



老兵生态农庄市场分析规划

(2017-2021)



商学院 旅游管理系

2014 级旅游管理

指导教师： 胡宇娜

小组成员： 葛丽杰 焦诗成 姜佳 刘玉春 陈梅

2017 年 11 月

目 录

第一章 总论	1
一、规划性质	1
二、界限范围及位置	1
三、规划依据	1
(一) 法规政策依据	1
(二) 技术资料依据	1
四、规划期限	2
五、基本任务和要求	2
六、指导思想	2
七、规划原则	2
第二章 规划背景	3
一、规划背景	3
(一) 老兵农庄现状背景	4
(二) 课题背景	4
第三章 旅游资源评价	5
一、总体概况	5
(一) 地理位置	5
(二) 自然文化资源	5
(三) 老兵农庄的社会经济情况分析	6
二、老兵农庄旅游资源评价	7
(一) 旅游资源种类分布	8
(二) 老兵农庄旅游资源评价	8
三、老兵农庄旅游业发展状况	9
第四章 市场分析与定位	10
一、市场细分	10
二、市场定位	10
三、市场范围	10
四、目标群体	10
五、营销渠道	11
(一) 网络营销	11
(二) 口碑宣传	11
第五章 发展原则和方案	13

一、发展原则	13
二、发展口号	13
三、发展规划	13
第六章 空间布局与项目规划	14
一、空间布局	14
(一) 景区空间	14
(二) 原则要素和布局策略	14
(三) 功能分区	15
二、项目规划	15
(一) 规划原则	15
(二) 功能区项目规划	16
三、老兵农庄旅游区旅游业环境态势	18
(一) 优势和劣势分析	18
(二) 机遇和威胁分析	19
(三) 结论与发展对策	20
第七章 旅游路线规划	21
第八章 环境容量和游客规模	22
一、环境容量	22
二、环境容量预算原则	22
三、预算方法	22
四、计算	22
五、游客规模预测	23
第九章 配套设施规划	24
一、道路交通系统	24
(一) 规划原则	24
(二) 干道规划	24
(三) 停车场规划	24
二、水利工程	24
(一) 规划原则	24
(二) 灌溉设施规划	24
(三) 给水排水规划	25
三、电力电讯工程	25
(一) 规划原则	25
(二) 电力规划	25

四、防旱防灾规划	25
(一) 防旱规划	25
(二) 防汛规划	25
(三) 抗震工程规划	26
第十章 经营管理规划	27
一、经营模式	27
二、经营机制	27
三、经营保障	27
(一) 政策保障	27
(二) 资金保障	27
(三) 人才保障	27
(四) 信息保障	27
(五) 技术保障	27
第十一章 生态保护规划	29
一、规划原则	29
二、保护目标	29
三、生态破坏防治	29
四、生态修复	29
五、保障措施	29
第十二章 投资预算	31
一、预算	31
二、资金筹措	32
第十三章 效益分析	33
一、经济效益	33
二、社会效益	33
三、环境效益	33
附图一	35
附图二	36
附图三	37
附图四	38
附图五	39
附图六	40
附图七	41

第一章 总论

一、规划性质

首先对老兵农庄的各项建设事业进行总体安排和布局，然后进行控制性详细规划。

二、界限范围及位置

老兵农庄位于烟台市福山区回里镇东黄山村，规划总面积面积 50 多亩。回里镇，位于福山区境东南部，东、南与牟平接壤，西与栖霞为邻，北与门楼镇相连。面积 103.4 平方千米。镇政府驻西回里。地处烟台市区以南 20 公里处，北距烟台海港 21 公里，距烟台民航机场 3 公里，蓝烟铁路、204 国道分别从镇政府驻地经过，南北纵贯 16 公里，交通、通讯条件极为方便。

三、规划依据

（一）法规政策依据

- (1) 《中华人民共和国水法》(2002)
- (2) 《中华人民共和国防洪法》(1998)
- (3) 《中华人民共和国土地管理法》(2014 年修正版)
- (4) 《中华人民共和国水土保持法》(2010 年修订)
- (5) 《中华人民共和国环境保护法》(2015)
- (6) 《中华人民共和国森林法》(1998)
- (7) 《中华人民共和国水污染防治法》(2008)
- (8) 《中华人民共和国大气污染防治法》(2016)
- (9) 《风景名胜区条例》(2006)
- (10) 《水库大坝安全管理条例》(1991)
- (11) 《全国生态环境保护纲要》(国家环保总局, 2000)
- (12) 《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T17775—2003)
- (13) 《旅游规划通则》(GB/T18971—2003)
- (14) 《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T18972—2003)
- (15) 《水利旅游项目管理办法》(2006)
- (16) 《山东省旅游条例》(2016 年修订)

（二）技术资料依据

- (1) 《山东省旅游产业总体发展规划 2016—2025》
- (2) 《促进旅游产业转型升级实施方案的通知》((2015) 62 号文件)
- (3) 《山东省旅游业发展“十三五”规划(简本)》(2016 年)

老兵生态农庄旅游总体规划

(4) 《山东省国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》(2006)

(5) 《烟台市国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》(2006)

(6) 《烟台市志》(1994年出版)

(7) 《防洪标准》GB50201—1994)

(8) 其它相关文字和图件资料(老兵农庄实地拍摄图片(采摘区、养殖区),老兵农庄现状及相关资料)

四、规划期限

近期:2017~2021年

五、基本任务和要求

本规划的基本任务包括进行老兵农庄景区功能分区、项目布局、游线组织、容量预测等各项内容。

基本要求如下:

(1) 旅游项目的规划设计立意清晰,构思新颖、特点突出,把风景游览、水果采摘和休闲度假有机结合,形成有吸引力的景区。

(2) 基础设施规划合理,适度超前,以满足发展的需要。

(3) 建设控制指标和要求科学合理。

六、指导思想

(1) 以发展生态休闲度假旅游为本次规划重点。

(2) 充分认识旅游资源的价值,在变资源优势为经济优势的同时,提高景区的社会和环境效益。

(3) 努力培育景区的旅游产品特色,增强旅游产品吸引力,提高景区的知名度。

(4) 综合考虑规划旅游服务设施、度假设施,合理利用现有建筑。

(5) 重视生态环境的保持工作,在合理开发旅游的前提下,保障景区的生态环境不受破坏。

七、规划原则

(1) 发展控制原则

控制旅游配套设施的建设内容、建设规模、建设区域、建筑体量,使其与周围自然环境和谐协调。保证自然风景面貌的主导地位,保证游人视野的自然开敞,旅游配套设施的建设应尽可能掩映在自然景观中。

(2) 可持续发展原则

旅游观光和生态环境协调共生,生态环境质量与旅游质量同步提高,形成良性循环,充分认识土地资源具有不可再生性,科学规划、合理布局,充分满足用地项目的功能需

求，有效使用土地，节约土地资源。

(3) 整体协调性原则

景区不仅要富有轻松愉悦的自然气息，促进人与自然的对话和接触，还应注重自然环境与核心区整体规划和建筑设计的有机融合，形成综合性一体化的景观。

(4) 旅游特色原则

强调本景区的特色旅游——生态休闲度假旅游，做好生态休闲度假旅游与其他旅游项目的结合，塑造独特的旅游产品形象。

(5) 市场导向原则

在规划旅游产品、开发项目的同时，要在调查研究和客观评价的基础上，以市场为导向，科学有效地塑造与设计适宜的产品形象及游客活动项目。

(6) 超前性和可操作性原则

充分认识规划工作对旅游发展的指导作用，注意协调好环境、经济与社会综合效益，尽量利用现有建筑和设施，协调好新建筑和设施与原有建筑设施的功能关系。使景区的规划具有良好的可操作性和事实性，以及适度的超前性，同时安排好项目建设前期与后期的衔接和过渡。

第二章 规划背景

一、规划背景

（一）老兵农庄现状背景

老兵农庄的拥有者为唐燕燕夫妇，属于个体户发展生态农业旅游，现已种植樱桃树 300 多棵、苹果树 200 多棵，养殖跑山猪、跑山鸡共百余只。并通过微商、电商等途径进行产品的推广与销售，其中雪花苹果供不应求（雪花苹果即经历第一场小雪后采摘的苹果，成熟期较晚，但是口感好，销售价格较高）。但由于农庄目前还处于起步阶段，所以难免存在一些问题，具体如下。

（1）农业属于“靠天吃饭”的产业，对于气候的依赖性极强，一旦气候不适，则会损害农庄利益，甚至导致农庄亏损。

（2）农庄还未形成基本的规模。卫生条件差、设施设备不齐全、游客吃住行等问题均未解决，这一切说明现阶段想要大规模发展生态旅游几乎是不可能的。

（3）旅游产品单一，除了水果采摘、吃农家饭之外，农庄并没有其他休闲娱乐活动可供游客参与，游客很容易产生厌烦情绪，难以形成“回头客”。

（4）农产品销售方式太过被动且推广方式单一，如黑猪肉的销售完全取决于是否有顾客需要。并且，即使农产品供不应求，由于跑山鸡、跑山猪的生长期与成熟期与市场上普通种类不一致，同一时间，产量也达不到要求。

（5）跑山猪、跑山鸡活动范围大，游客的大量进入可能会给养殖带来不便。

（6）农庄规模较小，且处于发展初期，所以管理人员还很欠缺，甚至缺乏长期发展所需的管理机构。

（二）课题背景

为满足旅游专业学生创新实践需要，现结合中国个体户发展生态休闲旅游所面临的问题，决定编制《老兵农庄生态休闲旅游发展规划》，为老兵农庄旅游业未来发展制定一个总体框架，实现对旅游业发展的指导和规范，以期更好的满足旅游者休闲娱乐的需求，适应当前形势的发展。

第三章 旅游资源评价

一、总体概况

(一) 地理位置

老兵农庄位于烟台市福山区回里镇东黄山村，东临巨甲庄村，西连西黄山村，南边有玉皇顶和尖山。东南西三面环山，北面与东黄山村相望。

老兵农庄地处山东半岛北部，属暖温带东亚季风区大陆性气候，四季变化和季风进退都比较明显。夏季受太平洋暖湿气团的控制，降雨量较多，空气湿润。冬季受西北亚干冷气团的影响，降水量少，寒冷干燥。年平均降水量在 700 毫米左右，年平均气温 11.8℃，平均日照长达 2600 多个小时，光照充足，全年相对湿度一般为 65%，无霜日大约有 260 多天，适宜多种作物的种植，自古以来就是著名的水果之乡。

不过山东半岛的水文条件不是很好，这也制约了老兵农庄的发展。附近自然的河流湖泊等水资源储存载体缺乏，并且时常发生旱灾，而人工水利工程建设的不理想，这就导致了降雨不足时极易引发旱灾，就像时下发生的长达三年的大旱灾。

(二) 自然文化资源

老兵农庄定位于一个集休闲采摘观光和生态种养的农业园，其依托于地处的自然文化资源，得到了一定的发展。

(1) 自然资源

首先我们分析一下老兵农庄的山地资源。因其本身就位于三面环山的地带，所以山地资源就是其最主要的资源。山地海拔较低，坡度也不是很大，属于丘陵山地。而后是农庄的水体资源。正如前面所提到的，农庄周边水系不是很发达，各种自然的河流湖泊缺乏，因而其水体资源唯一且受制于自然。在农庄南边就只有一个人工修建的小型水库，并且极易受气候的影响。当降雨缺乏时，就很可能干涸，只有当降雨充沛时才能蓄满水形成一个小体的水体资源。所以其水体资源利用率不是很高，甚至可能成为制约农庄发展的不利因素。

再者是农庄的生物资源。农庄的经营主体就是生态种养，因而其本身种养的动植物就是一大生物资源。农庄种植的是各类果树，如樱桃树，苹果树等，还有养殖的跑山猪和跑山鸡就是农庄的生物资源。

(2) 文化资源

农庄的文化资源可以体现在诸多方面。首先，农园农具是人们进行辛勤耕作的工具，这体现了劳动人民的智慧和汗水，是一种宝贵的文化资源。例如有耕耘的犁耙，播种的耩车，除草的锄头，灌溉的筒车翻车，收获的镰刀，农副产品加工的石磨碾以及运输的扁担和牛车等。其次，农耕活动也是一种实实在在的文化资源，人们可以在体验农

耕活动时感受到劳动的快乐和充实。最后，农庄的田园民俗风情也是一项重要的文化资源。

（三）老兵农庄的社会经济情况分析

老兵农庄最开始是以采摘农家乐为切入点的，就是通过农庄种植的各种水果来吸引游客前来农庄进行采摘，这不仅减轻了农庄的销售压力，也可以为农庄带来更大效益。不过由于缺少配套设施，无法满足采摘农业的发展因而放弃了。而后农庄看中了生态农业，认为其发展前景广阔。随后农庄以生态种养为经营主体，先后投入大规模资金开荒造地，种植了 30 亩樱桃，大约三四百棵，但其时间成本较高，今年才丰产。其采用的是微商和电商的销售渠道，零售较少。还种植了两百多棵雪花苹果，其做到的是完全成熟后才上市，保证了苹果的品质。由于经历了第一场小雪才采摘上市，因而称之为雪花苹果，未来可以将其打造成老兵农庄的特色水果。现如今，更为行之有效的营销渠道是发微信朋友圈，让更多的朋友了解农庄所种植的水果，突出生态农业的种养方法，获得顾客的信任和忠诚。邀请顾客前来采摘，这不仅减少了农庄的销售成本，而且采摘的价格还要高于市场销售价格，并且供不应求。所以该模式效益好，往后会更向此方向发展。

农庄的另一大经济支柱就是生态养殖家畜家禽。其养殖模式是生态放养，不再像传统的圈养。例如农庄养殖了 40 多头跑山猪（黑猪），不仅修建了猪舍，为其提供休息进食的场所，也让其自由在山地间奔跑觅食游戏，因而经过大量运动后，跑山猪的肉质更为细腻筋道，而且保证一年才出栏，避免了市场上为追求过早出栏上市而恶意打催生素等催熟家畜的不良现象。这就保证了农庄的跑山猪的品质。然后其采用的销售渠道是发微信朋友圈告知顾客前来购买，而不是间接卖给经销商。顾客来到农庄后，就在现场进行宰杀，然后根据顾客的意愿来切分销售，保证了猪肉的新鲜。这得到了顾客的满意。但是其面临的一个主要的问题就是当跑山猪大量出栏时，销售就成问题，只靠微信营销是无法满足销售需求的。那怎样形成一条完整的产业链就是下一步农庄要考虑和解决的问题。另一种生态养殖的就是跑山鸡。跑山鸡和其他家禽共养在果树园地下，跑山鸡可以在果树园地下觅食，这不仅帮果树进行了杂草和害虫的清理，也为跑山鸡提供了天然绿色的食料，再者跑山鸡和其他家禽的粪便也为果树提供了生长所需的无污染的农家肥，这真正做到了绿色原生态的种养。跑山鸡的一大销售额是来自鸡蛋，因为跑山鸡漫山遍野觅食嬉戏，鸡蛋也分布在各处，不过这也可以发展农家活动，邀请顾客前来购买鸡蛋，还可以体验亲自寻找鸡蛋收获食物的喜悦。不过跑山鸡的养殖时间长，时间成本较高所以农庄在考虑转换方向。

目前农庄另一大战略就是发展生态农业旅游，这也成为了农庄又一大经济支柱。农庄依托于自身已有的生态种养的有利条件，顺势而为，发展时下方兴未艾的生态农业旅游，这为农庄的未来发展指明了方向。而其中重中之重就是打造休闲体验生态种养殖的设施。通过建设相关设施，完善农庄的硬件服务设施，以便能吸引更多游客前来旅游休

闲观光，并进行农庄农产品的购买，进一步带动了农业经济的发展，获得了更好的经济效益。

二、老兵农庄旅游资源评价

（一）旅游资源种类及分布

我们先按照旅游资源的属性对老兵农庄的旅游资源进行大致的分类。一类是自然旅游资源，如山地旅游资源，水体旅游资源以及生物旅游资源等。另一类是人文旅游资源。下面就对其种类和分布进行分析。

老兵农庄的山地旅游资源是其一大优势，因为农庄本身就是依山而建。农庄总体上从北向南海拔逐渐升高，山地旅游资源环形分布于农庄的三面，从东南西三个方向把农庄包裹，犹如一个襁褓紧紧守护着农庄。山地形态起伏连绵，是一个良好的旅游资源，可供游客进行爬山游玩。对比山地旅游资源，农庄的水体旅游资源就相对匮乏。仅在农庄北边有一个小型水库，而且易受气候的影响，时常干涸，所以其作为旅游资源开发和利用率不是很大。而后是生物旅游资源，农庄的生物旅游资源较为丰富，也是其一大亮点。首先植物旅游资源分布于山坡和农院旁的平地，主要种植了樱桃和苹果，在东面山坡上进行梯田式的种植了 30 亩樱桃，一层一层往上形成层次分明错落有致的果园风光。在农庄旁边的平地上还种植了两百多棵的苹果树，这可供游客观赏和采摘，是一种很好的旅游资源。再者是动物旅游资源，农庄生态养殖了跑山猪和跑山鸡，也是吸引游客参与体验性的一大吸引物。

下面对农庄的人文旅游资源进行分析。农园农具就是独具特色的人文旅游资源，农园农具可以用做农庄的装饰布景，或做为游客体验农事活动学习农耕的道具，提到体验的真实性和完整性。通过了解这些各式各样功能不一的农具可以增进游客对田园生活的热爱和向往，也能切身体会农民朋友的辛苦与劳累。还有就是农事活动和代表当地特色的农事民俗等，通过了解和亲身体会，可以切身地感受农事劳动。

（二）老兵农庄旅游资源评价

我们采用国标法的定量评价方法来对老兵农庄的旅游资源进行分析评价。

评价项目	评价因子	评价依据	赋值
资源要素价值 (85分)	观赏游憩使用价值 (30分)	全部或其中一项具有一般观赏价值，游憩价值和使用价值。老兵农庄的生物旅游资源如各种果树具有一般的观赏价值和使用价值，也能带来经济价值。	5分

老兵生态农庄旅游总体规划

	历史文化科学艺术价值 (25分)	同时或其中一项具有地区意义的历史价值, 文化价值, 科学价值和艺术价值。农庄的农耕农具和农耕农事具有当地的历史文化意义, 是胶东半岛农业发展的一个缩影。	4分
	珍稀奇特性 (15分)	有个别珍稀物种, 或景观比较突出, 或此类现象在其他地区较多见。农庄的跑山猪和跑山鸡是其一大特色, 不过其他现象在其他地区较为多见, 所以其珍稀奇特性不是很高。	3分
	规模, 丰度与几率 (10分)	独立型旅游资源单体规模体量较小, 集合型旅游资源单体结构和谐疏密度一般, 自然景象和人文活动周期性发生或频率较小。老兵农庄作为一个独立性的旅游资源单体, 其规模较小, 结构也单一, 所以其旅游资源丰度较低。	2分
	完整性 (5分)	形态与结构有少量变化, 但不明显。农庄主体由生态种养构成, 并适时发展生态农业旅游, 其大致形态与结构相对稳定, 也有变化发展的因素。	3分
资源影响力 (15分)	知名度和影响力 (10分)	在本地区范围内知名, 或构成本地区品牌。老兵农庄目前还只是处于一个起步的阶段, 其知名度不高, 只在本地区较为知名。	2分
	适游期或使用范围 (5分)	适宜游览的日期每年超过250天, 或适宜80%左右的游客使用和参与。老兵农庄可供游客游玩的时间较长, 除严寒冬日的两个多月外, 都适宜游客的游玩。并且农庄绝大部分地区和设施可供游客参与游玩, 游客可进行参观游览, 采摘等, 参与门槛也很低, 适宜大部分游客的使用和参与。	3分
附加值	环境保护与环境安全	已受到轻度污染, 或存在一定安全隐患。老兵农庄在发展生态养殖的过程中没有很好的处理家畜粪便, 导致环境较脏乱, 空气也受到了污染, 同时也存在着一些安全隐患。	-3分

综上所述, 按照旅游资源评价国标法, 老兵农庄的旅游资源评价得分是19分, 依据得分等级划

分知老兵农庄的旅游资源属于未获等级旅游资源，因而其旅游资源较差，需要进一步发展。

三、老兵农庄旅游业发展状况

老兵农庄正在依托其已有的生态农业模式大力发展生态农业旅游，正处于起步阶段。当前农庄面临的一个问题是，由于缺少大量资金的支持，各种休闲体验农业旅游的相关设施都未建设，因而发展较为缓慢。不过借助于微信营销，通过销售生态种养的农产品的方式，也积累了一定的忠实顾客，这是发展农业旅游的群众基础。

另一方面，老兵农庄目前只是一个小型的农业园，知名度较低，且地理位置较为偏僻，离市区有一定距离，交通也较为不便，所以要发展旅游有一定的难度。其本身所处的地区旅游业发展基础也很薄弱，无法为其发展带来规模效应，且通过上面的旅游资源评价分析，老兵农庄的旅游资源较差，无法很好的吸引游客前来旅游观光，因而目前老兵农庄的旅游业发展状况不容乐观。

第四章 市场分析与定位

一、市场细分

老兵农庄主打的是产品的生态性、健康性，同时为旅游者提供休闲娱乐的场所，这就决定了它的客源群体有别于大众产品的消费者，主要是对农村或农村警棍啊不太了解亦或是对生活品质要求较高的城市居民。

对此，根据客源的构成，大致分为家庭型、聚友型、老幼型三类市场。

二、市场定位

以生态养殖为框架，发展体验式生态游。

三、市场范围

老兵农庄景区旅游市场大体可分为以下三级：

(1) 一级客源市场，即老兵农庄（草帮水库）的核心客源市场。属于这一市场的有福山区，芝罘区，莱山区，烟台市开发区。在这一市场内，游客量占总游客量 60%左右。

(2) 二级客源市场，也是老兵农庄的基本客源市场。随着旅游区开发建设的日益完善，其知名度将不断提高，将会吸引越来越多的较远地区的游客，属于这一市场的有蓬莱市，长岛县，栖霞市，牟平区，该客源市场的游客约占游客总量的 30%左右。

(3) 三级客源市场，即一、二级市场以外的客源市场，又称“机会市场”或“边缘市场”。除非旅游区具有独特的、能激发起游人兴趣的游乐项目才能吸引这一市场的游客。属于这一市场的有龙口市，招远市，莱州市，莱阳市，海阳市，该客源市场的游客约占游客总量的 10%左右。

四、目标群体

（一）知识分子

由于生态农庄的产品质量高，自然价格也高于普通产品，但大部分消费者对价格的敏感度都偏高。对此，知识分子往往健康意识更强，对价格的敏感程度也相对低些。

（二）亲子游群体

随着人们人均收入的增加和生态意识的提高，越来越多的家长开始注重孩子动手能力和生活经验的培养。老兵农庄就是很好的选择，在这里亲子间可以一起进行农事采摘，可以一起动手做饭，可以一起体验动物屠宰和饲养。在劳动的同时体会生活的乐趣，增长农事文化知识。

（三）公司团体

公司文化是员工衡量公司前景的一个重要指标，所以越来越多的公司开始注重员工

对公司的忠诚度的培养，并组织了多样化的公司拓展活动。对此，老兵农庄建有垂钓区、休闲烧烤区、农事体验区等，均可为公司团体所利用。

五、营销渠道

近几年来，旅游小型自助团队在景区游客比例中大幅上升，且多为自驾车、家庭、亲友团。而散客第一次获取景区信息的主渠道是网络、电视和亲友的口口相传。在获取第一信息后，更多信息的获取是通过网络，或者通过当地的旅游信息平台，或者通过景区网站。从获取信息到做出决定再到终于成行，一般需要一个月到半年的时间，如果景区不具有独特的旅游吸引物，间隔的时间里就需要不断的信息强化提醒，否则，最后旅游者另选目的地的可能性会很大。在此情况下，老兵农庄现有的产品推广方式太过单一，急需改进完善。以下为初步规划的农庄营销渠道。

（一）网络营销

①自建老兵农庄景区网站。对有目的搜集信息的旅游者来说，景区网站是其判定旅游信息的最终平台。网站应设立与景区有关的各种栏目，有利于旅游者了解更多更准确的景区内容。景区网站除展示景点风光、景区项目、食宿信息、购物指南、自驾线路等必要内容外，还应设立即时在线交流窗口，随时解答访问者的问题；设立在线订购栏目，提供折扣餐饮券等的在线购买，以优惠促销吸引旅游者最快做出购买决策。并经常依托景区网站开展景区营销策划设计方案等有奖征集活动，以有效提高网站的访问量。

②利用第三方网站的发布平台推广。景区自建网站能够提供丰富的旅游信息，促使旅游者做出旅游决策。但是，对不知道景区的旅游者来说，却很难自主访问到景区网站。这就要求景区还必须利用第三方网站的发布平台进行景区推广，并建立起与景区网站的链接。市场上有很多旅游网站通过向旅游企业提供在线的发布平台来帮助旅游企业推广产品和服务。首先考虑的应该是本省旅游咨询网，然后是行业知名网站，如：携程旅行网、驴妈妈旅游网等，通过录入产品信息形成网上门店，从而进行产品营销。

③自媒体、新媒体的宣传。在互联网高速发展的今天，人人都是自媒体。目前老兵农庄采用的正是通过微信朋友圈的图文发布来进行产品宣传，此方法使得农庄现已积累了一部分的微商和产品购买者。

④微信公众商城的建立。目前微信公众平台服务推出了网上支付等功能，手机支付相对于 PC 端支付要方便的多，只要关注微信公众号，即可在手机上实现。可以很好的利用微信公号的粉丝，通过一系列的线上游戏活动，不定期推出一些小奖品，成功的将粉丝转化为经济收入。

（二）口碑宣传

开发游客的渠道时千万不要忽视游客，这其实是一种很有价值的营销渠道。景区通过向游客提供独特的旅游体验使游客获得满足，与他们建立一种朋友的关系而不是消费

老兵生态农庄旅游总体规划

关系对景区有至关重要的意义。生态农庄的目标消费者一般以家庭、单位或亲朋好友圈为主体，旅游者很愿意将自己的旅游体验传达给周围的人群，并给他们提供可信任的旅游建议。

第五章 发展原则和方案

一、发展原则

在可承受范围内加强园区基础设施建设，在不破坏环境的基础上进行农庄植被和经营产品的规划。

二、发展口号

生态田园，是你我的绿色天地。

三、发展方案

1、不断丰富农家乐的文化内涵和民俗特色，实现吃、住、游、购、体验一体化，增强游客对老兵农庄的参与性和可感知性。

2、突出老兵农庄发展特色。老兵农庄除了要进一步明确定位外，还要在各个方面做足文章，通过地域风情、民俗文化、田园风光、农事活动以及传统手工艺制作等展示，增加农味，营造温馨而又个性化的农村家居氛围，使游客真正“游在乡村、乐在农家”，从而提高游客的消费动力和欲望，延长游客逗留时间。

3、加强农庄菜烹饪、卫生安全、公关礼仪、法律法规等方面的知识培训，有效提高素质和服务水平，增强老兵农庄的美誉度。

4、大力开发旅游产品。一方面要依托烟台生态旅游，合作推出一些精品旅游线路和特色旅游产品。另一方面要充分利用当地资源，搞好农产品深加工和深度开发，延伸老兵农庄休闲旅游产业链，提高农产品销售对农家乐营业收入的贡献率，增强对农村产业和农民收入的带动作用。

5、加强对老兵农庄的规范化管理。要搞好老兵农庄发展的中长期规划，合理测算环境承载力和产业饱和度，促进老兵农庄有序发展。加快完善水、电、路等相关基础设施配套建设，合理解决村内道路狭窄、停车难、污水处理及冬季供水等问题。可以在主要道路增设交通路标和指示牌，引导更多的游客前往观光旅游。

第六章 空间布局与项目规划

一、空间布局

（一）景区空间结构

整个景区呈环状景观轴线，点线面相结合的主体功能区划，主要游线由“一环多点”道路系统共同构成景区空间结构。

（二）原则要素和布局策略

①注重独立性与联系性相统一

区块的划分是为了更好的进行规划，使规划各个地块主题鲜明，从而提高游客的旅游效率与感知。在老兵农庄的区块划分过程中，除从旅游角度考虑整个园区的整体空间布局外，还要考虑采摘区、养殖区、服务区及休闲烧烤区之间的协调关系。因此，在片区的划分过程中要注重区块主题的独立性，形成各个富有差异性的功能区块，同时，注重各区块在功能上相互配合，实现区域独立与区块联系性的有效统一，剔除明显与整个老兵农庄定位不相符合的主题设计，提高空间上的连续性和时间上的高效性，达到部分之和大于整体的功效，使整个老兵农庄总体空间布局与各区块的职能结构有机结合。

②注重规划项目与地形地貌适应

地形地貌是地块最基本的特征之一，不同的产品及项目的开发必需适应不同的地形地貌，而规划项目的类型则决定所在片区的功能定位。空间上相连，地形上相似的地理位置适合开发相同的项目，形成共同的开发主题。

老兵农庄的地形不规则，有水塘、山丘及山地等类型，给园区的开发带来一定的难度，但同时有利于园区项目多样性的打造，可以结合不同的用地类型设置不同的项目，不过水塘常年没有水，不好开展项目，山地与山丘可作为生态果园和有机蔬菜生产。

③注重区块主题与项目产品相一致

项目产品是老兵农庄开发的基础，项目产品的开发方向围绕老兵农庄总体定位开展，具体项目的类型依据区块主题的类型和地域特征进行选择。不同的主题区块反映了老兵农庄内不同的产品特色，根据功能需求，结合地形地貌，形成果园采摘主题、生态农庄主题、聚会烧烤主题等主题区块，是老兵农庄对旅游者的主要吸引力所在。区块内项目产品的开发是对区块主题的具体落实和体现，需与区块主题保持一致。同时在片区划分上将相同或相似的项目产品划入同一片区，以确保同一主题下的片区完整性。

④注重片区划分与交通区位相协调

便捷的交通是带动片区各个产业发展的前提条件，道路交通格局对片区的划分具有一定的影响。不同的交通条件将影响片区的不同定位，目前不少区域规划中是直接以道路作为片区划分的边界线，片区的划分应避免打破现在的交通格局。同时，片区划分过

程中应注意到不同交通条件对区块的影响，通过对交通区位的分割整合，使各个片区达到资源互补、客源共享的目的。老兵农庄以一条环路和一条直路及由此扩展延伸到各个主要出入口的主干路构成园区的道路系统框架，片区的划分原则上沿主干路进行布置，确保每个功能区块的交通通行能力。

⑤注重生产环境与旅游环境相和谐

老兵农庄建设过程中要注重生产环境与旅游环境相和谐，总体空间上生产环境与旅游环境东西并立，但在具体项目上实现两者相互交融。加强对生产环境中建筑密度、高度、层数、色彩及材质等方面进行创意规划和设计，使之有利于旅游功能的扩展。在旅游环境中适当设置生产体验性项目，达到农业与旅游的和谐统一。

（三）功能分区

根据项目地的自然地形、资源状况和功能要求，结合未来发展目标，从现代人的生理、心理、精神需求出发，使精彩的旅游活动开发和有重点的生态环境保护相结合，通过视觉走廊、交通走廊和生态走廊加强旅游区内部的联系，以功能区和景观形成，在功能上、景观上、生态上达到较好的平衡状态。

针对老兵农庄现状及景观资源、景观特点，挖掘景区潜在资源，本着“功能完善、定位明确、方便游人、人地协调”的原则将农庄进行功能分区，使之系统化、合理化、科学化。同时本着“人和自然协调”的原则，尽量使农庄内的功能组织做到人地协调，功能划分明确、特点鲜明。

基于对景区主题形象的确定，其总体布局构思可归纳为“一庄四区四园三主题”，即：

一庄：老兵农庄

四区：休闲烧烤区、养殖区、采摘区、服务区

四园：有机蔬菜园、梨树或桃树园、苹果园、樱桃园

三主题：果园采摘主题、生态农庄主题、聚会烧烤主题

二、项目规划

（一）规划原则

①发展控制原则

控制旅游配套设施的建设内容、建设规模、建设区域、建筑体量，使其与周围自然环境和谐协调。保证自然风景面貌的主导地位，保证游人视野的自然开敞，旅游配套设施的建设应尽可能掩映在自然景观中。

②可持续发展原则

旅游观光和生态环境协调共生，生态环境质量与旅游质量同步提高，形成良性循环，充分认识土地资源具有不可再生性，科学规划、合理布局，充分满足用地项目的功能需

求，有效使用土地，节约土地资源。

③整体协调性原则

农庄不仅要富有轻松愉悦的自然气息，促进人与自然的对话和接触，还应注重自然环境与核心区整体规划和建筑设计的有机融合，形成综合性一体化的景观。

④旅游特色原则

强调本农庄的特色旅游——生态休闲旅游，做好生态休闲旅游与其他旅游项目的结合，塑造独特的旅游产品形象。

⑤市场导向原则

在规划旅游产品、开发项目的同时，要在调查研究和客观评价的基础上，以市场为导向，科学有效地塑造与设计适宜的产品形象及游客活动项目。

⑥超前性和可操作性原则

充分认识规划工作对旅游发展的指导作用，注意协调好环境、经济与社会综合效益，尽量利用现有建筑和设施，协调好新建筑和设施与原有建筑设施的功能关系。使农庄的规划具有良好的可操作性和事实性，以及适度的超前性，同时安排好项目建设前期与后期的衔接和过渡。

（二）功能区项目规划

I、老兵农庄

（1）现状：老兵农庄是集休闲、有机食品（有机蔬菜、梨、桃、苹果、樱桃、跑山鸡、跑山鸡蛋、黑猪）、烧烤为一体的综合性休闲场所，山庄目前配有有机蔬菜园、梨园、桃园、苹果园、樱桃园、烧烤区。

（2）发展条件：烧烤场设施齐全，场地适合举办少量娱乐活动；农庄里面的有机蔬菜、梨、桃、苹果、樱桃、跑山鸡、跑山鸡蛋、黑猪等基本上自产自销，为真正的绿色食品，无污染无公害。还可以现场销售有机蔬菜、梨、桃、苹果、樱桃、跑山鸡、跑山鸡蛋、黑猪，让顾客不仅仅在农庄能吃生态安全的食品，还能在家吃到美味的有机食品。与顾客发展长久友好的关系，成为自己的忠诚顾客。

（3）功能定位：聚会烧烤体验，乡村生活体验，健康美食体验。

（4）发展策略：利用自己的资源优势，提供更好的产品来满足游客的需求。以保护景区原有生态为基础，尽量保留自然的原汁原味，所有的设备设施注重环境保护和生态建设，体现生态农庄的功能，增强其吸引力。依靠背依青山的优势，在现状建筑的基础上进行设计、改建，进行适度的综合建筑的建设，功能满足休闲、娱乐、餐饮，提高农庄的整体环境品质。生态农庄是老兵农庄的特色和核心吸引点之一，突出规划区的生态产品是规划的重要任务和方向。结合地形地貌和合理的规划，有条件可并聘请旅游专业设计团队进行设计，打造有特色有吸引力的合理的生态农庄。

II、四区

(1) 休闲烧烤区

①现状：现状为没有一块较平整的较宽敞的空地修建休闲烧烤区

②发展条件：周围有一些地形略有起伏，上下分层的土地，可根据地形修建一个特色的休闲烧烤区，不一定要修建成一大片平整的休闲烧烤区才实用。在略有起伏的地形稍加平整后即可建设，分层严重的正好修建不同风格的特色休闲烧烤区，突出不同的主题，让团体顾客分开，方便团体顾客相聚，彼此交流。而且不同团体顾客就在上下层，不打扰彼此，不过正好是这样不远不近的距离，让彼此更加吸引力，来一个美丽的邂逅。

③功能定位：游客聚会中心，娱乐休闲中心，体验野外烧烤乐趣，回归自然。

④发展策略：满足现今人们健康养生的观念，让顾客吃到美味，健康的食材作为农庄特色吸引顾客，有机食材自己可以提供大部分。在休闲烧烤区上面搭一个葡萄架，长出来的葡萄是免费提供，用来吸引顾客，夏天可以用来遮挡太阳，也可以美化一下农庄，还可以防尘挡风，在葡萄叶凋零的时候，用假的树叶装饰一下。

(2) 养殖区

①现状：有生态的跑山鸡和跑山鸡蛋，黑猪，但是规模不大，销量大时供货不住，销量小时销路成了问题。

②发展条件：可以和周围居民联合起来发展，引进先进的养殖技术，生态的食品市场需求大。

③功能定位：生活体验，肉质食品供应中心。

④发展策略：新建休闲烧烤区后，就可以解决部分销量的问题。当销量长期大时，可以和当地居民一块发展养殖，增大规模，解决养殖区的环境气味问题。还可以让顾客参观，并进行喂养，很多城里面的孩子是没有见过这些动物的，对于他们这些都是新鲜好奇的。养殖区动物的粪便可以丰富土壤的肥力，增加果蔬的成产。粪便可以引到沼气池里面进行发酵，可以用来发电，做饭，取暖，解决部分电费、生活费用，节省一些开销。

(3) 采摘区

①现状：有机蔬菜、梨、桃、苹果、樱桃等果蔬进行采摘，产品种类不多，规模不大，竞争大，销路不宽。

②发展条件：有机果蔬的市场发展还是挺大的，而且采摘是让顾客参与进来，进行一个亲自参与的采摘的乐趣。果树开花时可以进行观赏，桃花是中国传统的园林花木，其树态优美，枝干扶疏，花朵丰腴，色彩艳丽，为早春重要观花树种之一。

③功能定位：采摘体验，果蔬供应中心

④发展策略：引进先进的种植技术，达到果蔬的高质量高生产，也可以提供休闲烧烤区的果蔬需求，解决部分销量的问题，采摘也可以销售，也可以和附近的果农联合销售，大量出售。

(4) 服务区

- ①现状：服务设施不齐全，功能不完善，不能很好的提供服务。
- ②发展条件：只有服务好，才能留住顾客，发展成永久顾客。
- ③功能定位：满足消费者的基本需求，为顾客提供各项服务。
- ④发展策略：了解顾客的需求，增加服务功能。

三、老兵农庄旅游区旅游业环境态势(SWOT 分析)

SWOT 分析是规划分析中的重要工具。SWOT 是优势(Strength)、劣势(Weakness)、机遇(Opportunity)和威胁(Threat)四个英文单词的缩写，这是当前国际流行的对旅游业环境态势的客观综合分析方法，是对旅游业环境态势的优势、劣势、机遇与威胁的要素分析，被广泛运用于旅游业发展战略的制定，从宏观上指导旅游发展。应用该分析方法主要着眼于找出老兵农庄旅游规划时所处的位置与市场的发展方向，对除环境条件、区位条件、旅游资源与市场条件以外的区域内部与外部旅游构成机制因素进行分析。分析的目的是要保证所制定的战略能够使老兵农庄跨越规划期内与市场变化之间的差距，在规划期结束时能够与市场协调一致。

(一) 优势和劣势分析

优势和劣势是旅游区域内部问题，指的是某个时间，即规划开始时旅游区内的状况；以及旅游区对这方面的因素是否能够加以控制或有极大的影响力。主要体现在以下几个方面：

I. 政策上

①优势：国家相关部门都极为重视旅游业的发展，在近几年先后制订有关文件，着力于改善投资环境，扩大招商优惠政策，大力发展招商引资，为旅游业的发展提供良好的政策环境和投资范围，特别是在“十一五”规划中明确指出促进旅游业规范、协调、快速发展，提出逐步转变经济发展模式，走可持续发展之路，大力发展第三产业的经济思路，充分认识到旅游业对社会经济发展的重要性。

②劣势：主要表现在对旅游投入的财力不足、基础设施不配套；人才缺乏，管理力量严重不足。

II. 营销体系

①优势：老兵农庄的生态产品的形象深入人心，旅游营销相对比较成功。

②劣势：旅游宣传范围和宣传力度都不到位。没有专门的网站介绍、推销自己的旅游产品。

III. 景点产品

①优势：形成了具有特色的、开发前景广阔的产品体系。

②劣势：知名度相对还不高，还没有形成具有自己特色的有竞争力的产品。

IV. 市场变量

①优势：农庄的规模没有死的定型，可变性强，可以塑造不同主题形象。

②劣势：旅游产品较为单一，只有烧烤和餐饮这一块做的还相对好一些，还未规划或形成针对不同需求的多种专题旅游产品。区位条件不优越，交通不发达，可进入性差。

V. 供应商

①优势：旅游接待设施基本具备，餐饮服务具有一定的特色。

②劣势：规模偏小，缺乏市场竞争力。

VI. 营销中介

①优势：老兵农庄已经具备对外通讯的联络能力。

②劣势：老兵农庄结构不合理，内部经营机制不活，缺乏专业化的管理人员队伍，利润不高，规模小，自主外联能力弱。

（二）机遇和威胁分析

机遇和威胁是景区(点)无法控制的外在因素。不仅要从当前形势也要从规划期内形势变化的角度，来考虑这方面的因素。最终外在因素如何转化，要看风景区做出何种反应。

I. 政治因素

①机遇：首先，全国人大把旅游业确定为第三产业中积极发展的国民经济新兴产业序列的第一位。黄金周长假使人们有更多休闲出游时间。其次，区委、区政府对旅游重视，出台多个以及相关优惠政策，引进外来资金，有望对基础设施的投资力度逐步加大。

②威胁：国家的环保以及文保政策和环境以及文保管理法规越来越细化，旅游产品的开发必须建立在环保、文保的基础上，这对老兵农庄的旅游开发提出了更高的要求。

II. 经济因素

①机遇：随着我国经济持续增长及实施全面建设小康和谐社会，旅游会进一步升温，群众性休闲游憩度假项目会逐步得到普及。

②威胁：资金投入稍显不足，相应的基础设施滞后。

III. 社会文化因素

①机遇：旅游被认为是一种情感体验，生态旅游、文化旅游将成为今后世界旅游的热点。

②威胁：山洪、台风等突发事件的影响。旅游带来的社会、文化影响对当地的地方文化会有一定的冲击。

IV. 技术因素

①机遇：国家正在加强旅游区域信息管理系统及其技术的开发。

②威胁：老兵农庄数字旅游信息管理系统有待建立。

V. 自然环境因素

①机遇：环境优美，空气好，具有吸引力。

②威胁：由于居民砍柴烧等历史的原因，植被不太好，且地处台风高发区，若游客与当地居民生态保护意识薄弱，将导致对生态的破坏。

VI. 竞争

①机遇：老兵农庄与周边地区的旅游资源有一定的互补性，可以与他们加强区际合作，实现资源共享，优势互补。

②威胁：随着旅游发展普遍升温，老兵农庄的旅游发展将面临近距离同类产品的现实竞争。

（三）结论与发展对策

老兵农庄开发旅游的外部环境机遇大于威胁，主要威胁来自于环保对旅游开发的严格要求。而内部环境劣势大于优势，产品及其结构没有构成体系，也没有完全建立统一的管理体制，市场营销方面力度不够等。随着旅游业的发展，一方面旅游需求日益多样化，另一方面目的地竞争日益激烈，要在市内、区内竞争中稳步发展，必须不断提高竞争力，抓住机遇，从政策、建设、经营、营销、内部管理等整体推进整个景区的建设。

第七章 旅游路线规划

旅游线路规划又分为一日游线路规划和多日游线路规划，但从实际出发，老兵农庄周围尚不具有多日游价值，固此处仅对一日游线路进行规划介绍。

游客自停车场停车后可选择两条游览线路。一，采摘区-服务区-休闲区-养殖区-停车场，即进行樱桃、苹果等采摘劳动后进入餐厅就餐，然后去休闲区休憩片刻后参观养殖区跑山猪和鸡鸭鹅的养殖，追后驱车返回。二，休闲区-采摘区-养殖区-服务区-停车场，即进入园区后不直接劳作而是进入休闲区进行长途驱车后的调整，然后进入采摘区采摘，进入养殖区抓取牲畜家禽，劳作体验过后进入生活区就餐，最后携带所获物品驱车离开。

两条农庄线路在规划时主要考虑到不同到访者的身体状况和经历需求的不同，前一条线路多适用于身体状况较好的年轻人或者未经过长时间驱车疲劳的人，后一条线路则针对于体力状况不是很好或者长时间驱车驾驶需要休息调整的人群。

第八章 环境容量和游客规模

一、环境容量

环境容量是指在保证旅游资源质量不下降和生态环境不退化的前提下满足游客舒适、安全、卫生、方便等需求，一定时间和空间范围内，允许容纳游客的最大承载能力。研究环境容量是为了寻求和阐述游客数量与环境规模之间湿度的量化关系，合理的环境容量是旅游景区进行科学经营管理、组织观光游览和确定景区发展规模的重要依据。

二、环境容量预算原则

(1) 可持续发展原则

旅游区环境容量的测算的除了必须保证景区的旅游资源免受“超负荷”的人为破坏，保持优美的自然景观特色和良好的游览环境，还要特别保护好景区的各种动植物资源。不仅要去的当前的最佳经济效益，而且还要保证良好的旅游资源能被后人词语有效利用。

(2) 舒适原则

必须考虑满足游客的游览兴趣、舒适程度和需求期望，以取得游览、度假、休闲、疗养的最佳效果。

(3) 安全卫生原则

必须保证游客的人身安全，为游客提供安全、卫生、方便的旅游环境。

三、预算方法

环境容量的预测方法一般由面积法、线路法、卡口法三种。鉴于老兵农庄位于山区，结合所需景点设置以及游览方式的安排，确定用面积法进行预算。

具体计算公式：

(1) 面积法： $C=A*D/a$

式中：C—日环境容量，单位：人次；

A—可游览面积，单位：平方米/人；

D—周转率，（景区开放时间/游完时间）；

a—每位游客占用的合理游览面积，单位：平方米/人。

四、计算

根据老兵农庄的规划面积为 50 多亩，取中间值 55 亩，大约为 36666 平方米；借鉴国内相似景区的有关统计资料，陆地可供游览面积为陆地总面积的 25%左右；考虑老兵农庄处于山区，因此合理游览面积可视为 100 平方米/人；开放时间 24 小时，可停留时间 8 小时进行计算。带入公式：

$$C=36666*25%*1/100\approx 92 \text{ (人/d)}$$

五、游客规模预测

游客规模决定着农庄的建设规模和发展，而旅游需求是影响规模发展和旅游客源市场的直接原因。因为老兵农庄正处起步阶段，各种相关设施还处于未建设，发展较为缓慢。因没有具体数据，只能对游客规模进行合理猜测。由于销售渠道受限，目标市场较窄，游玩时间大多为周末或是节假日，我们暂定去年的游客规模为 1250 人次。根据规划，今年 2017 年 7 月开始实施建设，预计半年后也就是 2018 年 1 月完成基础改造，农庄的接待能力的宣传力度将增大，吸引更多游客，预计游客规模将高速增长，以年均 25% 的增长率增长，到 2021 年可达到 2442 人次。经过三年的发展，老兵农庄又可再次规划，扩大规模。

规划年份	增长率	游客规模（人次）
2018	---	1250
2019	25%	1563
2020	25%	1954
2021	25%	2442

第九章 配套设施规划

一、道路交通系统

（一）规划原则

道路系统是农庄的重要组成部分，贯穿于整个农庄，不仅引导交通、疏导人流，还将农庄划分为像是不同、大小不一的空间。结合农庄道路系统的现状，本文决定设计道路系统时主要遵循以下原则：

- ①针对项目空间特点，充分考虑老兵农庄功能需求和场所间的交通联系。
- ②依据园区容纳量和游客需求规划旅游线路，使交通流线清晰有序，与景观有机结合。
- ③尊重农庄的地形地貌，依势合理设计交通和游线。
- ④坚持“服务近期建设，适应中期发展，衔接远期规划”的原则，将近期建设与远期规划相结合，构筑“灵活、舒适、便捷、经济”的综合交通体系。

（二）干道规划

以现有道路为基础建设，农庄内交通道路分为车行道和步行道。车行道铺设范围是从村庄入口到园区外围大干道，宽 5m，长约 400m。步行道的铺设范围是园区内各功能分区之间的道路以及园内到园区入口的交汇路段，宽 2m，总长约 3.4km。

（三）停车场规划

在农庄入口即临近水库处开辟一块面积土地用于停车场的建设，停车场四周种植些高度适宜的树木以达到遮挡太阳、雨雪的作用。同时植被的选择和搭配也很重要，为了突出浓妆的健康生态的理念，决定采用各色花卉与果树相结合的方式点缀停车场。同时停车场旁边设有租赁区，为游客提供自行车、电瓶车等代步工具，以方便游客去往农庄以外的地方参观。

二、水利工程

（一）规划原则

以系统化思想为指导，在保证不破坏农庄原有的灌溉给水设施的前提下，结合路网的规划建设，以更高效、更科学、更节约资源和降低成本为原则和目标进行水利工程的规划建设。

（二）灌溉设施规划

为了充分实现降低成本，节约水资源的目标，采用分区域多方法灌溉的方式。对于雪花苹果、丰硕樱桃、梨子等高标准种植区，采用低压管道输水，保证果蔬浇灌的彻底

性；对于露天蔬菜种植区，采用移动式喷灌的方式，保证喷灌面积和水资源的充分利用；对于面积较小的蔬菜区和花卉区，采用微喷灌的方式，小喷头节约水资源；对温室蔬菜瓜果，采用滴灌方式并结合无土栽培技术，在保证基本营养供给的同时实现节水灌溉的最大化。

（三）给水排水规划

给水工程：庄园的生活用水水源主要为地下水，在园区靠近生活区和休闲区的地方新建两口机井，以满足老兵农庄的生活用水。由于农庄内建筑少，生活用水量少，所以采用 DN32 入户，DN50 铺设建筑内的方式。采摘区、养殖区的用水直接从水库抽取。

排水工程：农庄排水规划采用雨污分流制。雨水分片收集进入排水渠，最终排入水库。生活生产污水（除粪便外）设管道进行集中汇集，送往沼气池进行氧化处理，污泥用作农林施肥。

三、电力电讯工程

（一）规划原则

- ①线路应短，尽可能的减少道路缠绕，便于后期的施工和维护。
- ②线路设计减少与其他线路的交叉重合。
- ③尽量选择无树木遮蔽，有电线杆等支撑物依附的道路进行铺设。

（二）电力规划

在农庄的采摘区、养殖区和生活区分别设置 10kV 变电站，区内电力电缆均采用明线敷设方式，方便移动整改。电力线一直铺至停车场，户外路灯及景区照明电源有附近配电箱提供。

规划区内固定电话总量为四台，分别在生活区的餐厅、养殖区的猪场、休闲区的垂钓场、种植区的蔬菜大棚。通信线路均采用管道埋地敷设，主要布置在房内。同时连有有线电视网络，主要满足农庄办公及公共服务设施需求，规划由专业部门通过附近村镇接入信息。

四、防旱防灾规划

（一）防旱规划

建设蓄水池及雨水收集系统，有效调节旱情发生时的用水问题。充分利用沟渠、硬化道路、厂房屋顶面等设施的雨水集蓄作用，充分收集雨水资源，将收集雨水排放到雨水净化系统经净化处理后作为灌溉和生活用水。

（二）防汛规划

老兵生态农庄旅游总体规划

加强雨水排放设施建设，确保管网畅通，杜绝积水。雨水排放口防止汛期河水倒灌。并定期对农庄内蓄水河道进行清淤疏浚，加固和完善水利灌溉设施，增强防洪能力。

（三）抗震工程规划

规划中已经考虑适当的停车场用地，绿化用地及其他必要的空旷地，在建设时增加其抗震能力，以便用作临时避难场所。

第十章 经营管理规划

一、经营模式

现阶段老兵农庄的销售主要采用分销的方式，前期是通过微信朋友圈、好友帮忙宣传、购买者口碑宣传、联系微商等方式进行产品的宣传推广，然后采用零售和微商分销的方式进行产品销售。

二、经营机制

由于农庄规模有限，同时还处于前期发展起步阶段，各项规划还未实施，所以尚不存在经营机制。

三、经营保障

（一）政策保障

2013年，中央第一个一号文件继续锁定“三农”，强力推动旅游资源要素向农村配置。党的十八届三中全会指出各部分力量要支持推动生态文明的发展，构建拥有先进文化的和谐社会。

（二）资金保障

国家支持和鼓励旅游业及小资企业发展，同时作为以体验式生态游为目标定位的产业更是政府大力鼓励发展的。同时农庄主人是退伍老兵，对于退伍军人再就业问题国家政策也有所偏向。另外女主人工作条件优异，有一定的资金积累。

（三）人才保障

本身老兵农庄的女主人就是旅游管理专业出身，具备发展旅游经济的基础专业知识，同时所毕业院校鲁东大学将此处作为旅游管理专业学生课外调研规划的场地，为农庄时刻提供技术和人才支持。

（四）信息保障

老兵农庄现阶段的销售渠道已日渐规模，微商数目也日益增多，优质的产品也使得广大消费者口碑相传，可谓产品宣传推广方式和成效已初具模型并在不断强化。

（五）技术保障

园区的规划融入了科技农业、生态农业、绿色农业等现代农业的先进理念，需要先进的农业技术为园区的可持续发展提供技术性保障。

一方面，农庄与鲁东大学合作，不断引进农业创新成果和先进技术。另一方面，通过多种渠道、多种形式的培训，加强项目农业技术人员及农民队伍的建设，做到技术引

进和消化吸收相结合，提高园区农业产业竞争力。

第十一章 生态保护规划

一、规划原则

- (1) 在保证基本活动组织的基础上，扩大植被种植面积，提高绿化覆盖率。
- (2) 尽量采用适宜本地生长的树种，提高植被成活率，在保证绿化质量的同时节约成本。
- (3) 注重植物间的搭配与组织，力求一年四季都有景可观，颜色搭配也要合理，不至于单一。

二、保护目标

- (1) 通过生态保护实现农庄内所有销售和自用的果树和蔬菜绿色健康无污染，营养成分含量达标。
- (2) 通过生态保护满足顾客对农庄环境的视觉享受，保证园区内景观怡人，空气清新，植被种类繁多而茂盛。

三、生态破坏防治

(一) 病虫害防治

- (1) 安排专人做好病虫害预测预报工作，一旦发现病虫害，快速采用人工、生物和药物防治措施，及时消灭病虫害。
- (2) 引进观赏树木、花卉、果木是要严格把关，防止带有病源、虫源的种苗进入农庄内，避免引起病虫害的感染及传播蔓延。

(二) 人为破坏防治

- (1) 在景区关键位置设立生态保护标语，提醒到访者要保护环境，增强保护意识。
- (2) 做好游客管理工作，在进入园区时就跟游览者解释清楚，一旦发现存在故意破坏园区环境和公共设施的行为，将受到罚款处罚。
- (3) 对园区工作人员进行生态保护的相关培训，增强员工的环保意识，树立个人荣辱观，并对敢于举报不良行为者给予一定的奖励。

四、生态修复

对于发现的位于农庄内的生态破坏，需立即采取相应解决措施。对于自己能够解决的问题采取自救措施，对于超出能力范围的问题及时咨询专业部门寻求帮助。

五、保障措施

(一) 制度保障

生态保护是农庄发展经营中重要的一个环节，所以制定相关制度来保障农庄合理而长期可持续发展是非常有必要的。包括员工规范制度、游客行为规范和奖惩措施、员工奖惩制度等。

（二）技术保障

一方面，农庄与鲁东大学合作，不断引进和学习先进的生态保护知识和技能。另一方面，通过多种渠道、多种形式的培训，加强农庄工作人员的生态防护技能。

（三）人才保障

一方面，政府支持发展农村生态园区发展，会派专员下乡跟踪指导调查，并给予技术和人才支持。另一方面，鲁东大学也会向农庄提供专业对口的学生以便于学生实训和农庄发展。

第十二章 投资预算

根据规划可将投资分为实物投资和非实物投资。首先是非实物投资，即是宣传所需的投资。需要建立老兵农庄景区网站；建立微信公众商场；借助新闻媒体的宣传；与本省旅游咨询网站合作，利用第三方网站的发布平台进行推广等。其次就是实物投资，即是建造新的事物增加对游客的吸引力。具体是：老兵农庄的主体定位是生态风，需要漂亮花卉以及其它观赏性植株为其点缀；结合山地与山丘新建蔬菜大棚和新增梨树与桃树；各功能分区间建造生态走廊；于周围一些地形起伏、上下分层之地修建特色烧烤区，并在其上搭建葡萄架；在休闲区修建儿童秋千；修建沼气池；修建停车场，并在旁边设置租赁区提供自行车及电瓶车；在农庄内设置各种输水管道进行针对浇灌；新建两口机井；修建排水渠和污水管道；设置户外路灯；修建新房负责与让游客休息；在水库边修建简便垂钓场；在一些高地修建安全护栏；完善鸡鸭猪场的建设，将原来的小屋改造成特色旅馆。后期可修建车行道与人行道。（未考虑人工成本）

一、预算

服务区	建设项目名称	投入估算/元	资金来源
	新房（一层，50 平方米，带设施）	80000	业主投入
采摘区	新增梨树和桃树（各 100）	600	业主投入
	安全护栏（木制简易 500 米）	500	业主投入
	蔬菜大棚（1 亩）	4000	业主投入
养殖区	完善鸡鸭猪场	2000	业主投入
休闲区	烧烤区	500	业主投入
	葡萄架	200	业主投入
	儿童秋千（3 个）	90	业主投入
	改造老屋	3000	业主投入
内设	灌溉管道	500	业主投入
	机井	3000	业主投入
	污水管道和排水渠	100	业主投入
	沼气池	2000	业主投入
	生态走廊（100 米）	8000	业主投入
外设	路灯（3 米高，9	450	业主投入

老兵生态农庄旅游总体规划

	盍)		
	停车场 (25 平方)	6250	业主投入
	租赁区	5000	业主投入
	垂钓场	200	业主投入
其它	花卉及其他观赏性植株	2000	业主投入
	宣传投资	5000	业主投入
总价		123390	

二、资金筹措

资金筹措是指公司通过各种渠道和采用不同方式及时、适量地筹集生产经营和投资必需资金的行为。资金筹措可分为两大类，即内部资金筹措与外部资金筹措。所谓内部就是指业主资金的自行投入，外部筹措方式主要有两种，一是向银行贷款，二是寻求政府资助支持。对此，生态农庄作为政府支持发展的产业，加上业主是退伍老兵，获得贷款和政府支持都会简单些。

第十三章 效益分析

一、经济效益

生态农庄可以增加农民的经济收入，减小城乡差距，一定程度上解决了农村剩余劳动力的就业问题。它以农业为基础，种植果树、养殖等都需要大量的劳动力，而它带动的相关产业，如旅游接待服务、作坊加工、商品销售、运输管理等也需要劳动力，很多经营生态农庄的农户可以不用到城市打工，利用所在农村的绿色环境，农家的特色餐饮吸引城市消费者，就能获得很好的经济收益。随着科技的进步和技术的更新，众多企业的用工只会减少而不会增加，而且一些新的企业对劳动者的素质有着更高的要求。这些情况的出现使得农村剩余劳动力向城市流转的难度增加了。所以消化农村的剩余劳动力，主要要依靠农村自身的发展来进行，所以生态农庄就是消化劳动力的一个好办法。生态农庄旅游形式为旅游产品的丰富提供了发展契机，农家特色餐饮、农家特色采摘，土特产品销售、体验式农庄、等创造了比原来的农村种植和养殖产业更好的经济效益，观光农业和生态农业快速发展，优化了农村经济的产业结构，促进了当地经济的发展。

二、社会效益

生态农庄有利于带动农民素质的提升。由于要求生产性和可观赏性的契合，需要多学科的配合和多技术的并用，需要重视新品种、新技术、新设备的引进，因而有利于提高农业的科技含量，改变农业生产方式和农村经济增长方式，丰富更新农业概念，发展农业文明。还由于其开放性、动态性，不同时期有着不同地区、不同层次的人流往来，旅游带来了人流、物流，更有意识流、思想流。随着旅游的快速的发展，城市文明不断向农村渗透，促进了现代文明向农村的传播和农民生活方式、行为方式的改善。而各地通过加强对农庄经营户和从业人员安全卫生知识、服务技能等方面的教育和培训，提高了从业人员的安全卫生意识、服务技能和服务水平，从而带动农民素质的提升。旅游的开办不仅给旅游地经济发展注入了巨大的生机和活力，更给旅游地带来全新的观念和思想。因此，生态农庄是新的思想观念的“催化剂”。农民通过经营实践、耳闻目染，他们的生活习惯、行为举止正在逐渐向城里人靠拢。这样，有利于消除农村不良的陈规陋习和转变农民的生活观念，同时，旅游还为农村带来全新的服务观念，增强农民的市场意识，扩大农民视野，增长见识，提高素质，从而提高农村的社会文明，推动了社会进步。

三、环境效益

生态农庄使传统农业为主转向现代农业。为了吸引游客到这里观光游览和放心消费，这就会促使农庄经营者大力发展生态农业、精品农业，种植无公害的瓜果。营造良好的生态环境，农庄经营者自愿在山地上种植苹果树和樱桃树等果树，对当地的环境起

到了极大的改善作用,促进了环境的可持续发展。