



# 招远徐家古村落旅游区 现状调查与项目策划

小组成员：蔡卓 周子楠 计星 盛晓颖

谢寒飞 王子迪

指导老师：刘炳亮

2014 年 11 月 20 日

# 目录

第一部分 项目分析.....	1
1. 项目概况.....	1
1.1 规划总纲.....	1
1.1.1 项目范围.....	1
1.1.2 规划依据.....	1
1.2 现状分析.....	1
1.2.1 自然环境分析.....	1
1.2.2 区位交通分析.....	2
1.2.3 现状地形分析.....	2
1.2.4 徐家村旅游区分析.....	2
1.2.5 周边景区景点分析.....	2
1.3 资源禀赋及评价.....	3
1.3.1 自然生态价值.....	3
1.3.2 历史文化价值.....	3
1.3.3 游憩价值.....	4
1.4 市场分析.....	4
1.4.2 旅游市场调查分析.....	5
2. SWOT 分析.....	5
2.1 优势.....	5
2.1.1 市场优势：客源市场潜力大.....	5
2.1.2 资源优势：广袤山林俊美秀丽、农家风俗耐人寻味，特色文化点睛之笔.....	6
2.1.3 竞争优势：目前在胶东地区尚无此类的项目.....	6
2.2 劣势.....	6
2.2.1 市场劣势：旅游知名度低，品牌影响力较弱.....	6
2.2.2 资源劣势：资源品级不高，文化缺失.....	6
2.2.3 竞争劣势：基础设施、资源环境上有所欠缺.....	6
2.3 机遇.....	6
2.4 挑战.....	7
第二部分 项目策划.....	7
3. 策划思路.....	7
3.1 策划的出发点.....	7
3.2 旅游区策划理念.....	7
3.2.1 文化理念.....	7
3.2.2 经济导向型策划.....	8
3.2.3 社会导向型策划.....	8
3.3 旅游区开发原则.....	9
3.4 文化导入.....	11
3.4.1 文化主题思想.....	11
3.4.1.1 双线平行：.....	11
3.4.1.2 暗线涌动.....	12

3.4.2 主题文化介绍.....	12
3.4.3 主题文化应用.....	13
<b>第三部分 项目规划设计.....</b>	<b>13</b>
1. 功能分区和项目设计.....	13
1.1 空间布局及功能分区.....	13
3.2 旅游项目及重要节点设计.....	14
3.2.1 旅游项目.....	14
3.2.2 重要节点设计.....	14
3.3 入口、园路及标识解说系统.....	16
3.3.1 入口.....	16
3.3.2 道路.....	16
3.3.3 标识解说系统规划.....	16
<b>第四部分 基础设施规划.....</b>	<b>17</b>
4.1 旅游配套交通体系规划.....	17
4.1.1 对外交通.....	17
4.1.2 内部交通.....	17
4.1.3 停车场.....	17
4.1.4 交通服务.....	17
4.2 环卫设施规划.....	18
4.2.1 厕所.....	18
4.2.2 垃圾收集与处理.....	18
4.3 消防安全规划.....	18

# 第一部分 项目分析

## 1. 项目概况

### 1.1 规划总纲

#### 1.1.1 项目范围

徐家村景区项目位于招远市北部山区张星镇政府驻地东北 6 公里，美秀顶西麓的山谷中，南与口后王家毗邻，西与口后韩家交界，北与宅科、川里林家接壤，村庄占地面积 120 亩。该村 1966—1975 年为原徐家公社驻地，1975 年并归纪山公社（今张星镇）。地势南高北低，三面环山。

#### 1.1.2 规划依据

- 《中华人民共和国城市规划法》（1990 年）；
- 《城市规划编制办法》（建设部，1991 年）
- 《城市规划编制办法实施细则》（建设部，1995 年）
- 《旅游规划通则》（GB/T18971—2003）
- 《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18972—2003）
- 《中华人民共和国土地管理法》
- 《中华人民共和国环境保护法》
- 《中华人民共和国森林法》

## 1.2 现状分析

### 1.2.1 自然环境分析

本项目地块属暖温带季风区大陆性半湿润气候，四季分明，光照充足，年平均气温 11.5℃，年平均降雨量 671.1 毫米。春秋季节，阳光充足，适于北方水果生长；空气湿润而清洁。隶属于烟台市，与埠南张家村，孙家庄子村，欧家村，宅科村同乡，依山傍水，山清水秀。地形以丘陵平原为主，主要以发展农业种植为收入来源，区内经济作物经营良好。具有乡村旅游和生态旅游的基本条件。

### 1.2.2 区位交通分析

徐家村位于招远市北部，北靠龙口市，南接开发区和梦芝街道办事处，东邻玲珑镇，西壤辛庄、金岭两镇。目前，从招远区可以直接通过 S608 省道向贝到达该项目区，从张星镇可以通过区内公路到达。

目前只有 S608 省道和区内公路这两条道路与外界联系，景区交通的对外通达性较差；公路沿线景观环境较差，道路标识指示系统也不够完善，对旅游点的导引性也较弱，造成旅游点的心理可进入性较低；内部道路较为狭窄且地块之间连接不畅。因此，在规划中应进一步解决对外交通连接问题，营造沿线景观环境，完善交通标识指示系统，同时应系统地组织好内部交通体系。

### 1.2.3 现状地形分析

本项目的现状地块宽大、集中、多坡地，平坦的地块较少，旅游用地较为理想。景区中部旅游资源集中，景区临河，可建设用地少，因景区有较好的区块整体性和连贯性，有利于旅游项目的设置和交通组织。

### 1.2.4 徐家村旅游区分析

徐家村是目前胶东地区规模最大、保存最为完整、各类型历史建筑最为齐全的古村落之一，其中清末民初古民居 79 栋，保留完整、几乎毫发无损的徐天华四合院堪称民用建筑的精华，是京式风格、东北风格与胶东风格的完美组合，其木雕精细、砖雕叫绝，挑檐石采用青砖斗拱，屋梁屋笆编织精细，构造精美，处处蕴含着丰富的传统建筑艺术。徐家村为世界著名品牌——“龙口粉丝”的品牌创立者——以徐登墉为代表的徐氏（史称“洪泰”）粉丝家族的故乡，是中国粉丝之都山东招远粉丝文化领衔者，至今在国内唯一保留龙口粉丝（纯绿豆）传统制作工艺。

### 1.2.5 周边景区景点分析

招远旅游资源独特，自然人文景观交相辉映，形成了富有胶东特色的金矿文化，商埠文化，商帮文化和民俗文化。素有亚洲第一金山美誉的罗山，藏金量丰度，全国最具特色的仿宋淘金小镇特色鲜明。毗邻三个古村落各具特色：徐家村古村野趣浓郁，景色秀丽，文化内涵丰富，成为旅游开发的热土。

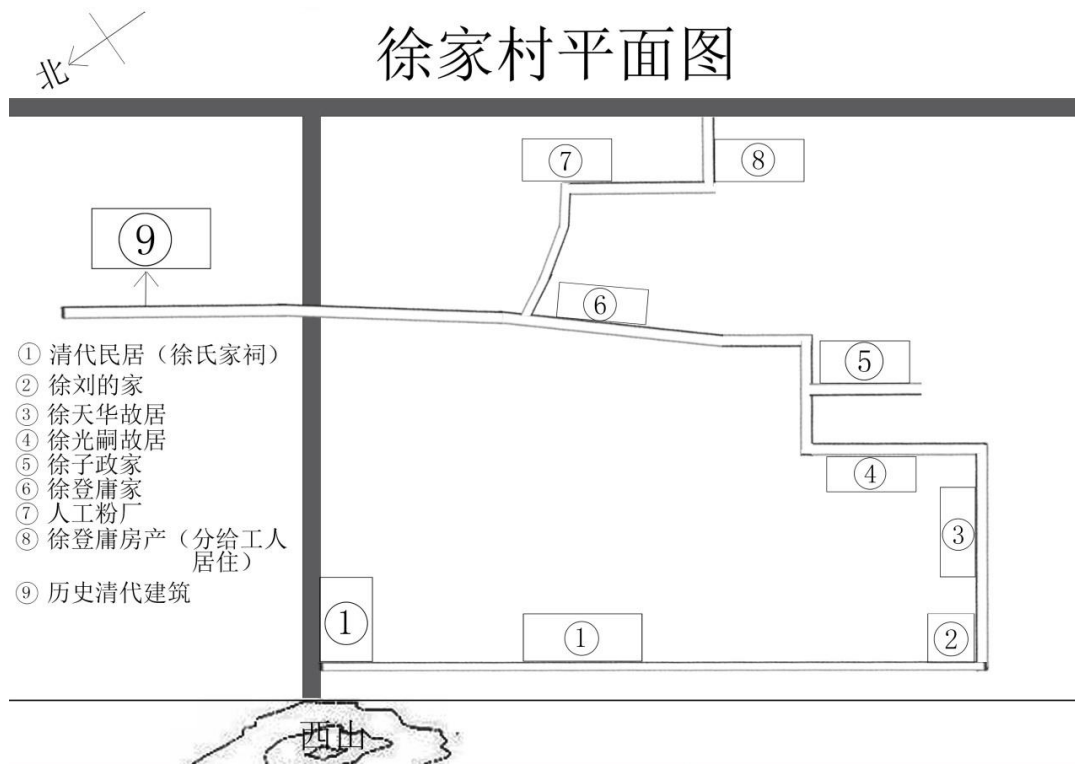


图1 徐家村总体平面图

## 1.3 资源禀赋及评价

### 1.3.1 自然生态价值

气候环境宜人。属温带季风气候区，温和湿润，四季分明，光照充足，雨量充沛。冬暖夏凉，气候宜人，空气清新，适宜人们休闲、度假。

植被繁茂，山体绿化植被茂盛，经济作物以柿子树等为主，鸟语花香，适宜景区的绿化、美化。

背山面水，地形平缓。该区块地形平缓，起伏的丘陵、幽静的山谷构成了山地乡野特色。背山面水，地块内大部分区域可见村内河流水景，以向阳坡为主。

该区块有着良好的自然生态条件，有城市稀缺的清新空气和绿色空间，可称它是一个城市的“绿肺”，具有较好的自然旅游资源，适宜于健体、休闲度假、生态、乡村旅游等旅游项目的开发利用，符合现代旅游开发的价值取向。

### 1.3.2 历史文化价值

徐家村是目前胶东地区规模最大、保存最为完整、各类型历史建筑最为齐全的古村落之一，其中清末民初古民居 79 栋，保留完整、几乎毫发无损的徐天华

四合院堪称民用建筑的精华，是京式风格、东北风格与胶东风格的完美组合，其木雕精细、砖雕叫绝，挑檐石采用青砖斗拱，屋梁屋笆编织精细，构造精美，处处蕴含着丰富的传统建筑艺术。地域文化丰富，徐家村具有商行历史，又是“王氏粉坊，徐氏粉庄与龙口粉丝”的发源地，拥有特色的胶东文化、名人文化、商帮文化和民俗文化。但村内历代传承不旺盛，底蕴深厚却确实传承。总之，该村具有一定的历史文化底蕴，这些历史文化的积淀，丰富了徐家文化内涵，为旅游开发建设奠定了人文资源基础。

### 1.3.3 游憩价值

区内自然资源丰富，呈谷深林幽、鸟语花香的山地乡野自然景观。背山面水，地块内大部分区域可见村内河流水景，湖光山色，适宜游览和休憩。但是，山林中水体稀少，目前山景略缺灵气。

综上所述，徐家村在旅游发展方面基本设施不太完善。由于地理方位较偏僻，比较鲜为人知。徐家村在经历文化大革命后，原本盛气一时的粉丝制作工艺已被慢慢遗忘，徐家后代也因文化大革命的影响不再以为徐家后人为豪。

随着时代的发展，落后的农业生产也被工业慢慢取代，村里的徐家后代只剩为数不多的老人还留守在村落中，基础设施等发展条件也不断落后，可供旅游业发展的基础设施寥寥无几，独具特色的旅游资源的发展也受到严重的限制。

虽然该区块自然资源尚可，但资源品级并不高，不适宜开发单纯观光型旅游项目，应凸现招远粉丝长久远的商埠特色，开发以度假、休闲、游憩、教育、追忆历史沿革的综合性旅游产品。该区块地域文化深厚，可挖掘的与周边景区具有差异性的文化单一，因此，应进一步挖掘文化，发掘文化“闪光点”。

## 1.4 市场分析

### 1.4.1 客源市场

◆客源市场分布：招远市区、烟台、青岛、济南、威海、大连等。

◆客户类型：城市白领，商帮文化爱好者，企业，文化产业从业人员，学者、创意产业群体以及学生群体等。

◆客户群体特征描述：

A. 总体素质高，追求相对高的生活品质，追求喧闹以外的宁静安逸，希望

得到不嘈杂的生活。

B. 具有较稳定的收入。

## 1.4.2 旅游市场调查分析

### 1.4.2.1 本地客源市场主要特征

随着经济的发展，人均收入的不断增长，以及城市化进程的加快、工作节奏的加快，人们的各种需求也在不断变化，运动、健身、休闲、游憩、度假正逐渐成为一种生活方式。胶东半岛已经从增长见识、开阔视野的长距离旅游向中短距离的休闲度假、情景体验等自助式、特色型旅游转变；对单纯观光的意愿减少，大多愿意选择安静、舒适、能与大自然亲近，同时又能享受到特色的游乐、观光、美食、住宿以及文化的旅游目的地。

但是，随着旅游市场需求的不断扩大，招远本地市场的有效需求未能被充分满足。

### 1.4.2.2 外来客源市场主要特征

由于招远已经具有有特色的度假旅游产品，目前外来客源的主要目的以观光体验为主，大多选择招远比较有名的或是独具特色的景点景区，行程松散，消费弹性较大。外来游客大多数停留 3 天左右，游览 3—4 个旅游景点，饮食相对本地游客的享受性需求不同，注重胶东特色美食和小吃。

### 1.4.2.3 分析结论

综上所述，徐家村地区的旅游客源市场尚需以旅游景点的差异性建设为前提进行市场细分。以开发个性化、有历史的旅游产品，来影响区域旅游市场

## 2. SWOT 分析

### 2.1 优势

#### 2.1.1 市场优势：客源市场潜力大

胶东半岛不乏景区，招远市与烟台市也早已是旅游胜地，联动的合作势必将胶东半岛的游客引入招远古村落，为徐家村带来潜力巨大的客源市场。



### **2.1.2 资源优势：广袤山林俊美秀丽、农家风俗耐人寻味，特色文化点睛之笔**

项目区内拥有原生态的天然植被，如桃林、柿子树林等，空气清新，环境幽静。同时，古村比较幽闭，尺度宜人，现状几乎没有建设项目，开发程度低，给旅游规划提供了自由雕琢的广阔空间，农家风俗淳朴好客，龙口粉丝特色鲜明。

### **2.1.3 竞争优势：目前在胶东地区尚无此类的项目**

招远古村落在 12 年成功评为国家级古村落，招远龙口粉丝世界只此一家，后代传人都保存完好，具有独到的文化特质优势。

## **2.2 劣势**

### **2.2.1 市场劣势：旅游知名度低，品牌影响力较弱**

与周边景区相比较，有烟台蓬莱阁招远金矿等国家级旅游景区，与之相比古村落竞争力薄弱，没有知名度。且项目开发启动宣传营销不足，缺乏名气和影响力。

### **2.2.2 资源劣势：资源品级不高，文化缺失**

现状整体风景较为平淡，景观资源品级较低，吸引力不够大，不适宜开发单纯观光游览的旅游项目，需要较大投入，营造景区景观和主题氛围。

本项目景区景点的文化涵盖较浅。可挖掘的个性化、特色化、时代感文化内涵相对单一，且本项目地块内历史人文遗存遭到破坏。景区文化保护和修复难度加大。

### **2.2.3 竞争劣势：基础设施、资源环境上有所欠缺**

与周边的同类景区如招远淘金小镇等相比，徐家古村落的基础设施建设不完善，交通道路及路牌路标、生活设施配套等相对滞后，前期需要较大的投入改造，因此与同类产品竞争时相对处于弱势。

## **2.3 机遇**

2013 年 2 月 21 日，长期关注胶东地区历史文化的同济大学博士王建波，在作了大量研究后，致信招远市委、市政府，建议将高家庄子村等四村申报省级历史文化名村和中国历史文化名镇名村。

2013年5月28日，住房和城乡建设部、文化部、财政部联合下发《关于公布第二批列入中国传统村落名录的村落名单的通知》上，烟台市招远市张星镇徐家村被选为中国传统村落，此后，招远市着手成立历史文化名村、传统村落保护工作领导小组，对上争取专项保护资金，同时抓紧制定保护规划，打造胶东半岛传统村落群。在此基础上，发展乡村旅游等保护性开发，以增加村民收入。（有关专家指出，让村民从古村保护中受益，让传统村落活起来，文脉传下去，这是传统村落生生不息的根本动力。）

招远市政府正不断地向各优秀规划教授和高等教育研究院等有关机构寻求开发保护方案。

## 2.4 挑战

村里160多户人家，闲置大批房屋，留守下来的多是老人。空心化问题严重。古村落文化遗址全国各地丰富，徐家村拥有独具特色的粉丝制作工艺，可但内容单一，没有完善的粉丝制作工艺和生产基础设施。由于地脚偏僻、专业知识缺乏，导致宣传和营销手段渠道不畅，徐家村及其周边交通通达状况不完善。由于年轻人都外出打工或定居外地，徐家村历史文化传承受到很大的挑战。

# 第二部分 项目策划

## 3. 策划思路

### 3.1. 策划的出发点

徐家古村销售的是古村山林中的商埠文化与古农村生活。不但要有生活，还要有度假；不但要活得精细，还要活得理想；古风徐徐和商业文化并存。

### 3.2 旅游区策划理念

#### 3.2.1 文化理念

徐家村——回归自然的旅游目的地，在蜿蜒的石板路上找寻全新的自己，在粉庄中追忆历史的更迭，相拥山林草木，相伴朴实农家。

### 3.2.2 经济导向型策划

以规模型旅游进而发展食、住、行、游、购、娱的全方位经济。以保存历史为前提，注入新时代元素。

- 1) 以龙口粉丝的文化遗产为主线的粉丝经济（参观、参与、销售、本村品牌销售）。
- 2) 积极在保存历史建筑和原始风貌的前提下发开大中型集合吃、住、购、娱的农家乐经济。
- 3) 与大型农家乐相呼应的其他小吃（特别是正宗龙口粉丝店内品尝、特色羊汤）等店铺的招商开发经济。
- 4) 徐家村自产的水果售卖经济。（标准打包带走服务、现场吃的清洗服务等人性化服务推出）
- 5) 发展与旅游集散地的交通（每日固定通车保证散客客源），与相关旅游目的地的交通线路开发的交通经济。
- 6) 修建博物馆（博物馆可以少门票或免门票），但可以推售徐家村特色的造粉工具模型的售卖、集徐家村历史、建筑和文化于一体的明信片、书籍（出版一部或几部不同角度的关于徐家村全方位介绍的书籍）等博物馆经济。
- 7) 充分利用徐家村丰富的山林、植物资源，开发森林氧吧的休闲经济。
- 8) 聘请高素质的导游人员，提供独特且有感染力的导游讲解服务经济。
- 9) 以采摘苹果、柿子、山楂等水果的采摘经济。
- 10) 可以在以后慢慢发展现有资源经济的前提下开发鱼塘垂钓等新经济。
- 11) 开发植物经济，即大型、中型、小型徐家村盆栽的销售。附加 DIY 区域，让年轻人自己种下他们心中具有独特意义的小盆景，留下美好记忆。
- 12) 引进胶东独特民间艺术及徐家村自己的手工艺品经济。
- 13) 以养生为主题的养生娱乐经济。（汗蒸、按摩、针灸等形式）

### 3.2.3 社会导向型策划

- i. 徐家村的整体旅游项目如果可以实施开发、引入客源、发展经济，将会在社会上备受关注。不仅仅是徐家村龙口粉丝的文化得以传承和发展壮大，更能够对胶东的建筑、文化等方面的传承作出特殊贡献。
- ii. 徐家村本身就拥有着很深的历史、文化的积淀，在名声稍微打响之后不仅

可以吸引大量的游客来观景、游景，更会吸引热爱历史学、民俗学、地理学、土木学、建筑学、旅游管理等专业的学生、学校来此考察学习。

- iii. 徐家村的发展潜力是巨大的，未来在目标一步步实现、优化的过程当中，必定会给最初的开发商、当地居民、周边地区等带来可观的经济效益。
- iv. 为将来更多的申请保护、文化遗产等做好铺垫。

### 3.3 旅游区开发原则

同上述的预计达到的经济效益为开发前提，标注上述提出的食、住、行、游、购、娱六个方面的对应的开发原则。

#### 1 关键字——粉丝

1)、在对徐家村龙口粉丝的整体开发中，最重要的是保证必须尊重传统工艺的原则。保证原材料——绿豆的品质，注重后续工艺加工的各个流程的完整性。无论的泡料还是打浆、晾粉等等各个流程都要手工进行。

2)、最佳的观赏型开发地点则应为位于村中的粉庄旧址，有着无限历史的建筑小院配合古老传统的工艺，是对徐家村龙口粉丝文化最佳的传承。

3)、并加入同游客的互动环节，让游客可以近距离参与造粉的每个环节。加入新时代的元素则可以在粉庄里设有关于徐家村龙口粉丝的历史、工序等介绍的广播。

4)、开发在距徐家村粉庄最近的房子和村口两部分，保留原有建筑特色和装修风格，将其开发成正宗徐家村龙口粉丝的最大售卖商铺。

5)、印刷精致且有收藏感的徐家村龙口粉丝宣传册，宣传册要免费，且每张宣传册都留出可以 DIY 的区域，让收藏者可以抽藏独一无二的宣传册。这样他们会更加在意，提高收藏价值。免费发放虽然会有一定的经济投入，但可以在自助取放处设捐款箱——用于徐家村龙口粉丝文化传承的宣传用。

#### 2 关键字——农家乐

1)、在建设大型农家乐之前选址很重要，要有徐家村的传统建筑特色，要保证面积，最重要的是得到同原住户支持。

2)、无论装修还是食宿在设计上都要具有古朴、徐家村、胶东特色。

3)、除去对原住宅进行开发建农家乐外，也可以的徐家村的一角新建一个内

部稍现代化，但外形上尽可能靠近原有徐家村建筑的整体风格，不要显得突兀。

### 3 关键字——小吃店铺

关于小吃店铺的开发，位置当然要遍布整个村。

1)、粉浆饭店——这将是极具徐家村特色的美食，配合应季菜品和其他粉丝菜品。

2)、徐家村羊汤——羊汤历久而醇，口味独特。既然是徐家村的特色也应将其传承、发扬。

3)、大众型小吃——特色店要和传统大众型相结合，游客大多都有品尝当地特色美食的习惯，但太过于独特很多人可能接受不了，此时传统大众都可以接受的店铺就会有很大的开发空间。

4)、超市开发——小、中型超市的开发很有必要。

5)、饮品类——茶馆亦或是装修独具味道的咖啡 Bar，还远离喧嚣游客一个温暖的午后时光，邂逅新的自己，邂逅清新自然。

### 4 关键字——街边水果售卖

1) 关于开发街边的水果售卖，关键在于街边的休闲随意性，甚至无需店铺，村口处、小巷中皆为好地点。

2) 水果品种以当地特色的水果为主，但也要有大众水果的供应。

3) 打包带走的生意会有，但想走大批量的售卖可能性较低，但还是要有的。

4) 即食为主，单个销售或者半成品销售，卖的是服务。即，即使买一个也提供清洗服务，瓜类切好，自制水果捞等边走边吃的那种。

### 5 关键字——交通

1) 关于开发交通，首先应考虑在距离村口一定距离的地方修建停车场。由于徐家村位于招远市北的张星镇，一个旅游目的地的成功开发必行离不开源源不断的客源支持。最初的客源来自于主动出击。主动联系烟台周边市、区的旅行社、烟台周边的大学，开发独特的一日游路线等。

2) 同烟台市、区等交运公司联系，开发直达徐家村的直通车路线，早发晚回。

3) 同周边的旅游目的地联系，开发两个旅游目的地间的直通车路线，真正的互惠互利。

### 6 关键字——博物馆

- 1) 关于博物馆的开发，位置应选在村口。以展示徐家村历史风貌、传统文化、徐家村龙口粉丝的历史与加工过程等内容为展览主体。门票可以免费。
- 2) 在门票免费的前提下，对于其前期投入不能一点儿成本不收回。因此要推出博物馆的相应附属产品，即推售徐家村特色的造粉工具模型的售卖。
- 3) 集徐家村历史、建筑和文化于一体的明信片、出版一部或几部不同角度的关于徐家村全方位介绍的书籍。

## **7 关键字——森林氧吧**

- 1) 关于森林氧吧的开发，位置选择上要充分考虑到徐家村可谓三面环山，山林除了果树外，山岚间的各种其他树木可谓种类众多。是森林氧吧开发的绝佳位置。
- 2) 森林氧吧体现在亲近自然，按季节来讲：春来赏花踏青，夏来避暑遮阳，秋来采果收获。开发登山路线、采摘园。
- 3) 森林氧吧是休闲的好去处，因此要同下面要介绍到的养生娱乐相结合，在山中修建养生按摩院，提供汗蒸、按摩、香薰、针灸等项目。

## **8 关键字——工艺品**

- 1) 关于开发工艺品店，位置应遍布生个徐家村，售卖人集中在当地居民。
- 2) 可以是徐家村特色、胶东特色等。

### **3.4 文化导入**

#### **3.4.1 文化主题思想**

鉴于徐家村特有的特色资源以及文化风俗，设立四条文化线路：

##### **3.4.1.1 双线平行：**

###### **明线一：商埠文化**

关于徐家村的商埠文化能够发展起来并被记载，应该得益于徐家村粉丝生意的缘起。优秀的粉丝打开商路，通过原始水路走向各个国家。因此，我们的商埠文化设计还是要以徐家村粉丝为大的主体来进行。

###### **明线二：回乡寻根**

回乡寻根，寻的便是徐家村的根，徐家村粉丝的根。因此回乡寻根也同样以徐家村粉丝为线索来进行的。徐登庸由于当年经商的缘由，其徐家村后人现居住

在外的占多数，想必他们必定了解自己家族的历史，即使心里有回来的欲望也被无从预知的现实所羁绊。趁此次对徐家村的来发，可以圆梦徐家村后人。

### 3.4.1.2 暗线涌动

#### 其他特殊线路：回归自然线路

以森林氧吧和果园采摘等为主要目的地，开发亲子互动游玩、养生按摩系列等游玩项目路线。品尝独特美食，亲近自然。

#### 其他特殊线路：建筑

小四合院的古老建筑是徐家的一个特色，同许多各派建筑一样具有很大的吸引力。因此，很适合文艺青年们的青睐。走够了，停在某间静谧的咖啡 Bar 中，静享时光。

### 3.4.2 主题文化介绍

#### 招远粉丝：

招远是“龙口粉丝”的发祥地和主产地，其有文字可考的历史，可追溯到一千年前。极具代表性的绿豆粉丝生产，始自宋、明朝，兴于清代，盛于今朝。数百年来，招远始终为中国第一大粉丝生产基地，约占全国总产量和出口总量的70~80%，可谓“粉丝王国”独尊。而今，龙口粉丝已成为蜚声中外的驰名商标，是一个荣获部优、国优和国际食品“金桂”最高奖项的世界名牌产品。“龙口粉丝”自诞生以来，由于命名的特定历史环境和本身固有的历史缺陷，长期以来品名品牌之争、产地之争和经营上的无序竞争，致使招远的粉丝生产企业一度受到困扰。因此，正本溯源，加大“龙口粉丝”发源地和主产地的宣传，保护传统名牌产品，维护正宗主产地声誉已迫在眉睫。为此，极有必要对其历史资料进行系统整理，编纂志书以彰显历史。20世纪80年代初，招远县史志部门曾试图编纂出版《龙口粉丝志》，终因条件所限，未能成行。而今，市地方史志办公室下大力气挖掘历史资料，广征博采，认真编修，终成《招远市龙口粉丝志》，其精神可嘉，其成果可贺，其功绩可存。

#### 建筑特色：

从进入徐家村开始，古老独特的石板路鉴证着历史的沧桑记忆；碎石块累叠的院墙诉说着曾经的辉煌故事；房屋外形古典精致，雕花、雕刻掩映，是经典更是繁华过往的记录者；闭合的小四合院是一个个缩影，如今仍然被传唱、传承；

略窄的小巷，蜿蜒深远，百年前的街坊邻里闲聊的场景历历在目；蔓墙而生的植物同村里的百十课古树一同庇荫着一代又一代的徐家村人生养繁衍；这便是现存完整，历史悠久的徐家村。

### 3.4.3 主题文化应用

**商埠文化：**商埠文化是有历史的通商文化，通过最初拥有产品——龙口粉丝，和销售终端——外界、海外，所缺少的就是中间的渠道。现如今渠道多种多样，最原始的商埠可能不再是最佳选择，但却是我们前辈的智慧。因此，通过景区的设计，让更多的后人了解这种文化，记录这种文化，传承这种文化与精神。

**粉丝文化：**在徐家村景区设计中要重点突出招远、徐家、龙口粉丝。因为这是整个徐家景区的灵魂。并且通过景区的建设对传统造粉手工艺进行保护、传承与发扬

**建筑文化：**在徐家村景区设计中要完整保留且尽可能的按原来的样貌复原、保护、修复。

**人文文化：**勤劳、善良和朴实是扎住在村里一辈子的老人们身上最闪光的地方，在景区开发后会对他们的生活产生巨大的影响，影响的同时好的精神还是要尽可能的保留。

## 第三部分 项目规划设计

### 1. 功能分区和项目设计

#### 1.1 空间布局及功能分区

根据本项目的主题文化定位和资源空间分布，结合地形地貌，本规划项目的总体布局主要思路如下：

#### “T轴二组团三区块”

- T轴

以徐家古村落的商埠文化作为主线，用贸易(TREAD)的T字母作为旅游路线，并且将景区用T字分成三个部分（见图）。确立以商为本，以粉为基，以古风为风格的结合紧密，架构分明的主题产品。

- 二组团

根据地形地貌和旅游功能空间主题特征，以区内干道为旅游交通主线，形成两大主题化的旅游产品组团，分别针对徐氏烟华区和古风寻觅区进行开发运营。



### ● 三区块

结合交通状况、山体植被、可建设用地等条件，形成良好的功能空间结构和游线节奏，分为入口区、商埠文化区和古风寻觅区三大功能区块。

入口区位于本项目地块西南端，设置入口景观和接待配套设施，为景区主入口；商埠文化区占本项目地块的西部，是徐氏粉丝和商业理念的展示景区，主要由徐氏宗祠，徐天华故居，徐光嗣故居，商埠文化体验区，水上繁商展示区这些商埠文化主题小区块组成；古风寻觅区位于本项目地块的东部，主要展示明清建筑和生活风俗方式。由入口出发，向北依次游历。

## 3.2 旅游项目及重要节点设计

### 3.2.1 旅游项目

#### 3.2.2 重要节点设计

##### 3.2.2.1 主入口区

**文化体现及创意构思：**

本旅游区主入口的设计风格不同于一般旅游区夸张、彰显气势的设计特色，而以商人的质朴明快为设计理念，以厚重木门、石路、植物造景为设计元素，营造古朴、自然、舒适的空间入口。

**空间展示：**河岸的平缓地块设置主入口，入口设置一扇古朴的木门，木门匾额上书“徐家商埠古村”。以木门作为空间隔断，既确定了旅游区的范围，又自然地引导游人步入旅游区，起着隔断空间与引导游人的双重作用。在周围植被繁茂的环境下突然出现的古村落给游人眼前一亮的视觉冲击感，古朴与自然交相辉映又互相融合，别有一番柳暗花明又一村的意境。

进入木门后，石路沿用古村落本来的青石板铺地；在入口引导景观的延伸空间上设置一些用青砖堆砌的趣味空间小品和一个休憩凉亭，供游人停留、休憩。

**植物配置：**

植物配置以大乔木为主，辅之于灌木，大门口用金钱树作为点缀。大乔木的选择以遮荫效果好、观赏效果佳的树种为主；灌木的选择上不但注重植物的景观效果，还要注重植物的香化作用，营造暗香浮动、心旷神怡的空间。金钱树贴合景区的文化内涵。

##### 3.2.2.2 商埠文化区

### 文化体现及创意构思：

用蕴含文化品位的明清建筑、引人入胜的廊回设计、开放的特色餐饮和会所以及徐氏古遗迹营造让游人无尽感慨的历史变换之感。

### 空间展示：

附图

### 植物配置：

保留并梳理原有植物，庭院和胡同中植以金钱树。

#### 4.2.2.3 古风寻觅区

### 文化体现及创意构思：

此处选取了明清人真实生活风俗为设计背景，用重现展览的方式景来表现主题，凸显浓郁的胶东地域文化底蕴。佐以流行的农家乐旅游方式，将后山开发与景区结合，给游客更多休闲游憩的选择。

### 空间展示：

附图

### 植物配置：

以原有植物为主，配置稍许竹子和草坪进行氛围营造，点缀以金钱树。

功能区块	序号	项目设计	规划要点
入口区	1	主入口引导景观	“徐家商埠古村”标志
	2	生态停车场	停车场、小型管理用房
商埠文化区	3	徐春芝粉坊原址	徐氏龙口粉丝介绍
	4	徐氏名人雕像廊	介绍徐家的名人和奋斗之路
	5	集散小长廊	用于人流集散、交流
	6	徐氏烟华引导隔断	上书“徐氏烟华”
	7	在商言商会所	明清会馆建筑风格，会议用房、庭院、设置插花台、小吧台等
	8	徐登塘粉坊原址	古法制粉丝展示，游客体验
	9	食粉吧	特色餐饮
	10	龙口粉丝引导隔断	上书“龙口粉丝天下馋”
	11	观景阁	放眼古村
	12	徐氏祠堂	徐氏特有商帮文化
	13	徐氏景观小品	商帮出船，植豆制粉主题小品

	14	香港风云阁楼	徐氏粉庄香港分店的风云史
	15	水上商贸中心	模拟水上商贸
	16	商帮文化小楼	介绍中国古来有之的商帮文化
古风寻觅区	17	明清诗主题景墙	文化景墙、明清诗文化
	18	吆喝廊	明清商贩走街串巷叫卖的吆喝小品
	19	家居馆	介绍、展示明清生活物件
	20	书画长廊区	书法作品长廊、古书信古书展览
	21	大碗茶	跑商特色大碗茶
	22	花香谷通道	在后山谷里遍植桃花,设置山水小品和喷雾装置
	23	生态果园农庄	后山柿树园,体验农庄生活
	24	“童叟乐”游憩区	儿童娱乐、老年健身设施、业主手印小品
	25	“竹林风”休憩区	休憩平台、观景平台

### 3.3 入口、园路及标识解说系统

#### 3.3.1 入口

综合考虑旅游区道路布局、人流方向等诸多影响因子,强调旅游区的可达性、均好性、便捷性和合理性,同时保证旅游区的完整性和管理的便利性,本组考虑设置1个主出入口以及一个次出入口,以利于集散人流和限制车辆入内,具体位置于沿河岸南端大路口。景区主入口位于商埠文化区附近,设置入口管理用房和生态停车场;各入口设置入口标志,形成良好、醒目的入口形象。

#### 3.3.2 道路

根据本项目地块的地形地貌等实际情况,依存已有的道路设计。主要分两种,分别为电瓶车道路和步行道路。

电瓶车道路:电瓶车道能为旅游车所用,用青石板铺地。主要连接入口区沿河主路。

步行道路:游步道用青石、卵石、碎石等材料铺地,建筑群内为石板台阶,后山区域为登山步道,与周围景观环境融为一体。

#### 3.3.3 标识解说系统规划

标识解说系统包括全景图、导游图、景物介绍牌、导向牌、路标、标识牌等传递信息的标志。具体分下列几种:

名称标志——标志牌、设施标牌、树木名称牌等;

环境标志——旅游区全景图、导游图、停车场导向牌等；

指示标志——方向指示牌等；

警告标志——限速标志、禁止入内标志等；

解说标识——景观介绍牌、小品介绍牌等。

## 第四部分 基础设施规划

### 4.1 旅游配套交通体系规划

#### 4.1.1 对外交通

目前，只有 S680 省道和镇里的公路可以通达至本旅游区，旅游交通的对外通达性较差。因此，为方便至旅游区的交通联系，亟需新修、扩修原有部分县乡道路，新建、修建与主要干线公路的连接线以及与其他各类景区之间的畅通连接通道。

公路沿线景观环境较差，道路标识指示系统不够完善，对旅游点的导引性较弱，造成旅游点的心理可进入性较弱。因此，应整治、改善公路的沿线环境，完善道路标识系统，提升道路通行能力。

#### 4.1.2 内部交通

依据自然地形和各个分区游览需要，在旅游区内部规划新建电瓶车道路和游步道。路面材料可就地取材，因地制宜，与周边景观融为一体。

#### 4.1.3 停车场

根据游览路线组织、景点设置和交通工具存放的实际需要，旅游区内共规划建设 1 个停车场、2 个停车点：

在入口区的主入口附近新建一个环保型生态停车场，主要供自驾车停放。停车场按生态化要求设计，设置绿化停车面和绿化隔离线，并设停车线、回车线。停车场建筑造型应充分考虑明清建筑文化特色，同时与自然景观和谐统一。

在沿河主路和 T 字横路交汇处新建两个停车点，主要供电瓶车停放。

#### 4.1.4 交通服务

由于自然地形限制，旅游区内大部分景点只能由游步道相连，少量景点有电瓶车车道通达。旅游区内交通方式主要由清洁环保的电瓶车提供统一服务。自备

车应在指定停车场停车，不允许进入旅游区停留。

加快对交通标志牌的建设，完善交通标识指示系统。规划建议在 S608 省道、镇里公路及通向旅游区的乡道上设置中英文旅游区指示牌，指示牌的颜色、外形区别于一般交通标识，做成具有旅游区自身特色的标识，统一纳入道路建设规划，并抓好组织实施；同时，配套各种的辅助设施如路灯、路标等，外观设计大方、简明，方便自驾车旅行。

## 4.2 环卫设施规划

### 4.2.1 厕所

规划在旅游区内共设置 3 处独立的生态型公共厕所和若干个卫生间。主入口、电瓶车停车场、景区中心处各设一处；另在所有游览建筑内设卫生间。

### 4.2.2 垃圾收集与处理

在旅游服务设施及游线沿途设置垃圾收集点，在游步道两旁设置垃圾箱，每 200 米间距设置一个。垃圾箱设置外观要整洁、环保，数量充足，布局合理、美观，造型与景观环境相协调，结合周边景观环境设计成小品，使其既能满足功能需要，又能融入周围环境。

## 4.3 消防安全规划

在不破坏山林景观的前提下，结合游步道在生态果园农庄花香谷等重要地段设置防火隔离带在防火道上种植耐火树种。

强化火源管理，结合旅游区的实际，设立专门吸烟点、烧烤野炊点，划定防火区、禁火区，重点地段要醒目树立禁烟禁火标志。

加强游客和从业人员的消防意识宣传，对管理人员进行消防知识专业培训，做好消防工作的机构、制度、设施、日常检查、预案制定等工作，完善消防安全网络体系，严格用火管理制度。

结合旅游区的实际情况，建筑与山林间要保持适当的距离，尽量降低对建筑物的安全威胁，确保旅游区的森林防火和建筑防火，保障风景环境得以永续利用。