

No. 10 2019年第10期
京内资准字0419--L0019号
内部资料，免费交流

中国风景名胜

CHINA NATIONAL PARKS AND SCENIC SITES

本期聚焦：

深圳共识

2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议

胡理琛

西湖七十年流变忆胜



中国风景名胜区协会主办

深圳共识

2019年10月30日至11月1日，来自奥地利、澳大利亚、加拿大、中国（包括香港）、德国、希腊、日本、南非、英国、新西兰、美国等十余个国家和地区的自然保护和生物多样性方面的政府、研究机构和保护组织的代表、专家学者总计约500人，参加了由中国国家林业和草原局（国家公园管理局）、广东省人民政府和世界自然保护联盟（IUCN）共同主办的中国自然保护国际论坛。代表们就如何共同努力以保护全球生物多样性和生态系统服务进行了深入交流，并达成如下共识：

会议强调全球自然保护总体形势依然十分严峻。自然保护地受到人类活动的挑战，野生动植物栖息地不断退化和破碎化，生物多样性不断丧失。持续的环境退化和污染、气候变化、灾害频发，人类面临的生态危机愈发凸显，国际社会必须采取强有力的措施，携手应对。

会议指出由生物多样性和生态系统服务政府间科学政策平台（IPBES）于2019年5月发布的《全球生物多样性和生态系统服务评估报告》指出，现在约有100万种动植物物种面临灭绝的威胁，四分之三的全球环境和约66%的海洋环境受到人类活动的影响显著改变。20个关于生物多样性的爱知目标中只有4个取得了实质进展。

会议强调自然保护与贫困、污染、气候变化、过度开发等问题密切相关，是复杂的社会、经济、安全、公平问题。有效的保护可以成为减少贫困和实现其他可持续发展目标的部分解决方案。只有平衡好保护和发展的关系，建立公平公正的法律、政策、制度体系，才能实现自然保护的目标。

会议指出中国提出树立尊重自然、顺应自然、保护自然的生态文明理念，并明确了建立以国家公园为主体的自然保护地体系及其在中国生态文明体制改革中的重要地位。

会议关注2020年10月将在中国昆明召开《生物多样性公约》第十五届缔约方大会，会议将审议通过2021–2030年全球生物多样性保护框架。

会议认为生态文明思想的树立，有利于提升公众自然保护意识；应当弘扬山水林田湖草是一个生命共同体的系统保护理念。

会议指出建立自然保护地体系是保护包括物种、遗传资源和生态系统多样性的重要手段；应当对生物多样性重要区域进行评估，不断填补完善保护空缺。

会议强调自然保护是全民公益事业，应当积极开展自然教育，普及自然保护理念，并将其引入各个主流经济部门的评价体系；会议认识到当地社区在保护自然中发挥重要作用，应当引导并扶持自然保护地及周边社区可持续发展，以形成保护合力并使自然和文化得以平衡。

会议倡议所有部门和团体从以下几方面加强中国的自然保护工作：

1. 强化构建完备的自然保护法律体系，建立以《自然保护地法》为基本法、自然保护区等单行法律法规为补充的自然保护地法律体系。
2. 建立包括但不限于生态补偿、转移支付及利益分享的政策机制。
3. 建立基于国际标准的监测体系，以评估自然保护地的有效性。
4. 应当加强自然保护地治理和管理方面的国际交流与合作，积极促进自然保护领域的理念、政策、科学和技术等方面的信息沟通与协同。
5. 促进当地社区发展，倡导社会参与和介入自然保护，积极开展提升公众意识的自然教育。
6. 采用科学的、先进的空间规划理念，推动自然保护地优化整合，形成以国家公园为主体的中国特色的自然保护地体系，为全球实现绿色发展和生态文明提供中国方案。
7. 加大对自然保护地基础设施和管理（包括但不限于车辆、设备、培训）的投入力度。

中国 深圳2019/10/31

Contents



01 FOREWORD | 卷首语

深圳共识

05 FOCUSING | 聚焦

郭鹏伟

讴歌新时代 融合新媒体
多元助力风景名胜区宣传工作再上新台阶
——在2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议上的讲话

卢兆庆

在2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议开幕式上的致辞

何金发

在2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议上的致辞

汤卫华

在2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议上的致辞

14 NEWS | 动态

中国风景名胜区协会秘书处
讲好新时代的中国风景名胜故事
——中国风景名胜区协会秘书处信息宣传工作汇报

17 FORUM | 论坛

肖洁
高质量发展中的扬州瘦西湖风景名胜区

司万增
激活景区内生动力 提高信息宣传水平

马春明
云台山新现象
——山水景区的文化旅游转型之路

叶丽敏
梧桐山景区的自然教育之路

31 FEATURE | 专题

中国风景名胜区协会秘书处
摄影\纪凯 云杉 尤俐
经典与现代交织 自然与人文荟萃
探索新时代风景名胜区的宣传新路径
——2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议综述

文\赵美君 侯晏;
摄影\叶永青 孙俊 李金刚 张涛
黄山进入秋色最佳观赏期
壮丽云海日出惊艳四海游客

广东省肇庆星湖风景名胜区管理局
肇庆星湖：不忘初心，微笑服务

39 DISCUSSION | 研讨

王国银
关于景区游客容量问题的探讨

蔚东英
探讨新时期风景名胜区发挥宣教功能的实践
创新路径

谢玲超
试述风景区游（研）学体系的构建
——以庐山风景名胜区为例

55 COMMUNICATION | 交流

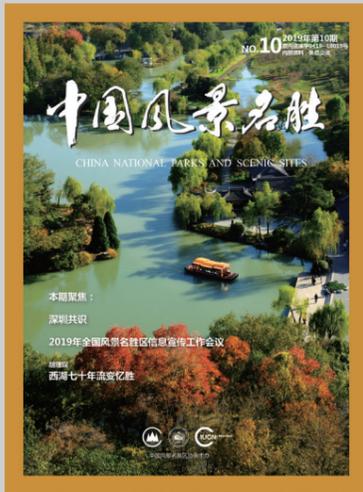
福建省武夷山风景名胜区旅游管理服务中心
重视信息宣传工作
探索新时代景区宣传新途径

57 INFORMATION | 资讯

65 TIMES | 时代

胡理琛
西湖七十年流变忆胜

NO.10 编印单位：中国风景名胜区协会
2019年第10期 发送对象：会员单位及业务主管部门
月度出版



协办单位：

峨眉山风景名胜区管理委员会
乐山大佛风景名胜区管理委员会
黄山风景区管理委员会
九华山风景名胜区管理委员会
千山风景名胜区管理委员会
泰山风景名胜区管理委员会
武夷山风景名胜区旅游管理服务中心
杭州西湖风景名胜区管理委员会
普陀山风景名胜区管理委员会
武汉东湖生态旅游风景区管理委员会
中山陵园管理局
青城山-都江堰风景名胜区管理局
八达岭特区办事处
肇庆星湖风景名胜区管理局
石林风景名胜区管理局
麦积山风景名胜区管理委员会
青岛市崂山风景名胜区管理局
南岳衡山管理局
金华市双龙风景名胜区管理委员会
新疆天池管理委员会
河南云台山风景名胜区管理局
泰宁风景名胜区管理委员会
桂林漓江风景名胜区管理委员会
青海湖国家级风景名胜区管理局
三清山风景名胜区管理委员会
庐山风景名胜区管理局
本溪水洞风景名胜区管理局
雁荡山风景旅游管理委员会
太姥山风景名胜区管理委员会
上饶县灵山风景名胜区管理委员会
罗浮山风景名胜区管理委员会
十三陵特区办事处
清源山风景名胜区管理委员会

编印单位：中国风景名胜区协会

顾问：国家林业和草原局自然保护区管理司司长 王志高
国家林业和草原局自然保护区管理司副司长 严承高
国家林业和草原局自然保护区管理司自然公园管理处（自然遗产管理处）处长 袁小虹

编委会主任：王凤武
编委会副主任：干松章 马春明 王兰波 王光锋 成小凤 许天毅
(以姓氏笔画为序) 孙立武 吴文达 吴 华 张士平 杨一鸣 杨 健
范静国 翁文杰 唐拥军 黎东辉

编委：王跃平 王 燕 刘寅豹 江东斌 毕文祥 孙 铁
(以姓氏笔画为序) 邱达敏 陈 林 郑 英 赵建军 赵 杰 柳 茵
洪景铁 哈承科 高 尚 康泰来 廖天生 谭 卓

主编：郭鹏伟
副主编：周雄 刘强 刘坚 陈倩妮 赵旭伟
编辑：《中国风景名胜》编辑部
责任编辑：张立 吕莹 王先民 朱芳 高危言 吴侠 姚辰 陈晨 赵玺 吕莹
美术编辑：吕莹

联系我们：中国风景名胜区协会《中国风景名胜》编辑部
地址/邮编：北京市海淀区三里河路7号新疆大厦B座11层，100044
电话：010-88315324 88315330
传真：010-88315325
投稿邮箱：china_fjms@163.net
信息联络员QQ群：132985457

官方网址：www.china-npa.org
官方微博：www.weibo.com/canparks
官方微信公众平台：



封面：瘦西湖·栖灵塔下秋意浓
(摄影周泽华)

封底：宝石流霞
(摄影孙小明)

印刷单位：北京市兴凤印刷厂
印刷日期：2019.11.15
印数：2000册/期

讴歌新时代 融合新媒体 多元助力风景名胜区宣传工作再上新台阶

——在2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议上的讲话

中国风景名胜区协会副会长 郭鹏伟

尊敬的何金发副市长、卢兆庆副局长、戴保明副处长，各位代表、各位来宾，媒体朋友们：

大家上午好！

今天，我们齐聚在优美风雅的历史文化名城扬州，相会在风光旖旎的国家级风景名胜区、大运河世界遗产的重要组成部分——蜀冈-瘦西湖，参加全国风景名胜区信息宣传工作会议，共同交流、总结一年来风景名胜区信息宣传工作的经验和成果。首先，我代表中国风景名胜区协会向来自全国各地风景名胜区以及其他会员单位的代表、协会信息联络员和媒体朋友们表示热烈的欢迎和诚挚的问候。

继去年6月在安徽省太湖县召开全国风景名胜区信息宣传工作会议以来，中国风景名胜区协会在各风景名胜区会员单位和各级主管部门的大力支持和协助下，利用平台优势，凝聚行业力量，进一步探索和拓展信息宣传工作的形式和范围，积极创新工作思路，开展了多

种形式的信息宣传活动，各项工作都有新的进展。

为进一步贯彻落实《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》和《关于建立以国家公园为主体的自然保护地体系的指导意见》等文件精神，提升风景名胜区信息宣传水平，深化信息宣传工作内涵，扩大风景名胜区行业的社会影响力，探索新时期风景名胜区的宣传新途径，根据协会五届五次理事会的决议，召开此次全国风景名胜区信息宣传工作会议。

2019年，我们迎来了新中国成立70周年，70年披荆斩棘，70年风雨兼程，70年砥砺奋进，中国发生了翻天覆地的巨大变化。自1982年国务院批准设立首批44处国家级风景名胜区以来，我国风景名胜区事业伴随着国家改革开放的脚步，以较少的政府资金投入，保护了我国最优秀、最具代表性的自然和文化遗产资源，同时在生态文明建设、惠及民生、审美启智、精准扶贫等

方面都做出了突出的贡献，取得了长足的进步。

一会儿，我们将邀请近年来在景区信息宣传、风景资源保护、品牌提质升级、文旅融合发展、自然教育研学等方面做出突出成绩、创造了先进经验的风景名胜区会员单位代表进行工作介绍和专题研讨，交流工作心得，展现新时期风景名胜区的风貌和当代风景人的风采。此外，本次会议还专门设置了会场外宣传资料展台，供各与会风景名胜区及会员单位将自己特色的出版物、画册、音像制品等资料进行展示展览和成果互换。

信息宣传工作是协会的一项重要工作，一年一度的信息年会，已经成为广大风景名胜区会员单位互相交流工作经验、共享改革成果、融合发展模式、创新工作思路的最好平台。希望大家通过这个平台，互相学习，互促互鉴，取长补短，共同发展。根据当前风景名胜区信息宣传工作面临的新形势和新任

务，我对下一步风景名胜区行业的信息宣传工作提几点建议：

一是要以习近平生态文明思想为指导，认真贯彻落实《关于建立以国家公园为主体的自然保护地体系的指导意见》，统一思想，坚定信念，扎实推进风景名胜区信息宣传工作

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视生态文明建设，把生态文明建设作为统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局的重要内容，形成了习近平生态文明思想，生态文明建设进入新的历史发

展时期，生态文明理念日益深入人心。

自然保护地是生态建设的核心载体，是中华民族的宝贵财富，是美丽中国的重要象征，在维护国家生态安全中居于首要地位。建立以国家公园为主体的自然保护地体系，是贯彻习近平生态文明思想的重大举措，是党的十九大提出的重大改革任务。风景名胜区是自然史和文化史的天然博物馆，是人与自然和谐发展的典范之区，经过37年的不懈努力，风景名胜区已经形成了一套相对完善的保护管理体系，在以国家公园为主体的自然保护地体系建设中，承担着重要的使命和职责。

在以国家公园为主体的自然保

护地体系建设的新背景下，《指导意见》明确了各类自然保护地的公益性属性，因此我们在信息宣传工作中，要认真学习、贯彻落实《指导意见》，谨记自然保护地“保护自然、服务人民、永续发展”的目标，统一思想，坚定信念，在工作中进一步提高资源保护意识，充分体现风景名胜区的公益属性，在此基础上扎实推进各项信息宣传工作有序开展。

二是要不断拓宽行业宣传渠道，进一步推动媒体融合发展，多维度助力景区宣传工作

为风景名胜区会员单位提供

信息宣传服务是协会的一项重要工作。2019年，协会不断拓宽行业宣传渠道，将传统媒体与新媒体相结合，创建多平台的互联互通，特别加强了新媒体方面的建设力度，组建了新媒体中心，由专门团队负责新媒体宣传工作。下一步，包括协会微信公众号平台、网站等在内的新媒体，要紧贴国家时政和行业发展趋势，对国家政策、协会工作、行业动态等进行及时、准确的宣传和报道，具体包括以下几个方面：首先，要推动媒体融合发展，实现不同媒体平台的互融互通，提高媒介产品的传播力；其次，在宣传内容和报道形式方面要紧扣时代脉搏，深入剖析和报道社会和行业关注的热点、难点问题，勇于为行业发声，向政府主管部门建言献策；再次，在方法手段方面，要顺应新媒体智能化和视频化趋势，利用新媒体技术和视频化趋势，利用新媒体技术，多样化呈现传播内容。随着数据分析、人工智能、物联网、VR/AR等技术的发展和应用，新媒体已经进入智能化时代，我们的对外传播也要跟上时代发展的脚步，积极运用新技术、新手段增强所传播内容的影响力。

三是要整合优质社会资源，实现优势互补，加强风景名胜区信息宣传队伍的能力建设

前不久，协会与新京报社签署了战略合作协议，今后双方将在风景名胜区文创产业开发、境内外宣

传合作、新媒体培训等方面，实现优势互补，资源共享。通过专业的报道力量和渠道，为中国风景名胜区的发展研究提供信息参考和政策建议，为进一步加强行业管理提供增量服务和帮助，共同宣传报道好风景名胜区。

信息联络员队伍是协会与各风景名胜区会员单位之间交流沟通的最有效渠道，是风景名胜区信息宣传工作最重要的力量。截至目前，协会已为全国126名信息联络员进行了登记并颁发证书。多年来，广大信息联络员以踏实、认真、热诚的态度为风景名胜区的宣传做了大量基础性工作。每天，都会有来自风景名胜区一线的信息发送到协会邮箱，在协会会刊、官方网站和微信公众号等媒体广泛刊用，有力地促进了各会员单位、风景名胜区之间的信息交流和宣传推介，为风景名胜区事业的发展做出了重要贡献。下一步，协会要充分利用各种资源，继续加强信息联络员队伍的能力建设，着重提高队伍培训的质量，在优化课程、学习材料和资源上下功夫，同时要加强对网络应用和管理技能方面的培训，不断提升信息宣传工作的综合水平。

四是要加强对外联络交流，“引进来，走出去”，讲好中国风景名胜的精彩故事

在当前融合发展的大背景下，要不断创新文化传播的内容、体

裁、形式、方法、手段等，按照习总书记的要求，“推进国际传播能力建设，讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力。”

为助力我国风景名胜区行业的全面、科学和可持续发展，协助各风景名胜区有效参考借鉴国外国家公园、世界遗产地和旅游景区的基础设施建设、资源保护管理措施和发展新思路等，协会特别编辑出版了海外景区资讯文摘——《风景世界》，内容以搜集、编译海外与风景名胜区相关的文献资料、行业资讯、热点话题为主，并对行业相关的热门话题做专题报道，为我国风景名胜区行业未来的发展提供国际化借鉴和参考，立足国际视野，讲好中国风景故事。

希望大家充分利用这次会议机会，分享经验，互促互鉴。充分认识信息宣传工作在推动新时期景区各项工作方面的综合效应，运用现代科技手段，不断丰富和提升风景区信息宣传水平，多元助力风景名胜区宣传工作再上新台阶。以信息宣传引领、推进风景名胜区事业的健康、可持续发展。

最后，我们要感谢江苏省林业局、扬州市委市政府对本次的大力支持，特别要感谢本次会议的承办单位——扬州市蜀冈-瘦西湖风景名胜区管委会，他们为本次会议提供了良好的条件和热情周到的服务。

谢谢大家！

（2019年10月23日）

会议现场（摄影纪凯）



在2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议开幕式上的致辞

江苏省林业局副局长 卢兆庆

尊敬的王会长，何市长，各位来宾，同志们：

大家上午好！

在这处处洋溢着丰收喜悦的金秋十月，我们高兴地迎来了中国风景名胜区协会，2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议在我省扬州召开。在此，我谨代表江苏省林业局，对2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议的召开表示热烈的祝贺！对各位领导和来自全国各地的朋友们表示诚挚的欢迎！对各位长期以来给予江苏的关心支持表示衷心的感谢！

江苏地处中国大陆沿海中部和长江、淮河下游，东濒黄海，北接山东，西连安徽，东南与上海、浙江接壤，是国家“一带一路”和“长江经济带”的交汇点，是长三角区域的重要组成部分，也是长江经济带繁华都市、田园乡村相辉映的最美地区。近年来，全省上下认真学习贯彻习近平生态文明思想和习近平总书记视察江苏重要讲话

精神，始终把生态文明建设放在重要位置，紧紧围绕“长江大保护”等国家战略，深入开展国土绿化行动，切实加强生态保护修复，大力发展绿色富民产业，为推进高质量发展走在前列、加快建设“强富美高”新江苏提供有力支撑。到去年年底，全省林地面积达到156万公顷，活立木总蓄积量超过9000万立方米，林木覆盖率提高到23.2%；全省湿地保有量达282万公顷，自然湿地保护率达49.8%。建立有国际重要湿地2处，国家重要湿地3处，国家级自然保护区3处。2017年，苏州常熟被评为全球首批“国际湿地城市”。今年7月，位于江苏省盐城市的中国黄（渤）海候鸟栖息地（第一期），被联合国教科文组织列入世界自然遗产名录，填补了我国滨海湿地类型遗产和江苏自然遗产的空白。

江苏历来重视风景名胜区工作。1982年，江苏太湖、钟山被国务院列为首批国家重点风景名胜

区。截至目前，江苏省已建立风景名胜区22处，其中国家级风景名胜区5处、省级风景名胜区17处，风景名胜区面积约占国土总面积的1.72%。江苏的风景区是建设美丽江苏、促进经济社会发展的重要载体，基本涵盖了典型的自然景观，包括历史圣地、山岳、江河、湖泊、城市风景、纪念地、民俗风情等多种类型，荟萃了江苏自然之美和人文之胜，彰显了悠久厚重的历史文化，呈现城景交融格局，为广大市民与游客的休闲游憩文化活动提供了高品质目的地，成为推动我省生态文明建设的重要力量。

党的十九大提出建立以国家公园为主体的自然保护地体系的重大改革任务。今年6月中办国办印发了《关于建立以国家公园为主体的自然保护地体系的指导意见》，将风景名胜区作为自然保护地体系中的一种重要类型，赋予了新的定位，赋予了新的内涵。我们将进一步贯彻落实习近平生态文明思

想，认真落实党中央、国务院的决策部署，紧紧围绕统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，按照山水林田湖草是一个生命共同体的理念，科学整合优化，守护好自然生态，保育好自然资源，传承好历史人文，为人民提供更美更优质的生态产品，为全社会提供更高品质的科研、教育、体验、游憩等公共服务，促进

人与自然和谐共生并永续发展。

2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议在扬州召开，这既是中国风景名胜区协会对我省的关心支持，也是对我省风景名胜区建设管理工作的充分肯定。我们将以此次会议为新的起点，继续认真贯彻习近平生态文明思想，认真践行“绿水青山就是金山银山”理念，以“高质量发展”为目标，全力推

进全省风景名胜区保护、建设与管理，将“水韵江苏”、“林秀江苏”打造成为长三角乃至长江经济带的靓丽名片。

最后，预祝2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议取得圆满成功！祝各位领导、各位来宾朋友身体健康、工作顺利、万事如意！

谢谢大家。

（2019年10月23日）

瘦西湖五亭桥（摄影周泽华）



在2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议上的致辞

扬州市副市长 何金发

尊敬的王会长、卢局长，各位来宾、朋友们：

大家上午好！非常高兴在古城扬州，迎来中国风景名胜区协会

举办的全国风景名胜区信息宣传工作会议的各位代表，共同探讨交流风景名胜区信息宣传工作经验。在此，我谨代表扬州市人民政府向参

加此次会议的各位代表表示热烈的欢迎！对大家长期以来给予扬州的关心和支持，表示诚挚的谢意！

扬州是一座保存完好的历史

文化古城。是国务院首批公布的24座历史文化名城之一，也是中国首批优秀旅游城市。“古色古香、原汁原味、清洁清爽”是这座城市的最大特色。现存的5.09平方公里的古城，是中国最原汁原味的明清古城。扬州园林甲天下，瘦西湖是中国湖上园林的代表，位于瘦西湖景区的十里蜀冈文化长廊，留下了鉴真、欧阳修、苏东坡等诸多历史文化名人的足迹，个园、何园等别具特色的城市园林，汪氏小苑等散落在城区灿若星辰的私家园林，充分展示了扬州园林文化的独特魅力。此外，以大明寺、高旻寺为代表的

佛教文化，扬州雕版印刷、玉器漆器、扬派盆景、剪纸、乱针绣、古筝等传统文化，也是这座城市特有的文化属性。

扬州是中国“运河名城”。扬州因运河而生、因运河而兴，运河是扬州的母亲河。春秋时期吴王夫差开邗沟，是大运河的第一锹土，之后的隋炀帝全线开凿大运河，也是以扬州为中心，在邗沟的基础上进行南北扩掘和连接，这就奠定了扬州在整个运河文化中独一无二的地位，同时也让扬州拥有了目前大运河上历史最悠久、最丰富、最复杂的河段。2014年，历时7年时间，由扬州牵头的中国大运河申遗项目成功入选《世界文化遗产名录》，成为中国第46个世界遗产，扬州是大运河沿线遗产点最多的城市。9月底，我们刚刚成功举办了2019年世界运河城市论坛暨世界运河大会、大运河国家文化公园建设推进会等一系列重要会议，扬州的“运河长子”地位正逐步凸显。

扬州是一座生态秀美的宜居宜业名城。扬州历史上就有“绿杨城郭是扬州”的美誉，良好的生态环境是扬州显著的标识。作为江苏第一个荣膺“联合国人居奖”的城市和国家森林城市、国家生态市、国家生态文明城市，全市遍布1200平方公里的森林、2200平方公里的湖泊和湿地、3200多万平米的绿地，构成了扬州水清、天蓝、草绿的生态画卷。此外，完备的公园体系也是扬州宜居生活的最好诠释。全市高水平规划建设了350多个城市公

园，居民只需步行10分钟就能到达最近的公园，市民休闲娱乐、运动健身、看花赏景有了更多的好去处，享尽了“人在园中居”的城市生态胜景。

风景名胜资源是珍贵而不可再生的自然文化遗产。我们将坚持“科学规划、统一管理、严格保护、永续利用”的原则，从建立健全风景名胜区管理体制，推进立法保护，加强规划编制、完善规划体系，严格建设项目程序管理，以及资金支持等各方面统筹协调，强化风景名胜区的保护、规划、建设和管理工作，注重风景名胜事业的持续健康发展，为推动扬州成为独具魅力的国际文化旅游名城建设做出应有的贡献。

此次全国风景名胜区信息宣传工作会议放在扬州举办，为我们提供了一次难得的学习机会，对我市风景名胜区的宣传发展必将起到极大的推动和促进作用。我们将以此为契机，认真学习积极借鉴兄弟城市的先进经验做法，不断提升信息宣传水平。同时，也诚恳地邀请大家再多走一走春风十里扬州路，多看一看竹西佳处扬州城，多品一品淮扬美食扬州味。

最后，预祝会议取得圆满成功！祝愿各位领导、各位嘉宾、各位同志身体健康、工作顺利、家庭幸福、万事如意！

谢谢大家！

（2019年10月23日）

运河三湾夏日全景图（摄影刘江瑞）



在2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议上的致辞

扬州市蜀冈-瘦西湖风景名胜区党工委书记 汤卫华

尊敬的王会长、卢局长、何市长，各位领导、各位来宾：

大家上午好！

金秋十月，丹桂飘香。我们相聚扬州，来到美丽的瘦西湖畔，隆重召开2019年全国风景名胜区信息

宣传工作会议。首先，我谨代表蜀冈-瘦西湖风景名胜区党工委、管委会对各位领导、各位嘉宾的到来表示热烈的欢迎！对中国风景名胜区协会长期以来给予的关心支持，表示衷心的感谢！

蜀冈-瘦西湖风景名胜区位于扬州古城正北，是一个以自然冈阜、古城墙和护城河水系为基础，以历代古城遗址、瘦西湖湖上园林为特色，具有风景游赏、旅游休闲、科普教育、生态体验等功能



瘦西湖雪景

大明寺



的城市型国家级风景名胜区，是江苏省唯一同时拥有世界文化遗产、国家级风景名胜区、国家5A级旅游景区、国家文化旅游示范区、国家重点公园、全国文明风景旅游区等6个国家级称号于一体的景区。风景名胜区内现有5A级旅游景区1个，4A级旅游景区3个，这里生态禀赋优越、文化底蕴厚重，有吴王夫差开筑的中国大运河起始段——邗沟，有乾隆六下江南流连忘返的瘦西湖，有鉴真高僧主持过的大明寺，有保存完好的唐子城遗址、宋夹城遗址，有历代文人吟咏扬州的诗词歌赋等等，是“人们心目中的扬州”最佳展示区。

近年来，景区党工委、管委会紧扣扬州国际文化旅游名城的发展

定位，围绕“世界级景区”目标，着力修复生态、整治环境、提升功能、完善配套，积极打造“吃住行游购娱”全产业链的全域旅游新名片，2018年接待游客总量达1100万人次。在保护好风景名胜资源，做大做强旅游产业的同时，我们十分重视风景名胜区的信息宣传工作，通过“媒体”助力、“赛事”借力、“名人”吸引力等方式，举办瘦西湖“万花会”、“春江花月夜”大型演出、《鉴真东渡禅茶秀》、2019“一带一路·运河城市”国际乒乓球比赛、2019运河文化嘉年华等多项活动，扩大景区的影响力，每逢节假日瘦西湖景区游人如织、秩序井然的场景也多次亮相央视。

这次全国风景名胜区信息宣传工作会议在蜀冈-瘦西湖风景名胜区召开，是对瘦西湖风景区的鼓励与鞭策，也是一次与中国风景名胜区协会各兄弟景区交流经验、加强合作、共谋发展的难得机会。我们将以此新的起点，认真学习贯彻会议精神，进一步创新工作理念和思路，努力推动瘦西湖景区信息宣传工作和风景名胜资源的保护利用工作再上新台阶。同时也诚恳地希望各位领导、各位朋友对景区的各项

工作多提宝贵意见。

最后，祝各位领导、各位嘉宾身体健康、心情舒畅、万事如意！

谢谢大家！

（2019年10月23日）

讲好新时代的中国风景名胜故事

——中国风景名胜区协会秘书处信息宣传工作汇报

中国风景名胜区协会秘书处

信息宣传是风景名胜区工作的重要组成部分，也是协会一项重要的工作。其实质是形象的展示、传播和思想的交流与探讨。作为行业协会，要反映行业的诉求和声音，同时要将协会的工作动态及时、准确地向外界传达。这种资源共享、互联互通，正是信息宣传工作最重要的一项功能。自2018年6月在安徽花亭湖召开全国风景名胜区信息宣传工作会议以来，按照协会五届四次、五届五次理事会审议通过的工作计划和安排，以“提供服务、反映诉求、规范行为”为工作主旨，有序开展各项信息宣传工作。现将主要内容汇报如下。

（一）全面整合行业资源，积极拓宽协会信息联络员及专家队伍

《中国风景名胜》创刊于2000年，是由北京市新闻出版局正式批准的内部资料性出版物，现为中国国家图书馆馆藏期刊，也是目前国内唯一一本全面反映中国风景名胜区行业保护成就与发展现状的综合性专业期刊。该刊物为月刊。行业专家及景区信息联络员与协会编辑部积极沟通联络，及时发送相关行业资讯。

《会讯》创刊于2010年，是以中国风景名胜区协会工作动态和服务项目进展为主要报道内容的出版物，为半月刊。《会讯》以着力挖掘协会秘书处各项工作动态、推介协会项目为宗旨，有效地强化了协会与风景名胜区会员单位之间的联系，实现了积极的信息共享。

（二）积极进行行业性专题研究，为整个行业提供广阔视野与丰富资料

《风景工作参考》创刊于2009年元月，是为提升行业协会和风景名胜区的资讯交流水平和扩大信息交流范围，而创办的行业内部交流材料。《参考》设“热点关注”“新闻摘要”“社会纵横”“时事评论”“世

界遗产”“环球博览”六个栏目，摘录与风景名胜区行业息息相关的热点事件、难点问题、新闻资讯、前沿性理论研究。

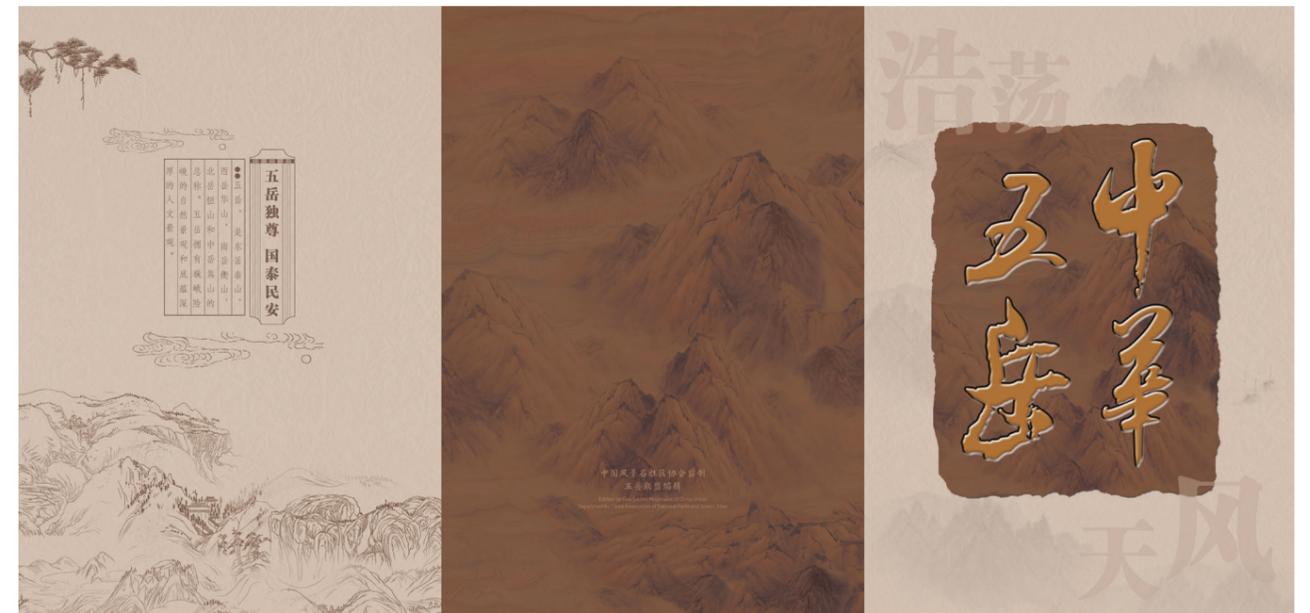
为助力我国风景名胜区行业的全面发展、科学发展、可持续发展，并协助各风景名胜区有效参考借鉴国外国家公园、世界遗产地和旅游景区的基础设施建设、资源保护管理措施和发展新思路等，协会于2018年设立编译中心，汇集了有海外学历背景的硕士研究生，编辑出版海外景区资讯文摘《风景世界》。该文摘以内部参阅的形式，内容以收揽海外与风景名胜区相关的文献资料、行业资讯、热点话题为主，并定期编译一些与行业相关的热门专题。

（三）积极组织发行行业出版读物，面向公众宣传风景名胜区保护自然和文化资源的理念

近年来，协会与建工出版社联合出版行业相关主题图书，于第一个国家自然和文化遗产日出版《中国风景名胜区世界遗产地》，该书通过展示中国的风景名胜区及世界遗产事业的发展成就，共同促进文化和自然遗产地的保护和发展。图书收录了世界自然保护联盟（IUCN）和国际古迹遗址理事会（ICOMOS）对各遗产地所做评估报告的摘选，世界遗产委员会同意将该项遗产列入《世界遗产名录》的决议以及各遗产地的申遗历程、保护工作经验和风景区的景点介绍等，共涉及30项世界遗产、40处风景名胜区。

2018年，协会协助IUCN对《世界遗产展望2（WORLD HERITAGE OUTLOOK 2）》进行了中文版的编译工作。之后，协会经IUCN正式授权，进行了该书中文版的出版发行工作。

目前，协会正在积极组织编辑《244个中国国家级



风景名胜区》图书，旨在提高中国国家级风景名胜区的影响力，力求打造一本符合大众口味、具有科教功能的多功能综合型书籍。该书目前已在中国城市出版社正式立项，计划于明年初正式出版发行。

此外，协会还通过积极组织相同类型的景区开发联合宣传文创产品，如通过与邮政公司合作编辑、定制《道教名山邮票珍藏册》、《中华五岳图邮折》等，其中图册中的中英文的文字介绍及景区人文风光图片，加上极具中华文明深厚内涵的邮票集成册，是作为协会对外交往特别是与国外同行及保护地、遗产专家会交流时的礼品，极大地展示了我国丰富的自然和文化资源，传播中华文明。

（四）拓宽信息宣传渠道，结合传统媒体与新媒体，多维度助力景区宣传

作为行业协会，景区信息宣传是一项重要工作。一年来，协会加强各类宣传渠道的建设，创建多平台的互联互通，在增强传统媒体宣传效果的同时，积极创新互联网时代的新媒体宣传途径，致力于扩大行业影响力，更好地宣传风景名胜区行业发展成果。

1.紧跟时代发展、打造优质的新媒体宣传平台

协会在新媒体方面加大建设力度，成立新媒体中心，组建专门团队具体负责相关宣传工作。协会的微信公众号时刻关注国家时政方针和行业发展趋势，及时传播国家政策、协会工作、行业动态等相关报道，确保一天一更新，并联合各景区的微信公众号，将行业和景区的实时信息快速传播至社会，赢得了景区及业内人士的认可。

为整合中国风景名胜区相关资源，协会联合各风景名胜区微信公众平台成立“中国风景名胜区微信公众平台联盟”，现已有82家联盟单位。并在此基础上建立了微信联络员队伍以加强与景区在新媒体平台方面的沟通与合作交流。

2.组织开展摄影主题展览，并配合进行线上线下宣传

为弘扬中华民族优秀传统文化，以摄影书画艺术提升景区文化特色，做好风景名胜区宣传展示工作，中国风景名胜区协会设立摄影书画专家委员会。风景名胜区作为国家珍贵的自然和文化资源，是最具魅力、最为独特的摄影书画活动的素材宝库和创作基地。利用摄影书画艺术反映祖国锦绣河山，已经成为宣传“美丽中

国”、提升风景名胜区的社会美誉度，进而唤起全社会共同关注、保护风景名胜资源的重要手段。协会近期在北京举办的摄影展览有：风景名胜区古建筑摄影展（北京市玉渊潭公园）、“庆祝建国七十年”中国风景名胜摄影精品展（北京市景山公园）、中国风景名胜书画作品展（北京市北海公园）等。同时，中国风景名胜区协会联合中国摄影家协会摄影专业媒体机构开展风景名胜区摄影作品的征集活动，如“崂山杯”全国风景名胜区道教名山摄影作品征集活动。

二、工作设想

为更好地为行业发展和景区需求做好信息宣传服务，充分发挥好桥梁纽带作用，协会在践行“提供服务、反映诉求、规范行为”的工作主旨时，必须与风景名胜区在新时期的发展要求相适应，并为协会的未来发展开阔思路、探索方向。为此，秘书处结合五届五次理事会确定的工作安排，计划在信息宣传方面着重做好以下几项工作：

一是立足平台优势，积极寻求与优质社交媒体资源的合作，实现优势互补，强强联合，为风景名胜区信息宣传拓展新渠道，提供新路径，进一步提高行业的社会影响力、关注度和美誉度。

二是进一步加强与互联网研发运维企业的协同，加快协会“行业公共服务平台”的建设，拓展景区舆情服务的范围，完善优化协会的官网结构和功能。

三是进一步加强与相关文化科技公司的合作，以共同打造风景名胜区文化品牌为主旨，以“景区+科技”为手段，丰富风景名胜区的宣传新形式，为扩大行业的影响力助力。

各位代表，以上是中国风景名胜区协会秘书处信息宣传工作汇报。面对新的形势，新的部署，协会将与风景名胜区的各位同仁共同砥砺前行、继往开来。协会秘书处也将进一步提高认识、强化学习、联系实际、注重品质，切实为风景名胜区会员单位做好各项服务工作，与景区携手共进、开拓创新，共同推动风景名胜区行业的持续发展。

(2019年10月23日)



高质量发展中的扬州瘦西湖风景名胜区

扬州市蜀冈-瘦西湖风景名胜区管委会 肖洁

一、关于扬州

1、扬州，位于江苏省中部、京杭大运河与长江交汇处，“江北淮南海西头”，是1982年国务院命名的首批24座历史文化名城，拥有2500多年建城史，是长三角和上海经济圈以及南京都市圈的重要节点城市，也是一座环境优美、工商繁荣、文教发达、古代文化与现代文明交相辉映的城市。多年来，扬州致力于打造人文、生态、精致、宜居的城市特色，先后创成全国文明城市、国家卫生城市、中国优秀旅游城市、国家园林城市、国家森林城市，2006年荣膺“联合国人居奖”，2014年

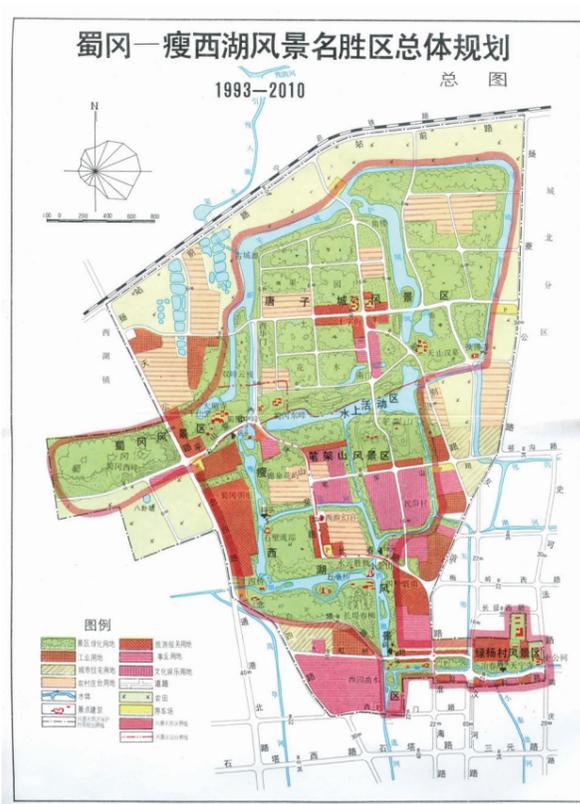
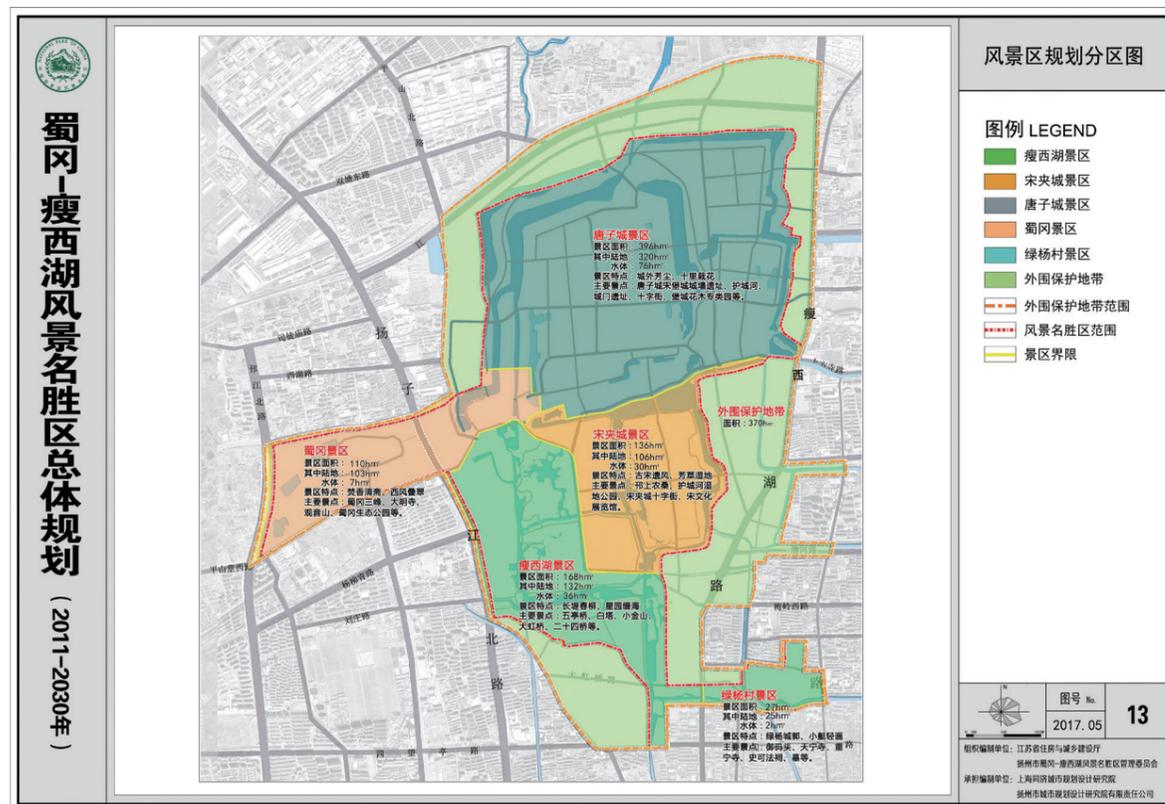
作为联合申遗牵头城市，大运河成功入选世界文化遗产名录，2021年还将承办世界园艺博览会。

2、当下及未来，扬州市正努力推进“三个名城”建设：着力建设美丽宜居的公园城市、独具魅力的国际文化旅游名城、充满活力的新兴科创名城。

二、景区概况

1、蜀冈-瘦西湖风景名胜区位于城市中北部，总面积8.37平方公里，由瘦西湖景区、蜀冈景区、唐子城景区、宋夹城景区和绿杨村景区等5个子景区组成，是一





旅游警察以无人机巡视景区

个“以自然冈阜、古城墙和护城河水系为基础，以历代古城遗址、瘦西湖湖上园林为特色，具有风景游赏、旅游休闲、科普教育、生态体验等功能的城市型国家级风景名胜区”。

2、1988年被国务院公布为第二批国家重点风景名胜区，是江苏省唯一同时拥有“世界文化遗产、国家级风景名胜区、国家5A级旅游景区、国家文化旅游示范区、全国文明风景旅游区”等多个荣誉于一身的风景区，内有5A级旅游景区1个，4A级旅游景区3个。2018年，景区接待游客总量达1100万人次。

3、为放大瘦西湖景区品牌效应，推进扬州国际文化旅游名城的建设，2013年1月和12月，扬州市委市政府两次对景区管辖面积实施扩容。扩容后，景区下辖平山乡、城北乡、瘦西湖街道、梅岭街道4个乡（街道），24个行政村（社区），管辖区域总面积达33.6平

方公里，总人口约16万人。作为扬州建设国际文化旅游名城的靓丽名片和重要板块，近年来，景区在做大做强旅游业的基础上，大力发展新金融、科创、文创等现代服务业，正加快步入高质量发展的快车道。

三、精当规划

1、围绕景区总规引领全局发展。先后编制两轮总体规划：1993年开始编制、1996年获批第一轮《蜀冈-瘦西湖风景名胜区总体规划（1993-2010）》；2017年获批第二轮《蜀冈-瘦西湖风景名胜区总体规划（2011-2030）》。两轮总体规划的编制，为蜀冈-瘦西湖风景名胜区的可持续发展提供重要依据。

2、围绕景区坚守多年的天际线。自1978年改革开放起，瘦西湖景区及周边的建设项目选址，采取“放气

球”的独特方法，确保景区“天际线”40年不变，被誉为国内唯一的、纯粹的、无视觉污染的城市型风景区。

3、围绕景城融合助力产业升级。2017年以来，推进了新金融商务综合体、北大科技园、官河商务中心等现代服务业建设。

四、精品建设

1、围绕公园体系建设开篇之作。2013年，在扬州市委、市政府的主导下，景区对宋夹城考古遗址公园升级改造，建成全民免费的生态体育公园，并于2014年4月对外开放，成为市民、游客的“网红打卡地”。

2、围绕品牌塑造进行资源整合。为进一步整合全区资源，放大景区品牌效应，打破行政藩篱，景区先后组建旅发集团、旅投集团、旅商集团，实现要素优化配

置，有效促进全区经济发展提档升级。

3、围绕工匠精神打造永恒经典。2013年9月，依据《扬州画舫录》记载，景区原址复建了瘦西湖清代二十四景之一的“双峰云栈”，并作为“扬州园林营造技艺”列入国家级非物质文化遗产代表性项目；当前，景区正加速推进扬州“三把刀”集聚区建设。集聚区总面积约3000亩，其中核心区沿长春路打造，将瘦西湖温泉、美食长廊、趣园迎宾馆店、扬州宴等地连点成片，形成集聚效应，体现扬州饮食沐浴、美容保健、传统工艺、邻里风情、民俗活动等地方特色风情。

五、精细管理

1、围绕体制创新构建综合平台。面对城市型景区周边普遍存在的“黑三轮”、“野导游”、算命打卦、

流浪乞讨、流动摊贩、交通拥堵等管理难题，景区成立了扬州市蜀冈—瘦西湖风景名胜区综合行政执法局，成为江苏省综合执法试点，提高了行政执法的效率和水平。

2、围绕城市“双修”放大生态效应。围绕“城市双修”，即生态修复和城市修补。景区推进了“十里蜀冈”生态修复，进一步提升花都汇生态公园建设品质；大力实施唐子城保护利用工程，丰富提升了古城历史文化街区，成为古代文化与现代文明相互融合的成功典范。

3、围绕平安旅游营造舒适环境。2017年12月，设立江苏省首支旅游警察队伍—扬州市旅游警察支队，有效维护全市旅游市场治安秩序，尤其是保障景区游客人身安全。

六、精准营销

1、围绕全域旅游创新营销理念。在“互联网+”背景下，景区创新营销理念，整合全区酒店、餐饮、演艺等各类资源，以“扬州瘦西湖·精致慢生活”为核心主题，邀请网络大V开展#瘦西湖完美假期#活动，逐步从景区营销走向旅游营销再到旅游目的地营销，并在扬州参与大运河文化带建设中塑造景区品牌形象，推进全域旅游快速发展。

2、围绕产品升级助推智慧景区。近年来，景区打造扬州智慧旅游综合服务平台项目，全面推进智慧景区建设。智慧旅游建设项目连续多年被原江苏省旅游局评为省“互联网+”智慧旅游示范项目。此外，设计开发人工智能机器人“旺宝”，利用大数据技术，通过在线化的数据沉淀和精确计算，预测与之互动的游客在扬州的吃住行游购娱活动量，为游客提供精准信息，有效拉动景区二次消费。

3、围绕优势互补加强对外交流。2018年10月，在世界运河历史文化城市合作组织的主导与蜀冈—瘦西湖景区的倡议下，西湖、漓江、青城山—都江堰、泰山、云台山、瘦西湖、颐和园（按英文首字母排序）七家景区在扬举办“运河城市精品景区合作机制成立大会”，

推选蜀冈—瘦西湖风景名胜区作为第一届轮值单位。2019年5月，机制吸收荷兰著名景区羊角村加入；9月，“运河景区联盟”“运河酒店联盟”“运河餐饮联盟”和“运河剧院联盟”4家联盟成立。景区正全面落实中办、国办《大运河文化保护传承利用规划纲要》精神，围绕“千年运河·精彩生活”的主题，加强对外沟通交流，推动景区高质量发展迈向新台阶。

七、精心服务

1、围绕游客体验全方位做好服务工作。受江苏省委委托，清华大学开展了2019年上半年江苏省游客满意度调查，包括旅游景区服务、旅游总体感受、旅游公共服务等六大指标，扬州综合满意度名列全省第四。值得一提的是，在景区吸引力、游客认知度、广告相符度、信息发布、便民设施、投诉便利性、投诉处理、景区环卫等8个细分指标中，扬州排名全省第一。

2、围绕市民需求赢得群众口碑。近年来，扬州市委、市政府大力推进城市公园体系建设，把最好的地方拿出来建设供市民休闲健身的绿色活动区域。尤其是位于景区内的宋夹城体育休闲公园，是全市规模最大的运动休闲公园之一，2014年建成以来，全年免费对外开放，充分满足周边居民与市民的运动、健身、休闲需求。此外，每逢宋夹城举办各类大型活动，市民都可以率先享受盛宴，切身体验各类活动，如“首届扬州航空科技文化展”、“2019运河文化嘉年华”等，真正赢得了市民的交口称赞。

3、围绕融合理念打造市民游客共享空间。锦旺社区临近虹桥坊街区，与扬州迎宾馆一路之隔，位于分流瘦西湖南门、东门、北门游客的重要路段。2016年，景区坚持“服务居民”和“游客服务”的双重理念，打造了锦旺社区便民（游客）服务中心，在提供原有的劳动保障、党建社建、文体宣传等职能服务外，新增设置了旅游咨询台、温馨服务点、宣传资料展示台、游客休憩区等，既使得社区居民生活的方便舒心，也让游客的出行顺心开心。

（2019年10月23日）

激活景区内生动力 提高信息宣传水平

天水市麦积山风景名胜区管理委员会副主任 司万增

信息宣传工作是一个景区的眼睛，通过这双眼睛既能让景区自身和外界互联互通，又能让外界看见景区的真实内在。通过信息宣传这条途径，不仅可以稳定老客户，而且还可以说服目标客源市场中原先不了解，甚至不认识本景区的新客户，取得他们的信赖，创造需求，引导消费，从而达到拓宽客源市场、塑造良好品牌形象、创造旅游市场中竞争优势的目的。

由此可见，只有提高宣传工作的质量和水平，才能增强吸引力和感染力，进而发挥信息宣传工作的重要作用。那么，如何做好信息宣传工作？习近平总书记在出席全国宣传思想工作会议时强调：关键是要提高质量和水平，把握好时、度、效，增强吸引力和感染力，让群众爱听爱看、产生共鸣，充分发挥正面宣传鼓舞人、激励人的作用。

近年来，麦积山景区管委会在上级部门、行业协会的关心指导下，以习近平总书记《在全国宣传思想工作会议上的重要讲话》和《在党的新闻舆论工作座谈会上重要讲话》精神为指导，着力激活景区内生动力，不断总结成功经验、

推广先进典型、扩大对外影响，做到内宣有特色、外宣有影响、宣传有声势，形成由内而外、内外结合，内容丰富、特色突出的信息宣传模式，不断把信息宣传工作提高到新水平。

下面，我就结合麦积山风景名胜区的实际工作，就如何做好信息宣传工作，分享几点经验。

一是瞄准信息宣传工作的正确方向。信息宣传工作，是一项政治性很强的工作，只有准确把握党和国家的政策指导方向，信息宣传工作才会唱响主旋律，推动景区各项工作不断迈上新台阶。景区管委会坚持正面宣传为主，传递好社会正能量，通过各种渠道、各种形式、多种层面向社会宣传国家有关风景名胜区的方针政策、法律法规，宣传省、市对于麦积山风景名胜区的工作部署、安排意见，宣传景区管委会的职能定位、经验方法、工作成就、先进事迹、新闻新事以及存在的困难和问题，使社会各界了解、关心、支持、重视、参与到麦积山风景名胜区的保护和管理工作中来，赢得了广泛的关注和支持，得到了社会的理解和认可。

二是建立景区基层宣传队伍。

景区管委会立足天水广播电视台驻麦积山风景名胜区记者站，组建网评员、新闻选材信息员等基层宣传队伍，负责抓好麦积山风景名胜区基层信息宣传的各项工作，做到全面、及时报送景区信息。同时将各景区、各部门的信息员加入工作群中，实行动态管理，做到上下联动、互动交流，取长补短、增强本领，促使全景区基层信息宣传工作强力推进。同时组织基层网络评论员、舆情观察员、基层文明志愿者，对涉及麦积山风景名胜区舆情开展全方位、动态化研判，及时梳理上报管委会处理，有效减少恶意炒作议题，为景区的建设发展营造良好的舆论环境。

三是统筹协调推进。将宣传信息报送和采用情况作为年终考核的重要指标，坚持定期和不定期开展宣传信息工作总结、研讨会，实现针对问题提要求、总结成绩找不足、交流互补得经验。统筹政府工作动态、旅游宣传、行政执法、精神文明建设等信息报送指导和要求，分解任务目标，把景区的信息宣传工作任务细化分解到各科室、各景区管理所，各部门每个星期至少报一篇信息，对干部职工个人编

写的有效信息制定奖励机制，确保信息宣传工作有序推进。结合景区资源保护、重点项目、旅游扶贫、产业培育、科学发展等方面，认真总结提炼，不断拓展信息采写渠道，着力解决信息编写存在向深度和广度挖掘不够、提炼精度不够问题，对外宣传方法措施上实现加强和创新。

四是构建立体宣传格局。外宣以央视网、人民网、新华网、“微游甘肃”等网络媒体和《甘肃日报》《西北旅游》等报刊杂志为宣传阵地，紧紧围绕麦积山风景名胜区宣传工作为重点内容，及时总结提炼典型做法、成功经验、创新举措和认识体会。对内宣传则通过《天水日报》、天水广播电视台、“天水发布”、“麦积山旅游”微信公众号、网络、电视、广播等信息传播渠道，建立立体化宣传模式。

五是聚合组团宣传效应。借助中国风景名胜区协会、中国旅游景区协会、中国山岳旅游联盟、陇东南旅游联盟等大型旅游组织宣传平台，推进区域、专业的旅游线路组织、文化脉络链接，擦亮麦积山旅游品牌。围绕“丝绸之路名城古韵游”“石窟艺术走廊游”“羲皇故里寻根祭祖游”“陇上江南生态休闲游”打造四条精品旅游线路，与协会成员、联盟兄弟单位统一步调，形成合作开发客源市场、联合宣传营销、共建旅游环线的合作机制，逐步扩大旅游格局。

信息宣传是风景名胜区赖以生



麦积山石窟 (摄影\云杉)

存和发展必不可少的重要手段。强有力的信息宣传工作，是引起上级部门高度重视，取得社会关注和理解，扩大客源市场，提高景区社会地位的重要途径。景区必须以高度

的思想认识，始终把信息宣传工作记在心中，抓到关键处，落到行动上，切实推动信息宣传工作始终沿着正确的方向不断前进。

(2019年10月23日)

云台山新现象

——山水景区的文化旅游转型之路

河南云台山风景名胜区管理局局长 马春明

云台山以独特的峡谷风光闻名海内外，是一处集独特地质地貌、丰富水体景观、立体自然生态和深厚人文历史于一体的国家级风景名胜区，既是我国知名度较高的5A级旅游景区，也是具有较高美誉度的世界地质公园。云台山人历经30年的不懈努力，完成了风景区发展史上一次又一次蝶变，创造了令业内瞩目的“云台山速度”“云台山效应”“云台山模式”“云台山现象”。云台山的开发和发展，也促使了焦作实现从“黑色印象”到“绿色印象”的转变，为享誉全国的“焦作现象”提供了强力支撑。

习近平总书记提出“绿水青山就是金山银山”，在我国旅游业面临大众旅游新阶段、全域旅游新方位和优质旅游新战略的时代背景下，云台山谋定后动，以旅游业被列入全省12个重点转型产业和全省十三五规划打造“一核两带四区”旅游产业发展格局为契机，深入贯彻王国生书记“让文化旅游成为高质量发展的亮丽名片”要求，以美好生活为导向，以绿色生态为

根基，以服务升级为突破，通过服务升级、文旅融合、智慧管理、品牌建设“四轮驱动”，聚焦文旅融合、产业延伸、旅游扶贫、乡村振兴四个重点，探索从山水旅游进阶文化旅游的新现象，形成高质量发展的新动能。

一、匠心塑魂，构建服务新体系

云台山作为典型的山岳景区，一直在积极探索山岳景区的提质升级。“五员一体”服务模式的提出，是云台山景区文化建设的重要突破。2017年以来，云台山景区升级服务理念，由“不让一位游客受委屈”向“感动每一位游客”转变，建立了2000名员工人人都是安全员、服务员、保洁员、救护员、宣传员。安全员就是人人树立安全意识，全年安全责任事故为零；服务员就是全员服务，以极致服务感动每一位游客；保洁员就是人人都是环卫工，在景区可视范围内不能看到垃圾；救护员就是聘请红十字

会开展全员培训，人人具备救护技能，确保景区内拥有2000名救护员；宣传员就是通过《云台山人》报纸、《云台之声》电台等平台，让员工了解公司的发展，云台山人讲云台山的故事，树立云台山的形象。该模式要求员工在做好本岗位工作的同时，还能根据游客需求在“五员”之间灵活切换角色，以“一专多能”的服务素质向游客展示景区的服务质量。云台山景区通过构建“五员一体”服务模式，将云台山的感动服务、精准服务、智能服务进行整合，不但增强了企业文化的凝聚力，更塑造了旅游服务新品牌。

二、创新驱动，布局文旅新业态

为满足休闲度假和体验旅游时代的游客需求，云台山按照“适度超前、完善功能、提升品质、有序发展”的思路，积极谋划和培育了16个总投资180亿元的文化旅游高品质新业态，形成了具有云台山人文

化特色的“云系列”项目。在康养度假方面，与恒大集团、世贸天阶合作，实施了云阶康养小镇项目，项目融合恒大集团康养和天阶集团娱乐的运营优势和先进经验，建设包涵康养、娱乐、商业、休闲四个版块，其中，康养版块是恒大在全国布局的20个“恒大养生谷”系列的样板项目。其余版块建设涵盖云上未来城主题乐园、温泉水世界、奥特莱斯购物街、主题酒店等，项目占地4000亩、建设单体930个，着力打造高标一流的旅游小镇。在亲子休闲方面，谋划了以体育运动为主题的云逗逗体育公园，与云南康藤合作建设国内唯一一个以七贤文化为主题的云藤七贤精品帐篷营地；邀请台湾知名设计师主持设计，落地了云乡·兵盘村和云端陪嫁妆村等高端民宿改造提升项目，丰富景区体验功能。在娱乐体验方面，强化景区客流转化作用，填补夜间消费空白，布局了夜游云台山、云栖小吃城、云景环球影幕、凤凰岭索道等项目，这些项目投用以来受到了游客一致好评，有效增加了收益，实现了效益、口碑“双丰收”。

三、品牌赋能，增加活动新引力

围绕构建立体化旅游宣传营销体系，讲好云台山故事，打好创意活动、媒体宣传、新媒体造势三张“旅游牌”，切实提高旅游品牌影响力、知名度和美誉度。

一是举办“大活动”。按照“前沿高端、时尚活力”的定位，增加了时尚、动感、炫酷、文艺情怀、清新风格的一系列节事活动，每年举办云台山群英会、云台山音乐节、汉服花朝节、音乐嬉水季等各类大型活动十余场，对大众游客产生了新的吸引力，形成“网红效应”，起到引流效果。比如，云台山群英会已连续两年成功举办，包含了云台山汽车越野巡回赛、云台山音乐节等十项精品活动，每届接待游客近8万人，吸引了百家媒体关注、千万次点赞、上亿次曝光，实现了“安全零事故、服务零投诉”，打造了云台山独有的文化品牌IP，实现了文化、旅游、体育的融合发展，云台山群英会已逐步成为青年人心中的一种情怀和一份向往。

二是巩固“大市场”。持续加大新市场开发力度，出台了专列、包机、高铁团队奖励政策。2018年，云台山景区接待了武汉、福建、南宁、宁夏、深圳、香港的旅游专列，还接待了来自内蒙、南通、辽宁、宁波、台州、张家口等地的包机团队，来自上海、北京、长沙、扬州、苏州、天津等地的高铁团队，极大促进了景区远途高端市场的开发。为做好专列团、包机团、高铁团游客接待工作，景区积极与旅行社对接，开辟VIP通道，给游客带来了更加方便舒适的旅游体验。多种形式、多种奖励、多个渠道齐发力，促进云台山景区新市场遍地开花。

三是携手“大媒体”。积极和国内主流媒体对接，连续4年的黄金周接待情况被央视《新闻直播间》《朝闻天下》《新闻1+1》等栏目连线直播报道；在《河南日报》《中国旅游报》等媒体报道景区发展经验；近3年来，十余次被央视新闻、人民日报、人民网、新华视点等一线媒体推送介绍。

四是构建“大网络”。提升景区“两微一抖”传播能力，和字节跳动、腾讯、马蜂窝、携程等网络大咖合作，邀请网络红人走进景区，试水大活动网络直播，打造网络热度话题，吸引更多年青群体关注景区。2017年以来，云台山微信关注度持续攀升，连续位居中国旅游景区微信影响力全国景区前三名，多篇信息微信阅读量突破10万+，微信单篇阅读量突破百万，“十一”假日期间微信影响力位居全国5A景区榜首。在2018年度，“云台山景区”微信公众号成功上榜“中国旅游影响力微信公众号TOP10”，这是榜单中的唯一一家旅游景区，被全国网友票选获得大国之旅成就奖。

四、智慧当先，推动智能管理新升级

作为全国首批数字化景区建设试点单位和全省首批三钻级智慧景区，云台山基于13年的数据积累和1.5亿元的智慧化建设投入，融合高德阿里30万+APP位置服务的数据支撑，打造了“全行程、管家式”



茱萸峰

智慧化系统。一是安全智能化。实现应急救援便捷操作，能够快速获得游客紧急求助位置、最近工作人员信息、能够快速调动资源基本情况等问题。游客通过移动端或固定端一键求助，智慧中心会立即响应救援程序，为游客安全游览保驾护航。二是调度智能化。建立了智能联动机制，全县旅游、公安、交通等多部门全面参与。在重大活动和节假日期间，实施智慧中心联席办公制度，实现了“一分钟响应、两分钟调度、三分钟救援”的高效率工作，为景区应对客流高峰打下坚实基础。比如，今年五一小长假和群英会重合，在白天黑夜

高峰不断、游客人流和观众人流叠加的情况下，智慧中心全面发挥作用，圆满确保了游客快停车、快入场、快调度、快疏散的目标，受到了各级领导和游客的一致好评。三是分析智能化。在大数据基础上对游客“画像”，为客源市场的精准定位提供了决策依据，让我们更清晰地掌握市场怎么把握，游客怎么认知。通过线上线下一体化的融合，形成消费闭环和业务闭环，更好地精准营销，调整产品供给，增强游客消费黏性和忠诚度。

五、聚焦延伸，打造文旅新IP

深挖景区文化底蕴和多年发展企业文化，打造了云台山IP形象——云逗逗。景区致力于用云逗逗讲好云台山故事，以新IP创造新文化和新亮点，刷新旅游的新体验。一是植入游客视觉体验。在线下，将云逗逗IP植入景观，如在百家岩广场设计了云逗逗系列小品景观，云景360°球幕影院采用云逗逗IP造型等；在线上，发布云逗逗创意视频，“云台山云逗逗”微信公众号推送的表情包、拟人对话语录、漫画故事、流行语解读、解忧记、云逗逗新闻事件等。二是植入服务，如云逗逗机器人提供信息咨询服务，景区提示牌、服务牌和主题

车牌、主题工作书签和挪车卡等融入云逗逗IP元素，主题服务墙、文化墙、救护包、身高尺等融入云逗逗IP元素。三是文创开发，通过开发伴手礼、形象摆件、食品等把文化内涵通过云逗逗文创产品展示出来。云台山的云逗逗IP文化正处于培育发展阶段，与常见的重投资宣传IP模式有所不同，云台山走的是轻资产开发IP的道路。云台山坚持在拓展产业链条、丰富产品结构和提升服务质量的过程中，自然培育云逗逗IP的成长，走出一条稳健型的文旅IP发展道路。

六、聚焦融合，探索旅游产学研新融合

云台山景区重视智力支撑和创新驱动，通过探索旅游产学研的深度融合，为景区发展提供持续动力。近年来，景区与中山大学、河南大学、中国社科院、中国旅游研究院文化旅游研究基地等全国多所高校和科研院所建立了密切的合作关系，不断加强产学研的对接融合。2018年，云台山景区和河南理工大学合作建立云台山文化旅游学院，共同探索“旅游+教育”的新型发展模式。云台山景区与河南理工大学共同制定人才培养方案，根据景区运营所需岗位设置相应专业，进行定向培养，为学生提供实践实习岗位，让学历教育与企业需求无缝对接，发挥“旅游+教育”的融合力量。景区将依托云台山文化旅游学院，进一步推进旅游产学研

的融合，为景区的人才队伍凝练、管理模式输出、企业文化建设提供支持。

七、聚焦带动，探索旅游扶贫新模式

依托旅游“一业兴、百业旺”的特色优势，探索“旅游+金融+民宿+扶贫”的旅游扶贫模式。一是带民致富。以每年数百万的客流量为基础，引导群众自主经营家庭宾馆等服务产业，家家吃“旅游饭”、户户赚“旅游钱”。景区所在的云台山镇，80%以上的农户围绕景区服务，建成了5个旅游综合服务区，拥有家庭宾馆438家，床位15700张，每年旅游收入1.2亿元，人均年收入从景区开发建设前的260元，提高到现在的5万元，成为旅游产业带动致富的典范。二是促民就业。近年来云台山累计安置700余名周边村民在景区就业，并带动周边乡镇8000余人参与就业，带动全县旅游从业人员32500人，占全县从业人员总数的40%以上。在各景点内统一出资建设了135家商铺，免费给村民经营，直接增加就业500余人，每间商铺年均收入超过50万元，让旅游惠及更多百姓。

八、聚焦引流，助力乡村振兴新发展

按照“村点出彩、沿线美丽、面上风景”的思路，发挥云台山龙

头带动作用，用景区客流为修武县的全域旅游和乡村振兴贡献力量。一方面，推进乡村民宿发展，以修武创建国家全域旅游示范区为引领，以民宿为切入点，借力修武全域美学，邀请哈佛、清华等知名高校设计师，打造民宿美学新亮点，目前云上的院子、朴居、汀澜系列等民宿已全面建成，修武民宿格局初步形成。云台山镇民宿街区正在设计当中，将会打造成民宿网红打卡点，实现景区和乡村的“双赢”。另一方面，助力美丽乡村建设，积极扶持云台山镇等景区周边乡镇实施美丽乡村建设。云台山镇对金云路等民宿道路进行了美化彩化，形成乡村小品；七贤镇打造了“云台小七”IP形象，通过IP+文化、旅游、招商，助力古镇振兴，受到了《光明日报》专题报道。

浩渺行无极，扬帆但信风。云台山新现象是云台山景区对接国家发展的新战略，瞄准旅游发展的新形势，立足优质旅游的新需求，是云台山人的新理念、新魄力、新行动，展现出的新气象。在文化和旅游融合发展的新时期，云台山景区将持续推进景区由山水旅游向文化旅游的转型升级，为河南旅游高质量发展打头阵、做表率、当先锋。

（2019年10月23日）

梧桐山风景区的自然教育之路

深圳市梧桐山风景区管理处 叶丽敏

一、梧桐山风景区自然教育起源

依山傍海的深圳，地貌多变，有繁华的市区、绵延的山岭、潺潺的溪流、茂密的森林；有草长莺飞的田野、人迹罕至的岩岸、陆地和海洋间的红树林和孤立海中的岛屿，多样的生境为多样的生命提供了栖息地。深圳发展历程上，山与海相依，靠海可以取得较多资源，因此对山的破坏不太大；成立特区后，深圳的规划和建设一直延续基本尊重山与海基本地形地貌的原则，保留了大面积较为原始面貌的自然山野。梧桐山风景区也是在这样的背景下，获得较好的自然保护和风景遗存。

梧桐山风景名胜区位位于广东省深圳经济特区中心，横跨罗湖和盐田、龙岗三区，包括风景区主景区、仙湖植物园、东湖公园、沙头角林场以及深圳水库和布心山郊野公园。风景名胜区总面积共42.04平方公里，是国内少有的位于市区、以滨海山地和自然植被为景观主体的自然风景名胜区，1993年被广东省人民政府授予广东省级风景名胜区，2009年被国务院列入第七批国家级风景名胜区。

因为临近市区，梧桐山风景区一直都是人们去领略原始风味充分、各式野生动植物最丰富多样的自然型公园；因为是风景名胜区，在规划和建设中，兼顾自然保护、自然式景观节点的营造和壮阔风景的观赏，成为深圳独一无二的自然体验地区。风景区有一个研究和保护生态的团队，市民在领略自然时，可以咨询获得知识和导览支持，风景区的工作人员也去到周边学校为师生进行讲解和导览，这是风景区早期朴实的自然教育启蒙。

2015年起，深圳提出创建国家森林城市的目标。2016年10月16日，《深圳市国家森林城市建设总体规

划》在北京通过评审，深圳市开始为“创建国家森林城市，打造世界著名花城”而努力。深圳提出到2020年，深圳市将建设自然学校15处，科普基地200处，串联形成覆盖全市区域的自然教育网点系统，基本建成以森林和湿地为载体的全民自然教育系统。

在上述背景的驱动下，梧桐山风景区自然学校于2016年3月创办，开展了一系列活动，从定向合作到向社会公开招募，从单一的活动形式到活动内容丰富多彩，从担心没人报名到供不应求，梧桐山自然教育在摸索中找准了定位、凸显出自己的特色，在向公众宣传风景区的同时，激发公众亲近自然的热情，提升公众爱护环境的意识，科普宣传效果显著，已经成为了风景区宣传的一个重要形式，充分发挥着其宣教功能。

二、梧桐山风景区自然教育的发展理念

（一）注重自然基底的保护和发展

梧桐山风景区属深圳市中南部山脉生态支撑带，处于“东西贯通、陆海相连、疏通通道、保护生物踏脚石”的关键区域。

上世纪70年代以后，梧桐山进入较全面的封山育林，自然植被的恢复较为理想，是深圳最大的原始次生林分布区域。森林覆盖率达88.6%，广袤的植被构成深圳市重要的生态屏障——被形象地喻为“市肺”，动植物资源丰富，是深圳重要的物种基因库与天然博物馆，分布着野生维管束植物约240科1419种，有常见的蕨类、浙江润楠、深山含笑、毛棉杜鹃等，也有刺桫欏、穗花杉、白桂木、土沉香、粘木等珍稀濒危物种；陆生脊椎动物约70科231种，包括常见的野猪、豹猫、猕猴

等，近几年发现了刘氏掌突蟾和广东颈槽蛇2个新种；昆虫有上万种，仅蝶、蛾类昆虫就有约3000种。

梧桐山植被类型丰富多样，自下而上依次分布南亚热带季雨林、山地常绿阔叶林、山顶矮林与山顶灌丛。山脚至山顶，分布热带物种；中高海拔，一些典型的温带和亚热带植物沿山脉分布，如杜鹃属植物。

梧桐山山体坡降比大，等高线密集。台风带来的暴雨强烈侵蚀，山涧和溪流发达，最高的泰山涧瀑布可达50米以上，是非常难得的城市中心自然景观。山林溪流分布原生小型鱼类，形成与城市园林迥异的溪流景观。

此外，结合自然，对于一些早期和部分区域优势开花品种做了人工的干预，进行了密林梳理、人工抚育、土壤和生境恢复等。近十年，随着季节的更替，一些特色植物在局部形成优势，呈现震撼的花海景观，吸引无数市民、游客前来观赏，如元旦左右的“吊钟花”花海、三月下旬的“毛棉杜鹃”、“十里杜鹃”，春末的“深山含笑”、“葵蒴霞起”等大生态景观。

（二）树立梧桐山自然教育的理念

1. 感受自然的奥妙

主要引导孩子和年轻人回归大自然，也从自然里面得到深刻的反馈和启迪。对这个世界，对其他物种，对生命产生真正的尊重、同理心和责任感。从而学会欣赏自然、尊重生命，建立生态的世界观，遵照自然规律行事，参与自然的保护。

2. 无痕山林的理念

引导市民“任何东西都不留下，包括脚印；任何东西都不带走，除了垃圾”，进入景区以美好体验为主，特别需要对生态环境的保护。

三、梧桐山风景区自然教育的特色内容

依托得天独厚的自然景观和坚持自身的定位与理念，梧桐山自然学校首创了“引进来、走出去”的教育理念，坚持“亲近自然、尊重生命、和谐共处”的宗旨，开展丰富多彩的自然教育活动，引领市民走进大自然。

风景区的独立网站因为政务合并精简网站的关系于

2016年关闭。根据政务管理的要求，分析目前信息传播的特点，我们建立了微信公众平台，依托公众号发布自然科普、登山知识、景区各类信息，并进行活动报名。

（一）引进来探索大山的奥秘

1. 自然导赏

这是“引进来”的活动中较为重要的一项，通过“梧桐山风景区”微信平台向社会招募，由专业导赏员带领，在梧桐山各登山道沿途开展自然科普导赏，认识梧桐山特色植物、欣赏自然景观、了解人文内涵等内容，公众通过这样的活动，可以更深入地了解梧桐山，认识大自然。

2. 苗圃小体验

梧桐山拥有3个科研苗圃基地，生产及繁育栽培毛棉杜鹃、桫欏、山茶、吊钟等苗木，规模较大，管理规范。到山上看毛棉杜鹃是赏心又悦目的事，可是毛棉杜鹃的种子、幼苗及其生长过程，也激发着学生的好奇心。每年农作时节，我们与周边学校联动开展社会实践活动，组织师生到苗圃基地，开展“我为毛棉杜鹃宝宝搬新家”等体验活动。孩子们通过亲自动手操作，认识幼苗，体会到幼苗生长过程的艰辛、抚育工人的辛劳、科技人员的科研精神。这个活动让孩子们走出课堂，到大自然中学习，深受他们的喜爱。

3. 科普讲座

室外的活动丰富多彩，室内的科普讲座内容同样精彩，每年我们都不定期邀请各行业专家为市民、学生、行业爱好者讲课，内容涵盖森林的奥秘、陆生动物科普、昆虫标本、毛棉杜鹃分类知识、摄影技巧、插花花艺、杂交育种等内容。市民与专家学者一起讨论，碰撞学术火花；学生参与讲座，接触书本外的知识，亲自动手体验，个中感受非同凡响，广受好评，社会影响力越来越大。

4. 季节性特色活动

深圳属于亚热带海洋性季风气候，全年温暖湿润，平均气温在22.4℃，景区除台风暴雨时短时间影响旅游，全年均适宜旅游观光、度假休闲。2-5月、10-12月为游览旺季。我们在坚持“引进来、走出去”教育理念的基础上，结合梧桐山实际，定制各季节的特色活

动。如春季的赏花专场、夏季的亲水活动和“夜观秘境”、秋季的登山户外活动、冬季的课程培训等，尽量挖掘更多梧桐山资源，打造独具特色的自然教育活动。

5. 结合大型活动开展自然教育

梧桐山是鹏城第一峰，海拔较高，并且山势陡峭，攀登梧桐山成为不少市民具有仪式感的活动，每年定期举办的“毛棉杜鹃花会”和“登高节”，是市民群众心中具有标志性和象征意义的大型公众活动。在这两个重要节日中，自然学校也会相应开展摄影比赛、征文比赛、自然导赏、净山行动等。

一年一度毛棉杜鹃花会期间，风景区与罗湖区教育局联合开展“自然体验营”活动，召唤罗湖区的中小學生到梧桐山开展野外探索体验营活动，设计游戏，通过分组闯关模式，集趣味、娱乐与学习于一体，既能登山赏花，又能学到自然知识，更重要的是培养了孩子们团结协作的精神，锻炼了他们的沟通能力、动手能力，不失为一项非常有意义的活动。

（二）走出大山到校园传播知识

风景区内山高路陡，为了安全不允许社会车辆上山，游客上山基本是靠步行，尽管如此，我们的活动依然供不应求，每次都爆满。市民的热情鼓舞了我们，同时也激发了我们的灵感，既然市民可以到风景区参加活动，我们也能让专家“走出去”，去到各个学校、社区举办活动，让更多的人了解梧桐山。打开这个思路后，我们开始联系周边学校，希望第一步先从学校开始，与学校手拉手一起开展活动，传播自然科普知识。

1. 建设生物园地

把绿色带进学校，把爱护自然理念植入孩子心中，大望学校的护绿小站是一个很成功的案例。我们与护绿小站联动起来，在学校生物园地种植梧桐山乡土树种苗木，在生物走廊墙上挂置梧桐山特色动植物图片，让学生们更深刻地认识梧桐山。同时风景区的专家受聘为校外辅导员，为护绿小站队员上课，教导他们常见的、简单易学的栽培常识。通过这一系列互动，在建立紧密友好关系的同时，也让师生们产生了归属感，认同自己是梧桐山的一份子，更加热爱梧桐山，保护梧桐山。

2. 校园科普讲座

专家把科普知识带到学校，向广大师生直接传播，在学校的氛围里，学生的接受程度会更直接、快速、有效。针对不同学校的需求，设计不同的讲座内容，比如大望学校地理位置就在梧桐山脚下，学生平时登梧桐山的频率比较大，那就让他们认识梧桐山，讲授登山安全内容；比如深圳中学的校花是凤凰花，就在凤凰木花期给他们讲授凤凰花文化。园林一线专家技术人员去学校，教给学生们实用的园林技术、有趣的自然科普知识，触发他们对自然的热爱，挖掘更多的个人兴趣爱好，丰富他们的视野，对学生的全面发展非常有帮助。

3. 校园植物鉴定

深圳的校园绿化做得都很不错，植物品种丰富，养护得也很好，可是并未做到都对植物进行鉴定挂牌。孩子们充满好奇心，他们也想知道每天看到的植物叫什么名字，有什么特性。发展生态文明建设，要从娃娃抓起，从身边做起。于是我们发起对校园植物进行鉴定挂牌的倡议，从梧桐山脚下的学校开始，为大望学校、罗湖区外国语学校展开校园植物鉴定活动，师生一起给植物挂牌，并整理编写了校园植物手册。这一过程不但让师生参与其中，享受快乐，也加深了他们对植物的认识，是一堂生动有趣的生物课。

（三）组建一支稳定的志愿者团队

为了服务更多市民游客，广泛开展活动，培养一支志愿者团队非常必要。2018年11月24日第一期梧桐山自然导赏员培训正式拉开序幕，60名经过初选的市民，在完成包括梧桐山概况、动植物基础知识、户外安全与急救知识、自然导赏技巧等为期一个多月的课程培训后，经过考核，最终有33人成为了合格的自然导赏员，第一批合格的自然导赏员志愿者自2019年1月赏花专场开始积极投身到梧桐山自然教育公益活动中，为市民带来了一场场生动有趣的导赏。

值得一提的是，这些报名参加培训的都是充满爱心、来自各行各业的普通市民，他们利用节假日休息时间参加公益活动，将所学的知识志愿服务回馈给市民，他们的热情、敬业、奉献精神非常值得我们敬佩，自然教育事业幸而有这么一批充满正能量的志愿者。

（四）自然教育与微信平台等新媒体作为宣传的重

要组合

自然教育已然成为风景区对外宣传的一项重要的线下活动，让市民亲身感受风景区的建设与保护。2017年3月，“梧桐山风景区”微信公众平台正式上线，它承载了信息发布、活动报名、急救援助、景区介绍等功能，随着梧桐山自然教育中心品牌的树立，粉丝量日益壮大，它已经成为风景区对外宣传的重要的线上平台。

自然教育与微信平台，线下结合线上，两者相辅相成，互补互通，是风景区对外宣传的两个重要途径。

四、不足与发展方向

2019年4月1日，国家林业和草原局发布《国家林业和草原局关于充分发挥各类自然保护地社会功能，大力开展自然教育工作的通知》，要求各省市大力发展自然教育事业，全国自然教育的春天正在到来。同年6月25日，首届粤港澳自然教育讲坛在广州顺利召开，来自粤港澳地区自然保护地管理部门、社会组织、NGO组织、公益基金、高等院校等单位400余人参会，共同探讨和研究粤港澳自然教育工作，并成立粤港澳自然教育联盟，给我们的自然教育工作带来了很大的鼓舞，我们将更高质量高要求完成各项工作。

梧桐山自然学校才走过不到4年时间，尚有许多带挖掘资源，以及不足之处。

（一）硬件设施不足

风景区在整体规划上，缺少自然教育的各种场所的设立和安排。景区的总体规划批复后，需要根据资源分布特点、人群习惯和需求、时代发展和要求等，开展自然教育的规划研究，提出相应软硬件的完善。

（二）资源调查的完整性、系统性有待提高

因为风景区自身的基础建设不够完善，资源调查的系统性不足，可以对外进行的宣传、自然教育，尚无法做到足够完整和系统，风景区整体的自然教育体系尚待后续逐步摸索和完善。

（三）自然导赏有待完善

梧桐山风景区的自然导赏需要精细化管理，包括团队、路线和课程。针对导赏员团队需要更加完善的考核

管理制度；导赏路线需要有难度的区分，以供不同人群选择；培训课程设计要更科学，满足不同层次人才的提升等，这一系列都需要更精细化的策划组织和管理。

（四）缺少相关的宣传科普教材和现场

未来我们将根据需要打造“一书一师一室”。一书：整理出版一套教材，包含梧桐山介绍、特色动植物、文化内涵等内容；一师：建设一支优秀的管理团队和志愿者队伍，在现有人员的基础上壮大人才队伍，提高组织策划、管理能力，给所有志愿者一个展示的平台；一室：这个“室”不只是传统意义上的教室、一个室内空间，也可以是一个室外空间，比如一条完整的手作研习径，是自然教育所必需的场所条件。我们计划在山脚下建成几条交通可达性强的手作步道，市民可以抵达的地方，方便老幼体弱的市民游玩；在山顶建成一个自然教室，以作室内观察、操作、培训等用途。

（五）需加强外部的联系与合作

2018年底正式组建自然导赏团队以来，我们与部分社会团体进行了合作，带来了巨大的活力，丰富了内容。但是与各自自然教育机构、媒体平台的合作还需要加强。我们需要更多的走出去，学习先进经验，引入更多的团队和提升我们的服务质量，吸引更多关注，获得更多公众的认识，也是一个很好的宣传途径。

结束语

现在的孩子和年轻人非常愿意回到大自然，也能从自然里面得到深刻的反馈和启迪。在特殊环境下，孩子们看到了世界的另一面和其中顽强的生命，在受到震撼的同时，也会开始对这个世界，对其他物种，对生命产生真正的尊重、同理心和责任感。这是坐在教室里念一篇课文所做不到的，这些直观的思考也将会对孩子们未来的学习、生活和工作产生深远的影响。

大自然是最好的老师。如果你爱他，就带他进入大自然。

（2019年10月23日）

经典与现代交织 自然与人文荟萃 探索新时代风景名胜区的宣传新路径 ——2019年全国风景名胜区信息宣传 工作会议综述

金秋十月，相聚扬州。为总结、交流全国风景名胜区信息宣传工作经验，深化信息宣传工作内涵，探索新时期风景名胜区的宣传新路径，中国风景名胜区协会于10月23日在江苏省扬州市召开2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议。本次会议由中国风景名胜区协会主办，扬州市蜀冈-瘦西湖风景名胜区管理委员会承办。

中国风景名胜区协会会长王凤武、扬州市副市长何金发、国家林草局自然保护地管理司综合处副调研员戴保明、江苏省林业局副局长卢兆庆、中国风景名胜区协会副会长郭鹏伟、扬州市蜀冈-瘦西湖风景名胜区党委书记汤卫华等领导，以及来自全国90余家风景名胜区会员单位的200余名代表参加会议。



中国风景名胜区协会秘书处对过去一年来的信息宣传工作进行了总结，对风景名胜区短视频宣传、风景名胜区摄影活动和《中国国家级风景名胜区》图书出版项目进行了专题汇报；协会的战略合作伙伴新京报社，就如何利用优质媒体资源，助力风景名胜区宣传工作进行发言，表示将深度挖掘风景名胜区的资源优势，通过景区文化IP挖掘、新媒体外宣等相关方面活动的开发与合作，为风景名胜区的宣传与发展工作提供信息参考和政策建议，充分利用自身核心深度报道资源，宣传景区传播诉求点，全方位进行风景名胜区的形象塑造，扩大风景名胜区的影响力，促进中外交流，进而弘扬和传承中国景区文化。

“长江经济带”的交汇点，江苏始终把生态文明建设放在重要位置，紧紧围绕“长江大保护”等国家战略，不断加强自然保护地建设，江苏历来重视风景名胜区工作，将以此次会议为新起点，继续认真贯彻习近平生态文明思想，认真践行“绿水青山就是金山银山”理念，以“高质量发展”为目标，全力推进全省风景名胜区保护、建设与管理工作再上新台阶。

风景名胜区信息宣传队伍的能力建设；同时加强对外联络交流，“引进来，走出去”，讲好中国风景名胜的精彩故事。

• ••••
工作汇报

• ••••
开幕式

中国风景名胜区协会副秘书长刘坚主持会议。开幕式上，扬州市蜀冈-瘦西湖风景名胜区党工委书记汤卫华、扬州市副市长何金发、江苏省林业局副局长卢兆庆等领导分别致辞，对会议的召开表示祝贺，对与会人员的到来表示欢迎。



汤卫华书记对蜀冈-瘦西湖风景名胜区的基本特征和景观特色进行了概括，并对近年来，景区党工委、管委会在严格保护、合理利用风景名胜资源的同时，如何以信息宣传扩大景区的影响力，进行了介绍。



何金发副市长代表扬州市人民政府向参会的各位代表表示热烈欢迎，并从历史文化古城、运河名城、生态

秀美宜居宜业三个方面介绍了扬州，表示将坚持“科学规划、统一管理、严格保护、永续利用”的原则，加强各方面统筹协调，强化风景名胜区的保护、规划、建设和管理工作，注重风景名胜事业的持续健康发展。



卢兆庆副局长代表江苏省林业局，对大家长期以来对江苏的关心和支持表示感谢，作为国家“一带一路”和



中国风景名胜区协会副会长郭鹏伟在讲话中表示，要以习近平生态文明思想为指导，认真贯彻落实《关于建立以国家公园为主体的自然保护地体系的指导意见》，统一思想，坚定信念，扎实推进风景名胜区信息宣传工作；不断拓宽行业宣传渠道，进一步推动媒体融合发展，多维度助力景区宣传工作；整合优质社会资源，实现优势互补，加强





1 中国风景名胜区协会新媒体中心主任姚辰; 2 新京报社品牌总监赵磊; 3 扬州旅游营销中心董事长肖洁; 4 安徽黄山风景区管委会办公室主任王国银; 5 深圳梧桐山风景区管理处叶丽敏; 6 甘肃麦积山风景名胜区管委会副主任司万增; 7 河南云台山风景名胜区营销总监王和平做交流发言;

景区交流

信息宣传工作是风景区的眼睛，通过它既能连通景区和外界，又能让外界看见景区的真实存在，信息宣传是风景名胜区赖以生存和发展必不可少的重要手段。在经验交流环节，扬州蜀冈-瘦西湖、安徽黄山、深圳梧桐山、甘肃麦积山、河南云台山等过去一年中在景区信息宣传、风景资源保护、品牌提质升级、文旅融合发展、自然教育研学方面做出突出成绩、创造了先进经验的风景名胜区单位代表进行工作介绍，以扎实的实践为基础，内容丰富，涵盖广泛，展现了新时期风景名胜区的风貌和当代风景人的风采，引起与会代表的诸多共鸣。

专题研讨

信息宣传是每一年会议不变的主题，交流、共享、融合、创新的精神是我们不变的追求。在专题研讨环节，会议特别邀请北京师范大学地理与可持续发展教育中心副主任、地理科学学部副教授蔚东英，围绕行业关注的如何在新时期发挥风景名胜区宣教功能的实践创新路径问题带来专题讲座，从指定教育项目的原则、针对不同人群开展不同

类型的教育项目以及具体案例分析，从活动设计、活动评估、教材编写等方面展开详细论述，拓宽了听众的视野，引发代表的思考。中国风景名胜区协会理事、法律顾问王毅教授就风景名胜区宣传中的知识产权保护问题，新京报社主编于德清就新媒体时代，如何发挥传统主流媒体的作用，以及如何做好新媒体传播的问题，同与会代表进行了交流。

8 北京师范大学地理与可持续发展教育中心副主任、地理科学学部副教授蔚东英; 9 中国风景名胜区协会理事、法律顾问王毅教授; 10 新京报社主编于德清



此外，本次会议专门设置了会场外宣传资料展台，供各与会风景名胜区及会员单位将自己特色的出版物、画册、音像制品等资料进行展示展览和成果互换。作为瘦西湖智慧景区建设成果之一——人工智能机器人“旺宝”也出现在会场，与代表交流互动。

致谢

在全体代表的共同努力下，2019年全国风景名胜区信息宣传工作会议顺利完成各项议程，达到预期的会议目标，取得了圆满成功。下一步，协会还要认真学习，相互借鉴，继续拓宽信息宣传渠道，融合传统媒体与新媒体，塑造经典与现代交织，自然与人文荟萃的信息宣传新风格，探索新时代风景名胜区的宣传新路径，并积极与社会优质媒体资源建立合作，共同做好风景名胜区行业的信息宣传工作，不断提高风景名胜区的社会影响力和公众认同度。

本次会议得到江苏省林业局、扬州市委市政府，以及承办此次会议的扬州市蜀冈-瘦西湖风景名胜区管理委员会的大力支持和热情、周到的服务，会议主办单位和全体与会代表对此表示衷心感谢!

(中国风景名胜区协会秘书处)
(摄影纪凯 云杉 尤俐)



黄山HUANGSHAN

进入秋色最佳观赏期 壮丽云海日出惊艳四海游客

文\赵美君 侯晏

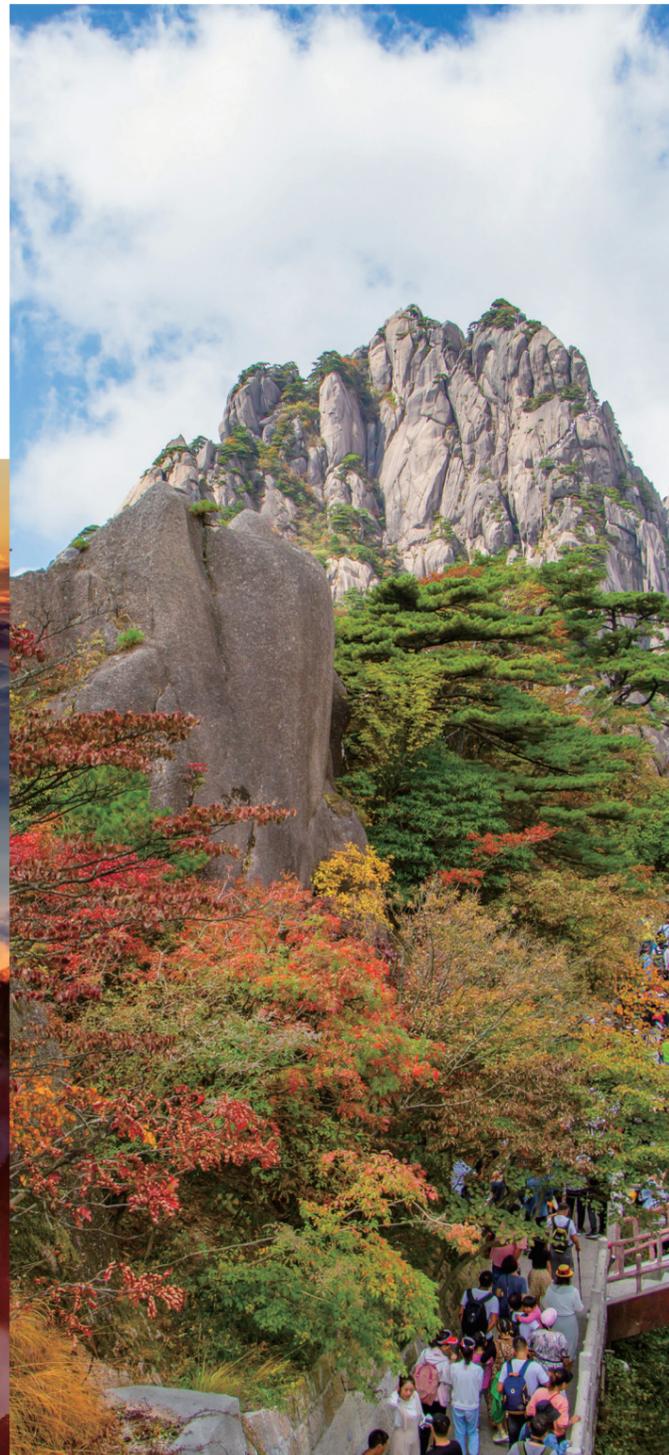
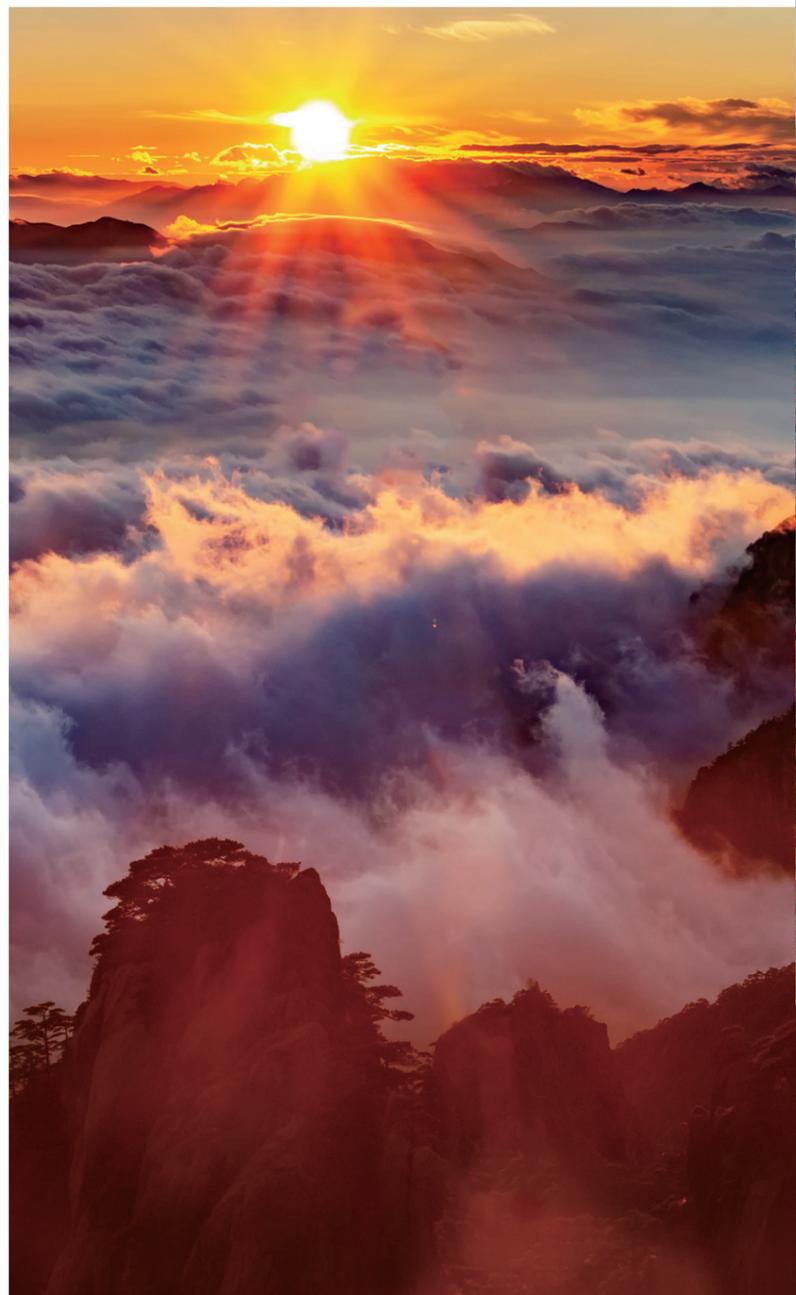
国庆长假，不少游客选择走出家门，感受祖国山河之美。国庆黄金周第二天，黄山风景区迎来壮丽云海日出景观。上午7点，在光明顶、狮子峰等地放眼望去，五百里黄山，云海奔腾，天都、莲花等黄山名峰飘浮在浩淼的云海中，美如一幅天然画卷。据景区气象部门介绍，黄山风景区在这个国庆假期以晴到多云天气为主，日出出现概率较高，景区气温在20度左右，利于假期活动和外出登山旅游。

目前黄山已进入秋色最佳观赏期，多彩的秋叶与黄山奇松、怪石、云海相伴，格外美丽迷人。明代大旅行家徐霞客称赞黄山秋景：“枫林相间，五色纷披，灿若图绣。”秋风拂过，满山多彩的秋叶摇曳多姿，在阳光的映照下绚烂夺目，置身其中，如在画中游，令人心旷神怡、流连忘返，吸引了众多游客纷纷拍照留念。10月2日，黄山风景区接待游客31496人，与去年同期相比增长6.33%。

来自合肥的游客郑君是一名正在念大四的学生，趁着长假，和伙伴们订好了来黄山的高铁票。几个年轻的小伙子第一次来黄山格外激动，一大早就从慈光阁步行向山顶进军，经过对体力的考验后，终于在山顶看到壮丽的云海，郑君觉得这一趟旅行真的不虚此行。

今天，不少游客是组团出行。导游郑晶说，今天她跟同事带的团有上海的、苏州的，虽然长假相比平时游客接待量有增长，但是景区游览舒适度较高，特别是游客们上了缆车后，看到黄山美丽的景色和浓厚的节日氛围，都纷纷表示不枉此行。

叶永青/摄



(上图) 孙俊/摄
(右上) 叶永青/摄
(右中) 李金刚/摄
(右下) 张涛/摄



肇庆星湖： 不忘初心，微笑服务

肇庆星湖风景名胜区包括七星岩和鼎湖山两大部分，是中国第一个自然保护区，首批国家重点风景名胜区、国家湿地公园。星湖古为沥湖，新中国成立之初，时任广东省副省长的古大存同志牵头，在1955年成立了“七星岩沿湖蓄水排灌工程指挥部”。

老一辈星湖人，冒着严寒酷暑挖湖建堤，历时一年半，完成了这举世瞩目的五湖相连之作：肇庆的母亲湖——星湖。新中国成立之后，星湖经历了几次大规模的建设，至今景区的亭台楼阁等建筑都保留着每个年代的特色。

不忘初心，是历代星湖人的精神动力；把景区变美，是历代星湖人的使命担当。如今，星湖正在创建5A级旅游景区，投入9亿元升级改造了连接两个景区的快速公路，并开通了星湖风景名胜区穿梭巴士，对景区的游客中心、标识标牌、生态厕所等等硬件进行升级改造，使景区的旅游环境变得更美。在服务方面更是提出了“以人为本，游客至上”的质量方针，举行了“微笑服务”活动，让每一位员工用发自内心的笑脸迎来八方游客。

星湖风景名胜区着力“三个注重”，注重学习教育，注重抓实基层党组织，注重创新载体，确保“不忘初

心、牢记使命”主题教育取得实效。今后，星湖风景名胜区将继续把抓好学习教育、调查研究、检视问题、整改落实四项重点措施有机融合、贯彻始终，推进星湖风景名胜区高质量发展，努力建设人民满意的星湖，为加快建设粤港澳大湾区连接大西南枢纽门户城市作出新的更大贡献。



(广东省肇庆星湖风景名胜区管理局)

关于景区游客容量问题的探讨

安徽省黄山风景区管理委员会办公室主任 王国银

一、容量有关概念

1、关于游客容量的研究。国外的游客容量研究始于上世纪60年代，几乎与现代环境运动同时兴起，主要依靠观察试验、设计图表、案例调查等方式建立游客容量的量化值。80年代之后，重点转移到具体案例的调查上，更加关心社会心理因素。90年代之后，研究更为深入细致，已经从单一的旅游物质容量发展到对旅游、经济、心理、环境、社会等多层面的研究。

2、关于游客容量的概念。容量的概念用于表明任何自然资源的使用都是有限度的。游客容量概念最早出现在美国的林业、自然资源保护、土地利用等部门的研究成果中。世界旅游组织在1978-1979年度一般工作报告中正式提出游客容量概念，后来经过众多研究者的不断探索，概念持续完善。1992年，世界旅游组织给出的定义是：游客使用某一地区的水平能够与游客较

高水平的满意度即对资源的较小影响相适应。

这个概念的建立需要满足以下条件：

——不降低自然环境容量，即这种使用不会引起达到不可接受的环境破坏；

——不会降低游客所感受到的旅游经历本身的质量以及旅游活动参与者满意的程度；

——不会伤害当地居民的幸福程度。

这个概念具体化可分为两个部分：第一部分为自然容量，以自然为基础的定位供应，包括物资和生态两个要素。第二部分是社会容量，关系到游客和当地居民的感觉，与社会及心理因素有关。旅游管理容量由这两个部分分别计算得出，是空间容量、生态容量、设施容量、时空分布的综合。形式上是一个科学的概念，但更多的是一个管理的概念。

现实中，我们现在对这个概念

的理解偏差较大，我们更多地关注空间容量，而较少关注生态容量，更不关注当地居民的感受。

3、关于游客容量的法律。国内的法律法规主要有两个方面。

——《风景名胜区条例》。早在1985年国务院制定《风景名胜区管理暂行条例》时就考虑到了容量问题。第十一条规定，“按照规划确定的游览接待容量，有计划地组织游览活动，不得无限制地超量接纳游览者。”2006年修订为《风景名胜区条例》后，第十三条第五款要求，在规划中应当有风景名胜区的游客容量。第三十六条明确，“禁止超过允许容量接纳游客和在无安全保障的区域开展游览活动。”在2013年住建部《关于规范国家级风景名胜区总体规划上报成果的规定（暂行）》上明确要求在制定风景名胜区总体规划时，游客容量属于强制性内容。

——《旅游法》。2013年颁布2016年修订的《旅游法》第四十五

条明确：“景区接待旅游者不得超过景区主管部门核定的最大承载量。景区应当公布景区主管部门核定的最大承载量，制定和实施旅游者流量控制方案，并可以采取门票预约等方式，对景区接待旅游者的数量进行控制”。“旅游者数量可能达到最大承载量时，景区应当提前公告并同时向当地人民政府报告，景区和当地人民政府应当及时采取疏导、分流等措施。”

上述规定中，承载量和容量是一对内涵和外延接近的概念。景区包含风景名胜区内。

4、关于游客容量的指标。风景名胜区内系统研究提出的指标与旅游系统提出的指标不完全一致。相对来说，风景名胜区内研究的更加深入、系统，但都有瞬时容量、全区（日）容量、最佳容量指标。

——瞬时容量。反映的是风景区在一个时间节点的最大承载力。这个数值常常受到“卡口因素”的影响，最大承载力在卡口数值之内。

——全区（日）容量。反映的是风景区全天的最大承载力。如果一个景区游览时间为2小时，一天可游览10小时，那么其周转率为5。日容量是瞬时容量的5倍。

——最佳容量。反映的是游客的满意度处于最佳状态的容量。这个指标一般仅作参考。

二、容量控制实践

1、已经经历的几个阶段

我国风景区的容量控制在法规上虽然早有规定，但在实际工作中，只是停留在规划上，一直没有进行实质性操作。一直到近年来才有部分风景区真正实施。

——拍脑袋阶段。1985年《风景名胜区内管理暂行条例》确定了风景区的容量要求，但很少有景区在那时的规划中科学测算，甚至几乎没有意识到这一问题。黄山风景区在1986年第一条索道建成之前没有“一日游”，游客全部住在山上，酒店床位只有1000多张，床位成了卡口因素，每天接待游客最大容量仅1500人。到1997年建成三条索道之后，大多数游客可以“一日游”，接待量猛增。这时曾有黄山的领导说，每天接待5万人不成问题。实际上，那时每天进山游客最多不足2万人，一个黄金周7天也仅接待8多万人。

——做规划阶段。本世纪初，很多著名风景区第一轮规划到期，开始制定第二轮规划，此时容量的测算开始摆上议事日程。黄山风景区2004年制定容量专项规划。经过对诸多因子测算，基于当时设施条件，规划至2025年全山瞬时容量0.99万人，因黄山游览时间超过6小时，周转率为1，瞬时容量等于日容量。由此得出全年接待量为257.6万人。

——试运行阶段。规划是规划，规划没有变成现实就成了空话。随着我国旅游形势的发展，尤其是一系列的惠民政策、假日政策的实施，交通条件的改善，以及

居民生活水平的提高，各景区尽可能满足游客旅游需求，旅游接待量迅速提升。黄山风景区从1979年至2002年之前为线性增长，2002年接待游客135万，经过2003年调整后，改为指数增长，超出规划预期。2007年突破200万，2012年突破300.76万。此后6年增速放缓，2018年接待游客338万。其中2012年10月2日达到5.7万人，为历史最高峰值。

——再修正阶段。从上述数据可以看出，由于规划执行不严，国家行业主管部门监管不力，无论是年接待量还是日接待量都已经远超规划容量。国家旅游局从2009年开始对5A级景区日最大承载量实行备案制度，后改为一年一次面向社会公开，黄金周期间每天上报实际接待量。但住建部门没有监管。黄山风景区对空间、设施等进行再测算，结合实际管理经验，确定日容量为5万人，最佳接待量为3.5万人。黄山风景区在报备初期执行最大接待量也不很严格，2013年《旅游法》颁布后，开始严格执行，不再允许超容量接待。

——建体系阶段。实际上，仅仅一个日容量或瞬时最大容量指标是很难掌控、满足需要的。尤其是山岳型景区，情况千变万化，卡口因素很多，因此在运作一段时间后，需要逐步完善，形成完整体系。黄山风景区在近5年内，相继测算并结合实际管理经验，面向社会陆续公布了冬季（每年12月1日至次年2月底）日最大承载量3.5万

人，极端天气（雷雨、大雪等）日最大承载量3.5万人，北大门进山日最高限量5000人，天都峰、莲花峰日最高限量3000人，西海大峡谷日最高限量8000人。汤口地区最高车流限量6800台。初步形成了容量控制体系。

2、目前操作的几个步骤

各著名景区在容量控制方面结合实际制定了措施，虽然具体情况不同，但大体上都有几个步骤。

——制定预案。各景区的高峰日基本上都集中在黄金周。黄金周到来之前，需要深入调研，主要就国内外宏观政策变化、景区内外交通环境变化，以及景区对外形象宣传、管理水平提升、优惠政策出台、基础设施改进、天气情况预报等进行深入研判，预测高峰日游客变化情况，并予以通报。黄山风景区在黄金周到来之前，针对调研情况，制定详细的方案预案，建立健全预测、预警、预约“三预”机制，对每个环节明确应对措施，并召开工作部署会全面部署落实。

——深入研判。黄金周期间需要每天对游客流量等情况作出研判，根据情况变化，制定应对措施。黄山风景区每天下午和晚上依据大数据预测模型，重点参考黄山市区、山下黄山区及汤口镇住宿人数，研判次日游客进山人数，准确率达到95%左右。研判人数当天晚上发布到各片区管理人员手机上。一旦超过3.5万人，即进入超常管理模式。必要时进行推演。各片区管理人员次日依据预案做好各个节点

的控流限流，科学应对客流高峰。

——对外发布。信息对外公布是容量控制的一个重要环节。旅游行业要求，当游客人数达到最大承载量的80%时，应当对外发布预警信息，达到最大承载量时，停止销售门票，并发布通告。黄山风景区严格执行最大承载力规定，及时通过景区门户网站、公众号、交通广播台、高速电子显示屏等对外发布信息。但是，发布信息后接收范围有限，只有关注信息的游客才可能知晓。

——稳妥应对。一旦达到最大承载力预警值就需要迅速积极应对，但是应对的方式要科学，不然就可能造成游客拥堵，甚至情绪失控，出现不稳定局面。黄山风景区在多年的实践中积累了一些经验，即达到控制游客流量的目的，也没有出现混乱局面。

3、需要关注的几个难点

——远端调控。山岳型景区不同于城市主题公园、博物馆，对于这些景点来说，城市是旅游的目的地，不能游览这些景点还可以游览其他景点。也不同于文物景点，这些景点范围往往比较小，游览时间短，如果游客超过容量，稍等便可在进入。但对于山岳型景区来说，当游客流量达到上限时，控制进入难度很大。因为山岳本身是旅游目的地，且与中心城市有一定距离，游览时间长，游客一旦经历若干小时再达到景区后得知已经达到容量极限，不能进山，其情绪必然非常糟糕。如果不能购买门票者达到一

定人数，可能就会出现暴力事件，包括围堵工作人员、冲击门禁，甚至砸坏售票窗口。黄山风景区多年来总结出一条重要经验，就是远端调控，在游客到达景区前实施分流。但这个经验需要大量的政府资源，很多景区难以做到。

——交通联动。远端调控的具体措施，实际上是在游客到达景区前的某一个交通节点，或某几个交通节点，实施截流。此方案依靠景区力量难以完成，需要在更大范围联动调控。黄山风景区每次黄金周到来之前，邀请黄山市交警支队开会协商，一旦需要游客或车辆达到预警值，即启动交通联动调控预案，逐步实施高速下口、国省道截流或间隔放行，在几公里、十几公里的景区管辖范围之外限制游客前往景区。

——舆情处置。黄金周时期既是景区旅游接待高峰期，也是媒体关注旅游的敏感期。在此期间，景区容易上“热搜榜”。为此，景区需要关注媒体，也需要多与媒体沟通，防止形成负面炒作，形成不良舆情。黄山风景区的做法，包括专门邀请媒体到景区报道、及时研判网络舆情、主动发稿正面回应等。2016年春节黄金黄金周，有媒体报道“有的景区超而不限，有的景区一超就限”，“一超就限”指的就是黄山。黄山风景区就此作了积极回应。2018年十一黄金周，在集散中心排队的抖音进入热搜第二名，经认真研判后，采取了“密切关注、不作处置”的应对措施。

——居民反应。游客量很大时必然会引起居民反应。从西方容量控制的观点看，可能对居民生活造成影响，居民持反对态度，所以居民的感觉应当是容量的一个指标。但从中国的情况看，游客越多居民越高兴，超容量问题不在他们的关注范围，因为游客越多，带来的消费越多，居民的收益也越多。收益多的喜悦取代了超容量的烦恼。近年来，黄山风景区在高峰日限流、截流的同时，注意兼顾居民的收益问题，但居民的收益必须服从限流、截流指令。

三、容量关联问题

随着生态文明建设要求的不断提高，景区旅游必须将对生态环境的影响放在首位，而不是将空间承载力放在首位，容量问题在各大景区尤其是容量限制要求较高景区中不可回避。但在实际工作，我们常常遇到一些值得思考和研究的问题。

1、为什么景区之间游客接待量差异如此之大？

实行容量控制一定要比较确切地掌握景区内的人数，否则可能造成决策失误。但在具体工作，常常出现一些其他因素，影响了我们对游客人数的判断。除了景区之间确实存在接待量差异问题之外，最主要的影响因素有几个：

——一日游统计口径因素。国家旅游主管部门制定的一日游统计口径是，离开常住地10公里、6小

时即计算为1人次。这个定义在统计中很难操作，各地实际上就以进入景区人数+酒店住宿人数+乘坐交通工具人数之和，再考虑乘以一定系数得出。目前地方政府旅游主管部门都采用这个口径，景区有的采用有的不采用。黄山风景区不采用，其结果常常与全市的统计值不一致。但可以确定的是，如果采用这个口径来指导容量控制，肯定不可行。

——景区内居民因素。绝大多数山岳景区内都有居民，居民的进山出山虽说对容量影响不大，但黄金周期间居民走亲戚因素对容量有一定影响。这些人群不在购票范围内，如果不准确统计，容易造成研判不准。有景区根据经验，在购票人数基数上增加一定百分比，也是一种统计方法。黄山风景区内没有居民，没有这方面不准确的因素。

——景区出台优惠政策因素。有些景区在平时包括高峰日都有优惠政策，部分群体不购票进入景区，如本地香客。如果没有将这些成分考虑进去，仅按照购票人数统计，可能会出现购票人数不多，但已经达到接待最大承载量的问题。

2、为什么已经达到最大承载量还不停止售票？

即使有了统一的统计口径可以比较准确地研判游客人数，但绝大多数景区却不会执行达到最大承载量预警值就限流的规定，更不会达到容量极限就停止售票，而是不惜冒着风险，超容量接待。这其中的影响因素很多。

——地方政府和旅游部门包括居民对经济效益太看重。旅游地域很对地方来说是重要的经济来源、产业支柱，限流等于赶走游客，丢掉钞票，这是难以做到的。

——限流操作困难。游客到了景区门口不给门票、不让进，非常容易引起群体性事件。

——远程限流说起来容易做起来难。信息发布后游客不关心、不关注，即使看见了，都有一种不到黄河不死心的想法，既然千里迢迢奔来了也不差那几十公里，干脆还是到景区去看看，到底能不能进去。

3、为什么在最大承载量之内还很拥堵？

——理论容量与实际容量有差距。对外公布的容量往往大于理论容量。对外公布的最大承载量实际上是以不出安全事故为前提的，这个安全并不是生态安全，而是踩踏事故方面的人身安全。管理者认为过去接待这样的量没有出事，现在仍然可以这样考虑。很多景区是这样，黄山也是这样。

——削峰填谷的调度比较难。来的游客都想尽快进入景区，如果管理人员人为调度安排，游客不配合、投诉多。

——卡口容量和整个景区容量不匹配。整个景区来说容量较大，但问题往往出现在某一个卡口上，短板理论告诉我们，只要这个卡口有问题，整个景区都会拥堵。

4、为什么说实名制预约制实行后也仍不能完全解决超容量问题？

前面所述“三预”机制中的预约，实际上是线下预约，能够在时间段上做一些均衡工作，但改变不了进山的日期。同样线上实名制预约也不能完全实现这一目标，除非一律线上购票、一律在景区之外购票，两个要求同时设立。现在全国很多大景区都在推进线上实名制购票，预计2-3年后大多数景区能实现70-80%的线上实名制购票。但即使这样，却很难让游客像购买机票那样，在家里实名制购买门票。绝大多数游客尤其是自驾游游客都是到了一个地方再考虑购买门票。

虽然也是线上实名制购票，但既然来都来了，不与其购票、不与其游览，难度很大。

结语

1、容量问题真的要重视。旅游经济效益固然重要，游客人身安全更加重要，生态安全也同样重要，游客游览体验也非常重要。必须权衡利弊，仔细再测算一下最大承载量，多考虑一下科学测算值，少考虑一下经验值，取容量最低值，不要取最高极限值。

2、最大承载量真的要控制。要采取多管齐下的方法，只要达到预警值就应当预警，只要达到容量极限，就要想方设法控制游客进入景区——当然不是简单地停止售票。

3、对外宣传真的要权衡口径。控制容量的结果很可能就会带来投诉、带来负面舆情，因此对外发布要跟上，宣传也一定要跟上，向游客解释清楚，争取游客的理解和支持。

(2019年10月23日)

黄山玉屏楼节日氛围浓 (摄影孙俊)



探讨新时期风景名胜区发挥宣教功能的实践 创新路径

北京师范大学地理与可持续发展教育中心副主任、地理科学学部副教授 蔚东英

风景名胜区的宗旨是保护自然和人文资源，在保护的前提下开展旅游，普及科学知识，并结合地方自然资源和人文资源，促进旅游经济的发展。在新的发展时期，风景名胜区更加强调科普教育功能，而要实现这一功能，就必须建设一套突出科普教育功能的先进的、科学的、完善的解说和教育系统。解说教育项目的设计是最重要的一环。

解说教育项目的设计是为了让公众更好地了解风景名胜区，保护风景名胜区的珍贵资源，以此提高公民的环境保护意识和遗产保护意识，最终达到保护生态自然环境和遗产的目的。目前，我国风景名胜区宣传教育体系在这一方面发展最为薄弱，公众在游览的过程中并没能充分地认识风景名胜区的价值所在。因此，对教育项目的设计开发迫在眉睫。应该出台相应的规章制度，规定教育项目的开发设计原

则、理念、教育对象等内容。可与科研机构、中小学、高等院校等进行合作，撰写、出版相应的科普读物，由解说员与科研人员和教师，基于对风景名胜区资源的科学研究和中小学生对社会公众的认知程度，设计开发具有风景名胜区特色的教育项目。

1 制定教育项目的原则

建议我国的解说与教育项目要有明确的目标和原则规定，从而帮助解说与教育活动可以科学、合理地进行。教育计划应旨在丰富生活并加强学习，培养人们对公园与其他特殊区域的鉴赏，从而协助保护我国自然文化遗产，实现有效的解说服务，从而达到保护的目的。

此处对解说与教育项目提出几点建议：

(1) 风景名胜区管理局要以

学习者为中心，而非组织者。针对不同教育程度的人群设计不同类型的教育项目，通过提供多种多样的学习方式，鼓励个人探索并启迪思想的一系列终身学习机会，体现这些项目对个人自由与兴趣的尊重。

(2) 风景名胜区管理局项目以体验教育为基础。项目将风景名胜区与其他地区作为动态的教室，公众可在其中与真实的空间、景观、历史性结构以及其他有形资源互动，帮助他们了解其意义、概念、背景故事与关系。

(3) 风景名胜区管理局项目是合作式的。在强化风景名胜区管理局的使命并在合适的情况下，通过与其他机构与单位建立合作关系，从而制定项目，实现共同目标。比如可以和各高校及研究院建立合作关系，提高项目制定的合理性和科学性。风景名胜区管理局项目应基于完善的学术基础、内容方

表1 面对不同人群开展不同类型的教育项目

面对对象	建议开展的教育项目
学校	应强化基础阶段风景名胜区生态旅游环境教育，通过夏令营、冬令营、竞赛等课外活动，使学生在风景名胜区和校园内外都能受到丰富多彩的环境教育；推行中小学课程体系改革，通过渗透课程、跨学科课程以及独立设置课程（通识课程）的模式，将环境教育纳入中小学教育体系，分阶段、有重点地进行环境教育；将风景名胜区环境教育作为高校学生素质教育的重要内容纳入教学计划，通过生态旅游环境教育公选课、讲座等形式开展环境教育，组织开展“风景名胜区研学”“文明旅游”“生态友好”等活动，提高大学生的环境保护意识。开设自然学校，为中小学生对提供认知自然的第二课堂，从环境意识教育、环境知识教育、环境技能教育、环境行为教育这四个方展开风景名胜区生态旅游教育。
社会	开展丰富多样、形式新颖的社会性遗产保护运动，如义务植树、“遗产保护日”“世界地球日”“世界环境日”等活动，把遗产保护意识上升为全民意识，使爱护自然和人文景观、保护野生动植物、热爱大自然成为旅游者的共同意愿；与各地主流媒体开展深度合作，整合环境教育宣传教育优势资源，开发一系列寓教于乐的电视真人秀活动，提高风景名胜区旅游环境教育的宣传力度。
国际	可加强风景名胜区的国际交流与合作，拓宽环境教育平台，推进以环境保护为主题的项目，推动我国环境教育与国际接轨力度；加强与国际组织、环境教育机构、科研院校的联系，促成环境教育国际科研合作项目、国际交流会的开展，进一步拓宽我国环境教育平台。

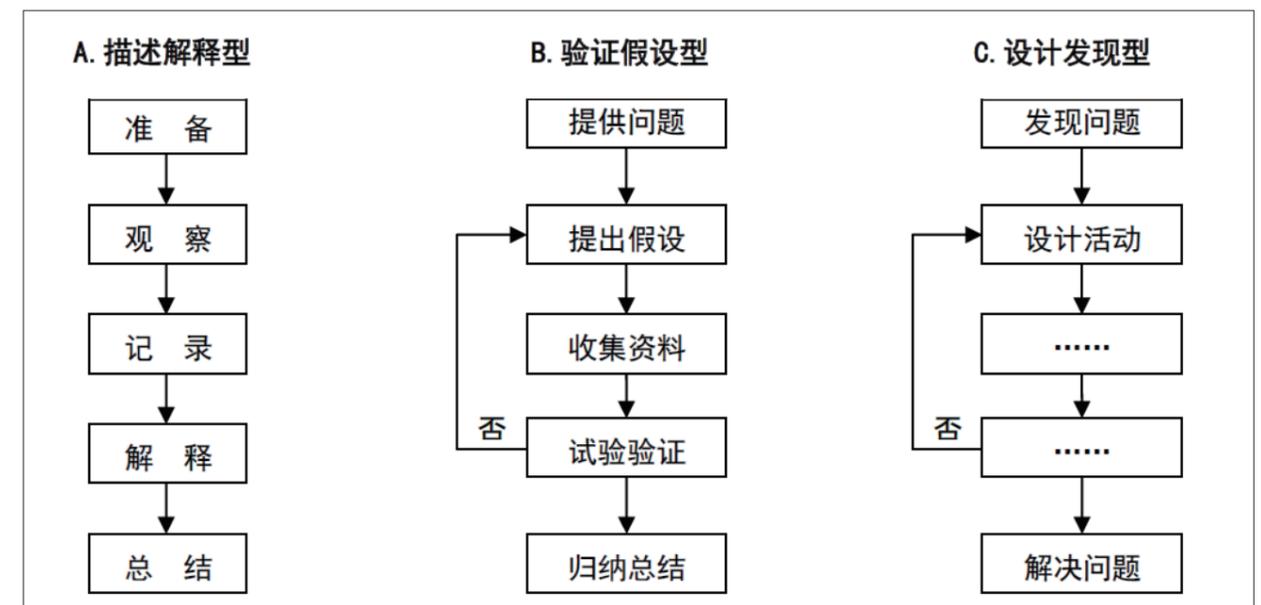


图1 野外环境教育活动的3种设计策略过程图

表2 野外环境教育活动的3种设计策略

设计策略 类型名称	特点	组织者角色	活动开展 面向的 人群	适用情景举例
①描述解释型 活动	在于帮助学生发展观察、记录、寻求依据和做出解释的技能。	组织者处于主导地位（需要组织者事先做出周密安排，组织者预设问题、选取资料，要求参与者遵照组织者指示的方法处理各种信息，从而引导参与者几乎直线式地展开活动）。	小学生 （户外环保活动）	统计我们每天耗水量、比较不同类型土壤的排水状况、参观重要建筑等活动就属于描述解释型。
②验证假设型 活动	在于培养学生自主分析、处理信息的技能。它包括4个阶段：形成假设、收集资料 and 进行试验以及提出结论，在这种活动中，活动参与者可以对资料的选取和解释加以讨论并自我决定。整个活动的成果是可预测和可控制的。	组织者充当管理者和服务员（提供问题，安排活动的展开方式等）。	中学生 （户外环保活动）	污染调查、收集和分析旧房拆迁后的各种破旧物品的来源、评价社区环境问题等。
③设计发现型 活动	不仅要使学生知晓某一个学术领域的基本原理，还要使其养成从事学习和研究、推理和预测以及发现问题和解决问题的能力。激发学生学习的欲望，有利于学习的迁移和创造能力的培养。学生可以自主研究他们关心和感兴趣的环境问题。	学生既是参与者，也是组织者，教师不充当组织者，仅作为顾问辅助活动的开展。	国内中学生 课外环保科研	“生物百项”竞赛中大多要求学生参与选题、编制技术路线、进行研究。

法与听众分析。应由最新的自然与文化遗产研究提供资料，并与当代教育研究结合，对有效的解说与教育方式提供学术基础。

(4) 风景名胜区管理局项目要进行定期的持续的评估，不断完善项目并提升效果。接受来自合作

单位或公众的意见，及时进行定期的项目评估与改进，确保项目符合其目标与受众需要。

2 面对不同人群开展不同类型的教育项目

我国的风景区宣教项目设计面对的对象可以大致分为三个层次：学生、社会、国际，具体的教育项目如表1。

调查表明，学生作为风景名胜区的重要客源，公园解说中应根据现代学生的求知、求新、求奇的

特点，更多考虑学生的旅游心理，设计解说词，以启发的形式将知识传递学生，引发学生的求知欲望，让学生全身心地参与到解说的过程中，提高解说效果，充分发挥风景名胜区的解说教育功能。

面向学生展开的野外环境教育活动的具体设计可以分为3种类型：描述解释型、验证假设型和设计发现型。这三种类型对学生的知识储备和解决问题的技能有不同程

度的要求，分别适应于小学生户外环保活动、中学生户外环保活动和国内中学课外环保科研。

3 具体实例分析

野外实践活动过程具体实例①：
处于小学阶段的学生，其掌握的基础知识和探究技能比较薄弱，但是具有强烈的好奇心和求知欲，

可以在探索未知事物的过程中培养其认知能力。

为这一阶段的学生安排常见植物、鸟类、昆虫等基本观察与认知的野外实践活动，引导他们亲近自然、观察自然、了解自然，既能结合学生特点，又可充分利用风景名胜区的自然资源。具体活动设计如表3。

野外实践活动过程具体实例②
海拔2303米的东灵山是北京

表3 小学生野外环境教育活动设计

活动名称	活动内容	活动目的	时间
野外植物认知	室内植物基本知识讲解	室内教授植物的基本特征和相关操作方法，为后续实践活动储备背景知识。	一天
	野外植物观察和识别，根据季节选定观察主题	观察学习常见植物的花、叶、果实（种子），掌握植物观察的基本方法。	
	植物标本采集与制作	加深对植物各个器官的认识，锻炼动手能力。	
野外鸟类认知	室内鸟类基本知识讲解	室内教授鸟类的外形、声音、生活习性等基本知识，学习观鸟的基本方法。	半天
	野外鸟类观察和识别，鸟类照片拍摄及声音标本采集	体验科学观鸟过程，加深对各种鸟类的认识，体会人与自然和谐相处。	
野外昆虫认知	室内昆虫基本知识讲解	室内教授常见昆虫的形态特征和生活习性，学习捕捉昆虫的科学方法。	一天
	野外昆虫观察	加深对昆虫的认知，克服恐惧心理，体会亲近自然的愉悦。	
	昆虫标本采集与制作	体验科学捕虫和标本制作的方法，锻炼动手能力。	

表4 野外环境教育活动的评估

活动名称	活动形式	活动目的
植物识别	观察、识别	学会识别东灵山亚高山草甸常见植物，为植被数量统计打好基础，感受物种多样性的魅力。
样地布设	操作、讨论	学习样地选取、布设，以及样地内植物数量统计的基本方法，规划和论证样地的合理布设方案，有意识地减少人为活动对环境的影响。
植物统计	调查、记录	在不同海拔高度、不同坡度、不同坡向、距人行栈道不同距离处布设样地，识别每个样地内的植物种类，并统计每种植物在各个样地中的数量。
数据分析	计算、讨论	通过计算，对比得出不同自然和人为条件的影响下，东灵山亚高山草甸植物物种多样性的差异。
结果展示	总结、汇报	总结不同因素对物种多样性带来的影响，为保护东灵山植物物种多样性，合理进行旅游开发提供建议，加深对于尊重自然、保护自然、顺应自然的理解。

第一高峰，其1800米以上主要分布有亚高山草甸，以多年生中生草本植物为主。亚高山草甸植物的物种多样性可能与海拔高度、坡度、坡向、人为干扰等因素相关。

东灵山风景区依托当地自然资源，针对中学生开设环境教育实践活动，探究亚高山草甸物种多样性的影响因素，让他们更好地了解生态系统的相关知识，体会科学考察和数据获取的过程。具体活动设计如表4。

野外实践活动过程具体实例③

美国黄石国家公园具有非常完备的景区宣教体系，利用国家公园内丰富的自然和景观资源，为不同

的游览者提供多样的体验式学习机会。具体项目活动如表5。

4 教材的编写

随着研学市场的蓬勃发展，课程缺乏明确目标、课程内容空泛松散、研学旅行流于形式等诸多问题逐渐暴露出来，严重降低了研学旅行的开展质量。为避免上述问题，研学旅行教材的编写迫在眉睫。我们团队在对云台山景区进行充分调研的基础上，明确教学目标，以中小学综合实践活动课为落脚点，结合多种教学方式和手段，精心编写了《云台山研学旅行》，在2018年

荣获自然资源部“优秀科普图书”称号。

《云台山研学旅行》是国内第一本正式出版的研学旅行教材。教材以教育部课程标准和景区资源为基础，内容详实、结构合理，致力于培养学生综合能力。在对云台山景区充分调研后，紧密联系课程标准明确教学目标，结合多种教学方式和手段精心编写而成，教材涵盖自然与人文两大模块，融入丰富的知识阐述，既能增加学生的知识储备，又可作为研学导师和导游讲解的补充和辅助。同时，在知识点讲述中穿插思考题和小活动，以起到引发兴趣、巩固所学、点拨思维、

表5 美国黄石国家公园宣教活动设计

活动名称	活动目的
初级管理员	青少年自我向导的游乐体验，在指定景点，完成向导手册中适合年龄的活动，在此过程中了解公园自然景观的相关知识和历史故事，并在保护公园自然环境中扮演相应的角色，培养环境保护意识。
野生动物观察体验	了解不同动物生活在黄石公园的哪些区域，从而了解野生动物的生活习性；掌握科学、安全地观察野生动物的方法，避免对野生动物的生存造成影响。
野生动物奥运会	测试孩子们的运动技能，并与黄石公园的野生动物进行比较，从而加深对野生动物习性特征的认识。
篝火晚会	在户外参加篝火晚会，期间聆听黄石公园的自然和文化历史。
凝视深渊	游览西拇指间歇泉盆地，了解热泉、湖岸间歇泉等地热现象背后的原因。
漫步泥火山	游览泥火山，从泥火山和热泉中找到关于黄石公园曾经和未来的线索。
间歇泉山行	游览间歇泉山，了解黄石公园的火山历史与热液特征之间的关系。
峡谷风光	于黄石大峡谷“艺术家点”观景点欣赏峡谷风光，探索这里为什么能不断吸引艺术家到来，从而提升审美能力。
Pop-up美术工作室	在特定的时间和地点，安排专业的艺术家，指导绘画爱好者进行创作，将黄石公园的美景转化为自己的灵感，培养审美创造力。
摄影技巧研讨	有专业摄影师指导摄影技巧，并在黄石公园内进行取景拍摄，从而提高审美能力，发现自然之美，形成亲近自然、保护自然的观念。

提升能力等作用，让学生游中有学，学有所得，避免研学过程空泛乏味。在培养学生能力方面始终都将“健身、健手、健脑、健心”作为目标，以启发学生思维、培养探究能力、陶冶情操，提高环境意识和可持续发展意识，加深对祖国大

好河山和中华优秀传统文化的热爱。研学旅行教材，不仅是为云台山研学旅行搭建一个完整、系统的研学课程框架，更是指导学生在云台山研学旅行过程中学会获取知识的方法，提高综合运用知识和解决实际问题的能力，认识自然，了

解社会，体验生活，弘扬文化，认知、认同、践行社会主义核心价值观。

(2019年10月23日)

试述风景区游（研）学体系的构建

——以庐山风景名胜区为例

庐山世界遗产管理办公室 谢玲超

摘要：本文以庐山风景名胜区为例，就风景区构建游（研）学讲解体系、内容体系、安全体系以及如何加大风景区宣传力度，吸引更多的游（研）学游客进入，充分发挥风景区的教育功能，进行了探讨。

关键词：风景资源；游（研）学体系；构建

风景名胜区是中华民族在历史长河中形成的人与自然完美融合的精华区域，这里的自然景观、人文景观完美地记录了中华大地千姿百态的地质地貌、自然现象、生物多样性、生态系统循环以及中华民族的发展历程。随着生活水平的不断提高，人们来到风景区旅游，发展到今天已成为国人尤其是年轻人的一种生活方式，成为健康锻炼、愉悦心情、融合亲情、自我教育与教育下一代的一种手段。人们利用空闲时间在环境优美的风景区中放松心情，收获快乐，并在快乐中追寻历史，增长智慧，洗涤心灵。当今，虽然各风景名胜区的管理者在风景区的内涵挖掘、景观展示、游览解说、游客参与上，做了很多的努力，但随着风景区逐渐成为学生研学目的地和大众游学的场所，这

就需要管理者们与时俱进，不断地创新风景区管理体系，为此，笔者谨以庐山风景区胜区为例，就如何把风景区建成具有教化民众功能的研学与游学目的地，做一些探讨，以期对风景区管理者提供一种管理思路。

1、庐山风景资源

庐山位于江西北部，北临长江、东濒鄱阳湖，大江大湖环抱，有着独特的地理位置和自然环境，是“神仙居住”的三山五岳之一，其间深厚的历史人文内涵让其成为了“人文圣山”。1982年，被确定为首批国家重点风景名胜区；1996年，被联合国教科文组织以“庐山文化景观”录入了世界遗产名录，是中国第一处以“文化景观”录入

世界遗产名录的风景区。2004年，庐山又因其具有世界意义的地质遗迹成为了“世界地质公园网络”的创始公园之一。

1.1 庐山自然资源 庐山成形于2千万年前，属于亚热带湖盆地区的山地，具有亚热带山地气候特点；其山势雄、奇、险、秀，东南、西北面的山体陡峻，悬崖壁立，东北、西南面的山势相对平缓，拥有4处具有世界意义的地质遗迹，8处国家意义的地质遗迹和众多有趣的地质现象。因地处长江、鄱阳湖交汇处，一山独立，从而让庐山同时拥有了独特且门类众多的自然景观。如：随处可见的云海、气象万千的瀑布云、神秘的佛光、蜃景，壮观的日出，神奇的日晕，晶莹剔透的雨凇、雾凇、冰瀑，激昂的瀑布、静静的湖水、潺

潺的小溪等等。在生物多样性方面，庐山表现的丰富而多彩，至今已记录到的生物有：植物3953种，其中野生种2475种；首次在庐山发现或以庐山（牯岭）命名的植物种有56种。动物334种，其中鸟类242种、兽类39种、爬行类33种，二栖类20种。昆虫2519种，其中有蝶类146种，蛾类853种；首次在庐山发现或以庐山（牯岭）命名的昆虫有33种。贝类79种。大型真菌202种。

1.2 庐山人文资源 经考古发现，早在6000年前，庐山便有了人类活动。而有记载以来，所涉年代最早的是匡氏兄弟在山修道成仙的种种传说；所涉帝王、领袖，先后有大禹治水登顶，周康王巡狩，秦始皇、汉武帝登临等等说法；记录有明太祖封“庐岳”，国民政府主席蒋介石以庐山为“夏都”，发布“《抗战宣言》”；中央人民政府主席毛泽东专程到此召开三次“庐山会议”等种种影响中国历史进程的重大事件。同时，中华民族还在此进行了流传千古的其他各类活动，书写了中华文明的重要篇章，留下了大量文化遗存，其中远古文化遗址20多处，中古文化遗址600多处，有近1500位历史名人来到庐山，建造了众多的书院、寺庙、碑刻、墓葬、桥塔等人文景观，传颂着1.6万多首享誉古今中外的诗词歌赋和众多经典著作。诞生了中国山水诗、田园诗、山水画派和中国第一部画论。其中贯穿并代表中国历史发展趋势的有：代表中国理学

发展轨迹的四大书院之首的白鹿洞书院；代表佛教中国化，中国佛教化的净土宗祖庭东林寺；代表道教从民间走向殿堂的简寂观。1895年，英国传教士李德立强租牯岭，开发避暑别墅，经其多年经营，18个国家千余幢（现存555栋）不同建筑风格的近代别墅、教堂和学校等建在了牯岭东、西谷一带，形成了独特的带有浓郁西方格调的近代建筑群。并由此使庐山逐步形成了道教、佛教、天主教、基督教、东正教、伊斯兰教一山六教共存的局面。期间中国民众的艰辛与苦难，中华文化与西方文化的碰撞，是中国近代苦难史中西方文化入侵的代表。

1.3 庐山自然风景资源成因的研究进展

1933年，地质学家李四光宣布在庐山发现了众多的第四纪冰川遗迹，1947年，发表《冰期之庐山》一书，奠定了中国第四纪冰川研究基础，中国第四纪冰川学说由此诞生。1934年，我国第一座亚热带山地植物园——庐山植物园在植物学家、中国近代植物学奠基人胡先骕、中国蕨类植物学创始人秦仁昌、中国植物园之父陈封怀三位先生亲手创办下诞生了。这座中国历史最悠久的植物园，成果众多，对庐山植物、昆虫有着深入的研究。1949年后，庐山又先后成立了庐山气象局、中国气象科学研究所庐山云雾试验站、国家自然保护区管理局，诞生了第一本《中国云图》。由此种种，让庐山在天象、地象、

生象上都有了深入的研究，为当代学生研学、大众游学奠定了扎实的理论基础。

2、庐山游（研）学现状

庐山自成立风景区以来，每年都有大量的学生与游客来到庐山实习与游览。参与教学的单位主要有庐山植物园、庐山气象局和各个景区管理所。学生们主要以庐山植物、生态环境、地质、地貌、气象、天文等自然风景资源以及成因为实习、研学对象，近几年增加出现了以庐山别墅为对象的绘画专业的学生来庐山练习绘画。讲解以学校老师、植物园的学者、气象局的工程师和庐山部分专业人员为主。而游客则以导游的讲解为主，以愉悦心情为目的，更是由于导游水平参差不齐，导致了游客对庐山风景的了解泛泛，不能将自然、人文历史的学习与启智教育融汇与贯穿在游览中。

3、庐山游（研）学体系的构建

庐山风景区有着门类众多而又颇具代表性的风景资源，依托这些资源，构建庐山游（研）学的讲解、内容、安全体系，可以让学生与游客在愉悦的心情下游览祖国大好河山，轻松地了解中华民族历史的进程，让学生、游客在不知不觉中增长知识，锤炼意志，感悟人生，助力风景区的可持续发展。



庐山植物园研学活动 (摄影李彦俐)

3.1 游(研)学讲解体系的构建

庐山的讲解体系应在梳理风景区固有的讲解体系,借鉴国外风景区的经验,结合学生与游客不同需求,从纵向深度和横向广度两个方向上,逐步建立和完善服务于不同需求对象的基础上构建。

3.1.1 不同深度讲解体系的构建
纵向深度的讲解体系建议构建为4个层级,每一层覆盖不同的需求,对风景区讲解的深度不同,收费价格也不同。第一层级为基础层级,以说明牌、二维码扫码为主体,到目前为止,庐山风景区已普遍建立,该层级的讲解实现了学生、游客的自助游,为免费层级。第二层

级为一般层级,是以旅行社、导游为主体,可满足普通游客的需求,这个层面也已基本实现,为收费层级,价格相对较低或将费用充抵到团费中。第三层级为高级层级,以周边学院的大学生、教师、驻山研究单位、专业单位的工作人员为主体,需建立面向公众开放的网上平台、对应的讲解人才库、分门别类的收费价格体系,以网上或电话预约为主要方式,以满足大、中、小学生研学和有一定特殊要求的游客的需求,这个层级在庐山主要表现在学生实习、研学中,有待推而广之;为收费层级,价格相对较高。第四层级为特级层级,是第三层级的升级版,以专业教授、研究员、

当地有专项特长的专家或暂居此地有意向参与此项工作的外地专家学者为主体,以满足有专业需求群体为目的;这个层级,收费最高;在庐山,这个层级目前仅停留在外交或高级层面,为免费,有较大的提升空间。

3.1.2 适应当今游(研)学市场变化,将景区员工培养成为岗位讲解员 游(研)学通常是团队式的,人数较多,为确保团队的安全和游(研)学的效果,一般通常一个老师或讲解员带领人数以6—8个为限,可少不可多,多了游(研)学效果、安全性就会相对减弱。为适应当前游(研)学形势的发展和风景区教育功能的增强,大量有素质、有知识的讲解员上岗服务已成为必需,让风景区内的每一位员工都成为本职岗位上的讲解员就成为了必要。这个目标可通过实行竞聘上岗,岗位成才和人才引进等手段实现,最终是让风景点的每个工作人员都能做到对自己所在风景点的风景特点、成因、安全要素了如指掌,让每一风景点上都有很好的讲解员或科普工作者。

3.2 游(研)学内容体系的构建

游(研)学内容体系的构建应依托风景区的风景资源来进行。风景资源在庐山分为自然和人文风景资源两大类。成熟的自然科学研究成果和清晰的历史脉络是庐山游(研)学内容体系构建的基础。

3.2.1 以自然风景资源为主体的内容体系的形成 庐山有着丰富

的自然风景资源,依据近一个世纪的庐山自然类的研究成果,庐山自然风景资源可分为地质类、植物类、昆虫类、动物类、气象类、天文类、生态类等。这些分类内容的理论和科普是以地质学家李四光,植物学家胡先骕、秦仁昌、陈封怀等中国著名学者和当今中国科学院庐山植物园、庐山气象局、中国气象科学研究院庐山云雾试验站、庐山自然保护区管理局、以庐山为研究对象或来山实习的各个大学和从国家到地方的各级科研院所,以及庐山本土专家学者的研究成果为依托的。经过近一个世纪的研究和探索,庐山在自然风景资源的研究上无论天象、地象、生象都有了较为成熟的理论体系。自上个世纪80

年代以来,庐山成为了众多大学的实习基地,成熟的理论成果与现实场景为大学生们提供了理论与实践完美的结合点,让大学生们的课堂知识在庐山得以融汇贯通。近10年来,庐山更是迎来了各种形式的中、小学生夏令营,学生们在庐山自然风景中拔涉,在拔涉中增长知识,锤炼意志,体悟自然,学会了尊重和欣赏自然。而作为游客,庐山自古至今就从未缺少过,这里的风景让帝王、领袖、大家、学者、诗人、商贾、道士、僧人、教士等心情放松,灵感勃发,挥手間就成就了一段段历史、一段段佳话,让中华民族的历史脉络深深地印入其间,成就了庐山“人文圣山”的特质。

庐山科普大讲堂 (摄影李彦俐)



3.2.2 以人文风景资源为主体的内容体系的形成 庐山在6000年前就有了人类的活动,清晰的历史脉络,传承并保留至今。与中华民族精神紧密相连的书院、研究机构,各类宗教、建筑,承载着中国理学、佛教净土宗、道教、中国近代文化、中国植物学的重要发展阶段;记录了中国抗战、中国人民解放军诞生、现代中国20世纪50—80年代的关键事件;诞生了中国山水文化。庐山的游(研)学的人文内容体系就依此建立并形成。至今,庐山形成了以白鹿洞书院为主体的传统文化游(研)学体系,在此间学生和游客可以了解、体验中国的传统文化;形成了以花径、博物馆、纪念馆、东谷别墅群为主体的中国历史脉络游(研)学体系,在此间学生、游客可以感受中国古代诗词、绘画的浪漫与豪放,感受近代中国的屈辱与无奈,西方文明的先进与可学习性,中国人民的不屈与抗争,感受中国人民建设新中国的热情;形成了以道教、佛教、天主教、基督教、东正教、伊斯兰教一山共存,和谐相处为主体的宗教游(研)学体系,在此间学生、游客可以了解各大宗教起源与发展历史。以此种种,让学生与游客在轻松、愉快中学习,在不经意间启智。

3.3 游(研)学安全体系的构建

安全是游(研)学过程中不可触碰的底线。游(研)学安全体系的构建,首先是要构建游(研)

学学生、游客自我保护的安全教育体系，做好日常培训和出行前的提醒；其次是要构建交通安全体系，确保交通安全；第三是要构建带队老师或组团旅行社、营地（宾馆）工作人员的安全责任体系，做好各类应急预案并进行演练，确保问题处置在萌芽状态；第四是要构建学生、游客游（研）学目的地工作人员的安全责任体系，确保游（研）学目的地设施的安全、安全员的到岗到位。

3.4 组织丰富地游（研）学活动，提高风景区游（研）学的吸引力

游（研）学是正常学习、生活以外的一种活动，具有良好的放松、愉悦、启智功能，是进行爱国主义教育重要而又深受欢迎的活动。风景区要对景区内的各类风景资源有一个很好的了解与掌控，以此构建出形式多样，与本地风景资源特征相匹配的游（研）学项目，供学生、游客选择。目前，庐山可供开发的活动项目众多，如自制书签、茶叶、茶饼；学茶艺、竹编；带种子回家、到气象局观天象、观察昆虫、鸟儿的一天等等活动。这些项目可设在研学营地或游学的宾馆，也可集中在特定的地方或区域，采用报名预约的方式进行。以此，既可以增加游（研）学的吸引力，提高学生、游客对祖国文化、山河的了解，激发游（研）学学生和游客的爱国情怀，还可以丰富当地的夜生活，增加游（研）学目的地的经济收入。

4、建立多方位的宣传平台，增加游（研）学目的地知名度和吸引力

风景区是环境优美、人文积淀深厚的区域，是游（研）学的好去处。加大风景区知名度的宣传，既有利于增加学生、游客的选择范围，也有利于风景区经济实力的提高。

4.1 利用现代媒体，不间断地推出风景区不同时间点的风景特点与话题 如在年轻人喜欢的抖音中，在不同季节，依托风景资源的特点，推出年轻人即时喜欢的话题，吸引年轻人的兴趣。在中年人喜欢的微信中，发动风景人的力量，不断推出能吸引中年人的风景特征与兴趣点，吸引中年人的兴趣。在老年人喜欢观看的电视中，不断推出吸引老年人的风景特点与兴奋点，吸引老年人的参与。

4.2 利用平面媒体，实现广泛的宣传 如在大众聚集的场合，更新四季变化中的风景区特征，让潜在的游客，能有不断接触到风景区的机会，让游客想出行时，能形成一种下意识的反映。大众聚焦的场合可以是地铁、公交车、城市广场等。

4.3 着力打造具有影响力的宣传产品 如传世的文学作品、画作；经典影视作品、歌曲等。在庐山当今主要有1.6万首诗词，其中最经典的是进入教科书的14首；最为经典的电影有放映创吉尼斯记录的《庐山恋》电影等。

4.4 实行点对点的沟通与宣传，吸引大、中、小学学生来到风景区设立研学或实习基地。

4.5 与旅行社进行深度合作，不断推出关于风景区的新话题与应时应季的游（研）学旅游产品。

风景区是具有观赏、文化或者科学价值，自然景观、人文景观比较集中，环境优美，可供人们游览或者进行科学、文化活动的区域，其中蕴涵着丰富的教育资源，如何把资源转化为优势是风景区管理者们当今正在思考的问题，谨以此文作为一条线索，供管理者们参考。

重视信息宣传工作 探索新时代景区宣传新途径

福建省武夷山风景名胜区旅游管理服务中心

信息宣传工作就是用各种渠道、各种形式、多种层面向领导、向社会、向系统传递政策法规、职能定位、工作部署、工作成就、市场信息等，具有宣传引领推动作用。随着时代的发展，信息宣传工作作为一个单位、部门工作的一环，越来越显示出它的重要性。作为景区单位，信息宣传工作，更是景区综合建设的一项重要工作，是推动景区品牌形象建设与升华的重要举措。

一、领导高度重视，积极构建新媒体平台

伴随着互联网的发展，微博、微信、视频网站、虚拟社区、网络论坛等网站组成的社会化媒体已成为目前影响力最强、推广效果最好的信息交流平台。应时代发展需要，武夷山景区在原有官方网站在

基础上，创建社会化媒体平台，如微信、微博等。

自2011年4月中国风景名胜区协会开始推动风景区应用社会化媒体工作，到2012年启动的“风景名胜区社会化媒体应用试点单位”建设工作，都受到各风景名胜区的积极关注。经过对提出申请的风景区进行筛选，最终确定武夷山风景名胜区管理委员会为首个风景名胜区社会化媒体应用试点单位。在2013年，基于武夷山“风景名胜区社会化网络应用试点单位”，通过考评的方式，在武夷山工作开展突出的情况下，协会授予武夷山风景名胜区管理委员会“风景区社会化网络应用示范基地”的称号。

二、加强信息交流，创建《碧水丹山》内刊

武夷山风景名胜区拥有国有

独资企业一家——武夷山旅游（集团）有限公司，控股、参股企业，如武夷山旅游发展股份有限公司、武夷山夷峰文化旅游公司、印象大红袍股份有限公司等十余家企业，连同武夷山风景区旅游管理服务中心（原武夷山风景名胜管理委员会）机关工作人员，共有两千余人，信息沟通难度大，信息量也大，原来缺乏信息交流平台，各部门、企业的工作经验、管理办法、重大信息宣传未能得到有效的交流。为整合武夷山景区信息宣传资源，发挥流传历史、展示风采、沟通交流的功能，及时收集景区动态信息素材，及时宣传报道景区信息动态和景区风采与正面形象，向社会各界传播景区声音，讲好景区故事，提升景区社会影响力，促进景区的内、外部的沟通联系，武夷山景区于2011年开始创办《碧水丹山》刊物。自创办以来，刊发

基层党建类1782篇，历史人文类442篇，创办《申遗成功十五周年特刊》《申遗成功二十周年特刊》《武夷山风景名胜区鸟类资源调查报告》《茶香武夷》《云河之美》等特刊五种，同时留下大量的珍贵的图片资料，也为景区、市里创建文明城市、文明景区、全域旅游等工作提供了大量的素材。

三、积极对接市委市政府，传达景区最新动态

根据武夷山市委、市政府的相关文件要求，为更好地反映宣传我市工作实绩、特色亮点、措施经验，武夷山景区积极响应，适时向市两办的《武夷要讯》《武夷政讯》推送信息，让市里了解景区动作动态，2019年已报送信息32条，刊登15条，通过信息的交流，争取市领导的关注，许多工作得到了市领导大力支持，为景区的发展获得了支持平台。

四、利用热点信息和热点平台，加大景区宣传

《三生三世十里桃花》热播，又赶上改词热，景区员工自己重新作词、自己录音在微信平台播出，反响强烈。“五一”“十一”适时推出美篇、微秀，点击率直线上升，关注量加大。及时宣传报道发现武夷佛光的热点信息，当日点击率超1万人次。景区股份公司工作人员尝试进行淘宝直播，点击率达

10万+，景区粉丝量激增。

五、发挥宣教功能，建设武夷宫书吧

一是在武夷山风景名胜区北入口、南入口、西入口人员聚集的服务中心，及景区内核心游览区如天游景区，均设立了大型的LED显示屏，不做广告投放，大力宣传和滚动播放党的方针政策、社会主义核心价值观、文明旅游倡导及安全旅游温馨提示、各景点游客容量、竹筏售票量占有量等，通过这些信息服务，引导游客文明出行，让游客在排队等候时了解国家有关方针政策，科学合理安排游程，使景区服务更加人性化、旅游秩序更加有序化，做到景区用心、游客省心，游客对景区的满意度和支持率呈上升态势。

二是在武夷山景区最繁华的客流集散地——武夷宫宋街，开设书吧，不追求经济利益，在书吧提供宣传武夷山的画册，销售描写武夷文化、朱子文化的书籍及武夷山籍作家创作的文学作品。希冀以此为基础，传承和弘扬中国传统文化和武夷山本土特色文化给中外游客，发挥好景区的宣教功能。

三是充分发挥“学习强国”手机客户端学习平台的优势。自2018年以来，“学习强国”手机学习平台越来越成为国家机关、企事业单位和党员同志学习新闻时事的窗口，受众面广，客户群体大，武夷山风景名胜区先后通过武夷山市委

宣传部门在“学习强国”中的中宣部学习平台和福建学习平台上发布了武夷山风景名胜区风光介绍、武夷山九曲溪竹筏漂流及登载了《福建武夷山：竹筏上的新时代文明实践》稿，在平台上展示了祖国的大好河山和武夷山景区的文明创建工作，社会反响强烈。

六、信息宣传下一步的工作安排

一是加强领导，把好导向，为武夷山景区科学发展营造良好的舆论氛围。把兼职通讯员延伸到各基层一线部门，自上而下建立强有力的宣传体系，自始自终坚持正确的宣传导向作用，始终保持积极向上的宣传理念，围绕景区管理服务中心工作，把握原则，确保工作得到正确落实。

二是保留《碧水丹山》“流传历史、展示风采、交流沟通”的一贯作风。全面、高效、及时地收集景区动态信息素材，宣传报道景区信息动态和景区风采与正面形象，提升景区社会影响力，促进景区的内、外部的沟通联系。

三是积极推进新媒体宣传。重点加强与今日头条、新浪微博、人民网、中华网、携程网等互联网和移动互联网专门机构的营销合作，创意提升微信、微博等网络营销，全面打开武夷山景区知名度。

杭州西湖风光摄影展开幕式在黄山举行 开启名山名湖牵手发展新篇章

深秋黄山，色彩斑斓，美景如画。杭州西湖风光摄影展开幕式在黄山风景区西海文化广场举行。西湖风景名胜区管委会副主任邓兴顺、黄山风景区党工委副书记、纪工委书记徐金武出席开幕式并分别致辞。

杭州西湖风光摄影展以“遇见西湖”为主题，共有“西湖十景”“西湖新十景”“三评西湖十景”在内的45幅作品现场展出，展期至11月30日结束，共40天。来自五湖四海的游客在海拔1700米的黄山之巅，即可欣赏到西湖的秀丽山水、幽深林壑和人文胜迹。

据悉，为主动融入长三角一体化发展国家战略，深入贯彻落实市委市政府加快融入杭州都市圈决策部署，2019年4月15日，西湖风景名胜区与黄山风景区召开座谈会并签订友好景区合作协议。双方决定10—11月联合举办“西湖—黄山友好景区风光摄影互展”活动。

黄山风光摄影展开幕仪式于10月22日上午在杭州西湖博物馆举行，展览以“醉美黄山”为主题，精心挑选了55幅作品展现黄山自然“五绝”之美。黄山的绝美风光在西湖的首次亮相也将会为金秋的西湖畔增添一道亮丽风景，为游西湖的游客带来别样的惊喜。

通过摄影互展活动，将进一步加强名湖名山的全面深入合作，为推动杭州、黄山两城交流合作，更好地发挥桥梁和纽带作用。

杭州西湖风景名胜区、黄山风景区相关单位负责同志出席开幕式并参观展览。

（葛旭芳）

整体转型 全面提升安徽九华山风景名胜区创新方式有效推进经济转型

今年是安徽九华山实施“整体转型、全面提升”发展战略的开局之年，九华山风景区管委会一班人，以“解放思想、创新工作、砥砺前行、奋力赶超”的精神，充分发挥政策的激励引领作用，积极组织职能部门激发景区市场主体的创新活力，加大了旅游企业扶持力度，鼓励旅游企业加大旅游新产品研发，创新市场开拓方式，增强市场开拓能力，推动风景区客源市场和人群结构的调整，实现旅游经济转型发展。近日，风景区根据“四送一服”相关规定，全面兑现了涉旅企业扶持奖励政策，共发放奖励资金257万元。

据介绍，在政策的推动下，九华山旅游业已涌现出众多新亮点、新趋势。首先是新型旅游产品正在不断丰富。“高铁+旅游服务”日趋成熟，风景区池州站高铁游客接待中心和高铁旅游直通车的高效运营，打通了高铁旅游最后一公里，为游客提供了优质便捷的服务；“游轮+入境游”快速复苏，风景区游轮接待再现“常态化”，截止今年9月底，接待游轮入境游客同比增加98%；“地质观赏+科普研学游”初显竞争优势，风景区借助风景区入选世界地质公园契机，精心推出的九华山地质景观观赏游、地质科普研学游、地质生态休闲游、地质公园历史文化游等地质旅游系列产品逐渐被市场接受。

其次是旅游新业态正在逐步形成。“体育+休闲游”颇具成效，国内大型气功、健身等体育赛事活动落户景区；“大健康+度假游”稳步提升，瑜伽、气功培训定期在景区举办；“民宿+自

助游”日趋火爆，景区民营企业转型发展提速，精品民宿服务成为新亮点。第三是旅游市场板块和人群结构正在不断优化，市场半径不断扩大。1—9月份，风景区接待中远程游客的市场份额上升了近2个百分点，其中福建、山东、河南等中程市场游客量增长幅度均在10%以上；景区游客结构也由农村向城镇、团队向散客、固定择业向自由择业旅游人群转变。

（王安民）

安全有序做好服务，云南石林国庆假日接待游客14.6万人次

今年国庆假日期间，云南石林风景名胜区共计接待游客14.6万人次，八方嘉宾云集彝乡，探秘世界自然遗产石林，歌唱《我和我的祖国》，传递爱国热情，共享欢乐假期。

五星红旗迎风飘扬，娇艳鲜花装点祖国华诞。在最负盛名的石林风景区，人们在撒尼人的迎宾鼓乐声中，跟随阿诗玛导游的脚步开始了石林喀斯特地质奇观之旅，精彩纷呈的文艺演出和民俗展示令人目不暇接，美丽的自然风光让人沉醉。在乃古石林风景区，唯美的波斯菊花海绽放出奇石森林里最美秋色，赏花拍照的游客络绎不绝。在长湖风景区，人们野营烧烤、漫步湖畔，在湖光山色中尽情享受假日时光。10月1日至7日，石林风景名胜区共计接待游客14.6万人次，景区讲解员出导2342次，景区停车场接待旅游车辆逾5万辆。其中，石林风景区接待游客11.5万人次，乃古石林风景区接待游客2.8万人次，长湖风景区接待游客0.3万人次。

国庆假日期间，石林景区安全有

序，市场秩序良好，营造了欢乐祥和的节日氛围。为保障国庆假日旅游安全、维护旅游市场秩序，石林风景名胜区管理局在节前周密部署、层层落实，投入综合执法员、安保人员、消防员270人，备战新中国成立70周年大庆假日期间的安全生产、市场秩序管理及维稳工作。局机关150余名干部职工下沉一线，助力假日旅游接待工作，在十字路口、停车场、游客中心、主景区等游客密集地，加强旅游咨询、交通疏导、观光车搭乘、导游票务、秩序维持、卫生保洁、文艺演出等景区服务，确保旅游接待工作有序、服务优质。国庆期间，景区与县公安局巡特警队、景区派出所、景区市场监管所紧密配合，强化联动机制，及时沟通信息，急游客之所急，发布游客求助信息56条，出动紧急救助6起，接处“一机游”、来电来人投诉纠纷抱怨6件，无重大旅游投诉、无安全事故事件发生，圆满完成国庆假日旅游接待工作。

（云南省石林风景名胜区管理局）

崂山处处皆风景 接待量再创佳绩

“山有灵性、海有气魄、城有活力、文有底蕴”，国庆小长假崂山“处处皆风景”。得益于刚刚入选首批国家全域旅游示范区的强势带动，凭借独特自然风光、人文禀赋、新兴业态、文明服务，吸引大量游客前来度假休闲，仅崂山风景名胜区7天就接待游客33.1万人次，同比增长10.2%。

全域旅游优势凸显，赏美景、品美食、晒美图。国庆假日期间，做为首批国家全域旅游示范区，崂山全域旅游

发展态势凸显，从观光到休闲、从景点到全域，大众旅游需求旺盛，带动旅游消费朝着个性化、品质化的方向升级。自助游、民俗游、美食游、体验游受到越来越多游客青睐，各地游客告别“走马观花”旅游时代，更加注重体验和休闲，快旅慢游成为新的旅游方式，住特色民宿、享民风民俗、品乡土菜肴成为假日旅游新风，农家乐、渔家乐、特色民宿等旅游特色经营点吸引众多游客前往，游客过夜人数增幅较大。

国旗飘飘、灯笼高挂，国庆假期氛围浓。为了庆祝新中国成立70周年，景区升挂国旗、摆放鲜花及展板、悬挂红灯笼、LED电子屏展示、组织红歌快闪活动等方式大力营造、烘托节日氛围。

各游览区内，一面面鲜艳的五星红旗迎风飘扬，一盏盏大红灯笼高高挂起，将绿水青山装点的喜气洋洋，充满浓厚的节日氛围。崂山游客服务中心中央广场摆放的庆祝中华人民共和国成立70周年宣传展板和主题花坛前不少游客在此拍照留念；仰口客服中心室外的LED大屏幕现场直播70周年国庆阅兵式，吸引游客们纷纷驻足，当国歌声响起，每个人都自觉肃穆，抑制不住的自豪和激动让不少游客眼中闪烁着泪花。在太清游览区，举行了祝福祖国千人签名活动，两千余名游客在“七十华诞山海同庆，齐心共筑中国梦圆”的横幅上签字留念，并将自己对祖国的祝福贴在了心愿板上，一个个名字汇集了赤诚的爱国之心，一句句祝福表达了国强民富的美好祈愿。

文明旅游深入人心，游客点赞景区优质服务。“现在‘文明旅游’已深入人心”，景区工作人员告诉记者，崂山景区正在积极倡导开展“绿水青山无痕旅游”的文明旅游活动，在崂山景区处

处可以看到设置文明旅游公示牌。景区还向游客提供一次性可降解的垃圾袋，供游客自取，方便将在旅游过程中产生的垃圾带回定点收集处，以提高游览区品质。“文明、和谐的旅游环境是每位游客都希望和向往的，关系到每位游客的切身利益，也关系到旅游景区的自身形象，随着游客素质的提高，我们提倡的‘绿水青山无痕行动’参与的游客也越来越多，这样，慢慢的景区会天更蓝、水更清、树更绿，映入我们眼帘的就只有美景。”景区相关负责同志介绍说。不少游客也表示“现在大家的素质也在不断提高，随地扔垃圾的现象不断减少，一个小小垃圾袋给我们的出行提供方便的同时，也让我们感受到崂山景区服务的周到与贴心。”

国庆七天，虽然客流量屡创新高，可没有降低景区的服务标准，一线工作人员服装整齐，用最美的微笑迎接八方来客，党员示范岗、学雷锋志愿服务岗、青年志愿岗、爱心妈妈屋等服务功能和设施不断完善以温馨热情、高效规范的服务展示了“温情崂山”的良好形象；扶老人过闸机，帮助搬抬婴儿车，为特殊游客开启绿色通道，每位工作人员都充分发挥人文关怀，人性化服务，让游客都能体会到“太清家园”的温暖；设置志愿服务岗，为游客提供现场服务，想游客所想，急游客所急，背急性肠痉挛游客下山，为游客寻找掉落索道沿线的背包、手机，开展形式多样的文明旅游宣传，劝导游客文明出行，充分展现了“微笑仰口山海情”。

据工作人员介绍，节日期间崂山游客服务中心为特殊游客开启无障碍通道200余次，失物招领22起，提供初级救护和药品49次，便民服务24次，行李寄存1200件，发放导览图4600余份，流

动服务车循环接送行动不便游客，受到游客赞叹和好评。

这个国庆假期崂山景区4次荣登央视荧屏：10月1日阅兵式直播后，歌曲《今天是你的生日》取景崂山风景区仰口游览区，中央电视台《新闻联播》、《第一时间》、《24小时》走进崂山全方位、多角度体验报道：让海内外朋友饱览大好河山、感受祖国巨变。从景点旅游向全域旅游，从高速增长向优质发展，从观光旅游向休闲度假，崂山旅游的“三大转变”助力于“景城乡一体、山海空联动”中，彰显山海度假全域旅游“崂山模式”。

（王晶晶 王绪娇 朱博文 李军）

新疆天池：紧盯节点不能让

“要以学习《中国共产党问责条例》为契机，严格规范自己的一言一行，在工作和生活中，必须时刻不放松自己思想修养，时刻用问责条例来提醒自己、约束自己”。国庆之际，新疆天池管委会纪委早打“预防针”，定好“规矩阀”，紧盯关键时间节点，认真执行廉洁过节各项规定，持续深入纠治“四风”，坚决杜绝“节日腐败”。

加强廉政教育，重申纪律规定。国庆节前，天池管委会通过党支部主题党日、党委中心组会议开展对全体党员干部党纪党规和违反中央八项规定精神典型案例警示教育，重点学习了新修定的《中国共产党问责条例》、《党组讨论和决定党员处分事项工作程序规定（试行）》、中央纪委监委和自治区纪委监委近期通报的违反中央八项规定精神的典型案例，强化纪律规定，警醒全体党员干部守纪律、讲规矩，守底线、知敬

畏，切实增强廉洁意识，时刻绷紧纪律之弦。

加强廉政宣传，守住纪律红线。通过工作群给全景区党员干部发送廉洁过节的公开信和提醒语，及早提醒全体党员干部增强廉洁过节意识，遵守各项工作纪律，切实守住纪律红线，防止“四风”反弹回潮。

强化监督检查，抓好作风建设。对纪律作风开展明察暗访，通过现场询问、实地查看、翻阅记录等形式对工作作风、公车管理使用等情况进行督查，确保作风建设深入推进，持之以恒纠治“四风”。

天池管委会纪委负责人表示：“作风建设无小事，必须发扬钉钉子精神，一个节点一个节点坚守。节中、节后我们还将继续加大作风督查力度，形成常态化机制，积极营造风清气正的节日氛围”。

（罗红梅）

小七孔全力守护景区的 “金山银山”

强化夜间巡逻，保好水中鱼。从景区派出所、特勤队各抽调5名工作人员组建景区资源保护中队，实行领导分组带班制度，24小时“三班倒”常态化开展资源保护巡查，强化夜间巡查力度，严厉打击违法电鱼毒鱼行为，依规处置在景区网鱼钓鱼活动。2018年来，开展资源保护巡查310次，制止在景区内钓鱼行为12次、收缴鱼竿16根，查处网鱼案件2起。

加强排污巡查，护好景中水。组建巡查专班，加大对景区内经营商家、酒店、项目组等排污监管力度，杜绝污水

直排现象发生。落实“谁经营谁负责”责任制，签订安全、卫生、环保责任书，保障景区内饮食安全、卫生整洁、水质清澈。2018年来，共排开展排污巡查27次，查出存在污水直排经营户3家，关停整顿3家，处置相关责任人员7人。

严抓防火布控，守好山中景。制定森林防火值班制度，严格规范景区职工和经营户的生活生产用火安全；严禁游客在景区内吸烟用火，构建无烟景区。在每年春节、清明、春耕备耕期间，组织干部职工对周边群众野外用火进行实时监控，严防森林火灾发生。2018年来，共开展常规护林防火巡查231次，共张贴森林防火宣传标语323条、森林防火火通告2000份，制止群众擅自野外用火22次，圆满实现2018年度景区森林火灾零事故目标。

（贵州省小七孔风景名胜区）

天柱山黄梅戏唱响 2019中国森林旅游节

10月18日，由国家林业和草原局、文化和旅游部、江苏省人民政府共同主办，主题为“绿水青山就是金山银山——江海之约·森林之旅”2019中国森林旅游节在江苏南通开幕。天柱山风景区参展，全面展示了天柱山特色人文旅游资源。

据悉，中国森林旅游节每年举办一届，此前已先后在武汉、长白山、上海、广州等地成功举办了四届，是我国森林旅游行业重要的展示平台、宣传平台、交流平台和合作平台。对扩大森林旅游社会影响、拓展森林旅游市场、加速社会资源交流等具有重要意义。全国

各省市县、森工企业齐聚此次旅游节，集中展示了各地丰富的森林旅游产品和旅游资源。

本届森林旅游节的主要活动包括开幕式、全国森林旅游风光和产品展示、全国森林旅游扶贫推介展示、全国森林旅游推介会暨森林旅游合作签约仪式、三个学术论坛。

在天柱山森林公园展厅内，通过图片、视频、书籍等多种形式展示天柱山秀美的自然风光、深厚的文化内涵、丰富的旅游资源和优质的管理服务，参观者络绎不绝。展厅内黄梅戏演出更是惊艳四方，充分显现了黄梅戏的艺术魅力，众多观展嘉宾驻足倾听，如痴如醉、掌声不断。演出期间答题送天柱山门票环节，场面十分火爆，拿到门票的朋友纷纷表示，马上去天柱山走一走、看一看。南通的薛先生高兴的说：“对古南岳天柱山仰慕已久，黄梅戏很好听，今天答题赢得了6张门票，马上就带着家人去天柱山啦”。

同时，琪怡茶叶、王河舒席、松花酒、五福瓜蒌子、天脉山铁皮石斛、梦香缘结香花茶等丰富的天柱山森林旅游产品亮相本次旅游节，吸引了五湖四海朋友们的目光。

天柱山森林景区负责人表示，借助中国森林旅游节这个大平台，是推动天柱山森林旅游更好更快发展的客观需要，充分发挥天柱山生态资源优势扩大影响力、凝聚力；充分发挥森旅节的辐射带动效应，把天柱山生态资源优势转化为发展胜势，让更多人民群众分享天柱山生态文明成果，牢固构筑起生态文明建设的思想长城；及时抢抓机遇，争当更高质量融入长三角一体化发展先锋，更高质量推动我市经济社会发展。（储著芳）

凤凰山“十一”黄金周信息

凤凰山旅游集团公司在市委市政府的领导下，在各部门的大力协助下，为广大在“十一”黄金周期间来凤凰山游览的游客提供了全面、高质量、高素质的旅游服务接待工作，取得了良好的社会效益和经济效益。“十一”期间，凤凰山风景区共接待国内外游客10万人次，门票收入688万元，综合收入1430万元。

“十一”期间，凤凰山旅游集团公司领导班子严格监管，每日坚守工作第一线，在各重要环节严格把关，实时监控景区游客接待情况，指挥有利调度及时。单位职工加班加点、挂牌上岗、微笑服务，用最好的状态和严谨的工作态度热情接待每位游客。一线工作人员的高素质服务，在游客心中确立了凤凰山景区一贯的良好口碑。为保证游客安全、便捷、舒适的游览景区，“十一”期间景区在大山门、凤凰广场、西山景区入口区设立多个咨询服务台，同时安排60多名安全服务人员定点分布整个游览线路，随时为游客提供咨询、帮助。在服务科、西山景区入口、玻璃桥及部分安全服务人员处准备有创可贴、感冒药、碘酒纱布、速效救心丸等一系列医疗药品，给游客更加快速稳妥的医疗救助。

今年，凤凰山景区新开放的由黑风口栈道、玻璃桥、古城里栈道、情人谷大吊桥等一系列游览景观形成的古城里景区游览线路，配合西山景区游览线路形成的大循环，达到了扩充景区容量，延长景区线路，分流游客，缓解西山景区压力，开源创收的最终目标，并使凤凰山景区在游客心中的地位和形象更上一个档次。“十一”黄金周的圆满结

束，带动了凤城市经济发展，进一步加快了凤凰山风景区又快又好发展的脚步。

（凤凰山旅游集团公司）

永安市桃源洞—鳞隐石林管委会坚持问题导向 精准发力促成效

永安市桃源—鳞隐石林景区管委会聚焦影响和制约景区高质量发展落实赶超问题抓整改，努力为广大游客提供更安全、更舒适、更优质的旅游体验，切实把“不忘初心、牢记使命”主题教育成效体现到推动景区高质量发展上。

针对景区安全设施不完善、基础设施老旧、管理服务不够规范等问题，边学边改，自活动开展以来，景区党委班子成员多次带队深入一线实地调研，采取实地查看设施，现场与一线工作人员交流，向游客征求意见、谈体验等方式，掌握制约景区高质量发展最真实、最直接的问题，通过精准发力，切实有效解决问题。

目前，景区已高标准改建了2个厕所，进一步完善了管理制度，并对安全防护栏进行了拉高加固、增设了安全警示标志、拆除了垃圾焚烧炉等，景区高质量发展初显成效：管理团队精神面貌焕然一新、景区卫生环境整洁有序、游客安全保障切实有效。

（邱燕江）

丰都名山：活动丰游客多效益好

今年国庆长假期间，丰都名山风景区推出系列活动，吸引八方游客，景区秩序井然有序，实现社会效益和经济效

益双丰收：共接待游客53911人，实现旅游收入419.64万元，两项指标均创新高。

为增加节日氛围，提升游客旅游体验，名山风景区利用国旗、花卉扮靓景区营造喜庆祥和的节日气氛，推出奇鬼献艺、城隍巡游、国风汉服秀、夜游鬼城和大型魔幻魔术表演等特色活动。景区变得既好看又好玩。

为应对从未有过的客流高峰，名山风景区优化交通线路，全体领导和职（员）工全员上岗，采取划定聚集区、分流区，定点值守，分流疏导、增加运力、交通临时管制等措施控制秩序，各相关部门通力协作，紧密配合，“十一”黄金周期间经受住了考验：整个假日期间，景区运营良好，秩序井然有序，无一例游客有效投诉，无一例安全责任事故发生。

（张世斌）

畅游大美峰山 祝福国泰民安 峰山十一假期完美收官

畅游大美峰山，祝福国泰民安。七天的国庆假期完美收官，峰山风景区国庆氛围浓厚、活动丰富、市场火爆、安全保障有力、秩序平稳、游客热情高，整个十一假期无安全事故、无旅游投诉事件发生，实现了“安全、秩序、效益、质量、文明”五统一的目标，呈现出以下特点：

一是国庆氛围浓，红色峰山成为主题。今年是中华人民共和国成立70周年，峰山风景区以“畅游大美峰山、祝福国泰民安”为主题，精心布置万盆鲜花扮靓国庆，在山门牌坊、东山门等区域摆放鲜花和庆祝中华人民共和国

成立70周年logo，沿途插上了国旗、彩旗等，在白云宫区域还插了龙旗、道旗等，国庆期间为游客免费赠送小国旗，鲜花与红旗交相辉映，营造了浓厚的国庆氛围。整个黄金周期间，峰山景区五星红旗迎风飘扬，到处洋溢着中国红，欢快的歌声在山谷回荡，四面八方的游客纷至沓来，以不同的方式表达对祖国的热爱之情，到处呈现出一片热烈祥和的景象。

二是系列活动多，乐活峰山绽放魅力。为迎接十一黄金周，峰山景区深入挖掘峰山历史文化内涵，提前谋划，制定了峰山风景区国庆活动方案。在国庆期间推出奇石寻趣、洞穴探险、激情峰山大家唱、眼疾手快游戏等活动。峰山奇石络绎不绝、形态各异，游客融入其中，感受大自然的沧海桑田，纷纷合影留念。峰山洞穴相连，纵横通达，曲径通幽，窈窕相连，深邃莫测，景区推出了盘龙洞、踞龙洞内开展洞穴寻宝活动，吸引了广大游客的兴趣，游客穿梭在天然山洞内，还能获得精美的纪念品。在八卦石演艺广场推出全民K歌活动，邀请旭日阳刚王旭前来峰山献艺，与游客联欢，让游客沉浸在浓厚的国庆氛围中。今年国庆最后一天和重阳佳节喜相逢，双节引爆市场，景区推出了“我陪爸妈游峰山”活动，踏秋赏菊、登高祈福、孝老爱亲成为主题，丰富多彩的活动受到了游客的好评。

三是免费政策好，惠民峰山受到热捧。峰山风景区历来坚持把公益性放在首位，国庆黄金周期间推出了形式多样的惠民优惠措施。国庆期间景区正常执行邹城市民凭身份证、1.4米以下的儿童、60周岁及以上老年人持本人身份证或老年证、导游证、军残证、新闻出版总署记者证，现役军人凭士官证与保障

卡、济宁旅游惠民卡的游客凭实体卡、电子虚拟卡（二维码）及本人身份证、残疾证、高层次人才凭借山东惠才卡与本人有效身份证件等免费入园政策，对全日制大学本科及以下学历学生凭本人学生证实行门票半价优惠政策。国庆期间凡名字带有建国、国庆的游客和生日是10月1日的游客，凭本人的有效证件免费游览景区等趣味性强、互动性高的惠民活动，极大地激发了游客的出行热情。

四是宣传效应强，文明峰山蔚然成风。为营造良好节日氛围，景区积极响应“每个人都是一道亮丽的风景线”的文明旅游主题，通过各种渠道积极宣传文明旅游，利用景区网站、微信公众平台、办公楼LED大屏发布文明旅游倡导书，倡导游客文明出游，景区内随处可见文明旅游宣传专栏及横幅，文明旅游氛围浓厚。通过报纸、网络、电视、微信、微博、抖音、快手短视频等渠道宣传景区动态，同时积极开展文明旅游志愿者宣传活动，在检票入口、山上休息亭等处组织专人发放宣传单，“红马甲”旅游志愿者身影遍布景区，全天候为游客提供旅游咨询、道路指引、文明劝导、交通疏导等服务，引导游客遵守法规、讲究礼仪、爱护环境，传递文明旅游、平安旅游、健康旅游的理念，号召共同推动“优质服务、文明旅游”，让游客更好感受文明峰山的魅力所在，文明旅游蔚然成风。

五是安全措施实，平安峰山保驾护航。节前，峰山风景区召开了十一假期安全保障工作会议，对索道、高空栈道、山上危险地段进行了安全隐患排查，下发了《2019年国庆假期安全责任分工表》，对假期旅游工作做出安排部署，实行领导在岗带班制度和24小时

值班制度，工作人员全员上岗，打破部门界限，全部精力都集中在一线。并会同峰山镇组织派出所、食品药监、交警等相关部门在景区主要出入口现场指挥交通，增开临菏路生态停车场，联合国运公交公司增开公交车辆，邀请枣庄蓝天救援队在山顶观海石、宕天梯等处为游客提供周到细心的旅游咨询、道路指引、游客疏散及应急救援备勤等服务。虽然从10月4日-6日下起了雨，所有工作人员坚守岗位，确保了安全万无一失。整个黄金周期间，峰山旅游整体运行平稳、秩序良好。

（张伟波）

鸣沙山月牙泉2019国庆假期 旅游接待圆满收官

国庆假日期间，天气晴好，秋高气爽，鸣沙山月牙泉风景名胜区迎来了旅游接待高峰。据大数据平台统计，鸣沙山月牙泉景区国庆节期间累计接待游客13.2万人次，单日最高游客接待量达到3.2万人次。景区周密部署旅游服务接待，切实保障旅游安全，景区旅游秩序良好，未发生旅游安全事故，圆满完成假日旅游接待工作。

为迎接今年“十一”黄金周，鸣沙山月牙泉景区提前安排部署，召开了迎国庆旅游高峰旅游服务暨安全生产动员大会，下发了《“十一”黄金周旅游接待工作方案》，从交通疏导、项目经营、咨询投诉、消防安全、宣传营销等各方面进行了全面部署，将任务明确到每个部门、每个岗位，力保每一项接待工作责任落实到人。节前，鸣沙山月牙泉景区管理处联合大景区管委会对景区安全生产、经营项目、服务设施等进行

了全面排查，及时消除安全隐患。

为给游客提供干净舒适、安全有序的游览环境，创造更加舒适快乐的旅游体验，鸣沙山月牙泉景区全体职工坚守工作岗位，以饱满的热情和细致周到的服务迎接四海宾朋。景区管理处领导十一黄金周期间全天坐镇，实时现场指挥调度，及时处理各类突发问题，保证游客游览质量；安排管理处干部职工前往一线工作岗位，本着“不让每一位游客受委屈”的工作理念，为游人提供义务咨询和引导服务，并全力督察旅游接待服务质量；安排职工对景区外围环境包括露营基地、21公里围栏区域进行巡查，发现问题及时纠正整改；为保证游客快速进入景区，景区售验票窗口通道全部开通，增加专门工作人员在验票口维持秩序，疏导游客，在人流密集时刻，引导游客网上购票，直接扫码入园，减少游客排队购票时间，确保游客顺利进入景区；投诉咨询电话24小时畅通，解答游客各类问题，同时在游客中心、验票口增加流动式咨询人员，为游客答疑解惑。

自驾游仍然是十一黄金周出行的主要交通方式。为有效缓解交通压力，鸣沙山月牙泉景区及早制定了车辆分流方案，在主要游览道路沿线增设交通指示牌、导向牌，安排景区派出所民警全天执勤，全力保障交通疏导，并与交警大队联系增加警力进行交通疏导，协助做好车辆的分流和停放。虽然车辆密集，交通压力巨大，但是车辆停放有序，通行畅通，没有造成大的拥堵。

今年景区卫生间的提升改造工程为十一黄金周期间游客“如厕”问题带来了不小的压力。为合理解决游客的“方便问题”，鸣沙山月牙泉景区在鸣月广场和东山顶增设了2座可移动卫生间，

并将东戈壁客流量较少的可移动环保卫生间移动至铁背鱼广场；在景区各大卫生间设置温馨提醒牌，提醒游客就近如厕。十一黄金周期间气温骤降，景区提前开通了卫生间洗手池温水，“三秒出热水”的贴心服务让不少游客体验到了家的温暖。

恰逢祖国70华诞，鸣沙山月牙泉景区装扮一新，国庆氛围浓厚。国庆当天，景区工作人员全部换上了迎国庆“红装”，并向游客免费发放国旗纸贴，最佳摄影点、月牙泉边设置了国庆主题道具，游客纷纷拍照打卡。

为保障黄金周景区外围环境卫生和旅游秩序，大景区管委会、月牙泉镇、市场监管局、自然资源局、执法局、运管所每天开展联合执法，重点对景区主入口两侧区域环境卫生、流动摊点、占道经营、哄抬物价等行为进行治理整顿，保证黄景周期间景区周边环境优美、秩序优良。

凭借着独特的自然景观，结合浓浓的国庆氛围，优质、暖心的服务，文明、规范的游览秩序，鸣沙山月牙泉景区受到广大游客的一致好评。游客在景区制作的“祝福祖国”“点赞祖国”等打卡场景前拍照留念，制作抖音视频，部分抖音作品播放量达到了1.5亿，对宣传鸣沙山月牙泉景区、宣传敦煌旅游发挥了很好的作用。

（韩艳茹）

黄山风景区保持高度警戒积极 应对当前森林高火险天气

九月以来，黄山风景区天干物燥，枯枝落叶不断增多，森林防火压力陡增。据气象部门统计，截止10月22

日，黄山风景区晴旱天气发生天数为44天，较去年同期（22天）增加200%；火险等级三级（含三级）以上发生天数达33天，较去年（12天）同期增加258%；降雨量较去年同期减少20%，其中9月6日至10月21日，降雨量只有2.2毫米。黄山风景区管委会全面落实单位主要领导负责制、分管领导责任制和“全员参与、全山联动”的森林防火机制，积极应对当前森林高火险天气，确保迎客松等遗产资源和黄山生态安全。

防火宣传教育不放松。自全市进入秋冬季森林防火火期以来，黄山风景区全面启用30个森林防火卡通宣传警察、10处防火宣传站以及宣传车、流动宣传摩托车，并通过微信公众号、电子显示屏、营运车辆及索道缆车语音、视频系统、宣传告示栏、防火通告、温馨提示卡等媒体媒介和影音设备，高密度、全覆盖开展森林防火宣传工作。园林部门会同周边各镇村场负责人、护林员，采取悬挂森林防火宣传标语、设立森林防火宣传板报、张贴《森林防火通告》、发放森林防火知识宣传册（宣传单）、开展“小手拉大手”活动等形式，大张旗鼓宣传森林防火法律、法规，普及森林火灾预防和扑救知识，积极营造森林防火的浓厚氛围。9月份以来，景区共发放《画说黄山市森林防火》560册、《温馨提示——进入林区 注意防火》237份、“黄山风景区森林防火”卡片6556张，上门入户宣传防火137户，向游客宣传森林防火1.4万人次。

野外火源监管不脱节。园林各管理区落实班子成员分片防火包干制度，并抽调机关和庭园工参与森林防火工作，140余名护林防火队员和防火管理人员高密度开展日常巡护巡查，切实做到

时间向早中晚延伸，巡护重点向突出部位延伸,巡护区域向冷点冷线延伸；边远路段实行带饭、送饭开展巡护检查。突出对驴友、摸山、智障等重点人群的监管，对进出冷点冷线、路口谷口、资源保护管理站人员实名登记制度；加强与周边的联防联控，实现信息、资源共享；紧盯重点森林火险区、冷点冷线和生产生活用火，确保森林防火监管无缝隙。

隐患排查整改不掩饰。成立秋冬季森林防火督查组，按照“横到底，纵到底，不留死角”的要求，对全山40余家单位、经营摊点、工地工棚，以及周边镇村场，开展拉网式防火排查督查，对检查出的火险隐患，认真落实“四不放过”的整改原则，追查到底，绝不姑息。入秋以来，园林部门提前组织清理游道两侧的可燃物，共计18万平方米；清迁游客搭建帐篷到指定地点327顶，代管火种726（打火机）个。森林火险达到四级，立即组织人员对公路、登山步道沿线两侧，利用防火水网、洒水车开展洒水作业，以降低森林火险等级。

应急值守备战不停步。严格执行森林防火五级（管委会领导、森林防火指挥部成员、园林部门领导班子成员、防火部门全体工作人员、园林各管理区负责人和中队负责人五个层级）值班制度，各瞭望台和林火自动监测系统实行高密度火情瞭望监测，200多个防火水池蓄满了水，专用工具车和近70座防火器材仓库满载近5000件防灭火器材和装备，3000余亩生物防火林带和一百多公里的防火快速通道建设布设完成。以防火专业队、各单位应急扑火队为主体的近2000名扑火队伍，在经过“徽州百工”森林防火技能大赛、黄山风景区高海拔区域扑火模拟演练后，进入临战状

态，确保关键时刻人员拉得出、设备跟得上、队伍打得赢。

（方立华 汪娜）

新疆天池：开展“不忘初心 牢记使命”警示教育和 红色教育活动

“这种警示教育形式直观、生动，感染力强，思想受到很大触动，我们要以案为鉴，以人为镜，时刻提醒自己绷紧廉洁自律这根弦，进一步改进作风、立足岗位，以担当诠释初心，以行动践行使命”。10月7日，新疆天池组织70余名党员干部前往阜康市反腐倡廉警示教育基地、瑶池园博格达书院的廉政主题书法漫画剪纸作品展、驻市某部队红色革命教育展馆开展“不忘初心、牢记使命”警示教育和革命传统教育。

在阜康市反腐倡廉警示教育基地讲解员的带领下，党员干部们通过讲解员讲解、亲身体验、观看警示教育视频、廉政宣誓等多种方式，接受了一次深刻的思想洗礼，进一步增强党员干部廉洁自律意识，筑牢拒腐防变的思想防线，深化了“不忘初心，牢记使命”警示教育效果。

一幅幅鲜活的廉政剪纸作品、一句句意味深长的书法警句格言、一幅幅妙趣横生的廉政漫画，在瑶池园博格达书院吸引了天池管委会70余名党员干部的目光，同志们时而驻足停留观看，时不时一起低声交流感想，畅谈体会书法作品所撰写的名言警句，深化了“不忘初心、牢记使命”廉政文化教育效果。

在驻市部队红色革命传统教育展馆，党员干部们接受革命传统使命，通过参观学习，党员干部强烈感受到部队

官兵坚决贯彻习主席强军思想，践行使命目标，建设世界一流军队的昂扬风貌，进一步坚定了天池景区党员干部理想信念，牢记了初心和使命！

（罗红梅）

全省旅游突发事件综合应急演练 在鸣沙山月牙泉举行

10月17日，全省旅游突发事件综合应急演练在鸣沙山月牙泉景区举行。

本次救援演练实战模拟了游客中暑救援场景、游客在鸣沙山月牙泉沙漠腹地走失营救的场景和恐怖分子在游客密集区域放火并砍伤游客的场景，通过发现险情、疏散游客、向上报告、发起救援、请求支援、快速处置等一系列程序，向各景区和旅行社从业人员展示了一场反映迅速、流程规范、处理得当的应急救援演练，有效检验了景物工作人员对应急预案、执行程序的掌握程度和实际操作技能。

通过此次应急演练，使各旅游景区和行业相关部门进一步了解了掌握了应急救援流程和应对旅游突发事件发生时应采取的防护措施和方法，有效提高了行业应对旅游突发事件快速反应能力。

近年来，鸣沙山月牙泉景区严格遵守“安全第一、预防为主、综合治理”的工作方针，落实国家各项安全生产和应急救援政策性要求，抓好景区安全生产工作。为应对景区内的突发事件，景区成立了管理处+公司+派出所的应急处置小组，管理处统一指挥景区各项应急救援反恐处突各项事件，拥有救援队员50余人，配有沙漠摩托车、沙漠越野、救护车、直升机、无人机等特种救援设备，并通过智慧景区平台提高应

急救援处置能力，每年组织相关救援人员进行应急救援培训及应急处置演练。同时，景区和卫健局、应急管理局、公安局、旅游局等单位建立了应急救援体系，保证景区发生突发事件快速响应，协调处置。截至目前，鸣沙山月牙泉景区2019年启动应急救援32起，成功救援走失游客6名，突发病游客23人。

（韩艳茹）

强化监管 提升服务 九华山“十一”黄金周纳客 27.22万人次

国庆期间，笔者一进入安徽九华山风景名胜，就看到各处张灯结彩、红旗飘扬，《我和我的祖国》等歌曲在景区景点飘荡，全场上下洋溢着欢乐祥和的节日气氛。为广大家来山的中外游客增添浓浓的节日氛围，游兴大增。在十一黄金周期间，九华山全面实现旅游经济效益和社会提升效益双丰收。

据九华山风景区旅游管理部门数据统计：截至10月7日16点，7天共接待游客27.22万人次，实现旅游收入29238.82万元。共接到各类旅游咨询电话191起（主要是交通临时管制时间、景区天气状况，旅游线路走向、旅游班次，景区景点的住宿价格及节日门票价格等）。风景区节日旅游市场秩序井然，旅游线路畅通，无安全事故和重大旅游投诉发生。

据介绍，今年十一，为了让游客在九华山度过一个难忘的假期，景区以“庆祝新中国成立70周年”为主题，在举办了多种庆祝活动的同时，九华山风景区管委会不断丰富假日产品，假日活动精彩纷呈纷呈。九华山风景区结合秋季特点，

以观光、揽胜、休闲等传统产品的基础上推出地质探秘游、研学游系列活动，引导海内外游客特别是青少年游客走进、探秘九华山世界地质公园。各大旅行社根据不同人群需求，量身定制了多条旅游线路，纷纷推出自驾赏秋游、民俗体验游、摄影采风游、徒步登山游等旅游特色产品，深受广大游客青睐。

随着九华山风景区交通环境的不断改善，特别是4小时经济圈的中短线自驾游更显火爆，据了解，景区游客群体大部分以中短线游为主，省内及传统的线路江、浙、沪等长三角地区传统客源地游客仍旧居多，此外，来自湖南、河南、江西、山东等中线游客也有大幅度增加。

旅游秩序井然，景区各个停车场设立多个自助售票点，游客可以用手机扫码自助购票、预订、查询。面对如潮的自驾车流，景区启动多个备用停车场，根据实际情况科学引导，及时分流车辆，保障自驾车辆停放有序、进出畅通。花台索道添置新车厢，客运公司投入共180余辆大巴车，有效提升了景区运力，并增设6个售票窗口，极大缩短了游客排队购票时间。

倡导文明旅游，景区组织100多名志愿者，主动放弃假日休息时间，在景区景10余处开设旅游咨询服务台为来山游客提供便利咨询服务，并为游客遗失物品15起，好人好事层出不穷，积极引导“文明交通”“文明言行”和参与重要节点秩序维护。优质高效的服务受到来山游客们的一致好评。

十一黄金周之后，正值九华山的浓浓秋日，在秋色的装点下，九华山风景如画，气候宜人，环境优美，引得众多游客纷纷驻足观景、拍摄，称赞连连。

（王安民）

西湖七十年流变忆胜

图文 | 胡理琛

西湖在汉之前是海湾，潮汐泥沙淤积成泻湖。隋唐湖水淡化，湖泊固定。因三面环武林山，曾称“武林水”，钱塘县治从灵隐山移至平陆后，故名“钱塘湖”，因湖在城西，又称“西湖”。唐时西湖已名闻全国，白居易诗云“未能抛得杭州去，一半勾留是此湖”。北宋称“西湖”。五代吴越国、南宋王朝建都杭州，西湖面貌改变迅速。南宋时画舫笙歌，楼台金粉，成了达官贵人的销金窝。元初年（1271）意大利旅行家马可·波罗游记中，誉杭州为“世界上最美丽华贵之城”，从此西湖驰名世界。

从唐到清，西湖大疏浚治理23次，其中：唐刺史白居易疏浚筑堤；北宋知州苏轼疏浚筑苏堤，湖中建石塔三座；南宋临安知府赵与筑赵公堤；明钱塘县令聂心汤堆三潭印月园地；明知州杨孟瑛筑杨公堤、湖心亭园地；清浙江巡抚阮元疏浚筑阮公堤。

历史留下大量文化遗迹和无数赞美西湖脍炙人口的诗文传说、名人逸事。景观构成：三面云山一面城；山不高，湖不大；山体绵亘蜿蜒，层次丰富；湖面大小曲折变化有致，水平如镜。两千年历史，人文荟萃，名胜古迹众多，人工美与自然美交融浑然一体。

新中国70年西湖的演进过程，我认为可分三个阶段：疗伤复苏 开启新程（1949-1966）；“文革”蒙难 劫后重生（1966-1981）；健步向前 追求一流（1981-2019）。

疗伤复苏 开启新程（1949-1966）

1949年5月杭州解放，那时西湖湖水淤浅，古迹废瓦颓垣，破败不堪，1600多年历史的灵隐大殿倾塌，柳浪闻莺、西泠印社变成垃圾场，苏堤、孤山部分变成菜园。西湖

周围，一片荒山秃岭，满目疮痍，伤痕累累。

在党的领导下，建国伊始立即开展西湖疗伤工程。首任省委书记省政府主席谭震林问时任建设局长的余森文：

“你到过日内瓦，日内瓦到底好在哪里？”余答：“日内瓦湖水清澈，山体终年常绿。”谭说：“我们共产党人一定要把西湖建成‘东方日内瓦’，建成山清水秀，世界闻名的西湖”。首任市委书记江华多次申明，砍一棵树都需要批准，否则以破坏山林论处。1949年冬即开始封山育林，绿化荒山荒地。至1958年西湖周围六万余亩荒山荒地已经郁郁葱葱。

1961年灵隐生产队三名社员、满觉陇一名党支部成员因违法偷砍树木，西湖法院在茅家埠召开公判大会，当场逮捕法办，这些人被分别判处一至三年徒刑，党员开除党籍，从此彻底刹住了偷砍树木的歪风。这成了西湖复苏史上的一个重大事件。

疏浚西湖。西湖自嘉庆五年（1800）阮元主持疏浚以来，150多年未经再治理，水深仅0.55米，湖底水草遍生。1950年冬，西湖一片干涸。适值上海市长陈毅来杭见此，指示上海支援建造一小二大挖泥船，56年又加一艘共

四艘，1952年动工，1959年竣工，挖出淤泥扩建新建如柳浪闻莺、花港观鱼、西山花圃等公园绿地，加固了苏堤、白堤和湖中三岛，以及堆填了日后新建扩建的曲院风荷、太子湾等处的公园备用地。湖水深度从0.55米挖至1.80米。

1953年在苏联专家帮助下，杭州市有了新中国最早的城市规划。规划中环湖公园除风景建筑之外只准拆不准建，直至“文革”前环湖未增添过建筑物。

西湖周边坟墓超千处。1956年开始迁墓，而后清理数次。大规模清坟对改善西湖游览环境无疑起到了积极作用，但也确实迁了一些不该迁的历史名人墓，如秋瑾、徐锡麟烈士墓等。

余森文先生对杭州西湖的贡献

余森文先生的学术理论与实践开启了西湖现代化和我国社会主义大园林的新征程。余森文（1904—1992），是我国最早期的园林学家之一。广东梅县人，1922年就读南京金陵大学农林科。早年公派留学英国，曾在英国伦敦皇家植物园（Kew Garden）从事过学术研究。余森文先生学贯中西，融汇古今，既有深厚的民族文化根底，又有丰硕的西方文化素养，通晓英、法、德、意、拉丁多门外语的学者。他一生传奇，他在国民政府任内，一路备受朱家骅器重，但一路“通匪”，1948年在白色恐怖下他毅然加入中国共产党，为解放杭州，为保存茅以升设计的中国第一座双层铁公两用桥做出了历史性贡献。解放后，他历任杭州市建设局长、园

林局长兼植物园园长、省建工厅副厅长、杭州市副市长、省建委顾问、杭州市政协副主席。“文革”被错误批斗，含冤入狱。

余森文先生是我国社会主义大园林的开拓者和西湖现代化的奠基人。他在理论上提出许多隽永的社会主义大园林的新命题：

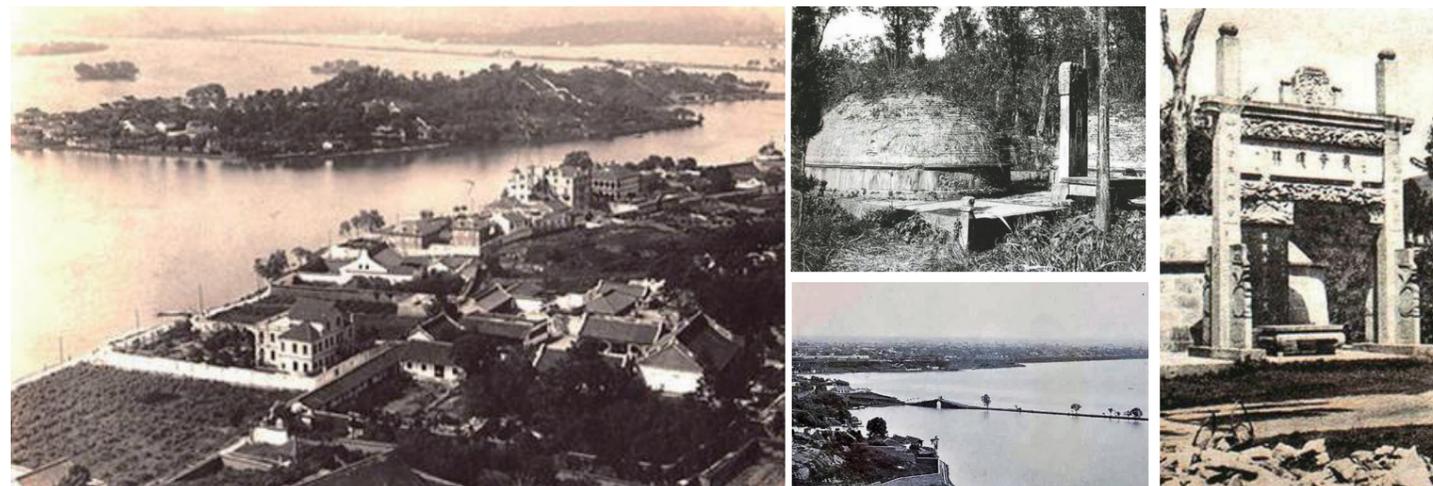
古典园林与社会主义大园林的本质区别，前者为少数人服务，后者为劳动大众服务。社会主义大园林需要适用于劳动大众活动的大空间；

在继承我国优秀园林传统的同时，摒弃“皇权、神权、权贵”的情调，融入游学西方尤其英国自然式园林所获的现代园林思想，融西方造园艺术于东方园林主体之中；

总结并实践了园林配置的六大原则和九大植物配置方法；

力倡向大自然学习。指出我国“虽由人作宛自天开”的古典园林传统，是世界园林建设所望尘莫及的成就。对于现代园林，他倡导“模拟再现自然山林景观”，充分利用自然植

北山



物资源，适地适树。学习自然界雄伟开阔的气魄。反复强调植物配置要仿自然群落。风景区行道树不要等距离配置，要顺应自然景观需要“俗则避之，佳则收之”，融于自然环境，力求不留人工痕迹；

“森林是最大的生态。”现代园林“其主要标志是园林绿化数量”。

余老通过西湖整治，将原来仅三亩地的花港观鱼改造扩建为三百亩地的大园林。该园用溪流替代围墙，与园外大自然融为一体。用植物材料为主围合园林空间，取代以往以建筑和围墙为主围合园林空间的传统手法，创造了许多适合大众活动的大草坪、大空间，花港观鱼雪松草坪达7600平方米、柳浪闻莺闻莺馆草坪达8000平方米。开创了以花港观鱼（主笔设计为浙大农学院孙筱祥先生）为代表的以自然形态为特色的社会主义大园林之先河。

由于余森文先生一系列学术理论付诸于实践，使得西湖这一天然山水园林更趋和谐，别开生面，从而奠定

了现代化基础，同时也开启了我国社会主义园林新征程。

余老力谏开辟杭州植物园，认为植物园是现代城市的重要标志。1953年陪同谭震林、江华和浙大校长刘丹现场勘定以青芝坞为界，东北为浙大，西南3000亩地建植物园。1956年植物园挂牌，他首任园长。这是我国首个属于城市的植物园。他并确定了杭州植物园“研究、观赏、经济三结合和公园形式、植物园内容”的正确方针。

余森文先生还为杭州培植了一支国内领先的风景园林科技队伍。

“文革”蒙难 劫后重生 (1966-1981)

“文革”十年，西湖蒙受深重灾难，林木被大量砍伐、盗卖，花草被严重摧残。环湖群山又出现了一万三千余亩荒山和半荒山。湖水深度从1.8米降至1.47米。景点、湖岸、设施失管失修，破坏严重。众多文物

景点被捣毁，尤其所剩名人墓如岳飞墓，盖叫天墓等首当其冲。灵隐寺险被砸毁。

“文革”结束，西湖又获重生。

1977年起湖滨公园开始改造，首先整修湖坎，湖坎统一标高最低处高出常水位40公分，拆除洗涤埠头，更换栏杆、灯柱，铺设园路。断桥残雪、平湖秋月、曲院风荷、花港观鱼依次修复，重立石碑。钱王祠残存建筑改造为聚景园。外湖三岛重新砌坎，填高土方，调整花木，重铺路面。灵隐寺大翻修，修补飞来峰。白堤、苏堤、湖滨、南山路补植碧桃垂柳。70年代末建设北高峰索道、玉皇山盘山公路。岳庙1979年修复，秋瑾墓1981年重修。其他重要历史名人墓陆续回迁。

为保护西湖水质，1978年开建污水截流工程，1981年建成。截污管线总长17公里，截掉区内126个单位3万多人口原先每日排入湖的4000吨污水。游船动力只限定电动和手划。鱼类养殖限定以不投放饲料和化肥为原则，鲜活鱼年产不得超过30万公斤。水生植物限定以荷花为主。

1978年余森文先生平反出狱，任省建委顾问。

“保护西湖”之战打响

1978年改革开放，杭州个别主要领导干部在“以经济建设为中心”的名头下，掀起在西湖边建高楼，破坏西湖空间尺度的旋风。焦点是执意要在湖滨建18层楼高的望湖饭店，这遭到全国专家群起反对。精心呵护西湖半辈子的余森文先生平反不久便挺身而出，奔走呼号，与全国知名专家一

道上书中央，给予反击，直至把望湖饭店建设方案降至8层，初步遏制了高楼风。

胡耀邦总书记并要求刘庄、汪庄尽早对外开放。其后，在编制杭州市总体规划过程中，高楼风余波未平又起，个别领导仍然批余森文呼吁保护西湖山水尺度，反对湖边建高楼为“经验主义”，批他呼吁保护杭州重要的历史文化遗迹为“封建主义”，批他极力保护西湖自然生态和山林植被为“自然主义”。更有甚者，这位领导公开主张“西湖具有开发价值（意指房地产）”“六部桥（南宋遗迹）只不过是一堆破烂货，阻碍城市发展”“如果世贸中心建筑超保做塔顶影响景观，可以把保做塔炸掉，几百年之后世贸中心也不就成了文物了吗？”余老矢志不渝，抗争到底。

健步向前 追求一流（1981-2019）

1982年，杭州西湖被国务院批准为我国首批国家重点风景名胜区。杭州被国务院批准为我国重点风景旅游城市。从此，西湖历史翻开了崭新的一页。

西湖风景名胜区面积划定60平方公里。西湖风景名胜区性质确定为：具有世界遗产意义，以秀丽、清雅的湖光山色与璀璨的历史文化交融一体为特色，以观光游览为主要功能的国家重点风景名胜区。西湖共分九大景区：环湖景区、北山景区、吴山景区、植物园景区、灵竺景区、凤凰山景区、钱江景区、五云景区和虎跑龙井景区。

1983年6月，杭州市组织评定经余森文先生推荐的香樟为市树，桂花

为市花。此后西湖更是盛夏披上了浓浓的绿荫，初秋洒满醉人的桂香。

为彻底解决西湖水质问题，实施西湖引水工程。1985年动工，1986年竣工，在钱塘江闸口段江边每日可取水30万吨，相当于西湖设计水体的1/33，通过3194.5米水道（其中隧洞1605米），经太子湾公园注入西湖。在西湖圣塘闸、曲院风荷、涌金门等处出水，排入京杭大运河。该工程的实施，西湖水得以每年换新七次左右，彻底解决了西湖水质问题。

西湖再次大规模疏浚。1999年底至2003年4月用绞吸式吸去300万立方米淤泥，水深从1.47米增至2.1米，此后按2.1米深度维持性疏浚。

全面完善景点。西湖景点122处，其中特级景点30处。西湖老十景：苏堤春晓、柳浪闻莺、花港观

鱼、曲院风荷、断桥残雪、平湖秋月、三潭印月、双峰插云、雷峰夕照、南屏晚钟。

1984年杭州日报社、市园文局、杭州市电视台、《园林与名胜》杂志社、市旅游公司联合发起评选出西湖新十景。西湖新十景：云栖竹径、九溪烟树、虎跑梦泉、黄龙吐翠、满陇桂雨、玉皇飞云、龙井问茶、宝石流霞、吴山天风、阮墩环碧。

其余十景：灵隐禅踪、杨堤景行、岳墓栖霞、北街寻梦、湖滨晴雨、钱祠表忠、万松书缘、三台云水、六和听涛、梅坞春早。

1985年整治开放净慈禅寺；2003年整治开放抱朴道院；2005年整治开放玛瑙寺；2005年复建永福寺、2007年复建高丽寺等历史悠久的名刹古寺。

复建雷峰塔。1999年动工，2002年竣工。北有保俶塔，南有雷峰

塔，一高一低，一纤细一宽硕，遥相呼应，极大地完善了西湖景观结构，起到了画龙点睛的作用。

2000年复建城隍阁，还原南山天际线历史轮廓。该阁兼揽江湖山城之胜，有人将它与黄鹤楼、岳阳楼、滕王阁一道誉之为江南四大名楼。

进一步完善了西湖植物景观体系。1983年扩建完成曲院风荷，1989年整修开放郭庄。1988年复建180亩地的灵峰探梅。1989年新建1200亩地的太子湾公园，并获得当年全国公园设计唯一金奖。西湖率先全国从该园始引进四季常绿草坪。

由此，西湖形成了：苏堤、白堤的碧桃垂柳，曲院风荷的荷花、水杉、樱花，花港观鱼的牡丹、雪松，柳浪闻莺的垂柳，吴山的香樟，九里松的松林，太子湾的郁金香、樱花，满陇桂雨的桂花，灵峰的梅林，云栖的竹林，龙井问茶的茶园等品类更为完备的大面积植物景观。造就了西湖湖山水抱，林绕花环，春花烂漫、夏荫浓郁、秋叶多彩、冬枝可爱；春桃、夏荷、秋桂、冬梅，不同季节有不同的植物景观。同时印证了，植物是风景区最生态、最能体现四季变化和历史岁月，也是游人最爱的景观理念。

2001年开始开展旨在西湖生态价值、社会价值最大化最优化的西湖综合整治保护工程。恢复部分被淤积的湖面，实现山水关系重塑，弥补了西湖只能在湖上欣赏湖光山色却无缘荡舟山涧水湾寻幽觅胜之憾。而今西湖不仅秀，而且幽，完善了西湖的景观格局。治理后西湖从原有西湖、西里湖、北里湖、小南湖、岳湖，增添了湖西茅乡水情、乌龟潭、浴鹄湾三

处湖面。湖面面积从原来的5.6平方公里，扩大0.9平方公里，总计达到6.5平方公里，基本恢复300年前雍正年间的湖面规模。湖西建筑风貌与湖东有显著差异，力求民俗化、自然化。修复杨公堤及环壁、流金、卧龙、隐秀、景行、浚源六桥。全面整治北山街、吴山等重要地段的游览和人文环境。治理疏解景区车行、人行交通。

景中村整治。2003年开始，采取民办公助因地制宜的方式，逐一对十多处景中村进行整治改造，变景中村由负担为乡土景观，同时农民也得以致富。

2002年起全面打开西湖所剩景点围墙，2003年全面取消西湖门票。

世界遗产申报成功

1999年启动世界遗产申报工作，2011年6月24日巴黎联合国科教文组织第35届遗产大会顺利通过“中国西湖文化景观”。肯定西湖文化景观遗产六大景观要素：西湖自然山水；城湖的空间特征；“两堤三岛”景观格局；“西湖十景”题名景观；西湖文化史迹；西湖特色植物。

进一步发挥西湖科教功能

兴建大量博物馆：浙江省博物馆、杭州博物馆、西湖博物馆、中国丝绸博物馆、中国茶叶博物馆、南宋官窑博物馆、中国印学博物馆、西湖博览会博物馆、中国古塔陈列馆、中国杭帮菜博物馆……

修复了大量名人纪念馆、故居、纪念雕像：白居易纪念馆、苏东坡纪念馆、吴山天贤堂、济公纪念馆、张

苍水祠、李叔同纪念馆、梅家坞周总理纪念馆、连横纪念馆、秋水山庄、林风眠故居、马一浮故居、盖叫天故居、黄宾虹故居、俞樾故居……

以及浙江省人民英雄纪念碑、杭州市人民英雄纪念碑、秋瑾纪念像、陈英士纪念像、鲁迅纪念像、黄宾虹纪念像、林徽因纪念像等。

2003年建成江洋畈生态公园。该园位于玉皇山南麓，该处堆放从西湖吸取淤泥100万立方米，泥土深26米，是由携带大量西湖种子萌发而成的湿生林地，吸引了鸟类、哺乳类、爬行类、两栖类、甲壳类、鱼类、昆虫类等在此栖息繁衍，是了解生态知识的科普场所和休闲公园。公园建设风格现代，颇具新意。并完善了全景区的标识和解说系统。

杭州西湖为G20杭州峰会向全世界展示了人间天堂的独特魅力和别样的精彩，为外宾留下了“最忆是杭州”的深刻印象。习近平同志总结评价杭州峰会，落实了“西湖风光，江南韵味，中国气派，世界大同”的理念。

总体而言，杭州西湖景观风貌和管理已处于国际一流水平，在建设美

丽中国的新时代，西湖仍然在健步前行，追求一流永无止境。

作者简介：

1956年-1962年清华大学建筑系。原中国风景园林学会副理事长、浙江省风景园林学会理事长、浙江省城市规划学会理事长、浙江省建设厅副厅长兼总规划师。



初春六和塔的五彩林相（摄影麻剑辉）

西湖全景



杭州西湖北岸的葛岭、宝石山自成一體，景色奇特，由塊狀熔結凝灰岩組成，呈赭紅色，岩體中有許多閃閃發亮的紅色礦物質。每當陽光映照，則滿山流霞繽紛，尤其朝陽或落日霞光灑沐之時，保俶清秀，披著霞光分外耀目，仿佛數不清的寶石在熠熠生輝，因而被稱為“寶石流霞”，是新西湖十景之一。有詩贊到：保俶清秀草木深，汲取日月精華魂，葛洪抱朴煉仙藥，寶石流霞滿乾坤。



寶石流霞（攝影\孫小明）

