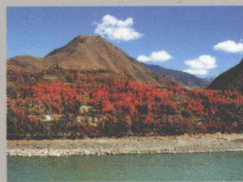


金川县旅游景区策划

汪明林 编著



哈尔滨工程大学出版社

金川县旅游景区策划

汪明林 编著

哈尔滨工程大学出版社

内 容 简 介

《金川县旅游景区策划》——情人海、观音桥景区一书,包括金川县情人海—太阳河生态旅游区策划和金川县观音桥宗教文化旅游区策划两部分。该书结合金川县的实际情况和当前旅游发展的最新动态,分别对两个旅游区的旅游资源、定性定位、客源市场、旅游产品、旅游设施、旅游商品和旅游人才开发、旅游管理与服务、环境保护、旅游安全、社区发展等进行了全面研究和策划,为两个旅游区的旅游开发提供了具有可操作性的指导蓝本。本书可作为旅游管理者 and 高校师生参考用书,也可供旅游经营者和爱好者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

金川县旅游景区策划/汪明林编著.—哈尔滨:哈尔滨
工程大学出版社,2008.5
ISBN 978-7-81133-347-3

I.金… II.汪… III.风景区—项目管理—金川县
IV.F592.771.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 067559 号

出版发行 哈尔滨工程大学出版社
社 址 哈尔滨市南岗区东大直街 124 号
邮政编码 150001
发行电话 0451-82519328
传 真 0451-82519699
经 销 新华书店
印 刷 四川西南建筑印务有限公司
开 本 880mm × 1 230mm 1/32
印 张 5
字 数 125 千字
版 次 2008 年 7 月第 1 版
印 次 2008 年 7 月第 1 次印刷
定 价 15.00 元

<http://press.hrbeu.edu.cn>

E-mail:heupress@hrbeu.edu.cn

目 录

金川县情人海—太阳河生态旅游区策划

项目委托单位和成果编制单位	007
《策划》评审意见和评审委员会名单	008
前 言	010
第一章 总则	012
一、策划建设年限与范围	012
二、策划依据	012
三、策划指导思想	013
四、策划原则	013
五、策划目标	015
第二章 概述	016
一、地理区位	016
二、自然条件	016
三、社会经济与历史文化	017
四、旅游发展现状	018
五、旅游基础设施现状	018
第三章 旅游资源分析与评价	019

金川县旅游景区策划

JIN CHUAN XIAN LU YOU JING QU CE HUA

一、旅游资源类型	019
二、旅游资源空间结构与区划	021
三、旅游资源分级评价	021
第四章 旅游发展 SWOT 分析	022
第五章 旅游区发展战略	023
一、景区主题定位	023
二、景区产品定位	024
三、景区市场定位	024
四、景区形象定位	025
五、市场规模预测	025
第六章 总体布局与策划内容	026
一、景区总体空间布局	026
二、各片区建设及旅游项目策划	027
三、观景系统策划	039
第七章 旅游产品策划	040
一、旅游产品开发体系	041
二、主要旅游产品开发	042
三、旅游节庆活动	045
四、旅游商品开发	046
第八章 旅游营销策划	048
一、旅游目标市场细分与营销目标	048
二、市场形象和市场培育	049
三、旅游市场营销	049
四、旅游形象传播	052
第九章 旅游基础与服务设施策划	054
一、景区内、外部交通	054
二、水、电、气、通讯管网等基础设施	054
三、其他公共事业配套服务体系	056
四、标识系统	056

五、环卫设施	057
六、管理设施	058
第十章 环境保护策划	059
一、环境保护的理念和原则	059
二、旅游环境保护分区及保护要求	060
三、旅游环境保护措施	062
第十一章 旅游安全策划	068
一、防火安全设施	068
二、防灾	068
三、旅游安全	069
四、安全救护	070
第十二章 社区发展策划	071
一、社区发展	071
二、社区参与	071
三、居民参与旅游发展的获益机制	075
第十三章 分期建设与投、融资	075
一、分期建设策划内容	075
二、投、融资策划	077
第十四章 投资估算与社会经济效益	078
一、建设项目投资估算	078
二、经济效益和社会经济效益分析	081

金川县观音桥宗教文化旅游区策划

项目委托单位和成果编制单位	085
《策划》评审意见和评审委员会名单	086
前 言	088
第一章 策划区概况	090
一、地理位置	090
二、景区范围	090
三、自然条件	090
四、社会经济与历史文化	092
五、旅游发展现状	093
第二章 旅游资源调查与评价	094
一、资源调查与分类	094
二、旅游资源评价	096
三、旅游资源特征	097
第三章 开发条件分析	098
一、交通区位条件	098
二、旅游区位条件	099
三、客源市场条件	100
四、SWOT 分析	101
五、周边竞争者分析	103
第四章 策划的焦点与难点	104
一、观音庙的定性定位、城镇用地调整、交通体系调整问题	104
二、如何调整与协调现有管理体制问题	104

三、观音桥城镇与周边旅游区(点)的关系问题	105
四、观音庙寺院与城镇的游览空间关系问题	105
五、大转经路上服务接待支撑点的关系问题以及游览休憩空间的布局问题	105
第五章 策划依据、指导思想、原则和目标	106
一、策划年限	106
二、策划依据	106
三、指导思想	107
四、策划原则	107
五、策划目标	110
第六章 发展目标	110
一、总体发展目标	110
二、近期发展目标	111
三、中远期发展目标	111
四、市场规模预测	111
第七章 定性定位	112
一、定性	112
二、景区主题定位	113
三、景区产品定位	114
四、景区市场定位	114
五、景区形象定位	115
第八章 总体布局及策划结构	116
一、总体布局	116
二、各片区功能策划	117
第九章 旅游产品策划	125
一、旅游产品结构	125
二、旅游产品项目策划	127
第十章 旅游营销策划	134
一、产品包装及主题	134
二、营销战略	136

三、营销团队和伙伴关系	137
四、近期主要营销工作	138
第十一章 旅游解说策划	139
一、自导式解说	139
二、解说牌示系统	140
三、标牌的制作	141
第十二章 环境保护策划	142
一、策划原则	142
二、环境保护措施	143
三、旅游区及景观特色保护措施	144
第十三章 基础工程策划	145
一、道路交通策划	145
二、街坊竖向工程策划	146
三、给排水策划	147
四、电力工程策划	149
五、通信策划	150
六、管网综合策划	150
第十四章 分期建设及投资收益估算	150
一、分期建设策划	150
二、投资估算及资金筹措	151
三、旅游收入预测	154
四、旅游直接经济效益分析	155
五、综合经济效益分析	156
第十五章 策划管理实施建议	157
一、管理机构	157
二、人力资源管理	157
三、招商策划管理	158
四、与当地社区关系的建议	159
五、管理实施建议	160

金川县情人海 —太阳河生态旅游区策划

项目委托单位：金川县人民政府

项目起止时间：2007 年 8 月—2008 年 1 月

成果编制单位：乐山师范学院旅经学院、四川旅游发展研究中心
策划课题组：

组 长：汪明林

（旅经学院院长、研究中心副主任、教授、硕士生导师）

成 员：邱贻扬（四川大学旅游学院博士）

郑元同（旅经学院副院长、教授）

王 瑛（副教授、硕士）

于华友（副教授）

陈嘉新（旅经学院高级实验师）

陈兴中（国务院特殊津贴专家、教授、原研究中心主任）

刘丹充（副教授）

李小媛（研究生）

王丽双（研究生）

任 洋（本科生）

《金川县情人海—太阳河生态旅游区策划》 评审意见

2008年1月19日,《金川县情人海—太阳河生态旅游区策划》(以下简称《策划》)评审会在成都举行,评审委员会由四川大学,中国科学院成都山地所,四川师范大学,西南民族大学组成。《策划》评审委员会首先认真听取了《策划》编制单位对《策划》的情况汇报,随后进行了认真的评审。评审意见如下:

一、《策划》体现了金川县委、县政府对旅游业的战略决策;策划指导思想明确,思路清晰;策划成果文图并茂,提出的实施方案可行。

二、《策划》与《四川省旅游十一五规划》、《金川县旅游总体规划》基本接轨,在广泛深入实地调查、收集资料的基础上,从不同角度、多层面进行系统分析,对旅游区的资源优势、开发条件、发展潜力、市场前景等做了客观的评价,同时也指出了本旅游区未来发展所需要的保障措施。《策划》提出的旅游定位符合实际,体系合理。

三、《策划》按系统工程学原理,对金川县情人海—太阳河生态旅游区旅游资源、客源市场、旅游产品、旅游基础设施、旅游接待服务设施、旅游商品和旅游人才资源开发、旅游管理与服务等方面进行了全面研究和策划,为该旅游区旅游业可持续发展提出了基本框架。对今后景区的开发提供了具可操作性的指导蓝本。

四、评审委员会同意通过评审。

五、评审委员会请《策划》编制单位根据评审意见进一步修改完善,提交政府采用。

《金川县情人海—太阳河生态旅游区策划》评审委员会

评审委员会主任:



2008年1月19日

《金川县情人海—太阳河生态旅游区策划》 评审委员会名单

评审委员会 职务	姓名	工作单位	职务（职称）	签名
主 任	艾 磊	四川大学成都分校	教授	艾 磊
副主任				
委 员	李钟武	中科院成都山地研究所	研究员	李钟武
	刘何梅	四川省地质矿产研究所	副所长、副教授	刘何梅
	杨 强	四川师范大学地理系	副教授	杨 强
	刘 胜	川师大旅游系	副教授	刘 胜

前言

金川情人海—太阳河生态旅游区旅游开发策划项目，位于金川县毛日乡、太阳河乡境内，景区范围主要包括毛日乡的壳它村、撒尔脚村、毛日村、甲克村和伊生村，太阳河乡的松都村、麦地沟村，海拔高度在 3400 米至 4100 米之间。总面积 571.50 平方千米。

情人海—太阳河生态旅游区森林覆盖率达 85% 以上，野生动植物众多，水资源丰富。该景区共有牧民 115 户，共计 777 人，基本为纯牧业区，经济收入以放牧和采挖药材为主，人均收入 500 多元，属于高山牧区。

情人海—太阳河生态旅游区旅游详细策划的编制是为科学合理的利用保护区内的旅游资源，实现自然保护与开发利用的良性互动；同时，情人海是金川的重点景区，其开发对促进金川乃至川西旅游区的发展有着重要的意义。本策划的编制以生态保护优先、社区利益优先为原则，在实地调查和市场分析的基础上，按照生态旅游与人文关怀理念进行规划。

情人海—太阳河生态旅游区生态环境脆弱，生态环境受到开发性破坏的压力大。这使得该生态旅游区在发展旅游的

同时，还面临着辖区内社区发展农牧业的生产性压力，实现旅游产业替代，促进社区发展、财政增收也是本策划的重要目标；情人海—太阳河生态旅游区的另外一个显著特点是高原生态脆弱区，与一般森林类型的生态系统不同，静态核心区、缓冲区的保护级别划分往往与实际情况有所出入，怎样设计旅游产品、划定旅游活动区域、游径以减轻旅游活动对环境的干扰是规划的一大难点。

第一章 总 则

一、策划建设年限与范围

1. 年限

由于本策划的性质为旅游区的详细策划,同时结合本旅游区的资源和旅游建设现状,策划时限定为中长期,年限 13 年,即 2008—2020 年。

2. 范围

本策划区范围包括毛日乡的壳它村、撒尔脚村、毛日村、甲克村和伊生村,太阳河乡的松都村、麦地沟村,总面积 571.50 平方千米。

二、策划依据

- (1)《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T 19872—2003);
- (2)《建设项目环境保护管理条例》,国务院,1998 年;
- (3)《中华人民共和国环境影响评价法》,国务院,2002 年;
- (4)《中华人民共和国自然保护条例》,国务院,1994 年;
- (5)《保护世界文化和自然遗产公约》,联合国教科文组织,1972 年;
- (6)《中华人民共和国野生动物保护法》,1988 年;
- (7)《中华人民共和国野生植物保护条例》国务院,1996 年;
- (8)《退耕还林条例》,国务院,2002 年;
- (9)《森林和野生动物类型自然保护区管理办法》,国家林业局,2002 年;

(10)《森林防火条例》，国务院，1988年；

(11)《四川省生态建设和环境保护“十一五”规划》，四川省环保局，2006年；

(12)《风景名胜区管理条例》，国务院，2006年；

(13)《四川省风景名胜区管理条例》，四川省人民政府；

(14)《四川省旅游发展总体规划》，四川省旅游局；

(15)《金川旅游发展总体规划》，四川旅游规划设计院。

三、策划指导思想

从本旅游区所处区位、社会经济背景、以及旅游资源的禀赋状况和旅游市场发展变化趋势出发，遵循旅游业发展的一般规律，以金川县旅游发展总体目标及经济结构战略性调整为依据，以资源和环境保护为前提，以市场导向、效益中心为准则，认清其旅游发展的优劣势，确立情人海——太阳河旅游区旅游业发展的指导思想为：以川西旅游流为依托，构成西环线上旅游产品的重要补充；充分利用旅游资源优势，集中开发具有现实意义的特色产品；实现政府引导、企业投入、社会参与、旅游开发与扶贫有机结合，相互促进；实现社会、经济与生态良性循环、持续发展的模式。将自身发展纳入川西旅游总体发展轨道，以高起点、高层次获取旅游业快速高效发展。

四、策划原则

1. 政府引导、市场主导原则

本生态旅游区旅游业起步晚、基础薄弱、资金缺乏，实行政府引导是发展旅游业的重要保障。它不仅要求政府在资源开发、旅游区的管理及环境保护等方面发挥积极的作用，同时要求政府在引进资金、加强区域合作等方面起到重要的引导功能。在社会主义市场经济体制下，政府的引导只能起到宏观

的调控作用,要真正实现旅游业的蓬勃发展,必须将旅游业全面推向市场,实行市场主导的原则,利用市场自身的机制实现资源、人力、物力、信息等的重新配置。

2. 注重保护,走可持续发展的道路

生态旅游是可持续发展理念的具体实施途径,本策划坚持保护第一,保护与合理开发并举的发展思路。引入生态旅游的发展理念,旅游开发,不仅应实现旅游扶贫、带动当地社区经济发展,而且通过旅游业的发展,应实现当地生态环境和谐、社会文明进步的综合效益。

3. 突出特色、建设品牌

资源特色是地区旅游产生和保持强大吸引力的源泉。本生态旅游区生态旅游的发展,应在充分认识旅游资源特色和发展条件的基础上,准确把握国内外市场需求的发展变化和旅游产品的发展趋势,对旅游形象、产品 and 市场进行科学定位,高水平策划开发旅游资源,积极创新,突出本旅游区原始、雄美的自然景观特色,生物的多样性和淳朴、个性鲜明的民族风情文化底蕴。在对重点旅游资源的开发中,塑造生态旅游品牌的核心竞争优势,发展富有特色、类型合理的旅游产品体系。

4. 社区参与原则

本生态旅游区生态脆弱,地贫民困,开展生态旅游需要突出社区参与的原则,实现传统的农牧产业替代,减轻生态系统的生产性压力;积极引导社区居民参与旅游的开发、接待、经营各个环节,使社区在确实获得旅游开发收益的情况下,自觉保护生态环境,实现旅游发展与生态保护工作的良性互动。

5. 尊重现状,最大化旅游体验,最小化环境影响