

思纳旅游中心一周简报 (0126-0201)

小编 : Sunnyli Weber Vivian

2015 年 1 月 23 日，在线旅游平台去哪儿网推出了首款智能硬件产品——智能门锁，一时间引起业内热议。



易观智库发布的《中国在线旅游市场趋势预测 2014-2017》显示，中国在线旅游市场交易规模未来几年将保持稳定增长，2015 年将达到 3523.8 亿元人民币，环比增长 25.9%。预计到 2017 年市场交易规模达到 4983.4 亿元人民币。如此庞大的市场，让各方“诸侯”都觊觎该市场，竞争者层出不穷。

从在线旅游的市场竞争来看，去哪儿网推出智能门锁是在做差异化竞争。在线旅游绝不仅仅是一个可以拼价格就能够获胜的领域，即使价格低，和用户使用服务的感受相比，后者远远大于前者，用户更加注重服务质量而不是价格。

和传统的在线酒店预订相比，门锁绝对算不上服务的环节之一，反倒是用户使用 APP 的流

畅度、支付的便捷性，酒店的服务态度、舒适度等会成为重要的“链条”。去哪儿网推出的智能门锁产品有两个特点：一是使用方便，消费者在网上订房后，凭借分配的“一客一密码”，不用办理复杂的入住手续，直接就可以入住。第二个特点是去哪儿网的智能门锁是联网的，和服务器通信，可以选择用手机 APP 或者密码方式开门。此时，用户所面对的不仅仅只是一款普通的门锁产品了，而是一款节约时间、安全便捷的联网门锁产品，用户既能节约时间，又能够保证房间的安全性。

去哪儿网市场部负责人对郭静表示，“去哪儿网智能门锁的主要面对群体还不是传统意义的酒店，而是相对小微的非标住宿产品，包括公寓、客栈、民宿、别墅等等。非标准住宿产品和标准酒店不同，很多都是用传统的钥匙开门的。这就意味着，所有客人都是同一把钥匙，遇到居心不良的客人，可以轻松的复制钥匙，下次再进来。但去哪儿的智能门锁能够做到“一客一密码”，所有的密码是在入住前由系统自动生成的，并且只在订单时间内有效。超过订单的退房时间后，密码会自动失效。如果一段时间内输错密码开门次数过多，智能门锁还会自动报警。同时，最新一代的智能门锁将提供反锁功能。”

我们来看看本周关注的主要行业要闻：

◆ [政策解读] 解读《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》任务分解表

国务院办公厅印发的《〈国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见〉任务分解表》近日正式对外公布。牵头单位涉及外交、财政、发改、住建、环保、旅游等 20 余部门，分工达到 44 条 67 项。从直接关系百姓旅游福利角度看，至少有三大看点。

留住乡愁：乡村旅游着墨最多

第 11、12、13 条，直接讲乡村旅游。包括依托当地区位条件、资源特色、市场需求，挖掘文化内涵，发挥生态优势，突出乡村特点，开发一批形式多样、特色鲜明的乡村旅游产品；

推动乡村旅游与新型城镇化有机结合，合理利用民族村寨、古村古镇，发展有历史记忆、地域特色、民族特点的旅游小镇，建设一批特色景观旅游名镇名村；加强乡村旅游从业人员培训，鼓励旅游专业毕业生、专业志愿者、艺术和科技工作者驻村帮扶等。考虑区位特征，发展森林旅游、海洋旅游，大力发展红色旅游，进一步细化利用荒地、荒坡、荒滩、边远海岛和石漠化土地开发生态旅游项目支持措施，旅游与扶贫相结合等，都可以看作乡村旅游范畴。发展改革委、国家旅游局、农业部、国家林业局、国家海洋局等都要为此而工作。

值得关注的是，鼓励农村集体经营性建设用地使用权入股、联营等形式与其他单位、个人共同开办旅游企业，被认为是《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》中含含金量很高的内容之一。

安全门槛：提高景区安全系数

任务分解表强调抓紧建立景区门票预约制度，对景区游客进行最大承载量控制。执行部门包括国家旅游局、住房城乡建设部、环境保护部、国家林业局等，这充分考虑了我国旅游景区管理体制现状。

景区承载量涉及安全管理。从第29到31条，强调加强旅游道路特别是桥梁、隧道等交通安全和食品安全监督检查，对客运索道、大型游乐设施特种设备定期检测；完善旅游安全服务规范，旅游从业人员上岗前安全风险防范及应急救助技能培训；高风险旅游项目风险提示、安全培训；重点景区配备专业医疗和救援队伍等等，国家旅游局、交通运输部、公安部、食品药品监管总局、质检总局、安全监管总局、卫计委等都要参与。

大家对表：“时间表”用意深刻

任务分解表有10多项明确“2015年6月底前出台具体措施”，从现在看还只有5个月零10天，时不我待。这里面有“讲究”，如将研学旅行、夏令营等作为青少年爱国主义和革命传统教育、国情教育重要载体，纳入中小学生学习日常德育、美育、体育教育范畴等；鼓励对研学旅

行给予价格优惠,鼓励专家学者和大学生等积极参加旅游志愿者活动等。暑假前出台措施,老师、孩子、家长可以最大限度享受假期旅游“政策红利”。

也有多项明确“2015年底前取得阶段性成果”,例如研究新增进境口岸免税店的可行性等。

◆ [旅游关注] 会战“一带一路” 20 省份提出战略定位及发展重点



“山间回荡声声驼铃,大漠飘飞袅袅孤烟”,历史的回声仍在回荡,国家“一带一路”(丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路)战略的宏伟蓝图也愈加清晰。

“一带一路”战略提出一年多来,我国沿线省份都已提前布局,今年进入实质操作阶段。在近期陆续召开的地方两会上,沿线省区市浓墨重彩地将“一带一路”写入政府工作报告中,对今年的推进工作作出具体安排。

虽然国家层面的“一带一路”规划尚未出台,但许多省份主动融入这一大战略。目前,“**一带一路**”核心区域有**16个省份**,其中:

- “丝绸之路经济带”包括新疆、青海、甘肃、陕西、宁夏等西北 5 个省份，重庆、四川、广西、云南等西南 4 个省份，以及最新扩围的内蒙古；
- “21 世纪海上丝绸之路”则囊括江苏、浙江、福建、广东、海南等东部沿海 5 个省份以及最新扩围的山东省。

此外，黑龙江、辽宁、河南和湖北也明确表态，积极融入“一带一路”建设。

20 省份全面布局“一带一路”

国家“一带一路”（丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路）战略提出一年多来，沿线省份都已提前布局，今年进入实质操作阶段。在近期陆续召开的地方两会上，沿线省区市浓墨重彩地将“一带一路”写入政府工作报告中，对今年的推进工作作出具体安排。

一、丝绸之路经济带：西北 5 省份和内蒙古

新 疆

1、**定位**：新疆将依托地缘优势，深化与周边国家和地区的交流合作，形成丝绸之路经济带上重要的交通枢纽、商贸物流和文化科技中心，打造丝绸之路经济带核心区。主要节点城市为乌鲁木齐、喀什。

2、**下一步动作**：新疆在 1 月 20 日发布的政府工作报告中提出，今年要推进丝绸之路经济带核心区建设，加快落实丝绸之路经济带核心区建设实施意见和行动计划，加快五大中心建设。按照北、中、南通道建设规划，切实抓好重大基础设施项目建设和储备。据悉，乌鲁木齐 2015 年将申报亚欧经贸合作试验区，喀什综合保税区 1 月 8 日刚刚通过国家验收；霍尔果斯经济开发区将列为重要产业园区。

青 海

1、**定位**：青海正在打造丝绸之路经济带的战略通道、重要支点和人文交流中心，使丝绸之路经济带成为青海向西开放的主阵地和推动全省经济发展的新增长极。节点城市为西宁、海东、

格尔木。

2、下一步动作：青海今年政府工作报告提出，打造与丝绸之路沿线国家和周边省区航空、铁路、公路有效对接的现代交通网络，与沿海沿江地区加强区域通关一体化合作，建成曹家堡保税物流中心。继 2014 年 12 月开放西宁国际航空港，并陆续开通西宁-曼谷、西宁-首尔、西宁-台北三条航线后，国际商城、保税仓库、循化穆斯林产业园等 41 个项目正在抓紧实施。

甘肃

1、定位：打造“丝绸之路经济带”黄金段，构建我国向西开放的重要门户和次区域合作战略基地。重要节点城市兰州、白银、酒泉、嘉峪关、敦煌。

2、下一步动作：去年 5 月正式印发了《“丝绸之路经济带”甘肃段建设总体方案》。提出要建设“丝绸之路经济带”甘肃黄金段，构建兰州新区、敦煌国际文化旅游名城和“中国丝绸之路博览会”三大战略平台。重点推进道路互联互通、经贸技术交流、产业对接合作、经济新增长极、人文交流合作、战略平台建设等六大工程。其中，与丝绸之路沿线国家加强经贸合作，包括资源开发、装备制造、新能源、特色农产品加工等产业。

陕西

1、定位：着力建设丝绸之路经济带重要支点，形成我国向西开放的重要枢纽。重要节点城市西安。

2、下一步动作：加快建设丝绸之路经济带新起点，加强与中亚国家和澳大利亚等国在资源勘探、开发领域的合作；积极申报建设丝绸之路经济带自由贸易区，建设国家航空城实验区；推进省资源交易中心落户能源金融贸易中心，鼓励各类能源企业积极参与西咸新区建设；支持西咸新区建设立体化综合交通系统，启动地铁延伸线建设；中省重大产业项目优先向西咸新区布局。

宁夏

1、定位：以国家“一带一路”战略为引领，进一步打造丝绸之路经济带战略支点。

2、下一步动作：今年宁夏政府工作报告提出，以宁夏内陆开放型经济试验区为平台，用好足中阿博览会“金字品牌”，着力实施四项行动计划，加快建设陆上、网上、空中丝绸之路。四项行动计划第一项就是实施开放通道拓展计划，一批铁路公路项目将会开建，把银川河东国际机场打造成面向阿拉伯国家的门户机场。

内蒙古

1、定位：1月26日内蒙古两会上，内蒙古自治区政府主席巴特尔明确称，内蒙古被纳入“丝绸之路经济带”建设范围，向北开放桥头堡建设迈出重要步伐。

2、下一步动作：内蒙古将编制推进丝绸之路经济带建设实施方案，争取将内蒙古向北开放重大事项和项目纳入国家顶层设计。今年内蒙古还将加快满洲里、二连浩特国家重点开发开放实验区和呼伦贝尔中俄蒙合作先导区，办好中蒙博览会，加大口岸建设力度，推进与俄蒙基础设施的互联互通。

重庆

1、定位：去年12月重庆市委、市政府已正式出台《贯彻落实国家“一带一路”战略和建设长江经济带的实施意见》，提出要将重庆建成长江经济带西部中心枢纽。

2、下一步动作：上述意见提出，加快建设长江上游综合交通枢纽，打造内陆开放高地。而今年重庆政府工作报告则进一步指出，加强与“一带一路”沿线国家、国际友城和港、澳、台经贸往来，促进与长江经济带沿线省市协作，务实推进成渝经济区一体化。积极组织周边地区货物搭载“渝新欧”班列，推动国际邮政专列正式运行，增加“渝新欧”开行班次和集装箱运量。

四川

1、定位：打造成为国家实施“一带一路”战略的重要交通枢纽和经济腹地。

2、下一步动作：1月15日召开的四川省商务工作会议提出，推动实施“一带一路”251三年行动计划。即在“一带一路”沿线中，筛选20个四川省具有较大产业和贸易比较优势的国

家，实施重点开拓、深度开拓；在 20 个重点国家中，优选 50 个双向投资重大项目，实施重点跟踪、强力促进；在全省现有近 1 万家外经贸企业中，精选 100 家与“一带一路”沿线有较好贸易投资基础的重点企业，实施重点引导、形成示范。

云南

1、**定位**：云南将自身定位为“一带一路”的战略支点、沟通南亚、东南亚国家的通道枢纽。

2、**下一步动作**：早在去年云南省丝绸之路经济带规划就已上报国家发改委，并有望于近期出台。按规划，云南省将沿边金融改试验区作为丝绸之路经济带发展的重点之一，吸引东南亚及南亚国家的银行、证券等金融机构入驻云南，全面提升跨境金融服务。今年云南政府工作报告指出，加快云南连接周边国家的综合交通、电力、信息和仓储物流等基础设施建设。

广西

1、**定位**：“一带一路”有机衔接的重要门户，西南中南开放发展新的战略支点。

2、**下一步动作**：广西建设主要围绕北部湾做文章，加快申请设立北部湾自由贸易试验区，并有望成为第三批获批的自贸区。今年广西政府工作报告指出，升级发展北部湾经济区，着力抓好基础设施、产业升级、港口物流等 256 个重大项目。

二、21 世纪海上丝绸之路：东南部沿海 6 省份

江苏

1、**定位**：构建“一带一路”交汇节点新格局，重要节点城市徐州、连云港。其中，连云港是“一带一路”交汇点，该市日前已出台了地方版《关于推进 2015 “一带一路”交汇点建设的实施方案》。

2、**下一步动作**：为落实建设“一带一路”交汇点，江苏近期将召开沿海城市推进会，举全省之力打造“一带一路”出海口，打造陆海双向开放新格局。物流方面，以港口为龙头构建国

际大通道；同时实现产业升级，培育临港产业为支撑升格经济版图；当地政府也在研究出台财税优惠政策、针对跨境商品监管的海关优惠措施等。

浙江

1、定位：打造推动“一带一路”战略的经贸合作先行区、“网上丝绸之路”试验区、贸易物流枢纽区，构筑陆海统筹、东西互济、南北贯通的开放新格局。杭州、宁波和温州等为重要节点城市。

2、下一步动作：浙江今年政府工作报告中指出，今年将大力推进宁波—舟山港一体化，积极推进全省沿海港口、义乌国际陆港的整合与建设，积极谋划和推进港口经济圈建设。据悉，舟山自贸区正在申报。此外，还要加强江海联运、海陆联运体系和远洋船队建设，稳步推进“义新欧”中欧班列运行常态化。

福建

1、定位：打造“一带一路”互联互通建设的重要枢纽、海上丝绸之路经贸合作的前沿平台和海上丝绸之路人文交流的重要纽带。以厦门、漳州、泉州、福州为四大支点。

2、下一步动作：出台并落实《福建省融入丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路发展战略实施意见》，加快推进铁路、高速公路、港口、机场等基础设施互联互通建设。福建“一带一路”的重点方向是东南亚，福建将加快建设厦门东南国际航运中心，重点推进厦门新机场建设，增开至东南亚、南亚等国际航线等。重点建设合福、赣龙扩能、衢宁、浦建龙梅、吉永泉和福厦高铁等快速铁路，加快建设宁波至东莞、莆田至炎陵、漳州至梅州等高速公路。

广东

1、定位：作为古代海上丝绸之路重要发祥地和改革开放先行地，广东着力打造 21 世纪海上丝绸之路的桥头堡。重要节点城市广州。

2、下一步动作：广东省发改委拟把“加快西江、北江黄金水道扩能升级，推进江海联运，

支持广州港与 21 个友好关系港口建立海上港口联盟”等政协建议纳入海上丝绸之路建设规划；利用临海优势，以广州、深圳、珠海、汕头、湛江五大港口为枢纽，加快推进海上通道互联互通，积极参与东盟国家港口等重大基础设施建设；加快粤港澳自贸区和南沙、前海、横琴新区建设。

海南

1、**定位**：紧紧围绕南海资源开发服务保障基地和海上救援基地的两大国家定位，打造海上丝绸之路的门户战略支点。节点城市海口、三亚。

2、**下一步动作**：海南省政府正筹建“一带一路”工作领导班子，制定相关战略方案。据海南经济工作会议透露信息，海南将加快建设“岛上海南”，重点提升海口、三亚作为战略支点的支撑作用。其次，加快建设“海上海南”，全力推进三沙重大基础设施和公共服务设施建设，发展油气资源开发服务保障、远洋捕捞、海上旅游等特色海洋经济。

山东

1、**定位**：“一带一路”海上战略支点和新亚欧大陆桥经济走廊的重要沿线地区。重要节点城市日照、青岛。

2、**下一步动作**：今年山东政府工作报告明确，2015 年山东将抓住此机遇，一方面推动 8 条铁路及 15 条公路等重大基础设计与周边省市区互联互通，另一方面，将深化东亚海洋合作平台与中韩地方经济合作建设，争取青岛获准开展自贸区试点。

◆ 【旅游市场】 2015 年大数据将彻底变革商务旅行

OTG 董事长兼 CEO Paul Metselaar 近日撰文，预测 2015 年大数据将彻底改变经营商务旅行业务的方式。

从机票到酒店，再到租车和火车票，所有预订都会留下数据追踪，而智能手机的广泛应用以及WiFi的普及带来了如雪崩一般的大量数据，包括在线点评、社交媒体“check-in”以及网站追踪等。



未来商务旅行的几个特点：

1. 个性化

由于大数据使得我们能够预测现代商务旅行者的需求，个性化越来越快地成为了满足这些需求的方式。预订旅行是一个复杂的过程，需要进行很多操作，包括选择航班、机上座位喜好、酒店地点、喜好的设施以及所需的技术接口等。想象一下无缝预订商务旅行的轻松感，不需要不断地选择有机上WiFi、座位靠窗、早上出发的航班，也不需要不断地选择有内部餐厅并且符合饮食习惯的酒店。

2. 机场与自助服务

由于个性化的理念将继续成为潮流，旅游业其他领域出现更多由客户驱动的服务就不会令人惊讶了。国际航空电讯集团近日的一项研究发现，到2017年86%的机场计划为旅行者推出更多自助服务，首要的就是行李托运和自助登机服务亭。

3. 酒店APP的增长

美国酒店和住宿协会近日公布一项调查结果，9600名受访者中只有11%的酒店收取网络费用。这一调查结果与预订、check-in、礼宾服务移动应用和在线服务的机会增长相一致。一年前，CheckMate的最新技术能使客人通过手机check-in，如今，越来越多的酒店开始让移动应用充当酒店房间钥匙，客人可以绕过前台直接到达酒店房间。

4. 移动端/地理定位

虽然在网上预订机票和酒店已经不是新鲜事，但其功能转移到移动端却很新鲜。2012年只有2%的乘客更喜欢使用智能手机预订旅行，2015年这一数字将飙升至70%。由于旅行者的手机基本上不离手，移动技术所提供的无缝体验将带来更高的价值。而地理定位的出现使得旅行者能够获得根据其旅行阶段提供的状态更新，比如安检、航班延误和整个行程的变化。目前，一半的美国机场提供移动更新，基于旅行者个性化的喜好，在他们中途停留时为他们提供餐厅建议。

◆ 【专题研究】 汽车营地

汽车营地是指在原有的生态基础上人为的进行过相关设施的建设与管理，从而为营地旅游发展提供吸引物、环境依托、内容载体，进而满足游客以露营体验为主，休闲、娱乐、体育、观光、养生、科普、餐饮等多种功能为辅的新兴旅游体验。



营地分类

按开发程度分 <ul style="list-style-type: none"> 原始型营地 半原始型营地 中间型营地 半现代化型营地 现代化型营地 <p>《MontyChristiansen.公园规划手册》.1977</p>	按区位功能分 <ul style="list-style-type: none"> 都市型营地 近郊型营地 过境型营地 风景区型营地 度假型营地 <p>《欧洲营地观后感》1985</p>	按功能对象分 <ul style="list-style-type: none"> 团体型营地 家庭型营地 学生营地 儿童营地 亲子营地 <p>《观光地区游憩活动设施规划设计准则研究报告》1989</p>	按建设标准分 <ul style="list-style-type: none"> 一星级营地 二星级营地 三星级营地 四星级营地 五星级营地 <p>《全英统一营地星级体系》2000</p>	按开放时间分 <ul style="list-style-type: none"> 临时营地 日间营地 夜间营地 周末营地 假日营地 <p>《旅游与游憩规划设计手册》2004</p>
按盈利性质分 <ul style="list-style-type: none"> 公益性营地 商业性营地 <p>《旅游与游憩规划设计手册》2004</p>	按建筑类型分 <ul style="list-style-type: none"> 帐篷露营地 自驾车露营地 固定设施营地 临时营地 即兴自主营地 <p>《森林公园营区的规划探讨》2005</p>	按交通方式分 <ul style="list-style-type: none"> 自驾车宿营地 房车宿营地 背包游宿营地 <p>《北美宿营地分类》2005</p>	按特色功能分 <ul style="list-style-type: none"> 登山营地 教育训练营地 娱乐型营地 休闲汽车营地 <p>《搞好我国野营旅游开发的研究》2008</p>	按环境特征分 <ul style="list-style-type: none"> 湖畔营地 河滨营地 郊野营地 海滨营地 山区营地 <p>《搞好我国野营旅游开发的研究》2008</p>

汽车营地开发的流程和要素

旅游营地项目开发的一般流程



汽车营地项目开发核心六要素





汽车营地运营管理

必要门票消费+出租、出售和多元化的附加值营运方式

方式	特点	描述
出租营地营位	收租	汽车营地首要任务是提供给旅游者营位，包括露营营位、房车营位和自驾车营位。对于营位的出租，相当于景区门票的收取，是实现营地运营和旅游者进入的基本条件。

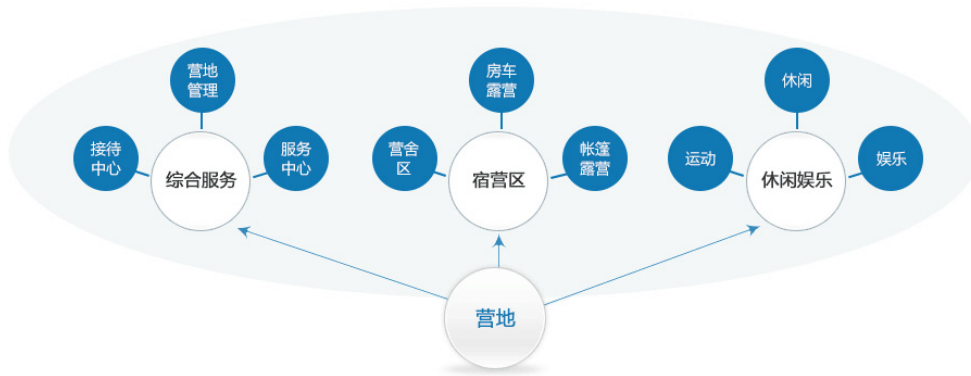
出租空闲场地	收租	营地一般位于野外，拥有大面积空闲之地，在开展营地活动之余，可将场地出租用于会展业务，收取租金并招徕游客来此消费。
开发旅游度假项目	附加值	汽车营地在发展过程中，应同时注意旅游度假项目的开发。汽车营地与主题公园类似，都具有聚揽人气的作用，能够提高该地区故可对知名度，从而带动原本低廉的度假项目的增值。
车辆的出租及出售	出售	汽车营地是出售车辆最好的平台，故可将汽车营地发展为车辆分销商，收取房车等买卖的中间差价。但是，有能力购买房车的家庭毕竟是少数，更为广阔的房车交易市场是通过租赁房车形式实现的。
开发收费性的休闲、娱乐项目	附加值	为吸引房车旅游者来汽车营地，营地的环境良好、风景优美之外，必须有大量的游乐项目丰富营地活动。

区域汽车营地发展与布局模式

市场驱动型——发散布局	资源驱动型——点环状布局	交通驱动型——线状布局
市场驱动的旅游营地依托城市客群市场，围绕环城游憩带做发散布局。	资源驱动的旅游营地依托景区、风景区、旅游度假区等旅游资源，在其中点状布局，规模较大需要多个营地时可结合内部环线做环状布局。	交通驱动的旅游营地依托主要交通干线、旅游热点线路等，结合其重要节点、集散枢纽以及疲劳生理期等因素做线状布局。
		

汽车营地功能分区

汽车营地根据其类型、自身特色及目标客源市场的消费特征设置有不同的功能区，一般而言，都设有综合服务区、宿营区、休闲娱乐区等。除以上三大功能分区外，营地还会根据自身资源市场需要等对功能区进行延伸或完善，增设度假、旅游地产等功能分区，提供分时独家等服务。

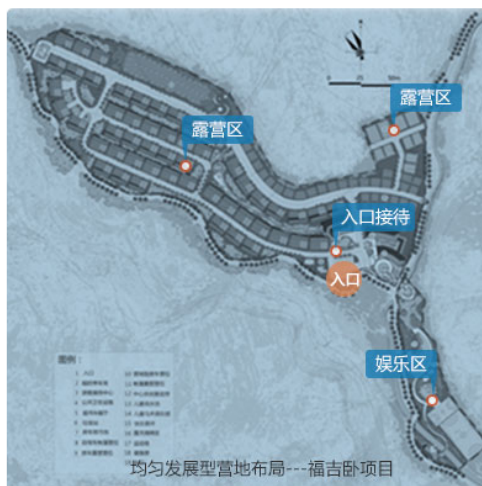


汽车营地空间模式

汽车营地规划受道路交通、地形地貌、植被、光照、通风等自然环境影响，尤其是露营区对场地的地形、坡度、排水等要求较高，另外汽车营地的规划设计必须满足汽车顺畅通行的基本功能，规划时都应结合地形地貌、自然资源等特征分区布置。

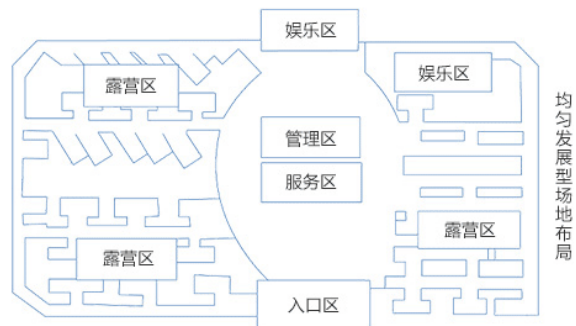
汽车营地总体规划按空间布局一般分为以下三种模式：均匀发展型、辐射型、主轴线性。

均匀发展型营地



特点：

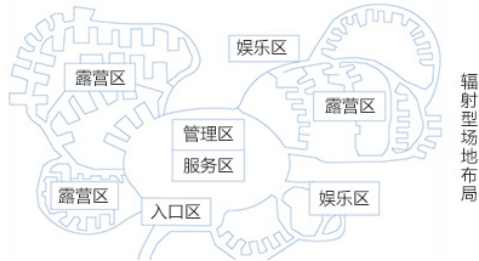
- 管理中心一般布置在场地的中间或入口处，方便对整个营区的管理。
- 设置中心位置的功能包括：服务中心、综合服务区、汽车维修服务部等。
- 露营区为游客提供露营休息的场所，通常较规整的分布在服务区周围。
- 娱乐活动区布置在露营区一侧或周围，主要的娱乐活动和露营区相对独立。



辐射型营地

特点：

- 该布局模式汽车营地的管理中心和服务设施中心都建在整块场地的中心或是各块地的连接处，以方便对整个营地各个区进行管理和提供服务。
- 各个露营区根据场地的地形和环境特点，不规则的分散布置于管理区和服务区周围。

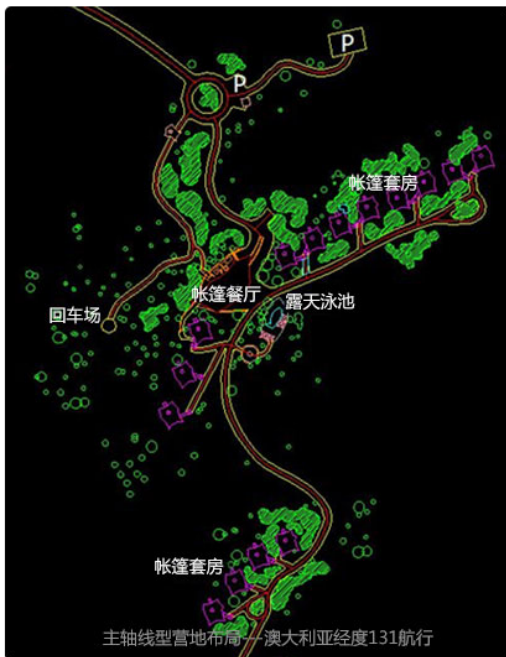


辐射型场地布局



辐射型营地布局——德国 Gitenweiler Hof 营地

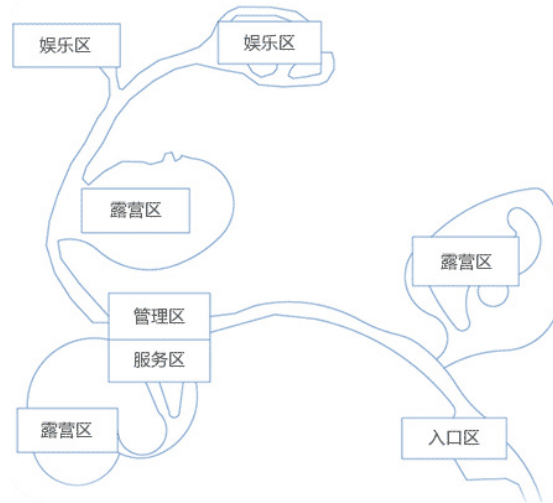
主轴型营地



主轴型营地布局——澳大利亚经度131航行

特点：

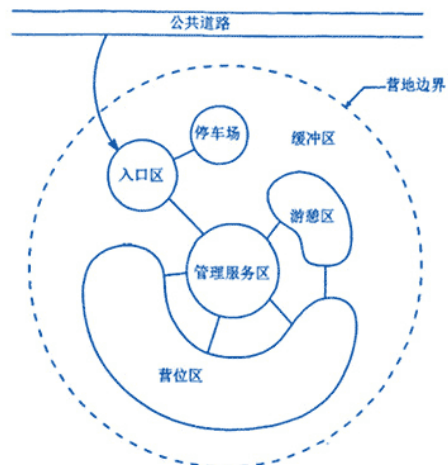
有一条主道路，各个露营区或活动娱乐区都分散布置于主道路两侧。



主轴型场地布局

营位区布局设计

汽车营地建设需与外部公共道路相连通，在营地范围内设置入口区、停车场、管理服务区、营位区、游憩区等主要区域。各区域相对独立，且又相互呼应相互作用，形成整体的营地产品组团。



在营地具体规划中，营位区布局设计是整个营地产品的核心特色区，一般分为：

集中式布局、组团式布局、皮圈式布局、树枝式布局、围合式布局、混合式布局。

一、集中式布局

◆ **特点：**营地用地紧张且地势平坦，一般采用紧凑的联排式。

◆ **优点：**占地面积小，容量大。

◆ **缺点：**对场地平整度要求高，且营地密度大，旺季时会给人拥挤的感觉，缺乏必要的私密性，很难提高露营环境的品质。



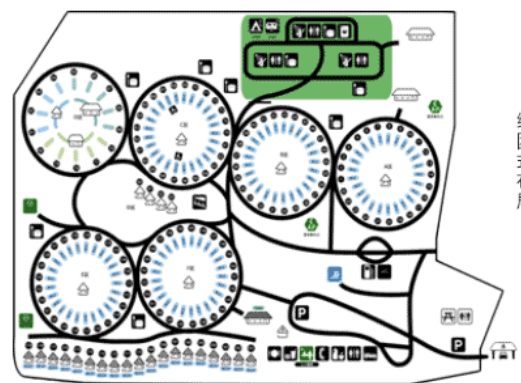
二、组团式布局

◆ **特点：**用地稍宽裕的营位区可采用组团式布局。

由数个营位组成的组团散布在营区中，游车行道组织和连接起来。

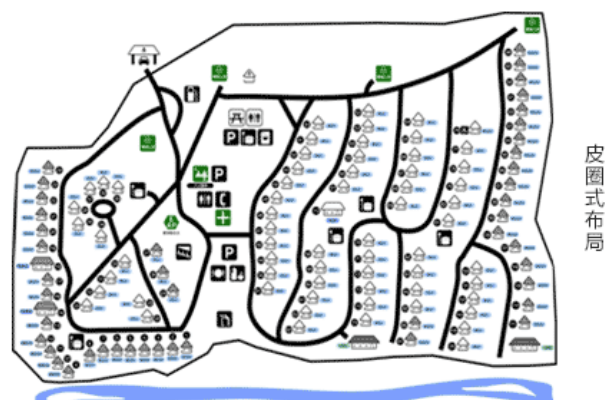
◆ **优点：**布局较为紧凑，且具有一定的灵活性，营位排列方式节省道路面积，从而节约投资。

◆ **缺点：**营位距离近，容易相互干扰，圆形组团与自然的融合性较差。



三、皮圈式布局

◆ **特点：**以不规则环形形式的道路将各个营位串联起来，通常为单行道环线，各个环



线再由上一级道路并联起来，整体布局形式像一个个衔接在主干道上的橡皮圈。

◆ **优点：**对自然环境的适应性强，可以顺应自然地形改变环线形状；单向环线便于组织交通；

营位间距被拉大，空间较为开敞，露营者心里舒适度增强，露营活动品质提高。

◆ **缺点：**道路面积较大。

四、围合式布局

◆ **特点：**沿着道路周边布置营位，并以道路围合出较大而开阔的活动空间，用作集体活动活

帐篷营位等，适用于较为规则的平整场地。

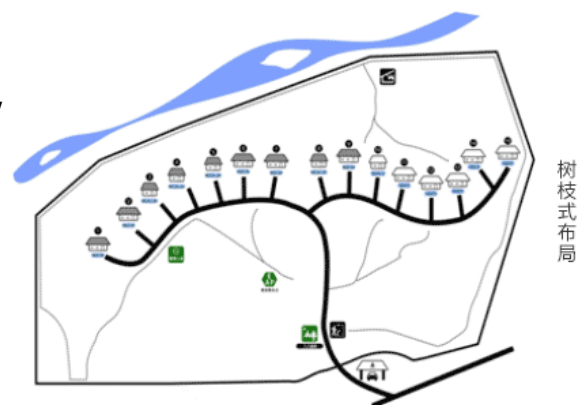
◆ **优点：**围合式形成有效的营地边界界面，
 创造出一个良好的私密空间，在心理上给人归
 属感，促进旅客交往。

◆ **缺点：**因服务范围的考虑，用地地块大小
 受到限制。



五、树枝式布局

◆ **特点：**由主要车行道延伸出的枝状尽端
 式道路将各个营位串联起来，通常为双向车道，
 超过 30 米的尽端式道路末端设回车道。该布
 局适用于受到诸多自然条件限制的狭长地形，
 如山谷、河岸等。



六、混合式布局

◆ **特点：**在实际的汽车营地规划设计中，由于场地大多数位于自然环境当中，用地形式尝尝不规则，且地势起伏等情况较多出现，单一的布局形式不能满足实际的布局要求，这时需要根据实际地形特点综合运用两种活多种布局形式以达到空间利用率最高，并与自然环境恰当融合的目的。



◆ 【智能动态】 海尔与恒大地产、京东与美的“恋爱牵手”

继美的牵手小米之后，在 2014 年与 2015 年交替之际，又多了两对“跨界恋爱”组合——海尔与恒大地产、京东与美的。这三对恋人，他们都有一个共同的“恋爱基础”，就是“智能家居”。



2014 年被业内人士称为智能家居的发展元年。各大主力家电企业和一些互联网企业开始在智能家居领域布局谋篇，海尔、LG、三星、长虹、美的、乐视、小米等，均发布了智能家电或智能家居战略。

美的、小米、京东上演琼瑶剧

美的与京东这对“跨界情侣”结为了幸福的小伙伴，成了多方瞩目的焦点。根据“婚约”，双方将在智能家电、智能家居及渠道拓展、深度定制、大数据分析等领域展开深度合作。他们俩

的“智能家居联姻”是有“感情基础”的。早在2014年3月份，美的就发布了M-Smart智慧家居战略；另外，目前京东发布的“超级App”，可实现不同品牌、不同品类智能硬件之间的互联互通，已有近300款智能硬件设备完成了超级App的接入，其中近50款已经在京东销售。这对跨界组合在智能家居上的野心也不言而喻。

此前不久，另一对备受瞩目的“跨界情侣”美的与小米也发布了“爱情宣言”，双方表示将以面向用户的极致产品体验和服务为导向，在智能家居及其生态链、移动互联网业务领域进行多种模式深度的战略合作。

海尔、乐视也不甘寂寞

2014年12月30日，海尔与恒大签订战略合作协议的消息一出，业界立刻掀起了一片哗然。根据协议，双方将本着实现强强联合、优势互补、资源共享、共同发展的宗旨在家电、家居、金融服务等方面全方位展开战略合作。

乐视集团与当代置业在2014年5月就签署了战略合作协议，双方将共同完成智慧社区服务平台搭建，并以乐视TV超级电视或者乐视其他硬件终端为载体，整合绿色社区及周边资源。

◆ 【酒店投资】 花间堂获国泰君安投资 发力旅游度假市场

1月23日，国泰君安—花间堂战略投资发布会在上海外滩举行，花间堂获得国泰君安申易基金投资。



花间堂诞生于 2009 年，目前旗下已经有 15 家门店近 400 间客房。作为国内文化精品度假连锁酒店的知名品牌，花间堂始终致力于中国文化的承继和中国式生活方式的传颂，或坐落于具有深厚人文底蕴的悠远古镇，或隐匿于风景绝美的隽永山水。丽江、束河、香格里拉、阆中、苏州、杭州、周庄、湖州、安吉、无锡……从布局中国版图开始，花间堂便与每一座城市的伟大精粹相逢，将花间堂的服务理念与在地文化相融合。

国泰君安申易基金系国泰君安证券旗下的直接投资基金，以房地产、旅游度假、大消费及互联网等作为主要投资方向。对花间堂的投资是国泰君安申易在旅游度假领域的重要布局。国泰君安申易基金管理公司总经理张宇表示：“国泰君安申易基金在投资方向上优先选择与传统行业转型及中国经济调整方向相一致的产业。我们认为中国的旅游度假市场潜力巨大，而花间堂的精品酒店与度假村模式，细分市场定位准确且已成为行业标杆，良好的品牌效应已初步形成。同时，在接触过程中花间堂团队的经验、活力、朝气以及家一样的创业氛围给我们留下了深刻的印象，这也是我们最终决定投资花间堂的重要原因”。

◆ 【酒店运营】 万豪联手 Netflix 构建新型客房娱乐服务

酒店品牌在创建全球第一个在线电视网络方面，或将再次引领潮流和风向。万豪国际旗下 8 个酒店，通过电视使用 Netflix 以及其他流媒体服务，比如 Hulu 和 Pandora。这一举措也是构建新型客房娱乐服务的尝试之一。



根据知情人士透露，万豪是计划为客户提供流媒体视频服务的酒店连锁品牌之一。改变娱乐服务，可以让酒店吸引希望看到更多电视频道的客户，而提供 Netflix 可以满足用户需求。

“我们欢迎领先的科技公司和内容供应商，同我们一起合作，设计新一代的室内娱乐服务，从有需求的项目出发，” 马里兰万豪发言人 John Wolf 表示，“目前我们在 8 家酒店做试点，通过高清电视提供流媒体内容，可能是 Netflix，Hulu 或者 Pandora。” 通过 Wi-Fi，酒店客人能通过笔记本或者平板接入 Netflix，通过新的整合方式，为 Netflix 和酒店提供产生更多收入的机会。

◆ 【酒店运营】 维珍酒店推出客房私人助理 APP

维珍酒店推出了一款名为 Lucy 的客房私人助理 APP，此 APP 功能包括调节室内温度、呼叫客房服务、远程控制等。这款 APP 的功能列表包括：

- 温度：酒店客人可以通过 APP 调节室内温度。维珍酒店是全球最先提供这项智能服务的酒店品牌之一。

- 客房服务：此 APP 与客房服务功能完全整合，客人可以查看菜单并通过 APP 直接要求某项服务。这项功能也将有助于酒店的餐饮运营，因为酒店有了更多营销机会，可以向客户展示图片并提供定制化的营销信息。假如客人需要在深夜点餐，可以直接在 APP 中下单。

- 媒体：客人能够在 APP 中观看视频和听音乐，因此真正的“按需供应的内容”将在酒店房间中出现。这已经成为酒店科技中一股“即将到来的潮流”。直接的流媒体解决方案最终将提升客户体验。

- 远程控制：此 APP 可以充当远程控制，淘汰讨厌的酒店遥控器，避免找不到遥控器的困扰。

- 沟通：每家酒店都有聊天板，客人可以分享建议。这些建议也可以来自员工，客人可以通过 APP 获得更多来自酒店礼宾服务人员及其他内容提供者的建议和指导。

维珍酒店还推出一项配套的“the Know”计划，这项计划的目的是通过直接的努力更了解客人，要求客人填写关于自己的更多信息，比如真实姓名和其他喜好，帮助酒店提供更加个性化的服务。

Lucy现在可在iOS和安卓平台上下载，今年可在即将开业的芝加哥维珍酒店中使用。



华丽丽的分界线

接下来，让我们回顾一下本周思纳旅游中心的工作推进：

- 1) 1月30日，思纳建筑科技公司与上海家联网络科技有限公司达成战略合作意向，双方接下来将在智能化管理与运营方面达成全面合作关系。



2) 截止 2 月 1 日, 旅游规划中心就《浦东迪士尼周边旅游资源调研项目》招投标各项准备工作顺利进展中, 预计 2 月 12 号开标。



3) 1 月 29 日, 帐篷客 (上海) 酒店管理有限公司与州逸酒店和度假村集团有限公司达成全方位战略合作伙伴关系, 接下来双方将签订战略合作意向书。



INTERSTATE CHINA
HOTELS & RESORTS

州逸酒店和度假村集团

4) 旅游规划中心非遗汇项目组已完成河南省非物质文化遗产的整理工作并编撰成册, 山东省非物质文化遗产的整理工作也已接近尾声。



—— 华丽的分界线 ——

最后，本周的每周一例为大家介绍的是美国德克萨斯州马尔法 El Cosmico 酒店

美国德克萨斯州马尔法 El Cosmico 酒店 :它是一间位于德克萨斯州西部沙漠上的家庭酒店。



其古老的旅行房车，以及圆顶帐篷都是由 Lake/Flato 事务所、建筑设计师 Jack Sanders 和 Lambert 设计分别建造的。露天的淋浴以及木制浴盆，开放的公用厨房以及树林间展开的吊床，都是 El Cosmico 酒店的独特之处。



这实际上是一种高级奢华带有嬉皮士风格的拖车旅店。这种带有嬉皮士风格的住所也可称之为“占地 18 英亩(约 7 公顷)之广的游牧式旅店及露营地”。



该酒店拥有 7 部极其酷炫修复过的拖车，以及一群圆锥形帐篷、一般式野营帐篷、圆顶帐篷。像科切拉音乐节一样，这里也有建筑、烹饪和艺术课、编写歌曲工作室、电影以及“跨佩科斯得克音乐+爱”一类的音乐会来供你享乐。那么它的价格怎么样呢？每晚 110 至 175 美元(人民币约 665 元至 1059 元)。



The end