顾了沿线城市的消费服务需求，打破了传统封闭式经济的模式，与当地发展深度融合。

第一太平戴维斯视角

服务案例 1： 浙东唐诗之路高速文化带



项目概况

千年前，李白、贺知章、杜甫、王维、杜牧等 451 位唐代诗人由钱塘江一路东行，用 1500 多首诗歌铺就了浙江东部的山水诗意之路；如今，这里高速路网发展迅速、车流密集，高速公路已成为浙江东部经济发展、产业繁荣的交通要道，浙东文化展示的重要窗口。

2019 年，浙江省率先在全国提出诗路文化带建设，将打造浙东唐诗之路、大运河诗路、钱塘江诗路和瓯江山水诗路“四条诗路”，推动浙江诗画山水、美丽浙江和文化浙江建设。诗路文化带建设是推进浙江全域旅游的重要载体，也是促进浙江文商旅融合发展的重要抓手，更是浙江忠实践行“八八战略”、奋力打造“重要窗口”的重要举措，对提升沿线城市综合竞争力具有重要意义。

浙东高速公路作为串联浙东城市的要道之一，途径嵊州、新昌、天台、临海等浙江东部城市，日均流量较大。浙东唐诗之路高速文化带的建设是浙江交通集团下属的浙江商业集团对标习近平总书记关于文化建设的重要论述，聚焦“文化强省、提升浙江软实力，文化树人、引领社会新风尚”这一总体目标，通过讲好浙江故事，传播浙江声音，全面开启文化浙江建设新征程，奋力打造“重要窗口”鲜明标识的特殊历史背景下启动的。

项目挑战

赋予浙东高速公路以唐诗之路的主题，让现代人能在高速穿行间梦回大唐，感受唐诗的瑰丽与大气，这不仅是“交文旅商”融合的首次尝试，更是新时代赋予浙江高速的新时代使命。浙东唐诗之路高速文化带以高速为纽带，以传统服务区为支点，第一太平戴维斯在服务过程中也面临多重挑战：

“唐诗之路”如何串珠成链？

浙东高速公路沿线有嵊州、新昌、天台、临海四对服务区，多个收费站，互通、边坡、道路指示牌等空间载体。项目将高速公路作为主要串联线索，深度结合唐诗之路文化、浙东文化、在地文化，综合运用建筑、园林、数字科技等方法诠释浙东文化的内涵与外延，串珠成链，打造以“浙东唐诗之路”为核心的浙东文化标识，并产生文化辐射和带动作用，推动文旅融合、商旅发展，最终带动区域的全域产业发展，产生显著的文化效应与经济效益。由此，如何由点及带再及面，切实做好“串珠成链”文章是本项目的难点之一。

高速如何体现文化价值？

浙东除了有唐诗之路诗路文化外，也是中华文化发源之地、浙东学派的兴起之地。本项目需要依托高速公路沿线载体，展现浙东“经世致用、博纳兼容、开拓创新、与时俱进”的优秀品格，更体现浙江“干在实处，走在前列，勇立潮头”的新时代精神，进一步实现“高速+文化”、“服务区+文化”的融合发展。



服务区如何实现快速与体验并存？

随着体验经济兴起，文化体验、沉浸式体验等业态逐渐成为商业发展趋势。由于高速公路具有快速通行的属性，高速服务区具有进出流量大的特征，由此传统服务区内不宜设置停留时间过长的体验业态。项目需要平衡诗意体验与文化体验，让人印象深刻，同时又让司乘人员不会太长时间停留。

定位策略

针对上述问题，第一太平戴维斯深入分析浙东文化内涵、结合浙东唐诗之路建设的顶层目标与浙东高速公路的现状，提出“1+5+5+5”的顶层设计模型，即“一大文化主线脉络+五大文化分线脉络+五大场景感知方式+五大主要呈现形式”。

方案以唐诗之路为文化主线，辅以文学之路、戏剧之路、饕餮之路、博悟之路、未来之路五大主题为副线，将浙东文化内涵、人文故事贯穿于高速文化带。方案以唐诗十二时辰为主题，通过“形、听、味、触、购”五大感知方式，深入司乘视角分析浙东唐诗之路文化的展现形式，策划出唐诗十二家、唐诗十二景、唐诗十二味、唐诗十二说、唐诗十二礼五大分主题，叠合诗驿、诗文、诗宴、诗游、诗创将浙东高速文化带打造成为浙东文化精华之“链”、浙东山水之“链”、全域发展之“链”。

服务案例 2： 广州址山高速服务区

项目概况

粤高速广东址山高速公路服务区商业项目位于五邑地区，开平市水口镇与鹤山市址山镇的交界处，佛开高速公路水口立交旁，隶属于址山镇。址山镇是广东工业卫星镇之一，周边为“粤西地区现代制造业基地”，该地区的“开平碉楼与古村落”为首个华侨文化的世界遗产项目。址山镇交通便利，国道 325 线，佛开高速公路穿镇而过，是西部城市与中心城市之间重要的交通中转站，也是通往粤西的必经之地。全市高速公路通车里程达约 400 多公里，与其它珠三角城市都可形成 1 小时交通圈。

项目挑战

高速公路服务区商业同质化严重，多数只能满足高速公路经过客群的基本刚性需求，大部分高速服务区商业缺乏特色，本项目需要在哪些方面去改善这些问题？项目具备连通高速公路及国道优势，应该如何更好地去发挥该优势？

高速公路服务区管理困难，效率低下

高速公路服务区的服务功能是最基本又最关键的一环。目前，国内大部分高速公路服务区存在车流无序，停车



难，节假日高峰拥堵严重的问题，服务区工作人员虽然数量多，但管理较为困难，运营效率较低。址山服务区项目作为一个未来项目，有哪些机会可以引进优质管理体系，使得服务区有序高效运营是我们需要思考的。

如何改变消费者对于常规高速公路服务区的固化认知？

一直以来，消费者对高速服务区的认知停留在加油、快餐及洗手间等基本功能的需求上，不会认为高速公路服务区商业像市区商业一样拥有多种商业功能。本项目如何通过自身打造、宣传手段，弱化该边界，从而转变消费者对传统服务区的认知是我们需要思考的。

项目周边暂无规划，如何引导人流前往高速公路服务区商业项目中消费？

本项目拥有双通道，除了高速公路的经过客群可以到访外，周边客群也可以通过国道进入本项目，采用人车分流的人/车流动线进行空间上的物理隔断，这在一定程度上给了本项目机会去承接更多消费客群，所以如何吸引更多人流前来本项目进行目的性观光消费、如何扩大本项目的影响力及辐射力是我们需要思考的。

高速公路服务区商业后续运营活动偏传统，缺乏持续运营能力

高速公路服务区中的商业举办的活动一般偏传统，无法应对新时代的需求；其持续输出活动能力弱，在开业一两个月举办活动获得流量后，便不再重视后续活动运营工作。



定位策略

科技助力，使服务区更好履行高速公路服务区服务功能的初心及使命

本项目未来可通过智慧物业体系、大数据平台、5G 技术、机器人和 ARVR 等科技手段，优化车流客流体系、办公自动化、线上巡场、信息发布与指南等服务功能；

万物互联的大数据信息洞悉技术满足消费者需求，提升服务区整体运行效率，节省人力，提高项目管理服务效率及品质，提升到访客群体验。

打造全新服务区商业模式，改变消费者对服务区的固有认知

融入本地文化，使游客在服务区内感受到文化氛围，实现寓教于乐的附属功能；

商业方面，本项目区别于传统的零售业，打造综合娱乐游憩一体化综合业态，创新高速公路服务区发展模式；

打破消费者对高速公路服务区的固有认知，服务区形象的创新，弱化服务区传统边界，探索全新的服务区模式，打造大湾区首屈一指的高速服务区全新形象。

引入国家级专业协会作为项目的背书，打造超级旅游目的地，扩大项目的辐射范围

引入国家级专业协会参与，打造服务区标杆，扩大项目的辐射范围，实现真正的客流导入；与本项目周边的景点联动，作为旅游客群集散地及旅游商业配套服务聚集地存在；

提升服务区旅游、文化、教育及商业属性，打造服务区的 5A 景区，非物质

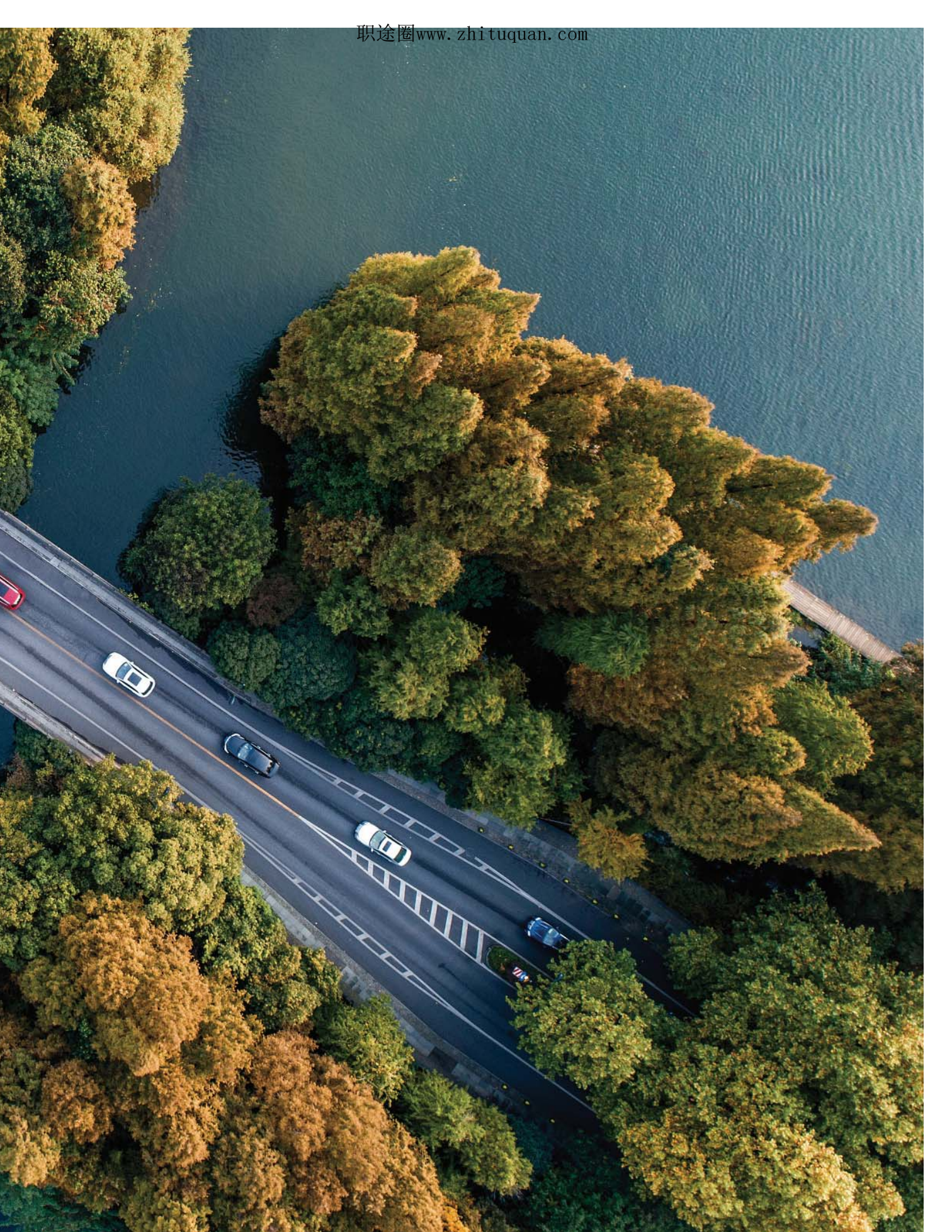
文化遗产保护基地，以及爱国教育基地；辐射范围提升至大湾区乃至全国，实现真正的远端目的性客流到访，成为超级旅游目的地。

活动轮动催化项目爆款，打造超级旅游目的地吸引力，实现本项目的可持续发展

活动形式多样，依托本地文化及周边资源，提高其互动性，提升本项目持续输出活动的的能力，每周小活动、每月中活动、假日大活动轮番上阵，活动新奇多样不间断，实现后续运营活动的先进性。



浙江商业集团：
高速公路服务区
的运营实践



浙江高速公路发展概况



发展特征

浙江省从上世纪90年代初建设杭甬高速起步，历时三十年，浙江高速大环线最终成型，交通发展始终与时代脉搏同频共振，与经济发展趋势同向而行。浙江省对包括高速公路在内的浙江交通基础设施的规划、建设愈发重视，补上交通基础设施短板，精准对接浙江经济发展。

“十三五”以来，浙江高速公路总投资3080亿，建成高速公路里程1465公里，新增里程1179公里，总里程达5096公里、车道里程达2.5万公里。浙江交通构建以公路为主体，服务都市经济、海洋经济、开放经济、美丽

经济的四大交通走廊，体现了交通服务于四大经济的功能，其实质是通过优化国土空间开发格局，提升以经济轴带为引领、以城市群为支撑、以中心城市和重点经济区为带动的区域发展格局。

2020年底集中通车的9条高速公路、总里程551公里，包括“县县通”关键项目—龙丽温文泰段，都市区重要支撑项目—杭州绕城西复线，杭州湾与沿海经济带重要联通项目—杭绍台高速，省际“断头路”重点项目—千黄高速等。这些项目的建成，标志着全省全面实现“县县通高速”。

浙江高速十四五规划解读

2021年7月，浙江省交通运输厅印发了《浙江省公路发展“十四五”规划》。《规划》明确“十四五”时期浙江省公路交通发展的总体要求、发展目标、主要任务和保障措施。《规划》提出，“十四五”期间，浙江省公路交通将以高质量发展为核心，完成“18573”目标，即以全面建设公路交通现代化为1个发展总定位，完成公路投资8千亿元以上，新增公路5千公里，实现路网结构更完善、路况水平更优良、安全应急保障更有力、管理水平更高效、数字公路更智慧、绿色公路更低碳和服务水平更优质(7个“更”)，擦亮“四好农村路”、美丽公路和数字公路3张名片。到2025年：公路总里程达到12.8万公里；建制村通双车道公路比例达到70%，百人以上自然村通等级公路比例达到100%；智慧高速公路达到1000公里，国省道干线公路特殊结构特大桥梁健康监测系统接入100座、高速公路特长、长隧道自动预警系统使用率达到50%；绿色公路建设全面推广，新建高速公路100%达到绿色公路要求，公路可绿化路段绿化率达到100%，碳排放强度明显下降；ETC用户数量达到1700万辆，客车ETC通行使用率达90%，货车ETC通行使用率达80%……

打造高水平互联互通的公路交通基础设施网络，构筑沿海、环湾、跨湾、环湖公路走廊，建设环杭州湾经济区公路运输环网体系，全面打通湾区内部和对外的断头路、瓶颈路。推进湾区公路智慧化建设，高起点规划建设环杭州湾智慧交通系统，重点推进杭

绍甬智慧高速建设，开展杭州绕城西复线部省联动试点，加快形成智能化高速公路交通环境，引领带动长三角智慧高速公路网建设。

1. 建成国家高速公路网

“十四五”期，浙江将续建和开工建设约2600公里，建成约1100公里，增设和改造高速公路互通31个，完成投资约4800亿元。到2025年，高速公路总里程超6000公里，高速公路六车道以上比例达到42%。省际接口达到24个，10万人口城镇通达率达到90%，实现海岛县县通高速。

建成国家高速公路网，提升主要通道能力，建成杭绍甬高速公路，推进甬台温高速拓宽、甬金高速扩容、沪杭甬高速改建等项目；强化长三角省际通道衔接，建成苏台高速公路南浔至桐乡段及桐乡至德清联络线、申嘉湖高速安吉孝源至唐舍段、临金高速临安至建德段等项目，推进合肥至温州高速公路、杭淳开高速等项目建设，加快沪甬通道前期工作，积极谋划沪舟通道；完善四大都市区高速公路网布局，建设柯桥至诸暨高速、瑞安至苍南高速、建德至武义高速婺城段等项目；加强重要城镇连通，建成诸暨至义乌高速、甬台温高速至沿海高速温岭联络线等项目；优化区域路网衔接，建设甬台温高速公路瑞安联络线、甬金高速公路奉化大堰联络线等项目；完善疏港公路体系，推进宁波舟山港六横公路大桥梅山互通至柴桥枢纽段、宁波舟山港石浦港区沈海高速连接线新桥至石浦段等疏港路建设。

2. 推进联网收费系统优化升级

提高出行便利化。推进联网收费系统优化升级，推动ETC系统设备迭代升级，拓展ETC服务功能，完善ETC服务体系，加快货车ETC、集装箱ETC安装服务，提高ETC通行效率。ETC用户规模达到1700万辆，客车ETC通行使用率达90%，货车ETC通行使用率达80%。完善公路指路体系，提升指路体系整体性和统一性，提高标志、标线等交通设施的安全水平，改善公路交通出行秩序。完善高速公路主线和收费站的交通管制、拥堵缓行等信息多渠道发布机制，引导公众科学选择出行路径。

3. 推进交通数字化改革，形成智慧高速可复制范本

构建智慧高速网络。以推进智能设施、智能决策、智能服务和智能管控等通信、控制、信息技术的集成应用为核心，建成杭绍甬、杭州绕城西复线及沪杭甬高速智慧化改造等智慧高速1000公里。重点推进“杭绍甬—杭州湾跨海大桥—沪杭甬”湾区智慧高速环建设，形成智慧高速的可复制范本，自杭州湾区域向全路网辐射，带动全省域智慧高速建设。推进高速公路智慧服务区建设，促进全省服务区信息服务连线成网，实现“人、车、服务区”信息交互，提升服务区数字化水平。重点围绕行业管理、运营养护、公众服务三个应用方向开展场景建设，实现动态感知、协同监管、有效控制。

高速公路服务区升级实践



案例：嘉兴服务区

嘉兴服务区作为司乘人员喜爱度和认可度都极高的服务区，自1999年投入运营以来，创下了许多不菲的经营成绩，曾获得2007年评为中国高速公路优秀示范服务区、2014年创建浙江省四星级文明服务区、2015年成为浙江省首家全国百佳示范服务区、2018年荣获“中国高速公路服务区30年优秀团队奖”（全国三十佳）、浙江省省级文明单位、2019年“全国高速公路旅游特色服务区”、2020年省交通集团“廉洁文化示范点”等等荣誉。

作为G60沪昆高速的一部分，沪杭高速是长三角区域最主要交通动脉之一，北接乍嘉苏，南接杭金衢。位于沪杭高速公路（G60）109K处的嘉兴服务区，周围有桐乡、海宁、平湖等经济发展水平较高的城市群，区位优势明显，交通流量巨大。服务区原总占地面积约102亩。其中，经营面积约4876.25平方米，广场面积约28952平方米。两区设置停车位共433个。





本次嘉兴服务区改造工程是“迎亚运建窗口”高速公路服务区改造提升行动涉及的重大工程项目，服务区建设标准为五星级服务区，整体改造项目中综合楼改造费用约 2.237 亿元，预计将在 2022 年 6 月份完工。

服务区整体改造进行了大胆创新和尝试，通过设置建筑架空层实现建筑整体抬升式设计，优化规划布局，灵活运用立体空间，不仅在服务区内排布了更多车位，达到集约利用土地的效果，更可适应未来老龄化社会，减少老年人等人群风吹雨淋，为家庭的出行提供更多的便利。此架空层设计是浙江省服务区首创。

新的嘉兴服务区以“依水行舟”为策划主题，以“嘉禾之乡，红船起航”为设计出发点，充分体现嘉兴本土历史文化，营造江南水乡、物产丰饶的场景感，两区采用“南湖映波·未来之舟”不同建筑风格。改造后焕然一新的服务区将为出行者提供如城市购物中心一般干净整洁的环境及丰富的体验式

消费服务。完善升级后的卫生间、停车场等关键场所的服务功能更为人性化、标准化、专业化，卫生间蹲位增加，并作智慧化洗手间建设，能更高效智能地显示空位。还给女性打造了专属私密化妆间；停车场则设置了司机之家，有淋浴、洗衣房，休息室、茶水间等功能。在这样的环境里，司乘人员通过短暂的休憩便能缓解旅途带来的疲惫。

项目投资改造后，一是公共服务能力得到提升。公共停车位由改建前的 433 个，增加到了 950 个（若征地无法完成则车位数量为 575 个）；公共卫生间面积也由改建前的 1000 平方米，增加到约 1600 平方米。配套设施完善的同时，方案也融入了客货分流、人车分流、服务分离的设计理念；二是服务区窗口形象得到展示。服务区整体改建根据嘉兴当地的资源条件提取可传承、可视、可读的文化精粹，与公共服务、商业经营相互融合，将地域文化渗透到服务区空间、产品、服务的细枝末节，使服务区窗口形象

得到更好展示，也为 2022 亚运会高速沿线增添靓丽风景。三是嘉兴红船精神得到体现。服务区的建筑风格将结合嘉兴红船文化特色进行整体设计，并引用习近平同志 2005 年 6 月 21 日在光明日报发表文章《弘扬“红船精神”走在时代前列》中所写的“依水行舟，忠诚为民，成为贯穿中国革命和建设全过程的一条红线，也是‘红船精神’的本质所在”一段话，以“依水行舟”为嘉兴策划方案的主题，充分展现嘉兴地方特点、文化元素。更有力的体现嘉兴作为中国革命启航地的深刻内涵。

对路衍经济未来发展的探索

沿路经济带发展实践 —— 以唐诗之路为例

浙东高速公路文化带提升项目总体定位为“诗韵浙东·未来之路”，打造一幅“山水越州、诗戏浙东、博悟中国”的长卷。由唐诗之路作为核心主线，文学之路、戏剧之路、博悟之路、饕餮之路、未来之路五大文化分线协同发展。创新“高速公路+文化”模式，展现文化浙江，美丽中国，创新发展的纽带窗口，打造各具特色的服务区IP。

本项目将浙东高速文化带主题定为诗路十二时辰，内容涵盖诗路十二家、诗路十二景、诗路十二味、诗路十二说、诗路十二礼，将诗词、诗游、诗宴、诗驿、诗创五大抓手，分别打造四对服务区。

1. 嵊州服务区

主题：戏吟梁祝，蝶舞嵊州



打造浙东至情服务区。将《梁祝》不同越剧选段打造成不同的爱情故事场景，融入零售、餐饮、体验等业态，突出浪漫爱情主题特色。在服务区打造浙东唐诗宴体验店，将“浙东唐诗宴”打造成文旅IP，进一步提升品牌知名度，打响“诗画浙江·百县千碗”唐诗宴品牌。将服务区联动嵊州“一线七区”

浙东唐诗之路景区规划，未来进一步打通中国唐诗之城等新建业态，在服务区内打造唐诗研学集散地，将嵊州服务区打造成为嵊州唐诗之城研学第一站。

2. 天台服务区

主题：桃花满涧香，天台遇仙处



打造浙东至美服务区。结合刘阮遇仙传说，重塑餐饮服务区场景，打造集消费、体验、场景于一体的网红餐饮街区。围绕禅修文化打造复合功能的休息区，植入高速全线首个药店。围绕季节变换，变化花树装置室外空间，带给客群新鲜体验感。

3. 临海服务区

主题：千年古城忆，国风焕新颜



打造浙东至潮服务区。结合世界第一的临海彩灯产业营造有氛围感、古今融合的彩灯国潮市集。服务临海制造业名片，将临海产品与服务区设施结

合，打造临海汽车机械、时尚休闲等服务区体验点。在户外，利用广场空间，打造户外山水文化舞台，定期导入活动。

4. 新昌服务区

主题：行走唐诗路，梦游天姥山



打造浙东至真服务区。以山水诗结合数字技术体验，让大众沉浸式欣赏到浙东唐诗之路精华段新昌的山水意境与诗意，更能在沉浸式体验间，体验古代文人雅士“流觞曲水”之境。打造沉浸式“天姥遇仙”典故场景，将古典与现代业态结合，呈现穿越式场景感，融入诗意元素，塑造别样体验。依托唐诗之路结合乡村旅游，开发诗路游览。在服务区打造“班竹村浙东印象体验地”品牌IP，赋能乡村振兴，并可进一步将品牌放大推广。

浙东唐诗之路全线呈现文化精华之“链”、浙东山水之“链”、全域发展之“链”，用“诗驿、诗文、诗宴、诗游、诗创”五大抓手，串珠成链，最终形成独具特色的诗路场景，深入人心的文创IP，美味可口的浙东唐诗宴，线上线下相结合的游览体验，高速赋能全面辐射产业。

开放式服务区发展实践 —— 以富阳开放式服务区为例

富阳服务区位于杭州市富阳区春建乡大唐村下唐自然村。富阳服务区前后高速互通分别是富春互通（往南约3公里）和公望互通（往北约5公里）。项目距离杭温高铁富阳西站（建设中）约2公里、富阳城区约10公里、新登通航机场（规划建设）约20公里、杭州市区约50公里。

富阳服务区周边5公里范围内城镇常驻居民约为1.1万人，所在区域为“鹤山龙井”主产区，茶产业是当地重要经济收入来源，2018年当地人均纯收入3.3万元。限于当地城镇人口及消费规模量级，商业配套及综合服务业态均较为欠缺，且后续规模商业和品牌商业布局进入的可能性也很小，属于消费溢出区域。根据专业机构调研建议，富阳服务区5公里辐射圈有效消费人口系数为0.6，商业渗透率在0.3以上。在杭州绕城西复线主线断面流量首年开通可达3万辆/日（工可报告，按照标准小车计算）的情况下，富阳服务区具备引入国际餐饮连锁品牌的进驻条件。若再配以国内知名品牌、地方特色餐饮、综合型超市等项目业态，本项目不仅可以服务于主线流量，同时亦可成为区域商业服务中心，承载周边商业服务功能升级，为辐射区人群提供与市区品质一致的商业服务。

本项目位于城市功能形态从城区向景区转化的融合地带，处于“城”与“乡”的融合区，“产”与“游”的结合带。地方分区规划将这里定位为杭州后花



园、山水隐居地。项目周边连片茶园、果蔬种植、山塘水库、森林植被等资源禀赋较好，生态基底优良，具备开发交旅融合产业、休闲体验、户外运动、研学营地、生态旅居等项目的基础条件。本项目所在地及周边2700余亩范围区域正好与富阳“茶艺小镇”规划以及富阳高铁西站“高铁小镇”规划所覆盖的区域范围相交织。目前富阳区政府计划将三块区域的规划进行“三规合一”，而启动区域也初步规划为“茶艺小镇”门户区。这不仅能使本项目

成为“小镇客厅”，也能有力撬动周边2700余亩范围内的资源综合开发。

本项目将以打造开放式服务区为核心要素，通过服务全流量客群，产生价值奇点；充分挖掘周边城镇居民需求，通过主题打造和特色营造吸引目的地消费客群；最终在满足高速配套服务功能之外，形成集主题街区模块、个性化体验场景、新消费模式于一体兼具生活化、人文化、品质化的区域商业服务中心。

结语

随着旅游业快速发展、产业转型升级、客货运输组织结构调整、区域经济格局变化、出行需求越发多元化，对高速公路服务区提出了功能拓展、提档升级的需求，通过对高速公路沿线资源的挖掘、延伸，盘活沿线闲置资源，重新定位服务区类型，重构发展模式，培育和发展新的增长点，建立与沿线经济发展战略、资源优势和产业结构相适应、相协调的转型升级发展新体系，拓展差异化市场领域，充分发挥出高速公路社会效益和经济效益的更大价值。基于新时代的发展趋势和要求，考虑服务区出行者消费行为特点提出服务区+旅游、服务区+助农产业、服务区+物流等三大发展方向。

1. 服务区+旅游 挖掘交旅融合新模式

重点聚焦旅游出行车辆和人群占比较大、服务区周边自然或人文景观条件较好或设置于旅游经济带上的服务区，以交旅融合为切入口，积极对接相关地方政府，找准需求，共同谋划，相互赋能，推动服务区与周边地区的文化旅游融合发展。在旅游业“吃、住、行、游、购、娱”传统要素的基础上，进一步拓展延伸“商、养、学、闲、情、奇”等内容，加强跨领域融合，探索交通支撑旅游、旅游反哺交通的新模式，畅通交旅融合发展的新路径。一方面让服务区成为地方地域特色、文化旅游资源的交汇点与展示地，通过服务区将人流导入当地地下旅游景区；一方面使服务区与周边区域连成一体，将服务区本身打造成为旅游目的地及服务游客的旅游集散中心，通过旅游充分带动服务区商业功能的发挥。



2. 服务区+特色乡村产业 打造助农共富平台

全面践行乡村振兴战略和浙江省共同富裕示范区建设，立足服务区小窗口，推进“服务区+乡村旅游”“服务区+特色产业”有机结合，推进交通运输与乡村产业融合发展。一是打造农产品销售平台。通过将优质的地方农特优产品引入服务区销售，通过服务区全省布局的网络优势，全面打通县区产品销售渠道；同时，借助浙江商业集团“高速驿网”文化节、餐饮会员日等节会的营销推广力和品牌传播力，切实帮助农户打开农产品销路，助力农民增收。二是打造农产品营销推广平台。用足用好服务区“线上线下”整体营销推广优势，在“线下”依托省内60多服务区及沿线广告载体资源，通过特色广告的方式，全面打通共富重点帮扶地区的特色商品营销渠道；在“线上”通过“高速驿网”会员体系、驿网云仓等浙商集团自有线上平台，集中实施联动营销策略，提升农产品的知名度和影响力。

3. 服务区+物流 探索通道物流新枢纽

充分利用服务区与高速公路运输网络无缝对接的天然优势，以及配套的停车加油、车辆维修、餐饮等服务功能，通过借助与当地政府、物流公司合作，开发服务区交通物流功能，打造“运输节点+高效配送网络”的功能型物流服务区。在减少货物运输时间、降低运输成本的同时，吸引更多的货运车辆选择高速公路作为出行方式，从而进一步延伸产业链，为公司带来新的利润增长点。

第一太平戴维斯

Siu Wing Chu 朱兆荣

CEO of Savills China

第一太平戴维斯中国区首席执行官

Tel:+8621 6391 6688 ext. 8889

Email:siuwing.chu@savills.com.cn

Nicky Zhu 朱锋

**Head of Strategic Advisory Services,
Senior Director, Savills Central China**

第一太平戴维斯华东区

策略顾问服务部主管、高级董事

Tel:+8621 6391 6688 ext.8872

Email:nicky.zhu@savills.com.cn

Shane Shen 沈欣然

**Director, Strategic Advisory Services,
Savills Central China**

第一太平戴维斯华东区

策略顾问部董事

Tel:+8621 6391 6688 ext.8643

Email:shane.shen@savills.com.cn

Cindy Lin 林熙卿

**Senior Manager, Strategic Advisory
Services, Savills Central China**

第一太平戴维斯华东区

策略顾问部高级经理

Tel:+8621 6391 6688 ext.8763

Email:cindy.lin@savills.com.cn

行业报告资源群



微信扫描 长期有效

1. 进群即领福利《报告与资源合集》，内有近百行业、上万份行研、管理及其他学习资源免费下载；
2. 每日分享学习最新6+份精选行研资料；
3. 群友交流，群主免费提供相关领域行研资料。

知识星球 行业与管理资源



微信扫描 行研必备

知识星球 行业与管理资源是投资、产业研究、运营管理、价值传播等专业知识库，已成为产业生态圈、企业经营者及数据研究者的智慧工具。

知识星球 行业与管理资源每月更新5000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；

微信扫码加入后无限制搜索下载。

合作及沟通，
请联系客服



客服微信1



客服微信2

(报告整理于网络，仅限于群友学习，请勿商用)

A real estate industry leader established over 160 years ago. Now with over 600 offices and associates worldwide.

Subject to contract: This document is prepared by Savills for information only. Whilst reasonable care has been exercised in preparing this document, it is subject to change and these particulars do not constitute, nor constitute part of, an offer or contract; interested parties should not rely on the statements or representations of fact but must satisfy themselves by inspection or otherwise as to the accuracy. No person in the employment of the agent or agent's principal has any authority to make any representations or warranties whatsoever in relation to these particulars and Savills cannot be held responsible for any liability whatsoever or for any loss howsoever arising from or reliance upon the whole or any part of the contents in this document © Savills Property Services China Company Limited. 2021.