



# 点军区全域旅游发展规划

(2025-2035)

说明书

宜昌博天盛世旅游规划与景观设计研究院

2025.04





点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

## 《点军区全域旅游发展规划（2024-2035）》

### 专家评审意见

2025年1月15日：点军区文化和旅游局在区政府会议室主持召开了《点军区全域旅游发展规划（2024-2035）》（以下简称《规划》）专家评审会，来自三峡大学、三峡大学科技学院、三峡旅游新区管委会、宜昌市文化和旅旅局的5名专家组成专家组（成员名单附后），点军区委、区人大、区政府、区政协以及相关职能部门负责人出席了会议，与会专家在审阅《规划》成果基础上，认真听取规划编制单位宜昌博天盛世旅游规划与景观设计研究院有限公司的汇报，经审议讨论，形成如下意见：

《规划》基础工作扎实、调研深入，坚持绿色发展，安全发展，协调发展、共建共享原则，明确了点军区全域旅游发展的总体谋划和战略部署，内容较为全面，定位较为准确，思路较为清晰，对创建省级全域旅游示范区、促进点军区文旅产业高质量发展具有重要指导作用，专家组一致同意该《规划》通过评审。

为完善该《规划》，专家组提出以下修改意见：

- 1、进一步加强与相关上位规划的有机衔接，强化多规合一，做好顶层设计；
- 2、进一步补充旅游资源分析、旅游市场分析，完善旅游空间布局规划；
- 3、强化新业态旅游项目策划，进一步优化项目库、建设时序等内容，突出核心项目、亮点项目建设。

建议规划编制单位按照上述意见修改完善《规划》文本，并按程序报批。

评审专家组组长：

2025年1月15日

- 项目名称：点军区全域旅游发展规划（2025-2035）
- 委托单位：点军区区文旅局
- 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  
杨晓倩 旅游策划师  
罗祖航 景观设计师

“点军区全域旅游发展规划”专家评审会修改意见

会议时间：2025年01月15日14：30

| 序号 | 部门/专家      | 修改意见                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 修改内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | 专家组<br>杨四明 | 1、发展目标三个阶段中，近期需要点明曹家畈，是点军的引爆项目；<br>2、充分考虑铜锣湾集团谋划的项目；<br>3、点军的江南旅游观光步道项目要在项目库中有所体现；<br>4、文案中要体现体育+旅游、“+旅游”的调度，农业+旅游中，肥鱼基地，肥鱼产业链在项目上要体现；<br>5、车溪创5A有一定的难度，国家级旅游度假区的标准降低了“1个省级+4个4A”；<br>6、白云山、曹家畈可创省级旅游度假区。                                                                                                                                                                                                                         | 1、已调整在发展初期点明曹家畈片区；<br>2、暂时未提供；<br>3、项目库中已有点军国家步道体系项目；<br>4、参见完整版中旅游产品体系内容；<br>5、创5A有难度，但是可提；<br>6、文本中有体现。                                                                                                                                                                                             |
| 02 | 专家组<br>毛矛  | 1、站在个人的角度，旅游IP形象的设计是否可以和学院进行合作；<br>2、全域统一形象设计、识别系统要合理考量；<br>3、突出大学城、奥体中心、师生密集区，几个目前存在的问题：<br>①学生目前出行交通非常不方便，要方便出行，要有逛的地方；<br>②以年轻人喜欢的业态为点，让学生融入到旅游中去；<br>③刺激年轻人进行重复消费，打造线上线下相结合的消费业态。                                                                                                                                                                                                                                             | 1、后期可根据实际情况与学院合作；<br>2、IP形象及标识标牌均是统一设计，制作及安装；<br>3、出行交通参见内部交通网络，但仍需和交通规划衔接；业态及消费形式参见全域专项城市功能版块。                                                                                                                                                                                                       |
| 03 | 专家组<br>郑宇飞 | 1、规划依据增加2019年颁发的文化旅游管理办法、长江国家文化公园保护规划、湖北省/宜昌市战略规划；<br>2、现状分析中，关于资源特色、优势表现的不突出，乡村旅游（牛扎坪）也是亮点，要突出市民后花园的定位；<br>3、问题诊断中，核心吸引不够强（对比夷陵区），车溪创5A是工作抓手，可以提，没问题，但是几个度假区还不够，还要有；招商引资方面要引入创新性创意性产业项目；<br>4、发展目标三期调整为24-27，28-30,31-35，规划调整为25-35；<br>5、重点项目布局要考虑重大基础设施项目，高铁枢纽、三峡水运新通道、清江水系工程等；楠木溪、王家坝水库是水源地，项目是否能搞需明确；<br>6、产业发展：要考虑节事、会展、活动内容，项目内容要优化遴选，要考虑能吸引人流量的项目，做好市场研究，确定开发时序。                                                          | 1、已增加文化旅游管理办法、长江国家文化公园保护规划、宜昌市战略规划（省级暂时没有）；<br>2、补充资源特色中关于牛扎坪乡村旅游优势的内容；<br>3、参见完整版中旅游地位研判及发展问题诊断内容；<br>4、已调整；<br>5、补充三峡水运新通道对宜昌旅游业带来的影响；高铁、清江水系工程重大基础设施项目资料不全，两大水库的项目需进一步确认；<br>6、参见完整版中全域旅游产品体系—旅游产品深化内容；                                                                                            |
| 04 | 专家组<br>徐炜  | 1、文本要增加目录，页码，方便翻阅；<br>2、旅游资源分析增加24年新晋的3A景区-动物大世界，地位研判中更新宜昌A级景区的数据，增加空气质量、水资源分析等内容；<br>3、目标定位：创世界级旅游目的地（城市），与市里提法一致；<br>4、车溪创5A有难度，慎提，可参考对标5A级标准；<br>5、在现有景区、项目的基础上，与市里要精准对接；<br>6、明确城市度假的定位，融入809、两坝一峡、长江艺术小镇等；<br>7、旅游+、+旅游要有侧重，工业+旅游、教育+旅游、抗战文化（遗迹遗址）都要有体现；<br>8、增加赛事活动、文化演艺等内容；<br>9、缺少供给体系、保障体系、政策支持（用地、财政等）、应急救援体系的内容，可以复制推广的经验，创新体现在哪里；<br>10、全域规划与总规是有区别的，考量的目标不同。全域规划是发展方向的规划，强调社会化、便利化的因素，相关部门的联动，产业链的构造，靠改革、创新，不是光靠做项目。 | 1、已调整增加；<br>2、已更新A级景区数据，补充空气质量和水资源优势的内容；<br>3、目标定位需再确认；<br>4、创5A可作为工作抓手，可提；<br>5、6、进一步明确城市度假的定位，准确对接市里重大项目；<br>7、8、参见完整版中全域旅游产品体系—产旅融合策略内容；<br>9、参见完整版第十二章—全域管理保障体系内容；<br>10、充分吸收、学习两者的区别，进一步完善规划文本内容。                                                                                                |
| 05 | 专家组<br>黄华  | 1、以创促健；资源评价、基础分析不完善，表格资源较少，最大的优势资源还是长江、葛洲坝，温泉也是优势资源，要突出，要与全市的旅游资源评价对接；<br>2、资源市场分析要对接宜昌市的规划，近期的要以本地为主，远期以未来、外来市场为主；<br>3、战略分析要从宏观出发，提高站位，文旅融合要多业态，城市+旅游是特色亮点，要重点突破；<br>4、空间角度：心、核不同时讲，轴、带需与主景观、主要交通串联，片区与轴、带是什么关系要进一步理清，组团需明确特色，进一步擦亮；<br>5、产品设计：缺乏创新性项目，结合新的招商引资盘子，围绕新业态展开。存量产品还不够，要做到全覆盖；<br>6、重点围绕城区、街区发展会展经济（学术会议，十里红、三峡宾馆）；<br>7、围绕周边地区的交通及基础设施，加强规划的前瞻性，形成近中远期项目库；<br>8、全域逻辑不太清晰，+旅游（+文旅、+教育、+会展）要进一步提炼、明确。                 | 1、进一步完善基础资源评价的内容并对接全市的资源评价，长江资源、温泉资源参见完整版旅游资源分析；<br>2、参见完整版中旅游发展现状分析及区域客群市场分析内容；<br>3、进一步提炼文旅融合的多业态模式，突出城市+旅游的亮点；<br>4、空间布局需进一步确定，暂时不变；<br>5、围绕新业态，结合实际进一步明确创新性项目，项目类型多样化，做到区域全覆盖；<br>6、补充街区发展会展经济的内容；<br>7、三年行动方案会涵盖中远期项目库的内容；<br>8、进一步提炼、明确旅游+、+旅游的多产业融合的业态模式。                                      |
| 06 | 区政协<br>张灿  | 1、规划突出了山水优势、生态优势、文化优势及科技优势；<br>2、定位准确，布局措施具体，项目可操作；<br>3、积极宣传规划、支持各项工作的推进。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 感谢认可，将进一步补充完善规划内容。                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 07 | 区政府<br>韩林  | 1、规划创新性不够，没有突出江南画卷、文旅主体的定位；<br>2、宜昌打造世界级目的地的分析不够，风景南岸的资源优势体现不够，重点要更加突出，不需要太多，太过细；<br>3、方向性的规划，产业链还不够突出，重点区域土城片区的白云山、曹家畈；<br>4、品质最高的资源就是沿江资源-长江南岸、艾家，流域资源（桥边河、福安河）是规划的重点，不能光做山水，要以流域、城市为主，要场景、情绪价值，打造高品质的“文+商+旅”业态；<br>5、文佛山、石门洞可以联动，适合做文旅小镇；<br>6、道路、交通要深入分析，区域进入性，要进一步分析清楚外部交通（外围的交通基础设施配套）和内部交通（现有的交通道路，还有哪些未通的等）；<br>7、基础设施配套不完善（科教城、会展中心、奥体演唱会、乡村游等）；<br>8、突出长江大保护综合体项目的地位；                                                   | 1、进一步完善明确点军江南文旅主题的定位，重点突出江南画卷；<br>2、进一步突出风景南岸的定位，补充完善宜昌打造世界级目的地的分析内容；<br>3、参见完整版中全域空间发展布局中—全域旅游核心区打造的内容；<br>4、沿江资源从平善坝—艾家（胭脂坝），结合实地资源分组团打造“+旅游”产品类型；流域资源参见全域专项—水脉点军版块内容；<br>5、规划中将文佛山、石门洞、楠木溪村联合打造文佛山文化旅游度假区；<br>6、交通参见完整版中全方位服务规划—旅游交通网络体系；<br>7、进一步充分考虑人员聚集区的旅游基础设施配套的设置；<br>8、项目已更名为长江幻城，已调整为龙头项目。 |
| 08 | 区人大<br>谭华伟 | 1、规划进一步与市里规划做对接；<br>2、要积极吸纳专家组的各项建议；                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 补充上位规划缺失的部分，充分吸收各位专家的意见进行修改调整。                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 09 | 宣传部<br>裴新颜 | 1、精准吸纳专家组的意见，坚持科学规划，要具有前瞻性、可行性；<br>2、加强和市级层面规划的衔接；<br>3、突出资源特色优势，算力、山水画卷、城区南岸、沿江流域资源等；<br>4、战略布局要考虑奥体中心，大型演艺活动、演唱会、大学城等，加强特色旅游品牌的建设；<br>5、强化项目带动，目前的短板是配套设施不够，不完善，加强旅游休闲街区、消费新场景的打造以及社会旅游的建设；<br>6、重大项目：长江大保护综合体作为引擎项目，曹家畈康养旅游度假区作为龙头项目，另外，动不了的项目不能作为龙头项目；<br>7、旅游配套设施不完善，比如旅游厕所的层级不够，奥体中心、磨基山、卷桥河没有配套的消费场所；<br>8、要考虑旅游人才的引进、培养，农家乐、宾馆等服务人员素质的提高；<br>9、要有旅游市场机制的制定规则；<br>10、要加强宣传营销，要有新的理念、新的思维。                                  | 1、2、充分吸收各位专家的意见，进一步调整规划文本内容，加强与市级规划的衔接；<br>3、4、参见完整版中旅游资源分析、全域旅游产品体系—产旅融合策略内容；<br>5、进一步完善消费场景的打造，充分考虑旅游配套设施；<br>6、已调整，参见全域项目体系内容；<br>7、参见完整版中全方位服务规划—旅游厕所体系建设内容；<br>8、参见完整版中全域管理体系—人才建设内容；<br>9、参见完整版中全域管理体系—管理体制机制创新内容；<br>10、参见完整版中全媒体营销规划内容。                                                       |

## 第一章 规划总则

- 1.1 规划背景
- 1.2 规划性质
- 1.3 规划范围
- 1.4 规划任务
- 1.5 规划期限
- 1.6 规划依据
- 1.7 上位规划
- 1.8 编制思路

## 第四章 全域旅游顶层设计

- 4.1 发展目标及定位
- 4.2 市场定位
- 4.3 发展战略
- 4.4 强芯战略
- 4.5 引流战略
- 4.6 驻留战略
- 4.7 小结

## 第二章 区域概况与旅游发展现状

- 2.1 区位与经济分析
- 2.2 旅游资源分析
- 2.3 旅游发展现状
- 2.4 旅游地位研判
- 2.5 发展问题诊断

## 第五章 全域空间发展布局

- 5.1 全域空间结构
- 5.2 功能分区布局

## 第三章 市场需求分析

- 3.1 旅游市场发展趋势
- 3.2 旅游客群市场特征
- 3.3 区域客群市场需求
- 3.4 小结

## 第六章 全域旅游产品体系

- 6.1 产旅融合发展策略
- 6.2 旅游产品打造原则
- 6.3 全域旅游产品体系
- 6.4 全域旅游产品设计
- 6.5 全域旅游产品深化



第七章 全域项目体系

- 7.1 全域项目体系
- 7.2 引擎工程
- 7.3 龙头项目
- 7.4 重点项目
- 7.5 支撑项目

第十章 全媒体营销规划

- 10.1 营销策略
- 10.2 全域IP形象体系
- 10.3 品牌策略

第十三章 任务分工与实施计划

- 13.1 全域旅游分期行动计划
- 13.2 全域旅游三年行动方案

第八章 全方位服务规划

- 8.1 旅游服务体系目标
- 8.2 旅游交通网络体系
- 8.3 旅游服务中心体系
- 8.4 国家步道工程体系
- 8.5 旅游智慧信息体系
- 8.6 全域标识系统体系
- 8.7 旅游惠民便民体系

第十一章 全域资源可持续发展

- 11.1 生态资源可持续发展
- 11.2 人文资源可持续发展

第九章 全域景观风貌提升

- 9.1 景观风貌提升
- 9.2 景观风貌分区
- 9.3 建筑风貌建设指引
- 9.4 重要区域景观提升建议
- 9.5 城市景观雕塑

第十二章 全域管理保障体系

- 12.1 构建市场化运作体系
- 12.2 构建现代化旅游管理体系
- 12.3 全民参与共建共享



01

# 规划总则

General Principles of Planning

## 1.1 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，不是说不搞大的发展，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。

如今的宜昌，江豚逐浪，城美水清，山雄岸绿，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。

2023年8月，感恩奋进、奋发有为的宜昌，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。



### 宜昌

在“**共抓长江大保护 推进高质量发展**”中取得的成绩

宜昌长江大保护十大标志性战役取得阶段性成效。

宜昌长江经济带绿色发展十大战略性举措推进居全省前列。

宜昌“四个三重大生态工程”全面推进。

破解“化工围江”，有序“关改搬转”。





## 1.1 规划背景

走向生态文明新时代，建设美丽中国，是实现中华民族伟大复兴中国梦的重要内容。

- 2005年8月15日，时任浙江省委书记习近平在浙江湖州市安吉县余村考察时，以充满前瞻性的战略眼光，首次提出“**绿水青山就是金山银山**”的重要论断。“两山论”阐述了经济发展和生态环境保护的关系，揭示了**保护生态环境就是保护生产力、改善生态环境就是发展生产力**，既是重要的发展理念，也是推进现代化建设的重大原则。
- 2013年9月7日，习近平总书记在哈萨克斯坦纳扎尔巴耶夫大学发表演讲并回答学生们提出的问题，在谈到环境保护问题时他指出：“**我们既要绿水青山，也要金山银山。宁要绿水青山，不要金山银山，而且绿水青山就是金山银山。**”
- 2018年4月，习近平总书记深入湖北宜昌、荆州、武汉等地考察，实地了解长江经济带发展战略实施情况，并在武汉主持召开深入推动长江经济带发展座谈会。他强调：“**长江经济带应该走出一条生态优先、绿色发展的新路子。**”
- 2021年4月，习近平总书记在主持十九届中共中央政治局第二十九次集体学习时强调，**生态环境保护和经济发展是辩证统一、相辅相成的**，建设生态文明、推动绿色低碳循环发展，不仅可以满足人民日益增长的优美生态环境需要，而且可以推动实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续、更为安全的发展，走出一条生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路。
- 2023年7月，习近平总书记在全国生态环境保护大会上强调，要着力提升生态系统多样性、稳定性、持续性，加大生态系统保护力度，切实加强生态保护修复监管，**拓宽绿水青山转化金山银山的路径**，为子孙后代留下山清水秀的生态空间。





## 1.1 规划背景

**加快建设旅游强国 推动旅游业高质量发展。坚持以文塑旅、以旅彰文，坚定不移地走独具特色的中国旅游发展之路。**

2024年5月17日，全国旅游发展大会在北京召开。习近平总书记对旅游工作作出重要指示，充分肯定我国旅游业取得的突出成就，强调“**着力完善现代旅游业体系，加快建设旅游强国**”，“推动旅游业高质量发展行稳致远”。

2021年4月25日至27日，习近平总书记在广西考察时强调，“要坚持以人民为中心，**以文塑旅、以旅彰文**，提升格调品位，努力创造宜业、宜居、宜乐、宜游的良好环境，**打造世界级旅游城市**”。

2020年6月，习近平总书记在宁夏考察时指出，“**加强文化与旅游深度融合，积极发展特色旅游、全域旅游**”，“发展现代特色农业和文化旅游业，必须贯彻以人民为中心的发展思想，突出农民主体地位，把保障农民利益放在第一位”。



1、充分学习，领会习总书记关于旅游发展的相关指示，尤其是2024年5月习总书记关于旅游发展的指示精神。这些指示精神需要在十五五期间得到全面贯彻落实。

习总书记的5月指示明确了旅游业的战略支柱产业、民生产业、幸福产业的产业地位，提出了守正创新等3原则，并要求统筹好5大关系，实现5大目标，落实2个工作任务——完善现代旅游业体系、加快建设旅游强国。相信这些都会成为十五五文旅发展规划的指导方针。

习总书记6月考察宁夏时，又强调了“加强文化与旅游深度融合，积极发展特色旅游、全域旅游”。

这些指示精神都在为十五五文化和旅游的发展指明方向。

2、充分理解现有国家5部十四五规划的结构，明确文旅规划编制的体例和结构。

4、发展全域旅游，促进乡村振兴。

今年6月，习近平总书记考察宁夏时强调，“加强文化与旅游深度融合，积极发展特色旅游、全域旅游”。

全域旅游是在有资源、有条件的地区，发挥政府主导的优势，发展县域经济、丰富业态、实现转型，实现乡村振兴的重要途径。

全域旅游一方面将一个县或者一个地级市，作为一个旅游目的地整体打造；一方面以旅游消费为依托，重组本地产业，增加居民收入，实现产业结构的调整。

十五五期间，全国范围的全域旅游发展一定会成为新热点，全域旅游与乡村振兴，会成为县域经济发展的加速器。



## 1.1 规划背景

### 我国经济由高速增长转向高质量发展，全域旅游是实现旅游品质提升的关键。

中国经济正处于新旧动能接续转换、经济转型升级的关键时期。2017年12月，中央经济工作会议指出“**高质量发展是我国经济发展新时代的基本特征和根本要求。**”

2024年一季度，国内游客出游总花费**1.52万亿元**，同比增长17%，在促进消费、拉动内需方面作用明显；

全国出入境人员超**1.41亿人次**，同比上升117.8%。假日旅游人潮涌动，旅游过年已经成为新民俗。

2024年春节假期八天，全国国内旅游出游**4.74亿人次**，同比增长34.3%，按可比口径较2019年同期增长19.0%；国内游客出游总花费**6326.87亿元**，同比增长47.3%。

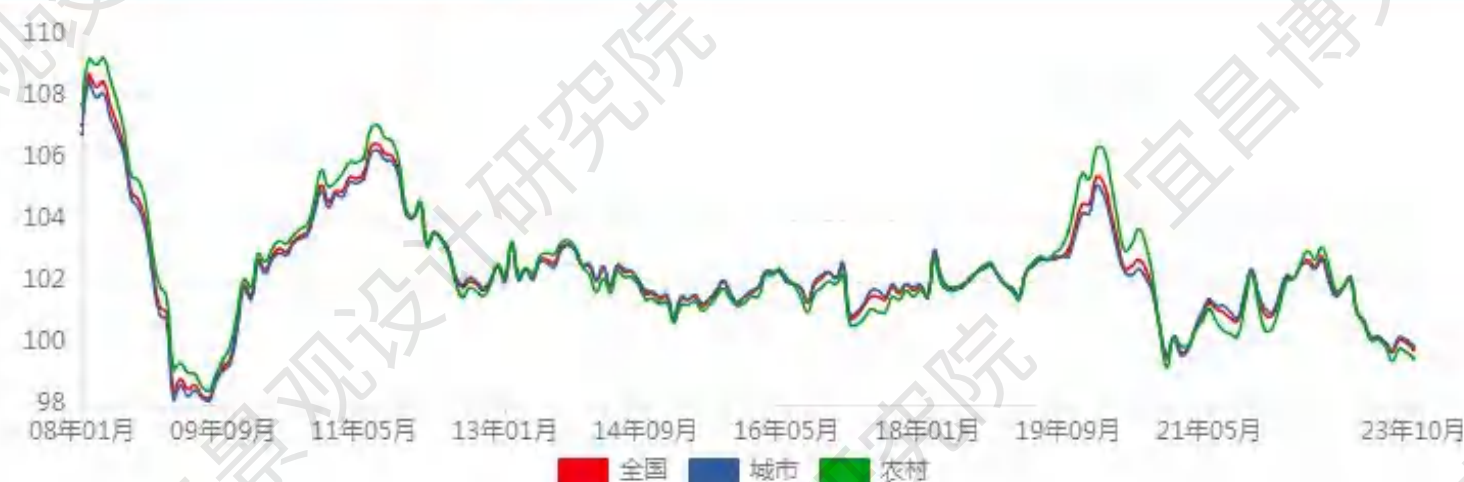
旅游已经成为人民日常生活不可或缺的组成部分，**中国已经形成全球最大国内旅游市场。**

旅游业发展也引来“高品质供给”的热潮，品质提升成为重点。全域旅游是实现旅游品质提升的关键。

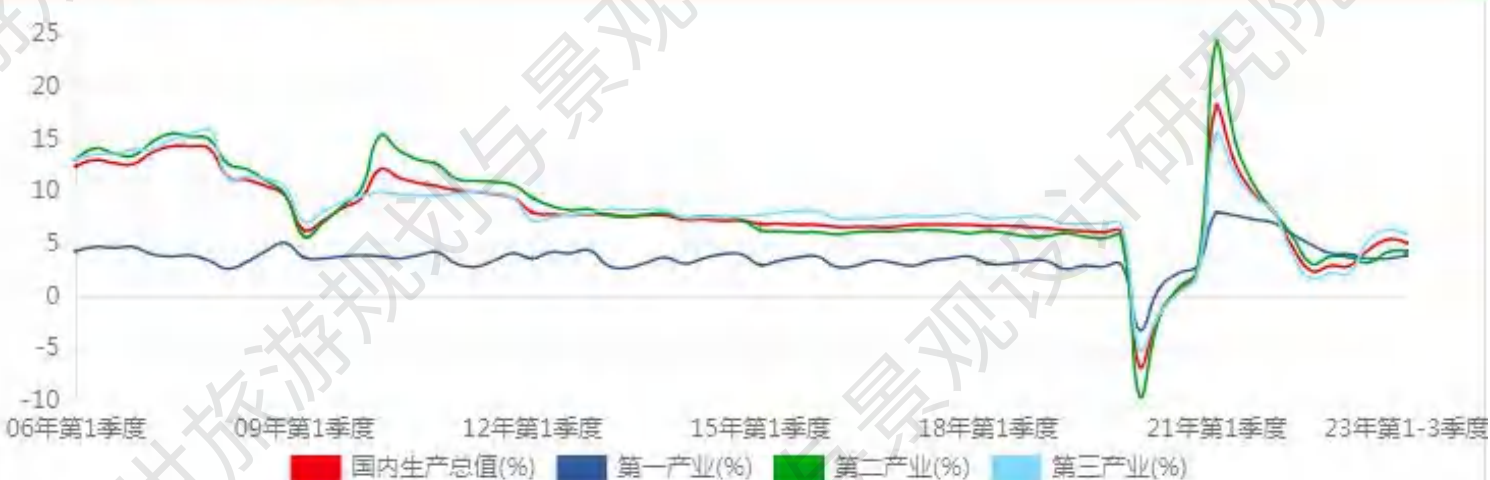
中国经济的新常态与中国旅游的常态发展所形成的态势差，使得大量的资本、技术进入旅游产业。

在此情况下，需要从全域范围放大旅游业的容量，方可进一步推进旅游的高品质发展。

中国居民消费价格指数(CPI, 上年同月=100)



中国国内生产总值(GDP)

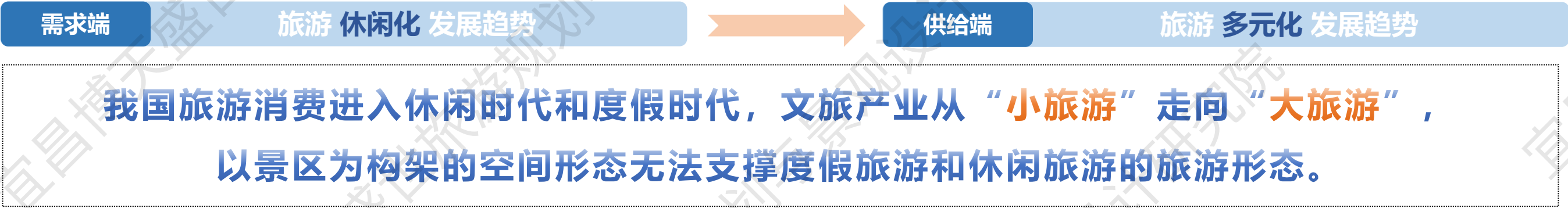


※以上数据来源于光明网、东方财富数据中心



# 1.1 规划背景

国内文旅产业从“小旅游”走向“大旅游”，将突破传统以景区为构架的空间形态，以支撑“大旅游”需求。



• 休闲旅游人文化发展趋势

人们的消费需求从温饱转向物质与精神需要的统一，个性化、娱乐性的文化产品的需求日益增加，推动休闲旅游发展中人文化发展。

• 休闲旅游生态化发展趋势

可持续休闲旅游发展观逐渐兴起，既要考虑旅游地自然环境的承载力，也要对当地的社会文化、风俗传统和生活方式加以保护，以达到绿色、永续发展的目的。

• 休闲旅游体验化发展趋势

中国发展进入体验经济时代，游客更加强调在旅游体验中获得精神的愉悦旅游活动趋向立体化和郊区化，城市休闲和乡村度假渐成时尚。

• 旅游产品多元化发展

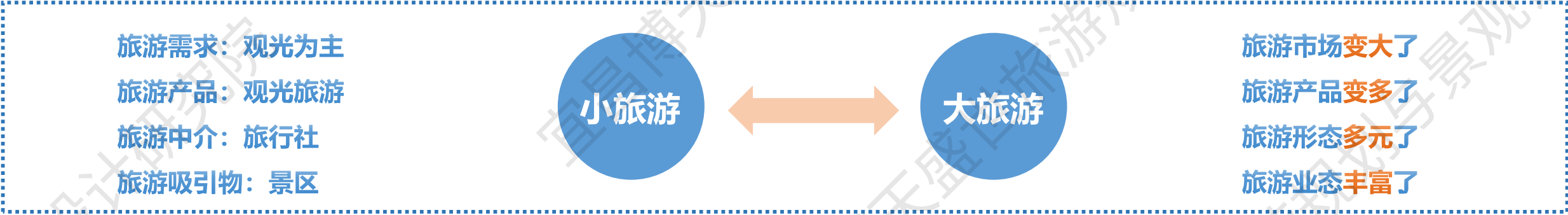
个性化旅游需求推动旅游走向主题多样化，推动旅游产品的定制化、多元化发展，并进一步形成以游客为中心的发展观。

• 旅游市场结构多元化发展

国内外经济文化联系加强，极大推动了出境旅游和入境旅游的发展；中国经济快速发展，出境旅游发展迅速；但国内旅游依然占据主要。

• 旅游类型多样化发展

随着旅游业的发展，旅游市场不断细分，从最初的城市旅游到乡村旅游、会展旅游、工业旅游、红色旅游，旅游新业态不断涌出。





# 1.1 规划背景

国家层面对全域旅游高度重视，为了促进全域旅游发展，提出了明确的指导建议。

| 发布时间    | 发布单位      | 政策名称                                            | 政策解读                                                                                                  |
|---------|-----------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2015.8  | 国家旅游局     | 《关于开展国家全域旅游示范区创建工作的通知》                          | 解读了全域旅游的发展概念，为各地全域旅游的发展明确了方向。                                                                         |
| 2016.4  | 国家旅游局     | 《全域旅游示范区创建验收标准》                                 | 根据国家旅游局创建示范区文件和国家推动全域旅游发展建设的要求，明确了各省市全域旅游建设的验收标准。                                                     |
| 2016.8  | 国家旅游局     | 《关于深化导游体制改革加强导游队伍建设的意见》                         | 顺应全域旅游发展需求，推动导游管理从行政化、非流动、封闭式向法制化、市场化转变。                                                              |
| 2016.9  | 国家旅游局     | 《国家全域旅游示范区认定标准》                                 | 全方位提出全域旅游的建设目标和方向，推动综合的旅游管理体制、全面的旅游公共服务、融合的旅游产业体系、开放的旅游营销体系的建设。                                       |
| 2016.12 | 国务院       | 《“十三五”旅游业发展规划》                                  | 积极推动以抓点为特征的景点旅游发展模式向区域资源整合、产业融合、共建共享的全域旅游发展模式加速转变。                                                    |
| 2017.3  | 国务院       | 2017年政府工作报告                                     | 完善旅游设施和服务，大力发展乡村、休闲、全域旅游。                                                                             |
| 2017.6  | 国家旅游局     | 《全域旅游示范区创建工作导则》                                 | 推荐全域统筹规划、合理布局、整体营销，实现全域宜居宜业宜游和全域接待海内外游客，成为目的地建设的典范。                                                   |
| 2017.8  | 国家旅游局     | 《2017全域旅游发展报告》                                  | 对全域旅游的发展成效做出阶段性的汇总，对全域旅游发展成果给予积极的肯定和鼓励。                                                               |
| 2018.3  | 国务院       | 《关于促进全域旅游发展的指导意见》                               | 指出发展全域旅游，将一定区域作为完整旅游目的地，以旅游业为优势产业，统一规划布局、优化公共服务、推进综合管理、实施系统营销，有利于不断提升旅游业现代化、集约化、品质化、国际化水平，更好满足旅游消费需求。 |
| 2019.3  | 文化和旅游部办公厅 | 《国家全域旅游示范区验收、认定和管理实施办法（试行）》和《国家全域旅游示范区验收标准（试行）》 | 进一步规范国家全域旅游示范区验收、认定和管理工作，充分发挥国家全域旅游示范区在促进全域旅游发展中的示范引领作用。                                              |



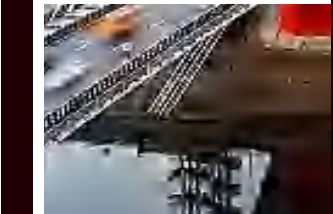
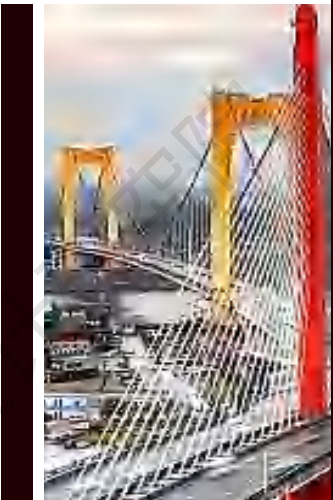
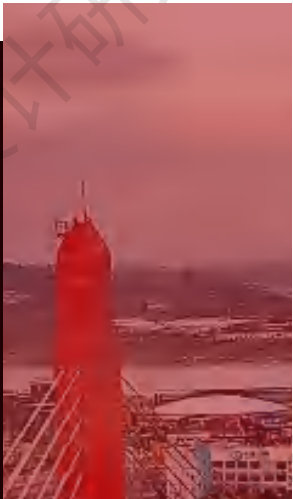


# 1.1 规划背景

全域旅游解决了传统景点景区孤立分散缺乏联系等问题，建立了以旅游资源为核心的区域综合开发、整体发展模式。

## 传统旅游发展模式与全域旅游发展模式的比较

|      | 传统旅游发展                        | VS | 全域旅游发展                                              |
|------|-------------------------------|----|-----------------------------------------------------|
| 发展模式 | 围绕既有资源打造景点、景区；景区间缺乏联系，孤立分散发展。 |    | 深入挖掘资源潜力，品牌特色突出；产品结构体系完善；以旅游资源为核心的区域综合开发；区域整体发展观念强。 |
| 产业支撑 | 门票经济依赖；关注基本旅游要素。              |    | “旅游+”业态创新；产业融合发展下的综合贡献。                             |
| 供需结构 | 明显的季节性；供需类型单一；可选择性较少。         |    | 满足旅游者多元化和个性化的休闲体验需求；供给侧结构性改革力度加大。                   |
| 建设主体 | 旅游企业单打独斗。                     |    | 社会共建共享。                                             |
| 空间规划 | “景区内外两重天”；配套设施规划被动、孤立。        |    | “产城融合”的新型辐射带动机制；共享式的城乡设施配套体系。                       |
| 管理体制 | 旅游管理部门行为。                     |    | 各部门联动综合治理机制；“1+3+N”管理体制创新。                          |
| 产业效率 | 粗放、低效、竞争。                     |    | 精细、高效、合作、共享。                                        |
| 效益影响 | 经济效益为主。                       |    | 经济、社会、文化、生态等综合效益。                                   |





# 1.1 规划背景

全域旅游，关键在于把握“二”字。



## 1、资源需全域整合。

- 树立新的旅游资源观，把旅游发展融入区域的经济社会发展大局，建立“任何资源都可以成为旅游资源”的新理念。

## 2、产业需全域融合。

- 把握旅游产业关联度大、综合性强的特质，以“旅游+”积极推进旅游业和相关产业的共融共生共兴。

## 3、要素需全域配套。

- 树立“旅游即生活”的理念，适应大众旅游时代的旅游需求变化，丰富全域旅游生活的要素。

## 4、过程需全域考虑。

- 为游客构建“点—线—面—场”的体验模型，保障游客旅游体验的完整性和连续性，从而延长游客停留时长，增加旅游消费。

## 5、结构需全域优化。

- 以深化供给侧改革为引擎，激活存量、创新增量、提高质量，把资源配置调优，把供需关系调优，把产业结构调优。

## 6、营销需全域统筹。

- 全域旅游下的旅游营销，就是要统筹营销、整合营销，从景点营销、产品营销走向城市营销、目的地营销。

## 7、社会需全域参与。

- 共建共享、共同缔造是全域旅游的鲜明特征。全域旅游需要坚持政府主导，更需要充满活力的市场主体，让当地居民和游客共建共享，是全域旅游的初衷和标志。

## 8、市场需全域管理。

- 覆盖旅游生活各个空间、旅游消费各个过程、旅游市场各个环节的旅游市场管理体系和机制，进而在全域范围内构建起优良的市场秩序。

## 9、服务需全域提升。

- 全域旅游，产品为王，服务是道。实现旅游基础设施和公共服务的全域化，是全域旅游的重中之重。

## 10、环境需全域营造。

- 优美的环境是最好的旅游产品、最美的旅游生活空间，需大力推进区域环境全面治理和全域营造。

# 1.1 规划背景

全域旅游应重视旅游产业发展的战略价值，统筹把控全局，指导空间落地，并注重规划体系化、智慧化、创新性发展。

- NO. 1

■ **理念转变，重视旅游产业的战略价值。**

深度理解全域旅游，实现规划理念转变，提升旅游产业发展地位，重视战略价值。
- NO. 2

■ **统筹把握，旅游规划辅助变先行。**

旅游规划作为先行规划，在旅游规划的框架下制定城市（乡村）规划和其它专项规划。
- NO. 3

■ **空间落地，衔接国土空间规划。**

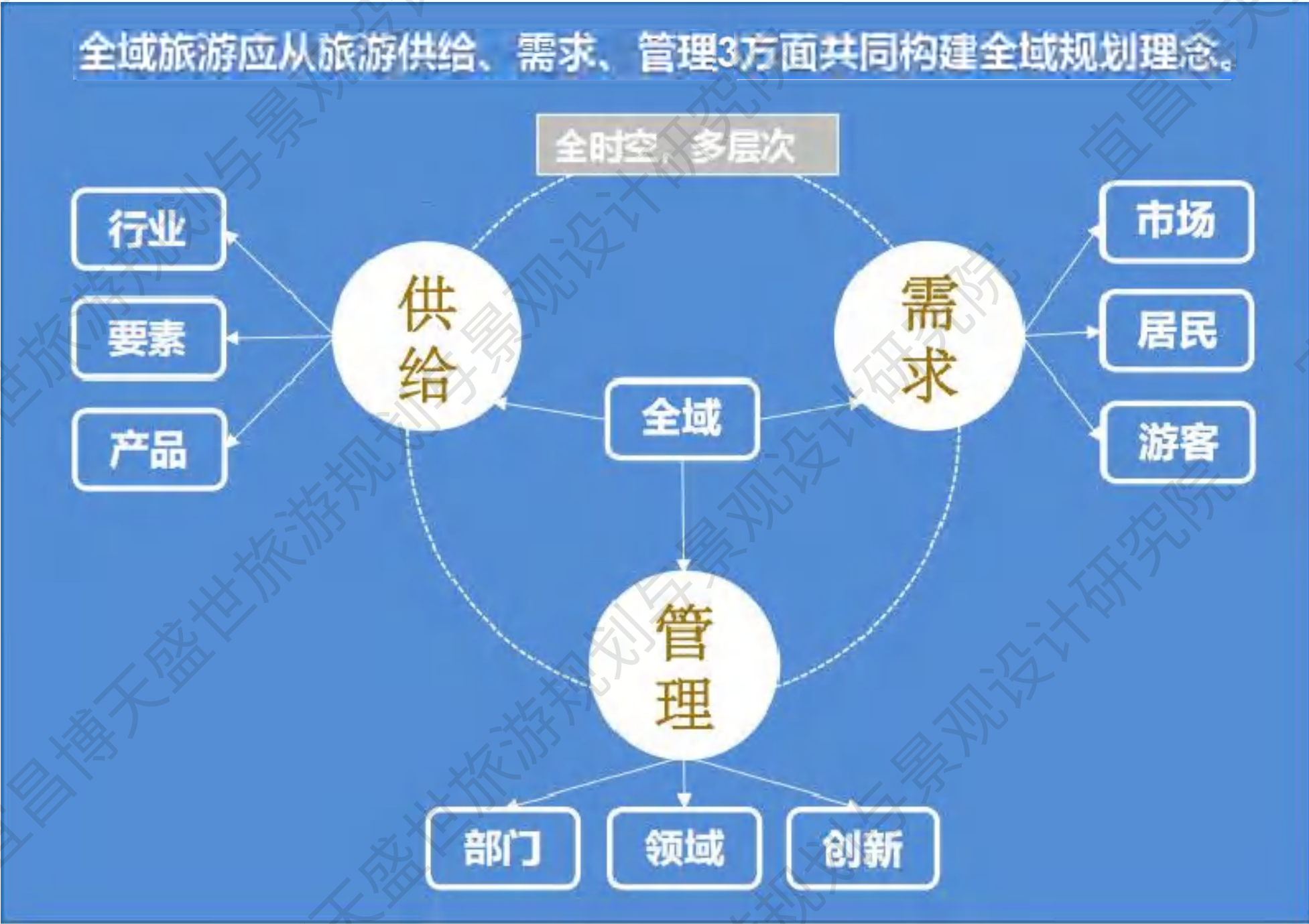
国土空间规划作为多规合一和用地管治的基础，旅游规划应与之衔接，增加实施性。
- NO. 4

■ **多方参与，搭建共建共享平台。**

共建共享平台的搭建模式，多方协调参与的开发模式等成为实践中不断探索的重点。
- NO. 5

■ **管理创新，应用先进技术打造智慧旅游。**

全域旅游需要全域旅游信息化的支持，智慧旅游成为全域旅游的重要支点。





## 1.1 规划背景

元宇宙作为数字经济与实体经济融合的高级形态，正在推动传统文旅业态的升级和新型业态的发展。

- 2022年10月，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）》中提到，虚拟现实（含增强现实、混合现实）是新一代信息技术的重要前沿方向，是数字经济的重大前瞻领域，将深刻改变人类生产生活方式。经过多年发展，虚拟现实产业初步构建了以技术创新为基础的生态体系，正迈入以产品升级和融合应用为主线的战略窗口期。
- 2023年8月，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）**》，明确提出**建设文旅元宇宙**。在市场推动和政策引导同频共振下，元宇宙赋能文旅新型业态得到不断发展。
- 2024年7月，《**中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定**》中提到，“**探索文化和科技融合的有效机制，加快发展新型文化业态**。”作为数字经济与实体经济融合的高级形态，元宇宙正在改变传统文旅产业的生态系统，推动传统文旅业态的升级和新型业态的发展。



## 1.1 规划背景

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

建设儿童友好城市，寄托着人民对美好生活的向往，事关广大儿童成长发展和美好未来。

- 2021年9月，国务院印发《中国儿童发展纲要(2021-2030年)》。
- 2021年3月发布的《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》中，**儿童友好城市建设**被正式纳入其中。
- 2021年9月30日，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》提出到2025年，通过在全国范围内开展**100个儿童友好城市建设试点**，让儿童友好要求在社会政策、公共服务、权利保障、成长空间、发展环境等方面充分体现。
- 2022年9月，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）》，明确了城市、区（县）、街镇及社区等层级的儿童友好空间的规划、设计、建设以及各类空间的**适儿化改造**等要求，为各地和有关部门工作提供了重要参考和指导。
- 2023年8月，住建部、国家发改委、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》，进一步明确儿童友好空间的规划、设计、建设和适儿化改造要求，努力为广大儿童健康成长创造良好环境。
- 2023年5月，**宜昌市入选建设国家儿童友好城市名单**。







点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

## 1.2 规划性质

本规划为《点军区全域旅游发展总体规划》，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。

## 1.3 规划范围

本规划范围覆盖湖北省宜昌市点军区行政辖区全域旅游资源，规划范围为532.18平方公里。

## 1.4 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。

## 1.5 规划期限

近 期：2024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



## 1.6 规划依据

### (1) 国家法律及法规

- 《中华人民共和国乡村振兴促进法》（2021）
- 《中华人民共和国城乡规划法》（2019）
- 《中华人民共和国土地管理法》（2019）
- 《中华人民共和国旅游法》（2018）
- 《中华人民共和国森林法实施条例》（2018）
- 《中华人民共和国环境保护法》（2014）
- 《中华人民共和国文物保护法》（2017）
- 《中华人民共和国水污染防治法》（2017）
- 《中华人民共和国水土保持法》（2010）
- 《中华人民共和国节约能源法》（2018）
- 《中华人民共和国长江保护法》（2021）

### (2) 国家规范、行业标准

- 《全域旅游示范区创建工作导则》（2017）
- 《风景名胜区条例》（2016）
- 《风景名胜区详细规划标准》（GB/T 1294-2018）
- 《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18972-2017）
- 《旅游厕所质量要求与评定》（GB/T 18973-2022）
- 《旅游规划通则》（GB/T 18971-2003）
- 《旅游景区游客中心设置与服务规范》（GB/T 31383-2015）
- 《旅游景区质量等级的划分与评定》（GB/T 17775-2003）
- 《旅游景区质量等级评定管理办法》（2005）
- 《旅游度假区等级划分》（GB/T 26358-2022）
- 《旅游休闲街区等级划分》（LB/T 082-2021）

### (3) 有关规划及文献

- 《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》（2018）
- 《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）
- 《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》
- 中共中央、国务院印发《乡村振兴战略规划（2018 - 2022年）》
- 国务院办公厅发布《关于促进全域旅游发展的指导意见》（2018）

- 国务院《“十四五”旅游业发展规划》（2021）
- 国务院印发《中国儿童发展纲要(2021-2030年)》
- 文化和旅游部印发《“十四五”文化和旅游发展规划》（2021）
- 农业农村部印发《全国乡村产业发展规划( 2020-2025年)》
- 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）》
- 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）》
- 文化和旅游部等四部门联合印发《长江国家文化公园建设保护规划》（2025）
- 文化和旅游部印发《文化和旅游规划管理办法》（2019）
- 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》
- 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）》
- 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》
- 《湖北省旅游业发展“十四五”规划》（2021）
- 《湖北省人民政府关于促进全域旅游发展的实施意见》
- 《湖北省乡村旅游发展规划(2016-2025)》
- 《湖北省旅游条例》（2017）
- 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）
- 《宜荆荆都市圈特色消费目的地建设三年行动方案（2023-2025年）》
- 《宜荆荆全国性综合交通枢纽建设三年行动方案》
- 《宜昌市战略规划(2025-2035)》
- 《宜昌市城市总体规划(2011-2030)》
- 《宜昌市国土空间总体规划》（2021-2035）
- 《宜昌市文化和旅游发展“十四五”规划》（2022）
- 《宜昌市乡村振兴战略规划》（2018-2022）
- 《宜昌市交通事业发展“十四五”规划》（2022）
- 《中共宜昌市点军区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》
- 《宜昌市点军区分区规划（2011-2030）》
- 《宜昌市点军区乡村振兴战略规划( 2018-2022)》
- 《宜昌长江生态保护与绿色发展战略规划》
- 《点军区国民经济和社会发展第十四个五年规划纲要》（2021-2025）
- 《点军区农业农村十四五产业发展规划》
- 《点军区文化体育事业十四五发展规划》、《点军区交通运输十四五发展规划》
- 《点军区生态与环境保护十四五专项规划》、《点军区水利发展十四五规划》、《点军区志》



## 1.7 上位规划梳理 | 国家层面

保障旅游者和旅游经营者的合法权益，规范旅游市场秩序，保护和合理利用旅游资源，促进旅游业持续健康发展制定。

### 《中华人民共和国旅游法》

- 国务院和县级以上地方人民政府应当将旅游业发展纳入国民经济和社会发展规划。国务院和省、自治区、直辖市人民政府以及**旅游资源丰富的设区的市和县级人民政府**，应当按照国民经济和社会发展规划的要求，组织编制旅游发展规划。对跨行政区域且适宜进行整体利用的旅游资源进行利用时，应当由上级人民政府组织编制或者由相关地方人民政府协商编制统一的旅游发展规划。

### 《中华人民共和国长江保护法》

- 长江流域经济社会发展，应当坚持生态优先、绿色发展，共抓大保护、不搞大开发；长江保护应当坚持统筹协调、科学规划、创新驱动、系统治理。

### 《关于促进全域旅游发展的指导意见》

- 统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，牢固树立和贯彻落实新发展理念，加快旅游供给侧结构性改革，着力推动旅游业从门票经济向产业经济转变，从粗放低效方式向精细高效方式转变，从封闭的旅游自循环向开放的“旅游+”转变，从企业单打独享向社会共建共享转变，从景区内部管理向全面依法治理转变，从部门行为向政府统筹推进转变，从单一景点景区建设向综合目的地服务转变。
- 旅游发展全域化。**推进全域统筹规划、全域合理布局、全域服务提升、全域系统营销，构建良好自然生态环境、人文社会环境和放心旅游消费环境，实现全域宜居宜业宜游。
- 旅游供给品质化。**加大旅游产业融合开放力度，提升科技水平、文化内涵、绿色含量，增加创意产品、体验产品、定制产品，发展融合新业态，提供更多精细化、差异化旅游产品和更加舒心、放心的旅游服务，增加有效供给。
- 旅游治理规范化。**加强组织领导，增强全社会参与意识，建立各部门联动、全社会参与的旅游综合协调机制。坚持依法治旅，创新管理机制，提升治理效能，形成综合产业综合抓的局面。
- 旅游效益最大化。**把旅游业作为经济社会发展的重要支撑，发挥旅游“一业兴百业”的带动作用，促进传统产业提档升级，孵化一批新产业、新业态，不断提高旅游对经济和就业的综合贡献水平。



长江三峡



# 1.7 上位规划梳理 | 湖北省层面

“旅游强省”背景下，湖北推进旅游与文化、乡村扶贫等融合发展，加强旅游标准化和形象推广。

## 《湖北省旅游业发展“十四五”规划》

- 紧紧围绕“推动湖北高质量发展、加快建成中部地区崛起重要战略支点”的总体要求，落实全省“一主引领、两翼驱动、全域协同”区域发展布局，坚持稳中求进工作总基调。
- 坚持稳中求进工作总基调，按照全国旅游发展第一方阵的目标定位，适应文旅融合新形势，以全域旅游为方向，以推动旅游高质量发展为主题，以深化旅游供给侧结构性改革为主线，以提供优质旅游产品和服务为中心环节。
- 加强改革创新，统筹发展和安全，努力叫响“世界知名旅游目的地”，叫响“万亿元产业”，把湖北建设成为旅游强省，为湖北“建成支点、走在前列、谱写新篇”作出新贡献。

## 《湖北省人民政府关于促进全域旅游发展的实施意见》

- 强化旅游产业战略地位，加快全域旅游发展，努力建设旅游强省，把湖北打造成为国内一流旅游目的地和长江国际黄金旅游带核心区。
- 以规划引领旅游与关联行业的项目联动开发，编制旅游与交通、水利、农业、林业、住建、文化等行业的融合发展规划，建立统筹推进重大旅游项目的工作机制。
- 推进旅游与文化的融合，建设文化旅游产业发展聚集区，打造一批高水准、有特色的文化旅游节庆、演艺和娱乐品牌；推进旅游与工业、林业、商贸、科技、环保、教育等产业的融合。适应消费升级需求，开发形成观光、休闲、度假相结合的旅游产品体系。
- 大力发展乡村旅游，实施连片特困地区旅游扶贫战略，推进旅游与农业、贫困地区特色优势产业的融合，开发历史文化、民俗风情、地质奇观、乡村风貌、田园风光等旅游资源。
- 全面推进旅游标准化建设，完善旅游标准体系，加强旅游形象推广，将其纳入对外形象宣传系统工程。





## 1.7 上位规划梳理 | 宜昌市层面

宜昌将加快融入国际国内大通道，在“十四五”规划的背景构建宜昌文旅发展大格局。

### 《宜昌市城市总体规划（2011-2030）》

- 以“优化结构、提高效益、降低消耗、保护环境、改善民生”为基本目标，大力发展产业经济，促进区域经济发展。加速推进新型城镇化，提升城市功能，加快“两型”社会建设，实现宜昌从大城市向特大城市的转变，建设省域副中心城市，成为带动鄂西南地区发展的**主导力量**。
- 宜昌城市景观特色可以概括为“**山环水绕多组团，天然图画新宜昌**”。自然山水“一江两心、三楔四廊”的格局。重点保护城市绿楔与绿心：保护宜昌景观系统中的绿楔，包括西陵后山-磨基山、龙盘湖-观音山、善溪冲-艾家店等三个绿楔。

### 《宜昌市国土空间规划（2021-2035）》

- 依托核心旅游资源，围绕长江、清江等山水资源和屈原、王昭君等人文资源，建设世界级旅游景区和世界级旅游度假区，打造长江国际黄金旅游带核心城市。
- 保护和弘扬优秀历史文化，延续历史文脉，传承文化精神。充分挖掘城乡历史文化资源，构建全域历史文化保护体系，促进各类资源科学管理、合理利用。
- 推动自然山水与城市融合发展，依托自然山水增补城市公园、郊野公园、社区公园、口袋公园等各类公园绿地，构建“串园连山、水系贯通”的滨江依据公园城市。重点建设“八大公园、六大水系”，为打造长江国家文化公园重要节点提供硬核支撑。

### 《宜昌市文化和旅游发展“十四五”规划》

- 增强全市要素市场化配置能力，深入推进“文旅+”“+文旅”，通过强主体、搭平台、建集群，促进文旅体产业集群内融合和产业链上下游的外融合，形成“**双融合**”发展格局。
- 大力发展宜昌重点旅游项目，发挥历史名人效应，促进**文化旅游深度融合**。实施城市文旅品牌塑造工程，加快构建**宜昌文旅品牌体系**，提升城市文化力，增强品牌感召力一讲好宜昌故事，传播宜昌品牌。





## 1.7 上位规划梳理 | 点军区层面

深化青年发展型城市建设，为打造“世界级宜昌”风景南岸贡献青春力量。

### 《关于打造点军全域智慧旅游廊道，促进农文旅融合发展的议案》

- 点军区九届人大三次会议**一号议案《关于打造点军全域智慧旅游廊道，促进农文旅融合发展的议案》**内容，拟编制《宜昌市点军区全域旅游规划》，编制相关申报资料，申报省级全域旅游示范区。

### 《奋力绘就“世界级宜昌”风景南岸青春画卷》

- 《奋力绘就“世界级宜昌”风景南岸青春画卷》文章中指出，青年是城市活力的源泉，是点军发展的重要力量。
- 当前，在全市“跨江发展、两岸并进”战略指引下，点军区锚定中西部科教高地和“世界级宜昌”风景南岸的城市主题，紧扣青年人才“引进来、留得下、住得稳”发展目标，围绕基础设施、公共服务、商业配套、生态环境、就业创业等建设方向，多方联动、上下合力，奋力打造青年发展型“世界级宜昌”风景南岸。

#### 宜昌市点军区人民政府办公室

点政办函〔2023〕10号

点军区人民政府办公室  
关于印发《点军区九届人大三次会议一号议案  
办理工作方案》的通知

各乡镇人民政府，街道办事处，电子信息产业园管理办公室，湖北点军工业园区管委会，区政府各部门，各直属机构：

《点军区九届人大三次会议一号议案办理工作方案》已经区政府常务会议审议通过，现印发给你们，请结合实际抓好贯彻落实。

点军区人民政府办公室  
2023年8月20日





# 1.7 上位规划梳理 | 点军区层面

完善区域旅游交通，推进区域旅游合作，提升旅游形象阶梯，将点军打造为宜荆荆都市圈旅游发展新名片。

## 《点军区分区规划》

- 宜昌市滨江生态主城区：集生态宜居、休闲旅游、文体娱乐、教育科研、休疗养和绿色都市产业等职能于一体。经济产业生态化，交通出行低碳化，生态环境景观化的示范城区和休闲旅游景区。国家可持续发展战略在中部生态敏感地区和三峡库区区域的一个特色示范基地和重要展示窗口。
- 以旅游为切入点，抓住鄂西生态文化旅游圈建设的机遇，依托三峡旅游核心品牌，整合旅游资源，优化区域布局，培育旅游精品，增强都市休闲旅游品牌打造。形成具有吸引力的标志性特色旅游线路，融入区域旅游体系。

## 《点军区“十四五”发展规划》

- 点军要顺利实现“十四五”发展目标，必须要立足新发展阶段、贯彻新发展理念、融入新发展格局，以更加奋进的姿态，主动承担起宜昌“一江两岸、主城引领”战略责任，解放思想、干在实处、争当表率，始终围绕公园城市先行区、战略性新兴产业核心发力区、科教文体功能集聚区、城乡融合发展引领区“四区”建设目标，以智慧新城、科教新城、生态新城“三城”建设为抓手，加快建成人城产共融、量质效共升的滨江生态新城区。

## 《湖北宜昌点军区旅游休闲功能区规划》

- 规划将旅游业作为产业的整合器，融合第一、第二相关产业，多产业联动，促进区域环境、经济、城乡空间形态向更高品质发展，从而实现产业转型升级和增长方式转变。
- 以旅游业引领点军区城乡统筹发展为目的，通过“多规合一”的手段，从规划战略、旅游产业布局、重点项目概念性规划、旅游产品体系、旅游交通、旅游服务体系、空间用地管控、新型城乡形态引导、城乡产业统筹引导、居民社会调控引导、城乡公共服务设施建设、生态建设、旅游营销、管理运营等多方面进行了详细的阐述，提出了“旅游引导下的城乡统筹发展战略”、“四态合一”的发展理念，以及建设国家旅游休闲区的总体目标。





### 1.8 技术路线与研究框架

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。





02

## 区域概况与旅游发展现状

Regional Overview and Tourism Development Status



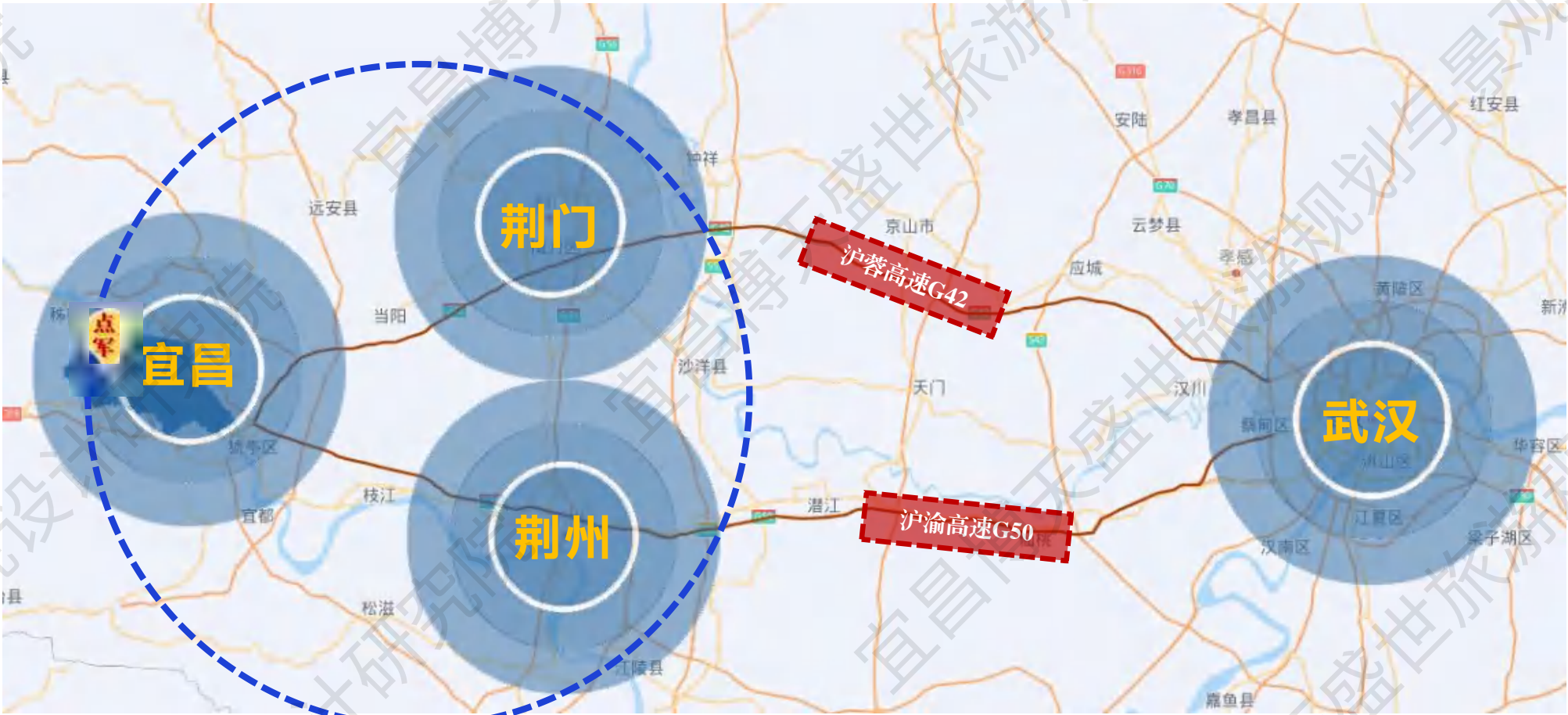
## 2.1 区位与经济分析

点军区位优越，宜昌后花园，宜荆荆都市圈重要构成部分。

### ■ 区位介绍

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。

点军有江南后花园之称，是宜荆荆都市圈的重要构成部分。





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。

## 高速:

- 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。**

**水运：**建设**三峡水运新通道**和**葛洲坝航运扩能工程**，有利于从根本上解决三峡船闸船舶积压严重等问题，发挥黄金水道的资源优势，更好支撑长江经济带高质量发展。有利于提升长江经济带与“一带一路”相衔接的紧密度和质量，构建长江经济带全方位开放的新格局，更好实现国际国内经济双循环。水运作为相对绿色的运输方式，对于实现绿色低碳可持续发展，如期达成“碳达峰”、“碳中和”目标意义重大。**建设三峡水运新通道是打通长江水运“肠梗阻”的治本之策，功在当代、利在千秋。**





## 2.1 区位与经济分析

与周边地市区域间交通条件有待提升，以实现与周边成熟或高潜力景区的区域合作。

### ■ 内部旅游交通组织现状

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过境而过，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。





## 2.1 区位与经济分析

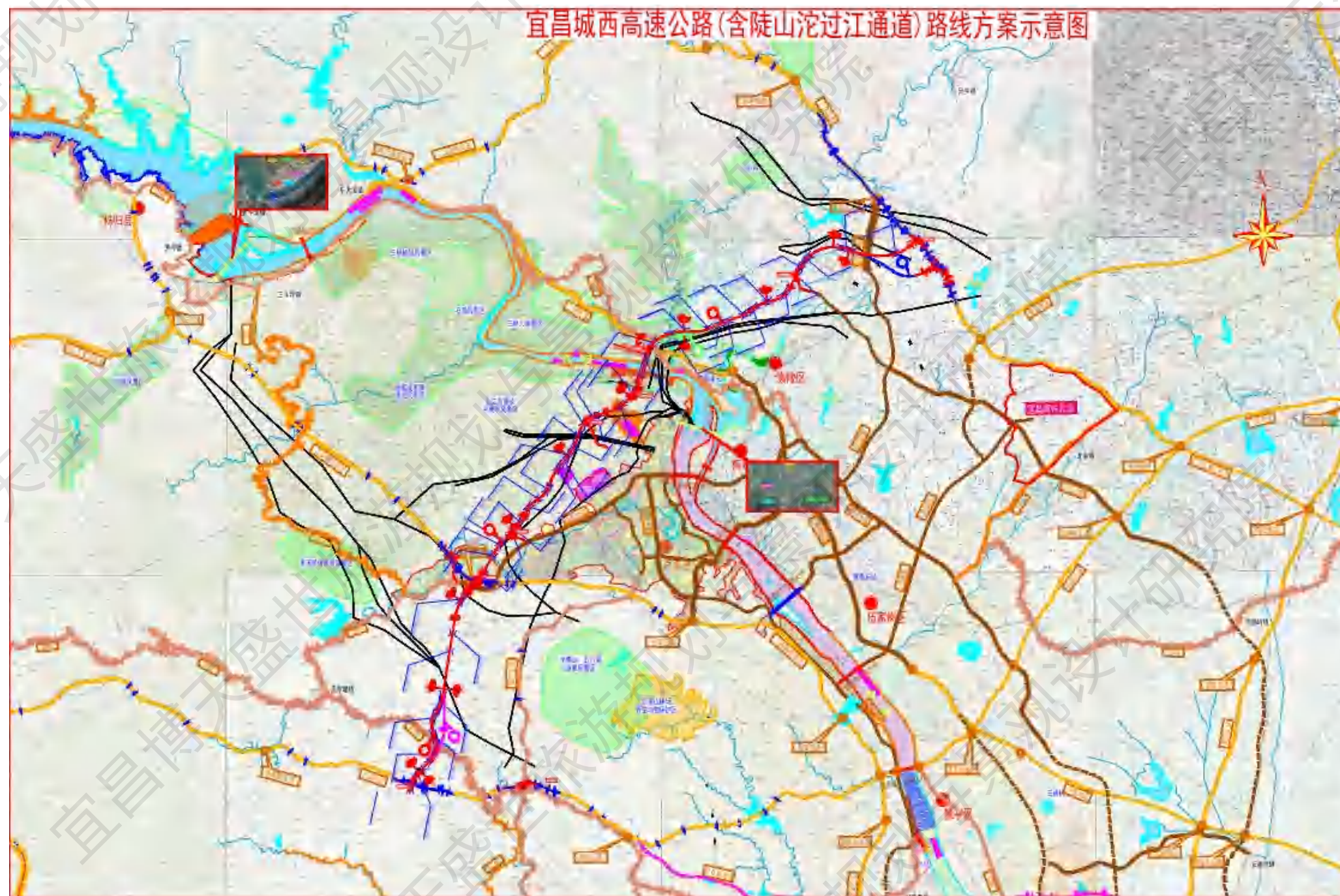
宜昌城西高速公路（含陡山沱过江通道）的建设进一步加强了宜昌（点军）与鄂西、湘西地区的交通联系。

### ■ 宜昌城西高速公路（含陡山沱过江通道）

宜昌城西高速公路，起于夷陵区黄花镇，止于长阳县高家堰镇，途经夷陵区、点军区、长阳县，全长约45.8公里，采用双向六车道（长江大桥段采用双向八车道），设计速度100公里/小时，**是宜昌市当前交通建设“一号工程”，是城区外环高速形成闭环的关键工程，可实现宜昌绕城高速环线由“C”形变“O”形，形成城际快速通道。**

### ■ 陡山沱过江通道南接线涉铁交叉工程

陡山沱过江通道工程位于点军桥边镇，建设总里程为2KM，起点于宜万铁路西南侧200M，沿西南方向展线经六里冲后以桥梁形式下穿疏港专用铁路，继续展线经王胡冲村设王胡冲大桥，后终于韩家坝五组。







**全域旅游交通规划应注重内外环线建设，提出“推进旅游公路建设，提升区域旅游竞争力”。**

## ■ 旅游交通规划

点军十四五交通规划在十三五的基础上围绕“路网优化、等级提升、养护提效、服务提质”，进一步强调旅游公路的建设。

规划虽对点军全域旅游交通发展有较全面考虑，但缺乏对各道路针对性的评价和提升指引，没有考虑游客行为特征对旅游交通的需求，导致环线建设的同质化和资源浪费。事实上，根据旅游资源之间的距离和游客行为特征，游客并不会完整游览环线，在环线上不同区段的游览行为也有所不同，没有必要建立统一规范的旅游环线。而是应该对各条道路做系统评价，有针对性地提出建设意见。**旅游环线结构具有可行性，但仍需根据全域旅游发展和游客行为特征进行优化调整。**





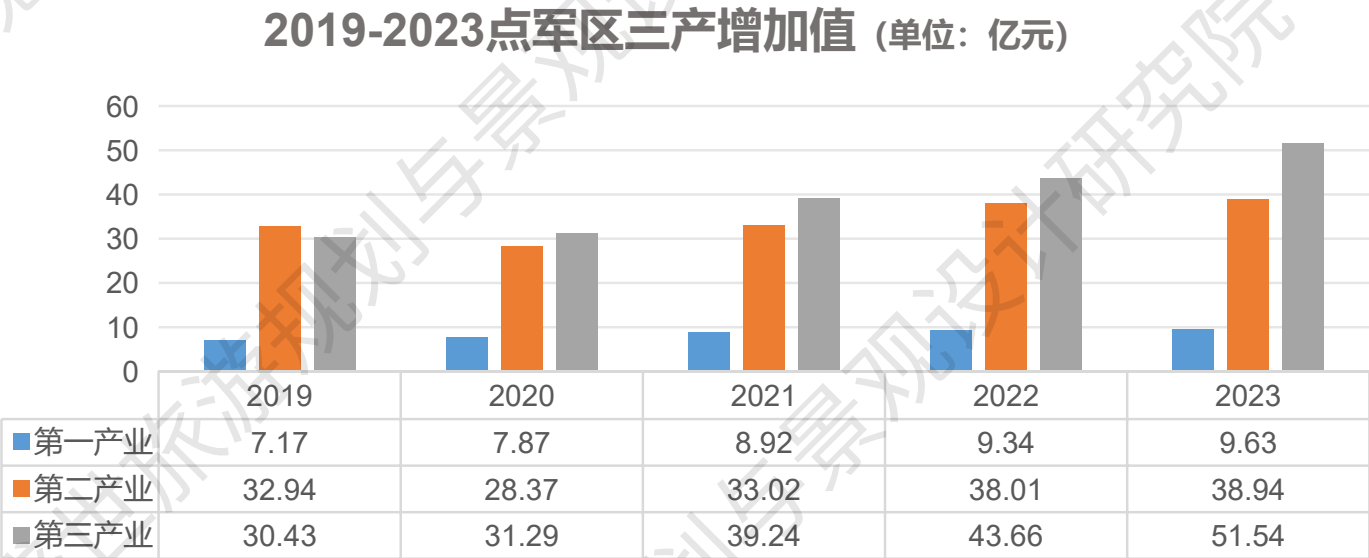
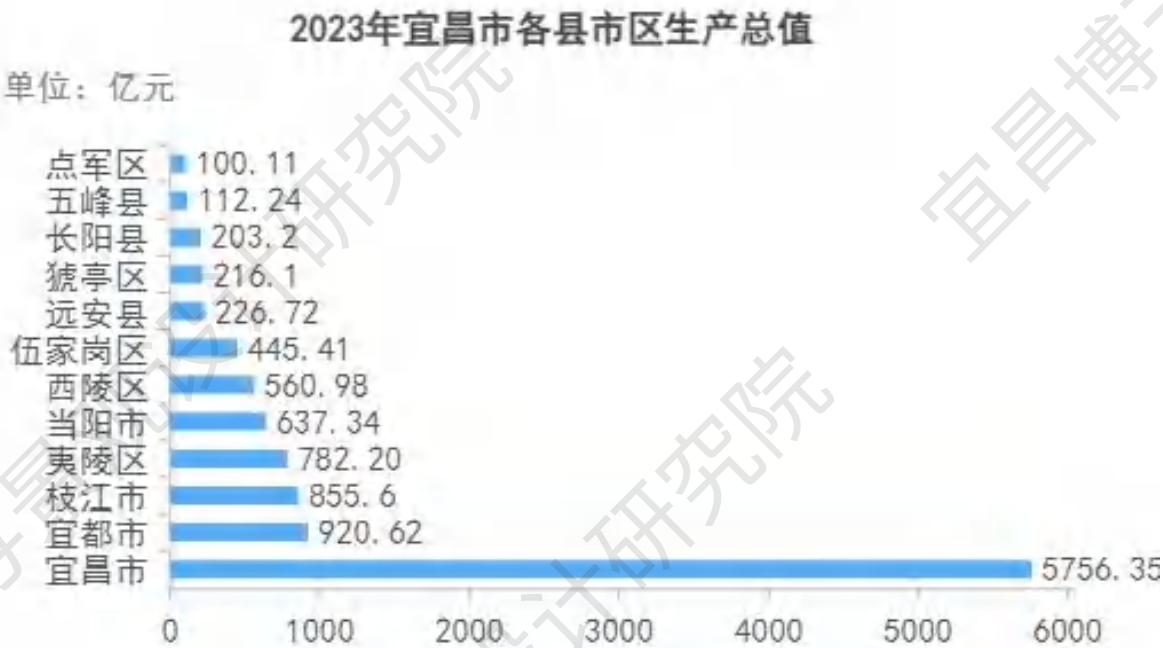
## 2.1 区位与经济分析

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。

### ■ 经济条件

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%。



※ 数据来源：点军区2019-2023国民经济和社会发展统计公报。



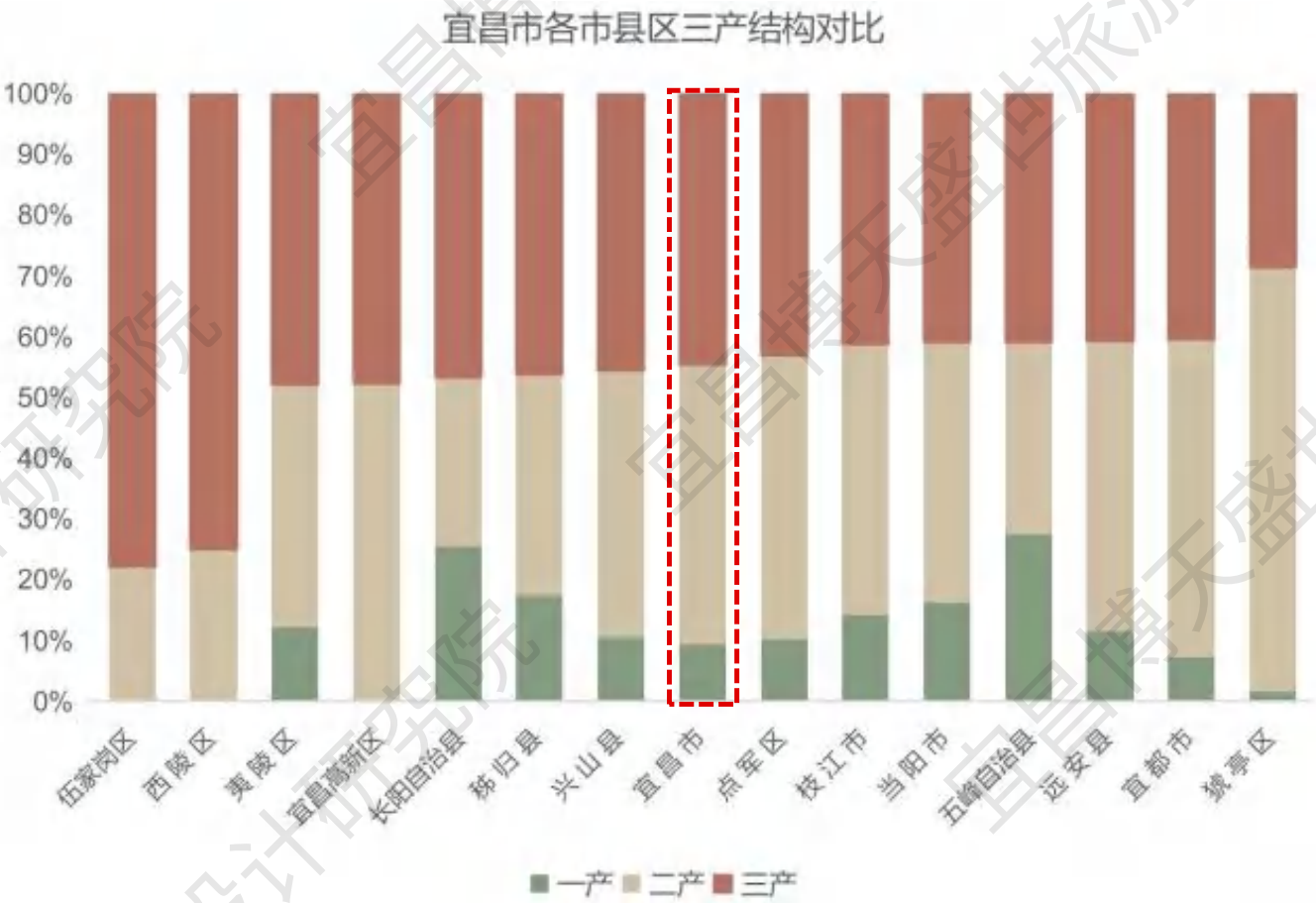
## 2.1 区位与经济分析

点军区经济二、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仍有一定差距。

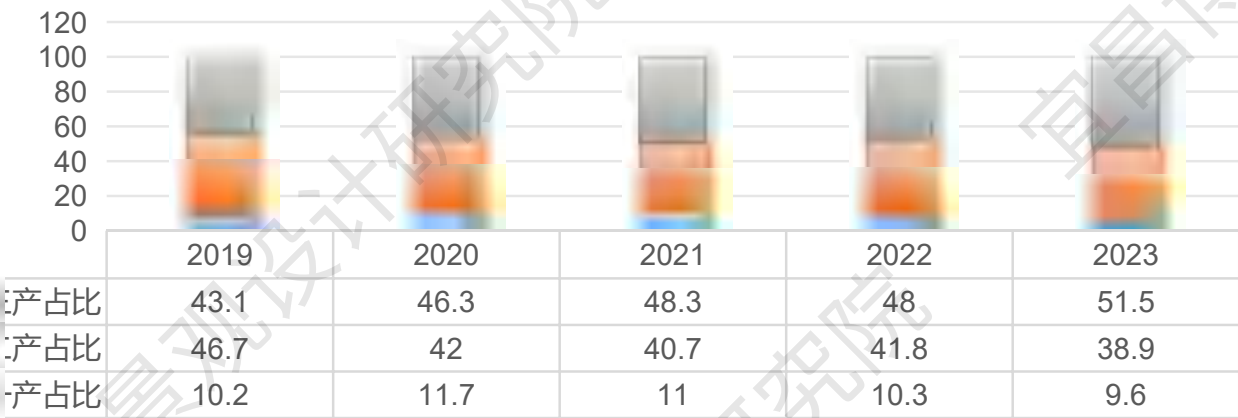
### ■ 产业结构

点军区三产结构中第三产业占比与宜昌其他市县区如伍家岗区、西陵区、夷陵区、高新区等相比仍有差距。

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。

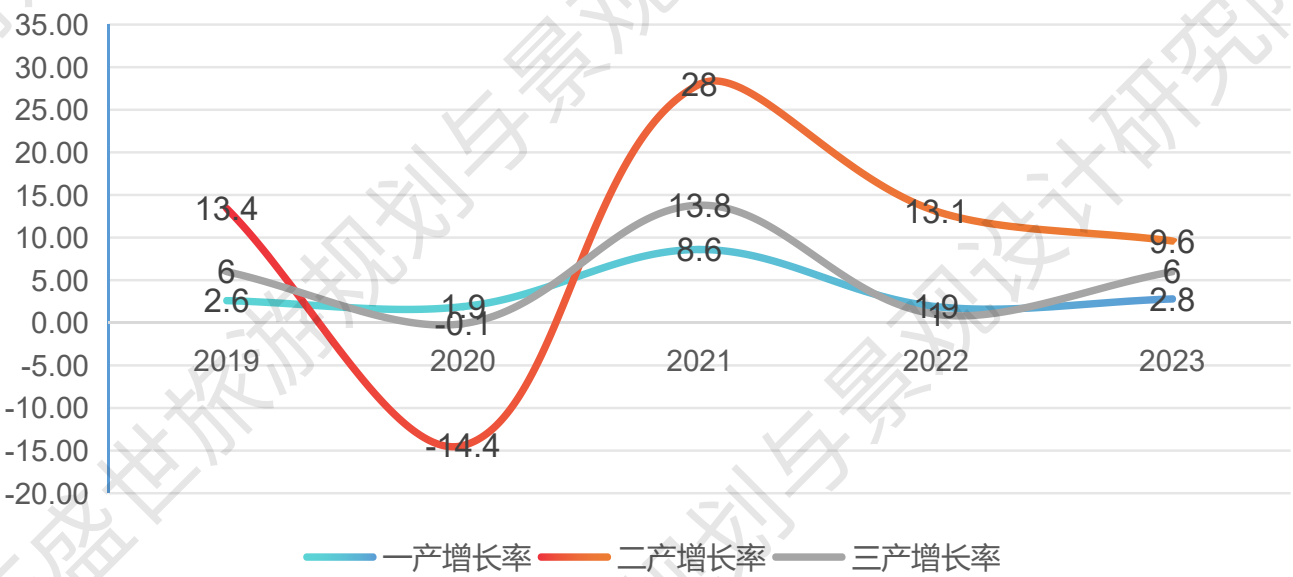


2019-2023点军三产结构占比



一产占比 二产占比 三产占比

点军区2019-2023产业增速变化曲线



一产增长率 二产增长率 三产增长率

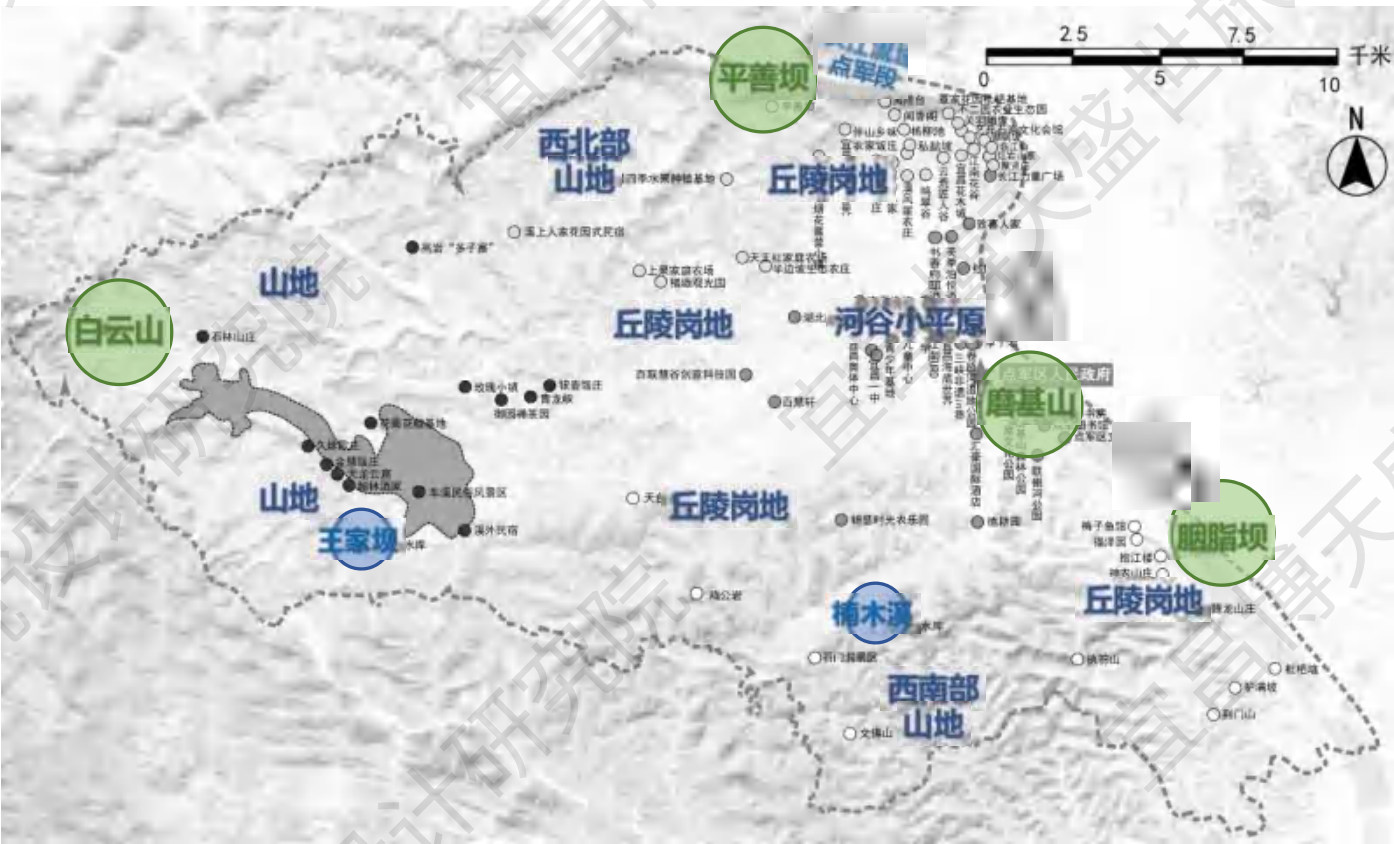


## 2.2 旅游资源分析

自然资源：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。

### ■ 点军自然资源分析

- ▶ 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。环境质量总体保持稳中向好态势。
- ▶ 点军自然资源相对丰富，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%。
- ▶ 重点资源为**长江流域**、磨基山森林公园、文佛山、白云山等。



### 宜昌四大世界级资源：

**长江三峡**：长江三峡是**世界大峡谷之一**，中国十大风景名胜之一，中国40佳旅游景观之首。

**三峡大坝**：是三峡水电站的主体工程、三峡大坝旅游区的核心景观、当今**世界上最大的水利枢纽建筑之一**。

**名人屈原**：战国时期楚国人，“楚辞”的创立者，**世界四大文化名人之一**。

**长江大保护典范城市**：宜昌，**长江大保护“立规之地”**。

### 主要自然资源：

**1**座森林公园（磨基山森林公园）

**36.9公里长江水域**

宜昌**江南第一峰**（白云山）

河流**12**条（桥边河、福安河、联棚河、三涧溪河、松门溪河等）

中小型水库**14**座（王家坝、楠木溪等）

谷底溪流**100**余条（土城乡、联棚乡、桥边镇等地）

大小溶洞**100**余处（石门洞、紫阳龙洞、石龙洞、仙女洞、张仙洞、窗户洞、跑马洞等）

**特色资源**：长江流域、磨基山、白云山、温泉、溶洞



## 2.2 旅游资源分析

自然资源：与周边地区相比，自然资源等级较弱，吸引力不强。

点军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。

与周边自然景点相比，竞争力不高，景观效果和体验效果一般，珍奇程度不足，难以吸引远距离游客前往。



| 湖北省国家级自然景观 |                 |
|------------|-----------------|
| 国家级风景名胜区   | 长江三峡            |
|            | 武汉东湖            |
|            | 武当山             |
|            | 大洪山             |
|            | 襄阳古隆中           |
|            | 通山九宫山           |
|            | 赤壁陆水湖           |
| 国家级森林公园    | 钟祥大口            |
|            | 当阳玉泉山           |
|            | 宜昌大老岭           |
|            | 兴山龙门河           |
|            | 长阳清江            |
|            | 五峰柴埠溪           |
|            | 襄阳鹿门寺           |
|            | 谷城薤山            |
|            | 咸宁潜山            |
|            | 荆州八岭山           |
|            | 武汉九峰山           |
|            | 大别山天堂寨          |
|            | 神农架             |
|            | 松滋沧水            |
|            | 神农架             |
|            | 五峰后河            |
|            | 长江新螺段           |
|            | 长江天鹅洲故道白鱈豚自然保护区 |
| 国家级自然保护区   | 星斗山             |
|            | 武当山             |
|            | 神农架             |
|            | 长江三峡            |
|            | 木兰山             |
| 国家地质公园     | 郧县恐龙蛋化石群        |
|            |                 |



## 2.2 旅游资源分析

人文资源：主要有巴楚文化、屈原文化、三国文化与宗教文化，资源分布较散。

### ■ 点军人文资源分析

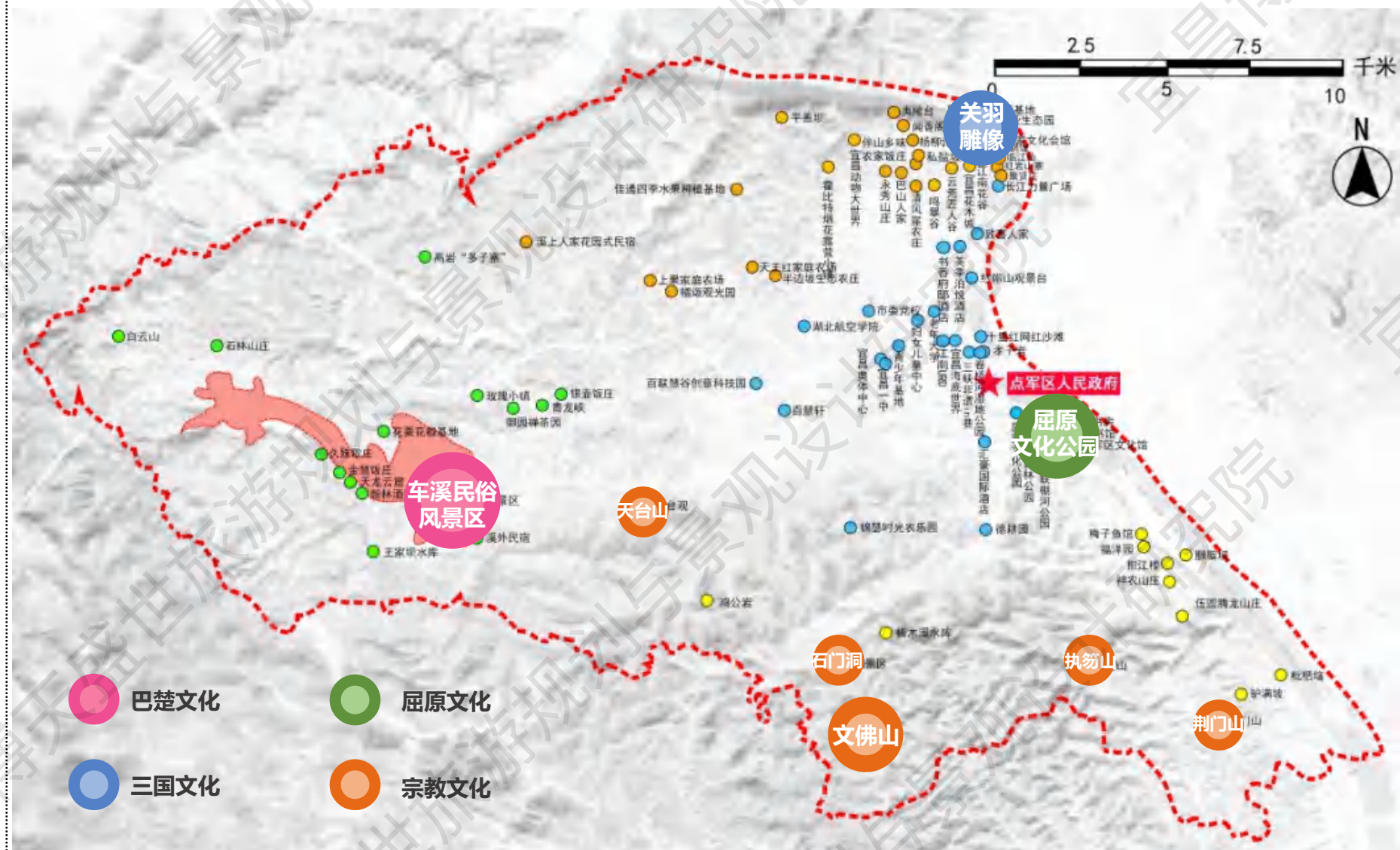
▶ 点军孕育了四大文化：**巴楚文化、屈原文化、宗教文化、三国文化**。四大文化交融共生出独特的点军城市之魂，目前产品以观光、休闲、朝拜等方式为主，资源分布较散，空间联系较弱。

▶ **巴楚文化：**体现巴楚文化的主要是车溪民俗旅游区，车溪位于土城乡，距离土城集镇较近，距市区较远。车溪是区内唯一一个AAAA级景区，知名度较高。

▶ **屈原文化：**体现屈原文化的主要是屈原文化公园，公园位于磨基山片区，于2024年1月24日全面完工，是长江国家文化公园的重要支撑部分，知名度较低。

▶ **宗教文化：**宗教文化的资源主要分布在点军区东南，有文佛山、石门洞、天台山、荆门山、执笏山。宗教文化的代表景区为文佛山景区，距离市区较近，景区内标志性建筑有文佛山古寺、藏经阁、千佛塔，知名度较高。

▶ **三国文化：**体现三国文化痕迹的主要是位于牛扎坪村的关羽雕像，关羽雕像与江对岸三游洞景区的张飞雕像隔江相望，知名度低。





2.2 旅游资源分析

点军旅游资源分析：

- 绝大部分旅游资源属于E建筑与设施类，广泛分布于市域；
- F历史遗迹数量适中，分散分布于市域；
- A地文景观数量一般，主要分布于土城乡和桥边镇山区；
- B水域景观质量优良，主要分布于长江沿岸、河流和水库地带；
- D天象与气候景观和H人文活动类资源数量较少。

根据《旅游资源分类、调查与评价》GBT18972-2017，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。点军区的人文建筑、水域资源、地文资源和历史资源较为丰富，旅游购品种类较多。但旅游资源单体的等级普遍不高，A级景区资源除了一个AAAA级景区---车溪民俗旅游区、4个AAA级景区（鸣翠谷、青龙峡、海底世界、三峡非遗IN巷），其余旅游资源分布较散，等级较低，吸引力一般。未来应合理打造具有资源特色的旅游产品，提升各资源点的联系与通达性，丰富旅游体验。

| 点军旅游资源类型统计（基于国标GB/T18972-2017） |     |             |     |              |                                                                   |
|--------------------------------|-----|-------------|-----|--------------|-------------------------------------------------------------------|
| 所属主类                           | 数目  | 所属亚类        | 数目  | 基本类型         | 实例名称                                                              |
| A地文景观                          | 29  | AA自然        | 13  | AAA山丘型景观     | 鸡公岩、天台观、跑马岗、马鞍山、佛游山、寨子包、阳朝观、荆门山、十二碛、孝子岩等                          |
|                                |     | AC地表形态      | 16  | AAC沟谷型景观     | 黑潭沟、大溪峡谷、忘忧谷                                                      |
|                                |     |             | 16  | ACB峰柱状地貌     | 高岩石林、席家峭石林                                                        |
| B水域景观                          | 23  | BA河系        | 6   | ACD沟壑与洞穴     | 天龙云窟、石门洞、紫阳龙洞、跑马洞、黑岩屋、李家湾岩洞、王八岩屋、牛鼻子岩屋、朱家坪天坑、窗户洞、张仙洞等             |
|                                |     |             | 6   | ACE奇特与象形山石   | 象鼻山、三块石、宜昌鼓浪屿                                                     |
|                                |     | BB湖沼        | 14  | BAA游憩河段      | 卷桥河、长岭河、联棚河、三洞溪、平善坝、松门溪等                                          |
|                                |     |             | 14  | BBA游憩湖区      | 王家坝水库、楠木溪水库、玉龙湾水库、孙家湾水库、铜宝湖、梓柏坪水库、双堰口水库、鸭子嘴水库等                    |
| C生物景观                          | 10  | BC地下水       | 3   | BBB潭池        | 闵家墩堰塘、大堰堰塘、河沟堰塘、李家湾堰塘等                                            |
|                                |     |             | 3   | BBC湿地        | 卷桥河湿地、五防湿地                                                        |
|                                |     | CA植被景观      | 9   | BCA泉         | 土城娘娘泉                                                             |
| D天象与气候景观                       | 1   | CB野生        | 1   | BCB埋藏水体      | 小龙潭沟温泉、温泉资源                                                       |
|                                |     |             | 1   | CAA林地        | 文佛山林场、樟树坳                                                         |
| E建筑与设施                         | 69  | DB天气与气候现象   | 1   | CAB独树与丛树     | 疏花水柏枝、少年林、柞木、杨柳古树、古树名木（枫香树）                                       |
|                                |     |             | 1   | CAD花卉地       | 樱花基地、花木城、                                                         |
| F历史遗迹                          | 16  | EA人文景观综合体   | 32  | CBB陆地动物栖息地   | 野生猕猴                                                              |
|                                |     |             | 32  | DBA云贵多灾发区    | 白云山                                                               |
| G旅游购品                          | 18  | EB实用建筑与核心设施 | 24  | EAB军事遗址与古战场  | 观音洞、长岭抗日遗址、教军山遗址、“710”兵工厂、古战场遗址（三岔口村）、平善坝碉堡、战壕遗址等                 |
|                                |     |             | 24  | EAC教学科研实验场所  | 农科院                                                               |
| H人文活动                          | 5   | EC景观与小品建筑   | 13  | EAD建设工程与生产地  | 颐之源农业科技有限公司、宜昌市现代农业展示中心（农科院）、茶叶加工厂、云松庭院、三峡药厂、人工智能和数字经济中心、绿色零碳数据中心 |
|                                |     |             | 13  | EAE文化娱乐场所    | 屈原文化公园、楚江民俗文化展示、车溪老街、人民公社                                         |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | EAF康体游乐休闲度假地 | 磨基山森林公园、车溪、鸣翠谷、青龙峡、海底世界、宜昌动物大世界、锦瑟时光、霍比特烟花小镇等                     |
|                                |     |             |     | EAG宗教与祭祀活动场所 | 文佛寺                                                               |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | EAH交通运输场站    | 宜昌南站                                                              |
|                                |     |             |     | EAI特色村落      | 高岩村、桥河村、牛扎坪村                                                      |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | EBA特色街区      | 非遗IN巷、桥边集镇、车溪老街                                                   |
|                                |     |             |     | EBB特色屋舍      | 天井屋、董家老屋                                                          |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | EBC独立厅、室、馆   | 奥体中心、会展中心、金狮公园                                                    |
|                                |     |             |     | EBF渠道、运河段落   | 宜昌市滨江水系隧道及生态修复工程支线隧道                                              |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | EBG堤坝段落      | 三道河拦河坝等                                                           |
|                                |     |             |     | EBJ陵墓        | 王德才烈士墓、古墓群（安梓溪村）、杨景林烈士墓、烈士墓（望洲坪村）、古墓群（望洲坪村）、抗日烈士纪念碑（桥边镇）          |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | EBK景观农田      | 三峡绿态-2号基地、楚小麓生物科技种植（宜昌）基地、富游山现代农业生态园、野茶园基地、中药材种植基地、知音农场茶叶基地、谭家岭茶园 |
|                                |     |             |     | EBM景观林场      | 文佛山林场                                                             |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | ECB观景点       | 平善坝、牛扎坪、胭脂坝                                                       |
|                                |     |             |     | ECE雕塑        | 关羽雕像                                                              |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | ECI塔形建筑      | 千佛塔                                                               |
|                                |     |             |     | ECJ景观步道、甬路   | 文佛山小长城、文佛山停机坪、鬼街、樱花道                                              |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | ECK花草坪       | 六里河集锦园（盆景园）、十里花海                                                  |
|                                |     |             |     | ECN堆石        | 高岩石林、席家峭石林                                                        |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | FA物质类文化      | 长岭村老古井、龙门口古井、望洲坪古井、登山石阶路、古栈道、董家老屋、                                |
|                                |     |             |     | FB非物         | 摩崖石刻、天台观、范家湖村摩崖石刻                                                 |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | FAA建筑遗迹      | 古墓群墓碑                                                             |
|                                |     |             |     | FAB可移动文物     | 荆楚服饰                                                              |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | FBC传统服饰装饰    | 深山小筑打铁花                                                           |
|                                |     |             |     | FBD传统演艺      | 村BA、登山越野跑、骑行越野赛、馬拉松、                                              |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | FBF传统体育赛事    | 泉水蜜柚、白花桃、点军蜜橘、脆皮金桔、砂糖橘、明日见、爱媛果冻橙、蜂蜜李、红松茸、羊肚菌、七彩蘑菇、神奈、豆腐乳、         |
|                                |     |             |     | GAA种植业产品及制品  | 蜂蜜种植园、蜂产品                                                         |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | GAE养殖业产品及制品  | 木刻、根雕、藤编                                                          |
|                                |     |             |     | GCE金石雕刻、雕塑制品 | 王墓、姜涛、杨毓秀、王崇秀、何为荣                                                 |
| 总计：8类                          | 171 | 16类         | 171 | HAA地方人物      |                                                                   |
|                                |     |             |     |              |                                                                   |



## 2.3 旅游发展现状

旅游产业规模总体呈扩大态势，对区域经济、城市品牌、旅游自身发展具有促进作用。

点军近年来接待游客量年均超过600万人次，A级景区接待游客量基本超过100万人次（2020年较为特殊），产业收入和规模不断扩大。旅游产业成为推动点军经济发展的重要推动力，对区域经济、城市品牌、旅游产业本身具有重要意义。

区域经济

补齐现代服务业短板、助力点军产业结构向二产、三产双轮驱动转型升级。

城市品牌

铸造点军城市品牌，塑造文化地标，突破周边城市对点军的遮蔽效应。

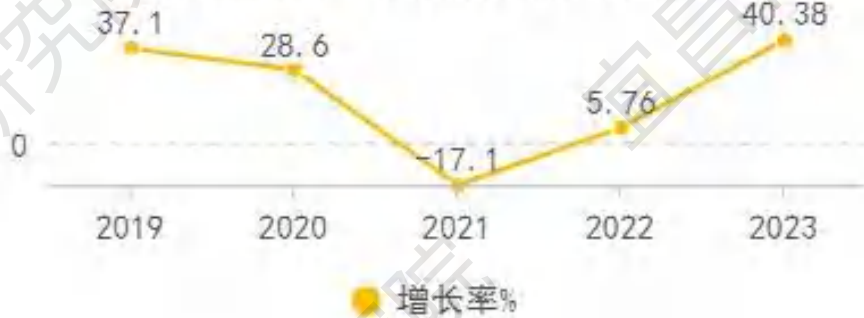
旅游产业

实现全区旅游产业迭代升级，从景区旅游模式过渡到全域旅游模式。

2019-2022年旅游接待人次



2019-2022年旅游接待人次增长率



2019-2022年旅游综合收入



2019-2022年旅游综合收入增长率





## 2.3 旅游发展现状

虽然旅游收入占比逐年提升，旅游资源向旅游产品转化度较低，龙头景区带动效应不足，旅游地位在宜昌市域范围内偏弱。

### ■ 资源现状

旅游产品多而不精，质量参差不齐，核心不突出，体系不明晰。  
多种资源质量层次，资源间多为散点布置，没有形成明晰的体系，  
且核心资源优势并不突出且开发程度不高，引领效果不佳。

| 分类    | 景区      | 资源类型   | 游客量<br>(万人次) |
|-------|---------|--------|--------------|
| 4A级景区 | 车溪民俗旅游区 | 历史文化遗产 | 46.5         |
|       | 鸣翠谷     | 自然景观   | 18.2         |
|       | 海底世界    | 科普教育   | 13.0         |
| 3A级景区 | 三峡非遗IN巷 | 文化街区   | 16.1         |
|       | 青龙峡     | 自然景观   | 长期闭园中        |
|       | 动物大世界   | 野生动物   | 8.218        |

- ▶ 点军仅有1家4A级景区、5家3A级景区（青龙峡现处于长期闭园中），高品质资源较少。
- ▶ 车溪为区域发展最好的旅游产品，2024年游客量为46.5万人次，仍有较大提升空间。
- ▶ 资源整体分布较散，分布在主城区及各个乡镇，且单个景区及单体资源能级较低。
- ▶ 区内多数旅游资源及景区表现为仅有观光资源，同质化严重，吸引力不足。
- ▶ 小红书推荐宜昌网红旅游打卡景点，仅车溪上榜，且以车溪夜游为主。



推荐榜单中首位为夷陵区，其次是长阳、秭归、兴山、五峰、点军。

※以上推荐图片来源于小红书。



## 2.3 旅游发展现状

娱乐消费缺少特色，级别不高，夜娱项目不足；综合性商业中心较少，旅游购品较为单一，文创产品较为缺乏。

### ■ 配套产业发展现状

#### 【娱乐】

##### ► 娱乐消费缺少特色、级别不高。

目前点军区的娱乐消费类型主要有：养生理疗、KTV、影院、棋牌、网吧等，普遍缺少特色、级别不高。

##### ► 文化娱乐项目设施较为缺乏。

文旅节庆活动不多，时间不固定，奥体中心虽然举办过省级运动会和明星演唱会，但是大型音乐节的知名度及吸引力较低，门票售卖不理想；知名大型文艺演出较少。

##### ► 夜娱项目不足。

城区和重点景区，结合城市基础设施，缺乏灯光表演秀、音乐喷泉等夜间休闲娱乐项目。

##### ► 购物场所较少，商业中心综合性较差。

具有一定规模、功能综合性强的商业购物消费中心目前只有五龙雅斯超市，主要商场集中在五龙社区，服务于日常生活。

##### ► 地方特色不够突出，缺乏系列主题品牌。

点军区旅游产品专卖店数量很少，仅分布在部分景区周边，缺乏有特色、强吸引力的手信店。

##### ► 旅游商品多为农业特产类，文创商品较为缺乏。

#### 【住宿】

##### ► 住宿水平档次偏低，在中高端市场存在结构性短缺。

发达旅游城市酒店行业豪华、中高端、经济型的比例应为20%、50%、30%，呈橄榄型。点军区的星级酒店数量少，整体档次偏低，主要面对中低端消费游客，难以满足中高端消费游客休闲度假、娱乐体验的需求。

##### ► 住宿产品形态模式保守，缺乏点军文化主题特征。

目前点军区的酒店几乎都是纯住宿型或商旅型，缺少与景区形成联动的主题型、特色型酒店。点军具有丰富的地域文化底蕴，但现有住宿产品均未能有效融入地域文化，只能作为基本的旅游接待设施，不能提供有吸引力的特色体验。

##### ► 溪外民宿入选首届“三峡·宜昌最美民宿”，多子寨-柳居进入第二届“三峡·宜昌最美民宿”入围名单。





## 2.3 旅游发展现状

点军区目前旅游发展虽呈扩大之势，但文化资源的潜力未充分挖掘，相关配套及产品开发均有待提升。

### ■ 小结

#### 旅游产业发展现状

- ▶ 点军区旅游逐步进入全域旅游及产业转型阶段。
- ▶ 旅游产业规模总体呈扩大态势，对区域经济、城市品牌、旅游自身发展具有正向作用，旅游收入占比逐年提升，主要景区接待游客数呈现波动态势，旅游地位在宜昌市内较弱。

#### 旅游资源开发现状

- ▶ 点军区旅游资源向旅游产品转化度较低，龙头景区带动效应不足，发展停留在自然观光、文化朝拜阶段，缺少体验型产品。
- ▶ 旅游资源呈现出分布零散、单体资源等级不高、产品同质化、珍奇度不足、缺乏运营管理经验等问题。

#### 配套产业发展现状

- ▶ 餐饮、住宿、娱乐、购物等配套数量、规模及质量均有待提升。

点军区旅游  
在区域层面  
处于何种地位？



## 2.4 旅游地位研判

在文旅部、湖北省“十四五规划”的决策下，湖北省确定了建设文化强省的路径，文化旅游产业发展迎来新的机遇。

### 湖北省旅游发展格局：

“一主引领、一江贯通、三区联动、六山支撑、九湖润泽”

※资料来源：湖北省文化和旅游厅官网。

#### 文旅部：十四五时期，战略部署+发展目标

##### （三）战略部署

- ① 大格局发展旅游产业。把旅游业放在全省经济社会发展 and 全国旅游发展的大格局中来定位、来谋划、来推进，增强旅游地位和作用，构筑现代旅游产业体系。
- ② 大手笔打造旅游项目。建设一批重大旅游项目，力争完成30亿元以上旅游项目10个，10亿元以上旅游项目50个，亿元以上旅游项目100个，完成实际旅游投资超过5000亿元。
- ③ 大气力培育市场主体。通过打造头部旅游企业、引进旅游头部企业、支持小微旅游企业发展，壮大旅游市场主体规模。
- ④ 大视野拓展旅游合作。推进跨区域旅游协作，加大与长江流域省份旅游合作力度，加强与长三角、珠三角、京津冀等重点地区旅游合作，扩大对外、对港澳台旅游交流。
- ⑤ 大力度讲好湖北故事。在推广“灵秀湖北”旅游形象中宣传湖北改革开放新形象，打造“五洲游客聚湖北”“荆楚文化导游说”文化推广品牌。

##### （四）发展目标

- ① 打造世界知名旅游目的地。建设成为特色鲜明、功能完善、品质卓越、游客满意的综合旅游目的地。
- ② 打造全省经济增长新引擎。旅游接待人数、旅游收入在2022年恢复到2019年水平后，分别年均增长10%、14%，规划期末分别达到8亿人次以上、1万亿元以上。
- ③ 打造全国旅游循环大节点。强化湖北的长江旅游核心、中部旅游支撑和中国旅游枢纽地位，将我省建设成为国内旅游大循环的重要节点和国内国际旅游双循环的重要链接。
- ④ 打造中华文化传播示范区。使旅游成为促进中华文化认同、增强中华文化自信的重要载体，成为增强荆楚文化软实力、提升荆楚文化影响力的重要途径。
- ⑤ 打造旅游现代治理样板区。着力推进旅游治理体系和治理能力现代化，使旅游成为湖北建设“中部省域治理样板区”的先行者。

#### 十四五主要任务

建设世界知名旅游目的地



拓展旅游发展重点领域



推进旅游与各行业融合发展



提升旅游公共服务能力



开发国内外旅游客源市场



提高旅游综合消费水平

#### 文化旅游重点任务

- ▶ 力争创建世界级旅游景区1-2家，推进三峡旅游度假区创建国家级旅游度假区，把“一江两山”打造成为有国际影响力的旅游品牌。
- ▶ 力争建成2座国家级旅游休闲城市和3个国家级旅游休闲街区、10座省级旅游休闲城市和30个省级旅游休闲街区。
- ▶ 推出一批文化和旅游消费示范（试点）城市、文化和旅游融合发展示范区、夜间文旅消费集聚区，以及文旅名县名镇名村等文旅品牌；打造“巴楚文化走向世界”“巴楚文化丝路行”“五洲游客聚湖北”“巴楚文化导游说”等文旅融合宣传品牌。
- ▶ 实施“双十双百”红色旅游品牌建设工程，推出十大经典景区和十条精品线路，新建、改扩建100家红色文化主题场馆，培育100家红色基因传承基地。
- ▶ 创建20个旅游名县（区）、100个旅游名镇、200个旅游名村、300个乡村美景，实现乡村旅游接待人次和综合收入达到全省旅游规模的四分之一以上。



## 2.4 旅游地位研判

宜昌市作为湖北旅游两极之一，在湖北省旅游发展中较大的影响力。

### ■ 区域旅游格局

截止至2023年，全省共有8个“国家级全域旅游示范区”，宜昌、恩施各2个，武汉1个；23个“省级全域旅游示范区”，襄阳、十堰各4个，荆州3个，宜昌、咸宁、荆门、随州各2个，宜昌市全域旅游示范区名列靠前，代表地区为夷陵区、远安县、宜都市及兴山县。

省文化和旅游厅关于公布2023年省级全域旅游示范区名单的通知

2023-12-26 14:20

湖北省文化和旅游厅

A

A

A



|      |                                |      |            |
|------|--------------------------------|------|------------|
| 索引号  | MB1568036/2023-46399           | 分类   | 其他         |
| 发布机构 | 湖北省文化和旅游厅                      | 发文日期 | 2023-12-26 |
| 文号   | 无                              | 有效性  | 有效         |
| 文件名称 | 省文化和旅游厅关于公布2023年省级全域旅游示范区名单的通知 |      |            |

各市、州、直管市及神农架林区文化和旅游局：

为充分发挥省级全域旅游示范区在促进我省全域旅游发展中的示范引领作用，按照《国家全域旅游示范区验收标准（试行）》和《国家全域旅游示范区验收、认定和管理实施办法（试行）》，省文化和旅游厅组织开展了2023年省级全域旅游示范区验收认定工作。在市（州）文化和旅游局初审推荐的基础上，综合资料评审、现场检查结果，经厅党组研究，并网上公示无异议，认定襄阳市襄城区、**宜昌市宜都市**、荆门市钟祥市、鄂州市梁子湖区、十堰市竹山县、武汉市蔡甸区、荆州市松滋市、咸宁市崇阳县、**宜昌市兴山县**、襄阳市保康县为省级全域旅游示范区。

省级全域旅游示范区要立足新发展阶段，全面贯彻新发展理念，不断深化改革，加快创新驱动，持续推进全域旅游高质量发展。省文化和旅游厅将实施“有进有出”的管理机制，适时开展省级全域旅游示范区复核工作。市（州）级文化和旅游行政部门要做好辖区内全域旅游示范区的日常检查并参与复核工作。

特此通知。

湖北省文化和旅游厅

2023年12月26日

湖北省全域旅游示范区统计表

|          | 国家级全域旅游示范区 |         | 省级全域旅游示范区 |                               |
|----------|------------|---------|-----------|-------------------------------|
|          | 数量         | 地区      | 数量        | 地区                            |
| 宜昌市      | 2          | 夷陵区、远安县 | 2         | 宜都市、兴山县                       |
| 黄冈市      | 1          | 英山县     |           |                               |
| 咸宁市      | 1          | 通山县     | 2         | 嘉鱼县官桥镇、崇阳县                    |
| 武汉市      | 1          | 黄陂区     | 1         | 蔡甸区                           |
| 恩施土家族自治州 | 2          | 恩施市、利川市 |           |                               |
| 神农架林区    | 1          | 神农架林区   |           |                               |
| 仙桃市      |            |         |           |                               |
| 黄石市      |            |         | 1         | 大冶市陈贵镇                        |
| 襄阳市      |            |         | 4         | 谷城县南河镇、枣阳市吴店镇、襄城区、保康县         |
| 荆州市      |            |         | 3         | 荆州区、洪湖市瞿家湾镇、松滋市               |
| 十堰市      |            |         | 4         | 郧西县、武当山旅游经济特区（武当山镇）、竹山县上庸镇、房县 |
| 孝感市      |            |         | 1         | 应城汤池镇                         |
| 荆门市      |            |         | 2         | 钟祥市、京山市                       |
| 鄂州市      |            |         | 1         | 梁子湖区                          |
| 随州市      |            |         | 2         | 随县、大洪山风景名胜区长岗镇                |
| 合计       | 8          |         | 23        |                               |



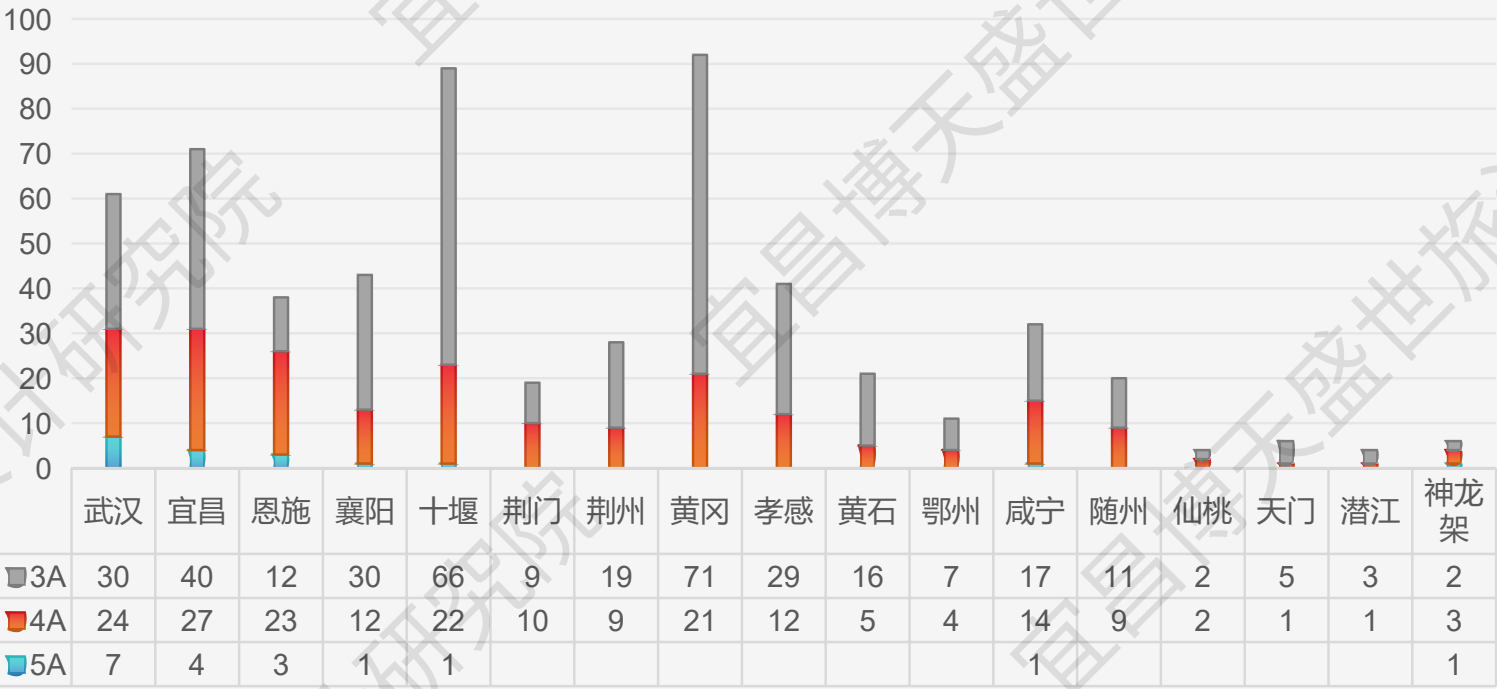
## 2.4 旅游地位研判

点军目前的旅游发展较弱、地位较低，距离宜昌整体水平有一定差距，在全省同级别旅游地中处于较低水平。

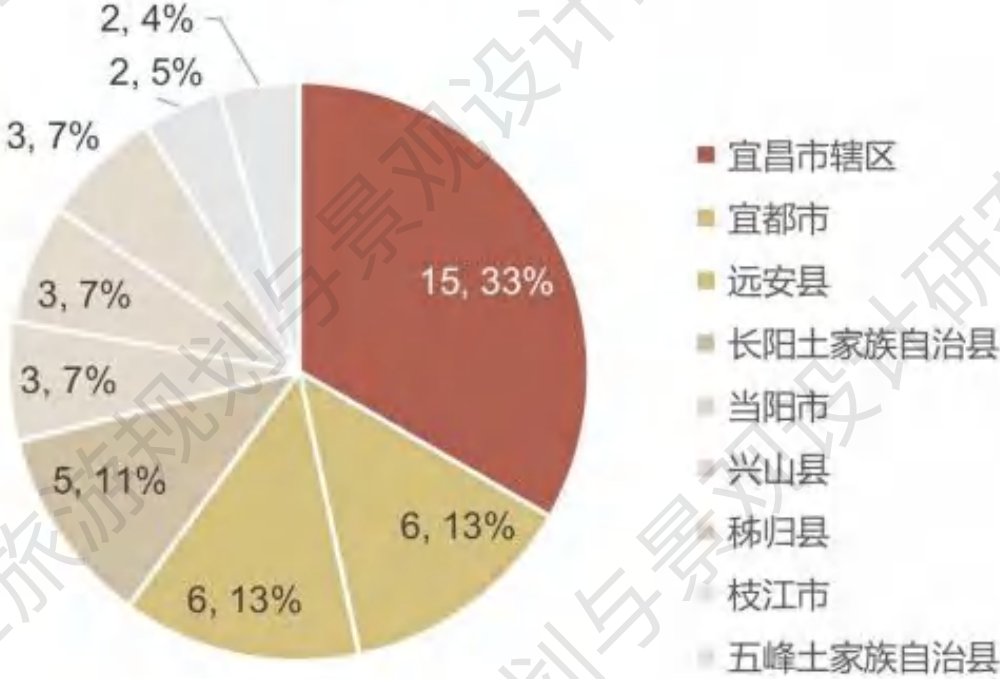
### ■ 区域旅游格局

- 根据湖北省A级旅游景区地区分布数量统计可见，宜昌市域现有A级景区72个（5A、4A、3A），位列湖北省第三。AAAAA景区和AAAA景区数量位列第二：武汉市31个（5A级7个,4A级24个）、宜昌市29个（5A级4个,4A级27个）、恩施州26个（5A级3个,4A级23个）。
- 宜昌市内，点军区仅有6个A级景区，分别为车溪民俗旅游区（4A）、鸣翠谷景区（3A）、海底世界（3A）、三峡非遗IN巷（3A）、青龙峡漂流景区（3A）、动物大世界（3A）。
- 宜昌市的A级景区数量和质量均名列前茅，但点军区的旅游发展情况并不突出。

湖北省A级旅游景区地区分布统计



宜昌市各行政区划的A级景区数



\*数据来源：湖北省文化和旅游厅、宜昌市区文旅局官网。



## 2.4 旅游地位研判

宜昌市在湖北省的旅游形象地位较高，但点军对此贡献有限。

### ■ 旅游形象阶梯

宜昌在湖北省旅游形象阶梯中位居第二阶梯，品牌影响力次于武汉、恩施和神农架。以湖北省各市旅游百度指数整体日均值体现游客关注度和湖北省旅游形象感知梯度，结合湖北主要景点排行榜和游客印象描述，综合得出湖北省游客感知形象阶梯，宜昌市主要凭借三峡的高知名度而稳居第二梯度。



\*数据来源：百度搜索指数、携程旅行网。

## 2.4 旅游地位研判

在湖北省域旅游线路中，点军处于游线末梢地位，主流游线不途径点军。

### ■ 旅游线路组织—湖北省

宜昌市作为湖北重要旅游节点城市，多条主流游线在宜昌交汇，点军虽然位于宜昌市中部，但是目前**宜昌内部三条主流游线（东南、西南、西北）不途径点军。**

通过携程旅游产品数据分析长距离游客在省域范围内主要旅游线路组织，选择行程天数为五日及以上的线路产品，热门旅游线路产品可分为以下几类：

- **武汉-黄冈-赤壁**—主要景点：黄鹤楼、东湖、楚河汉街等（武汉）--英山花海、三里畔温泉（黄冈）--赤壁古战场、万亩茶园（赤壁）
- **神农架-丹江口-襄阳**—主要景点：神农架、官门山（神农架）--沧浪海、武当山、神农架太极湖（丹江口）--古隆中、唐城（襄阳）
- **武汉-荆州-宜昌**—主要景点：黄鹤楼、东湖、楚河汉街等（武汉）--荆州古城（荆州）--三峡大坝、三峡人家（宜昌）
- **武汉-宜昌-恩施**—主要景点：黄鹤楼、东湖、楚河汉街等（武汉）--三峡大坝、三峡人家（宜昌）--土司城、大峡谷（恩施）
- **武汉-宜昌-神农架**
- **恩施-宜昌-神农架**
- **重庆-宜昌-恩施/神农架/武汉等**
- **湖南-恩施-宜昌/神农架等**



※数据来源：携程旅行网、网络开源数据整理  
注：箭头为主要旅游方向；线粗细为游线热门程度



## 2.4 旅游地位研判

在区域尺度下，点军的旅游品牌、形象尚未确立，未被纳入湖北省整体旅游核心体系中。

### ■ 小结

#### 区域旅游格局

- ▶ 点军目前的旅游发展弱、地位低，距离宜昌整体水平有一定差距。
- ▶ 宜昌市的A级景区数量和质量均名列前茅，但点军区的旅游发展情况并不突出。

#### 旅游形象阶梯

- ▶ 湖北省目前闻名的旅游景点多依赖于自然风光，其深厚的巴楚文化、三国文化、水电文化等的挖掘和品牌的外推有待加强。
- ▶ 点军旅游形象与宜昌三峡旅游形象不匹配，在大尺度上容易被遮蔽；车溪有一定关注度，但现实吸引力仍不足。

#### 旅游线路组织

- ▶ 点军在湖北省旅游线路中,处于末梢地位，主流游线不途经点军。

点军旅游在发展中出现哪些问题？

## 2.5 发展问题诊断

### 01、资源吸引力弱，整体性不强，品牌形象缺失

- ▶ 点军自然基底条件好，但与湖北周边地区相比，自然资源等级不高，文化资源丰富但开发利用不足，整体资源难以支撑远距离游客前往。
- ▶ 车溪等核心资源未能转化为对远距离游客的现实吸引力，而点军尚未形成强力的整体旅游品牌形象在市场上立足。

### 02、旅游交通亟待完善，内通外联的互动格局尚未形成

- ▶ 除市区重点景区（长江流域、磨基山、车溪）外，其它外围景区之间缺乏联系、旅游道路等级需提档升级。
- ▶ 旅游道路质量较低，尤其是前往乡村景区景点的道路，且慢行系统不完善，景观单调、沿路绿化杂乱不美观，旅游标识标牌不完善。

### 03、文化资源挖掘不充分，尚未找到合适的发展路线

- ▶ 文化旅游产品开发模式多样，点军处于初级水平，文化产品开发缺乏市场意识，看不出对年龄分层和市场细分的研究。
- ▶ 旅游IP形象建设乏力，文化IP无法“在地化”，尚未有效转化为文化旅游产业。

### 04、产品缺乏有效串联和组织，市场意识未能很好贯彻

- ▶ 单核旅游产品：体系性缺乏（核心吸引物、环核保护带、尾端带）。
- ▶ 多个旅游产品：串联和联动较为薄弱，较多地方仍存在相互不兼容的状，亟待旅游的有效组织串联、交通、服务破解当前困局。

### 05、资源开发不充分，缺乏统筹规划和体系思考

- ▶ 开发主体多元、积极性高、缺乏引导（政府、村集体、企业、私人资本）。
- ▶ 缺乏统一谋划和统筹管理：没有清晰思路，无法搭建起点军旅游骨架，需要探寻有序的产品结构和空间结构。



03

# 市场需求分析

Market demand analysis

### 3.1 旅游市场发展趋势

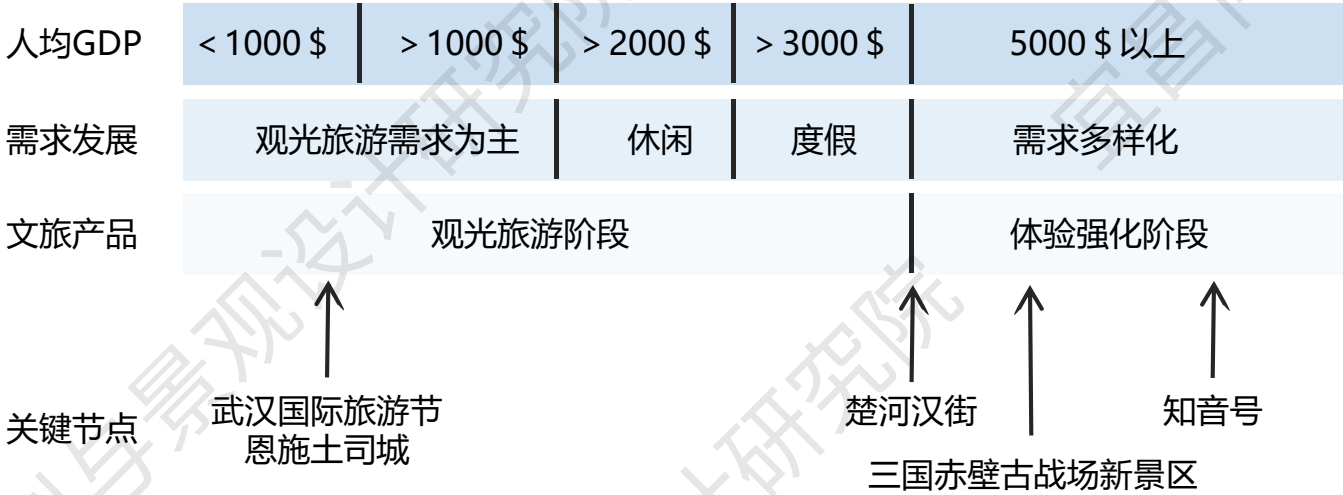


湖北省旅游市场与产品未来发展趋势将进入多元提升阶段，将进入“多、新、奇”的个性化消费时代。

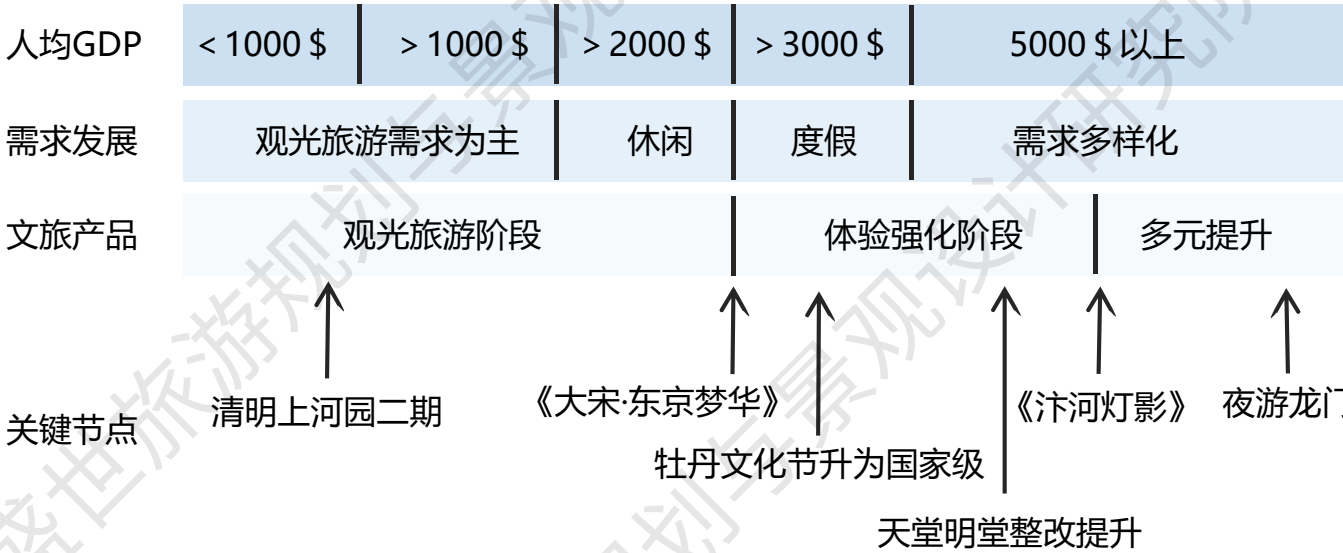
#### ■ 未来旅游市场研判

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。



**案例对照：**河南省整体经济发展情况略滞后于湖北省，但是旅游产业发展速度快，且对整体经济贡献水平高于湖北省，旅游产品发展水平与市场需求基本适应，文旅产品进入多元综合发展阶段。并且近几年凭借文旅产品创新和多元化、高品质发展，推动旅游产业增速再次提升，文旅产品发展水平和市场需求基本适应。



理论依据：魏小安等. 中国旅游发展新常态、新战略



### 3.1 旅游市场发展趋势

旅游消费需求的变化引领旅游产业对产品及服务在广度、深度和维度上提出更高要求。

#### ■ 旅游消费需求提升

旅游时代随人均GDP变迁历程

- 游客需求：个性化情感诉求
- 景区开发：创新资源，强调体验
- 旅游市场：互动型产品文化竞争
- 项目主题：细分主题、个性主题

3.0  
度假体验  
人均GDP：5000美元

- 游客需求：细分化娱乐
- 景区开发：整合资源，设计游线
- 旅游市场：动态型旅游产品
- 项目主题：休闲、娱乐

2.0  
休闲娱乐  
人均GDP：3000美元

- 游客需求：大众化观光
- 景区开发：依托资源，普遍开发
- 旅游市场：静态型产品，价格竞争
- 项目主题：自然、观光

1.0  
观光旅游  
人均GDP：1000美元

#### 广度——产品体验感的层次丰富

通过消遣、改变、兴趣、自我实现、投入等多方面丰富体验

#### 深度——产品内容的品质提升

对于价格敏感度降低，愿意消费价格与品质相符的产品

#### 维度——产品类型的多元化

为适应各类游客需求的变化，产品趋于细分化、个性化、定制化



数据来源：世界旅游组织对旅游与GDP发展关系研究

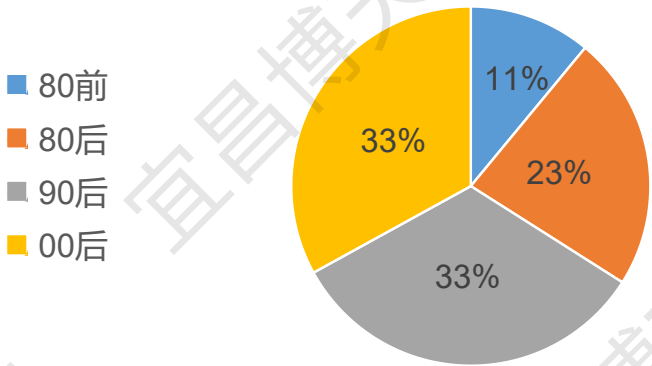
### 3.1 旅游市场发展趋势

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。

#### ■ 旅游产品需求变化

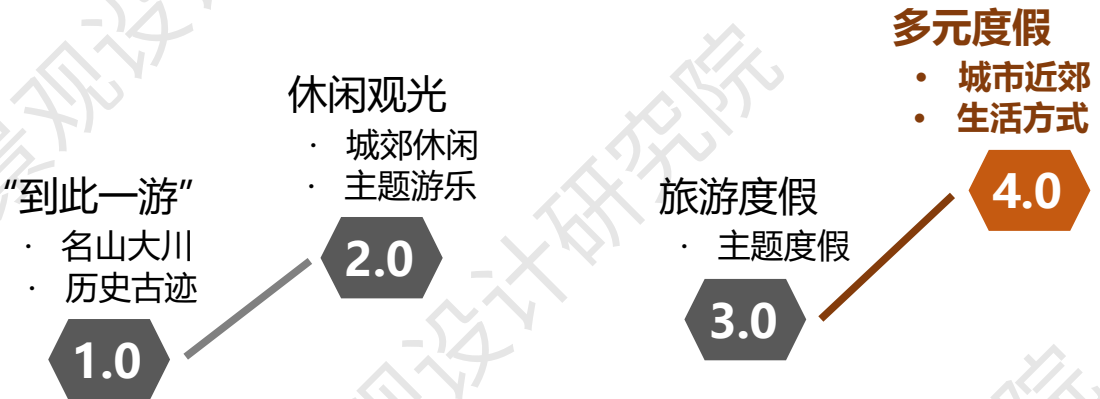
##### 年轻化

年轻人群是国内旅游主体，90后和00后是新势力  
国内旅游用户年龄分布



##### 微度假

旅游进入4.0时代，微度假成为刚需



##### 跨界融合



##### 主客共享

转变为游客和市民共享的生活空间。散客旅游的消费空间从封闭走向开放，广泛涉及目的地生活的方方面面。

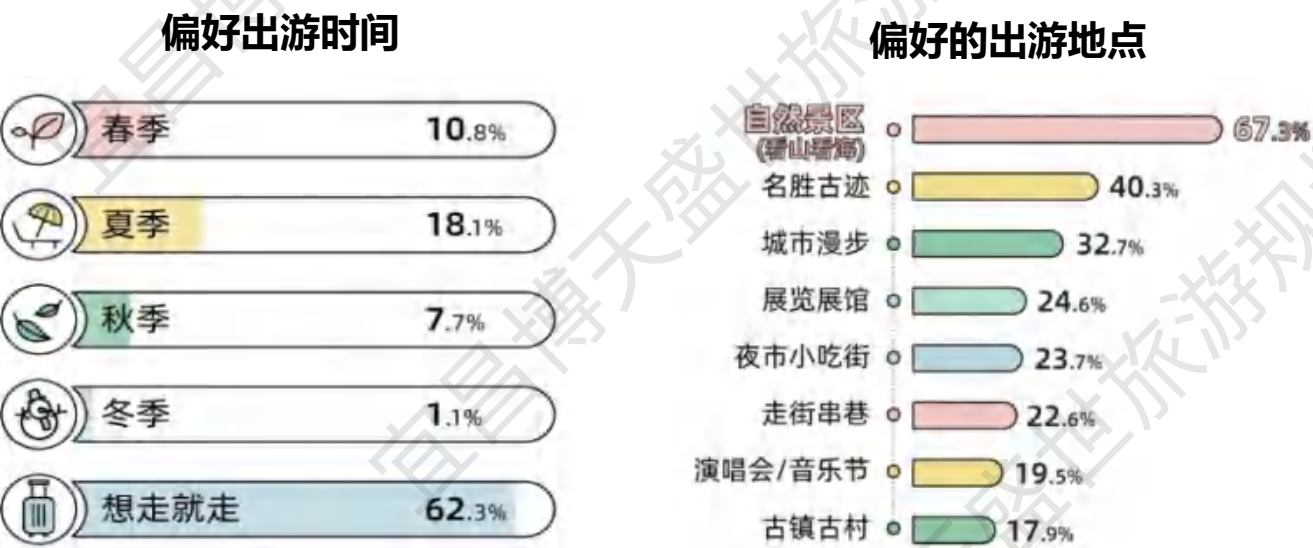


### 3.2.1 旅游客群市场特征

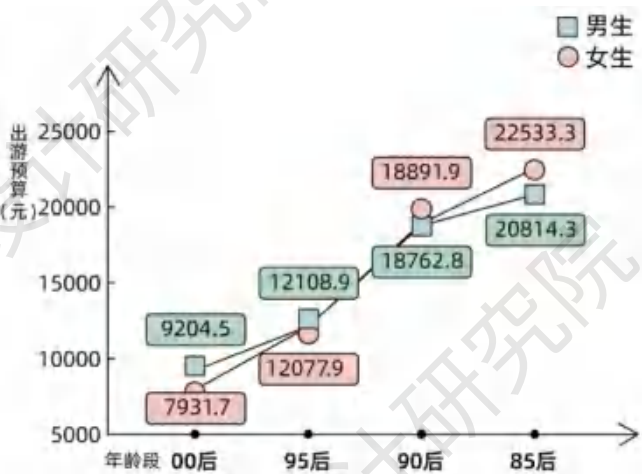
年轻人已成为国内旅游的主力军：  
偏爱个性化深度体验，注重对文化的追寻、对个性的表达、对过程的享受、寻求与目的地的深度连接。

#### ■ 年轻人旅游行为特征

##### 1、年轻人出游偏好：说走就走，逃离城市



##### 2、年轻人出游花费：及时行乐，报复性出游伴随着报复性消费



数据来源：后浪研究所《2023年轻人报复性出游报告》

##### 3、超半数年轻人的出游目的都是开阔眼界、增长阅历、逃离城市、放松身心



36.1%的人没什么详细的攻略和计划，  
单纯想给自己一段放空的时间。  
还有**34.0%**的年轻人，  
想要找回被疫情偷走的青春。  
不论如何，换一个环境，  
总归能换一份心情。

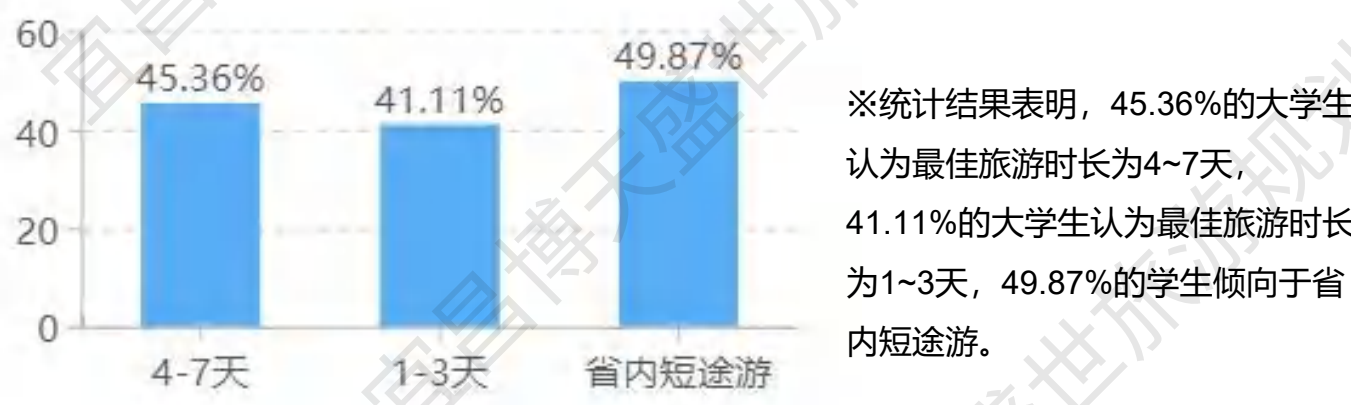


### 3.2.1 旅游客群市场特征

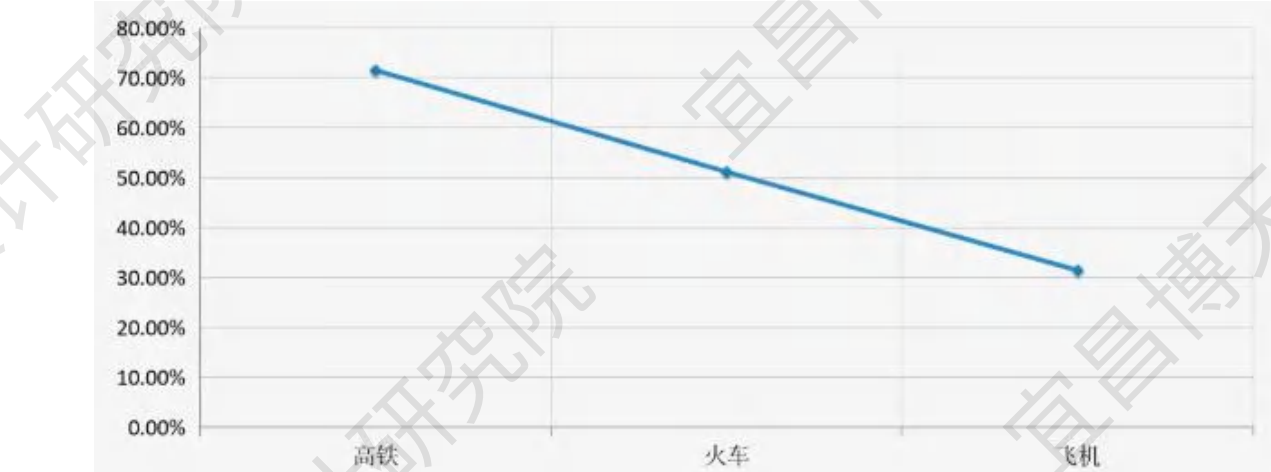
大学生客群：大多数大学生每年至少旅游一次，更有每年两次或三次的旅游出行机会，可见大学生旅游市场规模大。

#### 大学生旅游行为特征

1、大学生旅游时长及目的地：大部分大学生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

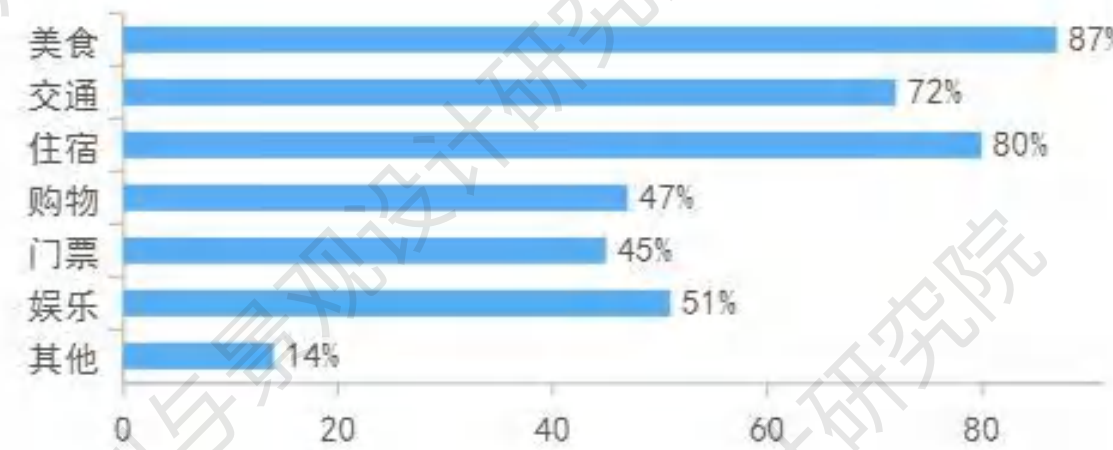


2、大学生旅游出行方式：大多数大学生更倾向于乘坐方便快捷的高铁



数据来源：《经济视野》

3、大学生旅游消费特征：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



大学生出游关键词

探店游 反向旅游 在逃“艺人” 特种兵式旅游 临时饲养员 沉浸式 资深躺客 Cityride Citywalk 演唱会+旅游 恰饭专家 国际野人 露营 出片特工 小众挖掘机 博物馆打卡 城市公园“躲猫猫” 东北Plus 渊明家族 “进淄赶烤”



### 3.2.2 旅游客群市场特征

亲子家庭客群：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。

#### ■ 亲子家庭旅游行为特征

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。



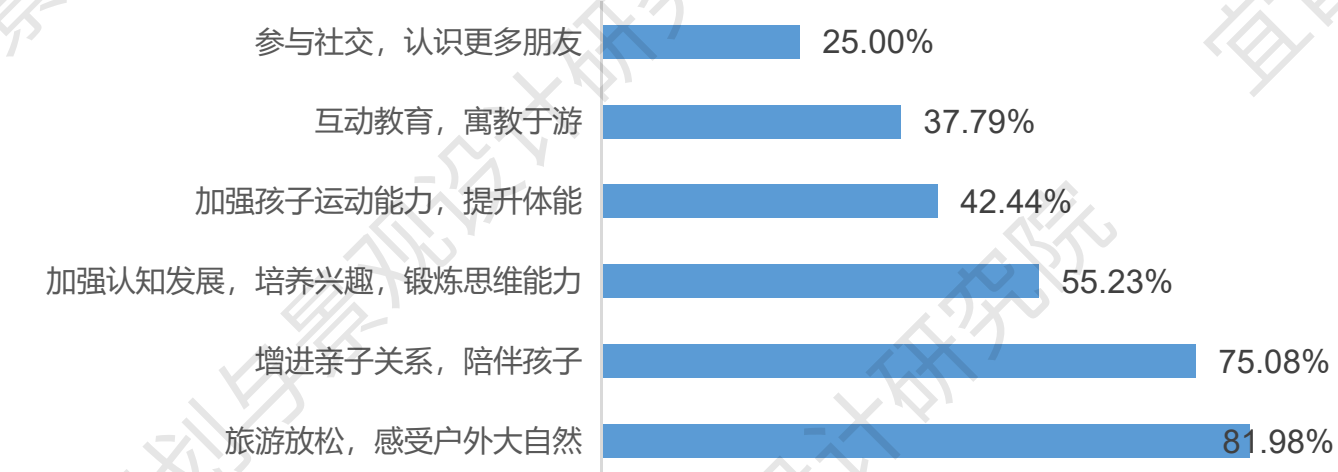
#### 2、出游品质：价格敏感性低，高品质旅游产品需求明显

**消费水平升级：**随着人们对旅游品质的要求不断提高，亲子家庭出游的消费水平也在不断升级。从最初的简单住宿和观光，到现在主题酒店、民宿、亲子游等高品质旅游产品，消费水平不断提高。

根据携程数据显示，2023年订购高星酒店的用户中，亲子用户占比为38%；亲子客户高星酒店订单量也同比去年增长121%；携程口碑榜豪华酒店榜的月均浏览量同比增长148%。在享受家庭集体旅行的同时，亲子用户也更关注出行体验的质量和品质。

数据来源：携程《2023年度亲子游出行报告》

#### 3、出游目的：兼具休闲旅游体验性及研学旅游功能性



#### 亲子游热门场景



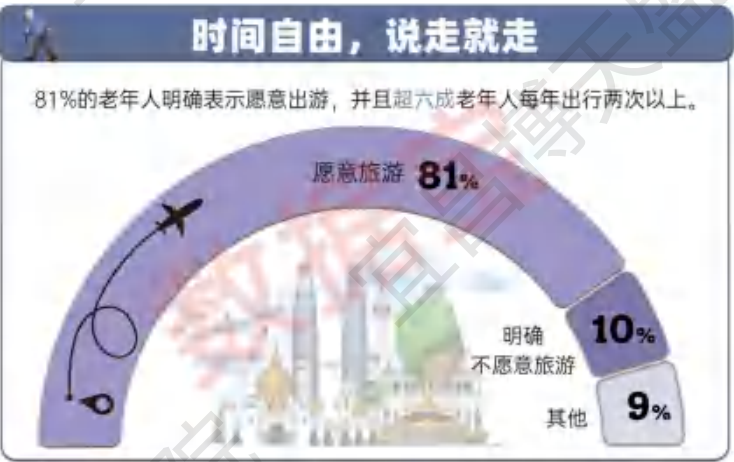
### 3.2.3 旅游客群市场特征

老年人客群：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。

#### ■ 老年人旅游行为特征

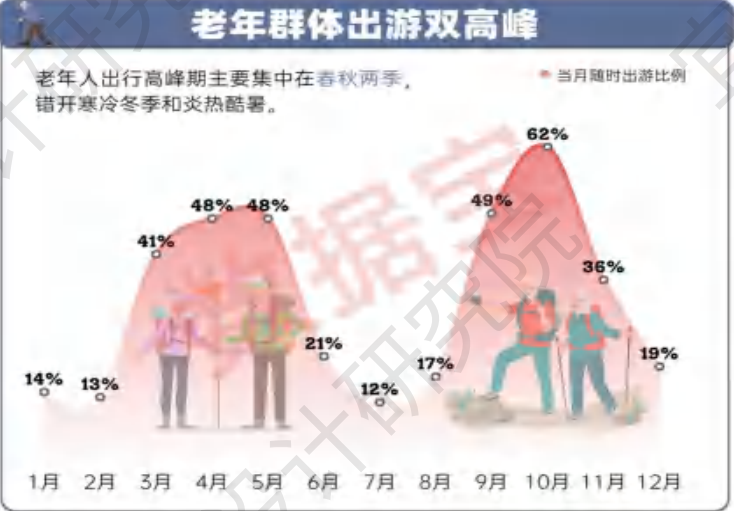
##### 1、老年人出游需求旺盛

携程发布的《银发族出游趋势洞察》显示,近年来,以“50后”“60后”为突出代表的老年群体,显示出了强劲的消费需求。特别是2023年以来老年人出境游的订单明显增加,2023年1到8月份,老年群体出境游订单同比增长超过七倍。



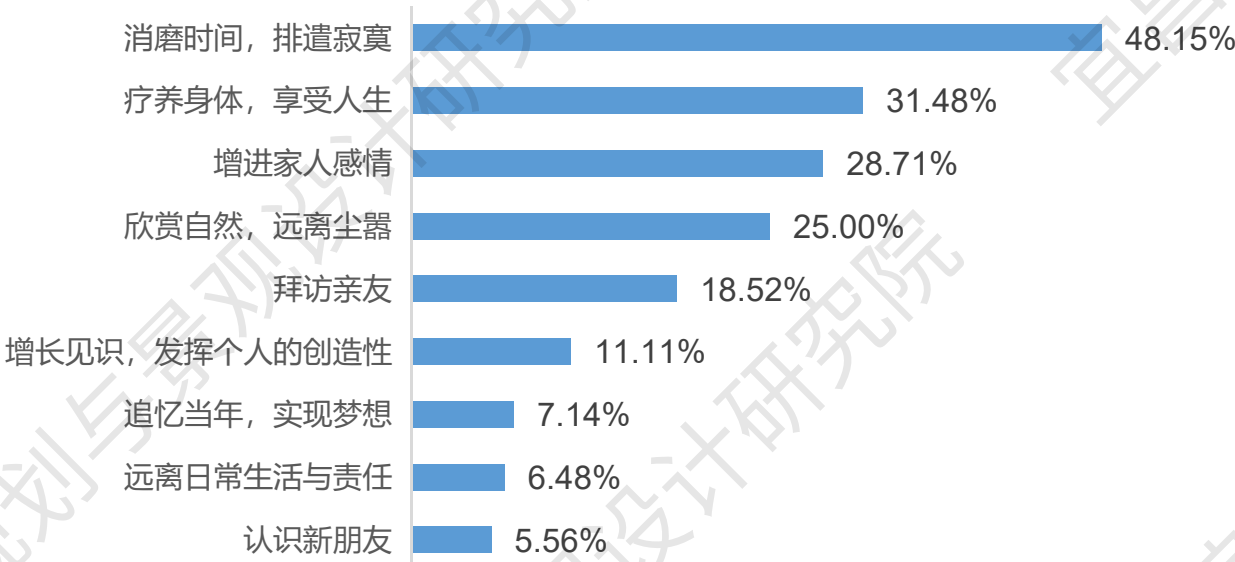
※数据显示，81%的老年人明确表示愿意出游，并且64%的老年人每年出行两次以上。

##### 2、老年人出游时间存在明显错峰倾向、季节倾向



※老年人退休后闲暇时间较多，旅游出行时间选择自由，选择出行时间存在明显错峰倾向、季节倾向。据老龄产业协会及同程旅游数据显示，老年人群出行高峰期集中在每年3月、4月和5月，以及9月、10月和11月，错开寒冷冬季和炎热酷暑。

##### 3、出游目的：享受生活、康养度假是老年人主要出游目的



#### 旅游成为老年人新型社交方式



超5成的老年旅游用户选择和朋友出游，他们不再依赖家庭，有着独立的社交圈，他们喜欢和老同学、社区好友组成夕阳旅游团齐齐出游。旅游已成为他们的新型社交方式。

数据来源：携程《银发族出游趋势洞察》



### 3.3 区域客群市场需求

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

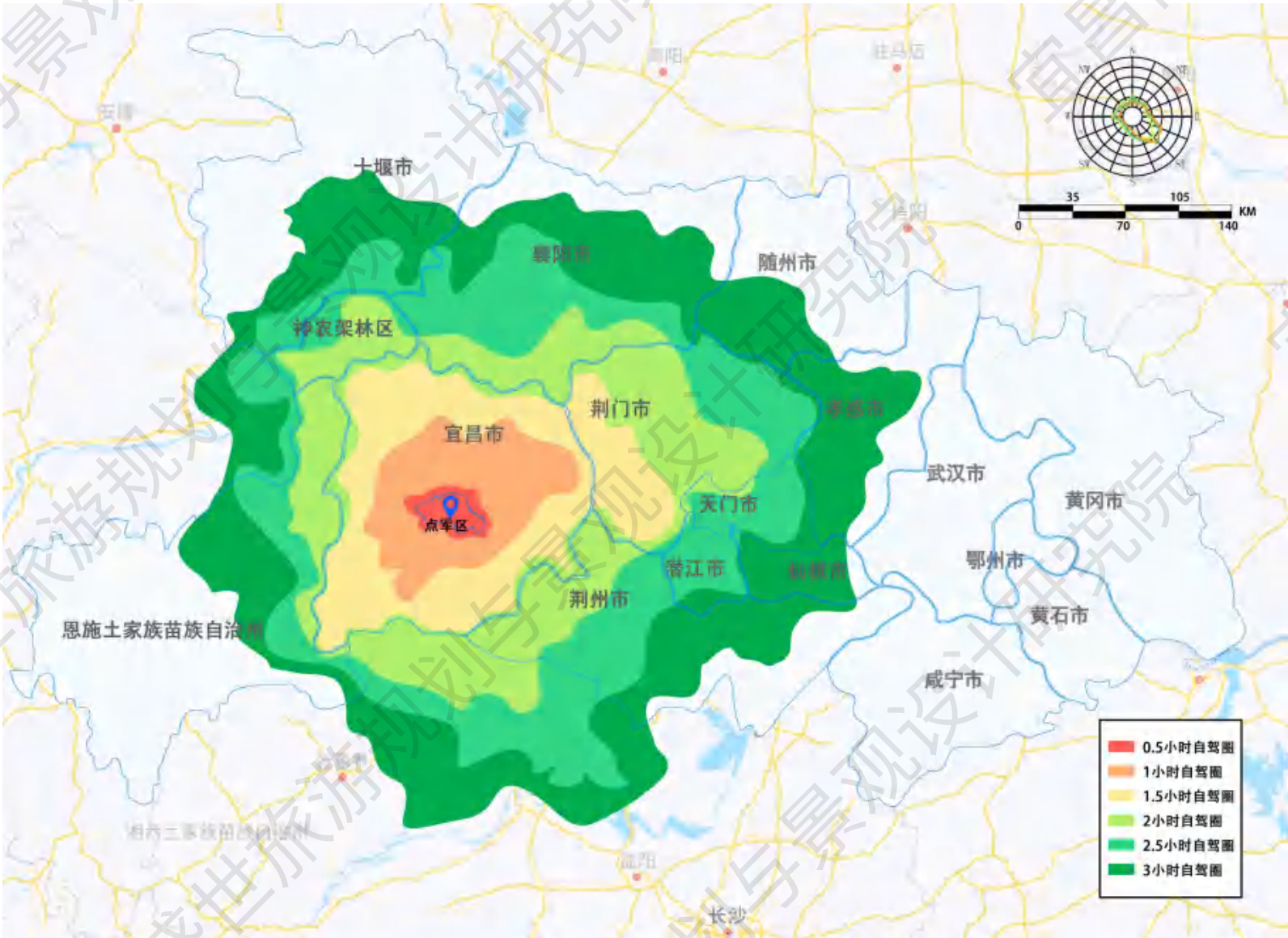
#### ■ 市场规模

- 点军2小时自驾圈覆盖宜昌、荆州、荆门市域，3小时自驾圈达襄阳都市圈，4小时达武汉都市圈。
- 选择周边旅游市场，即宜荆荆都市圈、襄阳都市圈、武汉都市圈为重点客群，拓展成渝客群、豫湘皖客群、沿海发达城市客群。

| 交通   | 城市 | 时间   | 里程    | 圈层           | 客群                       |
|------|----|------|-------|--------------|--------------------------|
| 高速公路 | 宜昌 | 0.5h | 13km  | 4小时自驾<br>旅游圈 | 宜荆荆都市圈<br>襄阳都市圈<br>武汉都市圈 |
|      | 荆州 | 1.5h | 120km |              |                          |
|      | 荆门 | 2h   | 131km |              |                          |
|      | 襄阳 | 3h   | 256km |              |                          |
|      | 武汉 | 4h   | 329km |              |                          |

| 本地市场 | 常住人口（万人） |
|------|----------|
| 宜昌   | 392      |
| 荆州   | 513.5    |
| 荆门   | 254.8    |
| 襄阳   | 527.6    |
| 武汉   | 1373.9   |
| 合计   | 3061.8   |

本地市场：宜昌、荆州、荆门，以及襄阳都市圈、武汉都市圈，人口超过3000万。



=====

1. The first step is to identify the problem or question that needs to be answered. This involves understanding the context and the specific requirements of the task.

—

- Figure 1. The effect of the concentration of the solution on the adsorption of the dye. The concentration of the solution was 0.01, 0.02, 0.03, 0.04, 0.05, 0.06, 0.07, 0.08, 0.09, 0.1, 0.2, 0.3, 0.4, 0.5, 0.6, 0.7, 0.8, 0.9, 1.0, 1.5, 2.0, 3.0, 4.0, 5.0, 6.0, 7.0, 8.0, 9.0, 10.0, 15.0, 20.0, 30.0, 40.0, 50.0, 60.0, 70.0, 80.0, 90.0, 100.0, 150.0, 200.0, 300.0, 400.0, 500.0, 600.0, 700.0, 800.0, 900.0, 1000.0, 1500.0, 2000.0, 3000.0, 4000.0, 5000.0, 6000.0, 7000.0, 8000.0, 9000.0, 10000.0, 15000.0, 20000.0, 30000.0, 40000.0, 50000.0, 60000.0, 70000.0, 80000.0, 90000.0, 100000.0, 150000.0, 200000.0, 300000.0, 400000.0, 500000.0, 600000.0, 700000.0, 800000.0, 900000.0, 1000000.0, 1500000.0, 2000000.0, 3000000.0, 4000000.0, 5000000.0, 6000000.0, 7000000.0, 8000000.0, 9000000.0, 10000000.0, 15000000.0, 20000000.0, 30000000.0, 40000000.0, 50000000.0, 60000000.0, 70000000.0, 80000000.0, 90000000.0, 100000000.0, 150000000.0, 200000000.0, 300000000.0, 400000000.0, 500000000.0, 600000000.0, 700000000.0, 800000000.0, 900000000.0, 1000000000.0, 1500000000.0, 2000000000.0, 3000000000.0, 4000000000.0, 5000000000.0, 6000000000.0, 7000000000.0, 8000000000.0, 9000000000.0, 10000000000.0, 15000000000.0, 20000000000.0, 30000000000.0, 40000000000.0, 50000000000.0, 60000000000.0, 70000000000.0, 80000000000.0, 90000000000.0, 100000000000.0, 150000000000.0, 200000000000.0, 300000000000.0, 400000000000.0, 500000000000.0, 600000000000.0, 700000000000.0, 800000000000.0, 900000000000.0, 1000000000000.0, 1500000000000.0, 2000000000000.0, 3000000000000.0, 4000000000000.0, 5000000000000.0, 6000000000000.0, 7000000000000.0, 8000000000000.0, 9000000000000.0, 10000000000000.0, 15000000000000.0, 20000000000000.0, 30000000000000.0, 40000000000000.0, 50000000000000.0, 60000000000000.0, 70000000000000.0, 80000000000000.0, 90000000000000.0, 100000000000000.0, 150000000000000.0, 200000000000000.0, 300000000000000.0, 400000000000000.0, 500000000000000.0, 600000000000000.0, 700000000000000.0, 800000000000000.0, 900000000000000.0, 1000000000000000.0, 1500000000000000.0, 2000000000000000.0, 3000000000000000.0, 4000000000000000.0, 5000000000000000.0, 6000000000000000.0, 7000000000000000.0, 8000000000000000.0, 9000000000000000.0, 10000000000000000.0, 15000000000000000.0, 20000000000000000.0, 30000000000000000.0, 40000000000000000.0, 50000000000000000.0, 60000000000000000.0, 70000000000000000.0, 80000000000000000.0, 90000000000000000.0, 100000000000000000.0, 150000000000000000.0, 200000000000000000.0, 300000000000000000.0, 400000000000000000.0, 500000000000000000.0, 600000000000000000.0, 700000000000000000.0, 800000000000000000.0, 900000000000000000.0, 1000000000000000000.0, 1500000000000000000.0, 2000000000000000000.0, 3000000000000000000.0, 4000000000000000000.0, 5000000000000000000.0, 6000000000000000000.0, 7000000000000000000.0, 8000000000000000000.0, 9000000000000000000.0, 10000000000000000000.0, 15000000000000000000.0, 20000000000000000000.0, 30000000000000000000.0, 40000000000000000000.0, 50000000000000000000.0, 60000000000000000000.0, 70000000000000000000.0, 80000000000000000000.0, 90000000000000000000.0, 100000000000000000000.0, 150000000000000000000.0, 200000000000000000000.0, 300000000000000000000.0, 400000000000000000000.0, 500000000000000000000.0, 600000000000000000000.0, 700000000000000000000.0, 800000000000000000000.0, 900000000000000000000.0, 1000000000000000000000.0, 1500000000000000000000.0, 2000000000000000000000.0, 3000000000000000000000.0, 4000000000000000000000.0, 5000000000000000000000.0, 6000000000000000000000.0, 7000000000000000000000.0, 8000000000000000000000.0, 9000000000000000000000.0, 10000000000000000000000.0, 15000000000000000000000.0, 20000000000000000000000.0, 30000000000000000000000.0, 40000000000000000000000.0, 50000000000000000000000.0, 60000000000000000000000.0, 70000000000000000000000.0, 80000000000000000000000.0, 90000000000000000000000.0, 100000000000000000000000.0, 150000000000000000000000.0, 200000000000000000000000.0, 300000000000000000000000.0, 400000000000000000000000.0, 500000000000000000000000.0, 600000000000000000000000.0, 700000000000000000000000.0, 800000000000000000000000.0, 900000000000000000000000.0, 10000000

---

[illegible]



### 3.3 区域客群市场需求

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。

#### ■ 市场特征

#### 01 出游目的地：湖北为主，分布广泛

大多数旅行者选择在湖北境内，特别是武汉市内及郊外游玩。周边省份如湖南、四川、河南、陕西等也有部分游客。沿海省份如浙江、广东，西部边境省份如西藏、云南、新疆等也受到一定青睐。

#### 2023武汉人出游热门省份

湖 南

四 川

重 庆

陕 西

河 南

广 东

浙 江

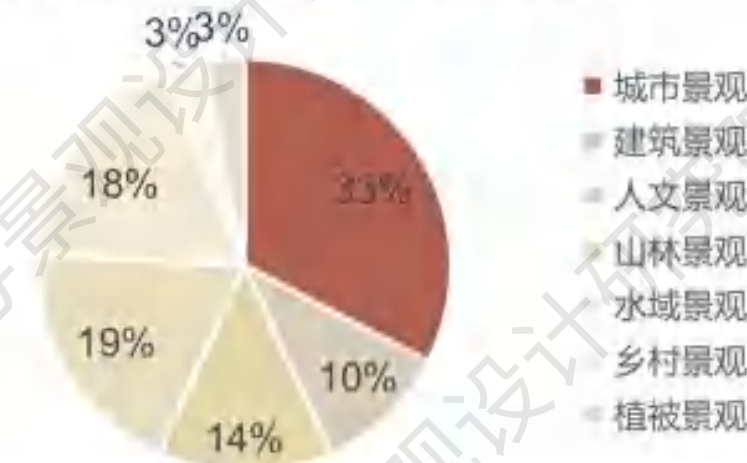
云 南

西 藏

新 疆

#### 02 出游偏好：更偏好自然山水和城市风光

武汉旅行者目的地景观类型偏好统计



#### 03 出游行为特征：自驾游、家庭游成主要出行方式

- **出游方式：**飞机、自驾、高铁、火车是远距离出行的常用方式，自驾、公共交通是市区及近郊出行的常用方式，选择长途大巴出游的游客较少，也有部分出游者选择骑行。
- **出游同伴：**大多数游客为家庭、情侣、朋友结伴出游，较少单独出游。
- **出游时间：**市内及近郊景点游玩时间大多数在1天内，中远距离出游时间在3天及以上。
- **人均消费：**市内及近郊游玩消费不高，远距离出省游客消费能力较强，大多千元以上。

### 3.3 区域客群市场需求

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。

#### ■ 市场特征

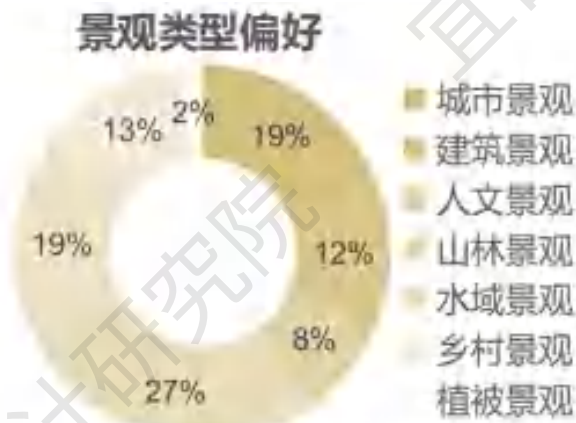
##### 01 出游目的地：高度集中于宜荆荆

宜荆荆城市群游客出游目的地分布更集中于湖北省内。且高度集中在宜昌、荆门、荆州及周边市区，其中宜昌数量最多。



##### 02 出游偏好：自然山水和城市风光仍占主导，也有文化与乡村旅游需求

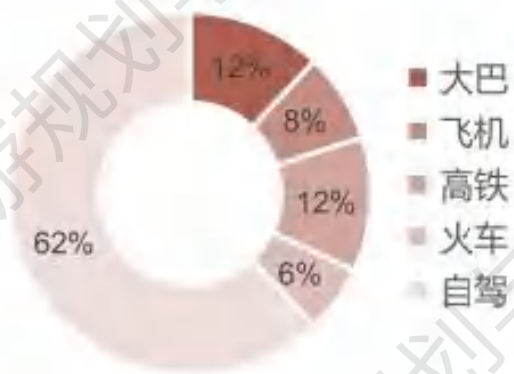
- 山林、水域、城市景观仍为主要目的地类型，占比较高；宜荆荆城市群游客除偏好自然山水、城市风光外，对建筑类（包括历史遗迹）与乡村休闲类景观也有一定的需求。



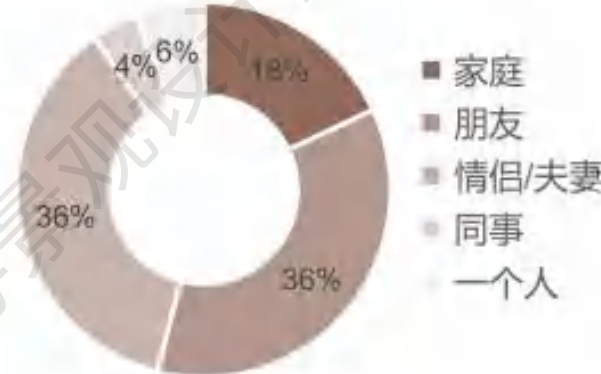
##### 03 出游行为特征：自驾游、家庭游成主要出行方式

- 出游方式：**飞机、自驾、高铁、火车是远距离出行的常用方式，自驾、公共交通是市区及近郊出行的常用方式，选择长途大巴出游的游客较少，也有部分出游者选择骑行。
- 出游同伴：**大多数游客为家庭、情侣、朋友结伴出游，较少单独出游。

出游方式



出游同伴





### 3.3 区域客群市场需求

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。

#### ■ 市场特征

点军观光休闲为主，缺乏高影响力的核心吸引物，游客停留时间较短，旅游消费有限。  
难以留住客源，目前游客旅游方式还是以观光游为主。点军区客源以宜昌市区和周边县区游客为主。

##### 家庭青年群体

短途游  
旺盛

偏好  
自然

- 市区缺少游玩景点：大部分居民选择自驾至周边县区；
- 本地居民多选择主流旅游路线，譬如热门景点、网红旅游点；比如三峡大坝、神农架旅游区、方特主题公园等；
- 本地居民休闲方式主要有：钓鱼、爬山、赏花、采摘。

##### 企事业群体

团体  
行动

红色  
教育

- 单位团体游客主要有：机关团体、工会活动等；
- 消费情况：机关单位一般一年出游两次，控制在人均300以内；
- 地点选择：车溪景区、磨基山森林公园、宜昌动物大世界、文佛山等。

##### 学生群体

研学  
热点

需求  
稳定

- 研学旅游需求：本地中小学生研学，需求稳定，可跨市进行交流研学；
- 研学基地：宜昌市青少年综合实践学校、宜昌妇儿活动中心研学旅行基地、嘉禾少年农业研学实践基地、车溪民俗风景区研学基地、海底世界研学基地、鸣翠谷研学基地、动物大世界研学基地、宜昌奥体中心综合实践教育基地、车溪人家御园禅茶文化体验园、宜昌记忆非遗研学基地、东土芯科技研学旅行基地。
- 需求稳定，但目前配套不足。

### 3.4小结

紧扣旅游市场发展趋势，扎根核心市场，辐射拓展市场，面向机会市场，走多元化、高品质发展道路。

#### 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。

#### 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。

#### 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。

扎根市场

弥补缺口

点军旅游需要积极面向旅游市场发展趋势，从观光旅游走向多元化休闲度假旅游阶段，满足市场需求，弥补湖北省旅游市场缺口，成为湖北省文化旅游的新引擎！



04

# 全域旅游顶层设计

Top level design of global tourism

## 4.1 发展目标及总体定位

### 近期：2025年-2027年，全域旅游启动与初步发展阶段。

形成发展合力，推进车溪-曹家畈片区创建国家5A级旅游景区，将点军建设成为“宜荆荆都市圈”重要的旅游增长极，成为宜荆荆旅游发展新名片。  
深度挖掘点军文化旅游资源，塑造点军典型的旅游形象IP，融入区域性旅游游线组织体系中。

### 中期：2028年-2030年，全域旅游重点建设与深化阶段。

重点项目（长江幻城、白云山旅游度假区、文佛山文化旅游度假区）建设完成并投入运营，完善区域旅游交通，创建国家文旅融合发展示范区、国家全域旅游示范区，点军成为湖北重要的旅游区域。  
有效开发点军核心文化IP，使文化IP有效转为文化旅游产业。点军成为促进湖北文化旅游发展加速推进的新亮点。

### 展望期：2031年-2035年，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，点军成为世界级旅游目的地城市。

#### 世界级旅游目的地城市

- 深入挖掘和利用屈原文化、巴楚文化、三国文化等多种文化元素，常态化举办音乐节、演唱会、体育赛事等各类活动，充分利用生态资源优势，全力打造旅游民宿示范地和微度假胜地，使点军成为世界级旅游目的地城市。

#### 国家文旅融合发展示范区

- 凸显核心文化IP，强化文化资源的挖掘和开发，加强生态资源的保育和利用，打造以“文化+创意体验”为特色的国家文旅融合发展示范区、国家全域旅游示范区。

#### 宜荆荆旅游发展新名片

- 完善区域旅游交通，推进区域旅游合作，提升旅游形象阶梯，将点军打造为宜荆荆都市圈旅游发展新名片。



## 4.2 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**。

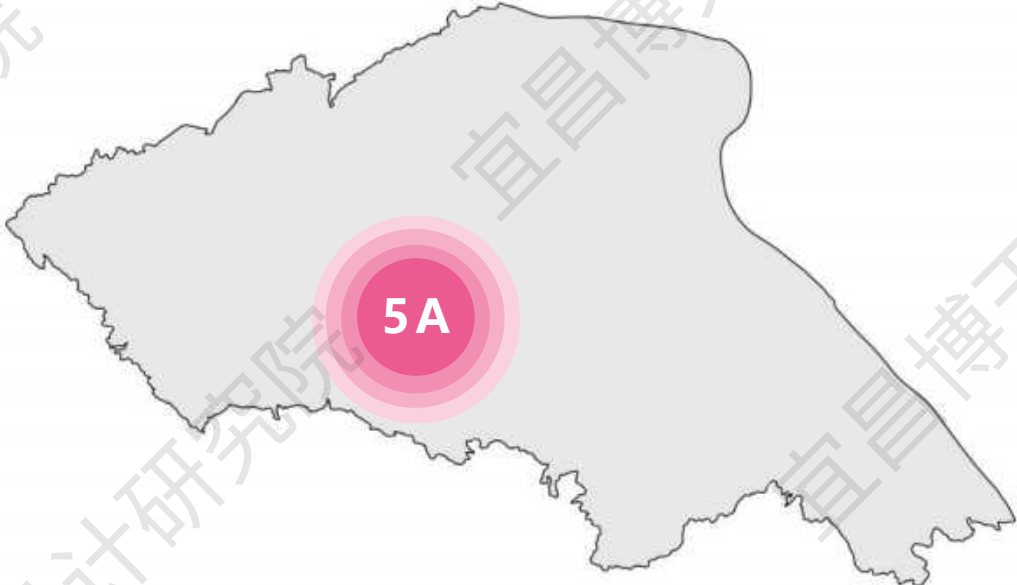


| 市场定位 | 区域锁定                        | 市场特征                                          | 旅游偏好                                            |
|------|-----------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 核心市场 | 宜荆荆都市圈、武汉城市群、鄂西生态文化旅游圈等省内客群 | 湖北省总人口5844万人，人均GDP约9.2万元，市场消费潜力大，四小时自驾旅游圈基本覆盖 | 个人及家庭出游为主，偏好灵活性高、主动性强的自驾出游方式及自然风光、历史遗迹、田园休闲旅游类型 |
| 拓展市场 | 成渝、豫湘皖等周边省份客群               | 人口基数大，高铁覆盖，交通便捷                               | 出游频率高、自助游、亲朋好友结伴为主力，最爱夏季出游，偏好生态休闲、生态观光、运动康养旅游   |
| 机会市场 | 长三角、珠三角、京津冀等沿海发达城市客群        | 人口密集，居民收入高于全国平均水平，旅游需求量大，消费能力强，出游频率高          | 喜好高品质自然山水游、亲子主题游，人均消费千元以上，青睐休闲度假旅游和养生产品         |

### 4.3 发展战略

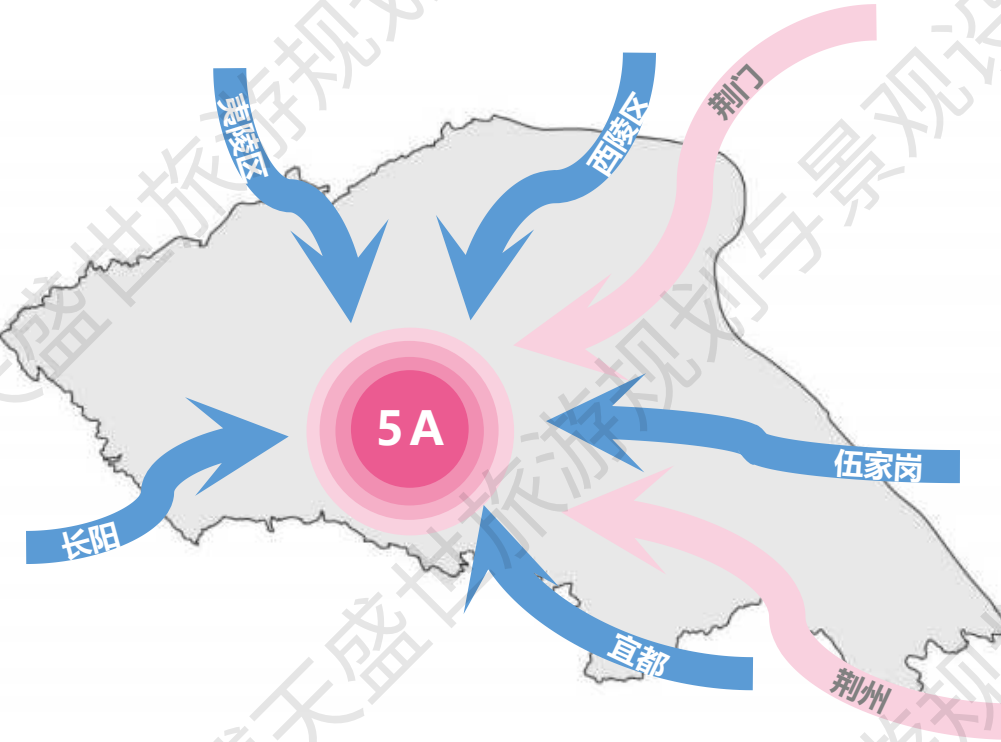
#### 强心：

- ⇒ **强 5A**：车溪创5A，升级龙头引擎，发挥带动辐射作用。
- ⇒ **强度假**：以5A为核心，联动曹家畈、白云山，打造环车溪--曹家畈文化旅游度假区。
- ⇒ **强 IP**：IP在地化，铸造城市品牌形象。



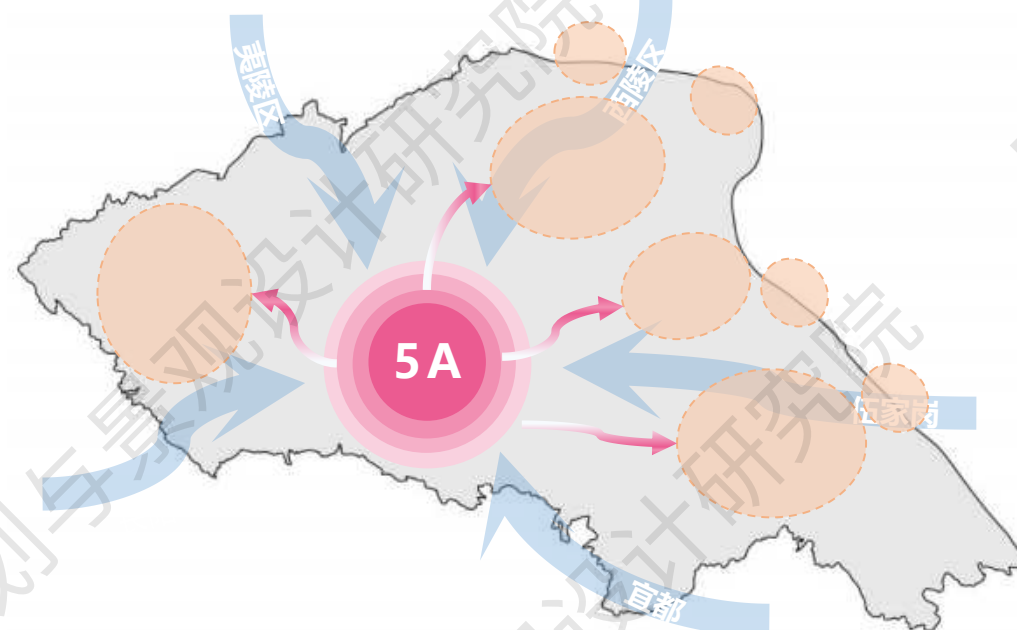
#### 引流：

- ⇒ **区域合作引流**：可从宜昌、长阳、宜都三个方向展开区域合作从大景区中引流、与同类型资源联盟。
- ⇒ **省域游线引流**：可从省域游线引流，成为地市之间游线上的重要节点。



#### 驻流：

- ⇒ **组团分流**：次分主题组团塑造，促进区内客流共享。
- ⇒ **景路促流**：全域景观道路体系建设，打通内部循环，提供合作网络。





4.4 强心战略

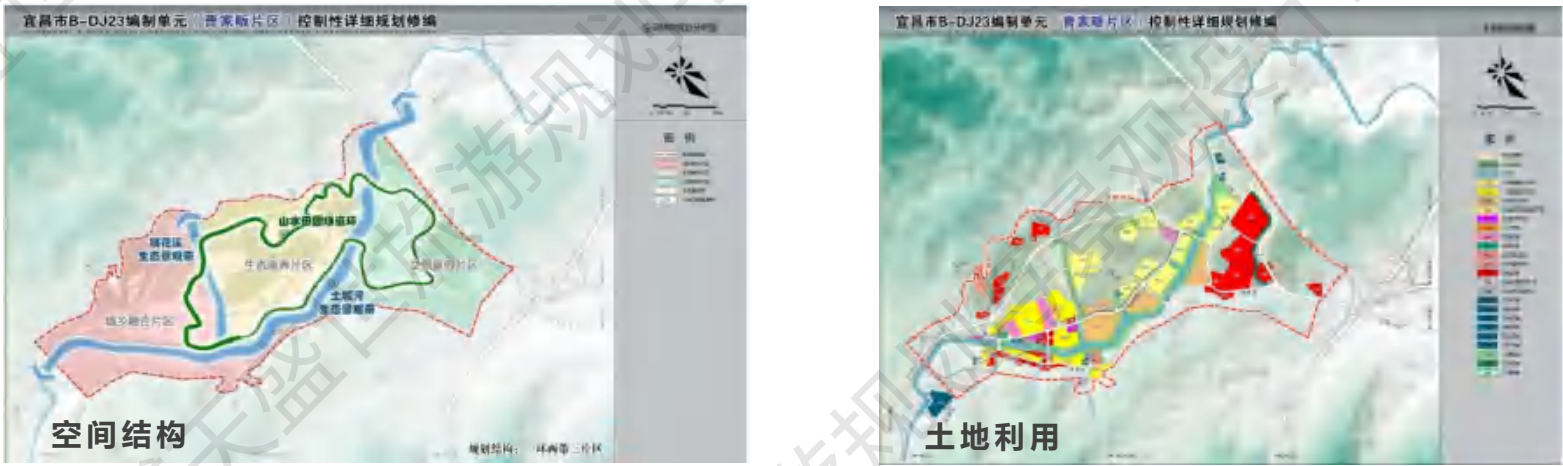
战略思路1：强5A

车溪创5A，联动曹家畈片区，升级龙头引擎。

- ◆ 推动**车溪民俗旅游区**创建国家级5A景区，联动**曹家畈片区**创省级旅游度假区，聚力打造全域旅游驱动核。
- ◆ 车溪夜游--《梦回车溪》不仅填补了宜昌历史文化街区大型夜游项目的空白，更是承载了助推宜昌发展“夜经济”，引领“宜荆荆”文旅融合升级的愿景。
- ◆ **曹家畈片区**人口规模为2.0万，规划总用地规模为5.73平方公里，西至土城乡集镇边界，南至虎周公路一带，东至翻坝高速，北至规划G241国道沿线。片区形成“一环两带三片区”的空间结构，未来将打造成“三峡康谷，公园旅镇”，未来成为**宜昌市高品质文旅康养休闲区**。
- ◆ 充分挖掘片区高等级旅游资源车溪、曹家畈、王家坝水库、青龙峡的生态、文化价值，打造在区域具有强竞争力的旅游、度假产品群落，形成点军全域旅游的核心吸引力。



曹家畈片区





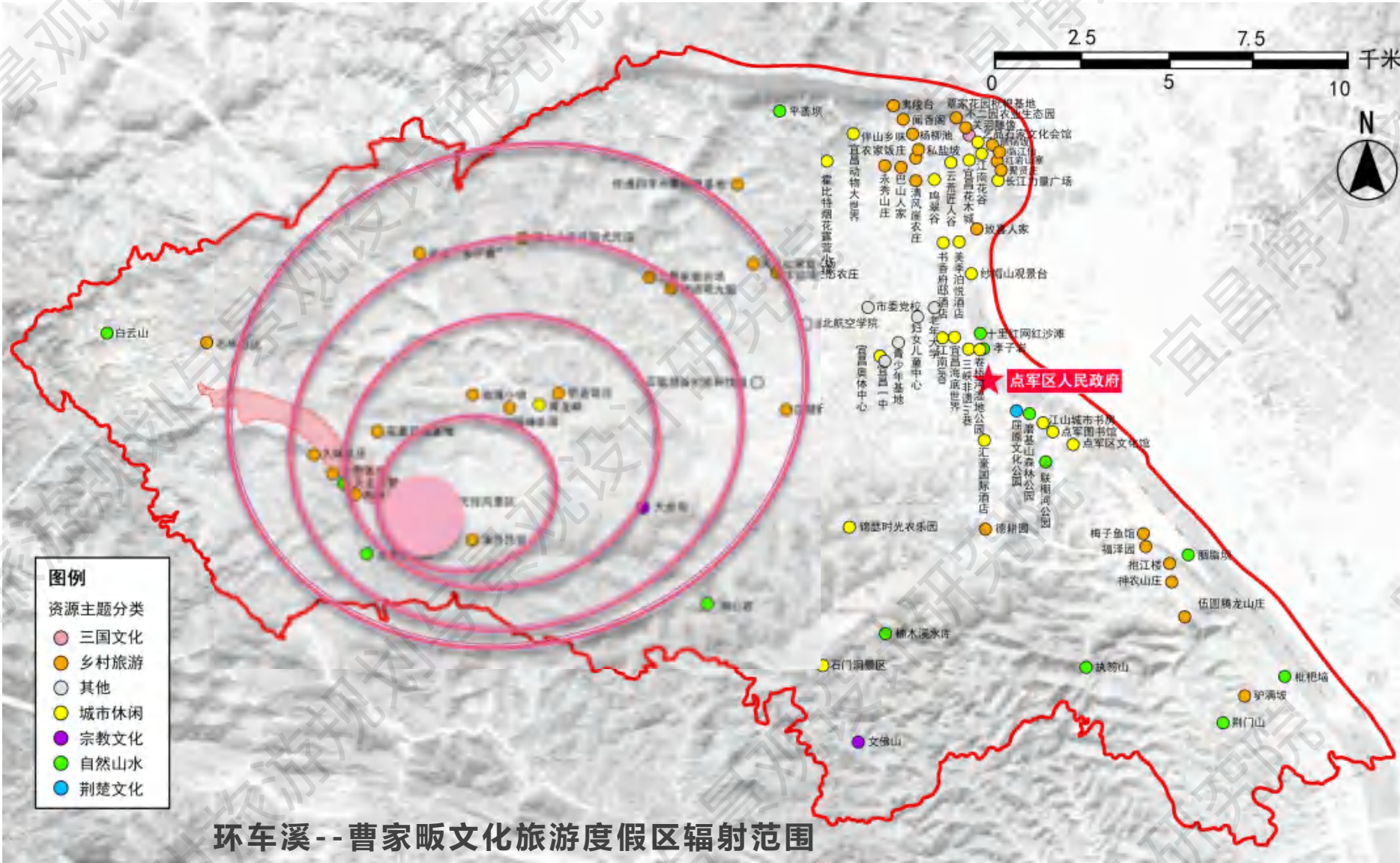
4.4 强心战略

战略思路2：强度假

强调度假功能，以5A景区为依托，以国家级旅游度假区标准为指引，打造环车溪--曹家畈文化旅游度假区。

- ◆ 整合片区乡村、农业、生态资源，以政策优势吸引优质投资，打造精品休闲度假产品，打造国家级旅游度假区。
- ◆ 该片区涉及车溪、曹家畈、花栗树、三涧溪、黄家岭、穿心店、茅家店等，北部花栗树村自然风光优美，青龙峡漂流已成为大宜昌市漂流的金字招牌；西部穿心店村拥有优质的生态茶园基地，南部茅家店村拥有优质水库资源--王家坝水库，知青小镇氛围浓厚，农科院规模完善，田园风光优美，乡村振兴成果显著。
- ◆ 以国家级旅游度假区标准为指引，以休闲度假为特色业态，发挥景区引领，推进乡村振兴。
- ◆ 业态布局上，联动土家慢城（土城集镇）、白云山片区、串联穿心店村、黄家岭村，孵化康养度假、茶产业链，打造康养度假、高山运动、茶园景观等，推广健康、绿色、悠闲的度假生活方式。延续多元乡村产业，主题化包装多元乡村休闲产品，使区域内部聚力联动形成一个环境优美、特色鲜明的国家级旅游度假区。

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）



环车溪--曹家畈片区茶田产业现状



环车溪--曹家畈片区未来





## 4.4 强心战略

### 战略思路3：强IP

以创意设计注入文化要素，实现文化IP在地化，  
铸造城市品牌形象。

#### 核心模式：沉浸式文旅开发

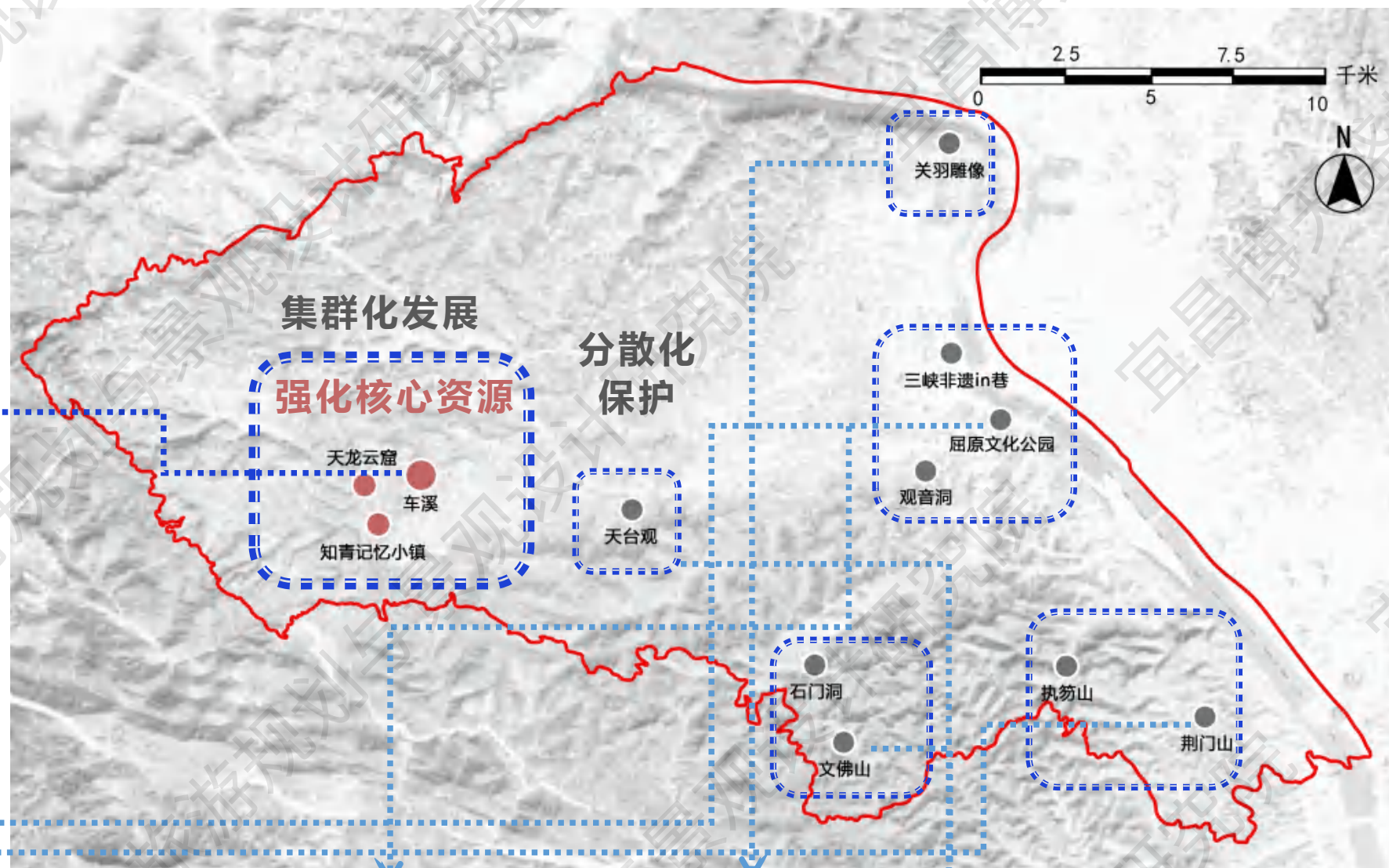


◆依托车溪--曹家畈多层次的文化要素，挖掘点军巴楚文化、土家文化故事，打造沉浸式文旅体验。

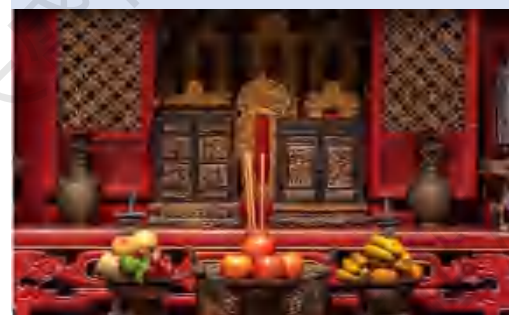
#### 核心模式：主题公园模式



◆依托城区，打造屈原文化、楚文化主题旅游空间和游线。



#### 辅助模式：节事表演



◆依托磨基山，打造屈原文化祭拜和展演活动与旅游相结合。

#### 辅助模式：严肃文化旅游



◆增强三国文化的故事性和显示度，保存文脉。

#### 辅助模式：保护



◆保护文化遗存，优化景观风貌。



## 4.5 引流战略

### ■ 区域合作引流

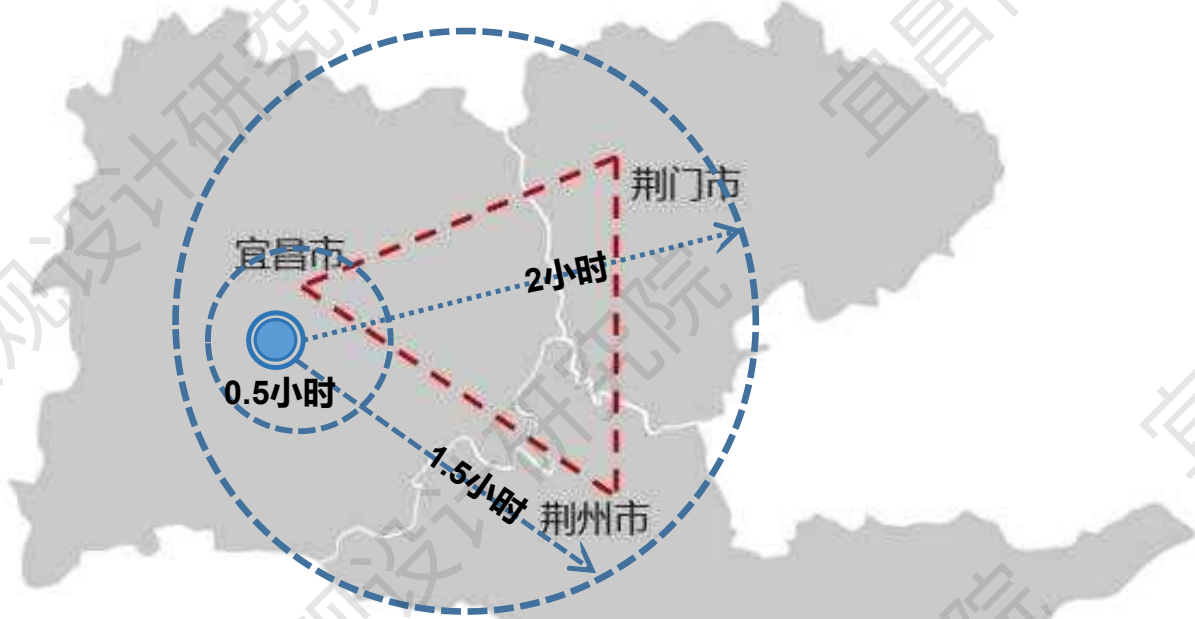
点军可从宜昌、荆州、荆门三个方向展开区域合作从大景区中引流、与同类型资源联盟。

■ “宜荆荆”三座城市呈等边三角形分布，相互距离均在100公里左右，点军位于大宜昌中心区域，距离宜昌市核心景点仅需30分钟，距离两荆部分核心景点约1.5--2小时。而且三市三地同属巴楚文化和三国文化核心区域，文化渊源相同，同属鄂西生态文化旅游圈，在旅游客源上存在紧密的市场依附关系。因此，**三角形结构非常有利于点军与宜荆荆三市串联旅游线路，建立旅游合作关系。**

■ 点军区是“宜荆荆”城市群一体化发展和“全域协同”格局形成的纽带，现已规划打造了多层次公路网，共同打造三国文化、楚文化核心旅游区和旅游环线，实现文化旅游、生态环保等领域实现全域联动发展。该战略将推动点军（宜昌）与漳河新区、荆州连通道路的全面改造升级和旅游公路建设。

**点军（宜昌）与荆州、荆门景区的连接更加便捷，便于进行游线组织。**

■ 从点军区出发2小时通行圈内囊括了宜昌、荆州、荆门三地许多等级地位高的旅游景点，以及许多同属于三国文化、楚文化主题下的旅游资源，**点军可从宜昌、荆州、荆门三个方向展开区域合作，从大景区中引流、与同类型资源联盟。**



| 通行时间                   | 宜昌                             | 荆州                         | 荆门                     |
|------------------------|--------------------------------|----------------------------|------------------------|
| 0.5小时通行圈<br>(5A及4A景区)  | 三峡大坝、三峡人家、三峡大瀑布、三游洞、西陵峡口风景名胜区等 |                            |                        |
| 1.5小时通行圈<br>(5A及4A级景区) | 清江画廊、屈原故里、昭君村、百里荒高山草原旅游区等      | 荆州古城历史文化旅游区、荆州博物馆、熊家冢遗址博物馆 | 漳河风景名胜区、荆门市博物馆、爱飞客极客公园 |
| 2小时通行圈<br>(4A及3A景区)    | 武陵峡口生态旅游区、柴埠溪大峡谷风景区等           | 洪湖蓝田生态旅游区                  | 明显陵文化旅游景区              |



## 4.5 引流战略

### ■ 区域合作引流

#### ■ 宜昌方向

在点军0.5小时通行圈内，北部的三峡景区集群和东北方向的百里荒高山草原旅游区、西北方向的屈原故里与点军旅游资源可建立联动关系。三峡景区集群可与车溪串联主题游线，三峡游客可十分便捷的前往点军，游线设置符合游客时空行为，适合建立合作关系。

点军拥有与百里荒、屈原故里相同类型的旅游资源，且秭归的乡村旅游发展较好，可组成旅游组团，在点军打造环车溪--曹家畈片区乡村振兴示范区。

#### ■ 荆州方向

荆州古城、荆州方特是荆州具有强吸引力的景区，尤其是荆州方特，游客口碑佳，与点军区约1.5小时车程；熊家冢遗址与其相邻近的当阳河溶古镇、糜城遗址、季家湖湿地公园等景点同属巴楚文化，可联合打造巴楚文化主题游线。荆州方向可与荆州方特、荆州古城以及熊家冢遗址博物馆展开合作，构建符合游客行为需求的区域旅游游线。

#### ■ 荆门方向

荆门以自然风光资源为主，位于点军2小时通行圈内的漳河风景区与邻近的当阳月潭河及涪溪古镇可合作打造自然生态文化休闲游线及区域旅游游线。

#### ■ 宜昌方向——三峡景区集群、百里荒高山草原旅游区

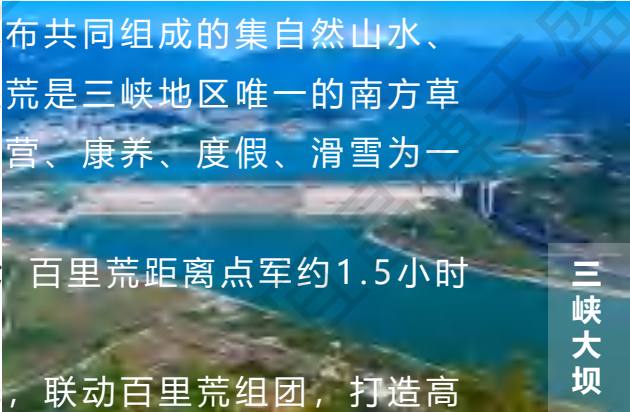
- ▶ **资源主题：**巴楚文化、水利工程、生态休闲。
- ▶ **资源特色：**由三峡大坝、三峡人家、三游洞、三峡大瀑布共同组成的集自然山水、水利工程、民俗风情、生态休闲为一体的景区集群。百里荒是三峡地区唯一的南方草原、天然避暑胜地，有丰富多彩的自然奇观、集避暑、露营、康养、度假、滑雪为一体。
- ▶ **交通情况：**与三峡机场邻近，距离点军约0.5小时车程；百里荒距离点军约1.5小时车程。
- ▶ **联动策略：**将车溪民俗旅游区纳入宜昌市三峡主题游线，联动百里荒组团，打造高山度假合作游线，丰富宜昌旅游产品，引流三峡游客。

#### ■ 荆州方向——荆州古城、荆州方特

- ▶ **资源主题：**三国文化、巴楚文化。
- ▶ **资源特色：**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。
- ▶ **交通情况：**距离当阳（宜昌）中心约1小时车程。
- ▶ **联动策略：**与河溶古镇、糜城、季家湖湿地公园等景点联动打造巴楚文化主题产品。

#### ■ 荆门方向——漳河风景区

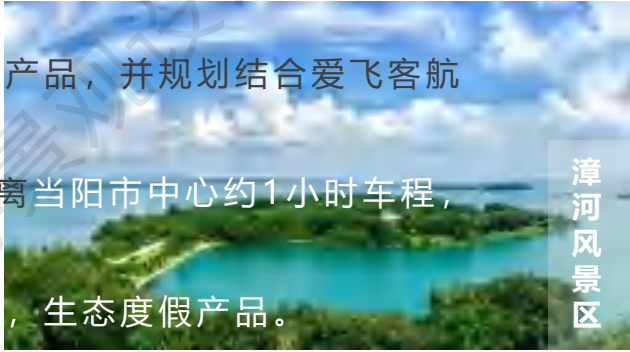
- ▶ **资源主题：**自然观光度假。
- ▶ **资源特色：**有优美的漳河水库风光，多元旅游观光休闲产品，并规划结合爱飞客航空资源打造航空旅游小镇。
- ▶ **交通情况：**通过G348可与当阳（宜昌）便捷连接，距离当阳市中心约1小时车程，距离宜昌市中心约2小时车程。
- ▶ **联动策略：**与月潭河及涪溪古镇联合打造航空体验产品，生态度假产品。



三峡大坝



荆州古城



漳河风景区



## 4.5 引流战略

### ■ 省域合作引流

■ 宜昌、荆州、襄阳、赤壁是集中展现湖北楚文化和三国文化资源的城市，目前由于部分城市交通不便捷及楚文化和三国文化旅游资源开发不完善等原因，这几个城市尚未能串联起来，形成一条完整的湖北省域楚文化、三国文化主题游线。

■ 宜昌凭借具有核心价值的楚文化、三国文化资源，客流门户城市的区位优势、南北便捷沟通的交通优势成为襄阳--宜昌--荆州--赤壁这条楚文化、三国文化主题游线上的核心节点。

■ 武汉是长江经济带核心城市，是国家历史文化名城、楚文化的重要发祥地，武汉到宜昌自驾4小时，动车高铁直达2小时，交通便利，游客进入性高。**点军应积极融入省域旅游线路组织，强化区域旅游产品合作，成为武汉--宜昌游线上的重要节点。**



点军区全域旅游发展规划（2025-2035）



### 宜荆荆都市圈全国性综合交通枢纽

### 高铁环绕 半小时朋友圈指日可待

宜荆荆都市圈综合交通示意图

■ 为共同推进宜荆荆都市圈交通高质量发展，2023年9月，宜昌、荆州、荆门共同制定《宜荆荆全国性综合交通枢纽建设三年行动方案》。2023年，宜荆荆综合交通枢纽建设体制机制基本建立，到24年底，宜荆荆综合交通枢纽雏形将基本形成，都市圈高速铁路和高速公路加快建设，初步实现宜荆荆都市圈机场一体化运行、长江内河港口联动发展；到25年，形成2小时省域交通圈、1小时城际交通圈、半小时通勤圈（都市区和合作发展示范区）。

※ 以上图片数据来源于宜昌市人民政府官网政务动态。



## 4.6 驻流战略

### ■ 打造组团驻流

**组团分流：次分主题组团塑造，促进区内客流共享。**

**构建组团的可行性与必要性：**

- 点军对外地游客具有较高吸引力的车溪民俗旅游区靠近土城集镇，交通便捷，在快速集聚客流的同时也具备向周边景点辐射的能力，通过联合周边景点进行组团开发，可带动整个组团快速提升。
- 除车溪外，点军其他景点吸引力一般，但同区域景点主题接近、客源市场相似，通过构建主题旅游组团，强化组团内景点之前的联系和合作，可共同提升吸引力和竞争力。

**构建组团的原则与方法：**

- 以重点项目为引擎，联动周边形成主题组团，以产品组合为驱动力实现对周边客流的集聚。
- 加强道路联系、景点合作和服务共享，构建组团内部休闲道路网络、景点联合宣传营销机制和旅游服务业态及设施。

**景路促流：全域景观道路体系建设，打通内部循环，提供合作网络构建。**

**全域旅游交通格局的必要性：**

- 开展区域旅游合作的需要：全域旅游交通格局的选择直接影响区域旅游合作游线的安排。实现高效率、高品质的区域旅游合作，需要一个系统性强、合理性高的全域旅游交通格局作为支撑。
- 强化组团功能的需要：组团内部和组团之间的沟通联系都需要依赖于完善的道路体系，通过道路功能的评估后，构建全域旅游交通格局针对不同层级的合作需求提供多层次服务。
- 解决市内旅游交通组织问题的需要：解决旅游交通现面临的问题，需要对点军内部交通进行系统性评估，从全域旅游的需求出发，确定旅游交通格局后，有针对性地对道路进行升级改造。



全域旅游交通格局：

- » 外部区域合作的引流道路构成全域旅游交通第一级道路体系。
- » 组团之间通过旅游连通道路构成全域旅游交通第二级道路体系。
- » 组团内部的旅游景观道路构成全域旅游交通第三级道路体系。
- » 部分二级和三级道路构成全域旅游特色景观道路环线。





小结

# 点军

世界级旅游名城文旅休闲中心

国家文旅融合发展示范区

国家全域旅游示范区

国家文化和旅游消费示范及试点城市

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。

强心

旅游整体发展弱，区域旅游末梢位置。

自身旅游发展提升，与强IP形成良性呼应。

对接区域资源市场，扩展区域影响联动发展。

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。

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。

驻流

实现全域旅游建设目标。



05

## 全域空间发展布局

Global spatial development layout

4.1 全域旅游空间结构

**“未来·点军”活力轴**（以科教城为核心，东起主城区，西至土城乡，以成熟的公园文化、数字经济产业体系、奥体中心商业圈、巴楚文化底蕴、江南山水资源、温泉资源形成未来点军活力轴。）

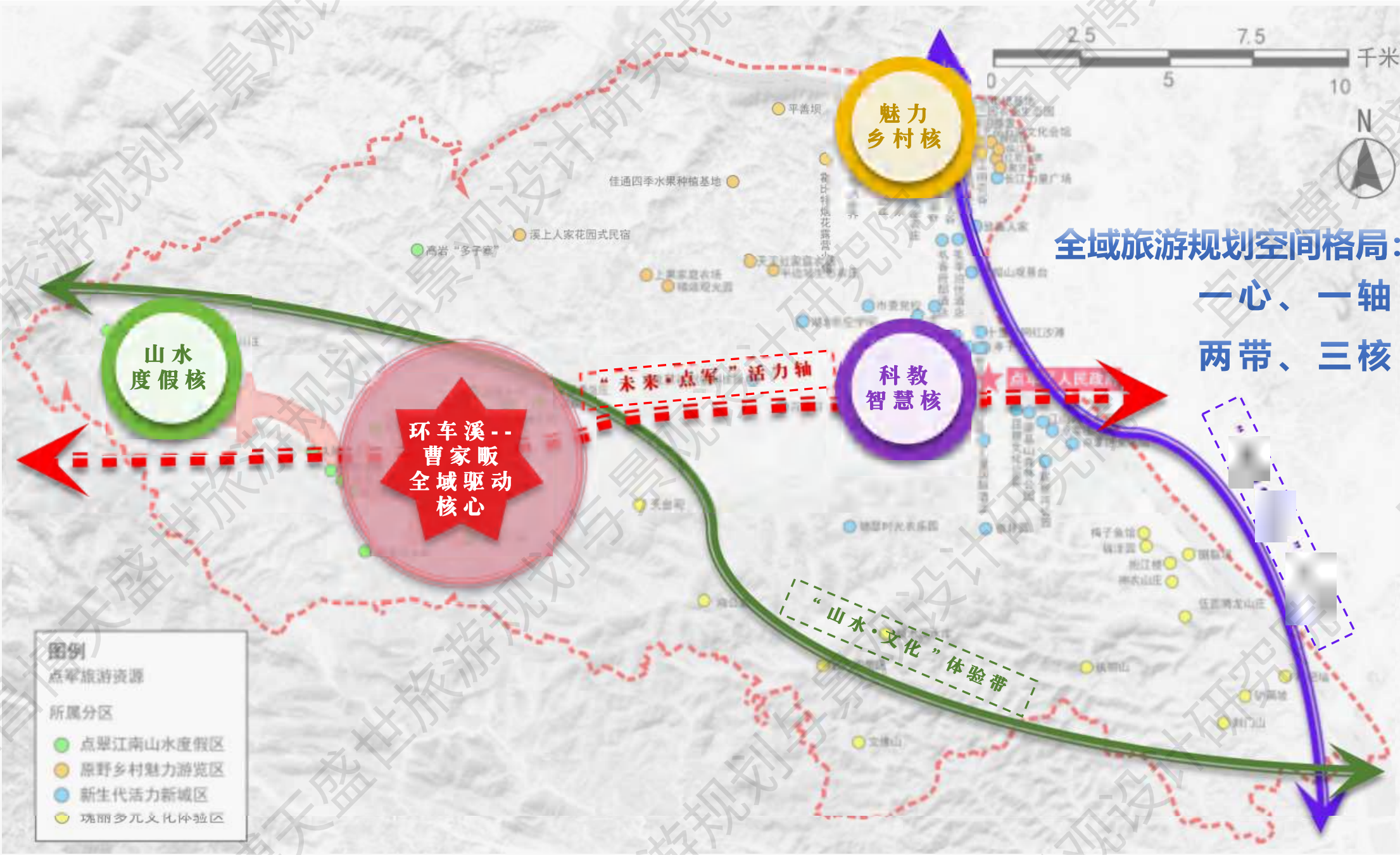
**“雅韵·长江”风光带**（以平善坝至胭脂坝36.9公里的长江沿岸为纽带，联动磨基山森林公园、屈原文化公园、卷桥河湿地公园打造风景南岸长江风光带。）

**“山水·文化”体验带**（以车溪-曹家畈为核心，向西联动白云山、铜宝山、王家坝，向东联动文佛山、天台山、荆门山、执笏山，打造江南山水康养度假、多元文化体验游。）

**魅力乡村核**（以牛扎坪为核心，串联新村、上峰尖村、天王寺村，延伸至朱家坪、高岩、席家塆发展特色乡村游。）

**山水度假核**（以白云山为核心，串联席家塆、高岩、落步塆、谭家岭、茅家店打造山水康养度假游。）

**科教智慧核**（以科教城为核心，联动“芯池神网”数字产业集群、AI人工智能、大学城等，打造大宜昌科教研学集群。）



点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

全域旅游规划空间格局：  
一心、一轴  
两带、三核

一心：环车溪--曹家畈全域驱动核心

以车溪创5A为主，和曹家畈片区、天龙云窟、知青小镇、土城·集镇、青龙峡合并打造环车溪--曹家畈文化旅游度假区，以**“车溪牌、夜经济、微度假、目的地”**为核心赋能景区产品业态，将**环车溪--曹家畈文化旅游度假区打造成点军全域旅游发展的驱动核心。**



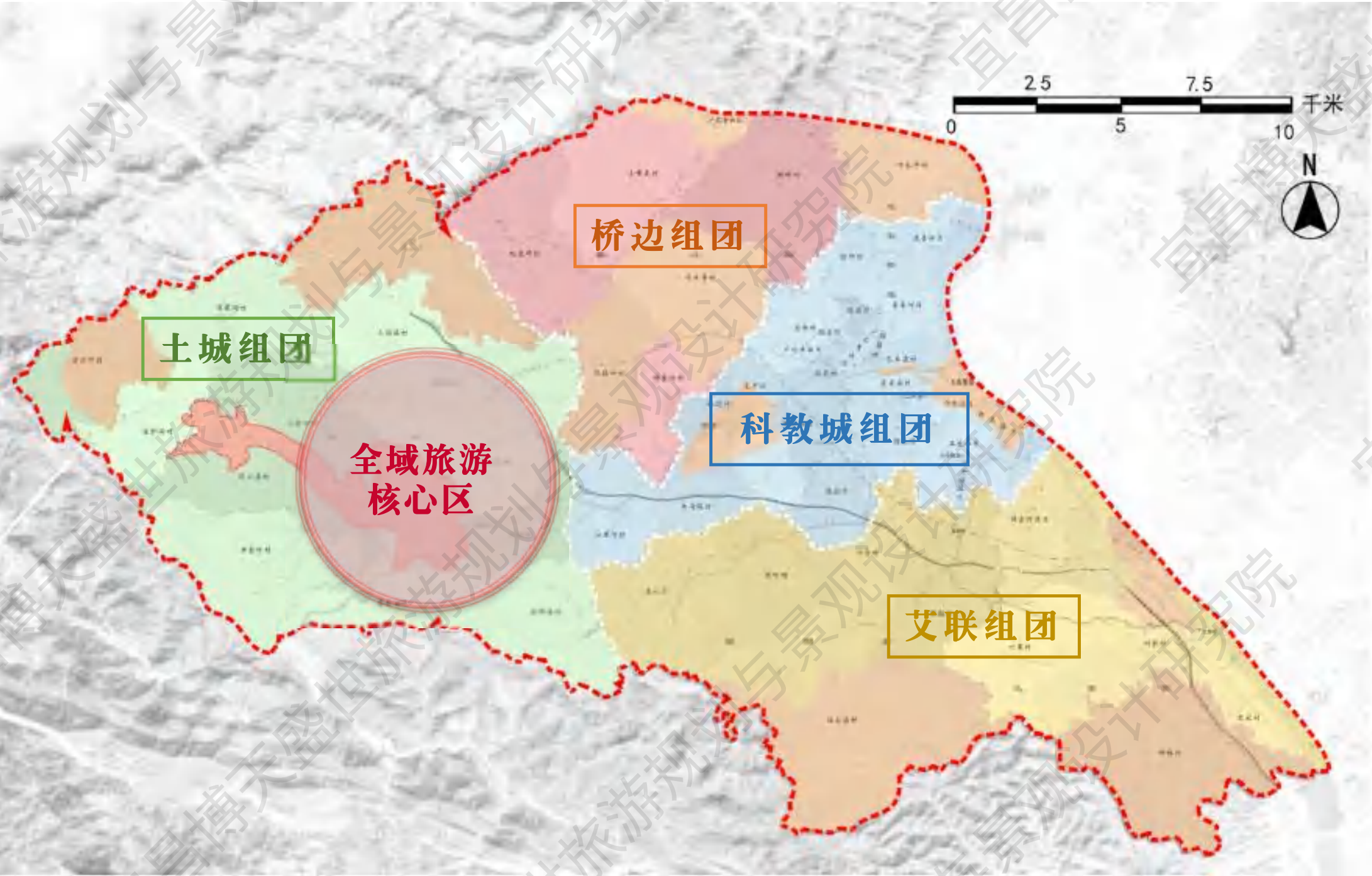




## 4.1 全域旅游空间结构/分区组团

### 全域旅游规划空间格局： 四区 四组团

- **土城组团：**以白云山片区优质的高山生态资源，带动席家垵、落步垵、发展康养度假游、登山运动、户外徒步等。利用高岩优质的高山民宿资源，联动青龙峡打造高山精品民宿、户外水上运动体验。
- **桥边组团：**借助牛扎坪现有的乡村游资源优势，串联新村、上峰尖（平善坝）、朱家坪打造周末近郊微度假游及沿江高端民宿度假游；依托双堰口、六里河、天王寺丰富的温泉资源发展宜昌近郊温泉度假游；串联桥边烟火集镇形成宜昌近郊乡村旅游聚集区。
- **科教城组团：**以科教城、数字产业集群、AI人工智能、奥体中心发展科教研学旅游体验；以磨基山森林公园（屈原文化公园）、卷桥河湿地公园等联合打造滨江风貌游览，生态湿地观光、城市citywalk等多元化的休闲旅游体验。
- **艾联组团：**以文佛山带动石门洞、天台山打造文化度假旅游体验；以荆门山联动执笏山谋划打造文化遗迹修复及展示、户外运动体验；以沿江丰厚的渔村文化、古码头文化底蕴发展古渔村文化旅游体验，充分利用七里河的水上资源谋划打造水上运动休闲中心。



**组团：**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。



## 5.2 分区发展思路/全域旅游核心区

全域旅游核心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**形成旅游目的地点军全域旅游核心引擎。

### ■ 全域旅游核心区： ■ 环车溪--曹家畈文化旅游度假区



#### ⇒ 核心区概况：

- 全域旅游发展的核心引擎，“强心战略”的呈现区域。
- 覆盖车溪村、土城集镇、茅家店村、穿心店村、黄家岭村、三岔口村、花栗树村。
- 该区高品质旅游资源集中（车溪、曹家畈、青龙峡、谭家岭茶园、王家坝水库、知青小镇），土家文化氛围浓厚，自然资源优越，交通便利，具有一定的服务业基础。

#### ⇒ 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。

#### ⇒ 发展思路：

- 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。

#### ⇒ 现状条件：

- **核心价值：**车溪民俗旅游区及环车溪--曹家畈为核心的景区主题化建设。
- **核心问题：**景区开发程度参差不齐，资源深挖力度不够，片区涵盖的部分村庄旅游服务功能欠完善。

#### ⇒ 总体思路：

- 为本地游客打造1-2日的周末度假游；为中远地区游客打造3-5日以沉浸式文化体验、生态休闲康养为目的的度假游。

#### ⇒ 发展指引：

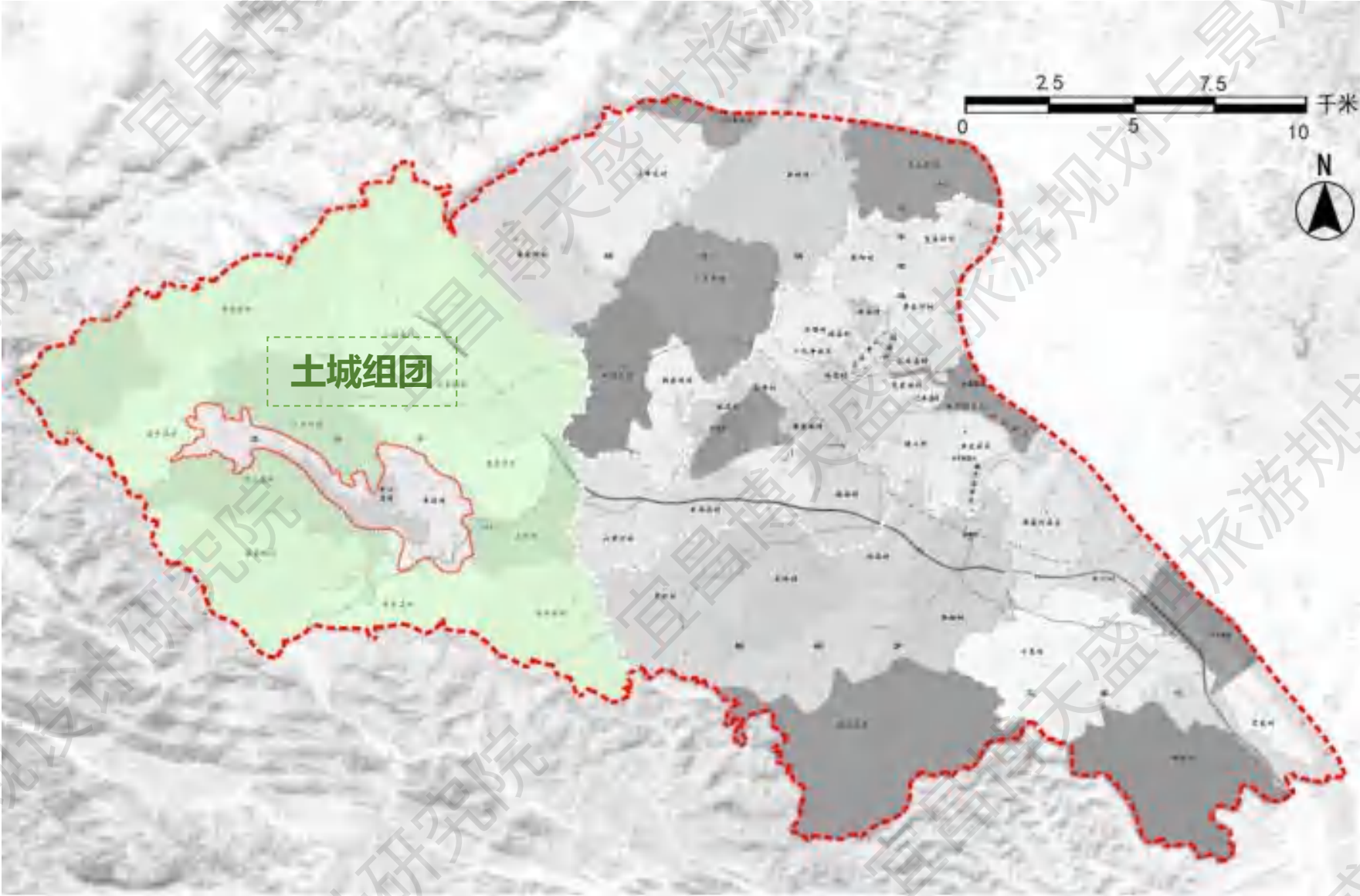
- **旅游项目：**以**车溪创国家5A级景区**，曹家畈打造“**三峡康谷，公园旅镇**”为目标形成环车溪--曹家畈文化旅游度假区。以土家文化为底蕴打造沉浸式文化体验游、增设富有土家风情的民宿和旅游消费产品，打造**国家文旅融合示范区**。
- 改造车溪老街，利用人工智能，光电影等数字技术打造沉浸式土家文化特色街区，提高车溪夜游知名度及旅游接待能力，围绕车溪IP举办土家特色节庆季，扩大片区影响力。



4.2 分区发展思路/点翠江南山水度假区

点翠江南山水度假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。

点翠江南山水度假区：土城组团



⇒ 分区概况：

■ 该区位于点军西部土城乡，拥有得天独厚的高山资源（白云山）、广阔的可利用水域（王家坝水库）及茶山资源（谭家岭茶园），又毗邻车溪和知青小镇，山水茶园之间充溢着浓厚的楚文化、茶文化和知青文化，是自然山水生态与文化优势融合的俱佳区域。

⇒ 发展定位：

■ 山水风光休闲旅游区、高山康养度假区。

⇒ 发展思路：

- 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。

⇒ 空间策略：

■ 确定各组团主题，依托环车溪--曹家畈片区的知名度，通过旅游景观公路打通各组团之间的联系，接入点军环车溪--曹家畈片区外环游线。





## 4.2 分区发展思路/点翠江南山水度假区

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

思路1：以白云山片区为主形成**高山康养度假体验**。

### 项目引领——白云山旅游度假区

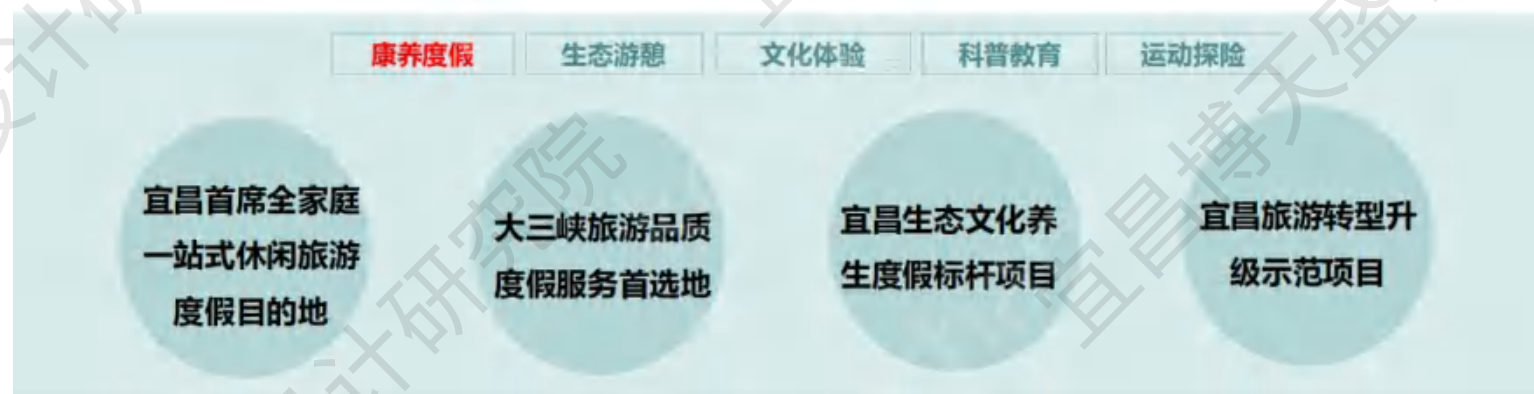
#### ⇒ 项目定位：

■ **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**。

#### ⇒ 游客群体：

- 本地游客：1-2日，周末游，微度假游。
- 外地游客：中远途游客，以环车溪--曹家畈片区为目的，联动白云山形成游线组合，1-2日游，微度假目的地。

### 白云山-生态文化养生旅游度假区





## 4.2 分区发展思路/点翠江南山水度假区

思路2：以高岩村连片的古民居村落为主，联动三涧溪村淳朴的自然生态景观形成**高山乡村度假**体验。

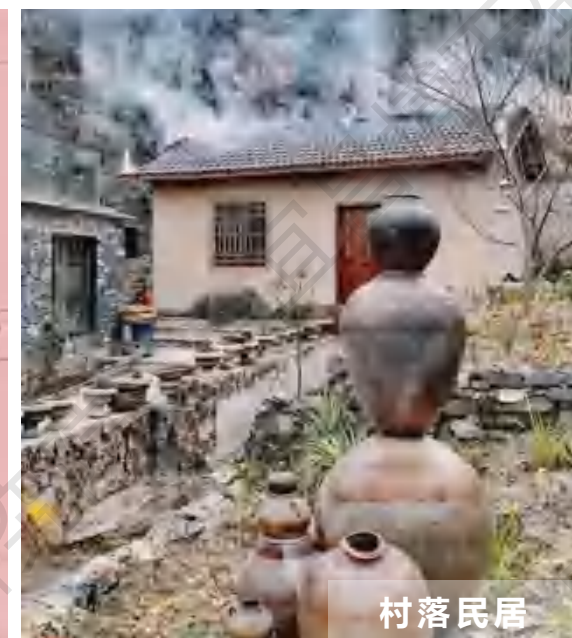
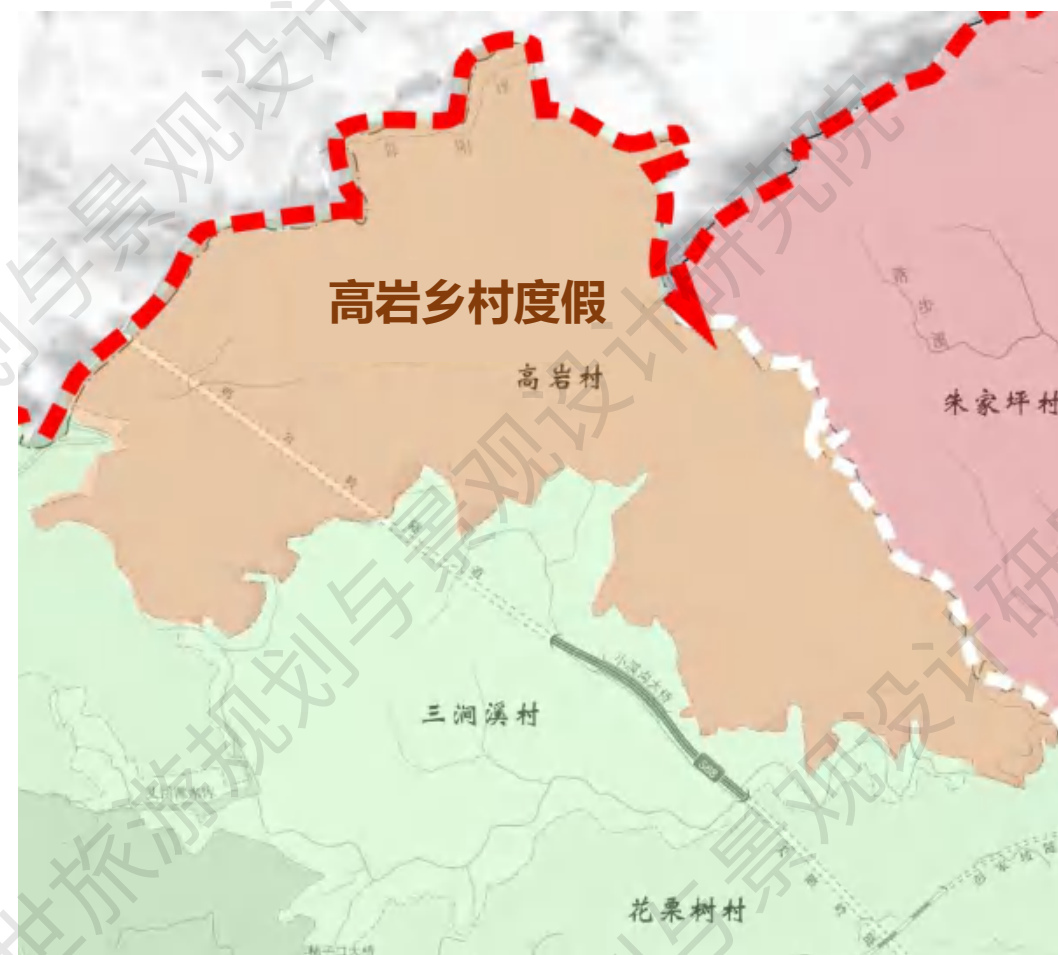
### ■ 项目引领 --- 高岩乡村度假

#### ⇒ 项目定位：

■ **高岩村（申报湖北旅游名村）**：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。

#### ⇒ 游客群体：

- 本地游客：1-2日，周末游，微度假游。
- 外地游客：中远途游客，以环车溪--曹家畈片区、白云山为目的，距离高岩约0.5小时车程，1-2日游，微度假目的地。

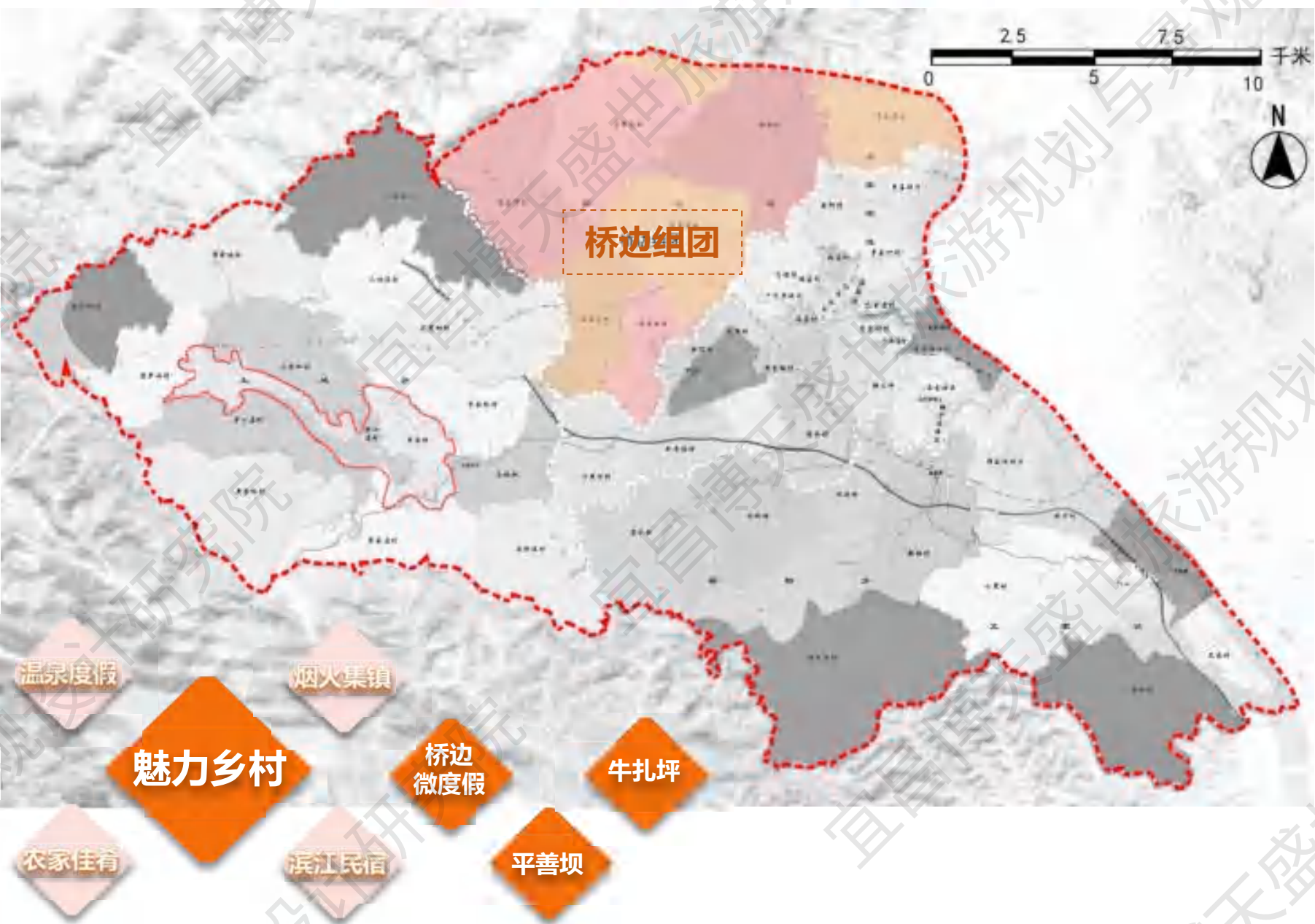




## 4.2 分区发展思路/原野乡村魅力游览区

原野乡村魅力游览区以“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。

### ■ 原野乡村魅力游览区：桥边组团



#### ⇒ 分区概况：

■ 该区涵盖点军桥边镇大部分区域，涉及牛扎坪村、上峰尖村、朱家坪村、新村、天王寺村、双堰口村、韩家坝村。该区域地势高低错落有致，水资源丰富，是**乡村振兴重点发展片区**。拥有素有“宜昌洱海”之称的平善坝、“2023中国美丽休闲乡村”的牛扎坪、宜昌动物大世界和霍比特烟花露营小镇的新村、丰富温泉资源的双堰口、六里河和天王寺，是打造未来宜昌近郊温泉休闲度假和原生态乡村旅游的最佳之地。

#### ⇒ 发展定位：

■ 三峡民宿集群、温泉度假小镇、乡村旅游聚集地。

#### ⇒ 发展思路：

- 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。

#### ⇒ 空间策略：

■ 确定温泉、民宿、乡村三大组团主题，改善各村通村道路的旅游景观氛围，打通各组团之间的联系，借助三峡人家、三游洞进行引流。



## 4.2 分区发展思路/原野乡村魅力游览区

思路1：以桥边丰富的温泉资源为核心形成近郊**温泉休闲度假**体验。

### ■ 项目引领——温泉度假小镇、烟火桥边、三湾有庐

#### ⇒ 游客群体：

- 本地市民群体：日常娱乐、周末休闲，0.5-1日。
- 周边县市游客：短期出游、自驾游，1-2日。

#### ⇒ 空间策略：

- 以**温泉度假小镇**为本组团核心项目，带动组团游线发展。
- 桥边集镇承载着宜昌人民的市井文化情结，所谓“四方食事，不过人间一碗烟火。没了烟火气，人生就是一段孤独的旅程”。恢复城市烟火气，打造市井文化烟火一条街尤为重要。将**桥边老街**打造“市井烟火感”与“潮流年轻态”并存的商业街，让这条街道成为宜昌人人必到的网红打卡地。



温泉小镇意向



#### ⇒ 项目定位：

- **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。
- **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。



桥边集镇



温泉广场



## 4.2 分区发展思路/原野乡村魅力游览区

思路2：以平善坝优越的滨江生态景观为主形成**三峡高端民宿度假体验**。

### 项目引领 (平善坝) 三峡民宿度假区

#### 空间策略：

■ 以差异化的三峡高端民宿为核心产品、平善坝优越的滨江生态风貌等优势资源，塑造三峡民宿集群的旅游吸引力，借助三峡人家、三游洞的知名度、游客量进行差异化分流，逐步实现双向引流。

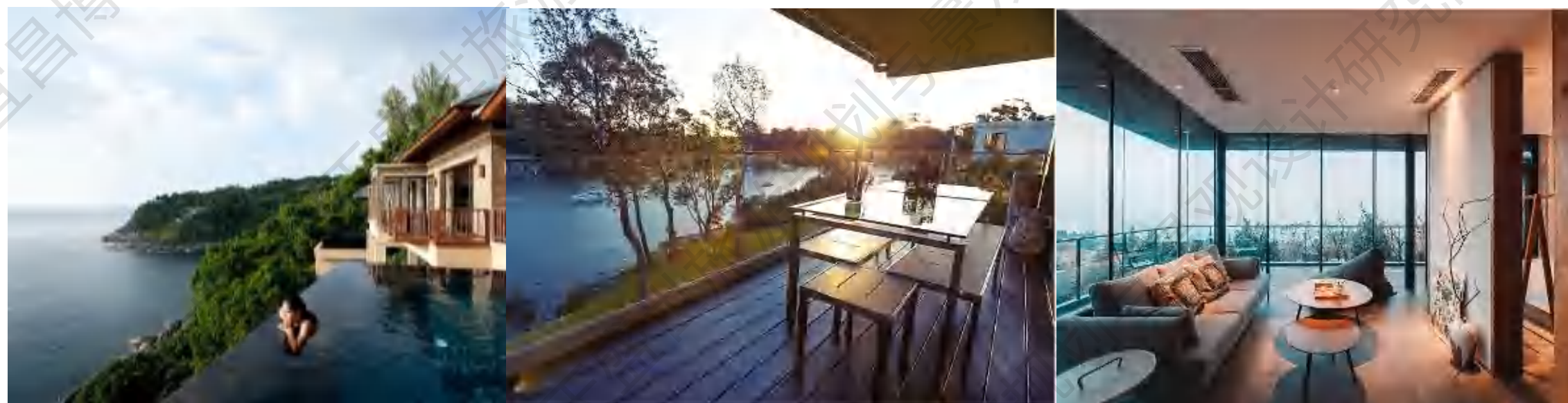
#### 游客群体：

■ 本地及周边县市区游客：日常休闲、周末节假日短期出游，1-2日。  
■ 分流三峡人家游客，长途出游，2-3日。  
■ 外省来宜游客，商务人士、休闲度假游，3-5日。



#### 项目定位：

■ **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。





## 4.2 分区发展思路/原野乡村魅力游览区

思路3：以牛扎坪“中国美丽乡村”游为主形成**近郊乡村休闲度假游（沿江风貌观光、三国游、亲子游）**体验。

### ■ 项目引领 忠义台、沿江观赏、乡村游

#### ⇒ 空间策略：

- 牛扎坪村2023年被评为中国美丽休闲乡村，已形成了来自本地及周边县市区周末近郊游群体。
- 以最美乡村游为核心，通过旅游道路联动动物大世界、霍比特烟花露营小镇，串联至平善坝三峡民宿集群，延伸至鸣翠谷、温泉度假小镇、烟火集镇，打造沿江风貌观光、亲子游、周末度假游等，形成桥边乡村旅游集聚区。



忠义台意向

#### ⇒ 项目定位：

- 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）。

#### ⇒ 游客群体：

- 本地市民群体：周末休闲度假游，0.5-1日。
- 周边县市区游客：节假日短期出游，1-2日。
- 分流三游洞游客，短途出游，1-2日。



珍稀动物观赏



灯塔意向



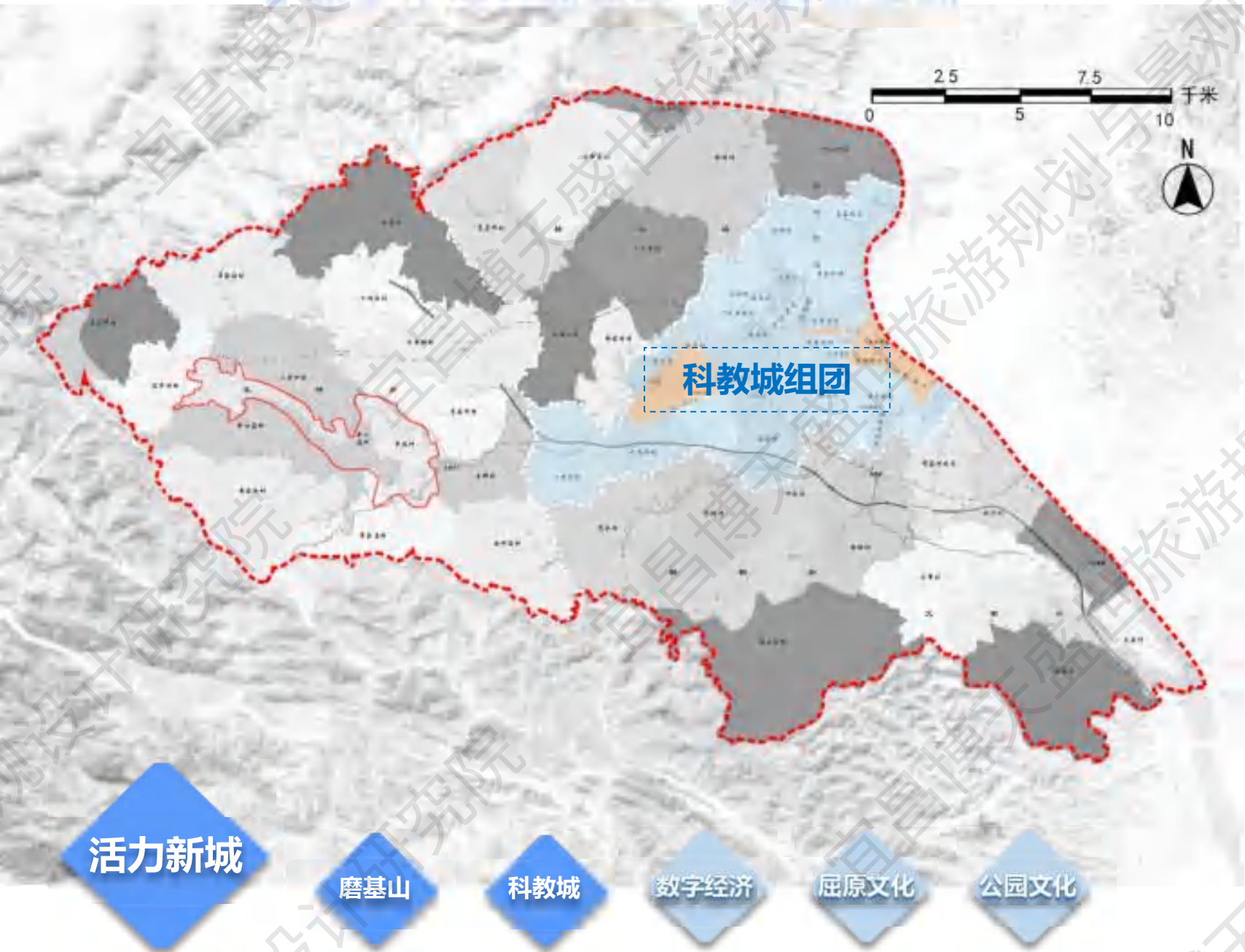
乡村樱花游



## 4.2 分区发展思路/新生代活力新城区

新生代活力新城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。

### ■ 新生代活力新城区：科教城组团



#### ⇒ 分区概况：

- 该区是点军区主城区，是数字经济产业中心，也是点军**全域旅游集散中心**。
- 点军地标磨基山森林公园（屈原文化公园）、奥体中心所在地，拥有风景优美的卷桥河湿地公园、国家3A级景区鸣翠谷、点军文化中心，沿江自然风貌优美，资源禀赋丰富且优质。

#### ⇒ 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。**

#### ⇒ 发展思路：

- 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。

#### ⇒ 空间策略：

- 以科教城为核心，串联磨基山、卷桥河、奥体公园等，通过旅游景观公路串联组团，顺延至环车溪--曹家畈片区环线。



5.2 分区发展思路/新生代活力新城区

点军“四区三城”建设目标：

四区：公园城市先行区、战略性新兴产业核心发力区、科教文体功能集聚区、城乡融合发展引领区

三城：智慧新城、科教新城、生态新城

- 拥有湖北省最大规模算力集群，以及由工业园“硅立方”算力中心、AI 人工智能和数字经济中心、绿色零碳数据中心构成的“芯池神网”数字经济产业体系。
- 拥有市“四个重大”项目之一的十里红培训接待中心；拥有建设用地规模49平方公里、人口规模40万人的科教城，未来发展潜力巨大。

该区是点军区打造**公园之城、数字之城**的核心区域，与环车溪--曹家畈片区首尾相连，串联全区，整体打造全区的旅游发展布局。

Sylvan: 森林    Domain: 范围、领域

Science: 科学    Digital: 技术领域

Sport: 运动    Develop: 发展

磨基山森林公园（屈原文化公园）

芯池神网、数字产业

奥体中心、会展中心

Shu: 数字    Dian: 点军

Strong: 强大    Dian: 点军

Super: 超级    Dian: 点军



## 4.2 分区发展思路/新生代活力新城区

思路1：以磨基山森林公园（屈原文化公园）为主要打造沿江**风貌观光**、**生态文化公园**体验。

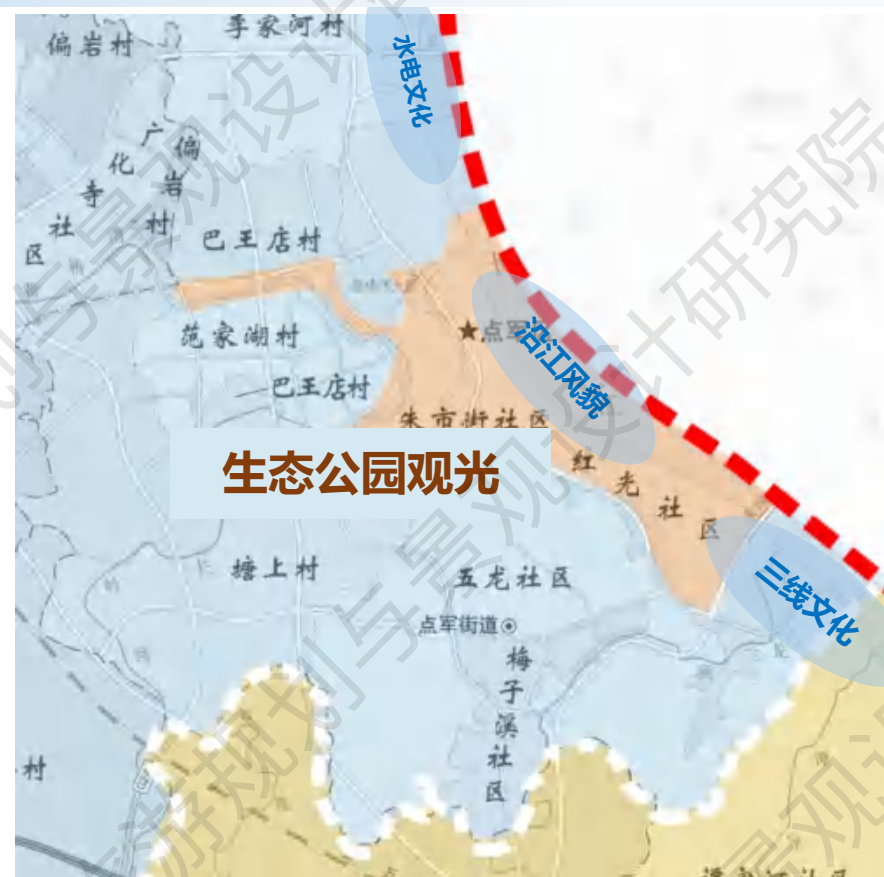
■ **项目引领**——点军文化中心、磨基山公园配套、鸣翠谷提档、水电文化、三线文化公园

### ⇒ 游客群体：

- 本地及周边县市区游客：0.5-1日，日常休闲、周末短途游，亲子自驾游。
- 高校大学生群体：日常休闲、娱乐，周末节假日出游，citywalk等。
- 外地游客：中远途游客，以奥体中心、环车溪--曹家畈片区为目的，顺便到访，1-2日游。

### ⇒ 项目定位：

- **十里红宾馆**：宜昌市“四个重大”项目之一。
- **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。
- **屈原文化产业园（暂停）、孝子岩姜诗文化长廊**：宣传姜诗孝道故事。
- **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。



屈原雕塑



清吧格调



清吧氛围



## 5.2 分区发展思路/新生代活力新城区

### 神奇的“20分钟公园效应”听说过吗？

“20分钟公园效应”已然成为最适合宜昌人的疗愈方式。

来自《国家环境健康研究杂志》的官方认证，  
央视的亲测有效，每天只需要在公园里待上20分钟  
即使什么也不做，也能快速“回血”，为身心注入满满活力！

替大家试过了，“公园20分钟效应”真的管用！

央视新闻 2014-04-10 11:45 3:38  
1.6万人听过



独处时，你依靠什么充电？  
最近不少网友给出一个“亲测有效”的建议：去公园！

据初步统计，宜昌城区现有各类公园145个。

其中综合公园29个，社区公园22个，专类公园14个，游园80个。

截至2023年底，宜昌城区建成区公园绿地面积达到1750.40公顷，

绿化覆盖率达到45.47%，

人均公园绿地面积预计达到16.50平方米。

“20分钟公园效应”已然成为最适合宜昌人的疗愈方式。



滨江公园



江豚公园



沙河湿地公园



柏临河湿地公园



运河湿地公园



东山公园



## 5.2 分区发展思路/新生代活力新城区

公园，不仅是城市文化内涵的体现，更串联起了九流百家的社交圈，推动了中国城市近代文明的进程。



- 文化公园是城市文化的具体化。
- 文化公园是中国城市文化旅游发展和旅游文化创新的产物。
- 文化公园是城市景观规划的重要内容。

■ 该区拥有地标级的森林公园--磨基山森林公园（屈原文化公园），湿地公园--卷桥河湿地公园、五陇湿地公园，以及未来谋划中的水电文化公园（金狮公园改造）、三线文化公园（谭家河原红旗电缆厂）。另外，着眼于全区的文化公园发展，未来还将打造户外运动公园、超级IP公园、多元文化公园等，公园文化类型丰富，公园氛围浓厚，点军打造**公园之城**具有绝佳资源优势。



磨基山



奥体中心



卷桥河



水电文化



## 4.2 分区发展思路/新生代活力新城区

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

思路2：结合数字经济产业，以科教城（奥体中心）为主打造**科教研学、人工智能、体育演艺、城市citywalk**等旅游体验。

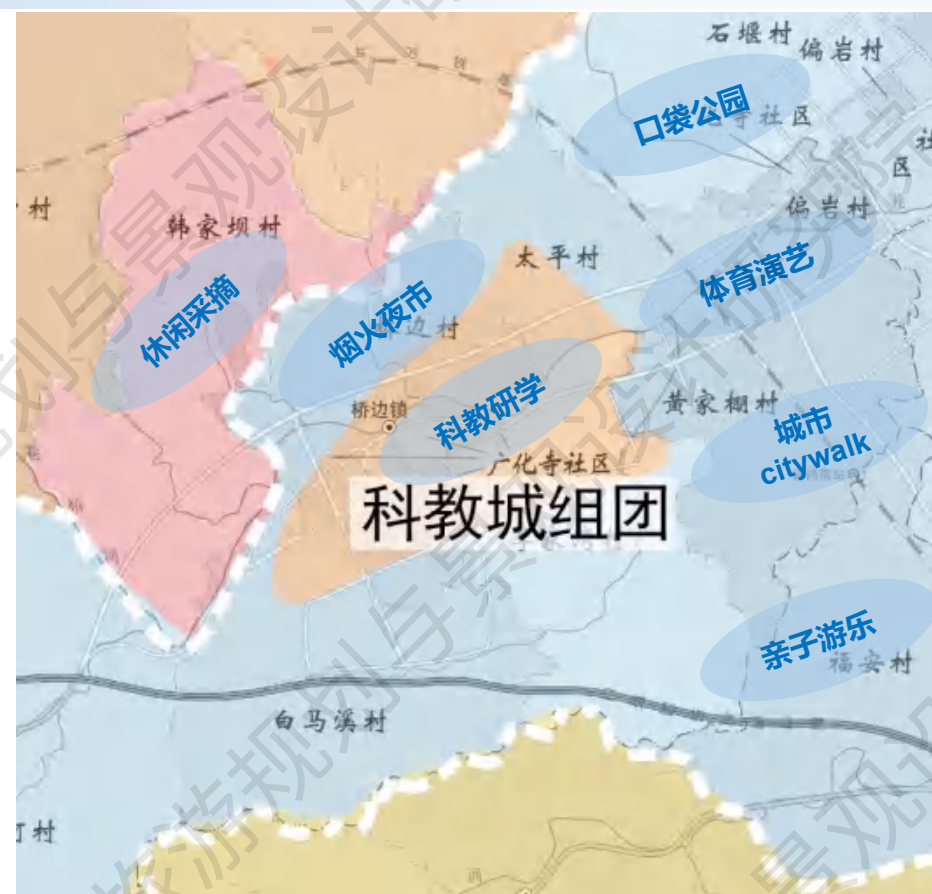
### 项目引领 科教研学集群、桥边记忆

#### ⇒ 游客群体：

- 本地及周边县市区游客：0.5-1日，日常休闲、周末短途游，亲子自驾游。
- 高校大学生群体：日常休闲、娱乐，周末节假日出游，体育赛事、电子竞技、明星演唱会等，0.5-1日。
- 外地游客：中远途游客，以奥体中心为目的，演唱会、大型体育竞技赛事等，1-2日游。

#### ⇒ 项目定位：

- **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。
- **大型签约项目**：江南商业综合体（五龙大道）、国贸集团商业综合体（阳光花苑商业街）、雅斯商业综合体（江南in巷商业街一期）、鄂旅投江南新城公司总部大厦（将军路与点军一路交汇处）、早安香中央厨房（电子信息产业园）、奥锦花园酒店（奥锦花园安置房商业）



烟火集市



科教研学



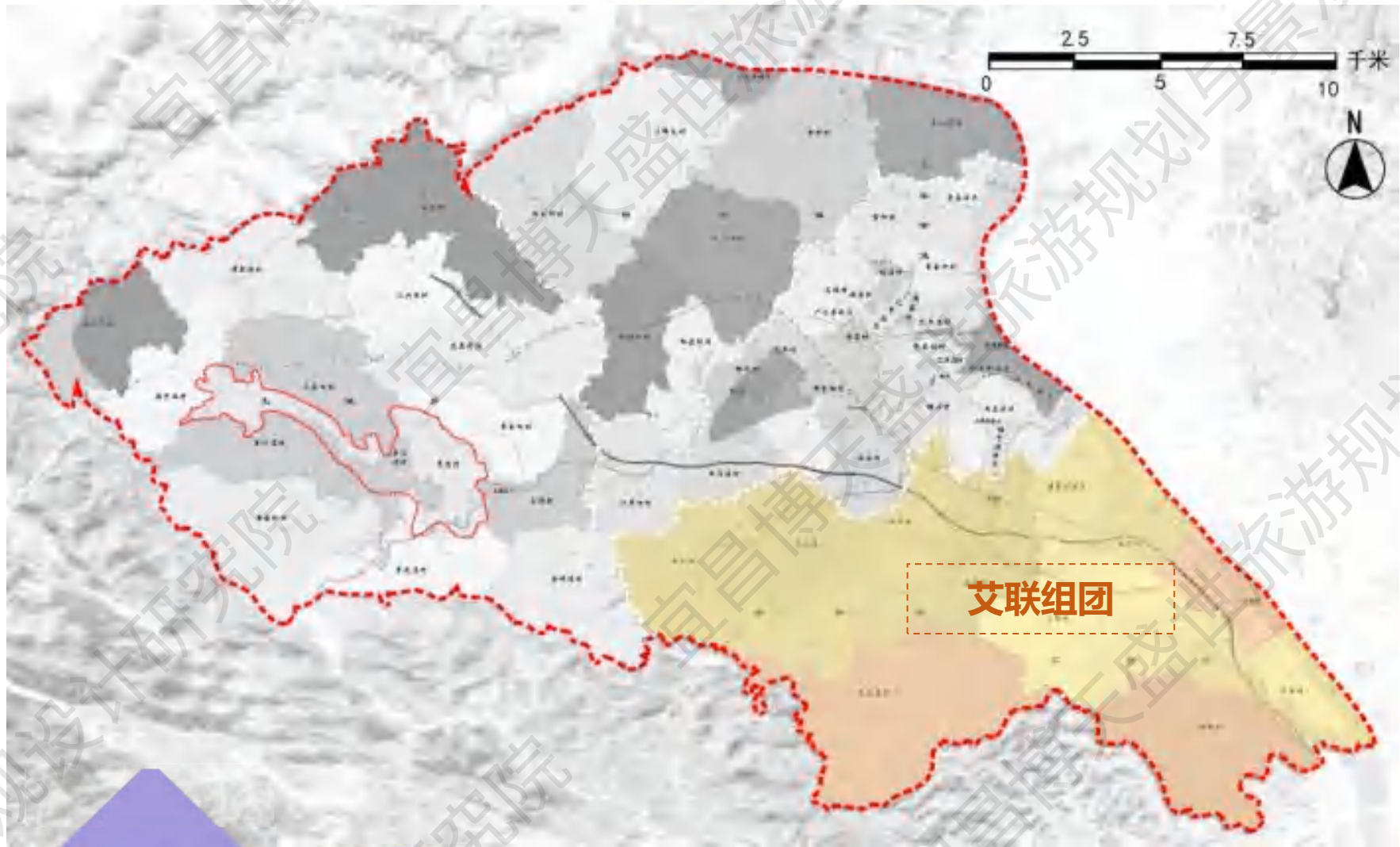
城市休闲



4.2 分区发展思路/瑰丽多元文化体验区

瑰丽多元文化体验区基于联棚、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。

瑰丽多元文化体验区-艾联组团



瑰丽文化

文佛山

荆门山

艾家渔村

户外运动

传统文化

⇒ 分区概况:

■ 该区涉及艾家镇、联棚乡（除福安村）及谭家河社区，是中国传统文化、红色文化、三线文化荟聚之地。拥有文佛山、荆门山及原红旗电缆厂旧址。

⇒ 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。

⇒ 发展思路:

- 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，打造文佛山文化旅游度假区，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型。

⇒ 空间策略:

■ 文佛山、荆门山具有相似的文化底蕴和旅游资源，以文佛山片区辐射带动荆门山片区，通过旅游道路串联各组团，延伸至主城区，最后连入环车溪--曹家畈片区环线。





思路1：以文佛山的自然和文化资源为核心，带动石门洞、天台山及山下村庄打造**文化旅游**度假区。

Figure 1

司公限有信信通信通信网'上海浦东-021-5011-0000'

⇒ **游客群体：**

- 本地游客：0.5-1日，周末出游、节庆祈福、运动健身。
- 周边县市区游客：1-2日，周末短途游，亲子自驾游、户外徒步游。
- 外地游客群体：中远途游客，以环车溪--曹家畈片区、奥体中心为目的，节假日出游、演唱会、大型体育竞技赛事等，1-2日游。

⇒ **项目定位：**

- **文佛山文化旅游度假区：**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文化旅游度假区，辐射带动其它各村，发展全乡旅游。
- **马鞍寨户外极限运动公园、泉水户外徒步公园。**
- **其它旅游配套项目：**乡村民宿、垂钓竞技、休闲采摘、建筑研学、乡村农家乐等。





## 4.2 分区发展思路/瑰丽多元文化体验区

思路2：以荆门山可深挖的文化背景和天然地理优势，联动执笏山打造**文化休闲和户外运动旅游**体验。

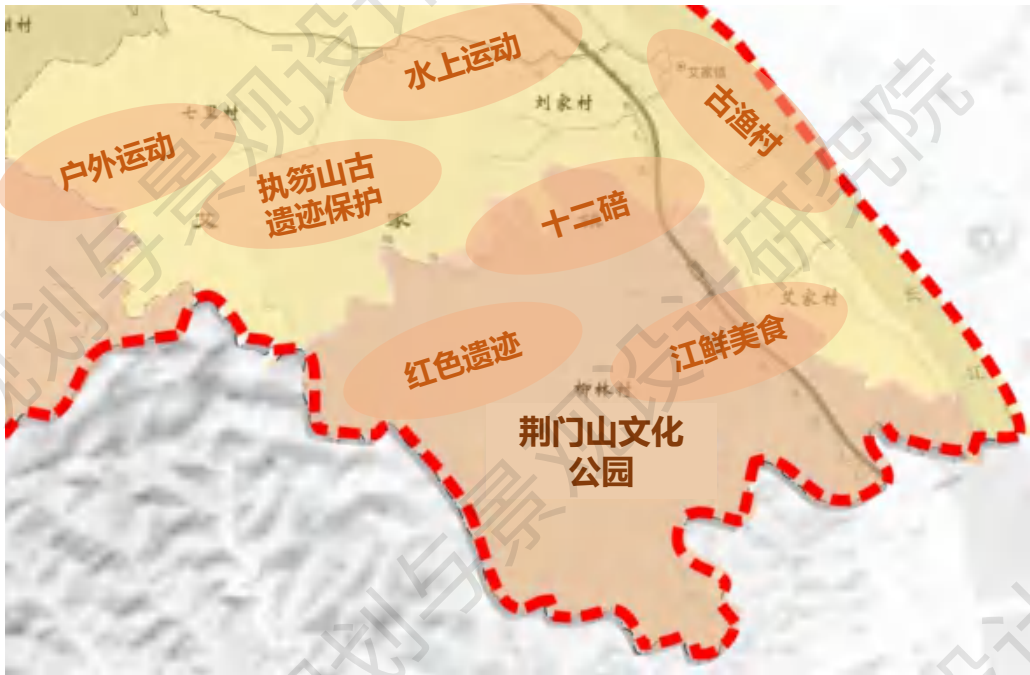
### 项目引领——荆门山历史文化公园、 执笏山户外运动公园

#### ⇒ 游客群体：

- 本地游客：0.5-1日，周末出游、节庆祈福、运动休闲。
- 周边县市区游客：1-2日，周末短途游，亲子自驾游、微度假。
- 外地游客群体：中远途游客，以文佛山或古渔村为目的，节假日出游，1-2日。

#### ⇒ 项目定位：

- **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。
- **其它旅游配套项目**：乡村特色餐饮、旅游道路打造、基础设施完善等。





## 4.2 分区发展思路/瑰丽多元文化体验区

思路3：以艾家沿江一带的长江生态风貌和悠久的古码头文化，打造古渔村小镇氛围的**文化休闲旅游**体验。

■ 项目引领——古渔村小镇、胭脂坝沿江风貌整治、七里冲水上运动中心

### ⇒ 游客群体：

- 本地游客：0.5-1日，日常休闲、餐饮体验、周末出游。
- 周边县市区游客：1-2日，周末出游，亲子自驾游。
- 外地游客群体：中远途游客，以文佛山为目的，1-2日游。

### ⇒ 项目定位：

- **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。
- **艾家电商直播基地**：依托长江独有的沿江风貌和艾家现有的商业布局，打造点军电商直播基地，带动全区电商产业的发展。
- **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。
- **其它旅游配套项目**：沿江餐饮集群（江鲜特色甲鱼、烤鱼）、“鼓浪屿”生态风貌整治等。



渔村意向



渔村街景



电商直播



产品展示



06

## 全域旅游产品体系

Global tourism product system



6.1 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。

■ 产旅融合匹配分析

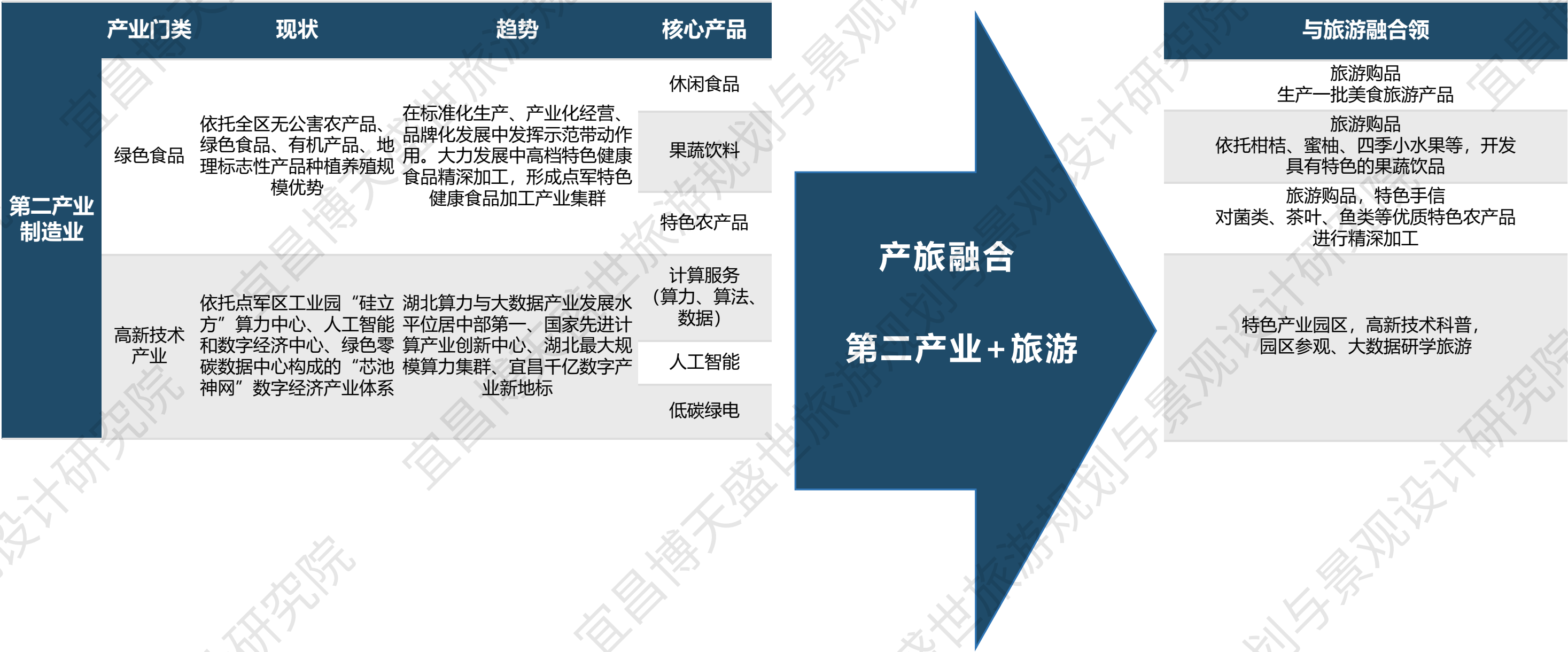
| 第一产业<br>农业 | 代表性资源 |                                       |
|------------|-------|---------------------------------------|
|            | 门类    | 代表性资源                                 |
|            | 水果    | 蜜橘 楠木溪村、长岭村、茅家店村                      |
|            |       | 果冻橙 长岭村、                              |
|            |       | 明日见 联泉生态农业产业示范基地                      |
|            |       | 蜜柚 泉水村                                |
|            |       | 猕猴桃 李家坝村慢山果园                          |
|            |       | 火龙果、草莓 青山绿水农业产业科技园                    |
|            |       | 砂糖橘、葡萄 楠木溪村昌联农业                       |
|            |       | 脆蜜金桔 朱家坪村、双堰口村                        |
|            |       | 蜂蜜李、桑葚 穿心店村                           |
|            | 蔬菜    | 绿色蔬菜、萝卜、芹菜、西红柿等 农科院、联泉生态农业产业示范基地、昌联农业 |
|            |       | 红松茸 楠木溪村昌联农业                          |
|            |       | 羊肚菌 三岔口村                              |
|            |       | 七彩蘑菇 七彩蘑菇                             |
|            | 经济作物  | 茶叶 穿心店野茶、文佛山禅茶                        |
|            |       | 花卉苗木 牛扎品村花木城                          |
|            |       | 百合、玉竹、天冬等 十二湾药材基地、铜宝山药材基地、            |
|            |       | 鱼类 长岭村垂钓园、双堰口村肥鱼基地                    |
|            | 养殖    | 鹅类 联棚村鹅之源农业科技有限公司                     |
|            |       | 粮油 水稻 千亩无人农场示范点                       |



| 与旅游融合领域                          |                                  |
|----------------------------------|----------------------------------|
| 乡村游览观光、采摘体验、橘产品销售                | 乡村游览观光、采摘体验、橘产品销售                |
| 乡村游览观光、采摘体验、橘产品销售                | 乡村游览观光、采摘体验、橘产品销售                |
| 乡村游览观光、采摘体验、研学旅游、农家乐体验           | 乡村游览观光、采摘体验、研学旅游、农家乐体验           |
| 乡村游览观光、采摘体验、研学旅游、农家乐体验           | 乡村游览观光、采摘体验、研学旅游、农家乐体验           |
| 游览观光、采摘体验                        | 游览观光、采摘体验                        |
| 乡村游览观光、采摘体验、研学旅游、农家乐体验           | 乡村游览观光、采摘体验、研学旅游、农家乐体验           |
| 乡村游览观光、采摘体验、研学旅游、农家乐体验           | 乡村游览观光、采摘体验、研学旅游、农家乐体验           |
| 游览观光、采摘体验、农家乐体验                  | 游览观光、采摘体验、农家乐体验                  |
| 游览观光、采摘体验、农家乐体验                  | 游览观光、采摘体验、农家乐体验                  |
| 蔬菜美食体验、蔬菜种植采摘体验、蔬菜科普、蔬菜产品销售、蔬菜乐园 | 蔬菜美食体验、蔬菜种植采摘体验、蔬菜科普、蔬菜产品销售、蔬菜乐园 |
| 游览观光、采摘体验、研学科普                   | 游览观光、采摘体验、研学科普                   |
| 游览观光、采摘体验、菌类科普                   | 游览观光、采摘体验、菌类科普                   |
| 游览观光、采摘体验、研学旅游                   | 游览观光、采摘体验、研学旅游                   |
| 游览观光、采茶体验、品茶活动、茶产品销售             | 游览观光、采茶体验、品茶活动、茶产品销售             |
| 珍稀花卉特色休闲观光，农业和苗木研学               | 珍稀花卉特色休闲观光，农业和苗木研学               |
| 游览观光、制成品科普、中草药养生品销售              | 游览观光、制成品科普、中草药养生品销售              |
| 特色垂钓、渔业体验、渔民俗、水产科普               | 特色垂钓、渔业体验、渔民俗、水产科普               |
| 游览观光、养鹅体验、教育研学                   | 游览观光、养鹅体验、教育研学                   |
| 水稻种植和加工观光科普、传统工艺体验               | 水稻种植和加工观光科普、传统工艺体验               |



6.1 产旅融合发展策略





6.1 产旅融合发展策略

第三产业  
服务业

| 门类 | 现状                        |                                      | 趋势                                        | 核心资源                 |
|----|---------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------|
| 文化 | 楚文化                       | 文化特色突出，有一定的代表性                       | 打造楚文化旅游目的地、楚文化旅游名城                        | 车溪民俗旅游区              |
|    | 屈原文化                      | 文化特色不突出，不具备代表性                       | 打造屈原文化漫游带                                 | 屈原文化公园               |
|    | 三国文化                      | 三国文化、关公文化不突出，不具备代表性                  | 更新改造旅游设施，进一步提升文化吸引力                       | 牛扎坪关羽雕塑              |
|    | 佛、道教文化                    | 具有重要地位和影响力                           | 改善现有景区配套设施不足的问题，增加亮点景观，对文物、遗址遗迹进行保护性修复和改造 | 文佛山、天台山、执笏山、荆门山      |
|    | 红色文化                      | 红色资源丰富，但大部分开发不足                      | 对红色文化旅游景点进行保护性修复和提档升级，加大红色资源的宣传力度         | 观音洞遗址、戴熙康烈士碑山、杨景林烈士墓 |
|    | 知青文化、三线文化                 | 文化氛围不突出，旅游类型单一，旅游产品单调                | 进一步完善文化配套设施，深化文化氛围营造，丰富旅游产品类型             | 知青小镇、谭家河社区           |
| 体育 | 体育场馆、体育设施                 | 体育设施齐全、规模完善，但体育产业体量偏小                | 加强体育文化建设，促进体育产业发展，带动体育消费                  | 奥体中心、会展中心            |
|    | 赛事竞技、演艺活动                 |                                      |                                           |                      |
|    | 乡村赛事活动                    | 乡村赛事活动种类丰富多样，但赛事场地不足，多以自发组织的户外越野赛事为主 | 以主题赛事为主打造运动主题公园，推动全民健身                    | 村BA、登山跑、骑行赛、徒步越野等    |
| 教育 | 学前教育、义务教育、中高等教育、职业教育、特殊教育 | 学前教育扩容、义务教育“改薄”，高中教育领跑，职业教育产教融合      | 强化点军教育品牌，加快城乡义务教育一体化发展，构建现代教育体系           | 各级各类学校               |
| 健康 | 生物医药、医疗器械、医疗保健            | 产业有一定的基础和规模，大产业链尚未完善                 | 加强医疗卫生基础设施和信息化建设，建设新时代疾控服务体系              | 公共卫生体系、三峡制药有限公司      |

产旅融合  
第三产业+旅游

与旅游融合领域

- 依托核心景区及周边资源，开发楚文化主题旅游产品，提升旅游接待能力和服务水平，提高点军楚文化知名度
- 文化氛围营造、品质生活打造、文化漫游带
- 文化溯源、景观打造、文化氛围营造
- 文化旅游度假区、户外运动基地、乡村旅游、旅修体验、禅茶品鉴、禅意民宿
- 红色文化旅游区、爱国主义教育、国防教育
- 文化主题公园、度假小镇、乡村旅游
- 体育旅游项目、重大赛事观赏、文化演艺观赏、户外休闲运动、极限运动
- 户外越野赛事、全民健身、乡村旅游
- 研学旅游、寒暑假夏令营冬令营
- 医药健康、养生保健、研学旅游



## 6.1 产旅融合发展策略

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。

### ■ 文化+旅游

#### 打造旅游文化名片

- 强化旅游文化核心吸引物建设，打造点军特色文化旅游地标。
- “诗画江南·活力点军”、“芯池神网·风景南岸”、“宜昌后花园”城市旅游名片。

#### 强化旅游文化体验

- 加强旅游景区与点军文化的联系，因地制宜利用文化元素提升景区建设，打造不同主题，强化游客旅游文化体验。
- 楚文化主题游、屈原文化主题游、三国文化主题游、水电文化主题游等。

#### 提升旅游文化演艺

- 借助长江三峡国际旅游节的影响力，依托车溪民俗文化节、年猪文化节、御园禅茶文化节等开展节庆演艺活动。
- 借助新兴技术，对演艺进行多题材、多场景、多技术呈现，提升体验感和参与度。

#### 加强特色文化保护

- 彰显点军历史文化特色，保护活化文化遗产，利用好“车溪--湖北三峡首位民俗旅游区”，加快建设巴楚文化非遗传承基地。
- 加强车溪历史文化街区建设，延续楚文化街区特色风貌，发掘街区旅游文化价值，合理置换旅游商业业态。

#### 增加旅游文创开发

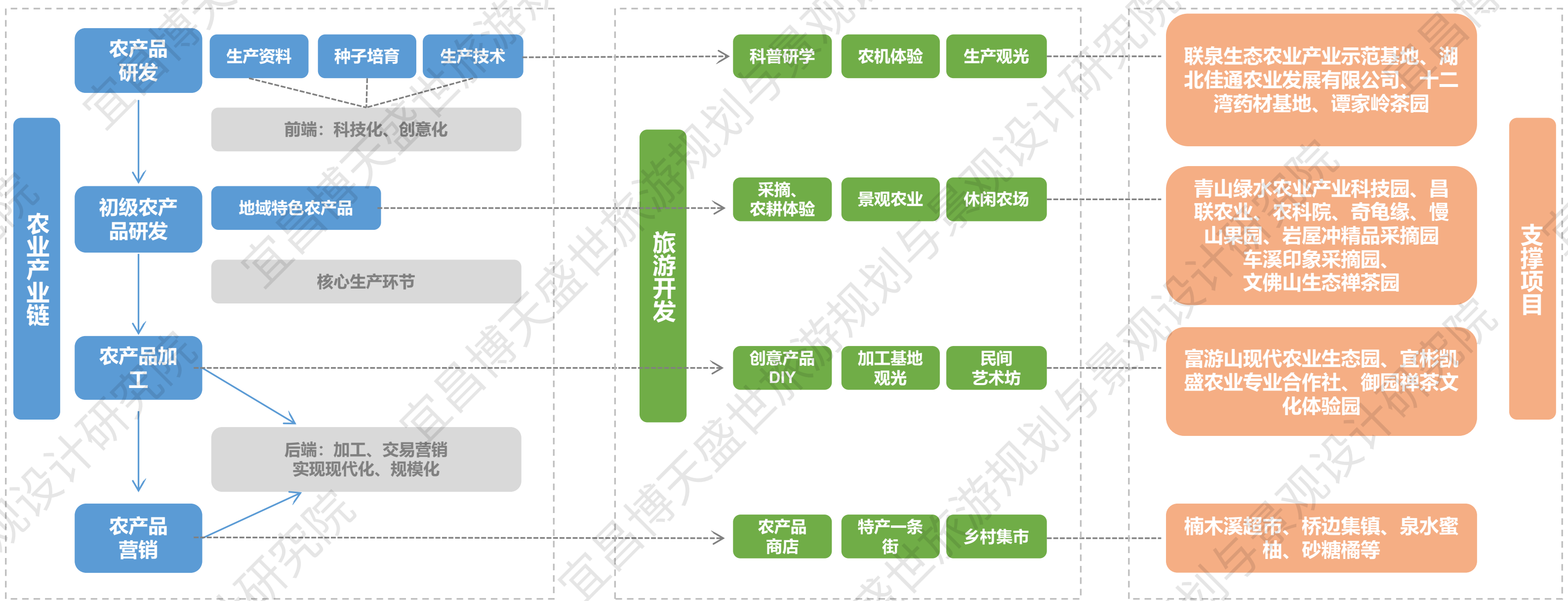
- 开发不同主题的旅游文化创意系列产品，增加旅游消费。
- 利用好点军区融媒体中心以及互联网直播及视频产业进行文化宣传推广。



6.1 产旅融合发展策略

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。

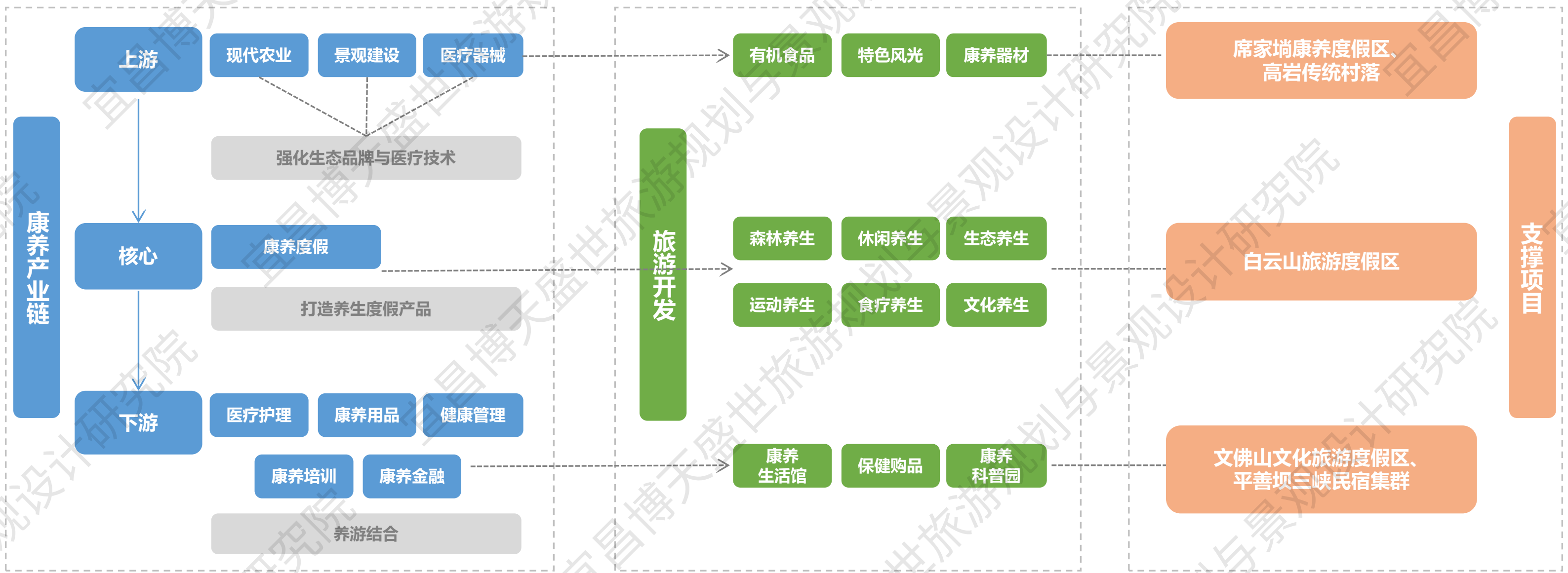
农业 + 旅游



6.1 产旅融合发展策略

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。

康养+旅游

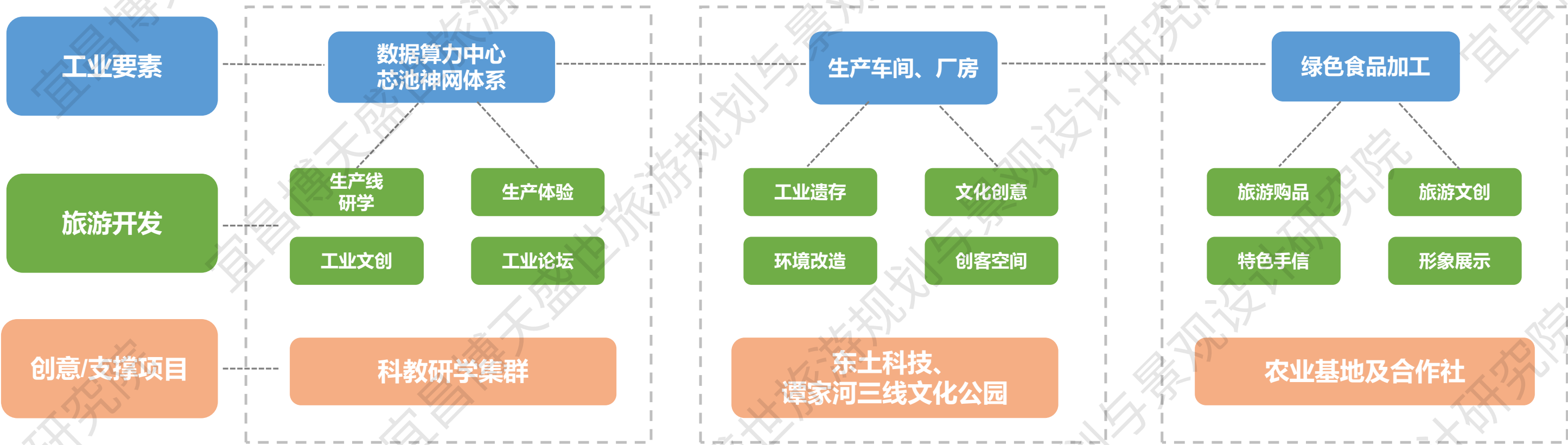




# 6.1 产旅融合发展策略

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。

工业+旅游





## 6.1 产旅融合发展策略

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。

数字+旅游

2023年8月，**工信部、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）》**，明确提出建设数字文化元宇宙。文件指出，元宇宙是数字与物理世界融通作用的沉浸式互联空间，是新一代信息技术集成创新和应用的未来产业。

国家统计局数据显示，2023年全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入129515亿元，同比增长8.2%，其中文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入52395亿元，同比增长15.3%，快于全部规模以上文化企业7.1个百分点。**文旅新业态已然成为释放文旅消费潜力、激发文旅消费活力、带动文旅消费升级的重要抓手。**

**作为数字经济与实体经济融合的高级形态，元宇宙正在改变传统文旅产业的生态系统，推动传统文旅业态的升级和新型业态的发展。**

**点军聚焦数字经济核心生产要素，已打造华中区域规模最大、类型最全的综合算力集群，“芯池神网”（构建以算力为核心、算法为支撑、应用为驱动、智造为引领）数字经济产业生态加速形成，工业数字化转型成果显著，为未来打造数字点军元宇宙奠定了坚实的基石。**

■ **以沉浸式体验为典型特征**，利用虚拟现实、增强现实等技术手段，借助眼镜、手套、万象行走器和电子皮肤等装置，消费者可以获得视觉、听觉、触觉、嗅觉等多感官和高拟真的全方位身心体验。由此衍生出沉浸式演艺、沉浸式夜游、沉浸式展览、沉浸式街区等系列新型文旅业态。现实中，沉浸式文旅业态已有许多成功案例。《三星堆奇幻之旅》1:1还原了三星堆遗址的全貌，并构建了三星堆考古发掘现场、数字博物馆展区和三星堆古蜀国等虚拟交互空间，游客可以随时随地“穿越”进遗址现场获得沉浸式体验。

■ **赋能景区、博物馆、图书馆等文化旅游空间**，生成基于现实空间而又扩展现实的沉浸式文旅新业态，是元宇宙赋能文旅新业态的最初级形态。在国内，文旅元宇宙云平台“云游中国”项目运用大数据、区块链、人工智能、物联网、云端现实等前沿技术开发中国文旅景区的数字孪生应用。该应用将提供沉浸式景区游览、虚拟演出、云端文化活动等数字文旅体验。文旅空间的数字化复刻能够有效突破传统旅游“时”与“空”的限制，破解制约文旅产业增长的资源约束，打造立体性的文旅消费模式，发挥文旅产业的规模效应与长尾效应。

■ **赋能文化遗产数字化保护和传承**，为非遗保护传承新业态的培育和发展提供平台与场景，已在实践中得到广泛应用。21年10月，敦煌研究院就推出了“飞天”专题游，它利用华为河图厘米级空间定位的视觉技术创造了一个敦煌壁画的虚拟孪生世界，创新了文化遗产的保护利用方式。又如，百度与邯郸文旅局共同打造的“中国·成语典故之都”元宇宙项目包含邯郸成语典故博物馆、赵王城、武灵丛台三大核心场景，能够有效展示成语文化。文化遗产的数字化保护和传承能够在保持非遗传承原真性的同时破解非遗传播的“离身性”难题，在数字叙事中激活中华优秀传统文化，更加高效地推动中华优秀传统文化的传承发展。

元宇宙的赋能：沉浸式体验与数字化复刻



## 6.1 产旅融合发展策略

### 元宇宙的延展：虚拟数字人与数字藏品

■ **虚拟数字人是运用元宇宙技术创造出来的与人类形象相似的数字人，是链接虚实场景的关键要素。**虚拟数字人的智能化、仿真化、决策化水平的提升，不仅能为用户提供智能导览和服务，还能赋能企业生产经营决策优化。虚拟数字人与现实场景的融合将助力游客从虚实互动中更加直观地感受文化旅游标的物及其所营造的场景的内涵。同时，虚拟数字人在生产、传播、消费等环节与文旅产业相结合，能够有效降低文旅企业的运营成本，为赋能文旅新业态的生成发展提供更多可能。例如，西安构建了虚拟数字人矩阵，具体包括面向全体游客的文旅虚拟人“长安”、秦腔虚拟人“秦筱雅”、地铁云窗虚拟人“唐淼淼”以及文物智慧推荐官“周知礼”“秦威武”“汉英俊”和“唐美丽”等。这些虚拟数字人不但具有文化底蕴深厚的人设，还能够传达常态条件下真人无法完成的文化创意，有效赋能文旅产业的发展。

■ 运用数字技术对文化旅游资源进行重构并运用NFT技术使其具有数字资产交易价值，催生了**以文化旅游资源数字藏品化为代表的系列新业态**。文化旅游资源的数字藏品化具有**低成本高收入**的特点，能在强化消费者专属记忆的同时满足新一代主流消费者的收藏需求，将成为丰富文旅企业收入的新型业态。2022年，西安曲江大明宫国家遗址公园推出的“元宇宙·千宫系列”数字藏品登录淘宝阿里拍卖平台，3万份藏品9分钟全部售罄。此类案例近年来越来越多地见诸报道，体现了**元宇宙技术应用于数字藏品的受欢迎程度**。除景区外，音乐、视频、画作、摄影作品、门票等都可以开发为数字藏品。



赛博朋克城市夜景



虚拟现实模拟器



VR沉浸式游戏体验

### 元宇宙的未来：拓展与构建

■ **元宇宙赋能文旅新业态的未来图景是跨越虚拟世界与物理世界间的数字鸿沟，形成虚实共生的全新生态系统，从而赋能现实世界文旅产业的发展。**根据中国信息通信研究院发布的《元宇宙白皮书（2023年）》，2050年后为元宇宙生态成熟期，届时元宇宙用户规模将达到当前移动互联网渗透率，3D数字世界与物理世界无缝融合。在此阶段，现实世界是元宇宙的入口，元宇宙虚拟世界为文旅行业提供了诸多行业拓维和破圈的新场景。文旅虚拟世界和现实世界在经济、社交、身份等系统上密切融合，产生一系列以虚实融生为特征的文旅新业态。

### 元宇宙结合案例：

■ **车溪、文佛山：**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；利用大数据、人工智能、云端现实等前沿技术开发点军文旅景区的数字孪生应用--“云游点军”，该应用将提供沉浸式景区游览、虚拟演出、云端文化活动等数字文旅体验；结合点军IP形象打造点军虚拟数字人矩阵，凭借车溪和文佛山的文化底蕴开发具有点军文化特色代表性的数字藏品；可与市文旅局联合打造“宜昌·古文化名人之都”，将元宇宙技术赋能博物馆、展览馆、文化景区等，在数字叙述中激活、传承、保护中华优秀传统文化，有效促进点军文旅产业的发展。



## 6.1 产旅融合发展策略

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。

■ 体育 + 旅游

### 体育旅游项目 潮流极限运动

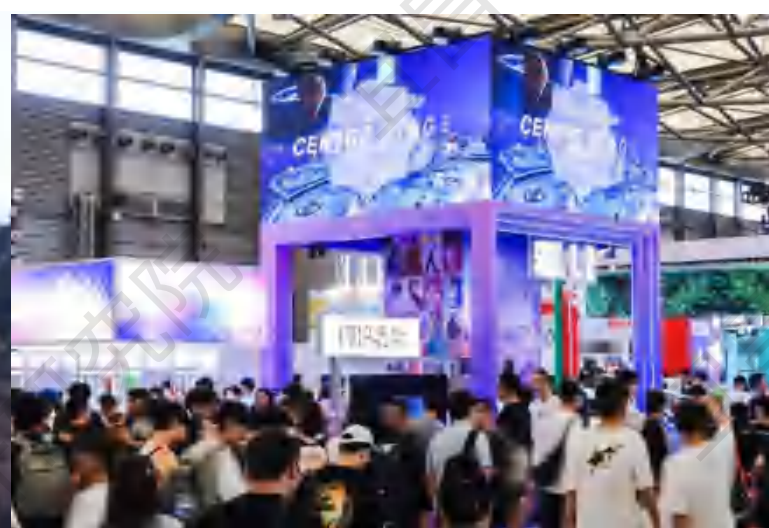
- 融合景区基础设施，加快汽车营地、越野赛道、素质拓展基地的建设。
- 开发射击、垂钓、攀岩、定向越野飞盘、腰旗橄榄球、等休闲运动项目，打造一批具有潮流特色和发展潜力的体育休闲旅游和户外极限运动基地。
- 发放体验券和优惠券等形式，提供优质体育服务，引导游客和市民进行体育消费。

### 体育赛事演艺 奥体中心

- **常规活动**：持续保持登山跑、越野跑、山地自行车骑行赛事等常态化活动，扩大村BA篮球联赛、马拉松等全民健身运动的影响力，打造大型文化演艺剧目，加快建设户外极限运动基地，户外探险主题公园。
- **奥体中心**：积极配合省、市举办好各大体育赛事，承办大型音乐节、演唱会等演艺活动等，用体育赛事、音乐演艺助推点军旅游发展。
- **电子竞技**：推进电子竞技大型赛事的开展，利用AI人工智能，举办各类动漫嘉年华、ACG等活动，带动潮流体育产业的发展，刺激体育消费的提升。

### 户外休闲项目 滨水健身

- 以联棚河体育公园带动福安河、福安河等打造滨水休闲健身带，形成旅游休闲小节点。
- 因地制宜发展广场舞、户外健步、自行车、垂钓、游泳、登山等健身休闲运动项目。

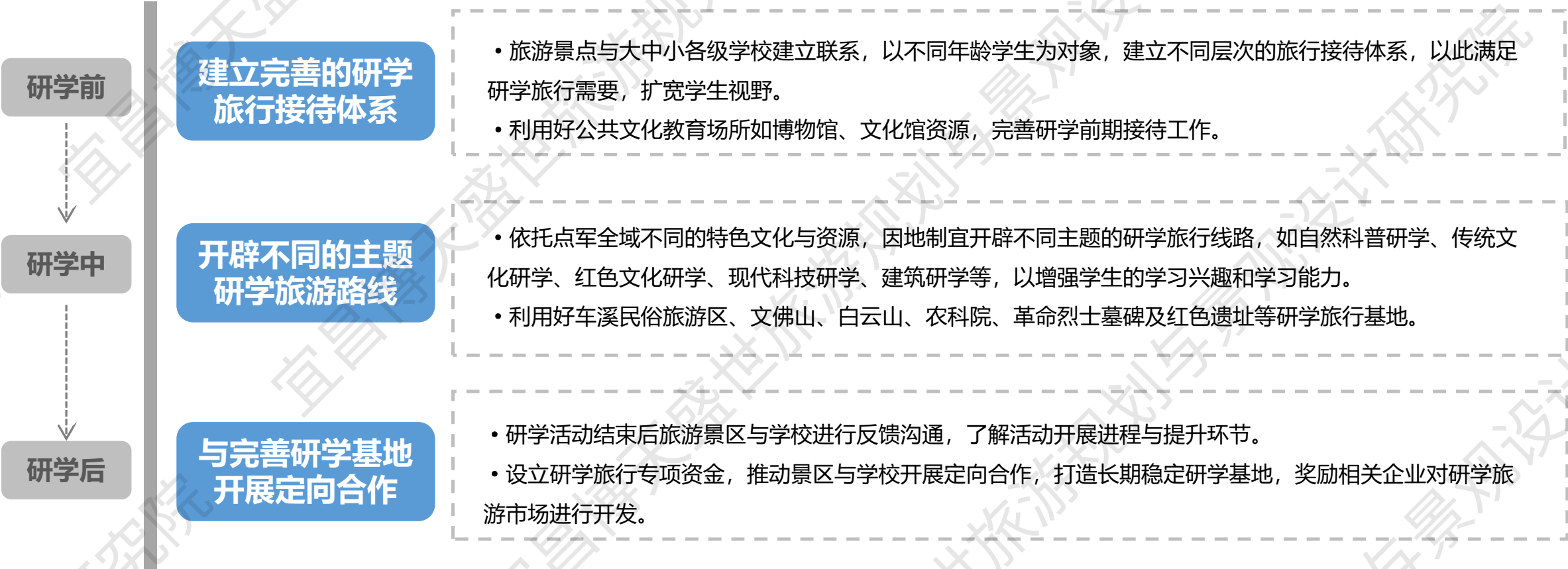




# 6.1 产旅融合发展策略

统筹整合各级各类资源，因地制宜开展各类研学教育游。

## 教育 + 旅游



## 6.1 产旅融合发展策略

农业、文化、体育产业与旅游融合度较高，应作为产旅融合重点。

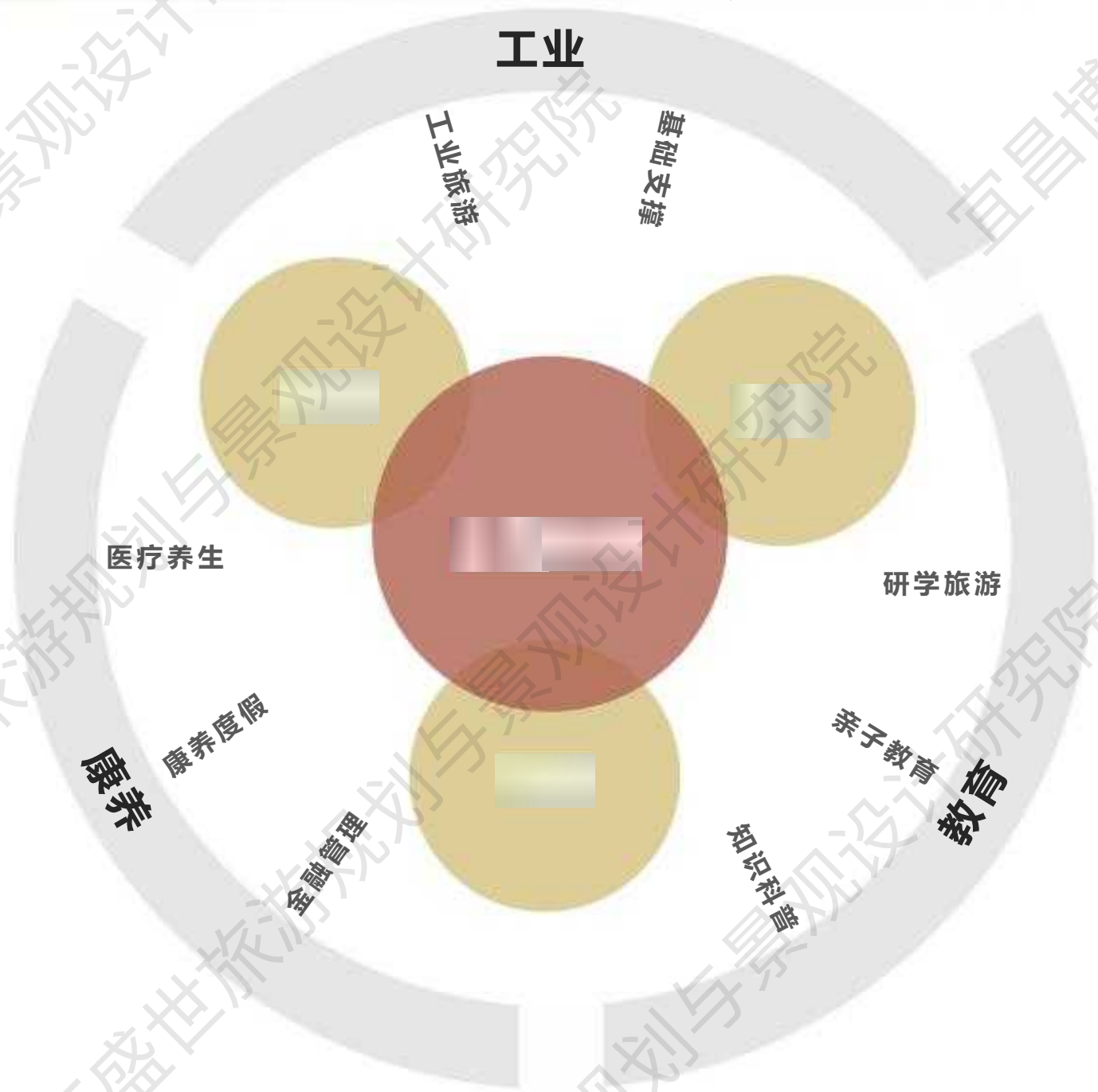
### ■ 点军区旅游产业融合思路

产旅融合思路：以产旅高融合度产业为抓手，以“+旅游”手段展开。

- “旅游+”发展机制不足：旅游产业开发缺乏系统的、有指导性的全盘考虑，产业之间关联度不强。点军区具有资源优势的文化、农业、数字等产业与旅游缺乏融合发展。

产旅融合思路：以产旅高融合度产业为抓手，以“+旅游”手段展开。

- 重点考虑“农业+旅游”、“文化+旅游”、“体育+旅游”。
- 以重点融合领域为带动，激发“工业+旅游”、“教育+旅游”、“康养+旅游”等的联系性，最终构建全域旅游与点军区各行业渗透融合的产业旅游生态圈。
- 实现从粗放低效方式向精细高效方式改变，从封闭的旅游自循环向开放的“旅游+”转变，从单一景区景点建设向综合目的地服务转变。





## 6.2 旅游产品打造原则

- 1  
因地制宜原则

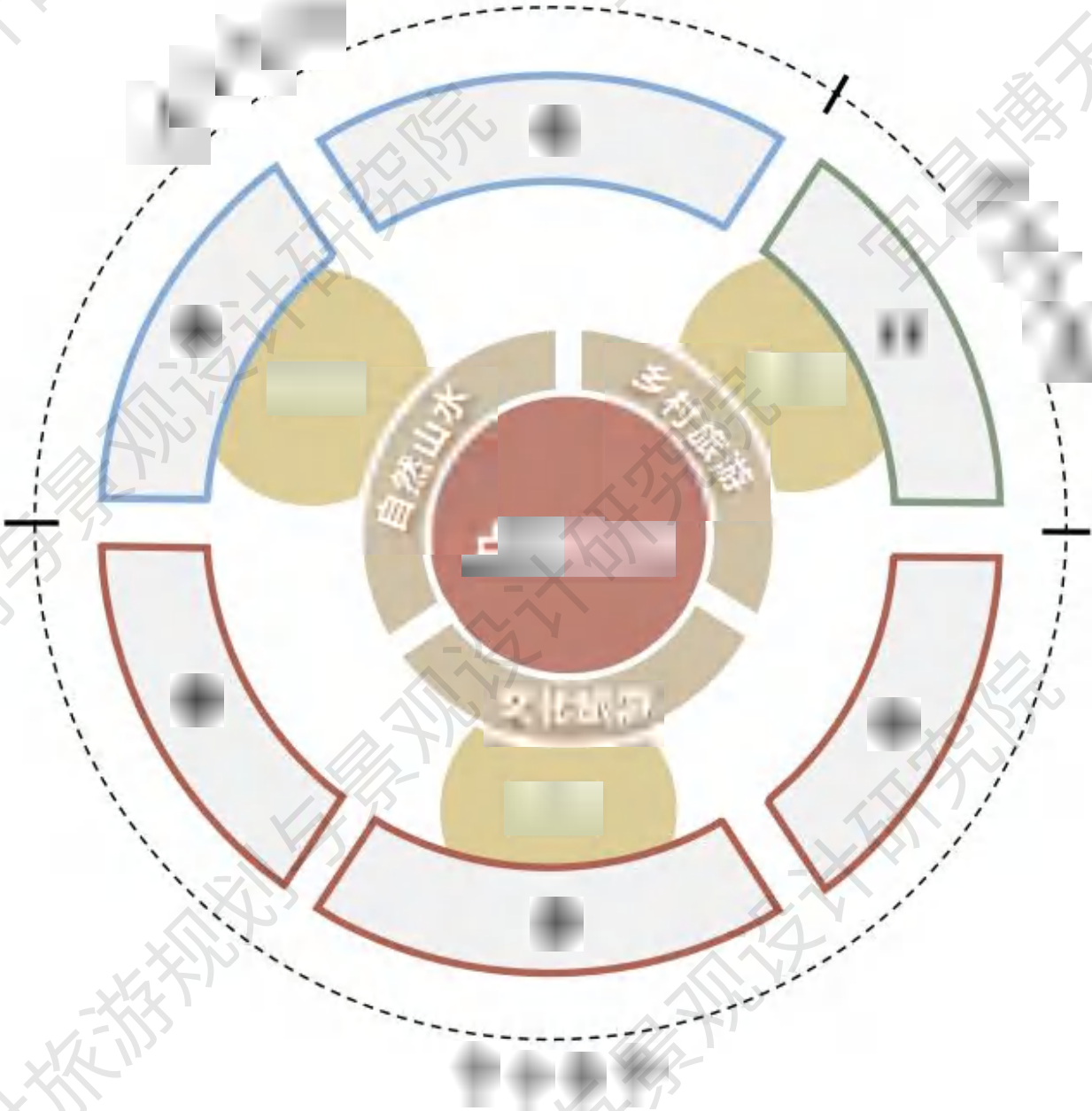
• 立足点军本底资源现状，根据不同条件制定不同的措施，在建设提升的过程中，注重对本地生态环境、自然资源的保护与开发的平衡。
- 2  
挖掘特色原则

• 立足现状，挖掘特色，旅游产品的开发必须在深入挖掘地方“文脉”的基础上，确定可以选择开发的产品类型，从而提升市场竞争力。
- 3  
差异化原则

• 根据游客差异化需求进行产品打造，多样互补优势组合，力求提供更多的选择性并丰富旅游者体验，同时延长留客时间，增加经济收益。
- 4  
体验性原则

• 在旅游产品开发过程中注重游客体验，增加产品互动性和娱乐性，同时注重细节刻画和贴心服务，使得游客“回味无穷”，提升重游率。
- 5  
分步打造原则

• 根据旅游资源现状、开发难度和市场特征及规律，分期分重点进行产品打造推进。



迎接市场需求

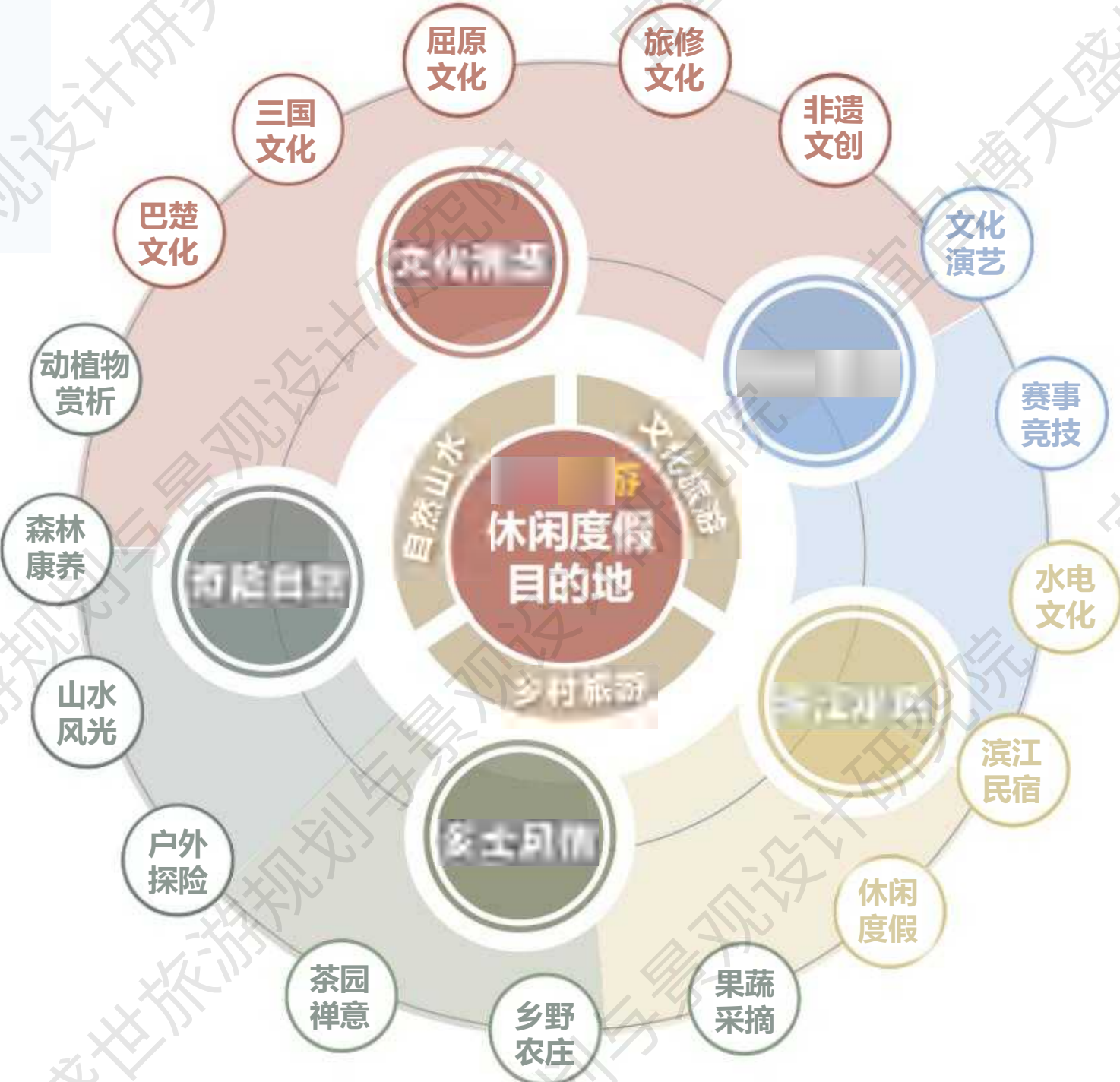
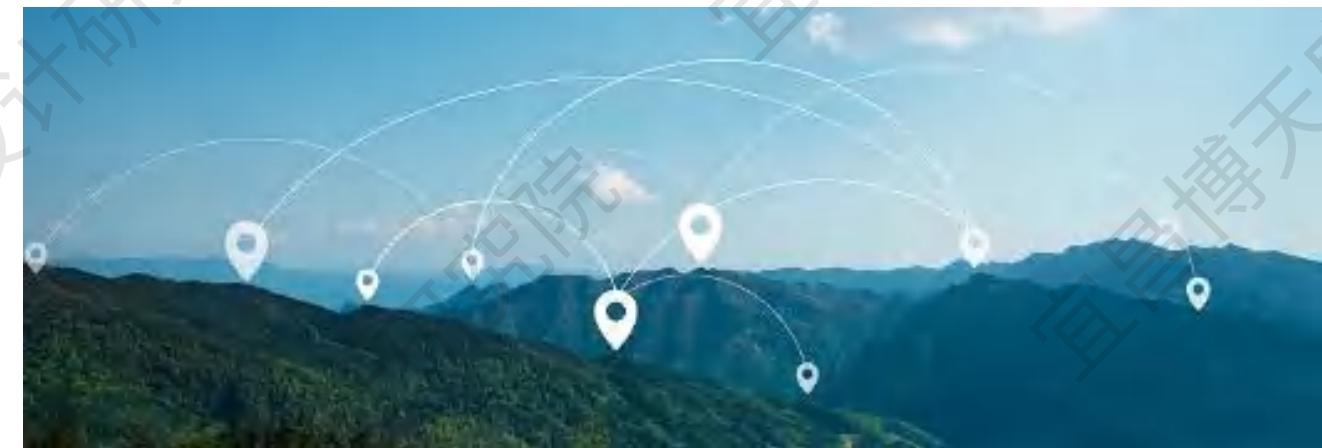
突出主题特色

注重区域竞合

6.3 全域旅游产品体系

深度挖掘本地文化，整合点军全域资源，促进“旅游+”产业的有机融合，促进点军旅游从传统观光型向休闲度假目的地转型升级。

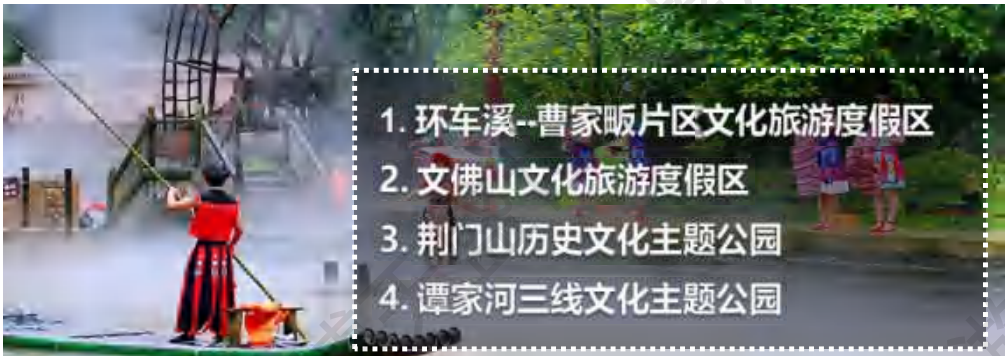
- 整合点军全域资源，由传统的旅游观光产品拓展至自然科普、康养度假、休闲农业、山地运动、文化体验、创意娱乐等业态。
- “+”产业的有机融合，形成全要素发展的全域旅游格局。



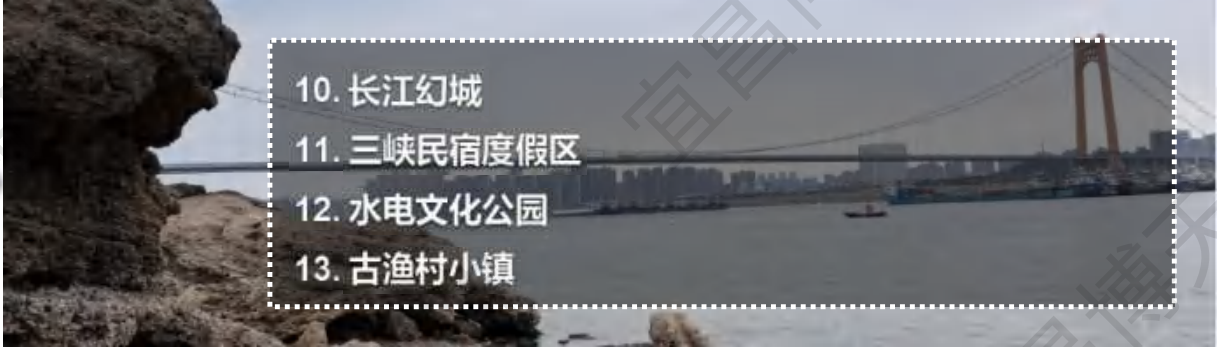
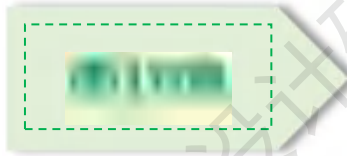
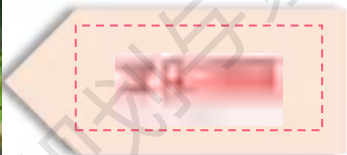


6.4 全域旅游产品设计

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）



- 1. 环车溪--曹家畈片区文化旅游度假区
- 2. 文佛山文化旅游度假区
- 3. 荆门山历史文化主题公园
- 4. 谭家河三线文化主题公园



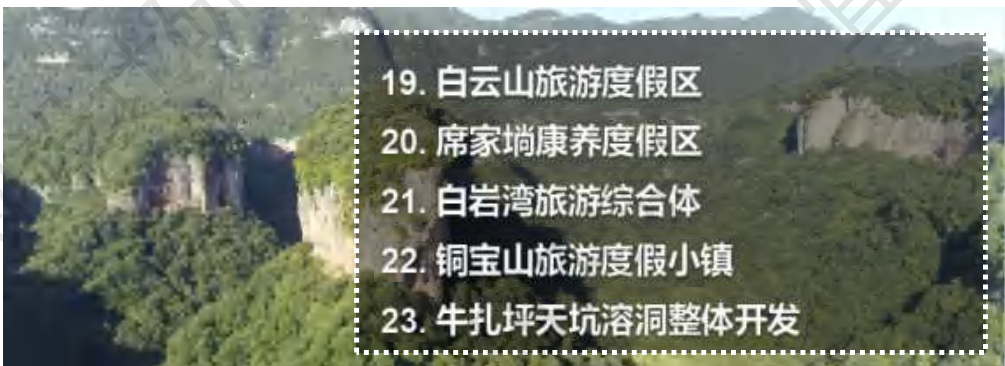
- 10. 长江幻城
- 11. 三峡民宿度假区
- 12. 水电文化公园
- 13. 古渔村小镇



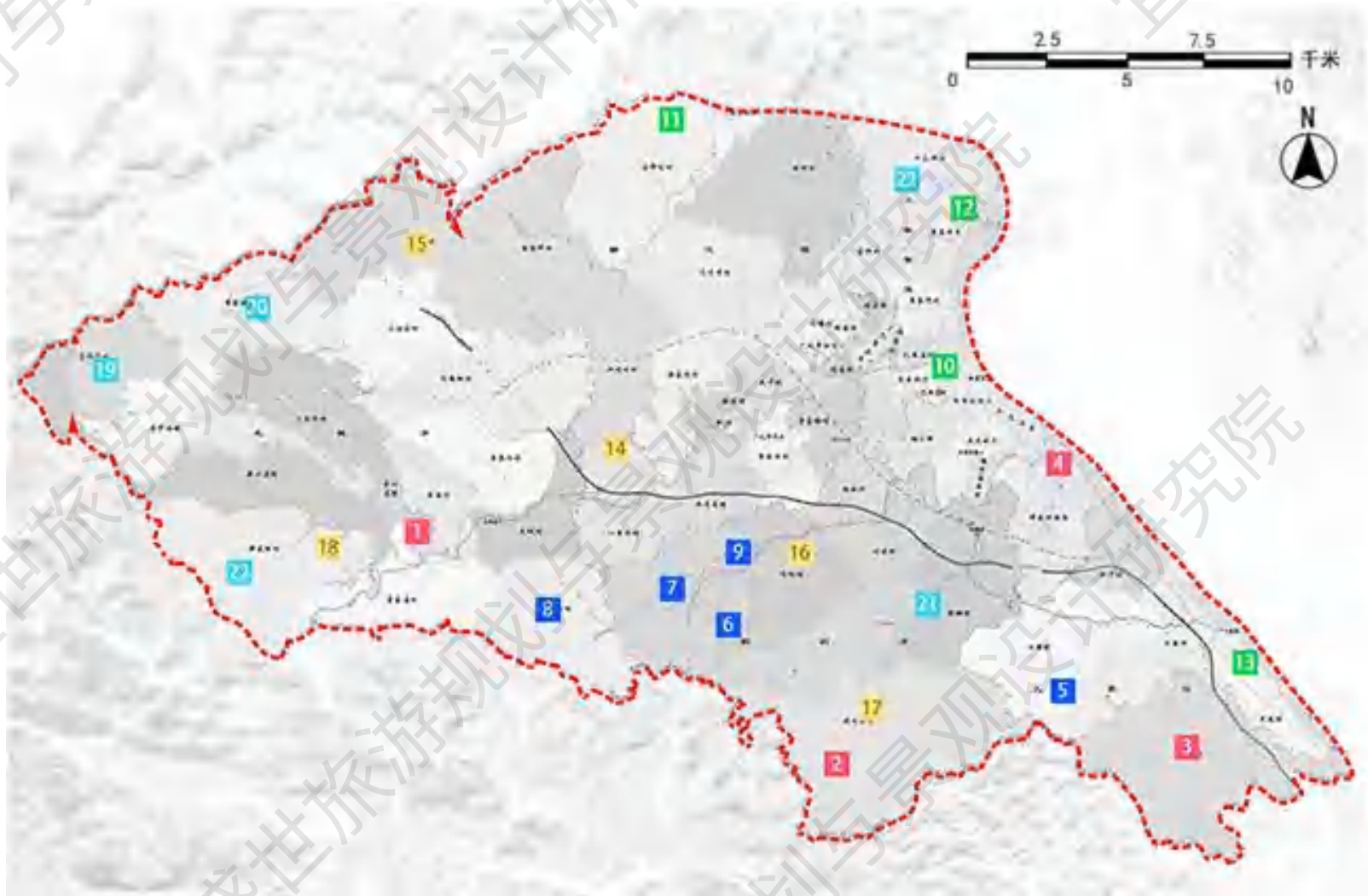
- 5. 执笏山户外运动公园
- 6. 马鞍山户外极限运动公园
- 7. 泉水户外徒步公园
- 8. 安梓溪骑行公园
- 9. 长岭垂钓竞技公园



- 14. 温泉度假小镇
- 15. 高岩村（中国传统村落）
- 16. 长岭乡村旅游综合体
- 17. 楠木溪土家女儿城
- 18. 打铁花非遗申报



- 19. 白云山旅游度假区
- 20. 席家塆康养度假区
- 21. 白岩湾旅游综合体
- 22. 铜宝山旅游度假小镇
- 23. 牛扎坪天坑溶洞整体开发





## 6.5 全域旅游产品深化

点军旅游产品全时间打造，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。

### ■ 全时间打造——旅游产品时间全覆盖

全年全季旅游：融合文化打造点军全年文化旅游艺术节

点军的旅游景区拥有较好的文化底蕴，结合我国传统节日文化打造全年文化旅游艺术节。以此在全年不同时节举办不同的活动来吸引游客，不仅能够很好的弘扬中华民族传统文化，还能够带动点军全区文化旅游的繁荣发展。

【清明节】

人们在清明节有出门踏青的习惯，可联合自然风景区举办点军踏青节，踏青赏景。

【端午节】

端午节作为传统节日越来越受到重视，屈原文化公园端午节举办主题游园会正得其所。

【中秋节】

中秋是海内外游客非常重要的节日，此类活动吸引游客。

【年俗节】

以春节年俗节带动全区发展春节年味体验节，营造节日氛围，传承、推广春节传统文化。

【中元节】

即盂兰盆节，在牛扎坪会举办中元节民俗文化节，弥补点军三国文化的不足。





## 6.5 全域旅游产品深化

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。

### ■ 全时间打造——旅游产品时间全覆盖

全天全时旅游：结合灯光及景观设计塑造全时段化景区

- 点军区大多数为白天游览景区（除车溪夜游），夜晚及雨天等光线不好的时段观赏性及游玩性就大大降低。结合灯光、景观塑造以及景区夜间活动举行能够使游客不管是白天还是夜晚，包括雨天都能够畅玩的项目，畅游景区，乐在其中。

#### 【景区灯光秀】

对于文化公园及自然风景区等观赏型景区在夜晚时可以举办大型的景区灯光秀并且结合景区的灯光布置，在固定的时间段进行表演，以此来吸引游客夜晚游玩，并且还能够提供景区照明服务。

#### 【雨幕放映墙】

在阴雨天气时，景区内往往会有较少的游客进行游玩，但可以利用下雨天气的独特氛围设置水幕放映，通过水幕呈现出的影片、动画等景象让游客有独特的体验。

#### 【夜色游园会】

夜晚时段可以在景区内举行游园会，通过光影效果及灯光设置使游园会达到白天所不能达到的氛围感与沉浸式体验感，让游客身临其境，心亦随其中。



景区灯光



雨幕放映



夜色游园



灯景设计



## 6.5 全域旅游产品深化

省域游线：积极融入湖北省经典/主要旅游线路组织，与具有楚文化、三国文化资源的周边城市合作打造文化主题游线。

### ■ 全过程思考——旅游游线设计考虑

#### 湖北省经典旅游线路：

• 凭借交通发展机遇和环车溪--曹家畈片区核心旅游产品开发，点军融入湖北省经典旅游线路组织，成为武汉--宜昌游线上重要节点，吸引省外游客，提升点军区域旅游地位。

线路一：武汉--荆州古城--当阳玉泉山--宜昌三峡--点军车溪--秭归屈原故里--兴山昭君村--神农架--十堰武当山--襄阳古隆中

线路二：武汉--荆州古城--当阳玉泉山--宜昌三峡--点军车溪--长阳清江画廊--恩施

#### 文化主题旅游线路：

• 与具有楚文化、三国文化、屈原文化资源的周边城市合作打造文化主题游线，凭借优质多元文化底蕴和宜昌区位优势，成为必经节点。

（宜昌出发）：

线路一：猓亭古战场--点军车溪--宜昌三峡--秭归屈原故里--兴山昭君村--当阳玉泉山--襄阳古隆中

线路二：兴山昭君村--屈原故里--宜昌三峡--点军车溪--猓亭古战场--荆州古城--赤壁三国古战场

（武汉出发）：

线路一：武汉--赤壁三国古战场--荆州古城--当阳玉泉山--猓亭古战场--点军车溪--宜昌三峡--秭归屈原故里--兴山昭君村--襄阳古隆中





## 6.5 全域旅游产品深化

宜荆荆区域游线：打造“荆楚文化深度游”、“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。

### ■ 全过程思考——旅游游线设计考虑

#### 荆楚文化深度游线：

- 线路一：宜昌三峡人家--点军车溪--文佛山--磨基山森林公园
- 线路二：宜昌三峡人家--点军车溪--高岩村--温泉小镇--文佛山--磨基山森林公园
- 线路三：宜昌三峡人家--点军车溪--文佛山--猓亭古战场--当阳玉泉山关陵--荆州熊家冢--荆州古城
- 线路四：宜昌三峡人家--点军车溪--文佛山--猓亭古战场--当阳玉泉山关陵--荆门漳河--钟祥明显陵

#### 生态休闲度假游线路：

##### 【宜昌方向】：

- 线路一：宜昌三峡--点军平善坝--点军温泉小镇--文佛山--艾家古渔村--磨基山森林公园--百里荒--当阳玉泉山关陵。
- 线路二：宜昌三峡--点军平善坝--点军车溪--白云山--高岩村--点军温泉小镇--文佛山--艾家古渔村--磨基山森林公园--牛扎坪--百里荒--当阳玉泉山关陵。

##### 【荆门方向】：

- 线路：荆门漳河--当阳玉泉山关陵--关雎河畔--百里荒--宜昌三峡--点军平善坝--点军车溪--点军白云山

##### 【荆州方向】：

- 线路：荆州古城--荆州方特--当阳玉泉山关陵--宜昌三峡--点军平善坝--点军车溪--点军白云山

#### 三国文化体验游线：

- 两日游线路：宜昌三峡--点军（牛扎坪）--猓亭古战场--当阳长坂坡--当阳玉泉山关陵--当阳麦城糜城--荆州方特--荆州古城

#### 屈原文化体验游线：

- 两日游线路：兴山昭君村--秭归屈原故里--宜昌三峡--点军屈原文化公园--当阳玉泉山关陵--荆州方特--荆州古城





6.5 全域旅游产品深化

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。

■ 全过程思考——旅游游线设计考虑

整合点军区现有和未来重点开发的历史文化、生态自然和田园乡村资源，通过游线串联，设计多主题、深体验的点军特色旅游线路，全方位展示点军巴楚文化、屈原文化、三国文化、自然山水以及乡村田园风光，满足不同游客的需求。

市内旅游游线设计：

规划打造五类精品旅游线路：

【巴楚文化深度游线（重点打造）】：

- 1、宜昌三峡人家--平善坝--温泉小镇--车溪--白云山--席家垵--高岩村
- 2、宜昌三峡人家--平善坝--温泉小镇--车溪--文佛山--荆门山（执笏山）--古渔村

【屈原文化公园游线】：

- 3、屈原故里--三峡人家--牛扎坪--卷桥河湿地公园--磨基山森林公园（屈原文化公园）--三线文化公园--古渔村（胭脂坝）

【三国文化深度游线】：

- 4、猓亭古战场--荆门山（执笏山）--古渔村--磨基山森林公园--卷桥河湿地公园--忠义台（牛扎坪关羽雕像）

【休闲度假体验游线】：

- 5、磨基山森林公园（屈原文化公园）--奥体中心会展中心--温泉小镇--平善坝（三峡民宿度假区）
- 6、磨基山森林公园（屈原文化公园）--奥体中心会展中心--车溪--白云山--高岩村

【原野乡村游览游线】：

- 7、街办桥边乡村游精品游线：牛扎坪村--新村--上峰尖村--天王寺村--双堰口村--桥边村
- 8、联棚乡村精品游线：长岭村--泉水村--楠木溪村--联棚村
- 9、艾家乡村精品游线：七里村--柳林村--艾家村--桥河村
- 10、土城乡村精品游线：安梓溪村--茅家店村--黄家岭村--穿心店村--三岔口村  
落步垵村--望洲坪村--席家垵--高岩村--三涧溪村--花栗树村

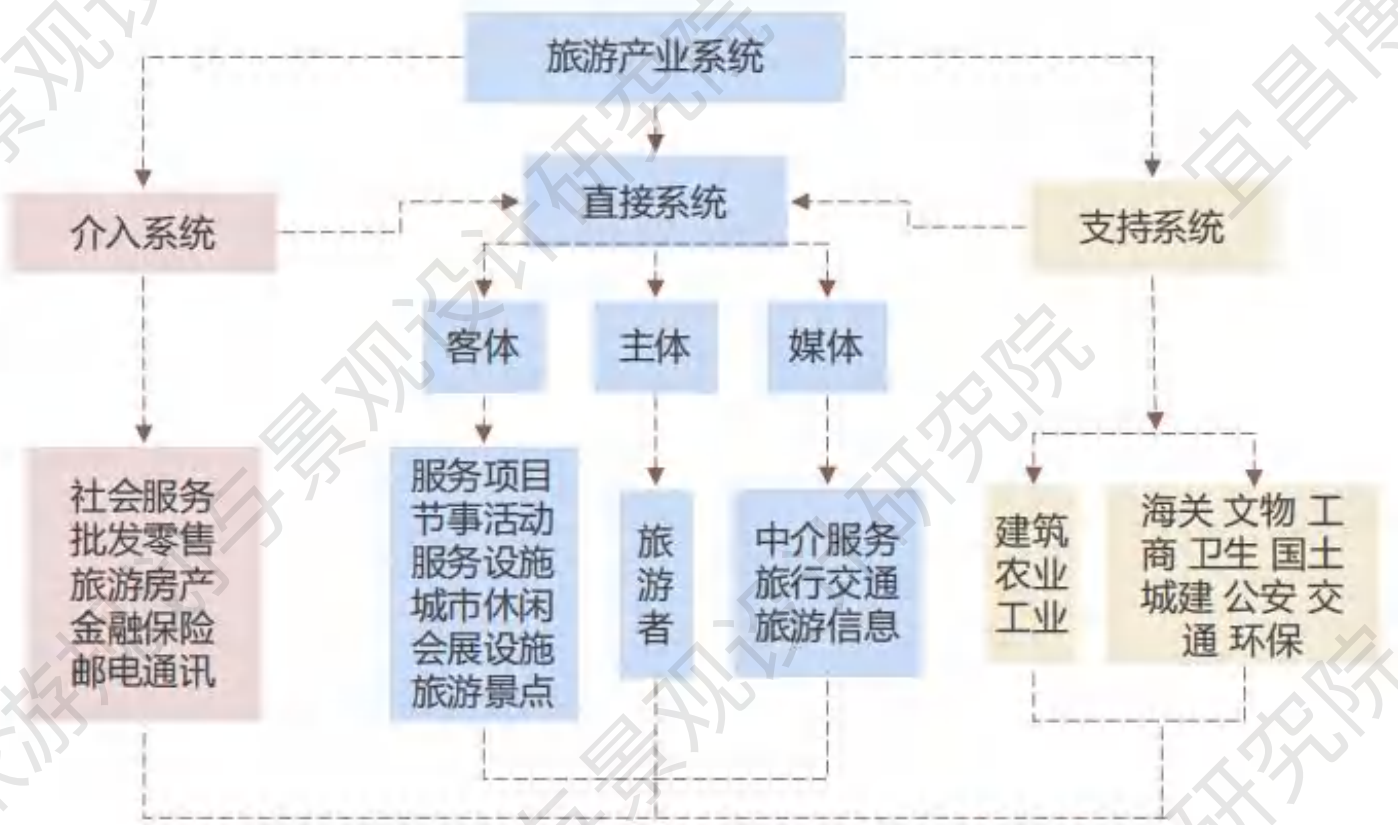
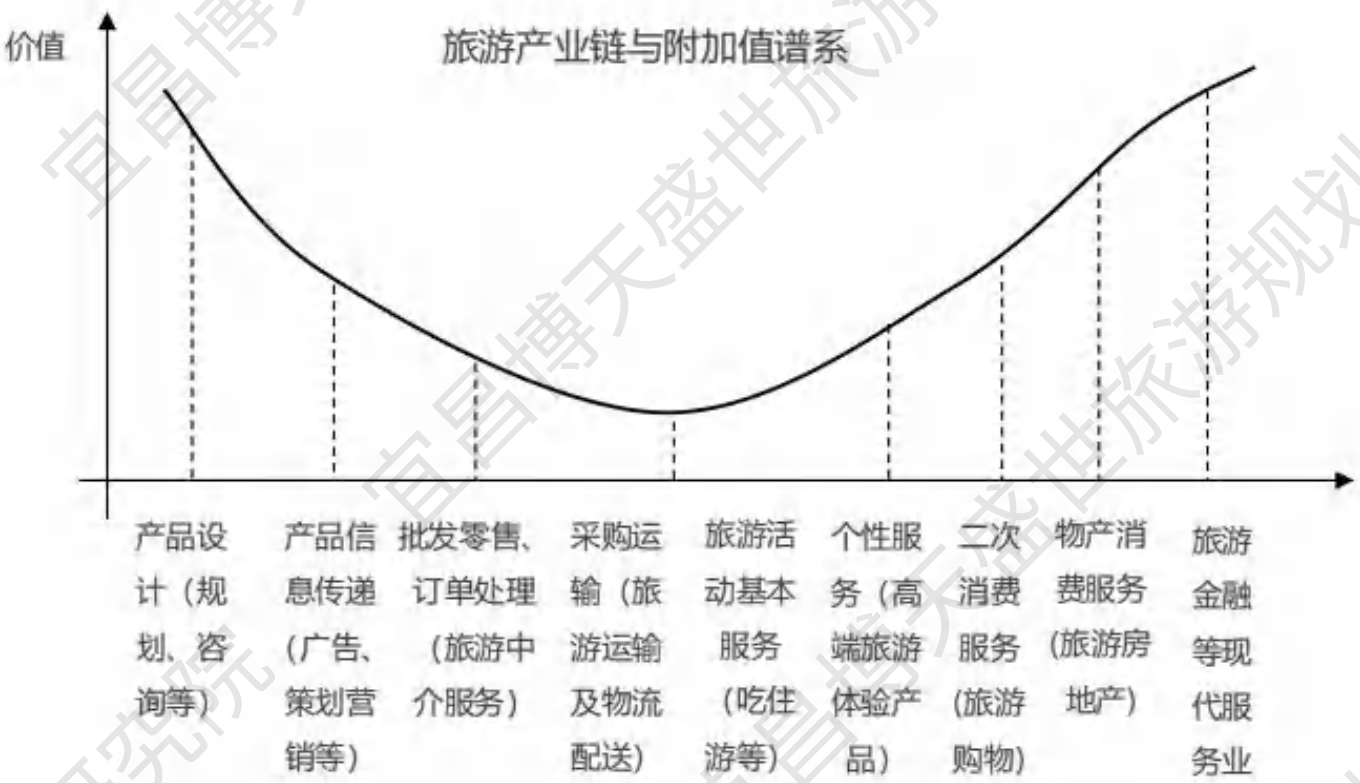




# 6.5 全域旅游产品深化

不只局限于传统六大产业要素提升，要向开放型、复合型的旅游相关产业，系统性的进行旅游支撑要素提升。

## ■ 全要素提升——旅游支撑要素提升



一般认为，旅游产业就是“吃、住、行、游、娱、购”六大产业部门。这是对旅游产业的一种狭义理解，其立足点是游客的消费，以游客所消费的终端旅游产品来反推生产产品的产业部门。对于一个旅游目的地而言，更应该从“生产”旅游体验的角度来看待旅游产业问题，即将所有生产“旅游体验”的产业部门，全部纳入旅游产业，进行通盘考虑。

开放型——旅游者社会化、非限制性。  
复合型——多种行业组成，具有强大的关联性、牵动性和消费的广泛性。



6.5 全域旅游产品深化

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。

全要素提升——餐饮要素提升

目前发展状况：

- ▷ 旅游餐饮服务设施档次较低；
- ▷ 点军地方特色菜系知名度不高：湖北省商务厅在全省开展的“楚菜品牌”评选活动，90个指标名额，点军没有上榜的；
- ▷ 体验空间缺乏，整体质量有待提高；

提升思路——“食光旅行，寻味点军”

- ▷ 打造“食在点军”餐饮体系，大力发展特色农庄、瘦身肥鱼等美食品牌；
- ▷ 布局点军美食集群片区，实现规模化经营；
- ▷ 延伸点军美食产业链条，引入食品加工、研发、商贸、文创等相关企业，研发主题化、时尚化的美食特产；
- ▷ 引入热门影视剧，如《长安十二时辰》中“点军酒肆”等IP，打造“点军酒肆”连锁餐饮品牌；
- ▷ 打造楚宴、全鹅宴、全龟宴等品牌，品点军美味，尝百家滋味；
- ▷ 举办楚文化美食节、屈原菜关公菜厨艺大赛等美食活动。

| 类型   |          | 提升建议                                                                      |
|------|----------|---------------------------------------------------------------------------|
| 美食名录 | 点军地方名菜   | 挖掘真正让点军美食香飘天下的金字招牌“瘦身肥鱼”，把瘦身肥鱼做成楚菜名品直至全国餐饮名品。另外，可推出全鹅宴、全龟宴等菜系，打造点军地方名菜体系。 |
|      | 点军特色小吃   | 结合特色小吃萝卜饺子、炕洋芋、凉虾、卤豆干、顶顶糕、赤花籽等打造本地美食小吃品牌。                                 |
| 美食活动 | 美食节庆     | 持续办好“品味江南”餐饮品牌评选活动，开展“点军百元火锅”、“百元农家菜”等活动，统一价格和标准。                         |
|      | 美食线路     | 联合当地的旅行社，结合新媒体，推广点军美食旅游线路及打卡点。                                            |
| 美食空间 | 美食街      | 重点打造传统美食集群、沿江餐饮集聚区、特色农庄集群、烟火一条街、特色早夜市等；在大型商业中心引入外来菜系和品牌，丰富餐饮类型，打造一批美食城。   |
|      | 美食城      |                                                                           |
| 美食礼品 | 美食特产、纪念品 | 结合点军美食本体，推出点军蜜橘、泉水蜜柚、桃花饼、砂糖橘、禅意野茶、农家腊肉香肠、高山蔬菜等美食手信。                       |





6.5 全域旅游产品深化

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。

■ 全要素提升——住宿要素提升

- 目前发展状况：
  - ▷ 发达旅游城市酒店行业豪华、中高端、经济型的比例应为20%、50%、30%，呈橄榄型；
  - ▷ 点军目前中高端酒店、民宿共6家，房间数共615间，床位数共1078个，无星级酒店和甲乙级民宿；
  - ▷ 点军酒店普遍品质不高，主题酒店缺乏，长远来看床位数量不足。按照2023年旅游接待总人数897万人次，过夜游客数约为265万人次，存在约3000张的床位数缺口。

点军区中高端住宿企业基本情况

| 住宿企业名称     | 客房数<br>(间) | 床位数<br>(个) | 平均房价<br>(元) | 出租率 | 网评得分<br>(携程) |
|------------|------------|------------|-------------|-----|--------------|
| 泊兮书香酒店     | 36         | 48         | 349.85      | 55% | 4.88         |
| 点军桃花岭饭店    | 261        | 465        | 213         | 38% | 4.7          |
| 汇豪国际酒店     | 166        | 340        | 251         | 35% | 4.7          |
| 泊兮江南酒店     | 140        | 210        | 160         | 60% | 4.7          |
| 尘外·西江月民宿酒店 | 7          | 9          | 988         | 25% | 5.0          |
| 溪外民宿       | 5          | 6          | 900         | 55% | 5.0          |

- 提升思路——创新商业模式，探索多元化住宿模式
  - ▷ 力争引进五星级酒店1家、四星级酒店2家、连锁酒店3家；甲级民宿1家、乙级民宿3家；文化特色民宿若干；全区住宿接待床位数达5000张；
  - ▷ 优化全域住宿产品布局：
    - 城区重点完善高端商务酒店和经济酒店。
    - 核心景区引入文化主题度假酒店、特色民宿。
    - 乡镇地区建设特色精品民宿和农舍。
    - 户外地区建设户外营地。





6.5 全域旅游产品深化

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。

全要素提升——娱乐要素提升

- 目前发展状况：
  - ▷ 文旅节庆活动有但不多，时间不固定，举办过车溪民俗文化节、落步塆年猪节、野茶采摘节、“美好生活、艺术宜昌”第四届宜昌艺术节点军专场、“送戏下乡”文艺巡演；
  - ▷ 文化娱乐项目设施较为缺乏，文化IP未得到有效利用；
  - ▷ 知名大型文艺演出较少，夜娱项目不足，仅有车溪夜游。

| 类型     | 提升建议                                                                       |
|--------|----------------------------------------------------------------------------|
| 文化旅游演艺 | 深入挖掘点军的历史文化，鼓励非物质文化遗产活化，精心打造系列标志性、常态化的文化演艺精品节目。                            |
| 夜间休闲娱乐 | 在城区和重点景区，结合城市的基础设施，开展灯光表演秀、音乐喷泉、夜间娱乐等休闲项目。                                 |
| 城市休闲娱乐 | 结合城市的滨水空间、文化休闲广场、城市公园等市民休闲娱乐场所，打造滨水休闲娱乐街区等，增加公共空间休闲氛围，导入口袋公园、健身绿道、跳舞广场等项目。 |
| 乡镇民俗娱乐 | 结合高岩村的中国传统村落民宿文化，推出民俗节庆活动，开发观赏性佳、参与性强、互动性多的娱乐休闲项目。                         |

- 提升思路：
  - ▷ 结合点军多元文化，发展文化节庆、演艺、娱乐：
    - 以楚文化、屈原文化、三国文化为文化素材，开发具有点军特色的文化演艺、文化体验、游乐休闲等文化娱乐活动。
  - ▷ 迎合时尚潮流，开发新娱乐产品：
    - 借助VR等新技术，融合文化故事，提供娱乐集聚空间，为青年市场提供剧本杀、密室逃脱、角色扮演类等新兴娱乐活动。
  - ▷ 重点打造点军夜游系列产品，延长娱乐消费时间：
    - 打造夜景、夜娱、夜宴、夜秀，打造点军夜景标志性景点，点亮点军城区，做强夜经济。
  - ▷ 加强博物馆、剧院、演艺中心、文艺社区、文化街区等文娱设施建设：
    - 打造四季化、全时段节庆活动，丰富点军文娱产业体系。



文化游乐



角色扮演



城市夜景



6.5 全域旅游产品深化

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。

全要素提升——购物要素提升

• 目前发展状况：

- ▷ 地方特色不够突出，缺乏系列品牌；
- ▷ 商业街区较少，只有雅斯超市周边和桥边集镇较为成熟；
- ▷ 旅游商品多为农业特产类，文创商品较为缺乏。

• 提升思路：

- ▷ 点军城市形象塑造，通过征集、赋能、场景化应用形成点军独有的ip；
- ▷ 加大资金投入，构建“点军礼物”产业体系；
- ▷ 完善购物商品，积极引导市场主体开发关公、三国特色文创产品，形成规模化的生产体系；
- ▷ 加大旅游配套设施建设，建设全域购物体系，打造便捷舒适的购物环境；
- ▷ 扶特点军农产品品牌形象塑造和推广，形成富有特色和影响力的农产品品牌。

| 类型      | 提升建议                                                                                                                                                    |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 购物精品街区  | 加快推进各重点旅游乡镇旅游购物精品街区和专业市场建设。<br><br>在中心城区、区旅游集散中心、各重点旅游乡镇集散中心建设旅游购物综合体。<br><br>A级景区游客中心、高速服务区、大型超市等设立点军IP文创商品展示及销售区。<br><br>在重点旅游村镇及相关特产的原产地设立旅游商品特产展销点。 |
| 购物综合体   |                                                                                                                                                         |
| 特色商品购物点 |                                                                                                                                                         |
| 乡镇旅游商品点 |                                                                                                                                                         |



果酒包装



久妹豆腐乳



古法香肠



果汁包装



果酱包装



07

## 全域旅游项目体系

Global tourism project system



6.1 全域旅游项目体系



6.1 全域旅游项目体系

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

| 类型           | 项目名称           | 建设内容                                                                                            |
|--------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 引擎项目<br>(1个) | 环车溪-曹家畈文化旅游度假区 | 以车溪民俗旅游区创5A建设为核心，打造环车溪-曹家畈片区文化旅游度假区，形成点军全域旅游核心引擎。以村庄及田园为基础建设中高端不同等级的民宿和旅游消费产品，提高车溪夜游知名度及旅游接待能力。 |
| 龙头项目<br>(3个) | 长江幻城           | 总占地面积约168亩，通过挖掘长江文化，借助超前科技手段，将长江流域的文化遗产、神圣地点、非遗活动、传统农业景观、商业体验场所和旅游景区整合为文旅消费聚集区。                 |
|              | 文佛山文化旅游度假区     | 对现有文佛山风景区的人文资源及自然资源进行深挖，串联楠木溪村，打造集自然风光、人文休闲、文化展示、禅茶品鉴、娱乐度假、户外运动、乡村旅游为一体的文化旅游度假区。                |
|              | 白云山旅游度假区       | 以白云山为核心，打造点军山水田园度假区，项目涵盖康养度假、民宿体验、都市田园、潮玩运动、竞技体验等。                                              |

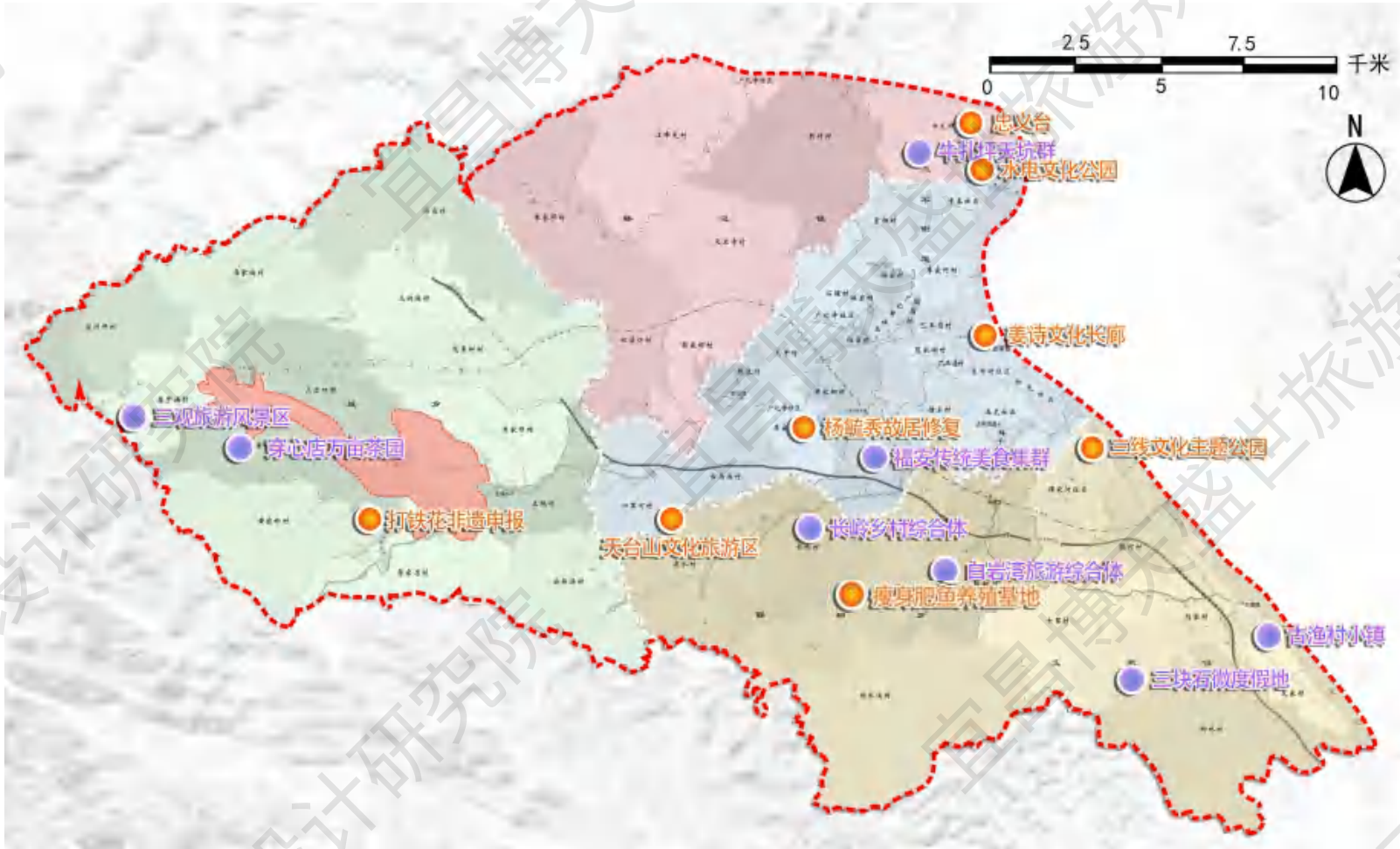


| 类型           | 项目名称        | 建设内容                                                                                     |
|--------------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 重点项目<br>(9个) | 三峡民宿度假区     | 计划引进5家国内一线民宿品牌，主要建设100间高端民宿客房、清吧、咖啡厅、特色餐厅、展览馆等业态，力争打造成宜昌乃至湖北的标杆宿集项目。                     |
|              | 温泉小镇        | 利用六里河村、双堰口村、天王寺村丰富的温泉资源，进行系统勘测，统筹规划，打造点军温泉度假小镇。                                          |
|              | 荆门山文化公园     | 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   | 依托山地资源，拓展各项户外运动项目，建设融合户外运动、赛事运营、训练培训、休闲疗养等功能于一体的大众化、多元化、体验式的户外运动旅游目的地。                   |
|              | 望洲坪登山主题公园   | 项目包含登山休闲区、体育健身区、观景台、登山栈道等，满足游客和附近村民的休闲、健身、娱乐的要求                                          |
|              | 马鞍山户外极限运动公园 | 利用地势优越，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    | 积极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，不断拓展远足径、郊野径的文化，构建“生态、人文、舒适、可达”的高品质生态徒步空间。        |
|              | 安梓溪骑行公园     | 以山地自行车运动为项目主题，以绿色旅游为核心，以乡愁文化为灵魂，以自行车赛事、车友嘉年华、车迷节等赛事活动为拉手，建设集骑行比赛、休闲健身、民俗风情于一体的特色骑行公园。    |
|              | 点军区文化中心     | 位于将军路与五龙三路交汇处，占地16451.373 m²，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。             |



6.1 全域旅游项目体系

| 类型             | 项目名称              |          | 建设内容                                                 |
|----------------|-------------------|----------|------------------------------------------------------|
| 支撑项目<br>(共34个) | 文化<br>体验类<br>(8个) | 天台山文化旅游区 | 天台山遗址复建（古建筑遗址复建、道教文化展示）、天台山红色文化公园（抗战遗址保护、宜昌抗战史宣传科普）  |
|                |                   | 瘦身肥鱼养殖基地 | 采用现代水养殖循环系统打造瘦身肥鱼养殖基地。                               |
|                |                   | 打铁花非遗申报  | 整理黄家岭村打铁花项目及其传承人的资料，并进行非遗申报。                         |
|                |                   | 杨毓秀故居修复  | 修复重建清代诗人杨毓秀故居，传承传统文化，扩大名人效应。                         |
|                |                   | 姜诗文化长廊   | 选址于孝子岩山脚，以姜诗的故事为主题，打造文化长廊，宣传社会主义核心价值观的同时，也提升了点军文化形象。 |
|                |                   | 水电文化公园   | 对现有金狮公园进行改造升级，注入水电文化内涵，打造水电文化主题公园。                   |
|                |                   | 三线文化主题公园 | 围绕三线建设项目--湖北红旗电缆厂打造集三线文化展示、民宿、美食于一体的微度假小镇。           |
|                |                   | 忠义台      | 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，与江对岸的擂鼓台遥相呼应。          |



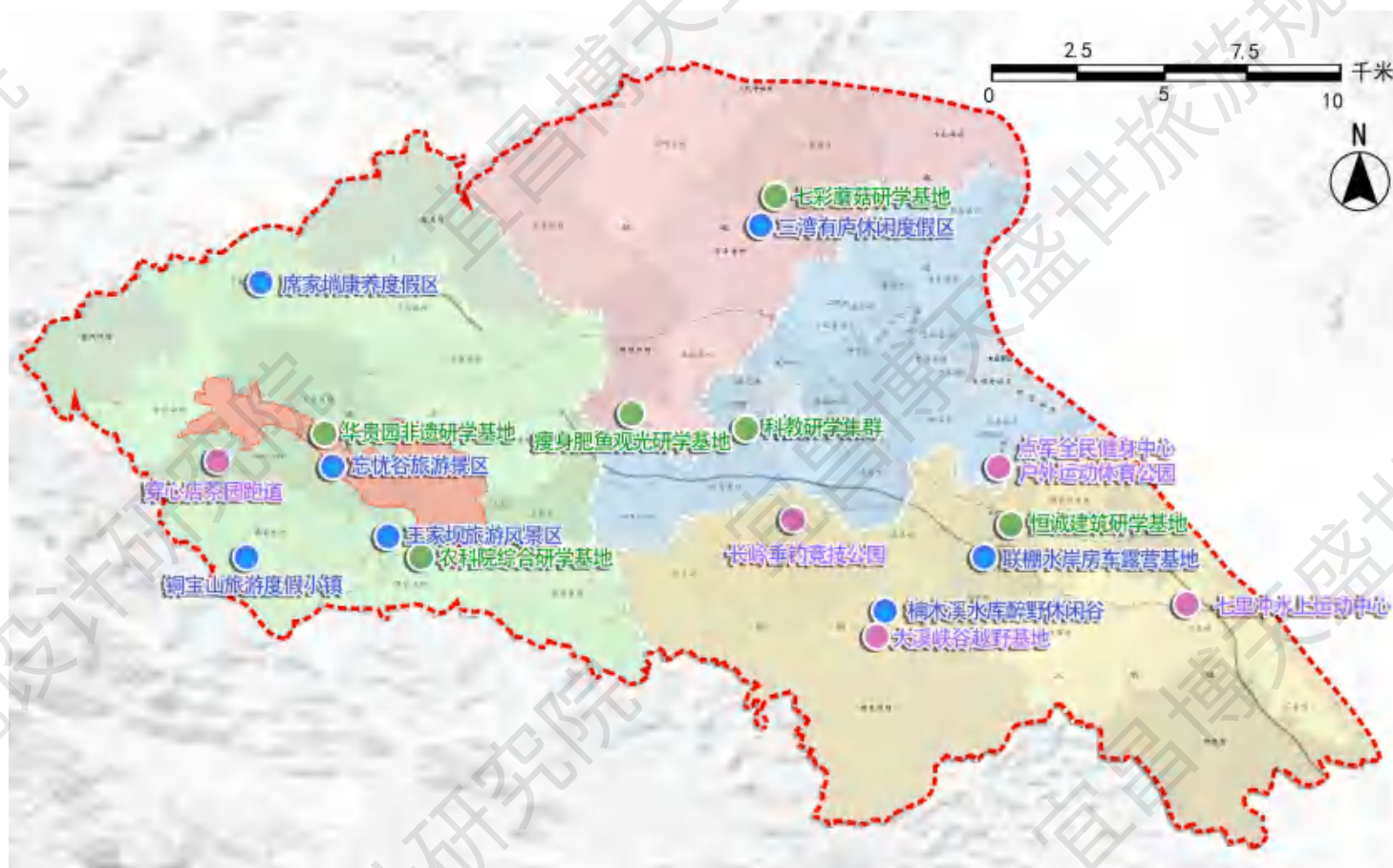
| 类型             | 项目名称          |           | 建设内容                                                   |
|----------------|---------------|-----------|--------------------------------------------------------|
| 支撑项目<br>(共34个) | 乡村旅游类<br>(8个) | 长岭乡村旅游综合体 | 以两馆一墓、竞钓场、吉祥烟花为支撑，为乡村旅游建立支点，打造长岭乡村旅游综合体。               |
|                |               | 白岩湾旅游综合体  | 基于白岩湾旅游资源，融合观光、游乐、休闲、运动、度假、体验等多种功能在内的旅游综合体。            |
|                |               | 福安传统美食集群  | 打造具有一定自然风光和点军文化底蕴的氛围，可供人们享受当地传统美食（十碗八扣）的文化特色餐饮集群。      |
|                |               | 三观旅游风景区   | 借助落步垌村的自然风光，打造观云海、观日落、观日出的乡村度假小镇。                      |
|                |               | 穿心店万亩茶园   | 完善规模化茶园种植、茶产业研学、乡村休闲旅游等产业链，形成万亩茶文旅融合生态园。               |
|                |               | 艾家古渔村小镇   | 依托点军沿江烤鱼、甲鱼文化，打造沿江餐饮特色集群，利用现有餐饮布局恢复打造古渔村小镇，营造码头渔村文化氛围。 |
|                |               | 三块石微度假地   | 依托三块石现有旅游资源，打造集避暑、休闲、观光、戏水于一体的三块石微度假地。                 |
|                |               | 牛轧坪天坑群    | 对牛轧坪特有的天坑资源进行整体开发，通过引入光影景观建设、文化注入、IP塑造等手段来提升价值。        |



## 6.1 全域旅游项目体系

点军区全域旅游发展规划 (2025-2035)

| 类型2            | 项目名称          | 建设内容                                                                            |
|----------------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 支撑项目<br>(共34个) | 生态度假类<br>(7个) |                                                                                 |
|                | 席家塍康养度假区      | 依托席家塍特殊地貌，将自然与艺术贯通，将养生与运动结合，打造高山民宿康养度假区。                                        |
|                | 铜宝山旅游度假小镇     | 依托铜宝山自然资源，打造山野美景与休闲度假相结合的旅游度假小镇。                                                |
|                | 三湾有庐休闲度假区     | 建设休闲度假、康养度假、研学旅游、温泉度假等四个板块，包括主题街区、研学科普馆、颐养乐园、温泉度假酒店等内容。                         |
|                | 联棚水岸房车露营基地    | 打造具有一定自然风光，可供人们使用自备露营设施如帐篷、房车或营地租借的帐篷、小木屋、移动别墅、房车等配有运动游乐设备，安全性有保障的娱乐休闲小型社区。     |
|                | 楠木溪水库醉野休闲谷    | 整合山地、森林、水库、田园、村落等旅游资源，开发养生养老、会议度假、农业休闲、山地运动、亲水游乐、亲子教育等旅游产品，以“野体验”为核心卖点，打造醉野休闲谷。 |
|                | 忘忧谷旅游景区       | 依托忘忧谷绝美的旅游资源，打造忘忧谷旅游景区。                                                         |
|                | 王家坝旅游风景区      | 依托王家坝水库丰富的水上资源及周边优美的自然资源，规划打造集水上娱乐、水上极限运动、亲水休闲、水库民宿、休闲采摘、美食餐饮于一体的水库旅游风景区。       |



| 类型             | 项目名称              | 建设内容                                                             |
|----------------|-------------------|------------------------------------------------------------------|
| 支撑项目<br>(共34个) | 科教研学集群            | 融合产业园、大数据算力中心的研学教育集群。                                            |
|                | 农科院综合研学基地         | 充分发挥农业科技资源优势，将探索科学研究与学生综合实践有机整合，进一步拓宽学生学习阵地，延伸课堂教学渠道。            |
|                | 恒诚建筑研学基地          | 结合恒诚教育培训中心打造建筑类研学基地。                                             |
|                | 华贵园非遗研学基地         | 打造集非遗教学、研究与实践为一体的综合性基地，以培养非遗传承人才、推广非遗知识、提高公众对非遗的认知与保护意识为目的。      |
|                | 瘦身肥鱼观光研学基地        | 利用鱼馆谋划一个200亩左右的大规模的养鱼基地，对于该基地后期规划中可附带旅游观光研学等性质。                  |
|                | 七彩蘑菇研学基地          | 依托七彩蘑菇种植园，打造七彩蘑菇研学基地。                                            |
|                | 大溪峡谷越野基地          | 利用楠木溪大溪峡谷得天独厚的自然资源，设计建造专业级越野赛道，打造大溪峡谷越野基地。                       |
|                | 点军全民健身中心、户外运动体育公园 | 项目总用地108000平方米，建设常规球类、步道类、广场与器械类、儿童活动设施类体育设施，配套生态停车场、公共厕所、应急广场等。 |
|                | 七里冲水上运动中心         | 利用七里冲河丰富的水资源，打造以水上休闲娱乐、水上竞技项目为主的水上运动中心。                          |
|                | 长岭垂钓竞技公园          | 建设各类专业垂钓区域，提供合适钓位和配套设施，如垂钓桥、垂钓台、垂钓器材租赁服务等，以满足不同水平的钓友需求。          |
|                | 穿心店茶园跑道           | 利用穿心店万亩茶园打造茶园越野跑跑道。                                              |



# 全域专项

Global special section

- 城市发展
- 餐饮美食
- 民宿度假
- 乡村采摘
- 文化旅游
- 生态康养
- 户外运动
- 研学旅行

“

# 城市发展

”



# 城市发展

城市发展新模式：“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。

点军将奋力打造**青年发展型城市**、“**世界级宜昌**”风景南岸！

- “芯池神网”：共融共升，加快打造数字经济“芯蓝海”，建“心驰神往”之城。国家先进计算产业创新（宜昌）中心、信息高铁华中枢纽站、点军人工智能算力中心集中“点亮”，建成算力605P，在建算力规模达3000P，华中区域规模最大、类型最全、传输最快的多样性异构算力集群加速形成。
- 科教城：已迎来首批大学生4000人，湖北三峡职业技术学院新校区已开工建设，预计3年内将有4万余名学生来到点军，“z世代人气”逐步聚集；中科院、北大、北航、武大等知名院校在点军成立技术转化联盟，科研平台纷纷落地；已高标准打造青年之家16个，组建青年社团5个。举办“千企百校行”、春风行动、直播带岗等大型招聘引才活动，提供岗位需求3500余个。与湖北工业大学等8所省内重点高校开展人才对接活动，推动武汉理工大学宜昌产学研合作中心落户点军，在湖北工业大学建立人才联络站。点军正持续推进打造“青年之城”“大学之城”“梦想之城”！





## 城市发展

### 【年轻化的生活方式】

年青一代被称为Z世代，对于Z世代而言，理解他们对生活的诉求，就是抓住了他们的刚需。

#### 1. 有烟火气的生活方式

■ **烟火气**不是单纯的夜市、撸串、地摊，而是以烟火气为代表的“**夜经济**”。有了夜不一定能抢到年轻人，但是没有夜则一定抢不到年轻人，夜生活是他们不可或缺的必需品！

■ **夜色食堂**：【美食名片】：以高密度的形式，打造街道两边餐厅外墙上的霓虹灯带；结合慢行道和夜间景观改造，共同组成魅力化的美食环境，而不是主打某一类美食。

【餐后期待】：在美食环境基础上，允许商家在河岸两侧开展各类商业活动，将滨水区营造为活力中心引导食客们进入周边历史街区漫步，体验区域的文化魅力。

■ **夜色City walk**：当下很多城市官宣的City walk，只能算是一种旅游线路推介，并没get到年轻人不喜欢墨守成规，生活需要惊喜的诉求。City walk最为核心的是通过制造不确定性，让生活更有趣，它的最佳功效时段，是在夜间，而不是白天。

**夜游老传统**：虽然历史文化古迹无法在夜间开放，但传统夜生活可以。巴楚文化的夜间消暑形式、文化特色的夜生活聚集区。

**夜探老手艺**：在商业业态上，重点突出巴楚特色的铜器、篾编、等地产地销的伴手礼，借助商品展现区域的文化属性。

#### 2. 有活力的绿色生活

对于城市来说，生态、公园建设已成为必修课，对于年轻人来说，生态是他们选择城市的必备基础设施，但这些绿色空间往往缺乏配套，逐渐成为重要但不常用的标配，要解决痛点，需要依赖绿色空间的制度创新。

■ **露营**深受年轻人的喜爱，但是不管是草坪、绿地还是林下空间，对管理方来说都是负担。

■ **公私合营，激活绿色空间**：引入私营主体参与到公园运营中，通过放开一定比例的商业设施建设限制（经营权、建筑覆盖率），增加绿色空间的便利性。通过服务+文化赋予公园活力，激发公园活力。

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）



美食名片



夜间商业街区



都市户外中心



绿地露营



综合服务街区



## 城市发展

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

### 【城市特色留住年轻人】

因共同喜好、文化认同而聚集的不同圈层，是吸引年轻人留下来的重要因素。

#### 1. 国潮之城

■ 国潮可以说是年轻人的共同爱好之一。Z世代是国潮的主力军，占比约3/4。但国潮，往往与服饰、美妆、餐饮等消费品类紧密绑定在一起，城市应该怎么做？

■ **国潮形态**：在瞄准国潮发力升级的过程中，需格外重视将历史记载中消失的场景还原。在古建复原方面，不要拘泥于某一个朝代，而要全面充分考虑中国各朝各代（唐、宋、元、明、清等时期）的建筑，将古城打造成为一座露天博物馆。这种从建筑到环境的“修旧如旧”，非常值得年轻人们反复到此。

■ **国潮内容**：最具代表性的就是河南洛邑古城，在发展国潮的过程中，洛邑古城并没有紧抱着过于小众的非遗不放，而是转向了年轻人更为喜爱的汉服圈。洛邑古城举办了中国（洛阳）汉服文化节、洛阳汉服花朝节等节庆，吸引到汉服圈的关注。2021年，河南卫视中国节日「奇妙游」系列火爆全网，洛邑古城作为穿越之旅的首站迅速出圈，趁势推出了唐潮集市，红灯摇曳流光璀璨的古城街市，真人古装NPC角色扮演，迅速成为汉服圈的必到之处。

#### 2. 音乐之城

■ **一张够潮的音乐名片、一张音乐人发展网络**：承办大型音乐节、明星演唱会、脱口秀、话剧等文娱活动，年轻人被音乐吸引，融入电影节、互动媒体节、科技展环节等等，总之年轻人喜欢什么，就打造什么。让他们充分看到城市的包容性，看到了他们在不同兴趣圈切换发展的可能性。

" 不论是国潮、音乐还是运动，都是城市留住年轻人的策略，但并不是目的。

城市成就年轻人，让他们产生归属感，留住他们的心，才是城市留人的最终目标。"



#### 3. 户外之城

■ 《2022年青年户外运动与社交生活洞察报告》显示，年轻人线下社交方式，不再局限于剧本杀等室内娱乐活动，开始走向户外，拥抱自然。从骑行、徒步的出圈，到飞盘、腰旗橄榄球、攀岩等新潮户外运动，正在成为年轻群体的新社交名片。

■ **大自然即运动场**：充分利用丰富的户外运动运动自然资源，打造多样化的户外运动项目（森林骑行、滨水跑步、雪山滑雪、峭壁攀岩、高山徒步等）。

■ **大自然即测试场**：有了足够的运动爱好者，户外运动装备的发展也就顺理成章了——运动装备制造商更需要这些地形和用户来研发、测试产品，反之又会吸引品牌粉丝来此，参与新运动装备的测试，树立他们在圈子里的威望。



国潮之城



汉服圈



演唱会、音乐节



## 城市发展

### 【城市产业成就年轻人】

年轻人是靠兴趣爱好驱动行动，如果自己的兴趣爱好与工作机会相结合了，就会无怨无悔。

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

#### 1. 发展新型服务业--二次元（ACG：动画、漫画、电子游戏）

- 年轻人的兴趣爱好，催生了众多新职业。尤其以年轻人喜爱的二次元文化最有代表性。
- 当下大热的国产首款3A游戏《黑神话：悟空》发售当晚在线人数破200万，销售破4亿，这款带有浓烈中国传统特色文化符号的产品一跃成为游戏业现象级产品。
- 2023年我国的电竞用户规模达已达**4.88亿人**，电竞产业实际收入为**263.5亿元**，其中电竞直播收入占比最高，达到**80.87%**。杭州亚运会上7个电竞项目作为正式竞赛项目亮相赛场，国家队以4金1铜的成绩收官，打通传统体育与电竞之间壁垒的同时，有效地提升了电竞在大众范围内的知名度和影响力。
- **清晰的发展路径**：打造城市二次元文化消费中心，需拥有从创意到制作再到产品的全产业链，为年轻人提供多元化的发展路径。
- **二次元的生态社区**：城市不仅要打造成为二次元消费中心，更要成为二次元文化的制造中心，一座“最想住”“住后感最好”的社区往往与二次元生态链的构建密不可分。

#### 2. 玩物「成」志的制造业

- 很多年轻人的兴趣爱好，看起来是服务业，但支撑这些行业做大做强的，恰恰是**制造业**。年轻人很多爱好需要制造业支撑，如火车模型圈里的沙盘制作、BJD娃娃等。
- 例如BJD娃娃（球型关节人偶）圈，一般的BJD娃娃价格都在千元以上，但在娃娃圈里，拼的不只是收集娃娃的多少，更多是看谁改造的娃娃独一无二。经过改娃大佬磨脸、改妆、制作新娃衣后，娃娃的价格更是能翻几十倍。
- **多元化的创意产业**：发展创意之都的战略需要创意产业的多元化，让年轻人总能找到一个适合自己发展的方向。支撑创意产业蓬勃发展的，往往是由大量工作室、创客、手艺人组成的服务业“制造网络”。文化创意经济大大提升了服务业的消费深度。
- **创意供应链网络**：创意产业中的大部分产品是非标准品，也就是大量制造需要定制化完成。创意供应链网络所覆盖的范围，为城市的年轻人带来了发展机遇。通过二产三产融合，将年轻人的爱好与工作相结合，提供足够多元的选择，大大降低他们“躺平”的动因，将推动城市产业发展--“服务业型生产业”催生得更为迅速。



ACG活动



英雄联盟全球总决赛



BJD娃娃



沙盘模型



定制工厂



产业园空间

城市要想吸引年轻人  
要发展以人为核心的  
“城-人-产”新模式  
并以此为基础  
搭建系统化的人才吸引策略  
以生活方式「吸引」年轻人  
用城市特色「留住」年轻人  
借城市产业「成就」年轻人



### 水脉点军



桥边河现状

点军区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（**桥边河、福安河、联棚河、三涧溪河、松门溪河**等），总长度达到**167.4公里**。

河流承载着人文价值，  
河流增值了经济价值，  
河流就是价值本身。

- 点军，因建安19年，三国大将关羽在此点视兵马而得名。又因地处长江以南，故又称江南--点军。其地域广阔，辖区533平方公里，几乎是西陵区、伍家岗区和猗亭区总面积的两倍。
- **一半山水一半城 | 江北，林在城中；江南，城在林中。**
- 水资源丰富。除了36.9公里的长江流经境内，辖区还有河流12条，中小型水库14座，谷地小溪流100余条。

#### 桥边河现状及优势：

- **桥边河**作为长江的一级支流，源头位于土城乡竹蒿山，全长41.2公里，集水面积广泛，达到273.3平方公里。其流域都在点军境内，被誉为**点军的母亲河**！
- 桥边河水脉，具有高品质的自然条件，空间延续性好，水流平缓。
- 没有经历过破坏性的开发，毗邻奥体中心，卷桥河湿地公园等优质建设基础。
- 开发潜力巨大，提高水岸环境的治理，配套公共休闲旅游设施，河脉的游玩性将大幅提高。



## 城市发展

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

**桥边河的发展：**桥边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。



“蒹葭苍苍，白露为霜，  
桥边河畔，赏旖旎风光”

### 一条主轴：

- 以桥边河为人文主轴，经济主轴。
- 城市核心景观、重点人文设施、服务场所、商业空间、高档住宅区围绕水脉为核心组织。
- 水脉核心交通以服务道路为主，外围设置辅助性车行道。

### 两大片区：

- 以卷桥河湿地区域为核心组织自然景观片区。
- 建设以“桥边记忆”（集镇步行街改造）为主题的烟火气息人文景观片区。
- 人文与自然有机结合，联动互补。

### 多点开花：

- 在卷桥河沿线合适区域布置科创中心、度假酒店、特色购物中心、涉水游乐园等休闲娱乐项目，深挖河脉价值。
- 将各产业联合互动，形成河脉资源有机整体。

## 500M核心溢价区

- 在桥边河500M范围内，形成极大溢价的住宅和商业区域。河脉人文价值最终通过商业和住宅的经济价值上体现出来。

## 2000M联动增值区

- 桥边河水脉主轴成为城市经济发动机。除在桥边河2000M范围内，与其他产业产生联动，城市功能互补，产业增值。





# 城市发展

## 福安河小流域综合治理和统筹发展

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

- 小流域综合治理，是以流域综合治理为基础推进四化同步发展的基础性工程，是统筹经济社会发展各项工作的重要抓手。
- 作为宜昌市19条治理清单中**唯一的城区小流域**，福安河小流域综合治理，以水系为脉络，以问题为导向，探索转变生产生活方式、实现绿色低碳发展的路径和模式，努力实现生态美、产业强、百姓富的治理目标。

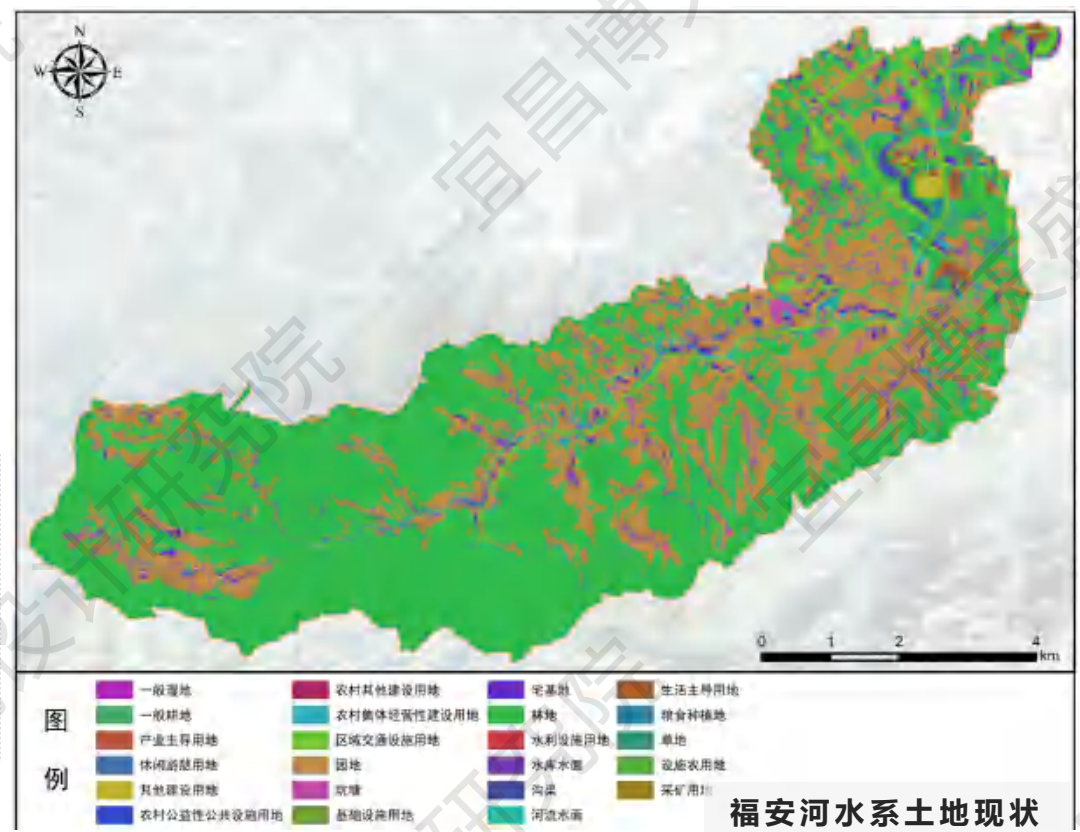


将福安河小流域打造成为“两山”理论转化试验区、现代都市农业引领区、城郊居民休闲活力区、共同缔造实践示范区，进一步优化提升流域发展布局、结构，进一步完善区域功能品质，培育经济发展内生动力，打造“15分钟都市生态度假生活圈”。

**“总体目标”**



- 以绿色为主色，打造“两山”理论转化试验区
  - 依托流域良好自然资源禀赋，打造生态产业集群，实现生态产业化、产业生态化，生态环境质量逐年提升，生态产品价值高水平转化。
  - 以集约为特色，打造现代都市农业引领区
  - 依托全域国土综合整治，推进土地利用集约化、规模化精细化、智慧化，运用市场化、场景化手段，整合片区农文旅资源，打造农文旅深度融合的观光农业综合体。
  - 以环境为底色，打造城郊居民休闲活力区
  - 依托农文旅休闲项目和便捷区位优势，推动生态和农文旅资源深度融合，农文旅消费场景互通、业态互补、产品互搭、消费互连，城郊休闲经济发展迈上新台阶。
  - 以“五共”为本色，打造共同缔造实践示范区
  - 健全完善共同缔造机制、丰富完备共同缔造模式、探索创新共同缔造方式，群众参与度不断提升，“五共”社会治理格局不断提升，人民群众的获得感、幸福感、安全感不断提升。
- “实施路径”**









- 充分考虑点福安河小流域的区位条件、资源特色、生态环境、社会经济及客源市场等，**以河流为轴**，合理规划和科学开发乡村旅游业，**丰富乡村夜游产品，完善旅游配套设施，加强水体与周边乡村的链接**，缝合各类功能，推动农文旅融合发展，提升村民经济发展特色产业，打造“吃喝玩乐服务”一体化模式，加快农村发展，促进农民增收。打造**宜昌及周边居民周末游、短线游的首选地**，促进乡村旅游业的发展。



- 
- Map of Fufeng River National Wetland Park showing various scenic spots and recreational areas. The map includes a compass rose in the top left and a scale bar in the bottom right. Five large pink circles highlight specific zones:
- 安梓溪户外骑行公园** (Anzixi Outdoor Cycling Park)
  - 泉水户外徒步公园** (Spring Outdoor Hiking Park)
  - 长岭垂钓竞技公园** (Changling Fishing Competition Park)
  - 福安河夜游传统美食集群** (Fufeng River Night Tour Traditional Food Cluster)
  - 户外攀岩运动基地** (Outdoor Rock Climbing Sports Base)
- Other labeled locations include: 花栗亭, 敦军山遗址, 观景平台, 古墓群, 天台观, 跑马岗, 联泉生态农业产业示范基地, 胡家店, 鸡公岩, 游客驿站, 研学基地, 露营基地, 观景平台, 马鞍寨, 吉祥烟花, 游乐园, 主题乐园, 岭秀山庄, 锦瑟时光, 云松庭院, 月亮湾, 文化广场, 大众泳池, 少年林, 草莓采摘园, 法治广场, 红色驿站, 文物知识, 红色文化, 特色餐饮, 亲水休闲, 摩岩石刻.







## 城市发展

# 推进低空经济高质量发展

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。

点军区抢抓低空经济高速发展的战略机遇期和黄金窗口期，积极抢占新质生产力新赛道，

全力打造低空经济产业示范区。

### --良好的区位优势

■ 点军区位于宜昌市长江南岸，总面积533平方公里，占宜昌中心城区总面积的65.3%，是宜昌重点建设的城市新区，且距离三峡机场净空保护区较远（三峡机场跑道中心线两侧各10公里、跑道两端各20公里的长方形区域为净空保护区），低空空域广阔干净，空域资源丰富。

### --丰富的科教资源

■ 科教城规划面积100平方公里，是集生态智慧、产学研城四位一体的科教城典范。全省第一所航空类本科院校-三峡航空学院顺利建成，三峡大学科技学院建成并于今年9月正式招生，三峡职业技术学院正在加快建设，庞大的大学生群体为低空经济发展提供了坚实的人才支撑。

### --强大的算力支撑

■ 点军区已建成算力605P，在建算力2000P，总投资93亿元、规模达10000P的乘风而来超大规模人工智能算力中心将于近期开工，华中地区规模最大、类型最全的综合算力集群正在加速构建，将为低空经济发展提供坚实的算力支撑。

### --坚实的产业生态

■ 工业园区规划面积22.5平方公里，获评“全省首批数字经济标杆园区”，已建成中电宜昌网信产业园、江南科创园、百联慧谷创意产业园等“园中园”，正在建设北斗产业园、北斗科技创新基地等，为低空经济项目落地提供强劲的产业承载平台。

■ 点军区已集聚低空经济相关企业10余家，全区现有工业级无人机46台，无人机方舱8个。引进智网易联、依迅北斗等头部企业，建成北斗时空融合编码（中部）中心、北斗时空大数据底座等低空经济基础设施项目，打造墨矩科技、熵飞科技等两大飞手培训基地。全区低空经济产业生态坚实，基础条件较好。

### “发展低空经济的优势”



### --建立健全工作推进机制 “低空经济谋划”

■ 今年4月成立点军区促进低空经济发展协调推进机制，按照“四个一”模式推进落实，8月20日，召开“算力+北斗+低空经济”产业发展和招商对接会，现场发布8个低空应用示范场景，演示低空服务管控平台，并签约低空经济类项目8个。

### --精细划设低空空域和航线

■ 组织编制《点军区低空空域和航线划设方案》，先期规划“一空域三航线”，同步部署无人机起降点6个。同时，通过单次飞行任务报备方式，开通宜昌科教城区域低空物流临时航线2条，配套建设无人机起降点3个。

### --推进低空智联和低空服务管理平台建设

■ 构建低空智能“信息网”和低空飞行“服务网”，打造集“感、传、算、控”为一体的全要素低空飞行服务平台，为无人机飞行活动提供5G-A网联通信、高精度导航定位、低空空域监视、低空气象保障、低空运行管理等服务。目前，“智飞”低空空域交通管理服务云平台已进入试运行阶段。

### --丰富和拓展低空应用场景

■ “低空+公共服务”领域：加快建设“一网统飞”系统，加大无人机在城市管理、农林植保、应急救援、电力巡线等领域的应用。

■ “低空+物流配送”领域：打造低空物流配送、医疗物资配送、山区邮件配送等场景，支持无人机物流业务常态化运营。

■ “低空+空中游览”领域：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（36.9公里的长江流域）和区内重点旅游景点（车溪-曹家畈片区、磨基山、白云山、平善坝、温泉小镇等），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。



“

## 餐饮美食

”





# 美食餐饮：

**街办：**  
早晚市街巷美食街区

**艾家：**  
江鲜特色餐饮集群  
(烤鱼、甲鱼等)

**桥边：**  
烟火人间  
(夜市、烧烤)

**联棚：**  
传统美食集群  
(十碗八扣、全鹅宴)

**土城：**  
炊烟乡野  
(山野时蔬、乡野腊味)

**艾家（江鲜鱼味）：**山珍配宜昌肥鱼、奶汁肥鱼火锅、酸汤肥鱼火锅、原味肥鱼火锅、清蒸肥鱼、鱼头火锅、鮰鱼狮子头、清炖甲鱼、甲鱼泡饭

**牛扎坪（乡野土鸡）：**农家土鸡火锅、土鸡砂锅、柴火鸡、土鸡炖蘑菇、藤椒土鸡火锅、野生天麻炖土鸡、乡村山药鸡、黄焖鸡、茶香鸡、鸡茶饭

**五龙社区（传统小吃）：**萝卜饺子、炕土豆、凉虾、京果条、春卷、卤水豆腐干、油脆、顶顶糕、绿茶果奶、绿茶酥、草莓奶昔、猕猴桃松饼、猕猴桃布丁

**梅子溪（烟火早市）：**红油小面、热干面、酱香饼、红油包子、豆腐脑、油条、茶叶蛋、茶叶粥、茶叶馒头、茶叶饺子等

**巴王店（传统土菜）：**十碗八扣、吊锅菜（鲢鱼吊锅、青花椒鸡吊锅、黄骨头吊锅、传统腊味吊锅）、茶叶肉沫豆腐、土豆锅巴饭、腊猪蹄火锅、榨广椒炒腊肉、腊香肠、凉拌节节根

**福安村（全鹅宴）：**甘香豉酒鹅、红烧啤酒鹅、柑橘炖大鹅、鹅血羹、鸿运当头（鹅头）、出水芙蓉（白鹅蛋）、奇珍异宝（鹅胗）、高鹏展翅（鹅翅）、心肝宝贝（鹅肝）、金玉满堂（鹅肝黄金炒饭）、一鸣惊人（鹅脖）、舌尖味道（鹅舌）、脚踏实地（橘汁鹅掌）

**红光社区（精致简餐）：**黑胡椒烈酒白酱牛排、红酒炖牛肉、香辣牛排烩菜蔬、番茄鸡肉浓情焗饭、咸蛋黄培根意面、鲜虾培根薄披萨、奶油培根意大利面、虾仁培根芝士焗饭、意式红烩海鲜锅、土豆沙拉、奶油蘑菇汤





# 点军区全域旅游规划--美食餐饮项目专项图

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

## 美食餐饮类

谋划集群14个

以高岩传统群落高山农家乐为主，打造高山农家乐集群。

借助落步端年猪节的影响力，打造传统节庆美食集群。

围绕谭家岭茶园文化，打造禅茶美食集群。

围绕茅家店知青小镇（人民公社），打造知青忆苦思甜餐饮集群。

以牛扎坪特色乡村餐饮为主，打造乡野农家乐集群。

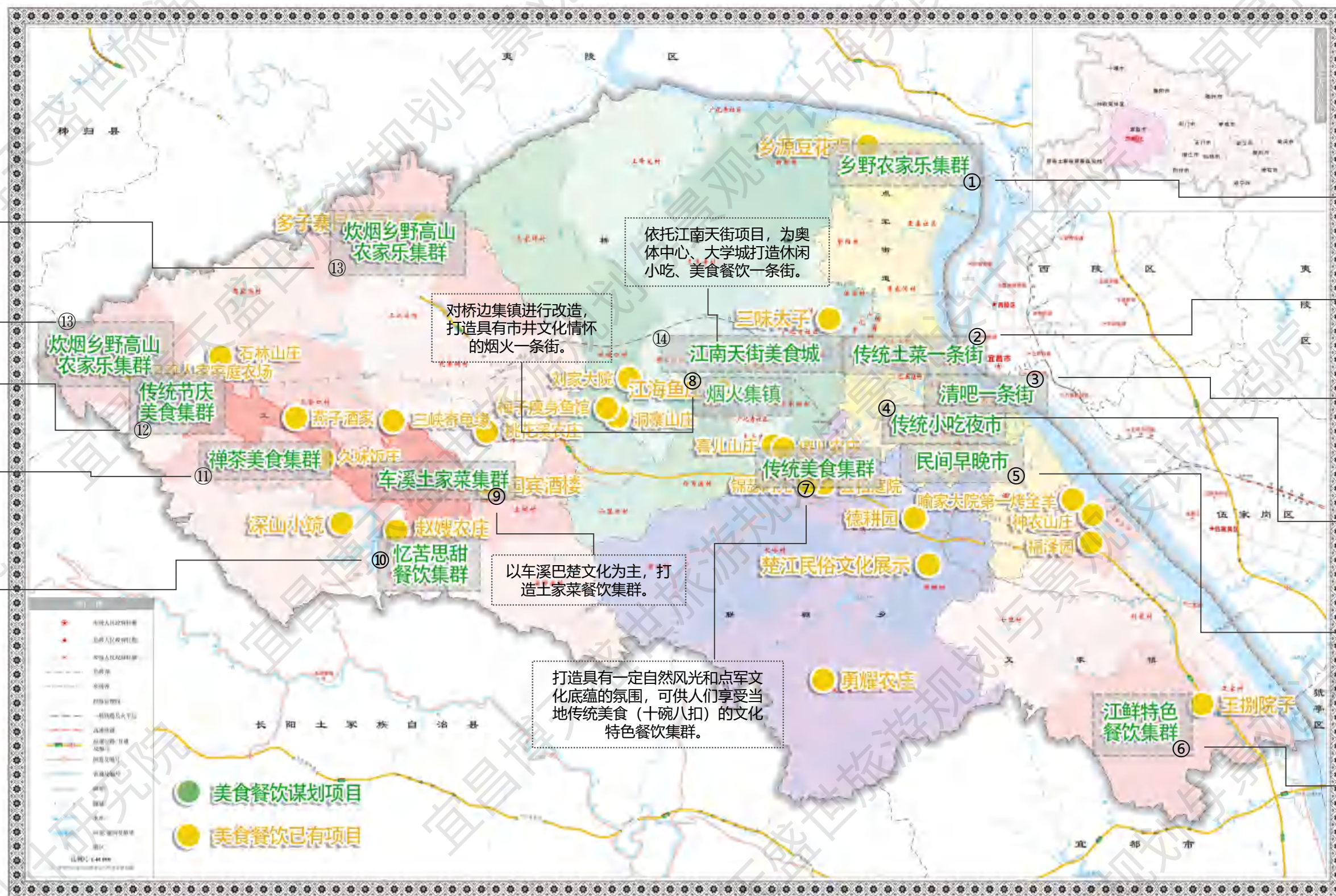
利用巴王店现有商铺资源，打造传统土菜一条街。

清吧又称健康酒吧，磨基山清吧一条街为磨基山森林公园配套项目，旨在为游客提供休闲放松小憩的空间。

借助雅斯超市现有的餐饮氛围，打造五龙传统小吃夜市。

依托梅子溪现有街道，打造具有点军饮食习惯和饮食特色的早市街、夜市街、小吃街。

利用艾家现有的餐饮格局，依托点军沿江烤鱼、甲鱼文化，打造江鲜特色餐饮集群。







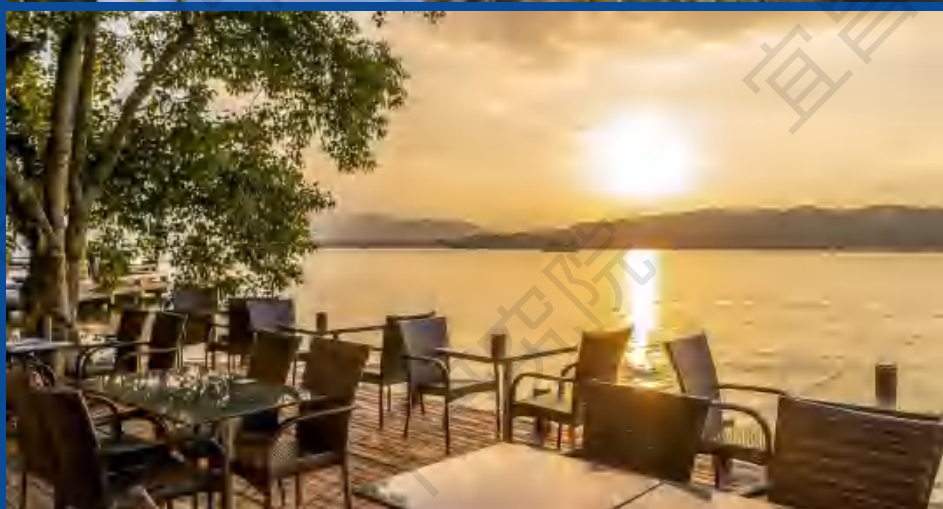
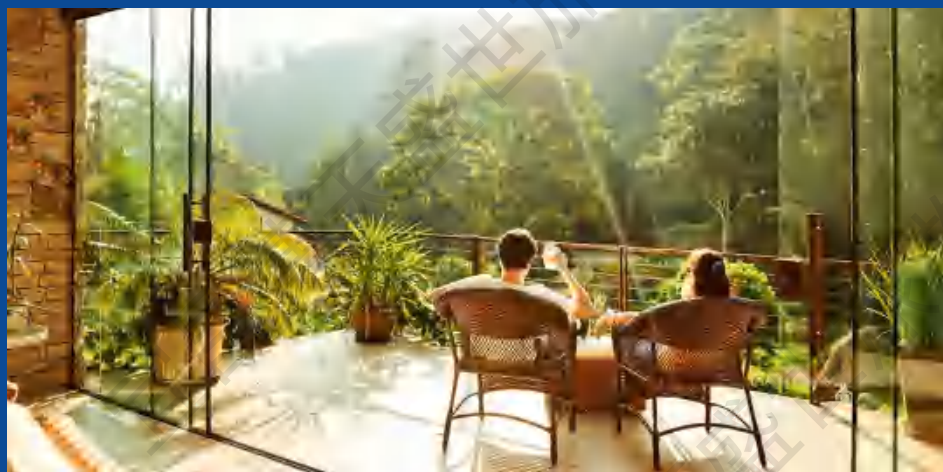
“

# 民宿度假

”



# 民宿度假：



# 温泉度假

# 康养度假

# 文化度假

# 滨江度假

# 乡村度假

# 商务度假

曹家畈、桥边温泉小镇、三湾有庐  
(双堰口、六里河、天王寺)

白云山旅游度假区、铜宝山旅游度假小镇、  
(望洲坪、黄家岭)

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

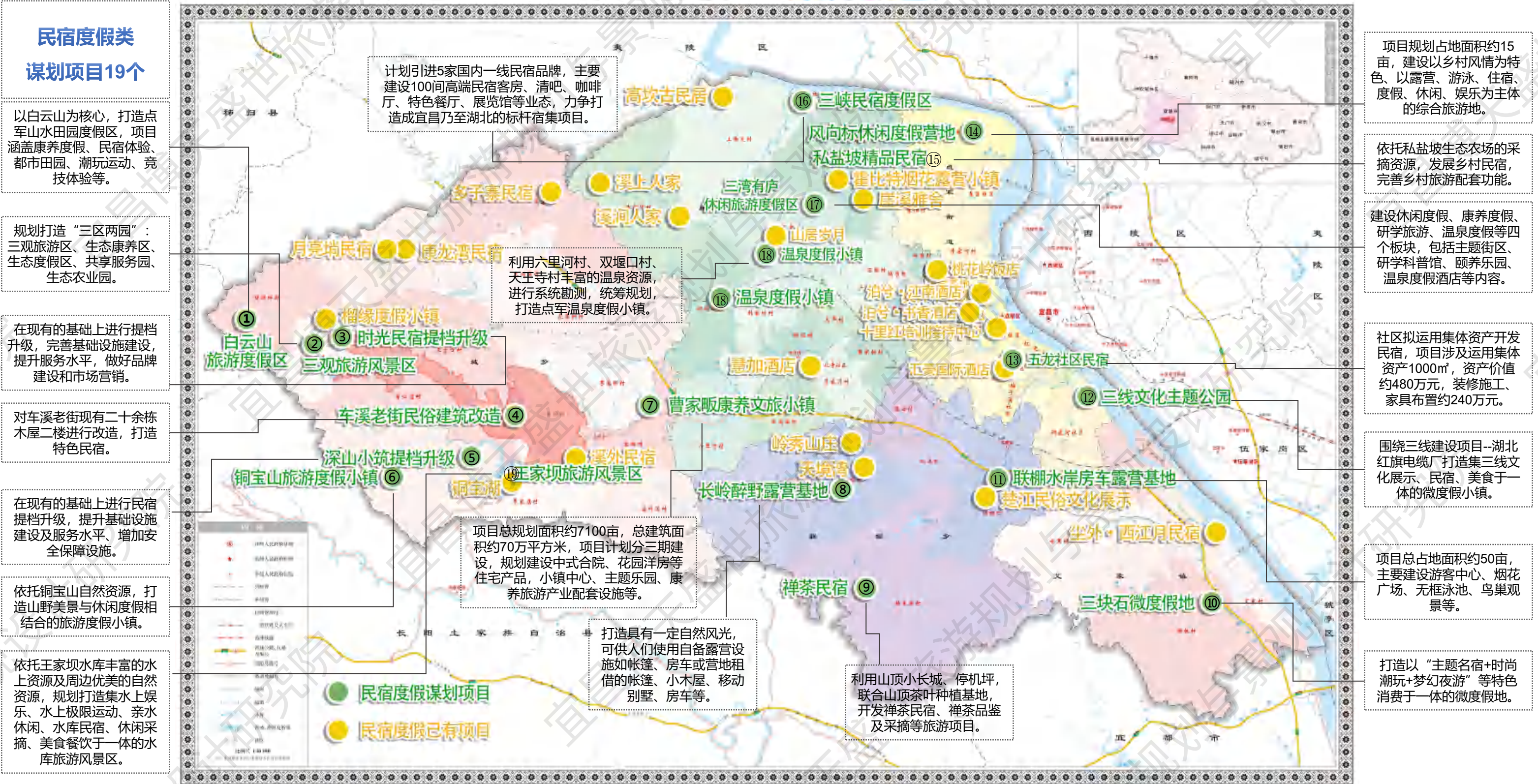
三峡民宿度假区、风向标度假营地、尘外·西江月等

崖溪雅舍、霍比特、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

十里红宾馆、桃花岭饭店、泊兮·江南酒店、  
泊兮·书香酒店、慧加、汇豪等



# 点军区全域旅游规划--民宿度假项目专项图





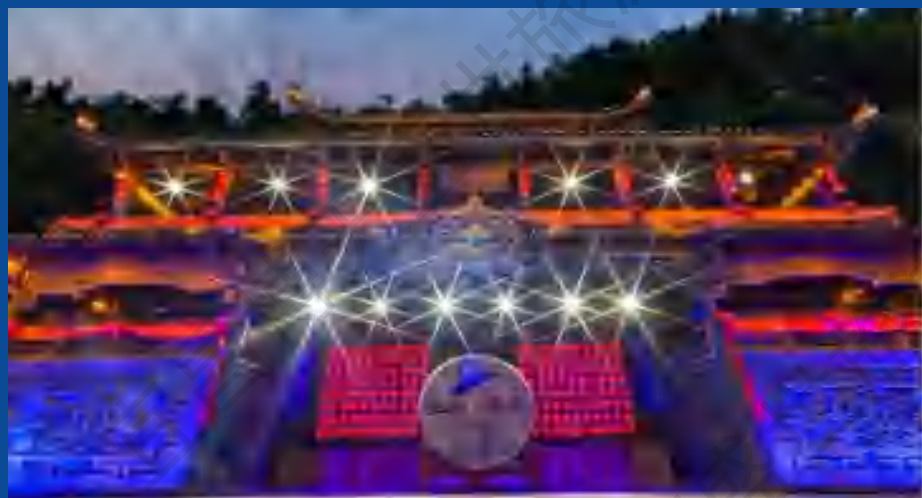
“

# 文化旅游

”



# 多元文化：



## 巴楚文化

深入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

## 三国文化

## 传统文化

## 红色文化

## 水电文化

## 三线文化

## 忠孝文化

## 码头文化

屈原文化广场、屈原文化展示及演艺等。  
(屈原文化公园、屈原文化体验馆)

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)

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。

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。

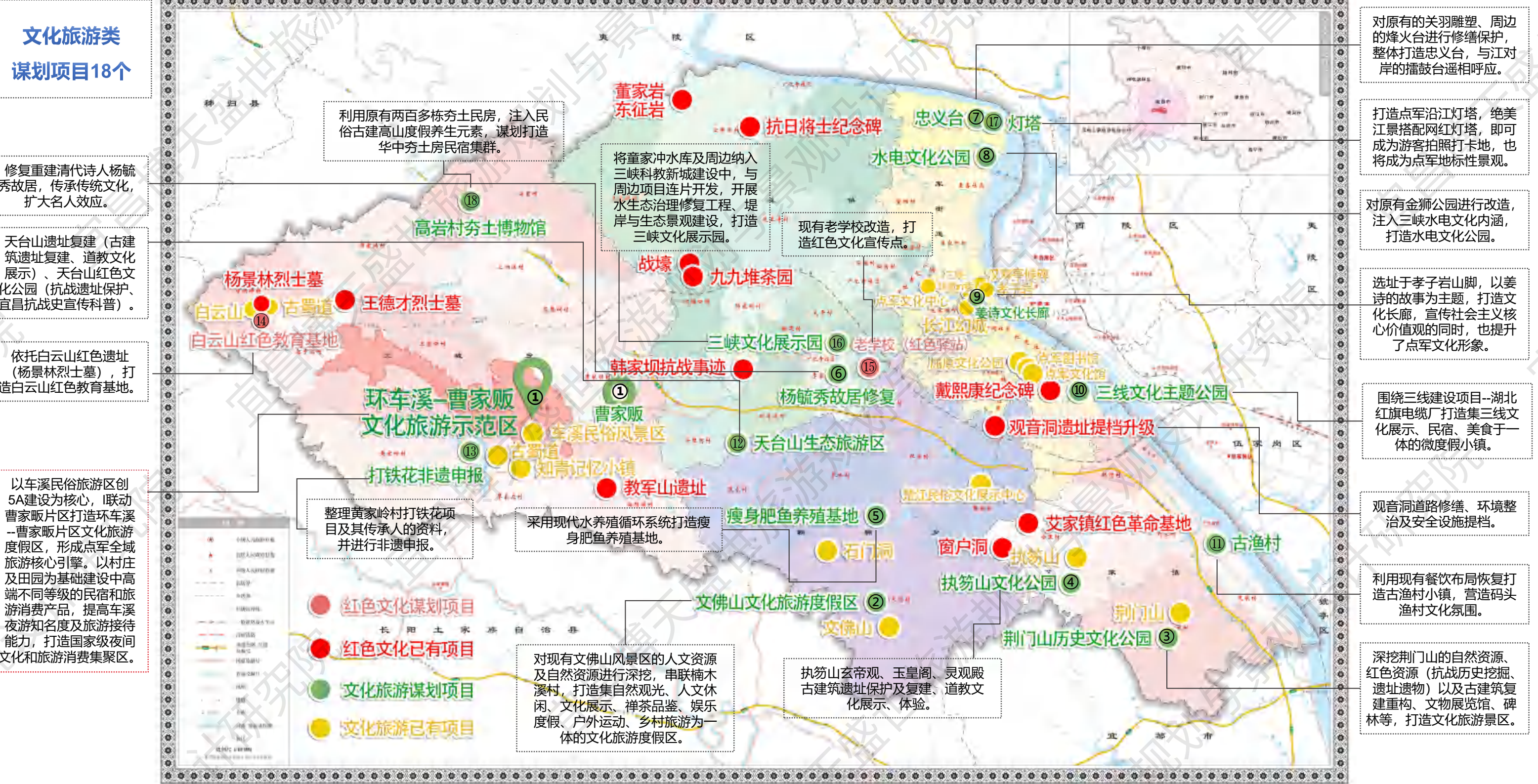
对金狮公园进行改造，注入三峡水电文化内涵。  
(水电文化公园)  
对原红旗电缆厂厂区进行改造，打造三线文化主题公园  
(谭家河三线文化公园)

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)  
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)



# 点军区全域旅游规划--文化旅游项目专项图

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）





“

# 户外运动

”





# 户外运动：



户外徒步

骑行越野

登山运动

体育赛事

极限攀岩

文化演艺

点军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

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)

白云山登山运动  
(望洲坪)

奥体中心可承接各项重大赛事；村BA篮球联赛、羽毛球赛、垂钓竞技赛事等

马鞍寨户外极限攀岩运动、执笏山户外运动公园

演唱会、民俗文化表演（荆楚文化、屈原文化、土家文化、打铁花表演等）



# 点军区全域旅游规划--户外运动项目专项图

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

## 户外运动类

谋划项目13个

建设各类专业垂钓区域，提供合适钓位和配套设施，如垂钓桥、垂钓台、垂钓器材租赁服务等，以满足不同水平的钓友需求。

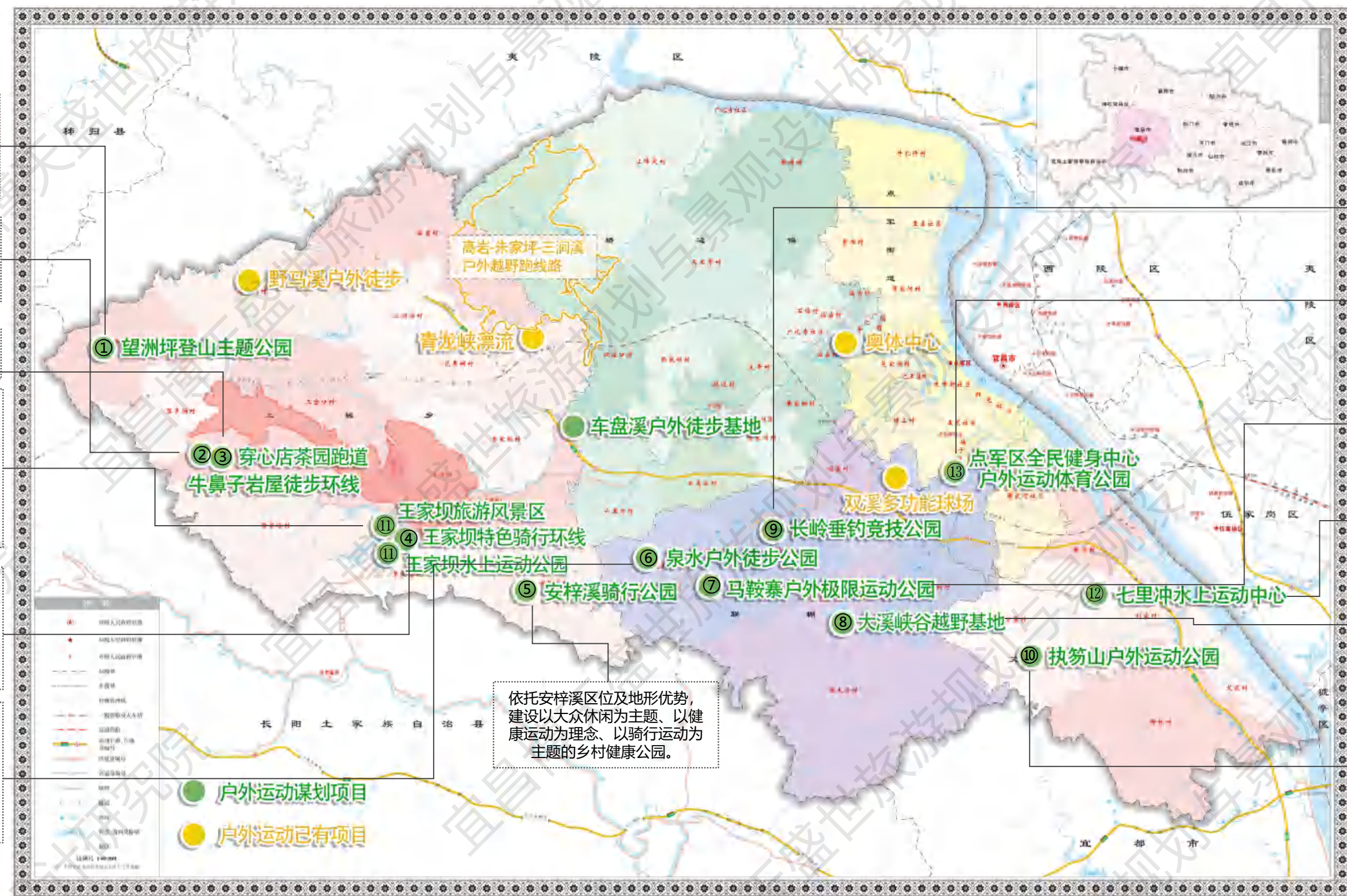
项目总用地108000平方米，建设常规球类、步道类、广场与器械类、儿童活动设施类体育设施，配套生态停车场、公共厕所、应急广场等。

依托马鞍山的崖壁资源，打造集专业极限运动培训、比赛、旅游、体验于一体的户外极限运动基地。

利用七里冲河丰富的水资源，打造以水上休闲娱乐、水上竞技项目为主的水上运动中心。

利用楠木溪大溪峡谷得天独厚的自然资源，设计建造专业级越野车赛道，打造大溪峡谷越野基地。

依托执笏山自然资源，打造集户外运动（攀岩、徒步、越野等）、生态露营等功能为一体的主题公园。



项目包含登山休闲区、体育健身区、观景台、登山栈道等，满足游客和附近村民的休闲、健身、娱乐的要求。

围绕穿心店村牛鼻子岩屋打造一条徒步环线，沿途设置休息区、观景台等。

利用穿心店万亩茶园打造茶园越野跑跑道。

依托王家坝水库丰富的水上资源及周边优美的自然资源，规划打造集水上娱乐、水上极限运动、亲水休闲、水库民宿、休闲采摘、美食餐饮于一体的水库旅游风景区。

依托茅家店村的地理位置优势，打造乡村特色骑行线路，做好基础设施建设，设置合适的的安全设施，包括路标、警示标志、护栏等。

利用现有跑马岗、鸡公岩、天台山徒步线路，完善线路周边安全设施、乡村住宿设施、道路标识标牌等，结合当地农家乐打造泉水户外徒步公园、最美徒步乡村。

依托安梓溪区位及地形优势，建设以大众休闲为主题、以健康运动为理念、以骑行运动为主题的乡村健康公园。



“

# 研学旅游 写生基地

”



## 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）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

文化研学

深挖点军楚文化、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



# 点军区全域旅游规划--研学旅游\劳动基地项目专项图

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

研学旅游  
劳动基地  
谋划项目9个

依托七彩蘑菇种植园，  
打造七彩蘑菇研学基地。

梅子瘦身鱼馆正在谋划  
一个200亩左右的大规  
模的养鱼基地。对于该  
基地后期规划中可附带  
旅游观光研学等性质。

利用寒香园收藏的皮影  
戏资源和不同时期的国  
风家具打造传统文化研  
学基地，拓宽知识面，  
传承传统文化。

打造一个集非遗教学、  
研究与实践为一体的综  
合性平台，以培养非遗  
传承人才、推广非遗知  
识、提高公众对非遗的  
认知与保护意识为目的。  
通过非遗研学基地，可  
以让更多的学生亲身接  
触、学习并爱上非遗，  
为非遗的传承与创新注  
入新鲜血液。

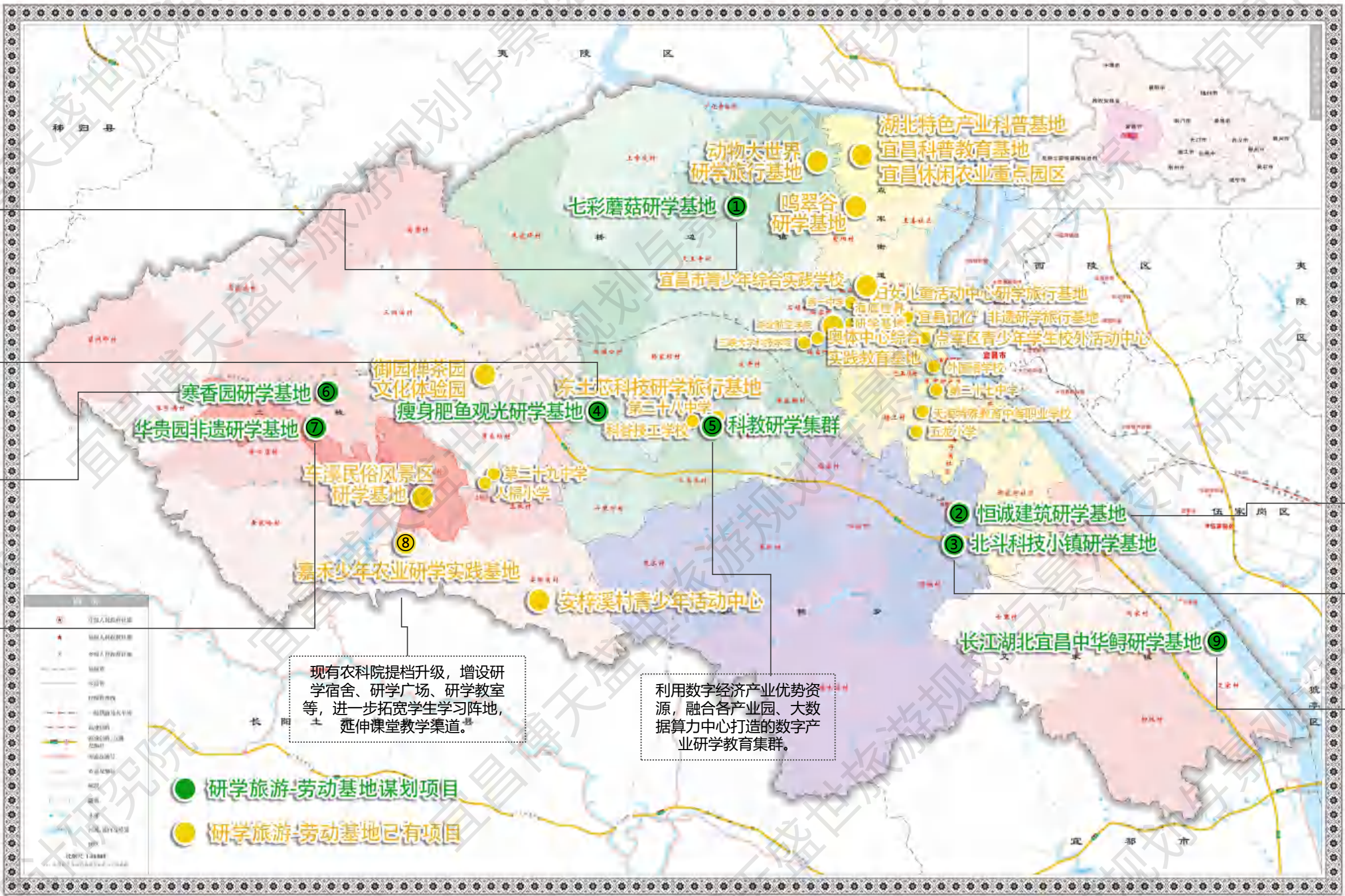
现有农科院提档升级，增设研  
学宿舍、研学广场、研学教室  
等，进一步拓宽学生学习阵地，  
延伸课堂教学渠道。

利用数字经济产业优势资  
源，融合各产业园、大数  
据算力中心打造的数字产  
业研学教育集群。

结合恒诚教育培训中心打  
造建筑类研学基地。

利用北斗科技小镇的现有  
资源打造科技研学基地。

推广长江大保护环保理念，  
对珍稀动物中华鲟进行知  
识科普，打造中华鲟研学  
基地。



- 研学旅游-劳动基地谋划项目
- 研学旅游-劳动基地已有项目



## 点军区全域旅游发展规划 (2025-2035)





“

# 乡村旅游 采摘

”



# 生态种植采摘：

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。

## 水果类：

泉水蜜柚

脆皮金桔

蜂蜜李

白花桃

草莓、葡萄

点军蜜橘

猕猴桃

火龙果

果冻橙

明日见

## 蔬菜类：

红松茸

羊肚菌

七彩蘑菇

高山蔬菜

## 中草药类

## 野茶采摘





点军区全域旅游发展规划 (2025-2035)

项目待定：1、场地平整 65978m<sup>2</sup>，沥青道路铺装 5892m<sup>2</sup>，透水混凝土栈道铺装997.5m<sup>2</sup>。2、园路修建3325m<sup>2</sup>，特殊园路（木栈道，汀步等）797m<sup>2</sup>，硬质铺装2309m<sup>2</sup>。3、生态田园场地平整29350m<sup>2</sup>、土方平整23924m<sup>2</sup>。4、三线落地 2000m<sup>2</sup>。5、电力工程 11000m<sup>2</sup>。6、给排水改造13000m<sup>2</sup>。



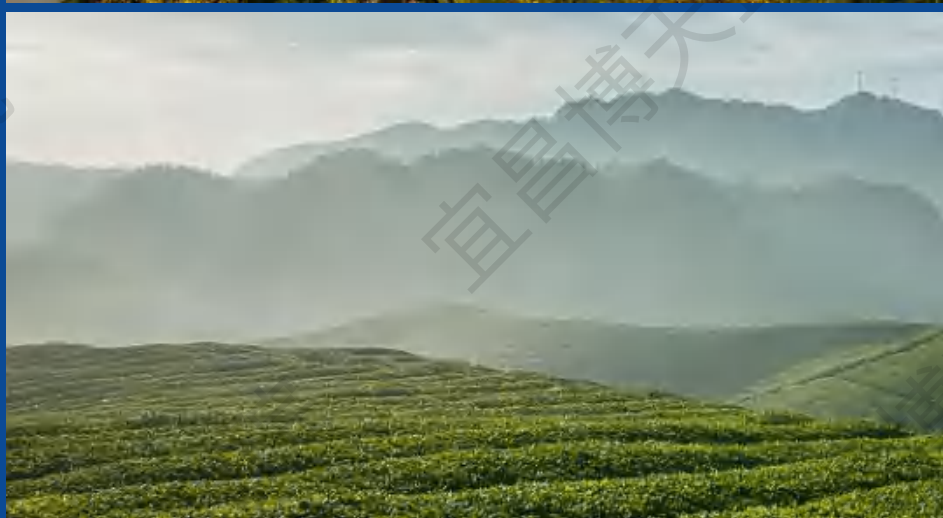
“

生态康养

”



# 生态康养：



## 高山康养

## 生态森林

## 温泉康养

## 生态滨江

## 生态乡村

## 康养养老

白云山旅游度假、白云小镇、席家塆康养度假区、高岩古村落、铜宝山、谭家岭茶园、文佛山

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

曹家畈、温泉度假小镇、三湾有庐休闲度假区

世界级文化旅游廊道（平善坝、胭脂坝、枇杷垭）

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、天境湾、忘忧谷等

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



**生态康养类**  
**谋划项目18个**

利用六里河村、双堰口村、天王寺村丰富的温泉资源，进行系统勘测，统筹规划，打造点军温泉度假小镇。

利用六里河村、双堰口村、天王寺村丰富的温泉资源，进行系统勘测，统筹规划，打造点军温泉度假小镇。

对牛轭坪特有的天坑资源进行整体开发，通过引入光影景观建设、文化注入、IP塑造等手段来提升价值。

项目总体规划范围3.65平方公里，建设休闲度假、康养度假、研学旅游、温泉度假等四个板块，包括主题街区、研学科普馆、颐养乐园、温泉度假酒店等内容。

项目总占地面积约50亩，主要建设游客中心、烟花广场、无框泳池、鸟巢观景等。

基于白岩湾旅游资源，融合观光、游乐、休闲、运动、度假、体验等多种功能在内的旅游综合体。

整合山地、森林、水库、田园、村落等旅游资源，开发养生养老、会议度假、农业休闲、山地运动、亲水游乐、亲子教育等旅游产品。

打造集康养融合、医养结合的康养养老中心，为独居、空巢、留守的失能或高龄老人提供多层次、全方位、个性化养老服务。

对牛轧坪特有的天坑资源进行整体开发，通过引入光影景观建设、文化注入、IP塑造等手段来提升价值。

以白云山为核心，打造点  
军山水田园度假区，项目  
涵盖康养度假、民宿体验、  
都市田园、潮玩运动、竞  
技体验等。

规划打造“三区两园”：  
三观旅游区、生态康养区、  
生态度假区、共享服务园、  
生态农业园。

忘忧谷位于车溪峡谷最西端，谷内的太公洞有地下泉从中流出，四季潺潺，依托忘忧谷绝美的旅游资源，打造忘忧谷旅游景区。

依托铜宝山自然资源，打造山野美景与休闲度假相结合的旅游度假小镇。

依托王家坝水库丰富的水上资源及周边优美的自然资源，规划打造集水上娱乐、水上极限运动、亲水休闲、水库民宿、休闲采摘、美食餐饮于一体的水库旅游风景区。

项目占地26亩，建筑面积22000平方米，其中钢混结构11层老年公寓楼11栋，钢混5层养护楼1栋，新增床位495张，游乐设备、配套服务。

项目总规划面积约7100亩，总建筑面积约70万平方米，项目计划分三期建设，规划建设中式合院、花园洋房等住宅产品，小镇中心、主题乐园、康养旅游产业配套设施等。

打造具有自然风光的露营地（帐篷、房车、小木屋、移动别墅），以及运动游乐设备、配套服务。

对现有文佛山风景区的人文资源及自然资源进行深挖,串联楠木溪村,打造集自然观光、人文休闲、文化展示、禅茶品鉴、娱乐度假、户外运动、乡村旅游为一体的文化旅游度假区。

## 生态康养谋划项目

### 生态康养已有项目



08

## 全方位服务规划

Global tourism project system



## 8.1 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。

### 核心目标



### 四大体系



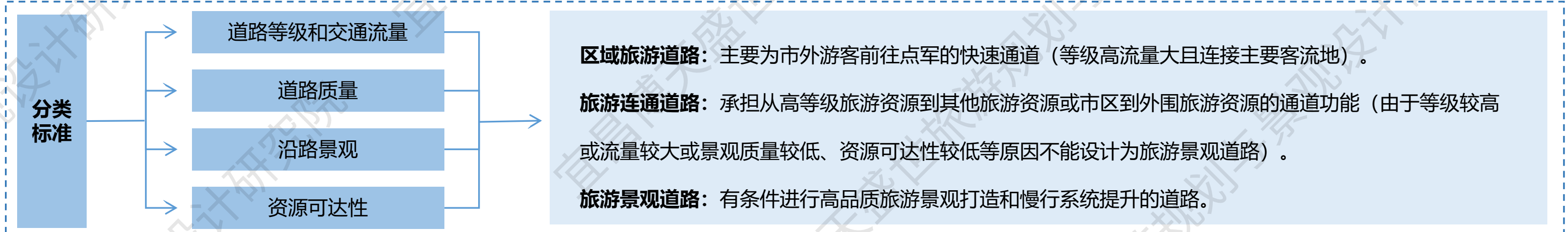
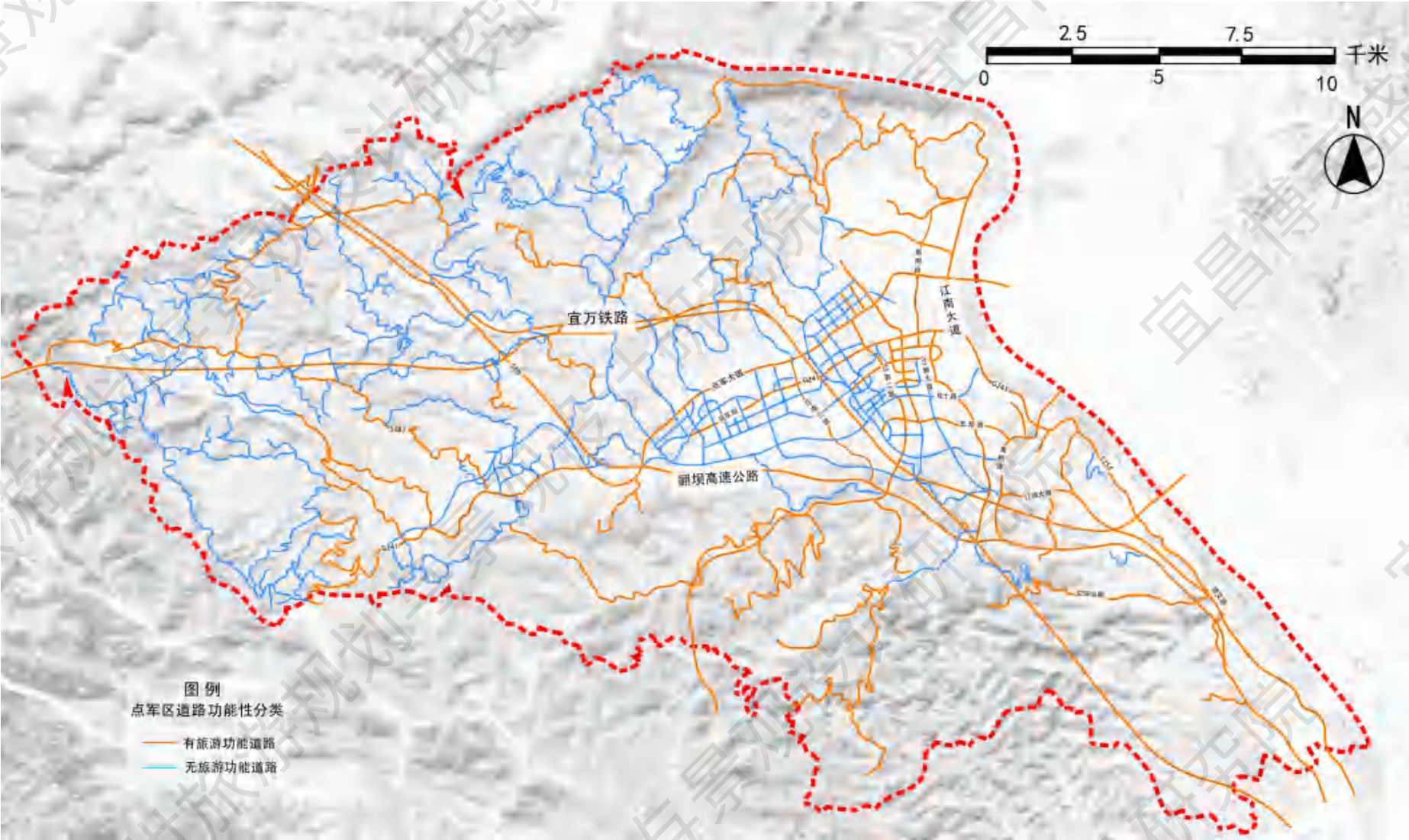
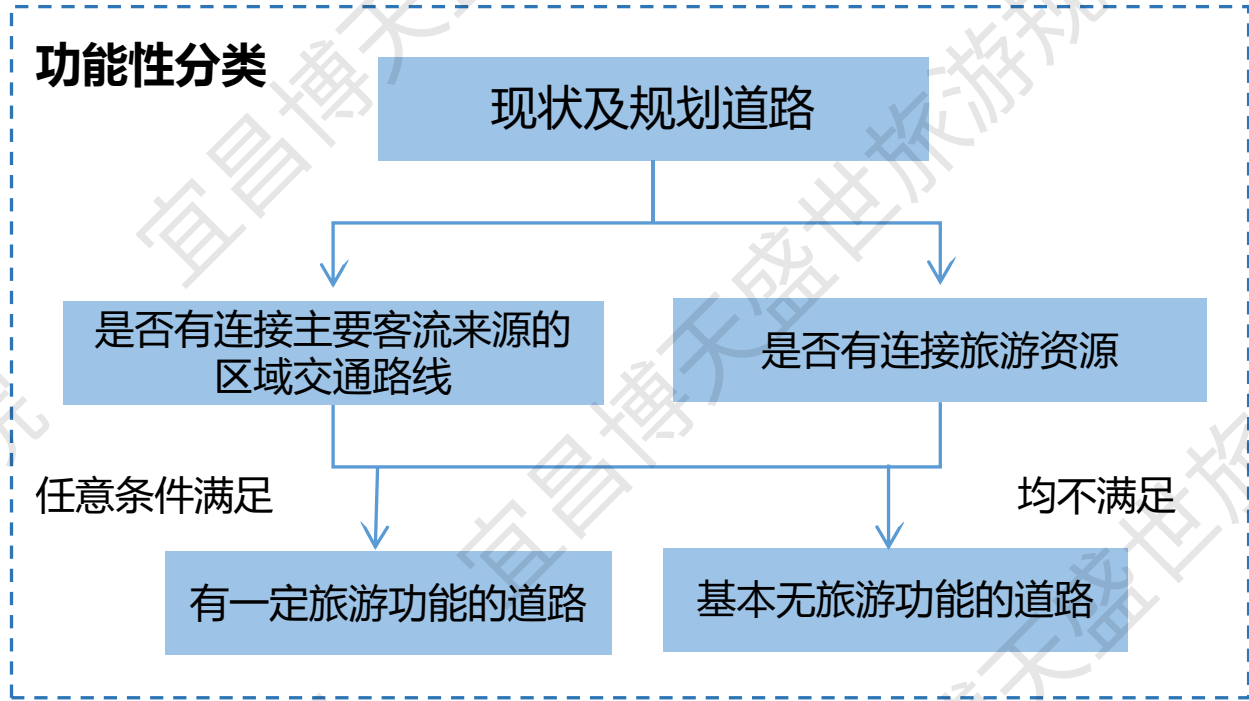
### 八大工程





8.2 旅游交通网络体系

道路分类





## 8.2 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：区域合作、游线引流

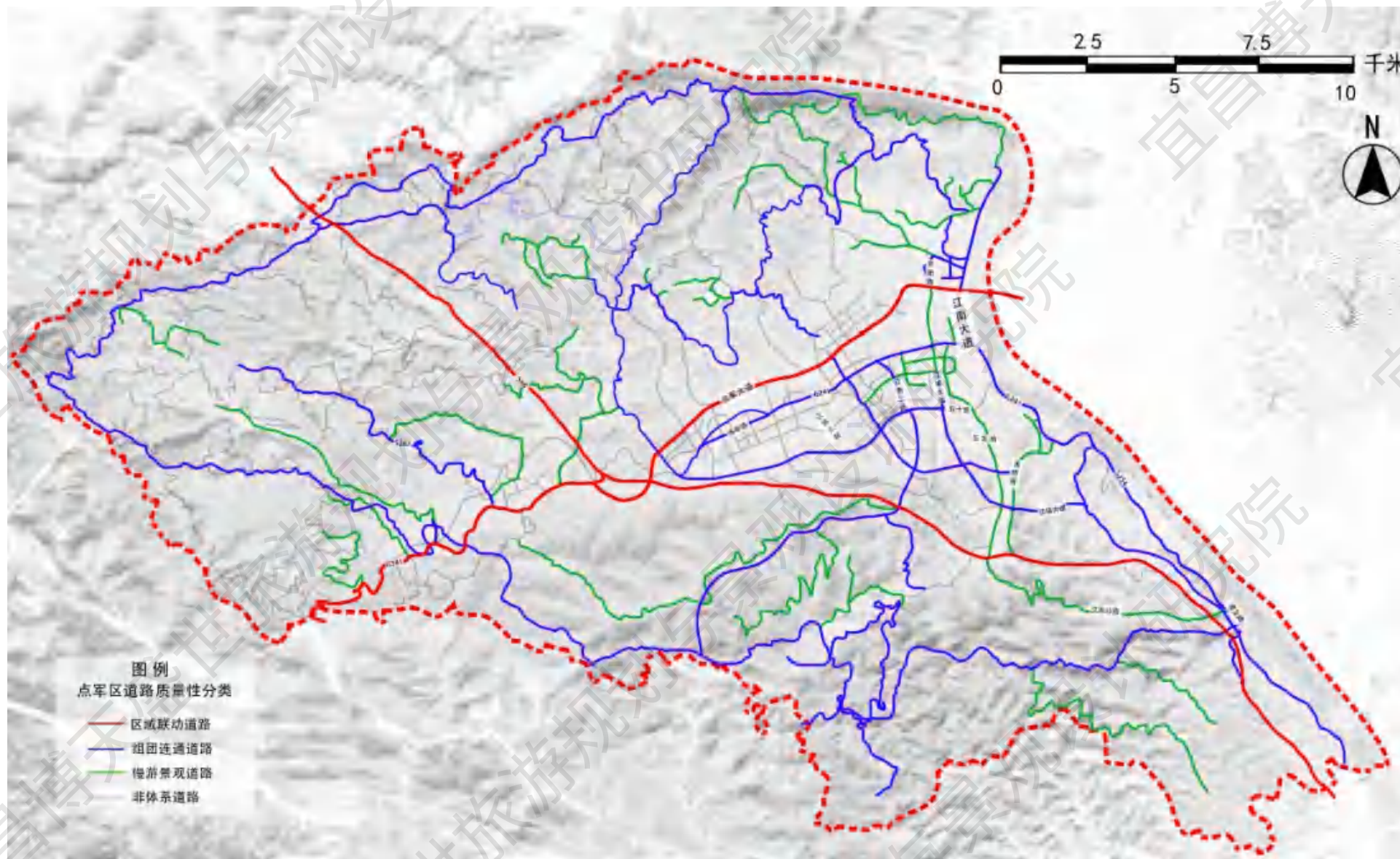
• 作为区域联动的核心轴线，是区域客流进入点军的主要道路，是区域游线合作的主要道路。点军区“四纵、五横”主干路网已全面成型，境内公路直接连通夷陵长江大桥、至喜长江大桥、伍家岗长江大桥。

#### 组团联通道路：组团联通、便捷通行

• 旅游组团之间的联通道路，是游客在点军便捷前往旅游景区的主要道路，道路质量好、便捷度高。

#### 慢游景观道路：组团合作、主题慢游

• 旅游组团内部道路，直接连接旅游景点，是组团内的核心游线，道路质量优良、景观优美、适合打造慢行道。





## 8.2 旅游交通网络体系

### ■ 区域联通道路

#### ► 对外交通道路提升工程：

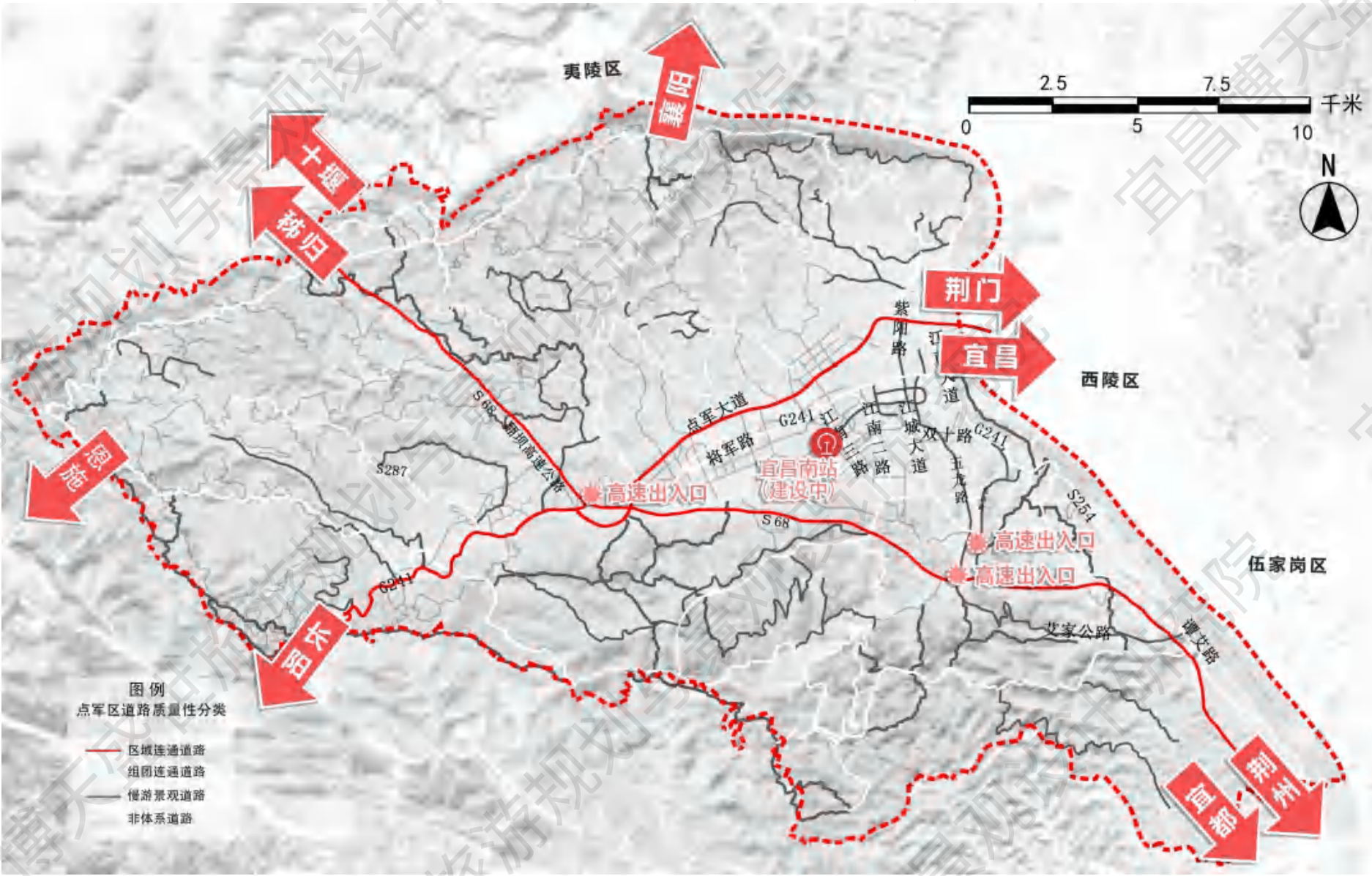
• 点军区对外交通规划格局：围绕全域旅游发展需求、区域旅游合作需求，全面提升对外交通通道运输功能、全面提升通道旅游展示和引导功能；加快推进连接对外交通与核心旅游景区的区域联动道路建设，完成宜昌方向、荆州方向、荆门方向、远安方向四条区域联动道路提升，为区域旅游游线合作提供物质交通基础。

#### ► 对外交通提升：

- **机场：**在三峡机场客流进出通道及机场联通点军的高速路上增设点军重点景区广告牌、标识牌。
- **高铁：**提升高铁站的旅游功能，做好高铁站前往点军核心旅游景点的交通接驳换乘和标识指引，开通前往重点景区的旅游观光车。
- **高速：**积极推进高速旅游化提升工作，完善高速服务区、重点景区交通引导标识。

#### ► 区域联动道路提升：

- 大力推进宜昌方向、荆州方向、荆门方向三条区域联动道路建设，远期完善襄阳、十堰、恩施方向区域联动道路建设。
- 提升区域联动道路交通运输功能，提高道路质量，完成公路达标建设工作。
- 推进旅游化提升建设工作，完善景区引导标识及旅游景观道路引导标识，完善沿路配套，实现全域无障碍换乘，开通前往重点景区的旅游观光车。





## 8.2 旅游交通网络体系

### ■ 休闲道路网络建设工程：

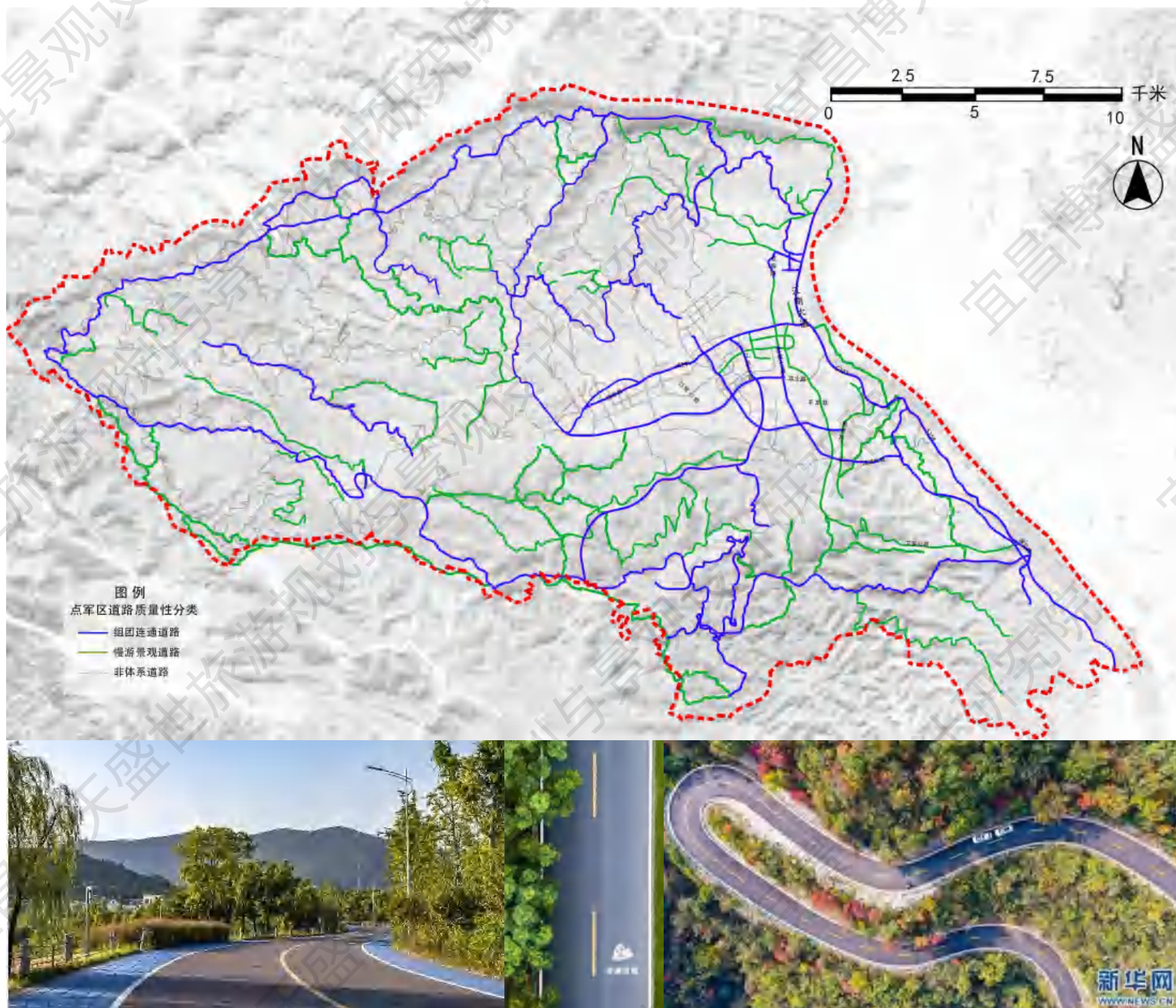
- 将组团联通道路、慢游景观道路两级交通体系打造为交通便捷、风景优美的旅游休闲道路，针对现状道路建设的不足，进行提升、改造，提升道路旅游功能，完善景点指引标识标牌建设，完善沿路服务设施建设，重点对慢游景观道路进行景观美化、慢行系统建设、驿站设施建设，全面提升慢游景观道路的游憩价值。

- **组团联通道路**：路面质量提升，推进沿线景观美化、绿化、亮化工程，景点指引标识标牌建设，沿路景观节点和停车场建设。

- 连接重点景区景点的主干道按照**旅游公路主线的建设标准进行改造，次级道路旅游公路支线的建设标准进行改造。**

- **慢游景观道路**：规划将慢游景观道路依照“**美丽直道**”建设标准进行提升改造，完善慢行功能、推进沿线景观美化、绿化、亮化工程、景点指引标识标牌、休憩驿站及自行车租赁服务点建设，打造集骑行、休闲、健身运动、观光旅游、体验自然等为一体的慢行景观道路。

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）









## 8.2 旅游交通网络体系

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

### ■ 自驾骑行观光服务工程——自驾服务体系：

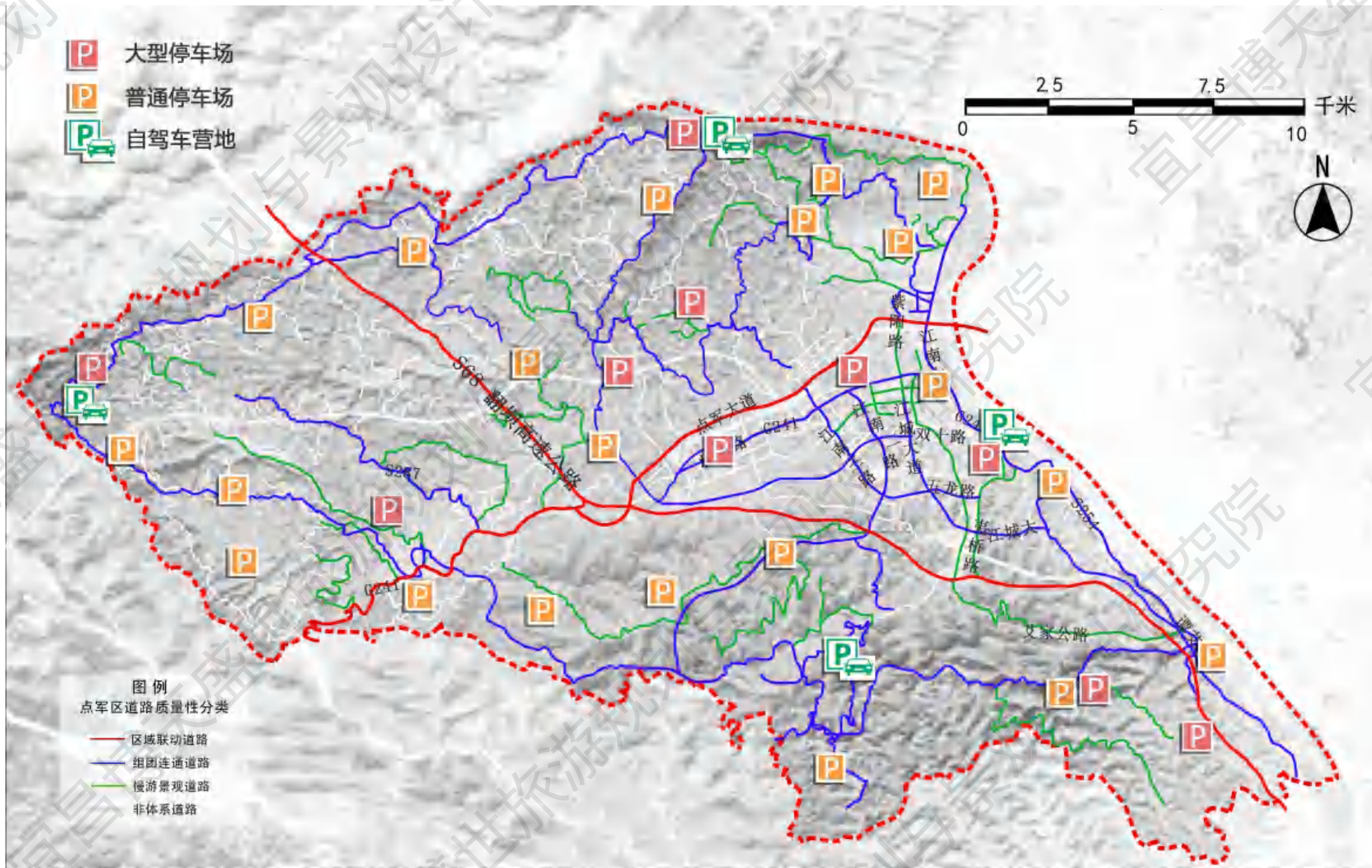
自驾游日益成为游客出行的热点方式，应人性化考虑自驾出游者在观光、休闲、度假、娱乐、购物等方面的需求，完善以停车场和自驾车营地为核心的自驾服务体系。

#### 【停车场体系】：

- 停车场体系建设既要满足游客需要，也要充分考虑本地居民泊车需求，根据不同区域旅游景区等级、游客数量、交通便捷程度、居民需求等特征对停车场进行差异化布置。
- 在大型景区和市镇中心配套游客集散中心建设大型停车场，在小型景区或乡村旅游片区重点乡村设置普通停车场，在休闲道路沿路配合景观节点和驿站设置路边停车位。

#### 【自驾车营地】：

- 在有条件的度假型景区（如磨基山、平善坝、白云山、大溪峡谷等）建立自驾车营地，提供住宿、汽车服务、房车营地、帐篷营地、汽车旅馆等基本服务，满足游客集散、户外露营、休闲娱乐、餐饮住宿、信息服务、医疗救援、汽车补给、汽车租赁、健身运动等游客需求。

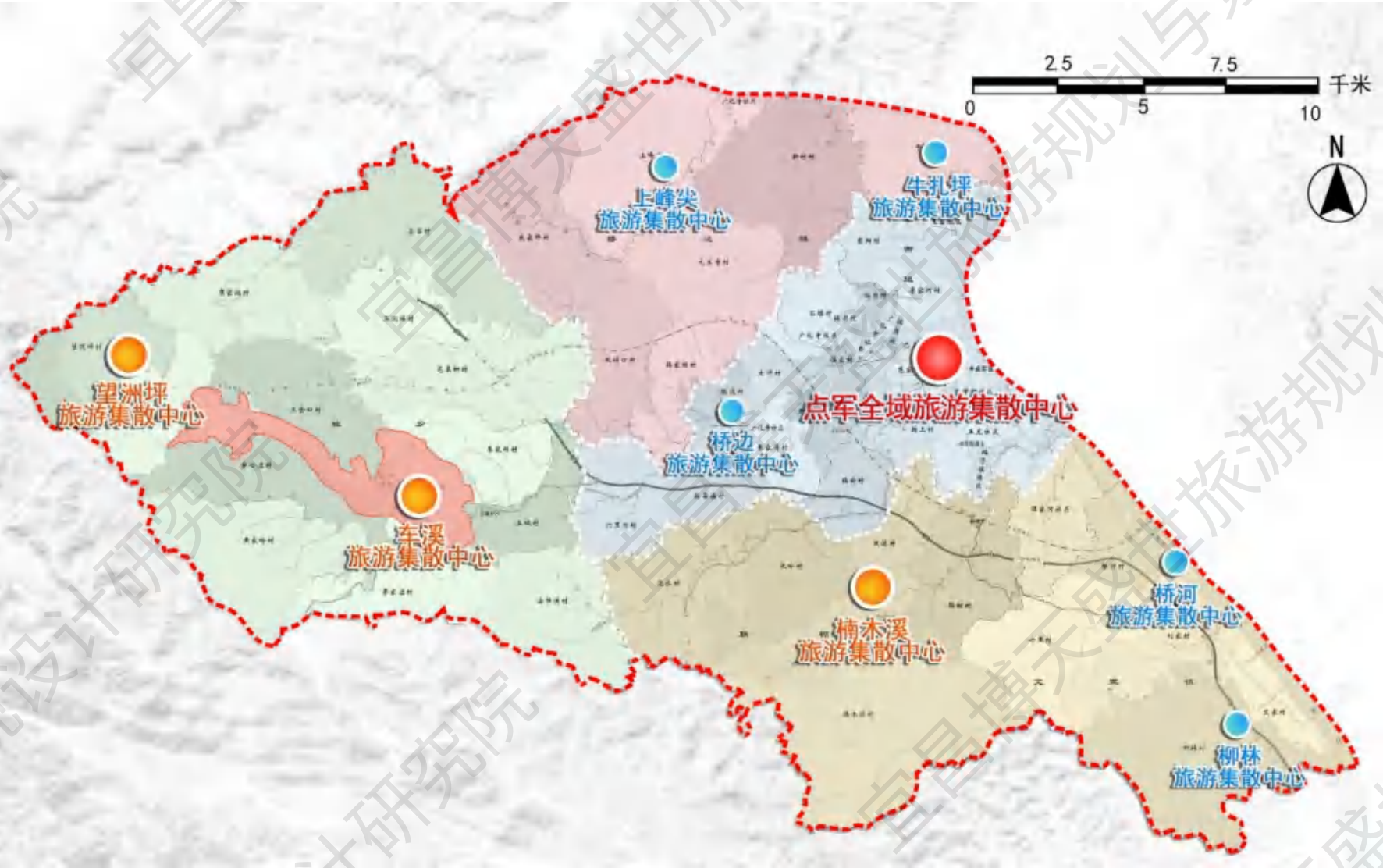




## 8.2 旅游交通网络体系

### 构建多功能、服务广、舒适度高、特色性强的全域旅游集散体系

• 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，实现点军旅游服务中心的网络化布局和旅游服务全覆盖。



#### 一个一级旅游服务集散中心：

• 依托点军区核心城区连接大宜昌市的区域进入性优势和临江的文化氛围，在**URD建设一个一级全域旅游服务集散中心**，实现点军旅游形象展示、交通组织和换乘、旅游信息服务、游客集散和组织、旅游纪念品和文创产品展销、旅游观光专线、市场监管和管理等功能。

#### 三个二级旅游服务集散中心：

• 依托核心景区及重点乡镇，在**车溪（环车溪—曹家畈）、望洲坪（白云山）、楠木溪（文佛山）**设置二级旅游服务中心，具备旅游交通组织和换乘、旅游信息服务、旅游商品展销等服务。

#### 五个三级旅游服务集散点：

• 根据区位和游客需求，在**牛乳坪（乡村游）、上峰尖（三峡民宿集群）、桥边（温泉小镇）、艾家（古渔村）、柳林（荆门山）**设置三级旅游服务集散点，具备旅游指南自助获取、自驾停靠、自助售货机、生态厕所等服务功能。

#### 若干个旅游服务点：

• 根据区位和游客需求，在旅游休闲道路、乡村旅游点、小型旅游景点等地，提供休憩、观赏、旅游信息指引、停车等服务。



8.3 旅游服务中心体系

■ 旅游服务集散中心建设工程

| 等级                          | 区位                   | 功能                                                                                      | 设施                                                                 | 规模                      |
|-----------------------------|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 一级：<br>全域旅游<br>集散中心<br>(1个) | 街办URD                | 点军旅游形象展示、交通组织和换乘、旅游信息服务、旅游宣传推介、游客集散和组织、旅游纪念品和文创产品展销、餐饮购物、旅游产品体验、旅游观光专线、市场监管和管理、应急救援服务等。 | 游客咨询中心、交通换乘中心、休憩大厅、观景台、停车场、旅游厕所、环卫设施、观光车站点、购物场所、餐饮场所、安全救护设施、无障碍设施。 | ≥5000m²                 |
| 二级旅游<br>集散中心<br>(3个)        | 车溪、望洲坪、楠木溪           | 旅游交通组织和换乘、停车场、观光车换乘、骑行换乘、旅游信息服务、旅游商品展销、应急救援服务等。                                         | 交通换乘中心、休憩点、观景台、停车场、旅游厕所、环卫设施、观光车站点、自行车租赁点。                         | ≥3000m²                 |
| 三级旅游<br>集散点<br>(5个)         | 牛扎坪、上峰尖、桥边、桥河、柳林     | 旅游指南自助获取、自驾停靠、自助售货机、生态厕所                                                                | 交通换乘、人工咨询、景区信息指南、旅游厕所、自驾服务、停车场、餐饮、购物、医疗、安全等。                       | ≥2000m²                 |
| 若干个<br>旅游服务点                | 旅游休闲道路、乡村旅游点、小型旅游景点等 | 休憩、景观节点观赏、旅游信息指引、停车换乘等服务。                                                               | 休憩点、观景台、厕所、停车位、自行车租赁点。                                             | ≥300m²<br>可结合现有相关设施改造提升 |





## 8.4 国家步道体系

以点军独特的地势地貌，以领略点军山水风貌为目的，全面推广全民健身、户外运动，打造点军国家步道体系。

### 国家步道建设工程

- 点军步道总长300.5公里，途径点军街道、桥边镇、艾家镇、联棚乡、土城乡5个乡镇街道。
- 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，北延链接秭归、夷陵两区，途径磨基山、谭家河、下经汪家垸、象鼻山、文佛山、小石门、石头坳等，上经紫阳、上峰尖、凤凰坪、马家垸、二蹬坪、白云山。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，途径碑岭上、韩家咀、松门溪、青龙峡、陈家溪、茅家店、谭家岭、六里河、韩家湾、天台观、白马溪、大赵家湾、象鼻山、林家老、求雨包等。
- 卷桥河沿江绿道总长7.26公里，以卷桥河沿岸串联卷桥河湿地、奥体中心、会展中心、王家坝水库，卷桥河步道可有效架构起城乡休闲空间。

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。





## 8.5 旅游智慧信息体系

通过资讯网络、标识网络、数据网络建设，搭建全域旅游智慧信息服务体系。

### ■ 旅游智慧信息服务工程

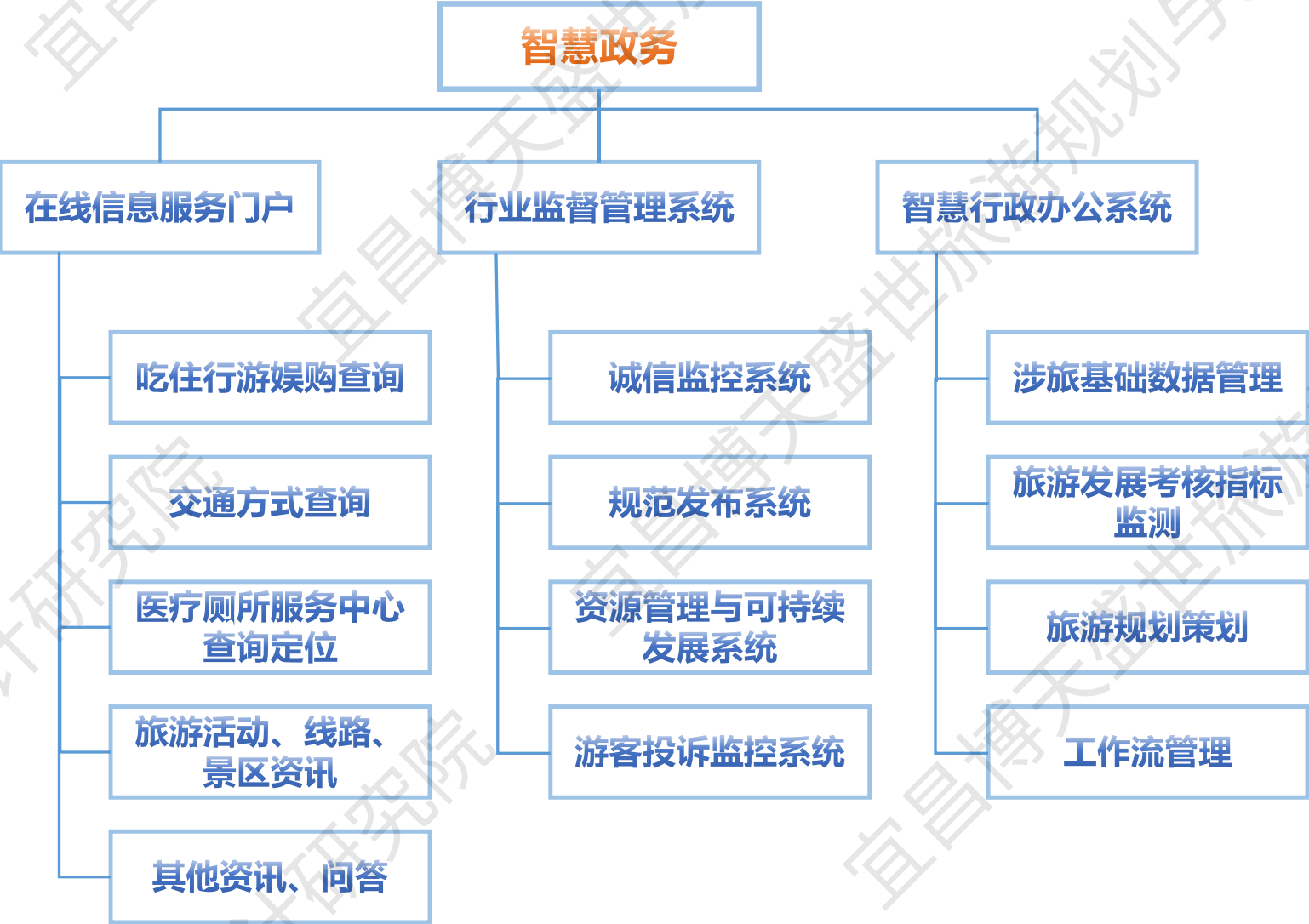




8.5 旅游智慧信息体系

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。

- 建设点军区全域旅游智慧信息管理中心，统筹管理全域旅游数据统计监测工作，完善旅游统计数据信息，并通过考核指标，评估旅游发展绩效；监督旅游行业规范发展，监测旅游舆情与投诉信息并及时反馈；统筹整合全域旅游信息，开发点军旅游信息发布和服务平台。



| 检测单位      | 检测数据                                                                                                                               |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 公安        | 注册登记过夜游客数量<br>入境车辆规模，公共交通运输规模及收入，高铁到达游客规模<br>旅游配套商业接待规模及收入<br>景区接待规模，团队游客规模，客源地分布，经营收入，游客停留时间等<br>过夜游客数量，床位使用率，经营收入<br>团队游客规模、消费水平 |
| 交通        |                                                                                                                                    |
| 工商        |                                                                                                                                    |
| 景区        |                                                                                                                                    |
| 酒店/农家乐/民宿 |                                                                                                                                    |
| 旅行社       |                                                                                                                                    |

| 主要统计考核指标       |                 |
|----------------|-----------------|
| 游客量            | 游客量年度增长幅度       |
| 旅游接待及收入        | 旅游业增加值占GDP比重    |
| 旅游就业人数         | 旅游新增就业占当年新增就业比重 |
| 星级景区、餐饮、住宿设施数量 | 旅游专项资金投入        |



## 8.5 旅游智慧信息体系

**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。**



**旅游大数据信息管理显示平台**

集中展示游客量、游客结构、游客满意度、游客分布等数据方便景区统一监控管理。



**WIFI上网**

覆盖全景区的WiFi设备，提供优质网络服务，方便游客访问智慧旅游服务平台。



**WiFi探针**

通过无线感知采集移动设备信号，抓取设备信息，获取游客信息。



**智能租赁**

通过丰富的游客标签，进行用户细分，帮助景区打造为游客量身定制的推广营销活动。



**智慧游客服务设施**

可交互的在线游客服务设施，包括电子地图、绿线规划、景点讲解等服务。



## 8.5 旅游智慧信息体系

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。



智慧服务APP

集成吃住行游娱购信息、景区产品活动信息、线路推荐信息等游客服务功能。



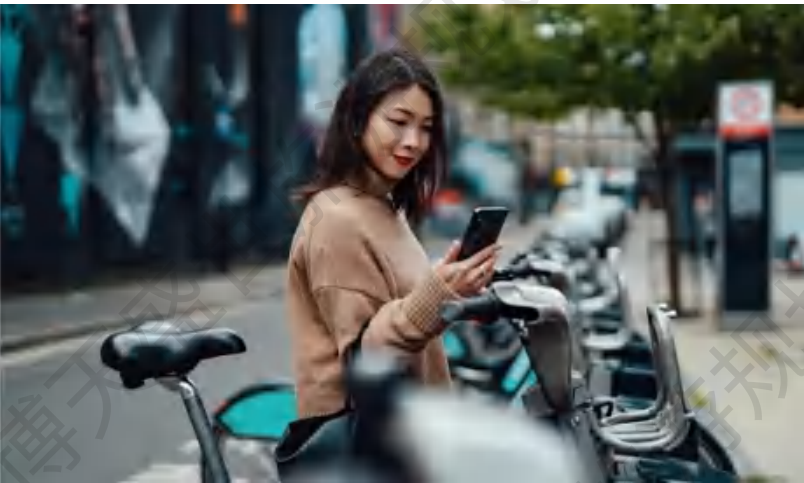
智能导航

提供专门适用于旅游的导航服务，并提供旅游地图和交通信息查询。



智慧导游

景区内通过APP、微信等提供自助讲解、路线指引、服务设施指引等服务。



智慧停车/租赁

在停车场、服务驿站设置自助停车缴费、自助自行车租赁归还等服务。



游客体验中心

在服务中心、景区入口等重要游客集散场所设置游客大数据体验中心，提供景区资讯。



8.6 全域标识系统体系

■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：

| 序号 | 类型                                                                                         | 子类                                                                                   | 解释                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 布局                                                                                                                                                                                |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 市政基础导视系统<br><br>(城市基础设施建设的一部分，包括旅游景区、旅游组团道路交通导视牌、街道路牌、门牌号、公共信息栏、公共建筑标识等，为市民提供最基础的指引和信息服务。) | 1.定位系统<br><br>2.指引系统<br><br>3.提示系统                                                   | 标示名称，提供场所的识别信息。如建筑物名称标识、街道路牌、收费处、卫生间的名称或符号标牌等。<br><br>指引方位和线路，引导人流动线。如景区出入口方向（箭头）导视等。<br><br>作为各类信息的发布的载体。如公共场合的禁止吸烟标识、公共设施的使用说明以及各类宣传栏、公告栏等。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 场所所在位置；<br><br>主要道路交叉口等；<br><br>旅游组团公共场所等；                                                                                                                                        |
| 2  | 功能场所导视系统<br><br>(旅游景区、旅游组团场所内部的导视系统，为该场所内的人群提供指引和信息服务。)                                    | 1.导游全景图<br><br>2.景物景点介绍牌<br><br>3.导览指示牌<br><br>4.关怀警示牌<br><br>5.公共信息牌<br><br>6.形象标志牌 | 需标出景区面积、游览路线及几大片区的分布、重要游览点及旅游服务设施的位置（包括各主要景点、游客中心、厕所、出入口、医务室、公用电话、停车场等，并明示咨询、投诉、救援电话等信息。）<br><br>是为了说明单个景点名称、内容、背景以及最佳游览、观赏方式和角度等信息，是对该景区内具体景观的全面解说。包括地文景观、水域风光、生物景观、天象与气候景观、遗址遗迹、建筑与设施、特色旅游纪念品、人文活动等解说。<br><br>景区内部道路沿线交通指示标识牌，起指路、引导作用。使游客能更轻松、便利地游览各景点。在设置上应兼顾各个方向的游客；<br><br>以牌示形式给游人以警示和忠告的设施，包括安全警示、公益倡议、友情提示等。必要地带需设置安全须知牌并明示景区内可能发生危险的地带、景区所采取的防护措施、需要游客注意的事项。<br><br>对景区内的服务设施进行导引和指示。例如，景区游客中心及各服务点、门票价格表、售票服务牌以及厕所、商店、值班室、电话亭、餐厅、停车场、寄存处、急诊、残疾人服务等场所标识必须使用标志用公共信息图形符号。<br><br>通过其形象展示景区特色，同时也能作为景区视觉参照物。 | 分布于一、二级游客服务中心或景区主要入口。<br><br>分布于景区内各景点入口、重要景观点。<br><br>分布于道路交叉口、道路中段、停车场、旅游公厕等位置。<br><br>分布于拍照位置较好、休憩亭、路滑地段、景区草坪及可能发生危险的地带等。<br><br>分布于各公共服务设施最醒目的位置。<br><br>景区形象标志牌往往设置于靠近景区的主干道 |



8.6 全域标识系统体系

全域旅游标识标牌现已安装完成36块，以下是明细和效果图。

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）

| 序号 | 地点                            | 内容        | 尺寸 (mm)              | 原图 | 效果图 |
|----|-------------------------------|-----------|----------------------|----|-----|
| 1  | 夷陵长江大桥往江南大道方向下桥后，前行至五龙路路口前指示牌 | 道路交通牌     | 4000*2400 (原有标识牌上改动) |    |     |
| 2  | 磨基山森林公园旁，江南大道行至特行政服务中心路口前指示牌  | 道路交通牌     | 3600*2400            |    |     |
| 3  | 外国语学校旁，江南大道上指示牌               | 道路交通牌     | 4000*2400 (原有标识牌上改动) |    |     |
| 4  | 江南大道与花果山立交汇处                  | 道路交通牌     | 3000*2000            |    |     |
| 5  | 至喜大桥下桥辅路处指示牌                  | 道路交通牌     | 3600*2400            |    |     |
| 6  | 至喜大桥下，下桥后掉头处前                 | 道路交通牌     | 3600*2400            |    |     |
| 7  | 至喜大桥下，点军大道与江南大道交汇处            | 道路交通牌     | 3600*2400            |    |     |
| 8  | 紫荆路右侧至牛扎坪村方向路口处               | 道路交通牌     | 3000*2000            |    |     |
| 9  | 福安村入口G241国道点军至长阳道路上           | 道路交通牌     | 3000*1500            |    |     |
| 10 | 磨基山公园                         | 全区全域旅游导览图 | 4*2.2*0.15           |    |     |
| 11 | 磨基山湿地公园东门停车场                  | 全区全域旅游导览图 | 4*2.2*0.15           |    |     |
| 12 | 动物大世界景区入口                     | 全区全域旅游导览图 | 4*2.2*0.15           |    |     |

|    |                      |                                                                |                                              |  |  |
|----|----------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|--|--|
| 13 | 牛扎坪村花木城停车场           | 全区全域旅游导览图                                                      | 4*2.2*0.15                                   |  |  |
| 14 | 磨基山景区入口              | 全区全域旅游导览图                                                      | 4*2.2*0.15                                   |  |  |
| 15 | 三铁寺街in巷广场            | 全区全域旅游导览图                                                      | 4*2.2*0.15                                   |  |  |
| 16 | 奥体中心                 | 全区全域旅游导览图                                                      | 4*2.2*0.15                                   |  |  |
| 17 | G241土城乡人民政府          | 全区、全乡村旅游导览图                                                    | 2400 (长)*1200 (宽)                            |  |  |
| 18 | G241点军大道(下桥辅路出口)     | 车家溪民俗区、磨基山、白云山                                                 | 3000*2500标志板厚度3.0±0.18mm                     |  |  |
| 19 | G241(与乡道交叉口)中街石土城加油站 | 磨基山民俗区(向右箭头)、青泥峡(向右箭头)、花寨村(向右箭头)                               | 柱子高度8000MM、直径325MM; 3000*2500标志板厚度3.0±0.18mm |  |  |
| 20 | G241(与乡道交叉口)南李家溪派出所  | 李家溪村、磨基山                                                       | 1600 (长)*3600 (宽)*240 (厚)                    |  |  |
| 21 | G241天悦酒店门口           | 车家溪民俗区、白云山                                                     | 3000*2000标志板厚度3.0±0.18mm                     |  |  |
| 22 | G241与磨基山287交界处       | 白云山片区                                                          | 2500*1800标志板厚度3.0±0.18mm                     |  |  |
| 23 | G241与乡道交叉(车家溪景区入口)   | 王家湾知康记忆小镇(向上箭头)、人民公社(向上箭头)、车家溪(向上箭头)、车家溪民俗区(向右箭头)、车家溪民俗区(向右箭头) | 700 (长)*3000 (宽)*120 (厚)                     |  |  |
| 24 | 车家溪景区内               | 白云山、天悦酒店片区                                                     | 2000*1800标志板厚度3.0±0.18mm                     |  |  |

|    |                |                                              |                                    |  |  |
|----|----------------|----------------------------------------------|------------------------------------|--|--|
| 25 | G241(王家湾一桥)    | 知康记忆小镇效果图                                    | 1600 (长)*3600 (宽)*150 (厚)          |  |  |
| 26 | G241农村路与磨基山立交处 | 全区、全乡村旅游导览图                                  | 3200 (长)*2400 (宽)*180 (厚)          |  |  |
| 27 | G241(与乡道交叉口)   | 磨基山方向(向右箭头)、农村路方向(向右箭头)、知康记忆方向(向上45度箭头)      | 700 (长)*3000 (宽)*140 (厚)           |  |  |
| 28 | G241(与乡道交叉口)   | 磨基山方向(向右45度箭头)、磨基山方向(向右45度箭头)、磨基山方向(向右45度箭头) | 800 (长)*300 (宽)、柱子高度3200MM、直径140MM |  |  |
| 29 | 磨基山公交站         | 全区、全乡村旅游导览图                                  | 3200 (长)*2400 (宽)*180 (厚)          |  |  |
| 30 | 交警岗亭公交站        | 全区、全乡村旅游导览图                                  | 3200 (长)*2400 (宽)*180 (厚)          |  |  |
| 31 | 车家溪村卫生室门口公交站   | 全区、全乡村旅游导览图                                  | 3200 (长)*2400 (宽)*180 (厚)          |  |  |
| 32 | 车家溪山门公交站       | 全区、全乡村旅游导览图                                  | 3200 (长)*2400 (宽)*180 (厚)          |  |  |
| 33 | 天悦酒店门口         | 全区、全乡村旅游导览图                                  | 3200 (长)*2400 (宽)*180 (厚)          |  |  |
| 34 | 车家溪老街          | 全区、全乡村旅游导览图                                  | 3200 (长)*2400 (宽)*180 (厚)          |  |  |
| 35 | 花田小镇和磨基山民俗区    | 全区、全乡村旅游导览图                                  | 3200 (长)*2400 (宽)*180 (厚)          |  |  |
| 36 | 知康记忆           | 全区、全乡村旅游导览图                                  | 3200 (长)*2400 (宽)*180 (厚)          |  |  |



8.6 全域标识系统体系





## 8.6 全域标识系统体系

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）



G241 土城乡人民政府



G241 点军大道(下高速三岔路口)



牛扎坪村花木城停车场



鸣翠谷景区入口



G241 (与乡道交叉口) 中国石化土城加油站



G241 (与乡道交叉口) 原李家坝旅游牌处



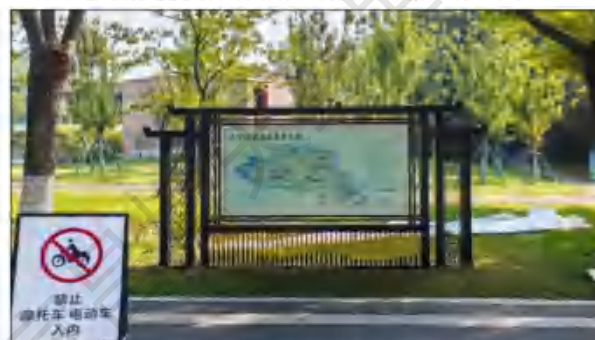
三峡非遗in巷广场



奥体中心



福安村入口G241国道点军至长阳道路上



磨基山公园



曹家畈公交站台



交警岗亭公交站台



王捌院子



动物大世界景区入口



车溪村老卫生室门口公交站台



车溪山门公交站台



## 8.6 全域标识系统体系

点军区全域旅游发展规划 (2025-2035)



G241(王家坝一桥)



G241 农科院与樱花道交界处



G241 天悦酒店门口



天龙云窟门口



车溪老街



G241(与乡道交叉口)



G241(与四黄路交叉口)



G241与乡道交界(车溪景区入口)



花田小厨和溪外民宿



赵嫂农庄



五龙路路口



行政服务中心路口



至喜大桥下桥辅路处指示牌



至喜大桥下,下桥后掉头处前



G241与省道287交界处



江南大道上指示牌



江南大道与花果山路交汇处



点军大道与江南大道交汇处



紫阳路右拐至牛扎坪村方向路口



车溪景区内



## 8.7 旅游惠民便民体系

### 完善环卫、医疗、安全设施、无障碍设施、厕所体系建设，构建全域旅游惠民便民体系

- 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。

#### 【旅游便民设施建设工程】

##### 环卫设施：

- 沿游览线路布设景区垃圾箱、慢行系统垃圾箱，与整体风貌保持协调
- 按照城市标准分级设置垃圾中转站、垃圾箱等设施
- 根据人流规模合理布局，系统规划

##### 医疗设施：

- 合理布局，覆盖全域，分级设置镇级、村级卫生所和景区医疗救治站
- 结合旅游服务中心建设，配套医务室，保证游客健康安全

##### 安全保障设施：

- 在景区景点设置意外灾害紧急避难场地，如集散广场、停车场等可充当临时避难场所
- 加强景区设施安全性检查，完成定时定点巡视
- 在各景区、景点出入口设置安全注意事项，做好安全宣传工作

##### 无障碍设施：

- 设置轮椅、拐杖等设施租赁点，设置无障碍游线和绿色通道建设
- 完善盲道、轮椅通道等设施建设
- 完善公厕无障碍厕位、母婴专用卫生间，老人、儿童专用车间等设施





## 8.8 旅游厕所建设体系

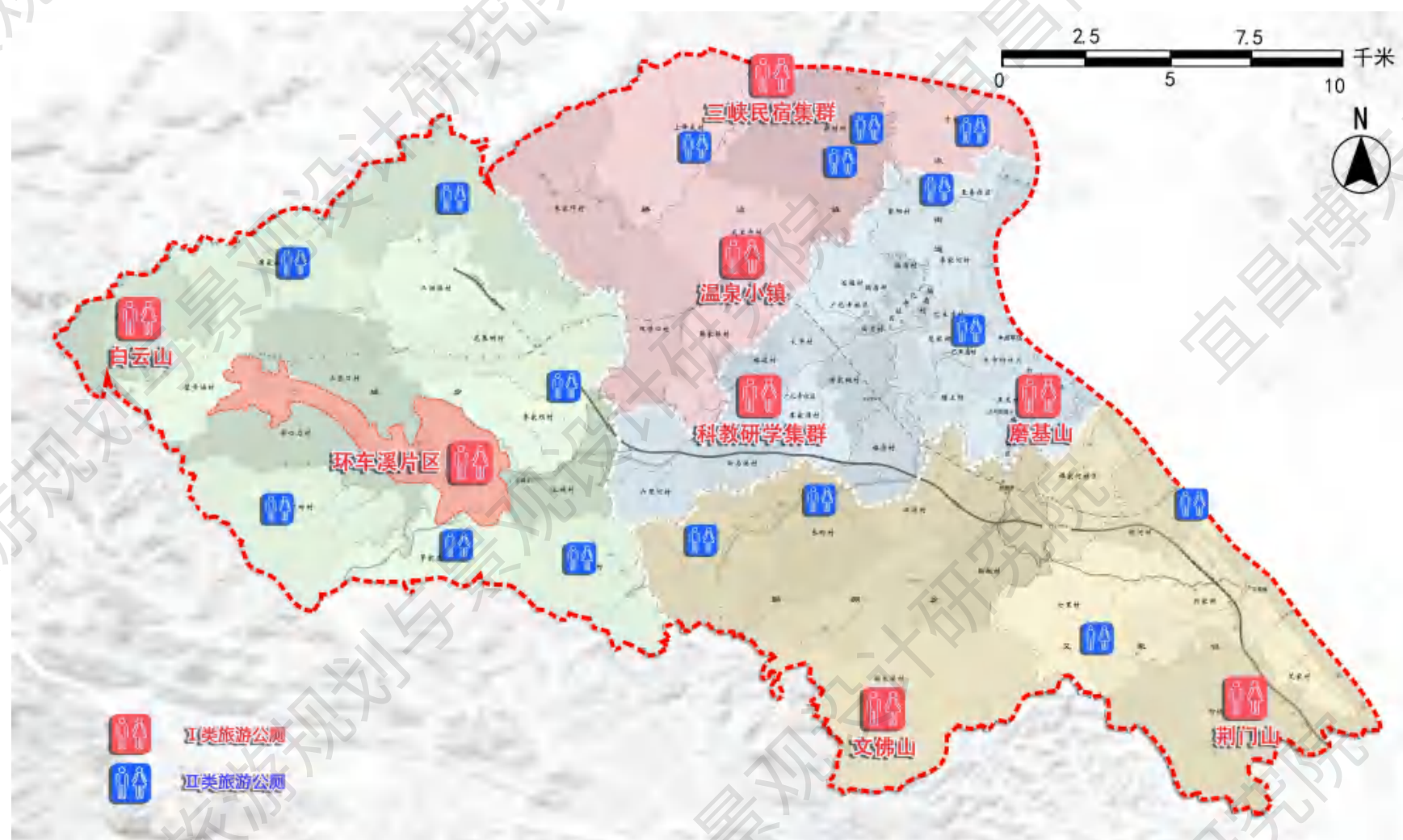
### ■ 旅游厕所建设工程

- 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级以上厕所标准，实现“数量充足、干净无味、实用免费、管理有效”的要求。优先安排人流较大的景区/景点旅游厕所进行改造和提升，注重设施完备、功能实用、通风良好、清洁卫生，同时兼顾外观，与周边环境和景区整体设计相协调。

- 重点景区（环车溪--曹家畈、白云山、文佛山、荆门山、温泉小镇、三峡民宿度假区、磨基山、科教研学集群等）、重点交通枢纽及一二级旅游服务中心等重点区域，建设Ⅰ类旅游公厕。

- 次级景区、乡村旅游景点、休闲道路景观节点、三级旅游服务中心等区域，在人流较大的节点建设Ⅱ类旅游公厕。

点军区全域旅游发展规划（2025-2035）





09

## 全域景观风貌提升

Improvement of the overall landscape style



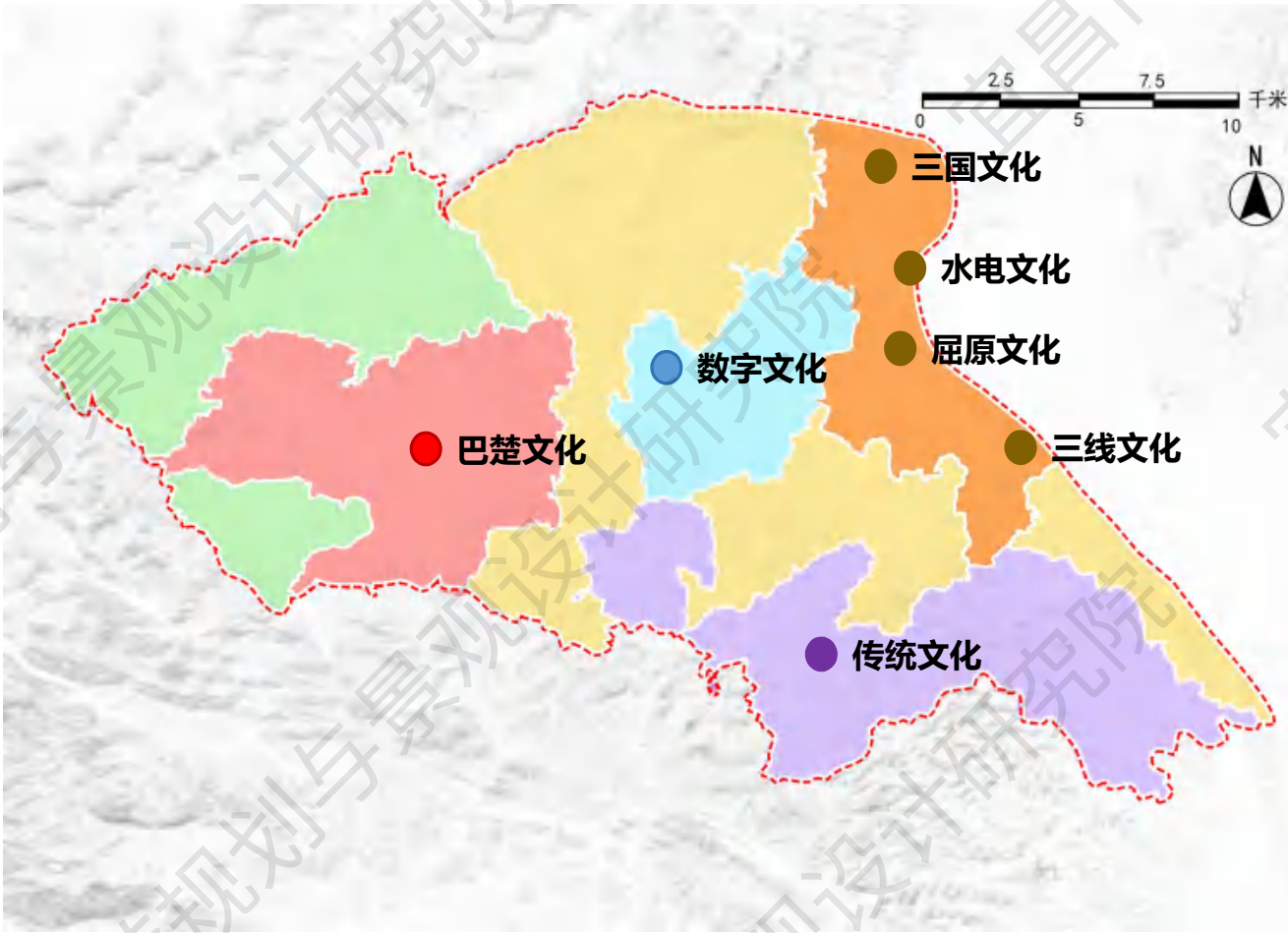
# 9.1 景观风貌提升原则

## ■ 文化为基因

点军区全域景观风貌提升的核心思路——提炼旅游主题要素进行全域景观营造，以文化为基因，以自然为底蕴，以生态为理念，以全域旅游化为路径。开展点军区全域旅游景观提升行动，形成文化贯穿全域大风景、主题支撑片区风景、处处皆景、移步换景的全域旅游景观格局。

### • 以文化为基因

以点军区汇聚的巴楚文化、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。





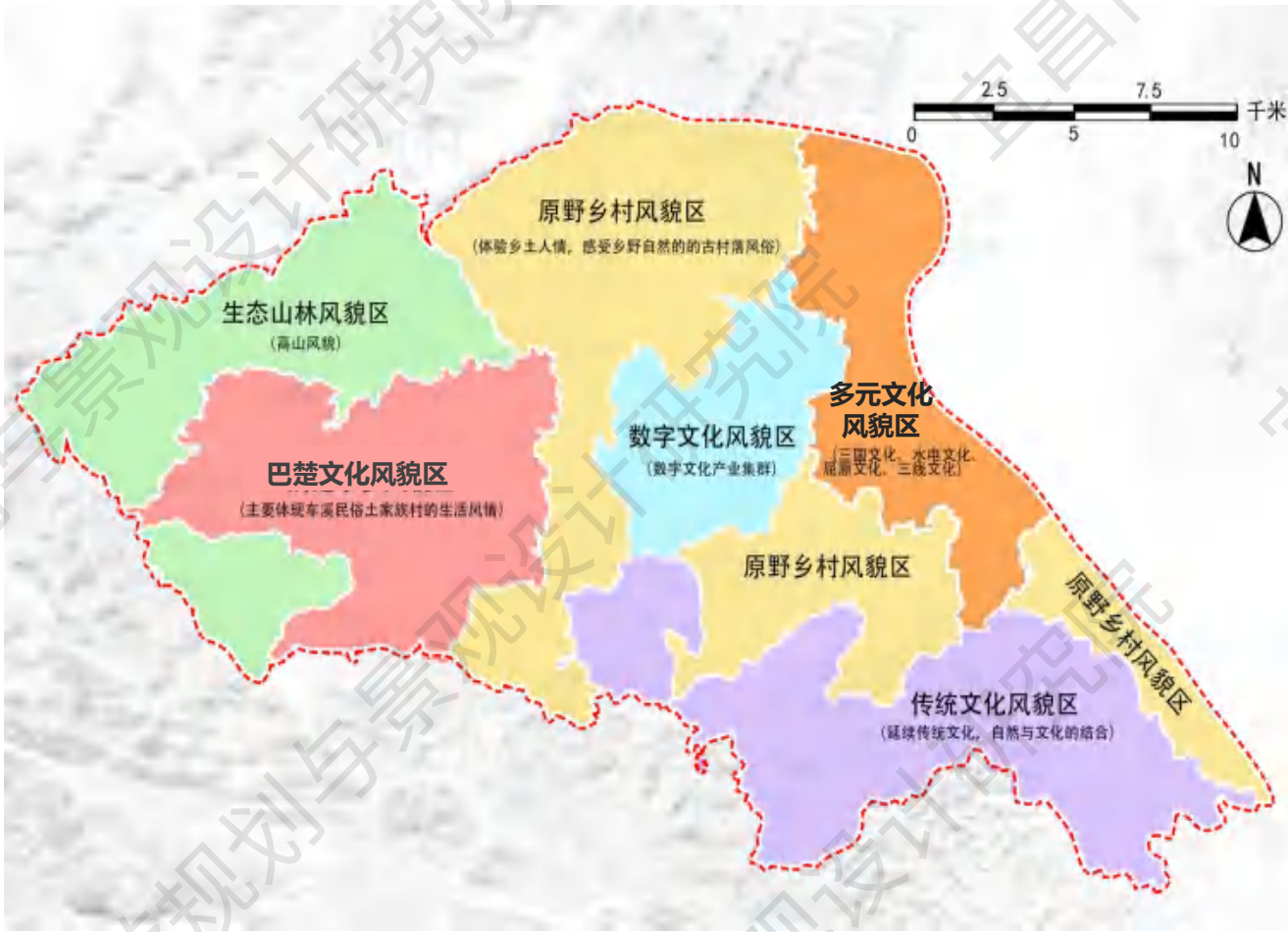
# 9.1 景观风貌提升原则

## ■ 自然为底蕴

点军全域景观风貌提升的核心思路——提炼旅游主题要素进行全域景观营造，以文化为基因，以自然为底蕴，以生态为理念，以全域旅游化为路径。开展点军全域旅游景观提升行动，形成文化贯穿全域大风景、主题支撑片区风景、处处皆景、移步换景的全域旅游景观格局。

### • 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。





## 9.1 景观风貌提升原则

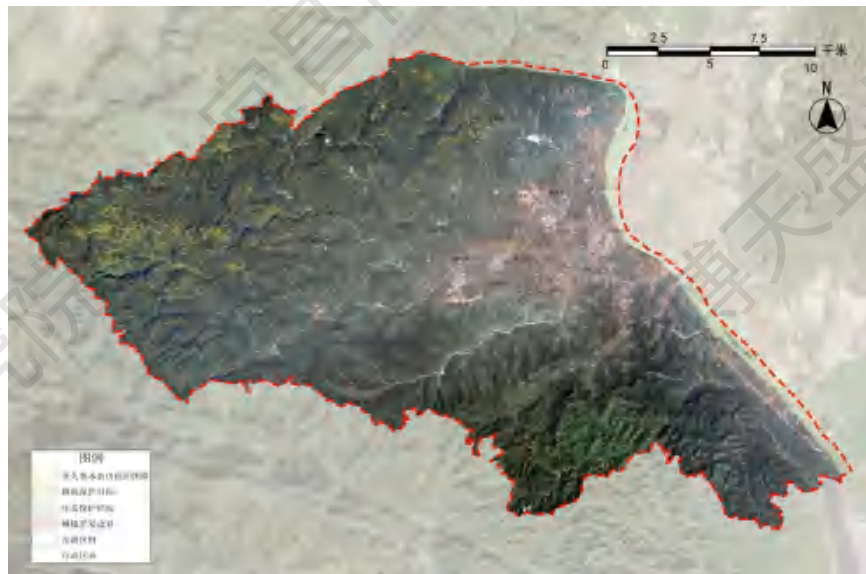
### ■ 生态为理念

点军全域景观风貌提升的核心思路——提炼旅游主题要素进行全域景观营造，以文化为基因，以自然为底蕴，以生态为理念，以全域旅游化为路径。开展点军全域旅游景观提升行动，形成文化贯穿全域大风景、主题支撑片区风景、处处皆景、移步换景的全域旅游景观格局。

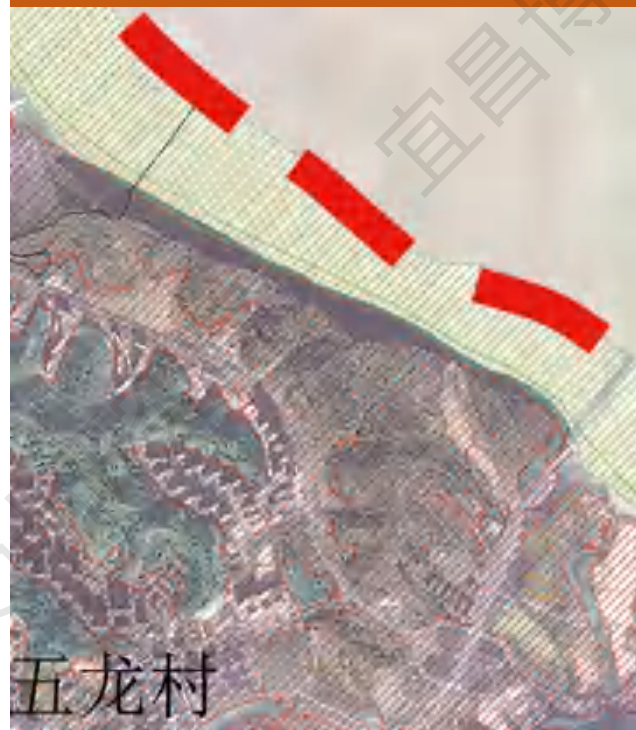
#### • 以生态为理念

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。



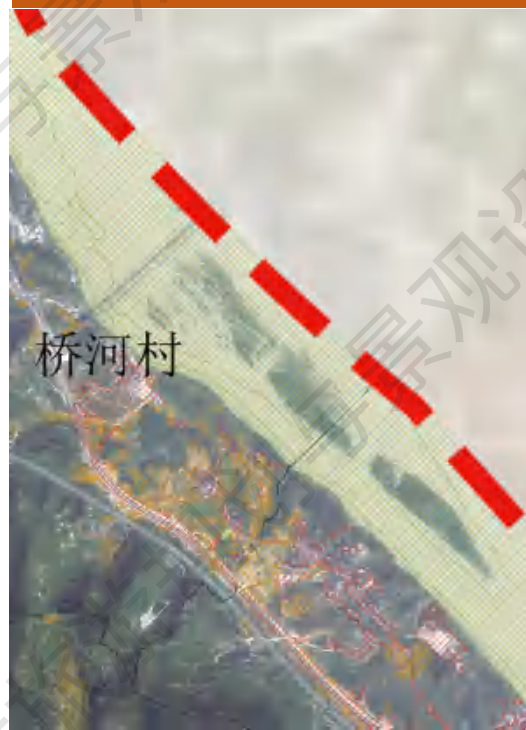
磨基山生态红线



文佛山生态红线



胭脂坝生态红线



平善坝生态红线





# 9.1 景观风貌提升原则

## ■ 全域旅游化为路径

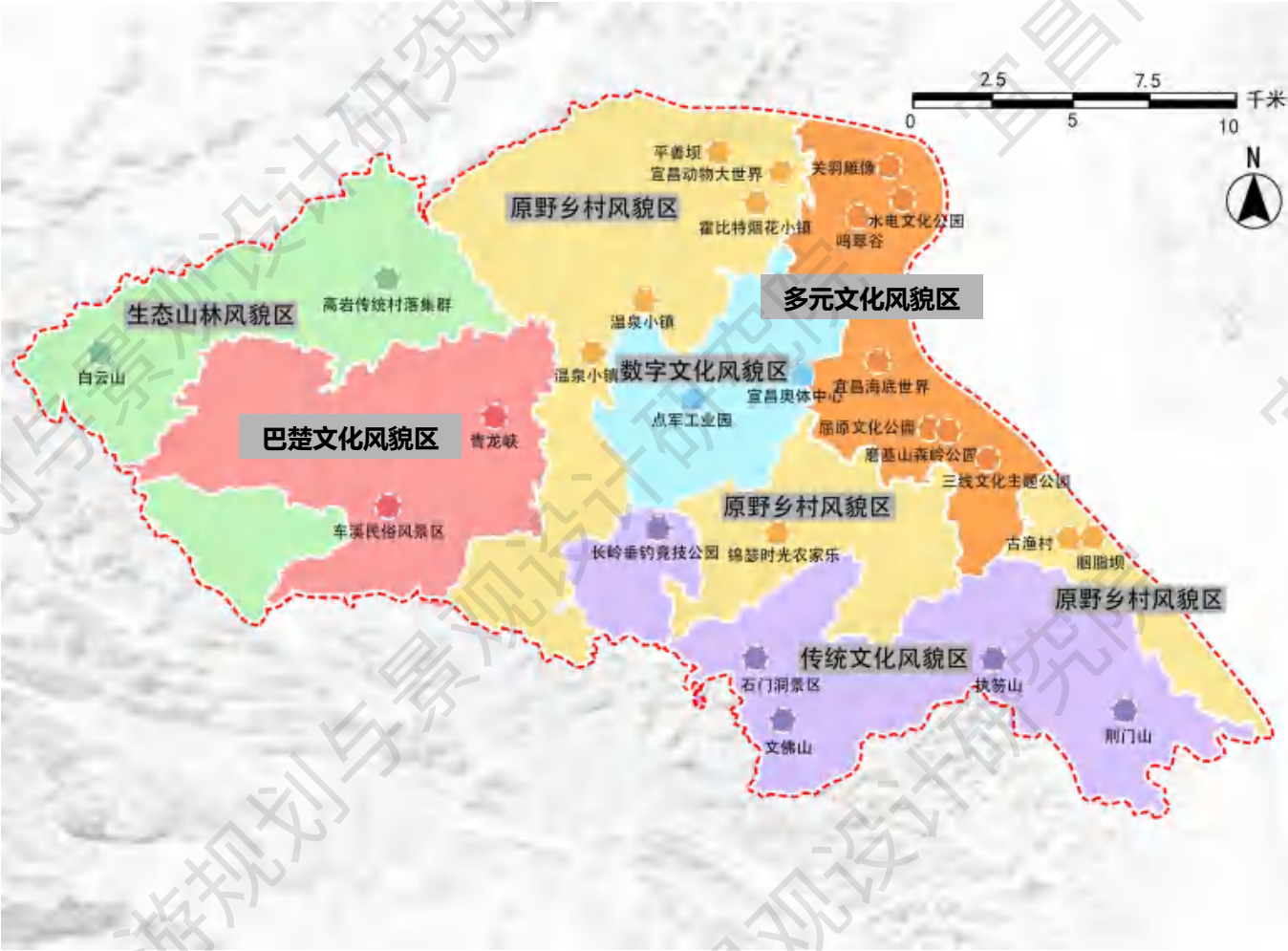
点军全域景观风貌提升的核心思路——提炼旅游主题要素进行全域景观营造，以文化为基因，以自然为底蕴，以生态为理念，以全域旅游化为路径。开展点军全域旅游景观提升行动，形成文化贯穿全域大风景、主题支撑片区风景、处处皆景、移步换景的全域旅游景观格局。

### • 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。



点军区全域旅游发展规划（2025-2035）





## 9.2 全域景观风貌分区

点军景观风貌主题必须立足其丰富的历史文化积淀和得天独厚的自然环境，从巴楚文化、生态山林、数字文化、原野乡村、传统文化、多元文化六大关键主题进行定位，与城镇、乡村、景区等地域空间有机结合，塑造点军特色景观风貌。

### • 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1314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”，成为点军的都市名片。

### • 原野乡村——人居特色

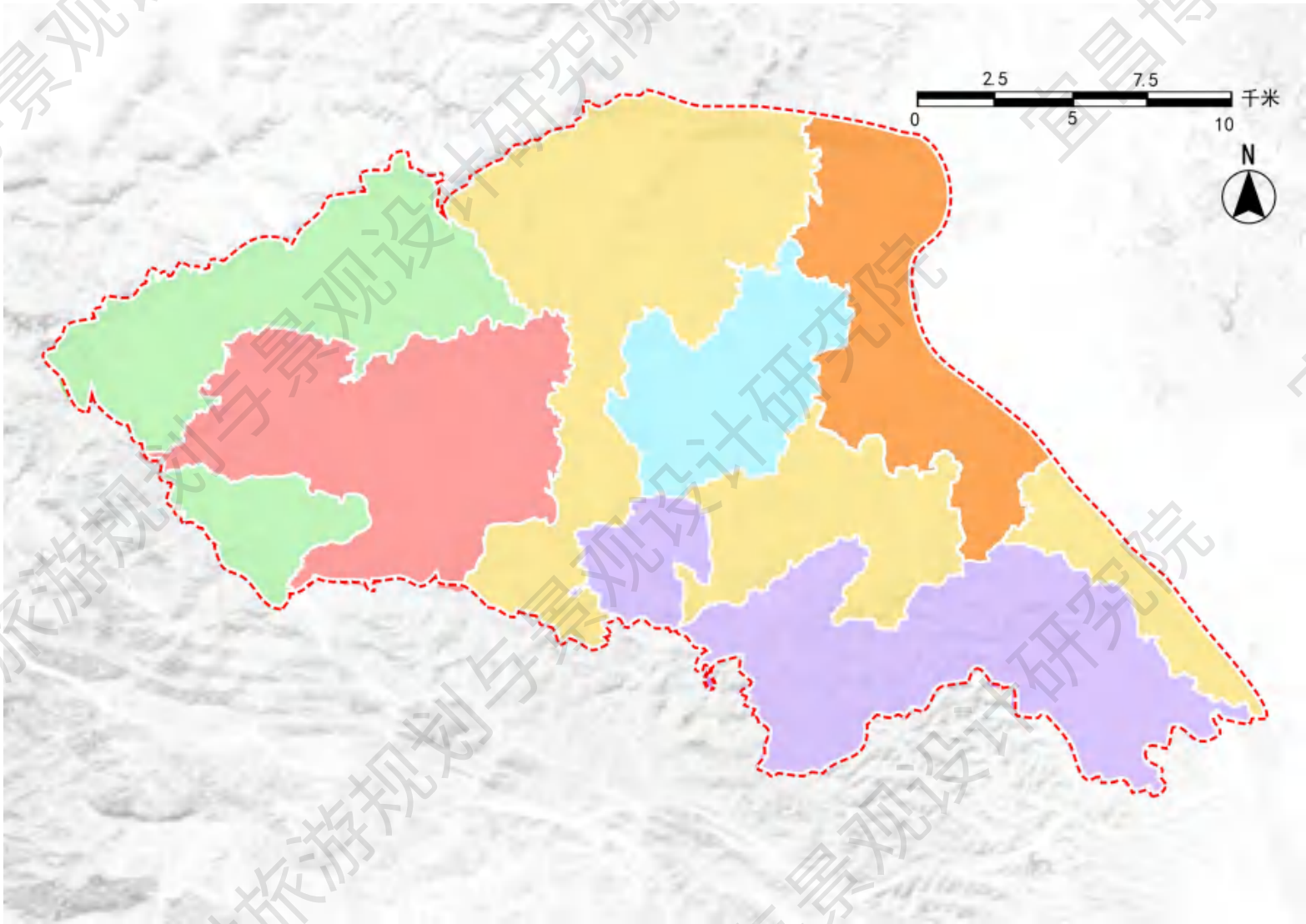
点军地势西部高，东部低，丘陵岗地分布广泛，错落的原野乡村气息，彰显了点军在乡村振兴背景下塑造的独特优质的人居特色。

### • 传统文化——民族特色

独特的山水文化、悠久的历史文脉、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。





## 9.3 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。



巴楚文化主题风貌



生态山林主题风貌



数字文化主题风貌



原野乡村主题风貌



传统文化主题风貌



多元文化主题风貌



## 9.4重要区域景观提升建议

### ■ 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

用绿植景观、景观小品等元素重点打造能体现点军车溪土家族民俗文化的地段区域。对现有车溪景区进行提档升级，整合茅家店村旅游资源，依托土家族文化，围绕王家坝水库打造土家风情古镇。

##### • 建筑风貌提升

重点旅游路径沿线建筑采用土家族传统村落的房屋形式打造，建筑外墙装饰充满土家族独特文化符号和寓意的精美雕刻、彩绘。

##### • 景观小品设计

以土家民俗文化为核心，提炼和创新文化元素符号，以此为依托设计景观小品、雕塑以及人物形象，并广泛运用于旅游标识系统、环卫设施等基础设计。





## 9.4重要区域景观提升建议

### ■ 环车溪--曹家畈片区文化旅游示范区景观提升建议

#### 2.旅游休闲空间提升

##### • 点亮滨水公共空间

突出滨水公共活动带及绿化节点的打造，打通水与城的视线通廊。

##### • 活化水脉文化符号

土城河两岸景观打造融入土家民俗文化，选取合适的地点，增加土家文化主题的亲水体验活动，营造休闲氛围。

##### • 控制滨江风貌

严格控制王家坝水库、土城河两岸的建筑立面，整体色彩应协调有致，与滨江整体环境氛围相协调。

##### • 绿地休闲空间

适当建设街头绿地，高效改善居民居住生态环境和提供公共活动场所。

##### • 特色节点

区域范围内加强土家民俗文化景观打造，形成群众集聚的小型空间。



景观提升意向图



景观提升意向图



## 9.4重要区域景观提升建议

### ■ 重点乡镇景观风貌提升措施

#### 以点军土城乡为例：

##### • 延续传统街巷格局

延续传统街巷格局，控制传统街巷界面，保存街区历史遗存。注重传统街巷的同一性和多样性，引导乡镇独特个性和特色营造，合理处理街巷的空间结构和空间节点、控制界面，把握空间尺度，延续乡镇肌理。

##### • 景观文化符号应用

从当地特色文化和资源中提取景观文化元素符号，广泛运用于建筑外立面、道路铺装、休憩设施、基础设施等，对古镇古村文化进行有机融合、继承保护和创新发展的。

##### • 建筑风貌景观控制

加大对传统建筑的保护力度，对破损的建筑外立面进行修复；

新建仿古建筑以传统建筑元素装饰，外立面颜色应比原来颜色暗一色系，采用做旧手法，保持景观的协调性。

##### • 公共休闲空间打造

注重文化元素符号的运用，将开敞空间与文化休闲有机结合；

商业街招牌统一设计，从当地文化中提取元素；设计反映历史阶段的景观小品，烘托商业街氛围。



土城老街意向图



土城老街意向图



## 9.4重要区域景观提升建议

### ■ 其他乡镇景观风貌提升

#### 1.环境风貌提升

- 清理占用道路的杂物，对施工场所进行隐藏；
- 重点参观区域实现三线入地；
- 隐藏配电箱、空调机等外露的生活设施；
- 根据当地文化内涵设计垃圾桶、休憩设施等，摆放在合理位置。

#### 2.休闲空间景观风貌提升

- 广场景观提升，打造大尺度疏散场所、城镇的门户景观展示地，注重与慢行系统道路的串联。
- 慢行道路景观提升，公共艺术结合步行道设置，体量不宜过大，形式丰富多样，具备休息、饮水等功能性；采用多样性的道路断面和标高设计，加强道路的步行环境特征，采用特殊地面铺装与车行道相区别。
- 文化街区景观提升，以传统村落为依托，立足于当代设计环境，在原有街巷肌理的基础上加以改造，疏通原有的窄巷、死巷，通过设计将街道与广场空间融为一体，形成收放有致的空间效果，吸引人流集会和节事活动，带动区域的人气提升。



乡镇景观风貌意向图



乡镇景观风貌意向图



## 9.4重要区域景观提升建议

### ■ 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。

#### 1. 出入口服务区景观提升

##### • 出入口环境

出入口环境整体美观、秩序良好，与景区整体氛围相协调；

##### • 出入口建筑

出入口主体建筑运用反映当地特色风情的本地特色建筑风格和材料，能反映和突出主体景观；出入口建筑选址不应破坏景观，主体建筑风格有特色、效果突出，各单体建筑风格一致，相互协调，建筑外形与景观相协调。

##### • 景区大门及游客中心

景区大门以景区核心文化为主题，造型美观，凸出迎宾气氛。

游客中心标识醒目，造型景观化，烘托景观环境，色彩外观与景观相适宜。

建设生态停车场，设置绿化停车面或绿化隔离线，使用生态型或环保型建筑材料修建。



景区入口意向图



景区入口意向图



## 9.4重要区域景观提升建议

### ■ 景区景观风貌提升

#### 2. 标识系统景观风貌提升

##### • 标识图案设计

图案设计要直观明了，雅致大方，体现景区核心文化内涵，如车溪景区标识系统可提取土家民俗文化元素进行设计；外形别致，具有艺术感；

##### • 标识材质

材质应充分发挥“就地取材”原则，采用木、石材质，起支撑作用的钢制铝材，进行仿生处理，与景区环境相融合。

#### 3. 游步道景观风貌提升

##### • 步道设计

游步道设计要突出文化性，特色突出，以景区文化故事作为串联，进行景观小品的布置

##### • 步道铺装

游步道的铺装避免水泥地、大理石地砖等过于现代的材质，采用鹅卵石、嵌草砖等生态或仿生态材质

#### 4. 游客公共休息设施和观景设施景观风貌提升

##### • 设施造型

设施造型对景区景观有烘托效果，与景观环境保持协调

##### • 设施材质

设施制作精美，有艺术感；材质生态，与景区整体景观相协调。



游步道意向图



## 9.4重要区域景观提升建议

### ■ 景区景观风貌提升

#### 5. 环卫设施景观风貌提升

##### • 在建设施

景区在建设施要保持场地秩序，施工场地维护完好，美观；

##### • 地面卫生和设施质量

游览场所地面无污水、污物，建筑物及各种设施设备无污垢、无剥落；

##### • 垃圾箱和垃圾处理

垃圾箱外观整洁，造型美观，与景区环境相协调

垃圾做到日产日清，不乱堆乱放，不就地焚烧或掩埋。

旅游卫生间的外观、色彩、按照景区特点设计，具有独特性，与景区环境相协调



垃圾桶设计意向图



景区卫生间意向图



景区卫生间意向图



## 9.5 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

景观雕塑能够通过独特的造型和材质，美化空间环境，增加景观的美学价值。雕塑家可以根据空间环境和景观特色的需求，设计出与之相匹配的雕塑作品，使整个环境更加和谐、精美。

#### 2、 文化传承的载体

景观雕塑可以承载着历史、文化和地域特色，成为传承文化的重要载体。雕塑家可以从历史故事、传统文化、地域特色中汲取灵感，将文化元素融入雕塑作品中，使游客可以通过雕塑作品了解更多的历史文化知识，增强文化认同感和归属感。

#### 3、 艺术价值的体现

景观雕塑作为艺术品的一种形式，能够通过造型、材质、技艺等方面的表现，体现艺术的价值。优秀的雕塑作品不仅能够美化空间环境，更能够带给人们美的享受和艺术的启迪，提高人们的审美情趣和文化素养。





## 9.5 城市景观雕塑

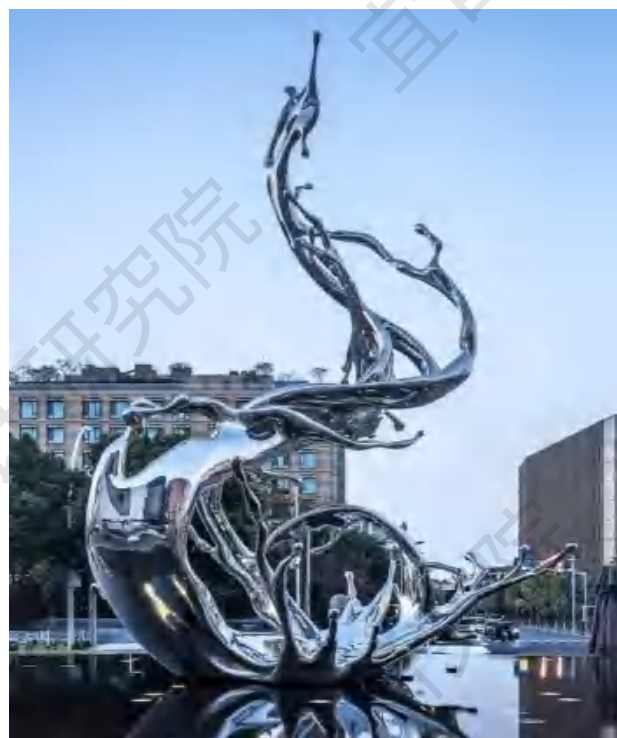
### ■ 城市景观雕塑的意义

#### 4、提高景观的互动性

景观雕塑可以成为景观中的互动元素，吸引游客的参与和互动。比如，一些雕塑作品可以成为游客拍照留念的背景板，一些雕塑作品可以供游客触摸、攀爬、摆动等，增加游客与景观的互动性，提高游客的体验感受。

#### 5、增强景观的记忆性：

景观雕塑可以通过独特的造型和寓意，增强游客对景观的记忆。一些雕塑作品可以成为游客回忆游览经历的标志物，一些雕塑作品可以通过特殊的造型和材质，给游客留下深刻的印象，使游客能够更好地记住这次游览的经历。



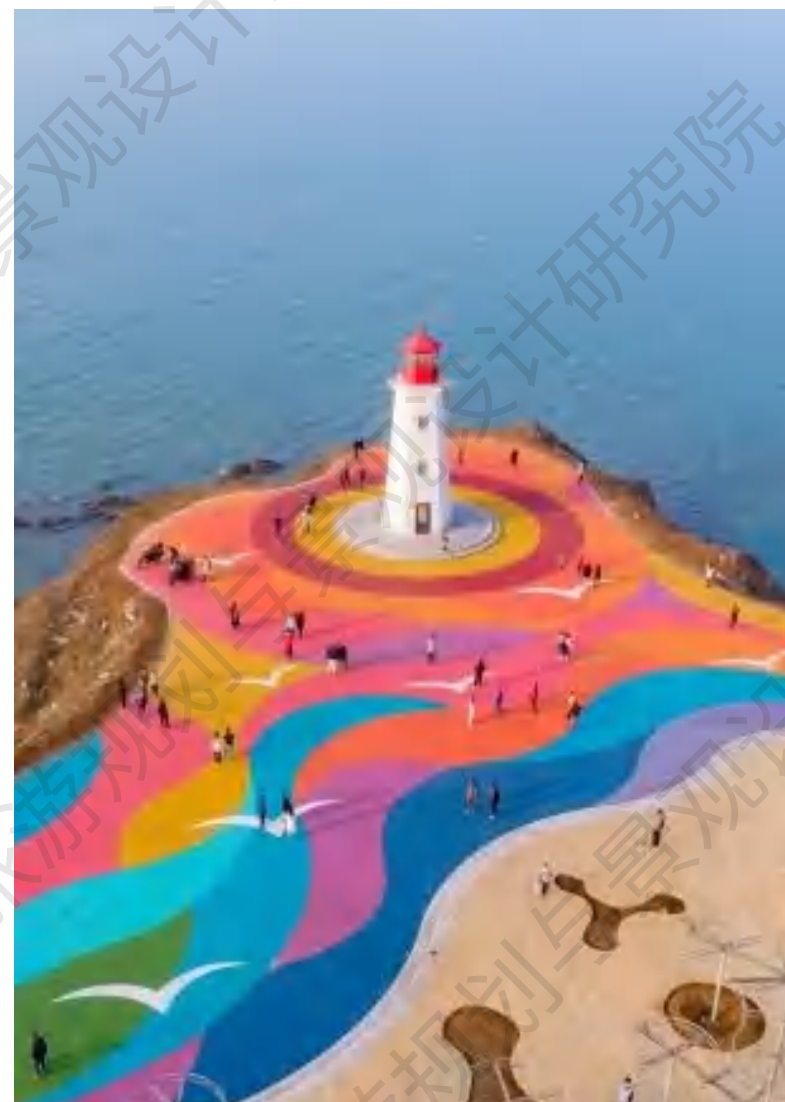


## 9.5 城市景观雕塑

■ 老码头雕塑（艾家古渔村）意向图



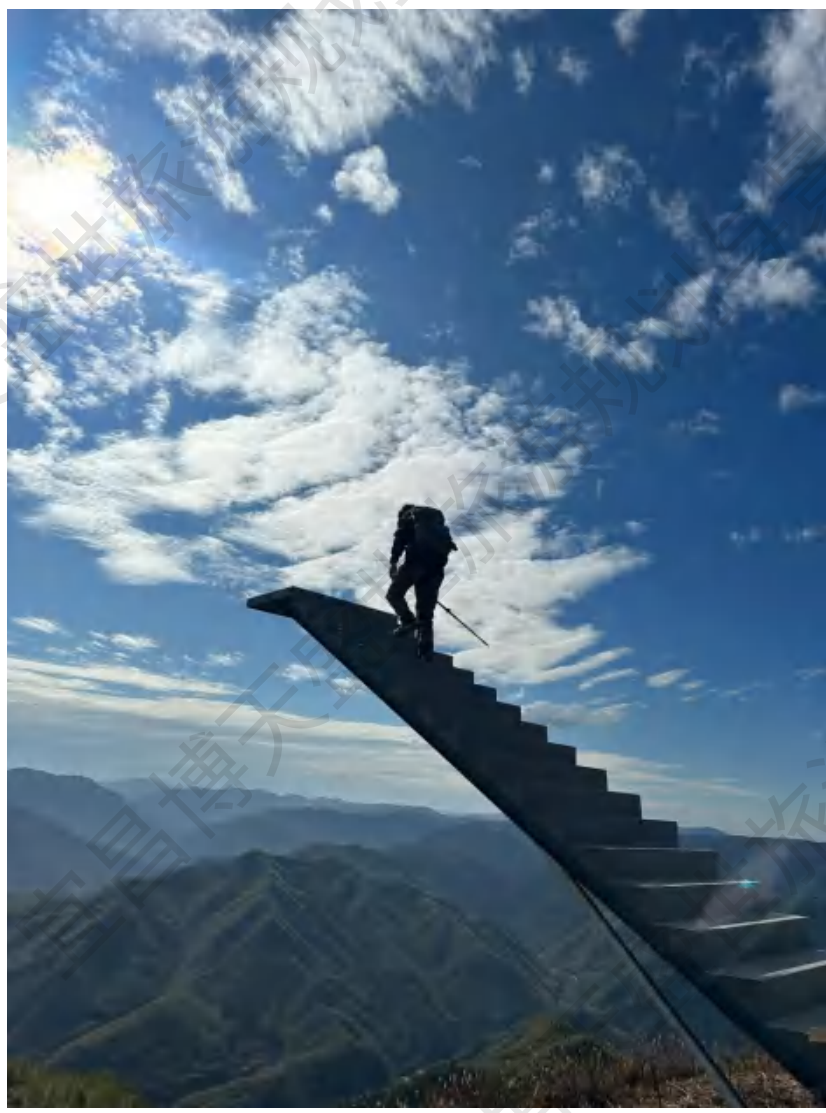
■ 牛扎坪灯塔意向图





# 9.5城市景观雕塑

■ 平善坝云梯意向图



■ 桥边集镇烤鱼雕塑意向图





# 9.5城市景观雕塑

## ■ 案例借鉴



威海《画中画》



青岛《五月的风》



烟台《天空之约》



天津银河广场



10

# 全媒体营销规划

All-media marketing planning



10.1 营销策略

品牌形象定位

遇见江南  
心动点军

形象推导

| 形象类别 |         | 信息渠道与因素                                                                                                                                                                                                                                      | 信息来源      |
|------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 本地形象 | 最终的旅游形象 | 教育（学校、教科书、文学图书等）：楚文化屈原文化、三国文化、知青文化等多元文化的相关课程，《诗经》，《楚辞》；<br>《屈原》、《离骚》，《三国志》、《三国演义》图书，<br><br>传媒（电视、报纸、书记、杂志等）：点军楚文化、屈原文化、三国文化、知青文化相关电影、动画、游戏等媒体产品；<br><br>市场营销（各种广告宣传资料、促销活动等）：楚文化发祥地之一，车溪、屈原文化公园、关羽雕像，古建筑遗址，古战场遗址、知青记忆小镇。<br><br>口碑：通过社交媒体传播 | 供给方为主     |
| 决策形象 |         | 目的地特征（景观、旅游服务等）：山水相间、大山大水、文化遗迹独特性高，有楚文化、屈原文化、三国文化、三线文化等多元文化；<br><br>游客意见                                                                                                                                                                     | 旅游者与目的地双方 |
| 实地形象 |         | 旅游者的个人特征（动机、知觉、偏好、收入、职业、年龄等）：<br>核心市场、拓展市场、机会市场；                                                                                                                                                                                             | 旅游者方为主    |

旅游者特征

| 市场定位 | 区域锁定                     | 旅游偏好                                              |
|------|--------------------------|---------------------------------------------------|
| 核心市场 | 武汉城市圈、宜荆荆都市圈、鄂西北城市群等省内客群 | 个人及家庭出游为主，偏好灵活性高、主动性强的自驾出。游方式及自然风光、历史遗迹、田园休闲旅游类型。 |
| 拓展市场 | 成渝、豫湘皖等周边省份客群            | 出游频率高、自助游、亲朋好友结伴为主力，最爱夏季出游，偏好生态休闲、生态观光、运动康养旅游。    |
| 机会市场 | 长三角、珠三角、京津冀等沿海发达城市客群     | 喜好高品质自然山水游、亲子主题游，人均消费千元以上，青睐休闲度假旅游和养生产品。          |



10.1 营销策略

国内市场营销策略

旅游者目标

- 1) 近期：2025 年-2027 年，全域旅游启动与初步发展阶段。
- 2) 中期：2028 年-2030 年，全域旅游重点建设与深化阶段。
- 3) 展望期：2031 年-2035 年，全域旅游全面建设与提升阶段。

近期目标：

• 发展合力，推进车溪民俗旅游区创建国家5A级旅游景区，将点军建设成为“宜荆荆都市圈”重要的旅游增长极。深度挖掘点军旅游文化资源，塑造点军典型的旅游形象 IP，融入区域性旅游游线组织体系中。

中期目标：

• 重点项目建设完成并投入运营，完善区域旅游交通，创建国家全域旅游示范区，点军成为湖北重要的旅游区域。有效开发点军核心文化 IP，使文化 IP 有效转为文化旅游产业。点军成为促进湖北文化旅游发展加速推进的新亮点。

展望期目标：

• 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，点军成为世界级旅游名城文旅休闲中心。

|      | 核心市场                                                                                     | 拓展市场                                                                                                       | 机会市场                                                                            |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 市场范围 | 宜荆荆都市圈、武汉城市圈、鄂西北城市群。                                                                     | 成渝、豫湘皖地区                                                                                                   | 长三角、珠三角、京津冀成渝、豫湘皖地区                                                             |
| 需求特征 | 个人及家庭出游为主，偏好灵活性高、主动性强的自驾出游方式及自然观光、历史遗迹、田园休闲的旅游类型。                                        | 出游频率高、自助游、亲朋好友结伴为主力，最爱夏季出游，偏好生态休闲、生态观光、运动康养旅游                                                              | 喜好高品质自然山水，亲子主题游，人均消费千元以上，青睐休闲度假旅游和养生产品；                                         |
| 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；<br>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；<br>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；<br>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；<br>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；<br>2.主要选择网络营销、新媒体营销、航空杂志营销等；<br>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；<br>2.夏令营及研学；<br>3.避暑推广活动；<br>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；<br>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；<br>2.俱乐部合作；<br>3.高铁媒体宣传。                      |



# 10.1 营销策略

## 入境市场营销策略

### 1. “分流” 营销策略

#### • 策略思路

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。

#### • 营销手段

**城市营销联盟：**与目标城市建立**城市营销联盟**，争取战略合作，共同营销；  
**分销渠道开拓：**与宜昌、武汉、北上广等城市的**入境旅游旅行社等加强合作**，争取点军成为入境旅游线路的节点；  
认真做好与国家文旅部及各驻外办事处、省旅游局、境内外有关机构、大型航空公司等的日常联系沟通，**巩固和拓展点军旅游宣传渠道**；  
在以上城市开展针对国际游客的旅游广告宣传。

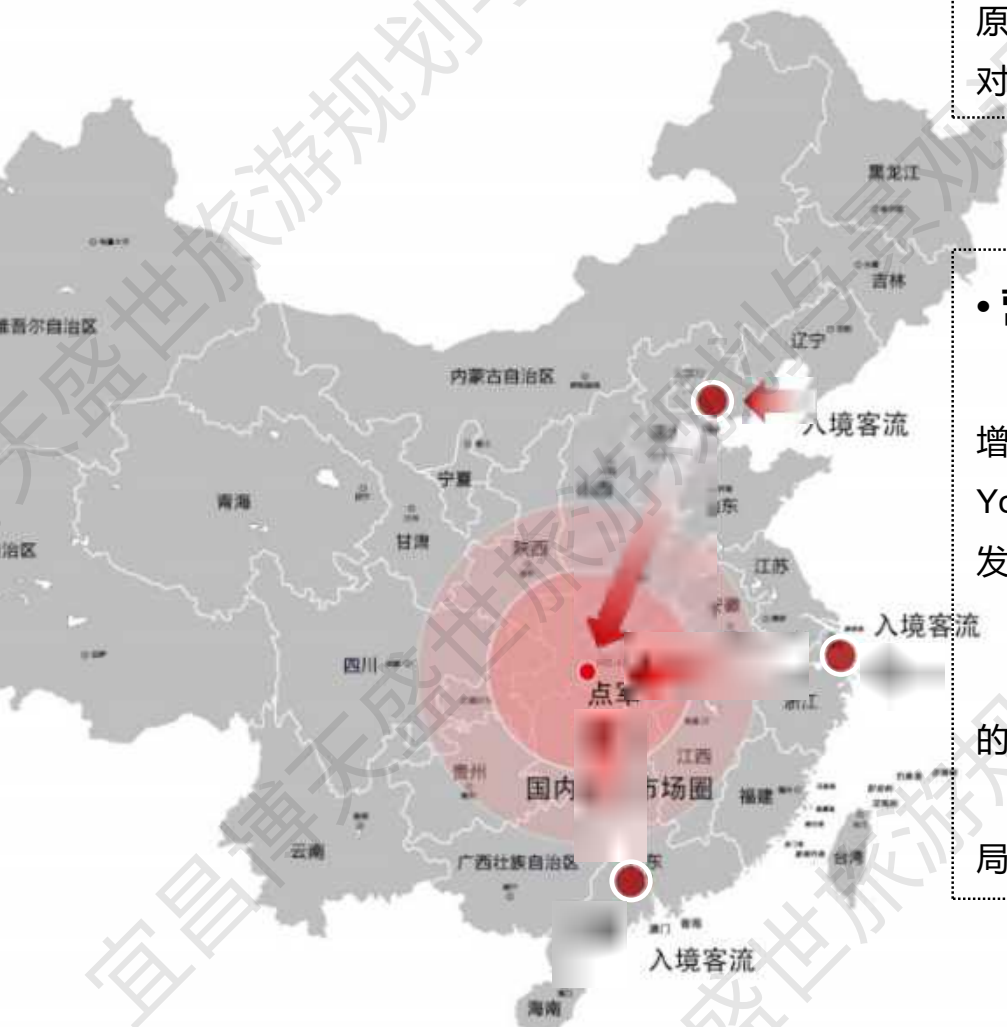
### 2. “直击” 营销策略

#### • 策略思路

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**，以点军的楚文化、屈原文化、三国文化、中华传统文化为龙头，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。

#### • 营销手段

积极参加国家文旅部牵头组织的境外宣传推广活动；  
增加新媒体和事件营销手段。借助Facebook、Twitter、Youtue、Snapchat、Skype、Instagram等国际流行交工具进行营销，发起活动、话题，分布广告等等。  
在国外主流媒体投放点军旅游广告；  
通过中国驻外使领馆签证机构和电视媒体，面向来华意向明确的境外游客投放点军旅游广告；  
推动境外政府、旅游机构或旅游企业网站更多地推广点军区旅游局官方网站的友情链接。





10.1 营销策略

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

| 渠道类型  | 具体渠道                        | 合作模式                          |
|-------|-----------------------------|-------------------------------|
| 旅游电商  | 携程网、途牛网、阿里飞猪、驴妈妈、同城网        | 线路打包销售、活动人气组织                 |
| 综合电商  | 淘宝地方馆、聚划算、团购网站（美团、大众点评、饿了么） | 搭建地方土特产的线上销售平台                |
| 政府官网  | 点军旅游官网、宜昌旅游官网、湖北旅游官网        | 借助官网进行链接和推介                   |
| 知名社区  | 微博、小红书、绿洲、蚂蚁窝、百度旅游、穷游、豆瓣、知乎 | 通过知名社区发帖和发起活动，与潜在客群沟通互助       |
| 自媒体平台 | 点军文旅                        | 提升自有公众微博账号、抖音账号的运营，加强推广，提高关注度 |

线下渠道稳定基本盘，攻占家庭市场与高端市场

| 渠道策略 | 具体策略             | 合作方式                                                                                                         |
|------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 远程推拉 | 同行渠道疏通<br>宣传广告吸引 | 线下积极参与旅游交易会、旅游展销会，推介点军旅游<br>全面加强旅行社渠道的疏通，制定旅行社奖励机制，年底按人数返现<br>选择目标市场城市的公交车身、客运车身、地铁站等人流集散地、<br>高速沿线车流过境地投放广告 |
| 进程迎客 | 交通无缝接驳<br>周边景区联动 | 积极推动开通到周边主要城市、旅游区的假日专线，实现旅游交通的无缝接驳<br>通过知名社区发帖和发起活动，与潜在客群沟通互助                                                |



## 10.1 营销策略

### 营销渠道与精准导流

更新一套官方新媒体矩阵，为点军旅游创新营销渠道

bilibili



### 拓宽旅游品牌传播渠道

建立B站、小红书、抖音官方账号、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



## 10.2 全域IP形象体系

### 文创品牌形象 IP 设计

#### 点军四大才子 IP 形象设计



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。



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。



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。他为官清正，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。



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。



## 10.2 全域IP形象体系

### 文创品牌形象 IP 设计

#### 点军四大才子IP 文创产品展示





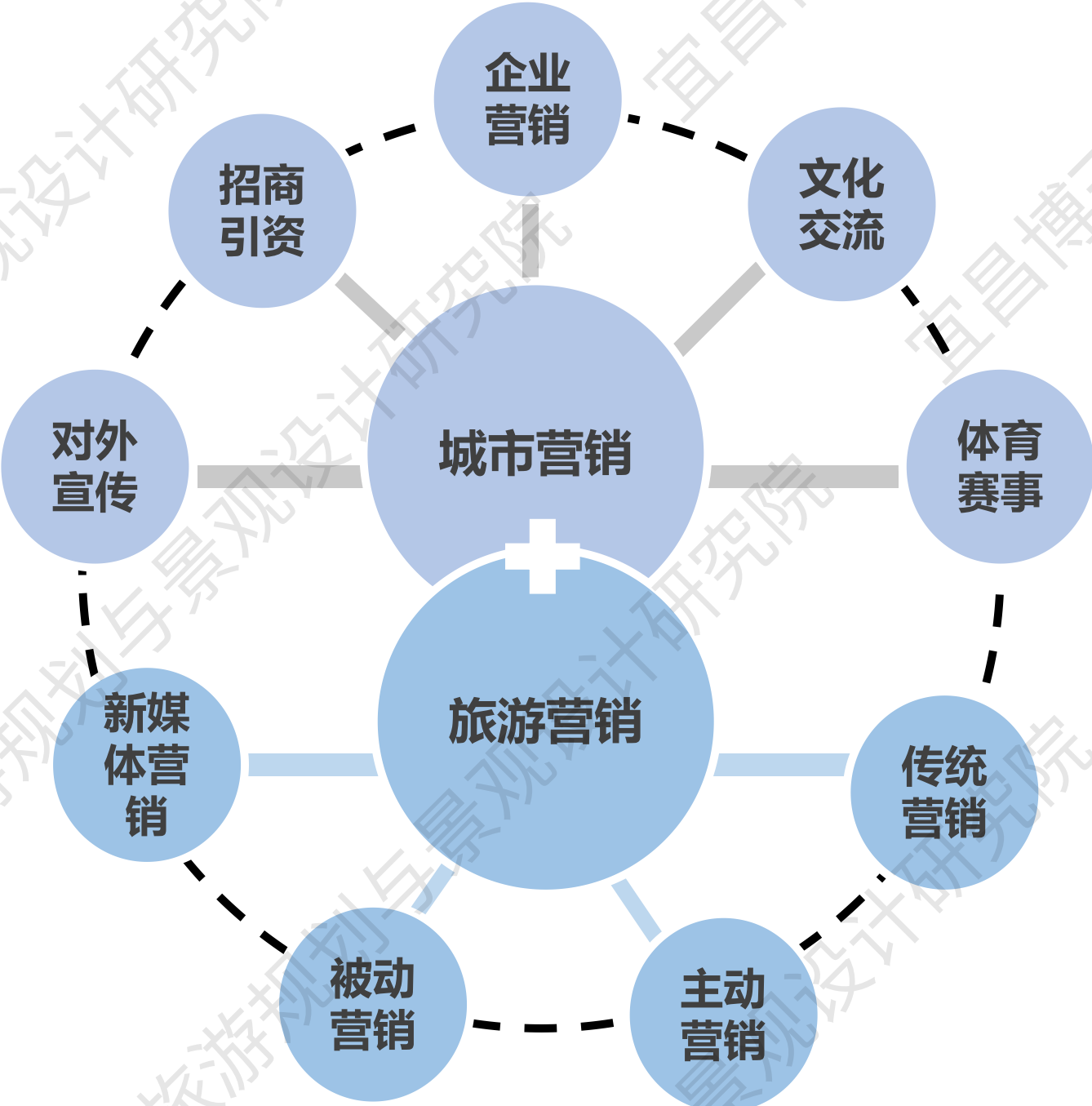
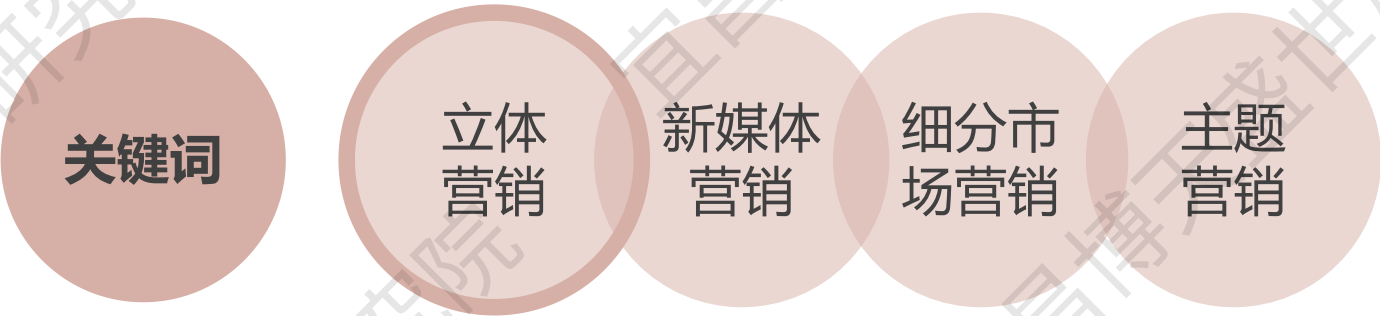
### 10.3 品牌发展策略

#### 品牌发展策略

• 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。

调动企业旅游宣传积极性，鼓励企业进行旅游营销，如开展年度评比，对在旅游营销渠道建设、营销活动、营销创意方面表现突出的企业给予奖励。开展社会化营销，充分发动点军人、点军游客的积极性，利用社交媒体等对点军发挥“**口口相传**”的广告效应。





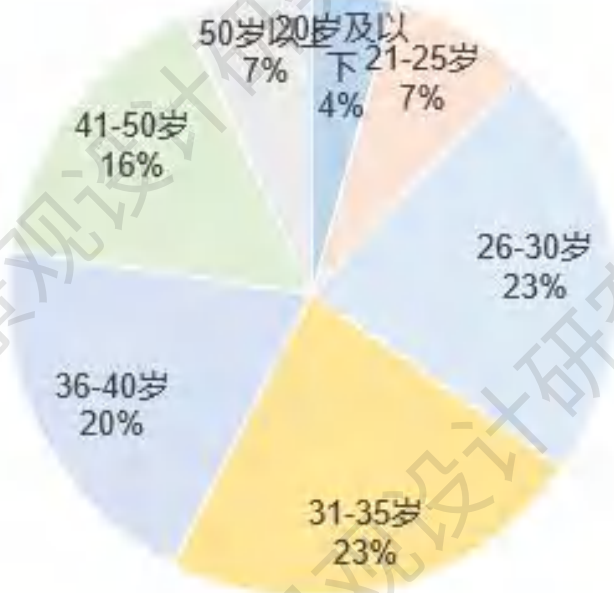
10.3 品牌发展策略

品牌发展策略

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。**

2023年全国旅游市场客群年龄统计



年轻客群占主体市场

年轻游客群体对社交媒体的使用频率较高



景点拍照打卡

大数据分析

社交网络

移动终端

旅游新媒体体系

传统营销体系

主动营销

被动营销

关键词

立体营销

新媒体营销

细分市场营销

主题营销

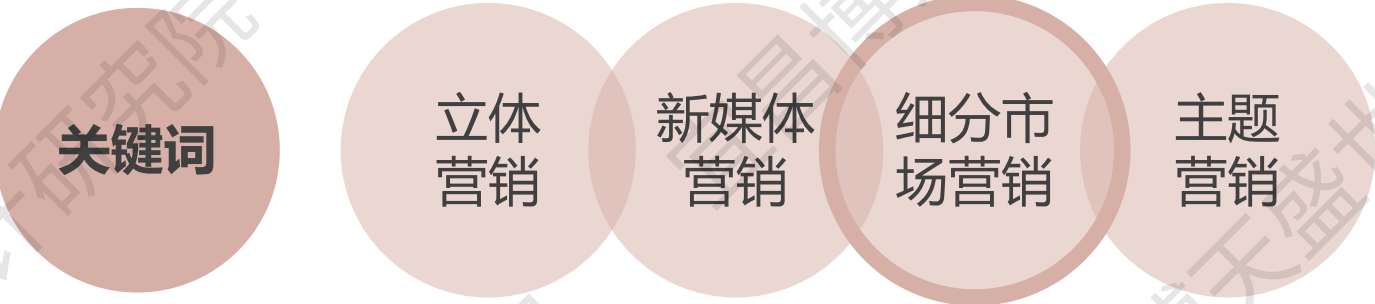


# 10.3 品牌发展策略

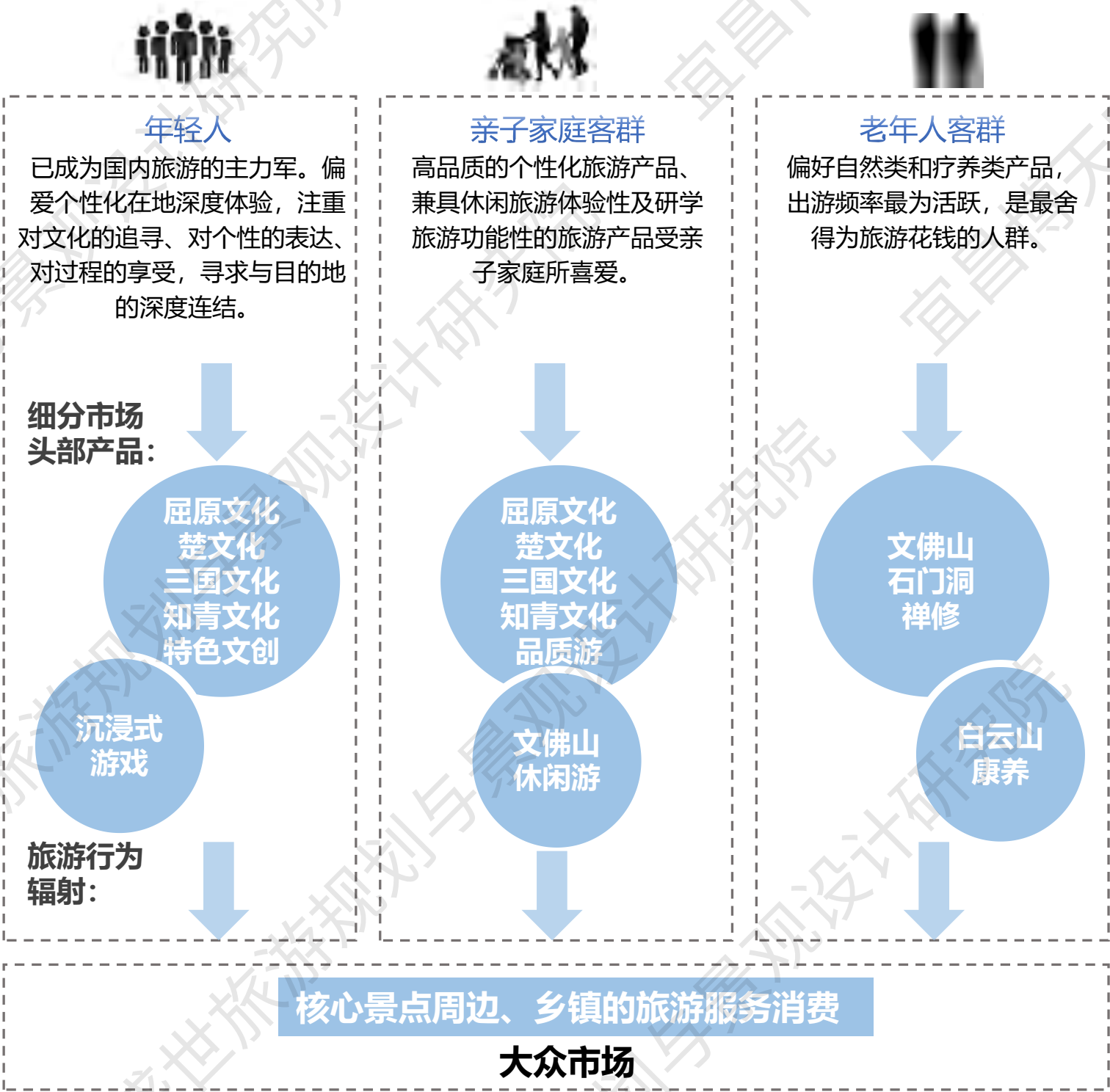
## 品牌发展策略

• 细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。



## 差异化营销路线





# 10.3 品牌发展策略

## 品牌发展策略

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。

关键词

立体营销

新媒体营销

细分市场营销

主题营销

## 四大文化品类

楚文化

屈原文化

三国文化

知青文化

## 四大营销活动

探寻屈原显圣之路

重访三国英雄之路

领略荆楚乡土人文

追寻知青文化历史



## 10.3 品牌发展策略

### 品牌活动策略

#### 1. “领略荆楚乡土人文”主题营销活动

##### • 营销理念

面向文化旅游、徒步探险群体，主推“千年荆楚水脉”品牌形象，营销点军的自然生态旅、历史人文资源，打造“自然+人文”的品牌。

以“水车文化”、“车溪民俗”为脉络，串联古镇、古城遗址等资源，形成线性的旅游热点空间。

##### • 营销活动建议

“车溪民俗”系列大型沉浸式体验活动；

荆楚郊野户外运动国际挑战赛；

点军全民登山健身大会。



#### 案例参考——佐渡岛与朱鹮共生

佐渡岛是位于日本新潟县西部的岛屿，距离本州约45公里，全境属于佐渡弥彦米山国定公园，人口约6.3万，面积855.26平方公里，周长约262.7公里。在这个古老的小岛上，到处可见朱鹮的形象，经常听到关于朱鹮的故事。岛上也没有豪华饭店，几乎都是小型家庭旅馆，却保持着“一客一仆”的服务方式。往昔淘金的矿井变成了“博物馆”，河水淘金成为“旅游体验所”，被称作“木盆舟”的无动力木盆成为旅游者体验渔民智慧与艰辛的工具。最著名的是天然水域游泳、公路自行车和公路长跑活动，完全是纯生态的旅游





## 10.3 品牌发展策略

### 品牌活动策略

#### 2. “探寻屈原显圣之路”主题营销活动

##### • 营销理念

面向具有爱国精神的群体，主推“宁死不屈，离骚精神”品牌形象，并通过细分市场群体的追捧，凸显点军旅游的独特吸引力，带动大众消费市场。

以“屈原投江”，“端午节纪念屈原”等节事为抓手，制造热点话题。

##### • 营销活动建议

“点军国际屈原文化节”主题营销；

“宁死不屈，离骚精神”历史典故探访系列活动；

屈原文化公园集文化与运动于一体的主题活动及品牌推广。



#### 案例参考——《最忆是端午》的文化营销效应

《最忆是端午》以屈原的诗词为引，分为四个篇章，从多元的角度解读屈原的高洁品格与家国情怀。《博闻强记》篇章中，王斑、赵正天、杨红旭演绎经典话剧《屈原》之《橘颂》，刻画出屈原积极进取、坚定不屈的理想与人格；《严于修身》篇章中王刚携手画家冯远再现《楚辞》之雋永和《离骚》之宏伟；《勇于探索》篇章中，当国乐加吟诵遇到屈原名篇“上下求索”，静美的古典乐音演绎出勇于探索、不屈不挠的求索精神；而在《家国情怀》篇章中，总台10位主持人联袂朗诵《屈原诵》，带观众感受跨越千年依旧激荡人心的精神品质。每一个篇章，都是一次意境的再现，多元形式的舞台展现出端午怀古的思想精髓，读懂跨越千年的文化，感受传习千年的风俗。





## 10.3 品牌发展策略

### 品牌活动策略

#### 3. “重访点军三国英雄之路”主题营销活动

##### • 营销理念

面向文化旅游、三国爱好者群体，主推三国点军文化品牌形象，针对现代社会大众的娱乐心理，抓住最吸引人的娱乐要素进行项目策划和实施，快速提升点军的大众认知度。

以“关羽雕像”、“关羽点兵点将”、“汉寿亭侯点军碑”、“张飞擂鼓台”等关键词，制造热点活动。

##### • 营销活动建议

“三国点军”系列大型演艺节目；

“点军坡之路”文化游步道定向越野活动；

关羽点兵点将主题cosplay；

推出旅行和真人剧本杀综艺的点军专场；

“关羽点兵点将”、“张飞擂鼓台”等主题大型手游开发。



#### 案例参考——《好运旅行团》的明星营销效应

《好运旅行团》节目聚焦中国梦的时代主题，培育和弘扬社会主义核心价值观，唱响爱国主义主旋律，传承和弘扬中华优秀传统文化。节目增强与区域旅游产业的深度结合，在观众享受娱乐的同时，了解地方大好景观与风土人情，对各地众多的非物质文化遗产，游资源进行深度体验式推介。同时节目联合OTA，将线上流量转化为线下游客，推动中国各地市旅游产业的发展。





## 10.3 品牌发展策略

### 品牌活动策略

#### 4. “回访知青文化历史”主题营销活动

##### • 营销理念

面向文化旅游、知青历史文化喜好群体，主推知青记忆品牌形象，抓住现代大众的怀旧心理，利用最吸引人的怀旧要素进行项目策划和方案实施，引领大众回访知青记忆。

以“知青记忆小镇”、“怀旧知青要素”为抓点，打造怀旧场景，吸引游客来访，制造热点场景。

##### • 营销活动建议

推出“知青节”主题活动；  
知青场景打造，体验沉浸式知青生活；  
知青物品展示厅，回访知青文化历史



#### 案例参考——《重走知青路》的体验营销效应

时过境迁，现在广州号召三十万年轻人重走知青路，不仅仅是解决城市就业问题，而是通过年轻人，为扶贫后的农村注入新鲜血液，为国家乡村振兴战略做贡献，也是为有志青年提供锻炼机会，通过社会实践，成为国家栋梁之材。多年来大学生到基层锻炼，也是为了培养他们和劳动人民的感情，体验最基本的生活，锻炼他们的工作能力。当年在当时政策的影响下，许多知识青年上山下乡。除了缓解城市的就业压力，更多的是锻炼了人，事实证明知青之路是每一个学生，进入社会，在社会大学不断锻炼自己，提高每一个学生社会生活能力，让他们尽快融入社会最好的方式。俗话说得好：“万丈高楼平地起”，有了坚实的基础，才能建设永久不倒的高楼，有了意志坚强，思想品德高尚的人才，国家才会屹立不倒，长治久安。





# 全域资源可持续发展规划

Global resources sustainable development planning

11



## 11.1 生态资源可持续发展思路

### 珍稀动植物保护

#### 1. 生态旅游资源管理

- 通过环保宣传、人员培训、制定保护制度、规范执行与监督等途径，既保护观光对象的自然原始性，又使游客在满足猎奇心理的同时获得自然保护的知识，同时促进当地经济和社会的发展。
- 保护区内做好环保宣传监督，建立游客野生动物旅游规范化管理制度，约束游客行为，禁止游客对野生动物投食，不乱扔垃圾废物，不破坏植被；
- 制定生活废水、生活垃圾、固体废弃物等废弃处理制度。

#### 2. 保护区与社区共管

- 利用长江湖北宜昌中华鲟省级自然保护区特有鱼类国家级水产种质资源保护区的人才、技术、信息和地理条件的优势，帮助保护区及周边社区的群众，在不破坏保护区资源的前提下，开展资源的合理利用，以可持续的方式发展经济，提高社区经济发展水平；
- 建立良好的社区关系，使社区真正感受到保护给他们带来的好处，并积极参与保护区资源的保护，支持和理解保护区的工作，最终实现资源的永续利。

#### 3. 自然生态环境整体保护

- 生物物种的保护不单是就其本身进行保护，同样应保护保持该群体生存、繁衍和发展等生态生物学特征所必须的适宜空间。
- 娱乐性项目要建在远离野生动物活动的区域。
- 野生动物科考路线要合理布局，以不影响野生动物正常生活为准。





# 11.1 生态资源可持续发展思路

## 生态山林保护

### 1. 控制建设规模

- 文佛山、白云山、磨基山等区域新建旅游项目要严格控制建筑物数量，林区原有的生产或居住设施进行合理利用，尽量考虑不对原有自然环境进行大规模改造；
- 主干道路建设在布线时尽量采用旧路，减少占用林地或草地，主要行车干道以外的游览道路以步行道为主，主要利用原有自然砂石路，部分路段可就地取材修建木制或石制游步道。

### 2. 就地取材，融于自然

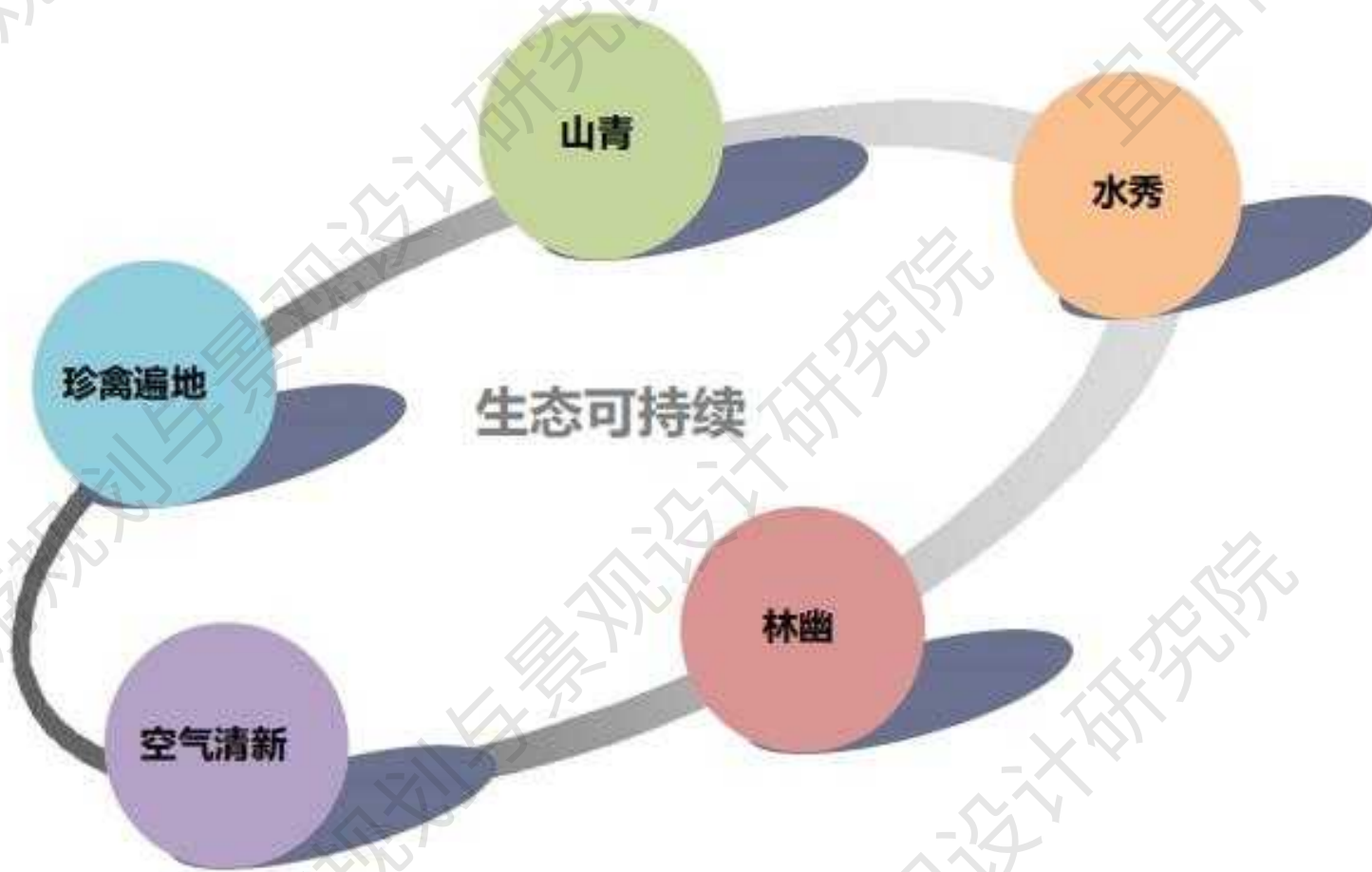
- 建筑物、构筑物要坚持就地取材的原则，采用木质、石质材质，保留自然、原始、粗犷的风貌，与山体景观融为一体，保证景观的和谐性。

### 3. 健全设施，消除火灾隐患

- 健全防火体系，因地制宜布置蓄水池、防火林带等设施，配备消防队伍，消除火灾隐患。

### 4. 适当采取保育措施

- 加强对山体的监测力度，保证山体森林覆盖率，对裸露面积超标的区域及时采取人工保育措施。





## 11.1 生态资源可持续发展思路

### 清洁水域保护

#### 1. 聚居区合理排污

- 完善居民聚居区的污水排放设施，严禁居民向水域内排放各类污水；农田集中的片区，尽量发展生态农业，避免农业化肥对水质的影响。

#### 2. 水上娱乐设施生态化处理

- 开发水上运动俱乐部、水上娱乐基地、渔家度假村的区域，游乐设施、建筑物、构筑物应采用无污染型，防止汽油、垃圾和生活污水对水质的污染；直接与水体接触部分应进行防污染处理；
- 游船动力要使用电力或天然气等清洁能源，餐饮燃料要使用液化汽或电力；
- 生活污水垃圾集中处理、排放。

#### 3. 加强水源地的监测保护

- 加强西郊水源地、东郊水源地、石拱水源地、石门水源地的水质监测力度，严格控制地下水超采和污染，遏制水环境恶化，实现水资源和水生态系统的良性循环。





## 11.1 生态资源可持续发展思路

### 空气质量保护

#### 1. 鼓励绿色出行

- 开通点军区镇旅游交通专线，景区之间开通旅游公交、旅游大巴，景区内部开通观光车，旅游交通全部采用天然气、电车等清洁能源。
- 鼓励游客及点军居民使用自行车、电瓶车等绿色交通出行，减少汽车尾气排放。

#### 2. 鼓励使用清洁能源

- 完善太阳能、风能等清洁能源基础设施，鼓励居民及景区使用生态型能源。

#### 3. 督促工业污染气体净化

- 靠近景区核心区域的工业企业，应建议其搬迁；严格控制污染性企业等气体排放指标，督促其建设污水、污物、污染气体的净化系统，达到标准后才允许排放。

#### 4. 建设太阳能生态垃圾处理厂

- 引进太阳能生态垃圾处理厂，对现有垃圾处理厂进行整改，在居民点密集区域、游客额密集区域增加太阳能生态垃圾处理厂数量，杜绝垃圾焚烧、垃圾掩埋行为。





## 11.2 人文资源可持续发展思路

### 古镇古村保护性开发

#### 1. 保护传统村落形态

- 对古镇古村的传统村落形态要进行保护，在不破坏古村落布局的前提下，对村内道路进行修缮、导入供水、污水处理等设施，以方便原住民生活。
- 对于改建、新建建筑，要与传统民居的建筑形态保持一致，较陈旧的内部设施，可在外观不改变的基础上进行内部改造。

#### 2. 保留原住民生活方式

- 注重保护原住民原有的生产生活场所和方式，尽量避免和减少对原住民日常生活的干扰，更不得将村民整体或多数迁出由商业企业统一承包经营，不得不加区分将沿街传统民居一律改建商铺。

#### 3. 保护中谋求发展

- 古镇古村要在保护中求发展，以“保护先行，以游促保”为原则，通过建设旅游小镇、举办文化论坛的形式，将文化活化，融汇在吃、住、行、游、购、娱的各个环节。





## 11.2 人文资源可持续发展思路

### 非物质文化遗产活化开发

#### 1. 开发旅游节庆活动

- 以永昌隆京剧（非遗传承人谭联寿）、点军孝子岩传说(传统文学)、点军竹编(传统技艺)、点军彩陶制作技艺(传统技艺)、车溪豆腐乳（传统技艺）、九佬十八匠、点军皮影戏、木雕制作技艺等点军非物质文化遗产为基础，通过加工提炼，排练成适合大众审美的，体现点军传统文化的剧种，在各剧场中演出，丰富夜间活动。

#### 2. 开发特色旅游商品

- 将点军竹编(传统技艺)、点军彩陶制作技艺(传统技艺)、车溪豆腐乳（传统技艺）等非物质文化遗产研发生产成旅游商品，并运用到点军旅游商品包装中。

#### 3. 文化元素创意物质化

- 通过提炼非物质文化遗产的核心文化元素，结合文化创意，将非物质文化遗产创意为“看得见、摸得着”的城市文化景观、文化小品等。如古街地面铺装、城市雕塑小品、城市路灯装饰等。

#### 4. 鼓励非物质文化遗产的传习

- 命名和公布非物质文化遗产项目代表性传承人，鼓励和支持传承人开展传习活动，同时将非物质文化遗产教育列入点军中小学生课程中；
- 支持民俗文化节庆的举办，在各街道开展文化节庆活动；支持发展民俗表演旅游业，通过商业化的运作，促进民俗文化的传承。

#### 5. 与NGO组织合作

- 与中国华夏文化遗产基金会等国内外民间组织合作，共同保护和开发点军非物质文化遗产。





## 11.2 人文资源可持续发展思路

### 文物资源保护

#### 1. 加大文物申报力度

- 对点军境内的文物进行普查，有价值的文物要及时报批，加快推进申遗工作。

#### 2. 建设文物保护场所

- 严格按照《中华人民共和国文物保护法》，实行文物分级制度，建设文物博物馆，可移动文物要按照规定建立文物藏品档案，对遗址中的文物要尽快归置。

#### 3. 严禁文物破坏行为

- 遗址要休整破败的现状，采取必要的保护措施；物质文化遗存，严禁涂鸦行为，以保证其原真性。





12

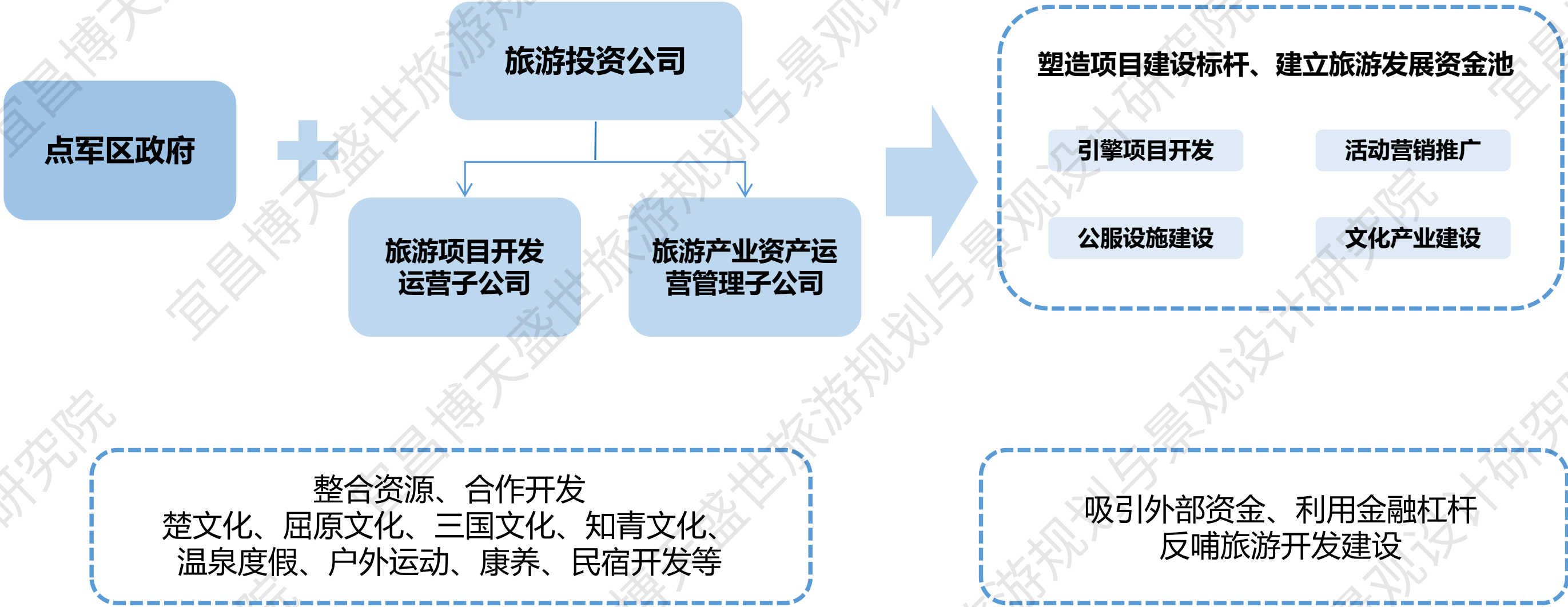
## 全域管理保障体系

Whole-area management obstacle-protecting system



# 12.1 构建市场化运作体制

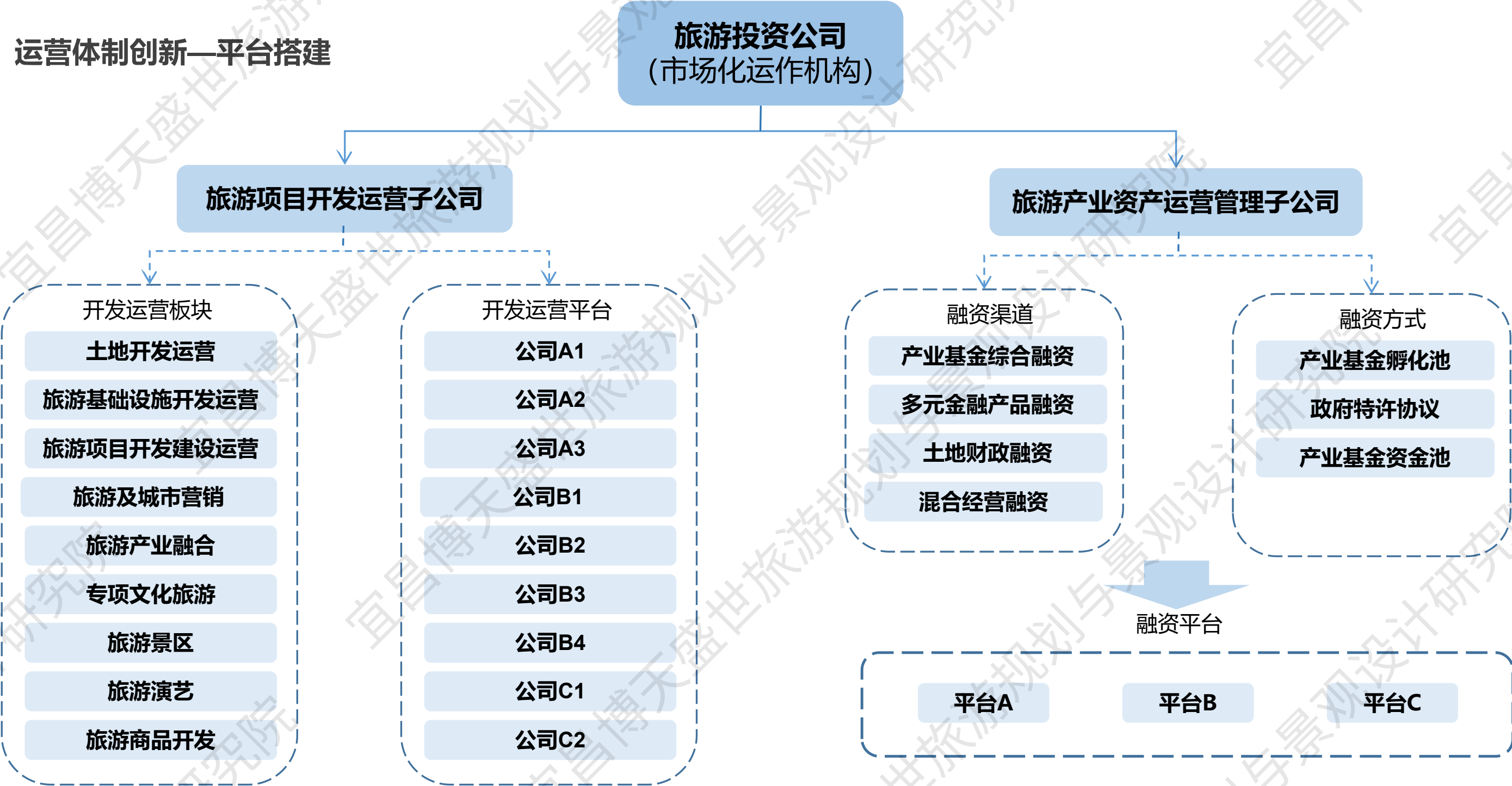
## 运营体制创新—平台搭建





# 12.1 构建市场化运作体制

## 运营体制创新—平台搭建





# 12.1 构建市场化运作体制

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

## 运营体制创新—多元化融资

### 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

- 争取县域民间资本资金
- 争取省域文化旅游项目资金



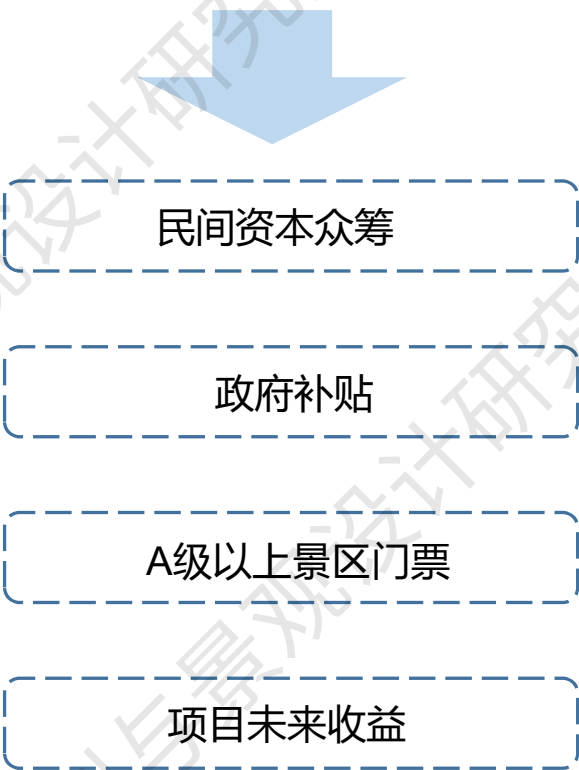
### 产业基金

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





## 12.2构建现代旅游管理体系

### 建立党政主导下的全域旅游领导体制，积极构建大旅游综合管理体制机制

#### 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**。加强旅游管理体制变革，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。





## 12.2构建现代旅游管理体系

### 全域旅游管理体制机制创新—各部门协作指引





## 12.2构建现代旅游管理体系

管理体制变革是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。

### 探索景区管理机制

#### 景区发展中心、管委会

- 有必要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。
- **利用好现有的管理机构，如文佛山旅游景区发展中心、磨基山森林公园管理处等**，从景区的全局出发，制定景区发展规划，完善景区保障体系建设。
- 在其他景区也可试点成立景区管委会、综合开发办公室等。

#### 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。
- 如石门洞风景区，亟待妥善处理好产权归属问题，明晰所有权，推进景区管理机制改革，以便更好地唤起景区生命力。

#### 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；
- **扩大行业开放程度。**健全旅游行业协会机制，构建统一开放的旅游大市场。**坚决取消不利于景区发展的区域壁垒、地方保护等做法，鼓励旅游企业网络化、品牌化连锁经营。**



## 12.2构建现代旅游管理体系

通过财政扶持政策、土地优惠政策、安全保障政策等一系列的优惠保障政策为点军区的文旅体发展提供良好的发展空间。

### 政策保障

#### 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。

#### 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**，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**。

#### 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。



## 12.2构建现代旅游管理体系

通过专业旅游人才培养、人才引进，改善点军旅游人才发展环境，优化人才队伍建设，助推点军旅游业快速发展。

### 人才建设

#### 加快专业旅游人才培养

- 加大政府在旅游人才培养方面的财政投入力度，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。
- 培育旅游业紧缺人才，建立旅游新业态人才培训基地。支持产学研发展模式，建立以企业为主体、以市场为导向的旅游业产学研战略联盟。
- 提升旅游行政人员管理水平，加强对一线从业人员的培训，尤其注重对国际服务标准、国际礼仪的培训，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。

#### 推进专业旅游人才引进

- 引进商务旅游、生态旅游、文化旅游、会展旅游、康养旅游等方面高层次、国际化专业人才。
- 鼓励旅游专业人才来点军工作。

#### 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、开展创新研究。
- 优化旅游人才流动引导政策，畅通旅游就业渠道。完善旅游人才发展和管理制度。
- 创新旅游人才激励政策，构建旅游人才交流、聚集平台。

#### 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。
- 建立专家智力支持系统，引进一批国内外顶级专家学者，为点军区旅游行业的人才队伍提供专家智库的长期支持，提高旅游人才配置效能。
- 发挥点军的生态优势，吸引“候鸟型”人才，创新“候鸟型”人才的登记、选用机制，建立健全“候鸟型”人才库，强化旅游人才队伍建设，助推点军旅游业快速发展。



## 12.2 构建现代旅游管理体系

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，建立“1+3+N”旅游综合执法机制。

### 市场秩序与旅游安全管理

- 推广“1+3+N”旅游综合执法模式，加快设立综合执法+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，解决旅游治安、旅游群发性和突发性事件、旅游消费投诉等方面问题；
- 完善旅游行政执法主体资格，逐步建立旅游部门牵头，各部门参与的旅游综合执法机制。加快充实旅游行政执法队伍力量，加大联合执法力度，健全岗位责任制和行政问责制，形成权责明确、行为规范、监督有效、保障有力的旅游行政执法体系；
- 完善“110”快速处置机制，提升区域综合管理能力。按照“有警必接、接警必处、有险必救、有难必帮、有求必应”原则，对涉旅报警求助，迅速出警，及时处理，化解纠纷；
- 加快规划管理、市场监管、资源保护、项目建设、从业规范等专项旅游法规和制度建设，完善旅游执法的法规依据。





## 12.2构建现代旅游管理体系

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。

### 市场秩序与旅游安全管理

#### 安全保护机构

- 设立专门的旅游安全监管机构，协调点军公安分局、区派出所及区应急局等部门，负责整个区域的旅游安全工作。

#### 安全防治

- 火灾防治：完善全市各景区、重点保护单位的消防设施，加强重点文物保护单位和重点景区、林区的消防安保工作。
- 水文灾害防治：做好点军全区各流域的水文灾害防治，定期对卷桥河、桥边河、福安河等水流较大的河流进行观测和水文勘察。
- 环境卫生防治：优化旅游厕所环卫设施建设，深化噪声控制和污水处理，强化文旅体疫情防控工作。

#### 安全处置

- 建立高峰期和特殊情况下的安全处置预案，并进行反复演练，使其高效、准确、到位的处理实际情况。

#### 安全急救

- 建立旅游安全急救系统，联合医疗机构、公安、消防及其他与救助有关的职能部门，建立旅游安全事故保障与救援绿色通道。

#### 安全宣传

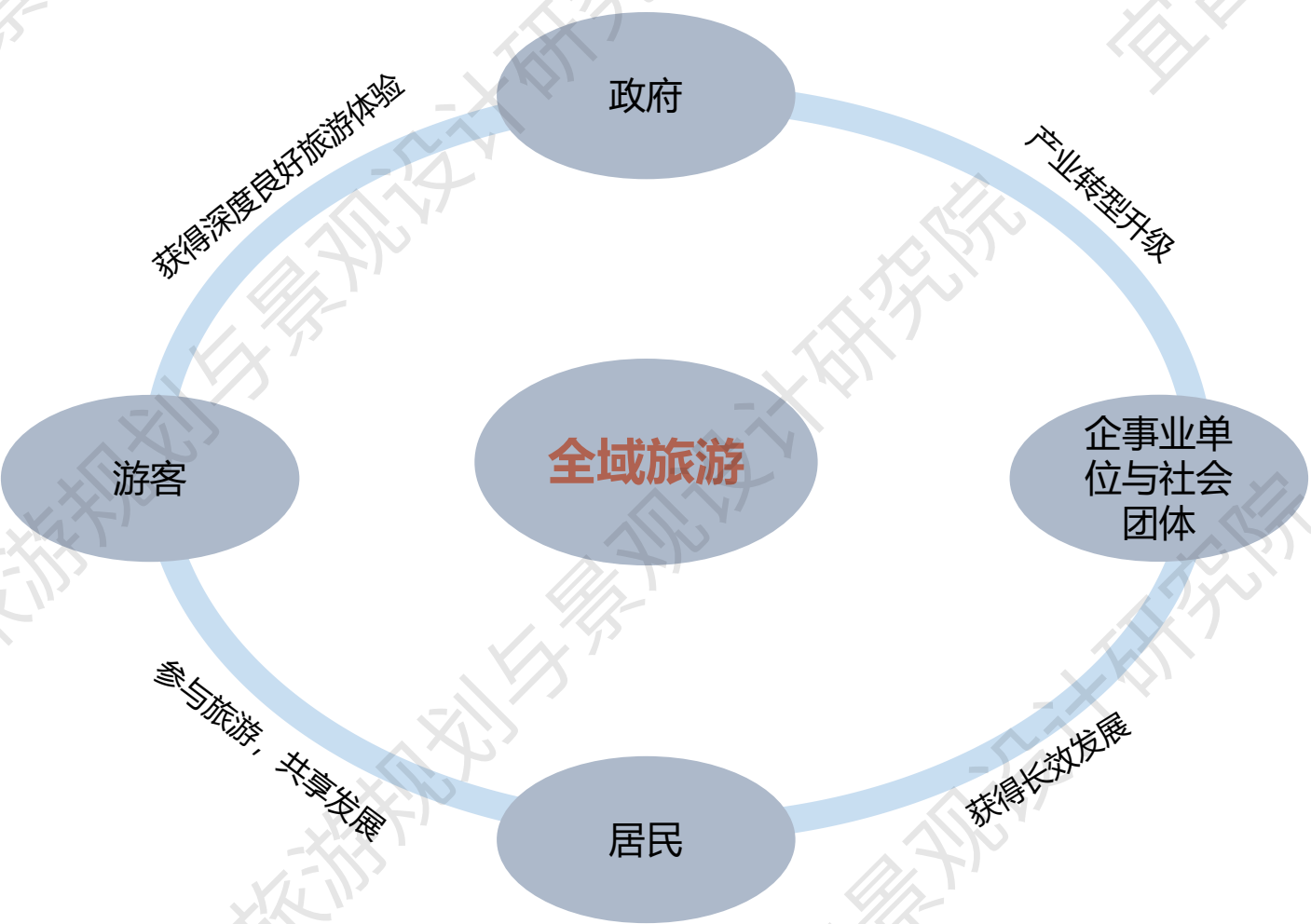
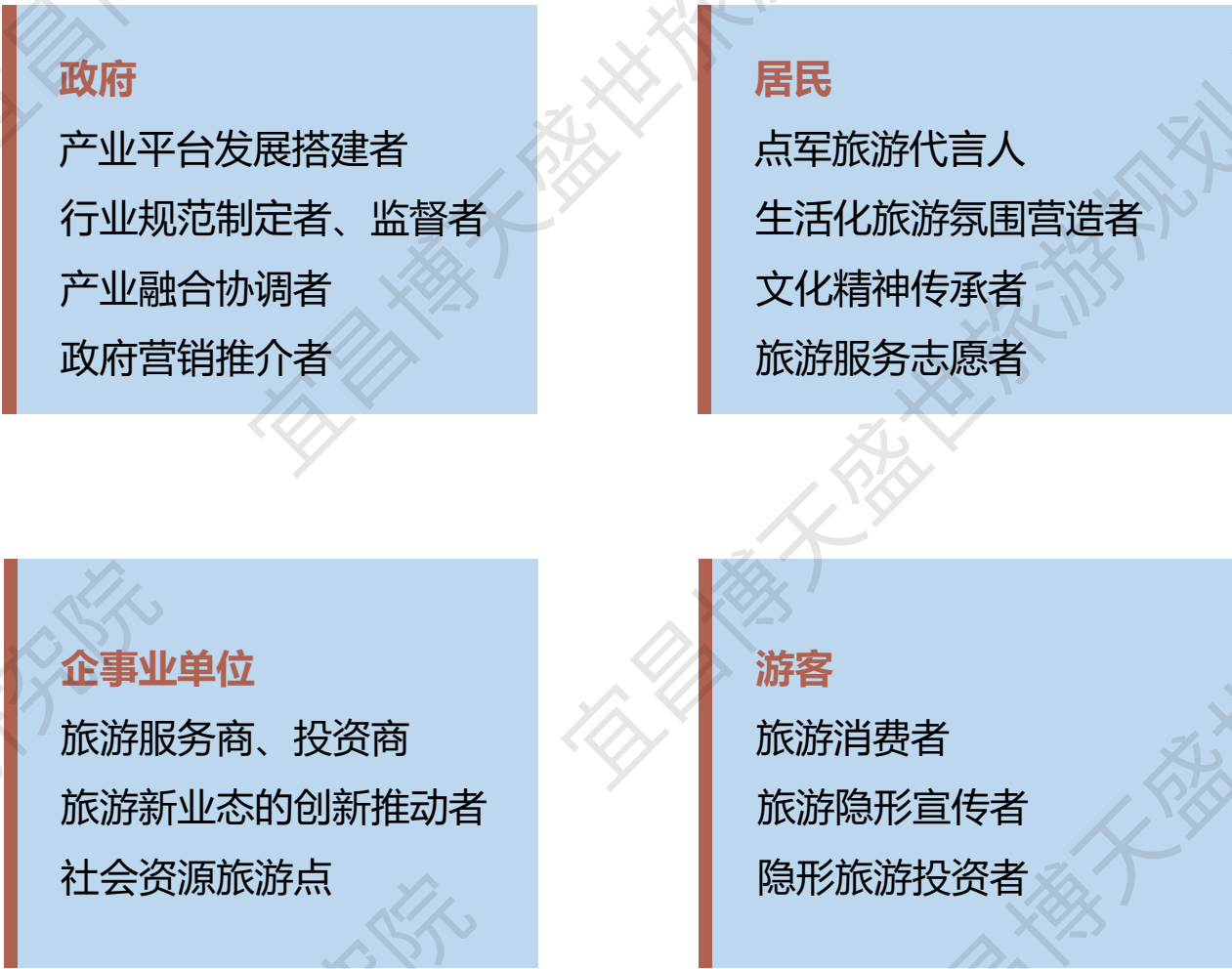
- 建立和完善安全说明及须知，在各景区出入口应有相关的安全注意等。
- 与保险公司合作，强化游客与旅游经营者保险意识，引导游客购买安全保险。



## 12.2构建现代旅游管理体系

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。

### 市场秩序与旅游安全管理





12.3 全民参与共建共享

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。

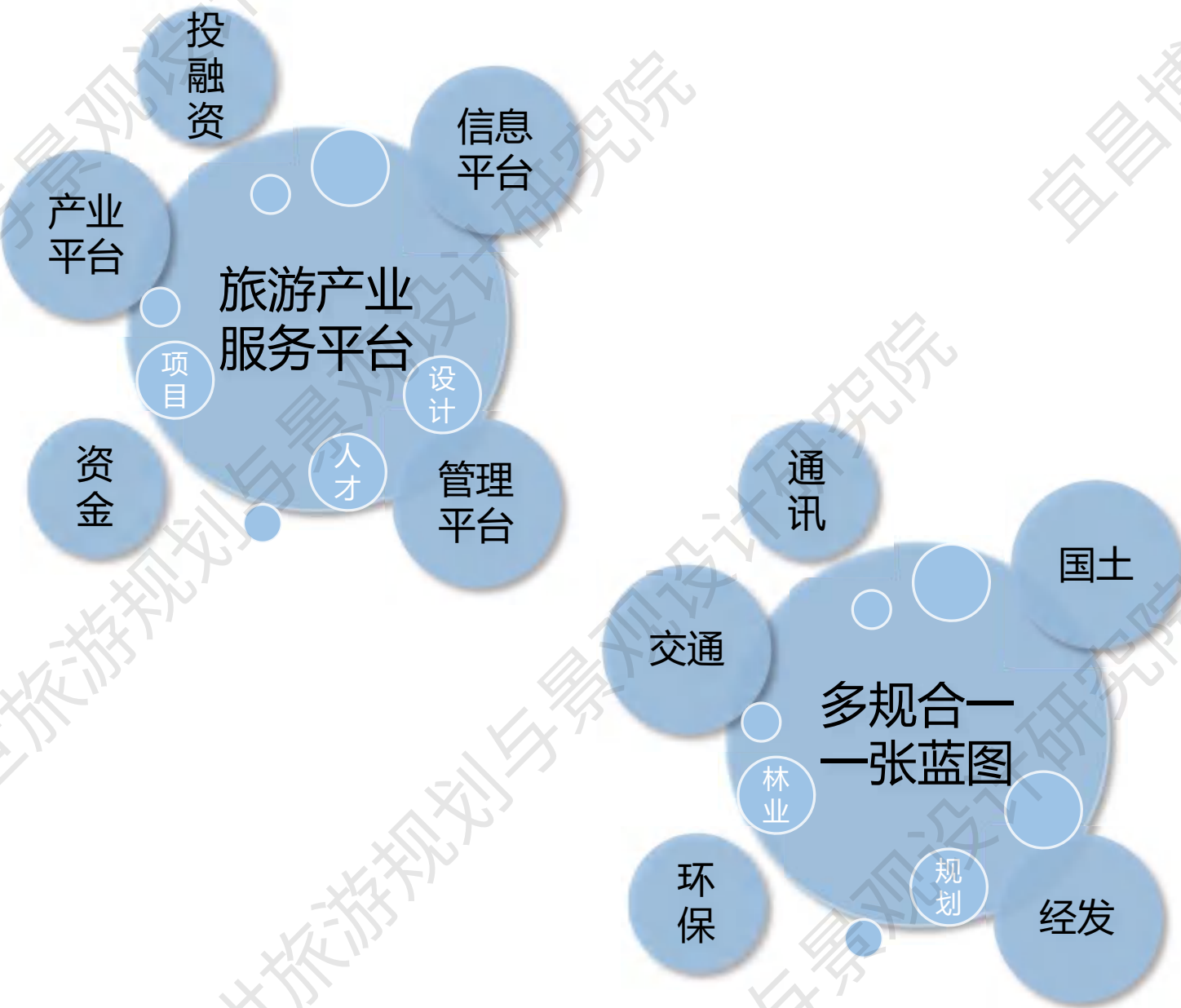
政府参与

旅游产业服务平台打造

由政府主导，坚持“政府搭台实体化，产业服务集中化”的创建原则，打造集产业、管理、投融资、资金监管、项目交易、规划设计、人才培养、信息化等多重功能于一体的全域旅游产业服务平台，为旅游产业发展提供一站式、全方位的综合服务。

多规合一

建设“多规合一”工作领导小组，整合国土、规划、经发、环保、林业、交通、电力、通讯等部门空间规划信息数据库，建立“多规合一”信息管理平台实现“一个窗口受理、一表式审批”，促进规划体制创新，改革项目审批机制，提升城市整体管理效能。





### 12.3 全民参与共建共享

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。

#### 企事业单位、社会部门参与

##### 农林、科研、文化等企事业单位

- 开展专项旅游
- 文化智库
- 宣传推广，提高知名度

##### 旅行社、酒店等企业

- 为游客提供良好的服务和体验
- 做好渠道营销
- 旅游业态的创新、推行者
- 培养输送专业人才

##### 协会、俱乐部、社会团体

- 推动产业合作、行业联合
- 行业规范、标准制定
- 提供产业服务与交流
- 节事活动的组织与协办

##### 超市、医院等公共服务体系

- 社会资源旅游点
- 友好服务氛围营造
- 居民积极性调动
- 提供良好医疗救助保障



### 12.3 全民参与共建共享

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。

#### 居民、游客参与

##### 旅游志愿者服务

- 旅游志愿者服务作为旅游公共服务体系的组成部分，通过向自主游客提供向导、咨询、讲解等服务，让游客宾至如归，扩大了旅游地的影响力，对促进地方旅游业发展、方便游客起到重要作用。

##### 服务内容

- **观光导游服务**：组建志愿者导游团队，为来旅游游客提供导游服务，包括中文、英语、日语、韩语、德语等多个语种；
- **定点志愿者讲解服务**：在主要的旅游景点景区、主要社会资源点、博物馆等提供定点的志愿者讲解；
- **公共场所志愿者服务**：在人流集中的商业街、马路、车站等场所，提供志愿者服务，为游客提供旅游信息、指路、交通信息等服务。

##### 长效机制

- 规范招募程序，完善点军区旅游志愿者招募机制；
- 建立培训机制，在全市旅游行业开展“点军旅游服务”公益流动课室培训，普及旅游知识和旅游责任教育；
- 制定志愿者服务管理办法；
- 建立起节假日和重大节事活动时的志愿者服务团队；
- 建立旅游咨询中心、点军区人民志愿咨询员团队；
- 建立旅游公共服务的志愿参与机制；提高志愿者的社会地位和保障。

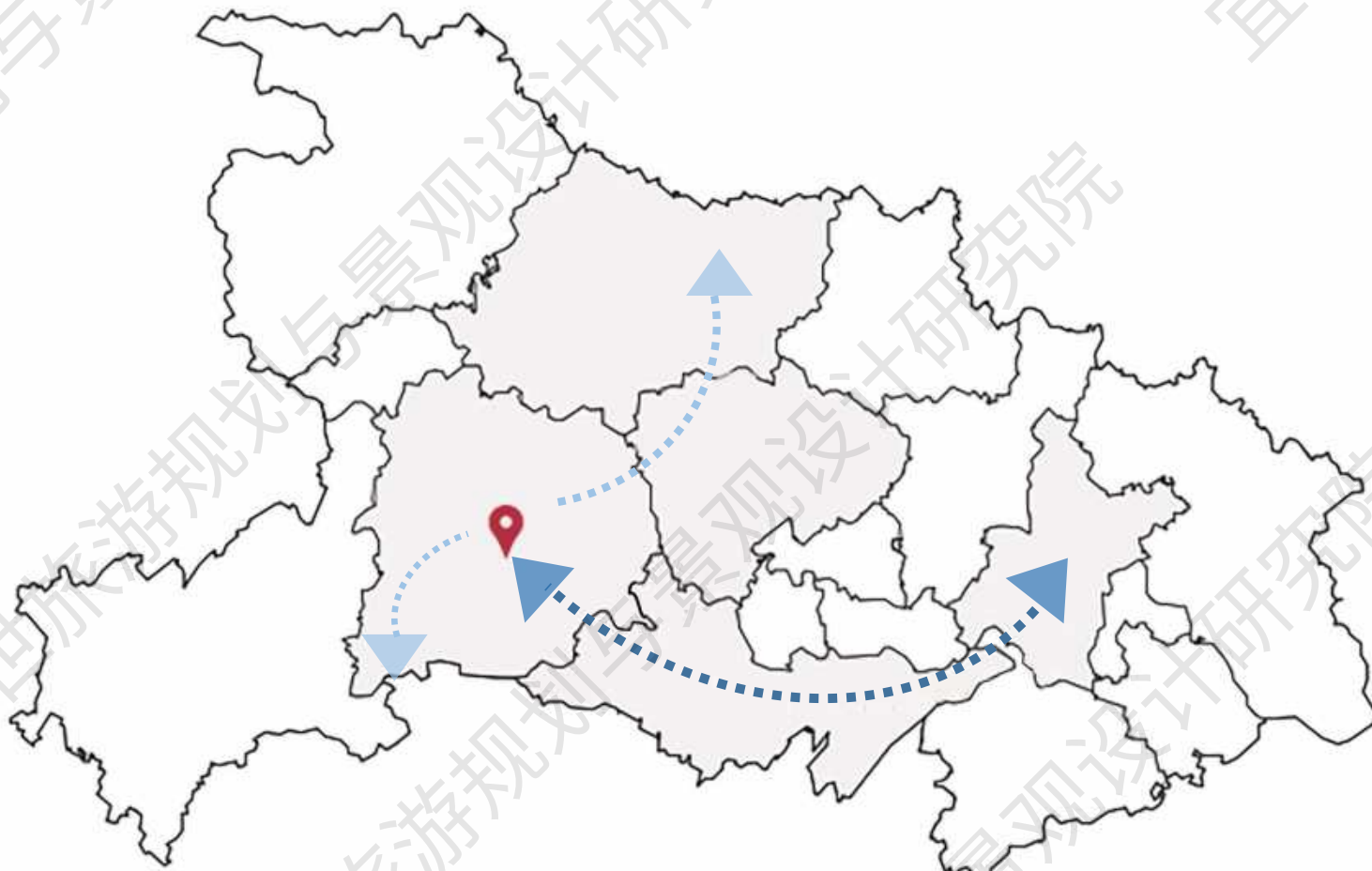


### 12.3 全民参与共建共享

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。

#### 深化周边合作

- 以政策先行先试为突破，**深化与周边地区旅游合作**，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。
- 进一步加强与周边各市州旅游线路的联合**，将武汉、宜昌、襄阳、荆门、荆州等省内各优质景区景点串珠成链，积极打造一批品质高端、体验独特、特色鲜明的精品线路和旅游产品，共推旅游“大线路”。
- 进一步健全各街道、乡镇工作联动机制，切实加强设施建设、游客服务、执法监督、人才培养等方面的合作**，深入推进交通共联、设施共享、平台共建，共同打造规范化、品质化、人性化、国际化的旅游服务环境，共优旅游“大环境”。





13

## 任务分工与实施计划

Task division and implementation plan



### 13.1 全域旅游分期行动计划

#### 01 初步发展 阶段

2025-2027年

- 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；
- 强化打造落步响年猪节、泉水蜜柚节等节事节庆活动的升级版，形成点军特色节庆品牌，成为未来的乡村旅游核心引擎带动点；
- 推动车溪、鸣翠谷等A级旅游景区提质升级，实施景点旅游向全域旅游转型，初步形成全域旅游发展格局；
- 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；
- 推进全域旅游环线建设，优化通景公路、乡村旅游公路建设；
- 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；
- 初步构建各景点智慧旅游基建，包括数据统计、wifi配套等。

#### 02 深化建设 阶段

2028-2030年

- 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；
- 全域旅游重点项目扎实推进；
- 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；
- 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；
- 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；
- 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。

#### 03 全面建设 阶段

2031-2035年

- 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；
- 最终形成“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；
- 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 and 旅游服务全覆盖；
- 政府对旅游能提供优质的支撑保障；
- 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。



### 13.2全域旅游近三年行动计划

| 模块    | 序号 | 名称        | 工作任务                                     | 核心实施单位                       | 年度   |      |      |
|-------|----|-----------|------------------------------------------|------------------------------|------|------|------|
|       |    |           |                                          |                              | 2024 | 2025 | 2026 |
| 全要素优化 | 1  | 旅游产品全时间覆盖 | 深度挖掘本地文化，整合点军全域资源，打造覆盖全时间的强吸引力旅游产品       | 区文旅局                         | √    | √    | √    |
|       | 2  | 旅游游线全过程设计 | 构建多尺度、多主题、满足游客需求的全过程游线产品                 | 区文旅局、区交通运输局                  | √    | √    | √    |
|       | 3  | 支撑要素全构成深化 | 餐饮要素提升、住宿要素提升、娱乐要素提升、购物要素提升              | 区文旅局、区市场监管局、区住建局             |      | √    | √    |
|       | 4  | 旅游服务全方位提升 | 构建旅游服务中心体系、完善标识标牌指引和智慧旅游服务、配套便民惠民服务设施    | 区住建局、点军资源建设分局、区交通运输局、区文旅局    |      | √    | √    |
|       | 5  | 旅游景观全空间营造 | 景观风貌特色化、美观化                              | 区住建局、点军资源建设分局、区农业农村局         |      | √    | √    |
| 全体系保障 | 6  | 交通网络体系    | 对外交通道路提升、休闲道路网络建设、自驾主题环线建设等              | 区交通运输局、区文旅局、点军资源建设分局         | √    | √    | √    |
|       | 7  | 全媒体营销体系   | 梳理城市品牌形象、推广点军旅游品牌                        | 区文旅局                         | √    | √    | √    |
|       | 8  | 资源环境保护    | 珍稀动植物、生态山林、水域、空气、古村镇、文物资源、非物质文化遗产保护与合理利用 | 区文旅局、点军资源建设分局、区农业农村局         | √    | √    | √    |
|       | 9  | 管理保障体系    | 推进运营体制创新与合作、构建政策保障体系、人才引进和培育、市场秩序管理      | 区政府办公室、区市场监管局、区招商局、区教育局、区人社局 | √    | √    | √    |
|       | 10 | 社区发展保障    | 促进乡村、城市社区参与旅游发展、决策、管理                    | 区农业农村局、区文旅局                  |      | √    | √    |
|       | 11 | 规划实施保障    | 协调部门分工合作，保障规划实施                          | 区政府办公室                       | √    | √    | √    |



13.2全域旅游近三年行动计划

| 模块    | 序号 | 名称        | 工作任务                                         | 核心实施单位                            | 年度   |      |      |
|-------|----|-----------|----------------------------------------------|-----------------------------------|------|------|------|
|       |    |           |                                              |                                   | 2024 | 2025 | 2026 |
| 全产业融合 | 12 | 旅游+文化创意产业 | 打造旅游文化名片；强化旅游文化体验；提升旅游文化演艺；加强特色文化保护；增加旅游文创开发 | 区文旅局、区招商局、区教育局、区科技经信局             | √    | √    | √    |
|       | 13 | 旅游+农业     | 发展现代化农业、延长产业链；注入休闲业态，打造田园经济；旅游休闲项目开发         | 区文旅局、点军资源建设分局、区农业农村局              | √    | √    | √    |
|       | 14 | 旅游+康养产业   | 康养旅游项目开发、构建特色康养旅游产业体系；企业运作方式                 | 区文旅局、点军资源建设分局、区住建局、区卫健局、区人社局、区招商局 | √    | √    | √    |
|       | 15 | 旅游+工业     | 工业产业园区旅游化改造；旅游用品、购品加工制造                      | 区文旅局、点军资源建设分局、区科技经信局、区招商局         |      | √    | √    |
|       | 16 | 旅游+体育     | 提升体育设施、创新体育精品赛事、开发体育旅游项目                     | 区文旅局、点军资源建设分局、区交通运输局、区应急局         | √    | √    | √    |
|       | 17 | 旅游+教育     | 建立完善研学旅行接待体系；开辟不同主题研学旅游路线；完善研学基地开展定向合作       | 区文旅局、区教育局、区招商局                    | √    | √    | √    |



13.2全域旅游近三年行动计划

| 模块    | 序号 | 名称      | 工作任务                        | 核心实施单位                                 | 年度   |      |      |
|-------|----|---------|-----------------------------|----------------------------------------|------|------|------|
|       |    |         |                             |                                        | 2024 | 2025 | 2026 |
| 全社会参与 | 18 | 政府参与    | 运营体制创新、平台打造                 | 区政府办公室、区发改局、区文旅局、区招商局、区城管执法局等；重点企业     | √    | √    | √    |
|       |    |         | 发展领导小组、多规合一                 | 区政府办公室、区发改局、区文旅局、点军资源建设分局、区住建局、区农业农村局等 | √    | √    | √    |
|       | 19 | 景区      | 管理体制、产权制度                   | 区政府办公室、区发改局、区文旅局、各级景区                  | √    | √    | √    |
|       | 20 | 企事业单位   | 提供旅游服务；营造行业环境               | 区文旅局、区城管执法局、区市场监管局                     | √    | √    | √    |
|       | 21 | 社区居民、游客 | 志愿服务长效机制；软性环境建设             | 区政府办公室、区发改局、区文旅局、区人社局                  | √    | √    | √    |
|       | 22 | 周边合作    | 加强各市州旅游线路的联合；交通共联、设施共享、平台共建 | 区政府办公室、区发改局、区文旅局、区政务大数据局               |      | √    | √    |





宜昌博天盛世旅游规划与景观设计研究院有限公司

2025.04