

# 北京XX运河段旅游区 “规划思路建议书”



北京至道文旅规划院

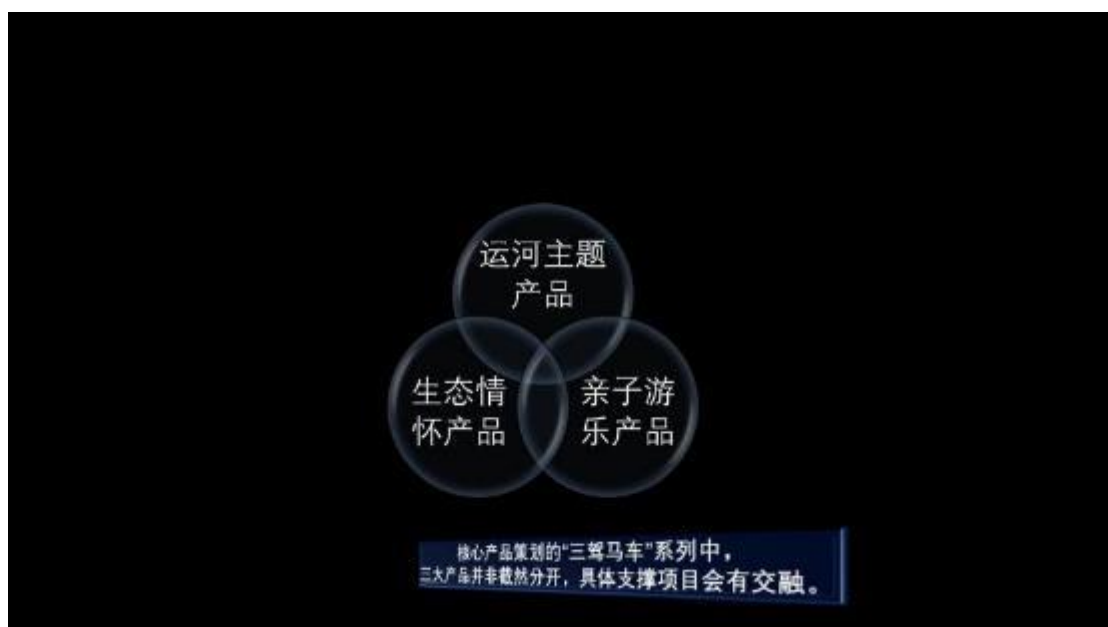
## 项目背景

- 本项目是北京运河中一小段，水面相对开阔，形成一个小微水库。虽然水面仅300亩，但在北京中心城区中，可算是仅次于后海地区的第二大运河文化水面。
- 然而种种原因，该项目一直未得到很好开发利用。

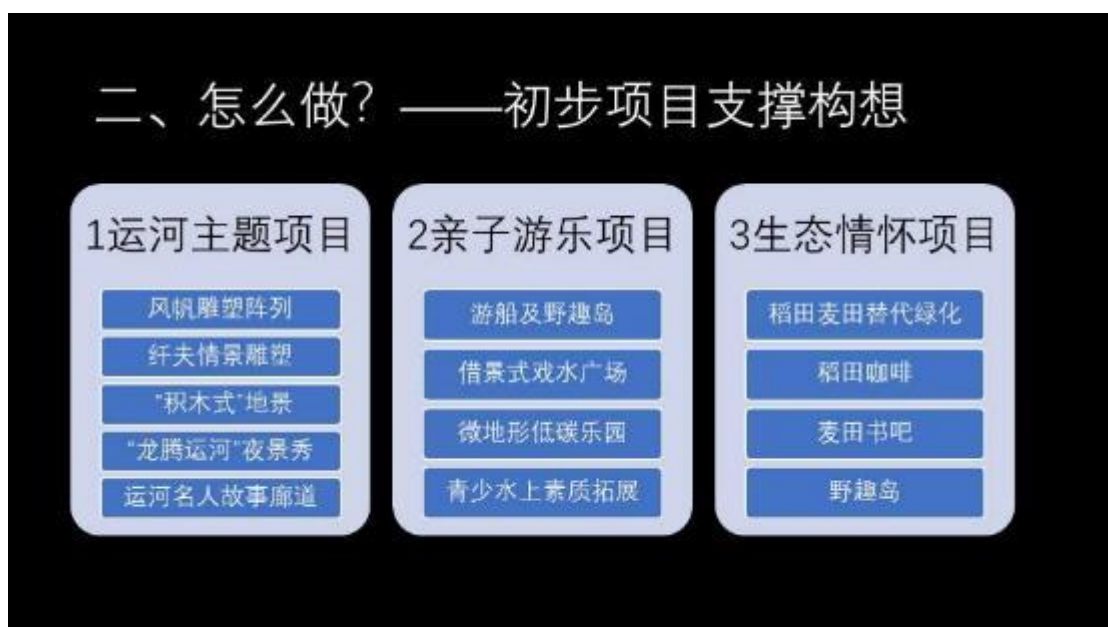
## 建议书思路框架



## 一、做什么——核心产品的“三驾马车”定位



## 二、怎么做？——初步项目支撑构想



## 主要项目空间布点示意图



## 1、运河主题项目

### • 1.1 风帆群雕阵列：

- ✓ 拟采用阵列若干组雕塑手法，恢弘大气地展示运河航运符号
- ✓ 之所以采取大气的阵列手法，是因为本案空间地形上的“开阔视廊”优势！



### • 1.2 运河纤夫“情景雕塑”

- ✓ 纤夫是运河文化的常见表现元素。至道规划院萃取的元素也是同质的，但雕塑形态不会照搬工厂化产品，签约后将进行个性化创意设计。
- ✓ 建议将“纤夫雕塑”和“画舫”项目空间位置结合，形成更好的情景体验。



### • 1.3“龙腾运河”夜景秀

- ✓由两个载体联合构成：“喷泉水秀”+“仿古楼为背景的激光秀”
- ✓做法：将由我院策划“龙腾运河”故事脚本，整合水秀激光秀公司来实现工程。



### • 1.4运河文化“积木式地景”

- ✓以“积木拼图游戏”为设计灵感，转换成运河文化为主题的、可移动式地景方块。
- ✓地景方块的具体内容策划：可以是运河节点城市表现系列，也可以是运河历史故事系列——待正式规划阶段再深入研讨。

运河文化“积木式地景”的位置  
拟融合在亲子游乐产品的“借景式戏水广场”中

## 2、亲子游乐项目

### • 2.1借景式戏水广场

- ✓既有借景（融入湖景）效果、又具备亲子游乐功能的戏水广场。
- ✓夏季：借景观景、戏水、无动力水游乐；冬季：溜冰滑冰车。



## 关联案例借鉴：悉尼达令港公园

- ✓ 达令港公园的儿童戏水区：设计看似简单，却很符合儿童游乐心理学：浅浅的活水既保障了安全，又有流动戏水感；模拟自然的不断拐角以及高低错落人造汀步石，充满了探索感。
- ✓ 本案戏水广场：不仅将借鉴上述设计优点，还将有新亮点：①运河文化的“积木式地景”替代汀步石，既不减少儿童戏水探索感，又弘扬了文化主题；②巧向水库借景，达到类似“无边界泳池”的景观效果；③新型无动力水游乐项目。



### • 2.2微地形低碳乐园

- ✓ 拟利用水库南岸微地形，改造成“微地形乐园”；
- ✓ 进一步响应生态环保主义，改造成“无动力低碳微地形乐园”！



北京园林部门对植被管理严格，南岸种植乔木的  
微地形受政策约束大，只能巧妙的原地改造

## 关联案例借鉴：烟台黄金河微地形公园设计

- ✓ 黄金河公园案例，把微地形的“地下”“地表”充分利用，形成立体式游乐结构。
- ✓ 本案低碳微地形乐园：①在微地形利用上还会进一步创设，比如坡顶设置“空中攀网”游戏类项目等；②在非动力游乐上，既引进部分网红式项目，还将原创部分项目。

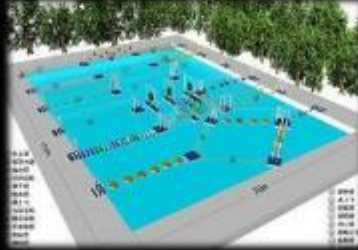


地下“钻狼洞”

地表“滑梯” 地表“攀岩”

### • 2.3 青少水上素质拓展园

- ✓ 青少拓展项目兼具拓展训练性和娱乐性，并且能撬动“旅游+教育”市场。
- ✓ “水上拓展园”与“戏水广场”项目类似，也是借景的手法，并不直接利用水库有安全保障。



## 3、生态情怀项目（小资情怀项目）

### • 3.1 “农业”替代园林绿化

- ✓ 部分灌木与草坪绿化，用稻麦农作物替代。迎合北京小资阶层的“自然、怀旧”情调。



本案的“生态情怀”即“小资情怀”  
因为生态情怀在小资阶层很流行！

### • 3.2 稻田咖啡/麦田书吧

- ✓ 在稻麦替代绿化基础上，进一步创设“混搭业态”，如稻田咖啡/麦田书吧。
- ✓ （麦田书吧将结合原有的街头公共自助图书馆来规划设计）



### • 3.3生态野趣岛

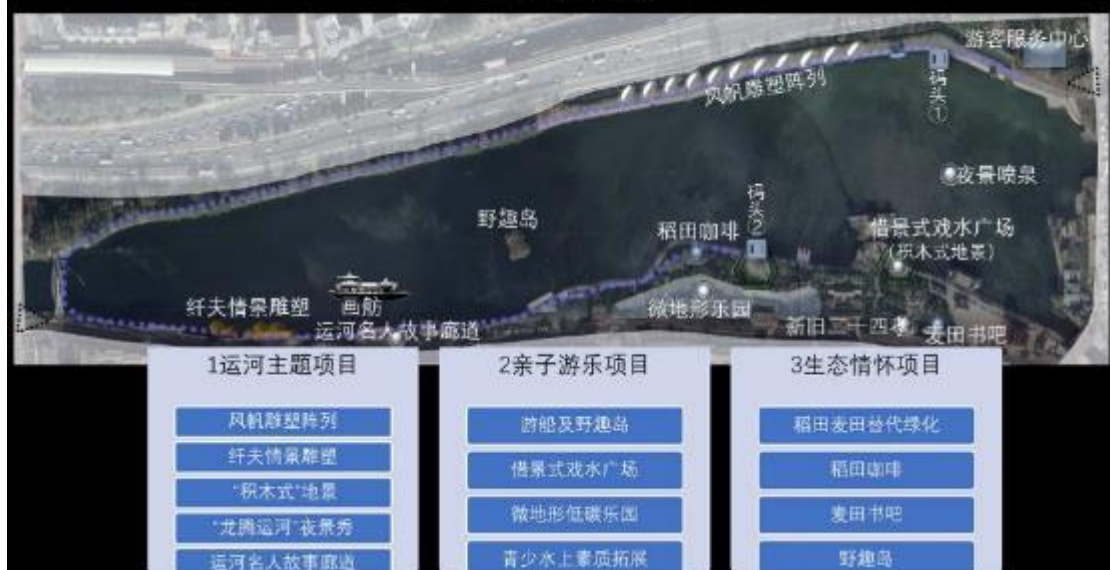
- ✓拟将湖心岛打造成“生态野趣”岛，迎合小资阶层的生态环保理念。
- ✓做法要点之一：孵化驯养“野鸭、鸳鸯、松鼠”之类于岛上，散养宛如自然野趣；要点之二：岛上景观栈道的设计，借鉴“野生动物园观光”理念，设计成“限制人/而不限制生物”的封闭廊道，强化环保主义。

## 关联案例借鉴：北京后海的“野鸭岛”

- ✓后海野鸭岛，是北京小资的网红打卡点！源于环保爱好者人工打造的供野鸭栖居浮台；但随着大众环保意识增强，野鸭岛成了小资的热门谈资、儿童的环保课程；2008年国际奥委会主席罗格的夫人也曾兴致勃勃地参观了野鸭岛。
- ✓野鸭岛从个别私人行为，发展成为社会公众行动。可看出越是大都市，“城市病”越严重，生态情怀就越流行！
- ✓本案野趣岛项目：背靠CBD，也适合能打生态情怀牌、成为自带营销的人气爆点。



## “二、怎么做”小结



北京英道文旅规划院：前瞻性，化解项目投资风险；创意性，提升项目投资价值

### 三、为什么这么做？——扬长避短的突破

- 如果说：“运河文化主题”是本案的命题作文、无需论证；
- ——那为什么吧“亲子游乐”和“生态情怀”，也放到如此高的地位，成为“三驾马车”产品系列中的另其二？



#### 设问之一：

北京后海酒吧休闲业态闻名天下，本案为什么不效仿“后海”主打静态休闲的“吧”类业态？

- ——而是以偏动态休闲的“亲子游乐”类替代之？

#### 1、回答设问之一：

——为何主打“动态亲子游乐”而非“静态吧类”业态？

- 1.1 因为，虽然后海与本案的自身资源对比：相差无几

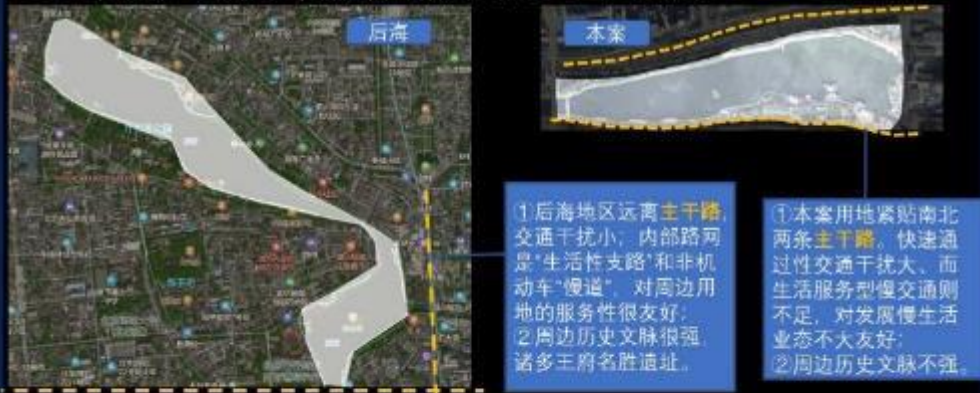


①后海是市区最大的开放式水面；  
②有几十亩岸线绿地，最大一块在湖北侧；  
③有个湖心岛。

①本案是市区第二大的开放式水面；  
②有几十亩岸线绿地，最大一块在湖南侧；  
③有个湖心岛。



• 1.2但是，后海与本案外围格局对比：天差地别



• 1.3结论：本案外围的“城市交通与用地格局”，决定了“扬长避短”式策划

• “避短”策划：

- ✓ 怎样的交通格局决定了怎样的用地功能，这是城市规划的基本原理。后海周边的支路与非机动车道构成的路网，决定了它周边用地适合发展慢休闲业态；而本案北侧的快速路与南侧的混合干路，决定了本案不大适合发展慢休闲业态。
- ✓ 因此从避短出发，主打偏动态的亲子游乐休闲业态，去替代吧类慢休闲业态。

• “扬长”策划：

- ✓ 本案地形是北京城区最开阔的视线走廊之一！快速路虽对北岸用地服务性差，但也使得北岸保留了开阔视线。
- ✓ 因此我院在策划运河文化项目系列时，尤其强调“阵列式景观、夜景秀”等契合“视觉廊道优势”的项目！



## 设问之二：

为什么把“生态情怀”类产品推到如此高度？

- ——“生态情怀”项目，能比“运河文化”的宣传效应更好吗？

## 2、回答设问之二

——“生态情怀”比“运河主题”有更好宣传效应吗？

- 2.1生态情怀产品的轰动效应，源于小资阶层
  - ✓生态情怀产品的策划原理，来自于“都市病”对自然生态回归的强烈需求；策划落脚点，则是本案“背靠”CBD的区位优势。
  - ✓拟策划的“稻田咖啡、麦田书吧、野趣岛”等生态情怀项目，其野趣卖点必将触发CBD小资群体的环保情怀、引发强烈反响。小资人群往往又是网络“意见领袖”，“自带情怀营销”有很强的传播力。

- 2.2生态情怀产品的民间轰动效应，又会“反射”到政府层面
  - ✓犹如北京“798文创园”：首先是民间自发形成，但巨大文创效应最终“反射”到政府层面，又成为政府工作的重要抓手。
  - ✓本案的生态情怀卖点也能复制此成功路径。毕竟“生态文明”已经是国家五位一体战略中重要一环，政府不可能不重视。

• 2.3结论：生态情怀产品能兼顾市场与政府的兴奋点

- ✓两相比较：运河主题是直接对接政府兴奋点；生态情怀产品则是直接对接市场兴奋点、间接撬动政府兴奋点。
- ✓作为一个商业化项目，“生态情怀项目”首先能对接市场兴奋点，就保障了基本成功；其次，还能兼顾政府兴奋点。所以其在本案的地位不亚于运河文化主题！

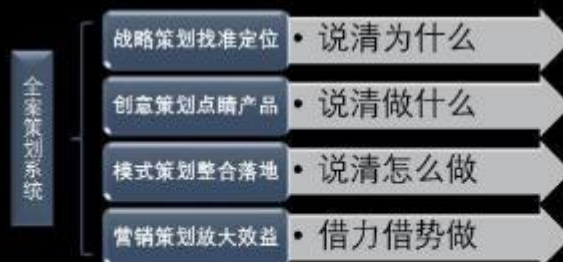
• 至于：

- 四、规划完后如何去落地？  
——协助整合落地资源
- 五、建成后如何去放大宣传效应？  
——提供营销运作后续支持

- 我院将在下一步工作程序继续展开。

## 附：关于商务建议

- 本案不能“就设计谈设计”，必须有全案策划运作的思想。
- 以全案策划的运作引领中，才能真正保障设计落地。



• 因此【北京至道规划院】的商务建议是：

《全案策划+详细规划设计方案+施工图》



至誠之道，可以先知