

桐鼓县 · TONG GU



全域旅游发展规划

Tonggu County regional tourism development plan

(成果稿)



2020.11



项目名称：铜鼓县全域旅游发展规划

委托方：铜鼓县文化广播新闻出版旅游局

承担方：江西省旅游规划研究院有限公司

旅游规划设计资质证书等级：甲级

旅游规划设计资质证书编号：旅规甲14-2011

规划编制组

组 长

唐卫东 江西省旅游规划研究院院长、博士、教授

项目负责人

卢丛 规划设计部部长、硕士、园林工程师

参编人员

席思伟 规划设计部副部长、硕士

王茹玉 旅游规划师、硕士

陈国琛 旅游策划师、硕士

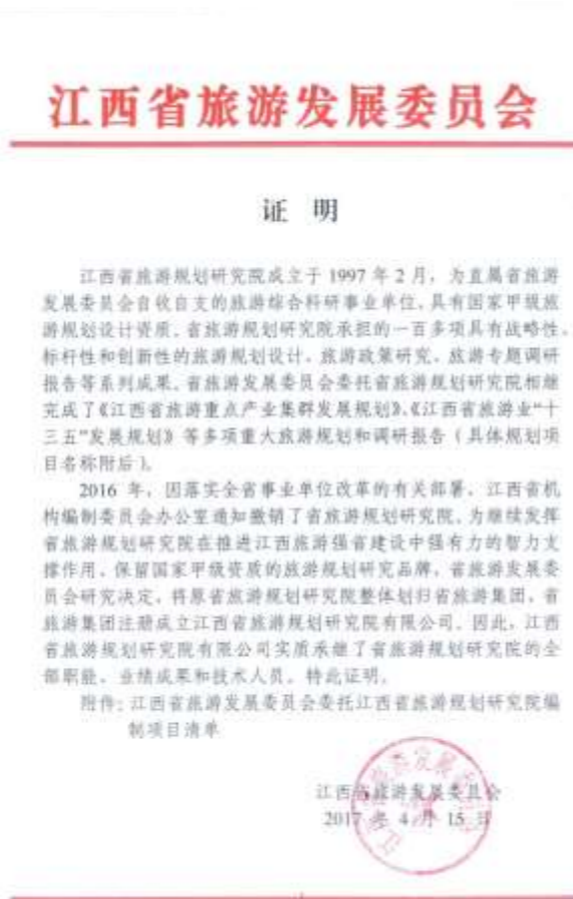
梁如玉 旅游策划师

周凌峰 城市规划师

熊宇 景观设计师

冷慧华 平面设计师

杨帆 平面设计师



《铜鼓县全域旅游发展规划》评审意见

2020年11月6日，宜春市文广新旅局在铜鼓县主持召开了《铜鼓县全域旅游发展规划》（以下简称《规划》）专家评审会。参加会议的有中国未来研究会旅游分会、江西师范大学、江西财经大学、江西科技师范大学、南昌赣鄱旅游规划设计院等单位的专家，铜鼓县委、县人大、县政府及县规划审查委员会成员单位领导和负责同志出席了评审会。与会专家通过审阅规划文本、听取规划编制单位江西省旅游规划研究院的汇报，形成以下评审意见。

《规划》基础资料翔实，资源挖掘深入，现状研判较准确；规划内容全面，思路清晰，布局合理，产品和营销设计较有新意，要素和产业体系比较完善，对国家全域旅游示范区创建工作导则有较好把握，对标较精准。《规划》基本符合国家相关规范要求，具有较强的指导性和可操作性，对铜鼓县全域旅游发展具有积极的指导意义。

专家评审组同意通过该《规划》。

为了进一步完善该规划，评审组提出如下修改意见：

- 1、进一步加强与相关法定规划的衔接和协同，进一步突出规划的“多规合一”性质。围绕“乡村公园县”等县级战略科学设置全域旅游建设目标体系，强化产品设计。
- 2、进一步强化客源市场分析及周边竞合分析，做好市场趋向性预测。对“秋收起义”等特色旅游产品做深度分析。
- 3、精准对标全域旅游示范区创建验收的时间节点，做好目标设定，强化对标创建举措。

4、强化生态、安全和文旅融合的规划内容，彰显全域旅游对相关行业升级发展的作用。

专家评审组还要求规划编制单位认真吸纳评审会的其他合理化意见和建议，尽快修改完善《规划》。

专家组组长签字：

蔡同新 彭吉
冯淑华 钟国平

曹宜富

2020年11月6日

评审意见修改说明

对评审专家及相关单位的意见进行整理、吸收，将规划内容进行修改，现说明如下：

编号	评审意见	采纳情况	意见回复
1	进一步加强与相关规划的衔接与协同。围绕“乡村公园县”等县级战略科学设置全域旅游建设目标体系，强化产品设计。	已采纳	对法规进行修改，将“乡村公园县”等县级战略纳入全域旅游发展战略。详见P7、P11-P12和P63-P64。
2	进一步强化客源市场分析及周边竞合分析，做好市场趋向性预测。对“秋收起义”等特色旅游产品做深度分析。	已采纳	根据意见，对重点客源市场长沙进行分析，重新阐释了红色资源开发思路。详见规划文本P43-P45及P58-P60。
3	精准对标全域旅游示范区创建验收的时间节点，做好目标设定，强化对标创建举措。	已采纳	在规划期限中增加了创成省级和国家全域旅游示范区的时间节点并增删了部分项目。详见规划文本P7和P200-P201。
4	强化生态、安全和文旅融合的规划内容，彰显全域旅游对相关行业升级发展的作用。	已采纳	根据意见对发展思路和路径进行了丰富，凸显了文旅融合及旅游产业的关联带动作用。详见P49-56。

目录 CONTENT

第一章 规划总则	05	4.4 形象定位.....	57	第九章 全域旅游市场营销策划	148
1.1 规划性质.....	06	4.5 功能定位.....	61	9.1 营销模式.....	149
1.2 规划期限.....	06	4.6 目标定位.....	63	9.2 营销目标.....	150
1.3 规划范围.....	07	4.7 市场定位.....	64	9.3 事件营销.....	151
1.4 规划原则.....	08	第五章 全域空间规划	66	9.4 节事活动营销... ..	161
1.5 规划依据.....	10	5.1 空间结构	67	第十章 全域旅游公共服务规划	162
1.6 上位规划对接	13	5.2 功能分区发展指引	68	10.1 咨询服务设施规划	163
第二章 规划背景	15	第六章 全域项目策划	74	10.2 旅游交通规划.....	166
2.1 政策背景.....	16	6.1 项目体系.....	75	10.3 智慧旅游规划.....	171
2.2 战略背景.....	20	6.2 引擎项目.....	80	10.4 环卫设施规划.....	174
2.3 近期市场背景	23	6.3 重点项目.....	87	10.5 标识系统规划.....	177
第三章 基础分析	25	6.4 支撑项目.....	97	10.6 休憩设施规划.....	190
3.1 区位分析.....	26	第七章 全域线路规划	112	第十一章 全域旅游保障体系规划	191
3.2 资源分析.....	29	7.1 核心线路	113	11.1 运营保障	192
3.3 市场分析.....	34	7.2 精品线路	114	11.2 人才保障	194
3.4 问题解析.....	45	7.3 风景廊道规划.....	121	11.3 资金保障	196
第四章 全域旅游发展战略	47	第八章 全域要素规划	124	第十二章 近期行动计划	197
4.1 发展思路.....	48	8.1 旅游住宿体系	125	12.1 近期行动目标与思路	198
4.2 发展路径.....	52	8.2 旅游餐饮体系	130	12.2 项目分期建设计划	199
4.3 总体定位.....	56	8.3 旅游购物体系	135	12.3 近期旅游营销计划	201
		8.4 旅游娱乐体系	139	12.4 近期全域旅游公共服务体系建设计划... ..	202
		8.5 新要素服务体系	144	12.5 近期体制机制搭建计划.....	203

1 规划总则

PART ONE



- 1.1 规划性质
- 1.2 规划期限
- 1.3 规划范围
- 1.4 规划原则
- 1.5 规划依据
- 1.6 上位规划对接

1.1 规划性质

本规划是铜鼓县全域旅游发展规划，从**定位、布局、项目体系、旅游设施、营销**等方面对县域全域旅游的发展提供战略指导。

1.2 规划期限

一期：2020—2022年，重点建设期；

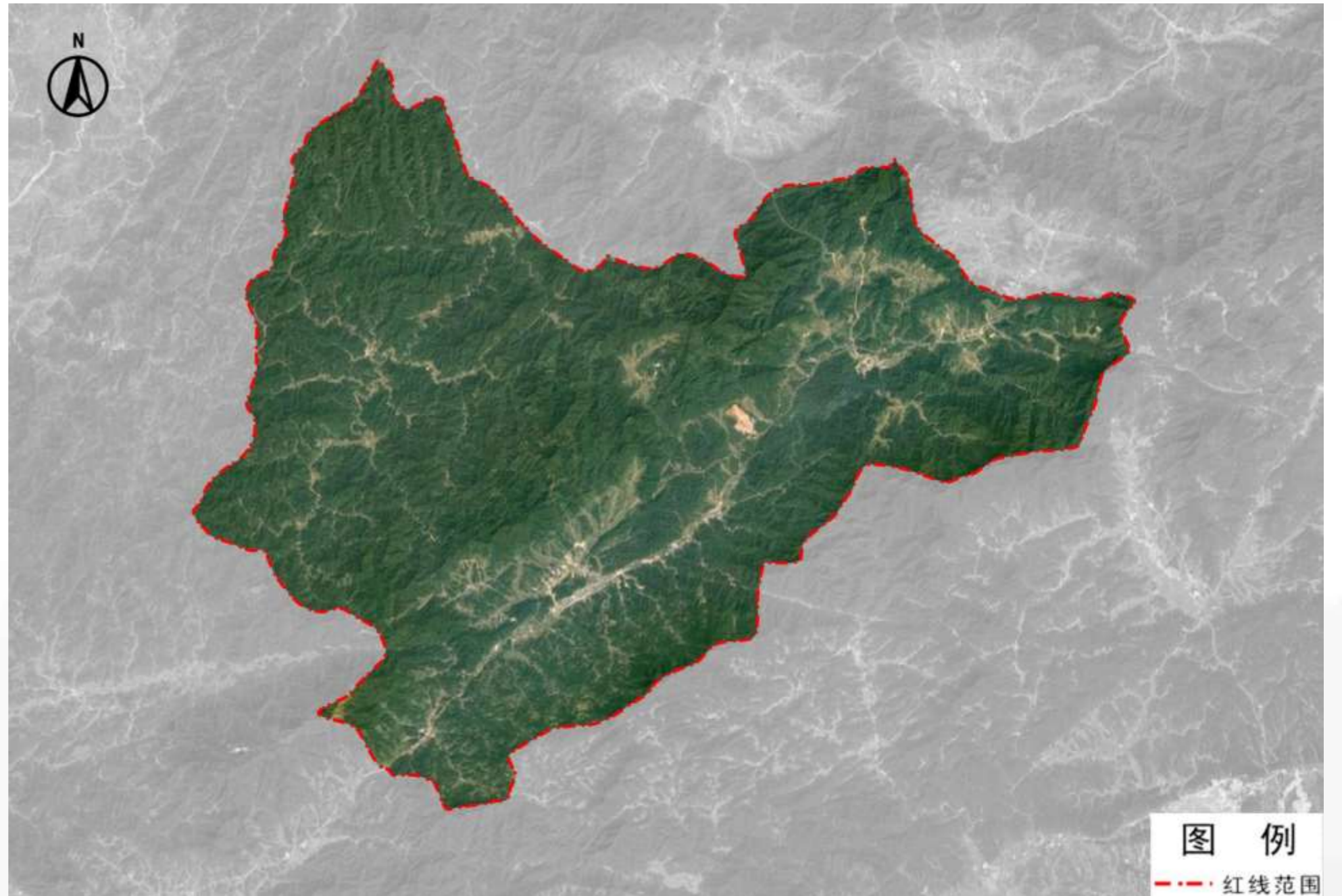
二期：2023—2025年，全面增效期；

争取在2021年创成省级全域旅游示范区，争取在规划二期“乡村公园县”建设卓有成效，在规划期限外的5年内创成国家级全域旅游示范区。



1.3 规划范围

为确保铜鼓县全域旅游发展成效，同时承接上位规划《铜鼓县旅游发展总体规划（2014—2023）》，将铜鼓县九个乡镇及四个林场全部纳入规划范围，总面积约1567平方公里。



1.4 规划原则

产品创新，便于操作

本规划要深刻理解全域旅游的时代背景、理论内涵及实践误区，通过深入调研分析，确定目标，推导路径，提出一套有思想、有高度、看得懂、能操作的规划方案。

政府主导，市场主体

本规划要体现政府主导作用，推动政府关注根本问题、前沿问题，能够为政府制定和实施全域旅游发展策略提供参考。本规划还要体现市场的主体作用，充分释放释放市场活力。

产业融合，兼容发展

本规划要突破旅游与相关产业间的壁垒，重视旅游产业在市场经济中的入口地位，充分发挥其关联带动作用。遵循“旅游+”和“+旅游”的理念，促进进旅游产业与其他产业融合，达到相互促进、共同增长的社会经济目标。

1.4 规划原则

长远谋划，弹性发展

本规划要坚持一张蓝图干到底，与相关规划充分协调，形成战略性、长期性纲领。也要理解社会发展迅速，不确定因素增多，新需求不断涌现，要为未来发展留足空间，保证发展弹性。

生态保护、绿色发展

以可持续发展原则引领全域旅游开发。树立“绿水青山就是金山银山”理念，守住生态底线，合理有序开发，防止破坏环境，杜绝竭泽而渔，摒弃运动式盲目开发，实现经济、社会、生态效益共同提升，开辟铜鼓县全域旅游发展新境界。

全域联动、重点突破

铜鼓县全域旅游以红色资源、绿色生态、客家文化、及温泉为旅游供给支撑进行全域联动，以康养度假、生态观光和红色旅游为重点突破方向，打造极具地域特色的“旅游目的地”，实现全域共享客源的旅游大发展。

1.5 规划依据

1.5.1相关法律法规

- 《中华人民共和国旅游法》(2018年修订)
- 《江西省旅游条例》(2015年7月)
- 《中华人民共和国城乡规划法》(2008年1月)
- 《中华人民共和国环境保护法》(2014年修订)
- 《中华人民共和国环境影响评价法》(2016年修订)
- 《中华人民共和国土地管理法》(2004年修订)
- 《中华人民共和国水污染防治法》(2008年修订)
- 《中华人民共和国大气污染防治法》(2015年8月)
- 《中华人民共和国文物保护法》(2013年修订)
- 《中华人民共和国森林法》(2009年修订)
- 《中华人民共和国自然保护区条例》(2017年修订)
- 《旅游景区质量等级管理办法》(办发(2012)166号印发)
- 《建设项目环境保护管理条例》(2017年修订)
- 《江西省风景名胜区条例》(2006年12月)

1.5 规划依据

1.5.2 国家和行业标准

- 《全域旅游示范区创建工作导则》(2017年)
- 《国家全域旅游示范区验收、认定和管理实施办法(试行)》(2019年)
- 《国家全域旅游示范区验收标准(试行)》(2019年)
- 《旅游规划通则》(GB/T18971-2003)
- 《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T1775-2003)
- 《旅游资源分类、调查与评价》(GB/T18972-2017)
- 《旅游饭店星级的划分与评定》(GB/T14308-2010)
- 《风景名胜区规划规范》(GB50298-1999)
- 《旅游厕所质量等级的划分与评定》(GBT8973-2016)
- 《城市旅游集散中心等级划分与评定》(GB/T31381-2015)
- 《旅游景区公共信息导向系统设置规范》(GBT 31384-2015)
- 《公共信息图形符号》(GBT 10001.1-2012)
- 《景区最大承载量核定导则》(LBT034-2014)
- 《绿道旅游设施与服务规范》(LBT035-2014)
- 《旅游度假区等级划分》(GB/T 26358-2010)
- 《旅游民宿基本要求与评价》(LB/T 065—2019)
- 《城市公共服务设施规划标准》GB50442(修订)(征求意见稿)
- 《城市旅游公共服务基本要求》(LB/T022-2013)
- 《江西旅游生态设施规范》(2010年)
- 《江西旅游生态行为规范》(2010年)
- 《江西省旅游条例》(2015年7月)
- 《江西旅游强县评定规范》(2013年)
- 《江西旅游强县评定和复核管理办法》
- 《江西省乡村旅游点质量等级划分与评定》(2017年)

1.5 规划依据

1.5.3 相关规划及资料

- 《“十三五”旅游业发展规划》
- 《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》(国办发(2018)15号)
- 《国家生态旅游发展规划(2017-2025年)》
- 《国民旅游休闲纲要(2013-2020年)》
- 《乡村振兴战略规划(2018-2022年)》
- 《关于促进文化旅游产业融合发展的若干政策》
- 《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》
- 《国土资源部、住房和城乡建设部、国家旅游局关于支持旅游业发展用地政策的意见》(国土资规(2015)10号)
- 《国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》(国办发(2015)62号)
- 《湘赣边区域合作示范区建设三年行动计划(2020—2022年)》
- 《中共江西省委江西省人民政府关于推进旅游强省建设的意见》
- 《江西省旅游业发展总体规划(2015-2025年)》
- 《江西省旅游业发展“十三五”规划》
- 《中共江西省委江西省人民政府关于全面推进全域旅游发展的意见》
- 《江西省旅游产业高质量发展三年行动计划(2019-2021年)》
- 《江西省文化和旅游产业融合发展示范区(点)创建办法(试行)》
- 《江西省城镇体系规划(2015-2030年)》
- 《江西省促进乡村旅游发展提质升级实施方案(2017—2020年)》
- 《宜春市旅游发展总体规划(2016—2030)》
- 《宜春市旅游产业高质量发展三年行动计划(2020—2022年)》
- 《铜鼓县旅游发展总体规划(2014—2023)》
- 《铜鼓县城市总体规划(2010-2030)》

1.6 上位规划对接

(1) 《江西省旅游业发展“十三五”规划》



总体布局：

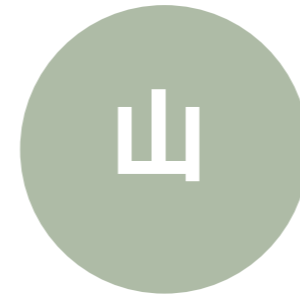
一核心：将南昌打造为江西旅游核心城市。

四门户：将九江、上饶、萍乡、赣州打造成江西旅游门户城市。

九节点：将景德镇打造成国际性旅游城市，将鹰潭、吉安、宜春、新余、抚州打造成江西旅游区域性中心城市，将井冈山、瑞金、共青城打造成特色旅游城市。

规划解读

在本规划中，宜春被定位为“**健康养生休闲城市**”和“**江西旅游区域性中心城市**”，主要围绕



四大旅游资源做文章。

铜鼓作为赣西北重要的旅游节点，温泉资源富集、客家文化丰厚、山水资源秀美、红色资源丰富，总体契合省“十三五”规划方向。但是还应发挥自身的区位和资源优势，积极加强铜鼓在赣西北旅游节点作用。

发展方向：结合本规划对宜春市旅游发展的定为，铜鼓县旅游发展方向以康体养生为主，充分结合当地的资源优势，打造赣西北养生休闲福地。

1.6 上位规划对接

(2) 《宜春市旅游发展总体规划(2016—2030)》



功能分区：

- 山水名城旅游区
- 生态与禅宗文化旅游区
- 红色经典旅游区
- 道教养生与古文化旅游区

规划解读

本规划确立了宜春“禅境山水，乡居天堂”的定位，强调充分发挥宜春中部地区重要的旅游服务中心和新兴旅游目的地的作用；并充分肯定了铜鼓县在红色文化和绿色生态方面的优势，将其形

象定位为“**伟人福地，生态铜鼓**”，纳入生态与禅宗文化旅游区和红色经典旅游区。

发展方向：继续发挥红色和绿色资源优势，同时结合时下火热的乡居养生概念，融合传统客家文化，做大做强温泉旅游度假产业和康体养生产业。

2 规划背景

PART THREE



- 2.1 政策背景
- 2.2 战略背景
- 2.3 近期市场背景

秋收起义纪念地

2.1 政策背景

从“文化振兴”→“文化强国”→“文化自信”
国家层面正在着力促进旅游与文化融合发展



- 2017年，《全域旅游示范区创建工作导则》出台，对深入推进全域旅游示范区创新发展进行指导。
- 2018年，国务院办公厅印发《关于促进全域旅游发展的指导意见》，从财政金融、用地供给、人才保障、专业支持四个方面提出对全域旅游发展的支持。
- 2019年，文化和旅游部出台系列全域旅游验收办法、标准、手册，进行首批国家全域旅游示范区验收。
- 2020年，继续开展全域旅游示范区创建，推出第二批全域旅游示范区，全域旅游创建将正式步入常态化和机制化的轨道。

铜鼓应当积极对接上位政策，争取财政金融支持、用地供给支持、人才保障和专业支持，着力改善县域内旅游基础设施相对落后的状况，借助全域旅游建设的东风提升县域旅游发展水平。

2.1 政策背景

全域旅游成为国家旅游发展的新趋势、新模式

2018年国务院机构改革，文化部和国家旅游局合并组建文化和旅游部，旅游产业地位进一步上升，“诗和远方结合起来”逐步变成现实。

《“十三五”旅游发展规划》指出，培育以文化设施和实践活动为支撑的体验旅游、研学旅行和传统村落休闲旅游；扶持旅游与文化创意产品开发、数字文化产业相融合；发展文化演艺旅游，推动旅游实景演出发展，打造传统节庆旅游品牌。

《“十三五”时期文化旅游提升工程实施方案》明确，国家发展改革委将根据国家财力状况统筹安排中央预算内投资文化旅游提升工程相关项目，资金逐年安排，滚动实施。

铜鼓县人文荟萃，是湘赣边地区唯一的红色资源富集的纯客家县。铜鼓应大力推动文旅融合，使旅游产品成为其境内红色文化和客家文化优质载体，打造文化演艺活动、研学旅游，加深旅游产品文化内涵，使资源优势转化为产品优势。

2.1 政策背景

国家大力支持、引导红色旅游创新性发展

《关于实施革命文物保护利用工程（2018-2022年）的意见》指出，结合重大历史事件、重要历史人物和中华民族传统节庆，依托革命文物资源组织开展重大纪念活动。打造红色旅游品牌，推出一批研学旅行和体验旅游精品线路，促进革命老区振兴发展。鼓励学校、党校到革命旧址、革命博物馆纪念馆开展现场教学。建立革命旧址、革命博物馆纪念馆与周边学校、党政机关、企事业单位、驻地部队、城乡社区的共建共享机制，开展具有庄严感和教育意义的系列主题活动。

《关于加快文化强省建设的实施意见》明确，大力传承红色基因，推动红色文化研究，诠释江西红色文化的丰富内涵。围绕八一南昌起义、秋收起义、井冈山革命根据地创建、中央苏区斗争等，推出一批红色文化研究成果，诠释江西红色文化的丰富内涵。加强红色资源统筹规划，策划推出一批重大影视、动漫作品和主题展览。系统整理发生在红土地上的革命先烈事迹。持续深入开展诵读红色家书和宣介红色经典故事活动。

铜鼓县是秋收起义的策源地，毛泽东和中共早起领导人长期在此活动，红色资源富集且类型丰富、质量上乘。铜鼓应该积极整理红色资源，策划红色动画、红色影视等内容宣传铜鼓形象，推动红色资源共建共享，讲好“美丽中国江西样板”视阙下的铜鼓故事。

2.1 政策背景

红色研学成为政策新宠

《2016-2020 年全国红色旅游发展规划纲要》指出，深入挖掘红色旅游景区所蕴含的红色文化内涵，发挥理想信念教育基地作用，使广大党员、干部、群众特别是青少年深刻了解党带领全国各族人民不懈奋斗的光荣历史和伟大历程，坚定不移跟着中国共产党走，传承党的优良作风，接受红色精神洗礼。推动大中小学生社会实践活动与红色旅游相结合，依托红色旅游景区组织参观活动、研学旅行，开展爱国主义和革命传统教育，深化青少年社会主义核心价值观教育。

《江西省贯彻落实〈2016-2020年全国红色旅游发展规划纲要〉实施方案》明确，深入挖掘红色资源精神内涵，打造一批红色旅游研学基地、红色旅游教育基地、红色精神培训基地、红色实践育人基地。组织全国青少年开展以研学旅行为主要形式的爱国主义和革命传统教育，强化企事业单位、大中小学与红色经典景区合作机制，开展多种形式的研学、实践、交流活动，定期举办红色文化教育讲坛、红色夏令营等主题活动。

铜鼓县是秋收起义的策源地，红色资源富集，毛泽东和中共早起领导人长期在此活动，留下了大量足迹。铜鼓应该打好秋收起义和毛主席脱险福地两张牌，结合全域旅游建设和爱国主义教育两大主题，发展红色培训研学旅游等业态。

2.2 战略背景

2.2.1 国家层面

旅游业已融入经济社会发展全局，成为国民经济战略性支柱产业

《“十三五”旅游业发展规划》明确提出：旅游经济稳步增长。到2020年，旅游市场总规模达到**67亿人次**，旅游投资总额**2万亿元**，旅游业总收入达到**7万亿元**。旅游业对国民经济的综合贡献度达到**12%**，对餐饮、住宿、民航、铁路客运业的综合贡献率达到**85%以上**，年均新增旅游就业人数**100万人以上**，国际影响力大幅提升。

《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》提出，要不断提升旅游业**现代化、集约化、品质化、国际化水平**，更好满足旅游消费需求。

铜鼓县在拓展可有范围的同时应着重提升旅游项目品质，对接日益增长的高端旅游消费需求。同时应对县城环境进行整治、消费业态进行丰富、增加夜游活动使之适应游客消费需求

2.2 战略背景

2.2.2 区域层面

湘赣边区域合作有了实质进展，铜鼓产业发展迎来重大的战略机遇

《湘赣边区域合作示范区发展规划》正在编制：

2020年7月，湖南省人民政府印发《湖南省推进湘赣边区域合作示范区建设三年行动计划（2020—2022年）》。其中有2处明确提到铜鼓：

- 一是加强湘赣边交通通道对接，江西崇义、井冈山、莲花、铜鼓、修水等地形成互联互通的湘赣边红色旅游环线；
- 二是对接铜鼓秋收起义纪念地景区，联合打造初心源景区，深入开展红色教育、干部培训、党性教育、研学教育。

《长城、大运河、长征国家文化公园建设方案》公布：

长征国家文化公园建设以中国工农红军一方面军（中央红军）长征线路为主，兼顾红二、四方面军和红二十五军长征线路。江西铜鼓与湖南浏阳共同列入罗霄山片区建设地。

铜鼓县应当在立足本省的基础之上，借助长征国家文化公园建设机遇，积极对接长株潭旅游市场需求，实现优势互补，积极引入客流，力争成为湘赣边界重要的旅游目的地和节点城市。

2.2 战略背景

2.2.3 江西层面

高位推动“旅游强省战略”，旅游综合竞争力进入第一梯队

2018年，江西省委省政府出台《关于全面推进全域旅游发展的意见》，明确指出，把我省建设成为全国重要、国际知名旅游目的地。

2020《江西省文化和旅游产业融合发展示范区（点）创建办法（试行）》

目前，全省全域旅游建设如火如荼，建设成效初步凸显，《2019中国旅游业发展报告》指出，江西省进入省域旅游综合竞争力第一梯队。

铜鼓县应当抓住机遇，加强组织领导,高位推进。集聚全力推动全域旅游建设和文旅融合，将红色资源、绿色生态和客家文化有机结合优势互补，打造独具特色的区域旅游目的地。

2.3 近期市场背景

在疫情常态化背景下，“三圈”将成为旅游出现新动向；“定制游、当地游”成为旅游市场新机遇

“熟人圈”

受疫情影响，参团不便，旅游消费者便自己组建小团。像这样的熟人、朋友组团，正成为越来越多人的选择。

区域圈

疫情影响下，抱团发展、优势互补、统筹区域内旅游资源，挖掘区域旅游潜力，成为多地旅游业迎难而上利器。赣西各县抱团发展、湘赣边区域合作成为铜鼓疫情常态化背景下的首选。

文化圈

文化已成为旅游的重要吸引物，是影响人们旅游决策的重要因素。在统一文化主题的基础上，组成区域整体联动的招牌文化旅游线路，让文化成为区域一体化最有号召力的品牌。湘赣边区红色文化、民俗文化、生态文化紧密相连，具有发展湘赣边区文化圈旅游产业的潜力。

2.3 近期市场背景

定制游近年已逐步成为主流，疫情也推动了定制游市场的成熟

马蜂窝数据显示，今年端午假期该平台上的“定制游”订单量较清明小长假上涨4300%，景区门票和酒店相比清明小长假的订单量分别上涨463%和240%。相比往年端午，中国游客积攒了更多对旅行的期待，预算也较为充足，同时更注重旅行的安全性和私密性。

当地游为主流，短途游、周边游已成为旅游的主要形式

目前，全国跟团游和跨省游仍不活跃，马蜂窝平台上的“当地游”订单量相比清明小长假上涨895%，这也给区域旅游带来了发展机遇。各地游客均以本地游客为主，本地游客对新玩法、深度玩法有更高的需求，不只是‘打卡’和浅尝辄止的体验。

今年端午小长假期间，当地游的消费者中本地游客为主流，覆盖高端野餐、露营、户外运动等项目的深度玩法更受这类游客欢迎。多家在线旅游平台的数据显示，今年端午假期，国内长三角、珠三角和成渝地区的短途出行最为活跃，省内游、周边游继续成为游客小长假出游的首选方式。

铜鼓县文化资源优质，地理区位优势，地处南昌、武汉、长沙三个都会圈交汇处，是区域旅游资源集聚中心，拥有巨大的区域旅游发展潜力。当下应该发挥资源优势和区位优势之长，整合优质旅游资源，对接长株潭旅游市场。

3

基础分析

PART THREE



3.1 区位分析

3.2 资源分析

3.3 市场分析

3.4 问题解析

3.1 区位分析

3.1.1 地理区位分析

是边界，更是中心

从行政区划上看，铜鼓县地处湘赣边界，位居江西省西北边陲，堪称“赣西门户”。但铜鼓却是全国唯一一个距离两个省会最近的城市，处在湘赣两省会的中心区域，能够近距离拥抱长沙，是湘赣边区域合作示范区的中心。

三省六县，经济腹地

铜鼓与湘鄂赣三省六县交界，是修河之源。

北距武汉约250公里，东西距长沙和南昌各约150公里，处于武汉城市圈、长株潭城市群和环鄱阳湖城市群等三大经济圈腹地，经济区位优势明显。



3.1 区位分析

3.1.2 交通区位分析

湘赣交通大动脉枢纽

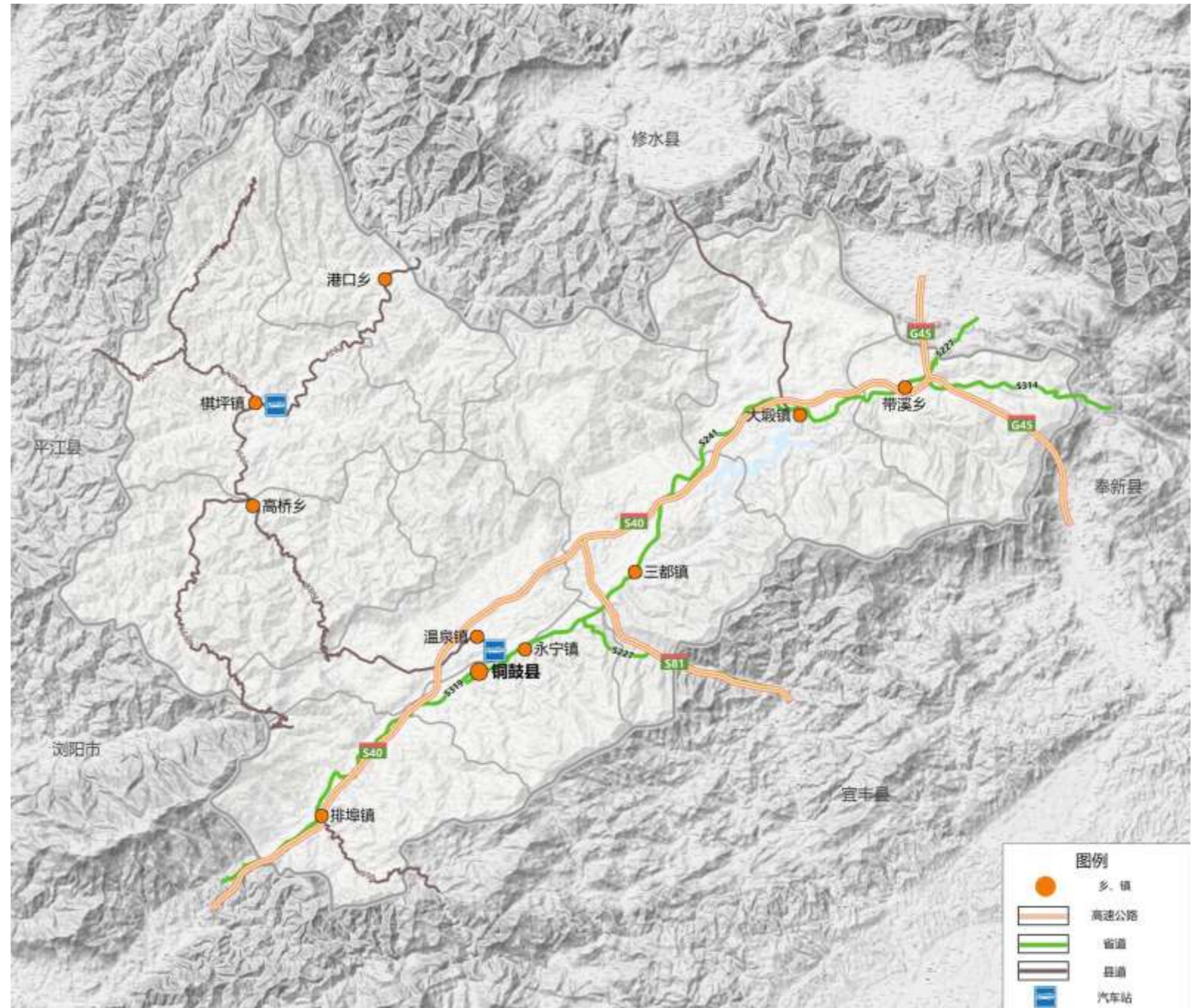
从外部交通看：

境内大广、昌铜、铜万三条高速公路及蒙华铁路穿境而过，拥有国道354线、220，距长沙城区仅1.5小时车程，拥有“对接长沙就是对接中部”的优势。

未来将会建成武宜深高铁和铜鼓至湖北通城高铁，但目前交通不便，尚显偏远。

从内部交通看：

囿于地形限制，铜鼓县高等级交通线路走向多为东西方向，南北方向的交通线路沟通有待进一步加强。



3.1 区位分析

3.1.3 旅游区位分析

旅游供给初具规模，已是区域旅游目的地

目前铜鼓县形成了以天柱峰景区为核心观光旅游产品供给体系、以汤里温泉为核心的康养旅游产品供给体系、以及以秋收起义纪念地为核心的红色旅游产品供给体系，是赣西北地区的重要旅游产品供给地。

临门一脚，借力发展机遇更佳

大围山是长沙周边一枝独秀的生态胜地，长株潭的千军万马已经到达大围山，但铜鼓没有开门迎接。大围山距离铜鼓县城仅需20分钟车程。铜鼓拥有借助大围山客源的发展城市旅游夜经济的优势，能够通过大围山融入长株潭旅游经济圈。

客家文化独树一帜，长株潭旅游需求旺盛

铜鼓是全国43个纯客家县之一，也是赣西北唯一的纯客家县。客家文化是与周边旅游目的地差异化竞争的切口。长株潭客源旅游需求旺盛，但周边生态型旅游资源稀缺，依托优越的区位条件，长株潭客源有便利的条件东流，推动铜鼓旅游发展。

3.2 资源分析

3.2.1 资源概况

依据《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18972-2017），铜鼓县旅游资源涵盖**地文景观、水域景观、生物景观、天象与气候景观、建筑与设施、旅游购物、人文活动**7大主类，17个亚类，33个基本类型。

分别占比**87.5%、73.9%、30.0%**，旅游资源种类和数量相当丰富多样。具体详见下表：



3.2 资源分析

3.2.1 资源概况

铜鼓县旅游资源分类统计表

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	仙姑坛
	AB地质与构造形迹	ABA断裂景观	水上一线天，岸上一线天
		ACB峰柱状地景	天柱峰，万笏朝天，水上迷宫
	AC地表形态	ACD沟壑与洞穴	马祖岩、灵岩洞天、石洞迷宫、关龙洞
		ACE奇特与象形山石	寿星观瀑，双驼传情，仙人现掌，蛤蟆石，麻羊化石，观音晒鞋，顺告石，大塌坑奇石、七星伴月、恐龙蛋
AD自然标记与自然现象	ADB自然标志地	杨家山寨、七重门、小天崖	
B水域景观	BA水系	BAA游憩河段	修河
		BAB瀑布	九龙瀑布、龙口瀑布、狮子岭瀑布
	BB湖沼	BBA游憩湖区	九龙湖、竹海天湖、西湖公园
		BBB滞池	师公潭与鱼跃龙门
BC地下水	BCB埋藏水体	燕鸣温泉、汤里温泉	
C生物景观	CA植被景观	CAA林地	龙门林涛、红豆杉保护林、竹海映天
		CAB独树与丛树	七子团圆、金银鸳鸯桂花树、五子登科、东浒古樟、水坪古杉
		CAD花卉地	洑山杜鹃
	CB野生动物栖息地	CBC鸟类栖息地	浒村观鹭、相思崖
D天象与气候景观	DB天气与气候现象	DBA云雾多发区	超绝云山
		DBB极端与特殊气候显示地	洑山雪景
E建筑与设施	EA人文景观综合体	EAB军事遗址与古战场	排埠战斗遗址、丰田战斗遗址、杨家寨古战场
		EAG宗教与祭祀活动场所	莲花庵、圆明庵、福寿寺、灵石庵、袁家祠堂、大洑山
		EAI纪念地与纪念活动场所	秋收起义纪念地、排埠万寿宫、奎光书院、武曲宫
	EB实用建筑与核心设施	EBB特色屋舍	卢姓老屋、带溪古民居群
		EBE桥梁	永宁桥、东浒桥、赐福桥
		EBJ陵墓	烈士陵园、三十六烈士墓、罗洪先墓
	EC景观与小品建筑	ECA形象标志物	铜鼓石、龙门
ECG牌坊牌楼、影壁		陈氏贞坊	
ECI塔形建筑		东浒塔	
G旅游购品	GA农业产品	GAA种植业产品及制品	包圆、簪子米果、撑酒、干子茶、百香果饮品、腊肉、石鸡、客家山味、宁红保健茶、竹荪、竹笋等
		GAB林业产品与制品	木制品、竹制品、棕制品和藤制品等
		GAD水产品及其制品	甲鱼
	GC手工艺品	GCB织品、染织	客家服饰
		GCH画作	铜鼓漫画
H人文活动	HA人事活动记录	HAB地方事件	大来港与小来港、毛泽东化险地、老屋、新屋、犁头嘴、华家坪、深窝、蓝家祠、公有号、游苏古巷
	HB岁时节令	HBB农时节日	客家民俗

3.2 资源分析

3.2.1 资源概况

铜鼓县各类旅游资源存量较大、品级较高，兼具丰度、广度、厚度与深度，潜在的旅游资源吸引力亟待释放。

铜鼓县旅游资源有四个独特：**一是独特的水资源**——驰名中外的温泉和江西唯一的户外滑雪场；**二是独特的红色资源**——毛泽东化险地；**三是独特的客家文化资源**——赣西北唯一的纯客家县；**四是独特的生态资源**——铜鼓是江西生态最高地，“中国南方红豆杉之乡”。

铜鼓县旅游资源等级评级表

等级	资源单体	分值
五级旅游资源	无	≥90分
四级旅游资源	毛泽东化险地、汤里温泉、天柱峰、红豆杉保护林区、大汾山	75~89分
三级旅游资源	秋收起义纪念馆、九龙湖、燕鸣温泉、超绝云山、汾山雪景、万笏朝天、水上迷宫、仙姑坛、客家服饰、铜鼓漫画、排埠万寿宫、奎光书院、武曲宫、烈士陵园、三十六烈士墓、罗洪先墓、客家民俗、七重门、福寿寺	60~74分
二级旅游资源	西湖公园、排埠战斗遗址、丰田战斗遗址、杨家寨古战场、水上一线天，岸上一线天、寿星观瀑，双驼传情，仙人现掌，蛤蟆石，麻羊化石，观音晒鞋，顺告石，大塌坑奇石、七星伴月、恐龙蛋，大来港与小来港、游苏古巷、卢姓老屋、带溪古民居群、永宁桥、东浒桥、赐福桥、铜鼓石、龙门、陈氏贞坊、东浒塔、杨家山寨、小天崖、修河、九龙瀑布、龙口瀑布、狮子岭瀑布、竹海天湖、师公潭与鱼跃龙门	45~59分
一级旅游资源	七子团圆、金银鸳鸯桂花树、五子登科、东浒古樟、水坪古杉汾山杜鹃、浒村观鹭、相思崖、老屋、新屋、犁头嘴、华家坪、深窝、蓝家祠、公有号	30~44分

3.2 资源分析

3.2.2 资源评价

资源空间集聚，组合条件好

铜鼓县旅游资源呈现全域分布、规模集中的特点，具有良好的资源组合开发条件。

资源较为丰富、可开发性强

铜鼓县拥有的旅游资源类型和数量相当丰富多样，能够开发红色旅游、民俗旅游、乡村度假、山居养生等多种业态。

核心资源特色鲜明、互补性强

铜鼓县旅游资源基本可归入绿色生态、温泉养生、红色文化、客家民俗四大板块，四个板块相互渗透，相得益彰，能够统筹开发。

资源融合开发不够，潜力仍待挖掘

目前生态观光、温泉度假和红色旅游开发已有成效，但对客家文化的利用仍然不够，县境内旅游资源融合发展程度不高。

资源趋同，存在同质化竞争的可能

铜鼓与周边县区旅游资源趋同，多以山水和生态资源为依托，同类资源在业态开发上会存在趋同现象。

3.2 资源分析

3.2.3 资源卖点

1

温泉汇集的康养福地

铜鼓县境内温泉资源丰富，属于中硫温泉，含有多种对人体有益元素，是温泉养生的胜地。

2

绿水青山的生态高地

全县森林覆盖率达88.04%，野生红豆杉多达100余万株，生态保护区面积占全县总面积的72.5%，三个数字均列全省前列，是长江中下游的生态屏障县。

3

红耀中华的革命圣地

铜鼓是秋收起义的爆发地和前敌委员会所在地，是湘鄂赣革命根据地的主要组成部分，解放后铜鼓被批准为“全苏区县”。其革命事迹写入中学教材。

4

人文荟萃的客家故地

铜鼓是全国43个纯客家县之一，也是赣西北唯一的纯客家县，全县80%的人口都是客家人。多种文化融合汇聚，造就了别具特色的客家山歌、饮食、民居、漫画等民俗文化。

3.3 市场分析

3.3.1 宏观趋势

“全民休闲”新常态，“供给侧改革”引领全域旅游产品迭代更新

旅游供给侧改革——要适当淡化产业发展的速度与规模指标，不盲目追求旅游增长率。

全域旅游、产品迭代——创造‘令人心动的有效供给’和‘让人心安的产品质量’

旅游供给侧改革

2015年11月10日《中央财经领导小组第十一次会议》
习近平：在适度扩大总需求的同时，着力加强供给侧结构性改革，着力提高供给体系质量和效率，增强经济持续增长动力。

2015年1月11日《国务院旅游工作部际联席会议第三次全体会议》
汪洋：对于旅游业来说，由于市场的不断扩大，丰富的低端旅游产品供给已经无法满足人们的高质量的出游需求，将供给侧改革放到旅游业，则必将获得发展机遇、发挥新作用、担当新使命。

全民休闲需求井喷，游客量与收益飙升；
旅游供给不足引发的问题日益凸显。

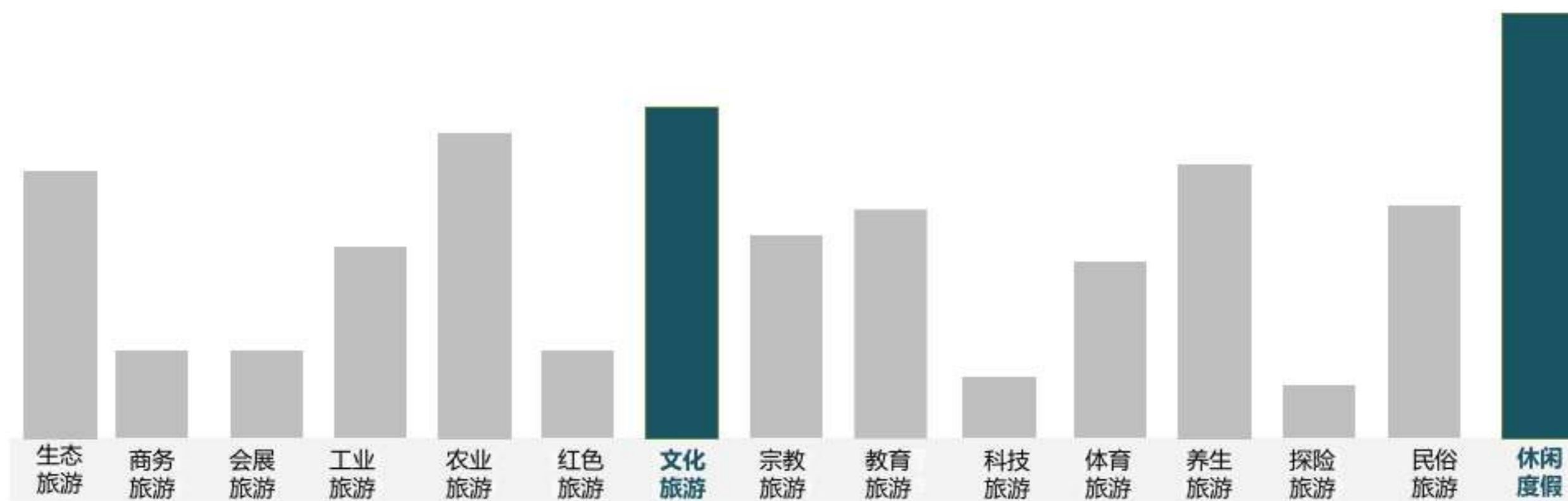


3.3 市场分析

3.3.1 宏观趋势

国内旅游市场由旅游观光向旅游度假生活转变

旅游体验性备受关注，休闲度假、文化旅游渐成热点



大众观光旅游

休闲度假旅游

第一代旅游产品

第二代旅游产品

第三代旅游产品

第四代旅游产品

资源导向型

市场导向型

形象打造型

生活方式导向型

3.3 市场分析

3.3.1 宏观趋势

中国已全面进入“碎片化旅游时代”

消费移动化、需求个性化、产品细分化的趋势日益明显

蚂蜂窝旅行网、中国旅游研究院联合发布的《重新发现世界：全球自由行报告2017》指出，中国已全面进入“碎片化旅游时代”。90后新消费主体的登场，正自下而上地加速着供应链的迭代。



移动支付改变中国人旅游消费习惯

“边走边订”成为“碎片化”趋势中最显性的特征之一，越来越多人享受自由随性的旅行。



购物型消费与享乐型消费此消彼长

旅游消费“有的放矢”，减少的购物消费支出转移到享乐型消费上，美食、文化娱乐消费比重大幅增加。



进阶级消费者为品质与特色买单

更灵活、更具本地特色、更贴合消费者需求的方式更吸引追求个性化、差异化的年轻消费者。

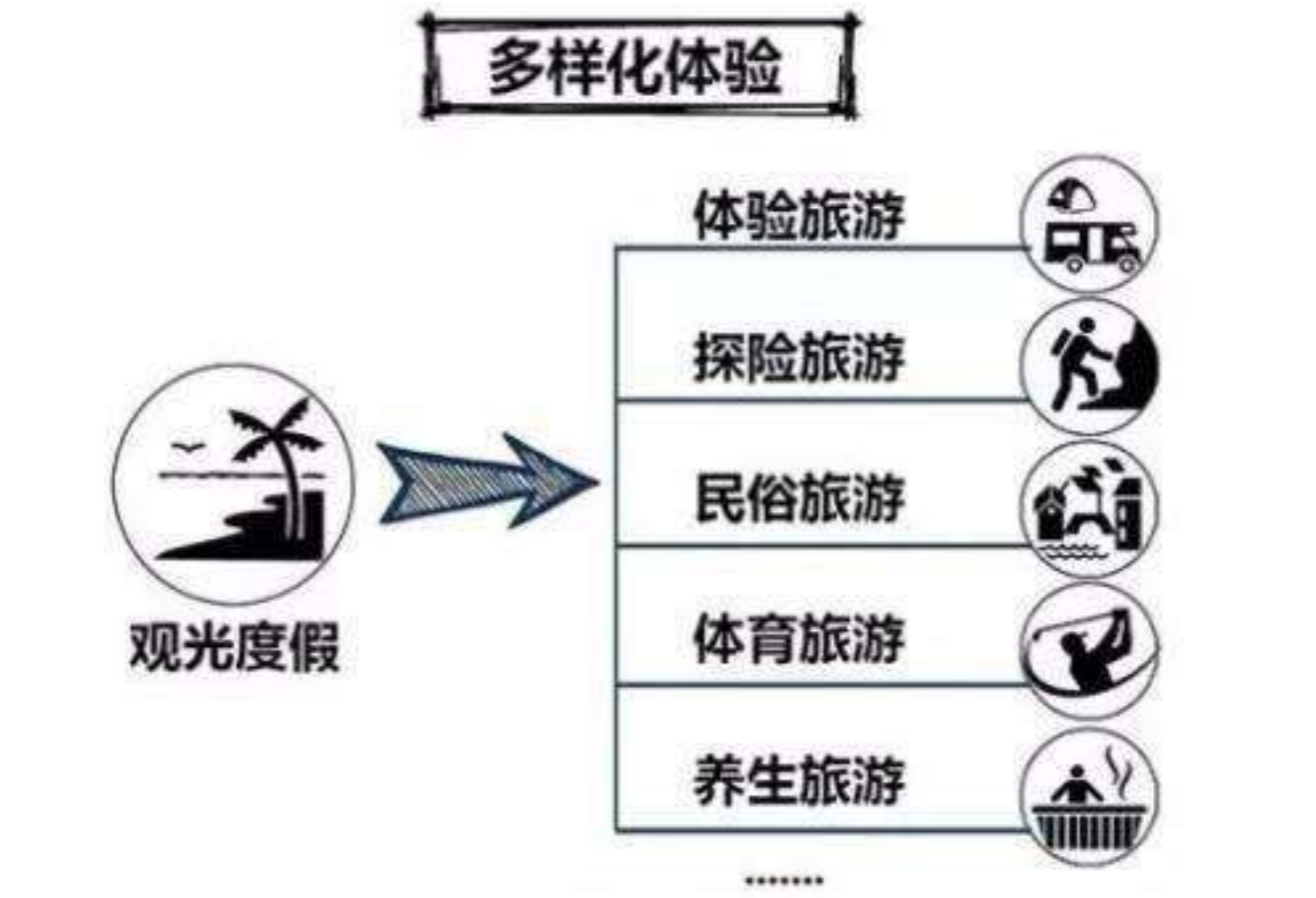
铜鼓县拥有优质的温泉资源和森林资源，适宜打造温泉康养、森林养生类旅游业态，对接新兴的市场需求。客家美食文化也应进行挖掘，融入也由项目之中。

3.3 市场分析

3.3.2 旅游需求

消费扩容，内需升级，旅游需求多样化，呈现多点开花的趋势

- 由单一观光需求向观光、休闲、度假复合型转变；快旅漫游、深度体验当地生活成为一种新风尚；
- 自驾出游成为潮流、背包客成为时尚、研学游、体育游、康养游等是游客应释放快节奏城市生活带来压力的合理发泄口；
- 乡村休闲旅游越来越普通定制游、研学游、体育游、康养游逐渐盛行。
- 特色主题游，如亲子游、蜜月游、影视游、消暑游受宠。
- 智慧旅游成了旅游的基本需求。



3.3 市场分析

3.3.2 旅游需求

优质旅游需求旺盛，游客趋向高品质的旅游产品，品牌引领供求升级

- 旅游消费对个性化、特色化旅游产品和服务的需求越来越高，旅游需求品质化和中高端化趋势日益明显；
- 游客希望欣赏到新奇特的旅游景观、品尝到当地特色美食、购买到当地精美旅游商品、享受到便捷的交通和精细化的住宿服务、体验到当地原生态的民俗生活，这一趋势成为当下游客的主要诉求。



3.3 市场分析

3.3.2 旅游需求

潜在需求规模庞大，旅游需求一直处于增长态势

- 我国旅游需求一直处于增长态势，2019年国内旅游市场和出境旅游市场稳步增长；
- 2019年国内旅游人数60.06亿人次，比上年同期增长8.4%；
- 国内旅游收入5.73万亿元，增长11.7%。入境旅游人数1.45亿人次，比上年同期增长2.9%；
- 《十三五旅游业发展规划》提出到2020年，我国旅游人次将达到67亿人次。

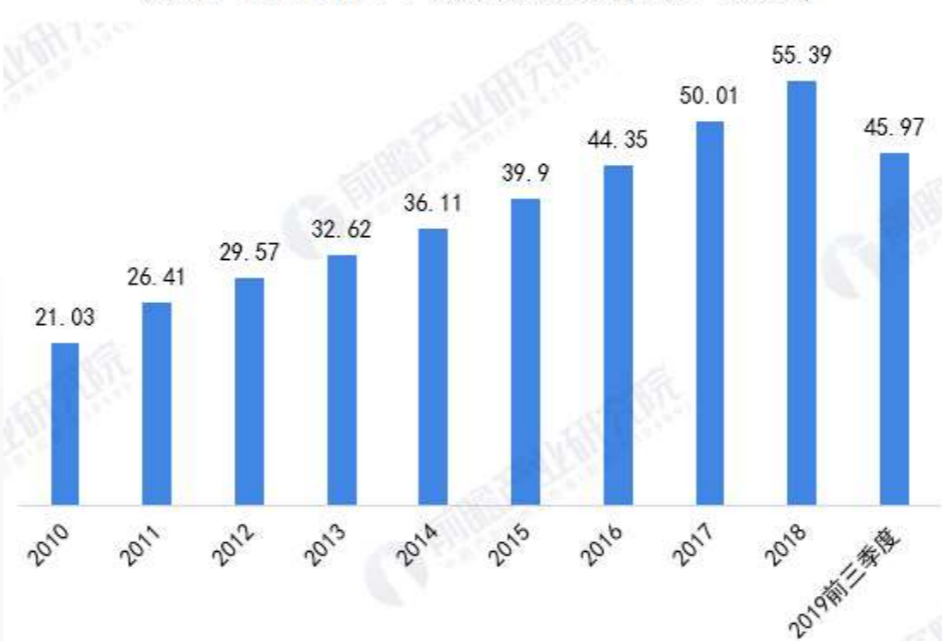
图表1：2010-2020年中国旅游总收入及增长情况(单位：万亿元，%)



资料来源：中国文化和旅游部 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

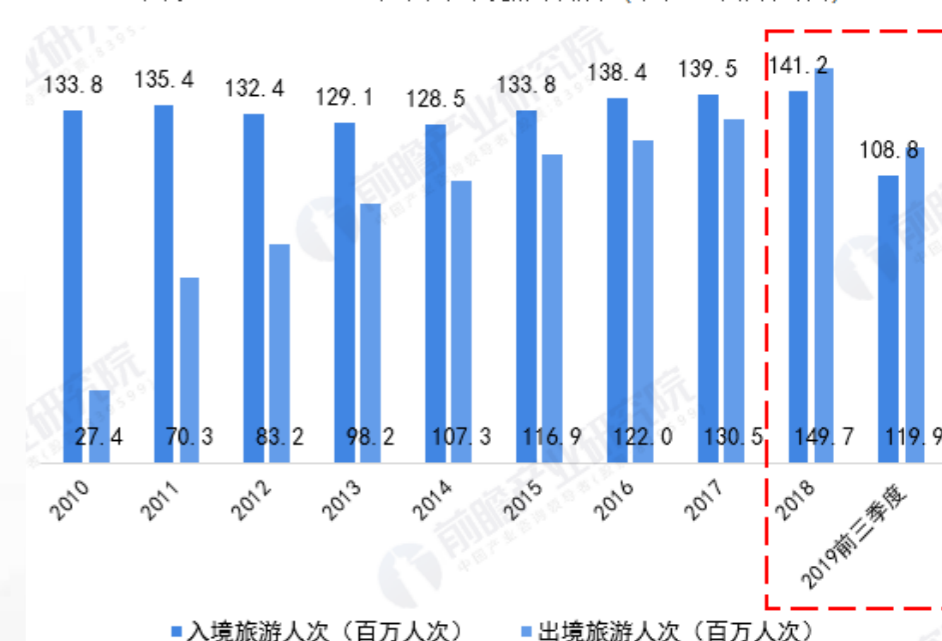
图表2：2010-2019年中国国内旅游人数(单位：亿人次)



资料来源：中国文化和旅游部 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

图表5：2010-2019年中国跨境旅游情况(单位：百万人次)



资料来源：中国文化和旅游部 前瞻产业研究院整理

@前瞻经济学人APP

铜鼓县区位优势、旅游资源丰富，目前已拥有多种类型的旅游景区。接下来应当抓住全域旅游大发展的契机，开发新品类旅游业态，更新已有旅游业态，打造精品旅游项目，对接优质化、多样化的旅游需求。

3.3 市场分析

3.3.3 供给市场

区域景区化趋势明显



全域旅游当下，“区域即景区”理念不断深入，一些地区将整个区域作为一个大景区进行打造。随着全域旅游不断深化，坚持协调发展，大力促进区域旅游平衡；创新体制机制，大力推进“旅游+”融合发展。

新业态层出不穷



“旅游+”和“+旅游”效应凸显，通过与三次产业不同环节的结合催生出很多新业态，形成很强的关联带动作用。如与农业、乡村的结合催生田园综合体、休闲农业度假庄园、美丽乡村、乡村旅游度假区等；与商贸、文化结合催生城市旅游综合体、大型旅游购物基地；与时下市场需求结合催生蜜月旅游、养生旅游、度假养老等。

大型综合体越来越多

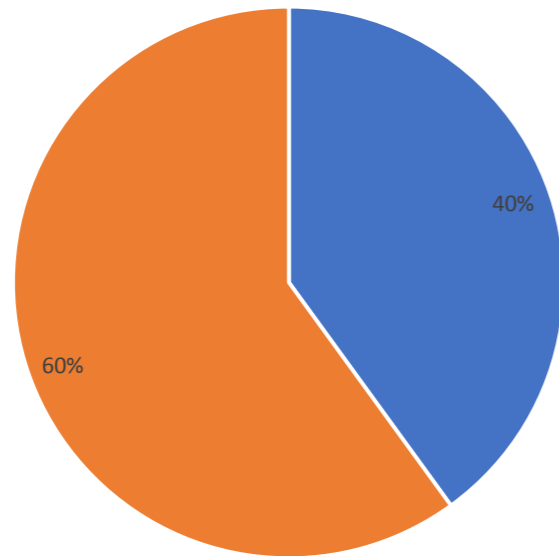
过去景区开发内容单一，观光类产品为主，单纯依靠门票收入、发展力匮乏，已不能满足游客多样化需求。为了提高效益，投资商、各地政府纷纷将目光瞄向了旅游综合体，通过土地、资本的有机结合，把观光、休闲、度假等功能结合在一起，如华侨城（生态休闲综合体）、古北水镇（文化旅游综合体）等景区。

一方面，铜鼓县要继续致力于打造优质旅游产品供给区域供给中心，稳固已有的市场地位。另一方面，铜鼓要着手整合旅游资源，创新旅游业态，打造优势互补的旅游综合体；更新街区环境，实施街区亮化工程，植入夜游项目，使城市成为宜居宜游的旅游集散地。

3.3 市场分析

3.3.4 需求市场

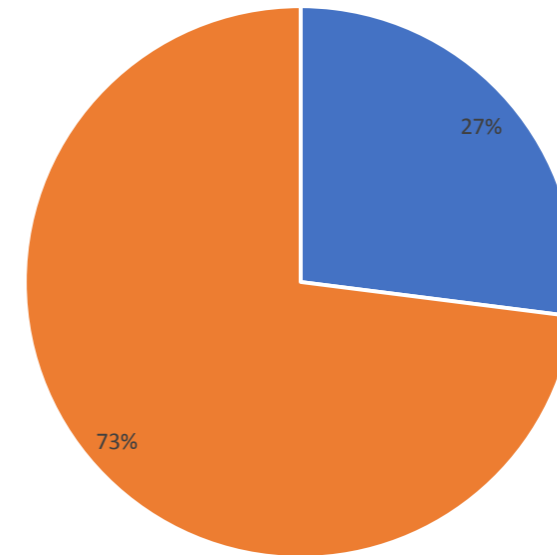
当前我们面临着什么样的旅游市场？



■ 观光游 ■ 度假休闲游



当前游客出游目的地选择上，
有**60%**游客选择**休闲度假旅游目的地**



■ 红色旅游市场 ■ 其他旅游市场



当前的旅游市场中，
红色旅游市场已经占据四分之一以上

应对策略：

- 改变单一旅游观光产品的发展思路，积极向休闲度假旅游目的地转变；
- 发展铜鼓自身的红色旅游资源和度假旅游资源优势，积极拥抱红色旅游市场和度假休闲市场。

3.3 市场分析

3.3.4 需求市场

铜鼓旅游市场应该重点对接哪些地区的旅游客群？

休闲旅游“出游力”排行榜显示，出游人数排名前20的城市是：

上海、北京、天津、广州、杭州、成都、南京、深圳、武汉、重庆、西安、长沙、厦门、昆明、无锡、青岛、郑州、沈阳、济南、合肥。

东南沿海经济最发达的城市、京津地区休闲旅游出游力最强；

在铜鼓临近的三个省会中，武汉、长沙上榜休闲旅游出游人数前二十强，其中尤以**长沙**距离最近。

《2018年上半年旅游经济主要数据报告》显示，上海、北京、南京、西安、深圳、北京、广州、杭州、**长沙**、青岛、玉林，是为红色旅游贡献客源最多的城市。**长沙**再次上榜。



应对策略：

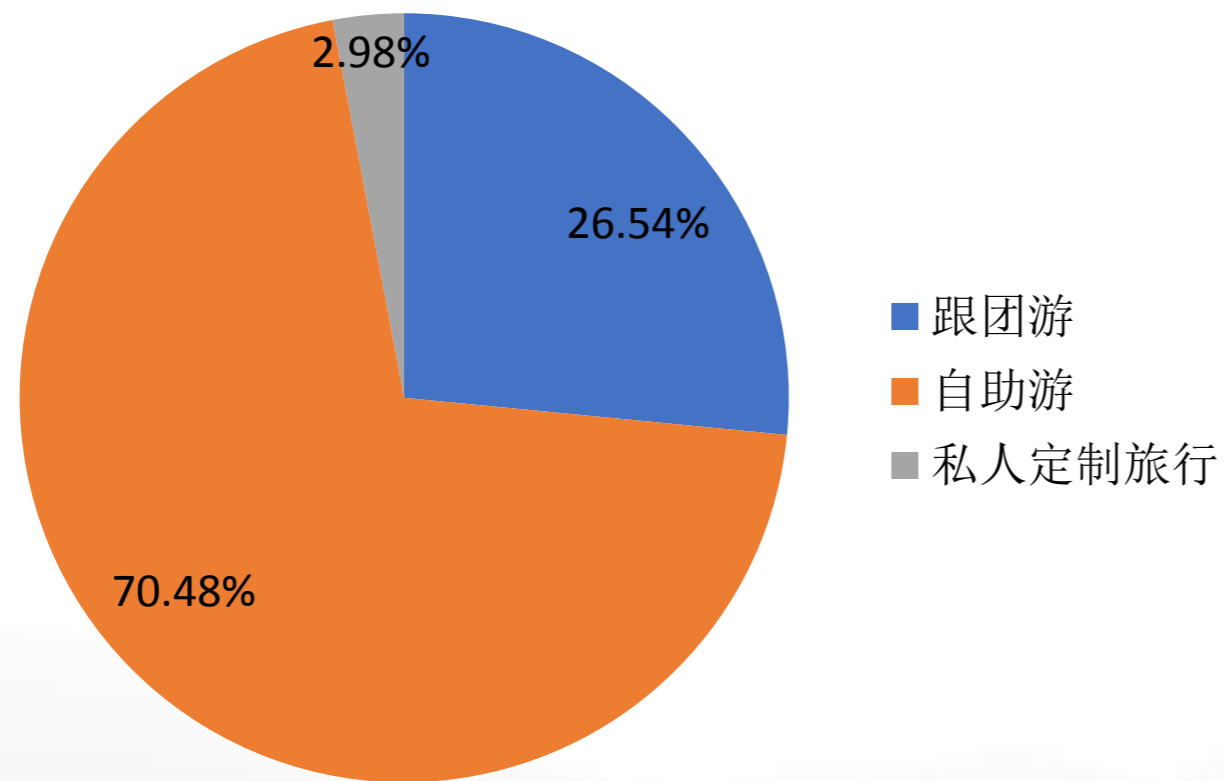
- 铜鼓应将红色旅游资源优势转化为红色旅游品牌优势，将度假旅游资源转化为拉动旅游消费的引擎；
- 充分发挥临近长株潭城市群、武汉城市圈等重要客源地的区位优势，深耕**长沙**休闲度假市场。

3.3 市场分析

3.3.4 需求市场

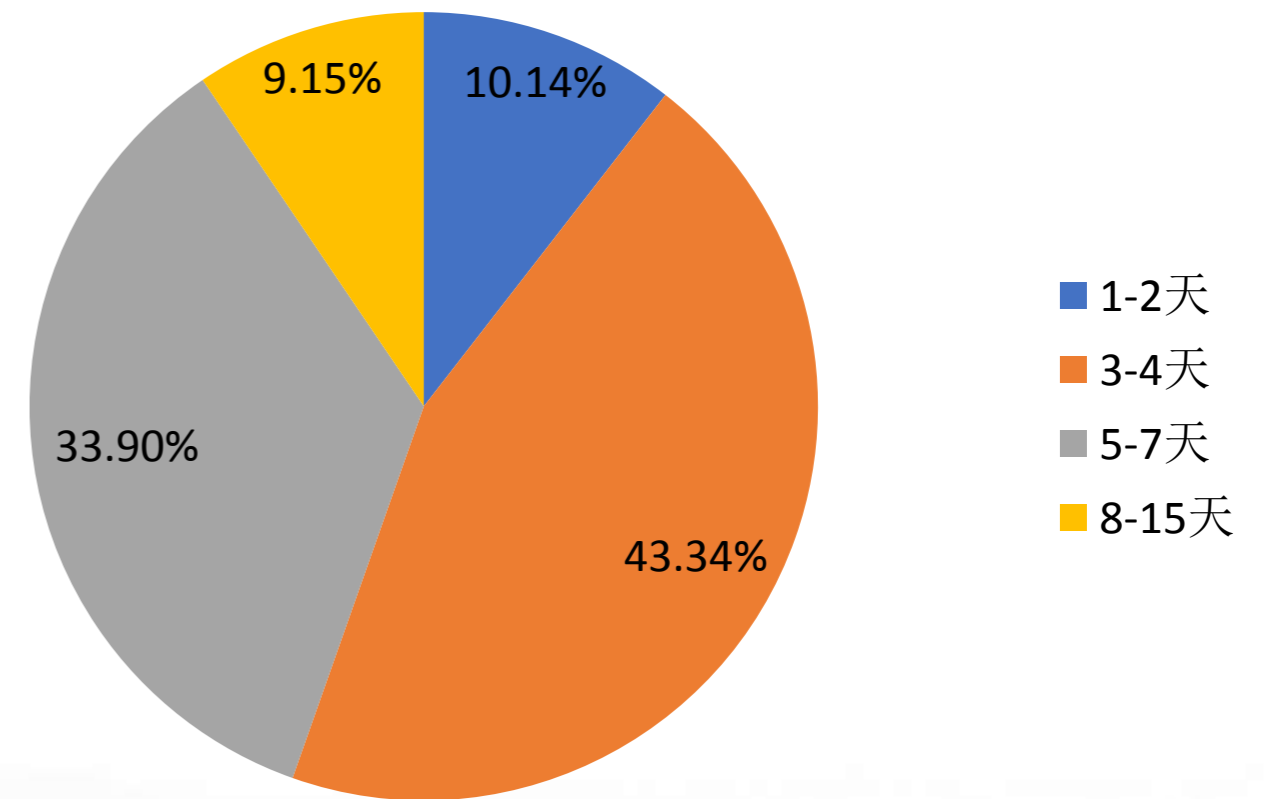
长沙游客具有什么样的出行偏好？

长沙游客出游方式偏好



在出游方式选择方面，**自助游**是主流 70.48% 的游客选择自助游，另有有2.98% 的游客选择私人定制旅行。

长沙游客出游时间偏好



在出游时间偏好上，安排**3-4天**出游时间是主流，安排3-7天出游时间的游客占据八成。

应对策略：

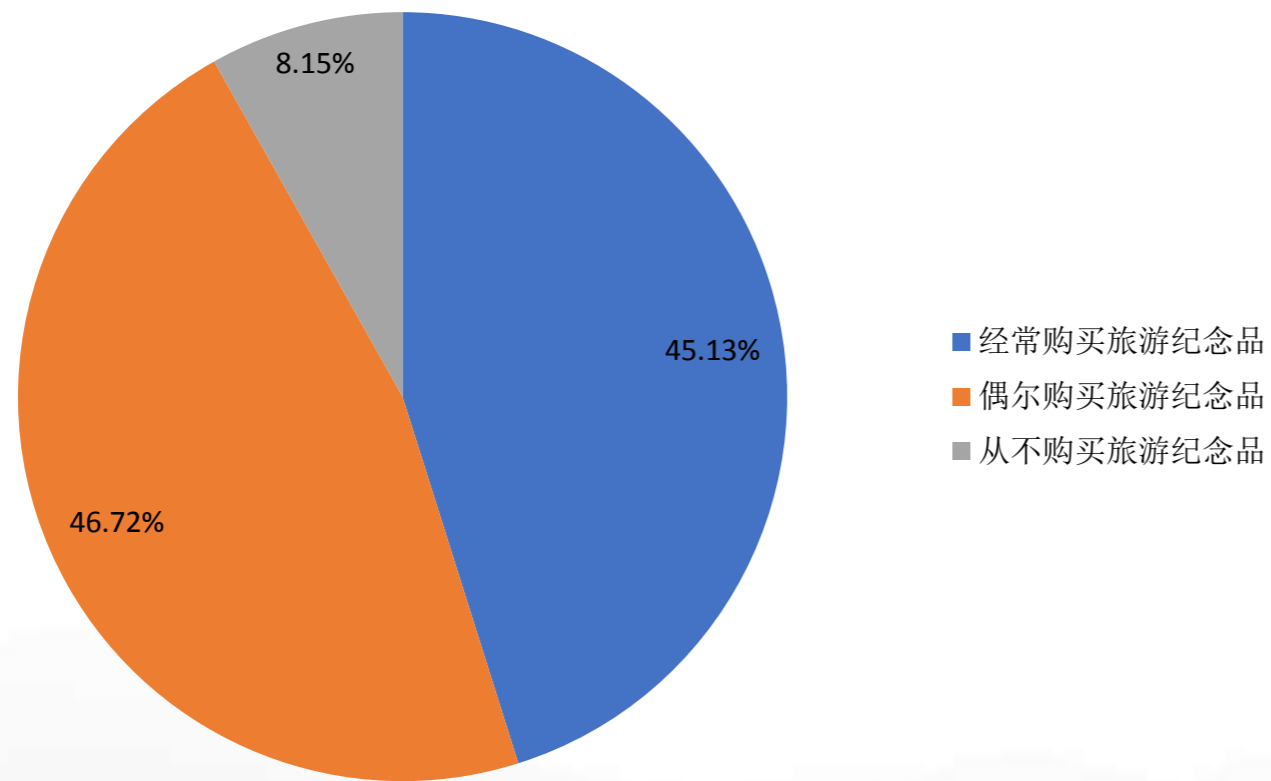
- 利用好公路交通路网汇集的优势，加强县境内路网建设，保证旅游通道的通达度，加强自助游设施的建设。
- 开发多种旅游业态，做活夜间旅游产品，积极对接游客需求。

3.3 市场分析

3.3.4 需求市场

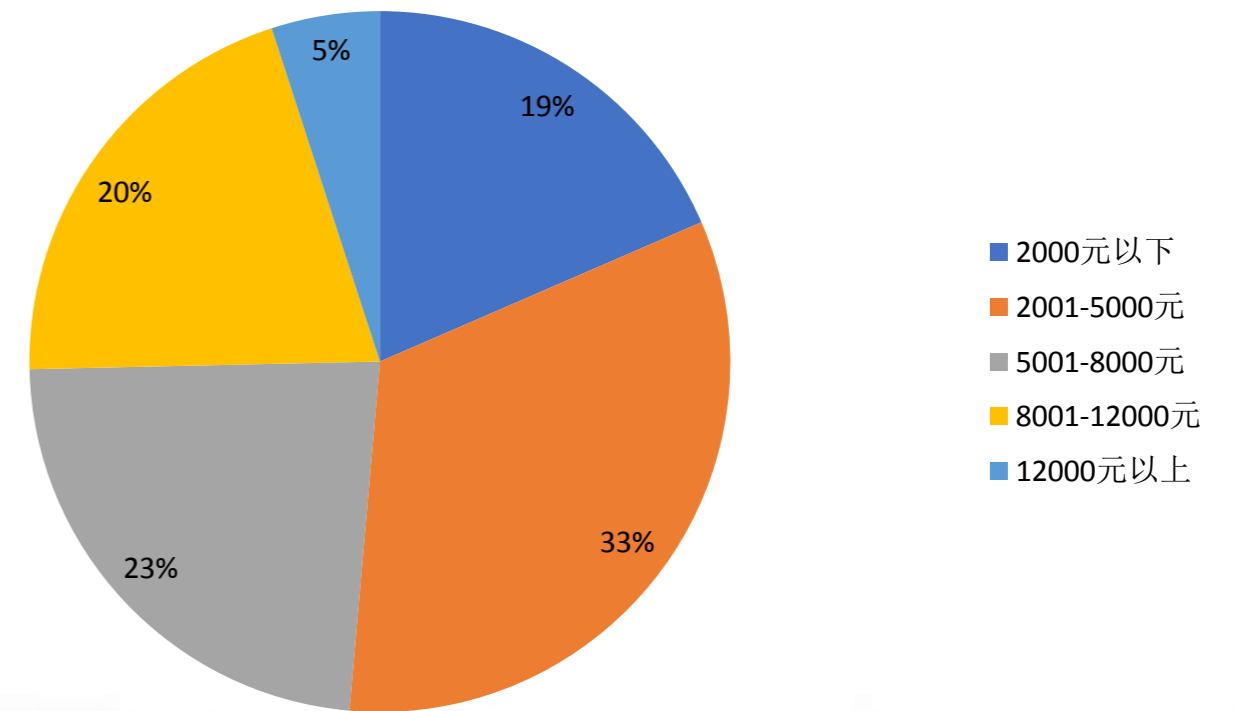
长沙游客具有什么样的消费水平？

长沙游客旅游商品购买意愿



在旅游商品购买意愿上，有超过九成的游客愿意购买旅游商品。

长沙游客年出游消费水平



年旅游消费支出2000-8000元居多，消费水平差异巨大，未来有很大的提升空间。

应对策略：

- 铜鼓应利用好、组合好区域内旅游资源，开发出高质量旅游产品，激发游客的消费欲望。同时要根据市场消费能力，开发出不同价位的旅游产品。

3.4 问题解析

3.4.1 核心问题

1 文化内涵挖掘不够

秋收起义红色文化的体现形式主要为遗址遗迹观光，体验性和研学性没有得到体现；独具特色的客家文化在旅游产业中影响力弱，民俗文化软实力没有得到有效发挥。

2 消费业态缺乏活力

旅游消费业态初具规模，但也存在总体质量不高、客流量小、市场活力不足的问题。

3 龙头扬起后继乏力

天柱峰和汤里已经成为了铜鼓旅游龙头，但主要以点状带动的方式为主，对县域旅游产业的整体带动作用不强，难以推动全县旅游产业的升级发展。

3.4 问题解析

3.4.2 重点问题

1 淡旺分明客流不均

观光旅游产品受气候和季节影响较大，旅游经营畸热畸冷很普遍。

2 外部交通短板明显

暂未开通高铁客运，游客可进入性受到限制。

3 内部交通不够完善

内部交通线横贯东西，南北纵向沟通有待加强。

4 旅游市场有待扩展

目前客源仍以区域市场、顺访市场为主，旅游营销力度不够。

5 保障体系仍不完善

目前尚未建立起完善的旅游保障体系。

6 智慧旅游发展较慢

多数旅游项目智慧化程度较低，没有达到发展智慧旅游的要求。

7 主客共享体系缺失

全县范围内主客共享服务体系存在较大缺失，公共休闲、景区景点、交通枢纽等发面主客共享体系较弱。

8 风景廊道尚未形成

风景廊道建设缺失，交通线等级需要提升。

9 配套设施还需加强

县域内旅游厕所、标识标牌、停车场等基础设施存在数量不足或不达标的问题。

4 全域旅游发展战略

PART FOUR



- 4.1 发展思路
- 4.2 发展路径
- 4.3 总体定位
- 4.4 形象定位
- 4.5 功能定位
- 4.6 目标定位
- 4.7 市场定位

4.1 发展思路

○ 全域统筹

- **全面统筹开发**铜鼓拥有的  等多种旅游资源

- **合理规划**景区、县城、乡村各旅游板块所担当的职能

- **引导**



使观光、度假旅游相得益彰，实现经济、社会、生态效益的统一

4.1 发展思路

○ 极核引领

全域旅游发展关键



铜鼓县旅游资源类型多样、品类丰富，选取其中质量好、知名度高的旅游资源，重点建设成为**龙头景区**，以发挥核心旅游吸引物的带动作用，建设成为在**湘赣两省**乃至**全国**都有美誉度、叫得响的旅游项目。

4.1 发展思路

○ 融合拓展

铜鼓拥有：

中国长寿之乡

中国南方红豆杉之乡

伟人化险福地

世界竹键盘之都

世外桃源之地

等靓丽的名片，虽然各有特色，但现状是各自为王。

根据优质资源，可以发展

林业+旅游、农业+旅游、中医药+旅游等

形成小而精、小而美的“旅游+”产业体系。

4.1 发展思路

○ 业态制胜

围绕铜鼓所拥有的**生态资源优势**和**红色、乡村旅游资源**，促进融合发展，打造多种旅游业态，提升高端消费供给。

对标“吃住行、游购娱”
六要素

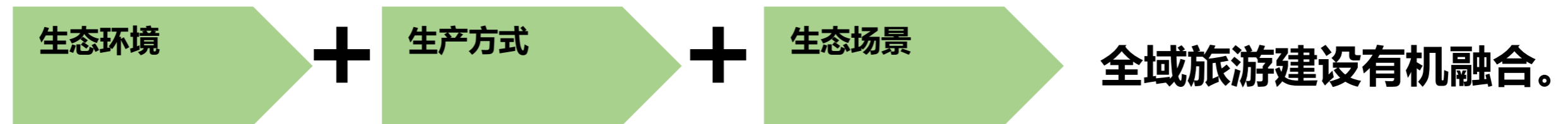
开发新型多样的旅游产品；

结合本地客家山歌、漫画、
美食、温泉等特色资源

配合时下火热的“地摊经济”
繁荣夜生活

4.2 发展路径

○ 三“生”融合



- 将生态环境优势转化为旅游业态优势

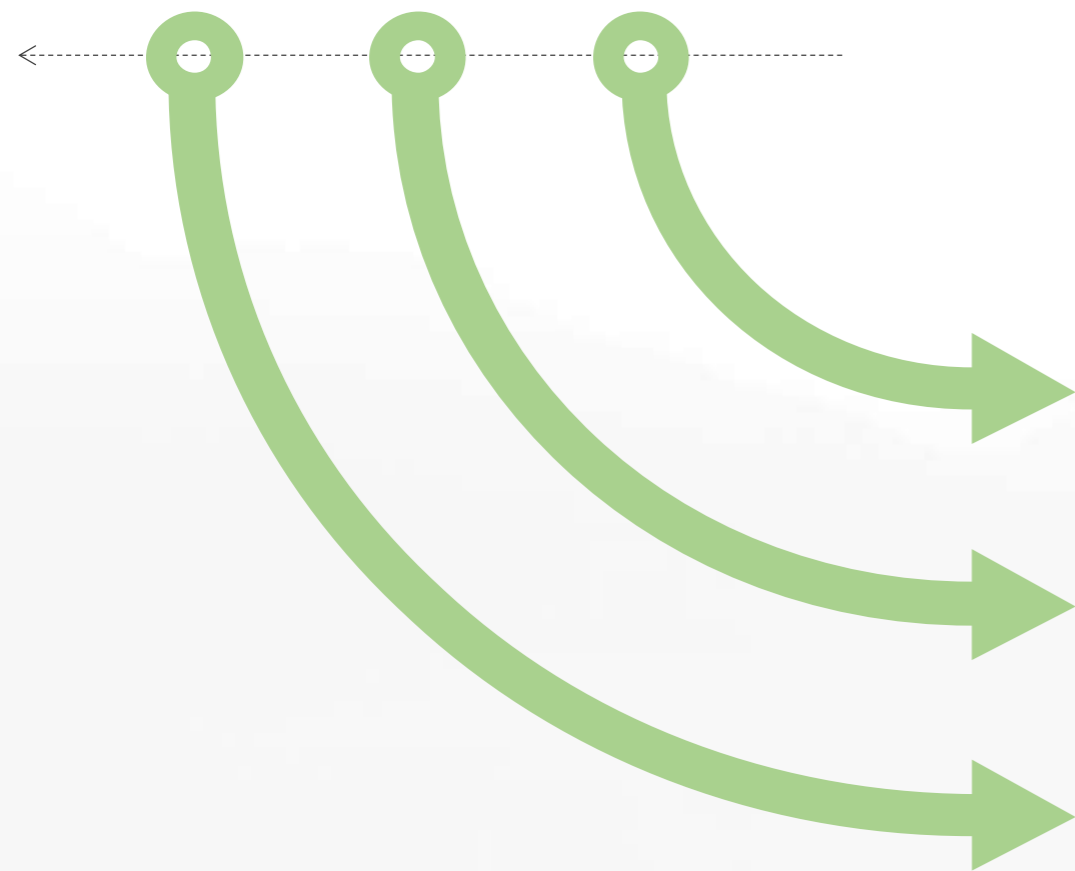
- 将乡村生产方式转化为乡村旅游体验

- 将客家生活场景转化为旅游生活风情

4.2 发展路径

○ 三“地”统建

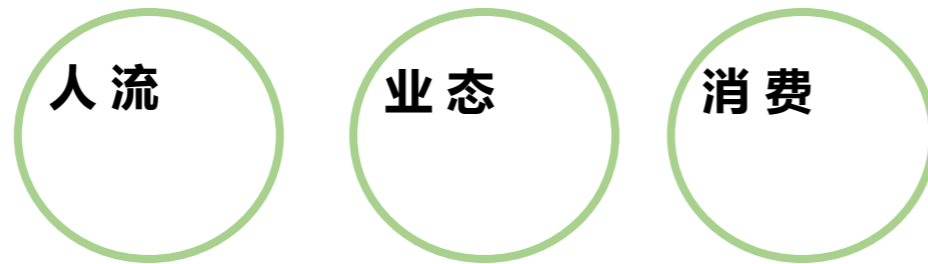
统筹**旅游目的地建设**、**旅游集散地建设**和**旅游客源地建设**。



- 合理安排县域范围内旅游业态布局，建设成为**全域旅游目的地**
- 构建“**县城——乡镇、景区**”二级游客集散体系
- 加强**目标市场**建设，深耕**长沙**等重点客源地

4.2 发展路径

○ 三“聚”支撑



三个方面综合考虑铜鼓全域旅游发展问题。

通过引入投资者和经营者的方式丰富旅游业态、做活夜间经济，引入客流、聚集人气，将县城打造成为旅游消费集聚地。

4.2 发展路径

○ 三“线”联动

统筹三线供应体系，

不仅要做活直面游客的经营环节，

还要畅通游客看不见的旅游产品流通环节、丰富旅游产品供应环节，

保证旅游产业健康、有序发展。

4.3 总体定位

中国红色时尚慢生活小城
湘赣生态康养度假旅游目的地

4.4 形象定位

游客对铜鼓的印象是什么？



4.4 形象定位

铜鼓有什么？

以秋收起义为代表的**红色文化资源**

以湘赣边区为代表的**地域文化交融**

以丹山碧水为代表的**山水生态资源**

以红豆杉和温泉为代表的**康养休闲资源**

以客家文化为代表的**乡村民俗慢生活**



铜鼓发展的亮点是什么？



红色培训——修身立德

培育理想信念

树立坚定意志

修习高尚品德



绿色养生——拥抱健康

养物质生命，延年益寿

养精神生命，意气风发

养政治生命，保持斗志

4.4 形象定位

修德养生，好运铜鼓



4.5 功能定位

- 
- ◆ 康养度假
 - ◆ 生态观光
 - ◆ 红色旅游
 - ◆ 客家文化体验
 - ◆ 乡村休闲
 - ◆ 城市休闲
 - ◆ 户外运动



4.6 目标定位



4.6 目标定位



乡村公园县



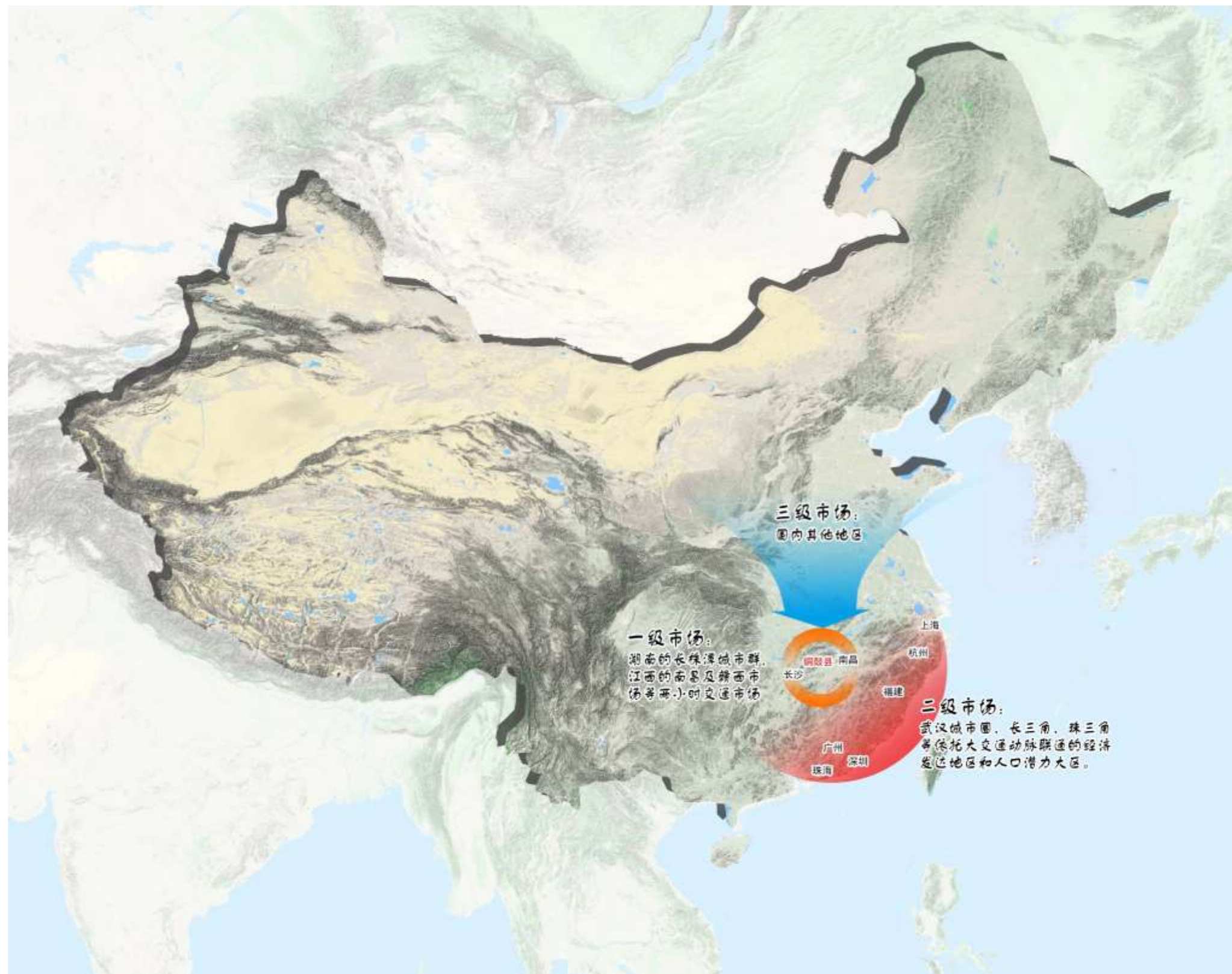
4.7 市场定位

4.7.1 地域市场定位

一级市场：长株潭城市群，南昌及赣西市场等两小时交通市场。

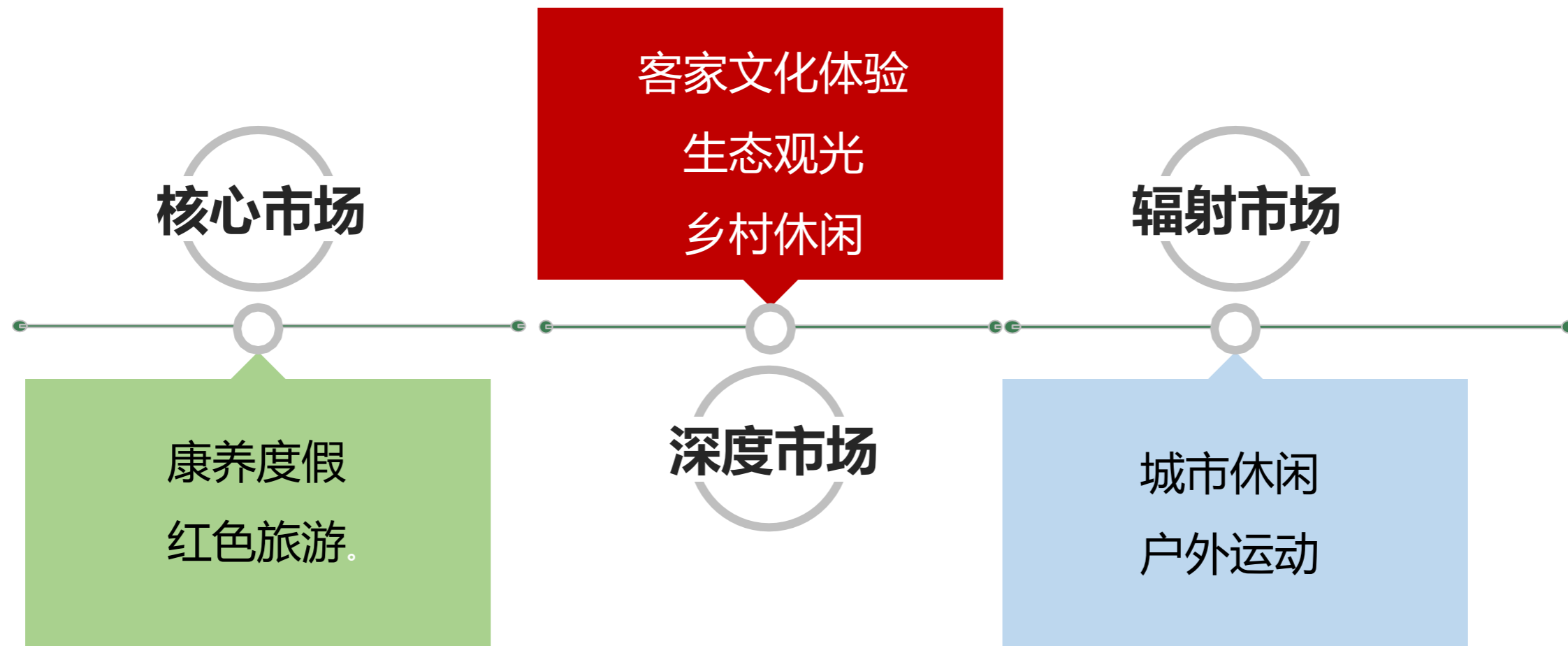
二级市场：武汉城市圈、长三角、珠三角等依托大交通动脉联通的经济发达地区和人口潜力大区。

三级市场：国内其他地区。



4.7 市场定位

4.7.2 市场类型定位



5 全域空间规划

PART FIVE



5.1 空间结构

5.2 功能分区发展指引

5.1 空间结构

一城、一带、两廊、四区

一城：

红色时尚慢生活小城

一带：

丹山碧水旅游风情带

两廊：

修河源乡村生态休闲廊道

汤里温泉山水生态风景廊道

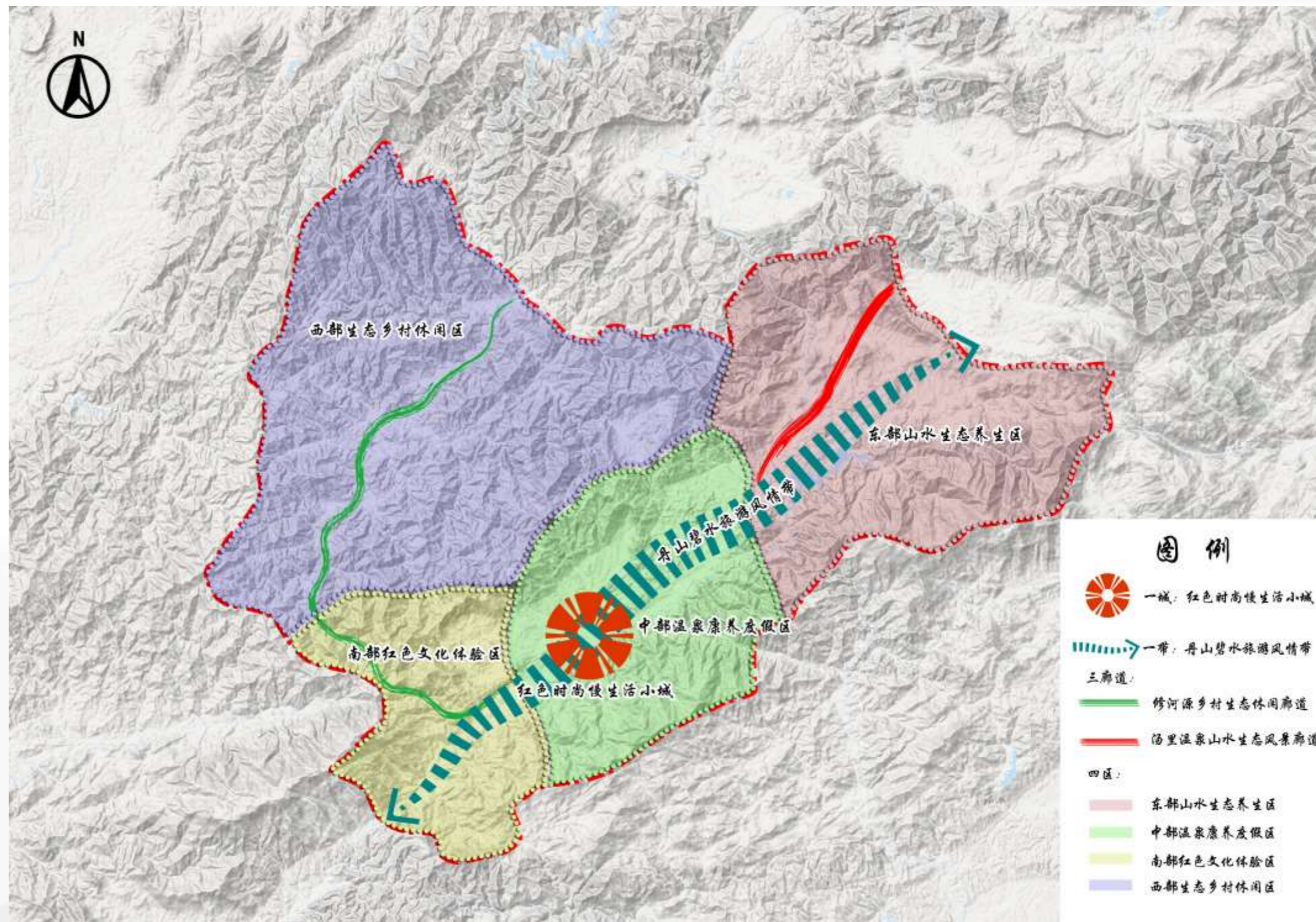
四区：

东部山水生态养生区

中部温泉康养度假区

南部红色文化体验区

西部生态乡村休闲区



5.2 功能分区发展指引

5.2.1 红色时尚慢生活小城

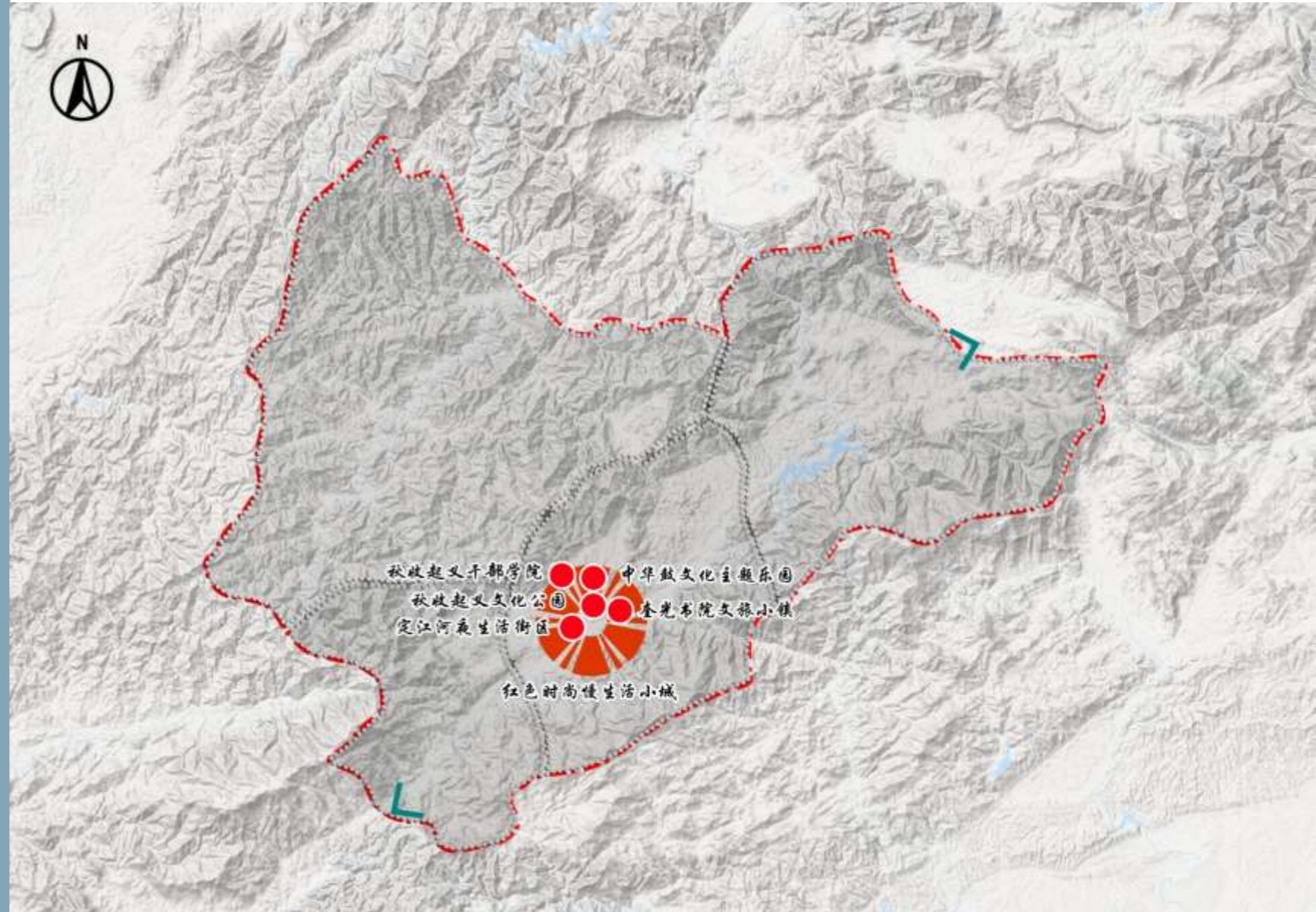
功能定位：

游客综合服务、文化体验、旅游夜经济、城市休闲

发展思路：

依托县城秋收起义主题的红色场馆、街区、公园、景区、遗址等资源，将铜鼓县城建设红色时尚慢生活小城。

红色+客家，打造系列红色与客家文旅体验项目，盘活“夜经济”，成为湘赣边“夜江城”。城区夜经济以对接大围山（长株潭）客源为主。以夜经济为切入点，融入长沙旅游圈。



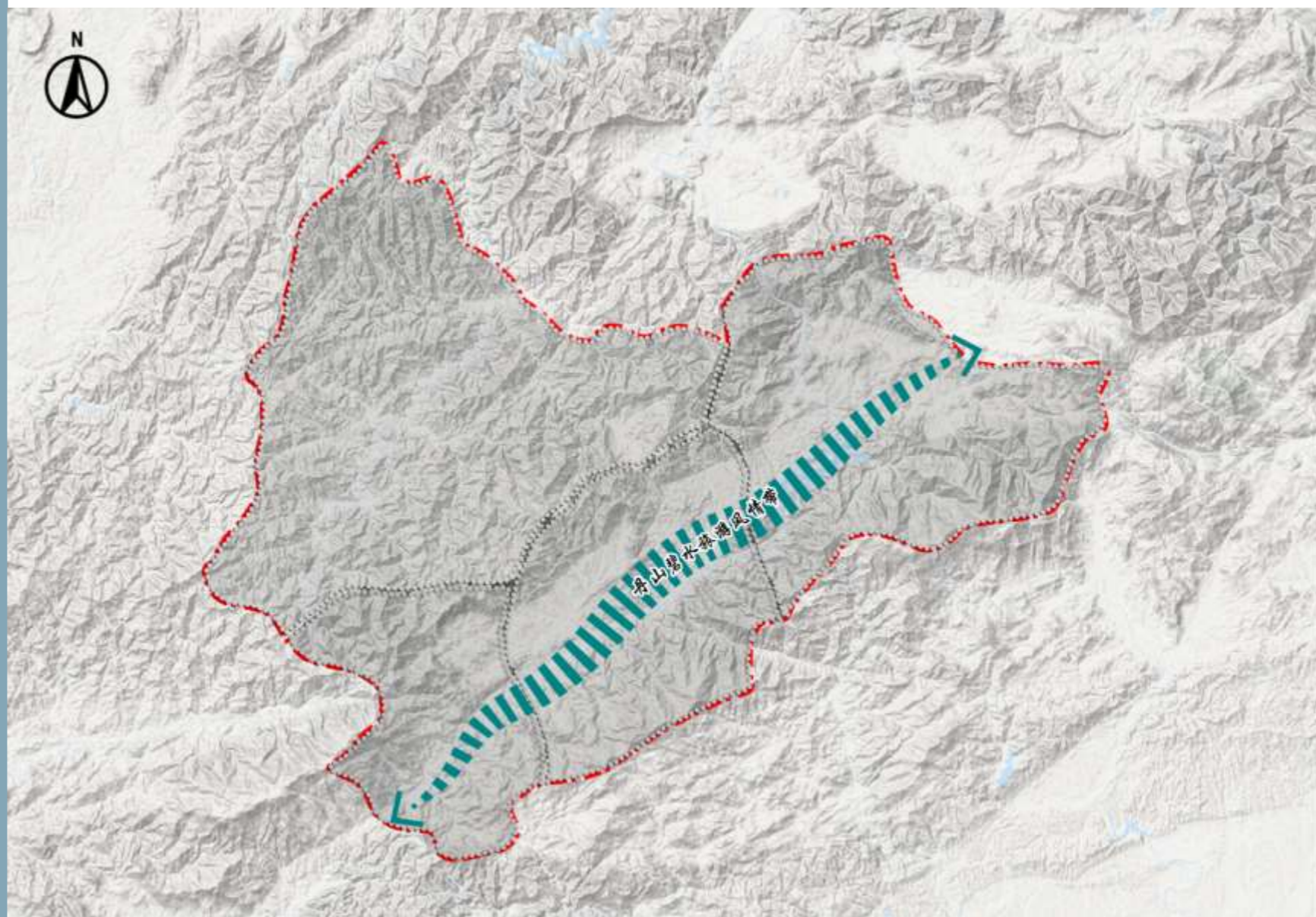
5.2 功能分区发展指引

5.2.2 丹山碧水旅游风情带

功能定位：

山水观光、乡村休闲

发展思路：依托杭长高速和境内的国道省道等东北-西南走向的交通廊道，沿定江河串联带溪、大垵、天柱峰、三都、温泉、城区、排埠等优质资源与设施集聚区，形成铜鼓游览丹山碧水、体验客家文化、饱览乡村风光的旅游风情主轴线。

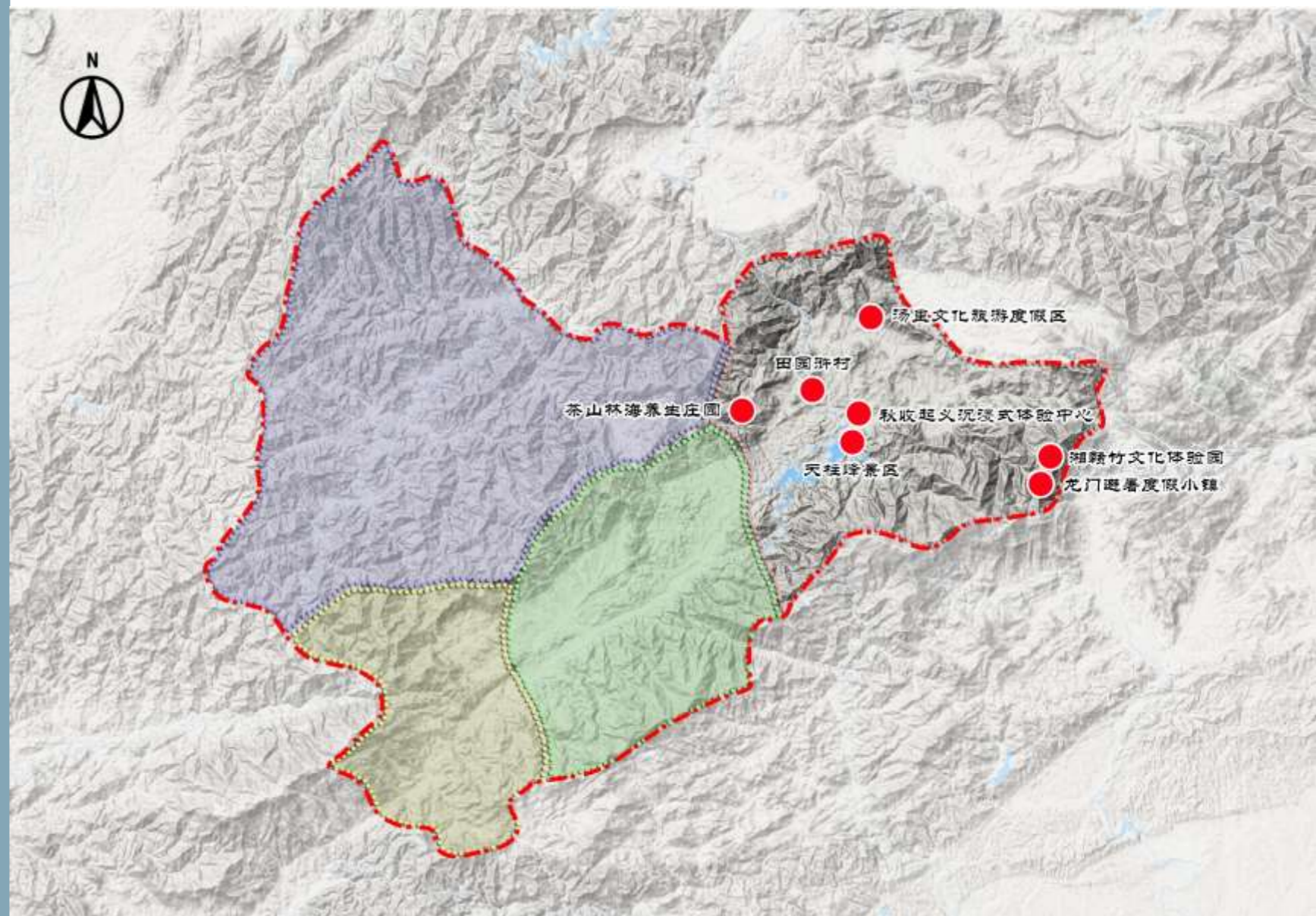


5.2 功能分区发展指引

5.2.3 东部山水生态养生区

功能定位：
生态观光、康养度假、
乡村休闲、文化体验

发展思路：以天柱峰为核心，融合汤里温泉、茶山林场红豆杉、龙门林场等优质的山水生态康养资源，重点开发丹霞山水观光度假、林场生态体验、红豆杉与温泉养心休闲等业态，同时能够体验秋收起义红色文虎、鼓文化、乡村文化，将本区域打造成铜鼓山水生态养生的旅游高地。

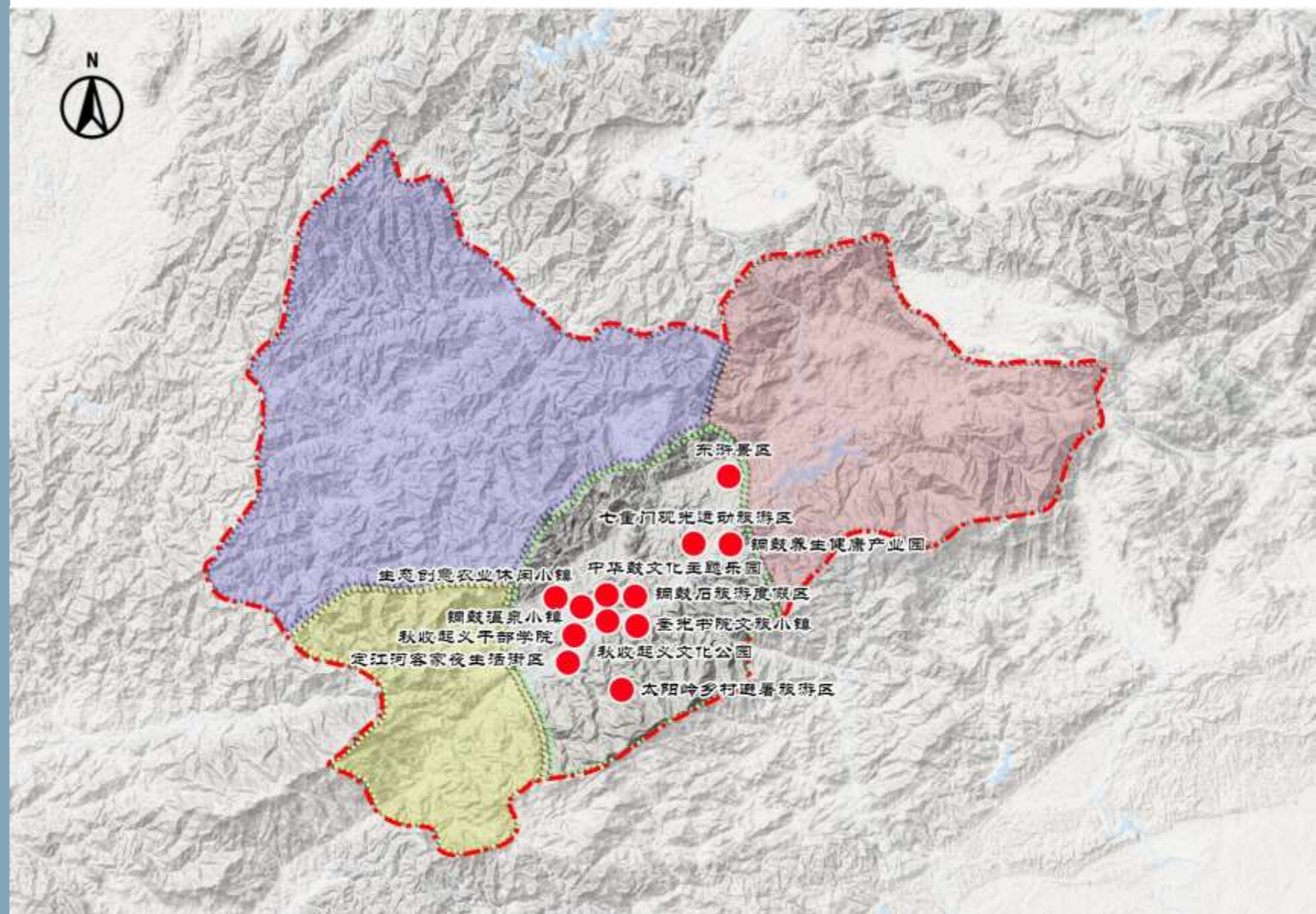


5.2 功能分区发展指引

5.2.4 中部温泉康养度假区

功能定位：
温泉康养度假、
山地运动、乡村休闲

发展思路：以本区域的温泉资源和丹霞景观资源为核心吸引物，重点开发温泉康养度假和丹霞观光、山地运动等业态，并整合田园与乡村文化资源，形成铜鼓县全域旅游的温泉康养+山地运动康养的产品集聚区。

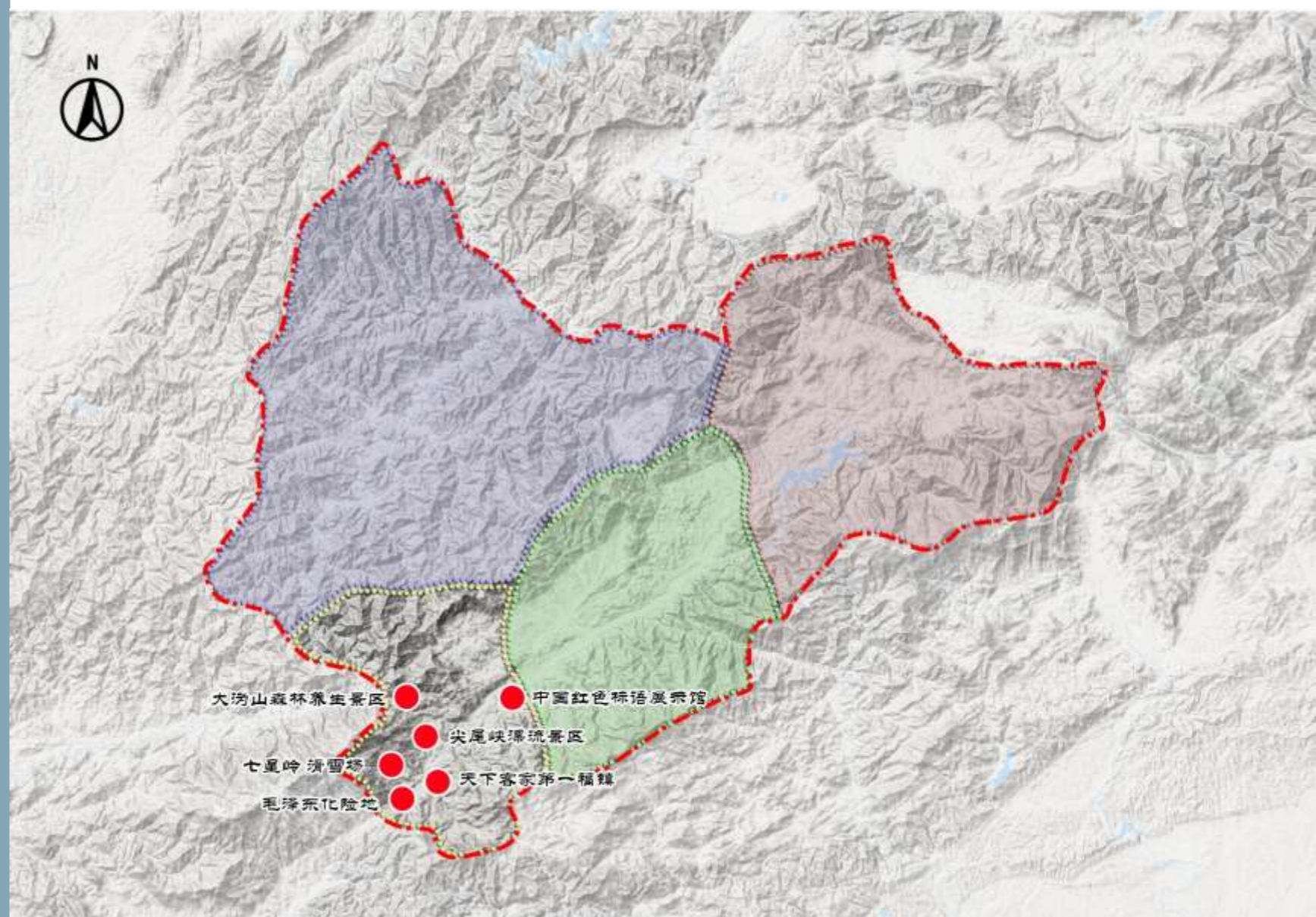


5.2 功能分区发展指引

5.2.5 南部红色文化体验区

功能定位：
爱国主义教育、
红色文化体验、生态休闲

发展思路：以毛泽东化险地为核心吸引物，整合周边红色文化资源，传承秋收起义红色基因，开发红色文化体验和爱国主义教育业态。同时重点开发漂流和滑雪场，打通大围山通道，形成“引大围山的客，先在七星岭滑雪，再去汤里泡温泉，最后到县城体验夜生活”的旅游行为模式。

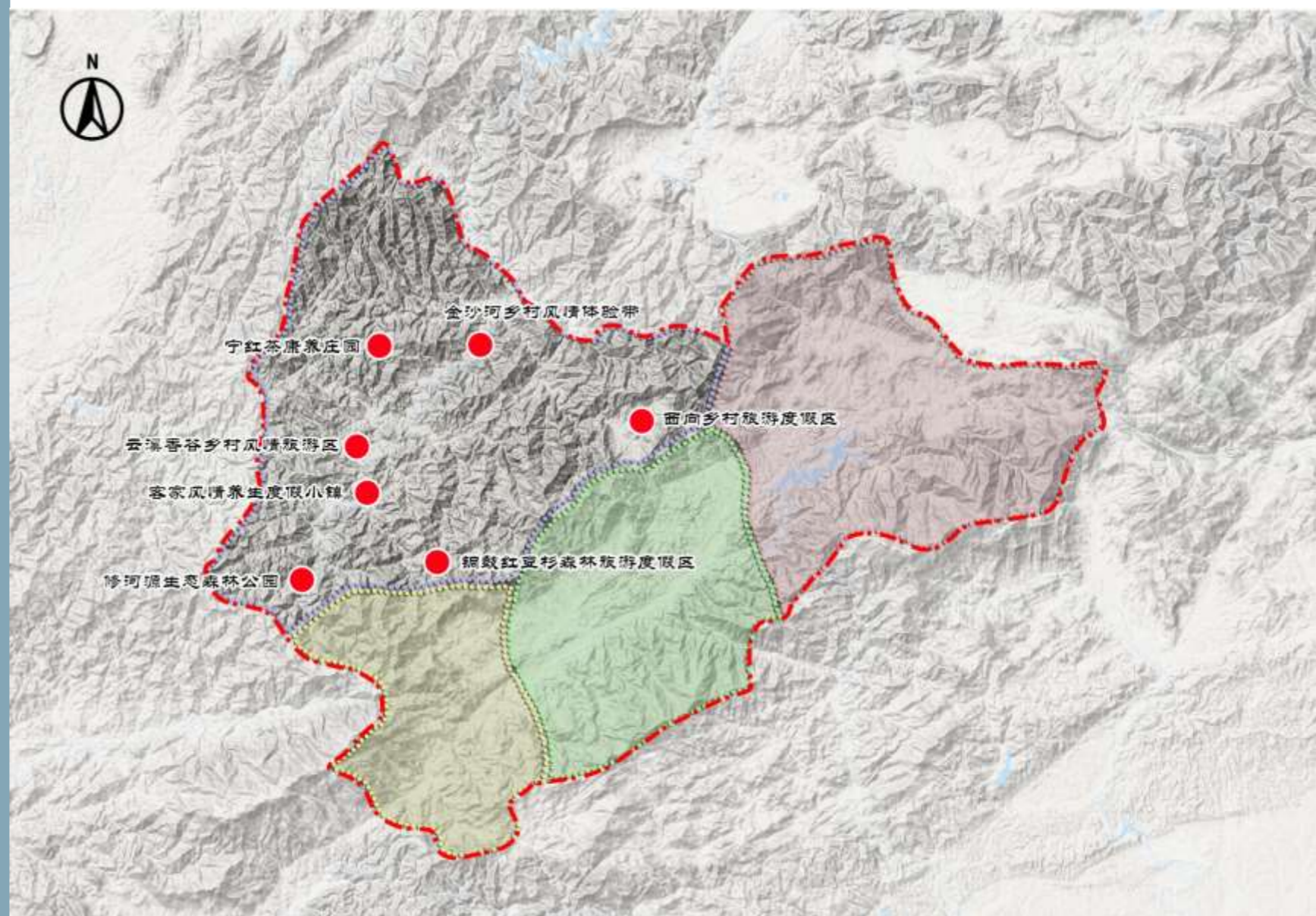


5.2 功能分区发展指引

5.2.6 西部生态乡村休闲区

功能定位：
山水观光、生态度假、
养生休闲、

发展思路：依托贯穿本区的修河源河流，通过风景廊道的建设，串联生态资源和乡村资源，重点对客家的田园村落进行开发，形成有重点村落、业态类型丰富、主游线鲜明的山水生态养生业态集聚区。



6

全域项目策划

PART SIX



6.1 项目体系

6.2 引擎项目

6.3 重点项目

6.4 支撑项目

6.1 项目体系

打造一个旅游品牌：知名生态康养度假旅游目的地

塑造一个城市形：中国红色时尚慢生活小城

(1) 康养度假产品

- 汤里文化旅游度假区
- 铜鼓温泉小镇
- 铜鼓红豆杉森林旅游度假区
- 铜鼓石旅游度假区
- 大汾山森林养生景区
- 茶山林海养生庄园
- 客家风情养生度假小镇
- 宁红茶康养庄园
- 铜鼓养生健康产业园



6.1 项目体系

(2) 山水生态产品

- 天柱峰景区
- 七星岭滑雪场
- 尖尾峡漂流景区
- 铜鼓石旅游度假区
- 修河源生态森林公园
- 七重门观光运动旅游区
- 龙门避暑度假小镇
- 铜鼓红豆杉森林旅游度假区
- 大沩山森林养生景区
- 茶山林海养生庄园



6.1 项目体系

(3) 文化体验产品

- 毛泽东化险地
- 秋收起义文化公园
- 秋收起义干部学院
- 定江河客家夜生活街区
- 中国红色标语展示馆
- 天下客家第一福镇
- 秋收起义沉浸式体验中心
- 奎光书院文旅小镇
- 中华鼓文化主题乐园
- 湘赣竹文化体验园



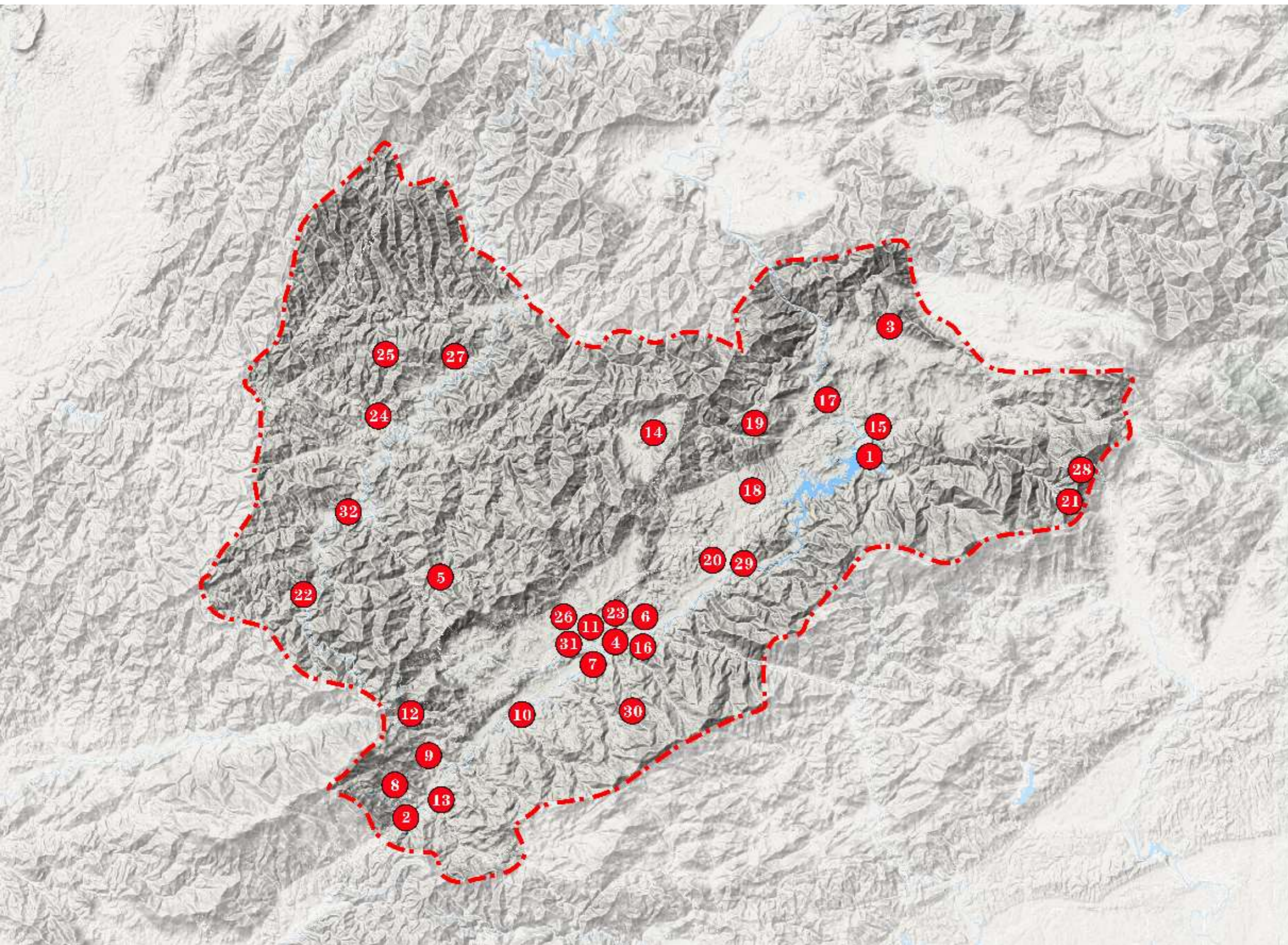
6.1 项目体系

(4) 乡村休闲产品

- 田园浒村
- 东浒景区
- 西向乡村旅游度假区
- 生态创意农业休闲小镇
- 金沙河乡村风情体验带
- 太阳岭乡村避暑旅游区
- 云溪香谷乡村风情旅游区



6.1 项目体系



项目布点

- 1天柱峰景区
- 2毛泽东化险地
- 3汤里文化旅游度假区
- 4秋收起义文化公园
- 5铜鼓红豆杉森林旅游度假区
- 6铜鼓石旅游度假区
- 7定江河客家夜生活街区
- 8七星岭滑雪场
- 9尖尾峡漂流景区
- 10中国红色标语展示馆
- 11铜鼓温泉小镇
- 12大汾山森林养生景区
- 13天下客家第一福镇
- 14西向乡村旅游度假区
- 15秋收起义沉浸式体验中心
- 16奎光书院文旅小镇
- 17田园游村
- 18东浒景区
- 19茶山林海养生庄园
- 20七重门观光运动旅游区
- 21龙门避暑度假小镇
- 22修河源生态森林公园
- 23中华鼓文化主题乐园
- 24客家风情养生度假小镇
- 25宁红茶康养庄园
- 26生态创意农业休闲小镇
- 27金沙河乡村风情体验带
- 28湘赣竹文化体验园
- 29铜鼓养生健康产业园
- 30太阳岭乡村避暑旅游区
- 31秋收起义干部学院
- 32云溪香谷乡村风情旅游区

6.2 引擎项目

(1) 天柱峰景区

发展思路：

将本景区打造成金桥示范区旅游产业扶贫与乡村振兴的核心项目，树立铜鼓县全域旅游龙头地位。

以天柱峰为核心资源，整合周边的湖泊、河流、山地、峡谷、田园、林场、乡村等空间，提升和打造山水养心、文化养神、修炼养气、泉浴养身、山居养身、艺趣养情、运动养形、胜景养眼、客食养胃等具有市场适应性、符合流行风尚的观光、休闲养生、度假业态。具体设置项目包括丹霞艺术博物馆、天柱峰生态度假营地、九龙湖汽车营地、九龙湖水上运动中心。

在提升业态的同时重点提升硬件设施，巩固4A级景区品牌，对标5A级景区，在十四五期间启动5A级景区创建工作。



(2) 毛泽东化险地景区

发展思路：

一是重新定位，以“毛泽东在铜鼓”化险纪念地为总体定位，发展成创新性传承“非物质红色文化”的江西典范、江西研学旅游示范基地。

二是创建品牌，打造“毛泽东在铜鼓”系列的核心项目，使之成为湘赣边区红色旅游的核心景区和铜鼓旅游的迎客厅。

三是提升业态，构建“一廊三基地”的旅游发展空间格局，打造伟人化险纪念基地、伟人精神文化走廊、主题研学教育基地、红色基因传承基地等主题业态，集伟人事迹弘扬、研学创新实践、党团教育培训、山岳生态休闲等功能于一体。

四是联动发展，通过丹山碧水旅游风情带，与浏阳大围山、秋收起义文化公园、排埠万寿宫、秋收起义沉浸式体验中心等项目联动发展，融入湘赣边区的红色旅游线路。

秋收起义纪念地

(3) 汤里文化旅游度假区

发展思路：

一是巩固与创建品牌，首先对照4A级景区标准自检，巩固4A级景区品牌；其次是对标国家级旅游度假区，重点对旅游度假的业态和设施进行提质升级，全力争创国家级旅游度假区，成为铜鼓全域旅游的龙头项目和文旅康养消费的第一品牌。

二是业态优化升级，在优化升级森林温泉康养业态的同时，重点开发文化体验与消费项目，形成康养度假、休闲旅游、文化体验、运动拓展等拳头产品，提出“养身、养眼、养心、养胃、养肺、养体”系列的健康的养生哲学，成为湘赣边区森林温泉度假的首选地。

6.2 引擎项目

(4) 秋收起义文化公园

发展思路：

本项目为铜鼓县城打造红色时尚慢生活小城的引擎项目。

将秋收起义纪念馆、萧家祠、图书馆、商业街、西湖公园等资源进行整合，打造秋收起义文化公园，讲述秋收起义故事，传承地域文脉，打造湘赣边区文化地标。

构建“一轴一环两带”的空间结构，以红色教育、旅游、摄影、休闲娱乐为主，集红色教育、文化科普、生态体验、城市休闲等多功能为一体的复合型红色体验旅游新公园。

选址：

秋收起义纪念馆、萧家祠、图书馆、商业街、西湖公园。



6.2 引擎项目

(5) 铜鼓红豆杉森林旅游度假区

发展思路：

以花山林场生活区和红豆杉森林公园为核心区，开发红豆杉旅游度假区，与周边的红豆杉资源联动开发，形成湘赣边区知名的红豆杉主题养生度假区。重点开发项目包括红豆杉青少年研学、红豆杉科普、红豆杉养生馆、养生宴、红豆杉主题客栈、乡村主题民宿、红豆杉文创产品等主题业态，**构建以红豆杉康养度假为核心，以红豆杉研学体验为重点的业态体系。**



6.2 引擎项目

(6) 铜鼓石旅游度假区

发展思路：

总体策略：一是景城融合，依托城市开发，城建兴旅、旅游兴城；二是引水造湖，做好水文章，打造碧水丹霞景象；三是空中环廊，穿梭山水城乡之间，打造空中极致体验环线，一览四季盛景。

构建“一心一廊、五谷一环线”的空间结构：旅游度假数据中心、山水联动空中索廊、山体旅游环廊、智谷（温泉新区）、养生谷（万笏朝天）、逍遥谷（仙羊寨、皂角寨）、绿谷（水坑寨）、花幽谷（杨家寨、魏家寨）

立足温泉新区的开发，整合丹霞、绝壁、红色文化等资源，讲好铜鼓石的故事和八大寨的传说，实现“山景一体、城乡一体、景城一体”的360度全景体验，建成为集康养度假、文化体验、山水观光、田园休闲、健康运动、生态体验等功能于一体的国家级旅游度假区。

选址：主要包括铜鼓石、万笏朝天、仙羊寨、皂角寨、水坑寨、杨家寨、魏家寨等，总面积约15平方公里。



6.2 引擎项目

(7) 秋收起义干部学院

发展思路：

总体策略：以秋收起义文化园、毛泽东化险福地、秋收起义沉浸式体验中心等秋收起义纪念场地为依托，利用康养业态优势，创办秋收起义干部学院，主抓红色培训市场，承接对党政干部、企业经营管理者、专业技术人员和军队干部进行中共党史、党建理论、革命传统教育和基本国情教育等业务。

选址：秋收起义文化园，毛泽东化险福地，秋收起义沉浸式体验中心。



6.3 重点项目

(1) 定江河客家夜生活街区

发展思路：

利用铜鼓县一河两岸的老城区风光，通过提升改造，在客家小县城的文化与环境环境中，打造中国客家生活小镇，让游客在体验纯正的客家慢生活滋味。主要的业态有客家美食、客家民俗、客家民宿、客家文化动态展览等，主打“小城一河两岸的客家夜生活”系列产品。对标周边大围山等景区夜生活缺乏的弱点，充分发挥“湘赣旅游合作示范区”中心的区位优势，打造客家小吃街、一河两岸风光带、客家之夜等夜间旅游精品项目，做活“夜经济”，积极拥抱长株潭市场，实现错位发展，与铜鼓县城其他景区联动，成为湘赣边区的核心旅游夜经济旅游目的地。

选址建议：秋收起义文化公段周边5公里的定江河沿岸。



6.3 重点项目

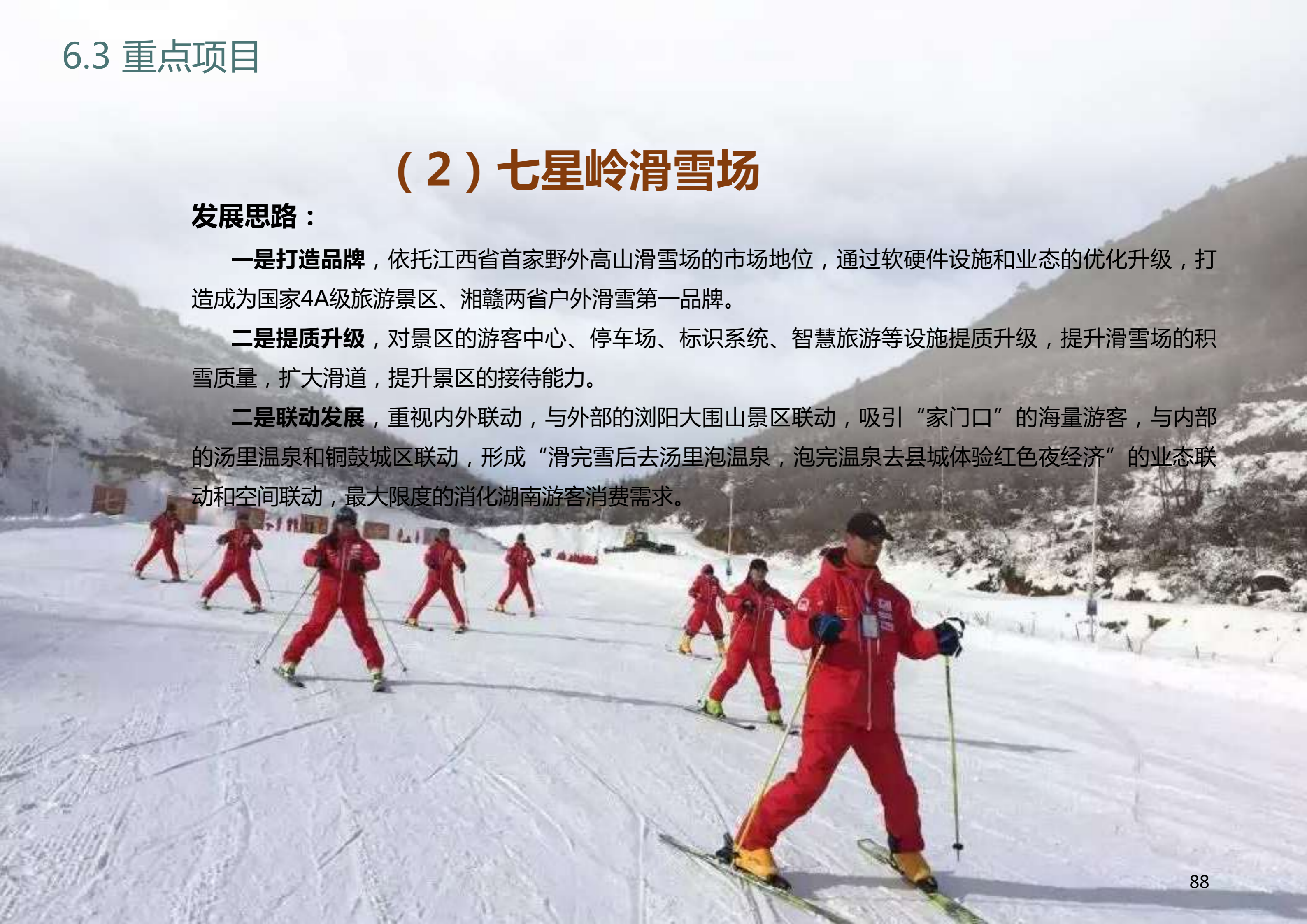
(2) 七星岭滑雪场

发展思路：

一是打造品牌，依托江西省首家野外高山滑雪场的市场地位，通过软硬件设施和业态的优化升级，打造成为国家4A级旅游景区、湘赣两省户外滑雪第一品牌。

二是提质升级，对景区的游客中心、停车场、标识系统、智慧旅游等设施提质升级，提升滑雪场的积雪质量，扩大滑道，提升景区的接待能力。

三是联动发展，重视内外联动，与外部的浏阳大围山景区联动，吸引“家门口”的海量游客，与内部的汤里温泉和铜鼓城区联动，形成“滑完雪后去汤里泡温泉，泡完温泉去县城体验红色夜经济”的业态联动和空间联动，最大限度的消化湖南游客消费需求。



6.3 重点项目

(3) 尖尾峡漂流景区

发展思路：

对景区现有的旅游设施与业态提质升级，在十四五期间争取创建成为4A级景区。

丰富景区业态，对标资溪大觉溪景区，主推森林漂流项目，配套生态观光、森林休闲、森林步道、森林科普研学等业态或设施，打造成为湘赣边区的森林漂流爆款项目。



6.3 重点项目

(4) 中国红色标语展示馆

发展思路：

以罗湾老屋为核心，整合铜鼓县的红色标语资源，并展示全国范围内的各个时期红色标语，建设中国红色标语展示馆。

对罗湾老屋进行保护性开发，在其周边建设新的展馆，陈列全国的海量红色标语，传承红色基因中的红色标语文化，成为全国具有标志性的专题展馆。重点与毛泽东化险地和秋收起义文化公园联动开发、客源互送。



6.3 重点项目

(5) 铜鼓温泉小镇

发展思路：

以温泉镇福润温泉和燕鸣温泉为核心，辐射周边的温泉资源。采用综合性温泉旅游综合体开发模式。以旅游区内良好的温泉水资源为基础，开发休闲度假、康体健身、观光娱乐、商务会议等多功能的旅游产品。重点开发项目包括温泉风情街、温泉养生中心、休闲温泉农场、云天佛泉度假中心等。

在十四五期间，将本项目打造成为省级旅游度假区，在规划远期将铜鼓温泉小镇打造成为“中国知名、中部一流”的，集温泉养生、休闲度假以及文化体验为一体的国家级旅游度假区。

选址建议：铜鼓温泉镇。



6.3 重点项目

(6) 大沔山森林生态养生景区

发展思路：

依托大沔山秀丽山水资源，构建集“山水田园养胃餐饮”、“山水田园养身客房”、“好森活山水养心观光”、“农活森度体验”、“衫林养吧”等深一度养生的山水田园休闲区。重点建设项目包括山水田园养胃餐饮、山水田园养身客房、好森活山水养心观光、农活森度体验、衫林养吧等。

选址建议：大沔山林场。



6.3 重点项目

(7) 天下客家第一福镇

发展思路：

依托排埠镇毛泽东化险地的红色文化和客家文化背景，提炼出客家文化和福地文化，以打造“客家第一福镇”的战略构想，通过对“福文化”的深度挖掘和多层面、多角度展示，把排埠镇开发建设成全国知名、中部第一的“福文化”特色旅游景区；与毛泽东化险地联合打造，将“化险福地”和“万寿宫”建成成为“天下客家第一福镇”中的亮点，并带动排埠镇旅游及其它相关产业的快速发展。

选址建议：铜鼓县排埠镇。



6.3 重点项目

(8) 西向乡村旅游度假区

发展思路：

依托西向村的晒红节民俗文化、乡村田园资源，依照“恬淡、休闲”的总体风格，在项目策划中融入“体验型景区的理念”。围绕“晒红节”设立一系列民俗体验、养生度假、水上游乐、生态酒店等项目，注重文化内涵、游客参与体验，让游客的身心得到充分放松。将本项目打造成东部山水乡村度假高地、全国乡村旅游重点村。重点建设项目有晒红节、客乡山居、创意农场、四季田园印象、乡村艺术俱乐部。

选址建议：铜鼓县三都镇西向村。



6.3 重点项目

(9) 秋收起义沉浸式体验中心

发展思路：

本项目以“不忘初心、牢记使命、重温红色文化、传承红色基因”为宗旨，围绕“秋收起义”这一主题，重点表现毛泽东领导和发动秋收起义历史事件，采用沉浸式投影及VR等现代技术，情景再现秋收起义“毛泽东在铜鼓”系列真实故事及历史场景，从听觉、视觉、触觉等方面让游客沉浸在红色故事场景中，为游客打造富有科技感、时尚感、逼真感的红色文化体验之旅。打造成为铜鼓智慧旅游的核心亮点。

整体故事大纲分为5个部分：枪杆子里出政权、遇盘查机智脱险、秋收暴动红湘赣、白沙镇东门战斗、运筹帷幄胜千里。

选址建议：金桥示范区秋收起义沉浸式体验中心。



6.3 重点项目

(10) 奎光书院文旅小镇

发展思路：

以奎光书院为核心，整合周边地块，建设奎光书院文旅小镇，重点打造“红色文化+书院文化+文创体验+旅游消费”产品体系，成为铜鼓红色时尚慢生活小城的文化体验与消费重点项目，提升铜鼓旅游消费环境和人居环境。

选址：奎光书院。



6.4 支撑项目

(1) 田园浒村

发展思路：

依托浒村“54321”的旅游资源，打造传承红色基因、体验乡村生活、推动乡村振兴的田园浒村。以古祠、古樟、古街、古塔、古驿道为核心，开发古村休闲业态，以油菜花、荷花、菊花、腊梅为核心，开发田园花卉观光业态，以当代精品漫画展示馆、农耕文化展示馆为核心，开发乡村文化体验业态，成为风景廊道上的乡村旅游产品的重要供给地。



6.4 支撑项目

(2) 东浒景区

发展思路：

本景区依托优美山水自然景观，以本地历史文化为特色，集研学拓展、休闲娱乐为一体，为户外运动爱好者和老、中、青、少游客提供优质的乡村体验产品。对现有的项目进行优化升级，重点运营冰洞、飞拉达、高空滑索、网红桥、彩虹滑道、水上乐园、花海观光、烧烤吧等体验性极强的项目，并做到两年一更新，创建成为4A级乡村旅游点。



6.3 重点项目

(3) 茶山林海养生庄园

发展思路：

依托林场绝佳的生态养生环境与区位条件，利用好铜鼓红豆杉森林公园天然野生红豆杉生态群落，紧扣生态养生这一景区发展主题，围绕红豆杉延伸产品与养生长寿文化的产业导向，将林场建设成为全国国有林场转型发展的典范、国际生态养生度假区。重点建设项目包括林海山地静养中心、紫杉醇健康养老社区、旅游直升机观光站、中华养生文化博览馆、林海长寿绿道等。

选址建议：茶山林场。



6.4 支撑项目

(4) 七重门观光运动旅游区

发展思路：

七重门是太平天国时石达开拒守铜鼓陈兵之处，境内层峦叠嶂，坡陡岩险，丹霞地貌、峭壁耸立，自古即为军事要塞，相传当地民众曾凭借此七道关隘抗御外敌。今已成为考验恋人、见证爱情的风水宝地，七重门区块沿山谷形成一个环行游线，沿陡峰修建登山步道，于此处开发观光游、运动游。

子项目：丹霞观光、森林探险



6.4 支撑项目

(5) 龙门避暑度假小镇

发展思路：

龙门林场空气清新，负氧离子含量高，森林的制氧量较高，是天然大氧吧，具有多种生态保健功能，依托龙门林森林资源和气候资源森林为景区带来的舒适小环境建设避暑度假小镇。

子项目：空气负离子养生馆、植物精气养生馆、涧水禅房、树屋、森养餐厅



6.4 支撑项目

(6) 修河源生态森林公园

发展思路：

作为省级森林公园，雨量充沛，气候湿润，水质清澈，风景秀丽，空气清新，可发展探秘修河源头，修筑及完善石阶、木栈道等设施，建立地标式纪念碑及休憩设施，并发展邬氏宗祠古祠堂、古民居、古桥游；还可观看竹海飞瀑，沿新开岭姚家栋、奶姑山、香菇山建设登山健身步道系统、杜鹃花海观景平台，打造国际化山地户外运动基地，推动修河源国际山地户外运动产业集群化发展。

子项目：峡谷溯溪、野外露营、山地滑草、丛林探险、森林木栈道、杜鹃花海观景台、运动赛事活动



6.3 重点项目

(7) 中华鼓文化主题乐园

发展思路：

鼓在中华文化上占有重要地位；鼓是铜鼓县最高层面的文化象征之一。在温泉新区靠近铜鼓石的地块建设中华鼓文化主题乐园，举办鼓文化主题的旅游节事活动，并努力将之打造成为铜鼓的一张名片。

将鼓文化与军事文化、创意设计相结合，展示鼓趣味性与娱乐性，通过一系列鼓文化游览项目设置，使游客认识人类鼓文化的博大精深。重点打造的项目有鼓文化旅游节、铜鼓地方文化馆、世界鼓文化艺术博览园、中国鼓文化创意产业园。

选址建议：温泉新区。



6.4 支撑项目

(8) 客家风情养生度假小镇

发展思路：

以客家田园生活为体验核心，整合棋坪镇优质的乡村田园，建成客家人心中的理想原乡。建设配套的休闲、运动项目，结合园林绿化、游乐策划、建筑设计，建成集康养养生、休闲度假于一体的多功能度假小镇。

子项目：十方养生体验馆、客家田园生活中心、客家养生民宿、山村野钓、野奢木屋子。



6.4 支撑项目

(9) 宁红茶康养庄园

发展思路：

铜鼓是宁红茶的核心产区，其中尤以棋坪镇的幽居、龙港二村所产的宁红茶最为顶级。拟结合当地秀丽的乡村生态和茶叶生产基地，发展茶园观光体验项目，突出红茶的保健功用，建设红茶为主题的康养庄园。

子项目：茶园观光体验基地，红茶康养庄园



6.4 支撑项目

(10) 生态创意农业休闲小镇

发展思路：

在温泉新区西部、高速公路以西的唐家开发生态创意农业休闲小镇，打造一种悠闲、无忧、有品质的生活方式，让都市里打拼的人回归自然、回归单纯的原生氛围，到自然和乡村寻找不同的生活方式，到大自然中去调养身心，追求健康。

子项目：现代农业观光大棚、百花园花卉种植、五星级生态度假酒店、全玻璃生态养生餐厅天然有机生态农作物种植区、农副产品深加工作业区



6.4 支撑项目

(11) 金沙河乡村风情体验带

发展思路：

在棋坪、港口的金沙河沿线建设金沙河乡村风情体验带，以乡村山水、古村落文化鉴赏为核心功能，辅以水上娱乐、户外运动、田园观光等功能，打造以山野古村风光为特色的休闲家园，赣西北休闲旅游目的地。



6.4 支撑项目

(12) 湘赣竹文化体验园

发展思路：

通过改变产品形式、包装等方式将现有产品改造成特色旅游产品，打通旅游与产业、产品的链接，展示铜鼓特色竹地板、竹键盘、竹鼠标、竹砧板、竹笔筒、竹块、竹拉丝、竹器皿等竹木制品培育竹木产品的旅游链。设生产流程展示馆，展示竹木产品的部分或整个生产环节，提供产品加工过程的观光体验，介绍竹木产品的保养知识，让游客参与各类竹工艺品的制作过程。

子项目：竹木产品制作观光、竹木产品使用体验、竹工艺品鉴赏、竹工艺品制作



6.4 支撑项目

(13) 铜鼓养生健康产业园

发展思路：

本项目为第二产业开发项目，围绕衣食住行生产健康产业的相关用品，布局在三都镇。

日用品生产基地：农产品、艺术品加工区、有机美容用品、日用品深加工。

绿色食品加工基地：养生菜系、山珍宝、绿色蔬菜加工。

生物制药基地：养生药材加工、高科技生物制品、有机护肤品。



6.4 支撑项目

(14) 太阳岭乡村避暑旅游区

发展思路：

距离铜鼓县十五分钟车程的坪田村在海拔800米山顶之上，向下可俯瞰县城全貌，高海拔使其成为天然的避暑胜地。目前该地建有风力发电基地，远远望去在蓝天白云映衬下尤为美丽。拟将该地建设成为网红风车基地打卡点，与坪田村联合打造，植入乡村休闲、避暑旅游业态，也可迎合研学旅游需求，建设电力知识科普基地。



6.4 支撑项目

(15) 云溪香谷乡村风情旅游区

发展思路：

依托东津水和梁墩村的山、水、田、村、文作为开发载体，打造一处以芳香化核心主题，以豆腐工坊、百草，工坊为先期引擎项目，集芳香文化创意、现代农业种植、乡村旅游度假、中药休闲养生于一体，一二三产融合发展的“香旅风情乡村旅游综合体”。



7 全域线路规划

PART SEVEN



- 7.1 核心线路
- 7.2 精品线路
- 7.3 风景廊道规划

7.1核心线路

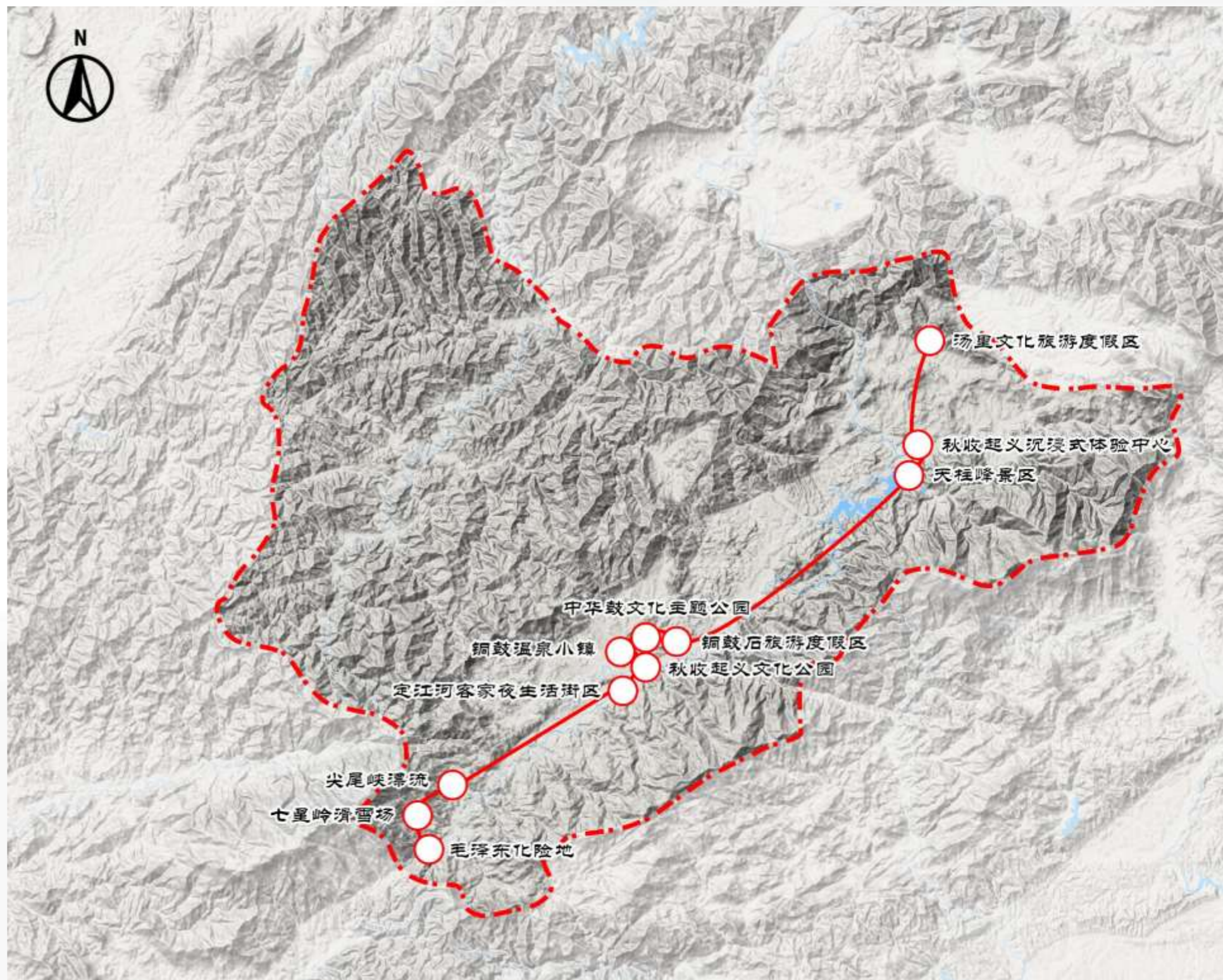
设计思路：全面承接长株潭客源，形成“西南-东北”走向的全域旅游核心线路，串联各大板块的核心旅游产品。

西部板块以毛泽东化险地、滑雪场为核心，串联“红色+运动”主题产品。

中部板块以铜鼓县城为核心，串联“红色+客家+夜经济”主题产品。

东部板块以汤里和天柱峰为核心，串联“度假康养+山水观光”主题产品。

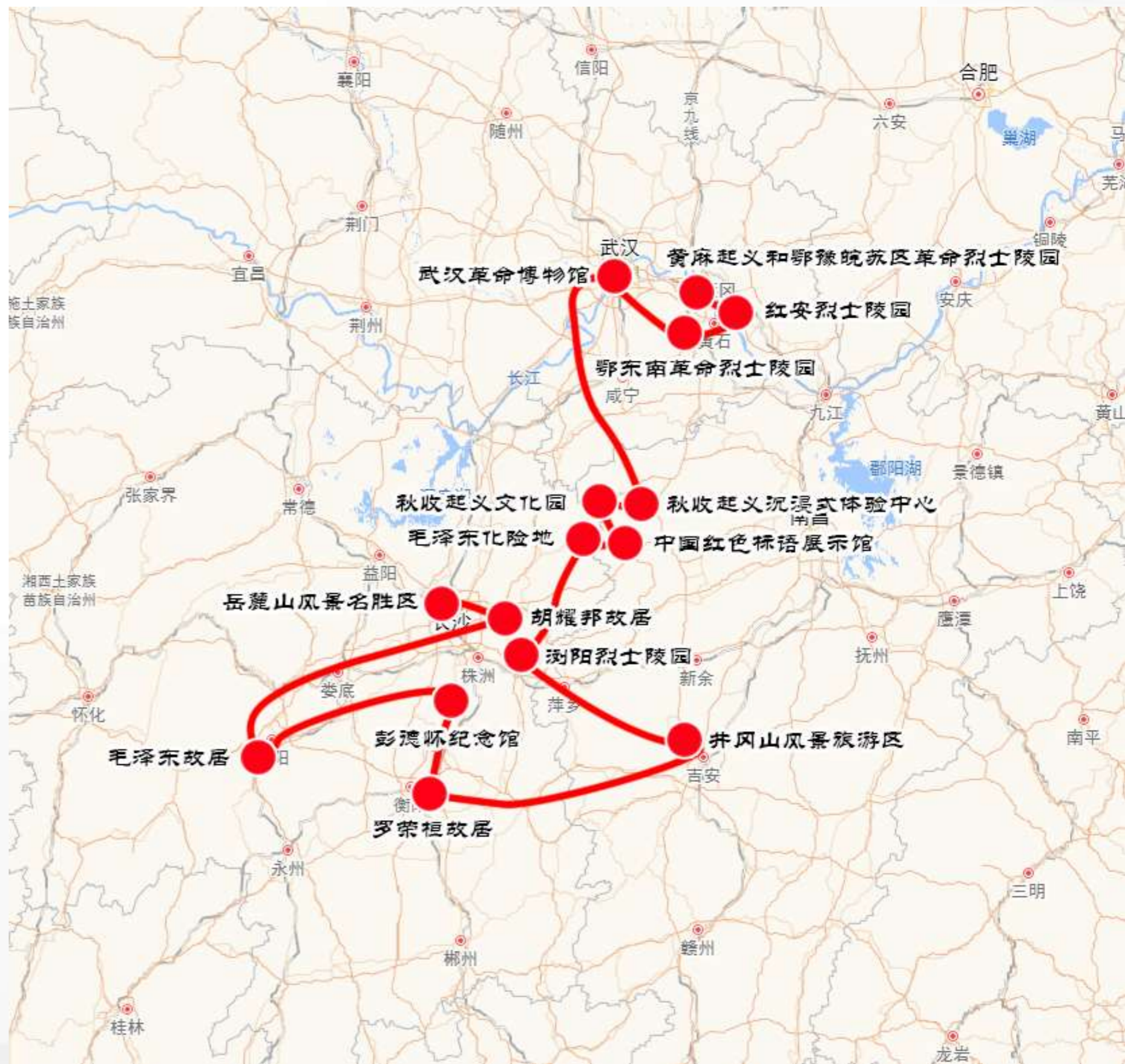
线路设计：毛泽东化险地——七星岭滑雪场——尖尾峡漂流——秋收起义文化公园——定江河客家夜生活街区——铜鼓温泉小镇——铜鼓石旅游度假区——天柱峰景区——秋收起义沉浸式体验中心——汤里文化旅游度假区



7.2精品线路

湘鄂赣红色精品游线

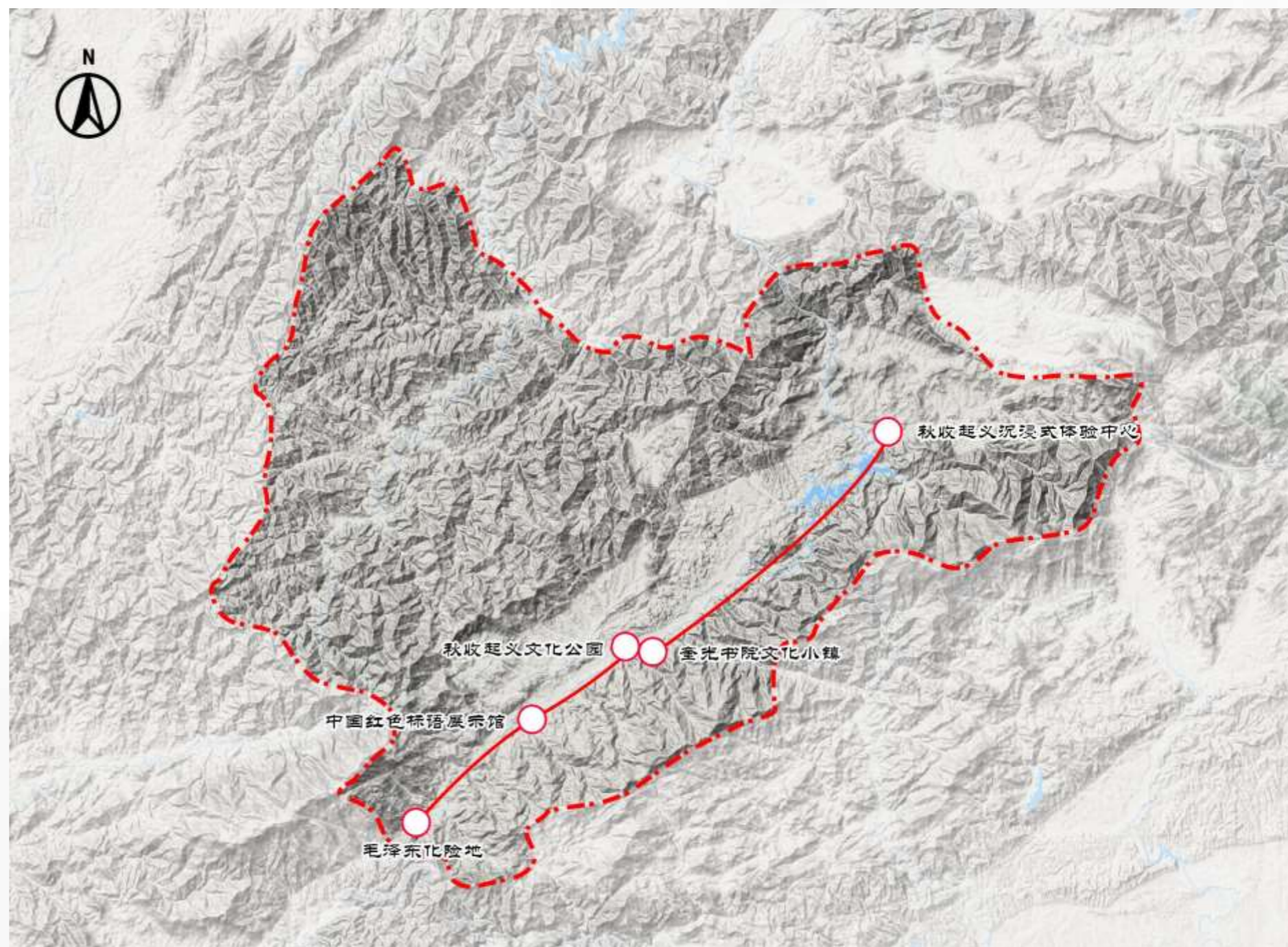
黄麻起义和鄂豫皖苏区革命烈士陵园（湖北麻城）——红安烈士陵园（湖北红安）——武汉革命博物馆（湖北武汉）——鄂东南革命烈士陵园（湖北黄石）——秋收起义沉浸式体验中心（江西铜鼓）——秋收起义文化公园（江西铜鼓）——中国红色标语展示馆（江西铜鼓）——毛泽东化险地（江西铜鼓）——浏阳烈士陵园（湖南浏阳）——井冈山风景旅游区（江西吉安）——罗荣桓故居（湖南衡阳）——彭德怀纪念馆（湖南湘潭）——毛泽东故居（湖南韶山）——胡耀邦故居（湖南浏阳）——岳麓山风景名胜区（湖南长沙）



7.2精品线路

红色基因传承游

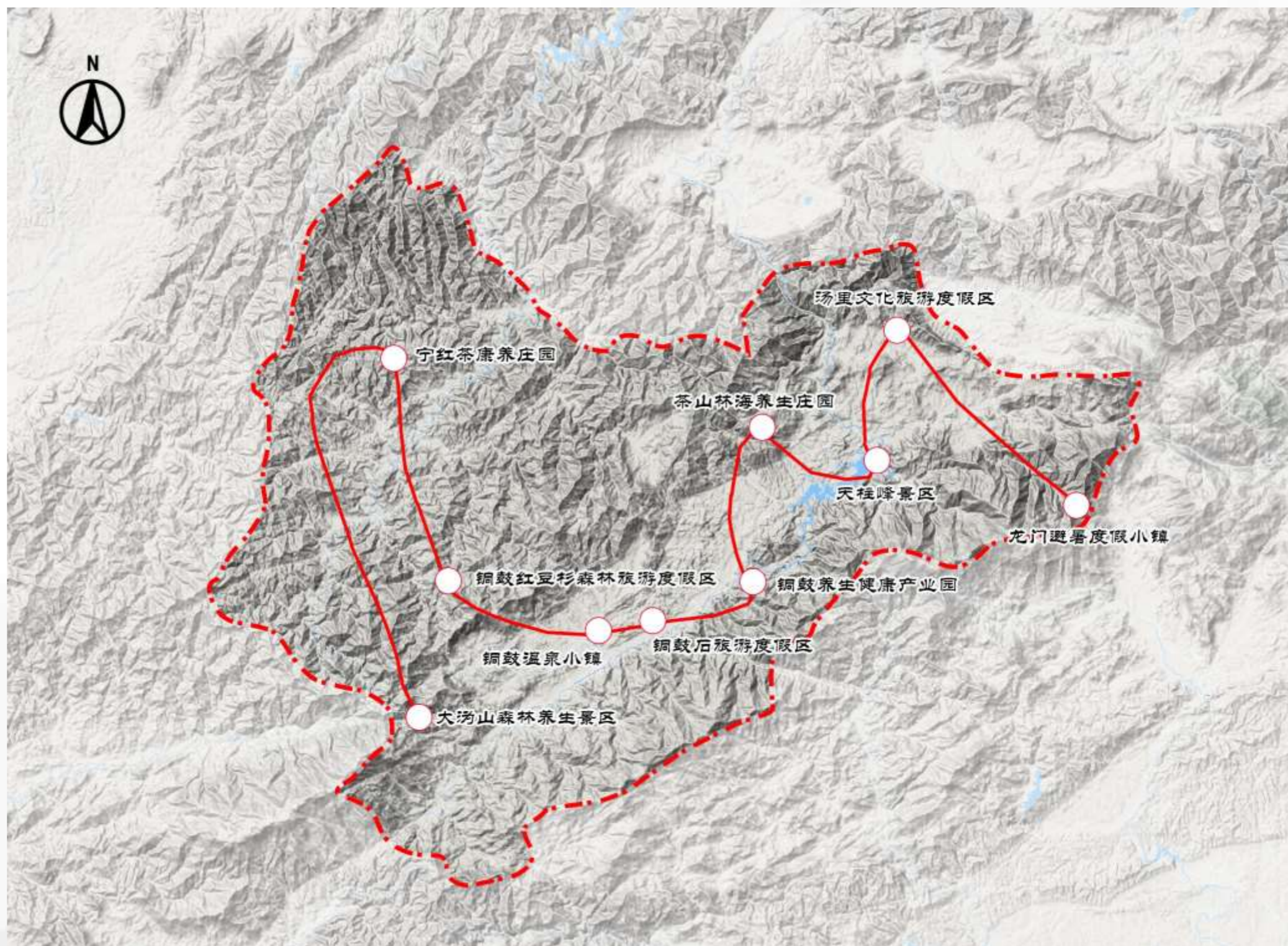
毛泽东化险地——中国红色标语展示馆——秋收起义文化公园——奎光书院文旅小镇——秋收起义沉浸式体验中心



7.2精品线路

森林山居康养游

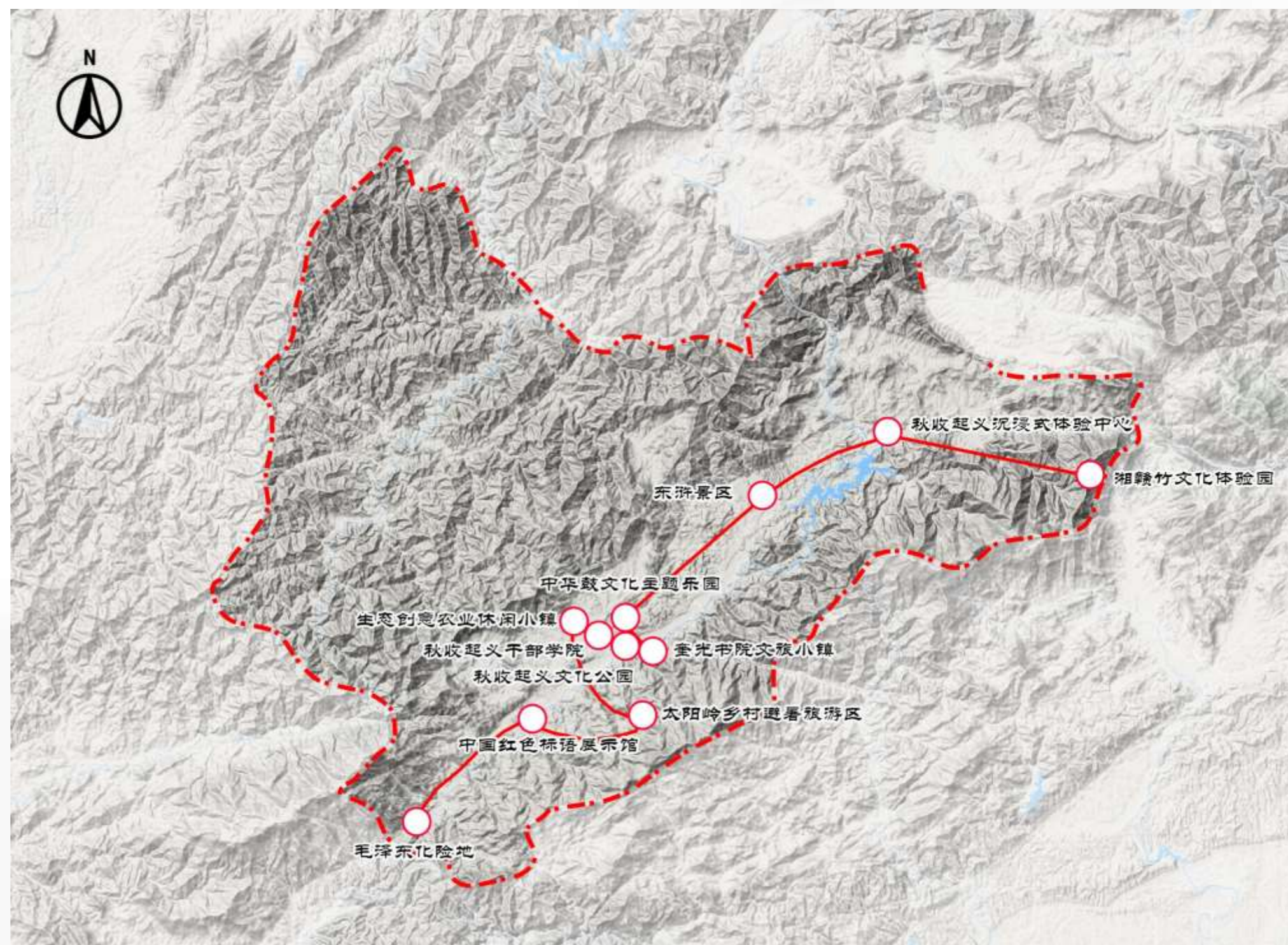
龙门避暑度假小镇——汤里文化旅游度假区——天柱峰景区——茶山林海养生庄园——铜鼓养生健康产业园——铜鼓石旅游度假区——铜鼓温泉小镇——铜鼓红豆杉森林旅游度假区——宁红茶康养庄园——大汤山森林养生景区



7.2精品线路

青少年研学科普游

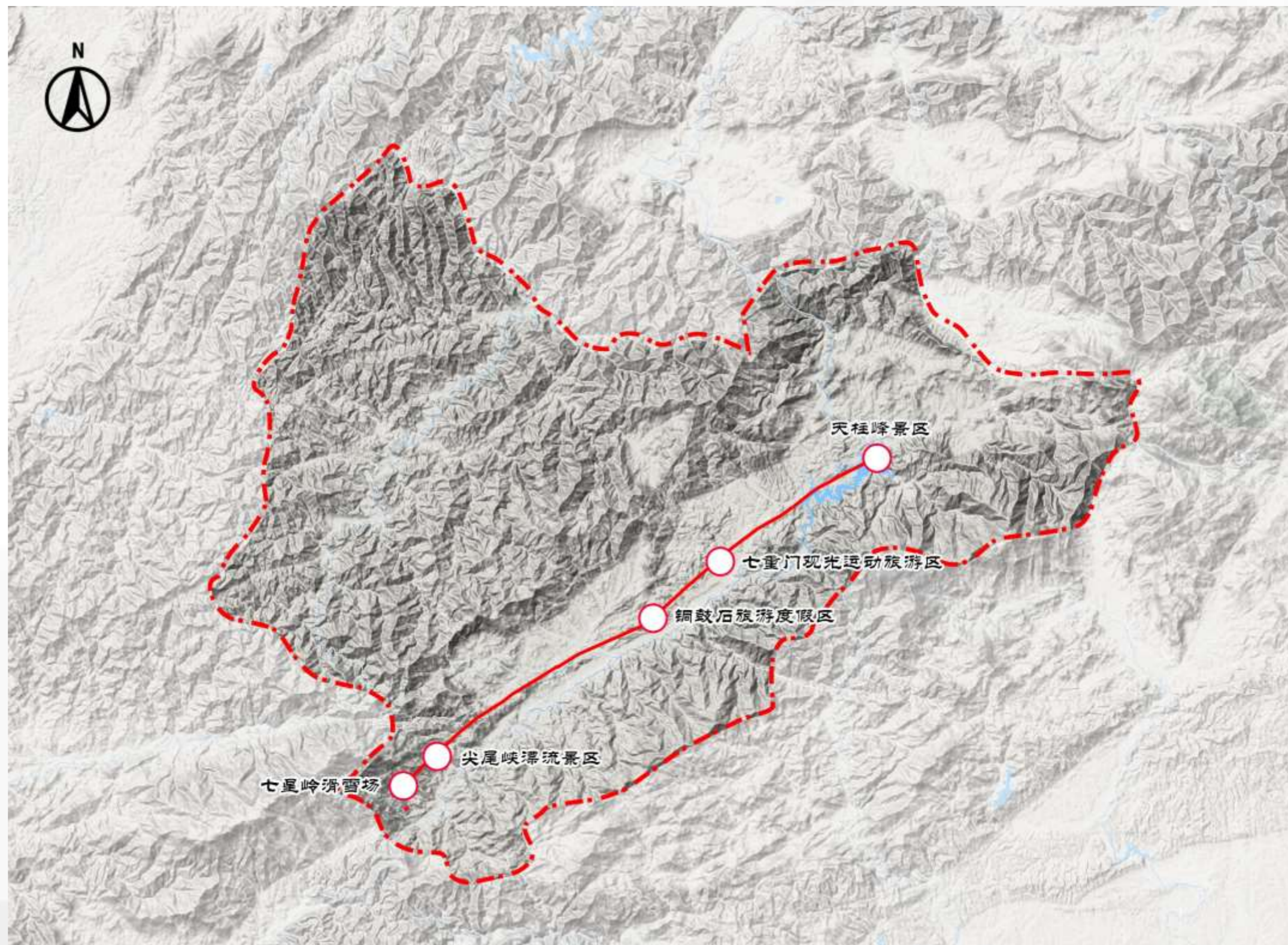
湘赣竹文化体验园——秋收起义沉浸式体验中心——东浒景区——中华鼓文化主题乐园——奎光书院文旅小镇——秋收起义文化公园——秋收起义干部学院——生态创意农业休闲小镇——太阳岭乡村避暑旅游区——中国红色标语展示馆——毛泽东化险地



7.2精品线路

山水户外运动游

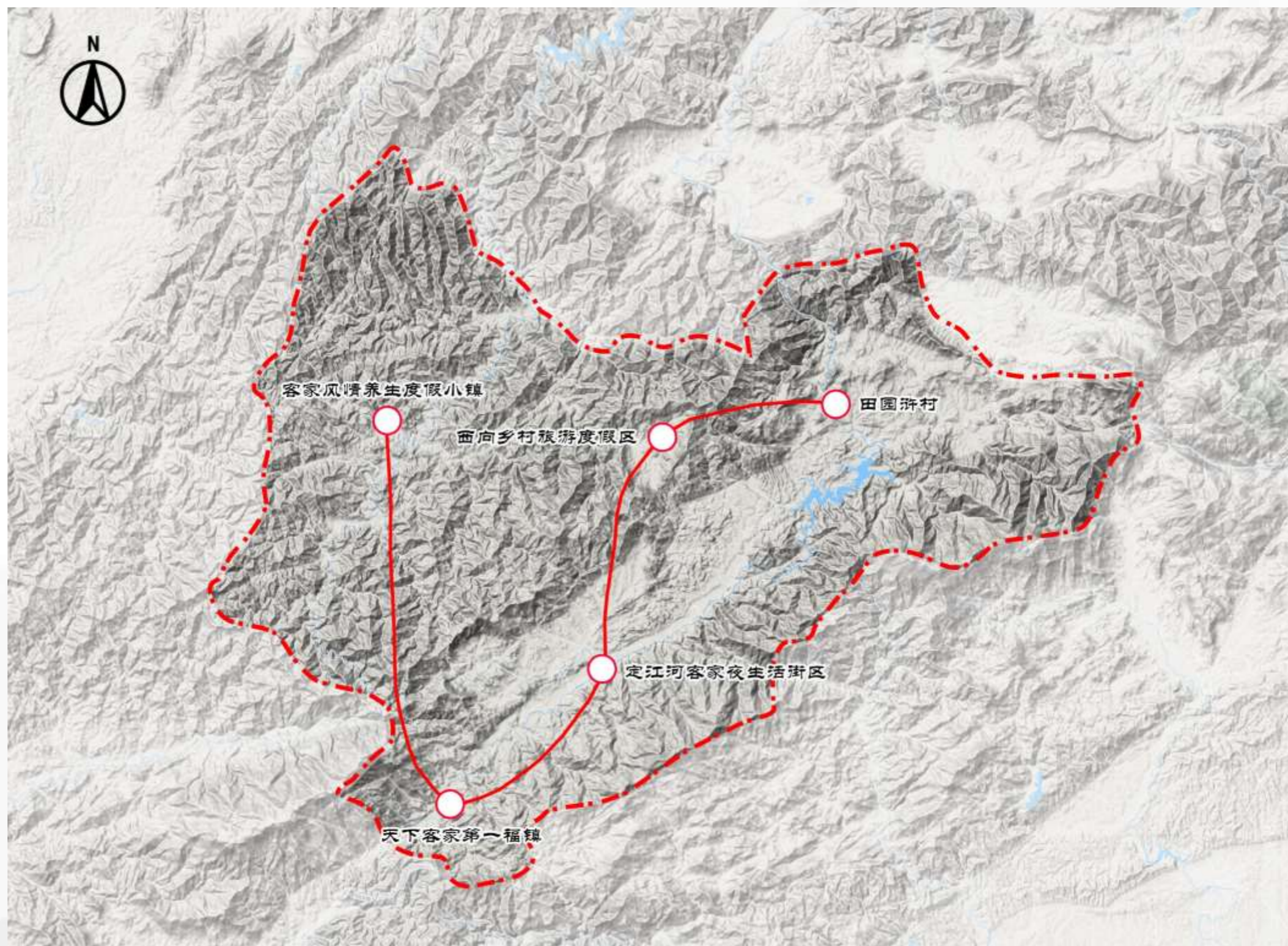
天柱峰景区——七重门观光
运动旅游区——铜鼓石旅游
度假区——尖尾峡漂流景
区——七星岭滑雪场



7.2精品线路

客家文化休闲游

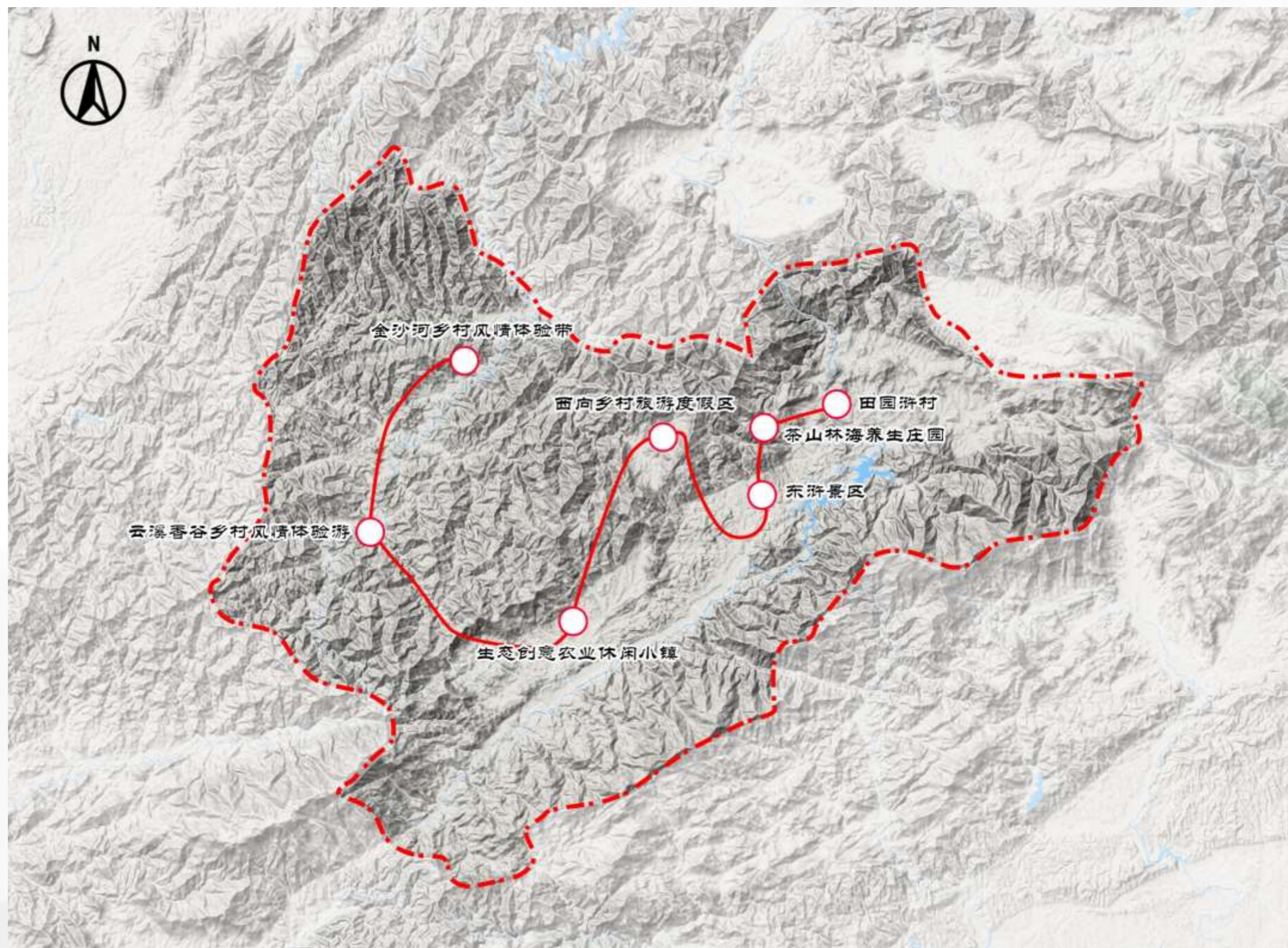
田园浒村——西向乡村旅游
度假区——定江河客家夜生
活街区——天下客家第一福
镇——客家风情养生度假小
镇



7.2精品线路

乡村风情体验游

田园浒村——茶山林海养生庄园——东浒景区——西向乡村旅游度假区——生态创意农业休闲小镇——云溪香谷乡村风情旅游区——金沙河乡村风情体验带

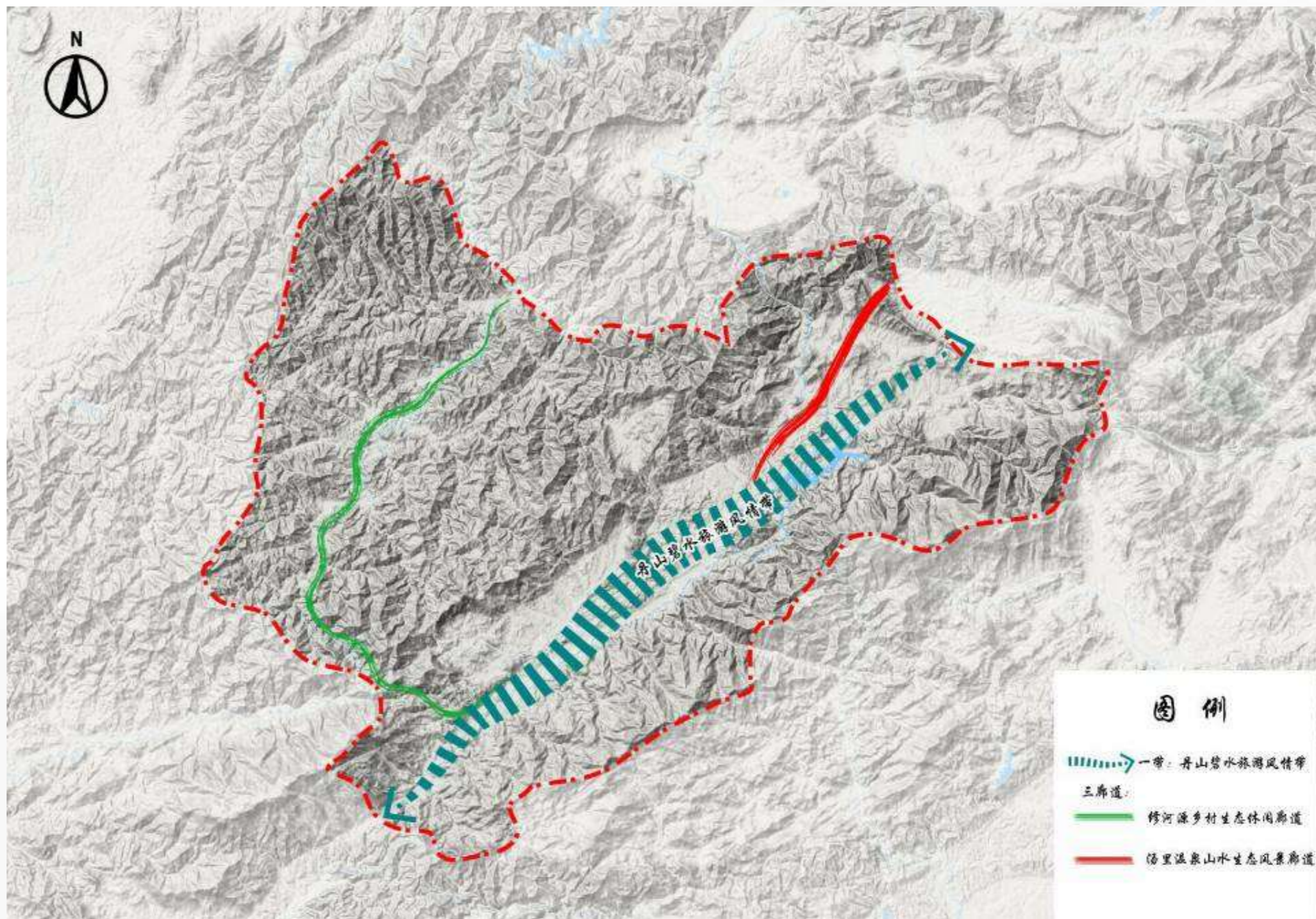


7.3 风景廊道规划

风景廊道规划

依托铜鼓优质资源分布的主要干道，打造风景廊道体系，串联重点旅游景区和旅游资源，以设施为基础，形成线状旅游产品框架。重点布局的旅游设施为旅游服务区、自驾营地、露营基地及交通驿站。

为确保风景廊道体系的持续开发建设，将其纳入铜鼓县十四五文化和旅游产业发展规划。积极与宜春市文旅局对接，争取将铜鼓县风景廊道体系建设工程纳入宜春市十四五文化和旅游产业发展规划。



7.2 风景廊道规划

修河源乡村生态休闲廊道

修河源乡村生态休闲廊道贯穿铜鼓县西部山区，沿580县道和修河源头东津水布局，串联排埠镇、大汾山林场、高桥乡、棋坪镇、港口乡，对接修水县复原乡。该廊道整合了西部区域的红色资源、生态资源、客家乡村资源，是修河源头的乡村生态休闲产品富集带，总长度约50公里。



7.2 风景廊道规划

汤里温泉山水生态风景廊道

汤里温泉山水生态风景廊道主要功能为串联汤里温泉、天柱峰和丹山碧水旅游风情带，总长度约15公里，通过廊道和风情带盘活市场，将汤里温泉与其他核心景区连为一体，形成县域温泉康养与山水生态观光产品的支撑。



8

全域旅游要素 体系规划

PART EIGHT



- 8.1 旅游住宿体系
- 8.2 旅游餐饮体系
- 8.3 旅游购物体系
- 8.4 旅游娱乐体系
- 8.5 新要素服务体系

8.1 旅游住宿体系

8.1.1 现状分析

铜鼓县高品质旅游住宿设施稀缺，目前条件最好的酒店是汤里酒店、**皇庭大酒店**，同时还有**青松大酒店**、**绿博商务酒店**等几家商务型酒店和分布在田园浒村等乡村景区的农家旅馆。

汤里文化旅游度假区已经形成了一定规模的旅游住宿设施集聚，如汤里酒店、汤里唐局、好雨山庄、同福客栈、温泉康养中心等，是铜鼓高品质住宿产品的核心区域。

总体来看，铜鼓县虽然有汤里度假住宿支撑，但酒店数量不多、类型较为单一，多为商务型酒店，缺乏度假型酒店、会议型酒店等；而且总体分布不均匀，主要分布于铜鼓县城区，其他乡镇及茶山、金沙河等核心景区周边少；酒店档次有待提高，多数宾馆、旅馆设施设备普遍陈旧，服务水平不高，服务人员素质有待进一步培训提高。总之，铜鼓县的住宿条件并不完备，无法满足未来旅游业发展的需求。



8.1 旅游住宿体系

8.1.2 发展类型



丰富铜鼓县旅游接待体系，形成层次化、差异化、主题化、特色化、体验化的住宿体验格局，重点打造**高端度假酒店、精品主题民宿、特色农家乐、汽车帐篷营地、木屋营地住宿、国际精品酒店**



7类特色住宿设施。



8.1 旅游住宿体系

8.1.3 发展路径

(1) 新建高端度假酒店和特色主题酒店：依托铜鼓县生态品质优势，打造国际养生庄园、温泉酒店、红豆杉养生酒店、高端森林木屋，打造突显养生与度假的主题接待设施，为旅游者带来特别的文化体验。



(2) 传统村落民居特色改造，住宿业态创意融入：

依托长寿养生乡村示范点（茶山林场、永宁镇八亩村）；
农业观光乡村示范点（大垵镇古桥村、谭坊村）；
避暑休闲乡村示范点（龙门林场、大汾山林场）；
客家民俗乡村示范点（温泉镇三星村、三都镇西向村）；
红色文化示范点（棋坪镇幽居村、排埠镇华联村）

等优质乡村旅游资源，形成精品主题民宿、乡村客栈、农家小院，为游客带来农居生活体验。



8.1 旅游住宿体系

8.1.3 发展路径

(3) 推动国际青年旅舍建设：

依托红色研学旅行产品，推动青年旅舍、红色研学主题旅舍等建设，满足青年学生、背包旅游者和家庭的旅游需求。



(4) 适度建设汽车营地和露营营地：

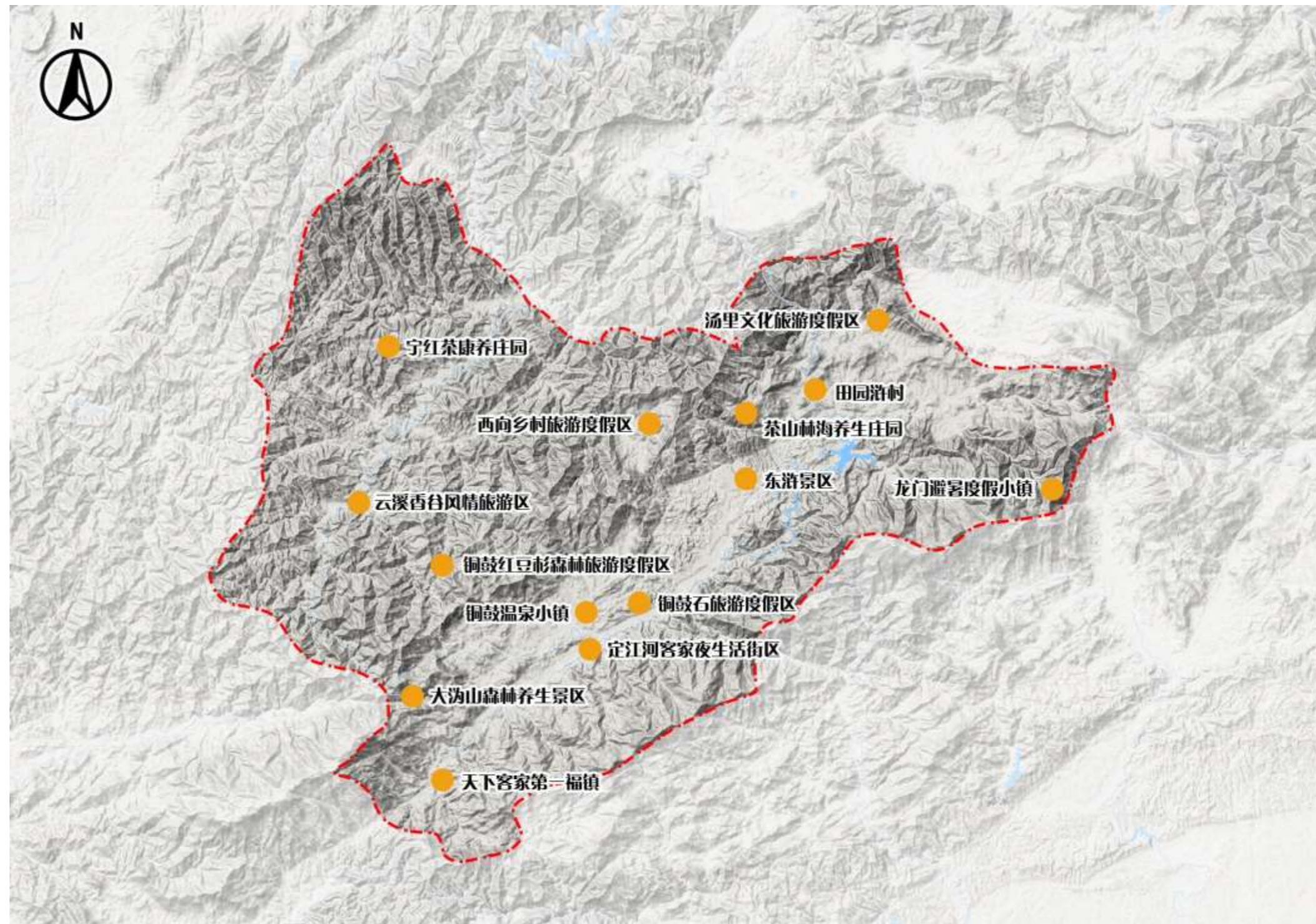
沿风景廊道、国道、省道及重点生态型旅游景区建设房车营地、露营营地、帐篷营地、自驾车营地等特色营地，到规划末期形成10个大型综合营地，40个营地服务点的营地布局。



8.1 旅游住宿体系

8.1.4 发展布局

- 铜鼓石旅游度假区
- 定江河客家夜生活街区
- 汤里文化旅游度假区
- 铜鼓红豆杉旅游度假区
- 铜鼓温泉小镇
- 茶山林海养生庄园
- 大汾山森林生态养生景区
- 天下客家第一福镇
- 西向乡村旅游度假区
- 龙门避暑度假小镇
- 宁红茶康养庄园
- 田园浒村
- 东浒景区
- 云溪香谷乡村风情旅游区



8.2 旅游餐饮体系

8.2.1 现状分析

“靠山吃山”是铜鼓美食的一大特色，“土”味十足。烟笋、竹山鸡、野山菌、药膳汤...“荤素搭配、营养均衡”的美食不仅使人流连忘返，还让铜鼓成为了江西首个“中国长寿之乡”。目前，铜鼓县已有**铜鼓客家土八碗**和**包圆**特色菜系，但服务水平、经营管理和餐馆环境、规模**不能满足**当地旅游业发展需要，难以满足旺季时期团体游客的接待需求。



8.2 旅游餐饮体系

8.2.2 发展类型

挖掘铜鼓县餐饮特色，重点发展地方特色菜系，
如**面子菜**、**杀猪菜**、**丹霞客家饭**、**冬瓜甑**、**泡椒炒肉**、**脆菜扣肉**、**中药当归炖羊肉**、**野芹菜**、**冬笋腊肉**等特色美食，打造铜鼓县旅游餐饮品牌，培育一批本地特色餐饮品牌，培育龙头企业。形成农家餐饮、主题餐饮、休闲美食街、品牌餐饮、酒店餐饮5大业态，提升铜鼓旅游餐饮水平。



8.2 旅游餐饮体系

8.2.3 发展路径

(1) 挖掘地方菜系，树立菜肴品牌

铜鼓县良好的生态环境，是农家餐饮风味的基础。未来要充分利用地域特色，挖掘一系列有地方特色的菜系，打造铜鼓县专属的菜肴品牌，使其成为铜鼓县餐饮文化的风尚标。例如：“福地铜鼓，中华福宴”、“铜鼓客情山味宴”、“红豆杉养生宴”、“特色温泉养生宴”等。

(2) 提升农家品位，打造星级农家乐

农家乐首要是将农味做足，生产“农家一条龙”产品，让游客“吃农家饭、住农家店、干农家活、赏农家景、购农家品、娱农家乐”。与此同时，要不断提升农家品位，优化服务水准，打造一批高水平的星级农家乐。

(3) 融入文化特色，提高菜肴丰度

餐饮能逐步发展衍生出饮食文化，具有多方位的可塑性。铜鼓县不仅自然环境好，人文氛围亦浓郁。铜鼓县寺庙、道观众多，尤其神泉崇拜渊源，可透过传说故事等，开辟独具地方信仰特色的宗教菜系。在排埠、永宁餐饮可融入红色旅游的特色，挖掘“忆苦思甜”菜系。

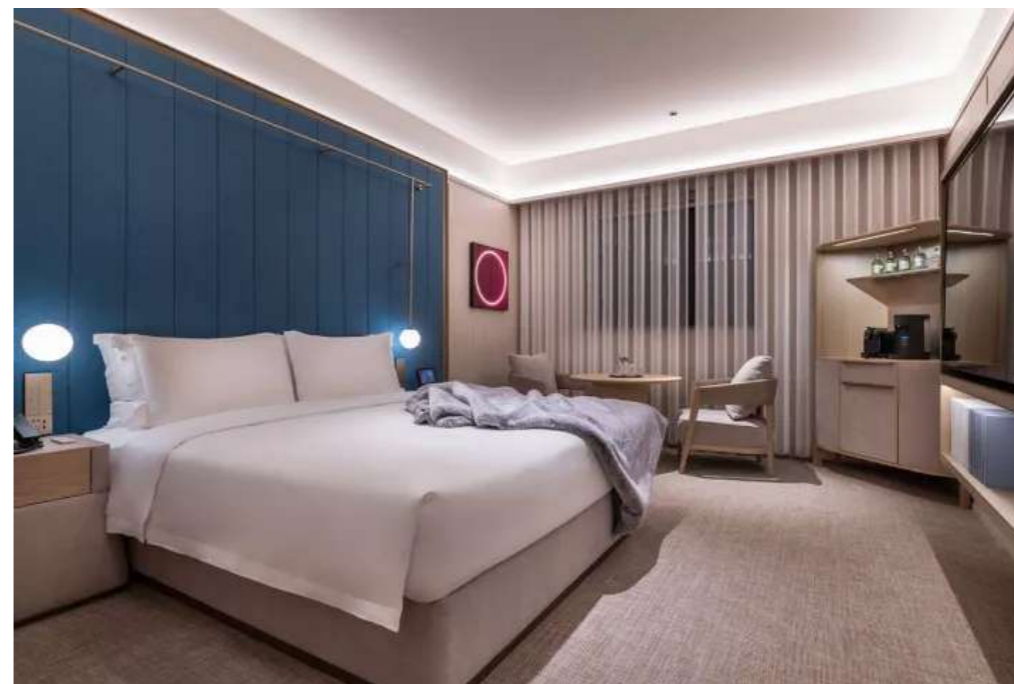


8.2 旅游餐饮体系

8.2.3 发展路径

(4) 改善用餐环境，提高酒店档次

酒店、餐馆要注意营造干净、舒适、温馨、如家的用餐环境，加强硬件设施建设，装修风格多样的用餐环境，保证卫生安全，提高服务水平，培养人性化服务。在引导大众餐馆的同时，铜鼓县要建立一批高档型酒店，以满足高消费人群的需求。



(5) 合理布局餐饮点，保证旅游餐馆数量

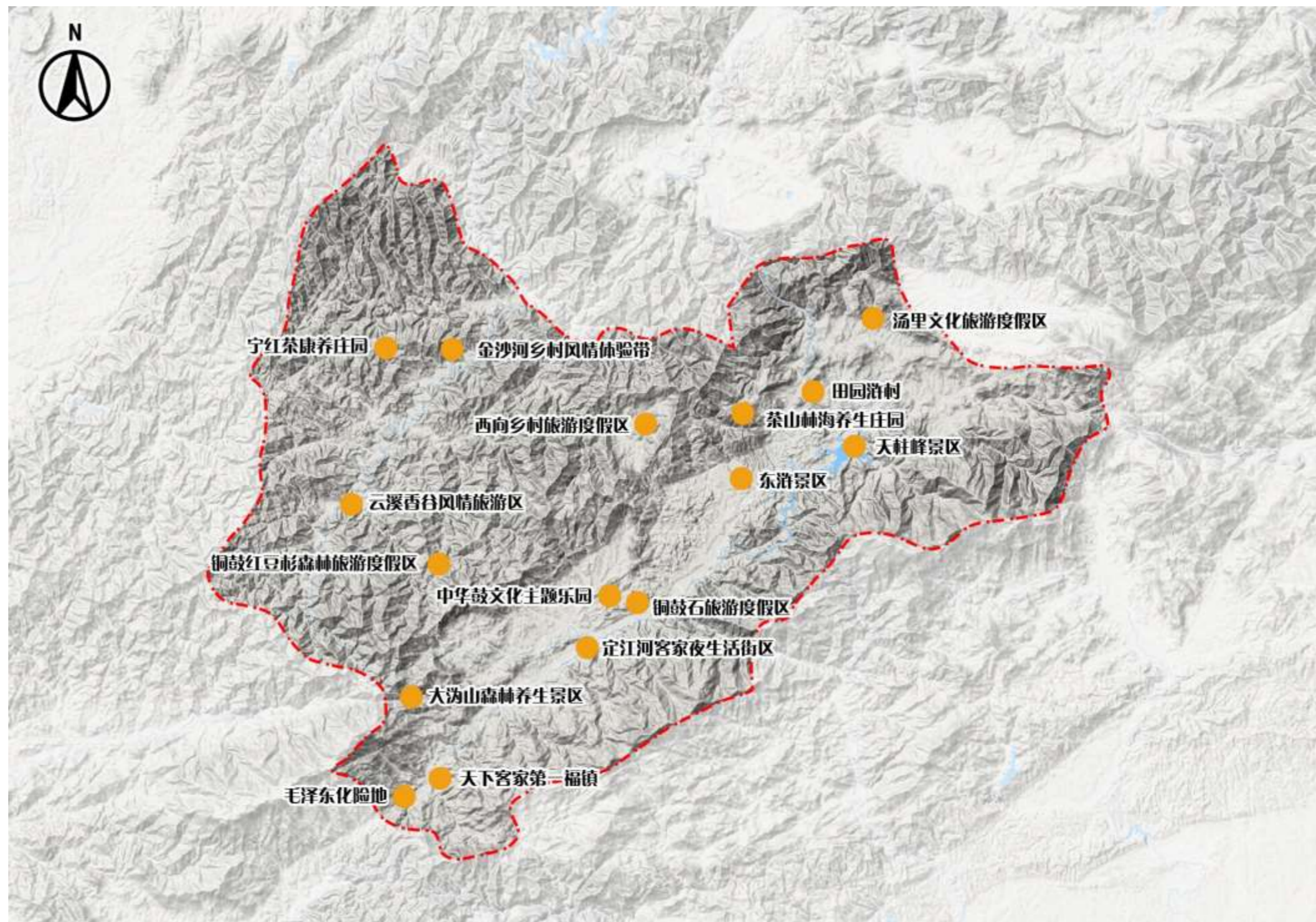
据旅游线路组织，按游程每2小时设置1个饮食服务点，4小时设置1个饮食服务中心，依托现有设施与城镇餐饮布局的原则，进行餐饮点宏观布局。



8.2 旅游餐饮体系

8.2.4 发展布局

- 天柱峰景区
- 毛泽东化险地
- 汤里文化旅游度假区
- 定江河客家夜生活街区
- 铜鼓红豆杉旅游度假区
- 茶山林海养生庄园
- 大汾山森林养生景区
- 铜鼓石旅游度假区
- 天下客家第一福镇
- 中华鼓文化主题乐园
- 西向乡村旅游度假区
- 田园浒村
- 东浒景区
- 金沙河乡村风情体验带
- 宁红茶康养庄园
- 云溪香谷乡村风情旅游区



8.3 旅游购物体系

8.3.1 现状分析

铜鼓县旅游购物场所**极少**，
随着游客不断增加，必须加快建设。



8.3 旅游购物体系

8.3.2 发展类型

整体形成**主题精品店、品牌特产店、特色购物、旅游购物点、**
售卖亭、体验坊体验柜6类购物设施。



8.3 旅游购物体系

8.3.3 发展路径

规划在县城永宁镇、带溪乡、大垵镇、排埠镇、棋坪镇等分别建设旅游商品购物中心，引进专业旅游购物店的经营模式，主打县内知名特产品牌，如：茶叶、竹制品、乡村漫画、黑山羊等。天柱峰景区、茶山景区、化险地景区、金沙河等景点分别建立旅游商品购物网点或购物街，完善铜鼓县旅游商品销售网络。

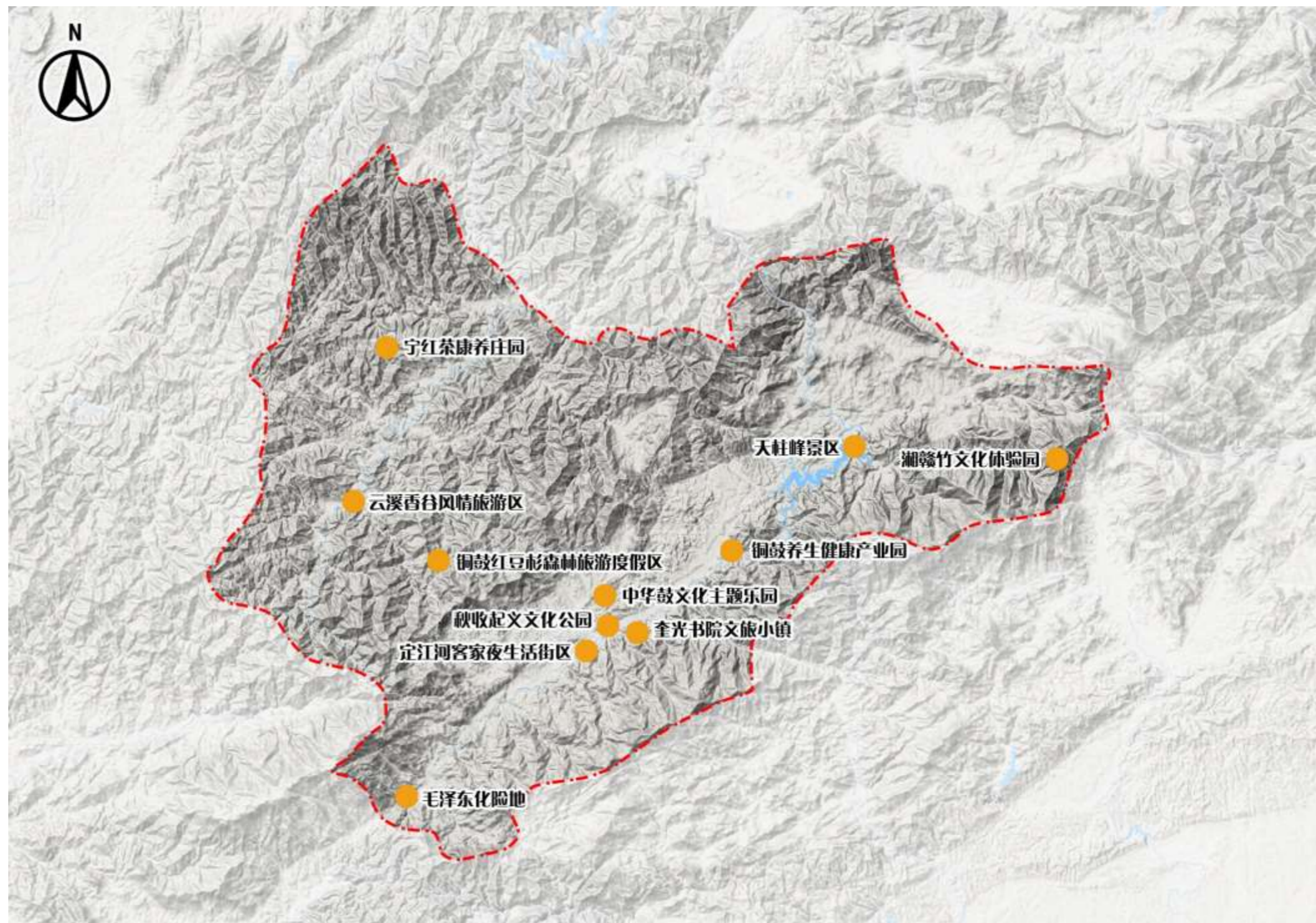
- ◆ **工艺美术品**：利用当地竹材料，开发竹工艺品、茶具套装、竹雕刻等旅游商品。
- ◆ **土特产品**：对红豆杉进行全方位开发，挖掘红豆杉的康养文化与爱情文化，开发红豆杉观赏种植园、SPA养生馆、爱情主题民宿等旅游产品，延伸红豆杉产业链，进行红豆杉深加工，开发红豆杉酒、红豆杉养生汤等附加旅游产品；对黑山羊肉、洩山竹笋、蜂蜜、加工形成当地金标旅游土特产。
- ◆ **特制旅游纪念品**：铜鼓县福地旅游商品六大件：一棵树——红豆杉系列旅游商品；一方竹——特色竹艺（包括竹键盘、竹编、竹纤维高档产品）；一幅画——乡村漫画；一杯茶——“铜鼓春韵”、“林海”、“龙縵云雾”“紫杉茗”等著名茶品牌；一盘菜——特色铜鼓山味宴；一只羊——铜鼓黑山羊。



8.3 旅游购物体系

8.3.4 发展布局

- 天柱峰景区
- 毛泽东化险地
- 秋收起义文化公园
- 定江河客家夜生活街区
- 奎光书院文旅小镇
- 铜鼓红豆杉旅游度假区
- 中华鼓文化主题乐园
- 湘赣竹文化体验园
- 宁红茶康养庄园
- 铜鼓养生健康产业园
- 云溪香谷乡村风情旅游区



8.4 旅游娱乐体系

8.4.1 现状分析

铜鼓娱乐休闲业总体规模不小，种类比较齐全。目前铜鼓有电影院、茶艺馆、酒吧、咖啡厅、博物馆等休闲娱乐设施，也有游泳池、健身房等康体娱乐设施，还有电子游艺厅、网吧等较为先进科技娱乐设施。但从单个娱乐休闲项目看**规模较小、档次偏低**，铜鼓娱乐休闲设施不能满足未来旅游发展的需求。



8.4 旅游娱乐体系

8.4.2 发展类型



形成**康养度假、生态观光、红色文化体验、客家文化体验、乡村休闲、城市休闲、户外运动**等特色休闲娱乐活动，构建张铜鼓娱乐体系。



8.4 旅游娱乐体系

8.4.3 发展路径

旅游娱乐体系

(1) 挖掘利用铜鼓的文化遗产资源。要组织力量不懈地搜集挖掘当地文化遗存和演化，对富于表现力的地方文化通过整理后，要尽快采取适当形式展示出来，实现文化共享。比如，将具有铜鼓特色的客家狮、客家山歌、太平灯等非物质文化遗产组织起来轮番演出，加入旅游项目策划，将其开发成旅游产品。旅游开发提高了人民和政府对这些非物质文化遗产的重视，既保护了非物质文化遗产，也实现了经济效益和社会效益。

(2) 打造重点游憩娱乐区：在天柱峰景区、定江河客家夜生活街区、秋收起义文化公园、汤里文化旅游度假区、铜鼓红豆杉旅游度假区、铜鼓温泉小镇重点打造旅游综合服务区，打造一批集文化休闲、特色餐饮、娱乐购物于一体的特色文化街区，实现从单一观光向休闲娱乐转型，提升景区的吸引力与竞争力。

(3) 鼓励文化娱乐活动的常态化：推出城市和景区的夜游产品，打造以夜市、夜场、夜景、夜店等为代表夜经济类型，延长游客及市民夜间的消费时长，营造城市的夜生活氛围。重点优化提升游憩娱乐区夜游体验项目。

8.4 旅游娱乐体系

8.4.3 发展路径

旅游娱乐体系

(4) 丰富的娱乐休闲业态：借助现代技术手段，充分发挥文化资源的旅游价值，用文化元素提升旅游产品的文化品质和内涵形成新的文化旅游发展业态，推动旅游业转型升级，促进文化与旅游产业的融合发展。如秋收起义纪念地景区通过VR进行爱国主义教育。

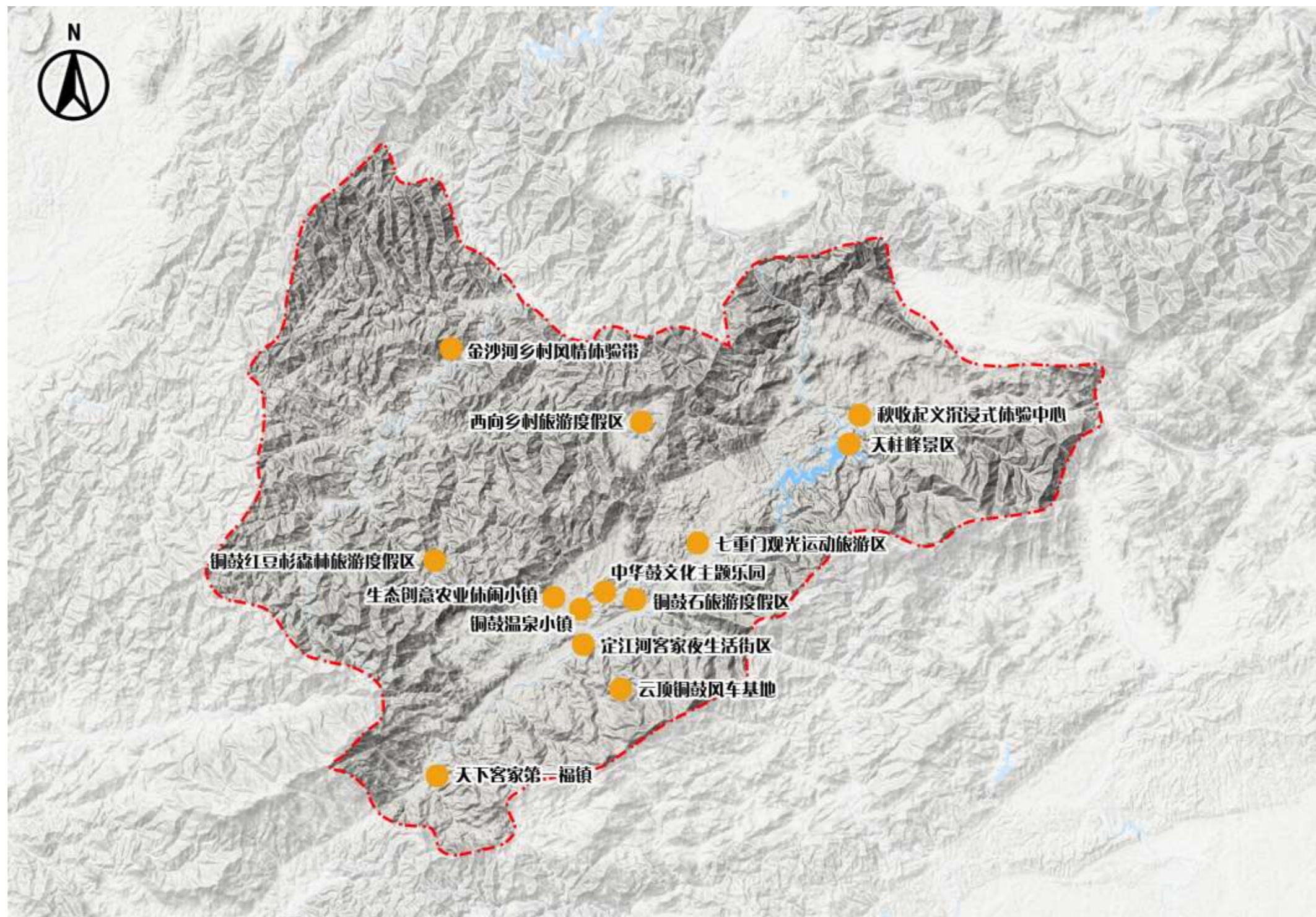
(5) 加强娱乐休闲场所的管理。铜鼓县城作为旅游的主要接待地，文化娱乐设施是必不可少的。要加强文化市场的管理，使文化娱乐服务更加规范。对现有的电影院、歌舞厅、酒吧等这些场所要加强管理，定期检查，督促其以先进的设施、优雅的环境、热情的服务迎接四海宾朋，给游客愉快的旅游生活增添乐趣。

(6) 建设具有特色文化的娱乐休闲场所。在十四五期间，依托铜鼓的秋收起义红色文化，开发一台“毛泽东在铜鼓”的实景演艺；在规划远期，依托铜鼓的鼓文化，开发一部情景短剧。在温泉小镇，以温泉养生、红豆杉养生为核心，建设一个以养生文化为主题的城市养生文化休闲公园。

8.4 旅游娱乐体系

8.4.4 发展布局

- 天柱峰景区
- 定江河客家夜生活街区
- 铜鼓温泉小镇
- 秋收起义沉浸式体验中心
- 太阳岭乡村避暑旅游区
- 铜鼓红豆杉旅游度假区
- 铜鼓石旅游度假区
- 中华鼓文化主题乐园
- 天下客家第一福镇
- 西向乡村旅游度假区
- 生态创意农业休闲小镇
- 金沙河乡村风情体验带
- 七重门观光运动旅游区



8.5 新要素服务体系

8.5.1 研学旅游服务体系

重要依托：毛泽东化险地景区、秋收起义文化公园、秋收起义沉浸式体验中心、中国红色标语展示馆、奎光书院文旅小镇、中华鼓文化主题乐园、东浒景区、生态创意农业休闲小镇、太阳岭乡村避暑旅游区

毛泽东
化险地

秋收起义
文化公园

秋收起义
沉浸式体验中心

中国红色标语
展示馆

东浒景区

中华鼓文化
主题乐园

奎光书院
文旅小镇

生态创意农业
休闲小镇

云顶铜鼓
风车基地

8.5 新要素服务体系

8.5.2 亲子旅游服务体系

重要依托：毛泽东化险地、定江河客家夜生活街区、汤里文化旅游度假区、铜鼓红豆杉旅游度假区、天下客家第一福镇、西向乡村旅游度假区、生态创意农业休闲小镇、湘赣竹文化体验园、东浒景区

毛泽东化险地景区

铜鼓红豆杉旅游度假区

生态创意农业休闲小镇

定江河客家夜生活街区

天下客家第一福镇

湘赣竹文化体验园

汤里文化旅游度假区

西向乡村旅游度假区

东浒景区

8.5 新要素服务体系

8.5.3 体育与户外旅游服务体系

重要依托：天柱峰景区、铜鼓石旅游度假区、大沕山森林养生景区、七重门观光运动旅游区、金沙河乡村风情体验带

天柱峰景区

铜鼓石旅游度假区

大沕山森林养生景区

湘赣边森林运动公园

七重门观光运动旅游区

8.5 新要素服务体系

8.5.4 文化类新业态

重要依托：毛泽东化险地、秋收起义文化公园、秋收起义沉浸式体验中心、定江河客家夜生活街区、汤里文化旅游度假区、奎光书院文旅小镇、中华鼓文化主题乐园、中国红色标语展示馆

毛泽东化险地

汤里文化旅游度假区

秋收起义文化公园

奎光书院文旅小镇

秋收起义沉浸式体验中心

中华鼓文化主题乐园

定江河客家夜生活街区

中国红色标语展示馆

9

全域旅游市场 营销策划

PART NINE



- 9.1 营销模式
- 9.2 营销目标
- 9.3 事件营销
- 9.4 节事活动营销

9.1 营销模式

“三地”营销模式：“目的地营销+客源地营销+网络营销”模式

目的地营销

- 塑造旅游目的地的形象
- 整合、开发有吸引力的旅游产品和服务
- 拉动节庆发展，吸引客源地旅游者的前来

客源地营销

- 瞄准目标人群，提供更为方便、全面的信息化产品
- 宣传促销整个地区的产品和服务
- 挖掘潜在需求，强化目的地营销，体现信息有效传递的功能

网络营销 (第三地营销)

- 服务客源市场
- 针对客源地和目标客户群进行精准营销
- 建立信息平台传播旅游企业的供给信息

“三地”营销模式

9.2 营销目标

总体目标：树立铜鼓县知名生态康养度假旅游目的地品牌

工作目标

- 打造**一个旅游营销著名品牌**，并获得较高的品牌认知度
- 包装并推广一批全国领先的旅游产品，并获得较高的游客满意度
- 建立以媒体广告、品牌节事及公关活动为主的旅游促销体系及营销框架



2020-2022年



2023-2025年

- 打造**康养度假、红色旅游、客家文化体验三个全国知名、区域著名品牌和若干全国领先专项及特色旅游品牌**
- 建立以节事营销为带动、以网络营销为主体、以媒体广告和公共活动为补充的多元化促销体系



事件营销

赣湘红色旅游推广联盟

9.3 事件营销

9.3.1 赣湘红色旅游推广联盟

活动背景

江西、湖南联手打造全国红色旅游融合发展创新区。

江西、湖南两省红色基因深厚，湘赣边区域是中国革命的重要策源地，是人民军队的重要建军地，为中国革命做出了重大贡献和巨大牺牲。近年来，建设湘赣边区域合作示范区成为深化赣湘合作的战略共识，发展红色文化旅游是其中重要内容之一。

活动内容

铜鼓县作为赣西红色文化综合型旅游区，发起江西与湖南两省“**赣湘红色旅游推广联盟**”，并成为盟主，固化会议场址，整合联盟两省一批有影响力的精品红色旅游景区，构筑一条独具特色的“走江湖”红色旅游线路，有力传承弘扬革命传统文化。



事件营销

国际温泉文化旅游节

9.3 事件营销

9.3.2 国际温泉文化旅游节

活动内容

宣传铜鼓温泉文化，依托温泉资源打响铜鼓养生品牌。

以汤里温泉为活动载体，打造国际温泉文化旅游节，积极运用

“温泉+会展”、**“温泉+运动”**、**“温泉+养生”**、**“温泉+美食”**模式，
宣传铜鼓温泉养生品牌。





事件营销

红豆杉养生节

9.3 事件营销

9.3.3 红豆杉养生节

活动内容

在每年红豆杉收获之后，举办红豆杉养生节，以红豆杉主题的**旅游商品消费+**
旅游餐饮+媒体接待会+新品发布会+养生讲座+红豆杉珍稀植物观赏等
形式开展节事活动，主要吸引中老年客群。





事件营销

长寿养生文化节

9.3 事件营销

9.3.4 长寿养生文化节

活动内容

一场活动表演：老年养生禅茶表演

二次颁奖典礼：“江西省十佳长寿老人”、“世纪长寿老人纪录片大奖赛”

三道养生盛宴：中华福宴、铜鼓客家山珍宴、红豆杉长寿养生宴

四个参与活动：老年登山比赛、老年太极拳表演、中国福寿文化灯谜、植长寿树



事件营销

天柱峰避暑节

9.3 事件营销

9.3.5 天柱峰避暑节

活动内容

森林养生，避暑胜地

游客在森林里避暑，在SPA中养生。避暑节将为期两个月，以“自然·悠闲”为主题，游客可在森林里做氧吧瑜伽，在水疗会所里享受现代与自然的完美结合。活动主要吸引家庭客群、老年客群和中高端客群。



9.4 节事活动营销

一月	山地自行车挑战赛	
二月	乡村旅游节	
三月	客家风情旅游节	
四月	油菜花节	
五月	客家美食节、荷花节	
六月	红豆杉养生节、晒红节	

七月	养生节	
八月	漂流节、消暑节	
九月	登山节、重阳节	
十月	竹文化节、晒红节、稻香节	
十一月	鼓文化节	
十二月	温泉节、滑雪节	

10 全域旅游 公共服务规划

PART TEN



10.1 咨询服务设施规划

10.2 旅游交通规划

10.3 智慧旅游规划

10.4 环卫设施规划

10.5 标识系统规划

10.6 休憩设施规划

10.1 咨询服务设施规划

10.1.1 分级构建咨询服务体系

分级构建咨询服务体系

- **选址原则**：靠近县区或重要景点及交通枢纽，依托客运站等交通节点布局。
- **县级全域旅游服务中心**：承担全域旅游的核心服务职能，是整个铜鼓县的交通集散中心和服务集核，主要功能有咨询辅导、预约预订、休息与展示、医疗安全、导游解说、交通换乘等综合服务职能。
- **二级全域旅游服务中心**：依托天柱峰、毛泽东化福地主要景区设置交通枢纽建设旅游服务中心。主要功能与参照县级全域旅游服务中心布置。
- **三级全域旅游咨询点**：在花山林场、三都镇、温泉镇、棋坪镇、大垵镇林场等乡镇依托住宿和餐饮设施布置，构建无死角的全域旅游服务体系。提供有疏散、服务等功能，维持旅游区内的正常秩序与游客日常需求

10.1 咨询服务设施规划

10.1.2 主客共享

县旅游集散服务中心以

“集散功能+展示功能+县域休闲功能+旅游要素配置+行政办公功能”

为功能设置的前提，建设旅游巴士换乘中心、咨询服务中心、旅游展示区、文化广场、旅行社业务中心、特产购物中心、特色美食街、精品酒店、房车营地、旅游行政管理中心，实现主客共享。



10.1 咨询服务设施规划

10.1.3完善服务设施

- 添置资料展架、电子触摸屏、伞架、轮椅等基础硬件设施，进一步加强景区游客中心、旅游厕所、旅游标识系统等公共设施建设，导览指示更加明确。



10.2 旅游交通规划

10.2.1 交通枢纽



- 增强交通枢纽的旅游服务功能，配备旅游咨询服务中心，设置铜鼓县全域旅游导览图。
- 提升交通枢纽的通行能力。以快速连接宜春、新余、萍乡、长沙、吉安、九江、武汉等周边城市，形成对4小时客源市场的交通吸引力。航空交通方面，可连接南昌昌北机场、宜春明月山机场、长沙黄花机场。扩容现有公路客运站，按宜春地区游客增长率年均23%的比例适当增加铜鼓至宜春、南昌、长沙、浏阳、武汉等周边城市的旅游客车数量。

10.2 旅游交通规划

10.2.2 外部交通

打造湘赣边旅游环线

依托杭长高速公路，加强湘赣边交通通道对接，将湖南浏阳市与铜鼓县开通铁路线路列入两省的十四五交通规划工程，**共同打造湖南与江西铜鼓互联互通的湘赣边红色旅游环线。**打通浏阳大围山景区与排埠集镇区域的旅游公路，推动铜鼓与大围山景区联动发展的实质性进展。



10.2 旅游交通规划

10.2.3 内部交通

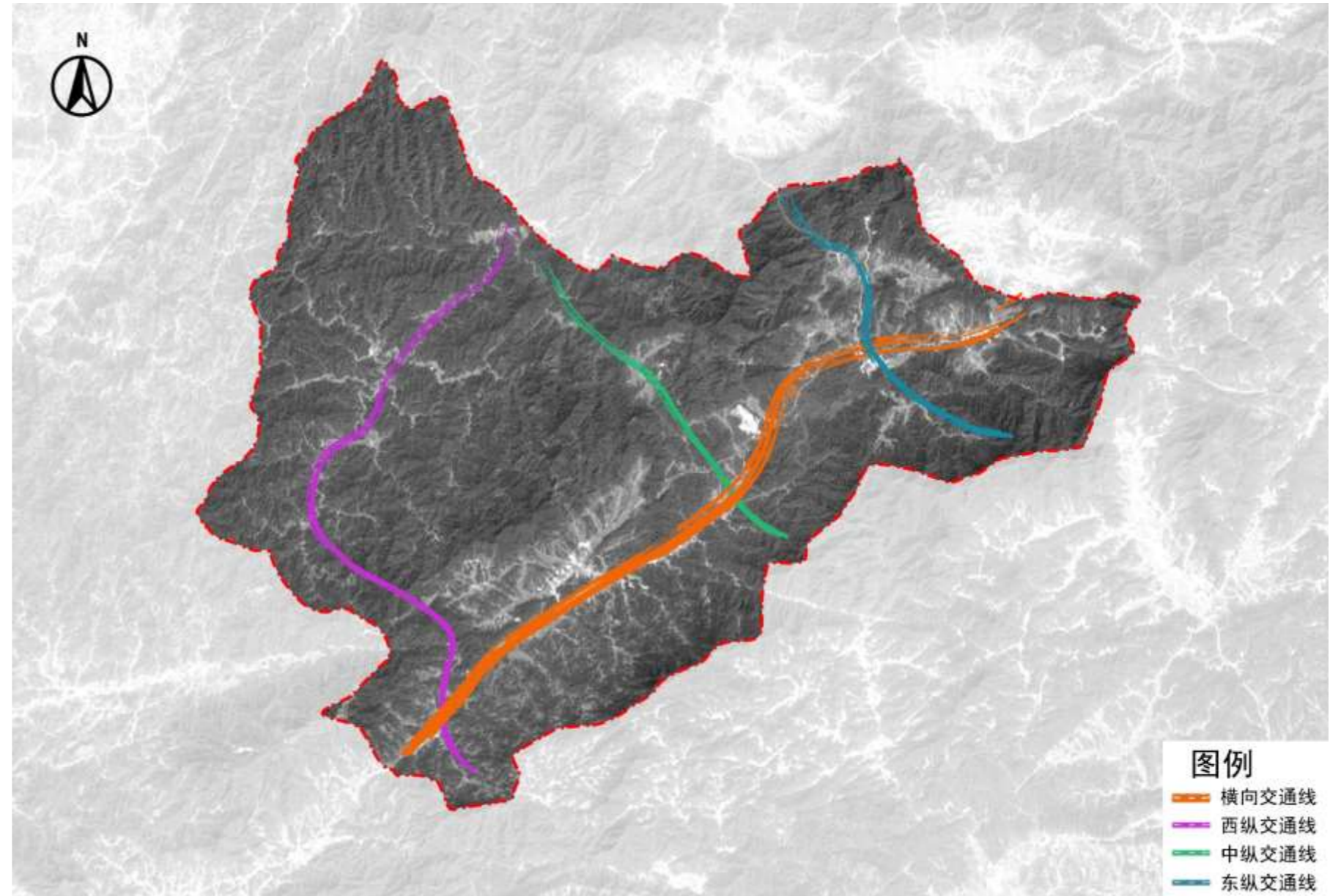
一横：杭长高速是贯穿铜鼓的省际大通道，对外联系湖南、修水、宜丰、奉新等地，内部联接排埠、永宁、三都、大垵等镇、带溪乡，是县域东部、中部、西部横向联系的主通道。县域里程约63公里，按二级公路标准建设。打通大围山与铜鼓县城的旅游公路。

三纵：由三条南北向道路形成十字交通网络，均按三级公路标准建设。

西纵：由排埠大感桥—大汾山—上庄—高桥—棋坪—港口组成，该线连接排埠镇、温泉镇、高桥乡、棋坪镇、港口乡，是联系修水县的重要通道，也是与周边地区红色旅游联系的主要线路。

中纵：铜万高速延伸段，由三都—西向—港口—复原乡（修水）—东港乡—石坳乡—古市镇—白岭镇—全丰镇（修水）—通城县（湖北）组成，是铜鼓中部通往修水、通城县的重要南北向交通联系通道，争取纳入江西省公路规划网。

东纵：由公益—汤里—大垵—双红组成，是县域东部联系修水与奉新的主要通道，打通了县域东部南北向交通联系。其中大垵—双红作为远期规划线路。



10.2 旅游交通规划

10.2.3 内部交通

环网：经棋坪的第一纵、第三纵共组同成县域西北部交通网络，旨在加强西北部与修水、湖南的交通联系。为带动棋坪、高桥、港口的旅游发展，全县应形成交通环网，可修筑港口 - 赤洲 - 水坪 - 西向 - 浆里 - 茶山 - 浒村 - 汤里 - 大垵 - 带溪乡的东西向公路，建立修水 - 铜鼓两大红色旅游区之间的环网路线，促进两县红色旅游抱团发展。

完善主干道标识系统：做好全县高速、国道、省道的养护工作，提升沿线的景观建设，使用专用外部交通标识。建设旅游服务区、自驾营地、露营基地及交通驿站，在主干道及风景廊道上重点分布。



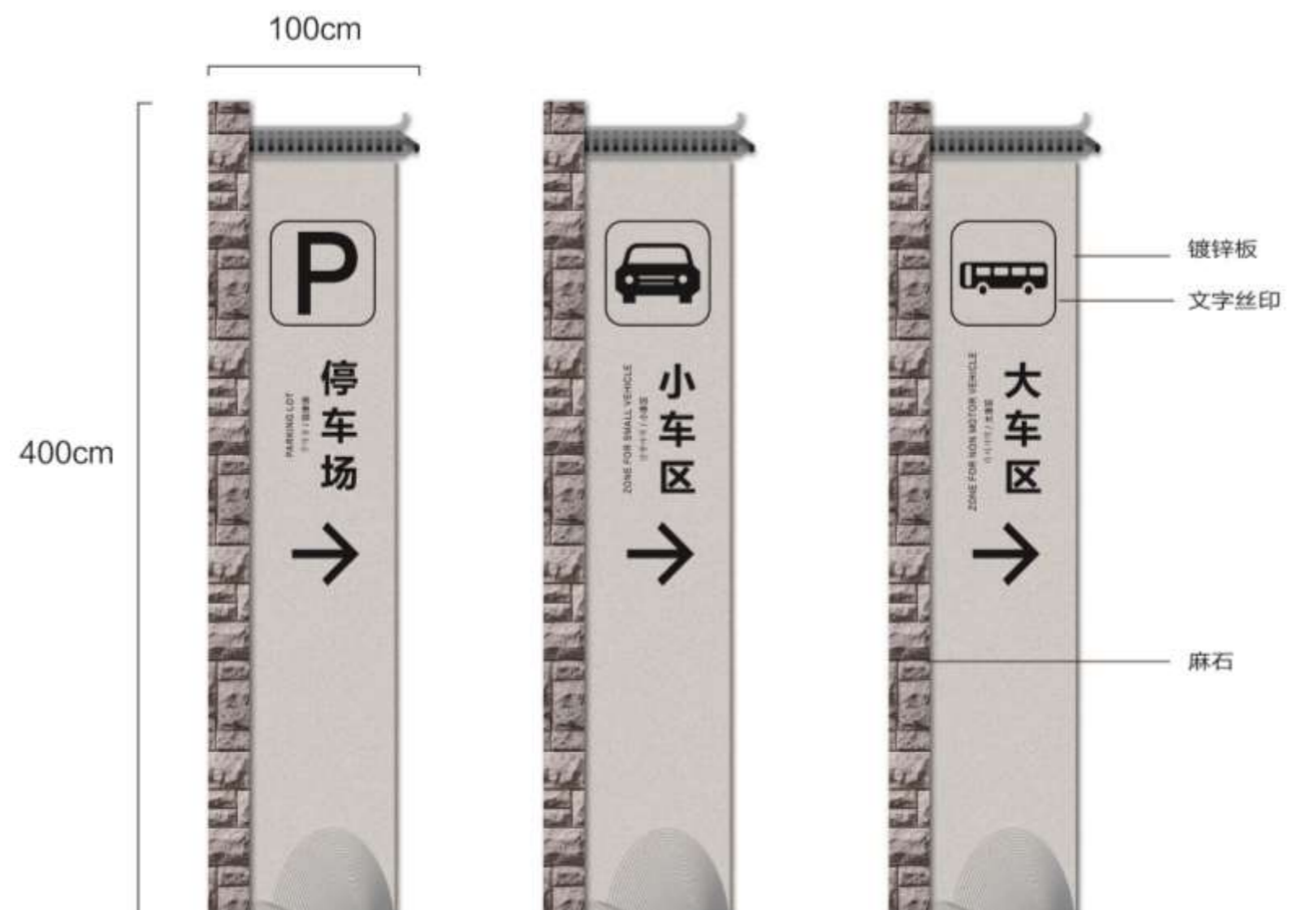
10.2 旅游交通规划

10.2.4 停车场

建立旅游停车场系统，将游客集散中心、旅游景区的停车场形成系统，统一管理。

每一个4A级以上景区配备一个生态停车场，总面积10000平方米以上。

建设标准：集散中心和景区的主停车场按生态停车场标准建设，设置明显的分区标志和残疾人停车位，完善停车场内部交通标识；分设出入口，专人管理。



10.3 智慧旅游规划

10.3.1 一个旅游数据中心

建设铜鼓县智慧旅游数据中心，接入国家智慧旅游平台。

主要功能为旅游数据采集、经济监测、安全监测，覆盖所有乡镇（场）；

依托平台建立铜鼓县旅游经济宏观分析与预警机制，对接主要旅游服务场所，形成旅游统计指标体系和评价指标体系，定期公布和上报县域旅游基本数据。

通过数据中心，与交通、统计、工商等相关部门的数据共享，加强旅游产业的融合发展。



10.3 智慧旅游规划

10.3.2 三大智慧旅游平台

三大智慧旅游平台

(1) 智慧旅游管理平台

智慧旅游监管平台以政府为服务对象，主要发挥数据采集、运行检测、客流预测、移动监管和本地门户等功能。

数据采集：涉旅基础数据、运行数据的采集、存档与分析等。运行监测：客流统计、景区监控和涉旅商家征信等。

客流预测：客源地、景区热度及节假日客流量预测等。

本地门户：旅游地图、虚拟地图、信息推送等。

(2) 智慧旅游服务平台

智慧旅游服务平台以游客和居民为服务对象，重点提供智慧商圈、智慧景区、智慧餐饮、智慧酒店、智慧导游等服务。

(3) 智慧旅游营销平台

一方面针对县域自身营销，另一方面主要以商家和景区（点）为服务对象，重点提供商家微站、目的地电商、OTA 分销及活动策划等服务。

县域营销：建设面向主要省内外客源地的多语种县域旅游宣传网站，增进与客源地媒体、旅游分销渠道的在线营销合作，利用微信、微博、客户端等新兴媒体构建多角度旅游营销平台，扩大铜鼓县旅游目的地知名度和美誉度。

活动策划：上线商家可参与在线促销、实时直播等。

10.3 智慧旅游规划

10.3.3 三大智慧旅游载体



(1) 智慧旅游县城

以“旅游+互联网”为发展理念，逐步构建铜鼓特色智慧旅游县域体系。在铜鼓县步行购物街区、公共休闲广场、图书馆、博物馆等区域实现无线网络（WiFi）、电信网络基础设施覆盖，并提供平板、触控屏幕、PC、SOS 等旅游信息互动终端。

(2) 智慧旅游乡村

以互联网为媒介，以旅游发展为助力，拓宽铜鼓县乡村旅游产品的销售渠道。建立乡村旅游电子商务平台，实现线上农产品咨询、预订、销售、评价等功能，助力推介县内优质农副特产和旅游商品，树立旅游商品品牌，提高产品形象与附加值。

(3) 智慧旅游景区

以互联网信息系统技术为依托，打造铜鼓县智慧旅游景区。将天柱峰、汤里温泉、秋收起义沉浸式体验中心、秋收起义文化公园等景区作为铜鼓县首批智慧旅游景区试点，加快景区内的信息化建设，推进软硬件升级，加强信息回馈管理，实现景区免费 WiFi 覆盖、智能导游、电子讲解、电子商务、智慧管理。

10.4 环卫设施规划

10.4.1 旅游厕所

(1) 完善旅游厕所管理体系

明主体 分任务

- 明确旅游厕所建设提升责任主体
- 科学规划旅游厕所数量、等级与布局
- 将全县厕所建设任务下发至下级单位

抓龙头 强示范

- 以铜鼓县3A级及其以上旅游景区/客运站点/集散中心/绿道的厕所为提升建设重点
- 完善通往重点旅游景区交通沿线上旅游厕所设施
- 引导旅游村镇及绿道的厕所升级

勤督查 多评比

- 定期组织旅游专家、社会监督员和媒体记者对铜鼓县A级旅游景区（点）旅游厕所服务质量、高峰期容量管理和安全管理工作进行专项督查，评比分级管理。

10.4 环卫设施规划

10.4.1 旅游厕所

(2) 实施旅游厕所发展三年行动计划：

AAA级旅游厕所

选址：4A级以上景区、风景廊道重要节点、重点开发景区、集散中心、机场、客运站、休闲街区等主要节点和游客集中地。

占比规模：60%。

AA级旅游厕所

选址：3A级以上景区、风景廊道沿线、休闲街区等重要节点。

占比规模：30%

A级旅游厕所

选址：根据人流量和游客流向设置

占比规模：10%



10.4 环卫设施规划

10.4.2 垃圾处理设施

(1) 垃圾桶

垃圾箱数量：主要游览线每隔100米设置一个垃圾箱，游客密集处50米设置一个垃圾箱。

造型与材质：垃圾箱的造型选择上可以采用具有铜鼓地质地貌风格的彩色垃圾桶，亦可根据不同功能分区来提炼不同元素。

分类设置：垃圾箱应采用半封闭式开口。垃圾箱按照可回收和不可回收分类设置，标识符使用正确。

(2) 垃圾处理

4A级以上景区建立垃圾中转站，集中处理。

偏远地区及游客量较少区域使用垃圾车清运。

每个区域安排专人流动清扫，日产日清，垃圾进行分类处理。



10.5 标识系统规划

完善铜鼓县的公益配置，按照《旅游景区公共信息导向系统设置规范》、《公共信息图形符号》设计标准，结合铜鼓特色设计一套规范统一、简单明晰、生动形象的标识系统，明确表示指示物的内容、位置、方向等信息，综合解决铜鼓县全域公共服务设施的信息传递、识别、辨别和形象传递等问题。

（1）道路标识系统

提升国道、省道以及县道、乡道的交通标识系统，做好铜鼓县主要出入口以及岔路口的交通标识，便于游客准确快速识别，给予及时的交通指引，同时强化金铜鼓印象。同时，做好铜鼓县山道拐弯处弯道镜的设置，降低山区交通的危险系数。

（2）设施标识系统

铜鼓县全域热点区域以及重要旅游节点做好设施指示牌，点明县城标志物以及基础接待设施的名称、方位、距离、路线、简介等信息，指示牌设置在明显位置，文字精炼醒目。

（3）旅游指示系统

铜鼓县精品旅游景区使用具有铜鼓县文化特色的旅游标识系统，设置旅游指示牌，标明景区（点）的游览方位、旅游线路、详细介绍等核心信息，节点处设置电子导游讲解机。

10.5 标识系统规划



10.5 标识系统规划



10.5 标识系统规划



导览图

420cm

300cm

铜鼓县

景区导览图
SCENIC GUIDE MAP

铜鼓景区导览图 / 景区导览图

景区简介

INTRODUCTION

铜鼓县简介 / 景区导览图



- ① 主要景点
- ② 主要公路
- ③ 主要河流
- ④ 主要湖泊
- ⑤ 主要山峰
- ⑥ 主要桥梁
- ⑦ 主要建筑
- ⑧ 主要入口
- ⑨ 主要出口
- ⑩ 主要道路
- ⑪ 主要水系
- ⑫ 主要人口

镀锌板

文字丝印

麻石

10.5 标识系统规划

景物介绍牌

150cm

230cm



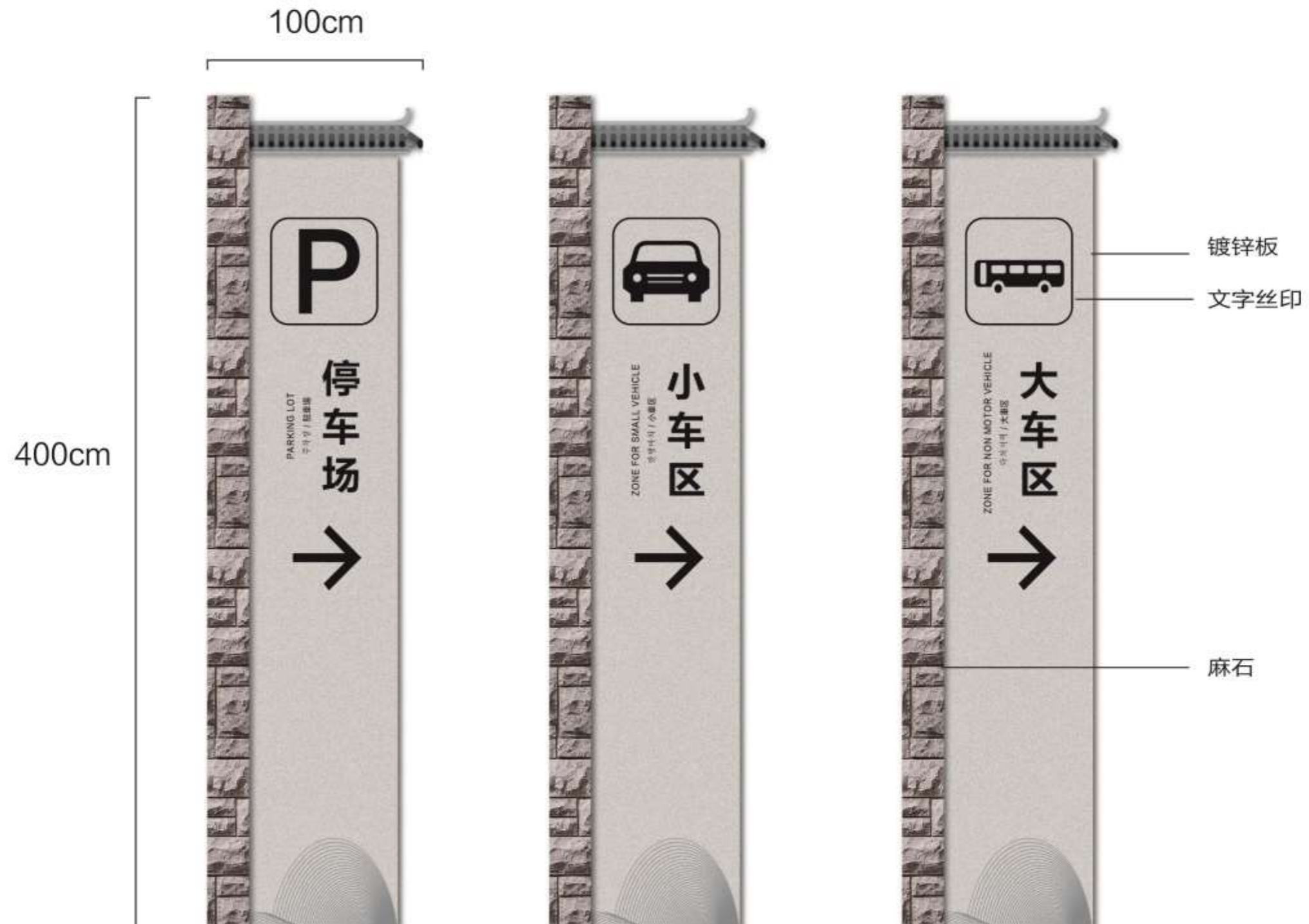
镀锌板

文字丝印

麻石

10.5 标识系统规划

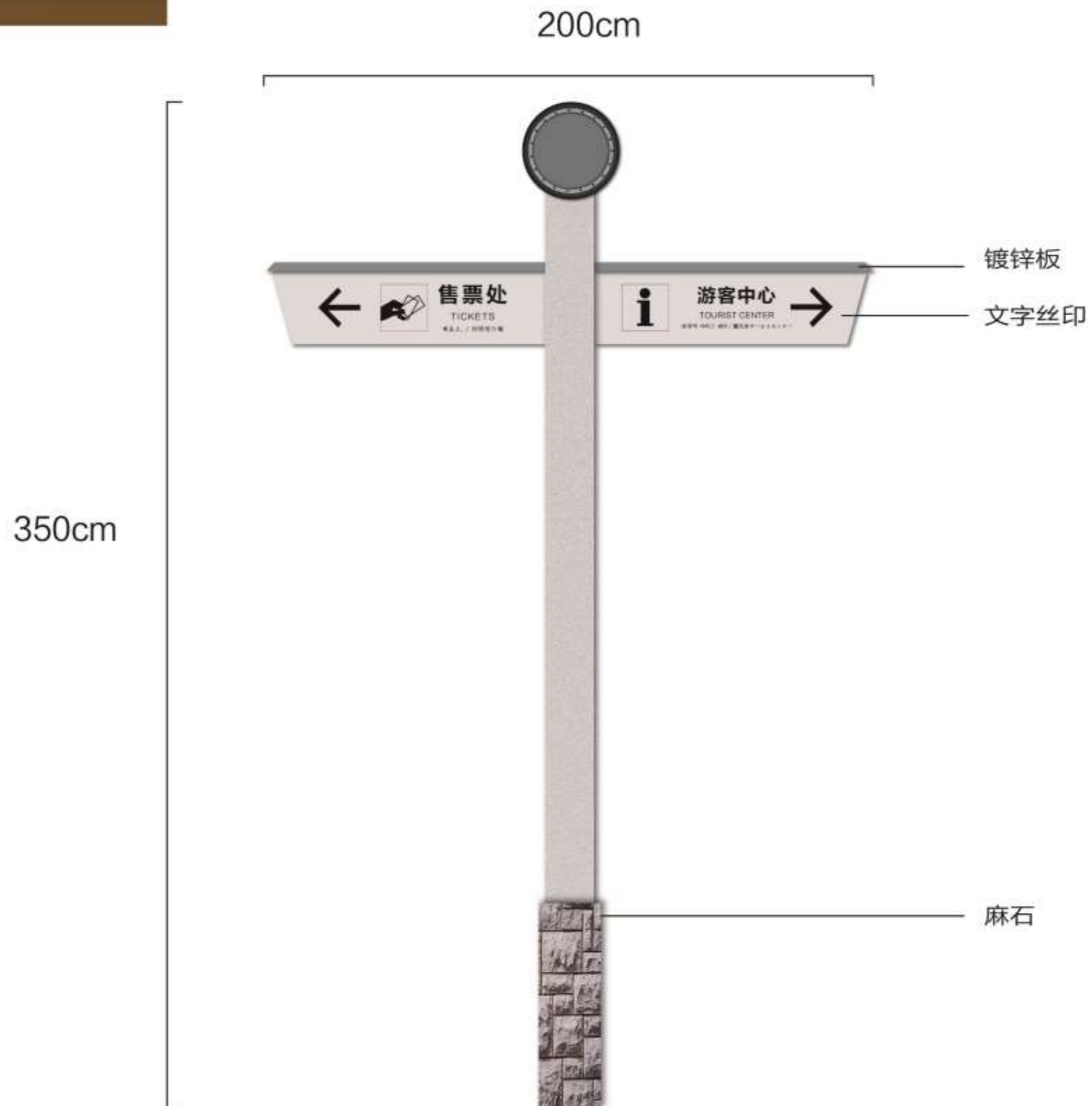
停车场指示牌



10.5 标识系统规划



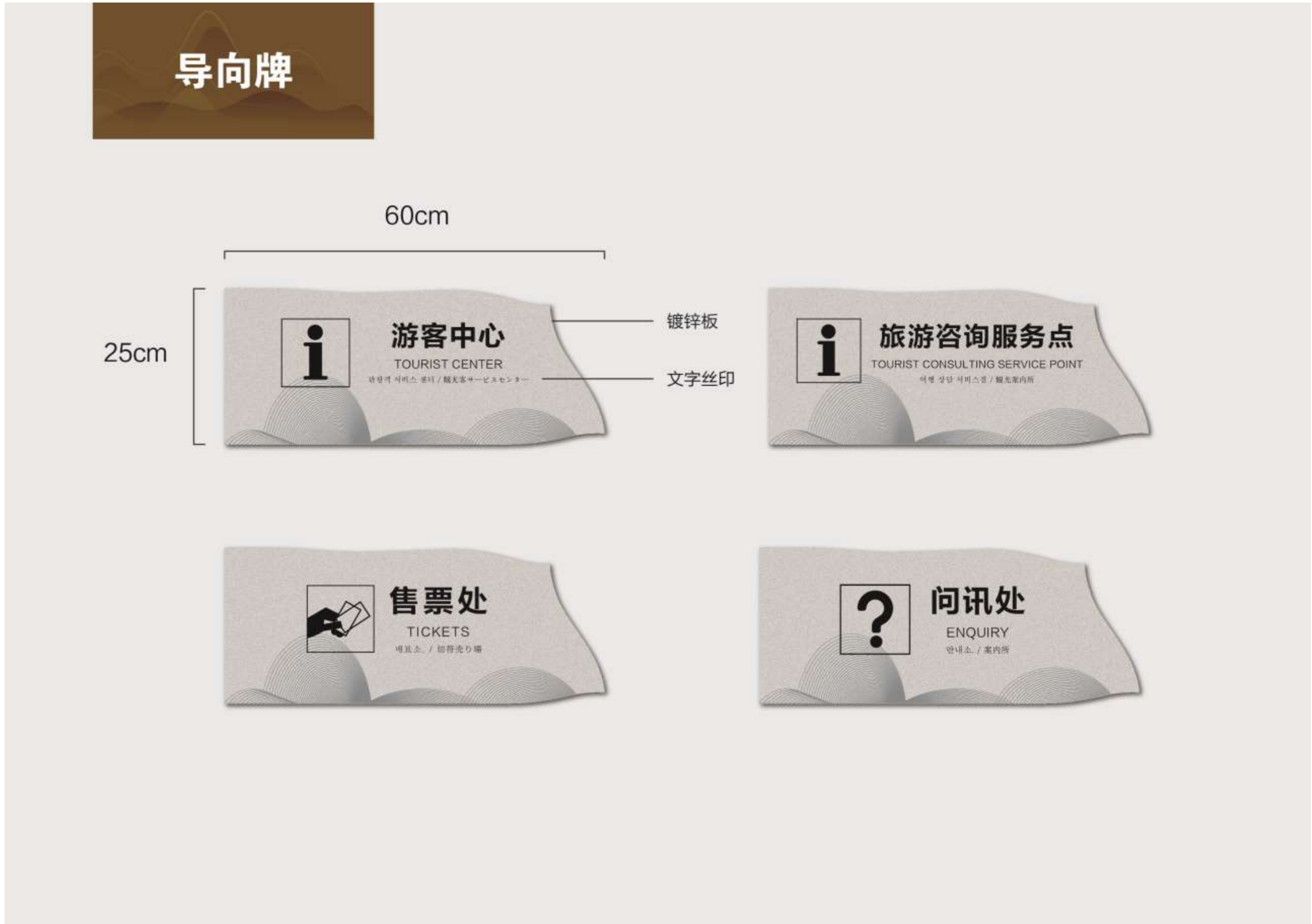
10.5 标识系统规划



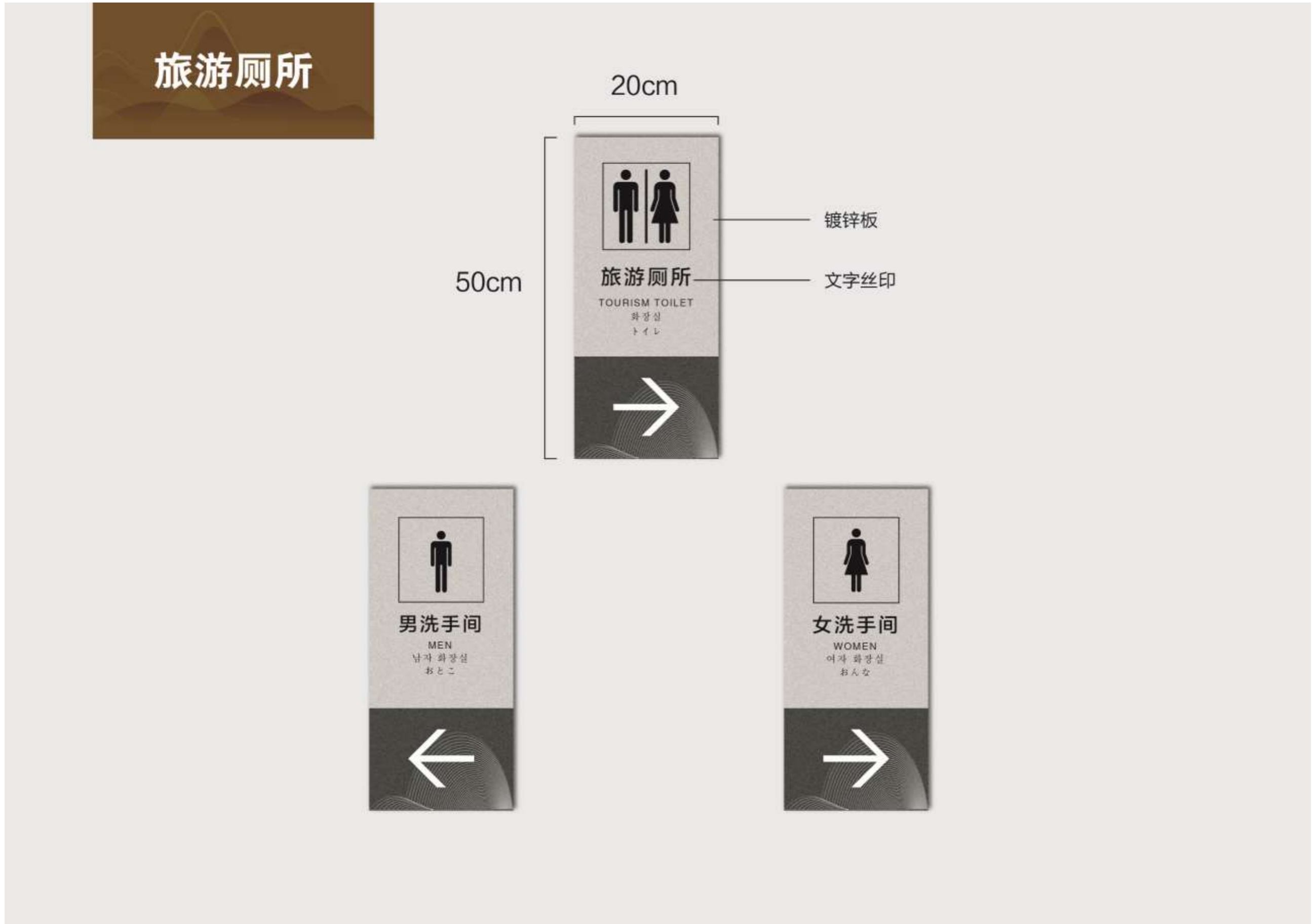
10.5 标识系统规划



10.5 标识系统规划



10.5 标识系统规划



10.5 标识系统规划



10.5 标识系统规划



10.6 休憩设施规划

(1) 形式

观景亭廊、座椅

(2) 布局

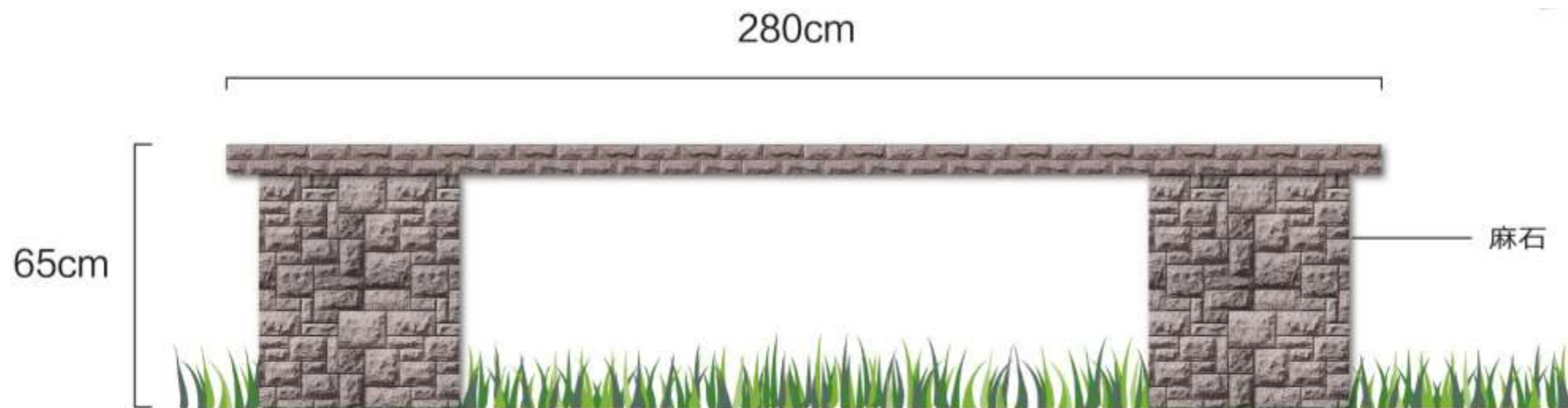
主要依托游步道、风景廊道分布，在民宿点、餐饮点、观景点、游线交叉点主干道等位置布置。

(3) 数量

主游步道50米设置一个休憩座椅，其他区域根据资源点和项目点设置休憩设施数量。

(4) 风格

突出铜鼓的文化气息，根据不同区域的主题进行风格确定。



11 全域旅游保障 体系规划



PART ELEVEN

11.1 运营保障

11.2 人才保障

11.3 资金保障

秋收起义纪念地

11.1 运营保障

优化企业营商环境

清理阻碍旅游市场主体发育壮大的规章制度和政策措施，进一步规范审批行为，简化审批流程，扩大网上审批，提高行政效率。减少对包括泛旅游企业的干扰，优化舆论环境，加强宣传引导，营造全社会关心、支持、推进泛旅游市场主体发展的良好氛围。

积极推进旅游“暖企行动”

进一步加大对旅游企业的服务、咨询、扶持力度，切实解决旅游企业发展过程中的困难和问题。

推进政府和社会资本合作

支持社会资本以 BOT、DBO 以及结合运营性项目综合开发等多种方式，参与旅游基础设施项目建设。已建成的项目，可通过 TOT、委托运营、股权出让、融资租赁、整合改制等方式转让给社会运营。

11.1 运营保障

创新产业发展专项资金扶持方式

针对不同旅游产品业态以及市场欢迎热度设立不同的专项扶持资金，对于新业态产品给予较高的扶持额度，以充分发挥专项扶持资金对社会资金的撬动作用以及对新兴旅游业态培育的市场引导和促进作用，提升扶持效果。

调整产业运营主体

重点引进国内外一流的健康、旅游、特色农业等产业运营商，由专业产业运营机构直接对接全球前沿技术、市场，争取项目快速落地。

大力引进县城运营商，把产业园区的可经营资源如土地、基础设施等资产，交由社会资本进行开发运作，促进公共配套项目快速落地，为企业进驻提供便利。

扶持中小微企业发展，夯实铜鼓旅游产业根基。

探索多元介入的运营机制

对于旅游项目和县城公共空间的设计和运营，需要有不同的社会群体介入。完全精英化的专业团队，并非是最优选择；更好的项目建设和空间营造，需要将普通市民的意见与精英团队的想法，进行综合。探索工作坊合作制、三维空间体验参与等方法调动市民参与。

11.2 人才保障

成立专家顾问委员会

聘请著名旅游院校学者、旅游主管领导、旅游企业骨干以及旅游民间智库专家，担任铜鼓县的咨询顾问。专家组通过实地考察指导、讲座培训等形式，为创建工作提供关键信息，及时建言献策，使旅游界同人时刻更新观念，跟上全国乃至全世界旅游产业发展潮流。

针对性的引进产业运营人才

引进大学生创业群体、返乡创业人士、跨界企业、规划设计专业机构或人才、艺术家、小资文艺群体等方面的人才，充分利用人才的专业优势，引进旅游新业态、新产品，探索旅游发展新模式，并推动创新型实体项目落地运营，催生各类艺术工作室、县内文创空间与休闲商业的出现。

推出人才引进激励政策

针对重点培育发展的旅游项目，针对性的引进旅游新业态经营人才，配套专项优惠政策，包括设立创业扶持基金，补贴土地、农宅租金，减免经营税收，基础配套设施支持、行政程序简化等。

11.2 人才保障

（4）建立促进人才流动的机制

引进、选派其他部门一批优秀干部到旅游发展建设的第一线和关键岗位上工作，提高行动执行力与专业性，全面提升信息沟通效率、行动执行效率。

（5）建立覆盖全县的旅游培训网络体系

建立旅游就业岗位目录，针对岗位人员技能要求，实施旅游从业人员的分级分类培训和管理，重点培养旅游主管部门人才、高层次旅游经营管理者、旅游短缺专业人才，加强各个景区基层从业人员专业技能的培训，推动建立覆盖全县各个景区的旅游培训网络体系。



11.3 资金保障

创新旅游投融资机制

推进旅游资产证券化试点，促进旅游资源市场化配置，因地制宜建立旅游资源资产交易平台，鼓励有条件的地方政府设立旅游产业促进基金，引导各类资金参与全域旅游建设，鼓励开发性金融为全域旅游项目提供支持。

出台支持全域旅游发展的综合性政策文件

加大财政支持力度，加大对旅游基础和公共服务设施建设投入力度，鼓励统筹各部门资金支持全域旅游建设。对全域旅游重大建设项目优先纳入旅游投资优选项目名录，优先安排政府贷款贴息。

成立文化旅游产业基金

发挥旅投公司的平台作用，参与旅游公共设施投资和建设，撬动更多社会资金投入文化旅游基础设施、服务平台和人才机制建设。扶持重点旅游目的地发展，对新创建高等级（5A、4A）旅游景区、高星级（五星级、四星级）酒店、生态旅游示范点等荣誉的旅游企业给予奖励。发挥扶持资金“四两拨千金”的作用，加大对旅游公共服务设施、智慧旅游、吸引过夜游客、人才引进等有利于提升铜鼓旅游发展水平的项目的扶持力度。加大对旅游新业态发展扶持，对精品度假、主题民宿、户外运动、文化创意、修学旅游、科技养生等旅游新兴业态进行重点培育。

鼓励旅游企业做大做强

支持符合条件的旅游企业上市，鼓励金融机构加大对旅游企业的信贷支持。积极发展旅游投资项目资产证券化产品，推进旅游项目产权与经营权交易平台建设。积极推进落实旅游中小企业享受国家相关扶持政策。

12 近期行动计划

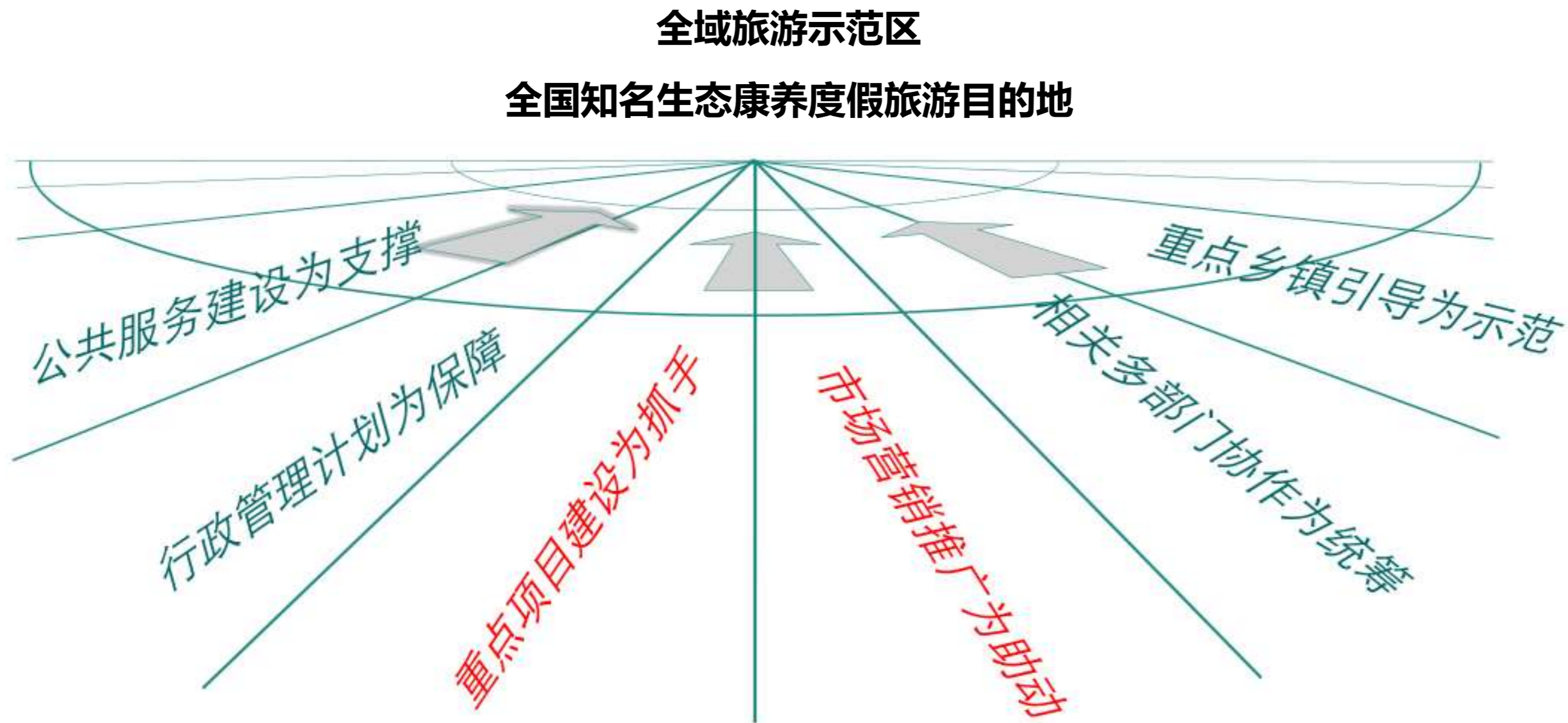
PART TWELVE



- 12.1 近期行动目标与思路
- 12.2 项目分期建设计划
- 12.3 近期旅游营销计划
- 12.4 近期全域旅游公共服务体系建设计划
- 12.5 近期体制机制搭建计划

12.1 近期行动目标与思路

近3年内，紧紧围绕**创建“全域旅游示范区”**的总体目标和**“全国知名生态康养度假旅游目的地”**的战略目标，通过“融大局、做整合、抓产品和营销、搭平台”，推动旅游品牌市场营销、推动旅游公共服务建设、推动旅游综合改革等重点工作，促进铜鼓旅游业持续健康发展，将铜鼓打造成为**“乡村公园县”** **“美丽经济示范县”**。



12.2 项目分期建设计划

序号	项目级别	项目名称	项目分期	
			一期	二期
01	引擎项目	天柱峰景区	√	√
02		毛泽东化险地	√	√
03		汤里文化旅游度假区	√	√
04		秋收起义文化公园	√	√
05		铜鼓红豆杉森林旅游度假区		√
06		铜鼓石旅游度假区		√
07		秋收起义干部学院	√	
07	重点项目	定江河客家夜生活街区	√	
08		七星岭滑雪场	√	
09		尖尾峡漂流景区	√	
10		中国红色标语展示馆		√
11		铜鼓温泉小镇		√
12		大汾山森林养生景区		√
13		天下客家第一福镇	√	
14		西向乡村旅游度假区		√
15		秋收起义沉浸式体验中心	√	
16		奎光书院文旅小镇	√	√

12.2 项目分期建设计划

序号	项目级别	项目名称	项目分期	
			一期	二期
17	支撑项目	田园浒村	√	
18		东浒景区	√	
19		茶山林海养生庄园		√
20		七重门观光运动旅游区		√
21		龙门避暑度假小镇		√
22		修河源生态森林公园	√	
23		中华鼓文化主题乐园		√
24		客家风情养生度假小镇		√
25		宁红茶康养庄园		√
26		生态创意农业休闲小镇	√	√
27		金沙河乡村风情体验带	√	√
28		湘赣竹文化体验园		√
29		铜鼓养生健康产业园		√
30		太阳岭乡村避暑旅游区		√
31		云溪香谷乡村风情旅游区		√

12.3 近期旅游营销计划

任务：

旅游营销与项目招商同步；更新推广铜鼓旅游的新形象，提升市场知名度，把控客流渠道；从招商引资到招商选资，获取旅游招商的主动权，引入区域旅游运营商，促成龙头项目启动。

营销

更新形象，把控渠道

- 塑造并推广“修德养生，好运铜鼓”品牌，培育铜鼓旅游“粉丝”超100万。
- 核心客源地营销推介，节事营销、体验式营销、话题营销、公关营销并举，为毛泽东化险地、天柱峰景区申报国家5A级景区造势。
- 精心打造天柱峰景区、毛泽东化险地、秋收起义文化公园、汤里文化旅游度假区、铜鼓红豆杉森林旅游度假区、铜鼓石旅游度假区“六张名片”

12.4 近期全域旅游公共服务体系建设计划

任务

初步建立铜鼓全域旅游公共服务体系，初步建立全域绿道游憩环。重点完成县城旅游集散中心建设。

信息服务系统

1. 重点片区游客服务中心
2. 铜鼓网络信息服务平台
3. 铜鼓道路标识系统
4. 自助导览服务系统

交通服务系统

1. 原有绿道改造提升
2. 完善旅游公共交通系统
3. 开通铜鼓旅游专线

旅游配套服务系统

1. 重要节点营地建设
2. 特色住宿系统建设
3. 旅游餐饮系统建设
4. 旅游娱乐系统建设
5. 旅游便民工程建设

旅游保障系统

1. 危险地带安全防护设施建设
2. 重点景区旅游基础设施提升
3. 旅游安全防范与预警机制
4. 旅游投诉平台建设
5. 区域旅游协调合作机制

12.5 近期体制机制搭建计划

（一）加强组织领导，健全机制保障

- 建立党政一把手领衔的全域旅游领导机制与工作机制；
- 成立铜鼓县文旅融合发展领导小组，将文化旅游工作纳入县委县政府重点督查考核内容；
- 建立旅游片区和旅游重大项目区领导挂点联系制度；
- 成立全域旅游顾问委员会，聘请知名专家及文化名人为旅游发展建言献策；
- 各部门、各镇街主动作为，推动形成政府引导、部门联动、协会参与、全民共创的良好局面，营造了“处处是旅游景区，人人是形象大使”的浓厚氛围。

（二）创新制定措施，夯实政策保障

创新制定政策措施，印发实施《铜鼓县促进全域旅游发展管理办法》，在资金、用地、宣传以及基础设施建设等方面强化扶持。加大资金、用地等扶持力度，每年都安排专项资金支持旅游产业高质量发展。

（三）管控秩序安全，优化治理体系

深入推进综合执法改革，组建景区行政执法处，依法集中行使市政管理、规划建设、工商、票务稽查等方面的行政处罚权和旅游投诉处理等工作；建立生态旅游巡回法庭，设立统一的旅游咨询投诉电话，完善消费维权联动机制及纠纷调解、快审机制；提高旅游突发事件快速反应处置能力，旅游安全保持平稳态势。

铜鼓县



• TONG GU

全域旅游发展规划

Tonggu County regional tourism development plan