

《书香巅峰》丛书

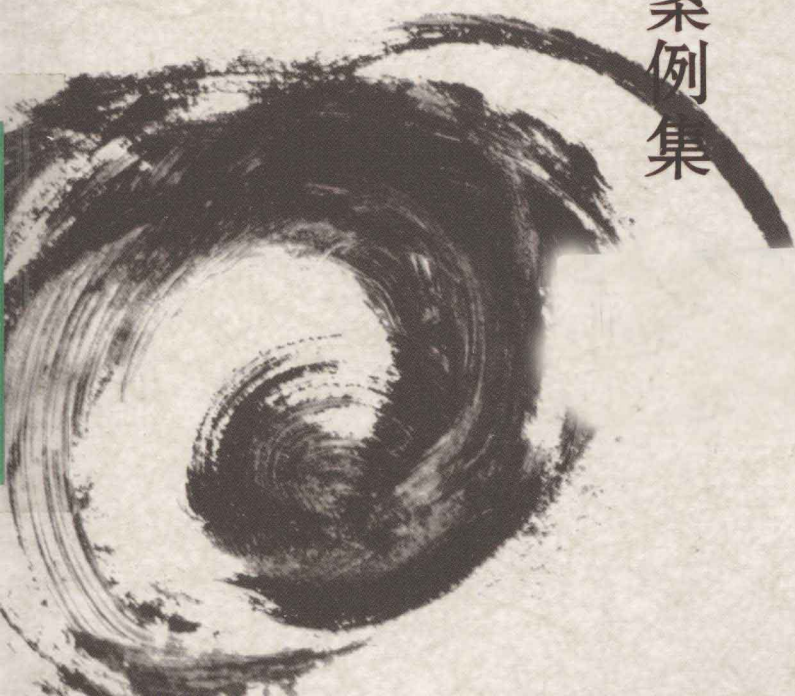
巅峰智业·北京达沃斯巅峰旅游规划设计院 主编



旅游教育出版社

# 智點山河

巅峰智业十年经典案例集



巅峰  
丛书

# 智點山河

巅峰智业十年经典案例集

巅峰智业·北京达沃斯巅峰旅游规划设计院 主编

 旅游教育出版社

策划编辑: 赖春梅

责任编辑: 高越华

图书在版编目(CIP)数据

智点山河: 巅峰智业十年经典案例集/北京达沃斯  
巅峰旅游规划设计院主编. —北京: 旅游教育出版社,  
2012.9

(《书香巅峰》丛书)

ISBN 978-7-5637-2481-9

I. ①智… II. ①北… III. ①旅游企业—旅游规划—案例—北京市  
IV. ①F592.71

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第206757号

《书香巅峰》丛书

智点山河: 巅峰智业十年经典案例集

北京达沃斯巅峰旅游规划设计院 主编

|        |                                      |
|--------|--------------------------------------|
| 出版单位   | 旅游教育出版社                              |
| 地 址    | 北京市朝阳区定福庄南里1号                        |
| 邮 编    | 100024                               |
| 发行电话   | (010) 65778403 65728372 65767462(传真) |
| 本社网址   | www.tepcb.com                        |
| E-mail | tepx@163.com                         |
| 印刷单位   | 北京中科印刷有限公司                           |
| 经销单位   | 新华书店                                 |
| 开 本    | 787×1092 1/16                        |
| 印 张    | 19.5                                 |
| 字 数    | 303千字                                |
| 版 次    | 2012年9月第1版                           |
| 印 次    | 2012年9月第1次印刷                         |
| 定 价    | 58.80元                               |

(图书如有装订差错请与发行部联系)



# 前言

## 我们，在路上

十年，一颗幼小的种子成长为枝叶蓬勃的小树；十年，一个可爱的孩子成长为俊朗聪慧的少年；十年，一个朦胧的梦想成长为一个令人瞩目的事业——在中国壮美河山上写诗作画的事业！

十年，仅仅是一个开端，是一段探索。这十年融入了巅峰人的理想和信念——为中国旅游投智！

《智点山河：巅峰智业十年经典案例集》是巅峰智业十年项目的精品汇编，是一部凝结了企业十年来思想与实践成果的智慧结晶。它记载了我们踏遍祖国的山山水水后对这片大地的深情热爱与精心思考；它写下了我们对无限风光的创意解读与精心策划。

书中精选了多个精品案例，采用叙述故事的方式，将每个项目的难点、亮点、解决方案及如何与甲方在思想、思路与方式上的碰撞有机地融入其中，以求实现思想与技术深度融合、理论与实践紧密结合、视野与高度全面契合。

我们相信，只要我们不断地投入创意与智慧、辛劳与坚持，我们的事业将蒸蒸日上，祖国的山河将越来越美。

在路上，我们是旅游思想者！

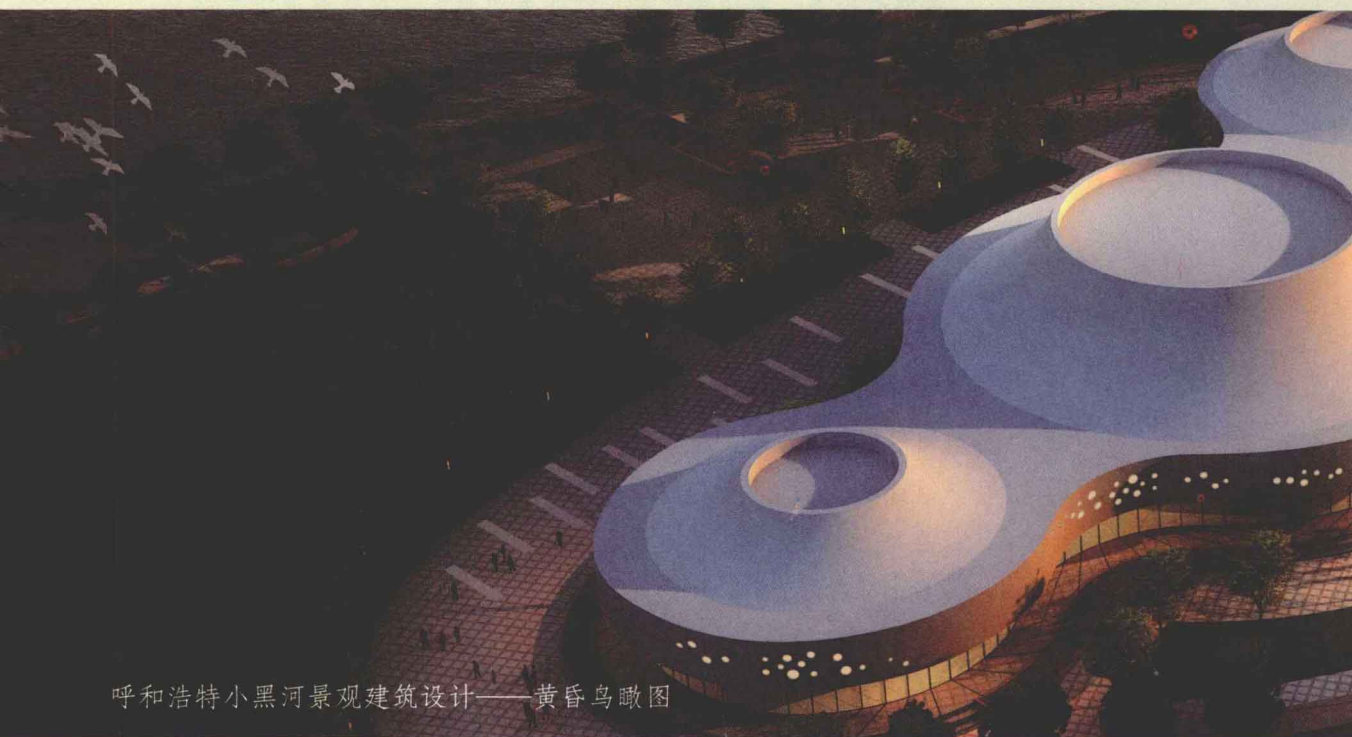
在路上，我们是巅峰智业人！

我们，在路上。

上篇

# 推进全城全域旅游化

· 巅峰智业一直走在旅游研究的前沿，无论是城市、乡村还是富于特色的旅游区域，都有巅峰智业的创意和思维在闪亮，巅峰智业也在不断的探索过程中为新时期中国旅游业的发展贡献出了自己的智慧。



呼和浩特小黑河景观建筑设计——黄昏鸟瞰图

# CONTENTS 目录

前言：我们，在路上 | I

上篇：推进全城全域旅游化 | 1

巅峰智业一直走在旅游研究的前沿，无论是城市、乡村还是富于特色的旅游区域，都有巅峰智业的创意和思维在闪亮，达沃斯巅峰也在一步步探索过程中为新时期中国旅游业的发展贡献出了自己的智慧。

缔造时尚浪漫都市 引领全域旅游发展

——大连旅游发展系列规划 | 4

从“资源主导”走向“目标驱动”

——天津旅游总体规划三年实现华丽转身 | 20

碧水长卷 青城流彩

——呼和浩特打造国际知名的生态文化亲民之河 | 34

借长吉一体化之势 筑398田园新城

——长春莲花山旅游功能区起航 | 46

打造生态和谐新滕头 乡村让城市更向往

——滕头乡村旅游新标杆 | 67

太极湖边绘风景 武当山下展宏图

——谱写旅游综合体新乐章 | 81

红色颂歌唱响华夏大地

——华北东北红色旅游规划 | 99

时空长卷 丝绸之路

——中国旅游规划界的“新标尺” | 113

中篇：创建精品旅游目的地 | 133

本着“以人为本、天人合一、创新为魂、规划体验、做大产业”的旅游规划新理念，一系列巅峰作品诠释旅游精品的内涵——“人本、生态、丰富、精致、服务、品质”。

山海互动 蓝绿相融

——推进国际旅游岛建设，打造海南森林奇幻之旅 | 134



云顶大足 欢乐世界

——牵手世界文化遗产，打造西部娱乐度假航母 | 151

文韬武略 传奇襄阳

——唤醒古城记忆，续写襄阳时代新传奇 | 163

人文都心 佛耀长干

——突破老城空间局限，激活南京古都文脉 | 179

缔造湿地生态休闲度假区 点亮洪湖低碳旅游新方式 | 195

金之灿 “七彩田园”

——重庆江津文化农业的创新之路 | 208

长三角驿动之心 千岛湖自驾天堂

——千岛湖自驾旅游规划 | 225

与光荣和梦想同行

——北京奥林匹克公园创建国家5A级旅游景区全程咨询服务 | 234

从泰山经验到泰山模式

——创新规划体系，解决实际问题 | 245

世界城市的世界遗产 美丽乡村的美丽长城

——慕田峪长城规划 | 259

下篇：创造景区托管新模式 | 273

引进专业的景区经营管理企业，对景区实行托管经营，是使景区快速提升其品牌价值和综合效益的有效途径。巅峰国智是国内首家景区连锁管理专业机构，先后成功运营策划了近百个项目，致力于成为中国景区管理领域的“希尔顿”。

创新管理理念 创造“周村速度”

——筑巢引智助腾飞 | 274

万盛景区托管尝鲜 拓展旅游经济新天地

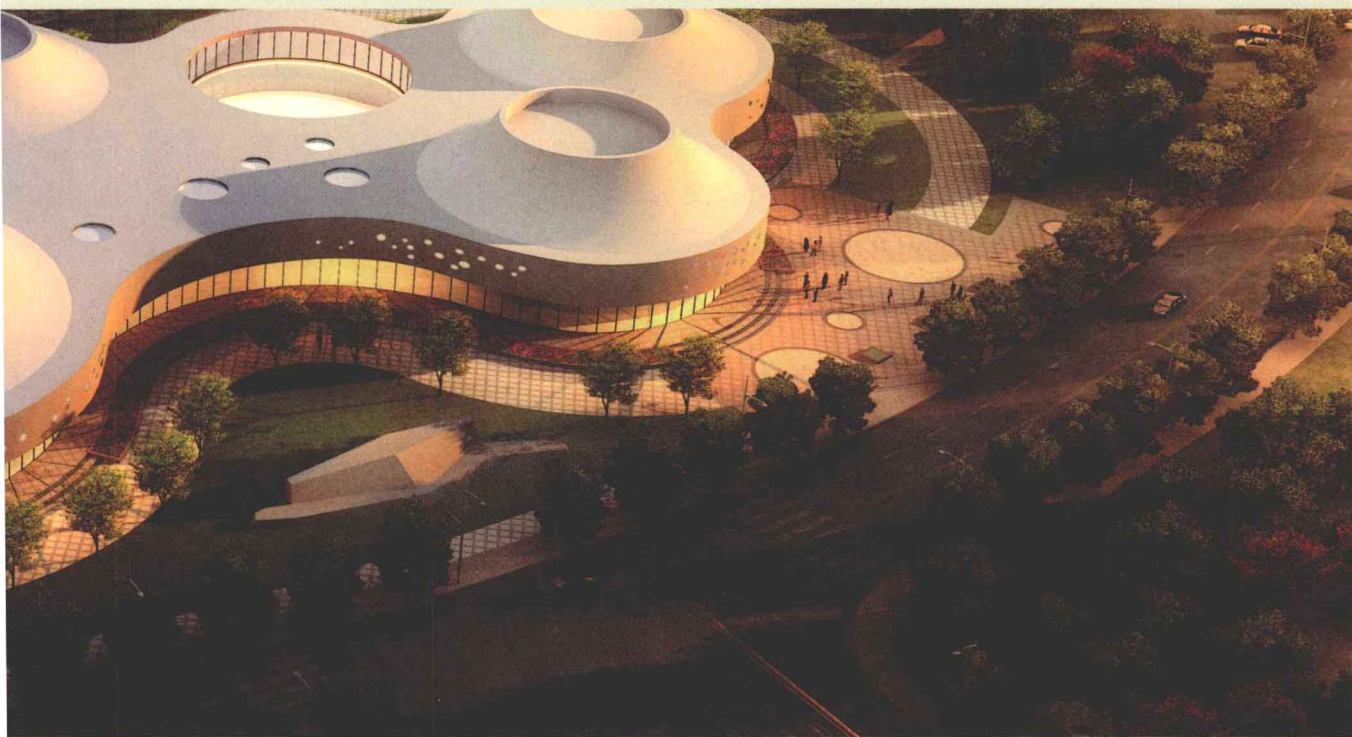
——旅游业的“二次创业” | 286

后记 上善若水 智圆行方 | 297



中国旅游业随着改革开放一起走过 30 余年的风雨历程，从最初的旅游城市化到城市景区化，再到全域景区化、全域旅游化、全城全域旅游化，旅游与城市的关系已经一步步地升级为旅游与区域的关系，从“全城谋划”到“全域统筹”，全城全域旅游化正在大步走来。

如何以后工业化眼光、休闲城市标准来指导未来旅游发展，真正实现旅游产业与区域双赢的全城全域旅游化应当成为新时代旅游业发展的模式和方向。巅峰智业一直走在旅游研究的前沿，致力于工业化城市化双驱动背景下如何有效推动旅游与区域互动关系的研究。无论是城市、乡村还是富于特色的旅游区域，都有巅峰智业的创意和思维在闪亮，巅峰智业也在不断的探索过程中为新时期中国旅游业的发展贡献出了自己的智慧。





## 专题 全域旅游化的发展进程

### 旅游城市化

以旅游的发展带动人口、资本和物质等生产力要素，依托城市积聚和扩散，促进城市旅游功能提升、规模扩大、质量提高，形成旅游目的地综合体，是旅游促进城市化水平提高的一个动态过程。

### 城市景区化

城市景区化包含两层意思：一是将整个城市或区域作为景区来进行打造，按照景区运营的方式来推进城市的发展；二是城市景区化是未来城市建设和发展的必然趋势和理想情境。要以核心景区建设和旅游发展为契机，重视城市整体旅游休闲功能的升级和完善，提升城市旅游环境质量，提升城市的旅游个性和特色，做到城市环境建设生态化、基础设施景观化、城市景观艺术和文化氛围个性化、旅游服务品牌化、人际环境亲情化、全民旅游职业化。国家旅游局副局长杜一力提出“全市景区化”，关注“全域提升”，要通过核心景区发展带动城市集聚性的旅游发展，要依托旅游业发展发挥中心城区的休闲娱乐和集聚功能，减轻核心景区的生态压力，同时要做好中心城区、县城和小城镇之间的分工，稳步推进城镇化，并将旅游发展落到城乡居民、农民。

## 全域旅游

北京达沃斯巅峰旅游规划设计院针对新时期大连沿海发展提出的发展战略。全域旅游并非是遍地搞旅游开发，全域旅游的核心是通过对资源的重新整合，在各个空间板块上形成不同特色的旅游产品或业态集群，打破都市（或单一景区）旅游一枝独秀的接待格局；本质是泛旅游产业的差异开发和集聚落地；关键是对资源的重新整合，对旅游功能和产业分布进行重新“洗牌”。要注意从区域角度审视旅游城市的功能定位，要跳出旅游业看现代服务业的集聚落地，要强调特色组团式的开发。

## 全城全域旅游化

北京达沃斯巅峰旅游规划设计院院长刘锋博士结合新的时代背景，结合自己在旅游行业多年的发展经验提出的对于区域和旅游关系的最全面的总结。全城全域旅游化是在有条件的旅游城市或目的地提出的具有战略性的一种发展思路 and 理念，即将整个城市或区域作为旅游吸引物，整合、提升和创新一切能为旅游所用的资源和要素，使其发展成为一个特色鲜明、功能完善、独具魅力的旅游目的地。整个区域要以旅游产业为核心动力和主导性产业，社会资源和生产要素的优化配置紧密围绕旅游业展开。



## 缔造时尚浪漫都市 引领全域旅游发展

### ——大连旅游发展系列规划

大连的规划非常难做。大连旅游一直走在国内外旅游发展的前沿，我们期望的是国际水准的一流规划，我们在关注前瞻性的同时，更加关注细节、关注亮点项目。要明确我们需要做什么，应该怎么做，要解决我们最关心的焦点问题。而北京达沃斯巅峰旅游规划设计院迎难而上，以他们国际视角的分析定位，全新技术的有效应用，以科学标准的规划流程，近乎苛求的细节掌控以及用心务实的工作态度，为大连市旅游发展的又一次飞跃提供了有力的助推。“浪漫之都、时尚大连”的城市旅游品牌已经成为大连在国际旅游市场竞争中重要的无形资产。

北京达沃斯巅峰旅游规划设计院已经走过了十年的历程，相信这艘旅游规划界的“航空母舰”必然会在未来取得更大的成就，更加大放异彩。

——大连市旅游局



她是一个大气磅礴的海港城市  
却注册了“浪漫之都”的城市品牌  
她用服装张扬个性，用足球释放激情  
用槐花抒发情感，用巨轮承载雄心  
她将城市化作风景，将风景变成资本

——这，就是浪漫之都，时尚大连

2005年12月31日，由15名国内知名专家组成的评审组评审认定：《大连市旅游发展总体规划》成为我国旅游规划探索的最新成果和成功范例。

2006年，时任大连市市长的夏德仁同志听取了规划编制组的汇报，给予高度评价，并当场拍板将大连市旅游局纳入政府行政序列。

2010年11月23日，大连市的领导班子高度评价了《大连市旅游沿海经济圈产业发展规划》，认为其是高水平的规划范本，为我们呈现了一幅呼之欲出、现实可行的大连建设世界滨海旅游名城的蓝图。





在历届大连市政府的科学领导和远见卓识的战略眼光下，在北京达沃斯巅峰旅游规划设计院专业并富于创新的规划下，大连经历了从单一的城市品牌到“浪漫之都，时尚大连”的旅游综合品牌，再到“大连沿海经济圈”的全域旅游品牌的跨越式升级发展历程。大连，在历经百年的风雨沧桑之后，已经成长为中国城市旅游的一个代表，一个品牌，一个标志，成为中国旅游成长过程的一个缩影。多姿多彩的旅游要素已经融入大连的资源禀赋、城市建设和生活品位之中。

大连始于19世纪一个叫青泥洼的小渔村，在历经了百年风雨洗礼后，形成了具有历史文化和沿海特色的城市。但是直到20世纪90年代，大连市依然建筑陈旧，道路拥挤，百姓住房紧张，被后起的深圳等其他沿海城市远远甩在身后。大连是座传统的重工业城市，高耗能、低水平的传统产业占了很大比重，如果继续沿袭“无工不富”的常规发展路径，城市环境将不堪重负，城市发展也将受到限制。

思路决定出路。在以大连市委市政府领导班子的带领下，大连在经营理念上进行了升级，选择了一条与众不同的战略路径——经营城市。按照“不求最大，但求最好”的城市发展理念，大连进行了大规模的城市基础设施建设，实施绿化、美化、净化工程，大力发展环境经济，创造性地走出了一条以“环境革命”增强城市综合竞争力和发展后劲的成功之路。通过经营城市这份国有资产来挣钱，使城市增值，为其他产业的发展创造条件，从而使整个经济繁荣起来。仅仅过去五六年，蓝天、碧海、绿地、广场等就成为了大连一张张亮丽的名片，让全国人民赞不绝口。同时，全面的城市营销也让大连的城市影响力越发突出。1998年，当国内众多城市还不知道什么是城市品牌的时候，大连已经提出自己的城市品牌——浪漫之都；2001年，在国内众多城市还没有开始重视城市品牌建设的时候，大连已经开始利用中央电视台媒体平台把“浪漫之都”的城市品牌公之于众；2003年11月，“浪漫之都”也实现了在国家工商总局的成功注册……国际知名的服装节、大量的广告投入、丰富的媒体宣传方式使得大连的城市品牌得以迅速建立，并深入人心。

大连旅游已经走出了一条独具特色的发展道路：先塑城市品牌，后创旅游品牌。大连成功创造了以整个城市为载体和核心吸引物的旅游发展模式，成为中国超常规发展旅游的城市典范，为中国的城市化道路塑造了一个范例：理念超前，品牌拉动，政府主导，持续创新，合作多赢。

然而大连市并没有停下前进的脚步，在大连市政府的睿智领导下，大连又一次踏上了不断壮大发展实力，提升区域影响力的征程，旅游成为了发展的关键——建旅游品牌、推浪漫时尚、展沿海优势、行全域旅游，而达沃斯巅峰成为了助推大连旅游发展的智囊团之一。两次规划，两次飞跃，在得到高度评价的同时，更为推动

大连旅游跨越式发展注入了强心剂。

## 一、建旅游品牌，推浪漫时尚——《大连市旅游发展总体规划》

### 1. 明确需求、全面推进

2004年11月，大连市为自己的城市发展提出了更高的目标，并决定以旅游业为切入点和推动力来进一步强化和提升大连的城市品牌，增强经济实力。于是大连市政府就《大连市旅游发展总体规划》进行全国招标，在众多知名机构激烈竞争中，北京达沃斯巅峰旅游规划设计院脱颖而出，一举中标。



《大连市旅游发展总体规划》全国招标现场

“大连的规划很难做。因为我们已经处于国内领先地位，市领导期望的是国际水准的一流规划。我们在关注前瞻性的同时，更加关注细节、关注亮点项目，尤其是要明确告诉我们近、中、远期要做什么、怎么做，要解决我们最关心的焦点问题……”以辽宁省委副书记夏德仁（时任大连市市长）为首的大连市领导班子提出了更加具象、清晰、明确的要求。换言之，委托方对中国旅游规划界提出了明确挑战：委托方期望一个战略清晰、策略明确、可操作性强的能同时涵盖宏观、中观、微观层面的高水平规划。这个规划既要立意高、视野宽、分析透，能清晰指出区域旅游战略发展方向，同时还要能指导现实，指导旅游“十一五”规划的编制工作，实现方案与现实的对接。这个规划既要完成通则所要求的规定动作，也要通过设计新的自选动作，加强具体项目策划含量，对重大亮点项目提出深度思考，有效解决传统规划“墙上挂、案头放、中看不中用”的问题。

在承担了大连市旅游发展总体规划编制工作后，北京达沃斯巅峰旅游规划设计院立即组织了以公司主要骨干为创作主体，以国内知名高校和研究机构的多学科、多领



域的专家为核心支撑，以多名院士和国家旅游局主管官员为资深高级顾问的规划编制小组。规划组的 40 多位海内外专家（其中包括 6 位海外知名专家）先后对大连进行了 7 次全面实地考察、8 次补充考察，实地考察范围覆盖了全市各区县市的 1000 余个主要旅游景点，在大连工作量达到 702 人天次（其中海外知名专家 3 人在大连工作时间超过 90 人天次），行程达 10000 多公里。编制规划期间，共举行相关座谈会 50 多场，进行大规模旅游培训 2 次，进行高层研讨 2 次，举办论证会 5 次，发放市场问卷调查 2000 份，大连旅游客源通平台 IP 统计量为 839997 人次。国内所有知名旅游专家几乎都以不同方式贡献了智慧，大量的基础工作保证了规划的顺利推进。

达沃斯大连项目组明确了围绕“以构建与东北亚国际航运中心相匹配的国际旅游目的地”的技术路线，在大连市旅游局及各涉旅部门的密切协作下，经过 1 年的努力，形成了具有突破性和创新性的成果体系。“浪漫之都，时尚大连”的旅游品牌真正地树立起来了，一个助推大连城市长远发展的规划体系全面建立并最终落地。

## 2. 多维视角、深入剖析

大连是一座具有前沿发展理念的城市，也是一座规划难度极大的城市，只有充分做好前期的准备工作，从各个角度剖析大连，从多个方位找准症结，才能为一个全方位、多元化、科学立体的规划打下基础。



- 旅游空间布局南重北轻；
- 旅游供给体系有待优化和升级；

- 管理体制有待理顺，旅游企业体量不大，运行机制有待完善；
- 旅游人力资源培养滞后于旅游业发展，旅游科教和智业有待加强；
- 旅游淡旺季明显；
- 陆路交通的制约问题依然存在。

总之，当时的大连旅游已经走过了以数量扩张为主的初级阶段，正步入以提质增效为特征的关键转型和战略提升阶段。大连旅游面临四大转型：



### 3. 创新创意，突出亮点

大连的旅游发展要想有所突破，在全国独树一帜，创新创意必不可少。要从发展方式、前进动力、资源开发及产业结构等多个方面打造亮点，给思想插上创意的翅膀，增加科技的动力。因此项目组在大连旅游发展的创新创意方面下足了工夫，针对大连旅游开展了激烈的头脑风暴，最终形成了多个创新亮点。

#### ◇ 新发展观

在“振兴东北”的新机遇下，规划提出“科学发展”、“经营城市”、“浪漫主义”和“大旅游”的理念。大连旅游要以“大规划”调整旅游布局，以“大产业”发挥关联带动作用，以“大配套”提升城市功能，以“大市场”强化城市辐射力，以“大产品”提高旅游吸引力，通过旅游业的发展，缩短产业升级与城市升级的差距，推动大连的经济转型，减轻大连的就业压力，使大连在“振兴东北”中发挥龙头作用，并在未来的环渤海旅游圈中发挥重要作用。

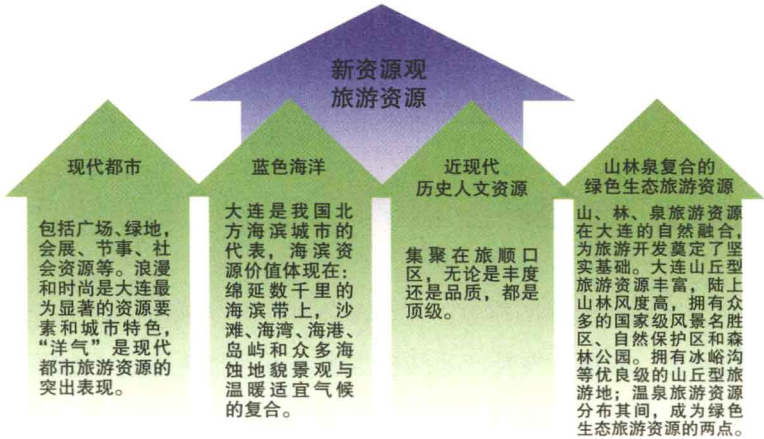
#### ◇ 新动力观

“浪漫”特色是大连旅游发展的原动力，彰显“浪漫”是其核心所在。大连如果真的打造成中国的浪漫之都，一切问题都将迎刃而解。所以，规划提出了一套真

正打造“浪漫之都”的系统方案，提出大连市旅游应以“浪漫之都，时尚大连”作为整体形象定位，城市个性要突出“风情时尚、个性张扬、健康阳光、动感豪放”的特色，推出了近中期着力打造的十大核心旅游产品，使大连市在未来 16 年的发展过程中，建设成为融东西方浪漫特色为一体的体验型国际海滨旅游名城。全市旅游要以观光游览、休闲度假、商务会议、节庆会展为主导，以“浪漫之都”为城市品牌和旅游品牌，以东西方浪漫文化的有机交融为主要特色，以东亚、东南亚和长江三角洲地区、珠江三角洲地区为核心客源市场，把大连建设成为环渤海地区重要的休闲度假胜地，一个东西方浪漫文化交会的国际海滨旅游名城和具有一定国际影响力的体验型旅游目的地，使大连发展成为中国最佳旅游城市。

### ◇ 新资源观

规划从超资源的角度将大连的旅游资源概括为四大类：现代都市、蓝色海洋、近代人文、绿色生态。



### ◇ 新产业观

规划提出要培育“旅游地产、旅游商贸、旅游会展、旅游文娱、旅游餐饮、旅游装备”六大旅游产业集群，实现旅游业与六大旅游产业集群的深度互动，全面促进现代服务业发展。

