

五常市龙凤山生态旅游区旅游总体规划

王 超,耿美云,于 雷,王 崑

(东北农业大学 园艺学院,黑龙江 哈尔滨 150030)

摘要:从生态旅游的理念和设计原则出发,在分析龙凤山生态旅游区旅游资源开发方向和客源市场的基础上,对其进行旅游功能分区、项目策划、形象策划、交通道路规划和环境容量测算。在项目策划和旅游形象策划中突出自然山水的生态文化和龙凤文化,为黑龙江省山水型旅游景区的规划与开发提供了参考。

关键词:生态旅游;旅游总体规划;龙凤文化

中图分类号:F590

文献标识码:A

文章编号:1002-2767(2010)07-0096-05

1 旅游概况

1.1 自然概况

龙凤山生态旅游区位于黑龙江省五常市境内,地理位置为东经 $127^{\circ}23'15''\sim 127^{\circ}50'40''$,北纬 $44^{\circ}15'20''\sim 44^{\circ}44'20''$ 。距城区 50 km,属长白山张广才岭余脉,主要地貌类型为低山丘陵,山脉平均海拔 300 m,最高峰为中央山主峰,海拔为 594 m。景区内可游览面积 240 km²。

旅游区地处温带大陆性气候区,年平均气温为 4℃,无霜期为 130 d,年最大积雪深度为 35 cm。景区的主体是群山环抱中的龙凤湖,这是一座大型水库,湖长 15 km,平均宽 3 km,水面面积 45 km²,库容 2.77 亿 m³,水深 10~20 m,二级水质,透明度 5 m,水质清澈无污染,符合饮用水标准。

景区森林覆盖率达 90% 以上,主要植被包括:① 针叶-阔叶混交林;② 阔叶林,主要阔叶树种有春榆、水曲柳、蒙古栎、白桦、山杨、胡桃楸等;③ 针叶林,局部有云杉林、冷杉林和落叶松林,或针叶混交林。

1.2 旅游开发的优势及劣势分析

1.2.1 优势 (1)区位优势、交通便利:龙凤山旅游区距五常市 50 km,距哈尔滨市 170 km,从哈尔滨市到景区只需要 2 h 车程,对吸引哈尔滨市居

民及省外、国外游客前来旅游非常有利。(2)旅游资源美誉度和知名度高:龙凤山旅游区景色优美,“山青”“水秀”“鱼鲜”“稻香”堪称四大特点。龙凤山于 1993 年被黑龙江政府批准为省级风景名胜区,2003 年被评为国家级水利风景区,国家森林公园,是黑龙江省和哈尔滨市旅游总体规划中重点开发的旅游区,是五常市旅游业的龙头。(3)旅游资源开发程度低,保存状况良好:联合国在中国设立了 3 处大气本底监测站,这里是其中的一处,足以证明本旅游区值得信任的生态环境状况。

1.2.2 存在的主要问题 (1)在战略决策上,龙凤山旅游业在全市国民经济中的战略定位仍未落到实处,从而影响了旅游业的发展规模和速度。(2)在产品开发上,缺乏科学的运筹决策,没有高水平的“拳头产品”。(3)体制不顺,政出多门,利益分配机制不协调,各利益相关群体的权利与义务划分不明确,扯皮现象严重。(4)旅游产品的推销、宣传薄弱,使旅游资源开发潜力未能得到充分发挥。

2 旅游资源开发方向评价

2.1 自然旅游资源

2.1.1 湖泊水体 龙凤湖(龙凤山水库)为龙凤山旅游区主要水体,位于旅游区中部,占整个区域游览面积的 20%。该湖是五常市重要农田灌溉水源,集农田灌溉、防洪防汛、渔业生产、发电等诸多功能于一体。

总体特色:水面开阔,岸线曲折,湖湾星罗棋布,呈现出一派典型的水乡风光。

开发方向:水上活动;水乡风情体验;水上休闲度假等旅游项目。

收稿日期:2010-03-22

基金项目:黑龙江省青年基金资助项目(QC06C018)

第一作者简介:王超(1984-),男,黑龙江省哈尔滨市人,在读硕士,从事风景园林规划设计方面的研究。E-mail: wangchao0451@sina.com。

通讯作者:王崑(1969-),女,山东省黄县人,博士,副教授,硕士生导师,从事风景园林规划和旅游规划研究。E-mail: wkwlrwb@126.com。

2.1.2 山地丘陵 龙凤湖两岸奇峰竞出,重峦叠嶂,共有山峰 12 座,著名的有卧龙山、凤凰山、凤雏山等,最高山为中央山,主峰海拔 594 m。它们都是本区登高揽胜的好去处和构景的重要因素。

总体特色:峰峦叠翠,形态各异,构成了“九龙朝凤”“水上仙山”“藏风聚气”“龙凤呈祥”的景观背景与地理格局。

开发方向:登高揽胜和科考探险等山地旅游系列项目。

2.1.3 生物资源 该区生物景观主要可分为林业生物景观、农业景观和水生生物景观三大类。

总体特色:类型丰富多样的生物景观,四季更替,展现了生机盎然的自然画面。

开发方向:果菜采摘,森林生态旅游,垂钓等旅游项目。

2.2 人文旅游资源

主要有龙凤山水库大坝、藏龙洞、神龟镇山、联合国大气本底观测站(城堡式建筑)。

总体特色:人造工程建设令人赞叹,美丽的神话故事千古流传。

开发方向:水利工程建设成就展览,访胜探幽、考古求知、纪念凭吊等系列旅游项目。

3 客源市场分析

目前,龙凤山旅游区主要客源市场为国内游客,其中省内游客占 90%,省外游客占 9%,外宾占 1%。省内游客中有 50%来自哈尔滨市,50%来自五常市及周边地区。省外游客大多来自吉林省舒兰、榆树和吉林、蛟河、敦化等地,可见龙凤山的旅游客源市场主要是以哈尔滨地区为主的近距离客源市场。

在对龙凤山旅游区客源市场现状分析的基础上,将龙凤山旅游区客源市场定位为:以国内客源市场为主体,海外客源市场为补充。近期以近程客源市场为主,逐步扩大中、远程市场所占份额。

4 规划原则

(1)坚持资源环境保护优先和可持续发展的原则。

(2)坚持回归自然,减少人工雕琢的原则。规划设计时以生态文化为主线,将龙凤文化融入其中,画龙点睛;山水相映,以水为主,发展亲水文化,并与地方民族文化相结合。旅游服务设施应简朴、实用,要与自然环境相协调,防止城市化。

(3)坚持高起点规划,高标准建设,突出特色的原则。树立“人无我有,人有我精”的旅游精品意识,塑造龙凤湖现代水利风景区的新形象,以精品感悟游客,以信誉留住游客。

(4)坚持以市场需求为导向,统筹规划,突出重点,分期推进,滚动发展的原则。以本区生态旅游资源为基础,实行统一规划,分区、分期、分步开发,建好一区,管好一区,切实抓出成效来。

(5)坚持旅游区与服务区分开建设,旅游业与相关产业协同联动发展的原则。坚持区内游、区外住,山上游、山下住等生态旅游规划的理念和原则,尽量避免对自然景观和生态环境的破坏。

(6)坚持龙凤山旅游区规划与黑龙江省、哈尔滨市旅游业发展战略规划相协调,与周边省区旅游发展规划相衔接的原则。

5 功能分区与项目策划

5.1 功能分区

5.1.1 游客服务中心区 位置范围:龙凤水库景区大门以北的水库管理处及家属区域,占地面积 2.7 km²。资源依托:山地缓坡、农田、乡村民俗、龙凤文化。主要功能:展示现代农业园艺、民俗风情、特色文化,以体现回归自然及参与农村生活为主题。

5.1.2 大坝观光游乐区 位置范围:本区包括大坝及两侧、坝下鱼塘和农田,占地面积 0.9 km²。资源依托:堤坝及两侧近距离山岗,包括泄洪闸、鱼塘、农田、现代建筑等。主要功能:充分利用宏伟壮观的大坝、电站水利设施、大坝两侧山丘等丰富资源,组织特色观光旅游线。

5.1.3 凤凰山滨水游憩区 位置范围:凤山、凤雏山、库湾及库岸山丘缓坡,占地面积 23 km²。资源依托:半岛、湿地、山景、库湾、丰富的动植物。主要功能:开展以观景、休闲、观赏水上表演、参与娱乐为主题的旅游活动。

5.1.4 九龙山休闲运动区 位置范围:水库以东的九座山脉,占地面积 18 km²。资源依托:山地、树林、半岛、库湾及沙滩。主要功能:以体现库湾幽静、森林野趣为主要特色,开展休闲度假,沙滩野浴和冰雪运动等旅游活动。

5.1.5 龙凤湖水上游乐区 位置范围:龙凤湖大部分水面及小部分岸边,面积 24.7 km²。资源依托:湖面及两岸风光、库湾及现代娱乐设施。主要

功能:本区主要利用湖中航线、库湾及附近水域开展以“玩水”为主题,组织一系列参与性强的水上运动及娱乐项目。

5.1.6 中央山科考保护区 位置范围:凤雏山南部大面积山脉及中央山,占地面积 21.8 km²。资源依托:山林野趣、密林探险。主要功能:以体现原始密林野趣为主,远期开展探险、远足旅行等旅游活动。

5.2 项目策划

5.2.1 游客服务中心区主要项目设置 (1)旅游区大门:一是旅游区的入口大门,设计为木质牌坊式大门,体现森林、山水的生态旅游区特色。二是目前景区大门,采用代表旅游区特色的风格,可用抽象的龙凤图案装饰。(2)龙凤生态园:将桥西南部分的大面积区域辟为生态园。让游客租少量的土地和住宿设施,在园区内长期居住或在休假日到园内参加农业管理与劳动,按节令种植自己喜爱的蔬菜、花卉或从事饲养活动。(3)龙凤广场:在汽车停靠站西南建设,为当地居民及游客休闲之用,同时可进行表演、集会等其它大型活动。广场可设 12 个龙凤柱,象征 12 个月份,每个要各有特色,最好采用石质材料。(4)京旗生态农庄:对现有民居适当改建,总体布局按“京旗 32 屯”中的东、南、西、北“四大旗”建置,分成四大板块,形成京旗生态村落,为当地居民居住。可同时将空闲住房租给游客度假居住。游客在亲身体验农民生活的同时也了解京旗满族人厚重的风俗与文化,如建筑风格、婚嫁、节庆和饮食等人文特色等。

该区还设有游客服务中心、生态停车场、美食广场、美工体验中心、养生堂、蜜居、鱼趣园、角斗园(驯化动物开展逗趣活动,供游客与可爱的小动物嬉戏、合影。并开展民间广泛进行的斗牛、斗羊、斗鸭、斗鸡、斗鸟、斗蟋蟀等活动)、玫瑰缘(种植不同种类的蔷薇科植物,以玫瑰渗透爱情文化)等。

5.2.2 大坝观光游乐区主要项目设置 (1)龙凤呈祥雕塑:代替少女雕塑,以龙凤呈祥雕塑点出景区主题。(2)长龙吐雾:此处开闸时景色颇为壮观,飞瀑如练,气势恢宏。在泄洪闸处建一龙门,周边修整地形,做好绿化。做小型观景台供游人观泄洪飞瀑之用。(3)趣味漂流:沿大坝下的水渠设计趣味漂流,采用龙船、凤舫形式的船只。(4)

龙凤碑:遍寻天下各种“龙、凤”字的书法,各千种以上,刻于碑上。(5)天下第一墙:千米大堤横卧水上,尉为壮观。作为联系两岸的动态游览路线,堤坝上做好绿化,间隔设置小型龙凤雕塑、休憩小品。春、夏季可在坝上间隔设置临时伞蓬,游人可在其下赏景小憩。大堤面对湖面一侧可栽植游龙戏凤图案的五色草,自成一景。(6)龙凤壁:利用坝上防浪墙,做成“世界第一”龙凤文化墙,主要采用浮雕形式,包括龙壁、凤壁、龙凤缘,可建成蔚为壮观的天下奇景,作为龙凤文化的主要载体。包括书画、诗文等。同时结合当地民俗,设“龙凤锁”,锁住爱情和姻缘,营造爱情的主题。“妈妈索”连结人生的命运。使“天下第一墙”成为吸引青年和婚庆活动的主要吸引物。(7)龙凤柱:分立大坝文化墙两端,上雕百种龙凤造型,形若图腾柱。

此外,利用坝下鱼塘和湿地形成垂钓园、稻田观光与生态教育园区等旅游参与性项目。

5.2.3 凤凰山滨水游憩区主要项目设置 (1)冷山书院:冷山为金朝宰相完颜希尹家乡,江南才子、大宋使臣洪皓在此教授其子女。可展出金代文化、洪皓的作品。同时附一博物馆,展示出土文物和民俗文化内容。龙凤湖宾馆用作冷山书院,并内设猛犸象、古人类科技展馆,放映相关影片进行科技宣传。同时作为举行书画、诗词、摄影展览场所。(2)有风来仪摄影棚:设置于冷山书院南侧,主要为婚纱照外景定点拍摄接待处。办理此业务可宣传龙凤山品牌,提高景区知名度。(3)大气本底监测站:本底站位于凤山山顶,是中国气象局在全国布设的三个区域性大气本底监测站之一,担负着臭氧总量、大气飘尘、大气混浊度、降水化学分析和二氧化碳气体采样任务。可在室外设展栏,宣传相关知识、生态常识、环保意义等,用以加强游人的环境保护意识,自觉做生态旅游者。

此区其它项目包括景区大门及电瓶车站、凤山码头、湖畔娱乐广场、爱莲塘、听箫轩、凤栖湾、颐养林、康体苑、野果园、凤冠塔、山里人家、九龙朝凤台、湖畔野炊露营区、野外生存拓展基地、水乡渔港等。

5.2.4 九龙山休闲运动区 将九龙山各自命名为:蛟龙、应龙、虬龙、晴龙、螭龙、火龙、鸣龙、蜥

龙、蟠龙。分别在靠近水面侧的山体裸露处题字,标出各自名称。

主要项目设置包括滑雪场、冬运基地、沙滩乐园、情侣坡、浴龙湾度假别苑、龙塔及野鸭湾天体浴场等。

5.2.5 龙凤湖水上游乐区 主要项目设置包括龙凤出游、龙凤湖水中行、水上康乐园及戏水区、龙舟竞渡区、竹筏竞渡区、皮划艇区、水上滑翔机场、水上摩托车区、冲浪风帆区。

5.2.6 中央山科考保护区 此景区近期作保护区,不进行开发建设。中远期根据景区发展情况可考虑开发远足、探险、科学考察及野外生存锻炼场所。

6 旅游形象策划

6.1 旅游形象定位与策划

6.1.1 龙凤山的形象概念 龙凤山作为一个以生态旅游为主的综合性旅游区,包含了4种形象概念,即:生态的概念、革命的概念、休闲的概念和爱情的概念。

6.1.2 形象定位及其内涵分析 龙凤山的形象定位主要体现:避暑胜地——休闲乐园;真山真水——绿色湖山;黑土文化——龙凤之缘。

就哈尔滨的整体旅游产品而言,避暑旅游是优势,生态旅游是时尚,康体健身方兴起,黑土文化是内涵。龙凤山将最时尚的项目开发出来,加之文化的包装,将是很具有市场竞争力的。所以我们应当按照这样的定位,积极地搞好市场推广。综合起来,体现了自然与人类社会的主要内容:自然——山水交融;人生——天作之合。

6.1.3 旅游形象策划 (1)理念识别系统(MIS)策划:一级理念为避暑休闲、生态旅游、绿色美食;生态旅游的胜地;二级理念为黑土文明、民族传统、人生姻缘;文化体验之佳境。主打宣传口号:情系龙凤山水,圆梦生态家园;寻梦龙凤山水,情系生态家园;走进您的绿色家园——龙凤山欢迎您。(2)视觉形象系统(VIS)设计:在符合MIS的一、二级理念的基础上,创造一个具有视觉冲击力的形象系统。

景区标准色:以绿色为主调,象征生态良好;以天蓝色为背景,象征空气纯净(有联合国大气本底监测站);以浅灰色为配色,象征龙凤山之水;以金色代表文化(龙与凤、历史、民俗等)。

龙凤山旅游标志:由山体、森林、水体和文化标识组成。主体色调由绿、蓝、金色构成。

形象标志:以金色的龙凤首尾相衔成环状,中间为天空、山、水的造型。

龙和凤是中国传统文化的典型代表之一,也是中国人的代表,是动物的象征。借助龙与凤,可以代表宇宙的阴阳,人间的男女。图案形象含蓄地展示了人与人、人与自然的关系,充满了深奥的哲学道理。

旅游宣传图片:以山体、森林、水面、大坝、雕塑、图腾柱及特色建筑为画面主体,设计冬、夏两套龙凤山旅游区的标准宣传图片。

纪念品:所有纪念品上印有龙凤山旅游标志。主要包含建筑物、食品及室内外各种用品。

6.2 旅游线路组织

规划设计了哈尔滨——拉林京旗文化旅游区——拉林河漂流——龙凤山旅游区——哈尔滨等8条外部游线和龙凤山景区夏季、冬季的内部游线。并考虑了文化旅游专线:开封——北京——吉林扶余黄龙府——拉林京旗文化——龙凤山天下第一墙——阿城金上京——依兰坐井观天——哈尔滨。使龙凤山旅游区能够向着多元化的旅游开发方向发展。

7 旅游服务设施规划

7.1 住宿设施规划

景区应遵循区内游区外住的原则。确保创建生态旅游区的基本原则。根据《风景名胜区分区规划规范》床位数预测公式进行床位数的预测。在景区经营的过程中可视游人的增加幅度,临时可以宿营帐篷取代旅馆,用以补充住宿不足的问题。

7.2 餐饮设施规划

该景区现有水库餐厅一坐,还有零星个体小餐馆在营业。无论是从规模上还是从规范上都远远满足不了景区未来发展的需要,必须重新规划建设,并要突出景区特色。

要以品尝当地“湖鲜”为主,办好“龙宴”和“凤宴”及“龙凤宴”的特色餐饮项目及“龙凤鲫”和“山珍野味”等;以农家饭菜为辅,建设好原汁原味的风味餐饮;利用当地天然水土资源,搞好冷水鱼繁殖和培育,种植无公害蔬菜及绿色食品。

8 交通道路规划

目前本区已形成了良好的以公路、铁路为主的外部交通模式,所以本次规划不考虑外部交通问题。内部交通道路规划:

区内道路:新建三级砂石路,全长 20 km,宽 8 m;游步道:宽 2 m,全长 70 km;根据本景区游

客数量实际情况,建设 5 000 m²生态停车场。

9 环境容量测算

环境容量测算主要有 3 种方法:线路法、卡口法和面积法。本次测算主要采用面积法和线路法(见表 1)。

表 1 理论环境容量测算

序号	功能分区	测算法	可游览面积/m ² (游览道路长度/m)	人均指标/ m ² ·人 ⁻¹ (m·人 ⁻¹)	周转率	容量/人·日 ⁻¹
1	游客中心服务区	面积法	2700000	2000	2	2700
2	大坝观光游乐区	面积法	900000	3000	4	1200
3	凤凰山景区	线路法	5000	5	2	2000
4	九龙山景区	线路法	10000	5	1	2000
5	龙凤湖水上活动区	卡口法	30000	500	30 人·船 ⁻¹	1800
6	中央山景区	面积法	21800000	10000	1	2180
合 计						11880

注:参考《风景名胜区规划规范》游憩地生态容量值,D取 1~4。

经过测算,核定该景区环境容量约为 143 万人·a⁻¹,而本区远期(2015 年)游客规模预测为 50 万人·a⁻¹,因此,景区环境容量远大于游客规模,只要采取适当的保护措施,同时,加强环境容量的调控,是能够保证环境质量的基本稳定和提高,保证旅游业的可持续发展的。

10 结论

龙凤山为生态环境质量极佳的生态旅游区,在旅游开发的过程中必须坚持生态旅游开发的理

念进行规划和建设,使其能够实现旅游业的可持续发展。该规划项目策划的范围约占景区面积的一半,其它作为远期发展备用地,有利于旅游资源的保护性开发与利用。

同时,旅游区内的景点设计要与周围环境相协调,体现生态性和原始性,减少人工痕迹。项目策划和形象策划要突出自然山水的生态性和龙凤文化,打造龙凤山生态旅游区独特的旅游品牌形象。

Tourism Master Plan on Longfeng Mountain
Ecotourism Area in Wuchang City

WANG Chao,GENG Mei-yun,YU Lei,WANG Kun

(Horticultural College of Northeast Agricultural University,Harbin,Heilongjiang 150030)

Abstract:Starting from ecotourism concept and design principle,based on analyzing tourism resources development direction and tourist market of Longfeng Mountain ecotourism area,the tourist function division,project planning,image planning,traffic roads planning and environmental capacity calculation were carried. The purpose was to outstanding natural landscape’s ecological culture and Longfeng culture in project planning and tourist image planning. It has provided reference for planning and development in landscape type scenic spots in Heilongjiang province.

Key words:ecotourism;tourism master plan;Longfeng culture