



昆嵛山旅游资源分析与发 展策略

2018 年 11 月

■ 指导教师：[胡宇娜]

■ 小组成员：[徐欣锐 刘莲娇 崔文洁 张静 金乐]

目 录

第一章 昆嵛山概况	1
第二章 旅游发展总体战略目标与策略	2
2.1 昆嵛山战略目标的确定	2
2.2 旅游发展战略	3
2.3 昆嵛山战略目标	3
2.4 战略重点	4
2.5 战略策略	4
(一) 可持续发展战略	4
(二) 政府主导型发展战略	4
(三) 差异性发展战略	5
(四) 区域旅游联合战略	5
(五) 品牌带动战略	5
第三章 昆嵛山旅游资源分析	6
3.1 地理景观	6
(一) 七十二奇峰	6
(二) 十八圣水盘昆嵛	6
(三) 女娲石	6
(四) 水杉林	6
(五) 云海	7
3.2 人文景观	7
(一) 烟霞洞	7
(二) 神清观	7
(三) 水体秀丽	8
3.3 生物景观	8
3.4 休闲娱乐景观	9
3.5 购物类	9
3.6 SWOT 分析:	9
(一) 资源价值优势	9
(二) 劣势	10
(三) 机会	10
(四) 挑战	10
第四章 市场调查和分析定位	11
4.1 景区的旅游情况调查分析	11
(一) 昆嵛山客源市场分析	11
(二) 昆嵛山游客行为分析	12
(三) 目前业态分布及游客容量分析	12
(四) 目标市场细分	13
4.2 景区市场定位	15
(一) 形象定位	15
(二) 功能定位	15

(三) 周围同类景区竞争的挑战.....	15
4.3 景区市场营销.....	16
(一) 营销策略.....	16
(2) 国内其他市场营销策略.....	16
(3) 海外市场营销策略.....	16
(4) 宗教文化市场营销策略.....	17
(二) 营销渠道.....	17
第五章 空间布局及功能介绍	19
第六章 重点项目开发与策划	23
6.1 烟霞洞.....	23
一 . 景区大门与道路景观设计.....	23
二, 游客服务中心建设.....	24
三, 景区内重点景点规划设计.....	24
6.2 泰礴顶.....	25
(一). 观景栈道.....	25
(二), 登山索道.....	25
(三), 观景台.....	25
(四), 栖云亭.....	26
第七章 配套服务设施建设	27
7.1 现有旅游交通.....	27
7.2 现有旅游餐饮.....	27
7.3 现有旅游住宿.....	28
7.4 具体分景区相关设施.....	28
总 结.....	30

第一章 昆崙山概况

昆崙山，横亘烟台、威海两地。主峰泰礴顶，海拔 923 米，为半岛东部最高峰。方圆百里，巍峨耸立，万仞钻天，峰峦绵延，林深谷幽，古木参天，多有清泉飞瀑，遍布文物古迹。北魏史学家崔鸿在《十六国春秋》里称昆崙山为“海上诸山之祖”。昆崙山为烟台境内最高山，历来有“仙山之祖”美誉，相传仙女麻姑在此修炼，道成飞升。这里还是全真教的发祥地，王重阳与其弟子北七真在此创教布道。山中烟雾缭绕，霞光映照，另有洞天，九龙池九瀑飞挂，九泉相连，泰礴顶系昆崙山主峰、胶东极巅，登顶观，一览众山小，苍海眼底收，不似泰山，胜似泰山。

昆崙山拥有原生态的自然景观风貌和悠久厚重的仙道文化底蕴，旅游资源类型互补、相得益彰，区位和交通条件优越，具备开发建设生态旅游胜地和高端休闲度假区的条件和潜力；昆崙山国家级自然保护区（2008）和烟台昆崙山行政区（2011）的设立，以及《山东半岛蓝色经济区发展规划》（2011）的正式批复实施，为昆崙山旅游发展带来了前所未有的历史机遇；而另一方面，昆崙山地跨烟台和威海两个地级市，属于较为典型的跨界旅游区，各方在景区开发、利益分配、生态保护等方面存在诸多矛盾和分歧，迫切需要进行统筹规划和跨界合作。

第二章 旅游发展总体战略目标与策略

2.1 昆嵛山战略目标的确定

昆嵛山系闻名全国的一座道教名山。《齐乘》云：昆嵛山“秀拔为群山之冠”。金朝散大夫国称也称它为“异秀峭拔，为东方之冠”，并说神话里的海上三仙山蓬莱、方丈、瀛州就是由昆嵛山山脉延伸出来的。是全真教的发祥地。据《宁海州志》记载：自隋唐以来，昆嵛山便寺观林立，洞庵毗连，香火缭绕，朝暮不断。神话里的麻姑大仙在此得道。金大定七年（1167）全真鼻祖王重阳从陕西咸阳到昆嵛山，聚徒（丘处机等北七真人）讲道于烟霞洞中，创立了全真教。

昆嵛山系齐鲁大地的一座文化名山。早在春秋时期，秦始皇曾三次东巡昆嵛山，寻长生不老之药，西汉武帝步其后尘，入昆嵛山腹地，觅不老之术。古往今来，昆嵛山吸引了无以数计的帝王将相、文人墨客和僧家道众，他们或吟诗作赋，或铭碑刻石，或凿洞建庵，从而为昆嵛山增添了浓郁的文化色彩，使之成为一座天然的文化宝库。既有汉代“永康”石刻，又有金元帝王敕封的“圣旨碑”、“懿旨碑”等铭记，还有铜碑、丘处机手书石刻等。

昆嵛山系享誉华夏的一座历史名山，是老革命根据地。早在 1935 年农历十一月四日，中共胶东特委就以昆嵛山为中心，领导发动了席卷胶东的“一一·四”暴动。暴动失败后，于得水等领导暴动幸存人员组成昆嵛山红军游击队，坚持斗争，从而为胶东革命保存了一支宝贵的火种。1937 年 12 月 4 日，中共胶东特委以昆嵛山红军游击队为骨干力量，举行了闻名全国的天福山抗日武装起义，并组建了山东人民抗日救国军第三军。天福山起义后，“三军”挥师西下，横扫蓬黄掖，建立胶东抗日根据地，为赶走日本帝国主义，解放全中国，做出了不朽的贡献。如今的解放军 27、31、41 集团军，都是以昆嵛山红军游击队为基础发展壮大起来的。著名作家冯德英的《苦菜花》、《迎春花》、《山菊花》描写的都是昆嵛山军民抗日战争的故事，并且电影外景拍摄基地选在这里。11.4 暴动指挥部遗址、帷幄洞（于得水养伤洞），外景拍摄地都成为红色旅游精品线路。

昆嵛山的动植物物种非常丰富，是个天然生态博物馆，有植物品种达 1000 多种。有狼、梅花鹿等兽鸟 200 多种。是我国南北植物的交汇点，有分布于我国最北界的刺杉，最南界的红松，千年树龄的杜松、古银杏，还有颇具欣赏价值

的鹅掌楸、华山松、美国火炬松等。每年夏天，来自清华、北大等高校的生物院系学生来此实习。昆嵛山是令人神往的生态名山，大森林莽莽苍苍，景观千姿百态，30多年未打化学农药无虫灾，无污染，生态平衡，创国际先进水平。春天，绿草茵茵，山花烂漫，最宜赏花踏青；盛夏，浓荫蔽日，凉爽宜人，最适消夏避暑；金秋，漫山红叶，层林尽染；隆冬，万里雪飘，银装素裹，不用去遥远的冰城，便可领略北国风光。昆嵛山群山环抱，地形复杂，沟谷曲折幽长，沟沟有水，处处有潭，潭瀑相连，佳景迭出，在山东较为罕见。公园生态优越，水质洁净，环境幽雅，气候宜人，空气清新，负氧离子含量极高，是北方难得的一处天然氧吧，是原始的、纯自然的、无污染的生态旅游区，是最适宜人类休闲度假的地方。

2.2 旅游发展战略

旅游发展战略是指一个国家或者地区对其旅游发展所做的长期谋划和指导原则。其主要内容有：第一，旅游发展的战略目标。它是制定旅游发展战略的主要问题，主要包括旅游发展所要达到的数量指标、增长速度、产业结构的变化、技术进步，以及提高旅游经济效益和社会综合效益的要求等。第二，实现旅游发展战略目标的对策、途径和手段，及战略重点、战略步骤等。主要包括旅游资源开发、旅游设施的建设、旅游市场的开拓、旅游空间结构的调整、旅游人才的培养以及资金筹措等

2.3 昆嵛山战略目标

远期目标：以科学发展观为指导，以省市区三级规划为依据，以当地的旅游资源为依托，突出文化特色和生态建设，坚持因地制宜，加快发展步伐，努力把昆嵛山打造成为国际知名的高端休闲度假区，服务于山东半岛城市群乃至更大范围内的休闲养生、商务会议、道教文化旅游目的地，山东省旅游线路及黄金海岸线上的重要高端旅游目的地。

中期目标：中国道教名山，国家 AAAA 级旅游区，中国著名的国家级森林公园，山东省知名的风景名胜区，烟台市旅游体系中面积最大的龙头景区，在胶东半岛形成以昆嵛山为主体，北望蓬莱阁，南望崂山的“一阁两山”神仙道叫黄金旅游带。

近期目标：充分利用优越的区位优势，促进旅游产业的优化升级，紧紧围绕

打造胶东第一“仙山”，叫响“全真祖庭，道教名山”的口号，提升旅游产品的档次和规模，巩固并扩大现有客源市场的规模，建立健全基础设施和软硬件设备，使其成为山东半岛重要的旅游目的地。

产品开发目标为：大力开发特色旅游产品，重点打造文化旅游、休闲旅游、生态旅游三中旅游产品，以此提高昆嵛山的知名度。

2.4 战略重点

要通过把握四大核心要素：胶东屋脊，全真道教祖庭，国家森林公园，国家级自然保护区。提升国家森林公园的自然生态景观层次和水准，恢复各主要景区的人文历史名胜古迹，重点突出全真道教发源地历史文化景观，因地制宜在主峰泰礴顶建设吸引人的景观，在对外促销的时候抓住“自然生态保护区和全真道教祖庭”这一自然与人文统一的景观卖点建立旅游宣传促销组织网络，近期以本市及周边市区为主要客源，中期以环渤海经济圈、沿海省市及与其相离不远的日本、韩国等为海外市场进行促销。

2.5 战略策略

（一）. 可持续发展战略

可持续发展战略坚持有效的保护和合理的开发相结合，昆嵛山作为国家级森林保护公园和生态公园，必须采取有效的保护措施，林场坚持保护，不能破坏，有专门人士进行保护和适时修正，在景区醒目位置设立警示牌，提醒游人严禁携带火种入山，作为一个景区，盈利也是必须的，需要合理开发景区，例如修建登山道路，餐饮设施和一些其他的基础设施。在修建这些的时候需要时刻铭记保护的原则。

（二）. 政府主导型发展战略

政府主导型战略即实施政府主导、市场运作、企业经营、全社会参与旅游开发的战略。国家重视发展旅游业，颁布促进旅游业发展的各项法规政策，落实到省、市、地方，地方政府也会加大发展的力度，政府主导有一定的优势，例如落实快，筹资能力强，信誉好等，发展旅游业政府主导是必要的。

（三）. 差异性发展战略

亦称特色化战略，它是通过向市场提供行业内独具特色的产品、服务或形象，从而在市场竞争中取得优势地位。旅游经济是特色经济，不仅要拥有独特的资源，同样需要精心且有创意的策划，后天的策划相当重要，有很多景区并没有得天独厚的资源，但是通过后天的规划依然取得了很好的成果。

（四）. 区域旅游联合战略

有时某一地方的资源并不特别突出，但是同区域或者相近区域的资源很好，可以通过差异性互补带动开发，例如将其与养马岛，海滨风光相联系互补，实现旅游一体化，从而实现资源，客源互补，相互拉动共同发展，同时加强宣传力度，梳理和提升旅游形象。

（五）. 品牌带动战略

随着旅游业的大力发展，旅游需求也越来越多样化，旅游消费已经由买方市场转向买方市场，消费者对于所消费的对象的质量和售后服务越来越重视，形成良好的品牌，可以树立良好的形象和口碑，减少宣传费用，更大程度上的吸引游客。昆崙山可以凭借得天独厚的自然资源和后期良好的规划开发，努力形成“全真祖庭”和“自然生态保护区”相结合的优良品牌。

第三章 昆嵛山旅游资源分析

昆嵛山主峰泰礴顶，海拔 923 米，为半岛东部最高峰。方圆百里，巍峨耸立，万仞钻天，峰峦绵延，林深谷幽，古木参天，多有清泉飞瀑，遍布文物古迹。神话传说中的海上仙山蓬莱、瀛洲、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“海上仙山属蓬莱，蓬莱之祖是昆嵛”之说。这里还是全真教的发祥地，王重阳与其弟子北七真在此创教布道。山中烟雾缭绕，霞光映照，另有洞天，九龙池九瀑飞挂，九泉相连，泰礴顶系昆嵛山主峰、胶东极巅，登顶观，一览众山小，苍海眼底收。

3.1 地理景观

（一）七十二奇峰

据史书记载：昆嵛山有 72 峰；峰峰有寺院，山山有宫观，为全国之首。

昆嵛山是天然绿色植物宝库，有植物 1000 多种，其中国家重点保护的一、二级植物 14 种，我省最大的世界树木“活化石”水杉就分布在该公园。昆嵛山国家森林公园在山东省举办的首届十佳森林公园评选活动中，以其 82% 的森林覆盖率和“秀拔为群山之冠”的风采，被授予山东省“十佳森林公园”称号。

（二）十八圣水盘昆嵛

在昆嵛山，山有多高，水就有多高，山环水绕，山水相依。处处可见清澈见底、潺潺流淌的沟、渠、河、湖、潭、瀑。水润山清，山映水美。其中，著名的溪流有十八条，称之为：“十八圣水盘昆嵛。”这十八圣水有：玉皇水道、九龙池瀑布、仙源池、水帘洞、仙女池、翡翠池、王母娘娘洗脚盆、莲花湾、蝴蝶泉、等。

（三）女娲石

昆嵛山奇石怪异，鬼斧神工，浑然天成，传说昆嵛山的石头是女娲补天时留下的。当地群众称之为女娲石。

（四）水杉林

位于泰礴顶正东。又被称之为情人谷。近千株百年以上树龄的水杉生长于此，郁

郁葱葱，高雅雄浑，令人感到震撼。这里是进行体育探险、养生休闲、谈情说爱的好地方。

（五）云海

3.2 人文景观

（一）烟霞洞

金大定七年（1167），咸阳道士王重阳，自终南山云游东下，聚徒讲道于烟霞洞中，创立了道教中的一个新的宗派——全真派，并收邱处机等七个弟子，后称海上“七真人”。“七真人”中以邱处机最为有名，被元太祖成吉思汗封为国师，尊为“神仙”，成为统领全国道教的一代宗师，使全真教得以在全国盛行。

《射雕英雄传》所描写的邱处机等“北七真人”的修炼之地，就在昆嵛山的“烟霞洞”。古人诗云“青天重迭水潺潺，闻到此处别有天。洞里仙人何处去，烟霞风景自年年”。此洞僻静清幽，背山傍水，藏风聚气，历来成为道人居士潜心修炼、讲道阐玄之处。

如今，“全真七子”石雕像、铜碑、圣旨碑、丹井、“七真”墓保护完好。王重阳。全真道创始人。七真人为：邱处机、马丹阳、谭处端、王处一、郝大通、刘处玄、孙不二。

（二）神清观

素有仙山之祖美誉的昆嵛山，方圆百里，峰峦叠嶂，林幽谷深，风景秀丽，而点缀山间的洞庵寺观更以其丰厚的文化底蕴吸引着无数游人搜寻的目光，昆嵛山最有名的要数全真教祖庭神清观。这座始建于八百多年前的宫观，虽历经劫难，今天又以壮观的雄姿矗立在昆嵛山间。

春天的昆嵛山松柏吐翠，繁花似锦。重建落成的神清观气宇轩昂地矗立在昆嵛山北麓的烟霞山中，整个建筑斗拱飞檐，玲珑精妙，古色古香中透着道家韵致。

沿着白色石阶拾级而上，两侧石栏上盛开的白莲，让人顿觉步步莲花，渐入善境。进得山门，拜过山神，步入袅袅青烟笼罩下的道观，便是神清观正殿。正殿居中的是三清殿，神龛内供有道教至高无上的三位尊神：元始天尊、灵宝天尊和道德天尊。东为五祖殿，奉有道教五位仙祖王玄甫、钟离权、吕洞宾、刘海蟾、

王重阳，西为七真殿，全真七子马钰、谭处端、刘处玄、邱处机、王处一、郝大通、孙不二的法像供奉于此。山门东西两侧是钟楼与鼓楼，缭绕在青山之中的晨钟暮鼓似在召唤世间凡俗，又像警醒梦中过客。

睹物怀古，想当年，全真教祖王重阳从终南山至昆嵛创立全真教，主张儒、释、道三教合一，发扬光大道教文化，这种执著令人感叹神清观

（三） 水体秀丽

昆嵛山是一座“活”山，因为有水，昆嵛山山高林密，地形复杂，借助独特的地理环境，空气湿润，溪流瀑布较多，水资源丰富。位于山北麓的九龙池乃“九坎天然凿成，坎之巨者，渊深莫测，世人以为有龙居焉。”故称九龙池。池水清澈见底，终年长流，春天涓涓细流，碧波漪涟，下时飞瀑奔腾，风激悬流，像一条巨龙，从云霄直冲而下，壮观无比。瀑布之长之大在山东省均为罕见。

水帘洞位于山北麓，为一自然石洞，突兀巨石上涌出的涓涓细流形成一串串水帘，阳光映衬下，绚丽多美，美轮美奂。水帘洞下有一水源，水面积 1500 m²，山翠水清，石奇潭垂，一年四季皆有美景，让人回味。

3.3 生物景观

昆嵛山位于胶东半岛之端，三面环海，属暖温带季风气候，四季分明，雨量比较充沛，气候温和，可以满足各种温带植物的生长需要，山中地势复杂，形成许多局部小气候，为温带和亚热带各植物的定型提供了有利条件，山内森林苍莽，森林植被保存较好，森林覆盖率达 82%，植被类型主要为暖温带落叶阔叶林，原始植被已不存在，但现存大量保存完好的次生植被类型和各种发育良好的人工林，主要有落叶阔叶林，针叶林，山顶灌草矮林等。

昆嵛山地理成分复杂，植物起源古老，温带性质明显，于热带植物区系有一定亲缘关系，因此植物种类丰富，珍稀，特有现象明显。计有维管植物 116 科，414 属，878 种，此外，常见大型菌类约 30 种苔藓和蕨类植物 30 多种，国家重点保护植物 14 种。山中有分布于我国最北界的杉木，最南端的红松，山东最大的世界树木“活化石”水杉有 300 多。树龄的北方玉兰王，千年树龄银杏等，及颇具欣赏价值的鹅掌楸，华中松，美国火炬松等。有 348 种野生花卉 681 种野生经济植物等如丹参、拳参、桔梗、柴胡等。

茂密的深林内保存着丰富的野生动物和鸟类资源，有狼、狐狸，黄鼠狼，梅花鹿及各种鸟类 100 多种。

3.4 休闲娱乐景观

目前，昆嵛山已推出九龙池景区，泰薄顶景区，烟霞洞景区，岳姑殿景区和无染寺景区等五大各具特色的旅游景点，开辟了森林观光，森林健身，森林沐浴，矿泉浴，天然氧吧，康复度假，科普修学，攀岩探险道家文化等特色性旅游。天然氧吧的空气新鲜，负氧离子含量高，可以提高人的免疫力，对治疗心脏病、冠心病稳定精神等具有特别疗效，是养生健体、回归自然的最佳去处。尤其在夏天，氧吧区的温度比其他地方平均低 6 摄氏度左右，被称为“天然空调”。

3.5 购物类

位于昆嵛山脚下的农家乐，朴素淳朴，各种风味小菜，野菜鲜鱼，应有尽有。农家小院，一扫风尘，让游客心旷神怡，忘却生活中的烦恼，消却工作中的压力。小桥流水人家，真真是赛神仙的生活，让人流连忘返。

3.6 SWOT 分析：

（一）资源价值优势

（1）区位优势：昆嵛山及界石镇位于山东半岛最东端，是山东、辽东和朝鲜三个半岛环黄海“大三角”经济圈的重要节点，也是青岛、烟台、威海环黄渤海“小三角”经济圈的重要隆起。处于青岛、烟台、威海、文登、荣成、乳山、牟平、胶州、海阳、蓬莱、龙口一小时城市圈中，是沟通东北、京津冀（环渤海）经济区与中西部资源产区的纽带，是日韩及东北三省、环渤海经济圈产业、科技转移的理想承接地，是山东省旅游经济增长极。

（2）交通优势：界石镇交通发达，周边城市公路、铁路、航空、海运便捷，傍青烟高速、青威高速、初张路和威海铁路，省道李俚线、上泽线从境内穿过，使昆嵛山界石镇兼有纵贯南北、横跨东西，连接国际国内交通大动脉的突出优势。

（3）资源优势：昆嵛山矿产资源丰富，已探明花岗石储量上百亿立方米，开发前景极为诱人。昆嵛山是野生动植物宝库，植物性药材有 300 多种。所产文登黄芩，被中医界誉为“文芩”。昆嵛山还是瓜果、花生、小麦玉米主产区和奶

牛、奶山羊繁育养殖基地。牛羊肉、奶制品、无公害错季蔬菜、食用菌、红樱桃、杂粮杂豆等特色农产品实现区域化、规模化发展，是山东省重要农副产品供应基地。旅游资源，人文、自然兼备，个性特色鲜明。昆嵛山红樱桃更是闻名遐迩。

（二）劣势

昆嵛山目前开发情况不容乐观，资源存在浪费情况，游客游玩不能尽兴
重点项目景点建设不足，不能足够吸引游客
配套服务设施不完善，停车场、卫生间不足

（三）机会

全国、省市及地方出台的相关政策法规，越来越重视旅游业的发展情况
昆嵛山作为烟台市及山东省重要旅游资源，政府给予相当的重视
昆嵛山资源丰富，位置优越，作为生态名山、道教名山及文化名山，有着得天独厚的资源优势
游客对于旅游的需求越来越大，昆嵛山作为离烟台、威海两市中间地区的旅游资源，对游客吸引力较大

（四）挑战

资源的相似性可能导致的旅游开发项目上的雷同
环保制约
社会发展对旅游发展的影响
能否抓住机遇，直摇而上

第四章 市场调查和分析定位

4.1 景区的旅游情况调查分析

(一) 昆崮山客源市场分析

旅游市场一般指客源市场，包括现实市场和潜在的客源市场。

(1) 现实市场。为调查烟霞洞的现有市场，我们采用抽样调查的方法对客源市场进行分析，现附上调查问卷。

调查问卷

我们为鲁东大学的学生，现为旅游规划做实习报告，目的是调查烟台昆崮山关于烟霞洞的旅游市场分析情况，请结合您的实际情况认真填写。我们仅做分析之用，会为您的隐私保密，谢谢合作！

- 1、您的性别：A 男 B 女
- 2、您的年龄结构：A 儿童 B 青年人 C 中年人 D 老年人
- 3、您的年收入为：A 2 万以下 B 2-5 万 C 5-10 万 D 10-20 万 E 20 万以上
- 4、您的家庭住址为：A 烟台 B 威海 C 山东省内其他市 D 山东省外 E 外国人
- 5、您这次出行的方式为：A 公交车 B 自驾车 C 自行车 D 组团
- 6、您来烟霞洞旅游的目的为：A 仰慕道教文化 B 欣赏自然风光 C 锻炼身体 D 科学考察 E 其他
- 7、您是通过什么方式了解烟霞洞：A 本地人，熟悉 B 亲朋好友推荐 C 上网调查
- 8、您在此停留的时间大约为：A 半天 B 1 天 C 1 天半 D 2 天以上
- 9、您这次出行对烟霞洞的满意程度 A 非常不满意 B 有点不满意 C 一般 D 有点满意 E 非常满意
- 10、请您对烟霞洞以后的发展提出宝贵的意见或有其他建议想法。

根据调查分析，我们得出以下结论：来烟霞洞参观游览的人群多为烟台本地中

青年，为普通收入家庭。旅行方式多为自驾车，停留时间为半天到一天。选择烟霞洞作为旅行目的地是因为烟霞洞作为道教发源地，自然景观优美，为天然氧吧，爬山又能锻炼身体。

（2）、潜在市场

昆嵛山风景优美，主峰泰礴顶海拔 923 米，有“胶东第一屋脊”之称，森林物种丰富，名声享誉在外。而烟霞洞作为昆嵛山的重要景区之一，且为全真教的发祥地，许多游客慕名而来，潜在客源市场广阔。

（二）昆嵛山游客行为分析

昆嵛山国家森林公园位于山东半岛上烟台和威海的交界处，占地面积 48 平方公里。主峰泰礴顶是半岛的最高峰，海拔 923 米。昆嵛山作为烟台境内的最高山，拥有“仙山之祖”的美誉。目前昆嵛山国家森林公园是 AAA 级旅游景区，全国青少年科技教育基地，全国农业旅游示范点。门票价格较低，住宿也较方便。昆嵛山公园 7 万多亩，森林茂密，植被丰富，负氧离子含量极高，是个天然氧吧，对于提高免疫力，稳定精神等具有特殊的疗效。

调查发现，这些游客的行为特征主要表现在以下方面：

大多数游客到此旅游是为了了解千年道教，亲近自然，亲临感受天然氧吧，另外爬山可以锻炼身体。

游客平时工作或者学习压力过大，想到此处体会大自然的宁静，放松心情。

昆嵛山的烟霞洞，是全真教的发祥地，吸引着许多游客。

游客的旅行方式多为自驾车，停留时间为半天到一天。

（三）目前业态分布及游客容量分析

业态分布

昆嵛山，作为国家森林公园，昆嵛山保持着它浓郁淳朴的宁静气质，将自己悠久的历史文化和独有的生态保护巧妙地融合在一起。昆嵛山各种业态琳琅满目，这里环境优雅，空气清新，谷深林幽，峰峦重叠，既有清泉瀑布和多处文物古迹，也有现代风格的休闲娱乐设施。其主要表现在以下几个方面：

经典：昆嵛山现在开发出来的景点有泰礴顶，九龙池，水帘洞，天然氧吧，烟霞洞，无染寺，岳姑殿等。昆嵛山不但是一座风景名山，还是文化名山是全真派的

发源地，也是老革命根据地。这些都是吸引游客的经典景观。

生态自然：在无染寺院中有株古玉兰，树龄已三百多年，每至暮春四月，绿叶未发，银花已放，一树白雪，满谷幽香，使人仿佛进入无染的境地。有分布于我国最北界的刺杉，最南界的红松，千年树龄的杜松、古银杏，还有颇具欣赏价值的鹅掌楸、华山松、美国火炬松等。

休闲娱乐：已推出了 5 大旅游景区，开辟了森林观光、森林健身、森林浴、矿泉浴、康复度假、科普修学、攀岩探险等项目。

新鲜水果：昆嵛山樱桃因其不需要打农药的纯天然特性，受到了越来越多人的青睐。昆嵛山樱桃节的兴起，更使昆嵛山樱桃美名远扬。

交通：昆嵛山位置优越，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。

游客容量分析

据相关数据分析，以 2008 年为例，昆嵛山的旅游收入人数为 1370 万元，13.2 万人。随着昆嵛山各类设施设备的完善和知名度的提升，游客容量将会不断上升，这对于昆嵛山未来发展而言，提供了巨大的市场。昆嵛山应借记提升自己的知名度，完善昆嵛山的各种设施设备与服务，从而吸引更多的游客。

（四）目标市场细分

由于需求的多样化，今后的旅游市场将发生变化，大一统的观光需求所占比重将下降，生态化的、参与性强的旅游市场需求比上升，市场需求细分化取代了原来的大众化旅游市场，旅游者不再热衷于走马观花式的旅游，而崇尚个性化、多样化的旅游形式。因此，必须针对市场需求的多样性，从注重自然资源 and 人造景观的开发向高文化含量资源转变，以独特的文化内涵、配套的文化旅游设施和优质的管理与服务打造有影响力的旅游品牌，努力创造多种多样、内涵丰富、品味高雅的旅游产品和旅游形式，以适应游客的多种需求。如果昆嵛山风景旅游区在开发中不能保证特色，不在产品开发、市场促销、服务质量等方面做出自己的特点，就很难占据规划提出的客源市场。

旅游市场细分指旅游企业把需求者按一种或几种因素加以分类，使分类后的亚市场在一个或几个方面具有相似的消费特征，以便旅游企业可用相应的营销组合尽可能的满足不同消费群的需求。通过市场细分，有利于发现市场机会，掌握

目标市场的特点，制定营销组合策略，提高市场竞争能力。

旅游景区的目标市场，是指景区能够为游客提供有效产品和服务，因而能够为景区带来最佳利润的消费者群体。旅游景区在选择目标市场时，要考虑本景区的资源状况，扬长避短，发挥本系统本景区的优势。

据烟台市旅游局和昆嵛山 2004—2007 年的统计分析，到昆嵛山旅游的人员，55% 的国内游客为省内游客，20% 来自周边各省，16% 来自其他大城市，12% 来自日本和韩国。烟霞洞作为昆嵛山景区的一部分，客源市场大致相同。

1. 按距离因素细分的客源市场

一级市场近期仍应以近距离的省内城市居民作为最主要的目标市场，依次为烟台、威海、青岛、潍坊、淄博、济南等城市，要加大对这些城市的企业、机关、学校及事业单位的宣传促销力度。

二级市场主要是信奉道教前来祭拜的道教徒以及全省其它中型城市。

三级市场主要是机会市场和远距离的团队市场，以烟台威海的游客为主，还有一部分来自韩国、日本的游客。应加强与旅行代理商和旅行社的合作，增加团队客源。

根据产品在该区域上市的时间，将市场分为引入期或发育期市场（1-5 年）、成长期市场（6-11 年）、成熟期市场（11 年以上），这样的划分有利于识别不同阶段市场的特征，制定具有针对性的营销策略。

2. 按年龄细分的旅游市场

青年人偏爱娱乐和标新立异，浓郁的道教文化和生态旅游对他们有较大的吸引力。主峰泰礴顶会激起他们爬山的兴趣。而烟霞洞所在的山并不高，受到中年人的青睐。中年人士中不乏成功者，是具有较高消费能力的群体，他们平时工作压力较大，需要通过旅游放松身心，这部分游客对旅游设施的要求较高。另外，儿童也是很大的潜在客源市场，据调查，目前，中国儿童是家庭的重心，儿童消费是家庭消费的重点。学龄儿童夏令营是一项新的旅游热点，家长们也把增长儿童见识作为一项重要内容。选择目标市场时，可以根据营销目标及其预期利润，分别考虑各个细分市场的家庭数目、平均购买率、产品的竞争程度等因素，经过分析研究和预测，即可比较准确的评估出每个细分市场的潜在价值。

3. 按身份细分的旅游市场

烟霞洞位于烟台市牟平区，离市区较近，城市居民市场是客源的主体，估计占总量的70%以上，主要以党政机关及企事业单位管理人员、技术人员和职工为主。学生周末、节假日、及暑期也是旅游的旺季。农村市场潜力巨大。根据国家旅游局抽样调查，年收入在10000—30000元的农民国内旅游出游率为69%，年收入在5000—9999元的出游率为38%。胶东农民人均收入平均达7000元左右，再加上农村客源市场总量较大，因此也是不能忽视的重要客源。

4.按出游方式细分的旅游市场

主要以散客(家庭、伙伴)、自驾车、和单位组织的旅游为主，旅行社组织的游客比例逐渐提高。

4.2 景区市场定位

旅游景区的定位是指景区通过对自己的产品整理、发现和挖掘，创造出总结出一定的特色和树立一定的形象，以满足目标顾客的需要和应付竞争。旅游景区要想在纷争的旅游市场中取得优势，就是在信息传递中把自己的突出特色宣扬给广大消费者，并能牢牢抓住消费者让自己的产品占据一定的市场地位。

昆崂山在宣传天然氧吧、植物种类丰富的同时，必须充分考虑到竞争对手的产品特色和个性，更要突出自己的道教文化，形成最有魅力的特色品牌。

(一) 形象定位

旅游形象是旅游景区整体内涵的集中体现。根据昆崂山的景观资源特色及周边景区景点情况，昆崂山旅游风景区必须突出以国家森林公园自然生态和全真道教文化历史为主要特色，要使旅游景区时常保持历久常新的旅游形象参与旅游竞争。依托昆崂山自然景观和人文景观资源，昆崂山开发形象定位于：全真祖庭和自然生态保护区。

(二) 功能定位

以全真道教朝圣，休闲观光度假，历史文化寻踪为主，以自然探险，民俗体验，野营拉练为辅。

(三) 周围同类景区竞争的挑战

烟霞洞隶属于昆崂山，昆崂山周边的旅游既包括区内外，也包括市内外，它

们都具有较强的产业规模和市场形象。由于资源的同质性和选择自由度的扩大，加上周边的龙口市南山集团、青岛市崂山景区、威海市刘公岛、蓬莱市蓬莱阁等已形成成熟旅游市场。它们无论是从旅游收入、还是从服务规范、营销策略以及知名度上都远远高于烟霞洞。而烟霞洞的独特优势在于道教，是全真教的发祥地，浓郁的道文化是其他景区所不能比拟的，因此烟霞洞的竞争优势要从道文化方面着手。

4.3 景区市场营销

（一） 营销策略

（1） 省内客源市场的营销策略

环渤海经济圈尤其烟威地区是昆嵛山客源市场的主力，要充分利用区位优势、资源优势等条件，强调独特的全真文化、良好的生态环境和丰富的山珍野味，宣传休闲人生的理想生活模式，实施重点营销，寻找龙头。对重点大企业进行针对性的营销活动，特别要针对中青年员工，这一阶层是新观念的先锋，也是旅游活动的先锋。为了吸引他们，可设计一些旅游产品使他们有选择，感兴趣。观光产品，如森林观光游、踏青节、神清景区老子诞辰朝圣日宗教文化游。同时与烟台其它区域通力合作，联合营销，塑造高品质旅游形象。如设计开发“烟霞洞和养马岛海底温泉疗养”等类组合旅游产品，提高平均停留时间和花费。开展自然景观、生态资源与烟台历史文化整合，提高游客的重游率。学校客源市场在郊游中比重最大，这应是促销重点之一。对大中专学生可设立奖学金，在其校报上刊登有关情况及评选条件。对中小學生及教师可实行奖励旅游，如对优秀班主任、团干部实行免费旅游、有奖旅游，因为他们的带动性强。

（2） 国内其他市场营销策略

深度开发原有的旅游产品，活化文化表现因子，开发一批新产品，保持远程游客数量的稳步增长。设计开发复合旅游产品，如商务、会议加休闲、文化加生态旅游等产品，增加旅游收益。

（3） 海外市场营销策略

目前，由于地域优势，昆嵛山的海外客源以日韩两国为主，客源地依赖性太

强，因此应积极利用旅游营销，扩展区域旅游知名度和认同感，争取东亚和东南亚及欧美市场的游客。可采取参加国际旅游交易展览会等机会推介昆崙山；也可邀请海外著名旅游专栏作家、记者、电视制片人、摄影家等到烟霞洞考察访问，通过他们传播烟霞洞的旅游资源、全真文化等。

（4）宗教文化市场营销策略

积极宣传烟霞洞作为全真教发祥地这一独特优势，吸引道教徒前来朝圣。与蓬莱阁进行联合营销，借助蓬莱阁的名誉打造道教名山，形成北望蓬莱阁、南观崑崙山的“一阁一洞一山”的神仙道教旅游带。

（二）营销渠道

旅游经济是知名度经济，知名度越高，越有吸引力。旅游市场的竞争焦点在于争夺客源，宣传竞争首当其冲。要通过广播电视、报纸、网络等动静结合的宣传手段，参加节会和自行组织多媒体推介相结合的促销方法，集中进行“轰炸式”的立体促销，以大手笔、大动作、大宣传，营造声势浩大的品牌效应，“引爆”昆崙山的旅游市场。

（1）、大众传媒

大众传媒是传统营销渠道。要利用覆盖面广、可读性强的《光明日报》、《中国旅游报》、《齐鲁晚报》、《半岛都市报》、《烟台晚报》、《威海晚报》等报纸以及中央电视台、山东电视台、胶东各电视台，采取动静结合的宣传手段宣传烟霞洞，也可动员记者、主持人、学者、作家、文体明星、知名企业家等在热门媒体上写一些与本旅游区有关的散文、游记、体会或发布采访实录、专访、专栏等，使烟霞洞在报纸上有名，在电视上有影，在电台上有声，做到家喻户晓，人人皆知。

（2）、互联网

网络信息传播速度快、容量大，且双向互动，是新兴的渠道。随着上网人数的飞速增长，网络营销将成为非常重要的方式。我们可以在各主要网站上制作精美的烟霞洞风景名胜旅游网页，发布有关信息，同时利用互联网对访问本网站的网民设立有奖旅游，或随机选择网民进行免费旅游，带动网民的网上交流与宣传。

（3）、公关网络

利用林业系统和宗教系统的公关网络及个人关系,在与外界接触时适时介绍本区境况,必要时借助各界名人促销。

(4)、行政渠道

旅游业是政府主导型产业,通过行政官员在其中参加各类会议及接待工作时予以宣传,广而告之。

(5)、道路标示

在全国各地来山东的各条高速公路、国道,尤其是山东省内的各条高速公路、主要交通干道设立宣传烟霞洞风景旅游区的绿色标识牌、宣传牌。

第五章 空间布局及功能介绍

根据昆崙山的空间地域特色以及资源类型构成,从便于管理、利于组织和游客活动的角度出发,将景区整体划分为游览观光、接待服务、生活管理、生态保护四个功能区。根据昆崙山各景区资源地域分布相对独立、各自异彩纷呈的特点,将景区划分为九龙池、烟霞洞、神憩园、泰礴顶、仙姑殿、无染寺六大主体景区。著名作家冯德英的《苦菜花》、《迎春花》、《山菊花》描写的都是昆崙山军民抗日战争的故事,并且电影外景拍摄基地选在这里,建立纪念馆。

(一) 烟霞洞景区,即到达景区后往西走,经过烟霞洞景区大门往上攀爬,途径道山、古银杏、神清观、採芝、升仙台、孙不二修道遗址、丹井,最后抵达烟霞洞,这一片区为宗教朝圣区,主要供游客感受烟霞洞和神清观这两大有道教历史的景点。

烟霞洞,位于昆崙山西北隅,由一突兀岩石自然造化而成。洞室呈椭圆形,深7米,高3米,洞壁上刻“烟霞洞”三个大字。洞内供奉着“七真人”雕像。洞外,峰峦环抱,壑谷幽邃,杉柞掩映,危岩矗立,石径回绕,逶迤多姿,奇秀壮观。每当阴霾天气,山头白云缭绕,滴翠浮青,云海如浪,烟雾缭绕,并时有霞光出现,或明或暗,宛若烟霞缥缈,景色奇绝。古人诗云“青天重迭水潺湲,闻到处别有天。洞里仙人何处去,烟霞风景自年年”。此洞僻静清幽,背山傍水,藏风聚气,历来成为道人居士潜心修炼、讲道阐玄之处。金大定七年(1167),咸阳道士王重阳自终南山云游东下,聚徒讲道于烟霞洞中,并收丘处机等七个弟子,号称“北七真人”,以此为中心,在宁海(牟平)、文登、莱州等地传道,创立了道教中的一个新的宗派——全真派。这七个徒弟世称“海上七真人”。后各自创立了一个支派,故也称“全真七祖”。烟霞洞即成为创立教派的“洞天福地”。“七真人”中以丘处机最为有名。金元兴六年,蒙古兵攻入西域,进军忻都(即印度),直至跃门关,当元太祖中经雪山(今喜马拉雅山)时,遗侍臣二人聘邱处机前起行营。邱带李志常等18弟子,行程5000多公里,在西征的营帐中朝见成吉思汗。成吉思汗向他请教养生治国之道,邱进言:“要长生需清心寡欲,要统一天下需敬天爱民……”由此,邱深得成吉思汗器重,尊他为神仙,并赐以“国师”之号,爵大宗师,成为统领全国道教的一代宗师,使全真教得以在全国盛行。

神清观是全真教的祖庭，在中国历史上具有重要的地位，是我国道教宗奉的圣地。目前在修。

另外，在清风泉附近的石壁上偶有“山市蜃楼”奇观出现。清初文坛宗主王士禛（1624—1711年）云：“昆嵛山有山市，恒在清晨，遥望之，山化为海，唯余一岛，岛外悉波涛漫，舟船往来山下，人但觉在雾气中。”

（二）泰礴顶景区，主要开发为生态休闲区，泰礴顶景区主要为茂密的森林，是国家级森林公园，游客可以选择此处进行有氧登山运动，山脚下的森林氧吧更是养生休闲的好去处，对于越来越重视养生环保的现代都市人，这里无疑是休闲度假的好去处。

泰礴顶，胶东屋脊，海拔 923 米，山峰高耸，轩昂挺拔，雄伟奇峻，峥嵘高峭。据传泰礴顶名称乃取泰山支脉而气势磅礴之意。登极顶，远眺三面碧海浩渺，半岛群峰耸翠，昆嵛美景尽收眼底，形成一种由抑到扬的节奏感和“一览众山小”的高旷气势。若遇云雾，昆嵛云海更为壮观，山中的白云蔚郁而起，袅袅烟霞，巍峨云山，千柱翠峰悬浮于悠悠舒卷的白云之上，宛若虚无缥缈的仙山琼阁。还可观黄海、日出、山市等景观。

主要景点有：莲花池、杜鹃坡、生态博物馆、水帘洞、天然氧吧、小木屋、山珍餐馆、齐鲁第一生态健身游道等。水帘洞，一股清泉从石缝涌出，涌上突兀的岩石，沿巨石涌入水潭。涓涓细流，或聚或散，有时如一片珠帘，随风飘洒，水帘在阳光映射下，时明时暗，耀着彩虹，下有一水潭，水面达 2000 平方米，山翠水清，石奇潭垂，一年四季皆有美景。

天然氧吧中空气清新，负离子含量极高，令人呼吸平稳，血压降低，促进新陈代谢，提高免疫力，对治疗心脏病、冠心病、稳定精神等都具有特殊疗效，是养生健身的最佳去处，特别是夏天，氧吧区的温度比其它地方低 6 度左右，被人们称为“天然空调”。

（三）九龙池景区，将其开发为清凉参观区，九龙池景区入口不远处为九龙池水库，水库面积中等，周边环境优美，空气清新凉爽，再往南走将会看到九龙庙、龙王阁、古戏台遗址以及九龙池，神话故事贯穿整个景区，更让整个景区增添了一些神秘的色彩。

在这里，可以看到：九龙瀑、建于明末清初的龙王庙、龙王阁、古木瓜、仙翁石等。九龙池，沿龙王庙南上约千米，有高约百米悬崖石壁，居中梯列 9 个大小不等的天然石池，大者直径 6 米，深 3 米，尾摆东北，腰部几曲向南，呈巨龙上山之势。

天生地就，奇险妙绝。传说古时候东海有一巨龙，因触犯了“天规”，玉帝龙颜一怒，将其锁于苍山之上，巨龙不羁，与看守的河神相搏斗，一场天昏地暗的战斗结束后，巨龙挣脱羁绊，返回大海，而此山便留下了这坎坎九池。清代诗人赵子辕曾写道“狂性难驯吼且奔，玉匣擘破飞流泻……一鳞张爪厉相搏战，怒流沸涌如鲛穴”士人以为“有龙居焉”，故名九龙池。池水源于山涧泉水，甘甜清冽，清澈见底，终年长流不息，春时细流涓涓，回清倒影；夏时飞瀑奔溅，风激悬流，活象一条七彩巨龙，飞流直下三千尺，宛如撒珠喷雪，壮观无比；秋天碧波荡漾，鳞光闪闪；冬时冰笋倒挂，含珠吐玉。瀑布之长、之大在山东省罕见。

（四）森林探险区，这个范围比较广泛，可以是九龙池景区和泰礴顶景区之间，以及泰礴顶景区和岳姑殿景区之间的广袤的森林地带，由于其丰富的动植物资源和奇特的地貌，可以吸引一些探险型游客，但是考虑到这类游客可能数量不多，因此只需在景区大门口设置专门的服务中心，并且配备熟悉景区的林区工作人员或者专门的导游，为这类游客的探险活动提供有效地保障。

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°37′—121°48′，北纬 37°10′—37°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级森林公园，1998 年由省政府批准列为省级风景名胜区。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。林木结构合理，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，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，奇峰异壩星罗棋布，沟壑纵横交错。主峰泰礴顶，海拔 923 米，除主峰外还有大壩、小壩、金银壩、枪杆壩等 72 壩，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景，著名的有“泰礴日出”、“山市蜃楼”、“古洞烟霞”、“昆崙叠翠”等。昆崙山群山环抱，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，漫山红遍，层林尽染，野果流香，是赏红叶、品鲜的黄金季节；隆冬，万里雪飘，银装素裹，观雾淞冰挂，品山珍野味令人陶醉。昆崙山群山环抱，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，九龙池瀑布实为人间仙境。

第六章 重点项目开发与策划

6.1 烟霞洞

烟霞洞乃道教文化圣地，因此其整个旅游项目的开发要结合其人文历史，道教仙祖文化。再结合现在旅游开发的设计的思路，打造出既能充分展现昆嵛山烟霞洞仙祖文化，又能吸引众多游客充分感受道教传统文化与现代森林休闲旅游相结合的文化旅游胜地。

一. 景区大门与道路景观设计

在此次的实习调查过程中，我们发现烟霞洞景区的一个最大的问题就是景区的大门，以及进入景区时整条道路的状况。可以说这个关键部位严重影响了景区的形象。所谓一个良好门面可以带给游客良好的第一印象，而昆嵛山烟霞洞景区不仅进入景区的道路狭窄，而且显得荒芜。景区大门更是很是寒酸。

因此，烟霞洞景区的规划首先要从门面开始，规划设计出一个极具特色，又能充分吸引游客的注意的景区大门。

(一) 景区的道路建设

现在的道路大概也仅仅是双向 2 车道，道路狭窄，且道路两旁没有景观带。我们建议道路至少要拓宽到双向 4 车道，道路两旁辅以建设多种花木相结合的景观带，在景观带外侧，可以种植速生杨等能快速的生长的树木，以尽快弥补当前景区门口荒芜，且夏季炎热无阴凉出遮阳的尴尬。

其次，我们建议在景区门口修建小型的停车场，现在景区门口不仅道路狭窄而且面临自驾游游客停车困难的问题，因此景区有必要在门口修建一个小型停车场，以满足游客的需求。

(二) 景区大门

昆嵛山烟霞洞景区以其特色鲜明的道教文化吸引着广大游客前来观光旅游，因此大门的设计我们觉得应该融入更多的道教文化元素，才能更好的与景区的文化氛围相融合。雕塑这一重要的景观元素在众多景区中应用，因此我们此次规划景区的大门与雕塑相结合，雕像选择广为人知的在烟霞洞修真的全真道人丘处机。置放在景区大门内广场中央，大门采取仿古建筑门坊

的样式，门内广场设计以太极阴阳鱼为模版。

二，游客服务中心建设

我们注意到目前景区还没有完善的游客服务体系以及游客服务中心设施。在实地考察过程中我们注意到烟霞洞景区门口西南角有一块空地，而此处正好处于通往泰礴顶景区烟霞洞景区的交叉口，因此在我们建议在此处建设游客服务中心。

游客服务中心建设我们建议突出特色，结合昆嵛山国家森林公园的特色，以绿色环保为中心，才用小木屋的农家特色，外观以棕色树木原色为主色调，体现出一种绿色环保的主色调。服务中心内也可建设旅游纪念品商店等。

三，景区内重点景点规划设计

（一），景观道。

目前景区游览线路道路两旁很是单调，护栏没有特色，特别是刚进入景区内时道路两旁还有一些破旧的房屋，建议修缮，建成特色小店客栈一类的，道路两旁护栏较为破败，建议修缮，设计成具有道教文化色彩的护栏，每隔 50 米设置一个小报亭介绍道教相关人物的历史。

（二）. 升仙台

目前景区内升仙台景点只能从下面远远眺望，建议开发此处的景观，此处位置极好，景色优美，可做重点建设。

（三），小蓬莱

现在景区内小蓬莱基本徒有虚名，没有任何的参观价值，建议在此处建设一座具有道教色彩的小型建筑，也可以在此处山体开挖一个小山洞

（四），望尘

进入景区 300 米左右，有一块空地，临时停车场，此处道路对面有一块山体岩，可以在此岩上放置一块岩石，名曰 望尘，寓意步入道教圣地，忘却尘世烦恼，静心。

（五），成仙桥

进入景区 500 米左右的距离大概有一座桥，可以重修修成仿古式的特色桥，取名成仙桥，寓意通过此桥即将步入成仙之道。

6.2 泰礴顶

泰礴顶，胶东屋脊，海拔 923 米，山峰高耸，轩昂挺拔，雄伟奇峻，峥嵘高峭。据传泰礴顶名称乃取泰山支脉而气势磅礴之意。登极顶，远眺三面碧海浩渺，半岛群峰耸翠，昆崙美景尽收眼底，形成一种由抑到扬的节奏感和“一览众山小”的高旷气势。若遇云雾，昆崙云海更为壮观，山中的白云蓊郁而起，袅袅烟霞，巍峨云山，千柱翠峰悬浮于悠悠舒卷的白云之上，宛若虚无缥缈的仙山琼阁。还可观黄海、日出、山市等景观。

泰礴顶以其秀美壮观的自然风景吸引众多游客，万亩天然森林氧吧，是休闲养生娱乐休闲的好去处。目前泰礴顶开发部分基础设施已完善，但还存在许多问题，例如从景区大门到爬山的石阶路这段路距离很远，如此对乘坐公共交通工具而来的散客来说很不方便，所以在景区内配备实惠方便的代步车还是很有必要的。

重点项目规划

(一). 观景栈道

充分利用景区下方的河流，沿河岸建设观景栈道，享受山水之间的乐趣，营造水上林间的回环曲折的效果，此处规划在进入景区大门后至森林木屋之间这一段道路旁的河流旁。

(二), 登山索道

登山索道的建设极大的丰富了景区的可玩性，而且也为一些游客提供了一些方便，和山腰的滑道相得益彰，后期客流量明显增加的时候建设索道是一个不错的选择。

(三), 观景台

滑道上方尽头的处北方有一处小峰，此处为半山腰处一个相当好的位置，可以在此处建设一个平台，供游客休憩拍照等，此处与远处泰礴顶顶峰遥遥相望。视野也相对开阔。

(四), 栖云亭

山中有林, 林中有亭。绿树红亭, 交相辉映在山间, 别有情趣。目前泰礪顶景区亭子建设稍显落后, 一个以山为主题的景区缺少了亭的陪衬总觉得少了一分灵气。而且亭子的建设也可以为游客提供休憩的地方。特别是在石阶尽头后, 距离山顶还有很长一段距离, 此处更应该多建设一些为游客提供方便的设施。

旅游线路规划设计

烟霞洞

线路一: 揖翠→道山→古银杏→神清观→小蓬莱→飞来泉→丹井→烟霞洞

线路二: 揖翠→道山→古银杏→神清观→清风亭→採芝→丹井→烟霞洞

泰礪顶

线路一: 石门→水帘洞→红森林浴场→森林氧吧→滑道→泰礪顶

线路二: 石门→莲花池→杜鹃坡→水帘洞→生态博物馆→森林木屋→泰礪顶

第七章 配套服务设施建设

昆嵛山景区根据不同文化背景以及地形特点划分为九龙池、泰礴顶、烟霞洞、无染寺、岳姑殿几个分景区。本次规划主要针对泰礴顶和烟霞洞景区。

7.1 现有旅游交通

(一) 昆嵛山公交旅游路线

1、烟台长途汽车站

上午 烟台 9: 15→昆嵛山林场 昆嵛山林场 1: 00→烟台

下午 烟台 3: 15→昆嵛山林场 昆嵛山林场 5: 50→烟台

2. 烟台青年路汽车站

烟台 每 5 分钟一班→牟平南站转 19 路公交车

(二) 昆嵛山自驾旅游路线

1.威海到昆嵛山

烟威高速酒馆出口下→上庄→东殿后村（昆嵛山）；

威海→文登汪疃→界石→走李格庄方向可看到昆嵛山标志。

2.烟台到昆嵛山

烟台→牟平（通海路—东关路南行 12 公里处单向立交桥东行有路标）→昆嵛山。

3.(济南)青岛到 昆嵛山

（同三高速）烟青一级路→牟平（同上）→昆嵛山

改进与规划：

根据所做的游客市场调研，分析主要客源市场及多数游客出行方式，出行时间，游玩时间等，增设由烟台市区到昆嵛山景区的长途汽车班次，以满足不同游客的多重需要，提供最大的方便。针对周边自驾游的旅客，应在每段公路间增设路标指示牌，给司机明确的信息。

7.2 现有旅游餐饮

昆嵛山景区周边较大的饭店有德安大酒店，红杏饭庄等。附近有小的农家院之类，特色是农家口味。但各个景区内的餐饮提供并不是很多，饭店餐馆可数。

改进与规划：

在昆嵛山景区附近投资建设一到两家星级酒店，提供全套的餐饮住宿等服务设施，给外地游客提供舒适的环境及便利的条件。牟平区境内景区周围可以增开几家具有特色的农家餐馆，让游客体验到农家乐。海鲜主题饭店也可以在景区周围，使远道而来的游客在昆嵛山景区附近也可以吃到烟台海鲜的美味。

每个分景区内，应在适当位置开发一家景区特色餐厅，针对不同消费群体设置菜品价格和档次。

7.3 现有旅游住宿

景区周边有几家宾馆供游客下榻。

改进与规划：

在整个昆嵛山景区周围建设符合主要游客消费要求的酒店宾馆，这一举措需要前期的大量市场调查与问卷分析，最后根据分析预测，招商引资来建设满足游客不同需求的住宿设施。

7.4 具体分景区相关设施

（一）烟霞洞景区（由于景区面积较小，所做规划有一定限制，只能在小方面进行改进）

1. 景区售票处（现有售票处基本符合要求，同时能够满足需要。这一方面的改进根据具体资金预算来定）

2. 景区管理站（应加强管理站对整个景区的管理、监督力度，切实贯彻实施景区日常管理维护方案。合理配备管理人员，保证旅游质量、旅游安全、旅游统计、交通、保卫、卫生、环保等各项管理制度的完备和有效的实施。）

3. 停车场（景区共有 2 处停车场，进景区不久后有一个小型停车场，很小，是平整的土路。但今后应该扩大建设停车场，建成生态停车场。现有的停车场容纳量很小，若是几台大巴一起过去就停不下了，加上土路，恶劣天气，如雨天会使道路变得泥泞，影响游客下车之后继续前行；大风天气，漫天飞尘，难以给游客留下一个很好的印象，因此要尽快改善停车场的建设，这样才会给游客提供有力的保障）

4. 垃圾桶（景区内垃圾桶大约每隔 50 米就会有一个，这一点基本满足游客仍垃圾的需求。但是现在为了美观，垃圾桶设计成了木桩状，这对于初次进到景区

的游客略显陌生，可能不会注意到。建议在入口前一、两个垃圾桶旁边做个提示牌，让游客醒目明朗地看到垃圾桶并认识，以便后面游玩过程中快速发现路边的垃圾桶）

5. 公厕（现有公厕数量较少，只有神清观附近一个明显的公厕，会导致游客大量停滞在那里。应在之后的合理位置再修建一座公厕，为游客提供更多的方便）

6. 护栏（对于危险地带，景区应加设防护栏，以免发生意外）

7. 提示牌（在景区内合理安排设立多种提示牌，如洗手间提示牌，垃圾箱提示牌，危险警示牌，路程数提示牌等，并在每个提示牌上明确标明前方多少米处有相应的服务设施。）

8. 小型服务点（在景区内应附设小卖、摄影、小吃、茶点等小型服务点。方便满足游客在游览过程中产生的旅游需求）

（二）泰礴顶景区（泰礴顶是昆崙山的主峰，因此前来游览的人数相对较多，应重点完善相关服务设施）

下面主要谈需要改进之处：

1. 在规范旅游交通设施方面，景区在公路沿线规范设立旅游专用交通标识；将停车场改造成生态停车场，科学设置停车分区、回车线和出入口，完成停车场规范化和特色化建设

2. 在完善游览服务功能方面，将原来的游客中心扩大面积，丰富服务内容；依据山上地形及游客需要增设生态文化厕所（按照男女所需时间的不同来进行相应安排）、邮电通讯服务设施（在入口处，上山途中及山顶增设公共电话亭，以免游客在手机通讯受干扰时无法与外界联系或求救）、司导休息室（给司机和导游提供休息的地方）、安装音响广播系统（方便游客进行寻物寻亲广播）、语音导游系统和信息咨询系统、特殊人群服务项目多处特色公共休息区和观景设施等；在景区入口处设自动取款机，全方面的方便游客。

3. 在提供旅游安全保障方面，全面落实安全机制，完善安全设施，建设一个全面数字指挥中心，在景区内安装监控摄像头，在指挥中心中实时对景区内情况进行监控，及时发现危险状况并进行救助；加强安全生产检查和监控管理，确保游客生命财产安全；加强应急救援体系建设，建设新的医疗急救站，完善应急救援设施，并积极有效地开展紧急救援和医疗救助工作。

4. 其他垃圾箱、公厕、护栏、提示牌、小型服务点等服务设施的规划与改进要求同烟霞洞景区类似，并根据本景区自身特点进行改进强化。

5. 景区内餐饮住宿：

(1) .在泰礴顶景区入口处应增建生态特色餐厅，根据不同消费群体制定价位，以满足各个层次的游客需求。

(2) .以提升景区生态旅游的发展空间、倡导健康、休闲、低碳的文明旅游方式为出发点，继续开发完善房车营地。扩大房车营地规模，加大资金投入，引进多个型号、不同规格的房车，划分出高中低三个档次，以满足不同消费群体的需求。昆崙山景区还将进一步完善景区配套设施建设，将整个营地规划为几个大的分区，将居住区、娱乐区、运动区等之间用花草树木相隔，为游客提供一个相对独立的相对独立的空间，对营地的停车场进行绿化，增设停车位，满足旅游高峰期的接待和需求。日后来昆崙山住宿选择除了有房车、酒店、帐篷，游客还可以选择住木屋、石头房等生态房，从而使昆崙山汽车营地逐步形成一个多种住宿设施齐全的综合营营地。

总 结

小组成员根据对昆崙山及其主要景点的实地考察和调查了解，在收集查阅资料并进行研究讨论后对昆崙山未来的旅游前景做了合理、科学的规划。

依托昆崙山特殊的地理位置、独特的历史背景、神秘的神话传说以及丰富的动植物资源和特殊的全真教派文化，共同制定了昆崙山的旅游资源开发与景区规划。

规划包括为昆崙山景区制定旅游发展目标、旅游战略实施步骤、旅游设施及其功能分区划分、旅游活动地点布局等工作。并根据调查研究得到的结果进行分析，为昆崙山未来的发展方向和客源市场进行了科学合理的预测。

