



石龙洞旅游景区开发项目

路演PPT

汇报单位：通山石龙洞旅游开发有限公司

汇报时间：2023.09



CONTENT
目录

01

行业背景

Industry background

02

项目概况

Project overview

03

运营规划

Operational planning

04

财务计划

Financial planning



PART ONE

行业背景



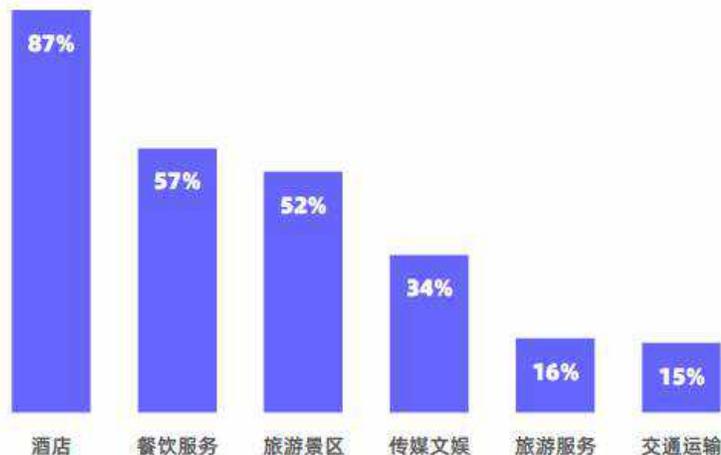
我国旅游度假产业链分布及一般毛利

- 旅游度假是以旅游资源为凭借、以旅游设施为条件，专门或者主要从事招徕、接待游客，并为其提供交通、游览、住宿、餐饮、购物、文娱等多个环节服务的综合性行业；
- 从行业特点来看，旅游业上游主要涉及公路、铁路、航空等交通运输业；中游代表与居民旅游直接相关的服务，主要涉及旅游景区或景点，以及为景区提供配套运营、文化宣传等相关服务行业；下游配套产业主要包括与居民旅游过程中所需的食宿服务，涵盖酒店、餐饮等相关行业；
- 近两年受新冠疫情影响，旅游产业链各环节毛利率均受到较大冲击。上游交通运输业毛利率整体较低，中游旅游景区及旅游服务业毛利率下降幅度也相对较大，但随着2023年出行限制政策逐步放开，旅游度假产业有望快速复苏。

旅游度假产业链分布



旅游度假产业链一般毛利率



我国旅游产业市场前景

后疫情时代，旅游意愿提升，但呈现新的特征

- 受疫情影响，微度假呈现蓬勃发展态势。健康成为消费者关注的重要因素，疗愈式康养度假持续增长。品质生活追求下，个性化旅游需求兴起，民宿、精致露营已成为年轻消费者的旅游首选。

2021年至今，旅游人次已恢复至疫情前8成，收入恢复至6成

- 对比2022年上半年旅游数据，农村居民国内旅游人次及旅游收入的降幅均高于城镇居民。2021年五一旅游人次已恢复至2019年水平。但后续呈现下降。2022年端午小长假，旅游人次逐渐上扬。

2021年Q2-2022年Q2 城镇储户消费投资意愿

储蓄意愿上升明显，消费意愿缓慢提升



未来三个月内准备增加支出的项目



2020-2022年各假期旅游数据恢复情况



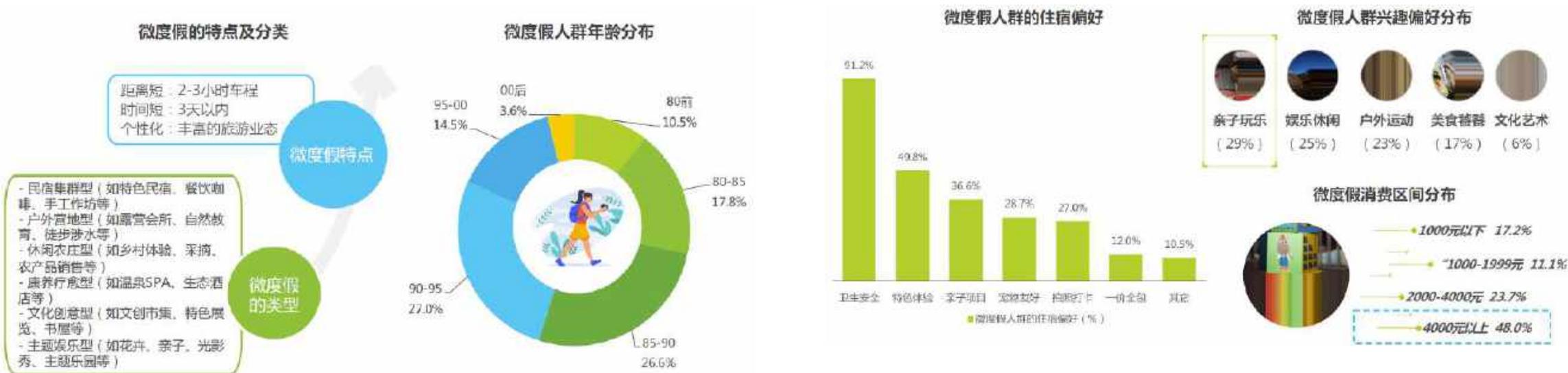
微度假已成为个性化旅游的载体

微度假已成为个性化旅游的载体

- 85后及90后人群更偏好微度假，呈现多元化需求。微度假的“微”要求景区能在较短时间内提供丰富的旅游体验，由此也衍生出多样化的细分市场。复合型体验同时能满足年轻人群“拍照打卡”的需求，或日渐成为主流旅游消费形式。

亲子主题与特色资源结合，是突显目的地优势的思路

- 微度假虽然“微”，仍显现出较高的消费潜力。结合亲子主题与在地资源的特色打造，兼具宠物、拍照等功能，将会对主力的85后及90后消费者产生吸引力。



旅游度假产业未来三大发展趋势

旅游度假区 从空间到场景

旅游度假区在我国旅游产品供给中越来越占有重要的地位，对整个旅游度假发展具有很强的引领作用。我国旅游度假区经历了不同时期的发展，早期的国家旅游度假区更多的是一个空间概念，而现在的国家级和省级旅游度假区更多的
是一个综合性消费场景；

01

旅游度假产品 走向多样化和高品质

旅游度假产品类型更加多样，形成无特色不旅游、无体验不产品。旅游度假产品内涵更加丰富，高品质的旅游度假产品不仅表现在建筑和设施设备的高端上，而且也体现在服务和管理水平的优质以及更多的文化参与和体验上；

02

旅游度假产业 多元跨界的市场主体

综合性旅游集团是旅游度假产业发展的主力，众多大型跨界进入旅游度假领域，专业化旅游度假企业不断涌现，旅游度假产业体系不断完善。

03

乡村旅游：市场逐步复苏，乡村游目的地以省内为主

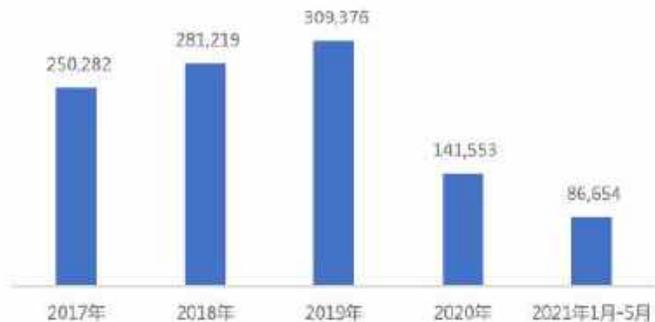
乡村旅游市场稳步复苏，信心提振，行业获市场认可

- 国家策略指引下，国内各地依托政策扶持、企业跟进和资本投入积极开发乡村旅游市场。2021年上半年，国内大环境趋于好转，国内乡村游市场也是呈现稳步复苏态势。
- 行业正在步入从“相对景气”到“景气”通道，普遍看好乡村文化和旅游发展，74.4%的受访企业对未来前景非常看好，23.2%受访企业对未来前景比较看好。

国内各省乡村游需求旺盛，出游目的地以省内为主

- 2021年国内乡村旅游需求旺盛，出游规模成快速增加态势。从省域角度看，广东、河南乡村出游规模超过7000万人次
- 城郊20-150公里是乡村游的黄金发展带，省城乡村游客源以省内为主。多数地级市的乡村旅游发展也以本市游客为主导。

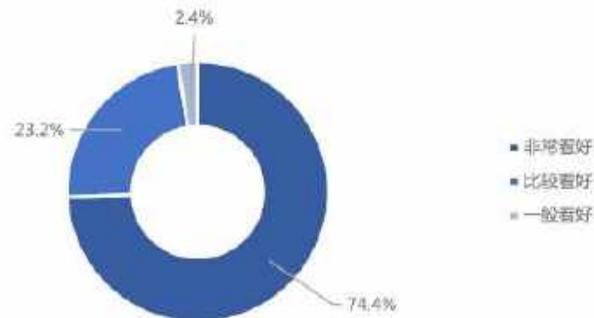
2017年-2021年乡村游客规模（万人次）



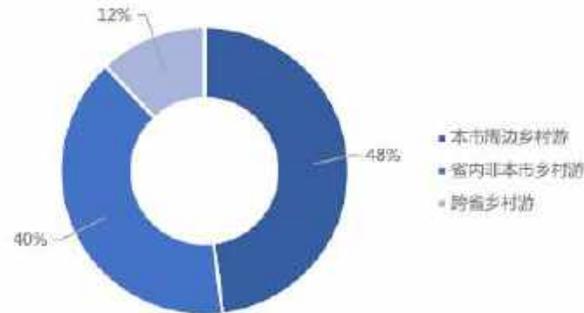
2021年1月-5月内地省/市出游人数排行榜

排名	省/市	排名	省/市
1	广东省	17	福建省
2	河南省	18	新疆维吾尔自治区
3	山东省	19	湖北省
4	四川省	20	山西省
5	河北省	21	吉林省
6	云南省	22	重庆市
7	辽宁省	23	甘肃省
8	陕西省	24	浙江省
9	广西壮族自治区	25	天津市
10	贵州省	26	青海省
11	江苏省	27	北京市
12	安徽省	28	海南省
13	湖南省	29	宁夏回族自治区
14	黑龙江省	30	上海市
15	内蒙古自治区	31	西藏自治区
16	江西省		

企业侧对于乡村文化和旅游市场前景的看好情况



乡村游出游范围情况



乡村旅游展现广阔前景

数据显示，截至2022年底，国有9万个村开展休闲农业与乡村旅游活动，休闲农业与乡村旅游经营单位达180万家，其中农家乐超过150万家，规模以上园区超过3.3万家，年接待游客接近8亿人次，年营业收入超过2400亿元。

乡村旅游不再是农家乐、采摘园等单一业态，而是开展创意设计、餐饮住宿、文创商品、特色农产品销售等多业态运营；不只是自然风光、休闲度假等传统开发，而是挖掘文化体验、生态涵养、健康养生等复合型价值。既顺应了城乡居民消费拓展升级的趋势，也满足了大众旅游、全域旅游的需求，乡村休闲游展现出了广阔的市场前景。

“十四五”旅游业发展规划

- 旅游成为打赢脱贫攻坚战和助力乡村振兴的重要生力军。各地区在推进脱贫攻坚中，普遍依托红色文化资源和绿色生态资源**大力发展乡村旅游**，进一步夯实了乡村振兴的基础。
- 在城镇规划布局中，围绕推进以人为核心的新型城镇化和美丽乡村建设，提高空间配置效率，优化旅游休闲功能，合理规划建设特色旅游村镇，**因地制宜推动乡村旅游差异化、特色化发展**，推进多元功能聚合，营造宜居宜业宜游的休闲新空间。

国家大力支持乡村振兴

- 党的十九大提出农业农村农民问题关系国计民生，实施乡村振兴战略。
- 国务院《关于促进乡村产业振兴的指导意见》中提出优化乡村休闲旅游业，培育乡村新型服务业，发展乡村信息产业。
- 国务院印发《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》，第十三届全国人民代表大会常务委员会通过《中华人民共和国乡村振兴促进法》。

乡村振兴

2017年

2018年

2019年

2020年

2021年

发展乡村旅游，是乡村振兴的重要实践途径。

- 2018年-2020年乡村振兴战略规划中提出涵盖农村文化、治理、民生、生态在内的乡村整体性提升和全面振兴规划。
- 中央一号文件中提出集中力量完成脱贫攻坚战和补齐全面小康“三农”领域突出短板，保护好历史文化名镇（村）、传统村落、民族村寨、农业文化遗产等；破解文化旅游产业发展用地难题。

通山县地方相关政策

《通山县“十四五”旅游业发展规划》



政策解读:

- 主动对接国家产业发展政策，积极争取国家、省、市旅游项目资金扶持，规划建设一批市场前景好、投资规模大、带动能力强的重大项目。加大旅游招商引资力度，引进一批投资 5000 万元以上的重点项目，分年分批新建一批精品名牌景区，满足中高端旅游需求。
- 县发改局要会同文旅局等部门做好重大旅游项目的立项和实施，推进重点旅游景区、旅游度假区、旅游休闲街区、红色旅游、乡村旅游、智慧旅游等建设。

石龙洞旅游景区开发项目正是积极响应政府号召，为发展当地乡村旅游产业、带动乡村振兴发挥了重要作用。



PART TWO

项目概况



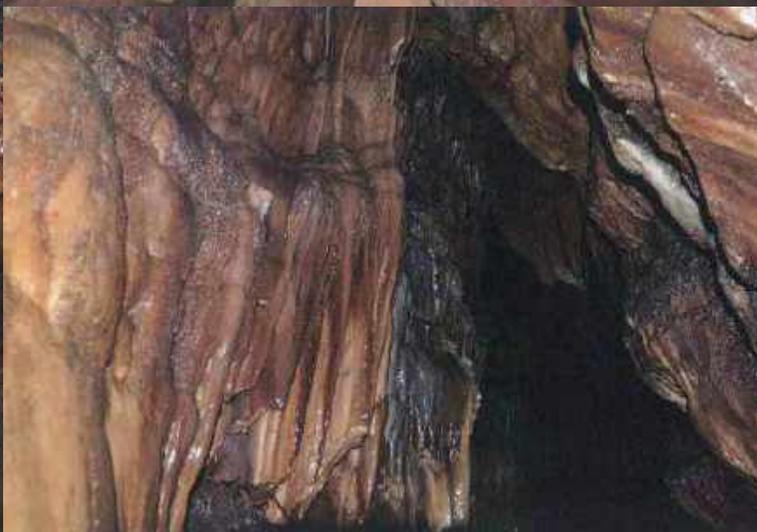
项目概述

石龙洞旅游景区

石龙洞是一座天然溶洞，距今4亿多年开始形成，洞内空间光库，有许多石笋、石柱、石钟乳等，洞内流水潺潺、鱼虾嬉戏，景色秀丽奇骏。通山石龙洞旅游景区开发项目是一个以石龙洞为基础的综合性的旅游开发项目，项目涵盖石龙洞内景点开发、水上乐园建设、开国将军纪念馆建设、泉山寺扩建、世外桃源开发以及漂流开发等项目，形成游山、玩水、探洞、拜佛、观光的旅游格局，打造绿色山水、生态休闲、红色教育为一体的综合性旅游景区。



石龙洞现状





石龙洞旅游景区规划效果图

项目进展汇报

- 通过几年的努力，公司已与项目地村组签订了征收土地合同，编写了石龙洞旅游景区开发建设项目可行性研究报告，咸宁市环境研究院对建设项目环境影响进行了评价。县自然资源和规划局下发了关于开发石龙洞旅游建设项目用地预审的意见文件，县水利局下发了水土保持方案报告书，县发展和改革局下发了关于核准通山县石龙洞旅游开发建设项目的通知文件，2015年6月4日已于黄沙镇人民政府签订了景区开发合同，到目前为止洞内已疏通，人可行走，进口及出口路已修通，车可通行，景区开发整体设计及规划图已完成，所有手续已全部办妥。
- 泉山寺、开国将军纪念馆项目已经开工，高速出口及景区公路已开工，前期总计投入资金约4900万元人民币，其中：（1）溶洞开发约2000万元；（2）修公路约800万元；（3）做河提约1500万元；（4）水电600万元，入股土地1300亩金额5460万元。
- **项目后续建设资金缺口预计为5亿元。**

选址优势

通山 石龙洞旅游景区

INTRODUCTION

独特的区位条件:

- 景区地理位置优越，交通便利。距周边省会城市江西省南昌市，湖南省长沙市仅有百公里之遥，距华中重镇武汉市二小时到达。九江、岳阳、黄石、鄂州、咸宁市等中等城市更有便捷直达。杭瑞高速，106国道穿越县城全境，京广，京九运输大动脉擦边而行。京珠高速，107国道连接景区。民情淳朴，温和善良，田园劳动如诗如画。

丰富的文旅资源:

- 通山县境内东有道教名山太平山，南有华中胜景九宫山，西有百洞之山大城山，北有森林公园大幕山，中有“水土乐园”富水湖及“地下长廊”隐水洞，境内已经形成“游山、玩水、探洞、观古民居、谒闯王陵、赏农家乐”的大旅游格局。通山诞生了全国第一个县级红色革命政权通山县工农政府委员会，现存冷水坪、楚王山等8个县级以上苏维埃政权机关遗址。境内现存170多栋明清古建筑。闯王陵、王明璠府第获评全国重点文物保护单位。2019年，通山县共接待游客1845.5万人次，实现旅游综合收入75.1亿元。



景区规划效果图（仅供参考）

石龙洞旅游景区规划效果图



拟新建内容：石龙洞内景点开发

以观赏地下溶洞为主，主要完成洞内景观布置，河道疏通等内容。



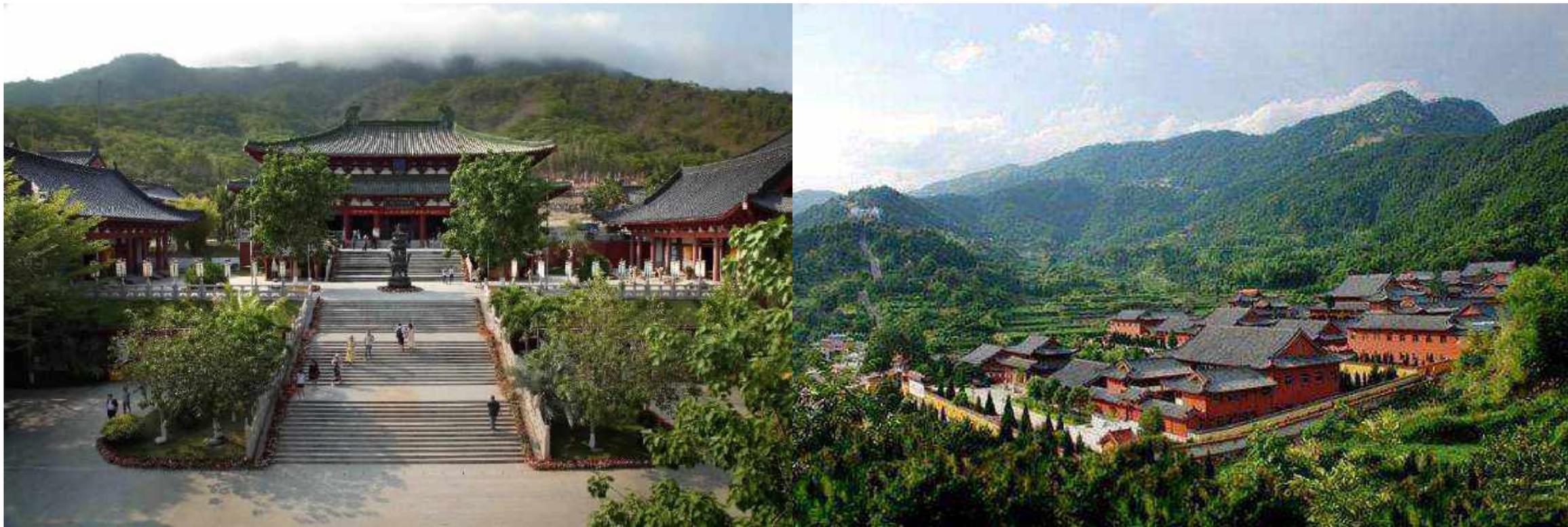
拟新建内容：水上乐园开发

围湖500亩，借助当地已有水库，建造水上乐园，修建码头，购置游船，形成一个假日亲子休闲场所，并建设休闲娱乐城。



拟新建内容：泉山寺扩建

以当地已有多年历史的泉山寺为基础，改造扩建，修建庙宇。



拟新建内容：开国将军纪念馆建设

以当地六位开国将军为基础，建设纪念馆，形成红色革命教育基地



拟新建内容：世外桃源基地

包含康养中心、休闲中心、花海、果园、农家乐、乡村民宿、蔬菜基地等。



拟新建内容：黄沙漂流开发

六公里比较平静的溪流，适合不愿意冒险的人或者作为漂流前的热身。悠然惬意，专攻游客打水仗游戏亲子出游，阖家欢乐。



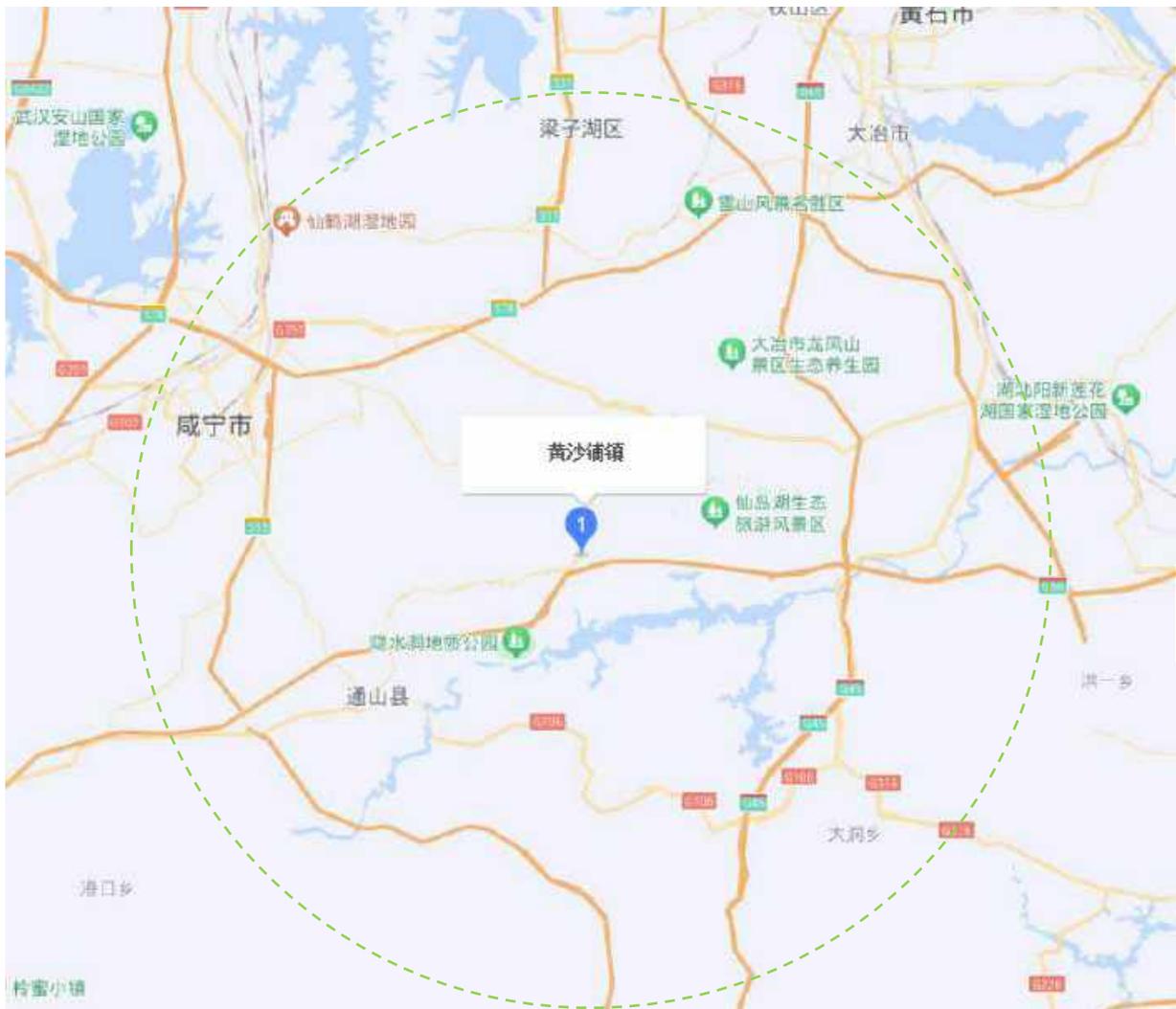


PART THREE

运营规划



主要目标客群市场定位



近程市场

- 距离项目地1 - 2小时车程范围的通山县及周边区域作为基础客源市场。东南邻江西省武宁县、南与修水县毗邻，东接阳新县，北连咸宁市区，西部与崇阳县接壤。
- 上述地方距离项目地较近，交通便捷，当地居民的可支配收入水平较高，处于消费升级阶段，旅游需求旺盛，是本项目地的主要客源地，为该项目客源的基础。

周边市场

- 以通山县为中心向外辐射，车程3-5小时以内的区域范围作为旅游区的核心客源市场。如咸宁全市范围以及周边黄石市、武汉市、鄂州市、仙桃市、荆州市、岳阳市、九江市等地区客源。
- 主要还是利用地缘关系和各地旅游资源之间的互补性、连带性，借助于便捷的交通而构成旅游行为。居民的生活水准较高，对旅游产品有一定的欣赏品味，作旅游目标选择时有明显的偏好和特殊指向性。

营销推广方案

公司将通过多种途径进行品牌营销推广，提升石龙洞旅游景区在绵阳市乃至西南地区的知名度。



- **短视频营销。**在各大自媒体平台，如抖音、微信公众号、视频号抖音、快手、小红书等短视频广告，打造石龙洞旅游景区自媒体账号矩阵进行运营或投放买量引流。
- **直播运营。**定期在抖音平台进行景区直播，通过直播形式发放景区特价门票进行引流。
- **信息流广告投放。**可合作的平台有腾讯、阿里、百度、网易、新浪、头条、小米、360、知乎、美柚、bilibili、快手、抖音等等。
- **线下推广。**在目标服务群体集中的场景，如高速公路广告牌、公交站台、楼宇电梯、产业园、公交、出租车等场所进行海报投放精准推广。
- **旅行社线路设计。**与旅行社合作设计旅游路线，将本项目打造成旅游路线打卡点之一，导入合作旅行社游客资源。
- **活动推广。**依托于地方文化特色，定期举办美食节、水上音乐节、大型篝火舞会等，吸引各地游客前来参加体验，引爆人气。
- **地方文旅局协助推广。**本项目作为地方招商引资项目，得到政府相关部门支持。地方文旅局会协助景区制作宣传短片对外推广。

其他推广方式

景区娱乐营销

- 与地方卫视、央视等媒体进行综艺节目植入资源的合作，景区通过综艺节目、电影、电视剧的植入，以拍摄地的方式取景，获得高端展示。同时将影视节目中的露出部分剪辑成宣传片发布至各大视频网站以及微博、微信等社交平台进行广泛传播。

网红打卡推广

- 与网红、旅游博主合作通过撰写、拍摄等方式，对整个旅游线路进行一次全程实地体验，发布真实、有用、吸引游客的连载游记、有趣的体验式营销软文、图片视频等，对具体旅游线路进行一次全方位网络推广，吸引网友关注和选择。

景区周边推广

- 宣传城市形象，提升整座城市的知名度及景区游客的增长。除了景区门票之外，景区周边酒店、特色民宿、特色美食、餐厅、纪念品商店等。可通过整合景区的配套资源，进行内容植入，吸引游客入住、品尝美食和购买产品，带动景区周边产业推广。

盈利模式

景区门票

- 所有进入景区游客须购买第一道门票，门票可以体验景区大部分玩乐项目，漂流、餐饮、住宿及部分游乐设施须单独收费。
- 当地乡村村民凭身份证免门票，其他项目须付费。

漂流及其他休闲项目

- 高山峡谷漂流按人次收费，儿童半票。
- 其他娱乐项目如果蔬采摘、水上乐园、寺庙祈福等。

住宿

- 以当地居民建筑为特色进行改造成民宿，根据节假日进行差异化定价，客房价格几百至千元不等

餐饮

- 小吃摊位：对外出租
- 正餐餐厅：公司自营

四大盈利来源

景区门票

漂流及其他休闲项目

住宿

餐饮

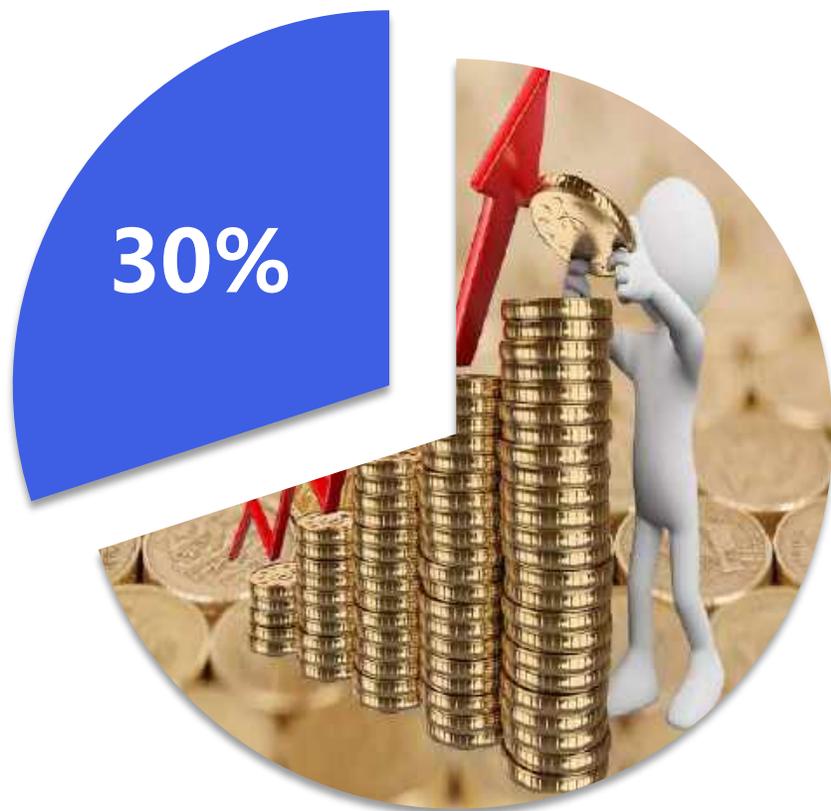
Text Here



PART FOUR

财务计划





INVESTMENT 股权融资5亿元 出让30%股份 RETURN

资金主要用于以下几个方面：

- 一期项目建设资金2亿元，其中1300亩土地征用资金9100万元，剩余部分用于溶洞及水上乐园开发；（资金使用期限：1年）
- 二期项目建设资金2亿元，修建环形公路将六大景点连为一体投入8000万元；开国将军纪念馆和泉山寺扩建投入8000万元；剩余部分用于世外桃源（不含康养中心）建设；（资金使用期限1年）
- 三期项目建设资金1亿元，用于康养中心以及漂流项目的建设；（资金使用期限8个月）
- 本项目总体建设周期为2年8个月。

资方要求

- 具备丰富的文旅行业渠道资源及同行业成功投资经验的机构享有优先合作机会

效益预估

2024-2030年项目投资回报情况预估

项目类型	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
项目阶段	预计2024年10月建成一期	预计2025年10月建成二期	预计2026年6月建成三期	全面运营	全面运营	全面运营	全面运营
年接待游客目标 (万人次)	15	40	50	80	100	120	150
人均消费水平 (元)	300	400	500	500	500	500	500
景区收入目标 (万)	4500	16000	25000	40000	50000	60000	75000
景区经营成本 (万)	1800	6400	10000	16000	20000	24000	30000
净利润 (万)	2700	9600	15000	24000	30000	36000	45000
资方分红 (万) - 30%	810	2880	4500	7200	9000	10800	13500

- 本项目的经营成本主要为人力成本、营销成本、水电支出及部分设施的维护费用，预计成本占总体收入比例为40%；公司采取边建设边运营方式，预计2026年全面建成开业，假定景区年游客接待能力为80万以上；上述数据为粗略预估结果仅作参考，不作为融资对赌必要条件。

融资计划



转让退出

公司在后续经营过程中将根据实际经营状况发起新一轮融资计划，本轮投资机构可在后续融资中以股权转让形式溢价退出。



IPO上市

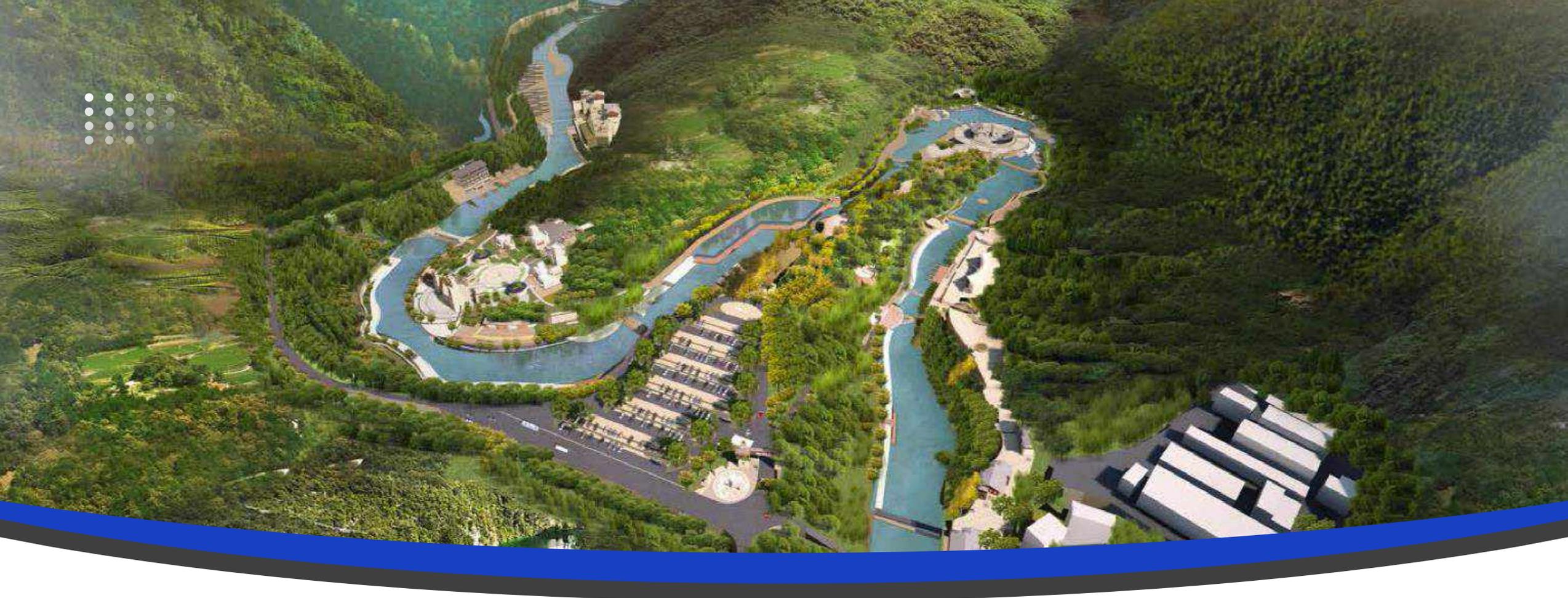
若企业经营能按预期战略规划目标发展，公司将择机在国内资本市场挂牌上市，投资人可在二级市场变现退出。



并购退出

公司发展一定程度，根据战略发展需要可考虑被同行业大型集团公司并购，由并购公司收购投资方持有股份。

- 合作周期5-8年，合作期间投资方可享有正常的财务监督权、收益分红权，但不享有经营决策权。



湖北通山石龙洞旅游开发有限公司