

2013 级《旅游行业调查》实践课程成果



# 烟霞洞景区旅游市场分析与开发策略

**鲁东大学商学院**

2013 级旅游管理

第一小组成员：张前霞 郭煜 姜雅琪 魏湘颐 孙强

指导老师：曹艳英

2016 年 11 月

# 目 录

第一章 景区现状概况及资源分析.....	1
1.1 区位概况.....	1
1.2 景区条件分析.....	1
1.2.1 地脉（自然条件）.....	1
1.2.2 文史脉（历史人文条件）.....	2
1.3 昆嵛山景区现状特点分析（swot 分析）.....	2
1.3.1 优势识别.....	2
1.3.2 劣势识别.....	3
1.3.3 机遇识别.....	3
1.3.4 挑战识别.....	3
第二章 旅游市场定位与市场战略.....	4
2.1 旅游市场的现状与特点.....	4
2.1.1 客源地域结构.....	4
2.1.2 游客属性结构.....	4
2.1.3 游客行为结构.....	4
2.1.4 游客满意度调查.....	5
2.2 旅游市场的开拓与形象定位.....	5
2.2.1 市场的制约因素.....	5
2.2.2 市场定位.....	5
2.2.3 旅游市场的形象定位.....	5
2.3 旅游市场开发战略.....	6
第三章 烟霞洞景区的功能布局旅游产品的开发.....	8
3.1 旅游产品开发原则.....	8
3.2 旅游产品开发.....	8
3.2.1 旅游产品特色定位.....	8
3.2.2 旅游产品系列规划.....	8
3.3 烟霞洞旅游功能分区.....	8
3.3.1 田园旅游景区.....	9
3.3.2 道教文化旅游景区.....	9
3.3.3 生态保健旅游景区.....	9
3.4 道教文化景区.....	9
3.4.1 位置与范围.....	9
3.4.2 旅游区形象.....	9
3.4.3 策划理念.....	9
3.4.4 产品与项目策划.....	9
3.5 田园旅游景区.....	13
3.5.1 位置与范围.....	13
3.5.2 旅游区形象.....	13
3.5.3 策划理念.....	13
3.5.4 产品与项目策划.....	13
3.6 生态保健旅游区.....	14

3.6.1 位置与范围.....	14
3.6.2 旅游区形象.....	14
3.6.3 策划理念.....	14
3.6.4 产品与项目策划.....	14
第四章 旅游基础设施规划.....	15
4.1 旅游交通规划.....	15
4.1.1 景区车行道.....	15
4.1.2 景区主干步行道.....	15
4.2 道路交通系统规划.....	15
4.3 旅游基础设施规划.....	15
4.4 旅游服务设施规划.....	16
4.4.1 餐饮设施.....	16
4.4.2 购物设施.....	16
4.4.3 生态旅游厕所规划.....	16
4.4.4 基础服务设施.....	16
4.4.5 旅游区治安保卫规划.....	16
第五章 旅游区景观资源保护与景观生态规划.....	17
5.1 昆嵛山生态环境现状及主要问题.....	17
5.2 昆嵛山生态环境保护.....	17
5.2.1 保护内容.....	17
5.2.2 保护措施.....	17

# 第一章 景区现状概况及资源分析

## 1.1 区位概况

昆嵛山又名姑余山，位于胶东半岛东端，横亘牟平、文登、乳山三区（市），地理坐标为东经 $121^{\circ} 37' - 121^{\circ} 48'$ ，北纬 $37^{\circ} 10' - 37^{\circ} 19'$ 。总面积71000亩。主峰海拔922.8米，山脉绵延150多公里，是胶东厚实的脊梁。1992年由原林业部批准为国家森林公园，1998年由省政府批准列为省级风景名胜区。昆嵛山地理位置优越，交通便利，距烟台、威海市及莱山机场各50公里，距牟平、文登各20公里，距蓬莱120公里，烟台、牟平有直达班车。近年来，加大开发力度，初步形成了吃、住、行、游、购、娱为一体的旅游服务体系，有招待所、饭店六处，一次可安排住宿200人。目前已推出泰礴顶、烟霞洞、九龙池、岳姑殿、无染寺5个旅游景区。

## 1.2 景区条件分析

### 1.2.1 地脉（自然条件）

昆嵛山是个天然生态博物馆，植物资源丰富，植物品种达1000多种，其中木本植物328种，草本植物600多种，可供观赏的花卉348种。树木结构合理，现已形成较为稳定的森林生态群落，森林覆盖率达82%以上，有南方的杉木、东北的红松、落叶松、美国火炬松、山东最大的“活化石”水杉，还有颇具欣赏价值的马褂木、华山松、辛夷花、火炬树和千年树龄的银杏、杜松及300年树龄的北方玉兰王。通过营造混交林，搞综合防治，促进了生态平衡，25年没施化学农药而无虫灾害，经专家鉴定达到国际先进水平。动物资源同样非常丰富，有狼、梅花鹿等鸟兽200多种。昆嵛山有跌宕起伏的地形地貌，这里属长白山山系，崂山山脉，多为花岗岩，地形复杂多变，山势陡峭险峻，奇峰异石星罗棋布，沟壑纵横交错。主峰泰礴顶海拔923米，除主峰外还有大崮、小崮、金银崮、枪杆崮等72崮，形成了奇峰林立，雄伟壮观的自然景观。由于特殊的地形地势形成了许多天象奇观，著名的有“泰礴日出”、“山市蜃楼”、“古洞烟霞”、“昆嵛叠翠”等。昆嵛山群山环抱，地形复杂，沟谷曲折幽长。这里四季变幻丰富、色彩斑斓。

春天，这里绿草茵茵，山花烂漫，最宜赏花踏青；盛夏，浓荫蔽日，凉爽宜人，清潭、山泉、瀑布纵横其间，最适消夏避暑；金秋，漫山红透，层林尽染，野果飘香，是赏红叶、品鲜果的黄金季节；隆冬，万里雪飘，银装素裹，观雾凇冰挂，品山珍野味令人陶醉。昆嵛山群山环抱，地形复杂，沟谷曲折幽长，形成了以溪水、瀑布、清潭、山泉为主体的水景内容，九龙池瀑布是为人间仙境。

### 1.2.2 文史脉（历史人文条件）

昆嵛山又是道教名山，是中国道教全真派的发祥地。神话传说中的海上仙山蓬莱、瀛州、方丈三座仙山都是从这里衍生出来的。《齐乘》云：昆嵛山“秀拔为群山之冠”。北魏史学家崔鸿在《十六国春秋》里称昆嵛山为“海上诸山之祖”，故有“海上仙山蓬莱，蓬莱之祖昆嵛”之说。昆嵛山一时成为名闻华夏的“仙山圣地”，齐威王、齐宣王、燕昭王、秦始皇、汉武帝等帝王，相继来此拜神求仙，寻找长生不老之药，更为昆嵛山增添了一份神秘色彩。昆嵛山有众多的古迹遗址、名人史料、碑碣石刻等人文景观，如道教的全真教发祥地烟霞洞，胶东第一古刹无染寺，名扬全国的岳姑殿、九龙池、龙王庙、齐王坟及无盐王后墓葬，王母娘娘洗脚盆，抗日英雄于得水洞。烟霞洞内有元、明朝的圣旨碑、“铜碑”、邱处机手书石刻，无染寺中唐昭宗光化四年无染院碑、清光绪年间重修无染寺禅院碑等。这些人文景观与自然景观融为一体，进一步体现了“秀”、“古”、“奇”、“俗”、“幽”的特色，更体现了昆嵛山悠久的历史文化。

## 1.3 昆嵛山景区现状特点分析（swot 分析）

### 1.3.1 优势识别

1.昆嵛山地处烟台威海牟平交界处，具有较好的宏观区位优势有着广阔的城市作为其市场来源保障。

2.昆嵛山具有形象宣传优势：昆嵛山素有道教名山，仙山之祖的美名，在整个胶东地区有着较高的知名度，在对外宣传上具有很大的优势。

3.以全真教为中心的道教文化特色鲜明，具有很强的区域竞争优势，是胶东道教胜地之一，具有很强的宗教生命力和区域感召力。

4.自然生态环境保护较好，林地覆盖率较高；树种丰富，且有很多独具特色的古树，植被茂密，是自然生态旅游和亲近自然，接受大自然教育的天然生态旅

游地，具有非常好的绿视特征。

5.昆嵛山的旅游资源种类比较丰富，既有浓郁的道教文化色彩的宗教旅游资源，又是国家级森林公园，符合现代人追求回归自然的要求。

### 1.3.2 劣势识别

1.昆嵛山旅游区的面积较小，道路狭窄，路线单一，地势多为狭窄的沟谷，山体开发比较困难，拓展的空间受到限制。

2.昆嵛山的道教文化内涵较深厚。但昆嵛山旅游区规划范围内体现道教文化的地表遗留物保存较少。

3.昆嵛山客源市场目前比较单一，仅限于周边几个显示，且基础设施不全面。

4.昆嵛山旅游开发起步较晚，且长期停滞不前，景区建设没有实质性建设，开发建设缓慢。

### 1.3.3 机遇识别

1.昆嵛山周边区域旅游发展的良好格局和旅游业发展的大好局势为昆嵛山旅游建设发展提供了良好的发展的宏观环境和开发经验。

2.昆嵛山地处的烟威两市被评为“最佳魅力城市”和“最适合人类居住城市”，这两个城市品牌为旅游实业开发提供了良好的契机。

3.烟台市是世界葡萄酒城，2007年举办第一届世界葡萄酒节，为昆嵛山对全国以至海外的形象宣传提供了一个良好的机遇。

4.现代人的对自然的向往与追求以及返璞归真的心理需求，为昆嵛山提供了广大的潜在客源市场。

5.各级领导对昆嵛山的旅游开发建设给予了相当的重视，重视昆嵛山的旅游规划，期待将昆嵛山建设成为胶东地区的高品位特色的旅游区。

### 1.3.4 挑战识别

1.周边同类景区以及更知名景区的竞争对昆嵛山的发展造成巨大压力，例如蓬莱，崂山等著名景区。

2.景区开发建设要与生态平衡达到和谐统一对昆嵛山的开发来说是一个巨大的挑战。

## 第二章 旅游市场定位与市场战略

### 2.1 旅游市场的现状与特点

烟台市现代化的经济新城为昆嵛山旅游开发和市场开拓提供了便捷的交通区位和旅游区位，同时，昆嵛山为胶东地区道教文化发源地的特色景观，并且昆嵛山还是著名的国家森林公园，从而成为烟台市城际规划南缘一处难得的集道教文化与自然生态于一体的山林公园，也成为当地居民休闲、游览的好去处。

随着烟台市城市建设和经济的迅速发展，昆嵛山所在的牟平区作为一个新型的现代化经济新城而得到大力建设，昆嵛山旅游开发在交通、旅游价值、市场环境、景区建设等方面都有大幅度发展，市场影响力和开拓力度在逐步加大，从而推动了昆嵛山旅游产业的发展。每年的游客规模在 10 万人，庙会(六月十三、九月初九和十月十五)等和其他节庆活动如春季踏青旅游节等也逐渐成为昆嵛山主要的旅游活动。

#### 2.1.1 客源地域结构

从昆嵛山客源地域组成来看，本地客源占 70%，外地客源占 30%，其中：本地客源为当前昆嵛山景区客源市场的主体，主要为烟威地区和济南、青岛等地游客，外地客源主要分布在山东其他内陆县市以及国内其他省市。

#### 2.1.2 游客属性结构

就游客身份来说，市民成为游客的主体，并以家庭、朋友或个人出游为多；海外华侨及外籍华人慕名而来的游客不多，也不是昆嵛山旅游市场拓展的主要方向

#### 2.1.3 游客行为结构

游客行为结构包括出行目的、出游方式、旅游交通工具、出游次数及停留意愿等。

就出游目的而言，游览健身和宗教朝拜为两大主要目的。

就出游方式而言，家庭、个人为主要旅游方式，很少经旅行社或单位安排，旅游活动以自发、自助式为主；

就出游交通工具而言。私家车成为主要的交通工具；

出游次数、时间而言，以市民的周末旅游为主；

就停留时间和花费而言，大多停留半天；且没有门票、饮食、娱乐性消费支出

#### **2.1.4 游客满意度调查**

生态环境很好，空气质量绝佳；

景区规模小，旅游产品单一；

交通不太方便，景区路况不好；

景区环卫设施缺乏，垃圾遍地，缺乏管理

宗教建筑破败，旅游线路组织混乱。

## **2.2 旅游市场的开拓与形象定位**

### **2.2.1 市场的制约因素**

昆嵛山虽为道教文化名山，且有“仙山之组”之美誉，但长期以来，由于受地理位置、交通条件、经济发展水平等多方面的因素制约，昆嵛山国家森林公园的开发建设一直滞后，缺乏有效、长远的市场拓展策略，致使其市场辐射范围狭小、客源结构单一、旅游时间短。产品的单一性、景区基础建设的薄弱又进一步限制了市场的多元化战略和市场的广阔拓展。

观光旅游未形成完善的外地旅游市场。观光市场仍以本地居民为主，外地游客所占比重较少。旅游目前主要为烟台市城区居民休闲、游览服务，没有很好地利用烟台市作为“胶东地区旅游中心”的突出的交通区位优势，从而决定了其面临的最大问题就是国内和区域性知名度较低，对外的旅游吸引力较弱。

### **2.2.2 市场定位**

依据昆嵛山旅游区的交通定位、资源条件，充分考虑旅游市场发展态势，确定昆嵛山生态旅游开发客源市场的总体定位为：以本市及威海、青岛、济南等周边中等城市为主体，东北、华北、华中地区市场为潜在增长区，兼顾部分海外市场，并充分利用昆嵛山道教文化发源地及日益优越的生态环境，对海内外客源市场进行开放。

### **2.2.3 旅游市场的形象定位**

#### **2.2.3.1 功能定位**



以昆嵛山独特的自然和人文资源为依托,在空间结构上通过目前以神清观和烟霞洞为中心的道教文化区、烟霞洞景区入口处的田园旅游区、以及贯穿始终的生态保健区三部分,着力开发城市休闲体验、宗教朝拜、和生态保健三大功能。

#### 2.2.3.2 形象载体

城郊、低山、森林、道观、农庄、果树等载体,构成昆嵛山旅游产业体系开发和市场拓展的形象载体。

#### 2.2.3.3 形象定位

视觉形象一:低山、森林、蓝天、湖泊构成完美的视觉体验。

视觉形象二:登临昆嵛山,前后俯视,一边是现代化的中国优秀旅游城市一边是惬意的丘陵风光

形象定位:“休闲体验好去处”、“自然与人文的完美结合”。

## 2.3 旅游市场开发战略

强化本市客源的组织、营销和策划工作,稳定目的的客源主体;区外以烟台市为圆心,半径 500 千米区域范围内的威海、青岛、济南等周边中等城市是昆嵛山国内客源市场的主要区域。

随着昆嵛山周边交通条件的进一步改善,必须抓好区域性旅游市场的拓展有销工作,开拓潜在客源市场。

把握客源市场需求心理,在弄清客源市场需求心理后,有针对性地进行宣传,才能够有的放矢,收到事半功倍的效果。针对烟台周边地区的游客,应突出“城市休闲山林公园”的特色;对有宗教信仰的特定游客,应突出“道教圣地”的特色。

昆嵛山旅游区是紧邻烟台市城区的一个绿色生态旅游区,在宣传上应与烟台市整体宣传相协调,最终形成烟台乃至山东半岛的“明星”级旅游点。烟台市在旅游方面的对外宣传上,应以昆嵛山生态旅游区为重点,突出昆嵛山山林旅游的拳头产品与烟台市的滨海旅游区相串联,进行有机组合,共同合作,开展区域性联合营销、推广。

根据昆嵛山生态旅游区旅游产品系列开发的时序,在总体形象宣传中的不同时段(如春夏秋冬)、不同宗教节庆活动时间,针对不同客源市场,相继推出既互

相联系又相对独立的旅游主题产品。由此形成有具体的旅游新项目支撑的持续热点，如春季推出“春季昆嵛山踏青游”。夏季推出“避暑游”和道教朝拜游等旅游产品。

宣传促销对象不同，促销的方式、手段就大不一样，宣传品的设计制作也有区别。对近程客源，可采取媒体宣传促销与直销相结合的方式，如对学校、企业和老龄团体可采取发函等直接推销的方式。对远程潜在游客的宣传要求面广，主要是通过客源地的媒体进行宣传，同时也可派销售人员去客源地进行促销。对旅行商品的促销应选择代理对象，争取在客源地寻找信誉可靠的长期合作伙伴。

昆嵛山节庆活动既是一种旅游产品，也是一种旅游宣传方式，同时也是集经贸、文化交流与城乡民众休闲游乐于一体的活动。节庆活动要选准主题，集中反映昆嵛山生态旅游区的传统风貌与形象，充分展示本地自然风光、历史渊源、民间风俗、宗教氛围、经济活力和时代风尚，营造和推广地区的总体旅游形象。大型节庆活动宜少不宜多，宜精不宜滥，集中办好一两个足矣。节庆活动的主题要基本稳定、形成传统，但具体内容和操办方式可以常变常新。

节庆活动应积极探索政府主导，由本地和外地的企业支助，展销产品、承揽指定用品饮品、发布广告及剧团有偿或义务演出等，使节庆活动同商务洽谈、商品展销相结合，同文化交流、学术研讨和文体活动搭配，并动员本地广大居民的支持和参与。随着节庆活动的成型，由临时型转为定期型。政府财政可适当补贴，由各企业资助和承办、社会团体支持和参与，使旅游节庆活动纳入市场化、社会化运作的轨道。

# 第三章 烟霞洞景区的功能布局旅游产品的开发

## 3.1 旅游产品开发原则

昆嵛山以道教文化旅游产品为核心，重点打造田园生态旅游产品、城市山林游乐产品、康体保健旅游产品和休闲度假旅游产品等旅游产品体系；建设成为集观光、休闲、度假于一体，宗教文化与自然生态相融合，都市景观与田园探观相融合的多层次旅游产品体系

## 3.2 旅游产品开发

### 3.2.1 旅游产品特色定位

- 1.以“森林宝库”为主题的康体保健类旅游产品；
- 2.以“山林乐园”为主题的城市山林游乐旅游产品；
- 3.以“生态田园”为主题的自然生态与田园风光生态旅游产品
- 4.以“胶东民俗”为主题的市民农闲与农业旅游产品。

### 3.2.2 旅游产品系列规划

- 1.宗教文化旅游产品：山门，浮雕路，神清观，清风亭，晒经石，仙台对弈，唐四姑遗址，小蓬莱，飞来泉，孙不二修道遗址，丹井，烟霞洞。
- 2.生态旅游产品系列：昆嵛山林业营地，森林氧吧。
- 3.康体保健旅游系列：昆嵛山药膳基地，昆嵛山药料基地，昆嵛山药用植物园。
- 4.民俗环境体验类旅游产品：农家乐，市民农园，农事博物馆，采摘园，农业实践园，胶东民俗园。

## 3.3 烟霞洞旅游功能分区。

依据旅游资源的特征，旅游开发方向和烟霞洞整体形态特征以及周边环境的相互关系，将烟霞洞景区划分以下几个功能分区：

### 3.3.1 田园旅游景区

田园旅游区主要是满足城市居民休闲娱乐的需要，也是昆嵛山紧邻城市追求自然的必然选择。以昆嵛山的天然山林谷地为依托，建设农家乐，农时展馆等旅游休闲产品，寓教于乐。

### 3.3.2 道教文化旅游景区

以全真教为中心的道教文化是昆嵛山区的灵魂，尤其在烟霞洞景区，遗留了不少的道教文化古迹，这应该建设成为昆嵛山旅游区的一个旅游文化精品。

### 3.3.3 生态保健旅游景区

充分利用山中丰富的森林资源和地形，开发探险旅游产品，把握青年人求奇求险的心理，吸引更多的人群。

## 3.4 道教文化景区

### 3.4.1 位置与范围

位于从神清观——唐四姑遗址——孙不二修炼遗址——丹井——烟霞洞的狭长带状区域。

### 3.4.2 旅游区形象

“海上仙山之祖”。

### 3.4.3 策划理念

道教文化是昆嵛山的灵魂，以全真派为中心的道教文化旅游景区建设是昆嵛山文化旅游的精品区域。

### 3.4.4 产品与项目策划

山门：

烟霞洞原有的景区入口太过简陋，只有一个玻璃房，太不能引起游人的注意，而且不能突出烟霞洞的景区特点，所以将烟霞洞的景区门口建设成为茅草覆盖的山门的形式，以体现道教追求天人合一，至纯至真的境界。山门的横匾上刻“烟霞”二字。游人可在此拍照留念，也可仰观胜景，或听导游讲解有关道教文化等知识。

浮雕路：

通过对烟霞洞景区的道路情况进行实地考察，以及对游人对景区的满意度的分析，我们认为，从景区入口处至神清观步行约 15~20 分钟的路程中，由于路途

中吸引物较少，且这段路途坡度较陡，游人普遍容易感到劳累。所以对景区门口至神清观的道路进行改造，在其上进行浮雕刻绘。可雕刻道教的神话故事传说或象征福寿的图案等，一方面可增强景区的文化气息，让游客一进入景区就深深体会到道教的精神内涵，又可纳祥祈福，使游客心情愉快；另一方面还可以吸引游客的注意力，不致使登山的途中太无趣。

至于雕刻的内容，道家历来追求吉祥如意、延年益寿和羽化登仙等境界，所以可在浮雕路之上，描绘日月星云、山水岩石以寓意光明普照、坚固永生；以扇、鱼、水仙、蝙蝠和鹿作为善、（富）裕、仙、福、禄的表象；用松柏、灵芝、龟、鹤、竹、狮、麒麟和龙凤等分别象征友情、长生、君子、辟邪和祥瑞；另外还可以直接以福、禄、寿、喜、吉、天、丰、乐等字变化其形体，和八宝图、福寿双全图、八仙和八仙庆寿的家喻户晓故事和图案可在道路之上。道路命名为“仙道”，让游客走过之后有飘飘欲仙之感。

#### 晒经石：

在距景区门口步行约 8 分钟处，路右侧有一平坦的巨石，面积较大，酷似《西游记》中唐僧师徒晒经的石头。可在此石上刻“晒经石”三字，并为游客讲述这样一个神奇的故事：

说当年丘处机 19 岁从栖霞慕名而来，只为求做王重阳之徒。可刚开始他的悟性很低，常常不能理解道家的境界，王重阳便让他在此地域开阔处潜心修炼。丘处机很刻苦，道家的经书他都看过来很多遍了，并且由于出身思考，拿在手中的书经常掉落在这块石头前面溪水里。所以就在这块大石上晒经书。后来，丘处机果然不负众望，大器晚成，成为道教中影响最大的人物。

以此来说明此石是各位道家神仙在此晒经书、养心性的地方。可让游人在此模仿道人练功等活动，让游客积极参与到烟霞洞的文化景观建设中来。

#### 神清观：

此处为神清观赋词一首：

“阆苑仙境，尽瑞气玄机，云台迷路。桃碧樱朱茯苓瘦，落霞石矗。古松郁郁寒烟锁，卧龙坪、望海绝处。天门山内，仙游岭外，层岚新雨。

念七子、难抚幽绪。漫步履青苔，仙踪何去。千古烟香缭绕，教统难续。重阳驾鹤留空梦，更处机弃汉别助。仙山依旧，乱云飞渡，道观无语。”

神清观建于金贞佑年，是全真教的发祥地，在中国历史上具有重要的地位，是道教宗奉的圣地，曾香火旺盛，由于战火的原因，大殿遭毁。现在神清观正在重建，由牟平籍香港企业家杨世杭先生，以传承道教文化，造福乡梓为目的，捐资修复。

神清观恢复工程已与 2006 年 11 月奠基破土，规划主体工程建筑面积 680 平方米。大殿由三清观、五祖殿、七真殿组成。预计十月底前竣工开光。昆嵛山将增加新的靓丽景点，对拉动烟台旅游将起到很大作用。

在神清观前面，有很多珍贵的树种。其中有桧柏一株，已有一二百年的历史；还有栎树一棵，已有一千三百多年的历史，是山东省内最大的一棵。这种树有一种很神奇的功能，它能一天 24 小时不间断地排射出一种分泌物，这种分泌物接触到空气之后就变成了气体，可以杀灭空气中的细菌。另外还有银杏和大叶秋数棵。

清风亭：

是烟霞洞景区原有的建筑。与蓬莱阁的避风亭一样，这也是一处很神奇的地方。避风亭是运用特殊的原理，将海面上迎面而来的风阻挡在亭外，叫做“别处有风我无风”；而此处的清风亭则是建在了三面环山，一面临空之处，视野极为开阔，在天气炎热的夏季，别处闷热异常，树叶纹丝不动，此处却一直有徐徐的凉风吹来，叫做“别处无风我有风”。

此处也是观景的最佳地点，不时可见到山市蜃楼的奇观。山市蜃楼跟海市蜃楼、沙市蜃楼一样，是物质通过光的折射和反射作用，把彼地物体的影子“放映”到此地的一种自然现象。能观赏到这一奇景，会十分动人心魄。

另外，清风亭周围亦是佳景无数。仅邱处机命名的就有“长松岭”、“望海台”、“升仙台”、“保真岩”、“海潮岩”、“风云台”、“云阳顶”、“联云峰”、“落霞石”、“瑞烟岩”、“狮子石”、“卧龙坪”、“仙游岭”、“天门山”等景点。

仙台对弈：

清风亭以东，有一处开阔的平地，内植有树木，碎石也嫣然成趣。考虑到清风亭的容客流量最多只有十人，故在此摆一棋盘，设石凳数个，命名为“仙台对弈”，让游客在清新凉爽的海风中享受怡然自得的乐趣。

升仙坊：

在唐四姑遗址以西不远处有新凿石路,可在此处立一牌坊,命名为“升仙坊”,寓意为:此门之外,是凡人的世界,而步入此门,既是进入了仙境。来到这里,便可以化解俗世的烦恼,使得游人神清气朗。

孙不二修道遗址:

孙不二(公元 1119--1182 年)孙姓,名富春,法名不二,号清静散人,或称孙仙姑。金代宁海(今山东牟平)人。马丹阳之妻,生三子。金大定七年,王重阳住其家,以“分梨”为喻点化孙不二与马丹阳。金大定九年(公元 1169 年),孙不二于金莲堂出家。王重阳授之以天符云篆秘诀。后修道于洛阳凤仙姑洞,六、七年丹成。为金庸笔下《射雕英雄传》人物之一。

大定二十二年于洛阳飞升,元世祖至和六年(1269)赐封“清静渊真顺德真人”,元武宗加封为“清静渊贞玄虚顺化元君”。“北七真”之一。以修炼、传承他的教理、思想为主的门人派别称为全真道全真道清静派,简称清静派,孙不二也成为后世坤丹道法之祖。

孙不二修道遗址原址太过简陋,所以这里可以修建成一座碑亭,亭内可立孙不二塑像,供游人欣赏膜拜等。

丹井:

传说王重阳在此炼丹修静,而这里的水也是优质山泉水,含多种人体所必需的微量元素。有个说法叫做:“丹井喝一口,活到九十九。”而且此处地势较为平坦开阔,树荫蔽日,微风徐徐,凉爽宜人。可在此设凉亭一个和座椅数个,供游人休憩观景,也可请道人为游人解签讲道。

烟霞洞:

此处是整个景区最负盛名的地方,而景区的名字也取自这里。这里背靠大山,洞前地势开阔,紫气东来,占尽山水之灵气。而王重阳和他的弟子正是看中了这块宝地,所以在此修行练功。现在洞内供奉有他们的雕塑。雕塑是由孙不二的第二十七代弟子,新加坡的王先生出资请工匠用福建最好的岩石雕刻而成的。

### 3.5 田园旅游景区

#### 3.5.1 位置与范围

位于烟霞洞进去入口处的一片农田区。

#### 3.5.2 旅游区形象

田园风光，农家乐园。

### **3.5.3 策划理念**

以烟威地区为旅游基地，以昆崙山自然风光和生态体验旅游为中心，建设成以“田园风光，农家乐园”为形象的自然生态旅游区，使烟霞洞景区成为昆崙山旅游区的核心旅游区之一。

大力挖掘生态旅游，自然教育，田园情趣类旅游资源，深度开发生态类旅游项目，同时营造田园风光与田园情趣旅游景观环境。

在自然景观生态环境营造的基础上，挖掘与富裕景观的文化内涵，形成天人合一的旅游环境与旅游产品。

在生态旅游产品开发的过程中，重视游客对生态景观的体验过程，重视游客的参与。

### **3.5.4 产品与项目策划**

#### **1.采摘园**

园内种植各种胶东地区盛产的水果，如苹果、樱桃、桃、杏等，并在树下种植草莓等，游客可以入园采摘体验丰收的乐趣，按不同时令采摘不同水果，收取一定费用。

#### **2.农事体验园**

园区种植各种蔬菜粮食作物，以一种寓教于乐的形式让游客体验农事生产的过程，满足现代青少年了解农业知识的需要。

#### **3.农事展馆**

在采摘园和农时体验园旁设置农事展馆，主要展出各种传统农具和农家生活用品满足游客对农家生活了解的需要。展馆采取农家小院的模式。

#### **4.农家乐餐馆**

以农家风味为主要餐饮特色，尽量就地取材，体现现代人追求的健康自然的饮食风格，建筑形式要与田园风光相一致。

## **3.6 生态保健旅游区**

### **3.6.1 位置与范围**

位于从景区门口--神清观--丹井--烟霞洞的大块区域。

### **3.6.2 旅游区形象**



“植物世界，健身天堂”。

### 3.6.3 策划理念

以昆嵛山优美的自然风光和丰富的人文景观为基础加以构建和推广，使游客在广阔的植物世界里尽情享受健身的乐趣。

### 3.6.4 产品与项目策划

#### 1.森林氧吧：

烟霞洞景区树种丰富，并有很多国家级保护树种。森林产生两种珍贵的氧：阳离子和氧离子，这两种氧是人工所不能合成的，是大自然馈赠予人的珍贵的礼物。一般来说，含氧量超过 21% 的森林就可以称为“森林氧吧”，而昆嵛山的含氧量为 37%，是室内含氧量的数千倍。

在此可以设置吊床数个，供游人休闲、娱乐、补充体力。

#### 2.探险野营：

开发昆嵛山烟霞洞景区生态保健胜地的发展潜力，满足城市青年对暑期和周末对野营生活的需要。

#### 3.登山健身：

孔子曾云：“登东山而小鲁，登泰山而小天下”。登山既可以健身，又可以陶冶情操，是大多数游客最喜爱的旅游类型。

## 第四章 旅游基础设施规划

### 4.1 旅游交通规划

昆俞山旅游区内的道路系统分为以下几种类型

#### 4.1.1 景区车行道

宽为4.5米,路面为水泥硬化,道路按照景观道路的标准建设;景区单行车道宽为2.5米,水泥硬化,道路按照景观道路的标准建设.

#### 4.1.2 景区主干步行道

多级石台阶路,道路宽3.5米;景区道路两边为自然植被景观.

### 4.2 道路交通系统规划

昆嵛山旅游区具有便捷的外围区际交通条件和城市交通体系。它分为烟霞洞景区和泰礴顶旅游景区。

烟霞洞旅游景区内部交通系统形成以停车场、车行道、步行主干道和步行小道系统构成。

停车系统规划有停车场1处，停车为30个；对停车场的使用要求团队使用车、自驾车、单位车等集中停放在停车场。

公共交通站点主要是适用通过城市交通体系来昆嵛山旅游的游客使用，站点设置在昆嵛山门口的广场边，与主停车场形成一体。

昆嵛山内部的车行道主要有两个，一是昆嵛山门口用于特殊接待上山的车行道，二是用于游客停车的停车场。

### 4.3 旅游基础设施规划

基础设施规划原则鉴于昆嵛山旅游区的道教文化与生态特色，昆俞山基础设施建设应坚持以下原则：基础设施生态化，符合生态旅游区的要求；充分利用城市基础设施体系；全部基础设施实现地理式，保持昆俞山景观的完整性。

### 4.4 旅游服务设施规划

#### 4.4.1 餐饮设施

考虑到来昆俞山旅游的多半为一日游，旅游者在此过夜的人数较为小，在昆

俞山主要提供的就是午餐服务。所有提供的午餐服务的场所必须达到国家旅游局规定的同类的餐饮设施的星级标准。

#### **4.4.2 购物设施**

购物点应主要销售旅游商品和旅游纪念品，以及昆嵛山特有的文化旅游商品和纪念品。

在游客主要休息的空间，设置游路上景观化、生态化的售卖厅，主要提供小食品、饮料、纪念品等服务，同时代理本分固定电话服务和问讯服务。

#### **4.4.3 生态旅游厕所规划**

昆俞山旅游区内的厕所均采用生态化的旅游厕所标准进行建设。

景区内的厕所包括附设在建筑物内部的厕所和公共厕所两类。公共厕所主要集中在较大的景区和一些游路交点。在基地景区厕所设施蹲位较多，一般为 12 个；而在地域的厕所则较小，为蹲位 5 个。

#### **4.4.4 基础服务设施**

在道路的两旁或深林幽静处多建设一些供游人休憩的座椅和凉亭，或富有情趣的秋千等具有娱乐性的服务设施。

在景区神清观办公室同时设卫生站一个，提供日常药品和急救处，以备游人出现紧急情况。

#### **4.4.5 旅游区治安保卫规划**

治安保卫规划是旅游区规划中的重要环节，主要包括：在旅游区主要旅游场所、旅游道路设立 800 免费电话，用于查询、问讯和报警；设立旅游区治安办公室，并设置流动治安人；建立昆俞山旅游区治安保卫应急系统。

# 第五章 旅游区景观资源保护与景观生态规划

## 5.1 昆崙山生态环境现状及主要问题

旅游业是一个高度依赖自然环境、文化环境和人类生存环境的产业。在发展旅游业的同时,对环境和资源进行必要的保护和改善是旅游业可持续发展必不可少的环节和前提。昆崙山森林公园生态环境的主要因素是山体、植被、水库和民风朴实的水乡村落环境。因此,其保护和培育规划的总体指导思想是:保护和保存森林公园现有的良好人居环境,培育和整治以昆崙山山体植被和水塘为主题的生态环境,防治进一步的人为破坏和污染活动,塑造良好、优美的城镇居民休闲娱乐的景观氛围,到昆崙山整体的绿化、美化、生态化,实现人与自然、山与水融为一体的美好境界。

昆崙山为烟台市著名的森林公园和道教文化名山,冈峦起伏,隐胜藏幽,茂林修竹,终日含烟拂绿、泉水踪踪,处处溅珠揪玉。处于温带气候区,山水秀丽,气候宜人,具有典型的温带植被景观,表现在昆崙山植物资源保护较好、乔木资源较为丰富、种类繁多,林地覆盖率在85%以上。但是,人为破坏、自然灾害、景观混乱的现象仍部分存在,如山林被破坏的迹象、修建盘山机动车道造成的植被规模破坏等。

昆崙山森林公园的开发、建设和管理处于起步阶段,旅游产品较为单一,游客数量还局限在一个很小的水平,所以整体的生态环境状况和景观保护压力不大。今后,随着旅游开发、建设,必须形成一套自己特有的环境管理措施体系,改变目前许多基础设施建设严重落后的局面,如增加消防设施建设、合理布设生活垃圾收集点等。

## 5.2 昆崙山生态环境保护

### 5.2.1 保护内容

森林公园内的现有植物群落的建群种及优势种

### 5.2.2 保护措施

1.保留现有森林植被资源,严禁随意以开发的名义破坏植被,建立规范化营

林制度；

2.加强旅游区周围的水土保持，封山育林，改造农田。搞好水土流失综合治理，尤其是通过林地、花草绿地的景观化建设，进行生态建设，恢复林地植被景观；

3.完善主要旅游区的风景林建设，适当栽植人工景观树种，如杜鹃、木兰、红枫等，营造多样化的林区景观，风景林的种植不仅要有一定规模，注重整体观赏效果，而且要注意植被的质量，选用美学观赏价值高、净化环境能力强的树种，通过多样性的花草搭配，满足旅游区林地植物造景、旅游区景观隔离、景观恢复和森林生态旅游观光的需要；

4.切实做好森林火灾监测、消防控制工作。