青城山康养文旅发展片区旅游专项规划(2021–2035)

（征求意见稿）

2025 年 12 月

目 录

第一章 规划导则.....1
1.规划目的.....1
2.背景分析.....1
3.编制意义.....2
4.规划范围.....3
5.底图底数.....3
6.规划依据.....3
7.上位规划落实、相关规划衔接.....5
第二章 综合评价.....8
1.区位条件分析.....8
2.政策条件评价.....9
3.旅游资源条件评价.....12
4.旅游市场条件评价.....17
5.SWOT 分析.....20
6.问题研判.....21
第三章 发展战略与定位.....23
1.国际案例分析.....23
2.发展片区战略.....25
3.片区发展定位与目标.....27
4.片区发展路径.....28
5.产业布局与功能区识别.....29
第四章 旅游产品供给体系规划.....31
1.旅游品牌体系建设规划.....31
2.旅游产品体系规划.....31
3.旅游线路产品规划.....32
4.旅游节庆产品活动策划.....33
5.旅游宣传与运营规划.....33
第五章 旅游基础服务设施规划.....35
1.对标世界级旅游景区标准.....35
2.人口规模预测.....37
3.旅游基础设施与公共服务设施配置标准与思路.....38
4.旅游交通规划.....39
5.公共服务设施规划.....41
6.市政基础设施规划.....43
7.防灾减灾与环境保护规划.....45
第六章 重点旅游功能区规划.....47
1.青城山世界级旅游目的地服务中心.....47
2.世界遗产文旅主轴.....47
3.农旅融合发展片区.....48
4.天府熊猫文旅新城示范区.....49
5.大青城遗产旅游发展片区.....49
第七章 旅游用地规划.....50

1.旅游基础服务设施用地.....50
2.旅游项目用地.....50
3.旅游综合用地平衡.....51
第八章 国土空间规划衔接.....52
1.片区国土空间“三区三线”衔接.....52
2.片区用地指标与规模衔接.....52
3.片区供地方式与时序对接.....52
第九章 实施保障.....53
1.体制保障.....53
2.政策支持.....55
3.资金保障.....56
4.人才保障.....57

第一章 规划导则

1.规划目的

（1）衔接四川省“两项改革”后半篇，助力两项改革，优化资源配置

围绕“优化资源配置”，盘活用好镇村公有资产和乡镇机构编制等资源。抓紧开展资产清查，分层分类制定盘活方案，不断提高综合利用效率。

围绕“增强服务能力”，着力优化镇村便民服务、农村公共服务等布局。

（2）衔接国土空间规划，推进青城山片区高质量发展

有效衔接和细化青城山国土空间总体规划中旅游方向内容；对青城山片区旅游空间保护、开发、利用等做出具体安排，推进青城山片区旅游业高质量发展。

2.背景分析

国家级政策文件《关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国发〔2014〕31号）中明确指出，要积极培育壮大市场主体，扶持特色旅游企业，大力发展老年旅游。结合养老服务业、健康服务业发展，积极开发多层次、多样化的老年人休闲养生度假产品。《关于加快养老服务业发展的若干意见》（国发〔2013〕35号）提出，满足养老服务多样化、多层次

需求，可将闲置的公益性用地调整为养老服务用地。相关国家政策为康养产业发展带来重大战略机遇。

青城山作为世界知名旅游目的地，具有丰富的康养旅游资源，有利于促进多种产业组合，催生康养旅游新业态、新模式。《关于印发四川省促进养老托育服务健康发展实施方案的通知》（川办发〔2021〕57号）指出，打造一批康养产业集群和知名品牌，因地制宜发展阳光康养、森林康养等“候鸟式”“度假式”健康养老模式，推动“养老养生+现代农业”、城市养老综合体等新业态发展，发挥中医药独特优势，发展“药养”“食养”等中医药特色养生养老服务。资源优势和政策支持有利于青城山康养文旅发展。

3.编制意义

为贯彻省委、省政府重大决策，落实全省统筹推进乡村国土空间规划编制和两项改革“后半篇文章”工作会议精神，按照《四川省乡镇级旅游规划导则（试行）》，系统安排部署片区旅游专项规划编制工作，力求片区旅游专项规划编制与乡村国土空间规划同步高质量完成。

青城山康养文化发展片区旅游发展规划现实意义：衔接国土空间规划，利用世界知名道文化圣地的美誉，打造高质量康养度假区，推进青城山片区旅游业高质量发展！

4.规划范围

规划范围：都江堰市西南部，东以金马河为界，南与崇州市街子镇接壤，西以都江堰青城山风景名胜区边界为界，整体包含青城山镇和玉堂街道全域。

规划面积：300.91 平方公里

规划期限：本次规划与国土空间规划时间相一致，规划目标为 2035 年。近期与“十五五”发展规划一致，远期为 2031—2035 年。

5.底图底数

包括规划文本、图件、附件、表格和矢量数据库。矢量数据成果应符合国土空间规划制图规范要求，坐标系统采用“2000 国家大地坐标系”，高程基准面采用“1985 国家高程基准”，投影系统采用“高斯——克吕格”投影，分带采用“国家标准分带”。成果采用* dwg 或*.cdb 格式，以便纳入国土空间规划基础信息平台和“一张图”实施监督信息系统，达到“矢量数据、上图入库”要求。

6.规划依据

6.1 相关法律、法规与规章、标准

1.《中华人民共和国旅游法》（2018.10）

2.《中华人民共和国城乡规划法》（2019.4）

3.《中华人民共和国土地管理法实施条例》（2021.7）

4.《中华人民共和国环境保护法》（2014.4）

5.《中华人民共和国水法》（2016.7）

6.《中华人民共和国大气污染防治法》（2018.10）

7.《中华人民共和国水土保持法》（2010.12）

8.《四川省旅游条例》修订版（2012.5）

6.2 规范与标准

1.《关于实施乡村振兴战略的意见》(中发〔2018〕1 号)

2.风景名胜区分类标准（CJJ/T 121-2008 ）

3.旅游资源分类、调查与评价（GB/T 18972-2017 ）

4.旅游发展规划实施评估导则（LB/T 041-2015 ）

5.旅游演艺服务与管理规范（LB/T 045-2015 ）

6.旅游休闲示范城市（LB/T 047-2015 ）

7.国家康养旅游示范基地（LB/T 051-2016 ）

8.旅游景区质量等级提升要求（DB51/T 2140-2016）

9.国家绿色旅游示范基地（LB/T 048-2016 ）

10.国家蓝色旅游示范基地（LB/T 049-2016 ）

11.国家人文旅游示范基地（LB/T 050-2016 ）

12.国家康养旅游示范基地（LB/T 051-2016 ）

13.旅游民宿基本要求与评价（LB/T 065-2019/XG1-2021）

14.旅游度假区等级划分（GB/T 226358—2022）

15.乡村振兴用地政策指南（2023年）

6.3 相关规划

1.《“十四五”旅游业发展规划》（国发〔2021〕32号）

2.《四川省“十四五”文化和旅游发展规划》

3.《四川省康养旅游发展规划》（2015）

4.《四川省乡镇级旅游规划导则》（试行）

5.《都江堰市“十四五”旅游经济发展规划》

6.《都江堰市国土空间总体规划》（2019—2035年）

7.《青城山-都江堰风景名胜区总体规划》（2017—2030）

8.《都江堰市综合交通运输发展“十四五”规划》

9.《都江堰市青城山康养文旅发展片区国土空间总体规划》（2021—2035年）

10.《都江堰世界旅游目的地重点片区发展规划》

7.上位规划落实、相关规划衔接

本次规划充分衔接《都江堰市青城山康养文旅发展片区国土空间总体规划（2021—2035年）》、《都江堰市国土空间总体规划（2021—2035年）》等上位规划，落实规划确定的重要管控线、约束性指标等要求，并结合相关规划进一步优化产业体系及产业分布。

本片区的上位规划衔接汇总见表1-1。

表1-1 青城山康养文旅发展片区上位规划衔接汇总表

序号	规划名称	规划对片区的要求	片区规划衔接情况
1	《大熊猫国家公园空间管控与利用专项实施方案（2025—2030年）》	落实片区内各级管控分区，严格遵循相关管控要求。坚持自然生态原则，片区涉及核心保护区、生态修复区及传统利用区，本次规划未在该范围新增项目。	已衔接
2	《四川省“十四五”文化和旅游发展规划》	承接推动世界旅游目的地示范区建设，以成都、乐山、九寨沟—黄龙、三星堆—金沙遗址、**都江堰—青城山**、峨眉山—乐山大佛和大熊猫基地等旅游城市、景区、度假区为依托，培育国际游客聚集区的目标。打造青城山康养文化旅游发展片区，以世界级的规范和标准来建设青城山康养文旅发展片区。培育一批专业的服务人员，专业的景区、酒店的管理人员，以培育国际游客聚居地为目标，建设可以享誉世界的康养旅游胜地。	已落实
3	《都江堰市“十四五”旅游经济发展规划》	承接都江堰市“十四五”旅游经济发展规划，依托青城山—都江堰风景名胜区丰富的旅游资源和自然资源，打造集风景名胜区观光游览、道家康养体验、熊猫主题生态体验、高端特色民宿等为一体的国际知名的文化生态康养旅游目的地。	已衔接
4	《都江堰市国土空间总体规划（2021—2035年）》	承接都江堰国土空间规划的相关要求，打造绿色生态、涵养水源、宜居宜游的高质量生态旅游康养度假片区。	已落实
5	《青城山-都江堰风景名胜区总体规划》（2019—2030年）	根据青城山—都江堰风景名胜区总体规划，在本规划中做好景区分级管理、资源评级以及生态保护机制，打造与都江堰市整体相符合的青城山康养文化旅游发展片区规划。	已衔接
6	《都江堰市综合交通运输发展“十四五”规划》	根据《都江堰市综合交通运输发展“十四五”规划》，在本规划中做好青城山相关道路交通实施的部分，做好科学规划，高质量完成交通布局，解决交通问题，以推动青城山旅游业快速发展。	已衔接

7	《青城山—都江堰世界遗产提名地总体规划》	衔接青城山—都江堰世界遗产提名地总体规划，本规划中旅游项目都在青城山—都江堰世界遗产的核心区范围外，以及在玉堂窑址的核心保护区范围外。	已衔接
8	《都江堰市青城山康养文旅发展片区国土空间总体规划（2021—2035年）》	严格落实已批准的“三区三线”的生态保护红线，共计5185.75公顷，占都江堰市的13.16%。严格保护片区内3处世界遗产，包括四川大熊猫栖息地世界自然遗产、青城山—都江堰世界文化遗产和都江堰世界灌溉工程遗产。构建“一轴多廊，三区三组团”的国土空间总体格局，包括青城山镇组团：突出青城山镇新市镇的带动作用，建设片区高端旅游、研学会展、药养文化等综合服务组团。	已衔接
9	《都江堰世界旅游目的地重点片区发展规划》	承接都江堰世界旅游目的地重点片区发展规划，对本次青城山康养文旅发展片区做好衔接，依托青城山丰富的康养文旅资源、完善的基础设施建设，落实“三区三线”，合理规划产业布局，培育知名旅游品牌，打造青城山康养文旅胜地。	已衔接
10	《都江堰市青城合作片区芒城片区城市设计》	衔接青城山片区一面青山一面城的城市格局，相关配套项目布局。该规划强化山水站城视线通廊纳山引水，以仙鹤为设计构思，自然为形缓缓展开，藤蔓生长多条生态廊道，勾勒出自然组团，形成一湾一轴一园四岛得城市格局，绽放青城。	已衔接

第二章 综合评价

1.区位条件分析

1.1 地理区位

成都1小时范围圈。位于成都市都江堰市西南部，东距成都市区约50千米，在成都1小时范围圈内。是成都平原通往川西北方向阿坝山区的咽喉要道。

成渝双城经济圈，山水开端地。位于成渝双城经济圈的西部，西靠邛崃山脉，向东分流出沱江、岷江汇入长江。都江堰孕育成都平原，对成都的农业灌溉、交通航运、商业贸易与城镇体系建设有着重要作用。

1.2 交通区位

外联内畅，快进慢游。

两高：成都都市圈环线高速公路（三绕）、都汶高速;

两轨：成灌快铁、M-TR旅游客运专线;

多干：含G317、S401、环山旅游公路、怀中路、赵公山旅游环线公路、青城山路、彭青路、聚青路、成青路等多条干线公路;

一枢纽：青城山综合交通枢纽。

1.3 旅游区位

世界三遗产地核心区（世界文化遗产、世界自然遗产、世界灌溉工程遗产）

2000 年都江堰水利工程和青城山被列入“世界文化遗产”名录，2006 年都江堰—青城山风景名胜区被列为世界自然遗产（四川大熊猫栖息地），2018 年成都都江堰水利工程入选（第五批）世界灌溉遗产名录，全世界迄今为止年代最久、唯一留存、以无坝引水为特征的宏大水利工程。自此都江堰“双遗”变“三遗”。

2.政策条件评价

从国家到省市层面，出台一系列重磅政策持续加码，对康养旅游产业都非常重视，我国康养产业迎来黄金发展期。

2.1 国家级相关政策

《关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国发〔2014〕31 号）积极培育壮大市场主体，扶持特色旅游企业，大力发展老年旅游。结合养老服务业、健康服务业发展，积极开发多层次、多样化的老年人休闲养生度假产品。

《关于加快养老服务业发展的若干意见》（国发〔2013〕35 号）满足养老服务多样化、多层次需求，可将闲置的公益性用地调整为养老服务用地。为康养产业发展带来重大战略机遇。

《“健康中国 2030”规划纲要》（2016）积极促进健康与养老、旅游、互联网、健身休闲、食品融合，催生健康新产业、新业态、新模式。制定健康医疗旅游行业标准、规范，

打造具有区域特色的健身休闲示范区、健身休闲产业带，具有国际竞争力的健康医疗旅游目的地。

《关于促进健康旅游发展的指导意见》（国卫规划发〔2017〕30号）“五个发展”以进一步推动健康旅游产业的发展，同时加大对健康旅游产业的政策支持，使之更合法、更规范。

2.2 省域级相关政策

《关于印发四川省“十大”文化旅游品牌建设方案（2021—2025年）的通知》（川办发〔2021〕5号）深化品牌内涵，丰富产品供给，开拓精品线路。到2022年，大熊猫、大遗址建成世界级文旅品牌，在国际市场具有较高的知名度和市场占有率。建成世界一流、四季多元、宜游宜居的国际山地休闲度假旅游目的地。

《关于开展“天府旅游名牌”建设的实施意见》（川办发〔2021〕27号）深化拓展各地积极推进“天府旅游名县”建设的良好势头，对命名公布的天府旅游名镇、名村，省、市（州）、县（市、区）三级从项目建设、国家和省级各类专项资金申报、国家和省级文化和旅游品牌推荐等方面给予支持。

《关于做好乡镇行政区划和村级建制调整改革》（川委厅〔2021〕6号）扎实做好两项改革“后半篇文章”，加快基层治理体系和治理能力现代化建设，到2025年，实现乡

镇（街道）、村（社区）运行机制更加高效顺畅，公共服务水平和基层治理能力显著提升，产业布局更加优化，新型城镇化体系更加完善，县域综合实力和整体竞争力明显增强。

《关于推进四川养老服务发展的实施意见》（川办发〔2020〕9号）到2022年，力争将四川打造成西部养老服务高地、全国养老服务示范省，在保障人人享有基本养老服务基础上，全面建立居家社区机构相协调、医养康养相结合的养老服务体系，有效满足老年人多层次、多样化养老服务需求，老年人及其子女获得感、幸福感、安全感显著提高。

《关于印发四川省促进养老托育服务健康发展实施方案的通知》（川办发〔2021〕57号）打造一批康养产业集群和知名品牌，因地制宜发展阳光康养、森林康养等“候鸟式”“度假式”健康养老模式，推动“养老养生+现代农业”、城市养老综合体等新业态发展，发挥中医药独特优势，发展“药养”“食养”等中医药特色养生养老服务。

2.3 市县级相关政策

《中国共产党成都市第十四次代表大会报告》(2022年)落实“三个做优做强”，提升城市整体功能——促进乡村全面振兴、公园城市乡村表达核心功能，特色经济，坚持文商旅体融合发展，深度开发都江堰—青城山旅游核心产品，打造国际范、中国味、天府韵的世界级休闲旅游胜地。

《都江堰精华灌区康养产业功能区产业扶持办法》（都

办发〔2019〕18号）加快推进都江堰精华灌区康养产业功能区建设，强化基础配套、丰富产业业态、延伸产业链条，促进文商农旅体养融合发展。鼓励企业做大做强，开展规范化、规模化和标准化生产，鼓励开展创新创业和校院地企合作。

《关于加快结对联动建设推动区域均衡高质量发展的实施方案》（成委厅〔2024〕31号）以增强城市整体功能为导向，创新区域协调发展路径形式，规划了8个结对联动合作区域，一体推进产业集群共建、高端要素共引、惠民实事共办、区域发展共谋。

3.旅游资源条件评价

3.1 资源分类

根据《四川省旅游资源分类、调查与评价(试行)》(2019),片区旅游资源分布于8个大类、22个亚类、73个基本类型。

青城山康养文旅发展片区地文景观、水域景观、生物景观、天象与气候景观、建筑与设施、历史遗迹、旅游购品、人文活动等组合良好，资源实体疏密度良好，空间分布疏密有度，形成结构鲜明的旅游空间。

表2-1 青城山康养文旅发展片区旅游资源类型分类表

主类	亚类	基本类型	资源点
01地文景观	0101自然景观综合体	010101山岳型景观	青城后山神仙沟、马鬃岭、赵公山、青城山
		010105沟谷型景观	青城山后山飞泉沟、青城后山五龙沟

	0102 地质与构造形迹	010204 岩石洞与岩穴	神仙洞
	0103 地表形态	010302 峰柱状地景	赵公山载天峰
		010304 沟壑状地景	青城山掷笔槽
		010307 奇特与象形山石	金鞭岩
02 水域景观	0201 河系	020105 瀑布、跌水	双泉水帘
	0202 湖沼	020202 潭池	青城山月城湖、三潭雾泉
03 生物景观	0301 植被景观	030101 林地	天然图画亚热带林长叶阔叶林资源带
		030103 花卉地	华西亚高山植物园
	0303 典型物种	030301 古树名木	上皇观前杉木、天师银杏、问花村情人梅、普照寺千年桢楠
		030303 珍稀动物	越中巨齿蛉、中国巨竹节虫、巨大蚊、青城箭环蝶
04 天象与气候景观	0402 天气与气候现象	040205 康养气候地	都江堰市天府青城康养休闲旅游度假区
05 建筑与设施	0501 人文景观综合体	050103 教学科研实验场所	青城山道教学院、四川外国语大学成都学院、熊猫谷
	0501 人文景观综合体	050105 文化教育科技体育活动场所	中国大熊猫保护研究中心都江堰基地、青峰书院、成都皮影艺术博物馆、成都乌木艺术博物馆
		050106 医疗康养游乐休闲场所	动物王国、青城道温泉、青城山尊酒店、青城山养生度假地
		050107 纪念、宗教、祭祀活动场所	九龙观、太清宫、上清宫、天师洞、药王庙、王小波李顺陈列馆、青城山全真观、真武宫、天师洞天师殿、
	0502 特色镇、村（寨）	050201 古镇古村（寨）	泰安古镇
		050202 新镇新村（寨）	安龙特色盆景小镇
	0503 实用建筑与核心设施	050301 特色街区(店铺)	德源中餐厅
		050308 景观农林畜牧场所	三联花木官田基地
		050309 农家乐、乡村酒店与民宿	都江堰众合天怡酒店、青暇山居、青城山罗鸡肉农家乐、青境民宿、芗吟青城
		050310 特色市场	卉景花木交易市场

		050311 特色园区	青城道茶观光园、虹口花谷高山杜鹃花博览园、茗门良匠、驼峰航空青城山机场
		050312 景观公路、铁路与桥梁	赵公山森林康养绿道
	0504 景观与小品建筑	050402 亭、台、楼、阁	青城山慈云阁、老君阁
		050403 雕塑	乌木水月观音造像、飞马灵官图
		050404 碑碣、碑林、经幢	天师洞康熙御书“丹台碧洞”匾额）、天师洞唐碑
05 建筑与设施	0504 景观与小品建筑	050403 雕塑	乌木水月观音造像、飞马灵官图
			飞马灵官图
		050404 碑碣、碑林、经幢	天师洞康熙御书“丹台碧洞”匾额）、天师洞唐碑
		050407 塔型建筑	普同塔、普照寺天灯
		050409 广场与喷泉	青城桥广场
		050411 摩崖字画	绝世天书神仙符咒、天师洞张陵石刻造像、三佛洞摩崖造像
		050412 栈道、通道	龙隐峡栈道
06 历史遗迹	0601 物质类文化遗存	060101 史前人类活动遗址	芒城遗址
		060105 工程与生产遗迹	凤岐村八组东罗家窑址、凤岐村十组刘家窑址、玉堂窑、唐家窑址等 17 个窑址
		060107 可移动文物	石符
	0602 非物质类文化遗存	060201 民间文学	大禹治青城山、赵公明财神传说、药王青城识川芎、黄帝访宁封丈人、张陵创道、普照寺与张献忠藏宝的传说、青城天下幽的来历
		060202 传统音乐	青城山道教广成韵、青城山道教全真韵、张孔山的《流水》、青城洞经古乐
		060208 传统技艺	安龙镇川派盆景技艺
		060209 传统医药	青城丹药
		060210 民俗	春节迎财神民俗、青城三月三采茶节民俗活动
07 旅游购品（文创产品）	0701 农业产品	070101 农副土特产品	青城道茶、青城四绝、安龙盆景
	0703 手工工艺品	070304 竹、木工艺品	青城马椅子、乌木工艺品
	0704 传统与特色菜品饮食		青城山罗鸡肉（菜品）、长生宴、青城山洞天乳酒、青城山白果炖鸡、青城山老泡菜

08 人文活动	0801 人事活动记录	080101 地方人物	傅圆天、彭椿仙、易心莹、刘绥滨、杜光庭
		080102 地方事件	王小波、李顺起义、张大千与青城山、徐悲鸿与青城山、青城山的来历
	0802 岁时节令	080201 宗教活动与庙会	春节迎财神民俗、青城药王会、青城山罗天大醮法会、普照寺庙会
		080202 农时节日	青城三月三采茶节
	0803 现代节事活动	080301 现代节庆	都江堰途易旅发大会、摇滚马拉松、中国（成都）道教文化节、安龙海棠节

3.2 旅游资源定量评价

根据《四川省旅游资源分类、调查与评价(试行)》(2019),片区文化旅游资源690个，其中优良级资源168个，五级资源12个、四级资源35个、三级资源121。

表 2-2 青城山康养文旅发展片区旅游资源等级表

旅游资源级别	旅游资源名称
五级旅游资源	青城山、都江堰市天府青城康养休闲旅游度假区、熊猫谷、中国大熊猫保护研究中心都江堰基地、青城山养生度假地 赵公山财神文化综合地、青城山道教文化体验地、上清宫、天师洞、青城山建福宫、普照寺、青城洞经古乐
四级旅游资源	赵公山、青城后山五龙沟、华西亚高山植物园、天师银杏、华希昆虫博物馆、青城山高尔夫球场、青峰书院、成都融创文旅城、孙思邈康养文化小镇、青城豪生国际酒店、隐秀尚庭酒店、青城山六善酒店、青城后山特色民宿集群、问花村、川派盆景公园、青城山朝阳洞、青城山圆明宫、真武宫、天师洞天师殿、天师洞三清大殿、泰安寺、天国寺、泰安古镇、安龙特色盆景小镇、坐忘森林酒店、青暇山居、驼峰航空青城山机场、老君阁、芒城遗址、玉堂窑、张陵栈道、青城四绝、安龙盆景、刘绥滨、杜光庭

3.3 核心旅游资源

（1）青城山——世界文化遗产/国家5A级旅游景区

青城山地处青藏高原向四川盆地的过渡地带，为山岳型

景观地，外观以丹岩沟谷，赤壁陡崖为特征。青城山素有“三十六峰、八大洞、七十二小洞、一百八景”之说。中国道教发源地之一，全国道教十大洞天的第五洞天。2000 年入选世界文化遗产，中国四大道教名山之一，全国重点文物保护单位，国家重点风景名胜区，国家 AAAAA 级旅游景区。

（2）四川大熊猫栖息地——世界自然遗产

四川大熊猫栖息地是世界上现存的最大和最重要的大熊猫栖息地之一，也是全世界温带区域中植物最丰富的区域之一。青城山—都江堰风景名胜区是四川大熊猫栖息地的重要组成部分，其核心区域为大熊猫邛崃山系和岷山山系两大种群提供基因交流和繁衍的天然走廊。该区域保存了全球最大的大熊猫种群，并拥有丰富的原始森林生态系统，为小熊猫、金丝猴等濒危物种提供了栖息地。

（3）天府青城康养休闲旅游度假区——国家级旅游度假区

青城康养休闲旅游度假区空气清新，富含负氧离子，养生文化氛围浓厚，道文化特色鲜明，众多的养生度假酒店、民宿与餐饮接待及各类其他特色养生产品，为康养度假旅游的发展奠定了基础，现在养生度假已成为游客到青城山的主要旅游目的之一。

4.旅游市场条件评价

4.1 国际康养旅游市场供给分析

国际养生旅游业已具规模，主题各异。在很多国家都形成了具有核心竞争力和独特卖点的产品，例如日本的温泉养生、印度的阿育吠陀和瑜伽养生、泰国的美体养生、法国的庄园养生、瑞士抗衰老养生以及韩国的美容养生和奥地利阿尔卑斯高山养生等。

4.2 国内康养旅游市场供给分析

国内康养旅游市场由政策引导逐步转向市场主导发展，现有的国内康养旅游圣地多为生态养生、文化养生类型，运动康体、医疗康复、综合开发型的康养度假旅游产品存在空缺，青城山应当抓住市场机遇，在宗教康养的基础上继续开发，打造世界级康养度假综合体项目。

4.3 康养旅游市场需求分析

康养旅游市场潜力巨大。人们对健康诉求，意识日益增强，亚健康、慢性病、情绪病、老龄化、空巢老人、养老危机问题不断严峻；中产崛起，旅游消费升级。2020 年我国中产阶级人数达到 7 亿人，超过美国，居全球第一位。

产业规模巨大，据《大健康十大投资热点市场规模预测》显示到 2020 年健康服务产业总规模要达到 8 万亿，发展空间巨大。

社会科学文献出版社、中国老龄协会（全国老龄办）人

才信息中心、中山大学旅游学院联合发布的我国首本康养蓝皮书《中国康养产业发展报告（2019）》中提出：康养的核心功能在于尽量提高生命的长度、丰度和自由度。这三个维度下，从健康到亚健康再到病患甚至是需要临终关怀的群体都有必要纳入康养的范围。目前我国康养市场呈“人口老龄化现状严峻、疾病年轻化趋势加快、亚健康比例持续上升、健康人群美容健身意识崛起”四大发展趋势。

康养旅游市场关注度集中在东部沿海地区、华南地区和四川。从健康旅游和养生的百度搜索区域上看，健康旅游以及养生的关注度以东部沿海区域为主。其中，四川市场的关注度在西部地区处于领先地位。四川本省的市场主要集中在经济水平较高的成都及周边地区，这是青城山康养旅游发展的基础市场。

4.4 客群分析

游客消费集中在春节和暑期，节假日效应明显。2024 年前三季度都江堰游客接待情况总体比较稳定，上半年增速较高。游客接待高峰期为 2 月的春节和 8 月的暑假期间。法定节假日期间都江堰市游客日均文旅消费为平时的 2.3 倍；周末期间都江堰市游客日均文旅消费为非周末的 1.7 倍。

异地游客消费占比持续提升，30-40 岁的女性用户是游客的主力军。都江堰异地游客消费占比为 34.8%，成都市均水平为 20.3%。都江堰异地游客消费占比为 40.4%，成都市

均水平为 22%。从游客性别占比看，女性占比为 56%，略高于成都市女性游客占比（53%）。

历史遗迹和自然风光是游客的心头好，休闲娱乐消费增长迅猛，客单价稳步提升。2024 年前三季度游客人均文旅景区消费门票数量为 2.5 张，人均门票消费金额为 175.6 元，与成都市均水平持平。都江堰游客休闲娱乐类消费额同比增速为 98.7%，客单价为 79.1 元；成都市人均增速为 74.7%，客单价为 104.7 元。都江堰游客休闲娱乐类消费额同比增速为 66.2%，客单价为 101.2 元；成都市均增速为 51.5%，客单价为 126.7 元。

4.5 旅游发展空间适宜性评价

(1) 评价思路与标准

构建空间旅游质量、空间开发强度和空间发展潜力的旅游发展空间适宜性评价模型，共 16 个指标体系。空间旅游质量包含环境质量和资源质量两个维度；环境质量涉及海拔、坡度、坡向、植被覆盖率、PM2.5 和用地条件 6 个指标，旅游质量涉及观光旅游资源和度假气候旅游资源 2 个指标。空间发展潜力涉及经济水平、可达性和人口密度 3 个指标，通过叠加获得旅游发展空间适宜性评价。

(2) 旅游发展空间适宜性

根据旅游发展空间适宜性评价指标体系进行综合评价，可得出片区适宜和较适宜发展空间共 131.13 平方公里。适

宜发展区域 8.84 平方公里，较适宜发展区域 103.34 平方公里。

除去生态红线和基本农田后的旅游发展空间保持不变，面积为 8.42 平方公里；旅游适合性发展区 94.90 平方公里（适宜+较适宜），减少了 8.44 平方公里。用地有较大发展空间,发展空间大于国空指标城乡建设用地 51.45 平方公里。

5.SWOT 分析

5.1 片区旅游发展优势

区位优势：成都 1 小时范围圈内，是成都平原通往川西北方向阿坝山区的咽喉要道。

空间优势：94.90 平方公里的适宜发展旅游，高速公路和国省道直达。

避暑优势：夏季平均气温 17℃，负氧离子平均 3000 个/cm^3。

生态优势：天府之源，森林覆盖率高;

文化优势：中国道教发源地之一。

5.2 片区旅游发展劣势

产品劣势：缺乏世界级旅游吸引物和户外活动，新产品、新业态开发严重滞后。

季节劣势：只有夏季避暑旅游，缺乏秋季、冬季和春季度假旅游产品。

人才劣势：农村空心化严重，人才流失目前相对缺乏专业的管理人才。

品牌劣势：康养度假品牌影响范围有限。

5.3 片区旅游发展机会

政策机遇：成渝地区双城经济圈、长江经济带、“三个做优做强”重点片区建设和成都市区域结对联动战略等。

技术机遇：旅游新型新业态、新技术高速发展。

基础设施升级：基础设施全面提档升级。

产业发展：与成都市进行区域结对联动，产业发展优势明显，生态旅游的兴起。

5.4 片区旅游发展威胁

市场竞争激烈：都江堰距成都较近，经常作为旅游过境点或中转站，市场竞争激烈。

生活方式改变的威胁：节奏加快，不断追求新产品。

经济环境变化的威胁：度假地产信心不足。

竞争威胁：同质化竞争激烈，产品复制、抄袭，缺乏创新。

6.问题研判

6.1 淡旺季明显

青城山镇和玉堂街道的旅游市场存在明显的淡旺季差异。夏季由于气候宜人，吸引了大量游客前来避暑和休闲度

假，旅游市场繁荣。冬季由于气候寒冷，游客数量大幅减少，导致旅游市场出现明显的淡旺季波动，影响了旅游业的稳定发展。

6.2 过夜率低、留不住游客

两镇的旅游产品以观光为主，缺乏深度体验和休闲度假项目，游客停留时间较短。当地的住宿设施和服务水平也未能满足游客多样化的需求，使得游客更倾向于短途游览后离开，未能充分挖掘游客的消费潜力。

6.3 旅游资源开发不充分

青城山镇和玉堂街道拥有丰富的旅游资源，如大熊猫、赵公山等，但这些资源的开发利用程度较低。目前的旅游产品多以观光为主，未能充分挖掘和展示其独特的文化内涵和生态价值，缺乏创新和特色，难以满足游客日益增长的旅游需求。

6.4 旅游产业链不完善

两镇的旅游产品较为传统，主要以门票经济为主，缺乏创新和特色。同时，旅游产业链不完善，相关的旅游配套产业，如餐饮、住宿、购物、娱乐等，发展相对滞后，未能形成完整的旅游产业链，影响了旅游业的整体效益和可持续发展。

第三章 发展战略与定位

1.国际案例分析

美国科罗拉多州的阿斯彭小镇以冰雪运动、自然生态、高端度假和四季旅游闻名，是国际知名的山地旅游目的地。拥有全国顶尖名流必到的阿斯彭思想节和科学家的度假深造中心。通过阿斯彭小镇模式中总结的对都江堰建设世界旅游目的地的借鉴点。

（1）挖掘文化特色与资源融合

阿斯彭经验：阿斯彭不仅是滑雪胜地，更是文化中心，每年举办国际音乐节、电影节、思想论坛等，将自然景观与艺术、学术结合，吸引多元客群。

都江堰借鉴：

强化文化 IP：以青城山世界文化遗产为核心，挖掘道文化、熊猫文化，策划国际级节庆。

文旅融合：借鉴阿斯彭“自然+文化”模式，开发非遗体验、实景演出、文化遗产研学项目。

（2）打造高端化与大众化结合的旅游生态

阿斯彭经验：既吸引高端滑雪客（豪华酒店、私人俱乐部），也通过夏秋季徒步、骑行等低门槛活动吸引大众游客，形成全年平衡客源。

都江堰借鉴：

分层开发产品：高端：青城山康养民宿酒店、高端禅修体验。大众：徒步绿道、生态观光。

平衡季节性：推广夏秋避暑、冬季温泉雾凇、春节赏花节庆（如青城山杜鹃花季），减少淡旺季落差。

（3）强化品牌营销与国际影响力

阿斯彭经验：通过国际赛事（滑雪世界杯）、名人效应（好莱坞明星聚集地）、社交媒体精准营销，树立“世界顶级山地度假目的地”形象。

都江堰借鉴：

国际赛事/会议引流：申办世界文化遗产论坛。

名人/网红营销：邀请国际旅行博主、纪录片团队拍摄青城山主题内容，扩大海外影响力。

差异化标签：打造“世界级遗产城市”定位。

（4）保护生态可持续发展

阿斯彭经验：严格保护山地生态环境，限制开发密度，推广绿色交通（电动巴士、自行车租赁），倡导低碳旅游。

都江堰借鉴：

生态红线管控：划定遗产保护区核心范围，严格限制商业化开发（避免过度建设）；

碳中和目标：引导酒店、景区使用可再生能源。

（5）社区参与在地化体验

阿斯彭经验：本地居民参与旅游服务，保留小镇“原真

性”；特色商业街（艺术画廊、手工市集）增强游客沉浸感。

都江堰借鉴:

社区旅游赋权: 开发“川西林盘活化计划”，鼓励村民经营特色民宿、农耕体验;

特色街区营造: 在南桥老街、西街等区域引入非遗工坊、川菜大师工作室，增强在地文化吸引力。

（6）数字技术提升体验

阿斯彭经验: 通过 APP 整合景区导览、预订、交通信息，提供 AR 滑雪教程等科技服务。

都江堰借鉴:

智慧旅游系统: 开发旅游 APP，虚拟导览道文化故事。

数字互动场景: 在重要景点设置 AR 互动装置，复活历史场景。

2.发展片区战略

策略 1: 建圈强链——以旅为媒，文创康养融合赋能

聚焦都江堰世界旅游目的地建设，围绕“做优做强，建圈强链”，打造以国际文化旅游、国际会展旅游、康养度假为主导的国际化高端特色旅游业三大产业。

培育青城道茶，建设“青城道茶现代农业产业园”健全道茶产业链，实现以茶兴业、茶旅融合。拓展中药材产业，建设“青山药谷中医药文旅科技产业园”助力片区康养产业，

实现医养融合发展。做强片区国际化高端特色旅游业，打造夜间消费集聚区，提升过夜率，促进夜间经济的发展。聚焦“大遗产、大熊猫”，发展世遗文化体验、国宝主题生态旅游，塑造山区观光游览的“旅游+文化”场景。

策略 2：因地制宜——谋划特色旅游产品体系

根据青城山康养文旅发展片区的旅游定位和形象，依据主题性原则、多样化原则和可调控性原则，将片区内旅游产品划分为康养度假、遗产旅游、主题体验、农文旅融合、新场景新业态五大类型。

康养度假：依托片区的优良生态环境，打造国家级的康养旅游示范基地，推出一系列的康养度假、休闲社区、品质酒店、综合购物等高品质康养旅游产品。

遗产旅游：依托青城山的遗产资源，打造青城山遗产旅游体验路线，推出一系列的遗产旅游体验，艺术会展、交通配套等给游客提供高品质的遗产旅游体验。

主题体验：依托片区的大熊猫资源，打造主题体验的旅游产品、特色研学、精品民宿、特色游园等旅游产品。

农文旅融合：依托农文旅融合发展，产业互通的特色旅游+产品。

新场景新业态：依托科技、大数据、音乐等新场景新技术，打造音乐类演艺项目，丰富了游客的旅游体验。

策略 3：共建共享——高效投放，配套支撑旅居共享

通过资本联动、配套前置、社区共建，形成“文旅+康养+数字”的产业生态，基础设施与服务质量达到国际化水准。

3.片区发展定位与目标

3.1 总体定位

世界旅游目的地重点片区

天府国际会客厅重要承载

落实《都江堰市国土空间总体规划（2021—2035年）》对青城山康养文旅发展片区的目标定位，充分挖掘“大遗产”“大熊猫”“大冰雪”“大青城”“大灌区”五大世界级文旅产品价值，写好文旅融合文章，擦亮“三遗之城”名片，大力发展绿色经济、数字经济、冰雪经济、银发经济、低空经济，加快把生态优势、人文优势转化为发展优势，将青城山康养文旅发展片区定位为世界旅游目的地重点片区及天府国际会客厅重要承载。

3.2 发展目标

①近期目标

至2030年，对标“世界级旅游景区”，完善国家、省级、特色品牌体系，力争新增1个国家AAAA级旅游景区、5家康养度假酒店（民宿），争取建设成为世界级旅游景区。

②中远期目标

至2035年，建成1个国家康养旅游示范基地、1个天府旅游名镇、10家特色康养度假酒店（民宿），推动世界级旅游目的地品牌建设。

3.3 市场定位

基础客源市场：成渝城市群

重要客源市场：京津冀城市群、粤港澳大湾区城市群川渝其他城市和关中城市群

机会客源市场：国内其他区域和入境地区

4.片区发展路径

（1）路径一：山上观光、半山康养度假

突破以往旅游接待设施位于山麓的选址方式，选择在空气更加清新、视野更加开阔、景观更加富集的半山地带建设酒店和餐厅等接待设施，打造一处推窗见景的云端康养度假地。

（2）路径二：打造夜间消费集聚区，提升过夜率，促进夜间经济的发展

通过三条旅游发展轴串联两大消费圈，带动青城山片区产业发展，并在青城山镇打造夜间经济消费集聚区。

3条旅游发展轴：都江堰世界遗产文旅文化主轴、成都至青城山场镇旅游发展带动轴、成都至大观组团旅游发展带动轴。

2 大消费圈：融创城悦动消费圈、青城山康养消费圈。

（3）路径三：四季康养

聚焦于产业生态的建设和重点产业链的强化，重点强化康养度假、遗产旅游、会展节庆三大核心，共筑一张都江堰世界级城市名片。

（4）路径四：构建世界级旅游目的地配套

聚焦于“吃、住、行、游、购、娱、商、养、学、闲、情、奇”旅游十二要素，景区重点围绕景区观光、道文化体验、运动休闲等功能进行项目配套，城区重点医疗康养、交通集散、商务会议、夜间消费等进行项目配套。

5.产业布局与功能区识别

5.1 空间布局与功能区识别

依据片区文化旅游资源特征及空间分布规律，规划**“一心、一轴、三片区”**的康养文旅产业发展空间格局。

一心：青城山世界级旅游目的地服务中心。依托青城山独特的旅游资源和气候条件，布局国际酒店、健康医疗、康养社区、人才社区、精品度假酒店，形成都江堰建设世界旅游目的地的综合服务中心、国际会客厅。

一轴：世界遗产文旅主轴。依托都江堰景区—玉堂窑—熊猫谷—芒城遗址—青城山景区等世界文旅资源，打造世遗文旅主轴，布局世遗文化体验、医疗康养、旅游交通枢纽、

主题游乐消费、绿色低碳康居、旅游综合服务等功能，形成都江堰建设世界旅游目的地的绿色生态走廊、世遗体验之地、文旅消费中心。

三片区：大青城遗产旅游发展片区、农旅融合发展片区以及天府熊猫文旅新城示范区。大青城世界遗产旅游片区以青城山旅游景区和赵公山旅游景区为资源依托，以遗产旅游为主要方向，打造大青城世界遗产旅游片区。农旅融合发展片区以东部平坝区为依托，打造以乡村文旅功能和现代农业功能为主的农旅融合发展片区。天府熊猫文旅新城示范区依托大熊猫资源，打造以大熊猫主题体验以及冰雪休闲运动为主的天府文旅新城。

第四章 旅游产品供给体系规划

1.旅游品牌体系建设规划

做大做强旅游产业，促进片区文旅深度融合发展；优化片区旅游产品结构，夯实旅游产业基础。以康养旅游示范基地、4A 景区创建为抓手，依托现有资源开展国家康养旅游示范基地、国家 AAAA 级旅游景区、天府旅游名镇、天府旅游名村、天府旅游名宿等品牌建设和提升。

表 4-1 旅游品牌体系建设规划表（建议）

品牌	建设项目（培养对象）
国家康养旅游示范基地	五粮液青城山国际康养项目
国家 AAAA 级旅游景区	成都融创文旅城、熊猫谷
天府旅游名镇	青城山镇
天府旅游名村	泰安社区

2.旅游产品体系规划

根据青城山康养文旅发展片区的旅游定位和形象，依据主题性原则、多样化原则和可调控性原则，将片区内旅游产品划分为康养度假、遗产旅游、主题体验、农文旅融合、新场景新业态五大类型。

康养度假产品：依托片区的优良生态环境，打造国家级的康养旅游示范基地，推出一系列的康养度假、休闲社区、品质酒店、综合购物等高品质康养旅游产品。

遗产旅游产品：依托青城山的遗产资源，打造青城山遗产旅游体验路线，推出一系列的遗产旅游体验，艺术会展、

交通配套等给游客提供高品质的遗产旅游体验。

主题体验产品：依托片区的大熊猫资源，打造主题体验的旅游产品、特色研学、精品民宿、特色游园等旅游产品。

农文旅融合产品：依托农文旅融合发展，产业互通的特色旅游+产品。

新场景新业态产品：依托科技、大数据、音乐等新场景新技术，打造音乐类演艺项目，丰富了游客的旅游体验。

3.旅游线路产品规划

3.1 两大线路

青城山自然遗产观光线路：以大青城观光为主题，结合青城山规划片区内西部的景点景区，打造青城山独有的观光旅游体验线路。

游览线路：

①青城山站—太清宫—青城山前山景区—泰安寺—青城山后山景区

②青城山站—上元宫—熊猫谷—平隐寺

青城山康养度假旅游线路：以康养度假为主题，结合青城山高端商旅项目、青城高端康养度假项目、五粮液青城山国际康养项目、新越书院项目等康养度假产品，旅游体验线路贯穿片区南北，整体打造西可观景、东可度假的大青城。

游览线路：青城山高端商旅项目—青城高端康养度假项

目—中国大熊猫国际博览园—五粮液青城山国际康养项目—东软智慧健康产业园—心越书院项目—绿地无舍青城项目—音乐类演艺项目—医疗健康产业园项目—青城溪村项目—熊猫家园

4.旅游节庆产品活动策划

以四季主题节日活动为青城山康养文旅发展片区注入源源不断的活力，为片区的全年段旅游提供了项目保障，也为游客体验康养旅游和文化旅游带来丰富多彩的乐趣，满足不同人群的体验需求，强化生态康养与文化体验的理念，做青城山元宵花灯节、大熊猫主题文化节、青城山道文化节、道教古琴音乐节等节日活动突出生态康养与文化体验在片区场地中的灵魂位置。

5.旅游宣传与运营规划

全媒体平台营销体系构建

结合信息化浪潮建立 APP、官方网站、微信公众号、抖音等全媒体宣传运营体系，宣传文旅形象，持续吸引关注热度。

手机 APP: 结合青城山康养文旅发展片区周边旅游资源，打造一站式旅游服务 app 平台，帮助游客获取青城山康养文旅发展片区基本信息，提升游客体验。

官方网站：展示青城山康养文旅发展片区动态、相关新闻、视频介绍、旅游公告，发布景区运营公告和建设计划，给游客投诉通道和帮助通道，双向加强青城山康养文旅发展片区建设。

微信平台：用好微信公众号和视频号平台，推送青城山康养文旅发展片区及特色景点的详细介绍，介绍当地的民俗特产和特色活动，积极与游客交流，培育私域流量。

短视频平台：利用抖音、快手等短视频平台，展示青城山康养文旅发展片区特色，介绍景区景点。

社区平台：利用小红书、微博等社区平台，打造精品旅行攻略，设立专门标签，进行双向交流，制造正向话题，吸引搜索热度。

第五章 旅游基础服务设施规划

1.对标世界级旅游景区标准

根据《文化和旅游部关于推荐申报世界级旅游景区和度假区培育对象的通知》（文旅资源发〔2024〕59号）。青城山景区在资源禀赋、市场吸引力和发展环境方面表现优异，但在管理现状、建设基础、价值呈现度和国际知名度方面存在不足，尤其是基础设施不完善、国际知名度不高和旅游淡旺季明显，旅游业态较为低端，夜间游、冬季游等休闲度假旅游产品仍较为缺乏。

表 5-1 世界级旅游景区建设基础条件对标表

一级指标	二级指标	指标说明（参考指标）	现状分析	对标情况
资源禀赋	资源等级	应为世界遗产地，具有极高的科学文化价值	青城山与都江堰联合列入世界文化遗产名录（2000年），是青城山—都江堰世界文化遗产、大熊猫栖息地世界自然遗产和都江堰世界灌溉工程遗产，科学文化价值突出。	已满足
		具有全球独特性和代表性	以道文化、古堰水利工程为核心，兼具生态与人文资源，具备全球不可替代性。	已满足
		具有极高的旅游价值	青城山是国家5A级旅游景区,风景优美，文化底蕴深厚，旅游资源价值极高。	已满足
	资源规模	完整性、丰富度、组合度好	涵盖青城山道文化区、熊猫谷等，形成“世界遗产文旅主轴”，资源组合度高。	已满足
		具有一定体量和空间规模	青城山景区面积200平方公里，涵盖道文化、自然景观，空间布局完整。	已满足
管理运行基础	资源开发程度	具有国家5A级旅游景区水准	青城山—都江堰景区2007年被评为国家5A级旅游景区。	已满足

	管理现状	空间边界明确，管理主体统一，管理和服务机制顺畅	青城山景区边界清晰，但管理主体有青城山－都江堰风景名胜区管理局、大熊猫国家公园成都管理分局等，管理主体较多，服务机制待改进。	需提升
	建设基础	通达性良好，基础设施完备，可承载相当规模的旅游活动	外部交通方面能够满足，距离成都市区约 60 公里，可通过高铁、高速公路等方式到达；但内部基础设施不完善，景区内新能源接驳车覆盖率不足 30%，充电桩未覆盖核心景点；无障碍设施方面仅主要步道配备无障碍通道，母婴室数量不足。	需提升
	价值展现程度	有效挖掘、展示和利用核心资源，价值呈现度高且满足游客需求	青城山的自然景观和道文化资源得到较好展示，但国际化展示和宣传仍有提升空间。	需提升
市场吸引力	市场规模	近三年游客接待量平均达100万人次/年以上		已满足
		近三年旅游收入平均达 5000 万元/年以上		已满足
	国际市场吸引力	近三年外国游客人数每年在 5 万人以上		已满足
		国际游客客源地包括 5 个以上国家和地区	包括东亚、东南亚、欧美地区等。	已满足
	国际知名度	拥有以本地资源和文化为核心的国际性品牌	青城山的国际品牌建设相对薄弱，缺乏国际性推广，以“世界遗产文旅主轴”为核心品牌，但尚未形成如“九寨沟”级别的全球性。	需提升
		具有良好的美誉度	青城山在国内口碑较好，获评“中国最佳旅游城市”称号，但国际美誉度有待提升。	已满足
发展环境	所在地市条件	现代化、国际化发展水平较高	都江堰市定位“世界旅游目的地”，承接成都国际客源，旅游治理体系完善。	已满足
		旅游治理体系完备，旅游服务设施和服务要素充足	全市旅游产品供给体系中，仍是以青城山—都江堰景区的观光游为主，一日游的游客占比较大，旅游淡旺季明显，旅游业态较为低端，夜间游、冬季游等休闲度假旅游产品仍较为缺乏。	需提升

		近三年未发生涉旅游业重大安全事故和舆情事件		已满足
		当地居民参与旅游发展意识较强，国际旅游服务环境友好	当地居民通过民宿、文化表演等深度参与旅游发展。	已满足
	旅游业地位	旅游业在所在地市经济社会发展中地位显著所在地市人民政府有专项规划和支持措施	旅游业占都江堰市 GDP 比重超 30%,是核心支柱产业。	已满足
		所在地市人民政府有专项规划和支持措施	市政府发布《世界遗产文旅主轴建设方案》，提供专项资金及政策倾斜。	已满足

2.人口规模预测

上位规划指引：《都江堰市国土空间总体规划（2021—2035 年）》确定至 2035 年全市城镇化水平为 80.5%。《都江堰市青城山康养文旅发展片区国土空间总体规划（2021-2035 年)》确定至 2035 年片区旅居人口达到 3 万人，旅游当量人口将达到 12 万人。片区（不含中心城区）城镇化率达到 71.25%，青城山镇城镇化率达到 69%。规划至 2035 年，片区（不含中心城区）常住人口 16 万人，城镇常住人口 11.4 人，其中青城山镇常住人口 13 万人，城镇常住人口 9 万人。

综合上位规划，应用综合测算法和区域占比法，预测片区人口规模，规划至 2035 年片区规划常住人口为 22 万人，城镇人口 17.4 万人，常住人口城镇化率约为 79%，片区实际

服务人口约 37 万人（包括常住人口、旅居人口、旅游当量人口）。

3.旅游基础设施与公共服务设施配置标准与思路

片区内基础设施与公共服务设施配置标准分为 **4 层**：旅游中心镇、旅游建制村、旅游中心村、旅游建制村；**6 大类**：旅游咨询、旅游公路、旅游厕所、文化旅游公共服务、文化体验场所、旅游购物；**16 项**：旅游服务咨询中心、旅游集散点、旅游服务咨询站、旅游志愿者咨询服务点等。

表 5-3 基础服务设施与公共服务设施规划表（配置标准与思路）

设施类别	设施名称	旅游中心镇	旅游建制镇	旅游中心村	旅游建制村
旅游咨询	旅游服务咨询中心	●	○	○	○
	旅游集散点	○	●	○	○
	旅游服务咨询站	○	○	●	○
	旅游志愿者咨询服务点	○	○	○	●
旅游公路	二级及以上	●	○	●	●
	三级及以上	○	●	●	●
	四级双车道及以上	○	○	●	●
	规范化停车场	●	●	●	●
旅游厕所	Ⅰ类以上	●	○	●	○
	一般旅游厕所	○	●	○	●
文化旅游公共服务	镇（乡）级文化旅游公共服务中心	●	●	○	○

	村（社区）级文化旅游公共服务中心	○	○	●	○
文化体验场所	镇（乡）级文化体验场所	●	○	○	○
	村（社区）级文化体验场所	○	○	○	○
	节庆活动场所	○	●	○	○
旅游购物	旅游商品集市	○	●	○	○

“●”表示必须配置 ，“○”表示建议配置

备注:

旅游公路：连通区域内旅游资源或路域之内具有旅游价值，兼具交通和旅游双重功能的公路。

旅游厕所：在旅游者活动场所建设的、主要为旅游者服务的公用厕所。

文化旅游公共服务：由政府主导、社会力量参与，以满足公民基本文化和旅游需求为主要目的，而提供的文化和旅游公共设施、公共产品和服务。

4.旅游交通规划

4.1 旅游综合交通体系

对外交通体系：“两高、三轨、一机场、一枢纽”

内部交通体系：多干。

构建“两高、三轨、一机场、一枢纽、多干”骨架路网体系，植入特色化，旅居共享的交通基础设施，实现景区间、城市热点间的衔接。

两条高速公路：都汶高速公路（都江堰至汶川高速公路）和成都第三绕城高速公路（成都都市圈环线高速）；

三条轨道交通线路：低运量轨道交通都江堰－青城山（L7 线）、成灌快铁、成都都市圈环线铁路（原成都外环铁路）；

一机场：青城山机场；

一个综合交通枢纽：青城山站综合交通枢纽；

多条区域性主干路：S401、G317、玉沿路、中崇路、聚兴路、聚青路、彭青路、怀中路、环山旅游公路、青城山路、成青路等多条干线公路。两条高速贯穿片区南北及西北部，有效加强与崇州、汶川、彭州及成都主城区方向的连接；通过成灌快铁可实现成都主城区直达青城山，也是片区通往双流机场、天府机场的重要交通方式，多条干线公路连接了片区青城山前山及后山景区、赵公山景区、熊猫谷等主要景点，推动交旅融合深度发展的同时加强了与周边区域的联系，实现外联内畅。

为提升片区区域基础设施，加强内部联系，结合上位规划，拟建设上泰路、石泰路、青上路、环山旅游公路、彭青路、中安路、蒲中路等七条道路。

4.2 旅游风景道体系

旅游风景道是指具有特殊的自然、景观、历史、文化和科学等资源价值的公共道路，以国道、省道为基础，按照主题化、精品化原则，加强风景道沿线资源环境保护，营造景观空间，建设游憩服务设施，完善安全救援体系，优化交通管理，实现道路从单一的交通功能向复合功能转变，是旅游与交通功能相结合的新型道路景观模式。

“两纵三横多支”。片区内部形成“两纵三横多支”的

旅游风景道体系，以S401、环山旅游公路、聚青路、彭青路、成青路为片区旅游风景道主线；以片区连接西部景点的县道、乡道等道路为乡村旅游风景道的多条支线。

4.3 慢行旅游交通体系

片区形成以绿道、人行道、登山道等为串联的慢行旅游交通体系。

5.公共服务设施规划

5.1 文化服务设施

“2旅游镇+7旅游村”镇－村两级。片区内有镇（乡）级文化旅游公共服务中心2个，村（社区）级文化旅游公共服务中心7个，镇（乡）级文化体验场所2个，村（社区）级文化体验场所7个，节庆活动场所3个，整体构成“2旅游镇+7旅游村”**镇－村两级**的旅游文化服务设施体系。

表5-4 旅游文化服务设施规划表

分类	设置点	主要功能
镇（乡）级文化旅游公共服务中心	青城山镇、玉堂街道	依托文化站、复兴少年宫、文化院坝、乡镇影院、乡镇史馆、广播站等，建设集文体活动、阅读科普、艺术鉴赏、传承体验、广电惠民等多功能于一体的镇（乡）级文化旅游公共服务中心。
村(社区)级文化旅游公共服务中心	泰安古镇、中国大熊猫国际博览园、青城山景区、成都融创文旅城、熊猫谷、大观社区	依托文化室、文化院坝、农家书屋、农民剧场、村史馆、广播站等，建设集文体活动、阅读科普、艺术鉴赏、传承体验、广电惠民等多功能于一体的村（社区）级文化旅游公共服务中心。
镇（乡）级文化体验场所	青城山镇、玉堂街道	每年举办综合性大型文化活动（面向全镇群众、内容为综合性的活动）不少于1次；举办单项性文体活动（不含展览、培训、读书、非遗展示、共享工程活动）不少于4次（体

		育赛事不少于 2 次）。
村（社区）级文化体验场所	泰安古镇、中国大熊猫国际博览园、青城山景区、成都融创文旅城、熊猫谷、大观社区	每周对公众开放提供服务的时间不少于20小时。每年举办单项性文体活动不少于 2 次，其中举办体育赛事活动不少于 1 次。每年举办文体等讲座和培训不少于 2 次，其中举办科学健身知识讲座、体育健身技能培训不少于 1 次。每年开展文化志愿服务活动至少 1 次。
节庆活动场所	中国大熊猫国际博览园、成都融创文旅城、熊猫谷	每年定时在设置点举办采茶节、薅秧歌等节庆活动

5.2 旅游咨询服务体系

“1+2+2+N”旅游咨询服务体系。片区内有旅游咨询服务中心 1 个，旅游集散点 2 个，游客中心 2 个，旅游咨询服务点 N 个，整体构成“1+2+2+N”的旅游咨询服务体系。

表 5-5 旅游咨询服务体系表

游客中心类型	分布位置	主要功能
旅游服务咨询中心	青城山镇	基本游客服务、旅游资讯、旅游管理、旅游交通、旅游住宿、旅游餐饮和其他游客服务
旅游集散点	大观社区、玉堂街道	基本游客服务、旅游资讯、旅游管理、旅游交通、旅游餐饮和其他游客服务
游客中心	青城山景区、熊猫谷	基本游客服务、旅游资讯、旅游管理、旅游交通、旅游餐饮
旅游咨询服务点	泰安古镇、中国大熊猫国际博览园、五粮液青城山以及片区内各景点	基本游客服务、旅游资讯

5.3 旅游厕所系统

“旅游中心镇村+旅游建制镇村”Ⅰ类旅游厕所+Ⅱ类旅游厕所。片区内的旅游厕所系统分为三类：**Ⅰ类旅游厕所、Ⅱ类旅游厕所和生态厕所**，主要分布在各个中心镇村、旅游

建制镇村和旅游片区道路沿线。

表 5-6 旅游厕所分布表

分类	设置点
Ⅰ类旅游厕所	青城山镇、青城山景区、熊猫谷
Ⅱ类旅游厕所	泰安古镇、大观社区、玉堂街道、成都融创文旅城以及片区内各景点
生态厕所	旅游片区旅游道路沿线

5.4 旅游标识标牌体系

片区内的旅游标识标牌体系设有四类旅游标识：全域游览总标识、旅游交通标识、旅游景区导览标识和旅游服务设施标识。

表 5-7 旅游标识体系表

旅游标识牌类型		分布位置
旅游交通标识		都汶高速、第三绕城高速、成灌快铁
		S401、中崇路、聚青路、彭青路、怀中路、环山路、青城山路等主干路出口
		片区道路沿线景区（点）前后 50 米
全域旅游总览标识		青城山镇、玉堂街道、大观社区、青城山景区、熊猫谷
旅游功能区（景区、度假区旅游标识系统）	全景导览图	泰安古镇、成都融创文旅城等
	景点导览图	旅游功能区内各景点
	景点解说牌	旅游功能区道路交错点
	交通指示牌	江边、悬崖、林地等危险区域
	安全警示牌	江边、悬崖、林地等危险区域

6.市政基础设施规划

给水工程。近期片区新增给水规模 $m^3$1052m^3/天，由西区水厂、山区供水厂（站）供水，片区管道直饮水不纳入规划。

排水工程。近期片区新增排水规模 946.8m^3／天，有味

江污水处理厂、大观污水处理厂、翠月湖污水处理厂、安龙污水处理厂、泰安污水处理厂、地埋式污水处理厂，就近接入场镇污水处理厂，排放标准必须达到相关标准后方可排放。

电力工程。近期片区新增供电规模7166KVA／天，规划熊猫谷110kV变电站和规划中兴220kV变电站、沿江110kV变电站、都江堰新区110kV变电站，对重点片区青城山子片区原有110KV变电站进行提能扩容。

电信工程。片区保留多个电信网点，做好光纤物理网的延伸工作，促进光纤入户。

燃气工程。片区近期新增燃气用量1062Nm^3/d，衔接片区国土空间规划，规划青城山门站。燃气管网以环网为主，以枝状向乡村聚居点延伸。

环卫工程。片区近期新增固体垃圾处理量13269kg/d。片区各城镇社区（村）设置垃圾收集站，新型社区、乡村安置点及散居用户设施垃圾收集点。

表5-8 市政基础设施新增需求预测一览表

年份		2025年	2035年
新建项目年增加游客规模（万人）		230	308
平均日接待游客量（人）		13269	17770
住宿比例		20%	25%
给水工程	床位用水标准（L/人·天）	200	200
	餐饮用水标准（L/人·天）	50	50
	用水量（m^3/天）	1052	1555
排水工程	比例	90%	90%
	污水量（m^3/天）	946.8	1399.5

电力工程	指标（KVA/床）	2.7	2.7
	用电量（KVA/天）	7166	11995
燃气工程	指标（Nm^3/人·d）	0.40	0.40
	燃气用量（Nm^3/d）	1062	1777
环卫工程	综合垃圾处理量标准（kg/人·d）	1	1
	处理量（kg）	13269	17770

7.防灾减灾与环境保护规划

7.1 防灾减灾规划

防洪规划。中心城区岷江灌口至青城桥河段（包括都江堰三大工程），达到100年一遇的防洪标准，外围段按照50年一遇的标准设防；主要河段工程达到50年一遇的防洪标准，其余部分按照20年一遇的防洪标准。

消防规划。都江堰市域范围内规划共设置消防站15座。片区按照标准建设。

抗震设防。新建、改建、扩建工程严格按照《中国地震动参数区划图》GB18306-2015）所确定的抗震设防要求，以抗震设防烈度为7度，设计基本地震加速度值为0.10g对规划区进行抗震设防；重要公共建筑和生命线工程应依据标准提高设防级别。

旅游应急。针对可能面临的自然资源、事故灾难等进行全面评估，制定详细的旅游应急预案；建立旅游安全信息监测体系；做好应急资源保障，储备必要的应急物资，对旅游从业人员进行应急培训，与公安、消防、医疗等相关部门建

立合作机制，确保在突发事件发生时能够得到及时有效的支援。

7.2 环境保护规划

底线管控。落实片区国土空间规划的耕地保有量和永久基本农田保护目标及管控措施；落实河流蓝线保护要求；按照《城市蓝线管理办法》进行管控；落实国土空间功能分区及管控要求

污染治理。在项目建设前编制环境保护评估报告，建设和运营过程中，加强对固体废弃物、废水、废气、噪声的污染治理。

环境承载能力评估。科学评估景区等游览地的环境承载量，合理控制游客数量。

第六章 重点旅游功能区规划

1.青城山世界级旅游目的地服务中心

1.1 规划思路

打造思路：青城山片区是成都高新区与都江堰市域结对合作的重点片区，结合青城山自身的文化资源、环境特色和产业本底，从数字文旅、交流展示、高端度假，打造青城山世界级旅游目的地服务中心。

发展方向：依托青城山独特的旅游资源和气候条件，打造集遗产旅游、总部会展、文化旅游、康养度假、特色休闲于一体的国际会客厅。

1.2 项目专栏

以建设世界旅游目的地为目的，将温泉度假、休闲度假等元素融入旅游项目。加快推进国际会展中心项目建设，规划布局芒城高奢酒店、宝信希尔顿酒店、国际酒店等产业项目，推进青城山世界级旅游目的地服务中心功能完善。

2.世界遗产文旅主轴

2.1 规划思路

依托成都高新区与都江堰市域结对合作重要战略和都江堰景区—玉堂窑—熊猫谷—芒城遗址—青城山景区等世界文旅资源，打造世遗文旅主轴，形成都江堰建设世界旅游

目的地的绿色生态走廊、世遗体验之地、文旅消费中心。

2.2 项目专栏

加大都江堰五粮液青城山国际康养、医疗健康产业园等康养医疗产业培育，加快推进高都高端商业、“翠墨丹青”商业综合体等商业项目，推动世界遗产文旅主轴综合发展。

3.农旅融合发展片区

3.1 规划思路

形成现代农业观光产业园、康养旅居度假产业园、川派盆景文化艺术聚落三大主题。

现代农业观光产业园：智慧农业科技园、农业文创产品研发、猕猴桃采摘及产品加工园、中药材种植园、高质量粮油种植示范园、现代农业大地景观游览园等

康养旅居度假产业园：主题康养酒店、林盘颐养民宿、高端智慧医疗康养、健康管理中心、道医养生基地，高端月子会所等。

川派盆景文化艺术聚落：主题康养酒店、林盘颐养民宿、高端智慧医疗康养、健康管理中心、道医养生基地，高端月子会所等。

3.2 项目专栏

布局森林康养聚落部、奇幻森林等室外康养休闲项目，提升盆景博览园、卉景集市等美好场景，打造川派盆景文化

展示窗口。

4.天府熊猫文旅新城示范区

4.1 规划思路

依托大熊猫资源和冰雪资源，打造以大熊猫主题体验以及冰雪休闲运动为主的天府文旅新城示范区。

4.2 项目专栏

推进熊猫家园项目建设，完善旅游配套设施，构建“大熊猫+”产业生态圈。

5.大青城遗产旅游发展片区

5.1 项目专栏

基于都江堰赵公山现有资源与设施，打造集自然探索、生态教育、文化体验于一体的赵公山荒野徒步公园。加速招引、培育一批精品民宿，壮大青城山旅游品牌建设。

第七章 旅游用地规划

1.旅游基础服务设施用地

1.1 旅游交通及市政设施用地

整合片区闲置低效用地，片区旅游交通主要涵盖旅游功能区内部道路，以及片区旅游环线，用地规模共 37.28 公顷，具体如下表:

市政设施用地需求约 0.96 公顷，主要包含给排水、电力电信、医疗救护、治安安保、消防应急等设施用地。充分对接市政、便民、应急、消防等专项规划，保障片区旅游产业高质量发展。

1.2 旅游管理及公共服务设施用地

整合片区闲置低效用地，片区旅游公共服务设施主要包含旅游服务与咨询中心、旅游集散点、游客中心、旅游咨询服务点，总占地规模为 3.67 公顷，具体如下表：

2.旅游项目用地

根据青城山康养文旅发展片区的旅游定位和形象，构建特色旅游产品体系，布局康养度假、遗产旅游、主题体验、农文旅融合、新场景新业态等五大类型旅游项目。涉及项目用地共 1049.02 公顷，其中重点项目用地 753.55 公顷。

3.旅游综合用地平衡

整合片区闲置低效用地，片区旅游建设用地总规模1090.93公顷，其中旅游交通设施用地37.28公顷，市政设施用地0.96公顷，旅游管理及公共服务用地3.67公顷，旅游项目用地（旅游产品）1049.02公顷。各功能区建设用地基本满足旅游景区、度假区建设用地指标。

第八章 国土空间规划衔接

1.片区国土空间“三区三线”衔接

依据都江堰三线试划成果，都江堰青城山康养文旅发展片区涉及生态保护红线 5185.75 公顷，永久基本农田保护面积为 1542.42 公顷，城镇开发边界面积为 2814.73 公顷，严守永久基本农田控制和生态红线保护。

2.片区用地指标与规模衔接

依据都江堰青城山康养文旅发展片区国土空间总体规划城乡建设用地 5144.97 公顷的总量指标，保障片区新增交通设施用地 37.28 公顷，市政设施用地 0.96 公顷，公共服务设施用地 3.67 公顷，片区旅游项目用地需求 1049.02 公顷，旅游专项用地总计 1090.93 公顷。

3.片区供地方式与时序对接

片区旅游功能区定位和形态，景区采用“串珠连线”开发模式，主要利用现状宅基地进行开发建设，在游客中心和重要景点处布局相应用地，以旅游道路联系，开发用地新增规模较小；片区其他区域多结合农业产业用地、农业设施用地、宅基地开展乡村休闲旅游活动，尽量减少开发用地规模。结合各功能区的分期发展目标。规划近期供地 537.59 公顷，中期供地 186.12 公顷，远期供地 367.22 公顷。

第九章 实施保障

1.体制保障

（1）体旅市场综合监管体系

①明确保护范围与责任

根据青城山作为世界遗产地的实际情况，明确其保护范围，包括核心区和缓冲区，并制定相应的保护要求和限制。确立青城山所在地人民政府及其相关部门的保护责任，确保世界遗产得到有效管理。

片区涉及大熊猫国家公园，则应整合原有自然保护地、国有林场等管理职能，明确大熊猫国家公园管理机构在青城山片区的职责范围。加强与地方政府及周边社区的沟通与协调，共同推进大熊猫国家公园在青城山片区的保护工作。

②设立管理机构与制度

设立片区风景名胜区、世界遗产保护、大熊猫国家公园综合管理机构，负责片区的统一管理和协调工作。加强与相关部门和地方的沟通与协作，形成保护合力。制定并实施片区世界遗产、国家大熊猫公园、风景名胜区保护措施和管理制度，确保各项保护工作有章可循。

③加强监测与评估

建立片区保护监测制度，定期对保护状况进行监测和评估。根据监测结果，及时调整保护策略和管理措施，确保青

城山世界遗产的完整性和真实性。

根据大熊猫国家公园的总体规划，将片区划分为核心保护区和一般控制区。对核心保护区实施严格的保护措施，禁止人为活动；对一般控制区进行有限的人为活动管控，确保生态功能的完整性。

④强化监督与执法

建立健全片区监督体系，加强对风景　名胜区、大熊猫国家公园、世界遗产保护活动的监督检查。对违法行为进行严厉打击，确保片区资源的完整性和真实性。

⑤加强生态保护与修复

开展青城山片区内的生态保护和修复工作，改善栖息地质量。加强专业人才培养和科研平台建设，提高科技支撑能力。

⑥文化保护与传承

片区不仅拥有丰富的自然资源，还承载着深厚的文化底蕴。在构建体制机制时，应充分考虑文化保护与传承的需求。加强对青城山文化遗产的调查、保护和修复工作，传承和弘扬青城山文化。

（2）体旅发展一体化管理体系

①设立文化旅游产业发展领导小组

为有效适应文化和旅游行业合并发展的新态势，使都江堰世界文化遗产的文旅价值最大化，建议在原市旅游发展委

员会基础上设立都江堰市文化旅游产业发展领导小组，进一步理顺文旅行业主管部门、景区管理部门、相关职能部门和功能区、镇街的职能职责，建立由领导小组全负责、全管理、全推进、全统筹的文体旅产业发展体制，有效推动文体旅事业高质量发展。

②优化工作领导小组机制

进一步优化假日协调指挥部、旅游市场秩序整治工作领导小组工作机制，完善分级协调、联席会议和工作督导机制，形成纵向到底、横向到边，多级联动、部门协同的文体旅市场综合监管格局。

③推动文体旅行业协会改革

引导规范发展，发挥其在行业自律、诚信监督等方面的积极作用，加强文旅行业诚信体系建设，推行大众评价和社会监督，完善文体旅行业“红黑榜”、奖惩制度。优化完善旅游咨询服务投诉受理平台，咨询投诉服务热线提供多语种服务，设立旅游赔付专项基金，建立投诉先行赔付机制，强化后疫情时代常态化防控，严守行业安全生产底线，打造安全和谐高效有序的文旅消费环境。

2.政策支持

（1）出台都江堰市旅游产业发展导向目录

旅游产业已由高速增长转向高质量发展阶段，为推动休

闲旅游产业结构调整转型和产品合理优化布局，根据旅游产业结构体系发展目标，探索旅游产业发展正面引导和负面清单相结合的管理方式，编制出台都江堰市旅游产业发展导向目录，改造提升现有旅游产品，淘汰低端同质化旅游产品，形成“鼓励”“限制”“禁止”三类业态清单方能实现“全国一流、世界知名、人人向往”的“世界遗产山水文旅新城”的目标。

3.资金保障

（1）实施金融稳链行动

实施金融稳链行动，支持产业链龙头企业利用多层次资本市场发展壮大，完善落实各项产业扶持政策，强化文体旅项目用地和产业扶 持资金保障，审慎完善依托“三荒地”“宅基地”开展文体旅经营活动的政策措施，积极探索“点状供地”等方式盘活闲置农村土地。

（2）建立文体旅产业发展基金

建立文体旅产业发展基金，引导各类社会资金投资建设和运营旅游项目，鼓励中小微企业抱团发展，组建专业商管公司，实现企业利润更大化和财政收入增收双赢局面。

（3）加快推进国资国企改革

鼓励国有平台公司通过参股、控股、投资、并购、资产证券化等投资运作方式参与和主导文旅资源开发，充分发挥

乡镇（街道）、市级部门力量，丰富闲置资源开发和运营方式。

（4）创新旅游市场主体融资渠道

鼓励开展门票质押和景区经营权资产证券化产品试点，鼓励金融机构与旅游企业合作设立旅游并购基金，支持旅游企业通过发行股票、发行债券、私募、股权等多种方式筹措资金，推出一批旅游资产证券化产品。

4.人才保障

（1）实施人才兴链行动

实施人才兴链行动，以旅游产业发展需求为导向，加强重点产业人才的招引、培育。突出抓好柔性引才，采取岗位聘任、项目聘任、短期兼职、项目合作等灵活方式，柔性引进培育旅游、文创、康养等领军型、紧缺型人才，大规模培养导游讲解、酒店管理、文艺创作、器乐表演等技术型、艺术型人才。

（2）加强校企互动

加强校企互动，增设大学生实习培训基地，重点对接四川大学、西南财经大学、四川农业大学等学校旅游管理专业学子。

（3）加强文化旅游新业态人才培养

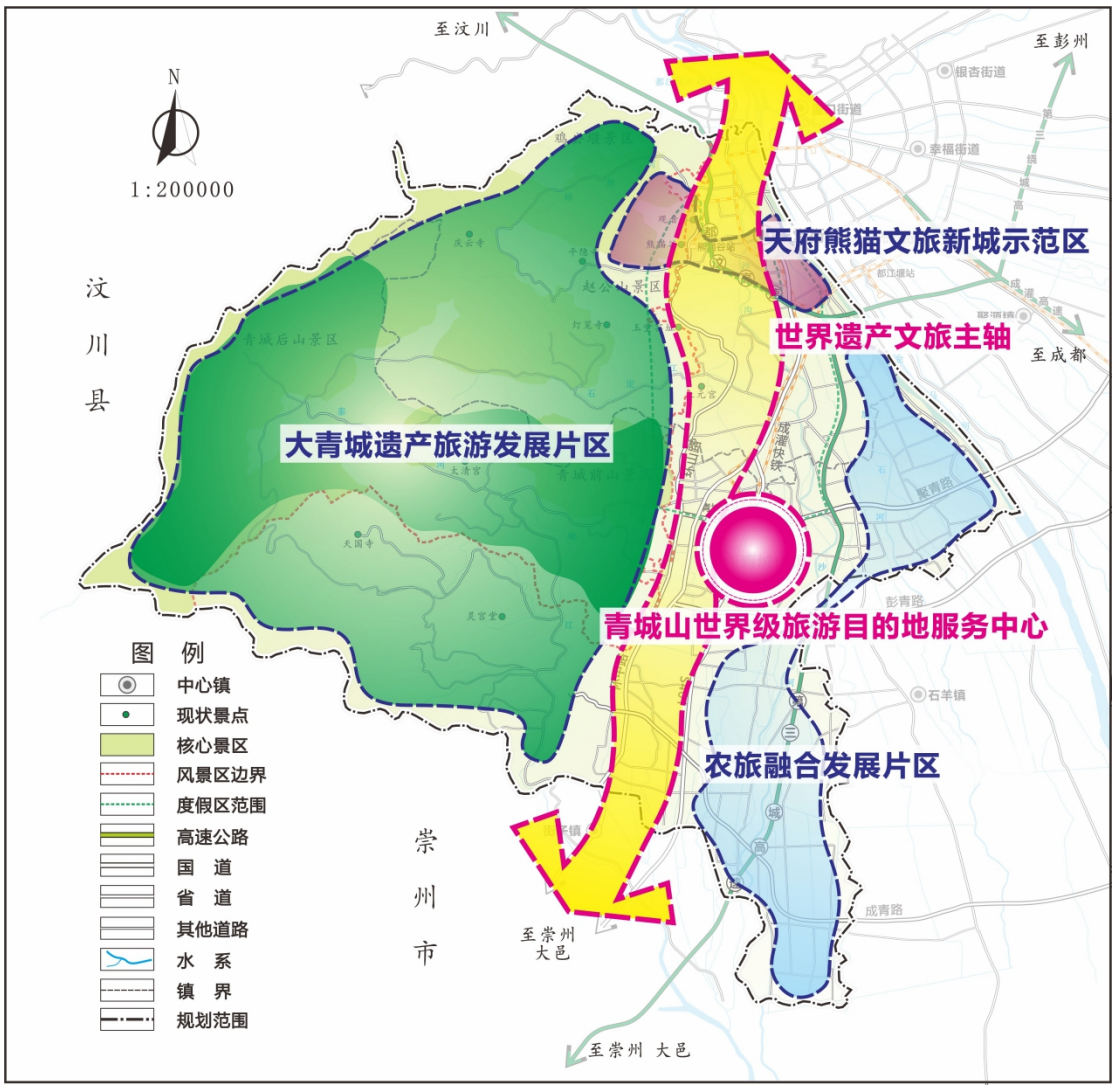
每年选派旅游新业态人才到国内外旅游院校、科研院所、

规划机构等学习深造。加强非遗传承技能人才保护开发，实行非遗传承人“名师带徒”工程，出台具体实施办法。

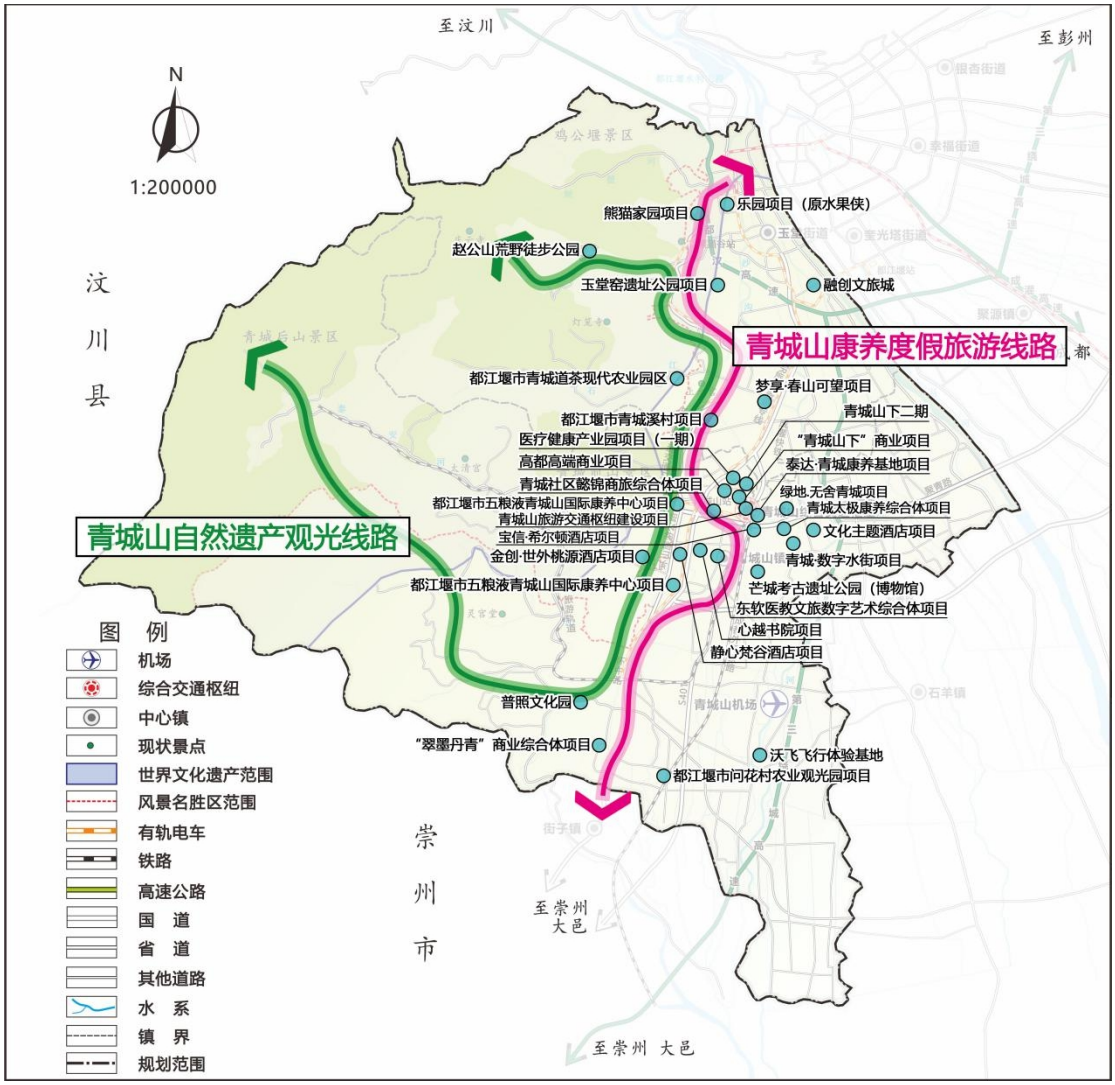
（4）创新旅游市场主体融资渠道

加强文化旅游业人才激励，每两年举办导游大赛、饭店服务技能大赛，选拔评选一批明星服务员、金牌导游员等行业人才优秀典型。积极推进文化旅游信息化建设，动态开展一次全市文化旅游人才资源调查，建立市文化旅游人才信息库。

青城山康养文旅发展片区旅游专项规划空间结构图



青城山康养文旅发展片区旅游专项规划重点主题线路规划图



青城山康养文旅发展片区旅游专项规划旅游咨询服务体系图

