



# 烟台姜疃特色小镇数字化发展策划方案

2022 年 12 月

■ 指导教师：[张燕存]

■ 小组成员：[崔晗 陈籽含 李春雪 兰辰 周宏玉]

## 目录

<b>第一章 乡村振兴战略与数字文旅概述</b> .....	<b>1</b>
一、数字文旅.....	1
二、特色小镇.....	1
三、数字化与特色小镇的关联性及逻辑关系.....	2
<b>第二章 烟台姜疃小镇概况</b> .....	<b>3</b>
一、姜疃镇地理概况.....	3
二、姜疃镇产业概况.....	3
三、姜疃镇文化背景.....	3
<b>第三章 烟台姜疃小镇发展现状</b> .....	<b>4</b>
一、樱花产业.....	4
二、鲁花花生油产业.....	4
三、从数字化的角度看烟台姜疃小镇存在的问题.....	6
（一）产业与数字化的结合度不高.....	6
（二）旅游开发层次低.....	6
（三）产业发展不稳定.....	7
<b>第四章 规划原则</b> .....	<b>7</b>
一、绿色人本原则.....	7
二、可操作性原则.....	7
三、前瞻创新原则.....	7
四、统筹融合原则.....	8
<b>第五章 烟台姜疃小镇发展数字文旅的规划策略</b> .....	<b>8</b>
一、基于姜疃特色小镇旅游市场需求调查问卷的分析.....	8
（一）需求意愿.....	8
（二）需求动机.....	8

(三) 出游方式 .....	8
(四) 活动内容 .....	9
(五) 购物偏好 .....	9
(六) 旅游过程 .....	10
二、对于姜瞳特色小镇旅游市场调查问卷得出的结论 .....	10
(一) 小镇旅游逐渐成为生活方式 .....	10
(二) 小镇旅游偏好比较明显 .....	10
(三) 餐饮和休闲娱乐为游客主要花费内容 .....	10
(四) 对配套服务设施要求较高 .....	10
三、小镇旅游产业要素规划 .....	11
(一) 智能住宿规划 .....	11
1. 特色数字化智慧住宿 .....	11
2. 智慧住宿等级结构 .....	14
3. 数字化基本要求 .....	14
(二) 智慧餐饮规划 .....	15
1. 智慧餐厅加入地方美食 .....	15
2. 卫生条件 .....	16
3. 数字化服务 .....	17
(三) 数字化购物规划 .....	17
1. 特色商品 .....	17
2. 购物地点 .....	19
四、旅游产品体系规划 .....	21
(一) 产品体系总策划方向 .....	21
1. 核心产品 .....	21
2. 重点产品系列 .....	23
3. 一般产品系列 .....	24
(二) 核心旅游产品开发 .....	24
1. 小镇生活体验游 .....	24
2. 小镇度假游 .....	25

## 目 录

---

1、小镇风景观光游 .....	26
2、小镇节事活动游 .....	26
五、姜疃镇数字文旅营销规划 .....	28
(一) 营销目标 .....	28
1、利用数字化和信息技术融合姜疃镇的文化内涵并将其创新、继承发展。 .....	28
2、实现姜疃镇数字化旅游的先锋创新，使姜疃镇旅游业得到高效发展，占据一定行业地位和市场份额。 .....	28
3、将姜疃镇的经济效益最大化，使村民、企业、当地政府、消费者等各主体得到效益最大化。 .....	28
(二) 品牌形象 .....	28
1、营销宣传语:一景品虚实太镜，一物穿时空之旅。 .....	28
2、品牌印象:数字化下宜古宜今的文化小镇。 .....	28
(三) 营销战略 .....	28
1、产品营销策略 .....	29
2、时空营销策略 .....	29
六、小镇数字化旅游公共服务规划 .....	29
(一) 小镇旅游区数字化内部交通 .....	29
(二) 旅游集散中心规划 .....	30
1、一级旅游集散中心 .....	30
2、次级旅游集散中心 .....	30
(三) 自驾车旅游服务规划 .....	30
1、完善数字化旅游交通标志系统 .....	31
2、重视小镇数字化旅游区停车场建设 .....	31
3、网络在线服务 .....	31
4、建设自驾车服务站点 .....	31
(四) 旅游数字化解说系统规划 .....	31
1、健全数字化交通引导解说系统 .....	32
2、配置电子印刷物解说系统 .....	32
3、采用多语言解说系统 .....	32
4、建立特殊人群解说系统 .....	32

## 目 录

---

（五）旅游数字化环卫设施规划 .....	32
1、布置智能厕所 .....	32
2、推动农村厕改 .....	33
3、组织垃圾智能分类处理 .....	33
<b>第六章 结语 .....</b>	<b>33</b>

## 第一章 乡村振兴战略与数字文旅概述

### 一、数字文旅

2020年文化和旅游部、国家发改委等部门陆续发布《文化和旅游部关于推动数字文旅文化产业高质量发展的意见》《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》，2021年文化和旅游部印发的《“十四五”文化和旅游发展规划》《“十四五”文化产业发展规划》，以及7月工信部等十部门联合印发的《5G应用“扬帆”行动计划（2021—2023年）》等，都从顶层设计层面为“5G+文旅”保驾护航。在一系列政策和5G、大数据、AR、VR、云计算等技术的支持下，数字文旅逐步成为文旅行业转型升级发展的主要方向。

数字文旅新业态是数字经济背景下文化旅游业的转型升级，与传统旅游业相比具备较大的综合性和兼容性，更强的功能性和带动性，能够克服和缓解乡村文化旅游资源承载力有限、规模较小、开发同质化、创意不足等问题，更新乡村旅游的生产、传播、消费方式，为应对乡村发展落后问题提出有效解决办法，在新时代乡村振兴战略中发挥重大作用。

### 二、特色小镇

2015年4月，浙江省政府首次对“特色小镇”的概念做了界定，即“特色小镇是相对独立于市区，具有明确产业定位、文化内涵、旅游和一定社区功能的发展空间平台，区别于行政区划单元和产业园区。2016年国家相关部门共同出台了《关于开展特色小镇培育工作的通知》，其发展自此进入高速发展阶段。特色小镇是一个集多重功能于一身的经济创新发展平台与创新空间载体，是在新常态下促进供给侧结构化改革的有效手段，对推动中国新兴城镇化，促进生产、生活、生态三生融合具有重要意义，特色小镇有着开放共享、绿色生态、创意设计、和谐共荣的发展理念，提出产业“特而强”、功能“聚而合”、形态“小而美”的要求，是实现产业开发、城镇发展、人民富裕、文化传播等多维强化的有机综合体。特色小镇是乡村振兴战略具体实践强有力的支撑平台，建立和发展特色小镇对加快农业农村的前进步伐、加速城乡融合发展、促进农业农村现代化建设都具有不可忽视的重要作用。

2022年2月，山东省政府办公厅发布《关于公布山东省特色小镇清单的通知》，确定将牟平区龙泉养生特色小镇等93个小镇纳入省特色小镇清单统一管理。烟台市本次新增8个特色小镇，分别为龙泉养生特色小镇，美航健康特色小镇、金岭粉丝特色小镇、姜疃特色小镇、磁山温泉特色小镇、罗山黄金文化特色小镇、桃村新能源特色小镇、大窑绿色健康特色小镇，数量位列全省第二，特色小镇总数量位居全省第一。目前，特色小镇已成为烟台市经济高质量发展的新平台、新型城镇建设的新载体、城乡融合发展的新支点，为加快推进以人为核心的新型城镇化，显营提升城镇发展智慧化、绿色化、均衡化、双向化水平提供坚实支撑。

### 三、数字化与特色小镇的关联性及其逻辑关系

数字经济持续推动着文旅产业发展升级，旅游目的地数字化已成未来发展趋势。借助自身旅游大数据和专业技术优势，充分对接特色小镇旅游发展定位，强化小镇旅游格局，助力其提高整体信息化管理和运营能力，打造数字化特色小镇。围绕其数字化建设开发运营，实现一体化全面数字化建设，带动小镇产业变革加速，提升旅游资源的服务水平和利用率，促进小镇全域旅游发展，实现“特色小镇+数字化”的新体验。

将数字化特色小镇作为乡村数字化战略的重要抓手，促进县域经济发展，以创新、协调、绿色、开放、共享的理念引领数字特色小镇建设。通过发展数字化特色小镇可以促进、带动农村地区经济发展，实现农民就地就业，从而推动新型城镇化的发展；带动一大批村镇的经济发展和设施建设，提高农村居民的生活水平和质量，并为许多农民提供就业岗位，增加他们的收入，从而有利于缩小城乡差距，促进社会公平；实现产业转型和升级，提高竞争力；加强对这些地区文物古迹的保护、修复、开发和宣传，弘扬优秀文化，传播优秀思想；使游客在出游时有了更多的选择，满足游客多样需求；治理环境污染，推进生态环境的保护。

## 第二章 烟台姜疃小镇概况

### 一、姜疃镇地理概况

姜疃镇城镇地理位置优越，位于莱阳市区南 25 公里，南距胶东半岛蓝色经济区莱阳主战场南海新城 20 公里，距烟台、青岛两个海空(港)各 100 公里，毗邻蓝烟铁路干线，距青龙高速团旺入口 10 公里，省级公路莱(阳)高(格庄)路纵横南北，大郭路横贯东西，交通便利，运输发达。姜疃镇总面积 113.4 平方公里，辖 41 个行政村，总人口 4.8 万人。姜疃镇自然资源富饶:境内多丘陵，地势四周略高，中间平坦，最高点位于凤山，海拔 124 米。有五龙河流经西南且境内地下水资源可利用量 800 万立方米还有耕地面积 7.4 万亩。其山水耕田资源给姜疃镇带来“北上江南”的可塑性。

### 二、姜疃镇产业概况

姜疃镇发挥农业产业化国家重点龙头企业——鲁花集团的带动作用，以农副产品精深加工、旅游产业配套服务、绿色科技型轻工产业为发展导向，加快建设总投资 15 亿元的鲁花高端食用油。另外筹建总投资 20 亿元省内肉鸡单体产能最大的凤康食品等项目建设。并积极培育以新龙海、泰康、果滋果味等为骨干的企业梯队。其农业和工业产业链融合共同发展，并取得良好成绩。在第三产业的发展上结合全省第一批美丽村居建设试点，推进“濯村·度假目的地”项目，整合北方植物园 3000 亩苗木基地、60 万株蝴蝶兰花卉基地、10 万株樱花资源、修建文化广场 10 个来推进姜疃镇第三产业发展。姜疃镇一直探索和践行着一二三产业融合发展的特色产业链。加快形成集产品研发、生产加工、商贸流通、现代工业度假为一体的生态型绿色轻工业园区，持续提升产业规模和层次。

### 三、姜疃镇文化背景

姜疃镇村庄文化底蕴丰厚多元:红色文化方面，近百年来 19 名英烈为新中国的解放事业而英勇献身；民俗文化方面，村庄历史近千年，800 年的盖氏文化源远流长，600 年的饮食文化独具风味；古建文化方面，现存 316 栋、1100 多间清中期至民国年间的传统村居，百年老胡同和“十大堂号”共 20 条，大量古井、古桥、石器等保存良好；非遗文化方面，泥塑、锣鼓、大秧歌、民乐、剪纸、传



统大饽饽、冰糖葫芦、土法制酒、榨油等工艺得到良好传承和保护。并于 2016 年，获评“山东省传统村落”。同时近年来，姜疃镇通过凸显村庄特色与个性，以文化形象提升、特色景观规划、重要节点设计等为主要内容，逐村制定打造计划，节点设计 300 余处、专项设计 20 余项，实现“一村一品、一村一景、一村一韵”的文化与产业融合发展的新型村落文化之路。。

## 第三章 烟台姜疃小镇发展现状

### 一、樱花产业

近年来，姜疃镇充分发挥濯村特色农业旅游区示范辐射带动作用，立足莱阳梨、高端食用油等主导产业，构建“一心、一带、五区、多点”的总体布局，多渠道探索新时代农民增收致富新路径。在濯村，看到的是万紫千红和春意盎然，感受到的是村庄环境的变化，感叹于姜疃特色农业旅游区所取得的成绩，相信在乡村振兴的道路上，莱阳的农村将会变得越来越好。

濯村特色农业旅游区以原有民居村落为基础建成，共占地 5.1 平方公里。这里的樱花品种多样，数量众多，全园共 30 万株，胸径达 30 厘米的樱花树比比皆是，规模宏大。

### 二、鲁花花生油产业

山东鲁花集团有限公司是一家致力于做高端食用油引领者的民族企业、农业产业化国家重点龙头企业。横跨食用油、调味品、米面等多个行业，现拥有 47 个生产基地，分布在全国 14 个省市自治区，食用油年生产能力 150 万吨，调味品年生产能力 30 万吨，米面年加工能力 50 万吨。

鲁花集团发源于山东莱阳姜疃镇，在办厂之初就把“为人民服务”作为企业发展的初心和追求。爱心是鲁花发展的凝聚力，创新是鲁花发展的提升力。鲁花集团董事长孙孟全表示：“产业报国，惠利民生，鲁花这些年的发展靠的就是爱心和创新从“滴滴鲁花，香飘万家”到“中国民族品牌的骄子”，鲁花集团多年来坚持为产业谋发展，为农民谋利益，为消费者谋幸福，不断将科技创新作为企业发展的带动力和服务消费者的驱动力，以文化引领发展，以爱心引领创新。“十四五”期间，鲁花集团将继续实施多元化发展战略，在“爱心、创新”的引领下，

着力完善食用油、调味品、米面产业链，以实际行动推动高端食用油的发展，为实现鲁花“产业报国，惠利民生”的宏伟愿景而努力奋斗。

鲁花的花生产业迅速强大起来，从 2002 年到 2014 年，鲁花先后在山东定陶、河南周口、湖北武汉、江苏常熟、内蒙临河、湖北襄阳、河北深州、江苏新沂、辽宁阜新、广东东莞、重庆等花生产区建立油厂，鲁花的快速崛起不仅为广大消费者提供了营养健康的食用油，为国家油脂安全提供了保障，也带动更多的山区农民增收致富。鲁花掌握的“5S 物理压榨工艺”科技含量高，在去除黄曲霉素的同时，完整保留了植物油的营养、风味等品质特征，是世界领先的食用油制造工艺，填补了国内外空白，引领了我国食用油工艺发展方向。2009 年，鲁花以“5S 物理压榨工艺”为基础研发的浓香葵花仁油技术荣获国家发明专利。2016 年，鲁花被授予“全国花生油、葵花籽油系列国家标准制修订基地”。2017 年，公司利用自主研发、具有自主知识产权的制油设备，采用传统的石磨研磨技术，生产出香味浓郁、风味纯正的小磨芝麻香油，该生产线是中国传统工艺与现代科技的完美融合。2019 年，经过多年的科技攻关，鲁花采用 5S 物理压榨工艺，推出了特别香的低芥酸菜籽油，更好地满足消费者对“色、香、味”和健康饮食的追求。助推菜籽油产业迈入低芥酸时代。2020 年，公司再一次通过科技创新，成功研发亚麻籽油“去苦留香”技术，在攻克苦涩味道的同时，充分保留亚麻籽的独特芳香及丰富的  $\alpha$ -亚麻酸，将亚麻籽油变成了一款既香又健康的日常生活用油。

35 年来，为满足产业发展要求，鲁花不断进行种子增产、增质，突破花生育种关键技术。1986 年，鲁花集团的前身鲁花植物油厂成立时便专注花生油生产。为保障种子安全，2009 年鲁花集团成立农业科技推广公司，专门从事花生良种的引育试验、生产示范、经营推广。2013 年以来，鲁花农业科技推广公司联合山东省花生研究所成功研发了一系列具有“高油酸、高产量、高含油量”的适合国内不同地区种植的花生新品种，建设高油酸花生良种繁育基地约 10 万亩，促进高油酸花生良种的更新换代。

作为家喻户晓的国民品牌山东鲁花企业，在 2003 年，还成为了国宴用油，积攒了良好的口碑。发展至今鲁花已跻身山东民营企业 100 强，可以说走在了行业前列。目前食用油行业竞争格局呈现出一超多强的局势，金龙鱼龙头地位还不

可撼动，而紧随其后的便是中粮集团旗下的福临门以及山东鲁花，近几年鲁花的市场份额也在不断提升，稳坐中国粮油市场前三的位置。在上世纪 90 年末，鲁花的销售额就已经突破了亿元大关，连续三十多年保持持续增长，在去年营收更是达到了 390 亿元左右，稳居食用油头部阵营。鲁花品牌最被人熟知的当属花生油领域，如今更是发展成了花生油第一品牌。钓的注意问题，对海钓有更深入的理解。

### 三、从数字化的角度看烟台姜瞳小镇存在的问题

#### （一）产业与数字化的结合度不高

随着人们生活消费水平的提高，在物质与精神需求也越来越追求高品质，而旅游方式的转变正是其体现之一。传统意义上的旅游方式已经不能满足人们旺盛的旅游需求，这也推动着旅游行业的发展，而数字文旅的时代终将代替传统旅游。疫情的反复、旅游方式的发展跟不上旅游者消费的步伐等都是旅游行业发展缓慢甚至停带的重要原因，烟台姜瞳小镇也在所难免。数字科技与文旅的融合，会给游客带来更多层次的体验感，使游客从旁观者变成参与其中的参与者。例如 2019 年北京世园会中的“奇幻光影森林”，就是将自然园林、科技、文旅结合在一起的“虚实互动景园”。它以《山海经》题材为背景，集成 AR 技术、人工智能技术、虚拟视觉技术、人机互动技术、新媒体技术，用最新的技术讲述中国最古老的故事，让更多人走进故事中，了解中国的传统文化。姜瞳小镇目前以特色种植、食品加工、乡村旅游为主，但问题仍是未能将其产业与数字文旅深入、充分地相结合。数字文旅是疫情时代下旅游行业发展的利器。

#### （二）旅游开发层次低

姜瞳小镇的旅游开发未能与当地产业、环境、人文资源进行有效融合。另特色小镇建设存在特色产业能级不高、创新不足等问题，表现在：以产业创新力、产业关联度、产业效益等为表征的特色产业的能级不高，尤其是具有持续竞争力和支撑力的特色新兴产业集群尚未形成；在传统产业集群改造提升基础上建设的特色小镇，设计、研发、网络营销等价值链高端业态还未普遍覆盖；特色小镇建设中两化深度融合、智能制造新模式的探索实践以及向服务型制造转型等均有待深化。例如，姜瞳特色小镇中还有别具特色的蔬菜和水果，如岚子地瓜、姜各庄

芋头、塔南泊蔬菜、濯村苗木和秋月梨、凤山黑莓、宋各庄草莓、上乔草莓等特色种植，但模式单一，相互之间没有很深的关联。宣传力度也较差，没有很好地利用当今发达的网络进行宣传，如云直播等方式。

### （三）产业发展不稳定

地方产业发展是否稳定，由多种因素影响。产业稳定发展需要拥有合理健康的体系以及需建立在健全完善的基础设施之上，而这背后需要有强大的人才与技术的支持。当地的人才政策不足以吸引更多的青年人才来建设发展特色小镇，这也使得特色小镇无法再进一步深入发展。此外，特色小镇的发展目标不是很清晰，定位不是非常准确，也没能很好的利用鲁花花生油的名气让更多的人了解姜疃小镇的其他特色产品产业，例如樱花，提起姜疃小镇，大多数人或许只知道那是鲁花花生油的创始地，别无其他，这就是问题所在。

## 第四章 规划原则

### 一、绿色人本原则

规划应以自然为本、以居民为本、以游客为本。要根据实际调查结果去进行规划，从趋势上来看，绿色低碳是整个人类社会发展的必然选择之一，绿色观念与人本主义精神是一脉相承的。绿色低碳的环境，是最适宜人类生存的环境，最健康的环境，回归人本主义，就要坚定不移地推进绿色事业，而能够在小镇旅游项目开发与建设过程中将二者融合，无疑是最完美的一种做法。

### 二、可操作性原则

规划的可操作性是决定旅游规划能否得到真正实施的一个重要条件。因此在制定旅游规划的过程中，要与相关利益者进行有效沟通，特别要重视农民参与的重要性，将旅游发展目标与地方经济发展目标以及当地居民的发展目标融为一体，为地方政府的宏观决策以及小镇旅游建设提出操作性强的产品设计、空间安排和营销手段。

### 三、前瞻创新原则

作为一种经济形态都需要创新的支撑，但旅游业作为一种提供无形产品为主

的经济形态，创新显得尤为重要，它是小镇旅游发展的核心驱动要素。本次规划提出前瞻性、创新性的小镇旅游规划思路，目的是更好地解决姜疃小镇旅游存在的问题，促进姜疃镇旅游的可持续发展。。

#### 四、统筹融合原则

秉承以旅游为纽带的农业、农民、农村三要素一体的发展理念，按照生产、生活、生态共赢的规划思路，实现山水统筹、城乡统筹、景村统筹、区域统筹、效益统筹，特别是通过旅游产业的发展，突出产业统筹，推动新农村建设。

### 第五章 烟台姜疃小镇发展数字文旅的规划策略

#### 一、基于姜疃特色小镇旅游市场需求调查问卷的分析

##### （一）需求意愿

据调查，75%的人对特色小镇有所了解，65%以上的旅游者有过小镇旅游的经历，并且在他们小镇旅游的经历中，风景住宿让他们印象最为深刻，其次是食物、乡风民俗和互动项目。人们对特色小镇具有较高的兴趣，不感兴趣的人仅占6.3%，说明小镇旅游具有较大吸引力和发展前景。在特色小镇的旅游者中，以18—40岁的人群为主，其中，18-30岁占67.3%，31-40岁占25.2%，41-50岁占5.7%，51岁以上占1.8%。较高收入人群也占了一定比重。可见，随着社会发展和消费观念的改变，不少需要释放压力、放松身心的人们逐渐把小镇旅游作为休闲的一种重要方式。

##### （二）需求动机

旅游者进行小镇旅游的主导动机是体验小镇旅游带来的身心放松。据调查，旅游者对民俗文化型特色小镇最感兴趣，其次是生态旅游型、城郊休闲型、农家乐渔家乐型、健康疗养型、观光购物型、时尚运动型和科普教育型。

##### （三）出游方式

游客对不同出游方式的选择，反映了其内心深处的心理需要指向。分析显示，多数人偏爱与家人、男女朋友结伴出游(64%)，因此家庭与亲友市场是姜疃特色小镇旅游的重点。另外，旅游者对自驾车这一交通方式表现出明显的偏爱。旅游

者在特色小镇内游玩时，人们也倾向于自驾游（36.7%），以及观光车（23.8%）和共享单车（21%）这两种交通方式。

#### （四）活动内容

目前，小镇旅游活动主要包含三大类：一是观光类项目——观赏田园风光、新农村建设成、参观高科技农业园区；二是参与类项目——品尝农家食物、住农家屋、购买土特产品、参加农事活动；三是综合类项目——体验民俗文化及风情、体验农家生活。统计显示，在姜瞳特色小镇，游客最希望体验到的项目有体验民俗文化（59.5%）、品尝农家食物住农家屋（59.5%）、观赏自然风光（54.7%）、户外烧烤篝火晚会（50.1%），其次是瓜果蔬菜采摘（40%）、参加文化旅游节（40%）、网红景点打卡（37.6%）、参加农事活动（28.2%）、垂钓（24%）、购买土特产品（23.1%）、参观鲁花花生油生产车间（10%）。随着社会进步和数字经济发展，数字化与旅游的融合程度越来越高，旅游者需求发生改变，旅游者已经不满足于传统的旅游形式，而更希望体验到智慧旅游的形式。旅游者希望在姜瞳特色小镇体验到吃住行一键预定、扫码刷脸等无纸化入园、在线预订、3D智能导览、个性化定制服务、全景AR虚拟体验、智能厕所、5G游园、文创产品在线购买等智慧旅游形式和设施。

#### （五）购物偏好

95%的旅游者倾向于在姜瞳特色小镇购买旅游产品，在小镇旅游者购买的产品中，位居前三位的分别是工艺品、土特产品和旅游食品，分别占23.1%、19.8%、17.7%。旅游者购买旅游产品的原因主要是是有收藏意义和纪念价值（61.3%）、价格合适（50.8%），其次是有美好寓意（47.3%）、表现地方特色和文化底蕴（45.4%）、有实际用途（41%）、外观设计上有吸引力（38.1%）。而那些不会购买旅游产品的旅游者，是因为他们没有购买旅游纪念品的习惯以及旅游产品千篇一律、没有文化特色和使用价值等。有50%的旅游者可以接受的旅游产品价格区间为51~100元，18%的旅游者可以接受50元以下的旅游产品，32%的旅游者可以接受100元以上的旅游产品。根据李克特量表对旅游产品特点的重要程度进行调查，得出旅游者认为旅游产品体现的地域特色最为重要，然后是美观程度、创意程度、价格低廉和实用价值。可见，姜瞳特色小镇在设计生

产旅游产品时，不仅要考虑产品的质量、价格和外观，更重要的是突出姜疃独特的文化底蕴，突出地域特色。

## （六）旅游过程

在前往姜疃特色小镇旅游之前，旅游者大都通过社交平台，例如抖音、小红书、微博等来了解小镇的基本情况和相关信息，其次是亲朋好友推荐、政府宣传、知名旅游博主推荐等形式。旅游者也会在美团、携程、飞猪等的旅游 APP 上进行购票咨询等活动。第三方平台已成为旅游者了解旅游目的地相关信息的主要方式。在姜疃特色小镇旅游时，旅游者期望在小镇停留 1~3 天的时间，大部分旅游者心中的人均消费水平在 200~800 之间，他们的消费更倾向于特色美食，其次是休闲体验项目、舒适的民宿、购买旅游纪念品等方面。

## 二、对于姜疃特色小镇旅游市场调查问卷得出的结论

### （一）小镇旅游逐渐成为生活方式

随着居民收入的增长以及空闲时间的增多，城市居民的城郊出游需求不断增强，小镇旅游及城郊游憩已经成为旅游者享受生活的休闲方式之一。出游群体以中青年为主，要求旅游项目丰富多彩，参与性、娱乐性强。

### （二）小镇旅游偏好比较明显

旅游者的出游计划日趋自主化，自助散客游日渐盛行；城郊出游倾向于风景优美、地方特色文化突出的景区；时间集中于节假日和周末旅游。

### （三）餐饮和休闲娱乐为游客主要花费内容

旅游者到姜疃特色小镇的消费倾向于特色美食和休闲体验项目，餐饮占全部消费的 37.5%，休闲体验项目占 24.3%，然后是精致的民宿和购买旅游纪念品。

### （四）对配套服务设施要求较高

城市居民出游要求景点具有吸引力，配套设施完善，交通便捷，性价比较高。目前，姜疃特色小镇旅游在接待设施、交通条件、服务质量、旅游购品等方面存在问题较多。为此，姜疃特色小镇要充分考虑这些不足，转化劣势，进行改进，促进旅游的可持续发展。

总之，姜疃特色小镇在发展旅游业时，要找准定位、突出特色、合理布局、

因地制宜发展旅游,加强特色小镇品牌化建设;加强旅游相关产业的结合,构建合理化的标准配套设施;挖掘文化内涵,注重继承和发展传统文化与特色小镇自身发展的融合,形成自身独有的特色;以市场需求为导向,生产符合市场规律的产品,满足旅游者各种各样的旅游需求;在特色小镇开发的各个阶段,把“绿水青山就是金山银山”的理念放在首位,打造生态文明小镇。

### 三、小镇旅游产业要素规划

#### (一) 智能住宿规划

##### 1. 特色数字化智慧住宿

应充分发挥胶东民居的优势,结合自然生态和小镇环境,大力发展六种类型住宿设施,提升姜疃小镇特色旅游的住宿档次,同时开展网络订购服务,方便游客在游玩之前选择自己喜欢的住宿方式。

设置智慧民宿,智慧酒店,进入酒店,智能前台自助办理入住;扫描二维码或者登录酒店公众号,动手指预约房间服务。

##### (1) 濯村 AR 樱花园—以樱花为特色

濯村是以原有民居村落为基础建成的樱花园,占地 5.1 平方公里。全园共 53560 株樱花,品种多种多样,有祈愿樱、连理樱,更有极其罕见的绿色樱花“郁金”、摇曳如绯色垂柳的垂枝樱等。这里的樱花有着 20 余年的生长期,胸径达 30 厘米的樱花树比比皆是。濯村俨然成为“三季有花、四季常绿”的大花园。

利用 AR 技术,躺在床上便可以漫步濯村,草如茵、树成行,楼房鳞次栉比,深吸一口气,清新中带着丝丝甜味,一切都像洗濯过滤似的。走进每一户人家,庭院花团簇拥,屋内窗明几净,处处散发着家的温暖。

在这里,游客可以尽情欣赏樱花,享受小镇的氛围,还可以制作鲜花饼,认养樱花,打卡网红拍照点,感受樱花的美妙,在这片钟灵毓秀的土地,诗一般地书写着生态宜居的美丽村庄画卷。





图 5-1 樱花园示意图

(2) 凤头村农家乐—以现存的 60 余幢清明至民国传统民居为特色。

走进姜疃镇凤头村，放眼望去，皆是景致。粉刷一新的房屋错落有致，干净整洁的道路宽阔平坦……揭开这一层层美丽的面纱，几幢屋脊高起，四角高翘的清明至民国时期的传统民居映入眼帘。各异的砖雕和房檐上滴水瓦，精美至极，传统复古之美与新农村之风相结合，碰发出一个别样的凤头村。

凤头村村中多得是古老的四合院，具有浓郁的地域特色，而且大都保存完好。

只见门楼或用石条或用木梁架。墙体用当地特产的石头，这种石头颜色丰富，蕴含灰绿、土黄、浅褐等暖灰色调，这些石头要么被凿琢成大小不一的方形石块，从地基础到山墙顶部，白灰勾缝；要么利用现成的不规则的石块，随意拼砌干垒，每面石墙都好似一幅油画，画面丰富多彩，让人赏心悦目。屋面多是仰瓦，远望犹如一道道水波。山墙顶端做成圆形的箍头脊，屋脊两端逐渐向上，至箍头脊处向上翘起，讲究一点的用类似风头的砖雕装饰，好似两只凤凰欲展翅高飞，一般的则用两片特制的弧形瓦片。屋脊上多有图案或文字装饰，屋角墙头擗头戗檐、照壁等皆有砖雕或彩绘。脚下是乱石板铺成的胡同小路，或宽或窄、或长或短，或直或曲，好似一条条线，穿起两边的颗颗珠子。

让广大城市居民游客游在“农家乐”，大处观传统复古之美，小处看农户居家生活，体验农民春耕秋作。



图 5-2 凤头村示意图

(3) 智能现代化新农村—以整齐规划的别墅民居等为特色。

随着农村经济的不断发展，人民收入不断提高，现代农民对居住的要求也越来越高，一些整齐现代的小镇别墅在姜疃镇拔地而起，成为一道靓丽的风景，也成为胶东地区新农村建设的一种趋势。这类民居既可以改善农民的居住条件，同时也可以满足部分市民小镇休闲度假的要求。



图 5-3 别墅示意图



图 5-4 别墅民居示意图

## 2. 智慧住宿等级结构

姜瞳小镇旅游近期宜采用乡野度假村、AR 樱花旅社、3D 野营帐篷、小镇酒店等住宿方式满足游客的住宿需求。

## 3. 数字化基本要求

各个住宿接待应具备完善的网络退订服务,方便游客选购和退款,开通美团,携程等旅游软件,详细发表各家的图片和配置信息,让数字化进入小镇生活。

研发宾客体验系统,通过对客人入住前、入住中、入住后各个服务场景的数据把控,获取客人的偏好选项,这样可以提前做好服务准备,满足客人在不同阶段的需求,有效提升服务质量和效率。



图 5-5 樱花主题民俗示意图

## （二）智慧餐饮规划

### 1. 智慧餐厅加入地方美食

姜疃镇位于烟台市莱阳市，挖掘莱阳当地特色传统美食，进行品牌包装，如重点突出、强化传统美食的传说故事、制作流程、礼仪习俗等内容。

设计智慧餐厅，客人可以在线了解地方美食特色，设计自主点餐系统、服务呼叫系统、后厨互动系统以及预定排号系统提升餐厅管理绩效。

（1）莱阳参煲昌山鸡，是烟台市莱阳市特产美食。莱阳昌山鸡生在在丘岭地带，五龙河畔，围散养的山鸡获得了丰富的天然食物，自古就流传有“芦儿港的茬梨、昌山的鸡”的传说。莱阳参煲昌山鸡清香美味，滋肾养心，具有很高的营养价值。



图 5-6 莱阳参煲昌山鸡示意图

（2）莱阳万第火烧，为烟台市莱阳市特产小吃。莱阳万第火烧是一种流传多年的小吃，在胶东地区享有盛誉。万第火烧有干火烧、油火烧之分。其采用小米做“引子”发面，再用冷水面两样合起来，进行手工揉制，用“三把火”烙制，从而具有独特的地方风味。



图 5-7 莱阳万第火烧示意图

(3) 精粉长寿糕，是莱阳的著名特产小吃。是用小麦精粉、鸡蛋等原料，纯手工精制加工而成。其口感酥软，香甜适宜。



图 5-8 精粉长寿糕示意图

## 2. 卫生条件

餐饮作为旅游六要素的重要组成部分是旅游业体验的重要方面。传统小镇卫生条件较差，无法满足旅游接待的要求。因此首先要进行餐饮基本卫生条件的改造。

包括周围环境要清洁，20 米以内无污染源（污水沟、垃圾堆及粪坑等）；要

有独立烹调间（面积 8 平方米），地面、墙面应用无毒、不吸水、易清洗材料铺设；要有相应的餐具清洗、消毒和粗加工区域，地面及靠水槽墙面应用无毒、不吸水、易清洗材料铺设；有相应的防尘、防蝇、防鼠设施；设置下水管道、排水沟面覆隔栅板；三餐食品原料应做到时令新鲜。能提供当地农家特色菜肴等。

### 3. 数字化服务

随着移动支付的场景越来越广泛，涌现出很多全新的智能服务系统，各个餐厅要开通扫码点餐等服务，摆脱纸质菜单，全面数字化服务，在电子菜单上能够更加直观的看见菜品的图片，并且添加视频链接，介绍制作过程及功效等，感兴趣的顾客可以直接点击观看；同时开通外卖点餐服务，让游客在姜疃小镇内随时随地品尝到特色美食。

#### （三）数字化购物规划

##### 1、特色商品

充分挖掘姜疃小镇特色资源，大力开发旅游商品，突显地方特色，与网络相结合，现代化开发满足各个年龄阶段的消费者的购物需求的商品，展现姜疃小镇优美的山水风光、浓郁的民俗风情和历史文化，并提高商品的工艺价值、文化内涵和实用价值，增加旅游收入。在旅游商品设计中，应本着便携、乡土气息浓厚为原则，大力开展数字化服务项目，与 5G、AR 等技术结合，并适度延长产业链，发展樱花产品深加工，加强鲁花企业的知名度。各村可以依据本村特色建立旅游商品展示出售区，请本村村民一边展示制作过程一边出售，游客还可体验自己制作。根据姜疃的资源情况，本规划设计出如下系列的旅游商品。

###### （1）“樱有尽有”特色商品—樱花产品

赏樱花林海、享樱花雪糕、品樱花啤酒，享受樱花的美妙。还可以自制樱花香水，搭配自己的独特味道，迷人的香味、精致的香水瓶，让来宾们爱不释手。在制作过程中通过闻香、调香回归自然，把工作带来的压力和疲惫卸下，感受到精致美好的生活，领略香水的优雅魅力！



图 5-9 樱花啤酒示意图



图 5-10 樱花冰淇淋示意图

同时，樱花还具有很多的药用价值，樱树叶及樱花做为传统中药材，其功能具有止咳，平喘,宣肺,润肠、解酒的功效，游客可以购买樱花药材。

#### (2) “滴滴鲁花，香飘万家”-鲁花工业产品

鲁花集团发源于山东莱阳姜疃镇，在办厂之初就把“为人民服务”作为企业发展的初心和追求。爱心是鲁花发展的凝聚力，创新是鲁花发展的提升力。

鲁花利用 5S 物理压榨技术，生产以花生油为主，低芥酸菜籽油、压榨葵花仁油、压榨玉米胚芽油、大豆油等多品类为辅的食用油产业链。并且采用 5S 物理压榨工艺，推出了特别香的低芥酸菜籽油，更好地满足消费者对“色、香、味”和健康饮食的追求。



图 5-11 鲁花花生油示意图

## 2、购物地点

### (1) 网络—姜瞳小镇旅游公众号购物

在旅游过程中通过关注姜瞳小镇旅游公众号，进行自主选购产品。将数字网络 5G 技术与旅游购物相结合，每个产品的主页都有详细说明，游客可根据详情页自行选择，在避免面对面购物的尴尬的同时，也更加的方便快捷。

### (2) 樱花园区旅游点自助购物

樱花园区包括樱花邮局、网红打卡点，香水制作基地等与樱花有关的主题区，游客在观赏樱花的同时可网络扫码选择心仪的旅游产品进行购买。



图 5-12 樱花邮局示意图





图 5-13 樱花邮局示意图

### (3) 鲁花工厂旅游点购物

充分利用姜瞳的鲁花生产基地，以观摩为依托，深度延长产业链，发展 5s 技术的深加工经济，形成丰富的旅游产品供游客购买。



图 5-14 鲁花工厂示意图



图 5-15 鲁花工厂内部示意图

## 四、旅游产品体系规划

### （一）产品体系总策划方向

扎实挖掘和推进围绕濯村宁德路老街等九组具有胶东风情、展现鲁派民居特色的民俗风情精神内核为产品策划的中心，而不是侧重于只展现硬性条件、物象实体。产品的生产和设计要围绕“数字化下宜古宜今的文化小镇”来展开，借用现代数字技术来还原姜疃镇的精神文化内核，进而熏陶到来这里的人们。现代技术作为工具将姜疃镇绵延千年的文化和现代的文化产物进行融合，为人们带来无法忘怀的体验，真正的打造出独属于姜疃的“味道”。以小镇旅游产品所占的地位为标准，可以将姜疃小镇旅游产品分为三个层次，即核心产品、重点产品和一般产品，对应开发不同系列的小镇旅游产品。

### 1、核心产品

核心产品将围绕“双花”进行展开：即樱花——“樱为是你”为名的生态之旅，以及围绕鲁花展开的鲁起袖子加油干”为名的工业之旅。即代表姜疃小镇旅游的

品质与形象，是能够树立小镇旅游品牌的主导性旅游产品。“樱为是你”的生态之旅核心产品主推小镇生活体验游和小镇度假游。生态之旅将围绕四月中旬的樱花节来开展“樱为是你”的主题产品策划。因为姜疃镇有丰富的天然作物：如岚子的地瓜、姜格庄芋头、濯村苗木、秋月梨、凤头黑莓、塔南泊蔬菜等特色农产品，对于此我们将进行一物一品的产品设计，打造独属于每一物种的品牌特色化；并根据季节和生产地理位置或者不同主题如：水果派对、现实版 QQ 农场等等来进行产品组合打造。还有围绕鲁花集团开展的工业之旅---“鲁起袖子加油干”的主题旅游线。通过人工智能(AI)、高清现实(AR)、虚拟现实(VR)技术将鲁花集团从建立之初、中间遇到的危机到现今的发展历程还有未来战略规划进行 5G 虚拟现实再现，真实再现鲁花集团创业的艰辛困苦和锲而不舍的企业文化，将过去和未来链接，以明心志，激励人心，传播姜疃镇和鲁花集团产品生产的集团的优秀文化。对于鲁花工业之旅还要带领游客去参观并参与部分生产环节，参观鲁花集团高技术的生产设备和“5S 物理压榨技术”等高新技术和干净卫生的生产环境。而对于生产原料的种植我们可以做为一个体验产品，让游客参与选种、选地、丰收等生产环节，提高游客体验感。同时姜疃镇将对镇里所有的植物品种如：濯村苗木、秋月梨、凤头黑莓、塔南泊蔬菜、鲁花的花生种等等进行游客认养产品项目——“认养一品种”：游客可以付费选地选种植，并付一定服务费给照看人来帮助照顾认养的植物，等丰收时游客可以选择再次到姜疃镇进行其收回，或者让照看人帮忙丰收后寄回去。而中间植物生长过程可以通过 AR 技术，社交媒体如微信、QQ 进行视频拍摄或者图文来进行查看植物状况。这一“认养一品种”项目可以帮助人们实现农家生活种地的心理需求，并有效提高姜疃镇的就业率和姜疃镇的复游率。同时我们还会利用高清现实 AR 技术和视频、直播社交平台如抖音、快手等进行各村各种特色农作物生长的全过程、全时空段的投放曝光来增加全国各个地方消费者的吸引力，并结合社交平台的全时段直播进行门票和姜疃镇旅游产品的售卖。因此我们会帮姜疃镇搭建一个对外沟通的矩阵：即在各个受众度高的平台进行官方账号的运营，通过图文、视频和直播等沟通方式来搭配高清现实 AR 技术达到真实高效传播姜疃镇精神文化和实体面貌。姜疃镇还要利用人工智能(AI)、高清现实(AR)、定位导航等技术来建一个产品智能复合生产系统。这个系统是针对链接姜疃镇内部与消费者之间信息差的。在消费者开展姜疃镇之旅

时，可以登录个人信息并选择预期目标，如：姜疃镇的具体村落即目的地，期待的旅游产品是樱花还是鲁花工业旅或者参与农耕等等，还有要什么类型的体验如小镇文化生活体验游还是休闲度假游等。这时姜疃镇的产品智能复合生产系统就会根据消费者所提供的信息进行智能化分析，旅游路线方案，并提供注意事项如：实时和未来的天气状况，姜疃镇各个村落的产品预售情况，如预期目的地人数密集则会根据当前姜疃镇情况给消费者提供几条合乎消费者意愿的调整方案和其他产品推荐。当消费者在旅游中时出现任何姜疃镇安全问题时，如：哪个地方出现火灾、踩踏事件都会实时转达给消费者。系统还会将提供产品的商家发布的产品信息及时传送，如：旅游产品地址更换、售卖情况、价格变化、活动项目等。系统还会对游客旅游结束后进行售后服务：如有礼评价，只要针对旅游过程中的优缺点进行建议，姜疃镇都送游客樱花或者当季花的香囊，以表祝福和感谢。产品智能复合生产系统还会对于复购复返的消费者进行识别和信息再分析，为消费者提供一定程度下的优先服务、礼品奖励、体验升级服务等等。姜疃镇还要建立一个内部产品信息共享系统：将店与店之间、村和村之间、店与村之间、镇和镇之间的产品信息通过平台进行有效公开化，帮助店铺减少产品同质化、减少内部恶性竞争，快速定位和打造个人品牌。姜疃镇要对商家们进行统一管理、差异化服务：即对于产业链的上下游合作企业、各级政府部门、内部村落人、物、事的管理都采取信息化透明的管理信息系统和规章制度，同时在各项服务上又能在原有准则上进行差异化服务。

## 2、重点产品系列

重点产品是核心产品之外，符合游客需求、较为普遍的小镇旅游产品，在服务质量、设施水平和舒适程度等方面都需要较大程度提升。重点产品主要包括小镇风景观光游、小镇节事活动游两大旅游产品。

小镇风景观光游，以观赏小镇美丽风景、放松身心、愉悦心情为目的，借助小镇绿道系统，引导游客徒步、骑自行车、自驾车等多种方式观赏小镇风光。

小镇节事活动游，充分挖掘小镇传统节日，并结合小镇优势旅游资源举办特色节庆活动，为小镇旅游地增加人气、活跃气氛、增强体验性等。

### 3、一般产品系列

一般产品属于特色性、专题性较强的小镇旅游产品，能够丰富小镇旅游产品谱系，主要满足细分旅游市场的需求，是需要进一步开发和强化的产品系列。主要包括小镇购物游、小镇美食游和其他专题游。

小镇购物游，大力开发小镇旅游商品，包括小镇新鲜果蔬、绿色有机食品、小镇手工艺品等，将购物活动与休闲旅游充分结合，使游客和小镇居民双方获益。

小镇美食游，美食能够吸引回头客，实现多次频繁消费，应当挖掘和包装传统地方美食，并强化绿色健康饮食等，不断提升小镇美食的旅游吸引力，增加小镇旅游消费的水平。

其他专题游，另外还可以针对细分旅游市场的需要，将小镇旅游与婚庆旅游、摄影旅游、绘画写生、户外运动等多种主题旅游相结合。

#### (二) 核心旅游产品开发

##### 1、小镇生活体验游

内容：以民俗风情体验、农事活动体验、小镇野外生存体验等为主导的产品。

开发思路：质朴的田园生活对久居都市的居民具有强烈的吸引力。生活体验产品就是要让旅游者在旅游活动的参与过程中体会参与性、体验性和趣味性，他们享受的是远离城市喧嚣的原汁原味的农村生活。姜瞳小镇旅游活动要体现休闲生活的气息，以“慢生活”为主题打造系列活动，如步行游览与远足(游客按照设计好的线路环村游览或沿河游览，领略小镇风光与建筑)、自行车兜风(提供租车服务)、骑马以及游泳等非竞技型体育活动，引领生活新时尚。例如濯村，“沧浪之水清兮，可以濯我纓”，濯村位于五龙河畔，田园村舍，樱花庄园。樱花大道 5 万余樱花，复瓣樱花为本地独有。濯村村庄古老，文化底蕴丰厚。村内井泉沟渠、壕沟寨墙、堤坝桥涵、石阶铺地、码头驳岸，属实美丽乡村。除樱花外，姜瞳小镇另有葡萄、大梨、桃子、花卉等园林基地，其中花卉园林包括蝴蝶兰、百日红、紫荆、玉兰、梅花、石榴、柿子、银杏、月季等，非常适合游客进行深入的生活旅游体验。

在产业配套中要把农耕生活形态的一些典型景象提纯集粹，将牛羊慢踱、鸡鸣狗吠、村口老树、门前小溪、戏台等农耕生活形态。同时要大力地挖掘各层面

的民俗文化内容，在开发中保护，在保护中开发。物质层面的文化主要有各种民俗工艺品，民俗工艺品是民俗风情的一种表现，在开发中应结合农村农耕文化特点进行设计，围绕“乡土气息”进行旅游产业链的延伸和完善；体制层面的文化主要体现为农村各种传统节庆活动，要将这些节庆活动进行挖掘，原汁原味地展现给旅游者。小镇生活的体验在一年四季有不同的体味，可以充分提炼出姜瞳小镇四季不同的韵味，配合相应的体验性活动，打造四季小镇之美。

## 2、小镇度假游

内容：依托樱花、水果、林木等环境资源，打造以庄园度假、小镇修学度假、小镇旅游俱乐部等为主导的产品。

开发思路：度假是当今旅游发展的趋势，小镇度假在自然环境、文化回归、时间和经济成本上具有较大的比较优势，是小镇旅游应该重点开发的类型之一。姜瞳小镇旅游资源丰富，类型多种多样，可以开发各种度假休闲系列产品，让游客纵览农家风情，漫观萤光树影，脚踏乡间小路，追寻梦牵魂绕的乡情乡音。在项目活动上要积极开发娱乐性强、互动参与性大、表现形式新颖的休闲娱乐项目；在配套设施建设上，如客房、餐饮、停车场、娱乐设施、活动安排等方面都应有针对性地进行人性化设计，如开发特色餐饮、家庭野外休闲等系列产品，内部交通特色化。可以针对游客需要，开辟以庄园度假、小镇旅游俱乐部（如知青俱乐部、垂钓俱乐部、马术俱乐部）等融健身、休闲、观光各类活动于一体的旅游产品，采用分时度假、小镇会所等形式，为旅游者提供休闲度假服务。

另外，可以大力开拓自我发展型的小镇修学度假（如家庭修学度假、教育农园）产品。自我发展型小镇旅游是小镇度假地为旅游者提供一个轻松舒适的学习环境，通过团队合作交流、自主探索学习等方式而不是专业人士做教练，让游客在没有任何压力的情况下学习新知识、熟练新技能，既享受了轻松的休闲，又学习到了知识。这种兼有娱乐和教育培训意义的参与式的小镇旅游形式深受旅游者欢迎，成为小镇旅游的发展趋势。小镇拥有丰富的乡土旅游资源和科普教育题材，可以让孩子们开拓视野、增长知识、陶冶情操，这是城市教育观念的转变，也是城市教育重视素质培养表现。农业条件良好，技术进步，可以利用现代技术对农业生产过程、农业发展史等进行讲解以及演示，可以大大增加小镇旅游的科技含量，提高产品的文化品位，对生长在城市中的居民和青少年有着较强的吸引力。

### （三）重点旅游产品开发

#### 1、小镇风景观光游

内容：以田园观光、村落观光等构成的观光型产品。

开发思路：小镇观光产品以优美的小镇绿色景观和田园风光及独特的村落以及在村落特色基础上发展的一系列小镇博物馆作为旅游吸引物，吸引城市居民前往参观游玩。小镇观光产品的构建重在景观的打造上。景观营造的总体格局应该呈现出田园聚落分散式的居民点体系布局、适度面积的农业耕地、林地、草地等自然景观体系布局，同时有河流、湖泊等小镇典型的景观要素镶嵌在中，以保持生态的多样性，达到自然循环的稳定性，实现人与自然和谐共处。在细部处理上，应充分挖掘田畴、林盘、农舍、篱笆、沟渠、河塘、水磨、水车等众多小镇景观要素，配合其他配套设施形成产品。突出四季特色，打造四季小镇田园观光旅游项目。

另外，在规划中要从大处和小处两层次分别着眼。大处，以现有的农业资源为依托，以区域内现有小镇自然、文化景观为基础，建立综合性小镇旅游区，改善农村生态环境，维护和美化小镇自然景观风貌。小处，在大环境内的合适地点具体设计相适应的项目，如自摘果园、鱼塘垂钓，这样，小景点依托大环境，大环境由各个小景点组合而成，从而形成良性循环。

#### 2、小镇节事活动游

内容：以各类采摘节和民俗旅游节为主的节事活动类旅游产品。

开发思路：小镇旅游节庆是以小镇为旅游目的地，以小镇传统节庆为旅游吸引物形成的旅游产品。姜疃小镇应充分挖掘小镇独特的民俗风情、民间演艺和节庆文化，做好民俗风情和节庆活动的产品组合和内涵提升，形成以樱花节、月季花节、果蔬节、渔灯节、草莓艺术节等节庆为代表的系列产品。

##### （1）季节性采摘类节事活动

重点打造以苹果、梨、大樱桃、酿酒葡萄为代表的四大采摘系列活动，开花期，举办果园赏花节；果实期，举办采摘节等。

目前姜疃小镇旅游在发展过程中形成了大大小小不同系列的采摘型农家乐产品，分布范围广，数量多，占到其旅游产品的最大份额，如岚子地瓜、姜格庄

芋头、塔南泊蔬菜、濯村苗木和秋月梨、凤山黑莓、宋格庄草莓以及上乔油桃等。但是纵观这众多的采摘活动基本处于初级阶段，活动单一，市场影响力不足，规模偏下，形成“小、弱、散、差”的格局。因此，建议依托姜疃小镇农产品自身的市场优势和品牌知名度优势，由政府统一组织果蔬采摘系列活动，办成具有全国影响力的采摘节，以此为契机将小镇旅游的品牌推向全国，形成合力共同参与市场竞争。

在采摘节活动中，除了传统的采摘、农家特色餐饮品尝之外，一定要结合地区特色增设一些民风民俗活动的欣赏与体验，提高产品的丰富程度。另外，要尽量延长这四大产品的生产链，选取几个有代表性的农园作为示范性基地，形成以果实采摘、果产品深加工、果形象玩具等一系列产品的参观、体验、品尝、购买等系列活动，形成内容丰富、乐趣无穷的系列活动。譬如，可以围绕在宋格庄草莓活动基地中除了草莓的采摘外，还可以参观购买草莓果冻、草莓果脯、草莓饼干、草莓当蛋糕等系列，草莓深加工产品还可有草莓玩偶、草莓挂件、草莓摆件、草莓造型的各类家庭用具等，注意将小镇的特色文化等融入相关产品中，将整个产业做大做强。

## （2）休闲农业与小镇旅游节

侧重把农业如何致富、农村安居的生活环境以及农民乡间的乐事作为旅游节展现内容的灵魂，突出特色，将农业“快乐的产业”的概念深入人心，把农村建设成幸福的家园，让广大农民成为富裕而有尊严的群体，吸引并宣传推广各地有识之士的农业创业之举。

开展小镇享乐生活系列活动：骑自行车游“水道绿廊”、游览“没有围墙的花园”和“鲜花盛开的村庄”等民俗文化活动。

举办小镇运动会：开幕式、壮汉比开拖拉机、扛化肥，夫妻配合搬化肥，“甜葫芦大王”4公里越野跑、“健身操大嫂”扭腰肢、夫妻互背，还有老人牵驴场上秀绝技、编席大赛等；实惠又实用的比赛奖励：自行车、化肥、农药和“锅碗瓢盆”，让欢歌笑语回荡在洒满金色阳光的赛场，也激起当地人们的兴趣与干劲。



## 五、姜疃镇数字文旅营销规划

### （一）营销目标

- 1、利用数字化和信息技术融合姜疃镇的文化内涵并将其创新、继承发展。
- 2、实现姜疃镇数字化旅游的先锋创新，使姜疃镇旅游业得到高效发展，占据一定行业地位和市场份额。
- 3、将姜疃镇的经济效益最大化，使村民、企业、当地政府、消费者等各主体得到效益最大化。

### （二）品牌形象

- 1、**营销宣传语:**一景区虚实太镜，一物穿时空之旅。
- 2、**品牌印象:**数字化下宜古宜今的文化小镇。

### （三）营销战略

遵循一个中心两个基本点的营销战略:

- 1、**以文化驱动为中心的营销战略:**要扎实挖掘和推进围绕濯村宁德路老街等九组具有胶东风情、展现鲁派民居特色的民俗风情精神内核为营销中心，而不是侧重于展现硬性条件、物象实体。
- 2、**以数字化为一个基本点的营销战略:**利用数字化信息技术手段如:5G 网络技术、人工智能(AI)、高清现实(AR)、虚拟现实(VR)等来进行产品创新的复合型生产及营销，增强旅游吸引物的文化特质和吸引力，实现并驾齐驱。同时借助社交网络平台如:微博、微信、抖音、快手、公众号、视频号等以及物联网平台:淘宝、京东、携程、飞猪等各大购物平台的深度合作，用来增加曝光度和知名度。
- 3、**以统一管理、差异化服务为基本点的营销 E 战略:**对于产业链的上下游合作企业、各级政府部门、内部村落人、物、事的管理都采取信息化透明的管理信息系统和规章制度，同时在各项服务上又能在原有准则上进行差异化服务。由此用来增加企业之间、内部人员间、消费者之间等不同利益主体之间的可信度和提高沟通成效，减少恶性竞争和无效沟通的成本。

### （四）具体营销策略

## 1、产品营销策略

(1) 数字化信息技术手段增加曝光。利用高清现实 AR 技术和视频、直播社交平台将各村特色农产品进行全时空段的投放曝光,如:岚子的地瓜、姜格庄芋头、濯村苗木、秋月梨、凤头黑莓、塔南泊蔬菜等特色农产品。

(2) 数字化姜疃文化。在姜疃镇的服务业营销上,使用集成 AR 技术、人工智能、虚拟视觉技术、人机互动、新媒体技术来挖掘各村的文化故事,侧重宣传姜疃镇 800 年的盖氏文化,600 年独具风味的饮食文化;还有古建文化里现存的 316 栋、1100 多间清中期至民国年间的传统村居,共 20 条的百年老胡同和“十大堂号”,大量古井、古桥、石器;非遗文化方面的泥塑、锣鼓、大秧歌、民乐、剪纸、传统大饽饽、冰糖葫芦、土法制酒、榨油等优秀工艺,还有解放英烈的红色文化。并联合不同文化进行创新文化主题的营销,将每个具体实物都赋予新的链接点,实现多元素创新生产的同时,也有新颖的营销点。

(3) 联合生产技术营销策略。工业上:发挥农业产业化国家重点龙头企业——鲁花集团的带动作用,将各村农产品与鲁花集团品牌进行深度捆绑,增加知名度,同时提高农产品的工业化生产技术,向市场展现出不同于市面上的一般农产品,增强产品特性。

## 2、时空营销策略

(1) 利用互联网社交平台增加节事营销宣传力度:通过“抖音”、“快手”等短视频平台大力宣传濯村——“中国十大最美乡村”的荣誉称号,以及每年都举行的“樱花节”等庆典活动,进行相应时间段的加强宣传。

(2) 数字化定量口碑营销策略:将平时的服务利用管理信息系统实现可量化,让品质和特性被消费者看到见。产品的生产和设计围绕“数字化下宜古宜今的文化小镇”来展开,落到实处。做到思想和行动上身体力行时刻传递姜疃镇的品牌形象,以此得到消费者更多的正向口碑宣传。同时还可以做些公益活动来增强品牌积极的影响力。

## 六、小镇数字化旅游公共服务规划

### (一) 小镇旅游区数字化内部交通

姜疃小镇旅游区内部交通应分为车行道、主干步行道、景点步行道三个级别。

车行道宽 5 米，路面为沙石硬化，道路按照景观道路的标准建设；主干步行道可分为碎石板、石块、木板路，道路宽 1.5 米，道路两边为自然植被景观；景点步行道宽 1 米，为沙石路面的自然道路，道路两边是自然植物景观。

在小镇内设置数字化生态停车场。停车场进出口独立设置，内部交通实施单向行驶，并分别设置旅游大巴、小汽车停放场。整个停车场要安置数字化设备，包括二维码、电子屏幕等。停车场两侧种植树型高大的乔木予以遮荫，非硬化的地面用耐踏绿草铺就，不同车位之间用不同树木分隔，使停放车辆掩映在绿色的“车库”中，尽显自然生态且数字化的丰姿。

## （二）旅游集散中心规划

分层级建设旅游集散中心，在烟台市区主要交通枢纽建设次级集散中心，构建姜疃小镇旅游集散中心体系。整合资源、规范建设，并充分发挥游客集散、旅游信息咨询、纪念品展销三大基本功能，为游客出游提供完备的旅游公共服务。

### 1、一级旅游集散中心

以莱阳周边高速公路、城际铁路等交通线路和枢纽为依托，建立多个旅游集散分中心，主要提供散客交通、旅游信息咨询和票务预订等服务，辐射周边地区。由于地理环境、交通条件以及从目的地旅游整体考虑，旅游集散分中心的布局将打破地域行政界线，莱阳市不单独设立旅游集散分中心，主要利用周边县市的旅游集散中心进行辐射。

### 2、次级旅游集散中心

在烟台市及各县市区汽车站，以及各旅游景区（点）、重要旅游交通沿线、交叉口、高速公路服务区规划布局小型游客服务中心，配套具有小镇旅游集散、小镇旅游信息咨询、小镇旅游纪念品专卖、小镇旅游投诉、自驾车加油维修、短时休息、紧急救援等服务功能。

## （三）自驾车旅游服务规划

莱阳市距烟台市中心城区较远，但内外交通较为便利，再加之姜疃小镇具有良好的生态背景为自驾车旅游提供了良好的景观基础，这些都为其发展自驾车旅游提供了可能。自驾车旅游服务体系应以建设国际自驾车旅游服务体系为目标，分三期建设。一期设立交通标志牌和城市导览图，改善通向小镇旅游区的道路状

况，建设自驾车道路服务区；二期建设自驾营地；三期进行自驾车旅游服务体系提升，形成自驾车服务体系。

### **1、完善数字化旅游交通标志系统**

以交通引导标识系统为基础，在主要干道道路交叉口、停车站、加油站增设旅游标志牌，完善旅游交通标识系统，为自驾车旅游者提供引导。旅游交通标志系统的建设应体现人性化，尤其对于自驾车旅游各种供给要素应给予明确标识和导引。例如，在交叉路口设置电子大屏，可以搜索想去的位置，看到景区的全景图；在道路主要出入口和主要道路设置旅游交通导向标志；在通往小镇旅游区、旅游饭店等旅游接待场所的主要道路上设置醒目的交通指示牌。

### **2、重视小镇数字化旅游区停车场建设**

根据小镇旅游区的规模和游客容量，规划建设 1 到 2 个停车场，并增设电子导览大屏幕，为自驾车旅游者提供更好的公共服务，同时便于景区管理。

### **3、网络在线服务**

自驾车旅游者往往通过信息网络收集信息进行决策，这就要求小镇必须加强旅游信息系统建设，尤其是增强网络的预定、服务与促销功能，使自驾车旅游者能够及时了解各地景区（点）及道路交通情况。通过网络媒介，向自驾车爱好者发布国内有关自驾车旅游的消息新闻，提供自驾线路、旅行社、酒店、汽车加油站、维修站等相关信息。

### **4、建设自驾车服务站点**

按照国际高速公路服务站（区）建设的标准要求，在高速公路及主要干道系统，合理布局、选点，建设自驾车道路服务区，近期以建设高速公路的线路服务为主。依托旅游公共信息服务平台，结合三级旅游集散中心，推进自驾车旅游信息服务建设。

#### **（四）旅游数字化解说系统规划**

旅游解说系统规划包括完善区域电子化交通标识解说系统，完善景区电子解说系统，并使用多种语言解说、印刷物解说方式，形成针对特殊人群的解说系统。近期完成交通标识、景区（点）标识的设立；远期进行重点提升，从单一的静态标识解说转化为动静结合的多种方式解说系统，使旅游解说系统更加标准化、人

性化、国际化。

### 1、健全数字化交通引导解说系统

完善电子解说系统，让游客在网上可以点击任意需要解说的内容；完善交通引导标志牌，按照相关公路交通标识规范，在高速公路、国道、省道、城市主干道、景区沿线设立旅游交通标识牌；在城市主干道交叉口、重点街区设立姜疃小镇旅游导游图；在小镇内开通旅游观光巴士和旅游专线，并设立详细的旅游通告牌，同时可根据景区特色，在通往景区的沿线设置木质标识牌，提供边界性指引。

### 2、配置电子印刷物解说系统

在旅游集散中心、车站、宾馆、景区（点）等游客集中地，为游客提供免费取阅的电子出版物，二维码扫出即得，包括旅游地图、宣传册、服务接待设施一览表等。

### 3、采用多语言解说系统

在电子解说系统中，规范旅游解说系统的语言，使用中英日韩四种语言，并将多语言应用在各交通标志牌、景区标志系统、印刷物、多媒体、导游词中。

### 4、建立特殊人群解说系统

特殊人群包括国际游客、儿童、老人、残疾人等，针对这类人的需要，规划建设针对性的解说系统，消除游客的心理反差，如适合国际游客的翻译解说服务，针对儿童、老人旅游关注点的不同，设计符合他们兴趣的语言解说和图形解说，适合残疾人的更方便、专业化的多媒体解说形式等。

## （五）旅游数字化环卫设施规划

以环境卫生整治为出发点，以打造文明小镇旅游为目标，与《烟台市总体规划》的环卫设施规划相结合，按照相关规范标准建设旅游环卫设施，完成旅游环卫设施的新建、改造、更新，完善旅游基础服务设施，营造小镇旅游优美的环境氛围。

### 1、布置智能厕所

公厕是旅游区最重要的设施之一，直接影响到小镇旅游的形象和档次，它的位置既要容易找到，又要隐蔽，不能破坏旅游区景色。在主要游客集散地和旅游

景区建设一批旅游公厕。旅游智能公厕的建设应符合两个原则：一是要尽可能地满足游客的人性化需求，如配有洗手液；设置儿童、老人、残疾人等特殊人群的专用厕位；二是旅游公厕的建筑造型景观化，使游客产生“如厕也是旅游”的感觉。

## 2、推动农村厕改

农家乐景区和农园景区应该修建水冲厕所，可以集体修建污水处理厂，然后引水冲厕。厕所均采用蓄粪池，由专车、专人进行清运，农园型景点可考虑回收利用。地方政府设立专项资金，对开展厕改的村庄、农户进行奖励和补助。

## 3、组织垃圾智能分类处理

垃圾处理是小镇景区亟待解决的问题，小镇垃圾处于无序状态，直接影响小镇景观环境和景观形象。

在小镇旅游点内游步道和旅游道路沿线按照一定密度（建议为每隔 80 至 100 米）设置垃圾箱（桶），设置电子服务屏，进行搜索垃圾分类；在沿途各景点，设立宣传牌，禁止游客随意乱扔废弃物，废弃物应收集于垃圾袋中，在各个广场处则根据广场面积设置垃圾箱（建议布置 2—4 个）。

小镇旅游区的垃圾不能随意堆放，必须建立集中的垃圾处理场。在每个村设置垃圾箱、垃圾站。以提醒牌的形式对游客加强环境保护教育，安排人员定期收集垃圾箱内的垃圾运至垃圾收集场。通过垃圾车统一将小镇旅游点内的垃圾运至各乡的垃圾处理站进行统一处理。

# 第六章 结语

在乡村振兴全面发展的新时期，以烟台姜疃特色小镇为例，探寻特色小镇引领乡村振兴的具体规划策略，规划主要依托樱花、鲁花，打造以数字文旅为核心的特色小镇。提出以下三点建议以推动乡村振兴，一是通过加强产业与数字文旅的融合深度，促进三产耦合发展，将产业特点、旅游体验有机结合，完善相关服务设施与乡村景观风貌的组合，打造优势产品，从而助力产业振兴。二是将地域文化结合小镇功能布局，丰富旅游开发层次，构建并打造文化场景特色，加强小镇文化品牌打造和宣传力度，从而促进文化振兴。三是以产业生态化推动绿色发

展，注重小镇产业的可持续性发展和管理，维护环境生态资源，从而促进生态振兴。加大招商引资力度，强化文化旅游、康养休闲等产业植入，高标准打造 10 个精品村庄，因地制宜做好示范区提档升级文章，以点带面推动整体提升。以“扩大覆盖、扩展规模、提升质量”为目标，实施党支部领办合作社“跃升”行动。依托骨干企业，深化村企合作，建立线上线下“党支部领办合作社展销馆”。加大示范社总结宣传力度，提高党支部领办合作社的影响力。健全机制强落实，全面提升治理水平。完善“三区九片”基层治理体系，严格责任落实机制，对列入年度计划的工作，逐一细化分解到镇村干部身上，实行台账管理，倒排工期推进，压实工作责任，确保工作落实。加大美丽乡村建设专题培训力度，有针对性地选派机关干部、村党组织书记赴先进地区学习，进一步解放思想、开阔视野、提升能力。制定完善美丽乡村建设考核办法，强化督导考核结果运用，与干部评先树优、村干部报酬经费挂钩，着力激发农村党员干部干事创业热情。随着人们对精神层面的需求不断丰富，文化创意对促进经济发展和增强国家软实力的作用日益增强，为乡村旅游资源开发提供了新观念、新思路和新动力，为乡村旅游注入了源源不断的生机活力，为旅游产业的规模扩大和内涵深化创造了更多机遇。在文化创意视角下对乡村旅游资源进行开发，可以转变传统的乡村旅游发展机制与发展方式，推动乡村旅游的转型升级，因此，研究文化创意视角下乡村旅游资源开发的策略、模式及路径具有极其重要的理论意义和现实意义。特色小镇的建设和发展对乡村振兴有极其重要的促进作用，仅以个例阐述其推动乡村振兴的可能性，特色小镇推动乡村振兴的研究还待更多的学者参与其中。