

书香
巅峰

解密“规划—运营—营销—投资”
四位一体全产业链实践

旅游 创新 开发



巅峰
案例

北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司课题组 著



旅游教育出版社

书香
巅峰

解密“规划—运营—营销—投资”
四位一体全产业链实践

旅游 创新 开发



北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司课题组 著



旅游教育出版社

· 北京 ·

策 划: 赖春梅
责任编辑: 陈 志

图书在版编目(CIP)数据

旅游创新开发: 巅峰案例 / 北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司课题组著. — 北京: 旅游教育出版社, 2017. 6

(书香巅峰)

ISBN 978-7-5637-3580-8

I. ①旅… II. ①北… III. ①旅游资源开发—案例—北京 IV. ①F592.71

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第125144号

图片使用声明:

本书所用图片作者已尽力联系了版权人, 未能联系到的图片权利人, 见到书后请与耿亦松联系。联系方式为: 010-57310000。于此向图片权利人诚挚致谢。

书香巅峰

旅游创新开发: 巅峰案例

北京巅峰智业旅游文化创意股份有限公司课题组 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	20
字 数	215千字
版 次	2017年6月第1版
印 次	2017年6月第1次印刷
定 价	68.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

美丽中国

巅峰智造



编 委 会

主 编：刘 锋

副 主 编：束 盈 朱明辉

编 委：刘 惠 李树平 李晓东 曹 璐 王剑秋
张 雯 刘馥馨 杜 学 黄健波 李明伟
王玉海 李 庚 代晓松 许立勇

特邀编委：袁铁坚

核心成员：李 方 李家杰 张红欣

参与成员：陈维国 陈永益 陈秋孜 冯晓莉 方 锐
高炽江 高雪娇 耿亦松 胡慧宏 黄健波
胡添虹 姜 波 康小娇 梁 琴 李晓峰
卢 亚 刘 超 李社强 吕中伟 乐林燕
邱 霞 孙晓强 王铭慧 徐璐思 杨艾妮
周 玲 郑小卫 曾 玲 张怀义 张 静
张 金 张劲夫等

序言

P R E F A C E

风起兮，旅飞扬！

人类社会正展现出前所未有的快速发展的进程，而人类追求真纯、善诚、美好的初心却未曾改变。

随着人类社会的发展，旅游业也正展开一幅波澜壮阔的画卷。旅游业天生就是崇尚真善美、创造真善美、传播真善美的伟大事业，这与人类的初心不谋而合。

从最早命名“达沃斯”，到今日“巅峰智业”；从单纯旅游规划到“一体两翼”，再到“四位一体”全产业链一站式全程服务，巅峰走过了一条非同一般的、文旅先行先探的道路。

巅峰，一直被梦想驱动着，一直为梦想奋斗着，一直向梦想前行着，坚定不移。

我们期望用“创意点亮世界”，让世界更美更好。我们倡导“创造极致风华”的核心价值观，秉承“美丽中国，巅峰智造”的使命，怀揣“让旅游不一样”的愿景，整合跨界资源与力量，用心用情创造心灵的触动。

我们以人为本，以客户为中心，以消费者体验为依归，以创意为灵魂，以“专业+创新”为特色，为文旅产业提供从策划创意到落地运营的系统解决方案，我们是“创意家+运营家+整合家”。

我们似“癫”般的创想、似“疯”般的投入，力求做到真正的文旅“巅峰”：即做最有趣的旅游项目，做令人尖叫的产品，做超乎想象的体验，以互动思维创造无与伦比的感动！



只有当旅游关切的是人、是人性、是人本身的时候，只有当旅游关照人真善美的初心的时候，只有当旅游关注人与自然、人与社会、人与人互动、感动的时候，旅游才能创新。旅游不仅仅是梦想、信仰、爱好，而且是拓展我们的生命，丰富我们的生活，甚至在旅行的过程中塑造不一样的自我。

初心不忘方为颠，阅山无数自成峰。

是为序。

刘 锋

01 CHAPTER

第一篇 规划引领，以智力主导创新价值

一 丝绸之路，时空画卷，创新打造国际旅游合作示范带 / 002

（一）项目背景 / 002

（二）项目过程 / 003

（三）核心成果 / 004

二 天天乐道，津津有味，天津旅游扬帆“十三五” / 014

（一）项目背景 / 014

（二）项目过程 / 015

（三）旅游“十三五”规划再认识 / 016

（四）核心思路 / 016

（五）项目重要成效 / 026

三 山地公园省，多彩贵州风，后发崛起打造贵州旅游升级版 / 028

（一）项目背景 / 028

（二）项目过程 / 029

（三）核心创意 / 030

（四）项目成效 / 037

（五）项目好评 / 037



四 清新福建，全面升级，铸造世界旅游品牌 / 039

- (一) 项目背景 / 039
- (二) 项目过程 / 041
- (三) 核心创意 / 042
- (四) 项目成效 / 048
- (五) 项目好评 / 049

五 阳光海南，度假天堂，描绘国际旅游岛新蓝图 / 050

- (一) 项目背景——新常态下国际旅游岛新要求 / 050
- (二) 项目过程——融情入力创作品 / 051
- (三) 核心创意——一张蓝图画到底 / 052
- (四) 项目成效——落实紧抓四大结合点 / 055
- (五) 项目好评——期盼已久的高度认可 / 056

六 十年绘制，跨越发展，一座来了就不想离开的城市 / 057

- (一) 项目背景 / 057
- (二) 核心创意 / 057

七 桂林山水，秀甲天下，转型升级塑造国际旅游胜地 / 066

- (一) 项目背景 / 066
- (二) 项目过程 / 067
- (三) 核心创意 / 067
- (四) 项目成效 / 071
- (五) 项目好评 / 072

八 五色炫曜，汉代侯国，铸造汉文化旅游目的地 / 073

- (一) 项目背景 / 073
- (二) 项目过程 / 074
- (三) 核心创意 / 074
- (四) 项目好评 / 081

九 蓝色港湾，魅力烟台，系统架构国际标准旅游公服体系 / 082

（一）项目背景 / 082

（二）项目过程 / 083

（三）核心创意 / 083

（四）项目成效 / 100

（五）项目好评 / 101

十 诗画养生地，水墨东江湖，全面助力东江湖 5A 创建 / 102

（一）项目背景 / 102

（二）项目过程 / 103

（三）核心创意 / 104

（四）项目成效 / 115

（五）项目好评 / 116

十一 太白醉世界，仙客聚青莲，谱写仙生活诗意小镇篇章 / 117

（一）项目背景 / 117

（二）项目过程 / 118

（三）核心创意 / 118

（四）项目成效 / 125

（五）项目好评 / 125

十二 体验湖光山色，重塑文化内涵，庐山西海的蜕变与再生 / 126

（一）项目背景 / 126

（二）项目过程 / 128

（三）核心创意 / 129

（四）项目成效 / 136

（五）项目好评 / 137

十三 寻梦巴比伦，徜徉凤龙湾，体验别致的东方伊甸园 / 139

（一）项目背景 / 139

（二）项目过程 / 140



(三) 核心创意 / 142

(四) 项目成效 / 146

十四 神奇张家界，七彩乡村美，智力扶贫中国乡村旅游 / 148

(一) 项目背景 / 148

(二) 项目过程 / 149

(三) 核心创意 / 150

(四) 项目成效 / 158

十五 残山造梦，变废为宝，实战构筑酒文化创意旅游综合体 / 159

(一) 项目背景 / 159

(二) 项目过程 / 160

(三) 核心创意 / 161

(四) 项目成效 / 166

02

CHAPTER

第二篇 运营支撑，以专业运营放大价值

十六 十年专注，智力描绘，助力周村崛起新辉煌 / 168

(一) 项目背景 / 168

(二) 项目过程 / 170

(三) 核心举措 / 172

(四) 项目成效 / 177

(五) 项目好评 / 177

十七 金牌管家，强强联合，开拓云台山发展新格局 / 180

(一) 项目背景 / 180

(二) 项目过程 / 181

(三) 核心举措 / 182

(四) 项目成效 / 186

十八 抗战生命线，照亮世界，焕发 24 道拐时代活力 / 187

(一) 项目背景 / 187

(二) 项目过程 / 189

(三) 项目成效 / 196

十九 筑巢引凤，巅峰智造，催生龙宫老树开新花 / 198

(一) 项目背景 / 198

(二) 项目过程 / 199

(三) 具体举措 / 200

(四) 项目成效 / 208

(五) 项目好评 / 209

03

CHAPTER

<<< 第三篇 营销拉升，以品牌塑造升级价值

二十 “互联网+” 吹响广东旅游发展新号角 / 212

(一) 项目背景 / 212

(二) 项目过程 / 214

(三) 核心举措 / 215

(四) 项目成效 / 221

(五) 项目好评 / 221

二十一 把握机遇，引领行业，旅游大数据应用创新实践 / 223

(一) 时代背景 / 223

(二) 需求探索 / 224

(三) 解决方案 / 225

(四) 服务模式再升级 / 230

二十二 “天下英雄城——南昌” 登陆央视 / 232

(一) 项目背景 / 232

(二) 核心创意 / 232



- (三) 项目成效 / 234
 - (四) 项目好评 / 234
- 二十三 大美青海，激活青海旅游 / 235**
 - (一) 核心创意 / 235
 - (二) 项目成效 / 237
- 二十四 品牌人格化，引领内蒙旅游新体验 / 238**
 - (一) 项目背景 / 238
 - (二) 顶层设计 / 239
 - (三) 品牌创意 / 239
 - (四) 营销落地 / 248
 - (五) 项目好评 / 252
- 二十五 豫见·河南，新媒体打动人心 / 253**
 - (一) 项目概况 / 253
 - (二) 核心举措 / 254
 - (三) 项目成效 / 263
- 二十六 海外联合，营销四川国际品牌 / 264**
 - (一) 项目背景 / 264
 - (二) 项目诉求 / 264
 - (三) 核心举措 / 265
 - (四) 整体效果 / 272
- 二十七 首届黔东南峰会，拉开中国民族文化旅游序幕 / 273**
 - (一) 项目背景 / 273
 - (二) 活动综述 / 274
 - (三) 视觉设计 / 277
 - (四) 活动影像 / 278
 - (五) 媒体传播（部分媒体传播示意） / 279

04

CHAPTER

<<< 第四篇 投资驱动，以资本杠杆撬动价值

二十八 绿心童乡，中国教育型儿童自然乐园探索与实践 / 282

(一) 项目背景 / 282

(二) 项目过程 / 284

(三) 项目成效 / 296

二十九 转型升级，全程助力布隆赛最美黎乡 / 297

(一) 项目背景 / 297

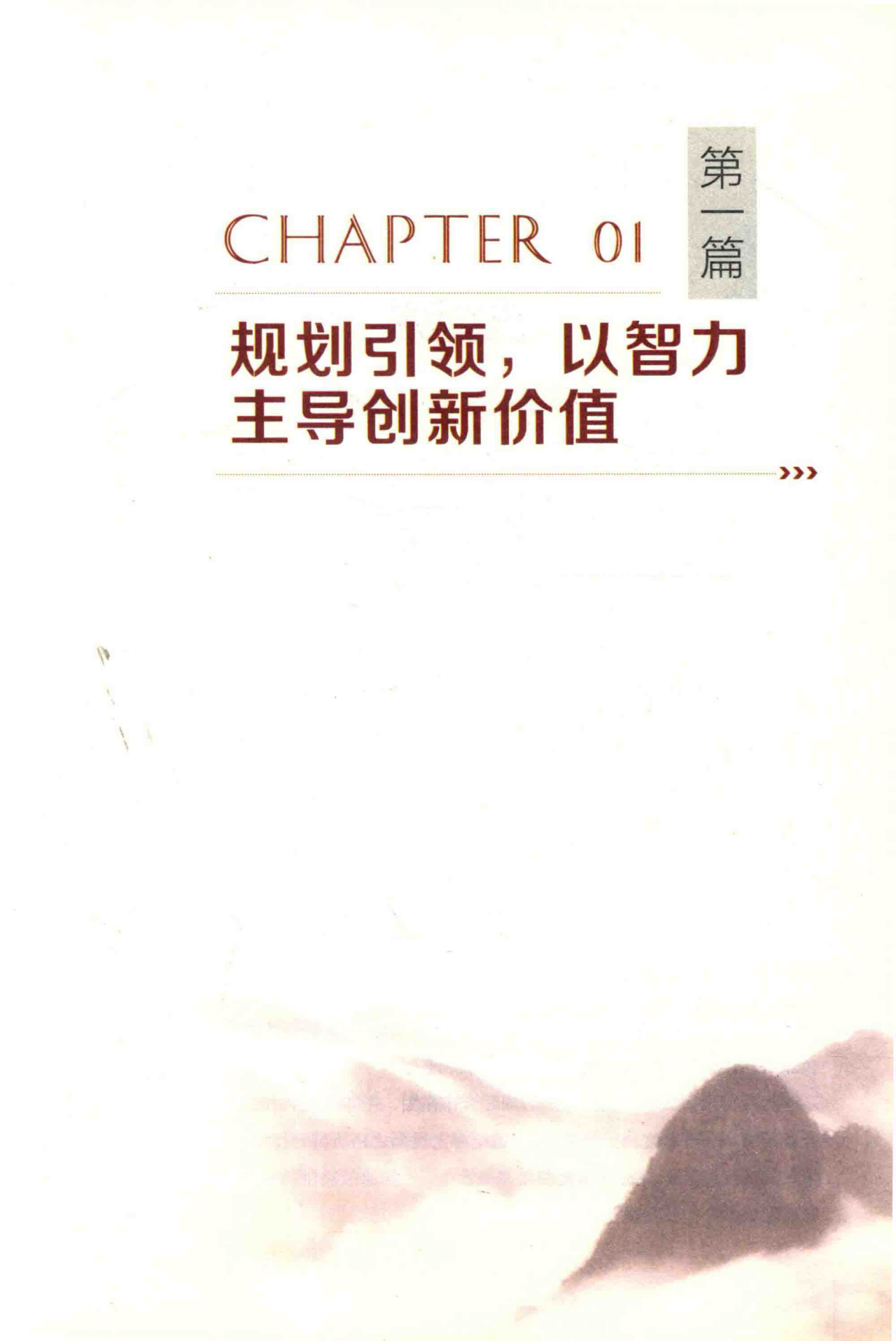
(二) 核心创意 / 299

(三) 项目成效 / 304

第一篇

CHAPTER 01

规划引领，以智力 主导创新价值





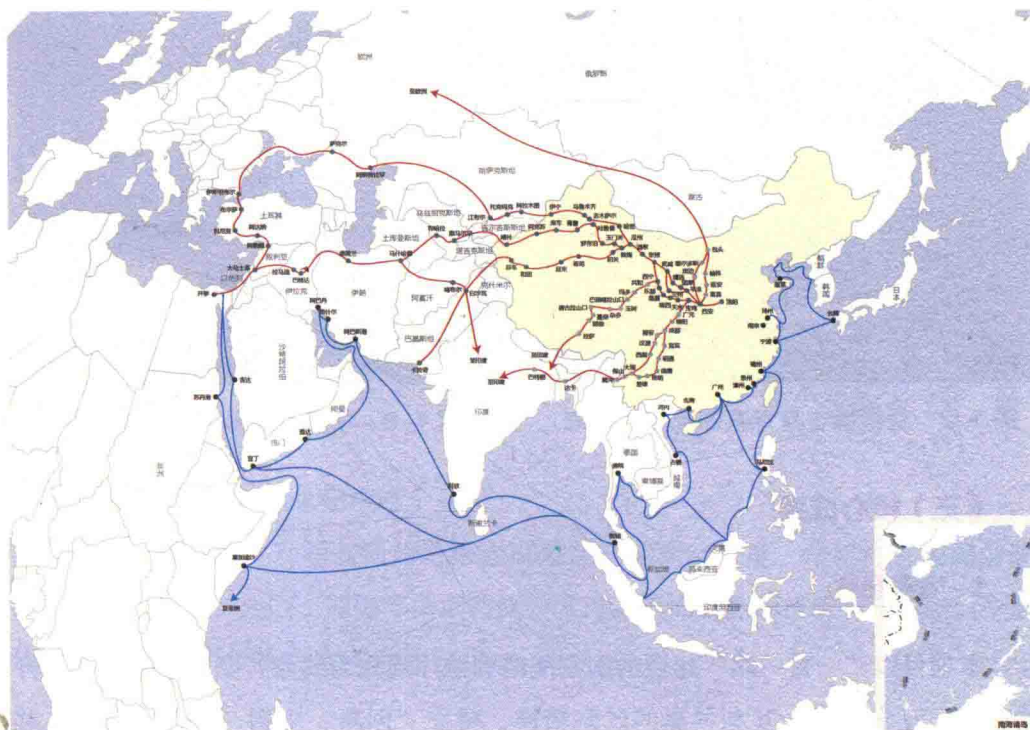
丝绸之路，时空画卷， 创新打造国际旅游合作示范带

——《丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路旅游
合作发展战略规划》

（一）项目背景

丝绸之路自古以来就是东西方贸易往来、文化交流和民族融合之路，是世界互联互通的先行者。中国国家主席习近平自 2013 年 9 月 7 日在哈萨克斯坦提出“丝绸之路经济带”概念以来，多次强调和充实“丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”（以下简称“一带一路”）国家战略，成为了我国确定的国内全面深化改革和全方位对外开放的国家战略。这一战略符合国际社会的根本利益，将会促进沿线国家的经济社会发展，彰显人类社会共同理想和美好追求，为世界和平发展增添新的正能量。习近平还多次强调“旅游业是综合性产业，是拉动经济发展的重要动力”“旅游是传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁”，并指出要发展丝绸之路特色旅游，让旅游合作和互联互通建设相互促进。

为落实国家战略，发挥旅游的国际合作作用，中华人民共和国国家旅游局特委托我司编制《丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路旅游合作发展战略规划》（以下简称《规划》），充分发挥旅游在“一带一路”国家战略中的独特作用和优势，有效确保旅游合作和互联互通建设相互促进。



审图号: GS (2008) 1424 号

图 1-1 “一带一路”路线示意图

(二) 项目过程

一个优秀规划成果的背后必定有一个夜以继日辛勤付出的团队，自 2014 年 7 月项目启动以来，巅峰团队就对本项目倾注了大量心血与精力，巅峰智业创始人刘锋博士、事业部总经理杜学等公司主要领导亲自操刀，并多次共计引进 20 余位国家级专家外脑，给予规划从总体战略到具体举措到语言措辞的全面深入的指导，项目参编人员共计 20 余名，跨北京、上海两地，召开项目组内部风暴会 10 余次、公司内审会 5 次，与国家旅游局局长、副局长等主要领导沟通汇报 12 次，征求意见 200 余条。

项目组始终秉承“巅峰视角，巅峰高度，巅峰专业”的巅峰精神，辛苦耕耘，大到“宏观战略、行业走向”的明晰充实，小到“咬文嚼字、标点符号”的工匠修改，日日有完善，周周有提升，形成最终成果，向国家旅游局递交了一份满意的答卷。