**理县国际民族文化生态旅游目的地**

**专项规划编制提纲**

（创意草案）

提交单位： 重庆市风景园林规划研究院

联系人：李永明（重庆市风景园林规划研究院策划总监）

联系电话：13983165699。

理县旅游，正在面临一场兴衰成败的大决战。

阿坝旅游，已经成为四川旅游和中国旅游耀眼的人气板块。而

理县旅游，在阿坝旅游板块中处于相对弱势，其超常规思维和跨越式发展，已经迫在眉睫，刻不容缓。

本专项规划，重在对已经制订的《阿坝藏族羌族自治州理县旅游发展规划》（2013—2025年）框架思路的细化、优化、具体化，推动理县旅游的创新突破和快速崛起，加快实现建设国际民族文化生态旅游目的地的既定目标。

旅游的发展，固然与资源有关，但更与创意有关。本专项规划的核心，是以创意策划为核心，致力于理县旅游总体规划的落地实施，致力于探寻理县旅游的突破之策，着力于快速打造理县旅游的吸引物体系，着力于构建理县旅游的强大磁场。

本专项规划，期限为2016—2020年，与理县“十三五”旅游规划同步，实可视为理县旅游的快速振兴规划。

**一、现状研判**

**（一）优势分析**

1、自然景观富集；

2、特色文化厚重；

3、综合资源卓异；

4、温泉独具魅力；

5、区位交通优越；

6、发展形势喜人。

**（二）劣势分析**

旅游吸引物不够新奇强大，尚未形成巨大吸引力。主要原因：

1、顶级资源缺乏；

2、龙头景区不强；

3、发展重点分散；

4、乡村旅游滞后；

5、功能配套偏弱；

6、旅游氛围不浓。

**（三）机遇分析**

1、国家宏观背景。旅游需求呈强劲增长势头，优势景区揽客能力具有优越性。川藏旅游，可望成为国家“十三五”旅游规划之重点，成为培育中的世界旅游目的地。

2、四川旅游战略。四川旅游，成为全国旅游增长最大的地区，旅游综合收入已经接近5000亿元，正在从旅游大省向旅游强省跨越。

3、发展重点倾斜。四川藏区旅游，成为与大成都旅游并驾齐驱的两大重点，其中四川藏区世界级旅游资源富集，旅游客流和收入呈现爆发式增长，是四川旅游的重要析块和重要增长极。

4、优惠政策支撑。国家和四川省、阿坝州鼓励旅游大发展，出台多种优惠政策。

5、联动效应初显。整个阿坝州的各个县，都在大力发展旅游业，阿坝旅游的品牌大大提升，人气快速聚集，给理县旅游带来良机。

**（四）挑战分析**

1、资源同质独占性弱。空气阳光、藏羌文化、红军文化、宗教文化、雪山奇观、森林资源、彩林红叶、绿色食品等，与周边各县大同小异。

2、产品同构魅力难显。同为藏羌走廊，理县有桃坪羌寨和甘堡藏寨，是核心吸引物，但是，汶川以禹羌文化为灵魂建立中国羌城，有龙溪羌人谷和号称第一羌寨的萝卜寨；茂县有气势磅礴的中国古羌城和羌族博物馆，且人气兴旺；马尔康有卓克基官寨、西索民居、松岗直波碉群。理县有毕棚沟雪山，而小金有四姑娘山、黑水有达古冰山。理县有米亚罗红叶，而黑水有奶子沟、达古冰山、三奥雪山、卡龙沟、红军大峡谷“五沟”组成的彩林世界。理县有红军文化，但以雪山草地为特征的红军文化，更有影响。理县有藏传佛教寺庙，但影响力不及其它寺庙。

3、毗邻景区强势逼人。除了大九寨、大草原、大熊猫三大世界级景区外，其它一些4A景区、省级景区也势头强劲，咄咄逼人。

4、过境旅游渐成惯性。由于顶级资源缺乏，景区同质化严重，缺乏客流吸附力，在很多游客心目中，理县成为九环线、红环线旅游的过境之地，游客在理县的停留时间较短，旅游消费量不大，从根本上制约了理县旅游的做大做强。

5、土地匮乏发展受限。依托核心景区，拓展相关项目，是做大做强旅游的特定法则。桃坪羌寨、甘堡藏寨、毕棚沟、古尔沟、米亚罗等理县旅游的核心景区，都存在一个共同的问题，可供有效利用的土地资源太少太少。

结论：优势劣势并存，机遇挑战同在。专项规划的目的，在于扬长避短，彰显优势，把握机遇，在困惑中突破，从困难中崛起。

**二、市场分析**

1、宏观需求持续增长。2014年，全国旅游总收入约3.25万亿元，增长11%，远远高于GDP的增长速度；四川旅游收入4891亿元，增长26.1%；阿坝旅游收入242.74亿元，增长24.06%。

2、多样需求快速裂变。从观光旅游为主，向度假旅游、休闲旅游、专项旅游转变。

3、本地消费增势强劲。大成都城市群，人口基数大，经济实力强，聚集了庞大旅游消费力。

4、周边客源潜力巨大。重庆直辖后的全面快速发展，形成了巨大的旅游消费群，成为理县旅游的重要客源地。陕西、河南、云南、北京、长三角、珠三角、港澳台等，也是重要的客源地。

5、入境旅游大有可为。藏区景观和藏区文化，在世界旅游格局中具有特殊的神秘感，对于世界各国游客独具吸引力。

结论：理县，被巨大的消费力包裹着。理县旅游的出路，在于做大做这做强旅游吸引物，

**三、总体思路**

**（一）策划原则**

1、创新突破原则（出其不意，标新立异）

2、魅力再造原则（依托现有景区景点，注入若干具有吸引力的元素，突出差异化特点，增加景区景点的游客吸附能力）

3、文旅融合原则（寻找文化与旅游融合的途径）

4、农旅互动原则（农业为旅游提供食物、景观支持）

5、多业整合原则（观光、休闲、度假、避暑、医养、运动、宗教清修等）

6、活化显化原则（现有文化的挖掘、提炼、转化，与其它因素嫁接，变成更多旅游吸引物）

7、科技时尚原则（如科技元素支撑的表演，与都市时尚人群的生活追求契合）

8、氛围营造原则（文化氛围的视觉冲击力营造）

**（二）指导思想**

关键词：创意策划、魅力再造。

**（三）形象定位**

**世界藏羌画廊**

**（四）宣传口号**

**藏羌的画廊，生态的理县**

**（五）发展目标**

**国际民族文化生态旅游目的地**

**四、规划重点**

四片一心，是理县旅游专项规划的重点区域。

（一）桃坪甘堡——藏羌文化观光体验区规划

（二）孟屯河谷生态观光暨户外休闲区规划

（三）毕棚沟、凉台沟生态旅游观光休闲区规划

（四）古尔沟、米亚罗旅游休闲度假区规划

（五）理县县城杂谷脑镇旅游支撑中心规划

本专项规划，将对四片一心，做出更加周详的策划和规划。

本规划提纲，以古尔沟、米亚罗旅游休闲度假区为例，反映规划编制者的策划规划思路。

**1、关于古尔沟的策划思路**

古尔沟的核心资源是神峰温泉。

神峰温泉，作为温泉品牌的名称，极好，故今后对古尔沟温泉，应该统一叫神峰温泉，不宜再叫古尔沟温泉。神峰温泉的名字，内涵丰富且极具魅力，十分方便传播，容易在人们心目中构成神奇美异的意象，能够激发人们的好奇之心和出游冲动。

对温泉的挖掘利用，要突出“神”和“峰”两个概念。神奇雪峰流出的神异温泉，应该成为人们对神峰温泉的普遍认知。

神峰温泉水温65度。日出水2000——3000吨。矿物质含量丰富，能泡能饮，是国内罕见的优质温泉。这样的温泉资源，完全足以支持古尔沟温泉风情小镇建设。

重庆创建世界温泉之都，在温泉旅游上具有丰富经验。建议借鉴重庆融汇温泉城和贝迪颐园温泉的经验，按照温泉城+温泉酒店+温泉别院+温泉医养+佛教研修+温泉饮用+智能蔬果 +养生食品等结合的模式，打造温泉风情小镇，力争成为世界级温泉旅游景区。

如，古尔沟小镇右侧有的下沟和上沟，平缓台地依山而上，可以发展高档的温泉度假别院。

如，利用藏传佛教和藏医药，推出温泉+清修+藏医药等结合的养生度假模式。

同时，考虑对温泉的循环运用，节约温泉资源；考虑对温泉富余热能（有约20度的热能富余）转化运用，如地暖、空调、锅炉等，节约能源。

**2、关于米亚罗的策划思路**

米亚罗的旅游，除现有的观赏红叶、藏寨风情、节会活动外，可以突出以下几个环节：

**一是在“好耍”二字上做足文章。**米亚罗既然是 “好耍的坝子”，就一定要在“好耍”两个字上挖空心思，做活文章。因此，要把“好耍”，作为策划米亚罗旅游的基石。

**二是致力于变红叶一季红为旅游四季红。**让旺季更旺，淡季不淡，应该成为米亚罗旅游策划的着眼点。

**三是做好米亚罗景区景点的提炼与打造**。参照西湖十景的做法，提炼出米亚罗景区的十大景点，如红叶幻影、彩林梦境、林荫诗画、八角碉寨、太古冰山、幽谷飞瀑、高山牧场等等（暂定），并对这些景点精心打造，让米亚罗景区变得丰富多彩。

**四是构建景区观景台**。选择一处高朗山峰，通过公路或索道到达，建立风格别致的观景台，既可仰望雪山，又可俯瞰红叶、彩林，还能远望群山万壑。

**五是开发雪景旅游项目**。赏雪景，登雪山，滑雪橇、堆雪人、做冰雕。举办雪山主题文艺、体育节会。

**六是做足“红叶”文化，打造浪漫米亚罗品牌。**挖掘开发红叶的浪漫文化内涵，将红叶题材的文学、艺术、人物、故事等，做成文化小品展示。建立红叶广场与红叶博物馆。举办特米亚罗浪漫红叶相亲会，配套红叶诗会，作为一年一度的大型节会活动。开发红叶的游戏，动漫等。宣传树立“米亚罗，浪漫红”的旅游形象。

**七是打造米亚罗世界爱情圣地品牌**。大胆将米亚罗定位为世界级的爱情圣地。将米亚罗的其它旅游元素，都向世界爱情圣地集中，来支撑世界爱情圣地的旅游形象。围绕这个定位，发展爱情婚姻旅游产业。建立婚纱拍摄基地、旅游结婚基地、金婚度假旅游目的地。举办世界婚纱节。建立世界爱情碑林。建立世界爱情圣地网站。

**八是策划推出重大节会**。可以考虑举办世界大学生选美大赛、中国民间歌舞大赛等，与强势媒体合作。

**九是策划爱情主题的旅游纪念品。**如书笺，镇尺，发夹，手镯，戒子，牛角梳、银器、保健食品等。通过规范化和艺术化的纪念品商场展示销售。

**十是优化旅游产品与节会活动的时序安排**。按照全天候旅游的要求，根据景观变化特点，将旅游产品和节会活动合理安排于一年四季之中，确保旺季更旺，淡季不淡，四季宜游，四季可游。

**五、乡村旅游**

在现有理县旅游总体规划基础上，乡村旅游应该注意以下问题：

**一是布局上与理县旅游四片一心的总体格局配套**。乡村旅游，一般皆依托于城市、景区等人流相对集中的地区，实为大旅游的重要补充。

**二是乡村旅游与农业的融合。**特别要注意农业的景观化、园林化，农业既要提供绿色食品，作为农业体验之用，又要作为旅游的景观，具有观赏价值，令人赏心悦目。

**三是乡村旅游物质与精神生活的丰富多彩。**食品要突出绿色、特色。娱乐方式要多样化，要让人呆得住。

**四是乡村旅游产品的多元化。**乡村酒店、农家乐、藏家乐、羌家乐、乡村旅游综合体等。农业型、文化型、生态型、民族风情型等乡村旅游，尽可能多样化。

**五是乡村旅游配套设施建设。**要让城里人享受乡村的生活环境，又能获得城市的生活便利。

**六、旅游产品**

客源的流向，是由旅游产品的吸引力决定的。要旺季更旺，淡季不淡，必须在旅游产品打造脱胎换骨，点石成金。

目前由桃坪羌寨、甘堡藏寨、毕棚沟、米亚罗等主要景点支撑的理县旅游，主要是观光旅游，旅游消费乃如流水一晃而过，没有沉淀下来，实现更多的消费行为。

除继续做大做强过境性质的观光旅游、稳住理县旅游的基础外，将重点发展以下旅游产品：

1、温泉养生度假旅游；

2、高山避暑旅游；

3、生态型乡村旅游；

4、藏羌文化体验旅游（可借鉴茂县之中国古羌城）；

5、以藏羌医药为特色的医养一体化度假旅游；

6、以藏汉佛教清修为特色的文化度假旅游；

7、运动、探险等专项旅游。

**七、旅游商品**

围绕民族性、艺术性、丰富性、实用性和时尚化、精致化、礼品化、规模化做文章。

**八、营销策略**

主要解决几个突出问题：

1、目标客源地的旅游偏好调研，做到营销策略有的放矢。

2、突出旅游形象的差异化与吸引力，将“世界藏羌画廊”作为“国际民族文化生态旅游目的地”的形象化概括，将这个旅游形象植入到游客心中，并在“世界藏羌画廊”总体形象之下，树立若干独具魅力的景点旅游形象，进而引起游客的内心向往。

3、按照游客的出游偏好，对旅游景区景点的魅力做出梳理提炼，为游客提供出游行为决策的若干理由。

4、事件营销与活动营销结合，提升景区景点的游客关注度。

5、以传播景区魅力为使命，做好媒体工具的科学化合理化运用，特别是各种新媒体工具的运用。

6、策划央视纪录频道的解密性纪录片，增强旅游景区景点的神秘感。

以上八个方面，是本次专项规划需要重要解决的突出问题，这些问题解决的程度，决定理县旅游崛起的速度和发展的进度。

至于规划编制中需要涉及的旅游基础设施建设、旅游服务设施建设、旅游资源与环境保护、旅游发展和规划实施保障体系、投资效益概算等规划，应该已经制订发布的《阿坝藏族羌族自治州理县旅游发展规划》（2013—2025年）为主要依据，故不在本次专项规划范围之内。

2015年5月5日星期二