

二连浩特市十三五全域文化旅游

发展总体规划

( 2016-2020 )

北京交通大学

2016 年 11 月

《二连浩特市十三五全域文化旅游发展总体规划》编制小组名单

组 长：张 辉 北京交通大学旅游管理系 教授、博导

成 员：殷平 北京交通大学旅游管理系 副教授、博导

陈怡宁 北京交通大学旅游管理系 副教授、博士

王学峰 北京交通大学旅游管理系 副教授、博士

童碧莎 北京交通大学旅游管理系 讲师、博士

王惠芳 北京交通大学旅游管理系 博士生

何 赢 北京交通大学旅游管理系 硕士生

范梦余 北京交通大学旅游管理系 硕士生

满丹彤 北京交通大学旅游管理系 硕士生

# 1 规划文本

## 目 录

<b>第一章 规划总则</b> .....	<b>1</b>
第 1 条 规划范围 .....	1
第 2 条 规划依据 .....	1
第 3 条 规划指导思想.....	2
第 4 条 规划要求及特征 .....	2
第 5 条 规划期限 .....	5
第 6 条 实施路径 .....	5
<b>第二章 综合分析</b> .....	<b>6</b>
第 7 条 基础条件分析.....	6
第 8 条 资源评价 .....	7
第 9 条 产业基础 .....	9
第 10 条 市场规模.....	11
第 11 条 SWOT 分析.....	12
<b>第三章 发展思路及目标</b> .....	<b>14</b>
第 12 条 发展思路 .....	14
第 13 条 发展目标 .....	14
第 14 条 经济目标 .....	15
第 15 条 形象定位 .....	15
<b>第四章 全域旅游重点项目</b> .....	<b>16</b>
第 16 条 全域旅游体系结构.....	16
<b>第五章 全域旅游目的地要素规划</b> .....	<b>21</b>
第 17 条 交通规划 .....	21
第 18 条 旅游服务设施规划.....	24
第 19 条 住宿业规划.....	26

第 20 条 餐饮业规划 .....	27
第 21 条 旅行社规划 .....	28
第 22 条 旅游商品规划 .....	29
第 23 条 产业和产品规划 .....	31
第 24 条 主题旅游产品设计 .....	32
第 25 条 旅游产品线路设计 .....	34
<b>第六章 市场定位与营销规划 .....</b>	<b>37</b>
第 26 条 市场定位 .....	37
第 27 条 市场规模预测 .....	37
第 28 条 营销规划 .....	37
<b>第七章 支持保障系统规划 .....</b>	<b>43</b>
第 29 条 管理体制规划 .....	44
第 30 条 全域旅游发展政策规划 .....	45
第 31 条 人力资源规划 .....	46
第 32 条 安全保障规划 .....	48
<b>第八章 近期行动计划 .....</b>	<b>52</b>
第 33 条 旅游规划工作 .....	52
第 34 条 开发项目 .....	53
第 35 条 市场促销 .....	54
第 36 条 投资促进 .....	56
第 37 条 旅游委工作 .....	57



# 第一章 规划总则

## 第1条 规划范围

本规划范围涵盖整个二连浩特市所辖的全部区域范围，总面积 4015.1 平方公里。下辖一个苏木、8 个社区，人口近 10 万人。

## 第2条 规划依据

### 2.1 法律法规

1. 《中华人民共和国旅游法》
2. 《中华人民共和国文物保护法》
3. 《中华人民共和国土地管理法》
4. 《中华人民共和国环境保护法》
5. 《中华人民共和国城乡规划法》
6. 《中华人民共和国水法》

### 2.2 国家标准

1. 《旅游规划通则》（GB / T18971—2003）
2. 《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18972—2003）
3. 《旅游区（点）质量等级的划分与评定》（修订，GB/T 17775—2003）
4. 《国家级旅游度假区评定标准》（2011）
5. 城市旅游集散中心等级划分与评定标准（LB\T010）
6. 休闲露营地建设和服务规范（GB\T31710.1—4）
7. 国家全域旅游认定标准

### 2.3 行业标准

1. 《旅游景区游客中心设置与服务规范》（LB/T 001—2011）
2. 《旅游景区公共信息导向系统设置规范》（LB/T 013—2011）
3. 《旅游景区讲解规范》（LB/T 014—2011）

4.《绿色旅游景区》(LB/T 015—2011)

## 2.4 政策规划

- 1.《国务院关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》2015年8月11日
- 2.《国务院关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》2015年1月15日
- 3.《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》(国务院国发[2014]31号文件)
- 4.《文化部、财政部关于推动特色文化产业发展的指导意见》([2014]28号文件)
- 5.《关于加快发展旅游业的意见》(国务院国发2009年42号文件)
- 6.《“十三五”旅游业发展规划》国发〔2016〕70号
- 7.国务院《文化产业振兴规划》2009
- 8.《全国生态保护“十三五”规划纲要》
- 9.《国土资源信息化“十三五”规划》
- 10.《中国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》
- 11.《内蒙古自治区国民经济和社会发展“十三五”规划纲要》【内政发〔2017〕18号】
- 12.《内蒙古自治区人民政府关于支持二连浩特国家重点开发开放试验区建设的若干意见》(内政发〔2014〕113号)
- 13.内蒙古旅游产业发展规划(2012)
- 14.二连浩特市国民经济和社会发展“十三五”规划纲要
- 15.《二连浩特重点开发开放试验区建设总体规划》[内政办发〔2016〕140号]

## 第3条 规划指导思想

以“边境旅游、茶路驿站、恐龙遗迹”特色资源为依托，以产品为基础，以市场为导向，以效益为核心，科学引导，宏观布局，突出重点，挖掘特色，深度开发，科学管理，把旅游业发展成为二连浩特市经济跨越式发展的重要增长极。构建“产业围绕旅游转、项目围绕旅游建、产品围绕旅游造、结构围绕旅游调、功能围绕旅游配、民生围绕旅游兴”的全域旅游发展格局，实现全社会共建、人人共享的全域旅游新局面。

## 第4条 规划要求及特征

在国家旅游局的全域旅游发展名单中，对全域旅游的发展任务作出了明确的规定：对

当地经济贡献率达到 15%，新增就业贡献率 20%。建立旅游综合管理和执法体系；厕所革命和其他公共服务建设成效明显；建成旅游数据中心。对比二连浩特市当前旅游产业发展的现状，需要重点在旅游厕所、旅游数据中心、产业融合、部门共建、资源共享等方面着重建设。

#### 4.1. 厕所革命

按照自治区旅游局的部署，大力推进旅游厕所的建设与维护工作。在 A 级景区和旅游交通要道上，按照“因地制宜、注重实用、倡导环保、反对奢华”的原则，委托专业单位设计或从全国设计大赛样例中择优选定旅游厕所建设方案，采用节水、节能、除臭等新技术新材料建设生态、低碳和环保的旅游厕所，探索解决高寒地区旅游厕所的防冻、缺水问题，最终实现旅游厕所“数量充足、干净无味、实用免费、管理有效”的目标。

#### 4.2. 旅游数据中心建设

以旅游数据中心建设为契机，建立旅游产业运行监测管理平台，推进智慧旅游发展进程。与公安部门、交通部门合作，将有关的旅游数据汇集到后台数据管理中心，进行后台搜索和处理。数据中心可设在旅游局；同时，与安保部门密切合作，新建游客流量动态监测系统，通过手机 GPS 或摄像头的数据共享信息，进行景区旅游流量的监测；融合酒店、交通等部门的物联网或互联网数据，掌握游客和产业发展的相关数据，为产业监管、精准营销提供数据支持。

#### 4.3. 产业融合

二连浩特的全域旅游发展应在文化产业和旅游产业相融合的基础上，推进旅游业与其他产业的深度融合。如与农业生产交叉融合推进乡村旅游发展，与装备制造业融合形成自驾车观光旅游，与教育科研产业融合推进恐龙遗迹与茶叶之路科考研学旅游，与商业融合形成商贸旅游，通过“农旅互动、工旅互通、商旅互惠、文旅互融”，打破“小旅游”的发展格局，发挥旅游业的拉动力和融合力，为相关产业发展插上翅膀，全面推进区域旅游发展模式的转变。

#### 4.4. 部门共建

在产业融合的基础上，要求各相关部门树立全新的建设与管理观念。第一，要树立“党政统筹推进”的管理观念。由于各行业都形成了与旅游业合作的需求，因此，在旅游委管理的基础上，还需要全市综合协调治理模式的建立，从部门抓旅游向党政统筹抓旅游转变；第二，要建立部门分工协作机制，各部门围绕旅游业的发展提供基础设施、服务设施、政策规定等方面的建设与服务。

#### 4.5. 资源共享

全域旅游要求全新的资源观，要对旅游资源进行全域整合。尤其对于二连浩特这类边境城市来说，景区、景点、饭店等仅仅是旅游资源的核心部分，异域风情、边境风光、风土民俗等资源不能用“围墙”圈起来收取门票费用。全域旅游资源观念下要求相关部门如商业、金融、交通、规划等部门所管辖的工作范围都能自觉采用旅游接待的标准，使得二连浩特市处处是风景，处处是形象。

#### 4.6 全域旅游特征

按照国家全域旅游示范区创建要求与标准推进二连浩特市全域旅游工作。按照“全时间、全空间、全产业、全过程”发展理念，以边关特色、恐龙遗迹、驿站文化为核心，推动产业围绕旅游转、产品围绕旅游造、结构围绕旅游调、功能围绕旅游配、民生围绕旅游兴，举全市之力创建国家全域旅游示范区。

**1、全景区创建。**按照城乡一体、景城一体、全域布局的思路，将全市当作一个大景区高水平规划、高标准设计、高品质建设，一体化营销推广，推动景区旅游向全域旅游发展模式转变。

**2、全产业构建。**全产业即以“旅游+”和“+旅游”的思路发展旅游；一方面将旅游发展与产业发展结合起来，通过产业内核丰富“旅游消费”的内容，提升旅游的核心竞争力，挖掘旅游的附加值，带动口岸“多元产业的发展”；另一方面，通过旅游业的“宣传、营销、推广”的作用提升二连市地区品牌，提升口岸产业环境，辅助产业招商。

**3、全要素构建。**进一步提升优化二连浩特市“吃、住、行、游、购、娱”六大要素。  
①积极培育一系列餐饮品牌，打造系列餐饮节庆；②提升一批原有酒店，引入几家知名连

锁酒店，建设一批特色住宿酒店；③提升构建外部大交通体系，提升二连浩特机场等级，增设航线、开发国内外包机业务；④重点打造 1-2 个具有较高艺术水准、深受国内外游客喜爱的旅游演艺品牌。建造一批旅游购物街区，积极创建特色文化示范区。⑤加强与蒙俄、国内周边地区市合作，发挥蒙医药、中医药、温泉康疗等特色旅游资源的作用，以养老和半自助养老为重点，培育一批类型多样的养老旅游项目。

**4、全时间构建。**全时间突破旅游淡旺季的限制，培育全时旅游产品体系，形成“365 天+24 小时”、“4 季+12 月”的产品—时间最优格局，重点强化季节、夜间经济，追求旅游供给的时间宽度，实现从“客流”到“客留”的转变。

**5、全民众参与。**即全民参与的发展思路。将旅游业的发展从“政府知道、投资商明白、从业者服从”拓展到“全民皆知旅游发展特色，全民改变服务思路，全民都可做‘导游’”，一方面杜绝宰客现象，另一方面通过全民发展正在将口岸特色与文化做活、做生动，真正提升游客的体验感与参与感。

## 第 5 条 规划期限

二连浩特市全域文化旅游发展旅游产业发展总体规划年限定为 2016—2020 年。

## 第 6 条 实施路径

本次规划遵循“旅游文化基础研究—核心战略定位—旅游文化产业布局空间规划—旅游文化产品设计—开发实施”的五阶段的工作步骤。

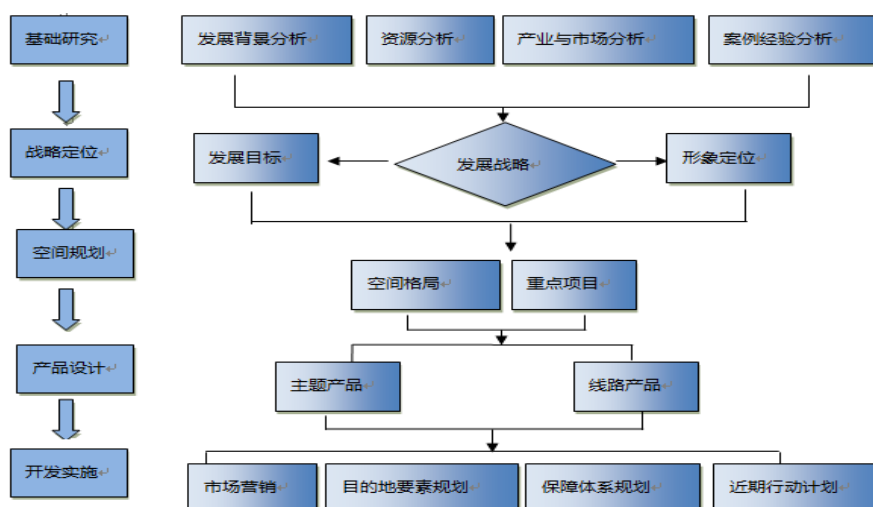


图 1-1 实施路径

## 第二章 综合分析

### 第7条 基础条件分析

#### 7.1 地理区位

二连浩特市位于内蒙古自治区正北部、锡林郭勒盟西部，与蒙古国扎门乌德市隔界相望，两市区间距离 4.5 公里。二连浩特是中国对蒙开放的最大公路、铁路口岸，以二连为中心开展国际贸易活动，以及以二连为旅游目的地，具有极强的地理优势。

#### 7.2 交通区位

二连浩特市域内道路通行基础设施好，但利用率不高，道路功能提高的空间较大。这就为旅游业的发展提供了较好的优势，现在二连浩特大部分景区景点都有油路连接，交通便捷通达。

#### 7.3 经济区位

二连浩特市的第三产业发展备受重视，第三产业增加值也在不断提高，但总体经济实力比较薄弱，因此旅游业的大发展缺乏本地的资金支持。



图 2-1 地理区位



图 2-2 交通现状

## 第 8 条 资源评价

### 8.1 数量评价

在全国 8 个“主类”、31 个“亚类”和 155 个“基本类型”的旅游资源中，二连浩特市的“主类”达到 6 个；“亚类”共有 10 个，占到全国资源亚类总量的 32.2%；“基本类型”16 个，占总量的 10.3%。二连浩特市共有旅游资源单体 23 处（种）。



图 2-3 旅游资源分布图

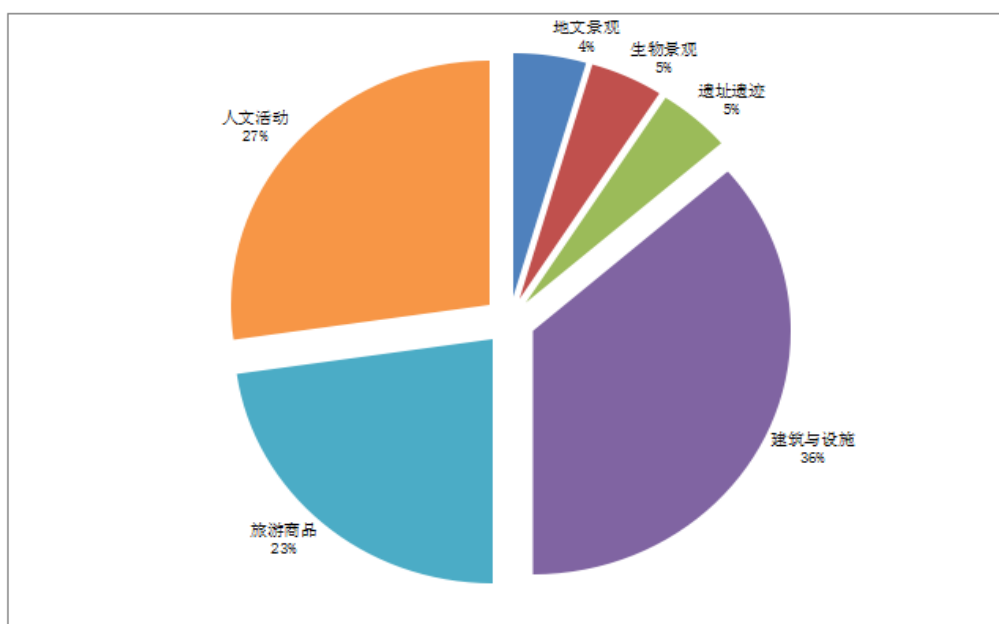


图 2-4 资源类型结构

人文活动、旅游商品、建筑与设施类资源列为人文历史类资源，资源数量共占旅游资源总量的 86%。

## 8.2 等级评价

二连浩特市共有旅游资源单体 23（种），其中优良级旅游资源仅有 4 处（种），普通级和未获等级的旅游资源 19 处（种）。

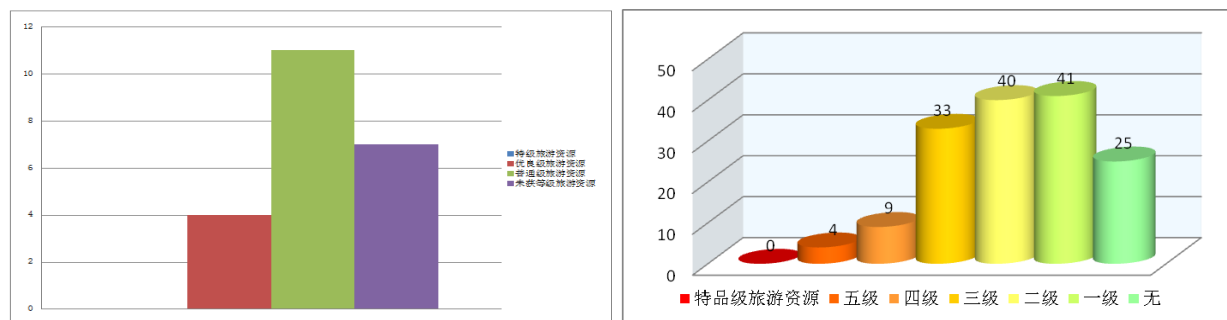


图 2-5 资源品级结构

## 8.3 R-P-M 评价

表 2-1 旅游资源 P-R-M 分析图

资源（R） 产品（P）		休闲旅游	观光旅游	度假旅游
蒙、俄文化资源	边境特色街区	蒙俄文化旅游产业园区		
	蒙、俄民俗文化等无形资源	将民族舞蹈、美食等融入蒙、俄文化体验园及其它有形资源中，丰富体验园旅游产品内涵，并合理开发旅游商品		牧民之家
爱国主义教育旅游资源	国门景区	爱国主义教育基地		
自然生态资源	大漠瀚海（荒漠草原）	汽车俱乐部活动	跑马	牧民之家
恐龙遗址文化资源	恐龙大道	恐龙科考之旅	恐龙雕塑观光	恐龙主题酒店
	恐龙地质公园	恐龙园游乐园		
其它旅游资源	伊林驿站遗址	仿古驿站体验	驿站遗址博物馆	驿站主题酒店
	国际商贸城	购物		边境文化体验

就二连浩特市旅游资源总体而言，未来可开发的产品方向以观光旅游为主、休闲旅游次之，而度假旅游产品的开发具有很强的局限性。因此，为了增强市域内旅游产品的竞争力，增加旅游收入，在对资源进行开发时要考虑与周边县市旅游产品的整合，以形成整体吸引力；同时，也要努力将体验性项目融入观光旅游资源中，尽量多的展现非物质性资源，以延长游客的停留时间。国门景区可以打造成为观光，体验及爱国主义教育为一体的旅游基地，恐龙遗址资源可以开发满足周边地区观光游览及考古人员或恐龙文化爱好者考察体验的需要，并尝试打造度假旅游产品成为国门旅游资源和恐龙文化资源的补充性资源。

## 8.4 资源评价小结

### 1. 国门等边境旅游资源属于国家级的文化资源

二连浩特国门是国家 3A 级旅游景区整合爱国主义文化与中蒙边境文化，使之成为一个集观光、爱国主义教育为一体的旅游基地，直接面向全国特别是少数民族地区党政领导干部、党员、青少年，打造边境旅游产品活动。二连浩特的爱国旅游资源，当属国家级别的文化资源。

### 2. 驿站文化旅游资源属于国际级的文化资源

“茶叶之路”是中、蒙、俄三国共同的宝贵历史文化资源，也是全世界珍贵的文化遗产，深入挖掘和联合开发茶叶之路旅游对弘扬这一历史文化，加强三方旅游合作，促进三方旅游业发展有着重要意义。

### 3. 恐龙等遗址旅游资源属于国家级的文化资源

二连地区是亚洲和我国最早发现恐龙化石及恐龙蛋化石的地区之一，素有“恐龙之乡”的美誉。目前这里已成为国际著名的恐龙文化研究中心，是古生物学家、地质学家魂牵梦萦的科学圣地，也是四海游客一睹为快的旅游天堂。二连浩特的恐龙遗址旅游资源，当属国家级别的文化资源。

## 第 9 条 产业基础

### 9.1 景区景点

已经建成的旅游景区（点）中，恐龙地质公园为4A级，国门景区为3A级。其他如边境线等资源无法具化成景点，因此相比而言，目前景区占地规模不小，但活动内容不多，无法形成对游客强有力的吸引力。

## 9.2 旅游餐饮、住宿业

市内有大小住宿场所200多家、床位数达12000余张，其中星级饭店和中高档饭店10余家；各种餐饮场所林林总总，地方特色餐、正宗蒙餐、蒙式西餐、川菜、鲁菜、西北菜……能满足不同游客口味需求。

## 9.3 旅行社业

二连浩特市共有旅行社11家，其中出境社1家、边境社5家、国内社2家、分社3家。全市导游员50人。全市直接间接旅游从业人员达30000余人。

## 9.4 旅游商品业

二连浩特市现有中外商品交易市场（宝鼎商城）、边民互市贸易区等主要旅游购物街区，有百余家商户。经营商品以地毯、化妆品、食品、棉毛制品为主。基本能够满足购物功能，但休闲游憩功能完全缺失，现状还无法成为一条合格的旅游购物街区。

## 9.5 文化产业

在文化资源的基础上，二连浩特市的文化产业发展迅速。现有一系列以恐龙、驿站为主题的博物馆和旅游景区，陆续成功举办“二洽会”、“茶叶之路”文化节等节事活动，拳击及汽车拉力赛等体育赛事、天骄传奇、风雨伊林、歌曲大奖赛等各类文化演出，极大的丰富了二连浩特的文化产业形式，为中俄蒙三元交融的口岸特色文化赋予了新的内涵。具有民族特色的二连浩特市乌兰牧骑2013年组建，其中演员共35人。为发展蒙古族服饰、服装加工产业，二连浩特市成立了伊林民族服饰加工合作社，探索了文化资源产业化的道路。



### 第 10 条 市场规模

整体来看，二连浩特市的旅游接待量和旅游收入呈逐年增长的趋势，在 2009 年前接待人次增长较为平缓，在 2010-2012 年间，有着较快的增长速度，但是 2013 年接待人次有所下滑，2014—2015 年又有小幅增加。体现了二连浩特存在旅游产业规模同质化严重，旅游产业规模小，要素不齐全等问题。

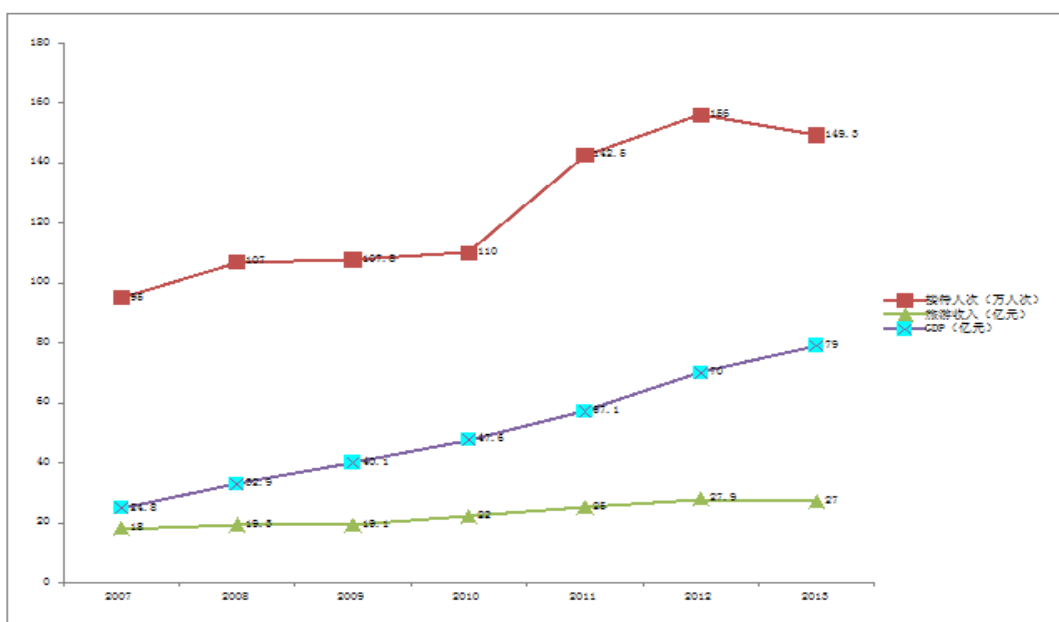


图 2-7 旅游接待总量及旅游综合总收入变化图

二连浩特市的旅游市场呈现出几大特点：

第一、淡旺季明显；

第二、区域特征明显；

第三、观光游览为主要目的；

第四、游客结构类型逐步多样化；

第五、逗留时间相对较短；

第六、旅游综合消费较低；

第七、远程旅游团和自驾游客比重不断提升。

## 第 11 条 SWOT 分析

### 11.1 优势条件分析

- 资源品级较高，垄断性较强
- 资源组合度较高
- 政治优势
- 发展后优势

### 11.2 劣势条件分析

- 发展基础比较薄弱
- 市场知名度不高
- 适游季节不长
- 可进入性不强

### 11.3 发展机遇分析

- 国家重点开发开放实验区的机遇

- 国家一带一路战略发展机遇
- 中蒙俄合作走廊建设

#### 11.4 面临挑战分析

- 周边同质产品竞争
- 空间尺度大，旅行时间长
- 文化资源开发利用难度大
- 内蒙古自治区草原旅游品牌的笼罩

#### 11.5 问题诊断分析

- 资源密度较小，产品开发有难度
- 区位偏安一隅，市场开发有压力
- 旅游基础薄弱，产业突破有困难

## 第三章 发展思路及目标

### 第 12 条 发展思路

二连浩特市旅游业发展以品牌旅游景区创建发展为抓手、以全域旅游发展为指导，依托二连浩特现有景区和基础条件，发挥边境特色，挖掘茶路文化，整合创建新的大景区，以二连浩特中蒙跨境旅游合作区的名称创建申报 5A 级旅游景区。大景区将以“历史的万里茶路，今天的跨境旅游”为主题，以连接中、蒙、俄的万里茶路、张库大道等重要文脉为历史依托，以二连浩特伊林驿站、二连盐池为实物依托，以边境地区自然景观和人文风情为背景，与今天的边境商贸旅游古今呼应，最终打造成独具特色的中蒙俄跨境特色文化旅游基地。

### 第 13 条 发展目标

#### 13.1 近期（2016—2017 年）文化与景区建设融合发展提升期

通过产品建设和形象推广，基本改变以过境观光旅游为主体、旅游品牌不明晰、旅游形象模糊的局面，扭转二连浩特作为过境地的局面，建设成为北疆独特的观光、休闲文化旅游基地城市。

深挖景区文化底蕴，提升产品层次；全面提升景区等级，将恐龙地质公园提升为 5A 级景区；着重加强景区景点建设开发、旅游基础设施建设、旅游城市功能培育（包括旅行社扶持、旅游文化娱乐开发、宣传促销等）工作；通过重点建设恐龙地质公园、国门景区，完善驿站博物馆，丰富体验性产品，强化“遗址”概念，在市场上逐步确立“茶路驿站 二连浩特”旅游形象；在国际上构建中蒙俄跨境旅游体系，国际知名的跨境自驾露营公园，国内融入京津冀旅游圈，拓展出境旅游市场，放宽出入境手续办理条件。

#### 13.2 中期（2018—2020 年）体系完善与跨越发展期

推动旅游业全面、持续、高速发展，旅游产业结构得到优化，由单一景点旅游转向全域旅游和四季旅游，新型旅游管理体系基本形成，有竞争力的旅游投资项目体系基本形成。将跨境自驾旅游、恐龙观光科考旅游、重走茶叶之路体验旅游和驿站-国门边境观光旅游

打造为精品，提高旅游业的核心支柱产业地位；铸就国际知名旅游品牌，建成边境观光、休闲旅游名城。

#### 第 14 条 经济目标

表 3-1 旅游人次预测

年份	折中预测	
	旅游人数（万人次）	同比增长%
2016	198.741	8
2017	214.640	8
2018	236.104	10
2019	259.714	10
2020	285.685	10

#### 第 15 条 形象定位

**对蒙黄金口岸      魅力茶路驿站**

## 第四章 全域文化旅游重点项目

### 第 16 条 全域旅游体系结构

结合二连浩特市全域旅游发展实际，基于对全域政策背景、概念认知及总体要求的分析，通过深入研究提出“一个重心、三大核心载体支撑、十五大重点文化旅游项目建设及相关配套设施建设”的全域旅游体系结构。

#### 16.1 一个重心

景区（景点）依然是区域旅游发展的重心，全域是围绕这个重心从点向面突破，提升区域整体吸引物，拓展旅游产业关联度，从单纯的门票经济走向服务经济，从一次性观光消费走向重复性休闲消费。二连浩特市全域旅游发展以“中蒙跨境旅游合作区”（以下简称：合作区）创建为重心，围绕“历史的万里茶路，今天的跨境旅游”主题，将合作区打造成为集跨境旅游、购物退税、休闲娱乐、参与体验为一体的国际旅游目的地。

#### 16.2 三大核心载体支撑

中蒙跨境旅游合作区布局分为三大片区：北部边境特色区是合作区核心区域，包括边关文化游览区、旅游购物退税区和异国风情体验区。南部城市客厅区是城市入口游客接待区，包括旅游综合服务区、乡村旅游体验区、旅游购物区、“马文化”演艺体验区和国际自驾车露营区。东部旅游资源展示区是合作区创建国家 5A 级旅游景区承载区域，包括驿站文化展示区、盐湖湿地游览区、地质恐龙文化体验区。

#### 16.3 十五大重点文化旅游项目

##### 16.3.1 北部片区

**1. 中蒙跨境经济合作区：**中蒙跨境经济合作区是二连当前发展的重点区域，也是未来边境经济主体和引擎。未来要建设完善国际商品交易、商贸免税、国际酒店、特色旅游餐饮异域风情、人文技术交流、会展演艺、跨境电商、物流服务、信息技术、跨境旅游综合服务、中蒙教育医疗等综合管理服务项目。

**2. 边民互市贸易区：**为进一步贯彻国家“一带一路”战略构想，完善口岸功能、促进边境贸易、繁荣口岸经济、增加居民收入，推动二连浩特市成为我国向北开放“桥头堡”，规划建设边民互市贸易区，包括大型仓储物流园区、商品交易区、商品展览区、办公生活区、口岸职能管理设施、综合电子商务平台等功能区，实现商贸购物，最终打造成为商贸购物旅游区。

**3. 国门景区三期：**国门旅游景区为国家3A级旅游景区，是一个集旅游观光、军旅体验、爱国主义教育为一体的综合性景区。由于国门景区位置的特殊性，目前处于初级观光、游览阶段，缺乏体验、互动、休闲娱乐、商业性等项目。为了增强景区的边境文化内涵和旅游服务功能，提升整体观赏品质与效果，对国门展厅进行提升与改造，对陈列内容进行补充及完善；新建军犬训练基地，让游客在观看的军犬各种表演和训练的同时体验驻守边关卫士的艰苦生活和无上荣耀。在历史文化旅游区建设历史博物馆、国门名关展示等，增加集观光、娱乐、互动等项目。在国门景区商业中心建设恐龙主题酒店、动植物观光园、购物广场等。

### 16.3.2 南部城市客厅区（城区）

**4、旅游综合服务中心：**整合全市旅游公共服务资源，将服务中心与集散中心、旅游信息建设集合于一体，实现旅游信息咨询、旅游宣传推广、旅游产品设计与开发推广、旅游交通集散、旅游业务代理、游客服务（旅游投诉及旅游援助）、导游服务及行业培训八大功能于一体的城市旅游公共服务体系，进一步完善服务体系，大幅提高全市的旅游公共服务水平，促进二连浩特市旅游业进一步发展。

**5、旅游驿站：**城市门户是展示城市形象的窗口，在城市差异化发展及全域旅游进程中具有重要作用。通过旅游驿站的建设，完善旅游设施，促进旅游驿站的尽快形成和可持续发展，满足市民和游客休闲的基本需求，提升二连浩特市景观形象，使之成为二连浩特旅游的一个重要节点和城市形象窗口。规划在南市门两侧建设栈道、骑行园路、绿化带、休息平台、烧烤场地等。

**6. 中蒙国际马术演艺基地：**国家推出“一带一路”战略，内蒙古作为向北开放的桥头堡，是“一带一路”的重要组成部分，二连浩特毗邻蒙古，对接蒙古国提出的“草原之路”，俄罗斯提出的跨欧亚大通道建设，具有重要地位。建设中蒙国际马术演艺基地、以

中蒙文化为纽带，引进“马文化”实景演出，通过中蒙双方人员的参演、观看丰富交流形式，可以有效带动二连浩特城市客厅建设和中蒙跨境旅游合作区进一步发展，成为连接中蒙的重要蒙元文化展示平台，也是旅游与文化融合式发展的重要体现。

**7. 中蒙俄国际汽车露营公园：**二连浩特地处北京、乌兰巴托的中心点，是出境前的最后一站，是跨国自驾旅游的枢纽站点。作为二连浩特跨境旅游的重要载体，建设中蒙俄跨境自驾服务基地，是二连浩特未来旅游业发展的必备内容。因此，规划建设中蒙俄国际汽车露营公园，进一步培育和完善的蒙俄自驾线路，最终实现中蒙俄自驾无障碍通行，从而为中蒙俄共同打造“茶叶之路”国际自驾游品牌提供有力的载体。

**8. 驿站文化主题酒店：**依托驿站文化，挖掘并展现二连浩特茶路驿站文化内涵，提升接待能力和接待水平，建议建设驿站文化主题型酒店。

**9. 奇石文化产业园区：**为进一步提升奇石文化产业园区的利用率，完善旅游服务功能、推进旅游就业、创业，建议规划、装修、布展奇石博物馆，充分展示石头文化。引进中蒙俄创业企业进驻园区，增加就业岗位，开发及丰富具有中蒙俄特色的旅游商品。

**10. 乡村旅游体验区：**以环境改善为基础，以村容村貌美化为重点，大力发展乡村休闲旅游、积极培育农家乐、牧人之家及特色种养殖等乡村旅游产品。以实施旅游产业扶贫，带动就业和促进农牧民脱贫增收为方向，集中打造赛乌素嘎查小城镇及精品乡村旅游示范点建设，做好乡村旅游接待户的培育，科学制定专项规划，以规划具体引领创建工作。联合相关部门制定一套统一的乡村旅游标准及管理办法，对乡村旅游区（点）、食宿娱乐、游客中心、购物场所、安全设施等进行规范指导，提升标准化经营管理和接待服务水平。根据二连浩特市周边环境实际，建议将实施范围确定在二连浩特市行政区域内 208 国道、二满线两侧，距离道路 2 公里外，接待户之间保持一定距离。

**11. 开发建设市内特色餐饮娱乐一条街。**

**12. 探索开发二连防空地道红色旅游项目。**

### 16.3.3 东部旅游资源展示区

**13. 综合博物馆：**分期对综合博物馆进行布展：一期进行恐龙主题及科普展厅、公共

空间的布展，二期通过现代化的声光电等途经及 4D、5D 技术手段对恐龙主题科技体验及化石展厅、公共空间进行布展。

**14. 二连浩特市国家地质公园提升工程：**二连浩特市国家地质公园为国家 4A 级旅游景区，作为中蒙跨境旅游合作区品牌景区打造 5A 级景区的具体载体，通过提档升级，规划建设“一轴、一心、二区”，包含“恐龙景观轴”“游客服务中心”“盐湖湿地游览区”、“地质恐龙文化体验区”等项目。

**14.1 盐湖湿地游览区：**二连原名“额仁”，沿用市郊“额仁达布散淖尔”之名，现译二连盐池。由此可知，盐池是二连这个城市的文明之源。规划以二连湖为中心，局部恢复湿地景观和晒盐池，配套建设盐文化博物馆、会议中心及盐文化休闲设施等，打造盐文化休闲功能区块；同时结合周边地形，建设汽车营地、越野赛道、户外运动基地等项目，丰富区内旅游产品类型。

**14.2 地质恐龙文化体验区：**内蒙古二连浩特白垩纪恐龙地质公园于 2009 年被评为国家地质公园。主要保护对象为二连盆地上白垩产出的各类恐龙化石地质遗迹。规划中的恐龙遗迹旅游区是以地质科普旅游为核心，集恐龙文化、盐文化体验为一体的综合性地质公园。对国家地质公园进行提升改造，规划建设内容包括有恐龙景观轴、游客服务中心、观景平台、骑行廊道等。

**15. 驿站文化展示区：**依托现有伊林驿站及遗址博物馆，以伊林驿站旧址发掘现场和历史上存留的一条古商道为基础，发掘和保护文物遗迹，合理利用现有建筑和道路情况，保持和保护现有的地貌及植被，将驿站历史和文化展示点通过再设计，构建“一线一环”户外游步道，合理分布景观和景点，重现历史、讲述故事，让游客在每一个游览地都有体验感和参与感。景区设计结合旅游者游览需求，着重以体验为核心，在景区内开发一系列特色旅游产品，品尝驿站美食，乘车骑驼，观戈壁草原，购驿站特色商品，参与互动剧院演出，丰富和活化展示驿站的相关文化和历史，使游客的旅游深度进一步增加。最终将景区升级为更加系统、丰富、人性、深度的旅游目的地，成为全国驿站文化展示的代表性景区。

#### 16.4 其他配套设施项目

建设完善会展中心，主题公园、广场，绿道，旅游厕所，旅游咨询，智慧旅游，旅游交通，旅游市场主体提档升级等。

## 第五章 全域旅游目的地要素规划

### 第 17 条 交通规划

#### 17.1 对外交通布局

##### 1. 航空

##### ➤ 完善航线网络

加大潜在航空市场的开发力度,在原有航线的基础上,加大主要航空市场的开发深度,拓展国内、国际航空市场,进一步完善航空网络结构。争取开通对长三角地区、珠三角地区、港澳台、及蒙俄等国内、国际重点旅游客源地的航空市场的开发。

##### ➤ 完善航线航班结构

加大飞往北京、呼和浩特、乌兰巴托等航班密度。努力增开通往国内杭州、济南、石家庄、大连、天津、上海、广州等地及国际乌兰乌德、伊尔库茨克、首尔等基础客源地的航线。加大对东北地区、京津唐地区、长三角地区、珠三角地区、成都平原等重点旅游市场的航线开发,保证旅游主要市场的稳定发展。

##### ➤ 灵活开展包机业务

与旅行社及其他旅游团体建立长期合作关系,灵活开展国内发达地区以及蒙俄、欧美等旅游高端市场的旅游专线和包机业务,加强旅游航空市场营销手段,调整旅游航空收入分配机制,发展多边多赢的旅游包机业务。

##### ➤ 增设地面服务业务

赛乌素机场—市区机场摆渡大巴。实现“下飞机——获取信息——租车或公交旅游”的无缝对接。

## 2. 铁路

### ➤ 改善铁路运输条件

积极与铁道部门沟通，将现有普速列车全面提速，普客、普快变快速。中远程旅客低于 12 小时到达，远程旅客低于 16 小时。非空调车安装空调，减少硬座车节数，增加硬卧、软卧车厢数，对于像北京、天津这样的城市多开全列卧铺车次，保证运量的同时提高服务水平。

### ➤ 开通旅游专列

政府鼓励，选取 1 到 2 家有实力的旅行社牵头，允许多个单位参与合作，组织实施旅游专列“走出去计划”。对外铁路交通规划争取开通北京——二连浩特市和包头——呼和浩特——二连浩特的夏季旅游专列。增开二连浩特到京津冀地区、环渤海地区、东北城市群的旅游专列，积极与当地旅游相关部门合作，开展旅游专列对开、相互宣传等双赢业务。

### ➤ 增设火车站服务

二连火车站旅游服务项目。建设火车站旅游咨询中心，旅游公交站。

## 3. 公路

➤提升公路等级，将现有的 208 国道、309 省道进行扩能改建，分别提升为高速和一级公路。改善二连对外的公路交通条件，缩短与周边城市的时空距离，开通精品旅游线路整合沿线各地旅游资源。

### 17.2 对内交通系统布局

#### 1. 提高公路等级，形成骨干公路客运网

提升二连浩特的公路等级，加大公路密度。通往所有旅游景区景点的公路干线实现等级提升，达到二级以上。重点旅游景区实现三级以上公路与干线联通。

#### 2. 开发风景道网络

以二连浩特一条国道和一条省道为基础，加快投资改造沿线路网形成风景道网络。加强沿线景区与风景道的衔接与协调，形成景区支撑风景道，风景道联动景区的良性发展模式。景区入口道路适度绿化，建设成为景观大道，增强观赏性。

加强各景区之间的氛围联系，以旅游风景道的形式联系机场与游客中心，城市与各景区之间的联系。

机场至城市路段已经有了一段“恐龙迎宾大道”，伊林大道也将建成文化景观突出的城市风景道，未来，北部边境地区联系通道、城市东环路也应注意风景道改造建设。

### 3. 完善停车场建设

在旅游景点出入口附近设置规模适中的公交始发停靠场站、观光巴士停靠站场和私家车停靠站场。

在旅游风景道沿途，选择一些支持游客临时停车观光、休息的地点，根据游客需要与地理条件，设置规模适中的观光巴士停靠站场和私家车停靠站场。

在设施的运用上，注意实现旅游客流和市民客流的有效分流，实现公共交通和私家车的合理交通资源分配，全面落实“公共交通先行”战略；在车辆停靠场附近注意餐馆、购物点、厕所等辅助设施的配套建设。

### 4. 完善自驾车服务体系

大力发展自驾车营地。在主要旅游线路、风景道沿线选择符合自驾车营地条件的地方建设自驾车营地。根据周边资源的特征，采取不同的主题，如草原主题、恐龙主题、民俗主题等。

在苏尼特右旗—二连浩特、锡林浩特—二连浩特、苏尼特左旗—二连浩特等公路沿线建设汽车急救站及观景平台，完善道路标示系统，为自驾车游客和越野车爱好者提供服务。

### 5. 完善旅游公交体系

开通二连浩特旅游公交线路。建议开通一条环形旅游公交，线路走向：南部城市客厅

区—（经伊林大道）—中蒙跨境经济合作区—边民互市贸易区—国门景区—恐龙地质公园、伊林驿站、盐池—火车站—陆桥公园—恐龙博物馆—中蒙国际马术演艺基地—南部城市客厅区。

开通乡村旅游公交专线。市中心商贸繁华地段—赛乌素。

南部城市客厅区、中蒙跨境旅游合作区、恐龙地质公园三个地点设大型公交站。

## 6. 构建汽车租赁服务体系

根据二连浩特的地域状况以及市场区位，游客从旅游客源地来到二连浩特，再自驾游玩的难度相对较大。即便完成也会给游客带来极大的疲劳感。因此强烈建议近期完善汽车租赁服务体系，在公共交通工具租赁的基础上完成小汽车租赁公司的组建。或者与国内大型的租车公司如神州租车、一嗨租车等连锁汽车租赁公司，邀请其进驻二连浩特开展业务。同时与周边城市如苏尼特左旗、苏尼特右旗、锡林浩特、阿尔山、呼伦贝尔等地联合，构建汽车租赁服务网络，实现异地还车。

## 7. 慢行系统

响应低碳发展的号召发展慢行系统，同时游客可以通过慢行系统的发展更深入的体会生态环境。在市区通往景区以及景区内部建设富有特色游客徒步、自行车通行的道路。

## 第 18 条 旅游服务设施规划

### 18.1 发展目标

通过 3—5 年的努力，二连浩特构建以门户休憩接待中心为引领，自驾旅游基地、门户接待设施区和配套服务区为主题的旅游服务体系。根据 5A 级景区评定标准配套相应接待服务设施、医疗及安全保障设施和环卫设施。

### 18.2 旅游服务设施规划要点

#### 1. 构建旅游服务体系

### （1）南部门户休憩接待中心

设于道路交叉口西南。以恰克图影视基地主要建筑为游客中心主体功能区，分为休憩中心主楼及休憩副楼两组建筑；沿 G208 设大型旅游停车场，结合道路绿带，建设景观生态停车场；休憩中心北侧设旅游公交总站及机场摆渡大巴站，方便游客到达与换乘；租车中心与大型停车场靠拢布置，充分利用停车空间。

### （2）中蒙俄跨境自驾旅游基地

设于游客中心南部的开阔用地内，紧邻 G208。

### （3）门户接待设施区

设于用地西侧，为南北狭长的长方形地块，同时对接游客中心、跨境自驾基地及奇石文化园布置相应餐饮住宿生活服务等门户接待服务设施。

### （4）配套服务区

围绕门户接待区布置加油站、加气站、汽车维修基地等配套设施。

## 2. 配套其他服务体系

### （1）标识系统及导览服务设施建设

完善旅游标识系统和公共图形形象建设，优化提升各景区内部的指示牌、导览图、标识系统、电子解说系统及道路标识。

### （2）医疗及安全保障设施

提升景区安全装备建设。提升优化紧急避险场、紧急疏散通道建设。提升各景区医疗站，与市医院建立旅游救护应急机制。

### （3）旅游厕所建设

加强通往各景区沿线及景区内部旅游公厕建设，按 A 级厕所标准，建设布局合理、数

量足够、外观优美的旅游厕所。提升各景区垃圾收集系统，建设各景区垃圾转运站，做到垃圾及时全部清运处理。重视各游览区、服务区的污水管网建设，纳入二连浩特城市污水管网。

## 第 19 条 住宿业规划

### 19.1 发展目标

2016-2020 年，根据需求适度增加星级宾馆及主题酒店。二连浩特市旅游住宿接待设施的空间布局应针对市场需求，高、中、低档合理搭配，固定设施、临时设施适当结合。针对二连浩特市旅游客流季节性较强的现状，除有计划地进行住宿设施的建设外，还可通过技术手段进行缓解。通过 3—5 年的努力，二连浩特构建以星级饭店为主体，社会旅馆为补充的结构合理、数量充裕的住宿业体系。星级饭店要重点升级改造；社会旅馆要重点发展经济型酒店、商务饭店、度假饭店、汽车旅馆、家庭式公寓和民宿等。

### 19.2 住宿业规划要点

#### 1. 总体数量规划

根据二连浩特接待旅游人次的预测，2015 年接待人数为 174.1 万人，2020 年预计接待人数为 286 万人。按人均停留时间分别为 1.5 天、2 天。饭店平均出租率应为 60%、70% 计算，则相应的床位需求量为 1.19 万张（2015 年）、2.11 万张（2020 年）。

#### 2. 档次结构规划

##### ➤ 星级酒店

结合二连浩特市及周边城市经济发展水平，根据现有的基础，规划建议近期全市建设五星级酒店 1 家；通过升级改造和新建，实现四星级酒店 2 家；鼓励现有星级酒店升级改造，实现三星级酒店 10 家；一、二星级酒店 40 家；对其余的社会宾馆及招待所进行规范管理。

##### ➤ 经济连锁型酒店

通过引进标准化经营的经济型连锁酒店集团（如家、锦江之星、速八、格林豪泰）等，对二连浩特市二星及以下的星级酒店和有条件的社会旅馆进行改造。争取到 2020 年经济连锁型酒店达到 10 家左右。

### ► 农（牧）家乐

农（牧）家乐的发展，对促进乡村旅游、调整产业结构、建设区域经济、加快农（牧）业市场化进程有着积极的意义。农（牧）家乐的发展，不仅增加了农（牧）户的经济收入，游客也为农（牧）户带来了新思想、新观念，使其及时了解到市场信息，从而使生产经营与市场需求相接轨。二连浩特市要鼓励农（牧）户参与到旅游发展中来，并出台相应的管理措施，使农（牧）家乐规模化和规范化。

## 第 20 条 餐饮业规划

### 20.1 制定《旅游餐饮业规范》

建议由食品药品监督管理局牵头，质监局参与共同制定地方规范——《旅游餐饮业规范》，《规范》应包含“餐饮业食品安全规范”、“旅游餐饮企业服务规范”、“旅游餐饮业评级标准”、“旅游餐饮投诉处理标准”等内容及实施细则。用以规范行业行为，为游客提供安全舒适的餐饮服务。

### 20.2 挖掘地方风味饮食资源

在中、蒙、俄特色饮食文化基础上，开发具有地方特色风味的饮食产品。

### 20.3 鼓励旅游餐饮企业经营

对于继承、开发民族特色菜品或在旅游景区景点内经营特色旅游菜品的餐饮企业给予一定的政策支持，如优先入驻小吃街、餐饮街，一定程度上的税收减免，简化开业流程等。

### 20.4 形成旅游餐饮体系

建成如表 5—1 所示的旅游餐饮体系，满足市民及游客的不同就餐需求。其中的少数特色餐厅、生态餐厅应注重装修风格、服务风格等与餐厅主题的一致性，并加入少数民族

表演活动等，营造独特就餐氛围。

餐饮企业类型	经营位置	主要产品
特色小吃	小吃一条街、旅游景区景点内	少数民族风味和地方特色小吃
蒙古族特色餐厅	旅游景区、市区	高中低档蒙古族特色菜肴
驿站主题餐厅	伊林驿站旁边	驿站文化菜品
边境口岸风味餐厅	国门附近	中蒙友谊风味餐饮
生态餐厅	市区、生态旅游景区	原料为绿色材料的菜肴
高中档中式餐厅	市区中高档主要在旅游饭店内及附近	中餐

表 5—1 旅游餐饮体系

## 第 21 条 旅行社规划

### 21.1 发展目标

引导二连浩特旅行社企业重组或联合，争取在五年内培育 1 家涵盖所有业务范围的二连浩特旅行社龙头企业，培育出若干家特色化的专业旅行社。到 2020 年形成大、中、小一体，特色鲜明的旅行服务层次体系。

### 21.2 规划要点

#### 1. 政府引导，规范管理

二连浩特旅行社发展处于起步阶段，市旅游委一方面要加强对旅行社人员的培训工作，提升从业人员素质，引导旅行社自主经营、自我发展；另一方面要积极引导旅行社形成合力，共同开拓市场；还要加大对旅行社经营管理的监督，保证旅行社合法经营，防止违规违法行为的发生，保障旅游者的合法权益与旅行社企业的公平竞争。

#### 2. 广开渠道，开拓市场

通过二连浩特本地旅行社接待的旅游者数量有限，说明本地旅行社与客源地旅行社之间的合作存在障碍。因此，需要各旅行社构建自己的营销渠道，大力向京津冀晋地区、长三角地区、珠三角地区推销二连浩特及周边地区的旅游线路，并与这些旅游客源集中的地区建立销售合作关系。

### 3. 塑造品牌，优化功能

#### ➤ 打造旅行社龙头企业

积极扶持二连浩特骨干旅行社发展，加快旅行社对外开放，积极引进国内外著名旅行社，通过重组、改制、嫁接等途径，推动旅行社规模化、集团化和网络化建设，培养 1-2 家有较大规模和实力，在国内外有一定影响的旅行社“龙头”企业，增强旅行社的市场竞争力，并鼓励旅行社以品牌为纽带跨地区联网经营。

#### ➤ 优化中小旅行社功能

加强对中小旅行社的管理与指导，鼓励中小旅行社突出特色经营，开发和推销多类型、多档次、多元化的旅游产品，逐步从单一的观光旅游向观光旅游、休闲度假旅游、专项旅游并重转变，提高专业化服务质量，避免同一产品领域内的过度竞争、恶性价格竞争。

### 4. 区域合作，做大做强

首先是加强与省外及区内旅行社的合作，实现信息共享，资源共享，客源共享。将二连浩特的旅游产品同周边较为成熟的旅游产品捆绑，通过其他地区旅行社的旅游产品组合推销到区内外市场中去。最后对内要加强与景区、景点、酒店、旅游大巴公司等旅游接待单位的合作。

### 5. 苦练内功，加强管理

适当提高旅行社从业人员资格准入学历要求，旅行社要制定有效的激励措施，鼓励低学历的员工积极参加学历教育。把旅行社的持证导游员从旅行社中剥离出来，加上社会兼职导游，归入导服中心统一管理，让导游走专业化道路，从而提高专业化水平，适应游客对产品服务的专业化要求，并能达到规范市场秩序的目标。

## 第 22 条 旅游商品规划

### 22.1 规划思路

1. 尽快制定旅游商品研发方案，按照不同档次，开发突出地方特色、民族特色适应

游客心理需求的旅游商品。

2. 立足二连浩特特点，推陈出新，开发有特色、附加价值高、品位高，发展潜力大并集观赏性、收藏性、馈赠性于一身地方特色的旅游商品系列。

3. 要将旅游商品作为城市名片来精心开发，突出体现纪念性、艺术性、实用性，体现二连浩特特色、三国民族风情、地方区域特点。

4. 要加入科技含量，在提高附加值的同时，也要充分考虑环保和低碳因素。

## 22.2 规划内容

根据二连浩特资源状况和地理区位特点，规划建议要大力开发以下系列旅游商品，并使其逐步成熟化。

### 1. 三国风情系列

二连浩特地处边境，异国风情、边境风情是最大的卖点。建议开发以下几个方面的旅游商品：

第一、主要是利用得天独厚的区位优势，通过边境贸易的形式，大力营销周边和邻近国家的质优价廉、造型精美、充满异国情调的旅游商品。主要包括富有俄蒙风情的服装、生活用品和食品等。

第二、另外集中打造边境系列图书、光盘、纪念册，可以为游客提供更加丰富多彩的边境信息和知识，给其留下深刻的印象。

第三、毛皮制品系列。在传统毛皮纪念品的基础上提供个性制作。游客提供照片或是现场照相，游客选定风格、图案后由专业工匠进行制作。

### 2. 草原风情系列

充分利用和挖掘蒙古族在饮食、服饰、居住、生产、生活、节日、庆典、娱乐、社交礼仪、婚嫁、宗教等方面风俗习惯的独特性和神秘性，将其中具有独特性、实用性、艺术

性、纪念性的用物，开发为旅游商品。包括民族服装服饰、民族工艺美术品、民族乐器等，比如成套的民族服装、壁挂、金银饰品、蒙古刀具、摔跤服等。要在传统工艺的基础上力求创新，形成多品种，中小批量生产地格局。

另外，草原食品也是一个重要的旅游购物品，目前市场上提供的主要是牛肉干和奶酪制品，再多开发出些品种，制作具有二连浩特特色的食品。并建立统一的品牌，打造二连浩特的品牌效应，进行一条龙生产、一条龙销售、一条龙服务。

除食品以外，提供草原明信片，水墨画等易携带的纪念品。并可进行游客肖像描绘，肖像的背景是草原和湖泊，不仅仅是简单的勾勒。

### 3. 恐龙系列

恐龙资源是旅游商品丰富的基础。可以开发出各色工艺品、玩具、模型、书籍、图画等等，也可以包括钥匙链等纪念品。东西虽小，但吸引力大，而且容易携带。

### 4. 茶叶之路系列

茶叶之路是很好的旅游商品设计基础。依托茶叶之路的历史，可以分为两种思路设计制作销售旅游纪念品。第一，将茶叶之路上贩卖的各种茶叶制作成旅游商品，供游客购买；第二，茶叶之路的历史剖析等书籍。

## 第 23 条 产业和产品规划

### 23.1 产业规划

建立文化旅游产业体系。整合二连浩特文化旅游资源，围绕驿站文化、边境文化和恐龙遗迹等文化主题，以市场需求为导向建立起由文化旅游吸引物业态、文化旅游服务接待业态、文化旅游商贸配套业态组成的三级文化旅游产业体系。

提升文化旅游产业附加值。通过对文化旅游资源价值的挖掘，规划和设计文化旅游产品，凸显文化旅游产业价值。

促进文化旅游和其他产业进行融合，将科普教育产业、汽车产业与文化旅游产业进行

跨界合作，形成产业融合。

## 23.2 产品谱系

二连浩特的旅游产品分为五大类产品，包括自然观光产品、文化体验产品、运动休闲产品、度假产品和特色旅游产品。

## 第24条 主题旅游产品设计

### 24.1 文化体验产品

依托边境特色、茶路驿站、恐龙遗迹等核心资源，打造系列体验产品。

#### 1. 驿站文化体验之旅

驿站文化是二连浩特的品牌之一，因此全面依托各种特质的景区和文化符号，开展驿站文化体验之旅。

驿站遗址怀古之旅：把驿站遗址进行整治，游客到伊林驿站遗址怀古追思，合影留念。

驿站博物馆教育之旅：驿站文化是移动文化最集中的代表。丰富后的驿站博物馆将各个时代、各国各地、各具特色的驿站，使游客可以在知识储备上、文化素养上得以提高。

驿站博览园观光之旅：以驿站博览园为载体，以观光休闲、主题酒店住宿为主要产品，带给游客寓文化与趣味于一体的体验。

#### 2. 边境文化体验之旅

以“界碑-国门-边境线”为主线，挖掘边境资源，完善产品链条。

界碑-国门-边境线观光：邮寄明信片，购买纪念邮票及拍照留念等；

国门景区观光体验：国门景区汇集各地的国门，对了解边境、边防的历史、国境线的走向有实物体验，能够面向各年龄段的游客增强吸引力；

边境自驾游体验：在国境线之内对外开放的边境公路上，以自驾车的方式体验边境风

情；

跨境自驾游体验：参加中蒙俄跨境自驾车游、自行车游，以自驾车的方式体验各国风情。

### 3. 民俗文化体验之旅

依托核心景区：整个二连浩特市；重点产品是策格马产业园区、各类民族演艺、主题酒店等。二连浩特市尽管是火车轮上的城市，是移民城市，但其所处的周边环境是蒙古族世居所在，草原上的民俗风情浓郁。民俗文化通过特色餐饮、特色演艺表达出来。在规划设计中的主题酒店、特色演艺中可以得到民俗文化的体验。

### 4. 商贸文化体验之旅

以中蒙俄商贸街为物质载体，以中蒙跨境旅游合作区为大环境，以中蒙俄合作论坛为会议载体，体验中蒙俄三国的商贸文化。中蒙俄合作论坛期间，举行商贸促进会、特色商品展示会等，同时也可以将茶叶节等节会纳入其中。

## 24.2 观光产品

依托核心景区：恐龙大道、地质公园；

辅助景区：整个市域。

### 1. 荒漠观光之旅

依托二连浩特的荒漠资源，采用立体化的游览方式，使游客全方位的领略荒凉之美。借助摩托、汽车、马匹、骆驼等交通工具，开展动态观光，让游客观赏连绵起伏的荒漠地貌，参与或观看沙地汽摩越野、自驾穿越、沙地追星、滑沙等活动。

### 2. 恐龙遗迹观光之旅

以恐龙大道、恐龙地质公园、恐龙博物馆为物质载体，游客通过了解二连浩特乃至中蒙边境大区域内的恐龙生活历史。这一产品对青少年具有很强的吸引力。

### 24.3 运动休闲产品

#### 1. 极限运动之旅

沙漠极限运动：二连浩特有丰富的荒漠资源，依托荒漠可开展极限运动。包括荒漠越野、荒漠自行车、荒漠滑翔伞、荒漠穿越大赛等。

#### 2. 拓展运动之旅

荒漠休闲营地：开展荒漠宿营、骑骆驼、烧烤、篝火晚会、摄影等项目。

### 24.4 商贸旅游产品

依托二连浩特独特的边境优势，将中蒙俄三国的特色旅游产品、商品的旅游需求在二连浩特得以满足，以中蒙特色购物街区、跨境经济合作区、边民互市贸易区为依托，形成中俄蒙三国商品的集散地。游客可以在这些地方购买到三国的纪念品和商品。

### 24.5 专项科考旅游产品

#### 1. 边境科考旅游

铁路换装厂、边境线作为边境科考的景区，游客可通过观看火车换轮、换装过程了解边境铁路的制式等知识。

#### 2. 恐龙科考旅游

与挖掘队合作，在挖掘季节以高收费限量游客进入到挖掘现场，同时也使恐龙爱好者、科考爱好者一偿夙愿。

#### 3. 茶叶之路科考旅游

联合茶叶之路的城市共同举办茶叶之路相关旅游项目，在二连浩特主要以驿站遗址为载体了解茶叶之路的历史。

## 第25条 旅游产品线路设计

合理的线路组织是美好的旅游体验得以实现的前提，本规划提供一些线路设计的建议。二连浩特旅游线路主要包括两个层次，一为市内旅游线路设计，一为区域旅游线路设计。

### 25.1 市内组合路线

市内组合游线是依托二连浩特内各个旅游资源，面向不同客源地组合成旅游环线，可根据游客不同的旅游产品偏好增删景点，组成能够满足不同地域、不同游客爱好的旅游线路产品。

#### ➤ 精华一日游

宾馆出发——恐龙地质公园及驿站博览园——午餐（驿站博览园）——界碑与国门观光——复合式国门景区——购物街——宾馆

#### ➤ 精华景点两日游

D1: 宾馆——恐龙地质公园（科考+博物馆+游乐场+午餐）——文化演艺（文化体验、晚间休息）——恐龙主题酒店

D2: 恐龙主题酒店——复合式国门景区（边境文化体验）——茶叶之路博览园（午餐）——中蒙特色购物街区购物——离开二连

### 25.2 市外联合游线

市外联合游线是依托二连浩特国门、恐龙地质公园、茶叶之路博览园等龙头旅游景区，联合市外旅游城市及其境内的特色旅游景点，通过公路交通、铁路交通、航空交通等，连接主要客源城市，经旅行社或自驾游客根据需要增删景点后组成旅游线路产品。

#### ➤ 近域游线（三天线路）

D1: 二连浩特市内：国门景区——地质公园——晚上特色演艺

D2: 茶叶之路博览园——苏尼特右旗德王府——牧民之家午餐——温都尔善温泉住宿体验

D3: 温泉出发—苏尼特左旗草原石林景区—回到二连浩特

➤ 中蒙跨境观光体验游线

D1: 二连浩特市内旅游，办理各项出境手续

D2: 扎门乌德一日游

➤ 中蒙俄自驾车游线

L1: 二连浩特—乌兰巴托—乌兰乌德—贝加尔湖—赤塔—满洲里 12 日自驾游；

L2: 二连浩特—乌兰巴托—库苏古勒湖—哈拉和林—乌兰巴托—二连浩特 9 日自驾游；

L3: 二连浩特—乌兰巴托—特日乐吉度假村—十三世纪蒙古部落—克鲁伦河—二连浩特 7 日自驾游；

L4: 二连浩特—东戈壁省赛音山达 3 日自驾游。

➤ 自行车骑行线路

L1: 二连浩特—扎门乌德—赛音山达—乔伊尔—特尔勒吉—乌兰巴托往返 15 天骑行游；

L2: 二连浩特—扎门乌德—赛音山达—乔伊尔—特尔勒吉—乌兰巴托单程 8 天骑行游。

## 第六章 市场定位与营销规划

### 第 26 条 市场定位

#### 26.1 市场定位

**国内市场定位：**一级市场，内蒙古自治区、山西、北京、天津、河北；二级市场，华东、华南、西南等远程市场；三级市场，东北三省、宁夏、山东等。

**国际市场：**一级市场，蒙古和俄罗斯；二级市场，日韩；三级市场欧美。

#### 26.2 细分市场

- 学校学生
- 城市上班族
- 离退休人员

### 第 27 条 市场规模预测

年份	折中预测	
	旅游人数（万人次）	同比增长%
2016	198.741	8
2017	214.640	8
2018	236.104	10
2019	259.714	10
2020	285.685	10

表 6—1 旅游人次预测

### 第 28 条 营销规划

#### 28.1 市场开发战略

- 产品组合战略

- 合作营销战略
- 旅游形象战略
- 智慧营销战略

## 28.2 国际市场营销策略

### 1. 细分市场推广侧重

- 以口岸城市为依托，强化与蒙古国、俄罗斯的商贸旅游

长期以来，蒙古国、俄罗斯一直是二连浩特市的主要境外客源市场。在此基础上应进一步强化商贸旅游。

- 面向日韩市场分析游客人口统计特征，力求旅游产品的多样化

日本是东亚地区经济水平最高的地区，也是出游能力最强的地区。由于经济水平高且人口趋于老年化，日本游客对接待及服务设施的舒适度要求较高。日本游客对旅游时间和旅游计划要求较高，要求路线安排及组织上的周密。因此，把推介重点应放在蒙古族文化、恐龙园和蒙俄边城风情项目上。

- 欧美市场

欧美是传统的旅游客源地，也是中国的重要国际旅游市场。欧美对中国的文物古迹、名山大川、历史文化和民俗风情情有独钟。然而，从目前二连浩特市旅游产品的吸引力来分析，二连浩特市直接招徕欧美旅游者还存在一定的难度。但可以借助北京、西安等旅游热点城市，间接招徕欧美旅游者。通过加强与周边热点旅游区域的线路产品组合营销，培育和拓展这一客源市场。最后利用大型赛事的契机，吸引入境游客。

### 2. 渠道策略

- 国际市场团队游客

对于国际市场团队游客的争取，二连浩特市在渠道上可以加强与国旅、青旅和港中旅的入境业务的联系，这三大社在入境旅游市场上还是占据着绝对的优势。

## ➤ 国际市场散客

由于二连浩特市具有国际吸引力的旅游产品具有一定的特殊性，在营销渠道的选择上，建议多开展公关活动，通过事件营销和精准营销的方式，有效地获取国际市场散客。

## 28.3 国内市场营销策略

### 1. 价格策略

#### ➤ 灵活定价策略

二连浩特的旅游季节性特征明显，可以考虑采用灵活定价的策略，调整淡旺季价格，利用价格调整市场需求。

#### ➤ 旅游年票制策略

对本地居民实施优惠，鼓励本地居民的旅游休闲活动。

#### ➤ 旅游邀请函策略

适时对外地市场发放旅游邀请函，邀请函附有二连浩特景区景点的优惠券，从而吸引外地游客前来。

### 2. 营销渠道策略

#### ➤ 智慧营销平台建设

采用网络团购、旅游消费券、电子门票赠送、一卡通优惠等吸引游客参与，从而形成有效的智慧营销效果网络评价体系。二连浩特智慧旅游营销平台的组成应包括二连浩特边境旅游门户网站、二连浩特旅游形象展示中心、二连浩特旅游综合服务中心、二连浩特各景区/景点门户网站、官方主页以及各智慧旅游企业营销网站等。

★加快二连浩特旅游信息化平台建设，打造旅游体验网。运用交互式多媒体技术、全景虚拟技术、数字地图、三维立体动画等多种高端数字技术，将旅游资源、产品、要素有机串联起来，为游客提供网上游二连浩特的独特体验。

★构建一体化、综合性旅游服务平台。推进 12301 旅游公益热线、旅游网和旅游综合服务中心无缝对接，构建一体化的综合性旅游服务平台，向游客提供包括网络资讯、手机短信、彩信、电话咨询等内容更加丰富、方式更加灵活多样的旅游信息服务，逐步完善网上咨询、企业从业人员搜索、预订、支付、投诉等多种服务功能，为游客提供更加便捷的在线信息服务。

★开展博客营销。邀请旅游业名人、旅游达人、专栏作家等在一些知名度大的网站开辟博客专栏。在天涯社区、搜狐社区、驴友论坛、同城网等网站，由旅游达人、通过发布二连浩特旅游攻略，提升其旅游的关注度。

### ➤ 媒体创新

★设计二连浩特形象吉祥物，作为促销或者旅游纪念品；

★设计建造形象广告城际流动车，定期在全国重要城市巡游；

★与二连浩特服饰生产厂家合作，设计制作二连浩特传统形象服饰，可以作为礼品赠送和纪念品出售；

★编辑具有收藏价值的二连浩特风景画册、邮册，要与一般的旅游手册相区别。

## 3. 促销策略

### ➤ 旅游市场形象推广口号

◇ 圆恐龙之梦，赴中蒙之约——二连浩特欢迎您

◇ 祖国北大门，草原恐龙城

◇ 北国二连，恐龙之乡

◇ 中国正北，二连醉美

◇ 边关驿站别样情，二连浩特欢迎您

◇ 跨境自驾车的乐园

◇ 地平线尽头的梦幻边城

◇ 白垩恐龙天堂 跨境自驾乐园

### ➤ 赛事活动与节事活动

通过策划和组织几个大型宣传促销活动，运用大手笔，形成大声势，造就大影响，吸引大人流，产生大效益。定期组织汽车自驾游活动，汽车拉力赛等赛事活动。在特定节日进行节事活动，如在国门景区进行爱国主义教育。在各种活动前进行宣传，与目的地的旅行社或汽车俱乐部组织进行合作。将恐龙遗址地质公园作为青少年自然知识教育基地，与教育界联合在中小学生在中组织以教育为目的的团队旅游。

### ➤ 客源地推销

针对国内市场推出交通节点广告轰炸。交通节点在传播网域上是最具发散性的部分，历来受到广告主的重视。在通往内蒙城市主要的交通节点上以及主要客源城市的地铁站、火车站、机场、汽车站以及重要客源地的市内交通干线发二连浩特的形象广告，能起到事半功倍的效果。但是应该注意的是，广告表现和制作一定要醒目

### ➤ 旅游分销系统构建

建立营销战略合作伙伴关系，构建旅游目的地分销系统，将广告与销售的联动相结合，形成旅游销售体系。主要通过政府及企业的推广系统，成立旅游营销推广部门，进行销售渠道的建设。

#### （1）旅行社营销系统建设

★引进大型旅行商及战略伙伴，形成大体系的销售系统；

★与大型旅行社合作，在北京、呼和浩特、太原等重点城市建设旅游旗舰店或旅游形象店，将旅游精品线路、景区、酒店、机票等相关产品，以“专卖”的形式进行包装，以“品牌”的方式进行推广，从而满足游客的个性化需求，承载二连浩特旅游“形象大使”、“宣传大使”和“服务大使”的职能；

★整合全市的中小型旅行社，建立旅游批零体系，形成专业化、专门化的营销系统；

★实施旅游专列、旅游包机、自驾车队来二连浩特旅游的优惠政策，鼓励旅游专列、包机业务，政府及旅游主管部门要积极与交通运营部门建立合作关系，在重大节庆及旅

游旺季，适时增开与沈阳、北京、上海等国内主要客源地的旅游专列，旅游包机等。

## （2）创新年票制度

★鼓励 A 级景区加入，提高景区、景点重游率；

★加强区域合作，逐步实现与苏尼特左、右旗等周边城市的联合年票制度，扩展地域发放范围；

★在远期推行二连浩特旅游一卡通，也可以与整个锡林郭勒盟合作。既是一种免费的广告卡，又可以通过与酒店、餐馆、酒吧、旅游纪念品商店、旅游巴士、旅游专列、旅游包机等经营企业合作，为持卡游客提供切实的优惠服务；

★远期面向不同消费人群、推出年票系列产品，以多样化的组合方式，实现游客和企业的双赢。例如，面向本地市民和外地游客的旅游卡在景点类型的选取上会略有不同；旅游卡的优惠方式也可以多样化，既可以采取免门票的方式，也可以采用优惠券、折扣券的方式，采取灵活的营销策略。

### ➤ 公关活动

★由政府主要领导带队，组织旅游企业赴周边主要客源地进行城市旅游推介活动，采取新闻发布会、走访客源地旅游企业等方式，主动出击；

★组织国内一流网络、电视、平面媒体的编辑记者来二连浩特进行参观考察，如香港凤凰卫视、台湾东森电视台、国家地理杂志、中央电视台、新浪网、搜狐网等；

★开拍 1-2 部历史人物或茶叶之路，驿站文化等的电视剧（电影），拍摄地点在二连浩特。

### ➤ 广告宣传

媒体宣传是重要的旅游促销策略，项目组根据二连浩特市的国内市场定位情况，对不同市场应选取的媒体宣传方式和强度给出了参考建议（如：表 6—2 媒体宣传）。

广告类型	针对市场	媒体选择
电视广告	全国旅游消费者	旅游频道 20:30 《有多远走多远》与 21:00 《体彩开奖》节目之间，旅游目的地宣传广告。
网络媒体	城市白领	携程旅行网，发布二连浩特市旅游介绍，及近期旅游活动；驴妈妈网站、百度旅游、百度贴吧等发布二连浩特旅游攻略。
纸质媒体	北京旅游客源市场	《新京报》：可在 4、5 月份，发布整版的二连浩特旅游目的地介绍；6-9 月，发布照片及部分旅游活动报道。
	全国自驾爱好者	《自驾旅游》杂志
	全国航空人士	《草原人文地理》杂志。
	天津旅游客源市场	《每日新报》：可在 4、5 月份，发布整版的二连浩特旅游目的地介绍；6-9 月，发布照片及部分旅游活动报道。
路牌媒体	自驾游客源	在二连浩特相连的国道、省道上，设立路牌广告，以吸引到该区域自驾游的游客。
广播媒体	全国市场	中央人民广播电台音乐之声（不同地区，调频不同），上下班高峰时段，播放二连浩特旅游广告
	北京市场	北京交通广播 FM103.9，上下班高峰时段，播放二连浩特旅游广告
电视节目	内蒙古客源	录制《二连浩特全域旅游系列宣传片》，每周末在内蒙古电视台播放，并以有奖问答的形式，鼓励观众参与互动。
新媒体	微信，微博等	建立二连浩特的旅游公众号，定期发布旅游信息

表 6—2 媒体宣传

## 第七章 支持保障系统规划

### 第 29 条 管理体制规划

#### 29.1 规划思路

二连浩特旅游业的发展需要在运行机制上进一步强化政府主导作用，构建以政府引导、组织协调、企业参与、内外联合的旅游管理平台，充分调动社会力量参与全市旅游产业发展的积极性，增强旅游产业发展的动力。建立全市旅游发展宏观引导和协调机制，形成政府机构上下联动、全社会广泛支持旅游发展的宏观环境；建立适应二连浩特旅游产业规划的管理体制；保障信息沟通渠道畅通，提高决策科学水平，建立畅通的信息沟通渠道，使管理部门能够获得各方面的意见与建议，避免旅游业发展的本位思想。

#### 29.2 规划要点

##### 1. 成立旅游发展委员会

###### ➤ 成立旅游发展委员会

二连浩特市应在 2016 年前成立旅游发展委员会，合并相关委局，下设各职能部门，各部门各司其职，做好资源普查、市场调研、市场营销、行业管理等各方面的工作。其中内设机构应包括：办公室；对外合作；市场开发科；行业管理科；规划统计科。组建旅游综合执法机构，建立 1+3 执法体系。

###### ➤ 建立适应旅游业发展的协调管理机构

- 完善行业协会；
- 旅游景区成立旅游发展公司。

###### ➤ 旅游管理机构能力

- 提高各级旅游行政主管部门的行政能力。
- 全部门营销。

## 2. 搭建旅游招商引资平台

二连浩特政府主导搭建支持旅游产业发展的招商引资平台，吸引更多的民间资本和境外资本投入旅游开发建设，放大政府资金的引导效应。

▶搭建招商引资项目平台，通过推出一批景区、酒店、餐饮、交通等商业性的旅游投资项目，瞄准国内外大型旅游企业集团，鼓励民间资金、国有资本、台港澳侨资金投入。

▶搭建招商引资信息平台，通过提供完善的招商信息服务，逐步建成统一的招商资源网，统一发布信息，实现信息的无缝对接。

▶搭建招商引资政策平台，制定包括土地、税费及配套优惠政策在内的招商引资优惠扶持政策体系，构建健全的金融体系和法律框架，保护投资主体合法利益。

▶搭建招商引资服务平台，树立服务客商的理念，不断完善优化旅游发展投资环境，扶持企业快速发展。

## 3. 建立旅游发展多方合作机制

▶在现有的合作基础上，加强与俄罗斯、蒙古两国交通部门、安保部门、旅游部门协商合作，允许我国自驾车进入两国开展旅游活动。

▶加强与区内外合作开发旅游项目，在旅游业信息交流、客源互送、资源开发、产业投资、市场互动、企业管理等方面，进行广泛对接和合作。

▶与内蒙古自治区内外高校合作，建立科研、教学和实习基地，加强对二连浩特旅游产业发展的智力和人才支持。

## 第 30 条 全域文化旅游发展政策规划

### 30.1 完善有利于文化旅游产业发展的用地政策

积极探索建立土地整理平台，合理利用土地的管理制度，推进土地管理制度的改革

和创新，在保障文化旅游产业建设用地供应方面实现突破。

### 30.2 完善有利于文化旅游产业发展的投资融资政策

深化旅游投融资改革，探索灵活多样的投融资渠道，按照“谁投资、谁开发、谁保护、谁受益”的原则，对部分旅游文化产业基础设施实行“政府主导规划、企业投资开发、市场模式运作”的投融资机制，鼓励各种经济成分的社会资金投入旅游文化产业基础设施建设，鼓励投资者采用BOT、TOT、ABS、PPP等融资方式，加快文化旅游产业基础配套设施建设，着力解决旅游基础设施建设中的资金短缺问题。

### 30.3 建立优质文化旅游资源开发政府担保机制

引导国有大企业和有实力的外商、民营企业积极投入优质旅游文化资源的开发；通过该机制的建立，有利于利用旅游国债投入、门票抵押贷款、政府担保贷款、发行旅游债券和股票等多种融资方式，多渠道争取社会资金投入旅游文化开发建设，加快口岸文化旅游产业发展进程。

### 30.4 建立重点旅游开发财税配套优惠机制

加大财政税收对文化旅游产业的扶持力度，运用财政投入、财政补贴、贴息贷款、减免税收等多种手段发挥财政投入的导向性作用，支持重点文化旅游项目和基础设施建设。进一步加大文化旅游项目招商引资力度，不断优化文化旅游项目投资环境，切实解决文化旅游产业建设资金“瓶颈”问题。

### 30.5 完善有利于文化旅游的保护政策

加强立法，通过舆论、媒体等多种途径强化居民和旅游者对传统文化的尊重、维护和发扬，对少数民族优秀文化艺术进行合理科学的开发利用。推行资源环境保护补偿制度、文化旅游资源及环境保护责任制度，建立社会监督、社区监督的机制。促进文化旅游管理体制改革，严格文化旅游开发环保审批制度，建立环境影响责任制。

## 第31条 人力资源规划

### 31.1 加强旅游业公务员队伍建设

▶选送公务员到旅游院校有目的的进修深造。

▶以请进来方式迅速补充所需旅游高级人才。

### 31.2 加强旅游企业管理者队伍建设

▶坚持就地培训与引进相结合的原则，争取引进一批中高级经营管理人才和有专业技术的人员。同时在当地培养和选拔一批优秀的现职人员，充实到旅游行业的各级领导层。

▶采取培训、就业和人事管理制度相结合的原则，实行“先培训，后上岗”和“持证上岗”的制度加强在岗培训。

▶利用在职培训与院校进修相结合的形式，充分利用各类高考旅游专业院校进行远程授课等形式，提高现有从业人员素质。

### 31.3 加强对急需旅游专业人才的引进和培养

▶针对二连浩特旅游业发展的现状，研究制定有利于人才开发的政策措施，用好当地人才，吸引外地人才，加快人才交流步伐。

▶适度引进旅游业发展所急需的旅游电子商务、会展策划、景区规划、宣传促销等专业技术人才，实现管理和服务水平的新提高。

### 31.4 加强院校合作，推进在职行业培训

▶建立院校、企业和社会三结合的旅游培训教育体系。

▶针对旅游饭店、旅游景区（点）、旅游购物场所的服务员，旅游车公司的司机、服务员等，充分利用内蒙古旅游专修学院、内蒙古旅游培训中心师资力量，对现有从业人员进行职业培训、岗位培训、业务培训、技能培训和资格认证培训。

▶根据二连浩特旅游产业发展的实际，做好新进入行业的人员培训工作。

▶鼓励旅游院校的教师到旅游企业挂职、兼职实践，提升业务能力。

▶企业有计划、有步骤地将员工送至院校培训，院校借助企业设施改善教学条件。

### 31.5 加强全民教育

举办党政领导旅游科学和旅游产业问题研修班，在党校和行政学院开设旅游课程，提高党政领导的管理水平和决策能力。

通过报刊、广播、电视和信息网络及知识竞赛等方式，开展广泛的旅游宣传教育，提高全民的旅游意识，培养文明待客、文明旅游观念。

## 第 32 条 安全保障规划

### 32.1 规划思路

▶二连浩特在巩固良好的社会治安环境下，还应建立完善的旅游安全预警系统、旅游安全控制系统、旅游安全救援系统、旅游安全保险系统等，为二连浩特的旅游安全提供法律依据，保障旅游活动的顺利进行和旅游业安全、健康、有序的发展。

### 32.2 安全预警系统规划

#### 1. 游客景区安全防范

▶印发旅游安全宣传册并在各景区入口处的明显位置设立宣传牌，提醒游客相关的安全注意事项。

▶在游客易溺水、易跌倒等易出安全事故的地方，旅游景区管理部门要提前做好预测，做好旅游安全的警示工作。

▶在景区危险步行道路段的两侧及观景点周边设置安全栅栏。

▶在景区内游客的夜间活动区域，应增加照明设施，保证游客夜间游览安全。

▶旅游景区的公共设施如厕所、步道、楼梯要考虑到残疾人、老人和儿童使用的需求，保障这些特殊人群的游览安全。

▶在旅游旺季，应加强对景区治安环境的管理及控制游客最大承载量，避免挤伤、践踏事件的发生。

## 2. 游客旅游住宿安全防范

▶各种住宿设施都要配备必要的消防设施，明确标明安全通道的方向。在住宿设施的大厅或客人集散场所要设立消防安全宣传牌。

▶各星级宾馆要配备相应数量的保安人员，负责客人的财产安全；小的宾馆、饭店要有店主负责客人的人身财产安全。

▶定期对旅游住宿设施的服务人员进行安全教育，提高服务人员的安全意识。

## 3. 游客旅游餐饮安全防范

▶对旅游餐饮设施定期进行卫生检测，尤其是农家乐、特色餐饮单位，保证菜品质量，防止游客食物中毒事件发生。

▶旅游餐饮就业人员必须要获得健康证，预防疾病的传播。

▶注重旅游餐饮场所的消防安全管理，尤其是大型的旅游餐饮饭店要采取各种预防措施，消除火灾隐患。

## 4. 游客娱乐安全防范

▶娱乐场所内一定要配备灭火器材，保持安全通道的畅通。

▶对于娱乐场所内易发生危险事故的位置，要设立安全警示牌。

▶配备专业的保安人员定期进行安全巡查，防止意外安全事故的发生。

▶加强娱乐场所员工的安全防护教育，并制定严格的旅游安全规章制度。

### 32.3 安全控制系统规划

## 1. 建立管理体制

▶ 建立健全旅游行业安全管理网络和安全管理机构，在旅游企业设立专职旅游安全管理人员。

▶ 制定旅游企业旅游安全与防范措施。

▶ 定期进行安全与防灾演习，定期对安全和防灾设施进行检查和维护，保证其处于良好状态。

▶ 在旅游安全突发事件发生时，要第一时间上报本级及上级主管部门，积极组织事故救援和善后工作，保持与新闻媒体和社会公众的良性沟通与互动。

## 2. 强化安全意识

定期对旅游企业员工、管理人员组织、实施旅游安全教育和宣传。

## 3. 建立公共卫生防疫系统

依托现有公共卫生设施，逐步引导其服务功能向景区、景点、饭店等游客比较集中的场所延伸，服务对象由本地区居民扩展到游客服务，使公共卫生医疗设施利用向旅游业扩展，建立起旅游突发事件医疗紧急救援体系。

### 32.4 救援系统建设

- ▶ 建立安全事故处置预案
- ▶ 建立救援组织机构体系
- ▶ 完善医疗急救保障
- ▶ 建立自驾车救援系统

### 32.5 旅游保险系统建设

▶ 旅行社认真贯彻执行旅行社责任险有关规定，在足额购买旅行社责任险的基础上，推出适应游客市场需要的旅游保险产品；

▶旅游景区（点）在销售存在一定风险的旅游产品的价格中，必须包含游客意外伤害保险；

▶旅游交通公司加强对所属车辆经营权的管理，并按照国家及有关部门要求，提高游客乘坐保险和第三者责任保险金额，降低重大旅游交通事故发生带来的经营风险。

## 第八章 近期行动计划

### 第 33 条 旅游规划工作

内 容	执行机构					
	2016	2017	2018	2019	2020	
通过《二连浩特市十三五全域文化旅游发展总体规划》	√	√				二连浩特市人民政府、旅发委
制定《恐龙地质公园 5A 级提升建设规划》	√	√				二连浩特市人民政府、旅发委、 国土资源局
制定《驿站博览园系列规划》（总体规划、控制性详细规划）	√	√				旅发委、文物局
制订《国门景区系列规划》（总体规划、控制性详细规划）	√	√				旅发委
出境自驾车游线设计	√					二连浩特市人民政府、旅发委
二连浩特市市场营销专项规划	√	√				旅发委
二连浩特中蒙风情购物街设计、招商	√	√				旅发委、工商局
二连浩特礼物系列策划	√	√				旅发委、工商局

## 第 34 条 开发项目

项目名称	时 间					负责机构
	2016	2017	2018	2019	2020	
各酒店升级改造	√					酒店、旅发委
城市风格再造	√					住建局
城市标志物建设	√					旅发委
风景道建设、旅游交通标示 标牌系统	√					交通运输局
特色餐饮街区	√	√				工商局、旅发委、卫计局
恐龙地质公园 5A 提升建设	√	√				景区
自驾车租赁服务	√					交通运输局，旅发委
国门景区、驿站博览园建设	√	√	√			旅发委
中蒙论坛立项、组织	√	√				市委、市政府

## 第 35 条 市场促销

内 容	时 间				
	2016	2017	2018	2019	2020
请旅行社作为分销渠道	√	√	√	√	√
总体旅游形象设计（DI）					
设计印制宣传资料（手册、VCD 等）	√	√	√	√	√
网络营销	√	√			
市场促销人员培训	√	√			
参加国内旅游交易会	√	√			
参加国际旅游交易会	√	√			
国际市场代表	√	√			
国内媒体和旅行商的考察旅游	√	√			
国际媒体和旅行商的考察旅游	√	√			

国内商业广告	√	√			
国际商业广告	√	√			
国内主要市场巡回促销，其中：					
京津冀、山西、自治区内主要城市	√	√			
东北三省主要城市		√	√		
山东、宁夏等			√	√	
国际客源市场巡回促销，其中：					
蒙古、俄罗斯	√	√			
日、韩、港澳台		√	√		
其他市场			√	√	√

## 第 36 条 投资促进

内 容	时 间					负责机构
	2016	2017	2018	2019	2020	
定期提供旅游统计分析报告	√	√	√	√		市政府、旅发委
制定投资激励政策	√	√				市政府、旅发委
争取上级财政支持	√	√	√	√		市政府、旅发委
编制项目库和投资小册子	√	√				市政府、旅发委
争取市外投资		√	√	√		市政府、旅发委
建设投资网站	√	√				市政府、旅发委

## 第 37 条 旅发委工作

内 容	时 间					负责机构
	2016	2017	2018	2019	2020	
完善旅游委编制与职能	√					市委、市政府
成立旅游协会、旅行社协会、酒店协会等	√	√				旅发委
完善旅游法规体系		√	√			旅发委
旅游安全体系建设		√				旅发委
推进星级饭店评选		√	√			饭店协会
强化旅游统计工作	√	√	√	√	√	旅发委
建立常态的市场调研工作	√	√	√	√	√	旅发委
编制旅游地图	√					旅发委
建设二连浩特市旅游资讯网	√					旅发委
维护二连浩特市旅游微信公众号	√	√				旅发委
建设并维护旅游数据中心	√	√	√	√	√	旅发委

## 2 规划图件