

# 恐龙遗迹地质公园旅游规划

## 前言

### 一、 对于本次策划暨一期修规工作的基本任务划定

旅游策划工作重点通常有两个方向，一是主要对主题及重要项目进行充分论述，一是涉及整个开发工作系统实施的综合论述。当然，在具体的策划工作中，上述两个方向常有结合穿插。

本策划力求达到从开发的宏观分析到具体项目，从主要规划思路到实施途径，从近期工作到远期目标都有比较清晰、完善的论述之目标。

在详尽策划的基础上，根据分期实施的目标，结合当地投资开发实力，划定一期开发建设的主要工作任务，进行投入适量、收益显著的修建方案设计，力求直接指导施工建设，加快地质公园的建设运营。

### 二、 本次策划暨一期修规研究的主要方向

1. 国内地质公园的发展状况对本项目的影响和借鉴；
2. 本项目实施可行性及综合发展前景；
3. 有限地块内实现资源的最大化利用；
4. 创新项目的盈利方法及其盈利模式；
5. 项目的长期经营与可持续开发途径。

上述五个方面的研究内容并不直接反映为本策划的文本纲要结构，但在具体的研究部分中，对上述问题都进行了目标清晰、符合逻辑、深度合理的阐述。

### **三、 策划研究的主要方法**

#### **1. 类比、借鉴与假设**

一方面，由于项目研究的基础资料有限性，另一方面，从研究方法看，在前期工作中假设与类比是项目策划研究的必要手段，这是因为：

- 1) 项目的核心竞争力及开发模式等属于难以定量研究的问题。另外，通过类比验证的研究，还能够假设性的开发方向及主要产品；
- 2) 在类比研究的基础上，能够合理判断项目面临的市场竞争问题，从而进行差异化设计，从战略层面优化项目竞争力。

#### **2. 以市场为研究出发点**

由于项目自身的旅游资源虽然具有重要的科研意义，但转化为旅游产品的吸引力却远远不够，因此“闭门造车”式的资源导向型旅游开发是绝对不行的，应当采用以市场为导向、以资源为基础的开发模式，规划设计出销路良好、符合市场需求的旅游产品。项目地质公园的特殊性质决定了在旅游项目、旅游活动设计之前，应该以市场的研究作为项目发

展模式及战略设计的出发点，并且在文本的第四章就对该问题进行了分析论述。

### **3. 将产品与布局确定为核心**

任何的规划设计工作必然不可能在每个环节上面面俱到，应该有所侧重，设定研究的重心，从而保证研究工作能够在最重大、最紧要的问题上获得更深入的结论，也保证了全部的研究工作能够围绕中心、系统合理、逻辑清晰。

- 1) 产品设计问题是项目在表现手段上的最终落实，是项目一切经营行为与利润获取的物质载体。产品体系的合理性、优质度、丰富度、延伸潜力等指标将决定旅游区的市场竞争力与最终盈利能力，因此对于项目内容问题的研究就构成了本方案的第二个核心。
- 2) 布局问题对项目的本体与市场两个主要的环节要素都有明确的制约性、引导性，如何在有限空间内尽可能的布置功能齐备、吸引力强的项目，如何让游客在游览过程中实现情绪上的“起承转合”，因此布局成为了本方案研究的核心之一。

### **4. 以实施的可行性判断合理性**

一切研究论据的合理、研究结论的合理以及研究方法的合理，最终必须要由实施的合理可行来验证，且实施的合理可

行是整个研究工作意义实现的唯一途径。因此本策划将项目的方案实施可行作为判断项目策划成果最终可行与合理的根本依据（当然，项目的实施可行更需要在具体的开发操作中进行验证）。

## **5. 进行整个开发工作系统研究**

从策划工作的意义出发，策划工作需要能够带来实实在在的思路指导与操作方法，因此研究不应该仅仅停留在项目本身规划形态方面。而是应该扩展到项目的以下整个规划、开发、实施环节。

### **第一章 规划总纲**

#### **一、 规划范围**

莒南恐龙遗迹地质公园总范围包括后左山恐龙遗迹、虎山潜火山岩地貌和马髻山侵入岩地貌三个景区，规划面积 60 平方公里。本项目的建设场地位于山东莒南县岭泉镇后左山村西侧，属于后左山恐龙遗迹分布景区，具体地理位置见图纸“区位分析图”，共计占地约 180 亩。

#### **二、 规划期限**

为使本规划具有较强的可操作性，本规划期限为 2006—2020 年，分为近、中、远三期，具体分期年限如下：

近期（2006—2008 年）      基础建设期

中期（2008—2015 年）      重点发展期

远期（2015—2020 年）      全面完善期

### **三、 规划设计依据**

国家建设部，《中华人民共和国城市规划法》，1989；

国家建设部，《城市用地分类与规划建设用地标准》，1991；

国家旅游局，《旅游发展规划管理办法》，2000；

国家质量监督检验检疫总局，《旅游规划通则》，2003；

国家国土资源部，《中国国家地质公园建设指南》，2004；

国家国土资源部，《地质遗迹项目任务书》；

国家国土资源部，《中国国家地质公园建设技术要求和工作指南》，2002；

国土资源部，《古生物化石管理办法》；

国家地矿部，《地质遗迹保护管理规定》，1995；

山东省，《山东省地质环境保护条例》，2003。

### **四、 规划原则**

#### **1. 市场导向原则**

在策划旅游产品及详细规划设计当中应以客源市场需求来确定产品的开发方向，注重市场分析和产品客户定位，以市场为导向突出自身特点，发展特色旅游，增强吸引力，扩大客源市场。

## **2. 低成本原则**

公园规划设计中充分利用当地建材，不求华丽，不求排场，但求质朴、自然、符合主题。广场、园路、坡坎的铺砌、美化亦提倡不改变地形地貌，降低土石方量。以地方化和低成本为核心，方便政府引入投资资金。

## **3. 商业运作原则**

旅游业是一项综合性经营的产业，无论公园的规划、开发，还是产品的包装、促销，都应引进商业策划意识和市场运作技巧，在保护地质遗迹景点的基础上增加收益性项目，策划多种盈利活动节事，实现资金的良性循环，达到公园运营管理健康发展的目的。

## **4. 深化细节差异原则**

数量日渐增多的地质公园及同类恐龙地质公园的建立，决定了深入挖掘本项目的潜在内涵势在必行。在策划和规划过程中把握项目细节，扩大和深化细节中的差异，使得公园在同类不同质的群体中脱颖而出，具备持久的差异化竞争力。

## **5. 分期操作原则**

针对目前国内地质公园开发存在的主要问题，结合本项目的优势和基础，提出符合实际、可操作性强、开发时序合理

的规划方案，由骨至肉有序开发，滚动前进。使莒南恐龙遗迹地质公园的建设整体质量和水平步步高升、稳步发展。

## 第二章 项目背景

### 一、 宏观背景

#### 1. “雨后春笋”般的国家地质公园

2000 年 9 月,国土资源部下发了《关于申报国家地质公园的通知》，详细规定了国家地质公园申报、评审、批准等一系列工作的要求和内容，使中国国家地质公园从开始建立就步入规范化道路。2001 年、2002 年国土资源部先后两次批准了 44 处国家地质公园，迄今为止，我国已有 138 家国家地质公园，面积 48 万公顷，其中 12 家世界地质公园，涵盖了地层学遗迹、古生物遗迹、构造地质遗迹、地质地貌类型地质遗迹、冰川地质遗迹、火山地质遗迹、水文地质遗迹、地质工程遗迹、地质灾害遗迹等地学景观，。

中国国家地质公园和世界地质公园的建立，同时也推动了各省、市、县对地质遗迹保护工作的高度重视。不少地方政府也评审命名了一批省、市级地质公园。以山东省为例，已建立国家级地质遗迹保护区 1 个,省级地质遗迹保护区 4 个，国家地质公园 6 个，省级地质公园 14 个，经市县人民政府批准建立的地质地貌景观保护区 276 个。

分析：日渐成熟的地质公园模式带动了地区经济的发展，促进了地质遗迹资源的保护，承担了科普教育等多种功能，蓬勃发展的势头虽然给莒南恐龙遗迹地质公园带来了“东风”，但同时也必须考虑如何在与种类繁多、竞争激烈的高等级地质公园的竞争中脱颖而出。

## 2. “百家争鸣”的恐龙地质公园

由于我国在古生物活动范围比较广大，在地质公园的建设过程中涌现出了大量以恐龙化石为遗迹类型的国家地质公园，另外还有为数众多的省级恐龙地质公园、恐龙主题公园等。

对现有知名度较高的恐龙地质公园及恐龙主题公园从遗迹类型、规模、内部结构、功能四个方面进行对比如下：

表格 1 国内现有恐龙地质公园对比分析

地质 公园 名称	遗迹类型	规模	内部结构	功能
四川 自贡 恐龙 古生 物国	恐 龙 及 古 生 物化石	8.7 平 方公里		陈列、展 示、科研



家地  
质公  
园

甘 肃

刘家峡恐龙国家地质公园  
最多样的恐龙足印化石群和最大的恐龙足印化石  
15平方公里，水面0.15平方公里

恐龙博物馆、远古生态公园、宾馆、餐厅、陆水游乐、360度环形影院、游泳池、鱼塘及水上乐园等  
陈列、展示、科研、娱乐、休闲、

黑 龙

江 嘉

嘉荫恐龙国家地质公园  
中国第一具恐龙化石骨架、恐龙化石  
38.44平方公里

综合厅、环幕厅、恐龙生态厅、地球厅、植物厅、矿岩厅及嘉荫县人文厅  
陈列、展示、科研、观光、游览、健身

园

云南禄丰恐龙国家地质公园  
同处一地的植食性、肉食性恐龙化石；既有早侏罗纪时期的、又  
10平方公里

“中国禄丰恐龙城”，侏罗纪王国、恐龙遗址公园、恐龙部落、会议酒店区、田园体验区、  
陈列、展示、科研、观光、休闲、游

公园	有中晚期侏罗纪时代不同种属的恐龙化石		生态探险区、景观隔离区、集镇区、景观地产区和考古科教区	览、度假、地产
新疆奇台硅化木—恐龙化石			硅化木景区、恐龙沟景区、魔鬼城雅丹景区和石钱滩景区	观光、游览
国家地质公园				
湖北郧县恐龙蛋化石群				
国家地质公园				
常州中华	无	20000平方米	陈列厅、景观厅、观光厅和影视厅、	博物、科普、观

## 恐 龙 园

入口大厅、贵宾接 赏、 游  
待厅、学术报告厅、 乐、参与  
备用展示厅及屋顶  
花园、纪念品售卖  
屋

通过以上比较可以看出，尽管都是以恐龙为主要内容的地质公园，但在遗迹类型上却各有千秋，如甘肃刘家峡恐龙国家地质公园以最多样的恐龙足印化石群和最大的恐龙足印化石为主要特点，而湖北郧县恐龙蛋化石群国家地质公园以恐龙蛋化石群为主要特点等，在规模上和区位上也各有不同，但由于恐龙地质遗迹本身除了科研价值外对游客并没有太多吸引力（少数风景优美的除外），另外受开发模式所限，大部分恐龙地质公园仅仅停留在地质遗迹观光、化石展览等陈列展示、科研教育层面，少数如云南禄丰恐龙国家地质公园、常州中华恐龙园等虽然在产品上更多的采用主题公园+旅游地产的设计方式，但由于主题公园模式的旅游生命周期短、与腹地关系密切等原因，现在恐龙主题公园依然处于探索阶段。

分析：通过以上的分析我们可以得出，莒南恐龙遗迹地质公园不能直推恐龙足印化石群作为观光型旅游产品，却又缺乏开发大型主题公园所必需的经济实力雄厚的城市腹地，加上用地面积的有限，共同决定了莒南恐龙遗迹地质公园宜小

而精，不宜大而杂的特点，合理的开发规模和对环境容量的控制是非常重要的。

### 3. 三分天下的莒南旅游格局

2005 年全年接待游客 60 万人次，实现旅游总收入 4 亿元，同比增长 38%和 42%。

——《关于 2006 年春节黄金周情况汇报》

天佛旅游区被评为国家 AAA 级旅游区，马髻山景区、栗王景区分被列入国家级农业旅游示范点和省级农业旅游示范点，马髻山景区、天佛景区进入了山东省大众旅游排行榜，莒南县被纳入全省旅游红色旅游重点线路。

——莒南旅游网

分析：目前莒南县已经形成了集佛教文化、生态观光、红色旅游于一体的大旅游格局。在莒南县“打虎山天佛牌，做佛教文化文章”、“努力抓好红色绿色‘双色’旅游”的旅游发展思想下，拥有国内罕见的恐龙足印化石群的莒南恐龙遗迹地质公园并不占据政策上的优势，如何才能融入佛教、生态、红色三分天下的旅游局面当中去，怎样确定独特的角色与市场，构建怎样的发展系统来抓住莒南县旅游大发展的契机，都是公园亟待解决的重要问题。

## 二、 场地范围及现状

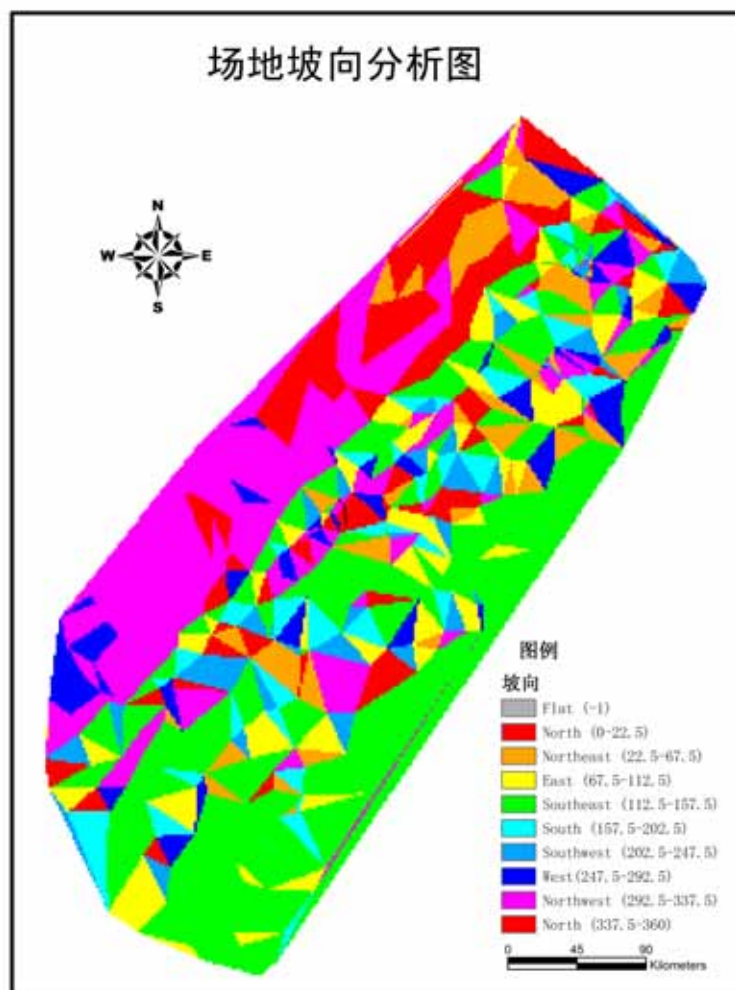
莒南恐龙地质遗迹地质公园总范围包括后左山恐龙遗迹、虎山潜火山岩地貌和马髻山侵入岩地貌三个景区，规划面积 60 平方公里。本项目的建设场地位于山东莒南县岭泉镇后左山村西侧，属于后左山恐龙遗迹分布景区，具体地理位置见图纸“区位分析图”，共计占地约 45 亩。

在该项目用地选址时主要考虑以下几个因素：

- 靠近地质遗迹，便于游览；
- 除非地质资源具有较大的风景观赏价值，否则不能远离大城市，也不能位于非常偏僻的地方，最好位于交通主要干线旁或附近；
- 视野开阔、环境自然；
- 附近居民不反对发展公园或博物馆项目；
- 充足的用地，地形平坦或略有起伏。

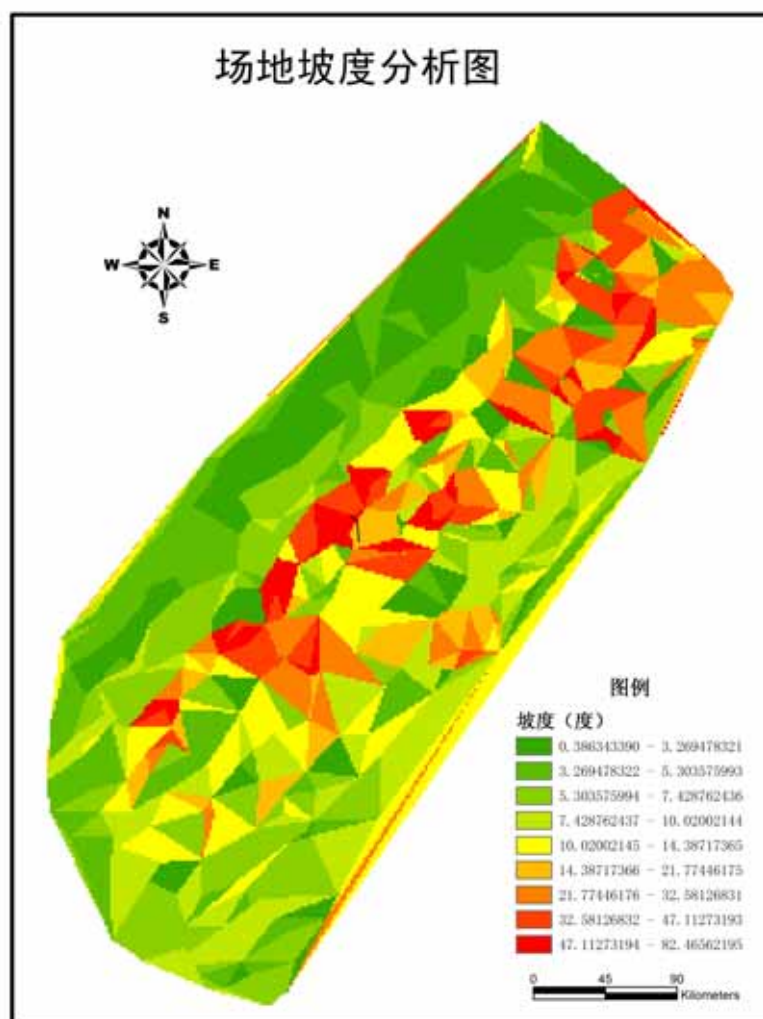
### 1. 坡向分析

一般来说，南坡、东南坡具有较好的气候和日照条件，场地条件较好，西坡、西北坡则反之。通过对 DEM 影象的分析，可得到场地坡向图如下：



可以看出，南坡、东南坡占了整个场地面积的 54% 左右，西坡、西北坡也占到 35%，因此，坡向较好的场地占了大多数，应尽量在此进行布局建设。

## 2. 坡度分析

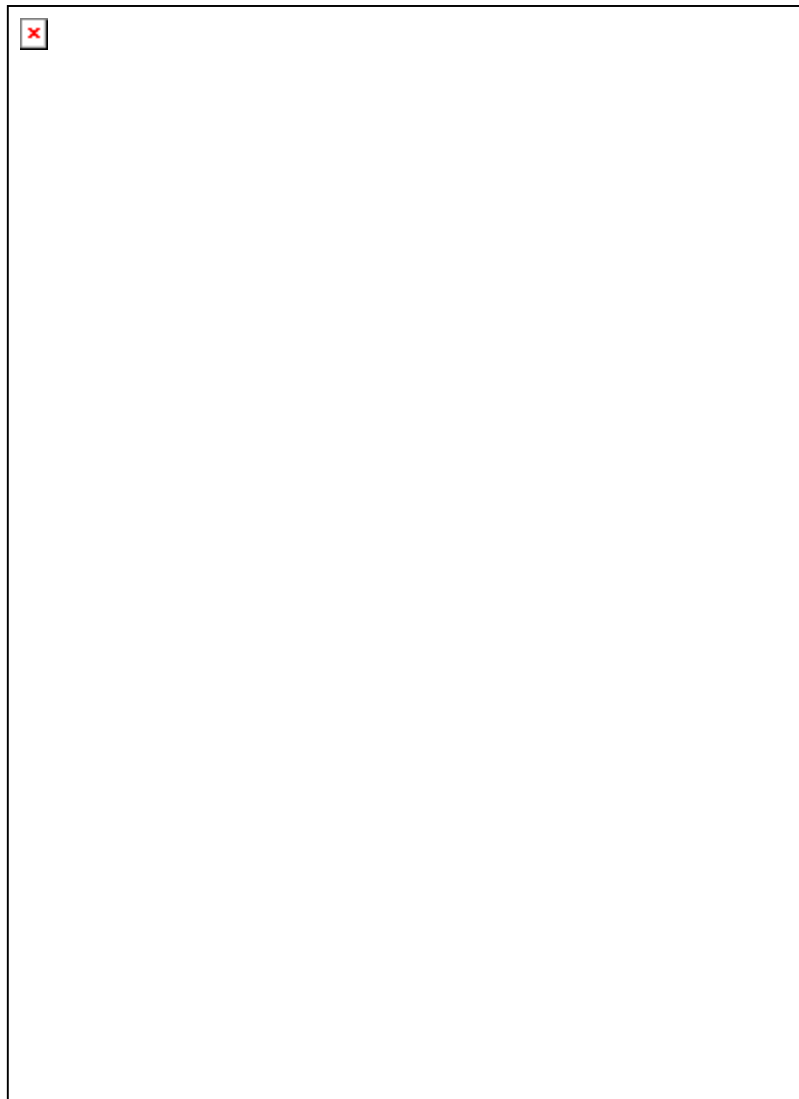


由图可见，整个场地呈西北部坡度平缓、中部坡度较大、东南部一般的特点，因此，在整个场地的西北部更适合建筑建设，而中部的坡度大的特点正营造了陡峭的地形景观，为未来的开发利用提供了多样性的选择。

## 3. 高程分析

北部及西北部高程较低，并且梯度不大，是景区主要交通道路、活动场所、博物馆、管理接待中心等功能集中布局的

区域。东北部高程起伏较大，是营造景观的区域，而中部的少量相对高差，适宜布置观景台、景观塔等建筑。





## 第三章 旅游资源分析

### 一、 核心资源——恐龙足印化石群

莒南恐龙地质公园最为重要的旅游资源即为数量众多、类型丰富的恐龙脚印化石群，其具有科学价值、科研教育价值、经济价值三大突出价值。

#### 1. 恐龙足印化石群的科学价值

莒南县的恐龙足印化石群是在 2003 年发现的，数量之多、类型之全，国内罕见。莒南恐龙遗迹地质公园最重要的地质遗迹为白垩纪砂泥岩中的恐龙脚印化石群。其余主要地质遗迹有地层中发育的大量虫变、波痕、雨痕、泥裂、斜层理等沉积构造。化石群处在一条地震断裂形成的丘陵上，南北长 500 米，东西宽 100 米，脚印清晰，脚上的纹理生动。从脚印形状判断，有鸭嘴龙类、鸟脚类、禽龙类、兽脚类等多种恐龙。通过地质和化石分析，远古时代，此处丘陵地带曾是一个非常大的湖泊，气候温暖，季节变化明显，植被茂盛，白垩纪时期，生活着大批的食草恐龙和食肉恐龙。

#### 2. 恐龙足印化石群的科研教育价值

利用恐龙足印化石群门类众多、数量丰富的特征，进行深入的古生物化石研究，一定会发现更多的门类和新属、新种，

提交更多的高水平研究成果，为发展古生物学、古生态学、埋藏学、地质历史演化的地史学，提供科学依据。同时恐龙足印群也是进行科普教育的生动的教材和场所，对宣传唯物主义世界观，弘扬科学、反对封建迷信思想，推进人类文明和社会进步的过程中具有现实意义。

### **3. 恐龙足印群的经济价值**

恐龙足印群是无价之宝，无形资产难以估量。一是有收藏价值，可作为古化石和宝藏的观赏奇石。二是作馈赠礼品或者文物交换。三是将化石产地开发为地质公园，接待游客，解决就业问题，发展地方经济，为莒南县旅游产业发展做出重大贡献。

## **二、 其它资源**

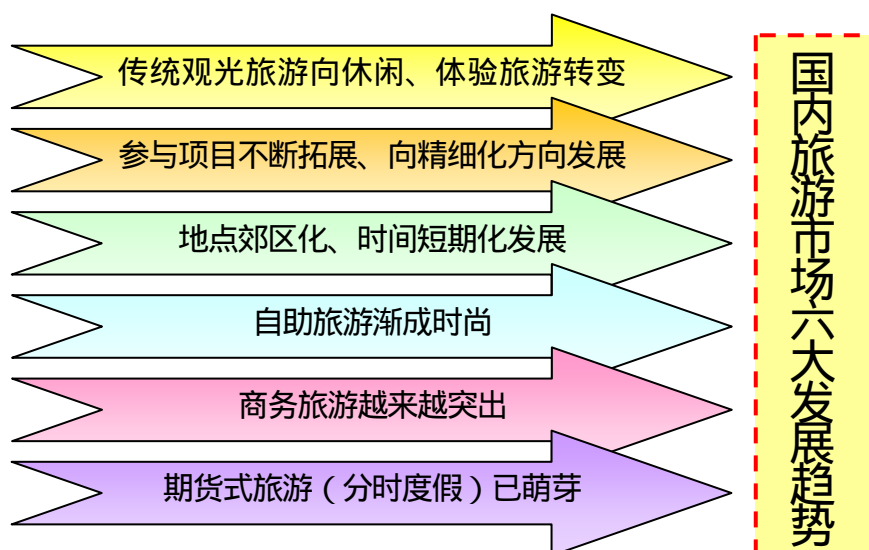
除恐龙足印遗迹外，其所在场地的自然景观条件也较好，田园、沟坎、坡地等错落有致，植被面积广大，叠嶂起伏，有汨汨流淌的小型叠水蜿蜒流过，叶随水飘，一幅绝佳的和谐自然画面，令人留恋忘返。为未来的户外活动设计和景观美化创造了条件。

## 第四章 客源市场分析

### 一、 基础分析

#### 1. 国内旅游市场趋势分析

社会经济的进步、生活水平的提高、休闲时间的延长，使人们的消费观念发生了重大变化，日益重视精神方面和生命本能的感受。总体趋势如下：



#### 2. 山东省旅游市场实力分析

在山东全省 1.4 亿国内游客中，约有 5000 万为省内游客，旅游花费总额为 200 多亿元，分别占国内旅游接待人数和收入的 37%和 29.7%，是山东省国内旅游最大客源市场。

从人口和经济角度分析，临沂市总人口 1008 万，2005 年 GDP 达到 1217 亿元，总量位居全省第 7 位；青岛市的全市总

人口为 819.55 万万人，GDP2340 亿，淄博总人口为 412.03 万，GDP 总量 1521 亿，泰安人口 549.9 万，GDP1016 亿。莒南县周边城市共同构成了由上至下的一个稳定的基础客源市场（省内部分城市的 GDP 比较详见表 2）。

表格 2 山东省及部分地区人口与经济指标对比表（2002 年统计数据）

地区	人口 (万人)	GDP (亿元)	人均 GDP (元)	城镇居民收入 (元)
山东省	9082	10552.06	11645	7614
青岛	715.65	1518.2	21214	8721
济南	575	1200	20979	8982
淄博	412.03	780	18975	8198
烟台	646.72	1115	17240	8869
潍坊	847.47	895	10570	7538
泰安	546.4	515.2	9458	7369



从地域分析，本项目所在的莒南县具有一定的省内区位优势，网络式交织的公路使莒南及周边城市基本形成了一日游憩区，临沂、日照、连云港是恐龙地质公园的近程市场，交通发达、便捷。从省会济南到莒南的时间也在4小时之内，几个城市的市民出游率高，有着广阔的市场潜力。

### 3. 莒南县旅游市场分析

莒南县累计接待国内外游客200多万人次，旅游收入达9亿元，客源市场主要以鲁南、苏北等地为主，并有日本、韩国、东南亚各国及欧美地区的国际游客前来观光。

## 二、 专项市场分析

### 1. 恐龙旅游市场

自贡恐龙博物馆自1987年建成对外开放以来，以其独特

的建筑，丰富的展品，壮观的埋藏，生动的陈列，优美的环境，赢得了世人的青睐，迄今已接待观众 500 多万人次。

10 月 1 日，国庆黄金周的首日，中华恐龙园就迎来了游客入园的高峰，截至到下午 4 点，恐龙园累计入园游客 15000 多人次，同比去年增长了 70%，也创造了恐龙园开园以来国庆黄金周第一天营运的最高纪录。

恐龙化石展十一在广州正佳广场上演，从上午 10 时开始，客流呈几何级数膨胀。记者在现场看到，五具国宝级恐龙化石、一段可试摸的恐龙趾骨和数枚恐龙蛋，成了全场最瞩目的焦点。为保障“国宝级”文物免受客潮的冲击，入口每隔 10 多分钟放人一次。有市民向记者表示，排了一个钟才能进场观赏，尽管如此，“人龙”也不见丝毫缩短。

——新浪网

以上是恐龙旅游市场的真实写照，主要满足了当代人群“猎奇”、“求知”等心理的需要，目前，恐龙旅游市场存在以下四个特点：

- 目前总体需求相对较小，潜在需求大

由于人们对早期陈列、展览类旅游方式的负面印象，即深奥难懂、可观赏性不强等，目前人们对恐龙旅游的出游欲望并不强烈，但随着技术的提高和旅游方式的改进，以及部分博物馆、陈列馆的示范作用，不少潜在人群对恐龙旅游存在很高的期望。

- 需求弹性大，易受距离、其他旅游的影响

国内依然以观光旅游为主的因素导致人群对自然风光、民俗风情等景点的依然热衷，对恐龙旅游存在着“可看不可看”、“还不如去……”、“有空再去”等心理态度，需求弹性较大。

- 市场增长迅速，由普通展览向游客参与体验项目转变

虽然没有有关恐龙旅游的相关统计数据，但从各个景点的经营状况可以看出市场的日益旺盛与快速增长。并且，随着游客向自我体验和探索、寻求等特征的转变，恐龙旅游更多的融入了主题公园的色彩，开发设置了多种供游客自主参与的新型项目，吸引了更多的人群。

- 恐龙旅游市场的人口学特征

表格 3 恐龙旅游市场的人口学特征

特征	描述
年龄	集中在 10——25 岁，以及 40、50 岁的孩子家长
性别	不限
收入	集中在无收入（学生）或中等以上
教育水平	不限
闲暇时间	周末、寒暑假、黄金周

## 2. 教育、修学旅游市场

我国教育改革的深入发展,学生校外实践活动对社会的巨大需求,形成了客观存在的游学市场。每年暑假前后,全国新闻媒体都在关注亿万学生参加的游学活动,学生修学旅游成为热点。全国几乎所有的报刊、电视、电台纷纷报道教育旅游、修学旅游、夏令营的消息和文章。在网上点击“教育旅游”,“夏令营”都能看到教育旅游方面的文章及活动的报道。

在关于加强和改进青少年思想建设的过程中,教育机构要精心组织夏令营、冬令营、革命圣地游、红色旅游、绿色旅游,将游学活动融入到生动有趣的课外活动之中。

——中共中央国务院

在本市 43 中学的多媒体实验室内,上百名来自本市的市民和外地游客正在观看这里的高科技教育方式展示,看着现代化的教育手段,参观人群中不时发出感叹声,还有不少人围着讲解教师问东问西,真是一幅热闹场景。今年“五一”黄金周期间,为了让广大市民和外地游客直观感受天津教育发展成果,本市上百所示范校、规范校教育资源免费对外开放,以不同形式向社会展现学校特色风采,吸引了大量参观人群。教育旅游成为本市今年“五一”期间旅游新亮点。

——TOM 网天津站



莒南恐龙地质公园所在的山东省，作为儒家文化的发源地，历来有重视教育的传统，加上山东几百多万的学生总数，构成了对教育市场的庞大需求。

### **三、 目标客源市场定位**

#### **1. 市场总体定位**

通过以上现有市场分析，根据莒南恐龙地质公园的资源状况和客源市场情况，结合公园在莒南旅游中的地位和作用，我们对莒南恐龙遗迹地质公园的市场总体定位为：

- 立足省内市场，以莒南县及其周边城市（临沂、日照、连云港、枣庄、淄博、青岛等）为核心客源市场，以青少年为消费主体的家庭和学校市场为客源主体，注重同莒南县已有的红色旅游和乡村旅游市场的联动；
- 开发教育修学旅游、体验旅游专项市场。

#### **2. 区域客源市场定位**

##### **1) 山东省内核心市场**

市场特征：

- 距离较近，对旅游交通条件要求低，出游成本低，重游率高。
- 团体游、家庭游是重要的出游方式。在周末和节假日，亲朋约伴、团体组织和举家外出等已成为时尚，

也是山东省内市场比较突出的一个明显特征。这种出游方式,个人的单体消费一般比省外游客花钱少,但团组的整体消费额大。

- 过夜游客较少。

重点城市：莒南、临沂、日照、连云港、枣庄、济宁、青岛。

## 2) 机会市场

山东省内其它市场。

重点城市：威海、烟台、潍坊、东营、济南、淄博。

## 3. 专向客源市场定位

- 以恐龙、历史、科研旅游为目的的专项市场；
- 省内教育专项市场（青少年市场）；
- 莒南县及周边地区周末消费市场。

## 四、 市场规模预测

### 1. 环境容量测算

合理的环境容量计算其重要意义在于：一方面能够保证在旅游资源质量不至于下降和生态环境不退化的条件下，取得最佳的经济效益；另一方面，合理的环境容量能够满足游客舒适、安全、卫生方便等的旅游需要。

莒南恐龙地质公园的环境容量测算采用面状容量测算方

法，其计算公式是：

$$D=S \times T / w \times t$$

式中：D—日环境容量，单位为人次；

S—可游览面积，单位为平方米；

T—景区每日开放时间；

t—游人平均游览时间；

w—景区人均合理环境容量指标；

莒南恐龙遗迹地质公园总面积约 180 亩，其中博物馆用地  $S_1=13967.5 \text{ m}^2$ ，其余游览用地  $S_2=55296.1 \text{ m}^2$ 。每日开放时间 T 为 10 小时。游人平均游览时间 3 小时。博物馆人均合理环境容量指标  $10 \text{ m}^2$ ，其余游览区域人均合理环境容量指标  $100 \text{ m}^2$ ，计算结果为：

$$D = (13967.5 \times 10 / 3 \times 10) + (55296.1 \times 10 / 3 \times 100) = 4656 + 1843 = 6499 \text{ 人次}$$

约为 6500 人次。

## 2. 市场预测

以下莒南县旅游市场状况及其市场增幅，场地交通及周边市场的购买力，地质公园占莒南县市场比例等方面进行综合分析。

莒南县 2005 年全年接待游客 60 万人次。

表格 4 市场规模预测表（单位：万人）

年度	方 案					
	低方案（占莒南县游客 6%）		中方案（占莒南县的 8%）		高方案（占莒南县的 10%）	
	人数(万人)	增幅(%)	人数(万人)	增幅(%)	人数(万人)	增幅(%)
2006 年	3.6	5	4.8	8	6	10
2007 年	3.78	5	5.18	8	6.6	12
2008 年	3.97	8	5.6	12	7.39	15
2009 年	4.29	7	6.27	8	8.5	10
2010 年	4.5	5	6.77	8	9.35	10
2015 年	5.74	5	9.95	6	15.06	6

备注：

- a) 旅游万人次采用四舍五入法计算；
- b) 增幅为近似值。

## 第五章 项目发展定位

### 一、 总体性质定位

在莒南旅游业作为新的经济增长点的宏观背景下，本项目应当围绕地质公园国内独一无二的恐龙足印资源，纵向做足、做深旅游产品体系，横向适当差异化拓展，依托场地错落有致的自然景观条件，立足于在莒南县及其周边城市的客源市场，以孩子、家庭、学校为主要目标客群，将莒南恐龙遗迹地址公园打造成为**以科研教育和娱乐体验为主要功能的精品主题型地质公园**，使其作为莒南县旅游功能的有益补充功能区，确立为莒南县旅游格局的一个有机组成部分和新的旅游行为空间，发挥重要的节点作用。

## 二、 定位分解

### 1. 主题定位

以恐龙为吸引物的精品户外教育公园

- 家庭的快乐体验园
- 学校的课外教学园
- 孩子的科学求知园

## 2. 产品定位



定位诠释：

- 1) 提高附加值：在产品核心外融合高科技再现手段及良好生态环境提高产品的增值服务，增强产品的市场生

命力，延长产品生命周期。

- 2) 独立营销：根据不同产品的特性，根据不同市场的消费特点和需求特征，景区采取不同的营销策略和管理方法，达到最优的产品销售体系，如对青少年团体采用大量的旅游活动组织等。
- 3) 实现多角度盈利：不同类型的产品，从不同的角度，不同的需求出发，在展现地质公园的核心外，体现各自的特色，吸引游客的眼球，激发其消费欲望。

### 3. 形象定位

形象推广口号：

寻访恐龙足印、探索自然奥秘

——莒南恐龙遗迹地质公园

走出现在，回到过去

——莒南恐龙遗迹地质公园

你的恐龙你作主

——莒南恐龙遗迹地质公园

失落的文明

## 4. 旅游方式定位

**以科研教育与参与体验为核心的恐龙主题地质旅游**  
定位诠释：

- 1) 强化产品体验性：体验性的强化是旅游区实现提升旅游层次丰富度的核心手段，只有体验产品增加，才可能导致多种旅游层次的诞生。
- 2) 突出特色旅游比重：游客的个性化旅游需求需要通过诸如参与、娱乐未曾体验过的旅游方式实现，因此，“参与体验恐龙地质旅游”旅游形式的定位，能够为游客的多样化旅游提供产品保证。

## 5. 项目功能定位

**山东省新的旅游行为空间**  
**莒南县旅游格局的一个有机组成部分和旅游功能的有益补充区**

## 第六章 空间布局、项目策划及土地利用

### 一、 空间布局及项目策划

根据场地原有地形地貌和开发利用方向，并且按照《国家地质公园建设指南》的建设要求，将场地划分为出入口服务



区、广场景观区、展馆游览区、恐龙遗迹情景游览区、户外冒险区、户外休憩区六个功能区域。详见“功能分区图”。

## 1. 出入口服务区

以服务配套功能为主，设有停车场和出入口。

## 2. 广场景观区

入口地带在节约建设成本、突出主次关系的原则下，仅在大门前方摆设以地质公园标志为图案的花卉盆景。这种形式既能彰显出莒南恐龙遗迹地质公园的性质，又能增加入口处的景观效果，营造环境。

### 1) “神秘旷古”大门

大门的设计采用仿古石墙遗迹的设计风格，用不规则卵石堆砌，增加表面裂纹，采用有龟裂、粗糙质感的高科技材料，配上少量杂草及深浅不一的石料作陪衬，营造作为遗迹公园悠远荒凉的历史沧桑意境，来表现内部所隐藏的旷古、神秘和无限的吸引。大门正面镶嵌大理石面，中英文双字体书写“莒南恐龙遗迹地质公园”的金色大字；背面书写地质公园基本概念的介绍。



### 2) 入口广场雕塑群

入口广场雕塑群主要由“亿万年前凶杀案”、“哺育的翼

龙”、“咆哮的三角龙”及白垩纪恐龙全景图四部分组成。三座立体雕塑“亿万年前的凶杀案”、“哺育的翼龙”及“咆哮的三角龙”分别从海、陆、空三个空间角度展示了白垩纪时期这片区域食草恐龙、食肉恐龙的形态及生活。

### ● 大型立体雕塑——亿万年前的凶杀案

情景：一亿多年前，在一个美丽的小湖边，温暖的阳光照在大地上。一只庞大的恐龙在寻找着食物，它全身是土黄色，是“食草恐龙”。它的食量很大：青草、绿叶、嫩枝还有果实它都爱吃，这是一只“雷龙”。

忽然在它身后一只凶恶的色彩斑斓的食肉“恐龙”盯上了它，逐渐接近猎物，它身躯较小，却异常凶恶，牙齿十分锋利，名字叫“跃龙”。

雷龙发现了敌人，立刻停止吃草，快跑！庞大臃肿的身躯笨拙地奔跑着。凶猛的跃龙哪能放走到嘴边的“肥肉”，跳出来紧追不舍。不一会儿，可怜的雷龙被追上咬倒吃掉了！凶恶的跃龙舔着嘴唇得意地离开了湖边……

此雕塑入木三分的刻画出一幅距今 1 亿多年前的战斗场面，体现出弱肉强食、恃强凌弱、优胜劣汰的大自然法则。小的下沉式水景模拟小湖，并通过流动的小叠水制造动景，实现动静结合的效果。另外雕塑中着重突出战斗中留下的脚印组，意喻通过脚印考古和科学想象力复原场景的“动态考古”方法。因其大体量和远观效果，可以作为广场雕塑群的

主体雕塑，功能上也成为整个地质公园的地标，具有吸引游客的作用。



### ● 小型立体雕塑——哺育的翼龙

情景：在最近几天里，所有的卵都孵化了，小翼龙一出生就振翅欲飞，目前，小翼龙还没有能力自己捕食，但他们需要额外的食物来获取能量。

翼展长达 2 米，身体却只有不到 30 厘米长的翼龙妈妈正衔着刚从海里捕捞到的海鱼，一一送到嗷嗷待哺的小翼龙们的嘴里。

### ● 小型立体雕塑——悠闲的三角龙

情景：鼻子上有一只角的三角龙闲庭信步，用角拱着地下的泥土，走过的地方留下一片被翻掘过的残垣断壁。

以上两个雕塑展示了白垩纪时期恶劣残酷竞争生活外的闲适与宁静，在功能上以较小的尺度和体量作为主体雕塑的衬托和补充，在意境上与主体雕塑构成一套完整的场景。

### ● 广场地雕——白垩纪恐龙全景图

白垩纪是恐龙最为繁盛、活动与分布范围最大的时期，恐龙的种类在这一时期比以往任何时期都要多。从许多方面来看，白垩纪是恐龙生活由古老形式向现代形式转变的过渡时期。这一时期开花植物的出现使进化模式发生了变化，从而导致了許多新种类恐龙的产生。然而大量非专业人士对恐龙

的种类并不了解，将已确定的白垩纪恐龙种类构成一幅“恐龙全景图”，用地雕的形式在地质公园内表现，用各种颜色的石头铺于广场地面，此举有可能申报吉尼斯记录。

### **3) 恐龙地质公园主题碑**

碑正面由国家领导人题写大字碑文，背面请有关领导题写开园铭，主题碑的设计应包括如下元素：恐龙足印遗迹、龟裂碎石、白垩纪时期盛行的蕨类和裸子植物。

功能：公园主题、公园标志、环境氛围

### **4) “生命之源”叠水景观**

利用原有水面赋予“生命之源”主题打造叠水景观，大量丰富植被彰显原始状态，堤岸及水面不作任何修饰，杂草、乱石、叠水为主要景观元素。

功能：景观效果、视觉缓冲

## **3. 展馆游览区**

### **1) 核心项目——恐龙遗迹地质博物馆**

恐龙遗迹地质博物馆是地质公园的主要组成部分，也是整个一期建设项目的主体，承担着必备的科研教育、陈列展示、游客服务功能，还有一定的互动娱乐功能。主要是利用图片、文字、模型、实物、影视及信息系统等多媒体形式，向游客

全面介绍莒南恐龙遗迹地质公园的恐龙足印资源、地质及其它景观、以及该地区地质发展历史，向游客进行科学知识宣传和环境保护意识的教育，并提供各种旅游信息。

整个建筑的设计风格狂野粗放，立面和平面的造型均采用流畅的曲线，铺装和立面材料使用大块的河卵石，屋顶绿化不做整齐的修整，散发原始的美感。屋顶和部分墙壁是连绵的曲面，使建筑的内外空间变化协调一致。

在内部结构上，以大跨度空间为主，不做定性分隔，以方便后期因展览需要的变更调整。

主馆层高最高处 3.6 米，2 层。其他两个馆层高最高 4.2 米。

## ● 展示厅

主题：集中展示地质公园内所有地质遗迹主要特征。

功能：教育研究

主要以图片和文字为主，按照游览主题分为：

“我们的莒南”——地质概况展示区

“最大的恐龙足印群”——主要地质遗迹和地质景观展示区

“变迁的结果”——景观及遗迹地质基础知识和科学成因展示区

“曾经的湖泊”——区域地质演化历史展示区



“关于地质公园”——公园建设、保护、发展历史展示区五个逻辑递进的主题展区，并通过游线的设计合理串连，让游人由浅入深的接受对地质公园的理性感知。可定期更换展示内容，或与其他博物馆开展馆际互展活动。整个过程以导游讲解的传统方式为主，但最好以故事的形式进行，如公园宠物小恐龙丹佛讲故事的方式。

## ● 陈列厅

主要陈列地质遗迹的实物标本（但在厅的四周、墙壁可巧妙安排无声的声光电、标本、图片的展示），按照脚印类型所属恐龙种类进行分区展示，给游客以感性认识。另外有：



**莒南恐龙遗迹地质公园全景立体模型：**根据公园的分布范围，按照一定比例尺制作公园立体模型，配以声、光、电等效果，直观的反映地形地貌、主要遗迹分布、游客线路等。

**多媒体投影、360 度全景演示计算机：**用多媒体投影在博



物馆内不间断的播放宣传资料，包括地质公园申报时用的影像光盘、公园风光资源录像、考古历史记录等。

放置 360 度全景演示计算机，配置滑动滚轮或外置摇杆，通过外置装置在计算机上旋转图像，看观察到公园各个角度的全景图像。

**其它地质公园的标本、实物：**除本公园内的标本外，也可能是其他地质公园提供的有典型意义的标本，扩充馆内容量。

### 印迹制作：



在陈列厅另辟小片区域，现场亲手制作恐龙足印模型，自己手印、脚印模型，备有可

携带的容器及包装，游客可自行制作并购买回家。

主题：把足迹带回家

功能：遗迹观赏与商业的复合

特点：与一般博物馆的单纯陈列不同，更注意与人的现实生活相关，满足人们自我中心的体验需求，与游客的延展消费和商业相结合。

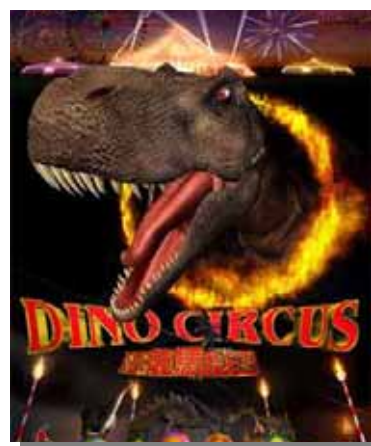
### ● 游客服务中心



设有医务室、咨询台、休息室和旅游纪念品销售处四个部分。

恐龙主题产品展销厅、特色商品区：以恐龙主题文化为主

线，采用购物中心的形式，供游客尽情地观赏和选购各种仿真产品、绘画作品、工艺品、玩具模型。







列举如下：

气模玩具、填充绒毛玩具、膨胀恐龙、仿真恐龙、机器恐龙、恐龙蛋、恐龙灯、恐龙风筝、木拼恐龙、恐龙书籍、恐龙拼图、恐龙壁画、恐龙邮票、恐龙 DVD、恐龙游戏软件等。

## ● 立体影院

在馆内专辟空间设立 4D 立体动感电影，电影情节可模仿美国好莱坞影城侏罗纪公园的《穿越侏罗纪》或《恐龙毁灭》。让游客置身于一个神奇的世界：气势汹汹的恐龙在身边穿梭而过、万紫千红的鲜花触手可及、震天动地的吼声向你压面而来；恐龙世界各种惊险刺激的场面会大大刺激游客的眼球和感官。

注：专业、大型的立体影院造价高达几百万甚至上千万，只有在北京、上海、大连等发达城市才能见到，其投资巨大，昂贵的版权费，对于经营者来说投资风险太大，因此作为莒南恐龙地质公园来说，不宜采用，这里建议采用一种“迷你立体电影吧”。



这种立体电影吧是国内外首创的超小型数字化立体影视设备，它包括立体影视播放设备、立体显示设备、立体音响设备、座位以及迷你色彩活动房，并配有多部风格各异的立体影片。在一个可容纳 6 人的立体电



影吧内，每个人只需花上五元钱就可以观赏片长 15 分钟的立体电影，一般人都能够接受。而整套设备的投入只需 2 万元左右。

### ● 白垩纪经略博览厅

白垩纪早期的裸子植物、动物、菊石和箭石，中期新兴子植物、鸟类、哺乳动物及腹类、双壳类，白垩纪时期板块



爬行的被足运源形成

等的全方位展示厅，让游客了解到世界丰富多彩的不同层面，通过引导和激发游客理性的思考，激发保护环境、保护生态的热情。

### ● 《体验白垩纪》恐龙仿真游戏厅



汇集恐龙探索、恐龙保卫、恐龙竞技、恐龙三维世界仿真等为一体的高科技恐龙主题游戏娱乐项目，让人们在逼真动感的、交互式三维实时视景

模拟环境里，在充满挑战与乐趣的强烈体验中，真切置身于虚拟的恐龙空间内。

功能：采用高科技手段的体验型娱乐式教育（动感体验式项目、节约投资）。

游戏设计：

**保卫恐龙蛋：**博士把珍稀的恐龙蛋交给你保管，蛇鼠们不断地来骚扰，恐龙蛋的安全就靠你了。

**操作指南：**点鼠标左键用棍子敲打靠近蛋的蛇鼠

**恐龙蛋争夺战：**4122 年一个 Bill 被送回旧时光重新找回远古的未孵化的恐龙蛋。任务成功后，却被 Rebel Bill 偷了恐龙蛋,企图用它们颠覆世界。于是另一个 Bill 被送往异型世界,迎战 Rebel 军队,并带回失窃的恐龙蛋。

**恐龙的故事：**按“恐龙的兴起”、“恐龙的繁盛”、“恐龙的灭绝”三个阶段讲述 1.65 亿年间恐龙家族在地球舞台上演出的一幕幕故事。游戏者进入每个阶段的图景中，可以点击自己感兴趣的问题，如“恐龙是怎样变成化石的”、“恐龙家谱”、“恐龙比武”、“恐龙绝灭的原因”等。充分运用动画手法，由恐龙做主持人，带领观众通过游戏、答题、拼图、解画谜等趣味盎然的活动，配合精美传神的画面设计，背景音乐和恐龙叫声的烘托，在生动活泼的气氛中达到科学普及的目的。



## ● 恐龙文化通廊

分布在整个建筑物内的过道走廊墙上、角落，形成一个形散神聚的恐龙文化通廊，展示各种经典别致的有关恐龙文化的绘画作品、工艺品、仿制品。如道格

拉斯·亨德森的恐龙绘画，少儿恐龙绘画比赛活动的作品。

功能：利用空间，集恐龙文化展示、室内美化、环境营造为一体。

## 2) 恐龙主题世界

以生物演变史为背景，运用高科技声、光、主体电、科技制作等手段，突出恐龙从生存、繁衍、演化直至毁灭的发展历程，揭示出人类必须保护生态、保护环境这一生态主体。在这一过程中，可利用恐龙、瀑布、山岩、海洋、丛林、洞窟等仿真手段，再现古地质年代特有的生存环境和一幅幅生动的远古场景。

此区域采用圆顶透光玻璃顶棚，为自然采光，顶棚可高于或平齐恐龙地质博物馆的屋顶，同时，整个半圆形主题世界内种植大量与白垩纪植物群落接近的绿树，营造绿色景观。

“恐龙主题世界”共分为两个主题区域——“白垩纪公园”、“天地大碰撞”。

### ● “白垩纪公园”——恐龙生存繁衍的真实再现

第一部分为“白垩纪公园”景观区，该展



区主要是再现白垩纪时期恐龙的生活环境和场景，如展现恐龙生育、成长、



嬉闹、猎食等日常情景。所有恐龙模型均采用仿真材质制造，造型生动，形象逼真，可根据场地适当调整与实物的比例大小，在声电控制下身体可以自如转动、嘴巴可张合，并发出嘶吼声，让游客仿佛真的置身于恐龙国度。另外展区内的岩石、植被、瀑布、水沼等皆要生动逼真。

### 互动游戏：

#### “龙眼看世界”——恐龙视角望远镜

感受恐龙视觉，例如某些恐龙的眼睛长在脸的两侧，几乎可以环视水平方向 360 度，但由于视野无法重叠，所以看到的東西没有立体感，也无法测定距离，因此透过它的眼睛看到的就是一个全方位的“平面世界”。



#### “恐龙下蛋”

模拟恐龙下蛋过程，由游客向恐龙旁边的装置中投入特制硬币，恐龙就会蹲下下出“恐龙蛋”，之后游客可得到包裹了一只小恐龙模型的恐龙蛋作为纪念。

### 操纵恐龙模型

由游客自己亲手操纵恐龙模型，控制恐龙的摆头、张嘴、挥舞手臂、发出嘶吼声等。

#### 为恐龙“涂鸦”

毫无着色的恐龙任由游客自己根据自己的想象“涂鸦”。

### ● “天地大碰撞”——恐龙灭绝的假说





第二部分为白垩纪末期恐龙灭绝假说展区，主要展示白垩纪末期恐龙灭绝的种种假说，以模拟场景和假说文字解释为载体，游客在这里可以领略“彗星撞地球”、“核冬天”及喷发的火山所产生的熊熊烈焰和滚滚的岩浆。

**情景 1：**大约距今 6500 万年前的某一天，一颗直径 10 公里、重达数十亿吨的彗星，挟着熊呼啸着撞向了墨西哥尤卡坦半岛的地区。惊天动地的爆炸过后，梅里犹如遭到了超级大核弹的攻击，所石都熔成了浆水。过后，一个直径里的陨石坑形成了。



熊火焰  
梅里达  
达地区  
有的岩  
200 公

**情景 2：**不久之后，大量粉尘和碎片飞向大气层，许多含硫和含碳的石块粉尘被抛向大气层，在高压下发生了大规模的化学反应。大气层中充满了飘浮的硫化物颗粒，阻挡了对地球生物成长至关重要的阳光，形成了“核冬天”。落入海洋的硫颗粒使全球的海洋变成了巨大的酸池子，杀死了绝大多数的海洋生物。

**互动游戏：**

**“我的恐龙灭绝说”——讨论展板**

统治地球达 1 亿 6 千万年之久的恐龙最终在白垩纪末期灭

绝了，也给人们留下了千古之迷。“恐龙主题世界”展示了科学家们提出的恐龙灭绝原因的种种假说，以论坛回帖的形式在此展板让游客自主参与讨论发表意见，并选取有新意的说法留在板上，供后来游人讨论、联想。

## 4. 恐龙遗迹情景游览区

### 1) 野外地质遗迹点

按照《国家地质公园建设指南》在公园园区内重要地质遗迹点设立景点说明牌，成立野外地质遗迹点。



### 2) “寻找生命之源”恐龙景观

作为野外地质遗迹点的环境配套，可在遗迹点附近利用模型再现地质遗迹所反映的恐龙生活场景，并且所有恐龙模型均朝向“生命之源”叠水景观，意为恐龙“追寻生命之源”。打造区域内最大的环境景观。



## 5. 户外活动区

### 1) 恐龙骨化石挖掘中心



对恐龙考古及古化石有兴趣的少年儿童能在该活动中模拟考古学家，寻找和挖掘地下埋藏的早已灭绝的恐龙骨化石。

这里是小孩子和家庭的乐土，是训练小孩子事物辨别能力以及培养家庭和谐氛围的良好场所。在这里，将各种恐龙足印和化石掩埋起来，游客根据在恐龙博物馆（游客服务中心）领取到的游戏规则寻找这些恐龙足印和化石，并加以辨认。这里更多的是一种竞争游戏，将游客按家庭或团体分为不同的组，比赛哪一组找到的恐龙足印和化石多，而且辨认得更准确，赢方可获得由公园提供的奖品。

## 2) “邂逅恐龙” 探险营地

在这里，游客根据设计好的线路，寻找潜伏在丛林中的实物一样大小的恐龙，使用的道具包括雷达、了望塔、GPS 等。在寻找的过程中，不时会出现一个障碍或陷阱，可能要经过一个铁索桥、跨过一个沟坎或者迷失在丛林中。

藏在丛林中的恐龙经过特殊的声、光、电的处理，当游客即将找到或找到它们时，他们或者会发出凌厉的叫声、或者会将头突然探出来、或者立在那里对游客跳舞、或者突然飞翔起来。

### 3) 亲子花园

放养少量小生物，培植色彩丰富的花卉，形成内容丰富的自然生态场景。孩子们由家长陪同来此观察、嬉戏，并设有一定的活动设施，比如独木、树桩、爬梯等。这里是孩子与



大自然尽情接触的  
的场所，也是父母放飞孩子的地方。

### 4) 绿化生态带

在原有植被基础上继续丰富绿化，改善生态环境，并设置简单的徒步游览道，可考虑开辟情侣林、奇木林、彩色林等，形成多景象、多层次、多情趣的森林景观，成为公园内绿色廊带中的一道风景线。





## 6. 户外休憩区

### 1) 原始迷你生态园

功能：休息、消费

在角落处或道路尽头布置几个搭建经改进的、具有原始人石窟石洞等建筑元素的石头小屋，可供情侣和一家人休闲小憩，享用茶点，感受恬静的诗情画意。室内外的桌椅板凳均是原始打、磨等效果。

结合公园周边环境的打造，形成一处疏朗有致，处处体现人、建筑与自然环境的融合与协调的原始户外生态园。



### 2) “恐龙足迹”步行小道

人行小道的铺设花纹采用恐龙足印，增添情趣。路旁可放小恐龙垃圾箱、恐龙蛋扩音器等做陪衬。

### 3) 观景休闲吧

与“生命之源”叠水景观、恐龙遗迹情景游览位于同一直线，是整个户外区域的制高点，设置室内、室外休闲吧，起到观景、休闲的作用。

## 二、 土地利用计划一览

表格 5 土地利用计划一览表

用地性质	面积（平方米）
总面积	126933.8
博物馆用地	13967.5
水域用地	9389.6
保护区用地	1259.3
公共服务设施用地	13877.6
景观绿化用地	31661.7
防护林带用地	56778.1
道路广场用地	126933.8

## 第七章 基础设施配套规划

### 一、道路系统规划

表格 6 道路一览表

等级	长度	宽度	材料
城市主干道		12 米	柏油
景区内部园路	1453.9 米	4 米	青石板
景区内部步行路	497 米	1.5 米	碎石混合铺装

表格 7 停车场一览表

名称	大巴车位	小车车位	面积
入口停车场	10	28	2119.5 平米

### 二、给水工程规划

#### 1. 供水水源

恐龙地质公园内的供水水源来自岭泉镇的供水系统,由外围供水管网接入公园内部,远期根据游客量的需要可自行设立独立供水系统。

#### 2. 用水量预测

根据预测，在远期规划期末公园内日均游览人数可达 450 人，按照人均综合指标法，考虑到地质公园内游客活动的特殊性，及部分景观用水，选取景区游客用水标准的低值，规划期内最高日人均综合用水量为 80 升 / 人·天，供水普及率为 100%，则恐龙地质公园日总用水总量为：

$$Q=450\times 80=3600 \text{ 升 / 天 } =3.6 \text{ 吨 / 天}$$

### 3. 供水管网

输水管的密度和管径应满足规划期给水规模和近期建设的需要，管线走向应沿规划道路铺设，并应缩短线路长度，减少跨越障碍次数。规划干管的管径应在 200 毫米以上，配水管的最小管径不应小于 100 毫米。

管网布置以枝状网为主。

## 三、 排水工程规划

### 1. 污水量预测

规划污水量包括公园正常运转所产生的污水量。根据旅游区性质、排放特点等因素，选取污水排放率为 0.75。根据规划期末用水量预测，中心区污水排放量为：

$$Q=3.6\times 0.75=2.7 \text{ 吨 / 天。}$$

### 2. 污水管道

利用地形坡度，尽可能让最大区域污水自流排出。污水主干管沿恐龙地质公园入口大街东北西南向布置，在道路下的

污水主管道最小管径为 150 毫米，在公园内的污水管道最小管径应不低于 100 毫米。

### 3. 排水体制

规划排水体制采用雨污分流制，以最大限度的减少污染。近期可以采用不完全分流制，即只设置污水管道，不设置雨水管道，污水通过管线流入岭泉镇污水处理厂，经二级处理后排放；雨水则采用明沟、明渠排水体系，就近直接排除。远期采用完全分流体制，将雨水由明渠改为管道。

## 四、 供电工程规划

### 1. 负荷预测

采用人均综合用电指标法，对规划期末公园内用电量进行测算：

$$A_n = s \times d$$

s—计算范围的人口数；

d—人均综合用电指标。

根据莒南恐龙遗迹地质公园的市场规模预测，2020 年全园日游客量为 450 人，根据电力规划要求，及公园内部设备用电的要求，取年人均综合用电量指标为 300 千瓦时/人•年。则：

$$A_n = s \times d$$

$$= 450 \text{ 人} \times 300 \text{ 千瓦时/人} \cdot 365 \text{ 天}$$

=370 千瓦时/天

规划期内，岭泉镇的区域变电所需要扩建增容，以满足不断增长的用电需求。

## 2. 线路规划

输电线路结合园区内道路埋地铺设，减少对风景美的影响。

变压器，电源进线配置标准应符合 N-1 安全标准。

# 五、 环卫工程规划

## 1. 规划目标

园区内垃圾无害化处理率达到 90%；

园区内垃圾、粪便的运输机械化达到 80%；

园区内垃圾袋装收集率 100%，实现中转运输率 100%。

## 2. 规划要点

公共厕所：入口、观景休闲吧、出口各一处，博物馆三处。

果皮箱：严格按照国家标准，20~30 米一个。

## 第八章 保障体系规划

### 一、 人力资源保障规划

旅游业属服务性行业，服务员最重要的投入要素是人力资源要素，人才素质的高低是旅游业发展的关键。莒南恐龙遗迹地质公园的人力资源规划如下：

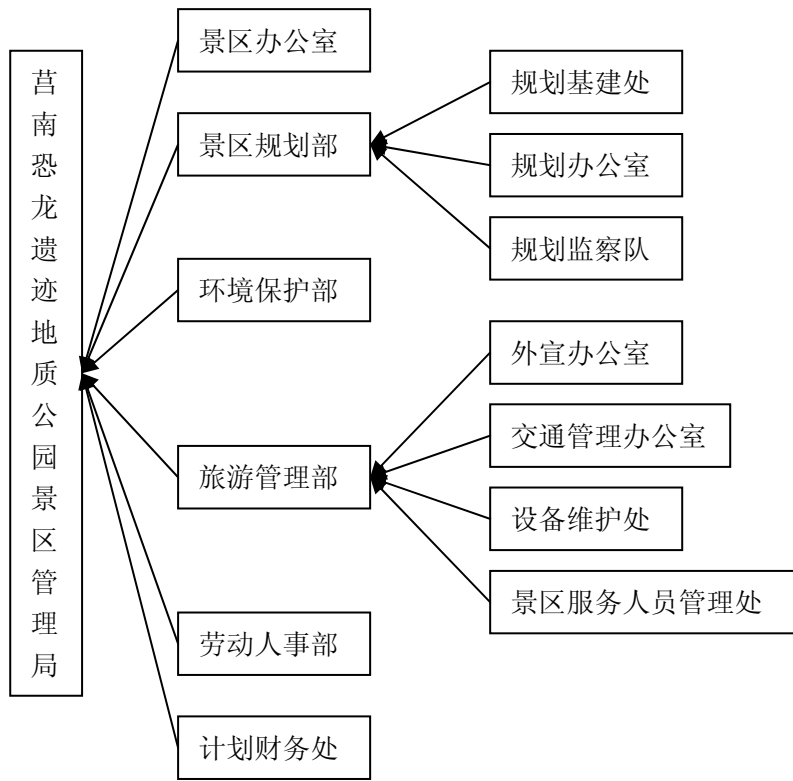
#### 1. 注重高级管理人员岗位培训

对高级管理人员实施实战性的岗位培训，提升旅游高级管理人员的综合素质，构建高水平的管理团队。

#### 2. 依托高校、高职和旅游科研机构培养当地人才

结合莒南县的旅游职业培训教育体系和旅游科研体系，依托高等院校和高等职业技术学校培养具有广阔知识面、综合服务技能和较高职业道德修养的高等级复合型人才和具有过硬服务本领和娴熟的服务技能的一线旅游服务人才。

## 二、 管理体制规划



## 三、 绿化与环保规划

### 1. 恐龙足印遗迹保护

由于长期暴露户外，导致遗迹风化严重，此处采用透明玻璃地板材料，覆盖于遗迹之上，内部可装饰少量灯光设备，既可起到保护作用，又可满足游客近距离观赏的需求。

### 2. 水体整治

恐龙地质公园内的少量水体进行整治，注重水源的保护，加强在施工建设过程中的水体监控，保证水体的清洁。在正式运营过程中，加强对游客活动留下的岸边垃圾的检查清理，日常污水的排放要经过排水管网。



### 3. 环卫建设

地质公园内设置果皮箱等环卫设备，实现袋装，专人收运处理。增加环保设施和绿化，定期清理整治广场和主要道路的环境卫生状况。

### 4. 林地生态保护

培育林木，在林地内的户外活动项目控制游人数量或定期“转场”。丰富林木种类，完善林木功能，提高抵制病虫害的能力。

### 5. 景观环境建设

对因工程建设导致的裸露地段进行植被生物恢复或植被遮挡，迅速恢复景观；加强对土地的保护，减少水土流失；在道路、水面等风景廊道两侧种植适当的树种，对景区进行生态景观上的设计和整治，形成层次上、色彩上、立体上的景观区域。

## 四、 旅游安全保障规划

旅游安全是旅游活动的基本保证，是游客最关心的问题，也是旅游区（点）能够持续发展的关键，应得到有关部门的充分重视。本规划从建设景区安全体系和完善旅游救援体系两大方面予以说明，具体包括以下内容：

1. 完善旅游安全设施建设。消防、防盗、求助、安全通道等设备完好有效。

2. 对各游览娱乐设施作常规检查，确保运行正常，无安全隐患。
3. 对行业人员进行定期安全教育，制定安全防范制度并认真执行，配备专职的保卫人员。
4. 与医疗机构联网，建立高效灵敏的反应制度，配备旅游救援安全机制及应急预案。

## 第九章 市场营销规划

### 一、 营销总目标

大力推广莒南恐龙遗迹地质公园旅游形象；树立差异化的恐龙公园旅游和旅游目的地形象，开发包装并逐渐完善主题产品品牌及产品系列，拓宽和优化产品或服务的分销渠道，培育旅游核心顾客群，拓展市场空间，使莒南恐龙旅游深入人心。

### 二、 营销发展规划

莒南需要突破传统营销观念，以品牌化营销的理念，以网络传播为主线，特色营销活动为骨架，采取具有长远竞争优势的系统营销战略，形成政府、旅游企业、目的地社区各就其位的营销网络。

营销发展规划拟定规划期限划分为近期、中期和远期三个阶段，其中近期，称为品牌启动阶段；中期，称为快速成长期；远期，称为稳定增长期。

### 三、 营销模式创新

#### 1. 品牌营销

品牌营销在向目标受众有效传达品牌价值信息的同时，

还要尽可能方便区内旅游产品（服务）的开发调整；方便销售渠道的运营与管理；第一时间反馈市场信息并及时对品牌方案及其延伸的产品包装、营销方式做出调配。以上均需要准确目的地旅游品牌定位的支持，更需要长效的品牌管理维护的支持。

- **遵循从品牌角度运作与营销莒南恐龙遗迹地质公园**

- 以准确目标受众为导向的品牌核心价值定位。
- 以高品牌价值增值为战略观。
- 以高效统一的传达效果为目标。
- 以方便迅捷地进行旅游产品开发、渠道和品牌建设为基础。

- **对于莒南恐龙遗迹地质公园这个处在启动阶段的旅游地品牌，营销推广的重点**

- 通过各种媒体宣传，扩大品牌影响；
- 采取地区合作的形式，以成熟旅游区为突破口，吸引并分流旅游者；
- 通过优秀的旅游产品，树立良好的旅游口碑。

## **2. 网络营销**

由于网络营销中，信息传达准确、不受区域限制，可以直接面对游客和渠道商以及投资回报率高等多种优势，已经成为后媒体时代旅游地进行品牌传播不可或缺的一部分。

网络营销要使消费者非常方便、快捷的接触到旅游景区，了解到景区所提供的产品和服务，有时还要实现即时预定。旅游景区除了拥有自己的网址外，还需要在本市、本地区乃至全国、全世界的知名站、点上建立自己的网页，或与之实现链接来宣传自己。

旅游区目前还没有自己的网站——为了适应未来的发展需求，必须建立新型旅游网站。包括：

**建立旅游品牌主题网站。**作为传播信息、推广活动、游客互动、项目运营的主平台。

**网站整体形象设计。**游客对旅游区的印象从接触到它的网站就已经开始了，网站建设的质量好坏完全会影响到游客对风景区的主观判断。网站很精美，形象感与视觉感很强，展现出旅游形象，会极大的提升风景区的吸引力。

**丰富网站信息含量。**一般来说，旅游网站的设计至少有 13 个参数应该考虑到，包括 12 个纵向参数以及 1 个横向参数。纵向参数内容是：住宿、餐饮/夜生活、景点、表演、交通、购物、游憩、地图、新闻发布、节事日历、商务会议设施、旅游信息。另外也要注意网站的交互作用和促销功能，这是目的地与游客进行沟通并向他们进行宣传促销的非常有效的方式。在交互作用中至少有 8 个参数：媒体对新闻情报的请求、旅游经销商对不同类型包价旅游报价单的请求、游客的在线预定、在线礼物和商品、服务评价、网站成员、

网络引擎、旅途设计工具。

### **3. 公关营销**

公关传播的主要方法有宣传性公关、赞助性公关和服务性公关。宣传性公关是运用报纸、杂志、广播，电视等各种传播媒介。采用撰写新闻稿、演讲稿，调查报告等形式，向社会各界传播品牌、企业的有关信息，以形成有利的社会舆论。创造良好的气氛的活动。赞助性公关是指通过赞助文化、教育，体育，卫生等事业，支持社区福利事业，参与国家、社区重大社会活动等形式来塑造品牌和企业良好形象，提高品牌及企业社会知名度和美誉度的活动，比如向希望工程捐款等等。服务性公关就是通过各种实惠性服务，以行动去获取公众的了解、信任和好评，进而实现既有利于促销又有利于树立和维护品牌形象与声誉的活动。比如景点可以在特定的时候推出免费或优惠旅游的活动等等。

## **四、 行动计划**

### **1. 近期**

#### **1) 营销实体设立与试运行**

完善营销组织结构保障系统。营销实体成立后要加强与政府部门的协作，合力举办活动。切实的参与到各种恐龙主题相关活动中，并把旅游形象深入到各项活动中去。

#### **2) 首轮大型的主题广告宣传攻势**

制造新闻点，提前展开宣传造势：展开大型的主题广告宣传攻势（电视宣传、户外及地铁内平面广告宣传、网上宣传、刊登促销广告等），重点推介来莒南旅游的便捷安排，产品卖点，以及多元化旅游产品的吸引力。

- 3) 举行区域新闻发布会，全面介绍莒南恐龙公园宣传计划和产品优势
- 4) 制作精美旅游手册和其他宣传材料，在旅游旺季与各地的航空公司、铁路部门合作，在机场、列车、宾馆等游客集中处播放宣传片、发放宣传资料。
- 5) 举办主题恐龙艺术文化节。
- 6) 确定 6.1 为公园日，针对目标市场，促销家庭卡、年卡。
- 7) 总结针对各市场的年度营销执行情况，进行成本与效益评估。适时调整下年度营销计划和媒介选择。

## **2. 中远期**

- 1) 邀请目标渠道、主要媒体（特别是网络媒体）的旅游版编辑与记者到公园采风，借他们之手将恐龙公园特色风貌、田园美景向目标消费群传递出去。

### **2) 拓展恐龙艺术文化节内容**

丰富文化节节目内涵；恐龙艺术品博览会；环境保护论坛；恐龙引进主题网游、主机游戏，开展有奖对战活动。

### **3) 作好品牌输出，开发丰富旅游商品**

与浙江、福建轻工品商联合设计经营布艺、电动恐龙玩具、配饰、文化衫、家居用品等。

引进日本制作精美中高档恐龙公仔、扭蛋。

形成主题购物街，并引进儿童感兴趣的游艺活动。

4) 邀请著名儿童主持人作为明星导游。

5) 恐龙消夏夜公园活动，促销“大篷车”就开进了附近中等院校的校园内。

## **五、 旅游活动策划**

### **1. 恐龙学校**

这是针对小学生的科普互动项目，参加者必须报名参加历时 20 分钟的讲课，考试合格者将获得由莒南恐龙遗迹地质公园颁发的“恐龙学校毕业证书”，优秀者获得“恐龙学校优秀学员证书”。

### **2. 恐龙绘画比赛**

孩子们可选择所喜爱的恐龙，从充分发挥想象力，将之绘画出来并涂上颜色，在公园里参加画展展出并评比，就有机会赢取奖品。优秀作品陈列在“恐龙文化通廊”中供游人参观。



### **3. 恐龙摄影竞赛**

摄影爱好者可在公园内发挥个人摄影技术。只要以最独特的角度和形式拍下莒南恐龙遗迹地质公园所展示的展品、活



动或是其它有趣的情景，将作品提供给组织者，参加公园摄影作品评比即有机会获得奖品，优秀作品陈列在“恐龙文化通廊”中供游人参观。

#### **4. 恐龙玩具制造企业展示**

联系国内外恐龙玩具制造商在公园内开展“恐龙玩具嘉年华”，形成恐龙玩具大卖场。吸引以小朋友为主体的家庭单位前来参观、购买。并为玩具厂商提供一个集中的售卖平台，收取一定的摊位费用。

#### **5. 私人收藏展示活动**

私人收藏的恐龙绘画、恐龙雕塑、恐龙模型等，为其提供个人展览活动，丰富公园内的展品。

#### **6. 公园宠物大使——丹佛**

一只带着墨镜玩摇滚的恐龙，儿时动画片里的明星造型成为公园内的宠物大使，大腹便便、幽默滑稽的样子不时出现在游客的游览过程中，是孩子们的好伴侣。



#### **7. 明星恐龙表演**

动物通常是最令小孩感兴趣的题材，特别是活动的恐龙。利用卡通恐龙明星丹佛，编排大约 20 分钟的动物秀，与小观众互动。同时作好后续商品开发。



## 第十章 投资估算与经济效益评价

### 一、 投资估算


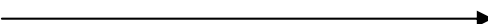
表格 8 建设项目及投资估算一览

序 号	项 目 名 称	单 位	数 量	投 资 额 ( 万 元	时序安排			备 注
					近期 2006-2008	中期 2009-2014	远期 2015-2020	
一	建安工程费			2960				
1	博物馆	个	1	600	————→			
2	恐龙世	个	1	800			————→	

	界					
3	“ 寻找生命之源 ”	个	1	200		→
	恐龙景观					
4	其余固定建筑	个	3	300		→
	景区内					
5	米	700	150			→
	内部					

	园					
	路					
6	景区内部步行道	米	124	80		→
7	入口广场	平方米		100		→
8	停车场	平方米	150	150		
9	综合管理用房	个	2	50		→

10	公园大门	个	1	30	—————→
11	公厕	个	3	100	—————→
11	环卫设施			200	—————→
13	公园内休闲小品			200	—————→
二	绿化工程			200	—————→
三	人			300	—————→

力			
资			
源			
四 旅	400		
游			
宣			
传			
促			
销			
五 遗	300		
迹			
保			
护			
合计	4160	1490	2670

## 二、 旅游收入估算

地质公园的营业收入主要来自门票、餐饮、娱乐、购物等旅游服务项目。根据现本地区的社会消费水平及消费结构，参照同类项目的消费指标，综合分析确定消费费用。详见表10。

表格 9 公园内盈利项目一览

项目名称	价格（元）
博物馆门票	10
恐龙世界门票	40
印迹制作	10 - 50
立体影院	5 - 20
旅游商品	1 - 40
恐龙游戏机	1 元/次
恐龙下蛋	2
恐龙涂鸦	10
恐龙化石挖掘中心	5

表格 10 游客消费费用指标 元/人

营业 项目	近期 (2006—2008)	中期 (2009—2014)	远期 (2015—2020)
门票	20	40	60
餐饮	15	25	40
娱乐	20	40	50
购物	10	30	50
合计	65	135	200

按照市场预测的游客量，得到旅游收入如下：



近期： $5.18 \times 65 = 336.7$  万元/年

中期： $6.77 \times 135 = 913.95$  万元/年

远期： $9.95 \times 200 = 1990$  万元/年

## 第十一章 开发实施程序及经营管理建议

### 一、 分期建设计划

目前恐龙地质公园内尚未开发建设，无基础设施配套，开发建设将是一项长期、艰巨的工作，为此应在详细规划的指导下，根据市场预测，结合实际状况分阶段进行，首先应对国家规定的地质博物馆进行首期开发，使地质公园迅速形成完备的体系，具备接待游人条件，为整体开发打下坚实基础，保证开发计划能稳步实施。

地质公园建设分期为：

近期：鉴于公园基础条件薄弱的实际，为了迅速改善公园面貌，顺利开园营业，形成地质公园产品体系，建议公园的核心建设任务安排在近期完成。通过几个重点首要项目的突破，并借助新闻炒作产生轰动效应，迅速引起市场关注，形成一定知名度，改变目前地质公园默默无闻的局面。

中期：改善公园环境条件，营造恐龙地质公园的主题氛围，同时依托环境的改造继续打造体验参与性的旅游产品，并完善公园内部的导游解说系统等软件设施。

远期：利用新的旅游项目替换原有产品，形成新的生命周期。

具体范围见“分期规划图”、“一期项目建设图”及“二期

项目建设图”。

## **二、 经营管理建议**

1. 健全恐龙地质公园管理体制，成立“莒南恐龙遗迹地质公园景区管理局”，按市场经济原则计划、统筹、实施地质公园规划开发方案。
2. 争取多渠道投入来源。在遵循规划的基础上，制定切实可行的项目招商方案，吸引并鼓励社会各界参与本项目的开发建设，使各项建设任务能如期完成，早日产生综合效益。
3. 积极培养和引进建设与服务人才，建设一支高素质的管理队伍，提高服务管理水平。

逐步形成地质公园建设、运营与村镇发展同步协调、滚动发展的良性循环机制，带到岭泉镇的旅游市场开