



点军区全域旅游发展规划 (2025-2035)

文本

宜昌博天盛世旅游规划与景观设计研究院
2025.04

项目名称：点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

委托单位：点军区文化和旅游局

编制单位：宜昌博天盛世旅游规划与景观设计研究院

资质证书：旅丙规 13-2013

技术负责：叶 进 院 长

编制人员：李雪莲 旅游规划师

姚丹丹 旅游策划师

陈天乐 景观设计师

罗祖航 景观设计师

杨晓倩 旅游策划师

目 录

第一章 规划总则	6
第一条 规划背景	6
第二条 规划性质	6
第三条 规划范围	6
第四条 规划任务	7
第五条 规划年限	7
第六条 规划依据	7
第七条 编制思路	11
第二章 区域概况与旅游发展现状	11
第八条 区位分析	11
第九条 经济现状	14
第十条 旅游资源调查	15
第十一条 旅游资源筛选与分类	15
第十二条 旅游资源评价原则	16
第十三条 周边旅游资源竞合	17
第十四条 旅游资源综合评价	17
第三章 市场分析	18
第十五条 市场发展趋势	18
第十六条 旅游市场细分	19
第十七条 客群市场需求	20
第十八条 分析小结	20

第四章 全域顶层设计	21
第十九条 发展目标及定位	21
第二十条 市场定位	21
第二十一条 发展战略	22
第五章 空间布局与产品策划	22
第二十二条 空间结构	22
第二十三条 分区组团思路	22
第六章 全域旅游产品体系	29
第二十四条 产旅融合发展策略	29
第二十五条 全域产品体系	31
第七章 全域旅游项目体系	32
第二十六条 全域项目体系架构	32
第二十七条 全域专项版块	33
第八章 全方位服务规划	37
第二十八条 旅游服务体系规划目标	37
第二十九条 旅游交通网络体系	37
第三十条 旅游服务中心体系	38
第三十一条 国家步道体系	38
第三十二条 智慧信息服务体系	39
第三十三条 全域标识标牌系统	39
第三十四条 旅游惠民便民体系	39
第三十五条 旅游厕所建设体系	39

第九章 全域景观风貌提升	40
第三十六条 景观风貌提升原则	40
第三十七条 全域景观风貌分区	40
第三十八条 建筑风貌建设指引	41
第三十九条 重要区域景观提升建议	42
第四十条 城市景观雕塑	42
第十章 全媒体营销规划	43
第四十一条 营销策略	43
第四十二条 全域 IP 形象体系	44
第四十三条 品牌发展策略	45
第十一章 全域资源可持续发展规划	46
第四十四条 生态资源可持续发展思路	46
第四十五条 人文资源可持续发展思路	47
第十二章 全域管理保障体系	47
第四十六条 构建市场化运作体制	47
第四十七条 构建现代化旅游管理体系	48
第四十八条 全民参与共建共享	52
第十三章 任务分工与实施计划	53
第四十九条 全域旅游分期行动计划	53

第一章 规划总则

第一条 规划背景

保护中华民族母亲河—长江，推动长江经济带高质量发展，是关系国家发展全局的重大战略，对实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦具有重要意义。

2018年4月，习近平总书记视察湖北、考察长江，首站来到宜昌，强调指出长江经济带建设要共抓大保护、不搞大开发，不是说不不要大的发展，而是首先立个规矩，把长江生态修复放在首位，保护好中华民族的母亲河，不能搞破坏性开发。宜昌是习近平总书记为长江经济带发展“立规”之地，也是美丽湖北建设的靓丽名片。

2023年8月，宜昌召开市委七届五次全会，开启“加快建设长江大保护典范城市、打造世界级宜昌”的新征程。如今的宜昌，江豚逐浪，城美水清，产兴业旺，“含新量”“含绿量”“含金量”持续攀升，荣膺国家生态文明建设示范区，已成为展示习近平生态文明思想的重要窗口。

第二条 规划性质

本规划为《点军区全域旅游发展规划》，是点军区发展全域旅游和旅游项目开发的指导性依据，为区域范围内旅游资源综合性发展提供指引。

第三条 规划范围

本规划范围覆盖湖北省宜昌市点军行政辖区全域旅游资源，规划

范围为 532.18 平方公里。

第四条 规划任务

为有效推进点军区全域旅游发展，规划将从全域旅游发展的趋势出发，统筹点军区域内所有资源，通过对区位交通、场地条件、可利用资源等条件分析，明确其发展的条件和存在的问题，以资源和产业优势凝聚发展定位，激活核心项目影响力，实现点军全域资源的分点开发、核心引流、整体提升。

第五条 规划年限

近 期：2025 年—2027 年，全域旅游启动与初步发展阶段

中 期：2028 年—2030 年，全域旅游重点建设与深化阶段

展望期：2031 年—2035 年，全域旅游全面建设与提升阶段

第六条 规划依据

一、国家法律法规

1. 《中华人民共和国乡村振兴促进法》（2021）
2. 《中华人民共和国城乡规划法》（2019）
3. 《中华人民共和国土地管理法》（2019）
4. 《中华人民共和国旅游法》（2018）
5. 《中华人民共和国森林法实施条例》（2018）
6. 《中华人民共和国环境保护法》（2014）
7. 《中华人民共和国文物保护法》（2017）
8. 《中华人民共和国水污染防治法》（2017）
9. 《中华人民共和国水土保持法》（2010）

10. 《中华人民共和国节约能源法》（2018）

11. 《中华人民共和国长江保护法》（2021）

二、国家规范、行业标准

1. 《全域旅游示范区创建工作导则》（2017）

2. 《风景名胜区条例》（2016）

3. 《风景名胜区详细规划标准》（GB/T 1294-2018）

4. 《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18972-2017）

5. 《旅游厕所质量要求与评定》（GB/T 18973-2022）

6. 《旅游规划通则》（GB/T 18971-2003）

7. 《旅游景区游客中心设置与服务规范》（GB/T 31383-2015）

8. 《旅游景区质量等级的划分与评定》（GB/T 17775-2003）

9. 《旅游景区质量等级评定管理办法》（2005）

10. 《旅游度假区等级划分》（GB/T 26358-2022）

11. 《旅游休闲街区等级划分》（LB/T 082-2021）

三、有关规划及文献

1. 《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》（2018）

2. 《中共中央、国务院关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》（2023）

3. 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》

4. 中共中央、国务院印发《乡村振兴战略规划（2018-2022 年）》

5. 国务院办公厅发布《关于促进全域旅游发展的指导意见》

(2018)

6. 国务院《“十四五”旅游业发展规划》(2021)
7. 国务院印发《中国儿童发展纲要(2021-2030年)》
8. 文化和旅游部印发《“十四五”文化和旅游发展规划》(2021)
9. 农业农村部印发《全国乡村产业发展规划(2020-2025年)》
10. 文化和旅游部等五部门联合印发《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划(2022-2026年)》
11. 文化和旅游部等五部门联合印发《元宇宙产业创新发展三年行动计划(2023-2025年)》
12. 文化和旅游部、中央宣传部、国家发展改革委、国家文物局等部门联合印发《长江国家文化公园建设保护规划》(2025)
13. 文化和旅游部印发《文化和旅游规划管理办法》(2019)
14. 国家发改委联合22部门发布《关于推进儿童友好城市建设的指导意见》
15. 国家发展改革委联合多部门印发《城市儿童友好空间建设导则(试行)》
16. 住建部、发改委、国务院妇儿工委办公室印发《〈城市儿童友好空间建设导则(试行)〉实施手册》
17. 《湖北省旅游业发展“十四五”规划》(2021)
18. 《湖北省人民政府关于促进全域旅游发展的实施意见》
19. 《湖北省乡村旅游发展规划(2016-2025)》
20. 《湖北省旅游条例》(2017)

21. 省委办公厅、省政府办公厅印发《关于推动文旅深度融合 加快新时代湖北旅游业高质量发展的意见》（2023 年）
22. 《宜荆荆都市圈特色消费目的地建设三年行动方案（2023-2025 年）》
23. 《宜荆荆全国性综合交通枢纽建设三年行动方案》
24. 《宜昌市城市总体规划（2011-2030）》
25. 《宜昌市战略规划（2024-2035）》
26. 《宜昌市国土空间总体规划》（2021-2035）
27. 《宜昌市文化和旅游发展“十四五”规划》（2022）
28. 《宜昌市乡村振兴战略规划》（2018-2022）
29. 《宜昌市交通事业发展“十四五”规划》（2022）
30. 《中共宜昌市点军区委关于制定点军区国民经济和社会发
展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》
31. 《宜昌市点军区分区规划（2011-2030）》
32. 《宜昌市点军区乡村振兴战略规划（2018-2022）》
33. 《宜昌长江生态保护与绿色发展战略规划》
34. 《点军区国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要》
（2021-2025）
35. 《点军区农业农村十四五产业发展规划》
36. 《点军区文化体育事业十四五发展规划》
37. 《点军区交通运输十四五发展规划》
38. 《点军区生态与环境保护十四五专项规划》

39. 《点军区水利发展十四五规划》

40. 《点军区志》

第七条 编制思路

本规划以深入细致、全面扎实的调查分析为基础，着眼于点军区全域旅游，形成全域旅游发展新思路。借鉴国内全域旅游发展相关理念和成功经验，结合实际，制定操作性强、可落地的规划方案。

第二章 区域概况与旅游发展现状

第八条 区位分析

（一）地理位置

点军区，隶属宜昌市，位于宜昌市中部、长江南岸，南连宜都市，西部及西南紧依长阳土家族自治县，北接夷陵区，隔长江与西陵区、伍家岗区相望，总面积 532.18 平方千米。

点军区位优势，有江南后花园之称，是宜荆荆都市圈的重要构成部分。

（二）交通区位

点军处宜昌市中部，交通便利，拥有航空、高铁、高速有效衔接的中远距离外部交通体系。

1、外部交通现状

高速：• 沪渝高速 G50：东西向，连接上海—武汉—宜昌—重庆。

• 沪蓉高速 G42：东西向，连接上海—武汉—宜昌—成都。

- 荆宜高速（G42 湖北段，与武荆高速相接）：东西向，连接宜昌—荆门—武汉。

- 保宜高速（呼北高速 G59 湖北段）：南北向，连接呼和浩特—襄阳（保康）—远安。

- 襄宜高速（建设中）：西北向，连接襄阳—宜昌，是打通襄阳都市圈至宜荆荆都市圈、川渝城市群的高速通道，建成后，襄阳至宜昌的高速通行时间将从原来的 3 小时缩短到 1.5 小时，将有力促进襄阳、宜昌区域经济高质量协同发展。

- 武天宜高速（建设中）：东西向，连接武汉—天门—宜昌，位于沪渝高速公路和沪蓉高速公路之间，建成后对加强武汉和宜昌的联系沟通具有十分重要的意义。

机场：• 三峡机场：前往宜昌市区约 0.5 小时。

高铁：• 宜昌东站：前往宜昌市区约 0.5 小时。

- 宜昌北站：前往北站（夷陵区）约 1 小时。

- 宜昌南站：位于桥边镇黄家棚村，主要用于货运。

- 沪渝蓉高铁是中国“八纵八横”高速铁路网之“沿江通道”的主线部分，其中武汉至宜昌段全长 313 公里，于 2021 年 9 月 25 日正式开工建设。沪渝蓉高铁通车后，将推动宜昌全面融入武汉“一小时经济圈”、上海成都“一日商务圈”，促进宜荆荆都市圈互联互通。

2、内部交通现状

目前，点军区“六纵”（江南大道、江城大道、江南二路、南

站路、五龙三路、牌坊坡路）、“六横”（点军大道、将军路、点军路、夷桥路、五龙大道、双十路）主干路网已全面成型，境内公路直接连通夷陵长江大桥、至喜长江大桥、伍家岗长江大桥。

宜万铁路，翻坝高速、省道 S323、S68、S254 穿境而过，乡村公路网络已形成，村村通已基本到户，交通便利，区域进入性高。宜昌城西高速公路（含陡山沱过江通道）的建设进一步加强了宜昌（点军）与鄂西、湘西地区的交通联系。

（三）自然资源

1、地形地貌

点军区地势西高东低，最高点为土城乡白云山，海拔 1308.8 米，最低点为艾家五组，海拔 43.8 米，海拔落差 1265 米。

自然资源相对丰富，土城乡主要为山地，艾家、桥边、街办主要为丘陵岗地，河流主要为长江点军段（上峰尖平善坝至艾家村），全长 36.9 公里，境内水域面积 1540.37 公顷。全区森林面积 27297.06 公顷，森林覆盖率 51.21%。

2、气候条件

属中亚热带季风气候，雨热同季，寒暑交替，四季分明。年平均气温 16.9℃，年平均相对湿度 71%，兼有南北过渡的特点。风景秀丽，生态环境良好。

3、水资源

点军区水资源丰富，拥有 36.9 公里的长江流域，长江属辖内过境客水，江水水质好，符合饮用、灌溉、养殖等水质标准。区内大小

河流 12 条，总长度 167.4 公里，其中，卷桥河、联棚河、松门溪属长江一级支流，长岭河、三涧溪属二级支流。全区有水库 14 座，谷地溪流 100 余条，区内沿长江及卷桥河流域，地下水藏量较为丰富。

4、空气质量

点军区环境质量总体保持稳中向好态势，截止 2025 年 3 月，PM_{2.5} 累计浓度 56 微克/立方米，同比下降 3.5%，城区排名第 1；优良天数比例 77.9%，同比增加 7.7%，城区排名第 1；重污染天气 3 天；环境空气综合指数 4.44，城区排名第 1。

第九条 经济现状

（一）经济条件

与宜昌市其它市县区相比，点军经济发展水平较弱；但随着数字经济增速加剧，为经济发展带来了新的增长点。点军区 2019—2023 年生产总值总体呈现上升态势；2020 年因新冠疫情生产总值有所下降，增速大幅跌落，为负增长。2020—2021 年 GDP 增长率急剧上升，拐点在 2021 年，增幅达到 18.5%，2023 年经济增长稳步提升。

2023 年生产总值相较于宜昌市其它各县市区，居于下游，地区经济发展较弱，但随着近几年数字经济产业的迅猛发展，2023 年全年实现地区生产总值（GDP）100.11 亿元，按可比价计算，比上年增长 7.1%。其中，第一产业增加值 9.63 亿元，增长 2.8%；第二产业增加值 38.94 亿元，增长 9.6%；第三产业增加值 51.54 亿元，增长 6.0%。

（二）产业结构

点军经济二、三产“双轮驱动”，近年来，现代服务业、数字产

业发展势头迅猛，但与宜昌其它区相比（如伍家岗区、西陵区、夷陵区、高新区等）相比仍有一定差距。

点军区 2019—2023 年三产结构总体上不断优化，一产占比总体持平，二产占比呈下降趋势，三产占比逐年提升，三产增长率保持较高水平，到 2023 年三产占比已达到 51.5%，经济贡献大幅度增加。

第十条 旅游资源调查

旅游资源是区域旅游开发和旅游业发展的基础条件。通过对规划范围内的旅游资源进行全面的调查和旅游资料的整理，根据中华人民共和国国家标准《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T18972-2017）设定的类型，点军区内旅游资源数量约 171 处，分属 8 大主类、16 个亚类、47 个基本类型，兼具山水风光、田园草木、历史遗址遗迹、人文活动、民俗演艺等资源，具有较高开发价值。

自然资源：点军区地貌类型复杂多样，山地、丘陵岗地、平原、河流、溶洞、峡谷兼而有之，拥有丰富的长江流域资源、动植物资源、生态优美的自然风光。自然资源等级与湖北周边地区自然资源相比较弱，只有一处城市森林公园（磨基山森林公园）；次级资源景观效果一般，吸引力不强。

人文资源：点军孕育了巴楚文化、屈原文化、三国文化、宗教文化，四大文化交融共生出独特的点军城市之魂，目前产品以观光、休闲、朝拜等方式为主，资源分布较散，空间联系较弱。

第十一条 旅游资源筛选与分类

旅游资源是指能激发旅游者的旅游动机并促使其实现旅游活动，

为旅游业发展所利用，并由此产生一定的社会、经济以及生态环境效益的自然存在和社会创造的总称，是构成区域旅游大环境的基本要素，是旅游景区产生环境效益、社会效益、经济效益的物质基础。

根据现场踏勘成果并参考中华人民共和国国家标准《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T18972-2017）设定的类型，对点军区的旅游资源进行了科学的分类。点军区内的旅游资源主要以地文景观、水域景观、天象与气候景观、生物景观以及人文活动五大类为主。

第十二条 旅游资源评价原则

一、科学性原则

旅游资源介绍要符合客观科学标准，应充分运用地理学、历史学、美学、经济学、建筑学、园林学等相关理论和知识，对旅游资源的形成、本质、属性、价值等核心内容做出科学的评价。

二、综合性原则

对点军区的旅游资源进行经验性概括，具有整体思维的观念，有利于总体把握点军区旅游景点和景物的评价特征；而对点军区的定量性概括，具有微观分析的优势。在旅游资源评价中引入和渗透定量性概括是必要的。两种概括是互补互促的。因此，点军区旅游资源的评价采用定性概括与定量分析相结合的办法，使之产生有机融合与互补，从而综合评价旅游资源的特征。

三、特色性原则

点军区的旅游资源种类较为丰富，在旅游资源评价中，为了实事求是的反映旅游资源的价值、特征和级别，针对评价对象的具体状况，

选择适当的评价单元和相应的评价指标，力求抓住特点、凸现特色。

第十三条 周边旅游资源竞合

三峡景区集群：由三峡大坝、三峡人家、三游洞、三峡大瀑布共同组成的集自然山水、水利工程、民俗风情、生态休闲为一体的景区集群。**百里荒高山草原旅游区：**百里荒是三峡地区唯一的南方草原、天然避暑胜地，有丰富多彩的自然奇观和影视资源，集避暑、露营、康养、度假、滑雪为一体。**荆州古城、荆州方特：**荆州古城积淀了丰厚的历史文化，荆州城内及其城周附近，有着众多的名胜古迹。荆州方特为中华巴楚文化主题乐园。**漳河风景区：**有优美的漳河水库风光，多元旅游观光休闲产品，并规划结合爱飞客航空资源打造航空旅游小镇。

小结：周边旅游资源以水利工程、生态观光、古建筑、康养避暑、休闲度假为主，丰富的周边资源也为点军聚集了人气。点军区依托独特的地理环境，引入本地文化 IP，打造独特的休闲旅游产品，形成差异化发展。

第十四条 旅游资源综合评价

一、旅游资源丰富类型多样，但等级水平偏低

点军区拥有丰富的乡村旅游资源，但多数资源的等级较低，与周边资源相比特色不够明显。

二、资源主要分布在宜昌市周边，且组合度较高

点军区距宜昌城区 15—30 分钟车程，资源主要分布在宜昌周边，各类资源的美学价值、历史科学文化价值、休闲娱乐价值相互渗透相

互弥补，使得资源的组合度较高，便于后期的规划和开发。

三、农业基础良好，资源可延展性较强

可依托点军独特的气候优势、区位优势、环境优势，今后在发展高山果蔬种植、中草药种植等产业方面具有良好的条件和巨大的空间。

小结：点军区旅游资源丰富，土地可利用性较低，但长江水域资源、自然生态环境却具有独特的优势，可以以城市休闲度假、高山避暑康养为核心，依托巴楚文化，科学整合其他各类资源，深度挖掘乡村民俗文化，提档升级基础设施，建设省内领先的文旅康养融合发展示范区，打造近郊沉浸式度假体验基地，创建省级全域旅游度假区。

第三章 市场分析

第十五条 市场发展趋势

湖北省旅游市场已进入成熟的度假旅游时期，且旅游产业发展进入较为稳定增长阶段，对整体经济贡献水平持续上升。但随着旅游市场高增长的态势，旅游产品发展水平未能跟上市场增长的需求。2024年湖北省人均GDP为10.28万元/人，这一水平使得湖北居民有了更多的闲暇时间和经济能力去享受旅游带来的乐趣，从而促进了旅游业的繁荣。随着GDP的增长，人们对旅游产品的需求也呈现出多样化的趋势，如何充分利用当地丰富的旅游资源，打造多样化多元化的旅游产品来迎合、满足市场的需求，则显得尤为重要。

第十六条 旅游市场细分

一、年轻人客群市场：年轻人已成为国内旅游的主力军，偏爱个性化深度体验，注重对文化的追寻、对个性的表达、对过程的享受、寻求与目的地的深度连接。其行为特征表现为说走就走，逃离城市；及时行乐，报复性出游伴随着报复性消费；目的都是开阔眼界、增长阅历、逃离城市、放松身心。

二、大学生客群市场：大多数大学生每年至少旅游一次，更有每年两次或三次的旅游出行机会，可见大学生旅游市场规模大。他们认为最佳的旅游时长为一周以内，这与他们的学业负担以及经济压力等有一定关系；出行方式更倾向于乘坐方便快捷的高铁；主要满足于吃、住、行等基本要素的需求，对于需求弹性较大的游、购、娱等消费相对而言较少。

三、亲子家庭客群市场：高品质的个性化旅游产品、兼具休闲旅游体验性及研学旅游功能性的旅游产品受亲子家庭所喜爱。

（1）市场规模：随着人们生活水平的提高和旅游观念的转变，越来越多的家庭选择亲子家庭出游。

（2）出游品质：价格敏感性低，高品质旅游产品需求明显。

（3）出游目的：兼具休闲旅游体验性及研学旅游功能性。

四、老年人客群市场：出游需求旺盛，旅行时间选择自由，偏好自然类和疗养类产品。老年人出游需求旺盛；出游时间存在明显错峰倾向、季节倾向；享受生活、康养度假是老年人主要出游目的。

第十七条 客群市场需求

本地市场人口基数大，潜力大，4小时自驾圈覆盖人口超过3000万，基本覆盖宜昌、荆门、荆州、襄阳、武汉等城市。宜昌北站高铁站建成后，高铁3小时辐射范围城镇人口超1亿人，潜在游客基数大。

1、武汉旅游市场特征：省内游为主，既爱山林田野也爱都市风光，偏好自驾游、家庭游。

2、宜荆荆旅游市场特征：周边游为主，文化旅游、乡村旅游需求增长，偏好自驾游、家庭游。

3、点军游客特征：观光游为主，多为周边游客，停留时间较短，消费有限。

第十八条 分析小结

一、旅游市场发展趋势

1、旅游市场从小旅游走向大旅游，旅游消费从休闲时代走向度假时代。

2、旅游产品需求趋势特征表现为年轻化、微度假、跨界融合、主客共享。

3、年轻人成为国内旅游的主力军，亲子家庭客群和老年客群逐渐发展壮大，文化游、休闲游、研学游、康养游更受游客青睐。

二、区域旅游市场特征

1、点军市场潜力大，自驾旅游圈基本覆盖宜昌、荆门、荆州、襄阳等城市，高铁将旅游市场范围覆盖到整个湖北及周边省市。

2、湖北及宜荆荆游客偏好周边游、自驾游、家庭游；文化旅游、

乡村旅游需求增长，出游频次、消费意愿高涨。

三、区域旅游发展趋势

1、湖北省旅游产品发展滞后于经济发展和旅游市场需求升级，文旅产品以初级观光体验为主，未能满足游客多元化需求，存在较大缺口。

2、未来湖北省旅游将进入多元提升阶段，旅游产品走向多元化、品质化发展是主要趋势。

第四章 全域顶层设计

第十九条 发展目标及定位

近期：2025 年—2027 年，全域旅游启动与初步发展阶段。

中期：2028 年—2030 年，全域旅游重点建设与深化阶段。

展望期：2031 年—2035 年，全域旅游全面建设与提升阶段。

将点军打造成世界级旅游目的地城市、国家文旅融合发展示范区、宜荆荆旅游发展新名片。

第二十条 市场定位

根据点军资源特征和旅游市场发展趋势，点军应依托宜荆荆都市圈+武汉城市圈+鄂西生态文化旅游圈为主的核心市场，辐射成渝、豫湘皖等湖北周边省份为主的拓展市场，面向长三角、珠三角、京津冀等沿海发达城市机会市场。

第二十一条 发展战略

强心战略：强 5A、强度假、强 IP。

引流战略：区域合作引流、省域游线引流。

驻流战略：组团分流、景路促流。

强心通过对点军文化旅游资源的挖掘，寻找符合市场的开发模式，整体提升点军旅游体验和形象构建；引流梳理周边资源格局，以故事线为串联，以旅游交通为基础，实现内外联动发展；驻流完善内部环线，将引流的游客量留在点军，打破“过而不入”的困境，实现全域旅游建设目标。

第五章 空间布局与产品策划

第二十二条 空间结构

全域规划整体呈“一心一轴两带三核四区”。

一心：环车溪—曹家畈全域驱动核心。

一轴：未来点军活力轴。

两带：“雅韵·长江”风光带、“山水·文化”体验带。

三核：魅力乡村核、山水度假核、科教智慧核。

四区：点翠江南山水度假区、原野乡村魅力游览区、新生代活力新城、瑰丽多元文化体验区。

第二十三条 分区组团思路

组团是以旅游资源形成的自然聚落及旅游资源本底条件较好的

单体项目形成组团化发展模式。结合点军区实际，全域分为土城组团、桥边组团、科教城组团、艾联组团四大主题。

一、全域旅游核心区：环车溪—曹家畈文化旅游度假区

版块定位：该区是全域旅游发展的核心引擎，“强心战略”的呈现区域。环车溪—曹家畈文化旅游度假区以车溪创 5A 建设为依托，联动曹家畈片区形成旅游目的地的点军全域旅游核心引擎。

发展定位：点军巴楚文化、土家文化展示中心、点军全域旅游发展的核心引擎。

总体思路：升级龙头引擎，聚力打造全域旅游驱动核；整合文化要素，构建全域旅游 IP 实现突围。

项目思路：以车溪创国家 5A 级景区，曹家畈打造“三峡康谷，公园旅镇”为目标形成环车溪—曹家畈文化旅游度假区。以土家文化为底蕴打造沉浸式文化体验游、增设富有土家风情的民宿和旅游消费产品，打造国家文旅融合示范区。

改造车溪老街，利用人工智能，光电影等数字技术打造沉浸式土家文化特色街区，提高车溪夜游知名度及旅游接待能力，围绕车溪 IP 举办土家特色节庆季，扩大片区影响力。

二、点翠江南山水度假区：土城组团

版块定位：该区基于土城乡优美的高山自然风光和广阔的可利用水域及茶山资源发展山水康养度假休闲产品。

发展定位：山水风光休闲旅游区、高山康养度假区。

总体思路：基于白云山优越的自然基底条件，综合文化底蕴，选

择开发适合旅游资源条件的高山度假产品类型；以组团资源禀赋确定组团主题，差异化发展山水生态康养度假产品。

项目思路：

1、白云山旅游度假区

以大宜昌本地游客为核心，以白云山的生态环境为基底，融合人文底蕴，以生态文化养生度假为核心驱动，以观光游憩、主题游乐、文化体验为重点，完善乡村休闲、户外运动、科普教育等旅游度假功能，综合开发，构建主客共享、四季可游的一站式生态文化养生旅游度假区。

2、高岩乡村度假

高岩村是宜昌市点军区唯一的一个国家命名的中国传统村落，也是距宜昌市中心最近的古村落。以高岩子民居集聚点 16 栋夯土房为基础，谋划川东鄂西（或者土家民居）夯土博物馆；利用原有两百多栋夯土民房，注入民俗古建高山度假养生元素，谋划打造华中夯土房民宿集群。与环车溪—曹家畈片区、白云山形成组团环线，打造点军高山休闲度假旅游业态。

三、原野乡村魅力游览区：桥边组团

版块定位：该区以“中国美丽休闲乡村”牛扎坪村为基础，利用平善坝和可深挖的温泉资源发展桥边乡村旅游集聚区。

发展定位：三峡民宿集群、温泉度假小镇、乡村旅游聚集地。

总体思路：基于牛扎坪村现有的乡村旅游基底条件，深挖三国文化底蕴（关羽雕像），开发具有三国文化特征的文化旅游产品，弥补

点军三国文化的缺失。

借助平善坝优越的滨江生态景观，充分利用沿江一带可利用改造的土地和民房，打造三峡高端民宿集群，平善坝滨江度假区，吸引三峡人家游客群体，将游客引流至点军。

以天王寺、双堰口、六里河丰富的温泉资源为核心，打造宜昌近郊温泉休闲度假产品，联合三峡民宿集群、牛扎坪最美乡村打造桥边乡村旅游集聚区，缓解大宜昌近郊短时度假游空心化的问题。

项目思路：

1、温泉度假小镇、烟火桥边、三湾有庐

温泉度假小镇：对双堰口村、天王寺村丰富的温泉资源进行系统的勘测和评估，打造大宜昌近郊温泉度假小镇。联动平善坝三峡民宿集群、牛扎坪最美乡村游打造桥边乡村旅游集聚区，缓解宜昌城市周末游、短时游空心化的问题。

烟火桥边：桥边集镇承载着宜昌人民的市井文化情结，恢复城市烟火气，将桥边老街打造“市井烟火感”与“潮流年轻态”并存的商业街。

三湾有庐休闲旅游区：依托天王寺村、新村独特的现状资源条件，结合“乡度（生活、休闲、康养、度假）”的新模式，打造具有三湾特色的休闲旅游区。

2、三峡民宿度假区

借助平善坝优越的滨江生态景观，充分利用沿江一带可利用改造的土地和民房，打造三峡高端民宿集群，平善坝滨江度假区，吸引三

峡人家、三游洞游客群体，将游客引流至点军。

3、忠义台、乡村游、沿江风光

忠义台：深挖点军三国文化，对原有的关羽雕塑、周边的烽火台进行修缮保护，整体打造忠义台，与对岸三游洞的张飞隔江相望，由此向下延伸至点军坡，科普“点军”名字的由来，以此来弥补点军三国文化底蕴的缺失。

灯塔（雕塑）：绝美江景搭配网红灯塔，即可成为游客拍照打卡地，也将成为点军地标性景观。

珍稀动物观赏点（牛扎坪有 200 多种鸟类，可观赏到朱鹮、江豚等稀有动物）。

四、新生代活力新城区：科教城组团

版块定位：该区基于点军城区得天独厚的沿江生态资源、公园文化资源、科教体育资源打造未来城市功能核心区。

发展定位：点军城市形象中心、文化展示中心、宜昌千亿数字产业地标、科教研学集群。

总体思路：基于城区成熟的公园文化基础，注入屈原文化底蕴，利用沿江优质的水域景观资源，营造锦绣山水主城形象。补充完善文化沉浸式、休闲体验式、亲子类等二消产品类型。借助芯池神网数字经济产业、算力中心集群的优势条件，形成科教研学组团主题，差异化发展科教研学集群。

项目思路：

1、点军文化中心、磨基山公园配套、鸣翠谷提档、水电文化公

园、三线文化公园

点军文化中心：集图书馆、文化馆、电影院、游客服务中心/非遗中心、商业配套及文化配套用房于一体的点军文化中心。

磨基山清吧一条街：清吧一条街为磨基山森林公园配套项目，增设亲子娱乐项目、休闲清吧体验、精致西餐格调等多元消费模式，旨在为游客提供放松享受的空间。

鸣翠谷提档升级：园区配套设施的完善和升级，观光灯影秀、舞美灯光、文娱节目演绎等。

水电文化公园：金狮公园改造升级，注入三峡水电文化，丰富文化公园类型。

三线文化公园：对谭家河社区现有的厂房和宿舍楼进行整体改造，打造成宜昌近郊大型三线文化公园。

2、科教研学集群、桥边记忆、配套休闲项目

科创教育研学集群：融合产业园、大数据算力中心的研学教育集群。

桥边记忆：桥边擦亮小镇项目，新建集旅游观光、餐饮娱乐为一体的综合商业街区。

休闲配套项目：口袋公园、亲子游乐、休闲采摘、烟火夜市、传统美食集群等。

五、瑰丽多元文化体验区：艾联组团

版块定位：该区基于联棚、艾家丰厚的传统文化底蕴和悠久的渔文化形成多元文化展示和体验区。

发展定位：文化旅游风景区、旅修圣地、户外运动胜地、滨江古渔村小镇。

总体思路：以文佛山片区为旅游发展重点，将石门洞、文佛山及天台山三点串联起来，打造文佛山生态旅游度假区，辐射带动各村，带动联棚乡发展文化旅游；深挖荆门山、执笏山丰富的自然资源、文化资源、红色资源，打造文化旅游景区和户外运动基地，弥补艾家旅游产品类型不足的弱势；维护“鼓浪屿”、胭脂坝的沿江生态风貌和卫生环境，配套完善旅游服务设施。注入长江渔村、码头文化的内涵，营造古渔村文化氛围；利用七里冲水库资源打造水上运动中心，丰富文化旅游产品类。

项目思路：

1、文佛山生态旅游度假区、马鞍山攀岩基地、户外徒步一骑行一越野

文佛山生态旅游度假区：利用山上优质的自然资源和文化资源，结合山下特色农家乐、乡村民宿，打造集旅游观光、户外运动、休闲度假于一体的文佛山生态旅游度假区，辐射带动其它各村，发展全乡旅游。

马鞍山户外极限运动公园：建设户外极限运动公园，包括高空悬索桥、悬崖蹦极、悬崖秋千、攀岩等近百个游乐体验项目，将静态的自然风光转变为动态的户外活动，为户外极限运动发烧友提供良好的体验场地。

泉水户外徒步公园：挖掘泉水的徒步资源，打造凸显山水风光、

文化内涵、村镇特质的户外徒步精品线路，构建“生态、人文、舒适、可达”的高品质生态徒步空间。

2、荆门山历史文化公园、执笏山户外运动公园

荆门山历史文化公园：深挖荆门山的自然资源、红色资源（抗战历史挖掘、遗址遗物）以及古建筑复建重构、文物展览馆、碑林等，打造文化旅游景区。

执笏山户外运动公园：执笏山玄帝观、玉皇阁、灵观殿古建筑遗址保护及复建、传统文化展示、体验；户外极限运动、生态露营、餐饮住宿等。

3、古渔村小镇、胭脂坝沿江风貌整治、七里冲水上运动中心

古渔村小镇：依托艾家沿江烤鱼、甲鱼文化，注入长江古渔村古码头文化，营造码头渔村文化氛围。

七里冲水上运动中心：利用七里河丰富的水上资源，打造水上娱乐休闲、水上竞技体验项目。

胭脂坝沿江风貌整治：维护胭脂坝的沿江生态风貌和卫生环境，配套完善旅游服务设施。

第六章 全域旅游产品体系

第二十四条 产旅融合发展策略

强化旅游产业战略地位，以“旅游+”、“+旅游”的方式，促进产旅融合加快全域发展。

文化+旅游：打造文旅形象 IP、提炼区域文化气质，深入挖掘楚文化、屈原文化、三国文化等内涵，提升旅游体验，培育文化创意旅游产品。

①打造旅游文化名片；②强化旅游文化体验；③提升旅游文化演艺；④加强特色文化保护；⑤增加旅游文创开发。

农业+旅游：发展现代化农业，延伸产业链，为农业注入休闲业态，打造田园经济，实现农业+旅游业的良性互动发展。

康养+旅游：依托自然基底和项目打造，构建特色康养旅游产业体系，以白云山等健康养生度假区建设为抓手，把点军打造成高标准康养旅游目的地。

工业+旅游：利用好点军区国家先进计算产业创新中心、工业园和大产业园，进行旅游化改造；通过对数字产业的科普、宣传、参观、体验和展示加大与旅游的融合程度。

数字+旅游：数字产业是打造和赋能文化旅游产业为核心的融合型经济新业态主要手段之一。利用数字技术可打造具有巴楚风情特色、中国传统文化特色的沉浸式文化演艺、沉浸式夜游、沉浸式展览、沉浸式文化街区等系列文旅业态，将元宇宙技术赋能博物馆、展览馆、文化景区等，有效促进点军文旅产业的发展。

体育+旅游：以提升体育设施、创新体育精品赛事、开发体育旅游项目、发展体育经济为出发点，助推全民健身热潮，加快旅游体育融合发展。

教育+旅游：统筹整合各级各类资源，因地制宜开展各类研学教

育游。

第二十五条 全域产品体系

整合点军全域资源，由传统的旅游观光产品拓展至自然科普、康养度假、休闲农业、山地运动、文化体验、创意娱乐等业态。促进“旅游+”产业的有机融合，形成全要素发展的全域旅游格局。

1、产品设计遵循因地制宜、特色挖掘、多样化、体验性、阶段打造的原则，从文化溯源、滨江水色、体育潮流、乡土风情、奇险自然五个主题进行项目策划。

2、产品类型从全时间打造、全过程思考、全要素提升三大部分进行深化。

旅游产品全时间打造：①融合文化打造点军全年文化旅游艺术节，实现全年全季旅游产品时间全覆盖。②结合灯光、景观塑造以及景区夜间活动使游客能够全天候畅游景区，实现全天全时旅游产品时间全覆盖。

旅游产品全过程思考：①省域游线—积极融入湖北省经典/主要旅游线路组织，与具有巴楚文化、三国文化资源的周边城市合作打造文化主题游线。②宜荆荆区域游线—打造“巴楚文化深度游”、“三国文化体验游”、“屈原文化体验游”、“生态休闲度假游”等短途度假旅游线路。③点军区区内游线—打造巴楚文化、屈原文化、三国文化、休闲度假、原野乡村五类十条精品特色旅游线路。

旅游全要素提升：①餐饮要素提升—整合点军地方美食资源，推出一系列名宴、小吃、美食节庆、美食街等产品。②住宿要素提升—

优化现状产品，引入新型业态，提供主题酒店、特色民宿、户外营地等多元住宿体验。③娱乐要素提升—增加娱乐活动场所，推出演艺、夜游、城市休闲、乡村民俗节庆等全时化娱乐活动方式。④购物要素提升—塑造点军城市形象品牌，开发车溪、屈原、关公等文创产品，构建“点军礼物”产业体系。

第七章 全域旅游项目体系

第二十六条 全域项目体系架构

全域项目体系		
1 大引擎工程	环车溪—曹家畈文化旅游度假区	
3 大龙头项目	长江幻城、文佛山生态旅游度假区、白云山旅游度假区	
9 大重点项目	三峡民宿度假区、温泉小镇、点军区文化中心、荆门山文化公园、执笏山户外运动公园、马鞍山户外极限运动公园、望洲坪登山主题公园、泉水户外徒步公园、安梓溪骑行公园	
34 个支撑项目	文化体验类	天台山文化旅游区、楠木溪女儿城、打铁花非遗申报、杨毓秀故居修复、姜诗文化长廊、忠义台、水电文化公园、三线文化主题公园
	乡村旅游类	长岭乡村旅游综合体、福安传统美食集群、落步塙白云小镇、白岩湾旅游综合体、穿心店万亩茶园、艾家古渔村小镇、三块石旅游区、牛扎坪天坑群
	生态度假类	席家塙康养度假区、铜宝山旅游度假小镇、王家坝旅游风景区、三湾有庐休闲度假区、联棚水岸房车露营地、楠木溪水库醉野休闲谷、忘忧谷旅游景区
	户外运动类	点军区体育运动公园、长岭垂钓竞技公园、七里冲水上运动中心、大溪峡谷越野基地、穿心店茶园跑道
	研学科普类	科教研学集群、农科院综合研学基地、恒诚建筑研学基地、华贵园非遗研学基地、瘦身肥鱼观光研学基地、七彩蘑菇研学基地
1 大引擎工程、3 大龙头项目、9 大重点项目、34 个支撑项目以及若干个一般项目		

第二十七条 全域专项版块

一、城市发展

“城—人—产”的模式：即城市围绕人才的需求而建，产业因人才的聚集而升级，奋力打造青年发展型城市、“世界级宜昌”风景南岸。

水脉点军：点军拥有丰富的水利资源，36.9公里的长江水域，区内分布着12条溪河，总长度达到167.4公里。福安河作为宜昌市19条治理清单中唯一的城区小流域，将打造成为“两山”理论转化试验区、现代都市农业引领区、城郊居民休闲活力区、共同缔造实践示范区，进一步优化提升流域发展布局、结构，进一步完善区域功能品质，培育经济发展内生动力，打造“15分钟都市生态度假生活圈”。而桥边河做为点军的母亲河，将打造两条以道路、水脉为主轴的空间组织结构，形成以水脉为核心的文旅整体。

低空经济：低空经济是国家战略性新兴产业，是新质生产力的典型代表。点军可引导和支持发展各类低空商业化空中游览项目，鼓励低空经济运营企业依托三峡旅游风景区资源和区内重点旅游景点，探索开发空中游览、航拍航摄、航空运动等特色项目，利用eVTOL打造文旅消费新场景，构建“低空+文旅”新业态。

二、文化旅游

巴楚文化：挖掘巴楚文化核心内容，推进车溪创5A，打造环车溪—曹家畈片区文化旅游示范区，全域旅游核心区。

屈原文化：屈原文化广场、屈原文化展示及演艺（屈原文化公园、

屈原文化体验馆）。

三国文化：现有关羽雕像修缮、改造，打造三国文化忠义台（牛扎坪忠义台）。

传统文化：文佛山、石门洞、荆门山、执笏山、天台山等传统文化资源保护、修缮及展示。

红色文化：观音洞红色文化遗址、平善坝抗日将士纪念碑、艾家红色革命基地、教军山遗址、韩家坝抗战事迹、戴熙康纪念碑、杨景林烈士墓等。

水电文化：对金狮公园进行改造，注入三峡水电文化内涵（水电文化公园）。

三线文化：对原红旗电缆厂厂区进行改造，打造三线文化主题公园（谭家河三线文化公园）。

忠孝文化：孝子岩山脚，以姜诗的故事为主题，打造孝文化长廊（姜诗文化长廊）。

码头文化：以长江浓厚的古渔村码头文化底蕴打造古渔村小镇（艾家古渔村）。

三、餐饮美食

根据点军各乡镇的餐饮特色资源，将五个乡镇的餐饮特色定位如下：街办一早晚市街巷美食街区；艾家一江鲜特色餐饮集群（烤鱼、甲鱼等）；桥边一烟火人间（夜市、烧烤）；联棚一传统美食集群（十碗八扣、全鹅宴）；土城一炊烟乡野（山野时蔬、乡野腊味）。

四、生态康养

高山康养：白云山旅游度假、白云小镇、席家塙康养度假区、高岩古村落、铜宝山、谭家岭茶园、文佛山。

生态森林：磨基山森林公园、卷桥河湿地公园、五陇湿地公园、青龙峡、鸣翠谷、天坑群、天龙云窟等。

温泉康养：曹家畈、温泉度假小镇、三湾有庐休闲度假区。

生态滨江：世界级文化旅游廊道（平善坝、胭脂坝、枇杷垸）

生态乡村：江南花谷、桥边花湾、天王谷、白岩湾旅游综合体、楠木溪醉野休闲谷、天镜湾、忘忧谷等。

康养养老：畔山康养综合服务中心，曹家畈康养小镇、度假式居家康养中心、七里康养养老中心。

五、民宿度假

温泉度假：曹家畈、桥边温泉小镇、三湾有庐（双堰口、六里河、天王寺）

康养度假：白云山旅游度假区、铜宝山旅游度假小镇（望洲坪、黄家岭）

文化度假：车溪、文佛山旅游度假区、曹家畈文旅小镇、三线文化主题公园、楠木溪女儿城

滨江度假：三峡民宿度假区、风向标度假营地、尘外·西江月等

乡村度假：崖溪雅舍、霍比特烟花露营小镇、溪上人家、多子寨、溪外民宿、时光民宿、长岭醉野、联棚水岸、天镜湾等

商务度假：十里红宾馆、桃花岭饭店、泊兮·江南酒店、泊兮·书香酒店、汇豪酒店等

六、户外运动

户外徒步：徒步资源及线路整理、专业徒步设备普及、徒步精彩分享、徒步服务及安全引导。

骑行越野：自行车骑行线路资源及线路、越野车赛道体验（安梓溪、落步埡）。

登山运动：白云山登山运动（望洲坪）。

体育赛事：村BA篮球联赛、羽毛球赛、垂钓竞技赛事、奥体中心大型赛事、电子竞技。

极限攀岩：马鞍寨户外极限攀岩运动、执笏山户外运动公园。

文化演艺：演唱会、音乐节、文艺汇演、民俗文化表演、非遗技艺打铁花表演等。

七、乡村采摘

依托点军丰富优质的农副产品种植，积极推进农旅融合发展新模式，布局生态采摘新业态，丰富旅游产品体验，提升游客参与度和积极性。采摘类别主要以水果类、蔬菜类、中草药类、茶叶类为主。

八、研学旅游/劳动（写生）基地

科教研学：利用工业园（大学城）打造宜昌科教研学集群（东土科技、北斗科技小镇）。

红色研学：利用点军红色文化（抗战遗址遗迹、烈士墓碑等）开发红色文化研学。

建筑研学：联合专业系统的建筑培训学校开发建筑类研学产品（恒诚建筑）。

文化研学（非遗）：深挖点军巴楚文化、三国文化、土家文化、非遗文化，打造文化类研学项目。

生物研学：利用江边优越的自然资源开发动植物科普研学产品（长江湖北中华鲟研学基地）。

第八章 全方位服务规划

第二十八条 旅游服务体系规划目标

根据旅游公共服务国建和地方标准，在点军全域旅游发展目标和空间格局的指引下，以“四大体系，八大工程”为核心建设点军公共服务体系，为游客、商家、社区和政府管理者提供体系完备、门类齐全、规范标准、优质高效、便利惠民、安全舒适的旅游公共服务，实现“便捷点军、友好点军、智慧点军、幸福点军”核心目标。

四大体系：旅游交通网络体系、旅游服务中心体系、旅游智慧信息体系、旅游惠民便民体系。

八大工程：休闲道路网络建设工程、自驾骑行观光服务工程、旅游服务中心建设工程、国家步道体系建设工程、旅游智慧信息工程、旅游引导标识标牌工程、旅游便民设施建设工程、旅游厕所革命建设工程。

第二十九条 旅游交通网络体系

构建体系性强、便捷度高的全域旅游交通网络体系—三级旅游交通网络格局。区域联动道路（内外交通）：区域合作、游线引流。组

团联通道路（道路建设标准）：组团联通、便捷通行。慢游景观道路（道路绿化美化）：组团合作、主题慢游。

自驾环线服务体系：人性化考虑自驾出游者在观光、休闲、度假、娱乐、购物等方面的需求，完善以停车场和自驾车营地为核心的自驾服务体系。

第三十条 旅游服务中心体系

全域集散服务体系：依托旅游休闲道路网络，沿线重点旅游片区、交通枢纽及重点观光骑行道路，均匀布局旅游服务中心。构建点军区“1+3+5”全域旅游三级集散中心体系，即1个1级旅游服务集散中心（URD）；3个2级旅游集散中心（车溪、望洲坪、楠木溪）；5个3级旅游服务集散点（牛扎坪、上峰尖、桥边、桥河、柳林）以及若干个旅游服务点，实现点军旅游服务中心的网络化布局和旅游服务全覆盖。

第三十一条 国家步道体系

点军国家步道不仅是市域、省域的重要主干，也是国家步道的重要节点。点军步道总长300.5公里，规划建设以磨基山森林公园为中心派生南北两条市域主线道和一条西向（卷桥河）城市沿江绿道，通过主线串联，支线成网打造区域步道网。

主线总长114.2公里，可作为宜昌市市级主线，也是国家步道的“四横”长江段的必经之路，支线总长179.04公里，卷桥河沿江绿道总长7.26公里。

第三十二条 智慧信息服务体系

一、智慧政务：有效整合点军区旅游信息，为日常管理、辅助决策提供服务。

二、智慧景区：利用新技术提升景区服务设施，实现动态精细化管理、服务与营销。

三、智慧体验：利用新技术全方位提升游客体验便捷度和舒适性。

第三十三条 全域标识标牌系统

全域标识系统从作用的层次和范围划分为市政基础导视系统及功能场所导视系统两大类，9个子类。

市政基础导视系统：定位系统、指引系统、提示系统。

功能场所导视系统：导游全景图、景物景点介绍牌、导览指示牌、关怀警示牌、公共信息牌、形象标志牌。

目前全域旅游标识标牌已经安装完成 36 块。

第三十四条 旅游惠民便民体系

以“主客共享”为核心原则，完善环卫、医疗、安全设施、无障碍设施、厕所体系建设，在满足游客需求、方便游客出行的同时，提升居民生活品质，构筑游客与当地居民共享的和谐文明生态环境。

第三十五条 旅游厕所建设体系

在各大旅游景区、旅游服务中心、旅游休闲道路的景观节点、主要乡村旅游景点等旅游项目及相关服务设施区域，改扩建和新建旅游厕所，达到《旅游厕所质量要求与评定》（GB/T 18973-2022）规范，达到Ⅱ类以上厕所标准，实现“数量充足、干净无味、实用免费、管

理有效”的要求。

第九章 全域景观风貌提升

第三十六条 景观风貌提升原则

1、以文化为基因

以点军汇聚的巴楚文化、数字文化、传统文化为基因，设计、提炼文化元素符号，在关键的景观路径、节点，让游客目及之处皆体现点军的文化基因。

2、以自然为底蕴

以点军水乡泽国、大山大水、山水相间的自然特征为底蕴，在关键的景观节点打造观景台，让游客将河山尽收眼底。在关键的景观路径，打造为适宜开展亲水、亲山林等旅游活动的景观风貌。

3、以生态为理念

保存并传承点军优良的生态旅游资源，生态原则贯穿点军旅游始终。涉及点军生态保护红线的区域主要有：磨基山、文佛山、平善坝、胭脂坝，应在发展中给予重点关注，坚守生态红线。

4、以全域旅游化为路径

以全域旅游为路径导向，针对点军景区、乡镇进行景观风貌的提升，打造点军全方面、多层次的完美景观效果。

第三十七条 全域景观风貌分区

巴楚文化（地域特色）：点军区是巴楚文化的融合地，留下的众

多历史遗迹和民风民俗都能找到巴楚文化的痕迹。巴楚文化是点军的地域文脉，是点军全域风貌主题营造的底色。

生态山林（生境特色）：点军西北部靠域内最高海拔 1308.8 米的白云山，全域西北部拥有得天独厚的生态山林资源，山水相间的原生态自然环境，是点军全域风貌主题的一大生境特色。

数字文化（城市名片）：以数字文化为核心，结合科教城、奥体中心、卷桥河湿地公园等重点项目，打造一个生态功能完善、基础设施齐备、“政产学研”深度融合的宜昌“科教新城”，成为点军的城市名片。

原野乡村（人居特色）：点军地势西部高，东部低，丘陵岗地分布广泛，错落的原野乡村气息，彰显了点军在乡村振兴背景下塑造的独特优质的人居特色。

传统文化（民族特色）：独特的山水文化、悠久的历史文化、淳朴的民风文化、新兴的发展文化是点军文化地域特色。点军文脉赓续千载、传承有序，在不同的历史时期，闪耀着不同时代的光辉。

多元文化（历史传承）：“信义、孝道、包容、求新、无畏”勾勒出点军文化精神内核。以屈原文化为核心，联动水电文化、三国文化、三线文化等，拓展点军多彩的文化旅游。

第三十八条 建筑风貌建设指引

以巴楚文化风貌区、生态山林风貌区、数字文化风貌区、原野乡村风貌区、传统文化风貌区、多元文化风貌区六大重点区域主题特色和传统建筑风貌特色，从建筑特色风貌、建筑色彩控制、建筑材质控

制等，对全域建筑风貌提升及建设提供参考示意。

各区域内成熟景区以各自景区的主题风貌为主，只需要与片区风格进行整体协调。

第三十九条 重要区域景观提升建议

一、环车溪—曹家畈片区文化旅游示范区景观提升建议

1、城市文化符号提升：城市地标创新优化、建筑风貌提升、景观小品设计。

2、旅游休闲空间提升：点亮滨水公共空间、活化水脉文化符号、控制滨江风貌、绿地休闲空间、特色节点。

二、重点乡镇景观风貌提升措施

延续传统街巷格局、景观文化符号应用、建筑风貌景观控制、公共休闲空间打造。

三、其他乡镇景观风貌提升

注重环境风貌提升以及休闲空间景观风貌提升。

四、景区景观风貌提升

挖掘每个景区核心文化元素，形成景区的主题，景区内建筑、景观、游步道、基础设施等，聚焦主题形象，实现景区风貌主题化。

第四十条 城市景观雕塑

城市景观雕塑的定义：城市雕塑，是指在道路、广场、车站、机场、体育场（馆）、公园、公共绿地、居住区、风景名胜区等公共场所的室外雕塑。它主要是用于城市的装饰和美化。由于它的出现而使城市景观增加，丰富了城市居民的精神享受。

城市景观雕塑的意义：①空间环境的美化；②文化传承的载体；③艺术价值的体现；④提高景观的互动性；⑤增强景观的记忆性。

点军可规划在艾家古渔村增设一座老码头雕塑、牛扎坪增设一座网红灯塔、平善坝增设一座云梯、桥边集镇增设一座烤鱼雕塑。

第十章 全媒体营销规划

第四十一条 营销策略

一、品牌形象定位：遇见江南·心动点军

二、国内市场营销策略

	核心市场	拓展市场	机会市场
营销思路	1、将点军打造为核心市场区居民休闲出游的第一目的地； 2、在宜荆荆都市圈宜采取区域合作的全域化全媒体营销方式； 3、重点突出点军的自然山水，文化遗迹和乡村旅游产品。	1、将点军打造为拓展市场的休闲康养、飞行运动旅游首选目的地； 2、重点在沿线城市高铁站开展宣传促销，通过高铁站户外广告，高铁媒体杂志宣传； 3、重点宣传点军大山大水的自然风貌，康养旅修和户外运动产品。	1、营销点军的三国文化和禅修康养品牌； 2、主要选择网络营销、新媒体营销、航空杂志营销等； 3、重点宣传点军作为巴楚名城、荆楚源流的独特文化形象。
营销举措	1、通行优惠：实行高速免费等优惠，开通绿色旅游通道； 2、夏令营及研学； 3、避暑推广活动； 4、城市广告投放。	1、俱乐部合作：与户外运动俱乐部等建立合作关系，开发合作户外线路； 2、优惠券、套票：在成都、郑州等城市宣传发放旅游优惠券。	1、名企合作：与国际知名企业合作，宣传点军文化，提供商务旅游产品； 2、俱乐部合作； 3、高铁媒体宣传。

三、入境市场营销策略

1、“分流”营销策略：与北、上、广、深等一线城市开展合作，突出“遇见江南·心动点军”元素，主导巴楚文化、屈原文化、三国文化、关公文化等文化品牌，吸引这些城市的入境游客到宜荆荆地区，通过区域间文化游线的合作到达点军，延长入境游客的整体停留时间。

2、“直击”营销策略：直接针对湖北主要入境客源市场开展营销，以日本、韩国和东南亚国家等入境客源市场为重点培养与突破，以点军的巴楚文化、屈原文化、三国文化、中华优秀传统文化为龙头，结合全域资源禀赋，针对不同客源市场的特性，进行有针对性的营销宣传。

四、营销渠道与精准导流

线上线下双渠道构建，客群差异化主题定制与推送。线上渠道主攻年轻市场，社群营销抓新兴市场；线下渠道稳定基本盘，攻占家庭市场与高端市场。

拓宽旅游品牌传播渠道，建立B站、小红书、抖音、快手官方账号、官方微博、官方微信，形成官方统一的自媒体发声渠道，建立品牌形象及活动推广的互动平台。

第四十二条 全域 IP 形象体系

点军四大才子 IP 形象设计。

关小羽（先祖关羽）：建安十九年（公元214年），三国蜀汉名将关羽曾在此地（现点军坡）点阅兵马，点军因而得名。

李小白（先祖李白）：李白曾四过宜昌点军，每次都留下了千古诗篇。其中歌咏点军境内荆门山的“山随平野尽，江入大荒流”更成

为千古绝唱。

王小篆（先祖王篆）：王篆祖籍点军紫阳，曾任明万历年吏部左侍郎。他为人清正，秉公执法，有“铁御史”美名，民间也称他为“王天官”，宜昌第一把算盘由王篆告老还乡时带回家乡。

姜小诗（先祖姜诗）：元代《二十四孝》记载的“姜诗事母至孝，涌泉跃鲤”的故事就发生在点军江边孝子岩。

第四十三条 品牌发展策略

一、发展策略

1、旅游营销与城市营销相结合，整合资源构建立体品牌形象。

对点军品牌资源及不同营销渠道进行重新整合，从资源营销、旅游营销转变为城市整体品牌形象的营销。统筹点军各部门宣传，充分利用外宣、招商、对外友好、文化交流、体育赛事等活动，开展旅游宣传，不断提升点军旅游知名度、美誉度。

2、传统营销渠道与新媒体营销相结合，变被动营销为主动营销。

未来，除了旅行社、旅游分销商、电视广告等传统营销方式之外，点军旅游营销还应加强对新媒体新手段的应用。从缺少互动、反馈滞后、信息传播单向性的传统被动营销，到捕捉市场信息，主动做好市场分析，积极运用新媒体，客户明确，手法明确、目标明确的主动营销。

3、分市场营销与大众市场营销相结合，以细分市场带动大众市场。

针对点军旅游资源和发展方向特点，提升点军对小众化、高层次、

特殊兴趣市场的吸引力，集中力量加强对细分市场的营销，从营销资源、营销产品，转变为营销范围、营销社交平台、营销服务体验。通过专项细分市场来带动大众客群市场，以小博大，最终形成细分市场与大众市场在点军的完美融合。

4、品牌营销活动与主题营销活动相结合，展现点军多元旅游吸引力。

一方面，围绕点军打造高品质的巴楚文化、屈原文化、三国文化、知青文化旅游目的地品牌，推出一系列文化旅游品牌营销，梳理点军鲜明的旅游目的地形象；另一方面，策划系列针对重点旅游产品的主题营销活动，展现点军丰富多彩的旅游产品体系和多元的点军旅游吸引力。

三、活动策略

- 1、“领略荆楚乡土人文”主题营销活动；
- 2、“探寻屈原显圣之路”主题营销活动；
- 3、“重访点军三国英雄之路”主题营销活动；
- 4、“回访知青文化历史”主题营销活动；

第十一章 全域资源可持续发展规划

第四十四条 生态资源可持续发展思路

一、珍稀动植物保护。生态旅游资源管理；保护区与社区共管；自然生态环境整体保护。

二、生态山林保护。控制建设规模；就地取材，融于自然；健全设施，消除火灾隐患；适当采取保育措施。

三、清洁水域保护。聚居区合理排污；水上娱乐设施生态化处理；加强水源地的监测保护。

四、空气质量保护。鼓励绿色出行；鼓励使用清洁能源；督促工业污染气体净化；建设太阳能生态垃圾处理厂。

第四十五条 人文资源可持续发展思路

一、古镇古村保护性开发。保护传统村落形态；保留原住民生活方式；保护中谋求发展。

二、非物质文化遗产活化开发。开发旅游节庆活动；开发特色旅游商品；文化元素创意物质化；鼓励非物质文化遗产的传习；与 NGO 组织合作。

三、文物资源保护。加大文物申报力度；建设文物保护场所；严禁文物破坏行为。

第十二章 全域管理保障体系

第四十六条 构建市场化运作体制

一、运营体制创新

1、平台搭建。



2、多元化融资。充分利用点军民间资本，结合政府补贴、景区门票、旅游收入等资产撬动银行贷款、社会资本、多元化金融产品融资。

PPP 项目融资：绑定 A 级以上景区，成立项目公司银政企三方合作的 PPP 融资方式。

产业基金：多方资金共同注入形成旅游产业发展专项资金池。

众筹融资：依托旅游投资公司，聚合民间资本，作为旅游项目贷款的部分种子资产。

第四十七条 构建现代化旅游管理体系

一、全域旅游管理体制机制创新

建立“党委领导、政府推动”的全域旅游组织领导机制，高位推动旅游业发展。成立党政统筹的全域旅游发展领导小组、区级旅游委，把旅游工作纳入政府年度考核体系。建立区委区政府主要领导定期听取工作情况解决疑难问题、区领导联系服务旅游项目、分管区领导常态化研究推动旅游发展各项工作任务的工作机制。

建立健全旅游综合协调机制与旅游综合监管机制。通过联席会议制度，加强部门之间的沟通与协调，以“全域旅游化、全生产要素旅游化、全产业链旅游化”为路径，实现点线面有机组合和全域拓展，

形成旅游发展共识和共建旅游的良好格局。强化涉旅部门联合执法，与相关监管部门协调配合、各司其职，形成既分工又合作的监管机制。

建立健全文旅部门综合管理机制。加强旅游管理体制改革的，健全职能，完善旅游行业管理和行业指导与服务，更好的发挥文旅部门在旅游资源整合与开发、旅游规划与产业促进、旅游监督管理与综合执法、旅游营销推广与形象提升、旅游公共服务与资金管理、旅游数据统计与综合考核等方面的职能。

健全社会综合治理体系，建立社区、居民、游客参与旅游发展和监管的渠道或平台，形成常态化的参与机制。

建立健全现代旅游统计制度与统计体系。保障渠道畅通、数据完整、报送及时，科学反映全域旅游发展水平，满足政府决策、旅游工作考核和游客出行的需求。

强化行业自律机制。加强行业组织自身能力建设，组建综合性或专业性的行业协会，提高旅游业自我发展和自我管理的能力。

二、探索景区管理机制

管理体制改革的旅游景区经营管理的核心问题，也是旅游景区发展中最为重要、最受关注的焦点问题。

1、景区发展中心、管委会

建立一个统一且高规格的管理机构（如管委会）来统一管理景区的各项事务，解决各部门各自为政的问题。

2、产权制度改革

有什么样的景区管理体制，就会产生什么样的经营机制，就会形

成什么样的景区发展模式。对于旅游景区的发展而言，积极推进产权制度改革，形成一个既有利于保护又有利于发展的管理体制，十分重要。

3、行业协会

成立点军区旅游行业协会，努力实现市场自主规范。创新旅游景区考核体系，完善景区统计指标体系和调查方法，将生态环境建设、社会效益带动纳入考核体系，形成目标责任制考核机制。

三、政策保障

1、财政资金保障

- 制定优惠的财政税收、资金支持、旅游基础设施投资优惠、吸引外资、旅游创汇奖励政策。

- 积极设立各级文旅体发展专项资金，开辟文旅体相关项目融资、贷款绿色通道，增加文旅体产业投资，增加宣传专项费用。

- 通过积极的税收政策，鼓励社会投资，推动文化旅游业基础配套设施的建设，提高文化旅游业整体素质，促进文化旅游产业良性健康发展。

2、用地保障

- 统筹安排文旅体建设用地，积极对接土地利用规划，提高土地利用效率，合理调控土地供应，对符合国家产业政策，投资大、市场前景好的重点文旅体项目优先安排用地。

- 按照规划安排的旅游用地规模和布局，严格控制旅游设施建设占用耕地。

- 支持相关企业利用荒山、荒坡、荒滩和废弃矿区开发特色文旅体项目。

3、综合安全保障

- 防洪排涝规划：根据气象预测和实际天气情况，制定具有针对性、实用性和可操作性的防洪排涝应急预案。

- 消防安全规划：设置火警专线，与供水、供电、供气、急救、交通、环保等部门之间建立专线通讯。重要建筑旁必须设置室外地上式消火栓，间距满足相关规范要求。

- 防火（森林）规划：建立完备的防火（森林）救灾体系，设置必要的防火（森林）报警系统，在重点防火出入口处建立防火站，对游客进行防火宣传教育，并进行防火安全检查，禁止带入易燃易爆品，组建专业扑火队伍和群众义务扑火队。

- 防震防灾规划：根据《中国地震参数区划图》（GB18306-2001）和《建筑抗震设计规范》（GB50011-2001），一般建筑物按 6 度抗震设防，重要建筑、大型公建及生命线工程按 6 度以上抗震设防。

- 滑坡、坍塌防治规划：定期进行地质灾害普查，对河流库岸、各级道路两侧的地质灾害频发区加强防治。

- 安全保障系统规划：设立紧急救援中心，警示牌，建筑物要设置于安全地带，并配备避雷设施，部分规划地严禁吸烟，在主游线按 200 米的间距设置吸烟区。

四、人才建设

- 1、加快专业旅游人才培育。加大政府在旅游人才培养方面的财

政投入，引导社会资金投入旅游学校及各类国际化旅游教育和培训基地的建设。提升旅游从业人员的多语种服务水平，加强接待入境游客的服务能力。加强国际交流与合作，开拓海外培训、实习渠道。

2、推进专业旅游人才引进。引进商务、生态、文化、会展、康养旅游等方面高层次专业人才。鼓励旅游专业人才来点军工作。

3、改善旅游人才发展环境。建设旅游人才创业平台，鼓励旅游人才创办旅游企业、开展创新型研究。

4、优化旅游人才队伍建设体系。积极建设领军、骨干和急需紧缺三类旅游人才队伍，充分发挥重点人才引领带动作用。

五、市场秩序与旅游安全管理

1、加强点军旅游市场秩序综合监管，依法治旅，逐步形成符合产业发展规律、有效支撑产业发展的旅游综合执法机制，推进“1+3+N”（综合执法+旅游警察+市场监管旅游分局+旅游巡回法庭+N个旅游服务机构）五位一体旅游综合执法体制改革。

2、构建“平安点军”安全保障体系，为游客营造安心、舒适、放心的旅游氛围。

3、以三共（共建共治共享）为方向，将政府、企业、游客、居民有机结合，不断提高文化和旅游改革发展的活力。

第四十八条 全民参与共建共享

一、政府参与

加快构建党委领导、政府负责、社会协同、公众参与、法治保障的现代治理新体系。积极推进“放管服”改革。

二、企事业单位、社会部门参与

发挥企事业单位和协会作用，调动行业积极性促进产业合作，新业态创新，以及行业环境的营造。

三、居民游客参与

鼓励游客、居民积极参与旅游志愿者服务，树立“人人为旅游，旅游为人人”的理念。

四、深化周边合作

深化与周边地区旅游合作，进一步加强与周边各市州旅游线路的联合。推动鄂西生态旅游文化圈和跨区域旅游精品的建设，形成鄂西旅游品牌和统一开放市场，实现资源共享、信息互通、客源互送、交通互联、营销互动。

第十三章 任务分工与实施计划

第四十九条 全域旅游分期行动计划

一、初步发展阶段（2025—2027）

1、2025 年至 2027 年为全域旅游启动与初步发展阶段、深度挖掘点军旅游资源，突出点军典型的旅游形象 IP。

2、强化后备 A 级景区培育，引导优质景区景点创建 A 级景区，全面提升景点服务质量。

3、推进全域旅游环线建设，优化通景公路、乡村旅游公路建设。

4、开展宜昌城区（点军区段）长江岸坡生态治理工程，为全域

旅游的生态环境奠定基础。

5、初步构建各景点智慧旅游基建，包括数据统计、wifi 配套等。

二、深化建设阶段（2028—2030）

1、2028 年至 2030 年为全域旅游重点建设与深化阶段，重点项目建设完成并投入运营，完善区域旅游联系通道，点军成为湖北重要的旅游区；有效开发点军核心文化 IP，提供高品质配套服务和休闲设施。

2、着力推动旅游+融合发展。推动旅游与教育、体育、医药、工业、林业、水利、农业等相关产业和行业的渗透和融合，分别出台与旅游融合发展的政策措施，推动产业链延伸。

3、完成对外交通与基础设施条件改善工程，与周边县区、荆州、荆门形成区域合作游线。

4、初步建成政府旅游保障体系建设工程；初步实现重点景区智慧旅游基础建设体系化。

三、全面建设阶段（2031—2035）

1、2031 年至 2035 年为全域旅游全面建设与提升阶段，重点实现全域产业融合发展与升级，保持并提高旅游吸引力，向国内重点城市群乃至国外地区扩大旅游市场影响力，成为国内乃至国际著名文化旅游目的地城市。

2、形成“一心一轴两带三核”的全域旅游空间格局；建成全面、优良的旅游交通和基础配套体系。

3、构建点军区全域旅游三级服务中心体系，实现点军旅游服务

中心的网络布局和旅游服务全覆盖。

4、政府对旅游能提供优质的支撑保障。

5、实施品牌推广工程、全力凸显全域旅游新形象，以“遇见江南•心动点军；芯池神网•风景南岸”在旅游市场打响招牌。