

2009-2025

青海省三江源地区 生态旅游发展规划

Ecotourism Development Planning for
Sanjiangyuan Region in Qinghai Province

中国科学院地理科学与资源研究所 青海省旅游局 著



中国旅游出版社

Ecotourism Development Planning for Sanjiangyuan Region in Qinghai Province(2009~2025 年)

(2009~2025 年)

青海省三江源地区生态旅游发展规划

中国科学院地理科学与资源研究所 青海省旅游局 著

中国旅游出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

2009~2025 青海省三江源地区生态旅游发展规划/中国科学院地理科学与资源研究所, 青海省旅游局著.

北京: 中国旅游出版社, 2009. 5

ISBN 978-7-5032-3774-4

I. 2… II. ①中…②青… III. 生态型—旅游业—经济规划—青海省—2009~2025 IV. F592.744

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 069218 号

书 名: 2009~2025 青海省三江源地区生态旅游发展规划

作 者: 中国科学院地理科学与资源研究所
青海省旅游局

出版发行: 中国旅游出版社

地 址: 北京市建国门内大街甲 9 号

邮 编: 100005

电 话: 010-85166715 85166504

<http://www.cttp.net.cn>

E-mail: gwj8431@sina.com

责任编辑: 龚威健

封面设计: 赵 芳

责任印制: 冯冬青

印 刷: 北京金吉士印刷有限责任公司

版 次: 2009 年 5 月第 1 版

印 次: 2009 年 5 月第 1 版第 1 次

开 本: 880 毫米×1230 毫米 1/16

印 张: 23

ISBN 978-7-5032-3774-4

定 价: 160.00 元

(版权所有 翻印必究)

《青海省三江源地区生态旅游发展规划》编制领导小组名单

组 长：	吉狄马加	青海省人民政府副省长
副组长：	吴大伟	青海省旅游局局长
	韩国荣	青海省旅游局副局长
	周洪源	玉树藏族自治州副州长
	尕藏才让	果洛藏族自治州副州长
	索南加	海南藏族自治州副州长
	王华平	黄南藏族自治州副州长
成 员：	喇积元	青海省旅游局规划建设处处长
	王生文	青海省旅游局财务统计处处长
	许超卫	青海省旅游局规划建设处副处长
	刘立志	玉树藏族自治州旅游局局长
	肖 巴	果洛藏族自治州旅游局局长
	才让多杰	海南藏族自治州旅游局局长
	张文生	黄南藏族自治州旅游局局长

《青海省三江源地区生态旅游发展规划》编制顾问名单

顾 问：	李文华	中国工程院院士 国际欧亚科学院院士 中国科学院地理科学与资源研究所研究员
	陆大道	中国科学院院士 中国地理学会理事长 中国科学院地理科学与资源研究所研究员

《青海省三江源地区生态旅游发展规划》编制工作小组名单

- 组 长：**成升魁 中国科学院地理科学与资源研究所研究员、博士生导师
钟林生 中国科学院地理科学与资源研究所副研究员、博士后
- 副组长：**陈 田 中国科学院地理科学与资源研究所研究员、博士生导师
李文垚 中国科学院地理科学与资源研究所学术指导、研究员
中国社会科学院旅游研究中心特约研究员
刘家明 中国科学院地理科学与资源研究所副研究员、博士后
- 成 员：**尹泽生 中国科学院地理科学与资源研究所学术指导、研究员
吴月湖 中国科学院地理科学与资源研究所博士后
温晋林 中国科学院地理科学与资源研究所客座研究员
马金刚 中国科学院地理科学与资源研究所副研究员、博士后
牛亚菲 中国科学院地理科学与资源研究所研究员、博士
李 佳 中国科学院地理科学与资源研究所博士
孙 琨 中国科学院地理科学与资源研究所博士
李 鹏 中国科学院地理科学与资源研究所客座博士
宋增文 中国科学院地理科学与资源研究所硕士研究生
徐建文 中国科学院地理科学与资源研究所规划师
唐承财 中国科学院地理科学与资源研究所规划师
王 婧 中国科学院地理科学与资源研究所硕士研究生
王 磊 宁夏大学旅游系讲师
向宝惠 中华女子学院人力资源系讲师
闵 杰 北京世纪桥国际广告公司高级咨询师
许超卫 青海省旅游局规划建设处
赵海蓉 青海省旅游局规划建设处

前 言

三江源地区位于我国青海省南部、青藏高原腹地，是以藏族为主的少数民族地区。行政区域辖青海省的玉树、果洛两个藏族自治州的全境（包括格尔木市代管唐古拉山镇）以及海南藏族自治州的兴海、同德两县，黄南藏族自治州的泽库、河南县，共 16 县 1 镇，总面积 36.3 万平方公里，约占青海省总面积的 50.4%。

三江源地区是长江、黄河、澜沧江三条世界级河流的源头，是世界上湿地海拔最高、面积最大和分布最集中的地区，被称为“中华水塔”、“地球之肾”，是高原野生生物王国，拥有 3 处国家级自然保护区，2 处国际重要湿地，1 处国家地质公园，1 处国家森林公园。三江源地区还是原生态藏文化的保留地，被誉为“歌舞之乡”、“格萨尔王的故乡”，是唐蕃古道的途经之地，自古以来即是藏汉文化联结的重要走廊之一。由于人迹罕至，三江源地区保留了原始、粗犷的自然面貌和神秘、多彩的民俗文化，是开展生态旅游的理想之地。

作为江河源区，三江源地区的生态系统十分脆弱。与传统产业（农林牧业）相比，生态旅游作为一种对自然和文化旅游资源有着特别保护责任的可持续旅游发展模式，强调对资源环境的保护，注重环境教育，能有效遏制传统农林牧业对资源环境的掠夺式开发，提供可持续增长的机会。同时，三江源地区目前有 14 个贫困县，社会经济水平相对较低，而且在 2004 年 7 月开始实行生态移民工程后，部分移民的后续产业未能落实。生态旅游作为扶贫效果好、强调社区受益的产业之一，对活跃当地的经济、解决生态移民的后续就业问题具有十分重要的意义。另外，三江源地区发展生态旅游还涉及西部大开发、社会主义新农村建设、和谐社会构建、主体功能区划、青海等藏区发展等多项国家重大战略的贯彻实施，集中反映了当前我国经济社会发展的基本要求，具有重要的现实意义和可行性。

近年来，各级政府已逐渐认识到三江源地区发展生态旅游产业的比较优势。青海省政府及玉树藏族自治州、果洛藏族自治州政府都明确提出将旅游业作为支柱产业来发展，三江源地区还被列为青海省旅游发展的龙头之一，加上国家对三江源地区的生态保护和建设日益重视，三江源地区旅游接待人数和收入不断增加，发展势头良好。但三江源地区的生态旅游尚处于起步阶段，生态旅游资源利用滞后，旅游景区数量少、品位低，潜在市场挖掘不足，道路交通条件不佳，旅游基础与服务设施不配套，旅游形象不鲜明，旅游经济的贡献率落后于全国平均水平。

鉴于三江源地区旅游业亟须加快发展和区内生态—经济—社会问题突出的现状，在青海省

人民政府的直接领导下，由青海省旅游局组织，通过国内招标方式委托中国科学院地理科学与资源研究所于 2007 年 12 月启动《青海省三江源地区生态旅游发展规划》编制工作。规划工作组通过采取实地踏勘、与社区居民和游客访谈、问卷调查、重点部门访谈、座谈会、内部讨论会等多种方式收集了大量翔实的数据与信息。特别是于 2008 年 6 月、8 月、10 月三次对重点资源点、景区（点）进行实地调查，为期近 1 个月，行程逾万里，获得了弥足珍贵的第一手数据资料。规划初稿形成后，规划工作组多次征求有关部门和专家的意见。其中，青海省旅游局组织在西宁召开省直部门领导与专家咨询会 2 次；走访青海省人民政府相关部门 10 余家；向多位曾在青藏高原工作过的著名专家征询意见。中国科学院孙鸿烈院士、陆大道院士，中国工程院李文华院士还专门就规划征求意见稿以信函等形式提出若干建议。2008 年 11 月 19 日还在北京召开了专题咨询会，来自国家旅游局、国家环保部、青海省人民政府与青海省旅游局等单位的 8 名领导和专家与会，青海省人民政府吉狄马加副省长就规划的进一步修改和完善给予了指导。另外，于 2008 年 12 月 12 日在西宁召开评审会，与会专家一致同意规划通过评审。

本规划充分运用生态旅游规划的先进理念，在国内外生态旅游发展态势把握与三江源地区生态旅游发展现状剖析的基础上，遵循功能分区、保护优先、容量控制、重点带动、造福社区、协调统一等原则，强调旅游资源、生态环境、民族文化的保护，强调游客体验和环境教育，强调多方利益主体的参与——尤其是社区居民和生态移民的参与，强调生态、经济、社会三大效益的最优化。

本规划在编制过程中得到了青海省发展与改革委员会、林业局、建设厅、环保局、农牧厅、文化厅、三江源自然保护区办公室、可可西里自然保护区管理局等青海省相关部门，玉树藏族自治州、果洛藏族自治州、海南藏族自治州、黄南藏族自治州及各县、景区（点）领导及相关工作人员的大力支持与帮助。在此一并致谢！

三江源地区的生态旅游正面临着难得的发展机遇。愿本规划的编制和实施能为其注入源源不断的动力和科学有力的保障，使其生态旅游形象不断提升，生态旅游市场不断拓展，生态旅游产业不断完善，生态旅游效益不断显现，真正成为国际知名、国内著名的生态旅游目的地！

《青海省三江源地区生态旅游发展规划》编制工作小组

2009 年 1 月

目 录

· 规划文本	1
一、规划总则	2
二、生态旅游发展背景与现状	2
三、生态旅游发展目标与战略	4
四、目标市场与产品定位	6
五、生态旅游形象定位与推广	7
六、生态旅游发展空间布局	8
七、生态旅游景区项目规划	10
八、生态旅游环境与资源保护规划	14
九、申报世界遗产行动计划	16
十、社区参与生态旅游发展	17
十一、目的地营销系统策划	18
十二、生态旅游产业要素体系规划	18
十三、生态旅游基础设施规划	19
十四、规划实施的保障措施	22
十五、附 则	23
· 规划说明书	24
引论 规划总则	25
一、规划范围	25
二、规划期限	25
三、规划性质	25
四、规划指导思想	25
五、规划依据	26
六、生态旅游界定	27
七、规划立足点	27
八、规划技术路线	29
§ 第一篇 基础分析	30
第一章 生态旅游发展背景分析	30
一、区域自然地理概况	30
二、区域社会经济背景	32
三、三江源区位分析	35
四、生态旅游发展政策背景	36
五、国内外生态旅游发展态势	40
第二章 生态旅游资源评价与市场现状	42
一、旅游资源类型与丰度	42
二、旅游资源质量等级	44
三、旅游资源总体特征与优势定位	46
四、旅游客源市场现状特征	48
第三章 生态旅游发展现状分析	54

一、生态旅游发展现状特征	54
二、生态旅游发展问题诊断	55
三、生态旅游发展 SWOT 分析	56
四、三江源地区发展生态旅游的意义	60
§ 第二篇 战略定位	62
第四章 生态旅游发展目标与战略	62
一、总体定位	62
二、发展目标体系	64
三、发展指标	66
四、发展战略模式选择	66
五、战略步骤安排	68
第五章 目标市场定位与预测	71
一、旅游资源市场影响力分析	71
二、目标市场定位	72
三、客源市场规模预测	74
四、旅游收入分析与预测	76
第六章 生态旅游产品定位与策划	80
一、现状与问题	80
二、产品定位	80
三、总体思路	80
四、重要生态旅游产品策划	81
五、辅助生态旅游产品策划	88
第七章 生态旅游形象定位与推广	90
一、形象定位依据	90
二、理念基础分析	92
三、旅游主题形象设计	93
四、旅游宣传口号	93
五、旅游形象建设	94
六、生态旅游品牌形象树立与推广	100
§ 第三篇 景区项目	103
第八章 生态旅游发展空间布局	103
一、空间布局背景分析	103
二、生态旅游功能区划	104
三、旅游利用空间布局	106
四、生态旅游景区空间规则	107
五、精品生态旅游线路策划	109
六、相邻区域旅游协作	111
第九章 生态旅游重点景区项目策划	115
一、景区发展总体思路	115
二、二级重点景区项目策划	118
三、三级重点景区项目发展要点	141
第十章 一级重点景区概念性规划	159
一、年保玉则景区	159
二、勒巴沟—文成公主庙景区	167

三、黄河源景区	173
四、阿尼玛卿景区	179
五、可可西里生态教育基地	186
六、达那河谷景区	189
§ 第四篇 环境保护	197
第十一章 生态旅游环境与资源保护规划	197
一、保护规划目标	197
二、保护规划指导思想与思路	198
三、主要的保护对象	198
四、威胁识别	200
五、保护措施	204
第十二章 申报世界遗产行动计划	216
一、世界遗产概述	216
二、申报世界遗产的意义	219
三、三江源地区遗产价值分析	219
四、三江源地区遗产申报范围	224
五、遗产申报工作建议	224
第十三章 社区参与生态旅游发展	228
一、社区参与生态旅游的基础分析	228
二、社区参与生态旅游的原则与目标	231
三、社区参与生态旅游的模式	232
四、社区参与生态旅游的保障机制	235
五、居民调控和社区建设	237
§ 第五篇 支持系统	239
第十四章 目的地营销系统策划	239
一、营销目标与策略	239
二、营销技术手段	240
三、旅游营销方式	242
四、旅游营销方案	253
五、旅游营销保障措施	254
第十五章 生态旅游产业要素体系规划	256
一、旅游住宿设施规划	256
二、旅行社发展规划	258
三、旅游餐饮发展规划	259
四、旅游商品开发规划	261
五、旅游休闲、娱乐设施规划	265
第十六章 生态旅游基础设施规划	266
一、旅游交通规划	266
二、旅游标志与解说系统规划	271
三、旅游安全保障系统规划	273
四、旅游环卫设施规划	274
五、医疗服务与保障	275
六、游客中心体系建设规划	275
七、旅游城镇建设规划	277

八、其他旅游基础设施规划措施	279
第十七章 规划实施的保障措施	283
一、生态旅游发展途径的选择	283
二、法律规范与政策支持保证	284
三、组织与管理保障	286
四、人力资源保证	288
五、资金筹集	291
六、旅游科技支撑	294
七、旅游风险识别和管理	297
第十八章 生态旅游近期行动计划	303
一、近期发展目标与指标	303
二、生态旅游景区近期建设	303
三、生态旅游支持系统近期规划	306
四、环境保护近期规划	307
五、生态旅游发展近期扶持措施	307
· 附件	309
附件一 三江源地区生态旅游资源特征与评价	310
一、分布特征	310
二、质量等级特征	315
三、产品转化对应分析	317
四、区域竞争力分析	319
五、开发适宜性评价	323
附件二 三江源地区旅游资源单体总名录（按类型）	325
附件三 《青海省三江源地区生态旅游发展规划》评审意见	343
附件四 《青海省三江源地区生态旅游发展规划》评审专家组名单	344

● 规划文本

一、规划总则

第 1 条 规划范围

本规划所指的青海省三江源地区行政区域包括玉树、果洛、海南、黄南 4 个藏族自治州的 16 个县及海西蒙古族自治州格尔木市代管的唐古拉山镇，面积为 36.3 万平方公里，约占青海省总面积的 50.4%。

第 2 条 规划期限

规划时段为 2009~2025 年，分为近期（2009~2012 年）、中期（2013~2020 年）和远期（2021~2025 年）三个时段。

第 3 条 规划性质

本规划是地域相关联的跨州生态旅游发展规划，是宏观战略性规划，在我国属中尺度区域旅游专项规划。规划将明确 2009~2025 年间青海省三江源地区生态旅游发展的总体部署和生态旅游行动纲领，旨在促进三江源地区生态旅游可持续发展，居民生活水平提高，以及区域生态旅游合理分工协作。

第 4 条 规划指导思想

以科学发展观以及生态学、旅游学等相关理论为指导，抓住三江源国家级自然保护区生态工程建设、三江源生态保护综合试验区建设、青海省生态立省战略实施、国家建设世界旅游强国的重要机遇，以自然与文化生态旅游资源为基础，适应国内外生态旅游市场需求，有效整合三江源地区生态旅游开发、产业结构调整及城镇、乡村和交通发展中的资源、技术、投资与市场等各项优势，通过旅游开发与生态环境建设的有机结合，构建具有高原与江源特色的生态旅游产业，带动区域社会经济的持续、健康发展。

第 5 条 规划依据

国家制定的有关文件、条例和规范，青海省制定的有关文件和条例，三江源自然保护区制定的有关文件和条例。

第 6 条 生态旅游界定

本规划采用国际生态旅游协会 1993 年对生态旅游所下的定义，定义表述为“生态旅游是游客到自然地区的一种负责任的旅行，这种旅行不仅要求保护生态环境与地方文化的完整性，而且必须维持并提高当地居民的生活水平”。主要包括四个要点：（1）生态旅游的对象是自然区域，以及与当地自然环境相和谐的文化；（2）旅游者的行为不对或尽量少的对自然环境和历史文化造成危害；（3）注重当地居民的参与性，尊重他们应有的权利，改善当地人民的生活水平；（4）生态旅游应具有生态环境的教育功能，能提高甚至改变游客的环境观和生活方式。

第 7 条 规划立足点

保护优先，倡导符合国际标准的生态旅游；系统考虑，寻求全局效益和长远利益最大化；国际水准，推进旅游产业各要素的管理与建设；依法开发，遵循国家自然保护区相关政策法规；利益共享，主张相关方共同参与生态旅游开发。

二、生态旅游发展背景与现状

第 8 条 区域自然地理概况

三江源地区地处青藏高原，以高原山地地貌为主，山脉绵延、地势高耸、地形复杂，主要山脉为东昆仑山及其支脉阿尼玛卿山、巴颜喀拉山和唐古拉山脉。三江源地区河流密布、湖

泊沼泽众多、雪山冰川广布，属青藏高原气候系统，为典型的高原大陆性气候。

第9条 区域社会经济背景

截至 2006 年年底，三江源地区总人口为 65 万，其中农牧业人口 55.9 万，人口密度非常低，地区分布很不均衡，藏族人口占绝大多数。经济相对落后，经济总产值低，经济结构以牧业和第三产业为主，农牧民收入较低。主要宗教是藏传佛教，影响广泛。三江源地区拥有民族民间歌舞、唐卡等造型艺术，民间民俗活动等光辉灿烂的文化艺术，是三江源地区乃至全人类的珍贵遗产。

第10条 生态旅游发展政策背景

生态旅游发展和三江源地区保护均受到国家重视；青海省“十一五”规划提出重点打造三江源地区生态旅游区；自然保护区规划提出分级保护要求；青海省自驾车旅游规划确定玉树藏族自治州为自驾车三个落地轴心之一；青藏铁路沿线旅游规划将三江源旅游区列为精品旅游区。

第11条 旅游资源类型与丰度

对照《旅游资源分类、调查与评价（GB/T 18972-2003）》中的旅游资源调查分类体系，三江源地区旅游资源 8 个主类全部具备；31 个亚类中拥有 26 种，155 个基本类型中拥有 65 种，分别占全国旅游资源亚类和基本类型的 83.87%和 41.94%。

第12条 旅游资源质量等级

本规划梳理的 640 处旅游资源单体中，五级旅游资源单体 9 处，占总数的 1.41%，分别为：长江源头、黄河源头、澜沧江源头、可可西里、扎陵湖—鄂陵湖、年保玉则、勒巴沟、昆仑山、阿尼玛卿峰群；四级旅游资源单体 29 处，占总数的 4.53%；三级旅游资源单体 164 处，占总数的 25.63%；普通级旅游资源单体 357 处，占总数的 55.78%；未参加评价的旅游资源单体 81 处，占旅游资源单体总数的 12.66%。

第13条 旅游资源总体特征

（1）类型丰富，具有大美的自然生态旅游资源，也有丰富独特的文化生态旅游资源，自然生态类与文化生态类旅游资源组合良好；（2）具有明显的旅游资源比较优势，在国内外具有一定的垄断性；（3）数量多，体量大，具备大河流、大湿地、大雪山、大湖泊、大草原的景观特征；（4）具有纯粹的自然性与原生性；（5）空间分布呈现大分散、小集中和串珠状格局。

第14条 旅游资源优势定位

（1）拥有三条大江大河的源头，三条大江河源头如此密集地汇集在一个区域，在世界上绝无仅有；（2）地处号称“地球第三极”的青藏高原腹地，生态旅游资源在青藏高原具有一定的典型性和代表性；（3）境内的唐古拉山、昆仑山、巴颜喀拉山等山脉在国内外具有较高的知名度，其中唐古拉山口、昆仑山口、巴颜喀拉山口成为国道线上重要的地理标志，此外，阿尼玛卿雪山、尕朵觉悟神山等还位列藏区四大神山；（4）是世界上湿地海拔最高、面积最大和分布最集中的地区，其中扎陵湖、鄂陵湖还被列入国际重要湿地名录；（5）区域内的可可西里地区是我国大陆上野生保护动物最密集的区域之一；（6）拥有丰富的藏族历史文化和藏传佛教文化旅游资源，民族文化悠久、宗教文化浓厚、历史遗存众多；（7）是唐蕃古道的途经地，具有较丰富的文化内涵；（8）具有丰富独特的原生态民俗风情旅游资源。

第15条 旅游客流量特征与客源市场地域结构分析

旅游客流量增长迅速；旅游市场总量明显不足；旅游客流量淡、旺季分明；开始受到特殊兴趣旅游者的青睐；目前三江源地区国内市场客源地呈发散状态，基本涵盖了大陆 31 个省市区，其中青海省内市场占绝大多数，比重达 40.65%，其次为邻近的四川、甘肃、陕西等。三江源地区国内市场主要为三大板块，即省内市场、地缘市场和远程市场，其中省内市场和地缘市场占主导地位，游客比例高达 63.34%，而远程市场依然集中于环渤海、长三角和珠三角三大经济发达地区。

第 16 条 游客行为特征现状分析

观光游览、休闲度假的国内旅游者占主体，反映出三江源地区旅游才刚刚起步；目前散客和团队在客源市场中所占份额均较大，相比之下，散客比重更大；三江源地区现有旅游产品的附加值还很低，旅游产品档次不高、有待充实，在旅游商品开发方面力度还不够，急需提高旅游商品设计生产水平、完善旅游商品谱系；游客在区域内的分布相对集中，旅游市场在区域内的分布现状与三江源地区旅游资源的分布特点、开发现状、可达性及旅游者的兴趣点有关；游客获取信息途径以人际传播渠道为主，其次是通过广播电视、旅游书籍、网络、报纸杂志等大众媒介获取。

第 17 条 生态旅游发展现状特征

三江源地区的旅游开发在近年方得到重视，旅游发展落后于青海省平均水平；游客规模在全国甚至在青海省都处于较低水平，多以短时间生态观光旅游为主，参与体验旅游少，旅游深度不够。目前，三江源地区拥有一些自然生态与人文生态旅游景区，但空间分布密度较低，还没有真正符合国际生态旅游标准的成型的生态旅游景区，生态旅游发展总体仍处于起步阶段。

第 18 条 生态旅游发展问题诊断

已有景区开发建设品位低；生态旅游理念认识不到位；基础与服务设施不配套；管理水平有待提高；社区参与生态旅游程度低；整体品牌知名度不高。

第 19 条 生态旅游发展 SWOT 分析

(1) 主要优势：旅游资源优势，各级政府高度重视的政策优势，后发优势，可参照先进经验和前车之鉴；(2) 主要劣势：区域经济发展水平较低，远离客源市场，旅游可达性差；(3) 良好机遇：青藏铁路为三江源地区带来了人气和名气，后奥运旅游与世博的东风是绝好的凭借力，玉树—巴塘机场即将通航，国家及青海省重视三江源地区的发展；(4) 主要挑战：旅游容量低，生态环境极为脆弱，海拔与旅游气候条件限制较大，周边旅游的竞争，许多潜在游客对高原有畏惧心理。

三、生态旅游发展目标与战略

第 20 条 总体定位

三江源地区生态旅游发展的总体定位是融自然生态与人文生态为一体的具有示范意义的江河源型国际级生态旅游目的地。

第 21 条 建设定位

在三江源地区现有的国家级自然保护区、国家森林公园、国家地质公园、国际重要湿地等保护地类型的基础上，选择合适地域，创造条件申报与建设世界自然与文化双重遗产、世界地质公园、世界人与生物圈保护区、国家级风景名胜區、国家生态旅游示范区、国家 4A 级或 5A 级旅游景区、国家公园试点单位。

第 22 条 在各区域系统中的分层次定位

在国际层面上，三江源地区应成为“地球第三极”雪域高原特色观光胜地和青藏高原旅游开发的重要支点、世界江源湿地生态旅游景区、国际高原探险旅游目的地、全球重要湿地观鸟旅游目的地。

在全国旅游层面上，三江源地区应成为国家生态旅游示范区、国家探险旅游基地、国家级高原科考科普基地、国家公园试点单位。

在青海省旅游体系中，三江源地区应成为青藏铁路沿线核心景区、青海省重点旅游景区以及青海省王牌旅游景区。

第23条 旅游产业定位

近期内将旅游业培育成为三江源地区新兴产业、第三产业中的龙头产业。中远期将旅游业培育成为在三江源地区国民经济体系中的支柱产业、主导产业。

第24条 总体发展目标

在科学发展观统领下，以保护自然环境和地域文化为前提，通过加强政府引导，推动部门合作，协调多方利益，培育市场主体，促进区域生态旅游产业快速发展，将三江源打造成为国内一流、国际知名的生态旅游品牌，使三江源地区成为集户外特种旅游、江源生态观光、民族文化体验、高原休闲健身等多种功能于一身、具有示范性意义的国际级江河源型生态旅游区，实现三江源地区生态旅游的经济效益、生态效益和社会效益相互协调与良性互动，为促进三江源地区旅游经济又好又快发展、实现青海“生态立省”目标作出贡献。

第25条 生态旅游各阶段发展规划指标

近期：至2012年，旅游总人数达到58万人次，旅游总收入达到7.9亿元。其中：国内游客达到52万人次，国内旅游收入达到5.5亿元；入境游客达到6万人次，入境旅游收入达到3503万美元。

中期：至2020年，旅游总人数达到120万人次，旅游总收入达到49亿元。其中：国内游客达到103万人次，国内旅游收入达到35.8亿元；入境游客达到17万人次，入境旅游收入达到19880万美元。

远期：至2025年，旅游总人数达到152万人次，旅游总收入达到97亿元。其中：国内游客达到127万人次，国内旅游收入达到71.4亿元；入境游客达到25万人次，入境旅游收入达到37977万美元。

第26条 生态旅游发展总体战略模式

三江源地区生态旅游的发展采取动态可持续的战略模式，即要求生态旅游发展不仅要保护当地原有的自然生态环境和传承地域文化，而且还要通过生态旅游的开发，调整现有的不良状态，在持续发展中寻求新的、更高的平衡状态。这一战略模式的要点在于8个方面：（1）公开承诺遵循生态旅游原则；（2）为游客提供体验自然和文化的机会；（3）建设与生态兼容的基础设施；（4）进行生态可持续的经营实践；（5）产品应满足或超出游客的期望；（6）不断为当地社区发展作出贡献；（7）进行有诚信的生态旅游营销；（8）促进自然保护及文化传承。

第27条 生态旅游发展战略措施

政府主导与企业运作相结合的利用管理战略；点轴式与据点式相配合的空间拓展战略；合理取舍与特色鲜明的旅游产品开发战略；内外并举与注重整合的区域旅游协作战略。

第28条 各阶段任务

近期是生态旅游发展的启动阶段。此阶段一方面要大力推动区域旅游基础设施建设、管理体制完善和旅游招商引资，为下一阶段的全面旅游开发奠定基础；另一方面是要为即将重点打造的重点景区与项目进行开发前期的技术准备和市场预热，从而保证下一阶段任务的顺利开展和目标的全面实现。同时，经过本阶段的建设，生态旅游开发对区域生态环境和社会经济的促进作用在局部地区初步得到体现。

中期是生态旅游建设的重点阶段。在这一阶段，随着前期基础设施建设、招商引资和市场预热等准备工作的逐渐展开，三江源地区生态旅游开发的条件逐渐成熟，旅游开发活动全面推行，区域生态旅游进入快速发展阶段。同时，三江源地区的旅游交通、基础设施、接待设施等硬件条件得到极大改善，一批重点景区的建设工作全面展开并基本完成，区域内将形成若干处4A级以上级别的知名旅游景区，区域旅游品牌获得市场认同，“重点突破”目标全面完成；生态旅游动态可持续发展格局基本构建完成，旅游开发对区域生态环境保护和社会经济发展的良性促进作用全面展现。

远期是体系完善与精品打造阶段。发展重点从强调进度向强调品质、深化细部转换；旅游

产品序列得到充实，旅游产业体系得到完善；前一阶段创立的旅游精品得到巩固、提升，新一批重点景区建设逐渐展开，“三江源”成为国际知名的生态旅游品牌；生态旅游动态可持续体系得到进一步完善和提升，旅游开发对区域生态环境的优化作用和对社会经济发展的组织作用充分发挥。规划制定目标全面实现。

四、目标市场与产品定位

第 29 条 目标市场区域定位

旅游市场总体定位为稳近拓远、突出重点、撬动全盘，即在稳定现有青海省内及周边邻近市场基础上，逐步开拓中远程市场，并通过对重点市场的开拓，全面“撬动”国内外市场。

国内旅游市场定位为：全面启动“饮水思源——中国人游三江源地区”市场，巩固周边省份市场，拓展外围地区市场；主攻环渤海、长三角、珠三角及东中西部较发达的省会城市市场，联动国内其他地区机会市场的开拓。

入境市场可以定位为：大力发展我国港、澳、台地区市场和日韩、西欧、北美等传统核心市场，稳步拓展东南亚、俄罗斯等周边国际市场和澳大利亚生态旅游市场；联动开拓印度、巴西、中东、南非等机会市场和来到青海的其他游客及途经的过境游客。

第 30 条 细分市场定位

基本市场为生态观光旅游市场；重点拓展市场为探险探秘、深生态、文化体验、户外运动、科考科普等专项旅游市场；拓展市场为休闲健身旅游市场。

第 31 条 游客规模与旅游收入预测

近期：国内市场，游客规模增长速度 25%，人均停留时间 4 天，人均消费增速 23%；入境市场，游客规模增长速度 35%，人均停留时间 5 天，人均消费增速 18%，总游客规模达 57.91 万人次，总旅游收入 7.85 亿元。

中期：国内市场，游客规模增长速度 7%，人均停留时间 4 天，人均消费增速 15%；入境市场，游客规模增长速度 10%，人均停留时间 5.5 天，人均消费增速 9%，总游客规模达 120.39 万人次，总旅游收入 49.39 亿元。

远期：国内市场，游客规模增长速度 3.5%，人均停留时间 5 天，人均消费增速 9%；入境市场，游客规模增长速度 7%，人均停留时间 6 天，人均消费增速 5%，总游客规模达 151.56 万人次，总旅游收入 97.32 亿元。

第 32 条 产品定位

生态旅游产品策划定位为：以高端产品为主，兼顾中低端产品。

第 33 条 生态旅游产品开发总体思路

在科学论证的基础上，必须立足于三江源地区现有的区位、资源、经济环境，把握市场经济规律，遵循总体规划思路，对资源进行比较、筛选、加工和再创造，以符合市场的切实需要。以青藏高原风光、江河源头景观、独特人文风情为重点和突破口，注重和坚持高原与江源特色，尽量保持原汁原味，区分层次，根据不同的旅游需求设置个性化、差异化产品，强化三江源地区的整体形象。

第 34 条 生态旅游产品结构

三江源地区生态旅游产品，从内容方面设计为三个相互衔接的层面。三大主题为第一层面，下分 12 个主打系列产品，再细分为 33 个重点产品。

主题系列有：“三江之源”水源地生态与环境体验，“康巴安多”藏文化原生态体验，“青南高原”人与自然关系体验。

主打系列有：黄河源生态体验，长江源生态体验，澜沧江源生态体验，湖泊水生态观光，