

CHINA NATIONAL PARKS AND SCENIC SITES

中国风景名胜

本期聚焦：

王凤武

行稳致远，进而有为，
谱写风景名胜区事业新篇章

——在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会上的讲话

凝心聚力 充分发挥平台优势

高瞻远瞩 深信未来无限可能

——中国风景名胜区协会第五届第七次理事会专题报道

机遇与挑战完美并存 自然与文化交相辉映

——2020年全国风景名胜区信息宣传工作会议综合报道



Member

中国风景名胜区协会主办

No. 11

2020年第11期

京内资准字0420--L0019号

内部资料，免费交流

卷首语 | FOREWORD

初冬的鲁山，天高云轻、寒菊飘香；今日的尧山“万山红遍、层林尽染”，在这景美如画、满载希望的美好时节，中国风景名胜区协会五届七次理事会在尧山风景名胜区隆重召开。这是全国风景名胜区发展中的一件盛事，也是尧山景区多年企盼的大事、喜事。在此，我谨代表平顶山市尧山风景名胜区管理局，向各位领导、各位同仁的到来表示热烈的欢迎！向长期以来关心支持景区发展的各级领导、各界朋友表示衷心的感谢！

尧山风景名胜区原名石人山风景名胜区，因尧孙刘累为祭祖立尧祠而得名。景区规划面积294平方公里，涵盖鲁山西部5个乡镇，既有奇峰怪石、飞瀑温泉、湖面云海、原始森林等壮丽风光，又有仰韶文化、刘累故邑、墨子著经阁等众多人文景观。特别是核心景区尧山，集“雄、险、秀、奇、幽”于一体，兼具北国山岳的雄伟峻拔和南方山水的钟灵毓秀，新华社原社长穆青曾两次登尧山，赞其为“中原独秀”。景区内还有绵延百里的五大温泉群，惊险刺激的大峡谷漂流、天龙池高山滑雪场，神秘莫测的地下军事秘洞，一碧万顷的昭平湖，景色迷人的画眉谷、好运谷、十八垛，依山傍水、幽静淳朴的星级民宿，是旅游观光、避暑疗养、科研探险、寻幽觅奇、休闲娱乐、体验民俗的理想去处。

近年来，我们深入贯彻习近平生态文明思想，立足资源禀赋优势，主动顺应旅游发展新趋势，全面落实省市部署要求，围绕县委、县政府“生态建县、旅游兴县、文化强县”战略，坚持“生态筑基、文化为魂、一地一品、多元发展”总体思路，强力实施尧山国家5A级旅游景区和国家温泉旅游度假区质量提升工程，全面加强基础设施建设、完善升级服务设施，推动尧山、温泉等核心品牌做优做强。县财政协调资金1.3亿元，绿化整修旅游道路、美化沿线建筑立面，大力开展绿化造林，组建综合执法队

加强日常监管，全力营造良好自然生态和旅游环境。突出抓好乡村旅游发展，坚持以农家乐星级评定为抓手，打造一大批特色鲜明、经营规范、服务精细的品牌农家乐和乡村旅游示范村，着力构建以“佛、山、汤”为核心，融“休闲度假、温泉疗养、生态观光、寻根问祖、漂流滑雪、农事体验”为一体的多元化旅游体系，推动尧山景区品质内涵整体提升、辐射带动能力明显增强、知名度和影响力持续扩大。先后被评为国家级风景名胜区、国家5A级旅游景区、国家地质公园、国家生态旅游示范区、国家首批温泉旅游度假区。

当前，全国文化旅游发展进入新阶段、呈现新趋势、迎来新机遇，各地景区立足自身基础和优势，突出特色，整合资源，塑造品牌，涌现出不少值得我们学习借鉴的宝贵经验和发展模式。这次会议在尧山风景名胜区召开，为我们提供了一个难得的学习机会。恳请各位领导、各位同仁到尧山景区多走走、多看看，为景区发展把脉问诊、建言献策，指导帮助我们吧尧山景区建设好、发展好。我们将以此为契机，全面贯彻落实本次会议精神，深入学习兄弟风景名胜区成功经验，主动融入伏牛山旅游发展格局，推进文化旅游深度融合、旅游服务智能提升、宣传营销拓展创新，奋力谱写尧山风景名胜区高质量发展新篇章，为平顶山打造近悦远来文旅名城、综合实力高质量重返全省第一方阵作出新的更大贡献！

最后，预祝本次会议圆满成功，祝各位领导、各位同仁身体健康、心情愉快！谢谢大家。

——平顶山市尧山风景名胜区管理局局长史晓天在中国风景名胜区协会
第五届第七次理事会开幕式上的致辞，2020年11月8日

Contents

目录



01 FOREWORD | 卷首语

尧山风景名胜区管理局局长史晓天在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会开幕式上的致辞

05 FOCUSING | 聚焦

王凤武
行稳致远，进而有为，
谱写风景名胜区事业新篇章
——在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会上的讲话

朱延林
在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会开幕式上的发言

刘文海
在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会开幕式上的致辞

李会良
在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会开幕式上的致辞

王水法
在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会上的总结讲话

17 NEWS | 动态

中国风景名胜区协会第五届七次理事会秘书处工作汇报

中国风景名胜区协会第五届七次理事会关于增补副会长单位（代表）等相关事项的决议

23 FEATURE | 专题

张若辰
风景名胜区整合优化相关政策解读及工作建议

姚辰
疫情过后新媒体格局下的景区传播

文字\星屿；摄影\云杉
凝心聚力 充分发挥平台优势
高瞻远瞩 深信未来无限可能
——中国风景名胜区协会第五届第七次理事会议综述

尧山风景名胜区管理局
树牢全域观 打好组合拳
推动尧山风景名胜区高质量发展

李简西
中国风景名胜区协会国际交流与合作工作汇报

金英
当前风景名胜区相关规划编制

50 INFORMATION | 资讯

52 VISION | 视野

曹南燕
展现风景姿彩 坚定文化自信
开启风景名胜区事业发展新征程
——在2020年全国风景名胜区信息宣传工作会议上的讲话

冉兴普
三真两气一座城·百花兴义欢迎您
——在2020年全国风景名胜区信息宣传工作会议上的发言

郭红星
牢记嘱托 不辱使命 奋力奏响漓江宣传最强音

毕东林
疫情防控对风景名胜区的影响及对策

文字\陈晨 星屿；摄影\云杉
机遇与挑战完美并存 自然与文化交相辉映
——2020年全国风景名胜区信息宣传工作会议综述



编委会成员单位：

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啊会
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
隆中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地管理司司长 王志高
国家林业和草原局自然保护地管理司副司长 严承高
国家林业和草原局自然保护地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：

编委会副主任：

（以姓氏笔画为序）

王凤武
干松章 马春明 王兰波 王光锋 孙立武 吴文达
吴 华 吴 锋 李甫勇 张士平 杨一鸣 周华荣
范静国 翁文杰 黎东辉

编委：

（以姓氏笔画为序）

王跃平 王 燕 刘寅豹 江东斌 毕文祥 孙 铁
邱达敏 陈 林 郑 英 周 济 赵建军 赵 杰
洪景铁 哈承科 郭红星 高 尚 钱 旭 廖天生

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 吴侠 姚辰 杨子砚 陈晨 赵玺

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：

尧山和合峰

（摄影张柳松）

封底：

壮美险峻 人进画游

——贵州省马岭河峡谷风景名胜区

（贵州省马岭河峡谷风景名胜区管理处；摄影张霆）

印刷单位：

北京市兴凤印刷厂

印刷日期：

2020.12.15

印数：

3200册/期

行稳致远，进而有为，

谱写风景名胜区事业新篇章

——在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会上的讲话

中国风景名胜区协会会长 王凤武

尊敬的鸿文、承高等各位领导，

尊敬的各位理事和会员单位代表：

今天，在新冠疫情仍然肆虐全球之际，我们能够坐在这里齐聚一堂，召开2020年协会的首次会议，即中国风景名胜区协会第五届七次理事会，首先不由得发自内心的感谢以习近平同志为核心的党中央的坚强领导和英明决策，感谢中国广大医务工作者的无私奉献，使中国在世界率先走出了新冠疫情笼罩的阴霾。

这次会议的召开恰逢党的十九届五中全会胜利闭幕。十九届五中全会发布的重要文件为我们认识新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局提供了纲领性的行动指南。

下面结合协会工作，我从协会和行业发展的角度谈几点建议，供鸿文、承高等各位领导和与会代表批评指正：

一是贯彻落实自然资源部、国家林业和草原局相关文件精神，正确把握风景名胜区的功能定位。

党和国家机构改革后，风景名胜区管理职能由住房和城乡建设部划归到国家林业和草原局。中国风景名胜区协会坚决拥护党中央国务院关于深化党和国家机构改革的决定，主动积极配合行业主管部门国家林业和草原局的各项工作。

近期为贯彻落实中办国办印发的《建立国家公园体制总体方案》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》，自然资源部和国家林业和草原局下发了一系列文件，对完善自然保护地布局，归并整合自然保护地做出一系列工作部署。通过对风景名胜区功能定位的研究，并广泛征求专家学者和风景名胜区一线管理人员

的意见，今年9月1日，自然资源部办公厅、国家林业和草原局办公室印发《关于自然保护地整合优化有关事项的通知》（自然资办发〔2020〕42号），文件正式明确，在自然保护地整合优化过程中，风景名胜区体系予以保留。根据词典的定义，中文体系一词是指若干有关事物或某些意识相互联系而构成的一个整体。42号文件明确的风景区体系保留，也就是说构成风景名胜区体系的各个部分，包括功能定位、名称、申报、审批、保护利用制度，以及国务院《风景名胜区条例》，和各地制定的风景名胜区地方法规的整体保留。其中最重要的是风景名胜区性质、功能和定位的保留。《风景名胜区条例》中，将风景名胜区定义为“具有观赏、文化或者科学价值，自然景观和人文景观比较集中，环境优美，可供人们游览或者进行科学、文化

活动的区域。”

在当前自然保护地体系改革的进程中，我们要充分认识保护风景名胜区的责任和使命，保护风景名胜区的核心在于保护自然生态环境本底以及本底之上的自然与文化有机整体，不能把自然保护和文化传承人为割裂开来。对于风景名胜资源不仅要严格保护，同时要在严格保护的前提下开展有效利用，发挥其生态保育、文化传承、审美启智、科学研究、游览休闲、促进区域经济社会发展等多重功能。

中国风景名胜区协会坚决拥护自然资源部、国家林业和草原局关于风景名胜区体系整体保留的决策。我们将在行业主管部门的领导下，按照中央建立以国家公园为主体的自然保护地体系总体要求和习总书记关于文化传承和“四个自信”的一系列指示要求，秉持“科学规划、统一管理、严格保护、永续利用”的原则，将风景名胜区建设成为最具中国特色的保护地类型，为世界保护地体系提供中国方案。

第二，合理调整风景名胜区边界范围，解决历史遗留问题。

长期以来困扰风景名胜区有效管理的主要问题之一，是风景名胜区的边界范围划定不科学、不合理，范围偏大是各景区面临的普遍问题。为了解决此类问题，中办国办印发的《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》明确提出，建制镇、村屯或人口密集区域等自然保护价值低的区

域，经评估后允许调整出自然保护地范畴。对此，自然资源部和国家林草局42号文也提出，对当前风景名胜区内存在的城市建成区、建制乡镇建成区、永久基本农田等大量人为活动，以及与其他各类自然保护地交叉重叠等问题，将另行研究解决。

中国幅员辽阔，各地情况千差万别，若采取一刀切的做法难以有效地解决各地所面临的不同性质的问题。风景名胜区保护和利用的责任主体是风景名胜区所在地政府，景区范围划定的大小是否合理，如何调整范围，主要责任方也是地方政府。对此，我们建议各地景区按照国务院《风景名胜区条例》第二十二条的规定，通过修编景区的总体规划，自下而上地逐一解决过去划定风景名胜区范围时存在的

不科学、不规范、不合理问题，合理地调整边界范围。

《风景名胜区条例》第二十二

条明确规定，确需对风景名胜区总体规划中的风景名胜区范围、性质、保护目标、生态资源保护措施、重大建设项目布局、开发利用强度以及风景名胜区的功能结构、空间布局、游客容量进行修改的，应当报原审批机关批准。

这就意味着，风景名胜区的范围可以调整，同时范围调整应当报原审批机关批准，也就是说国家级风景名胜区应由省、自治区、直辖市人民政府报国务院审批，省级风景名胜区应由省、自治区、直辖市

在实际工作中，已经有很多风景名胜区依照条例要求，包括云南的大理苍山洱海风景名胜区、三江并流风景名胜区等，均通过编制总体规划，经原审批机关即国务院批准后，将耕地、厂矿、村庄、城镇生产生活空间等一些自然保护价值低的区域划出了风景名胜区范围，妥善解决了困扰景区多年的保护管理难题。

第三，科学编制风景名胜区规划，妥善处理严格保护与合理利用的关系。

风景名胜区是可供人们参观游览的区域，它不同于施行最严格保护管理制度的，例如自然保护区的核心区等自然保护地类型。国务院《风景名胜区条例》也明确，风景名胜区内可以建设必要的基础设施、旅游服务设施和文化设施，因此缆车、索道、宾馆酒店、游览步道、道路桥梁、游客中心等设施是可以在风景名胜区内布局的，但前提是必须依据条例要求编制风景名胜区的总体规划和详细规划。风景名胜区总体规划主要用于确定风景名胜区的性质、范围，总体布局

和重大建设项目布局，开发利用强度，划定禁止开发和限制开发区域，以及提出保护利用原则和规划实施措施。详细规划则是对总体规划的深化，用于确定基础设施、旅游设施、文化设施等建设项目的选

址、布局与规模，并明确建设用地区范围和规划设计条件。

为了更好地发挥风景名胜区兼具保护和利用的综合功能，应按照国务院《风景名胜区条例》要求，科学编制风景名胜区总体规划和详细规划，妥善处理严格保护与合理利用的关系，促进当地经济社会发展和生态环境保护的协调统一，带动群众就业创业、增收致富，让绿水青山源源不断地带来金山银山。

二是贯彻落实《中共中央 国务院关于建立国土空间规划体系并监督实施的若干意见》和“放管服”的要求，加快推进风景名胜区规划改革。

中共中央国务院深化“放管服”改革提出要“以简政放权放出活力和动力、以创新监管管出公平和秩序、以优化服务服出便利和品质”，并要求现有审批和许可事项经深入论证后，除关系国家安全和重大公共利益等的项目外，能取消的坚决取消，能下放的尽快下放，进一步清理精简审批、核准等事项，优化项目报建审批流程，压缩项目报建审批时间。《中共中央 国务院关于建立国土空间规划体系并监督实施的若干意见》也指出，当前“规划类型过多，内容重叠冲突，审批流程复杂，周期过长”。应该承认，在风景名胜区规划中上述问题也不同程度地存在，也应按照中共中央和国务院关于“放管服”和《关于空间规划的若干意见》的要求，对风景名胜区规划进行改革。

对此，提出以下建议供参考：

（一）简化风景名胜区总体规划文本、图纸等技术文件编制内容和深度，缩短编制和审批周期。当前风景名胜区总体规划编制周期过长，其中一个重要原因是文本和图纸内容过于繁杂，脱离实际。建议总体规划中保留《风景名胜区条例》中规定由中央管辖的事项，即风景资源评价，重大项目布局、开发利用强度，功能结构和空间布局，禁止开发和限制开发范围，游客最大容量等内容，并修改相应的标准技术规范，以大幅度缩短编制周期。同时也要按中央文件要求，简化审批流程，明确审批时限，避免规划报批久拖不决。

（二）明确各级事权，分级审批规划，简化审查内容。

在明确国家和地方各级政府在风景名胜区保护和开发利用管理方面事权范围的前提下，按照“管什么，批什么”“谁审批，谁监管”的原则，分级建立风景名胜区规划审批制度，同时按照分清事权、权责一致的原则，国家层面只对国家需要管控的总体规划内容进行审查，主要包括风景名胜区范围边界、核心区和一般控制区的划定、开发利用强度等，而依据风景名胜区总体规划编制的关于各类设施和项目空间布局，以及设定开发建设项目规划设计条件的各类详细规划，可研究考虑是否按中央《关于空间规划的若干意见》文件中的要求，作为空间规划的专项规划，纳入景区所在地空间规划的同一张图纸，由所在地空间规划和景区规划

主管部门一并审批。

（三）明确重大建设项目的定义，简化审批程序。按照国务院《关于取消和调整一批行政审批项目等事项的决定》（国发〔2014〕50号）提出的，有关“在国家级风景名胜区内修建缆车、索道等重大建设工程项目选址方案核准”事项，业已下放至省级人民政府风景名胜区行政主管部门。但何谓重大建设工程项目，目前尚缺乏统一明确的法律法规定义。我们建议，景区内的缆车、索道、桥梁、公路、水库等为重大建设工程项目，由省级风景名胜区主管部门审批选址，但对景区游步道、栈道、游客中心、宾馆、酒店等基础设施、旅游设施和文化设施等工程项目，可考虑不列为重大工程建设项目，由风景名胜区所在地县级以上人民政府主管部门按照空间规划审批权限进行选址和方案审批，以简化审批流程，缩短审批时限。

三是把握发展机遇，推动风景名胜区疫后恢复发展和提质升级。

当前，中国的疫情已基本得到控制，风景名胜区如何尽快恢复发展和提质升级是目前行业面临的主要问题。对此，提出以下建议：

（一）充分评估和认识疫情对风景名胜区行业的影响。

疫情发生以来，全国景区无一例外均受到重大冲击。景区的游客被“清零”“颗粒无收”或处于低



会议主席台

游客量接待状态，景区直接营收断崖式下降。很多景区入不敷出、举步维艰，更有景区运营企业难以为继，濒临破产。有的景区员工的正常工资发放也面临着很大困难。

虽然目前疫情防控进入常态化，但各地景区复工复产仍然面临着巨大挑战。一方面，疫情造成的心理影响使人们对旅游活动一直处于谨慎和压抑状态，景区游客接待量也仍然受到不得超过最大承载量75%的限制，营收压力并未得到充分缓解；另一方面，与景区旅游业关联的住宿、餐饮、交通服务、购物、娱乐等行业在疫情期间也遭受重创，恢复尚需时日。

（二）积极争取政策支持，使景区尽快恢复振兴。

风景名胜区在资源保护、城乡融合发展、拉动就业、绿色扶贫以及满足人民群众精神文化需求等方面发挥着非常积极的作用。为使景区尽快复苏振兴，建议各级主管部

门尽快出台税费减免、金融扶持、利率优惠等相关政策，对景区加以必要的扶持。同时也建议对景区接待容量实行分区、分时、分级的动态管控。

国家交通主管部门对城市地铁早已放开了满载率限制。这些公共交通工具人口密度是景区游人密度的几倍，甚至几十倍。因此，作为行业协会，我们呼吁景区相关主管部门，及时研判不同地区不同时段、不同的疫情形势，细化分区分级分时的管控规定，动态调整景区容量限流的比例，释放景区活力，解景区之急。

（三）贯彻落实十九届五中全会以及国务院相关文件精神，大力发展景区的文化、康养、体育等旅游产业，促进景区提质升级。

党的十九届五中全会提出，要繁荣发展文化事业和文化产业，提高国家文化软实力，全面推进健康中国建设，到2035年“建成文化强

国、教育强国、人才强国、体育强国、健康中国”。

国务院近期也下发了一系列与景区发展相关的文件，为景区恢复振兴提供了新的工作方向，包括《近期扩内需促消费的工作方案》《关于新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》《关于加快发展流通促进商业消费的意见》《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》《关于印发体育强国建设纲要的通知》等。我们要以上述文件为指引，认真做好：

1. 传承和弘扬风景名胜区文化，不断提升风景名胜区文化软实力。

风景名胜区文化是中国传统文化的重要组成部分，整体保护传统文化所处的自然与人文环境，使传统文化成为活的可传承的文化，是风景名胜区的历史责任。对此，我们要充分挖掘和弘扬风景名胜区的优秀传统文化，坚持以文塑旅、以旅彰文，充分发挥文化在旅游资源开发、产品和业态创新、品牌塑造等方面的积极作用，加大景区文化创意产品研发力度，打造旅游演艺、文化旅游综合体、文化街区等文化主题业态，推动景区文化和旅游深度融合，让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美。

2. 大力促进风景名胜区健康养

老、体育旅游产业发展。

党的十八大以来，党中央把维护人民健康摆在更加突出的位置。习近平总书记近期讲话指出，要全面推进健康中国建设，加快体育强国建设，建立体育和卫生健康等部门协同、全社会共同参与的运动促进健康新模式。

风景名胜区在发展健康养老、体育休闲旅游产业方面具有天然优势。风景名胜区应按照党中央国务院相关文件要求，努力构建集养老休闲，健康医疗，体育健身为一体的风景名胜区产业基地，为满足人民群众的健康需求做出应有的贡献。

3. 加强智慧景区建设，提升风景名胜区信息化管理和服务水平。

国务院办公厅《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》中指出，要强化智慧景区建设，实现实时监测、科学引导、智慧服务；鼓励发展智慧旅游，提升旅游消费智能化、便利化水平。

智慧化、精细化管理是风景名胜区行业发展趋势。这次疫情更成为促进智慧景区建设的催化剂，景区在做好线上实名制登记、大数据动态监测、控流等智慧化管理，以及探索利用区块链技术，升级旅游商业模式等方面的需求迫切，游客的旅游需求、消费方式也因疫情发生改变，催生出云直播、云看展等新的旅行模式，给景区发展带来新机遇。协会一直努力协调动员各方力量，搭建行业公共信息服务平台，为行业制定智慧化建设方案，

提供规划咨询等技术服务，指导智慧景区规范建设，加快新技术、新产品的推广应用，促进风景名胜资源保护科学化、管理高效化、旅游服务智能化、产业发展现代化。

四是确保按期完成社团脱钩改革，始终不渝履行行业协会职能，充分发挥桥梁纽带作用。

近期国家行业协会商会与行政机关脱钩联合工作组办公室正式审核通过了中国风景名胜区协会与主管部门的脱钩实施方案，这也意味着从此以后，住房和城乡建设部不再是中国风景名胜区协会的主管部门。中国风景名胜区协会成立于1982年，在过去近40年的时间里，主管部门对协会工作给予了资金、人员、政策、项目等方面的大力支持，使行业协会能够从无到有，发展壮大。在此我也代表协会向原主管部门住房和城乡建设部表示衷心的感谢。

脱钩不能脱管，脱钩后协会的工作性质并无根本性改变。今后协会仍将在民政部、中央和国家机关工委的领导和监督下，切实履行“提供服务，反映诉求，规范行为”的宗旨，继续加强与行业主管部门国家林业和草原局的汇报沟通，发挥好桥梁和纽带作用。同时，由于风景名胜区功能复杂多样，长期以来风景名胜区内还保留有大量属于其他主管部门管理的“旅游度假区”“A级景区”“世

界文化遗产地”“世界文化景观”“重点文物保护单位”“历史文化名城、名镇、名村”，以及“水利风景区”“国家级康养基地”等，对上述与风景名胜区重叠交叉的地域，难以通过自然保护地优化整合的方法解决，同时景区在保护风景名胜资源的前提下，也要大力发展文化旅游、体育旅游、康养旅游、低空旅游等各类能够扩大内需、拉动消费、提供就业，促进景区所在地社会经济发展的各种不同的业态，因此协会也有必要加强与发改、文化和旅游、体育、卫健、水利等其他主管部门的沟通联络，向他们反映风景名胜区诉求，取得他们的支持。

同志们，党的十九届五中全会决议绘制了中国第十四个五年规划期间的发展蓝图，也为中国风景名胜区行业未来五年的发展提供了根本的遵循原则。我们要认真学习贯彻十九届五中全会精神，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，增强“四个意识”、坚定“四个自信”，坚持创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，谱写中国风景名胜区事业的新篇章！

以上发言供与会代表，尤其是承高司长和鸿文总经济师批评指正。

最后预祝会议圆满成功！
谢谢大家！

（2020年11月8日）

在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会开幕式上的发言

河南省林业局党组成员、省森林公安局局长 朱延林

尊敬的各位领导、各位代表：

大家上午好。我代表河南省林业局对中国风景名胜区协会五届七次理事会在河南省平顶山市鲁山县召开表示热烈祝贺，对各位理事和会议代表的到来表示欢迎！

经过近40年的发展，河南省已建立起风景名胜区35处，其中国家级风景名胜区11处，省级风景名胜区24处，风景区总面积43.7万公顷。风景名胜区中的龙门石窟、安阳殷墟、嵩山“天地之中”历史文化建筑群等被联合国教科文组织批准列入《世界遗产名录》。风景名胜区已成为我省旅游业的重要支撑，各地依托风景名胜区的历史文化和自然景观资源，突出特色优势，统筹资源保护和旅游发展，在促进地方经济社会发展、扶贫攻坚等方面做出了积极的贡献，其中云台山、老君山、尧山等风景名胜区已成为我省旅游经济发展的龙头，享誉国内外。

2018年机构改革以来，我省按照中央、河南省委的统一部署，完成了风景名胜区的转隶工作，河南省林业局积极贯彻国家林业和草原局的工作部署，强化风景名胜区资源管理，积极开展了相关工作：**一是**严格风景名胜区规划管控，妥善处理保护与利用的关系。**二是**继续推动风景名胜区总体规划编制审查工作。**三是**组织开展了全省风景名胜区违法违规问题排查工作。**四是**积极推动云台山申报世界自然遗产。总之，转隶以来，河南风景名胜区的各项工作已进入有序开展阶段。

目前河南正在实施“森林河南生态建设规划”。每年营造林面积47万公顷左右。计划到2022年河南省全省的森林覆盖率由2017年的24.53%提高到2022年的27.56%。每年平均增长0.5个百分点，居中部省分首位。平顶山市是河南林业生态省建设规划开展的先进城市，鲁

山县更是先进地市之中的旗帜。

下一步我省将以习近平生态文明思想为遵循，认真贯彻落实中办国办《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》，坚持“严格保护、永续利用”的工作方针，推进风景名胜区事业健康持续发展，为人民提供更加优质的生态产品。

各位领导，各位同仁，我们将以此次会议为契机，认真学习各兄弟省市风景名胜区管理的先进经验，把我省的风景名胜区工作提高到一个新的水平，同时也希望各位理事和会议代表在河南多走多看，对我省风景名胜区管理工作提出宝贵意见。最后，预祝此次理事会取得圆满成功！谢谢大家！

（2020年11月8日）
（本文根据录音整理）

在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会开幕式上的致辞

平顶山市人民政府副市长 刘文海

尊敬的王会长、张总经济师、严司长，各位来宾、同志们：

今天，中国风景名胜区协会第五届第七次理事会在平顶山尧山风景名胜区隆重召开。在此，我代表平顶山市人民政府，向大会的召开表示热烈的祝贺！向莅临本次会议的各位领导、各位专家和各位来宾表示热烈的欢迎！

平顶山市位于河南省中部，1957年建市，面积7882平方公里，总人口555万，既是资源型工业城市，也是中国优秀旅游城市、国家卫生城市、国家园林城市、国家森林城市、全国双拥模范城，也是中国曲艺城、中国书法城、中国观音文化之乡、中国汝窑陶瓷艺术之乡和中国唐钧基地。平顶山文化旅游资源非常丰富，有国家级风景名胜区、国家5A级旅游景区尧山，千手观音证道祖庭香山寺，千年古刹风穴寺，汝官窑遗址，苏轼父子三人

的安息地三苏园，全国保存最完整的明代县衙叶县县署，国家级非物质文化遗产马街书会，平顶山的旅游资源单体4200多个，居河南省第二位。

风景名胜区作为文化和旅游经济的重要资源，在培育国民经济新的增长点、促进旅游经济和现代服务业发展方面发挥着愈来愈重要的作用。参加今天会议的领导和来宾，都是全国风景名胜区行业发展领域的领导专家，既有深厚的学术功底，又有丰富的实践经验，特别是王会长等风协的各位领导，长期以来对平顶山各项工作非常关心，非常支持，不仅给我们带来风景名胜区开发、建设、管理的先进经验，而且为平顶山风景名胜区发展出点子、谋路子，相信今天的会议必将进一步助推我市风景名胜区事业实现大发展大繁荣。也希望鲁山县认真贯彻落实本次会议精神，积

极吸纳好的意见、建议，认真学习兄弟景区好的经验、好的做法，进一步完善机制、强化措施，推动尧山风景名胜区持续做优做强。

最后，预祝本次大会取得圆满成功！祝愿各位领导、各位来宾身体健康、万事如意！

谢谢大家！

（2020年11月8日）
（本文根据录音整理）

在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会开幕式上的致辞

鲁山县委副书记、县长 李会良

尊敬的各位领导、各位同仁、各位来宾：

值此万山红遍、层林尽染的美好时节，我们相聚在美丽的尧

山之畔、沙河之滨，共同迎来中国风景名胜区协会第五届第七次理事会的盛大开幕，这既是全国优质景区交流研讨的一次高规格、国字号

盛会，也是鲁山文旅发展具有指导性、里程碑意义的大事、喜事。在此，我谨代表中共鲁山县委、鲁山县人民政府，向大会的召开表示热

烈的祝贺！向莅临会议的各位领导表示热烈的欢迎！向长期以来关心支持鲁山发展的各界人士表示衷心的感谢！

鲁山位于河南省中西部，伏牛山东麓，县域面积2432平方公里，辖25个乡（镇、街道），555个行政村，98万人口，是一个集深山区、水库淹没区和革命老区于一体的国家秦巴山连片特困地区重点县。鲁山历史文化悠久，自汉置县2000余年，春秋战国思想家墨子、唐代文学家元结、宋代名将牛皋、现代诗人徐玉诺等古圣先贤，灿若星河；姓氏文化、汉字文化、墨子文化、牛郎织女文化等文明传承，熠熠生辉。鲁山生态环境优良，是河南省林业大县、生态大县、水资源大县，全县林地218.5万亩，水资源总量达10.4亿立方米，森林覆盖率55.8%，林业产值达14亿元，青山绵延、河网密布、空气绝佳，素有“天然氧吧”之美誉，先后获得“中国生态魅力县”“河南省林业生态县”“平顶山市生态建设先进县”等荣誉称号。鲁山山川秀美宜人，县内旅游单体2378个，国家A级景区11处，大美尧山雄奇险峻，墨子古街人文荟萃，五大温泉绵延百里。先后获得中国温泉之乡、中国长寿之乡、中国墨子文化之乡、中国牛郎织女文化之乡、国家生态旅游示范区、国家级旅游度假区等荣誉称号。

近年来，我们围绕国家全域旅游示范县创建目标，大力实施“生态建县、旅游兴县、文化强县”战

略，确立了文旅发展县域主导产业，从规划管理、精品景区建设、基础设施建设、农家乐发展等重点环节入手，狠抓旅游产业提档升级，持续叫响“美丽鲁山、智慧之都”“丝绸源头、家纺之都”“名窑之乡、花瓷之都”“牛郎故里、爱情圣地”“三都一地”文化品牌，推动旅游与文化深度融合，在全县初步形成了涵盖休闲度假、温泉疗养、生态观光、军事探秘、寻根问祖、漂流滑雪等丰富的旅游产品体系，构建了“春赏山花、夏戏碧水、秋观红叶、冬浴温泉”的完整产业链，使鲁山旅游迈入高质量发展阶段，2019年全年接待游客1723万人次，旅游收入52.7亿元，保持了连年持续增长的良好势头。

饮水思源，不忘来路。鲁山文化旅游发展取得的成绩，是全县上下凝心聚力、保持定力、竭尽全力攻坚克难的结果，更是上级党委、政府坚强领导、主管部门关心支持、各界朋友鼎力相助的结果。特别是在这次自然保护地优化整合工作中，中国风景名胜区协会各位领导积极奔走呼吁、全力沟通协调，使风景名胜区得到整体保留，对我县尧山风景名胜区持续健康发展具有决定性意义。

此次中国风景名胜区协会第五届第七次理事会选择在鲁山召开，为我们搭建了学习交流的优质平台。

我们热忱地欢迎各位领导和各位专家，在鲁期间，多走走，多看看，为鲁山文旅发展，不吝赐教、

把脉问诊、指点迷津；也衷心地希望各位领导和各位同仁一如既往地关心鲁山、支持鲁山。我们将以这次会议为契机，认真学习兄弟景区好的做法、好的经验，全面贯彻大会精神，认真吸纳各位领导、各位同仁提出的意见和建议，坚持以尧山风景名胜区为核心，持续完善基础配套、提升旅游服务水平、健全旅游产业链条，推动旅游产业全面提档升级、持续健康发展，全力打造全国一流风景名胜区、建设旅游强县。

最后，预祝大会圆满成功！祝各位领导、各位专家、各位朋友身体健康，阖家幸福、万事如意！

谢谢大家。

（2020年11月8日）
（本文根据录音整理）

会议现场



在中国风景名胜区协会第五届第七次理事会上的总结讲话

中国风景名胜区协会副会长、浙江省风景名胜区协会会长 王水法

各位领导，各位代表：

在与会代表的共同努力下，本次会议基本完成了除下午实地考察以外的所有议程。

现在，我受凤武会长的委托，对会议作总结。

刚才，四个小组向大会作了讨论情况的反馈，提出了很好的意见和建议。综观会内会外，本次会议主要有以下三大特点：

特点之一： 凝心聚力，认同感强

我国各种行业协会多如牛毛，但像我们具有如此强大吸引力凝聚力的，为数不多。可以说，中国风景名胜区协会是我国自然保护地体系当中规模最宏大、机制最健全、管理最规范，也是最具生机和活力的一个行业协会。从本次会议的参

会情况看，就足以证明这一点。这次会议，绝大多数副会长单位和理事单位都派出了强大的阵容，加上会员单位和合作单位，参会总人数超过了400人之多。许多省（市、自治区）行业主管部门、省市协会及景区的主要领导都亲临会议。这在疫情之下，又值各地紧锣密鼓学习贯彻五中全会精神的关键时刻，实属难能可贵，令人为之动容。这种生动局面的出现，主要得益于“三个力”：这就是“行业的凝聚力，协会的影响力，尧山的吸引力”。

特点之二： 亮点频出，信息量大

大家普遍反映，这次会议的内容极其丰富，安排十分紧凑，上午8点就开会，这在全国都已少见。

这次会上，既有项目推介，又有专题交流，信息量大，涉及面广，可操作性强。特别是王凤武会长代表协会所作的工作报告，是本次会议最大的亮点，既从战略高度重申了建立以国家公园为主体的自然保护地体系的重要性，又从理论与实践的结合上强调了风景名胜区作为最具中国特色的自然保护地类型的特殊性，既接天线，更接地气，并对长期以来困扰风景名胜区发展的规划编制与审批改革提出了新的构想。整篇报告充满着智慧的光芒，为我们解疑释惑，让我们心里感到亮堂。国家林草局副局长严承高也就如何加强自然保护地体系建设讲了话，让与会代表第一时间了解到国家行业主管部门的权威意见。不少与会代表反映，路迢迢远道而来，沉甸甸满载而归。一句话，就是“尧山之行，不虚此行”。

特点之三： 解疑释惑，方向感强

客观地讲，在本次会议之前大家对在这次自然保护地体系改革中，风景名胜区究竟“路在何方”心里并不十分明确。通过这次会议的“一听二学三讨论”，特别是听了王凤武会长对自然资源部、国家林草局〔2020〕42号文件的宣贯，进一步明确了“一个保留、一个不变”，即风景名胜区体系予以保留，名称、性质、范围不变。这无疑给大家吃了一颗“定心丸”。与此同时，大家对风景名胜区规划编制与审批制度改革，也有了更全面、更深入、更精准的了解。

以上是本次会议的三大特点，下面我再与大家分享三个观点：

一、风景名胜区具有顽强生命力

我之所以这么说，主要基于两点考量：一是体制调整没有被弱化，二是疫情来袭没有打趴下。

风景名胜区是中华锦绣河山的精华所在，承载着华夏文明五千年的丰厚积淀。作为自然保护地体系的重要组成部分，其名称、性质、功能、定位不会变。这恰恰印证了我去年6月25日在野三坡会议上讲的那句话“名胜区的天，是晴朗的天”。

即将过去的2020年，可以说谁都不好过，而风景名胜区则更加

难过。一场突如其来的新冠病毒，给主要“靠人气带财气”的风景名胜区带来了巨大冲击，几乎所有景区都按下了“暂停键”。但风景人没有被困难所吓倒，而是不放松疫情防控的同时，视危机于转机，变商机为生机，绝地反击，起死回生，已成为率先复苏的行业之一。因为，我们坚信：再凶险的病毒，也阻挡不了人们“拥抱自然、亲近山水”的向往与冲动。只要需求还在，市场就不可能衰竭；只要“心灯”不灭，景区就不可能趴下。事实已经雄辩地证明了这一点。

二、风景名胜区存在无限可能性

水到绝处是瀑布，人到绝处是重生。当前，我们正面临着百年未有之大变局，全球疫情雪上加霜，中美关系未见好转，经济下行压力加大。但是，生态环境与文化旅游是治愈社会伤口、消除世界隔阂、提振经济复苏最直接、最有效的手段与途径，这给我们风景名胜区带来无限希望。概括起来，就是以下“三个点”：

一是旅游产业已成为十四五发展的大热点。五中全会再次确立了以人民为中心的执政理念，我们一切工作的出发点和归宿点，就是为了增加人民群众的获得感、幸福感，这就决定了文化旅游产业，必将成为经济社会发展新的引擎和增长极。我们作为美好生活的创造者、高品质生活的提供者，当务

之急就是要以高人一筹的战略眼光和快人一拍的超人胆识，去拥抱旅游发展的春天，抢占经济复苏的高点。

二是出境游因疫情所困将成为国内游的新增长点。疫情既改变了人生的思考，更颠覆了人们以往的想象，人们对生命、生活、生产、生意、生态的价值取向，已经发生了深刻的变化，中等收入阶层经历过这次疫情后，痛定思痛，进一步催生和强化了“活在当下，乐在其中”的理念。他们的这种心理补偿与情绪释放的“刚需”，将成为旅游恢复元气的“源头活水”。但由于疫情在全球的持续蔓延，出境游遥遥无期，就近游、省内游、低风险地区游，必将会迸发出前所未有的火焰。这对我们各级风景名胜区来说，是一个极好的机会。然而，机会只垂青于那些有准备的人。对于吸纳境外游的溢出效益，我们准备好了吗？

三是回归大自然将成为追求美好生活的大卖点。随着经济社会的快速发展和城市化的加快推进，逃离城市喧嚣、亲近绿水青山，将成为越来越多人的美好向往。有人预言，今后10到20年，世界上最奢侈的商品，就是那些旅游小镇的风土人情和青翠欲滴的园林风景。

三、风景名胜区必须打好组合拳

风景名胜区发展到今天，靠“单项突围”已不现实，必须围

绕“规划、管理、品牌、营销、服务”五大要素，多管齐下，整体推进，集中精力打好组合拳。

风景名胜区发展四十年，旅游业态从走马观花，到下马赏花，再到养马种花。在新消费时代和文旅融合的大背景下，我们一定要转换思维方式。如果我们还在制作昨天的战车，就无法打赢明天的战争。

首先，必须坚持规划是龙头的观念。假如想都想不到，怎么能做到？规划始终是我们一切工作的龙头。这次规划编制和审批制度的改革，是完善景区规划千载难逢的机会。“性质不变不等于范围不调”，该保的要保住，该调的要调出。划定范围不是越大越好，当然也不是越小越好。就像穿衣服，合适的才是最好的。衡量的标准只有两条：既要有利于保护，又要有利于发展。

要处理好“两个保护”的关系，既要保护好自然生态，又要保护好当地百姓的切身利益。如果老百姓尝不到保护成果的甜头，就不可能有持续保护的劲头。到头来，我们的风景名胜区也就没有奔头。所以，我们既要当好生态环境的“保护神”，更要做造福百姓的“活菩萨”。我认为，当前保护的思想主要有两种，一种是消极的保护，一种是积极的保护。所谓消极的保护，就是这座山原封不动地封在那里，谁都不要走进去；还有一种是，一讲开发就杀鸡取卵，竭泽而渔。这两种观点都是不对的，我们要在保护的同时，适度地利用。

其他人在这个问题上可以模棱两可，对于我们风景名胜区的管理者来说，必须“心知肚明”。因为我们完全可以在保护与发展之中，找到一个最佳的平衡点和最大的公约数。我在担任西湖风景名胜区党委书记和杭州市文物园林局长期间，曾说过一句话，就是“文物文物，不用就是废物”。因为世界上任何物体都是有价值的，包括使用价值、观赏价值、研究价值与展示价值。

其次，要根据新的需求，推进产业产品的提质升级。只有适销对路，才能找到出路。要努力做到设计个性化，供给多元化，营销网络化，出游自助化，管理智能化，服务诚信化。

有人说，未来经营的不是产品，而是人品；未来经营的不是用品，而是用户。未来的旅游市场，将由品牌来分割、由品质来坚守。为此，我们要在旅游产品打造方面，切实做到“两个有”：即有趣好玩、有益健康。

所谓有趣好玩，就是要彰显个性，做到人无我有，让人乐此不疲、频频“回头”。要拨动兴趣点，找到结合点，选准突破点，引爆“尖叫点”，抢占制高点。同质化的竞争，必然导致“同归于尽”。世界上本来有很多条路，但走得人多了，就会走投无路。所以，要另辟蹊径，发现“新蓝海”，激活新需求。

所谓有益健康，就是要顺应旅游形态从“站着看”到“躺着养”

的时代转变，发展有益于身心健康的文化体育、休闲娱乐、美颜养生的产品，让人停下的是脚步，安放的是心灵。

最后，我们这次会议在尧山风景名胜区召开，得到了鲁山县委县政府及有关部门的大力支持，他们的辛勤付出，是我们这次会议圆满成功的前提。在此，让我们以热烈的掌声对他们付出的辛勤劳动表示最衷心的感谢！

现在，我宣布：中国风景名胜区协会第五届七次理事会闭幕！

中国风景名胜区协会第五届七次理事会秘书处工作汇报

何处秋风至？萧萧送雁群。时间如梭，很高兴在金秋时节与风景名胜区的各位代表相聚尧山，共探未来，同谋发展。

过去的一段时间，对于全行业都是非常重要的一个时期：突如其来的新冠疫情对行业产生了严重冲击和长远影响；以国家公园为主体的自然保护地体系建设推进过程中对风景名胜区的定位也牵动着行业每个从业人员的心。

2020年8月20日，国家林业和草原局自然保护地管理司下发《关于加强和规范自然保护地整合优化预案数据上报工作的函》（林保区便函〔2020〕14号）明确提出：“风景名胜区不参与整合优化，名称、范围不变。与之交叉重叠的自然保护地按71号函调整范围、整合归并。”2020年9月1日，自然资源部办公厅和国家林业和草原局办公室联合下发的《关于自然保护地整合优化有关事项的通知》（自然资办发〔2020〕42号）进一步明确：“本次自然保护地整合优化预案，

暂不涉及风景名胜区自身范围调整，风景名胜区体系予以保留。针对当前风景名胜区内存在的城市建成区、建制乡镇建成区、永久农田等大量人为活动，以及与其他各类自然保护地交叉重叠等问题，将另行研究解决。”至此，保留风景名胜区体系成为定局。这是行业主管部门对风景名胜区的资源特征和功能定位以及其历史地位和现实状况进行综合评估后做出的正确决策，中国风景名胜区协会坚决拥护行业主管部门的决定，全行业对自然资源部和国家林草局的这一决定也反响热烈。

风景名胜区集中了大量珍贵的自然和文化遗产，是自然史和文化史的天然博物馆，有别于世界上其他国家的任何类型保护地，是中国优秀传统文化的重要载体，是践行“绿水青山就是金山银山”理念的成功范例。风景名胜区无疑是我国自然保护地体系中最具“中国特色”的组成部分，同时也是我国制度自信与文化自信的生动案例。

时代的变革与我们休戚相关，这其中挑战与机遇并存、困难与发展同在。在行业主管部门和全国风景名胜区同仁的大力支持下，协会不负重托、不辱使命，在行业发展转型的关键时刻，充分发挥行业协会在政府和景区之间的桥梁纽带作用，如实反映行业诉求，主动建言献策，受到上级领导和行业主管部门的高度重视，收到了良好的效果。

一、依托自身能力，做好规划技术服务工作

“规划设计联合体”是中国风景名胜区协会规划设计中心联合上海同异城市设计有限公司，面向风景名胜区行业和城乡建设领域共建的规划设计咨询服务机构。为推进以国家公园为主体的自然保护地体系的建立，规划设计联合体把对各类相关规划政策变化的及时学习、文件解读作为近年工作的重要内容之一，并先后承担了河南尧山、

四川峨眉山、广东罗浮山、陕西华山、山东崂山、甘肃崆峒山等多个风景名胜区“整合优化发展”和边界调整专题项目的技术咨询工作；除此之外，之前承接的风景区总体规划、详细规划以及重大建设项目选址论证等咨询服务依旧在有序推进中。未来，风景名胜区和其保护地的规划、城乡规划、旅游规划、古村古城规划、景观设计等项目依旧是协会技术服务的主要方向和工作内容。

二、整合资源进行行业性研究，为整个行业提供广阔视野与丰富资料

1、行业专题研究

协会研究中心主要紧跟风景名胜区和国家公园研究前沿，紧扣自然保护地体系建设需求，在国家公园与自然保护地体系建设的政策法规、保护管理、规划建设和行业热点难点问题等方面开展研究，为各类自然保护地的建设和发展提供咨询服务。

受国家林业和草原局国家公园管理办公室委托，协会牵头组织承担了《国家公园标志设计原则及审批管理办法》、《国家公园标识标牌规范》、《国家公园入口社区建设规范》的编制以及《国家公园规划建设调整及社区共建》的研究工作。自课题项目启动以来，课题组认真钻研，把握课题方向，通过文献研究、资料收集、案例分析等方式对课题进行了深入研究。

为使规范编制更加符合我国国家公园发展建设的实际情况，课题组于2020年8月前往武夷山国家公园开展实地调研，并与武夷山国家公园相关领导和管理人员进行了座谈交流。同时，通过课题讨论会、征求意见、咨询专家等多种形式对课题成果进行了完善，现已初步形成课题成果。

2、拓展全球化视野

为助力我国风景名胜区行业的全面、科学、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在基础设施建设、资源保护管理措施和可持续发展等方面的新思路等，协会成立编译中心，负责编辑出版国内外景区资讯文摘《风景工作参考》和海外景区资讯文摘《风景世界》。

在疫情期间，《风景工作参考》积极搜索相关资讯，特别关注和报道了疫情对景区的影响，疫后游客出游和消费的新变化、新业态，应对疫情的策略建议等，以期为景区因地制宜制定应对方案，走出疫情困境拓宽思路、提供引导。

同时，继续关注和报道门票改革、景区预约制度、自然保护地体系构建、国家公园建设、世界遗产申报和保护利用，以及与自然保护地相关的前沿性理论研究和国外国家公园保护和发展的得失等内容。

自《风景世界》创刊以来，秉承“他山之石可以攻玉”的办刊理念，力行为各会员景区及时提供国外与风景名胜区行业相关的各类资

讯，期望能为我国风景名胜区行业的未来发展提供国际化的借鉴和参考。

三、继续拓展国际交往与合作，建立国际联系，提高行业国际影响力

世界自然保护联盟（IUCN）是联合国在国际自然保护地领域的重要合作伙伴，作为该联盟的团体会员，协会一直保持与IUCN的密切联系与合作，并加入其世界自然保护地委员会（WCPA）、绿色名录亚洲区会员委员会等组织，努力将我国风景名胜区的保护发展融入到国际自然保护地体系，提升中国风景名胜区的保护管理水平以及行业的国际影响力。

继2019年协助IUCN出版发行世界遗产评估报告《世界遗产展望2（WORLD HERITAGE OUTLOOK 2）》之后，2020年1月在IUCN世界遗产部的邀请下，协会再次参与OUTLOOK的更新工作，协助中国遗产地管理者针对中国世界遗产地进行评估更新工作。截止6月底，已完成全部中国自然、混和遗产地OUTLOOK评估更新工作，并已将定稿报告转至IUCN遗产部。

多年来，协会主导完成了云南三江并流世界自然遗产地边界调整项目、武夷山世界自然遗产地边界调整项目、新疆天山世界自然遗产地巴音布鲁克片区保护管理规划等项目，并为可可西里、巴丹吉林沙漠等地完成世界遗产价值评估报

告，为多个风景区提供了世界遗产相关的技术咨询。

去年，协会接受内蒙古阿拉善盟阿拉善右旗政府委托，承担内蒙古巴丹吉林沙漠申报世界自然遗产项目的总体咨询服务工作，并成立项目组，编制了巴丹吉林沙漠的国家遗产申报书、世界遗产预备名录申报书、世界遗产申报文本和申遗宣传片等，积极协调相关机构和专家学者，对巴丹吉林沙漠申遗全过程提供指导和帮助。目前，世界遗产中心已回函缔约国中国，表示巴丹文本及附件满足完整性审查，接下来IUCN会开展包含提名地实地评估在内的技术性审查；此外，协会正在进行的世界遗产项目还包含重庆五里坡（湖北神农架世界自然遗产地）边界调整项目，项目已完成技术材料的编制并顺利报出，将在本届世界遗产大会上审议。

四、拓宽行业宣传渠道，结合传统媒体与新媒体，多维度助力景区宣传

协会加大各宣传渠道的建设力度，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。

1、紧跟时代发展，打造优质的新媒体宣传平台。

协会新媒体中心承担了行业协会在新媒体领域宣传推广、互联互通、合作共赢的工作职能，在协会

官网、微博、微信、快手等多种形式新媒体平台为风景名胜区行业发声，联合相关单位打造行业传播新媒体平台。

协会的新媒体宣传平台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、自然人文科普知识等进行及时、准确的宣传和报道。今年，协会大力推动媒体融合发展，与新京报等机构签署了战略合作协议，实现媒体平台间互融互通，提高媒介产品的传播力。

面对多地玻璃栈道类项目停摆的困局，协会联合多家媒体进行实地追踪报道，引起多家央媒和主管部门的高度关注，随后成立栈道游步道专业委员会，加紧制定关于玻璃栈道类项目的建设标准。

景区员工“逢假日必加班”，但加班工资却一直无法落实，这是困扰行业多年的激励措施失灵问题。协会公众号发表专题报道文章，引发媒体的热烈讨论。疫情防控进入常态化以来，景区游客最大承载量较长一段时间内维持低位，协会谨慎参考相关行业动态，呼吁主管部门灵活施策，动态调整限流比例。协会新媒体平台拓展多重渠道，拧成合力，为风景名胜区行业发声，为风景名胜区事业持续健康发展赋能。

此外，为顺应新媒体智能化和视频化趋势，协会利用新媒体技术，策划、拍摄、制作了景区宣传类短视频，多样化呈现传播内容，取得了数百万的浏览量。目前，协

会的微信公众平台已经成为行业内资讯快速权威传播的核心媒介，在行业重大新闻、重点政策解读、反映行业诉求等方面受收到行业内外外的广泛关注。

协会会刊《中国风景名胜》不断寻求相关资源，围绕行业改革实践及后疫情时代风景区的思考与关注，积极与相关单位、部门和专家合作约稿，及时关注重点景区的官网及微信公众平台，与新媒体内容联动，增强刊物的专业性、可读性和代表性，彰显景区的精神风貌，共享先进的管理经验，促进同行的工作交流，提高行业的理论水平。

为更好地发挥《会讯》的作用，协会持续对《会讯》进行改版，使其内容更加丰富，有效及时地反映秘书处的各项工作进展。

2、挖掘景区资源，组织图片形式的专题展览、摄影活动并配合进行线上线下宣传。

为挖掘风景名胜区道教名山、佛教名山丰富的文化内涵，协会组织道教名山联盟景区和佛教名山联盟景区，共同举办了“道教名山印记”、“佛教名山印象”老照片展播（展示）活动，并在北京玉渊潭公园影廊展示。现已完成佛教名山古建筑摄影展，即将进行道教名山古建筑摄影展。

协会与中国摄影报社合作，已陆续组织开展了“崂山杯”中国道教名山全国摄影大展、“普陀山杯”中国佛教名山全国摄影大展、“宝鸡天台山杯”风景名胜区全国摄影作品展，已收到投稿作品一万

余幅，“崂山杯”中国道教名山全国摄影大展50幅精选作品已在《摄影报》刊出，其他大展将陆续评审、刊出。

五、积极参与社会公益活动，提高景区影响力

为贯彻落实中央扶贫开发工作会议精神 and 《中共中央、国务院关于打赢脱贫攻坚战的决定》、响应党中央国务院“精准扶贫”的号召，中国风景名胜区协会联合公益慈善组织开展了一系列公益慈善活动，在提高景区影响力、增加景区社会认知度的同时承担行业的社会责任。

中景助学扶困基金是为响应中央精准扶贫的方针，由中国风景名胜区协会、无锡灵山慈善基金会联合发起设立的公益基金，该基金以服务风景名胜区辖区或周边弱势群体为宗旨，重点围绕贫困家庭、贫困学子和贫困职工设计和开展的慈善项目。

协会完成了第一阶段的景区灵青高中资助计划。持续三年资助四川峨边、雷波和重庆武隆、奉节四所中学196名家庭相对贫困、品学兼优的高中生。受到资助的武隆中学的50名学生在今年的高考中取得了骄人的成绩。其中70%的学生过本科第一批次录取分数线、96%的学生超过本科第二批次录取分数线、98%的学生超过本科分数线。现与凌峰公益基金会达成合作共识，继续资助景区周边数十名孤儿

完成高中学业。

六、进一步开放思维，集合社会力量，帮助景区寻找需要的发展项目

协会在继续做好已经开展的景区推广项目外，还将进一步落实中央相关文件精神，调研行业实际，集合社会力量，持续推出适合新时期行业发展实际和景区需求的发展项目。在文创产品开发、低空游、康养游、智能餐饮服务、连锁球幕影院、旅游护照、全民健身体育、美食文化嘉年华、景区夜游和投融资等方面，提供景区经营业态转型项目的服务支持。

七、设立专门机构，提升服务的专业水平

为了增进会员单位的凝聚力，协会设立了会员服务部，面向会员单位提供精准、定制化服务。为了应对行业发展中遇到的普遍问题，协会有针对性地设立体育旅游专业委员会、智慧景区专业委员会、栈道游步道专业委员会、投融资专业委员会等相应分支机构，支持行业发展，解决重点难点问题。

各位代表， 以上是中国风景名胜区协会第五届第七次理事会秘书处工作汇报。面对行业发展的新形势、新任务，协会将进一步加强与行业主管部门的联系，紧紧依靠广大会员单位，共同砥砺奋进、继

往开来。协会秘书处也将进一步提高整体素质、继续强化学习、联系实际、注重品质，切实做好风景名胜区各项服务工作，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健康发展。

（2020年11月8日）

中国风景名胜区协会第五届七次理事会

关于增补副会长单位（代表）等相关事项的决议

2020年11月8日，中国风景名胜区协会第五届第七次理事会通过了关于增补副会长单位（代表）、常务理事单位、理事单位、新增会员单位的决议，并对变更副会长单位代表人选进行公告，下一步，协会将按民政部有关规定及协会章程相关要求履行手续。

各项决议内容如下：

一、增补副会长单位（代表）

甘肃省平凉崆峒山大景区管委会 罗大将（党委书记、管委会主任）
黄河小浪底旅游开发有限公司 宋建平（总经理）
海南农垦旅游集团有限公司 石向荣（党委书记、董事长）

二、增补常务理事、理事单位

海南农垦旅游集团有限公司

三、新增会员单位（排名不分先后）

1. 昆明柴石滩地区水资源管理局（九乡明月湖景区）
2. 北京酷讯科技有限公司
3. 响堂山石窟管理处
4. 江苏力鼎环保装备有限公司
5. 正略钧策集团股份有限公司
6. 连云港瑞鑫动励观光车有限公司
7. 北京五色国际照明科技有限公司

- 8. 北京中视广经文化发展有限公司
- 9. 广东云隆产业投资有限公司
- 10. 广西隆门水都旅游开发有限公司
- 11. 杭州中智游新科技集团有限公司
- 12. 上饶市三清山风景名胜区兴财投资有限责任公司
- 13. 三亚鹿回头旅游发展有限公司
- 14. 北京奥悦冰雪旅游投资集团有限公司
- 15. 北京东语华星文化艺术有限公司
- 16. 星球客（广东）智能科技有限公司
- 17. 北京格林摩尔隆华餐饮有限公司
- 18. 海南农垦旅游集团有限公司
- 19. 江泰保险经纪股份有限公司
- 20. 本溪水洞旅游（集团）股份公司
- 21. 深圳市前海打望技术有限公司
- 22. 杭州园林设计院股份有限公司
- 23. 辽宁省锦州市生态旅游管理办公室
- 24. 黑山县林业和草原局（辽宁省锦州龙湾湿地公园）
- 25. 上海舞美码头文旅科技产业园（南桥码头（上海）文化科技有限公司）
- 26. 河南景区之家文化旅游发展有限公司
- 27. 永城市芒砀山旅游景区管理委员会（永城市旅游发展集团有限公司）
- 28. 翎蓝航空服务（北京）有限公司

四、变更副会长单位代表人选

- 1. 北京市昌平区十三陵特区办事处由唐拥军同志变更为现任党委书记、办事处主任李攀同志。
- 2. 襄阳市隆中风景名胜区管理委员会由阮莉莉同志变更为现任党工委书记、管委会主任魏玮同志。
- 3. 五台山风景名胜区管理委员会由赵新年同志变更为现任党工委书记、管委会主任王黎明同志。

风景名胜区整合优化相关政策解读及工作建议

中国风景名胜区协会规划设计中心主任助理 张若辰

一、风景名胜区归并整合相关政策解读

——对《关于自然保护地整合优化有关事项的通知》的解读

自2017年9月中办国办发布《建立国家公园体制总体方案》以来，针对风景名胜区在新的体制框架下如何进行改革发布了一系列的政策文件。包括《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》（2019）、《关于在国土空间规划中统筹划定落实三条控制线的指导意见》（2019）、《关于切实加强风景名胜区监督管理工作的通知》（保监字〔2020〕41号）、《关于加强和规范自然保护地整合优化预案数据上报工作的函》（林保区便函〔2020〕14号）和《关于自然保护地整合优化有关事项的通知》（自然资办发〔2020〕42号）等。

自然资源部办公厅和国家林业和草原局办公室最新发布的《关于自然保护地整合优化有关事项的通知》（自然资办发〔2020〕42号）

对风景名胜区在此次自然保护地整合优化过程中的工作做了较为详细的指导。

《关于自然保护地整合优化有关事项的通知》（自然资办发〔2020〕42号）中关于风景名胜区的

事项中提到：“本次自然保护地整合优化预案，暂不涉及风景名胜区自身范围调整，风景名胜区体系予以保留。针对当前风景名胜区内存在的城市建成区、建制乡镇建成区、永久基本农田等大量人为活动，以及其他各类自然保护地交叉重叠等问题，将另行研究解决。

风景名胜区中属于生态功能极重要、生态极脆弱的区域，可以纳入自然保护地体系，符合生态保护红线管理规定的，划入生态保护红线；其他区域不划入生态保护红线。

与风景名胜区交叉重叠的其他各自然保护地，按照71号函有关规定整合优化。整合优化后的自然保护地纳入生态保护红线。

风景名胜区依据《风景名胜

区条例》管理；风景名胜区与自然保护区等其他自然保护地交叉重叠的区域，还须符合自然保护地管控要求；划入生态保护红线的区域，应当符合生态保护红线的管理规定。”

1. 首先，明确了“本次自然保护地整合优化预案，暂不涉及风景名胜区自身范围调整，风景名胜区体系予以保留”。

那么，风景名胜区体系包括有哪些内容？风景名胜区体系包括有：

1）申报设立

风景名胜区分为国家级风景名胜区和省级风景名胜区两级。具有国家代表性的，可以申请设立国家级风景名胜区；具有区域代表性的，可以申请设立省级风景名胜区。其中《风景名胜区条例》中规定了申报设立的程序要求。

2）规划编制和审批程序

规划是风景名胜区保护利用管理的法律依据，是行政机关行政审批行政许可的法律依据，是行政相

对人开展建设的法律依据。包括有总体规划、详细规划和重大建设项目核准等。

总体规划是在一定时间和空间内对风景名胜区资源与环境的保护、利用和开发建设所做的系统性分析、科学部署和总体安排。（审查）

详细规划是对总体规划确定的保护和利益措施的具体安排与实施，不能违背总体规划的要求。（审批）

重大建设项目主要包括规划范围内各类大型建设项目和核心景区内重点建设项目。

3）管理体制
建立了国家林业和草原主管部门、地方政府主管部门（地方林业和草原主管部门）和风景名胜区管理机构（法律法规授权，具有管理公共事务职能的组织）的三级管理体制。风景名胜区所在地县级以上地方人民政府设置的风景区管理机构，负责风景名胜区的保护、利用和统一管理工作。

4）法律法规体系
涉及风景名胜区的法律法规中最主要的就是《风景名胜区条例》。《风景名胜区条例》确定了科学规划、统一管理、严格保护、永续利用的原则，对风景名胜区的设立、规划、保护、利用和管理作出了较为详细的规定。

此外各地方还出台了地方性法规，例如，黄山风景名胜区出台了《黄山风景名胜区管理条例》（安徽省人大常委会公告第十六号）

（2014-07-01），江西省出台了《江西省三清山风景名胜区管理条例》（自2006年8月1日起施行），浙江省出台了《浙江省风景名胜区条例》（2011年7月29日浙江省第十一届人民代表大会常务委员会第二十六次会议通过）。

2. “本次自然保护地整合优化预案，暂不涉及风景名胜区自身范围调整，……。针对当前风景名胜区内存在的城市建成区、建制乡镇建成区、永久基本农田等大量人为活动，以及与其他各类自然保护地交叉重叠等问题，将另行研究解决。”

“风景名胜区与自然保护区等其他自然保护地交叉重叠的区域，还须符合自然保护地管控要求；划入生态保护红线的区域，应当符合生态保护红线的管理规定。”

1）自身范围暂不调整
“不调整”意味着自身范围不扩大也不缩小。和其他保护地范围有交叉重叠的情况下，不受其他保护地范围调整的影响，暂时保留风景名胜区的范围不变。“暂不”意味着存在的问题，之后还需要解决。

2）历史遗留问题另行研究解决

有关风景名胜区范围内的大量人为活动问题，另行研究解决。

与其他各类自然保护地的交叉重叠问题，另行研究解决。其他自然保护地包括有：自然保护区、森林公园、地质公园、湿地公园等。

除此之外，风景名胜区还可能涉及水利风景名胜区、历史文化名城名镇名村、全国重点文物保护单位、世界文化遗产地、文化公园等。这些保护地分别都有《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》、《长城、大运河、长征国家文化公园建设方案》、《风景名胜区条例》、《自然保护区条例》、《文物保护法》、《历史文化名城名镇名村保护条例》等政策和法律法规的支持。与这些保护地重叠的风景区还应同时符合相应的管控要求规定，同时风景名胜区的调整也面临着较为复杂的挑战。

3. “风景名胜区中属于生态功能极重要、生态极脆弱的区域，可以纳入自然保护地体系，符合生态保护红线管理规定的，划入生态保护红线；其他区域不划入生态保护红线。”

风景名胜区可部分纳入生态保护红线。

生态保护红线是指在生态空间范围内具有特殊重要生态功能、必须强制性严格保护的区域，是保障和维护国家生态安全的底线和生命线，通常包括具有重要水源涵养、生物多样性维护、水土保持、防风固沙、海岸生态稳定等功能的生态功能重要区域，以及水土流失、土地沙化、石漠化、盐渍化等生态环境敏感脆弱区域。这其中就对生态功能极重要的区域和生态极脆弱的区域进行了定义。

按照《自然生态空间用途管制办法》（试行）等对生态保护红线的管控要求可以知道，生态保护红线一旦划定不可逾越。《自然生态空间用途管制办法》（试行）第十二条规定了，生态保护红线原则上按禁止开发区域的要求进行管理。严禁不符合主体功能定位的各类开发活动，严禁任意改变用途，严格禁止任何单位和个人擅自占用和改变用地性质，鼓励按照规划开展维护、修复和提升生态功能的活动。因国家重大战略资源勘查需要，在不影响主体功能定位的前提下，经依法批准后予以安排。第十四条明确了禁止新增建设占用生态保护红线，确因国家重大基础设施、重大民生保障项目建设等无法避让的，由省级人民政府组织论证，提出调整方案，经环境保护部、国家发展改革委同有关部门提出审核意见后，报经国务院批准。生态保护红线内的原有居住用地和其他建设用地，不得随意扩建和改建。

4. “风景名胜区依据《风景名胜区条例》管理”
为了加强对风景名胜区的管理，有效保护和合理利用风景名胜资源，制定了《风景名胜区条例》（2006年9月19日中华人民共和国国务院令474号公布），适用于风景名胜区的设立、规划、保护、利用和管理。

2016年2月6日修订了《风景名胜区条例》，将《风景名胜区条

例》第二十八条和第四十二条中的“国务院建设主管部门”修改为“省、自治区人民政府建设主管部门和直辖市人民政府风景名胜区主管部门”。这意味着将重大建设项目下放到省一级风景名胜区主管部门进行核准。

5. 此外，关于世界遗产提出了“世界遗产的边界范围和管理要求原则上保持稳定”的要求。

风景名胜区内有较多世界遗产地。截至2019年，共有43处国家级风景名胜区涉及世界遗产地，其中涉及世界文化景观的有4处，涉及世界文化遗产的有13处，涉及世界文化与自然遗产的4处，涉及世界自然遗产地（联名地重复计算）的22处。

要求原则上保持稳定，但确有必要调整的，可以依据程序依法依规进行调整。

6. 针对城市建成区内的自然生态空间，提出“城市建成区内的自然生态空间对改善城市生态、提升城市品质、供给生态产品，具有十分重要的价值，应当加强保护，严格用途管制。城市建成区内的自然保护地，如杭州西溪国家湿地公园等，必要时以‘开天窗’的形式在城镇内加以保护，并根据生态功能和管控强度，确定是否划入生态保护红线。”

城市型风景名胜区不在少数，例如，杭州西湖国家级风景名胜区、南京钟山国家级风景名胜区和

乐山大佛国家级风景名胜区等。该政策的提出认可了城市建成区内自然生态空间的价值。城市型风景名胜区的合理保护与利用不仅关系到自身的利益，也对其所在的城市的发展起着重要的推动作用。

明确了城市建成区内自然生态空间的保护形式——“开天窗”。由于城市型风景区特殊的地理位置，以及城镇化的持续快速推进，城市扩张和人为活动的增多不断挤压城市型风景名胜区的空间，对其生态环境和人文价值带来了严重的冲击。可通过开天窗的方式划定保护地（自然生态空间）的边界红线，严防城镇建设用地的侵入。

二、风景名胜区下一阶段的工作建议

1. 针对风景区内存在的城镇建成区等大量人为活动区域的历史遗留问题

1）展开自查，实事求是，明确各区域的保护价值

建议各风景区针对各自的情况，通过展开自查，明确保护价值不高、人类活动密集、且不必要纳入保护地的区域，将其划出。

2）逐个研究，避免一刀切
针对风景名胜区的历史遗留问题，不宜采用一刀切的方式，应根据每个风景区的历史发展情况逐个研究解决。逐个研究后再决策，有些可以适当保留、应该保留；有些应该划出。

3）依法依规进行调整，严防

简单的“以调代改”

对风景名胜区内可能存在的历史遗留问题应展开专题研究和科学论证，对确实需要进行调整的要依法依规进行调整。要严格执行《风景名胜区条例》，严格风景名胜区规划的编制、审批和实施。依法依规推动风景名胜区历史遗留问题和现实矛盾的有效解决，严防简单的“以调代改”。

4) 启动总体规划评估和总体规划修编

先对当前的风景名胜区总体规划的实施情况和保护管理情况进行评估，论证启动总体规划的修编工作的必要性，接着通过总体规划修编推进历史遗留问题的解决。

2. 针对风景区与其他各类自然保护地交叉重叠等问题

在预案调整之后：

1) 逐个研究，避免一刀切
2) 部分风景区可直接适用“同级别保护强度优先、不同级别低级别服从高级别”原则

国家公园优先。自然公园则可以对其进行归并。自然保护区和风景名胜区属于同级别，根据自然地理、人文环境等特征和功能需求再综合考量。

3) 情况特殊的，具体研究解决

例如涉及自然保护区、水利风景名胜区、历史文化名城名镇名村、全国重点文物保护单位、世界文化遗产地、文化公园等的风景名胜区。

3. 总体规划到期的应尽快启动总体规划评估和修编的工作

1) 无边界重叠情况的风景名胜区可直接启动

2) 先进行总体规划评估，然后启动总体规划修编

应贯彻落实《风景名胜区条例》关于风景名胜区总体规划的规划期届满前2年，规划的组织编制机关应当组织专家对规划进行评估，作出是否重新编制规划的决定。另外可进行边界范围专项评估。

总体规划2020年前到期的国家级风景名胜区名单（略）。

4. 针对风景名胜区内的发展和建设的需求，可启动重大项目专项论证或详细规划编制工作

1) 重点建设区域编制详细规划

基础设施、旅游设施、文化设施等建设项目的选址、布局与规模，以及相应的建设用地范围和规划设计条件等应通过详细规划的编制进行确定。

风景名胜区详细规划应当符合风景名胜区总体规划，已经编制有详细规划的区域，依法依规进行调整。

第十五条 风景名胜区详细规划应当根据核心景区和其他景区的不同要求编制，确定基础设施、旅游设施、文化设施等建设项目的选址、布局与规模，并明确建设用地范围和规划设计条件。风景名胜区

详细规划，应当符合风景名胜区总体规划。

——《风景名胜区条例》

2) 重大项目专项论证

对重大建设项目应启动重大项目专项论证，依法依规进行报批。

重大建设项目的定义可参考：

第二十八条 在国家级风景名胜区内修建缆车、索道等重大建设工程，项目的选址方案应当报省、自治区人民政府建设主管部门和直辖市人民政府风景名胜区主管部门核准。

——《风景名胜区条例》

第二十五条 世界遗产地内的建设项目，应当依法履行有关审批程序。在世界遗产地及其缓冲区范围拟建设缆车、索道、高等级公路、铁路、大型水库等对遗产地突出价值可能造成较大影响的重大建设工程项目的，应当依据《世界遗产公约操作指南》第172条的要求，至少在项目批准建设前6个月将项目选址方案、环境影响评价等材料经住房城乡建设部按程序告联合国教科文组织世界遗产中心。

——《世界自然遗产、自然与文化双遗产申报和保护管理办法（试行）》

国务院审批的市级国土空间总体规划审查要点，除对省级国土空间规划审查要点的深化细化外，还包括：……；②重大交通枢纽、重要线性工程网络、城市安全与综合

防灾体系、地下空间、邻避设施等设施布局。

——《关于全面开展国土空间规划工作的通知》

国家级风景名胜区内重大建设工程主要是指：①公路、索道与缆车、水库；②大型文化、体育与游乐设施；③旅馆建筑；④由国务院建设主管部门认定的其他重大建设工程。

——《风景名胜区条例释义》（2007）（不具备法律效力）（国务院法制办农业资源环保法制司/建设部政策法规司、城市建设司）

5. 科学划定生态保护红线，谨慎处理生态保护红线与风景名胜区的关系

处理好保护和利用的关系，明确必须严格保护的区域和可以利用的区域。同时科学处理风景名胜区保护管理边界和生态保护红线的关系；以及科学处理风景名胜区内各保护分区和生态保护红线的关系。

将生态功能极重要和生态敏感的区域划入生态保护红，将可以进行资源利用的区域划在生态保护红线以外。另外还可参考《风景名胜区总体规划标准》（GB/T 50298—2018）一级保护区范围划定生态保护红线。

一级保护区属于严格禁止建设范围，应按照真实性、完整性的要求将风景区内资源价值最高的区域划为一级保护区。该区应包括特别

保存区，可包括全部或部分风景游览区。特别保存区除必需的科研、监测和防护设施外，严禁建设任何建筑设施。风景游览区严禁建设与风景游赏和保护无关的设施，不得安排旅宿床位，有序疏散居民点、居民人口及与风景区定位不相符的建设，禁止安排对外交通，严格限制机动车辆进入本区。

——《风景名胜区总体规划标准》（GB/T 50298-2018）

6. 有关世界遗产地的事项

世界遗产的边界范围和管理要求原则上保持稳定，其中确有必要调整的，要依法依规依据程序进行调整。

其中国内政策法规，在国家层面有：《自然保护区条例》、《风景名胜区条例》、《中华人民共和国文物保护法》等，在地方层面有地方性法规或政府规章《四川省世界遗产保护条例》、《云南省三江并流世界自然遗产地保护条例》、《福建省“中国丹霞”自然遗产保护办法》等。

国际上有《保护世界文化和自然遗产公约》、《实施<保护世界文化和自然遗产公约>的操作指南》，还有相应的遗产地保护管理规定。

7. 地方出台相应的细则进行管控

在遵照现行法律法规的前提下，地方可以出台相应的保护管理细则严格规范风景名胜区的保护管

理工作。

其中浙江省就针对重大建设项目出台有《浙江省林业局关于规范风景名胜区内重大建设项目活动审批事项的通知》（浙林保〔2019〕97号）。

“根据有关规定，拟建项目选址论证方案包括五方面内容（项目必要性、合理性、可行性分析；项目的选址比选方案；项目对风景名胜区资源生态和景观环境影响评价分析；项目的初步设计及其他基础资料；项目用地红线图），但符合下列条件的可以简化材料：

1.符合风景名胜区详细规划，详细规划中没有布局方案的，需提供项目对风景名胜区资源生态和景观环境影响评价分析、项目的初步设计及其它基础资料、项目用地红线图三项。

2.符合风景名胜区详细规划，详细规划中有布局方案的，仅需提供资源生态和景观环境影响评价分析、项目用地红线图两项。

3.符合风景名胜区规划要求的改建复建类重大建设项目，仅需提供项目的初步设计及其它基础资料。”

——《浙江省林业局关于规范风景名胜区内重大建设项目活动审批事项的通知》（浙林保〔2019〕97号）

（2020年11月8日）

疫情过后新媒体格局下的景区传播

中国风景名胜区协会新媒体中心主任 姚辰

协会的新媒体中心负责协会网站及新媒体运营，探索行业新媒体应用，开展行业新媒体活动，跨行业跨平台合作的工作。协会新媒体中心目前覆盖媒介主要可以分为四类。

1、行业门户网站定位是：行业资源全站，覆盖行业内各领域资讯，舆情洞察报告等内容。

2、协会微信公众号：行业内信息推送平台，及时推送行业内动态。

3、短视频：协会发布部分原创短视频内容，核心能力是借各短视频平台资源助力景区短视频宣传工作。

4、其他新媒体：微博，头条……其他内容分发渠道

协会新媒体中心近些年一直关注互联网变迁，不同时期，不同节点，协会新媒体中心作为行业尝试新媒介的前沿，一直在发挥桥梁纽带作用。从2009年微博的崛起，意味着自媒体时代真正的到来。协会组织全行业整体入驻微博，作为风景名胜区行业宣传互动的新方式。2012年微信公众平台正式上线，协

会组织行业成立微信公众号联盟，团结行业力量同发展，共进退。如今，短视频行业发展如火如荼，协会在行业短视频应用领域也在联合景区作出积极的尝试。

协会的微信公众号“中国风景名胜区”及时分享国家政策、协会及景区工作、行业动态、景区宣传等相关报道。目前，协会的微信公众平台已经成为行业内资讯快速权威传递的核心媒介，在行业重大新闻、重点政策解读、反映行业诉求等方面受到行业内外的广泛关注。

同时，协会联合各风景名胜区政府微信公众平台，成立“中国风景名胜区微信公众平台联盟”，现已有70多家联盟单位。

基于微信公众号基础的风景名胜区自媒体联盟

首先是开放平台。在自媒体策划、拍摄、运营、传播等各个环节，优秀的合作伙伴都可以参与，众人拾柴火焰高。

第二是联合发展。景区之间联合作，举办活动，开展宣传，所

产生的影响力和效果是单打独斗无法比拟的。

第三是合作共赢。景区、平台、其他合作伙伴各展所长，共同参与活动，实现高效率的专业的人做专业的事。

协会也在景区短视频领域做了一些尝试。单纯说文明出行，对游客的触动有限。但亲眼看到扔下去的垃圾由工作人员飞跃悬崖捡起，将有很大视觉冲击力。在河北白石山风景区拍摄的这条短视频，作为协会出品的第一个短视频，在快手平台获得150W播放、2.9W点赞。制作完之后，我们开始思考，现在很多网络达人网络团队在制作VLOG似的短视频，我们是不是可以测试下这个形式？于是有了十三陵Vlog的内容。风景名胜区也在短视频方面做出了一些尝试，比如十三陵景区短视频运营团队就在做这个方面的积极尝试。他们制作了各种类型，导览、讲解、后期转场炫酷、高时效性等多种形式的短视频，并且在快手上收获了众多粉丝的关注。

今年的文化和自然遗产日，



协会新媒体中心用短视频的方式，回顾了世界遗产的诞生过程，向公众普及了世界遗产与我们生活的关系，在短视频平台获得数百万流量。

新冠疫情与SARS不同，并不是短时间区域性对社会和经济的负面影响，而是逐渐蔓延为全球性长期的负面影响。旅游业作为疫情中的重灾区，受到了极大影响。风景名胜区主要承担了“食住行游购娱”中最重要“游”的环节，是重灾区中的重灾区。

曾经在游客高速增长，文旅产业持续升温的大背景下，传统营销手段和渠道虽然有各种问题，但其具有周期短、见效快、可复制、规模效益明显等等优势，依旧是景

区选择的主要方式。新媒体作为一种周期长、消耗人力、见效慢的手段，大部分景区并没有把新媒体当作一个可持续的价值投资来做。要么当作发新闻稿件的布告栏，要么作为广告宣传的广告栏，鲜有与游客互动，能形成有体系的新媒体IP形象的少之又少。

疫情过后旅游市场发生了翻天覆地的变化，随着疫情及全球经济的不确定性，景区的目标也从促增长转为保恢复。低投入需要深耕的新媒体阵营，因其具有自造血成长性基因，在这个特殊的时期就显得尤为珍贵。景区新媒体经过试点、孵化，最终会成长为景区IP形象传播的主要阵地，承担景区在新媒体甚至互联网形象打造、内容分发、

活动及互动等多方面职能。游客在实体中游览景区，也同时被景区新媒体的网络世界所影响，景区新媒体中潜移默化传递的信息和内容将成为游客在游览中主要被唤醒的记忆，最终游客是在现实世界和虚拟想象中完成对景区的体验。这并不是新发明，在过去相当长的一段时间，小说、电视剧、电影等媒介也能达到这种效果。

目前大多数景区都把景区新媒体看作是宣传营销手段，以广告宣传的价值观看，的确景区新媒体价值有限。如果换个思路，把景区的新媒体作为成长的媒介来培养，看作一个具有成长性的投资标的，结论就完全不同了。

一个精心设计的景区新媒体是

具有生命力的，可以通过内容输出完成吸引、转化粉丝的工作，并持续输出内容，形成景区设定的IP形象，为景区带来直接或间接效益。很多人提到景区IP打造、文化挖掘就会首先想到文创纪念品。其实IP的核心价值在于内容，是先于实体产品的存在。新媒体是IP内容最好的分发渠道和运营平台，文创产品是依附于IP内容的皮毛，皮之不存，毛将焉附？这也就是很多文创产品研发了很久，在销售阶段却不尽人意的原因之一。

新媒体发展的难点在于两个方面，一是流量，二是内容。在这两个方面，风景名胜区都具有先天优势。

1、大量线下流量（游客）的资源载体

发展新媒体最难的就是没有流量。而风景名胜区恰恰拥有大量线下流量（游客），只要提高游客的转化率，就会有关注度的自然增长和留存。不借助任何大数据分析我们也能知道，游客自发的宣传传播是最精准的传播，游客朋友圈有血有肉的内容总比路边广告牌打动路人来的容易，这也就确保了信息传播的高效和精准。

2、拥有丰富的自然、历史、文化内涵的集合体

发展新媒体的第二个条件是内容。风景名胜区集中了大量珍贵的自然和文化遗产，是自然史和文化史的天然博物馆。有讲不完的故事，说不完的话题。景区只要结合

媒体传播特点，梳理传播架构，持续输出符合形象设定的内容，就能创造出属于景区特有的鲜活IP形象。区别于埋在历史洪流中干瘪褶皱的信息，基于新媒体的表述重新赋予了内容鲜活的形象，新瓶装旧酒，让景区的历史文化内容以符合新时期新的形态焕发活力。

新媒体发展到一定程度，变现困难也是面对的难点之一。但风景名胜区拥有丰富的新媒体变现渠道。

1、直接销售收益

打造景区新媒体是景区营销宣传最直接的方式。内容的长期植入和影响将带动门票以及文创等其他衍生品销售。文创产品最大的问题是游客要现学现用，先把内容装进脑袋，再把产品装进口袋，在进店消费的有限时间内实现这一目标难度非常大。新媒体对人的影响是“随风潜入夜，润物细无声”，日常潜移默化的植入（注意，不是打广告）会激发用户特定情境下的特定消费。举个夸张的例子，过去有为了卖玩具的“变形金刚”动画，今天有“布鲁可”动画，有异曲同工之妙。

2、全域旅游发展

通过内容的延伸，可以间接带动以景区为核心的“食住行游购娱”共同发展，形成以景区为龙头，其他要素为配套的综合发展。配合其他单位、机构组成矩阵账号互动，有时候会有意想不到的效果。

3、城市宣传营销

通过讲好景区故事，间接讲好城市故事。景区的新媒体账号，是城市宣传的重要组成部分，是游客对城市最直观的感受。持续输出的景区内容将影响受众对景区所在城市的整体印象，最终达到“因为一处景，爱上一座城”的效果。

网红景区的诞生可以看作是新生代景区在新媒体领域的逆袭，很多风景名胜区面临的是在新媒体领域的二次创业，是挑战更是机会。风景名胜区作为线下流量的资源方，历史文化的传承方，在新媒体领域发挥风景人的勤奋与创新，坚持不懈，砥砺前行，景区新媒体终将成为景区最有价值的投资，成为风景名胜区在新时期的宝贵财富。

协会在景区新媒体发展过程中，可以为景区提供运营支持和活动支持，为景区自媒体发展提供有力保障。

在运营方面，协会具有多年的自媒体运营合作经验，可以协助景区进行自媒体定位，自媒体运营，自媒体活动组织等。

在活动方面，协会可以联合多家景区共同开展活动，与互联网平台方合作，提升活动的品质和影响力。

（2020年11月8日）

凝心聚力 充分发挥平台优势 高瞻远瞩 深信未来无限可能

——中国风景名胜区协会第五届第七次理事会议综述



为探讨空间规划和自然保护地优化整合过程中风景名胜区的功能定位及对相关政策进行解读，交流疫情常态化防控下风景名胜区复苏振兴发展对策，以及风景名胜区在开展旅游扶贫、夜间旅游、低空旅游、康养旅游、体育旅游、文创及景区投融资等方面的做法和经验，2020年11月8

日至9日，由中国风景名胜区协会主办，中共鲁山县委、鲁山县人民政府、平顶山市尧山风景名胜区管理局承办，天瑞旅游集团股份有限公司协办的中国风景名胜区协会第五届第七次理事会在尧山风景名胜区顺利召开。

应邀出席本次会议的领导和嘉宾

有国家林业和草原局原总经济师张鸿文，国家林业和草原局自然保护区管理司副司长严承高，河南省林业局党组成员、省森林公安局局长朱延林，平顶山市人民政府副市长刘文海，平顶山市政协副主席、中共鲁山县委书记杨英锋，中共鲁山县委副书记、县长李会良。

中国风景名胜区协会会长王凤武和10位副会长、副会长单位代表，以及来自全国各地的理事、理事单位代表和风景名胜区主管部门、地方风景名胜区协（学）会、部分会员景区、相关企业事业单位代表400余人参加会议。

● ●●●
开幕式
隆重简约，热情洋溢



中国风景名胜区协会副会长单位代表，黄山风景区管委会党委书记、管委会副主任、黄山市委常委吴文达主持开幕式。



尧山风景名胜区管理局局长史晓天首先致辞，对各位领导和代表的光临表示热烈欢迎，介绍了尧山风景名胜区的资源特色和保护发展概况，并就尧山如何立足资源禀赋优势，主动顺应旅游发展新趋势，围绕“生态筑基、文化为魂、一地一品、多元发展”总体思路，强力实施质量提升工程，全面加强景区基础设施建设，做优做强核心品牌等方面工作进行了介绍。

随后，鲁山县委副书记、县长李会良在致辞中，对鲁山县优越的自然



文化资源，以及如何围绕国家全域旅游示范县创建目标，大力实施“生态建县、旅游兴县、文化强县”战略，确立文旅发展县域主导产业的具体做法进行了介绍。



平顶山市人民政府副市长刘文海在致辞中介绍了平顶山市的基本情况，认为风景名胜区作为文化和旅游经济的重要资源，在培育国民经济新的增长点、促进旅游经济和现代服务业发展方面发挥着愈来愈重要的作用。相信本次会议必将进一步助推平顶山市风景名胜区事业的发展繁荣。



河南省林业局党组成员、省森林公安局局长朱延林向大家介绍了河南省风景名胜区和世界遗产工作取得的成绩，并就机构改革以来河南省林业局贯彻国家林业和草原局的工作部署，强化风景名胜区资源管理开展的相关工作进行了总结。

中国风景名胜区协会会长王凤武在开幕式发表题为《行稳致远，进而有为，谱写风景名胜区事业新篇



章》的主旨讲话。王会长指出，此次会议的召开恰逢党的十九届五中全会胜利闭幕。五中全会决议绘制了中国第十四个五年计划期间的发展蓝图，也为中国风景名胜区行业未来五年的发展提供了根本的遵循原则。结合实际工作，从协会和行业发展的角度，王凤武会长提出：要贯彻落实自然资源部和国家林业和草原局相关文件，正确把握风景名胜区功能定位；要贯彻落实《中共中央国务院关于建立国土空间规划体系并监督实施的若干意见》和“放管服”要求，加快推进风景名胜区规划改革；要把握发展机遇，推动风景名胜区疫后恢复发展和提质升级；要确保协会按期完成社团脱钩改革，始终不渝履行行业协会职能，充分发挥桥梁纽带作用。



国家林业和草原局自然保护区管理司副司长严承高在讲话中指出：自然资源部和国家林业和草原局对风景名胜区工作高度重视。当前风景名胜区的主要任务是严格执行《风景名胜区条例》；认真执行风景名胜区规划的编制、审批和实施要求，严禁在风景名胜区规划批准前开展开发建设活动；强化监管手段措施，科学加强对风景名胜区的日常

巡查、监测、监管，确保风景名胜资源的严格保护和合理利用。希望大家以修订《风景名胜区条例》、完善制度升级、强化监管为改革切入点，齐心协力、主动作为，共同推进风景名胜区事业持续健康发展。

● ●●●
工作汇报
内容丰富，指导性强



中国风景名胜区协会副会长单位代表、九寨沟风景名胜区管理局局长赵德猛主持。

首先，秘书处以视频形式，从依托自身能力，做好规划技术服务工作；整合资源进行研究，为行业提供广阔视野与丰富资料；拓展国际交往合作，提高行业的国际影响力；拓宽宣传渠道，结合传统媒体与新媒体，多维度助力景区宣传；积极参与社会公益活动，提高景区的社会影响力；进一步开放思维，集合社会力量，帮助景区寻找需要的发展项目；设立专门机构，提升服务的专业水平等7个方面，向大会做2020年度秘书处工作汇报。

依照协会章程规定和民政部要求，会上就七届七次理事会“关于增补副会长单位（代表）的议案”“关于增补理事、常务理事单位的议案”和“关于新增会员单位的议案”提请大会审议，并向大会宣读“关于变更副会长单位（代表）的公告”。



协会规划设计中心张若辰



协会规划联合体金英



协会研究中心主任朱芳



协会对外联络李简西



协会新媒体中心主任 姚辰

随后，秘书处相关工作人员结合具体工作，就“风景名胜区归并整合相关政策解读及工作建议”、“当前风景名胜区相关规划编制”、“风景名胜区专题研究工作”、“国际交流与合作工作”、“疫情过后新媒体格局下的景区传播”以及“标准化助力智慧景区高质量发展”等向大会做专题汇报，使与会代表对协会2020年度的工作有了更加直观和深入的了解。

● ●●●
专题交流
精彩纷呈，有益借鉴



11月8日下午的专题交流，分别由中国风景名胜区协会副会长单位代表、华山风景名胜区管理委员会党工委书记、华管委常务副主任赵晓龙和中国风景名胜区协会副会长单位代表、肇庆星湖风景名胜区管理局党组书记、局长钱旭主持。

协会部分企业会员代表结合各自多年的实践和技术优势，分别以“跨界融合制高点 把握先机风景名胜+冰雪体验+山地运动”“夯实景区夜间游览基础 展景区独特文化魅力”“国内大循环格局下，主流媒体助力旅游业复苏”“5G新基建助力风景名胜区高质量发展”“拼多多助力风景名胜区走向新消费时代”“产业链资源整合看景区破局之路”“从单纯体育项目到可运营体育旅游产品”“智能餐饮无人售卖服务及嘉年华活动”“风景名胜区亦暖心餐车服务项目”“低空旅游服务项目”以及“智能载人无人机和商用无人机项目”为题，就新技术、新产品在风景名胜区的推广和应用进行介绍交流，希望借此助力景区恢复振兴、提质升级，促进风景名胜区资源保护科学化、行政管理高效化、旅游服务智能化、产业发展现代化。



第一组



第二组



第三组



第四组

• • • • • 分组讨论 畅所欲言，各抒己见

11月9日上午，与会代表分为4个组，围绕中国风景名胜区协会会长王凤武、国家林业和草原局自然保护区管理司副司长严承高的讲话和秘书处工作汇报，以及本次会议的主要议题进行了热烈讨论。

大家一致认为，本次会议是国内风景名胜区全面贯彻落实十九届五中全会精神，指导景区克服疫情冲击，

走出困境，推动高质量发展的一次重要会议。指导性强，全面总结了协会2020年工作，对2021年工作做了系统安排，为各景区下一步工作的开展指明了方向；内容丰富，紧紧围绕自然保护区地体系改革和风景名胜区发展要求，设置了大量有意义、操作性强的会议内容，为景区发展提供诸多有益借鉴，务实高效，成果丰硕。

代表们认为，协会在行业发展转型的关键时刻，充分发挥了基层单位与政府部门之间的桥梁纽带作用，如

实反映行业诉求，主动建言献策；秘书处各项工作紧密围绕风景名胜区改革发展和生态建设的重大问题，卓有成效，切实履行了“提供服务，反映诉求，规范行为”的宗旨。一致同意协会2020年度工作报告以及2021年度工作安排，并将认真贯彻，坚决拥护。

大家畅所欲言、各抒己见，对协会秘书处工作予以充分肯定的同时，也为协会今后的工作提出了许多中肯、宝贵的意见和建议。此外，代表

们还结合各自景区实际，就风景名胜区在深化改革和持续快速发展中如何抓住机遇，应对挑战，解决难点、痛点问题，进行了深入的交流和探讨。

《智慧景区评价指标》团体标准启动会亦于同期召开。风景名胜区团体标准是风景名胜区保护、管理和建设的重要技术基础之一。启动会旨在凝聚行业力量，通过积极推动行业标准制定工作，使风景名胜区行业尽快迈上团体标准化建设轨道。

• • • • • 会议总结 凝心聚力，无限可能



中国风景名胜区协会副会长单位代表、青岛崂山风景

名胜区管理局常务副局长王兰波主持了会议总结部分。

首先由4个小组的召集人分别代表本组，向大会通报小组讨论情况，为协会下步工作，重点提出以下几方面合理化建议：

1 对后疫情时期景区复苏和对策，建议要统筹推进常态化疫情防控和旅游经济发展，杜绝任何麻痹思想、厌战情绪、侥幸心理、松动心态，优先完善景区公共卫生管理和应急体系，购置充足的应急物资储备与保障，补齐环境卫生和健康设施的短板，在危中寻机，化危为机，延伸链



《智慧景区评价指标》团体标准启动会



第一组：北京市园林绿化局副局长李晓肃



第二组：泰山风景名胜区党工委委员张春国



第三组：隆中风景名胜区党工委委员、管委会副主任李延庆



第四组：崆峒山大景区管委会主任罗大将

条，增加二消，立体宣传，精准营销，用活政策，争取支持。

2 建议呼吁国家层面加快《风景名胜区条例》修订的进度和力度，同时尽快出台风景名胜区优化整合具体措施，要充分考虑风景名胜区的特殊性，统筹保护和开发的关系，为风景名胜区总体规划的修编提供政策支持。

3 建议进一步理顺管理体制。机构改革后，风景名胜区主管部门由住建部门转隶为林草部门，在国家层面已经很明确，但省市县层级还没有理顺。虽然《条例》中对管理机构的设计和职能有较明确的定位，但执行中参差不齐，工作中矛盾突出。建议进一步明确风景名胜区管理机构主体地

位，理顺隶属关系，对国家级风景名胜区分区实行省级林草部门垂直管理，建立精简协调、统一高效的风景名胜区管理体制，同时赋予风景名胜区管理机构以行政职能，确保建设项目审批的有效性。

4 建议尽快启动总规修编和审批工作。总规是风景名胜区发展的依据，没有总规的指引，所有项目都无法落地。目前很多景区总规都到了修编的年限。建议国家层面明确风景名胜区管理机构作为修编的主体，加快审批步伐，减少审批流程，下放审批权限，明确重大项目的具体内容，处理好国土空间规划与总规的关系和优化整合后的衔接，让总规更具有可操作性。

5 建议进一步明确项目落地用地问题。国务院明确，风景名胜区土地不能出让。但是土地是项目建设的前置，很多旅游服务配套设施因此无法落实落地。建议由协会呼吁，尽快出台相关指导意见。

6 建议协会充分发挥平台优势，多举办信息宣传、智慧景区、文旅融合等方面的专题研讨会，加强景区间的交流、学习和沟通，推动具有中国特色的景区的良性发展；积极搭建国际活动和交流的平台，让中国风景名胜区走出国门，展示中国文化的自信。

7 建议尽快明确资源占用费收取的具体实施意见、标准和使用规范。

8 关于行业关注的风景名胜区加班问题。建议从国家层面提出意见，参照防汛、公安、信访等部门，明确适当的补助标准，进一步提升景区工



议案表决

作人员的工作积极性。

随后，对本次理事会上提出的三项议案，全体与会代表进行了表决并获得全票通过。

最后，中国风景名胜区协会副会长、浙江省风景名胜区协会会长王水法做大会总结发言。他将这次会议总结为三大特点：凝心聚力、认同感强；亮点频出、信息量大；解疑释惑，方向感强。与大家分享了三个观点：风景名胜区具有顽强的生命力，体系调整没有被弱化，疫情来袭没有打趴下；风景名胜区存在无限的可能，生态环境与文化旅游是治愈社会伤口、消除世界隔阂、提振经济复苏最直接、最有效的手段与途径，这给风景名胜区带来无限希望；下一步，风景名胜区必须紧抓“规划、管理、品牌、营销、服务”五大要素，多管齐下，整体推进，集中精力打好组合拳，要坚持规划是龙头的观念，妥善处理好资源保护和社会发展两者间的关系，不断推进产业产品的提质升级。



中国风景名胜区协会副会长、浙江省风景名胜区协会会长王水法

至此，中国风景名胜区协会五届七次理事会顺利完成各项议程，取得了圆满成功。会议对鲁山县委县政府、尧山风景名胜区管理局和天瑞旅游集团股份有限公司的大力支持，以及全体参会代表的共同努力，表示由衷的感谢。

发展永无止境，奋斗未有穷期。站在两个一百年奋斗目标的历史交汇点，全国各风景名胜区要深入学习贯彻十九届五中全会精神，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，增强“四个意识”、坚定“四个自信”，坚持创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，谱写出中国风景名胜区事业的新篇章！

（中国风景名胜区协会秘书处：星屿；摄影\云杉）

树牢全域观 打好组合拳 推动尧山风景名胜区高质量发展

平顶山市尧山风景名胜区管理局

尧山风景名胜区原名石人山风景名胜区，位于河南省平顶山市鲁山县西部，伏牛山东段，规划面积294.1平方公里，拥有奇峰、怪石、飞瀑、云海、温泉、原始森林等壮丽风光和仰韶文化遗址、刘累故邑、墨子著经阁等众多人文景观，集“雄、险、秀、奇、幽”于一体。新华社原社长穆青曾两次登尧山，赞其为“中原独秀”！

近年来，我们立足资源禀赋优势，深入贯彻中央、省、市文化旅游工作部署要求，全面落实鲁山县委、县政府“生态建县、旅游兴县、文化强县”

战略，围绕“生态筑基、文化塑魂、一地一品、多元发展”总体思路，持续丰富景区品质内涵，完善基础配套，提升旅游服务水平，健全旅游产业链条，初步形成了以“山、佛、汤”为核心，以“休闲度假、温泉疗养、生态观光、军事探秘、寻根问祖、漂流滑雪、农事体验”为主体，特色鲜明、多元支撑、全域发展的旅游体系，推动尧山风景名胜区迈上高质量发展的新阶段。先后被命名为国家级风景名胜区、国家5A级旅游景区、国家地质公园、首批国家生态旅游示范区、国家级旅游度假区。2019年

接待游客346万人次，旅游综合收入3.1亿元，呈连年增长良好态势。

一是创新体制机制，推进景区管理规范化。坚持以市场为导向，积极推进景区管理体制改革，升格成立平顶山市尧山风景名胜区管理局，明确职能定位、管理权限，形成了统一指挥、组织有力、政令顺畅、管理科学的体制机制。始终把习近平总书记“绿水青山就是金山银山”理念贯穿景区发展管理各方面、全过程，严格落实项目建设前置审查、工程验收一票否决、问题企业一律关停等政策措施，顶住压力、排除一切干扰因素，坚决守住风景名胜区生态保护与开发建设两条底线。近年来，风景名胜区范围内关闭矿山5座，拆除违法建筑物93栋、占地面积63.6亩，绿化造林7752亩。同时，立足长远治本，从县市场监管、自然资源、公安、交通等部门抽调精干力量，组建尧山景区综合执法队，推进景区及沿线旅游环境监督管理常态化、规范化。

二是注重质量提升，推进核心景区精品化。紧紧围绕鲁山全域旅游发展对尧山景区的定位和规划，坚持把尧山

中国风景名胜区协会国际交流与合作工作汇报

中国风景名胜区协会外联部外事专员 李简西

5A级旅游景区和尧山温泉旅游度假区“两区”质量提升放在重中之重的位置，协调成立由县委、县政府主要领导挂帅的“两区”整改提升指挥部，压实乡镇属地管理责任、部门行业监管责任和企业主体责任，建立周安排部署、日督查通报、月观摩评比等推进机制，强力推进“两区”整改提升。县财政协调资金1.3亿元，完成尧山高速出口至尧山山门30公里道路绿化整修、上汤村外立面改造、度假区内景观绿化等工程。景区和景区内各经营主体共投入1500万元，改造完善游步道、指示牌及旅游休息设施，统一整修宾馆商铺外立面，景区品质提升、面貌一新。

三是实施项目带动，推进景区发展品牌化。县政府每年确定“十大旅游项目”，分别由县级领导干部协调推动，坚持以项目建设支撑推动旅游发展。先后谋划实施了墨子古街、天龙山风景区二期、阿婆寨风景区、丝绸家纺产业园等一大批旅游项目，推进各旅游景点提档升级，使鲁山A级以上景区达到了11家。今年，县政府又出台“文旅十条”，投入5000万元专项资金，大力实施文化旅游龙头企业培育工程，制定资金支持、金融扶持、税收减免缓缴等措施，加快文化旅游重点项目建设。目前，总投资40亿元的花瓷古镇项目已完成投资7000多万元，花瓷古镇展示中心已于国庆节对外开放；总投资10亿元的鲁山之窗文旅综合体已完成投资3.5亿元，桑盘元居如是民宿、龙台隐居民宿正在加快推进，预计年底前投产营业，不断丰富、叫响文旅品牌。同时，坚持景区发展到哪里，基础设施就完善到哪里，累计投入资金近10亿元，拓宽改造干线公路77公里，打造旅游专线198公里，新建乡村公路800多公里，设立骑

行绿道50余公里，构建了“快旅慢游”新格局。

四是厚植文化元素，推进文化旅游一体化。鲁山历史悠久、文化底蕴深厚，文化旅游融合发展的优势明显、潜力巨大。我们坚持把尧山景区发展与鲁山打造“美丽鲁山、智慧之都”“丝绸源头、家纺之都”“名窑之乡、花瓷之都”“牛郎故里、爱情圣地”“三都一地”文化名牌结合起来，将丰富文化内涵融入到旅游产品、线路、消费等各个方面，精心打造文化旅游线路，制作文化旅游商品，使旅游与文化深度融合、一体发展。近年来，已成功举办四届世界汉字节、四届七夕节、三届端午节、六届红叶节、首届鲁山文化旅游节、网红音乐节等文化旅游节会，不断为景区发展注入文化内涵、塑造文化灵魂。

五是积极拓展创新，推进景区业态多元化。顺应大众体验式旅游新需求，依托良好生态旅游资源，进一步丰富旅游业态，打造旅游精品路线。大力开发体验类项目，大峡谷漂流、玻璃栈道、高山滑雪等体验类项目快速发展，低空飞行、滑翔等新业态旅游项目对接实施。大力发展农家乐旅游，坚持以星级评定为抓手，推进农家乐提档升级。目前已评定三星级以上农家乐329家，落实奖补资金300多万元，带动形成一批特色突出、经营规范、服务精细的品牌农家乐、高端民宿和乡村旅游示范村，推动山区变景区、民房变客房、产品变商品，繁荣发展农村经济。大力推进沟域经济发展，立足各地沟域特色和产业优势，邀请国内顶级专家团队规划风景名胜区内沟域产业发展布局，做到“沟沟有产业，村村有特色”，把“穷沟沟”打造成“金沟沟”，变“美丽风景”为“美丽经济”。如四棵树乡张沟

村柞蚕一体化丝绸加工、生态黑猪养殖和农家乐经营繁荣当地经济，张良镇杨李沟村，孝道园、农耕园和乡愁园等三个“主题公园”将磨盘、水缸、牛槽等老物件变废为宝，成为游人流连忘返的打卡地；大力发展农旅综合体，涌现出林丰庄园等一批农（林）牧相结合的特色田园观光基地。

六是用好用活融媒体，推进景区营销立体化。坚持以开放促发展，积极参加河南省品牌景区旅游推介会、第十二届投洽会、伏牛山全域旅游扶贫推广周、河南省民宿工作会议等活动，持续加大宣传推介力度。在河南日报、大河报等主流媒体实时发布旅游动态广告、专题片、专访和活动营销等内容；加大与腾讯、携程、途牛等大型网络旅游企业的对接、合作，强化网络宣传营销。在郑尧高速主要路段设立大型广告牌，鲁山旅游的知名度、影响力进一步提升。加强与周边景区和城市的区域合作，将鲁山旅游景区纳入郑汴洛大旅游圈，加大客源目的地及周边城市户外广告投放力度，持续打造和推出跨地区特色旅游线路，以形式多样的宣传促销活动，不断开拓旅游市场，推进尧山景区高质量、高效益发展。

我们将以这次会议为契机，全面贯彻落实本次会议精神，深入学习兄弟风景名胜区经验，聚焦建设全国一流风景名胜区目标，主动融入伏牛山全域旅游发展格局，全面推进文化旅游融合发展，持续提升景区品质，加快推进旅游设施现代化，用大数据、云计算、人工智能技术等赋能旅游服务、强化宣传营销，推进尧山风景名胜区全面发展、高质量发展，努力打造国内一流风景名胜区、世界知名旅游目的地。

作为国内景区进行国际交流合作的窗口、桥梁和纽带，中国风景名胜区协会为会员景区提供了广阔的国际交流平台。协会长期与世界自然保护联盟（IUCN）、世界自然基金会（WWF）、联合国教科文组织世界遗产中心（WHC）、国际古迹遗址理事会（ICOMOS）、联合国世界旅游组织（UNWTO）、国际可持续旅游组织等国内外组织机构、专家团队保持着密切的合作关系。目前，协会国际交流业务主要集中于编译中心和外联部两个部门。

编译中心，致力于输送国际先进理念和技术（例如旅游设施建设、保护管理经验、创新项目活动 and 世界遗产保护利用等），积极研究探索国内外热点、难点问题，为会员景区的可持续发展提供新思路。

外联部，是国际交流的重要窗口，努力为国内外同行搭建合作交流的平台，在国内主管部门和国际

组织之间做好纽带的工作。积极参与筹建协会世界遗产专业委员会、组织参与国际会议、与国际组织和专家开展广泛的合作等工作，为会员单位构建了内部和对外交流的渠道，并为有意向申报世界遗产、参与国际组织活动、缔结友好景区的会员单位提供技术咨询服务。

一、编译中心主要工作

1. 《风景世界》
《风景世界》——“他山之石可以攻玉”，为助力风景名胜区行业蓬勃发展，及时反映国外景区发展动态，协会秘书处于2018年8月创办《风景世界》文摘。文摘瞄准国际前沿，紧跟行业发展趋势，通过对大量国外文献和新闻的检索与编译，与国外同行积极保持联络，引进和借鉴国际先进管理经验、技术和理念，以期开拓风景名胜区管理干部的视野，为会员景区发展提供有益的工作参考，打造“更全

面、更精彩、更前沿”的行业交流资讯平台。

《风景世界》同步供稿协会微信公众号，线上线下“双管齐下”，使会员单位能够更快捷地了解国外讯息。截至2020年10月，《风景世界》已出版发行32期。

《风景世界》设有4个栏目：
新闻采撷——编译国际新闻资讯，报道国外景区、世界遗产地时事要闻，以及相关国际组织（联合国教科文组织UNESCO、世界自然保护联盟IUCN、国际古迹遗址理事会ICOMOS、世界自然基金会WWF、欧洲公园联盟、非洲公园组织等）围绕自然保护地、世界遗产地开展的工作和发布的重要决策与声明。

自2020年新冠疫情发生以来，栏目增加了国外景区应对疫情采取的措施和国际组织对行业发展的影响分析与策略建议，努力为会员单位摆脱疫情困境，转危为机、恢复发展提供新思路、新方法。



环球万象——放眼全球，探索发现国外景区发展新潮流、新趋势，介绍优秀规划设计案例、国际先进管理方法与实践以及新技术的开发与应用。

图书推荐——围绕国家公园规划建设、世界遗产地管理、生物多样性保护等主题，推荐优秀图书、专项研究报告，丰富、拓展风景名胜区从业者的视野，增强生态保护的责任感与使命感。

专题研究——搜索、编译与国外国家公园、世界遗产地资源保护、基础设施建设、规划设计和服务项目相关的文献资料，分析解读国外景区管理与发展案例，并根据国内景区发展实际提出意见和

建议，为我国风景名胜区及其他类型自然保护地的建设利用和保护管理提供启发与借鉴，加快培育新业态、新模式，促进行业高质量可持续发展。

2. 引进先进技术理念

编译中心积极探索研究国际先进的技术理念，目前已完成的主题包括：厕所革命、热气球、游步道、餐车、民宿、科普教育、乡村旅游、垃圾管控、探险旅游、社区管理、志愿者服务、游客中心、生态旅游、新技术应用、徒步旅游、特许经营、观景台、夜间旅游、低空旅游、体育旅游、露营地建设、美国自然保护地标识标牌、保护地解说系统、康养旅游、美国国家公

园门户小镇、森林生态旅游。

未来将对观光缆车、自然教育、步道标准的研究与制定、多样化的栈道形式、创新型游客接待服务设施建设、国家公园公路建设、湖泊旅游、乡村营地、房车旅行、冰雪旅游、生态修复、山地旅游等进行深入探讨，以期为会员景区提供更多有益的参考。

二、外联部主要工作

1. 探索国际化发展新方向

通过对We Are Social & Hootsuite《Digital 2020 reports》和GlobalWebIndex两个报告的对比分析研究，浅析海外市场2020年

的社交媒体趋势。

2020年全球使用互联网的人数已增长至45.4亿，与2019年1月相比增长了7%（2.98亿新用户）。截至2020年1月，全球社交媒体用户达到38亿，自去年同期以来，这一数字增长了9%以上（3.21亿新用户）。目前，在全球范围内，已有超过51.9亿人使用手机，在过去的一年中，用户数量增加了1.24亿（2.4%），人们平均每天花在上约3.7个小时，其中使用社交媒体约2个小时24分钟。可见社交媒体仍然是景区进行宣传的最佳选择。

纵观全球的社交媒体平台，Facebook依然占主导地位，使用Facebook来营销可以覆盖全球18岁及以上的成年人中的三分之一，以及全世界18至34岁的成年人中的一半以上。YouTube仍占据着全球在线视频观众最多的份额，报告表明，大约有30亿人每月观看至少一个YouTube视频。短视频领域，TikTok/抖音已成为全球使用量排名第六的社交应用。2020年第一季度TikTok成为全球单季度下载量最大的应用，美国市场累计下载量超过1.65亿次，全球累计下载量超过20亿次。景区可以根据自身宣传内容以及目标消费群体的差异性，投放于不同的国际社交媒体平台，从而更有效地扩大海外影响力，吸引国际游客。

2. 国际宣传新窗口

现阶段短视频宣传仍是海内外最火热的宣传手段之一，中国的短视频用户规模虽然在逐年增长，

但增长率有所下降，人口红利逐渐消失，于是各大短视频平台将目光转向了海外更为广阔的市场。继抖音海外版TikTok大获成功之后，头条系Musical.ly、快手海外版Kwai不断对国际市场发起冲击，阿里也加大了海外短视频的布局，对印度短视频VMate投资过亿美元。尤其是近期TikTok面临严重的海外生存问题，其竞争对手借机纷纷推出同类型功能应用，希望能够成功代替TikTok成为未来持久稳定的短视频社交平台。

Youtube也推出了名为Shorts的短视频功能，作为TikTok的竞品。Shorts拥有多段摄像机（multi-segment camera）功能，能够将多个视频片段串在一起，背景音乐可以从曲库中选择；另外，用户在拍摄时能够自主控制速度，并且利用定时器和倒计时功能进行拍摄。YouTube表示，其Shorts的影片将不断出现在Shorts专用主页上，而公司也会分享Shorts的影片范例。目前Shorts在印度推广测试版，日后将增加更多功能，并扩展到更多国家。

Instagram也在2020年8月初对其极短循环视频制作和剪辑进行了功能更新，可以让用户制作更多有趣的视频内容。另外，Instagram上线了一个新功能Reels，帮助用户创作15s的音乐视频，和TikTok模式类似。Reels还允许创作者与其他用户同屏合唱——类似于TikTok的“Duet”功能，在全球50个国家和其他地方可以使用。

3. 海内外市场联动

在全球疫情背景下探索可持续旅游发展的新思路，充分利用5G、数据可视化直播间的发展和景区自身资源，通过对用户和数据的分析、挖掘，努力实现可持续发展和利用的旅游新形式。

中国风景名胜区协会联合人民日报人民文旅计划开展《人民云游》项目。《人民云游》共涉及以下三个主题。

文博云游。人民日报人民文旅与中国风景名胜区协会计划与各地文旅厅、博物馆以及美术馆联动，进行实景视频场景直播，将非遗传承人请进直播间进行讲解和线上制作非遗产品。用户可以足不出户沉浸式云上参观各大场馆。

大国云游。人民日报人民文旅与中国风景名胜区协会计划与会员单位进行联动合作，提供各大城市旅游景点的实景视频，通过介绍、使用户实景影像，体验线上云游。在直播的过程中合理代入当地特色产品，展示、推荐、售卖体现最正宗的地区味道。

世界云游。人民日报人民文旅与中国风景名胜区协会计划与各国旅游局联动，进行线上视频宣传、实景vr展示、视频直播，让用户云游各国城市。同时利用人民日报海外平台，将中国的美景分享给世界。

《人民云游》项目设想开展线上征集活动，与微信公众号和官方微博进行合作，在抖音及微博等社交平台推出预热话题-人民云游，

在微博、微信客户端进行打卡博物馆或景区图片以及视频征集。活动预热后将搭建《人民云游》虚拟直播间，利用虚拟技术，让用户体验线上直播间云游各地。有效结合VR与AR虚拟现实技术，实现多纬度互动交流，全面展示中国风景名胜区的风土人情。同时将积极策划打造《人民云游》内容品牌栏目，每期邀请一位明星kol成为旅游推荐官/非遗推荐官，进入直播间。与非遗传承人隔空对话，讲述关于非遗和自然遗产的故事，推荐当地特色美食和传统文化以及相关文创产品，拉动线上消费。以期最终形成景区可实现的“旅游推荐—直播带货—品牌植入—节目赞助”的商业化模式。

4. 世界遗产相关

外联部对最新版《操作指南》三项重要变化进行了解读。a) “一国一项”即每年最多审议每个缔约国提交的一项完整申报；b) “边界细微调整项目不占用一国一项的指标”，即世界遗产委员会每年审查的申报数目不超过 35 个，其中包括往届会议审议确定重报（Defer）和补报（Refer）的项目，扩展项目（遗产边界细微调整除外）、跨境和系列申报项目；c) “鼓励申报《世界遗产名录》内代表不足的类别的遗产”，为构建具有代表性、平衡性、可信性的《世界遗产名录》，缔约国须考虑其遗产是否已在遗产名录上得到充分的代表。当申报项目超出每年限定的 35 个时，审查将遵循优先顺序规则，共

12项（由于每年35项的申报限额未处理的以往遗产申报>>>自然遗产申报>>>混合遗产申报）。

对应这三项重要变化，有申遗需求的会员单位可参考协会作为技术咨询服务单位所承担的各项成功案例，顺应国际形势，把握最新规则。

a. 边界细微调整项目不占用“一国一项”的申遗指标。

※云南三江并流保护区边界细化

2007年，联合国第31届世界遗产大会做出了《三江并流保护区保护状况的决议》，要求缔约国政府“调整遗产地边界，将主要的、已被毁林蚕食的地区划出遗产地，同时增加自然保护的关键栖息地，确保以生物走廊带的形式，建立起遗产地现有各片区之间的通道”；2008年协会受云南省政府等部门的委托承担三江并流的技术咨询和技术文件编写工作；2009年6月提交世界遗产委员会；2010年8月，在巴西举行的第34届世界遗产大会上，通过了“三江并流”世界自然遗产地边界细化方案”。

※江西铅山申遗——武夷山世界遗产地边界调整项目

1999年，武夷山因满足世界遗产第iii、vi、x条标准，被联合国教科文组织列入《世界遗产名录》。因行政区划等原因，当年申报时仅以山脊线划定提名地范围，将位于福建省辖区内的武夷山南部化为世界遗产提名地，位于江西省铅山县境内的武夷山北部划为遗产地缓

冲区；2016年，协会承担江西铅山（武夷山世界遗产地边界调整项目）的工作；2017年1月20日，中国联合国教科文组织全国委员会向联合国教科文组织世界遗产中心正式报送武夷山（江西铅山）申遗材料；2017年7月9日，在波兰第41届世界遗产大会上通过审议。江西铅山武夷山成功列入世界文化与自然遗产地。江西铅山武夷山也成为江西第一个文化与自然双遗产地。

※重庆巫山五里坡申遗—湖北神农架世界遗产地边界调整项目

2016年，湖北省神农架于2016年以自然遗产第ix、x条标准列入《世界遗产名录》。重庆市巫山县五里坡国家级自然保护区与湖北神农架世界遗产地毗邻，与神农架缓冲区相连，同样具备原始森林、珍稀濒危物种等方面的重要价值；2018年，协会受重庆巫山县政府委托，承担五里坡申遗（边界调整）的技术文件编写和咨询工作；2019年，中国联合国教科文组织全委会正式将技术文件《神农架世界自然遗产地边界调整报告》递交至世界遗产中心，并通过完整性审查；2020年，2月项目正式报出，将在第44届世界遗产大会上审议。

b. 申报《世界遗产名录》内代表不足的类别的遗产

※巴丹吉林沙漠——沙山湖泊群申报世界自然遗产项目

2011年，IUCN《世界遗产沙漠景观》报告中指出，巴丹吉林沙漠具备足以列入世界遗产名录的重要价值；2013年，协会开始调研巴

丹吉林沙漠的遗产价值；2016年，受阿拉善右旗人民政府委托，完成巴丹吉林沙漠国家遗产申报书、世界遗产预备名录申报书；2017年，展开实地调研，召开座谈会，开始编制申遗所需技术文件并履行申报程序；2019年3月，巴丹吉林沙漠—沙山湖泊群成功进入中国世界遗产预备名录；2020年2月，项目正式报出，巴丹吉林锁定2020年中国唯一的申遗名额，将力争填补中国的世界自然遗产中没有沙漠类型的空白；2020年3月至今，项目正式进入国际评估阶段，全力以赴迎接IUCN国际专家调研考察。

另外，成功列入《世界遗产名录》后缔约国要定期向世界遗产委员会报告所在遗产地的保护状况以及各种管理和保护措施。这些报告有助于世界遗产委员会评估遗产地的条件状况。具体操作可以参考世界自然保护联盟（IUCN）在世界遗产展望（OUTLOOK）中对自然遗产地的评估报告，协会作为世界遗产展望中文版的编译、发布和出版单位，也可以为会员单位提供有关保护监测的技术服务工作。

5. 国际动态分享

鉴于全球新型冠状病毒疫情的最新事态发展，各项国际会议都将延期。

原定于2020年6月29日至7月9日举行的第44届世界遗产大会，推迟举行。目前正在进行协商，以确定本届会议的确切日期；

原定于2021年1月份在法国马赛召开的世界自然保护大会

（WCC）将再次延期，新的日期待定；

原定于2020年10月15日至28日在云南昆明举办的《生物多样性公约》第十五次缔约方大会（COP15）无法如期举行。中方与公约秘书处积极推进有关工作并协商新会期，经国务院批准，定于2021年5月17日至30日在云南昆明举办，同期举行《生物安全议定书》《遗传资源议定书》缔约方会议。

6. 国际交流合作

※绿色名录（Green List）是全球自然保护领域的倡议概念，旨在收录并表彰具有重要资源价值，并受到有效管理的保护地，倡导其保护管理经验的共享，是自然保护地资源价值管理方面的国际荣誉，是世界保护地未来可持续发展的灯塔和风向标。

加入绿色名录将直接受益于IUCN和绿色名录提供的国际专家支持和监督；获得保护地的专业指导和帮助；与世界上的其它自然保护地共同学习交流实践经验和解决方案；培养保护地管理人才，激发创新性，进一步推动管理水平的可持续发展。

从2011年至今，协会一直是IUCN在中国发起和推广这一概念的合作者，主动参与了标准、程序的制定，成功指导黄山和五大连池两个保护地列入了第一批绿色名录。

目前绿色名录正在进行新一轮的申报和评估工作。希望更多的会员加入绿色名录，努力打造好向

世界展示中国生态文明建设的重要窗口，共同促进全球的自然保护事业。

※缔结国际友好公园
协会长期以来积极帮助会员景区拓展对外交流渠道，在过程中提供咨询、联络、翻译等服务，协助会员景区在海外寻求缔结友好公园的咨询服务，促成双方互信、互访、签订备忘录等工作。已成功促成山东泰山——美国红杉树国家公园、重庆武隆芙蓉洞——法国克拉姆斯洞、新疆天山——意大利大帕拉迪索国家公园等景区缔结国际友好公园事宜。

工作流程：
1.结合景区类型和意向，协助国内景区与国外相关景区或国家公园取得联系，促成双方互信；
2.协助国内景区向外国相关景区或国家公园介绍景区资源状况及管理概况，加深双方了解；
3.协助国内景区办理邀请函，促成国内景区与国外相关景区或国家公园的交流互访、培训学习；
4.积极促成国内景区与国外相关景区或国家公园友好关系备忘录的签订，建立长期联络关系。

（2020年11月8日）

当前风景名胜区相关规划编制

中国风景名胜区协会规划联合体 金英

“风景名胜区是国家依法设立的自然和文化遗产保护区域，以自然景观为基础，自然与文化融为一体，具有生态保护、文化传承、审美启智、科学研究、旅游休闲、区域促进等综合功能及生态、科学、文化、美学等综合价值”。

——《中国风景名胜区事业发展公报（1982—2012）》

风景名胜区不是单一的自然或文化空间，而是多元复合型空间。复杂的居民社会结构和经济社会利益是我国风景名胜区普遍存在的客观现实。风景名胜区范围内包含了大量的建制城镇、社区居民点、农牧业生产区、文物保护单位、旅游度假区等功能区域，生态、生活、生产三生空间关系交叉重叠。

因此，风景名胜区空间范围内涉及的国土空间发展、旅游发展、村庄发展、交通发展、文物保护等需求，按照相关法律法规要求也应制定相应的规划，以实现风景名胜区“科学规划、统一管理、严格保护、永续利用”的目标。

风景名胜区内上位规划：

国土空间规划

风景名胜区规划：

总体规划、详细规划

风景名胜区相关规划：

旅游发展规划、景区交通规

划、村庄建设规划、文物保护规划

一、国土空间规划

1、构建“五级三类”国土空间规划体系

2019年5月23日，中共中央、国务院发布《关于建立国土空间规划体系并监督实施的若干意见（中发〔2019〕18号）》（以下简称《若干意见》）。《若干意见》指出要构建“五级三类”国土空间规划体系。自然保护地规划（风景名胜区规划）是国土空间规划的专项规划，自然保护地专项规划由所在区域或上一级自然资源主管部门牵头组织编制，报同级政府审批；专项规划要遵循国土空间总体规划，不得违背总体规划强制性内容，其主要内容要纳入详细规划。

《若干意见》强调要加强规划实施与监管，落实“放管服”

改革。“下级国土空间规划要服从上级国土空间规划，相关专项规划、详细规划要服从总体规划；相关专项规划的有关技术标准应与国土空间规划衔接。相关专项规划在编制和审查过程中应加强与有关国土空间规划的衔接及‘一张图’的核对，批复后纳入同级国土空间基础信息平台，叠加到国土空间规划‘一张图’上。对以国家公园为主体的自然保护地、重要海域和海岛、重要水源地、文物等实行特殊保护制度。因地制宜制定用途管制制度，为地方管理和创新活动留有空间。”

因此，风景名胜区规划规范和技术标准应与国土空间规划相衔接，应采用统一的用地分类标准，确保国土空间“一张蓝图”；风景名胜区总体规划内容要符合所在地的国土空间总体规划强制性要求，规划批复后纳入同级国土空间基础

信息平台。

2、改革国土空间审查报批制度

2019年5月28日，自然资源部发布《关于全面开展国土空间规划工作的通知》，改革国土空间审查报批制度。按照“管什么就批什么”的原则，对省级和市县国土空间规划，侧重控制性审查。简化报批流程，取消规划大纲报批环节。缩短审批时间，将审查时间由过去3年甚至更长时间，压缩到半年左右。

因此，风景名胜区总体规划也应参考国土空间审查改革，缩短审批时间、简化审查内容。

3、省级和市级国土空间规划对自然保护地的要求

2020年1月17日，自然资源部办公厅印发《省级国土空间规划编制指南（试行）》；2020年9月22日，印发了《市级国土空间总体规划编制指南（试行）》（以下简称《指南》），用于指导和规范省级和市级国土空间总体规划编制工作。省级规划空间规划要求“优先保护以自然保护地体系为主的生态空间，明确省域国家公园、自然保护区、自然公园等各类自然保护地布局、规模和名录。”相关图件要求提交**自然保护地现状图和自然保护地体系规划图**。市级国土空间规划要求“明确专项规划编制清单。相关专项规划应在国土空间总体规划的约束下编制，落实相关约束性指标，不得违背市级总规的强制性内容。经依法批准后纳入市级国土

空间基础信息平台，叠加到国土空间规划‘一张图’”。同时，要求提交市域自然保护地分布图和市域生态系统保护规划图，以及“**自然保护地一览表**（行政区划、面积、类型、级别）”。

因此，省级和市级空间规划都强调了自然保护地规划的指导和约束性，同时，风景名胜区边界范围的划定也影响到市级和省级国土空间“一张图”制定。

4、国土空间规划改革背景下的风景名胜区规划建设

根据《若干意见》要求，结合风景名胜区规划工作现状，提出以下建议：

（1）简化风景名胜区规划文本、图纸等技术文件编制内容和深度，缩短编制周期。当前风景名胜区总体规划编制周期过长，短则三年，多则五六年、七八年，其中一个重要原因是文本和图纸内容过于繁杂，脱离实际，建议在风景名胜区总体规划中仅保留《风景名胜区条例》中规定由中央管辖的事项，即风景资源评价，重大项目布局、开发利用强度，功能结构和空间布局，禁止开发和限制开发范围，游客容量等内容，以大幅度缩短编制周期。建议继续执行经国务院审定同意的《关于印发国家级风景名胜区总体规划大纲和编制要求的通知》（建成[2015]93号）要求，总规文本正文不超过1万字。

（2）减少由国务院审批的国家级风景名胜区总体规划数量。目前，国家级风景名胜区有244个，

各景区在资源价值、重要性、社会影响力等方面存在差异，建议参照国土空间规划审查报批改革办法，减少由国务院审批的风景区数量，仅保留需上报国务院审批国土空间规划的城市（直辖市、计划单列市、省会城市及国务院指定城市，约50个以下）范围内的风景名胜区、涉及世界遗产地的风景名胜区、特大型风景名胜区及跨省级行政辖区范围的风景区，其他类型风景名胜区可由国务院委托国家林草局或委托林草局联合其他部门审批，以减少审批环节，缩短审批周期。

（3）明确各级事权，分级审批规划，简化审查内容。在明确国家和地方各级政府在风景名胜区保护和开发利用管理方面的事权范围前提下，按照“管什么，批什么”“谁审批，谁监管”的原则，分级建立风景名胜区规划审查制度，同时按照分清事权、权责一致的原则，国家层面只对国家需要管控的内容进行审查，主要包括风景名胜区范围边界、核心区和一般控制区的划定、开发利用强度等。景区详细规划可纳入风景名胜区所在地的空间规划，并按空间规划的审批程序审批，并赋予地方政府在风景名胜区保护管理方面更大的责任。对风景名胜区与城市交叉重叠区域的详细规划应当符合风景名胜区的要求，按照空间规划的有关规定审批。

（4）明确重大建设项目的定义，简化审批程序。建议参考《浙

江省林业局关于规范风景名胜区内重大建设项目活动审批事项的通知》（浙林保〔2019〕97号）做法，“风景名胜区内重大建设项目活动经风景名胜区管理机构审核后，由直接管理的市、县级林业主管部门上报省林业主管部门审批。”同时，建议对风景名胜区重大建设项目进行法律定义，明确景区内的缆车、索道、公路、水库等为重大建设项目，景区游步道、栈道、桥梁、游客中心、宾馆、酒店等基础设施、旅游设施和文化设施，不应列入重大建设项目，可由风景名胜区所在地县级以上人民政府主管部门按照空间规划审批权限进行选址和方案审批。

（5）对《风景名胜区条例》和规划规范进行修改完善。按照自然保护地体系建设和国土空间规划的最新要求，对《风景名胜区条例》进行全面修订，对风景名胜区规划规范进行修改完善。打破原有自成一体的风景名胜区规划编制和管理体系，按照国土空间规划要求，采用统一的2000国家大地坐标系、1985国家高程基准和用地分类标准进行编制，确保国土空间“一张蓝图”。

二、风景名胜区规划

1、最新政策要求

2020年7月9日，国家林草局自然保护地管理司印发《关于切实加强风景名胜区监督管理工作的通知》（保监字〔2020〕41号），

指出“风景名胜区是我国自然保护地体系建设的重要组成部分，在保护和传承自然遗产、建设生态文明和美丽中国中发挥着重要作用。要严格执行《风景名胜区条例》，严格风景名胜区规划的编制、审批和实施，严禁在风景名胜区规划批准前进行各类建设活动，严禁不符合风景名胜区功能定位的开发建设”。

2020年9月1日，自然资源部办公厅、国家林业和草原局办公室印发《关于自然保护地整合优化有关事项的通知》（自然资办发〔2020〕42号），指出“本次自然保护地整合优化预案，暂不涉及风景名胜区自身范围调整，风景名胜区体系予以保留。针对当前风景名胜区内存在的城镇建成区、建制乡镇建成区、永久基本农田等大量人为活动，以及与其他各类自然保护地交叉重叠等问题，将另行研究解决。风景名胜区依据《风景名胜区条例》管理”。

2、按照《风景名胜区条例》要求，编制风景名胜区总体规划和详细规划

结合当前政策要求，依据《风景名胜区条例》，对风景名胜区总体规划进行评估，尽快启动总规修编。通过总规修编解决历史遗留问题，把原边界调整内容作为总规专题纳入成果。

按照“放管服”改革，风景名胜区内详细规划审批或将下放至省里，将进一步缩短审批时间。建议可尽快启动详细规划编制和重大建

设项目专项论证，为各类建设活动提供法定依据。

三、旅游发展规划

1、旅游法的要求

根据《中华人民共和国旅游法》（2018年修订）规定，“国务院和省、自治区、直辖市人民政府以及旅游资源丰富的设区的市和县级人民政府，应当按照国民经济和社会发展规划的要求，组织编制旅游发展规划。根据旅游发展规划，县级以上地方人民政府可以编制重点旅游资源开发利用的专项规划，对特定区域内的旅游项目、设施和服务功能配套提出专门要求”。

风景名胜区作为文化和旅游经济的重要资源，在培育国民经济新的增长点、促进旅游经济和现代服务业发展方面，发挥着越来越重要的作用。风景名胜区是旅游空间的重要载体，应依法编制旅游专项规划。

2、旅游转型发展背景

休闲度假作为人民群众美好生活的重要组成部分，正在从中国老百姓的“调味盐”，变成日常生活的“刚需”。经中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）测算，2020年八天长假期间，全国共接待国内游客6.37亿人次，按可比口径同比恢复79.0%。共实现旅游收入4665.6亿元，按可比口径同比恢复69.9%。新冠肺炎疫情在对全球旅游业造成巨大冲击的同时，也为以休闲度假为代表的旅游新业态、新

产品的跨越发展和创新变革提供了难得的机遇。

当前，风景名胜区转型发展主要面临四大问题：

- 1）生态保护加强，如何协调保护与发展的关系
- 2）市场需求升级，旅游产品如何与市场需求匹配
- 3）门票价格下调，景区如何实现可持续盈利模式
- 4）品牌特色不足，如何深挖资源特色打造核心IP

3、编制景区文旅产业策划和项目策划

为促进风景名胜区转型发展，丰富文旅业态，策划旅游产品，支撑风景名胜区总体规划和所在地县、市国土空间规划编制，建议风景名胜区编制文旅产业策划。主要编制内容包括：明确风景区的目标定位和市场定位；提出风景区转型发展的战略措施；打造特色旅游产品体系；策划旅游项目，研究项目规模及投资运作等；对重要节点进行概念性设计；提出品牌运营策略和IP形象策略。

4、编制5A级景区创建提升规划

国家5A级旅游景区是游客观光游览的首选，知名度和美誉度高，代表着中国世界级精品的旅游景区等级。新版《旅游景区质量等级划分与评定》正在修订，将进一步提升5A级景区的“含金量”。按照《旅游景区质量等级划分与评定》与《旅游景区质量等级评定管理办法》进行申报创建，需编制创建规

案例：《乐山大佛景区总体文旅产业策划及概念性设计》

2020年7月7日，由四川省乐山大佛旅游投资开发（集团）有限公司组织的《乐山大佛景区总体文旅产业策划及概念性设计》方案征集活动，吸引了国内20余家知名旅游规划与策划机构参与竞标。

此次竞赛，通过策划业态、布局项目、以产定地，助推乐山大佛景区从“过境地”走向“目的地”，并为乐山市国土空间规划编制以及风景区详细规划编制提供参考。同时，指导招商引资，推动乐山大佛旅游投资开发（集团）有限公司实现上市。

上海同异与中国风景名胜区协会组成联合体参与本次竞标，竞标方案获得评委专家肯定，排名第一中标。该设计方案紧扣“大佛景区如何助力乐山市建设世界著名旅游目的地”核心问题破题，提出“优化边界、东扩西延、南北融城、丰富业态”的景区扩容提质发展战略。突出文化体验，深度演绎弥勒文化、古嘉州文化、川西民俗文化、美食文化和山水文化五大文化主题。创意策划一批重点项目，助力世界遗产地和风景名胜区在转型发展方面树立标杆，实现景城一体发展。

划。目前，许多风景名胜区还未达到5A级景区的服务标准，建议通过创建5A，完善景区旅游设施，提升景区的服务能力和服务品质。

四、景区交通规划

在“食、住、行、游、购、娱”的六大旅游要素中，“行”即旅游交通，是旅游者实现旅游活动的先决条件。尤其是在景区内的旅游活动中，很多“特色交通”方式都成为了吸引旅游者的特色旅游产品。

目前大部分风景区只有一条对外道路与外界联系，路网体系不完善，景区居民生活线路和游客出行线路经常交叉，许多景点也因交通

限制不能到达，对景区形象、游客体验、出行安全和交通疏散效率造成了一定的影响。

因此，有必要开展景区综合交通专项规划，梳理景区路网，串联景区游线，提升景区交通容量。同时完善景区接驳换乘体系，高效组织疏散游客，最大限度解决景区交通问题，缓解交通压力，策划特色旅游交通，打造完善、便捷、高效的交通系统。

1、编制景区综合交通规划

建议编制景区综合交通规划，以提升风景名胜区综合交通服务水平，整合内外道路交通系统，实现对外交通一体化，内部交通公交化，远期交通快速化的目标。

2、编制旅游观光线专项规划

为迎接高铁旅游时代的到来，建议建设高铁站至景区的中运量旅游专线，编制旅游观光线专项规划。为游客提供“完美十公里”的交通出行解决方案，实现“到站即旅游”体验。

目前，中景协规划联合体与中车已开展多个景区至高铁站旅游观光线策划，如乐山高铁站至大佛景区、鲁山高铁站至尧山景区、罗浮山高铁站至罗浮山景区、五台山高铁站至景区、上饶高铁站至灵山景区等旅游专线，实现高铁站与景区“零接驳”，方便游客便捷舒适到达景区。同时，可以为景区增加特色交通产品，并带动沿线乡镇发展与旅游资源开发利用。

3、引入特色旅游交通产品

在景区内部交通中，建议引入特色交通产品，既能助力景区游客运输，串联景区景点；其本身也是一种特色旅游产品，自身可以形成新的旅游项目，增强景区吸引力；同时，特色旅游交通还能成为景区新的赢利点，实现景区增收。

五、村庄建设规划

我国大部分风景名胜区存在有相当数量的村庄和居民，这些村庄由于地处风景名胜区内，对风景名胜区的资源和环境保护产生了重要影响，风景名胜区的发展也影响着村庄社会经济的发展和人居环境的改善。

因此，风景名胜区内村庄规划不同于一般村庄规划，既要充

分利用新农村建设的政策和经济支持，改善村庄公共服务设施和基础设施，提升村庄形象；又要在不损害风景区资源的情况下合理利用资源，调整农村产业结构，提高村民生活水平和文化素质；同时，要结合村民生活服务和景区旅游服务的共同需要，突出村庄地域文化，打造特色旅游村落，形成风景区与村庄和谐发展的局面。

1、落实最严格的耕地保护制度

2020年9月15日，国务院办公厅发布《关于坚决制止耕地“非农化”行为的通知》（国办发明电〔2020〕24号）。提出“六个严禁”坚决制止耕地“非农化”：一、严禁违规占用耕地绿化造林；二、严禁超标准建设绿色通道；三、严禁违规占用耕地挖湖造景；四、严禁占用永久基本农田扩大自然保护地；五、严禁违规占用耕地从事非农建设；六、严禁违法违规批地用地。

2、编制村镇建设规划

按照《村庄和集镇规划建设管理条例》规定，制定和实施村庄、集镇规划，在村庄、集镇规划区内进行居民住宅、乡（镇）村企业、乡（镇）村公共设施和公益事业等的建设，必须遵守本条例。因此，风景区内的居民住宅和乡镇级的公共设施建设可以通过编制村庄和集镇规划来实施，报县级人民政府批准。

3、编制村庄国土空间规划

《中共中央 国务院关于建立国

土空间规划体系并监督实施的若干意见》提出，“在城镇开发边界外的乡村地区，以一个或几个行政村为单元，由乡镇政府组织编制‘多规合一’的实用性村庄规划，作为详细规划，报上一级政府审批”。

按照最新政策要求，风景名胜区内的行政村应编制村庄国土空间规划。在编制中应突出旅游产业和休闲农业发展，做好村庄文化传承、旅游和生活公共服务设施配套，并提升建筑风貌，控制用地边界。

4、简化村庄建设项目审批

2020年8月27日，国家发展改革委发布《关于村庄建设项目施行简易审批的指导意见》（发改农经发〔2020〕1337号）。主要内容包括：各地要重点围绕生活垃圾污水、厕所粪污处理、村容村貌提升等农村人居环境建设，以及农村供排水、村内道路、文化体育等村庄建设领域，结合本地区实际制定并发布施行简易审批的村庄建设项目范围。允许地方结合实际，将小型村庄建设项目涉及的审批事项依法委托乡镇政府实施。使用国有资金投资的各类村庄建设项目，施工单项合同估算价不超过400万元，重要设备、材料等货物采购单项合同估算价不超过200万元，勘察、设计、监理等服务采购单项合同估算价不超过100万元的，可依法不进行招标。

因此，风景名胜区内村庄的村容村貌提升和基础设施建设可委托乡镇政府实施。

六、文物保护规划

风景名胜区以物质或非物质文化遗产的方式保存了大量文化遗产，分布着约1000个全国和省级文物保护单位。截至2019年底，现有55项世界遗产中，有35项分布在风景名胜区之中，共包含文化遗产20项、文化与自然双遗产4项、自然遗产11项。

依据国家文物保护相关法律法规的要求，为更好地保护和利用风景名胜区内的珍贵文物、名胜古迹或者文化遗产，应编制相应的文物保护单位规划。

1、文物保护相关法律法规

（1）《中华人民共和国文物保护法》（2017修正）

※历史文化名城和历史文化街区、村镇所在地的县级以上地方人民政府应当组织编制专门的历史文化名城和历史文化街区、村镇保护规划，并纳入城市总体规划。

※各级人民政府制定城乡建设规划，应当根据文物保护的需要，事先由城乡建设规划部门会同文物行政部门商定对本行政区域内各级文物保护单位的保护措施，并纳入规划。

（2）《历史文化名城名镇名村保护条例》（2017年修正）

※历史文化名城批准公布后，历史文化名城人民政府应当组织编制历史文化名城保护规划。历史文化名镇、名村批准公布后，所在地县级人民政府应当组织编制历史文化名镇、名村保护规划。保护规划

应当自历史文化名城、名镇、名村批准公布之日起1年内编制完成。

※保护规划应当包括下列内容：（一）保护原则、保护内容和保护范围；（二）保护措施、开发强度和建设控制要求；（三）传统格局和历史风貌保护要求；（四）历史文化街区、名镇、名村的核心保护范围和建设控制地带；（五）保护规划分期实施方案。

※保护规划由省、自治区、直辖市人民政府审批。

（3）《全国重点文物保护单位保护规划编制审批办法》（文物办发〔2003〕87号）

※文物保护单位保护规划是实施文物保护单位保护工作的法律依据，是各级人民政府指导、管理文物保护单位保护工作的基本手段。

※全国重点文物保护单位保护规划应当在省级文物行政部门指导下，由所在地的县级以上人民政府组织编制。

（4）《世界文化遗产保护管理办法》（文化部令第41号〔2006〕）

※世界文化遗产保护规划由省级人民政府组织编制。世界文化遗产保护规划应当明确世界文化遗产保护的标准和重点，分类确定保护措施，符合联合国教科文组织有关世界文化遗产的保护要求。尚未编制保护规划，或者保护规划内容不符合本办法要求的世界文化遗产，应当自本办法施行之日起1年内编制、修改保护规划。

※世界文化遗产保护规划由

省级文物主管部门报国家文物局审定。经国家文物局审定的世界文化遗产保护规划，由省级人民政府公布并组织实施。世界文化遗产保护规划的要求，应当纳入县级以上地方人民政府的国民经济和社会发展规划、土地利用总体规划和城乡规划。

2、文物保护相关规划

按照相关文物保护法规要求，风景名胜区内涉及的文物保护法定规划包括有：

（1）历史文化名镇规划

（2）历史文化名村规划

（3）全国重点文物保护单位规划

（4）世界文化遗产保护规划

结束语：

风景名胜区是复杂的自然保护地国土空间，涉及生态保护、文物保护、村镇建设、社区民生、旅游发展、交通组织等各项需求，除严格按照《风景名胜区条例》管理外，风景名胜区规划应按照最新国土空间规划改革要求做出改革调整；同时，还应按照相关法律法规的要求编制旅游规划、交通规划、村庄规划和文物保护规划等专项规划，以促进风景名胜区事业持续健康发展。

（2020年11月8日）

2020世界自然遗产第三轮定期报告研讨会在昆明举行

11月25–27日，2020年世界自然遗产第三轮定期报告研讨会在昆明举行。本次会议受国家林业和草原局自然保护地司委托，由清华大学建筑学院主办，云南省世界遗产管理办公室协办。

来自全国14个世界自然遗产地和4个世界自然和文化双遗产地的管理者代表、定期报告联络员，以及对应13个省的主管部门代表共80多个单位120名代表到会参加研讨。国家林业和草原局世界遗产专家委员会8位委员、亚太遗产研究中心北京和同济中心、中国文化遗产研究院等专家到会参与讲座和研讨。会议针对世界遗产第三轮定期报告的填报工作进行研讨，包括定期报告背景和目标、第三轮定期报告的新趋势、定期报告问卷的内容构成、关键主题突出普遍价值陈述和影响因素评估，以及相关填报方法和注意事项等。

国家林业和草原局世界遗产专家委员会副秘书长、国家林草局自然公园处孙铁副处长在会上强调了世界遗产地的价值以及开展定期报告工作的重要作用，对世界遗产地定期报告工作提出了相关建议：中国作为负责任的履约大国，必须高度重视遗产定期报告工作，维护已报出材料的严肃性，严格遵循定期报告各个时间节点，并积极总结分享世界遗产管理经验，展现中国作为世界遗产大国的风采。

清华大学建筑学院庄优波副教授、北京大学城市与环境学院宋峰副教授、贵州师范大学肖时珍副教授分别就“世界遗产定期报告背景”、“世界遗产定期报告问卷填写”、“世界遗产价值和特征”、“定期报告世界遗产影响

因素评估”作主题报告。为确保代表们深入理解问卷填报要求，本次会议专门安排了研讨环节，对关键问题进行讨论和答疑。

世界遗产定期报告是关于在国家层面和遗产地层面实施《世界遗产公约》的自我报告，目的是评估《世界遗产公约》的实施情况，评估遗产地突出普遍价值是否得以维持，鼓励区域合作和建立网络，以及协助更新遗产地信息和记录变化。本次会议标志着我国世界自然遗产第三轮定期报告工作全面启动，为明年成功完成本项工作奠定了基础。

会议同期还举行了《世界自然遗产、自然与文化双遗产申报和保护管理办法》修订研讨会，共有国家林业和草原局世界遗产专家委员会委员、各省市主管部门代表和遗产地代表20人参加了本次研讨，与会人员各抒己见，畅所欲言，为《世界自然遗产、自然与文化双遗产申报和保护管理办法》的修订完善提供了多项有益的思路和建议。

（微信公众号：世界遗产）

泰山召开“天眼护山”火情监测预警系统专题培训会

随着泰山风景区“天眼护山”火情监测预警系统全面建设完成，为发挥“天眼护山”第一时间发现、第一时间报警作用，确保系统有效运行、发挥作用，全面提升泰山景区森林防火科技能力，11月26日景区安全应急管理部、综合部联合召开“天眼护山”火情监测预警系统专题培训会，11个管理区、3个乡镇、谷山林场及景区消防救援大队等单位防火工作分管负责人及监控室值班员参加培训。

中国铁塔泰安分公司技术人员对“天眼护山”系统的系统结构、系统特点及主要功能等做了详细介绍，并对火情联动功能、实时视频操作功能、火情定位功能进行了讲解和演示。参会人员就系统报警、火情监测及定位、监控的实时操作等功能进行了提问，铁塔公司技术人员一一进行了细致的解答。

通过此次培训，与会人员对“天眼护山”火情监测预警系统有了全面了解，并对系统实践操作技能有深刻理解和掌握。下一步将安排铁塔公司技术人员对各单位进行上门“一对一”现场培训，使各单位工作人员尽快全面掌握系统操作，熟练应用系统功能，确保系统稳定运行、发挥作用，提升泰山森林防火科技水平，全力打赢森林防火攻坚、决胜战。

（泰山景区综合部）

聚雁荡奇山 论火山奇观 中国（雁荡山）火山岩与火山地质公园论坛举行

11月18日，由中国矿物岩石地球化学学会岩浆岩专业委员会和南京大学内生金属矿床成矿机制研究国家重点实验室发起，雁荡山世界地质公园承办的“中国（雁荡山）火山岩与火山地质公园论坛”（简称“雁荡山论坛”）在雁荡山世界地质公园举办。

为期两天的论坛，专家汇集一堂，开展多场学术汇报，分享火山岩地质研究前沿成果，展望世界地质公园保护与可持续发展，同时，还走进了雁荡山世界地质公园三大园区，考察地质奇观，感受雁荡山世界地质公园的魅力。

（蔡甜甜 梁琳）

华山与终南山缔结姊妹友好地质公园

近日，陕西华山国家地质公园与秦岭–终南山世界地质公园缔结为姊妹友好公园。陕西省林业局保护处三级调研员张俊和主持签约仪式，省林业局四级调研员蒲保利、西安市自然资源和规划局（林业局）副局长王闯出席签约仪式，华山地质公园管委会党工委书记、管委会常务副主任赵晓龙，秦岭终南山世界地质公园管理办公室主任杨建平分别代表双方出席活动。

11月26日，华山景区党工委委员、管委会副主任马耀峰和秦岭终南山世界地质公园管理办公室主任杨建平在华山地质公园管委会共同签署缔结姊妹友好地质公园协议书。签约仪式上，赵晓龙、杨建平分别就华山、终南山地质公园建设情况、发展现状等进行介绍，并就今后地质公园管理及后疫情时代地质公园如何实现高质量发展做探讨，双方就开展交流合作事项形成共识。

签约仪式结束后，马耀峰陪同秦岭–终南山世界地质公园管理办公室及其8个园区负责人实地考察了华山地质公园博物馆、西岳庙及华山主峰区，并进行座谈交流。

今年4月，习近平总书记来陕视察时强调，华山所在的秦岭是中华民族的发脉和中华文化的重要象征。此次，华山、终南山缔结为姊妹友好地质公园并签署机制化交流合作协议，不仅能共同开展不同地质地貌的对比科学研究，交流共享科研成果，增进人员交流培训，共享青少年科普教育营和教育计划，共同开展旅游市场开发工作，双方表示今后还将在地质公园管理、地质遗迹保护及普及地学科普知识等方面开展合作和

经验互享，从而带动地方经济持续健康发展。

（吴剑锋 李冰）

河南云台山开展森林防火联合应急演练

为保障人民群众生命财产及森林资源安全，11月13日，云台山风景区、国有修武林场和修武县消防大队云台山景区消防站在岸上山南停车场联合开展森林防火应急演练，云台山景区党委书记郭晓黎现场指挥应急演练。

此次演练分为集结、扑火、消防联动三个环节，分别设置了现场灭火组、秩序维护组、医疗救护组、车辆调度组、后勤保障组五个工作组，由云台山景区110余名党员组成6支党员突击队，负责现场灭火任务冲锋在前，彰显了党员模范带头作用。随着指挥长一声令下，演练按照景区森林防火应急处置流程正式开始，百余名党员突击队员携带专业消防设备迅速集结到位，两辆专业消防车和备用水源补给车迅速赶赴现场，组成风力灭火机突击队、干粉灭火器突击队、灭火弹突击队、油拖突击队、消防车突击队，根据火势情况使用不同工具进行轮番灭火，让大家亲身体验不同灭火器具的使用方法和效果，切实提升了应急队伍的应急处置能力、自我防护能力和操作技能。演练结束后，郭晓黎书记在总结讲话中表示，此次演练圆满完成了预定演练科目，达到了演练预期效果；希望大家树牢森林防火意识，进一步提升景区森林防火应急响应和协同作战能力，努力成为一支“召之即来、来之能战、战无不胜”的应急救援队伍，确保一有火情能够做到“打

早、打小、打了”，维护好景区和群众的生命财产和森林资源安全。

预防为主，防患未然。进入秋冬防火期，云台山严格落实“三管三必须”“一岗双责”，组织召开森林防火专题工作部署会，层层签订森林防火目标责任书，印发了《关于做好今冬明春森林防火工作的意见》《2020年森林防火应急预案》等文件，任务到部门、责任到个人；专门邀请河南理工大学专家开展了森林防火专题讲座，围绕森林火灾发生的条件、森林火灾灭火技术、林火扑救安全和自救等内容进行专题培训；制作悬挂防火宣传旗262面、防火执勤袖标700个、防火宣传条幅115条，并利用微信、LED屏和讲解等方式进行防火知识宣传，营造了“森林防火，人人有责”的社会舆论氛围和浓厚的森林防火氛围。

（王辉）

森林空中之王在金华双龙翱翔

11月17日，得益于野生动物保护力度的不断加大和生态环境的持续改善，金华山已经成为众多猛禽的栖息地，最近有鸟友在金华双龙风景区一带，拍到有森林空中之王之称的林雕，数量至少在3只以上。

林雕是一种完全以森林为栖息环境的猛禽，捕食鼠类、蛇、蜥蜴、蛙、雉类和小型鸟类。全身黑褐色，叫声响亮，其翼展达1.6米~1.8米，与一个成年人身高相仿，性格凶猛，极具威慑力，为国家二级保护动物。此外，金华鸟友在双龙风景区一天内还拍到蛇雕、凤头鹰、游隼、普通鵟等猛禽。

（金华日报）

展现风景姿彩 坚定文化自信 开启风景名胜区事业发展新征程

——在**2020**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 曹南燕

尊敬的各位代表、嘉宾、记者朋友们：

大家上午好！

今天我们满怀激情相聚在多彩贵州黔西南州，召开2020年全国风景名胜区信息宣传工作会议。首先，我代表中国风景名胜区协会，向到会的代表们表示热烈的欢迎和诚挚的问候，对大家长期以来给予协会工作的大力支持表示衷心的感谢。

信息宣传工作，是风景名胜区行业一项前沿的重要工作，是风景名胜区的窗口，也是展示风景名胜区形象、促进行业交流发展的重要载体。一年一度的信息年会，是广大风景名胜区会员单位交流工作、沟通思想、畅谈未来、促进风景名胜区发展的大舞台。中国风景名胜区协会一直以来对信息宣传工作非常重视。在前不久刚刚闭幕的协会五届七次理事会上，代表们纷纷建

议，希望协会能多组织活动，多召开各类专项、专题工作研讨会。本次信息年会，正是协会五届七次理事会之后主办的第一个专业会议，充分显示了信息宣传首要工作的重要性。

本次会议，我们有来自全国各地风景名胜区的代表、相关主管部门的代表、风景名胜区信息联络员及媒体朋友们。同时我们邀请了过去一年来，在风景名胜区信息宣

传、保护管理、文旅融合、精准营销、研学旅行，以及在后疫情时代，如何应对危机，如何危中求机等方面做出显著成绩和有益探索的单位进行经验交流和发言。希望借此，为广大风景名胜区同行们打开一扇窗，让清新的空气透进来，让灿烂的阳光照进来，激活我们的视野，丰盈我们的思想，坚定我们的行动。充分发挥信息年会交流、共享的平台优势，互相借鉴，携手互助，共同做好风景名胜区信息宣传工作。

根据当前风景名胜区面临的新情况和新任务，结合协会和行业的整体发展态势，我想以自然、文化、媒体、人才、贵州这5个方面的内容为标题，与大家分享，供大家参考。

一是自然。要深入学习贯彻党的十九届五中全会精神、习近平生态文明思想，认真落实好党中央、国务院关于自然保护地体系建设的一系列决策部署，推动风景名胜区行业健康可持续发展。

党的十九届五中全会提出，要推动绿色发展，促进人与自然和谐共生。坚持绿水青山就是金山银山理念，坚持节约优先、保护优先、自然恢复为主，守住自然生态安全边界。深入实施可持续发展战略，完善生态文明领域统筹协调机制，构建生态文明体系，促进经济社会

发展全面绿色转型，建设人与自然和谐共生的现代化。我们要以党的十九届五中全会精神为引领，深入学习贯彻落实会议精神，科学谋划好风景名胜区事业未来振兴发展的宏伟蓝图。

突如其来的新冠疫情让我们更加深刻地认识到，人类必须尊重自然、顺应自然、保护自然。我们要深入学习贯彻习近平生态文明思想，不折不扣落实好党中央、国务院关于自然保护地体系建设的一系列决策部署，坚持生态优先、保护第一的基本原则，在风景名胜区各项工作，尤其是信息宣传工作中，切实提高政治站位，深化思想认识，强化资源管理，妥善处理好风景名胜区严格保护与永续利用的关系。

同时，我们要认真贯彻落实自然资源部办公厅、国家林业和草原局办公室《关于自然保护地整合优化有关事项的通知》（自然资办发〔2020〕42号）文件精神。中国风景名胜区协会坚决拥护自然资源部、国家林草局关于风景名胜区体系整体保留，名称和范围不变的决策，并将在行业主管部门的领导下，按照中央建立以国家公园为主体的自然保护地体系的总体要求，不断强化风景名胜区在自然保护地体系中的地位和作用，坚持风景名胜区自然与文化完美结合的属性，完善风景名胜区在资源保护、文化传承、科学科普、审美启智、休闲游览等方面的多功能，同时带动区域社会经济共同发展。这里所说的

就是自然和文化的共存。

我们所说的自然，第一要坚决贯彻十九届五中全会精神；第二要贯彻党中央国务院对于自然保护地体系的决策及部署。风景名胜区是自然和文化的共存。风景名胜区体系整体保留，是党中央国务院对中国风景名胜区价值的再次承认和重视。中国风景名胜区是从1982年国务院审定第一批44处国家级风景名胜区开始发展起来的。在几代人的努力下，风景名胜区得到了今天的成绩，获得了社会的认可，特别是得到了联合国教科文组织的认同，我们的55项世界遗产中35项与风景名胜区有关，占我国世界遗产总数的63.6%，涉及57个国家级或省级风景名胜区。有为才有位。多年来，中国风景名胜区协会在促进风景名胜区发展的过程中起到了重要作用，我们的信息宣传工作也发挥了重要作用。在这个关键时刻，国家做出了风景名胜区体系整体保留的重要决策，这是我们风景名胜区发展新的里程碑。

二是文化。要进一步坚定文化自信，大力传承和弘扬极具中国特色的风景名胜区文化。

我们所说的文化，就是要像十九届五中全会提出的，要繁荣发展文化事业和文化产业，提高国家文化软实力，要坚定文化自信，坚持以社会主义核心价值观引领文化建设，加强社会主义精神文明

兴义万峰林（摄影张霞）



建设，兴文化、展形象，促进满足人民文化需求和增强人民精神力量相统一，推进社会主义文化强国建设。这是十九届五中全会对我们提出的要求。这同风景名胜区如何结合呢？中国风景名胜区是中国经典文化的重要组成部分，是中国优秀传统文化的重要载体，是我国自然保护地体系中最具中国特色的组成部分，是文化自信的生动案例。

大家都在讲爱我中华。我们有长城、黄河、长江，大家歌唱祖国，歌唱黄山、泰山，这都是风景名胜区，是陶冶情操、爱国自信的重要载体。风景名胜区是文化自信的生动案例，人们可以通过游览风景名胜区找到文化自信。

文化也是风景名胜区的灵魂。因此，我们在信息宣传工作中，要充分认识、理解风景名胜区所蕴含的文化意义和文化价值，同时，以多种形式，从各种视角，充分挖掘、弘扬风景名胜区的文化，生成一系列内涵丰富、形式风趣、具有风格的文学作品、文化产品，让风景名胜区陶冶人们的情操，滋润人们的心灵。

风景名胜区是文化的大场所，是对人们进行科普宣传、文化教育的场所。

三是媒体。大力促进传统媒体与新媒体的互融互通，全力推动媒体融合发展，加强与社会专业机构全面合作，以宣传助推行

业规范管理，向社会展示风景名胜区的风采。

这里我想谈三点。

第一点，我们的信息联络员要讲好风景名胜区的故事。因为风景名胜区集中了大量珍贵的自然和文化遗产，是自然史和文化史的天然博物馆。因此，向公众、向业内、向国人、向国际讲述风景名胜区的故事；普及风景名胜区知识，向世界展示中国风景名胜区的风采，彰显风景区优美的形象；进行行业交流互动，宣传助推景区工作，这都是我们风景名胜区信息宣传从业者的崇高责任。也就是说我们不仅要做好业内宣传，还要做好国内、国际宣传，这是我们的责任。

第二点，媒体要跟紧时代发展的步伐，拓宽多重媒体宣传渠道。现在中国风景名胜区协会基本上发展做到了，协会在原有三类纸质出版物《中国风景名胜》月刊、《风景工作参考》半月刊和《会讯》的基础上，由编译中心创立了海外景区资讯文摘《风景世界》，通过对大量国外文献的检索编译，引进借鉴国际先进管理经验、技术和理念，并同步供稿协会微信公众号，线上线下“双管齐下”，为中国风景名胜区事业的发展提供了积极的国际视野，在信息宣传上走出了新的步伐。

第三点，要充分发挥新媒体平台的价值。疫情以后，协会新媒体通过积极为行业发声，围绕景区玻璃栈道建设与管理、景区员工节假

日加班工资，以及疫情防控常态化下的景区开放与发展等问题，在协会微信公众号相继发表专题文章进行报道，在行业和社会均引起高度关注。同时，顺应新媒体智能化和视频化趋势，制作多样化的景区宣传类短视频，得到了百万阅读量，不断创新信息宣传的输出方式，这也是我们事业发展和宣传工作的新起点。

近年来，协会与中国建筑工业出版社联合出版发行相关主题图书，向社会宣传风景名胜区和世界遗产的保护理念；文件中也提到，在IUCN世界遗产部的邀请下做了大量工作，再次参与OUTLOOK更新工作。同时与新京报、中国摄影家协会等社会专业机构在多方面开展合作，深度挖掘风景名胜区的资源价值，实现媒体平台的深度互融，有效提高了信息宣传的影响力和传播力。

四是人才。要积极发挥一线风景名胜区信息联络员队伍的巨大潜能，注重对人的培养与塑造，为他们创造自我展现、以及展现风景名胜区的大舞台。

目前我们有132位信息联络员，他们是我们坚强的队伍，是宣传信息的主要中坚力量。这个队伍的人数不停更新，人员也在不停更换，甚至其中很多人之间都没见过面，但是交流起来却畅通无阻，因为他们有一个共同的名字：风景名

胜区信息联络员。很多现任景区的主要领导、业务骨干、技术标兵，都曾经担任过我们的信息联络员。在此，我也代表中国风景名胜区协会，向你们，向全国132名信息联络员表示由衷的谢意，谢谢大家！

信息联络员最主要的任务是，提供信息、保持交流。这样一份看似简单的工作，对一个人的综合素质却是极佳的锤炼。首先要提高自身的认识水平。信息联络员如果没有高的自身认识，就不可能做出好的宣传作品。它需要专心、专注于行业的各种发展变化；其次，要善于从多层次、多角度进行观察与记录；更重要的是它需要一份换位思考的认识方法，有了它们才能把信息宣传工作做好。它是一份沉甸甸的重任和责任。只有这样，才能提炼出属于自己的独特观点，才能将你所服务的风景名胜区最真、最美的形象，进行淋漓尽致的勾勒与展现。

人才是最核心的竞争力。协会对信息联络员队伍建设工作十分重视，一年一度的信息年会，从某种意义上可以说是为信息联络员们精心准备的相聚、交流的舞台，我们把它看成一个约定、一份礼物。下一步，我们还要继续加大信息联络员队伍建设的力度，增加与信息联络员互动交流的频度，以多种形式提高信息工作者的认知能力和理论水平、文笔展示能力，调动信息联络员的工作积极性和主观能动性。为他们创造展现自我的精彩舞台，为行业发展培养储备人才。

信息联络员虽然是单个的个体，但是所代表的是全国不同的风景区。所以宣传工作是至关重要的。没有你们，我们的风景区只能在行业宣传；有了你们，我们的风景区才能不仅在行业内，更在全国人民、在国际友人中有了新的地位。信息宣传不能仅仅局限在风景区进行，还要在党媒，在各大行业报纸，在国际上进行宣传。我们所做的每一次努力，都是在为整个行业宣传。我们代表的是全国风景名胜区，要充分认识自己的价值，并把这种价值发挥到极致，让公众了解我们。要领会党中央的决策精神，并将这些精神与工作结合，这是我们信息员应该做好的工作。希望今后在各个行业的报纸、各个重要网站都有你们的版面，这样我们的工作就做好了，做活了。

五是贵州。要用心感受贵州的风景名胜资源，虚心学习贵州经验，做到不虚此行。

贵州是我国风景名胜大省。在各级领导、专家的共同努力下，经过几代风景名胜区工作者的艰苦奋斗、开拓进取，贵州风景名胜区的基础设施不断完善，服务意识和技能不断进步，取得了日新月异的发展成果。

贵州风景名胜区工作条件相对艰苦，今天能谱写出风景名胜区的历史篇章，创造出新的辉煌成就，是非常不容易的。这次会议在

贵州召开，我们要向贵州学习，向贵州的各位代表学习，向他们做风景工作的历程学习。这个历程就是艰辛、苦难、创造、辉煌。经过艰苦奋斗，才有了今日贵州省风景名胜区发展的辉煌。希望各位代表能够不虚此行，用心感受贵州风景名胜区的山水文化，虚心学习贵州风景名胜区同行的工作经验，彼此寻求，共同进步。

发展永无止境，奋斗未有穷期。2020年是我国全面建成小康社会目标实现之年，是全面打赢脱贫攻坚战收官之年，2020年又是极为特殊的一年。但是机遇与挑战并存，希望通过这次会议让我们不忘初心，发现灵感；发挥悟性，找到知音；抓住契机，看到希望；坚定信念，永远向前，以无限的睿智和惊人的勇气，开启风景名胜区视野和发展的新征程。

最后，预祝大会圆满成功。感谢贵州省风景名胜区协会的支持和指导、感谢黔东南州相关主管部门对本次会议的大力支持，感谢义龙新区社会事务局和贵州义龙（集团）投资管理有限公司，为本次会议提供的良好条件和热情周到的服务。

祝大家身体健康，万事如意！谢谢大家！

（2020年11月18日）

三真两气一座城 · 百花兴义欢迎您

——在2020年全国风景名胜区信息宣传工作会议上的发言

兴义市万峰林旅游集团 冉兴普

尊敬的各位领导、各位来宾，女士们、先生们、朋友们：

大家好！我是兴义市万峰林旅游集团的冉兴普，在这秋高气爽的时节，很荣幸和全国各大风景名胜区的领导和旅游同行们相聚于此。在此，我仅代表马岭河峡谷风景名胜区管理处、兴义市万峰林旅游集团，向出席本次会议的各位嘉宾、各位朋友、表示诚挚的欢迎，向长期以来关心、关注兴义发展的各界朋友表示衷心的感谢！

接下来，我就以《三真两气一座城，百花兴义欢迎您》作为聚焦点，向大家介绍我的家乡——中国贵州·兴义。

一·三真

首先我们来了解一下什么是三真？三真即真山、真水、真情。

所谓真山指的是兴义拥有被徐霞客赞誉为“天下山峰何其多，唯有此处峰成林”的万峰林景区。在这里，看峰林丛立、层峦叠嶂、

田园村落和清溪流水相辉映，组成一幅泼墨山水画卷，体会峰林田园与布依人家的和谐相处，体验特色民宿，体验传统耕作，品尝农家美食。在这里，跨过一座桥梁，就是一片阡陌田园；绕过一道山弯，就是一个古朴村寨；翻过一座山坡，就是一条清澈溪流……

兴义拥有贵州醇景区，在这里，您可以在阳光梦幻王国里面体验海盗船、过山车、大摆锤的激情刺激，您也可以在红枫林大道上用4000米长的红枫落叶体验秋的韵味，您还可以夜宿于蘑菇野奢酒店，为自己的兴义之行打个卡；

兴义还拥有泥幽石林风景区、白龙山、飞龙洞、云湖山等众多的山体景观，因此兴义又被称之为“山的王国”。

所谓真水即是指的兴义拥有“天下垂钓乐园”之称的万峰湖景区。在这里美景天成，烟波浩渺，鱼肥水美，湖光山色，美不胜收。每年举办的万峰湖野钓大赛也成为了众多钓鱼爱好者聚会和交流的不

二之选；

兴义拥有被誉为“百里画廊”、“百里瀑布群”的马岭河峡谷景区。马岭河峡谷是一条在造山运动中剖削深切的大裂水地缝，在距今2亿1千万年前，兴义还属于滇黔古海的一部分，到6500万年前，晚三叠纪到白垩纪时期中国广泛发生了地壳运动，而兴义的万峰林就从海底拔地而起，马岭河峡谷就被硬生生的撕扯成了两半，形成今天的“天沟地缝”奇观。马岭河峡谷谷长74.8公里，谷宽50~150米，谷深120~280米，谷底低于地面200米。峡谷两壁孕育出规模宏大、气势壮观、错落有致的钙化岩，构成了特有的岩石瀑布；同时景区中有大小瀑布百余条，其中主体景区天星画廊1.7公里内有瀑布20余条，如万马咆哮瀑、珍珠瀑、间歇五叠瀑等，瀑高120~170米，瀑宽5~100米，壮如银河缺口，柔似袅袅娜娜；深幽的峡谷，栈道攀崖而行，曲曲折折，引人入胜，沿道而游，如进画中，令人流连忘返。清代兴

义知县蒯官宝曾留诗赞誉：“云奇石更奇，奇绝画难比。写奇唯有诗，诗在空山里”。

来到马岭河峡谷，不得不提的是这里的漂流了。1998年首届中国国际皮划艇漂流大赛就在马岭河峡谷举办，近200米的天然落差奇险无比，动人心魄。沿途10余处大大小小的滩、弯，峰回路转，船移景迁，真正能让你体验到贴着浪尖飞翔的感觉。

所谓真情即是指兴义拥有最为淳朴的民风民俗。有传承千百年的“三月三”、“六月六”、“八月八”布依族苗族风情节，有被列入国家非物质文化遗产名录的“八音坐唱”、“布依铜鼓十二则”。在这里，可学唱一首布依山歌，喝上两口布依老酒，慢慢回味一生一世，寻找那些从千百年前传承下来的蜡染、刺绣、制香等民间手工技艺，领略来自大山深处丝丝入扣的似水柔情。

二·两气

三真说完了，接着就是两气。一气指天气。兴义市处于北纬25°、东经104~116°，平均海拔1300米，属亚热带山地季风湿润气候，是世界公认的黄金气候生态带，年均气温16℃，全年晴好天气230天，有着“中国四季康养之都”的称号。二气指空气。贵州省生态环境厅通报2019年1~12月,全省9个中心城市环境空气质量平均优良天数比率为98.0%,其中兴义

市排名全省第一。负氧离子被誉为“空气维生素和生长素”，而兴义空气中的负氧离子含量高达30000个/立方厘米，是名副其实的“天然大氧吧”，都说贵州也有十八怪，其中一怪就是“空气能当罐头卖”。

三·一座城

两气说完了，我们来说说“一座城”，兴义市是贵州省黔西南布依族、苗族自治州的州府所在地，国土面积2911平方公里，截至2019年底兴义户籍人口93.48万人，有布依族、苗族等26个民族在此居住。位于南（宁）贵（阳）昆（明）经济圈的中心，地理区位优势，交通便利，沪昆高速、汕昆高速贯穿全境，南昆铁路鱼贯而过，万峰林机场更是通航了北上广深等全国26个大中型城市。兴义这座城市最大的特点就在于“景在城中、城在景中”，景区是城市的后花园，城市是景区的会客厅。一座城被4个4A级景区及多个知名景区包围，春天看菜花、夏天闻稻香、秋天问八卦、冬天赏雪花。

一位世界资深旅游专家评价说：如果黄果树、张家界是上帝献给我们的一个花篮，万峰林就是上帝留给我们的一座花园。而且这座城里面还有7家五星级的酒店，多家符合旅游接待的酒店、客栈；5家旅游车队；日均3万余人的接待量满足了高、中、低端各类消费人群；这座城还被中国饭店协会授

予了“中国羊肉粉之乡”的美誉，鸡肉汤圆、杠子面、刷把头等特色小吃能满足您味蕾的一切需求；这座城近年来不断获评“中国最佳休闲旅游城市”“中国最适宜人居环境”“中国绿色生态城市”“中国最美的地方”等荣誉称号。这座城的名字叫——兴义。

四·信息宣传工作汇报

接下来我就景区的信息宣传工作向各位领导进行汇报。

首先是树品牌。从2015年起，兴义已连续举办了五届国际山地旅游暨户外运动大会。以办会为契机，加快推进文化、旅游、体育、康养产业深度融合。借助“多彩贵州风，山地公园省”的大品牌优势，打造属于兴义的《户外胜地·百花兴义》品牌IP，通过手绘地图、宣传画册、旅游宣传视频等进行对外传播，有力地提高了景区的知名度和美誉度。

其次是扩渠道。扩渠道又分线上线下两块。线上宣传方面，一是从2016年开始建设营运兴义旅游大数据平台，其中包括兴义旅游公众号、兴义旅游抖音号、峰玩网线上交易平台等，通过推文发送，攻略发送、美景美图发送等方式增加景区的知名度和与游客的粘度；二是积极和省、州、市新闻媒体合作，利用他们的资源向中央台、浙江卫视、安徽卫视等顶级流量媒体报送宣传视频和新闻通稿，提升品牌占有；三是利用网络高速、及

时、全球性、全天候的特点，进行覆盖面较广的话题营销宣传，比如“万峰林还世界的一碗蛋炒饭”，“来兴义、买装备”等，借热门话题大规模的吸引粉丝，达到粉丝传粉丝的口碑宣传效应；线下宣传方面，一是借助客源地签约旅行社、自驾车俱乐部等渠道商做到海报上墙、产品上架。通过渠道商把印有景区资料的DM单，六折页、海报、画册等直接送到社区老百姓手中，送到工厂工人手中，送到学校老师同学手中；二是印制易拉宝等展架，投放于主要旅游客源地市场和进入兴义的各条高速休息区，提升品牌占有；三是加强旅游文创产品的研发力度。制作了一批具有万峰林、马岭河、万峰湖山地旅游特色，有兴义民族特色，贵州龙历史特色的文创产品，通过赠送（各种集团公司活动的获奖者、对兴义市旅游宣传有特殊贡献的人、商务洽谈时需要赠送的人）、售卖等形式对抵达兴义后的人群形成二次传播，提高兴义旅游的关注度和美誉度；四是与周边景区（如：罗平九龙瀑布、黄果树、龙宫、百色）互换广告资源，提升品牌占有同时截留有时间的散客进入兴义；五是积极参加省、州、市文化旅游主管部门组织的各种旅游推介会、旅游博览会，通过快闪、专场演出等形式提高兴义旅游的关注度和美誉度；六是开展“兴义旅游我代言”活动，确实将企业文化中人人都是宣传员落到实处，充分发挥员工的自媒体圈子和影响力，形成合力在抖

音、快手、优酷等新媒体上宣传兴义旅游的态势，提高兴义旅游的关注度和美誉度。七是举办特色主题活动，以活动带动人气，以人气带动财气。通过举办万峰林蛋炒饭节、万峰林羊汤锅节、万峰林彩虹跑、环万峰林自行车赛等各种公众参与度高，市场效应好的主题活动，出售特色纪念品，办成广大旅游者的节日和广大商家的节日，使社会效应和经济效应得到更好的体现，增加户外胜地百花兴义的品牌知名度。

最后是强服务。一是细分市场、精准营销。按照大数据分析，将客源地分为主力一级市场（兴义周边直径1000公里范围内的贵州、川渝、两广、云南市场），潜力二级市场（湖南、上海、浙江、安徽、宁波、湖北、北京、福建等通航城市），潜力三级市场（未通航城市及韩国、港澳台、马来西亚、新加坡等市场）。派出营销宣传团队针对当地老百姓的消费习惯，联合当地渠道商研发适合他们的旅游线路产品投放到消费终端；二是整合兴义旅游资源，以峰玩网为平台，整合兴义国有、私有的景区、酒店、客栈、餐饮、交通、购物等行业资源，做好兴义全域旅游示范区建设。三是强化国有集团公司服务体系建设，并以集团公司服务为标杆提升兴义市涉旅行业的服务水平，让抵达兴义的游客真正体会到什么是行之顺心、住之安心、食之放心、娱之开心、购之称心、游之舒心，让他们成为兴义的“形象大

使”，通过他们的口碑宣传来提升兴义的知名度和美誉度。

以上是我向各位领导汇报的基本情况。

各位领导，女士们、先生们，朋友们！一枝独放不是春，百花齐放春满园。我们热诚期望各位领导经常来兴义走一走、看一看。同时，也希望通过各位，介绍更多的朋友来兴义看万峰争雄，观群瀑竞技，品人间美味，享健康生活，泛舟荡漾在兴义的山水之间，行走在兴义的田园河畔，来一次宾至如归、流连忘返的暖心之旅。最后，衷心祝愿各位领导、各位来宾、各位朋友们身体健康，工作顺利，万事如意！

我的推介汇报到此结束，用一句话结束今天的推介演讲，我在兴义等你们！

谢谢大家！

（2020年11月18日）

牢记嘱托 不辱使命 奋力奏响漓江宣传最强音

桂林漓江风景名胜区党工委书记、管委会主任 郭红星

桂林漓江风景名胜区党工委、管委会成立于2015年4月，是桂林市委、市政府的派出机构，其前身是1993年9月桂林市政府成立的市漓江风景管理局，现在的主要职责：一是负责漓江风景名胜区全域1159.4平方公里的保护利用管理工作，二是协调、指导、督促12159平方公里的漓江流域相关县区开展生态环境保护和综合治理工作。

一、准确把握漓江特殊的地位和价值，增强宣传漓江的主动性

漓江发源于海拔2141.5米的华南第一峰猫儿山，全长214公里，流域总面积约1.2万平方公里，占桂林市总面积的43%，涉及全市17个县市区中的12个，总人口约350万人，占全市人口的65%。漓江风景名胜区规划总面积1159平方公里，涉及全市17个县市区中的10个，居住人口约34.6万人。漓江涵盖如

此多的行政区域和人口，其特殊区位在全国同类风景名胜区中极为罕见，更加彰显了漓江特殊的地位与价值。

（一）漓江备受党中央的高度重视。自新中国成立以来，党和国家领导就高度重视漓江生态保护和治理工作，周恩来、邓小平等党和国家领导人先后视察漓江并对保护和治理漓江作出明确要求。其中邓小平同志先后两次游览漓江并做重要指示，并于1978年10月和1979年1月先后两次对漓江保护工作作出重要批示。习近平总书记更是具有浓厚的漓江情结，先后于2009年7月、2010年3月、2010年5月、2015年3月、2017年4月，5次对漓江生态保护作出重要指示批示，强调指出：“漓江的生态建设与科学保护，兹事体大。”“漓江不仅是广西人民的漓江，也是全国人民、全世界人民的漓江，还是全人类共同拥有的自然遗产，我们一定要很好地呵护漓江，科学保护好

漓江。”“漓江生态保护要高起点规划。”“一定要用系统理念来保护。”

（二）漓江担负有重大的国家战略任务。漓江被誉为全球最美的15条河流之一，1996年被确定为全国重点保护的13条江河之一。漓江流域是南岭山地生态修复治理核心区域，是我国中亚热带地区的重要动植物种质基因库，流域内有2处世界级自然保护地、4处国家级自然保护地、8处自治区（省）级自然保护地。其中，漓江风景名胜区是首批国家级风景名胜区、首批国家5A级旅游景区、首批国家生态旅游示范基地，入选世界自然遗产名录。2012年，国务院批复同意桂林市建设国际旅游胜地，将漓江保护与开发作为核心板块。2017年，经国务院同意，国家5个部委批复桂林市建设国家健康旅游示范基地。2018年，国务院批复同意桂林市建设国家可持续发展议程创新示范区，将景观资源可持续利用作为建



绿水青山是桂林最美的底色，良好的生态环境是桂林最殷实的家底

设主题。

（三）漓江承载着桂林人的无限自豪。漓江是桂林山水的灵魂。2亿年前地壳运动与溶蚀作用造就了漓江流域群峰兀立、奇美梦幻的岩溶地貌，2014年入选世界自然遗产，被誉为世界喀斯特“皇冠上的一颗明珠”；3万年到7000年前漓江沿岸的宝积岩人、甄皮岩人用智慧创造上古文明，从秦始皇时期的灵渠到唐宋代的摩崖石刻，再到明代的靖江王府、王陵，从2000年前汉元置始安到80多年前的血色湘江再到如今数风流莫等闲，一代代桂林人在漓江的哺育下繁衍生息，创造了一个又一个文明；从公元822年唐代诗人韩愈的“江作青罗带，山如碧玉簪。”、“远胜登仙去，飞鸾不假骖。”到南宋诗人王正功

的“桂林山水甲天下，玉碧罗青意可参。”到1959年贺敬之的“云中的神啊，雾中的仙，神姿仙态桂林的山！情一样深啊，梦一样美，如情似梦漓江的水！”再到1963年陈毅元帅的“愿作桂林人，不愿作神仙。”如此多的美誉突显漓江无与伦比的历史价值、文化价值和美学价值。所有这些都证明了漓江承载着桂林人的家国梦想和家园情怀，也承载着桂林人的骄傲和自豪。

（四）漓江是对外宣传的大窗口。桂林是我国最早一批对外开放的旅游城市，也是国内最早接待入境游客的5个城市之一（北京、西安、上海、桂林、广州）。迄今为止，已经有柬埔寨西哈努克亲王、加拿大总理特鲁多、美国总统卡特、尼克松、布什、克林顿等180

多批次外国元首、政府首脑及政要到访漓江。1976年2月，尼克松访问桂林时说：“我和我的夫人访问过世界上80多个国家，100多个城市，我可以毫无保留地说，我们所访问过的大小城市中，没有一个比得上桂林美丽。”2019年，桂林市全年接待游客达1.38亿人次，其中入境过夜游客达314.59万人次，全市旅游总消费达1874亿元。

二、全力探索漓江治理的“桂林经验”，为全面宣传漓江提供厚实的基础

历届桂林市委、市政府始终高度重视漓江生态保护工作，特别是党的十八大以来，桂林市对漓江的重视、投入及治理力度之大前所未有。

我们始终牢记习近平总书记的嘱托，坚决贯彻落实市委、市政府决策部署，充分发挥牵头抓总作用，全流域保护漓江、全覆盖整治漓江、全方位提升漓江，实现了生态旅游文化融合发展，“桂林山水甲天下”的金字招牌越擦越亮，“一城文化满城绿”的独特风韵更加彰显。

（一）统筹好生态保护与规划发展。始终遵循《风景名胜区条例》《桂林漓江风景名胜区总体规划（2013—2025年）》《桂林市漓江风景名胜区管理条例》等法律法规，坚决守住生态环境底线。构建“市、县区、乡镇、村居委”的四级网格执法保护长效机制和发函督办、现场督办、上报督办、问责督办的“四办”督查问责机制，依托信息化综合监管平台实时监控重点区域，深入推进漓江沿岸乱建、乱挖、乱养、乱经营、环境卫生脏等“四乱一脏”专项整治，漓江生态环境持续向好，进一步构筑了漓江生态安全屏障。始终把严格执行规划“刚性”要求与经济社会发展“刚性”需求有机统一，切实做好前置规划审核把关、事中事后监管，主动服务积极指导了融创文旅城、桂林千古情、阳朔三千漓等一大批重大项目落地，既从源头上避免了各类重大项目建设活动的违规准入，坚决守好漓江生态保护红线，又有效破解了民生发展难题，促进沿江县域经济发展。

（二）统筹好水环境治理与水资源调度。桂林市成立了市政府

主要领导挂帅的漓江流域生态保护和环境治理工程指挥部，紧扣“水质”“水量”两大主题，全力做活“水文章”。开展漓江治污截污工程，投资10亿元分三期实施，城市污水集中处理率从92%提高到近100%。有效遏制漓江流域面源污染，开展了支流综合治理、网箱养鱼清理整治，全面关停迁移沿江畜禽养殖场，划定了禁养限养红线，迁移安置漓江城市段住家船。大力实施城市黑臭水体整治，黑臭水体消除比例达到100%，入选全国黑臭水体治理示范城市。为解决季节性枯水期生态景观影响问题，投资61亿元在漓江上游建设了防洪生态补水枢纽工程，在漓江城市段下游开展了常态化壅水科学试验，实施漓江流域水量的统一调节调度，实现了景观资源可持续利用。漓江干流水质常年达到国家地表水Ⅱ类水质标准，全国地表水考核断面水环境质量排名长期稳居全国前列。

（三）统筹推进整体保护与系统修复。秉持“山水林田湖草是一个生命共同体”理念，推动广西自治区出台了《桂林漓江生态保护和修复提升工程方案（2019—2025年）》，通过6大类147个重点项目，计划总投资919亿元，大力开展生态保护和修复。最近三年我们已开展山体、岸线、洲岛、边坡生态修复及林相改造、村庄环境综合整治、污水处理设施建设等一系列生态保护工作，共修复受损山体、边坡、堤岸等约160万平方米，结合漓江沿岸生态洲岛、公园绿地、

自然湿地，打造了漓江生态“绿肺”。通过系统的生态修复，有效保护了漓江生态环境和桂林喀斯特世界自然遗产地的原真性和完整性。漓江良好的生态环境成为最普惠的民生福祉。

（四）统筹抓好体制改革与机制创新。坚持“绿水青山就是金山银山”理念，通过改革创新、整合资源，变“九龙治水”为“统一领导”，不断破解制约漓江保护的深层次问题，激发可持续发展新动力，全面完成了九大重点改革任务，健全完善和理顺了漓江行政管理、综合执法、港航管理、统筹利益分配、准入退出机制、票制票价管理、旅游品质提升等一系列体制机制。例如：构建了准入退出机制和游船星级管理体系，全面提升漓江水上游览服务品质。出台了《桂林漓江风景名胜区水上游览项目经营权管理办法》，明确了授权期限及经营准入退出管理要求，打破了长期以来经营者无限期的“万世经营”问题。创建了漓江三星级、四星级、五星级游船的评定标准和服务质量标准，对漓江星级游船管理体系进行全面规范。完成了漓江水上游览有史以来最大规模的游船提升改造，漓江精华段老旧游船全部淘汰，截至2020年11月，三星级、四星级游船已达128艘，正加紧推进4艘五星级游船建造，漓江水上游览实现了精品化、高端化、多元化发展。又如：构建完善了生态保护和可持续发展机制，注重民生发展，释放“生态红利”。支持服务

县区建设了一大批田园综合体、旅游小镇和文旅项目，直接带动周边约40个村居委，惠及村民超10万人，有力助推了脱贫攻坚和乡村振兴战略实施。组织策划实施了沿岸村庄生态修复、污染治理、综合整治等一大批项目，极大改善了农村人居环境，有力促进了当地旅游业发展，阳朔兴坪渔村通过系统治理，2020年游客接待量预计将达到30万人次，在今年疫情情况之下还同比增加115%。

三、立体式奏响大美漓江主旋律，全面展现漓江宣传大格局

我们始终坚持以习近平生态文明思想和关于新闻舆论工作的重要论述为指导，全力实施“寻找桂林文化的力量，挖掘桂林文化的价值”战略，举全市之力，打出了集漓江生态保护、民生融合、社会治理、城乡发展等为一体的宣传推广“组合拳”，形成了具有国家影响、富有地方特色、全民积极参与的漓江宣传新格局。

（一）各级党委政府高度重视，亲力亲为推广“漓江经验”。广西自治区党委、政府和桂林市委、市政府高度重视漓江宣传工作，高位推动“漓江经验”。广西自治区和桂林市主要领导在参加全国两会、党和国家调研检查、重大会议讲话时，多次直接向党和国家领导人及相关国家部委汇报漓江生态保护和可持续发展工作情况，并

在人民日报、中央电视台《新闻联播》及各级重点媒体采访等重要关键场合，多次重点介绍科学保护漓江的“漓江经验”。

（二）各级媒体持续关注报道，全面精准传播“漓江之声”。我们通过积极主动对接新闻媒体，建立了良好互动关系，有效发挥新闻媒体“同盟军”作用，对漓江保护管理工作的亮点、热点和取得的新成效精准宣传报道，传播好漓江声音，放大了以人民为中心的漓江生态文明建设主流声音，信息宣传工作呈现出了强劲的生机和活力。近年来，人民日报、新华社、光明日报、经济日报、中央电视台等中央媒体和广西日报、广西电视台等地方媒体对漓江生态保护成效进行了持续专题报道，社会各界反响热烈。

（三）各级管理部门联动协同，一以贯之讲好“漓江故事”。我们把宣传教育融入漓江生态环境保护常态化工作全过程，重点推进打造漓江“党旗扬百里党建带”“护明珠百村党建圈”“扬红帆百企党建群”的“三百”党建联盟，对沿江村屯群众、游船经营企业等服务对象有针对性的宣传教育，纠正不符合绿色发展的错误观念，遏制损害生态环境的不良行为。不断创新表达方式、不断丰富文化作品，把铁的事实、硬的道理通过耳目一新、引人入胜的故事和案例表达出来、传播开来，用实际行动守护漓江生态文明底色，推动社会文明发展，为桂林文明形象增

色添彩，近日桂林市成功入选全国文明城市。

（四）广大群众积极主动参与，社会各界争当“漓江宣传员”。我们充分利用“学习强国”平台及微信公众号、今日头条等新媒体矩阵，加强漓江宣传教育和舆论引导工作，用习近平生态文明思想强化共同的生态环境价值观，激发全社会共同构建人与自然命运共同体。结合《桂林市漓江风景名胜区管理条例》的贯彻及每年的“漓江流域生态环境保护宣传月”“六五环境日”“文化和自然遗产日”“漓江论坛”、普法周、安全生产月等活动，通过发放宣传资料、现场咨询、大讲堂等多种形式，动员组织全社会的力量，同频共振、共识共进，科学保护漓江的意识深入人心，人人争当“漓江宣传员”已经成为自觉行动。

保护好漓江，功在当代、利在千秋。我们将牢记习近平总书记嘱托，深入贯彻落实党的十九大、十九届五中全会精神和习近平生态文明思想，有效发挥信息宣传主阵地作用，不忘初心、牢记使命，全面推进桂林国际旅游胜地升级发展和国家可持续发展议程创新示范区建设，为建设壮美广西、保护秀美漓江不懈努力奋斗。

（2020年11月18日）

疫情防控对风景名胜区的影响及对策

涿源白石山旅游开发有限公司总经理 毕东林

白石山风景区位于北京西南180公里的河北省保定市涿源县，因山多白石而得名，是世界地质公园和国家5A级旅游景区。景区内在全国唯一的大理岩峰林景观，海拔最高、面积最大的红桦林景观，以及北方罕见的云海佛光景观，是中国边关文化发源地、狐仙文化发源地、希望工程发源地，是闻名遐迩的健康山、英雄山、爱情山。

今年突如其来的新冠疫情，对全国风景名胜区都造成了前所未有的打击。特别是白石山景区，遭受了第一波疫情和第二波疫情的双重影响，损失非常惨痛。

一、景区之殇

概括起来，疫情对风景名胜区造成了“六大影响”和“五个不确定”：

第一，直接营收的影响。全国90%以上的风景名胜区经历了关停、观望、有限开放、限流等防控过程，从直接“清零”到断崖式下降，可谓损失惨重。

第二，巨大成本的影响。一是人力成本居高难下。大部分景区难以支撑工资和社保两座大山。二是财务成本压力山大。很多景区背负着巨额的银行贷款和利息，在没有收入的情况下，这些财务成本是每个月的刚性支出。三是景区运营举步维艰。景区运营必要的水费、电费、油费、防火等刚性支出没有减少。

第三，市场渠道的影响。作为景区客源主渠道的旅行社行业损失巨大，尤其是中小旅行社，多数面临歇业甚至是破产。线上渠道也损失惨重，携程、同程、艺龙、去哪儿网、美团、飞猪、驴妈妈等多家在线预订平台不得不忍痛退改，景区获客渠道全面崩塌。

第四，配套产业的影响。酒店、餐饮、购物、娱乐等景区服务配套产业遭受疫情重创，尚在慢慢恢复。

第五，员工团队的影响。景区收入归零，对景区管理人员和员工的收入造成直接影响。大多景区都进行了减薪和降薪，很多景区的员工被待岗和转岗，人才人员流失严重。

第六、游客心理的影响。疫情防控常态化，国际疫情的难以控制，国内不断发生的输入性病例，让很多游客产生了恐惧心理，出游选择更加谨慎。大多数游客出游会主动避开人群密集和空间封闭的景区景点。

目前，虽然疫情进入了“外防输入、内防反弹”的常态化防控阶段，多数风景名胜区都在逐步恢复，但下一步发展仍面临着“五个不确定”：

一是疫情何时结束不确定。据文旅部发布的信息，今年十一黄金周，全国景区市场恢复超过了七成，并没有出现2003年非典过后旅游景区井喷的现象。疫情何时结束？市场何时恢复？目前谁都不敢确定。

二是游客何种心态不确定。经过疫情的洗礼，人们对于生命、家庭、社会的认知都会出现一些变化，这些变化对游客心理的影响非常大，选择出游的理由、条件、目的也会发生变化。

三是市场营销环境不确定。全国244处国家级风景名胜区、259家5A级旅游景区、一万多家4A级旅游景区，在后疫情时代，会用什么样的方式来弥补疫情的损失，采取什么样的方式来营销，这些都不确定。

四是市场营销投入不确定。疫情导致很多景区现金流吃紧。由于疫情的反复和持续，所有景区在做预算时，心里没底，不知道该大量投入还是稳扎稳打。

五是市场经济形势不确定。2020年，受全球疫情冲击，世界经济严重衰退，国际贸易投资萎缩，产业链供应链循环受阻，给我国经济社会发展带来了极大的不确定性。

二、危中之机

“祸兮福所倚，福兮祸所伏”，就像非典疫情给旅游业带来巨大变化一样，新冠疫情的袭来，对风景名胜区既是危机和冲击，同时也可能蕴藏着新的转机。

一是国家政策带来的机遇。为打赢疫情防控阻击战，中央政府和各地方政府相继出台了一系列的企业扶持政策。打造“内循环”已成为当前政策共识。……这些政策对景区减负有一定的作用，也为景区发展提供了新的机遇。

二是周边游市场带来机遇。全国旅游市场逐步放开以来，最先得到恢复和发展的是短线游和周边游市场，长线旅游的恢复，可能还有待人们心理恐慌的完全消失。

三是出入境减少带来的机遇。中国是全球最大的出境旅游市场，增长速度非常快，从2000年的450万人次猛增至2019年的1.68亿人次。仅2019年国庆期间，全国出境游就突破700万人次。根据泰国旅游业统计，1000万的游客当中，有四分之一来自中国。随着新冠疫情的持续和国际疫情的蔓延，出境游和入境游市场短期内很难恢复。这部分游客势必会从出境游转向国内游，为景区市场恢复提供了新的契机。

四是游客心理带来的机遇。受疫情的影响，旅游者会更加趋向到自然清新、健康安全的旅游景区，对人满为患、空气流通不畅的景点，在一定时期内会保持警戒和排斥。因此，像河北白石山这样的山地旅游、生态旅游、森林旅游、健康旅游产品会越来越受到游客欢迎。这为山岳型景区尽快恢复市场提供了机会。

五是出行习惯带来的机遇。在较长一段时间里，跟团游很难快速恢复，自驾车、自助游等出游方式将是出游首选。网上选择景区，网上预订景区门票和酒店，进行无接触售验票进入景区，将成为游客出游的习惯。

六是科技发展带来的机遇。疫情期间，大数据和数字化技术在防控方面起到了巨大的作用。大数据技术的运用，让景区获客渠道和游客画像更加精准。网红直播和线上营销成为今年疫情期间最热的推广形式。实名预约，网上购票，扫码入园，无接触售票，红外测温，各

种小程序在景区的使用，颠覆了传统的管理模式。VR、AR、HR各种虚拟现实技术被广泛应用，增强了游客的体验度。景区智慧化营销、管理、服务技术日趋完善，为景区高质量发展提供了机遇。

三、应对之举

面对危机和机遇，在疫情防控常态化的后疫情时代，景区该怎么办？主要有以下建议。

一是吃透政策。及时掌握国家和各地出台的推进消费、拉动内需、企业减负的一些政策，提前谋划，用足用活，最大限度降低企业成本。

二是增加二消。加强景区住宿、餐饮、互动体验等方面的设施建设，延长景区消费链条，增加景区二消的营收占比。

三是开发产品。以市场为导向，以旅游体验为核心，打造体验式、个性化、多层次、投资小、见效快、能引流的网红产品，为游客提供新的体验。

四是吸引眼球。发挥“两微一抖”新媒体、自媒体的优势，不断进行网上营销、短视频营销、软文信息流营销，不断的种草，为景区尽快恢复积蓄能量。

五是活动营销。不断推进旅游+体育、旅游+文化、旅游+扶贫等新的形式，定期组织规模不等的体育赛事活动或者文化体验活动，通过活动来增加流量和烘托人气，提升景区的知名度和美誉度。

六是拓宽渠道。在维护好传统旅行社渠道的基础上，大力开发户外俱乐部、自驾俱乐部、各类研学组织等新的渠道，建立多层次的营销网络。

七是持续赋能。在疫情期间，利用接待空档，通过网上授课等形式，不断进行人员培训，进行标准化、信息化知识的培训，提高员工的管理水平、服务水平，打造以游客为中心的企业文化，提升景区的软件和品质。

总之，后疫情时代对每个风景区都是一个挑战。影响是必然的，在危机中看到机遇，找到转机，并采取相应的对策，才是景区度过难关，实现可持续发展的根本。

（2020年11月18日）

机遇与挑战完美并存 自然与文化交相辉映

——2020年全国风景名胜区信息宣传工作会议综述

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，拓展信息宣传新途径，中国风景名胜区协会于11月18日在贵州黔西南州召开2020年全国风景名胜区信息宣传工作会议。会议由中国风景名胜区协会主办，义龙新区社会事务局和贵州义龙（集团）投资管理有限公司承办，马岭河峡谷风景名胜区管理处协办。

中国风景名胜区协会副会长曹南燕、贵州省风景名胜区协会会长王泰阶、黔西南州林业局自然保护区服务科科长余醇等领导，以及来自中国风景名胜区协会会员单位的信息联络员及其他代表200余人参加了此次会议。



开幕式：如数家珍，饱含深情



中国风景名胜区协会副秘书长刘坚主持本次年会。



贵州省风景名胜区协会会长王泰阶

首先，由贵州省风景名胜区协会会长王泰阶在开幕式做题为《贵州省风景名胜区简介》的主旨发言，向大家介绍了贵州的自然地理条件、贵州省风景名胜区设立和发展过程、总体资源特色和保护管理概况，并重点推介了黄果树、马岭河峡谷、织金洞、荔波漳江、赤水、百里杜鹃、花溪、雷山等具有代表性的国家级和省级风景名胜区。王泰阶会长对贵州风景名胜区如数家珍，饱含深情的讲述，让会议代表们即刻沉浸在贵州奇美瑰丽、丰富多彩的风景区氛围中。

中国风景名胜区协会副会长曹南燕，在题为《展现风景姿彩 坚定文化自信 开启风景名胜区事业发展新征程》的讲话中，从自然、文化、



中国风景名胜区协会副会长曹南燕

媒体、人才、贵州5个方面内容进行了阐述：一是自然，要深入学习贯彻党的十九届五中全会精神、习近平生态文明思想，认真落实好党中央、国务院关于自然保护区体系建设的一系列决策部署，推动风景名胜区行业健康可持续发展；二是文化，要进一步坚定文化自信，大力传承和弘扬极具中国特色的风景名胜区文化；三是媒体，大力促进传统媒体与新媒体的互通互融，全力推动媒体融合发展，加强与专业机构全面合作，以宣传助推推行行业规范管理，向社会展示风景名胜区的风采；四是人才，要积极发挥一线风景名胜区信息联络员队伍的巨大潜能，注重对人的培养与塑造，为他们创造自我展现以及展现风景名胜区的大舞台；五是贵州，希望大家用心感受贵州的风景名胜资源，虚心学习贵州经验，做到不虚此行。

经验交流：真情洋溢，交相辉映

自然与文化交相辉映。在经验交流阶段，来自贵州马岭河峡谷、广西桂林漓江、甘肃鸣沙山-月牙泉和安徽黄山风景名胜区的代表，从风景名胜区资源价值、旅游服务、精准营销、保护管理、生态修复、永续利



兴义市万峰林智慧旅游公司副经理陈嘉盈



桂林漓江风景名胜区管理委员会党工委书记、管委会主任郭红星



甘肃省敦煌市鸣沙山-月牙泉风景名胜区副总经理王有霞



黄山风景区管理委员会办公室徐亚男

用等不同的角度，分享了各自在信息宣传方面的工作亮点、创新做法、实践经验和深度思考。优美的视频、精彩的画面、真情的讲述，让大家折服于风景名胜区的巨大魅力，更给与会代表诸多灵感与启发。此外，会议亦以资料印刷的形式，将浙江金华双龙、贵州荔波漳江和福建泰宁风景名胜区，在文旅融合、科学管理、研学旅行方面的探索，与代表们进行了分享。

机遇与挑战完美并存。来自河北涿源白石山风景名胜区的代表结合本景区实际，从直接营收、巨大成本、市场渠道、配套产业、员工团队、游客心理等6个方面就疫情防控对风景名胜区的影响进行了分析，并指出，虽然目前还存在五个不确定，但是“祸兮福所倚，福兮祸所伏”，危机之中同样可能蕴藏转机，国家政策、周



河北涿源白石山旅游开发有限公司总经理毕东林

边游市场、出入境减少、游客心理、出行习惯、科技发展等六条机遇完美对应六大影响，让我们从中看到希望，升起信心，从容获得应对之举。

工作汇报：新兴媒体，国际视野

随后，在工作汇报阶段，协会秘书处就过去一年的信息宣传工作进行了题为《多维互融互通 拓展全球视野》的视频汇报，从打造优质新媒体宣传平台、持续拓展全球视野、搭建行业信息宣传和研究交流平台、组织发行出版读物、线上线下多维度助力景区宣传、积极参与社会公益活动及下一步工作设想等7个方面，使与会代表对协会的工作获得直观的视觉感受。

秘书处相关工作人员分别以“疫情过后新媒体格局下的景区传播”、“协会国际交流与合作工作汇报”、“搭建资源服务平台，助力风景区高质量发展”和“打造民俗文化体验地 助推风景名胜区转型”为主题，向会议做专项工作汇报，让大家深入了解协会在新媒体宣传、国际视野打造、宣传项目设计、规划助力转型等方面做出的一系列努力。



协会新媒体中心主任姚辰



协会副秘书长赵旭伟



协会对外联络部李简西



协会规划设计联合体替丽娟



第一组



第二组

分组讨论：集思广益，凝聚共识

在分组讨论阶段，代表们分为3个小组，围绕议题，结合实际工作中面临的难点、热点等问题进行交流。大家各抒己见、畅所欲言，深入探讨了如何通过信息宣传工作促进风景名胜区提质升级，剖析了目前景区信息宣传工作存在的问题和短板，同时也对协会信息宣传等各方面工作提出许多宝贵的意见和建议。现场气氛紧张而不失风趣，热烈而不乏思考，达到了学习借鉴、互通有无、凝聚共识的目的。



第三组

通过讨论，大家一致认为，在全国上下深入学习贯彻党的十九届五中全会精神之际，在全国风景区正从疫情冲击影响中快速走向恢复发展的关键时期，中国风景名胜区协会组织这次工作会议，研究谋划景区信息宣传工作新任务、新思路、新举措，非常必要，也很有意义；会议内容充实，富有新意，闪烁着智慧的光芒，充分展示了协会发挥职能、主动担当的使命感和责任感。

要提高风景区的知名度和影响力，离不开信息报道和新闻宣传。风景区只有经过不断的宣传造势，才能持续吸引游客关注，增加游客流量，将景区的资源优势和生态效益，转化为良好的社会效益，带动地方经济社会发展。特别是在国内疫情得到有效控制，旅游经济处于回升向好态势，行业自我修复和振兴动能正在集聚的形势下，深入研究谋划当前以及“后疫情”风景区的信息宣传工作，显得非常重要和迫切。

此次会议既为全国各地风景区搭建了互鉴交流的平台，也为景区扩大交流互通、深化合作提供了宝贵的机会，必将推动我国风景名胜区事业向

会间交流



青岛市崂山风景名胜区管理局办公室主任朱岗



浙江省风景名胜区协会副秘书长马恩



襄阳市隆中风景名胜区管理委员会副主任、党工委委员吴锋

着更高水平、更高质量发展迈进。大家表示，将深入贯彻落实会议精神，认真履职尽责，锐意开拓进取，努力提升风景区的信息宣传工作水平。

此外，本次会议还专门设置了会场外宣传资料展台，供各与会单位将自己的新媒体应用成果、特色出版物、宣传画册、音像制品等资料进行展示展览和成果互换。

会议总结：美美与共，未来可期

在会议总结阶段，3个小组召集人分别代表本组进行小结，针对风景名胜区发展面临的新形势和新任务，就下一步如何做好风景区信息宣传工作，如何讲好风景名胜区的故事提出如下观点和建议：

1

信息宣传工作站位要高。要坚

持以习近平总书记生态文明思想和关于文化旅游工作的重要指示精神为指导，充分认识风景名胜区是国家不可复制的稀缺资源，充分领悟严格保护、永续利用这一风景名胜区的责任和使命，深入贯彻落实十九届五中全会精神以及大力发展景区文化、康养、体育等旅游产业的决策部署，统一思想，坚定信念，处理好科学保护和信息宣传的关系，扎实推进风景名胜区信息宣传工作。

2

要不断拓宽景区宣传渠道。坚持从游客需求出发，在做好电视、报刊等传统媒体合作的基础上，针对网络技术的飞速发展，全民网络化和散客潮的新形势，充分运用微博、微信、短视频APP应用等社会化新媒体进行宣传，特别是发挥协会的平台优势，扩大《中国风景名胜》刊物的发行范

围，通过搭载小程序、扩展云直播、大V推介等数字化措施，进一步推动线上线下融合互动，多维度助力景区宣传，提升景区的辐射力和影响力。

3

传播要新颖，要多样化。传播讲究流量，在流量为王的时代，如何获取受众观众，是宣传传播工作中必须考虑的方式。例如：面向亲子、研学路线等风景名胜受众定向传播；适应于手机端带有传播功能的文创产品研发；与OTA展开全方位合作，挖掘当地特色、反映当地文化的民间网红包装等；尤其在疫情期间，要协调好危机和宣传的关系，提倡多地合作，跨省互动，加强地区的抱团联动，建立媒体大咖；在全民皆媒体的时代，风景区要能够沉下心来，持续积累，提高整合能力，打造属于自己的IP和口号。

4

建议组织景区集中宣传，联合营销。每个景区都拥有源远流长的文化历史和神奇秀丽的自然风光，也都有成功的信息宣传经验。希望借助协会的平台优势，多组织策划集中宣传、联合营销，一方面可以使景区间互学互鉴，互促共进，另一方面可以实现

资源共享、优势互补，进一步扩大宣传推介的覆盖面，达到互相引流、互相带客的目的。

5

持续加强风景区信息宣传队伍建设。信息宣传关键在人，培育一支高素质的信息宣传人才队伍，全方位、多角度地向外界传递景区信息和热点动态，对景区发展和形象塑造起着关键性作用。应定期开展信息宣传业务综合性培训，从理论知识到实战经验，不断增强做好信息宣传的脚力、眼力、脑力、笔力，真正把景区故事讲得精彩，也希望协会在这方面能给予更多的指导和支持。

6

游客是最好的宣传员。要借助智慧旅游等科技平台，达到可调控的精准要求，为游客提供全方位服务，如线上支付、数据跟踪等，提升游客的整体满意度；坚持以人为本，为游客提供优质高效的服务，从而获得良好的宣传口碑。

7

推动文旅融合，是风景名胜区发展的方向，希望下一步协会有针对性地开展相关专题研究，打造文旅品牌。

8

建议协会每年定期召开信息宣传会议，在不同省份多组织类似的经验交流活动，方便景区之间相互学习，共同进步。

最后，刘坚副秘书长代表协会对会议进行总结。她提出，本次会议时间安排紧凑、会议内容充实、交流形式多样，大家获益良多。信息宣传是风景名胜区的一项重要工作，在新时代改革背景下，要不断学习、深化思想，落实党中央、国务院关于自然保护地体系建设的一系列部署；要深耕风景区的自然、文化内涵，真正做到高质量的宣传；要紧跟时代步伐、创新宣传形式，强化景区新媒体手段的运用，多维度展开宣传工作。未来，协会将继续努力发挥好桥梁纽带作用，不断探索和拓宽风景名胜区信息宣传路径，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信息宣传工作，提高行业的社会影响力和公众认同度。

在全体代表的共同努力下，2020年全国风景名胜区信息宣传工作会议顺利完成了各项议程，达到了预期目标，取得了喜人的成效。本次会议的召开，也为全国风景名胜区同行了解和观摩贵州省风景名胜区事业的发展提供了一次难得的机会。

会议对贵州省、黔东南州相关主管部门的大力支持，对义龙新区社会事务局和贵州义龙（集团）投资管理有限公司、马岭河峡谷风景名胜区管理处给予的各项组织筹备工作和热情周到的服务表示感谢。

（中国风景名胜区协会秘书处：

陈晨 星屿；摄影\云杉）



(摄影\张震, 贵州省兴义市新闻中心)

壮美险峻 人进画游

——贵州省马岭河峡谷风景名胜区

马岭河峡谷风景名胜区是1994年国务院审定公布的第三批国家级风景名胜区, 主要位于贵州省黔西南布依族苗族自治州兴义市和安龙县境内。地处云贵高原东南部向广西低山丘陵过渡的斜坡边缘断层地带, 地形起伏大, 海拔630~1643米, 是三叠纪岩溶地貌(喀斯特)发育的典型地区之一。

风景名胜区北起兴义市、盘县和普安县的三市县交界处, 南至盘江湾、西起三江口、东至天生桥电站高坝。地理坐标东经104°31'35"—105°06'25", 北纬24°37'14"—25°21'55", 总面积为450km², 核心

景区总面积123.65 km²。范围由马岭河峡谷、万峰林(东、西峰林)和万峰湖三大部分组成。

马岭河峡谷风景名胜区以喀斯特地貌为基本特征, 以“壮美峰林”、“险峻峡谷”、“秀丽湖泊”的自然景观为主要特色, 并与世界罕见的地质遗迹“贵州龙化石群”, 以及名胜古迹和布依风情等人文景观相融合, 具有重要保护价值, 是一处适宜开展观光揽胜、休闲度假、文化体验的国家级风景名胜区。

(贵州省马岭河峡谷风景名胜区管理处)



中国国家图书馆馆藏