

浅谈如何做好旅游景区规划中的项目策划

——以襄阳九天玄女旅游景区规划设计为例

荆灿

中工武大设计研究有限公司

摘要：随着消费能力提升以及消费理念的转变，近年来我国旅游产业发展迅速。旅游行业体量的扩大，在拉动地区经济，增加就业岗位的同时，也加剧了旅游景区之间竞争的激烈程度。为保持对游客的吸引力，打造特色景区，从景区规划中的项目策划与特色游线设计出发，结合过往有益经验，立足于地区实际，转变思路，创新方法，推动旅游景区规划工作的有序开展。本文以襄阳九天玄女旅游景区规划设计为例，就旅游景区规划设计中的项目策划展开探讨。

关键词：旅游景区规划；项目策划；游线设计；文化融入

引言

旅游景区规划是一门综合性极强的设计类别，它的知识体系以规划设计为基础，融合了艺术学、社会学、人类文化史、建筑学、生态学等众多学科的理论，并相互交叉渗透。项目策划是做好旅游规划设计的前提，目前旅游市场竞争激烈，能否做出更有亮点，更有创意的旅游策划项目，是旅游景区开发成功与否的关键。笔者根据多年从事旅游景区规划设计的经验，以襄阳九天玄女旅游景区规划设计为例，总结出做好旅游项目策划的方法：

一、做好市场调研工作

设计师在做旅游景区的项目策划之前，应先做好市场调研工作，详细了解项目所在地的市场环境与客户源状况，有的放矢，有针对性的做好项目策划工作。

（一）与周边旅游景区竞合发展

九天玄女旅游景区项目周边有丰富的旅游资源：古隆中风景区，孟浩然文化旅游景区，灵泉寺生态度假旅游区等，这些旅游景区以文化体验与自然资源观光为主，九天玄女项目借助地区区位优势，与周边旅游产品竞合发展，打造特色生态文化康养综合体，完善襄阳市汉江流域的旅游度假产业链，促进了襄阳全域旅游的发展。

（二）做好客源市场调研工作

九天玄女文化生态旅游区根据景区规模和区位特色，将一级客源市场定位为：襄阳市内以及卧龙镇周边，满足当地市民的短期周末游和日常农家乐、亲子游、休闲娱乐聚会等活动；二级客源市场定位为：与襄阳市地缘关系密切的周边城镇及湖北省域内其他城市，如襄阳相邻相近的随州、荆门、宜昌、武汉、十堰等城市，主要发展周边市民的周末休闲度假游和文化体验活动；三级客源市场定位为：北省周边省市，以及全国范围内一线重点城市，远距离游客的短线旅游、养生度假游、农业休闲观光、会展旅游、苗木购买等活动。

项目策划需要针对旅游市场和客户群体需求，抓住主力，紧跟热点，突出重点，扩大旅游服务覆盖面，丰富旅游产品，开发场地复合型功能。九天玄女文化生态旅游区应把中青年旅游市场定位为主力客源，把中小学研学旅行市场定位为客源热点；中国60岁以上的人口超过2亿，银发市场是康养度假旅游产品的重点市场，也是九天玄女文化生态旅游区的重要市场。

二、地域文化植入与形象策划

（一）地域文化溯源与文化植入

文化即历史地理、风土人情、传统习俗、文学艺术、价值观念、审美情趣，精神图腾等。文化往往是旅游景区规划设计的灵感来源，任何一个旅游景区中的规划都不应离开文化的内在支撑。地域文化在漫长的历史演变中形成，具有鲜明的独特性。深入挖掘地域文化，打造地域特色，用故事性营造更加趣味、更加有文化底蕴的旅游空间，才更能产生情感共鸣打动游客。九天玄女旅游景区规划设计把襄阳道教神仙文化、汉水农耕文化与当地白马传说融入景区策划中，打造玄女花乡区、九天仙圃区、汉水农耕区、白马乐园与天香果园区五大特色景区，满足游客文旅

游、养生游与康体游等多方面旅游需求。

（二）形象策划

在地域文化植入的基础上做好形象策划，从地域文化中提取具有代表性的人物或者动植物形象，进行包装和设计，打造代表景区形象的特色IP。九天玄女旅游景区以中国道教神仙玄女为形象IP，以“玄女养生谷，九天逍遥湾”为景区形象定位，将九天玄女的美丽、智慧、孕育生命、传授养生之道等特质在景区中做集中展现，结合场地生态自然的肌理环境，打造一片赏心悦目的、宜游宜赏宜食宜居的养生胜地，同时配套体验型、游乐型项目，打造一处远离城市、自在逍遥的世外宝地。

三、项目策划结合特色游线设计

项目策划可以根据旅游景区分布和不同景点特色，打造多条主题游线，每一条游线有一个游览专题，串联不同的旅游景点。九天玄女旅游景区打造的特色游线有：亲子教育体验之旅，途径景点有乐善学堂、陶艺馆、有机农田、自然认知园、乐游牧场和户外拓展基地；趣味采摘体验之旅，途径景点有樱林花谷、莓果园、莓果公社、萌果乐园和蜜桃果林；玄女文化体验之旅，途径景点有游客中心、九天戏楼、九天宫、竹岭山居和颐养公寓；醉美花乡之旅，途径景点有玄女集市、花海游赏区、芳香疗养园、热气球基地、特色花卉培育基地和花果苗圃林；药香田园之旅，途径景点有四物养颜药谷、草药工坊、药博园和森林药养基地。

四、合理策划特色节事营销活动

旅游景区项目策划可以结合中国传统文化节日或者世界热点人气节日组织相应的旅游项目，通过特色节事做好营销，吸引更多游客。九天玄女生态旅游综合节事活动主要包括“桃花节”“花艺苗木展销博览会”“养生节”“汉水丰收节”和“采摘节”，通过各季度持续的节气活动引发旅游高潮，达到宣传推广目的。

花艺苗木展销博览会：依托场地良好的苗圃资源，每年举办花艺苗木展销博览会，在玄女集市设置展览会场，在各个苗木基地设置博览区，供参观者观光、采购。

养生节：夏季是一年中养生的关键季节，围绕“养生、和谐、发展”这一主题，举办养生文化交流、学术研讨、观光体验、药膳品尝、中药材展销等系列活动。

汉水丰收节：紧扣汉水农耕文化，邀请游客共同参与“打糍粑”“打包谷”“舞龙狮”“农事趣味竞赛”等活动，品尝襄阳当地特色美食，庆祝一年丰收季的到来。

采摘节：在园区蔬菜瓜果成熟时举办大小采摘节，使游人体验采摘乐趣，让家庭市场、亲子市场感受到农事体验的健康教育。

在节事营销的基础上，搭配各季度旅游主题推出“玄女赠礼”“花乡礼物”等带有纪念性的旅游商品，增加旅游收入的同时强化游客对旅游地的特殊记忆。

结语

在旅游景区规划各环节中，旅游项目策划是提升景区整体观赏、游览水平，满足游客消费需求的重要手段。为进一步突出旅游景区特色，避免景区同质化问题，需注意在明确旅游主题特色的基础上，以相关游览线路为框架，遵循市场与营销活动规律，结合地区特色，创新旅游策划方法，为后续相关景区规划工作的开展奠定坚实基础。

参考文献

- [1] 闫奇峰. 中国现代景观规划设计初探[J]. 发展, 2009年12期.
- [2] 马金玺. 塑造可持续景观 谱写大生态新篇[N]. 中国环境报, 2015年.