



第 72 期
2017年02月27日

深圳市创艺园文旅股份有限公司主办

电话：0755-83953601 82469891 地址：深圳市福田区彩田路5015号中银大厦B座14层 网址：www.szcy.com 业务联系人：陈伙华 (15899771905)

如何以“运营角度”考量主题乐园/场馆的“商业规划与设计”



(文/摘自互联网)近些年,随着国内各式主题乐园和主题游乐场馆的落地与开业,极大的满足与丰富游客娱乐与体验!但是,在这些主题乐园/场馆开业后,同时也产生了很多运营问题。

究其原因除了开业后的运营管理的不完善、运营工作的经验不足,以及市场营销、品牌推广等宣传不全面、宣传力度不够大等原因,其实,很多问题的发生根源的“原罪”其实是“运营考虑不周”而产生的!即主题乐园/场馆开业后产生的很多运营问题,是在其前期的“商业规划与设计”不重视或忽略了“运营问题”,没有从整体的“运营角度”考量项目的“商业规划与设计”,从而导致了商业项目在开业后产生了很多运营问题,最终影响到了商业项目的日常经营以及销售业绩。

问题与现象

现象一：配套商业有名无实，有“商”无“品”、人气冷清
某主题乐园的配套商业街在开业后,两边的商铺长期空置,即使开业的店铺也是商品匮乏、品牌重复、人气冷清。究其原因,是典型的项目“规划设计”与“招商运营”相脱节,各干各的话,“规划设计”没有运营概念,只管画图,不管招商。典型的“先盖房子,后招商”的干法!

现象二：一个项目两个“案名”，全是媒体，弄蒙顾客，浪费推广资源
某主题乐园在规划之初定案名是“XX梦幻乐园”，然后按照这个案名进行了前期宣传推广,然而到了临近开业,高层觉得这个案名不够大气响亮,然后又改成了“XX魔幻乐园”开始广为宣传,此时的外界媒体、设备商乃至普通受众,一听到“案名”已经弄不清楚这是一家新开的乐园,还是原来的那家?从运营的产品宣传角度讲,一个项目两个案名,“运营”与“品牌宣传推广”发生了冲突,浪费了大量前期宣传推广积累起来的品牌资源!

现象三：规划餐饮,未考虑上下水,影响开业进度和浪费大量资金费用
某主题场馆在规划初期,就周边是否规划一条“美食街”纠结几次,后来终于确定添加,并且采用“集装箱模块化”形式进行生产与搭建,等到大批集装箱落地到位,发现两个问题:一是定制的餐饮类集装箱模块,没有考虑到“上下水”问题;二是集装箱下方的“下水管道”没有进行预留预埋,这样导致前期招商的很多商户无法直接使用和准时开业,不得不进行后期的设备的改造与额外的工程弥补。

现象四：业态内容与商业定位、经营指标等反复改变,“前期规划”未考虑“落地实施与运营”,最终是“空

中横肉”!

某国内大型室内主题乐园商业规划之初是定位“中国最大”,后调整为“亚洲最大”,最后直至调整为“世界最大室内主题乐园”。前期的规划原则基本上是“加法原则”,原有的室内规模增大后,从领先中国,到领先亚洲,再到要领先世界,室内乐园部分的所需要的制冷、温控、自控等电力负荷,以及投资费用等已经不是“简单的加法关系”,而是呈“几何级增加关系”。

随着调整,还有最终的一个运营问题,就是这个“世界第一大”的乐园建成后,需要的一个庞大的N次人数来支撑今后的运营收入,但是该项目的周边商圈人口量总共才不到总需求量的70%。投资者看到这些问题后,就把乐园规模再重新缩小。可是这种更改后,当初在媒体上宣传的“亚洲最大/世界最大”的室内主题乐园有如何对外解释?原来本希望借助“世界最大”概念成为一个强运营IP点,但如果没有了“世界最大”这一概念,后续的招商、宣传、运营等工作统统要重新调整。

项目的初始定位与运营落地统筹规划始终没有同步,导致该项目长时间处于“原地踏步”阶段,是典型的“水加多了加面,面加多了再加水”商业规划症状!

情况二：

“项目规划设计工作(方)”侧重建筑规划,对运营环节经验有限,但“项目的投资建设(方)”考虑了运营环节,可是“项目的运营工作(方)”介入比较晚,此时规划设计工作已经基本完成,后期调整与改动余地已经非常小了,这种原因产生的后果情况次之。

情况三：

“项目规划设计工作(方)”不仅懂建筑规划,对运营环节也有一定经验,“项目的投资建设(方)”也非常有经验,有自己专门的“运营团队或运营顾问”,在“项目规划设计工作(方)”就介入有关落地与运营工作,这样,通常会把主题乐园/场馆开业后的运营产生的问题降低到最少,这是最理想的一种情况。

情况四：

“项目规划设计工作(方)”不仅懂建筑规划,对运营环节也有一定经验,“项目的投资建设(方)”也非常有经验,有自己专门的“运营团队或运营顾问”,在“项目规划设计工作(方)”就介入有关落地与运营工作,这样,通常会把主题乐园/场馆开业后的运营产生的问题降低到最少,这是最理想的一种情况。

小结

- 1、一个商业项目,通常应该是先有“商业规划”在先,再有“商业设计”跟进,切忌把二者混为一谈,甚至把工作次序搞反!
- 2、所谓从“运营角度”考量主题乐园/场馆的“商业规划与设计”,就是在项目的“规划阶段”和“设计阶段”的各个环节,都应该将“运营问题”考虑进去,而不是等发现问题,再进行考虑!

解决之道

1.树立“商业规划在先,运营深度全程介入”的理念

在一个主题乐园/场馆的商业项目发起确认后,各项工作应该将“商业定位、商业规划”放在最前面进行专业、全面的讨论、碰撞,同时将“运营思维”全程植入到商业项目的各个工作环节与流程中,尤其是在“商业规划”“商业设计”这两个环节是重点,希望规划方/设计院/设计机构等充分听取“运营方/运营团队”的有关经验,在规划与设计中将“运营优点”与“运营经验教训”等问题“扬长补短”,力争将项目在落地开业后的“运营问题”降低到最少!最终使规划设计的商业项目在满足顾客优良体验感的同时,使项目呈现出市场价值的最大化!

2.“跨界”思维,运营/规划/设计打破行业条块分割,项目各工作环节互相学习

一个项目的规划与设计直至产品落地,最终是通过“运营”转换为“市场价值”的!项目的“规划方”“设计方”不仅要关心自己建筑的设计风格与质量,更要关心与关注其落地“运营的情况与问题”,同时,建立起“规划+运营”“设计+运营”的“跨界思维”,只有这样,才能让“运营的DNA”真正融入到“商业规划与设计”当中!

小结

由于涉及“商业规划、商业设计”的各具体工作承担方各自对运营问题认识深浅、经验有无、角度不同等原因,导致他们更多的还是站在规划设计“建筑规划角度”来衡量一个项目的好坏,很少站在主题乐园/场馆这种特殊的建筑产品的实际运营、经营的角度来考虑“商业定位、规划、设计”等实际问题。

3 商业规划与设计的最终目的

为什么要将“运营思维”植入到主题乐园/场馆的“商业规划与设计”当中?

缺少“运营思维”的“商业规划与设计”将会不同程度的降低甚至无法体现主题乐园/场馆的市场价值和商业属性!
一个产品,如果缺少缺乏落地性和运营性,我们只能称之为“产品”!一件产品只有通过运营手段让顾客无障碍的买单,才能产生“市场价值”,没有市场价值的产品,是没有市场生命力的!它也不可能再市场上长久生存!

“商业规划设计”看似是一个工作,其实是包含两方面的工作内容:
从工作重心讲,“商业规划”侧重于“商业部分”,更多是主题乐园/场



小结

从以上几个鲜活的实际案例可以看到,一些主题乐园/场馆在规划设计阶段只是停留在建筑规划、工程设计的概念阶段,而没有从落地实施的“运营角度”考量主题乐园/场馆的“商业规划与设计”,导致最终落成的项目会在实际运营过程中发生种种的问题,这些问题会给主题乐园/场馆的经营带来不必要的损失。

情况原因剖析

之所以出现以上情况与现象,最直接的原因就是在商业项目的前期“商业规划与设计工作环节”与“运营工作环节”相脱节,并且采用“集装箱模块化”形式进行生产与搭建,等到大批集装箱落地到位,发现两个问题:一是定制的餐饮类集装箱模块,没有考虑到“上下水”问题;二是集装箱下方的“下水管道”没有进行预留预埋,这样导致前期招商的很多商户无法直接使用和准时开业,不得不进行后期的设备的改造与额外的工程弥补。

情况一：

在做项目的“规划与设计”时,“项目规划设计工作(方)”与“项目的投资建设(方)”相脱离,双方都对“运营问题”认识不足,双方各自为战,没有进行很好的衔接与融合,这种情况产生的后果最严重。



创
造
一
座
园
，
荣
耀
一
座
城

喜贺：创艺园荣获“2016年度南宁万达茂优秀合作单位”殊荣

(本报讯 讯)2016年1月20日, 南宁万达2016年度总结表彰大会在南宁南湖名都酒店召开, 深圳市创艺园文旅股份有限公司作为万达集团优秀合作伙伴受邀参加了此次大会, 并荣获“2016年度南宁万达优秀合作单位”殊荣。

南宁万达茂是由万达集团打造的世界首创的大型室内文化、旅游、商业综合体, 高度融入了广西桂文化元素, 规划有桂文化中心、滨江文旅街、风情美食体验馆、科技电影城、文康度假酒店等。创艺园承接了南宁万达茂室内主题乐园的深化设计及工程服务。室内主题乐园是全天候家庭一站式旅游胜地, 共有16项游乐设施, 设计主体采用了悬挂设备和地面设备相呼应的布局, 对乐园空间的利用更加合理, 也使整个乐园的立体感更强, 空间内容更丰富。

创艺园团队先后承接了云两西双版纳、合肥万达文化旅游城、哈尔滨冰雪游城、南宁万达茂的项目。一直以来我们以“诚信、务实、高效、创新、专注”的优质服务获得了万达集团的高度认可, 此次殊荣可谓实至名归。未来, 创艺园将秉承一贯优良作风, 为文旅行业的发展贡献力量!



创艺园欢乐小镇播报

—— 开园盛典 ——

2016年12月24日, 由深圳市创艺园文旅股份有限公司全资投资的创艺园欢乐小镇正式开园啦, 小镇坐落在梅州国家4A级景区——客天下旅游度假区内, 集娱乐、休闲、体验、学习、餐饮、住宿、购物等为一体。

开园当天, 梅州市旅游局局长朱琰、梅州市文广新局局长陈锐锋、梅州市招商局副局长刘旭初、梅江区副区长郭敏、梅江区文广新局局长李育新, 广东鸿艺集团董事长蔡鸿文、总裁蔡智峰、常务副总裁蔡雪山、广东省客天下实业有限公司董事长蔡鸿章, 深圳创艺园文旅股份有限公司董事长钟新球、常务副总裁黄映秋、董事李锐等出席了项目开园庆典的剪彩活动。

当天创艺园欢乐小镇一期有DIY手工馆、海底世界、淘气堡、镜子迷宫、旋转木马等66个项目开放体验, 园内充满梦幻童话色彩, 让每个游客都能找到属于自己的欢乐。

—— 欢迎领导视察 ——

喜迎梅州市谭君铁市委书记率队调研创艺园欢乐小镇

做为梅州市政府重点招商引资的项目, 梅州市谭君铁市委书记、梅州市方利旭市长、广东省鸿艺集团董事长等领导一行于1月24日晚莅临创艺园欢乐小镇调研考察, 陪同人员有深圳市创艺园文旅股份有限公司钟新球董事长以及创艺园欢乐小镇运营的相关高层领导。

考察团一行认真的了解了小镇的建设及运营情况, 对创艺园欢乐小镇的建设给予了充分的肯定。谭君铁市委书记表示创艺园欢乐小镇在推动区域旅游从“观光时代走向休闲时代”、从“景区时代走向旅游目的地时代”、从“单一产品时代走向综合体时代”的产业发展有限公司先示范引领作用。他同时要求项目要以城市发展的科学来科学的规划和建设, 积极整合内、外资源及产业资源, 为城市提供更多的产业平台和发展空间, 提



升项目及梅州城市的整体品牌形象。另外, 他还特别强调了小镇运营的安全管理, 要求做好各项安全防范措施, 防患于未然。

考察当晚, 正值景区内举办“环球烟花美食狂欢派对”活动, 考察团一行在创艺园欢乐小镇内与游客一起共享了这场美丽的烟花盛会, 共庆2017新春佳节!

—— 新春添新禧 ——

小镇过大年

民以食为天, 谁能拒绝美食的诱惑? 在2016年春节假期, 创艺园欢乐小镇环球美食节为游客倾情奉献了来自不同国家和地区的地道美食! (图)



西班牙的拉丁果有油炸的酥香, 冰激凌的幼滑; 法式红酒培根卷搭配独特的酱汁再加上醉人的红酒让来自法国的浪漫情怀回味无穷; 巴西原汁原味的烤肉, 轻轻一咬, 浓郁的肉香味滑满整个口腔……小编和各地游客一起有幸来了一次环球味蕾之旅。据了解, 小镇在春节期间, 除了美食的福利外还有水岸烟花狂欢派对、浪漫雪景中国新年音乐会、豪华游艇秀等福利, 为游客带来难忘的体验。很多市民及游客坦言: 以后节假日不愁没有地方去了, 创艺园欢乐小镇是梅州人民休闲娱乐的好去处。

邀请函

尊敬的各位合作伙伴:

2017年3月17日至3月20日,中国(北京)国际游乐设施设备博览会将盛大举行,创艺园诚挚的邀请您莅临创艺园展位(展位号:1523)

互动交流·共同成长,我们感谢您一路的关注与支持!

河源市张文书委书记率队调研客连天下文化旅游产业园项目



(河源报 钟雄)2017年2月4日,河源市张文书委书记、彭建文市长等领导率队赴连平县内莞镇的广东客连天下文化旅游产业园项目调研走访,了解项目推进情况。

广东客连天下文化旅游产业园项目是广东省及河源市的重点项目,项目总规划用地约19000亩,建设用地1500亩,计划投资总额30亿元,拟分3期进行建设。作为股东之一的深圳市创艺园文旅股份有限公司在2016年12月参加了有关投资建设的框架协议协议的签订。

此次调研,张文书委书记对项目的规划给予了充分的肯定,认为项目观念超前,他同时要求项目建设要与“特色小镇、美丽乡村”结合起来,并尽快推进工程建设,打响健康休闲旅游品牌,推动当地经济社会发展。另外张文书委书记表示要将项目打造成广东的香格里拉。



年度优秀员工获奖感言

享受挫折看到另一个世界

大兴安岭火灾过后是被专家判了死刑的光秃秃的树干,谁也没有想到第二年的春天焦黑的树木冒出了新芽。面对死亡的命运,他们仍然没有放弃求生的渴望,最终获得了新生。这正如人在面对困难挫折时一样,是勇敢面对还是放弃?一念之差,结果最终都应该勇敢面对挫折和做是一种享受,你看

我是一名设计师,甲方时常会败感。刚开始会很粗的工作氛围很好,同领导无意中说过的一句话,我发现了一个世界。工刷”,而是正视它,面提高,信心也在不断最终获得了2016年进步员工奖。

这是我另一个新起点。今天我要把这个感悟和大家一起分享——享受挫折去看另一个世界! (获奖员工:韦进辉)



感谢创艺园——我实现梦想的舞台

最近看到微博上流传的由范顺赞创作的一组图——《现实给力梦想多少时间?》



(图一)修了十几年的自行车,可始终难逃飞行员的梦
(图二)起早贪黑的一破二瓦,也梦想着有日西装革履潇洒洒酒
(图三)辛苦地张罗着小地摊,却始终惦记带你一起去上海游玩
三个不同主人翁,三个不同的梦。是的,每个人都有梦想,或大或小,或远或近。梦想与现实之间往往有一条难以逾越的鸿沟,因为梦想很丰满而现实很骨感。很幸运,我在创艺园,这个充满爱的地方,让我的灵感时常不经意间就迸发出来,它让我实现了太多梦想。作为设计师的我常常梦想着自己头脑中的创意注成水泥建筑,带给游客欢愉的体验。而创艺园则是我实现梦想的舞台。在这里,我肆意挥洒着我的想象,把一个又一个在大脑中形成的影像投注到现实中。很感谢公司,让我离梦想如此之近。幸运的我在2016年还获得了进步员工的荣誉,给了我更多的动力,但同时也让我有了更多责任,对客户、对公司的责任。今后,我还要一如既往地往充满激情的工作,继续我的梦!



(获奖员工:钟睿石)

我是创艺园行政部的一名员工,因工作职责,我的工作很琐碎,收发文件、接待客人来访、整理资料等等。看似很平淡的工作,但让我很充实,学到很多东西。我始终相信:工作可以很平凡,但态度不能平庸,坚持做好就是一种不平凡,不简单。我们都是公司的一份子,只要有好的工作态度,就可以散发出闪光点。做任何事情,只要认真、努力,愿意学习就一定能够做好。抱着积极的工作态度,我在创艺园快乐的工作着。很欣慰,我的努力得到了大家的认可。

2016年我获得了“进步员工”的荣誉。未来,我还有很长的路要走,还有很多的知识要学习,但我始终相信,只要抱着认真学习的态度就一定有收获。作为公司一颗小小的“螺丝钉”,我要继续做好“螺丝钉”的平凡工作,坚持下去!



(获奖员工:李玲)

没有平凡的岗位,只有平庸的员工

一份耕耘,一份收获

相信很多人都想找一份钱多、事少、离家近的好工作,但是鱼与熊掌不可兼得。俗话说:不经风雨怎能见彩虹?我始终相信,只有努力才能有回报。

在职场上,遇到困难过放弃,但无意中在朋一篇文章:竹子从一粒长了3厘米,但从第四年成倍生长,六周时间就感,为何竹子前后的生长速度会如此不同?其实前三年时间里竹子是在延伸数百米之远就长!这是一个量变到质的过程,给了我深深的启发:不管在生活中还是在工作中,不要担心此刻你的付出没有回报,为未来人生做储备,只要相信有付出就一定有回报。2016年,我荣幸的被评选为公司2016年度“进步员工”,获得这份荣誉我很开心,这是我一年默默耕耘付出取得的小小收获。当拿到公司颁发的证书,激动的心情我无法言表,所有的努力和付出都是值得的!我感谢努力拼搏给予我的这个大平台和身边支持我工作的各位同事。在这个大家庭里,我们互相帮助、支持、进步,这份荣耀除了属于自己还属于我们这个团队!



(获奖员工:郭少华)

特色小镇三大核心

差异化、生活化、小空间化

静悄悄的变革

近现代以来,随着现代城市的兴起,我国都是乡村资源往城市里输入。但是近两三年以来,城乡关系发生了很大变化,城市资源也开始走向乡村了,可以这样说,出现了城乡资源双向流动的趋势。



其中有几个要素我们可以分析一下。首先是技术的突破。高铁、高速公路和航空大众化,汽车进入家庭,互联网的大发展等,极其深刻地改变了城乡之间的区位不同,距离障碍消失了,过去乡村的区位优势基本不存在了,现在看来,还可能是一种优势。

此外,中国经济新常态以来,以能源、原材料、重化工为主的传统产业都出现了严重过剩。传统资源的价值相对下降,石油、煤炭等一次性化石资源的价格下降很多。与此同时,新的要素资源的价值在上升,我们可以称之为非传统资源,比如青山绿水、蓝天白云、传统村落、区域特色文化,以及非常重要的传统乡村的生活方式。当然如大数据、人工智能等资源的价值也在上升。总之,轻资产的这类资源,价值在上升。这一上一下,是一种非常重要的变化。概括一句话,就是乡村的价值在提升,传统的慢生活、乡村景致,也就是传统乡村生活的整体价值在提升。

还有就是电子商务的发展,正在或者说已经深刻改变了乡村的消费模式和消费形态。去年“双11”过后,学者们研究消费数据发现,中国人的网上购物行为,乡村人一点不逊于城市人。乡村年轻人应用电子商务的热情一点不逊于城里人,这使得乡村的许多商品与消费能力被开发出来了,因而消费模式和商业生态都发生了重大改变,一种飞跃的变化。

从城市的角度来看,最近若干年以来,高房价、交通拥堵、雾霾等“大城市病”深深困扰着人们,甚至可能会影响到下一步中国经济的发展、人口的流动以及旅游的热点。这使城里人到乡村度假、养生养老成为下一波相当重要的推动因素。同向性的、长期半长期地逃离大城市,成为一种潮流。这实际上是一种新的、巨大的消费力量去往乡村,是城市消费的外溢,而且将成为一种常态。对于中国这种人口大国来说,常态就意味着几千万人的消费市场。

特色小镇兴起的另一个大背景是传统产业的转型升级。特色小镇可以视为一个点,激活、推动产业转型升级,包括发展新经济。比如现在出现了互联网小镇、基金小镇、梦想小镇、创意小镇等。



在这两个大背景下,乡村迅速从幕后走向前台。

差异化是命脉

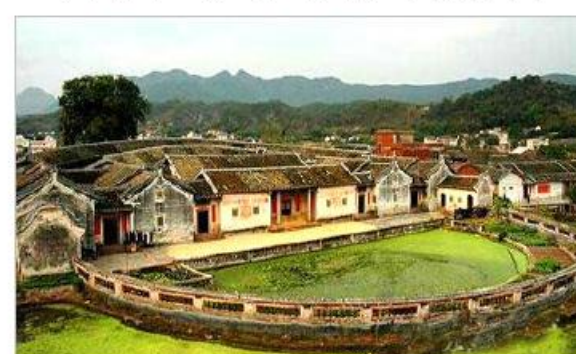
特色小镇可以分为发展新经济、促进产业转型升级的特色小镇,和以农村资源开发为主的文化旅游型特色小镇。

文旅特色小镇是一个支点,可以引导和吸引大量农民直接或间接参与接待、旅游服务和农产品零售等行业中。其中“吃”和“购”与农副产品密切相关,

可以促进农村富余劳动力的就业和向非农领域转移,拉动一、二、三产业发展,形成一业带百业、一业举百业兴的联动效应。

通过文旅特色小镇这个载体,把农村闲置的青山绿水、田园野趣、生活方式、传统文化这些沉睡的资源转化为经济优势,是推动城乡一体化的有利抓手。文旅特色小镇可以带动城市资本下乡,改善农村基础设施、公共服务、环境卫生,也是农民就地就业、就地城镇化的有效形式。古村古镇要生存,一定要与大市场对接,解决资金问题。一是让自身价值换取市场资金,给投资者和当地人以持续回报;二是当古村古镇成为可以赚钱的文旅产品时,保护就有了真正的动力和能力;三是建设开发要转型升级,从卖有形商品转向卖无形文化、卖传统生活方式、卖穿越之体验、卖思古之环境、卖原生态之特色。

文旅特色小镇有一个重要特点,就是要真正体现特色,走差异化之路,特色是命脉。要改变以往以山



寨、模仿、复制为特征的发展模式,形成产业,或文化,或资源,或建筑的特色小镇。

改革开放近40年,我国经济社会发展最大的特点是走了一条模仿型道路,我们今天需要重点解决这个问题。有差异化才有特色,而差异化很简单,就是结合自身资源禀赋,因地制宜。我们生活在一个差异的世界,仅仅是中国,差异就太大了,从方言到饮食,各个方面都很不同。许多地方花了很多钱,建设起来的都是似曾相识的东西,都是把城市的一套又搬了过去。浙江海盐莫干山的“洋家乐”就不同,把当地能利用的旧东西几乎都用起来了,这就是因地制宜。

小空间、大作为

此外,文旅特色小镇与以往有很大不同,就是强调小空间、大作为,以小取胜,这才是真本事。从过去数量、规模型的增长,变为质量、品质型的增长,改变发展思路,这是中国现在真正需要的。贪大求洋的结果是建起了许多“大而不强”的东西,现在则强调小而特、小而优、小而美、小而精。从浙江、贵州等地提出建设特色小镇,到后来上升为国家战略,所有出台的导向性政策,都是追求小。

小空间非常重要,规划界有一句话是“密度就是财富”。比如北京这样的城市,几分钟就办完的事要去很远的地方、花很长的时间,很宜居。宜居的标准很简单,联合国人居署提出的标准是可以量化的,就是要“方便”。小,功能融合,步行在半小时以内就能



办成事情,是宜居的标准。这样既有利于服务业的发展,还有很重要的一点,就是有助于亲情的沟通、人际关系的改善。亲近自然、乡土情调、青山绿水、传统文化、熟人社会、浓浓的亲情等,这些都与规模大小密切相关。

当然这其中还有许多操作层面需要注意的问题。要“多规合一”,一张图纸,一套数据,一个平台,管理也是一个部门。要建设紧凑型的设施,要功能融合,要混合规划,千万不要搞功能分区,衣食住行分区明显的绝对不是特色小镇的品质。土地使用要混合,规划要混合,城市功能要混合,这是节能低碳的必由之路。

生活化的旅游

“特色”和“小空间、大作为”,是特色小镇最重要的两个特点。具体到文旅特色小镇,可能还会有一些独特之处。

首先是融合、跨界、共享。这是新经济的理念,对于特色小镇和旅游业来讲,也是一种非常重要的理念。为什么许多地方的旅游长期停留在“门票经济”的阶段?就是因为没有吸引游客付费的极为丰富的、可选择的产品。浙江的特色小镇提出“三个三”,是非常重要的理念:“三生融合”,即生产、生活、生态三者兼备;“三位一体”,即产业、文化、旅游是标配;三次产业融合,即一、二、三产业融合,融合了三次产业的功能,价值体现是最大的。

文旅特色小镇还有一个特点是市场化运作和专业导向。特色小镇不是以传统的行政镇为主,而是一个新的发展平台,旅游业也可以理解为旅游新业态融合发展的平台。市场化的一大好处是如果没有很好的产品设计、商业模式、投资回报等,资本不会进入。可以采取PPP模式,政府以委托、特许经营、基金等方式支持,市场化开发、招聘专业公司市场化运营,多元参与,重视软资源的开发,对于文旅特色小镇来讲也非常重要。传统农业文明、现代工业文明、生态文明与当代信息技术的深度融合,应当是特色小镇的追求。

文旅特色小镇一定要从走马观花型转变为生活居住型。小镇的设计要体现步行、方便、多样性、独特风格、特色文化,要生活导向、功能混合、高密度、紧凑型、微景观、密道路,基础设施最有效利用,这样能耗低、运营成本也低。小镇要有文化底蕴,以助于增强当地人的文化认同感和心灵归属感,也将积累、



形成新的文化特质或亮色。理想状态的文旅小镇应该要有城市的功能、教育、医疗、文化艺术、时尚、商业等,没有大城市的拥堵、雾霾、人情冷漠、谋生压力和紧张;拥有农村的青山绿水、新鲜空气、绿色食品、原生态的慢生活,但没有农村的闭塞、公共设施的不足、生计的艰辛、极度短缺的精神文化生活。

文旅小镇的另一个特点,是要防止建设成为缩小版的城市。文旅小镇不一定需要巨额投资,镇区整体风貌应充分利用自然地形地貌,延续自然发展的传统格局,尊重自然环境的特色。总之,在形态上,城市应该是城市,乡村就应该像乡村。

文旅小镇的最高境界,是让城里人体验到一种不一样的生活方式。三部委联合发布的《关于开展特色小镇培育工作的通知》中明确提出:小镇要有特色鲜明的产业形态。强调“产业建镇”,就是要避免房地产化。文旅小镇要重视长期效益,要有耐心,避免急功近利。培育新产业、调结构、创新、凝聚人气、培育市场、文化、归属感和特色的形成,都是一个过程。

总之一句话,特色小镇建设中要培育新时代的工匠精神,精工细作,以工匠精神打造百年小镇。