

# 第一章 规划总纲

## 1.1 规划范围

本规划范围为保山市行政区域所辖的范围，包括隆阳区及腾冲、龙陵、施甸、昌宁四县，总面积 19637 平方公里。

## 1.2 规划期限

本规划有效期限为 2004 年至 2020 年，分近、中、远三期进行规划，其中近期为 2004—2010 年；中期为 2011—2015 年；远期 2016—2020 年。

## 1.3 规划依据

- 1、《旅游发展规划管理暂行办法》（国家旅游局，2000 年）；
- 2、《旅游规划通则》（国家质量监督检验检疫局，GB/T18971—2003）；
- 3、《中国旅游业发展“十五”计划和 2015、2020 年远景目标纲要》（国家旅游局，2001 年 4 月）；
- 4、《旅游区（点）质量等级的划分与评定》（国家质量监督检验检疫局，GB/T17775—2003）；
- 5、《中华人民共和国文物保护法》（1982 年 11 月 8 日）；
- 6、《风景名胜区暂行条例》（1985 年 6 月 7 日）；
- 7、《中华人民共和国森林法》（1998 年 4 月修订）；
- 8、《中华人民共和国环境保护法》（1989 年 12 月 26 日）；
- 9、《风景名胜区规划规范》（建设部，GB50298—1999）；
- 10、《村庄和集镇规划建设管理条例》（国务院，1993 年）；
- 11、《旅游安全管理暂行办法》（国家旅游局，1990 年 2 月）；
- 12、《旅游安全管理暂行办法实施细则》（国家旅游局，1994 年 1 月）；
- 13、《云南省旅游发展总体规划》（世界旅游组织、国家旅游局及云南省旅游局，2001 年）；

- 14、《保山市国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》（保山市发展计划委员会）；
- 15、其它相关法律及规范标准。

## 1.4 规划原则

### 1、地域特色原则

突出其地方特色，尤其是异于云南省其它地区的地域特色，通过塑造特色旅游产品而后来居上。

### 2、市场导向原则

从分析市场出发，针对市场需求，对旅游资源进行筛选、加工、设计、制作、规划、开发成适销对路的旅游产品。

### 3、可持续利用原则

规划既要带来最佳的经济效益，也要考虑到良好的社会效益和生态效益，体现经济、社会发展和生态保护相协调。做到开发与保护的一致，现状与未来的一致，实现资源的永续利用。

## 第二章 旅游资源与市场

### 2.1 旅游资源

#### 2.1.1 旅游资源赋存

保山市旅游资源状况的分类统计如下：

景系	景类	景型	统计内容	备注
自然 景观	地文 景观	火山景型	腾冲火山、地热国家地质公园	国家级风景名胜区
			神柱谷	
		景观山岳	云峰山	
		峡谷景型	澜沧江峡谷、怒江大峡谷	
		洞穴景型	清平洞、仙人洞、千佛洞	
	水文 景观	泉景型	腾冲热海旅游风景区	国家级风景名胜区
			巴腊掌热泉旅游度假区	
			石瓢旅游度假区	
			鸡飞温泉风景名胜区	
		湖泊景型	北海湿地保护区	国家级重点保护湿地
		瀑布景型	城市火山瀑布	
		河流景型	槟榔江	
			橄榄河热泉景区	
	气候 生物 景观	风景林景型	高黎贡山自然保护区	国家级自然保护区、联合国“世界生物圈保护区”
			来凤山火山森林公园	国家森林公园
			蕨树林、红花油茶林	
天台山秃杉林				
人文 景观	历史 遗产	人类文化遗址景型	永昌古道	
			保山汉庄遗址	国家级文物保护单位
			李根源故居、艾思奇故居	
	传统聚落景型	和顺侨乡		
		保山历史文化名城	省级历史文化名城	
		腾冲历史文化名城	省级历史文化名城	

人文景观	历史遗产	楼阁景型	玉皇阁	省级重点文物保护单位
		历史纪念地	国殇墓园	国家级文物保护单位
			松山抗战遗址	省级文物保护单位
			惠通桥、霁虹桥、双虹桥	省级文物保护单位
			梨花古坞	
		宗教/礼制建筑景型	云峰寺、光尊寺	
			龙潭寺、华严寺、文庙	
			水映寺	
	主题公园		太保公园、永昌文化园、腾越文化园	
	现代人文吸引物	现代水工建筑景型	“808”湖山公园	
			茄子山水库生态旅游区	
			秧田洼风景区	

其中火山、热海、高黎贡山属于保山品级最高的旅游资源，应作重点开发。

### 2.1.2 旅游资源评价（见附表）

保山的旅游资源特点：

#### 1、旅游资源总量丰富。

既有独特的自然资源，又有丰厚的人文资源。

#### 2、资源品级较高。

腾冲的火山地热分布位居全国之冠，高黎贡山被联合国教科文组织批准为“世界生物圈保护区”。

#### 3、资源分布密度较高，尤其是腾冲周围。

#### 4、资源独特，与周边的旅游产品有较大的差异性。

## 2.2 客源市场定位及预测

### 2.2.1 市场定位

根据保山旅游业发展现状、经济发展水平、区位条件以及旅游资源的品级，保山市的市场定位应立足云南、积极拓展长江三角洲、珠江三角洲以及环渤海经济带这三个经济发达的地区。海外市场，除了巩固缅甸市场外，重点拓展东南亚、日本和港澳台市场，

提高相应的市场份额。

### 1、国内市场定位

(1)一级市场：以省内游客为主，为休闲、度假、观光的游客，其份额约占 50%。

(2)二级市场：主要为长江三角洲、珠江三角洲、环渤海经济带三地的观光、休闲、度假游客，其份额约占 30%，属于消费水平高的市场，消费额占到总消费额的一半以上。

(3)机会市场：周边省份的观光度假游客，来云南参加会议会展的商务游客。

### 2、国际市场定位

(1)一级市场：东南亚市场，特别是靠近保山的缅甸北部地区，如克钦邦等地。。

(2)二级市场：日本市场，港澳台地区，作为东南亚市场的重要补充，在规划的中远期将有快速增长。

(3)机会市场：为欧美市场，主要通过新加坡、香港两个国际旅游中转站分流的欧美游客。以及其它进行专项科学考察的游客。

## 2.2.2 客源市场预测

根据保山市近几年旅游业的发展情况，经研究分析后预测游客增长如表

旅游市场规模预测表

时间	年均游客数 (万人次)	增长幅度 (%)
近期	466	12.5%
中期	887	8%
远期	1184	4%

2004——2010年 作为营销方案实施及项目建设时期，保证游客数稳步增长，达到一个较高平台。

2011——2015年 接待设施及景点容量都有较大扩充，营销方案实施有了显著效果，游客数量有大的提升，达到一个较高平台，并期待质的突破。

2016——2020年 游客流在市场选择下理性调整，增长速度减缓，有质的提升，即游客停留时间及消费额都有大的增加，旅游产业达到一个较高的经济平台，实现高效运行。

## 第三章 产业目标及发展战略规划

### 3.1 产业定位的总体描述

全国（旅游）亮点

省内（开发）热点

区域（效益）高点

地方（经济）支点

### 3.2 发展目标规划

#### 3.2.1 总体目标

1、提高保山在国际和国内的市场竞争力和吸引力，把保山建成中国最具特色的精品旅游区之一，建成为中国连接南亚、东南亚的国际旅游枢纽和连接滇西北、滇西南和滇中的区域性旅游集散地，完成全省旅游热点“西移”的战略构想。

2、通过旅游业带动国民经济中商贸、服务业的发展，促进国民经济的全面发展。

3、通过旅游业加快保山市城市化的步伐，促进城市基础设施的改善和城市功能的完善，使保山成为环境优美的现代化中小城市，成为云南省一个新兴旅游城市。保山市及腾冲县力争进入全国优秀旅游城市的行列。

#### 3.2.2 发展思路

把握国家实施西部大开发战略的良好契机，抓住中国加入 WTO、中国——东盟自由贸易区建设以及云南省培植旅游支柱产业、建设绿色经济强省等机遇，突出特色、选择亮点、点线互动，创立精品，做大做强保山旅游产业。

#### 3.2.3 阶段目标及指标

##### 1、近期（2004——2010 年）目标

(1)目标：本期末即 2010 年，实现接待海外游客 35 万人次，接待国内外游客 700 万人次，旅游业占国内生产总值的比重达到 15%左右

(2)思路：选择在国内旅游发展中具有比较优势的腾冲这一亮点，率先突破，先发造势。然后顺序开发高黎贡山、潞江坝产业旅游、松山战役遗址等景区。同时，以南方古丝绸之路这条金线，把一个个沿线众多景区、景点连接成一条精品旅游线。早日开通保山——缅甸密支那——印度雷多旅游线路，也就是著名的“史迪威公路”，大力发展边境旅游。

## 2、中期（2011——2015年）目标

(1)目标：本期末即 2015 年，实现接待海外游客 56 万人次，共接待国内外游客 1015 万，旅游业占国内生产总值的比重达到 18%。

(2)思路：随着中国连接东南亚、南亚国际大通道的开通，将这条黄金旅游线沿着古丝绸之路向前延伸，拓展更大的旅游发展空间，最终把保山建成中国最具特色的精品旅游区和边贸旅游区之一。

## 3、远期（2011——2020年）目标

(1)目标：规划期末即 2020 年，实现接待海外游客 68 万人次，共接待国内外游客 1235 万人次，旅游业占国内生产总值的比重接近 24%。

(2)思路：在国家的支持下，加强与缅方、印方等东南亚国家的国际合作，建成为联接南亚、东南亚旅游集散的和枢纽，成为有较大国际影响力的旅游区域。

### 3.3 发展战略规划

#### 3.3.1 错位竞争战略

在保山的周围，省内、省外、国外已经形成了许多著名的旅游地。保山如果想在激烈的竞争中脱颖而出，争得一席之地，就必须创造出与周边地区不同的旅游产品。由于保山在旅游资源方面确有其独特的方面，保山应选择自己最具特色的资源进行整合、开发，利用比较优势，增强地区旅游业的竞争力。

#### 3.3.2 项目引擎战略

地区旅游业的发展是靠项目推动的，项目在旅游发展中处于核心的地位。在保山推出一些具有较高的旅游价值，形成一定规模的重点旅游项目，以项目为突破口，促进保山旅游业整体发展水平的提升。

### 3.3.3 立体开发战略

在现有资源基础上，精心筛选，多维立体开发，多层次、多侧面地展示资源地域魅力，力推多维复合式旅游产品，以适应不同的目标市场需求。

### 3.3.4 区域合作战略

在保山旅游业发展的过程中，要放眼向外，置身于大的区域环境中，加强和周边地区的合作，实现“优势互补，共同发展”。区域之间的合作有助于推动保山资源的合理配置和市场的拓展。

### 3.3.5 资源变资产战略

保山有着丰富的旅游资源，但经济欠发达，资金缺乏成为制约旅游业发展的一个重要因素。吸引外资和东部发达地区的资金来开发，可以迅速将资源优势转化为现实优势。

## 第四章 旅游开发空间布局规划

### 4.1 空间格局

经过对区域空间、资源品位的比较分析及对产业空间、市场机会的综合研判，确定本案总体空间布局为：

- 一片热土：腾冲南部火山地热片区
- 一束彩带：高黎贡山怒江峡谷生态体验带
- 一条古道：滇西南古丝绸之路
- 一条边境：中缅边贸边境游

### 4.2 重点片区（线）规划纲要

#### 4.2.1 腾冲南部旅游区

##### 1、位置范围

腾冲中南部的大范围区域，总面积约 150 平方公里。

##### 2、功能定位

康体休闲、度假疗养、科普地学、文化体验、宗教感悟。

##### 3、景观特色

地热奇观、火山子遗、岩层剖面、宗教建筑。

##### 4、项目开发方向

热海温泉疗养、火山地质观光。

#### 4.2.2 高黎贡山怒江峡谷生态体验带

##### 1、位置范围

北起芒宽，南至勐糯，约 160 公里段的怒江峡谷，包括高黎贡山部分山体，贯穿保山、龙陵、施甸沿江地区，总面积约 200 平方公里。

##### 2、功能定位

生态体验、科学考察、登山漂流、挑战极限、休闲竞技。

### 3、景观特色

峡谷怒涛、特色植被、文化印迹。

### 4、项目开发方向

潞江坝热带作物园、民俗风情园、百花岭度假区、怒涛漂流、空中飞翔。

## 4.2.3 中缅边境旅游区

### 1、位置范围

中缅边境口岸（猴桥、滇滩、自治口岸），特别是猴桥国家级口岸，通向缅甸密支那，作为中缅印国际通道的喉口，有重大战略意义。其它还有滇滩等多个小型口岸通往缅甸。

### 2、功能定位

边境贸易、旅游购物、玉器集散。

### 3、景观特色

边陲风光、异国风情、边侨小镇。

### 4、项目开发方向

猴桥口岸规划建设宝石玉器市场和边境贸易区，及印缅文化风情园，开通保山---腾冲---猴桥---密支那购物游线。槟榔江风光、瑞滇热泉、黑泥塘热泉、胆扎热泉、云岩寺等。

## 4.2.4 古道寻旧文化线

### 1、位置范围

东起古渡彩虹桥，攀登罗岷山石凿云梯路，过保山坝、青岗坝、怒江双虹桥，翻越高黎贡山斋公房入腾冲出缅甸，串联沿线景点，成串珠式结构。在保山境域总长约 120km。

### 2、功能定位

文化寻踪、历史追念、民俗风情、宗教感悟、综合接待。

### 3、景观特色

地域风情、特色建筑、宗教风采、古道幽情。

### 4、项目开发方向

永昌故郡观光区，古道寻迹，宗教之旅。

## 4.3 县区旅游规划纲要：

### 4.3.1 隆阳区

## 1、发展方向

- (1)世界级“高黎贡山、怒江峡谷”生态旅游带的开发建设。
- (2)建设旅游城市、营造城郊休闲带—采纳大众观光概念，走社区旅游发展道路。

## 2、旅游开发重点

- (1)高黎贡山怒江峡谷生态体验区（龙头项目）：科学考察、古道探迹、二战觅踪、高山探险、森林浴、农业生态观光等。
- (2)永昌文化区：太保山公园、梨花坞宗教旅游区、永昌文化园、孝感泉、易罗池
- (3)龙王塘公园
- (4)卧佛寺宗教旅游区
- (5)北庙湖度假区
- (6)哀牢王御花园
- (7)东海子
- (8)大观庙

### 4.3.2 腾冲县

#### 1、发展方向

- (1)世界级休闲度假基地——“中国生态 SPA 康乐园”、“全国地质科考基地”、提升为世界地质公园
- (2)滇西观光名城——游客集散地和接待地、申请“中国历史文化名城”。向世界文化遗产努力。
- (3)边贸特区——猴桥口岸、滇滩口岸、自治口岸。保山旅游新的支撑点。
- (4)文化热土——腾越文化、抗战文化、商贸文化、侨乡文化、历史遗迹。

#### 2、旅游开发重点

- (1)热海风景名胜区
- (2)火山国家地质公园、北海湿地
- (3)腾越文化区：李根源故居、国殇墓园、和顺侨乡、来凤山国家级森林公园、绮罗文昌宫、叠水河景区
- (4)云峰山宗教旅游区
- (5)猴桥边境旅游区

- (6)胆扎傈僳族风情旅游区
- (7)江苴——曲石文物旅游区
- (8)大树杜鹃生态旅游区

### 4.3.3 龙陵县

#### 1、发展方向

- (1)区域节点—连接腾冲、隆阳区、德宏州三大旅游区的枢纽。
- (2)温泉疗养
- (3)战地回忆
- (4)生态旅游

#### 2、旅游开发重点

- (1)邦腊掌温泉度假区
- (2)松山抗战遗址
- (3)小黑山、茄子山水库生态旅游区

### 4.3.4 施甸县

#### 1、发展方向

人文忆旧、归返自然、节假休闲

#### 2、旅游开发重点

- (1)石瓢温泉度假区、
- (2)清平洞风景旅游区
- (3)野鸭湖湿地旅游区
- (4)摩苍寺森林公园
- (5)姐妹湖度假区
- (6)鱼洞旅游区
- (7)三块石水库旅游区

### 4.3.5 昌宁县

#### 1、发展方向

乡土休闲、温泉疗养、水域观光

## 2、旅游开发重点

- (1)橄榄河热泉度假区
- (2)鸡飞温泉度假区
- (3)小桥温泉度假区
- (4)龙潭寺风景区
- (5)澜沧江生态旅游区

城市规划与交通网  
<http://www.cityup.org>

## 第五章 项目组群及概念性规划

### 5.1 项目组群规划

本规划确定三个龙头项目、七个重点项目以及二十个补充项目见下表：

项目组群规划一览表

名称	内容	位置
龙头项目	腾冲火山热海度假基地	腾冲南部
	高黎贡山怒江峡谷生态体验带	芒宽—勐糯怒江峡谷段
	中缅边境旅游区	腾冲县
重点项目	永昌故郡区	隆阳区
	古道文化线	雾虹桥—双虹桥—腾冲
	龙王塘度假区	隆阳区
	腾越文化区	隆阳区
	云峰山旅游区	腾冲县
	邦腊掌热泉旅游度假区	龙陵县
	松山抗战遗址	龙陵县
补充项目	二关避暑山庄、茄子山水库生态旅游区	龙陵县
	石瓢旅游度假区、清平洞度假区、野鸭湖旅游区、 娲女温泉、摩苍寺森林公园、姐妹湖风景区	施甸县
	鸡飞温泉、秧田洼风景区、橄榄河热泉、小桥温 泉、澜沧江生态旅游区、	昌宁县
	胆扎傈僳族风情区、大树杜鹃生态旅游区	腾冲县
	金鸡古镇、北庙湖、龙潭寺、瓦渡石林、哀牢王 御花园、浦缥阿里山庄	隆阳区

### 5.2 龙头项目

#### 5.2.1 腾冲火山热海度假基地

主要位于腾冲县南部，面积约 150 平方公里。由二部分组成：北部火山地质观光科考区，南部热海片区（腾冲南部温泉度假基地）。

## 1、北部火山地质观光科考片区

### (1)现状概况

最典型的火山地质景观居全国之冠。

### (2)创意构思

以保护为主，开发特色旅游产品，强调保持火山群原貌及原有生态，杜绝人为破坏及不合谐建筑，力争建成“中国地质科考基地”。

### (3)功能组团

分为地质景观区、火山观光区两个片区产品

### (4)规划要点

#### ①地质景观区

以火山群、柱状节理、火山湖为依托，开发层次分明、内蕴丰富的垄断性产品，出售地质科学的美感与快感，强化特色体验项目，同时加大高科技含量，体现科学精神。主要项目有：北海湿地、叠水河、来凤山国家森林公园、打鹰山等，建设中应当注意：

- 建筑材料以火山石材为主，较少修饰
- 主题建筑与周边环境契合，体现项目内蕴
- 以自然景观为主要展示内容，故应严格控制建筑数量、规模、布局，避免造成审美障碍。
- 参与性项目设施应尽量采用天然竹、木材料，增强野韵、野趣。

#### ②火山观光区

现有火山公园基础上，以保护为主，以认识自然、科普教育为主要功能，开发特色旅游产品，强调火山群原貌及原有生态，杜绝人为破坏及不合谐建筑。主要项目有：火山公园、顺江火山湖、柱状节理露头，规划游客接待中心一座，提供资讯、展览及其它服务事宜。建设中应当注意：

- 建筑风格结合当地特点，同时又能体现科学内蕴，与火山景观契合。
- 资讯方面提供导游服务及各类科普宣传材料，尽量加大科技含量，引入语言导览系统。
- 展览方面可设“火山的履历”、“火山群自然生态及环境”、“世界火山”“火山与腾冲”等主题及表现地域特色的表现艺术展等。
- 其它应加强门票、商店、急救、安全、通讯等各专项规划。

## 2、南部温泉度假基地

### (1)现状概况

位于腾冲县南部，以热海为中心区，西至荷花乡，东到沙坝林场，南抵牛角山一线，北至和顺乡以南，面积约 30 平方公里，包括热海区与坝派巨泉、沙坝林场几大片区。

### (2)创意构思

依托特色资源，面向特定市场，采取度假基地模式，走康体休闲旅游之路，重点发展康体、休闲、科考、养生系列产品，挖掘地域文化内涵，形成高附加值的特色产品体系，营造“中国生态 SPA 康乐园”，打造世界性休闲品牌。

### (3)功能组团

分为坝派观光、热海洗浴、林场实践几个片区产品。

#### ①荷花片区

●功能定位：地质生态观光、水景观赏、民俗感受。

●主要项目

A、坝派巨泉

B、傣家村寨

#### ②热海片区

●功能定位：康体疗养、休闲度假、特色观光。

●主要项目

室内：凯撒宫、扶桑苑、KURHAUS 保养馆

室外：阳光沙滩、星月广场、生态 SPA 康乐园

### (4)规划要点

A、在温泉项目上，突破现有形式与规模的制约，多产业多维度综合开发，实现温泉旅游质的飞跃：

●形式多样化：引入超声波水力按摩泉、林温泉、石温泉、花草温泉、药物温泉、酒温泉、咖啡温泉、瀑布温泉、冲喷温泉等。

●规模扩大化：主要是突破原有地形限制，用保温管道导流，将温泉水引至开阔地，设温泉沙滩、广场及大型露天浴池等。

●功能定位明确化：主要定位为康体、休闲、养生三大功能。康体包括健身与美容两

个方面；休闲则包括洗浴、桑拿、按摩等；养生则包括祛病、延寿等多种功能。

●产品专门化：主要包括食、浴、疗、康、观等系列专项产品。

B、阳光沙滩：穿井用管道将泉水引至开阔地或河谷沙滩等处，建设以温泉为主题的沙滩、广场及罗马式、日本式的巨型浴室、室内游泳池。体现人本、人性关怀，创造日常性生活场景，将自然的赐予在阳光下展示给人，在更广阔的空间，让尽可能多的人参与这种沐恩的盛典，共同创造一种和谐、自然、平和的氛围，客观上造成一种行为主义艺术效果。

C、室内洗浴开发中华养生文化宝藏，推出宫庭美容汤系列、宫庭健身汤系列及宫庭康复汤系列。室内巨型浴室及泳池可设罗马风格及日本风格，材质不同，风貌各异，能满足不同层次游客的需要。

D、洗浴之后的按摩放松，推拿服务应有特色。结合传统医学，借鉴不同流派的手法，形成一脉。

E、生态 SPA 康乐园。强调与环境互动，让身心在最自然的状态中完全展开，是一种新的生活方式和态度。产品包括 Resort Spa（SPA 度假村，其特征是与大自然融为一体，户外与室内皆有宽阔的视野）和 City Spaity SPA（都会型 SPA 保养中心，注重专业级保养与按摩）。

F、KURHAUS 保养馆。属于长期停留的温泉保养区，充分利用泉水特性，结合大自然的环境，配合住宿设施及运动设施，开发出深受大众喜好，具社交功能的温泉社交馆。由温泉活水保养馆、健康餐厅、培训基地、会议中心、产权酒店等组合而成。

G、突出火山矿泥洗浴及美容产品系列产品的开发。

H、设计要点

●景区大门及沿途建筑展示当地建筑风格，同时作适当艺术化处理。

●室内浴室：罗马式的采用天然石材，单体形式，雄浑、大气，体现理性与崇高美感；日本式则采用群体园林形式，材料用湖石、天然木材及其它天然材料，风格含蓄、自然，体现亲情与宽容的东方意蕴。

●景区雕塑小品结合环境及周边建筑选取相应内容，多采用西南民族神话内容，表现地域文化色彩。

●建筑装饰采用地方民族特色工艺品，如木雕、竹雕、各类纺织物及挂件等。

●整体建筑布局要求和谐、自然，与周围环境相契合，不可破坏天然景观。

## 5.2.2 高黎贡山怒江峡谷生态体验带

### 1、现状概况

怒江峡谷被誉为世界第二大峡谷，高黎贡山被联合国教科文组织批准为“世界生物圈保护区”，“三江并流”区域申报“世界自然遗产”成功，是本区开发的优势条件，以大峡谷将上述因素组合起来。怒江峡谷东有怒山，西有高黎贡山，两岸夹峙，在保山区内 252 公里，近期选取芒宽——勐糯段开发，远期向南延长至木城边境，北边与怒江州衔接，共组滇西大旅游区，创造名牌精品旅游产品。

规划区选取其中若干段最有开发价值的河段结合高黎贡山特色资源，综合开发，主要包括：芒宽片区、百花岭-江苴片区、潞江坝-石瓢片区、勐糯片区、木城片区等，其中木城片区作为二级项目，后续开发。

### 2、创意构思

依据区域特有资源现状，生态资源丰富而河谷较宽，典型峡谷风光不多，故着力开展生态体验为内容的旅游产品，同时也适当选址开展极限运动、各种趣味性运动项目及特色项目。

生态概念取其外延之意，突破常理，将生态分为两类：一类是自然生态，另一类是人文生态，本区项目全依此涵义而设。

### 3、功能组团

#### (1)芒宽片区

①功能定位：峡谷揽胜、挑战自我、民俗感受。

②主要项目：

- 三叠水瀑布
- 漂流
- 傈僳族民族风情、民族节庆、婚俗
- 独树成林、舞厅树、餐厅树
- 怒江第一滩（芒宽沙滩）

#### (2)百花岭-江苴片区

①功能定位：科学考察、峡谷度假、极限运动、康体疗养。

②主要项目

- 高黎贡山生态体验
- 登山、攀岩
- 森林浴场
- 双虹古桥、斋公房古驿站
- 江苴古镇
- 抗日战场遗址
- 腾北大树杜鹃探赏

#### (3)潞江—石瓢片区

①功能定位：生态体验、极限运动、温泉疗养。

②主要项目：

- 潞江生态农业
- 民俗风情：十几个民族的节庆及生活习俗。
- 石瓢温泉：江边环境温泉沙滩开发项目。
- 松山遗址：抗战文化项目。
- 运动项目：漂流、水上飞机等。

#### (4)勐糯段

①功能定位：特色观光

②主要项目

- 仙人洞
- 傣族风情
- 亚热带河川风光
- 影视基地

### 4、规划要点

#### (1)极限运动及其它趣味运动项目

主要包括漂流、滑翔机、水上飞机、气艇、直升机观光、登山探险、降溪、远足等。主要是体验高山峡谷风光的雄奇与壮阔，是水上项目、空中项目、高山项目的组合，立体开发战略的体现。

#### (2)自然生态体验项目

主要包括自然景观的欣赏，自然生态的综合接触，如芒宽的三叠水瀑布、百花岭的

峻岭重山、潞江风光、勐糯亚热带河川风景以及高黎贡山原始森林、峡谷特有生态资源及水生资源的实践认识，如大树杜鹃、树蕨等植物，白眉长臂猿、华南虎等动物及水生物种。

### (3)人文生态体验项目

芒宽的傈僳族、勐糯的傣族及潞江的多民族风情体验，婚俗、日常生活风情、建筑，特有的对歌、节庆等。

潞江的生态农业实践及山中采茶、采药等生态实践活动，将后续开发。  
古道古风探寻、历史遗迹觅踪。

### (4)康体度假项目

结合高黎贡山原始森林及丰富的药物资源，开发以森林浴、中药疗养、高山健身、绿色餐饮为特色的主题度假村。

### (5)影视基地

依托大峡谷特有的险峻风光及丰富的生态资源，建设影视基地。直升机等空中工具可用来航拍，民族风情、自然景观都可作为天然道具来利用，以科教作品、民族风情作品、军事片、动作片为主。

### (6)设计要点

- A、建筑就地取材，以纯天然环保材料为主
- B、建筑不应破坏自然景观、自然生态，保护绿色
- C、项目设置因自然条件而立项，充分论证，而后上马。
- D、做好垃圾、污水处理工作
- E、做好安全保卫设施建设工作。

## 5.2.3 中缅边境跨境旅游区

1、**现状概况：**国家级口岸猴桥通向缅甸密支那，还有滇滩、自治、木城等许多条通道通往缅甸；有槟榔江风光、瑞滇热泉、黑泥塘热泉、胆扎热泉、云岩寺等旅游点。

2、**创意构思：**边境贸易、旅游购物、异国风情、温泉旅游。

3、**规划要点：**充分利用印缅公路——史迪威公路的有利条件，与密支那紧密合作，全面建设中缅边境跨境旅游区，带动保山边贸旅游，辐射滇西乃至整个云南，实现“走向南亚，保山先行一步”的战略构想，打造保山除火山热海、高黎贡山之外的第三支

撑脚。重点规划猴桥口岸，建设宝石玉器市场、边境贸易特区和印缅文化风情园，加快腾冲至板瓦的公路改建步伐，开通保山——腾冲——猴桥——密支那购物游线、自驾车游线等。

### 5.3 重点项目

#### 5.3.1 永昌故郡区

##### 1、现状概况

滇西古郡、哀牢首邑、历史文化名城、人文积淀深厚、自然景观独特。

##### 2、创意构思：

文化挖潜、历史再现、宗教感悟、游客集散。

##### 3、规划要点

开发哀牢文化游项目、宗教旅游项目、蜀汉遗迹游项目，做好城镇一体化建设。

#### 5.3.2 古道文化线

##### 1、现状概况

古称“蜀身毒道”的古西南丝绸之路在保山有 100 余公里遗存，周边景点开发有一定基础，以古道相串联，形成串珠式结构。

##### 2、创意构思

开掘历史积淀中最有魅力的部分，开发地域文化中最具特色的因素，妙手组合，塑造文化旅游精品，开发更有文化内涵，层次丰满的地域文化旅游产品系列。

##### 3、规划要点

开发古道专题游项目、“骑马走古道”特色项目，资源保护与开发并重。

#### 5.3.3 腾越文化区

##### 1、现状概况

自然景观与人文资源并存，具极高开发价值，同时城镇建设已具有一定水平。

##### 2、创意构思

开发建设应注意自然景观的保护与有限开发，文化沉积的深度挖掘，同时加大城市建设力度，在旅游发展的同时促进城镇一体化。

##### 3、规划要点

开发和顺侨乡游、抗战文化游、特色购物游、民俗文化游、特色曲艺项目等产品系列。

#### 5.3.4 龙王塘休闲度假区(隆阳区)

##### 1、现状概况

典型高原湖泊，靠近孟官温泉和卧佛寺，自然人文资源齐备。

##### 2、创意构思

郊游佳境、休闲乐园、宁静空间。

##### 3、规划要点

扩大接待能力，加快基础设施建设，做好水质保护工作。

#### 5.3.5 云峰山(腾冲)风景旅游区

##### 1、现状概况

释道圣山，具国际影响，有历史性建筑，基础设施相对较为完善。

##### 2、创意构思

宗教哲学体悟，仿古探幽，亲近自然。

##### 3、规划要点

在原有建筑、道路、索道基础上，加强管理，扩大接待能力，同时做好环保工作。

#### 5.3.6 邦腊掌热泉旅游度假区(龙陵)

##### 1、现状概况

"滇西第一奇汤"，全国一流的热矿温泉群，著名旅游疗养度假胜地。

##### 2、创意构思

区域节点、客流中枢、构筑最新一代温泉产品、建设综合性温泉旅游度假基地。

##### 3、规划要点

道路建设的同时，加快配套基础设施建设，扩大接待能力，实现最优综合效益。

### 5.4 延伸项目

#### 5.4.1 空中巴士

2002年，政府已批准低空开放，为个人和团体开发航空旅游成为现实。选择适当机型的直升机，在峡谷所选诸段及保山、腾冲、昌宁等处设小型直升机场，定时发送游客至各景点，既解决了此片区内交通不畅，可进入性差的难题，又可带来新鲜感、刺激感，还可借此开展其它配套项目，同时又可作为片区内外救灾时的便捷工具。此项目为招商项目，是资源变资产战略的一个体现。

#### 5.4.2 玉器市场

中国国内的翡翠玉器极大部份是从缅甸通往云南进口的，而腾冲县又是云南主要的玉器贸易区，传统的翡翠玉器既是饰品，又是保值传代的宝石。加大对腾冲宝石市场的提升宣传，打造腾冲“买宝石，玩腾冲”的购物旅游新品牌，打造名符其实“翡翠城”。在腾冲适当选址修建，仿古一条街，开辟为“玉石文化街”由相关珠宝商租赁经营，政府给予政策优惠，同时向国内外招商，主营各类古玉、金玉、翡翠、珠宝等。可采用集资方式开发。

### 5.5 项目开发时序规划

保山旅游项目开发应梯度推进，科学运用运筹学的方法合理安排，突出重点，统筹兼顾。建议实施顺序如下表所示，并根据招商引资进度、资金到位及市场需求状况作机动调整。

表7 项目建设开发时序表

项 目		时 间			
		04—05 年	06—10 年	11—15 年	16—20 年
龙头项目	腾冲火山热海度假基地	—————	—————	.....	
	高黎贡山怒江峡谷生态体验带	—————	—————	—————	.....
	边境旅游区	—————	.....	.....	
辅助项目	永昌故郡区	—————	.....	.....	
	腾越文化区		—————	.....	
	古道文化线			—————	.....
	龙王塘休闲度假区			—————	.....
	云峰山宗教旅游区	—————	.....	.....	
	邦腊掌热泉旅游度假区	—————	.....	.....	
	松山抗战选址	—————	.....	.....	
延伸项目	空中巴士		—————	.....	
	玉器市场	—————	.....	.....	

## 第六章 旅游营销规划

### 6.1 区域形象构建

#### 6.1.1 形象定位思路

火山热海、“翡翠城”主要通过品牌化过程中名牌战略树立形象，争取形象阶梯的有利位置，在反复消费群体中建立起较高的形象知觉系数。

怒江峡谷、高黎贡山、云峰山、和顺侨乡、古丝路等主要通过利用地理空间的认知链感知和建立旅游地的形象，对距离远的受众而言建立起基于已有的地理空间知识发生关联，提高形象知觉系数。

#### 6.1.2 形象定位表述

根据对保山旅游形象的本底分析，对保山的口号建议如下：

##### 1、“地球之窗、火山之乡”

以地球之窗来比喻保山的火山资源的丰富，同时加以说明，创意新奇而不失准确性。

##### 2、“保山——火山地热之乡”

领先定位，展示保山最具魅力、最具特色的旅游形象，让人们认识保山丰富的火山地热资源。

##### 3、“保山——香草之都，温情乐土”

空隙定位与逆向定位结合，以兰花赋予城市以另类形象，同时注入“温情”改变“空谷幽兰”的思维惯性，产生张力，更有内涵。

##### 4、“古道滇西，边城腾越”

表达保山市，特别是腾冲县作为“极边第一城”（徐霞客）的历史感、文化感以及地处西南极边的特异感。

##### 5、“古丝绸之路要驿，今国际通道枢纽”

以古今对照的手法凸显保山的区位优势。

##### 6、其它口号

**“万年火山热海、千年古道边关、百年翡翠商城、今日锦绣保山”**

“火山热海休闲地，高黎贡山翡翠城”

“腾冲——中国生态 SPA 康乐园”

### 6.1.3 区域旅游形象推广

#### 1、核心措施

(1)选择一批有潜力的景区进行重点、亮点宣传，以景区塑造保山市旅游形象。

(2)使整个保山窗口地段景观化。在飞机场、汽车站、高速路边、商业街等地段设有地图广告牌、旅游咨询中心。主要旅游区配有导游图和电子讲解。重点旅游区的建筑设计应具有标志性。

(3)通过电视、报刊以及网络等媒体宣传保山，特别是在中央电视台等大型媒体和一些具有重大影响的旅游媒体上进行旅游促销。

(4)腾冲“火山、热海旅游节”、傣族“刀杆节”、“保山端阳花市”等民俗节日，把节日跟旅游宣传结合起来。

#### 2、辅助措施

(1)邀请名人、新闻记者、专家等到保山考察、旅游，向社会介绍保山的旅游资源，授予一些名人保山形象大使的称号。

(2)积极参加香港国际旅游交易会 and 亚太旅游协会组办的旅游交易会以及国内外著名的旅游博览会及商品交易会，扩大保山的影响力。

(3)制作保山旅游画册、旅游指南、旅游宣传录像带、光碟、台历和明信片、挂历等。

(4)在国内北京、上海、广州、昆明等地以及东南亚一些城市组织保山民俗演出。

#### 3、补充措施

(1)通过向社会征集和专家评审的方法相结合，设计保山市的旅游标志、旅游名称、标准字体、标准色。

(2)提高居民的精神文明素质和保护旅游环境的意识，进行“人人都是旅游环境，人人都是旅游形象”的教育。

(3)加强旅游从业人员的培训。对旅游业加强管理和调控。

## 6.2 “产品——市场”规划

### 6.2.1 总体思路

把保山旅游分为康体旅游、专题旅游两大“产品——市场”体系，专题旅游包括地质观光游、生态体验游、民俗风情游、历史文化游、宗教感悟游、特色边贸游。

## 6.2.2 “产品——市场”规划

### 1、康体旅游

目标市场针对特定区域有较高支付能力的重复消费人群，如商务客人、城乡富裕阶层等。以经济发达的东南沿海地区为基础，兼顾云南省内客人。海外客人以日本和东南亚游客为主。中老年游客居多。

### 2、专题旅游

#### (1)地质观光游

以云南省内和华南、华东等发达地区的游客为主。国外以东南亚客人和日本客人为主。

#### (2)生态体验游

以昆明和国内东部发达地区的游客为主，海外游客主要为东南亚和日本客人。青少年居多。

#### (3)历史文化游

国内游客占到绝大部分。省内游客占国内游客的绝大部分。海外目标市场以海外华侨和港澳台等地的游客为主。

#### (4)民族风情游

以东南沿海发达地区的居民为主，同时兼顾全国范围内的学生市场。

#### (5)宗教感悟游

以云南省内游客为主，海外市场以东南亚游客为主。主要为佛教信徒及学术团体。

#### (6)特色边贸游

以东南沿海发达地区的游客为主，海外市场以日本和东南亚客人为主。

## 6.3 旅游营销实施方案

根据保山市的旅游发展现状和经济发展水平，对保山市的市场情况进行充分分析，从而制定出以下营销方案。

## 旅游营销方案

专项研究	1、市场信息收集、研究 2、具体规划制定、宣传
旅游形象设计	1、旅游标徽、标准字体、标准色的设计、制作 2、旅游纪念品、办公用品及公关用品的设计、制作 3、各类指示、标识、展示用品设计、制作
旅游营销方式选择	<p>1、亮点促销</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●抓住中国火山热海旅游节，做好休闲亮点促销</li> <li>●抓住高黎贡山——联合国世界生物圈保护区，做好生态亮点促销</li> </ul> <p>2、公共关系</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●邀请名人来保山参观考察</li> <li>●邀请名人担任形象大使</li> <li>●参加各类招商会、展览会、博览会</li> </ul> <p>3、广告促销</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●保山整体旅游形象电视广告策划、制作、播放</li> <li>●各旅游企业形象广告制作协调</li> <li>●其它媒体广告费</li> </ul> <p>4、销售激励</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●对游客的激励（授予“荣誉游客”、赠关旅游纪念品、优惠券等）</li> <li>●旅游淡季降价销售、激励销售</li> <li>●对旅游中间商和批发商的激励</li> </ul> <p>5、节庆营销</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●继续办好 “中国腾冲火山热海旅游节”、“中国保山南方丝绸古道商贸旅游节”</li> <li>●策划“中国滇西抗战国际文化旅游观光节”，定期举办，扩大影响，形成品牌</li> <li>●指导民间办好如下节庆活动： 中国·保山·澜沧江·啤酒狂欢节 苗族 “花山节”（昌宁、龙陵） 怒族 “仙花节” 傣族 “泼水节” 彝族 “火把节”、“赛装节”等 傈僳族 “刀杆节”、“嗑什节” 景颇族 “目脑纵歌”（正月十五） 阿昌族 “会街节”、“窝罗节”（正月初三）</li> </ul>

<p style="text-align: center;">旅 游 营 销 方 式 选 择</p>	<p>6、建设销售网络</p> <p>在北京、上海、重庆、广州、香港、深圳、西安、成都等8个城市，设立项目办事处和销售点，在昆明、丽江、大理、景洪、瑞丽5个重点旅游城市及缅甸密支那、曼德勒设立办事处和销售点</p> <p>7、旅游产品专卖</p> <p>旅游专卖网络是旅游目的地营销的一种跨区域的互动合作模式，是以保山旅游产品为核心纽带的旅游联合体。以专卖店为基点，打造风景区与旅行社紧密合作的旅游联盟。旅游专卖主要是在四大类旅行社中选取：国家旅游局公告的百强旅行社、当地旅游主管部门。评定的先进旅行社、当地组团业务量大的旅行社、积极推介以保山为重心的滇西旅游线路的旅行社。</p> <p>具体操作措施：一是组建专门的专卖店工作机构，抽调专门人员，以电话联系、实地回访、工作通报、人员培训、联席会议、促销活动等形式强化专卖店的工作指导，建好关系，广交朋友；二是提供专卖店启动专项资金，主要用于专卖店门店初装和线路推介补助；三是在《中国旅游报》以大板块、大文章、系列宣传的形式，着力专卖店的整体推介；四是在《中央电视台》1—5台以套播广告的形式进行景区形象宣传和专卖店包装；五是在常年签约电视台（北京电视台、四川卫视、重庆卫视、深圳电视台、南京电视台等）突出宣传专卖店；六是由景区出资在济南、南京、上海、重庆、杭州、昆明等区域性或全国性旅交会上购买展台，与专卖店联合布展和促销；七是根据保山旅游季节和市场变化情况及时为专卖店寄送保山各类宣传资料；八是邀请各专卖店与当地媒体组成保山旅游线路联合采风团；九是专门为专卖店编写宣传材料，并走上门去举办专卖店培训班；十是与《中国旅游报》每年举行一次合作论坛，同期举办旅游专卖店年度联谊活动。</p> <p>8、其它营销方式</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●保山风光旅游片的宣传运作</li> <li>●派遣文化艺术团体到外地进行民俗演出交流等活动</li> <li>●旅游信息化建设</li> <li>●对一些有潜力的景区申报世界遗产</li> <li>●在北京、上海、昆明等地举办腾冲火山地质展览和高黎贡山生态展览等专项展览等活动。</li> <li>●设计发行或赠送画册、名片、邮票等</li> </ul>
<p style="text-align: center;">专 项 旅 游 营 销</p>	<p>1、硬件建设</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●窗口地段及旅游区道路景观化</li> <li>●汽车站、飞机场、码头、繁华商业街等地段旅游广告牌、旅游咨询中心等</li> <li>●交通主干道景区指示牌</li> <li>●主要景区中英文对照说明牌</li> </ul> <p>2、对北京、上海、昆明等地各进行一次大型公关促销活动</p> <p>3、多渠道促销</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>●本市旅行社的建设与管理</li> <li>●与近期主要目标市场的旅行社建立长期合作关系</li> <li>●交通、宾馆、饭店、景区（点）等相关部门企业的促销协调与实施</li> </ul> <p>4、联合促销</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●与昆明及周边地州市在国内市场及海外市场进行联合促销</li> </ul> <p>5、旅游局对全市整体促销和各类旅游企业促销的宏观协调</p>
--	---

在保山旅游营销费用中，建议政府拨款占 70%，旅游企业占 30%。以政府的行为带动企业的积极性、规划实施，以后的年份旅游营销费用倡导按旅游总收入的 3—4% 计提。在 2010 年以前，营销费用增长速度快于收入的增长速度。在 2010 年以后，由于规模效益，营销费用在整个收入的比重趋于稳定，占收入的比重达到 2—3% 的水平。

营销资金在目标市场上的分配为：近期，国内市场与国外市场的比例为 8：2；中远期为 6：4。在国内市场中，用于省内市场的占 50%，省外占 50%，中远期省内占 30%，省外占 70%。

## 6.4 运作建议

就旅游营销的宏观操作而言，必须引入整合营销观念，将区域营销、资源营销与产品营销有机结合起来，梯级运作，有序进行。

### 6.4.1 区域营销方面：

区域联动与网络化结合，建立捆绑式营销系统，多渠道、多方式进行。

可分为三个体系：滇西三个州市的一体化营销方案、全市总体营销方案、各县区的独立营销方案。申请专项资金具体实施，同时继续做好区域旅游形象探索工作，实施公开招标，遴选最佳创意，作好品牌经营。

### 6.4.2 资源营销方面：

基于区域资源的垄断性、奇特性及巨大的市场潜力，作好宣传工作。同时整顿投资环境，消除外来资本的进入障碍，其目的则是现实的招商引资，亦即“资源变资产”的过程。

#### 6.4.3 产品营销方面:

面向市场,作好有效的市场细分。建立销售网络,选择多种促销组合,形成全方位、多角度的营销范式。

总之,营销规划的理想模式是在消费者的短期利益与社会长期利益之间达到一种平衡,避免了传统营销观念的弊端,将产业扩张对当地居民的实际影响以及对地域环境的破坏减至最低,实现综合效益的最大化。

城市规划与交通网  
<http://www.cityup.org>

## 第七章 旅游交通与游线组织规划

### 7.1 旅游交通规划

保山旅游交通建设应该从两方面着眼：一是解决连通本地与客源地的外部“大交通”，二是解决沟通本区各景点内部的“小交通”。

#### 7.1.1 外部交通

##### 1、航空方面

(1)充分利用保山与芒市机场的距离优势，合理安排航班，使保山、芒市两个国家二级机场为保山市的旅游充分发挥作用。

(2)扩建保山机场，增加保山机场通达昆明、华东地区、华南地区主要城市的航班，尽早达成新加坡、曼谷、仰光的国际航线的开通。

(3)启动腾冲机场的建设工作，使区域内外流通形成规模。

##### 2、公路方面

围绕“把保山建成连接东南亚、南亚市场，进入印度洋的陆路国际大通道”的目标，构筑通边出境大通道。建设以区内大保高速、保龙高速、320 国道、众多省道为主线，四通八达的交通路网。

##### 3、铁路方面

争取筹划中的“泛亚铁路”从保山通过，彻底改善交通条件。

##### 4、航运方面

做好区内澜沧江通航的前期工作，开通滇西至越南的水上航道。

#### 7.1.2 内部交通

逐步改善通达主要景点的道路状况是保山旅游交通建设的首要任务，并合理规划停车场的位置、规模。同时灵活安排通往各景区景点的旅游车数量、档次。

##### 1、空中巴士系列

以腾冲、隆阳区为中心站点，配合延伸项目中的“空中巴士”项目，将直升机、气艇、滑翔机、水上飞机等空中工具，结合进游程安排，连结保山区域内部各主要景点及

城市，实现客流的短程空中转移。

## 2、区内交通改善

以保山市为中心构建路网，沟通区内重要旅游景点及主要城镇。大力改善主要景点间的交通状况。近期完成保龙高速建设工程（2004——2005年），东风桥——六库三级油路改建工程（2004年底）。

## 3、观光巴士和旅游汽车

目前，保山全市共有旅游出租车辆627辆。进一步扩展，形成规模，与景点、旅行社、饭店、餐馆、购物等场所合作，以便捷的客运，实惠的价格为游客提供吃、住、行、游、购、娱一条龙服务。

## 4、航运方面

开通木城——龙陵段怒江河道的航运线路，丰富区内交通方式，同时可借此开展特色项目。

## 5、索道、马车、滑杆等

对索道的选址、建设要慎重，力求把对景观的负面影响减少到最低限度。马车、滑杆作为特殊的交通工具，需要有规范化的安全管理制度。

## 7.2 旅游线路组织规划

按地域范围，划分为三级：东南亚及云南范围的大尺度跨区域旅游线路、滇西黄金旅游走廊、保山市域范围内的专题特色“一日游、二日游”旅游线路。

### 7.2.1 大尺度跨区域线路（国际通道）

- 1、昆明——大理——保山——腾冲——密支那——印度雷多——高哈蒂
- 2、新加坡——吉隆坡——曼谷——仰光——曼德勒——密支那——腾冲——保山——大理——丽江——中甸——昆明
- 3、胡志明——金边——万象——琅勃拉邦——景洪——临沧——保山——大理——丽江——中甸——昆明（湄公河—澜沧江游线）
- 4、仰光——曼德勒——畹町——龙陵——腾冲——保山——六库——贡山（萨尔温江—怒江溯源游线）

### 7.2.2 滇西黄金旅游走廊

- 1、昆明—<sup>飞</sup>—保山—腾冲—盈江—瑞丽—潞西—<sup>飞</sup>—昆明
- 2、昆明—<sup>飞</sup>—潞西—瑞丽—盈江—腾冲—龙陵—保山—<sup>飞</sup>—昆明
- 3、昆明—大理—六库—腾冲—瑞丽—潞西—龙陵—保山—昆明
- 4、景洪—思茅—临沧—保山—大理—丽江—中甸—德钦

### 7.2.3 区内特色专题 “一日游、二日游” 线

#### 1、怒江峡谷生态体验游线

(1)保山—潞江—百花岭—芒宽—百花岭—潞江—腊勐—石瓢温泉—勐糯—木城

#### 2、地质观光旅游线

(1)保山—潞江—腾冲—北海湿地—火山—云峰山—滇滩（板瓦）—猴桥—腾冲—热海—坝派—沙坝—保山

(2)热海—沙坝—坝派—叠水河—和顺—绮罗宫—北海湿地—火山公园—云峰山—猴桥—腾冲

#### 3、文化旅游线

(1)北庙湖—龙王塘—太保公园—易罗池—梨花坞—永昌文化苑—雾虹桥—兰津古渡

(2)哀牢文化旅游线

(3)宗教感悟游线

(4)蜀汉遗址旅游线

(5)和顺—绮罗侨乡旅游线

(6)抗战文化旅游线

(7)民俗文化游线

#### 4、古道游线

兰津古渡（雾虹桥）—金鸡寺—慈云阁—双虹桥—百花岭—南斋公房—江苴古镇—罗哥城（罗密城）—曲石—南诏古城

慈云阁—塘子寺—惠人桥—太平铺—烽火台—城门洞—响水湾古人类遗址—南诏古城

#### 5、高黎贡山生态之旅

- 6、中国生态 SPA 康乐园之旅
- 7、南方古丝道之路
- 8、特色边贸旅游线

城市规划与交通网  
<http://www.cityup.org>

## 第八章 旅游接待业发展规划

### 8.1 旅游住宿规划

#### 8.1.1 饭店等级发展规划

2004—2010年，腾冲县规划建设一座五星级酒店，一座四星级酒店，隆阳区建成一座五星级酒店，二座四星级酒店，隆阳区、腾冲两地建成三星级酒店3-6座，其余各县至少建成一家二星级酒店。

2011—2015年，隆阳区和腾冲县在核心接待区各建设1座五星级酒店，建设二座以上四星级酒店，其余各县各建一座三星级酒店。

2015—2020年，保山市建成2座五星级酒店，四星级酒店达到5-10座，并出现一批各有特色的三星、二星级酒店。

#### 8.1.2 饭店总床位数发展规划

综合考虑各项影响因素，区内总床位数规划如下：

- 1、2004—2005年，床位数达5.8万张；
- 2、2006—2010年，床位数达7.4万张；
- 3、2010—2020年，床位数达8.9万张。

### 8.2 旅游餐饮规划

#### 8.2.1 发展目标

在规划期限的前期、中期，要以旅游餐饮业带动社会餐饮业，提高社会餐馆的总体经营水平，使社会餐馆卫生条件、烹饪水平、服务质量等再上一个档次。

#### 8.2.2 餐饮的开发和管理

1、在指定的宾馆饭店重点推介保山的特色菜肴，举办烹饪大赛和食品展览，不断深化和创新本地名品菜肴。

2、举办保山“十大菜”评选活动，由当地旅游局主办，文化局、广电局、文联、报

社、高校等协办，形成轰动效应，达到开发与营销并行的效果。

3、制定保山市餐饮业管理条例，认真审定并定期审核各旅游定点餐馆，严格执行卫生管理条例，做到预防为主，谨防传染病的传播。

4、成立旅游餐饮协会，切磋烹饪技巧，增强行业自律，提高餐饮服务水平，丰富特色菜肴系列。

5、努力增强旅游涉外定点餐馆数量，在闹市区、风味街、各旅游度假区、热点景区逐步审批定点餐馆，力求服务标准规范、特色鲜明、网点众多、布局均衡合理，选择试办一批连锁型度假餐馆。

#### 6、开发特色产品系列

适合当今国内外饮食潮流，满足各类旅游者需要，结合保山的物产特点，从区域背景中深度挖掘，塑造高文化附加值的餐饮精品。开发如下产品系列：

●**故园餐饮系列**：在和顺、绮罗侨乡开发故园情深的家乡菜系，如“婆婆饼”、“外婆汤”等家乡饭食。

●**宗教餐饮系列**：卧佛寺、梨花坞、华严寺等处开发佛教斋菜系列，云峰山、玉皇阁等处开发道家养生食品系列。

●**边地民族餐饮系列**：结合边贸活动，在木城、猴桥、滇滩等边境旅游区开发如傣家菜系、傈僳族、白族等区域民族食品系列。

●**文化历史餐饮系列**：开发哀牢文化餐饮系列，永昌宴饮系列及古道食品系列，如马帮菜、蜀汉特色菜等。

●**绿色餐饮系列**：依托丰富的生物资源，在潞江、芒宽、江茸开发诸如“百花宴”、“草根宴”、“蚂蚁宴”、“野菜宴”等系列产品。

●**保健食品系列**：结合区域特产中药材，开发既可就地食用又可带走的养生保健食品。

●**风味小吃系列**：开发大救驾、饵丝、豆浆米线、凉豆粉、大薄片、“透心绿”炒豆、施甸豆片等有历史文化背景的小吃系列。

●**风味菜肴系列**：开发“保山大烧”、酸木瓜等区域特色风味菜肴。

7、进行现代商业概念下的包装策划（含营养构成，品味特色，制作文化，传奇背景，原料限制等），通过品牌化过程树立市场形象，实现综合效益最大化。

### 8.3 旅游商品开发与购物场所规划

### 8.3.1 旅游商品开发

#### 1、旅游商品开发指导方针：

保山旅游商品开发将围绕独具魅力的自然资源和绝无仅有的哀牢文化、永昌文化、腾越文化，从民族服饰、民俗风情、民族文化、民族手工艺品、民族土特产品等方面和改进提高质量、工艺水平、携带方便入手，要使保山的旅游商品上档次、上规模、成集团化推向市场。

#### 2、发展旅游商品的思路

##### (1)培养旅游商品名牌精品

无论是传统工艺品的革新还是新型商品的创新，首先都要有构思奇特、品位脱俗的设计。

##### (2)发挥保山的传统区位优势

保山是多民族聚居地，有着丰富的商品种类可供开发。加之历史悠久，有特色产品优势。且位于我国西南边陲，与缅甸接壤，有发展边贸的传统。

##### (3)加快旅游纪念品开发步伐

组织举办保山市旅游纪念品、工艺品设计大赛，促进此项市场发育发展，同时组织人员及作品参加云南省及全国旅游纪念品、工艺品设计大赛，有市场价值的作品，尽快开发，投向市场。

##### (4)引进优秀的旅游商品研究人才和先进的旅游商品生产工艺。

##### (5)筹建先进的旅游商品生产线。

##### (6)筹建旅游商品总汇展销中心。

(7)成立旅游商品研究中心，设立常设研究机构，把旅游商品的研制、生产、销售有机的统一起来。

#### 3、旅游商品开发方向建议

保山旅游商品开发应该着重推出三个方向的特色旅游商品。

●首先是传统风物特产的深度开发。永昌古织、棋中圣品——“永子”、边地宝货——以翡翠为主的珠宝玉器、腾冲三佳（藤编、腾宣、腾药）、潞江三宝（小粒咖啡、芒果、香料烟）、木雕、竹雕、竹木家俱及竹木材料的乐器、红油纸伞、皮影靠子等传统特产进行技术改良，扩大生产规模，近期仍将构成旅游商品系统的主体。

●其次，继续开发少数民族风情的旅游产品。以区内傈僳族、傣族、德昂族、布朗

族、阿昌族、彝族、怒族、白族等少数民族的风情工艺品及民族特色的日用品为基点，进行系统组合开发。包括民饰、祭器、礼器、乐器、剪纸、刺绣、家俱、工具等，在规划中期形成规模。

●再次，发挥资源优势，开发特色商品。基于区内绝品的火山热海、多样性的生物资源，开发出滇西领先乃至云南、全国领先的特色旅游产品。“火山热海”可衍生出火山弹、火山石雕、火山模型、火山矿泥美容产品；“生物多样性”则可衍生出花草类、苗木类、盆景类等系列园艺产品，中药健身产品，同时结合国际经验，开发生物标本系列产品、薰衣草系列美容产品、以及羽毛画、树叶画、鱼骨画等系列工艺品。在规划中远期，构成旅游商品销售总额的主体。

保山旅游商品资源一览表

名称	分类	内容
民族 工 艺 品	民饰	怒族的竹片绑腿、独龙族的麻布衣毯、彝族的火草褂、傣族的箭毒木衣物、克木人的构树树皮衣、景颇族羽冠、哈尼族木屐棕披、德昂族藤箍、纳西族的牦牛披背、基诺族的白花虫头饰等；
	泥塑	纳西族的东巴泥塑、辟邪用的瓦猫等
	陶器	用五色土制作的建水陶器、西双版纳白陶和黑陶器皿、丽江红陶或紫陶酥油壶等
	竹木雕塑	傣、阿昌、纳西等民族用竹篾作骨架，用剪纸、纸扎塑形的扎塑；彩灯、祭幡、冥房、节日歌舞彩扎道具及家庭装饰彩扎；与各族自然生态相谐的竹编木制工艺，大到竹楼、衣柜、桌椅，小到饭盒、提篮、斗笠，种类繁多；较著名的傣族竹编漆盒、竹编漆绘圆桌、斗笠；独龙族小背篓；彝族漆器；藏族木碗；傈僳族竹节酒壶、汉族烟具，彝族的木雕吞口面具、佤族寨桩、景颇族用于二次葬的埋魂桩、剑川木雕。
	石雕	石窟造像、摩崖造像、石雕座像、家居或墓室雕刻等多种
	滇画	沧源崖画为代表的云南崖画群、各族民间绘画主要有民俗绘画和宗教绘画两类、较著名的有纳西族东巴木牌画、纸牌画、布挂画和送灵用的“神路图”，傣族的佛幡画，藏族的“唐嘎”画等。版印作品以民间信仰用纸马印符、佛寺装饰用金水漏印为多。
	剪纸	装饰居室窗花、门花，迎年送岁的年花、寿花、做缝绣纸样的围腰花、鞋花、帽花、胸花、赅佛设祭用的幡花、伞花、墙花、门笺、门神、佛龛剪纸、奘房供品等。
	民族乐器	铜鼓、编钟、葫芦笙、木鼓、七音竹筒、土洞箫、巴乌等

	其它	班铜、锡器等
土特产品	茶类	尼诺茶(碧云仙茶)、清凉磨锅茶(腾冲清冲山)、红花油茶
	野生药材	黄芪、三七、天麻、党参
	果菜系列	咖啡、茶叶、核桃、粉丝、板鸭、白云豆、干姜片、小粒咖啡、甘蔗、胡椒、苹果、甘草、话梅、柠檬李、开胃山楂、蜜糖木瓜、甜大蒜
	其它	永昌丝绸、宣纸、皮革、玉石生料、桉叶油、烤烟
玉石类	翡翠	手镯、别针、花卉、观音、佛像、耳环、鸡心、小花件、大花件、象蹲、兽蹲、戒指
	玉类	玉器人物、花卉、雀鸟、走兽、器皿、玉山籽雕等各种中小摆件,各玉盆景,玛瑙观石,水晶原石,玉石样本,玉石籽料等
	珠宝	手链、项链、耳坠、胸针、腰带、各式小挂件等
花草类	兰花类	变异兰、寻常兰、培植兰、野生兰
	苗木类	红花木莲、大树杜鹃、滇丁香、黄杜鹃、野牡丹、鸢尾
	盆景类	黄杨、香柏、杜鹃、蝴蝶兰花、月季
奇石	江石	怒江、澜沧江、龙川江的砾石
	矿石	水晶、电气石、火山石、永昌云子等
	化石	怒山山脉上的多种化石
标本	动物标本	如蝶类、甲虫等
	植物标本	各种花草

### 8.3.2 购物场所建设

#### 1、旅游购物商店的设立

审批手续借鉴东部旅游发达地区来设定,规模、位置、布局、装修及商品种类进行统一管理。

#### 2、旅游购物环境的营造

良好的旅游购物环境能够刺激和诱发旅游者的购买欲望。旅游购物环境主要由商品、购物场所和经营者所提供的服务三个方面构成。

#### 3、积极培育市场,以连锁的形式建立主导市场。

#### 4、完善旅游商品管理制度

建立和完善定点旅游商店制度,切实加强对旅游商品销售的执法检查和管理。杜绝和打击假冒伪劣商品。可对定点旅游商店实行质量保证金制度,制定《旅游商场管理条

例》。

## 8.4 旅行社建设

### 8.4.1 现状

保山市截止 2003 年拥有 10 家旅行社，行业规模偏小，存在“散”和“弱”的缺点。大多数旅行社经营单一，服务功能不全，自主外联能力较差，产业地位不突出。

### 8.4.2 规划目标

以“调整结构、增加数量、改革机制、提高素质”为目的，在规划期内，除适量增加旅行社的数量以外，还需要同步提高现有旅行社的规模和质量。

### 8.4.3 发展措施

- 1、综合化、专业化相结合。
- 2、品牌化经营策略
- 3、网络化经营体系
- 4、提高导游人员素质

## 第九章 保障体系规划

### 9.1 旅游管理工程

#### 9.1.1 建立地区旅游产业发展的决策协调机构

保山可效仿我国其它旅游发达省市，建立对地区旅游产业的协调机构，就全地区发展旅游产业的战略、规划、政策等重大问题进行研究、协调和决策。

#### 9.1.2 完善和加强各级旅游行业管理部门

有序的实行政企分离、政事分开，加速培养旅游市场要素，为旅游企业营造良好的市场环境。

#### 9.1.3 完善旅游风景区（点）管理体制

必要时成立相关的行政管理机构，依法实施管理权，其主要职责确定开发利用的方针原则，制定和审批保护和发展规划，审核有关开发项目的可行性报告。

#### 9.1.4 旅游度假区的经营管理体制

旅游度假区一般分为两个层次实行经营管理，第一个层次是政府行为。第二个层次是企业行为。二者有机结合，分时放权，因市场情况而定。

### 9.2 旅游人力资源工程

#### 9.2.1 加强旅游教育培训的管理工作

做好岗前培训与在岗培训结合，使旅游教育培训工作经常化、制度化，建立统一管理、统一教材、统一命题、统一考试、统一发证的旅游教育培训管理体制。

#### 9.2.2 实施开放式的旅游教育培训战略

不断拓展旅游教育培训渠道，加强与区外、省外、国外旅游教育培训机构的交流工作，力争为区内旅游从业人员提供更多可接受教育培训的机会。

### 9.2.3 积极做好各项旅游教育培训工作

对导游人员、旅游饭店从业人员、旅游车辆营运人员、风景区工作人员等，进行系统的教育培训，资格认证，持证上岗，进行等级管理。

### 9.2.4 办好各类旅游教育培训机构

主要办好保山旅游职业学校、电大及保山师专的相关专业机构等。通过旅游院校或各类职高培养管理和服务人员。基于保山自身的教育力量，可主要培养第一线旅游服务人员。

### 9.2.5 优秀人才的引进

采取优惠政策，从外地引进管理人才和技术骨干，与劳动部门合作，建立人才信息库，以有利于人才引进为目的。

保山市旅游业人才需求结构预测表

单位：人

学历 \ 时间	2010年	2015年	2020年
博士生	5	7	10
硕士生	30	40	50
本科生	150	200	300
专科生	400	600	1000
中专及职高	2000	3000	5000

## 9.3 旅游资源与环境保护工程

### 1、指导思想与原则

科学规划，合理布局，坚持在保护的前提下，适度开发，宁弃勿乱，以合理的开发促进资源环境的保护，以资源环境的保护实现旅游的持续发展。

在旅游开发中应遵循以下原则：

- (1)生态美学原则
- (2)开发服从于保护的原则
- (3)宁弃勿乱原则

## 2、分区保护

(1)一级保护区：旅游资源优良，能反映旅游区特色精华的区域。包括旅游区主要景点范围在内，向外延伸 150 米范围，以保护区内自然生态环境、景物、景点的长久性和景观环境；保护地方历史文化和人文环境的连续性，维护自然生态环境与人文环境的平衡为主要目的。

一级保护区主要有：腾冲热海、腾冲火山、高黎贡山、和顺侨乡、北海湿地、国殇墓园、云峰山、来凤山、施甸石瓢温泉、昌宁鸡飞温泉、龙陵巴腊掌、榕树王

保护要求：

①严格维护景点景物的原有风貌及原始环境，区内的古树名木和重点景物要建立档案、挂牌保护，严禁砍伐森林。

②对区内的城镇、村落要按有关要求统一规划，突出地域景观风貌，对民族历史文化，要重点保护和挖掘建设，形成文化景观特色

③对区内不同区域和地段，应根据环境状况、景观要求、经济发展状况等因素，分别制定合理的发展规划，确定项目功能分局和开发建设强度

④在旅游开发的同时，应严格控制对水源、大气、生物等污染，应完善健全各旅游区的污水处理系统和环卫系统。

(2)二级保护区：包括二级保护景点在内，向外延伸 100 米范围和一级保护区外围 200 米的环形地带，以生态环境、旅游区外围景观的完整性和环境质量为主要保护目的。

二级保护区主要有：坝派巨泉、李根源故居、艾思奇故居、叠水河(城中火山瀑布)、绮罗文昌宫等。

保护要求：

①大力植树绿化，保护山林水体，区内严禁毁林开荒，有计划实施退耕还林，提高林木覆盖面积，对湿地旅游区，按国家有关湿地保护要求进行保护，逐步实施退耕还湖。

②严格控制开山采石，防止水土流失和生态环境的恶化。

③交通道路两侧绿化需重点保护，严格控制对水源和大气的污染。

(3)三级保护区：包括三级保护景点在内向外延伸 50 米范围，或是二级保护区外围 100 米的环状地带，以保护旅游资源和旅游活动和谐、持续的达到动态平衡，实现 人与自然的可持续发展。

三级保护区主要有：北庙湖、太保公园、梨花塘、龙王塘、清平洞、龙潭寺等。

保护要求:

- ①做好森林抚育工作，为风景旅游资源的开发提供良好的绿色背景。
- ②做好水质监控工作逐步改善水体质量
- ③加强保护区的水土治理，根治水土流失和泥石流
- ④积极做好当地居民的教育工作，实现旅游开发和保护的良性发展。

### 3、旅游环境保护实施措施

#### (1)大气环境保护

重点旅游区，大气质量应达到国家《大气环境质量标准》(GB3095-1996)的一级标准。

#### (2)旅游水体环境保护

饮用水源达到国家Ⅱ类水质，风景区内的地表水及景观用水须达国家Ⅲ类水标准。

#### (3)绿色旅游背景保护

逐步提高森林覆盖率，坚决贯彻《森林法》、《野生动物保护法》等法律法规，加强野生生物生态多样性保护，重点做好国家级森林公园、国家自然保护区的申报和建设工作

#### (4)噪声控制

城区环境噪声按 GB3096-93《城市区域环境噪声标准》中一类标准控制，昼间为 50 分贝以下，夜间为 40 分贝以下，旅游区昼间为 45 分贝以下，夜间 35-40 分贝。

#### (5)旅游环境卫生建设

加强城乡环卫队伍的建设，做到县城垃圾清运率 100%，卫生填埋率 60%，农业垃圾综合利用率 50%，加强对生活废水的处理，重点做好旅游区的环境保洁工作。

#### (6)少数民族民俗文化的保护

积极开发和保护少数民族民俗民间文化艺术，建立典型的民族文化保护村，开展多种形式的少数民族活动，弘扬少数民族文化，引导少数民族村寨处理好民族文化继承和旅游开发的关系。

### 4、高黎贡山自然保护区保护要求

高黎贡山作为萨尔温江、伊洛瓦底江两条国际河流上游的生态环境及重点野生动植物物种保护的国家级自然保护区，其生态环境的保护有着重要的国际意义。对其进行旅游开发时要有专项的资源保护规划，要点如下：

- (1)游客容量的控制：制定相对适宜的游人规模，并采取有效措施控制人数和游客时

间、空间上的分流

(2)保护分区的划分：结合高黎贡山自然保护区的有关要求，科学划分旅游保护区，制定相应保护要求

(3)环境保护的保障措施：建立监测系统，加强环保监测，限制车辆进入，严格控制废气排放，使用无污染能源等。

(4)环境卫生规划：制定切实可行的环卫规划，提高对污染物的消化能力。

## 9.4 旅游安全管理措施

### 9.4.1 建设景区安全体系

1、认真执行《旅游安全管理暂行办法》与《旅游安全管理暂行实施细则》的规定，完善旅游安全设施建设。危险地段防护设施齐备、有效，配备明显的警示标志。

2、对各游览娱乐设施要作常规检查，确保运行正常，无安全隐患。

3、对景区工作人员进行安全教育，制定安全保卫制度并认真执行，配备专门保卫人员。

### 9.4.2 完善旅游救援体系

1、要求旅行社为游客购买保险，危险性较高项目在费用中应包含保险费。

2、建立市旅游救援中心，与各医疗机构联网，一有事故发生可及时反应，配备专门旅游救援电话，交通部门更要为旅游救援提供方便。

3、事故发生后，要有详细的档案记录，以便后续事务的处理。

4、组建“旅游资讯协作网”，在主要节假日及灾害天气到来之前，适时发布“旅游风险预报”。

## 9.5 政策体系规划

### 9.5.1 实施政府主导型的旅游发展战略

#### 1、设立区域旅游协调机构

强化政府的主导作用，形成强有力的组织领导和推进机制，协调相关部门的统一行动。建议设立保山旅游工作协调机构，以便有效协调解决旅游业发展中的重大问题。

日常办事机构可设在市旅游局。主要协调三个方面的关系：其一、边境旅游中与缅甸的

关系；其二、滇西旅游中与大理州、德宏州、怒江州等四邻地区的关系；其三、区内旅游中各项协作关系。

各县、区的旅游管理部门也要健全机构，配齐人员，搞好工作。旅游管理部门要充分发挥规划、指导、协调、监督、服务的功能，改善旅游环境。计划、财政、建设、交通、宣传、文化、税务、林业、邮电、水电、民族、宗教、商贸、公安、工商、物价、教育、卫生等部门，要按照各自的职能分工，与旅游管理部门密切协作，形成合力，共同培育壮大旅游产业。

## 2、进一步解放思想，形成共识

一是认识到位。二是工作到位。三是思路到位。四是对属于政府应该办的事(如到旅游景点的道路交通等)应积极解决，对需要市场和企业做的事要明确导向，制定政策，努力改善投资环境。

## 3、各部门制定相关政策时应充分考虑旅游部门的要求

建议计划、财政、银行、民航、铁路、交通、建设、林业、文物、内贸、物价等部门在制定相关政策和编制有关规划时，充分考虑旅游部门的要求，以便在决策这一宏观层次上，充分体现培育旅游业这个新的经济增长点和战略产业的共识，形成合力，成为促进保山旅游业新世纪大发展的根本条件。

## 4、由政府出面解决旅游业发展中的社会问题和阻力

旅游规划区内的农村拆迁、安置工作，由政府出面解决；社区旅游发展的宣传教育工作，由基层政府具体完成。

### 9.5.2 实施大力扶持的旅游产业政策

#### 1、积极的财政政策

在现时期，由于基本上都是“吃饭财政”，财政支出结构中旅游建设性支出所占比重很小，因而应通过财政转移支付政策和税收优惠政策来启动旅游开发。

##### (1)调整财政投资方向

增加旅游业的基础性和导向性投入，安排一定数量的旅游专项资金。在国民经济中长期计划和年度基建计划中，以及城市建设费的使用上，也需安排一定的资金用于旅游基础设施建设和重点项目的投资。建议2005年以前每年从政府财政支出中拨出800万元作为旅游专项资金，2005—2020年期间拨出前一年GDP总额的0.1—0.5%作为旅游

专项资金使用。

#### (2)调整扶贫资金使用范围

利用旅游资源丰富，开发前景良好的特点，以旅游扶贫为重点，侧重扶持发展旅游经济，适当调整扶贫资金的使用范围，从中拿出一定比例与其它旅游资金“捆绑式”使用，集中开发重点旅游线路或旅游项目，提高地区旅游扶贫的综合性整体效益。

#### (3)发行“旅游发展债券”

在预算上增设旅游专项资金，并通过政府担保、财政贴息的办法发行“旅游发展债券”，新筹资金用于旅游专项建设，企业可转换债券的安排，国家已明确向优先发展行业倾斜。旅游业具有明显成长潜力和较好的预期经营业绩，符合国家关于发行企业可转换债券的要求。

#### (4)实行旅游创汇奖励政策

比照外贸企业对一般现汇贸易出口收汇的奖励政策，鼓励旅游创汇。

### 2、有效的旅游投资导向政策

旅游业的社会化投入和多元化融资将是旅游业深层开发的重要途径，也将是市场经济下产业发展的必由之路，并将成为政府引导性投入之外的更广泛的资金来源。

(1)鼓励社会各方面对旅游业的投入，政府为他们提供良好的投资环境和基本服务并降低投资风险。

(2)积极引导投资于旅游业领域，将旅游业列入优势产业目录。

(3)各级政府在国民经济计划中要增加对旅游业的发展投入，要增加引导社会投资的导向性投入。

(4)制定优惠的税收政策。一是对从事基础设施及重点旅游项目开发建设的投资企业，实行税收优惠；二是对少数民族及贫困地区旅游资源实行“无偿开发”的政策，以吸引投资；三是旅游景区的开发及其景观保护、道路建设和水、电、通讯设施建设，固定资产投资方向调节税实行零税率；四是提倡以旅游养旅游，旅游企业所得税先征后退，返还给各区县作为旅游发展基金，用于旅游宣传促销。五是外商独资新建三星级以上旅游饭店，可免收市政建设增容配套费、规划管理费，其余收费可视具体情况酌情减免。

(5)积极利用土地资源，可借助廉价土地或无偿租赁等方式及灵活的土地产权制度来赢得旅游开发投资者的青睐。

(6)比照高新技术开发区，建立旅游经济开发区。在资源价值高、规模大、适宜成片

开发的景区，设立旅游经济开发区，行使地、市管理权限，区内的用地、建设、规划，旅游资源的开发、利用、统一由管委会报上级政府批准后由管委会实施。这样就彻底打破了条块分割，多头管理的旧体制。同时区内的各项资源得到高效、优化配置，容易形成规模效益。

#### (7)完善旅游招商政策

做好旅游资源普查工作，并做出价值评估。对可再生资源，以其评估价值的10-50%进行报价，积极招商；对于不可再生资源，其招商工作要慎重进行，坚持可持续利用。

### 3、积极的融资政策

必须充分发挥资本市场的积极作用来加速旅游开发。资本市场将在多方面推动旅游业的产业化进程。在利用资本市场进行直接融资方面，有多种方式。

#### (1)股票上市。

(2)项目融资。推出适应旅游产业结构调整、产品升级换代的可持续发展旅游项目，吸引国内大企业、大公司、大集团的投资。健全旅游建设项目权威性的市场信息的收集和发布制度，建立旅游招商引资项目库，形成投资开发必需的服务体系，实现对重点项目投入的引导。旅游交通道路、基础设施、电力设施等以各级政府为主体投资建设。允许以BOT方式建设旅游基础设施。政府可将旅游资源作价入股，与企业合作开发。

(3)股权置换。这主要在上市公司与非上市公司之间进行。由于旅游业具有良好发展前景，一些传统产业上市公司有可能调整经营方向和投资方向，寻找在旅游业领域发展的机会。拥有优质旅游项目的旅游公司可借此与上市公司进行股权或资产置换，实现“借壳上市”。

(4)设立旅游产业投资基金。在城乡居民存款与日俱增的基础上，可向社会发行基金受益凭证，设立旅游产业投资基金，也是利用资本市场扩大旅游产业融资有效途径。

(5)争取贷款和援助，完善配套支持。地方银行依照投资额1:0.5—1:2的比率进行质押贷款。

### 10.5.3 科教兴旅

随着知识经济时代的降临，科学技术对现代旅游业发展的推动作用日益明显。从旅游业的发展趋势和国际旅游业信息化浪潮来看，以及实施跨越式发展战略的要求来看，必须前瞻性地考虑增加科技投入，坚持“科教兴旅”的方针，下大决心，花大力气，提

高旅游业的科技含量，加大旅游人才培养，强化旅游行业管理，不断提高旅游服务水平。

### **1、提高全民特别是领导和员工“科技兴旅”意识**

### **2、科学制定旅游业发展规划和重点景区、项目规划与设计**

旅游建设要坚持“先规划，后开发”、“统一规划，滚动开发”的方针，切实建设好、利用好丰富而处于潜在态的旅游资源。

### **3、加快旅游行业管理现代化进程**

旅游行政管理部门也应加强自身素质的提高，在行业管理中发挥更大的作用。2010年前，所有骨干旅行社、星级饭店和骨干旅游车船公司，实现经营管理电脑化、自动化。2015年前，所有定点旅游企业实现经营管理电脑化和网络化。

### **4、加强旅游环境整治技术**

研究非传统性、对环境无害的能源生成方法，如具有突出优势的太阳能、风能或生物能以及重新利用和回收水技术等；采用废弃物最小化和洁净水等“清洁”技术。充分吸取和借鉴其它地区旅游开发的正反两方面的经验，坚决避免先污染、后治理，坚决走可持续发展的路子。

### **5、加快旅游业信息化建设**

建设全面的旅游信息系统，集查询、检索、预订等功能于一身，为游客提供食、住、行、游、购、娱六要素的综合信息。抓好现代信息技术手段的吸纳与网络的完善，实现自动化与网络化。重点抓好旅游统计网络、饭店预订网络、旅行社管理网络、旅游人才信息网络等。大力开发酒店客房预订系统、电子旅游商务系统、旅游散客服务信息系统等旅游信息网络，推进数字旅游的建设。

### **6、旅游发展，人才至上**

旅游兴衰，关键在于人才。针对旅游业快速发展而人才相对不足和素质偏低的矛盾，制定相应的优惠政策，加快构建旅游人才培养体系，形成高校、大专、中专、职校、旅游培训中心为载体的旅游人才培养体系。在旅游行业推行学历文凭与职业资格证书并重的“双证上岗制度”，坚持先培训，后持证上岗，运用法规和制度保障旅游从业人员素质的提高。

## **9.5.4 加快旅游立法工作**

由于旅游业具有的特殊发展机遇和广阔的发展前景，旅游业发展必须树立高起点、

高标准、高水平的战略思想，一定要纳入法制建设轨道。按照国家的有关规定，结合本地实际，制定相配套的法规性文件。同时，加强旅游执法监督检查，推进旅游行业管理法制化、规范化。

#### 9.5.5 建立现代旅游企业制度

旅游业实现跨世纪的持续快速健康发展，根本在于旅游企业的素质和实力。要建立现代旅游企业制度，同时，以多种资产组织形式和经营方式对旅游企业体制进行改革；旅游部门要主动适应和积极推动企业机制的进步，推动企业改制和新建工作；积极推动企业集团化、网络化建设，加快放活小企业，以提高经营管理水平和服务质量为目标。