

原群论旅游

旅游规划

实战案例集锦

原群◎著



旅游教育出版社

 原群论旅游

旅游规划

实战案例集锦

原群◎著



旅游教育出版社
· 北京 ·

策 划: 陈 园
责任编辑: 陈 志

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游规划实战案例集锦 / 原群著. --北京: 旅游教育出版社, 2016.2

(原群论旅游)

ISBN 978-7-5637-3339-2

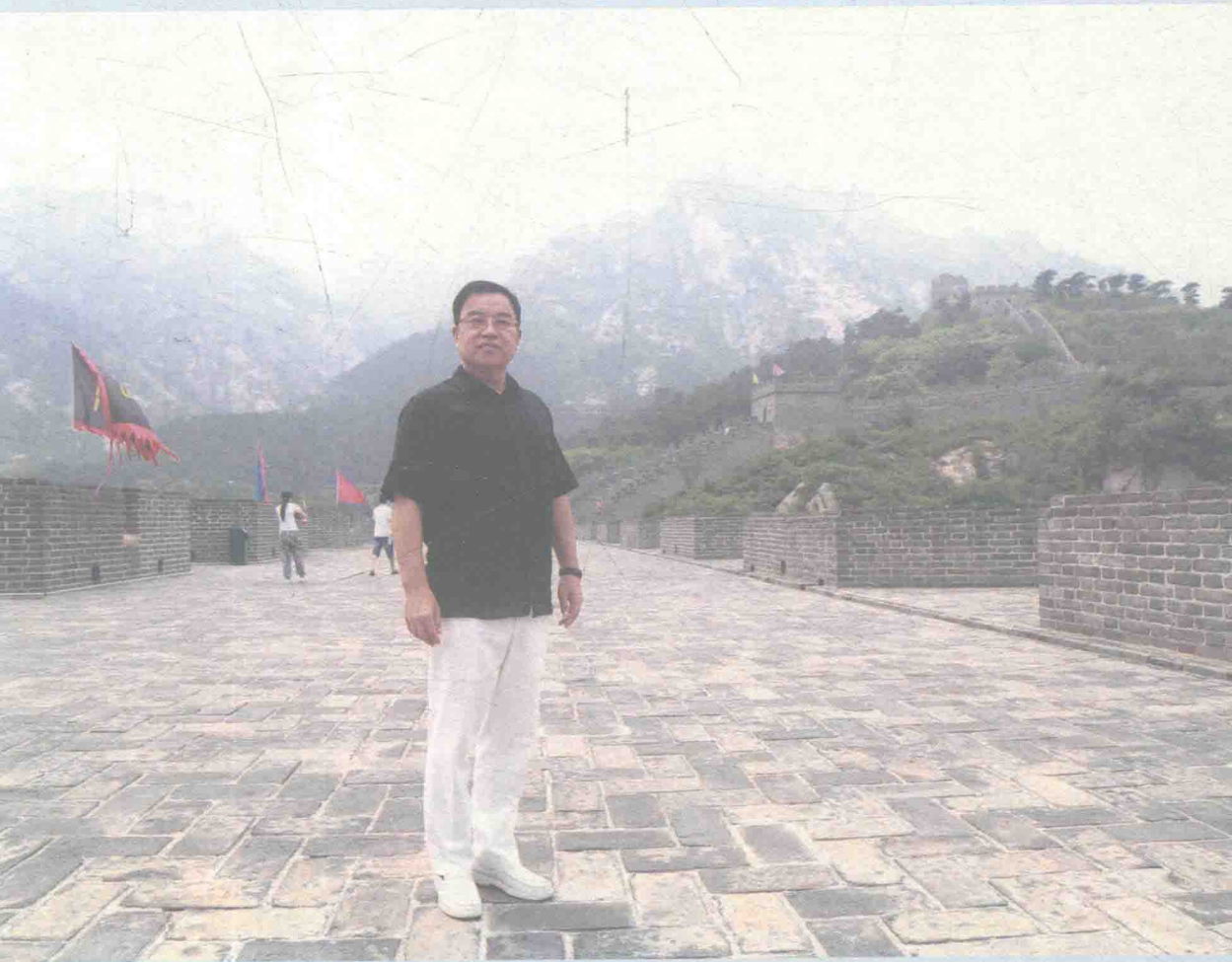
I. ①旅… II. ①原… III. ①旅游规划—案例 IV.
①F590.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第037439号

原群论旅游
旅游规划实战案例集锦
原群 著

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	北京艺堂印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787毫米×1092毫米 1/16
印 张	13
字 数	189千字
版 次	2016年2月第1版
印 次	2016年2月第1次印刷
定 价	58.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)



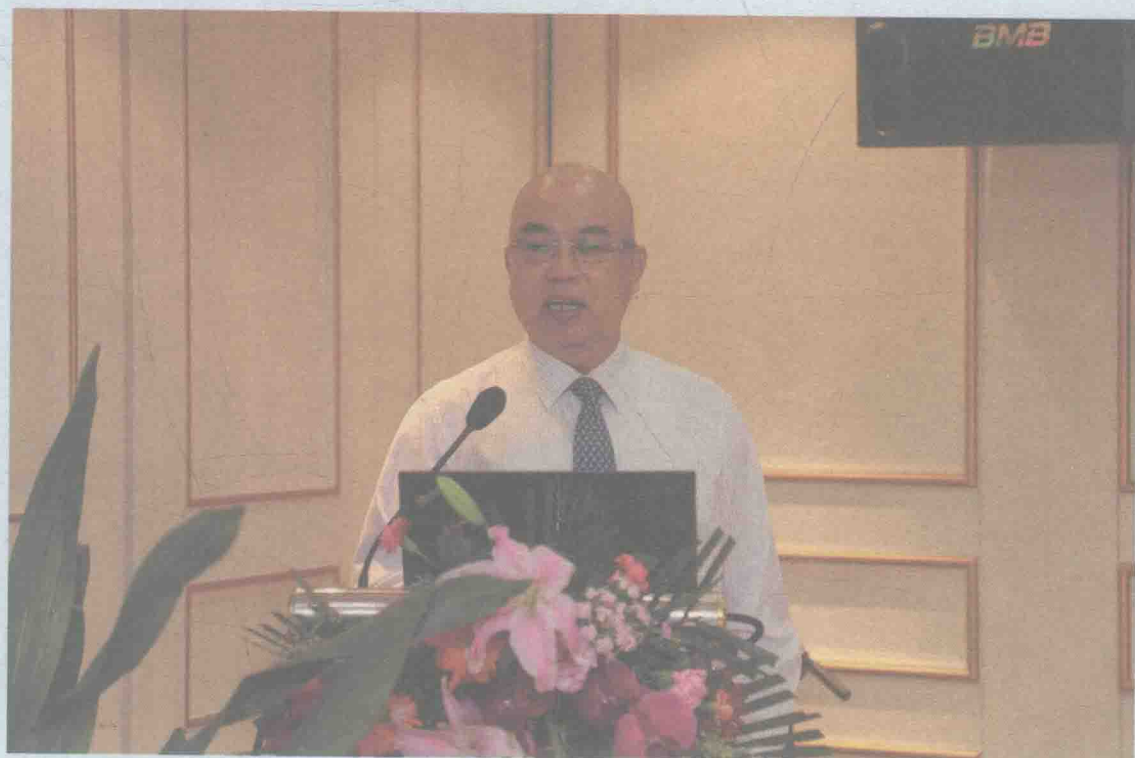
① 辽宁葫芦岛考察

新常态下的中国旅游 及品牌提升话题

江山多娇



① 新常态下的中国旅游发展与品牌提升论坛



① 第 39 届旅游领袖高端论坛

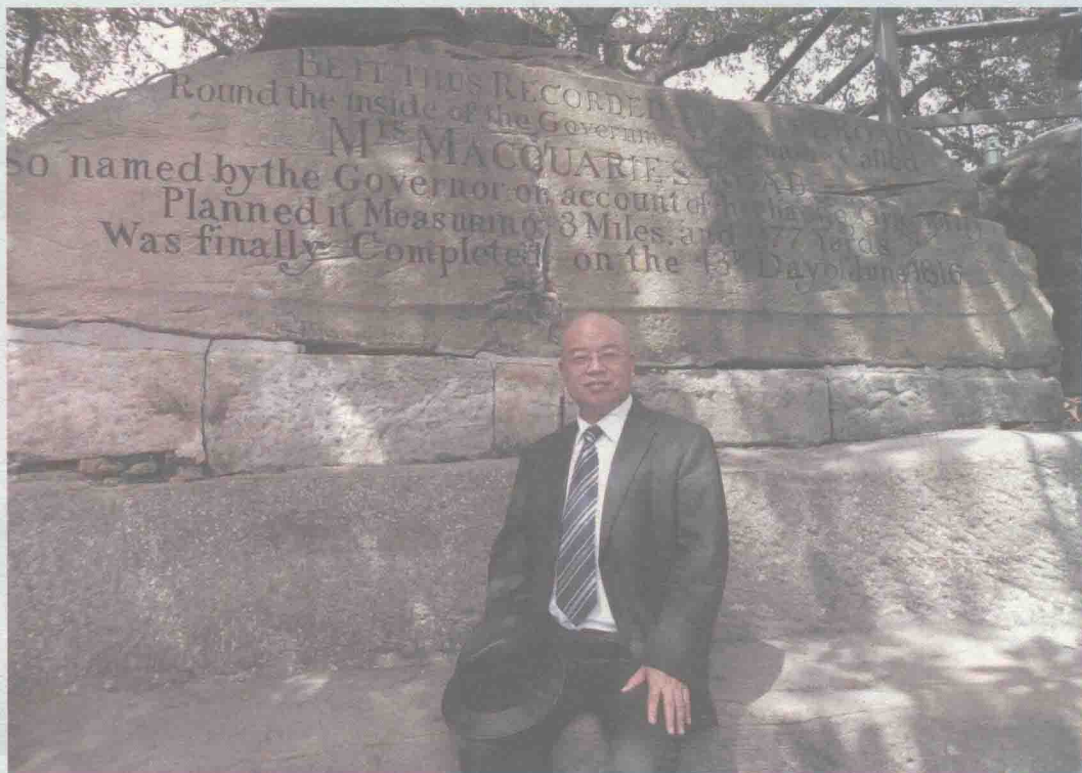
④ 北二外旅游管理硕士（MTA）授课





① 俄罗斯考察

② 悉尼考察





① 甘肃考察



① 贵州剑河考察



① 广西天峨考察

① 贵州榕江考察





① 江苏茅山 5A 级景区挂牌仪式

② 客户来访



前言

近年来,随着旅游业的发展和各种旅游新业态的不断出现,旅游规划研究类著作逐渐增多,但大多偏重于理论探讨,实战型的案例分析较少,而兼顾理论与实践教科书类的书籍则少之又少。

北京江山多娇规划院有近30年的旅游策划和规划实战经验,积累了近千个案例。这些规划具有“五性三省一达”的特点,即:创新性、融合性、震撼性、落地性和效益性,省时、省钱、省力和达标,因而,北京江山多娇规划院被业界誉为“旅游品牌缔造专家”和“旅游经济规划旗帜”。

2014年初,由旅游教育出版社出版的《原群论旅游》系列丛书主要侧重于旅游规划理论和策划案例,一经问世,市场反响很大,从市场调查结果看,已被数省旅游部门指定为机关必读书籍,还被一些大专院校作为培训教材。

本书为旅游规划实战案例集锦系列丛书,鉴于专业图书学术性强、理论性强、可读性差的特点,编著中特别从读者角度考虑,在内容和形式上力求另辟蹊径,别出心裁。

在内容上,并没有按照既定规划范本进行编排,而是跳出了呆板程序化的窠臼,选取了有创意亮点、有代表性的项目策划等核心内容,并对“枯燥”的案例进行唯美的解读和专业的诠释,以做到专业性强、艺术性强、趣味性强。在语言形式上,则运用散文笔触、诗化的语言和讲故事的方式,力求读起来气韵流动,朗朗上口。除富有感染力的文字外,还穿插了大量风景图、实物图以及平面图、效果图,图文并茂,形式活泼。

本书案例从项目规划类别上,包括旅游区域发展规划、景区总体规划、景区控制性规划、景区修建性规划及4A、5A级景区策划和提升方案、营销策划等,其中,有些被国家旅游局推荐为业界旅游规划范本;有些规划落地实施后,景区则被推崇

为行业标杆。

本书并没有对所有案例进行分类，对此，作者在后记中已附带了专业性的说明。为增加书籍的层次感，适当穿插了原群先生有代表性和震撼性的旅游语录，句句直入机理，发人深省；并在每一个案例前设置了“原群旅论”板块，主要摘录一些与案例相关且极富理性的专业论述，以对案例起到引领作用；同时，还在每个案例后设置了“规划者说”板块，收录了原群先生对相关案例的一些规划见解，以期对案例起到总结和升华效果，交代规划路径和脉络。对于案例核心内容，一般包括规划背景、景区现状、形象定位、创意亮点、项目典范、规划效果，个别篇目根据不同类型略有调整。

本书可供旅游研究、管理、经营人员阅读，亦可作为在校大学生培训教材，广大旅游爱好者也可从中体验畅游祖国大好河山的乐趣。

青山行不尽 绿水去何长

“青山行不尽，绿水去何长”。这是唐代诗人崔颢《舟行入剡》中的句子，其大意是：山外青山，连绵不绝，山脉永无止境；绿水相连，奔流不止，水流何等悠长！

这些年，从天山之巅到渤海之滨，从塞外草原到天涯海角，我仰望过西藏的珠穆朗玛，踏访过三亚的绵柔白沙，对视过可可托海的亭亭白桦，抚摸过古徽州的粉墙黛瓦……

一路走来，我时常感怀于青山无尽，绿水长流，每每触景生情，创意勃发。这恰恰对应了我一贯倡导的“资源有限，创意无限”规划理念。这是一个旅游规划人的信念，也是“大众创新，万众创业”时代旅游创新发展的脉动。

“山川之美，古来共谈”。山中宰相陶弘景道出了一个亘古不变的哲理。游山玩水是古代士文化的重要组成部分，“山水之乐”彰显出士大夫特有的清高品格和文化品位，其意义远远超出单纯的旅行或娱乐。

中国古代热衷于旅行的不乏其人，孔子便是其中杰出的代表，他周游列国，放意林泉，流连山水，提出“智者乐水，仁者乐山”的旅游审美观，所提倡的“听乐观礼”文化之游和“乐山乐水”自然之游，都对后世产生了深远的影响。

孔子的“山水比德”理念同样适用于旅游规划，作为一个旅游规划人应有“乐山乐水”的智者理念和仁者情怀。这就要求旅游规划者具备四种素质：一是博学。在具备旅游专业知识的基础上，要全方位通晓天文、地理、人文、历史、自然、政治、法律、经济、宗教、民俗、建筑、交通、美学、艺术、环保、植物、心理、物候、文学、传播等学科的常识性知识。二是灼见。有独辟蹊径的思想和独到的眼光，以独特的观察角度、理念和方法发现事物的独特属性，并以高超的分析、综合和提炼能力，从中得出真知灼见，策划设计出智光闪亮的旅游开发概念、主题、项目、产品及经营模式。三是良知。一个优秀的旅游策划人，定然是具有社会良知和良好职

业操守的人，具有强烈的社会责任感和职业责任心的人，具有勤奋敬业和乐于奉献精神的人。四是激情。饱含激情，善于发现，易于感动，并能从感动中捕捉景观中的亮点，在感动中产生联想，在联想中提炼出精华，从精华中生发出创意爆点，提出诗一般的理念。只有具备烈火燃烧般的激情，爱美之情极切，审美之趣至雅，造美之心超强，才能形成强烈的创意冲动，创作出极具感染力的好规划。

这种素质不仅是旅游规划人智者理念与仁者情怀的产生渊藪和动力，更是旅游规划人的一种情愫和信念。世界著名规划大师菲利普（Philippe Starck）先生有句名言：“好规划都是用脚走出来的。”作为仁者，当读万卷书，行万里路；作为智者，当精骛八极，心游万仞。

正因如此，我每年几次带领团队行走于世界各地，进行旅游考察，从北美的科罗拉多大峡谷、佛罗里达棕榈海滩，到南美的亚马孙河、伊瓜苏瀑布、玛雅城邦遗址，再到澳大利亚的大堡礁、印度泰姬陵、马尔代夫的花环小岛、南非好望角、埃及路克索神庙、约旦的佩特拉古城、地中海的巴塞罗那……对旅游规划的至臻境地孜孜以求，汲取国际前沿的旅游思想，寻找异域的创作灵感。

这是一个学习、研究、借鉴和再运用的过程。回到国内，我总在授课讲座之余，到旅游地进行前期考察，无论项目大小，无论路途险远，都要亲赴当地感受自然，感悟人文，并与委托方进行规划理念的碰撞与思路的对接，从对方的角度，从规划者的角度，更从游客和市场的角度。

对于项目考察和规划编制，我和我的同人绝不止步于二次考察，满足于现成的书面资料，总是跋山涉水，走访乡民，问询贤者，直到穷尽每一个细节、每一处资源。

因为我深深懂得，一个好的规划方案，必须同时具备“五性”，即融合性、创新性、震撼性、落地性和效益性，而这一切的开始，必须要让委托方认同自己原创性的理念；因为对于人文和自然资源，当地人是最有发言权的，具有最迫切、最真挚、最执著的情感和旅游发展欲望，且经过多年的思考，或多或少地形成了一些初步的思路，哪怕是不连贯的、不全面的，甚至是有点小任性的；因为尊重当地的人与自然，就是尊重自己，就是尊重旅游规划的一般规律；因为旅游规划者的优势仅仅在于对专业内的理论和实践以及市场的精准把控，规划本身所要做的就是融合与创新。

旅游规划归根结底是一个融合与创新的过程。这既包括旅游客体方面的，也包括旅游主体方面的，还包括主客体之间的一些要素。对于旅游客体，可能涵盖本项规划与区域旅游发展规划、自然资源与人文资源、景区形象与城市气质、资源与创意、

策划与设计、旅游与科技、品牌与效益、政府与企业、景区与居民、旅游部门与相关部门、旅游与相关产业、旅游地与竞合景区；对于旅游主体，可能涵盖观光与休闲、游客取向与异质文化；另外，还有介于主客体之间的产品与市场、旅游者与原居民，等等。

作为创作规划的理论首创者和实践者，这几年编制了大量的规划，如：苏州太湖旅游区、黄陂木兰文化旅游区、安徽八里河旅游区、古徽州文化旅游区、河南西峡伏牛山老界岭·恐龙园，等等，无一不是人文、生态与市场结合的经典案例，达到了人与自然、情感与自然的和谐统一。规划实施后均获得了国家顶级旅游品牌，旅游区经济效应、社会效应和环境效应得到全面优化和提升，江山多娇规划院也因此被国家旅游局、中国旅游报社联合授予中国旅游智力服务突出贡献机构。

走过了祖国的山山水水，我对习总书记“望得见山，看得见水，记得住乡愁”的生态理念愈发感同身受。农村扶贫与乡村旅游完美的结合点就在于山水所赋予的生态元素，而对于乡村旅游和扶贫，尤其需要一种智者理念和仁者情怀。作为一个旅游规划人，我义不容辞，过去做了很多，今后还要继续做下去。

“水是眼波横，山是眉峰聚”。山水是有灵性的，人与自然的山水具有一体性，这就是“天人合一”，正如老子所说：“地法天，天法道，道法自然。”唐代禅师青原惟信有关于“山水”的三句偈语，即：“看山是山，看水是水；看山不是山，看水不是水；看山还是山，看水还是水。”“看山还是山，看水还是水”，这与旅游规划崇尚自然的现代理念何其相似。

山水是自然的载体，而自然是旅游规划的基底和归宿。现代旅游追求回归自然，旅游规划追求人与自然的完美融合，其最高境界就是不留规划的痕迹，发乎自然，顺乎自然，超乎自然，正如习近平总书记所说：“规划务必坚持以人为本，坚持可持续发展，坚持一切从实际出发，贯通历史、现状、未来，让历史文化与自然生态永续利用、与现代化建设交相辉映。”

青山行不尽，绿水去何长。山水是永恒的自然，自然是永恒的规划。这是我的山水观，也是我的规划路。

原群于塞班岛

2015.11

序

我与原群同志因“中国红色文化研究会”而结缘。不久前，他送我一部题为《旅游规划实战案例集锦》的书稿，请我作序。此书稿字里行间，折射出作者理性的思辨和优美的文风。我被作者的智者理念和仁者情怀所触动，感慨之余，欣然命笔。

旅游业作为关联度大的综合性行业，对经济社会发展全局具有重要意义，既是硬实力的体现，也是软实力的标志。党和国家高度重视旅游业的发展。习近平总书记强调，旅游是传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁，是人民生活水平提高的一个重要指标，要大力发展旅游业。李克强总理要求，要发挥旅游在扩内需、稳增长、增就业、减贫困、惠民生中的独特作用，着力创新旅游管理体制，着力依法规范旅游市场，着力推进现代旅游产业发展，着力培育旅游经济增长点，让旅游更安全、更便利、更文明、更舒心。随着我国经济发展水平的不断提升和逐步进入新常态，旅游业的地位和作用更加重要。大力发展旅游业，是我国全面建成小康社会和实现现代化的重大任务。

旅游发展，规划先行。该书作为一本旅游规划专业用书，在理论与实践、内容与形式的结合上，独辟蹊径，别出心裁，足见作者之用力、用智和用心。这本书无论是主题，还是透过案例所诠释出的旅游规划理念，都符合我国经济发展新常态下的绿色化、生态化旅游理念和“旅游+”新业态，颇具时代感和现实意义，对促进旅游发展及研究旅游发展规划都具有借鉴作用。

原群同志将红色文化精神运用到旅游经济中，着力于红色旅游理论与实践。我注意到，不少案例中包含红色旅游项目和产品，都是红色文化与旅游业结合的生动体现。其笔力所及，规划所至，主要特点有二：

其一，对红色文化在旅游实践中的挖掘和拓展。红色文化一般指在革命战争年代，由中国共产党人、先进分子和人民群众共同创造并极具中国特色的先进文化，蕴含着丰富的革命精神和厚重的历史文化。红色旅游主要是以红色文化的纪念地、

标志物为载体,以其所承载的革命历史、革命事迹和革命精神为内涵,开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动。该书的规划案例中,对红色旅游概念作了生动的诠释和解读,但并没有局限于单纯的“红色”,而是在红色内涵上发掘、延伸,从而使红色文化与大众旅游很好对接,有效拓展了红色旅游项目和产品。

在作者的红色旅游规划中,“红色”不仅代表革命、勇气、成功与光荣,还与古老的民族图腾有关,并蕴含着“求吉”思想。中国人的“红色情结”与生俱来,它流淌在民族的血脉里,烙印在民族的基因中。华夏民族作为炎黄子孙,炎帝又称赤帝,是中国的太阳神;黄帝氏族也崇拜太阳神和火神,这表明中华民族在远古时代就有强烈的“红色崇拜”。事业开头顺利叫“开门红”,“金榜题名”是红榜……因为喜欢红色,世人更赋予了“红”以美的含义。在西方人眼中,红色即是中国的“国色”。总之,红色文化集历史印证价值、文明传承价值、政治教育价值、经济开发价值于一体。作者正是抓住了红色文化的丰富内涵,以及闪光点和聚焦点,才对其进行了新的阐释和活化,并与现代旅游有机嫁接。

其二,对“红色”与“绿色”相结合的创新理念。红色旅游既不能一味地迎合市场行为,也不能脱离市场需求,旅游规划说到底还要考虑旅游主体——旅游者的需求。现代休闲旅游,红色文化作为一种重要元素,不可或缺,但却不是唯一的,“红色”与“绿色”的结合乃是当今旅游发展之必然。“红色”是文化,“绿色”是自然,是生态,如果说“红色”文化是核心和精神,那么“绿色”生态就是基底和载体,这如同那句老话——“红花还需绿叶衬”。

该书中的诸多规划案例,大都是自然环境和人文历史的有机结合、优势互补,而对于红色文化,则注重了以红带绿、以绿托红、红绿相映,并将绿色发展、循环发展、低碳发展的理念贯穿始终。

原群同志是旅游规划界不可多得的智者。此前,《原群论旅游》系列丛书已出版3册,涉及旅游理论、策划和导游词创作,而这次出版的书目大都是有关旅游规划案例,更是躬身力行的结果。我们需要这类富有真知灼见的好书,希望旅游界有识之士锐意创新,勇于实践,创作出更多更好的旅游著作,推动我们的旅游实践,促进中国的旅游发展。

魏礼群

国家旅游局中国旅游智库专家委员会主任

2015年12月25日

目 录

深度旅游的三大维度.....	001
太湖美 最美在吴中	
苏州吴中太湖旅游区 5A 创建方案和总体规划精粹.....	002
创建国家 5A 景区应把握四度.....	014
天堂寨 山寨的天堂版	
天堂寨旅游区总规、详规及 5A 创建方案精粹.....	015
旅游规划落地性六大标准.....	024
八里河 一场梦幻的蝶变	
安徽省阜阳市颍上八里河景区 5A 创建方案精粹.....	025
旅游扶贫开发的四个原则.....	033
阜平 难忘晋察冀	
河北省阜平县旅游专项规划精粹.....	034
乡村旅游宜“五味杂陈”.....	043
山西好风光 风光在吕梁	
山西省吕梁市旅游业发展规划精粹.....	044
民族民俗文化对旅游的四大“催化”作用.....	052
河湟谷地 来自撒马尔罕的撒拉人	
青海省海东市百里黄河旅游经济带总体规划精粹.....	053