

废旧矿山旅游的规划及定位

——以淄博 SBS 矿区为例

王政军 | 文

在环境保护、因地制宜、生态修复的前提下，梳理场地资源，科学规划功能分区，按照立体、科学、综合、休闲、发展等原则策划项目业态，打造鲁中地区最有特色的旅游度假休闲片区，辐射带动周边产业融合发展，实现 SBS 矿区所在区域新旧动能转换。

一、项目策划总体原则

依托“齐国古都”文化底蕴，嵌入生态、休闲、文创、娱乐、商贸、度假设计理念，打造多业态旅游项目，通过打通旅游者流量入口，提高基础收益，塑造品牌文化，最大程度的挖掘本项目的溢出收益、衍生收益等，辐射齐鲁旅游市场，打造淄博城市客厅旅游名片，形成“一带，两核、七环绕”整体格局。

（一）区域旅游发展分析

自 2018 年，山东省旅游发展委在全省旅游工作会议上公布《2017 年山东旅游发展情况》，主要包括：（1）旅游收入创历史新高。2017 年，旅游消费总额 9200.3 亿元，比上年增长 14.5%，其中，国内游客消费增长 14.8%，入境游客消费增长 3.6%。城乡居民年人均出游 3.8 次，高于全国 3.7 次的人均水平，同比增长 11.3%。（2）全域旅游发展势头良好。2017 年，山东获批国家全域旅游示范省创建省份；全域旅游被列入新旧动能转换十大工程；完成旅游投资 2231.8 亿元，同比增长 11.2%。（3）乡村旅游提档升级，旅游扶贫取得实效。2017 年，省政府印发《山东省乡村旅游提档升级工作方案》，全省乡村旅游消费 2549 亿元，同比增长 15.9%。所有乡村旅游点全部进驻电商平台，实现乡村旅游移动支付。截至目前，旅游助推近 2 万户、4.5 万余人实现脱贫，间接带动 26 万人增收。（4）旅游新业态蓬勃发展。2017 年，我省研学旅行、低空飞行、康养旅游等十大旅游新业态快速发展。10 个单位入选全国首批中小学研学实践教育项目，3 家单位被评为“国家航空飞行营地示范单位”，68 家单位入选省级首批中医药健康旅游示范区（基地、项目）等等。

（二）项目现有自然要素

SBS 矿区土地多以山地、荒地为主，地块北部有部分村庄建设用地，地块东部存在部分耕地。场地内地形多以丘陵山地为主，存在数个废弃矿坑。最大高程位于黑铁

山 254 米，最大高差 230 米。场地内除了山体坡度较大外，其余坡度较为平缓。其中北部区域大部分坡度在 5%—15% 之间，较适宜开发建设。

（三）区域在地文脉

古都文化主要体现为次区域为齐国古都所在地；淄博黑铁山是我国发现最早的冶铁技术发源地；齐桓公、姜子牙、钟馗、柳毅传说、侠盗彭官一、金狗守陵等名人文化、轶事文化资源较为丰富。

（四）区域旅游主要竞争对手综合分析

1. 现有主要竞争对手综合分析

周边现有大规模旅游综合体相对较少，以下分析主要体现在不同业态子项目的竞争关系：业态较为单一。除青州古城、台儿庄古城、周村古商城外，其他均为单一业态。客情流量差距较大。具体表现为近年由单一门票为主要收入来源的项目客流量整体规模较小，基本年客流量集中在 50 万以下，较好的主要是竹泉村（约 70 万），玉黛湖（约 100 万），而台儿庄古城为代表的由门票经济向旅游经济的项目，客流量达到约 582 万。收入模式不同。部分政府出资兴建参与运营的项目免费向市民开放，如：中国课本博物馆、淄博人民公园、大明湖公园等；以企业投资为主项目，分为一种以门票收入为主，如：玉黛湖等；另一种主要表现为深化互动体验旅游项目，开发旅游产业链为代表，如泰安方特欢乐世界、台儿庄古城等。产品定价差别较大。单一业态门票定价大致分为 30—50 元、50—80 元，80 元以上，体验型、互动性强的产品价格竞争力更强。

以主题公园产品为例，结合省内主题公园总体情况分析，主要表现为：主题乐园主题不够突出，市场定位不清晰，存在先天不足；门票价位相对较低，集中在 200 元上下，竞争主要源于省内周边竞争对手；多数国内乐园认知尚停留在比技术、比价格层次，而在比管理、比服务、比顾客维护等深层次方面不足；门票为主要来源，其衍生的消费品收入较少。产品在到服装、展陈、商品研发方面

没有形成相关产业链；市场上不同代际产品共存，新生代产品市场竞争力强。

2. 潜在有力竞争者（已规划，未建成项目）

以下项目本项目周边 100 公里范围内，在后期运营中将会分享本地客流，主要包括：张店区：嘉汇美博文化中心项目；淄川区：1954 陶瓷文化创意园项目、聊斋文化旅游区项目、牛记庵项目、潭溪山项目；博山区：齐长城风门道关石门片区文化小镇建设项目、五阳湖生态旅游度假区项目、中国（博山）陶琉古镇文化旅游开发项目；周村区：李家疃古建筑群项目、周村古商城北片区项目、周村古商城四合院和博物馆群项目；临淄区：齐国古城项目、齐图腾文化艺术品开发项目；桓台县：山东马踏湖生态旅游度假区项目、王渔洋故里项目；高青县：陈庄—唐口考古遗址公园项目、天鹅湖温泉慢城项目、在河之洲·御泉汤温泉度假村项目；沂源县：山东鲁山神农药谷项目、天湖旅游度假区项目。

结合竞争对手调研数据进行商业对比，得出几个结论：（1）本项目周边暂未有鲁中地区知名度高，兼具城市生态休闲旅游综合体功能的品牌项目，矿山修复旅游综合体暂未有典型代表，本项目无论从生态规划、城区整体建设、生态修复功能等方面均极其具有具有引领示范意义。

（2）随着儿童游乐市场、亲子度假市场的兴起，经过前期部分项目的市场预热，区域性（200KM 范围内）儿童休闲游乐市场趋向成熟，总体市场容量年旅游人次预计达到 50 万+；市场需求趋势为体验型强，互动性强，参与度高、知识性强的儿童游乐项目；人均消费达到 200 多元。

（3）本地休闲市场需求旺盛，区域性（200KM 范围内）休闲旅游市场容量预计为 300 万，本项目建成后能够对较大范围内的短程休闲度假市场产生极强的吸引力。（4）结合市场多元化需求、政府综合规划，将本项目打造为鲁中地区城市生态休闲中心。

二、项目定位及解析

（一）主题定位

生态经济+景区+城市文化、休闲、商业复合型旅游目的地。公益性生态休闲文化旅游综合体；国际一流的休闲度假旅游目的地；赋予城市核心功能，集聚鲁中顶层资源（企业总部级聚集地），发展休闲商业的城市中央公园；特色矿山生态复绿目的地、休闲旅游观光目的地、特色风情旅游度假区；国家级特色小镇；打造国际服务水准的“淄博之窗”。

（二）市场定位

打造鲁中休闲商业、娱乐第一品牌；本项目年营业

额近期约 1.7 亿元，远期营业额约 5 亿元；近期年游人次近期 50 万人次/年，过夜人数 10 万人次/年，远期年游人次 150 万人次/年，远期实现年均过夜游客约 50 万人次/年（本项数据结合项目远期环境容量测算得出）；人均消费额超过人民币 300 元/人次/天（本数据参照上海迪斯尼人均消费约为 400 元测算得出）。

（三）形象定位

国家级复绿栖息地；崛起于矿坑上的“生态绿洲”；淄博城市生态客厅；淄博城市新地标；鲁中第一都市休闲目的地。

（四）产业定位

产业融合示范区：提升—第一产业现有农林产品种植基础上开发有机农业生态园，改进—第二产业特色优质农产品深加工，搭建—第三产业农林产品展示交易、旅游文化产品展销、文化衍生品展览开发等；远期实现本项目内休闲服务产业经营单体超过 1000 个。

（五）发展定位

打造最具影响力的鲁中地区集修复观光、文化创意、生态娱乐、生活居住、特色产业、会议休闲为一体的生态休闲旅游综合体，形成多功能区、多业态精准定位的项目发展格局。

（六）客源定位

（1）客源特色描述：敢于做出新尝试、崇尚新生活方式体验的家庭旅游者、青年旅游车，吸引创新创业者的入住；（2）年龄阶段选择：年龄介于 20-45 岁的国内外休闲度假客源为主；注重开发 20-30 岁的年轻客源；兼顾 30-50 岁的财务可选择性较强的商务客源为特色的市场定位；（3）区域选择：以本省本市范围为基础客群，以国内客源为主，开拓北京、上海、江浙度假区域客源，重点开拓北方内陆省份市场；（4）细分客源市场包括：婚庆蜜月客群，乡村休闲客群，文化度假客群，商务休闲客群，家庭亲子度假客群，自驾游客群等。

总之，SBS 矿区在生态修复和环境提升的原则和前提下，以自然生态为环境基底，以城市生态客厅为概念形象，以休闲旅游和生态经济为功能导向，立足生态修复的旅游景观打造，注重本土文化和生态科技文化的挖掘、衍生和植入，突出休闲商业、生态观光、休闲度假和生态经济的产业培育，将 SBS 区域规划打造成为城市的中央公园与生态经济核心区，成为生态文化旅游的新高地。

作者简介：王政军（1983-），男，山东潍坊人，硕士，讲师，青岛酒店管理职业技术学院，研究方向：旅游区域发展研究、酒店管理。