中国秘境 · 玉溪哀牢山

# 玉溪哀牢山5A级旅游景区创建规划

昆明理工泛亚设计集团有限公司（旅规中心）

2026.07

城乡规划编制资质证书等级甲级自资规甲字22530529/[云]城规编（212002）

土地规划机构等级证书证书等级乙级532021008B/532010022B

**项 目 名 称：**哀牢山生态旅游专项规划编制项目——玉溪哀牢山5A级旅游景区创建规划

**编 制 单 位：**昆明理工泛亚设计集团有限公司

**编　制　部　门：旅游规划中心**

**旅 规 中 心 主 任：**周康昱

**项 目 负 责 人：**郝　晶（正高级工程师 注册城乡规划师）

**专 业 负 责 人：**王　贺（副教授）

**参　与　人　员：**吴佳惠（工程师）

纪翔耀（助理工程师）

赵　欣（高级工程师）

陈晓玲（正高级工程师）

夏化芬（正高级工程师 一级注册建筑师）

尹少谦（高级工程师 注册公用设备工程师）

刁永生（高级工程师 注册电气工程师）

耿　娜（高级工程师）

陈　浩（高级工程师）

邓家宝（工程师）

**数据及技术支持：**陈　云（工程师） 新平县自然资源局

李　旺（工程师） 新平县自然资源局

**校　　对：**纪翔耀

**审　　核：**吴佳惠

**审　　定：**王　贺

**编 制 日 期：**2026.07









# 《玉溪哀牢山旅游景区系列规划（含四个规划）》
# 专家评审意见

2026年5月26日，玉溪市文化和旅游局在玉溪市主持召开《玉溪哀牢山旅游景区系列规划（含四个规划）》（以下简称《规划》）专家评审会，会议邀请了相关专业的五位专家组成专家评审组，参加会议的还有玉溪市及新平县相关职能部门。专家组听取规划成果汇报，认真审阅了规划成果，经充分质询与讨论，形成以下评审意见：

一、《规划》是在哀牢山保护的前提下开展旅游景区建设的指导性文件，目前景区正处于开发建设关键时期，需要通过《规划》的引领高质量推进相关保护与开发建设活动。《规划》充分结合景区推进实际情况、深度挖潜现状资源禀赋、充分结合地方开发建设思路、充分落实上位规划要求并衔接相关规划内容，具有引领性和落地性。

二、《规划》在旅游发展条件及旅游资源评价分析、规划定位、空间布局与产品体系、项目策划、规划支撑体系以及规划实施等方面进行了系统规划。规划符合当地及景区发展实际，具有科学性和可操作性。

三、《规划》编制深度达到相关规范和标准的要求，符合当地旅游发展的实际需求。

专家组同意通过评审，建议编制单位按照与会专家和参会代表的意见认真修改完善，按程序报送相关部门。

专家组组长：杨桂华

2026年5月26日

**《玉溪哀牢山旅游景区系列规划（含四个规划）》**

**专家评审会专家名单**

| 序号 | 姓名 | 单位及职称/职务 | 签字 |
|---|---|---|---|
| 1 | 杨桂华 | 云南大学教授 | |
| 2 | 任洁 | 省城乡规划协会专家委员会主任委员，正高级工程师 | |
| 3 | 张冬 | 云南省旅游规划研究院副院长，副研究员 | |
| 4 | 程浩然 | 玉溪师范学院发展规划与国内合作交流中心主任，副教授 | |
| 5 | 周南 | 云南近水远山文旅发展有限公司董事长，正高级工程师 | |

2026 年 5 月 26 日

# 《玉溪哀牢山5A级旅游景区创建规划》

# 说 明 书

# 说 明 书 目 录

**第一篇 前期基础篇 ..... 3**
第一章 规划范围及重点区域 ..... 3
第二章 发展机遇 ..... 3
第一节 政策导向机遇 ..... 3
第二节 市场需求与认知机遇 ..... 3
第三节 外部交通改善机遇 ..... 4
第三章 前提条件 ..... 4
第一节 社会主义核心价值观 ..... 4
第二节 要素齐全 ..... 4
第三节 合法合规建设 ..... 5
第四节 可持续发展 ..... 5
第五节 安全生产 ..... 5
第六节 诚信经营 ..... 6
第七节 旅游人数达标 ..... 6
**第二篇 旅游资源价值篇 ..... 7**
第四章 旅游资源吸引力分析 ..... 7
第一节 旅游资源核心特质凝练 ..... 7
第二节 资源本底价值 ..... 8
第三节 观赏游憩价值 ..... 9
第四节 珍稀或奇特程度 ..... 11
第五节 规模与丰富度 ..... 12
第六节 资源完整性 ..... 13
第五章 旅游市场影响力分析 ..... 14
第一节 知名度与美誉度分析 ..... 14
第二节 市场吸引力分析 ..... 15
第三节 主题和特色强化度 ..... 15
第四节 本章小结 ..... 16
第六章 世界级吸引力与影响力培育 ..... 17
第一节 哀牢山世界级品牌定位与价值凝练 ..... 17
第二节 旅游市场定位 ..... 18
第三节 哀牢山生态秘境旅游产品体系构建 ..... 19
第四节 哀牢山生态秘境重点项目策划 ..... 22
第五节 全时全龄生态旅游体验系统拓展 ..... 23
**第三篇 设施与服务篇 ..... 23**
第七章 现状评估 ..... 23
第一节 对标自评 ..... 23
第二节 自评梳理与分析 ..... 39
第八章 旅游交通 ..... 40
第一节 外部交通衔接 ..... 41
第二节 内部交通组织 ..... 41
第三节 交通配套设施完善 ..... 42
第四节 本章小结 ..... 43
第九章 游览设施 ..... 43
第一节 游客中心 ..... 43
第二节 导览系统 ..... 44
第三节 游线与游览交通工具 ..... 44
第四节 卫生与休息设施 ..... 45
第十章 游览服务 ..... 46
第一节 解说与讲解服务系统 ..... 46
第二节 购物服务 ..... 46
第三节 餐饮服务 ..... 47
第四节 便利服务 ..... 47
第十一章 旅游安全 ..... 47
第一节 安全制度 ..... 47
第二节 安全设施与标志 ..... 49
第三节 安全提示与教育 ..... 49
第四节 安全救援与应急处置 ..... 50
第十二章 文旅融合 ..... 50
第一节 文化主题挖掘与呈现 ..... 51
第二节 文创产品开发与转化 ..... 52
第三节 文化传播与品牌输出 ..... 53
第十三章 智慧旅游 ..... 54
第一节 智慧旅游 ..... 54
第二节 智慧管理 ..... 55
第三节 智慧营销 ..... 56
第十四章 资源与环境保护 ..... 56
第一节 数智“助保” ..... 56
第二节 环境质量提升与精细化管理 ..... 58
第三节 保护制度深化与可持续运营机制 ..... 58
第四节 景观环境与协调性塑造 ..... 59
第五节 绿色运营与全民环境教育 ..... 59
第十五章 综合管理 ..... 60
第一节 组织架构与机制建设 ..... 60
第二节 人才队伍建设 ..... 60
第三节 标准化服务体系 ..... 61
第四节 社区参与与利益共享 ..... 62

第五节 风险防控与应急管理 ..... 62
第六节 品牌建设与质量管理 ..... 63
**第四篇 实施保障篇 ..... 64**
第十六章 规划分期 ..... 64
第一节 前期——强本固基，攻坚启动 ..... 64
第二节 中期——对标建设，整体提升 ..... 64
第三节 后期——申报创建，品牌铸就 ..... 65
第十七章 实施保障 ..... 68
第一节 体制机制保障 ..... 68
第二节 资源要素保障 ..... 69
第三节 运营管理保障 ..... 69
第四节 人才培育保障 ..... 70
第五节 社区协同保障 ..... 70

# 第一篇 前期基础篇

## 第一章 规划范围及重点区域

规划范围涵盖石门峡景区、金山原始森林、茶马古道景区、东关岭片区、陇西世族庄园、达哈村片区六大核心景区，规划总面积约 18 平方公里。

## 第二章 发展机遇

### 第一节 政策导向机遇

#### 一、国家层面

**文化强国与旅游强国战略赋能。**

紧扣《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》中“推进文旅深度融合，大力发展文化旅游业，以文化赋能经济社会发展”的战略部署，将玉溪哀牢山建设纳入国家文化强国与旅游强国建设大局。依托国家推动高质量发展、促进共同富裕的政策导向，充分发挥旅游业“一业兴、百业旺”的乘数效应，以文旅深度融合激活区域经济社会发展新动能。

#### 二、云南省层面

**生态补偿改革与旅居品牌建设双轮驱动。**

生态保护补偿机制创新。依据《云南省〈生态保护补偿条例〉实施细则》（云政规〔2025〕2 号），探索建立自然保护地市场化、多元化生态保护补偿体系。鼓励社会资本通过特许经营等方式依法依规参与生态旅游产品开发，在保护的前提下实现科学利用。

生态旅游与森林康养产业扶持。落实 2025 年省林草局《加快生态旅游与森林康养产业发展措施》，支持在自然保护地实验区规范开展徒步穿越、自然研学、森林康养等生态产品业态。

“旅居云南”品牌建设窗口期。抢抓 2025 年《进一步推动“旅居云南”高质量发展试点工作方案》实施机遇，立足 2025—2027 年试点窗口期，积极申报“旅居云南”高质量发展试点，将哀牢山打造为全省生态康养旅居示范标杆，推动旅游发展模式从“观光游览”向“深度旅居”跃升。

#### 三、市（县）层面

5A 创建与重点项目建设统筹推进。

《玉溪市“十五五”文化和旅游发展规划》明确提出创建哀牢山国家 5A 级景区、争创世界级旅游景区的战略目标。以“中国秘境·玉溪哀牢山”为品牌定位，加快《玉溪哀牢山国家 5A 级旅游景区创建专项规划》编制报批。系统推进东关岭游客服务中心、云海观景台悬崖酒店、马家寨旅居度假村、耀南云海民宿集群、十里叠水瀑布轻奢度假酒店等重点项目，同步完善戛洒集散中心、索道系统、低空旅游基地等基础设施配套，形成山上山下联动、产品业态互补的发展格局。

### 第二节 市场需求与认知机遇

#### 一、深度生态体验需求爆发

游客偏好正从传统观光旅游加速转向以专业徒步、自然研学为代表的深度沉浸式体验项目。2025 年，哀牢山接待的省外游客平均停留时长显著提升，深度生态类旅游产品预订量同比增长 80%，反映出市场对高品质生态体验的强劲需求。

#### 二、生态旅居康养需求升级

依托云南优越的气候条件和独特的秘境生态环境，哀牢山吸引了大批追求高品质生活的中高端客群。2025 年第一季度，哀牢山核心区域康养主题民宿平均入住率超过 90%，客单价较周边普通酒店高出 30%，凸显生态康养市场的成长潜力与消费能级提升。

#### 三、“生态秘境”认知溢价凸显

2024 年国庆假期，哀牢山景区凭借独特的自然景观和内容传播快速走红，成功打开全国知名度。

伴随短视频传播及生态类 IP 持续发酵，2025 年“哀牢山秘境”相关内容搜索量同比增长 200%，游客对原始生态体验的付费意愿增强，带动文创产品与地方特产消费增长 150%。

2026 年《纽约时报》“全球必访 52 地”评选，云南作为中国唯一入选，其核心理由

之一“生物多样性”，与哀牢山所代表的生态特质高度契合，进一步强化其国际市场认知基础和品牌溢价潜力。

### 第三节　外部交通改善机遇

#### 一、大戛高速通达能力提升

大戛高速建成通车后，从昆明经昆磨高速转大戛高速可直达戛洒镇，全程车程缩短至约 3.5 小时，较原有绕行路线节省 1 小时以上。该线路显著提升滇中城市群——包括昆明、玉溪、曲靖等重点客源地的交通可达性，为周末自驾游的常态化发展提供了坚实支撑。

#### 二、永金高速拓展省外市场

永金高速北接四川攀枝花、凉山州，南连元江、红河，有效打通哀牢山与川渝地区的交通联系，为开拓远程客源市场、吸引川渝游客创造了有利条件，进一步扩大省外市场的辐射范围。

#### 三、化念高铁站接入区域旅游网络

化念高铁站通过中老铁路连通昆明（约 1.5 小时高铁车程）、普洱、西双版纳，并可延伸至老挝琅勃拉邦，使哀牢山顺利接入跨省乃至跨国旅游线路，为其融入大区域旅游协作格局提供了重要枢纽支撑。

## 第三章　前提条件

### 第一节　社会主义核心价值观

培育和践行社会主义核心价值观。

#### 一、现状基础

玉溪（新平）哀牢山景区高度重视社会主义核心价值观的培育与践行，在 4A 级旅游景区创建过程中将其确立为文化建设的核心内容，为 5A 创建奠定了坚实思想基础。景区通过多元化宣传渠道实现有机整合：一是依托导览系统与导游讲解，借助生动解说传递核心价值观内涵；二是利用官方网站、微信公众号等新媒体平台进行图文并茂的展示；三是在游客休息区、换乘区等人员密集区域设置主题宣传栏，张贴宣传海报，营造了浓厚的宣传氛围。目前，核心价值观已融入景区规划建设、管理服务及旅游服务各环节。

#### 二、规划发展

在 5A 创建专项规划中，景区将进一步推动社会主义核心价值观从“宣传展示”向“行为内化”深化。规划将结合哀牢山生态文化与红色资源，开发主题研学、自然教育等产品，将核心价值观有机融入导游词、研学课程及游客互动体验中。同时，规划将建立核心价值观践行评估机制，将其纳入员工绩效考核与服务质量评级体系，通过志愿者服务、文明旅游引导等载体，倡导游客文明游览、绿色消费，实现“润物细无声”的价值引领，使景区成为弘扬主流价值的重要阵地。

### 第二节　要素齐全

有明确的空间边界、必要的旅游服务设施和统一的管理机构，以游览服务为主要功能，且景区开放时间满 1 年。

#### 一、现状基础

新平县哀牢山景区自 1995 年正式开放营业以来，经营状况持续良好，已具备 5A 创建的基础条件。在空间边界方面，景区拥有清晰明确的地理边界，总面积达 18 平方千米，涵盖石门峡、茶马古道、金山原始森林、东关岭片区、达哈片区及陇西世族庄园片区等多个特征显著的景点，为游客提供了丰富的游览空间。在管理运营方面，景区由新平哀牢山旅游开发有限责任公司实施统一管理，该机构将继续作为 5A 级旅游景区的运营管理主体。在旅游服务设施方面，景区依据旅游景区创建标准与自然保护区基础设施建设技术规范，持续完善了游客中心、停车场、旅游厕所、观景台、休息亭等配套设施，设备齐全、功能完善，能够提供高质量、多元化的旅游服务。

#### 二、规划发展

在 5A 创建专项规划中，景区将在现有基础上进一步优化提升。管理运营上，规划将完善统一管理机构职能，建立健全 5A 创建专项工作机制，提升专业化运营管理水平。服务设施上，规划将按照 5A 级旅游景区标准，对标补齐短板，重点推进智慧旅游、无障碍设施、生态停车场、旅游厕所提档升级等工程，同时结合自然保护要求，所有新建、改建设施均

采用“轻介入”、装配式等低碳工艺，尽量多使用当地乡土材料，确保设施完善与生态保护双赢。

## 第三节　合法合规建设

满足旅游业发展规划和国土空间规划等相关要求，土地利用和项目建设无违法违规行为，运营管理符合安全、消防、卫生、防疫、资源环境保护、文物保护、劳动合同等法律法规要求。

### 一、现状基础

景区在土地利用与项目建设方面，严格遵守《中华人民共和国土地管理法》《中华人民共和国城乡规划法》《中华人民共和国旅游法》及玉溪市、新平县国土空间总体规划和旅游业发展规划等相关要求。所有建设用地的选址、审批及使用程序合法合规，现状及规划建设项目均不涉及占用永久基本农田、生态保护红线、自然保护区核心区、饮用水水源一级保护区、国家级公益林等重要管控区域，不存在未批先建、批建不符或超范围开发等违法违规行为。在运营管理方面，景区已建立覆盖安全、消防、卫生、防疫、资源环境保护、文物保护及劳动合同管理等全领域的制度体系并严格依法执行。景区委托专业机构云南恒然安全技术有限公司开展了系统性安全风险评估，涵盖消防安全、自然灾害、旅游活动、人员风险管理等内容，配备了完善的安全设施、管理制度和应急处置预案，符合《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国消防法》及旅游景区安全规范要求。景区严格执行公共场所卫生管理与食品安全相关规定，落实常态化防疫措施。在资源保护方面，景区坚持“保护优先、合理开发”理念，联合自然保护区管护局制定并实施环境保护方案和生态保育措施，包括严格控制游客容量、实行预约分时段入园、实施垃圾分类减量与资源化处理、开展植被恢复与水土保持工程等，符合《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国自然保护区条例》等法律法规要求。此外，景区依法与员工签订劳动合同，按时足额支付工资并缴纳社会保险，不存在童工或强迫劳动等违法行为。

### 二、规划发展

在 5A 创建专项规划中，景区将继续严守合法合规底线，进一步强化制度体系建设。土地利用方面，规划将严格落实国土空间规划管控要求，所有新建、改扩建项目均依法履行审批程序，确保不突破生态保护红线和自然保护区管控要求，并将引入第三方机构开展全过程合规性跟踪审计。运营管理方面，规划将对照 5A 级景区标准，全面提升安全、消防、卫生、防疫等管理体系，完善智慧安防系统与应急指挥平台，定期开展应急演练与隐患排查。资源保护方面，规划将进一步细化生态保育措施，依托“天—空—地”一体化监测网络，实现生态环境实时监控与预警。劳动保障方面，规划将持续完善员工培训与权益保障机制，将合法合规纳入绩效考核体系，确保运营管理全程符合国家法律法规及 5A 评定标准。

## 第四节　可持续发展

遵循可持续发展原则，建设和运营符合绿色低碳发展导向，没有以旅游开发为名开展过度建设，没有过度商业化倾向，引导游客文明旅游和绿色消费，近 3 年未发生重大生态环境破坏事件。

### 一、现状基础

新平哀牢山片区生态保护成效显著，天然森林覆盖率已达 85.42%，西黑冠长臂猿、绿孔雀等珍稀物种种群数量持续增长，近 3 年未发生重大生态环境破坏事件。片区旅游业态以生态观光、文化体验和自然教育为主，未出现大规模房地产开发和过度商业化现象，并创新推行“保护小区+社区共管”模式，引导村民有序参与旅游服务，初步形成了绿色发展格局。

### 二、规划发展

规划中所有设施建设采用“轻介入”工艺，严禁在自然保护区核心区新增旅游设施。对石门峡、金山原始森林等核心景点实施“负面清单”管理；同时，依托智慧监测系统引导游客践行“无痕山林”与绿色消费，持续巩固近零生态事件的良好态势，确保建设和运营全过程符合绿色低碳导向。

## 第五节　安全生产

公布景区最大承载量并执行承载量管理规定，制定旅游安全制度和应急预案并定期演练，近 3 年未发生重大旅游安全责任事故。

### 一、现状基础

景区高度重视旅游安全与容量管控工作，已公布景区最大承载量并严格执行承载量管理规定。依据《中华人民共和国旅游法》《景区最大承载量核定导则》等相关标准，结合各景点（石门峡、茶马古道、金山原始森林等）的游步道长度、宽度、游览时长及生态敏感度等因素，科学核定了日最大承载量与瞬时承载量，并在游客中心、官方网站及门票预约系统中予以公示。景区严格执行“预约、错峰、限流”管理机制，在节假日及旅游旺季通过分时段预约、实时流量监测、动态调控入园人数等措施，确保游客量始终控制在承载量阈值以内，有效避免了过度拥挤对游客体验和生态环境的双重压力。在旅游安全制度方面，景区已建立覆盖消防安全、地质灾害、森林防火、涉水安全、道路交通及游客突发疾病等全场景的安全管理制度体系与应急预案，并委托专业机构定期开展安全风险评估。景区按规定配备专职安全员、兼职救护人员及急救医疗设施，每半年至少组织一次综合应急演练（涵盖火灾疏散、游客坠崖救援、突发公共卫生事件等场景），各景点每季度开展专项演练。近 3 年来，景区未发生重大旅游安全责任事故，游客安全保障有力。

## 二、规划发展

在 5A 创建专项规划中，景区将进一步强化承载量管理与旅游安全体系建设。承载量管理方面，规划将依托智慧旅游平台，建立实时客流监测与预警系统，实现游客流量动态调控的智能化、精准化；同时结合 5A 创建后预计增加的游客量，开展最大承载量复核与调整工作。安全制度方面，规划将对标 5A 级景区安全标准，进一步完善“横向到边、纵向到底”的安全责任体系，细化各岗位安全操作规程，并将应急演练频次提升至每季度一次综合演练、每月一次专项演练，建立演练评估与改进闭环机制。同时，规划将推进“智慧安防”工程建设，在关键节点增设高清监控、一键报警柱、智能广播等设施，实现安全风险实时监测与快速响应。此外，规划将建立安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制，持续巩固近 3 年零重大安全责任事故的良好态势，确保 5A 创建及运营期间旅游安全形势持续稳定。

# 第六节　诚信经营

诚信经营，近 3 年未发生重大旅游市场失信行为与重大负面舆情。

## 一、现状基础

玉溪哀牢山景区始终坚持诚信经营理念，将诚信建设作为景区品牌塑造和可持续发展的重要基石。景区建立健全了价格公示制度，所有门票、交通、餐饮、购物等收费项目均在游客中心、官方网站及收费点位显著位置明码标价，杜绝价格欺诈、捆绑销售等不规范行为。景区对内部经营商户实行统一管理，建立商户准入审核、信用档案和日常巡查机制，定期开展诚信经营专项检查，严禁强买强卖、虚假宣传、销售假冒伪劣商品等行为。在游客投诉处理方面，景区设立了专门的投诉受理渠道（投诉电话、意见箱、在线平台等），建立了“受理—调查—处理—反馈”闭环管理机制，一般投诉在 24 小时内响应、3 个工作日内办结，游客满意度持续保持在较高水平。景区积极配合市场监管、文旅等部门开展联合执法检查，主动接受社会监督。近 3 年来，景区未发生重大旅游市场失信行为，未出现因欺客宰客、虚假宣传等问题引发的重大负面舆情，景区诚信形象获得游客和社会的广泛认可。

## 二、规划发展

在 5A 创建专项规划中，景区将进一步深化诚信体系建设，打造“诚信哀牢山”品牌。在制度层面，规划将对标 5A 级旅游景区信用评价标准，完善商户信用分级分类管理制度，建立“红黑榜”公示机制，对诚信商户予以表彰奖励，对失信商户实行警告、停业整顿直至清退处理。在监管层面，规划将推行“明厨亮灶”“透明购物”等阳光工程，引入第三方神秘顾客暗访和游客即时评价系统，实现服务质量与诚信经营的动态监测。在投诉处理方面，规划将建立更加高效的投诉快速响应机制，推行“先行赔付”制度，对事实清楚、责任明确的投诉实行现场赔付，切实保障游客合法权益。同时，规划将加强舆情监测与应对能力，建立 24 小时网络舆情监控体系，制定重大负面舆情应急处置预案，做到早发现、早报告、早处置。此外，规划将持续开展诚信经营主题培训与宣传教育活动，引导全体从业人员将诚信内化为自觉行动，确保 5A 创建及运营期间继续保持零重大失信行为、零重大负面舆情的良好纪录。

# 第七节　旅游人数达标

申报相应等级景区满足《旅游景区质量等级划分》标准规定的接待人数要求。

## 一、现状基础

近年来，哀牢山旅游人次与旅游消费均实现稳步增长。尤其是 2024 年国庆假期哀牢山旅游热度飙升后，年接待游客量突破 130 万人次，客源结构持续优化，省外游客占比逐步提升，过夜游客比例亦不断提高，反映出游客停留时间延长、消费深度加深的趋势，旅游市场活力持续迸发，为 5A 级旅游景区创建提供了坚实的市场基础与消费支撑。

**表 3-1 近五年哀牢山旅游数据统计表**

| 年限/年 | 哀牢山旅游人次（万人次） | 哀牢山旅游花费（亿元） |
|---|---|---|
| 2021 年 | 112.42 | 10.45 |
| 2022 年 | 110.96 | 10.9 |
| 2023 年 | 112.74 | 12.66 |
| 2024 年 | 133.02 | 11.56 |
| 2025 年 1-11 月 | 129.51 | 10.71 |

## 二、规划发展

对照《旅游景区质量等级划分》标准，5A 级景区除年接待游客 60 万人次以上外，还需达到海外游客年接待量 3 万人次以上的要求。近年来，受国际形势及疫情等因素影响，景区海外游客接待量尚存一定差距，仍需进一步加强。在 5A 创建专项规划中，景区将针对海外市场精准发力：一是加大国际宣传推广力度，依托“一部手机游云南”等平台及国际旅游展会，重点面向东南亚及“一带一路”沿线国家开展营销；二是提升国际化服务水平，完善多语种标识系统、多语种导游讲解及入境游客便利化支付等服务；三是挖掘哀牢山生态文化资源的国际吸引力，开发适合海外游客的自然科考、民族文化体验等专项产品。通过系统化举措，力争在 5A 创建周期内实现海外游客量达标，全面提升景区国际影响力和竞争力。

# 第二篇 旅游资源价值篇

# 第四章 旅游资源吸引力分析

## 第一节 旅游资源核心特质凝练

### 一、世界同纬度地区中的生态孤本

哀牢山起源于中生代燕山运动时期，并于第四纪喜马拉雅运动时期经历大规模地面抬升与河流下切，从而塑造了深度切割的山地地貌，呈现出显著的山地立体气候特征。该区域位于我国青藏高原东南侧及云南亚热带与热带北缘的过渡带，使得热带、亚热带和温带（亚高山）等区系成分在此交汇，形成了多样化的生境与森林植被类型，进而构建了生物多样性极为丰富且植物区系地理成分高度复杂的生态格局。得益于其独特的地理位置，哀牢山保存了世界同纬度地区中面积最大、保存最完好、结构最完整的亚热带中山湿性常绿阔叶林生态系统，为数以百万计的珍贵野生动植物提供了栖息地，同时作为云南省东西两半部气候的分界线，享有“生物基因库”与“中国天然氧吧”的声誉。哀牢山国家级自然保护区总面积约为 679 平方公里，森林覆盖率达 85%，其中中山湿性常绿阔叶林面积达 522 平方公里，占保护区总面积的 67%。这片以云南特有植物种为优势的常绿阔叶林，呈现莽莽苍苍、繁茂连片、林相完整且结构复杂的特征，其原始性之强、面积之广、保存之完好以及人为干扰之少，实属罕见。景区内的金山原始森林与茶马古道区域植被茂密，为近距离观察树冠相叠、枝干虬曲、苔藓遍布等典型的中山湿性常绿阔叶林生态系统景观提供了机会。

### 二、全球最大、种群密度最高的西黑冠长臂猿栖息地

西黑冠长臂猿是全球极度濒危物种，全球约有 1500 只，主要分布在越南北部、老挝和中国。在中国约有 1400 余只，主要分布在云南中部的无量山和哀牢山国家级自然保护区，以及永德大雪山国家级自然保护区，是国家Ⅰ级重点保护动物，数量比野生大熊猫还要稀少。哀牢山地区是西黑冠长臂猿现有种群最大与集中分布区，栖息有西黑冠长臂猿约 184 群 745 只，占中国种群的 53.2%。其中，景区所在的哀牢山国家级自然保护区新平段是全球最大、种群密度最高的西黑冠长臂猿栖息地。据中国科学院昆明动物研究所于 2010 年的国家级和县级保护区西黑冠长臂猿种群数量分布调查报告显示，哀牢山新平县辖区内有西黑冠长臂猿种群 124 群、约 500 只；据 2025 年最新的数据显示，其种群数量已增长至 178 群，700 余只，比 2010 年调查结果增长了 43.55%。景区内的茶马古道是偶遇西黑冠长臂猿的最佳区域。

### 三、全球生物多样性最丰富的地区之一

哀牢山地处青藏高原、横断山和云南高原等自然地理区域的综合部，其自然条件复杂多样，有利于物种的交流和聚集。区内既有云贵高原上的动植物，又有滇西纵谷中的动植物，滇南热区的种属可进入本区，滇北高寒地带的某些种属也可进入本区。加之垂直地带性明显，在多重因素的影响下，形成了区内自然资源丰富，动植物资源复杂多样的特点。是全球同纬度生物多样性最丰富的区域之一，加之人类活动影响较小，生物群落保持完整。据统计数据显示，保护区的植被类型包括 5 个植被型、7 个植被亚型、37 个群系。记录种子植物 1276 种，占云南种子植物种的 9.57%和全国种子植物种的 5.21%；记录哺乳动物 121 种，占云南哺乳动物 312 种的 38.78%和全国哺乳动物 673 种的 17.98%；记录鸟类 475 种，占云南鸟类 945 种的 44.2%和中国鸟类 1253 种的 34.32%。保护区已知的高等植物共 247 科 1074 属 2688 种及 206 种变种（亚种）。其中，云南红豆杉、长蕊木兰等国家Ⅰ、Ⅱ级重点保护野生植物 14 种，西黑冠长臂猿、灰叶猴等国家Ⅰ、Ⅱ级重点保护野生动物 35 种，国家重点保护鸟类 43 种，国家重点保护两栖爬行动物 2 种。

### 四、第一批“全国鸟类环志站标准站建设试点”项目

哀牢山地处全球八条重要候鸟迁徙线路中的一条上，每年迁飞候鸟数量大、种群多。每年秋冬季，从西伯利亚区域、中亚、东北亚、新疆等区域南迁的候鸟一路南下，途中，受东南方向沿海和西北方向青藏高原阻隔，很多候鸟聚集到哀牢山一线，使这里成为全球 8 条重要候鸟迁徙路线之一。位于新平县哀牢山景区内的金山丫口的候鸟环志监测点是一个典型的夜间迁徙鸟类环志点，每年 9 月到 11 月，这里都会有一支由保护区内的管护员和鸟类专家组成的候鸟环志团队坚守在深山的寒夜中，进行候鸟环志监测工作。金山丫口 2004 年首次开展鸟类监测环志工作，2017 年被全国鸟类环志中心确定为第一批“全国鸟类环志站标准站建设试点”项目。截至 2024 年十月中旬，该站已累计监测到鸟类 60516 只，隶属 15 目 47 科 257 种。其中包括海南鹃、棕头歌鸲、黄胸鹀 3 种国家Ⅰ级保护鸟类，以及楔尾绿鸠、红角鸮、灰林鸮、红喉歌鸲等 30 种国家Ⅱ级保护鸟类，为研究鸟类迁徙、种群、习性提供了第一手资料。除了候鸟环志，金山丫口候鸟环志站还积极宣传生态环保知识。通过环志站和当地护林员 20 年来的努力，新平县哀牢山景区周边群众的生态环保意识大幅提高，爱鸟护鸟观念和绿水青山就是金山银山理念深入人心，连续多年被全国鸟类环志中心表彰为“鸟类环志工作先进单位”。

### 五、南方丝绸之路的重要组成部分——茶马古道

茶马古道作为人类历史上海拔最高、穿越难度最大的文明古道，是内地与边疆交换生产资料的贸易通道，也是不同区域、民族乃至不同国家进行文化交流的重要传播纽带。哀牢山区域内的茶马古道穿越哀牢山经楚雄、玉溪到普洱，后出境前往泰国、缅甸、老挝等国家，是历史上云南三条大通道之一，古称迤南大道，始于唐，建于元，繁盛于明清，至今已有 1500 多年的历史，是连接中原与西南、西北地区的重要商贸通道，也是各民族文化交流的走廊。新平县境内的茶马古道全长 100 多公里，总共有三条线路，第一条由哀牢山东面到石门峡后，前往腰街、漠沙，经大象渡口、磨盘山、扬武、石屏、建水、砚山、富宁后出云南，到达广西百色、防城港和北海等地，是通往大海的古道；第二条是从金山丫口经东关岭到戛洒，渡戛洒江后经新化、富良棚、坡脚、峨山县城、玉溪、晋宁，到达昆明，再前往曲靖、昭通；第三条是从耀南经新寨、水塘、双柏、楚雄、大理、丽江等地，到达西藏。这些古道穿越哀牢山腹地，一路植被茂密，崎岖难行。据说，在其兴盛时期，每天都有 800 多匹骡马、1000 多名商人从这里通过。

## 第二节　资源本底价值

### 一、以生物多样性保护成果为代表的科学研究价值

#### 1. 鸟类迁徙通道的科学研究价值

哀牢山位于中国云南省中部，是横断山脉的重要分支，其独特的立体气候和植被垂直带谱使其成为东亚——澳大利西亚迁飞通道上的关键节点。来自西伯利亚和中国北方的候鸟在向南迁徙过程中，许多中小型鸟类无法翻越青藏高原，东边又受大海限制，因而迁徙路线呈倒金字塔形不断收窄。景区内的金山丫口地处哀牢山中段，海拔在 2320 米至 2430 米之间，山脊大幅凹下形成一个巨大的丫口地形，仿佛专为候鸟迁徙打开了一道大门。候鸟翻越金山丫口进入镇沅县境内后，可以顺着哀牢山与无量山之间的谷地，一路坦途飞向东南亚、南亚和澳大利西亚。同时，哀牢山是东南亚迁徙鸟类进入中国的首站，其保护成效直接影响下游地区种群，支撑《保护野生动物迁徙物种公约》框架下的跨国协作，其在鸟类跨境保护层面的实践与合作具有极高的国际意义。哀牢山作为“迁徙鸟类的服务区”，

金山丫口长期积累的鸟类环志数据、鸟类迁徙路线的研究等相关成果，不仅揭示山地生态系统的特殊规律，更为全球候鸟保护提供“中国样本”。

**2.西黑冠长臂猿的保护研究价值**

哀牢山作为中国西黑冠长臂猿的核心分布区之一，其特殊的山地生态系统和生物多样性特征及跨境廊道功能，使该区域的长臂猿保护研究具有独特的科学价值和实践意义。在科学层面，西黑冠长臂猿的垂直迁移策略、具有地理变异的鸣声行为对 40 余种植物的关键传播作用，为研究灵长类适应机制和生态系统功能提供理想模型；在保护实践上，哀牢山国家级自然保护区创新的“声学监测+树冠走廊”技术、社区共管模式以及跨境保护经验，为全球极危物种保护树立了典范；同时，西黑冠长臂猿对森林完整性和气候变化的敏感性，使其成为评估西南山地生态安全的重要指示物种。哀牢山西黑冠长臂猿的保护，不仅是拯救一个物种，更是维护中国西南山地生态屏障完整性的关键举措。同时，哀牢山国家级自然保护区新平管护局西黑冠长臂猿生态行为研究站对它们的基础生态学、社会行为、栖息地等开展了大量研究，其研究价值既体现在科学理论的突破（如山地物种适应机制），也反映在保护技术的创新（如跨境智能监测），对全球濒危灵长类保护具有示范意义。

## 二、以生物多样性为代表的自然科普教育价值

哀牢山被誉为“物种基因库”“自然博物馆”，是研究生物演化、生态适应的理想场所，其生态系统的多样性、独特性、丰富性和科研潜力为公众认知自然、理解生态保护提供了生动而深刻的教材。哀牢山国家级自然保护区内以桫椤、水青树为代表的古老孑遗植物和以云南红豆杉、伯乐树等为代表的国家重点保护植物，不仅是地质历史变迁的“见证者”，其生态适应性（如高山杜鹃的耐寒机制、附生植物的水分获取策略）也为理解植物演化提供了直观案例；针对西黑冠长臂猿、绿孔雀等旗舰物种开展的行为观察、栖息地调查、实行分析等，可激发公众对濒危物种的关注与行动力，是“明星”代言的自然课堂；而针对哀牢山垂直植被带谱（从热带雨林到苔藓矮林）和水文系统（高山湿地、溪流）的研究，将抽象生态理论转化为可触摸的地理课堂，是宏观生态的立体教科书；针对哀牢山国家级自然保护区一些研究监测成果的再利用，如数字资源库（鸟类鸣声、红外相机视频）和实体标本等的学习、参观，让每一片森林、每一声猿鸣都成为生态文明的启蒙课。

## 三、以石门峡为代表的地质科普研究价值

石门峡的峡谷内可见五道天然形成的巨型石门，高度从 6 米至 60 米不等，形似“天然船闸”。这种地貌景观源于哀牢山断裂带的构造活动。该区域处于断裂挤压带内，经历了岩浆侵入、断裂挤压及沉积岩变质作用，形成了以花岗片麻岩、片麻岩为主的岩层。流水长期冲刷和侵蚀这些坚硬的变质岩，塑造了峡谷中陡峭的悬崖、石门和阶梯式瀑布，形成典型的溶峡谷地貌。同时，区域内还有大量的水蚀地貌，溪流在岩床上切割出深槽和壶穴，形成“碧潭映翠”“叠水台”等景观。再加上特殊的气候作用，峡谷内茂密的植被（如蕨类、古藤）与湿润的微环境相辅相成，岩石裂隙中的植物根系加速了物理风化，而苔藓覆盖的岩壁则成为小型生态系统的载体，形成了“石——水——林”共生的景观。

## 四、以茶马古道为代表的历史文化研究价值

茶马古道是中国古代西南地区的重要交通要道，具有深厚的历史文化底蕴和重要的经济价值。它不仅见证了中国统一多民族国家形成的历史过程，还促进了沿线地区的经济发展和文化交流。新平茶马古道，是哀牢山中一条具有 1500 年历史的重要商贸通道，连接中原与边疆，促进了多民族经济文化交流，至今仍保留着丰富的历史遗迹。作为云南省三条大通道之一，它见证了各民族在商贸中的交往交融，促进了汉族、傣族、彝族等民族在语言、习俗等方面的交流融合。景区内现存的“马踏石穿”“千家寨”“炼铁炉”等历史遗迹，见证了茶马古道昔日的繁荣和文明，也留下了种种传奇故事和赶马人的山歌在新平县哀牢山景区周围的村寨中流传。

# 第三节　观赏游憩价值

新平县哀牢山景区以“生物基因库”“中国天然氧吧”为基底，孕育出了哀牢云海、迷雾森林、空中花园、杜鹃花海、兰花王国、古道悠悠、百鸟朝凤、石门飞瀑等哀牢九大奇景，涵盖了以西黑冠长臂猿为代表的世界珍稀物种景观，观赏游憩价值极高。

## 一、星空云海

出于深海浩胜海，奔腾磅礴逐日来；
临顶并无擒龙意，只为望得天门开；
黄霞璀璨金佛载，蓝宇映心忘尘埃，
红日炎炎烧天际，白云朵朵压山怀。

哀牢山属云岭余脉东支，是滇西横断山纵谷与滇东高原的分水岭。印度洋东移的暖湿气流在高峻的哀牢山区受到阻碍，便停滞在山峦之间，带来了丰沛的降雨和壮观的云海，也滋润着哀牢山中气势磅礴的梯田。哀牢山的云海日出，是游客最期待的景观之一，当清晨的第一缕阳光透过迷雾洒向山谷，哀牢山的云海便如同天际裂开的一道光门，金色的光芒穿透厚厚的云雾，将山脉的轮廓逐渐显现，尤为壮丽。特别是景区所处的哀牢山新平段的云海和日出，堪称“滇中云海一绝”。

夜幕降临，浩瀚星空如打翻的碎钻铺满穹顶，银河清晰如练，横跨天际，仿佛伸手可触。无数繁星闪烁，与山间的寂静相映成趣，偶尔有流星划过夜空，留下转瞬即逝的光痕，让驻足观赏的游客为之惊叹。在这里，人们可以远离城市的喧嚣，静静仰望星空，感受宇宙的浩瀚与神秘，仿佛置身于童话般的梦境之中。尤其是在晴朗的夜晚，星空与云海交相辉映，下方是翻涌的白色云海，上方是璀璨的星河，构成一幅绝美的天地画卷，成为许多摄影爱好者和天文爱好者的必打卡之地。

## 二、森林秘境

新平县哀牢山景区内海拔 2000 多米的原始森林长年处于云雾之中。终年缭绕的流动云雾与海拔梯度形成的垂直植被带谱交织，塑造出时而朦胧时而通透的光影效果，雾气流动导致视野时隐时现，阳光散射形成“丁达尔效应”。漫步于原始森林，地上松软而潮湿的枯枝落叶层犹如厚厚的地毯，散发着泥土特有的芳香，大树小树长满蕨类、苔藓和地衣等附生植物，在雾水的浸润中显得格外翠绿。以金山原始森林为代表的迷雾森林，是景区最为独特的魅力，迷雾中参天的古树，郁郁葱葱的藤蔓，若隐若现，朦朦胧胧，宛如仙境。

## 三、空中花园

“空中花园”景观是由茂密的附生植物群落构成的独特生态奇观。在海拔 1500-2500 米的云雾林中，高大的乔木枝干和根系上层层叠叠地生长着 200 多种附生植物，包括兰科、蕨类、苔藓和地衣等。这些植物借助树木支撑，却不与宿主争夺土壤养分，而是通过吸收空气中的水分和落叶分解物生存。在终年潮湿多雾的环境中，它们形成立体的绿色帷幕：上层是石斛兰、鸟巢蕨等显花植物，中层悬挂着松萝等气生植物，底层则覆盖着厚厚的苔藓。这种垂直分布的群落结构不仅造就了奇幻的视觉效果，更维持着树冠层特殊的微生态系统，成为景区生物多样性的重要标志。

## 四、杜鹃花海

景区的杜鹃以种类丰富、花景壮丽著称，兼具生物多样性与景观美学价值，是云南高原生态旅游和科研的重要目的地。哀牢山从海拔 1500 米至 3800 米均有杜鹃分布，低海拔以常绿灌木为主，高海拔多见高大乔木状杜鹃，与冷杉、铁杉混生。每年 3 月至 6 月（随海拔升高花期延后），杜鹃次第绽放，尤其是马缨杜鹃、露珠杜鹃等形成连绵的红色、粉色花带，与云雾、原始森林相映成趣。景区内的花山、茶马古道等区域是杜鹃花景观最为集中的区域，每到雨季，杜鹃在云雾中若隐若现，形成“花中仙境”的独特视觉效果。

兰花王国

哀牢山已记录的野生兰科植物超过 200 种，隶属 40 余属，涵盖地生兰、附生兰和腐生兰等多种生态类型，可谓“兰花的王国”。从分布特征上来看，景区的兰花分布呈现明显的垂直梯度，不同海拔和生境中的优势属种差异显著。在低海拔区域（500－1500 米）的热带季雨林和常绿阔叶林中，湿度高，附生兰丰富，如石斛属的束花石斛、流苏石斛，万代兰属和羊耳蒜属也常见。中海拔区域（1500－2500 米）的湿性常绿阔叶林和云雾林腐殖质层厚，是兜兰属如硬叶兜兰、杏黄兜兰和兰属、鹤顶兰属的典型生境。而在高海拔区域（2500－3000 米）的温带针阔混交林和杜鹃灌丛中，耐寒的杓兰属如云南杓兰、红门兰属和角盘兰属适应冷湿气候，分布于林缘或高山草甸。这种垂直分布格局使得游客在景区的多个区域、多个时节均能观赏到兰花。

## 五、猿声谷韵

景区保存着完整的原始森林生态系统，以西黑冠长臂猿为代表的多个猴群在此自由栖息，游客可以近距离观察到它们觅食、嬉戏、争斗、育幼等自然行为。其中，“闻声识猿”是最独特的互动和观测方式。西黑冠长臂猿的叫声独特且响亮，具有复杂的结构，包括晨鸣二重唱、联系鸣叫、警报鸣叫和冲突鸣叫等多种类型，鸣叫频率和模式反映种群健康状况，是监测生物多样性的重要指标。最常见的晨鸣二重唱是它们的“晨间社交”，雄性带头鸣叫，雌性回应以短促的“咯咯”声，不同群体的猿鸣还会隔空较量，比谁的声音更洪亮。这种原生态的猿啼是观测的信号，跟着声音寻找，很快就能在树冠层发现它们的身影。一声声猿啼回荡在哀牢山神秘的山谷中，与树冠层活动形成动态景观，极具观赏性。

## 六、古道悠悠

新平县哀牢山景区中的茶马古道是古代滇南的“茶盐之路”（普洱茶、磨黑盐都由此道出境），又是“南方丝绸之路”的重要路段。它始于思茅（今普洱），翻越崇山峻岭，穿过茫茫原始森林，涉江过河，止于昆明，是当时滇西南与内地联系的重要商道之一。新中国成立后，随着交通改善，茶马古道逐渐淡出历史舞台，但其历史和故事仍深植人心。景区内保存较好的茶马古道长约 8 公里，位于茶马古道景点，为玉溪市市级文物保护单位，古道石板路上的蹄印、千家寨古城的遗址，以及明清时期的炼铁炉等，依旧诉说着当年古道上的喧嚣与繁华。两旁的茂密树林里，那些被遗忘的马店、客栈等遗迹，如同一本本尘封的书，等待着世人去翻阅，去感受那悠久的历史。

### 七、百鸟朝凤

景区原始森林中随处可见鸟影，到处都是鸟叫声。据统计数据显示，哀牢山国家级自然保护区一带有鸟类 430 种，其中留鸟 302 种，旅鸟和候鸟 125 种，迷鸟 3 种，其中画眉科鸟类占全国画眉科鸟种的 42%。属国家重点保护的鸟类有黑颈长尾雉、绿孔雀、白腹锦鸡、红腹角雉、绯胸鹦鹉、凤头鹰等 39 种。作为鸟类迁徙的重要通道，云南哀牢山国家级自然保护区新平管护局积极开展鸟道巡护、保护宣传、科学研究等工作，并与相关院校、研究所合作，通过鸟类环志、GPS 追踪定位等，为区域内候鸟迁徙规律研究奠定数据基础，也为片区内的候鸟迁徙筑起一道安全屏障。每年入秋之际，大量的候鸟三五成群南迁飞越哀牢山，由于受浓雾、风向和气流等原因的影响而降低飞行高度，遇到灯光或火光时，鸟类会循光而至，形成了金山丫口“百鸟朝凤”的奇观。

### 八、石门飞瀑

景区内的石门峡正好处于哀牢山断裂带挤压带内，通过岩浆侵入、断裂构造挤压，沉积岩经过混合、变质作用形成花岗片麻岩、片麻岩，在流水的冲刷和侵蚀作用下形成了独特的“石门”自然地貌景观。进入石门峡，第一道石门距离恩水公路仅有 50 米，每向前几十米就可以看到一道石门，门宽 4 米左右，门高在 6 米到 60 米之间，在大约 1.5 公里的范围内有 10 多道这样的石门，门的左右两边峭壁耸立，道道石门曲径通幽，深不可测。 石门里一条从未干涸过、呈银白色的水流从石门中涌出，撞击着岩石，形成一道道台阶式瀑布，发出巨大的响声，在幽幽的山谷中久久回荡着。

## 第四节　珍稀或奇特程度

### 一、世界级生物物种基因宝库

**全球同纬度面积最大的亚热带中山湿性常绿阔叶林。**哀牢山保存了世界同纬度面积最大、人为干扰最少、最完整的亚热带中山湿性常绿阔叶林生态系统，森林面积达 35984 公顷，覆盖率超 85%，这一生态系统在全国范围内罕见，其森林群落结构层次分明（乔木层、灌木层、草本层），是教科书级的生态样本。作为云南省第一个世界生物圈保护区，这一身份使其在世界生物圈保护网络中占有重要地位。

### 二、全球旗舰物种核心栖息地

**中国特有猿类种群密度全球之最。**西黑冠长臂猿是全球极度濒危物种，全球约有 1500 只，主要分布在越南北部、老挝和中国。在中国约有 1400 余只，主要分布在云南中部的无量山和哀牢山国家级自然保护区，以及永德大雪山国家级自然保护区，是国家Ⅰ级重点保护动物，数量比野生大熊猫还要稀少。哀牢山地区是西黑冠长臂猿现有种群最大与集中分布区，栖息有西黑冠长臂猿约 184 群 745 只，占中国种群的 53.2%。其中，景区所在的哀牢山国家级自然保护区新平段是全球最大、种群密度最高的西黑冠长臂猿栖息地，其珍稀程度堪比大熊猫。这一资源具有全球唯一性和极高科学价值，是打造“世界级生态旅游目的地”的核心吸引物。

同域分布的旗舰物种群还包括：绿孔雀（濒危物种）、哀牢髭蟾（哀牢山特有，被网友戏称为“胡子蛙”）、云豹、黑颈长尾雉等。多个旗舰物种的共生栖息地，在全国乃至全球范围内都属罕见，这是 5A 级景区“特品级旅游资源”的重要支撑。

### 三、重要地理分界线

哀牢山脉属云岭山脉向南分支的余脉，北起于大理白族自治州南部，南止于红河哈尼族彝族自治州南部。它地处云贵高原、横断山和青藏高原南缘三大地理区域的接合部，呈“西北—东南”走向，就像一道巨大的天然屏障，横亘于云南东部与西部之间。整条山脉就成了云南地理、地貌的重要分界线。

哀牢山脉还是我国冬季东北风和夏季湿热西南季风交汇之地，因此它又成了云南东西气候的分界线。在哀牢山中，“一山分四季”“一雨便成秋”“山峰雪白头，山谷花满树”都是“哀牢秘境”的常态。这种地理分界线的科学价值和景观多样性，构成了不可替代的

科普旅游资源和摄影创作基地。符合“特品级”中的具有国家代表性、典型性的自然景观资源标准。

## 第五节　规模与丰富度

### 一、旅游资源类型多样

**1.景区旅游资源**

依据国家标准《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T18972-2017），通过实地考察、文献研究等方法，对新平县哀牢山景区的单体旅游资源进行了系统调查分类，具体如下玉溪哀牢山景区旅游资源分类统计一览表所示。统计数据显示，景区内旅游资源类型囊括了《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T18972-2017）中的 8 大主类，17 个亚类，43 个基本类型，107 个资源单体。资源基本类型数量超过 40 种，资源的规模与丰度好。

**表 4-1 玉溪哀牢山景区旅游资源分类统计一览表**

| 主类 | 亚类 | 基本类型 | 资源单体 |
|---|---|---|---|
| A 地文景观 | AA 自然景观综合体 | AAA 山丘型景观 | 哀牢山（景区段） |
| | | AAC 沟谷型景观 | 石门峡 |
| | AD 自然标记与自然现象 | ADB 自然标志地 | 金山丫口候鸟迁徙通道、滇东高原与横断山脉的分界 |
| | | ADC 垂直自然带 | 哀牢山垂直自然带（景区段） |
| B 水域景观 | BA 河系 | BAA 游憩河段 | 十里河、铁厂河、花山河 |
| | | BAB 瀑布 | 燕子崖瀑布 |
| C 生物景观 | CA 植被景观 | CAA 林地 | 哀牢山中山湿性常绿阔叶林（景区段）、古茶林、金山原始森林、花山杜鹃林 |
| | | CAB 独树与丛树 | 水青树、伯乐树、桤木、齿栲、倒卵叶石栎、木果石栎、合欢、五角枫、十大功劳、云南樱、野核桃、高山栲、云南山茶、红花木莲、长蕊木兰、云南红豆杉 |
| | | CCD 花卉地 | 花山杜鹃花海 |
| | CB 野生动物栖息地 | CBB 陆生动物栖息地 | 西黑冠长臂猿、黑熊、鹿子 |
| | | CBC 鸟类栖息地 | 金山丫口鸟类迁徙通道 |
| D 天象与气候景观 | DA 天象景观 | DAA 太空景象观赏地 | 东关岭日出、东关岭观星点 |
| | DB 天气与气候现象 | DBA 云雾多发区 | 金山云雾、东关岭云海 |
| | | DBC 物候景象 | 哀牢山东坡物候景象 |
| | | DBY 避寒避暑气候地 | 哀牢山避暑气候 |
| E 建筑与设施 | EA 人文景观综合体 | EAA 社会与商贸活动场所 | 金山茶马古道遗址 |
| | | EAC 教学科研实验场所 | 金山丫口鸟类监测环志点、新平西黑冠长臂猿行为研究站、茶马古道西黑冠长臂猿观测点 |
| | | EAE 文化活动场所 | 马帮文化陈列室、陇西世族土司府 |
| | | EAH 交通运输场站 | 迤南古道新平段 |
| | | EAI 纪念地与纪念活动场所 | 大平掌战斗遗址 |
| | EB 实用建筑与核心设施 | EBB 特性屋舍 | 润之中学旧址 |
| | | EBE 桥梁 | 风雨桥、彩虹桥 |
| | | EBG 堤坝段落 | 铁厂河堤坝 |
| | | EBP 特色市场 | 山货市场 |

| 主类 | 亚类 | 基本类型 | 资源单体 |
|---|---|---|---|
| | EC 景观与小品建筑 | ECB 观景点 | 金山丫口观景台、云海日出观景台 |
| | | ECC 亭、台、楼、阁 | 石门峡养心亭 |
| | | ECD 书画作 | 石门峡对联 |
| | | ECJ 景观步道、 甬道 | 石门峡步道、金山原始森林步道 |
| F 历史遗迹 | FA 物质类文化遗存 | FAA 建筑遗迹 | 千家寨古城遗址、明代炼铁炉遗址、清代炼铁炉遗址、哀牢客栈遗址、汤锅店遗址、茶馆遗址、铁匠铺遗址、赌场遗址、花店遗址 |
| | FB 非物质文化遗存 | FBB 地方习俗 | “赶花节”、杀年猪 |
| | | FBC 传统服饰服装 | 花腰傣服饰、彝族服饰 |
| | | FBD 传统演艺 | 花腰傣民歌、彝族小调“阿乖啰”、彝族哭嫁调、花腰傣三弦调、傣族虎头舞、傣族大鼓舞 |
| | | FBE 传统医药 | 傣族民间医药 |
| G 旅游购品 | GA 农业产品 | GAA 种植业产品及制品 | 茶叶、中药材 |
| | | GAB 林业产品与制品 | 根雕、家具、鸡血藤、石斛、野生菌、白芨、山乌龟、核桃、核桃油、竹笋 |
| | | GAE 养殖业产品与制品 | 耀南火腿、蜂蜜 |
| H 人文活动 | HB 岁时节令 | HBC 现代节庆 | 哀牢山越野跑 |
| | GC 手工工艺品 | GCB 织品、染织 | 傣族织锦、竹编 |
| | | GCD 陶瓷 | 傣族土陶 |
| | | GCG 纸艺与灯艺 | 彝族剪纸 |
| | HA 人事活动记录 | HAB 地方事件 | 大平掌战斗 |
| | HB 岁时节令 | HBA 宗教活动与庙会 | 傣族喊月亮、祭龙节、花街节、火把节 |
| | | HBC 现代节庆 | 哀牢山越野跑 |

## 二、资源分布和组合关系较优

新平县哀牢山景区作为国家级自然保护区的重要组成部分，同时位于“花腰傣之乡”——新平县，处于哀牢山茶马古道遗址的核心地段，自然景观与人文底蕴完美融合。从资源的主题特色和空间分布情况来看，石门峡景区以石门奇观、瀑布深潭、原始森林为核心特色，兼具地质科普价值与审美价值；茶马古道景区以古道遗址、马帮文化为核心特色，同时有机会观测到西黑冠长臂猿的活动，是一座自然与人文交融的生态博物馆；金山原始森林则以原始的森林生态系统景观和生物多样性为核心，集中展示了中山湿性常绿落叶林的典型景观，是哀牢山重要的候鸟迁徙通道，并且常年云雾弥漫，原始生态且神秘。东关岭片区是哀牢山观赏云海日出的首选之地，这里视野开阔，海拔适中，可见浩瀚云海自山坳升腾而起，朝阳从群峰背后跃出，将云层染成金色与绯红，是摄影爱好者不可错过的经典机位。达哈村是体验花腰傣文化的特色村落，游客可近距离观赏花腰傣服饰制作、参与织锦体验、品尝傣家特色餐饮，感受这一支系独特的文化魅力与生活方式。从资源景观的体验时间来看，景区四季季相变化明显，各有引人入胜之处；景区处处皆美景，步步景变幻，体现出景区景观分布组合极优的疏密度。

# 第六节　资源完整性

## 一、自然保护区筑牢景观完整性根基

景区严格遵守自然保护区相关管理规定，按照自然保护区的功能分区（核心区、一般控制区）与管理要求，禁止核心区人为干扰，一般控制区在保护优先前提下，适度开展生态利用，确保森林景观的原始性与生态系统的完整性。这种分级分类的保护模式，有效遏制了森林砍伐、土地开垦等破坏行为，为森林景观的长期稳定奠定了基础。

## 二、生态修复工程恢复森林景观连通性

针对历史遗留的生态退化问题，景区积极配合戛洒镇及各相关部门，按照新平县的要求实施了天保工程、中央财政造林补贴项目、退耕还林等大规模生态修复工程，累计完成造林面积 153.4 万亩，推进城乡绿化美化三年行动，开展“三沿”（沿路、沿河、面山）绿化与国土空间全域生态修复。例如，为西黑冠长臂猿打造“人工食堂”，种植西南桦等乡土树种，既丰富了旗舰物种的食物来源，又促进了森林植被的恢复与景观连通性。这些

工程使哀牢山森林覆盖率从 2018 年的 83.90%提高到 2024 年的 85.42%，天然林面积持续增加，森林景观的碎片化问题得到有效缓解。

### 三、生物多样性保护强化景观生态功能

新平县哀牢山景区森林景观的完整性与其丰富的生物多样性密切相关。新平县通过科研监测、保护小区、救护站等举措，强化了对旗舰物种与珍稀植物的保护：

旗舰物种保护：西黑冠长臂猿种群数量从 2010 年的 124 群、500 余只增加到 2025 年的 178 群、700 余只，群体数量增幅达 43.55%；绿孔雀种群从 2017 年的约 70 只增加到 2024 年的 350 只，增加了近 4 倍。这些旗舰物种的种群恢复，反映了森林景观生态功能的提升。

珍稀植物保护：建立伯乐树、云南火焰兰、陈氏苏铁等珍稀植物保护小区 10 个，面积达 32815 亩；在新平一中、戛洒镇等区域开展伯乐树、红豆杉等乡土珍稀植物的引种育苗与校园种植，既扩大了种群规模，又将珍稀植物保护融入公众教育，增强了社区的参与感。

### 四、生态空间管控保障景观可持续性

为确保森林景观的可持续性，新平县严格落实生态保护补偿机制，2021-2024 年累计兑付哀牢山国家公益林保护补偿资金 8125.64 万元，涉及农户 3.4 万余户 12 万余人，让群众从生态保护中受益，增强了保护意识。同时，建立社区共管机制，吸纳当地村民参与护林、监测等工作，例如西黑冠长臂猿监测员多为当地村民，他们熟悉森林环境，能有效协助科研人员开展种群监测与栖息地保护。这种“政府+社区”的共管模式，既提高了保护效率，又减少了人类活动对森林景观的干扰。

通过以上举措，景区森林景观的完整性得到有效保护，不仅成为西黑冠长臂猿、绿孔雀等珍稀物种的家园，也成为展示生物多样性保护成果的重要窗口。森林景观的原始性、连通性与生态功能的提升，为新平县哀牢山景区的生态旅游、生态产品价值实现奠定了坚实基础，实现了绿水青山向金山银山的转化。

### 五、地形基底：南北走向山脉的连续性与景观框架

从地形上来看，景区所处的哀牢山是云岭向西南延伸的余脉，呈西北——东南走向，横跨大理、楚雄、玉溪、普洱、红河 5 州市，全长约 450-500 公里，宽 15-30 公里。这种南北贯穿的地形骨架，为景观资源的分布提供了连续的物理载体——从北部的楚雄州南华县大中山区域，到中部的玉溪市新平县，再到南部的红河州绿春县，山脉的连续走向确保了景观资源的空间延展性，避免了因地形隔断导致的碎片化。

### 六、生态系统：原始森林的完整性与垂直带谱的连贯性

从景观上来看，景区的核心景观是保存最完整的亚热带中山湿性常绿阔叶林生态系统，从山麓至山顶，随着海拔升高，植被呈现明显的垂直带谱：山麓为干热河谷植被，山腰为中山湿性常绿阔叶林，山顶为常绿阔叶矮曲林及灌丛。这种垂直带谱的连贯性，使不同海拔的景观资源形成有机整体。例如，景区内的十里河、老厂河的水源来自中山湿性常绿阔叶林的涵养，而石门峡的峡谷景观则是森林与陡峭山体的结合，体现了生态系统各组分的空间关联。

### 七、人文与自然景观的融合：历史遗迹与生态景观的协同分布

景区内以民族文化和茶马古道为代表的人文景观与自然景观并非孤立存在，而是依托自然地形与生态资源分布，形成了协同关系：茶马古道沿哀牢山脊线分布，串联起金山原始森林、石门峡等景点，同时联动周边的戛洒镇、水塘镇等区域的自然景观，既保留了历史遗迹的完整性，又使人文景观成为自然景观的延伸。游客沿茶马古道游览时，可从森林景观过渡到峡谷景观，形成连续的旅游体验，体现了景观资源的相连性。景区景观资源的完整性与相连性，是地形、生态系统、保护体系及人文因素共同作用的结果。这种整体性不仅维护了生态系统的稳定性，也为生物多样性保护、生态旅游发展提供了重要基础。

# 第五章　旅游市场影响力分析

旅游市场影响力是衡量景区是否具备全国乃至全球吸引力的核心维度，在 5A 级旅游景区评定标准中具体体现为“知名度与名誉度”“市场吸引力”“主题和特色强化度”三项关键指标。当前，玉溪哀牢山景区正处于国内知名度快速跃升、省外市场显著增长、主题特色初步确立的战略窗口期，但对照 5A 标准中“国际知名、市场广泛、主题鲜明、特色突出”的要求，仍存在国际知名度欠缺、国际客源结构性缺失、特色产品标准化不足等问题。

## 第一节　知名度与美誉度分析

在 5A 级旅游景区评定标准中，“知名度与名誉度”不仅要求景区在国内具有广泛影响

力，更强调其在国际市场上的知名度和良好声誉。当前，哀牢山景区呈现明显的“国内强、国际弱”态势。

### 一、国内知名度快速跃升

得益于短视频与社交媒体的传播，新平县哀牢山景区的网络知名度近年来显著提升。2024 年国庆期间，视频博主“山取画材”发布的哀牢山收集材料视频走红，让“现实版云南虫谷”的称号广泛传播，助推新平县哀牢山景区登上热搜，国庆假期游客数量同比增长 20.23%。再加上人民日报、人民日报评论、央广网、环时财经、央视财经、央视新闻等各大知名媒体对哀牢山爆火事件的报道，绿野户外官方、徒步中国、携程旅行海外版等省外和海外平台的推广，有效提升了新平县哀牢山景区在全国范围内的知名度和曝光度。

### 二、国际声誉积累尚未起步

相比国内热度的持续攀升，哀牢山景区在国际市场的知名度仍处于空白期。首先，在国际主流平台方面，Tripadvisor、YouTube、Instagram、X 等全球性旅游与社交平台上缺乏系统性的官方账号运营、内容投放与用户互动，未能形成可被海外用户主动搜索、讨论、传播的品牌信息资产。其次，在品牌叙事方面，现有传播内容高度依赖中文语境下的“神秘、探险、原始”叙事（如“现实版云南虫谷”），未针对不同文化背景的客源国进行主题重构（如生态奇观、地质研学、少数民族文化体验等），难以引发国际游客的兴趣。再次，在权威评价方面，景区缺少国际旅游组织、境外主流媒体、海外头部旅行商的推荐、评级或报道，尚未进入国际旅游市场的声誉评价体系。

## 第二节　市场吸引力分析

在 5A 级旅游景区评定标准中，“市场吸引力”重点关注景区对远程客源（尤其是省外及国际游客）的持续吸引力。哀牢山景区呈现“省外市场快速增长、国际客源几乎缺位”的显著特征。

### 一、省外游客占比快速提升

随着网络热度的提升，新平县及景区内的省外及国际游客数量明显增多。据新平县花腰傣风情沐浴节、“新平腌菜”美食非遗文化节、“云岭石榴红”陀螺邀请赛、新平县千桌万人磨盘宴等活动期间的采访及统计数据显示，哀牢山 IP 流量持续迸发以后，吸引了大量来自北京、天津、广东、湖南、黑龙江、山东、河北、河南、广西、四川、贵州等地的游客，也有少量海外游客，省外游客的占比已基本与云南省内游客持平。主要客源的分布情况如下：

1.周边地区游客（占比 49.96%）

① 玉溪本地游客：主要为玉溪市内其他县区的居民，距离较近、交通便利。

② 昆明游客：省会城市，人口基数大，周末、节假日的出游需求大。

③ 楚雄及普洱游客：与新平县相邻，交通便捷。

2.国内其他地区游客（占比 49.34%）

① 华北地区游客：主要为北京、河北、天津等地区的游客。

② 华东地区游客：主要为上海、山东等地的游客。

③ 中部地区游客：主要为湖南、湖北、河南等地的游客。

④ 东北地区游客：主要为黑龙江、吉林、辽宁等地区的游客。

⑤ 华南地区游客：主要为广东、广西等地区的游客。

⑥ 西南地区游客：主要为云南省较为临近的贵州、四川等地区的游客。

### 二、国际客源结构薄弱

与省外游客的快速增长形成鲜明对比，国际客源仍处于“少量偶现”阶段。从客源结构看，省内与省外游客合计占比超过 99%，境外游客占比不足 1%，远未达到 5A 景区“具备独立吸引海外游客专程到访”的能力。从市场开发看，景区尚未识别并优先切入高潜力市场（如距离较近的东南亚国家，或对生态、少数民族文化感兴趣的日韩、欧美细分人群）。从服务配套看，景区没有建立面向国际游客的专属服务窗口、多语种预订与咨询渠道，也未与境外 OTA（如 Booking、Agoda、Klook）或旅行商建立稳定的产品分销关系。综上，在“市场吸引力”维度上，哀牢山景区国内远程市场基础良好，但国际客源结构性缺失是当前最突出的短板。

## 第三节　主题和特色强化度

在 5A 级旅游景区评定标准中，“主题与特色强化度”要求景区主题和特色非常鲜明，市场形象非常突出，或创意开发资源（项目）在全国范围内具有很强的独特性。哀牢山景区现阶段已形成较为清晰的复合型主题架构和极具潜力的超级 IP，但在主题的国际表达、

产品的标准化与体验深度方面仍有提升空间。

### 一、多维融合的复合型主题

景区的主题开发并未局限于单一的“自然秘境”或“历史文化”定位，而是通过生态基底、民族文化、历史遗迹与美食体验的多元融合，构建了具有较强辨识度的复合型主题体系，核心主题为“中国秘境•玉溪哀牢”。在自然基底方面，哀牢山国家级自然保护区拥有全国保存最完整的原始中山湿性常绿阔叶林生态系统，为“秘境”主题提供了不可复制的自然本底。在文化积淀方面，景区内的茶马古道遗址是古代南亚“丝绸之路”的重要组成部分，“陇西世族庄园”有着重要的战斗遗址记忆，红河谷地区居住着的 4 万余花腰傣（相传为古滇国贵族后裔）至今保留着古朴习俗，其服饰被誉为“穿在身上的艺术”，“赶花街”被称为“东方情人节”。尽管复合型主题框架已基本形成，但在对标 5A 标准时仍存在三方面不足：一是主题叙事缺乏国际转化，难以被不同文化背景的游客理解与共鸣；二是文化资源的旅游转化深度不足，缺乏沉浸式、互动性的国际级体验产品；三是主题 IP 的统合性不强，各元素之间缺乏有机串联，影响主题的整体感知度。

### 二、西黑冠长臂猿的全球唯一性

哀牢山国家级自然保护区新平段拥有全球种群数量最大、分布最集中的西黑冠长臂猿栖息地，这一资源禀赋构成了景区的“全球唯一性”核心吸引物。根据中国科学院昆明动物研究所联合保护区管护局完成的最新调查，哀牢山新平辖区西黑冠长臂猿种群数量已达 178 群（另有 12 只独猿），较 2010 年增长 43.5%，集中分布于者竜片区（89 群）和水塘片区（50 群），分布海拔最高达 2927 米。西黑冠长臂猿作为国家一级重点保护野生动物和森林生态系统的“伞护物种”，其稳定繁衍直接标志着区域生态系统的健康向好，这一科学背书为景区特色产品的权威性与稀缺性提供了坚实支撑。

围绕西黑冠长臂猿，景区打造了“听猿、观猿、研猿”三级核心体验体系。“听猿”体验依托西黑冠长臂猿清晨啼鸣的习性，开发茶马古道听猿线路——猿啼是西黑冠长臂猿最重要的行为特征，雄猿领唱、雌猿跟唱、幼猿附和形成独特的“家庭合唱”，可传播至 2 公里外，游客可在清晨跟随护林员进入原始森林聆听这一“山林歌者”的天籁之音。“观猿”体验是在习惯化监测基础上，于茶马古道区域设置长臂猿观测点，游客可在专业护林员指导下近距离观察长臂猿的觅食、嬉戏等自然行为，也可以在林中寻找长臂猿的粪便、毛发，学习判断其健康状态——全球能够稳定提供野外长臂猿观测体验的目的地屈指可数。“研猿”体验联合中国科学院昆明动物研究所、保护区管护局等权威机构，开设“长臂猿生态课堂”，定期为游客讲解其树栖生活、家庭式社会结构、濒危原因等科学知识，让游客理解旗舰物种对生态系统的指示作用。2025 年 10 月，双方已正式启动西黑冠长臂猿与两栖爬行动物系统性监测项目，未来将通过数据共享平台定期形成监测报告，为研学产品提供持续的科研内容支撑。

尽管西黑冠长臂猿 IP 的全球唯一性已初步确立，但在对标 5A 标准时仍存在系统性不足。一是体验产品的标准化与国际化水平较低，“听猿、观猿、研猿”三级体验尚未形成与国际接轨的服务标准体系（如观测路线分级、安全规范、解说词多语种化、生态研学课程认证等），难以进入国际生态旅行运营商的产品目录——相比之下，国际知名生态旅游目的地的同类产品（如卢旺达的山地大猩猩追踪、哥斯达黎加的热带雨林观鸟）均已建立成熟的分级标准与全球分销渠道。二是“科研—保护—旅游”价值链尚未闭环，虽然中科院昆明动物研究所等科研机构已深度参与种群监测工作，但科研产出向旅游产品的转化仍处于初级阶段，科研成果（如种群动态数据、个体识别信息、行为研究进展）尚未有效转化为游客可感知、可参与、可传播的体验内容。三是国际推广渠道与品牌叙事缺失，西黑冠长臂猿作为“全球数量最多”的旗舰物种，在国际灵长类保护与生态旅游领域具有天然的话题性，但缺乏面向海外主流平台的精准内容投放与品牌运营，该 IP 在国际市场的知名度几乎空白。四是主题产品与在地文化的融合深度不足，西黑冠长臂猿 IP 与花腰傣文化、茶马古道历史等在地文化元素之间尚未形成有机联动，而国际游客对“生物多样性+原住民文化”的复合体验具有较高兴趣（如亚马逊雨林与土著部落的组合产品），哀牢山具备类似潜力但尚未实现产品化整合。

## 第四节　本章小结

### 一、综合结论

基于前述三个维度的系统分析，玉溪哀牢山景区在“旅游市场影响力”层面的发展现状与短板可归纳如下：在知名度与名誉度方面，景区国内知名度已实现快速跃升，但国际知名度仍处于空白，品牌叙事缺乏适配国际市场的调整，与 5A 级景区创建标准存在较大差距；在市场吸引力方面，省外市场占比趋于均衡（约 49%），但国际客源存在结构性缺失

（不足 1%），与 5A 级景区创建标准存在较大差距；在主题特色强化层面，复合型主题已成型、具备全球唯一性的 IP 已确立，但产品标准化程度不足、科研向旅游的转化不畅，与 5A 级景区创建标准存在中等程度差距。总体判断，哀牢山景区当前处于“国内影响力基本达标、国际影响力亟待突破”的关键转折期，国内层面已具备良好的市场基础和主题辨识度，国际层面的知名度、客源、产品标准化三大短板相互制约，形成系统性发展瓶颈。

## 二、提升方向

围绕上述三方面分析存在的短板，提出以下系统性提升方向。

第一，构建国际传播体系，实现知名度从“国内爆红”向“国际知名”跨越。面向海外主流平台（Tripadvisor、YouTube、Instagram 等）进行精准内容投放，以“全球长臂猿数量最多的地方”为核心传播点；重构品牌叙事，针对不同客源市场（东南亚、日韩、欧美）进行主题转化，将“滇中秘境”转化为“全球长臂猿之都”等国际认知度更高的定位；争取国际权威机构推荐与评级，进入国际旅游市场声誉评价体系。

第二，精准拓展国际客源渠道，填补市场吸引力结构缺口。优先切入高潜力市场，包括距离较近的东南亚国家，以及对生态、少数民族文化感兴趣的日韩、欧美细分人群；建立与境外旅行商、OTA（如 Booking、Agoda、Klook）的合作关系，形成稳定的产品分销渠道；完善国际游客服务配套，包括多语种标识系统、外语导游人才、入境支付便利化、国际游客专属服务窗口等。

第三，推动主题与特色产品的国际化与标准化。推进主题国际转化，针对不同客源市场重构品牌叙事，提升主题表达的国际适配性；推动特色产品标准化，对标国际生态旅游目的地，制定“听猿、观猿、研猿”三级体验的服务标准、安全规范与多语种解说体系，争取国际生态旅行认证；打通科研——旅游价值链，深化与中科院昆明动物研究所等机构的合作，将种群监测数据、个体识别成果、行为研究进展转化为研学课程内容与游客互动体验；实现“生物多样性+原住民文化”复合体验产品化，将西黑冠长臂猿 IP 与花腰傣文化、茶马古道历史进行有机整合，开发面向国际市场的复合型主题线路。

## 三、关键行动建议

按照优先级排序，提出以下关键行动建议。第一优先级（6 个月内完成）包括搭建多语种海外社媒矩阵、制作国际版宣传素材，以及与东南亚及日韩旅行商建立合作、完善多语种服务配套。第二优先级（12 至 18 个月内完成）包括制定“听观研”三级体验国际服务标准、争取生态旅行认证，以及建立科研成果向科普体验的常态化转化机制。第三优先级（18 至 24 个月内完成）包括整合长臂猿 IP 与在地文化，开发国际版主题线路。通过上述三个维度、四个方向的系统推进，玉溪哀牢山景区有望在 3 至 5 年内实现从“国内网红”向“国际知名生态旅游目的地”的战略升级，满足 5A 级旅游景区对“旅游市场影响力”的全部核心指标要求。

# 第六章　世界级吸引力与影响力培育

## 第一节　哀牢山世界级品牌定位与价值凝练

### 一、品牌战略定位

**1.景区别名**

**①“哀牢山”别名“爱乐山”**

音译雅化：“爱乐”是“哀牢”在少数民族语言中的同音异写。

本义还原：清朝顾祖禹《读史方舆纪要》记载，“哀牢山府东二十里，本名安乐，蛮语讹为哀牢。

寓意美好：变“哀愁”为“热爱快乐”，提升地名亲和力与传播吸引力。

**②“哀牢山”别名“金山”**

源于民歌传唱：新平花腰傣女子歌谣中唱道：“挖一条大路去找一座金山……过了红河又进哀牢山”。将哀牢山别称“金山”，正是回应了歌谣中先民对理想之地的千年追寻——那座梦中的“金山”，原来就藏在脚下的哀牢山中。

基于历史矿藏：除了歌声的指引，哀牢山腹地自古确有金矿开采遗迹，是名副其实的“怀金孕宝”之地。称其为“金山”，是对这片土地拥有真实金色资源的历史致敬。

契合时代理念：生态文明的绿色财富：在“绿水青山就是金山银山”的理念下，哀牢山完整的原始森林是无可替代的生态资产。“金山”之名完成了从“寻找金矿”到“守护生态”的升华，象征着这里正是可持续发展的“绿色金山”。

**2.总体定位与宣传口号**

**①总体定位**

**中国秘境•玉溪哀牢山**

**②宣传口号**

秘境哀牢山，最氧全世界；

云上哀牢山，一步一画卷；

生态秘境，基因宝库。

**3.景区旅游吉祥物形象策划**

从哀牢山旅游资源中遴选最具代表性、拥有世界级保护价值的旗舰物种——西黑冠长臂猿为原型，打造旅游吉祥物。围绕其家庭型生活习性，设计“小西”“阿黑”“冠美”三个形象，组成相亲相爱的一家人；在此基础上，结合当地独具特色的花腰傣文化，将花腰傣服饰元素融入吉祥物设计，作为玉溪哀牢山的旅游标识。该系列吉祥物还可延展开发出多样化的西黑冠长臂猿主题文创产品。

**4.品牌战略**

以“生态为基、秘境为魂”为根本理念，全面贯彻可持续发展原则。以原始生态系统保护为核心基础，确保自然资源的完整性与真实性；同时，以“秘境”概念为品牌灵魂，通过挖掘和强化哀牢山的神秘、未知与独特性，提升其文化内涵和体验价值。战略目标在于确立“哀牢山生态秘境”的世界级旅游品牌地位，通过国际化营销、生态友好型基础设施建设和多元旅游产品开发，全力打造一个在全球范围内具有高度辨识度和吸引力的世界级生态旅游目的地，推动区域经济与环境保护协同发展。

## 二、品牌内涵体系

围绕生态、人文、水文、气象、地质、天文六大维度，系统塑造“哀牢秘境”：

**1.生态秘境：全球生物多样性的“活体博物馆”**

这里是地球同纬度地区罕有的“绿色奇迹”，不仅森林覆盖率高，更拥有极为丰富的物种多样性和高度特有性。哀牢山区域内分布着大量珍稀濒危动植物，如西黑冠长臂猿、云南松、桫椤等，堪称生物进化与适应环境的天然实验室。其生态系统对全球气候变化响应极为敏感，因此极具科研价值和保护意义，是一座具有世界级影响力的生态宝库和自然博物馆。

**2.人文秘境：茶马古道上的“活态文化长廊”**

哀牢山区域贯穿茶马古道重要段落，保存有较为完好的古道遗址、石板驿路和传统村落集群。当地花腰傣、彝族等民族延续着悠久的农耕、纺织、节庆与口头传统，非物质文化遗产丰富多样。民间故事、古歌谣等文化符号生动见证着在漫长历史中的交融与共生，形成一条贯穿时空的“活态文化长廊”。

**3.水文秘境：高山峡谷中的“灵动水系交响”**

区域内水系发达，山高谷深，形成众多瀑布、深潭、急流与喀斯特涌泉。南恩瀑布、石门峡溪流等代表性水景展现“千瀑争流、万壑争鸣”的动态画面。水质清澈纯净，流域生态完整，不仅是重要的水源涵养区，也极为适宜开展生态观光、亲水休闲、漂流体验与水文科普，同时更是推动流域生态保护与可持续发展实践的最佳示范区。

**4.气象秘境：垂直气候谱系的“云端奇观”**

哀牢山因其巨大高差而形成典型的山地垂直气候，从河谷至山顶可经历热带至寒温带的不同气候带，“一山分四季，十里不同天”是其真实写照。云海、佛光、雾凇、彩虹等气象现象频现，尤其以日出日落时分的磅礴云瀑最为壮观，为摄影爱好者与自然观察者提供绝佳的视觉盛宴。这里也因此成为研究山地气象与气候变化的天然实验室和极具体验感的“云端观景台”。

**5.地质秘境：地球演化历史的“沧桑印记”**

哀牢山大地构造位置特殊，石门峡峡谷、断崖峭壁等地貌景观实为地质构造运动的活态展示，岩石层理、褶皱、断裂等系统出露清晰，如同一部巨幅的“地球史书”，对于研究板块运动、古地理环境演变具有极高的科考价值与教学意义。

**6.天文秘境：低光污染环境的“星空观测胜地”**

得益于高海拔、稀薄大气与极低的光污染，哀牢山多个区域成为理想的暗夜星空保护地与天文观测点。在这里，肉眼可见银河轮廓、星团、流星雨等天文现象，尤其适合开展深空摄影、天文研学与夜间生态旅游。静谧的夜空不仅唤起人们对宇宙的敬畏与好奇，也为心灵提供了一处远离尘嚣、回归自然的冥想静修之地。

# 第二节　旅游市场定位

## 一、空间定位

表 5-1 景区客源市场空间定位一览表

| 类型 | 客源层次 | 客源市场空间定位 |
| --- | --- | --- |
| 国内客源 | 核心市场 | 滇中城市群（昆明市、玉溪市、曲靖市、楚雄州和红河州北部）、普洱市；成渝城市群、黔中城市群、大湾区、长三角城市群等 |
| | 辅助市场 | 云南省内其他州市；京津冀城市群、中原城市群、长江中游城市群、哈长城市群等 |
| 入境客源 | 核心市场 | 中老铁路沿线的老挝、泰国等东南亚国家，日本、韩国等东亚国家，中国香港、中国台湾等 |
| | 辅助市场 | 其他可享受 240 小时过境免签的国家 |

## 二、类型定位

景区观光游览客群：山水观光、森林观光等；

秘境研学体验客群：生态研学、自然教育、动物观察、文化体验等；

森林康养旅居客群：医养旅居、自然疗愈、慢生活旅居等；

生态户外运动客群：徒步、骑行、攀岩、定向等；

定制化生态科考客群：保护区专业研究人员、定制化观鸟（听猿）等。

# 第三节　哀牢山生态秘境旅游产品体系构建

基于“中国秘境•玉溪哀牢山”的 IP 定位，对标国家 5A 级旅游景区“资源吸引力强、市场影响力大、服务品质高”的标准，本产品体系以“保护优先、适度利用、文旅融合、主客共享”为原则，将原有产品从单纯的景点罗列升级为“核心观光为基础、研学探秘为补充、康养旅居为特色、户外运动为亮点”的立体化产品矩阵。

## 一、景区观光游览

### 1.石门峡

地质奇观观光：深度解读喀斯特地貌与峡谷溪流互动形成的“一线天”奇观，设置亲水栈道与观景平台。增设地质科普解说牌，结合 AR 技术扫码即可查看地貌演化 3D 动画，让游客直观感受亿万年地质运动的鬼斧神工；在安全区域设置岩石样本展示区，搭配专业讲解员不定期开展小型地质研学课堂，引导游客观察岩石纹理与矿物成分。

山水意境体验：提炼石门峡峡谷溪流特质，打造“清泉石上流”的幽深秘境意境。沿溪设置原木茶亭，提供当地特色茶饮与野生菌小吃，让游客在潺潺水声中品味自然与人文的交融；开辟溪边写生区域，配备简易画具租赁服务，邀请本地画家定期驻场指导，鼓励游客用画笔记录峡谷晨昏光影。

### 2.茶马古道

古道遗址游览：对原始路面、马店遗址进行保护性修缮与展示，开展“马蹄印里的故事”现场讲解。

马帮文化沉浸：升级原有场景体验，引入马帮铜像群、马帮铃声复原、休息驿站“幺茶”体验，再现“山间铃响马帮来”氛围；提供传统马帮服饰租赁服务，游客可化身“小马帮”成员，在向导带领下重走一段古道，聆听“溜筒江渡”“雾里村”等经典马帮故事，感受当年马帮的艰辛与坚韧。

### 3.金山原始森林

生态观光：保护性展示古木参天、藤蔓缠绕的原始森林生态群落，标识系统融入科普知识。设置“森林解说步道”，沿途通过语音导览牌与扫码听故事的形式，介绍红豆杉等珍稀植物的生长习性与当地民间传说。

森林康养浴场：打造“高负氧离子呼吸区”，为后续康养产品提供核心体验节点。推出“森林芳香疗愈”项目，采集松针、柏叶、野菊花等天然植物制作香包，或提供植物精油嗅吸体验，搭配林间鸟鸣、溪流声等自然音效，帮助游客缓解压力；规划“森林康养步道”，沿途设置休息驿站，提供草本茶服务，让游客在漫步中吸收负氧离子，感受森林的疗愈力量。

### 4.陇西世族庄园

建筑艺术鉴赏：领略这座融合中西建筑精髓的大型宅院之美，中西元素在院落布局、装饰细节中自然交融，尽显庄园往昔的气派与雅致。

爱国主义教育：以大平掌战斗遗址为依托，深化红色旅游内涵，打造沉浸式现场教学点；定期开展“红色研学小课堂”，组织游客参与“重走战斗路线”活动，在实地体验中感悟先辈的坚韧与担当。

**5.东关岭大本营**

云海日出观景：优化观景台设施，提供专业摄影支架租赁服务，每日提前发布日出时间预报及云海概率提示，安排自然科普讲解员现场解读哀牢山云海形成的地理成因与气象知识，让游客在欣赏“云海翻涌映朝阳”壮美景观的同时，收获自然科学认知。

茶马古街：复原清末民初茶马古道沿线商贸街风貌，引入传统马店、茶号、银铺等业态，售卖马帮干粮（如糌粑、酥油茶）、手工茶器及本地特色手工艺品；设置非遗体验工坊，沉浸式感受古道商贸的烟火气息。在古街站广场定期举办“马帮夜话”活动，邀请当地老人或文化学者讲述马帮的传奇经历与民间传说，搭配篝火与马帮铃声背景音，营造沉浸式的历史氛围，让游客在夜色中加深对茶马古道文化的理解与共鸣。

哀牢本草主题集市：聚焦哀牢山丰富的药用植物资源，集中展示滇重楼、石斛、三七等本地名贵本草，邀请资深中医师坐诊提供免费脉诊与养生咨询，设置本草茶饮试饮区（如金银花茶、薄荷茶），推出本草文创产品（如草药香囊、植物精油皂），同步开展“本草识别小课堂”，普及传统中医药文化。

小小茶马儿童乐园：打造沉浸式儿童互动体验空间，设计迷你马帮运输路线，让孩子身着小马帮服饰，体验驮运茶叶、搭建临时驿站等趣味任务；设置茶马故事绘本角与手工 DIY 区，指导儿童制作小马铃铛、彩绘马帮小模型，通过游戏化方式传递茶马古道的历史文化，激发孩子们的探索兴趣。

**6.达哈新门户**

水恋小岛：保留小岛原生植被与错落分布的大芒果树，搭建原木质感的观景设施与亲水码头，游客可于亲水田间观赏夜漂、惬意休闲。

漂流项目：依托达哈河谷天然水系，精心打造趣味盎然的漂流路线。

树巢艺术聚落：于达哈森林边缘的高大乔木间，搭建半悬空的树巢艺术空间这一原生态休闲之所，可供游客在此享用轻食、亲水观景。

花腰果蔬长廊：对现有临街建筑进行风貌提升与功能植入，售卖戛洒当地的热带瓜果蔬菜。

达哈森林秘境：巧用高速公路高架桥下空间，充分盘活资源，通过科技手法与景观提升，将这片灰色空间打造成极具吸引力的神秘森林秘境景观。

## 二、秘境研学体验

**1.生态秘境**

“听猿”行动：利用茶马古道景区内现有的茶马文化陈列室设立西黑冠长臂猿观测站，配备专业级高倍望远镜和红外热成像影像系统，用于实时监测长臂猿的日常活动与家庭动态。开展“长臂猿家庭追踪”半日科考活动，包括专家导览、行为记录和数据收集环节，旨在增强公众对濒危物种的认知与保护意识，参与者可近距离观察长臂猿的觅食、社交等自然行为。

野生动物保护展廊：利用现有野生动物保护站的基础设施，进行景观美化与功能升级，增设生态教育展板、互动多媒体设备和标本展示区，打造集展览、教育和研究于一体的野生动物保护展陈空间，全面展示本地生物多样性、保护措施及成果，并定期举办主题讲座和工作坊。

暗夜精灵：在达哈村现有萤火虫密林中建设萤火虫森林，通过植被恢复和栖息地优化，吸引萤火虫种群繁衍，实行严格的灯光管控措施，如使用红光照明和限制人造光源，以减少光污染。开设夏夜“萤火虫研学营”，提供生态讲解和观察体验，让参与者学习萤火虫的生命周期、生态角色及保护重要性，营造梦幻般的自然夜境。

本草王国：依托“哀牢本草”丰富的药用植物资源，在马家寨规划建设本草园，分区种植各类中医药和香料植物，如黄连、当归和薄荷，并设置标识牌介绍植物特性。开展中医药香料植物“识草知味”辨识与采集体验活动，由专业中医师或植物学家导览，教授辨识技巧、药用价值及可持续采集方法，参与者可亲手体验采集和制作简单草药制品，深化对传统中医药文化的理解。

**2.人文秘境**

“古道新生”沉浸式主题体验：在现有茶马古道景区范围内，通过对茶马古道遗址进行系统性保护与更新利用，植入多层次沉浸式景观装置与音效氛围。游客可参与马帮实景互动演出，体验驮运物资、炊事宿营等真实场景；还可通过 AR/VR 等技术手段，在茶马文

化遗址虚拟体验区穿越时空，感受古道商贸与文化交流的繁盛历史。

茶马文化博物馆：依托现存李氏宗祠历史建筑，实施建筑外立面修缮与内部空间功能提升，改造为集展览、教育、文化交流于一体的茶马文化博物馆。馆内将陈列古道相关文物、历史照片与文献，并结合多媒体影像呈现茶马互市的文化脉络。

陇西世族庄园数字展陈：在陇西世族庄园原有建筑格局基础上，引入智慧旅游技术，打造沉浸式数字化展陈体系。通过全息投影、交互屏、虚拟导览等形式，生动展示爱国红色文化、庄园建筑艺术与滇南社会文化变迁。

原傣部落：于达哈神树林区域复原花腰傣传统聚落原始样貌，重现“焦倒抽芽”等重要民俗场景与原生态生产生活画面。游客可参与手工制陶、纺织、传统祭祀等互动活动，深度体验花腰傣的文化根源。

花腰傣文化中心：在达哈片区新建综合性花腰傣文化中心，设立文化展示、非遗传承、体验工坊、演艺剧场等多功能空间。游客可在此系统了解花腰傣语言、服饰、歌舞、节庆等文化内容，并亲身参与技艺学习与文化实践活动。

**3. 水文秘境**

鱼类研学长廊：在达哈河段建设一个互动式鱼类研学长廊，展示丰富的鱼类物种和生态系统，让游客深入了解鱼类生活习性及其与水资源的关系。

水文生态与水资源保护教育：基于哀牢山优质的水质含量数据，设计一系列水文生态体验活动，包括水质检测实验、水源地考察和环保知识竞赛，通过实地讲解和多媒体演示，帮助参与者全面了解水资源的重要性，并鼓励他们参与保护行动，如清洁河流倡议和节水实践。

达哈漂流：结合现有的漂流基础设施，新增夜间漂流项目，利用灯光照明和安全导引系统，打造星空下的奇幻漂流体验，游客可在专业向导带领下欣赏沿岸夜景和自然声景，同时融入水文教育元素，如漂流途中设置水资源保护提示点，增强娱乐与教育的结合。

**4. 气象秘境**

高山云海气象观测与科普：通过在东关岭大本营设置专业气象站，实时监测云海的形成、消散过程，并利用数据开展公众科普教育，如举办讲座、展览和互动体验，增强人们对气象科学的认识和兴趣。

山地垂直气候带科学考察：组织科研团队进行系统性野外考察，沿山地海拔梯度布点采样，研究温度、降水、植被等要素的垂直变化规律，分析气候变化对生态系统的影响，并为环境保护提供科学依据。

**5. 地质秘境**

石门峡喀斯特地貌体验：聚焦石门峡喀斯特地貌，打造地质奇观观测活动，感受大自然的鬼斧神工。

**6. 天文秘境**

哀牢山“暗夜公园”星空观测：这里远离城市光污染，夜空如墨，星轨分明。游客可借助专业天文望远镜观测银河核心、土星环、木星等遥远天体，在导览员的讲解中认识夏季大三角、冬季猎户座等标志性星座，感受宇宙的浩瀚与神秘。

高海拔天文气象科学体验：依托哀牢山独特的地理气候条件，项目还融入了高山气象观测环节，了解高海拔地区天气形成机理，体验天文与气象跨学科融合的实践乐趣。

## 三、森林康养旅居项目

**1. 银发康享旅居**

专为银发族设计，结合传统医养智慧与森林疗愈，提供舒适安逸的康养之旅。

“哀牢本草”医养疗愈：运用哀牢山地区特色草药，进行中医理疗和身体调养，促进健康恢复。

森林冥想：在宁静的森林氛围中引导冥想练习，帮助放松心灵、减轻压力。

慢性病自然疗养课程：针对常见慢性疾病，提供自然疗法课程和健康管理指导，改善生活质量。

**2. 森呼吸疗愈旅居**

注重呼吸系统和整体放松，通过森林环境实现深度疗愈。

森林浴：沉浸于森林中，进行深呼吸和慢行，吸收负离子，净化身心。

自然音疗：借助自然声音如鸟鸣、风声和流水声，进行声音治疗，缓解焦虑和疲劳。

“云巅之上”高山瑜伽静修营：在高山云端环境中举办瑜伽体验，结合瑜伽体式和呼吸法，提升身体柔韧性与精神专注。

**3. 亲子自然旅居**

面向家庭群体，通过互动活动增强亲子纽带，同时普及自然知识。

“暗夜公园”生态教育：在低光污染环境中开展星空观察和生态学习，培养环保意识

与科学兴趣。

亲子自然游乐与探索：组织户外游戏和探索任务，鼓励亲子合作，发现自然奥秘。

“识草知味”家庭厨房：学习识别本地可食用植物，并亲手制作健康美食，体验从田野到餐桌的乐趣。

亲子星空露营夜：在森林专属营地搭建帐篷，夜晚围坐篝火分享自然趣事与星空传说，伴着林间虫鸣入眠，清晨在清脆鸟鸣中醒来，沉浸式体验与自然共生的温馨时光。

自然手作工坊：收集森林里的落叶、松果、树枝等天然素材，亲子协作完成树叶拓印、松果挂饰等手工艺品，在创作中加深对自然材料的认知，激发创意与动手能力。

### 四、生态户外运动

**1. 峡谷溯溪**

清泉漫步：沿清澈见底的溪流蜿蜒行进，踏过流水磨蚀的光滑卵石，体验清凉水流轻抚脚踝之感。两岸茂密植被掩映蜿蜒水道，沿途可观赏溪流中小鱼及水生昆虫的自然生态。

瀑布揽胜：穿越茂密丛林，抵达层叠瀑布群，水声轰鸣，水汽氤氲中常见彩虹横跨。立于观景平台，可拍摄瀑布全景，感受自然伟力的震撼与清凉。

激流挑战：在专业向导带领下，体验一段适度湍急的溪流穿越，借助绳索或团队协作渡过水势汹涌河段，锻炼平衡能力与勇气，适宜喜爱冒险的参与者。

**2. 密林穿越**

穿林轻徒步：沿原始森林软土小径缓步前行，树冠遮天蔽日，沿途识别各类珍稀植物如蕨类、苔藓及附生兰花，聆听鸟鸣虫声交织而成的自然交响乐。

密林探险：深入茂密的森林中，探寻野生动物踪迹，或可偶遇林间居民（野生小动物），体验真正野外探索的乐趣与未知之感。

主峰攀登：挑战区域内最高峰，路径虽陡峭，但视野开阔。登顶后可 360 度俯瞰群山连绵与林海波澜，适宜体力较佳、追求成就感的徒步者。

### 五、定制化生态科考

**1.听猿**

西黑冠长臂猿行为追踪：在科研人员带领下，利用定点观测设备记录长臂猿家族的社会行为，如觅食、育幼与领地宣示，了解这一濒危物种的社会结构与生存策略。

西黑冠长臂猿听猿声：于清晨薄雾中潜入栖息地，静心聆听它们极具穿透力的鸣唱，通过声音辨别个体与情绪，感受原始森林中生命沟通的奇妙。

**2.观鸟**

哀牢山鸟类多样性调查与观赏：携带望远镜与鸟类图鉴，沿预设样线观察并记录稀有鸟种如黑颈长尾雉、白腹锦鸡等，学习鸟类生态习性及它们在森林生态系统中的角色。

夜间鸟类迁徙观测摄影：在专业鸟类学家的指导下，于夜间利用红外摄像与录音设备，监测并拍摄过境迁徙的夜行性鸟类，探索不易为人所知的鸟类行为奥秘。

## 第四节　哀牢山生态秘境重点项目策划

### 一、“世界生物走廊”生态探秘系列

构建“观测-体验-实践-保护”四维一体的深度生态旅游项目。

**1.旗舰产品**

“生命守望者”全球志愿者计划。聚焦哀牢山拥有的西黑冠长臂猿等旗舰物种资源，策划与运营一系列标准化保护实践项目；志愿者可参与红外相机监测、栖息地评估及社区宣教。

**2.核心产品集群**

生物多样性宣教中心。借助智慧旅游方式，以沉浸式体验，构建哀牢山生物多样性的可视化展示与互动平台。

户外主题徒步。设置峡谷溯溪、密林穿越等多元主题，规划覆盖不同难度等级的徒步线路，徒步难度从零基础入门到高阶专业适配各类水平爱好者，年龄覆盖从低龄到高龄全年龄段人群；同时配套清晰路线标识、安全补给驿站以及专业导览服务。

鸟瞰哀牢山——从空中，重新认识这座“金山”。计划在东关岭布设直升机停车坪，引入低空旅游项目。届时，游客可乘直升机盘旋于哀牢山上空，俯瞰原始森林的连绵绿脊、云海翻涌的山脊线与深谷纵横的壮丽地貌。从“穿行山中”到“飞阅山上”，低空旅游将把哀牢山的磅礴与神秘，以更震撼的方式铺展在每一位访客眼前，大幅提升景区的吸引力与记忆点。

暗夜保护区生态教育项目。依托哀牢山纯净的夜空资源，从保护与可持续利用的角度出发，建设中国西南首个“国际暗夜公园”，同时开发出星空摄影、夜行动物观察、光污

染影响研究等多种生态教育课程。

## 二、“千年茶马古道”生态活化系列

**1.旗舰产品**

“古道新生”全实景沉浸式主题体验。在茶马古道景区真实古道遗迹上，打造主线剧情驱动的沉浸式游览项目。游客通过角色扮演（如马帮成员），在专业引导及 AR 任务系统辅助下，完成集货、组队、运输、交易等系列情景任务，深度体验古道历史、地理及商业文化。

**2.核心产品集群**

“古道密码”智慧体验：在茶马古道景区千家寨古城遗址，借助智慧旅游，实现遗址虚拟复原。

“马帮风云”数字文化博物馆：盘活东关岭李氏宗祠，利用数字沙盘、全息投影、交互设备等现代化展陈手段，系统展示茶马古道的历史脉络、路线网络、贸易体系及其文化影响。

## 三、“哀牢本草”生态疗愈系列

**1.旗舰产品**

“哀牢本草”医养疗愈。融合哀牢山特色民族医药资源与自然疗愈环境，提供专业化、特色化康养服务，活动包括：林间徒步（森林浴）、本草知识科普、药膳体验及定制化调理指导。

**2.核心产品集群**

周末减压套餐：针对都市客群设计 2 天 1 晚套餐，包含轻徒步、手工体验（如香囊制作）、舒缓瑜伽/冥想及特色养生餐。

“识草知味”家庭自然教育：面向亲子家庭，在专业人员指导下，进行安全的本草辨识与简易药膳制作，融合自然教育与动手实践。

高山瑜伽静修营：在指定云海观景平台举办主题静修营，由认证导师带领，结合自然环境进行瑜伽、冥想与呼吸训练。

### 第五节　全时全龄生态旅游体验系统拓展

## 一、四季性生态体验设计

挖掘哀牢山四季分明的景观与物产特色，设计主题鲜明的季节性生态体验，破解旅游淡旺季难题。

春·万物生发（2-4 月）：主推古道踏青户外徒步、高山杜鹃赏花；

夏·清凉秘境（5-8 月）：主推原始森林溯溪避暑、瀑布群观览、星空观测夏令营与夏季野生菌美食。

秋·丰盈颂歌（9-11 月）：主打特色林果（如新平橙）采摘、中草药采收科普与秋日山野写生艺术季。

冬·云上美居（12-1 月）：主打云海摄影创作、民族年俗（如杀猪宴）深度体验与冬季温补药膳养生。

## 二、全龄层生态体验活动

针对不同客群的核心需求，提供定制化的产品与服务解决方案。

亲子家庭客群：推出“哀牢山自然学院”系列课程，包含“昆虫旅馆建造”、“雨林探秘”等主题成长营。

青年潮流客群：设计“秘境探索家”社交旅行产品，融合轻徒步、野外露营、户外摄影与本土音乐分享。

银发康养客群：定制“深呼吸”中长期旅居养生套餐，提供 21 天以上的康养行程，涵盖慢步道、养生讲堂、社群活动等。

专业兴趣客群：提供“一行一策”的专项服务，如针对摄影团的黄金机位向导、针对科考团的专家随行讲解、针对艺术团的专属写生点位安排。

# 第三篇 设施与服务篇

## 第七章　现状评估

### 第一节　对标自评

严格对照《旅游景区质量等级评分细则》中细则三，即旅游设施与服务质量评分细则，总分值为 1000 分，对玉溪哀牢山景区开展了达标自评，最终自评得分为 856 分，满足 4A 级景区评分标准，距离 5A 级景区创建要求仍有一定提升空间。本次自评可排查梳理出景区存在的不足，为后续创建规划提供基础支撑。

**表 7-1 《细则三 旅游设施与服务质量评分细则》自评一览表**

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 旅游交通 | | | | |
| 1.1 | 外部交通 | | | | |
| 1.1.1 | 可进入性 | | 15 | | |
| | 快速交通通达性 | 快速交通包括航空、高铁、城际铁路、高速公路、快速路等交通方式 | | | |
| | | 有两种或两种以上快速交通方式直达（连通）景区所在地（县级行政单元）或景区周边交通枢纽 | 7 | 分档 | 5 |
| | | 有一种快速交通方式直达（连通）景区所在地（县级行政单元）或景区周边交通枢纽 | 5 | | |
| | | 无快速交通方式直达（连通）景区所在地（县级行政单<br>元） 或景区周边交通枢纽 | 3 | | |
| | 外部交通便捷性 | 通行时间可查询非高峰时段的当地主要交通场站或城镇中心至景区入口的导航时间 | | | |
| | | 交通非常便捷，主要交通场站或城镇中心至景区入口的距离在 20km 以内，或通行时间在 1 小时内 | 8 | 分档 | 8 |
| | | 交通比较便捷，主要交通场站或城镇中心至景区入口的距离在 50km 以内，或通行时间在 1～2 小时内 | 7 | | |
| | | 交通便捷性一般，主要交通场站或城镇中心至景区入口的距离在 100km 以内，或通行时间在 2～3 小时内 | 5 | | |
| | | 交通不够便捷，主要交通场站或城镇中心至景区入口的距离在 100km 以上，或通行时间在 3 小时以上 | 3 | | |
| 1.1.2 | 通往景区道路 | 连接主干公路或从交通枢纽、旅游集散中心、城镇中心等通往景区主要出入口的道路 | 25 | | |
| | 道路等级 | 一级公路为主（双向四车道及以上，单车道路面宽度 3 .75m，设计速度 80～100km） | 5 | 分档 | 4 |
| | | 二级公路为主（双向两车道，单车道路面宽度 3.5～3 .75m，设计速度 40～80km） | 4 | | |
| | | 三级公路为主（双向两车道，单车道路面宽度 3 .25～3.5m，设计速度 30～40km） | 3 | | |
| | 道路设施及维护 | 通往景区道路平坦、通畅，路面无破损、护坡良好、桥涵完整，指引标志、临时停靠点等道路附属设施完备，管理规范。发现一处不合格扣 1 分 | 5 | 单独 | 4 |
| | 沿线环境 | 清洁化：路面及两侧干净整洁，无垃圾等废弃物 | 3 | 累加 | 6 |
| | | 景观化：道路两侧视域范围内绿化良好、林相美观，或景观自然、优美，观赏效果良好 | 3 | | |
| | | 协调性：道路两侧建筑、设施与环境相协调，无破坏景观环境现象 | 3 | | |
| | 体验效果 | 安全性：道路设施与管护能确保行车安全 | 2 | 累加 | 5 |
| | | 便捷性：道路具备高效通行能力，方便游客通行 | 2 | | |
| | | 舒适性：提供舒适或有特色的行车环境，通行体验质量高 | 1 | | |
| | | 绿色性：符合绿色环保和可持续发展要求 | 1 | | |
| 1.1.3 | 景区交通连接服务 | | 15 | | |
| | 旅游公共交通 | 包括从交通枢纽、旅游集散中心、城镇中心等地通达景区的公共汽车、地铁、轻轨、游船、火车等公共交通，景区周边 1km 内设有站点 | | | |
| | | 有便捷直达景区的公共交通和旅游专线，保持日常运营，运营时间满足游客需要 | 10 | 分档 | 10 |
| | | 有直达景区的公共交通或旅游专线，基本保持日常运营，运营时间基本满足游客需要 | 8 | | |
| | | 有直达景区的公共交通或旅游专线，仅旺季和节假日运营 | 6 | | |
| | | 有可换乘抵达景区的公共交通，运营时间难以满足游客需求 | 4 | | |
| | 自驾游配套服务 | 主要检查通往景区道路沿线两侧各 1km 范围内的自驾游设施与配套服务 | | | |
| | | 车辆服务：提供加油与充电服务（1 分），有车辆租赁或车辆检查与维修服务（1 分） | 2 | 累加 | 4 |
| | | 游览服务：有停车点、观景台（摄影点）和旅游厕所等服务设施（1 分），提供旅游导览、解说与相关信息服务（1 分） | 2 | | |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 其他服务：提供特殊地段（山区坡道、冰雪路段、沙漠戈壁等）车辆避险、应急防护与安全救援服务，或有自驾游驿站或自驾车营地，或提供休息场所（点）或其他旅游体验项目与活动 | 1 | | |
| 1.2 | 交通标志与停车(船)服务 | | | | |
| 1.2.1 | 交通标志与停车(船)服务 | 引导到达景区的交通标志符合 GB 5768.2《道路交通标志和标线第 2 部分：道路交通标志》要求 | 5 | | |
| | 设置位置 | 在通往景区道路上设置景区导向标志 | 3 | 单独 | **3** |
| | 设置效果 | 景区方向标志、距离标志和旅游符号设置规范，位置合理，标志醒目 | 2 | 单独 | **2** |
| 1.2.2 | 停车（船）设施 | 重点关注停车（船）设施是否满足游客接待需要，其中景区停车空间包括地面、地下和立体停车场 | 20 | | |
| | 停车位数量 | 指景区拥有、租用、借用的各类停车场大小车位的总数（租用、借用停车位需提供正式合同或相关证明） | | | |
| | | 500 个以上 | 8 | 分档 | **8** |
| | | 301～500 个 | 6 | | |
| | | 101～300 个 | 4 | | |
| | | 100 个及以下 | 3 | | |
| | 停车场（码头）设置 | 位置合理，通达性好或水域畅通 | 2 | 累加 | **6** |
| | | 景观协调，整体视觉效果较好 | 2 | | |
| | | 场外引导标志标线清晰，标志规范、醒目、美观 | 2 | | |
| | | 入口处有剩余停车（船）位数量显示 | 1 | | |
| | 停车场地面 | 生态化地面：停车场有符合当地生态条件的生态化地面，有绿化（如嵌草）铺装地面或绿化隔离线，或采用生态环保材料修建 | 5 | 分档 | **4** |
| | | 硬化或黑化地面：包括水泥地面、沥青地面、平整硬化铺装地面或硬质夯土地面 | 4 | | |
| | | 泥土地面：要求地面平整，便于停车和行车 | 2 | | |
| 1.2.3 | 停车（船）管理与服务 | | 20 | | |
| | | 场内有醒目、规范的停车场标牌指引和地面引导线 | 1 | 累加 | **7** |
| | | 有专人巡视、值管或智能化安全监控系统 | 2 | | |
| | | 出入口分设，布局合理，有利于车辆（船舶）疏散 | 1 | | |
| | | 大小车分区停车或分设大小车停车场。大小车停车位比例不合理扣 1 分 | 2 | | |
| | | 有专门的自行车、电动车或共享单车等非机动车停放区 | 1 | | |
| | | 分设车辆上、下客区域，做到人车分流 | 1 | | |
| | | 在停车场临近游客中心或景区入口的位置设置无障碍专用停车位，标志规范、醒目，车位旁有轮椅通道，对车位使用有严格管理 | 1 | | |
| | | 若自有停车场已经满足高峰期间停车需求，本项不扣分 | | | |
| | | 安排临时停车场所，有专人疏导和管理，无乱收费现象 | 2 | 累加 | **4** |
| | | 景区入口周边 1km 范围内可供使用的停车场能满足游客停车需要。即到即停得 3 分，排队等候时间在半小时以内得 2 分，排队等候时间在 1 小时以内得 1 分，排队等候时间在 1 小时以上不得分 | 3 | | |
| | | 提供具有信息查询、停车预约、停车诱导、便捷（无感） 支付、反向寻车等功能的智慧停车服务，智慧停车的建设和运维符合 GB/T 42442.1《智慧城市智慧停车第 1 部分：总体要求》 | 2 | 累加 | **4** |
| | | 新能源汽车充电桩数量完全满足需要得 3 分，基本满足需要得 2 分，仅少量满足需要得 1 分 | 3 | | |
| | | 提供车辆清洗、物品寄存、宠物友好、“共享停车+免费摆渡”等专项服务，或设置“停车+文化”“停车+休闲”“停车+商业”等配套服务项目。有其中一项即可得分 | 1 | | |
| 2 | 游览设施 | | | | |
| 2.1 | 游客中心 | 游客中心设施与相关功能以方便游客需求为导向，可因地制宜地采取集中式或分散式灵活布局。除景区游客中心外，可根据需要设置游客咨询点 | | | |
| 2.1.1 | 位置与规模 | | 9 | | |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 位置 | 位置合理、外观醒目，靠近主入口，方便游客直接进入主要游览点。距离景区主入口过远的，3km 以上扣 1 分，5km 以上扣 2 分，10km 以上扣 3 分 | 5 | 单独 | 5 |
| | 规模 | 规模适度，能满足游客需要，空间利用效能高。如规模过大造成用地和空间浪费，或面积偏小难以满足游客需要，酌情扣 1—2 分 | 4 | 单独 | 4 |
| 2.1.2 | 功能与设施 | | | | |
| | 购票设施与服务 | 设置现场购票窗口，窗口数量满足需要，窗口分工明确、合理，购票秩序良好。免费开放的景区本项不扣分 | 3 | 单独 | 3 |
| | 信息咨询设施 | 配备咨询服务台、宣传展示设施和景区资料，能够通过网页和移动端提供咨询和展示服务，设置旅游咨询电话和自助服务设施，设施设备完好、有效 | 4 | 单独 | 4 |
| | 多媒体展示设施 | 配备多媒体展示设施，能够正常使用且内容丰富 | 3 | 单独 | 3 |
| | 休息区与配套设施 | 设置游客休息区，面积和配套的座椅及相关服务设施能满足游客需要 | 2 | 单独 | 2 |
| | 其他服务功能 | 提供宣传教育、游程导览、讲解安排、文化展示与体验、旅游购物、投诉处理等服务功能。有一项得 1 分 | 6 | 单独 | 6 |
| 2.1.3 | 景区资料 | | 5 | | |
| | 资料要求 | 信息咨询与服务资料（便携印刷品）种类多样，内容丰富， 纸质版与电子版齐备，文字准确，制作精美，特色突出， 更新及时，易于获取 | 3 | 单独 | 3 |
| | 免费资料 | 免费提供纸质景区导览图 | 1 | 单独 | 1 |
| | 其他资料 | 备有与景区相关的研究论著、科普读物、画册、音像制品等宣传资料 | 1 | 单独 | 1 |
| 2.1.4 | 信息公布与文明宣传 | | 5 | | |
| | 服务信息公布 | 在醒目位置公布景区主要服务项目、营业（活动）时间、 讲解人员（公布所有在岗讲解人员的照片、姓名、编号、 等级及语种）、收费标准，实时发布景区游览信息及其 他重要信息 | 3 | 单独 | 3 |
| | 文明旅游宣传 | 倡导文明旅游，宣传保护环境、厉行节约和反对浪费 | 2 | 单独 | 2 |
| 2.1.5 | 人员与服 | | 8 | | |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 务 | | | | |
| | 服务人员 | 服务人员配备齐全，业务熟练，服务热情 | 3 | 单独 | 3 |
| | 咨询服务 | 提供线上线下咨询服务，在线反应及时，满足游客咨询服务需要；旅游咨询电话通畅 | 3 | 单独 | 2 |
| | 专项服务 | 提供手机充电、饮用冷热水、物品寄存等不少于 2 项服务 | 1 | 累加 | 2 |
| | | 提供快递或邮政纪念及其他邮政文化服务 | 1 | | |
| 2.2 | 导览系统 | 公共信息导向系统符合 GB/T 31384《旅游景区公共信息导向系统设置规范》的要求；公共信息图形符号符合 GB/T 10001《公共信息图形符号》的规定 | | | |
| 2.2.1 | 导览系统构成 | 包括但不限于立牌、纸质资料、电子化设备等 | 22 | | |
| | 平面示意图（全景图、导览图、线路图） | 在景区入口处或游客中心，或其他适当位置设置景区全景图；在游客集中区域和交通节点设置导览图或线路图。要求正确标注出入口、主要景点、游客中心和各类公共服务设施（停车场、旅游厕所、医务室或急救室、母婴室等）的位置分布信息，以及咨询、投诉、救援电话等信息。发现一项缺失或一处不合格扣 1 分 | 3 | 单独 | 3 |
| | 位置标志 | 用以明确目的地所在位置的标志，包括出入口、主要景点、游客中心等参观游览场所和各类公共服务设施（停车场、旅游厕所、医务室或急救室、母婴室等）的位置信息。要求数量充足、布局合理、位置准确，标志清晰、规范 | 3 | 单独 | 3 |
| | 导向标志 | 用以指示通往景区、景点、游客中心和各类公共设施行进方向的标志。要求数量充足、布局合理、指向和距离准确 | 3 | 单独 | 3 |
| | 说明类标志 | 用以向游客提供参观游览信息的标志，包括景区简介、景观（景点）说明、游览须知、科普宣传等标志标牌。要求位置合理、安装牢固、字迹清晰、内容准确 | 4 | 单独 | 4 |
| | 安全标志 | 用以传递安全信息的标志，包括禁止标志、警告标志、指令标志、提示标志、消防安全标志、疏散路线标志等。要求位置适宜、提示到位 | 3 | 单独 | 3 |
| | 其他标志 | 包括街区导向图（景区周边主要信息导向图）、信息索引标志（室内景区各楼层信息索引标志）、行为指示标志（提示游客良好行为的指示标志）等。要求设置规范、合理 | 3 | 单独 | 3 |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 电子导览 | 设置电子导览系统，提供景点定位与导航、信息展示、智能讲解、打卡互动、客流监控与引导等服务 | 2 | 累加 | 0 |
| | | 电子导览系统准确、直观、便利 | 1 | | |
| 2.2.2 | 质量与效果 | | 14 | | |
| | 导览质量 | 图案直观，图文清晰，图形符号规范 | 2 | 累加 | 4 |
| | | 造型美观，有艺术感和文化气息 | 1 | | |
| | | 材质良好或采用生态环保材料，做工精致 | 1 | | |
| | 视觉效果 | 视觉效果好，与景观环境相协调 | 2 | 单独 | 2 |
| | 维护保养 | 维护完好，无脱落、无破损、无锈蚀 | 3 | 分档 | 6 |
| | | 维护较好，基本无脱落、无破损、无锈蚀 | 2 | | |
| | | 维护一般，有明显脱落、破损、锈蚀现象 | 1 | | |
| | 中外文对照 | 有外文（包括英文及景区所在地主要客源国语言文字）翻译且内容准确，译文精准得5分。无中外文对照不得分；少数民族地区宜标注当地少数民族文字；文图不符或文字错误，发现一处扣1分 | 5 | 单独 | 3 |
| 2.2.3 | 公共信息图形符号 | 在道路沿线、停车场、出入口、游客中心、售票处与检票处（免费开放景区除外）、购物点、医务室或急救室、旅游厕所、餐饮点等位置设置的信息载体。发现一处不规范扣1分 | 4 | 单独 | 4 |
| 2.3 | 游线与游览交通工具 | | | | |
| 2.3.1 | 游览线路 | | 7 | | |
| | 进出口设置 | 游览进出口合理分设，不过分邻近，有利于游客疏散 | 2 | 单独 | 1 |
| | 游线设置 | 车行道、绿道、游步道或航道等游览线路设计科学（有效串联景点，呈现景区特色；合理避开生态敏感区与安全隐患区），布局合理（线路设置避免走回头路和多次往返）， 符合游客游览习惯和需求；安全顺畅，方便通行 | 3 | 单独 | 3 |
| | 游线景观特色 | 沿线景观优美，游线能充分展示景区主题和特色 | 2 | 单独 | 2 |
| 2.3.2 | 行游方式与设施配置 | 除因安全、环保等确有必要统一乘坐景区内交通工具外，不得强制要求游客乘坐并收费。除收费交通工具外，未提供步行或其他免费的通行选择，本项不得分 | 5 | | |
| | 游览交通方式 | 为游客提供步行、车行、骑行、水上交通、缆车、电梯、低空飞行、畜力交通等多种选择，各交通方式之间能有效连接 | 2 | 单独 | 1 |
| | 游览设施设置 | 车行道、游步道、观景平台、交通换乘等游览设施设置合理 | 3 | 单独 | 2 |
| 2.3.3 | 游步道 | | | | |
| | 景观效果 | 游步道景观效果好，有生态特色或文化个性，舒适安全 | 3 | 单独 | 3 |
| | 生态环保 | 采用当地材料或生态环保型材料，与环境相协调 | 2 | 单独 | 2 |
| 2.3.4 | 游览交通工具 | 中小型室内场馆或因面积小而无须配备游览交通工具的景区，本项不扣分 | 3 | | |
| | 数量与安全性 | 游览交通工具数量充足，安全便捷 | 2 | 单独 | 2 |
| | 特色与绿色化 | 游览交通工具有特色，使用清洁能源，包括新能源汽车、缆车、电瓶车、新能源游船、自行车、电动小火车以及其他特色、绿色交通工具 | 1 | 单独 | 1 |
| 2.4 | 卫生与休息设施 | | | | |
| 2.4.1 | 旅游厕所 | 符合GB/T 18973《旅游厕所质量要求与评定》的要求 | 40 | | |
| | 布局与位置 | 旅游厕所布局合理，既方便游客到达使用，又与景观环境相协调，并便于通风、排污 | 3 | 单独 | 3 |
| | 数量与比例 | 数量充足，男女厕位比例合理 | 4 | 累加 | 4 |
| | | 高峰期厕位数量能满足需要，或设置潮汐厕所或移动厕所，如因管理等问题导致旺季游客较长时间排队等候的，酌情扣分 | 2 | | 2 |
| | 无障碍卫生间（或家庭卫生间） | 数量充足，设施完备，维护完好，满足特殊人群使用要求 | 2 | 单独 | 2 |
| | 设施质量 | 洁具质量：完好，无破损 | 2 | 累加 | 2 |
| | | 隔板和门：缺失其一不得分；质量较差或维护情况不好的，酌情扣分 | 2 | | 2 |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 其他设施：主要游览场所旅游厕所具备盥洗设施（水龙头）、挂衣钩、皂液、面镜、干手设备、手纸盒、电器设施、排气扇等设施设备，维护完好且实用有效 | 3 | | 3 |
| | | 水冲或生态厕所：景区内均为水冲厕所或使用符合环保要求的免水冲生态厕所 | 2 | | 2 |
| | 风貌与氛围 | 建筑风貌：建筑造型有景观特色，外观、色彩与环境相协调，旅游厕所标志醒目 | 2 | 累加 | 3 |
| | | 文化气息：旅游厕所装饰与布置能融入景区文化元素 | 2 | | |
| | 管理与卫生 | 管理规范：游客集中场所的旅游厕所有专人管理，管理信息和管理制度有明确展示 | 4 | 累加 | 4 |
| | | 卫生状况：清理及时，洁具洁净，无污垢、无堵塞；内外环境整洁。干净卫生，无异味 | 5 | | 5 |
| | 质量类别 | 景区内所有厕所应达到 GB/T 18973 中Ⅱ类质量要求，否则不得分；如 5A 级、4A 级和 3A 级景区达到Ⅰ类质量要求的旅游厕所比例分别低于 40%、30%和 20%，只能按最低档打分（即 3 分） | | | |
| | | Ⅰ类旅游厕所比例≥40% | 7 | 分档 | 5 |
| | | Ⅰ类旅游厕所比例≥30% | 6 | | |
| | | Ⅰ类旅游厕所比例≥20% | 5 | | |
| | | Ⅰ类旅游厕所比例<20% | 4 | | |
| | | 无Ⅰ类旅游厕所，但均达到Ⅱ类质量要求 | 3 | | |
| 2.4.2 | 垃圾箱 | | 10 | | |
| | 数量与布局 | 数量适度，能满足游客需要 | 2 | 累加 | 4 |
| | | 布局合理，便于游客投放，且不妨碍游客观赏景观 | 2 | | |
| | 分类与造型 | 垃圾箱（桶）分类设置，分类标志醒目 | 3 | 累加 | 5 |
| | | 造型美观，与周边环境相协调 | 2 | | |
| | 卫生与维护 | 外部整洁，干净卫生，维护良好 | 1 | 单独 | 1 |
| 2.4.3 | 休息设施 | | 15 | | |
| | 数量与布局 | 数量充足，能满足游客需要 | 3 | 累加 | 6 |
| | | 布局合理，在景区适当节点合理设置，与景观环境相协调，不妨碍游客通行及观赏，不设置在危险地带和难以进入地带，未对资源和环境造成负面影响 | 4 | | |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 质量与维护 | 用材合理，美观实用，与环境相协调 | 3 | 累加 | 6 |
| | | 维护良好，无破损、无污垢 | 3 | | |
| | 遮防设施 | 在游客集中的休息、等候区域提供必要的遮阳、避雨、防风等设施，并与环境相协调 | 2 | 单独 | 2 |
| 3 | 游览服务 | | | | |
| 3.1 | 解说系统 | | | | |
| 3.1.1 | 解说方式 | | 10 | | |
| | 解说方式的多样性 | 采用传统与现代解说结合的多种方式，包括说明类标志、音像制品、印刷品、人工讲解、电子讲解等不少于 4 种解说方式 | 8 | 分档 | 6 |
| | | 采用传统解说的多种方式，包括说明类标志、印刷品、人工讲解等不少于 3 种传统解说方式 | 6 | | |
| | | 采用传统解说的简单方式，且少于 3 种解说方式 | 3 | | |
| | 解说方式的获得性 | 明示解说方式获取途径 | 2 | 单独 | 2 |
| 3.1.2 | 解说内容 | | 15 | | |
| | 科学性 | 科学、准确，符合游客信息获取和导览服务需求。发现一处解说错误扣 1 分 | 6 | 单独 | 6 |
| | 特色性 | 解说内容有深度，突出景区特色 | 5 | 单独 | 4 |
| | 教育性 | 解说内容能对景区主要资源价值以及项目活动进行充分说明，具有科普及宣传教育功能 | 4 | 单独 | 4 |
| 3.1.3 | 解说设施与信息化 | | 10 | | |
| | 图文解说设施 | 景区图文解说设施或媒体设计精美，体现景区主题，材质优良 | 4 | 单独 | 4 |
| | 多媒体解说设施 | 提供自助电子导游服务（二维码扫描免费讲解）、语音讲解器租用或无线设备讲解服务，讲解设备携带方便，便于操作，声音清晰 | 3 | 单独 | 0 |
| | 解说信息化程度 | 运用新一代信息技术和科技手段，解说信息化程度高。游客可使用手机或景区导览设备，借助景区 App、二维码、小程序、无线讲解器、AI 数字人或智能机器人等，便捷获取景点信息和讲解服务。有一种有效方式得 1 分 | 3 | 单独 | 0 |
| 3.1.4 | 解说语言与效果 | | 10 | | |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 解说语言规范性 | 解说语言应中英（或主要客源国语种）对照且规范、精准。 发现一处不规范、不正确，扣 1 分 | 4 | 单独 | 4 |
| | 解说效果 | 解说用语应生动、有趣，符合游客信息获取习惯及相应需求，解说效果优良 | 6 | 单独 | 6 |
| 3.2 | 讲解服务 | | | | |
| 3.2.1 | 讲解人员与语种要求 | | 10 | | |
| | 人员数量 | 讲解人员数量与游客接待规模和景区性质相适应。景区采用 AI 数字人或机器人讲解，如能满足讲解服务要求，本项不扣分 | 4 | 单独 | 3 |
| | 讲解语种 | 语种能满足游客需要。有英语得 3 分，增加其他讲解语种（包括其他客源地语言、少数民族语言、方言）得 1 分 | 4 | 单独 | 4 |
| | 高级讲解员 | 有专职或兼职高级讲解人员，含可为游客服务的高级馆员和研究员等，须作为正式讲解员公布 | 2 | 单独 | |
| 3.2.2 | 讲解词 | 无庸俗、低俗、媚俗的讲解内容，否则不得分 | 9 | | |
| | 内容科学 | 讲解词科学、准确，繁简适度，逻辑性强 | 3 | 单独 | 3 |
| | 文字水平 | 文字优美，语言生动、有趣，符合游客信息获取习惯及相应需求 | 3 | 单独 | 3 |
| | 讲解深度 | 能讲解科学、技术、文化及相关知识，内涵阐述有深度，或将现代文明成果融入讲解内容 | 3 | 单独 | 3 |
| 3.2.3 | 讲解效果 | | 17 | | |
| | 语言规范 | 讲解语言规范、精准。普通话水平达标率 100% | 4 | 单独 | 4 |
| | 讲解清晰度 | 讲解内容清晰，语言流畅，通俗易懂 | 5 | 单独 | 5 |
| | 讲解生动性 | 音量适度、语速适中、语调有节奏感，讲解生动有趣，能吸引人，讲解效果优良 | 5 | 单独 | 5 |
| | 讲解针对性 | 根据游客特点进行有针对性和个性化的讲解，能满足特殊人群的特殊需求 | 3 | 单独 | 3 |
| 3.2.4 | 讲解人员管理 | 符合 GB/T 15971《导游服务规范》相关要求 | 9 | | |
| | 行为规范 | 服务态度热情，行为规范有度。存在胁迫或恶意诱导消费行为的，本项不得分 | 4 | 单独 | 4 |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 管理秩序 | 讲解人员纳入景区统一管理体系，有序承接任务。如有未纳入景区统一管理体系的非正规讲解人员，本项不得分 | 3 | 累加 | 2 |
| | | 规范提供专业人员或志愿者讲解 | 2 | | |
| 3.3 | 购物服务 | 包括景区内的各类购物场所，设施与服务符合 GB/T26356《旅游购物场所服务质量要求》要求。围追兜售、拉客宰客、强迫购买现象严重，本项不得分 | | | |
| 3.3.1 | 规模与布局 | | 7 | | |
| | 规模 | 购物场所规模适度，与游客购物需求适应 | 3 | 单独 | 3 |
| | 布局 | 购物场所布局合理，不破坏主要景观，不妨碍游客游览，不与游客抢占游览道路和观景空间 | 2 | 单独 | 2 |
| | 外观 | 场所设计有特色，外观、建筑风格与景观相协调 | 2 | 单独 | 2 |
| 3.3.2 | 商品与特色 | | 10 | | |
| | 商品类型 | 包括旅游纪念品、土特产品、工艺美术品、文化艺术品、旅游日用品、景区文创商品等类型，有一类得 1 分 | 3 | 单独 | 3 |
| | 商品质量 | 材质精美，工艺精巧，质量合格 | 3 | 单独 | 3 |
| | 商品特色 | 具有本土特色 | 2 | 累加 | 3 |
| | | 具有景区自身特色 | 2 | | |
| 3.3.3 | 管理与服务 | | 13 | | |
| | 环境整洁 | 无乱堆乱放现象。发现一处，扣 1 分 | 3 | 单独 | 3 |
| | 管理规范 | 对购物场所从业人员进行统一管理（包括资质管理、质量管理、价格管理和计量管理等），商品明码标价 ，价格标签标示规范 | 3 | 单独 | 3 |
| | 秩序良好 | 无乱设摊点，每发现一处，扣 1 分 | 2 | 单独 | 2 |
| | 订购服务 | 为游客提供便利的旅游商品预订、购置及配送服务，有统一的售后服务渠道 | 2 | 单独 | 2 |
| | 服务态度 | 服务热情，耐心解答游客问题 | 3 | 单独 | 3 |
| 3.4 | 餐饮服务 | 餐饮设施与服务符合 GB/T 26361《旅游餐馆设施与服务要求》 | | | |
| 3.4.1 | 规模与布局 | | 4 | | |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 规模 | 餐饮设施规模适度，容量与游客餐饮需求适应 | 1 | 单独 | 1 |
| | 布局 | 餐饮场所布局合理，不破坏主要景观，便于游客就餐 | 2 | 单独 | 2 |
| | 外观 | 外观、建筑风格与景观相协调 | 1 | 单独 | 1 |
| 3.4.2 | 产品与特色 | | 7 | | |
| | 餐饮类型 | 包括经营中餐、西餐、日餐、韩餐、主题餐饮、小吃、快餐或简餐、饮品等业态类型，能满足不同人群需要，每种 1 分 | 2 | 单独 | 2 |
| | 餐饮特色 | 提供地方风味和特色餐饮 | 3 | 单独 | 3 |
| | 菜品质价 | 菜品美味、价格合理并明码标价 | 2 | 单独 | 2 |
| 3.4.3 | 卫生与安全 | 餐饮卫生与安全应符合 GB 37487《公共场所卫生管理规范》、GB 37488《公共场所卫生指标及限值要求》、GB31654《食品安全国家标准餐饮服务通用卫生规范》要求，有一项不符合国家标准要求，本项不得分 | 6 | | |
| | 餐饮卫生 | 严格执行餐饮卫生制度和标准，就餐场所、厨房、库房等场所整洁卫生，食品生产、餐饮服务和卫生管理到位 | 3 | 单独 | 3 |
| | 餐饮安全 | 有餐饮从业人员健康证，配备完善的清洗消毒设施，有严格的餐饮安全与消防管理措施 | 3 | 单独 | 3 |
| 3.4.4 | 管理与服务 | | 5 | | |
| | 就餐环境 | 就餐环境与设施整洁舒适，体现文化或主题特色 | 2 | 单独 | 2 |
| | 就餐秩序 | 就餐秩序良好。高峰期就餐秩序混乱，本项不得分 | 1 | 单独 | 1 |
| | 服务态度 | 餐饮服务人员态度热情，操作规范，服务周到 | 2 | 单独 | 2 |
| 3.4.5 | 文明用餐 | | 3 | | |
| | 宣传提示 | 餐饮场所有制止餐饮浪费行为的宣传和相关提示 | 1 | 单独 | 1 |
| | 节约措施 | 点餐时提醒适量消费，菜单设置套餐时标明建议消费人数，推出半份菜或小份菜，提供剩菜打包服务，有督促或激励游客节约饮食相关措施 | 2 | 单独 | 2 |
| 3.5 | 便利服务 | | | | |
| 3.5.1 | 无障碍服务 | 无障碍设施符合 GB 50763《无障碍设计规范》和 GB55019《建筑与市政工程无障碍通用规范》规定 | 9 | | |
| | 服务设施 | 设施完备性：除设置无障碍机动车停车位、无障碍卫生间（或厕位）、家庭卫生间外（在“1.2.3”和“2.4.1”部分已有打分项），设置无障碍标志，配备无障碍通道或电梯、母婴室等设施，每类得 1 分 | 3 | 累加 | 6 |
| | | 设施的便利性：能为残疾人、老年人自主安全地在景区通行、出入建筑物以及使用其附属设施、搭乘游览交通工具，获取、使用和交流信息，获得旅游服务等提供便利 | 3 | | |
| | 工具与用品 | 提供轮椅、拐杖、童车等工具与用品，或提供这些用品的租赁服务，每提供一类得 1 分 | 3 | 单独 | 3 |
| 3.5.2 | 个性化服务 | | 10 | | |
| | 个性化接待 | 采取语音、大字、盲文、手语等不少于 2 种方式提供无障碍信息交流 | 1 | 累加 | 4 |
| | | 为老年人、未成年人、残疾人等特殊群体提供个性化接待及购票、代邮等便利服务及其他个性化人文关怀服务 | 3 | | |
| | 证件认证使用 | 可认证使用外籍来华人员等各类身份证件 | 2 | 单独 | 2 |
| | 服务质量 | 态度热情，服务及时，针对性强，服务效果好 | 4 | 分档 | 4 |
| | | 服务态度、及时性、针对性和服务效果较好 | 3 | | |
| | | 服务态度、及时性、针对性和服务效果一般 | 2 | | |
| 3.5.3 | 支付便利服务 | 提供高效、便捷的支付服务，支持移动支付、境内外银行卡、现金等多种支付方式。每种服务得 1 分 | 3 | 单独 | 3 |
| 3.5.4 | 志愿者服务 | 志愿服务工作能满足游客需要。仅有志愿服务工作站点，无志愿服务人员，本项不得分 | 3 | 单独 | 3 |
| 4 | 旅游安全 | | | | |
| 4.1 | 安全制度 | | | | |
| 4.1.1 | 安保机构与制度体系 | | 13 | | |
| | 安保机构 | 设有安全保卫机构 | 2 | 单独 | |
| | 安保人员 | 数量配备充足，上岗位置分布合理（在游客集中场所、高风险旅游项目地段和有安全隐患的场所相对集中）；景区流动安全保卫人员的数量及专业技能应与景区性质及规模相适应 | 3 | 累加 | 3 |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 安保人员持证上岗 | 2 | | |
| | 制度体系 | 建立完善的安全保卫制度体系。根据现场检查和台账资料酌情打分 | 3 | 单独 | **3** |
| | 安全巡查 | 实行安全巡查制度，日常安全巡查管理有效，通过定时巡查、闭园巡查，有效维护景区设施和运营安全秩序 | 3 | 单独 | **3** |
| 4.1.2 | 承载量管理 | | 9 | | |
| | 核定景区承载量 | 按照主管部门要求，科学核定景区承载量（包括景区承载的日最大游客容量和瞬时最大游客容量） | 2 | 单独 | **2** |
| | 公布景区承载量 | 在景区出入口、游客中心、游客集中场所和主要活动区域等游客密集区使用信息屏（板）、广播，或通过新媒体、 公共媒体等渠道公布景区承载量 | 2 | 单独 | **2** |
| | 景区流量管控 | 高峰期景区流量管控或组织疏导不力，导致景区游客过于拥挤，或排队等候时间过长，游客体验质量差或满意度明显降低的，本项不得分 | | | |
| | | 建立景区承载量预报预警机制，制定承载量分级管理和高峰期游客流量控制方案 | 1 | 累加 | **4** |
| | | 景区客流疏导、分流措施得力，可适时采用多种方式进行疏导，处置效果好 | 2 | | |
| | | 高峰期设置舒适排队环境，提供视听、导示、观赏或互动活动，有效缓解游客等待焦虑 | 2 | | |
| 4.1.3 | 安全许可制度 | 景区交通、游乐等设施及经营性项目运行应按规定取得许可，有关工作人员持证上岗，操作符合规范，定期检测，无安全隐患 | 3 | 单独 | |
| 4.1.4 | 信息安全制度 | | 3 | | |
| | 游客身份信息安全 | 实行预约管理和实名制购票的景区，应对游客个人信息严格保密，采取有效措施保障游客身份信息安全。未实行预约管理和实名制购票的景区，本项不扣分 | 2 | 单独 | **2** |
| | 网络和信息安全 | 景区网络和信息安全制度健全，安全防范措施完善 | 1 | 单独 | **1** |
| 4.1.5 | 责任保险制度 | 景区对经营的高空、高速、水上、潜水、探险等高风险旅游项目投保责任保险。无高风险旅游项目的景区，本项不扣分 | 2 | 单独 | **2** |
| 4.2 | 安全设施与标志 | | | | |
| 4.2.1 | 安检隔离设施 | 在景区主要出入口设置安全检查区；设置隔离栏、隔离墩、减速带或升降柱等硬质防冲撞设施 | 2 | 单独 | **2** |
| 4.2.2 | 安保监控设施 | | 8 | | |
| | 消防、防盗设施 | 消防、防盗等设施设备应齐全、完好，有定期检查记录。发现一处不合格本项不得分 | 3 | 单独 | **3** |
| | 安全监控系统 | 安全监控系统完善，监控设备布点合理，系统联网传输技术可靠，监控系统日常运行正常，监视监管到位 | 4 | 单独 | **2** |
| | 监控数据储存 | 监控数据文件储存格式与保存时间符合当地公安、应急管理等部门要求 | 1 | 单独 | **1** |
| 4.2.3 | 安全防护设施 | 防地质灾害、防拥挤、防溺水、防坠落等防护设施应配备齐全、布局合理、完好有效；经营高空、高速、水上、潜水、探险等高风险旅游项目，应在醒目位置公示有关部门的经营许可或批准文件。发现一处不合格本项不得分，无高风险旅游项目的不扣分 | 4 | 单独 | **4** |
| 4.2.4 | 安全警示标志 | | 6 | | |
| | 警示标志设置 | 安全警示标志齐全、醒目、规范，数量充足，设置及使用应符合 GB 2894《安全标志及其使用导则》要求。发现一处设置不足或不规范扣 1 分 | 4 | 单独 | **4** |
| | 特殊地段警示与巡查 | | 2 | 单独 | **2** |
| 4.3 | 安全提示与教育 | | | | |
| 4.3.1 | 旅游安全提示 | 提示、提醒游客根据个人健康情况量力而行，谨慎参与高空、高速、水上、潜水、探险等高风险旅游项目，要求游客在专业人士指导下参与技能和安全防范要求较高的运动及游乐活动 | 3 | 单独 | **3** |
| 4.3.2 | 安全宣传教育 | | 12 | | |
| | 安全宣传教育要求 | 主动向游客提供安全教育，并提供安全咨询服务 | 2 | 单独 | **2** |
| | 安全宣传内容 | 包括景区游览安全说明或须知等，安全信息齐全、完整、规范 | 2 | 单独 | **2** |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 安全宣传方式 | 通过视频、广播系统、移动终端、宣传牌等方式宣传安全知识和发布安全信息；危险地段、重要节点或高风险旅游项目所在区域应安装安全广播 | 3 | 单独 | 3 |
| | 安全宣传规范 | 安全说明或须知等宣传内容的展示应符合国家强制性标准图形显示和中外文对照要求，并置于醒目位置 | 2 | 单独 | 2 |
| | 安全保障 | 接待老年人、未成年人、残疾人、孕妇等游客应采取相应的安全保障措施 | 3 | 单独 | 3 |
| 4.4 | 安全救援与应急处置 | | | | |
| 4.4.1 | 特殊情况安全处置 | 包括恶劣气候、突发灾情、暴恐事件、传染病疫情、拥挤踩踏、食物中毒、停电、设施停运等特殊情况 | 10 | | |
| | 应急体系 | 建立完善的突发事件应急预案体系和应急救援体系，实施风险预警提示制度，及时发布预警信息和风险提示 | 3 | 单独 | 3 |
| | 培训演练 | 对直接为游客提供服务的从业人员定期开展应急救助技能培训，并至少每半年组织 1 次应急救援预案演练（否则本项不得分） | 3 | 单独 | 3 |
| | 处置效果 | 反应迅速，组织得力，措施有效，事故应急处置与救援能力强 | 4 | 单独 | 4 |
| 4.4.2 | 医疗与急救服务 | | 7 | | |
| | 医务或急救场所 | 根据景区性质和规模，在景区游客中心或其他必要位置设立专门的医务室或急救室。无医务室或急救室本项不得分 | 1 | 单独 | 1 |
| | 急救设施 | 在游客主要停留区域和主要游览节点配备应急救援器材与物资设备并维护良好，包括急救箱、急救担架、氧气瓶、自动体外除颤器（AED,5A 级景区必须配备，否则本项不得分），有一项完好设施得 1 分 | 3 | 单独 | 3 |
| | 医疗服务 | 有专职或兼职医护人员，提供必要的医护与急救服务 | 3 | 分档 | 3 |
| | | 景区无医护服务项目，但与临近医院有医疗合作服务 | 2 | | |
| 4.4.3 | 救援（护）服务 | | 8 | | |
| | 呼救设施 | 配有景区救援电话并向游客公布 | 1 | 累加 | 2 |
| | | 在景区内必要地段和位置配备应急感知报警设备 | 1 | | |
| | | 救援电话与应急感知报警设备能正常使用并及时响应 | 1 | | |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 救援设施 | 根据景区实际需要配置必要救援（护）设施，如开展水上旅游、山地旅游、冰雪旅游、沙漠旅游、森林旅游及其他特种旅游活动所需的救援设施 | 2 | 单独 | 2 |
| | 救援人员 | 配备专职或兼职救援人员 | 1 | 单独 | 1 |
| | 应急救援体系 | 与当地公安、医疗、消防、救援、应急等部门或单位建立景区应急救援联动、社会公共安全事件联合处置等机制，反应快速，运行有效 | 2 | 单独 | 2 |
| 5 | 文旅融合 | | | | |
| 5.1 | 文化主题 | | | | |
| 5.1.1 | 文化丰富性 | | 9 | | |
| | 文化类型 | 文化类型丰富，拥有但不限于自然生态、历史人文、红色教育、科学技术、文学艺术、民族民俗等 2 种或 2 种以上的文化类型 | 3 | 单独 | 3 |
| | 文化内涵 | 文化内涵包括物质文化和非物质文化方面所蕴含的文化知识及其价值意义，可从历史底蕴、价值观念、精神信仰、物质创造、习俗传统、科技制度、文学艺术等方面，参考景区历史文献或专家评审意见进行衡量 | | | |
| | | 非常丰富：历史传承悠久或底蕴深厚、文化类型多样或覆盖面广、文化知识非常丰富、文化价值很高、文化意义重大 | 6 | 分档 | 6 |
| | | 比较丰富：历史传承较久或底蕴较厚、文化类型较多或覆盖面较广、文化知识比较丰富、文化价值较高、文化意义较大 | 5 | | |
| | | 相对一般：有一定的历史传承和文化底蕴、文化类型和知识含量、文化价值和文化意义 | 4 | | |
| | | 比较薄弱：历史传承和文化底蕴、文化类型和知识含量、文化价值和文化意义均相对不足 | 3 | | |
| 5.1.2 | 主题特色性 | | 9 | | |
| | 文化主题 | 文化脉络清楚，主体文化突出，文化主题鲜明 | 3 | 分档 | 3 |
| | | 文化脉络比较清楚，主体文化较为突出，文化主题比较鲜明 | 2 | | |
| | | 文化脉络不够清楚，主体文化不够突出，文化主题不够鲜明 | 1 | | |
| | 文化特色 | 文化特色或地域特点突出，或主题文化创意在全国非常独特 | 6 | 分档 | 5 |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 文化特色或地域特点比较突出，或主题文化创意在全省具有独特性 | 5 | | |
| | | 有一定的文化特色，或主题文化创意在全市（州、地区） 比较独特 | 3 | | |
| 5.1.3 | 主题贯穿性 | | 7 | | |
| | 主题结合程度 | 文化主题与景区设施、产品和服务结合紧密 | 3 | 分档 | **2** |
| | | 文化主题与景区设施、产品和服务结合比较紧密 | 2 | | |
| | | 文化主题与景区设施、产品和服务结合一般 | 1 | | |
| | 主题贯穿环节 | 文化主题贯穿开发运营、活动组织、宣传推广及游览服务的全过程 | 4 | 分档 | **3** |
| | | 文化主题贯穿开发运营、活动组织、宣传推广及游览服务的大多数环节 | 3 | | |
| | | 文化主题贯穿开发运营、活动组织、宣传推广及游览服务的部分环节 | 2 | | |
| 5.2 | 文化利用 | | | | |
| 5.2.1 | 文化氛围 | | 6 | | |
| | 建筑文化氛围 | 文化元素充分融入景区主要建筑，建筑景观有文化气息 | 2 | 单独 | **1** |
| | 设施文化氛围 | 文化元素充分融入景区游览设施（包括游客中心、标志标牌、游览线路、旅游厕所等），设施文化氛围良好 | 2 | 单独 | **2** |
| | 产品文化氛围 | 文化元素充分融入旅游产品和服务活动，产品服务文化氛围浓厚 | 2 | 单独 | **1** |
| 5.2.2 | 文化展示 | 根据文化展示场所状态与展示方式的多样性、有效性和先进性，以及展示周期评分 | 17 | | |
| | 展示场所 | 有文化展示场所，包括但不限于博物馆、民俗馆、展览馆、科普馆、演艺馆、文化长廊、非物质文化展示展演（传习）馆等场所，或有展示文化的相关业态 | 5 | 累加 | **5** |
| | | 有临时性文化展示场所或活动 | 1 | | |
| | 展示形式 | 景观、实物、图片展示 | 3 | 累加 | **3** |
| | | 活动展示与互动式体验，包括科普教育、文化节事、演艺娱乐、非物质文化遗产展示展陈展演、文化体验、体育赛事等 | 3 | | |
| | | 科技应用场景与数字化展示，利用新一代信息技术与声光电等科技手段有效展示和活化文化 | 3 | | |
| | 展示效果 | 文化展示场所形态与展示方式多样，展示内容具有有效性和先进性，并定期更新 | 2 | 单独 | **1** |
| 5.2.3 | 文化旅游产品 | 根据景区开发和提供给游客消费、体验的文化旅游产品与活动的类型、质量、特色、效果评分 | 25 | | |
| | 产品丰度 | 有丰富的文化旅游产品与体验活动（不含旅游演艺和非遗旅游产品）。有一项文化旅游产品或活动得2分 | 6 | 累加 | **7** |
| | | 有旅游演艺产品或非物质文化遗产展示展演项目。有一项旅游演艺或非物质文化遗产转化的文化旅游产品或活动得2分 | 4 | | |
| | | 文化旅游产品或活动在创意设计、功能特性、文化内涵、展现形式、服务方式等方面与其他同类景区相比具有明显的特点或突出的优势，地方特色或景区特色强 | 7 | 分档 | **3** |
| | | 文化旅游产品或活动在创意设计、功能特性、文化内涵、展现形式、服务方式等方面与其他同类景区相比具有较为明显的特点或优势，地方特色或景区特色较强 | 5 | | |
| | | 文化旅游产品或活动在创意设计、功能特性、文化内涵、展现形式、服务方式等方面与其他同类景区相比特点或优势不够明显，地方特色或景区特色一般 | 3 | | |
| | 产品品质 | 文化旅游项目参与互动性强，体验效果好，产品品质高，能很好满足游客情绪价值追求和旅游消费需要 | 8 | 分档 | **4** |
| | | 文化旅游项目参与互动性较强，体验效果较好，产品品质较高，能较好满足游客情绪价值追求和旅游消费需要 | 6 | | |
| | | 文化旅游项目有一定的参与互动性、体验效果和产品品质，能在一定程度上满足游客情绪价值追求和旅游消费需要 | 4 | | |
| 5.2.4 | 景区文创 | | 7 | | |
| | 文创水平 | 文化创意水准较高 | 2 | 分档 | **0** |
| | | 有一定的文化创意 | 1 | | |
| | 文创特色 | 景区文创产品新颖独特，有本地或本景区特色 | 2 | 分档 | **0** |
| | | 景区文创产品有一定特色 | 1 | | |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 文创品牌 | 有景区独特的文创品牌 | 1 | 单独 | 0 |
| | 文创效应 | 文创品类丰富，有代表性文创产品，市场反响好 | 2 | 单独 | 0 |
| 5.3 | 文化建设与传播 | | | | |
| 5.3.1 | 传播效果与景区形象 | | 9 | | |
| | 传播活动 | 景区有持续开展的文化传播活动 | 2 | 单独 | 1 |
| | 传播效果 | 可结合景区文化传播媒体的阅读量、评论数量、点赞数、分享数及主流媒体对景区的报道等指标评判 | | | |
| | | 文化传播范围广、受众参与程度深、社会影响大，传播效果显著 | 4 | 分档 | 3 |
| | | 文化传播范围较广、受众参与程度较深、社会影响较大，传播效果比较显著 | 3 | | |
| | | 有一定的文化传播范围、受众参与程度和社会影响，文化传播效果一般 | 2 | | |
| | 景区形象 | 市场形象鲜明，有明确、稳定的标志（LOGO）和宣传语 | 1 | 累加 | 2 |
| | | 产品形象良好 | 1 | | |
| | | 质量形象良好 | 1 | | |
| 5.3.2 | 组织（企业）文化 | 通过查阅台账或相关资料，结合现场检查酌情打分 | 6 | | |
| | 组织（企业）文化特色 | 运营主体建立的组织文化具有特色 | 2 | 单独 | 2 |
| | 价值观念和经营理念 | 具有科学的价值观念和经营理念 | 2 | 单独 | 2 |
| | 组织（企业）文化活动 | 有组织（企业）文化活动，内容丰富，员工参与度高 | 2 | 单独 | 2 |
| 5.3.3 | 员工认同 | 通过抽查员工，了解员工对景区价值观念、经营理念、质量方针（质量文化）等方面的掌握情况评分 | 5 | | |
| | 文化认同度 | 员工对景区熟悉、对景区（组织）文化认同度高 | 3 | 单独 | 3 |
| | 传播文化 | 员工有景区自豪感，传播景区文化意识强 | 2 | 单独 | 2 |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 意识 | | | | |
| 6 | 智慧旅游 | | | | |
| 6.1.1 | 智慧服务 | | | | |
| 6.1.1 | 网络信号服务 | | 10 | | |
| | 宽带网络 | 有宽带网络并能满足景区服务与管理需要 | 2 | 单独 | 2 |
| | 移动通信信号 | 覆盖游客主要游览区域，包括景区入口、游客中心、各景点等游客聚集区以及缆车、电瓶车、大巴等景区换乘车辆经过处。发现某一区域无信号，扣 1 分 | 3 | 单独 | 1 |
| | 无线局域网 | 免费无线局域网覆盖景区游客可游览的主要区域，包括景区入口、游客中心、场馆、各景点等游客聚集区。发现某一区域无信号，扣 1 分 | 2 | 单独 | 1 |
| | 信号质量 | 移动通信信号强度、稳定性和传输速率可满足游客需求，无线局域网网速流畅 | 3 | 单独 | 1 |
| 6.1.2 | 网站与新媒体平台 | | 10 | | |
| | 网站建设 | 有可获取景区相关信息的网站，具有面向游客的景区游览信息、景区可达公共交通说明、虚拟旅游、视频展示、少儿或特殊人群专区、电子商务等多种功能（具备 3 种以下功能得 1 分；具备 3 种及以上功能得 2 分；网站设有外文版得 1 分） | 3 | 单独 | 2 |
| | 新媒体平台 | 新媒体类型：设立运营正常的景区新媒体信息服务平台，有一种新媒体平台得 1 分 | 2 | 累加 | 4 |
| | | 新媒体功能：利用新媒体平台提供资讯发布、信息查询、预约预订、在线购票、导游导览、投诉反馈等服务，内容丰富、功能完善 | 4 | | |
| | 一站式服务 | 将景区服务信息综合集成到某个网站或新媒体平台，一次性地完整提供相关信息与游客所需的服务 | 1 | 单独 | 1 |
| 6.1.3 | 信息发布 | | 10 | | |
| | 信息发布设施 | 在景区出入口、游客中心和游客集聚区域布设信息发布设施 | 2 | 单独 | 2 |
| | 信息发布渠道 | 通过景区广播、信息展示屏、相关网站、新媒体平台、手机短信、官方 App 或小程序等渠道及时发布景区信息 | 4 | 单独 | 4 |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 信息发布内容 | 包括景区（点）开放时间、天气状况、空气质量、停车寻车、 售票价格、景区介绍、服务设施、旅游活动等服务信息， 游客流量、拥挤程度（预计等候时长）、灾情险情、疏 散渠道等提示信息，景区服务人员、游客评价等诚信信 息，信息发布内容准确、及时、有效 | 4 | 单独 | 2 |
| 6.1.4 | 智慧游览服务 | | 10 | | |
| | 自助导览服务 | 提供自助导览服务，可通过触摸屏、移动应用软件或其他形式手机端，提供景点导航、导览、景点讲解、导购和内容体验等服务 | 5 | 单独 | 3 |
| | 适老化智慧服务 | 提供适合老年游览的智慧旅游设施，开发适老版应用程序及功能模块，为老年游客提供个性化的便利服务 | 3 | 单独 | 0 |
| | 智能互动服务 | 利用 AI 智能互动技术（数字人、AI 机器人等）为游客提供智能对话和交互服务 | 2 | 单独 | 0 |
| 6.1.5 | 数字旅游体验 | | 5 | | |
| | 数字产品与场景 | 开发数字化旅游产品，提供虚拟现实、沉浸式体验等旅游新场景与新空间 | 3 | 单独 | 0 |
| | 数字旅游体验质量 | 数字技术与旅游项目有机结合，故事性与特色性强，沉浸感与体验感好 | 2 | 单独 | 0 |
| 6.2 | 智慧管理 | | | | |
| 6.2.1 | 智能门禁系统 | 开放式（免门票）景区本项不扣分 | 4 | | |
| | 电子门禁 | 有智能化的电子门禁系统 | 2 | 单独 | 2 |
| | 验证方式 | 支持纸质或电子二维码、身份证、IC 卡、手持验票机、验单 App 等不少于 2 种验证方式 | 2 | 单独 | 2 |
| 6.2.2 | 监控监测设备 | | 12 | | |
| | 安装场所 | 游客游览的重要节点（景区入口、停车场、游客中心、游步道、主要景点、餐饮点、购物点、事故多发地等场所） 和主要游览区域安装监控设备。现场检查发现一处没有监控设备扣 1 分 | 6 | 单独 | 6 |
| | 设备功能 | 能有效支持客流、车流数据采集和环境、安全等相关监测 | 3 | 单独 | 3 |
| | 智能监控 | 具备智慧化安全监管和自动感知警示（预警）能力 | 3 | 单独 | 0 |
| 6.2.3 | 数据管理 | | 4 | | |
| | 数据采集维护 | 景区数据规范采集、集中管理、有效维护 | 2 | 单独 | 1 |
| | 数据存储利用 | 依托本地或云端数据中心，安全存储和利用景区数据 | 2 | 单独 | 1 |
| 6.2.4 | 智慧管理系统 | 检查景区智慧管理系统，根据系统功能和应用效果评分 | 15 | | |
| | 资源环境管理 | 围绕景区生态环境、旅游资源、设施设备、商业资源、人力资源等管理和应用需求，具备智慧化资源管理能力 | 5 | 单独 | 3 |
| | 景区运营管理 | 围绕景区票务、咨询、讲解、车船管理、接待、投诉、环境卫生、业态运营、安全监管与实时客流管控、舆情监测等业务需求，具备智慧化运营管理能力 | 4 | 累加 | 12 |
| | | 具备集成式、一体化的景区智慧化运营管理系统 | 2 | | |
| | 技术应用创新 | 能及时将新一代信息技术（包括但不限于新一代移动通信、云计算、物联网、大数据、虚拟现实、人工智能、无人机、机器人等）应用到景区设施配备、产品开发、 旅游服务和运营管理中，应用创新能力强 | 4 | 单独 | 1 |
| 6.3 | 智慧营销 | | | | |
| 6.3.1 | 智慧营销机制与方式 | | 18 | | |
| | 智慧营销机制 | 建立数字化的市场营销运行机制 | 3 | 单独 | 1 |
| | 智慧营销活动 | 利用网络和新媒体建立智慧营销渠道，开展线上线下营销互动及市场销售活动，包括在全国主流旅游网站、主流旅游在线平台设立页面等 | 4 | 累加 | 5 |
| | | 开展旅游直播，运用自媒体或新媒体平台进行宣传促销，或与自媒体博主合作开展营销活动 | 2 | | |
| | | 在导航电子地图上提供位置服务或在景区信息发布平台提供活动位置信息，用户使用体验良好 | 2 | | |
| | 新技术营销和精准营销 | 能运用大数据分析旅游消费需求行为，预测市场发展趋势，采取针对性的营销策略和措施进行精准营销 | 4 | 累加 | 3 |
| | | 能运用人工智能技术或人工智能大模型等新技术手段开展景区智能营销 | 3 | | |
| 6.3.2 | 智慧营销效果 | | 12 | | |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 营销效果监测 | 运用智慧化手段监测营销效果 | 3 | 累加 | 2 |
| | | 建立游客意见和建议实时收集与反馈系统 | 3 | | |
| | 效果评估与改进 | 建立市场营销效果评估机制 | 3 | 累加 | 2 |
| | | 根据监测的市场信息及时制定营销与服务改进措施，并有效实施 | 3 | | |
| 7 | 资源与环境保护 | | | | |
| 7.1 | 环境质量 | 要求提供由具有资质的第三方专业机构出具的环境质量检测报告，根据报告内容评分 | | | |
| 7.1.1 | 空气质量 | 符合 GB 3095《环境空气质量标准》规定的一类区环境空气质量要求。以当地旅游旺季的情况为准，现场检查并结合鉴定材料评估。如景区经营性项目排放废气（如汽车尾气、焚烧烟气、餐饮油烟等）对环境空气造成较大污染，本项不得分 | 5 | 单独 | 5 |
| 7.1.2 | 声环境质量 | 符合 GB 3096《声环境质量标准》对相应类别声环境功能区的噪声限值要求。核心景区因导游讲解、商业及娱乐活动等噪声过大，导致游客体验质量明显下降，本项不得分 | 5 | 单独 | 5 |
| 7.1.3 | 地表水质量 | 景区地表水符合 GB 3838《地表水环境质量标准》要求（达到功能类别 V 类及以上标准），或符合当地水功能区划的相关要求 | 5 | 单独 | 5 |
| 7.1.4 | 污水排放 | 有完善的排污设施，污水排放符合 GB 8978《污水综合排放标准》规定的综合排放要求 | 5 | 单独 | 2 |
| 7.2 | 环境卫生 | | | | |
| 7.2.1 | 卫生状况 | 环境整洁，氛围优良，无污水、污物，无乱建、乱堆、乱放现象，建筑物及各种设施设备无剥落、无污垢，空气清新、无异味。发现一处不合格扣 1 分 | 8 | 单独 | 8 |
| 7.2.2 | 卫生标准 | 各类旅游公共场所卫生应符合 GB 37487《公共场所卫生管理规范》、GB 37488《公共场所卫生指标及限值要求》、 GB 37489.1《公共场所设计卫生规范第 1 部分：总则》规定，人工游泳场所卫生达到 GB 37489.3《公共场所设计卫生规范第 3 部分：人工游泳场所》相关要求，卫生条件符合游客健康旅游需求。发现一处不合格扣 1 分 | 5 | 单独 | 5 |
| 7.2.3 | 垃圾清扫与处置 | | 12 | | |
| | 垃圾分类 | 垃圾按 GB/T 19095《生活垃圾分类标志》要求分类投放 | 2 | 单独 | 2 |
| | 垃圾清扫 | 清扫及时，跟踪（流动）清扫 | 3 | 累加 | 5 |
| | | 日产日清，不留隔夜垃圾 | 2 | | |
| | 垃圾处理 | 垃圾的收集、运输和处置符合属地管理的相关规定，能分类处理，不就地焚烧或掩埋 | 2 | 单独 | 2 |
| | 垃圾回收 | 有鼓励游客自行带走垃圾的制度或措施 | 2 | 单独 | 2 |
| 7.3 | 制度保障 | | | | |
| 7.3.1 | 保护制度 | | 8 | | |
| | 资源保护制度 | 建立完善的自然资源、文化资源（文物资源、非物质文化遗产等）保护制度，或景区绿色发展制度健全 | 4 | 单独 | 4 |
| | 环境保护制度 | 严守生态保护红线，生态安全性好；建立完善的环境保护制度与实施、监测机制 | 4 | 单独 | 4 |
| 7.3.2 | 费用投入 | 根据全年用于景区旅游资源与环境保护及维护或景区绿色转型发展的费用占景区全年收入的比例进行评估，要求提供相应财务证明或第三方机构财务审计报告。免门票景区可根据资源保护投入占其综合收入的比例酌情打分 | | | |
| | | 投入比例达到景区全年收入的 3%以上 | 7 | 分档 | 7 |
| | | 投入比例达到景区全年收入的 1%～3% | 5 | | |
| | | 投入比例达到景区全年收入 1%以下（如投入为“0”则本项不得分） | 3 | | |
| 7.4 | 资源保护 | | | | |
| 7.4.1 | 保护措施 | | 15 | | |
| | 保护目标 | 资源保护范围、保护对象明确 | 3 | 单独 | 3 |
| | 人员职责 | 保护人员职责明确 | 3 | 单独 | 3 |
| | 方法手段 | 资源保护方法和手段科学，采取多种有效措施保护景区的自然资源、文物与文化遗产资源 | 3 | 累加 | 5 |
| | | 采用数字化手段对资源建档保护 | 2 | | |
| | 开发利用 | 合理开发利用旅游资源，开发强度不大于资源承载力，无破坏性开发现象 | 4 | 单独 | 4 |
| 7.4.2 | 保护效果 | 全面保持自然资源、文物与文化遗产资源真实性与完整性 | 10 | 分档 | 10 |
| | | 基本保持自然资源、文物与文化遗产资源真实性与完 | 7 | | |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 整性 | | | |
| | | 自然资源、文物与文化遗产资源真实性与完整性保护相对不足 | 4 | | |
| 7.5 | 环境保护 | | | | |
| 7.5.1 | 景观环境 | | 10 | | |
| | 环境氛围 | 景区环境整洁美观，环境氛围好 | 4 | 单独 | **4** |
| | 绿化与景观美化效果 | 绿化覆盖率高（文保单位等有特殊要求，或因特殊自然地理环境而无法实现大面积绿化的，本项不扣分），或 景观与环境美化措施多样，美化效果好 | 6 | 单独 | **6** |
| 7.5.2 | 环境协调性 | | 35 | | |
| | 出入口环境 | 出入口有相应的游客集散场地，面积适宜，设施设置适当；有过度硬化等现象的，扣1—2分 | 3 | 累加 | **9** |
| | | 出入口秩序良好，人员和车辆出入有序，且无拉客、宰客、欺客现象 | 3 | | |
| | | 出入口主体建筑体量、材质、造型、色彩的综合效果良好 | 3 | | |
| | 建筑设施与布局 | 建筑与设施（游客中心、场馆、厕所、停车场、观景台、 游步道等）布局合理，选址不破坏景观，主体建筑选址 对景观有破坏的，每处扣2分；非主体建筑选址对景观 有破坏的，每处扣1分 | 4 | 累加 | **9** |
| | | 主体建筑体量适度，建筑风格协调并具有特色，景观效果良好 | 3 | | |
| | | 建材选用合理，优先选用天然材料或环保、节能、低碳的建筑材料，发现一处采用不合规、不环保的建筑材料，或使用明显有碍观赏景观的建筑材料，扣1分 | 2 | | |
| | 建筑设施与环境的协调性 | 建筑设施外观（造型、色调、材料等）与景观环境相协调 。 发现一处建筑设施外观与整体景观环境不协调扣1分 | 4 | 累加 | **12** |
| | | 配套附属建筑设施选址隐蔽、合理或外观美化，包括锅炉房、配电室、水塔、烟囱、电力电信设施及其用房等 | 2 | | |
| | | 管线设施隐蔽，输电、通信线路等全部采用地下隐蔽方式得4分；架空线路整齐、不破坏视觉效果得2分 | 4 | | |
| | | 宣传标语布置得当，用语规范，具有文化性、艺术性、正面导向性，与周围景观相协调 | 1 | | |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 广告招牌适当，不乱贴、乱放、乱摆小广告，商品广告和商业服务设施招牌与环境相协调，外部广告标志不过分影响观景效果 | 1 | | |
| | 景区周边环境的协调性 | 景区与周边地带设有隔离带或缓冲区，具有水体、山体等自然缓冲区的，得3分；具有绿化、围栏等人工隔离带的，得2分 | 3 | 累加 | **3** |
| | | 景区周边建筑物与景观格调相协调，或景区周边形成优美的天际轮廓线 | 2 | | |
| 7.5.3 | 环境保护措施 | | 12 | | |
| | 污染源控制 | 景区内无显著污染源（大气、水、土壤、噪声等），景区内各项设施设备、能源利用与污染物排放符合国家环境保护要求，不造成环境污染和其他公害，不破坏旅游资源和游览氛围；景区周边无对景区产生显著影响的污染源。每发现一处污染源，视情节严重程度扣2～3分 | 5 | 单独 | **5** |
| | 节能设施 | 采用节能低碳的设施设备。发现一处景区内使用造成严重破坏环境的设施设备（包括产生高噪或有害气体、漏油漏气的车辆、船舶等），扣2分 | 4 | 单独 | **4** |
| | 环保用品 | 采用环保型用品，发现景区内使用有毒有害用品或不可降解的一次性餐具等非环保型用品，本项不得分 | 3 | 单独 | |
| 7.5.4 | 环保宣传教育 | | 8 | | |
| | 覆盖范围 | 对游客和员工进行生态文明和环境保护宣传教育，将环境保护教育列为导览必备环节 | 2 | 单独 | **2** |
| | 宣教材料 | 有专门的生态与环保教育宣传材料，或景区宣传导览材料设有专项生态与环保教育内容 | 2 | 单独 | **2** |
| | 宣教方式 | 宣教方式多样，活动丰富，形式创新，效果良好 | 2 | 单独 | **2** |
| | 消费引导 | 提倡环境责任，倡导低碳出行和绿色消费，鼓励游客参与环保行动 | 2 | 单独 | **2** |
| 8 | 综合管理 | | | | |
| 8.1 | 管理机构与制度 | | | | |
| 8.1.1 | 管理机构与人员 | | 6 | | |
| | 管理机构 | 管理机构健全，岗位职责分明 | 3 | 单独 | **3** |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 管理人员 | 配备合理，中高级管理人员均具备大学专科及以上文化程度 | 3 | 分档 | 3 |
| | | 配备合理，70%以上中高级管理人员具备大学专科及以上文化程度 | 2 | | |
| | | 配备基本合理，具备大学专科及以上文化程度的中高级管理人员占比在 70%以下 | 1 | | |
| 8.1.2 | 管理制度与实施 | | 7 | | |
| | 管理制度体系 | 各项管理制度健全，形成完整的制度体系 | 3 | 单独 | 3 |
| | 标准化管理 | 建立旅游景区标准化管理体系 | 1 | 单独 | 1 |
| | 制度实施 | 各项规章制度贯彻得力，有一年以上完整执行记录和总结，定期监督检查。记录不完整的，酌情扣分 | 3 | 单独 | 3 |
| 8.1.3 | 面积与规划要求 | | 7 | | |
| | 景区面积 | 5A 级旅游景区面积原则上不小于 3k ㎡ | | | |
| | | 可游览面积满足游客接待和景区发展需要，游客空间舒适度优良 | 3 | 分档 | 3 |
| | | 可游览面积基本满足游客接待和景区发展需要，游客空间舒适度较好 | 2 | | |
| | 规划要求 | 符合国土空间规划及相关规划管控要求，土地利用和项目建设无违法违规行为 | 2 | 累加 | 4 |
| | | 景区建设（开发项目）符合景区相关规划要求 | 2 | | |
| 8.2 | 员工管理 | | | | |
| 8.2.1 | 培训制度 | 有健全的员工培训制度、培训计划、培训绩效评估和奖惩机制。发现一个缺项或一项落实不到位扣 1 分 | 4 | 单独 | 4 |
| 8.2.2 | 培训实施 | 查看年度计划及实施记录，要求有培训档案 | 16 | | |
| | 培训范围 | 培训对象覆盖景区全部管理、服务人员，有针对社区居民和游客的旅游宣传与培训活动 | 3 | 分档 | 3 |
| | | 培训对象覆盖一半以上的管理与服务人员，有针对社区居民和游客的旅游宣传与培训活动 | 2 | | |
| | | 培训对象覆盖少数管理与服务人员 | 1 | | |
| | 培训内容 | 系统性：包括政策法规、制度规范、旅游知识、景区业务、专业技能、消防安全、应急救援、综合素质等 | 3 | 累加 | 8 |
| | | 针对性：符合景区运营、相关岗位及员工实际需要，内容安排合理、实用、有效 | 3 | | |
| | | 拓展性：根据新时代特征和景区与员工发展要求，拓展培训内容，具有时代性和先进性 | 2 | | |
| | 培训频率与时长 | 培训频率与时长恰当，满足受训人员知识与技能需要 | 2 | 单独 | 2 |
| | 培训效果 | 培训效果好。抽查员工，考查其业务，被抽查员工的回答流利、准确；上岗人员培训合格率达 100% | 3 | 分档 | 3 |
| | | 培训效果较好。抽查员工，考查其业务，被抽查员工的回答基本正确；人员经培训基本合格后上岗 | 2 | | |
| 8.2.3 | 员工面貌 | | 5 | | |
| | 统一着装 | 员工着岗位服饰，服饰美观有特色 | 2 | 单独 | 2 |
| | 服务状态 | 员工精神面貌良好，服务热情，举止文明，行为规范，能够针对不同客群提供个性化服务 | 3 | 单独 | 3 |
| 8.3 | 营销管理 | 主要考查近两年的情况 | 20 | | |
| 8.3.1 | 宣传推广内容 | | 4 | | |
| | 内容的丰富性 | 内容丰富，全面展示景区资源价值、产品特色与服务内容 | 2 | 分档 | 1 |
| | | 内容一般，基本展示景区资源价值、产品与服务内容 | 1 | | |
| | 内容的真实性 | 宣传推广信息真实、准确、更新及时 | 2 | 单独 | 2 |
| 8.3.2 | 营销范围与推广方式 | | 9 | | |
| | 营销范围 | 覆盖海内外主要客源地 | 5 | 分档 | 4 |
| | | 覆盖国内主要客源地 | 4 | | |
| | | 仅覆盖省内主要客源地 | 3 | | |
| | 推广方式 | 宣传推广渠道和方式新颖多样，除传统媒体外，能运用新媒体、新技术手段进行宣传推广 | 4 | 分档 | 4 |
| | | 宣传推广渠道和方式相对单一，主要运用传统媒体进行宣传推广 | 2 | | |
| 8.3.3 | 营销效果 | | 7 | | |
| | 游客增长 | 宣传推广效果好，近两年接待游客总人次平均增长 5% | 3 | 分档 | 3 |

| 序号 | 评价项目 | 检查评价方法与说明 | 小项分值 | 计分方式 | 自评分 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 率 | 以上 | | | |
| | | 宣传推广效果较好，近两年接待游客总人次平均增长3%～5% | 2 | | |
| | | 宣传推广效果尚可，近两年接待游客总人次实现正增长，平均增长3%以下 | 1 | | |
| | 市场知名度和美誉度 | 景区持续保持很高的市场知名度和美誉度 | 4 | 分档 | **3** |
| | | 景区持续保持较高市场知名度和美誉度 | 3 | | |
| | | 景区有一定的市场知名度和美誉度 | 2 | | |
| 8.4 | 服务质量监督管理 | | | | |
| 8.4.1 | 质量监管体系 | | 6 | | |
| | 质量监管人员 | 有景区服务质量监督管理人员 | 2 | 单独 | **2** |
| | 质量监管制度 | 有旅游质量检查与评价制度 | 2 | 单独 | **2** |
| | 质量改进措施 | 旅游质量改进与奖惩措施有效 | 2 | 单独 | **2** |
| 8.4.2 | 投诉处理 | | 15 | | |
| | 投诉数量及性质 | 查询有关行政管理部门和景区记录，以及主要第三方平台游客评价情况，了解投诉的数量、类型（环境与设施投诉、服务投诉、价格投诉等）和性质。近两年内发生重大质量投诉（涉及对旅游者人身侵犯和健康损害的投诉，均视为重大质量投诉），此项不得分 | 3 | 单独 | **3** |
| | 投诉处理制度 | 投诉制度健全，公布投诉渠道和投诉处理程序 | 2 | 单独 | **2** |
| | 投诉渠道 | 投诉电话、投诉信箱和在线投诉等渠道畅通，每项得1分 | 3 | 单独 | **3** |
| | 投诉受理过程 | 投诉受理及时，处理妥善，档案记录完整，受理迅速得1分；服务态度好得1分；记录完整细致得1分；有回访记录得1分 | 4 | 单独 | **4** |
| | 投诉处理效果 | 依据景区投诉记录了解投诉处理效果，对重大投诉可向投诉人了解反馈意见及其满意度 | 3 | 单独 | **3** |
| 8.4.3 | 游客满意度 | 可依据第三方机构满意度调查报告、网络评价数据或景区调查数据评分,要求单次调查问卷发放不少于200份，或网络调查问卷不少于200人次 | 9 | | |
| | | 重视游客满意度调查与评价，每年至少调查2次，及时公布景区游客满意度，并采取针对性措施提高满意度 | 3 | 分档 | **2** |
| | 满意度调查 | 关注游客满意度调查与评价，每年至少调查1次，及时公布景区游客满意度 | 2 | | |
| | | 近2年内调查和公布景区游客满意度在1次（含）以下 | 1 | | |
| | 满意度状况 | 根据现场问卷调查、网络评论或大数据分析，或委托第三方评价，游客满意率达90%（含）以上 | 6 | 分档 | **5** |
| | | 根据现场问卷调查、网络评论或大数据分析，或委托第三方评价，游客满意率达80%（含）以上 | 5 | | |
| | | 根据现场问卷调查、网络评论或大数据分析，或委托第三方评价，游客满意率在80%以下 | 4 | | |
| 8.5 | 社会效益 | | | | |
| 8.5.1 | 社会教育 | | 5 | | |
| | 弘扬文化 | 有弘扬社会主义先进文化、革命文化和中华优秀传统文化的宣传或活动 | 3 | 单独 | **3** |
| | 爱国主义教育 | 有爱国主义教育场所或活动 | 2 | 单独 | **2** |
| 8.5.2 | 社会责任 | 查询台账资料 | 6 | | |
| | 公益性活动 | 组织或参加公益性活动 | 3 | 单独 | **3** |
| | 惠民便民 | 开展惠民便民旅游活动 | 3 | 单独 | **3** |
| 8.5.3 | 社会贡献 | 通过查阅景区台账及相关资料打分 | 4 | | |
| | 带动经济发展 | 带动地方经济发展方面效果显著得2分；有一定效果得1分 | 2 | 单独 | **2** |
| | 促进就业增收 | 在促进社会就业和旅游富民增收方面效果显著得2分；有一定效果得1分 | 2 | 单独 | **2** |
| **合计得分** | | | | | **856** |

## 第二节　自评梳理与分析

参考《细则三 旅游设施与服务质量评分细则》，从旅游交通、游览设施、游览服务、旅游安全、文旅融合、智慧旅游、资源与环境保护、综合管理八个方面，梳理出现状存在

的不足和有待提升的问题。

## 一、旅游交通

① 推进 G323 复线与“秘境 1 号”旅游道路建设，提升通达性与便捷度；

② 完善新增景区范围内的道路指引标志、临时停靠点等附属设施；

③ 加强道路沿线建筑与设施的景观风貌控制；

④ 在现有每日 4 班次公共交通基础上，结合实际需求适时增班；

⑤ 增设车辆租赁、维修点、观景台、自驾驿站等服务设施；

⑥ 推进智慧停车场与生态停车场建设，在子景区补充非机动车停放区。

## 二、游览设施

① 新增子景区补充完善游客中心、导览系统等基础设施；

② 在现有 4A 导览系统基础上，按 5A 标准补充更新，重点加强电子导览设施；

③ 强化在线咨询服务，增加面向东南亚等主要国际客源的多语种服务；

④ 补充缆车、低空飞行等多样化交通方式，完善观景平台与交通换乘设施；

⑤ 打造特色绿色交通工具，提升旅游厕所的风貌与主题特色；

⑥ 布置充足休息设施，等候区注重遮阳、避雨、防风设计。

## 三、游览服务

① 补充电子讲解、自助电子导游等现代解说方式，提升解说信息化水平；

② 引入 AI 数字人或机器人讲解服务，扩充高级讲解员队伍；

③ 所有讲解人员纳入景区统一管理体系；

④ 开发具有景区特色的文创商品；

⑤ 新增景点加强无障碍设施建设。

## 四、旅游安全

① 加强安保人员配备与专业培训；

② 完善安全监控系统，持续强化旅游安全提示与宣传教育；

③ 在必要地段配置应急感知报警设备。

## 五、文旅融合

① 深化文化特色与主题贯穿性，提升建筑文化景观与产品文化氛围；

② 增设文化展示场所，丰富互动式文化体验及科技应用展示场景；

③ 丰富文化旅游产品，增加非遗展演活动，提升创意设计、文化内涵、展现形式与服务方式的特色性；

④ 增强文旅项目的参与互动性，开发自有文创产品体系；

⑤ 持续开展文化传播活动，形成明确、稳定的景区宣传语。

## 六、智慧旅游

① 实现景区宽带网络全覆盖；

② 建设完善的新媒体平台，具备在线购票、导游导览、信息查询等功能，补充外文版网站；

③ 补充智慧游览服务，增加数字旅游体验产品与场景；

④ 补充智能监控设备，建设智慧管理系统，推动新一代信息技术在服务与运营管理中的应用；

⑤ 完善智慧营销方式与营销监测。

## 七、资源与环境保护

① 持续加强环境质量保护，完善新增子景区的环卫设施；

② 提升景区周边建筑的环境风貌；

③ 加强环境保护宣传与教育。

## 八、综合管理

① 坚持景区标准化管理体系；

② 丰富宣传推广内容，增强特色性，加强海外客源地营销推广；

③ 提升市场知名度与美誉度，尤其是国际影响力；

④ 重视并强化游客满意度调查工作。

# 第八章　旅游交通

构建“快进慢游•景旅一体”的现代化旅游交通体系，全面提升区域旅游交通的服务能

力与体验品质，推动交通功能与旅游体验在设施、运营与服务等多层次的深度融合与协同发展，为实现区域旅游高质量发展提供坚实支撑。

## 第一节　外部交通衔接

### 一、旅游专线交通完善

联合省内多家知名客运企业，共同推出“秘境号”旅游直通车服务，该专线覆盖从昆明、玉溪直达多个核心景区的高品质出行需求。车辆全部采用豪华旅游车型，配备高舒适度航空座椅，座椅间距宽裕，腿部空间充足，为旅客提供更为宽敞和舒适的乘坐体验。全程提供免费高速 Wi-Fi、专业语音导览讲解服务以及环保饮水设施，保障旅客出行中的娱乐、信息和饮水需求。该专线实现了与化念高铁站、玉溪高铁站、昆明高铁站、昆明长水机场等重要交通枢纽的票务一体化联程服务，旅客可享受一站式购票与无缝换乘的便利，极大提升了跨交通工具出行的连贯性与效率。

### 二、智慧交通平台

依托先进的动态车辆调度系统和智能线上预约平台，实现对旅游专线运营状态的实时监控与资源优化配置。游客可通过手机应用提前预约座位、查询实时班次、获取预计到达时间，系统根据客流动态灵活调整发车间隔与路线安排，最大限度减少游客中途等待和换乘的时间消耗及体力负担。该平台进一步整合交通与景区资讯，提供出行规划建议，显著提升“快进慢游”出行模式的便捷性与舒适度，帮助游客更高效、轻松地抵达目的地，优化整体旅游体验。

## 第二节　内部交通组织

### 一、山上山下联动

#### 1.G323 复线

现状 G323 通行能力已制约景区整体旅游发展，为保障景区可持续发展，本次在景区内部规划建设 G323 复线，可彻底解决原有道路狭窄、拥堵频发的问题，为景区统一管理提供完善的交通支撑。该复线串联起景区游客服务中心、核心景点入口、山下换乘枢纽等关键节点。同时，该复线融入景区智慧交通管理体系，通过布设智能监控设备、设置旅游专用车道等措施，实现车辆通行的有序管控，既保障了旅游大巴、观光车的顺畅运行，也为自驾游客提供了更安全便捷的通行体验，进一步强化了景区内部交通的整体性与协同性。

#### 2.景区入口公路

新建由达哈村至东关岭的高标准旅游专线公路，全长约 13 公里，路基宽度 7 米，采用沥青混凝土路面结构，设计时速 40 公里/小时，兼顾行车安全与舒适性，在险要路段加装防护栏与防眩光设施。道路线形设计充分考虑地形起伏与视觉引导，在满足交通通行需求的同时，注重道路沿线景观一体化设计，按照垂直气候特征，采用本地乔木与灌木进行多层次垂直化绿化。强化景区与周边高速路网的衔接能力，在豆丰村出口增设旅游标识引导系统，提升整体路网可达性与游客视觉体验，实现“车行景中，人游画中”的交通愿景。

#### 3.索道系统

规划建设 1 号索道东关岭至燕子崖瀑布，全长 1.17 公里；2 号索道东关岭和达哈村的观光索道，线路总长约 3.5 公里，高差约 1000 米，单程运行时间约 15 分钟，可俯瞰哀牢山梯田、云海及原始森林景观。索道建设将有效缩短关键节点之间的时空距离，丰富游客出行选择，缓解旅游旺季路面交通压力，并实现与徒步路线、接驳巴士系统的无缝衔接，形成“空—地”联动的立体游览网络。

#### 4.载人无人机

在东关岭、达哈等子景区预留载人无人机停机坪，为景区未来低空经济发展预留空间，保障子景区间载人无人机运行的有效衔接。低空经济的发展将大幅缩短子景区间的通行耗时，让游客可在短时间内尽享从高空俯瞰哀牢山壮阔梯田、翻涌云海及葱郁原始森林的独特观景体验，弥补地面交通与索道观景的视角盲区。同时，停机坪将与周边接驳巴士站点、索道下站实现动线串联，游客可通过景区智能交通平台一键预约无人机接驳服务，形成“空-地-空”的灵活换乘体系。此外，无人机运营将严格遵循低空飞行安全规范，配备专业运维团队与实时监控系统，全方位保障游客出行安全，为景区未来低空旅游产品的多元化开发奠定坚实基础。

### 二、景区内部交通组织

#### 1.公共接驳系统

以达哈集散中心为起点，东关岭旅游大本营作为核心中转枢纽，投入多辆纯电动中巴（核载人数 33 人），全部配备智能调度系统和车载生态导览系统。开通覆盖哀牢山六大子

景区的循环接驳专线，提供 15 分钟一班的高频次、高可靠性运输服务（旅游高峰期缩短至 5-10 分钟一班）。巴士配备无障碍踏板、轮椅固定区、母婴专座及大容量行李存放区，实现景区内部无缝换乘和一票通达。

接驳车辆外观进行专题化 IP 设计，推出“猿声号”“云海号”“梯田号”等主题车队，车厢内通过彩绘、音频讲解和屏幕展示呈现哀牢山生物多样性文化，将交通工具升级为流动的文化展廊，践行“风景在路上，体验在途中”的深度旅游理念。

**2.步行与徒步系统**

全面提升各景区内部步行道路标准，优化改造现有防火道、巡护道等设施，在陡峭及特殊地段架设架空木栈道及观景平台。建设串联核心景点的主题徒步线路，设置清晰的多语言导引标识与里程提示。通过跨景区徒步路径实现全域景点有机串联，每间隔 3－5 公里设置休息站、补给点、环保厕所及应急救援设施，部分节点提供帐篷营地和生态小屋住宿服务，满足徒步爱好者与生态旅游游客的多日徒步需求，并依托 APP 提供实时定位与安全预警功能。

## 三、交通组织管理

**1.交通管理原则**

坚守安全畅通原则，对进入景区的车辆实施总量管控，严格落实卡口管理要求，规范区域内交通通行秩序，保障游客安全，保障景区进出通道畅通有序。

坚守环保自愿原则，游客可依据个人意愿自主选择步行、骑自行车或乘坐公共接驳车进入景区。

**2.交通管制办法**

景区车辆总量由景区管委会交通管理办公室统一管控。当管控区域内（景区山上部分）停车位利用率达到 80%时，启动准入管控。

节假日期间实施景区交通管制。管制时段内，禁止未取得通行证的车辆驶入管制区域。具体管制时段如下：小型蓝牌车辆为节假日 6:00 至 18:00，大型黄牌车辆为节假日 5:00 至 18:00。

管制期间，未取得通行证的旅游车辆须按规定实行换乘管理。所有此类车辆经各指定线路进入后，须统一停放在达哈游客换乘中心。选择换乘方式进入景区的游客，应按规定购买换乘车票后，乘坐换乘车辆进入景区。

因身体原因行动不便或存在其他特殊出行需求的游客，可选择由交通运输部门审核并取得特许经营资质的汽车租赁公司提供的包车服务，也可持相关证件申请办理临时通行证。

**3.车辆通行证管理**

车辆通行证分为居民车辆通行证、工作车辆通行证与临时车辆通行证三类。

居民车辆通行证办理适用情形为景区内居民自有车辆，申办人需提供居民身份证、车辆行驶证及居民户口簿，经户口所在村、乡镇严格审核，统一出具审核证明后按年度申办，相关信息统一录入智慧文旅平台系统白名单管理。户籍留存于景区内的外嫁女性，确需频繁进入景区的，其所用车辆经村、乡镇及相关部门严格审核，依照规定程序按年度申办车辆通行证。

工作车辆通行证办理适用情形为景区内合法经营场所员工的自用车辆，由经营场所法定代表人与申办员工本人携带营业执照、申办人身份证、车辆行驶证完成申办。员工离职后，用人单位需于 3 个工作日内完成报备，核销该员工的工作车辆通行证。

临时车辆通行证按不同情形办理：已通过市场监管部门审定、完成停车位核定，处于合法正常经营状态的酒店、民宿等涉旅经营户，其所接待的到访游客车辆，经乡（镇）、村及相关单位审查确认后，由涉旅经营户向景区交通管理办公室报备，可为到访游客办理临时通行证；景区卡口内居民的亲友探访、公务办事车辆，经乡（镇）、村及相关单位审查确认后，向景区交通管理办公室报备并办理临时通行证。

# 第三节　交通配套设施完善

## 一、交通标志与停车服务

**1.推进交通标志标准化建设**

严格遵循 GB 5768.2 国家标准，在通往景区的主要道路及关键节点，设置连续、醒目、信息明确的旅游交通专用标志系统，强化导引功能。标志牌采用反光膜材料，多语种对照（中、英、韩、日），并结合数字二维码提供实时信息服务。

**2.建设智慧生态停车场**

在六个子景区内分别布设智慧生态停车场，采用植草格铺装与树阵式布局，配套智能车位引导、车牌识别、快慢充结合的新能源充电桩、智慧支付等功能。整体规划充分适配景区承载需求，共设置 2500 个以上固定停车位，另预留 1000 个以上临时停车位应对景区

旺季停车需求及应急救援停车需求；停车场同步分区设置大客车停车位、小客车停车位及充电专用车位，还在公路沿线合理规范设置临时停靠点，可充分满足旅游大巴、自驾车、电动车等各类车辆的停车需求。

### 二、企业冠名观景台

在 G323 景区段沿线遴选 3-5 处景观条件优越的节点，建设具有企业冠名特色的主题观景台（如“仙福观景台”），该建设模式是探索旅游投资渠道的新方式，观景台配套设置停车区、观景平台、休憩设施与多媒体解说系统。观景台建筑设计融合民族元素与现代风格，打造“哀牢山云上风景道”品牌形象，成为游客拍照打卡和深度体验的重要节点。

### 三、立体气候绿化景观廊道

依托哀牢山独特的海拔高差与气候带谱，重点打造从达哈至东关岭沿线的生态景观廊道，突出垂直气候带的植被特色与景观变化。在海拔 800－1800 米区域种植热带季雨林树种，1800－2500 米区域恢复常绿阔叶林带，2500 米以上区域打造高山杜鹃、冷杉等特色植物展示段。设置科普解说牌和季节花带，实现“移步换景”的视觉体验，增强旅途中的生态沉浸感和观赏性。

## 第四节　本章小结

通过“外联优化、内畅提升、服务配套”三位一体的系统规划，全面构建“快进慢游、景旅融合”的立体化旅游交通体系。对外强化与区域交通网络的高效衔接，保障游客便捷抵达；对内实现景点有机串联与低碳慢行体验，同步完善智慧服务设施与生态景观建设。通过交通与景观、技术与文化的多重融合，为游客提供安全、便捷、舒适、愉悦的全过程交通服务体验，进一步夯实哀牢山旅游目的地的核心竞争力与品牌魅力。

# 第九章　游览设施

## 第一节　游客中心

在现有设施基础上，将重点推进东关岭、达哈两处新建游客中心项目，并在陇西世族庄园配套设置旅游咨询点，进一步完善景区接待服务体系。此举旨在响应日益增长的游客需求，全面提升景区整体服务质量与游览体验，强化景区基础设施支撑能力。

### 一、达哈游客中心

达哈游客中心建筑面积约 1300㎡，按照大型游客中心标准建设，位于玉溪哀牢山 5A 景区的主入口处，侧重于服务景区新设立的门户区域，为游客提供信息、咨询、游程安排、讲解、教育、休息等旅游设施和服务功能，可显著提升该区域的可达性、接待能力和服务水平，为游客提供更加安全、便捷、舒适的游览前导服务。

建筑设计上充分融合哀牢山彝族传统建筑元素与现代简约风格，采用坡屋顶、木质装饰线条及本地材料，既呼应地域文化特色，又与周边自然生态环境和谐共生。内部功能分区清晰，设置智能导览区、文化展示区、休息等候区、便民服务区及应急保障区等模块：智能导览区配备触控式信息查询终端，支持多语种服务，可实时显示景区客流分布、景点介绍及游览路线推荐；文化展示区通过图文、实物及多媒体手段，系统呈现哀牢山的地质地貌、生物多样性及彝族民俗文化，为游客提供沉浸式的前置认知体验；便民服务区提供行李寄存、母婴照料、医疗急救等贴心服务，满足不同群体的需求。此外，游客中心外部配套建设生态停车场，规划新能源汽车充电位及非机动车停放区，与景区入口的低碳慢行步道无缝衔接，实现“车停人动”的绿色游览模式。同时，中心将配备专业的服务团队，定期开展礼仪、导游及应急处理培训，确保为游客提供高效、优质的一站式服务，助力哀牢山 5A 景区门户形象的全面提升。

### 二、东关岭游客中心

东关岭游客中心同步按照大型游客中心标准进行建设，建筑面积约 1200㎡，拟选址于交通便利、游客集散条件优越的管家寨附近，是景区山上部分的游客集散中心，功能规划全面，涵盖游客提供信息、咨询、游程安排、讲解、教育、休息等旅游设施和服务功能，致力于打造成为整个景区的“旅游大本营”和综合管理中枢，实现对景区资源的统一协调与高效运营。

内部功能分区将进一步细化适配山地旅游需求：智能导览区配备抗低温触控终端，支持实时查询登山路线难度分级、山间气象变化、海拔高度及邻近景点分布，为游客提供精准的山地游览指引；文化展示区聚焦哀牢山高山生态系统，通过 3D 投影还原高山草甸、原始森林的自然景观，展示滇金丝猴、红豆杉等珍稀动植物标本，并结合彝族先民的山地生

产生活场景，让游客深入了解高山文化的独特魅力；休息等候区设置临窗观景座位及恒温休息舱，提供热饮、登山能量补给包等服务，缓解游客登山疲劳；便民服务区新增登山杖、防寒外套租赁及便携式氧气罐补给，满足山地游览的特殊需求；应急保障区配备专业山地救援装备、急救药品及通讯设备，联合景区救援队建立 24 小时应急响应机制，保障游客登山安全。外部配套方面，生态停车场采用生态透水铺装，减少对山地环境的破坏，同时规划直升机临时起降点，用于应急救援及物资运输；停车场与多条登山步道起点无缝衔接，并设置环保观光车接驳站，方便游客往返于各山间景点。服务团队将在常规培训基础上，增加高山气象识别、山地救援技能、彝族山地民俗讲解等专项课程，确保为游客提供专业、贴心的山地旅游服务，助力东关岭游客中心成为哀牢山景区山上板块的核心枢纽。

### 三、陇西世族庄园旅游咨询点

在陇西世族庄园片区配套设置旅游咨询点，是完善玉溪哀牢山 5A 级景区“中心—节点—咨询点”三级游客服务网络的重要举措。该咨询点不仅提供深度文化游览信息与便民服务，有效疏导主干节点客流，更推动形成多层次、全覆盖的服务体系，增强景区整体服务功能的协调性与完整性。

咨询点除承担游客咨询、票务、信息发布等基础职能外，还配备便民服务台，提供免费饮水、手机充电、雨伞租借等基础服务；在客流疏导方面，咨询点与达哈、东关岭游客中心建立实时数据互通机制，通过电子屏滚动显示庄园各区域实时人流密度，引导游客错峰游览核心景点，有效避免客流集中拥堵，保障游览安全与舒适度。

咨询点还统一摆放景区全域导览图及周边旅游资源手册，方便游客统筹规划行程，进一步强化“中心—节点—咨询点”三级联动的服务协同效应，全面提升游客的游览体验与满意度，助力哀牢山 5A 级景区服务品质再上新台阶。

## 第二节　导览系统

### 一、标识系统统一化

沿用哀牢山国家 4A 级旅游景区全套标识系统，全面推进标识系统风格一体化、信息层次清晰化、造型与自然环境相协调。具体实施内容包括：于主入口广场、核心区分岔路口及达哈门户区分别设立景区全景牌共 3 块，全面展示景区布局与主要景点分布；沿游览动线布设导览指示牌 26 块，覆盖主干道、支线路径及重要节点，确保游客方位感知明确；设置景物解说牌 34 块，结合图文与二维码技术，深入解读地方文化、地质特征与生态资源；道路导向系统共计不少于 40 块，设立于交叉口及关键转折处，显著提升游客寻路效率与服务体验；各类设施名称与功能说明牌不少于 20 块，系统介绍休息点、卫生间、服务点等基础设施；安全警示牌与温馨提示牌总数不少于 60 块，重点部署于陡坡、临水区域、急弯路段及生态敏感区，强化游览安全防护与文明引导。

### 二、线上智慧导览平台

构建“玉溪哀牢山”官方 APP 及微信小程序，整合线上预约导航与线下实体体验，形成数字化、沉浸式的一站式智慧导览服务体系。平台将提供 AR 实景导览功能，通过手机摄像头识别实景生成虚拟导引；支持中、英、日等多语种语音讲解，满足国际游客需求；推出个性化路线规划系统，根据游客偏好与体力状态推荐最佳游览方案；实时接入景区人流量数据，发布热力图与拥挤提示，辅助游客错峰游览；集成电子票务与预约系统，支持在线购票、分时预约及快速核验；设置一键紧急呼叫功能，联动景区指挥中心提供应急协助。线下同步部署二维码互动点，游客可通过扫码参与数字集章打卡、文化答题寻宝等互动活动，进一步增强游览过程的科技感、趣味性与参与度。

## 第三节　游线与游览交通工具

### 一、游览线路

#### 1.游线规划

立足玉溪哀牢山 5A 级景区创建目标，围绕“经典二日游”游览时序，科学串联核心景点与特色体验项目，构建主题鲜明、节奏合理、体验丰富的游览线路。

第 1 日：达哈游客中心——东关岭游客中心——“飞跃哀牢山”5D 影院——石门峡景区——蜂巢蜜谷——老鹰石（金蟾）——陇西世族庄园——河边街——烈士陵园——茶马古街——“小小天文台”观星台；

第 2 日：云海观景台——燕子崖瀑布——马帮主题实景体验区——“西黑冠长臂猿”科学研究站——虚拟场景体验区——揽云台观景台——金山原始森林感应音节点——花腰果蔬长廊。

**2.游览方式**

（1）徒步线路规划

景区范围内共规划 7 条主题徒步线路，按开发时序分为近期和中远期两类：

近期开发线路（1—2 年）：

① 杜鹃花径徒步线路（5.5 公里）

② 穿林探水徒步线路（6.5 公里）

开发理由：线路条件成熟，距离适中，风险可控，适合快速推向市场；景观类型经典（花海、峡谷、溯溪），大众接受度高；可快速建立品牌口碑，回收初期投入，为后续开发积累运营经验。

中远期开发线路（3 年及以上）：

③ 听瀑寻猿徒步线路（11.3 公里）

④ 岩壁观光徒步线路（7.6 公里）

⑤ 防火道徒步线路（14 公里）

⑥ 密林穿行徒步线路（16 公里）

⑦ 溯溪踏水徒步线路（4.4 公里）

开发理由：已有民间徒步基础，线路存在但尚未规范化，开发成本可控；主题差异化明显（听猿、亲水、岩壁、密林），能有效吸引进阶徒步爱好者；可承接前期客流，丰富产品线，延长游客停留时间。

（2）越野赛建议路线

结合徒步线路资源，规划形成具有赛事潜力的越野赛推荐路线：

金山丫口 → 花山 → 茶马古道 → 十里河水库 → 燕子崖瀑布 → 达哈，全长约 21.2 公里，覆盖线路①、③、⑦，兼具生态观光与运动挑战属性。

（3）特色交通与主题接驳

景区公共接驳车采用新能源汽车，车身外立面以旗舰物种“西黑冠长臂猿”等生物多样性元素为主题设计，推出“猿声号”“云海号”等主题化 IP 车队，将交通工具升级为流动的文化展廊，践行“风景在路上，体验在途中”的深度旅游理念。此外，在东关岭大本营根据游客多样化需求，规划配置共享电瓶车等特色交通工具，进一步提升山地游览的便捷性与趣味性。

## 第四节　卫生与休息设施

### 一、旅游厕所

按照“布局合理、标准引领、功能完善、文化融入、管理精细”的原则，系统推进旅游厕所建设与提升，全面提升景区卫生服务保障能力。

**1.新建Ⅰ类标准旅游厕所（4 座）**

重点布局于东关岭片区及达哈村入口等人流集中区域，严格按照Ⅰ类旅游厕所标准建设，有效缓解高峰期游客如厕压力。新建厕所注重环保性与实用性兼顾，配备智能感应冲水系统、无障碍卫生间、母婴护理台等设施，全面提升服务品质。

**2.改造提升Ⅰ类标准旅游厕所（3 座）**

对石门峡与茶马古道景区内现有 3 处厕所实施升级改造，使其达到Ⅰ类标准。重点优化通风系统，加强节水技术应用，完善无障碍通道及设施，实现功能性与舒适度的双重提升。

**3.新建Ⅱ类标准旅游厕所（9 座）**

在全区范围内合理布局 9 座Ⅱ类标准旅游厕所，作为Ⅰ类厕所的有效补充，覆盖次要节点与分散游览区域，确保基础服务无盲区。

**4.配套活动式生态厕所（20 座以上）**

在大型文旅活动及旅游旺季期间，根据人流动线和临时需求，灵活布设活动式生态厕所，其中Ⅰ类标准旅游厕所占比不低于 40%。该类厕所采用可降解材料与模块化设计，兼具移动性与生态友好性，确保全区卫生设施供需动态平衡，有效提升游客满意度。

**5.厕所风貌与配套管理**

厕所外观设计充分融入地域文化特色并与景区环境协调统一，设置醒目清晰的指引标志。东关岭片区厕所采用仿木质肌理的环保板材与青瓦坡顶，呼应周边山林景观；达哈村入口厕所融入当地花腰傣文化元素，与村落风貌相得益彰。标识系统除规范设置中英文双语文字指引外，夜间增设夜光感应标识，确保游客在任何时段均能快速定位。男女厕位配比严格按照相关标准执行，充分考虑女性游客实际需求，合理调配厕位资源。所有厕所均配备免费卫生纸、抗菌洗手液及感应式干手器，母婴护理台旁增设恒温温奶器与折叠婴儿座椅，无障碍卫生间内设置紧急呼叫按钮并配备助行扶手，全方位满足不同群体使用需求。

日常保洁严格执行“一小时一巡检、随脏随清理”制度，配备专业保洁团队并使用生物降解清洁剂，同时安装智能异味监测与新风循环系统，持续保持厕所内空气清新无异味，确保全区旅游厕所服务品质持续稳定，助力哀牢山 5A 级景区服务形象全面提升。

### 二、垃圾收集设施

全区共规划设置垃圾收集点 10 处，覆盖主要游览路线及活动区域。所有垃圾实行分类收集，按可回收物、其他垃圾、厨余垃圾等类别分区投放，并由专用封闭式转运车辆定期清运，最终运送至戛洒镇区垃圾中转站进行统一处理。垃圾桶布设间距按 80－100 米标准控制，并在交通枢纽、主要观景平台、游客休息区及易发生长时间滞留的节点加大密度，避免垃圾堆积现象。所有环卫设施实行定时、定点、专人维护管理制度，保障设施外观整洁、功能完好。垃圾箱造型与材质选择生态木质、仿石纹或耐候金属，设计风格力求与周边自然环境和人文景观相协调，尽可能实现“隐形化”设计，减少视觉污染，维护景区整体美感。

### 三、休息设施

本次规划于核心观景节点及主要步道沿线，布局一批与自然景观深度融合的生态休憩设施，所有休憩设施均配套遮阳遮雨功能。设施涵盖原生木材打造的座椅、石材砌筑的台凳、茅草顶观景亭以及架空栈道休憩廊等，设计风格充分呼应本地地域文化与乡土特色，强化游客沉浸式游览体验。

结合游客流量分布与停留需求，核心观景节点每 200 米左右设置一处休憩点，步道沿线结合地形每隔 300-500 米配置相应休憩设施，保障游客游览过程中可随时获得休息空间。座椅采用人体工学设计，靠背弧度贴合人体腰背曲线，提升长时间就坐的舒适度；茅草顶观景亭内配备便民服务箱，内置饮用水、应急小药包、景区导览折页等物资；架空栈道休憩廊铺设防滑地砖，加装安全扶手，并预留 USB 充电接口，满足游客电子设备的续航需求。针对特殊游览群体，主要休息区设置无障碍座椅及轮椅通道，为老年人、残障人士使用提供便利；夏季游览高峰期，部分休憩点增设可伸缩遮阳伞与环保驱蚊装置，优化游览体验。所有休息设施执行每日清洁消毒制度，每周开展结构安全检查，及时更换破损部件，保障设施功能完好。设施的材质选择与色彩搭配进一步呼应哀牢山的自然肌理与民族文化元素，例如座椅边缘雕刻本地彝族图腾纹样，观景亭的茅草顶采用当地传统编织工艺，令休憩空间成为展示地域文化的微小窗口，推动景区人文氛围与自然景观的深度融合。

# 第十章　游览服务

## 第一节　解说与讲解服务系统

景区构建多维度、人性化的解说讲解服务体系，满足不同游客的信息获取需求。语种配置层面，提供中文普通话、英语及本地花腰傣语、彝族语讲解服务，兼顾国内外游客与少数民族群体的沟通需求。人工讲解服务配备专业讲解员队伍，提供定时定点讲解与预约定制讲解服务，内容涵盖哀牢山的地质演化、生物多样性特征、彝族传统民俗及历史文化典故，增强游览活动的知识性与趣味性。智能讲解体系在景区入口及核心景点配置智能导览机器人，支持语音交互查询景点详情、游览路线等信息；同时提供便携式导览器租赁服务，导览器内置多语种讲解词，可根据游客所处位置自动触发对应景点的语音解说。静态解说设施层面，在主要游览线路、观景平台及文化节点设置图文解说牌，采用清晰字体与直观图示，部分解说牌增设盲文标识，保障视障游客的信息获取权益。针对特殊群体，景区配备手语讲解员，为听障游客提供专属讲解服务；导览器支持音量调节与语速控制功能，满足老年游客及听力障碍者的使用需求。此外，景区定期组织讲解员开展专业培训，内容涉及哀牢山自然与文化知识更新、服务礼仪规范等，确保讲解内容准确生动、服务质量稳定。建立游客反馈机制，通过线上问卷、现场意见箱等方式收集游客对解说服务的建议，持续优化解说内容与呈现形式，提升游客的游览体验。

## 第二节　购物服务

在游客中心及关键旅游节点，设立统一品牌形象与质量标准的“哀牢山风物集”，集中展销本土优质农特产品，例如根雕、有机茶叶、野生菌菇、手工编织品、蜂蜜等；同时推出融入花腰傣民族元素的文创纪念品，以及三七、天麻、茯苓等道地中草药制品。所有商品均经严格品质把控与溯源认证。引入“线上电商平台+线下体验店”融合模式，游客可在店内体验后通过扫码在线下单，支持全国物流配送及礼品定制服务；定期结合节庆与民俗主题举办露天市集活动，邀请手工艺人现场演示，增强游客参与感，真正实现“带得走

的哀牢文化”，助力本地经济发展与民族文化传播。

## 第三节　餐饮服务

通过政策引导与标准规范，重点扶持打造“一店一品”特色餐饮集群。包括强调低碳绿色装修与可持续运营理念的生态主题餐厅，提供以本地有机食材为主的季节限定套餐；还原传统马帮饮食文化的古道菜馆，供应烤茶、马帮烧烤、花宴等特色菜肴；以及依托原始森林景观构建的森系咖啡馆，提供轻食、草本茶饮等特色饮品。所有餐饮点位均严格执行明厨亮灶和食品安全等级公示制度。大力推广哀牢山区域有机农产，与当地农户建立直采合作机制，并在就餐环境中融入民族歌舞表演、手工制茶体验、传统烧烤制作等文化互动环节，全面提升餐饮服务的沉浸感与独特性，让游客在品味美食的同时深度感知地域文化。

## 第四节　便利服务

无障碍设施建设：严格按照 GB50763《无障碍设计规范》要求，在景区主要游览区域如入口广场、主要步道、公共卫生间、观景平台及接待中心，全面设置无障碍通行设施。包括宽度适中的轮椅坡道、连续通畅的盲道系统、无障碍卫生间（配备扶手、紧急呼叫按钮及儿童护理台）、以及无障碍电梯与升降平台。所有设施设置国际通用标志，并定期进行检修与升级，确保残障人士、老年人及推婴儿车的家庭能够安全、舒适、便捷地游览全程。

志愿服务站点：在游客中心、主入口及各功能区域设立标准化志愿服务工作站，提供包括咨询引导、应急救助（如紧急医疗支援、走失协助、失物招领）、多语种翻译及文化讲解等常态化服务。志愿者经系统培训后持证上岗，具备基础急救知识与外事礼仪素养，并统一配备对讲设备、急救药箱、轮椅和充电宝等辅助工具，保障服务响应迅速、态度专业友善。服务站内设游客休息区、免费饮水机和信息发布屏幕，实时更新天气预报、游览建议、活动日程及紧急通知，打造贴心、周到、人性化的旅游服务支持体系。

人性化接待服务：针对老年人、残障人士、孕妇、婴幼儿家庭等特殊群体，景区建立全方位的人性化接待服务体系。在游客中心及主要服务节点设立“绿色爱心通道”，为行动不便者提供优先入园、优先乘车等服务；配备轮椅、婴儿车、拐杖等辅助器具免费借用服务，并设置专人协助操作。针对老年游客，推出“银发关怀”专项服务，包括大字号导览图、放大镜借用、血压测量仪配备及紧急呼叫手环，在陡峭路段设置休息座椅与求助按钮，服务人员接受老年心理关怀与急救知识专项培训。针对孕妇及婴幼儿家庭，各游客中心及主要厕所均设置母婴室，配备温奶器、尿布更换台、哺乳椅等设施，并提供婴儿背带、儿童推车租赁服务。建立特殊群体预约服务机制，游客可通过景区官网、小程序或客服热线提前预约一对一帮扶服务，包括轮椅接送、陪同游览、手语翻译等，实现“预约即响应、到站即服务”。此外，定期开展服务人员无障碍服务意识与技能培训，涵盖轮椅推行技巧、手语基础交流、特殊群体沟通礼仪等内容，确保每一位游客都能感受到尊重、温暖与专业的服务体验。

支付便利服务：景区全面构建“现金+银行卡+移动支付+跨境支付”四位一体的多元化支付服务体系，满足各类游客的支付需求。所有售票窗口、餐饮门店、购物场所及便利服务点位均支持现金支付（含小面额零钱兑换服务），配备充足的找零备用金，坚决杜绝拒收现金行为。移动支付方面，全面接入微信支付、支付宝、云闪付等主流支付渠道，支持扫码支付、被扫支付及刷脸支付等多种方式，实现景区内“全场景、无死角”覆盖。针对境外游客，在主要游客中心及消费场所布设国际信用卡的 POS 机终端，并与第三方支付机构合作开通外币兑换服务网点，支持美元、欧元、日元、港币等主要币种现钞兑换，同时在售票系统及自助设备中增设多语言支付界面（中、英、日、韩）。在徒步线路起终点、观景台等偏远区域，设置自助售货机及扫码充电宝设备，支持移动支付与刷卡支付。建立统一的支付服务投诉处理机制，在各服务点位公示投诉电话，确保支付问题“即时响应、快速解决”，为国内外游客提供便捷、高效、安全的消费体验。此外，景区还将推广“哀牢一码通”电子消费卡，游客可在线充值后在景区内所有消费场景“一码通刷”，并可享受消费积分、折扣优惠等增值服务，进一步提升支付便捷度与游客黏性。

# 第十一章　旅游安全

## 第一节　安全制度

### 一、安保机构与制度体系

玉溪哀牢山景区作为国家 4A 级旅游景区，已建立起较为完备的安全保卫机构与制度体系。景区现设有安全保卫中心，配备专职安保人员，数量与景区规模、游客接待量及地形特点相适应，人员分布涵盖游客集中场所、高风险旅游项目地段及存在安全隐患的区域，上岗位置合理、职责明确。所有安保人员均持证上岗，定期参加消防安全、应急救援、山地搜救等专业技能培训，具备与哀牢山复杂地形及高山气候相适应的应急处置能力。景区已建立完善的安全保卫制度体系，涵盖岗位职责、巡逻检查、隐患排查、应急响应、设备管理、信息报送等全流程内容，形成制度化、规范化的安全管理框架。

在安全巡查方面，景区已全面实行日常安全巡查制度，采取“定时巡查+闭园巡查”相结合的方式。定时巡查覆盖每日运营全时段，重点对步道设施、防护栏杆、观景平台、涉水路段、地质灾害隐患点等关键区域进行拉网式检查，及时发现并处置安全隐患；闭园巡查则在每日运营结束后对所有开放区域进行全面复查，确认无游客滞留、设施完好后方可闭园，有效维护景区设施安全与运营秩序。同时，景区建立巡查记录台账制度，实行“谁巡查、谁记录、谁负责”的责任闭环管理，确保巡查工作可追溯、可考核。

面向 5A 级景区创建目标，景区将在现有安全保卫工作基础上进一步强化与提升：一是优化安保力量配置，增配高山应急救援专业队员，在徒步线路、观景台及高风险区域增设固定安保岗哨与流动巡逻力量，实现重点区域全覆盖、无盲区；二是升级安保装备与设施，配备山地救援专用装备、无人机巡查系统、应急通讯设备及智能视频监控系统，提升技防水平；三是完善安全制度体系，对标 5A 级景区标准修订完善各项安全管理制度，增加高峰期客流管控、极端天气应对、地质灾害预防等专项应急预案，并定期组织实战演练；四是强化安保人员专业能力建设，增设高山气象识别、野外急救、绳索技术等专项培训课程，全面提升队伍专业素养。通过上述举措，持续巩固和提升景区安全管理水平，为哀牢山 5A 级景区创建提供坚实的安全保障。

## 二、承载量管理

### 1. 景区承载量预测

景区按照《景区最大承载量核定导则》LB/T 034—2014 以及《自然保护区生态旅游规划技术规程》GB/T20416-2006 的标准要求，通过科学测算和实地调研，对景区最大承载量进行了精确核定。为确保游客安全和游览质量，景区需建立完善的承载量预警机制，制定了详细的旅游高峰期游客流量控制预案，包括分级预警、分段管控、分时预约等措施，并在实际运行中取得了良好的疏导分流效果。景区充分利用各类宣传渠道，不仅在游客中心、主要出入口、主要景点等游客集中区域利用室外电子显示屏和广播系统，实时发布承载量信息和预警提示；同时还通过景区网站、微信公众号、抖音账号以及新平县政府门户网站等新媒体平台，多渠道、全方位地向社会公众公布景区承载量数据及相关管理规定，确保游客能够及时获取准确信息。

景区瞬时承载量测算方法：

C1= ∑ Xi/Yi

其中，C1 瞬时空间承载量，单位人次

Xi：第 i 景点的有效游览面积（长度）；

Yi：第 i 景点旅游者单位游览面积，即基本空间承载标准。

景区日承载量测算方法：

C2= ∑ Xi/Yi×Int（ T/t） =C1×Z

其中，C2 日空间承载量，单位人次

T：景区每天的有效开放时间；

t: 每位旅游者在景区的平均游览时间；

Z：整个景区的日平均周转率。

因此，景区瞬时承载量测算为 9619 人/次，日承载量为 26496 人次/日。按照承载量饱和度划分为绿色（≤60%）、黄色（60%—80%）、橙色（80%—90%）、红色（≥90%）四个预警等级，对应启动常态化接待、关注提醒、启动分流、暂停售票或闭园等分级响应措施，并通过短信、公众号、广播及现场电子屏等多渠道向游客发布预警信息，引导游客合理安排行程。

### 2. 客流疏导与分流

景区制定完善的承载量分级管理和高峰期游客流量控制方案，明确不同预警等级下的处置流程、责任分工及资源调配机制。当核心景点或重点区域客流接近瞬时承载量时，立即启动分流措施：一是实施外围截流，在达哈入口及东关岭大本营设置客流调控点，通过电子屏提示、语音广播及现场引导，劝导游客观望或改道其他景点；二是实施内部导流，在拥堵节点设置单向循环路线、临时隔离栏及引导标识，增派安保和志愿者进行人工疏导，有序引导游客绕行或反向游览；三是实施跨区引流，通过景区接驳车、徒步线路推荐等方

式将客流引导至客流较少的区域，如达哈片区的花腰傣文化传习馆、秘境森林、漂流等。同时，与周边景区建立联动分流机制，在极端高峰情况下向周边景区推荐引流，缓解核心游览区压力。通过上述措施，确保客流疏导处置及时得力，有效避免长时间、大范围拥堵。

**3.高峰期排队管理**

景区着力打造舒适的排队等候环境。在达哈游客中心、东关岭游客中心、石门峡入口、索道站等客流集中点位，设置遮阳遮雨棚、降温喷雾系统、休息座椅及自助饮水机，优化排队区域通风与照明条件，营造舒适的物理环境。同步配置多内容服务系统：排队区域设置电子导览屏，滚动播放景区宣传片、安全须知及下一景点预告；布设互动装置如扫码听故事、AR 拍照打卡等趣味互动活动；安排工作人员或志愿者开展小型文化讲解、民族歌舞表演或互动游戏，将排队等待时间转化为文化体验时间。同时，通过“哀牢山一码通”小程序向排队游客推送实时排队进度及预计等候时长，并提供虚拟排队功能，游客扫码取号后可先前往周边休息或游览，待收到通知后再返回体验，有效缓解游客等待焦虑，提升高峰期游览满意度。

## 第二节　安全设施与标志

### 一、安检隔离设施

景区将在主要出入口规范设置安全检查区，配备金属探测门、X 光安检机及手持安检仪，对进入景区的人员及物品实施安全检查；同步设置隔离栏、隔离墩、减速带及升降柱等硬质防冲撞设施，形成有效的物理隔离与车辆管控体系。

### 二、安保监控设施

完善消防、防盗设施配置，在各游客中心、办公区、仓储区及餐饮点位配备符合国家标准的灭火器、消防栓、烟雾报警器及自动喷淋系统，建立“一器一码”定期检查记录制度，确保设施完好率 100%。安全监控系统实现全景区覆盖，监控摄像头布点科学合理，覆盖主要游线、观景平台、高风险路段、停车场及出入口等重点区域，采用高清红外夜视及智能分析技术，系统联网传输符合公安、应急管理部门的技术规范，监控数据文件保存时间不少于 90 天，满足追溯核查要求。

### 三、安全防护设施

针对哀牢山山地特点，在地质灾害隐患点（如边坡、陡崖）设置抗滑桩、防护网及挡土墙，在亲水路段（如石门峡、溯溪徒步线路）设置防护栏杆及防滑铺装，在观景平台及悬崖路段设置双层护栏及防坠落网，在徒步线路陡峭路段设置安全扶手及休息平台，防护设施布局合理、完好有效。经营高空、水上、探险等高风险旅游项目的区域（如索道、载人无人机、漂流、户外徒步等），在醒目位置公示有关部门的经营许可或批准文件，项目设施按规定取得安全检验合格证明，操作人员持证上岗、定期复训。

### 四、安全警示标志

严格按照 GB 2894《安全标志及其使用导则》要求设置，在景区入口、游线起点、危险路段、涉水区域、观景台边缘、高风险项目排队区等位置，规范设置禁止、警告、指令、提示四类标志，标志采用中、英、日、韩四语对照，夜间增设反光或自发光材质，确保全天候清晰醒目，数量充足、位置合理。

**互动式安全标识。**推出“故事化+图示化”的安全标识系统，将安全须知以叙事方式融入导览体系中，并借助 AR 技术开发扫码互动问答。游客可通过手机摄像头识别标识参与安全知识小游戏，在沉浸体验中提升风险防范意识，强化警示与教育效果。

## 第三节　安全提示与教育

景区构建多层次、全覆盖的旅游安全提示与教育体系。在游客进入景区前，通过官方网站、小程序、短信、电子屏等渠道发布安全游览须知，提示游客根据个人健康状况量力而行，谨慎参与高空、水上、探险等高风险项目，要求在专业人士指导下参与技能和安全防范要求较高的运动及游乐活动，并对患有心脑血管疾病、高血压、恐高症等不适宜人群作出明确警示。在游客中心及主要集散点，通过视频循环播放、广播系统、宣传折页、移动终端推送等方式，持续开展安全宣传教育，内容包括哀牢山地形特点、登山注意事项、气象变化预警、野生动物防范、应急求救方式等，确保安全信息齐全、完整、规范。

为进一步提升游客户外安全知识与技能，景区将在东关岭游客中心配套建设“哀牢山户外运动宣教营”，该宣教营设置安全知识讲堂、装备体验区、模拟训练场等功能模块，针对徒步、登山、探险等户外活动，开展强制性与自愿性相结合的安全培训：参与长距离徒步（如密林穿行、听瀑寻猿等中远期徒步线路）或高风险项目的游客，须在宣教营接受不少于 20 分钟的安全培训，内容包括路线难度认知、气象风险识别、体能分配方法、紧急

求救流程及基础急救技能，经知识测评合格后方可进入对应区域，实现“先培训、后准入”，从源头上降低户外运动安全风险。同时，在徒步线路起终点、观景平台、休息区等位置设置安全宣传牌，采用图文并茂、通俗易懂的方式展示安全须知和应急指南，并配合二维码扫码获取详细安全信息和实时气象数据，方便游客随时查阅。

开发以“哀牢山安全卫士”为主题的研学课程体系，通过模拟野外迷路、暴雨避险、伤员搬运等真实场景，向游客传授实用安全知识和自救互救技能，结合 VR 体验等科技手段增强参与感与记忆度。

## 第四节　安全救援与应急处置

### 一、特殊情况安全处置

景区建立完善的突发事件应急预案体系和应急救援体系，覆盖恶劣气候（暴雨、雷电、浓雾、冰冻）、突发灾情（山洪、地质灾害、森林火灾）、暴恐事件、传染病疫情、拥挤踩踏、食物中毒、停电、设施停运等各类特殊情况，明确应急响应流程、责任分工、资源调度及信息报送机制，实施风险预警提示制度，通过景区广播、短信、小程序等多渠道及时发布预警信息和风险提示。

**1. 标准化应急救援体系**

应急体系运行方面，与当地公安、医疗、消防、救援、应急管理等部门建立景区应急救援联动机制和社会公共安全事件联合处置机制，实现信息互通、资源共享、反应快速、运行有效。

**三级联动机制。**建立“景区自营队伍—属地乡镇力量—县级专业机构”三级协同救援机制，明确各级职责与响应流程。依托数字化平台编制动态应急预案，涵盖疏散路线、物资调度、通讯联络等模块，并每季度开展联合实战演练，提升应急响应效率与协同能力。

**前沿救援设施。**在险要路段和事故易发区域，广泛部署智能感应安全护栏、内置 GPS 定位功能和急救药品/物资的应急救援柜、以及支持一键 SOS 报警和双向对讲功能的智能报警桩。部分设备配备太阳能供电系统，确保在恶劣天气下仍可正常运转。

**专业救援力量。**组建具备高山作业能力的“哀牢山高山应急救援队”，队员经专业培训并配备无人机、担架、绳索救援设备、医疗救护包等专业装备。救援指挥中心设立于游客服务中心，实现视频监控、定位调度、信息发布一体化运作，提升救援响应精准度。

**2. 定期化培训演练**

对直接为游客提供服务的从业人员（包括讲解员、安保人员、志愿者、项目操作员等）定期开展应急救助技能培训，内容涵盖心肺复苏、AED 使用、创伤包扎、伤员搬运、山地搜救基础等，并至少每半年组织 1 次综合性应急救援预案演练，模拟真实场景检验预案可行性和队伍实战能力，确保反应迅速、组织得力、措施有效。

### 二、医疗与急救服务

在石门峡游客中心、达哈游客中心及东关岭游客中心分别设立专门的医务室或急救室，配备急救箱、急救担架、氧气瓶、自动体外除颤器（AED）等急救设备，其中 AED 配置覆盖主要游客中心及核心景点，确保 5A 级景区标配到位；配备专职或兼职医护人员，并与临近的新平县人民医院、戛洒镇卫生院建立医疗合作协议，开通绿色转诊通道，提供必要的医护与急救服务。

### 三、救援服务

依托戛洒镇现有应急救援基地，开展玉溪哀牢山 5A 级旅游景区工作人员及游客的安全培训工作；同时向全景区公布统一的 24 小时值守救援电话号码，在徒步线路、高风险区域及偏远地段布设应急感知报警设备，包括一键报警柱、太阳能定位求救终端等，相关设备与景区监控中心及救援队伍实现实时联动，保障报警信号得到及时响应。救援设施结合哀牢山山地旅游特点配置，品类涵盖山地救援绳索、担架、卫星电话、无人机侦察系统、便携式发电机、应急照明设备等；同时在各观景平台及徒步线路起终点周边，结合临时停车点设置救援车辆临时停靠点，保障救援车辆可快速抵达核心区域；在条件允许的东关岭片区规划设置直升机临时起降点，用于极端情况下的空中救援工作。配置专职救援人员，组建景区山地救援队，全体队员均完成专业山地搜救、绳索技术、野外急救等系统培训，具备高山复杂地形条件下的快速应急反应能力。通过上述举措，构建形成“预防—预警—响应—处置—善后”全链条安全救援体系，全面提升哀牢山景区安全运营水平，为 5A 级景区创建提供坚实的安全保障。

# 第十二章　文旅融合

## 第一节　文化主题挖掘与呈现

### 一、生态秘境文化

哀牢山地区以其独特的地理环境与得天独厚的生态资源，构成了一个具有全球意义的自然秘境与生态宝库。该区域生态系统结构完整，从热带雨林至高山草甸，形成了连续而典型的山地垂直带谱，生物多样性极为丰富，不仅成为科学研究与生态监测的重要基地，也是开展生态文化旅游和自然教育的理想场所。

**1.生物多样性奇观探索**

依托完整的山地垂直带谱和广袤的原始森林生态系统，可开发多维度、深层次的自然探索与体验项目。包括建立生物多样性固定观测站、布设红外相机监测网络、开展以西黑冠长臂猿旗舰物种为重点的野外追踪与行为研究，以及规划不同难度等级的生态廊道徒步穿越路线。通过专业向导讲解和科学志愿者机制，使游客在沉浸式体验中感受原始森林的神秘结构与生命脉动。

**2.民族生态智慧研习**

哀牢山地区世居的花腰傣族在与自然长期共生中，积累了大量适应性的生态智慧与文化实践。可通过系统挖掘其服饰纹样中的自然图腾、传统稻作与生态采集体系、土掌房民居建筑技艺，以及自然崇拜等生态伦理观念，设计出一系列兼具参与性、教育性与文化传承价值的体验课程。例如开展手工织锦、土陶、竹编、传统农耕实践等，使游客在动手过程中理解民族与自然和谐共处的生活方式。

**3.生态科考实践**

依托现有科研基础，设立标准化、开放式的野外科研观测站点，为生态学、动植物学研究人员提供数据支持与工作条件。同时面向公众开发轻度化、模块化的微型科考项目，如溪流水质与水生生物调查、夜间昆虫灯诱观测、固定植被样方监测等。参与者可在科研人员指导下使用简易仪器记录数据，从而增强科学认知能力与自然保护意识。

**4.生态艺术创作**

依托哀牢山壮美的云海、瀑布与原始森林，打造具有国际影响力的生态艺术创作基地。定期举办以自然为主题的专业摄影大赛、生态音乐节、森林剧场表演与户外艺术展览。同时积极推动艺术家驻留计划，孵化一批以哀牢山为灵感的影视纪录片、原声音乐、绘画写生及数字文创产品，通过艺术语言传递生态保护价值，实现自然与人文的深度交融。

**5.生态康养体验**

以马家寨、东关岭等传统村落为核心，依托哀牢山丰富的特色药材资源，系统构建集药浴调理、药膳食疗、中医理疗和生态康养于一体的健康产品体系。游客可参与采药、制药体验课程，或在专业指导下体验草本养生项目，形成具有鲜明地域特色的健康旅游品牌。

### 二、茶马古道文化

茶马古道作为历史上连通滇南与东南亚的重要商贸通道，不仅促进了物资的流通，更承载着丰富的文化遗产与深厚的历史记忆。通过对古道文化资源的深入挖掘与创新再现，可打造出具有高度沉浸式体验的文化旅游产品体系，进一步提升区域文化影响力与旅游吸引力。

**1.差异化开发思路**

滇南茶马古道的核心是茶产业，滇西茶马古道则扮演着金融与贸易中心的角色。而新平哀牢山的茶马古道，走的是另一条路——以“矿产与铁器”为核心，以“以物易物”为逻辑的铁盐贸易。

这里的聚落形态也截然不同。云南其他地区的古道驿站，多是服务于马帮的“商贸驿站”，遗存以马店、客栈、寺庙为主，聚落兴衰与茶叶流通紧密相连。而新平哀牢山的“千家寨”，是一个集矿业工人、手工业者与商贩于一体的“工业小镇”。这里曾住有千余户人家，留存下来的不仅是古道和马蹄印，更是明代炼铁炉、清代炼铁炉、铁匠铺遗址等大量遗址。

基于这些本质区别，哀牢山的茶马文化开发不走寻常路：

内容上，不讲千篇一律的“马帮运茶故事”，而是讲“铁器怎么造、铁盐怎么换”的工业故事；

体验上，不做看蹄印、看老房子的观光过客，而是创造遗址情境中的沉浸式活态体验。

**2.策划项目**

项目一：古道遗址探秘

对现存千家寨遗址、明代/清代炼铁炉、铁匠铺等核心遗址实施保护性修缮与智慧化活化利用。开发“从矿到铁”主题导览线，沿“采矿→冶炼→铸造→运输→贸易”五个节点设置解说系统，结合 AR 技术还原炼铁炉运作场景、铁匠打铁过程、马帮装载铁器场景。

项目二：马帮主题实景互动

打造一场“寻宝驱动、角色扮演”的马帮主题实景互动体验。游客从“旁观者”变为“亲历者”——换装领取身份牌，沿着矿铁古道展开寻宝之旅，在铁匠铺、驿站遗址、矿坑等节点与多位 NPC 互动，完成打铁、捆扎、线索破解等任务，找到“失落铁货”并运至盐市完成以物易物。全程贯穿角色扮演、技能挑战与情景互动，使游客在行走、劳作、交易中深度体验“运铁换盐”的马帮生活。以“寻宝”为目标驱动，以“NPC 互动”为沉浸手段，让游客真正“当一回马帮客”。

项目三：茶马风物市集游购

打造一个汇聚哀牢山药材、民族手工制品和地方特色农产品的主题市集，复原古道沿线历史上繁荣的商贸场景。通过设置情景化摊档、传统手工艺表演、古道商帮角色扮演等项目，为游客提供集游览、购物、娱乐于一体的沉浸式消费体验，有效推动本地物产销售与传统文化的当代传播。

### 三、耀南红色文化

**1.陇西世族庄园科普展陈**

耀南地区红色文化底蕴深厚，陇西世族庄园等遗址承载着革命历史的重要篇章。借助数字化技术对红色遗址进行展陈升级，可显著增强展览的互动性与教育感染力。通过虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等多媒体交互手段，游客能够沉浸式了解历史事件与人物故事，实现红色文化的情景化再现与生动传播。同时，建设线上数字展馆，能够突破时空限制，使更多观众远程感受红色精神的深刻内涵，进一步提升红色资源的利用效率和社会教育功能。

**2.烈士陵园沉浸参观**

烈士陵园可运用 3D 环境音效、沉浸式剧场等技术，打造情景再现式参观体验，推动爱国主义教育与红色旅游深度融合。通过复原历史场景、播放史实影像资料，并结合声光电一体化设计，营造庄严而富有感染力的氛围，引导参观者深切缅怀革命先烈。此外，可开发主题式研学课程和仪式教育活动，增强参观的仪式感与参与性，使游客不仅在情感上产生共鸣，更在思想上受到深刻教育，进一步传承和弘扬红色文化。

### 四、花腰傣风情文化

花腰傣作为哀牢山地区的世居民族，其文化体系独特而璀璨，不仅承载着深厚的历史记忆，更具备极高的旅游开发潜力和文化传播价值。

**1.服饰技艺文化**

可设立织锦、刺绣制作等传统手工艺工坊，由非遗传承人现场展示并教学，推出民族服饰试穿、旅拍、手工 DIY 体验等项目，让游客在动手实践中理解花腰傣服饰的纹样象征与工艺美学，推动非遗技艺从静态展示转向活态传承，增强互动性与传播力。

**2.节庆习俗文化**

可系统策划“花街节”“沐浴节”等传统节庆旅游活动，通过组织群众歌舞、长街宴、祈福仪式等环节，引导游客从旁观者转变为参与者，沉浸式体验花腰傣淳朴热烈的民俗庆典，深入感受其独特的文化氛围与民族情感表达方式。

**3.敬畏自然、和美共生文化**

重点挖掘并展示花腰傣长期形成的自然崇拜习俗、神树林保护机制、“萤鱼共生”稻作系统等生态智慧，阐释其“人地和谐”的生态伦理观和可持续发展理念。可通过生态研学路线、文化讲解团等方式，将这些文化特色转化为具有深刻内涵的旅游主题，提升项目的文化层次与教育价值。

## 第二节　文创产品开发与转化

### 一、旅游吉祥物塑造

以哀牢山全球旗舰物种西黑冠长臂猿为原型，设计“哀牢精灵”旅游吉祥物形象。该形象凸显其可爱聪慧的特质，融入自然守护者的象征意义，强化哀牢山生物多样性保护的主题。可通过拟人化手法，赋予其动态表情与场景化造型（如攀援林木、手捧果实等），增强故事性与互动感；同时配套设计标准色彩体系、延展动作及背景故事，用于线上线下多场景推广，显著提升哀牢山旅游品牌的识别度与情感亲和力。

### 二、系列文创产品开发

围绕“哀牢精灵”核心形象，开展系统化、多品类的文创产品开发。涵盖柔软可爱的毛绒公仔、实用环保的文具套装、轻便耐用的户外旅行配件、创意数码周边，以及融入地方特色的食品包装与中草药衍生品。产品设计需兼顾美观性、功能性与文化内涵，满足不

同游客群体的购物偏好与收藏需求；通过高品质制造与包装提升产品整体价值，延伸旅游体验、拉动二次消费，形成具有哀牢山特色的文创商品体系。

## 三、在地化产品创新

通过文化主题的深度挖掘、创意转化与产品开发，实现文旅融合的创新发展，助推哀牢山地区旅游业的品质提升与品牌蝶变。具体实施路径包括以下方面：

**1.非遗文创**

结合本地非物质文化遗产，推动传统工艺与现代生活接轨。例如，将花腰傣织锦、刺绣技艺转化为时尚包袋、家居饰品、服装配饰等实用产品，既留存手工温度，又契合当代审美。通过设立非遗工坊、开展技艺培训、引入设计师合作，实现传统元素的现代表达。同时，结合文旅体验，开发非遗 DIY 课程、文化展演等互动项目，增强游客沉浸式参与感，延长文化消费链条，实现非遗活态传承与产业振兴的双赢。

**2.农特文创**

深度挖掘哀牢山茶叶、橙子、野生菌、中药材等优质物产资源，通过创意包装设计、品牌叙事构建与产品形态创新，打造“哀牢山风物集”区域公共品牌。注重从产地溯源、生态故事、民族风情等维度构建产品文化内涵，开发伴手礼盒、体验套装、深度研学等多元形态。通过统一品质标准、拓展线上线下销售渠道、融入采摘制作等文化体验活动，实现从初级农产品到高附加值文创商品的跃升，进一步增强区域特色农产品的市场竞争力与品牌影响力。

# 第三节　文化传播与品牌输出

## 一、立体化传播矩阵

**1.强化官方平台建设**

持续优化官网、公众号、抖音、微博等平台的内容运营，建立系统化的内容发布机制与用户反馈渠道，定期推送包括旅游攻略、景点介绍、文化解读在内的高质量图文、短视频、音频等多种形式内容，增强用户互动体验与长期粘性；积极与央视、国家地理、中国旅游报等主流媒体建立战略合作关系，联合制作播出系列专题纪录片、深度访谈节目，并定期刊登权威性文章与考察报告，进一步提升品牌公信力与社会认同感。

**2.推进新媒体口碑营销**

邀请头部旅行达人、科普类博主、文化学者及摄影名家开展多维内容共创，通过实地探访、主题直播、专栏文章等形式扩大传播覆盖面与行业影响力；积极拓展国际传播渠道，系统参与国际知名旅游展览、精准运营 Instagram、Facebook 等海外社交媒体平台，并与《纽约时报》《BBC》《Lonely Planet》等具有全球影响力的国际媒体机构合作推广，持续提升哀牢山在国际旅游市场中的认知度与品牌吸引力。

## 二、品牌节庆与事件营销

**1.品牌节庆策划**

围绕哀牢山独特的自然风光与人文底蕴，打造一系列具有鲜明地域特色的标志性节庆活动。例如，春季推出“越野赛事季”，结合山地地形开展马拉松、越野跑、自行车赛等体育项目，吸引专业选手和户外爱好者；夏季策划“茶马古道文化周”，以古道徒步、马帮集市、民族歌舞展演重现历史场景；秋季举办“哀牢秘境艺术节”，邀请艺术家驻地创作，开展生态艺术展览、大地剧场演出等；冬季则组织“哀牢山观云节”，依托高山云海奇观，融入户外瑜伽、摄影大赛、云端音乐会等体验内容。所有这些活动都将紧密结合自然节气变化与地方文化传统，注重参与性、传播性与可持续性，逐步形成具有全国影响力的年度品牌盛事体系。

**2.社会话题制造**

策划一批具有高关注度和传播力的年度热点事件，持续提升哀牢山在公众议题中的能见度。例如，联合科研机构发布《哀牢山生态绿皮书》，系统梳理区域生物多样性数据与保护成果，形成权威传播节点；开展“秘境守护者”全球志愿者招募计划，邀请国内外参与者参与生态监测、村落公益、文化记录等实践，并通过纪录片、每日日志等形式扩大传播；同时，发起“哀牢山生物多样性保护联合倡议”，联动国际组织、企业、公益团体共同签署并推进落地计划，借助融媒体矩阵进行深度传播。通过系列议题的设置、跨界资源的整合以及媒体全程联动，持续制造社会热议话题，强化公众参与感与品牌影响力，使哀牢山成为自然保护与可持续发展领域的思想策源地和行动标杆。

## 三、数字化沉浸传播

**1.开发线上云游平台**

综合利用 VR/AR、360 度全景影像、三维建模等数字技术，构建高沉浸感、可交互的虚拟哀牢山体验空间。平台将提供全天候云端漫游服务，用户可随时随地通过网页或移动端接入，自主选择游览路线，感受哀牢山不同季节、不同天气条件下的自然风光。同时引入数字文物展示系统，对哀牢山区域遗址、民族器物进行高精度三维重建，辅以图文音视频解说，增强文化认知。依托山中架设的多机位高清摄像头，提供实时自然景观直播和夜间天文观测服务，并结合线上研学课程，邀请生态学者、民族文化传承人开展直播互动教学，打造融合视觉体验、知识传播与远程参与为一体的综合云游体系，真正打破时空限制，提升远程用户的临场感和参与度。

**2.系统构建故事数据库**

全面开展哀牢山地区自然与人文资源的系统普查，广泛采集包括生态演变过程、地质奇观成因、民族迁徙历史、传统节庆习俗、手工技艺流程、民间神话传说等多类型题材。通过田野访谈、文献梳理、影像记录等多种手段，构建起分类科学、标签清晰、便于检索的数字故事资源库。该数据库将按主题、年代、地域等多个维度进行结构化整理，涵盖文本、图片、音频、视频等多媒体格式，并设立严格的版权管理与授权使用机制。未来可面向政府宣传、文化旅游推广、中小学教育、学术研究、文学创作、影视制作及文创产品开发等多类需求主体，提供可持续、高质量、规范化的一站式内容支持与 IP 合作基础。

# 第十三章　智慧旅游

## 第一节　智慧旅游

### 一、智慧基础设施

**1. 智慧基础设施**

景区现已建成覆盖景区服务与管理需求的宽带网络，满足票务系统、监控系统、办公系统等日常运营需要。在此基础上，全面推进 5G 信号全域覆盖建设，确保移动通信信号覆盖游客主要游览区域，包括达哈游客中心、东关岭游客中心、石门峡景区、金山原始森林等核心景点，以及景区接驳车行驶线路等区域，无信号盲区。移动通信信号强度、稳定性和传输速率满足游客语音通话、视频播放、实时导航等需求。同步在景区入口、游客中心、各景点等游客聚集区提供免费无线局域网接入，网速流畅，支持高并发访问。同时建设物联网专网，支持各类智能终端互联互通；配备卫星通信系统，作为极端情况下的应急通信保障。

搭建景区统一大数据中心，制定规范的数据采集标准、存储标准与共享接口标准，构建混合云平台实现计算资源的弹性调度与高效分配。数据中心涵盖游客行为数据、票务数据、客流监测数据、环境监测数据、设施运行数据等多元信息，实现数据的规范采集、集中管理与有效维护。依托本地或云端数据中心，安全存储和利用景区数据，对游客身份信息、支付信息等重要数据进行全生命周期安全保护，保障数据安全与系统高可用性。

在达哈游客中心、东关岭游客中心、石门峡入口、茶马古街等关键节点，布设智能导览屏、自助售票机、信息查询终端等智能服务设备，支持多语言交互与无障碍操作。建设具备车位引导、剩余车位实时显示、无感支付等功能的智慧停车场。全面升级智慧厕所与智能垃圾桶设施，智慧厕所实现坑位占用监测、空气质量传感、异味自动报警等功能，智能垃圾桶实现满溢监测与自动推送清运信息。提供智能手环、AR 眼镜等穿戴设备租赁服务，丰富游客交互体验，持续完善景区智慧服务触点。

**2. 全域智慧服务平台**

优化升级现有景区网站，充实丰富网站内容，保障游客可通过景区网站快速获取各类旅游信息与服务，同步搭建以“一部手机游哀牢山”为核心的一站式综合服务平台，将景区各类服务信息整合集成至该平台，为游客集中提供完整的所需信息与服务。平台整合景区内外各类旅游资源，实现门票预订、酒店预约、智能导览、交通接驳、餐饮住宿、文创购物、投诉反馈等全流程数字化服务。平台依托云计算与大数据技术能力，具备实时信息查询（含天气状况、空气质量、客流拥挤度、预计等候时长等）、路线智能规划（支持按兴趣偏好、体力状况、游览时长等多维度定制路线）、在线客服（AI 机器人结合人工座席，提供 24 小时响应服务）等功能。平台支持中、英、日、韩等多语言交互，可依据游客画像生成个性化推荐，有效提升游客游览体验与出行便利程度。

**3.智慧游览服务**

自助导览服务。景区提供多种形式的自助导览服务。游客可通过触摸屏、“一部手机游哀牢山”移动应用软件或小程序，获取景点导航、语音导览、景点讲解、文创导购及沉浸式内容体验等服务，支持自动定位触发讲解，满足游客自主游览需求。

适老化智慧服务。针对老年人等特殊群体需求，开发适老版应用程序及功能模块，支持语音交互、大字模式、极简界面等无障碍操作模式；自助服务终端同步配置语音导览与大字显示功能。景区内设置一键紧急呼叫装置，遇紧急情况可快速联动救援人员；提供无障碍游览路径规划服务，在陡峭路段、台阶区域标注无障碍绕行路线；各游客中心及主要服务节点设置专用休息区与快速检票通道。同时，配备具备定位追踪和健康监测功能的智能手环租赁服务，实现人员位置跟踪与安全预警，充分体现景区的人文关怀与服务包容性。

智能互动服务。利用 AI 智能互动技术，在景区入口及核心景点配置智能导览机器人（数字人形象），支持语音交互查询景点详情、游览路线、等候时长等信息，为游客提供智能对话和交互服务，增强游览趣味性与科技感。

**4.数字旅游体验**

数字产品与场景。景区积极开发数字化旅游产品，提供虚拟现实、沉浸式体验等旅游新场景与新空间。重点建设“飞跃哀牢山”5D 影院、茶马古道虚拟场景体验区等项目，利用 VR/AR 技术还原哀牢山地质奇观、原始森林生态及马帮历史文化，打造沉浸式数字体验场景。

数字旅游体验质量。数字技术与旅游项目实现有机结合，围绕哀牢山地质演化、生物多样性、茶马文化、花腰傣民俗文化等核心主题进行故事化设计，增强体验的故事性与特色性。通过高精度建模、环绕音效及交互设计，营造强烈的沉浸感与良好的体验感，使数字体验成为景区核心吸引力之一。

**5.线上线下融合机制**

建立线上预约与线下智能核销的高效衔接机制，通过二维码、身份证、人脸识别、智能闸机等多重验证方式，支持纸质或电子二维码、身份证、IC 卡、手持验票机等多种验证方式，实现无接触快速入园与消费体验。打通票务系统、闸机系统、消费系统与大数据中心的数据接口，实时同步游客行为数据、消费偏好与反馈信息，构建“运营—服务—反馈”闭环管理体系，持续优化服务质量与服务响应速度。

## 第二节　智慧管理

### 一、一体化运营管理平台

景区建设集成式、一体化的智慧化运营管理系统，即一体化运营管理平台。平台集成资源调度、人员排班、设施运维、能耗管理、财务统计等核心功能，依托 GIS 与 BIM 建模技术实现景区三维可视化管控。平台支持“一屏统览、一键调度”，管理人员可通过大屏实时监控客流分布、设施运行状态、环境指标、应急资源等各类运营数据，实现跨部门协同调度与数据驱动决策。同时，平台围绕票务管理、咨询接待、讲解调度、车船调度、投诉处理、环境卫生监管、业态运营监测、实时客流管控、舆情监测等业务需求，实现全方位的智慧化运营管理能力。平台还对接公安、交通、气象、文旅等上级管理部门的数据接口，实现信息互通共享，提升景区综合管理效能。

### 二、资源环境管理系统

围绕景区生态环境、旅游资源、设施设备、商业资源、人力资源等管理和应用需求，景区构建智慧化资源环境管理能力。布设生态传感器网络，在石门峡、金山原始森林、燕子崖瀑布等核心生态区域部署空气质量监测、水质监测、噪声振动监测、土壤湿度监测等传感器节点，对景区生态环境指标进行实时采集与智能分析。在景区高点布设双光谱热成像摄像头，实现 3-5 公里范围森林火情实时监测，结合温湿度、风速等气象数据提升火情预警准确率。综合遥感数据与地面监测数据，定期生成生态健康评估报告，为生态保护与修复决策提供科学依据。同时，建立旅游资源数据库，对哀牢山地质遗迹、动植物资源、文化遗存等进行数字化建档与动态监测，助力生物多样性保护与可持续发展。

### 三、智能安全防控体系

**1.智能监控与预警系统**

在景区出入口、停车场、游客中心、游步道、主要景点、餐饮点、购物点、事故多发地段等游客游览的重要节点和主要游览区域，全面布设高清 AI 视频监控设备，实现全景区无盲区覆盖。系统具备客流、车流数据采集功能，支持环境、安全等相关监测。系统具备智慧化安全监管和自动感知警示（预警）能力，可对客流密度进行实时分析，自动生成客流热力图，对瞬时客流集聚区域进行智能监测，当超过预警阈值时自动触发 LED 屏提示、广播疏导、APP 推送等联动措施。

**2.危险区域防控**

在水域边缘、悬崖观景台、地质灾害隐患点等危险区域布设电子围栏与智能监测设备，通过 AI 行为识别技术自动检测游客越界、攀爬危险区域等异常行为，毫秒级触发报警并联

动广播系统播放安全提示，同步向安保人员移动终端推送处置信息。

**3.电子门禁与安检系统**

景区建有智能化的电子门禁系统，在达哈入口、东关岭入口设置智能闸机，支持纸质或电子二维码、身份证、IC 卡、手持验票机等多种验证方式（不少于 2 种），实现快速验票入园。同步配备智能安检设备，对进入景区的人员及物品实施安全检查。

**4.监控数据管理**

监控数据文件采用高压缩比格式存储，保存时间不少于 90 天，满足公安、应急管理等部门追溯核查要求。系统联网传输采用加密技术，确保数据传输安全可靠。

### 四、技术应用创新

景区能及时将新一代信息技术应用到景区设施配备、产品开发、旅游服务和运营管理中，应用创新能力强。具体包括：采用 5G 通信技术实现全域覆盖与低延迟传输；运用云计算与大数据技术构建数据中心与决策支持系统；部署物联网专网支持智能终端互联；应用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）技术开发数字旅游体验产品；引入人工智能（AI）技术开展智能导览、智能对话、精准营销及安全预警；探索无人机用于生态巡查与应急物资投送；应用机器人技术部署智能导览机器人等。通过持续的技术创新应用，全面提升景区智慧化水平。

## 第三节　智慧营销

### 一、智慧营销机制与方式

**1.智慧营销机制**

景区建立数字化的市场营销运行机制，依托大数据分析平台，实现从市场调研、客群分析、策略制定到效果评估的全流程数字化管理。

**2.智慧营销活动**

景区充分利用网络和新媒体建立智慧营销渠道，开展线上线下营销互动及市场销售活动。在全国主流旅游网站（如携程、飞猪、同程等）及主流旅游在线平台设立专属页面，扩大线上曝光。常态化开展旅游直播活动，运用抖音、微信视频号等自媒体或新媒体平台进行宣传促销，与自媒体博主、旅游达人合作开展内容共创与联合推广，策划热点主题内容（如“秘境哀牢山”“跟着电影游哀牢”等），扩大品牌传播影响力。在高德地图、百度地图等导航电子地图上提供景区精准位置服务，并在景区信息发布平台提供活动位置信息，用户使用体验良好。

**3.新技术营销和精准营销**

景区能运用大数据分析旅游消费需求行为，预测市场发展趋势，采取针对性的营销策略和措施进行精准营销。依托游客画像数据库（涵盖游客属性、消费习惯、行为轨迹、地域分布等维度），通过大数据分析精准识别目标客群需求偏好，实现广告投放的精准定向与营销内容的个性化推荐。同时，探索运用人工智能技术或人工智能大模型等新技术手段开展景区智能营销，持续提升营销转化率与品牌影响力。

### 二、智慧营销效果

**1.营销效果监测**

景区运用智慧化手段监测营销效果。建立游客意见和建议实时收集与反馈系统，通过线上问卷、小程序评价、社交媒体舆情监测等方式，实时采集游客反馈信息。依托数据分析平台，对各营销渠道的曝光量、点击率、转化率、投入产出比等关键指标进行动态监测与分析。

**2.效果评估与改进**

景区建立市场营销效果评估机制，定期生成营销效果评估报告，对各项营销活动的成效进行量化评估。根据监测的市场信息及游客反馈数据，及时识别营销短板与服务薄弱环节，制定针对性的营销与服务改进措施，并有效组织实施，形成“监测—评估—改进—再监测”的闭环管理，持续优化营销策略与服务水平。

# 第十四章　资源与环境保护

## 第一节　数智“助保”

### 一、生态环境智能监测

**1.“天空地”一体化监测网络规划**

规划期内，景区将系统性地构建覆盖全域的立体监测体系。

“天”层面：定期获取高分辨率遥感影像，监测哀牢山国家级自然保护区边界周边及景区内部植被覆盖变化、土地利用格局演变，评估生态修复工程成效。

“空”层面：在景区高点及关键生态廊道部署无人机自动机库，规划自动巡航路线，对西黑冠长臂猿等旗舰物种栖息地、燕子崖等地质灾害隐患点、金山原始森林防火重点区进行高频次、常态化的空中巡查。

“地”层面：沿主要游线、水系（如石门峡）和生态敏感区，加密布设低功耗物联网传感器，实时采集水质（pH、浊度、氨氮）、土壤（温湿度、电导率）、气象（六要素）及负氧离子等微观数据。所有监测数据统一汇入景区大数据中心，形成哀牢山生态环境“一张图”。

**2. 多维预警与辅助决策系统规划**

规划建设基于 AI 算法的“哀牢山生态安全大脑”。该系统需具备以下核心功能：

生态风险预警：融合气象、遥感、视频数据，建立森林火险（重点区域实现秒级烟火识别）、病虫害（松材线虫病等）、外来物种入侵（紫茎泽兰等）的智能识别模型，实现自动报警与工单派发。

旅游活动影响评估：长期监测热点区域（如“小小天文台”、茶马古街周边）的人流、噪声、土壤压实度等指标，科学评估游客活动对生态环境的累积影响，为承载力动态调整提供依据。

流域水质模拟与溯源：对景区内水系建立水质动态模型，一旦发现异常，能快速反向推演污染来源，指导精准治理。

## 二、游客行为智能引导与环境共治

**1. 承载力智能调控**

实施分级承载标准：在国家标准基础上，制定更严格的“哀牢山生态游览标准”，根据不同季节、不同时段、不同路段的生态敏感度，动态调整石门峡、金山原始森林等核心景点的瞬时承载量。

智能路线推荐引擎：“一部手机游哀牢山”平台将集成实时环境容量数据，主动向游客推送“低碳避峰”路线，并通过票价浮动、预约时段限制等经济手段，引导客流时空再分布，实现“热区降温，冷区预热”。

**2. “哀牢山守护者”绿色积分共治机制**

行为体系扩展：除基础环保行为外，鼓励游客参与“带走一公斤垃圾”（在徒步终点设置电子秤）、“为长臂猿种棵树”（线上认养）、“发现入侵物种随手拍”等深度公益活动。

积分应用场景深化：打通积分与景区内二次消费、停车费减免、特色体验项目（如“飞跃哀牢山”影院优先通道）的兑换通道，并与外部碳普惠平台探索互认，赋予绿色行为更高社会价值，培育景区的“忠诚环保客群”

## 三、文化遗产数字保护

**1. 数字化建档**

采用高精度三维激光扫描、多光谱成像及无人机航拍等技术，对古道、古建筑、古驿站等文化遗产进行全方位数字化采集与建模，实现高保真数字存档与永久保存。通过毫米级精度的点云数据构建、多光谱图像分析材质与褪色特征，以及航拍影像还原整体结构与地理环境，全面记录文化遗产的几何形态、纹理信息和空间关系。所有数据经过结构化处理与元数据标注，纳入统一数字资源管理系统，支持长期可回溯、可复用，为文物保护、修复与研究提供完整、准确的数据基础。

**2. 虚拟展示与监测**

基于数字孪生技术构建文化遗产虚拟镜像，实现结构变形、温湿度、光照等文物环境指标的实时监测与评估，同时支持线上沉浸式虚拟漫游与交互展示，提升文化传播与保护水平。系统集成多源传感器数据，实现动态可视化与智能预警，一旦发现异常可及时启动保护干预。公众可通过 Web 端、移动设备或 VR 头盔访问高拟真三维场景，进行自主漫游、热点信息调取及虚拟体验活动，实现文化遗产从物理空间到数字空间的深度融合与可持续利用。

## 四、智慧能源与废弃物管理

**1. 能源智能管控**

建设一体化能源管控平台，实时监测景区内电力、水资源及燃气等能源消耗情况，并通过数据采集与传输技术实现高精度计量。利用智能算法进行用能模式分析与优化调度，自动调整设备运行参数以达成节能控制，降低能源浪费。同时，集成太阳能光伏发电、风能发电等可再生能源系统，优先使用清洁能源，减少对传统能源的依赖，并配备能源使用

报告与碳足迹追踪功能，助力景区实现可持续发展目标。

**2. 废弃物智能管理**

广泛部署智能垃圾分类箱与多功能回收设施，内置传感器和图像识别技术，自动识别垃圾类型并实时称重计量，引导游客正确投放。建立全流程可视化追溯系统，覆盖从投放点、收集车辆到处理厂的所有环节，通过物联网技术监控垃圾流向与处理状态。该系统提升分类准确性与资源化利用率，减少填埋和焚烧量，并支持数据驱动的决策优化，如动态调整收集路线与频率，从而全面提高垃圾处理效率与环境效益。

## 第二节　环境质量提升与精细化管理

### 一、环境质量巩固提升

**1. 空气质量持续达标规划**

景区已通过第三方检测符合国家一类区标准。规划期内，重点管控移动源和餐饮源：全面实现景区内部接驳车、环卫车新能源化，并规划在入口处建设“低碳换乘中心”，引导自驾游客换乘新能源车辆进入。建立餐饮油烟在线监控平台，确保所有餐饮点油烟净化设施高效运行。

**2. 声环境管控**

生态游览区，包括茶马古道、金山原始森林、户外徒步区域，划定为“静音区”，禁止使用扩音器，所有导游团队必须使用无线耳麦讲解。优化商业点布局，将机械游乐项目、互动演艺等活动集中在特定区域，严格限定演出时间和音量。

**3. 水环境健康水循环**

保护石门峡、十里河、燕子崖瀑布等核心水系的“一类水”品质。对景区内所有住宿、餐饮店的排水进行预处理后再接入主管网。利用自然方式净化初期雨水径流，处理达标的尾水优先回用于景观补水、冲厕和绿化，形成健康的水循环系统。

### 二、环境卫生系统管理

**1. 网格化与峰值管理**

将景区划分为若干卫生网格，责任到人，执行“落地垃圾五分钟内清除”标准。利用客流预测系统，提前在节假日高峰时段，在人流密集区增设移动垃圾桶和保洁人员，实施“伴随式”清扫。

**2. 厕所服务品质化**

所有厕所达到Ⅰ、Ⅱ类标准基础上（Ⅰ类旅游厕所达 40%以上），实施“一厕一景”计划，将厕所打造为展示哀牢山生态与文化的小型窗口。推广无异味、无废水、无污染的“三无”生态厕所技术。在智慧厕所管理平台上增加游客评价模块，将游客满意度作为保洁绩效考核核心指标。

## 第三节　保护制度深化与可持续运营机制

### 一、健全制度保障体系

**1. 保护制度升级**

修订完善《哀牢山景区自然资源保护管理办法》，明确生态保护红线的具体边界和管控要求。针对西黑冠长臂猿、水青树、云南红豆杉等珍稀动植物，制定“一物种一方案”的专项保护计划。建立非物质文化遗产传承人驻场机制，确保花腰傣、彝族文化活态传承。

**2. 环保制度闭环**

全面实施 ISO14001 环境管理体系认证，对景区所有运营活动进行全流程环境因素识别与控制。建立环境管理台账和年度报告制度，定期向监管部门和社会公众披露环境绩效。

**3. 保护资金保障**

设立“哀牢山生态保护与旅游可持续发展专项资金”，按不低于年收入的 3%列支。资金来源多元化，包括门票附加、政府补贴、社会捐赠、绿色金融等。资金使用方向包括生态修复、物种保护、科研合作、社区共管等。

### 二、强化资源保护措施

**1. 保护责任网格化**

实行“一长两员”（林长+护林员+技术员）管护模式，将责任落实到山头地块。应用巡护终端 APP，实现巡护轨迹记录、事件即时上报、任务在线派发。

**2. 开发强度严格管控**

成立景区规划与资源保护委员会，对所有新建、改建项目实行“一票否决制”，确保开发建设不突破生态承载力。任何建设项目必须进行生物多样性和景观影响评估，并采取

最大程度的生态化设计和避让措施。

**3. 保护效果第三方评估**

每年委托具有资质的独立第三方机构，对景区自然资源和文化遗产的真实性、完整性进行评估，并出具年度保护状况白皮书，向社会公开，接受监督。

## 第四节　景观环境与协调性塑造

### 一、景观环境品质提升

**1. 立体景观公路**

利用哀牢山垂直立体气候，对主要进入景区的道路秘境 1 号公路进行立体景观营造，这条连接海拔 500 米戛洒坝区至 2200 米哀牢山顶的旅游公路，是一条绝佳的垂直生态景观走廊。植物配置的核心策略是：“尊重原生景观，营造差异海拔景观画卷”，让公路景观本身成为解读哀牢山生态的第一课。。

**2. 道路景观提升**

多层次树种搭配，多色彩树种组合，以低介入、自然生态手法，提升道路绿化景观。选用云南松、清香木等乡土乔木构建上层绿色骨架，中层搭配杜鹃、山茶、火把果等花灌木形成错落的色彩带，下层保留原生蕨类、野生草本及地被植物，形成“乔-灌-草”复层生态结构。遵循“最小干预”原则，不破坏原有地形与植被斑块，仅对道路两侧裸露边坡、空白区域进行补植，通过自然式种植手法让绿化与周边山林、农田景观无缝衔接。注重季相变化营造，春季以杜鹃、云南樱花的粉艳为主调，夏季依托乔木浓荫形成清凉廊道，秋季利用枫香、黄连木的红叶增添层次感，冬季保留常绿树的苍劲绿意，让道路景观随四季流转呈现不同生态画卷。临近傣族村寨的路段，点缀凤凰木、三角梅等具有民族文化符号的植物；靠近彝族聚居区的区域，则融入火把果、杨梅等本土特色果树，既美化道路环境，又呼应地域文化特色。同时，在道路转弯处、观景平台周边设置小型生态景观节点，搭配景石与原生花卉，为游客提供驻足观赏、拍照打卡的自然空间，实现道路景观功能性与观赏性的统一。

### 二、建筑与环境协调性管控导则

**1. 分类风貌管控**

制定《哀牢山景区建筑风貌控制导则》，立足哀牢山原生态特质，传承本地乡土民居营建特色，以土木砖石瓦为基底，绘就原生态乡土特色建筑风貌新画卷。针对景区不同建筑分类明确管控规则：针对现状建筑改造，按三层以下建筑、三层以上建筑制定差异化导则，从建筑改造方式、色彩、材料维度进行管控；针对新建建筑，按一字型、L 型、合院型不同布局制定导则，分别从色彩、材料、高度等方面进行控制。景区各区新建、改建建筑的风格、体量、色彩、材料必须符合导则要求，核心区严禁新建任何大型建筑。

**2. 设施景观化处理**

对必要的配套设施（如基站、泵站）进行艺术化伪装或选址地下化布设。同时，对景区内的垃圾桶、休息座椅、指示牌等公共服务设施进行景观化设计，垃圾桶采用仿树桩、天然石墩等造型，与周边自然环境相契合；休息座椅选用本地木材与石材组合打造，兼具舒适性与乡土质感；指示牌以木质为基底，搭配哀牢山特色动植物图案，既清晰引导又成为微型景观。对于电力箱体、通信设备箱等小型设施，通过覆盖藤蔓植物或绘制原生态主题彩绘，使其隐匿于自然景观之中，避免突兀感。此外，合理利用地形高差设置地下或半地下设施，减少地面设施对景观视野的干扰，确保景区整体风貌的协调统一。

## 第五节　绿色运营与全民环境教育

### 一、全链条绿色运营

**1. 低碳办公与运营**

全面推行无纸化办公、视频会议系统。所有采购优先选择环保认证产品。员工食堂实施“光盘行动”和厨余垃圾就地资源化。

**2. 绿色供应链管理**

建立供应商环保准入制度，要求合作方提供环保合规证明。优先采购当地有机农副产品，减少运输碳排放，并带动社区绿色发展。

### 二、立体化环境教育体系

**1.“哀牢山自然学堂”品牌塑造**

在东关岭游客中心设立“自然学堂”主教室，常态化开展面向亲子家庭和研学团队的自然教育课程，如“长臂猿的呼唤”“古树年轮的秘密”。将石门峡、燕子崖等景点打造

为户外教学点，设置科普解说牌和互动装置，将游览步道变为“生态博物馆”。

**2. 沉浸式宣教手段**

开发“哀牢山生态秘境”AR 互动程序，游客扫描特定植物或场景，即可触发 3D 模型和科普动画。在“感应音节点”融入鸟鸣、猿啼、流水等自然原声，替代生硬的广播提示，营造“会唱歌的森林”。

**3. 社区与游客共育计划**

定期组织员工和社区居民的生态保护技能培训。在旅游旺季，发起“我为哀牢拍张照”生态摄影比赛、“无痕山林”承诺签名等活动，将环境责任转化为有趣的参与体验，实现“人人都是保护者，人人都是受益者”。

# 第十五章　综合管理

## 第一节　组织架构与机制建设

### 一、组织架构优化

**1. 设立景区管理委员会**

为适应旅游业快速发展需求，进一步加强区域资源整合与管理效能，现成立景区管理委员会，全面统筹协调旅游服务、生态保护、文化传承、安全管理等核心职能。该委员会将建立跨部门联席会议机制和信息共享平台，推动形成高效协同、响应迅速的工作体系。通过明确职责分工、优化管理流程、强化监督落实，进一步提升景区整体管理效率与服务品质，实现旅游资源可持续利用与区域高质量发展。同时，委员会将注重引入智慧化管理手段，完善应急预案和处理机制，切实保障游客体验与生态安全，促进旅游经济与社会效益的同步提升。

**2. 成立专业化运营管理公司**

全面负责景区日常运营管理、游客服务提供、设施维护更新、安全管理等具体事务，建立标准化的服务流程与质量管理体系，推动景区运营向精细化、专业化方向发展。通过引入现代化企业管理机制和数字化管理工具，提升管理效率与服务品质，实现资源优化配置和可持续发展，进一步增强景区的市场竞争力和品牌影响力。

**3. 建立专家咨询委员会**

聘请生态保护、文化遗产、旅游规划等领域的资深专家学者，组成高水平、多学科融合的咨询团队，建立健全常态化咨询机制。该委员会将为景区的重大发展战略、重要建设项目和专项工作任务提供战略建议与专业技术指导，参与规划评审、技术论证和绩效评估，确保各项决策的科学性、前瞻性和可行性，助力景区实现高质量、可持续发展。

### 二、管理机制完善

**1. 制定综合管理制度体系**

系统编制涵盖规划建设、运营服务、生态保护、安全管理等多方面的标准化管理制度，包括详细的操作流程、责任分工与监督措施，确保制度体系的全面性与实用性。通过组织专家评审、公众征求意见等方式，不断完善制度内容，形成一套科学、规范且易于执行的文件汇编与执行规范，为整体管理提供坚实基础。同时，建立制度培训与宣传机制，确保所有相关人员充分理解并遵守制度要求，提升管理效率与一致性。

**2. 建立跨部门协调机制**

设立常态化联席会议与协调平台，如季度例会或紧急事态快速响应小组，明确各参与部门的职责与协作流程。该机制重点统筹解决旅游发展与生态保护、文化传承、社区发展等相关议题，促进跨部门信息共享、资源整合与政策协同。通过数字化平台实现实时数据交换与沟通，确保问题及时反馈与处理，增强整体协作效能，避免部门壁垒影响整体进展。

**3. 实施绩效考核与问责机制**

将管理目标逐级分解为可量化的指标，并纳入各部门与人员的年度绩效考核体系，结合关键绩效指标（KPI）进行定期评估。建立健全责任追究与整改落实机制，包括问题发现、责任认定、整改时限与效果追踪等环节，确保各项任务有效落地。通过公开考核结果与奖惩措施，激励优秀表现并及时纠正偏差，形成闭环管理，持续提升管理质量。

## 第二节　人才队伍建设

### 一、专业化团队构建

**1. 分类组建专业团队**

围绕景区管理需求，系统建立覆盖规划管理、市场推广、运营服务、资源保护等核心

职能的专业化团队。明确各岗位职责与协作机制，制定详细的工作流程与沟通制度，确保各部门高效配合、职能互补，全面提升管理效能与服务水平。

**2.实施人才引进计划**

积极拓宽引才渠道，聚焦旅游管理、生态环保、智慧旅游、文化遗产保护、数字化运营等重点领域，大力引进具备国际视野和创新能力的高层次人才及急需紧缺专门人才。通过提供有竞争力的薪酬待遇、职业发展平台和政策支持，持续优化队伍结构与人才质量，为景区可持续发展提供智力支撑。

**3.建立人才培训体系**

加强与高等院校、职业培训机构及行业领先企业的战略合作，共同开发和实施覆盖全员、全职业周期的培训项目。开展包括岗前培训、在岗技能提升、专题研修与跨界学习等多层次培养活动，建立健全培训效果评估与反馈机制，形成常态化、系统化的人才培养体系，不断提升团队综合素质与适应能力。

## 二、能力提升机制

**1.定期业务能力考核**

建立以岗位能力标准为核心的员工业务考核制度，定期（如每季度或年度）进行全面的业务能力评估，内容包括技能测试、工作绩效和专业知识考核。考核过程确保公平、透明，结果直接与岗位晋升、薪酬调整及培训机会挂钩，从而有效激发员工持续学习和自我提升的动力，促进个人与组织的共同发展。

**2.实施轮岗与交流机制**

推动管理、技术、服务等不同岗位人员跨部门、跨业务领域进行轮岗交流，轮岗周期可设定为 3-6 个月，并根据业务需求灵活调整。通过这种机制，员工能够亲身体验多元化工作环境，拓宽视野，积累跨领域经验，从而增强团队的综合应变能力、协作效率与管理水平，同时打破部门壁垒，促进组织内部知识流动与创新。

**3.建立激励机制**

制定包括绩效奖金、荣誉表彰、职业发展通道等在内的多层次激励方案，具体措施如设立月度/年度优秀员工奖、提供专项培训资源、明确晋升阶梯和职业生涯规划。这些方案注重物质与精神激励相结合，并根据员工个体需求进行定制化设计，以增强员工的归属感、成就感和工作积极性，最终实现员工满意度提升和组织目标高效达成。

# 第三节　标准化服务体系

## 一、服务标准制定

**1.制定景区服务标准体系**

围绕游客接待、导览解说、设施维护、环境保洁、安全应急等各个环节，制定详细、可量化的服务规范与质量标准。具体包括：游客接待需规范排队管理、票务服务和咨询响应时间；导览解说应提供多语言支持、互动体验和准确性保障；设施维护要求定期检查设备状态、及时维修更新；环境保洁涉及垃圾分类处理、卫生间清洁标准和绿化维护；安全应急需建立应急预案、培训救援人员并配备必要设备。这些标准应参考国内外最佳实践，通过专家论证和公众参与确保科学性和可操作性，从而全面提升景区服务基础。

**2.建立服务质量评价体系**

定期开展游客满意度调查和第三方评估，利用数字化手段实现服务全过程监测，建立“监测——反馈——-改进”闭环管理机制。游客调查可通过在线问卷、现场访谈和移动应用反馈收集数据；第三方评估应委托专业机构进行暗访或明察，评估服务一致性。数字化监测包括利用大数据分析游客流量、物联网传感器跟踪设施状态、以及视频监控实时管理。闭环管理机制需明确步骤：持续监测服务数据，分析问题根源，及时反馈给相关部门，制定改进措施并实施，最后通过复核确保效果，形成持续优化循环。

**3.推行服务认证机制**

对景区内餐饮、住宿、交通、购物等服务项目与经营主体开展服务质量认证，通过标识公示和社会监督提升整体服务水平。认证标准应涵盖卫生安全、服务态度、价格透明度和用户体验等方面；认证流程包括企业申请、文档审核、现场检查、评分定级和证书颁发。标识公示可通过悬挂认证标志、在官方网站和 APP 展示认证信息，增强消费者信任。社会监督机制需设立投诉热线、在线反馈平台和公众评议渠道，鼓励游客参与监督，并对违规行为进行整改或处罚，以促进服务质量的整体提升。

## 二、服务质量管理

**1.设立服务质量监督小组**

组建一支由专职人员与兼职人员相结合的质量监督队伍，明确职责分工与考核标准。专职成员负责日常巡查与协调，兼职成员则根据实际情况灵活参与，形成有效的互补机制。

定期组织明察暗访活动，结合专项检查与服务评估，覆盖景区各项服务环节，及时发现并记录问题。每季度形成服务质量评估报告，提出具体改进建议，并向管理层汇报，从而实现服务质量的持续监督与优化。

**2.建立投诉处理机制**

完善多元化投诉受理渠道，包括设立现场投诉点、开通投诉热线、建立线上投诉平台等，确保游客反馈便捷畅通。严格执行“接诉即办”原则，在接到投诉后第一时间响应并核实情况，确保投诉事项在承诺时限内得到处理与反馈。处理完成后进行系统回访，了解游客对处理结果的满意度，形成“受理-处理-反馈-回访”的闭环管理流程。通过该机制有效提升游客体验，增强其对景区管理的信任与认可。

**3.开展服务质量培训**

面向景区全体员工，包括管理人员、一线员工、合作商户及第三方服务人员，定期组织服务质量主题培训。培训内容涵盖服务理念强化、礼仪规范训练、应急处理流程、客户沟通技巧等方面。根据不同岗位特点制定差异化培训方案，并结合实际案例进行演练与考核。建立培训效果跟踪机制，通过后续评估确保培训内容落到实处，推动整体服务水平的系统提升与持续改进。

## 第四节　社区参与与利益共享

### 一、社区参与机制

**1.建立社区议事平台**

通过居民代表大会、线上建言平台及定期座谈会等多种形式，广泛听取社区居民对景区建设与管理的意见和建议。此外，设立专项反馈机制，确保居民提议得到及时处理与回应，并定期公示讨论结果，增强社区参与感和透明度，从而构建一个高效、互动的民主决策环境。

**2.实施社区就业计划**

在景区运营、服务、维护等岗位优先聘用当地居民，提供就近就业机会，并明确岗位要求和培训支持机制。具体实施中，与景区管理方协作，开发就业信息平台，为居民提供职业咨询、技能评估和岗位匹配服务，同时设立清晰的职业发展路径和激励措施，以确保居民稳定就业并提升工作满意度。



**3.开展社区能力培训**

结合景区需求与社区特色，为居民提供旅游服务技能、传统手工艺传承、民宿经营管理等实用技能培训。培训内容包括理论课程、实践工作坊和老师指导计划项目，邀请专业讲师和本地技艺传承人参与教学，并提供结业认证和后续创业支持，以增强居民的综合能力，推动社区文化传承和经济活力。

### 二、利益共享机制

**1.建立旅游收益分配机制**

明确景区经营收益反哺社区的比例与方式，建立健全的分配监督与执行机制。比例应通过居民代表大会协商确定，并可依据发展阶段动态调整。反哺资金重点用于基础设施提升、公共服务改善及居民福利保障等领域，具体可包括道路维修、污水处理、社区环境整治、教育医疗支持以及老年人补贴等项目。同时，应设立资金管理专户，定期公开使用情况，接受社区监督，确保资金分配公平、透明、高效。

**2.鼓励社区旅游创业**

通过小额贷款、创业辅导、品牌共建等方式，支持居民开办民宿、销售农特产品、开展文化体验活动等，积极推动社区自我发展能力的提升。具体可提供低息或无息的小额信贷支持，开展创业技能、服务规范、财务管理等培训；搭建社区旅游创业孵化平台，提供市场信息、政策咨询与资源对接服务；推动形成本地特色品牌，鼓励集体商标注册与使用，统一服务标准与视觉形象；组织线上线下推广活动，扩大社区旅游产品市场影响力，并通过典型示范、成功案例分享等方式激发更多居民参与创业。

**3.保护社区文化权益**

尊重并保护社区传统文化和知识权益，防止文化资源的滥用与商业化侵蚀。建立基于公平协商的文化资源使用与利益分享机制，明确外来投资者、旅游企业与社区在文化开发中的权利与义务。推动形成文化资源清单，制定传统技艺、节庆活动、口头传统等资源的授权使用规范。鼓励社区参与文化价值评估与开发决策，保障居民在文化创新中的知情权、参与权和受益权。同时，支持文化传承与创新，设立专项资金扶持传统手工艺人、表演团体及文化传播项目，增强社区文化认同与可持续发展能力。

## 第五节　风险防控与应急管理

## 一、风险防控体系

**1.建立风险评估机制**

定期开展生态环境承载力、设施安全、运营风险、社会影响等方面的系统评估，采用定量与定性相结合的方法，每季度或半年度进行一次全面审查，并邀请内外部专家参与评审，以确保评估的客观性和准确性。识别关键风险点后，依据风险等级排序制定防控清单，明确责任部门与防控措施时限，同时建立动态更新机制，以适应环境变化和新风险的出现。

**2.制定风险应对预案**

针对自然灾害、事故灾难、运营危机、公共卫生事件等分类编制应急预案，细化事件预警、响应启动、处置执行和恢复重建等环节。明确组织职责，设立应急指挥中心，并规定各部门的协同流程；处置流程包括信息报告、决策指挥、资源调度和公众沟通等步骤；资源调配方案涵盖人力、物资、设备和资金保障，并定期组织模拟演练和培训，以提升应急响应能力。预案每年至少复审一次，并根据实际演练结果进行修订完善。

**3.建立保险保障体系**

为游客提供人身意外保险，覆盖医疗费用、伤残和死亡赔偿，并确保保险条款透明易懂；为员工投保职业责任险，包括工伤事故和职业伤害保障，同时提供法律咨询支持；对重要设施和设备购买财产保险，涵盖火灾、盗窃、自然灾害等风险，并附加业务中断保险以减少运营损失。构建多层次风险转移机制，通过与保险公司合作定制综合保险方案，并设立应急资金池作为补充，确保风险事件发生时能够快速理赔和恢复运营。

## 二、应急管理体系

**1.完善应急预案体系**

形成覆盖预防、准备、响应、恢复全过程的综合性应急预案系统，确保各类突发事件应对有据可依、有章可循。预案需明确责任分工、流程机制和资源调度方式，并建立动态评估与修订机制，以适应不同类型、不同级别突发事件的实际需求。

**2.建立应急指挥中心**

组建专业化、专职化的应急指挥机构，统筹协调突发事件处置工作。指挥中心应配备统一的通信调度系统、多源实时监控平台和现代化应急救援装备，实现信息快速汇集、指令精准下达、资源高效调配，全面提升应急指挥与协同处置能力。

**3.开展常态化应急演练**

定期组织开展消防疏散、医疗急救、山地搜救、大客流管控等多科目、实战化应急演练，强化各部门联动配合与现场处置能力。通过演练检验应急预案的可操作性和有效性，查找薄弱环节，优化响应流程，不断提升整体应急响应和实战水平。

# 第六节　品牌建设与质量管理

## 一、品牌管理体系

**1.制定品牌发展战略**

明确以“哀牢山”为核心品牌，系统构建多层次的品牌形象体系与整合传播策略，深入挖掘本地民族文化与生态资源内涵，塑造一个具有深厚文化底蕴、鲜明生态特色和高度市场辨识度的区域旅游品牌，形成品牌价值与体验感并重的发展路径。

**2.建立品牌保护机制**

加强商标全域注册、版权登记及知识产权保护，建立健全品牌授权使用与监督制度，积极打击侵权假冒及不正当竞争行为，维护“哀牢山”品牌的美誉度、统一性和市场秩序，实现品牌资产的合法、有序与长期价值转化。

**3.开展品牌营销推广**

通过新媒体矩阵传播、主题节事活动策划、跨区域旅行推介会、线上线下合作联盟等多种形式，系统性地提升品牌曝光度与吸引力，持续扩大“哀牢山”品牌在目标客群中的影响力与渗透率，实现客源市场结构优化与覆盖范围的稳步扩展。

## 二、质量管理体系

**1.实施全面质量管理**

建立从项目规划、开发建设到运营服务全流程的质量控制节点，明确各阶段质量目标和验收标准，推行全员参与、全过程监控、全方位覆盖的质量管理模式。通过引入先进质量管理方法，系统提升项目整体质量水平，确保各项工作始终处于受控状态并持续符合预期目标。

**2.开展质量认证工作**

积极申请 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、绿色景区以及相关行业国

内外权威认证，以认证过程促进管理流程规范化、标准化。通过获取认证，显著提升企业在质量、环保及可持续发展方面的管理透明度和市场信誉，增强消费者信任和品牌竞争力。

**3. 建立质量持续改进机制**

定期组织管理评审会议和内部审核活动，系统收集并分析游客满意度调查、投诉建议及市场反馈信息，识别服务与管理中的改进机会。制定并落实纠正与预防措施，推动管理体系、业务流程和服务品质实现螺旋式优化升级，形成闭环管理机制。

# 第四篇 实施保障篇

## 第十六章 规划分期

为了确保国家发展战略的连贯性和前瞻性，紧密对接“十五五”规划的时间节点，依据五年周期制度，系统性地开展分期规划工作，明确各阶段的目标与任务，从而促进资源的合理配置和政策的稳步实施，为长期发展奠定坚实基础。

### 第一节 前期——强本固基，攻坚启动

#### 一、时间节点

2026 年

#### 二、建设重点

实施“4A 巩固提升与 5A 条件创设”双轨并行战略。一方面，持续推进现有 4A 级景区服务设施的维护与升级，包括对游客中心、停车场、导览系统、卫生间、游步道等硬件设施进行定期检修与智能化改造，同时加强员工服务技能与综合素质培训，推进管理流程标准化与人性化，持续完善以游客体验为中心的接待服务体系，进一步巩固景区高质量运营基础。另一方面，系统性启动 5A 级景区创建的各项前提准备工作，涵盖管理体制机制的深度整合与职能优化，推动多规合一的总体规划方案编制及上报审批，全面梳理土地权属与资源使用合规性，成立高层牵头的创建领导小组并构建跨部门协同工作机制等关键任务。该阶段强调“软硬兼施、双向推进”，在确保 4A 级景区持续保持优质运营水平的同时，明确 5A 创建的时间表与实施路径，为后续申报工作奠定坚实根基。

#### 三、核心目标

确保现有 4A 级旅游景区顺利通过省级及以上主管部门的年度复核检查，各项评分指标保持优秀水平，无明显短板项；

游客综合满意度调查评分稳定在 85 分以上，口碑影响力持续扩大，重复游览率和推荐度显著提升；

完成哀牢山旅游区统一管理运营主体的组建，实现区域内旅游资源、服务标准与品牌推广的有效整合与高效运作；

完成 5A 创建专项规划的编制与专家评审，按程序报送相关主管部门审批，明确创建目标、重点项目与实施框架。

### 第二节 中期——对标建设，整体提升

#### 一、时间节点

2027 年－2029 年

#### 二、建设重点

全面对照《旅游景区质量等级划分》（GB/T 17775—2024）最新标准，系统推进硬件与软件两方面的 5A 级景区建设工作。

硬件方面，重点提升旅游交通系统，包括拓宽和优化外部联接道路，新建及改造智能化停车场，实现车位预约与动态管理；建设内部观光环线，增设电动观光车接驳点和无障碍通道。游览服务设施方面，计划扩建游客中心，增设多语种服务窗口、母婴室和医疗点；更新全域导览系统，引入 AR 实景导航和语音导览设备；合理增建休息站点与环保厕所，注重生态美观与实用功能兼顾。旅游安全保障体系将强化应急救援机制，建立景区全天候监控中心，实现 Wi-Fi 与监控双覆盖，完善安全警示标识系统。环境卫生方面将推进垃圾分类收集、转运与无害化处理，建设生态污水处理站，并加强公共区域清洁管理。

软件方面，将全面建设智慧旅游平台，整合线上票务预订、智能导览、人流监测、车辆调度与大数据分析等功能，提升游客体验与管理效率。开展系统化服务人员培训，推行

标准化、人性化服务流程，建立服务质量监督与反馈机制。深化文旅融合与产品创新，挖掘哀牢山文化资源，开发生态探险、民俗体验、自然教育等特色项目，定期举办民族节庆、摄影大赛、徒步大会等主题文化活动。同步启动 5A 申报材料的系统编写工作，包括视频拍摄、图片搜集、文件整理与报告撰写。

### 三、核心目标

至 2029 年，所有硬件设施与软件服务全面达到 5A 级景区评定标准，具备接受省级及国家级验收检查的条件；

实现年游客接待量突破 60 万人次，其中入境游客占比提升至 5%（约 3 万人次），积极拓展东南亚及欧美客源市场；

持续强化“中国秘境•玉溪哀牢山”品牌建设，通过国内外旅游推介、新媒体营销与文化传播，在核心客源市场形成较高知名度和品牌影响力；

完成《旅游景区质量等级评定报告书》及全部申报附件的初稿编制工作，并通过多轮内部审核与修改完善；

品牌形成较强市场影响力；

顺利通过省级推荐。

## 第三节　后期——申报创建，品牌铸就

### 一、时间节点

2030 年

### 二、建设重点

正式进入 5A 级旅游景区申报与迎检阶段。系统组织开展申报材料的全面完善与正式报送，同步推进实施“迎检提升”专项行动，具体包括模拟专家暗访、多轮自查自纠、问题整改优化、硬件环境提质、服务流程强化等环节。注重景观营造、设施细节和游客体验的精细化打磨，全面加强景区管理效能、服务水准与运营质量，推动形成常态化、高标准、可持续的运营机制。同时，持续加大品牌宣传与市场推广力度，通过多媒体渠道扩大影响力，进一步巩固和提升“世界级生态文化旅游目的地”的整体形象。

### 三、核心目标

成功通过国家 5A 级旅游景区评审，获得文化和旅游部正式授牌；

将哀牢山旅游区打造成为具有显著国际影响力的生态文化旅游目的地，吸引更多海外游客前来体验；

总结提炼“绿水青山就是金山银山”实践创新经验，形成一套可复制、可推广的哀牢山可持续发展模式；

实现景区管理规范化、服务人性化、品牌国际化与效益最大化，整体步入可持续、高品质发展的新阶段。

**表 16-1 玉溪哀牢山 5A 级旅游景区创建实施方案表**

| 阶段 | 工作版块 | 重点任务与实施内容 | 责任部门 | 时间节点 | 预期成果 |
|---|---|---|---|---|---|
| 双轨并行阶段（2026 年） | 4A 巩固提升 | （1）建立 4A 景区服务质量日巡查、周通报、月考评机制；（2）定期开展游客满意度调查，针对投诉集中环节限时整改；（3）对照 4A 复核标准逐项自查，完善档案资料 | 新平县文化和旅游局、景区运营管理公司 | 2026 年 | 4A 通过省级复核，得分 850 分以上 |
| | 运营主体业务能力提升 | （1）结合现有 4A 景区运营管理机构，提升现有运营管理公司业务水平，为 5A 申报打下；（2）理顺管委会与运营公司权责关系，建立“管委会统筹+公司运营”模式 | 市/县政府、市/县文旅局、景区运营管理公司 | 2026 年 9 月底前 | 运营主体业务能力全面提升 |
| | 5A 创建规划报批 | （1）完成《玉溪哀牢山 5A 级旅游景区创建规划》编制；（2）完成规划专家评审、市级审查及批复，纳入国土空间规划和土地储备体系 | 市/县政府、市/县文旅局、规划编制单位 | 2026 年 6 月底前 | 5A 创建规划完成市级及以上报批 |

| 阶段 | 工作版块 | 重点任务与实施内容 | 责任部门 | 时间节点 | 预期成果 |
|---|---|---|---|---|---|
| 达标建设阶段（2027-2029 年） | 5A 创建基础工作启动 | （1）组织全员学习《旅游景区质量等级的划分与评定》国家标准；（2）对照评分细则，启动达标建设工作；（3）开展资料收集，系统梳理哀牢山资源禀赋，为景观质量评审做准备 | 县文旅局、景区管委会、景区运营管理公司 | 2026 年 | 全员知晓 5A 级旅游景区创建标准；达标建设工作框架建立；景观质量评价基本完成 |
| | 5A 级旅游景区总体规划编制 | （1）完成《玉溪哀牢山 5A 级旅游景区总体规划》编制；（2）完成规划专家评审及批复，纳入国土空间规划和土地储备体系 | 县文旅局、景区管委会、景区运营管理公司、编制单位 | 2027-2028 年 | 完成 5A 级旅游景区总体规划批复 |
| | 旅游交通提升 | （1）持续推进 G323 复线建设项目相关工作；（2）开通昆明、玉溪高铁站等至景区旅游专线；（3）推进景区旅游环线建设；（4）新建达哈、东关岭片区生态停车场（停车位 1000+，充电桩占比 20%）；（5）完善观光车接驳系统；（6）规范设置外部交通指引牌 | 市/县发改局、市/县交通局、县自然资源局、戛洒镇政府 | 2027-2028 年 | 外部可达性显著提升；内部交通顺畅，停车位充足且生态化 |
| | 游览设施提升 | （1）新建达哈、东关岭游客中心（含售票、导览、医疗、邮政、智慧指挥中心、母婴室、无障碍设施等）；（2）建设陇西世族庄园旅游咨询点；（3）统一安装中英日韩等多语言标识牌；（4）徒步线路、索道、接驳车等设施建设，满足游客多样化出行需求；（5）完善旅游厕所、垃圾收集设施布置；（6）合理布局休憩点、观景平台 | 县住建局、县文旅局、戛洒镇政府、景区管委会、景区运营管理公司 | 2027-2028 年 | 全部游览设施达到 5A 评分细则要求 |
| | 游览服务提升 | （1）配套完整多元的解说方式；（2）提升讲解员职业素养；（3）完善景区购物、餐饮、便利设施建设，构建系统完备的游览服务体系 | 景区管委会、景区运营管理公司 | 2027-2028 年 | 景区服务体系完善 |
| | 旅游安全保障 | （1）建立健全安全管理制度、预警制度、应急处置制度；（2）完善消防、安防监控、高山急救设施设备；（3）建立景区医务室（配备执业医师）和警务室；（4）每年至少组织 2 次综合应急演练；（5）科学核定并公示最大承载量，建立客流预警分流机制；（6）游客旅游安全教育与培训制度建立 | 县应急管理局、县公安局、县卫健局、县林草局、戛洒镇政府、景区管委会、景区运营管理公司 | 2027-2029 年 | 通过安全评审；无重大安全事故；应急预案完备 |

| 阶段 | 工作版块 | 重点任务与实施内容 | 责任部门 | 时间节点 | 预期成果 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 资源与环境保护 | （1）保持景区环境质量可持续发展，杜绝任何环境破坏情况；（2）实现垃圾分类收集、日产日清；（3）完善污水收集处理系统，确保达标排放；（4）开展现有建筑风貌提升工作，严格管控新建建筑，保障建筑与景区自然风貌协调统一。 | 县住建局、县生态环境局、县农业农村局、戛洒镇政府、景区管委会 | 2027-2029 年 | 厕所全部达到Ⅱ类标准以上，其中Ⅰ类旅游厕所占 40%以上；环境影响评价完成；水体、空气等质量保持较高水平 |
| | 智慧旅游建设 | （1）建设智慧指挥中心，实现电子票务、实时监控、车辆调度、最大承载量预警、应急指挥一体化；(2)实施“一码游哀牢”，提供在线购票、电子导览、VR 全景、语音讲解、停车查询；(3)重点区域 Wi-Fi 覆盖；（4）建设智慧文旅体验场景 | 县文旅局、县工信局、景区管委会、景区运营管理公司 | 2027-2028 年 | 智慧化水平进入全省前列，达到 5A 评分要求 |
| | 产品创新与品牌营销 | （1）推进东关岭片区酒店、民宿群建设运营；（2）丰富“陇西世族庄园”展陈内容，呈现茶马古道虚拟场景与情景演绎；（3）开发石门峡“森呼吸”康养、哀牢山徒步穿越等产品；(4)持续强化“中国秘境·玉溪哀牢山”IP；（5）联合楚雄州、普洱市推出“大哀牢山”跨区域旅游环线；（6）持续举办“戛洒沐浴节”、“哀牢山越野挑战赛”等节庆活动 | 市/县文旅局、市/县宣传部、戛洒镇政府、景区管委会、景区运营管理公司 | 2027-2029 年 | 年接待游客量突破 60 万人次；入境游客占比不低于 5%；品牌形成较强市场影响力 |
| | 综合管理与服务提升 | （1）开展全员培训，统一工装、规范礼仪、推行“微笑服务”；（2）提升导游队伍素质，增加多语种导游配备；(3)建立旅游投诉先行赔付机制，投诉处理率 100%，游客整体满意度≥90% | 县人社局、县市场监管局、景区管委会、景区运营管理公司 | 2027-2029 年 | 综合管理与服务水平全面达到 5A 评审要求；游客整体满意度≥90% |
| | 申报材料编制与培育储备 | （1）完成 5A 申报材料汇编；（2）编制景观质量汇报 PPT 及视频宣传片；（3）加强储备景区培育提升；（4）实施 5A 创建人才专项培训计划 | 县政府、县文旅局、景区管委会、景区运营管理公司、第三方机构 | 2027-2028 年 | 申报材料完整规范；景观质量申报材料具备上报条件 |

| 阶段 | 工作版块 | 重点任务与实施内容 | 责任部门 | 时间节点 | 预期成果 |
|---|---|---|---|---|---|
| 冲刺授牌阶段（2030 年） | 省级初评 | （1）向省文旅厅提交初评申请；（2）迎接省文旅厅组织的景观质量评审和服务质量初评；（3）针对省级初评反馈问题，限期整改、逐项达标 | 市/县文旅局、省文旅厅、景区管委会、景区运营管理公司 | 2029 年 | 顺利通过省级初评，获得向文旅部推荐资格 |
| | 申报程序推进 | （1）通过省文旅厅向文旅部正式提交 5A 申报材料；（2）迎接文旅部组织的景观质量专家评审 | 省文旅厅、市文旅局、景区管委会、景区运营管理公司 | 2029 年 | 完成申报程序；通过景观质量评审 |
| | 迎检提升专项工程 | （1）邀请国家级专家进行模拟暗访；（2）针对发现问题逐项整改、优化提升；（3）营造 5A 迎检氛围，全员进入迎检状态 | 市/县文旅局、景区管委会、景区运营管理公司、第三方机构 | 2030 年 | 问题整改率 100%；全员熟悉迎检流程 |
| | 国家级暗访与明查 | （1）迎接文旅部专家组暗访检查；（2）配合专家组开展现场检查、档案查阅、游客满意度调查；（3）针对专家反馈意见立行立改并提交整改报告 | 文旅部、市/县文旅局、景区管委会、景区管理公司 | 2030 年 | 顺利通过国家级验收 |
| | 授牌与成果转化 | （1）正式获得国家 5A 级旅游景区授牌；（2）系统总结 5A 创建经验，形成“两山”实践创新的可推广模式；（3）建立 5A 标准常态化保持机制 | 文旅部、文旅厅、市/县文旅局、景区管委会、景区管理公司 | 2030 年 | 成功创建国家 5A 级旅游景区；建成世界级生态文化旅游目的地 |

# 第十七章　实施保障

## 第一节　体制机制保障

### 一、规划与监管前置

为确保创建工作依法合规、科学规范，在规划启动之初完成三项刚性前置任务：

《哀牢山景区安全风险评估与防控体系报告》，系统评估地质灾害、森林防火、客流安全、交通安全等各类风险，制定分级防控预案，并报应急管理、自然资源等部门备案。

《哀牢山景区游客最大承载量核定报告》，依据国家标准，科学测算景区及各片区的日、瞬时最大承载量，通过专家评审后依法向社会公布，作为客流管控的法定依据。

《哀牢山旅游区统一管理机构组建方案》，明确管理机构性质、职能、编制与权责边界，形成方案上报审批，为整合管理、统一执法奠定组织基础。

### 二、任务执行机制

双线推进机制：建立“4A 巩固提升”与“5A 对标创建”双轨并行的任务管理体系。

销号管理制度：制定季度任务清单，实行项目化、责任化、节点化管理，完成一项销号一项，并纳入绩效考核。

## 第二节　资源要素保障

### 一、土地供给创新

分类保障机制：将游客中心、生态停车场等核心设施纳入市县国土空间规划重点保障清单。

推行点状供地：对观景台、服务驿站等点状设施，按建筑占地征收或租赁，周边生态用地通过租赁、入股等方式取得使用权。

盘活集体建设用地：鼓励村集体以土地使用权入股、联营等方式参与经营性设施建设。

### 二、资源保障体系

设立引导基金：由政府与社会资本共同设立“哀牢山生态旅游产业发展基金”。

拓展融资渠道：

积极争取中央预算内投资、文旅专项资金、乡村振兴衔接资金等政策性资金。

吸引专业文旅投资集团、省属国企等社会资本参与项目投资。

创新金融工具：探索生态保护责任保险、景区碳汇交易、生态资产抵押贷款等绿色金融产品。

## 第三节　运营管理保障

### 一、明确管理与运营主体

成立“秘境哀牢山”景区管理委员会。为促进云南哀牢山景区可持续发展，提升旅游服务品质，明确哀牢山 4A 级旅游景区现有运营主体——云南哀牢山旅游发展有限公司为景区唯一的市场化统一运营主体，由该主体负责整合资源、规范管理、推进品牌建设，以期实现提升景区运营效率与最大化经济效益的双重目标。

### 二、景区门票预案

表 17-1 景区门票建议一览表

| 类型 | 票种 | 建议票价 | 备注 |
|---|---|---|---|
| 门票 | 景区通票 | 50 元 | 一票畅游主景区，含石门峡、金山原始森林、茶马古道、陇西世族庄园、东关岭、达哈 |
| | 石门峡 | 30 元 | 现状价格维持 |
| | 金山原始森林 | 10 元 | 现状价格维持 |
| | 茶马古道 | 10 元 | 现状价格维持 |
| | 陇西世族庄园 | 20 元 | 现状价格维持 |
| 接驳车 | 通票 | 50 元 | 48 小时内无限次使用<br>依据：现有石门峡 4A 景区接驳车 15 元，路程为石门峡—金山原始森林约 6km；新增区域达哈—东关岭—石门峡—陇西世族庄园路程约 22km。 |
| 1 号索道 | 通票 | 60 元 | 依据：参考鸡足山，索道景观与哀牢山相近，1.2 公里索道，单程上行 45 元，单程下行 30 元。 |
| | 单程上行 | 45 元 | |
| | 单程下行 | 30 元 | |
| 2 号索道 | 通票 | 150 元 | |
| | 单程上行 | 90 元 | |
| | 单程下行 | 80 元 | |
| 联票 | 门票+索道 1（单程）+接驳车 | 120 元 | 比单买优惠 25 元。 |
| 联票 | 门票+索道 1（往返）+接驳车 | 140 元 | 比单买优惠 35 元。 |
| 联票 | 门票+索道 2（单程）+接驳车 | 160 元 | 比单买优惠 30 元。 |
| 联票 | 门票+索道 2（往返）+接驳车 | 220 元 | 比单买优惠 50 元。 |
| 联票 | 门票+索道 1（单程）+索道 2（单程）+接驳车 | 200 元 | 比单买优惠 35 元。 |
| 联票 | 门票+索道 1（往返）+索道 2（往返）+接驳车 | 280 元 | 比单买优惠 65 元。 |

| 类型 | 票种 | 建议票价 | 备注 |
| --- | --- | --- | --- |
| 旅居优化 | 门票、接驳车 | 5A 景区内旅居 15 天以上免费 | 依据：非云南户籍人员在石林连续旅居满 2 个月，经审核后即可享受全年免门票（不含景区交通），游览石林风景区、乃古石林风景区、长湖风景区及国药博览园（杏林大观园）4 个景区。 |

联动中高端酒店等合作商家，建立门票费用抵扣机制，驱动景区二次消费增长。

## 三、景区封闭管理

为满足 5A 级景区标准化管理要求，提升游客体验与资源保护能力，哀牢山景区将逐步推进封闭式管理，主要思路如下：

**1.合理划定封闭管理范围**

根据景区总体规划与游览组织需要，明确封闭管理核心区域，涵盖主景区、主要游览线路、游客集散节点及新增子景区范围。封闭区域以自然地形、旅游道路及服务设施边界为依据，做到“应封尽封、可控可管”。

**2.完善出入口管控体系**

在封闭区域主要进出节点设置游客服务中心或管理门禁系统，配备智能闸机、人脸识别、票务核验等设施。次要入口设置无人值守或远程监控通道，确保所有游客进出有记录、可追溯。

**3.强化智慧化管控手段**

依托景区智慧旅游管理平台，实现游客流量实时监测、重点区域视频监控、应急报警联动、电子围栏预警等功能。通过电子票务、预约入园、分时游览等手段，控制瞬时承载量，提升管理精细化水平。

**4.建立运营管理与应急机制**

制定封闭管理运营规程，明确安保、导览、售票、环卫等岗位职责。建立突发事件应急预案，涵盖游客滞留、自然灾害、安全事故等情形，定期开展演练，确保封闭管理体系运转顺畅、响应及时。

## 四、实行管运分离

管委会（政府侧）：主要负责制定并监督执行区域发展规划与监管政策，承担自然资源与生态环境的保护管理，组织协调跨部门综合执法行动以维护市场秩序与公共安全，同时提供高效便捷的公共服务，优化区域营商环境与发展条件。

运营公司（市场侧）：主要承担经营性项目的投资开发与建设实施，开展多元化商业运营以提升资产价值与经济效益，策划执行市场推广与品牌营销策略，增强区域吸引力与竞争力，并负责物业与设施的日常维护管理，确保其安全、高效运行。

# 第四节　人才培育保障

## 一、建立“哀牢山智库”

建立专家智库：为了确保项目的科学性、专业性和可持续性，聘请生态、旅游、文化等相关领域的资深专家和学者组成高水平的顾问委员会。该委员会将定期参与项目规划与评估，提供全方位的战略咨询、政策建议和技术指导，帮助优化决策过程，并促进跨领域合作与创新。

## 二、实施人才培养计划

与高校合作共建可持续发展研究院，通过联合知名高等学府，整合学术资源和实践平台，致力于推动可持续发展领域的深入研究与创新应用。该研究院将聚焦环境科学、绿色技术及社会经济学等多学科交叉，系统培养硕士、博士层次的专业人才，为他们提供理论与实践相结合的教育项目，以支持国家可持续发展战略的实施。同时，设立旅游职业培训学校，针对导游、民宿管家、手工艺师等关键技能岗位，开发全面的培训课程体系，涵盖服务规范、文化传承及安全管理等内容。通过系统化培训，推行持证上岗制度，确保从业人员具备专业资质，从而提升旅游行业的整体服务水平和竞争力。

# 第五节　社区协同保障

## 一、“公司+合作社+农户”的标准化运营体系

由运营公司统一负责品牌建设、标准制定、技术培训、市场推广与财务结算，实现资源整合与规范管理。合作社作为中间纽带，负责组织农户开展统一生产与服务协调，确保生产过程符合标准要求。农户则按照既定的标准和技术规程执行生产任务。为进一步提升整体运营质量，还建立了“星级评定”制度与“优胜劣汰”机制，通过对合作社和农户的定期考核，激励优质单位，淘汰不合格主体，持续优化产业链条。

## 二、“三金”融合的普惠性收益分配机制

该机制致力于保障参与农户获得稳定且多元的收入来源，具体包括：“租金”——通过土地、房屋等资产入股获得固定收益；“薪金”——通过参与景区管理、服务接待等劳务工作获取工资性收入；“股金”——以合作社股份或项目入股形式享受经营分红。三重收益并行，显著增强农户抗风险能力，提升其参与度和获得感。

## 三、设立“社区发展基金”，推动可持续共享发展

基金来源主要为景区年度经营利润的一定比例提取，专项用于支持本地社区建设。资金用途涵盖村落基础设施与公共环境改善、非物质文化遗产保护与传承、长者福利及社区关爱项目等。通过基金的持续运作，确保旅游发展成果切实惠及每一位社区居民，在促进经济增收的同时，强化社区凝聚力，实现主客共享、乡村和谐与可持续发展。

# 意见及采纳情况

| 玉溪市国土空间规划和土地储备委员会2026年第四次全体会议会议纪要 | | |
|---|---|---|
| **意见及建议（具体内容）汇总** | **采纳情况（已采纳或未采纳）** | **未采纳原因说明** |
| 1.《玉溪哀牢山生态旅游专项规划》属于发展类规划，要坚持“高位统筹、审慎审查”原则，按照发展类规划报市政府常务会议审定，各级各部门要全力做好规划中子项目的空间规划要素保障工作。《玉溪哀牢山5A 级旅游景区创建规划》、《耀南村东关岭片区旅游建设规划》、《达哈村片区旅游建设规划》属于空间利用类规划，由新平县人民政府按空间利用类规划组织批复实施； | 已采纳。2026年6月1日，新平县国土空间规划和土地储备委员会审查并通过了四项规划方案，并报请市规划办公室会议审议。2026年6月5日，玉溪市国土空间规划和土地储备委员会2026年第四次全体会议，审议并通过《玉溪哀牢山5A级旅游景区创建规划》《耀南村东关岭片区旅游建设规划》《达哈村片区旅游建设规划》；同时审查通过《玉溪哀牢山生态旅游专项规划》，该专项规划已按发展类规划程序，继续报请市政府常务会议审定。 | |
| 2.要严守空间管控底线，充分衔接好自然保护区划定整合优化调整成果数据，强化生态用地和生态保护红线内有限人为活动的监管，依法合规利用野生动物救助站等保护管理设施； | 已采纳。规划严格遵循空间管控底线，依据生态保护要求合理开发利用，详见说明书“前提条件-合法合规建设”章节及图册“规划范围”；同时，依法依规利用野生动物救助站等管理设施，实现了资源的有效利用。 | |
| 3.进一步研判十里河水库建成后的水源保护区划调整事宜，在遵守水源保护管控要求前提下，适度开展景观观光活动，并充分开发利用好达哈河旅游资源，区别不同消费人群科学策划体验类河流旅游项目； | 已采纳。规划严格遵守饮用水水源保护区相关保护管控要求，在旅游产品策划、布局及游憩线路设计过程中，十里河水库仅作为重要景观资源，不作为开发资源利用；充分依托达哈河资源，依法合规地规划了户外徒步线路，邻近达哈村的河段区域，策划了漂流等体验类项目。 | |
| 4.深化规划范围内基础设施规划研究，充分考虑景区内外交通组织和当地居民增收就业，进一步优化对内对外交通组织设计，做好景区游路经济。以生态、民生、公共为落脚点，科学、安全发挥区域森林防火通道实效，补充应急救援与配套医疗设施规划布局，将应急救援与医养有机结合。统筹低空经济（无人机）、观景台、科研机构用地预留，适度增加区域通讯及电力设施布局； | 已采纳。在规划旅游项目中考虑了联农带农，包括景区公共接驳系统规划，既是交通组织优化，又是为当地居民提供就业机会；规划同时考虑了应急救援和医疗设施的规划布局，以提高景区旅游安全保障；在景区范围内预留了低空经济（无人机停机坪）、观景台、科研机构用地等，同时在东关岭和达哈两个新增子景区进行了详细的电力电信规划设计。详见图册“旅游交通规划”、“旅游安全设施规划”以及说明书“旅游交通-内部交通组织”、“旅游安全-安全救援与应急处置”章节。 | |
| 5.将防火专业队、村组干部、地质灾害监测员等作为未来规划的要素资源充分利用，充实旅游专业队伍，为当地群众提供就近就业岗位； | 已采纳。详见说明书“综合管理-社区参与与利益共享”、“实施保障-社区协同保障”章节。 | |

| | | |
|---|---|---|
| 6.做好哀牢山旅游景区与戛洒镇旅游小镇规划统筹衔接，突出花腰傣民族文化，优化集镇与哀牢山景区业态布局。集镇宜规划布局大众消费及总体服务业态，东关岭片区宜以静谧型高端业态为主，达哈村片区宜以服务及休闲体验大众消费业态为主； | 已采纳。在山上与山下的宏观统筹衔接方面，已在《玉溪哀牢山生态旅游专项规划》子项目中作出统筹表述，具体内容可参见该专项规划文本及说明书中“总体规划布局-规划布局思路、空间发展格局”以及“社区发展规划-旅游社区建设”等相关章节。此外，针对东关岭片区与达哈村片区的业态布局，已依据东关岭片区宜以静谧型高端业态为主，达哈村片区宜以服务及休闲体验大众消费业态为主的总体思路进行策划，详细内容见《耀南村东关岭片区旅游建设规划》与《达哈村片区旅游建设规划》的规划成果。 | |

# 意见及采纳情况

| 相关部门意见 | | | |
|---|---|---|---|
| **反馈意见单位** | **意见及建议（具体内容）汇总** | **采纳情况（已采纳或未采纳）** | **未采纳原因说明** |
| 玉溪市文化和旅游局 | 关于创建总体工作和时间，建议单列一部分内容来专题规划说明：建议提 2028 年底进行申报，并最少提前半年开始做申报准备工作（具体有哪些准备工作请明确列出来）。因为 2028 年底 4A 满 3 年，已符合申报时间要求。 | 已采纳。按照创建时间要求进行了分期建设规划，详见说明书“规划分期”相关章节、图册“5A 创建实施路径”。 | |
| | 需明确哀牢山 5A 景区管理主体。 | 已采纳。规划中明确建议了哀牢山 5A 景区的管理与运营主体。详见说明书“综合管理-组织架构与机制建设”、“实施保障-运营管理保障”相关章节。 | |
| | 对户外徒步线路进行分类，从难易程度、路线主题等来分。 | 已采纳。按照徒步线路沿途主要旅游资源特色及线路难易程度进行了户外徒步线路分类，详见说明书“游览设施-游线与游览交通工具”相关章节、图册“构建哀牢山生态秘境旅游产品体系-主题徒步线路”。 | |
| | 关于文化的植入：建议突出花腰傣在 5A 级景区创建中的文化价值性以具体的项目产品呈现出来。 | 已采纳。按照山上以生态为核心、山下以花腰傣文化为重点的发展理念，景区在达哈村集中规划了展现花腰傣文化的旅游产品体系，并系统提炼花腰傣文化元素，将其融入旅游设施的规划与设计中。详见说明书“文旅融合-文化主题挖掘与呈现”相关章节，图册“游览设施规划-旅游厕所及垃圾房设计”、“达哈片区-提升规划”以及子项目《达哈村片区旅游建设规划》相关成果。 | |
| 玉溪市水利局 | 下一步十里河建成后将划定为水源保护地，不能成为规划中的旅游核心资源 | 已采纳。规划严格遵守饮用水水源保护区相关保护管控要求，在旅游产品策划、布局及游憩线路设计过程中，十里河水库仅作为重要景观资源，不作为开发资源利用。 | |
| 玉溪市生态环境分局 | 规划应严守饮用水水源地保护有关要求。 | 已采纳。规划涉及饮用水水源保护地的区域，严格按照相关保护要求执行。 | |

# 意见及采纳情况

| 相关部门意见 | | | |
|---|---|---|---|
| **反馈意见单位** | **意见及建议（具体内容）汇总** | **采纳情况（已采纳或未采纳）** | **未采纳原因说明** |
| | 规划应符合生态保护红线的管控要求。 | 已采纳。规划涉及生态保护红线的区域，严格按照生态保护红线的相关管控要求执行。详见说明书“前提条件-合法合规建设”、“资源与环境保护”。 | |
| 玉溪市交通运输局 | 规划中要加强对国道、省道等公路建筑退界管控，严格落实退让高速公路距离不小于 30 米、国道不小于 20 米、省道不小于 15 米等要求。 | 已采纳。规划范围内新建项目涉及高速公路、国道、省道、县道、乡道、村道的，皆严格按照《公路安全保护条例》《云南省农村公路条例》进行了退让管控。 | |
| 玉溪市自然资源规划局 | 规划中项目涉及新增建设用地的项目，应该按照规定纳入国土空间总体规划、“多规合一”实用性村庄规划中，根据法定规划来保障项目用地按照程序报批合规使用。 | 已采纳。规划中涉及新增建设用地的项目，都及时与“多规合一”实用性村庄规划进行了衔接，将形成矢量数据纳入国土空间规划“一张图”。 | |
| 玉溪市林业和草原局 | 要充分衔接哀牢山国家级自然保护区总规和《云南哀牢山国家级自然保护区（新平片区）生态旅游方案（2026-2035 年）》。 | 已采纳。本规划与上位规划实现了充分衔接，其内容与哀牢山国家级自然保护区总规和《云南哀牢山国家级自然保护区（新平片区）生态旅游方案（2026-2035 年）》保持了协调统一。 | |
| | 规划应与最新的自然保护地整合优化成果相衔接，未来管理中严格执行《自然保护区条例》。 | 已采纳。规划与最新自然保护地优化成果进行动态衔接，并严格落实《自然保护区条例》及相关管控要求。 | |
| | 核心保护管控区禁止规划设置旅游项目及活动。 | 已采纳。本次规划范围不涉及核心保护区。 | |
| 玉溪市住房和城乡建设局 | 针对低空经济（无人机）发展，应当一次性统筹考虑用地布局。 | 已采纳。在规划中预留了无人机停机坪等设施用地，详见图册“旅游交通规划-景区交通组织规划”。 | |
| 新平县文化和旅游局 | 功能定位上，旅游集散功能主要集中于达哈。 | 已采纳。详见图册“主要子景点功能定位”。 | |
| | 秘境 1 号道路走向需要调整。 | 已采纳。经现场沟通，已对秘境 1 号道路的线形走向作出调整。详见图册“旅游交通规划-道路交通系统规划”。 | |

# 意见及采纳情况

| 专家评审意见 | | | |
|---|---|---|---|
| **反馈意见专家** | **意见及建议（具体内容）汇总** | **采纳情况（已采纳或未采纳）** | **未采纳原因说明** |
| 杨桂华 | 对照《旅游景区质量等级评分细则》的三个细则完成自评，找出短板，给出具体细化的提升规划内容；增加玉溪哀牢山 5A 级旅游景区创建项目实施方案表，表中明确 5A 级旅游景区建设项目的责任部门、实施主体及协作机制。 | 已采纳。规划成果已对照《旅游景区质量等级评分细则》的三个细则完成自评，并按照细则要求进行提升规划内容梳理，详见说明书“现状评估-对标自评、自评梳理与分析”相关章节；补充了玉溪哀牢山 5A 级旅游景区创建项目实施方案表，详见说明书“规划分期-玉溪哀牢山 5A 级旅游景区创建项目实施方案表”。 | |
| | 进一步完善旅游资源价值评价，重点阐释哀牢山最具代表性与竞争力的核心资源，明确其世界突出价值的 5 级资源。 | 已采纳。对玉溪哀牢山 5A 级旅游景区的旅游资源进行了详细的分析与评价，详见说明书“旅游资源吸引力分析”相关章节。 | |
| | 针对已明确投资主体的大体量、风貌不协调建筑，应落实风貌导控；公厕、垃圾房等设施建议引导其向生态自然化方向优化，整体突出自然、乡土特色。 | 已采纳。针对已明确投资主体且体量较大、风貌不协调的建筑，已与运营方开展沟通引导，建议运营方对不协调部分进行适度调整。同时，基于乡土自然特征，从景区风貌整体协调性出发，对区域内建筑风貌实施了规划控制与引导，具体内容参见图册中“风貌导控”相关图件。 | |
| 任洁 | 旅游资源价值上，除自然资源外，还需考虑文化资源的价值。 | 已采纳。在资源分析中除了分析自然资源，同步对文化资源进行了详细分析，在文旅融合中充分利用了文化资源价值，详见说明书“旅游资源吸引力分析”、“文旅融合-文化主题挖掘与呈现”相关章节。 | |
| | 对照《旅游景区质量等级评分细则》的标准要求，对标对表找差距补短板，优化完善文本内容，强化对旅游安全相关要素的考量。 | 已采纳。规划对照《旅游景区质量等级评分细则》的标准要求进行了逐项分析与规划提升，特别充实了旅游安全相关内容，详见说明书完整成果。 | |
| | 补充创建实施方案，明确现状突出问题、针对性整改提升措施、责任主体、完成时限。 | 已采纳。规划按照不同实施阶段，对重点任务与实施内容、责任部门、时间节点、预期成果等进行了实施方案编辑补充，详见说明书“规划分期-玉溪哀牢山 5A 级旅游景区创建项目实施方案表”。 | |
| 张冬 | 对照《旅游景区质量等级评分细则》开展自评，精准识别短板与差距，实施针对性提升。 | 已采纳。规划成果已对照《旅游景区质量等级评分细则》的三个细则完成自评，并按照细则要求进行提升规划内容梳理，详见说明书“现状评估-对标自评、自评梳理与分析”相关章节。 | |
| | 优化完善景区景观质量评价相关内容。 | 已采纳。规划按照规范要求，补充完善了景区景观质量评价相关内容，详见说明书“旅游资 | |

# 意见及采纳情况

| 专家评审意见 | | | |
|---|---|---|---|
| **反馈意见专家** | **意见及建议（具体内容）汇总** | **采纳情况（已采纳或未采纳）** | **未采纳原因说明** |
| | | 源价值篇”相关章节。 | |
| | 景区安全要有独立的章节。 | 已采纳。规划按照《旅游景区质量等级评分细则》相关要求，充实完善了景区安全方面的内容，详见说明书“旅游安全”相关章节。 | |
| | 建议文本依照细则分类展开，避免现存的合并性表述问题。 | 已采纳。规划成果内容按照《旅游景区质量等级评分细则》进行分类展开表述，详见说明书完整成果。 | |
| 周南 | 在条件允许的前提下，对秘境 1 号道路进行适度拓宽。 | 已采纳。关于秘境 1 号道路宽度建设条件事宜，已与新平县交通局等相关单位进行沟通协调，相关部门将综合建设施工难度及投资等多方面因素予以统筹考虑。 | |
| | 注重景区景观形象，尽量使用本土材。 | 已采纳。依据乡土自然特征，对景区内建筑风貌实施了规划控制与引导，详见图册中“风貌导控”相关图件。 | |
| 程浩然 | 现状分析以表格形式总结，明确已达标的项与需提升的。 | 已采纳。以表格形式进行了现状分析，并对分析结果进行了归纳总结，详见说明书“现状评估-对标自评、自评梳理与分析”相关章节。 | |
| | 风貌控制应融入本土文化元素，对已明确投资主体的大体量、风貌不协调建筑，补充落实风貌导控。 | 已采纳。针对已明确投资主体且体量较大、风貌不协调的建筑，已与运营方开展沟通引导，并建议运营方对不协调部分进行适度调整。同时，基于乡土自然特征，从景区风貌整体协调性出发，对区域内建筑风貌实施了规划控制与引导，具体内容参见图册中“风貌导控”相关图件。 | |
| | 突出哀牢山最具代表性与竞争力的核心资源，强化哀牢山 IP。 | 已采纳。规划涵盖旅游资源吸引力、旅游市场影响力以及世界级吸引力与影响力的培育等方面的分析，重点凸显哀牢山核心资源优势，并明确了哀牢山的品牌形象定位。详见说明书“旅游资源价值篇”相关章节。 | |

# 《玉溪哀牢山5A级旅游景区创建规划》

# 图 册

《玉溪哀牢山生态旅游专项规划》

生态旅游
全域拓展

生态保育

核心
《玉溪哀牢山5A级旅游景区创建规划》

支撑

支撑

支撑

支撑

未来项目

未来项目

东关岭大本营
《耀南村东关岭片区旅游建设规划》

达哈新门户
《达哈村片区旅游建设规划》

未来项目

未来项目

“中国秘境·玉溪哀牢山”
推动哀牢山生态旅游高质量发展

# 图册目录


## Part1　识局明势

1.机遇识别

- 政策导向机遇
- 市场需求与认知机遇
- 外部交通改善机遇

2.优势基础

- 取得成效
- 优势资源

3.自检自查

- 4A现状评估与5A对标研判

4.创建思路

5.核心愿景

## Part2　系统规划

1.统一顶层设计

- 景区名称建议
- 景区范围规划
- 景区功能定位
- 景区总体功能结构规划

2.培育世界级旅游吸引力

- 确立哀牢山生态秘境世界级品牌
- 构建哀牢山生态秘境旅游产品体系
- 研发哀牢山生态秘境文创产品

3.夯实硬件基础

- 旅游交通规划
- 游览设施规划
- 游览服务设施规划
- 智慧旅游设施规划

4.子景区提升规划

- 石门峡景区
- 茶马古道景区
- 金山原始森林
- 陇西世族庄园片区
- 东关岭大本营
- 达哈新门户

## Part3　风貌导控

1.重要节点风貌引导

2.景区建筑风貌引导

3.景区道路景观

## Part4　实施保障

1.5A创建实施路径

2.保障体系

## Part5　附件

项目库

景区承载量测算

# Part1　识局明势

1.机遇识别

2.优势基础

- 取得成效
- 优势区位
- 优势资源

3.自检自查

- 4A现状评估
- 5A对标研判

4.创建思路

5.核心愿景

## ➢ 政策导向机遇

# 紧抓战略新机遇




### 应势而生

**国家战略支撑**

- **“十五五”规划建议，**提出“**推进文旅深度融合**，大力发展文化旅游业，以文化赋能经济社会发展。”

拟确定云南省 2025 年国家 4A 级旅游景区名单

（共 16 个，按州市行政区划排序）

| 序号 | 州市 | 景区名称 |
|---|---|---|
| 1 | 昆明市 | 寻甸柯渡红军长征纪念馆景区 |
| 2 | 昆明市 | 呈贡斗南花市景区 |
| 3 | 昭通市 | 昭通古城景区 |
| 4 | 玉溪市 | 新平石门峡景区 |
| 5 | 玉溪市 | 易门铜韵绿汁景区 |

### 聚势而为

**省级战略赋能**

- 《云南省<生态保护补偿条例>实施细则》**“通过特许经营等方式依法依规开发生态旅游产品“**。
- 2025 年省林草厅出台《加快生态旅游与森林康养产业发展措施》，支持在自然保护地实验区开发徒步、研学等生态产品（有效期覆盖“十五五”）。
- **旅居云南**。

玉溪市“十五五”文化和旅游发展规划

### 乘势而上

**市（县）级战略推动**

- ——玉溪市“十五五”规划提出“十五五”期间，哀牢山生态旅游区力争创建为世界级旅游景区。
- ——“十五五”期间，以“中国秘境•玉溪哀牢山”为品牌定位，**将哀牢山生态旅游区核心区建设成为国家5A级旅游景区**和国家级生态旅游区，实现生态文明旅游实践共建共享。

## ➢ 市场需求与认知机遇

# 紧抓市场新选择




### 1.深度生态体验需求爆发

**专业徒步与自然研学**

- 2025 年哀牢山省外游客停留时长显著增加游客偏好专业徒步、自然研学等沉浸式项目。



### 2.康养旅居需求升级

**气候优势与秘境环境**

- 云南"气候优势+秘境环境"吸引大量中高端客群
- 2025年1-3月哀牢山康养主题民宿入住率创新高
- 客单价高于普通酒店，康养市场潜力巨大




### 3.秘境认知溢价凸显

**品牌传播与价值提升**

- 2024 年国庆节期间哀牢山景区火爆出圈，打开全国知名度。
- 2025年哀牢山“秘境”通过短视频传播搜索量增长，游客愿为原始生态体验支付溢价。
- **2026 年《纽约时报》“全球必访 52 地”评选，云南作为中国唯一入选，入选主要原因“生物多样性”。**

# 1.机遇识别

## ➢ 外部交通改善机遇

## 紧抓通达新动能

### 1.大戛高速

- 昆明→昆磨→大戛高速→戛洒镇，
- 车程缩短至约 **3.5** 小时，节省 **1** 小时以上，
- 吸引**昆明、玉溪、曲靖**游客--周末自驾游常态化

### 2.永金高速

- **北接**四川攀枝花、凉山州，南连元江、红河
- 开拓**川渝地区远程**客源市场。

### 3.化念高铁站

- 直接连通昆明（约 1.5 小时高铁）、普洱、西双版纳**乃至老挝琅勃拉邦**
- 将哀牢山纳入**跨省、跨国**旅游线路。

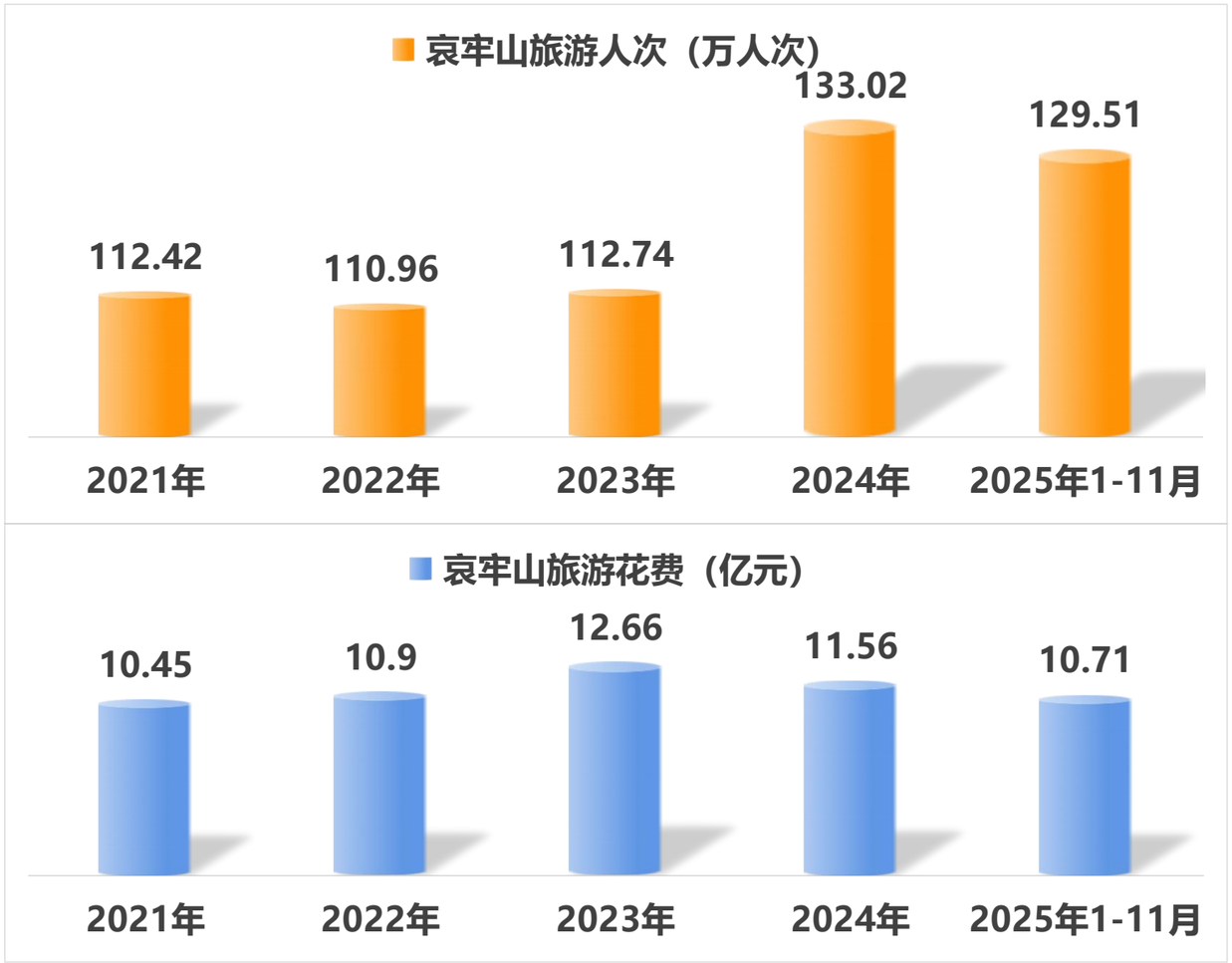


# 2.优势基础

## ➢ 取得成效

**① 三大核心景区整体获评4A，完成5A创建的基石布局；**

**② 近五年市场基础持续巩固，叠加2024年流量引爆的历史性机遇，哀牢山旅游开启全新机遇窗口。**




关于2025年国家4A级旅游景区拟确定名单的公示

发布时间：2025/12/29 来源：厅资源开发处

根据《旅游景区质量等级划分》（GB/T 17775-2024）国家标准和《旅游景区质量等级管理办法》要求，经各州（市）文化和旅游局初评、推荐，省文化和旅游厅按程序组织开展了2025年国家4A级旅游景区评定工作，寻甸柯渡红军长征纪念馆景区等16家景区达到国家4A级旅游景区标准，拟确定为国家4A级旅游景区。

现将拟确定名单予以公示，公示期自发布之日起5个工作日。如对名单有异议，可在公示期内向省文化和旅游厅提出。异议须以书面形式，并提供证明材料。

电话：省文化和旅游厅 资源开发处 0871—64608335，邮箱：ynwlzykf@126.com。

**附件**：拟确定云南省2025年国家4A级旅游景区名单

云南省文化和旅游厅

2025年12月29日

附件

拟确定云南省 2025 年国家 4A 级旅游景区名单

（共 16 个，按州市行政区划排序）

| 序号 | 州市 | 景区名称 |
|---|---|---|
| 1 | 昆明市 | 寻甸柯渡红军长征纪念馆景区 |
| 2 | 昆明市 | 呈贡斗南花市景区 |
| 3 | 昭通市 | 昭通古城景区 |
| 4 | 玉溪市 | 新平石门峡景区 |
| 5 | 玉溪市 | 易门铜韵绿汁景区 |
| 6 | 保山市 | 龙陵邦腊掌景区 |
| 7 | 楚雄州 | 元谋浪巴铺土林景区 |
| 8 | 楚雄州 | 大姚三潭瀑布景区 |
| 9 | 红河州 | 建水古城小火车景区 |
| 10 | 文山州 | 马关马鞍山景区 |
| 11 | 大理州 | 祥云王家庄红色旅游区 |
| 12 | 德宏州 | 梁河南甸伴山云隐温泉旅游区 |
| 13 | 丽江市 | 丽江四季花开景区 |
| 14 | 丽江市 | 玉龙白沙壁画景区 |
| 15 | 怒江州 | 兰坪罗古箐景区 |
| 16 | 临沧市 | 凤庆鲁史古镇景区 |

## ➢ 优势资源1——生态秘境

# 生态天堂

全球最大、种群密度最高的

**无黑冠长臂猿栖息地**



**原始秘林**



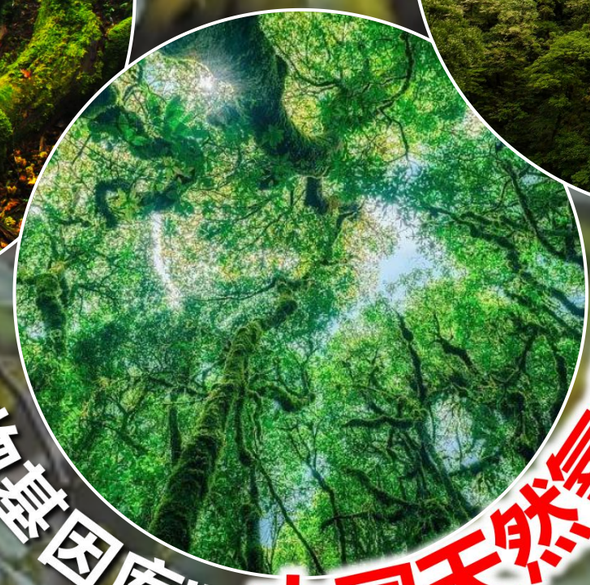
全球**生物多样性**

最丰富的地区之一





**候鸟迁徙国际通道**



**“生物基因库”“中国天然氧吧”**

## ➢ 优势资源2——人文秘境

人文明珠












## ➢ 优势资源3——水文秘境

飞瀑碧溪

燕子崖瀑布



石门峡溪水



南恩瀑布



十里河



## ➢ 优势资源4——气象秘境

# 云海奇观






# ➢ 优势资源5——地质秘境




地质宝库

景区内的石门峡正好处于哀牢山断裂带挤压带内，通过岩浆侵入、断裂构造挤压，沉积岩经过混合、变质作用形成花岗片麻岩、片麻岩，在流水的冲刷和侵蚀作用下形成了**独特的“石门”自然地貌景观。**

## ➢ 优势资源6——天文秘境

星空净土





















# 3.自检自查

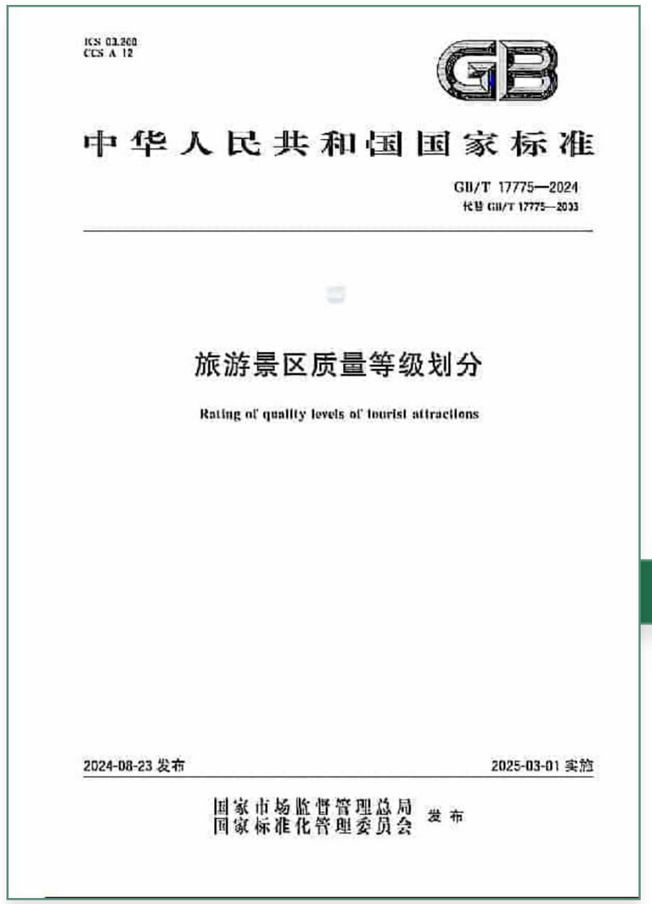
## ➢ 4A提升重点与5A标准解析

**■4A尚存短板，尽快提升完善**

**1.在建配套快速落地运营；**

**2.软件服务提高品质；**

**3.加强人才保障与安全管护。**



ICS 03.200
CCS A 12

GB

中华人民共和国国家标准

GB/T 17775—2024
代替 GB/T 17775—2003

旅游景区质量等级划分

Rating of quality levels of tourist attractions

2024-08-23 发布　　2025-03-01 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会　发布

**细则一：质量等级划分前提条件**

**细则二：旅游资源价值评分细则**

**细则三：旅游设施与服务质量评分细则**

**5A景区质量等级划分共9大项**

1. 资源价值
2. 旅游交通
3. 游览设施
4. 游览服务
5. 旅游安全
6. 文旅融合
7. 智慧旅游
8. 资源与环境保护
9. 综合管理

**资源价值**

- 在历史文化、自然生态、科学教育三类价值中至少一类资源具有世界级突出价值或意义。

**旅游交通**

- 便捷易达、舒适优美

**文旅融合(新)**

- 内涵丰富、主题突出
- 互动体验、特色文创

**智慧旅游（新）**

- 数智全面赋能
- 游览设施与服务水平优
- 旅游安全与环保保障佳

# 4.创建思路

**资源价值**
- 历史文化、自然生态、科学教育三类，价值中至少一类资源具有世界级突出价值或意义。

**旅游交通**
- 便捷易达、舒适优美

**文旅融合(新)**
- 内涵丰富、主题突出
- 互动体验、特色文创

**智慧旅游（新）**
- 游览设施与服务水平优
- 旅游安全与环保保障佳

**一、深挖资源价值，升华旅游吸引力** → 5A关键

**二、“外捷内畅” 网络，便捷旅游交通** → 5A破局

**三、盘活巧用存量，快速迭代体验** → 5A巧策

**四、4A固本强基，5A渐进筑品牌** → 5A基础

# 4.创建思路——旅游交通（5A破局）



ICS 03.200
CCS A 12

GB

中华人民共和国国家标准

GB/T 17775—2024
代替 GB/T 17775—2003

旅游景区质量等级划分

Rating of quality levels of tourist attractions

2024-08-23 发布　　2025-03-01 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会　发布

6.1.2 旅游交通

6.1.2.1 外部交通符合以下条件：

a）景区可进入性好，具有民航、高速铁路、高等级公路或高等级航道等快速交通方式到达景区所在地；

b）通往景区道路应平坦、通畅，指路标志、临时停靠点等道路附属设施完备，能满足安全、舒适、绿色、便捷的车流与客流交通要求，沿线景观自然、优美，观赏效果良好，交通管理规范；

c）应有完善的旅游集散与接驳系统，有便捷抵达景区的公共交通或旅游专线交通。

6.1.2.2 交通标志与停车（船）服务符合以下条件。

a）应在游客到达的主要交通场站及通往景区的主要道路上设置旅游交通专用标志，道路交通标志应符合 GB 5768.2 要求。

b）应有与景观环境相协调的停车场或船舶码头，布局合理，容量应充分满足游客接待需要；停车场地应平整坚实、标线清晰、生态环保，船舶码头水域应畅通、清洁；标志应规范、醒目、美观。

c）停车（船）管理完善，应有停车场（船舶码头）安全监控系统，配备汽车充电设施，宜提供智慧停车（船）服务。

| | 现状建设情况 |
|---|---|
| ①<br>外部通达 | 大戛高速、永金高速直达，化念高铁可通过公共交通衔接 |
| ②<br>内部交通 | 以私家车出行为主，易发生拥堵 |
| ③<br>公共交通 | 新平县城东、戛洒镇客运站以及化念站均有旅游公交直达景区 |
| ④<br>交通标识 | 永金高速及出口、G323 沿线关键岔路口已布设旅游交通专用标志 |
| ⑤<br>停车配套 | 游客中心及核心景点共设停车场 3 处，车位 300 个（固定 240、临时 60） |

## 旅游交通规范要求

景区所在地具备快速交通可达条件。

车流、客流组织安全、舒适、绿色、便捷，沿线景观效果优良。

设有便捷直达景区的公共交通或旅游专线。

主要道路配套设置旅游交通专用标识。

停车场布局合理，监控、充电等设施完善。

## 旅游交通破局思路

①外部通达

打通大戛、永金高速、化念高铁站与景区的接驳通道，实现对外快速交通无缝衔接。

②内部交通

以景区公共接驳 + 绿色出行模式为主导，同步打造交通景观廊道。

③公共交通

开通昆明、中老铁路沿线站点等节点至景区的直达旅游专线，拓展客源半径。

④交通标识

完善景区特色化旅游交通标识体系，提升导览辨识度与体验感。

⑤停车配套

实施停车场智慧化升级与新建，解决停车供需与服务短板。

## 5.核心愿景

### ➢ 目标定位与宣传口号

# 中国秘境·玉溪哀牢山

宣传口号：

◆秘境哀牢山，最氧全世界

◆云上哀牢山，一步一画卷

◆生态秘境，基因宝库

**1.“哀牢山”别名“爱乐山”**

**音译雅化。**“爱乐”是“哀牢”在少数民族语言中的同音异写。

**本义还原。**清朝顾祖禹《读史方舆纪要》记载，“哀牢山府东二十里，本名安乐，蛮语讹为哀牢。

**寓意美好。**变“哀愁”为“热爱快乐”，提升地名亲和力与传播吸引力。

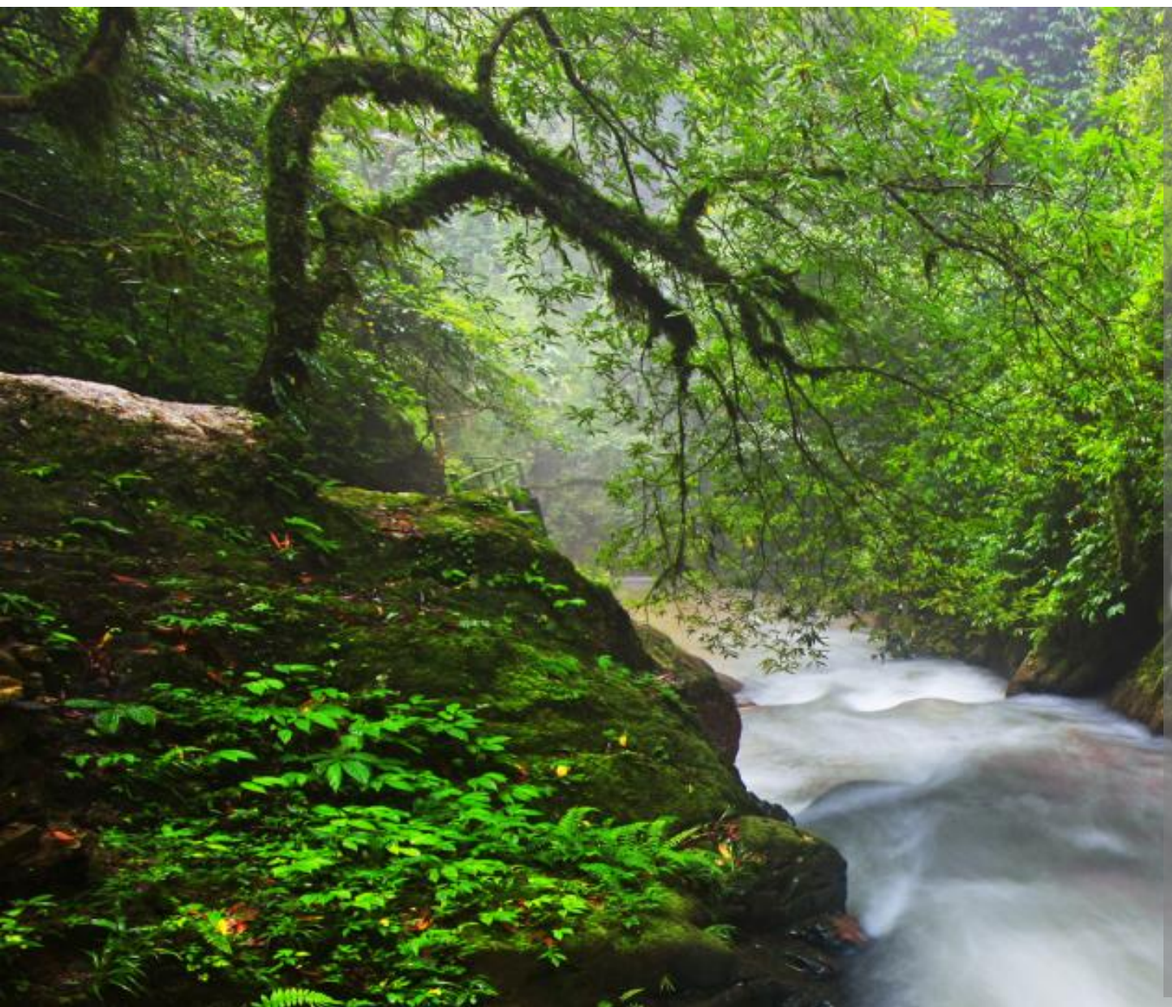
**2.“哀牢山”别名“金山”**

**源于民歌传唱。**新平花腰傣女子歌谣中唱道：“挖一条大路去找一座金山……过了红河又进哀牢山”。将哀牢山别称“金山”，正是回应了歌谣中先民对理想之地的千年追寻——那座梦中的“金山”，原来就藏在脚下的哀牢山中。

**基于历史矿藏。**除了歌声的指引，哀牢山腹地自古确有金矿开采遗迹，是名副其实的“怀金孕宝”之地。称其为“金山”，是对这片土地拥有真实金色资源的历史致敬。

**契合时代理念：生态文明的绿色财富。**在“绿水青山就是金山银山”的理念下，哀牢山完整的原始森林是无可替代的生态资产。“金山”之名完成了从“寻找金矿”到“守护生态”的升华，象征着这里正是可持续发展的“绿色金山”。

# Part2　系统规划



## 1.统一顶层设计

- 景区名称建议
- 上位规划衔接
- 景区范围规划
- 景区功能定位
- 景区总体功能结构规划

## 2.培育世界级旅游吸引力

- 确立哀牢山生态秘境世界级品牌
- 构建哀牢山生态秘境旅游产品体系
- 研发哀牢山生态秘境文创产品

## 3.夯实硬件基础

- 旅游交通规划
- 游览设施规划
- 游览服务设施规划
- 智慧旅游设施规划

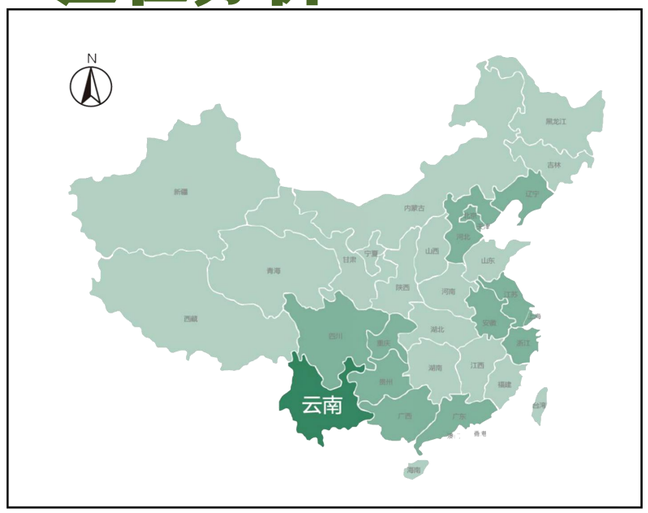
## 4.子景区提升规划

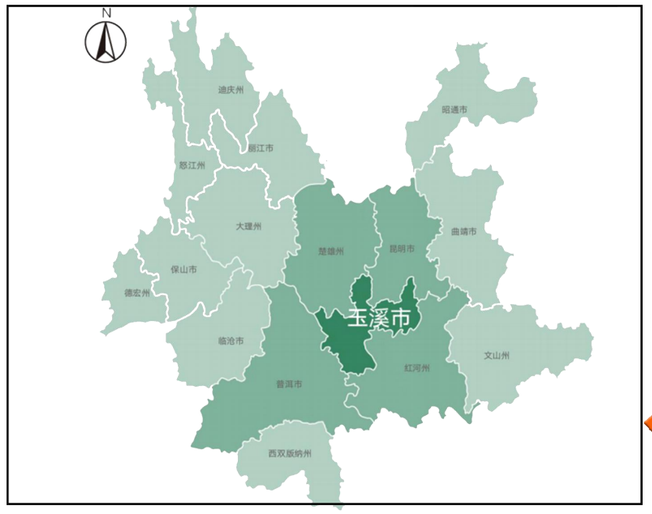
- 石门峡景区
- 茶马古道景区
- 金山原始森林
- 陇西世族庄园片区
- 东关岭大本营
- 达哈新门户

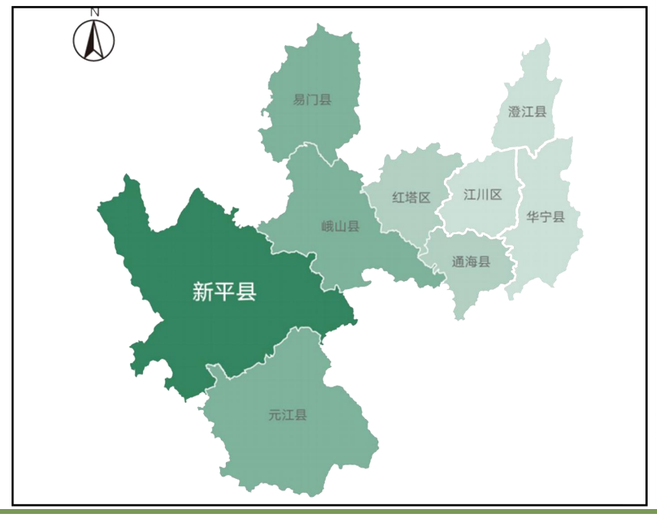
# 1.统一顶层设计

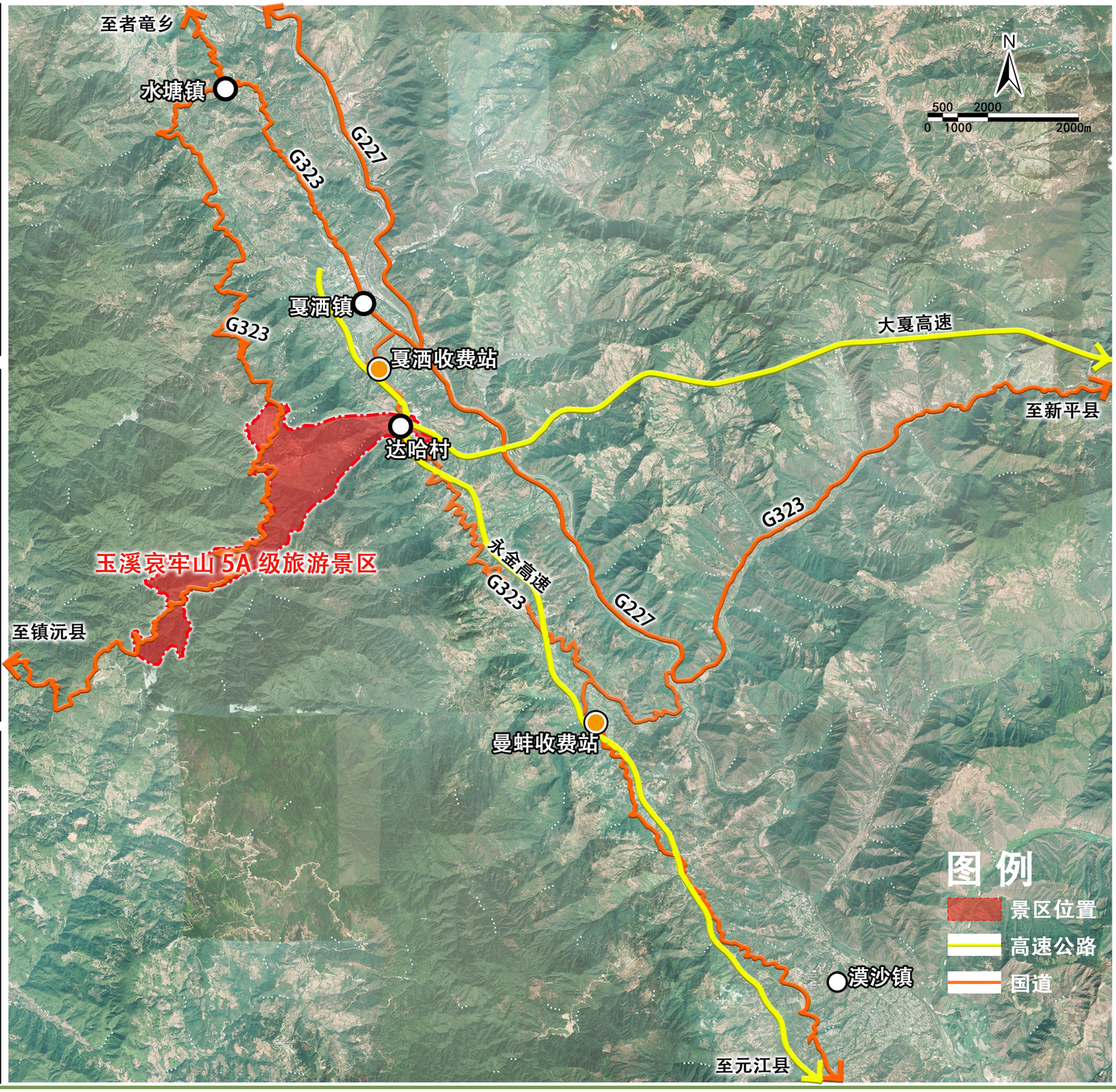
# 1.统一顶层设计

## ➢ 区位分析



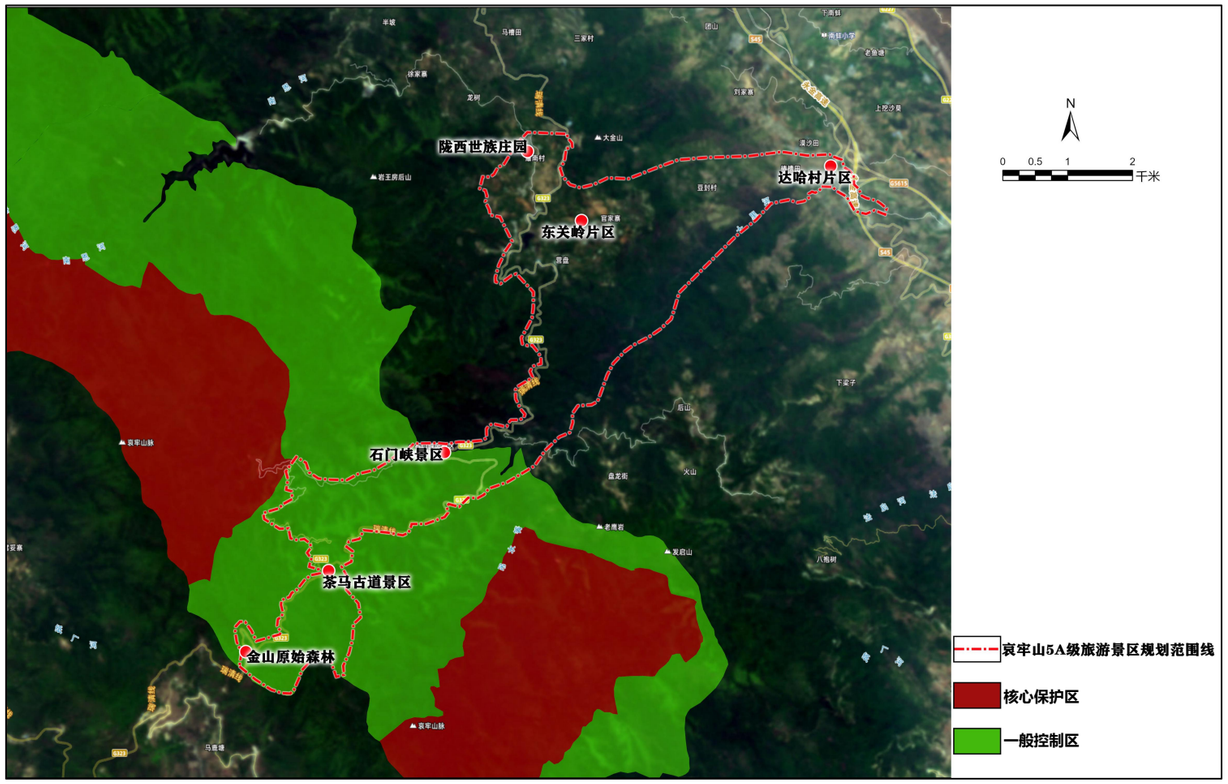



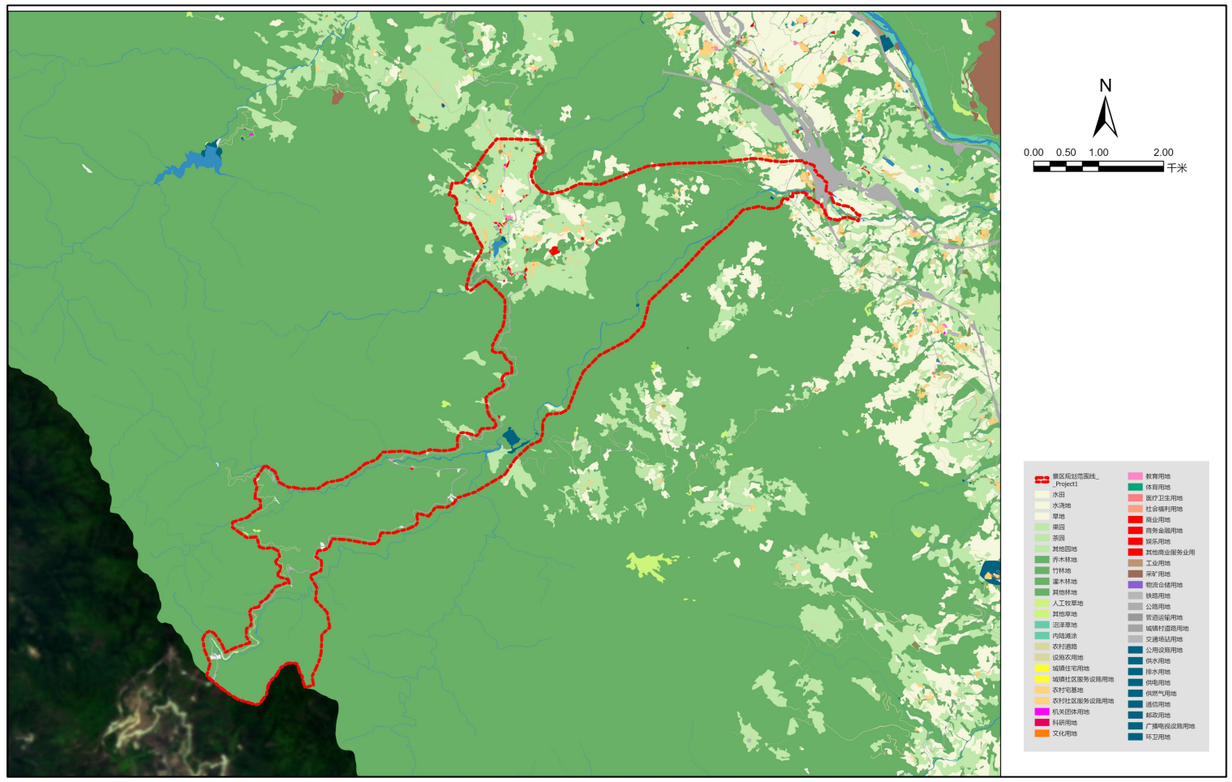
# 1.统一顶层设计

## ➢ 上位规划衔接




《云南哀牢山国家级自然保护区（新平片区）生态旅游方案》——功能区划图

- 此次规划仅涵盖哀牢山自然保护区一般控制区，涉及现有4A景区，其余区域皆在保护区外。
- 规划将从生态与可持续发展出发，以盘活利用存量资产为主要路径。




《新平县国土空间总体规划（2021-2035年）》—— 国土空间用地布局规划图

- 规划范围内，林地占比最高，足见生态资源优越。
- 受保护区影响，现有4A景区可建设用地有限。
- 借此次5A范围扩展之机，新增的关岭、达哈及陇西世族庄园片区，有一定建设用地，为5A景区创建发展提供更好用地保障。

## ➢ 规划范围

**哀牢山5A级旅游景区**

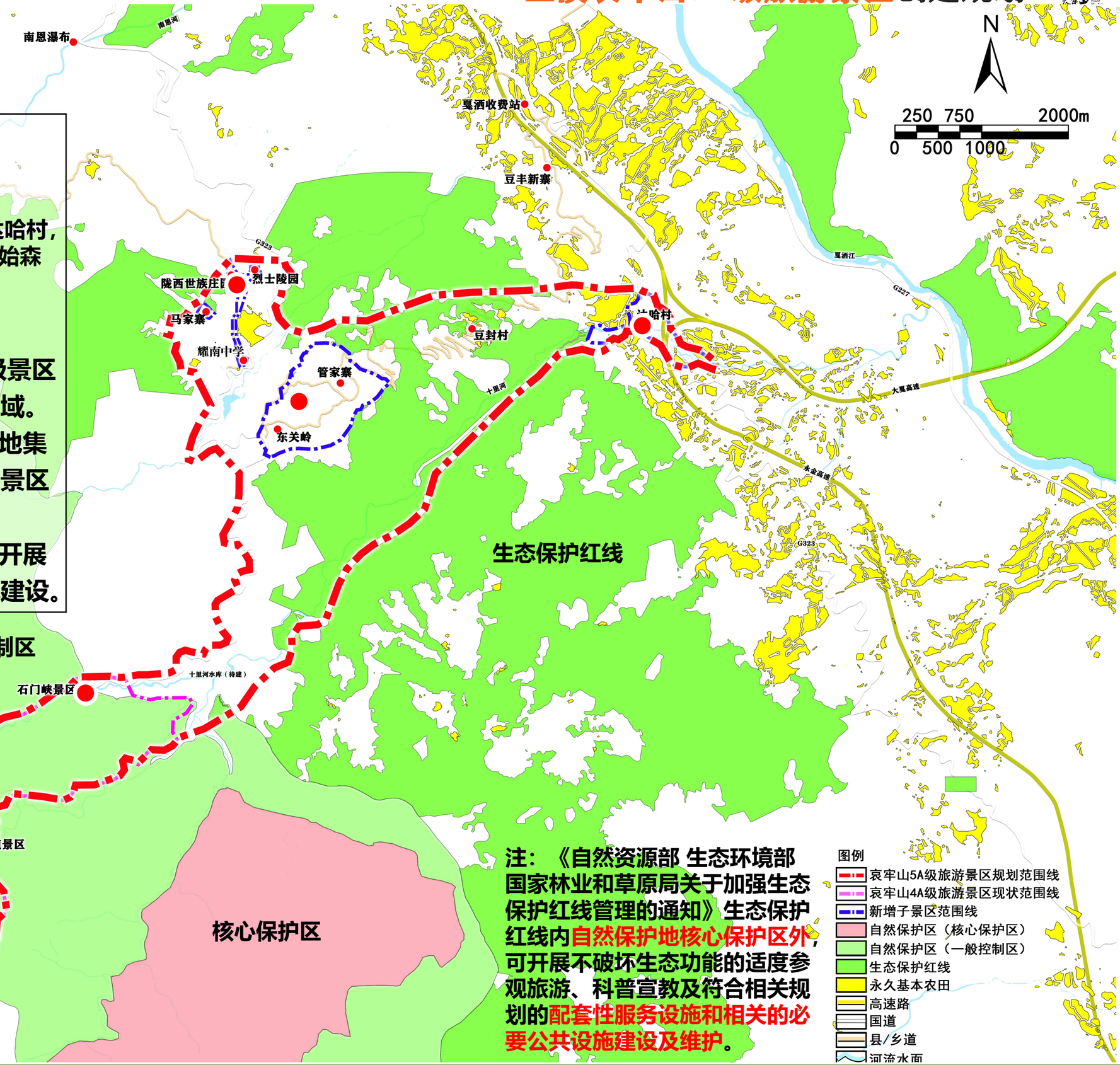
**规划面积：18平方公里**

规划范围北至陇西世族庄园，东至达哈村，南至燕子崖瀑布（十里河），西至金山原始森林景区，规划面积约18平方公里。

1.规划范围避让核心保护区：在4A级景区基础上拓展新区，不触及核心保护区域。

2.建设用地不逾越管控底线：新增用地集中布局于东关岭、达哈片区，现有子景区以存量提升为主。

3.生态保护红线内仅限准入项目：仅开展户外徒步活动及必要的旅游配套设施建设。



# 1.统一顶层设计

## ➢ 主要子景点功能定位

### 研学医养区



完善基础配套
带动乡村振兴

### 峡谷溪流秘境

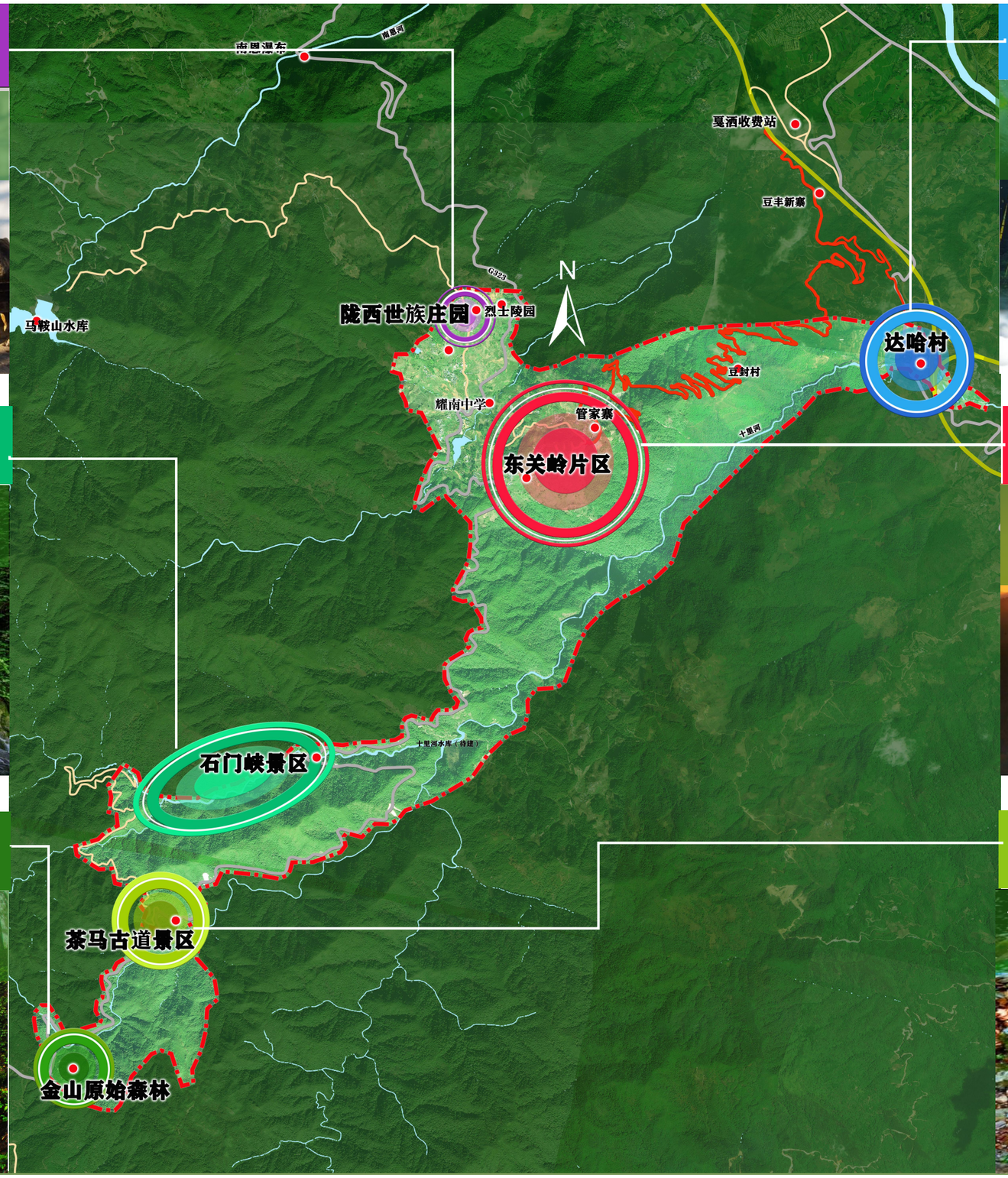


强化后段吸引力
贯通旅游环线

### 原始生态秘境



提升游览体验
拓展资源价值




### 达哈新门户



增强集散功能
完善基础配套

### 东关岭大本营



完善基础配套
丰富旅游业态

### 茶马文化秘境



破解有名无实困局
低介入再现遗址场景

# 1.统一顶层设计

## ➢ 总体功能结构规划



# 2.培育世界级旅游吸引力

## 2.培育世界级旅游吸引力

### ➢ 确立哀牢山生态秘境世界级品牌



# 2.培育世界级旅游吸引力

## ➢ 确立哀牢山生态秘境世界级品牌



# 2.培育世界级旅游吸引力

## ➢ 构建哀牢山生态秘境旅游产品体系





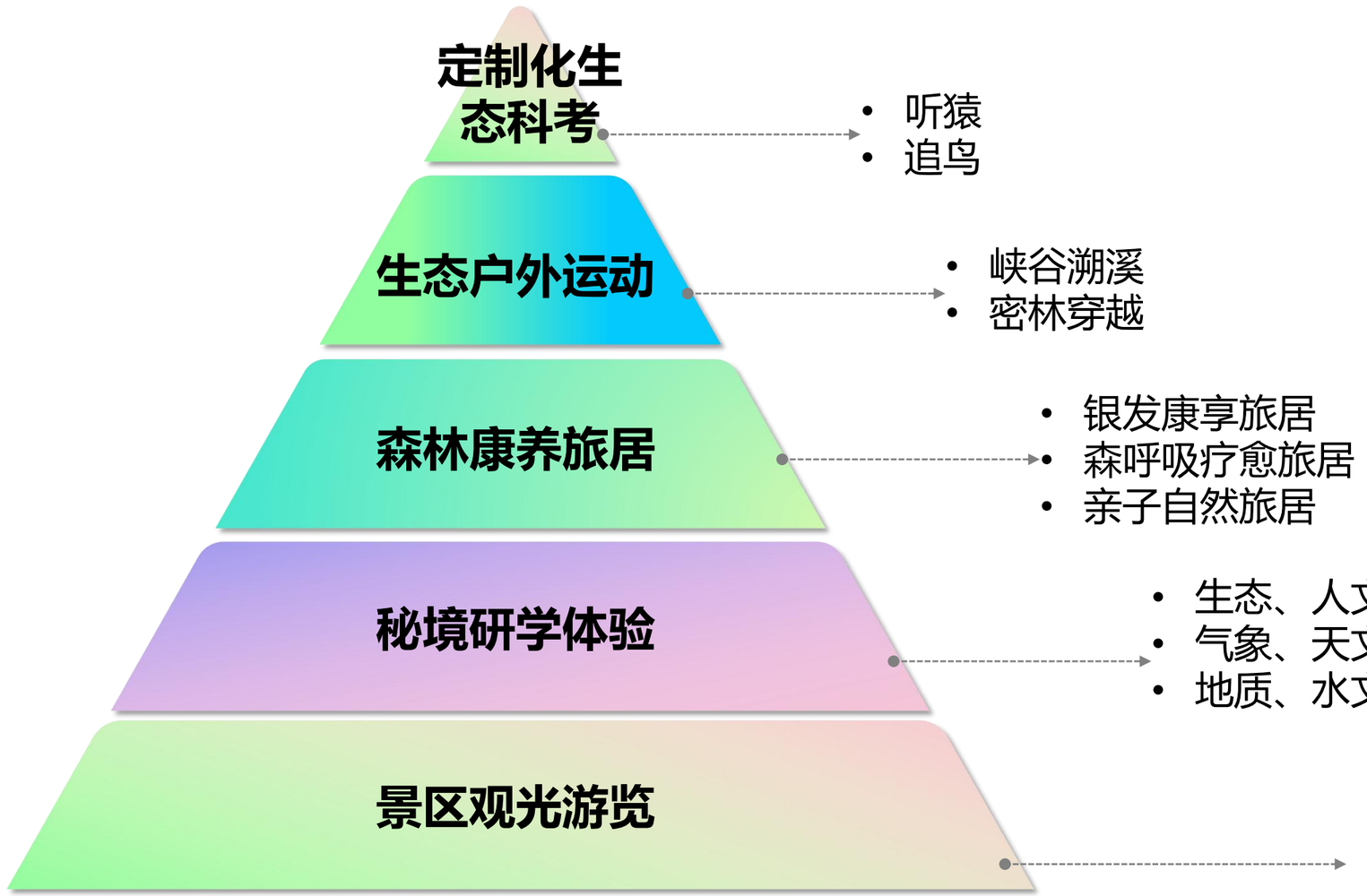






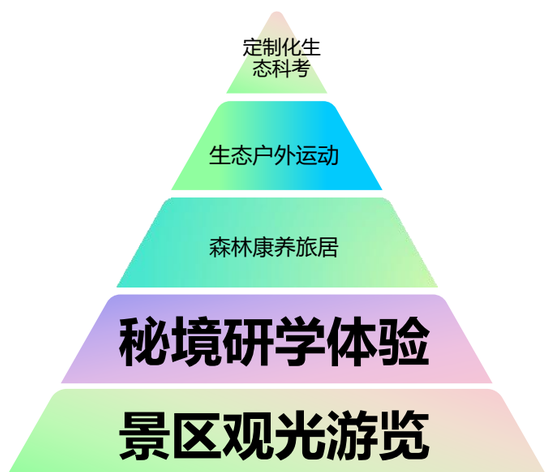




# 2.培育世界级旅游吸引力

## ➢ 构建哀牢山生态秘境旅游产品体系




### 景区观光游览













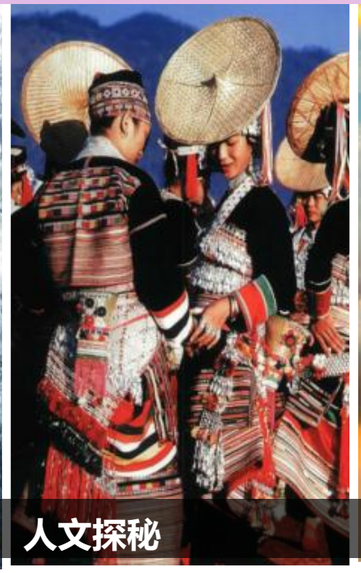






### 秘境研学体验







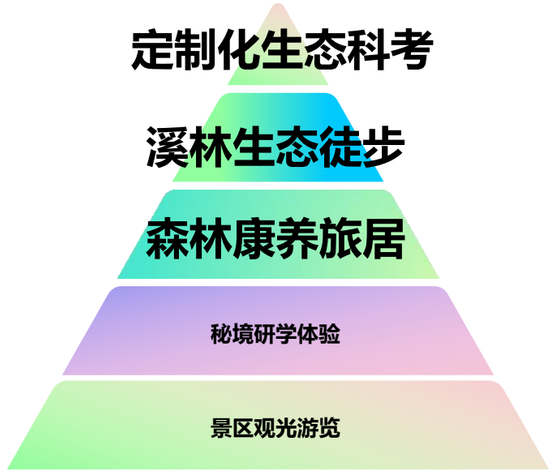




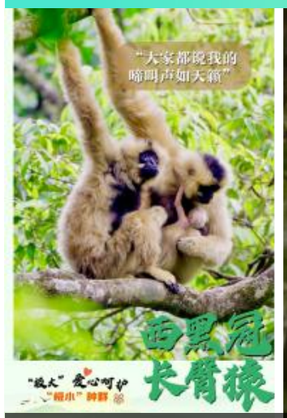


# 2.培育世界级旅游吸引力

## ➢ 构建哀牢山生态秘境旅游产品体系




### 定制化生态科考




听猿



追鸟

### 森林康养旅居



银发康享旅居



亲子自然旅居

### 生态户外运动



峡谷溯溪

清泉漫步



瀑布揽胜

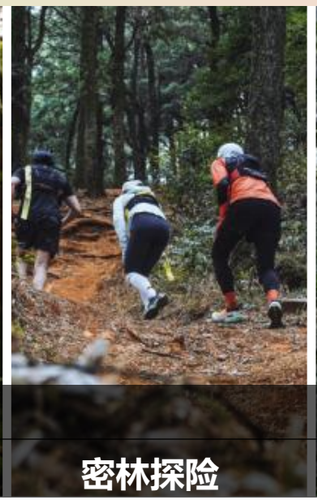


激流挑战



密林穿越

穿林轻徒步



密林探险



主峰攀登

# 2.培育世界级旅游吸引力

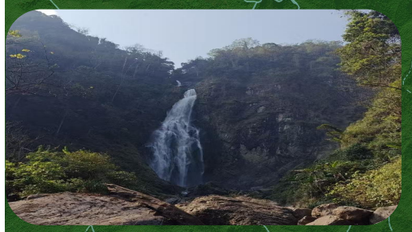
## ➢ 构建哀牢山生态秘境旅游产品体系——主题徒步线路



①杜鹃花径徒步线路
(5.5公里)



②穿林探水徒步线路
(6.5公里)



③听瀑寻猿徒步徒步
(11.3公里)



④岩壁观光徒步线路
(7.6公里)



⑤防火道徒步线路
(14公里)



⑥密林穿行徒步线路（16公里）



⑦、⑧溯溪踏水徒步线路
(⑦4.4公里、⑧4.5公里)




N

250 750 2000m
0 500 1000

➢ **近期(1-2年)开发线路（①、②）**

开发理由：

线路条件成熟，距离合适，风险低，适合快速推向市场。

景观类型经典（花海、峡谷、溯溪），大众接受度高。

可快速建立品牌口碑，回收初期投入，为后续开发积累运营经验。

➢ **中远期（3年及以上）开发线路（③、④、⑤、⑥、⑦、⑧）**

开发理由：

已具备民间徒步基础，线路存在但未规范化，开发成本可控。

主题差异化明显（听猿、亲水、岩壁、密林），能吸引进阶徒步爱好者。

可承接前期客流，丰富产品线，延长游客停留时间。

➢ **越野赛建议路线：①+③+⑦金山丫口 -花山-茶马古道-十里河水库-燕子崖瀑布-达哈(21.2KM)**

# 2.培育世界级旅游吸引力

## ➢ 构建哀牢山生态秘境旅游产品体系——体旅融合项目

### 竞技赛事类（流量引爆）




“秘境哀牢”国际山地越野挑战赛




“云上爬升”自行车爬坡王挑战赛




哀牢山崖壁攀岩/跑酷邀请赛

### 户外探险类（增加野趣）




“哀牢秘境”户外主题徒步




“云上哀牢”无人机低空飞行体验



“云端之壁”飞拉达岩壁攀登

### 康养运动类（拉长体验）




森林瑜伽与冥想静修营



哀牢山负氧离子晨练



森林浴疗愈徒步

# 2.培育世界级旅游吸引力

## ➢ 拓展全时全龄生态旅游体验系统

### 四季性生态体验设计

**夏·清凉秘境（5-8月）**
- 原始森林溯溪避暑
- 瀑布群观览
- 星空观测夏令营
- 夏季野生菌美食

**秋·丰盈颂歌（9-11月）**
- 特色林果采摘
- 中草药采收
- 科普
- 秋日山野写生艺术季

**春·万物生发（2-4月）**
- 古道踏青户外徒步
- 高山杜鹃赏花

**冬·云上美居（12-1月）**
- 云海摄影
- 民族年俗
- 冬季温补药膳养生

### 全龄层生态体验活动

**银发康养客群**
- “深呼吸”中长期旅居养生
- 21天康养行程

**青年潮流客群**
- “秘境探索家”社交旅行产品

**亲子家庭客群**
- “哀牢山自然学院”系列课程

**专业兴趣客群**
- “一行一策”专项服务

# 2.培育世界级旅游吸引力

## ➢ 研发哀牢山生态秘境文创产品　旅游吉祥物塑造与产品开发



“小西”
（萌萌哒）



“阿黑”
（酷酷哒）



“冠美”
（美美哒）




**哀牢精灵**

“哀牢精灵”旅游吉祥物：以世界旗舰物种西黑冠长臂猿为核心形象，塑造可爱、智慧、具有守护者气质的“哀牢精灵”旅游吉祥物。

# 2.培育世界级旅游吸引力

## ➢ 研发哀牢山生态秘境文创产品　旅游吉祥物塑造与产品开发

AILAO ANGEL
哀牢精灵



正面



背面















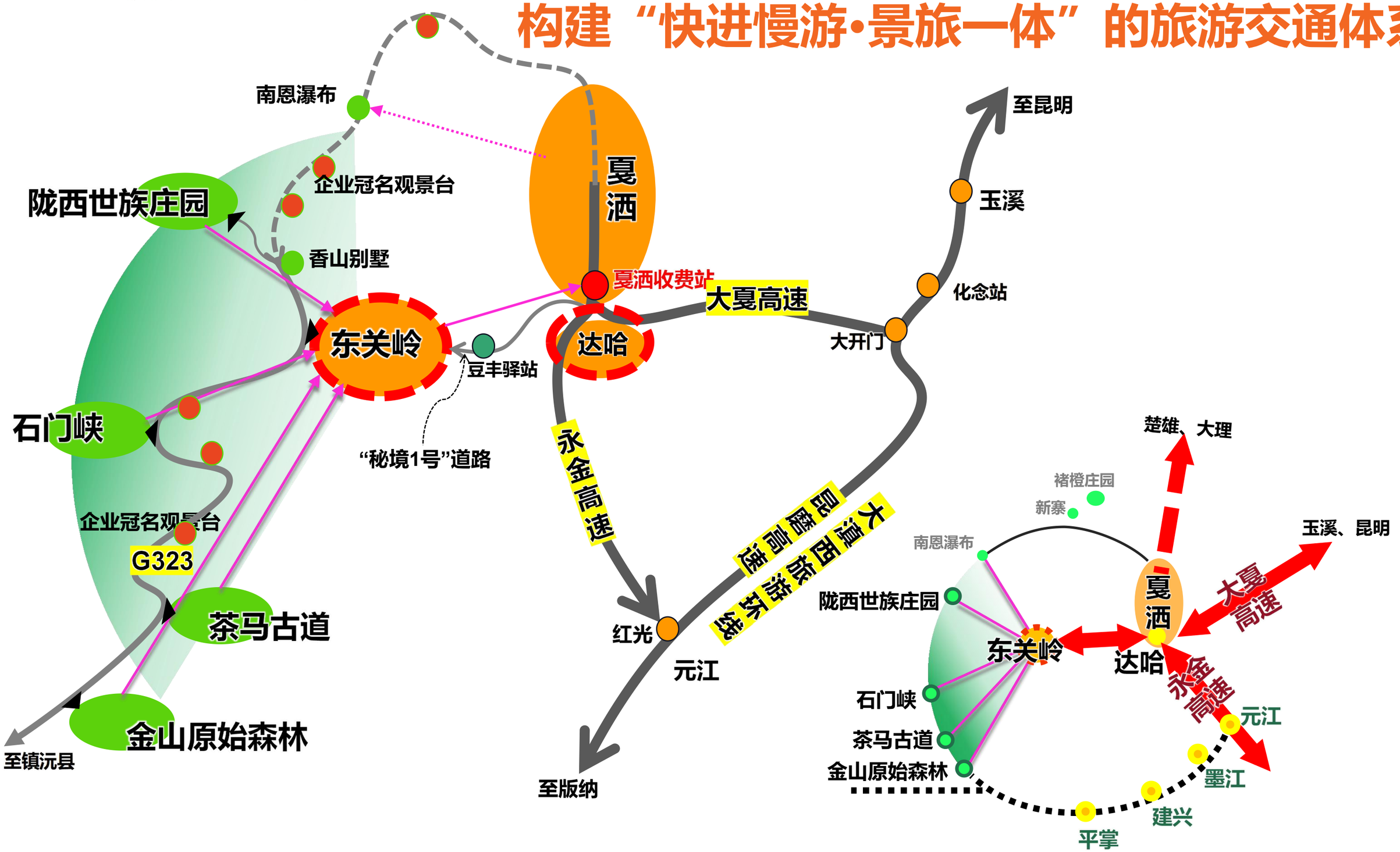



# 3.夯实硬件基础

# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划

### 构建“快进慢游·景旅一体”的旅游交通体系



# 旅游交通规划
## ——景区交通组织规划

至戛洒镇
(南恩瀑布)

至双柏县
戛洒收费站

东关岭大本营
游客中心接驳站、2号线索道站

豆丰新寨

秘境1号旅游道路
(豆封村-东关岭15公里)

陇西世族庄园接驳站

陇西世族庄园

烈士陵园

马鞍山水库

马家寨接驳站

载人无人机停机坪

耀

豆封村

索道线路（3.5公里）

河边街水库

1号线索道站

东关岭

岭西接驳站

索道线路（1公里）

1号线索道站

载人无人机停机坪

达哈接驳站、2号线索道站

N

250 750 2000m

0 500 1000

戛洒江

至新平县

大理高速

十里河



景区公共接驳车线路



石门峡前门接驳站

石门峡后门接驳站

石门峡景区

十里河水库（待建）

茶马古道景区接驳站

茶马古道景区

载人无人机停机坪

载人无人机停机坪

金山原始森林接驳站

金山原始森林

至镇沅县

至元江县

共计：
景区接驳车站10处
索道站4处

景区接驳车线路

景区索道线路

景区主要步行线路

图例
规划范围线
高速路
国道
县/乡道
河流水面

# ➢ 旅游交通规划

## ——游线系统规划（经典2日游）

至戛洒镇（南恩瀑布）

戛洒收费站 至双柏县

豆丰新寨

N

250 750 2000m

0 500 1000

至新平县

马鞍山水库

河边街

09 10 烈士陵园

08 陇西世族庄园

马家寨

耀南

豆村村

达哈游客中心

01 花腰果蔬长廊

21

东关岭游客中心（生物多样性宣教中心）

02

“哀牢本草”市集 13 云海观景台

20

11 12

茶马古街

“小小天文台”观星台

14 燕子崖瀑布

石门峡后门

动物救助站（科普基地）

05

石门峡景区 03

“飞跃哀牢山”5D影院

04

石门峡景区

蜂巢蜜谷

06

07 老鹰石（金蟾）

虚拟场景体验区

17

15 马帮主题实景体验区

16

“西黑冠长臂猿”科学研究站

19 金山原始森林感应音效节点

18 揽云台观景台

至镇沅县

至元江县

第1日：达哈游客中心——东关岭游客中心——“飞跃哀牢山”5D影院——石门峡景区——动物救助站（科普基地）——蜂巢蜜谷——老鹰石（金蟾）——陇西世族庄园——河边街——烈士陵园——茶马古街——“小小天文台”观星台

第2日：云海观景台——燕子崖瀑布——马帮主题实景体验区——“西黑冠长臂猿”科学研究站——虚拟场景体验区——揽云台观景台——金山原始森林感应音节点——花腰果蔬长廊

图例

规划范围线

景区公共交通

景区索道

景区主要步行

01 第1日游览景点

01 第2日游览景点

图例

规划范围线

高速路

国道

县/乡道

河流水面

# 旅游交通规划
## ——道路交通系统规划




1. 现有车行道路景观提升
2. 增设索道与步行系统
3. 补充停车场与景区接驳车站
4. 远期增设G323复线（约8公里）

## ➢ 旅游交通规划——企业冠名观景台









**推行“交通+观景”复合化提升**





# 旅游交通规划
## ——景区公共停车场布局规划

至戛洒镇
（南恩瀑布）

戛洒收费站

至双柏县

豆丰新寨

N

250 750 2000m
500 1000

大客车停车位（30个）
普通小客车停车位（280个）
充电桩小客车停车位（60个）

大客车停车位（3个）
普通小客车停车位（40个）
充电桩小客车停车位（5个）

陇西世族庄园

烈士陵园

耀南村委会

马家寨

耀南中学

豆封村

达哈村

达哈新门户

大客车停车位（70个）
普通小客车停车位（270个）
充电桩小客车停车位（560个）

普通小客车停车位（200个）
充电桩小客车停车位（50个）

至新平县

马鞍山水库

大客车停车位（50个）
普通小客车停车位（560个）
充电桩小客车停车位（240个）

家寨

东关岭大本营游客中心

河边街水库

东关岭

石门峡前门

石门峡景区

十里河水库（待建）

石门峡后门

大客车停车位（7个）
普通小客车停车位（35个）
充电桩小客车停车位（5个）

大客车停车位（2个）
普通小客车停车位（21个）
充电桩小客车停车位（5个）

大客车停车位（2个）
普通小客车停车位（38个）
充电桩小客车停车位（5个）

金山原始森林

停车位共计：2538个
大客车停车位：164个
普通小客车停车位：1444个
充电桩小客车停车位：930个
在达哈村预留了远期停车场用地

图例
规划范围线
高速路
国道
县/乡道
河流水面

至镇沅县

至元江县

# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——石门峡停车场平面规划

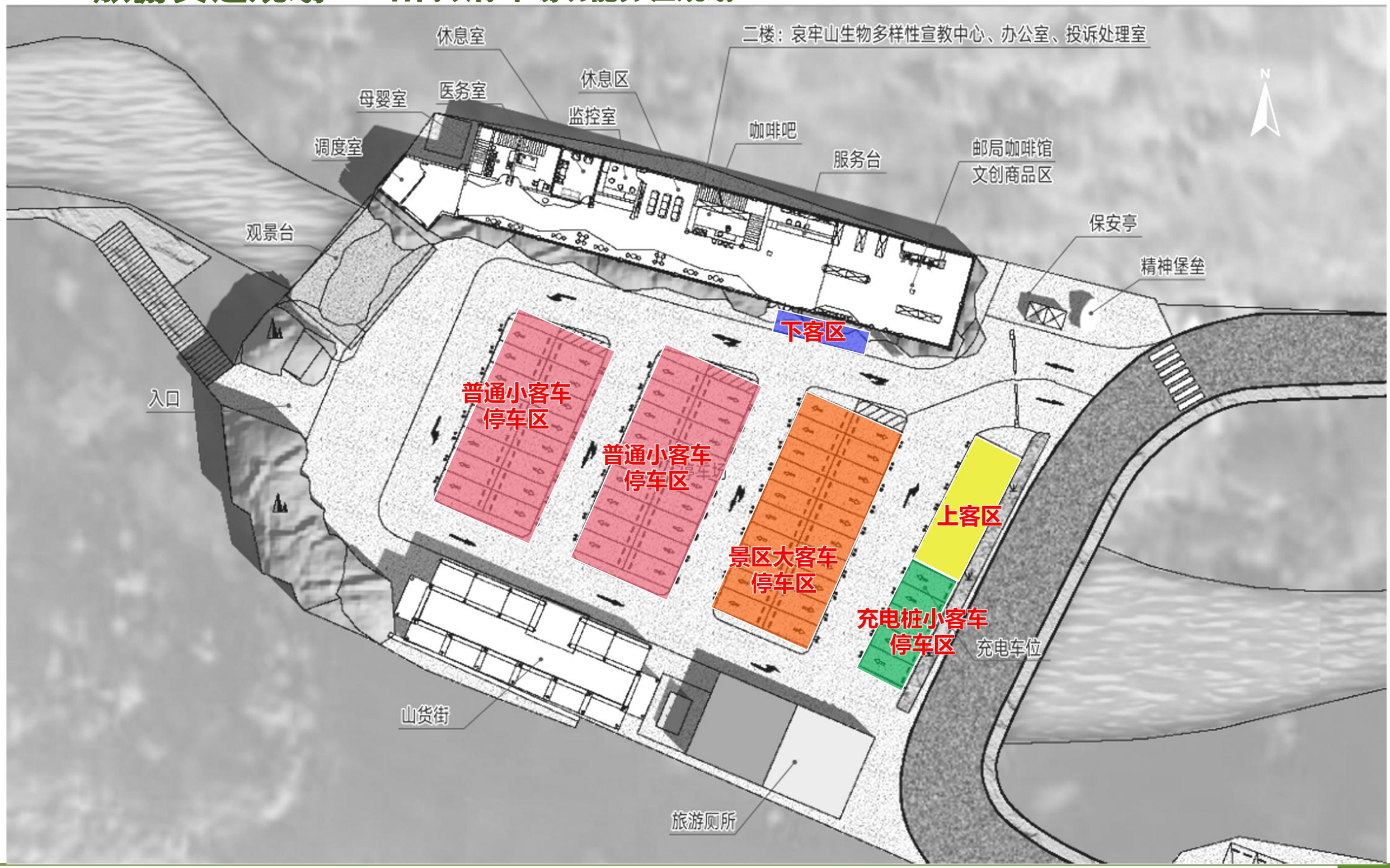



休息室
二楼：哀牢山生物多样性宣教中心、办公室、投诉处理室
母婴室
医务室
休息区
监控室
咖啡吧
服务台
邮局咖啡馆
文创商品区
保安亭
精神堡垒
观景台
景区接驳车下车点
入口
普通小客车
停车位：16个
普通小客车
停车位：19个
景区大客车
停车位：7个
景区接驳车站
充电桩小客车
停车位：5个
山货街
旅游厕所

用地面积约2864m²

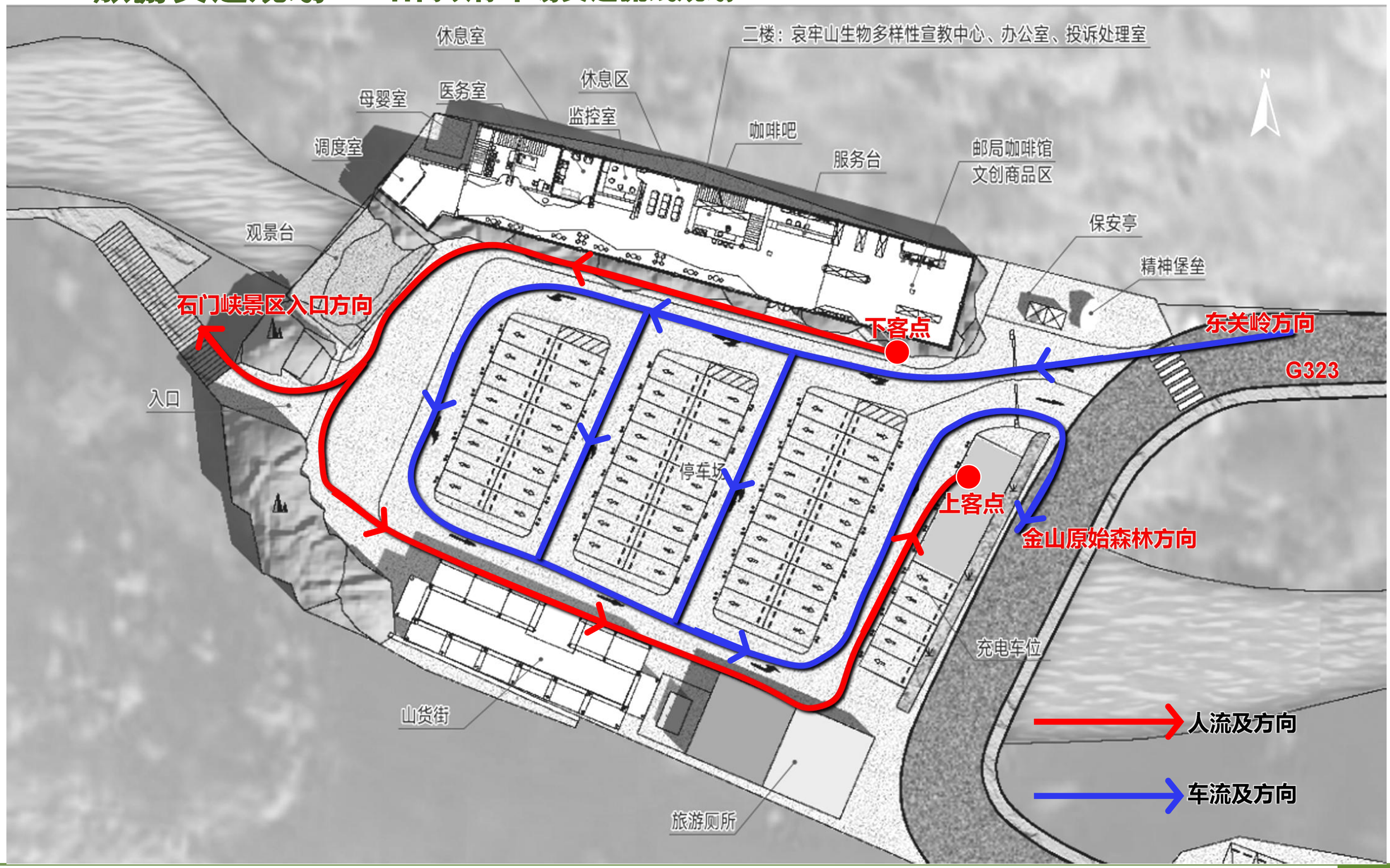
# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——石门峡停车场功能分区规划



# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——石门峡停车场交通流线规划



# 3.夯实硬件基础

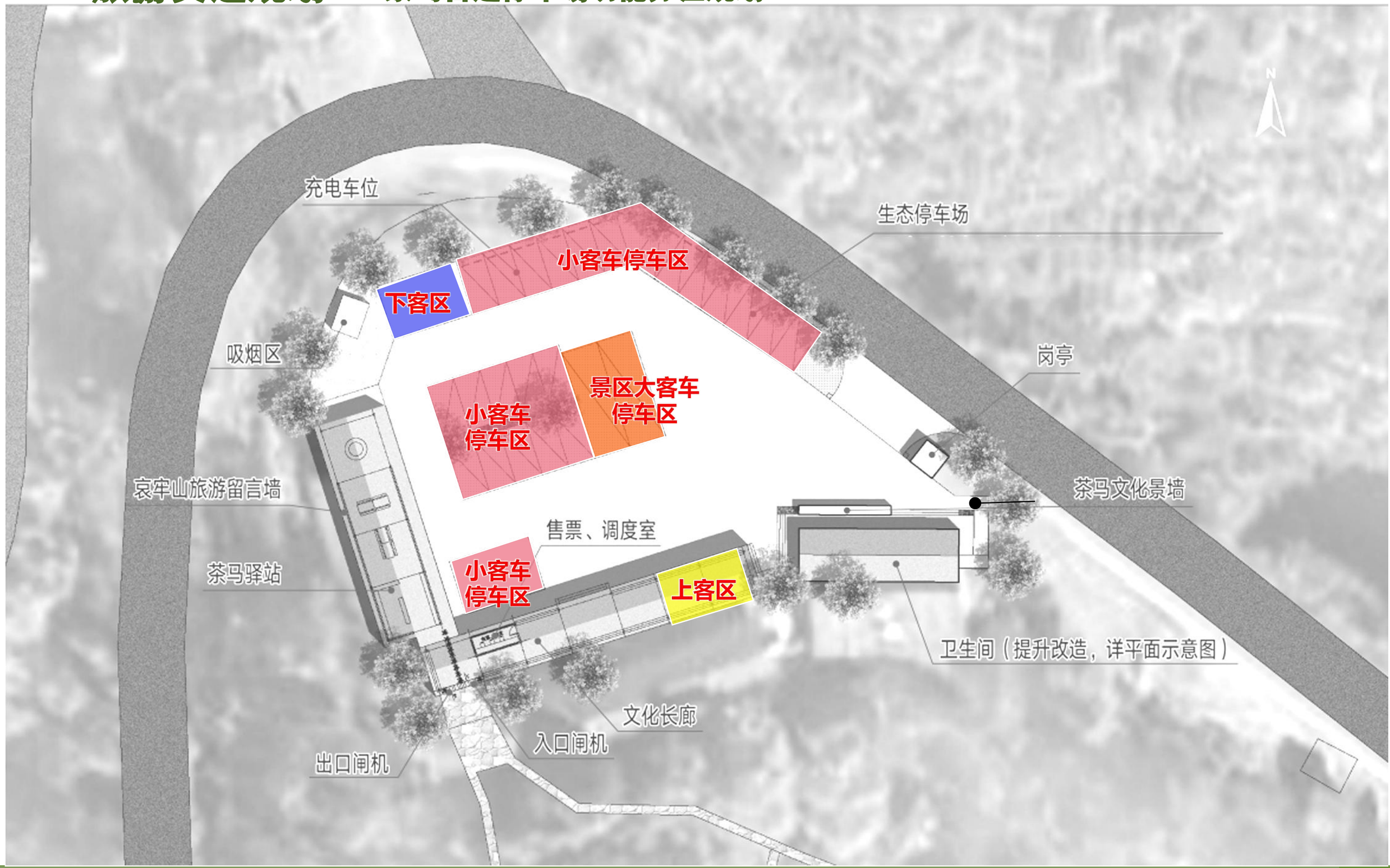
## ➢ 旅游交通规划——茶马古道停车场平面规划



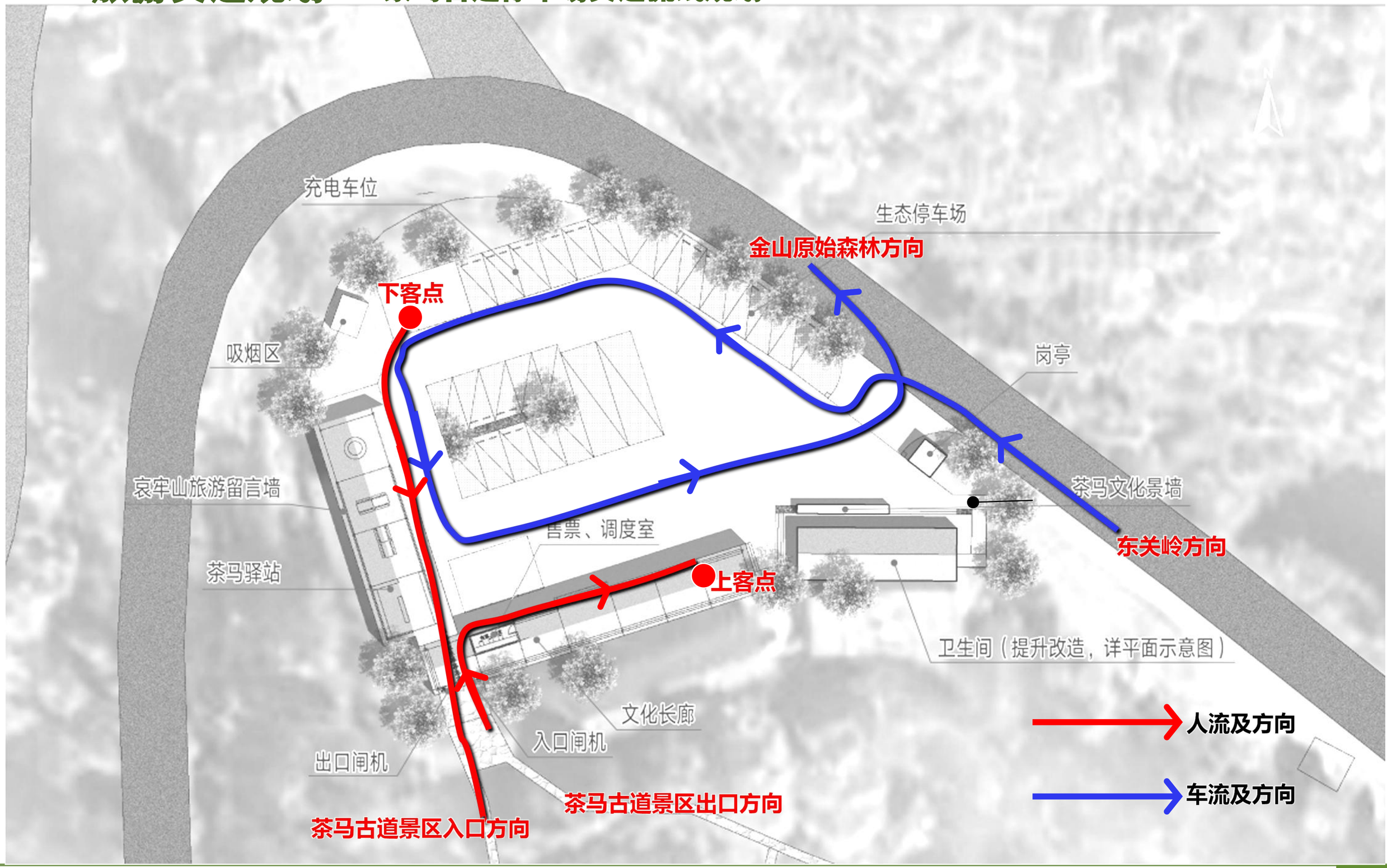

车位
生态停车场
景区接驳车下车点
普通小客车
停车位：13个
吸烟区
岗亭
普通小客车
停车位:5个
景区大客车
停车位：2个
充电桩小客车
停车位:5个
哀牢山旅游留言墙
茶马文化景墙
售票、调度室
茶马驿站
普通小客车
停车位:3个
景区接驳车站
卫生间（提升改造，详平面示意图）
文化长廊
入口闸机
出口闸机
用地面积约1713m²

# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——茶马古道停车场功能分区规划



## ➢ 旅游交通规划——茶马古道停车场交通流线规划



# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——金山原始森林停车场平面规划




入口检票（仿石构筑物）

游客咨询+商业

哀牢山
地理分界标识

门卫室

大门

景区接驳车站

换乘站（新建）

生态停车场入口
闸机位置调整

景区小客车停车位：43个（其中充电桩车位5个）

景区大客车停车位：：2个

回车场

生态停车场
45个车位，其中大客车位2个，无障碍车位1个

用地面积约2120m²

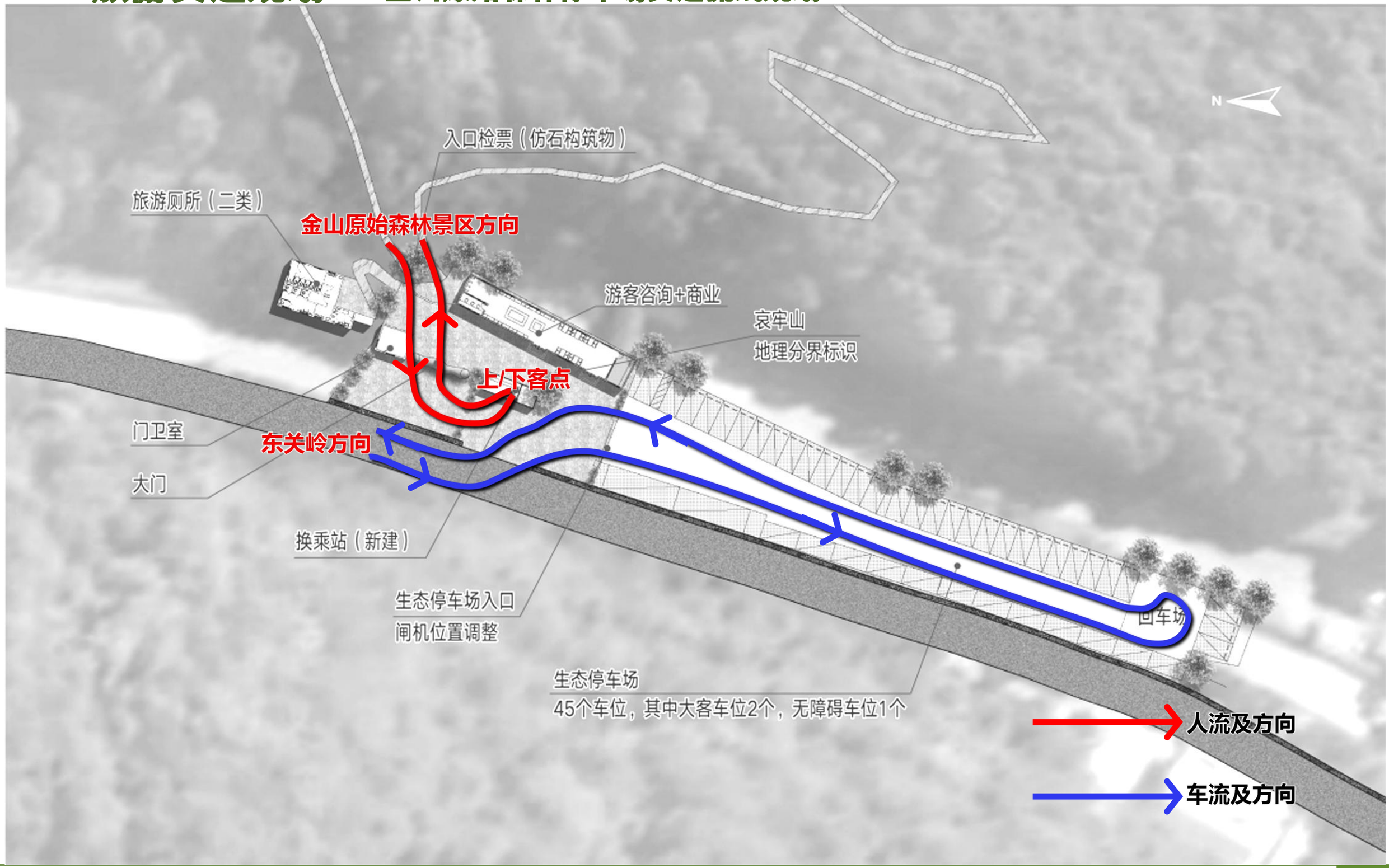
# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——金山原始森林停车场功能分区规划



# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——金山原始森林停车场交通流线规划



# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——东关岭大本营停车场平面规划




景区大客车停车位：50个

N

景区接驳车站

小客车停车位：800个（30%的充电桩车位）

索道站（二号线）

总车位：850个
大客车车位：50个
小客车车位：800个（30%的充电桩车位）
用地面积约19000m²

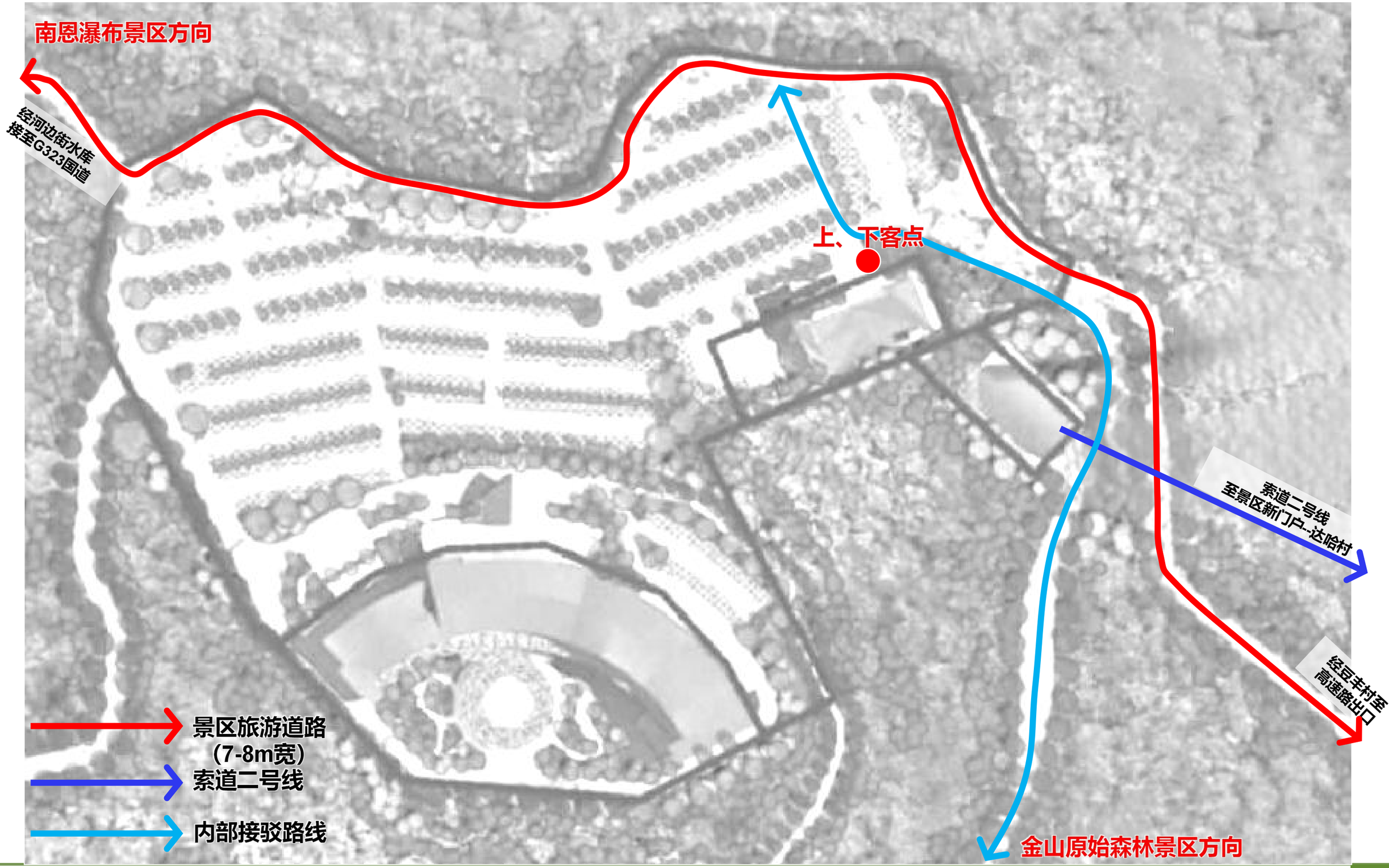
# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——东关岭大本营停车场功能分区规划



# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——东关岭大本营停车场交通流线规划

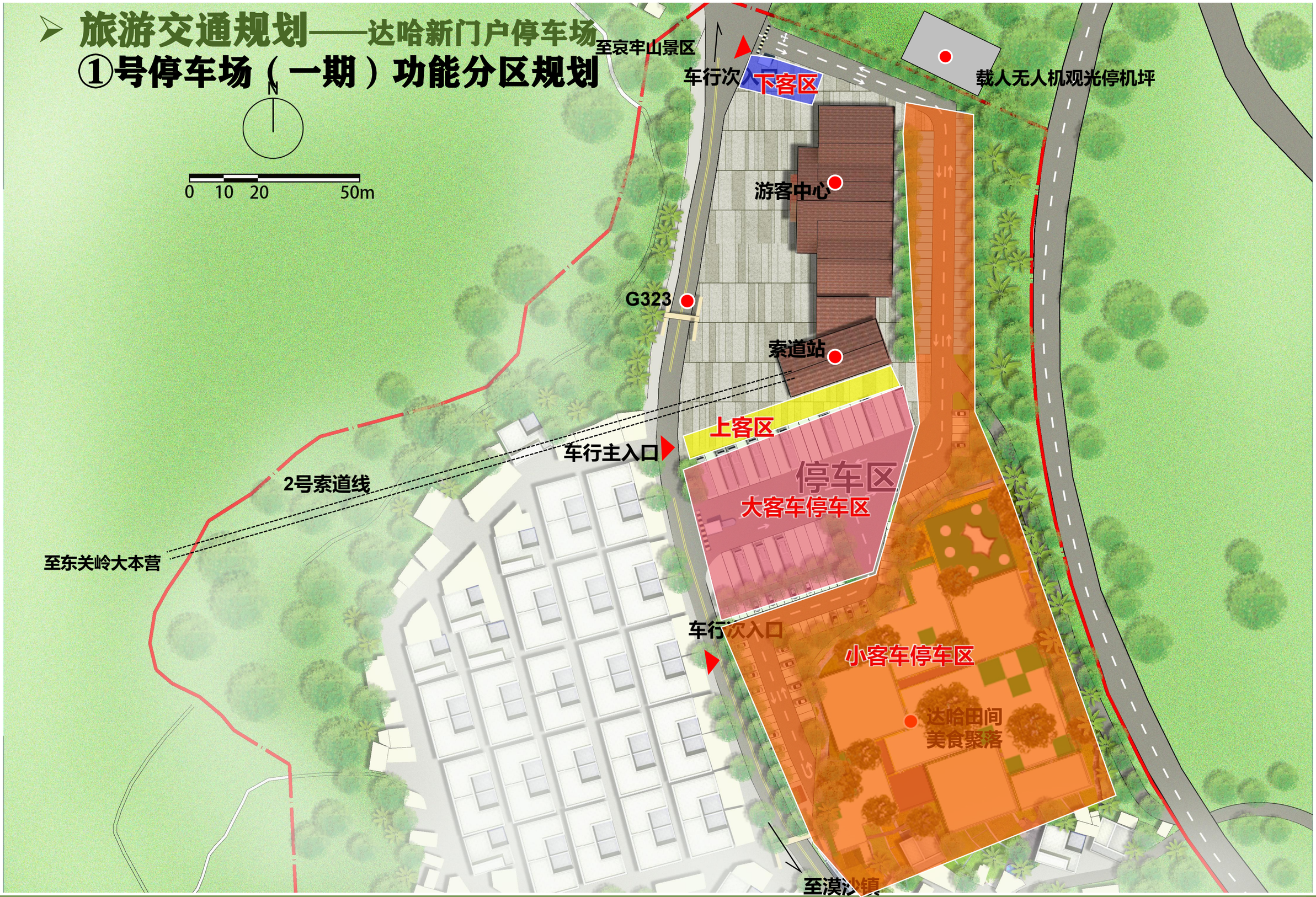


# 旅游交通规划——达哈新门户停车场
## ①号停车场（一期）总平面规划



## 旅游交通规划——达哈新门户停车场

### ①号停车场（一期）功能分区规划



## ➢ 旅游交通规划——达哈新门户停车场
## ①号停车场（一期）交通流线规划

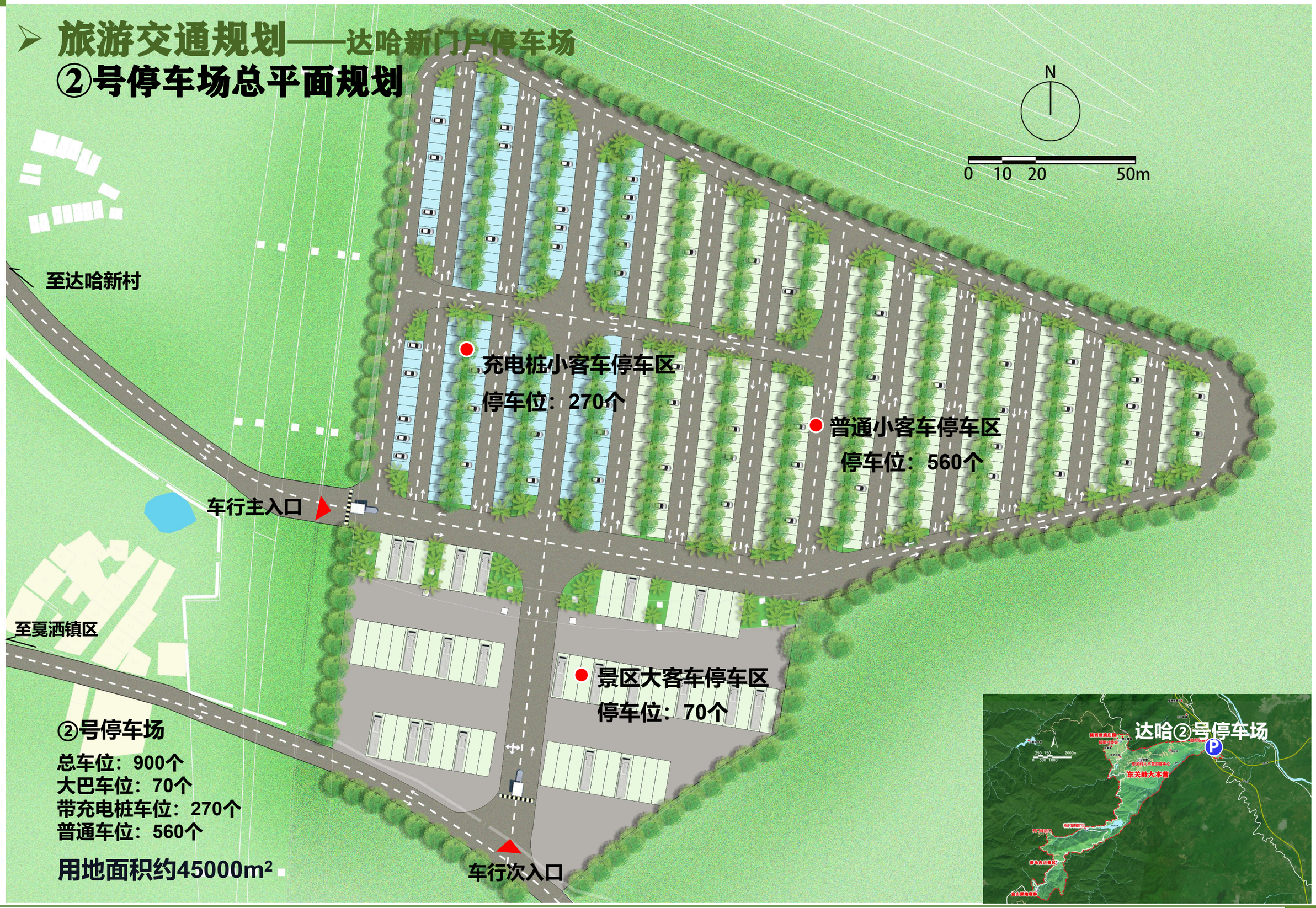
0 10 20 50m

至哀牢山景区
车行次入口
下客区
载人无人机观光停机坪
人行出入口
游客中心
G323
2F
充电桩小客车停车区
人行天桥
2F
索道站
上客区
景区大客车停车区
接驳车上客区
2号索道线
至东关岭大本营
电瓶接驳车停车区
车行主出口
旅行社大客车停车区
达哈田间美食聚落
至漠沙镇

图例
规划范围线
人流及方向
车流及方向

# 旅游交通规划——达哈新门户停车场

## ②号停车场总平面规划



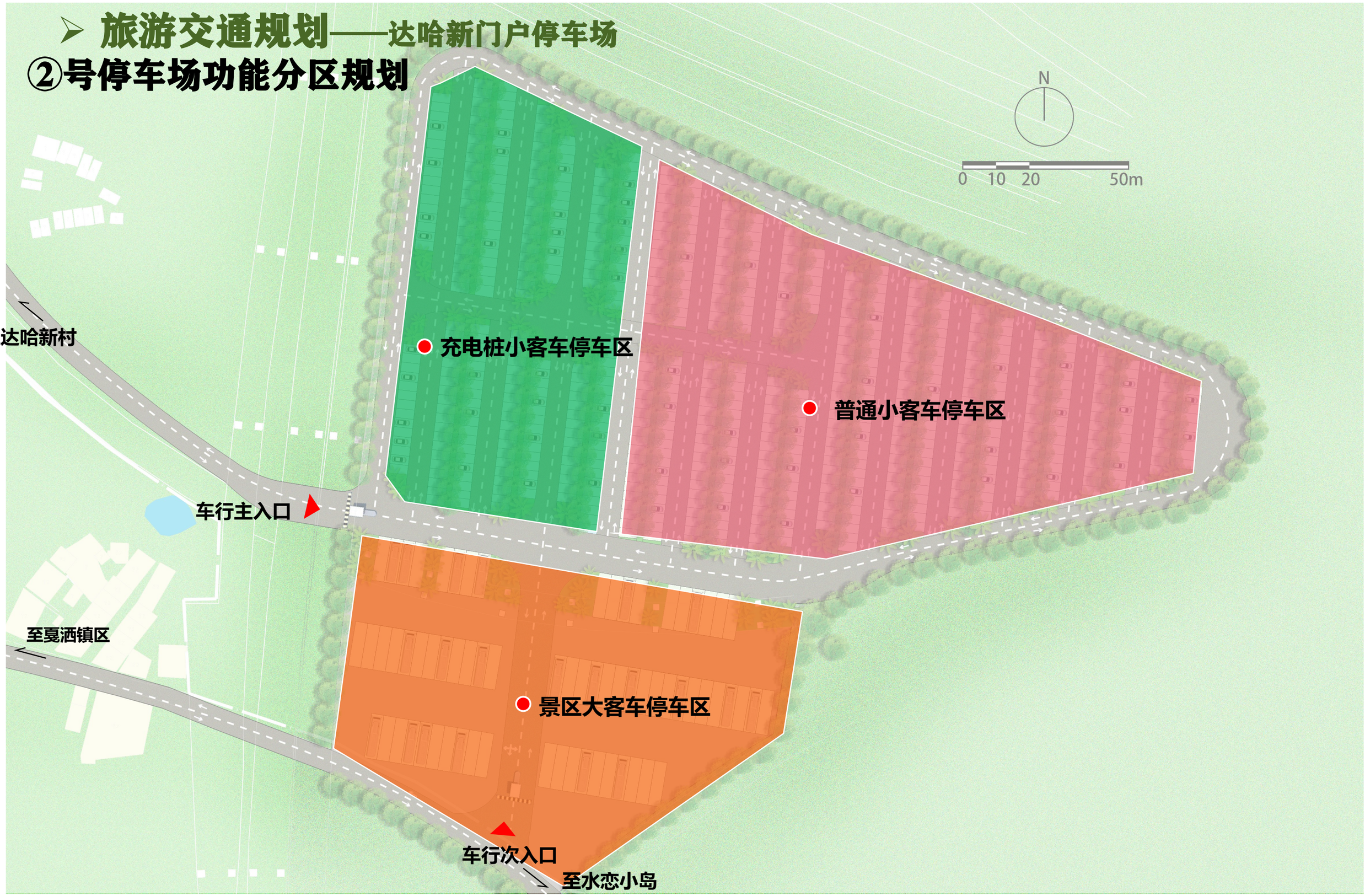

**②号停车场**

总车位：900个
大巴车位：70个
带充电桩车位：270个
普通车位：560个

用地面积约45000m²

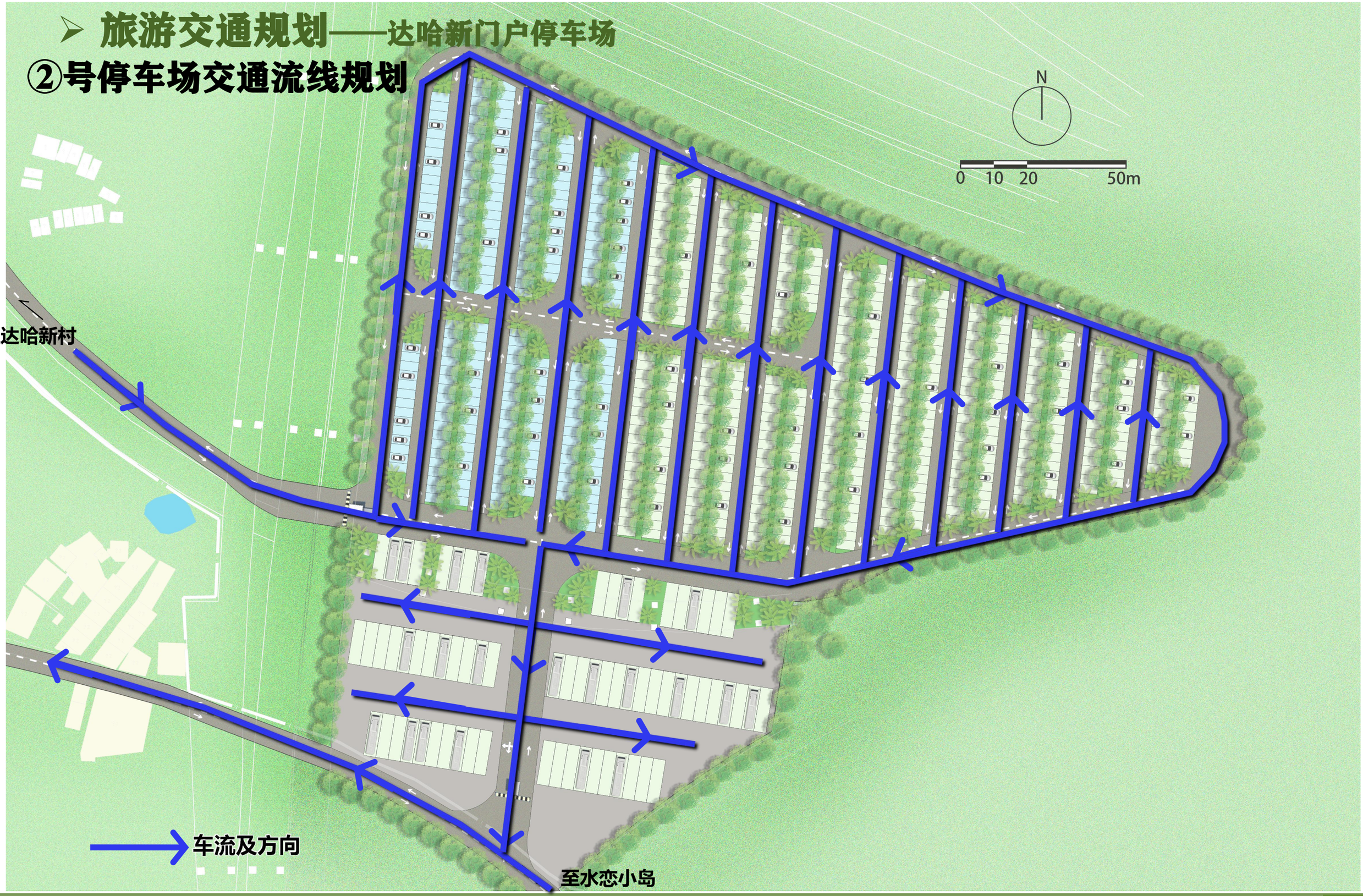
## ➢ 旅游交通规划——达哈新门户停车场

## ②号停车场功能分区规划



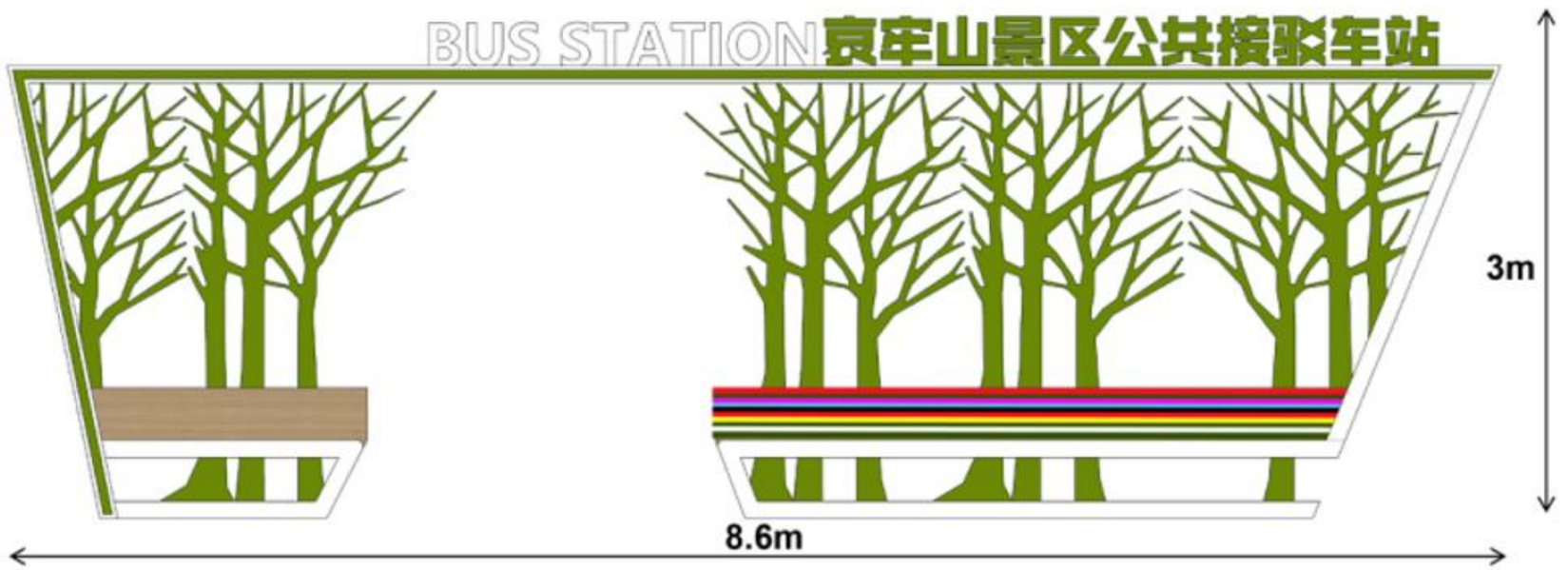
## ➢ 旅游交通规划——达哈新门户停车场

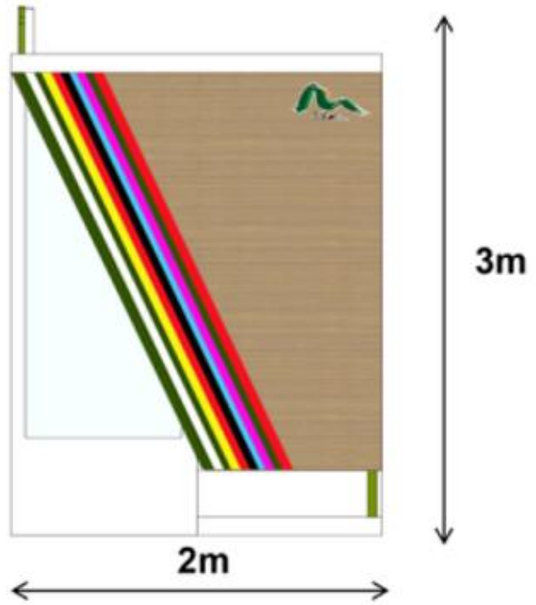
## ②号停车场交通流线规划

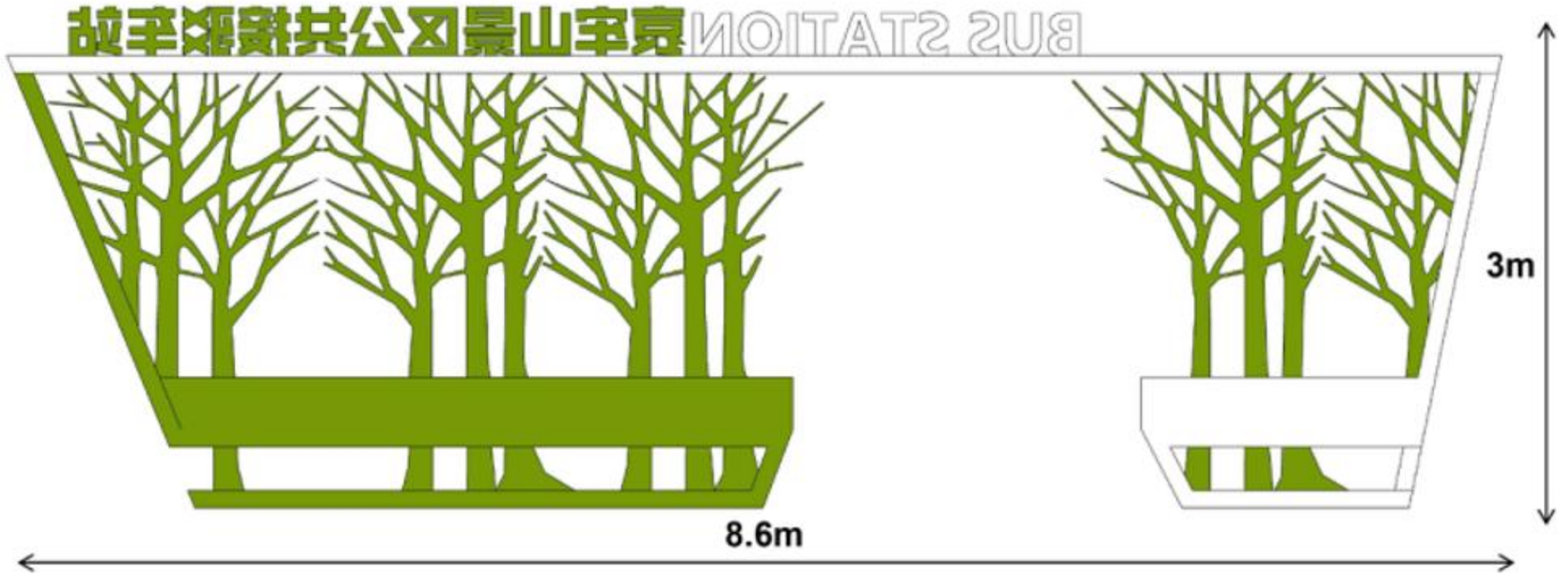


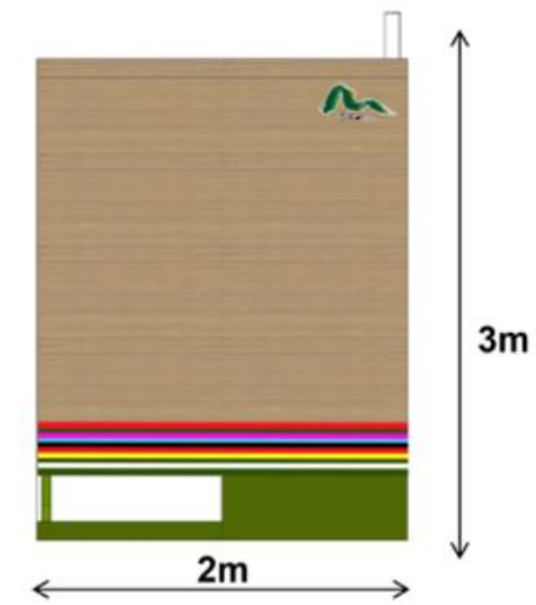
# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——景区接驳车站设计（尺寸标注图）



# 3.夯实硬件基础

## ➢ 旅游交通规划——景区接驳车站设计（效果图）



# 旅游设施规划
## ——景区游客中心布局规划



# 3.夯实硬件基础

## ➢ 游览设施规划——东关岭游客中心（总平面图）




1. 游客中心
2. 二号线索道站点
3. 电瓶观光车上站点
4. 生态停车场
5. 载人无人机观光停机坪
6. 哀牢山生物多样性环境教育中心
7. 集散地服务中心（餐饮、住宿、会务）

**用地面积约2442.15m²**
**建筑面积约1200m²**

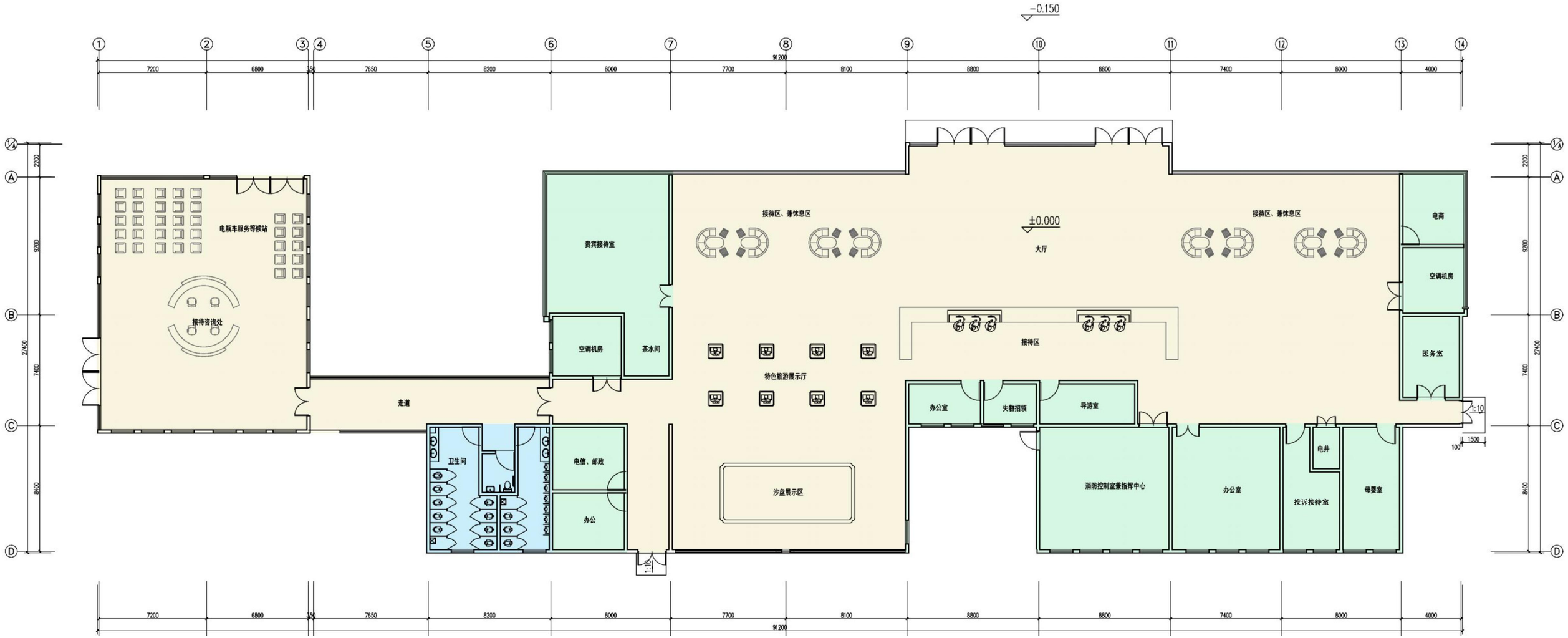
# 3.夯实硬件基础

## ➢ 游览设施规划——东关岭游客中心（建筑效果图）



# 3.夯实硬件基础

## ➢ 游览设施规划——东关岭游客中心（建筑平面图）



## ➢ 游览设施规划——达哈游客中心（总平面图）




用地面积约4300m²
建筑面积约1356.8m²

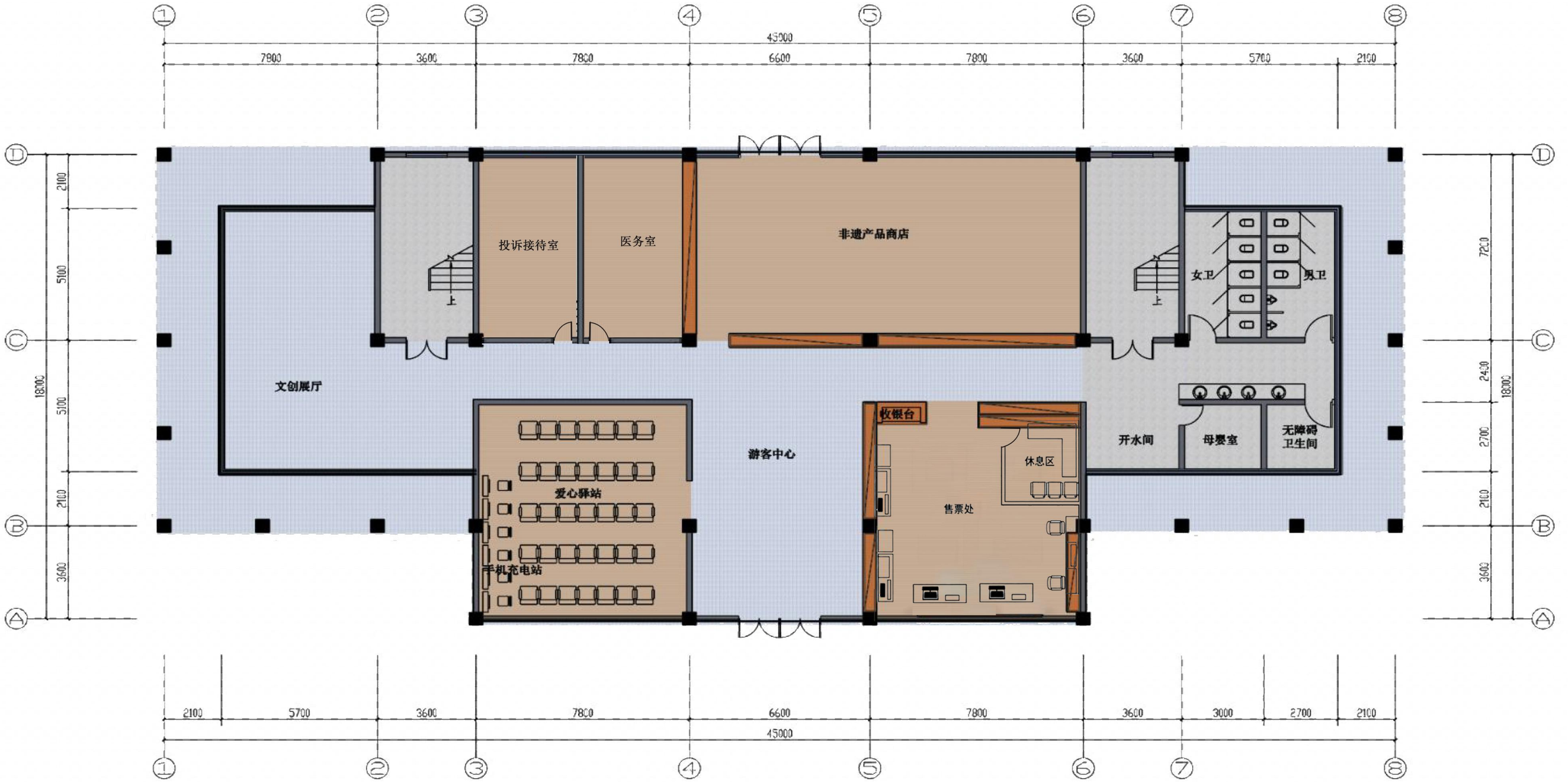
# 3.夯实硬件基础

## ➢ 游览设施规划——达哈游客中心（建筑效果图）



# 3.夯实硬件基础

## ➢ 游览设施规划——达哈游客中心（建筑一层平面图）



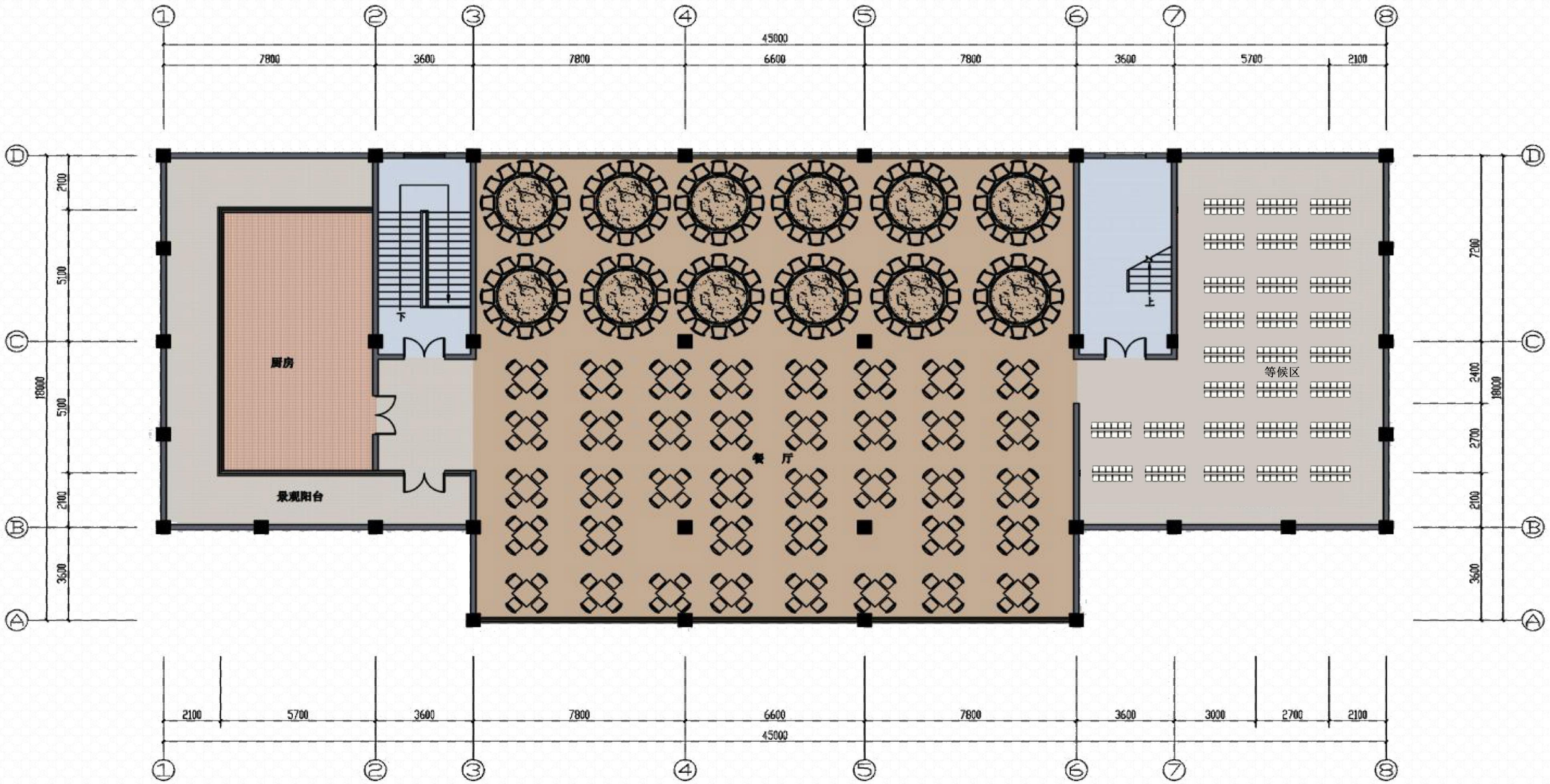

一层平面图

本层建筑面积:616.24㎡

总建筑面积: 1356.80㎡

# 3.夯实硬件基础

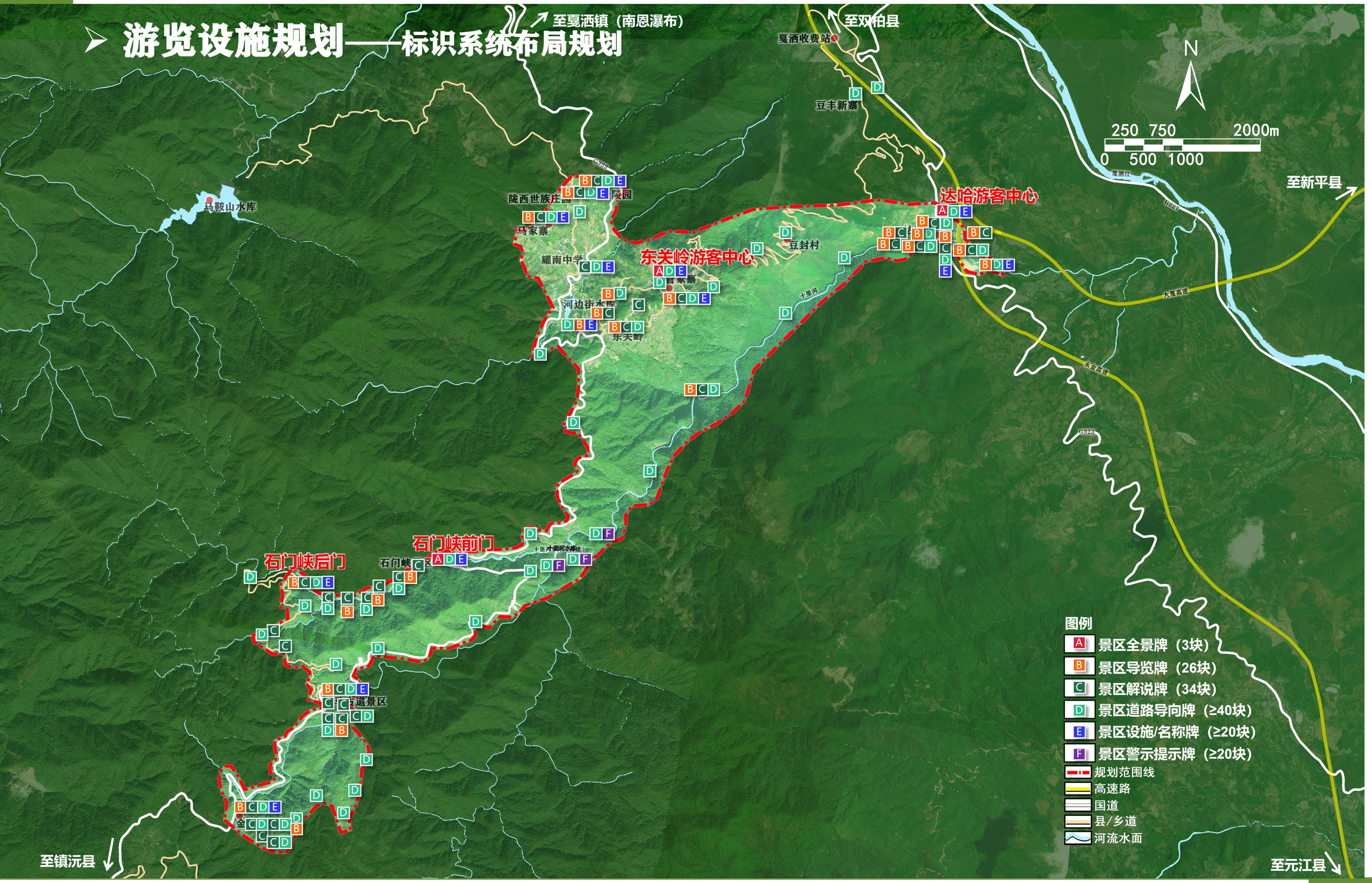
## ➢ 游览设施规划——达哈游客中心（建筑二层平面图）




二层平面图

本层建筑面积:740.56m²

# 游览设施规划——标识系统布局规划



# 3.夯实硬件基础

## ➢ 游览设施规划——标识系统布局规划

| 标识牌类型 | 设置地点 | 数量 |
|---|---|---|
| 景区全景牌 | 达哈游客中心、东关岭游客中心、石门峡前门游客中心 | 3块 |
| 景区导览牌 | 石门峡片区：中途节点、石门峡后门 | 4块 |
| | 茶马古道片区：入口处、茶马文化陈列室 | 2块 |
| | 金山原始森林片区：入口处、听猿处 | 2块 |
| | 东关岭片区：岭西游客中心、云海观景台、树几山舍、燕子崖瀑布、茶马古街、哀牢本草集市 | 6块 |
| | 达哈片区：花腰傣文化中心、树巢艺术聚落、鱼类研学长廊、萤火虫森林、发电博物馆、哀牢虫谷、神树秘境、原傣部落、水恋小岛 | 9块 |
| | 陇西世族庄园片区：陇西世族庄园、马家寨、烈士陵园 | 3块 |
| 景区解说牌 | 石门峡片区：沟谷地貌解说（现有“养心亭”旁）、古子遗植物解说（现有“水青树”旁）、变质岩解说（能展示地质剖面处）、湍急水流的康养作用解说（水流湍急处）、哀牢山常见鸟类解说（现有“岔河”处）、水利发电解说（石门峡后门）、昆虫解说（后门防火通道）、金蟾解说（后门防火通道） | 9块 |
| | 茶马古道片区：戛洒茶马古道的解说（现有“古道悠悠”沿线）、千家寨历史解说（千家寨遗址）、炼铁原理解说（清代炼铁炉遗址处）、西黑冠长臂猿生活习性科普（现有“观猿台”处）、西黑冠长臂猿解说（长臂猿观测站）、森林康养作用的解说（现有“猎神石”旁）、伯乐树解说（伯乐树保护小区处） | 7块 |
| | 金山原始森林片区：苔藓林成因的解说（现有“苔藓林”处）、树瘤的科普（现有“十月怀胎”处）、空心树的科普（现有“熊窝”处）、哀牢山常见野生动物解说（现有“豹子箐”处）、鸟类迁徙通道的假说（现有“百鸟林”处） | 5块 |
| | 东关岭片区：哀牢本草科普（“哀牢本草”市集处）、茶马古村解说（“茶马古街”处）、野生动物科普解说（野生动物保护站）、云海气象解说（云海观景台） | 4块 |
| | 达哈片区：花腰傣文化解说（花腰傣文化中心）、萤鱼共生解说（“萤火虫森林”、“鱼类研学长廊”处）、发电科普解说（“发电博物馆”处）、花腰傣自然崇拜解说（“神树林”处）、神树秘境解说（神树秘境）、哀牢虫谷解说 | 7块 |
| | 陇西世族庄园片区：红色文化科普（陇西世族庄园）、爱国英雄解说（烈士陵园）、医药康养解说（马家寨） | 3块 |
| 景区导览导向牌 | 入口、道路分叉口、重要节点处按实际情况设置 | ≥40块 |
| 景区设施/名称牌 | 重要设施及景点处按实际情况设置 | ≥20块 |
| 景区警示提示牌 | 在有安全隐患的区域设置 | ≥60块 |

| 标识牌类型 | 设置地点 | 数量 |
|---|---|---|
| 价格公示牌 | 游客中心及游客咨询处、停车场入口处、商品售卖处等 | ≥15块 |
| 景区导览牌 | 游客中心（4处）：游客须知、游客接待管理制度、游客投诉处理制度、投诉处理流程、免费租借流程、咨询人员公示栏、讲解人员公示栏、免费服务设施押金金额及赔偿标准 | 32块 |
| | 游客咨询点（4处）：游客须知 | 4块 |
| | 旅游厕所（15处）：卫生间管理制度、卫生间管理人员公示栏、卫生间管理工作标准、卫生间管理行为规范、第三卫生间使用说明 | 75 块 |
| | 生态停车场（9处）：停车场管理制度 | 9块 |
| | 保安办公室（3处）：安保人员管理制度、安保岗位交接班制度 | 3块 |
| | 监控室（3处）：监控室管理制度 | 1块 |
| | 医务室（3处）：医务室管理制度、医疗救护流程、景区医务人员公示栏 | 3块 |
| | 母婴室（6处）：母婴室管理制度或温馨提示 | 6块 |

# 3.夯实硬件基础

## ➢ 游览设施规划——标识系统设计




- 景区全景牌
- 景区导览牌
- 景区解说牌
- 景区名称牌
- 景区方向指示牌
- 步道方向指示牌
- 景区设施指示牌
- 步道线路导览牌
- 景区名称牌
- 警示提示牌

本次标识系统设计以现有石门峡4A级景区标识系统为基础，为保持哀牢山整体景区的协调统一，整体延续原有系统，仅局部优化提升，不做大拆大改，只进行两处微调：

**一是将标识配色调整为更贴近自然的绿色生态风格；**

**二是适当调整标识牌的尺寸大小。**

# 游览设施规划——卫生与休息设施布局规划

1. 系统性增设休憩节点，全面提升步道游览舒适度；
2. 高标准配建旅游厕所，确保Ⅰ类标准达标率超40%；
3. 执行垃圾日产日清与生态化转运，严守生态保护底线。

垃圾经垃圾收集点收集后由垃圾转运车，将垃圾送至戛洒镇区的垃圾中转站。

按 80-100 米/个标准设置垃圾桶，同时在重要的交通节点、重要景观节点、游客长时间停留处设置垃圾桶，并定时定点由专人对环卫设 施进行清理、保洁及保养维护，垃圾箱的材质造型应与周边环境相协调。




| 设施类型 | 设置地点 | 数量 |
|---|---|---|
| Ⅰ旅游厕所 | 石门峡片区：石门峡前门、石门峡后门 | 2个 |
| | 茶马古道片区：茶马古道景区入口处 | 1个 |
| | 东关岭片区：岭西游客中心、东关岭游客中心 | 2个 |
| | 达哈片区：达哈游客中心、云南虫谷景区入口处 | 2个 |
| Ⅱ旅游厕所 | 金山原始森林片区：金山原始森林景区入口处 | 1个 |
| | 东关岭片区：野生动物保护站、茶马古街、云海观景台 | 3个 |
| | 达哈片区：花腰傣文化中心、发电博物馆 | 2个 |
| | 陇西世族庄园片区：陇西世族庄园、马家寨 | 2个 |
| 活动厕所（Ⅰ类旅游厕所占40%以上） | 按照1000米的服务半径，沿途布设 | ≥20个 |
| 垃圾房（垃圾收集点） | 石门峡片区：石门峡景区前门、森林餐厅 | 2个 |
| | 茶马古道片区：茶马古道景区入口处 | 1个 |
| | 金山原始森林片区：金山原始森林景区入口处 | 1个 |
| | 东关岭片区：东关岭游客中心附近、岭西游客中心附近 | 2个 |
| | 达哈片区：达哈游客中心附近 | 1个 |
| | 陇西世族庄园片区：文化大院附近、马家寨、烈士陵园附近 | 3个 |
| 垃圾箱 | 按照80-100米的间距沿游步道、重要交通线路布设 | ≥100个 |
| 公共休息设施 | 沿游步道、重要交通线路布设 | ≥20个 |

# 3.夯实硬件基础

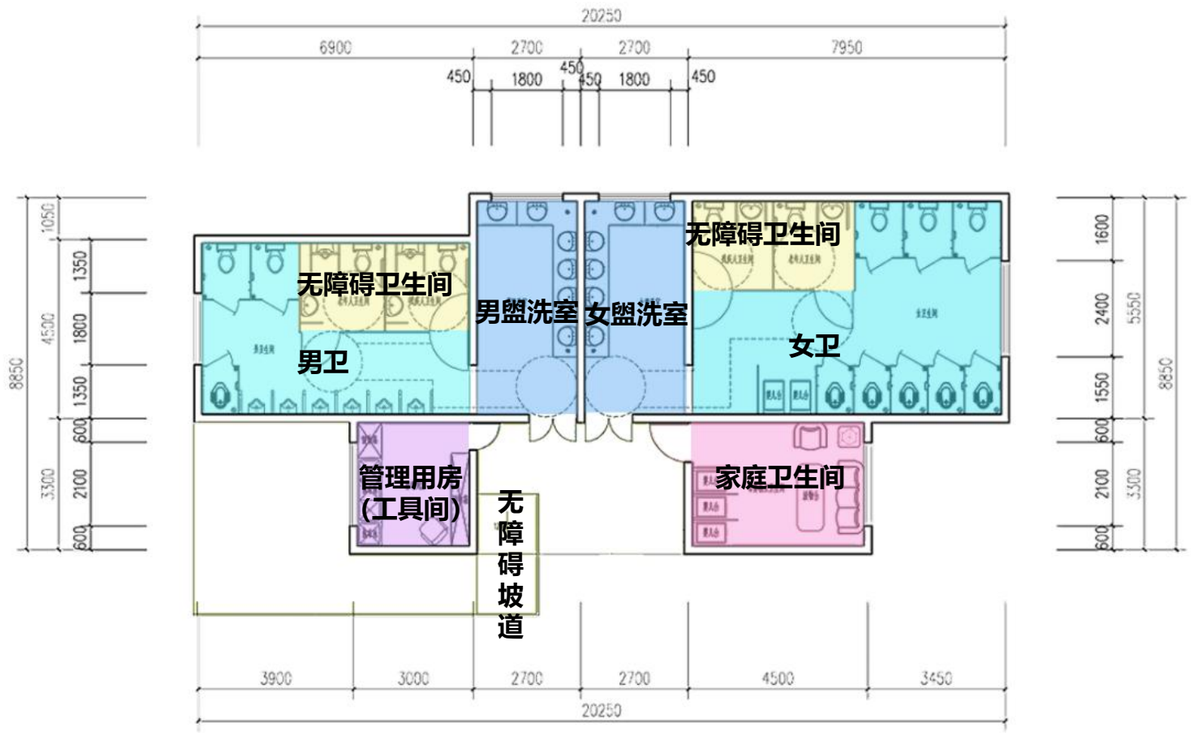
## ➢ 游览设施规划——旅游厕所设计



Ⅰ类旅游厕所效果图



Ⅱ类旅游厕所效果图



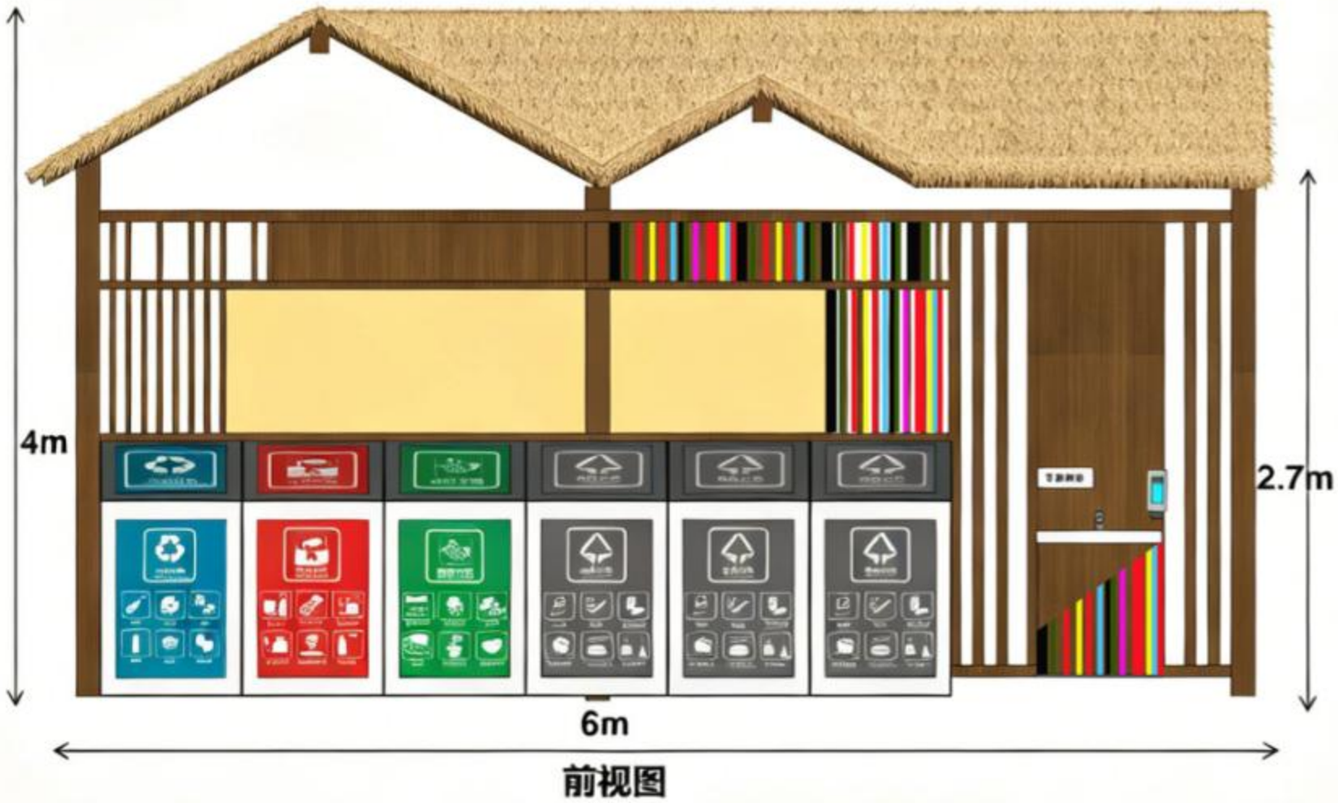

Ⅰ类旅游厕所平面图




Ⅱ类旅游厕所平面图

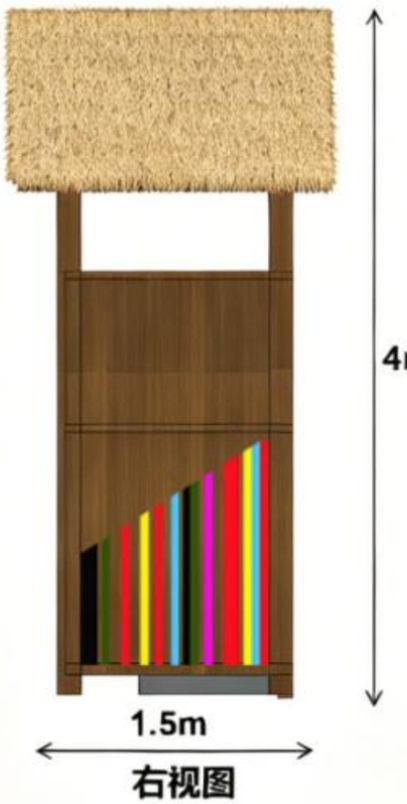
# 3.夯实硬件基础

## ➢ 游览设施规划——垃圾房设计（尺寸标注图）












# 3.夯实硬件基础

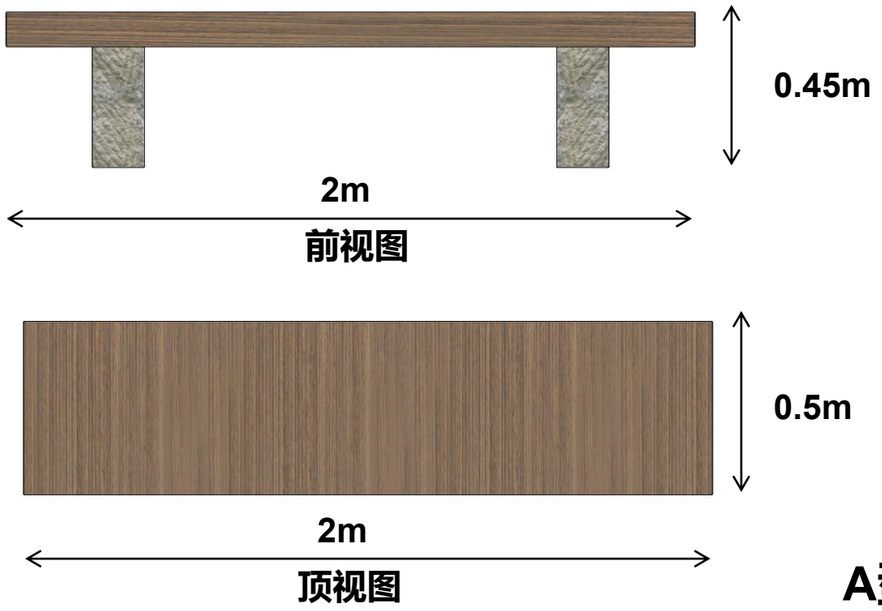
## ➢ 游览设施规划——垃圾房设计（效果图）



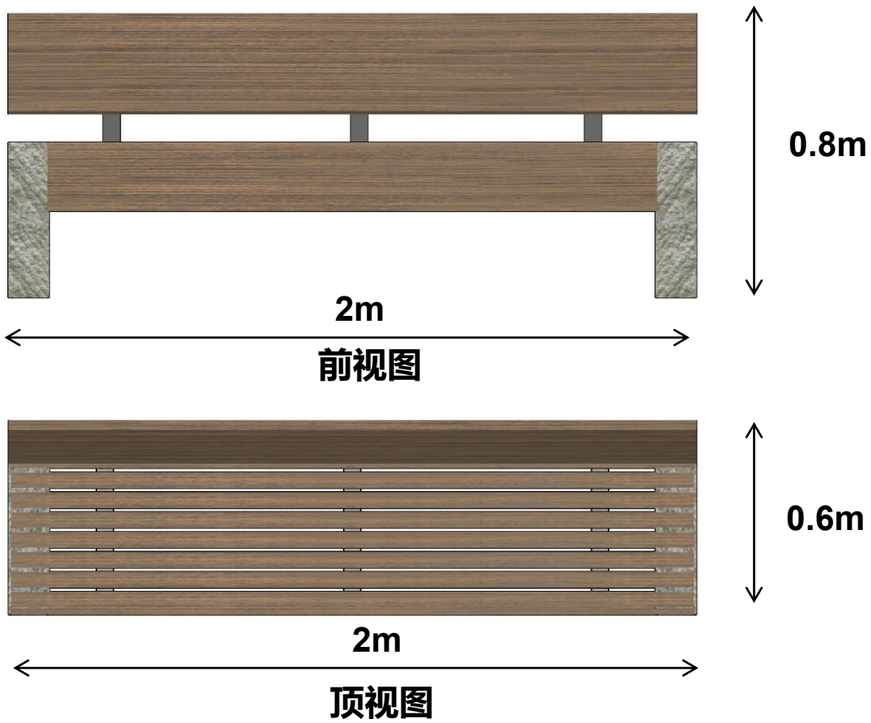
# 3.夯实硬件基础

## ➢ 游览设施规划——公共休息设施设计

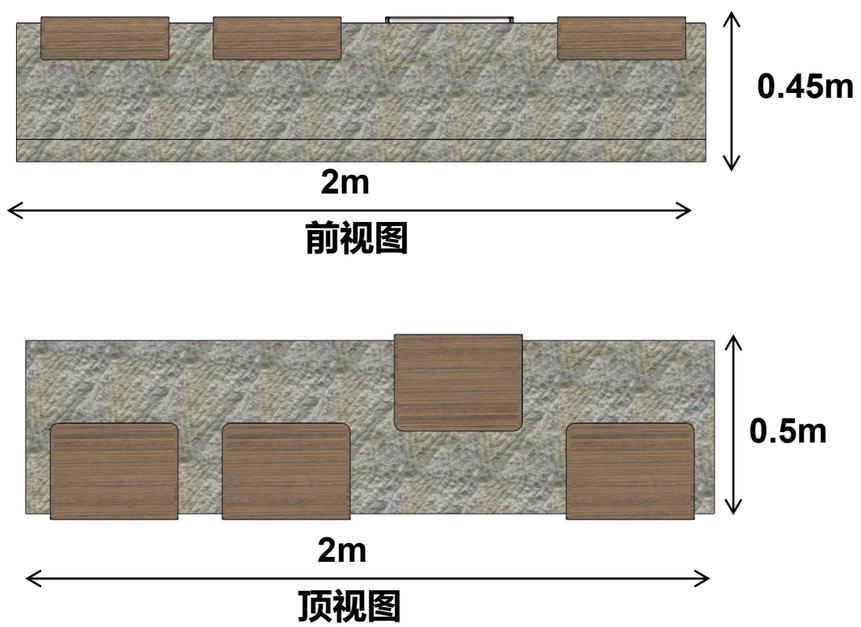
A型



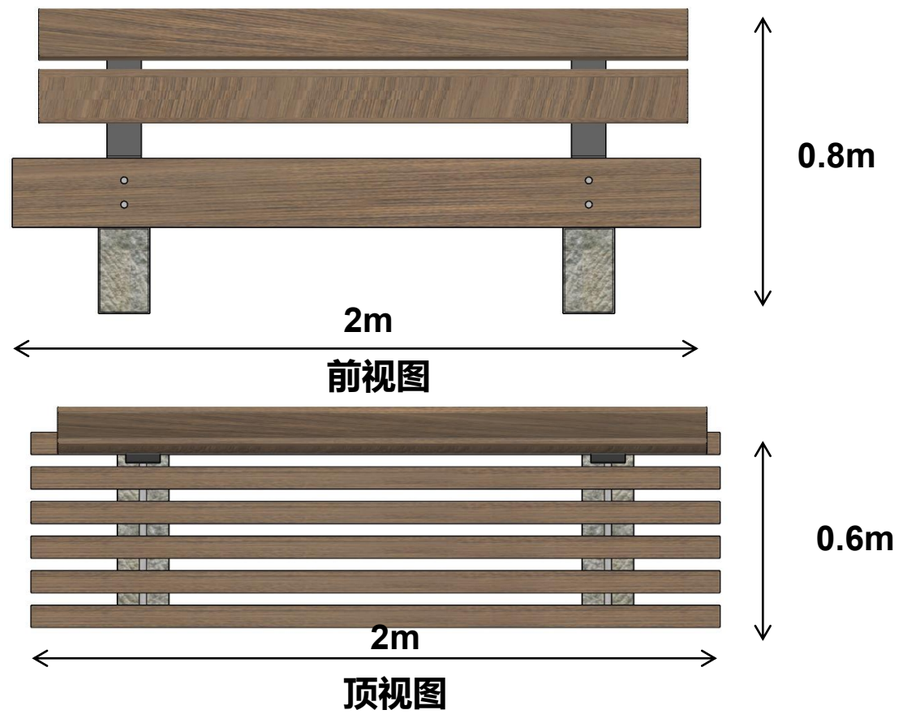

C型




B型




D型

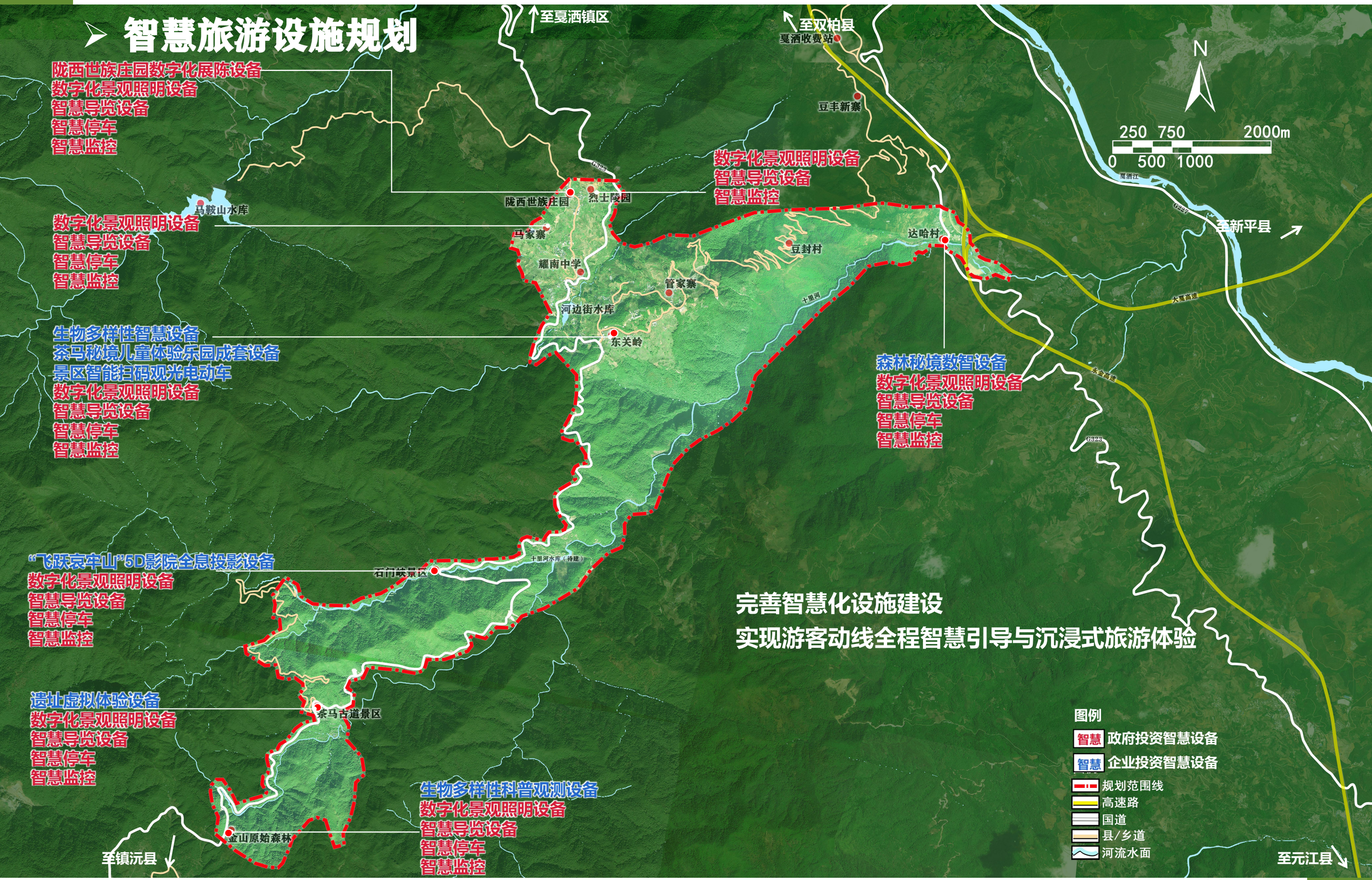


## ➢ 游览服务设施规划

1. 布局主题化特色餐饮，融入地方文化元素；
2. 在生态文化敏感区域推行移动配餐车，实现服务与保护兼顾；
3. 增设特色购物场所，集中展售文创产品与本土特产等。



# ➢ 智慧旅游设施规划




完善智慧化设施建设

实现游客动线全程智慧引导与沉浸式旅游体验

图例

- 智慧 政府投资智慧设备
- 智慧 企业投资智慧设备
- 规划范围线
- 高速路
- 国道
- 县/乡道
- 河流水面

## 旅游安全设施规划


至戛洒镇区
至双柏县
戛洒收费站
豆丰新寨
N
250 750 2000m
0 500 1000
戛洒江
至新平县
马鞍山水库
陇西世族庄园
烈士陵园
马家寨
耀南中学
河边街水库
东关岭
达哈村
十里河
大戛高速
永金高速
石门峡景区
十里河水库（待建）
茶马古道景区
山原始森林
至镇沅县
至元江县
图例
应急指挥中心
医务室
旅游安全宣教中心
应急救援车临时停车点
规划范围线
高速路
国道
县/乡道
河流水面

# 4.子景区提升规划

# 4.子景区提升规划

## ➢ 石门峡景区——提升规划

**1. 丰富后半段体验，构建完整游览闭环**

丰富后半程体验节点与活动内容，增强游览吸引力，引导游客完成全程闭环，提升整体游览满足感。

**2. 盘活游客中心低效空间，打造智慧文旅场景**

充分利用游客中心闲置空间，植入AR、VR、沉浸式投影等智慧互动体验，变低效空间为亮点功能区。

**3. 引入智能导览系统，破解水声干扰难题**

引入智能导览系统（扫码/小程序/耳麦），使游客不受峡谷水声干扰，实现边走边听、清晰顺畅的游览体验。



## ➢ 石门峡景区——飞跃哀牢山5D影院




以“智慧+”的方式，展示哀牢山六大秘境。

# 4.子景区提升规划

## ➢ 石门峡景区——蜂巢蜜谷



# 4.子景区提升规划

## ➢ 石门峡景区——老鹰石（金蟾）



## ➢ 石门峡景区——接驳车




**推出“猿声号”、“云海号”等主题化IP车队，**
**将交通工具升级为流动的文化展廊，**
**践行“风景在路上，体验在途中”的深度旅游理念。**

# 4.子景区提升规划

## ➢ 茶马古道景区——提升规划

**不讲“运茶”老故事，还原“矿铁”全链条。**
**不做观光过路客，创造沉浸剧中人。**




**1. 低介入还原，智慧再现古道记忆**

采用低影响开发方式，结合智慧文旅手段（如AR、全息投影、声光复原），生动再现昔日马帮驿道场景。

**2. NPC互动引导，实景沉浸式体验**

引入NPC角色扮演与任务机制，让游客在实景中参与互动，弥补茶马古道景区“有名无实”的体验短板，打造沉浸式游览氛围。

**3. 盘活低效建筑，打造复合功能空间**

改造利用景区低效建筑，植入科普研究、文化展示、休憩体验等多元功能，提升建筑使用效率与综合价值。

# 4.子景区提升规划

## ➢ 茶马古道景区——马帮主题实景互动区

踏上茶马秘境，化身马帮客，
在古道迷雾中揭开尘封历史，寻觅失落秘宝。

下一站我们去
哪里寻宝呢？

大碗煮茶



## ➢ 茶马古道景区——千家寨虚拟场景



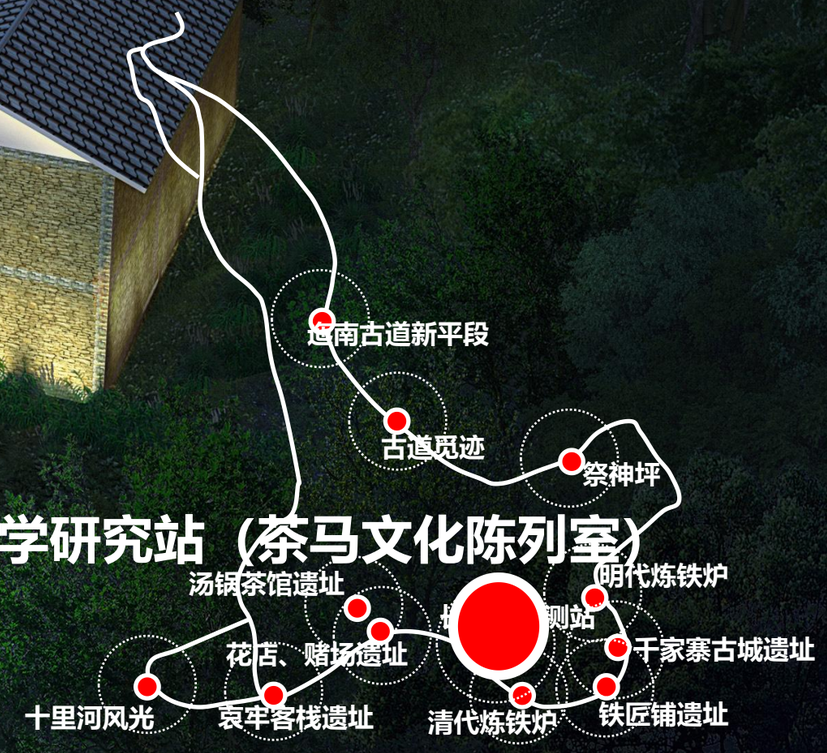
# 4.子景区提升规划

## ➢ 茶马古道景区——“西黑冠长臂猿”科学研究站（茶马文化陈列室）

改造低效利用的长臂猿观测站，以存量建筑提升与生态文化主题注入，打造“西黑冠长臂猿”科学研究站，增加“定制化生态科考驿站”。






“西黑冠长臂猿”科学研究站（茶马文化陈列室）

用地面积约700m²
建筑面积约1150m²

# 4.子景区提升规划

## 金山原始森林——提升规划




**1. 低介入感应音效，不扰生态提体验**

采用感应式音效等轻干扰技术，在不破坏原始森林静谧与生态的前提下，触发感应式还原自然之声，提升游览沉浸感。

**2. 依托候鸟通道，发展鸟塘经济，释放资源潜力**

充分利用国际候鸟迁徙通道优势，规范建设观鸟点（鸟塘），发展生态观鸟产业，实现资源价值转化与可持续发展。

# 4.子景区提升规划

## ➢ 金山原始森林——感应音效



## ➢ 金山原始森林——感应音效

依托金山丫口国际候鸟夜间迁徙通道，发展**以夜间观鸟为核心的鸟塘经济**。通过低干扰方式（如定点布置食物、水源），吸引野生鸟类稳定觅食栖息，打造专业观鸟拍摄点。面向摄影爱好者和观鸟者收取机位费，并配套提供餐饮、住宿、交通等服务，**形成“观鸟+服务”的完整产业链**。



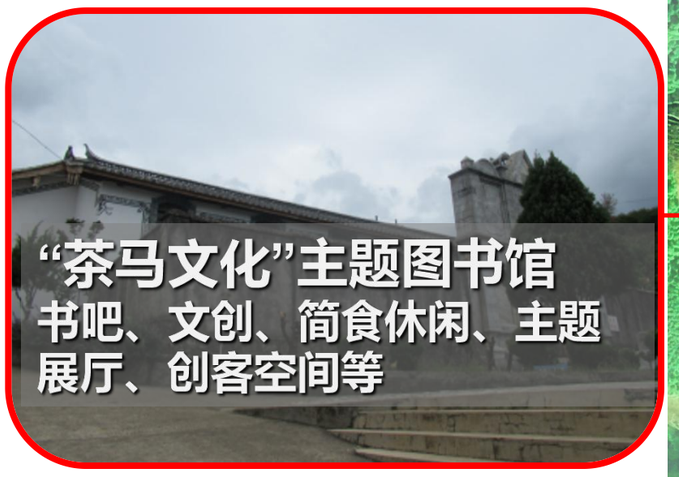
# 4.子景区提升规划

## ➢ 陇西世族庄园片区——提升规划




产业融合升级促乡村振兴







**1. 以旅促保，文旅融合活化大平掌**

以旅游发展反哺传统村落保护，通过文旅深度融合，推动大平掌中国传统村落的活态传承与可持续利用。

**2. 植入哀牢本草文化，打造马家寨医养旅居村**

依托哀牢山中草药资源，培育医养康旅业态，将马家寨建设为集养生、旅居、体验于一体的特色村落，激活乡村旅游经济。

**3. 智慧赋能，丰富文化体验方式**

借助智慧文旅手段（如AR/VR、数字导览、沉浸式光影），拓展文化展示与互动体验场景，提升游客文化获得感。

**4. 打造乡土集市，带动村民共建共享**

建设具有地方特色的乡土集市，搭建村民参与旅游经营的平台，实现景区发展与村民增收的共建共享机制。

# 4.子景区提升规划

## ➢ 陇西世族庄园片区——马家寨

立足马家寨现有村落格局，依托村内现有大棵核桃林资源，发展林下中草药经济与景观，打造“哀牢本草”实景游赏与康养旅居相融合的特色村落。以核桃树下中草药种植为基底，构建“林药共生、药景融合”的生态场景，突出“看得见本草、学得到知识、养得了身心”的旅游主题，增强旅游吸引力，助力乡村振兴与康养旅居目的地建设。



# 4.子景区提升规划

## ➢ 陇西世族庄园片区——大平掌中国传统村落

以“底商上住”模式盘活传统村落，打造活态传承的传统文化休闲街巷。



# 4.子景区提升规划

## ➢ 陇西世族庄园片区——河边街

**哀牢山风物集：串联景区联动，升级游玩体验，展现在地风物，促进村民就业。**



# 4.子景区提升规划

## ➢ 陇西世族庄园片区——烈士陵园




通过精选红色歌曲与空间化音效设计，构建可“聆听”的历史现场。游客在沉浸体验中唤醒集体记忆，升华爱国情怀。

# 4.子景区提升规划

## ➢ 东关岭片区——提升规划



# 4.子景区提升规划

## ➢ 达哈片区——提升规划

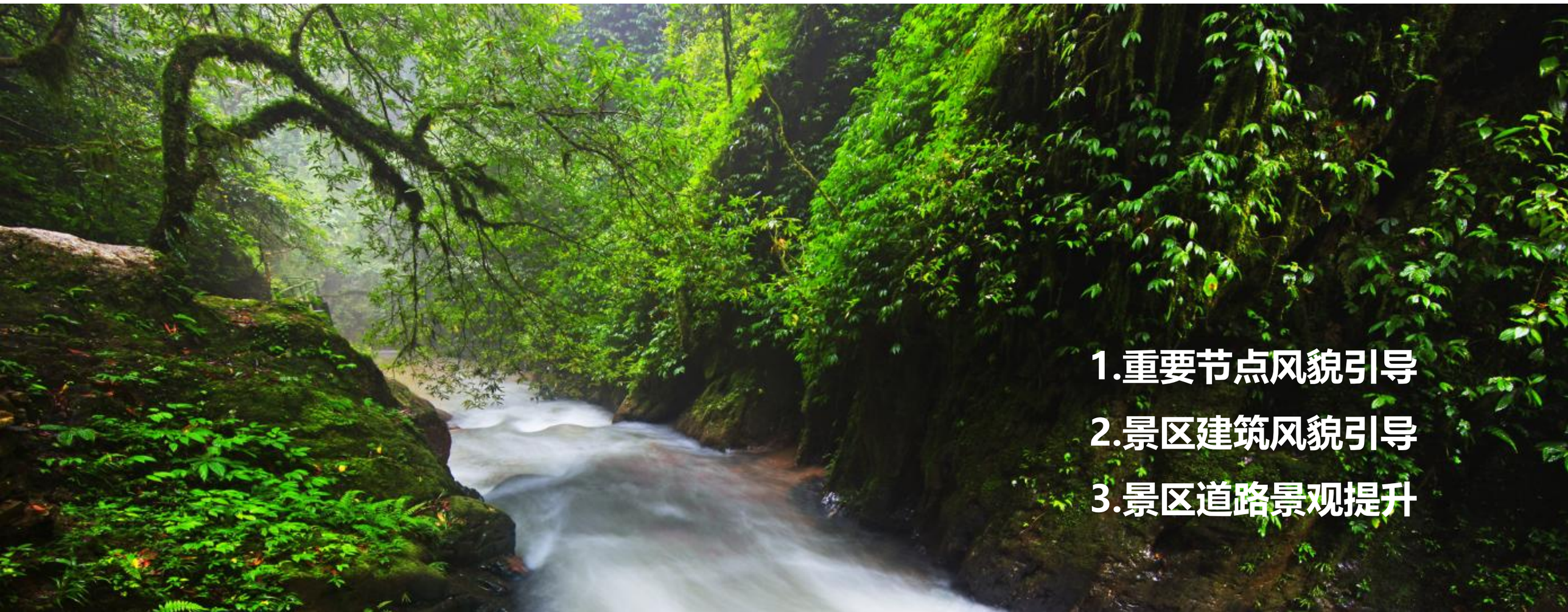



旅游集散服务项目

旅游服务配套项目

花腰傣文化展陈与体验项目

# Part3　风貌导控



1.重要节点风貌引导

2.景区建筑风貌引导

3.景区道路景观提升

# 1. 重要节点风貌引导

## ➢ 哀牢山入口——风貌改造效果







立足哀牢山原生态，传承本地乡土民居。以土木砖石瓦为笔，绘就原生态乡土特色新画卷。

# 1. 重要节点风貌引导

## ➢ 东关岭片区入口（G323方向）——风貌改造效果

- 岭西游客中心附近

**立足哀牢山原生态，传承本地乡土民居。以土木砖石瓦为笔，绘就原生态乡土特色新画卷。**



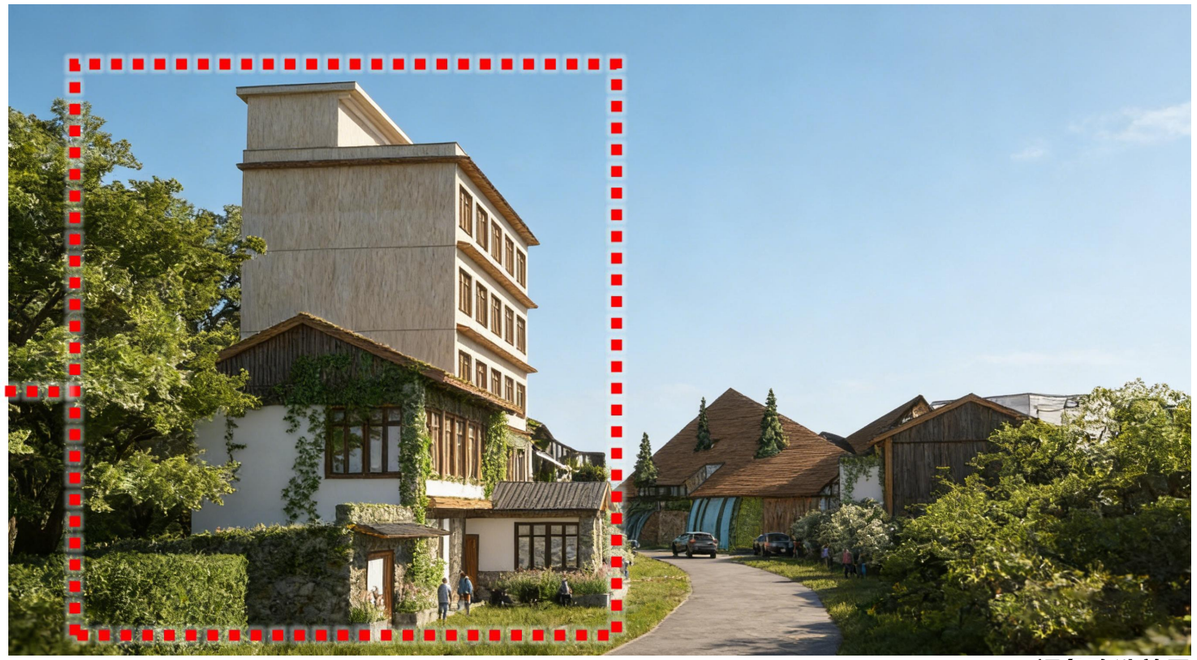




主要采用石材、木材等生态乡土材料来进行建筑的局部改造，同时在建筑立面及周边景观提升上多增加绿植花卉等自然生态植被，打造与国家森林公园相协调的沿街景观风貌。



A视角现状照片



A视角改造效果



B视角现状照片

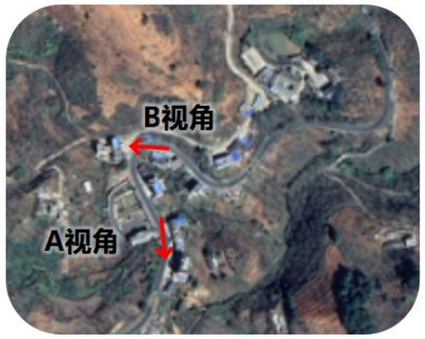


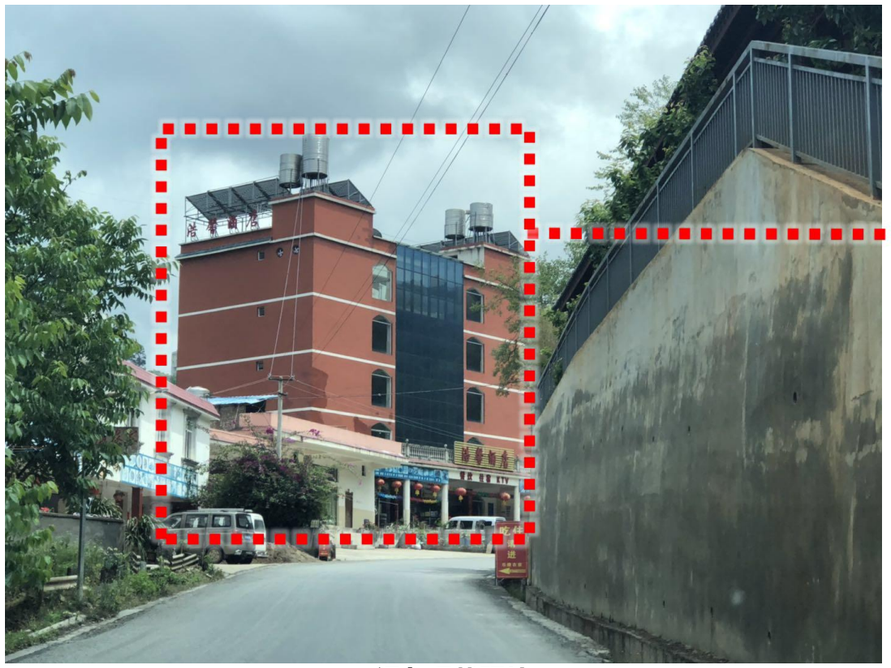
B视角改造效果

# 1. 重要节点风貌引导

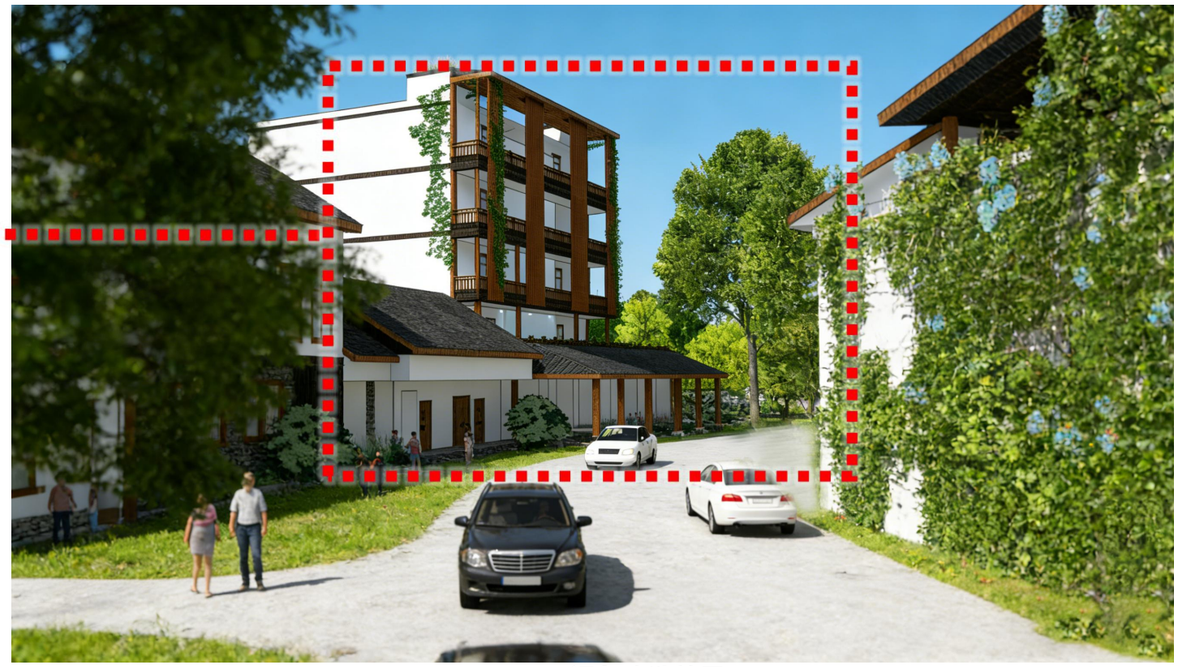
## ➢ 陇西世族庄园片区入口——风貌改造效果



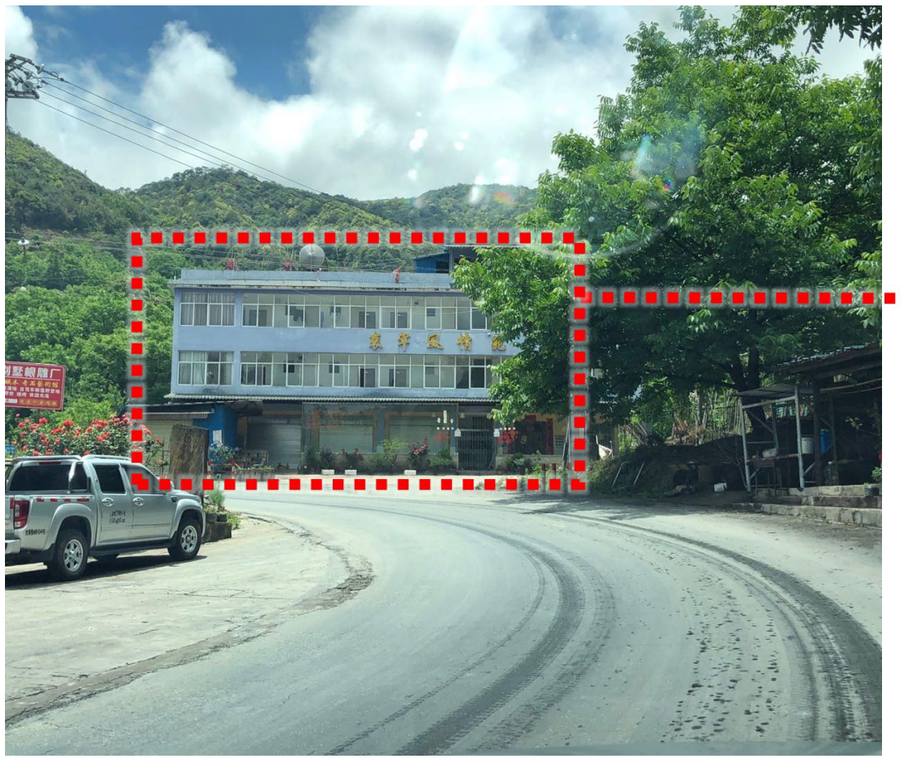



A视角现状照片



A视角改造效果

立足哀牢山原生态，传承本地乡土民居。以土木砖石瓦为笔，绘就原生态乡土特色新画卷。



B视角现状照片

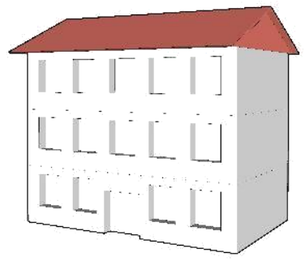
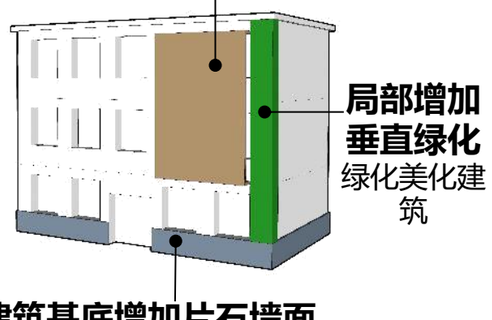
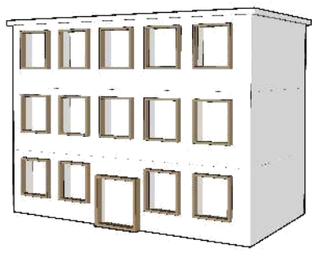


B视角改造效果

# 2. 景区建筑风貌引导

## ➢ 现状建筑风貌改造导则

**立足哀牢山原生态，传承本地乡土民居。以土木砖石瓦为笔，绘就原生态乡土特色新画卷。**

| | 类型 | 沿街建筑 改造引导 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 方式 | 颜色 | 材料 |
| 1—3层建筑 | 建筑屋顶 | <br>**加建坡屋顶**<br>增加建筑传统特色 | <br>屋顶：青色、灰色 | <br>屋顶：小青瓦、筒板瓦 |
| | 建筑墙面 | **局部加建木质格栅**<br>丰富建筑立面<br><br>**局部增加垂直绿化**<br>绿化美化建筑<br>**建筑基底增加片石墙面**<br>增添建筑乡土特色 | <br>基础墙面：土黄色系+白色系<br><br>墙面加建：仿木色、青灰色 | 基础墙面<br> 涂料<br> 涂料刮毛勾缝<br> 茅草夹泥<br>墙面加建<br> 石材<br> 木材 |
| | 建筑门窗 | <br>**打造木质门窗**<br>增加建筑乡土特色 | <br>门窗：仿木色、棕灰色 | <br>门窗：木质、仿木色铝合金 |

# 2. 景区建筑风貌引导

## ➢ 现状建筑风貌改造导则

**立足哀牢山原生态，传承本地乡土民居。以土木砖石瓦为笔，绘就原生态乡土特色新画卷。**

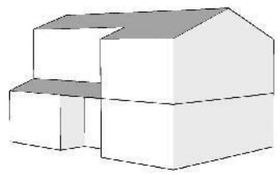
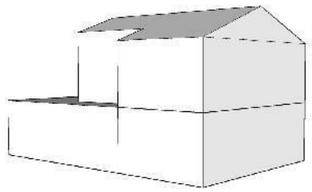
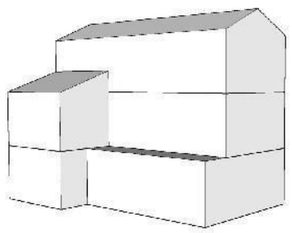
| 类型 | | | 改造引导 | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | 改造方式 | 颜色 | 材料 |
| 3层以上建筑 | 刚性要求 | 建筑墙面 | 墙面颜色统一风格 | 基础墙面：土黄色系+白色系<br>墙面加建：仿木色、青灰色 | 基础墙面：涂料 涂料勾缝 茅草夹泥<br>墙面加建：石材 木材 |
| | | 建筑门窗 | 木质门窗<br>增加建筑乡土特色 | 门窗：仿木色、棕灰色 | 门窗：木质、仿木色铝合金 |
| | 弹性要求 | 特色加建 | 增设腰线<br>打破大体量构图 | 仿木色、棕灰色 | 木质、仿木色铝合金 |

| 类型 | | | 改造引导 | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | 改造方式 | 颜色 | 材料 |
| 3层以上建筑 | 弹性要求 | 特色加建 | 底部装饰<br>凸显底层，弱化上层 | 片石灰色<br>仿木色<br>棕灰色 | 石材<br>木质、仿木色铝合金 |
| | | | 增设窗框<br>化整为零 | 仿木色<br>棕灰色 | 木质、仿木色铝合金 |
| | | | 垂直绿化<br>打造绿色生态建筑 | 绿色为主 | 爬藤绿植 |

# 2. 景区建筑风貌引导

## ➢ 新建建筑风貌引导导则

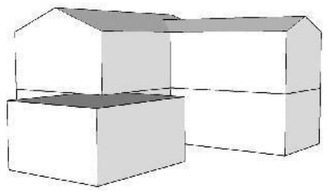
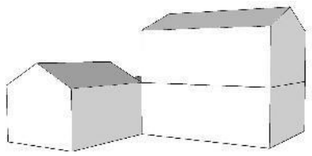
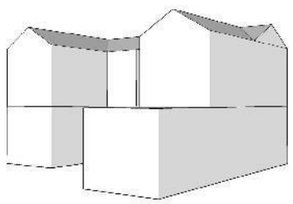
**立足哀牢山原生态，传承本地乡土民居。以土木砖石瓦为笔，绘就原生态乡土特色新画卷。**

| | 类型 | 设计引导 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 形体造型 | 层高 | 颜色 | 材料 | 模型效果 |
| 一字型 | A |  通高型 | 2F | 白色<br>灰色<br>米黄色<br>木色 |  毛石片<br> 原木贴面<br> 铝合金木格栅<br> 小青瓦 |  正立面<br> 侧立面<br> 透视图 |
| | B |  局部退台型 | 2F | 白色<br>灰色<br>米黄色<br>木色 |  毛石片<br> 原木贴面<br> 铝合金木格栅<br> 小青瓦 |  正立面<br> 侧立面<br> 透视图 |
| | C |  局部退台型 | 3F | 白色<br>灰色<br>米黄色<br>木色 |  毛石片<br> 原木贴面<br> 铝合金木格栅<br> 小青瓦 |  正立面<br> 侧立面<br> 透视图 |

# 2. 景区建筑风貌引导

## ➢ 新建建筑风貌引导导则

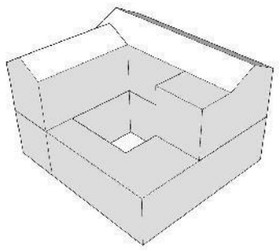
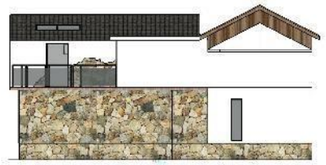
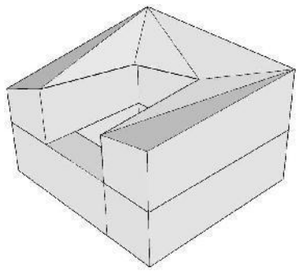
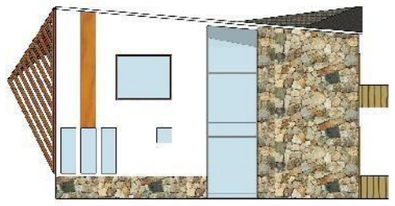
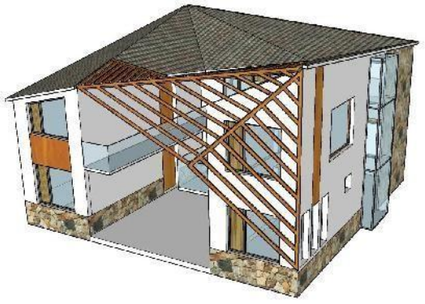
**立足哀牢山原生态，传承本地乡土民居。以土木砖石瓦为笔，绘就原生态乡土特色新画卷。**

| | 类型 | 设计引导 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 形体造型 | 层高 | 颜色 | 材料 | 模型效果 |
| L字型 | A |  错位嵌入型 | 2F | 白色<br>灰色<br>米黄色<br>木色 | 毛石片<br>原木贴面<br>铝合金木格栅<br>小青瓦 |  正立面  侧立面  透视图 |
| | B |  局部退台型 | 2F | 白色<br>灰色<br>米黄色<br>木色 | 毛石片<br>原木贴面<br>铝合金木格栅<br>小青瓦 |  正立面  侧立面  透视图 |
| | C |  错位退台型 | 2F | 白色<br>灰色<br>米黄色<br>木色 | 毛石片<br>原木贴面<br>铝合金木格栅<br>小青瓦 |  正立面  侧立面  透视图 |

# 2. 景区建筑风貌引导

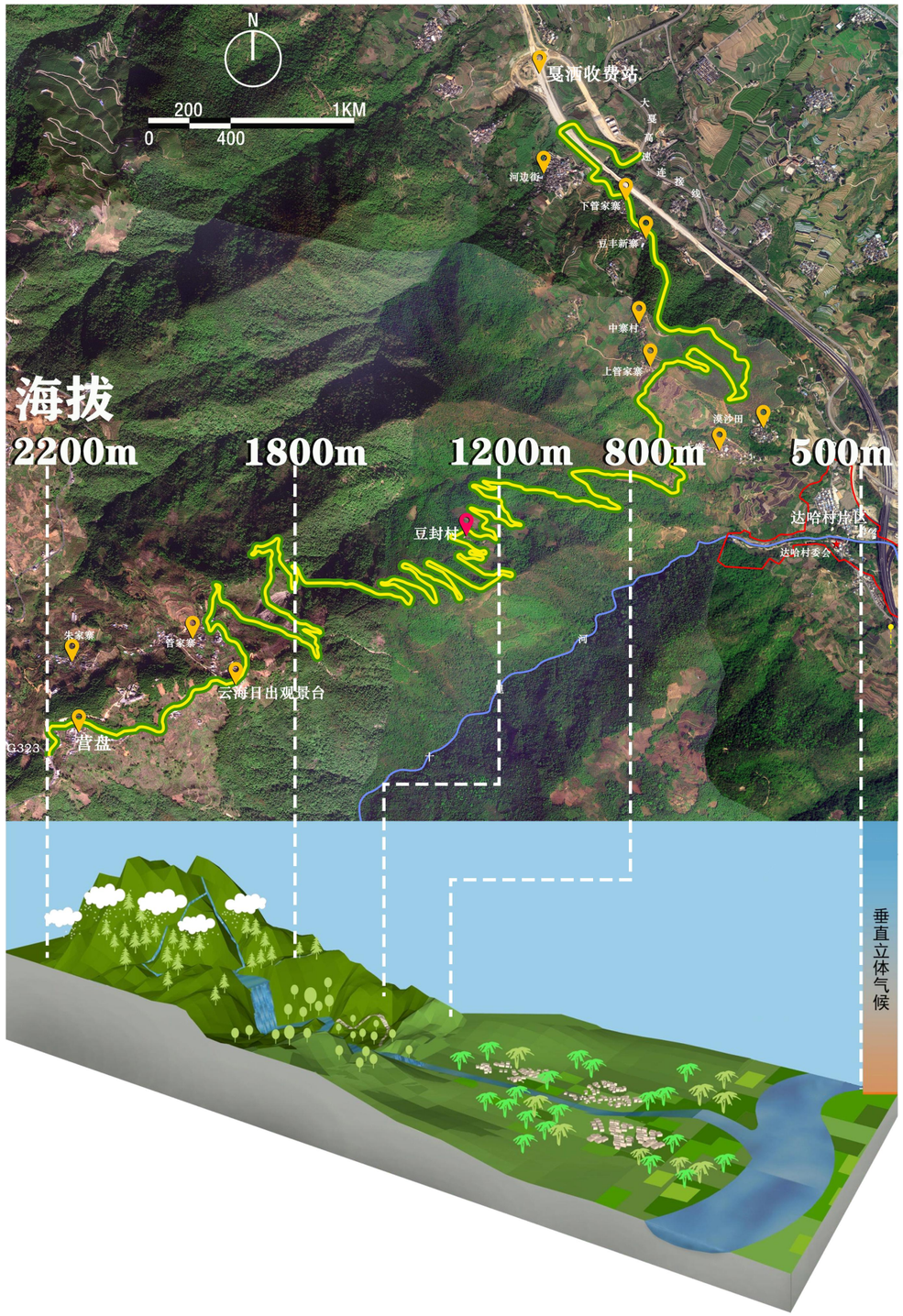
## ➢ 新建建筑风貌引导导则

**立足哀牢山原生态，传承本地乡土民居。以土木砖石瓦为笔，绘就原生态乡土特色新画卷。**

| | 类型 | 设计引导 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 形体造型 | 层高 | 颜色 | 材料 | 模型效果 |
| 合院型 | A |  局部退台型 | 2F | 白色<br>灰色<br>驼黄色<br>木色 |  毛石片<br> 原木贴面<br> 铝合金木格栅<br> 小青瓦 |  正立面<br> 侧立面<br> 透视图 |
| | B |  异性屋顶型 | 2F | 白色<br>灰色<br>驼黄色<br>木色 |  毛石片<br> 原木贴面<br> 铝合金木格栅<br> 小青瓦 |  正立面<br> 侧立面<br> 透视图 |

# 3. 景区道路景观提升

## ➢ 秘境1号旅游专线道路景观提升





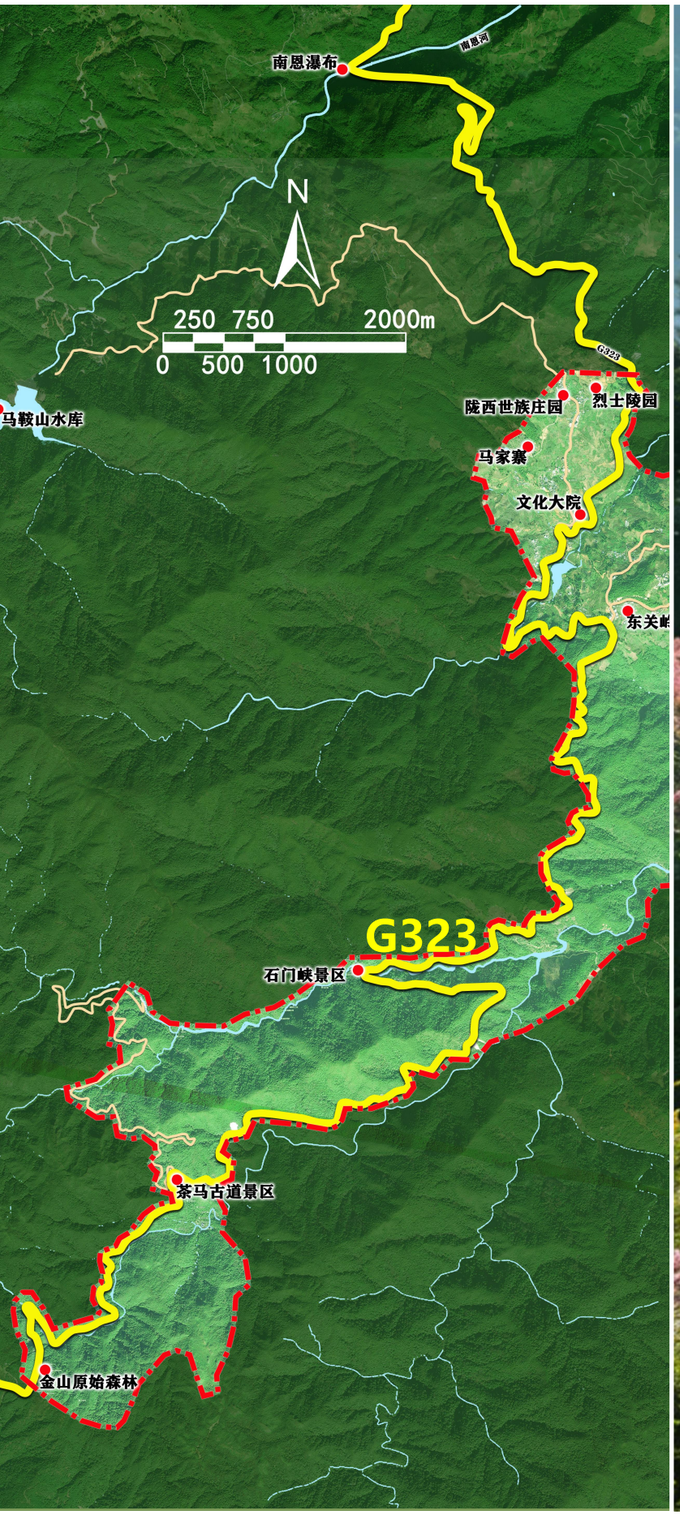


- 这条连接海拔500米戛洒坝区至2200米哀牢山顶的旅游公路，是一条绝佳的垂直生态景观走廊。
- 植物配置的核心策略是：“尊重原生景观，营造差异海拔景观画卷”，

**让公路景观本身成为解读哀牢山生态的第一课。**

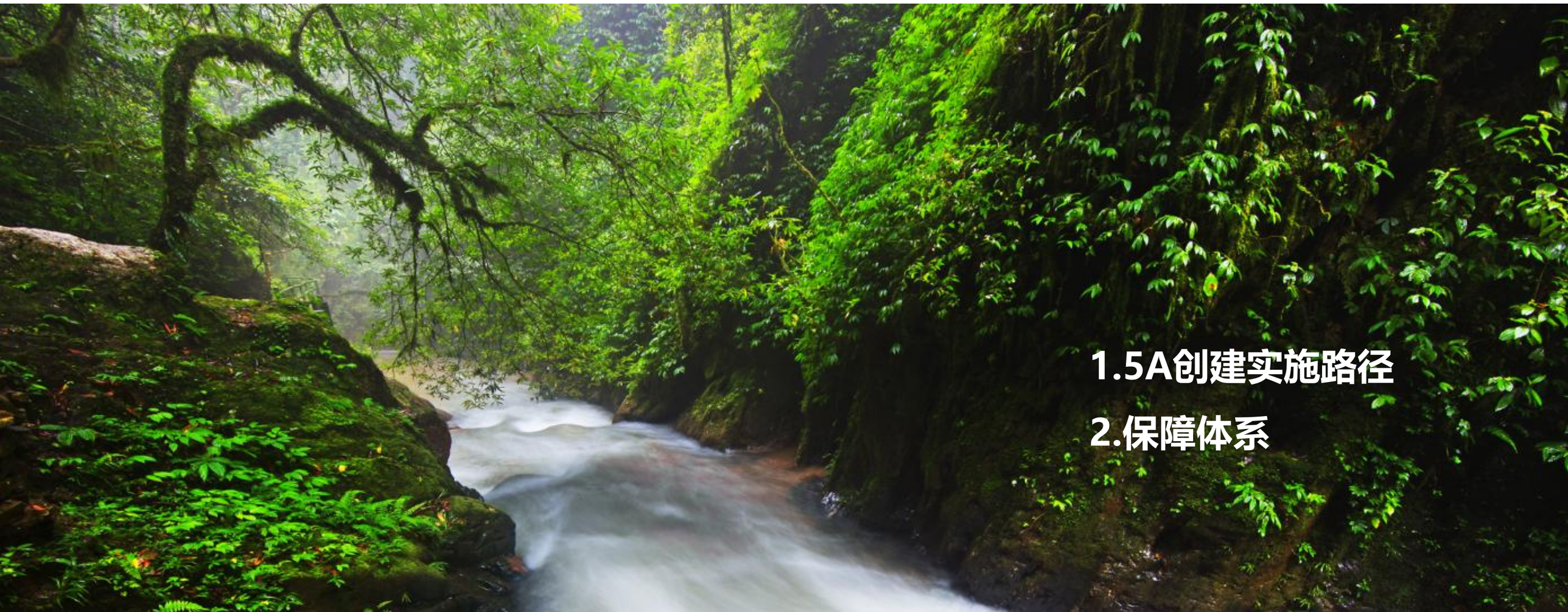
# 3. 景区道路景观提升

## ➢ G323道路景观提升






# Part4　实施保障



1.5A创建实施路径

2.保障体系

# 1. 5A创建实施路径

## 前期
## (2026年)

### 强本固基，攻坚启动

**核心任务：**
实施“4A巩固提升与5A条件创设”双轨并行。

**建设重点：**
① 确保4A服务质量稳中有升;
② 同步系统启动5A创建基础工作;
③ 重点完成体制机制整合与规划报批。

**关键目标：**
① 4A通过复核达850分以上;
② 完成统一运营主体组建及5A专项规划报批。

## 中期
## (2027-2029年)

### 对标建设，争创5A

**核心任务：**
严格对标国家5A级旅游景区标准，全面推进达标建设，完成省级初评。

**建设重点：**
① 聚焦旅游交通、游览服务设施、安全保障、环境卫生、智慧旅游等关键领域，实施标准化、品质化提升;
② 深化产品创新与品牌营销;
③ 加强景区培育与储备;
④ 完成申报材料编制。

**关键目标：**
① 软硬件全面达到5A评审要求;
② 年接待游客量突破60万人次，其中入境游客占比不低于5%;
③ 品牌形成较强市场影响力;
④ 顺利通过省级推荐。

## 后期
## (2030年)

### 全力冲刺，决胜5A

**核心任务：**
开展国家级评定全力冲刺5A授牌。

**建设重点：**
① 加快推进申报程序;
② 系统实施“迎检提升”专项工程;
③ 持续开展精细化整改与优化。

**关键目标：**
① 成功创建国家5A级旅游景区;
② 建成世界级生态文化旅游目的地;
③ 形成“两山”实践创新的可推广模式;
④ 实现管理与服务质的飞跃。

# 3. 保障体系

## 安全与应急保障

- 完善安全生产责任体系
- 全面排查整治地质灾害、消防、交通等隐患
- 建立多部门联动的应急救援预案并定期演练

## 运营管理保障

- 建立健全景区各项管理制度与服务标准
- 推行数字化、精细化运营管理平台
- 建立游客满意度监测与持续改进机制

**玉溪哀牢山5A级旅游景区创建**

## 体制机制保障

- 成立市县联动的创建领导小组
- 建立跨部门协调制度
- 明确景区管理机构权责与运营主体

## 人才与技术保障

- 制定专业人才引进与培训计划
- 与院校合作建立实训基地
- 引入重要领域的技术支持与解决方案

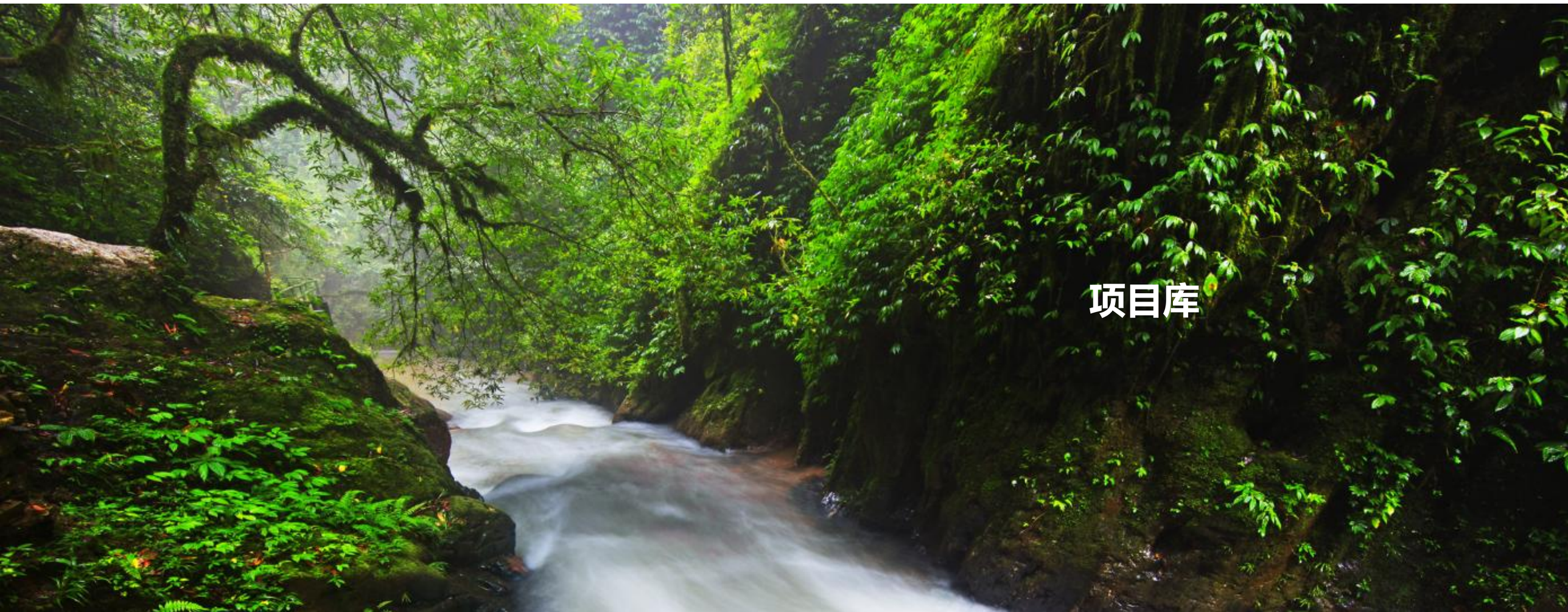
## 规划与用地保障

- 确保创建项目符合国土空间规划
- 优先保障景区建设用地指标
- 依法完成土地征收、流转或租赁手续

## 资金与设施保障

- 积极争取财政资金（文化、林草、交通、农业农村等部门）
- 建立“政府引导、市场运作、社会参与”的多元投融资机制
- 设立创建专项经费

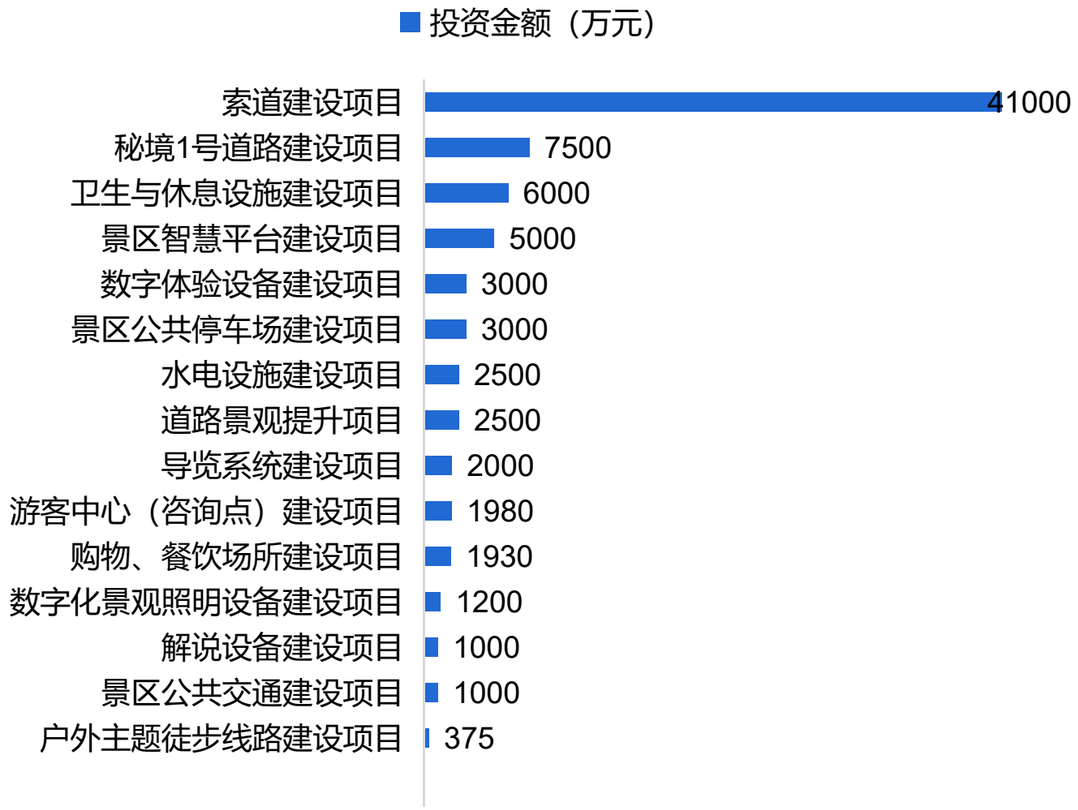
# Part5　附件



项目库

# 项目库

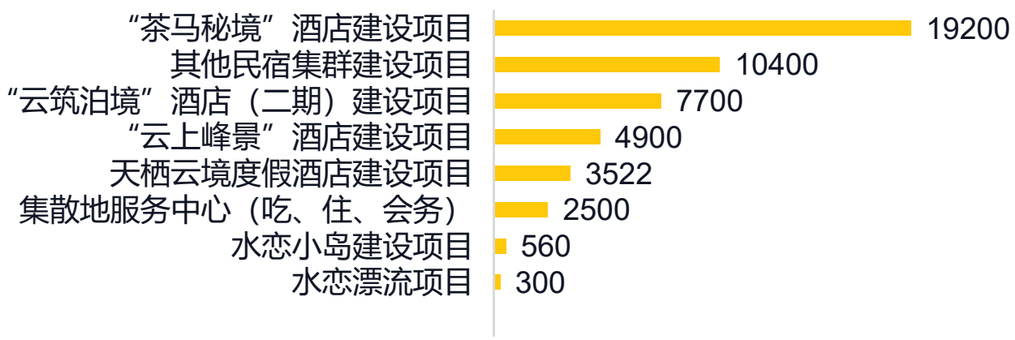
## 5A创建基础配套建设项目
**基础项：共15项，投资8.00亿元**



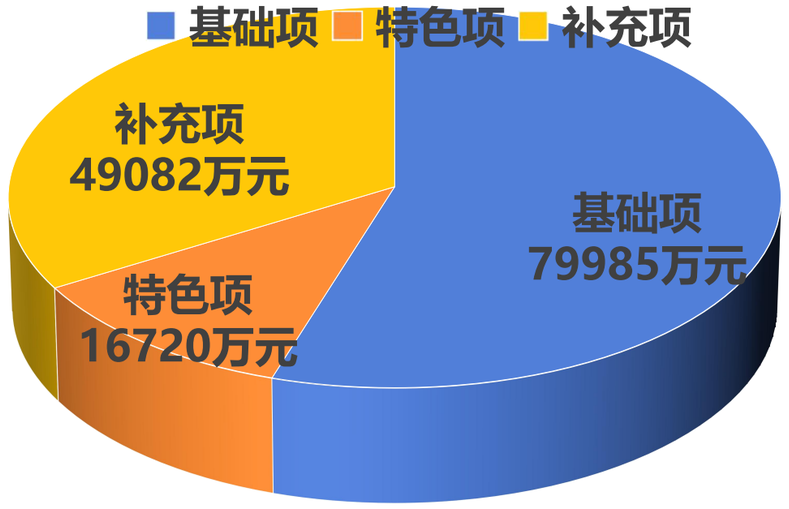

## 文旅融合项目
**特色项：共17项，投资1.67亿元**




## 其他项目
**补充项：共8项，投资4.91亿元**




## 项目总投资14.58亿元



## 玉溪哀牢山5A级旅游景区创建专项规划项目库

| 项目分类 | 序号 | 项目名称 | 建设分期 | 投资金额（万元） | 投资主体 | 备注 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 旅游交通 | 1 | 秘境1号道路建设项目 | 二期 | 7500 | 政府 | 新平县交通局 |
| | 2 | 景区公共交通建设项目 | 二期 | 1000 | 企业 | |
| | 3 | 景区公共停车场建设项目 | 二期 | 3000 | 企业 | |
| | 4 | 载人无人机观光停机坪建设项目 | 二、三期 | 480 | 企业 | |
| | 5 | 索道建设项目 | 一、三期 | 41000 | 企业 | |
| | 6 | 户外主题徒步线路建设项目 | 一、二、三期 | 375 | 企业 | |
| | 7 | 道路景观提升项目 | 二期 | 2500 | 政府+企业 | |
| 游览设施 | 8 | 游客中心（咨询点）建设项目 | 二期 | 1980 | 政府 | |
| | 9 | 导览系统建设项目 | 一、二期 | 2000 | 政府 | |
| | 10 | 卫生与休息设施建设项目 | 一、二期 | 6000 | 政府 | |
| 旅游服务 | 11 | 解说设备建设项目 | 二期 | 1000 | 政府+企业 | |
| | 12 | 购物、餐饮场所建设项目 | 三期 | 1930 | 企业 | |
| 智慧旅游 | 13 | 景区智慧平台建设项目 | 二期 | 5000 | 政府 | |
| | 14 | 数字化景观照明设备建设项目 | 二期 | 1200 | 政府 | |
| | 15 | 数字体验设备建设项目 | 二期 | 3000 | 企业 | |
| 基础配套 | 16 | 水电设施建设项目 | 一、二、三期 | 2500 | 政府 | |
| 文旅融合 | 17 | 哀牢山文创产品研发项目 | 一、二、三期 | 300 | 企业 | 新平哀牢山旅游开发有限公司 |
| | 18 | 石门峡景区旅游体验提升项目 | 二、三期 | 300 | 企业 | |
| | 19 | 茶马文化沉浸式体验建设项目 | 二期 | 500 | 企业 | |
| | 20 | “西黑冠长臂猿”科学研究站改造项目 | 二期 | 500 | 政府+企业 | 新平哀牢山旅游开发有限公司 |
| | 21 | 金山原始森林沉浸体验建设项目 | 二期 | 150 | 企业 | |
| | 22 | 陇西世族庄园智慧化展陈项目 | 三期 | 500 | 政府 | |
| | 23 | 马家寨本草康养旅居村建设项目 | 三期 | 5000 | 企业 | |
| | 24 | 大平掌中国传统村落乡村振兴项目 | 三期 | 500 | 企业 | |
| | 25 | 野生动物保护站文旅融合项目 | 三期 | 180 | 政府 | |
| | 26 | 哀牢山生物多样性环境教育中心 | 二期 | 750 | 政府 | 云南省林草局 |
| | 27 | 茶马古街片区提升项目 | 三期 | 970 | 企业 | |
| | 28 | 云海观景台提升项目 | 一、二期 | 5500 | 企业 | |
| | 29 | 东关岭亲子体验项目 | 二期 | 200 | 企业 | |
| | 30 | 花腰傣文化体验项目 | 三期 | 390 | 政府+企业 | |
| | 31 | 达哈夜间沉浸体验项目 | 二、三期 | 250 | 企业 | |
| | 32 | 电站活化利用项目 | 三期 | 250 | 企业 | 云南达哈哈温泉旅游公司 |
| 其他 | 33 | 天栖云境度假酒店建设项目 | 二期 | 3522 | 企业 | |
| | 34 | “茶马秘境”酒店建设项目 | 二期 | 19200 | 企业 | |
| | 35 | “云筑泊境”酒店（二期）建设项目 | 二期 | 7700 | 企业 | |
| | 36 | “云上峰景”酒店建设项目 | 二期 | 4900 | 企业 | |
| | 37 | 其他民宿集群建设项目 | 三期 | 10400 | 企业 | |
| | 38 | 集散地服务中心（吃、住、会务） | 三期 | 2500 | 企业 | |
| | 39 | 水恋漂流项目 | 一期 | 300 | 企业 | 云南达哈哈温泉旅游公司 |
| | 40 | 水恋小岛建设项目 | 一期 | 560 | 企业 | 云南达哈哈温泉旅游公司 |
| 合计 | 41 | | | 145787 | | |

# 景区承载量测算

以旅游资源的可持续利用和旅游者的游览舒适度、安全性为前提，计算景区空间承载量。

测算说明——按照《景区最大承载量核定导则》LB/T 034-2014，并参考各类型景区基本空间承载标准示例分别计算得到景区瞬时承载量、日承载量，另外石门峡、茶马古道、金山原始森林、花山片区位于自然保护区内，其容量指标参考《自然保护区生态旅游规划技术规程》GB/T20416-2006。

## 景区瞬时承载量

【测算方法】

C1= ∑ Xi/Yi

其中，C1 瞬时空间承载量，单位人次

Xi：第 i 景点的有效游览面积（长度）；

Yi：第 i景点旅游者单位游览面积，即基本空间承载标准。

经过计算可得：

**景区瞬时承载量为9619人/次。**

## 景区日承载量

【测算方法】

C2= ∑ Xi/Yi×Int（ T/t） =C1×Z

其中，C2 日空间承载量，单位人次

T：景区每天的有效开放时间；

t: 每位旅游者在景区的平均游览时间；

Z：整个景区的日平均周转率。

经过计算可得：

**景区日承载量为26496人次/日。**

**景区瞬时承载量为9619人/次；**

**景区日承载量为26496人次/日；**

**景区日承载量预警值为21197人次/日（日承载量的80%）。**

# 价值共创

## 政府与企业共创




## 企业与村民共创




## 政府与企业共创

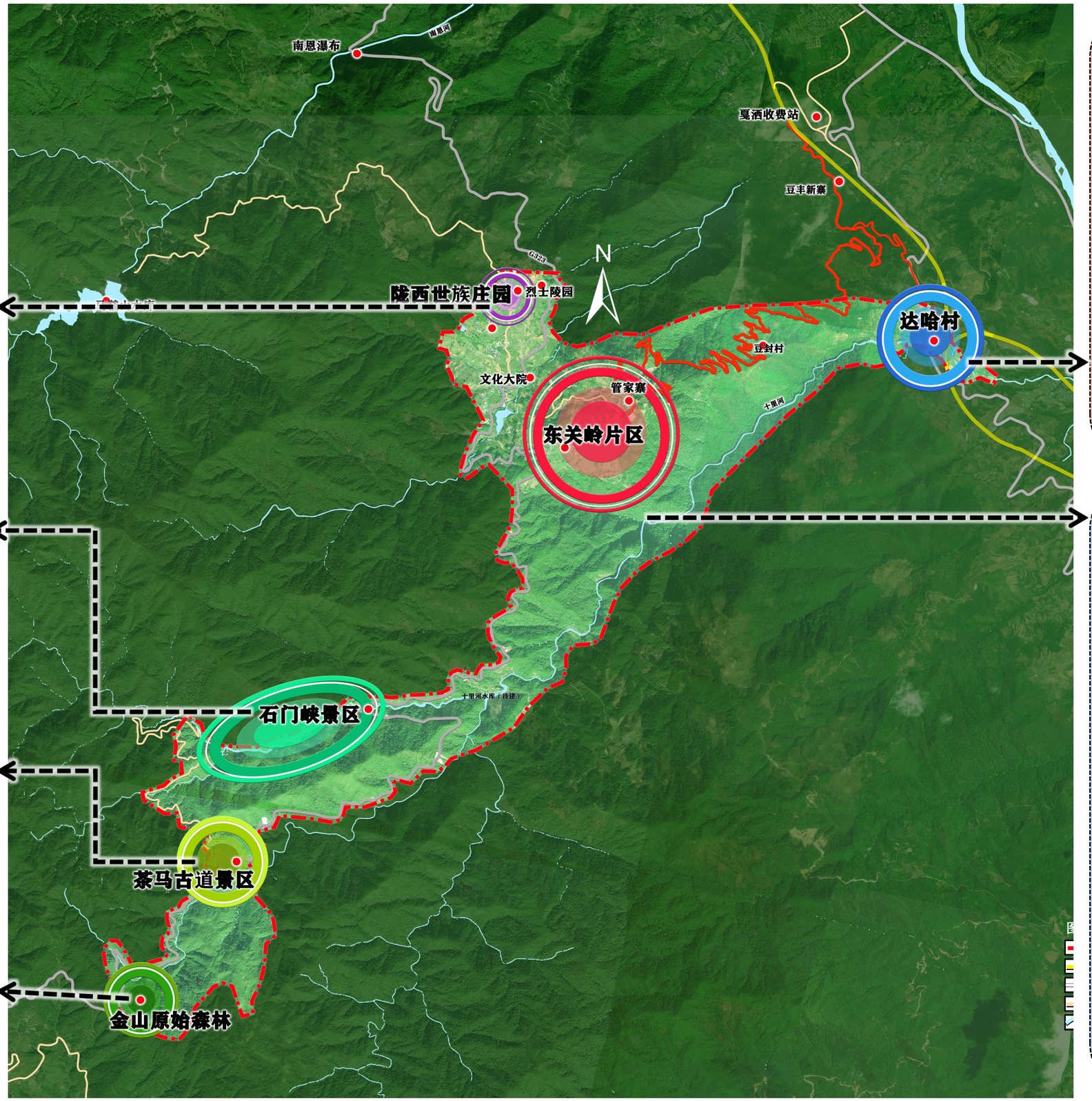



## 企业与村民共创




## 企业与村民共创




## 企业与村民共创




## 多方企业共创




## 企业与村民共创




## 多方企业共创




## 政府与企业共创



# 消费链延伸

## 医养旅居业态植入




## 新消费业态场景补充




## 数智化沉浸场景植入

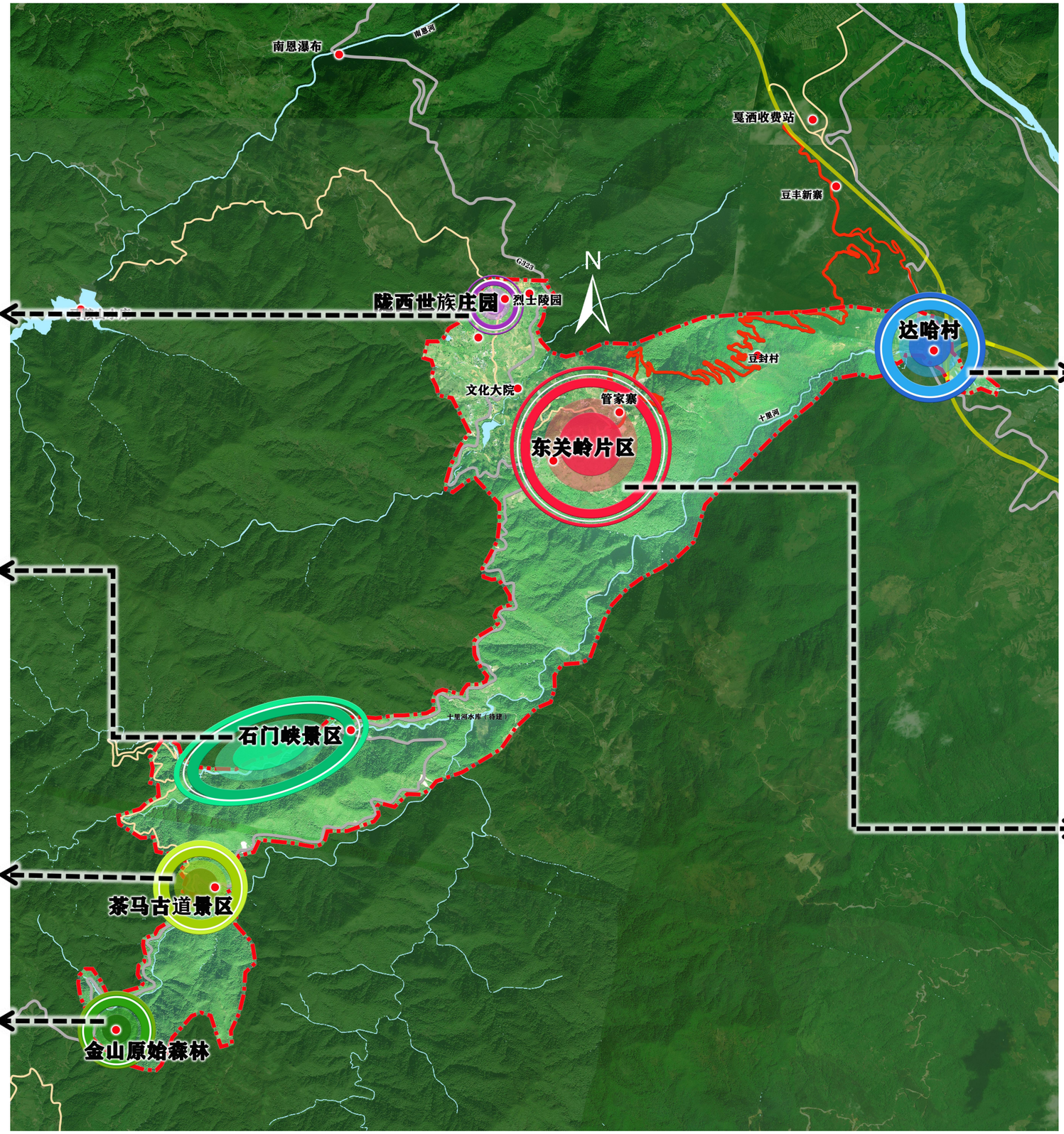



## 数智化沉浸场景植入




## 触媒场景补充




## 数智化沉浸场景植入




## 沉浸式场景植入




## 新业态场景补充



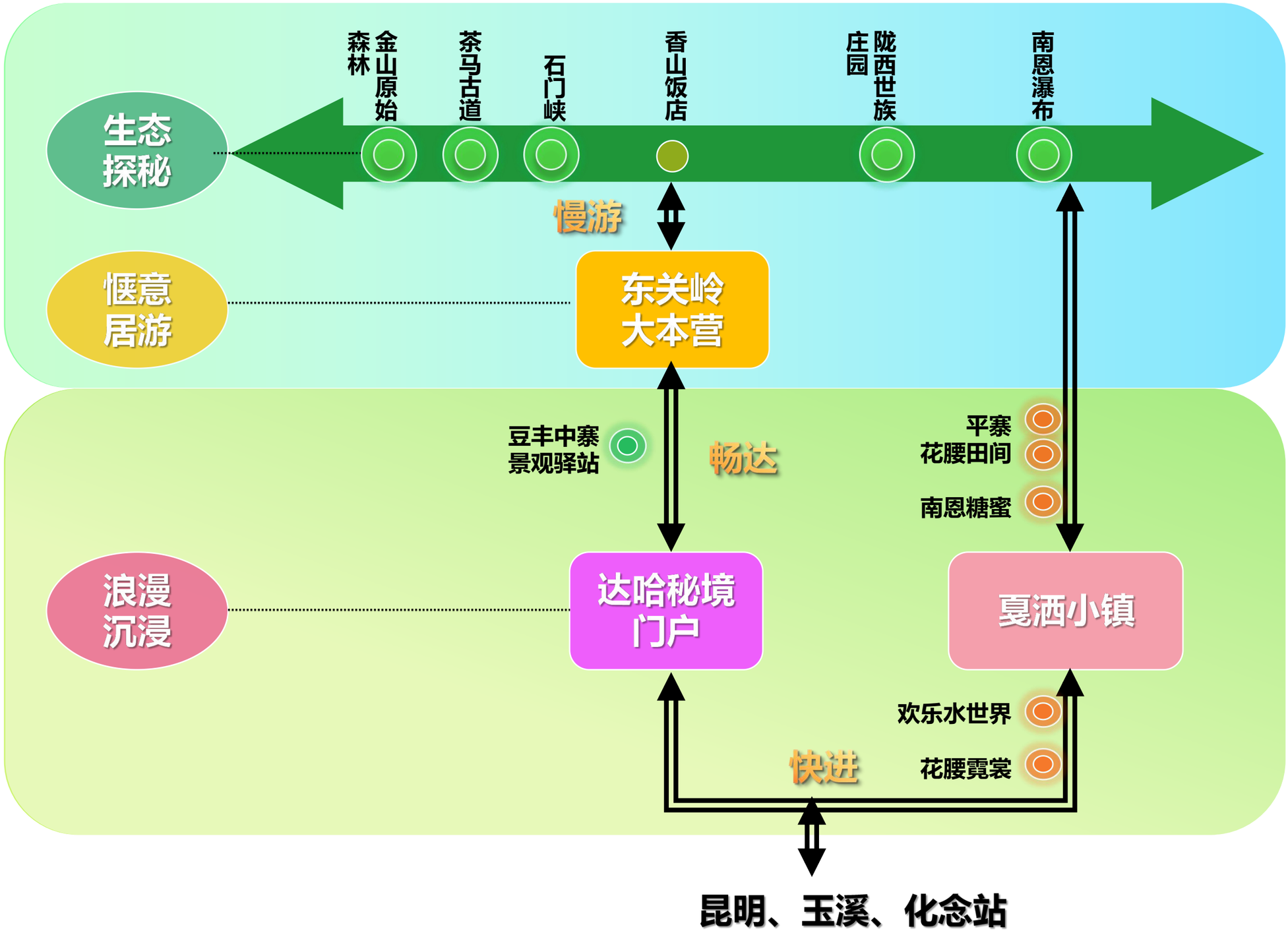

## 夜间沉浸式场景植入




## 夜间体验场景补充



# 山上山下一体，景-旅-居-游迭代



中国秘境 · 玉溪哀牢山

# 打造世界级生态旅游目的地

## 让哀牢山成为中国生态旅游的标杆

## 让世界看见中国秘境之美

**5A级景区**
2030年目标

**世界级品牌**
生态旅游标杆

**生态优先**
可持续发展

**文化传承**
文旅融合