

TAISHAN DISTRICT

泰山区

旅游发展规划研究

Study on Tourism Development Planning

王雷亭等 编著



山东人民出版社

国家一级出版社 全国百佳图书出版单位

泰山区

旅游发展规划研究

TAISHAN DISTRICT 王雷亭等 编著
Study on Tourism Development Planning

图书在版编目(CIP)数据

泰山区旅游发展规划研究 / 王雷亭等编著. — 济南: 山东人民出版社, 2014. 9
ISBN 978-7-209-06798-0

I. ①泰… II. ①王… III. ①泰山—旅游业发展—经济规划—研究 IV. ①F592.752.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 223314 号

责任编辑: 王 晶

泰山区旅游发展规划研究

王雷亭等 编著

山东出版传媒股份有限公司

山东人民出版社出版发行

社 址: 济南市经九路胜利大街 39 号 邮 编: 250001

网 址: <http://www.sd-book.com.cn>

发行部: (0531) 82098027 82098028

新华书店经销

山东临沂新华印刷物流集团印装

规 格 8 开(184mm×260mm)

印 张 25.75

字 数 540 千字

版 次 2014 年 9 月第 1 版

印 次 2014 年 9 月第 1 次

ISBN 978-7-209-06798-0

定 价 70.00 元

如有质量问题, 请与印刷单位联系调换。(0539) 2925888

《泰山区旅游发展总体规划》编制组

- 组 长 王雷亭 泰山学院副院长 泰山研究院院长
旅游规划中心主任 教授
- 副组长 蒋铁生 泰山学院历史与社会发展学院教授
魏云刚 泰山学院旅游学院副院长 副教授
李海燕 泰山学院旅游规划中心讲师
- 成 员 张连兵 泰山学院旅游学院副教授
李乐军 泰山学院旅游学院副教授
马海洋 泰山学院旅游学院讲师
聂立申 泰山学院历史与社会发展学院副教授
张 辉 泰山学院文学与传媒学院讲师
崔 景 泰山学院机械与工程学院讲师
李吉喆 泰山天成旅行社总经理
马庆华 泰安丽景广场酒店总经理
王学峰 北京交通大学管理学院讲师
潘华丽 山东师范大学人口与资源环境学院讲师

序

泰山区位于闻名中外的泰山脚下，因泰山而得名，是泰安市的市中心区。泰山区北临泉城济南，南接孔子故里曲阜，处于我国“山水圣人”黄金旅游线路中点，发展旅游业有着得天独厚的品牌优势和区位条件。2008年以前的泰山区旅游业，虽然也做过一些努力，但总体而言是小、散、弱、差，多年来旅游业一直停滞不前。2008年发生的国际金融危机，促使泰山区调整发展思路，重新审视作为市中心区的旅游业发展。鉴于旅游业的系统性、综合性、现代性等特点，我们首先从旅游规划入手，期望通过全面系统的规划设计，提升发展理念，理清发展思路，制定切实可行的发展战略，找准突破口，引进大项目，实现跨越式发展。为此，我们聘请旅游规划专家泰山学院副院长王雷亭教授主持泰山区旅游规划。

规划专家组对泰山区的旅游发展基础和条件进行了全面细致的考察和调研，依据国家旅游资源分类、调查与评价标准，对区内拥有的8个主类、27个亚类、88个基本类型和393个资源实体进行了细致的梳理。在此基础上，专家组对我区旅游资源的赋存数量、类型结构和品质特征进行了全面综合的分析，针对旅游市场需求和旅游业发展态势，提出了泰山区旅游业发展的总体框架和战略部署。

规划组为泰山区量身定做了“133”旅游发展战略——创新一种旅游发展模式暨名山名区互补双赢的旅游发展模式，实施项目与产品、环境、营销三大战略，打造欢乐度假组团、山城商旅组团、休闲农业组团三大重点旅游区域。对泰山区境内泰山石、水、苗木、花卉、豆腐等五大文化进行了系统的梳理，并创意了泰山灵石部落、泰山水街、大汉文化城、泰山温泉谷等系列旅游项目。针对不同乡镇、不同地段、不同时期以及与泰山、周边县市区的关系等提出了不同的发展模式，设计了丰富多彩的旅游产品，等等。这一系列战略思路还未等规划结束就在泰山区进行了实际应用，极大地推进了泰山区的工作。

规划的制订与实施使泰山区旅游业实现了整体的跃升，目前，旅游业已成为泰山区的主导产业，2011年，全区旅游接待游客917万人次，

实现旅游总收入 58.62 亿元，同比分别增长 49% 和 91%。泰山区被确定为全省唯一的“省级旅游综合改革试验区”，并成为“山东县域旅游十强”和“中国旅游综合实力百强区”，泰山区的旅游业已经步入发展的快车道。由王雷亭教授等人规划的泰山碧霞湖省级旅游度假区也正在审批中。

《泰山区旅游发展总体规划》凝结了王雷亭教授多年来对泰安旅游的感悟、思考和创意，是撬动泰山区旅游发展的一项重要的系统科研成果，也是指导未来 10 年泰山区旅游发展的纲领性文件。委托王教授主持泰山区旅游规划，是基于我对他的了解。还在市委组织部任副部长时我就注意到王教授，当时他是泰安市拔尖人才，是我们国家最早的一批旅游规划硕士，其硕士论文写的就是《泰安市旅游开发与管理》。后来泰安市又实施“151”岱下英才计划，王教授成为第一层次人选，这都得益于他“融入泰山”对泰山泰安深入细致的旅游研究，以及又能“跳出泰山”进行国内外比较研究的大视野，这一切对世界双遗产泰山和旅游城市泰安而言是极为宝贵的财富。从泰山区这几年的旅游实践看，我们选择王教授主持规划是再正确不过的。在此，感谢王雷亭教授的辛勤劳动，也祝贺本次规划成果的正式出版。泰山区上下要进一步抓好规划的学习领会与落实，更新理念，提高执行力，创造性开展工作，使泰山区旅游业及各项事业再上新台阶。

宋洪银

(泰山区区委书记，区
人大常委会主任)

2012 年 11 月

目 录

序	1
---------	---

第一部分 泰山区旅游总体规划的历程与创新

一、规划背景	3	五、规划创意/创新	5
二、规划目的	3	六、旅游发展启动	13
三、规划理念与方法	4	七、规划流程创新	13
四、规划考察	4		

第二部分 泰山区旅游发展总体规划

第一章 规划总论

三、旅游地性质与形象定位	52
四、战略目标	59
五、战略任务	60
六、战略布局	62
七、近期战略重点	63
八、泰山区十二景	64

一、规划范围	17
--------------	----

二、规划年限及分期	18
-----------------	----

三、规划性质	18
--------------	----

四、规划依据	18
--------------	----

五、规划指导思想与原则	19
-------------------	----

六、规划工作总体思路与技术 路线	20
---------------------------	----

七、规划成果	21
--------------	----

第二章 旅游规划基础

一、规划区概况	22
---------------	----

二、旅游资源分类与评价	30
-------------------	----

第三章 旅游发展战略

一、旅游发展条件综合分析	43
--------------------	----

二、战略思路	47
--------------	----

第四章 旅游区划及重点项目

规划	66
----------	----

一、旅游区划	66
--------------	----

二、山城商旅组团	68
----------------	----

三、欢乐度假组团	75
----------------	----

四、休闲农业组团	94
----------------	----

第五章 旅游市场营销规划

一、旅游市场发展趋势	104
------------------	-----

二、客源市场特征分析	106
------------------	-----

三、目标客源市场定位与预测	117
---------------------	-----

四、市场营销策略	122
----------------	-----

第六章 旅游产品开发与设计 ... 129

- 一、旅游产品开发方向与原则 129
- 二、旅游产品规划设计 130
- 三、旅游节事活动开发 134
- 四、旅游购物品的开发 136
- 五、旅游线路组织与设计 137

第七章 旅游产业要素规划 141

- 一、道路交通设施规划 141
- 二、旅游住宿设施规划 144
- 三、旅游餐饮服务规划 146
- 四、自驾车营地规划 148
- 五、旅行社发展规划 153
- 六、文化娱乐业发展规划 155
- 七、旅游基础设施规划 156

第八章 旅游保障系统规划 160

- 一、旅游组织管理规划 160

- 二、人力资源规划 163
- 三、旅游信息化规划 164
- 四、政策与资金保障规划 165
- 五、环境保护规划 168

第九章 投资估算与效益分析 ... 172

- 一、投资总额估算 172
- 二、旅游经济效益分析 174
- 三、生态环境效益分析 176
- 四、社会效益分析 176

第十章 近期行动计划 177

- 一、旅游产业要素协调发展促进行动 177
- 二、旅游重点项目开发行动 177
- 三、特色旅游产品市场引爆行动 ... 177

第三部分 泰山区旅游项目策划

项目一：灵石部落

第一章 策划总纲 182

- 一、项目由来与策划目的 182
- 二、策划思路 183
- 三、项目名称及定位 183
- 四、项目形象、功能、目标客源市场 184
- 五、总体构想 184
- 六、项目亮点 184

第二章 灵石产业及旅游业发展分析 186

- 一、泰山石敢当习俗 186
- 二、奇石市场 188

- 三、奇石产业 190
- 四、奇石城市 190
- 五、我国旅游业 191
- 六、泰安市旅游业 193

第三章 项目开发条件评价 195

- 一、区位、交通条件评价 195
- 二、自然环境条件评价 195
- 三、现状评价 196
- 四、灵石资源评价 196
- 五、社会需求评价 197
- 六、政府全力支持与促进 198
- 七、存在的问题 198

第四章 总体布局与项目策划 ... 199

- 一、项目理念 199
- 二、总体布局 200
- 三、项目策划 200
- 四、相关建议 202

第五章 具体设计策划 204

- 一、设计原则 204
- 二、设计思路 204
- 三、设计方法 205
- 四、具体策划设计 205

第六章 市场营销推广策划 207

- 一、旅游形象宣传口号设计 207
- 二、旅游市场营销策划 207
- 三、开业前营销组合方案策划 209

第七章 项目环境影响评价 210

- 一、环境现状 210
- 二、项目施工与运营对环境的影响 210
- 三、环境保护与防治措施 210
- 四、环境影响评价结论 212

第八章 投资概算与效益分析 ... 213

- 一、投资概算 213
- 二、效益分析 213
- 三、资金筹措 215

项目二：大汉文化城**第一章 策划总纲** 218

- 一、项目由来与策划目的 218
- 二、策划思路 219
- 三、项目名称及定位 219

第二章 主题公园发展分析 220

- 一、国内外主题公园概况 220
- 二、主题公园成功运作的启示 220
- 三、主题公园的发展方向 222

第三章 旅游业发展前景分析
(略) 223**第四章 项目开发条件评价** 224

- 一、项目区位、交通条件评价 224
- 二、自然环境条件评价 225
- 三、现状评价 225
- 四、项目策划依据 227

第五章 总体布局与项目策划 ... 230

- 一、总体布局 230
- 二、项目策划 230

第六章 市场营销推广策划 236

- 一、旅游形象宣传口号设计 236
- 二、旅游市场营销策划 236

第七章 投资概算与综合效益
分析 238

- 一、投资概算 238
- 二、效益分析(略) 238

第八章 项目运作 239

- 一、项目运作 239
- 二、近期工作 239

项目三：大青山逍遥度假基地**第一章 策划总纲** 240

- 一、项目由来与策划目的 240
- 二、策划思路 240

三、项目名称及定位	241	二、旅游区保护重点	271
第二章 生态养生度假旅游发展		第九章 投资概算与综合效益	
前景分析	242	分析	272
一、生态养生旅游发展现状分析 ...	242	一、投资概算	272
二、休闲度假旅游发展现状分析 ...	246	二、效益分析	272
三、生态养生度假发展前景分析 ...	251	三、资金筹措（略）	273
第三章 项目开发条件评价	255	项目四：泰山水街	
一、项目区位、交通条件评价	256	第一章 策划总纲	275
二、自然环境条件评价	256	一、项目由来与策划目的	275
三、养生度假资源评价	256	二、策划思路	275
四、政府的坚定支持（略）	261	三、项目名称及定位	275
五、生态养生度假势在必行	261	四、项目形象功能定位	276
六、存在的问题	261	五、总体构想	276
第四章 总体的构思与定位	262	第二章 项目的定位分析	277
一、发展思路	262	一、定位分析	277
二、开发原则	262	二、项目文化定位	278
三、总体定位	263	三、项目城市功能和角色定位 ...	278
第五章 产品体系策划	264	四、目标市场定位	278
一、项目旅游产品体系	264	五、项目商业形象定位	278
二、旅游地产品	264	第三章 旅游业发展前景分析	
三、项目农业产品体系	265	（略）	279
第六章 总体布局与项目策划 ...	266	第四章 项目开发条件评价	280
一、总体布局	266	一、项目区位、交通条件评价	280
二、项目策划	266	二、自然环境条件评价	280
三、相关建议	269	三、现状评价	280
第七章 市场营销推广策划	270	四、民居资源评价	281
一、旅游形象宣传口号设计	270	五、政府的坚定支持（略）	281
二、旅游市场营销策划（略） ...	270	第五章 总体布局与项目策划 ...	282
第八章 环境保护措施	271	一、总体布局	282
一、重点措施	271		

二、项目策划	282
三、相关建议	285

第六章 市场营销推广策划 286

一、旅游形象宣传口号设计	286
二、旅游市场营销策划 (略) ...	286

第七章 投资概算与综合效益

分析 287

一、投资概算	287
二、效益分析	287
三、资金筹措 (略)	288

项目五: 御道骑行

第一章 策划总纲 289

一、策划目的	289
二、策划思路	290
三、项目名称及定位	290
四、项目形象功能市场定位	290
五、总体构想	291
六、项目四大亮点	291

第二章 自行车旅游发展分析 ... 292

一、低碳经济背景下的低碳旅游 发展分析	292
------------------------------	-----

二、国外自行车旅游发展分析 ...	294
三、国内自行车旅游发展分析 ...	296
四、自行车运动的分类	297

第三章 旅游业发展前景分析

(略) 297

第四章 项目开发条件评价 298

一、项目区位、交通条件评价	298
二、自然环境条件评价	298
三、现状评价	299
四、政府的坚定支持	299

第五章 总体布局与项目策划 ... 300

一、总体布局	300
二、项目策划	300

第六章 市场营销推广策划 302

一、旅游形象宣传口号设计	302
二、旅游市场营销策划 (略) ...	302

第七章 投资概算与综合效益

分析 303

一、投资概算	303
二、效益分析	303

第四部分 泰山区旅游营销策划

第一章 市场分析 309

一、市场背景及休闲时代旅游 发展趋势	309
二、消费者旅游意愿分析	311
三、山东及泰安旅游客源态势 ...	319

四、泰山旅游市场定量调查 研究	326
五、泰山区 SWOT-Q 分析	330

第二章 营销战略 332

一、战略方针与目标	332
-----------------	-----

二、品牌经营为核心的长期 营销策略	333	第四章 2010 年整合传播策略及 传播推广策划	343
三、品牌战略建议	333	一、整合传播策略	343
第三章 营销策划	339	二、传播推广策划	345
一、营销目标	339	三、宣传促销用品	354
二、营销策略——市场攻略	340	四、特色旅游商品市场推广	356
三、目标消费群定位	340	五、市场推广预算方案	356
四、营销组合	341		

附 录

泰山区旅游发展总体规划目录	361	附 图	362
参考文献	399		
后 记	401		

第一部分

泰山区旅游总体规划的
历程与创新



泰山区旅游发展规划研究

TAI SHAN QU LV YOU FA ZHAN GUI HUA YAN JIU

泰山区旅游总体规划的历程与创新^{*}

一、规划背景

近30年来,泰安市的旅游基本依靠泰山,而泰山虽然是垄断性的景区,但其产品却属于单一的观光旅游产品,旅游接待以大进大出、短暂停留和较低花费为特征,旅游辐射功能和拉动力不够强,综合产出效益不够高,处于门票经济状态,对泰安市的整个旅游业发展带动不够强。泰安市市委、市政府提出了大泰山旅游的构想,但一直以来的资源导向观等的影响,使得旅游资源贫乏的泰山区,多年来旅游业一直停滞不前。

为了破解泰山区旅游业发展的困顿状态,2008年底,泰山学院泰山研究院、旅游规划中心接受泰山区政府委托编制《泰山区旅游发展总体规划》的重任。接到任务后,学院立即成立规划组,在人员组成上力求学科齐全、经验丰富。规划组充分发挥驻地的便利优势,利用常年考察、研究积累的资料,经常举行规划研讨,使规划思路与方案经过反反复复的推敲、论证;同时注重走出去,到国内外典型区域进行大范围比较研究;实行请进来,主动邀请市内外专家协同研究、集思广益,为泰山区的旅游发展找到新的思路,实现零的突破。

二、规划目的

第一,通过理性而系统全面的规划,找到泰山区旅游的独特优势、劣势、问题与机遇。

第二,总结、提升属于泰山区的特色旅游发展模式与思路,创新一批符合泰山区实际的旅游项目。

第三,充分挖掘和彰显泰山区的比较优势,如泰山的无形资产、泰山旅游的品牌、兼具城区和近郊的区位、景点旅游向城市旅游竞争的演化、泰山区独特的地域文化(泰山石、汉文化、泰山民俗、泰山女儿茶、泰山山泉水、汶阳田、汶河湿地、花卉

^{*} 2008年底,泰山区政府委托笔者主持《泰山区旅游发展总体规划》。在家门口搞规划,笔者压力格外大,自然也是格外用心,集20余年规划的经历与经验,使这次规划形成了独特的旅游规划工作模式。笔者从旅游业发展理念入手,以市场为导向,找到了泰山区的优势特色,形成了一批系统的创意与创新,为泰山区规划了一条适合自己发展实际的旅游道路,助泰山区旅游业健康、快速发展,这一切均获得了国内专家的好评。目前泰山区已经成为山东省唯一的省级旅游综合改革试验区,旅游的发展已经初步形成良性循环,集聚效益、规模效益已经显现,泰山区已经成为投资热土、旅游强区。这是规划评审时的部分汇报内容。

苗木、休闲娱乐新业态等)。

第四,把旅游业培育成为泰山区的战略性支柱产业和现代服务业的龙头,走规模化、品牌化、系统化的道路,建设国内外有影响的旅游强区、名区。

三、规划理念与方法

在思路方法上,遵循“融入泰山区深刻体验,跳出泰山区全面规划”。规划组从四个视角审视泰山区未来旅游的发展与战略。

第一,人类学的视角。成员虽然都在外地大学和研究机构受训,但多数在泰山脚下具有15年以上的工作、生活经历,能用人类学的视角来看待泰山区,深刻体会其文化,对其环境和文化生态有独特感受,对显在和隐性文化的把握与表达相对准确,容易吃透泰山区区情,能够在规划时注意兼顾游客与当地居民的利益。

第二,比较学的视角。有比较才有鉴别,规划组充分利用在国内10个省区40余个规划实践中的积淀和在国内外的大量考察成果,跳出泰山区,进行区内外比较,找出泰山区的优势、问题、机遇与真正的特色。

第三,市场学的视角。通过区内外市场的常年调研,规划组把握市场导向,了解市场的需求动态,实现两个结合,即市场需求与资源特色的有机结合,市场需求与项目创意创新的有机结合。

第四,系统论视角。旅游业是一个系统性极强的产业,任何单打一的、就旅游谈旅游的思路最终必然出现首尾难顾,影响质量与效益。为此,从规划起始阶段,规划组就十分注意系统规划、重点突出、以点带面、全面发展,把旅游规划与社会发展、经济建设、环境提升以及文化产业等联动起来,促进社会经济等的可持续发展。

通过20年的感受思考和一年多的系统而全面的规划,规划组找到了泰山区的优势、劣势、问题与机遇,总结了属于泰山区的特色旅游发展模式与思路,创新了一批符合泰山区实际的旅游项目,形成了自己独特的旅游规划新模式。

四、规划考察

规划考察是摸清家底、进行内外对比、寻求比较优势的最重要环节。本次规划在此环节上下了大功夫。

第一,动用了诸多的野外调查手段。分别使用了负氧离子测量与GPS定点、对资源实体实测、演艺项目体验、自行车项目体验、线路穿插调研等方法、手段,全方位了解、分析乃至感知了泰山区的旅游资源情况。

第二,进行了普查式的调研。先期进行了文物普查,在此基础上又进行了旅游资源普查,对地文景观、水域风光、生物景观、遗址遗迹、建筑与设施、旅游商品、其他资源等进行了分类普查,摸清了资源的具体信息。

第三,进行了项目的国内外定向考察。根据策划与投资的项目,专门赴国内外进行了对应考察,力求项目具有独特性和吸引力,先后在周边省区、国内旅游发达地区、

作为未来市场的周边国家进行了大范围考察,为做到“人无我有、人有我优、人优我特”奠定了基础。

第四,进行了市域范围内的景区对接考察。先后考察了其他五个县市区的代表性景区项目,避免了近距离景区项目的重复建设。

第五,专门设计了营销考察环节。通过考察旅行社、著名旅游地、网站的营销方略,为泰山区量身定做了自己的营销模式与方略。

五、规划创意/创新

(一) 创新旅游发展思路

1. 一套系统分析与综合方法

在充分利用野外考察、观测、市场调查方法的基础上,规划组综合使用以下方法分析泰山区旅游:

比较分析法:与泰山景区、岱岳区、周边县市、国内外名山所在地对比,通过比较寻找机会,提炼泰山区旅游的比较特色和优势。

功能分析法:通过对泰山区旅游发展的功能(观光、娱乐、休闲、购物、度假,“好客山东”旅游实验区、逍遥游实验区、综合旅游功能区)以及旅游市场的供需结构性矛盾分析,寻求泰山区旅游的特色——旅游功能、旅游形象、旅游品牌。

路径分析法:泰山区旅游品牌建设是贴牌(依托泰山、泰安已有知名度和品牌形象)还是自主创新塑造自身品牌,是建设面向周边的区域品牌还是面向海内外的顶级品牌,是以资源为导向还是以市场为导向,是以产品为导向还是以营销为导向,是事关泰山区旅游发展的方向与道路的大问题。通过分析,选择以资源为基础、市场为导向、产品为核心、营销为龙头、塑造独立品牌(做第一山、第一区)的发展道路。

目标定位法:围绕目标制定各项战略,分解各项任务。

此外,规划组还用了人类学的方法、发生学的方法等,力图追溯自然与文化的源头和事物的原生状态,从而符合逻辑地展望并使其延伸到未来发展领域。

通过综合运用上述方法进行系统研究,规划组规划了泰山区旅游业的目标——创建旅游精品、名牌,把旅游业培育成为泰山区的战略性支柱产业和服务业的龙头,建设旅游强区、名区,实现旅游名城、强区、强镇、强村四级联创,使其做泰安国际旅游名城的先锋。

在这套思路、方法指导下,本次规划形成了一系列旅游发展方略、一个特色发展思路、五大特色文化开发策划、八大旅游发展模式、十大旅游新项目、六大类旅游产品等。

2. 一系列旅游发展方略

政府主导、市场主体、营销先行、龙头带动、品牌培育、协同共赢、持续发展、低碳旅游。

3. 一个特色发展思路——“133”旅游发展思路

★“1”——创新一种旅游发展模式——名山名区互补双赢的旅游发展模式