

# 专业古镇旅游规划,特色小镇规划公司

产品名称	专业古镇旅游规划,特色小镇规划公司
公司名称	北京绿道联合旅游规划设计有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市怀柔区雁栖经济开发区雁栖大街31号
联系电话	86-010-87796100 18210256003

## 产品详情

专业古镇旅游规划\_特色小镇规划公司-绿道文旅有资质，不骗人，够专业，团队强，[www.cnldlh.com](http://www.cnldlh.com)

千年古镇，看不上百年古镇；百年古镇，看不上新建古镇；保存稍完好的古镇，看不上破败的古镇.....

总之一句话：有文化的古镇，看不上“没文化”的古镇。

不过如今的古镇“亏损潮”中，那些文化底蕴丰厚的古镇，似乎并没有好到哪儿去。

多数古镇，脱离了旅游的本质

既有传统景区特征，又有乡村旅游属性；既能观光休闲度假，又天然具备文化基因；既能满足投资者商业需求，又符合政府快出形象的要求.....

——毫无疑问，古镇是“含着金钥匙”出生的。

但是短短数年，遍地开花的古镇，开始集体入冬，亏损破产的新闻屡屡见诸报端。据不完全统计，目前超过八成的古镇处于不盈利状态。很多古镇除了节假日，游客还没有商户多。

古镇为何“叫好不叫座”？实际上，大多数古镇，已经脱离了“休闲度假”的本质。

度假属性的古镇，被做成了传统景区

古镇旅游，属于传统景区游，还是休闲度假游？

估计很多人会说：当然属于休闲度假游。相比观光游的传统景区，古镇先天具有文化基因和深度体验优势。

不过现实是，很多古镇，不自觉地把自己做成了传统景区产品，严重缺乏休闲度假游所需要的核心元素

: 场景、体验、深度、夜经济、时间规划.....

比如，绝大部分古镇的内容惊人一致：

“看”：古建筑、老物件展示、民俗文化表演；

“吃”：美食街，地方特色小吃；

“购”：商业街，千镇一面的旅游商品；

“娱”：古镇周边小游乐场；

同质化倒不是核心，最大的问题是：业态单一、娱乐性差、体验性差、参与性差、体验感差、可供游玩时间短。

有人把传统旅游描绘成“四小时经济”，即游客能在四个小时把景区玩一遍。不过，现在很多古镇，可能连“四个小时”游玩都无法实现。

时间规划，很大程度上决定了游客是否过夜，“过夜”与否直接决定了消费客单价。

如果景区连住宿都没有，无论如何都不能叫度假吧。可现在的大多数古镇，业态之单调，内容之匮乏，体验项目之少之差、时间规划之短，根本不足以让游客主动留下来。

所以说，现在古镇的最大问题，不是过度商业化。商业本身就是古镇文化的一部分，乌镇那么多商铺也没见游客抱怨。

古镇最大的问题，是我们把古镇这种先天的休闲度假业态，做成了传统观光旅游产品。

而恰恰，国内除却乌镇、丽江、古北水镇等少数项目，大多数古镇都是省内游客为主的区域游。

所以说以区域游客为主的多数古镇，做成“停留时间四小时、复游率基本为零”的传统观光游产品，必然会走入死胡同。

古镇规划开发要点：

在大量实践及相关总结的基础上，古镇开发利用的要点：

1.强化功能：一定要从单一功能到复合功能。古镇讲究古香古色，古色是观感，古香是体验，加在一起才是古香古色，这就意味着复合型功能。

2.突出主题：既然有文化主题，就要形成主题文化。这不是一句话反复说，文化主题是历史上的资源，我们研究构造什么样的主题文化;主题文化是结合现有的市场，我们研究创造什么样的主题文化，是两层意思。

3.追求异质：比如湘江古镇群，在凸显了功能性和主体性的同时，也在不断追求异质性。提出“到靖港寻古、到乔口吃鱼、到铜官玩陶、到新康看戏、到书堂览书”的集群式发展思路。

4.形成复合资源：有复合型资源，要形成链条式发展，需求链，产品链，服务链，延长产业链，扩大产业面，形成产业群，最终是这样的局面。群体满足了方方面面的利益，也培育了自己可持续发展的机制

绿道联合旅游规划设计院<http://www.cnldlh.com/> , 如需转载请说明出处! 专业旅游规划师热线15901049951