



龙威海洋牧场休闲旅游总体规划

- 指导教师: [刘炳亮]
- 小组成员: [刘丽洁 赵雅萍 池丽欢 孔凯悦 闵耀秋 徐腾之]

目录

第一章 规划总则.....	1
一、规划性质.....	1
二、规划范围.....	1
三、规划任务.....	1
四、规划期限.....	1
五、规划目标.....	2
六、编制规划原则及指导思想.....	2
七、规划战略.....	2
八、规划依据.....	2
第二章 旅游资源分析与评价.....	4
一、龙威旅游基地总体概况.....	4
（一）地理区位.....	4
（二）交通区位.....	4
（三）经济区位.....	4
二、自然及文化资源.....	5
（一）地质与地貌.....	5
（二）气候条件.....	5
三、旅游资源基本类型.....	5
四、旅游资源评价.....	6
（一）旅游资源定量评价.....	6
（二）旅游资源定性评价.....	7
第三章 旅游发展环境分析.....	8
一、龙威旅游基地发展现状分析.....	8
二、龙威旅游基地的发展作用与前景.....	11
（一）龙威旅游基地的发展作用.....	11
（二）龙威旅游基地的发展前景.....	11
第四章 客源市场的分析.....	13
一、旅游市场背景分析.....	13
二、客源调研与分析.....	14
（一）潜在市场分析.....	14
（二）综合分析.....	14
三、客源市场定位.....	14
第五章 旅游形象设计.....	16
一、旅游形象策划条件分析.....	16
（一）地脉分析.....	16
（二）文脉分析.....	16
（三）受众基础分析.....	16
二、旅游形象定位.....	16
（一）总体形象定位.....	16
（二）旅游总体形象口号设计及传播.....	17
三、视觉形象系统规划.....	17

(一) 旅游形象标志.....	17
(二) 形象载体设计.....	17
(三) 视觉形象系统应用要素设计开发.....	18
四、行为形象系统规划.....	18
(一) 旅游地内部形象.....	18
(二) 旅游地外部形象.....	18
(三) 居民形象.....	19
第六章 旅游总体定位与牧场整体布局.....	20
一、旅游总体定位.....	20
二、牧场的整体空间布局.....	20
(一) 空间布局依据.....	20
(二) 布局原则.....	20
(三) 总体布局.....	21
第七章 旅游产品策划.....	23
一、旅游产品开发指导思想.....	23
二、旅游产品开发基本原则.....	23
(一) 资源基础原则.....	23
(二) 市场导向原则.....	23
(三) 品牌特色原则.....	24
(四) 经济、社会、环境效益相结合的原则.....	24
(五) 可持续发展原则.....	24
三、旅游产品开发主要内容.....	24
(一) 观光类.....	24
(二) 体验类.....	24
(三) 休闲类.....	25
(四) 研学类.....	28
四、旅游线路产品设计.....	29
五、各类文创产品.....	31
(一) 基于海洋生物元素.....	31
(二) 基于海盐文化.....	32
第八章 旅游营销策划.....	33
一、旅游产品策略.....	33
(一) 项目的创新与改进.....	33
(二) 海洋牧场休闲旅游产品开发和推广.....	33
(三) 文创产品的引入.....	33
二、旅游定价策略.....	33
(一) 定价方式.....	33
(二) 依据游客数量进行差别定价.....	33
(三) 依据时间进行差别定价.....	33
三、旅游渠道策略.....	33
(一) 在省内直接建立旅游专卖店.....	33
(二) 利用互联网线上直销.....	34
(三) 多环节销售.....	34
四、旅游促销策略.....	34

第九章 基础设施规划.....	36
一、外部交通.....	36
二、内部交通.....	36
三、社会车辆道路系统.....	37
四、电瓶车道路系统.....	37
五、游客步行系统.....	38
六、给水设施规划.....	38
七、排水设施规划.....	38
八、环境卫生设施规划.....	38
（一）厕所规划.....	39
（二）垃圾规划.....	39
（三）垃圾规划.....	39
九、电力设施规划.....	39
十、通讯设施规划.....	39
第十章 休闲服务设施规划.....	40
一、住宿设施.....	40
二、餐饮设施.....	40
三、娱乐设施.....	40
（一）体验设施.....	40
（二）休闲娱乐设施.....	40
四、购物设施.....	40
五、信息服务设施.....	41
六、解说系统设施.....	41
第十一章 资源与生态环境保护规划.....	42
一、龙威旅游基地资源与生态环境现状.....	42
二、资源与生态环境保护原则.....	42
（一）依法保护原则.....	42
（二）适度开发原则（可持续发展）.....	42
（三）生态环境保护优先原则.....	42
三、资源与生态环境保护目标.....	42
（一）总目标.....	42
（二）短期目标.....	43
（三）中长期目标.....	43
四、资源与生态环境保护主要内容.....	43
第十二章 旅游安全与保障规划.....	45
一、防灾和旅游安全现状分析.....	45
二、防灾和旅游安全对策.....	45
（一）旅游设施设备安全.....	45
（二）安全处置.....	45
（三）旅游安全标志.....	45
（四）旅游安全宣传.....	45
（五）医疗服务.....	46
（六）救护服务.....	46
（七）酒店餐饮卫生.....	46

目录

(八) 安全保护人员机构.....	46
三、保障体系规划.....	46
(一) 政策保障体系规划.....	46
(二) 市场保障体系规划.....	46
(三) 人力资源保障体系规划.....	46
(四) 生态环境保障体系规划.....	46
(五) 安全保障体系规划.....	47

第一章 规划总则

一、规划性质

对龙威旅游基地的休闲旅游项目发展编制总体规划。

二、规划范围

本规划项目位于山东省潍坊市滨海区大家洼街办潍日高速滨海站终点黄海路北头路西，海洋牧场园区占地 53265 亩，其中滩涂贝类养殖区区域占地 52320 亩，配套服务区占地 945 亩。

三、规划任务

- (1) 深度挖掘生态资源和人文底蕴，确定规划区的旅游发展战略；
- (2) 优化规划区旅游发展要素结构和空间发展布局；
- (3) 拓展旅游内容的广度和深度，开发特色鲜明的生态和文化旅游项目；
- (4) 树立龙威的旅游品牌，开创新的旅游方式，提升滨海区的旅游品位，使之成为潍坊的城市新名片。

四、规划期限

本规划期限为 8 年，2022 年至 2030 年。

分期规划如下：

第一期（近期）：2022 至 2025 年为已经开发的区域的完善建设期和新开发区域的基本建设期；

- (1) 对景区周围的道路进行硬化；
- (2) 进行休闲采贝体验区的建设；
- (3) 进行渔盐观光区以及渔盐文化的展览区；
- (4) 建设海上垂钓平台以及台钓区；
- (5) 建设多功能海洋牧场平台。

第二期（远期）：2026 至 2030 年为新开发项目的完善建设期以及与周边的旅游资源整合的拓展开发期。

- (1) 建设饭店以及特色民宿；
- (2) 开发特色文创产品；
- (3) 建造停车位、卫生间等公共服务基础设施；

- (4) 完善多功能海洋牧场平台，使其集餐饮、娱乐、观光于一体；
- (5) 完善安全保障措施以及基础设施，例如：遮阳避雨防护措施和加固外围护坡等。

五、规划目标

- (1) 都市休闲农业示范区
- (2) 潍坊市名牌休闲旅游基地
- (3) 省级休闲海钓钓场
- (4) 国家知名休闲海洋牧场
- (5) 国家 4A 级旅游景区
- (6) 打造具有影响力的休闲渔业品牌赛事

六、编制规划原则及指导思想

- (1) 明确主题，突出特色
- (2) 市场导向，服务第一
- (3) 统筹规划，协调发展
- (4) 科学定位，准确评价
- (5) 适度超前，大胆创新

七、规划战略

龙威旅游景区以海洋牧场为主，以海洋文化为内核，以休闲旅游和智慧旅游为主题，以观光+休闲为内容跟形式，结合现代技术，大胆创新，建立一个独一无二的新地标，开发独特的旅游项目、文创产品以及餐饮住宿场所等，使其成为新晋的网红打卡地和全国独具特色的休闲海洋牧场。

八、规划依据

- 《国家级海洋牧场示范区建设规划（2017-2025）》；
- 《中国水生生物资源养护纲要》；
- 《国务院关于促进海洋渔业持续健康发展的若干意见》；
- 《全国海洋牧场建设规划（2020-2025）》；
- 《国家级海洋牧场示范区管理工作规范》；
- 《全国海洋功能分区规划》；

《关于促进海洋经济高质量发展发表意见》；

《山东省海洋事业发展规划》；

《山东省新旧动能转换重大工程实施规划》；

《山东省“十三五”海洋经济发展规划》。

第二章 旅游资源分析与评价

一、龙威旅游基地总体概况

(一) 地理区位

龙威旅游基地位于潍坊市寒亭区，在整个潍坊地区的北部，北靠莱州湾，可至整个渤海（见图 2.1）。龙威旅游基地地跨北纬 $37^{\circ} 11' \sim 37^{\circ} 17'$ ，东经 $119^{\circ} 2' \sim 119^{\circ} 7'$ ，总面积 53265 亩，其中滩涂贝类养殖区区域占地 52320 亩，配套服务区占地 945 亩。



图 2.1 龙威海洋牧场区位图

(二) 交通区位

龙威海洋牧场交通方便，附近有潍坊南苑机场，铁路客运站有潍坊站，还有货运站潍坊东站、潍坊西站、坊子站等，潍坊境内主要的铁路线有胶济铁路、胶济客运专线、胶新铁路、青临铁路等七条铁路线；还有青银高速公路、荣乌高速公路、青兰高速公路，其他各地游客到龙威海洋牧场交通都很方便，龙威旅游基地到潍坊市内 60 分钟车程，位于潍日高速滨海站终点黄海路北头路西。潍坊公共交通发展的很好，游客选择各种交通方式到达龙威海洋牧场都很方便。

(三) 经济区位

龙威海洋牧场位于潍坊，潍坊是山东的三个经济圈（省会经济圈、半岛经济

圈和鲁南经济圈)的交汇处,所以龙威海洋牧场的经济区位优势明显。龙威海洋牧场在渤海莱州湾南岸,有潍坊港,与大连、天津、京唐等港口相互补充,在环渤海港口中处于重要战略地位,城际运输距离最短。2019年,水上运输完成货运量3859万吨,公路货运量30586万吨。龙威旅游基地设置了大面积的鱼虾贝类养殖区,通过潍坊港等港口和公路运输可以提升海洋牧场建设的经济效益。

二、自然及文化资源

(一) 地质与地貌

龙威海洋牧场位于潍坊北部滨海低地区,北邻莱州湾。因濒临渤海得名“滨海”,该地地势低平,海拔在5米以下,滩涂广阔,利于发展滨海旅游。

(二) 气候条件

龙威海洋牧场地处北温带季风区,北陆面海,属暖温带季风性半湿润气候。冬冷夏热,四季分明;春季风多雨少;夏季炎热多雨,温高湿大;秋季天高气爽,晚秋多干旱;冬季干冷,寒风频吹。年平均气温12.6℃,平均年降水量615.3毫米,春季降水量在25.9~176.1毫米之间,夏季降水量在232.5~629.7毫米之间,秋季降水量在22.6~205.8毫米之间,冬季降水量在3.0~72.6毫米之间。

三、旅游资源基本类型

根据中华人民共和国国家旅游局颁布的《旅游资源分类、调查与评价(GB/19872-2017)》标准,旅游资源别分为8个主类和23个亚类,共110个基本类型,根据相关要求对龙威旅游基地旅游单体资源进行分类。(见表2.1)

表 2.1 旅游资源分类表

主类	亚类	基本类型	现有资源
B 水域景观	BE 海面	BEA 游憩海域	海上区域
A 地文景观	AA 自然景观综合体	AAD 滩地型景观	盐田观光区
E 建筑与设施	EB 实用建筑与核心设施	EBH 港口、渡口与码头	潍坊港
E 建筑与设施	EA 人文景观综合体	EAC 教学科研实验场所	海洋牧场科普教育基地
E 建筑与设施	EA 人文景观综合体	EAD 建设工程与生产地	鱼虾贝类养殖区

四、旅游资源评价

（一）旅游资源定量评价

根据中华人民共和国国家旅游局颁布的《旅游资源分类、调查与评价（GB/19872-2017）》标准，旅游资源别分为8个主类和23个亚类，共110个基本类型，根据相关要求对龙威旅游基地进行旅游资源评价。

表 2.2 旅游资源定量评价

		盐田	拾贝区	海钓基地	鱼虾蟹贝海 蜇采捕池
资源要素价 值（85）	观赏游憩使 用价值(30)	8	10	15	10
	历史文化科 学艺术价值 (25)	18	8	8	7
	珍稀奇特程 度（15）	7	3	6	5
	规模、丰富 与几率(10)	6	4	7	5
	完整性（5）	3	3	3	2
资源影响力 （15）	知名度与影 响力（10）	6	4	4	3
	适游期与使 用范围（5）	2	1	1	1
附加值（分 正分和负 分）	环境保护与 环境安全	3	-3	-3	-3
总分		53	30	41	30
等级		II	I	I	I

依据旅游资源单体评价总分，将其分为五个级别，从高级到低级分别为：

五级旅游资源，得分值域 ≥ 90 分；

四级旅游资源，得分值域 $\geq 75-89$ 分；

三级旅游资源，得分值域 $\geq 60-74$ 分；

二级旅游资源，得分值域 $\geq 45-59$ 分；

一级旅游资源，得分值域 $\geq 30-44$ 分；

此外还有：未获等级旅游资源，得分 ≤ 29 分。

其中：

五级旅游资源称为“**特级旅游资源**”；

五级、四级、三级旅游资源被通称为“**优良级旅游资源**”；

二级、一级旅游资源被通称为“**普通级旅游资源**”。

（二）旅游资源定性评价

旅游资源的历史文化价值，文化和旅游融合发展已经成为旅游业发展的方向，潍坊海盐文化历史悠久，自从尧舜禹时期就有“宿沙氏煮海为盐”，古寒国（今寒亭区）的发达也可见潍坊海盐的巨大影响力，这些海盐历史文化符号具有丰富的历史文化价值，是潍坊发展海盐文化旅游的活化石。

旅游资源的艺术观赏价值，通过盐田观光区，游客可以观赏盐的形成过程，对盐有更多的了解。

旅游资源的科学考察价值，龙威海洋牧场所具备的海洋生物资源和盐田文化资源都具有丰富的科学考察价值，可以在此进行科学研究实验。

旅游资源开发的经济效益，海洋牧场的发展蕴含巨大潜力，充足的资金和政府支持海洋牧场的建设，以及智能化设备的应用，可以带动整个海洋牧场渔业和旅游业的发展，创造更大的经济效益，推动智慧型休闲牧场的日趋成熟。

旅游资源的社会效益，龙威旅游牧场发展旅游业可以促进当地居民就业，提高经济发展水平，可以提供游览娱乐的良好活动场所。

旅游资源开发的生态效益，对海洋牧场的开发建设，以及高智能技术和设备的使用，可以对海洋环境进行实时监测，有利于海洋资源的保护和修复。

第三章 旅游发展环境分析

一、龙威旅游基地发展现状分析

龙威旅游基地位于潍坊市滨海区大家洼街道，周围的景区众多。基地的旅游资源丰富，但大多数未得到开发或开发程度不足。旅游产品和旅游项目创新不足，可替代性较强，市场竞争力弱。

（一）SWOT 分析

1. 优势

① 旅游区区位优势

山东省是我国东部沿海地区的一个重要省份，其特殊的地理位置，使山东成为黄河经济带和环渤海经济区的交汇点、华北地区和华东地区的结合部，在全国占有重要地位。

潍坊市位于山东省的几何中心位置，位于山东省三个经济圈（省会经济圈、半岛经济圈和鲁南经济圈）的交汇处，区位优势十分明显。交通便利，公路、铁路发达，离青岛国际机场和济南国际机场都很近。滨海经济技术开发区位于渤海莱州湾南岸，是连接山东半岛与京津和华北地区的重要节点，也是联系环渤海与长三角两个经济隆起带的重要着力点，是潍坊市沿海产业发展带和城市发展轴的交汇点，是整个潍坊沿海开发战略的核心地带。南距潍坊市 28 公里，北到潍坊森达美港 17 公里，距青岛市区 178 公里、济南市 200 公里。益羊铁路直达区内，德烟铁路横贯东西，环渤海荣乌高速、济青高速、新海路、大沂路、大九路、北海路等公路干线四通八达，潍坊港、青岛港通航国内外，济南、青岛、潍坊机场直飞世界各地，交通运输十分便利。

② 旅游资源优势

作为潍坊北部沿海的核心区，滨海区旅游发展前进的步伐从未停歇。滨海区区位优势得天独厚，海域、陆域面积广阔，拥有 510 平方公里的海域，在 69 公里海岸线的内圈是 678 平方公里的陆域。

龙威旅游基地的自然以及人文旅游资源十分丰富。景区内独特的海域滩涂优势，可以打造贝类底播型海洋牧场。大量的盐田可以吸引游客观光，展示渔盐文化。

龙威旅游基地周围的景点众多，例如欢乐海沙滩(见图 3.1a)、渤海眼（见

图 3.1b)、马术俱乐部(见图 3.1c) 等, 吃、住、购等基础设施齐全。



图 3.1(a) 潍坊欢乐海沙滩 图 3.1(b) 潍坊渤海眼 图 3.1(c) 潍坊马术俱乐部(图源网络)

景区内的生态环境优良, 空气清新, 环境优美, 是休闲度假、放松身心的好去处。

③游客旅游趋向优势: 潍坊市各级政府重视旅游业的发展, 旅游基础设施进一步完善, 旅游发展环境更加宽松, 旅游经济总量不断壮大, 旅游经济整体实力明显增强。2019 年潍坊市接待游客总人数 8240.1 万人次, 比上年增长 8.6%; 实现旅游总收入 917.6 亿元, 增长 12.3%。2020 年潍坊市全市接待国内外游客 5098 万人次, 实现旅游收入 509 亿元(受新冠疫情影响), 分别恢复至上年水平的 61.9%和 55.5%。

④政府导向优势: 为深入推进海洋强市建设, 支持北部滨海产业结构调整, 潍坊市出台了《潍坊市支持北部滨海海洋经济发展的若干政策措施》(以下简称《措施》)。《措施》指出, 支持海洋牧场投放人工鱼礁、建设多功能平台和深水智能网箱等项目, 积极探索以奖代补、贷款贴息、担保补助等方式, 对新创建的国家级、省级海洋牧场分别给予 200 万元、50 万元一次性奖励。

潍坊把滨海经济技术开发区的发展放到了重要的战略位置。2017 年 12 月, 潍坊市委、市政府出台《关于促进潍坊滨海经济技术开发区创新发展领先发展的实施意见》, 推进滨海区增创发展新优势、实现蓝色跨越, 推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革, 加快建设现代化海滨城市, 实现新一轮创新发展领先发展。

在建设现代化海滨城市的路径中, 潍坊滨海经济技术开发区将旅游业作为重要突破口, 深度整合自然资源、文化资源和产业资源, 突出文旅品牌, 实施文旅融合提升, 全力打造国际滨海旅游度假休闲目的地, 彻底改变了潍坊“临海不见海, 有海难亲海”的历史。

外界有理由相信，潍坊滨海这种积极的态度和主动作为的精神，将加速滨海旅游的突破速度，并为滨海乃至潍坊的转型发展和动能转换注入更多力量。

2. 劣势

①景区大部分地区未开发或者是处于开发的初级阶段，基础比较薄弱。配套设施不完善，旅游的六要素，吃、住、行、游、购、娱都处于较低水平，影响了总体的旅游吸引力。

②景区的品牌形象不鲜明，景区缺乏抓人眼球的景观。由于其先天条件不突出，无明显优势，那么如何提高景区的知名度，树立品牌形象，增强景区总体的竞争力是一个难题。

③旅游产品以及旅游项目单一，缺乏深层次的挖掘。

3. 机遇

①旅游发展趋势：新冠疫情的爆发，强烈的冲击了我国旅游业的发展。五湖四海的人们因疫情紧绷心弦，随着中国疫情防控得力，旅游消费者的信心逐渐回升，掀起了旅游热潮。

②城市交通的迅速发展，有效的缩减了旅游出行时间。城市周边的“一小时交通圈”为拓展旅游消费半径起到了至关重要的作用。

③我国政府加大对旅游业的扶持力度，地方政府对发展滨海旅游热情持续高涨，将滨海旅游业作为经济先导产业。地方政府的积极推动，将有助于滨海旅游业进一步壮大规模。

4. 挑战

①如何从众多滨海旅游区、海洋牧场中脱颖而出，成为区别于其他海洋牧场的、独具特色的休闲旅游基地。

②如何平衡产业与旅游业的关系，将农业，渔业等其他产业与旅游业结合起来，使其成为相互促进的关系，而不是相互制约的关系。

③如何处理与周围景区的关系，实现游客的分流，与周围景区形成一个整体，而不是分裂的个体，从而促进滨海区旅游业的总体发展。

④如何平衡生态保护与旅游开发的关系。在旅游业的发展过程中，生态保护至关重要。如何在开发旅游项目，实现旅游快速发展的同时，保护好生态环境，实现可持续发展一直是困扰我们的难题。

二、龙威旅游基地的发展作用与前景

（一）龙威旅游基地的发展作用

1. 农业、渔业与旅游业的有效结合

将农业和旅游业结合起来，以农促旅，以旅促农。利用当地的盐田吸引游客，发展研学旅游，利用海盐开发独特的文创产品和旅游项目，促进当地旅游业的发展。以旅促农，可以扩大农业的生产经营范围，优化农业的产业结构，使之更加合理化，多样化。同样，将渔业与旅游业结合起来，开发各种旅游项目，让游客参与进来，可以加快渔业的转型升级，推动现代化海洋牧场的建设和发展，带动休闲渔业以及休闲旅游的快速发展。

2. 休闲旅游与智慧旅游的巧妙结合

随着“智慧地球”理念的深入，智慧与旅游产业的融合也成为人们讨论热点。龙威旅游基地采用利用 5G 技术强大的数据传输能力助力物联网技术、AI 技术、AR 技术、VR 技术等前沿智慧技术的运用，为打造智慧型海洋牧场提供强大的技术硬件支持。龙威旅游基地将智慧旅游融入到休闲旅游活动，让游客在休闲旅游的同时与科技互动起来，进一步达到休闲旅游的目的。

3. 促进滨海区乃至潍坊市的旅游发展，增加国民收入

从世界旅游经济发展来看，加快推进滨海旅游也的发展是旅游发展的大趋势之一。开发龙威旅游基地，使之成为滨海区乃至潍坊市的旅游亮点，可以吸引大量的到此游玩的游客，旅游业迅猛发展，从而促进经济发展，增加国民收入。

4. 树立滨海区的旅游形象，成为潍坊旅游的新名片

将龙威旅游基地打造成潍坊市乃至全国独一无二的海洋牧场基地，使游客想到滨海就想到龙威，想到潍坊就想到龙威。将龙威打造成潍坊市新的旅游名片。

（二）龙威旅游基地的发展前景

（1）休闲采贝：在该景区内规划赶海区域，养殖贝类等，游客可以亲自采集贝类，增加游客的参与感与体验感。

（2）休闲垂钓：景区内可以进行岸钓、船钓，可以进行垂钓比赛，吸引全国各地的垂钓爱好者前来休闲垂钓。

（3）休闲观光、休闲度假、休闲体验：将龙威旅游基地打造成一个综合的休闲旅游基地，给游客良好的观光、度假和休闲体验。

第四章 客源市场的分析

一、旅游市场背景分析

(一) 宏观旅游市场现状分析

随着社会的发展，旅游业成为全球经济发展的支柱，发展势头强劲，发展规模巨大。改革开放以来，中国旅游业取得了长足的发展，走过了从无到有，从小到大的发展过程，我国旅游业规模实现稳步增长，现阶段，中国已逐步走向世界旅游强国之路，旅游产业正成为经济增长的重要引擎。十四五规划的发布，各地对旅游休闲街区以及文化街区做出了战略部署。都市休闲市场将从供给侧发力，提高都市休闲服务质量，开拓独具特色的休闲空间。在供给产品方面，针对青年和青少年群体的休闲旅游项目，例如剧本杀、当代文化展览等遍地开花。在优质文化的引领下，加速各类业态休闲与文化的融合，从而促进休闲旅游的发展。

1. 旅游需求趋势分析

随着人们生活水平的进一步提高以及消费主体和消费观念的改变，旅游需求不断增加，旅游行业正在消费分级和消费升级。目前旅游行业主要分为两个方向：一是观光型旅游产业，二是以休闲度假为主的乐趣型旅游产业。随着人们旅游需求的变化，走马观花式的游览已经无法满足旅游者的旅游需求，如今，游客更加倾向于休闲旅游，中国已进入休闲旅游时代。人们对滨海休闲旅游的需求也不断增加，滨海旅游业的发展前景广阔可观。

2. 区域旅游市场现状分析

潍坊市是环渤海的重要海滨城市，是山东省七个沿海城市之一。近年来，潍坊市委、市政府高度重视海洋经济发展，成立市委海洋发展委员会，实施海洋强市建设活动，今年，更是把海洋经济列为助攻的五大战场之一，海洋经济达到了前所未有的发展高度。

潍坊市独有的旅游产业发展优势，交通便利，旅游资源丰富，经济实力雄厚，旅游产业基础良好。

近日，滨海区在中国特色旅游商品大赛中获得金奖，滨海旅游基地立足文旅职能深化业态融合，持续推动特色旅游产品开发，不断完善旅游业“吃住行游购娱”产业链条，立足滨海特色，深挖地方历史文化，打造出的特色旅游产品深受游客喜爱，获得社会各界高度认可，同时也开拓了滨海区的旅游市场，提高了知

名度。

随着海水浴场、海洋牧场及旅游基地的不断完善，潍坊市滨海区成为潍坊市以及周边地区重要的旅游目的地，每逢周末或者节假日，游客纷至沓来。

潍坊市大力促进滨海旅游，出台各种扶持政策，加大旅游产业投资，接待人数逐年上升，旅游业发展迈上了新台阶。

二、客源调研与分析

（一）潜在市场分析

龙威旅游基地以休闲度假为主题，在景区进入市场的初期主要以潍坊市为旅游市场，吸引潍坊各地的游客。潍坊市经济发展迅猛，2020 年全市实现生产总值（GDP）5872.2 亿元，位居山东省第四。因此潍坊市各区对龙威旅游基地的发展将有不可估量的促进作用。

（二）综合分析

第一，潍坊市本地市场是龙威旅游基地的主要客源市场，其次淄博、青岛、济南等周围城市也是该景区的重要客源市场；

第二，潍坊交通四通八达，交通便利，游客到此游玩非常方便，具备良好的可拓展的客源；

第三，随着人们生活水平提高，人们的旅游需求不断提高，放松身心的休闲旅游对游客更具吸引力。因此海洋牧场的多种休闲项目更得游客青睐。

三、客源市场定位

本着“合理开发，实事求是，和谐发展”的原则，将滨海区龙威旅游基地的客源市场定位为：

一级市场（近程市场）：潍坊各县市区、青岛、济南等山东省内各市；

潍坊各县区距离该景区很近，游客可以自驾游，周末或短期节假日都可以到该牧场游玩；山东省内的交通便利，高速公路以及高铁四通八达，而潍坊又位于山东省的中部，地理位置优越，是连接山东各市的交通枢纽。因此可以将这些地区设置为一级市场。

二级市场（中程市场）：京津冀地区、河南、江苏等山东邻近省份；

这些地区为山东省的邻近省份，高铁、飞机等出行十分便利；山东作为一个旅游大省，好客山东人的旅游形象深入人心，在山东省的周边乃至全国地区家喻

户晓，因此可以将二级市场设置为这些地区。

三级市场（远程市场）：国内其他省份以及日韩等地区。

山东省与日本、韩国地区隔海相望，地理位置优越；交通便利，国际、国内航班都十分便利，因此可以将这些地区设置为三级市场。（见图 4.1）

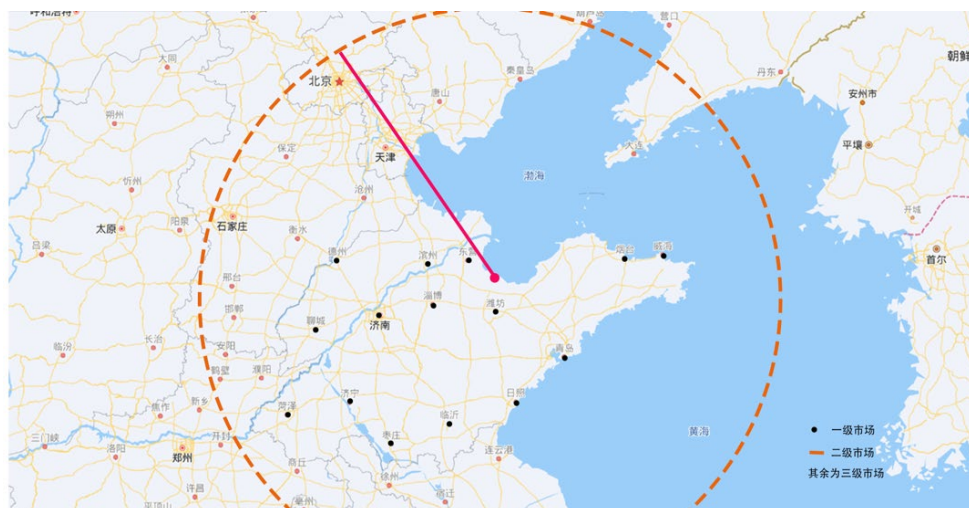


图 4.1 客源市场

第五章 旅游形象设计

一、旅游形象策划条件分析

（一）地脉分析

潍坊龙威海洋牧场位于潍坊北部的渤海之滨，滨海区老河入海口东部，属温带季风气候（偏海洋性），滩涂贝类养殖区域占地 52000 亩，配套服务区占地 945 亩。养殖区的产品包括四角蛤蜊、菲律宾毛蛤仔、毛蚶、文蛤、缢蛏、沙蚕、新品种等九个养殖区。滨海已有老河口白蛤蜊、老河口牡蛎、莱州湾沙蚕、大家洼盐田卤虫、大家洼鳎米鱼等 5 种海产品成功申报国家地理标志产品。牧场内另有盐田 1800 亩、海钓台 1000 米。是进行采贝活动、品渔盐文化的休闲度假胜地。

（二）文脉分析

潍坊龙威海洋牧场所在的滨海区是盐宗夙沙氏煮海为盐事件发生地、世界盐业及盐文化的摇篮。“中国海盐之都”成为潍坊文化新名片，此外潍坊还是“世界风筝之都”。潍坊东周盐业的遗址入选了“国宝”名单，乌常泽、固堤场、官台场等海盐人文历史遗留丰富，海洋文脉悠远绵长。潍坊北邻渤海湾（古称北海郡、北海国、北海军、北海县），是全国少见的以海为名的海滨城市；潍坊滨海区在抗战时期先后隶属于清河区、渤海区，是山东抗战的主战场之一，红色“渤海走廊”在全国抗战史上地位显要。这里地域文化厚重悠久，从夙沙氏煮海为盐到管仲霸齐，从东方“海上丝绸之路”到红色“渤海走廊”，从烽火寿潍县到今天的海洋经济新区，潍坊滨海区以其浓郁的文化气息立于渤海之滨。

（三）受众基础分析

潍坊龙威海洋牧场以休闲体验旅游为主，以散客为主要受众群体，满足游客的综合游乐的诉求。感受自然、康体保健、追忆历史、体验文化是现代旅游的潮流。龙威海洋牧场具有原生环境、康体健身、休闲娱乐、体验文化等旅游特色项目，将迎合受众群体的新诉求。

二、旅游形象定位

（一）总体形象定位

1. 旅游形象理念

一级理念 环渤海休闲胜地。

二级理念 鲁东半岛生态智慧休闲旅游地。

三级理念 潍坊亲子研学休闲旅游地。

总体定位 渤海明珠，休闲之处。

（二）旅游总体形象口号设计及传播

1. 口号设计

根据龙威海洋牧场的旅游主题和资源特点，突出最极具代表的特色资源，打造旅游品牌，集合旅游产品促销的需要和游客心理需求，潍坊龙威海洋牧场的旅游主题形象口号为：

方案一 享龙威渔盐之乐，赏渤海休闲风情。

方案二 魅力滨海行，休闲来龙威。

方案三 海盐海风海韵 尽享休闲海洋之旅。

方案四 品海盐文化，享滨海渔乐。

2. 旅游形象传播策略

受众群体是旅游区旅游形象的传播的主要对象，在旅游形象传播的过程中要重视的群体主要有观光者、公司内部成员、投资商、当地居民等。并以此口号利用广告传播策略、旅游网络媒介策略、公共关系策略等进行传播。

三、视觉形象系统规划

（一）旅游形象标志

名称：潍坊龙威海洋牧场

标志：图形中应包含贝壳、海盐、海钓等要素

标准色：蓝和白

形象代言物：贝贝（见图 5.1a）

（二）形象载体设计

第一印象区：

游客服务中心，为游客最先到达旅游基地的地点。以蓝白色为主色调的建筑，为海盐，贝壳和大海的颜色既体现了景区的主要资源，又给人以休闲、愉悦和放松之感体现了旅游区的主题。

光环效应区：

科普教育区、休闲体验区、盐田游览区，通过旅游景观、旅游活动、基础设

施及人员服务来体现。

地标区：

漂浮贝壳，代表海洋牧场的主题形象的景点具有观赏游览，广告宣传的作用。（见图 5.1b）

最后印象区：

游客服务中心。通过建筑设施，周围环境，工作人员的服务态度来表现。

（三）视觉形象系统应用要素设计开发

包括：办公文具类、企业证件类、旅游文创产品类、招牌、标识及环境类等。

（1）办公事务

文件袋、信纸、信封、请柬、办公用品等都应印有本企业特有的标志贝壳。

（见图 5.1a）

（2）旅游文创产品包装

旅游文创产品是景区宣传的利器，在与旅游者直接的接触过程中，传递着本景区的形象。

（3）服装系统

统一员工服饰，以蓝白为主色调。员工服饰在企业内部的管理、员工的归属感、企业的凝聚力、整洁视觉环境等方面都有重要的作用。

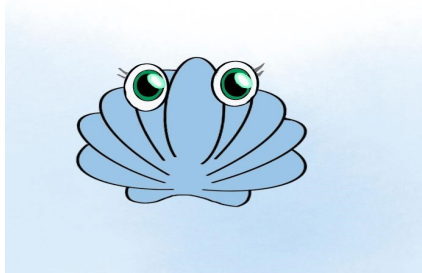


图 5.1(a) 形象代言物“贝贝”



图 5.1(b) 漂浮贝壳

四、行为形象系统规划

（一）旅游地内部形象

对企业内部进行良好的管理与建设和培育先进企业文化。

（二）旅游地外部形象

所有景区工作人员要热诚好客，龙威海洋牧场要以“好客、热情”为行为准则，为游客创造一个良好的旅游环境。普及有关盐渔文化等多方面的文化知识。

要求服务者热情且礼貌待客，所有员工必须持牌上岗，以微笑服务游客，价格合理。强调所有的工作人员必须有业务素质和敬业精神，强调提高质量意识，做好管理监督，实现服务达标，增加旅游区的竞争能力。在市场调查、产品的推广、公共关系管理、促销活动的开展、公益文化活动等多方面有所作为。树立管理即服务的理念，不但服务于游客，而且要服务于员工和当地居民。处理问题要快而迅速，公正且有技巧，合理组织引导海上游乐项目，防止各种安全事故的发生，保证游客人身和财产的安全，理中要落实生态旅游原则。

（三）居民形象

处理好与当地居民的关系，提高居民的好客度；促进当地居民热情参与，做义务咨询，义务导游，鼓励社区参与。

第六章 旅游总体定位与牧场整体布局

一、旅游总体定位

将龙威旅游基地打造成集海产养殖、休闲观光、科普教育于一体的智慧型休闲海洋牧场。

二、牧场的整体空间布局

（一）空间布局依据

依据山东省地方标准《海洋牧场建设规范》进行海洋牧场空间布局，海洋牧场布局必须符合生态优先、统筹规划的基本原则，根据海洋牧场选址要求，综合海域理化指标、生物资源、地质条件、社会经济等环境因子科学布局。

（二）布局原则

1. 依法规划，规范建设。

按照《渔业法》《海洋环境保护法》等法律法规，以及《山东省海洋牧场建设规范》等相关文件要求，贯彻“节约资源、保护环境”的基本国策，以促进修复和优化生态环境、养护增殖渔业资源、合理开发利用渔业资源、保障渔业可持续发展为目标，规范有序地开展建设，实现海洋牧场建设和管理的规范化、制度化。

2. 统筹布局，分步实施。

坚持集中集约适度用海，注重建设成效，多种机制确保经济效益、社会效益、生态效益协同发展，全方位保障建设效果。

3. 突出重点，循序渐进。

突出重点海洋牧场示范区建设，循序渐进，稳步扩大海洋牧场建设范围和规模，点面结合。

4. 因地制宜，科技支撑。

充分发挥海域资源优势 and 科技优势，科学规划和建设智慧型休闲海洋牧场，促进渔区经济稳步发展。高度重视海洋牧场理论与技术研究，强化科技成果转化与示范，为海洋牧场科学规划、建设和管理提供支撑。

5. 创新管理，社会参与。

利用现代管理理念和方法，创建新型管理模式。采取多种方式和渠道，征求

社会各界意见，扩大公众与社会参与，充分发挥民主，增强规划修编的公开性和透明度，进一步提升公民开发海洋、保护环境、保护资源的意识。

（三）总体布局

1. 综合服务区

综合服务区分为两个，分别设置在景区出入口处。景区出入口处综合服务区 1 主要设置卫生间，停车位，餐饮服务设施等。景区出入口综合服务区 2 主要以主题酒店和特色餐饮设施为主，辅以基础服务设施。

2. 海上观光体验区

海上观光体验区设置在景区中心靠海位置，游客在此处观光视野最佳，同时该区设置体验船屋，海上漂浮酒店，提供住宿和餐饮服务，游客可以 24 小时海上观光，看到不同时间的海上风景。

3. 盐田游览区

盐田游览区设置在盐田的周边部分，游客在这个区域可以看到盐的形成过程，同时设置盐浴小屋和海盐文化科普区，游客可以体验盐浴，了解海盐文化的悠久历史。

4. 科普教育区（贝类，捕鱼，海盐文化）

科普教育区主要分为三个部分，贝类科普教育区、捕鱼文化科普教育区和海盐文化科普教育区。贝类科普教育区设置在采贝体验区附近，主要采用 AR 技术展示不同贝类的形态和区别；捕鱼文化科普教育区设置在海上垂钓附近，科普捕鱼的关键步骤以及捕鱼方法的发展历史；海盐文化科普教育区设置在盐田观光区附近，展示潍坊海盐文化的悠久历史及海盐形成的步骤。

5. 休闲体验区（采贝、海钓）

休闲体验区主要包括两个部分，采贝体验区和自驾海钓区，采贝体验区设置在贝类多的区域，游客可以下水采贝，体验采贝乐趣，主要针对家庭型（带小孩的）旅游者，采来的贝类可以拿到岸上进行烧烤，游客可以得到娱乐体验，景区可以增加收入。自驾海钓区（远海垂钓、近海垂钓）随着社会的发展和人们生活水平的提高，越来越多的人参与到海钓这项活动中来。远海垂钓有着“海上高尔夫”的美称，距离现在已经有 100 多年的历史，也是一项风靡全球的休闲活动，象征了品味和格调，受到很多人的青睐。龙威旅游基地有游艇供远海垂钓使用，

给你不一样的体验。近海垂钓也是乐趣无穷。像采贝体验区一样，海钓得到的战利品可以自行购买带回家，也可以到岸上进行烧烤。（见图 6.1）

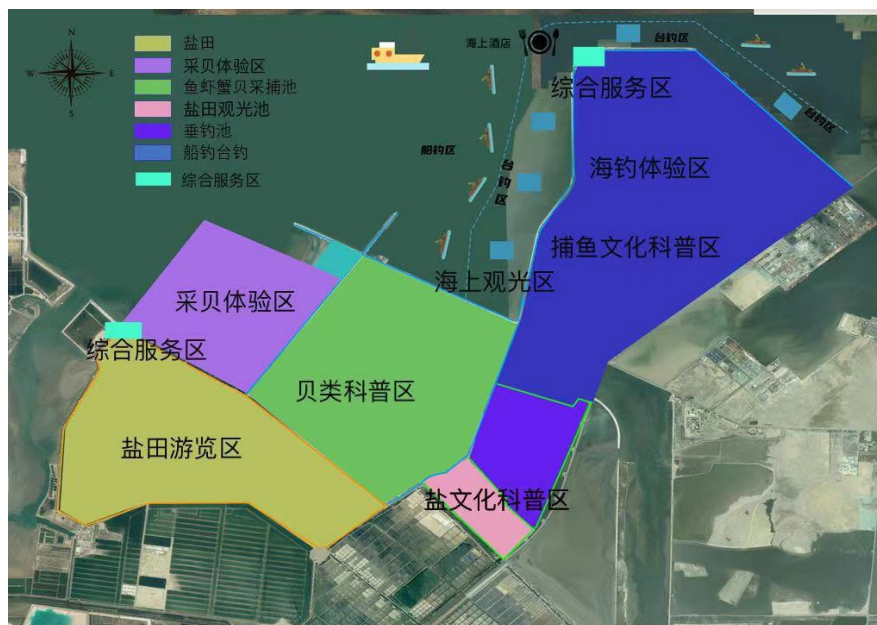


图 6.1 空间布局图

第七章 旅游产品策划

一、旅游产品开发指导思想

旅游产品的设计与开发，离不开旅游的六大要素：吃住行，游购娱。旅游产品是实物与服务的综合体现，旅游者是通过购买旅游产品的方式来龙威旅游基地旅游的，所以我们在进行旅游产品设计与开发时，不能只注重产品的本身，还要注意由旅游产品延伸出来的服务、功能等方面。旅游产品的开发是建立在旅游资源的基础上的，资源是支撑起整个产品的骨架。各类旅游产品要以自身特色为根本，以游客需求为导向进行深挖。产品的开发设计必须结合资源禀赋分析、市场需求和竞争分析、投资方的实力和能力分析，以及投入产出分析进行综合考量。哪些是核心产品，哪些是辅助产品，哪些产品先推，哪些产品后推，哪些产品必须充实提升，哪些产品必须割爱抛弃，这都是我们要考虑的问题。

二、旅游产品开发基本原则

由于旅游产品具有生产与消费的同—性、无形性、不可储存性、不可转移性、季节性，整体性、脆弱性等特点，从而导致了旅游产品开发、生产和设计的艰巨性。旅游产品的开发是构建景区吸引力的重要内容，一定程度上，旅游产品开发设计的好坏会决定景区经营是否能够取得成功。另外，我们对龙威旅游基地旅游产品的开发设计应该与当地的社会经济发展水平相适应，否则旅游产品的开发不合时宜，难以带来良好的经济效益。因此，我们对龙威旅游基地旅游产品开发坚持以下原则：

（一）资源基础原则

各类旅游产品都要依托于自身资源，我们要从资源出发，基于资源的属性和类别，进行产品的设计。龙威旅游基地依托于海洋而建，所以我们考虑了各种海洋旅游产品，如海上漂浮酒店、采贝体验区、自驾海钓区等。

（二）市场导向原则

开发商要开发旅游产品的根本目的是为了获得经济利益。那么就要考虑市场需求，只有以游客的需求偏好为导向开发设计旅游产品，旅游者才愿意为此进行消费。因此，以人为本，以游客为中心的客源结构、消费观念、消费行为等因素分析，就显得尤为重要。

（三）品牌特色原则

品牌旅游产品具有较高的市场渗透能力和一定的垄断性。我们在进行龙威旅游基地旅游产品设计与开发时，应当充分注意我们的品牌特色，形成至少是附近范围内难以代替的特色旅游产品，培养核心竞争力。一旦品牌特色形成，其市场地位就很难被动摇。

（四）经济、社会、环境效益相结合的原则

绿水青山就是金山银山。发展旅游必须平衡处理好生态环境保护与经济社会发展的关系。旅游产品设计与开发也必须将经济，社会，环境效益结合起来，否则，后续也会带来各种各样的问题。

（五）可持续发展原则

根据旅游产品的生命周期理论，旅游产品的发展并不是一个静止的活动，而是一个持续的、永不停止的过程。当一个新产品投入市场时，也就是下一轮旅游发展规划开始进行工作的时候。所以我们在设计开发旅游产品的时候，应该考虑其发展性和可持续性，适度开发。

三、旅游产品开发主要内容

（一）观光类

1. 动漫海洋牧场

动漫海洋牧场(海洋牧场影院)：利用三维动画、VR 技术等打造神奇小镇龙威镇，镇上的海底人族居民过着欢乐质朴的生活。他们深谙大自然的奥秘，使用海底人族独有的五行之力以及聪明才智世世代代的守护着海底森林边缘的“海洋牧场”。主要是吸引年纪较小的游客。

2. 漂浮大贝壳

以漂浮大贝壳作为旅游吸引物，设计成贝壳形状，突出海洋文化，作为动漫中龙威小镇居民主要住所，吸引游客与之合影，晚上贝壳借助灯光的渲染会放出五颜六色的光，打造独一无二的海洋观赏价值。

（二）体验类

1. 海上酒店

作为一种酒店客房，海上漂浮酒店也成为当下一一种独特的居住体验。虽然是在海上，但是家具设施齐全，卧室、厨房、卫生间、客厅一样都不缺。躺在房间

里，伴着星空入睡，和着雨声入眠，体验感极佳。酒店内有 360° 旋转居室（以科技感为主题）听说过旋转餐厅的人很多，但是听说过旋转居室的人想必不多。通过编程设置，星玥居可以随着日月而旋转，传说中可以追逐星辰的智能居室已经出现在大众眼前；遥控器不是只能选择电视频道，还随时可以拿起遥控器选择想要观赏的大自然和方位。

2. 体验船屋

木造的船屋，雕梁画栋，十分考究。船屋内部的装潢十分典雅。船屋按面积和设备的不同而分成若干等级，由政府旅游局统一规定租金的标准，供应三餐一宿的服务。较高级的船屋有两层楼。气派豪华，给人舒适的享受。船屋里有客厅、餐厅、厨房、花园阳台和七八间双人套房，所有家具都是用胡桃木雕刻制成，地上铺有华丽的地毯。次级的船屋内有西式设备。每艘船屋都有各自的名称，有专属的交通船接送观光客往返，适合二、三个家庭或三五好友同住一船，便于互相照应，安心住宿，并享受水上人家的生活情趣，悠悠晃晃，吃住无人扰。

3. 银滩拾贝

充分利用大片海滩及贝壳，为游客打造银滩拾贝项目，进一步接触海洋文化特色，丰富旅游体验。

（1）组织游客在潮落时集体赶海，为游客提供必备的赶海工具如小铲子，水桶等，提醒游客注意安全。在此处设置扫码语音导播讲解和知识讲解牌，以便更好地服务游客。

（2）在赶海区设置旅游购品售卖处，充分利用人流量带动旅游购品的销售，售卖品有：由贝壳制成的彩灯，贝壳盲盒（盒中有不同类型和形状的贝壳，贝壳被刷上了丰富多彩的颜色，印上各种各样的形状。），贝壳发夹，贝壳蜡烛香薰。

（3）设置 DIY 区，游客赶海后获得的贝壳及其他海洋生物，可以在此体验区在工作人员的指导下进行加工，如画上各种图案，刷上颜色等。游客也可选择自己喜欢的旅游购品，让工作人员将其赶海获得的贝壳相应的仿制成旅游购品。此处也设置了泥塑体验区，游客可将泥捏成不同的鱼类。

（三）休闲类

1. 海洋运动赛

本项目旨在利用海洋资源，推动旅游+体育，主要针对热爱体育运动的群体，

打造环牧场自行车骑行赛，环牧场马拉松跑，沙滩摩托赛，海上快艇比赛，提升游客旅游体验。

(1)环牧场自行车骑行赛：预先设计专门针对牧场跑道的参赛游客自行车，定期检查设备保证设备安全。参赛者配戴好头盔，护膝等，在骑行过程中可以欣赏沿岸海域风光，感受海的味道。

(2)环牧场马拉松跑：用彩虹色设跑道，在装点景区的同时，激发参赛者的激情。提前向参赛者展示跑程，明确比赛路线，提醒参赛者注意安全，比赛过程中有不适，立即向工作人员示意。

(3)水上快艇比赛：预先规定比赛的海域，清除海面多余杂物确保赛道通畅，参赛者必须熟练掌握快艇驾驶技术，由抽号决定比赛所用快艇，每个比赛快艇上配备一位牧场专业工作人员应对突发情况。

(4)海滩摩托赛：参赛者必须具有摩托驾驶证，秉承安全第一的原则，严格控制观看者距海滩的距离，保证双方安全。

(5)以上体育类竞赛活动，必须将安全第一放在首位，预先检查比赛设施，提前三天展示各比赛的具体时间（各赛事平均一月两次，具体时间要考虑天气情况），地点，参赛人员数量及资格条件等具体信息，有意向者可通过网络报名。比赛当天维持好比赛场地的秩序，确保医护人员在场。

(6)对于水上快艇，海滩摩托赛，观看者可提前预测比赛获胜者，由在场工作人员统计，预测对的游客可以获得精美礼品一份如贝壳发夹，贝壳盲盒，贝壳花瓶，盐雕。对于上述活动的参赛者，获胜者可免费享受海鲜宴。

2. 海钓垂钓

充分利用滨海资源，针对多群体开展侧重点不同的垂钓项目，推动旅游产业与休闲体验全方位融合。

(1)针对儿童，设有专业海钓场，在钓鱼专家的传授下，寓教于乐，亲近自然，收获系统化海洋知识、鱼类知识以及钓鱼文化，体验海上钓鱼的乐趣。可组织儿童钓鱼对抗赛，将儿童分成红蓝两组，合计每组钓鱼总数，红蓝两队在海钓场上排兵布阵，在规定的时间内，看看那一队钓的鱼多以激发儿童参与的积极性，培养钓鱼兴趣。

(2)针对普通游客，由工作人员简要介绍钓鱼注意事项以及适合新手的钓

鱼方法，确保游客能在短时间内上手，对于该群体来说，主要是收获的是垂钓体验，因此为游客提供舒适的钓鱼环境以及便利的钓具是重中之重。

(3) 上述所有垂钓活动，可以按游客钓鱼时间来收费，譬如按小时收费。对于游客自己钓上来的鱼类，游客可以自己带走，如若不方便携带，可选择交给牧场工作人员保管。

3. 海滩音乐节

利用夜间经济，结合独特海洋元素，让城市的夜晚“亮”起来、人气“聚”起来、商气“火”起来，游客充分享受夜间海洋的魅力，提供更加多元、沉浸式文化体验。

(1) 在“音乐、沙滩、美食”等元素的基础上，表演形式推陈出新，举办音乐节演出，开设“海洋乐”主题专场，即本场表演皆与海相关，体现富有海洋韵味的歌曲，舞蹈等。使得游客在海边，观海景，赏海情。

(2) 夜间音乐节演出过程中，增设游客互动环节，如游客唱出带有“海”，“鱼”等歌曲，吟诵带有“海”，“鱼”等字的诗词歌赋，组织一场小比赛，看那位游客唱或吟出的最多，即可获得精美礼品一份如贝壳发夹，贝壳盲盒，贝壳花瓶。

(3) 在海滩为游客提供各种美食，如沙滩烧烤等，游客也可预定酒店顶流美食服务，线上线下融合“酝酿”特色餐饮，打造“舌尖新体验”。

(4) 炫彩灯光秀，以灯光科技文化为主线，引入霓虹灯作为主场地气氛点缀，形成“灯海”，“灯海”之上再设置各种美丽的造型，形成独特的灯光景观，通过视觉，听觉，触觉三位一体的方式展示灯光科技，打造各种海洋生物的灯光造型。

(5) 沙滩音乐节将继续保持真现场，真舞台，真直播，在滨城演绎不一样的海岸风情，让游客享受“视、听、味”觉盛宴，获得独特的海洋之行。

4. 民俗祭海节

祭海节突出特色是环保，不在大设祭品，祭火等。由当地渔民、盐民，各地群众、游客一同参加民俗祭海节共同祈愿四海平安、风调雨顺、渔盐丰产。游客可在广场观看舞龙，舞狮民俗文化艺术活动，旨在倡导保护海洋环境、传承海洋文化。由专业人员讲解捕鱼技术与过程，增设体验环节，让游客亲自登船体验打

捞的过程,丰富旅游体验。本次祭海节主要是祭祀佛菩萨与海神妈祖、龙王为主,分为法师入场、宣读祭文、祈福诵经、洒净、超度等环节。

民俗祭海节祭文:巨洋沧沧,白浪汤汤。渔盐古镇,源远流长。魅力滨海,大韵乌常。先民牧海,历经沧桑。神佛庇护,一脉辉煌。物阜民丰,千年乐章。感我佛慈悲,海神佑顺,今昌盛会,百里欢畅。诚以今日祈告:佛光普照,四海平安;众生乐业,昌荣吉祥!

(四) 研学类

1. 贝类科普区

主要进行各种贝类标本展示等,以贝壳为主题,集贝壳研究、收藏、科普教育、文化旅游为一体的科普展览区,主要由贝壳标本展示区、贝壳观赏区、儿童互动区、科普区、贝类商品展示区等部分组成。

2. 捕鱼文化科普区

生命起源于海洋,了解捕鱼文化,探索海洋奥秘。古时候居住在海边的人们,根据潮涨潮落的规律,赶在潮落的时机,到海岸的滩涂和礁石上打捞和采集海产品。为了更加直观地了解捕鱼文化,我们采用各种先进技术,还原当时人们采集海产品的过程,感受当地风土人情与文化传统。

3. 盐文化科普区

手工盐业发展历史展览等,主要介绍盐的历史和相关文化知识,另外还有盐体验区和盐品销售区。以展板图文、实物展示、魔墙大屏互动系统、球幕深度体验等多种现代技术重现盐文化发展过程,向人们还原真实的“海盐”的记忆留痕。

4. 海洋牧场夏令营

本项目针对中小學生群体,旨在推进海洋+教育+旅游,推进产业融合,以教育促旅游,旅游兴海洋。中小學生群体通过探秘海洋,收获不可复制的成长体验。

(1) 中小學生在家长带领下,通过在龙威海洋牧场参观、学习和体验,感受海洋牧场可持续发展的成效。

(2) 中小學生在海洋牧场体验区,现场观看海参、鲍鱼、八爪鱼等各种海洋生物的生长环境,并可亲手捉出来,近距离观看。工作人员介绍每种海洋生物的习性和特征,激发孩子联系书本中学过的海洋生物知识,开拓孩子眼界。

(3) 中小學生了解和学习活品暂养、休闲食品加工、海洋食品研发等方面

的知识，并亲自跟研发厨师一起学习制作海洋产品美食。

(4) 中小学生在海滨浴场，黄金沙滩上，尽情的欢腾，享受波浪船、蹦蹦床、海上滑梯、海上滚滚圈、彩虹水环、水上蹦床、水幕秋千等各种海上设施，放松身心，尽情愉悦。

(5) 中小学生在专属赶海区将赶海拾取的蛤蜊、香螺，在工作人员带领下将出海收获的各种新鲜的海鲜现场制作，即时体验新鲜美食。

(6) 中小学生在晚上伴随着海风以在在沙滩上欣赏草裙舞、非洲鼓，民歌民谣等艺术表演。一起交流分享着，追逐打闹着，相互交流研学体验，分享有关海洋知识的新收获。

(7) 中小学生在体验提笼拔蟹，乘坐渔船到海上平台，亲手把一个蟹笼上来，观察笼里的海洋生物。（见图 7.1）

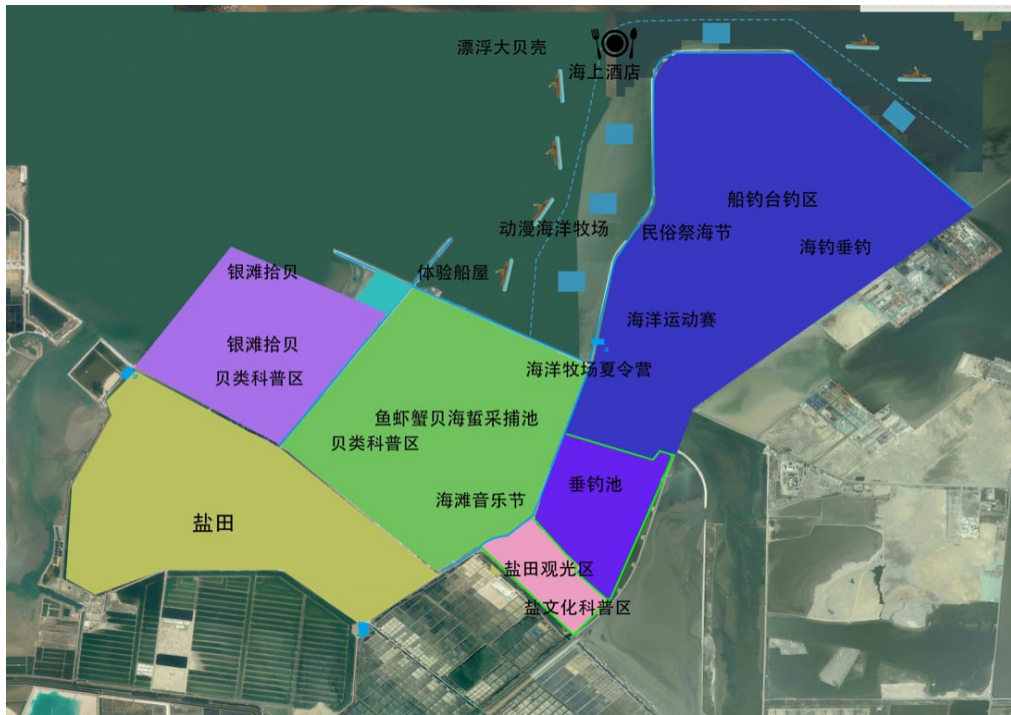


图 7.1 项目布局图

四、旅游线路产品设计

(1) 线路一（见图 7.2）

名称：龙威牧场海上专线一日游

主题：是一条以海洋为特色的线路，全程在海上进行。游览线路主要涉及体验类和观光类产品。沿途可从海上观看到整个景区的项目，中途有停靠点，如有

需要，可自行下船安排游览或住宿。

线路主要介绍：采贝区出发点→体验船屋→民俗祭海节→漂浮大贝壳地标→海上酒店→船钓台钓区终点；



图 7.2 旅游线路图

(2) 线路二

名称：海上亲子乐园一日游

主题：是一条为带小孩的游客设计的线路，涉及休闲区和研学区，既能放松身心，愉快玩耍，又能学到东西。

线路主要介绍：船钓台钓区出发点→海钓垂钓→海洋运动赛、海洋牧场夏令营→海滩音乐节→盐文化科普区→贝类科普区→银滩拾贝→出口。

(3) 线路三

名称：科技与激情的碰撞两日游

主题：主要针对年轻人，以体验区和休闲区为主。相对来说，他们有更好的经济能力，并且对海上运动赛、祭海节等较大的兴趣。

线路主要介绍：船钓台钓区出发点→海钓垂钓→民俗祭海节→海洋运动赛→海洋牧场夏令营→体验船屋→动漫海洋牧场→漂浮大贝壳地标→海上酒店→船钓台钓区终点。

(4) 线路四

名称：全家桶两日游

主题：主要是对龙威牧场进行全线旅游，项目多样且充实，游客可能会感到疲惫，可选择在海上设立的酒店进行休息。

线路主要介绍：船钓台钓区出发点→海钓垂钓→海洋运动赛→盐文化科普区→海滩音乐节→银滩拾贝、贝类科普区→体验船屋→动漫海洋牧场→漂浮大贝壳地标→海上酒店→船钓台钓区终点。

五、各类文创产品

龙威旅游基地经济收入主要来源于游客住宿、餐饮以及售卖文创产品和享受娱乐休闲设施。随着游客审美的提高，游客对文化创意产品的品味也在不断提升，优秀的文创设计可以更好的满足人们对旅游纪念品的需求。海洋牧场文创产品是龙威景区内海洋经济发展和文化传播中不可忽视的组成部分，重视海洋文创产品设计就是紧跟时代发展潮流，满足人们对海洋文创产品的需求，也可以更好地促进当地经济发展。通过文创产品，让游客认识海洋、了解海洋、爱上海洋，以海洋为主题来设计文创产品，能够更好地促进文化创意产业的发展，增强民族文化自信。凭借着创意与匠心，拉近文化艺术与生活的距离，成为文创产业发展新的增长点。文创产品在吸引参观者的同时树立自身的良好形象，在推动文化创新和提升国际形象上也有着重要的意义。

（一）基于海洋生物元素

海洋文化包罗万象，人类源于海洋，因由海洋而生成和创造的文化都属于海洋文化。海洋文化反映着人类与海洋有关的活动，它包含的内容多种多样，有海洋历史、海洋资源、海洋动物、海洋文学等。因此，为使人们更好的认识海洋文化，我们开展了一系列的基于海洋生物元素的文创产品。龙威牧场有采贝区，盛产贝壳，为各种文创产品提供丰富的原材料。文创产品可以采用不同的形式反映自身场馆的文化和理念，这是文创所承载的职能之一。如滴胶海洋摆件 DIY、贝壳花瓶、贝壳画、贝壳彩灯等，都可以将海洋元素融合到我们的文创产品中，让游客跟更好的了解海洋文化。

（1）贝壳蜡烛香氛：以贝壳为底座，倒入调好颜色的蜡液，再放入小海螺、珍珠等小装饰品，最后可以放一点碾碎的冰花蜡进行点缀。（见图 7.3a）

（2）软陶彩塑 DIY：我们的景区会提供各种各样的有关海洋生物极其相关

的模具，游客也可以根据自己的想法进行制作，要注意的是，软陶烤制除了合适的烤制温度，还需要有一个自然冷却的过程。烤完关火后不要拿出来，自然放凉后取出，这样可以避免意外发生。（见图 7.3b）

（3）DIY 海洋瓶：准备各种颜色的水宝宝 各种各样的玻璃瓶，海星、贝壳之类的小装饰品、一次性注射器，在瓶底加上有关海洋元素的装饰品，把水宝宝泡发，把一次性注射器的针头拔掉，将水宝宝放进去，开始挤，装好了盖上盖子即可。（见图 7.3c）



图 7.3(a) 贝壳蜡烛香氛 图 7.3(b) 软陶彩塑 DIY 图 7.3(c) DIY 海洋瓶(图源网络)

（二）基于海盐文化

盐雕：由于盐雕洁白如玉、晶莹圆润，再加上沉稳大气、气质高雅的特质，因而蕴含着艺术的优雅意境，从而开创了崭新的艺术领域。此外，盐雕艺术完美融合传统艺术技法，也展现了中华瑰宝的人文情怀和历史文化的深厚内涵。乘着山东蓝色海洋经济区开发建设的东风，盐雕工艺此类艺术精品必将叫响中国的海洋文化品牌。（见图 7.4）



图 7.4 盐雕（图源网络）

第八章 旅游营销策划

一、旅游产品策略

（一）项目的创新与改进

在旅游项目开发方面，开发突出具有龙威海洋牧场特色的银滩拾贝、近远海垂钓等休闲体验旅游项目和海盐文化游、鱼盐贝类科普馆等休闲观光旅游项目。以这些休闲项目为主要特色，在市场上树立起本企业休闲旅游的形象，从而吸引众多的游客。

（二）海洋牧场休闲旅游产品开发和推广

休闲旅游产品在开发和推广过程中需要从目标消费者的喜好来着手，加大力度营销能吸引游客眼球的旅游产品，如海上漂浮酒店、VR 动漫海洋牧场、盐浴鱼疗等旅游产品。树立休闲企业在休闲消费者心目中的营销形象。

（三）文创产品的引入

旅游营销可借助文创产品，文创类旅游商品已经成为旅游营销的重要载体，因为每一个文创商品都蕴含着关于本景区的文化和特点。文创产品是每一个景区吸引游客、形成话题的重要手段。

二、旅游定价策略

（一）定价方式

分为景区联票和各项目单票价。而海上垂钓由于其时间和方式的特殊性，可采取会员制，这样既方便游客游玩，同时也能够培养游客的忠诚度。

（二）依据游客数量进行差别定价

票价以团体游客数量的不同折扣不同，十人以上游客购团体门票可打八折，这样可使组团者为了利润最大化，努力扩大旅游团队的人数。

（三）依据时间进行差别定价

在旅游淡季对各项目票价实施一定的折扣，以拉动淡季旅游。

三、旅游渠道策略

（一）在省内直接建立旅游专卖店

在山东省内建立龙威海洋牧场旅游专卖店，销售贝克蜡烛香薰，海洋摆件，贝壳发卡，贝壳彩灯等景区特色旅游产品，向消费者详细介绍景区内特色旅游项

目，通过专卖店直接吸引游客，即通过一级销售渠道直销的方式控制景区营销。

（二）利用互联网线上直销

线上直销即采用官网，品牌 app，第三方电商和微信小程序官方直营店等方式展开营销。利用官网介绍海洋牧场休闲游的品牌理念，展示景区内特色旅游项目的图片视频等，还提供直接购买服务，方便消费者在浏览官网时直接购买。

（三）多环节销售

寻求海洋牧场代理商，即要与线上各旅游网站，旅游博主，旅游贴吧等取得合作，利用他们的力量带动景区营销，还要寻求与线下实体店的合作，吸引一些不会使用网络订购旅游产品的中老年人，打造线上线下两手抓，最大程度的吸引不同类型性的游客

四、旅游促销策略

（1）设计龙威海洋牧场风景区总体形象标志，全面导入 GIS 系统，进快着手品牌创建工程。

在景区入口处树立景区形象代言人“贝贝”，将其广告牌制作成大小形状不同，以便吸引消费者眼球。景区门口设置二维码，游客只需手机扫码就可了解景区内旅游设施和旅游项目，并将特定时期的优惠政策用鲜明的标志，吸引游客注意。

（2）加强与省内各地旅游机构的交流与合作，与周边城市旅游景点进行横向联合。

景区应与山东省内各知名旅游社取得联系，建立长期合作关系，以吸引包价游客，获得稳定的消费者群体。此外，要与烟台，威海，青岛等同类型即海洋牧场景区取得联系，共商共建打造品牌优势，形成集团效应，相互借鉴，共同学习。

（3）加强广告宣传包括报纸，电视，杂志，广播等渠道。

景区应寻求与山东电视台，齐鲁晚报等联系与合作，借助这些媒介，加大景区宣传，借助广告广播等，将景区形象与特色渗入目标群体的生活，激发其旅游动机。

（4）邀请有影响力的人物来龙威牧场度假

景区可以选择邀请黄晓明，黄渤，黄子韬等山东籍明星来景区游玩，利用当下实行的粉丝经济带动景区的促销。此外，景区也可邀请潍坊市政府官员到景区体验，倾听他们的建议并做出改进，借助名人效应打造品牌优势，带动景区旅游

业的发展。

(5) 利用节事活动来吸引游客

景区可以通过举办民俗节海节吸引周边民俗爱好者，同时借助打造特色的民俗祭海节推广景区内其他特色项目。如海盐文化，海上餐厅，银滩拾贝等项目。

(6) 通过销售激励手段进行促销

鼓励景区内工作人员参与景区促销，说服他们将景区特色介绍给周边邻居，亲人朋友等，并规定每带动一位消费者便可增加其绩效工资，这样就可以夸大营销效应，广泛吸引潜在消费群体。

(7) 虚拟网络促销

打造景区 3D 特色网站，吸引游客参加虚拟网络旅游，从而使游客通过网游感受旅游产品的魅力，感受海洋牧场的整体形象，激发其实体旅游的动机。

第九章 基础设施规划

一、外部交通

当前，潍坊市城区通往潍坊龙威海洋牧场的交通不方便驾车需要 1 小时。很多的游客不方便驾车前往，做公交需要 3 个小时，这大大降低了游客前去游览的欲望。这是当下存在的问题，我们要设立实惠的旅游专线直通市区。前往潍坊市龙威海洋牧场进行休闲旅游活动的旅游者们主要来自于山东省省内的城市，其中潍坊的旅游者最多，其次是东营和淄博，再次是省内的其他城市，这是由地理位置所决定的。所以，建设好潍坊火车站和汽车站通往海洋牧场的旅游专线也是必然的，所以我们建议设置三条旅游专线，便于旅游者们通往海洋牧场。

同时，为了驾车前往目的地的旅游者顺利的找到海洋牧场的实地位置，我们建议在通往海洋牧场的各个道路上距离海洋牧场 2 千米的地方，每隔 500 米设置一个标志牌，标明海洋牧场的方位和剩余的里程数。

二、内部交通

潍坊海洋牧场的内部交通系统现在存在的问题是道路都是普通的道路，宽度不够，而且不美观，毫无特色，我们要根据每个道路的不同功能进行针对性的调整规划。（见图 9.1）



图 9.1 交通图

潍坊海洋牧场的内部交通系统主要包括四大部分，第一部分是社会车辆道路系统，第二部分是电瓶车道路系统，第三部分是游客步行系统，第四部分是环盐场马拉松赛道系统。

景区内以环保型的电瓶车为主要交通工具，配置大量的电瓶车，使得游客可以方便的乘坐电瓶车欣赏海洋牧场的美丽景色。

三、社会车辆道路系统

(1) 银滩拾贝区、循环水增养殖区、服务采购区和鱼虾蟹贝海蜇采捕池之间的道路暂且命名为观光 1 路，鱼虾蟹贝海蜇采捕池、循环水增养殖区、服务采购区北面沿海的路暂且命名为观光 2 路，鱼虾蟹贝海蜇采捕池和盐田观光区、垂钓池、台钓船钓区之间的道路和船钓台钓区沿海的道路为重要的观光体验的道路，暂且命名为观光 3 路。以上三条道路需按照旅游公路进行拓宽、修缮、路面宽度需要在 7 米以上，坡度需要在 8% 以下。

(2) 停车场规划

停车场规划面积为 6000 平方米。

① 马拉松赛道起点处设置 2 个停车场。其中一个停车场主要为外来旅游团、夏令营所准备，供他们停放自己的大巴车，占地面积为 2000 平方米，另一个停车场主要为景区内的电瓶车的停车场占地面积为 500 平方米。

② 在钓台的入口处设置 1 个停车场。该停车场主要供在海钓体验区进行体验的旅游者进行电瓶车的停放，占地面积为 1000 平方米。

③ 在银滩拾贝区的西南角（盐田的东北角）的西面设置两个停车场，其中一个停车场主要为外来旅游团、夏令营所准备，供他们停放自己的大巴车，占地面积为 2000 平方米，另一个停车场主要为景区内的电瓶车的停车场占地面积为 500 平方米。

四、电瓶车道路系统

潍坊市海洋牧场内的观光 1 路、观光 2 路和观光 3 路为电瓶车道路，需要修缮美化，道路宽度在 5m 以上，坡度不超过 8%，以蓝色为主色调，搭配红色和黄色等具有活力色调进行点缀，在与大海和智慧主题相呼应的同时增加生机勃勃感，运动健康感，提升旅游者在乘坐电瓶车进行观光时的审美体验。同时除了消防车和电瓶车外，其他车辆不允许进入这三条道路。

五、游客步行系统

（1）盐田观光步道

盐田观光区和垂钓池之间的道路和东边的道路为供游客步行的观光步道。观光步道以绿色为主色调，道路的两边种植一定密度的花草树木，某些地方铺设一些鹅卵石小路，增加自然的气息。与此同时，步道的两侧每间隔 200 米设置几个长椅，供游客休息。步道的两侧每隔一段距离设置一个往外喷吐水雾的装置，带来仙气淼淼的感觉，提升观光步道的空气湿度，提升旅游者的观光散步体验。步道两侧在需要的地方设置一些解说牌，为旅游者提供一定的科普知识讲解，解说牌配备中文、日文、韩文三中语言（山东省内的旅游景区日韩两国的旅游者相对较多）。

步道的两侧每隔 400 米设置 2 处凉亭，在下雨的时候供游客进行避雨，同时也作为旅游者进行拍照打卡的建筑物。

六、给水设施规划

（1）水源

地下水水源经过简单的净化（过滤）和消毒处理之后，水质需要达到国家《生活饮用水卫生标准》（GB5749-2006）的规定要求，可以作为生活用水。盐田的一些废水也需要进行处理，处理之后通过合适的渠道补给给海洋牧场的生态系统。

（2）给水量

给水量需要参考相关的用水的指标，我们暂且按照 2021 年游客预测数量和用水天数（一年按 200 天计算）。

七、排水设施规划

（1）生活污水排放

生活污水较少，进行简易排放即可。

（2）雨水排放规划

潍坊市海洋牧场在进行道路和其他各个区位的建设的时候，应提前考虑到雨水排放问题，把握好地势相对的高低起伏，设置好泄水通道，使得雨水顺利排入大海。打造景区路面以透水路为主，打造海绵景区。

八、环境卫生设施规划

（一）厕所规划

游客步道、环盐田马拉松赛道、观光 1 路、观光 2 路、观光 3 路每隔 1 千米设置一个环保生态厕所。各大旅游点设置 2 个星级厕所。

（二）垃圾规划

在海洋牧场的几个入口处免费为旅游者提供可降解塑料制成的垃圾袋，旅游者将游玩时候产生的垃圾随手放入垃圾袋子中，在遇到垃圾桶的时候扔入分类垃圾桶中。各个道路上设置的垃圾桶颜色应该与该道路的主色调相一致。环盐场马拉松赛道上的垃圾桶为黄色，观光 1 路、观光 2 路、观光 3 路上的垃圾桶为蓝色，游客步行道路上的垃圾桶为绿色。

（三）垃圾规划

潍坊市海洋牧场至少建设一处垃圾填埋场和两处垃圾转运站，产生的垃圾需要用专门的景区工作人员或者外雇人员收集后送入垃圾转运站或者垃圾填埋场进行处理，最大化减少垃圾为海洋牧场带来的生态环境影响。

九、电力设施规划

海洋牧场内的所有道路的照明均采用太阳能路灯。在综合服务区内等地使用地下电缆，配电室等设置设置在海洋牧场内不明显的地方。在满足基本供电的情况下不影响旅游者的审美体验。

十、通讯设施规划

（1）新建 5G 基站中国移动、中国联通、中国电信基站各 1 个，利用 5G 技术强大的数据传输能力助力物联网技术、AI 技术、AR 技术、VR 技术等前沿智慧技术的运用，为打造智慧型海洋牧场提供强大的技术硬件支持。

（2）在综合服务区、海上观光区等所有的住宿房间里面安装信号极强的宽带，保证旅游者们舒适的上网体验。

（3）开通国际电话业务。

第十章 休闲服务设施规划

一、住宿设施

海洋牧场的住宿设施分为两部分，一部分为旅游者的住宿设施，另一部分为工作人员的住宿设施。

供旅游者住宿的主题酒店设施有两种，一种是海上漂浮酒店，另一种是 360 度旋转居室。这两种主题酒店都是智慧型海洋牧场的有力体现。考虑到游客数量季节性很显著，两处主题酒店均设置 500 个房间。

供工作人员住宿的住宿设施相对于主题酒店会普通很多，但设施的外立面依然要考虑到和海洋牧场的主题相契合，以蓝色为主色调，内部设计可相对随意，规范化即可，设置 500 个房间。

二、餐饮设施

海洋牧场的餐饮设施分为 3 种，一共提供 800 个餐位。

(1) 海上漂浮酒店和 360 度旋转居室以高端餐饮为主，各提供 100 个餐位。

(2) 体验船屋

体验船屋以特色餐饮、海鲜为主，以水上有趣的就餐体验为主题，提供 200 个餐位。

(3) 分布在海洋牧场其他地方的普通就餐设施，为经济预算有限的旅游者提供就餐服务，提供 200 个餐位。

(4) 工作人员服务区内以日常就餐为主，为海洋牧场的工作人员提供 200 个餐位。

三、娱乐设施

(一) 体验设施

体验设施为设置在特定体验区的必须设置，比如垂钓区的垂钓设施，科普教育区的 VR 科技馆等。

(二) 休闲娱乐设施

主要供旅游者休闲娱乐使用，比如海上漂浮酒店里的台球厅、棋牌室、私人影院等。

四、购物设施

总建筑面积 1200 平方米。

(1) 垂钓区设置垂钓相关的专业设施的购物区，主要为垂钓爱好者提供，建筑面积 500 平方米。

(2) 采贝区设置购物区，主要出售各种海洋相关的文创产品，建筑面积 500 平方米。

(3) 海洋牧场入口处设置购物区，主要出售潍坊和海洋牧场相关的纪念产品。

五、信息服务设施

游客服务中心包括咨询中心 VC (Visitor Center) 和信息中心 IC (Information Center)，集问询、集散、投诉等功能于一体。海洋牧场一共设置 7 个游客服务中心，总建筑面积 700 平方米。

(1) 海洋牧场入口处，设置大型游客服务中心，建筑面积 150 平方米。

(2) 盐田观光区、垂钓池、鱼虾蟹贝海蜇采捕池交界处设置大型游客服务中心，建筑面积 150 平方米。

(3) 观光 1 路西南端设置中型服务中心，建筑面积 100 平方米。

(4) 船钓台钓区设置中型服务中心，建筑面积 100 平方米。

(5) 循环水增殖区、服务采购区设置小型服务中心，建筑面积 50 平方米。

(6) 海上漂浮酒店附近设置小型服务中心，建筑面积 50 平方米。

(7) 垂钓池与台钓船钓区的交界处设置小型服务中心，建筑面积 50 平方米。

六、解说系统设施

解说系统分为硬件和软件两部分。

硬件解说系统包括导游图、导游画册、指示牌、实景导航地图等，需要在海洋牧场景区内大量设置，以保证旅游者的游览体验。

软件部分包括解说员、导游员等现场解说，需要培训或直接雇佣专业的解说员和导游员。

第十一章 资源与生态环境保护规划

一、龙威旅游基地资源与生态环境现状

包括龙威旅游基地在内的胶东地区工农业、运输、旅游等行业和海洋开发产业得到空前的高速发展，但是存在着重视短期经济效益，而忽视长远生态效益和社会效益的问题。盲目的、不合理的开发已成了一些地区的海洋生态环境恶化，海洋生物资源衰退。这是我国从事海洋资源开发和管理人员不得不面对的严峻问题，同样也是我们在进行龙威旅游基地景区开发规划时要考虑的问题，必须以生态环境作为第一出发点，在保护资源及生态环境的基础上进行开发规划，取得经济效益。曾经滨海区盐碱严重、土薄地荒、是雨天水成灾、天旱苗不长的盐碱涝洼，现在已经得到改善，但环境状况依然不容乐观，需要进行大规模治理和整顿。

二、资源与生态环境保护原则

（一）依法保护原则

依照《中华人民共和国海洋环境保护法》、《环境保护法》、《水污染防治法》、《大气污染防治法》、《环境噪声污染防治法》等法律法规，对景区内的资源和环境进行保护。

（二）适度开发原则（可持续发展）

在保护资源和生态环境的基础上进行开发，在开发利用资源及环境的过程中保护资源及环境，注重可持续发展。

（三）生态环境保护优先原则

当经济利益与环境效益相冲突时，要优先保护生态环境。经济利益是可以再生的，而环境资源是不可再生的。

三、资源与生态环境保护目标

（一）总目标

保护龙威旅游基地景区内现有的资源。积极采取各种措施，治理现有的环境污染，恢复良好的生态环境。利用各种行政手段 行政通告、行政倡议以及专项和综合整治等。全面贯彻落实政府或旅游主管部门针对某项环保管理内容制定规则并公开颁布实施的政府文件。对于严重影响旅游环境质量的问题进行专项治理

或对问题进行全方位治理，必须注意建立长效机制，以免原有问题死灰复燃。引入先进的科学技术和方法加强旅游环境监测、污染处理等工作，如地理信息系统、全球定位技术、遥感等“3S”技术，提高环境系统监测的精度和连续性：旅游环境监测与管理还需要引入各种物理、化学、生物、环培工程等方法。

（二）短期目标

改善水体质量，保护海洋生物多样性，禁止过度捕捞。重点控制对景区内的人为破坏，使大气环境、水体环境和生态环境的质量得到提高。积极采取各种环境整治措施，治理已经污染的区域，并有效控制新的环境污染和生态破坏。新开发的区域及其周围配套设施必须合理布局，必须有环境保护规划。

（三）中长期目标

资源与生态环境保护要贯穿于整个基地的开发与运行过程中，积极巩固环境保护的成果，将龙威旅游基地建设成一个碧海蓝天、环境优美的代表性景区。

四、资源与生态环境保护主要内容

（一）水体资源保护

水资源保护是指为防止因水资源不恰当利用造成的水源污染和破坏，而采取的法律、行政、经济、技术、教育等措施的总和。对于龙威旅游基地来说，水体资源主要指的就是海洋水体资源。我们在开发利用海洋的过程中，要充分考虑海洋环境的承受能力，不能向海洋排放污染物（景区中的生活污水严禁向海洋中排放；开展水上游乐体育活动，要防止汽油、垃圾等污染水体）。在景区内进行海岸工程建设时，一定要注意给海洋环境带来的影响；禁止对水产资源过度捕捞，保护生态平衡。

（二）景观资源保护

景观资源保护主要是指对龙威旅游基地内建造的景观，如海上漂浮酒店、船屋等的保护。这些奇特壮观的建筑物自身就是良好的观光点，作为一种旅游资源被旅游者欣赏，所以景区同样要注意对他们的保护。

（三）固体废弃物污染防治

在景区内合理规划垃圾箱等设施，严禁随手乱丢垃圾，设置垃圾填埋点进行集中填埋，旅游景区内垃圾逐步实行垃圾分类处理。基地内的旅游车、游艇、船只等都要配备必要的废弃物收集器具，防止直接向外抛掷。采用先进的废物利用

技术，进行垃圾无害化处理。

（四）噪声控制

限制进入基地的车辆类型、车流量、行驶速度等，景区内禁止鸣笛。在可游览的海域范围内，使用低噪音的船只等。严禁高噪音污染的企业入驻基地。对基础设施施工实施规范管理，尽量不要使用声功率较高的建筑器械。

五、旅游资源保护与开发建议

海洋牧场就是把海里的鱼虾贝圈养起来，利用大海的自然条件进行养殖和捕获。在一个特定的海域，有计划地投放人工鱼礁，建设适应海洋生物人工繁衍生息的场所，最终增加海洋渔业资源，并且有计划地进行开发利用。

对海洋资源的开发容易对生态系统和海洋资源造成严重破坏，为了保护旅游资源，在发展旅游业时，要树立一种海洋生态保护意识，坚持可持续发展原则。同时也要向旅游者普及保护海洋资源的理念，不乱扔垃圾。

对海洋牧场进行智慧型设备使用，以及研究开发新的技术和设备，应用于海洋环境监测和保护。

第十二章 旅游安全与保障规划

一、防灾和旅游安全现状分析

- (1) 旅游设施设备安全防护措施不足
- (2) 安全处置系统不完善，安保巡逻人员不足
- (3) 旅游安全标志太少且不明显
- (4) 旅游安全宣传不到位
- (5) 未配备相应的医疗服务人员及设施设备
- (7) 紧急救护服务设备体系不完善
- (8) 酒店餐饮卫生有待提高
- (9) 安全保护机构人员不足

二、防灾和旅游安全对策

(一) 旅游设施设备安全

- (1) 泥滩踩贝区、海钓区的危险地带的安全防护措施(如安全护栏、水上拉网等)要齐全有效。
- (2) 室内展厅的消防设备要齐全有效。
- (3) 旅游安全监控设施：闭路控制系统要及时监控检修，海边瞭望台视野要开阔。
- (4) 旅游游乐设施：水上娱乐设备要符合安全规定

(二) 安全处置

- (1) 特殊情况安全处置，包括海鲜中毒、恶劣天气等，处理程序要明确，责任要清晰。
- (2) 旅游安全巡查设施设备要完善，巡查要定时，维护游客安全秩序。

(三) 旅游安全标志

禁止标志、安全指示标志、安全警告标志、安全提示标志应设置在低点明显处，设置数量足够。

(四) 旅游安全宣传

游乐设施安全说明，水上项目定时进行安全广播，安全说明要求图文显示以及中外文对应，并放于明显的区域。

（五）医疗服务

- （1）于游客服务中心为游客设立小型医务室，为游客提供临时医疗服务。
- （2）配备专职医护人员，须经过安全医护培训考核
- （3）配备急救设备以及日常药品

（六）救护服务

- （1）配备及定时检查水上、岸上旅游区救护设备
- （2）完善紧急救援体系
- （3）保证内部救援电话齐备通常，救援运送工具快速安全。

（七）酒店餐饮卫生

- （1）保证海鲜质量新鲜卫生、烹饪到位
- （2）住宿饮食环境卫生达标

（八）安全保护人员机构

安全保护机构覆盖面广，安全保护制度健全涵盖面广，专职安保人员数量充足、救援技能高、流动安全保护人员巡逻及时。

三、保障体系规划

（一）政策保障体系规划

- （1）培养专业旅游人才政策，建立相关实习基地。
- （2）加强基础设施建设的政策，优化道路、码头、通讯及环保等基础设施。
- （3）促进旅游区域合作政策，资源优势互惠互利，扩大经营规模及影响力。
- （4）旅游产业政策相关法规，加强经营管理的约束力。

（二）市场保障体系规划

- （1）利用考核、法律、检查、奖励等手段提高和完善行业管理。
- （2）提高服务的质量和加强旅游产品的价格管理。

（三）人力资源保障体系规划

（1）优化和设计旅游实习与培训体系，从基层的服务人员到顶层的管理人员都必须要进行职业素质培训。

（2）优化和设计景区从业人员的数量与结构，从大家洼社区吸纳当地劳动人员，提高社区参与，促进景区与当地社区的和谐发展。

（四）生态环境保障体系规划

(1) 旅游资源的保护规划, 引进地理信息系统、全球定位技术、遥感等“3S”技术加强对龙威海洋牧场的环境监测、污染处理等工作, 引导旅游者进行文明旅游消费, 将旅游者行为对环境的负面影响减少到最少, 旅游区工作人员增强生态保护意识、知识与技能, 提高保护环境的能力, 鼓励大家让社区的居民广泛参加到旅游区的环保中来, 在生态保护中担当主力军。

(2) 环境承载力控制规划, 对龙威海洋牧场的环境和生态、社会和经济能力、社区居民和旅游者心理等方面综合分析来确定。

(五) 安全保障体系规划

严格按照《旅游安全管理暂行办法》、《旅游安全管理暂行办法实施细则》的有关内容执行。

(1) 在景区内做好对气候变化的预警, 及时预报气候变化(海浪、台风等), 安排安全巡逻人员随时检查旅游设施、火灾防范工作等。在景区内宣传如何应对地震海啸等自然灾害的教育。

(2) 提高游客的安全防护意识、完善水上活动设施安全、海边危险区域放置提醒标识、配备合理数量的救援人员。

(3) 在游客中心设立临时卫生站, 保障游客能及时就医。